

新消费、新场景

丰台“双11”消费活力持续释放

一年一度的“双11”，依旧延续着往年的热闹，线上各大平台成交量屡创新高。与此同时，在做好疫情防控的同时，线下商业体也迎来了一波消费热潮。

丰台万达广场

以“11.11万粉玩咖季”为主题的狂欢节已全面开启。丰科万达广场推出足球嘉年华、超级少年、FIFA世界杯嘉年华等活动来迎接即将开幕的2022卡塔尔世界杯，为“双11”注入新爆点。槐房万达广场推出童真梦幻泡泡秀、萌娃T台秀等活动聚焦家庭客群。“双11”全民盛宴的核心离不开“购惊喜”，万达广场内的零售、餐饮、3C产品等各类商铺限时推出满减、打折、团券等特惠活动。

方庄购物中心

正在进行“11.11疯狂囤货季”，不仅有11.11元超级大换购，更有见面礼、品牌让利促销等亲民活动，“双11”的烟火气来这里就对了。

翠微百货大成路店

25周年庆遇上“双11”，欢享满满好礼！崇礼滑雪套票、智能手表、霸王“盛宴”、免费停车服务、满额赠礼等店庆优惠，专享超多福利。

宜得利家居

北京首店宜得利家居最近出圈啦！银座和谐广场店和永旺梦乐城丰台店相继开业，吸引不少铁粉前来打卡。这家店的产品主打实用性，设计中加入许多小巧思，从商品到服务每一个细节都在圈粉，在这里可以享受“物超所值”，人气商品限时特惠，“双11”的质感生活由此开启吧！

合生广场

合生广场11.11释放你的“潮”能力，科技、健身、儿童、美食、时尚、穿搭各种“潮”能力，助你尽情释放，快来寻找，领取福利。

红星美凯龙北京西四环商场

“双11”狂撒百倍膨胀券包，购物拆盲盒、壕抽iphone14，300元无门槛专享券限量领取。

丽泽天地

刚刚“满月”的丽泽天地携数字人民币加码“双11”，重磅来袭。到时时光邮局体验打卡，可以参与数字支付抽邮票盲盒和参与留声明信片打印机等数字人民币创新应用场景，体验到复古与现代的交织，在情境中更好地体验数字人民币的便捷。丽泽天地部分商户使用数字人民币支付还可以享受满减优惠活动。

智慧生活节家居家装内购活动

智慧生活节家居家装内购活动也在“双11”迎来销售热潮，本次内购活动由区商联合会联合辖区内集美家居、居然之家、红星美凯龙共同开展。活动期间，甄选数十个品牌100余款家居产品，会内企业职工及区内专属人群通过权益到线下购买即可享受限时优惠。丰台区商联合会秘书长王进介绍：“近几年，‘双11’已成为重要的消费节点，我们借助‘双11’消费热潮，引导实体企业利用线上销售的优势，结合线下主题活动，尝试性地打破实体商业同质化现象，同时，通过协会资源优势，为实体商业引流促销。”

丰台区商业联合会供稿

“花+消费”扮靓生活

本报讯(通讯员 王昊月)近年来，花卉与人们的生活越来越密切关联，几盆绿植装点家居，几束鲜花调节心情，花卉已走入千家万户。在“双11”购物节期间，除了生活用品外，还很适合选购一些花卉植物来扮靓生活。走进花乡花卉创意园，蟹爪莲、菊花、仙客来等应季花卉不仅颜色鲜艳，摆放在家中可以增色添彩，而且养护简单，价格也十分亲民，因此很受消费者喜爱。长寿花、盆栽月季、乒乓菊等售价基本在10-20元左右，扶郎花、海棠等售价较上月相比也有不同程度的下浮。随着新年的临近，蝴蝶兰、火鹤、凤梨、杜鹃等年宵花卉也逐步上市。记者注意到，较往年相比，蝴蝶兰的花色更为丰富，淡色系的素雅花色更受青睐。有的白色的花

