

“双11”，线下狂欢引爆客流

还有不到一个星期，今年的“双11”就要开始了，各大网商平台已经纷纷亮出促销底牌。而随着省会全面推动建设线上线下一体化的新零售商业业态，不少实体商超也开始共享“双11购物狂欢节”的红利，形成互动明显的新零售服务模式。

本报记者 李春炜

1 “双11”，线下超市促销狂欢引爆客流

11月3日一早，北国超市益元店里就已经人头攒动，收银台全面开放，但仍挤满了排队的顾客，原来店里正在开展“双11”的商品促销活动，不少商品都低至4.9折。

看到打折力度如此大，市民徐大妈一下子买了5袋米、2袋面，“家里一直吃这个米和面，现在打6.9折这么便宜，就多买一点，要叫儿子来当搬运工了。”徐大妈笑着告诉记者，小年轻们都在等网上“双11”，但对他们“老一辈”来说，“买买买”还是更倾向于传统超市。

记者还看到，市民张阿姨的购物车也被纸巾占满了，“这个牌子的纸巾平时打折很少，今天碰上打6.9折，我一定要多买一些。”张阿姨告诉记者。

2 线上线下融合特征愈发明显

记者注意到，在超市涌动人流中，也有不少外卖小哥匆匆的身影。“这已经是今天接的第二十几个超市订单了。”3日上午10时许，在北国超市益友店，一位京东到家的外卖小哥一边查看自己的外送单一边说。

对此，该超市的工作人员告诉记者，北国超市通过上线京东到家、美团外卖、饿了么外卖平台，开展1小时到家业务，实现了顾客线上线下单，门店借助悬挂链系统取货，骑手闪电配送的购物流程新体验。

“目前，配送范围覆盖了石家庄市区全区、正定、辛集大部分区域，顾客好评率高达98%。”这位工作人员介绍，这种快捷、便利的消费方式为顾客提供了更多的选择和更丰富的购物渠道，而每当有促销日的时候，订单量更是暴涨。“促销的时候一天的订单量能上千。”他说。

3 借力升级，线下积极拥抱线上

北国超市的相关负责人介绍，之所以引入线上平台，是为了适应市场发展做出的积极转变。“80后、90后成为主流消费人群，他们经过多年电商平台洗礼，消费习惯与心理已与上一代全然不同，除了便利性，更重视品质，也更愿意用金钱换时间和舒适。”他说，线上线下融合是发展趋势，也是超市经营业务的迭代升级。

这种转变不仅是超市，还包括许多线下实体商户。在首次参与“双11”的阿里本地生活服务公司发布的《本地生活服务中小商户发展报告》中就显示，对于即将到来的“双11”，超过80%的女性商户表示了高度的期待和认可，92%从事夜宵的商户准备积极参与“双11”。石家庄本地包括吉祥馄饨·面、井陘研磨时光咖啡、老家肉饼在内的众多河北本地商户纷纷签约备战“双11”。

《报告》显示，2018年1月至9月，中小商户在石家庄等二三线城市订单量和交易额同比增速

4 线上线下深度融合，是消费升级的必然

“线上线下深度融合，是消费升级的必然。”对此，河北科技大学经管学院营销与电商系主任、石家庄市电子商务协会会长高文海表示，近十年，随着互联网及移动互联网的发展，中国的零售业经历了从最开始的唯电商论，到后来的纯电商，到近两年线下的资源和场景逐渐得到市场的认可。在这种背景下，以往的纯电商企业也在拼命走向线下，向线下要流量要场景要增量。“例如现在京东便利店、天猫小店等已不断出现在我们身边。”他说。

他认为，电商进行多渠道融合的目的就是在流量陷入匮乏时仍可谋求新渠道，当前者与实体商超的各商业端口流量互导、互通后，或将最大限度盘活整个“双11”的流量池。“例如，大数据描绘的用户画像对于电商企业来讲，是能够为实体商超选品、揽客的价值所在。”他说，当电

商，家里人多，纸巾消耗量比较大，趁着超市打折，这次她选了很多不同品种的纸巾，搬回家慢慢用。“我看猪肉打八折呢，我要去看看，准备再买一些……”张阿姨边走边说。

据该店的相关负责人介绍，3日早晨7时开门，客流就很多，直到晚上12时闭店，客流量达到了4万人左右。

“与去年同期相比，北国超市整体的销售增幅40%，交易笔数增幅20%。”对此，北国超市的相关负责人介绍说，由于当日的促销活动力度较大，涉及一百多个品类，所以销售量增幅明显。他同时还表示，“双11”当天，还会有更大力度的全场促销活动。

近年来，经过多年的发展，“双11”从一个单纯的网购节日，已经发展成一场线下、线上联动的消费狂欢。而这种狂欢不仅是商品的折扣活动，线上线下的融合特征愈发明显。

记者从京东到家获悉，在11月3日-4日刚过去的“橙柚季”活动中，门店销量比非促销期间提高85%。蜜橘这一深受市民喜爱的应季水果销量日均超千单。

对于这次促销活动，京东到家的相关负责人表示这是一次“练兵”。“这次活动做了充分的实践，从门店到配送，从系统到工具，从数据到人员，是对无界零售基础设施的全面检视，也是实体零售商为了更好地参与电商大促而做的热身。”他表示，即将来临的“双11”，包括北国超市、永辉、天客隆、家乐福、便宜坊等在内的多家门店都会参与其中。

