



羊城晚报记者 沈钊

新“姿势”加持 能否“带飞”史上最长“双11”

互联网巨头“拆墙”、政府补贴点火、品质直播上位



诸多新变化驱动“双11”消费升级 羊城晚报记者 潘亮 摄

A 政府补贴叠加，“双11”优惠新升级

在2024年这个消费复苏的关键时期，电商大促“双11”迎来了新的优惠“姿势”：“双11”期间，政府补贴首次可叠加平台优惠使用。政府补贴的介入，无疑为“双11”注入了强劲的动力。

以天猫为例，消费者在淘宝App首页或搜索“政府补贴”，即可领取政府补贴，在下单时可叠加天猫“双11”优惠。值得一提的是，消费者直接购新或以旧换新，均可使用政府补贴，下单时直接立减。此次政府补贴数量有限，先到先得。如价格一直较为稳定的家电产品，此次政府补贴叠加“双11”优惠后，实现大规模6折。明星单品西门子智投洗烘套装，打了54折，到手价6984元；云鲸J5扫地机，补贴后相当于56折，到手价2975元；卡萨帝星悦零嵌冰箱5折到手，仅需7933元。

而京东平台还在佛山南风古

灶、惠州的合江楼、珠海的日月贝等地标建筑开展一场“全国家电补贴citywalk”活动。最近刚给家里厨房和卫生间进行改造的市民杨小姐，准备在“双11”购买一款能嵌入橱柜的冰箱。她看中了523升的TCL T9 Pro双系统超薄零嵌冰箱。“颜值高、尺寸合适，最主要的是价格便宜”。杨小姐表示，这款冰箱京东原价3999元，领政府补贴可以打8折，还能跟“双11”的优惠一起用，最后便宜了一千多，到手只有不到2923元。

商务部数据显示，截至10月15日，已有1013.4万名消费者购买8大类家电产品1462.4万台，带动销售690.9亿元。在多重补贴助力下，家电品类迎来了历史低价时刻，全国多地陆续开启了家电消费的高潮。

商务部新闻发言人何亚东此前在新闻发布会上表示，商务部

将会同有关部门指导各地全力落实好已经出台的消费品以旧换新政策，抢抓“双11”重要消费节点，持续组织开展以旧换新供需对接、千县万镇新能源汽车消费季、“丝路云品”电商节等促消费活动，释放政策效应，让消费者得到真金白银的实惠。还将鼓励电商平台在“双11”期间发挥有效连接供需两端、联动多元主体优势，创新服务场景，推动以旧换新工作取得更大成效。

浙江工商大学现代商贸研究中心主任肖亮则表示，政府补贴叠加“双11”优惠，是激发消费信心、释放消费潜力的重要手段。通过国补换新政策的落地，可以营造好的消费氛围，进一步推动市场回暖。同时，这也需要从整个产业链的全局来考虑，不仅在消费者环节，还应在零售环节和产业链环节上推动提质升级。

手快的人，已经开始申请调整房贷重定价周期了

重定价周期的调整上。

据悉，当前广东中行已正式启动个人住房贷款存量房贷利率加点值和重定价周期调整服务，以实际行动贯彻落实党中央、国务院关于促进房地产市场平稳健康发展的决策部署。

为确保本次调整服务的顺利实施，中国银行提前筹备搭建信息系统，客户可通过“中国银行手机银行”App实现7×24小时线上便捷申请。同时，该行充分调动全行人员资源力量，加快系统后台审批。

值得留意的是，按照各家银行当前的规则，存量房贷客户可选择按3个月、按6个月、按12个月这三种方

式中的一种进行重定价。但有银行已经明确表示，每笔房贷在贷款结清前仅有一次调整重定价周期的机会，不得进行多次调整。

在这种情况下，重定价周期是越短越合适吗？有银行人士回应称，重定价周期不一定越短越合适，在贷款利率下行周期内，重定价周期越短，房贷客户可更快执行新调低的LPR；反之，在贷款利率上行周期内，重定价周期越短，同样将更快执行新调高的LPR。因此，上述银行人士建议，贷款结清前只能有一次调整重定价周期的机会，调整后无法撤销，所以建议综合考虑各种因素后慎重选择。

