这届11.11有些不一样！
拼多多官宣，国货、农货“破圈”

文/沈钊 图/受访者提供

今年的11.11有些不一样。近日，新电商平台拼多多首次官宣今年11.11的相关玩法，这也为走到第13个年头的11.11注入了新活力。今年的11.11，不再只是国际大牌的狂欢游戏，拼多多的入局，让优质国货和农产品品牌在这届11.11中变得更具声量。

据拼多多介绍，今年11.11平台加码百亿补贴力度，联合国内外一百余家旗舰品牌，用“好货不用等，好价就现在”的简单无套路玩法，为平台8.5亿消费者不仅送上“好牌子”，更要送来“好实惠”。其中，拼多多将重点倾斜百亿补贴等平台资源，全面助力优质国货和农产品品牌。

▲11月5日，拼多多宣布开启“好牌子 好实惠”11.11狂欢，并将联合央视、湖南卫视等共同举办“超拼夜”系列活动

A 农产品品牌的11.11元年 新电商助力兴农富农

作为全球最大的苹果生产国，中国苹果以国内鲜食消费为主。“我国的苹果主产区，不少位于丘陵沟壑之地，是贫困高发地带。”西北农林科技大学教授、国家苹果产业技术体系前首席科学家霍学喜表示，小苹果的销售是关系兴农富农的大事。

而今年的11.11恰逢全国苹果丰收季，作为最大的农产品上行平台，拼多多平台专门举行11.11苹果狂欢节，狂补山西万荣苹果、四川盐源苹果、山东荣成苹果、甘肃花牛苹果等国家地理标志产品及其他农产品品牌。

上述苹果产业当中，不乏年轻的本地苹果企业品牌，它们在拼多多年销售额超过1亿元，并且还在保持同比翻倍的高速增长。这些商超品质的产地优果与热度常年居高的苹果手机一样，都能获得拼多多百亿补贴等资源的加持。

山西“果二代”王震就是在拼多多上销售万荣苹果的典型代表。通过以“百亿补贴+日常销售”的组合拳，王震满足不同用户的购买需求。去年，他带领团队及合作社实现电商销售超过1.2亿元，同比增长翻番。

而在今年11.11期间，由于订单量上涨，王震安排了更多工人承担打包、发货，这些工作机会被优先分配给合作社的种植户，助其增收。“平常，打理果园之余，种植户们也可到果库帮忙，获得额外收入。”王震表示，由于拼多多单量稳定，合作社目前已实现统一选种、统一采购农资、统一种植标准、统一收储销售，农民入社意愿高，200多农户形成合力，又从供应链端保障了店铺的可持续发展。

而这只是拼多多兴农助农的一个缩影。近日，拼多多还宣布，从今年11.11活动起，百亿补贴将继续对农产品保持零佣金，并持续向农产品品牌倾斜流量资源、运营支持等。

记者梳理发现，目前百亿补贴已经覆盖的农产品领域，包括中粮、统一、盼盼、康师傅、今麦郎等众多农产品加工品牌，以及本土成熟的初级农产品地标品牌与崛起中的水果地标企业品牌。

拼多多11.11相关负责人表示，拼多多腿上沾泥，从农产品起家，今年将继续加大力度聚焦农业品牌。“从苹果到‘苹果’，我们持续补贴中国本土农产品品牌，也补贴iPhone，我们的努力方向，永远是让平台消费者过上性价比、高品质的生活。”

◀四川盐源苹果产区的种植户廖顺安。他家果园今年“11.11”期间的品牌好果，全部供给电商平台拼多多 李里 摄

在拼多多出现以前，以11.11为起点，几乎所有电商平台都热衷造节。伴随着数量增多的节日，还有不断推陈出新的玩法：从发券到凑单，从定金到预售。对于消费者来说，11.11玩法越来越复杂，一度磨掉很多人的耐心，甚至成为鸡肋。

艾媒咨询发布的《2021年双十一购物节消费者行为洞察及画像》显示，2021年中国网民不打算参加本年度11.11购物节的原因，有47.1%是因为套路太多，没有购物需求占比29.4%，优惠力度不够仅占比23.5%。

