

封面 创富纪

# 黑五、双11与618成中国三大网购节 谁是你最爱的电商？快来投票



随着各大电商火热的“黑五”促销活动逐渐落幕，12月5日，中国电子商务研究中心发布的《2017年跨境进口电商“黑五”综合报告》显示，本次“黑五”大促的平台战绩远超预期。中国电子商务研究中心主任曹磊认为“黑五”“双11”“618”已经成为国内的三大网购节。但在这三个人造节日的背后则暗流涌动，阿里巴巴、京东、亚马逊、苏宁等电商使出了浑身解数争夺消费者眼球和流量。

那么哪家电商在激烈的竞争中获得了更多消费者的喜爱呢？12月5日起，由封面新闻主办的“黑科技·新力量”2017互联网年度榜单投票通道已经向社会大众开放，你最爱哪个购物节，就快去投票支持吧。



## 谁是你最爱的电商 快来投票

### 途径一：

1. 打开封面新闻APP
2. 进入【我的】-【封蜜club】2017互联网年度榜单评选活动



### 途径二：

- 扫描右方二维码  
进入活力电商榜投票



制图/高翔

## “黑五”成为第三个电商节日

“黑色星期五”是起源于美国的购物节。自2014年“黑色星期五”被跨境电商平台首次引进中国后，其表现一年优于一年，目前已逐渐成为中国消费者购买海外商品的一个促销节日。

今年，各家平台也是取得不错的成绩。网易考拉黑五当天销售额较去年5.5倍；天猫国际同比增长2倍；亚马逊海外购较双11基础上增长2倍，洋码头“黑五”当日交易额较去年6倍……

《2017年跨境进口电商“黑五”综合报告》指出，各平台成绩良好首先是得益于利好的政策。“黑五”之前，监管部门发布了多个政策，显然这些政策很好地促进了今年跨境电商的发展。

此外，报告还认为，“黑五”期间，各跨境电商电商平台在消费金融、物流服务、品质保障、售后服务等方面的升级改造，也让用户买得更开心了。而中国中产阶级的消费升级速

度正在加速，远远高于供给侧的能力，跨境进口电商恰好满足了消费者这部分升级需求。

国外品牌商认识到中国市场的潜力，纷纷与国内的跨境电商平台进行合作，将自己品牌的产品带进中国市场，甚至还为中国消费者定制产品。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为本次“黑五”大促的平台战绩远超预期，“黑五”“双11”“618”已经成为国内的三大网购节。

## 电商造节背后的流量争夺战

本来只是欧美国家一年一度的“黑色星期五”购物节，却在国内跨境电商行业的集体推动下，“黑色星期五”近年来也逐渐成为继“双11”后电商行业的又一促销盛事。专家表示，“黑色星期五”网购热潮的背后，传递出当前国内消费升级趋势和“新消费”兴起的信号。

消费者买得开心只是中国电商竞争的结果，在“黑五”“双11”“618”三个人造节日的背后则暗流涌动。艾瑞咨询发布的电商报告显示，从2012年到2016年，中国网购市场交易规模增长率从51.3%逐年降到了23.9%，预计到2019年将降到13.1%。在这样的背景下，阿里巴巴、京东、亚马逊、网易考拉、苏宁等电商通过造节的方式争夺消费者眼球和挖掘更多流量。

艾瑞分析认为，网络购物行业发展日益成熟，电商企业除了继续不断扩充品类、优化物流及售后服务外，也在积极发展跨境电商、下沉渠道、拓展国际市场。

那么哪家电商在激烈的竞争中获得了更多消费者的喜爱呢？12月5日起，由封面新闻主办的“黑科技·新力量”2017互联网年度榜单投票通道已经向社会大众开放。你可以打开封面新闻的APP，进入【我的】-【封蜜club】2017互联网年度榜单评选活动页面为喜爱的电商平台投票。

