

多平台“抢跑”，“双11”战线再拉长

玩法简化，不用为凑满减绞尽脑汁，“一件直降”成主流



扫码看视频

中秋国庆假期的余温尚未散尽，“双11”的消费大幕已马不停蹄地拉开。10月7日，快手率先启动“双11”预售，抖音电商紧随其后，于10月9日零点正式开启，京东也在同日晚8点加入“战局”。小红书与天猫平台则分别于11日、15日接力上线“双11”活动。不少主流平台均在十月中旬前“开门迎客”，提前点燃了消费热情。

今年“双11”的活动周期与玩法安排有哪些新调整？用户对愈发提前的大促持何种态度？平台的活动机制相较往年又有哪些核心差异？消费者的购买意愿是否会因此受到影响？10月13日，记者展开了调查。 ■文/视频 三湘都市报全媒体记者 全若楠

“双11”大促再度提前，与国庆活动“无缝衔接”

从各平台的安排来看，今年“双11”购物节的“战线”再度大幅前移，部分平台启动时间较往年再次提前，甚至与国庆、中秋假期直接“无缝衔接”，各大电商平台的大促节奏也随之全面铺开，平台通过分阶段、多节点的布局，为消费者带来了更长周期的购物选择。

作为最早“入局”的平台之一，快手于10月7日便率先开启“双11”预售。抖音紧随其后，在中秋促销后继续“大促连卖”，于10月9日正式启动“双11”活动，并持续至11月11日，活动周期长达一个多月。

京东也在10月9日同步启动“双11”预热，并于当日上线“开门红”活动，为大促拉开序幕，后续还将依次开启品类日、巅峰期。值得注意的是，“双11”主题活动结束后，京东还将在11月12日至13日增设返场期，进一步延长消费窗口，覆盖消费者的“补购”需求。

天猫则较去年晚一天开启，并延续“预售+现货”双轨模式，于10月15日正式启动“预售”，其中10月15日至10月20日为定金支付阶段，10月20日开放尾款支付；“现货”的预热则从10月17日启动，10月20日进入正式活动期。

面对接二连三的大促，长沙市民何女士直言活动过于密集，反而有些疲惫，“中秋假期刚趁着活动买了不少东西，没想到假期结束‘双11’就紧跟着来了，也不想再对比价格了。”

活动机制做“减法”，“一件直降”成主流玩法

记者注意到，和去年相比，今年“双11”的“消费模式”迎来了诸多变化，用户无需再熬夜卡点抢购，也不用为凑满减绞尽脑汁，多平台的“立减”“直降”优惠让明码标价、简单消费成为主流趋势。

具体来看，今年淘宝平台沿用了“618”活动，推行“官方立减15%”，抖音也有立减折扣，小红书平台也针对单品上线直降优惠。

在这一趋势下，消费者无需凑单，购买单件即可享受对应折扣，长沙市民洪先生直言：“玩法变简单了！之前的满减活动太复杂了，我没有太多时间和精力去凑单，想直接看到最后的优惠价，单件立减没有套路，适合快速决策和消费。”

不过，对于“立减”模式，部分消费者提出顾虑：“之前凑单有时候能实现‘折上折’，实行立减后，感觉商品实际优惠力度不如满减时期，一下子就没了购买欲望。”

也有平台延续传统的“满减”玩法，例如拼多多采用“满200元减30元”满足批量采购用户需求，而京东平台则同时推行“跨店满减300元减50元”和“官方直降至1折”活动，兼顾“凑单省更多”与“简单买”两种需求。

对于两种优惠模式的差异，业内人士指出：“‘单件立减’本质是简化消费决策，‘所见即所得’的折扣契合年轻用户‘碎片化购物’习惯；而满减更适合囤货场景，能通过‘凑单门槛’带动客单价提升，两者是平台针对不同消费需求的策略选择。”

