

《中国互联网络发展状况统计报告》显示



以旧换新为“双11”添动力

2024年“双11”购物节于10月14日正式拉开帷幕。激烈竞争之下,各大电商平台不仅拉长了活动促销周期,还普遍加大补贴力度,尤其是叠加以旧换新补贴,释放出更大让利空间。

随着消费者对活动大促期待值和新鲜感逐渐降低,购物节红利期似乎正陷入瓶颈。在以旧换新和平台互联互通背景下,今年“双11”有什么新变化?

活动多时间长

谈及今年“双11”的特点,清华大学战略新兴产业研究中心副主任胡麒牧表示,今年“双11”启动时间早于往年,表明电商平台间的竞争越发激烈,纷纷希望通过延长促销时长来获取更多交易额。其中,各地以旧换新政策补贴的入场,为“双11”大促增添了新看点。据悉,国家推出的大规模家电以旧换新补贴首次参与“双11”活动,政府补贴与平台优惠可叠加使用,进一步激发了消费活力。

具体来看,天猫携手众多品牌,联合投入60亿元,通过发放品类券、品牌官方让利等方式,响应以旧换新增量政策。淘天集团有关负责人介绍,天猫“双11”开售4个小时,上海、山东、广东、浙江、四川成为天猫家电以旧换新下单金额TOP5省份。其中,上海以旧换新成交额环比开售前一周暴涨16倍,山东、广东等地成交额是开售前的5倍。

拼多多启动了“超级加倍补”活动,重点补贴手机、数码、家电等类目单品。拼多多有关负责人介绍,自10月11日将“百亿加倍补”升级为“超级加倍补”,截至10月18日,首轮“超级加倍补”活动超预期收官,累计订单量达到1640万单,参与首轮“超级加倍补”活动的商家、品牌,累计销售额与大促前一周的“加倍补”活动相比增长了15倍以上。

截至10月31日21时,京东“双11”成交额、订单量及下单用户数保持两位数增长,超1.6万个品牌成交额同比增长超3倍,成交额破亿元的品牌数量同比增长超40%,订单量同比增长超过5倍的商家超17000家。在相关部门指导统筹下,京东支持消费品以旧换新工作,全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行以旧换新。

苏宁易购则推出“万店齐补,不止5折”活动,在承接政府以旧换新补贴的基础上,联合众多家电品牌加大资源投入,整体优惠力度低至5折。“双11”启动以来,截至11月1日,苏宁以旧换新销售增长超100%,卡萨帝多门冰箱、COLMO壁挂式冷暖空调、海信85英寸+彩电销量同比分别增长161%、154%、118%。苏宁线上家电销量增长153%,双线多品类品牌家电迎来热销。

“政府补贴和各类家电家居产品打折促销相结合,给予消费者更大优惠幅度。家电以旧换新政策和各省补贴将在今年‘双11’促销中发挥巨大作用。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林说。

共建良性生态

支付和物流是实现交易的关键环节,直接影响消费者的购物体验 and 商家的运营效率。记者注意到,今年“双11”在支付和物流方面发生了显著变化。

10月16日,京东物流与淘天集团正式达成合作,京东物流将全面接入淘宝天猫平台,平台商家可以在发货后台直接选择京东物流;同时,京东接入菜鸟速递和菜鸟驿站,作为包裹代收站点;菜鸟也接入了京东非自营平台,实现了物流接口的互联互通。

菜鸟有关负责人介绍,菜鸟接入后,入驻



京东非自营平台的第三方商家和用户可以使用菜鸟速递提供的送货上门、半日达、次日达和2小时上门取件等服务。从11月份开始,第三方商家还可以使用菜鸟提供的家装电器等大件物流精准预约、送装一体和取旧送新等服务。

此外,微信支付正式接入淘宝和天猫平台,为消费者提供了更多支付选择。现在,在微信内可以直接点击淘宝链接,完成下单及支付,微信端可以访问淘宝首页,同时淘宝APP内也可以选择微信支付。

打通物流接口和支付端口,实现互联互通,不仅提升了消费者的购物体验,也促进了互联网巨头之间的开放合作,实现行业共赢。百联咨询创始人庄帅表示,目前各大互联网企业之间已处于存量市场的竞争阶段,都有新增长和提升盈利能力的的需求,借助对方的优势和力量互补发展才是正确思路。

平台壁垒是多年的痼疾,竞争对手彼此设置门槛,使得资源不能充分流通,某种程度上也造成了社会资源的损耗,互联互通后,平台之间可以相互利用对方优势弥补自身短板,做大蛋糕,共同获益。

