

编者按:10月24日晚上8点,天猫“双11”开启预售。至此,包括京东、拼多多、快手、苏宁易购、唯品会等多个主要电商平台都已进入了每年最老牌的购物狂欢节。除此之外,快手、京东到家、小红书、B站、视频号等纷纷跟进。“双11”已经走过了14年,相比以前,如今它又发生了什么变化呢?

□ 本报综合报道

今年“双11”有啥变化?

消费者之变

年轻人“双11”之变:从“买买买”到“0元撸”

不再熬夜 延长保价 消费越来越简单

一年一度的“双11”又来了!今年的“双11”让消费者感受到了一些新的变化,比如支付预售款不用熬夜了,计算优惠不再那么烧脑了,买贵了还能一键退差价……消费者迎来一个相对更简单的“双11”。采访中,有业内人士感叹,从今年的“双11”,不难看出零售商正在转换思维,高质量的服务比一味降低价格更重要,携手做大市场比互相设置壁垒走得更远。

用诚意吸引客户

“今年的‘双11’让人感到了更多的实在,便宜就直接降价、满减、买送,不用再像考数学一样烧脑计算优惠。付款也不用再等到半夜12点,像春运火车票一样艰难,没有了花里胡哨的玩法,商家展示出更多的诚意。”北京消费者刘晴对记者说。

记者发现,很多商家都增添了一些购物小功能,也改变了一些多年来的习惯做法。比如,记者在多家电商平台上浏览看到,价格优惠变得一目了然。京东跨店每满299元减50元,每满1000元减100元;天猫则是全场跨店每满300元减50元,88VIP会员再领820元大额券,优惠可叠加;抖音在“满200元减30元”的基础上,推出短视频任务赛;快手则有“万人砍价团”,用户可提前支付商品定金,定金人数越多,商品越便宜。

与此同时,一些平台还推出了新服务,让购物方便有保障。记者看到,今年“双11”,无论是“预售付定金”阶段还是“售卖”阶段,都从0点付定金,改为从晚上8点开始付款,让消费者不用再熬夜;为了凑单更方便,有电商平台推出“多地址下单”功能,也就是说,消费者为了凑单实现满减,获取最大优惠,可以将多个地址的商品变为一单支付;还有的平台扩容了购物车,将购物车上限从120个商品扩展到300个。

消费者对于新推出的服务很满意。“在‘双11’新推出的众多服务中,我觉得最贴心的就是‘运费险’、‘一键退差价’。说实话,这两个服务用上的概率不大,但就像是一种承诺,保证不让你买贵,不满意尽管退。表明了商家愿意给消费者提供更好服务的态度。”北京消费者李倩说。

记者了解到,多个平台都推出了运费险及保价服务。比如,京东升级运费险权益,消费者退货时可以免运费,而且是连超重部分邮费也全免。淘宝、天猫推出保价服务,最长价保时间从15天延长至27天,这基本覆盖了整个“双11”的活动时间。不过,消费者要注意这些服务仅适用于有相关标注的商品,没有标注的商品则没有这种保障。

记者还发现,针对老年用户群体,一些平台在长辈版中推出人工客服功能,客服可以帮助用户完成维权、代客退款等工作。

竞争淡了 合作多了

今年“双11”,平台与平台之间的花式“约架”少了,火药味儿淡了。有的多年对手彼此一笑泯恩仇,有的甚至彼此拥抱相互借势。电商江湖由竞争走向竞合。其间,京东联盟全面恢复与快手外链合作,苏宁易购正式入驻美团,天猫开启首次抖音直播。抖音与饿了么达成合作,提供“到家”服务……

这其中,快手因“左拥京东、右抱天猫”格外引人注目。接近快手的第三方人士表示,快手此次不仅恢复了天猫链接,也恢复了京东链接,主要是针对“双11”大促这个阶段性特殊节点,至于是否会长期恢复,仍有待观察。

这一信息在快手电商客服电话中得到了确认。客服表示,为了助力商家更好经营,年底电商旺季,2022年10月28日至12月31日期间,快手小黄车可以使用天猫商品链接;10月28日至11月30日,可以使用京东自营商品链接。值得注意的是,此次只有天猫和京东自营商品的链接能在快手直播间上架,淘宝个人店铺并不能。

另一个现象级事件是很多顶流主播在多个平台来回横跳,实现了跨平台经营。10月24日,抖音的顶流之一罗永浩出现在淘宝直播间。10月31日,俞敏洪也率领新东方团队在淘宝直播。而东方甄选在抖音直播的同时,也一直在视频号进行带货布局。

