

更快了！分分钟破亿！

今年“双11”，宁波电商企业继续“冲冲冲”

“双11”走到了第13个年头。截至11月11日14时09分，京东平台累计下单金额突破3114亿元；作为对比，截至2020年11月11日结束，京东去年的成交额为2715亿元。今年的成交额已大幅超过了去年，表现颇为亮眼。

在天猫平台上，更是出现了一大批“亿元俱乐部成员”，382个品牌在天猫“双11”的成交额超过1亿元。其中，也有不少宁波电商企业频频传来的捷报。

一批新消费品牌 跻身“亿元俱乐部”

记者从天猫获悉，今年天猫“双11”，有一批中小品牌实现跨越式增长。

截至11月11日0时45分，有411个去年成交额过百万的中小品牌，今年销售额突破千万。382个品牌在天猫“双11”的成交额超过1亿元（起算时是11月1日0时至11月11日0时45分）。其中不仅有华为、鸿星尔克等一大批人气国货，也有苹果、欧莱雅等国际品牌。

此外，百雀羚、回力等老字号，蕉内、添可等新消费品牌，也同样跻身“亿元俱乐部”。

分分钟破亿 宁波电商企业表现亮眼

宁波电商企业依旧表现亮眼！

截至11月11日0时02分，太平鸟服饰全渠道销售额突破11亿元；2时32分，全渠道销售额

突破13亿元。其中，0时38分，太平鸟男装全渠道销售额突破3.16亿元，超越2020年“双11”业绩；0时37分，太平鸟童装全渠道销售额突破1.19亿元，超越2020年“双11”业绩。

实际上，早在今年“双11”第一波“开门红”尾款支付开闸——11月1日0时02分，太平鸟线上全品牌销售额就突破1亿元。数据显示，截至11月1日11时43分，太平鸟总GMV突破4亿元。

博洋“军团”也战绩斐然。11月11日0时55分，博洋家纺天猫平台单渠道突破2亿元；1时43分，唐狮天猫平台单渠道突破2亿元，线上全网突破3.35亿元。

昨日10时15分，博洋旗下家居服品牌果壳天猫平台单渠道突破8000万元。

宁波童装品牌MOD也在今年“双11”跻身“亿元俱乐部”。11月11日0时54分，MOD电商全渠道销售额突破1亿元。

德业电器则继续在除湿机品类榜单“霸榜”，连续7年“双11”在天猫、京东两大平台销量第一。11月11日12时，全渠道销售额突破1000万元。 记者 史妮超

同步播报

“双11”甬企成交额破亿背后 宁波高校师生星夜助力

本报讯（记者 王冬晓 通讯员 李银燕）一年一度的“双11”，博洋、方太一个个破亿成交额的背后，有宁波高校师生助力的身影。

宁波财经学院国际经济贸易学院电商系的师生们与校企合作的导师们11月初就投入了这场如火如荼的电商盛会。今年学校合作的企业大都是宁波老牌企业，如宁波唐狮网络科技有限公司、宁波方太电商、宁波博洋科技有限公司等，与往年相比增加了审单和直播岗位，通过在相应的电商岗位实践，同学们的专业知识得到了实践与锻炼。

与其他经管类专业相比，电商专业是应用性要求特别强的本科专业，为此，宁波财经学院电商专业一直不断研究提升专业的实践教学，学校依托校企合作项目，在“双11”期间让每位学生真实完成企业安排的岗位任务，从中锻炼提升学生的岗位技能、专业知识以及相关的团队协作能力、合作精神、吃苦耐劳品质等。参加过该项活动的同学们纷纷表示，虽然在参与活动时比单纯上课累许多，但是却收获了很多课堂上学不到的体验与知识，虽然辛苦但很值得。

洗地机、考古盲盒、预制菜……

从10大热卖单品看消费新趋势

今年“双11”，哪些单品最热卖？都有哪些新的消费趋势？昨日，天猫发布10大趋势单品：滑雪板、户外电源、宠物玩具、考古盲盒与手办、氛围灯、早C晚A、文房四宝、预制菜、洗地机、儿童安全座椅。