优化运营规则

如何平衡为商家减负和让利消费者的关系?拼多多有关负责人介绍,物流成本高企一直是行业痛点,为解决西部地区包邮难题,拼多多推出了“百亿减免”计划,兜底中转费。比如,针对新疆、西藏等偏远地区的配送,在西安建仓,快递先到西安中转仓后再二次配送。前段中转费用由商家承担,后段费用由平台承担。

淘宝天猫平台亦如此。据了解,早在今年3月份,淘宝就已联合商家推动西部地区的包邮服务。淘天集团有关负责人介绍,今年天猫“双11”开卖首日,淘宝商家发往新疆的单量即达日均单量的3倍,而消费金额则是日均6倍。

除降低物流成本外,各大平台还推出其他运营成本减免服务。比如,针对商家售后成本高问题,淘宝天猫平台近日上线退货宝服务。退货宝普遍为商家降低20%的退货成本,“双11”期间部分商家最高降幅可以达到58%。针对商家资金成本高问题,平台向商家提供零手续费极速退款服务。此外,天猫“双11”期间成交的订单,只要商家发货,即可马上收回货款,此举将有效缓解商家特别是中小商家在大促期间的资金压力。

京东有关负责人介绍,“双11”期间,包

括京东云言犀数字人在内的多款AI产品,都会免费开放给品牌商家试用,可帮助商家提升视频内容生产效率,降低运营成本。

“一些平台减轻商家负担,增加商家利润,这些措施在一定程度上优化了电商平台的交易生态。”胡麒牧建议,平台应发挥线上交易调节器的作用,积极调动消费。在商家运营成本过高的情况下,应采取让渡部分利润给商家的措施,降低佣金和流量采购费用等固定成本。

近期,网上有不少声音称“双11”有涨价且难退差价的情形,同时预售产品也要比直接购买贵,消费者直呼被套路了。

盘古智库高级研究员江瀚表示,“双11”原本是消费者享受优惠、商家提升销量的双赢时刻,但却出现了这样的负面反馈,无疑对消费者的购物体验和信任度造成影响。这主要有三方面原因:一是部分商家为了追求更高利润,可能会采取先提价后降价

的手段,使得消费者实际上并未享受到真正优惠;二是预售机制的设置,确实存在预售价格高于直接购买价格的情况,这可能是库存管理、销售策略调整等因素导致;三是退差价政策的不完善或执行不到位,使得消费者在发现价格差异后难以获得应有的补偿。

目前,电商平台都已经意识到,只有将优惠真正让渡给消费者才能促进消费。胡麒牧表示,要有实际有效的措施,从怎么满足消费者的需求入手,通过产品创新、流程优化、效率提升、佣金减免、流量降费等多种手段,激发消费者的消费热情,才能真正扩大需求、做大蛋糕。

“消费者应仔细比较价格、了解退换货规则,避免盲目跟风购买。电商平台和商家应加强自律,诚信经营,完善退换货规则。监管部门应加大监管力度,严厉打击违规行为,保障消费者的合法权益。”江瀚说。

第四代住宅长啥样

本报记者 王金虎

今年以来,多地推动第四代住宅建设,引发广泛关注。

何为第四代住宅?济南市房地产业协会执行副会长李刚介绍,第四代住宅通常指的是集“空中园林”“垂直绿化”等于一体的住宅,与传统住宅相比,大幅提升了住宅的质量和居住体验。李刚告诉记者,随着房地产市场供求关系发生重大变化,高品质住宅的开发建设成为行业高质量发展的重要方向。以空中园林为主要特征的第四代住宅是当前高品质住宅主要发展方向之一。

今年5月,济南市印发《建筑工程容积率计算细则》的通知,其中提出了第四代住宅试点项目的开敞式公共绿化平台建筑面积应为所属两层房屋总建筑面积的35%至45%,不计入容积率。其他情况按其水平投影面积一半计算容积率建筑面积。放眼未来,中建八局一公司工程研究院院长元祥成认为,第四代住宅未来将是“装配式建筑+智能建造+绿色建造”的产物。

近期,深圳、佛山、福州、长沙等地都出台了建筑规划新规,鼓励项目开发企业打造第四代住宅。据了解,目前各地政策只是针对部分规则进行了调整,未来或许会有更多城市跟进出台类似政策。