业内指出,头部主播被平台垄断的历史由此将被改写。顶流主播(超能销售员)话语权越来越大,平台方也走向成熟淡定。

有业内人士表示,随着“双11”购物节进入第14个年头,中国零售商正面临着新的挑战和来自外部环境的双重压力。对此,零售商应重新审视自己的策略,将重点从过去的打折促销调整为培养加深客户忠诚度,从而在全年保持较高的消费者活跃度,而不仅仅是靠“双11”。

“终于把红包全都消灭了,一个也没浪费!”半夜十二点,网购爱好者菁菁长舒了一口气,心满意足地给朋友们群发了一条消息。

菁菁分享的一天“丰收”喜悦是一张网购买单。截图里显眼的“待发货99”想必意味着巨大的开销,然而把订单从头翻到尾,却是清一色的“实付款¥0.00”,令人大惑意外。

“都是用红包买的,今年跟着博主的攻略,获得了不少直播间的红包,还有各种优惠券,买回来的东西足够用到年底了。”菁菁看着一串“太神奇了”“怎么办到的”“求出教程”的回复,热心分享了自己收藏的多篇“羊毛攻略”。

“0元撸”:菁菁的教程为众多朋友打开了消费新世界的的大门。如今,像她这样搭紧钱包过“双11”的年轻人并不少见。

快递之变



随着“双11”大促在各大电商平台陆续拉开帷幕,邮政快递业也将迎来一年一度的业务旺季。据悉,今年快递业务旺季从11月初开始,到2023年春节前夕结束。

扩大预售前置规模、按需送货上门、升级保价服务、推动包装绿色环保……眼下,各大快递企业正铆足干劲谋划各种旺季保障服务措施,努力给广大消费者带来更安心、更快捷、更优质的服务体验。

提升配送效率

现在正是山药大量上市的时候。在河南省温县大渠河村的山药地里,挖掘机挖开土沟,中通河南温县网点的快递小哥和工人们正有序采挖、分拣、把一根根带着泥土的新鲜山药整齐地码放在地头。

“从国庆后到‘双11’,再到春节前都是山药的销售旺季。”中通河南温县网点负责人潘松松告诉记者,为了村民能第一时间把山药寄出去,网点直接把快件开进了田间地头,采取专车专送、单独交货等形式确保山药品质的同时,保障所有山药快件当天发出。预计今年“双11”期间,山药类快件业务量将突破每日5万件。

保障配送效率,除了要及时揽收发货,把商品前置到距离消费者最近的仓库也是

关键措施。据京东物流到仓业务负责人章根云介绍,今年“双11”期间,京东物流依托在全国设立的90个到仓转运中心,212个上门提货城市、超20000辆车资源、1000条精品路线,助力提升商家全平台送仓时效、降本增效。届时,超200座城市的消费者,待支付尾款后都将有机会体验到最快“分钟级”的收货体验。

菜鸟供应链公布的“双11”大促保障方案显示,目前其已从仓网、数智、产品、运营、服务等方面给出相应举措。在保障商家方面,菜鸟对80%的预售商品都会做前置处理,确保发货的及时性。同时,菜鸟还联合天猫储备了400万平方米的仓库,包括疫情期间备仓,支持商家在需要时紧急开仓入驻。同时,菜鸟供应链还上线了一批数字化产品,如升级后的“智慧鹊巢”,将管理维度从省、市、区、街道进一步拓展至社区。

改善消费体验

消费者“买买买”的同时,对快递按需送货上门也充满期待。一直以来,快递无法送货上门饱受商家和消费者的诟病,尤其是在电商大促期间,对于网购频次高的消费者来说,自行取件实在是让购物体验大打折扣。

此前,菜鸟CEO万霖在谈及“双11”物流准备情况时表示,今年的亮点是为商家和消费者提供有品质的物流服务。据介绍,菜鸟为此招募了10万名额外的短期专职运力,确保即使在“双11”包裹派送高峰,也能和平时一样送货上门。

在某社交平台上,“双11一起薅羊毛”“0元撸羊毛”“0元购”等话题热度持续攀升,许多博主整理了如何领取红包和优惠券,找到直播间的特价商品,叠加多重优惠等教程,不断有网友在评论里高呼“学到”了,并晒出自己的购物清单“交作业”。

以往每逢“双11”总是“买买买”,习惯于超前消费的“剁手族”人数锐减,他们中的很多人已经悄然转向了截然不同的生活方式:一方面尝试控制物欲,探索适合自己的极简生活道路;另一方面关注极致性价比,追求用更少的钱获得同样或者相近的商品与体验。

然而,后者无疑需要付出更多的时间与精力,多平台比价、直播间蹲点、研究促销规则,规避商家的套路……这些步骤对普通消费者来说非常繁琐,相比之下省时省力的“抄作业”做法自然而然地流行起来。

