

最长“双11”提前10天抢跑 弃“降香”挖“新质”

今年的“双11”，比往年来得更早些。10月14日晚8点，京东“11.11”直接现货开卖。和去年相比，京东今年的“双11”开启时间提前了近10天。淘天、拼多多、抖音、唯品会等电商也相继提前开启了“双11”争夺战。

相比往年，今年“双11”的“战线”拉长至一个月左右。开启时间最早、跨度时间最长、玩法更多样、平台互动更深入……今年“双11”以全新的姿态重返公众视野。值得一提的是，消费品以旧换新叠加电商平台优惠，成为今年“双11”的突出看点。

电商平台“双11”已行至第16个年头，如今“战鼓”再度擂动，今年“双11”有何新变化，各平台打出的“促销牌”暗藏怎样的市场逻辑，这场“年度赛事”能否如愿拉动消费热情？



1 更长“战线” 一场大促变成“月考”

从电商平台启动“双11”的时间表来看，“急切”二字写在了脸上。

早在10月8日，抖音和拼多多便先行启动大促，记者注意到，有品牌已经发布抖音“双11”专场首场“战报”。

天猫和京东不约而同将“双11”提前至10月14日晚8点正式开启，相比前两年提前了10天左右，小红书、快手、B站等平台也已“搭台唱戏”。考虑到电商平台大促时间至少持续到11月11日，今年“双11”时段已拉长至一个月左右，为史上最长。

回顾历年“双11”，作为创始者及国内电商巨头，淘宝天猫的“双11”时间一直是行业内的风向标。如今，这套“潜规则”失灵，越来越多电商平台开始“抢跑”，提前启动促销节点、延长促销周期。这并不难理解，目前国内移动互联网增量见顶，知名品牌通过多平台开店集合流量。这意味着，谁先启动“双11”，谁将率先“抢收”第一波销量，各平台自然“没有最早，只有更早”。

除了“战线”拉长，今年“双11”各平台更是补贴加码、力度加大。天猫宣布，这将是历史补贴最大、红包最多的一年“双11”。在官方85折或跨店满减每300减50活动基础上，天猫将额外再投入300亿消费券及红包。今年拼多多首次推出“百亿消费券”活动，并将“百亿加倍补”升级为“超级加倍补”。10月31日，京东开启“百亿补贴日”，海量爆品官方加补限时低价。

对于“双11”最大的乐趣是与复杂规则斗智斗勇”的网络调侃，天猫相关负责人也介绍：“消费者下单将更简单，今年天猫‘双11’商品界面上只有两个价格：折扣前价格，以及叠加各种优惠后的到手价格。”

2 更聚合力 政府补贴首度“入场”

今年“双11”的另一变化是，电商平台之间少了昔日的剑拔弩张，而是从“建墙”转为“拆墙”，展现出前所未有的开放姿态。

根据此前公告，9月12日起，淘宝天猫将逐步全面接入微信支付。当时，业内人士预测，此举正是为“双11”埋下伏笔。包括大学生、中老年群体等偏好使用微信支付的用户以及下沉市场用户，将是“微信入淘”的受益者，这部分用户也将有机会成为淘宝天猫商家的新增量。

记者还注意到，目前多数淘宝天猫商家提供的付款页面已经显示“微信支付”选项，用户可以顺畅地完成支付，从而实现“支付自由”。此外，淘宝天猫还计划接入京东物流系统，为商家新增物流选项，预计于10月中旬实施。同时，京东亦将接入阿里巴巴旗下的菜鸟速递与菜鸟驿站网络，并计划在“双11”前夕接入支付宝支付，双方物流和支付体系正逐步融合。

互联网行业加速互联互通，不仅仅是监管要求，也是“流量红利见顶”下的必然选择，只有携手才能激发出更大规模的市场空间。对此，阿里巴巴集团副总裁、淘天用户平台事业部总裁吴嘉在接受采访时表示，今年以来，淘宝天猫与多个互联网平台实现互联互通合作，预计将是史上购买用户数最多的一届天猫“双11”。

值得一提的是，政府以旧换新补贴首次可叠加天猫“双11”优惠，在政府20%补贴力度、天猫品类券、品牌官方立减15%的多重优惠叠加下，家电价格低至6折。苏宁易购作为

政府指定补贴发放平台，在政府提供绿色节能产品15%~20%的优惠基础上，也将联合品牌商家、金融机构，为用户提供更好的换新体验。

3 更见“真章” “狂欢感”逐渐淡化

除了电商平台摩拳擦掌，近期商家也在厉兵秣马。这个周末，位于南京溧水的某食品公司电商部员工并未休息。“按照往年的经验，我们今年‘双11’准备了1000万元的货。几个月前，公司还招了几位专职主播，打算尝试下店播，看能不能让今年销售再上一个台阶。”相关负责人称。