李嘉诚“四卖”邮储银行，回应来了

羊城晚报记者 黄颖琳

响，代理保险业务收入减少导致。

资产质量方面，截至2024年9月末，邮储银行不良贷款余额754.60亿元，较上年末增加80亿元；不良贷款率0.86%，较上年末上升0.03个百分点；拨备覆盖率301.88%，较上年末下降45.69个百分点。

值得一提的是，近期，“李嘉诚年内四次减持邮储银行H股”的话题引起了广泛关注。记者查询发现，10月30日，李嘉诚、李泽钜父子以每股均价4.6294港元分别减持邮储银行H股约2015.3万股股份。此前，李嘉诚、李泽钜于10月14日、10月17日、10月

24日分别减持邮储银行H股7851.7万股、2280.1万股、3573.4万股。最新一次减持后，李嘉诚及李泽钜分别持有邮储银行H股约11.86亿股，变动后持股比例降至5.97%。

对此，长江实业集团有限公司就上述事宜回应媒体称，李嘉诚基金会的成立旨在推动慈善公益项目，所有投资买卖乃为支持有关目标，投资所得之部分拨归慈善用途；近日减持部分邮储银行股份属基金会之日常财务运作，与邮储银行的经营发展无关，并与邮储银行一直保持着良好的关系。

B

打破支付壁垒，“双11”互联互通迎新机遇

互联网巨头“互联互通”无疑是今年“双11”热度最高的话题之一。就在10月29日，京东商城开通支付宝付款，与京东支付、微信支付和云闪付并列，一些用户已经顺利地完成了支付。有支付行业人士表示，目前看来，支付宝此次接入的范围是京东商城、京东物流，还有传言称，双方还在推动将京东支付接入淘宝天猫，让淘宝天猫用户能用上京东白条等支付工具。

对此，京东方面回应称，此次京东接入支付宝支付，能够为消费者提供更多支付选择、帮助商家降本提效，打造“又便宜又好”的购物体验。近年来，京东始终在推动打造开放生态：京东零售持续引入POP商家、实现与自营平权；京东物流对外开放服务，已经有70%营收来自体系外客户，不久前还接入了淘宝天猫。未来，京东还将

继续加大生态开放合作，为消费者和上下游伙伴提供更优质的服务。

实际上，“互联互通”的红利，淘宝已经率先享受到了。早在今年9月初，淘宝发布公告，明确9月12日后逐步向所有淘宝天猫商家开通微信支付。消息一出，便引发了多方热议，商家群体的反应尤为热烈。

阿里巴巴集团副总裁、天猫总裁家洛也在天猫“双11”启动时接受媒体采访时表示：“‘互联互通’更多是给消费者带来更多的便利性。”家洛表示，通过微信来到淘宝的一些用户，可能是一些之前购物并不非常熟练的用户，平台针对他们有特定的运营，要提供给他们更适合他们的商品，提供给他们更适合他们的优惠，让他们不仅在支付链路上感觉很顺畅，同时在购买链路上也要让他们感觉推荐的商品更精准。

C

“品质直播”时代取代网红经济，“双11”见证行业变革

直播电商的江湖，在“双11”前便动荡不已。电商大主播“翻车”也从来都不是新鲜事儿，但今年却特别多。去年曾登顶抖音“双11”热销榜首席的疯狂小杨哥，今年因为带货“香港美诚月饼”“澳洲谷饲牛肉卷”，构成虚假商业宣传等问题，被要求暂停经营限期整改。之后抖音平台宣布，自9月21日起，已对“三只羊”旗下账号进行停播处理，敦促其解决相关消费者的售后赔付事宜。

快手“一哥”辛巴此前因为蟹太太大闸蟹的价格争议，欲安排1亿元替三只羊直播间赔付消费者。然而在9月11日直播公布赔付信息的时候，辛巴的直播功能也被封禁了，直到10月10日才解封。除此之外，各种大主播“人设”翻车的事情不胜枚举。或许正如辛巴所言的“现在就是直播电商的至暗时刻”。

