网上中国

全网交易额接近8600亿元，呈现新的消费特点

这个“双11”，购买力更强了

本报记者 **彭训文**

王 琪作（新华社发）

今年“双11”购物节期间，各电商平台、实体零售店人气更旺、更热闹了。专家表示，疫情防控常态化的大背景下，今年“双11”的出色表现，是国内市场在新发展格局中展现新活力的一个窗口，生动表明中国经济的确潜力大、韧性足。

“‘双11’，买到就是赚到”

和往年不同，今年的“双11”分为11月1日至3日、11月11日两个售卖期。

经过一番热切而焦急的等待，11月11日零时刚过，浙江省杭州市居民陈女士便迫不及待地支付尾款下单。早在11月1日，她就切换到“双11”模式，开始琢磨电商平台推出的“盖楼”、“养猫”、组队PK等促销玩法，把购物车添置得满满当当，并提前支付了定金。最终，她如愿以比平时优惠近一半的价格，买齐了鸡蛋、洗衣液、卫生纸、牙膏等生活必需品。她直言：“‘双11’期间，各个平台优惠力度都很大，但有些打折力度更大的商品需要碰运气，买到就是赚到。”

“双11”期间，像陈女士这样热情加入“买买买”大军的消费者不在少数，各电商平台的销售规模随之屡创新高。

阿里发布的数据显示，11月1日至12日零时，天猫“双11”实时成交额达4982亿元；京东平台发布的数据显示，11月1日至11日，平台累计下单金额超过2715亿元；超过2万个品牌在京东超市成交额同比翻倍增长；11月1日至11日，苏宁易购线上订单量增长75%。

据网经社（电商门户）“电数宝”电商大数据库显示，今年“双11”全网交易额接近8600亿元，同比增长43.3%。其中，天猫平台交易额同比增长85.62%，京东平台交易额同比增长32.82%，这两大平台交易额占全网交易额的89.5%。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青表示，今年“双11”在疫情防控常态化背景下进行，但人们消费热度依然高涨，购买力强劲。更令人欣喜的是，这次“双11”为各行业创造了巨大的商业机会。

“双11”期间，广东省广州市举办首届城市购物节，通过线上线下融合，打通生产、分配、流通、消费各个环节，助力扩大内需市场，推动消费升级。图为11月11日，居民在广州市首届城市购物节线下实体店购买商品。 新华社记者 **卢汉欣**摄

个性化定制成潮流

随着人们消费需求升级和信息技术不断成熟，今年“双11”消费呈现出许多新特点：

新品、升级类商品热销。很多品牌选择在“双11”前夕和购物节期间发布新品，如华为Mate40系列10月30日首次开启售卖，第一轮产品迅速售罄。在天猫平台，2600多个新品牌、120万款进口新商品通过天猫国际首次参加“双11”。盒马鲜生把火锅“搬”到线上，新款火锅锅底日均销量接连翻番，还带火了30多家合作的传统餐饮企业、食品公司。在京东平台，海尔、美的、格力、华为等主流家电品牌成交额都以“秒”速过亿元，洗地机、迷你破壁机等智能生活电器受青睐。

直播带货更火了。直播电商迎来巨大发展机遇，企查查数据显示，去年直播电商新增注册681家，而截至今年10月，直播电商新增注册已经达到2364家，超过之前10年直播电商的注册量总和。今年“双11”期间，直播带货成为电商、品牌、商家等的“标配”。据统计，京东直播带货6秒破亿元、苏宁易购“1110超级买手”直播间累计销售破亿元……

个性化定制成为潮流。消费者要什么，企业就造什么。今年“双11”，京东用户直连制造（C2M）模式的产品销量为去年同期的1.7倍，游戏笔记本、游戏台式机、高清显示器等电脑数码产品成为用户定制主流。

专家表示，越来越多商家在参与“双11”的过程中加速数字化，不断提升用户消费体验，为消费市场持续向好提供更强动能。

线下消费同样人气旺

经过多年线上线下融合发展，今年“双11”线下消费同样人气旺。

线下消费复苏势头强劲。京东推出“全渠道万店嘉年华”，其覆盖的近100万家门店参与了“双11”售卖。苏宁易购百亿补贴首入线下，达成社区、县镇、商圈等场景覆盖。苏宁家乐福到家服务订单量同比增长420%，“一小时达”及时履约率99%；7000家苏宁县镇店“双11”当天销售增长150%，在各大城市商圈，苏宁广场、苏宁易购广场客流量突破1150万。

