

超长版“618”，折射哪些消费新动向？

新华社记者 王雨萧 龔联康 李晓婷

“618”购物节超长“待机”，让“剁手式消费”回归理性购物；潮流、萌宠等细分市场崛起，更多垂直赛道涌现新蓝海；AI 加快对消费全产业链改造，助力行业提“智”向“新”……今年“618”，折射消费领域新动向。

消费更加理性

“618”越来越长了，这是近几年不少消费者的共同感受。

今年5月中旬，京东、淘宝、抖音等平台开启“618”预热促销活动。记者了解到，部分平台促销活动将持续至6月20日，总时长超过1个月，创下“618”最长时间纪录。

告别复杂“算数题”，平台补贴规则也更加简单直接。京东在“每人每天可领超6180元补贴”等优惠基础上，再加码“618”补贴力度；天猫取消“满减”等需要复杂计算的优惠，只设“官方立减”叠加各种优惠券等；抖音电商投入百亿消费券补贴爆款商品，用户每人最高可领2280元……

“今年大促活动时间长，可以慢慢挑选自己真正需要的东西，避免了很多一时‘上头’的冲动消费，也不用费脑筋凑单满减，感觉‘618’变得更清爽和松弛了。”河南郑州的消费者赵女士说。

聚焦打造多元消费场景和体验，线下商业也纷纷抢抓“618”节点开展一系列促销活动。

定制AI 照片、戴上眼镜体验AI 翻译等互动吸引人们排队打卡；在电竞体验区，多款顶配电脑装备让电竞发烧友直呼过瘾；沉浸式实景样板间与全屋定制服务，为顾客提供家电家装“一站式”解决方案……在不久前亮相北京的京东MALL 双井店，多元业态融合场景为人们带来别样的消费体验。

“我们推出‘京补+品牌补贴+银行补贴’等多重优惠，并通过设立沉浸式体验专区、引入首店首发潮品等，让消费者在线下享受更加个性化、多元化的商品和服务。”京东MALL 北京双井店副店长陈瑞说。

国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会专家李鸣涛分析，今年“618”，多个平台流量分配机制从“价低者得”转向“优者多得”，线下商超也更加注重体验感和场景打造，这背后是消费者从“价格敏感”到追求品

质和理性消费的转变，从需求导向出发，才能让大促活动有效激活消费动能。

“购物车”映射消费新动向

作为一年一度重要的促消费节点，“618”无疑是消费市场新动向的重要风向标。

潮流、宠物等细分市场崛起——Labubu 掀起社交平台上的“开箱狂欢”，线上线下一“bu”难求；“养娃式养宠”催生大量宠物产品消费……这个“618”，更多垂类细分赛道火热，为激活消费打开了新空间。

“今年‘618’，淘宝天猫玩具潮流玩域多个商家销售破亿元，近800个单品销售破百万元。‘谷子类’商品海外订单增速同比实现三位数增长，其中绝大部分成交是国产IP的衍生品。”淘天潮玩行业负责人对记者说。

服务消费成为新引擎——

“端午假期带孩子去贵州玩了一趟，顺便趁‘618’大促在网上订了一套亲子旅拍服务，体验很好。”深圳市民宋倩说。

“从冰雪经济火热到银发经济崛起，服务消费日益成为拉动消费增长的新引擎。”国家信息中心经济预测部宏观经济研究室副主任邹蕴涵说，积极拓宽服务消费场景、增加优质服务供给，将更好满足居民在养老、托育、文娱等方面不断增长的消费需求。

“即时零售”加速入场——

今年“618”，各大平台即时零售业态加快布局，美团闪购联合知名餐饮、零售品牌旗下百万家线下门店开启大促活动，淘宝闪购也在“618”期间链接更多线下实体，进一步加大补贴力度。

“用户越来越追求‘即时满足’，即时零售逐渐延伸到母婴、3C、美妆、服饰等多领域。仅5月28日到6月1日，就有超过800

个品牌商、零售商在美团闪购成交额同比翻倍，‘618’期间手机、小家电、白酒等商品十分畅销。”美团闪购负责人说。

AI 助力商家提“智”增效

“自主选择搭配服装、模特、场景，就能用AI 一键生成各种风格的真人上身短视频，大促期间帮我们快速完成商品视频矩阵，实现视觉升级。”云尚武汉国际时尚中心相关负责人说。

这位负责人告诉记者，传统服饰行业上新频率快，图文视频等商品内容制作成本高，AI 视频工具极大提升了传统视频生产效率，让企业腾出更多

视频素材……今年“618”，AI 加速融入电商业态，助力更多平台商家提“智”增效。

今年“618”，有消费者在收快递时同步收到了一份“惊喜语音”——“奶奶，我和女朋友祝您端午节快乐，等我们安顿好，请奶奶来深圳玩”“快高考了，要记得身体第一考试第二，哥哥是你永远的后盾”……

