



还记得当初为什么选择网购吗？

——从“双十一”看消费新趋势

记者 闫雨昕 王雨馨

又是一年“双十一”。每年大促时，都是一个观察消费的重要节点，如今“剁手党”“买买买”这些词已经成了明日黄花。细看“双十一”进化史，从拼好友助力的土嗨式狂欢，到跨店凑满减、直播间抢红包……随着网络销量增长的，还有不断拉长的战线、层出不穷的玩法。当“双十一”进入第十五个年头，还记得当初为什么选择网购吗？

更纯粹的“双十一”

“爱因斯坦来了都要拿三张草稿纸”“等的时间太长，秋装还没到冬天就来了”“一顿操作猛如虎，最后省了两毛五”……玩法眼花缭乱，人们都快忘了当初参与“双十一”不过是为了省钱。

消费者早就不愿在层层花招里打转，要的就是拒绝套路、便宜低价。平台也感知到了消费者的变化，比如京东零售CEO辛利军曾在“双十一”发布会上精准概括了今年的消费者心态：可以买贵的，但不能买贵了。而说到大促主题，各大电商平台不约而同地宣布“回归低价”，推出大范围直降和官方立减等活动。

不得不说，这样的回归是消费者喜闻乐见的。直面网友的“槽点”，明明白白接受市场的纠偏，消费者们的积极性和活跃度才能真正提升。

更国潮的“双十一”

便宜大碗，品质过硬，又会玩儿梗，今年大促期间国货品牌迎来爆发似乎并不稀奇。

今年“双十一”，不少国货品牌上演了一场“史上最大规模”的跨界联名，超过100个品牌组成CP，推出跨界联名“双十一”热梗礼盒。

公开数据显示，10月23日京东“双十一”开启当晚，小米、荣耀、华为等多个国货手机品牌的成交额1秒破亿元；10月31日晚天猫“双十一”正式开售，85个国货品牌开卖即破亿元，超7万个国货品牌首日成交额翻倍。

特别是国货美妆方面，根据天猫平台数据，超过20个国货品牌的预售额在1小时内就超过了去年整个“双十一”的销售额，在天猫“双十一”美妆预售的前4小时里，国货新锐品牌占据了榜单的前20名中的10个席位，较去年增加了一倍。

今年以来，国货“新秀”热搜不断，一些物美价廉的老国货也重新进入大家的视野。可喜的是，从今年“双十一”的“盛况”来看，国货这次“接住”了消费者的追捧。



11月8日，浙江省湖州市德清县乾元镇第一产业智慧物流园区，分拣“小黄人”机器人在精准配送各类服饰(无人机照片)。新华社发 倪立芳/摄



11月11日，在浙江省乐清市一家快递物流园，工作人员在流水线上忙碌。新华社发 蔡宽元/摄



11月11日，在湖南省永州市道县电子商务孵化中心，主播在网络平台上推广当地农特产品。新华社发 何红福/摄

更多样的“双十一”

今年品牌营销竞争进入白热化阶段，大促之战“入局者”数量不断增加，带货主播也在求变，将内容策划的氛围拉满，寻找各自增长的新引擎所在。

如小红书、B站首度“参战”“双十一”，前者主打买手制电商，后者则通过种草视频为天猫和京东进行外链引流，收获销售量的转化。

近年来不断涌现的各带货主播，围绕粉丝需求展开花式促销活动，如推出砍价综艺被网友称为“消费者的电子榨菜”；东方甄选则上线了自己的独立APP并推出付费会员制度；京东安排10大头部主播开启20天不断档直播，企图拉动一波增长极。

一边是“双十一”电商平台从最初的淘宝一家变为如今的多家激战，另一边短视频直播也参与了花式比拼，消费者拥有了更多选择的空间，消费需求不断释放。

双十一预售开启 钜惠来袭

全场
五折

更快捷的“双十一”

物流业连着千家万户，连通线上线下，贯穿生产流通，小小包裹的运转效率，也是每年购物季的有效印证。“有人还在反复盘算购物车，有人的快递已经在门口堆成小山。”有网友如是评论今年物流的丝滑程度。

随着智慧物流系统的不断成熟，“双十一”的收货体验堪称“十分流畅”，让等上十天半个月才能收到快递的体验成为往事。

今年天猫“双十一”正式开售后，菜鸟在多个城市启动夜派，不少消费者因此获得了“当晚下单即收货”的惊喜体验；美团闪购推出“最快30分钟送达”“准时宝慢必赔”等服务，保障服务质量。

快递量级展现向好趋势。国家邮政局11月12日发布数据，2023年11月1日至11日，全国邮政快递企业共揽收快递包裹52.64亿件，同比增长23.22%，日均业务量是平日业务量的1.4倍。11月11日当天，共揽收快递包裹6.39亿件，是平日业务量的1.87倍，同比增长15.76%。

更干净的“双十一”

现在越来越多人更加关注“有体验的购物”和“持续的保障”。

今年“双十一”前夕曾出现带货主播推销的商品质量问题、“全网最低价”导致的纠纷问题等乱象，引起网上热议，也给不少平台、厂商敲响了警钟，这促使商家关注自身产品质量与品控，平台反观其服务与信誉。与此同时，多地消费者协会发布“双十一”消费提醒，要警惕商家套路、货比三家，市场监管部门也提示商家杜绝虚假宣传、不销售假冒伪劣产品等。

商务部数据显示，前三季度，网络零售保持较快增长，全国网上零售额同比增长11.6%，高于社会消费品零售总额增速4.8个百分点，实物网零对社零增长贡献率达33.9%。

今年相关部门出台了一系列促进消费的政策举措，持续释放内需潜力，推动经济回升。“政策作用下，中国消费尤其是服务消费呈现反弹和恢复的良好态势。”国家统计局副局长盛来运此前表示，要继续促进经济稳定向好，持续提升居民收入，确保消费基础作用和规模优势能够得到更大发挥。

据新华网

