

中国电子商务市场规模持续引领全球，今年以来承担了更大的消费流量——

超10万亿网上零售额意味着什么

本报记者 王俊岭

动动手指，下单、付款、收快递，网购已成为中国消费者的日常，也使中国成为全球最大的电子商务市场。

商务部电子商务司近日发布的《中国电子商务报告2019》(以下简称《报告》)显示：2019年，中国电子商务市场规模持续引领全球，服务能力和应用水平进一步提高。中国网民规模已超过9亿人，全国电子商务交易额达34.81万亿元，其中网上零售额达10.63万亿元，同比增长16.5%，实物商品网上零售额8.52万亿元，占社会消费品零售总额的比重上升到20.7%；电子商务从业人员达5125.65万人。

今年以来，面对新冠肺炎疫情带来的冲击，各大电商平台承担了更大的消费流量，不仅在很大程度上满足了消费者购物需求，还为广大商家和企业逆势谋生提供了强大的“消费支撑力”。

“网上购物”融入生活

“线下不行转线上！”对很多中国消费者而言，疫情对消费的影响并非绝对的。

黎静是湖南长沙一名家庭主妇，也是一名有15年线上消费史的资深顾客。在她的消费支出中，有九成都通过电商渠道下单。她每月5000多元开支意味着网购早已融入了她的生活。“在疫情期间，我觉得自己对网购更加依赖了！以前，我还会有每天去菜市场买菜的习惯，现在我都是从团购APP直接购买一家人要吃的食材。当天预定，第二天送到家门口，我甚至可以不出门就买到最新鲜的蔬果肉类！”她说。

虽然网上购物不能和线下逛街完全画等号，但对于很多年轻人来说，网购依然显得日益重要。

“以前我总觉得衣服得亲自试试才能知道合不合适，所以很少在网上买衣服。现在受疫情影响，我不像往常一样去门店试穿，买衣服也上网了。特别是最近兴起的电商直播，能让我在直播中看到和我身材相仿的模特试穿各式各样的衣服。从最近几次直播购衣的经验来看，这样其实也能‘淘’到不少心仪的商品。更何况网上衣服款式选择多，价格也便宜，未来我可能会考虑通过网购来购置更多衣服。”在成都上大学的王文表示。

从事服装行业的江苏姑娘滕海芹告诉本报记者，用手机网购早就成了她生活的一部分。“原先，我每个月的消费可以说是线上线下各占一半，疫情出现后，牙膏、厨具、化



▲7月11日，广西罗城仫佬族自治县“仫佬十姐妹”直播团队在四把镇集环村介绍当地农特产品，通过电商直播“带货”，助力脱贫攻坚。

韦如代摄(人民视觉)



▲近来，江西省丰城市外贸企业通过与电商平台合作、云推介等方式促进企业增产增效。图为丰城市捷和电机(江西)有限公司员工在生产线上组装电动轮椅车，准备出口至欧洲、中东、非洲等地市场。

周亮摄(人民视觉)

有效“滋润”市场主体

电商一头连着消费者，一头连着大大小小市场主体。

四川省古蔺县护家镇红响村出产的脆红李汁多味美、酸甜可口。但是，这个村地处偏远山区，致富脱贫遇到了“好酒也怕巷子深”的难题。

“好好的果子只能烂在地里，农民们的辛苦付出不能就这样打了水漂！”国家开发银行选派到红响村担任第一书记的张振飞，一边争取国开金融捐赠的基础设施专项资金为村里修起了主干道，一边全力对接各大电商，最终帮助全村近百万斤脆红李销售一空。

“淘宝首创了电商直播的方式，通过视频化、内容化的互动推动了电商行业升级。数据显示，淘宝直播已经连续3年增速超过150%，是近年来增速最快的新经济模式。尤其是疫情发生以来，餐饮企业、房产顾问、档口老板、专柜导购等100多种线下职业都在淘宝直播实现‘云复工’。与此同时，6万淘宝农民主播、县长、明星共同为农产品带货，这类‘村播’已经覆盖了全国2000多个县，为滞销的农产品谋到了出路。”淘宝直播负责人玄德对本报记者说。

除了扶贫，电子商务的蓬勃发展还为年轻人创业带来了机遇。1988年出生的叶文剑毕业于浙江交通职业技术学院，毕业后辗转多家公司从事电商运营方面的工作。2018年，一次偶然的机会，叶文剑尝了一下阿姨从菜市场买回的鸡爪，酸酸甜甜的味道让他

