

超5亿人参与“双11” 见证新消费崛起

2019年“双11”落下帷幕,天猫成交额定格在2684亿元,京东成交额也达到了2044亿元。这些数字的背后,除了是消费者买买买的表现,更是购物车里面中国新消费的奇迹。

新纪录:超5亿人参与购物狂欢
2019天猫“双11”全天成交总额最终定格在2684亿元,比去年多了549亿元。今年参与天猫“双11”的用户超过5亿,同比去年“双11”全天新增1亿用户。299个品牌跻身“亿元俱乐部”。物流订单达12.92亿。

京东方面公布的数据显示,从11月1日至11月11日,“双11”京东全球好物节累计下单金额超2044亿元,较2018年实现大幅超越。这也是京东继今年年中“618”累计下单金额创下2015亿元之后,成交额再一次超过2000亿元。

拼多多暂未发布整体成交额,“我们连实时数据大屏还未曾来得及搭建,公司上下都在急着补货、比价和补贴,走廊里的横幅和氛围花篮也还没来得及摆,这一天就这样过去了。”

拼多多称,11日零点刚过16分钟,平台汽车销量即破1000台;来自贫困地区的农产品销售增速超过220%。11月1日至11日,拼多多平台售出的新款iPhone手机超过40万台。

苏宁全渠道订单增长76%,12个小时内,35吨的53度飞天茅台很快售罄,

SK-II神仙水也售出一个集装箱之多。

新趋势:下沉、线下都“火”

除了数字,今年“双11”还有一些新现象、新趋势。首先是直播带货彻底火了!据天猫透露,“双11”期间,超过10万商家开通直播,也就是说超一半的商家开通直播。

另外,现在“双11”不但是线上数字的体现,也彻底成了线下的狂欢。天猫称,消费者拉着箱子逛银泰抢贵妇霜,饿了么小哥忙到没空上厕所,居然之家、红星美凯龙的卖场里人头攒动。

“55万只鸡、16万只鸭、8万只鸽子、3万头猪、2万头牛和1万只羊通过盒马鲜生加入“双11”。同时,30万只大闸蟹已整装待发,从江苏地区奔赴全国各地。”

在京东,百万线下门店参与“双11”。其中,物竞天择项目覆盖300家线下零售商,京东零售助手在15000家门店获得活跃使用;11日当天,5万平方米的世界最大电器体验店在重庆开业。

而且渗透到低线城市,京东惠民小站全国数量已达40000家,线下招募65000名合伙人,覆盖了1700个区县、80000个乡镇。

确实,下沉也在今年“双11”大爆发,拼多多方面称,11日零点刚过16分钟,平台汽车销量即破1000台,消费者主要来自三四五线城市,“高速增长让我们



们看到了城乡消费平权背后的新消费所带来的无穷力量。”

天猫数据显示,过去两年,淘宝天猫新增用户超过70%来自下沉市场。新的人群为新消费活力持续增强奠定了基础。下沉市场强劲增长同样得益于新供给,来自工厂、产业带和农业基地的源头好货形成了海量的供给增量。

新消费:购物车里面的消费奇迹
记者注意到,今年“双11”,天猫、京东、拼多多三大电商平台都不约而同提到“新消费”。

天猫及淘宝总裁蒋凡表示,这是一届体现新消费力量的天猫“双11”,也是中国新消费时代的开始。新的消费人

口、新的消费供给,新的消费场景和行为都正在爆炸式的出现。这将成为今年天猫“双11”最显著的特征。

今年“双11”,京东主打下沉市场。京东方面表示,不断攀升的数字背后,是中国广袤的城乡消费者的新消费热情,也是京东多年来在零售、物流、数字科技等基础设施能力上的厚积薄发。

拼多多方面称:“我们感受到了中国经济的韧性与强劲活力,看到了数百万身处农村的农产品生产者、城市中小卖家、数万品牌商与经销商们,竭尽所能为超过4.8亿消费者提供多样化的商品和选择。”

(中新网)

河北安平县委召开“不忘初心 牢记使命”主题教育第二次推进会

近日,河北省安平县委召开“不忘初心 牢记使命”主题教育第二次推进会,安平县委副书记李广信,县委常委、组织部长李玉红出席会议,各乡镇、县直各部门负责同志参加会议。

安平县委副书记李广信在会议中指出,各级各部门要进一步提升思想自觉,持续深化学习教育,从思想建党、理论强党的高度来认识抓好学习教育的重要性,坚持把学习教育贯穿始终,着力推进理论学习常态化、制度化,确保理论学习取得新收获;要进一步增强决心勇气,抓实抓牢问题整改,

