

观点碰碰车
观点碰碰车

本期话题

■ 新闻背景

直播间里的“双十一”，谁在突围？

进入第15个年头的“双十一”即便争议不断，这场全网购物狂欢依然是各平台、各商家

的必争之地。直播间里尤其热闹，可一买一卖间，有很多是关于“买贵了”还是“买错了”的纠

结。究竟谁在直播间里突围？购物车里又承载了怎样的忧与乐？

观点一

理性消费
与品质升级并存

刘薇

相较以往，今年的“双十一”似乎格外热闹。竞争白热化，电商集体回归“最低价”，直播带货方面，平台间客户趋向同质化，导致获客成本愈高，头部主播也集体“退烧”；而另一边，时不时会听到这样一句话：“可以买贵的，但不能买贵了。”

没错，消费者现在更追求消费的“价值感”，他们重品质、重体验，愿意为更能满足兴趣和体验感的货品买单，这也让运动健身、电竞游戏、手工手作等领域成为市场新的宠儿。同时，衣食住行类生活用品仍然是“双十一”必备，但他们会查攻略、多方比价才出手。他们拒绝攀比品牌与高价，哪怕商家吹得天花乱坠、催单催得以假乱真，就是敌不过那句“可以买贵的，但不能买贵了”。

尤其年轻人，你能拿他们怎样呢？有人说这是年轻人开始“反向消费”了。时代发展提供的充盈物资让舒适且精致的生活成为一种习惯，如果为了省钱而降低生活水平，这不是年轻人想要的，他们只是想以更低的成本买到更优质的商品。由此衍生的消费逻辑很理性，也在各个直播间昏头涨脑竞逐“最低价”的时候敲出一记闷棍，聪明的商家已经开始琢磨新布局，“好东西，真不贵”说简单也简单，说难也难——消费者不好忽悠了，你想薅他们羊毛，他们大不了两手一抄：不买还不行吗？不买才是真的省。

观点二

直播催生
更多自有品牌

周志翔

从地方农副产品土特产旺销到国货崛起，我们蹲在直播间里见证了很多品类、行业、产业借由新业态带来的转变。直播电商对于打造自有品牌有着重要的作用，可以帮助品牌提高认知度、与消费者进行互动、实现精准营销、快速响应市场变化等。

也正因为如此，一些过去为大品牌做代工的源头工厂，日渐成为直播间新宠，凭借高性价比的产品走进消费者视野，有的成功打响了自有品牌的旗号。直播电商通过不间断直播，向消费者展示产品，同时与消费者进行互动，能够更好地展示产品的特点和优势，提高消费者对品牌的认知度和好感度。

对制造业来讲，这是转型升级更贴近和了解消费者的机会，直播电商能够让品牌直接与消费者进行互动，了解消费者的需求和反馈，及时调整产品和服务，提升消费体验，增强品牌忠诚度。掌握生产主动权的直播电商，能够让产品快速响应市场变化，及时调整销售策略和产品策略，满足消费者的需求。

对于消费者来说，直播同样带来更加多元的选择。直面生产厂家，看到更多源头商品，不再是“跟着买”，品质消费才更有性价比。

观点三

直播行业细分
提供更多发展空间

吴戈

在今年“双十一”期间，直播间里的“电商捧眼”火了，由“专职控场”引发了大家对直播带货方式方法的讨论，同时也透露出直播行业细分更加专业化的趋势。

如今的直播不比以前，一个手机一个主播一个账号就能风生水起。现在想要自己的直播间出彩，抓住消费者的眼球，不仅要有主播，还要有负责节目策划、策略制定等环节的运营人员，制作海报、视频的美工设计师，负责产品来源的产品经理，负责售后的客服人员等等众多细化的岗位和工作内容。这些更细化的职业分工，实现了行业工作效率和质量的提升，同时，工作时间和工作地点非常灵活的直播行业也成为更多人的就业选择。

除此之外，直播也依靠传播成本低的特点，让原本处于信息劣势、地理劣势和资源劣势的普通商户获得了更大的实惠。直播产业的暴火和发展，给原本从事线下业务的商家带来了转型的机会。例如，很多农户以往只能将自己的产品售卖给中间商，或者以零售的形式在街边售卖，而直播带货则打破了限制，让农户、消费者可以跳过中间商，各取所需实现双赢。放在更大的层面上来看，直播带货让商户，无论是小微企业、个体商户还是农户，都能成为自己的老板，这为社会提供了更多的创业项目和发展的无限可能。

一周观察

多元化购物带来新的选择

周志翔

一年一度的“双十一”购物节再度上演。众多信号表明，随着购买方式多元化，贯穿全年的促销活动频频开展，让消费者在这一节点上的购物热情趋向冷淡，理性消费逐渐取代了感性消费和冲动购物，“双十一”难再现刚推出时的狂热，商家与厂商亦要跟上这一变化。

“今年‘双十一’，我区邮政快递等行业呈现出港少、进港多的态势。预计今年出港件为588.34万件，同比增长3%；进港件为3425.23万件，同比增长9.3%。进出港总量均呈现稳中增长态势，折射出我区诸多消费增量扩容的新信号。”11月10日，宁夏邮政

管理局相关负责人介绍。快递数量反映了网上购物的活跃程度，快递服务不断升级，配送机制不断优化，配送速度稳步提升，这些都为网络购物带来更好的消费体验。

实体商业也希望搭上这一消费热点。银川市新一拨消费券再次发放满100元减30元，金凤区各大商圈、商业综合体开展形式多样、线上线下联动、优惠叠加的多场景促消费活动。“蹭”好“双十一”流量，线下商家需要在活动策划、宣传推广、服务提升等方面提前做好充分准备，吸引更多的消费者前来购买商品。也需要根据自身的特点和实际情况，制定具体的策略和方案，确保

活动的成功。据《2023“双十一”年度调研报告》显示，今年消费者更追求产品的品质，看得见、摸得着商品，这正是线下综合体的优势，丰富产品供应，与线上购物做好差异化，或许能在线下引来更多消费者。

与此同时，消费者的多元需求，助力行业迭代升级。购物的平台、渠道、品牌越来越多，摆在消费者面前的选择更加多元，个性化消费需求进一步放大，这也推动各行业加快升级步伐。多元化的消费需求，让流量不再局限于一处，这对消费者来说有了更多选择，而对线上线下的众商家而言，则是有了新的引流契机。