“我们近期上线了‘惊喜电话’功能，由AI 外呼提供技术支持，消费者可以选择录制一段语音，或者让京东大模型生成的‘AI 百变声线’用自己的声音来说。收件人收到快递时，就能一同收到这份语音。”京东相关负责人说。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬表示，人工智能加速融入千行百业，成为激活消费潜力、牵引产业升级的重要力量，随着技术迭代和落地场景逐渐丰富，人工智能与消费领域的结合正向个性化、多元化发展，有望在未来激活更多消费增量。

(新华社北京6月18日电)



①



②



③

图片说明：

时值电商平台“618”年中促销活动高峰，各地电商、物流等线上线下企业、商家全力应对。

①主播在直播基地内介绍家电产品“国补”政策。

②中国邮政集团有限公司工作人员在分拣快递。

③工作人员在智能快递分拣流水线上作业。

新华社发(张鹰 孟德龙 刘满仓 胡程 摄)

新华社记者 郑明鸿

整治『大数据杀熟』，不应靠消费者自救

随着年中大促“618”到来，各大网络平台纷纷推出促销活动，“大数据杀熟”又成为令消费者头疼的问题。近日，国家市场监督管理总局向各类电商平台企业发布“618”网络集中促销合规提示，要求平台规范促销经营行为，杜绝“大数据杀熟”等违法行为，传递出持续整治相关乱象的坚定决心。

从机票、酒店价格“越搜越贵”，到某些电商平台给老客户的消费券越发越少，如今在一些直播间，老用户下单价格比新用户还高。“大数据杀熟”花样频出、领域不断扩展，更有一些平台和商家被处罚后沉寂几日，便又和监管打起“游击战”。

“大数据杀熟”缘何难禁绝、甚至部分平台和商家顶风作案？背后还是高额利润驱使。平台有足够的动力不断更新算法以回避监管、让“杀熟”的手段更加隐蔽；不少商家急于捞笔快钱，认为忠诚度越高的用户溢价空间越大，把消费者当韭菜、把投诉当耳旁风。

面对“大数据杀熟”，一些消费者不得已试图“用魔法打败魔法”，对平台“哭穷”或注销账号假装新用户来“反向驯化”大数据，但这些做法的实际效果可能有限。

整治“大数据杀熟”，不应靠消费者自救，更不能满足于冒了头再打。平台要严格落实信息公示义务，加强算法合规管理，提升线上经营行为透明度和公平性。相关部门也应主动作为，创新工作方式方法，搭建相关案例库，并据此完善政策法规，建立有效整治“大数据杀熟”的长效机制，保持监督利剑高悬。

平台和企业也应该明白，技术应被用于提高服务水平、提供新的消费体验，而不是算计消费者，“多赚一单是一单”的侥幸心理不能要。不要“小聪明”、不玩“小算计”，真正尊重消费者的企业，才能走得长远。



助农惠农润心田 心暖万家促振兴

——中国石油吉林销售公司助力乡村振兴侧记

本报记者 颜梦 通讯员 周瑞昕 张丽丽

近日，中国石油吉林销售公司松原分公司长岭片区双丰加油站员工陆续将80余吨饲料送至蛤蟆沁村、丰库村多家养殖户手中。“中国石油卖的饲料质量让人放心，工作人员也经常来调研我们的养殖情况，给我们提出有效的建议，真是好样的！”养殖户杨先生满意地说。

近年来，中国石油吉林销售公司将服务乡村振兴融入企业发展战略，依托遍布吉林省的乡村站网络，精准对接农民需求，从民生服务、环境改善到消费帮扶多点发力，让“宝石花”在助农前沿煜煜生辉。

服务下沉 打造农村便民新阵地

在广袤的东北乡间，中国石油吉林销售公司充分发挥加油站网络优势，将传统能源补给站点升级为集农资保供、技术服务、便民服务于一体的“全能服务站”，推动助农服务向基层延伸，以实际行动践行社会责任。

为满足农户用油需求，各地市分公司在春耕、秋收等重要农业生产节点纷纷开展送油下乡活动。白山市抚松县响水村及周边三个村屯地处山区，距最近加油站车程超半小时，且山路崎岖难行。为保障农忙时节用油需求，白山分公司抚松片区组建专业配送队伍，根据农户预约时间，将油品精准配送至田间地头 and 农户家中，有效解决了山区农户“加油难”问题，为农业生产保驾护航。

在农资服务领域，各地市分公司精准对接农户需求，构建多元服务体系。长春分公司德惠片区通过走访农户，建立

客户档案，详细记录农户土地面积、种植作物及用肥习惯，结合土壤检测数据提供化肥精准配送服务。“中国石油卖的化肥质量有保障，还给送货上门，这可为我们节省了不少时间和费用。如果今年秋收后增产效果好，我一定向大家宣传，共同增产增收！”夏家店街道姜家店村的种粮大户徐先生评价道。

为帮助农民降低种植成本，吉林市分公司舒兰片区联合“春来早”化肥厂家员工，为农户举办化肥知识讲座，实现“科学助农、技术助农”。讲座内容包含农民重点关注的化肥产品配比含量及施肥、追肥的注意事项。“听了讲解以后，心里对咱们中国石油卖的化肥更有底了！”农户张师傅受益匪浅。

