

购物狂欢比往年来得更猛烈一些

天猫“双11”，南通人花了30.5亿元

晚报讯 2020年“双11”，比以往来得更早一些。从11月1日开始，“剁手党”们就在买买买的热潮中步入节日狂欢。11月1日至11日，天猫“双11”全球狂欢季成交额达4982亿元，同比增长26%。记者昨天从阿里巴巴集团获悉，今年天猫“双11”全球狂欢季活动中，南通人“买买买”的热情依然高涨，11月1日至11日累计消费金额达30.5亿元。

从去年的狂欢节到今年的狂欢季，今年双11大促活动，提前开售并延长售卖期成为一大特征。11月1日零点开始，网友们就在支付预定商品尾款的热潮中迎来首波购物高潮。11月11日正日子，消费者的购买热情再度集中释放。0时26秒，天猫双11的订单创建峰值就达到58.3万笔/秒，是2009年首次天猫“双11”时的1457倍。

据阿里巴巴集团数据显示，今年天猫“双11”狂欢季中，江苏人11月1日至11日共消费419亿元，成交额排名全国第三。其中，省内消费排名前5位的城市依次为苏州(91.5亿元)、南京(81.5亿元)、无锡(50亿元)、常州(31.5亿元)和南通(30.5亿元)。

从南通消费者的年龄结构看，80后和90后是消费主力，分别占消费总人数的32.1%和29.9%，70后以20.5%的占比紧随其后，60

后、00后、50后消费者相对较少，分别为8.6%、7.1%和1.8%。

今年天猫“双11”，南通人最爱买哪些商品？相关数据显示，南通人最喜爱的商品一马当先的是手机，牢牢占据各年龄段最爱商品Top5的前两位；羽绒服也是“大众情人”，除了00后外，上榜其他各年龄段的最爱商品Top5。此外，卫浴用品50后至80后人群都爱买。当然，不同年龄段的南通消费者对商品也各有喜好。相比羽绒服，00后更爱买卫衣，最爱商品前5名分别是手机、卫衣、休闲鞋、面部彩妆和面部护理套装。90后在打扮方面也没少花心思，面部护理套装、面部精华、休闲鞋等都是最爱，80后、70后最爱买裤子，60后、50后最爱商品Top5中出现了沙发、床、柜子等大件。

南通消费者最爱品牌方面，苹果、华为、美的、上汽大众、海尔都是热门。细看各年龄段喜爱的品牌，00后偏爱耐克、李宁、完美日记，90后偏爱小米，50后偏爱索菲亚。

值得一提的是，今年天猫“双11”期间，全国产业带集体“爆发”，表现亮眼，展现出强劲的增长势头，总体成交额同比去年增加13.7倍，珠三角、长三角一带“头部”产业带示范效应显著。在全国产业带同比增速Top10中，南通家纺产业带荣登榜单。

记者张亮

“双11”南通网络零售额全省第四

服装鞋帽、针纺织品最畅销



在南通某在线商务有限公司的仓储中心内，工作人员对买家购买的商品进行打印快递单、配货、包装，一片忙碌的场景。
记者徐培钦

晚报讯 “双11”购物狂欢季落幕，线上买买买暂告一段落。记者昨天从市商务局了解到，南通电商零售今年“双11”期间频频发力，不少商家提前备战仍异常忙碌，其中网络零售最多的商品门类为服装鞋帽、针纺织品。

近年来，南通电子商务发展迅速，在市场基础、商业环境、运作模式及其他领域建立了一定优势。截止到10月底，全市共有电商企业店铺164029家，占全省比重达8.1%，涉及服装鞋帽、针纺织品、日用品、粮油、食品、化妆品、家用电器、家具等20多个门类，其中服装鞋帽、针纺织品的网络销售占比高达60%以上。

“双11”购物节期间，江苏省网络零售额排名前三的地市分别为南京市、苏州市和无锡市，网络零售额占比分别为49.0%、23.6%

和7.1%。南通排名全省第四，网络零售额达472601万元，占比4.6%。

从江苏省各地市的优势实物行业分布来看，“双11”购物节期间，网络零售额排名前三地市的优势实物行业分别为“家用电器和音像器材”、“服装鞋帽、针纺织品”和“家用电器和音像器材”，网络零售额占比分别为40.3%、43.8%和33.8%。从南通数据看，排名前三的优势实物行业分别为“服装鞋帽、针纺织品”、“家用电器和音像器材”和“日用品”，网络零售占比分别为71.5%、6.2%、6.1%。

