# 从“双十一”购物车看消费新意

从“晒”成交数据到聚焦供给、服务质量，今年“双十一”呈现不少新亮点：服务供给更丰富、AI 购物助手更“聪明”、出海成为新增长点……这场消费热潮，既见证居民消费需求持续升级，也彰显超大规模国内市场的韧性与活力。

**电商平台纷纷加码服务类供给**

今年“双十一”期间，实物消费提质升级与服务消费扩容增长双向协同，让消费者的购物车更丰富。

数据显示，“双十一”期间天猫平台国补覆盖的手机品类增长超 9 倍，电视、智能家居等均实现两位数增长；淘宝闪购上母婴、家用电器等品类交易同比增长超七成。

各大电商平台在原有实物商品大促之外，纷纷加码服务类供给：京东首次展示超百项细分服务产品，并针对隐形收费、售后缺失等服务消费痛点发布京东服务“333”计划；苏宁帮客推出 9.9 元全屋家电检测、地暖清洗优惠套餐……

更令人瞩目的是，Token（词元）以独立品类在多个电商平台上架，看不见、摸不着的算力服务，变成可以下单的商品。

“现在可选的服务种类越来越丰富，我给自己和家人囤了好几样。”来自北京的冯先生向记者分享了“双十一”购物清单——两天一晚的京郊酒店优惠套餐、上门保洁十次卡……“在大平台选购这类服务套餐，性价比高，履约和售后也更有保障。”他说。

今年以来，《关于推进服务业扩能提质的意见》《扩大消费“十五五”规划》等陆续发布。数据显示，前三季度我国服务零售额增速快于商品零售额4个百分点，已成为居民消费的重要增量来源。



11 月 9 日，在位于宁夏银川市贺兰县的极兔速递银川转运中心内，工作人员分拣快递。 杨植森 / 摄

业内专家认为，我国消费市场已进入“商品 + 服务”双轮驱动的发展阶段，服务消费日益成为拉动消费增长的重要引擎。老百姓期盼的养老、文旅等服务消费蕴藏巨大发展空间，成为扩大内需的有力抓手。

**AI 加速融入电商全链条**

记者在采访中发现，淘宝、抖音、拼多多等电商平台在今年“双十一”期间均实现了AI购物功能嵌入，且持续迭代升级。

2025 年，淘宝、京东等率先将 AI 导购嵌入平台，可满足商品问答、拍照搜货等基础需求。今年，原有平台 AI 持续迭代，部分平台首次面向消费者上线对话式 AI 购物助手。一键梳理购物车商品、完成叠加补贴自动核算、全程跟进售后事项……不少消费者感受到，AI 购物助手更“聪明”了。

来自安徽的“95 后”上班族张宁对此深有体会：“往年要花不少时间领券、比价，各种优惠规则看得眼花缭乱。今年 AI 购物助手帮我算好补贴、梳理方案，省去很多麻烦，让我实实在在感受到了大促的实惠与便利。”

对商家而言，AI 承担着提质增效、优化体验的任务。千问办公在“双十一”前上线电商版，让 AI 前置承接经营分析、素材生成等事务；京东京麦 AI 经营中心在“双十一”前完成升级，面向商家开放数十款核心工具，覆盖选品、运营、履约、售后完整经营链路。

中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛表示：“AI 深度嵌入消费链条也对其准确性提出了更高要求，一旦出现消费纠纷，AI 是否需要承担相关责任也需要从法律、规则层面进一步细化明确。”

**平台出海加速，双向跨境流通更活跃**

淘宝首次一键打通海外渠道，支持商家依托原有店铺、原有货品同时运营国内、海外两大市场；速卖通官方仓覆盖西班牙、法国等 6 国，“双十一”前海外仓备货规模同比增长 146%……

随着全球数字消费兴起、跨境电商政策不断完善，今年“双十一”期间，不少商家平台将目光投向海外市场，寻求新增量。

出海创意营销服务企业负责人孙妍妍说：“我们追求的不是简单把商品卖到海外，而是搭建双向流通通道，助力中国制造向中国品牌转型，推动内外市场更好联通。”

平台加速出海的同时，优质进口消费品也通过跨境渠道丰富着国内消费者的购物车。

家住上海的刘女士今年“双十一”在天猫国际选购了澳洲奶源的婴幼儿辅食、来自比利时的营养补品等。“以前不少海外本土品牌很难买到，现在平台保税仓备货充足，通关配送速度也快，不用出境就能淘到世界各地的特色商品。”她说。

“双十一”第 18 年，供给在丰富、体验在优化、市场在拓展，变化中有一条主线始终清晰——顺应消费者需求变化，推动供给扩容提质，持续挖掘消费潜力、扩大消费空间，让供需在良性互动中释放更大活力。