瓣中间是淡淡的粉芯，有的是花瓣上均匀分布着粉色的纹理，更显气质从容，清新淡雅。

在北京花卉交易中心，品种多样的鲜切花令人目不暇接。玫瑰、多头玫瑰、六出花、龙胆、康乃馨等众多品种可供选择。线下花香四溢，线上亦是琳琅满目。通过北京交易中心推出的官方小程序“北京花卉”我们可以看到，鲜切花、成品花束、绿植盆栽、多肉植物等都可以通过线上购买，价格一目了然，不少切花和成品花束还有折扣优惠，且直接送货到家，十分便利。世界花卉大观园也在线上的积分商城中推出了相应的折扣。公园门票，以及公园根据季节时令定期推出的花卉都会有不同程度的优惠。目前，仙客来、小雏菊、丽格海棠、品种菊等盆栽都可以享受“双11”优惠价。

购物防疫温馨提示

外出购物

- 进入商场、超市等人员密集、流动性大的场所一定要戴好口罩，主动配合扫码、测温。
- 尽量减少触摸门帘、门把手、电梯扶手等公用设施，如避免不了，建议使用便携式免洗手消毒液和消毒湿巾进行消毒。
- 尽量减少在超市、市场停留的时间。购物时与他人保持1米以上距离。

网络购物

- 网络购物，要选择正规、信誉好的商贸企业和电商平台，避免购买不明来源的货品。
- 接快递和外卖时，最好采取无接触方式。
- 收到快递时，做好物品和自身的消毒工作。

“双11”邮件进口量攀升

丰台邮政盘活场地资源
增强运力保障投递

本报讯 又是一年“双11”，投递员们也迎来了一年当中最忙碌的业务旺季。为确保生产运行平稳有序，力争旺季生产期间邮件时限与服务水平不降低，丰台区邮政分公司在认真总结历年“双11”生产经验的基础上，结合今年“双11”期间预测业务量、现有投递能力以及自身服务区域特点，从生产作业组织安排、资源能力配置以及重点难点区域帮扶等方面入手，制定了“2022年‘双11’旺季期间生产运行服务保障方案”。

在位于丰台区南顶村的石榴庄营业部，投递员马凯已经把包裹分拣完毕，准备装车，将邮件分转到石榴庄邮政支局所属的3个邮储支行网点，利用场地优势，缩短投递员来回往返营业部的时间，优化投递路线，提高了投递效率，盘活投递链条。石榴庄营业部主任徐亮介绍道：“我们营业部的包裹大概是从11月4日开始，量一下就上来了，现在一天的进口量已经翻番了。”营业部及时启动三级预警机制，调整一、二线岗位人员，增加投递道段，备班人员上段投递，职能人员支撑内部操作，提高内场邮件分拣的处理效率，最大限度充实到一线投递，确保邮件快速准确送到用户手里。

石榴庄营业部平时邮件进口量在4000件左右，现在每天都能达到8000件。投递员们早上到岗的时间比平时提前了两个多小时，6点来到营业部了。在正常市趟三个频次基础上，还有每天2至3次的加车，每个投递员每天都可以送到400件左右，基本上都是在晚上11点多才能结束。石榴庄邮政支局长崔阳介绍到：“为保证投递员出行安全，我们统一配备了头灯和手电。晚上回到营业部，也给大家准备了热乎的饭菜。”

今年“双11”旺季正是疫情吃紧时，为全力做好疫情期间邮件寄递服务工作，确保疫情期间揽投环节生产整体运行平稳，石榴庄营业部严格落实疫情防控的各项要求。徐亮说：“现在一线揽投人员全部接种三针疫苗，每天进行核酸检测。作业时，全程佩戴N95罩，并随身携带手套、酒精、消毒液等防护物品。生产作业场地保持开窗通风的状态，内勤人员需每4小时对内部处理场地进行1次喷洒消杀。每日归班后揽投人员需对揽投车辆车厢内外及驾驶室进行全面喷洒式消杀。”

在快件到达后，均严格落实两次消杀要求。第一次在揽投部接收时，要在监控范围内认真做好市趟车辆外围及内部邮件（总包、散件）消杀工作，邮件消杀影像留存备查；第二次在邮件下段前，揽投员要对全部投递邮件再次进行消杀。进口国际邮件快件自发件地离开口岸之时起始到末端投递下段前运行时长达到7天（168小时）标准要求，方可进行相关邮件下段投递操作。并且进行物理隔离，单独存放，存放区域封闭管理（严禁非投递人员进出），存放区域每日进行通风、喷洒消杀。

什么值得买“双11”活动负责人张宇昂：

“科学消费”拥抱消费市场结构性变革

今年的消费市场在“双11”期间出现了什么变化？用户消费决策体现了什么趋势？近日，什么值得买商业运营部负责人、“双11”活动总负责人张宇昂接受媒体采访，系统阐释了今年“双11”的“科学消费”风潮将如何深度影响中国消费市场的未来。

