

大解密《雙十一狂歡購物節》

記者 李汎櫻 報導

2020/12/20



雙十一過後有網友在萊爾富超商拍下堆積成山的包裹奇景，引起網路上的熱烈討論。對此，萊爾富公關表示：這只是第一波貨物。（圖片來源 / 東森新聞）

根據資策會產業情報研究所（MIC）針對臺灣網友網購行為進行調查，發現2019年消費者網購的行動下單比例，從2018年35.9%大幅成長至49.6%。由此可知過往「東市買駿馬，西市買鞍韉」的實體店鋪消費習慣，已逐漸被行動商務所取代。比起出門購物，現代人更傾向在螢幕上挑選、下單，等待包裹送到家門前，或家樓下的便利商店。

雙十一（英文：double11），顧名思義即每年的11月11日。這天原本為光棍（單身人士的別稱）節，即單身男女為了脫單而舉辦交友聚會活動的節日。2009年，中國阿里巴巴集團旗下的購物網站淘寶，以及其子品牌天貓為首的商家，在這天打出「雙十一狂歡購物節」的響亮名號，號召人們爽快解放平時壓抑的購物慾。而商人放的這把火延燒至2020年的今天，雙十一儼然成為亞洲商業界一年一度、翹首期盼的盛宴，發起者阿里巴巴的CEO張勇更將這天稱為「商業界的奧林匹克」，甚至衍生出「雙十二購物節」以滿足消費者在雙十一「沒買夠」的需求。

這天幾乎所有的電商平台（意旨透過網路或電子方式進行交易的平台）都會舉辦大型促銷活動，例如曾在2020品牌數位好感度電商類勇奪三冠的電商平台「蝦皮購物」便於2020年11月11日推出四大超商0元免運券、蝦皮商城8.7折券，以及限量iPhone 12 128GB特價11,111元等優惠，引爆大批消費者在線上苦苦守候，11月11日凌晨0點一到就火速下單，在短短一分鐘內便成交四十萬件商品、不到30分鐘就突破平日業績。



知名網購平台「蝦皮購物」於雙十一創下的輝煌戰績。（圖片來源 / 蝦皮提供）

但真正能買到超低價iPhone 12的幸運兒少之又少，那麼其他人是為了什麼而瘋狂呢？「蝦皮這次雙十一跟雙十二都各發了10張免運券，我心裡就有種既然免運就多買一點的想法，兩個購物節加起來我噴了快七千塊。」國立交通大學大三女同學劉凡瑜透露了自己在蝦皮網購的瘋狂行徑。現代進步的貨運技術下，購物是不受國界限制的，讓人們不禁買完國內再跨國買，這讓雙十一節慶中，各網購平台推出的「免運費」促銷，顯得特別吸引人。「消費者很精打細算，如果有運費，消費者會有更久的猶豫期，透過免運也可以讓消費者比較快速下單或是下更多單。」電商行銷專員廖庭歡表示。

從光棍們的節日變成全民運動？

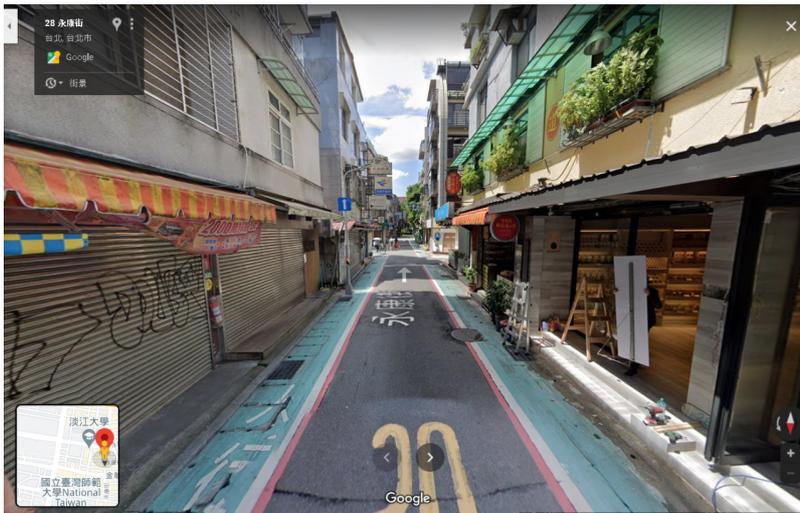
那為何是11月11日這個原本屬於光棍的日子呢？其背後的緣由和「慶祝」沒有多少關聯，而是中國商人們依照對大眾消費模式的多年觀察，精挑細選所訂定。根據中國零售業商人的過往經驗，這個購物節必須選在第四季，也就是十月至十二月之間，因為這是零售業一年中的巔峰期，也就是交易規模最大的時期。