大幅增长。其中，大批包括商超便利、果蔬生鲜、医药等在内新零售中小商户涌入，驱动本地生活服务市场对应板块高速增长——平均订单量增幅超过100%。

采访中，中小商户纷纷希望以首战“双11”为契机，通过平台赋能，驱动自身全面升级。并希望共同发力，将原先从11月11日零时开始的线上买买买热潮提前6小时至10日晚餐、消夜时段开启。

对此，阿里本地生活服务公司下辖的饿了么与口碑两大平台都给予了积极支持。其中，饿了么为40万商户提供金融助力，目前应收账款总额超过150亿元。口碑联合网商银行提供的金融服务——口碑贷，已经服务39万个线下中小商家，累计贷款金额近280亿。“我们将通过数字化、金融等几个方面的赋能，与商户共同成长，让城市生活更美好，更便利。”阿里本地生活服务公司总裁王磊如是说。

能够获得线上与线下在“双11”期间海量的用户数据时，将会形成更为精准和全面的用户画像，促使数据更为精准，多渠道间的流量互通也能更为顺畅。

“实际上，如今的‘双11’，折扣逐渐不再是电商企业宣传的主流方向，覆盖更广泛的消费场景与提升购物销量的重要性被不断放大。”高文海认为，在消费升级的前提下，如何构建零售端高质量的消费体系，将是未来零售业发展的必然趋势。

对此，他认为，电商企业应通过供应链优势，服务升级、场景丰富等来满足消费者的品质生活、消费升级的需求。“如何满足品质消费，满足消费者生活方式的升级，如何围绕用户需求打造高质量的消费，驱动品牌方、用户和平台之间形成融合创新的消费新生态，这是电商企业未来要做的。”

“河北老字号”又多了23家

本报讯(记者李春炜)昨日，第二批“河北老字号”授牌仪式在省会举行，包括河北滴滴酒业、富岗苹果、古月块块鲜豆腐、燕风楼、正定亨茂号特产等在内的23家企业被认定为第二批“河北老字号”。

据悉，第二批“河北老字号”认定活动由河北省商业联合会、中国商报社等单位联合开展，旨在推动“河北老字号”的传承和创新，扩大“河北老字号”企业城市名片、商业标志和品牌效应，并通过挖掘与丰富“河北老字号”深厚的文化内涵和创意，提高其核心竞争力，从而进一步唱响河北特色、弘扬工匠精神。

“河北老字号”认定活动自开展以来受到了社会各界的广泛关注，各市县商务部门、相关行业协会有组织地申报工作，共有81家企业报名，经过资料提交、调查鉴别、候选公示等程序，由评审专家委员会最终评审、确定。

据悉，为了推进“河北老字号”品牌战略，增强企业诚信经营意识、维护河北老字号形象和信誉，“河北老字号”联合国家质检总局“全国产品防伪溯源公共验证平台”，确保每件“河北老字号”产品都有自己的“身份证”，一品一码，消费者通过扫码，可以辨别产品真伪，还可以查询企业文化、产品特点等。



互联网之光博览会在乌镇拉开帷幕

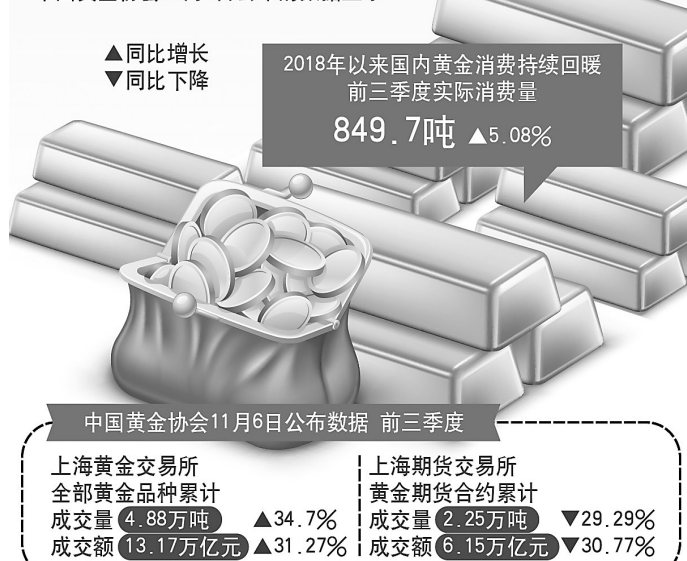
这是11月6日在博览会现场拍摄的智能城市交通系统应用场景。

当日，第五届世界互联网大会·互联网之光博览会在浙江乌镇拉开帷幕。本次博览会以“创造互信共治的数字世界——携手共建网络空间命运共同体”为主题，聚焦世界互联网最新发展趋势和前沿技术动态，展示全球范围内的互联网新技术、新成果、新产品、新应用，共有25个国家和地区的430余家企业和机构参展。

新华社发

国内黄金消费持续回暖 前三季度需求增至近850吨

中国黄金协会11月6日公布的数据显示



新华社发(边纪红制图)