

民有所呼 / 我有所应

点题·爆料邮箱:mssd@xmwb.com.cn

线索一旦采用
即付稿酬

能否走出“七年之痒”? 备货、服务、物流备受考验

“双11”老大难：“爆款”看得到买不到

本报记者
胡晓晶

体验还没有变好

“这次支付宝支撑起了 8.59 万笔/秒的交易峰值,这是去年双十一峰值 3.85 万笔/秒的 2.23 倍,不过现在已经是我们能够应对的常态。”远在杭州西溪总部技术指挥中心的阿里巴巴集团 CEO 张勇,今天凌晨通过直播连线告诉记者,今年“双 11”不少买家已有充沛“实战经验”,之前早早地把购物车装满,所以今天零点钟声一敲响,后台就发现了很多“秒杀下单”“瞬间付款”。而今年“双 11”,目前也已创下多项纪录,包括同时在线峰值达 4500 万人、无线占比峰值超 90% 等等。

然而,零点开抢以来,让很多买家纠结的是:“双 11”的“爆款”,有些不再是“尖货”之意,反而成了“买不到”的代名词。据悉,今年“双 11”天猫和淘宝上所有品类和单品的销售都显著好于计划,很多品牌销售超过 60% 甚至售罄。对此,网友 YY 今天 1 点钟就在朋友圈里吐槽:“隐形眼镜买到半副,优衣库加了一车童装结果一件也没买到!物欲被彻底释放的刹那,人生第一次切身体会到神马叫差异化——2015 年 11 月 11 日最初的二十分钟里,我就是一台把钱付出去为唯一目的的机器!为庆祝重返人间,本人郑重决定,明天中午还是到优衣库实体店走一趟。”而无独有偶,记者在水立方直播现场实测“买买买”,结果没想到放到购物车里总价过 5000 元的十多件优衣库和 GAP,亦是遭遇瞬间被清空“零点光”。

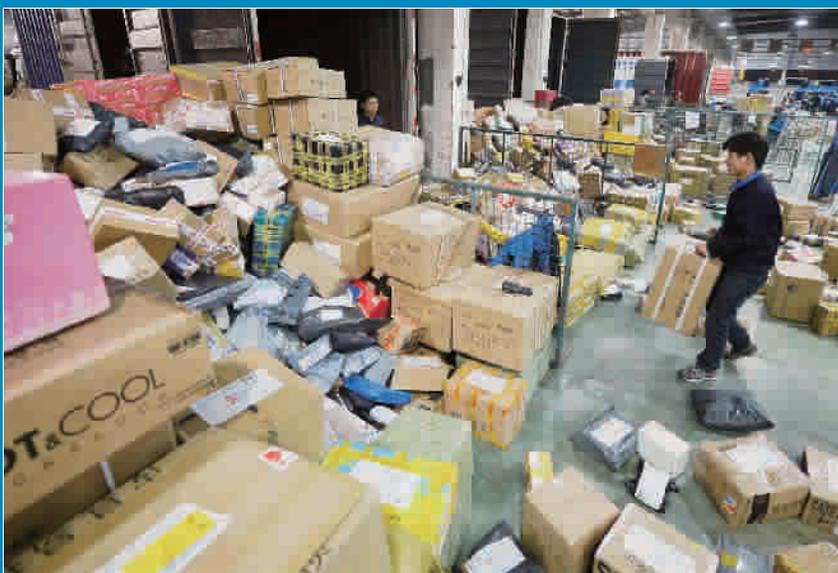
业内人士指出,再用“哎哟喂,被挤爆啦,请稍后重试”之类的卖萌口气来逃避,预计已难让如今的“双 11”消费者满意,面对海量订单密集而至,热门商家应该针对“双 11”拿出足量备货和足量客服来,否则难免有借势炒作嫌疑,也会有损“双 11”的金字招牌。

“娱乐+消费”新概念

昨夜今晨,谁是“双 11”上最有面子的人?据第三方收视率监测平台酷云数据显示:昨晚湖南卫视在北京水立方现场直播的“天猫双 11 狂欢夜”,收视率高达 28.3866%,强势占据全国所有同时段节目榜首。昨天在现场,记者不仅看到刘谦从 iPad 里“拍”出网球,听到赵薇、马东和高晓松说起了“天猫数据奇葩说”,而且还见证了“奇迹的时刻”:只见阿里巴巴集团董事局主席马云“履行承诺”,让“美国总统”一起来玩“双 11”,当然后者实际上是美剧《纸牌屋》里的“美国总统”凯文·史派西。

