“双 11” 峰值背后：中国内需倒逼技术创新

2015 年 11 月 12 日零点定格的“双 11”成交额刷新了中国消费纪录。诞生 7 年，“双 11” 全天成交额从最初的 5200 万元涨至今年的 912 亿元。不断刷新的纪录背后，中国商业基础设施的整个链条正在一年一度的“压力测试”中创新转型。

中国巨大的市场和购买力给互联网技术下了一道考题。市面上的技术设备成品，往往是面向企业日常需求，数据库、处理器难以支撑大量并发交易，这令互联网平台企业不得不进行技术研发改造。

据阿里云总裁胡晓明介绍，为了支撑“双 11”的交易量，阿里巴巴的工程师搭建了全球最大规模的混合云架构，阿里也成为率先将核心交易系统上“云”的大型互联网公司，这样能充分利用云计算的弹性优势调度资源，应对峰值压力。

最初几年“双 11”，快递爆仓、延误等乱象不断，业务量骤增之下，人工处理包裹时“暴力分拣”也屡屡被曝光。近两年菜鸟网络用电商大数据织成“天网”为快递导航，快递公司技术优化、增购专机、增加人手组成“地网”，提高送达效率。商家也参与到供应链改造，利用预售和日常销售数据进行分析，提前将商品下沉至消费者周边仓储中心。

作为“双 11”最大的包裹量产生方，阿里巴巴集团采取的是聚合现有社会资源，数字化手段解决订单激增的问题。菜鸟网络副总裁万霖表示，菜鸟走的是大数据和社会协同平台的模式，用数据将合作伙伴连接起来，用数据帮助合作伙伴提升配送效率。比起单纯靠自营的模式，平台模式更具有竞争力。菜鸟已经联合国内最大的十多家快递合作伙伴，配备超过 170 万物流配送人员参与到“双 11”当中，无论是参与物流企业、人数，还是车辆、场地、机器人以及飞机等规模都是空前的。国际方面，天猫拥有 49 个全球合作伙伴，菜鸟网络可为全球 224 个国家和地区的消费者提供送达服务。同时，大数据预测将首次覆盖全行业半数以上的快递包裹。

在快递物流行业，今年的“双 11”业务量很可能就是明年的日常量，这一点渐渐成为共识。“双 11”压力下成长起来的技术系统，正在加速向外输出，希望能成为推动中国创业创新的普惠科技，并改善公共服务。MM

声音 VOICE

“双 11”是实体经济进入内需时代的强力支撑

在中国经济传统的投资、出口、消费三驾马车中，消费的比重正在飞速增加，而“双 11”正是这样一个绝佳平台，承担起拉动内需的重任。通过以互联网为载体的这种“新常态”，“双 11”毫无疑问已经成为中国经济拉动和扩展内需的强劲动力和新引擎，也是实体经济进入内需时代的强力支撑。电子商务在中国的迅速兴起，既是这种商业模式适应中国土壤的天然反应，也是一种新的商业文明在“互联网 +”背景下的迅速孕育。随着像阿里巴巴这样的企业的成功，带动了一些传统行业、企业进入互联网，产生诸如 O2O 这样的大变局，将广泛而深入地影响人们的生活。

——中国信息经济学会信息社会研究所所长王俊秀表示

C2B 电商守住“最后 1 km”

3% 数字

C2B 生鲜电商的出现，打破了传统生鲜零售仓储高损耗的“坚墙”。C2B 生鲜电商专家表示，传统 B2C 生鲜零售模式通过批量采购，先把产品放置在仓库，然后供给销售，仓储及配送过程中的损耗率达 15% ~ 20%。C2B 模式通过预售，先了解用户订单量，然后以销定采，库存时间从 20 多天缩减至 10 ~ 20 h，损耗率控制在 3% 以下。

我国物流承压能力越来越强

1000 亿 数字

2015 年“双 11”当天，全国邮政、快递企业全天共产生快递物流订单 4.6 亿件，同比增长 65%。全天各邮政、快递企业共处理快递包裹 1.48 亿件。来自中国电子商务研究中心的监测数据显示，2015 年“双 11”全网总销售额首度超过 1000 亿元人民币。

我国高标准物流仓储人均面积普遍偏低

2% 数字

日前，发布的中国物流地产数据显示，随着跨境零售商业的发展，各地市场的保税仓需求快速上升。但据市场调查的数据反馈，中国市场高标准物流仓储面积依然稀缺，人均面积不足美国的 2%。

展会

ME Expo 2015
中国义乌国际装备博览会暨中国智能博览会
展会时间：2015 年 11 月 30 ~ 12 月 3 日
展出地点：义乌国际博览中心
主办单位：浙江省人民政府
MM 展会见

LogiMAT China 2016
中国（南京）国际物料配送搬运及物流信息化展览会
展会时间：2016 年 4 月 19 ~ 21 日
展出地点：南京国际博览中心
主办单位：德国斯图加特展览公司
MM 展会见