说数

创新激活消费动能

李慧敏

今年“双11”，消费者的购物车里出现了不少新面孔：AI Token（词元）首次登上大促舞台，新品类大幅增长，新品牌加速涌现。商品之变折射出消费结构之变，大众需求走向细分，商品供给重新匹配。在此背景下，创新成为激活消费新动能的关键变量。

最直观的变化是新品牌的突围，头部阵营正在被新生力量重塑。天猫“双11”首日数据显示，182个新品牌冲进各行业总榜TOP10，333个入驻不超过3年的新品牌成为细分赛道冠军。近3年，服饰行业前2000品牌焕新率接近40%，100多个新锐品牌跨过成交额亿元门槛。这说明，新锐品牌正在重塑消费市场的竞争格局与创新生态。

消费者的新选择不断涌现，新品类集中爆发。“双11”首日，228个新品类成交额同比增长超50%，117个新品类同比增长超100%。多个行业的热卖榜新品占比过半。消费者愿意为新品买单，意味着产品创新力已成为购买决策的重要变量。在产品创新活跃的3C数码领域，智能指环成交额同比增长214%，智能腕带增长165%，无线运动耳机增长147%……智能硬件正从专业圈层走向大众消费，成为普通人日常生活的“新搭子”。

很多需求一直存在，只是过去没有被充分响应。中老年内衣成交额同比增长777%，智能水槽增长171%，电动奶瓶刷、粉底棒等增长超15倍，这些看似细小的产品创新，解决的正是日常生活中的具体痛点。锦化龟背竹、黑曜石、拼豆等产品的火热，满足的则是消费者体验和情绪上的新需求。当细分需求被精准匹配，消费潜力就会加速释放。

AI正从技术后台走向消费前台。“双11”首日，Token成交额较9月日均水平增长近5倍；机器人成交额同比增长1倍，AI配饰增长2倍，AI PC增长3倍，AI陪伴精灵增长5倍，AI办公工具增长2倍。供给端也在加速响应：品牌加快AI新品研发、上新和备货，平台完善AI品类运营与场景化展示，围绕办公、陪伴、穿戴等需求丰富产品供给，推动AI消费从“尝鲜”走向日常使用。

即时零售的扩展，是观察服务创新释放消费潜力的一个窗口。“双11”期间，即时零售鲜食、熟食成交额同比增长73%，母婴用品增长72%，家用电器增长71%，居家用品增长71%。消费者从囤货转向“随需随买”，背后是仓储、运力、供应链的持续迭代。这不仅让消费者获得更好体验，也让实体商业找到新的增长空间。

正是凭借创新，国货品牌在更多细分赛道建立起引领优势，从“性价比替代”迈向“品牌价值引领”。以服饰领域为例，“双11”期间，服饰总榜的前20席中，售价千元以上的中国品牌占得6席，一批国产设计师品牌在500元至1700元价格带内实现成交额三位数高增长。过去一年，中国服饰品牌旗舰店的平均客单价从1123元升至1309元。年销售额破千万元、客单价超1500元的中国服饰品牌旗舰店数量同比增长超50%。

商品创新激活需求，技术创新开辟赛道，服务创新疏通堵点，模式创新拓展场景，品牌创新提升价值。消费者用选择投票，经营主体用创新回应，当这两股力量形成正向循环，“双11”便不再只是一场购物节，而是成为中国消费市场向高质量发展转型的一个生动缩影。

