

2020“双11”有了新玩法 这届消费者数学好的来PK下

21日零点,2020年“双11”抢购大战拉开序幕,作为年度最为火爆的全民狂欢购物节,各大电商平台、商家早已摩拳擦掌,跃跃欲试。同样,各类玩法也纷纷向消费者狂袭过来,怎么买最划算?什么时候买最划算?买什么最划算?一系列烧脑的问题扑面而来,考验网友们数学能力的时候又到了。

□东方今报·猛犸新闻记者 李莉

“双11”开启,两大带货主播撑起半边天

今年是“双11”购物节第12年,又是疫情后首个“双11”,各大电商平台十分重视,纷纷绞尽脑汁抛出各类玩法,除了博眼球,更希望收获真金白银。

10月20日,天猫正式发布新一代“天猫双11全球狂欢季”,代号:双节棍。此次升级最大的变化是:不只在11月11日一天爆发,消费者可分两波购买,11月1日~3日是第一波,11月11日为第二波。这意味着,今年双11比以往多了3天,消费者11月1日起就可以付预售商品的尾款,提前10天收到货。

而在前一天19日,京东举

行了“2020 京东 11·11 全球热爱季”启动发布会,京东集团副总裁、京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞宣布,“2020 京东 11·11 全球热爱季”将从10月21日正式开启,截至11月11日为期22天,将带来超2亿件5折商品、超3亿件新品,通过预售、头号京贴、双百亿计划、新品、直播、互动玩法等“10大招式”,构建“低价好物”、“简单快乐”、“放心购买”三大主场。

随着各大平台公布玩法,网友们开始了21日零点攻略。“零点已经睁不开眼睛了,突然被李佳琦和薇娅的喊声震醒,没想到主播们这么疯狂。”市民刘

女士加入了21日零点的预售大军。记者注意到,今年天猫“双11”的一大特色是直播带货,而直播界的一哥李佳琦、一姐薇娅首场双11带货就冒尖了,预售开始就玩起了心跳,两人合计带货80亿。

有数据显示,李佳琦这场直播人气峰值高达9988,增粉175万,带货销量1000万左右,客单价高达376.35亿,最终实现带货销售额GMV大概是39.11亿。而直播一姐薇娅的人气略低一些,一场直播增粉140.9万,虽然带货销量大概只有720.58万,但是客单价536.45元,远高于李佳琦。

一个普通市民五年的“双11”购物清单

这边两大带货主播开启了预售狂欢模式,那边不少消费者却在为如何买烧脑着。

“其实每年的玩法都没有弄懂,就跟着瞎买了,最后也不知道自己到底有没有占到便宜。”市民于女士给记者展示了近五年“双11”购物记录,五年来,她的“双11”战场很大,天猫、京东、苏宁、唯品会、拼多多都有她的足迹。

“我其实是一个很节俭的人,平时不太买衣服,五年前有了孩子后,迷上了‘双11’抢购,导致现在成了网购重度沉迷者。”于女士坦言,最初去“双11”抢购,主要是为了给孩子囤日用品,后来随着买得深入,抢购范围逐渐扩大到了全家日用品。“究竟哪家最

实惠,什么时候买最划算,怎么买最划算,说实话五年来我也没搞懂,比来比去,感觉各家都差不多,现在基本上不太比价,买得越来越随心了。”于女士说,她是一个不会理财的人,随着“双11”的玩法花样越来越多,她现在几乎是盲买,去年她买了几件后发现自己没有去领券,结果多花了不少钱。

记者采访中发现,这两天关于“双十一定金”“被双11规则逼疯的我”等相关话题登上微博热搜榜。也有网友称,刚开始的“双11”真是实实在在的半价活动,不用预售,不用精打细算,不用熬夜,现在“双11”不会数学还真算不出优惠。

对于网友们的吐槽,天猫和

京东已经放言:今年不玩套路,不玩数学了。不过略为复杂的付定金、付尾款规则,也将成为消费者今年新的考验。

不管游戏多复杂,买买买总是能激发人们的乐趣,调侃双11也成为了双11的一部分,西汉南越王博物馆找出了汉代的俑像:“在预售前,小编决定先藏手为强,找不到手就刹不了它们”。而善于指点迷津的法师们也连夜开解,“不论何时,都要保持一份平常心,才能离幸福最近。但更多的人以“花钱并不是钱没了,而是变成了更好的东西在守护我”安慰了自己,毕竟没有什么能够阻挡这样简单的快乐:“下单是快乐的,等快递是开心的,拆快递是幸福的”。

