



“双11”17年， 今年有哪些新变化？

周期拉长，“狂欢式购物”逐渐回归理性消费；AI助力商家提“智”增效，垂直细分市场崛起；即时零售加速入场，以场景融合激活增量……步入第17个年头的“双11”，有哪些新变化？



1 超长版“双11” 消费更趋理性

今年“双11”，又是一个“超长版”。9月30日，苏宁易购启动“双11”大促，此后京东、抖音、天猫等平台相继开启促销活动。主要电商平台中，“双11”周期平均超过30天。促销规则也有变化：有的平台取消复杂“计算题”，取而代之的是“官方直降”“一件立减”等更直观的优惠。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛表示，人们越来越以“平常心”看待“双11”，背后是消费者从“价格敏感”到追求品质和理性消费的转变。

第三方检测报告、生产车间实拍、原料溯源直播……今年“双11”，不少直播间以专业知识和深度体验塑造竞争力，电商行业正从过去的“流量狂欢”转向以专业内容和用户信任为核心的“价值沉淀”。

“我们聚焦具备技术壁垒的核心产品，在强化主播培训、升级场景化内容的同时，定期邀请产品研发经理进入直播间，深度解析产品技术和功能。”九牧天猫官方旗舰店主播负责人吴如凡说。

2 AI焕新体验 细分市场崛起

在搜索框输入：“新手养猫需要哪些用品？”

“AI万能搜”直接生成一份完整攻略：不仅有猫粮、食盆等商品，还有购买建议、用户评价等内容，整个分析过程不到10秒。

今年“双11”，多家平台通过AI焕新消费体验。淘宝“AI万能搜”帮助解决近5000万个消费需求，“AI清单”为用户提供约200万份定制购物清单；京东推出智能客服“京小智5.0”，显著提升售前咨询环节的转化率。

业内人士表示，AI对商品理解力的提升，使流量逻辑从“爆品推荐”转向“人群匹配”。这意味着即便不是头部爆款，只要商品信息完备、场景描述清晰，中小商家也能在精准需求搜索中获得曝光。

“AI管家”自动生成大促经营策略，“AI助手”为商品生成图片和视频素材，智能客服实现服务质量与效率的双重优化……AI正助力更多商家提“智”增效。

随着消费需求更加个性化、多元化，细分垂类市场在这个“双11”迎来爆发。“双11”预售启动仅半小时，天猫宠物预售金额就已超过去年预售首日全天；在快手平台，古风配饰交易额同比增长超千倍，羽毛球训练器、单板滑雪板等细分产品增长迅速。

3 即时零售入局 线上线下加速融合

今年“双11”，安徽滁州全椒县的李先生在美团下单了一台苏宁易购门店的电脑。从下单到送达，整个过程不到两小时。

“我们依托抖音、美团等本地生活平台，在全国超8000家零售云县镇门店加速布局、落地即时零售新业态，让消费者享受家门口门店发货带来的送装效率。”苏宁易购相关负责人说。

即时零售入局，成为这个“双11”的一大看点。

今年“双11”，全国超3万个品牌商家、40万个门店接入淘宝闪购，涵盖餐饮、家居等多个行业。水星家纺相关负责人介绍，品牌50家直营门店接入淘宝闪购，“双11”以来销售额环比增长9倍。

“即时零售有效整合线上线下资源，可以让平台和零售商的合作形成‘1+1>2’的效果。”中国连锁经营协会名誉会长裴亮表示，电商平台通过打通供应链、门店与本地配送，带动实体商业走向数字化，为零售业注入活力。

作为一年一度的标志性消费节点，“双11”为激活消费潜力、促进消费和产业升级贡献了重要力量。同时也要看到，“先涨价后降价”“定金陷阱”等一些违规失序现象依然存在，部分网络消费纠纷维权渠道仍有待畅通，这些都需要相关部门和平台持续发力，以更精准有效的监管让百姓消费更放心、更舒心。 新华社北京11月11日电