有南京商家表示，近些年，“双11”所带来的“过节感”和“狂欢感”逐渐淡化，但它毕竟是全网瞩目的年度大促，不能轻易错过。在大促流量漫灌之下，企业很难去追求短期销售规模的暴增，更希望借此“练兵”，沉淀自己的“私域流量”，为目标用户提供持续迭代的产品和服务。

记者注意到，去年“双11”主打“降香型”，各电商平台将“真便宜”“真低价”挂在嘴边。当意识到简单的打折促销不再奏效，今年各平台更强调“提质型”。淘宝直播店播总经理袁媛认为：“今年直播电商可能出现了一个非常重大的拐点，直播电商将会不断迈向一种更加有序、更加透明的运作模式，我们也将迎来一个新的发展机遇——品质直播。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊也表示，将投入百亿资源包大力扶持具有产品、技术创新能力的新质商家、新质产业带，大幅度减免优质商家的交易手续费，未来一年预计减免100亿元。

多位南京消费者直言，如今电商大促常态化，“天天促销、月月过节”，但在“双11”购物已经成了一种消费习惯，“只是不会熬夜购物、疯狂凑单，而是理性购买、按需购买。”

4 更多“卖点” “以旧换新”成热门话题

“以旧换新”无疑会是今年“双11”期间的一个热门话题。平台购物优惠叠加政府以旧换新政策补贴，在惠及消费者的同时，也有望对拉动消费起到积极作用。

“京东在10月12日开启了‘双11’的抢先购活动，我打算买的石头扫地机器人原价4599元，叠加政府补贴和京东补贴，最后3280元就拿下了，省了1300多元，非常划算。”北京的王女士告诉记者。

天猫透露，今年国家推行的家电“以旧换新”补贴将与“双11”优惠叠加，天猫携手品牌商家共同投放60亿元，通过发放品类券、品牌让利等措施，积极响应政策，促进消费。一级能效家电产品可享受2000元补贴、品牌直降15%及额外400元品类券，整体优惠低至6折。

阿里集团副总裁、天猫事业部总裁刘博表示，目前天猫以旧换新已经成功在10多个省份落地，各地正有序扩展产品品类，更多消费品将逐渐实现导入。

刘博表示，随着一系列增量政策落地，天猫平台消费热情持续回暖。天猫“双11”将携手品牌商家，创造更多品质增量，为提振消费信心、增强消费活力发挥应有作用。

战报

前30分钟美妆20个品牌破亿 1小时内大家电成交大涨765% 天猫开局卖爆了

10月14日晚8点，天猫“双11”正式开启。作为“双11”主战场，今年天猫“双11”投入力度为近年最大，在官方立减85折、跨店满减每300减50的活动基础上，额外投入300亿消费券及红包。

预售开启后，美妆大牌迅速爆发。10分钟内，珀莱雅、欧莱雅、修丽可、兰蔻、可复美、娇兰、雅诗兰黛、赫莲娜、玉兰油、海蓝之谜、娇韵诗、肌肤之钥、欧诗漫13个品牌成交相继破亿元，前30分钟成交破亿元品牌达20个。商品侧，可复美胶原棒成为首个成交破亿元单品，10分钟卖出超20万件；30分钟内，娇兰复原蜜、欧莱雅玻色因安瓶面膜等8个单品成交相继破亿元。

家电方面，今年政府补贴首次叠加天猫“双11”优惠，带动家电品类大涨，首小时天猫大家电成交同比去年双11预售首日大涨765%。海尔、美的、小天鹅等品牌快速破亿元，海尔超薄冰箱、海信电视、美的酷省电空调、松下白光洗烘套装等单品成交快速破千万元。

服饰方面，有125个服饰品牌成交额同比去年双11预售首日翻倍。其中，Kappa成交同比暴涨超1300%，we11done成交同比暴涨超600%，Acne Studios成交同比暴涨超400%，品牌商品全面爆发。

运动户外行业预售首小时，6个品牌成交破亿元，32个爆款单品成交破千万元。KOLON SPORT可隆、TREK/崔克、awka、拓路者等44个品牌预售首小时超过去年预售首日，明星单品adidas阿迪达斯600蓬羽绒服开卖立即破亿元。骑行品牌大爆发，全品类增长超40%，自行车整车增长超80%，公路自行车品牌TREK崔克预售首小时成交增长超1300%，骑行服饰/骑行装备类目达到双位数高速增长，专业骑行服品牌兰帕达取得该类目规模/增速TOP1。

淘宝天猫宠物增长势头强劲，首小时直播成交同比去年预售首日首小时大涨120%，90分钟成交超去年预售首日全天。此外，天猫再次成为宠物新品牌“双11”掘金突破点，43个宠物品牌商家首小时成交超去年预售首日全天。

预售首日，多个淘宝直播间跟进开启“双11”直播，其中李佳琦直播间率先成交破亿元。淘宝数据显示，14日晚上，蜜蜂惊喜社、香菇来了、陈洁Kiki、烈儿宝贝、胡可等直播间也陆续宣布首小时成交即破亿元，破亿元的速度和首小时成交都超过去年。

据金陵晚报、中国证券报、时代财经等