华西都市报·封面新闻记者 崔江



本稿全新闻 浏览封面新闻APP www.thecover.cn

## 白杰|品股 好事多磨

问：周三沪指低开，盘中震荡走低，尾盘回升，你怎么看？

答：由于银行、保险等权重股持续走弱，加上成交萎缩，市场整体处于震荡回落态势，直到午后2点，在次新股的带动下，各股指才重新快速回升。截至收盘，两市涨停26只，跌停4只。技术上看，创业板指最强，已经收复5日均线，深成指也收复了120日均线，而沪指的下跌超1%，这都显示短期市场有所企稳；60分钟图显示，各股指尾盘一小时均收出反包阳线，且收盘均收复了5小时均线；从形态上看，由于前期市场出现过空间换时间，但我们从上一波8月11日低点算起，至今已经达到78个交易日，这显然符合笔者技术模型中的一个轮回，这也是之前笔者提到“后市市场即使下跌也是买入机会”

## 掘金龙虎榜 电子元件资金净流入

行业资金流向方面，13个行业资金净流入，其中电子元件、券商信托、农牧饲渔等行业资金净流入居前。48个行业资金净流出，其中钢铁行业、有色金属、汽车行业等行业资金净流出。

龙虎榜显示，2只个股获机构净买入。

个股提示 西藏珠峰(600338)公司主

的原因所在。期指市场，各合约累计成交、持仓均增加，各期指合约负溢价水平略有增加。综合来看，正所谓好事多磨，短期金针探底有见底意味。虽然缩量震荡态势依然较为明显，恢复信心仍需各方努力。

资产：周三按计划以631.5元买入贵州茅台0.1万股，之后以640.3元卖出0.1万股；另以18.35元加仓维格娜丝1万股，以10.3元加仓工大高新2万股。目前持有南山控股(002314)20万股，维格娜丝(603518)4万股，广东鸿图(002101)4万股，工大高新(600701)9.5万股，启迪桑德(000826)1.5万股，贵州茅台(600519)0.1万股。资金余额2119776.28元，总净值7021636.28元，盈利3410.82%。

周四操作计划：南山控股、广东鸿图、启迪桑德、维格娜丝、工大高新拟持股待涨，贵州茅台拟先买后卖做差价。

胡佳杰

要的经营性资产是位于塔吉克斯坦的全资子公司——塔中矿业有限公司。塔中矿业是一家大型有色金属矿山企业，拥有250万吨的年产选产能。6日获机构净买入7094万元。

兴森科技(002436)是国内规模最大的印制电路板样板、快件、小批量板的设计及制造服务商，为细分领域的龙头企业，在PCB样板、小批量板市场具有较强的竞争力和议价能力。6日获机构净买入4286万元。

华西都市报·封面新闻记者 赵雅儒

## 深港通成交总额达1.3万亿 助力A股国际化再上台阶

12月6日深港通运行已满一年。据WIND统计数据，从2016年12月5日到2017年12月4日，深港通累计买入成交金额5154.57亿元人民币，累计卖出成交金额3666.94亿元人民币，成交净买入1487.62亿元人民币，期间成交总金额为8821.51亿元人民币；深市港股通方面，期间累计买入成交金额2625.29亿元人民币，累计卖出成交金额1530.16亿元人民币，成交净买入1095.13亿元人民币，期间成交总金额为4155.45亿元人民币。从资金流向上看，运行一年来，呈现两地市场双向净流入态势，成交总金额达1.30万亿元人民币。

从个股成交情况看，一年间，深港通海外投资者对A股的兴趣主要集中在家电、白酒和电子龙头蓝筹股上，美的集团、五粮液、格力电器、洋河股份和京东方A成为交投最活跃的股票；美的集团、海康威视、格力电器、洋河股份和云南白药，是外资净买入金额最高的个股。深港通方面，腾讯控股成为最受内地投资者欢迎的股票，丰盛控股、融创中国、万科企业、中国平安和中兴通讯也受到内地资金的大力追捧。

