

境外消费回流 线上反哺线下 农村快递共配

“6·18”数据凸显重庆新经济活力十足

□本报记者 黄光红 向菊梅

6月18日，一年一度的“6·18”电商节进入尾声，重庆“买买买”和“卖卖卖”均以不俗的表现呈现在大众视野中。

京东平台数据显示，重庆购买力排名全国第16位，18日当天成交额同比增长33%。

而据中南财经政法大学数字经济研究院近日联合阿里巴巴发布的《西部电商发展报告2021》显示，6月1日—3日，淘宝、天猫上的重庆商家销售额同比增幅位列西部第三。

“6·18”数据背后，显现出重庆强大的消费潜力，也让外界看到以数字经济为代表的新经济在重庆跑出了加速度。一些新的消费趋势，消费模式和消费供给，成为推动重庆新经济蓬勃发展的新动力。

新趋势

境外消费加速回流

“现在在家门口就能买国外商品，不仅便宜还免税，太便利了。”6月16日下午，位于南滨路长嘉汇购物公园的中服市内免税店内，市民王玲正在选购一款国外品牌护肤品。

以前，她都是在国外旅行时买这类产品。疫情发生后，免税店成了她采购国外产品的新渠道。

重庆日报记者了解到，如今，免税店生意火爆，成为吸引境外消费回流的重要力量。数据显示，中服市内免税店近1个月销售额环比增长35%，中服江北机场口岸免税店近1个月销售额环比增长22%。

重庆工商大学教授沈红兵分析，在“双循环”发展战略下，当前境外消费正加速回流。而这种趋势不仅体现在消费者选择在免税店等国内渠道购买国外商品，更表现为国产品牌快速崛起，越来越多的消费者追捧国产品牌。

市民张雨就是一个例子。最近，她在拼多多上购买了某国产品牌的一款空气净化器。“这款空气净化器性价比高，净化效果好，再加上拼多多推出‘百亿补贴’，整体来看比买国外品牌划算。”张雨说。

国产的冰箱、洗衣机、空调、大屏电视等电器，也受到市民追捧。“6月1日，一市民一次性花了15万多元在店里买下海尔卡萨帝品牌冰箱、洗衣机、空调‘三件套’。而在6月18日0点到1点，海尔卡萨帝品牌冰箱成交额同比增长幅度高达400%。”京东电器超

级体验店重庆店相关负责人告诉重庆日报记者，近年来，国产电器销量日益攀升，增幅远超国外品牌。

京东大数据显示，“6·18”电商节期间，重庆地区国产手机品牌、高端笔记本和高端家电消费额同比增长45%。

新模式

商家利用线上优势反哺线下

6月17日晚，市民刘女士来到位于江北区南桥寺的永辉生活广场店，在水果销售区拍了几张挑选水果的照片，并发到微信朋友圈，就领到了100元永辉超市的线上专享现金券礼包。

“本来我是打算在网上买这些东西的，但想到在店里打卡拍照参与活动就能获取100元线上消费券，干脆就到店里来了。”刘女士说，没想到，今年“6·18”电商节，超市的促销活动这么有新意。

重庆永辉超市相关负责人介绍，刘女士参与的是该公司在“6·18”电商节期间推出的“打卡得百元券包”活动。该活动旨在利用永辉超市线上平台的流量，为线下门店增加人气。

重庆日报记者调查发现，今年“6·18”电商节，利用线上平台为线下门店引流的商家还有不少。最普遍的做法，就是线上抢券线下消费。如，新世纪百货大坪商都推出了

8.8元线上抢88元百货类电子通用券的优惠；重百渝北商场推出了61.8元线上抢618元购物券的优惠，消费者在该商场购买指定品类商品可使用此券。

近年来兴起的直播带货、云店，也成了商家用线上平台为线下门店引流的新手段。

市商务委相关负责人表示，随着线上消费日益火爆，重庆各路商家纷纷探索线上线下融合发展新模式，利用线上渠道优势为线下卖场引流，实现线上反哺线下，取得积极成效。如，仅6月18日一天，苏宁易购重庆解放碑智慧云店人流量就高达4.7万人次，线下销售额突破2000万元。

新供给

物流提速激发消费活力

“你看我这一身，全是网上买的，吃的水果也是。”6月16日上午，江津区油溪镇公共服务站，前来取快递的村民李路很兴奋，“3天前买的苹果，今天就通知我提货了。”

今年“6·18”电商节，随着农村快递共配模式加速落地，村民收货越来越便捷。这种新的供给方式，也进一步激发了农村消费活力。村民网购种类越来越多样、网购频率越来越高。

何谓农村快递共配？为了改革各大快递公司仓储分拣场地分散的现状，我市多个

区县建立共配中心，由“多仓多线”变成“一仓一线”，同时分拣配送人员也实现共享，分拣效率大大提升。数据显示，共配中心可让县乡快递企业和网点提升分拣效能30%以上。

农村快递共配，本质上是通过数字化技术让物流效率大大提速。实际上除此之外，让物流提速的还有前置仓、云仓等其他数字化方式。比如云仓，是指打造仓库在线互联网平台，联通全国各大仓库管理系统后台端口，实现仓库“一张网”，从而提高物流效率。

重庆奇分享电子商务有限公司就通过京东云仓及时满足了消费者需求。“和京东云仓合作后，我们不用管打包发货，只管生产、销售就行了。”公司运营负责人杨辛说，今年“6·18”期间，公司日均处理单量峰值达到1万—2万单，出库量增长5倍以上。