但令很多人难以想象的是,省钱经验中也衍生出了一门新的生意。

据了解,许多发力“双11”的主播为了聚拢人气,都会选择在直播间定期上架一些“钩子商品”,如首单9.8元包邮的水果盒、完成签到任务后8.8元包邮的收纳盒、叠加优惠券5.9元包邮的螺蛳粉等。

“羊毛”们的群主正是瞄准了这些超低价的商品,仔细研究在每个直播间领取和使用优惠券的方式,吃透商家的促销规则,才从中整理出了一目了然的“直播间作业表”。

站在购物平台和商家的角度,不难发现消费者对极致性价比的强烈需求。

事实上,今年“双11”已有多个平台在宣传中强调了真正的实惠,少一些营销“花活”,用“真活动”来取悦日益理性的消费者。

对于业内人士提醒,消费者应注意甄别信息,首先要明确钻空子“薅羊毛”的做法绝不可取,如果盲目相信他人分享的信息很容易上当受骗,甚至可能构成违法。而对于直播间红包这类合法合规的“羊毛”,也建议大家按需选择,以避免不必要的浪费。值得警惕的是,如果过多地投入时间和精力,影响了正常工作与生活,“免费”反而会变得很“昂贵”。

“该省省都花花麻,生活中当然不仅仅有羊毛,上个月我买了3000多元的网课课时,准备考PMP(即项目管理专业人士资格认证)。不过省钱对我来说是一种乐趣,说不定以后闲下来了,也会经营一个社群当副业呢。”菁菁坦承。

“双11”大考 快递业服务升级

者。不过,爱上“0元撸”的菁菁仍忍不住要寻找更大的实惠,因此才成为“羊毛群”“羊毛博主”的忠实粉丝。

对此,业内人士提醒,消费者应注意甄别信息,首先要明确钻空子“薅羊毛”的做法绝不可取,如果盲目相信他人分享的信息很容易上当受骗,甚至可能构成违法。而对于直播间红包这类合法合规的“羊毛”,也建议大家按需选择,以避免不必要的浪费。值得警惕的是,如果过多地投入时间和精力,影响了正常工作与生活,“免费”反而会变得很“昂贵”。

“该省省都花花麻,生活中当然不仅仅有羊毛,上个月我买了3000多元的网课课时,准备考PMP(即项目管理专业人士资格认证)。不过省钱对我来说是一种乐趣,说不定以后闲下来了,也会经营一个社群当副业呢。”菁菁坦承。

小型聚丙烯中空箱等绿色包装材料,进一步加强包装瘦身和包装循环使用的行动力度。

国家邮政局市场监管司副司长管爱光表示,加快推进快递包装绿色转型,要在推动快递包装绿色治理上持续用力,建立覆盖全链条的法律标准体系,主动与上下游有关部门协同治理,形成齐抓共管的局面。

“一方面,要推动修订《快递暂行条例》等相关法规,增加快递包装绿色治理的相关内容;另一方面,要根据《关于加强快递绿色包装标准化工作的指导意见》的任务分工,结合行业实际研究提出标准制定修订建议,推动出台相关强制性国家标准。”管爱光表示,将联合上下游相关部门开展调研,系统梳理全链条治理存在的问题,研究提出可行性对策。鼓励更多寄递企业通过出台激励办法等方式,提升快递包装回收复用率。

推进绿色包装

随着快递业务旺季的到来,快递业务量有明显增长趋势,随之而来的快递过度包装问题也备受关注。

早在2021年4月,国家邮政局办公室印发《关于邮件快件过度包装和随意包装专项治理方案》,明确集中利用1年时间,组织全行业开展快递包装绿色专项治理。截至目前,全国快递业在末端服务上也是纷纷出招。据悉,苏宁易购物流到仓业务负责人章根云介绍,今年“双11”期间升级大件“安心服务”,将送装一体服务范围从原来的331个城市扩至全国所有地级市及超九成县级市。菜鸟也宣布,未来3年,将投入10亿元建立一支1万人规模的末端送装师傅团队,在全国2800多个县(区、市)实现电器家装商品“一次上门,免费送装”。

