

# “双十一”，人造商业符号的历史演进

当某国总统希望马云帮助卖货的新闻与马云等三大互联网创始人独揽中国富豪榜前三名的消息一齐传来时，疯狂了几年的“双十一”再度唤醒了中国商业的激情。

■ 本报记者 江雪

互联网带来的颠覆性变化，在中国的一个秋日达到高峰。13亿人不但分享着一个独特节日——“光棍节”的快乐，还有了全民参与狂欢、全体商家共舞的“决战之日”——“双十一”。

当某国总统希望马云帮助卖货的新闻与马云等三大互联网创始人独揽中国富豪榜前三名的消息一齐传来时，疯狂了几年的“双十一”再度唤醒了中国商业的激情。

## 京东宣战 不只招惹阿里巴巴

一个不容忽视的事实是，忙碌赚钱的物流商、电商已经表示：“并不开心，好像我们参与了欺诈似的。”

这样的社会性情结，对一个“人造节日”并不增光添彩。

11月1日，北京海淀3W咖啡馆，“上一次当，就够了”的营销活动吸引了很多消费者。京东第一个发话了：“用买过的假货，换取‘11·11’优惠券。”

很快，新闻图片出现在各种微信圈、自媒体。网友们意识到，似乎有点像当年德国哲学家们选择咖啡馆去“宣言”一样，京东这种带有某种挑战性质的宣言，招惹的不只是阿里巴巴一家企业。

这倒是很符合美国求学归来后的刘强东风格：柔中带刚。

11月4日，在一些网民调侃“强哥又带‘奶茶’逛街拍照”时，刘强东已经穿上西装走进会场与李克强总理握手。他向总理建言：推广电子发票，完善诚信体系，打击售假商家。

作为唯一一名电商企业家代表，刘强东受到李克强总理热情鼓励的新闻，无疑给消费者吃了一颗“定心丸”。

中国的很多法定节日，都是在延续着历史文化传统的同时，得到保护与发扬。这样的节日给人们的生活带来了激情、温暖、关爱。而商家关注节日，则是看到了情感消费的无限潜力。

2009年11月11日，电商天猫的一个“销售策划”开启了“双十一”大幕。5年来，每年11月11日都成了网民们的企盼。“光棍节”也自然而然地演变成“网民购物狂欢节”。这个特殊的日子，不仅是“光棍们”调侃自嘲的符号，还是互联网时代“电商大战”、“网民井喷”、“物流瘫痪”、“销售300亿元”、“突破美国纪录”的日子。

## 传统势力 悄悄潜入新战场

就在京东做足广告的11月4日，浙江余杭某镇，那些不习惯上网的老年人在自家门口看到了电影明星邓超的新海报：“苏宁易购，11月7日到12日，请你来。”

显然，年轻人一看就明白，传统商业势力在悄悄地进入。巧妙躲过“双十一”广告商标的苏宁易购，不是呼唤老人们去苏宁电器，而是告诉新网民，苏宁线上品牌登场了。他们相信，邓超的人气，足以让粉丝紧随“苏宁易购”。

更有甚者，“电商豆子”在网络空间留下了这样的文字：“今天早上，在邮局工作的弟弟告诉我，‘光棍节’，章丘大葱都来凑热闹了。只要在邮局下单，就能快递到家。”

有营销专家说：这不仅仅是一个特殊的节日，更是中国冬季商战前的“号角”。既然是“光棍节”，就需要快乐、需要温暖、需要倾诉、需要发泄。

某电商更是旗帜鲜明地在官方微信上写道：“光棍节”，仅仅是卖货、

卖货吗？这是生猛的“双十一”给电商赋予的神圣使命。

5年时间，“双十一”积淀了经验，也暴露了问题。尤其是天猫等品牌，给了消费者一种新鲜的消费体验，也给了他们相应的烦恼。

对此，有评论家表示：商家的冷静、理性都上了一个台阶。如果每个商家、店主、消费者都懂得面对现实、

遵守法律，马云、刘强东、李国庆等企业家对待电商大战的“动物性”就会更加谨慎。

## 给“双十一”注入文化内涵

目前的中国，似乎每个城市的家庭都与网购有着极大的关联。浙江、江西等农村市场，也于2014年渐渐打开。如果“光棍节”的文化内涵能够深刻挖掘，商战就会更精彩、更有历史意义。

公众看到，2014年上半年，无论是马云还是刘强东，都在世界舞台上表现出了商业智慧、人文情怀。他们对互联网精神的弘扬、对中国企业家走出去做出了积极的努力。

为“人才培养”绞尽脑汁的还有物流企业。

这几天的微博、微信上有人开玩笑说：“近来广场上跳舞的大妈少了，都去网上选购大件了。”

玩笑不是空穴来风。11月5日，京东、圆通等5家品牌“快递车”堵住了首都师范大学校门前的马路。几位外国留学生一边在货物堆中熟练地穿行，一边跟快递员开着玩笑：“这个月能赚1万多吧？”拄着扫把看大门的大爷不忘嘱咐学生“快签字，快走人，一会儿下课又堵车了”。在不远处的北京工商大学东门，成排的快递车成了校园的新风景。

