

“双11”成绩背后的零售密码 国货崛起 多巴胺经济爆发

重庆成绩

成交额增速全国第七 年轻消费者比例达58%

记者从京东获悉，今年“双11”期间，重庆地区不仅成交额增速居前列，而且在智能设备、服务消费等领域都展现出较高增长，成为山城消费者追求生活品质的又一证明。

京东“双11”数据显示，重庆今年的成交额同比增速排名全国第七，年轻消费者的比例也达到了58%。在重庆各区域中，渝北区的购买力最强，南岸区的购买力增幅最高。同时重庆的特色产品也通过京东上行到全国各地，众多重庆老字号品牌在今年京东“双11”期间收获了高速增长。其中，火锅底料品牌桥头成为最受全国消费者欢迎的重庆品牌，涪陵榨菜则成为最受关注的重庆产品。

分品类来看，宠物消费、钟表服务、定制家具、家纺、手机服务是重庆消费成交额同比增速最高的五大品类，而金银投资、红木家具、手机、摩托车、套房家具则是重庆消费者人均消费金额最高的品类。此外，在人均购买件数方面，面部护肤、女性护理、清洁制品、营养制品和消化系统用药位列榜单TOP5。

与此同时，重庆消费者也非常重视个人及家庭健康，随着其健康意识的不断提升，在健康方面的支出也不断增加。今年京东“双11”，银杏提取物成为重庆成交额增速最快的健康产品，同比增速达287%。保健饮品、氨基酸、叶黄素、肽类营养品也分别以143%、130%、120%和111%的增速位列TOP5。在生活智能化的浪潮之下，智能设备也倍受重庆消费者青睐，车载智能互联盒子以1383%的成交额增速，位列重庆智能设备消费增速榜首位。智能浴室柜、智能手环、智能花洒和擦地擦窗机器人的增速也十分亮眼，成交额分别同比增长402%、332%、290%和116%。

此外，重庆的服务消费热度不减。手机保障服务、汽车保养和电池换新成交额分别同比增长158%、151%和147%。

重庆快递

1649.47万件 邮政快递处理包裹创新高

随着今年“双11”买买买狂欢的落幕，快递小哥们随之开启了“送送送”的模式。据悉，“双11”第一波快递高峰已于11月初结束，第二波高峰在11日当天，全市邮政快递企业共处理快递包裹1649.47万件，创下历史新高。重庆快递包裹处理量猛增，全市各快递公司的一线工作人员做好充分准备，火力全开应对即将到来的高峰，保证市民即时准确收到自己的快递。

11月12日，重庆市邮政管理局通报，11月11日当日，全市邮政快递企业共处理快递包裹1649.47万件，创下历史新高。其中，揽收快递包裹785.67万件，同比增长77.53%；投递快递包裹863.8万件，同比增长79.63%。

据介绍，今年邮政快递业是第14次迎战快递业务旺季，今年快递业务旺季从11月1日开始，到2024年春节前夕结束，时长102天。

10月31日-11月10日，重庆市邮政快递企业共处理快递包裹1.65亿件，揽收快递包裹6318.71万件，同比增长54.05%；投递快递包裹1.02亿件，同比增长34.75%。旺季来临，全市业务量实现较快增长，不断创出历史新高。

11月11日，记者来到渝北快递物流基地探访。在重庆极兔、中通、圆通3家快递企业的转运中心看到，一辆辆快递车并排停放，整装待发；一条条分拣线马力全开，成千上万的快递包裹载传送带上流转、分拣；然后分别装车，迅速运派送到全市各地。

面对包裹量增大，快递企业“保畅通、保安全、保平稳”的能力如何？

“我们重庆的中通智慧物流园是全国布局的4大枢纽物流园之一，今年‘双11’前，分拣车间新装配了全国运行速度最快的自动化分拣线。”中通快递重庆管理中心服务管理部经理雷黎黎介绍，这条分拣线每秒运行速度3.5米，目前该转运中心共有小件自动化设备4套，平均每小时处理快递30万票，最高峰值可达到每小时50万票。得益于先进设备，中通对迎战“双11”快递物流高峰信心十足。

为迎战“双11”，极兔转运中心同样在10月底前完成了设备升级改造，效率由此提升约41%。重庆极兔供应链管理有限公司公共事务经理周颖介绍，据预测，极兔“双11”快递峰值收件量环比平时上涨36%左右。为保障快递高效送达，目前极兔重庆转运中心共新增170名操作人员，重庆各网点共新增约500名工作人员。

今年“双11”，快递公司除了拼速度，还在努力拼服务。“数字化升级可以很好地提升服务水平。”重庆圆通快递有限公司转运中心部长张天庆介绍，圆通重庆转运中心今年进行了数字化全面升级，如今每一个快件都能被实时监测。同时，圆通推出售后工单优先处理、退款自动拦截、面单极速回收等措施，以全面提升客户体验。