新技术运用也让传统行业成功加入“双11”。天猫运用3D技术搭建了一座100层的“天猫3D家装城”，1200个家装商家搭建了近8万套1比1复刻的家装3D样板间。消费者在家里就能体验实景逛街，点击手机屏幕就能挑选自己喜爱的家装产品，还可以自主搭配商品、一键购物。

锦上添花的是，在“双11”期间，很多地方政府联合电商平台发放定向消费券，以线上消费带动线下行业发展。上海财经大学电商专家崔丽丽认为，线上销售会促进已有购买意向或相对清晰的消费需求，若要激发更大规模的消费，势必需要线下体验和场景的带入，将没有明确购买意向的潜在需求转变为真实消费。

互联网大咖秀

辛尼德·菲茨莫里斯 为客户提供高效的付款流程

海外网 **陈菲扬**

TransferMate是一家全球领先的跨境B2B支付供应商，帮助组织机构更快速、更方便地发送和接收跨境支付，公司总部位于爱尔兰。辛尼德·菲茨莫里斯（Sinead Fitzmaurice）是该公司联合创始人兼首席执行官，她被评为“2019年世界商业银行女企业家奖”。

辛尼德毕业于爱尔兰都柏林格里菲斯学院。在创立TransferMate之前，她曾在国际知名会计师事务所普华永道担任高级职位，还在全球金融服务巨头Taxback集团担任首席财务官，主持构建集团的金融系统、控制环境、风险管理等以适应公司的快速发展。

2010年，辛尼德与特里·克卢恩（Terry Clune）

共同创建了金融科技初创公司TransferMate，并认为市场需要一种简单、高效的国际支付解决方案。辛尼德表示：“如果做一笔国际交易，钱会在到达目的地之前经过一系列银行。”她将这个过程比作“金融传递包裹，客户在每一站都被收取费用”的形式。然而，这个形式为企业带来了诸多不便，因此她想建立一个能够消除这些问题的支付技术公司。

作为首席执行官，辛尼德领导公司进行全球扩张，其支付业务遍及162个国家，并与一些世界顶级银行和软件供应商建立了合作关系。与此同时，她还负责把握公司的总体战略方向，为金融服务行业开发技术，为全球企业带来真正的价值。

TransferMate技术平台是一个“端到端”基于云的解决方案，可以数字化、自动化支付和收款过程中涉及手动的任务，将全球支付网络整合到客户业务中。辛尼德表示，公司始终致力于为客户提供最高效的付款流程，“我们的支付技术基础设施可以确保‘端到端’的控制，帮助客户实现低成本、高速、高收益”。

辛尼德表示，对于任何跨境支付领域的公司尤其是TransferMate，目前的发展机遇都是巨大的。在她的带领下，公司的支付技术屡获殊荣，于2017年获得“国际支付供应商奖”。“我们完善了这个市场，公司正以显著的速度增长，处于令人兴奋的商业发展阶段。”她说。

图片来源于TransferMate官网

聚焦脱贫攻坚与乡村振兴

『小康路上』新媒体采访团走进滦平

本报电（海外网 **李帛尧**）近日，人民日报海外网“小康路上”新媒体采访团走进河北滦平，聚焦绿色产业推动脱贫攻坚与乡村振兴。

“今年我们以村集体的名义，种了6亩地的秋葵，一共卖了5万多块钱。”滦平县平坊满族乡于营村第一书记吕晓勋说，自从引入了秋葵、红薯等高附加值作物，不仅村集体有效增收，参与种植的村民也有效增收了。

“光伏发电项目每年可为村民带来可观的土地租金收入。”滦平晶润能源运营管理部主任王建松表示，除了租用村民承包的荒山土坡，该项目还为村民提供就业机会，从事除草、光伏板清洁等工作。“我们会优先雇佣贫困户，对于没有劳动能力的，会优先雇佣其亲属。”

如今，于营村的基础设施日益完善，乡村公路旁都安装了配备太阳能电池板的路灯。据悉，光伏发电项目为当地村民带来更多就业机会和收入。村里的小广场上还不时有艺术团下乡演出，极大丰富了村民们的精神文化生活。

▼河北省滦平县于营村的乡村公路和太阳能光伏项目。

海外网 **李帛尧**摄

国家网信办对手机浏览器乱象进行专项整治

再见了，关不完的广告弹窗

本报记者 **高 乔**

近年来，随着移动互联网的快速发展，手机浏览器逐渐成为广大网民日常获取讯息的重要窗口。然而，手机浏览器野蛮生长，自媒体网络传播乱象频出，令网友不堪其扰。针对网友们反映强烈的问题，国家网信办近日对手机浏览器进行专项集中整治和督导整改。

