

从“双11”看中国经济新力量

“双11”，已走过12年。今年“双11”前，前三季度经济数据公布：经济增速由负转正，社会消费品零售总额季度增速年内首次由负转正，货物进出口总额增速首次由负转正。从隆冬到金秋，疫情冲击下的世界经济显现疲态，但中国经济率先复苏，成为带动全球增长的重要力量。作为疫情防控常态化期间，全球最大的消费季，“双11”也成为观察当下经济运行的一支“温度计”。

本报记者张璇、王俊禄、黄筱、殷晓圣

最近一段时间，义乌泽熙日用品厂厂长方昊十分忙碌。从10月初开始，他就已安排车间24小时三班倒，备战“双11”。

不过，回想起今年初的日子，方昊依然心有余悸。突如其来的新冠肺炎疫情，让整个社会按下“暂停键”，方昊的工厂没能如期复工。

因为疫情，他的工厂有1000多万元订单打了水漂。那段时间，方昊经常去空荡荡的工厂转转，摸摸机器，扫扫灰尘，心心念念什么时间能复工。

随着疫情得到控制，社会全面复工复产，方昊的工厂重新开始忙碌。“今年我们对接了淘宝特价版，给了我们直面消费者的机会。手上的单子还没做完，新的单子就源源不断进来。”

方昊们的忙与累，在“双11”这个内需爆发节点上，共同创造了奇迹。在刚刚过去的天猫“双11”期间，总成交额达4982亿元，8亿用户参与，有474个品牌成交额过亿元。

刷新纪录的数据，尽显中国市场的韧性：生产端制造业迸发创新活力，消费端购买力强劲，物流端产销运快捷高效。

数字化融合，供给侧深度变革

这场元气淋漓的“双11”，仿佛从春天就开始酝酿。它是一个集雨器，接住了政策、社会、内需所有落下的甘霖。

像方昊这样，今年首次参与“双11”的外贸工厂有30万个。这些铆足干劲的企业，正在努力把“失去的订单和时间”找回来。

如今，我国有越来越多的制造企业把主营代加工业务转为重视自主品牌的产品创意设计，成为设计风潮的引领者。

更深层的探索也在“双11”期间加快进行，小单起订、快速反应的柔性供应链已经为一些参与其中的商家提供服务。

“在传统的生产模式中，我们要提前2个月以上对市场的消费趋势进行判断，向代工厂下达订单并进行生产，如果误判，销售不及预期就会提升库存成本和经营风险。”蕉内是一家集自主研发、采购、委托加工生产于一体的家居服饰品牌，运营总监贠敬说，如今使用数字新制造的方式，商家心里更有底了。

据介绍，蕉内的一款家居服今年采用了“先预售再生产”的模式。“预售阶段这款家居服卖了5000多件，因为销售生产链条的打通，工厂可以根据实时预售情况进行小批量、多频次生产。”“双11”期间，又向工厂“下单”了2000多件。”贠敬说，补货也可实现48小时生产发货，有效降低了因为延迟交付而招来的消费投诉。

何秋艳所在的杭州同富云商科技有限公司原本是一家专注于水具产品的传统外贸企业，转型外贸电商后，公司主营的保温杯摇身一变成了“保冷杯”，契合不爱喝热饮的外国消费者需求。

受疫情影响，该公司今年一季度的线上外贸销售额下滑16%，但二季度很快追平了去年同期，三季度则达到了去年全年的销售额。

“双11”对不少转型电商的外贸企业而言既是机遇，也是考验。“一开始也不适应，因为客群不一样。”何秋艳看到这样的区别后，和团队迅速调整策略，重新布局供应链的柔性化生产能力。例如先做保温杯材料的备货，再根据客户需求做300个、500个，最后再做颜色和LOGO的定制，数据洞察对企业的整体决策“非常有帮助”。

2012年，第四个“双11”首次推出预售制，开始了从销售反向引导供给的探索，帮助商家更好地做选品规划，提升备货和仓储效率。到今年，云计算的快速发展让制造企业的核心要素全面上云成为可能，需求与生产可以直接打通。从“先预售后生产”，到C2M（用户直连制造），今年供给侧的变革让人惊喜。供给侧数字化融合成为产业数字化时代新型的生产制造和商业形态。

