

“双11”16年了，今年有何不同？

“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？

周期长、力度大、势头劲

今年的“双11”，比往年来得更早一些。

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。“平台优惠加上政府补贴，补上加补后，家电、家装的一些商品优惠在六折左右，确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。

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”。



11月11日，在成都双流西站，工人将电商快件从动车上搬运下来。新华社发

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。

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。

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；菜鸟等快递公司也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。

“喜欢什么样都可以告诉我，我会帮你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双11”前，记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时，“00后”负责人唐校正正在直播。他说：“年轻人更懂年轻人，‘DIY+电商’的路子，让岫岩玉走出大山，被更多人爱上。”

推动电商行业转型升级

“双11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口，也是观察消费趋势变化的重要节点。

业内人士认为，支付、物流方面的

互联互通等举措，意味着服务将更加回归消费者本位，让消费者享受到实实在在的优惠。

随着“双11”购物节的不断发展，消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待，这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。

推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说，平台应通过建立良好的消费信任、兼顾消费者和商家的公平规则，持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设，平衡短期利润和长期收益。

利用技术赋能，有助于进一步推动电商发展、提升消费体验。

借助AI助手、AI数字人直播等技术，平台可有效增加内容供给、提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展，对全行业的赋能也将进一步增强。”李鸣涛说，在尊重消费者隐私的同时，可以利用大数据、技术分析等手段，优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

此外，更多市场空间值得期待。

今年“双11”，县域市场消费火热，带动不少商家整体销量上升；兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为，通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值，电商平台不断打造市场新增量，促进消费市场持续回稳向好。

在中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛看来，随着数字化技术的深入应用，中国电商行业的新形态、新模式层出不穷，如直播电商、融合线上线下优势的即时零售等，这也在一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势，未来海外市场将带来更大的增长空间。

据新华社

空运出境货物已超1亿单 成都跨境电商货量迎“井喷”

国内的“双11”你出手了吗？海外的“黑五”狂欢又快开启了！

作为经济的晴雨表，物流数据已给出答案：成都空港国际快件中心是成都国际快件和出口跨境电商集散地，同时是跨境电商成都唯一运营中的航空口岸。数据显示，其前三季度通关票数增长302%。第四季度还将迎来货量的爆发式增长。

“今年跨境电商很火爆，前三季度只有旺季，第四季度将旺中更旺。”11月11日，作为成都空港国际快件中心运营方，成都空港现代服务业公司副总经理孔舒说，该中心已运营了10年，今年一个季度的量能抵往年一年，进出口皆迎来双增长，场地已在超负荷运行。

卖得多

1-10月出口清单量突破1亿单

当前，从成都出海的跨境电商货物，都要从成都空港国际快件中心“过”一遍，经过过检、抽查、打板等一系列流程，才能被装上飞机运往海外。因此，跨境电商卖得好不好，该中心的数据很有说服力。

今年“卖”得怎么样？据成都空港国际快件中心统计，今年前三季度，该中心共计通关票数9234万票，货重9.8万吨，分别增长302%、237%，持续保持高速增长态势。同时，成都市双流区相关部门1-10月的统计数据显示，从成都



“双11”“黑五”的双重刺激，让成都空港国际快件中心已超负荷运行。受访者供图

航空口岸“卖出去”的清单量突破1亿单，同比增长2.2倍。出口主要品类为服饰类和日用品。

“‘双11’期间临近海外的‘黑五’，我们还会有持续的涨幅。”孔舒说，备战年终旺季，“黑五”是海外的大规模促销活动，对跨境电商出口刺激明显。前三季度已经很旺，第四季度还将“旺上加旺”。

目前，从成都航空口岸出口的跨境电商已全面实现欧美目的地5日达。成都与欧美消费者的“距离”越来越近。

买什么？

航材进口量同比增长超五成

对比来看，“卖出去”的增长幅度高于“买进来”的增长幅度。数据显示，1-10月，成都航空口岸进口保税备货跨境电商清单量同比增长1.2倍。

“我们今年进口的增长主要得益于龙头企业入驻。”双流航空经济区管委

会相关负责人表示，今年，双流区联动简阳市共同培育跨境电商产业，并成功引入唯品会跨境电商项目入驻双流空港保税物流中心“简阳仓”。消费平台企业入驻，带来了实实在在的订单。今年主要进口品类为奶粉、食品、化妆品。

值得关注的是，在一般贸易进口方面，航材成为增长得最快的“潜力股”。今年1-10月，航材进口量的货值同比增长超五成。这和成都航空产业的发展有着密切关联。

“成都航空产业的实力很强，对航材的需求量明显上升。”该负责人表示，以航空维修为例，仅在双流区就聚集空客、四川国际、Ameco等知名航空维修企业10余家，2023年产业规模84亿元、居全国第四，是全省航空维修产业主阵地。航空维修服务对航材具有持续高需求。

华西都市报-封面新闻记者 刘秋凤

10月四川CPI 同比上涨0.2% 肉菜价格涨幅明显

华西都市报(记者 熊英)11月

11日，国家统计局四川调查总队发布数据显示，10月，四川居民消费价格(CPI)同比上涨0.2%，涨幅比上月扩大0.1个百分点。其中，城市上涨0.1%，农村上涨0.4%；食品价格上涨3.4%，非食品价格下降0.6%；消费品价格上涨0.3%，服务价格下降0.1%。1-10月平均，四川居民消费价格比去年下降0.1%。

10月，四川居民消费价格环比由上月的下降转为上涨0.1%。其中，城市上涨0.2%，农村与上月持平；食品价格上涨0.5%，非食品价格与上月持平；消费品价格上涨0.1%，服务价格上涨0.1%。

“环比来看，10月四川CPI呈现温和上涨态势，基本符合历史规律和季节规律。”国家统计局四川调查队消费价格处相关负责人指出，分类来看，食品中，鲜菜价格上涨5.3%，是影响CPI上涨的主要因素。“主要是前期持续高温天气，影响了蔬菜的种植。但10月价格涨幅较上月已有所收窄，预计11月开始蔬菜价格将逐步回落。”

10月猪肉价格环比下降2.5%，出现小幅回落，但同比仍然上涨18.4%；加之鲜菜价格同比上涨24.4%。两者共同推动10月食品价格上涨3.4%，也是自8月份食品价格同比转正以来，连续3个月小幅回升。