数据还显示，一年来，深港通标的的交易金额占深市A股的比例由开通首日的0.28%提升至

最近一个月的1.35%，港股通占比由开通首日的0.41%上升至最近一个月的1.9%。跨境持股市值也逐渐增加，目前深港通持股市值已增长至1862.79亿元，约占深市A股总市值的0.79%，港股通持有市值累计达1285.11亿港元，约占港股主板总市值的0.39%。在境外机构投资者的示范带动下，A股投资者结构进一步优化。统计数据显示，一年来，境外机构参与了748次股东大会投票，涉及314家深市上市公司。

伴随着互联互通机制的顺利运行，两地市场的监管合作也进一步加深。两地证监会达成共识，推动建立北向交易看穿式监管机制。

英大证券研究所所长李大霄表示，深港通运行一年来，对两地市场风格产生深远影响，A股逐渐港股化，港股逐渐A股化。两地投资者互动交流，实现了弘扬价值理念的目的。两地的市场风格都发生变化，一方面，A股蓝筹股逐渐得到认可，市场优胜劣汰的淘汰机制更加突出；另一方面，港股中一些原先被外资忽视甚至估值比较离谱的股票，被A股投资者挖掘。未来“A股港股化”和“港股A股化”的趋势仍将继续，价值投资的理念会继续发扬。

据新华社

## 万亿级空间可期 上市公司押宝租赁市场

“租购同权”、“租售并举”、“集体土地建设租赁住房”……这些热词无不显示出，2017年是住房租赁市场的“红利年”。

今年7月，住建部、国家发改委等九部委下发了《关于在人口净流入的大中城市加快发展住房租赁市场的通知》，选取12个热点城市作为首批开展住房租赁试点。随着各地租赁政策的不断出台和完善，租赁市场的未来也被看好。作为资本市场中的重要力量，上市公司也在纷纷出手，抢滩租赁市场。

### 租赁金融创新提速

12月1日晚间，招商蛇口发布公告，公司“招商融创—招商蛇口长租公寓第一期资产支持专项计划”获深交所评审通过。公告显示，该CMBS的框架融资规模为60亿元，分多期发

行，第一期发行规模不超过人民币20亿元，期限为18年，其中优先级产品规模19.90亿，劣后级0.1亿。这也是全国首单债权类长租公寓抵押贷款证券化产品。对于此举，招商蛇口董事总经理许永军介绍，长租公寓业务是公司发展战略之一，资产证券化是这一战略的重要组成部分。

而就在前不久，10月23日，国内首单央企租赁住房REITs、首单债权类CMBS、保利地产储架式REITs等创新租赁金融产品以其持有的长租公寓作为底层资产，以长租公寓的租金收入作为偿债来源。一般而言，自持式长租公寓的利润率普遍较高，根

据招商蛇口的测算，其代表项目的GOP(营业毛利率)达68%，远超50%-55%的本行业平均水平，给予租赁金融产品足够的偿债保障。

### 新产业链机会显现

链家研究院此前发布的数据显示，目前中国房屋租赁市场规模1.1万亿元，预计到2025年将增长到2.9万亿元，到2030年将超过4万亿元。另据中国饭店协会公寓委员会的数据显示，我国长租公寓间数已超100万间，2020年的品牌公寓将超1000万间。

在市场空间巨大的同时，政策层面也大力推动住房租赁市场。招商证券指出，低价土地、金融支持、租售同权是本轮政策的核心。一方面鼓励供给，推出大量低价租赁住房用地，降低拿地成本，并给予金融、财税、监管

等多重政策红利，提高租赁企业或主体的投资回报。另一方面不断落实租售同权配套政策，鼓励提升租赁需求。后续需要重点发展的金融创新是住房租赁REITs，解决公寓市场发展的资金难题。

机构预计，新租赁市场产业链将包括土地供应商、开发建设方、租赁运营商、金融服务提供商、租房交易平台、SaaS、租后服务方等多元主体市场新格局。建议关注细分领域，如地方国资成立的房屋租赁公司、较早布局租赁的房地产企业、租赁管理和信息服务专业公司。