据重庆市邮政管理局统计，10月31日-11月10日，全市邮政快递企业共处理快递包裹1.65亿件，揽收快递包裹6318.71万件，同比增长54.05%；投递快递包裹1.02亿件，同比增长34.75%。

重庆晨报记者 杨新宇 摄影报道

“双11”透视

年轻消费者为快乐买单

多家电商平台数据显示，今年是男性消费力提升的一年，更是国货彻底卖爆的一年。“双11”大家都喜欢买什么？这些数字背后有哪些零售密码？又反映出什么消费趋势？

“多巴胺经济”爆发

记者11日从电商平台了解到，今年“双11”，一个主要消费趋势是以电竞、骑行、滑雪、潮玩等为代表的“多巴胺经济”开始爆发，这也预示着更多新品涌现。“过去3年，我们帮助6000家品牌创牌成功，孵化了100余亿品类新赛道。”有平台披露数据说。

“今年‘双11’有一个现象，越来越多的消费者特别是年轻的消费者进来以后，开始注重情绪价值的商品，为快乐买单，这是一个非常大的趋势。”淘天集团品牌业务发展中心主任总裁奥文接受媒体采访时表示。

“就好比我们原来经常提到的‘多巴胺消费’，这是非常明显的。从数据上也看到很多有意思的情况，像电竞、骑行、滑雪这样的分类都在引导消费趋势。”奥文称。

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为，当前消费市场正在呈现细分化、个性化等特征，国家也在加大对中小微企业的支持力度，电商平台释放利好，营造多元繁荣的创业环境，将有利于助推新一轮中小微企业创新创业潮。

男性消费力超过“宠物狗”

除了赛道越来越细致，和往年相比，今年“双11”男性消费崛起。近日，“男性消费力首次超过宠物狗”引发热议，这一情况在天猫、京东等大的电商平台上也得到体现。

“大量的人在买茅台、五粮液，成箱买。”淘天集团超市业务发展中心主任一漫接受媒体采访时称，原来男性“双11”都喜欢买茅台，今年买茅台和各种酒，包括五粮液等，成箱地买。

“11月10日，‘阿卓酒馆’直播成交额4.6亿元，‘酒仙亮哥’直播成交额4.8亿元。”淘天集团称，酒水直播的爆发已显著提升平台男性用户活跃度，“双11”期间，酒水直播间男性用户占比从最初的20%一路攀升至65%。

数码产品销售在男性用户中也稳定发挥。京东“双11”开场10分钟，Apple、小米、华为、OPPO等众多大牌手机成交额同比增长100%，其中不少都是男性用户。

性用户。“另外，电竞相关、骑行相关和乐高，成为男性在平台‘双11’消费的‘新三宝’。”奥文称，潮玩、手办等销售还在持续增长，包括男性护肤用品增长也很明显，“我看到数据以后也挺吃惊的，男性香水现在成为非常受欢迎的品类。”

国货“双11”全面崛起

这个“双11”，还是国货彻底崛起的一次检验。多个电商平台数据显示，一些国货品牌可以和一些国际大牌“掰手腕”，甚至在一些细分赛道上卖得更好。

京东数据显示，大量优质国货销售火爆，其中90后及00后国货消费金额占比达到62%，成为国货消费的绝对主力。今年“双11”，来自全国超2000个农特产产地及产业带的农特产好物，如宿迁霸王蟹、新疆阿克苏100%冰糖心苹果、锡林郭勒盟的羊肉被送往千家万户。长白山人参、亳州中药材、青海枸杞等产业带特色好物持续热销。

在10月31日，抖音电商多项数据突破全年峰值。值得注意的是，国货服装品牌迎来高光时刻，鸭鸭、波司登和UR摘下服饰女装行业“双11”品牌榜排行榜前三名桂冠，高梵黑金羽绒服、波司登明星同款羽绒服、鸭鸭冲锋衣占据“双11”品牌爆品榜TOP前三名。

一漫接受采访时也谈到这个情况，“今年新疆的大闸蟹卖得非常棒，味道也非常好，甚至区别不出和阳澄湖大闸蟹的差异，原来这些大闸蟹主要是在当地卖，这次销售爆发，当地商家甚至不知道怎么打包方便快递到更远处。”

在小红书平台，设计师家居品牌格度创始人柴晓东称，目前我们的成长和增速非常快，一方面因为小红书上设计师家具的笔记数量超过115万篇，越来越多设计师家具品牌在小红书开设店铺完成交易；另一方面是中国家具产业越来越强大的设计与制造能力，消费者越来越愿意为国产设计和品牌付费。

由此可见，和原来不少消费者“追求进口”不同，支持国货的观念深入新一代消费者心中，这背后和国货质量崛起密不可分。奥文认为，对于国货和海外品牌，有越来越多年轻消费者是平视来看，国货的质量也很好，海外品牌我也喜欢，全球的品牌放在那我挑，这是一个健康的购物心态。

