

“双11”当天

□本报记者 燕亚男 文/图

每年“双11”都是购物狂欢节。今年“双11”也不例外，线上平台推出的满减优惠、大额降价等活动，线下各大商场推出的优惠促销活动，都吸引着消费者。记者采访发现，无论线上线下，都在拼低价、拼服务，但消费者也变得更理性。

## 直播购物更直观

“我的快递已经回来10多件了，还有一半多没回来，这个‘双11’我花了3000多元。”市民刘女士在“双11”前就列出了购物清单，10月25日起就关注线上各种优惠活动。她告诉记者，自己想囤一些生活用品，比较了线上线下的优惠力度，还是选择在线上购买。“虽然线上囤货总价更贵，但可以通过‘拼单’、冲抵购物金等方式降低价格，比线下还是划算不少。”她说。

与往年不同，刘女士的不少商品是在直播间下单的，比如服装、鞋子。“直播间的东西更直观，价格不贵，有些东西还不错。”她说。

市民李先生说：“现在购物渠道多样化了，家电家居、服饰美妆、3C数码等，很多商品在‘双11’期间都上线了直播。我一直想买一台电视机，但平时上班太忙，没空去店里看。前几天下班刷直播，趁着‘双11’促销在京东上买了一台电视机，价格比平时优惠了好几百元。除此之外，我还购买了一些生活用品。”

数据显示，截至11月11日23点59分，京东采销直播总观看人数突破38亿人次。据京东方面透露，京东累计有300个品牌销售破1亿元，新商家成交单量比上月增长超5倍。

11月13日，小红书电商公布的“双11”数据显示，小红书电商订单数为去年同期的3.8倍，参与商家数为去年同期的4.1倍，直播间GMV为去年同期的4.2倍。此外，小红书直播商家数为去年同期的8倍，直播GMV为去年同期的6.9倍。

## 全市快递吞吐量一百五十二万多件



11月13日，韵达快递平顶山区的仓库内，快递等待装车。

## 线上线下皆有优惠

“化妆品精选专柜满580元返30元券”“千双鞋折后再减26元”……“双11”期间，丹尼斯百货华府店打出各类促销活动。与线上眼花缭乱的促销相比，商场的促销简单明了。

“今天趁着有促销活动，我给人家买了件衣服，我自己买了一双鞋和一些化妆品。”11月11日下午，市民杜女士提着大包小包，准备跟朋友一起去吃饭。

杜女士说，“双11”还没到，就有不少商家开始打折。她手机里有好几个购物群，打折信息在群里就能看到。她常用的一个化妆品品牌，这次“双11”优惠幅度特别大，眼霜

和精华买一赠一，面霜也是买75ml送60ml。

在马女士看来，选择购物渠道除了价格，还会考虑品质和便利性。“我以前也常在网上买衣服，很多买回来却不合适，我觉得买东西还是眼见为实比较好。”她说，“现在很多线下商家开通了线上购物渠道，‘双11’前就发到群里。前几天我在手机上看中一款衣服，直接去实体店试了试就下单了。我还给孩子买了件衣服和生活用品，线上线下价格一样，很方便。”

11月11日下午，一个三层的巨型蛋糕在万达广场内亮相，吸引了不少顾客的目光，

大家纷纷拿出手机拍照，并在工作人员引领下排队取蛋糕。

“家人们，欢迎来到万达广场平顶山店的抖音直播间。”二楼一位主播热情洋溢地对着手机介绍优惠措施，拿到优惠券的消费者可在线上购买，线下到门店使用。

商场各种品牌的黄金、服饰、美妆等都打出了“双11”广告，各种优惠吸引消费者开启“买买买”模式。一家门店负责人张洋表示，他们提前一个月部署了“双11”活动，线下优惠力度非常大，通过线上线下联动、商品零售与服务零售相融合，既盘活了商场的老会员，还带来了新客流。

## 单日派送快递109万多件

每年的“双11”，除了商家和消费者，快递员也很忙。

11月11日上午，在市区长青路北段一快递网点，摆放着不少大件快递，连地上都堆满了快递，工作人员在整理的空隙帮人取件。正在忙碌，两辆快递车又来投送，快递员在门口快速分拣后将快递送进网点。等待取件的吴女士说：“我的快递这几天陆陆续续回来了，还有一部分预计明天会到。”

韵达快递平顶山区负责

人段用勤表示，今年“双11”期间快递高峰有两波，分别为11月1日至6日和11月8日至15日。11月1日起，快递量就陆续增多，快递员都在加班加点地干活。“今天我们的快递量最多，有12万多件。有的快递点一天的派件量就有上千件，工作量是平时的四五倍。为此，我们提前制定方案，安排人员加班，并加派力量分发快递。”

市邮政管理局行业管理科副科长张攀攀表示，今年快

递的派件量和揽收量都比去年有大幅增长，派件量高峰期出现在11月11日，有109万多件，比去年11月11日增长了67%，快递行业的“非常时期”将持续到11月20日前后。

另外，揽收量的高峰也出现在“双11”当天，有44万多件快递从我市发出。“双11”期间，为强化旺季服务保障和安全监管工作，市邮政管理局提前部署、动员，要求各寄递企业积极行动，确保全行业快速响应、稳定运行。



11月11日，万达广场内的三层巨型蛋糕吸引了顾客的目光。