（据新华社 记者 / 何晓、王雨萧）

# 便利化“组合拳”出招　离境退税释放入境消费新动能

“一台 5000 元左右的手机大概能‘即买即退’450 元到账，现在很多海外游客来深圳都会到我们这逛逛，带点电子‘土特产’回去。”位于深圳华强北电子世界的一家华为授权店内，销售员李天昊正忙着为几位来自马来西亚的外国游客办理退税手续。不远处，主打 AI 智能眼镜的一家门店里，外国客人“一买就是十几副”。

“中国电子第一街”华强北的繁忙，是当前深圳入境消费持续升温的缩影。记者近日在调研走访中观察到，伴随免签“朋友圈”的扩围以及一系列离境退税便利化服务举措的迭代升级，入境消费市场正活力迸发。

“今年 1—9 月，全市办理离境退税商品销售额 15.3 亿元，同比增长 75.1%。其中，国产手机、智能硬件、文创产品越来越受到海外消费者青睐。”国家税务总局深圳市税务局第二税务分局副局长黄涛介绍，预计 2026 年全年将达到 20 亿元。值得注意的是，政策推行之初，深圳市一年办理离境退税商品销售额仅约 3000 万元。

在销售额“看得见”的快速增长带动下，越来越多商家开始“加入”——争相申报拥有一张标有“离境退税商店，境外旅客可享 9% 退税额”蓝底白字的标牌。截至目前，深圳退税商店数量突破 3000 家，规模居全国第一。

李天昊透露，目前他所在的门店，境外消费者到店数量占比已达 50%。门店内直接能办理退税，叠加相关补贴优惠，很大程度上带动了“即刻下单”。

作为深圳核心商圈，罗湖万象城于 2016 年初入选深圳首批离境退税商店，设有深圳首个离境退税“即买即退”集中退付点。商圈整体离境退税销售额从最初的一年 3000 万元跃升至如今的 4 亿至 5 亿元，这一增量数据也让众多商家看到了入境消费的巨大空间。

万象城相关负责人介绍，该商圈目前已推动 170 家品牌完成资质申报并开通“即买即退”服务，离境退税额占深圳全市比重超 20%，退税商品涵盖 3C 电子、珠宝腕表、深圳智造等品类，不断满足境外旅客多元选购需求，助力中国“智造”热销全球。

为更好便利入境游客的消费体验，激活“二次消费”潜能，支付服务也在向“随时随地随心办”升级。记者了解到，深圳以“口岸自助终端 + 商圈退付点 + 线上小程序”三位一体布局，2025 年上线全国首个 7×24 小时退税小程序，支持 14 种语言；2026 年 3 月自助机投用，最快 2 分钟办结、1 秒到账，六大口岸与核心商圈实现全覆盖。

“我们今年 9 月又升级了体验流程，外国游客只需出示手机上加密的退税服务码，无须携带纸质退税单、发票，即可全流程办结，最快 1 分钟就能完成全部手续。”中国工商银行深圳市分行华强北集中退付点负责人张莎告诉记者，集中退付点门口还贴心推出了“AI 八骏”，包括无人机、翻译机、AI 眼镜等热门产品。目前，深圳集中退付点已扩围至 25 个，实现了万象城、华强北等核心商圈全覆盖。

让境外消费者更愿意“再花钱”，让退税红利惠及更广大的中小商户，中国银行深圳分行与税务等多部门联动，在全国率先试点数字人民币硬钱包退税。“这对外国游客、境外来华人士是比较好的选择。”该行个人金融部副总经理王海炜表示，“他们无需绑定银行卡、无需依赖网络，凭护照即可申领集支付、通信、交通功能于一体的硬钱包卡片；通过自助终端办理退税全流程操作一般就需要 1 分多钟；退税款可直接兑换成同等额度的数字人民币硬钱包余额，便于境内二次消费，只要有 POS 机就可以。”

更多应用场景还在拓展中。商圈、口岸等传统退税场景之外，9 月份，深圳湾木棉花酒店、康莱德酒店、凯悦酒店等高端涉外酒店点位的退税场景也相继落地；10 月，依托银行线下服务网点的退税模式“上新”。

“11 月下旬即将在深圳举行的亚太经合组织（APEC）第三十三次领导人非正式会议已进入倒计时阶段。税务部门也将以此为契机，落地更多创新应用场景。未来要实现想在哪儿退，就在哪儿退。”黄涛透露，APEC 会议期间酒店退税网点将扩充至 30 余家。

深圳入境消费市场的蓬勃发展并非孤例。在政策驱动下，2025 年全国离境退税销售额同比增长近 1 倍，退税商店约 1.4 万家、约为 2024 年底的 4 倍，上海、北京、广州、天津、重庆 5 个国际消费中心城市的销售额约占全国的 2/3。有数据显示，今年 1 月至 10 月，湖北省离境退税销售额同比增长 134.68%；前三季度，上海市离境退税销售额同比增长 52%。

以税赋能、向新而行。从华强北的“即买即退”到口岸、商圈、酒店的多点布局，一系列便利化“组合拳”正持续释放入境消费新动能，退税红利也将进一步惠及千行百业。

（据《经济参考报》记者 / 韦夏怡）