在过去几年中，关于直播与达播之间的关系、平台与达人之间关系讨论从未停下过。但就目前来看，尽管直播电商江湖风雨飘摇，大主播们仍然撑起了这个“双11”GMV的盘子。

有统计数据表示，今年天猫“双11”预售首日，李佳琦直播间加购金额同比增长超过20%，累计共售出超千万件国货产品；交个朋友淘宝直播间累计成交额(GMV)突破23亿元，吸引了超过2894万观众在线观看，成交商品数量超过56万件。

此外，蜜蜂惊喜社、香菇来了、陈洁Kiki、烈儿宝贝、胡可等直播间也实现预售首小时即破亿，破亿的速度和首小时成交都超过去年。

而在背后，是头部直播间与通过一系列手段转型，打造“好货+好价+好保障”的“三好直播间”，让时代的“网红经济”逐渐被强调质量和信任的“品

质直播”所取代。

以美腕为例，2020年，美腕参编中国商业联合会《直播营销服务规范》团体标准，这也是国内第一部全国性的直播电商团体标准，次年还推出了行业首个企业标准；“交个朋友”直播间为了提升产品控货能力，不让造假商有可乘之机，成立了质控实验室，以便建立更为严格的直播间上播商品质量管控体系，进一步杜绝假冒伪劣商品；辛选组建了超千人的品控团队，打造了涉及六大节点和三大举措的品控环

节……

有业内人士表示，直播电商行业进入调整期，行业在发展，消费者在觉醒，品牌也在对流量网红去魅，最终会走向品质直播时代，只有高品质的商品、专业素质过硬的主播和完善的售后服务体系，才能赢得消费者的信任，实现多赢共赢。

2024年11月2日/星期六/经济新闻部主编
责编 李卉 / 美编 黄国栋 / 校对 黎松青

专题 A7

羊城晚报

中国茶韵世界飘香，伊利携伊刻活泉引领中国健康茶饮走向世界

文/杨广 图/受访者提供



持续加码创新投入，开辟健康茶饮全新赛道

伴随消费者健康意识的提升，茶饮消费正经历一场全方位的迭代升级。消费者不仅追求茶的健康益处，还希望获得无糖、便捷、高品质的饮茶新体验。

斩获本年度世界饮用水大奖的伊刻活泉现泡茶，秉承“好茶萃取·现泡现喝”的理念，采用中国首款专利“锁鲜盖”技术，使用茶水分离的瓶盖，封存冻干茶粉，消费者饮用时拧开瓶盖，冻干茶粉3秒溶在水里，一份新鲜美味的无

糖茶饮即刻呈现。

Gerrit Smit博士介绍称，伊刻活泉现泡茶的一大亮点就是配料纯净，采用了-40℃冷冻锁鲜技术，6-7kg原茶才能制作1kg冻干茶，充分保留了茶叶中的芳香物质；同时做到真正清洁配方，不仅0糖0卡0脂，连碳酸氢钠也不添加，更好地还原茶本来的色、香、味，为消费者带来更纯净、更健康的饮用体验。

坚持因绿而兴，为可持续发展贡献力量

当前，可持续发展已成为企业发展共识，尤其是对于饮用水产业而言，更肩负着守护自然的使命。在伊利集团“绿色产业链战略”引领下，伊刻活泉积极响应“绿色生产、绿色消费、绿色发展”的核心理念，不断探索更加绿色、可持续的经营方式。

为了守护世界级珍稀火山岩水源地，伊刻活泉对水源地进行了严格管理和保护，水源地保护区无任何工农业生产，仅有自然生长的树木和草地，并按照中国的国家标准要求设立了三级水源地保护区，对一级和二级保护区进行了隔离式管理。为了减少对生态环境的影响，伊刻活泉选用更加环保、可持续的包装材料。同时，伊刻活泉已获

得必维集团颁发的《产品碳足迹核查声明》，正在努力将节水减碳的举措贯穿到全产业链。

伊利还以产业为纽带，持续发挥龙头企业引领作用，通过投资建厂、创造就业等一系列举措，促进水源地的经济发展，推动水源地绿色生态保护与经济社会发展的共生共荣。

在2024世界饮用水大会上，伊利面向世界展现了中国饮用水产业的创新探索，传递了人与自然、社会和谐共生的可持续发展理念，给出了在全球饮用水领域绿色发展的中国方案。未来，伊利将继续以消费者为中心，持续拓展大健康产业版图，为人类健康及地球家园带来更多守护。