“双十一”不应是垃圾消费狂欢节

汤嘉琛

今日论语

又是一年“双十一”,又到被网友称为“剁手节”的网购狂欢时刻。从2009年开始,天猫、京东等电商网站借机促销,交易额已从0.5亿元猛增至2013年的350亿元。今年“双十一”依旧火爆,天猫商城用了38分28秒即完成交易额超100亿元。有机构预测,今年“双十一”天猫商城的交易额或将突破500亿元。

去年“双十一”前,李克强总理曾盛赞马云“创造了一个消费时点”。过去几年中,这个声势日渐浩大的网络购物节,确实给中国经济带来了新气象。它刺激了民众的消费需求,也使电商、快递业、传统零售业等出现了革命性变化。但与此同时,“双十一”面临的争议越来越大,有人认为它已成垃圾消费的代名词。

各大商家在发起“促销大战”时,都极力将“双十一”渲染成一个折扣低、省钱多、机会难得的网购良机,吸引数千万消费者参与了这场购物狂欢。然而,每年都有诸多案例表明,“双十一”中充斥着虚假折扣、以假乱真、消费欺诈等消费陷阱;不少消费者也开始意识到,“双十一”激发了大量的冲动消费,很多抢购来的商品虽然便宜却并不实用,还有报道称一些消费者“刚下单就想退货”。

“双十一”之乱,从商家的广告大战中就可窥见一斑。日前,某电商网站在多家媒体投放了一组以“打脸”为主题的广告,广告语包括“快递等半月”“五折买假货”“差评被人肉”内容,直指竞争对手价格虚高、快递慢、平台售假、促销玩噱头、刷单造数据等问题。事实上,这些问题几乎已成电商领域的通病。

值得注意的是,随着各大电商之间竞争越来越激烈,“双十一”战线已经前后长达一个月左右,虽然这是商家自发的市场行为,但无序的竞争带来了多重恶果:一方面民众的冲动消费被进一步刺激和放大,另一方面是消费者对电商网站的信任被透支,此外还导致了快递行业不堪重负、过度包装不环保和浪费等问题。

或许有人觉得,“双十一”只是一个网购狂欢节,在这时候谈论“理性”有些不合时宜。可事实并非如此,已有六年历史的“双十一”消费热潮,不能沉醉在逐年攀升的数字泡沫中。如果要获得长足发展,无论是商家还是消费者,都必须有更多的理性。唯有如此,才不会让“双十一”成为一场“垃圾消费”狂欢节。

消费是经济增长的引擎,“双十一”被寄予了促进消费升级和经济转型的厚望,但只有规范和理性才能保证它不会在狂欢中走偏。前不久,国家工商总局专门约谈阿里巴巴、京东等10家大型电商,要求防范用“先涨价后降价”方法虚构优惠促销、不得虚构成交量和交易额等。这些举措意在对“双十一”乱象纠偏,是顺应民意之举。但如果要让网络购物更加规范,监管的篱笆还应该扎得更紧。

新民随笔

光棍需要电而不是电商

高 兴

11月11日,“象形”节日——光棍节。21年前,几个大学生的寝室夜话,居然成就了中国最大的一个“自主创新节日”。不过,一语成谶,他们肯定没想到,当今社会年轻人的婚恋问题,居然这么让人头痛。

五年前,阿里爸爸不好好在家与阿里妈妈相守相伴,独独看中了这个极具屌丝气质的狂欢节日。再加上厂家每年在国庆与年底之间有一个销售淡季,“双十一”购物节应运而生,并迅速在网民中赢得共鸣。

其销售额,是一年超过一年。去年,光淘宝就达到350亿元,刷新单日网购世界纪录。今年,有业内人士分析,可能会达到500亿元。

而今年另一个特点是,其他一些电商也全身心地加入到这场竞争中来。大的如京东、苏宁、国美等等,小的,更是不计其数。“双十一”,已经完全应该印在电商的年历上了。

有意思的是,原创这个节日的阿里爸爸,在今年“双十一”前还特地发媒体函,要求媒体不能替其他电商发布带有“双十一”字样的内容。消息一出,自然引发各方声讨。

总之,最后的效果是,更加巩固了“双十一”的特殊含义。相信未来,中国电商们一定会想尽办法,把这个网上购物节推向世界。

只是,不知会不会苦了那些真正的光棍,本来是可以借机聚个会,搞个派对,呼吁社会关心年轻人的婚恋,结果都关心网上买东西去了。

号称无所不能的网络,只管摸你钱包,哪管挠你心窝?在我看来,正是网络占据了我们太多的生活,才使得许多完全应该面对面的人类活动,最后只能通过虚拟的网络来完成它们的历史使命。

