

编者按

2135亿元——11月12日零点的巨大能量。更见证着消费者消费升级的飞速发展的中国新商业的颠覆式变革。十年“双十一”，见证着中国电子商务的飞速发展，也见证了消费升级在电商领域的兴起。均有所提升，这也促进了品牌中，大部分品类的品牌集中度向品质竞争转型。各大品类电商平台本身也在由价格竞争需品向享受型产品演进，而电商消费产品看，商品开始从必移。就今年“双十一”网购的个目光正在向追求品质生活转变，已不仅仅瞄准“五折捡便宜”，变得更加便捷。如今，消费者电商进入生活之后，消费者消费热情的一部分体现。交易额的新纪录，这也只是这是中国电商平台单日网购一“媒体中心的数据大屏上，在上海世博中心天猫“双十



进一步支撑消费升级需求

按照惯例，为了对付“双十一”过后大量包裹的轰炸，物流体系都要忙乱一阵。从今年的情况来看，人工智能帮了大忙，是突出的亮点。

在杭州萧山，菜鸟与圆通速递联合启用了“超级机器人分拣中心”，在这个中心里面，有350个“小蓝人”带着包裹自动运行，它们不但能自动让路，还能主动充电。在2000平方米的场地内，350台机器人可以昼夜不停工作，每天分拣的包裹超过50万件。

其他的物流快递也毫不逊色。圆通速递早在今年便投入近40套自动化分拣设备，对几乎所有转运中心进行全新改造，大大提升了分拣的效率。中通快递则在24个转运中心上线了双层的自动分拣系统，德邦物流也上线了智慧车队，以求在“双十一”期间实现数据的管控与共享。

更让人震撼的是神州控股旗下科捷物流。11月10日，科捷物流在北京发布展示了国内首例立体高密度机器人智能仓。这个技术成果把机器人倒吊悬挂在空中，让其活动范围从二维扩展到三维。

神州控股董事局主席兼首席执行官郭为表示：“此次发布的‘人机共舞2.0’方案，将AI技术与现有的物流业务流程充分融合，实现了人工智能应用的产业落地。作为国内首例立体高密度机器人智能仓，采用创新的高层悬挂式AGV系统，拥有多项国际技术发明专利，在电商物流的智能化应用创新上具有里程碑的意义。今天我们叫2.0，其实是从仓储的角度，基于大数据、人工智能应用的高密度、立体化智能仓，是新物流的重要支撑。”

郭为认为，未来的时代是产业互联网和消费互联网融合的时代。在这样的时代，将新科技应用带来的生产力的提升，转化成消费者体验的提升，将是未来科技创新的重要方向。

中国物流学会特约研究员杨达卿看来，今年“双十一”电商平台看重的是供应链，而物流平台则注重科技升级。未来，大数据、云计算等隐藏在背后的黑科技，将进一步支撑消费升级需求。

(据《上海证券报》)

热门话题

消费升级



新时代消费者及消费行为呈现新特点

孙世芳 刘晖 张宇晶

10月31日，各大电商联合发布了我国首部聚焦零售商超融合发展的研究报告——《2018中国零售商超全渠道融合发展年度报告》。报告通过消费大数据分析和描述了中国消费结构变化与零售商超发展趋势，深入解读消费者高质量消费新特征和零售商超全渠道融合新模式，为行业加快发展提供了有价值的研究结论。

分析《2018中国零售商超全渠道融合发展年度报告》可以得知：

在移动互联网、大数据、人工智能、物流等技术快速发展的背景下，传统零售业态与电商平台深度融合，新兴业态和新商业模式快速发展。与此同时，中国消费者呈现出四方面的新特征：

一是消费主力年轻化。数据显示，当前，“80后”和“90后”已成为我国主要消费群体。他们有能力且更愿意去提升个人的消费水平，对于品质、体验和新鲜感的标准也更高，单一的线上或线下零售模式难以满足他们的需求，线上线下融合的购物模式更受欢迎。

