

“双11”购物节 折射消费市场新趋势



据新华社消息 今年“双11”，你下单了吗？数据显示，今年“双11”期间，多个线上销售平台消费数据亮眼。截至11月11日，京东平台下单用户数增长40%，订单量增长近60%；抖音数据显示，10月9日至11月11日，平台上有6.7万个品牌销售额同比翻倍。天猫数据显示，截至11月5日，淘宝闪购带来的新用户，在“双11”期间的电商订单数已超过1亿。

“双11”呈现出哪些消费新趋势？为此，消费者、电商平台、专家接受了采访。

——入手新科技，推动科技消费市场繁荣

今年以来，科技产品更新迭代层出不穷，消费者对智能家电、可穿戴设备等新科技产品的热情持续高涨。扫地机器人、智能音箱、VR眼镜等成为热门选择，不少品牌在“双11”期间推出新品并搭配优惠活动，吸引了大量消费者“拔草”尝鲜。

“开售第一天，‘全款’拿下一副智能眼镜、一块智能手表。”90后消费者刘先生，在社交平台晒出“双11”战果，对智能设备“种草”已久的他，早在一个多月前就已经做好攻略，蹲守在直播间下单。

在淘宝平台上，科技类产品成为“双11”消费热点。智能眼镜、智能机器人、AI电脑等跃居天猫3C数码行业趋势热门品类TOP3，其中，智能眼镜品类同比暴涨25倍，部分品牌实现了成交额超7倍的增长。京东数据显示，今年

“双11”期间3C数码AI产品迎来爆发，AI平板成交额同比增长200%，大屏AI手机同比增长150%。

科技不仅为消费者提供了购物新选择，更深度嵌入了“双11”销售全过程中。“今年各类智能体‘工作搭子’出现在京东‘双11’的全链路 workflows 中，承接大量重复性工作。”京东平台负责人介绍说，目前，京东内部运行的智能体数量已突破3万个。

——为“精神富足”买单，文旅消费爆发式增长

“双11”不再是“囤货”的代名词，越来越多的消费者有计划地为假期和休闲生活做好准备。

“没想到‘双11’最值得囤的是机票，单人往返泰国才1000元。”广州市民吴女士每年参与“双11”，今年为全家人下单了机票卡，计划年底来一场“说走就走的旅行”。

今年“双11”，餐饮、机票、酒店等服务类消费增长明显，不少消费者选择在“双11”期间预订旅游产品。数据显示，“双11”期间京东旅行酒店间夜量同比增长7.3倍、机票出票张数同比增长4.5倍；飞猪“双11”活动开售首日，航空里程随心飞、公务舱卡、高星酒店通兑套餐等“旅行囤货”商品销量激增。

广东外语外贸大学南国商学院教授郭佳表示，高性价比的同时又兼顾了灵活性的机票次卡等权益类产品，持续赢得航司和消费者的双向奔赴，呈现“供需两旺”的局面。这说明，迎合了年

轻一代消费者的权益机票产品思路，已成为航空公司和在线旅游平台持续创新产品和体验的常态。

“如今一些消费者的旅行习惯发生变化，更愿意为了品质和有趣买单。因此，在‘双11’的货品筹备上，我们鼓励商家在形式和玩法上做新的尝试，拥抱市场的变化与升级。”飞猪度假业务部“双11”活动负责人王新民说。

——为“热爱”付款，兴趣重塑生活方式

“手工锻打一万多锤，非遗技艺线下百年老店，一口锅能用二三十年……”山东章丘手工铁锅老字号“同盛永”，今年“双11”期间，在抖音的线上旗舰店成交额实现环比增长5500%。

抖音电商相关负责人介绍说，今年“双11”，融合非遗技艺的铸铁锅在抖音电商平台销售成绩亮眼，成交额破千万的有3家、破百万的有9家。

今年“双11”，更多消费者为“热爱”买单，手作非遗、IP联名等产品受到年轻消费者的追捧。二次元联名黄金成为淘宝天猫多家黄金品牌新的增长点，天猫“双11”期间，多款IP黄金新品集中上市，一些产品上架后迅速售罄。

中央社会主义学院中华文化教研部研究员孙佳山说，在文旅商体融合新发展的推动下，伴随文化和其他产业的广泛深度融合，相关产业链不断细化，产品与服务供给也更加丰富和多元，从而为更好地满足人们消费需求创造了更多有利条件。

直播电商相关企业 已达 37.3 万余家

本报讯 “双11”大促期间，部分电商主播用惊人数据营造热销氛围，诱导消费者下单。但有消费者发现，“限时福利”不限时，“已抢空”产品仍在售。

业内人士揭秘，直播间“库存秒空”多是“饥饿营销”，商家和主播会伪造库存、找水军刷好评，制造假象吸引流量，真实成交率甚至不到5%。

流量造假已形成产业链，专业团队提供“数据‘加热’”服务，招募“刷手”配合“带节奏”。这种行为破坏市场公平竞争秩序，损害诚信商家利益，已引起监管部门关注，多地市场监管部门已查办相关案件。

天眼查专业版数据显示，截至目前我国现存业、存续状态的直播电商相关企业超37.3万家。其中，2025年截至目前新增注册相关企业约7.4万余家，从企业注册数量趋势来看，近五年间，直播电商相关企业的注册数量呈现出逐年增长的态势，并在2024年达到顶峰。