一些开发商为何布局第四代住宅?业内专家表示,第四代住宅广受关注,主要原因是目前我国房地产市场已从没有转变到好不好阶段,同质化的开发产品已不具备竞争力。同时随着人们收入水平的提高,居民对住宅品质的要求更高,住建部也提出“好房子”建设的要求,第四代住宅作为一种创新产品,契合了部分消费群体的需求。

不过,第四代住宅并非完美无缺。中建八局一公司设计研究院主任设计师于洪飞认为,第四代住宅也存在一些问题,如空中庭院后期维护、火

第四代住宅通常是集“空中园林”“垂直绿化”等于一体的住宅,与传统住宅相比,大幅提升了住宅的质量和居住体验。随着房地产市场供求关系发生重大变化,以“空中园林”为主要特征的第四代住宅是当前高品质住宅主要发展方向之一。

第四代住宅建设存在成本投入增加、多户之间视线干扰、挑台可能影响下层客厅和卧室采光等问题。因此,第四代住宅不应盲目推广,更不应成为一种宣传噱头。各地应根据市场需求,因地制宜进行开发。

灾隐患、特殊承重结构、隐私干扰等。此外,第四代住宅还存在投资开发成本较高的问题。在建筑设计和施工技术方面,通常采用较为复杂的建筑设计和施工技术,如立体绿化、空中花园、垂直交通系统等,大幅增加了建筑成本。

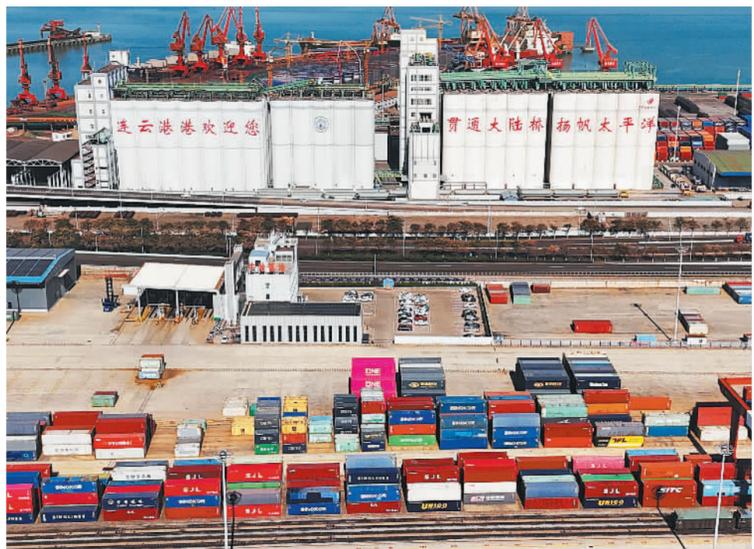
随着技术的进步和大规模生产的实现,第四代住宅的成本可能会逐渐降低。于洪飞认为,可以通过优化建筑设计和布局,减少不必要的复杂结构和装饰,同时利用大规模生产和采购优势,降低建筑材料和设备的成本;采用经济型技术和材料,避免过度追求高端和奢华,使用可再生材料和节能设备;通过精细化的施工管理,合理安排施工进度,提高工程质量和施工效率。

“下一步,济南应从文化、环境、气候、人文等方面综合考量,将第四代住宅的设计理念与济南本土特征相结合,探索政府、行业、市场、学术等多方参与,共同建设推广第四代住宅发展路径,助力

高品质住宅发展。”李刚说。

在推广第四代住宅时各地也存在一些争议,如何避免其成为开发商推广楼盘的噱头?第四代住宅又能否大力推广?

受访专家表示,第四代住宅的兴起也带来一些问题,比如成本投入增加、多户之间视线干扰、挑台可能影响下层客厅和卧室的采光,以及恶劣天气下露台植物、设施的安全等问题。因此,第四代住宅不应盲目推广,更不应成为一种宣传噱头。各地应根据市场需求,因地制宜进行开发。同时,政策规范也应跟上,如建筑面积计算、设计标准执行、物业管理要求等,以确保其设计和建造符合一定的标准与要求,避免让第四代住宅成为一种营销概念。此外,面对市场的疑虑和认知障碍,也需要正确教育和宣传,提高消费者对第四代住宅的认识和接受度,让消费者理解第四代住宅的实际价值和长远意义。



11月5日,大批集装箱在江苏连云港中哈国际物流基地等待装车。今年以来,连云港港口打造多样化产品,与中亚以及陇海铁路沿线地区共享“扬帆太平洋”出海口。1月份至10月份,连云港中欧(亚)班列累计开行782列,同比增长15.8%。 耿玉和摄(中经视觉)