今年9月，世界经济论坛宣布“全球灯塔网络”新增10家灯塔工厂成员，其中4家工厂位于中国，其中包含了阿里巴巴的新制造平台“犀牛智造”。这批工厂被视为第四次工业革命的领导者，从全球上千家制造企业中考察遴选而出。世界经济论坛方面表示，“灯塔工厂”的成功经验充分展示了如何通过采用和推广第四次工业革命技术来提高运营效率，增强供应链韧性，改善客户体验，同时提高劳动技能，实现更可持续的生产系统”。

“数字化是面向未来最大的确定性。”阿里巴巴董事会主席兼首席执行官张勇说，疫情加速了全社会数字化的进程，无论是消费者的生活方式，还是生产、工作的方式以及其他都在加速数字化。



▲11月12日，在浙江杭州未来科技城学术交流中心，大屏幕显示阿里巴巴旗下天猫“双11”成交额超过4982亿元。 新华社记者黄宗治摄

进一步激发消费潜力 加快构建“双循环”

近些年，国内市场容量巨大，居民人均收入在不断提升，处于消费升级的过程中，有巨大潜力可以释放。中央提出构建“双循环”新发展格局，推动经济实现高质量发展，客观上要求我们把发展的出发点和落脚点放在国内市场上。对中国来说，消费已连续多年成为经济增长的第一大拉动因素，未来依然可以作为拉动经济增长的持续动力。

20世纪90年代开始，我国进入快速工业化、城镇化阶段，固定资产投资和外需是经济增长的主要拉动因素。一方面，我们在国内通过房改、宽松的信贷政策刺激居民购房需求，进而带动上游钢铁、水泥、化工等行业发展，拉动固定资产投资；另一方面，我们通过深度参与外循环，满足国外需求，吸引外资来推动制造业和重化工业发展。

2012年以后，我国经济总量已位居世界第二，很多重化工业领域的产能已占到全球一半左右。此时，我国基础设施体系已相对完善，工业门类已经齐全，而那种资源要素驱动、投资外贸拉动的粗放增长方式的很多问题如资源约束、产业结构、环境问题等，逐步暴露出来。

创新活力，“双11”价值半径不断扩大

数字经济已为国内大循环创造了强大市场动力。一些传统商品在互联网上被赋予了新价值、新内涵、新面貌，变成了新产品。

“3、2、1，上链接。”话音刚落，直播间里上新的进口瓶装水在5秒内就销售一空。

11月6日晚，在第三届中国国际进口博览会举办期间，当红主播李佳琦在他的“意大利专场”，将意大利的瓶装水、时尚品牌带给直播间的消费者。这场直播，共吸引了1300多万人次观看。

11月10日，第三届中国国际进口博览会完美收官；11日凌晨零点，中国人“原创”的“双11”购物节大幕开启。从进博会到“双11”“无缝对接”，展示了中国从“世界工厂”到“全球市场”的转型。14亿中国消费者对美好生活的需求，不仅给中国经济增长带来深厚动力，更成为全球经济发展的新动能。

今年是参与商家最多、规模最大的一次“双11”：有500万商家、25万个品牌、近8亿消费者，有2000个产业带、30万外贸工厂，还有220多个国家和地区、超3万海外品牌，拓展了“双11”的价值半径，刷新了“双11”的消费体验。

浙江诸暨林业、广西柳州螺蛳粉、福建泉州男装……11月1日至11月11日，2020天猫“双11”诞生了105个成交额破亿元的产业带，这展现出中国工厂直面挑战重回增长的韧性。

