

掃貨有RETAKE 優惠計到腦殘

伴隨着12日零點的倒數聲，2020年雙11天貓戰績最終定格在4982億元（人民幣，下同）。今年雙11打破慣例，共設兩個打折階段，分別為11月1日至3日，以及11月11日當天，對於在第一波打折階段中沒有買到稱心如意商品的消費者，今年擁有了Retake機會。據天貓晒出的「成績單」顯示兩波活動累計吸引接近8億消費者參與，這些消費者熬夜到凌晨三四點，一邊吐槽着計算優惠難度堪比破解奧數題，一邊忘我瘋搶爆紅貨品。

網羅萬象
大公報記者 曾萍

雙11

新玩法

八億「夜貓子」搶爆紅商品



光棍節變身雙節棍 天貓雙11多三天

10.21 預售開始 11.1-11.3
第一波 付定金 加購物車 買買買

11月1日起付尾款，提前10天收到貨

第二波 繼續加購物車 買買買
11.4-11.10 11.11

看情況，拿不準的才會搜查看

31.7%

不需要，我的購物車我做主

45.1%

必須的，沒人推薦的一概不買

23.2%

下單前會不會查購物經驗？

最討厭雙11規則

 資料來源：穀雨數據

新詞潮語話你知

尾款人

自嘲購物付定金時感覺全世界都買得起，後來發現尾款無法承擔或遠遠高於自己的收入。

打工仔

即打工仔，現在上班族的自嘲，形容自己起早貪黑，拿着微薄的工資，做着辛苦的工作，這一稱呼，在平凡中透露着追求，在屈辱裏努力表現倔強，雖然沒錢，但有着不卑不亢地禮節。

雙11復讀生

指在雙11第一波購物中發揮失常後，經過一周的抄作業式複習準備，對即將來臨的第二波躍躍欲試，隨時準備「金榜題名」的買家。

大公報整理

微言Net語 譚笑

衝動消費 自尋煩惱

「加油！打工仔」、「晚安，尾款人」……這個11月，伴隨着線上購物狂歡季的開啟，朋友圈等社交平台上不斷地被這些網絡熱詞刷屏。

「尾款人」增多，是人們消費意願高漲的表現。數據顯示，今年11月1日至11日，天貓以4982億人民幣成交額刷新紀錄，比2019年同期業績增長26%。

雙十一狂歡的背後，一方面是互聯網驅動下電商經濟快速發展，各大電商平台制定出許多與往年不同、眼花缭亂的促銷手段，讓人們不知不覺裝滿購物車。另一方面，隨着內地疫情的受控，人們壓抑已久的購物欲得到釋放，

一些人開始了「補償性消費」。

應該意識到，「尾款人」、「打工仔」的本質是一種自嘲。「單單是付定金的話，感覺自己什麼都買得起，但到了真正付尾款，才覺得那才是生命無法承受之重」。網民用互相調侃的方式，表達出「衝動消費」行為買單的無奈。

雖然「買買買」很快樂，但是消費額度要在自己能承受的範圍之內。為避免商家套路，最好在買東西前，列出購物清單，選擇自己真正需要的東西；給自己一段考慮的時間，不要立刻下單；提前了解商家的活動規則，避免「一頓操作猛如虎，最後便宜兩毛五」。

最後，杜絕攀比，量入為出，狂歡之後，是時候回歸理性。

特價

免費送

秒殺

雙11測試卷

- 雙11時你更像誰？
A 斷臂維納斯 B 千手觀音 C 葫蘆娃 D 奧特曼
- 你在雙11掌握的特殊技能是什麼？
A 養貓 B 加減乘除 C 抄作業 D 合併付款
- 已知每滿300減40元，假如你的購物車總額為590元，那麼接下來你應該怎麼做？
A 直接付款，就是這麼任性
B 加購10元，享受雙倍滿減快樂
C 喝杯奶茶繼續逛
D 問下閻密都買了啥

促銷

HOT



從官方公布今年雙11玩法開始，優惠算法一年比一年複雜，消費者一邊吐槽計算優惠堪比奧數題，一邊卻逃不出「真香」定律，拿着紙筆計算各種滿減、津貼、紅包、優惠券，以及組隊、助力和養貓（雙11活動，玩法是餵養小貓長大並領紅包）。「恐怕是高斯轉世，也很難算清最划算的購買方式。」嘴上雖然抱怨優惠規則複雜，但是林小姐的身體卻十分誠實。她坦言今年入了養貓的「坑」（入坑意為專注地投入某一件事情之中）。為了方便組隊，她自己把幾個好朋友拉了一個微信群，一開始只有十來人，未曾想雙11結束時群裏竟然不知不覺加入了86個「貓友」。「除了組隊養貓互相助，群裏的姐妹們還會互相『抄作業』，把自己湊到的便宜單、購物車心水物品互相分享。」林小姐如是說。

