

“双11”16年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”,已成为影响力极广的消费盛事。
作为观察中国消费市场的重要窗口,今年的“双11”有哪些新亮点?

“双11”16年 今年有何不同?

周期长、力度大、势头劲

今年的“双11”,比以往来得更早一些。
10月8日,抖音、拼多多便启动了大促预热;10月14日,天猫和京东同时开启“双11”活动。这意味着,今年“双11”时间跨度持续约一个月,刷新了自“双11”概念诞生以来的购物周期。
超长预售期,使得商家备货发货、优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说:“消费高峰在10月22日、11月1日、11月11日等节点多次出现,大大减轻了瞬时流量的压力。”
不少平台推出多项扶持政策,在优惠力度上也持续加码,“砸”出真金白银。
“双11”期间,抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶持政策,帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家,平台也推出一系列利好政策。抖音电商负责人说,本次新商免佣是历年扶持政策中力度最大的一次。
政府补贴首次“入场”也成为今年“双11”一大亮点,“以旧换新”热度高涨。
苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重补贴,优惠不止五折,推出200款家电一口价;“双11”全面开启以来,“以旧换新”订单同比增长超110%。“双11”期间,全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲,消费热情持续升温。
记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到,实体商超、餐饮店铺等,也积极加入“双11”促销队伍。在济南一家自助火锅店,69.9元一位的单人套餐近期已销售7000余份。店铺负责人张刚说,线上享受优惠,线下享受服务已成为消费常态,间接促进了业绩增长。
相关平台数据显示,截至10月30日,2024年“双11”全网累计销售额达8450亿元。
“参与平台范围不断扩大、物流等电商基础设施不断完善、商家对消费者的洞察更精准,国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

缘何保持活力?

业内人士分析,今年“双11”表现不俗的背后,是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。
“消费品‘以旧换新’政策先期出台是重要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说,不少品牌抓住“双11”促销时机,展现出强劲增长势头。数据显示,天猫开启“双11”预售活动首小时,大家电整体成交较去年预售同期上涨765%。
今年“双11”,平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。
电商平台开始意识到“做减法”的重要性,不再以价格战为噱头。今年,微信支付全面接入淘宝、天猫,存在多年的支付“壁垒”首次被打破;菜鸟等快递公司与多个平台达成合作。
“平台做减法,并不意味着销量会下降。相反,消费者获得更多实惠和更优体验,会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销系副教授丁瑛说。
商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。
“消费者的选择渠道更多了。对商家来说,产品品质如何、能否带来实惠,是决定销量的关键。”山东优可熊母婴用品有限公司负责人王大龙说,通过完善产品供给,今年“双11”期间,公司产品销量较平常增长了3倍。

据新华社

加购商品凑单 享满减优惠后退货 律师:应理性对待凑单退款

“双11”期间,满减优惠是电商平台常见的促销手段,旨在刺激消费者增加购买量。然而,部分消费者为了享受满减优惠,会在购物车中加购一些商品来凑单,一旦优惠到手,这些商品又会以“七天无理由退款”的方式退回给商家。
11月11日,记者采访时,多位西安市民表示,“双11”期间为了以更低的价格买到商品,会选择先凑单再退货。
“有平台‘跨店满300元减50元’且上不封顶,我便将付款的每一单控制在300元或300元的倍数,为享受最大优惠,多的部分会控制在5元以内。”家住西安市电子二路的贺芸说,一开始,她还担心会被平台或商家拉黑,多次操作后发现并未受到什么影响。
据业内人士介绍,如果是下单后还未发货,商家需要在系统上取消订单,将已打包待发货的商品撕掉面单恢复上架。如果是已经发出去的快件,需要联系快递公司召回。未发货的商品需要承担2元至3元的面单和出库成本,发了货召回的需要承担近5元的快递费。如果是用户签收后再退货的,商家还要承担运费险抵扣之后的部分返程费用。即便是用户立即申请退货,也浪费了商家的推广和运营投入。
消费者通过凑单再退款的方式来享受优惠,这种做法是否合法?陕西许小平律师事务所律师刘傲表示,根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定,消费者在采用网络、电视、电话、邮购等方式购买商品时,享有七天无理由退货的权利,除非商品属于定制、鲜活易腐、在线下载或拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品、交付的报纸、期刊等不适用无理由退货的情形。因此只要不违反无理由退货的规定,正常的退货行为是合法合理的。
“凑单退款是‘双11’期间消费者和商家之间的一种常见的交易方式,既有其合法性,也有其影响。消费者在凑单退款时,应当尊重商家的合法权益,不要恶意退货或者频繁退货。消费者和商家都应当理性对待凑单退款,遵守法律法规和商业道德,维护公平、诚信、合理的消费环境。”刘傲说。

本报记者 陶颖

陕西铁路开行丝路电商“双11”专列

本报讯(记者 张毅伟)11月11日上午,满载着顺丰、京东、中外运等快递电商货物的X387次“丝路电商班列”从西安国际港站驶出,一路向西开往乌鲁木齐。这是自今年3月26日首开“丝路电商班列”以来,累计开行的第231列。也是中国铁路西安局集团有限公司服务电商货物运输,助力降低全社会物流成本,服务经济社会发展的切实举措。

自10月起“丝路电商班列”单趟发运量不断增长,10月11日发运50车,创单趟发运量的历史纪录;进入11月份,日均发运量超40车,较9月份增长17.6%。截至11月11日,X387次“丝路电商班列”累计发运进疆货物231列8039车。凭借客车化开行、智能化服务、高时效运输的特点,“丝路电商班列”线路已成为陕西乃至全国电商快递通往新疆的黄金物流通道。

中欧班列进口商品超市“开进”火车站

本报讯(记者 张毅伟)乘火车出行,在火车站就能买到进口商品。11月11日,记者来到西安火车站,“探店”全省首家中欧班列进口商品超市。
中欧班列进口商品超市主要销售来自法国、意大利、俄罗斯等欧洲国家的食品、奶粉、酒水、化妆品等1000余种商品。该店位于西安火车站南站房一楼内燃机(东)和蒸汽机(西)展示区内。东区主要经营食品类进口商品,西区主要经营日化类进口商品。旅客在候车间隙就能去店里逛一逛,购买到心仪的进口商品。“店里的所有进口商品都是我们从各条中欧班列(西安)6000多种商品中精挑细选出来的,因为考虑到

火车站消费群体以旅客为主,所以店内商品门类以生活必需品居多。”中欧班列进口商品超市负责人王莉斌介绍说。
西安火车站中欧班列进口商品超市所有商品都来自法国、俄罗斯等国家的厂家所在地。国外厂家根据门店商品需求量进行生产,再通过中欧班列(西安)运输,流通环节少,运输成本低,且出厂和出关都要经过严格的监管和认证,确保了商品的品质。
中欧班列进口商品超市同步搭建线上平台,在“西铁行APP”可“一键下单”,实现了很多旅客不到店也能购买的愿望,而且即使到店购买后也可选择邮购,为广大旅客带来更加便捷的购物体验。



旅客在中欧班列进口商品超市里挑选商品。 本报记者 张毅伟 摄