拼多多则不存在这样的问题。“我们的百亿补贴不设上限，直减无套路，所售产品均为同品全网最低价，并且都是现货销售，没有定金和预售，下单就发货，无需为了凑单满减而做数学题。”拼多多11.11相关负责人表示，由于覆盖范围广、让利幅度大，拼多多80后、90后年轻消费人群，越来越认可国货品牌，带来巨大的市场增量需求。

上海家化电商总经理朱麟宇则表示，上海家化旗下美加净、启初、六神等12个知名品牌均已在拼多多开设官方旗舰店，截至目前整体业务保持同比三位数增长。11.11期间，上海家化多款品牌明星产品在拼多多迎来热卖，既有像美加净的微凝珠精华等新品，也包括启初的水润保湿面霜等爆款产品。

目前，众多国货品牌包括九阳等小家电空气炸锅，立白洗衣凝珠等新生活方式洗涤品类，张小泉等老字号国货刀剪，上海家化的美加净、启初等护肤品，以及倍轻松等健康智能按摩器硬件，都在拼多多迅速实现了销量10万+，既在拼多多一二线城市消费者中热卖，又惠及了三四线城市人群，服务于中国最广泛的消费群体。

“这些品牌方在平台清楚地看到整个消费市场的容量以及增速，我们也将持续帮助国货传统品牌焕新，以及国货新潮品牌崛起。”拼多多11.11相关负责人表示，从这些国货品牌在拼多多的销量以及受欢迎程度来看，国货品牌正在搅局11.11长期以来国际大牌为中心的消费风潮。

B 国货新潮品牌崛起 国货传统品牌在拼多多上焕新

今年11.11，拼多多宣布重点携手百家官旗品牌，补贴加码新国货。活动期间，拼多多重点倾斜百亿补贴等资源，携手新国货品牌，上演重磅补贴大戏。包括九阳、格兰仕、立白、洁柔、上海家化、张小泉、箭牌、倍轻松、科沃斯、鸿星尔克、回力、周大福、良品铺子、蒙牛、鲁花、美特斯邦威等众多国货品牌，都通过拼多多平台官方旗舰店，百亿补贴、联名定制等多种形式，联手平台展开11.11狂欢活动。

作为中国本土日化用品的领军企业，立白集团电商副总经理郑殷宁表示，立白集团官方旗舰店自入驻拼多多以来，所有产品全线覆盖拼多多平台，销售连年高速增长。目前，立白集团已在拼多多收获超过800万购买用户，并且规模还在高速扩大。立白集团已与拼多多达成战略合作，希望将拼多多打造成立白线上最核心的增长渠道。

“我们刚与拼多多达成全方位的战略合作，启动品牌官方旗舰店的矩阵建设，全面布局厨具、个护、园林等领域。”张小泉电商总经理周丽表示，作为拥有近400年历史的老字号国货品牌，张小泉目前电商渠道以拼多多销售增长最快。她发现，拼多多覆盖的很

C 消费回归理性 拼多多致力打造“每天都是11.11”

首创的百亿补贴受到消费者热烈欢迎，现已成为各大电商平台像素级学习的运营模式。

拼多多平台数据显示，从国货品牌在拼多多的销量以及受欢迎程度来看，越来越多11.11“剁手党”正向理性消费转变，“薅羊毛”向品质消费转变，迈向高质量发展成为全社会11.11发展的新消费趋势，展现了新发展格局下中国市场的活力与全民消费热情。

北京师范大学发布的《2021网购消费信心指数调研报告》显示，目前中国网购消费者的信心指数趋势向好，正在温和上涨。网购消费人群越来越注重商品的高性价比，同时，国货品牌正在引领新电商平台的新消费潮流。

在消费者心中，11.11的本质其实是一场集中让利优惠，让消费者多买东西，多囤货的购物节。2019年拼多多发起的百亿补贴，堪称11.11等造节运动迎来的一场挑战。拼多多11.11相关负责人表示，拼多多将基于以消费者为本、“多实惠、多乐趣”的价值理念，朝着打造“每天都是11.11”的目标坚定迈进。

