

“双11”还能干得再漂亮点么？

——“冷眼”瞧一瞧“双11”之“热”

1 疑似“刷单”——各种“冠军”到底哪个是真实的？

每年“双11”最令人关注也是最有争议的，就是各种业绩数据。见得最多的有两个，一个是品牌方面必称“冠军”；另一个就是电商总的销售额数据。

“双11”一过，很多品牌都宣称自己拿到了“冠军”。可以说，几乎每一个细分层面，都可以成为“冠军”的计算条件。每家都可以说自己第一。有总冠军，比如小米电视方面透露，今年“双11”揽下了电视机六大尺寸当中天猫、京东和苏宁三大平台销量/销售额的总冠军，实现“全满贯”；还有单品冠军，科大讯飞方面透露，今年“双11”天猫、京东双平台的榜单中，讯飞翻译机是双平台单品类销售额连续三年双冠军，同比增长100%以上，而录音笔是双平台单品类销售额的双料冠军，还有阿尔法蛋智能故事机、智能办公本甚至智能语音鼠标，都是各自单项“冠军”……手机更加细分

化，荣耀宣布是三平台手机品类销量冠军，但不平台段位又有各自“冠军”，如三平台2000~2500元价位冠军是vivo的iQOO Neo 855，荣耀9X是1000~2000元价位单品销量冠军，等等。

而电商“双11”的总成交额，往往被人们所怀疑是否“刷单”。“双11”刚刚结束，有网友提出质疑，认为天猫2684亿元的数据，与4月份有人按照数学公式预测的2689亿元相差无几，并且追溯到过去10年的数据，认为符合公式化计算的结果，甚至预测2020年的“双11”淘宝销售额为3273亿元（或3301亿元）。由此怀疑，数据可能经过人工修饰，存在“造假”可能。

对此，天猫相关负责人回应称：“按照网友的逻辑，符合统计趋势的就是假的么……自嘲就算了，由此得出天猫双11数据造假，就是造谣了哦，要负法律责任的！”

2 消费破纪录——“双11”真要集中消费么？

数据飙升，每年都破纪录。很多人感慨：真的有必要一定要在“双11”消费？从商业规律上来说，“双11”说到底就是“集中消费”。

从11月1日开始，“双11”提前启动。京东方面统计了1日零点到11日24点的数据，总共收获2044亿订单金额；科大讯飞统计了1日到11日在天猫、京东双平台的销售额，同比增长128%；11月1日-11月11日期间，魅族旗舰

系列手机销量同比增长38%，手机客单价同比增长23%；即便像新锐智能手机品牌realme这样首次参加“双11”的品牌，官网最快58秒销量超过今年“6·18”全天，全平台销量超越“6·18”全天仅用时61分钟。

可以说，但凡参与“双11”促销的，都是“全胜而归”。天猫和淘宝总裁蒋凡在总结今年“双11”时表示：“‘双11’给中国消费者创造

文/羊城晚报记者 黄启兵

又是一年“双11”，天猫以2684亿元的总成交额创下了历史之最，刷新了商业纪录；京东方面从11月1日零点到11月11日活动结束，收获了2044亿元下单金额，既超过了京东2018年“双11”期间的1598亿元，也超过了今年“6·18”期间创下的2015亿元记录……

几乎可以说，每一个参加“双11”的都赚得盆满钵满，“热”到爆棚——不过，“双11”仍然存在着各种争议，完善细节，似乎未来还能再干得“漂亮”一点。

的价值，以及它代表的商业变革方向，比这个数字要重要得多。”体现在商家方面，“双11”逐渐成为新品首发的时段，不少国际国内品牌改变了原定的新品发布节奏，有超100万种新品“双11”首发。“双11”过后，很多品牌的促销热度持续保持。“双11”过后，还有众多“返场”活动，力度几乎与“双11”一致。实际上，“双11”形成长达10天左右的购物节。

3 成本代价——漂亮数字背后的开销是多少？

对于再一次破纪录的数字，很多网友表示：“我并没有贡献多少呀。”根据央行的结算数据，今年“双11”全国平均每个人花费大致为1000元。看到这个数据，很多人说“我又拖后腿了……”而各种数据漂亮的背后，隐藏着营销成本的数字。在深圳从事咨询业的张女士看到最终的“双11”成交额，直言：“都不知道其中的营销费花了多少呢？”

每年的“双11”电视晚会火热热闹，今年苏宁易购高姿态加入到湖南卫视直播节目中，请来了包括女排姑娘们在内的众多大咖，投入力度不可谓不大。在网络渠道，今年“双11”商家参与淘宝直播的热情高涨，淘宝直播在美妝、服饰、食品、家电、汽车等行业几乎成为标配，由直播引导而成成交额

