

不知不觉中，“双11”已成为很多消费者的“节日”：熬夜付尾款、分享购物车，让它渐渐不止是一个购物节，也成了大家社交、娱乐的一部分。今年“双11”，咱宁夏人的购买力如何？哪些商品更受青睐？相比于线上销量的火爆，线下又呈现出哪些消费特点呢？

宁夏人最爱淘什么？今年「双11」

本报记者 安小霞 王若英

宁夏人更爱买家居类产品

今年京东11.11（“双11”）用“真便宜”点燃了消费者“闭眼买”的购物热情，全国多地展现出强劲的消费潜力与活力。被称为“塞上江南”的宁夏，又有哪些独特的消费趋势呢？

京东11.11宁夏消费情况显示，宁夏销量增速亮眼，全国排名第七位；有更多新用户加入进来，用户数增速全国排名第六；银川成为宁夏购买力最强的城市，吴忠市则是购买力同比增幅最高的城市；宁夏枸杞享誉全国，是“宁夏五宝”中的第一宝，眼下正值冬补热销季，枸杞线上销售情况良好，红枸杞受到消费者的青睐，成为最受关注的本地农产品。作为宁夏枸杞代表企业，宁安堡是最受关注的本地品牌。

这个京东11.11，宁夏消费者购买了更多的家电家居类产品。智能晾衣机、米、皮质沙发、嵌入式微蒸烤一体机、燃气热水器是成交额增速TOP5品类，成交额增速分别为183%、177%、162%、118%和112%。而平板电视、空调、游戏本、冰箱、笔记本成为宁夏人均消费金额排名前五的品类。从人均购买件数来看，线缆、开关插座、洗洁精、米和宝宝零食等人均购买件数较多。

每一个年龄段的消费人群都有自己的大促购物偏好，00后愿意通过消费来取悦自己，爱买电子产品和零食，购买平板电脑、有线耳机、零食大礼包的用户占比达48%、45%和40%；80后爱娃也爱自己，55%的用户为孩子购买了儿童文学产品，45%的用户购买了儿童跑步鞋，34%的用户购买了成人奶粉，32%的用户购买了咖啡；“银发一族”偏好购买烘焙烤盘、小夜灯、拉丁舞鞋、射箭类等商品，其中有33%的用户购买了烘焙烤盘，30%的用户购买了射箭类商品，看得出他们愿意为爱好买单。

宁夏消费者家电家居消费亮眼，进入11月以来，加湿器、冰洗套装、台式即热饮水机成交额增速达96%、93%和91%，除螨仪、洗碗机、黑头仪成交额增速均超过80%；家居品类中的展示柜、家用梯、功能床、红木边桌、酒柜的成交额同比增长分别为147%、146%、140%、138%和129%。宁夏消费者在国潮消费上也有独特的偏好，国潮风的保暖内衣、运动风衣、车贴、常规抽纸、女士T恤成交额增速分别为423%、417%、381%、342%、315%。

“宁夏消费者的购物偏好更多元化，他们对生活充满热爱，强调生活方式和体验，消费活力也在持续释放。”京东集团相关负责人介绍。

借着「双11」宁夏羊肉逐渐起量

顺丰新月速运营业点的位置比较特殊，正对着银川市南门附近的羊肉销售一条街，每家店门口都堆放着大红色的包装礼盒，很是喜庆。“这里有33家羊肉店，客户相对比较集中，以来旅游、零售、线上的顾客为主。”11月12日9时许，梁佳安和同事已经收了34件发往外省的羊肉订单。

“相比于平时，‘双11’这段时间，羊肉件量增长在18%左右，比平时多四五单，以往这条街所有羊肉客户加起来能有一百来单，这几天一天能收150单左右。”顺丰速运（宁夏）有限公司总经理韩守国坦言，宁夏羊肉品牌全国有名，“10月底，牛羊肉已经开始起量，随着‘双11’的到来，牛羊肉电商客户的货量逐步增大，以发往北上广深、东北、浙江的居多。”据悉，每年10月底到次年3月是宁夏牛羊肉线上销售高峰期，其中春节前半个月，单量会增加到每天1000多单，到过年前四五天，出货量会达到两三千单。“2021年牛羊肉发送量68万件，2022年是73万件，2023年预计会达到81万件。”韩守国说，顺丰速运（宁夏）有限公司也投入了全货机进行保障，后续会根据货量增幅增加人员和车辆投入，机型也会随之变化。