综合红星新闻、中新网等

天猫：商家会员成新增长红利

11月12日零点，2023年天猫“双11”收官。用户规模和商家规模显著增长。截至11月11日零点，共有402个品牌成交破亿，其中有243个是国货品牌，3.8万个品牌成交同比增长超过100%。全周期累计访问用户数超8亿，创下历史峰值。88vip用户规模突破3200万，再创历史新高，成交同比双位数增长。“双11”天猫周主动运营商家数同比增长150%，日均广告付费商家数同比两位数字增长。相比往年，今年天猫“双11”仅三线以下市场，就新增了2000余万购买用户和超1.4亿笔新增订单。

价格也驱动了商家生意规模的显著扩大。截至11月11日零点，新增的两个价格力货盘，“官方立减”商品订单量超2.1亿，“天天低价”商品订单量近9000万。在11月11日当天，百亿补贴成交额同比增长699%，购买用户同比增长386%。

实际上，年初开始，淘天集团就形成了系统化的低价能力。10月数据显示，淘宝全网低价商品平均流量涨幅达到62.5%。“双11”期间低价能力再次升级，商品降价后流量即刻反馈，满足大促期间快速爆发的需求。其次，商家会员成为新增长红利。截至11月11日零点，淘宝天猫累计为商家带来新增会员规模超1亿，全平台商家会员规模同比增长近30%。“双11”期间，淘宝天猫商家会员订单连续多日增长超100%，包括服饰在内的多个行业，会员人群贡献度近30%；老客复购订单多日录得同比两位数字增长，其中服饰、快消、运动户外、食品等行业多日同比增长超45%。

此外，今年“双11”，58个直播间成交破亿，其中有14个是首次破亿。店铺直播表现尤其突出，38个店播破亿，451个店播破千万，天猫消费电子、珠宝、运动户外、家装家居、服饰等多行业店播成交增速亮眼。其中，FILA天猫官方旗舰店直播间在“双11”预售前4小时成交即破亿，打破行业纪录。

京东：采销直播火爆出圈

截至11月11日晚11:59，2023年京东“双11”成交额、订单量、用户数创新高，京东采销总观看人数已突破3.8亿。累计超过60个品牌销售破10亿元，近20000个品牌成交额同比增长超3倍，新商家成交单量环比增长超5倍。

今年以来，京东通过“春晓计划”发布了一系列商家扶持举措，京东“双11”期间新注册店铺数量同比增长3.4倍，参加今年京东“双11”的新老商家数量较去年同期增长超1.5倍。

京东面向商家的一站式运营数据开放平台京东商智，服务商家数量同比增长77%。在京东企业业务的推动下，能源行业、制造业、专业服务、金融业以及运营商领域成为企业客户采购最高的五个行业。

线下方面，超40万家线下实体店入驻京东到家参与京东“双11”中，门店数同比翻倍。超过2200个县区的消费者，体验到了即时零售服务。“双11”期间，京东小时达下单用户数同比增长60%，使用家电家居“送装一体小时达”服务用户数环比上月增长80%。

在全国，京东物流可以将超95%的京东自营订单，在1500多个区县实现当日达、次日达，其中超千万种SKU的商品可以实现半日或当日达。

通过这个京东“双11”，有更多的乡村特产走出深山销往全国。京东超市助推全国2000多个产业带几十万款高质量农特产创造销售高峰，福建宁德的黄鱼鲞、云南的小香糯玉米同比增长分别达到了300%和237%，而来自南阳助农馆和喀什农特产馆的销售同比增长都超过了900%。

京东9.9包邮百大产业带的成交额环比提升了10倍。服装产业带、大家电产业带、五金城产业带的商家数量增长分别达到了248%、141%和150%。



今年“双11”收官，各大电商平台没有公布GMV（商品成交总额）战绩。多家电商平台数据显示，今年是男性消费力提升的一年，更是国货彻底卖爆的一年，以电竞、骑行、滑雪、潮玩等为代表的“多巴胺经济”开始爆发。

天猫公布的数据显示，截至11月11日零点，共有402个品牌成交破亿。全周期累计访问用户数超8亿，创下历史峰值。

京东公布的数据显示，截至11月11日晚11:59，2023年京东“双11”成交额、订单量、用户数齐创新高。累计超过60个品牌成交额同比增长超3倍，新商家成交单量环比增长超5倍。



“双11”第二波快递高峰来袭，极兔快递分拣中心正等候分拣的大量小件包裹。

链接

多巴胺经济

多巴胺经济是一种新型的经济模式，它是人类大脑中的神经递质多巴胺为名。多巴胺是一种“快乐化学物质”，当我们体验到愉快的事物时，大脑会释放多巴胺，使我们感到快乐。