

网购大数据：构画一张无锡消费者自画像

2019 天猫双 11 全天成交总额最终定格在 2684 亿元，这一新的商业纪录宣告了新消费时代的全面到来。对于无锡这座自古就流淌着工商业血脉的现代城市来说，双 11 不仅描绘出它的城市气质，还让每一个参与其中的市民深切地自我审视了一把：果然气质超然，能挣会花，生活乐无边。画像已绘就，故事正开讲。

城市群像

淘宝天猫双 11 全天：27.9 亿 全省第三

一年一度的双 11 如约而至，一项项记录在等待被刷新，无锡人的“热购”数字也在不断变化。根据淘宝天猫的统计数据，无锡市双 11 全天交易额 27.9 亿元，较去年增长 35%，全省排名第三。

80 后和 90 后是主力军，买下了全市七成的货物

80 后和 90 后是消费主力军，他们买下了全市七成的货物。值得注意的是，00

后的消费能力不可小觑，这群“小屁孩”居然拿下了全市交易 5.1% 的份额。务实的

50 后和 60 后已成网络购物的“冉冉新星”，他们合力拿下了 7% 的份额。

区域剁手力比拼，江阴市、滨湖区和梁溪区稳坐前三

细观无锡市内区域的剁手力比拼，似乎也能窥见些什么。

根据剁手排行，江阴

市、滨湖区和梁溪区买手云集，它们以超强的购买力稳坐前三名的宝座；后续位次分别是宜兴市、锡

山区、惠山区和新吴区，从榜单上看，似乎科技新贵扎堆的新吴区并不太钟爱买买买。

本土电商

网络零售额成交约 73 亿元

双 11 的第 11 年，无锡本土的多家电商也在不断学习成长为十八般武艺俱全的商业大鳄。记者从市商务局获悉，11 月 1 日—11 日的“双 11”期间，无锡市网络零售额成交约 73 亿元，双 11 当天网络零售额成交约 58 亿元。红豆集团相关负责人谢先生介绍说，双 11 当天，红豆集团自有平台红豆商城以及天猫、京东、唯品会等平台销售连破

纪录，光红豆绒内衣 1 个半小时在天猫平台的销售额就突破 5000 万元。今年红豆还采取了 24 小时发货和后置出单等方式优化发货流程，在红豆集团的配送工厂内，800 多名配送工人协同工作，确保用户可以更早收到包裹。

从无锡家乐福获悉，今年销售突破历史记录，到家订单量多倍增长。进口商品中，法国、德国、意大利是最

受欢迎的产区，产自法国的纯净水、产自德国的全脂牛奶、产自日本的水果麦片等都是此次双 11 最受欢迎的产品。在双 11 期间，送货到家最多的品类是蔬菜、水果和休闲零食。

支付宝口碑的无锡本地市场在双 11 期间也十分给力。相关负责人曹先生说，无锡地区全线上实现营业额 1000 万元左右，比去年翻了 3 番。

多平台覆盖，全力出击双 11

记者了解到，今年的双 11 企业“选手”们除了在货源、促销资源、物流配送、用户体验等方面进行筹备和布置，还采取多平台覆盖等更新的方式全力出击双 11，直播带货是今年双 11 的新热话题。在红豆新开辟的网络直播间，直播博主正在模特的配合下介绍秋冬最新款的男装，这是红豆第一次采用直播带货的方式进行双 11 的营销。从早上 7 点开始，

直播博主将进行长达 20 小时的直播，多款品牌单品通过直播引导成交。据了解，今年红豆共设立直播间 18 个，覆盖 14 个平台，实现了线上线下全渠道、全链条、全过程直播。直播间粉丝互动人气爆棚，红豆居家的预热直播观看人数就高达 67 万+，互动 10 万+。红豆男装电商二公司总监李元谦表示，产品可以通过这样的方式更好呈现，直接促进销售

额比去年增加 10%—20%。红豆男装还发力抖音、朋友圈游戏、双微等社会化营销，取得了良好的成效。睿米科技也是直播带货的受益者。相关负责人周先生表示，店铺直播的播放量超 100 万，直接贡献了 10% 的销量，超出公司原有的市场预期。

