“双11”11岁了，来看看这些成长的变化

“双11”，今年11岁。从“光棍节”的代名词，逐渐演变为全球制造商和电商深度参与的消费者狂欢日，“双11”茁壮成长，展现出中国消费市场和经济的潜力和活力。

——数字之变：销售额从0.5亿元猛增至去年的2135亿元。

2009年的“双11”，销售额是5200万元，27个品牌参与活动。

2018年天猫“双11”的最终成交额锁定在2135亿元，物流订单突破10亿，18万个品牌参与，200多个品牌成交额过亿元。

2019年“双11”将至，电商平台天猫披露，全球超过20万个品牌，200多个国家和地区的22000个进口品牌将深度参与。

——市场之变：从“买全国”到“买全球”。

从刚开始的“买得到”，到“买得好”“边买边玩”，再到现在的“跨境购”“智能化体验式购物”，电商购物的不断升级，也是中国消费升级的一个缩影。

通过跨境电商平台，智利车厘子、泰国榴莲、越南火龙果……正在深入三至五线城市和县域地区。据天猫国际数据显示，县域地区跨境电商的渗透率从2014年的1%，增长到2018年的7%。

——模式之变：线上线下从“冲击”到“共振”。

2015年前后，一些实体店关门，电商“冲击论”甚嚣尘上。经过多年的合作与发展，如今，线上和线下深度融合，变成了“一家亲”。

新零售时代，互联网电商巨头纷纷开始线下布局，收购大型商超、加盟社区小店等。与此同时，不少实体零售积极拥抱线上，商品价格统一、玩法统一、互动形式统一，惠及线上线下消费者。

——效率之变：快递从“下周见”到“今日达”。

多年前，“双11”被吐槽最多的就是“我的快递怎么还没到”，如今，这样抱怨的声音越来越少，快递运送不断加速度。而这背后，是快递业的智慧转型。

业内人士分析，数智化的电子面单也助推快递行业进入自动化、智能化的爆发期，快递自动化显著提升了物流效率。 □ 据新华社

从“双11”脉动，观察中国消费新趋势

从网友打趣的“光棍节”，到单个平台的“网络促销活动”，再到带动全球消费市场的数字经济体联动，11岁的“双11”，已成为国内外消费市场的重要组成部分，实体经济依靠和竞逐的重要平台，大量新技术、新产业、新业态、新模式的策源之地。 □ 据新华社



商品更多、市场更大、动能更强

据天猫总裁、淘宝总裁蒋凡介绍，今年“双11”共有5万个新品牌新商家首次参与，其中既有引领潮流的国际大牌，也有崭露头角的新锐品牌。11日当天，来自全世界20万个品牌的官方旗舰店集体推出折扣措施，为用户节省至少500亿元。

“双11”也已经成为制造业新品的集中展示日，手机数码、家用电器、美妆、个人护理与鞋包服饰是新品爆发速度最快的领域。

上海财大数字经济研究中心主任钟鸿钧认为，“双11”进入第11个年头，巨变背后是中国经济和消费的持续增长。消费已经连续5年成为中国经济增长的第一动力，且一直保持着稳健增长，新消费带来的内需潜力释放才刚刚开始。更为重要的是，新消费体现了产品品质的提升和创新，体现了中国经济从效率驱动到创新驱动的转型。

“追新一族”与“启发式消费”

值得关注的是，越来越多的“85后”“90后”，化身“追新一族”，在网上搜寻、关注、购买各个领域最新潮流商品。尤其是一些创意产品，让互联网具备了“启发消费”的新功能。

通过电商平台，中国人传统的“秋裤”变成了世界“潮品”。在2020春夏纽约时装周上，“82岁”的中华老字号三枪开发的一系列中国“秋裤”首次亮相国际T台，成为吸睛的“潮款”。

国务院发展研究中心新经济研究院执行院长朱克力表示，从趋势看，“双11”将更集中彰显消费尤其是新电商消费对增强经济动能，以及提升企业能级的助力牵引，更充分体现高端化、个性化和多元化消费升级趋势，为传统生产制造型社会走向协同共享消费型社会的转换提供了生动注脚。

绿色“双11”渐成消费共识

业界研判，今年“双11”期间，绿色消费、绿色物流将成为一大趋势。“双11”倒计时10天，某电商平台推出了电器、数码产品“以旧换新”专场置换活动，手机、电脑、数码相机、摄像机、空调、电视、冰箱、洗衣机、耳机等80多个品类、覆盖260多个品牌的4万种商品都可换新，以减少各个家庭闲置资源的浪费。

通过号召、带动公众参与，我国绿色快递发展迅速。全国4万多个菜鸟驿站、各大快递公司的3.5万多个快递网点，都设立了“回箱计划”点，消费者除了身体力行循环回收，还可以获得蚂蚁森林能量，植树造林。而“蚂蚁森林”项目，不久前获得了联合国环境规划署颁发的“地球卫士奖”。

