

## 数据

交易额超  
**10亿**

去年耗时21秒

14  
秒交易额超  
**100亿**去年耗时  
2分05秒96  
秒交易额超  
**300亿**去年耗时  
9分05秒5分  
25秒交易额超  
**500亿**

去年耗时26分

12分  
49秒

.....

## 剁出新纪录

天猫“双11”11周岁,你熬夜买买买了么

96秒破百亿

今日零点,2019年天猫“双11”全球狂欢节正式开始。根据现场实时数据,天猫“双11”开场仅14秒销售额破10亿;1分36秒成交额破100亿,5分25秒300亿,12分49秒500亿!你觉得今年“双11”最终成交额将突破多少呢?

根据公开数据,在2018年天猫“双11”购物狂欢节上,开场21秒破10亿,2分05秒破百亿,26分03秒破500亿,1小时47分26秒破千亿。

在2017年“双11”购物狂欢节上,开场28秒钟成交额破10亿,3分01秒成交额破百亿,9小时04秒破千亿。

在2016年“双11”购物狂欢节上,开场52秒钟交易额超过10亿元;6分58秒成交额超过100亿元;在2015年“双11”购物节上,淘宝天猫平台的在线交易额突破10亿耗时72秒;12分28秒时交易额突破100亿。而在2014年,突破百亿销售额耗时为38分钟,2013年耗时接近6小时。综合

## 观察

从“双11”脉动观察中国消费新趋势  
让世界“共享一个购物车”

据新华社电 从网友打趣的“光棍节”,到单个平台的“网络促销活动”,再到带动全球消费市场的数字经济体联动,11岁的“双11”,已成为国内外消费市场的重要组成部分,实体经济依靠和竞逐的重要平台,大量新技术、新产业、新业态、新模式的策源地。

## 商品更多、市场更大、动能更强

不出意外,今年“双11”的各项指标又会攀上一个新高度。这将是一次全球规模的数字经济体联动。据天猫总裁、淘宝总裁蒋凡介绍,今年“双11”共有5万个新品牌新商家首次参与。11日当天,来自全世界20万个品牌的官方旗舰店将集体推出折扣措施,为用户节省至少500亿元。

“双11”也已经成为制造业新品的集中展示日,手机数码、家用电器、美妆、个人护理与鞋包服饰是新品爆发速度最快的领域。

“双11”与我国实体经济的亲密度越来越大。一个名为“提前清空贫困县农货”的“双11”计划,让互联网成为脱贫攻坚的新窗口。

## 绿色“双11”渐成消费共识

业界研判,今年“双11”期间,绿色消费、绿色物流将成为一大趋势。“双11”倒计时10天,某电商平台推出了电器、数码产品“以旧换新”专场置换活动。

通过号召、带动公众参与,我国绿色快递发展迅速。全国4万多个菜鸟驿站、各大快递公司的3.5万多个快递网点,都设立了“回箱计划”点。

一些电商和快递企业表示,“双11”告一段落后,将设立“全国纸箱回收日”,号召全社会一起回收纸箱、包装物,加入绿色收货行动。

此外,随着消费者环保意识不断加强,以节能家电、绿色商品、闲置交易为代表的绿色消费走红。

## 供需两端“数智化”转型加快

今年一次促销,智能锁销售同比增长了454%。跟电动牙刷、体脂秤一样,智能锁一夜之间成为“通向未来生活的入口”。爆发式增长的背后,既是消费升级的拉动,更是5G开启前,智能家居时代的信号。

专家认为,随着消费理念、消费方式和消费品质的升级,新经济、新需求、新消费正逐渐形成推动高质量发展的有力支撑,正在重新定义消费逻辑。

今年“双11”,快递无人车将在更多校园开跑,中国物流无人车或迎来商业化运行时代;菜鸟智能供应链大脑,将帮助十万商家用一部手机管生意;随着中欧班列、跨境包机等增加,数字化通关成为“一带一路”上的数字桥梁,帮助中小企业全球运转……专家表示,数智技术今年成为“双11”的强劲引擎,推动效率大幅提升。

如无意外,今年“双11”中国快递的峰值处理能力或将再创新高。以“四通一达”为代表的快递公司表示,将用更高效率的物流网络,更合理的资源配置来服务这场网购盛宴。

## 让消费者足不出户“买全球”

天猫国际和考拉海购协同连接起3万多个海外品牌,通过海外原产地直供,让更多消费者足不出户“买全球”。在国际市场,一批中国品牌迅速崛起,不仅赋能中国企业出海,还帮其他国家中小商家卖全球。

在打破地域限制的互联网上,网络主播们在全球各地,用不同语言,24小时不间断地推介世界各地的热门消费品。西班牙古堡的红酒、埃塞俄比亚的咖啡豆、新西兰森林的蜂蜜、泰国丛林的乳胶枕……这些商品虽然相隔万里,但通过电商平台,世界各国人民“共享一个购物车”。

“双11”11岁了  
看这些成长的变化

据新华社电 “双11”,今年11岁。从“光棍节”的代名词,逐渐演变为全球制造商和电商深度参与的消费者狂欢日,“双11”茁壮成长,展现出中国消费市场和经济的潜力和活力。

**数字之变:销售额从0.5亿元猛增至去年的2135亿元**

2009年的“双11”,销售额是5200万元,27个品牌参与活动。

2018年天猫“双11”的最终成交额锁定在2135亿元,物流订单突破10亿,18万个品牌参与,200多个品牌成交额过亿元。

**模式之变:线上线下从“冲击”到“共振”**

2015年前后,一些实体店关门,电商“冲击论”甚嚣尘上。经过多年的合作与发展,如今,线上和线下深度融合,变成了“一家亲”。

新零售时代,互联网电商巨头纷纷开始线下布局,收购大型商超、加盟社区小店等。与此同时,不少实体零售积极拥抱线上,商品价格统一、玩法统一、互动形式统一,惠及线上线下消费者。

**效率之变:快递从“下周见”到“今日达”**

多年前,“双11”被吐槽最多的就是“我的快递怎么还没到”,如今,这样抱怨的声音越来越少,快递运送不断加速度。而这背后,是快递业的智慧转型。业内人士分析,数智化的电子面单也助推快递行业进入自动化、智能化的爆发期,快递自动化显著提升了物流效率。