随着线上经济的兴起，越来越多电商利用直播带货来拓展市场。据了解，“双11”购物节期间，监测到江苏省直播活跃达人主播数1386个，活跃自播店铺数11694家，累计直播204171场，累计观看46899.4万人次。其中，南通直播场次数为13555场。

记者刘璐

“共享单车”竟成非法集资的幌子？主犯被判十年

现；2018年年初，等马公司更声称已经倒闭……那么事情真相究竟如何呢？

2017年3月，廖某强成立成都等马风投科技有限公司，其业务是经营共享单车。等马公司成立后，廖某强订购了约600辆印有TiBiKe字样的单车并将其中约400辆投放到成都市温江区运营。

2017年下半年，廖某强、肖某等向社会进行公开宣传，称以每辆400元的价格让投资者认购单车，投资款由等马公司购买单车投入运营，投资者每投资一辆单车，每天可获得2元收益，即投资年化利息为182.5%，车主可以在公司APP提现现金。

等马公司为投资人提供委托运营服务后，获取投资人所有的共享单车运营所产生的收益分成，并承诺租赁期内单车的损坏、丢失均

后，00后、50后消费者相对较少，分别为8.6%、7.1%和1.8%。

找准“跑道” 危中抢机 南通机场航空货运逆势飘红

由于今年“双11”电商购物节提前“开跑”，南通机场也于11月1日起提前迎来运输旺季。11月12日起，南通机场还新开哈尔滨及乌鲁木齐2个临时全货机航班，多措并举保障航空货运高峰。

今年以来，南通机场找准发展“跑道”，危中抢机、趁势而上，航空货运实现逆势飘红。据统计，今年1至10月，南通机场累计完成货邮吞吐量43086.3吨，同比增长30.7%；累计完成国际及地区货邮吞吐量5351吨，是去年同期的16倍，增幅列全省第一。

助力“双11”， 日均增加150吨全货机运力

昨天，28吨家纺、鞋帽、电子产品等南通“特产”乘坐“双11专机”，从南通机场启航飞往乌鲁木齐，架起一条连接中国东部与西部地区的“空中货运快线”。当天，顺丰航空在南通新开乌鲁木齐、哈尔滨2个全货机航班，通过提升点对点的快递运输效率，更好地满足电商企业和消费者的硬性需求。

早上9时许，在南通机场国内货运仓库，前来装卸货物的物流车辆络绎不绝。南通沪通空港物流发展有限公司副总经理章株峰介绍，针对“双11”物流高峰，机场提前做好运力储备，在原有深圳、天津、泉州等国内航线基础上，11月1日加密了深圳全货机航班，12日起新开哈尔滨及乌鲁木齐临时全货机航班，每天增加约150吨国内全货机运力，助力“双11”货运旺季。

据统计，11月1日至11日，南通机场国内全货机、客机腹仓累计运输国内进出港货物1883.875吨，同比增长29.8%。章株峰介绍，“预计‘双11’运输旺季将持续21天左右，因为保障周期拉长，目前我们没有出现爆仓的情况，相对较为平稳。”

“危中抢机”， 国际物流实现突破性成长

和繁忙有序的国内业务相对，在南通机场国际货运仓库内，则是一派热火朝天的景象。在月台前，工人们正使用叉车将整车的纺织服装卸下，货库内成箱的货品等待查验组装。

今年以来，受疫情影响，全国大量国际客运航班取消，企业复工复产后的产品出现“一票难求”的困难局面。南通机场“危中抢机”，以国际航空物流为重点突破口，为企业出口、复工复产提供新助力，实现了国际物流的突破性成长。在去年签订战略合作协议基础上，今年4月，四川航空以南通机场作为华东区域枢纽，投放1架A330-

200F宽体全货机作为驻场运力，并陆续开通河内、新加坡、东京、首尔等国际定期货运航班，不仅有效地服务南通当地企业复工复产，更为长三角地区的提供了重要的日、韩、东南亚航空物流运力支持。