旺盛的内需动能、和数字化力量的结合，让深耕中国制造的上游工厂获得新的增长红利。外贸工厂成为“双11”供应链中的一环，成为新品牌中的重要一员。

农业的数字化进程也在加速。今年“双11”，超过1400个县域的41万款农产品悉数登场，消费助农的热潮，让农户在晚秋时节得到最温暖的收获。

来自贫困县的商家超过38万个，它们在11月1日到10日的成交额同比增长了74%。数字

党的十八大以来，我国开始进一步转变发展理念，对促进经济发展的各项举措进行全面调整，提出加快建设创新型国家，加大环境治理力度，着力将经济增长的动力由资源要素驱动切换到创新驱动上来。在深刻分析内外部环境后，中央明确提出了构建“双循环”新发展格局。在这个新发展格局中，国内市场以及居民消费将扮演重要角色。

激发居民消费潜力，可以带动民生相关的产业发展，改善生活质量，这是我们发展的初衷。另一方面，中国制造业很多门类的转型升级以及数字经济的发展，都是受居民消费升级驱动的，如果最终需求潜力得到有效激发，可以从需求侧为这些技术密集型产业的发展带来更强拉动力，这对产业结构调整 and 实现经济高质量发展有重要意义。

在当前发展阶段和国内资源禀赋条件下，正是基于创新驱动来实现高质量发展的目的，我们选择了让终端消费来担当起拉动经济高质量发展的重任。要激发消费潜力，必然要提高可支配收入，所以我们要把居民从高房价中解放出来，所以我们提出“房住不炒”，让居民收入更大比例用于商品

新基建的不断完善，缩短了不同地域之间的发展鸿沟。

新品牌迎来加速成长。一个值得注意的现象是，整个“双11”期间，天猫有360个细分品类中，销售业绩夺冠的都是新品牌，成立时间均在三年及以内。一位销售额过亿元新品牌的创始人感叹，“新品牌迎来了金子般的机会”。

今年“双11”，线上线下融合更为紧密。今年，近场电商领域推出天猫同城购，把同城好货（服饰、美妆、手机数码等多品类）的物流时效做到当日达，最快1小时送达。

据银泰百货介绍，银泰全国八成门店已覆盖定时达服务，消费者在喵街App下单，最快1小时就能把货送到家。

越来越多的新场景，满足了消费者的新期待。“双11”期间，淘宝直播等内容化场景，成为商家实现增长的新引擎。将近3亿用户观看了淘宝直播，淘宝直播引导成交的GMV同比翻番。在店铺内进行“直播”成为商家消费者运营的标配，商家直播带来的GMV同比增长超过了500%。

与此同时，新技术也在“加持”新业态。今年“双11”期间，3D实景购物技术广泛应用于大家电、家装、手机等商品品类，覆盖总商品数6000余款，消费者不仅可以360度查看商品外形，甚至可以模拟打开冰箱门，获得更加真实的体验；摩托车等还可以听到发动机音效。3D购等新体验，让线上购物变得更“身临其境”，带动了家居等行业的更大爆发。

“过去家装电商做不了场景化展示，消费者仅仅看商品照片，很难下决心购买，现在3D购物解决了难题，建立3D线上展厅，相当于把一个门店覆盖至全国，让逛的人更多。”顾家家居相关负责人表示。

在国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微看来，“十四五”我们要建设现代化国家，最重要的内容就是数字经济发展。过去十年间，数字经济已为国内大循环创造了强大市场动力。一些传统商品在互联网上被赋予了新价值、新内涵、新面貌，变成了新产品。

北京大学光华管理学院副院长张影教授认为，这些新品牌的成长不是个案，而将成为一种现

象，数字技术会打开一扇门。”

另外，从目前的消费市场的相关业态来看，乘着数字经济发展的东风，各种新业态新模式很多都是技术密集型，并且综合使用大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术。由于数字技术在提高生产效率和资源配置效率上具有通用性，这些消费领域行业的发展，对于提高我国整体技术水平、提升创新驱动能力，都是非常重要的。

由此来看，选择将消费作为经济增长的支点，这是历史的必然。从双循环角度来看，一方面，我们要在总量上深挖内循环潜力；另一方面，我们要从两个维度激发消费潜力：一是消费升级，产品服务品质的提升，二是区域结构的均衡，更多中西部地区和乡村的消费要发展起来。其结果是，从需求侧来看，居民需求得到更好满足；从供给侧来看，产业升级了，技术水平提升了，商业模式也在不断创新，服务业也得到发展，而且数字经济会反哺传统产业，通过数字技术对传统产业进行数字化改造。