天猫发布10大热卖单品 文房四宝成新“网红”

滑雪板成为今年冬季热门选择。从数据看，截至11月11日凌晨1时，天猫上的滑雪装备成交额同比增长超140%。女性滑雪服、亲子滑雪产品成为畅销单品。

文房四宝成为年轻人购物车里的新“网红”，“00后”的消费人数和金额同比增长都超过100%。“古董级”老字号品牌善琮湖笔同比增长超140%，主营徽墨的胡开文增长更是超过20倍。

年轻人第一次下厨房的信心很可能是预制菜给的。今年天猫“双11”期间，包括半成品菜、速食菜在内的预制菜销售火爆，成交额同比增长约2倍。粤菜、川菜、湘菜、西北菜等经典菜系都推出了半成品菜。

用简单的工具解决家务刚需成为消费者的

新需求，由此带动了一大批创业新品牌的成长，添可、追觅、云鲸等新品更是迎来爆发增长。

对儿童安全的关注体现了社会的进步。今年天猫“双11”开门红，儿童安全座椅成为最具爆发力的类目之一：11月1日开售仅36分钟，成交额超越去年全天。而母婴亲子行业卖得最火的前7大单品中，安全座椅独占4席。

万物皆可盲盒——端庄典雅的博物馆们也纷纷加入。河南博物院率先在淘宝推出了“考古盲盒”，亲身体验挖掘“文物”的过程，大受年轻人追捧。11月11日首个小时，就有8个博物馆的销售额同比增长超过1倍。

此外，包括户外电源、宠物玩具、氛围灯、“早C晚A”套餐等也在销量上实现较快增长，成为今年“双11”的消费趋势单品。

小家电的“新消费趋势”一看就会用、轻量化、平价

早在11月1日的首波“双11”大促，家住海曙的林女士就入手了一款智能洗地机，如今已经用了好几天了。“一地的猫毛、酱汁，只需一遍推过，地板干干净净。”

“平时自己上班很忙，没有时间打扫卫生。之前也买过蒸汽拖把、吸尘器、扫地机器人等产品，总觉得这些产品在功能上还是差了一小截。”林女士说，买这款洗地机主要是看中了它拖扫一体，一遍搞定。省时省力又省心。

这样的小家电是怎么创意出来的？

“在传统家务习惯里，除了扫地、吸尘之外，还要再拖一次地，也就是至少吸一次拖一次。洗地机则可以把二者结合在一起，大幅降低家务时间成本。”宁波崎立品牌有关负责人何启悦表示。

“在做产品调研期间，我们对比了很多小家电产品。洗地机对家庭清洁作业具备立竿见影

的效果，可以解决最实际的清洁问题，大幅降低家务时间成本。也是目前整个小家电行业里增长速度最快的。”

何启悦告诉记者，在此基础上，博电对洗地机产品也有区别于其他同类品牌的要求。“一看就会用、轻量化、平价。一定要功能简单化，不需要在使用这款产品上花费太多的学习成本；同时轻量化，这样可以大幅提高家务工作的舒适度，降低闲置率；平价则可以降低消费者的尝试成本，提高消费欲望。”

何启悦坦言，这三个关键词，既是对这款产品的定位，也是对小家电“新消费趋势”的理解。

“实际上，这款在今年10月才上线的产品，截至目前已经售出近7000台，仅“双11”期间就售出超过3000台，销售业绩超过200万元。在整个市场上的表现都非常突出。我们也很看好这款产品的后续增长。” 记者 史妮超

天猫双11 10大趋势单品 2021

1 滑雪板	2 户外电源
3 宠物玩具	4 考古盲盒
5 氛围灯	6 早C晚A
7 文房四宝	8 预制菜
9 洗地机	10 儿童安全座椅

年度特别单品

为残障人士提供 单只鞋销售服务