



# 新“姿势”加持 能否“带飞”史上最长“双11”

## 互联网巨头“拆墙” 政府补贴点火 “品质直播”上位



从10月10日就打响的“史上最长”“双11”不知不觉中已经过半。11月1日，淘天公布的最新战报显示，2024天猫“双11”开启至今，累计373个品牌成交破亿元；京东方面公布的战报显示，今年京东“双11”成交额、订单量及下单用户数保持双位数增长，超1.6万个品牌成交额同比增长超3倍。

“双11”不仅是一年一度的电商大促，更是电商行业创新与变革的集中体现。今年，政府补贴首次叠加平台优惠，助力消费者享受实惠，推动家电等品类销售创新高；电商巨头“拆墙”互联互通取得突破，淘宝接入微信支付，京东开通支付宝付款，用户群体的互通激发大促新活力；而直播间在经历一轮又一轮的洗牌之后，也转向了“品质直播”重建消费者信任。这些新变化共同驱动“双11”消费升级，展现电商行业变革与可持续发展新路径。

### 政府补贴叠加“双11”优惠新升级

在2024年这个消费复苏的关键时期，电商大促“双11”迎来了新的优惠“姿势”：“双11”期间，政府补贴首次可叠加平台优惠使用。政府补贴的介入，无疑为“双11”注入了强劲的动力。

以天猫为例，消费者在淘宝App首页或搜索“政府补贴”，即可领取政府补贴，在线下单时可叠加天猫“双11”优惠。值得一提的是，消费者直接购新或以旧换新，均可使用政府补贴，下单时直接立减。此次政府补贴数量有限，先到先得。如价格一直较为稳定的家电产品，此次政府补贴叠加“双11”优惠后，实现大规模6折。明星单品西门子智投洗烘套装，打了54折，到手价6984元；云鲸J5扫地机，补贴后相当于56折，到手价2975元；卡萨帝帝悦零嵌冰箱5折到手，仅需7933元。

商务部数据显示，截至10月15日，已有1013.4万名消费者购买8大类家电产品1462.4万台，带动销售690.9亿元。在多重补贴助力下，家电品类迎来了历史低价时

刻，全国多地陆续开启了家电消费的高潮。

商务部新闻发言人何亚东此前在新闻发布会上表示，商务部将会同有关部门指导各地全力落实好已经出台的消费品以旧换新政策，抢抓“双11”重要消费节点，持续组织开展以旧换新供需对接、千县万镇新能源汽车消费季、“丝路云品”电商节等促消费活动，释放政策效应，让消费者得到真金白银的实惠。还将鼓励电商平台在“双11”期间发挥有效连接供需两端、联动多元主体优势，创新服务场景，推动以旧换新工作取得更大成效。

浙江工商大学现代商贸研究中心主任肖亮则表示，政府补贴叠加“双11”优惠，是激发消费信心、释放消费潜力的重要手段。通过国补换新政策的落地，可以营造好的消费氛围，进一步推动市场回暖。同时，这也需要从整个产业链的全局来考虑，不仅在消费者环节，还应在零售环节和产业链环节上推动提质升级。

### 打破支付壁垒，“双11”互联互通迎新机遇

互联网巨头“互联互通”无疑是今年“双11”热度最高的话题之一。就在10月29日，京东商城开通支付宝付款，与京东支付、微信支付和云闪付并列，一些用户已经顺利地完成了支付。有支付行业人士表示，目前看来，支付宝此次接入的范围是京东商城、京东物流，还有传言称，双方还在推动将京东支付接入淘宝天猫，让淘宝天猫用户能用上京东白条等支付工具。

实际上，“互联互通”的红利，淘宝已经率先享受到了。早在今年9月初，淘宝发布公告，明确9月12日后逐步向所有淘宝天猫商家开通微信支付。消息一出，便引发了多方热议，商家群体的反应尤为热烈。

QuestMobile近日发布的数据：淘宝宣布支持微信支付当月，App新安

装用户规模同比增长55%，达过去四年最高值；按过去6年的复合增长率测算，明年淘宝月活用户预期增长8217万，有望首破10亿，总月活跃用户规模将首破10亿。QuestMobile认为，微信相比淘宝有着更高的下沉群体占比，支付障碍的消除将进一步扩大这部分用户融合。

淘宝微信的榜样在前，京东与支付宝的“互联互通”，也将打开更多想象空间。网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东表示，电商生态的开放，说明商家之间的竞争不再是支付工具这样的技术性竞争，而是综合实力的竞争，“通过合作，大家如何发挥各自的优势，共同服务消费者，这才是最重要的。各自坚守城池显然在当前的状况下，不适应消费市场了。”

### “品质直播”时代取代“网红经济” “双11”见证行业变革

直播电商的江湖，在“双11”前便动荡不已。大主播“翻车”也从来都不是新鲜事儿，但今年却特别多。或许正如快手“一哥”辛巴所言的“现在就是直播电商的至暗时刻”。

在过去几年中，关于店播与达播之间关系、平台与达人之间关系讨论从未停过。但就目前来看，尽管直播电商江湖风雨飘摇，大主播们仍然撑起了这个“双11”GMV的盘子。

有统计数据显示，今年天猫“双11”预售首日，李佳琦直播间加购金额同比增长超过20%，累计共售出超千万件国货产品；交个朋友淘宝直播间累计成交额（GMV）突破2.3亿元，吸引了超过2894万观众在

线观看，成交商品数量超过56万件。

此外，蜜蜂惊喜社、香菇来了、陈洁Ki-ki、烈儿宝贝、胡可等直播间也实现预售首小时即破亿，破亿的速度和首小时成交都超过去年。而在这背后，是头部直播间与通过一系列手段转型，打造“好货+好价+好保障”的“三好直播间”，让时代的“网红经济”逐渐被强调质量和信任的“品质直播”所取代。

有业内人士表示，直播电商行业进入调整期，行业在发展，消费者在觉醒，品牌也在对流量网红去魅，最终会走向品质直播时代，只有高品质的商品、专业素质过硬的主播和完善的售后服务体系，才能赢得消费者的信任，实现多赢共赢。

据《羊城晚报》