也许更方便了,也许更经济了,但那种味道以及必要的面对面交流没有了,大打折扣了。

网上都能搞定,于是年轻人就懒得动,越宅在家里,越没机会接触社会,越缺乏交流沟通的锻炼,反过来就越依赖网络。这成了恶性循环。

电商瞄准光棍节,其实是对光棍们的一次温水煮青娃,落井下石。而且目前看来,电商是准备一辈子打(击)光棍了。

所以今天替光棍们呼吁一下:我们需要的是来电,而不是电商。

新民新语

与人方便

孙佳音

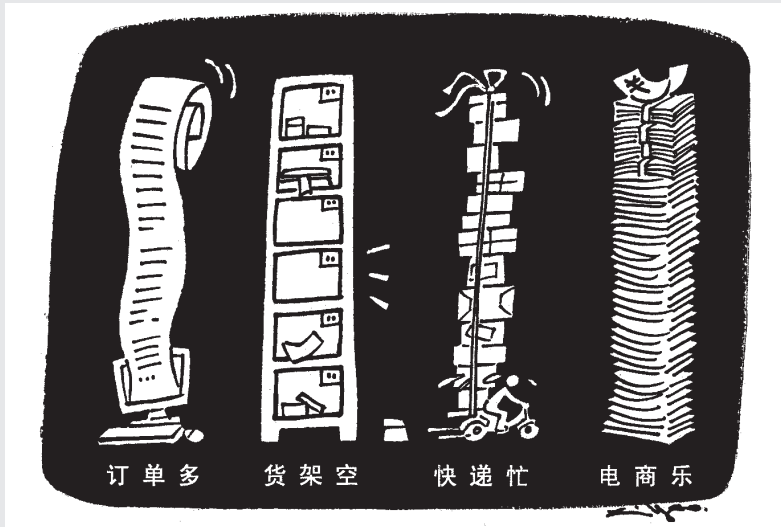
“如果没有淘宝,我在这个小县城生活,我把画卖给谁,谁又能知道我”,蜷缩着身子成骨不全的女画家,身在四川德阳,靠工笔画养活了自己;“以前我住在玉树的感觉,离外面的世界比较陌生和遥远”,青海卖家说现在只要有个手机,他就随时可以“面对全世界的消费者”;“遂昌就是一个淘宝县”,偏于浙江西南的小城,有超过6000人正从事“农村电子商务”,不仅大批年轻人正回乡创业,连年迈的老伯也在网上开店卖邮票,“一共有20万枚,差评我没有”,很是骄傲……

如果这阿里巴巴上市的宣传片里,祖国辽阔的风光和小镇淳朴的模样,还不足以证明淘宝已经帮助“一些小的生意人和他们的客户”找到了彼此,并且按照他们独特的需求来开展业务的话,那此时此刻“双十一”三分钟破10亿元的速度,或许足够证明,这家全球市值第二的互联网企业的确改变了中国电子商务的模式,甚至让“阿里巴巴”成为了一种生活方式。

马云说,创业十五年,走过了一段不短的旅程,“但我们从未丢失过‘客户第一’的理念”。虽然贴着马云头像的“成功学著作”遍布大小机场的书店,但我相信,“与人方便与己方便”这样拙朴的信念,才是支撑淘宝、支付宝和余额宝们一路壮大发展的根基,当然是在新技术的帮助下。

就好像,曾经火红火热的微博,让普通人得以无间地参与到足够宏大的社会命题或者娱乐话题的探讨中来;就好像,“苹果”的长销,是因为乔布斯早早深刻地理解了消费者在数字时代的生活方式,并顺应了这种需求;就好像,“互联网思维”于媒体,该是提供给读者更精准更迅捷,也更符合他们阅读习惯的内容。

深刻或者深度,也许已不如“你关心的才是头条”来得直抵人心。把马云的一句话,送给惊惶忐忑中的传统媒体,“今天很不易,明天更加困难,但是未来是无限美好的”,如果我们也能秉承“与人方便”的理念,技术的更迭或许就不可怕。



