

瑞银小幅上调全年中国GDP增速

今年降准降息的空间基本没有

本报讯（首席记者 连建明）瑞银昨天发布的研究报告小幅上调了今年中国GDP增速，受益于消费等内需稳定，工业生产同比增速持平，而服务业增加值在房地产业的推动下小幅改善，中国经济三季度平稳增长，增速略好于预期，由此，瑞银将全年GDP增速预测从此前的6.6%小幅上调至6.7%。瑞银中国首席经济学家汪海博士认为，稳健的货币政策不会有变化，因此今年降

准降息的空间基本没有。瑞银昨天举行的第三季度经济数据解读电话会议上，汪海表示一系列数据显示三季度中国经济在启稳，三季度数据比较好的结果与房地产在三季度比较火热的情况是高度相关的，8、9月份房地产的开发投资反弹，带动固定资产投资增长，对建材等大宗商品有一定的支撑作用，但房地产对今年经济增长的贡献是比较温和的。

对于今年房地产市场的火爆，汪海认为有一定基本面的因素，包括首付下调、按揭利率下行等，使得买房者支付能力提高。同时，前两年开发商大幅调低了新开工规模，2014年、2015年新开工面积都是双位数下降，使得供应减少，库存出现了下降，尤其是一线和二线城市库存下降得非常多，供需关系就显得比较紧张。另外是一种恐慌心态，担心房价继续上涨，提前消费造成价格和

预期发生了连锁反映，互相推高。在推出一系列措施后，汪海认为10月、11月的销售应该有所缓和，预计销售面积10月、11月可能是10%左右的增长，到12月份可能接近零增长，明年可能是个位数增长。信贷方面基本是稳定的，9月份信贷增长虽然超出大家预期，但基本和年初定的目标比较一致。信贷中房地产的按揭贷款比较高，9月份创了新的纪录，与房地产销售火爆

有关，10月份的房地产按揭贷款仍然会非常高，因为9月份房地产销售量很高，销售和贷款之间有一个滞后。但9月份的数据显示企业的中长期贷款也开始回升，这跟企业层面包括开发、投资方面开始回升有关。预计今年下半年几个月信贷会保持稳健，考虑汇率和房地产的压力，汪海认为今年没有降息的可能，降准今年的可能性也非常低。明年降息和加息可能性都不大。

天猫发布今年双11战略

消费者“全球买”，商家“全球卖”

本报讯（记者 叶薇）今年双11，天猫怎么玩？昨天，阿里巴巴在香港宣布2016天猫双11全球狂欢节启动。今年双11的重点是海外市场。海内外将真正打通，不仅消费者可以买遍全球，品牌商家也将实现“全球卖”的便利。今年双11囊括全球9.8万商家、超1000万种好货。双11期间，来自台湾的糖村牛轧糖将首次通过线上销售到香港，香港的德国宝破壁养生机也将首次卖到台湾。类似塘村和德国宝的上百个港台地区或海外品牌，将首次通过卖全球模式，将优质商品销往港台地区。未来，天猫还将带领国内外商家出海，将全

球商品销售到东南亚乃至全世界。今年天猫双11将首次推出VR会场——Buy+频道，剁手党买买用不着双手了，只需移动视线，即可完成逛店、下单、支付的购物全过程。如果开通免密支付，上述流程最快仅需15秒就可完成。双11期间，线上线下打通的店铺将超过100万家，涉及苏宁、银泰、TCL、优衣库、索非亚、GAP、Best-seller、B&Q等国内外数千商家。与此同时，在打破商业地域界限的深度试水中，阿里的全球商业基础设施也在加速升级。今年双11，天猫对淘系平台进行了从产品底层、支付金流、物流模式到前台

展现的全线升级和改造，为海外商家和消费者提供了全套解决方案。金融方面，第一次实现在中国内地以外商品交易的美元结算模式，让海外商家通过运营一家店铺、使用一个海外支付宝账户，就能同时覆盖全球多区域市场。以往，全球跨境支付几乎都是基于银行卡支付，很多用户被银行拒之门外。现在，有了支付宝，不仅中国消费者，境外消费者也能在天猫、或速卖通平台买买买，用支付宝方便地付款。据了解，支付宝的“全球收全球付”目前已经支持18种货币结算，包括美元、港元、英镑、欧元、日元等。

上海互联网金融发展报告显示

总体发展稳健 局部风险显现

本报讯(记者 杨硕)昨天，上海市互联网金融行业协会对外发布《上海互联网金融发展报告(2016)》。报告显示，上海市互联网金融行业发展总体稳健，但局部风险事件显现，行业自律较为领先。据上海市互联网金融行业协会副秘书长、上海大学上海科技金融研究所副所长孟添介绍，2015年上海互联网金融发展的基本态势及特点：上海地区互联网金融行业发展总体较为稳健，各业态总体实现均衡发展，在全国范围内市场占比进一步增加，主要表现为：一是行业发展总体稳健，市场交投较为活跃；二是业态门类更为齐全，部分领域引领发展；三是局部风险事件显现，行

