

# “光棍节”变身“双节棍”

——“双11”消费热情激发市场活力

本报记者 李兴华 摄影 戎禹仁

经历了上半年紧张的疫情防控，今年“双11”消费季显得格外不同凡响，“双11”也不再仅仅是电商节，而成为贯穿全国、全行业，覆盖线上线下、持续半月之久的全民购物盛宴，从过去的“光棍节”变身为有两个售卖期的“双节棍”，市民的消费热情与商家的强劲促销一起激活了市场，为消费市场的全面复苏注入了强大动力。



物流大卡车正在卸载快递包裹



工作人员在快递仓库分拣包裹



营业点快递小哥将包裹摆放整齐



消费者到店取快递



## 不少网购族熬夜“买买买”

10日22时，做完家务的张惠打开手机再一次检查自己的购物车，家居生活用品、美妆护肤品、老公和孩子的保暖衣、爸妈公婆的衣物等一应俱全，她把手机闹铃定到23时58分，只等时间一到立即开买。

“这些都是我之前选好的，有很大一部分确实比平时便宜，有的虽然价格和平时差不多，但能参加满减、秒杀等活动，还是挺划算的。”张惠说，这是她第一次在“双11”买这么多东西，也是第一次参加蹲点秒杀。

不过她说，都是按需购买，不会冲动消费。

“双11”这天，15岁的琪琪让妈妈帮着买了心仪已久的错题打印机。琪琪说：“之所以在‘双11’当天下单，是因为只有在当天才可用领券和参加满减，优惠幅度最大，原价238元的错题打印机，优惠打折后119元就能买到。”

和琪琪一起蹲点抢购的还有她爷爷，67岁的爷爷老早就看好了空气炸锅和保健品。琪琪爷爷

告诉记者：“网上买既方便又实惠，加上优惠活动就更划算了，相比年轻人喜欢买衣服，我们更加追求生活品质，喜欢买些有助于健康的东西。”

据了解，从1日零时至11日24时，天猫、京东总交易额分别达到4982亿元、2715亿元，均创下历史新高。不断刷新的销售纪录，折射出巨大的消费需求和高涨的消费热情，其中我市消费者贡献也不少。

## 我市消费者购买力不俗

刚刚落幕的“双11”购物狂欢节，电商平台交出了一份刷新纪录的消费清单，创造了历史新高，我市消费者购买力也不俗。市邮管局监测数据显示，1日—11日，全市邮政、快递企业共处理快件8875928件，其中“双11”当天共处理快件866614件，同比增长48%。

“近年来，网购成为风尚，国民生活水平日益提高，购买力不断增强。”

强。同时，电商的发展使市内的农产品销往全国各地，我市的进出口快递量明显增多，特别是今年经历了上半年紧张的疫情防控，进入后疫情时期的经济逐渐复苏，“双11”更加释放了市民的消费热情和商家的销售热情，大规模的促销带动了消费者的购买欲。”市邮管局相关负责人说。

家住市区迎宾街的90后邓小颖

告诉记者，今年“双11”她买得最多的是各类纸巾和日用品，一共花了1000多元。“疫情期间家里都习惯网购了，‘双11’大概囤了一年量的日用品。”

“我们这两天基本进入了送货高峰期，今年‘双11’战线拉得长，有两周多，虽然货件没像往年一样集中爆发，但由于数量多，高峰期一天的量相当于平时的三四倍。”申通快递员王勇说。

## 快递分发日益走向成熟

快递分拨仓全部实现规范化，中通、京东、顺丰等品牌正逐步向半自动化迈进。

经过多年“双11”的洗礼，快递公司也有了丰富的经验，将准备工作提前，有的快递公司已投入使用前置仓，提前接收、储存各电商平台商品，大幅度缓解“双11”高峰期长途运输压力。

与此同时，各快递企业提前预估本企业处理量峰值，采取针对性措施，合理控制分拨中心、网点快件量，稳定快件揽派处理节奏，并组织专门人员深入一线网点检查服务状况和业务量变化，落实好服务标准、保障用户合法权益，提高投诉申诉处理能力，及时妥善解决消费者反映的问题。

## 消费热情加速市场“回血”

前一段受到疫情冲击的商家，“双11”期间加速“回血”，收获业绩增长红利。据了解，今年“双11”变化最大的一点，是从过去的“光棍节”变身为有两个售卖期的“双节棍”。不论是天猫、京东的销售额，还是我市“双11”当天的快件量，均创历史新高。数字表明，“双11”给消费者带来了更多实惠，也给商家创造了更大增长空间。

“疫情一度给实体店带来不小的冲击，‘双11’也成为线下商家的

增长契机，我们商场的很多商家参与了‘双11’促销，从预售到爆发横跨3个周末的新周期，让原本基于线下经营的业态充分参与了这场电商节。”在武定北路一家商场经营运动装的乔彦彬说，“双11”活动从1日持续到15日，他们采用线下体验加线上短视频、直播等形式，让消费者逛的感觉更立体，对商家而言，直播的变化让他们推广新品、触达新客的效率得到提升，销售业绩明显增长。

线上线下深度融合也助推了餐饮消费提升。在星茂汇经营一家韩餐的周昊向记者介绍，“双11”覆盖了和大众生活相关的更多品类，对餐饮业来说也是一次不可多得的商机，今年他借力“双11”打造营销爆点，1日到11日期间的两个休息日，店里销售额、利润双翻倍。“疫情曾给经济按下‘暂停键’，充满活力的‘双11’激发了消费热情，也让更多的行业打开了新的增长空间。”周昊说。