漫条思理

『双十一』景象

郑辛遥

坚持不懈清除党内“负资产”

权威声音

腐败乃是侵入党的健康肌体的一颗毒瘤。党的十八大以来,党中央加大反腐力度,提振了全党信心,增强了党的威信,赢得了人民群众的拥护和支持。

经过多年的发展,我国经济社会建设取得了巨大成就,党员干部中凝聚了奋发有为、锐意进取的强大正能量。但党内也累积了一些不容忽视的“负资产”,主要表现为信仰缺失、腐化堕落、纪律松弛、“四风”积习甚深等。反映到社会上,一定程度上造成了“潜规则”畅行、“笑贫不笑贪”等现象。这些问题不解决,日积月累,将会严重制约民族复兴梦想的实现。在前进的道路上,我们党绝不能背负那些“负资产”,任腐败“毒瘤”吞噬党的肌体,损害党的健康。深入开展党风廉政建设和反腐败斗争,就是要彻底清除党内的“负资产”。

当前,一些党员干部只是畏惧党内反腐高压态势,才不得不有所收敛;有的党员干部仅在那里观望,希望这阵“风”早点过去,还想回到过去“一张报纸一包烟,优哉游哉过一天”的“好日子”。这就要求我们持续加大党风廉政建设和反腐败斗争力度,不断巩固“不敢腐”的成果。

腐败与反腐败的较量,只有你死我活。为使党带领人民永远立于不败之地,有效应对各种困难和挑战,反腐败这场斗争我们必须打赢。(晓轩 刊今日人民日报 本报有删节)

自由谭

“独乐乐”走向“众乐乐”

姚荣铨

世界华人收藏家大会每届都有个主题,日前在沪雅集的第四届题曰“收藏家的责任与素养”。更有意思的是,600多位来自五洲四海的与会者还发表了一份《上海宣言》,“淡化金钱,守护心灵”,心系“中华民族的美德和文脉”,形成了共同的心声和公认的责任。

《宣言》中说,从历史上的“独乐乐”走向“众乐乐”,是一个时代的进步,应给予充分的肯定和鼓励。笔者与香港吴继远先生曾有幸参与过前几届的若干事宜,一开始是设想精彩论坛与珍藏品展结合,企图“众乐乐”的,但是,境外域内藏家习惯于“独乐乐”,欢喜“孤芳自赏”,即使结社抱团也是在极为私密的小圈子里“互赏互乐”而已。前几届虽有了“京沪藏家邀请展”、“清玩雅集纪念展”,但展览之分量与论坛并不“旗鼓相当”。本届安排了个“会前参观”,到韩天衡美术馆、震旦博物馆等处“众乐乐”,这种民间收藏馆如雨后春笋大量冒出,私立收藏机构向大众敞开胸怀,你不得不承认我国收藏事业迈入了一个新阶段。

笔者在闭会前三场专题论坛之一的“地域收藏文化”专场里,邂逅来自纽约的“亚洲文化基金会”创会会长郑庆云。他非常赞赏“世界华人收藏家大会”成为上海知名的国际品牌,尤其赞成由封闭的“独乐乐”走向开放式“众乐乐”,这才叫中国特色的社会主义呵。他说得在理,“众乐乐”不直接跟经济有关系,但可以带来更强大的经济能级,催促上海成为具有更大能量的世界级一线城市。巴黎卢浮宫有世人皆知的“三宝”——维纳斯、胜利女神、蒙娜丽莎,每天吸引2万人乘了飞机前往“众乐乐”,每年人次超过600万,而且“乐此不疲”,否则干吗发售可以连续观摩2天、4天乃至6天的参观票呢!据说,“众乐乐”不只局限于诸如上海博物馆、龙美术馆等公私机构,国际上已经悄然兴起一种创意新模式,谓之“新颖生活时尚精品宾馆”,适应新兴的文化、社会需求,一个宾馆酒店一个样,里面让你欣赏到的不是一个“版本”的艺术精品(油画、雕塑、古玩、字画)。

郑庆云先生收藏着张大千和毕加索这东西方两位大师各个时期的作品,两位又有过历史性的会面和有趣切磋。故而郑氏欲在沪渎觅个宝地,不是建个私人收藏馆,而是尝试创新一家以“张&毕”为主题的精品时尚宾馆,不只让入往贵宾可“流连忘返”,也开门迎请寻常百姓,为“众乐乐”另辟蹊径。