「抄作業」「付二代」成潮語

嘴上說着嫌棄、哭窮的「尾款人」，卻在交卷前瘋狂「抄作業」，微博上關於「雙十一抄作業」的話題閱讀量超9000萬

「你購物車裏有什麼？借我抄一下。」成了雙11期間獨特的問候語。據天貓晒出的「成績單」顯示，今年天貓雙11吸引了接近8億消費者參與，參加雙11「養貓」互動遊戲的用戶超過5億。

疫情之下，雙11被賦予復甦經濟、刺激消費的意義，所以今年雙11打破慣例，從「光棍節」變成「雙節棍」。具體而言，今年雙11消費者可分兩波購買，其中，11月1日-11月3日是第一波，11月11日為第二波，共計四天。第一波沒有發揮好的



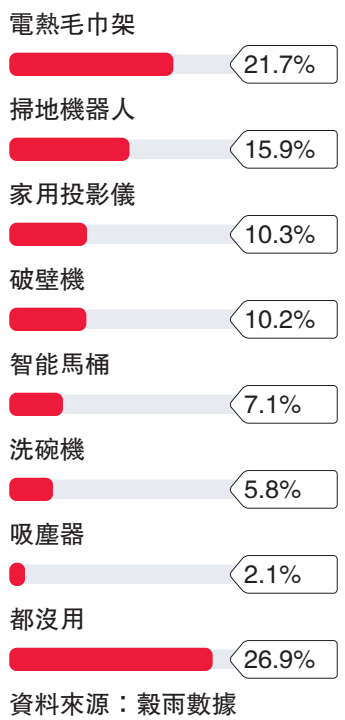
▲在廣州淘寶村，某公司客服人員在線解答顧客疑問 中新社

人沒關係，今年商家們還給了消費者「重考」的機會。

「1日那天凌晨熬夜逛到三四點。」頂着濃重的黑眼圈，李小姐在雙11當天又忍不住熬到凌晨6點，各種湊單、滿減，「錢並沒有消失，只是換了一種形式陪伴你。」李小姐打趣道，她花的錢最終都是用於購買多巴胺。

不過就算有「重讀」和「抄作業」的機會，不少消費者仍然覺得自己沒有發揮好，在浩浩蕩蕩的「二戰大軍」中，逐漸淪陷成為「付二代」（指在雙11期間要付兩次尾款的人群）、「吃土人」（指今年為雙十一付兩次尾款，收兩波快遞，吃兩次土的人）。「今年的訂金規則簡直『有毒』，很多商品的訂金一般只要十幾二十元，總感覺自己這個可以買那個也可以買。」芳芳自稱自己是95後衝動型消費的代表，可謂「付定金一時爽，補尾款火葬場，還花唄骨灰揚」。於是到了雙11，人們從百煉成鋼的「打工人」紛紛變成「尾款人」，最後又變成了支付尾款而不斷打工的人。

最多餘網紅產品



激情過後「退款人」在路上

雙11剛剛落下帷幕，返場優惠的熱度還未消退，「退款人」又上了微博熱搜。所謂「退款人」指的是「尾款人」雙11買買買，收到快遞後發現錢包空空，只好開始天天退貨退款，結果每天寄的快遞比收的快遞還多。經歷過一晚上頭腦發熱、買紅雙眼的付款後，很多消費者開始回歸理性：有的屬於戰術性退款，合併付款後享受到滿減優惠後，把湊單的商品及時退掉；有的是手滑性退款，零點付款太激動，玩法複雜到算不清賬，點點點之下買了不需要的東西；有的人就比較慘了，定金付了，尾款居然沒有合併付款，起了個大早、趕了個晚集，沒享受到優惠就要堅決退款。

「退款不是我本意，奈何商品貨不對辦太嚴重了。」唐先生在網上看中一款運動鞋，原價上千元（人民幣，下同）的鞋子折後只需300多元，他毫不猶豫交了訂金付了尾款，沒想到拆開快遞一瞬間他就「自閉」了，「和圖片完全不是一個質量，劣質的和地攤貨差不多。」唐先生只能無奈退貨退款。

而和唐先生不一樣，李莉被網紅博主种草了「提升幸福感」的早餐機，「看網紅博主各種超級ins風的早餐圖，忍不住買了同款早餐機，但是實際操作並不簡單，對於手殘黨來說早上還是出門買一份最便捷、最省事。」像李莉這樣的用戶雖不是「退款人」，但是跟風種草買的不符合個人習慣的「幸福物品」，也讓她忍不住加入「退款人在路上」的話題組討論。

網友熱評

- 歐諾哦Archer #雙十一過後的我# 流下了貧窮的眼淚
- Ciao_0209 #一夜變閩土#已從尾款人轉變成了吃土人，不得不說，土吃的真香
- Li_超甜 今年天貓雙十一發貨也太快了吧，從昨天晚上盯淘寶現在有點上頭哈哈，反正我已成佛，四大皆空（內心悄悄的等待着雙12哈哈）
- emm今天盒盒練舞了嗎 挑戰五十塊過完剩下的14天？？
- 慵懶喵0327 哈哈，看到快遞在路上，覺得生活更有意義了

大公報整理