长甚至超过400%，“带货”效应非常明显。

但同时也传出了网红直播涉嫌虚假宣传的消息，最为知名的网红直播人李佳琦，被指涉嫌“虚假宣传”。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍在接受采访时表示：“网红带货很多涉及虚假宣传。”由于主播佣金被爆多为销售额20%，很多商家下了“血本”。但赶着“双11”的消费大潮，“不做又不行，做又很难做”。

对于消费者来说，“双11”的确有很多令人动心的优惠，但未必是刚需消费。“去年‘双11’买的纸巾还没用完呢”，这已经成了一句“双11”经典。“双11”如何实现供需平衡，保持适度、可持续发展，恐怕不只是商家，也是消费者需要静思的问题。

4 消费升级——“双11”要为何而狂欢？

但不管争议如何，“双11”的确确成为了消费生活中的一件大事。从消费品类看，消费升级趋势相当明显。在智能类产品方面表现得更为突出。新锐品牌绿米联创“双11”当天24小时内实现全平台销量同比增长200%，头一小时二十分钟时间里，智能家居全品类全网销售额破亿元；科大讯飞面向消费者的智能产品，贴近消费者“AI+办公、AI+教育、AI+翻译”等多方面需求，消费者业务如今接近科大讯飞销售收入的40%，诠释了“用人工智能赋能幸福生活”。

此外，最近两年热门的海外购，根据消费需求反馈给制

造商的“反向定制”，业绩非常好。甚至连快递物流配送都在提升购物体验。京东“双11”的自营物流商品实现了92%的24小时内送达率。而且，“绿色双11”的理念正在兴起。今年“双11”，菜鸟电子面单将帮助全行业减少50多亿张纸，智能装箱算法平均减少15%包材使用，快递公司每天投入超过800万个环保集包袋，2万辆新能源车上路开跑。苏宁方面逐步改用可回收的包装箱。

总的来说，“双11”的确在改变着我们的生活。如果很多细节进一步完善，“双11”还能做得既漂亮且更有质量。

广州终于要“入秋”！秒变风衣的衬衫裙立即应变！

文/羊城晚报记者 林清清 图/品牌供图

据说冷空气终于来了，广州本周内一定“入秋”？每天盼着冷空气来为衣橱换季的时髦精，对于这样令人纠结的天气，有什么秘籍？到底要穿什么，才不冷不热又潇洒？



风衣不能承受之热，交给衬衫裙！
大家都知道，秋天的造型神器是风衣。一件上身，挡风又飒爽。然而以广州目前天天听闻风响、气温30℃的状况，恐怕也会常常面对风衣不能承受之热。这个时候，可以把百变又舒适的时髦任务，交给衬衫裙。无论是通勤还是见朋友，都干脆利落。天气稍冷，或是要变换个造型，把衬衫裙扣子打开，腰带系法改为向后，立刻就变成一件秋天标配风衣！内里搭配裙子或铅笔裤，都一样穿出职场精英的风姿飒爽！

基本款外，还有温柔如花潇洒复古甜心款？

风衣经典款几百年不变，似乎只有卡其色、黑色需要选择，为广大选择困难症患者解决烦恼。但是时髦精是不会满足于总是以经典款出现的。毕竟还想着换季为自己的衣橱添几件新衣。所以今年的衬衫裙，除了简单利落的基本款，还有更多温柔如花盛放款、潇洒如摇滚青年款、复古如

甜心姐儿款……等等的出现！
简单来说，就是款式更夸张温柔些，原先经典款风衣的大部分直线条，变得更曲线一些；颜色也更粉嫩多姿一些，材质更大胆奔放想象力丰富一些！
下摆更宽大，是一个明显的特征。《致命女人》中60年代“粉红芭比”的造型，常常以束腰和蓬蓬裙，突出腰臀比。韩范的衬衫裙也类似这样的做法。以更宽大多褶皱的下摆，视觉上增加腰臀比，令衬衫裙风衣原本比较精干飒爽的风格中，加入一丝温柔。
细节更多彩，是今年的时髦重点。材质就先从基本款的纯棉，扩散到丝缎质地、雪纺、牛仔布、仿皮……让你在各种不同质感的软硬对比中，找到突出的风格。

最时髦，看腰部细节！

这样一件衬衫裙风衣，造型简练。你要突出时尚感，就要在细节下功夫。今年的细节亮点，是腰部。例如看似最普通的风衣腰带，换上夸张大扣子，就能增加整体造型感，立刻聚焦目光。
今年流行的大腰封，你也可以用到衬衫裙上，立刻为朴素基本款风格的风衣，增加了复古夸张气质的衬衫裙，除了简单利落的基本款，还有更多温柔如花盛放款、潇洒如摇滚青年款、复古如