专家表示,快递企业在考虑如何提升消费者物流体验的同时,多样化的服务模式或是行业下一步发展的关键点。

比如,消费者现在网购衣柜、床、洗衣机等大件电器家装商品的比例正逐年扩大。

管爱光表示,将联合上下游相关部门开展调研,系统梳理全链条治理存在的问题,

研究提出可行性对策。鼓励更多寄递企业通过出台激励办法等方式,提升快递包装回收复用率。

丰台市场监管局之窗

丰台区市场监管局扎实开展“食品安全宣传周”工作

丰台区市场监管局围绕“共创食安新发展共享美好新生活”宣传主题,开展了食品安全宣传周系列活动。多层次拓宽宣传渠道,宣传载体丰富多样,利用线上公众号和商户群及线下LED屏、公示栏等载体广泛开展宣传,深入食品生产经营场所开展食品安全法律法规、科普知识宣传。共开展系列宣传活动90余场,发放各类宣传材料2.3万余份,线上线下宣传受众达10万余人。多领域打造宣传阵地。一是守护“舌尖上的校园”,通过举办“校园食品安全课堂”活动,将“阳光餐饮”工程落实在深处。二是争做“食品安全卫士”,充分发挥集贸市场等食品安全单位宣传阵地作用,提升经营者食品安全意识,助力食品安全诚信建设。下一步,丰台区市场监管局将继续创新形式,丰富载体,常态长效抓好食品安全宣传教育工作,以实际行动提升人民群众获得感、幸福感、安全感。(周小会)

齐齐哈尔农垦开荒米水稻种植专业合作社

专注精品 铸就粮心



米优品质级。它以有着300多年两棵树为文化背景,全力打造“龙江两棵”开荒米品牌,甄选优质稻花香稻种,还原本真本味。在种植过程中,合作社坚持施用有机生物肥料,运用人工生物方法防治病虫草害,产出的大米米质好,口感佳。从种植、培育到收割,合作社始终秉承有机绿色种植理念,坚持按照有机水稻生产标准执行,采取质量追溯体系,实时监控水稻长势及病虫害防治,让消费者更直观地了解生长种植过程。

国际领先的加工工艺与运行模式,助力合作社走出一条特色独具的绿色产业之路。合作社以“品牌+合作社+基地”为运行模式,统一品种,统一田间管理,统一规划收购,统一规范包装,统一品牌销售,以线上线下相结合的销售模式,扩大影响力,目前已销往上海、北京、广州等全国各大城市。合作社实现

安全米,健康米。合作社推出的“黑龙江两棵”开荒米系列产品,从播种种植到稻米加工,从保鲜包装到科学存储,都是通过有机生态传递健康,富含人体所需19种氨基酸和多种维生素矿物质,尤其是富“镁”弱碱系列功能大米,具有多种养生功效,深受消费者喜爱。

在未来的发展中,齐齐哈尔农垦开荒米水稻种植专业合作社将继续秉承开荒精神,坚持质量和信誉第一的理念与传统匠心精神,在坚守传统种植工艺



中精益求精,为品牌的发展不断聚力,致力于生产有机、绿色、健康的农产品,

努力将绿色有机农副产品奉献给全国市场。



合作社以“专精粮品,铸就粮心”为目标,坚持科学规范种植过程,确保稻米优品质级。它以有着300多年两棵树为文化背景,全力打造“龙江两棵”开荒米品牌,甄选优质稻花香稻种,还原本真本味。在种植过程中,合作社坚持施用有机生物肥料,运用人工生物方法防治病虫草害,产出的大米米质好,口感佳。从种植、培育到收割,合作社始终秉承有机绿色种植理念,坚持按照有机水稻生产标准执行,采取质量追溯体系,实时监控水稻长势及病虫害防治,让消费者更直观地了解生长种植过程。

国际领先的加工工艺与运行模式,助力合作社走出一条特色独具的绿色产业之路。合作社以“品牌+合作社+基地”为运行模式,统一品种,统一田间管理,统一规划收购,统一规范包装,统一品牌销售,以线上线下相结合的销售模式,扩大影响力,目前已销往上海、北京、广州等全国各大城市。合作社实现

法院公告栏

徐天由:本院受理原告中国工商银行股份有限公司都匀市支行诉被告徐天由信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2021)黔2701民初2701号民事判决书,自公告之日起,经过三十日即视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。特此公告。

贵州省都匀市人民法院
覃惠强:本院受理原告中国工商银行股份有限公司都匀市支行诉被告覃惠强信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2021)黔2701民初1095号民事判决书,自公告之日起,经过三十日即视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。特此公告。

贵州省都匀市人民法院
覃惠强:本院受理原告中国工商银行股份有限公司都匀市支行诉被告覃惠强信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2021)黔2701民初1175号民事判决书,自公告之日起,经过三十日即视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。特此公告。

贵州省都匀市人民法院
覃惠强:本院受理原告中国工商银行股份有限公司都匀市支行诉被告覃惠强信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2021)黔2701民初1251号民事判决书,自公告之日起,经过三十日即视为送达。如不服本判决,可在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于贵州省黔南布依族苗族自治州中级人民法院。特此公告。

贵州省都匀市人民法院
覃惠强:本院受理原告中国工商银行股份有限公司都匀市支行诉被告覃惠强信用卡纠纷一案,已审理终结。现依法向你公告送达本院(2021)黔2701民初1252号民事判决书,自公告之日起,经过三十日即视为送达。如不服本判决,可在判决