

# “双11”欢乐“槽点”看变化

习近平新时代中国特色社会主义思想  
指引下 ——新时代新作为新篇章  
习近平总书记关切事

新华社北京11月11日电(记者王明浩、  
王井怀、栗雅婷)习近平总书记在第三届进博会  
开幕式上的主旨演讲中提到,适应新形势  
新要求,我们提出构建以国内大循环为主、  
国内国际双循环相互促进的新发展格局。

如何为新发展格局持续注入“消费力量”?  
今年中国消费领域又有哪些新趋势、新动向?  
在今年“双11”期间,新华社记者从青年  
消费者一些充满幸福的烦恼的“槽点”中探  
听新变化。

## 【槽点一】“双节棍”要得手腕疼

几天前的一个凌晨,20多岁的大同姑娘  
李妍趴在被窝里,捧着手机,强睁眼皮等着主  
播放出商品链接。“商品优惠力度很大,但购  
物节的战线也太长了。”熬了两宿的李妍打了  
个哈欠说。

今年,天猫“双11”从“光棍节”变成“双节棍”,  
分为两波售卖期,11月1日至3日为第一波,  
11月11日为第二波。为了买到物美价廉的  
宝贝,不少人打起持久战。

10月21日要先付定金,11月1日再付尾款,  
前前后后十多天。“年年‘双11’购物的  
李妍笑着说,“双节棍’要得我手腕疼。”

抢购时间延长,释放了网络消费能量。  
数据预测,今年参与“双11”活动的消费者  
预计比去年多3亿人。天津社会科学院城市经  
济研究所所长王双说,商家拉长了消费时段,  
让消费需求得到充分释放,有利于缓解集中  
购买造成的网络和物流压力。

## 【槽点二】“神算子”也算不出优惠账

熬夜抢到了“满8000元减4000元”家具  
优惠券,数学成绩不错的天津姑娘郭琦开始  
仔细搭配8000元的宝贝,放进购物车。然  
而,人算不如天算。活动一开始,一件商品突  
然降价300元。“前100名付款才能用优惠



▲11月12日,在浙江杭州未来科技城学术交流中心,大屏幕显示阿里巴巴旗下天猫“双11”成交额超过4982亿元。2020天猫“双11”实时成交额数据超过4982亿元人民币。新华社记者黄宗治摄

券,否则得全款。我根本没时间再挑商品。”  
郭琦恋恋不舍地关了网页,“这么搞,神算子  
也算不出这笔优惠账啊。”

“养猫盖楼”战队PK“瓜分红包”……  
今年,各种新奇的优惠玩法让人眼花缭乱,但  
不少人仍两手空空。“花了7天组战队,最后  
分到五块六。”在北京工作的易飞吐槽说,“怀  
念那个只有打折的单纯‘双11’。”

“规则越复杂,说明商家越想看清你  
的脸、留住你的心。”天津财经大学教授、博士  
生导师丛屹分析说,商家希望借此增加客  
户黏性,同时区分顾客,在意时间的可以多  
花点钱,在意钱的可以多花点时间。细分  
消费群体,可以刺激消费增长点,不过,商  
家和平台可以诚意多一点,让利大一点。

## 【槽点三】想退款却发现货到了

记者7日晚为孩子下单了一套橡皮泥  
沙子玩具。第二天一早孩子突然变卦。记者  
计划退款时惊讶地发现,货已经配送到小区。  
平台订单跟踪表显示,8日凌晨2点,货物从  
北京运到天津的分拣中心。8日早晨8点半,  
记者拿到了玩具。

与往年“双11”苦等两三周相比,今年物  
流快多了,“想退款却发现货到了”的网民不  
在少数,一度登上了热搜。

记者采访顺丰等快递公司了解到,今年  
“双11”期间,物流企业与电商平台合作,提  
前将货物送至离收件地址附近的网点或驿站,  
缩短了付款后的到货时间。

同时,今年“双11”铁路运输服务比  
往年延长10天,并首次试点复兴号动车  
组整列装运快件,平均每日电商快件货运  
量可达80吨左右。“现在,哪里都能体验  
到中国速度!”一位网民说。