金发科技“70亿口罩订单说没就没”有新余波

子公司总经理内幕交易，广东证监局没收违法所得35.84万元并处70万元罚款

羊城晚报记者 丁玲

金发科技（600143）去年曾因“70亿KN95口罩订单说没就没”备受关注，除公司及董事长袁志敏、董秘宁凯军因存在信息披露违法行为被广东证监局下发警示函外，更引发市场对订单真实性的质疑。如今，这事有了令人意外的新进展，原来其中还存在内幕交易情况。根据广东证监局近日披露的行政处罚决定书，美国金发（金发科技子公司）总经理聂德林在重大合同签订的内幕信息敏感期内，利用他人账户内幕交易金发科技，账面获利约35.84万元。

金发科技的医疗健康板块经营业绩已大幅下滑 图/视觉中国

内幕交易账面获利约35.84万元

行政处罚决定书显示，2020年5月4日，金发科技与美国红岩公司召开网络远程会议，对口罩采购合同进行初步商谈，金发科技参与人员有董事长袁某敏及营销中心总经理吴某等人。

5月6日晚，吴某通过企业微信致电美国金发（金发科技子公司）总经理聂德林，请聂德林对采购合同买方（美国红岩公司）的企业背景进行尽职调查，并将包括口罩每周供货量和价格等条款在内的交易框架协议初步文本发给聂德林。聂德林确认收到文本，安排人员对美国红岩公司开展尽职调查，并于当天汇报了尽职调查结果。

5月7日至8日，采购合同双方就交易框架协议内容继续进行沟通，并达成一致，确定了中英文版本。金发科技参与讨论的人员有吴某等人。5月16日，金发科技收到美国红岩公司在交易框架协议下的具体采购订单，订单金额为97500万美元；5月17日，金发科技确认采购订单，并于当日下午向上交所申请公告；5月18日，金发科技披露了《金发科技股份有限公司关于子公司签订特别重大合同的公告》。

广东证监局称，金发科技子公司广东金发科技有限公司与美国红岩公司签订口罩采购合同事项，属于《证券法》所述重大事件，构成《证券法》所指的内幕信息。内幕信息敏感期为2020年5月4日至18日，吴某等人为内幕信息知情人，聂德林因所任公司职务知悉内幕信息，知悉时间不晚于5月6日晚上。

经查，2020年5月7日至15日，聂德林利用“李某丽”证券账户（李某丽曾系聂德林家保姆）和“王某玲”证券账户（王某玲系聂德林配偶的姐姐）内幕交易“金发科技”。上述账户交易“金发科技”资金均来源于聂德林，通过聂德林或其亲友账户转入，由聂德林实际控制和决策，下单委托使用的手机号是聂德林本人手机号。据统计，上述证券账户合计买入“金发科技”约17.47万股，成交金额达195.45万元。截至2021年3月31日，上述账户未卖出“金发科技”，扣除交易费用后，上述交易账面获利约35.84万元。数据显示，2020年5月7日至2021年3月31日，金发科技股价涨幅超104%。

据此，广东证监局责令聂德林依法处理“李某丽”账户和“王某玲”账户非法持有的股票，没收违法所得35.84万元，并处70万元罚款。

医疗健康板块业绩“塌方”式下滑

2020年8月9日，金发科技（600143）因发布一则“70亿KN95口罩订单说没就没”的公告备受关注。公告称，此前与美国某公司签订的9.75亿美元KN95口罩订单，因一直未收到买方按订单应支付的40%前期款项，且买方并未对此合同订单是否继续履行予以有效回复，公司方面认为此合同订单实际已经终止。此事除让公司及董事长袁志敏、董秘宁凯军因存在信息披露违法行为被广东证监局下发警示函外，更引发市场对订单真实性的质疑。不过截至目前，关于“70亿KN95口罩订单说没就没”的具体原因，仍未有进一步的披露。

公开资料显示，以往金发科技的主营业务与口罩生产并不沾边，直至去年3月，上市公司的子公司广东金发科技有限公司才开始转产口罩。疫情之下，医疗健康板块带动公司业绩爆发。根据2020年年报，受新冠病毒疫情影响，2020年全球医疗物资需求激增。医疗健康方面，金发科技开发出熔喷布、口罩、丁腈手套等产品，迅速占领市场，为公司带来新的利润增长。报告期内，公司产品销售区域包括6大洲30多个国家和地区，实现销售收入27.10亿元，毛利率为76.06%，营业利润为20.61亿元。