好“柿”发生！ 柿子成长沙秋日消费新宠



扫码看视频

“刚上架的柿子拿铁半天就售罄了，这已经是今天补的第三波货。”10月13日，长沙一连锁茶饮店店员的话道出了秋日柿子产品的热销盛况。

秋风起，柿子成为名副其实的秋日标配。不止茶饮，不少甜品店也推出柿子蛋糕、柿柿如意饼等柿子系列产品，纷纷解锁柿子新吃法。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚
通讯员 肖昱昊 康山林



有美好寓意的柿子产品拉满秋日仪式感。

部分柿子产品上市一周销量破万

在长沙，柿子的“甜蜜势力”已渗透至茶饮等多个领域。

“喜柿多多”属于季节限定，一回归销量就很高，有位顾客一次性点了6杯。”喜茶长沙万家丽店的工作人员介绍，这种季节限定产品人气通常都很高，在公司的线上小程序，该产品仅上市一周累计销量就已经破万，不少消费者还纷纷留言“秋日仪式感拉满”。

在线上，柿子系列饮品也同样热销。“我们的柿子浆饮品主要是做定制单，目前销量已经突破一万单了。”淘宝臻果然饮品原料店的客服人员表示，店内销售的柿子浆为NFC非浓缩还原饮品，并且只在每年的9—10月上线。

除了茶饮行业，食品领域的创新更是层出不穷。墨尔本ASMILE千层蛋糕长沙店新推出了柿子雪媚娘、柿子戚风生日蛋糕等甜品，其中柿子雪媚娘在美团App上的月销量超300单。九如斋推出的“柿柿如意”饼，寓意吉祥，也吸引了不少消费者购买。

文化寓意与情感价值是核心驱动力

据红餐产业研究院发布的数据显示，去年季节限定产品在新茶饮品牌中的产品占

比已达35%。尽管销售周期较短，其爆发力显著。具有明确季节特征的产品，其峰值销量可达常规产品的2—3倍。

“健康需求升级成为核心推力，柿子富含维生素与膳食纤维的特质正好契合当代人养生理念，由此相关产品迎来了热销。”业内人士指出，柿子产品的走红绝非偶然，除了健康消费理念的升级，这与“季节限定”消费模式的兴起也息息相关，“鲜柿及部分加工品（如优质的柿饼）具有明显的秋冬季节性。这种‘限时限定’的属性，容易引发消费者的抢购和尝鲜心理，创造了错过等一年的销售紧迫感。”

此外，该业内人士认为，文化寓意与情感价值也是柿子产品走红最核心、最独特的驱动力之一。“柿”与“事”谐音，衍生出“柿柿如意”“好柿发生”等美好祝愿。在社交媒体时代，这种简单直接、寓意美好的谐音梗极具传播力，完美契合了人们追求心理慰藉和积极情绪的需求。而且柿子颜色橙红，本身就象征着丰收、喜庆和温暖。这种高饱和度的暖色调在视觉上极具吸引力，非常适合在社交媒体上进行“颜值营销”。

宜章一校外培训机构消防设施未保持完好有效

消防隐患曝光 积极整改获免罚

近日，宜章县消防救援大队依法对宜章县博睿教育培训学校消防设施、器材未保持完好有效的违法行为进行立案查处，因单位主动报告整改消防安全违法行为作出了不予处罚的决定。

前期，宜章县消防救援大队消防监督员在开展“双随机一公开”日常监督检查时，发现该单位消防设施、器材未保持完好有效（二楼走道2具疏散指示标志损坏、二楼4具灭火器损坏）。针对存在的隐患，大队依法下发了《责令限期改正通知书》，并

对该单位消防安全违法行为进行立案查处。调查取证时，该单位在整改期限内整改完毕且未造成人身伤害、财产损失等严重后果，根据《单位主动报告整改消防安全违法行为减免行政处罚规定》，符合不予行政处罚情形。依据《中华人民共和国行政处罚法》等相关法律规定，经大队集体研究，决定对宜章县博睿教育培训学校作出不予处罚的决定。

下一步，宜章大队将进一步加大消防普法教育，督促企业增强消防安全意识，筑牢安全生产防线。