二是消费实力增强。随着我国经济发展，我国人均可支配收入持续增长。据国家统计局数据，目前我国中等收入群体已超过3亿人，他们具备较高的收入和消费活力。

三是消费趋于理性。现阶段，一线城市居民消费趋于理性，更倾向于高性价比的产品。

四是消费潜力下沉。相比于一二线城市消费者的高生活成本来说，三线及以下城市的消费者所面对的压力较小，同时物价相对较低，购买力提升较快。随着收入的持续提高，三线及以下城市具有较大的消费潜力。

基于上述新特征，消费者的消费行为呈现出六大新趋势：

第一，追求高品质，消费者由“剁手族”向“品质族”迈进。近年来，国内居民消费持续扩大升级，消费者消费时已经从注重量的满足向追求质的提升转变，高质量的商品越来越受到追捧。调研数据显示，消费者在网购时最看重商品的品质，价格成为影响消费的次要因素，商品的售后服务和品类丰富度、物流的时效性也是用户在消费时较为看重的因素。

第二，理性化消费，“买精买好”比“买多买贵”更重要。随着消费需求的变迁，“只买贵的，不买对的”等消费观念已被“买精买好”的观念所取代，追求用合适的价格高效地选到有用的好东西是当前消费者的主要消费观。

第三，健康及文化娱乐消费提高，食品衣着消费下降。享受型消费即人们为了满足享受需要而产生的消费，如娱乐文化服务、高级食品以及某些精神文化用品及服务的消费。

第四，追求个性化消费。居民消费现已步入新的发展阶段，“80后”“90后”消费者已成为消费主力军，他们愿意尝试新品。

第五，追求方便快捷，消费者更注重“一站式”服务。当前，人们的生活节奏加快，衣食住行各方面都追求“方便、快捷”，由此催生了众多零售商超新业态。除此之外，随着主要消费人群的代际变迁，消费者更愿意提高效率、一次性地购买到所需要的产品，且消费者愈发追求多元化、个性化商品，提供“一站式”服务的商超更迎合消费者的需求。

第六，线上线下消费者边界逐渐模糊，消费者购物渠道从割裂走向融合。随着消费者需求的变化及行业的发展，消费者已经不再单纯地进行消费，而是根据自己的需求，选择当前最合适的方式。消费场景多元化、消费选择更加多样化、便利化，用户体验也越来越好。

(据《经济日报》)

我国消费渐入「新红利时代」

孙韶华 李志勇 梁倩 秦悦文

每年「双十一」，短短12小时内所释放的平台、商家和消费者能量，已成为「新消费」最富代表性的观察样本，更多元的品类选择、更丰富的消费内容、更优化的购物体验，都诠释着「新」字的内涵。专家指出，伴随「9后」消费群体以及三四线城市的消费力崛起，在不断迭代的商业基础设施和互联网等继续迅猛发展的助推下，我国消费正激发出新的潜力，迎来「新消费红利时代」。

消费正在进入品质化的新阶段，消费者把目光更多投向健康、家装、文化消费等和生活品质密切关联的领域。

值得关注的是，“双十一”由线下消费方式为主逐渐向线上线下相结合方式升级的趋势愈加显现。不少线下百货、卖场等都参与到“双十一”促销活动中。据了解，北京、上海、广州、深圳、杭州等天猫“双十一”新零售之城的数字化体验实现规模化。各大新零售业态也在此节点会面，使得线上线下联动一体，创造全新生活体验和商业效能，解锁城市消费力。

此外，过去十年中消费品类结构变化趋势显示，消费特征呈现由生存型消费需求向发展型和享受型需求不断升级。不断迭代更新发展的商业基础设施，以及愈加便利的进口消费，也为消费升级提供了支撑。有市场研究机构预估，我国2019年跨境进口消费金额将达2.2万亿元。

专家表示，伴随“95后”消费群体，以及三四线城市的消费力崛起，在不断迭代的商业基础设施和互联网等继续迅猛发展的助推下，我国消费正激发出新的潜力，迎来“新消费红利时代”。