今年6月，海关总署发布公告，启动跨境电商“企业对企业(B2B)”出口试点，南通机场与海关也随即密切配合，南通沪通空港物流发展有限公司安排专人对接海关、航空公司及货代，开展业务操作培训，并在航班舱位上给予优先保障，从收运、单证、安检、组装、装机等环节设计梳理了完整服务流程。今年7月19日清晨5时16分，南通一家服饰公司出口日本的帽子，在收到日本海外仓信息后，随即生产下线、运抵南通机场，当天就顺利在机场完成全流程通关放行手续，运往日本大阪，成为南通首票跨境电商B2B出口货物。

找准“跑道”， 持续增强航空物流发展后劲

面对疫情“大考”，南通机场不断创新提高航空物流保障能力，服务新需求开拓新市场。数据显示，截止到10月底，南通机场累计完成货邮吞吐量43086.3吨，同比增长30.7%；累计完成国际及地区货邮吞吐量5351吨，是去年同期的16倍，增幅列全省第一。10月25日航班换季后，机场相继开通孟买、大阪、东京、新加坡等定期国际全货机航班，国际全货机航班量达18架次/周，国际全货机运力增至800吨/月。

南通机场集团党委书记、董事长陈林认为，在当前构建国内大循环为主体、国际国内双循环相互促进的新发展格局中，加快畅通物流大通道已经成为重要发力点。为此，南通机场乘势而上，加快货运基础设施改造，持续增强航空物流发展后劲。今年10月，原T1航站楼客改货硬件转换完成，缓解了机场现有货运仓库保障能力不足的问题。陈林透露，下一步，南通机场还将加快推进国际货库升级改造，同时紧盯机场物流中心项目年内竣工目标，持续完善基础设施，不断加快市场开拓，为南通建设长三角一体化沪苏通核心强三角支点城市赋能助力。

本报通讯员徐菲 本报记者张水兰



防范非法集资典型案例专栏

前些年，共享单车被视为最热门的投资风口。一时间，形形色色的共享单车品牌如雨后春笋一般在全国各地冒了出来。然而，其中不乏打着“共享单车”名号行骗的不法分子。

2018年5月中旬，数十位“投资人”聚集在成都市公安局，状告自己投资的共享单车项目——TiBiKe及其背后的成都等马风投科技有限公司(简称等马公司)。

TiBiKe成立于2017年3月，因为车身为桔色，所以又称“小桔车”。2017年下半年，等马公司推出了“一万元当车主计划”：共享单车由公司整体团购，每台单车团购价为400元，每个车主25台起购；车主们以团购价购买单车后由公司进行整体运营，车主每台车可以获得2元/天的收益。结果，2017年年底，车主们就已经无法提

现；2018年年初，等马公司更声称已经倒闭……那么事情真相究竟如何呢？

2017年3月，廖某强成立成都等马风投科技有限公司，其业务是经营共享单车。等马公司成立后，廖某强订购了约600辆印有TiBiKe字样的单车并将其中约400辆投放到成都市温江区运营。

2017年下半年，廖某强、肖某等向社会进行公开宣传，称以每辆400元的价格让投资者认购单车，投资款由等马公司购买单车投入运营，投资者每投资一辆单车，每天可获得2元收益，即投资年化利息为182.5%，车主可以在公司APP提现现金。

等马公司为投资人提供委托运营服务后，获取投资人所有的共享单车运营所产生的收益分成，并承诺租赁期内单车的损坏、丢失均

2020年9月29日，四川省成都市中级人民法院作出二审判决：被告人廖某强犯集资诈骗罪，判处有期徒刑10年，并处罚金20万元；被告人肖某犯非法吸收公众存款罪，判处有期徒刑2年，并处罚金3万元，责令二人退赔损失。

案例警示：

当年，“共享单车”概念大热，名头确实比较诱人。但是，仔细琢磨，“小桔车”之类的骗局其实不难防范。

“小桔车”号称：花400元认购一辆单车，每天返2元，一年下来获利730元，年回报率高达182.5%！这么高的收益，可能吗？天下哪有这样的好事，一夜暴富的神话，信不得！

本文素材来源于长沙打非专线，由南通市地方金融监管局整理。