然而十一月對中國的傳統零售業者而言，是一個「夾縫中求生存」的月份，因為10月1日即是中國的國慶日，人們會在七天黃金假期旅遊、娛樂，其中當然伴隨著各式消費行為，也就滿足了大量消費者的需求及精力，那麼十月剩下的日子便

不再有爆發的消費行為。而十二月又碰上聖誕節及跨年，這無庸置疑是被所有商家預訂下來的黃金促銷檔期，選在這時只會顯得多餘，因為即使零售業者們拼盡全力，消費者們給予他們的消費能力空間也非常有限。

至於為何選在十一號這天呢？大抵是單身貴族們給了商人一個冠上噱頭的好機會——鼓勵光棍們一個人在家也要記得愛自己，上網逛逛、犒賞一下自己吧！但誰說唯有單身才能購物狂歡呢？現實則是「全民逛網拍運動」。

被遺棄的實體店鋪



台北市大安區永康商圈的蕭條街景。（圖片來源 / 截圖自GoogleMap）

而在電商平台意氣風發的時候，實體店鋪實則苦哈哈，「這個月業績大概掉了三成，都是因為大家在網路上已經買夠了，自然就沒有閒錢出來逛街。」新竹服飾業者林美芸表示。各大百貨公司年尾的周年慶活動，以強檔優惠吸引海量的民眾前來消費，這時候既不隸屬於百貨公司，又沒有經營網路商店的實體店鋪，年尾的生意自然就略為慘淡，更不用提還有新冠肺炎疫情的影響因素。電商狂歡購物節造成的影響雖頂多維持兩個多月，但長遠而言，大眾的消費模式仍漸漸趨向網購，這些實體店家似乎只能祭出更優惠的價格，或是亮出自己獨特的價值才能挽回消費者的心了。

雙十一購物真的有比較便宜嗎？

電商行銷專員廖庭歡提到：「因為雙十一已經成功讓台灣消費者養成在這時候買會比較省錢的觀念，所以也會有比較多的人在這時候消費，相對電商也會推出比較強的促銷活動。」由於雙十一購物節已經是行之有年了，這時候買較便宜的觀念已經根深蒂固地存在於消費者的腦海中，不過事實真的是如此嗎？會不會有賣家因為知道這天會有很多人會下單，便提早把售價提高呢？答案是不能確定完全沒有這種賣家的存在，但是有方法可以預防的。以蝦皮為例，消費者可將還在觀望的商品加入購物車中，倘若該商品的價格出現波動，就能夠即時接收通知。所

以我們只要記得先將商品加入購物車，便可以留意賣家是否有蓄意提價再趁購物節做出下殺優惠，而面對這類賣家，蝦皮官方也會依規範作出相應的處理措施。

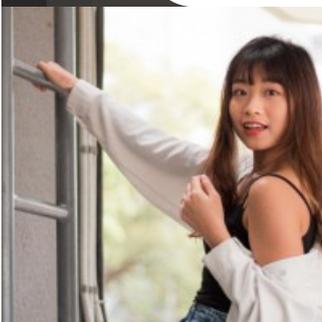
網購較實體店鋪便宜是因為少了租金的壓力，而這往往會反映在售價上，所以撇除上述不肖賣家的情況之外，大多數時候網購確實是比較優惠的，雙十一這天各個網路賣家也推出各式折價券，更是毋庸置疑的划算。但有些消費者仍然相當理性的面對狂歡購物節，「我平常會網購，但不會因為購物節到了就特別去買東西，因為我覺得沒有需要的東西，因為商人的行銷手法而衝動購物就很浪費。」國立交通大學大四男同學張恒維表示。

狂歡購物的後遺症

資策會 (MIC) 比較了網友的購物模式，無論虛實通路，衝動性購物的比例都高於計畫性購物，而「不預先將購物清單條列出來，而是看到喜歡就買」是衝動購物最常見的情形，許多消費者在狂歡購物節後，才發現自己囤積了不必要的商品，後悔之餘也造成浪費。更令賣家頭疼的是「剁手族」在雙十一過後逐漸清醒，開啟了複雜又漫長的退貨風潮，貨運人員都還沒忙完雙十一的發貨潮，退貨潮就開始了。在琳瑯滿目的商品與促銷誘惑前，想要避免衝動購物，可以在雙十一之前便「有計畫的」列出購物清單並加入購物車，而雙十一當天要做的便是清空購物車。下訂單後沒有感到罪惡或後悔、將需要的東西買得更划算，才是真正的「狂歡購物節」。

關鍵字：雙十一狂歡購物節、衝動購物、光棍節、免運券、蝦皮

縮圖來源：[Unsplash](#)



記者 李汎櫻



編輯 石采宸