## 【槽点四】20岁出头买起了保健品

不久前,记者在一个200多人的“双  
11好物交流群”中发起微信投票发现,近  
百人将保健品囤到购物车中。这些商品以  
维生素、矿物质、蛋白粉等为主。群友平均  
年龄20多岁,既有为自己买的,也有为孩子  
买的。

“疫情唤起大家的健康意识,引发年  
轻人的健康消费热。”中国农业大学食品  
科学与营养工程学院教授程永强说。

记者在多家电商平台看到,提高免疫力、  
保护视力、熬夜必备等成为“双11”的宣  
传口号,受到年轻人欢迎。有的店铺累计评  
价达上百万条。“健康消费、绿色消费成为网  
络消费新趋势。”商务部新闻发言人高峰说。

## 【槽点五】“进口马桶盖”卖不动了

几年前,一到国庆节、“双11”等节  
点,人们抢购外国智能马桶盖的新闻频频  
登上头条。“这几年中国生产的智能马桶  
盖追上来了。”从事多年海外代购、跨境电商  
工作的九块田国际站负责人刘世泰说,  
“海外淘货的明显少了。”

日本一家卫浴建材公司中国工厂负责  
人卓经理说,智能马桶盖并不需要很高深  
的技术,只要中国企业家意识到市场需求,  
很快就可以赢得一席之地。

国家市场监督管理总局监督抽查数据  
也显示,我国智能坐便器产品不合格发  
现率已经从2015年前后的超过40%降低到  
2018年的5.7%。这两年开始赢得国内消  
费者的认可。

前几天刚刚安装国产智能马桶盖的天  
津市民赵先生说:“用了几天,体验不错,  
不如以前用的外国产品差。”

“看来,除科技外,我们可能还缺一颗  
读懂消费者的心。”刘世泰说,“这是促进我  
们消费升级的动力。”(参与记者:梁姊)

民 生 直 播 车

新华社北京11月11日电(记者赵  
文君、王雨萧、樊曦)今年是第12个“双  
11”,作为疫情后最大消费季,“双11”点  
燃了全民消费热情,展现了新发展格局  
下中国市场新活力。

第12个“双11”,当“剁手党”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“双11”的应有  
之义。

## 点燃全民消费热情

60万颗鸡蛋30秒卖空,10万份火  
锅肉卷1分钟抢光,100万片牛排5分  
钟内被安排,这是京东“双11”“开门红”  
活动的火热场景。民生必需品销售火  
爆,“家庭型”消费势头强劲。在京东“双  
11”“开门红”活动前5分钟,粮油米面、  
饮用水、牛奶、婴幼儿奶粉、纸尿裤成交  
额同比增长均超过10倍。

“双11”是一个窗口,展现了中国  
市场活力和消费强劲复苏的态势。一  
度受到疫情影响的实体零售、同城生  
活等业态逐渐恢复,城市的人气更旺、  
更热闹了。逛商场、吃鸡蛋仔、喝珍珠  
奶茶、洗剪吹之后做个美容护理……“双  
11”第一天,银泰百货喵街3万张“吃喝玩  
乐”券被秒空,仅奶茶就售出了18万杯。

充电式发热羽绒服、量肤定制妆容  
的“黑科技”美妆产品,仅需短短几步即  
可根据测试数据提供肌肉训练建议的  
步态测试仪器……第三届进博会上,一  
系列“新”“潮”“炫”的进口好物让人目  
不暇接,这背后是中国消费者对美好生  
活的新需求、新期待。“双11”不仅要  
点燃消费者的购物热情,更要增强千万商家  
的信心。”拼多多副总裁陈秋表示,拼多多  
引入更多的线下工厂、商家、农民专业合作社  
参与“双11”,给企业和商家提供辗转腾挪的  
空间,给消费者更多选择,从而进一步激发  
消费需求和市场活力。