私募基金突破8万只 阳光私募规模已达2.47万亿元

羊城晚报记者 陈泽云

近日，中国证券投资基金业协会公布的数据显示，截至10月底，在中基协存续备案私募基金80650只，较9月增加930只，环比增长1.17%，数量达到了历史性的峰值。

新增基金930只

截至今年10月底，在中基协存续登记的私募基金管理人共24404家，较9月存量机构增加5家、环比增长0.02%；存续备案私募基金80650只，较9月增加930只，环比增长1.17%。存续备案私募基金数量达到了历史性的峰值。

与此同时，私募基金管理规模达13.69万亿元，较9月增加2986.42亿元，环比增长2.23%。
值得注意的是，10月增加的930只基金主要来自私募基金投资和私募股权投资领域。具体来看，截至10月底，在中基协存续备案私募证券投资基金40615只，基金规模2.47万亿元，较9月增加1142.01亿元，环比增长4.85%；私募股权投资基金28222只，较9月增加262只，基金规模8.53万亿元；创业投资基金共计有7623只，较9月增加91只，基金规模1.09万亿元。

从存续登记私募基金管理人的注册地域分布来看，截至10月底，上海、深圳、北京、浙江（除宁波）、广东（除深圳），仍为基金管理人主要集中地，总计占比达71.28%。

从存续登记私募基金管理人管理的基金规模来看，截至10月底，数量最多的仍是资金规模在1亿-5亿元的基金，共计4517家；其次则是规模为0.5亿-1亿元的基金，为2355家；再者，即是规模



为5亿-10亿元的基金，共计1226家。而管理规模在100亿元及其以上的仍占少数，共有260家。中小规模基金仍为我国私募股权投资领域的主力军。

大批产品收益不错

今年以来，上证指数从年初的2493.9点增到目前的2905.24点，上涨了16%。市场结构性行情给了机构投资者不错的赚钱机会，有917只私募产品收益超过50%，大幅跑赢同期大盘指数。

根据私募排排网数据中心的统计，今年前10月，共有127只产品收益翻倍，最高收益逾15倍，为1587.88%。从地区分布来看，127只收益翻倍的私募产品中，有108只来自上海和广东，占比74.02%，从投资策略来看，今年以来收益翻倍的产品中主要由主观策略贡献。

作为国内早期的私募重镇，北京、上海、广州与深圳四地翻倍产品分别是9只、35只、2只和49只。对于翻倍私募主要集中在沪深两地，私募排排网也表示，一方面，从策略上来看，近年来收益翻倍的私募集中在股票策略上，量化策略表现一如既往的稳健，但收益不会太高，期货策略今年比较难做，因为期货市场绝大多数品种没有明显的趋势行情；另一方面，广东地区私募基金管理人背景比多样化，风格相对偏激进。

建信基金：MLF利率下调释放积极信号

11月5日公告显示MLF利率下调，当前时点进行调降MLF利率的操作，在一定程度上超出市场预期，引发关注。建信基金认为MLF利率下调对股市形成利好，在促进实体经济发展的同时，也稳定了市场对宏观流动性和市

场资金面的预期，股市活跃度有望提升。投资者可关注建信基金旗下绩优权益类基金，布局股市，建信战略精选、建信大安全、建信健康民生年内回报均超50%，排名全部位居可比产品前10%，为投资者创造了可观的回报。

近年来，邮储银行广东省分行坚决贯彻新发展理念，积极践行绿色发展战略，立足服务实体经济，大力支持绿色产业，丰富绿色金融产品和服务，绿色金融业务取得阶段性成效。截至今年8月末，邮储银行广东省分行共发放绿色贷款302笔，贷款余额101.17亿元，较年初增长36.52%，在全省法人贷款中占比达10.60%。

强化绿色金融政策导向

新理念需要新作为。近年来，为发展绿色金融，助力污染防治，确保绿色金融理念在全行落地生根，邮储银行广东省分行做了多方面努力。
在组织领导方面，充分发挥党委总揽全局、协调各方的领导核心作用，形成工作合力。省分行成立了绿色银行建设领导小组，环境风险专项排查领导小组，党委书记、行长刘义龙担任领导小组组长，相关部门负责人担任领导小组成员，前中后台多部门分工协作，协同联动，深化落实。

在制度体系方面，通过完善绿

创新绿色金融产品

按照“风险可控、商业可持续”的原则，邮储银行广东省分行优选成熟细分领域及污染防治重点攻坚板块，推进绿色金融产品与服务创新，加大传统信贷领域支持力度，积极探索绿色债券、绿色理财、绿色普惠金融等产品与模式创新，丰富服务体系。