在优化便民服务上，辽源分公司推出多项暖心举措。在乡村加油站醒目位置设置“农机优先”标识，开通绿色通道，安排专人引导，减少农机排队等待时间。站内全天候供应热水，便民箱配备创可贴、劳保手套等常用物资，并设置休息区、手机充电设施，为农户提供便利。“农忙时加油又快又方便，还能随时喝上热水，吃上泡面，中国石油的服务真是太贴心了！”村民王大爷高兴地说。

白山十四道沟加油站毗邻331国道，周边山路蜿蜒，去往县城的公交车辆有限。为方便农户采购生活用品，该站自掏腰包购置了三轮车，为周边村民提供便利店商品“外卖配送”服务。站内仅有的两名员工刘瑞海、刘瑞青夫妻，每日根据村民需求清单配送米面油等生活物资及日用品，搭建起便民服务的“最后一公里”，实现“人不到站、货送到家”，将便利与温暖送到村民心坎上。

消费帮扶 拓宽助农增收新路径

中国石油吉林销售公司充分发挥央企资源整合优势，在消费帮扶中构建起“省内省外联动、线上线下融合”的多维帮扶体系，成为乡村产品走向市场的一座坚实“桥梁”。截至5月底，本年度消费帮扶产品销售额近300万元。

公司定向采购省内多个地区的米面油、杂粮等特色农产品，并鼓励员工选购。同时，依托企业内部资源优势，将优质产品供应至省内兄弟单位，助力极具地方特色的帮扶好物走入兄弟单位食堂、员工节日福利包、个人购物车。

为帮助吉林省村民加快致富、拓宽农产品销路，公司与吉林森工集团合作开发自有商品和帮扶商品，原材料全部采购于吉林省白山市靖宇县、白城市镇赉县及其他帮扶县，开发的自有商品包括木耳、蘑菇、大米等地方特产。同时，林下系列产品在天猫商城、企业内部线上商城上线，运用网络优势帮助这些原本深藏在白山黑水间的山珍野果、谷物粮食走进千家万户。

为提高属地内农民收入，公司统筹开发地方特色商品，助推地方经济发展。2024年，公司将吉林延边特产苹果梨引入

便利店，与当地果园对接，依托自身销售渠道，通过线上平台链接、直播带货、加油站水果专区、兄弟单位互采等方式全渠道宣传销售，将好产品推向更广阔的市场，获得了市场和农户的一致认可。

公司还引入武夷山水、好客舒达源等省外脱贫地区农产品，实现乡村帮扶从“省内循环”到“跨省联动”的跨越。同时，以营销活动为抓手，开展“好客饮水节”“10惠购物节”等主题促销活动。通过线上渠道和加油站内的宣传推广，让帮扶商品以实惠的价格、可靠的品质广为人知。

文化共建 绘就美丽乡村新画卷

推进乡村精神文明建设，是实现乡村振兴的重要抓手。中国石油吉林销售公司将乡村物质文明和精神文明有机融合，将人居环境整治与精神文明建设深度融合，既扮靓乡村“面子”，更做实文明“里子”。

延边分公司汪清片区联合延边州科技局，以环境整治为切入点，为延边州汪清县夹皮沟村打造生态宜居新村落。联合小队不仅清理道路杂草，还在村头空地栽种花卉树木。村民望着焕然一新的村容感慨：“没想到咱小村子也能变得这么漂亮！”

白城分公司以志愿服务为纽带，推动人居环境整治与乡风文明提升同频共振。分公司组建了一支志愿者服务队，跟随驻村干部对包保村的村部、广场、主干道进行清扫，还重点帮助脱贫户改善家居环境。

四平分公司员工宋金波作为乡村振兴帮扶人员，经常利用个人时间走访包保户。一次，他了解到一包保户家中水管突发破裂，就第一时间联系修理工上门维修。包保户一家十分感动：“大老远跑来给我们帮忙，不但修了水管，还帮我们打扫卫生，真是太感谢了！”

为关爱乡村儿童成长，通化分公司柳河片区组织员工为建设小学留守儿童捐赠图书、文具等学习用品。员工还与留守儿童进行了互动交流，开展情感关怀，了解他们的生活与学习情况。这丰富了乡村儿童的课余生活，让他们在书海里感受知识的乐趣。

从晨烹煮的田间送油到暮色四合的农资配送，从改善环境的奔波忙碌到消费帮扶的牵线搭桥，中国石油吉林销售公司正以一座座乡村加油站为支点，努力勾勒出乡村产业兴旺、生态宜居、生活富裕的壮美画卷。



白城分公司员工给前来加油的农户赠送劳保手套。(资料图片)



通化分公司志愿者服务队开展帮扶活动。(资料图片)



白山分公司员工给老乡上门送化肥。



松原分公司员工送油、送化肥入乡。(资料图片)