一些电商和快递企业表示，“双11”告一段落后，将设立“全国纸箱回收日”，号召全社会一起回收纸箱、包装物，加入绿色收货行动。

此外，随着消费者环保意识不断加强，以节能家电、绿色商品、闲置交易为代表的绿色消费走红。“杂交水稻之父”袁隆平研发的海水稻等“袁米”，已累计在天猫售出55万公斤，相当于支持110万平方米盐碱地改良。消费者每购买1公斤“袁米”，就能帮助改良2平方米盐碱地。“袁米”的背后是袁隆平的宏愿：在一亿亩盐碱地种植海水稻，让荒漠变良田的同时，多养活八千万人口。

“买卖全球”让世界“共享一个购物车”

天猫国际和考拉海购协同连接起3万多个海外品牌，通过海外原产地直供，让更多消费者足不出户“买全球”。在国际市场，一批中国品牌迅速崛起，不仅赋能中国企业出海，还帮其他国家中小商家卖全球。

在打破地域限制的互联网上，网络主播们在全球各地，用不同语言，24小时不间断地推介世界各国的热门消费品。

西班牙古堡的红酒、埃塞俄比亚的咖啡豆、以色列沙漠的摩洛哥油、新西兰森林的蜂蜜、泰国丛林的乳胶枕……这些商品虽然相隔万里，但通过电商平台，世界各国人民“共享一个购物车”。

商家打折招数多 专家教你见招拆招

随着“双11”临近，各大电商平台纷纷推出花式减价规则，其中一些优惠套路缺乏诚意，使消费者对这个号称“年度价格最优”的购物节产生倦怠。

“双11”活动分为预热期、专场期、爆发期、返场期等，各阶段不同的游戏规则已经“劝退”了不少网友。“养红包”“盖楼”“预付立减”“付定金打X折”等庞杂的促销规则，让不少网友直呼：“没点奥数功底，都不配过‘双11’了！”

记者在某电商旗舰店看到，一款商品的优惠包含预售、定金、店铺券、随机红包、购物津贴及满减；加购3款商品即有机会1元清空购物车；当天累计实付前十的买家获赠价值2000元的商品等。此外，全民开喵铺、组队盖楼大挑战、拉人赢红包等活动也在考验消费者的“综合运算能力”。

今年首次推出的“双11合伙人”计划，通过完成任务积累能量值的方式换取购物红包，依托社交网络进行“组队”。不少网民近期都收到了邀请其为好友战队助力的链接。有网友表示“钱没分到多少，欠下的人情都快还不起了。”当用户付出了时间、精力乃至人际关系后的“丢失感”多过省钱带来的“获得感”，则会逐渐丧失对平台的信任。

记者从一些商品以往的购买评论中注意到，某些商品早在其他活动中就进行过减价优惠，价格基本与“双11”当天持平。有些店家甚至会在“双11”前事先抬高售价，大打“价格迷雾阵”。不实促销让消费者雾里看花，经过优惠叠加后，到手的价格相较于原价并未降低许多。

面对商家打折招数，有关专家教你见招拆招。

选择经营资质齐全、规模大、信誉度高的网店、自营商城和第三方购物平台，选购过程中需擦亮眼睛，货比三家，从“质”“价”中择优。

查询官方信息，在拨打商家客服电话咨询时仔细确认其是否为官方电话。不随意点击不明链接和弹窗，不轻信抽奖、中奖信息，不轻易将身份证号、银行卡号、手机号码等个人信息提供给他人，不泄露手机动态验证码，以免上当受骗。

理性消费，拒绝“限量”“秒杀”等营销噱头，避免冲动消费。通过其他渠道了解所购产品的质量价格情况，关注价格变化，详读优惠规则使用限制条件。可通过保存促销活动的规则及商家作出承诺的截图等方式，避免掉入活动规则的陷阱。

专家同时指出，作为全球商贸盛会，不能只要求消费者练就“火眼金睛”，更需要加强监管和社会共治。 □ 据新华社

彩票开奖台

全国联网电脑体育彩票“七星彩”
第19129期开奖公告
本期开奖结果：0322108

全国联网电脑体育彩票“排列3”开奖公告
第2019300期 中奖号码：537

全国联网电脑体育彩票“排列5”开奖公告
第2019300期 中奖号码：53724

中国福利彩票15选5玩法开奖公告
第2019300期
中奖号码：04、06、08、14、15

中国福利彩票“双色球”开奖公告
第2019129期中奖号码：
红色球号码03、04、07、09、15、26
蓝色球号码：07

中国福利彩票3D玩法开奖公告
第2019300期中奖号码：936