从区域分布来看，广东省直播电商相关企业数量位居首位，以超过5.5万余家的相关企业数量，占全国的14.94%。排在其后的是四川省、浙江省、山东省和江苏省。

（中国网财经）

2025 平台消费合规 创新发展对话举办

本报讯 奚金燕 近日，在全国开展“优化消费环境月”之际，由全国电子商务质量管理标准化技术委员会、浙江省消费者权益保护委员会联合发起的“共筑满意消费标准赋能电商新未来——2025平台消费合规创新发展对话”在杭州成功举办。全国100余家平台企业代表及多领域专家学者近200人齐聚一堂，共绘电商合规发展新蓝图。

会议在“标准、合规、创新、共赢”的总基调中徐徐拉开。西湖区副区长钱贤鑫致欢迎辞，对与会嘉宾表示诚挚欢迎。他指出，平台经济对区域高质量发展至关重要，必须坚持创新驱动与合规引领“双轮驱动”，才能行稳致远。

会上发布了三项电子商务国家标准：《电子商务平台交易信息管理在企业中的实施指南》《跨境电商独立站运营服务指南》《跨境电商商家风险防控指南》。

标准是“硬约束”，而行业自觉是“软实力”。紧随标准发布，现场发起了两项重磅倡议。首先，拼多多、抖音、无忧传媒、携程、Babycare等部分与会企业代表共同宣读了电商平台合规倡议，承诺将“严守法律底线，加强内部治理，提升数据安全，保护消费者权益，主动接受社会监督，共同营造公平、诚信、安全的网络交易环境”。

随后，西湖区平台经济联盟发起“西湖区平台经济高质量发展倡议”，旨在促进行业主体积极参与标准的制定与实施，推动国家标准与区域产业实践深度融合，全力构建“标准引领、协同共治”的健康营商环境，为区域平台经济高质量发展夯实基础。

会议特别设置专题培训环节。来自浙江省标准化协会、浙江省消保委、杭州市知识产权保护中心等单位的专家学者，分别聚焦合规风险防控、消费监督促合规发展、知识产权保护等核心议题，为现场企业代表系统性地开展了合规宣贯与经验分享。

下一步，浙江省消保委将以打造浙江“消费环境最优省”为目标，携手各方持续推进放心安全网络消费环境建设走向深入，营造创新包容、合规发展的平台经济健康生态。

电商打通“最后一公里”为乡村振兴注入强劲动能

最新数据显示，今年上半年，我国农产品电商交易额增长17.2%。随着互联网的普及，农村电商发展迅速，以直播间为载体的农产品销售，成为助力农产品上行、带动乡村就业创业的重要数字化工具。

正在直播的是新疆阿克苏果农罗云。一场直播，他就卖出去3吨桃子，成交额达到3万多元。罗云表示，通过电商平台卖给客户，货直接运到客户手里，利润直接增加了30%。

在四川绵阳，果农邓胜林有200多亩果园，之前因为山高路窄，邓胜林常常为销售发愁。当地政府修通了通往果园的路，建起了蓄水池和保鲜库。依托东西部协作的“村播”项目，来自浙江的挂职干部手把手教他直播卖货，首次直播，他就卖出了几百单。

电商直播不断激活农产品销售，也激发了农户们卖货的热情。从“养在深闺人未识”到“触网畅销千万家”，农村电商正成为农民增收致富的“金钥匙”，为乡村振兴注入强劲动能。

为农产品出山打通“最初一公里”

在乡村数字化建设过程中，农村电

商的发展潜力快速显现。然而，当前我国的物流体系建设尚未覆盖全部农村地区，尤其在一些偏远地区，村级以下的快递服务网点尚有欠缺，那这“最初一公里”又该如何破局？

新疆铁路打破了以往凑够一车皮货物才发车的惯例，对小件包裹采取灵活的运输策略。

透明的市场、透明的价格，直播卖货实现了卖家买家直接对接，因为快递量越来越大，快递公司也大大降低了物流价格。

近年来，为破解“快递量少路难行、企业进村不划算”的困局，多地出台政策支持设立农村寄递物流公共服务岗位，推进农村客运、货运、邮政快递融合发展。全国累计建设了33.78万个“一点多能、一站多用”的村级寄递物流综合服务站，农村寄递物流采取邮政与快递企业合作、快递公司间合作、公共交通与邮政网络合作等多种模式进村。

加速农村电商发展 助力乡村振兴

从田间地头的采摘装箱，到物流网点的落地，走向全国的特色农产品更好地促进了产业增值、企业增效、群众增

收。那么，该如何推动农产品供需结构升级，释放多样化、品质化、差异化消费潜力呢？

居民消费日益注重品质与体验，国内农产品供应体系正积极适应调整。专家表示，物流需求的空间结构发生了很大的变化，农村地区、中西部地区的物流需求得到很大的释放，成为新的发展增长点。快递业的发展有利于农产品进城、工业品下乡，有利于促进城乡一体化发展和地区均衡协调发展。

近日，农业农村部等十部门发布的《促进农产品消费实施方案》，从优化绿色优质产品供给、拓宽线下消费渠道到发挥电商平台优势，明确了9方面23条举措，提出培育一批扎根乡土的农民主播，引导电商平台结合县域消费需求，发展即时零售、社区电商等业态；引导电商平台开展乡村乡味等主题直播活动，丰富短视频创作，打造有影响力的农产品直播专区。

据了解，未来5年，全国将培育100个左右农村电商“领跑县”，1000家左右县域数字流通龙头企业，打造1000个左右县域直播电商基地，培育10000名左右农村电商带头人。

（央视网）