邮储银行广东省分行绿色金融的创新主要体现在三个方面。一是创新绿色金融产品体系。如肇庆市分行在人民银行的指导下，积极探索“绿色金融+生态补偿”有效

邮储银行广东省分行：绿色金融绘就绿水青山



邮储银行信贷客户经理在肇庆市生态林调研

色银行建设相关的各项制度，将绿色信贷发展理念融入业务流程中。制定下发《中国邮政储蓄银行广东省分行绿色信贷发展工作方案》，明确了工作目标和八项重点工作内容；下发《中国邮政储蓄银行广东省分行关于打好污染防治攻坚战和发展绿色金融的指导意见》和《中国邮政储蓄银行广东省分行加强绿色银行建设三年规划》，将工作进一步落实到机构、部门、人员；结合全省及各地市的地域特点、特色产业、经济金融发展状况等，连续三年在《广东省分行年度授信业

务发展指引》中增设绿色金融相关政策，明确当年的发展目标和风控要求。在激励机制方面，将绿色银行建设情况纳入全行绩效考核、“开门红”旺季营销、授信管理评价等考核体系中，做到“月月监测、季季通报、年年考核”。将各二级分行的绿色信贷发展情况直接与领导班子的绩效考核挂钩，将信贷人员的绿色信贷管理情况与个人的考核积分挂钩，完善正向、反向激励反馈，提升二级分行发展绿色信贷的积极性和主动性。

目前，我省移动展业业务交易量长期排名全国第一；电子银行交易替代率达95.74%；智能自助设备布放达到1769台；信用卡电子账单替代率达97.5%。三是积极利用互联网、云计算、大数据风控等先进技术，推出并不断丰富完善“邮e贷”系列网络信贷产品，大力推广互联网贷款、公积金信用贷款等新产品和网贷通、卡贷通等新功能，实现贷申请、调查、发放的线上全流程办

完善绿色金融信贷体系

邮储银行广东省分行不断完善绿色金融制度体系，突出“绿色信贷”导向，合理配置信贷资源，充分发挥信贷支持节能减排和淘汰落后产能的重要作用。在业务准入、审查审批中，均进行环境影响评价，将客户的环境和社会风险管理合规性作为重要的调查审查内容，对于历史出现环保处罚等情况的逐一向客户核实处罚原因与整改情况，向客户传递环保要求，综合客户环境表现判断是否准入。严格执行环保“一票否决”制，截至目前均未准入存在重大环境、安全生产等违法违规企业。同时，在额度持续使用条件中列明不得出现重大环

加大绿色产业金融支持

近年来，邮储银行广东省分行按照有保有压的原则，持续加大对绿色、低碳、循环经济的支持力度。截至今年8月，支持“绿色交通運輸项目”结余72.72亿元，“可再生能源及清洁能源项目”结余11.55亿元，“工业节能节水环保项目”结余8.10亿元，“建筑节能及绿色建筑”结余5.15亿元，“垃圾处理及污染防治项目”结余1.97亿元，以及其他相关绿色项目结余1.60亿元，全行“绿色信贷”投放基本覆盖监管统计范围内的各领域和项目类型。

在邮储银行支持的绿色产业中，有许多可圈可点的案例。广东粤电中山热电厂有限公司规划建设4台

负面风险事件，持续规范客户环境表现。

健全环境风险防范机制，持续对辖内环境风险予以监测，对核实的风险情况下发信管提示函，自2017年至今共下发8份风险提示函。主动监测防止环境风险向信用风险转化，提升全行环境社会风险管理水平。深入开展信贷环境风险专项排查活动。在总行的统一部署下，2017年-2019年邮储银行广东省分行均开展以环境风险为主题的专项排查工作；此外，根据风险监测情况，2018年自主组织了两次专项排查，通过排查工作确保及时发现信贷风险、妥善化解了信贷风险。

300MW级高效、环保燃煤热电联产发电机组。项目投产后向中山市高平工业区及三角镇核心镇区用热企业提供可靠的优质蒸汽，实现热电冷三联供。邮储银行中山热电厂放款8笔，合计放款金额29830万元，放款进度达74.5%，远高于银团放款进度。
高铁客运项目具有能源消耗低、环境污染低、经济效益高等特点，是典型的绿色信贷项目。今年第二季度，邮储银行广州市分行共向广东梅汕客运专线有限责任公司发放贷款4.5亿元，贷款结余达到7.5亿元，助力绿色交通建设，推动山区跨越式发展。
文/戴曼曼 陈敏 郑雪