

最新调查问卷显示——

在这里读懂中国消费

# 理性务实成“双11”主流



## 说数

□ 本期点评 李 瞳

今年是“双11”购物节的第15个年头。作为最具代表性的消费节点，“双11”已成为一种符号，每年都会给消费市场带来不一样的变化，形成不一样的潮流。从消费者的行为来看，今年“双11”主打理性、务实、多元。

理性购物，消费者倾向于三思而后行。调查数据显示，87%的消费者会关注各平台的促销活动，89%的消费者青睐便宜的商品。在进行消费决策时，越来越多的消费者会思考某一商品究竟是不是自己真正需要的，深思熟虑后再下单已是常态。理性思维还体现在购物行为上，超前消费已不再流行，随买随用、多家比货成为标配。

观念务实，消费者更加重视消费体验。有不少消费者在接受消费调查时表示，电商平台各种限时折扣、优惠券、商品赠送已经成了一种折磨，远不如最初直接打折来得痛快。同时，有65%的消费者认为，“低价”商品不应只是价格低，还要有更高的质量和贴心的服务；96%的消费者则更加看重电商平台的服务质量。在新变化的倒逼之下，优化消费体验、提升服务质量已成为各方共识。

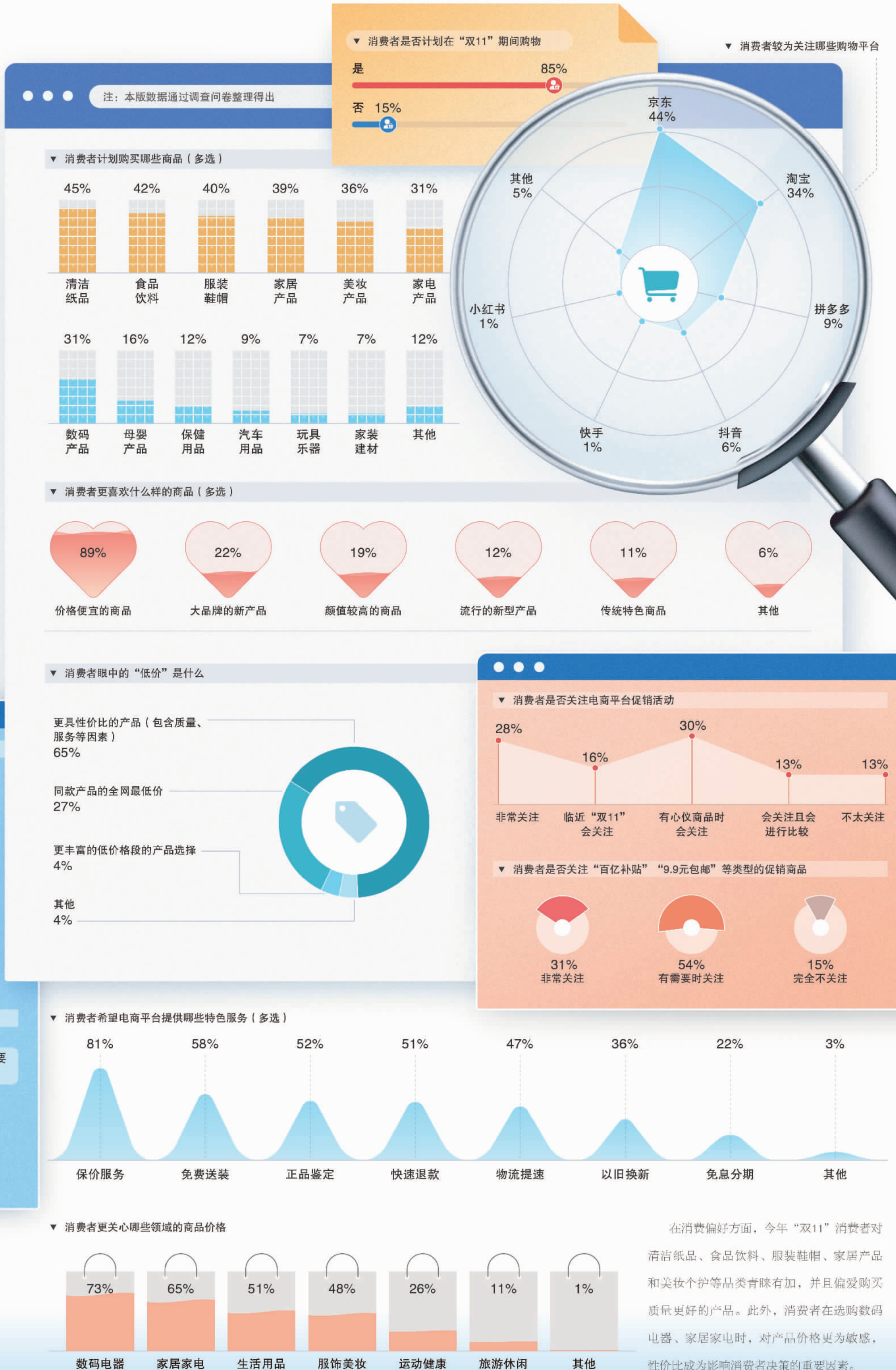
需求多元，消费者助力行业迭代升级。品牌、平台越来越多，直播、代购习以为常，摆在消费者面前的选择更加多元，个性化消费需求进一步放大，这也推动了消费领域各行业的升级步伐。过去的“双11”，商家卖什么，消费者买什么；如今的“双11”，消费者要什么，企业造什么。个性化消费需求颠覆了传统制造业的生产逻辑，柔性生产、反向定制已成为新的潮流，助力制造业实现转型升级。

盲目追求增量、野蛮生长的年代已经一去不复返。消费者真正需要的“双11”，应该是一个能够助力消费端升级、倒逼供应链升级的“双11”，是一个商家带来高性价比产品、平台提供高质量服务、消费者得到更多实惠的“双11”。



今年“双11”期间，消费者在消费时更加精打细算，理性消费成为主流。数据显示，大部分消费者更加关注商品品质和销售价格。同时，在消费者眼中，平台和渠道的服务质量也十分重要，更快的物流服务，更有力的售后保障，成为电商平台吸引消费者的关键。

## 1 “双11”调查数据



在消费偏好方面，今年“双11”消费者对清洁纸品、食品饮料、服装鞋帽、家居产品和美妆个护等品类青睐有加，并且偏爱购买质量更好的产品。此外，消费者在选购数码电器、家居家电时，对产品价格更为敏感，性价比成为影响消费者决策的重要因素。



更多内容 扫码观看

调查周期：2023年10月26日至11月6日