业自律较为领先；四是传统转型创新突出，各类机构加快集聚。报告还对上海互联网金融的未来发展趋势做出了展望。报告认为，在行业监管方面，互联网金融相关业态的监管政策将逐步明确，行业开始进入规范发展阶段，技术型监管、穿透式监管将成为监管趋势。在行业融合方面，传统金融与互联网金融的融合、实体产业与互联网金融的融合都有加剧的趋势。在业务发展方面，将呈现出综合化、开放化的趋势，垂直化、精细化的趋势，以及技术化、智能化的趋势。报告特别提到了新技术，如区块链、虚拟现实、生物识别、语音识别、大数据风控、人工智能等对行业正在产生的影响。

精挑细选好物低价 极致服务送货上门

这个“11月11日”：京东就你身边

一年一度的“11月11日网购节”即将来袭，就在“剁手党”们跃跃欲试、准备开启“爆买”模式的同时，国内各大电商巨头也纷纷出手，使出“洪荒之力”，为迎接这场消费盛宴厉兵秣马。上周末，阿里天猫、京东商城等相继推出促销海报，拉开了“11月11日”大战的序幕。

从预热海报来看，阿里依旧主打“国际范”，以创意派风格展现，玛莎拉蒂、费雪、芭比等一众国际大牌结合天猫形象，并搭配“凡客体”的广告语，传递出一场“高大上”的狂欢派对形象。

相比之下，京东“反其道而行之”，不唱高调，不炫排场，用纪实派拍摄手法，展示了配送员走边疆、入深山、穿栈道等11个送货上门的具象画面。“记得第一次溜索，吓得我眼睛都不敢睁，现在熟练多了，全程不闭眼！”“沙漠里虽然风沙大，但特别有意思，同样一条路，今天看

到的沙丘，明天可能就没有了。”一行暖心独白，一段温情故事，透过快递小哥之口，道出了“11月11日，我就在你身边”的主题。“京东的海报人情味满满，既走心，也接地气！”“经常在京东买东西，他们的配送员服务没得说，认真又负责！”许多网民对京东的海报赞不绝口。

宣传造势大获成功，但能否俘获消费者的心，品质、价格、服务才是关键。10月18日，在京东集团举办的媒体沟通会上，京东集团高级副总裁、京东商城营销平台体系负责人徐雷表示，在经过了好多年的市场培育之后，消费者对于“11月11日”的态度越来越理性，渐渐回归到对品质和服务的精挑细选。今年，喧嚣娱乐和冲动消费将不再是京东的目标，京东将通过“好物低价”、“极致服务”和“智能体验”三大举措为消费者提供更好的选择。

好物低价 理性消费

“11月11日”经过八年的发展，消费者购物已呈现出“重计划、重需求、重服务、重品牌和重价值”等新特征，用户的购物决策不再以价格作为唯一参考因素，而是兼顾对品牌、品质、服务、价格等多重要求进行理性判断。

为此，京东在今年的“11月11日”旗帜鲜明地打出了“认真购物，买点好的”的口号，倡导消费者拒绝冲动、理性购物。今年将有超过十万的品牌参与“11月11日”促销季，其中超过70%的商品是当下的热销款，超过50%是今年的新品。值得一提的是，今年京东的“11月11日”将打造一个购物季的概念，而不仅仅是将消费者的购物需求压缩在一天。10月26日，京东“11月11日”购物季就将开幕，并延续至11月12日。

京东还将在品质和特色商品方面下功夫。例如，京东生鲜将首发纯散养原生态“跑步鸡”；京

东服饰将携手知名服装设计师，发布“11月11日”定制款；京东家电则在中国质量认证中心等权威检测机构帮助下，为消费者提供“京品推荐”的高品质小家电产品。

物流提速 极致服务

除了物美价廉，用户体验也在购物决策中占据越来越大的比重，而一向以物流服务见长的京东在今年的“11月11日”，更是将服务理念发挥到了极致。

据京东集团副总裁、京东商城物流规划发展部负责人傅兵介绍，“11月11日”购物季期间，京东将通过大数据分析预测，在原有线路基础上临时开通40余条干线以加快货物流转，以保证全国近百个城市的运输效率；此外，还将开通夜间上门接货服务，部分城市时间可延后至21点；11月11日当天，分布在北京、上海、广州、成都、武汉、西安、沈阳、杭州、深圳九大城市的京东3C品类

仓将进行联合提速，部分用户将享受到11月11日凌晨下单上午送达的极致体验。

智能体验 惠及全民

人工智能技术的广泛应用是另一大亮点。继今年6.18京东自主研发的无人机实现首次送货后，京东无人配送车将在“11月11日”开始首次送货试运营。其中，京东无人机送货将多地开花，让更多乡村消费者感受到智慧物流的快捷，帮助消费者更快拿到选购的产品。同时，京东“无人实验仓”即机器人仓+全自动分拣中心也将于“11月11日”前正式启动测试，全面利用人工智能、机器人和数据感知将人从繁重的体力劳动中解放出来。

“无人智能”产品之外，京东还在智能卖场JIMI无人客服、智慧赢销、智慧供应链等方面展开布局，这些项目都将在“11月11日”投入应用，让用户和商家全面受益。

(房浩)