特别的节日考验着各路商家的智商，而“对策”只有与真诚的人性、靠谱的商道挂上钩才是正道。

正是物流、电商、网购等新词，让北京海淀一家餐饮店老板对“双十一”动起了脑筋。尤其是听到保安员说“送快递的成了人才市场香饽饽”后，他决定从11月2日起推出“每个消费者每日免费打印手机照片两张”的专项服务。让“光棍们”在消费餐饮的同时，得到一份难得的回忆。

## 电商竞争分水岭？

杭州阿里巴巴的员工们，则保持着高度的冷静和积极性，观看着“双十一”前的商业风云。

国家统计局抽样调查显示，2013年出生人口性别比高达117.60:100。据此推算，到2020年，中国处于婚龄的男性将比女性多出3000万到4000万人。记者看到，各大城市的电影院、冷饮店、汽车商开始为光棍们“送温暖、送关爱”。

种种迹象表明，天猫、支付宝曾经给出的“销售100亿、300亿元”的



王利博制图

商品，不仅让中国网民知道了什么是“购物狂欢”，还明白了打破美国最大的网上购物节“网络星期一”最高纪录12.5亿美元，真的没那么难。

天猫与淘宝发起的“双十一”购物狂欢节，成为中国商业标志性历史事件。销售额井喷、购物狂欢节的汹涌客流、电子商务需求的逆势拉动内需、网上消费的巨大潜力等要素会再次成就“奇迹”吗？

广州圆通速递公司负责人表示：天猫与国内十大快递公司的信息对接非常重要。从订单生成后，到备货、

送达买家手里，快递公司可以从天猫获得所有信息以便及时调配运力。

为防止出现“有价无货”现象，苏宁易购与数千家大型知名品牌厂商实现了后台系统的无缝对接，其分布于500多城市1700家门店的2万多名员工和近3万名售后服务人员，同步增援苏宁易购“双十一”的兼职配送工作。

而易迅网CEO卜广齐更表示，今年的“双十一”应该是电商竞争的一个分水岭，在经过了此前虚假促销的闹剧之后，各大电商平台都非常重视自己的商誉和用户体验，接下来的电商竞争将会进入一个全方位比拼的时代，自建物流的优势将会慢慢显现。

马云曾表示：“以电商为代表的新商业生态系统对于传统商业生态系统将会开展一次革命性的颠覆，即使是狮子也会倒下，新经济起来的时候了。”

## 部分中药材价格 暴跌7成

(上接第九版)

而更严重的是，我国中药材种植滞后于农业种植20—30年，种植技术水平严重滞后于农业的发展，特别是机械化程度，几乎是零起步。

对此，中科院农业资源研究中心王仕琴博士对记者表示：“对使用农药我们是坚决禁止的。由于农药在过去库存基数很大，很多种植者在进行农业种植时仍会使用农药。我们在实际调查时，总能发现很多调配农药的瓶子，这也导致了目前中国农业种植的安全问题。”

## 产能过剩导致市场暴跌

中成药海外市场拓展受阻，而最近国内药材市场的不景气，也让众多企业以及种植者难以接受。

今年国内中药材市场三七价格跌幅较大，产能严重过剩，从1月份的440元/公斤，跌至目前的130元/公斤，跌幅达70%以上。湖北省某药材种植商，亏损更达3000万元。

中药材市场的走红使得种植面积逐年扩大，但是下游市场需求没有扩大，导致产能严重过剩。分析人士指出，“按照目前的产量和需求，估计三七价格3年至4年内难以回暖。”

三七传统的产新期是在每年的

10月份，而一些种植户在产新期前就选择出售三七，加大了三七的供应时长。这种行为其实更加剧了三七价格的下跌。这其中，最受伤的是三七种植户。

专家分析指出，三七价格“火箭”般飙升，受市场追捧的情形依然历历在目，但仅仅两年的时间，已然跌下神坛。而黯淡的前景又使前期已经成倍扩大种植规模的三七市场处于骑虎难下的境地。在此一轮中药材回跌周期中，除人参等极少数品种价格仍高居不下以外，“跌跌不休”业已成为中药材市场的一个常态，绝大多数药材依然看不到行情扭转的曙光。说到底，是中药材产业结构失衡，产能过剩之下市场规律作用的结果。

该专家指出，三七当前的行情，一定程度上凸显人们对药材市场价值规律的无视和扶持措施的片面性。放大到整体低迷的中药材市场来看，是对市场行情研究和预测不够，决策者和种植者在盲目中失去理性的必然结果。在中药材种植成本持续增加，以及需求总量仍有空间的当下，如何科学统筹中药材种植，保持供求关系的基本平衡，还需要在充分研究分析整个中医药行业的前景和规模中做出切合实际的正确判断和可持续发展的规划。