乱象频出对症下药

《2019-2020年中国第三方手机浏览器市场监测报告》数据显示，2019年中国手机浏览器用户规模约为6.82亿人，增速为4.4%。手机浏览器市场快速扩张的同时，各类网络传播乱象在手机浏览器中泛滥。

出其不意的各类广告弹窗、大行其道的自媒体“震惊体”“标题党”，见缝插针的低俗、恶搞、情色、虚假消息，软文中渗透的不良价值观……野蛮生长的手机浏览器，成为自媒体传播乱象的聚集地和放大器，不仅让网络环境恶化，也为不良信息、灰色产业链的滋生提供温床。

据介绍，针对手机浏览器市场中的自媒体网络传播乱象，国家网信办着力解决三大突出问题：一是发布“自媒体”违规采编的各类互联网新闻信息，如歪曲解读经济民生政策、散布“小道消息”、传播谣言信息、翻炒旧闻编造“新闻”等；二是发布“标题党”文章，如恶意浮夸、“唱衰”“卖惨”、冒名炒作等；三是发布违背社会主义核心价值观的不良信息，如传播低俗图文视频、炒作明星绯闻隐私和娱乐八卦等。

重拳出击，对症下药。国家网信办此次集中整治和专项督导，对手机浏览器提出了明确整改要求和具体标准，其中包括：不得发布“自媒体”违规采编的互联网新闻信息，不得弹出“自媒体”发布的各类信息，不得使用断章取义、虚假夸大、攻击侮辱、耸人听闻等噱头式标题炒作热点敏感话题，不得发布无中生有、旧闻翻炒、拼凑剪接、捕风捉影等不实信息，不得发布低俗、血腥等不良信息等。

斩断背后利益链条

国家网信办的首批专项整治名单包括UC、QQ、华为、360、搜狗、小米、vivo、OPPO等8款影响力较大的手机浏览器。据悉，此次整治行动并非手机浏览器企业第一次触碰“红线”，此前部分手机浏览器企业已多次被相关部门约谈、整改。那么，手机浏览器中的信息传播乱象为何屡禁不止？

其实，看似混乱的手机浏览器市场背后，有一套完整的商业利益链条。目前中国智能手机市场竞争激烈，手机厂商为了提高利润，常在预装或推荐客户端、系统广告、信息流产品等“软件”方面做文章。用户规模、利润空间巨大的手机浏览器市场，是各大手机厂商的“兵家必争之地”。

“对于终端厂商来说，手机浏览器可以增加用户黏性，了解用户使用习惯，创造大数据变现的机会。相对新闻类客户端或社交媒体平台，手机浏览器是手机厂商能够直接与用户建立联系的渠道。”中国移动研究院产业与业务合作部总经理杨光认为。

王 鹏作（新华社发）

业内人士分析，手机浏览器是手机厂商向用户推荐信息的直接通道。为争取利益最大化，手机厂商与第三方商业信息流平台进行合作，通过低俗劣质信息吸引流量，再通过广告、电子商务等方式实现流量变现。在这一利益链条中，手机厂商不具备信息监控能力，第三方商业信息流平台多数不具备互联网新闻信息服务资质，最终导致手机用户在手机浏览器中不断受到低俗不良信息和各类广告的侵扰。

营造健康的内容生态

国家网信办有关负责人强调，各手机浏览器要对照问题清单深入开展自查整改，举一反三全面清理违规信息、严管“自媒体”账号。同时，建立完善总编辑负责制、内容审核管理规范，从制度层面采取有力有效措施，切实防止扰乱网络传播秩序问题的发生。自查整改结束后，网信部门将对自查整改情况进行检查评估，对整改后问题依然突出的手机浏览器，将依法依规进行取缔相关业务等严肃处置。此外，各地网信部门还将对属地手机浏览器进行全面摸底排查，一并按要求纳入专项整治和督导整改。

“此次对8款手机浏览器的专项整治，是对整个行业敲响的一记警钟。”艾媒咨询董事长兼首席执行官张毅认为，整治手机浏览器既回应了用户呼声，也促使各平台主动清理违规信息，规范内容审核管理，推动手机浏览器全行业健康发展，从而在更大范围内规范网络传播秩序，为营造风清气正的网络空间助力。“下一步，应监督落实整改措施，对整改不到位的企业予以重罚。同时，要加强对相关从业人员的培训教育，提升内容生产力、判别力和把控力，打造积极健康的内容变现生态”。

业内专家认为，手机浏览器是移动互联网端的内容聚合平台，内容是不同浏览器竞争的关键。此次整改将推动手机浏览器打造健康内容生态，优化网络平台信息传播秩序，让用户获取信息更便捷，也让网络环境更清净。