川财证券指出，除了保利外，万科、碧桂园、龙湖、世茂等企业也都有大量自持土地。A股中的长租公寓主题仍值得持续关注，相关标的为世联行、万科A、招商蛇口。

华西都市报·封面新闻记者 白兰

## 锐评论

# 发布专门规范，校准特色小镇建设方向

◎ 蒋璟璠

近日，国家发展改革委、国土资源部、环境保护部、住房城乡建设部发布《关于规范推进特色小镇和特色小城镇建设的若干意见》。意见表示，不能把特色小镇当成筐，什么都往里装，要严控房地产化倾向，严格节约集约用地，严守生态保护红线。(21世纪经济报道)

四部委“出手”规范特色小镇，这一举动看似突兀实则必然。此前短短几年，官方已经公布了两批全国特色小镇名单，与之相较，各式各样的省级特色小镇更是不胜枚举。可以说，特色小镇建设正在经历一个野蛮生长、快速扩张的过程。面对这种显而易见的过热情绪，相关职能部门发布指导意见、调

高监管定调，可谓及时而必要。此举在确保特色小镇短期降温的同时，也必将为长远上推动其有序发展。

结合实际来看，异常火爆的特色小镇建设热潮，业已表现出某些走偏、走远的倾向。这其中，最令人担忧的，就是房产化和虚无化。一些地方的所谓特色小镇，依旧遵循着圈地盖楼、物业租售的老套路，不仅毫无“特色”可言，而且造成了大量的房产空置和土地浪费；而在另一些地方，花样繁多的特色小镇大兴求新求异之风，诸如机器人小镇、人工智能小镇等高大上的噱头层出不穷，却往往有名无实、不知所云。

时至今日，即便各地都在热火朝天地

大建快建特色小镇，但是多数都没有找到适合自己的、成熟可行的运作方案。说到底，特色小镇并不会凭空而来，而必须立足于地域化的风土人文，或者是具备比较优势的产业集聚。而在现实中，不少特色小镇完全是一派“另起炉灶”的姿态，甚至将原住民整体迁出，几乎完全割裂了“小镇”与当地的脉络联系……此外，在穷乡僻壤建金融小镇、在荒郊野外建汽车小镇种种，各式天马行空的想法，更是让公众大跌眼镜。

脱离地域人文和产业基础，让大多特色小镇遭遇了“建成即荒废”的尴尬。而另一些稍有人气的特色小镇，很多也未能摆脱度假小镇、旅游小镇

的俗套，这显然与“特色小镇”原本的政策定位有所背离。当然了，梳理各地案例，也不是没有成功样本。比如，浙江等地以创新创业平台作为特色小镇建设的主要模式，就取得了很好的社会效益和经济效益。只是很可惜，类似的经典范例还很有有限。

在一段时间的狂飙突进之后，我们或许有必要重新自问，“特色小镇”到底是什么？又该怎样去建设？须知，出台规范，终究是为了更好发展。对于特色小镇建设而言，当然可以有探索和试错，但在积累了足够多正反经验之后，特色小镇建设，也该在调整和洗牌中，重新校准方向了。

## 过滥的交叉检查，消解了扶贫效力

◎ 朱昌俊

的，各旗县开展交叉检查，其初衷也不难理解，即希望通过交叉检查的方式形成监督、制衡的效果，以确保评比、检查结果的真实性。可从结果来看，这样的交叉检查已然被异化，沦为一种新的形式主义。

其问题主要体现在两个方面。一是，在第三方监督裁定缺失的背景下，交叉检查，要么变成互相拆台，要么成了互相“买账”的游戏，都令检查结果失真，从而违背了该检查机制的初衷；二是，检查过多且浮于表面。不难想象，半年时间内，一个地区就要接受两次大检、3次小检，如此频繁的检查，想不影