始终坚持问题导向、目标导向,坚持真刀真枪地查找问题、解决问题;要高标准、严要求,找出问题的差距,确保改出实效;要进一步细化推进举措,加强工作统筹协调,要聚焦主题主线,找准切入点,把握着力点,进一步强化措施、完善机制,加强统筹协调,做好结合文章,推动全县主题教育深入开展;要进一步强化领导督导,确保主题教育取得实效,切实把主题教育作为重要政治任务和政治责任紧紧扛在手上、牢牢扛在肩上,确保各项工作落地见效。

世界植发大会点赞中国BHT2.0植发技术

11月14日,第27届世界植发大会在泰国曼谷召开,作为中国植发业领军企业的碧莲盛受邀携自主创新BHT2.0无痕植发技术(以下简称BHT2.0)真人案例进行国际交流并作展示分享。

世界植发大会是由植发与脱发诊疗领域最具权威性的协会组织“国际植发协会”(ISHRS)举办的最高规格学术会议,目前,仅有少数几家掌握核心技术、对行业有过杰出贡献的植发医疗机构才具备受邀参会资格。

真人案例分享的是一位来自甘肃定西县的16岁少年小白。据了解,小白在两岁半时因热水烫伤造成1/2头皮损伤,头发缺失,开启了长达十余年的“帽子生活”。此时,家住甘肃定西县的碧莲盛员工发现了14岁的小白,了解到小白家庭情况不是很好,提出使用“碧莲盛千万植发基金”为小白进行救治。经过两次碧莲盛BHT2.0治疗,被捐助者重新获得一头靓丽浓密的黑发,恢复了自信与同龄人应有的朝气。

大会期间,与会专家观察了被捐助者的头皮与发质,并给予高度赞扬。专家表示,烧伤疤痕部位的头皮毛发移



植、治疗比起其他脱发症状难度较大。碧莲盛BHT2.0植发技术在传统FUE技术的基础上进行技术升级,可将取发直径缩小至0.75-0.85mm之间,可以看出案例患者术后供体区的痕迹几乎为零,这极大缓解了患者对于术后供体区的担忧。

专家认为,碧莲盛BHT2.0技术将精准种植针调整为0.6-0.8mm之间,通过案例可见,被捐助者术后种植效果比国际上传统FUE技术更加接近原生发。而且,植发的成活率和成活质量也高于传统FUE技术。

(张岩)

外媒看“双11”

路透社:

“双11”当天2684亿元的成交总额,比亚马逊上个季度的网上销售额都要高。

美国全国广播公司(NBC):

“双11”与黑色星期五常常被拿来共同比较。但“双11”要大得多——不

仅是成交总额,还有为线下零售注入的活力,以及技术能力的领先。

美国《华尔街日报》:

“双11”不仅仅是一场“世界最大的购物节”。通过“双11”,还可以观察和预测出中国经济的发展趋势。今年“双11”的闪亮答卷,为中国经济的深厚动力和消费

的巨大潜力提供了重要佐证。新消费集中体现了中国强劲的内需动能,也进一步激活了中国经济发展的新动力。

法新社:

随着中国经济转型深入,越来越通过内需消费拉动经济增长。走在世界前列的线上零售和移动支付,正在日益提

使新消费成为中国经济的一大亮点。

美国《纽约时报》:

阿里巴巴成功地使这一惊人的数字年复一年地增长,这反映了自阿里巴巴发明这个零售节日十年来的变化。中国正在变得越来越富有,数字化程度越来越紧密。

解密无限极:从“100-1=0”到“思利及人”

——保健行业高质量发展样本调研

近年来,国民健康意识提高推进了健康支出的增长,医疗保健支出在人均各项支出中增速较快。随着预防为主、关口前移、重心下移的理念拐点出现,非医疗健康产业对健康经济的发展重要性日益凸显;营养保健食品消费日渐成为习惯,保健行业得以迅猛发展。

巨大的市场也催生了鱼龙混杂、真假难辨、消费欺诈、制假售假等问题。在这样的情况下,正本清源、推进行业高质量发展和科技创新势在必行,样本企业的示范作用不言而喻。

无限极(中国)有限公司(以下简称“无限极”)在原标准、配方和生产工艺、加工等环节的质量控制体系等方面,创建了一套从“100-1=0”到“思利及人”的崛起“密码”。解密无限极,对于我国保健行业高质量发展、探寻行业供给侧改革路径,具有十分重要的借鉴意义。