在这里读懂中国消费



前三季度

全国网上商品和服务零售额为151471亿元，同比增长4.4%

其中，网上服务零售额56411亿元，增长5.3%，增速快于服务零售额0.3个百分点

- 在线旅游 25.7%↑
- 生活服务 13.9%↑
- 在线餐饮 12.2%↑

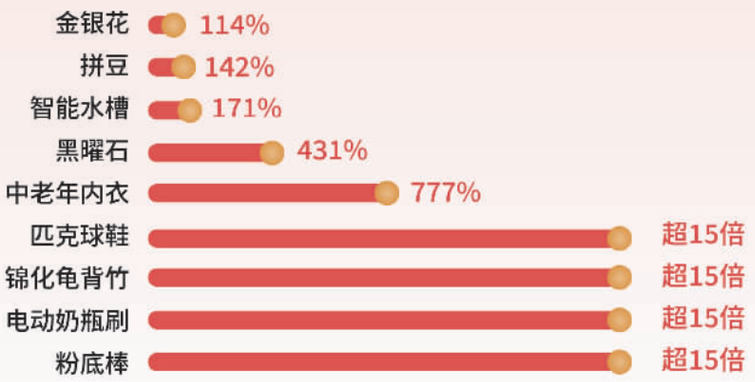
网上商品零售额95060亿元，增长3.8%，增速快于商品零售额2.8个百分点

穿类商品线上零售额增长3.4%，纺织服装线上销售平稳增长

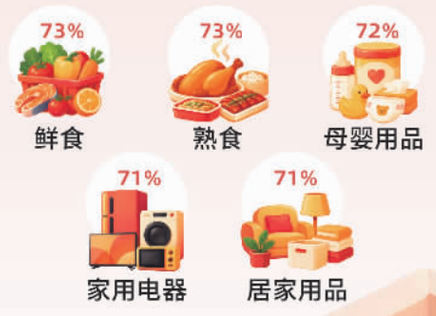
网上零售对社会消费商品和服务零售总额增长的贡献率达45.4%

即消费大盘每增长10元，超4元来自线上

▼ 成交额同比增速亮眼趋势品类（10月20日至10月31日）



▼ 即时零售成交额同比增速亮眼品类



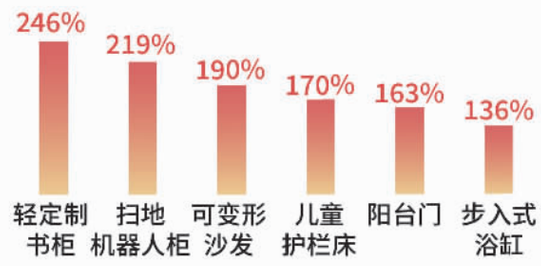


1 新品牌新赛道集中涌现

“双11”首日

- 228个 新品类赛道
- 117个 新品类赛道
- 182个 新品牌
- 成交额同比增长 超50%
- 同比增长 超100%
- 冲进行业 TOP10
- 333个入驻 不超过3年的新品牌 成为细分赛道的冠军

▼ 大件家具成交额同比增速亮眼产品







▼ “双11”首日AI品类成交额同比增速亮眼产品



2 AI成为消费新动能

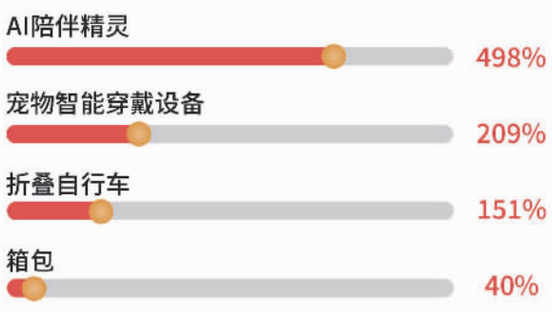
“双11”首日

Token（词元）成交额较9月日均水平增长近5倍

过去一年
300个AI硬件新品牌开店
超过2000款AI硬件新品首发

3 国货从替代到引领

▼ 国货品牌成交额增速亮眼品类



“双11”期间

服饰总榜TOP20中千元线以上的中国品牌占得6席

一批国产设计师品牌在500元至1700元的价格带内实现三位数的高增长

过去一年

年销售额破千万元、客单价>1500元的中国服饰品牌旗舰店数量同比增长超50%

中国服饰品牌旗舰店的平均客单价从1123元升至1309元

更多内容 扫码观看

数据周期：
2026年10月20日至11月13日
其中“双11”首日为10月20日

数据来源 淘宝天猫 本版编辑 李 瞳 林 蔚