Jellycat成交破亿 “囤旅游”再度火热……

今年双11上演“进化论”

◎ 祝 梅 张越熙

热闹的双11消费热潮刚刚落下帷幕。据出行平台飞猪数据显示，双11活动商品成交额同比去年双位数增长，交易用户数同比去年增长40%。在成交快速增长的基础上，预约使用进度也进一步加快，截至11月12日零时，已预约的活动商品成交额同比去年增长近90%。

来来往往的包裹，承载的是旺盛的消费活力。以“传统”强势的服饰消费为例，今年双11期间，淘宝天猫平台上羽绒内胆、羽绒短裙的搜索量分别同比增长104%、372%，既要御寒、也要生活及出游中的时尚，消费者们的喜好，反向推动羽绒服品牌、时尚服饰品牌们加速出新、拉动成交增长。

同时，提供情绪价值的IP衍生周边被年轻消费者捧成了新的百亿热门赛道，其中，Jellycat旗舰店在这个双11成交额破亿元。

每年双11都是一场“满足消费者”的试炼。对平台和平台之上的商家们而言，如何提升消费群体的消费意愿、创造经济增量，走到第十六年的双11，仍在上演“进化论”。

▲宁波前湾综合保税区跨境电商保税仓。卓松磊/摄

供需两端都被“点亮”

▲除了买家电，囤旅游产品也成为了一种新趋势。图源：央视新闻

截至11月11日24点，天猫双11全周期589个品牌成交额破亿元，同比去年增长46.5%，刷新历史纪录；截至11月11日23点50分，2024年京东11.11购物用户数同比增长超20%，超17000个品牌成交额同比增长超5倍，超30000个中小商家成交额同比增长超2倍；中国物流与采购联合会同天发布的中国电商物流指数显示，受双11“预售期”“抢先购”等活动及各地出台家电消费补贴等多重因素推动，10月的电商物流业务量指数创出近5年新高。

这是一个更加开放的双11。今年双11前夕，各大平台互联互通动作频频：9月，淘宝天猫平台接入微信支付，10月，京东物流开始服务淘宝天猫商家，商家有了新选择，紧接着，京东APP开通支付宝付款……畅通商业链路、优化营商环境，各平台以更开放的姿态激发消费活力，消费者和商家都有了更多选择。

这是一个“双向奔赴”的双11。消费者的“热”背后是政策的“进”。今年，国家推出的大规模家电“以旧换新”补贴首次参与双11，政府补贴叠加平台优惠，进一步释放消费潜力。截至11月11日零点，海尔、美的、追觅、戴森、源氏木语、林氏家居、水星等139个家电家居品牌在天猫上成交额破亿元。

以优质供给激活存量市场，供需两端都被“点亮”。在淘宝天猫平台，浙江地区以旧换新补贴至高可减20%。比如，杭州的补贴可覆盖电视机、电冰箱、洗衣机等8个大家电类目和智能门锁、投影仪、扫地机器人等51个小家电类目。自10月14日家电现货开卖以来，浙江消费者以旧换新下单量居全国前三。抢抓政策红利，平台也引导消费者选购绿色节能家电，售出产品中一级能效、水效的家电占比超92%。

除了产品消费，服务类消费也迎来显著增长。消费者们热衷于趁着双11囤机票、囤酒店，今年双11，飞猪平台上消费者数量同比去年增长40%，其中约三分之一是新用户。

从房车游次卡到包车游通兑，从北极邮轮游到跨越多国的32个城市酒店通兑，新的旅游内容和商品形态不断丰富消费者的购物车。今年双11，飞猪累计售出近100万张“随心飞”及机票次卡、近300万件酒店套餐、超110万件乐园门票及玩乐套餐，全部刷新历史纪录，消费者的跨境游热情持续走高，商品覆盖全球近200个国家和地区。

出境游销量占比同比增30%

飞猪数据显示，双11出境游活动商品销量占比同比增长30%。从消费者下单情况来看，中国香港、日本、中国澳门、泰国、韩国、马来西亚、美国、新加坡、越南、澳大利亚等是热门目的地，冰岛、土耳其、柬埔寨、斐济、法国则成为黑马，是同比去年增速最快目的地。

数据还显示，今年双11共计有22个品牌的活动商品成交额突破1亿元。“飞猪双11在充满挑战的市场环境下实现了高质量的增长。”飞猪CEO庄卓然认为，越是在市场环境充满挑战之时，越需要回归本质，让消费者的旅行体验更简单、让合作伙伴的经营更稳健。

从出行平台战报能看出，先囤货、后使用的“囤旅游”已成为主流的旅游消费形式。

从前需要提前很久规划的出境游，如今因为“囤旅游”而变得更简单。即便签证还在路上、出行时间还没确定，消费者也可以趁着双11把未来的旅行装进购物车。

此外，今年双11“囤旅游”商品的预约使用进度显著加快。数据显示，截至12日零时已预约的活动商品成交额同比去年增长近90%。其中，包括上海迪士尼度假区、北京环球度假区、日本环球影城等在内的热门主题乐园，截至目前预约率同比大幅提升，部分热门线路游活动商品的预约率也已接近50%；机票次卡方面，以中国联合航空无限畅飞单程机票季卡等热门商品为例，预约率超过40%，租车次卡整体预约率同比去年大幅增长；酒店套餐预约率也在走高，如热门冰雪游酒店预约率已接近三分之一。

中国社科院旅游研究中心特约研究员、新时代文化旅游研究院院长吴若山认为，双11旅游商品热卖，是消费者需求变化、旅企创新变革以及市场趋势发展共同作用的结果。这种“先囤货，后预约使用”的预售模式体现了旅游行业的创新和变革，消费者以更优惠的价格提前锁定心仪的产品和服务，节省开支之外还拥有了更大的规划自由度；旅企则借此提前锁定销售，并根据销售情况合理安排资源、避免库存积压和浪费，提升运营效率，为后面的经营和发展提供有力支持。

▲消费者们热衷于趁着双11囤机票、囤酒店。图源：飞猪双11活动页面

▲携带jellycat玩具出游是近期年轻人的一种时尚选择，似乎也佐证了情绪消费是当下消费市场的主流趋势。 图源：jellycat官网