国家发改委综合司陆续赴海南、安徽等省市开展针对消费的专题调研。重点调研了汽车、智能服务、高端医疗、食品等领域，深入了解了目前仍存在的这些领域消费发展的体制机制障碍，详细听取地方政府和企业的有关意见和建议。

各地政府也在加大力度促进消费发展。例如，为促进实物消费，山东省出台政策，符合条件的新能源汽车可获每辆2万至50万元推广应用补贴。

国家发改委表示，未来将进一步改善居民消费能力和预期，尽快落实修改后的个人所得税法，确保实施；加大金融支持消费的力度，完善收入分配制度，拓宽居民劳动收入和财产性收入渠道；构建成熟的消费细分市场，促进实物消费提档升级，持续推进服务消费提质扩容，提供更多高品质的供给。

(据《经济参考报》)

消费、品质消费的追捧上。

“从今年的情况看，高质量消费是最大特点。”京东集团高级副总裁、大快消事业群总裁王笑松11日表示，无论是进口快消品、大品牌和高端品牌、价格相对较高的新奇特商品销售的火爆，还是拼购中的大品牌、高价值产品销售增幅明显，还是年轻用户消费更注重品质，都说明高质量消费是一大特点。

阿里健康消费医疗事业部总经理钟聪娣说，从成交金额来看，过去五年间增速最快的前五个行业分别是医药健康、家装装饰、美容护理、书籍音像和3C数码。大众

里巴巴发布的数据表明，2017年参与天猫“双十一”的“95后”消费者占比已经接近两成，从不同年龄段和单价同比增速来看，“95后”在所有消费群体中增速最快。这些生长于互联网时代的年轻消费者，更倾向于个性化、多元化的购物体验。除了消费者年龄结构的变化外，“剁手党”的地域构成情况也在十年间悄然发生改变。从“双十一”十年的消费数据中可以发现，虽然成交金额前10位的城市一直集中在一二线，但三四线的消费潜力正在逐渐释放。

“双十一”凸显消费升级

这一天，各电商平台的销售数字一路狂奔，不断刷新。阿里数据显示，截至11月12日00点00分00秒，天猫“双十一”全球狂欢节总成交2135亿元，超过2017年天猫“双十一”全天成交额纪录；11月1日0:00至11日09:36，京东“11.11全球好物节”累计下单金额超越2017年11月1日至11日纪录；截至11日14点，累计下单金额已超1354亿元。

年年刷新的“双十一”消费额度，某种程度上印证了我国消费内需的强劲势头。而消费升级不仅体现在消费额度上，更表现在对质量

多股消费新力量崛起

中国“双十一”不知不觉已经走入第十个年头。业内专家指出，伴随着全社会消费浪潮的蓬勃发展，线上线下商业基础设施的全面升级，一个“新消费时代”正在到来。

京东大数据显示，2008年，消费者的消费还主要集中在家电、家居类商品上，到了2017年，无论是广度还是深度，都在向全品类扩展，食品、美妆、服装等代表着品质化生活、消费升级的品类，订单量占比增长最快。

消费群体的年轻化和不同线级城市用户的深度参与，成为新消费时代的重要趋势。根据阿

促消费升级政策将密集落地

商务部流通产业促进中心研究员陈丽芬指出，改革开放40年来，我国消费升级的步伐从未停止，从计划经济时期市场供应短缺、商品凭票限量供应到供应能力逐步上升、票证取消，再到如今供需双方匹配度日益提高。当下迎来了消费升级的窗口期，消费被提高到前所未有的战略高度。“2018年，正值改革开放40周年，内部能

量积累到位，外部压力扑面而来。这一年，注定要成为我国消费升级的历史元年。”她指出。

今年9月，中共中央、国务院发布《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》；10月，国务院办公厅印发《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020年）》，为促进消费提质升级明确了主攻方向。日前，