（胡麒牧，中钢经济研究院首席研究员）

象，“数字技术会打开一扇门。”

在张勇看来，今天中国具备了诞生新一代品牌的完整条件，包括产品研发的创新能力、数字技术、数字化营销、市场、供应链的力量。

“双循环”激发内需澎湃动力

数百万商家的努力，数千万快递小哥的付出，亿万“剁手党”对美好生活的追求，汇聚成一场中国内需的大爆发。

“23.21亿单！”11月11日24时，2020天猫“双11”物流订单总量定格。在中国内需市场强劲增长驱动下，全球各地，一张遍及数百个国家和地区的物流网络已准备就绪。

在东南亚多个国家，中国物流企业的核心系统替代了当地半自动半人工模式。包裹在这些国家间流通，因为有了统一技术语言，实现了“出入境免签”待遇。

位于“欧洲心脏”比利时列日的超级物流枢纽，近日迎来了一批自动化分拣线。这种中国物流的“黑科技”，在当地并不多见。它们可以大幅提高中国运来的大包裹向欧洲各国分发的速度。从列日枢纽开出的数百辆卡车，可以把商品送到1900多个城镇。

“双11”前，这张区域性的卡车网络覆盖范围已扩大到欧洲17国。

今年“双11”使用的飞机数量，见证了疫情发生以来首个“双11”的强劲增长。”菜鸟出口物流负责人介绍，“双11”使用的全货机包机达到270多架次，使用的其他飞机载货达到400多架次，合计已超过700架次。加上商家订购的舱位，短短半个月，“双11”跨境飞行航班有近千架次，相当于一个中大型机场的吞吐量。

海陆空运输少不了中欧班列。外贸商品可以提前运抵新疆阿拉山口综合保税区，随时搭乘途径班列出口，压缩了包裹等班列的时间。为了加大海运出口通道，福建马尾还增设了跨境电商海运直航专线，大型货轮已经在马尼拉港口待命，随时准备鸣笛起航。

数字化助产业带“回血”的启示

需求端的消费潜力，正通过产业带数字化进程转化为供给侧的增长动能，让深耕中国制造的企业获得新红利。数据显示，今年“双11”期间，全国2000个产业带的120万商家、30万个外贸工厂收获颇丰，有105个产业带成交额过亿元，10个成交额超10亿元。浙江、广东、江苏、福建数字化标杆产业带示范效应显著，成交额领跑全国。

今年3月，中国中小企业协会发布的《关于新冠肺炎疫情对中小企业影响及对策建议的调研报告》显示，近40%的中小企业处于完全停顿状态，超半数断货。而随着疫情得到控制，众多中小企业不仅渡过难关，还成了“双11”供应链中的重要一环。实现“回血”的一个重要原因是，通过产业带数字化实现“业务的数字化”，中小企业在新型数字化商业环境中发展出了新的商业模式和新的核心竞争力。

以“互联网+产业带”为核心的产业带数字化，在宏观层面加速了传统产业结构的转型与升级；在微观层面则优化了供给侧，给不同产业、不同层级的商家带来了新的增长点。尤其值得一提的是，如今产业带的培育与发展，除了有政府层面的产业政策、税收减免等具体措施，还有互联网背景下的电商生态系统支持，两者形成了巨大合力。

有一个很多人没有注意到但直接受益的案例是，阿里巴巴集团在4月启动了名为“春雷计划”的扶持行动，计划通过稳外贸、转内销、产业带数字化转型等措施，和身陷困境的中小企业一起寻找突围方向。这是一项针对中小企业和中小商家的产业带数字化升级行动。通过对企业的人、货、场的整体重构，所有商业要素都将全面走向数字化。