无锡企业能挣钱，无锡市民会花钱，工商业城市的底蕴一览无遗，无锡人能挣会花的城市群像没跑了。

个人写真

双 11 告诉你“我是谁”

网上的鸡汤文说，你吃过的每一口饭、喝过的每一瓶酒、流过的每一滴眼泪，最终让你成为了“你”。而双 11 在此基础上，还能让很多人知道

“我是谁”——你关注什么就会买什么、买了什么就有怎样的生活，你买的每一件商品就像笔端下无数的线条，最终描绘出你的人像写真。

大数据告诉你 你与“本地土豪”还相差 N 个购物车

在这个喜欢贴标签的年代，双 11 可以轻松定义你。家住梁溪区的 80 后宝妈孙女士在双 11 期间主要购买了图书、文具、网红泡脚桶、kindle 新款电纸书等产品。昨天她查看“战绩”时，发现自己的区域购买力名次一目了然。根据汇总的大数据，她在所属

的区域内剁手排名第 708 名，购买件数排名第 132 位，区域贡献排名第 81 名。大数据还告诉她：“原来你住富人区！周围已出现多位爆仓王。”随后，“战绩”贴出了她与“本地土豪”的图表演化差距：购买金额相差 92 万元，购买件数相差 165.6 车。

想要迅速了解一个人 去看看他的“战绩”就行了

孙女士还意外发现自己被贴上了“萌宠控”“二胎父母”“素颜女神”“ins 达人”“理想家”“趣玩先锋”“宝宝公主控”“家有萌娃党”等多个标签。早已“身经百战”的她为记者分析起来：没买化妆品和护肤品，所以就是“素颜女神”了；同时买了学龄前儿童的服装和教辅，“二胎父母”人设立住了；买了价格最

贵的新款 kindle，说明自己愿意为喜好买单，文艺青年的小清新理想范儿还“健在”；网红泡脚桶是“ins 达人”的明证。“大数据太‘恐怖’了，你不仅能获得自己的排名，还能知道自己的生活状态，我现在可不就是那些标签的综合体嘛！”她说，想要迅速了解一个人，去看看他的“战绩”就行了。

裤子、卫衣、休闲鞋、手机和面部护理用品是 90 后和 00 后最爱

双 11 的购物车还是暴露年龄的绝佳“神器”。昨天，阿里数据出炉了无锡地区的各年龄段爱买款，让“你是谁”格外好认。在

无锡，90 后和 00 后最关注自己的仪表仪容，裤子、卫衣、休闲鞋、手机和面部护理用品是他们最喜爱的商品。

70 后和 80 后很注重生活品质也关注“家”

70 后和 80 后也很注重生活品质，手机、裤子和面部护理套装依然上榜，但毕竟是有人有家的人

了，床垫、沙发和卫浴用品赫然在列，除了照顾自己的妆容，家的样子也是关注点。

无锡地区热销商品 NO.1 是裤子 50 后和 00 后有了“共鸣”

60 后的热买清单一看就是家庭为重，床垫、卫浴用品、沙发、柜子和床清一色的居家用品。50 后也很热衷购买成套家具、卫浴用品、沙

发和床，但这一代人居然和 00 后有了“共鸣”——都爱买裤子。怪不得今年无锡地区的热销商品 NO.1 是裤子呢！

喜爱的品牌方面 无锡的男女老少品位十分雷同

在消费者喜爱的品牌方面，无锡的男女老少品位十分雷同，品牌意识也很强。比如手机就买苹果、华为和小米；电器就买华为、美的和海尔；运动品牌爱耐克、阿迪

达斯和匡威；床垫认准舒达和丝涟；家居找芝华仕、顾家和曲美。

双 11 已落幕，你是无锡人里的哪一位？

（晚报记者 金恬伊）



昨天，在无锡经开区一小区的菜鸟驿站，一位工作人员将刚到站的快递包裹准备摆放到货架上。（还月亮 摄）