承载着中国厂长们的期待

相比消费者在各类玩法中挣扎,一大批中国厂长带着风傲立在今年的双十一战场。

天猫相关负责人坦言,如今的“双11”,从过去以实物消费为主,升级成为实物消费、服务消费的双重狂欢,加速线上线下融合,带动消费体验的全面升级,疫后新经济消费进一步深化。

事实上,疫情让数字化转型成为全社会的共识。网上消费、云上办公、线上复课,骤然加速的线上数字化进程,让生活从未如此“在线化”。随着疫情取得阶段性胜利,重新走出家门的人们发现,数字联结的线上空间与线下场景并非此消彼长的替代

关系,而是相互交融的乘法效应。

而受疫情影响的中国工厂更是发现了新的方向。

“今年‘双11’对我们来说,将是一个历史性时刻。”主做粘毛器的浙江义乌泽熙日用品有限公司负责人方昊说,今年3月之前,因为疫情他们损失了1000万订单,现在决心转型做好内贸。虽然是第一次参与“双11”,但前期的销售结果给了他充分的信心,“内销和外贸肯定是不一样的节奏,我们需要不断摸索,分两波销售方便我们做灵活调整。”现在,泽熙的工厂里已经开足马力。

据了解,在今年天猫“双11”期间,2000个产业带、30万个外贸工厂首次参加,将在“双11”期间卖空100个核心产业带给消费者带来极致性价比好货。

无独有偶,京东方面也表示,今年“双11”期间,他们将一如既往地通过工厂直供、产地直发、C2M模式,提供低价优惠的同时,带来消费品质的提升和更多服务保障。从10月21日开始,京东主站协同京喜,聚焦产地源头好货,通过“一日一省一带”的形式,共同推出“买光超级省”,还将邀请更多的市长、县长、乡长走进直播间,让消费者

数万家商户五折起 郑州人的爆款清单来了

这么热闹的“双11”,郑州市民怎么过?记者从天猫“双11”启动会上获悉,今年,支付宝将首次以数字生活开放平台身份参加“双11”,通过在上海、杭州、郑州等100个城市打造“城市生活主会场”,帮助餐饮店、菜场、小超市、电影院、足疗店等线下服务业商家参加“双11”,共同迎接年底最大的消费复苏热潮。

10月21日到11月11日,来自饿了么(含口碑)、淘票票、大麦、飞猪等阿里经济体平台的数百万商家将参加支付宝城市生活狂欢节,覆盖餐饮外卖、休闲娱乐、酒旅、医疗美容、同城零售等。其中200万商家参加五折活动,90万餐饮商家全店五折。同时,在11月1日至11日期间,郑州市民刷支付宝乘车码出行,每天首笔有机会享最低0元乘车优惠。

从头部景区到中华老字号,从网红火锅到生活服务类商户,郑州商家们都拿出了满分的热情和十足的诚意。在支付宝,郑州百花汤温泉汗蒸推出了99元月卡套餐,52元就能买到76人老烩面超值4人套餐,94元可以买200元的京馆涮火锅通用券,低至3.3折的电影票一定要囤起来。

据悉,支付宝“双11”大促覆盖了全国几乎所有城市,在活动力度最大的上海、杭州、郑州等100个重点城市中,九成报名商家都是中小商家,很多商家甚至是首次“触网”。这意味着,一大批服务业商家将以“双11”为契机,开启线上线下联动的数字化经营模式,迎来年底最大一波复苏增长。

激发中国经济的内需动力

2020年是一个特殊年份,今年的“双11”将是疫后中国经济亟须的一场内需盛宴。

国家统计局19日发布数据显示,前三季度国内生产总值(GDP)按可比价格计算,同比增长0.7%。第三季度社会消费品零售总额同比实现正增长,网上零售额更是保持逆势上扬态势。前三季度全国网上零售额同比增长9.7%,增速比上半年加快2.4个百分点。

九鼎公共事务研究所研究员翁一认为,全球笼罩于新冠疫情之下,放眼全球主要经济体,中国极有可能表现最佳。三季度GDP同比增长4.9%,社会零售额由负转正,网上零售额更是逆势大幅增长,足见消费乃是中国经济的最大引擎。基于此,无论是消费端,还是供给端,都铆足了劲要把“失去的时光”补回来。

数字经济智库高级研究员胡麒牧也认为,网上购物、直播带货等新业态、新模式持续火热,在助力疫情防控、保障居民生活、促进经济增长方面都发挥了非常积极的作用。从线上消费拉动经济增长这个角度看,全球在看中国,中国在看电商,电商在看“双11”。

这份来之不易的成绩成为全球经济的一抹亮色,以数字经济驱动内需发展,提供了行之有效的“中国解题思路”。

中国需要一场消费大典,世界需要一场经济强心剂。或许这也是12年来,这张“双11”成绩单,从未如此重要。