

# 今年1-7月我市网络零售额达522亿元,同比增长35.3%

## 双11狂欢的背后: 电商成消费增长主引擎

今年进入第13个年头的双11早已不仅仅属于阿里。每年的这一天,它吸引绝大多数人的目光,几乎所有的线上线下商业平台均参与其中,也改变了锡城市民的购物理念与消费习惯,双11已是一年一度名副其实的全民狂欢节。

### 消费者:

#### 从一人狂欢到全家消费

今年,淘宝上线了互动产品“我的双11成就”,通过统计2009年到2020年的累计数据,使网民可获取自己的“双11专属回忆”。市民徐燕打开手机页面时发现,自己已参与9届双11,第一年参加双11是在2010年,历届双11共买了125件产品,超过90%的人。大数据还统计出她所有包裹的寄送城市、最爱买的是女装、买过6件公益宝贝、捐助过5个公益项目等信息。“我已不记得自己参加双11买的第一件和最贵的物品是什么,但我现在几乎所有的生活物品都是网购的。”

和徐燕只专注买买买不同,80后贺欣蓉对网购的变迁印象深刻。“为留下婚礼的美好回忆,婚礼邀请卡、手腕丝带等很多小东西都想有私人定制的感觉,网上货源比线下丰富多了,又正好遇到双11,于是集中下单。”她说,认识双11几乎是她网购的开始,渐渐地在网上买东西越来越多,价值也越来越高,从水杯、水笔到电热水器,从牛奶、手擀面到辣酱、火锅底料,从隐形眼镜片到药品,网购已“占领”了她大部分的生活购买选项。她也适应了更多的生活变化,如想购物先打开手机平台搜索,而不是想着去逛一下市场;习惯了有物品自动隔天包邮送货上门,在家等收或去快递柜自取就好;看产品推介不再满足于图文,必须要看商品页面展示视频、小红书带货介绍等,多元化了解产品性能与评价后再下单;向朋友推荐产品时不再唾沫横飞解释半天,直接分享购物平台链接1秒完成转介绍;起初是贪图网上货源多,后来就看重优惠力度大。更颠覆性的是,在她独自狂欢购买了多年后,近几年的双11已变成全家人的“野性消费”时间,爸妈直接自己上手买买买,老公和女儿则固定开出购买清单,有时也亲自下场购买。

物品多、送货快、服务好、价钱省——无锡人很快就被网购的“多快好省”收服,每年的双11数据见证了无锡人的剁手历程。以近几年为例,无锡人2018年在淘宝的花费超20亿元,占比八成的80后和90后是网购主力,爱买的商品从上一年的大米变成了服装、家庭卫浴用品、床、净水器、保健食品等,最受欢迎的进口商品则是保健食品、奶粉、纸尿裤、面膜、面部精华。到了2020年,无锡市网络零售额突破80亿元,网购人群更多元了,80后、90后只占了六成,50后-70后以及00后加入阵营。六大年龄段中,除70后最爱商品第一名是卫浴用品,其余五个年龄段的最爱商品第一名都是手机,面部护理商品较受90后、80后、70后的喜爱。这说明,电子商务已从衣食住行各方面渗透进了锡城人的生活。近年格外火热的“双11战绩”也成了无锡人超强购买力的明证。2018年就有“土豪”级消费,如梁溪区有人超227万元,滨湖区有人达539万元。到了2019年,“土豪”仍然存在,但“我的邻居们”也都不弱,如扬名街道13万+、通江街道92万+、荣巷街道110万+、河埭街道29万+、江溪街道25万+等。那一年,“土豪我们做朋友”刷爆无锡朋友圈。



### 商家:

#### 从恐惧和抗拒到与之“共舞”

无锡商业和全国市场一样,曾经也经历了“人找货”的发展红利期。随着淘宝等电商平台的崛起,商家线下盈利水平大斜率下滑。记者采访了锡城多家商场相关负责人和营销人员,拼凑出线下店面对网购尤其是双11的心路历程。最初,锡城线下市场对于电商是全力抗拒的。“直到双11越玩越溜和直播电商的兴起,线下店开始尝试‘触网’。近两年直播间带货高燃,商场门店纷纷上线直播带货,同时加持小程序,线上线下终于‘共舞’。”锡城某商场资深营销人员吴先生表示,如今,直播间带货和小程序购买是商场和线下店的标配,通过这些中介实现线上线下融合导流变现。

事实上,双11不仅成功造

节,还颠覆了市场营销模式。以往线下店多专注国庆档、春节档,促销时间也多集中于一两周。可如今的双11涵盖淘宝、京东、苏宁以及多个自有品牌电商平台,相互接力下,战线早已拉长到一月之久,仅淘宝今年的双11高潮就有两拨,被网友戏称为“双截棍”。受双11造节启发,线下门店除了强化中秋、重阳等传统节日的促销外,连妇女节、母亲节、父亲节、青年节、儿童节等都纳入了每年的营销计划。某商场相关负责人李女士回顾今年的促销方案时说,不仅造节起劲,促销方式也紧跟电商的营销模式——从最初简单粗暴的“全场五折”,到玩游戏抢红包补贴,到满减折扣、预售定金翻倍活动,再到

直播带货,促销手法越来越精准和多元。今年双11期间锡城各大商场、综合体推出的活动印证了这样的说法。商家不仅有“1元抢购50元、美食66抵100、软饮15抵30”等折扣力度几乎冠绝全年的超值代金券,必不可少的是基于自家线上小程序推出幸运抽奖、直播间秒杀等,将线上活动与线下满减场景营销相结合,极大丰富了促销内容和消费互动。

无锡商贸企业对于双11也“情根深种”。红豆集团是最早参与双11的企业之一,每年都战绩不俗;小天鹅在大家电类目排名中成绩也颇佳;火遍全国的网红品牌无锡水军锅巴也在双11屡屡爆单,连续斩获风味锅巴类目的销量冠军。

### 城市:

#### 电商已成消费增长主引擎

对于整座城市来说,双11已是每年的必有项目。近日,无锡启动太湖购物节双11超级秒杀活动,全市各板块在双11期间组织开展精彩纷呈的促消费活动。多个区域分会场线上线下结合,以现场促销、直播带货等多元形式,点燃市场消费热情。

“无锡的电商发展迅猛,涌现了大批具有无锡特色和竞争优势的平台经济、直播经济、跨境电商‘产业带’和企业品牌。”市商务局

相关负责人表示,近年我市出台了相关电商相关政策,今年还举办了首届直播达人赛,多途径发展扶持电商产业。如今,无锡在电子商务示范体系建设方面收获颇丰,如宜兴市、江阴市分别获评2014年、2019年国家电子商务进农村示范县;红豆实业获评2019年商务部首批线上线下融合发展数字商务企业;阳山村等19家获评省级电商示范村;无锡山水城电商产业园、旺庄科技创

业发展中心获评2015年、2020年国家电子商务示范基地等。

电子商务已成为带动社会消费品零售总额增长的主引擎。根据市商务局的统计数据,去年全市电子商务交易规模超过5000亿元,其中网络零售额超过860亿元,年增长率超过16%,占社会消费品零售总额的22.4%,总量位居全省第三。今年1-7月,我市网络零售额达522亿元,同比增长35.3%。(晚报记者 天易)