张宇昂介绍，从什么值得买站内趋势看来，“双11”行进至今，消费品全品类GMV持续提升，并且消费者体现出了更科学的决策智慧：通过前置购物计划，很多消费者将此前积累的一部分消费需求在开门红阶段进行，而后根据不同品类日的活动持续追加购买，体现出了用户消费信心的回升，而什么值得买积极根据用户反馈，调整运营活动及回馈策略，帮助消费者实现更高质量的消费决策，真正实现“值得买才是‘双11’”。

规模稳健增长背后的结构性变革

什么值得买数据显示，在5个月前的“6·18”期间，平台的销售额、订单量、用户活跃度均持续提升，由此展现出中国消费的韧性及活力，也是“双11”继续保持稳健增长的最重要根基。事实上，从10月24日开始的“双11”预售，已经清晰展现了一些趋势。以什么值得买为例，除了在“6·18”表现突出的电脑数码、家居家装和食品生鲜品类，护肤产品、运动鞋袜等也迎来了热销。

在张宇昂看来，在热销品类变动的背后，是消费需求的深层次变化：消费者对于“基础刚需”和“品质升级”两个核心需求同时存在，并且，愈来愈表现出“理性”“务实”等特征。“比如，对于食品生鲜、家居日用等品类，消费者会继续囤货，但同时，他们也侧重追求更精细、升级的品质享受。”

对于这一消费趋势，什么值得买将其提炼为“科学消费”，一种在外部环境和自我意识共同作用下形成的、消费者对“行使消费决策自主权”的“掌控感”需求。

2022年“双11”，“科学消费”的试金石

对于什么值得买来说，“科学消费”这一基因，贯穿了其12年的发展历程，是千万用户的思考内核和共识基础，也是什么值得买用户的显著特征，它是一种具有什么值得买特色的思维方式、讨论氛围和决策逻辑。

“什么值得买平台的用户普遍重视科学思维，具有研究产品知识的能力，同时也很慷慨地对外分享自己的收获。他们具有较强的决策

自由、较强的购买能力，也希望自己的独到见解能够深远地影响其他消费者。”张宇昂指出。

随着“科学消费”风潮蔚然成势，2022年“双11”前夕的9月，什么值得买正式将“科学消费，认真生活”上升为全新品牌主张。“我们把什么值得买用户身上的这些特征具体提炼为：独立思考、高效决策、利他共享、真知灼见。从长期来看，这份‘科学消费’的价值与影响力也将发挥其长期价值，去影响更多的用户。”

据张宇昂介绍，本次“双11”，什么值得买以“科学消费”为背景的产品、运营、活动的多方升级和改变，将为用户提供更科学更系统的消费解决方案和更便捷更高效的产品使用体验。比如，在产品方面侧重鼓励用户的发言和创作，用真实、多元的内容给更多用户消费参考；在运营方面，解决消费信息过载的问题，给用户更清爽、系统化的内容呈现；在活动方面，建立了更长期和可持续的活动体系，给到用户更连贯的活动互动体验。

打造品牌与消费者的良性沟通平台

作为被万千用户所喜爱的科学消费指南，经过多年的用心经营和积累，什么值得买拥有的庞大且高质量的用户群体，以及领先的用户活跃度和互动性已经成为其核心竞争优势之一。事实上，这一群体的需求变化，在整个中国消费市场都具有鲜明的代表性和引领性。

“从商品与消费者连接的角度，‘科学消费’有助于帮助消费者和商品、品牌之间实现更有效的连接与匹配。”张宇昂指出，凭借科学消费的思维与逻辑，用户可以更清晰地考量每一个品牌和产品值不值，产品也需要在工艺、成分、性能这些核心节点上的硬核要素过关，才能征服用户。这样的方式，可以更高效地帮助消费者做选择，也更容易让好商品、好品牌脱颖而出。

而这种帮助品牌与消费者建立良性沟通机制的价值，也正是什么值得买所独具的。“从长期发展来看，‘科学消费’帮助什么值得买聚集了一大批秉持科学理念的消费者，并就此搭建了一个平台，让品牌基于科学的视角展示产品，最终实现消费者高效决策和品牌可持续发展。其所具有的长期价值和影响力，也将成为什么值得买的长期竞争力。”张宇昂介绍。