信心和底气:

“100-1=0”的“硬核”管理

地处珠江三角洲西南部的银洲湖畔、潭江下游的广东新会,是岭南学派和岭南琴派的发源地,有“海滨邹鲁”之称。在潭江之滨占地两千多亩的李锦记新生产基地一隅,无限极生产基地的生产大楼、检测中心等主体建筑十分显眼。

作为李锦记健康产品集团旗下成员,成立于1992年的无限极,是一家深耕中草药健康产品领域的企业。在27年的发展中,无限极坚持以持续的科研创新和严苛的质量管理,为消费者提供高品质的中草药健康产品和服务。

更换无菌衣帽、穿戴鞋套,经过严苛的消毒程序后,《中国健康经济白皮书2019》课题组一行进入无限极口服液自动化生产车间和产品检测中心实验室参观。不久前走在这个厂区里,还能闻到酱料飘香,沉浸在过小日子的“烟火气”里,而此刻步入科技感十足的现代化实验室,却犹如走进科幻电影

里一样,只见玻璃间里,科研人员正在操作实验,各类精密仪器有序运转。

实验室对面的建筑是口服液自动化生产车间。十条生产线同时开工,从清洗烘干玻璃瓶,到灌装、检测,再到打包装箱,所有流程的操作人员只有十几名。高度自动化生产,生产线电子化控制和机器人协作,让产品最小几率地受到人工干预。“自动化生产好处很多。我们有严格的流程标准,写入自动化程序后,如果产品在生产流程中的哪一个步骤不标准,机器会自动停止它进入下一个生产流程。这比人工控制还要精确。与此同时,自动化生产也最大限度地避免了人工搬运造成的磕碰,避免口服液玻璃瓶破损,保障产品质量安全。”车间工作人员介绍说。

打造独特的科研体系,是无限极27年来坚持做好的一件事。如今,无限极拥有实力雄厚的中草药健康产品研发团队,由多领域、多学科的博士、硕士及专业技术人员组成。目前,无限极已取得400多项专利,自2008年起,连续11年4次获得国家相关部门批准同意、广东省颁发的“高新技术企业”称号。截至目前,无限极共有39类、81款产品被认定为“广东省高新技术产品”。

取得这样的成绩,显然与科技投入分不开。“无限极每年用于中草药产品研发和技术提升的投入有上亿元。我们与国内外多家权威科研机构、知名学府合作,运用现代技术和方法,对公司产品的功效进行评价和验证,以确保产品的品质。”无限极(中国)有限公司技术法规总监洪介介绍说,只有通过科研方面的持续投入,让传统中草药与现代技术相结合,才能将研发成果转化实实在在的,更好地满足消费者的需求。

无论是在产品检测中心实验室,还是在口服液自动化生产车间,都随处可见一个公式——“100-1=0”。从印刷体的提示语,到员工用便签纸拼成的板报,“100-1=0”带来了极大的视觉冲击

力。据介绍,这个源于李锦记质量管理理念的公式,指的是一百件事,只要有一件做错或做得不好,就等于白做。

“无限极视产品品质为企业的生命,建立全链条化管理模式,从原材料种植、产品研发、生产、物流到售后,不放过任何一个环节和细节,严把产品质量关。我们还拥有通过CNAS实验室认可的专业的产品检测中心,在认可范围内所出具的报告,为全球100多个国家和地区所承认。”无限极(中国)有限公司法规与标准负责人表示,合法合规是企业经营的航标灯,是企业的从业底线,无限极始终把合规管理作为生产经营中的前提条件。

可以说,高质量的产品是无限极生存发展的信心和底气所在。回顾中国保健行业的发展,其过程并不顺利。行业的产业化起始于上世纪80年代,到1996年,企业规模已迅速增长至3000家。短期内规模快速膨胀带来的产品质量问题和无序竞争,让保健行业经历了几次调整期。在严格监管下,到2004年,企业数量下降至1000家。

能在数千家企业中脱颖而出,用27年时间成长为行业龙头,无限极崛起的背后,是坚守“100-1=0”——质量管理零缺陷、产品安全零容忍、服务质量零距离的质量理念,以及建立多方科研平台、全产业链支撑开发精品的执着。

全程无死角:

让道地药材“从田间到舌尖”

药王孙思邈在《千金翼方》中指出,“用药必依土地”。只有使用道地药材,才能获得良好的医疗效果。对于专注中草药保健产品的无限极来说,确保中草药原料品质有大讲究。

为从源头保证中草药产品的质量,无限极与天方健(中国)药业有限公司合作布局中药材产业,在华南地区、西南地区、西北地区和华东地区等多个重要的中药材产区,创建了中草药种植基

地。

“北有人参,南有三七”。云南文山处于低纬度高原,气候夏长冬暖,热量丰富,年温差小。适宜的温度和水分条件,为三七的生长提供了优越的自然环境。四百年的种植历史更是奠定了其正宗的地位。“七分遮阴三分阳光”;土壤必须是红棕壤,要能够捏成团;灌溉的水必须是从山下运上来的清泉……药农按照这样严苛标准培育的三七品质上乘。

为保证原材料的品质,无限极在多年的探索与实践形成了独特的“3+4+5”中草药种植管理模式:即“五统一”(统一品种、统一生产资料、统一田间管理、统一技术服务、统一产品回购和加工)、“四创新”(流程再造、科技创新、组织创新、机制创新)和核心的“三体系”(标准集成体系、质量监控体系与生产运作体系三大体系的协同增效)。

整套管理体系的标准有多严苛呢?据介绍,光是药材的农残检测标准就高达180项,达到绿色出口标准。而从种植环节、加工环节,再到成品的物流环节,也都有技术人员将检测数据上传至平台,无限极会对其进行全链条监控。除了线上平台的监控,线下的追责体系也同样到位。每一袋原材料都贴有标签,标签上详尽记录着产地、生产时间以及编码。通过编码,可以查找到具体的种植农户。一旦下游检测出现问题,就可以立即往上游追究、问责,公司将直接介入供应链的上游环节。

将不合格的风险从田间地头的劳作开始就降到最低,让质量受到监控体系、追责体系的保驾护航——无限极的一系列举措,不仅为企业带来了质量过硬的道地药材,也为中草药企业创新管理模式提供了借鉴思路。

盈利之外显担当:

“思利及人”的崛起密码

在盈利之外显担当。无限极在取得稳健发展的同时,不忘回馈社会,这



与其“思利及人”的企业核心价值观是分不开的。

“作为一家有担当的企业,无限极充分考虑中草药产业链上各相关方的利益,保障农户收益,以构建生态圈的形式,促进产业的可持续发展。”无限极(中国)有限公司副总裁薛春春介绍说,这也是无限极“思利及人”价值观的一种外化表现。

如今,无限极拥有约5000名员工以及数量众多的合作伙伴和经销商,在各大中草药种植基地带动当地种植农户的增收和发展,在解决就业、创造税收、拉动地方经济等方面,创造了经济和社会效益。与此同时,无限极还捐资成立了聚焦“关注健康、扶贫助教、助弱减灾、环境保护”的“思利及人公益基金会”;在中国内地捐建21所无限极小学;投入超过1800万元的“无限极助学圆梦”项目,资助了千余名学生完成学业;募集款项和产品超过1200万元的“无限极快乐足球”项目,覆盖全国100所希望小学,让数万名学生受惠……

“思利及人”不仅是物质上的帮扶,更是把宣传养生文化和健康理念视为

己任的担当。在重视新品研发与科技创新的同时,无限极也十分注重中华优秀传统文化的传承。无限极(中国)有限公司文化与理念负责人介绍说,公司大力推广“养生固本,健康人生”的健康理念,提出“四合理”行动倡议,为大家提供了一套简单实用的养生方法;近年来,无限极还在全国开展了“养生文化进万家”公益科普活动,与中华中医药学会连续四年联合发布《全民中医健康指数研究报告》,每年参与“中医中药中国行”活动,连续十年举行养生行走系列活动,更走出国门参与“一带一路”文化与健康产业合作论坛……在各国政府和民众愈加重视预防保健的形势下,中华优秀传统文化具有独特的价值与优势,不仅为健康中国战略提供助力,更为解决全球健康问题提供了“中国方案”。

样本的意义,就在于优势经验的可借鉴。可以说,从“100-1=0”到“思利及人”,是无限极发展崛起的密码,也是助力行业高质量发展的秘诀。然而,真正做到从“100-1=0”到“思利及人”,则需要一个企业数十年如一日的坚持。(记理)