

2025.11
星期三 | 12
乙巳年九月廿三

合肥 / 晴
19℃~6℃ / 东北风

安徽商报



扫码看电子报

全国都市报30强
安徽第一早报

安徽日报报业集团主管主办 | 国内统一刊号 CN34-0044 | 第8871期 | 新闻热线 65179666 | 发行热线 65179700 | 今日 8 版 | 1-8 版

平台“双十一”最新数据显示 我省销量增速冲进全国前三

本报讯 (安徽商报 元新闻记者 郑茹) 这个“京东 11.11”，安徽消费市场彻底“火”了！最新数据显示，安徽省销量增速高居全国第三，消费动能强劲，展现出快速崛起的购买力。

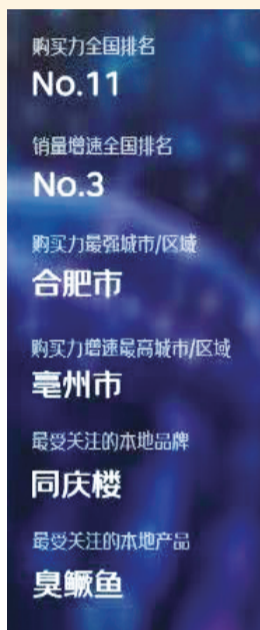
从地域看，合肥依然是“买买买”的主力军，而亳州成为全省购买力提升最快的黑马城市，区域消费呈现多点开花的活跃态势。

说起“安徽味道”，今年也格外出圈。本地老字号“同庆楼”成为最受关注的安徽品牌，而特色美食“臭鳜鱼”则一举拿下最受欢迎地域单品——两者共同扛起“安徽消费名片”大旗，妥妥的舌尖上的徽味担当。

哪些商品卖得最火爆？数码和家电堪称“增速王者”。数码相机成交额同比增长352%，干衣机也毫不逊色，增速达到294%。运动相机、润发精华、空调套装同样表现不俗，增幅分别达259%、228%和124%。安徽人正在用实际行动为“品质生活”投票。

在“舍得花钱”的领域，家电与数码产品仍是主流。空调人均消费5944元，笔记本电脑、手机、平板电视和冰箱也均突破5000元大关。可见，安徽消费者在提升生活品质上，一点不手软。

从“囤货”习惯来看，男士羽绒服人均购买4.5件，成为最爱囤货单品。电热水



器、宝宝零食、婴童拉拉裤和女士毛衣 / 针织衫紧随其后，展现出明显的季节刚需和家庭实用导向。

不同年龄段也买出了各自的风格：00后是“装备党”，键盘、平板电脑、有线耳机、笔记本配件和鼠标垫 / 腕垫是他们的心头好；80后则化身“育儿主力”，学步鞋、奶瓶奶嘴、婴童纸尿裤等母婴用品霸占

购物车前列；银发族也不甘示弱，潮流护理电器（如按摩仪）、加工蛋、厨房储物器皿等实用好物更受青睐，他们追求的是实打实的生活品质。

从数据不难看出，安徽消费结构正持续优化，细分市场日益活跃，展现出理性与升级并存的消费新图景。这个“双十一”，安徽不只买了更多，更买了更好。

观察

今年“双十一”没有复杂满减“奥数题”

第17个“双十一”，没有了复杂满减的“奥数题”，没有了全民熬夜的抢购潮，取而代之的是拉长至57天的大促周期，“官方直降”“一件立减”成为主流，消费者不再为低价冲动买单，平台从价格内卷转向科技赋能与服务升级。这场看似“退烧”的消费盛宴，实则是“双十一”正从“流量狂欢”沉淀为尊重消费本质的价值盛宴。

曾经的单日爆买，早已演变为横跨数月的长线促销，抖音57天、京东37天、天猫31天的大促周期，让“双十一”从“冲刺战”变成了“持久战”。周期拉长的背后，是消费者心态的深刻转变。“不是不买，而

是不再为便宜买一堆”“平时促销不少，没必要专门等‘双十一’”，越来越多的消费者摆脱了“剁手”冲动，转而追求“刚需囤货 + 品质升级”的平衡。中信智库报告显示，2025年消费者呈现“品质升级与消费平替并行”的特征，对“性价比”的考量不仅限于价格，更包含情绪价值、健康属性等多元附加值。

平台的优惠策略也在顺应这种理性。曾经复杂的跨店满减、组队助力逐渐退场，“官方直降”“一件立减”等简洁规则被置于界面显眼位置，让消费决策回归本质。即便热度看似降温，市场活力仍在：10月27

日至11月2日，全国快递投递量达43.05亿件，较去年同期增长10%，印证了“不狂热但持续”的消费新态势。仲量联行朱建辉分析，这一局面是多重因素叠加的结果——消费者理性消费意识觉醒，上半年“国补”政策提前释放部分需求，让短期打折促销的刺激效果有所减弱。

“双十一”的“静悄悄”，更折射出中国消费结构的深层转型。国家统计局数据显示，2024年电商渗透率从2023年的27.6%回落至26.8%，今年前8月进一步降至25.0%。但在专家眼中，这并非消费降温，而是消费社会成熟的标志。综合

中央媒体看安徽 [2版]

安徽检察高质效履职
护航民生民利

[4版]

10月我国新能源汽车销量
首次超总销量50%