不过，如今金发科技的医疗健康板块经营业绩已经出现“塌方”式下滑。半年报显示，报告期内，公司医疗健康产品实现销售收入8.55亿元，同比下降47.86%。对此，金发科技表示，随着疫情常态化，国内外居民的医疗防护意识、个人卫生习惯和消费观念有所改变，医疗健康产品逐步转变为必备的防护用品。同时，随着产品价格理性回归，医疗健康产品盈利水平较去年同期大幅下降。

上投摩根李德辉：市场底部渐近 均衡配置或更优

结构分化行情下，如何把握明年乃至更长期的投资机会？对此，上投摩根基金经理李德辉指出，当前市场并无大的系统性风险，流动性也有望好转，但底部的过程可能走得比较纠结。展望未来，市场右侧的拐点或将在明年一季度或二季度出现。对于投资者而言，均衡配置仍是较优的投资策略。

李德辉在均衡成长投资领域有着深厚的研究造诣，在市场上有着“成长中的稳健派”的美誉，其管理的代表产品上投摩根科技前沿混合型基金中长期业绩领先。（杨广）

华夏中证机器人ETF重磅开售

当前我国新旧动能转换，不仅制造强国大势下对产业机器人的需求爆发，数字化转型背景下对服务机器人、特种机器人的需求也迅猛增长，机器人产业正迎来跨越式发展的窗口期。在此背景下，据华夏基金11月5日公告显示，华夏中证机器人ETF（代码：562500）于11月11日开始募集，成为投资者把握机器人产业机遇的优质新工具。

机器人ETF的管理人华夏基金，在国内ETF领域占据领头羊位置，旗下多只行业ETF的规模与流动性，都在同指数ETF中持续领先。（杨广）

建信基金再推新品龙祥稳进FOF

公募FOF问世以来，因投资稳扎稳打而受到投资者们的持续青睐。截至9月底，FOF产品数量已达195只，管理规模合计1884.62亿元，成为大众投资理财的有力工具。近期，建信基金再度推出新产品——建信龙祥稳进FOF，该产品属于FOF里风险收益特征相对稳健的品种，由建信基金资产配置及量化投资部总经理梁珉亲自担纲。

作为新产品的“操盘手”，梁珉拥有16年丰富的证券从业经验，是国内最早一批公募FOF基金经理之一，在资产配置、子基金选择、风险控制等多方面实力出色。（杨广）

聚焦A+H互联网龙头 工银沪港深互联网ETF发起式联接首发

今年以来，A股和港股互联网科技巨头均遭遇了剧烈回调。汇聚沪港深三地互联网主题龙头公司的中证沪港深互联网指数，自2月中旬触顶后便开启了长达数月的调整模式，相比当时的高位，目前跌幅近30%。尽管互联网科技板块年内历经深蹲，市场分析人士普遍不悲观，在他们看来，当前政策监管到达尾声，板块长期成长空间依然巨大。在信息技术产业升级面临革命性机会的背景下，科技领域的龙头企业发展尤其值得期待，短期波动提供更好的买入机会。据悉，工银沪港深互联网ETF发起式联接于11月11日起迎来发行，助力场外投资者一键把握A+H互联网龙头公司投资机遇。

工银沪港深互联网ETF发起式联接，密切追踪中证沪港深互联网指数。中证沪港深互联网指数从沪港深三地市场中选取50只流动性较好、市值较大的互联网上市公司股票作为指数样本股，以反映沪港深三地市场互联网主题上市公司股票的整体表现。该指数成份股包含美团、腾讯控股、小米集团、东方财富、广联达、恒生电子、科大讯飞等互联网龙头企业，覆盖了生活服务、社交、游戏、金融服务、医疗等各个赛道，集中呈现中国互联网行业的巨大发展潜力。

据了解，工银沪港深互联网ETF发起式联接拟由工银瑞信基金指数投资中心研究负责人刘伟琳执掌，她具有7年投资管理经验，ETF管理经验丰富，目前担任工银沪深300ETF及其联接、湾创ETF及其联接、工银中证500ETF及其联接等多只指数产品的基金经理，该基金的标的ETF——互联网龙头ETF也由其掌舵。（杨广）