## 价格和品质一个都不能少

俗话说“便宜没好货,好货不便宜”。但对于消费者来说,以最大的  
优惠力度,抢购到品质的产品,才是每年“双11”的终极目标。

在“双11”的某网红直播间里,北京的李女士抢到了价格超值的  
护肤品,她给记者展示手机里的订单,直播间给出的“冰点价”比“双  
11”期间的促销价格还要低三成。

“以最简单的方式面向用户,消费者不用做满减计算题,看到的  
即是最低价。”陈秋介绍,今年“双11”,在手机、家电、数码、美妆、母  
婴等领域,拼多多将部分产品的补贴力度从销售价格的10%至20%  
提升到50%至60%。这源自依托平台海量消费数据和人工智能技术,  
联合全球头部供应链和制造商,让低价好货直达消费者手中,进  
一步促进消费公平,带动整体销售。

除了打折的价格信息外,商品品质更受消费者的关注。如今,  
一个商品品牌的走红,跟消费者口碑的号召力、分享推荐产生了很  
大关联。主打年轻化用户群体的社交网站小红书,开辟了“双  
11”避雷攻略话题,集合了海量网友根据真实体验分享的“避雷”  
笔记,有的用户常常提问某款产品“适合不适合”“好不好用”,有的  
用户则会分享测评不佳的产品。

## 迈向高质量发展

俗话说“买的没有卖的精”。百亿补贴、预售、整点秒杀、跨店满  
减、分期免息、助力红包……无论线上线下,“双11”的各种促销规则  
和玩法都令人眼花缭乱、应接不暇,而消费者吐槽商品质量、售后服  
务的各种段子也是层出不穷。

当“双11”步入第12个年头,规范秩序势在必行,迈向高质量发  
展方能长远。近日,市场监管总局等三部门联合召开规范线上经济  
秩序行政指导会,明确提出九个方面要求,其中,跟消费者密切相  
关的内容包括:杜绝刷单、刷评、炒信等失信造假行为,不得发布  
浮夸的直播带货“战报”虚增流量;严格落实产品质量责任;加强对  
虚假打折行为的管控;依法落实网购七日无理由退货、产品“三包”  
等规定,积极探索消费者权益保护制度创新。

中国人大公共管理学院教授许光建表示,从拉动消费、恢  
复经济的角度来说,“双11”有其与时俱进的特殊性。消费者狂欢购  
物“双11”,既要量力而行,理性消费,绕过商家套路,也要擦亮双眼,  
注重维权,合法自我保护,真正抓住这场购物节带来的优惠红利。

商务部国际贸易经济合作研究院院长顾学明认为,迈入新发  
展阶段,数字经济将催生新的增长点,为扩大内需提供规模可观的  
增量;同时有助于开拓国际市场,引进国际优质资源,更好满足人  
民的美好生活需要。

迈向高质量的“双11”  
写在“双十一”的第十二年

# “双十一”下的乡村“旺气”

聚光灯下,主播带货正酣;生产车间,机  
器轰鸣作响;乡村道路,快递车辆川流不  
息……“双十一”电商节期间,生于大山的农  
民不断升级“玩法”,成全了深山对远方的  
向往。

## “初级玩家”升级“高级玩法”

甘肃省陇南市礼县永兴镇捷地村,村民  
齐聚一堂,一场“土味”十足的“苹果新品发布  
会”上线:娇小可人的礼县“红mini”和个大  
汁的礼县“红pro”是主角。“宝宝们,大家好。”  
59岁的农民张加成在“发布会”上直播带货,  
张张镇定的表情加上不自然的动作,让“翻  
车”现场瞬间变成“秒杀”现场。