十分喜爱。于是，叶文剑决定把鸡爪搬到线上，在淘宝上注册了“将食记”，并作为一份兼职来经营。开店第一天卖掉了5单，一星期卖了20单……这给叶文剑带来了很大的信心。随着销量增长，“将食记”年销售额很快达到1400万元，叶文剑也决心全职投入创业。如今，他的团队规模已经达到了十几人。

电商的发展，还带动了相关硬件的销售。工信部数据显示，1月-5月，全国规模以上电子信息制造业实现营收利润“双增长”。其中，计算机制造业营业收入同比增长6.0%，利润同比大增41.6%。

中国人民大学重阳金融研究院客座研究员万喆在接受本报记者采访时指出，电子商务在中国取得巨大成功有三方面原因：一是中国经济持续多年快速发展，使得越来越多人的消费能力不断提升，形成了巨大的市场空间；二是对于线下消费供给与城乡居民消费需求错位、缺位的“空白点”，电商及时精准地予以弥补；三是近年来，中国改革不断深化、开放不断加深，形成了良好的创新创业氛围，助推了阿里巴巴、京东、苏宁、拼多多等一批电商企业快速崛起。

线上线下“相互借力”

无论是天津的“津品网上行”，还是新疆的“清河沙棘”，从《报告》梳理分析的很多案例来看，中国电子商务发展与传统线下门店并非“零和博弈”，而是“相互借力”。

7月8日傍晚7点多，物美超市北京三里河店长刘兆文还没有下班，他正和同事们张罗一场线上线下同时举行的购物节促销活动。对于在大型超市干了19年的刘兆文来说，线上线下融合早已成为常态。他告诉记者，借助多点APP，很多顾客可以通过线上下单，享受“超市备货、送货到家”的服务。

这一过程中，超市门店的经营管理也不断优化。“就拿生鲜区的蔬菜来说，以往我们是散装称重的，不少顾客都要在蔬菜区手动挑菜，不仅费时费力、效率不高，而且也造成生鲜区卫生压力较大。随着电子商务的发展，我们针对线上客户对配送速度要求较高这一特征，会提前对蔬菜进行标准化分拣包装。没想到，这种包装出来之后，也受到线下顾客的欢迎，带动了更多消费。从三里河店今年的数据来看，我们蔬菜类商品‘线上+线下’销售额比去年同期增长超过三成。”刘兆文说。

多点Dmall董事长张文中表示，今年以来，多点与物美创新的配送模式“社区抗疫提货站”在全国拓展了6000多个站点。“电子商务线上线下一体化深入融合，正在向数字经济跃升。这对于提高消费者满意度、促进消费升级具有重大作用。”

同样尝到“双线融合”甜头的，还有知名零售巨头苏宁。得益于线上线下全渠道融合与优势互补，今年一季度苏宁市场份额进一步扩大大至25.3%，以“第一名”的位置领跑家电全渠道销售榜。苏宁零售技术研究院院长王俊杰对本报记者表示，在全新的消费时代，电商的“消费支撑力”正逐步体现在供应链整合与线上线下的深度融合上，这将倒逼零售企业整合各业态的供应链履约能力，将线下门店“搬”到线上，实现“场景重构”，做到多消费场景体验的无缝融合。

“总体而言，电商对中国经济的‘消费支撑力’是非常大的。疫情防控的客观要求，无疑加速了线上商品和服务的发展。同时，电商注重下沉市场、商品便利性、商业信用评价等特点，也有助于消费体验的提升。可以说，电商在稳住消费基本盘的同时，也使相关企业保持了旺盛生命力。”王俊杰说，未来电子商务在稳定消费方面将占据更重要的地位。

央行将于11月5日起发行2020年版第五套人民币5元纸币——

新版五元纸币防伪升级

本报记者 徐佩玉

第五套人民币“升级”完成！日前，中国人民银行发布公告称，将于11月5日起发行2020年版第五套人民币5元纸币，发行后与同面额流通人民币等值流通。

据悉，2020年版第五套人民币5元纸币将保持2005年版第五套人民币5元纸币规格、主图案、主色调、“中国人民银行”行名、国徽、盲文面额标记、汉语拼音行名、民族文字等要素不变。