响到正常扶贫工作的开展都难，甚至检查本身就变成了目的，而非手段。而检查的内容，也多是以表格、展板等材料形式来体现，其水分可想而知。

更应警惕的是，这种过度的、流于形式的评比检查，本身也是在消解扶贫的效力。新闻报道中披露，无论是哪个地方“迎检”，都要做展板、拉横幅、准备各种材料和办公用品，还得好吃好住好招待。而一位干部透露，仅上花为迎接另一个旗县来交叉检查，花在培训、差旅费、接待方面就共计20万元，这20万元至少够给20个贫困户每家买头牛了。由此可看出，

类似的过度检查，不仅未能起到应有的监督、考核作用，反倒成了扶贫工作一个负担。

对扶贫工作的重视程度，不该简单以检查的多少来体现；而检查、考核，更不能只是从材料到材料。在今天，随着通讯技术的进步，要想获得一手扶贫资料和数据，其实并非难事。关键还是得解决一个问题，即扶贫的效果怎样，到底是谁说了算、谁最有发言权？若绕过扶贫对象来谈扶贫效果，任何的检查、评比，都难免失真，沦为虚功。而对扶贫工作的考核力度越大，越要警惕检查的泛滥和形式主义应对。

## 限塑十年，绿色生活仍在路上

2007年12月发布的“限塑令”，改变了人们的购物习惯。不过，从农贸市场、超市，到快递、外卖，生活中塑料制品的身影还是很常见。近日有媒体调查后得出结论，执行近10年，“限塑令”的政策效应正在逐渐弱化，引来不少讨论。

毋庸置疑，“限塑令”的施行，减少了白色污染，增强了人们的环保意识。发改委去年发布的数据显示，“限塑令”实施以来，塑料袋使用普遍减少2/3以上，累计节约140万吨，相当于节约了840万吨石油。现实中，在超市、市场，也常有消费者自备购物袋。

“限塑令”遇阻，的确是新老问题的叠加所致。执法部门取证难、执法难依然存在，管不住小作坊这样的生产方，也管不住农贸市场这样的销售方。而超市“积少成多”从中获益，更让人吐槽“限塑令”变为“卖塑令”。从这个角度看，即便是“限塑令”加码，也同样有个执行的老问题。

不久前，国家发改委相关负责人表示，正在协调起草《关于推广标准托盘、发展单元化物流的意见》，将会同相关部门研究调整“限塑令”，研究制定在电商、快递、外卖等行业率先限制一系列不可降解塑料包装使用的相关实施方案。这表明，相关政策制定者正在积极回应问题，并将适时调整政策。

塑料袋虽小，其中也有治理的学问。当前，相关制度安排已经比较立体、丰富。如何让规定从纸面落实到地面，进而发挥应有威力，还有赖于监管部门主动作为、密切协同。环保、质监、工商等部门，必须在塑料袋生产的审批、监控、执法等环节形成合力。而在完善制度的基础上，更需要有细则的配合，明确从生产者、销售者到消费者的责任，只靠收费恐怕也是行不通的。

其实，推进“限塑”进程，根本上仰赖于企业和公众的参与。例如，据推算，我国每周有超过3亿份外卖被送出，如果按每份外卖消耗1个塑料袋计算，就产生了3亿个塑料袋。面对这一问题，从外卖平台到餐饮商家都负有责任。“一个人对待塑料袋的态度，直接反映出他的环保意识强弱”。塑料袋虽小，但折射着环保的大命题。唤醒公众的环保意识，从我做起，主动限“塑”，才能从根本上降低塑料袋消耗量，真正减少环境污染。

倡导简约适度、绿色低碳的生活方式，着力解决突出环境问题，都需要构建政府和主导、企业为主体、社会组织与公众共同参与的环境治理体系。以“限塑令”为切口激活环保动力、治理能力，让绿色生活方式蔚然成风，美丽中国必将渐行渐近。

(作者：王石川，原载12月6日《人民日报》)