每年的“双11”都是一场狂欢，在今年这个特殊年份，媒体与网友看得见的是高达4982亿元的总成交额、58.3万笔/秒的订单创建峰值纪录以及越来越快的收货速度，看不见的是数字化的无形之手在背后推动从研发、生产到交易的每个环节。阿里巴巴董事会主席兼首席执行官张勇说“数字化升级成就了今年‘双11’”，原因正在于此。

“双11”是一项数字创新工程，消费者驱动和数据技术的作用，正一点点落在商品供给上。正如张勇所说，快速崛起的新品牌不止通过互联网聚合、营销，更追求基于用户需求创新产品，既让商品在功能上解决消费者的痛点，又有效与用户沟通，找到与之有共鸣的人。

中小企业是稳就业的重要保障，是维持中国经济正常运行的毛细血管。11月12日，天猫发布的《“双11”产业带“回血”报告》显示，“双11”期间的产业带总成交额同比去年激增13.7倍。这充分说明，在国内外双循环互促、新消费全面复苏的新形势下，数字化转型正在成为产业带工厂增长的新引擎。

（第一，数字经济智库高级研究员）

“双11”都是一场狂欢，在今年这个特殊年份，媒体与网友看得见的是高达4982亿元的总成交额、58.3万笔/秒的订单创建峰值纪录以及越来越快的收货速度，看不见的是数字化的无形之手在背后推动从研发、生产到交易的每个环节。阿里巴巴董事会主席兼首席执行官张勇说“数字化升级成就了今年‘双11’”，原因正在于此。

“双11”是一项数字创新工程，消费者驱动和数据技术的作用，正一点点落在商品供给上。正如张勇所说，快速崛起的新品牌不止通过互联网聚合、营销，更追求基于用户需求创新产品，既让商品在功能上解决消费者的痛点，又有效与用户沟通，找到与之有共鸣的人。

中小企业是稳就业的重要保障，是维持中国经济正常运行的毛细血管。11月12日，天猫发布的《“双11”产业带“回血”报告》显示，“双11”期间的产业带总成交额同比去年激增13.7倍。这充分说明，在国内外双循环互促、新消费全面复苏的新形势下，数字化转型正在成为产业带工厂增长的新引擎。

（第一，数字经济智库高级研究员）

“中国内需市场广大，培育了产业动能、消费信心，带来了更多商业成交和物流订单，快递业进入了一年中最为繁忙的流通季。同时，数字化的快递物流也反向加速了供应链、产业链动起来，成为帮助构建‘双循环’的一种流通动脉，一种基础设施。”物流行业专家杨达卿说。

今天的中国，不仅是“世界工厂”，也在加速成为“世界市场”。从11月1日到11月11日中午12点，天猫“双11”的进口商品成交额同比增长近50%，中国消费市场的潜力就是全球经济复苏的动力。

12次“双11”，完整保留了中国数字化发展的时间切片。

2008年底的一项统计数字显示，当时国内快递员约50万人，而今天快递员、外卖员总数已达千万；曾经，企业因线下太难被迫转到线上，如今许多新品牌是持有“网络出生证”再向线下发展；10多年前，许多人尚不知网购为何物，如今社会生活的方方面面都在数字化……

中国正在加速数字化转型，“双11”正是这场变革的注脚。

阿里巴巴在云计算和数据技术上的持续投入，保障了消费者较稳定的购物体验。每秒58.3万笔的订单创建峰值，11天内超过15万亿次的AI调用量，都是数字化商业基础设施更趋完善的标志。越来越快的物流速度，则展现出社会化物流体系的综合实力。中国数字新基建的成果，在“双11”期间得到充分展现。

2020年是个特殊的年份。疫情给世界带来考验，但中国内需的爆发，让人们看到了更多的温暖和希望。

数百万商家的努力，数千万快递小哥的付出，亿万“剁手党”对美好生活的追求，汇聚成一场中国内需的大爆发。

数字已经定格，但是中国经济的精彩故事还将不断延续。2020年的“双11”，让人们感受到中国经济的澎湃动能，看见中国发展的坚实底气。如今，中国市场——这个全球最具影响力的消费市场正在加快形成，更为世界经济注入动能、增添信心。