“今年,‘双十一’最大的特点就是农  
民当主角,生产者变身‘带货’主力。”陇南市  
电子商务发展局副局长焦武民说。

农民亲自推上特产,给了消费者“我  
的产品我负责”的信任感。而脱贫攻坚期间  
探索出的“产业+农户+合作社+网店+平  
台”的“融电商”新模式,在这个“双十一”变  
得更加成熟,消费者和生产端“黏性”更高。

甘肃省定西市岷县县乡村三级物流体  
系物流仓储中心里,物流车辆挤在院内,工  
作人员分拣、装货热火朝天。该中心在提高

农民组织化程度、严控产品质量的同时,打  
造电商扶贫示范网店,“双十一”期间消费旺  
盛,订单量激增,11月前8天,发送的电商  
包裹就超过2万件。

同样位于岷县的甘肃聚和泰电子商务  
有限公司加工车间里,一根根新鲜当归在传  
送带上飘香。该公司积极转型“融电商”模  
式,从种植、加工到销售全程让“粉丝”监  
管,今年开始甚至连外包装设计都有“粉丝”参  
与,让这家公司的产品登上了中高端市场。

“迎合消费者个性化需求,才能不被市  
场淘汰。”总经理李爱军这几天在公司和合  
作社之间奔波,心里美滋滋的。

从最初开办淘宝店、淘宝馆,到后来的发  
展“1688产业带”,再到利用天猫、京东、拼多多、抖  
音等多个平台跨界融合、跨境出国、全国配  
送……生于大山的农民,从电商“初级玩家”一步  
步升级“玩法”,成全了深山对远方的向往。

## “小而美”农产品插上了“飞出去”的翅膀

走进“陇小南”,“滴滴滴……”的提示  
音此起彼伏,车间里墙上贴着“疫情防控是  
最大的‘单’”,员工们接订单、分装、打包、发  
出……忙而有序。“以前是陇南人卖陇南的  
农产品,现在是全国各地的人都在帮我们卖

31岁的电商庆小爱,向新零售转型,疫情  
后在同城配送方向发力,目前销售额1500万  
元左右,远超去年;35岁的花椒电商欧阳书  
智,打造集加工、冷链、电商一体的现代化合  
作社,每年带动地区花椒销售1亿元左右……  
陇原大地上,小镇青年借助电商产业,不断实  
现自我价值。

50岁的黄芪种植户王秋兰,越来越  
注重种植、施肥、修剪、病虫害防治,产品  
优质、产量攀升,让她告别了多年的贫困  
生活;52岁的花椒种植户石成仁,花椒不  
愁卖,土坯房换成两层新别院,成为山腰间  
靓丽的风景……昔日农村贫困人口,因电  
商打开销路,迎来小康生活。

今年11月1日至3日,“双十一”第一波  
售卖期,阿里平台农产品销售额同比增长  
76%,农产品总件数同比增长32%。“双十一”  
农村电商的兴旺气息,展现了农村市场的潜  
力和中国经济复苏的韧性。”阿里研究院高级专  
家、阿里乡村研究中心秘书长左臣明说。

左臣明介绍,根据数据显示,占比全国行  
政村总数1%的“淘宝村”及占比全国乡镇总  
数5.8%的“淘宝镇”,截至今年6月,网店交易  
额超过1万亿元,创造828万个就业机会,在  
甘肃、云南等中西部地区效果尤其显著。

“农村电商迅速崛起带动各地特色产业  
向标准化、品牌化发展,让更多年轻人拥  
有返乡创业机会,有效弥补了乡村发展短  
板。”左臣明说,这将进一步推动县域经济  
发展,为乡村振兴打下基础。(记者李杰、  
文静)新华社兰州11月11日电

传统名贵 中成药

片仔癀 PIEN TZE HUANG

漳州片仔癀药业股份有限公司  
ZHANGZHOU PIEN TZE HUANG PHARMACEUTICAL CO.,LTD.

国药准字Z35020243 闽药广审(文)第2019120132号

禁忌:孕妇忌服。注意事项:本品含有麝香,运动员慎用。请按药品说明书或在药师指导下购买和使用

百年传承  
享誉中外