江湖

## 乐视创始人贾跃亭回应市场质疑

近日，乐视董事长兼CEO贾跃亭在离境四月有余后接受了《财经》杂志的访谈。他回应称：“很多将乐视和政治联系起来的言论都是谣言，乐视是个百分之百市场化的公司。”

解读：

当互联网电视的主管部门国家新闻出版广电总局频频发文，对视频行业进行了空前力度的整顿的关键时期，贾跃亭没有让公众看到“快点回来”的迹象。

但是在过去的四个多月里，乐视盒子停售，乐视网股票三度停牌，市值蒸发了100亿元左右。

一个创始人的财富梦断了。尽管乐视网COO刘弘表示：“乐视网正积极与广电总局协商如何整改”，但是目前还看不出“两者的协商达成”，广电总局态度没有实质变化。

作为中国视频行业第一家上市的公司，几个月时间四次停牌，创始人数月滞留海外，真是“颠覆了电视行业”。此案例使得很多企业更加熟悉柳传志的“在商言商”之言，心里更加清醒自己未来的道路要小心谨慎。



## 谢霆锋一夜进账1.4亿元

11月1日，被封为“新一代年轻人典范”的谢霆锋，23岁做CEO，刚荣升成为上市公司的大老板，一夜间身价暴涨了1.4亿元，他更有计划再扩大业务版图，成立自己的电影、广告王国，又准备向饮食行业大展拳脚，誓要成为娱乐大亨创造“神话”。

解读：

谢霆锋跟天后王菲的“世纪复合”，可谓是“情场得意，生意场更得意”。

早些年，这个娱乐明星就已经在商场有了不菲的业绩。当成功获得“影帝”时，片酬也已涨升到了2000万。当成为上市公司大老板后，电影镜头中那些“辉煌的角色”似乎就是他自己。

拥有了投资的资格与资本，谢霆锋没有过多的去纠结矛盾，而是走出一条属于自己的道路：创立自家制作公司、进军饮食、投资物业，娱乐大众。

商人队伍中，多了一个谢霆锋不算多。但是，娱乐圈子少了谢霆锋，那会很寂寞。懂得商业效应的他，于是在2014年端上一盘“十二道锋味”。或许，那餐盘下面隐藏的，才是最大的秘密。

(本报记者江雪整理、点评)



资讯

## 《中国肺健康白皮书》正式发布

日前，中国管理科学研究院农业产业化研究院与世界村健康产业集团联合在人民大会堂发布《中国肺健康白皮书》，旨在提高社会对肺癌危害的认识，更好地推动肺癌的预防工作，为国民肺健康保驾护航。会上，来自中国的专家与来宾还一起见证采用美国最先进技术，能有效清除解烟毒的“清菲宝”新品上市。该产品采用超微细干粉吸入技术和肺部药物传递技术，超微细盐干粉细腻润滑，更易吸收，起效时间短，通过吸入技术，有效成分直达肺部，作用迅速。

## 清肺解烟毒产品“清菲宝”中国上市

11月1日，由美国普迈德科技有限公司研制，江苏中邦制药有限公司生产的清肺解烟毒产品——“清菲宝超微细盐干粉吸入剂”在人民大会堂举行产品发布会。中国工程院院士、传染病国家科技重大专项技术总顾问侯云德，北京市疾病预防控制中心控烟办公室秘书长郭欣，北京大学第三医院原呼吸科主任姚婉贞教授，中国管理科学研究院农业产业化研究院副院长卢玉刚，美国普迈德科技有限公司总裁陈东浩和中邦制药总经理徐强等专家、领导以及全国几十家媒体共同出席见证。

## 旅游卫视启动发现《最美中国》

11月2日，由旅游卫视主办的“2015旅游春晚分会场(设在四川洪雅县)暨旅游卫视最美中国弥勒篇”新闻发布会在人民大会堂召开。最美中国是旅游卫视倾力打造的一个经典栏目，是全国首个触角伸及每个地级市、覆盖行业最多、资源聚集力最强、品牌涵盖最广的世界性文化宣传推广平台。据弥勒市委宣传部长王松表示，旅游卫视《最美中国》开篇之作弥勒篇是旅游卫视《最美中国》首次走进云南的文化巨作，将全景式呈现弥勒的佛教文化、葡萄酒产业以及城市建设和民族文化等。

## 请茶网全新改版上线

“创新茶生活”是2014年第十一届中国(北京)国际茶业博览会的主旋律。作为此次茶博会的特约互联网运营商，Please tea请茶网经过全新的改版升级，在茶博会召开之际上线。针对目前一些茶叶电商网站的纯电商模式，请茶网删繁就简，突破传统的专业展示格局，把生硬的展柜式橱窗改变为可自选的组装操作，通过鼠标点击选择产品参数，即可为自己量身定制心仪的茶品，更富于个性化也更符合互联网时代消费者的操作习惯。一个更年轻化、开放自由和个性化的茶叶专业电商网站注入的不仅仅是时代精神，还有更生活化的情感元素。