本版图片均为资料图片

线下各自「出招」销售火爆

明星到场助力、两元快闪店、惊喜抽盲盒、百大品牌低于五折抢购……11月11日，银川鼓楼步行街街上人头攒动，好不热闹。记者从新百集团了解到，当天新华百货9家门店销售额与2020年、2021年同期相比，分别增长18%、20%，客流量达23.57万人次。其中，CCmall销售额达400万元，突破开业以来单日销售历史纪录。

在金凤区阅彩城，“双11”活动从10月30日开始到11月12日结束，通过500返1500高额返券（包含500元黄金珠宝券一张，200元服饰券3张，100元服饰券2张，50元餐饮券2张，30元饮品小食券3张，5元电子停车券2张），能满足顾客全品类消费优惠。同时，以阅彩直播带动线上促销销售，这个“双11”，阅彩城童装、成人运动服饰销量均创新高。

其他商场也不遑多让，国芳百货于11月3日启动“双11”限时特惠，秋冬商品低至3折起，还有线上商城成交满111元送观影券、每天上午10点的秒杀活动吸引顾客；金凤万达部分品牌从10月26日便提前开启全场买二送一，化妆品类商品实付满赠精美礼品活动；吾悦广场则打出了“政府消费券+满赠=高性价比”的口号，王府井百货东方红店多个品牌打出了满减、买一送一的活动，有的甚至将活动延长至11月30日结束。

在线下，最受顾客青睐的是女装，其次是鞋子、黄金、化妆品、男装。一位试穿靴子的女士说，“双11”前，她就看好了这双鞋，本来准备网购的，但当天到专柜一看，价格和网上的差不多，干脆就在专柜买。“商场的活动力度很合适”“在线下买可以试穿”“不用等几天再收货了”“可以省去网购不合适退换货的麻烦”……在收银台，几位准备结账的市民说。

“政府消费券助力，加上线下品牌价格趋同于线上，吸引了更多消费者到实体店体验。”新百集团数字化中心总经理、百货副总经理张新华认为，疫情过后，更多消费者愿意出门体验，加之近期宁夏气温骤降，促使保暖用品、女靴、羽绒服销售大幅增长。阅彩城营销经理李博认为，与线下相比，现在网购的优惠力度已经薄弱很多，而且顾客网购之后还要面临退换货的可能，相比之下，实体店看得见摸得着的体验感是网购体会不到的。

「双11」战线拉长 快递派送压力不大

本报记者 安小霞 王若英

11月11日13时30分，位于银川市兴庆区南门广场附近的顺丰新月速运营业点迎来了当天的第二批货物，卸车后，24岁的梁佳安手持终端逐一扫描录入系统并分拣。这几天，梁佳安早上7点到营业网点，一直忙碌到晚上八九点下班回家。

早出晚归、忙忙碌碌，是“双11”期间快递小哥的真实写照。但好在今年“双11”战线拉长，不像往年那么集中，各营业网点自有应对之法，既能忙而不乱，又能保证快递尽快送到顾客手中。

“每次到‘双11’类似节庆活动的时候，我们会采用‘一拖一’的方式，招用临时员工和其闲在家的家属一起，再加上网点自有员工，共17人，分3个班次，每个人一个班次送60多单，完全可以保证派送时效。”顺丰新月速运营业点负责人杨小河说，对于货品送达时效，营业点有明确规定。“像我们的快产品，就是时效件，员工交接完送到客户手中是两小时，两小时之内必须送到客户手中；电商件是4个小时，也就是早上第一班次送来的货，要在中午12点前送到客户手中，基本在我们的处理能力内。”

13时30分许，第二班次的货会送达，但没有第一班次的多。“第一班次通常是四五百票，第二班次二三百票，还是这么多人，保证在两小时之内基本能送到客户手中。”第三班次下午4点，赶下午6点之前基本送完，“对于当天收的、发外省的，晚上8点装车发走，这一天就结束了。”

今年“双11”从10月底就开始了，“第一波段的进港件派送集中在11月1日—3日，其中11月3日是峰值日，派件量达到1070票。”根据以往经验，杨小河分析，11月11日当天成交的货品会在12日、13日逐渐起量。“去年‘双11’派件量集中在11月13日—16日这4天，今年战线拉长后，第二波段的件量提前分配到第一波段，也就是说11月1日—7日已经处理了超过三分之一的件量，在‘双11’真正来的时候，比较集中的13日—16日的件量相对于往年来说会少一些，对于我们运输环节来说轻松了不少，客户收到货的时效也就快了，不会积压货。”在杨小河看来，如果今年“双11”战线没有拉长，没有第一波段的分流，今年的单量要比去年的单量预计增长20%。

另外，杨小河根据收货、出货情况以及相关记录发现，今年“双11”，进港件比较大，以化妆品居多，其次是衣服，吃的比较少，80%的收件人是女士。