新版5元纸币有哪些改进？

优化了票面结构层次与效果。正面中部面额数字调整为光彩光变面额数字“5”，左下角和右上角局部图案调整为凹印对印面额数字与凹印对印图案。左侧增加装饰纹样，调整面额数字白水印的位置，调整左侧花卉水印、左侧横号码、中部装饰团花、右侧毛泽东头像的样式。取消中部全息磁性开窗安全线和右侧凹印手感线。背面左上角和右下角局部图案调整为凹印对印面额数字与凹印对印图案，调整主景、面额数字的样式。票面年号改为“2020年”。

提升了防伪技术和印制质量。2020年版第五套人民币5元纸币与2019年版第五套人民币50元、20元、10元、1元纸



◀新版5元纸币正面。边纪红制图(新华社发)



▶新版5元纸币背面。边纪红制图(新华社发)

币和2015年版100元纸币的防伪技术及其布局形成系列化。在现行2005年版第五套人民币5元纸币防伪技术基础上，增加光彩光变面额数字、凹印对印面额数字与凹印对印图案等防伪特征，取消全息

磁性开窗安全线和凹印手感线，采用磁性全埋安全线。

具体来看，新版5元纸币正面中部印有光彩光变面额数字，改变钞票观察角度，面额数字“5”的颜色在金色和绿色

之间变化，并可见一条亮光带上下滚动。据悉，光彩光变技术是国际印钞领域公认的先进防伪技术，易于公众识别。

触摸手感也有变化。凹印对印面额数字与凹印对印图案是通过双面凹印对印技术来实现的，透光观察可见正背面局部图案组成完整的对印面额数字与对印图案，触摸有凹凸感。中国人民银行方面表示，该技术是中国自主研发的印钞专用技术，充分展示了人民币防伪技术的安全性和创新性，这也是该技术首次应用在流通人民币纸币上。

此外，新版5元纸币水印清晰度和层次效果明显提升；钞票纸强度显著提高，流通寿命更长；纸币两面采用抗脏污保护层，整洁度明显改善；延续2015年版100元纸币和2019年版50元、20元、10元、1元纸币冠字号码字形设计，有利于现金机具识别。

总体来看，新版5元纸币应用的防伪技术更加先进，布局更加合理，整体防伪能力较现行2005年版第五套人民币5元纸币有明显提升。

为何在此时发行新版5元纸币？中国人民银行方面表示，这是为了适应人民币流通使用的发展变化，提升人民币整体设计水平和防伪能力，保持第五套人民币系列化。据悉，中国人民银行于1999年10月首次发行第五套人民币后，于2005年8月发行了2005年版第五套人民币部分纸币，2015年11月发行了新版100元纸币，2019年8月发行了新版50元、20元、10元、1元纸币和1元、5角、1角硬币，不断提升防伪能力和印制质量，受到社会广泛好评。

本报拉萨电(记者袁泉)记者从中国铁路青藏集团有限公司获悉：7月9日零时起，青藏集团公司将在青藏线湟源、德令哈等车站和拉萨至日喀则线日喀则站普速铁路推广实施电子客票，自此青藏铁路全线、拉日线各站全部推行电子客票。进出青藏的旅客可以享受电子客票“一证通行”带来的便利，出行体验进一步提升。

旅客可通过互联网、车站窗口、自动售票机和代售点等渠道购买车票，购票流程和购票证件均没有变化。购买电子客票后，旅客可通过互联网退票和改签，足不出户即可完成操作。出行方面，持有有效身份证件可实现“一证通行”，实名制核验、检票、验票更加便捷，检票平均速度由3.8秒缩短至1.3秒人，而且能够有效防范车票丢失、购买假票等风险。

旅客如需退票、改签，使用电子支付方式购票且未领取报销凭证的，可直接在铁路12306网站办理；如已领取报销凭证或使用现金购买电子客票，也可先行在网上办理退票，于180天内到任一车站完成退款等相关手续，一并交回报销凭证。旅客如需报销凭证，可于开车前或乘车日期之日起30日内，凭购票时使用的有效身份证件原件，到车站售票窗口(含自动售票机、代售点窗口)打印；超过30日的，旅客可联系铁路12306客服中心办理。

青藏铁路沿线推广电子客票

实名制核验、检票、验票更便捷——