再比如前置仓，基于大数据爆款预测，今年“6·18”叮咚买菜提前把部分爆款生鲜产品，在距离消费者最近的仓库中进行前置部署，待消费者下单瞬间便开始打包发货，确保消费者最快29分钟内便能收货。

据了解，正是由于大数据赋能，今年“6·18”期间我市物流实现大提速。京东、菜鸟等发布数据显示，我市主城已实现“分钟达”，92%的区县和84%的乡镇实现当日和次日送达，大大激发了消费潜力。

短评

□江德斌

“6·18”电商节吸引了各大电商纷纷加入，共同拉动消费增长，巩固消费在国民经济中的压舱石地位。从各大电商平台、主要品牌发布的“6·18”数据看，销售额均呈现强劲的增长态势，累计支付金额创下新高。火爆的数据，火热的消费，展现了高质量发展大背景下的经济活力。

消费是经济增长的第一驱动力。根据国家统计局的数据，今年第一季度，消费对经济增长的贡献率达到了63.4%，远高于投资24.5%的贡献率。在疫情冲击下，线上业态、线上消费蓬勃发展，不断激发国民消费热情，为经济增长贡献力

“6·18”大数据见证消费活力

量。今年“6·18”电商节持续时间最长，不仅是电商平台的发展机遇，也是推动消费复苏、经济增长的新动能。

2021年京东“6·18”大数据显示，重庆购买力排名全国第16位，18日当天成交额同比增长33%。数据背后的一个个消费场景，展现着滚烫的消费热情和发展活力。家用电器、手机通讯、电脑办公等产品在重庆的热销，彰显了消费升级趋势，更好满足了市民对高品质生活的需求。而火锅九料、猕猴桃、辣椒、春橙等重庆特色农产品的走俏，则反映了城乡消费格局的变化，有力助推乡村振兴。

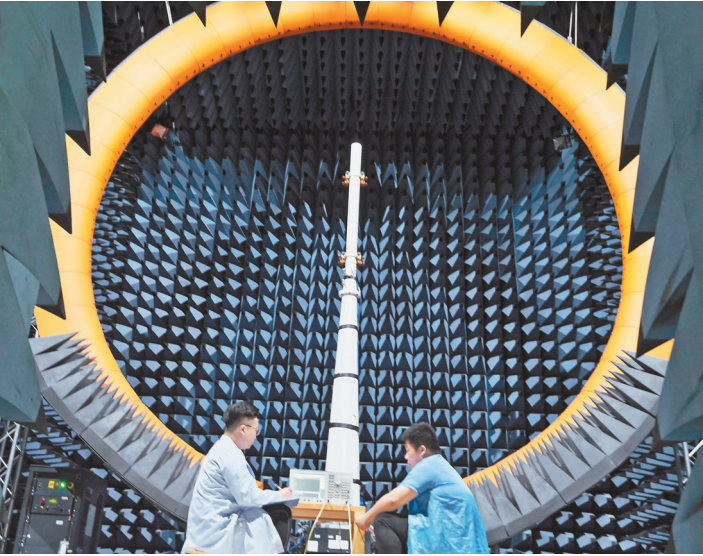
当前，消费市场虽然呈延续恢复态势，但恢复还不均衡，基础尚不稳固，一

些领域恢复还比较慢。“6·18”电商节的优异成绩充分表明，线上消费的蓬勃发展，让新需求、新赛道和新品牌持续涌现，对消费形成有力支撑。抓住居民消费意愿不断提升的有利时机，用好超大规模市场的巨大潜力，加快深化供给侧结构性改革，激活供需两端的蓬勃活力，将为社会经济发展提供持续新动能。

电商节不仅带来线上消费的繁荣，也在深刻改变着消费者的生活方式和消费习惯。在促进消费升级上下更大功夫，推动线上消费不断扩容提质、场景更加丰富，不仅能更好满足消费者对美好生活的需求，也将进一步激发市场活力、释放新型消费潜力。



▲6月18日，沙坪坝区磁器口，工人正在对重庆1949大剧院外墙进行装修。



▲6月18日，南岸区智谷，中国信息通信研究院的科技人员在实验室调试设备。

3万余张照片

定格重庆美好

百万市民拍重庆主题摄影活动

记录城市发展变化

我爱重庆

精彩一日

百万市民拍重庆主题摄影活动

本报讯（记者 赵迎超）6月19日，重庆日报记者获悉，截至6月19日凌晨2点，由重庆日报和重庆市摄影家协会共同主办的“我爱重庆·精彩一日”百万市民拍重庆主题摄影活动，

共计收到照片3万余张。全市各个区县摄影协会和7个行业摄影协会的摄影师以及广大市民，用一幅幅生动的照片向重庆告白。

工地上辛勤工作的工人、步行街上热情洋溢的老年舞龙队、正在直播重庆美食的视频博主、在红岩村参观的游客……摄影师们走进重庆的大街小巷，记录这座城市日新月异的发展变化和市民朝气蓬勃的精神面貌，用镜头定格新时代重庆的美好。



►6月18日，巫山县竹贤乡下庄村，全国脱贫攻坚楷模、村支书毛相林与乡村振兴驻村工作队员核对帮扶村民的名单。

卢先庆 摄/视觉重庆



►6月18日晚，南滨路长嘉汇弹子石老街，市民在此打卡玩耍。

张坤琨 摄/视觉重庆

▲6月18日，即将合龙的大渡口白居寺长江大桥。

解国清 摄/视觉重庆