“‘双 11’晚会的意义不在于现场,而在于一个新的时代来了!”昨天晚会总导演冯小刚这样评价。作为史上“最互联网晚会”,重构“娱乐+消费”新概念让今年的“双 11”与众不同。尤其让天猫平台商家惊喜的是,其品牌代言的明星在晚会演出后,该店铺就拥入了大量的粉丝。比如:其中郭采洁晚会出现 3 分钟,韩束店铺流量激增 20 万 UV(独立访客);蔡依林唱了 3 首歌,高夫流量成为天猫化妆品类目第一;赵薇在天猫开设的红酒品牌旗舰店,访问量也激增 10 倍。另外从昨晚 20 点 30 分开始到 23 点为止,晚会开场后两个半小时,因为明星分红蓝两队 PK 吸引场外买家用“摇一摇”来参与 1 元钱买牛奶、1 元钱买床铺三件套等“爆款活动”,结果共吸引到逾千万的消费者使用手机淘宝、手机天猫来边玩边看边买。这预示着,今年 7 岁还是首次染上娱乐基因的“双 11”,未来还会有“好戏”看。

第 18 秒,交易额超 1 亿元,去年得花 1 分 11 秒;到 12 分 28 秒,交易额过 100 亿元,去年得花 38 分 28 秒;30 分 49 秒,交易额到 191 亿元,超过 2012“双 11”全天的交易额;1 小时 13 分 59 秒,交易额过 300 亿元,去年达到同样销量花了 10 小时 51 分……从今天零点起,在北京水立方里全国最大的那块蓝底直播屏上,屏幕中心大数据就开始不断以亿为单位刷新。作为中国人年度网购的“爆点”,“双 11 狂欢夜”高居微博话题榜榜首,截至今天 7 时,相关阅读量已经超过 7.1 亿次、相关讨论量已经近 895 万个。那么,今年已经“7 岁”了的“双 11”,到底有没有遭遇“七年之痒”?



■ 今天凌晨起,中通快递中转中心快递量逐步提升

本报记者 陈梦泽 摄

延伸阅读

国内首架“双11”跨境包机今抵上海

本报讯(记者 金志刚)国内首架直购进口模式的跨境电商包机,今天搭载 90 吨、7 万余件韩国商品,由东航物流公司波音 777 大型全货机执飞,将从韩国首尔直抵上海浦东国际机场。这凸显了今年“双 11”跨境电商和跨境电商物流扮演重要角色的特点。

今天的韩国商品包机,因客户方希望将货物运送至其位于杭州的跨境园区清关,东航物流公司的“东航跨境直达”与上海海关、杭州海关携手合作,通过上海海关、杭州海关的空地联运模式,实现了在清关模式上的创新。此次如此大规模、短周期、高密度的跨境物流运输得以实现,为跨境电商在全国各区域的联动发展、各城市间的协作配合,积累了宝贵的实战经验。

据悉,“双 11”期间,“东航跨境直达”平台还将与菜鸟合作,在上海虹桥机场落地 5-7 个航班,解决台湾进口的约 30 吨的跨境电商物流需求,进口物品以预包装食品、服装等商品为主。

此外,记者从南航上海分公司了解到,10 月以来,已经累计有 54.5 吨海淘快递产品搭乘南航货机航班从欧美运抵广州,主要以奶制品、生鲜食品为主,这些商品大多又经国内航班转运至上海、北京等一线城市。

工商部门频繁发声严管网购



民生关注

今天是“双 11”。而就在前几天,国家工商总局公布了针对网络市场监管的十条意见,明确了“依法管网”“以管网网”“信用管网”“协同管网”等网络市场监管准则。

强化网络消费维权

本月初,国家工商总局局长张茅到浙江省开展商事制度改革调研时说,电商平台企业作为构建诚信守法的网络交易环境的第一责任人,首先要依法依规开展经营活动,互联网不是法外之地。平台要自觉维护公平竞争的市场秩序,充分、公平、有序竞争,不得限制电商经营者参与公平竞争,不以恶意营销手段参与竞争。

同时,鼓励和支持成立网络经营者自律组织,电商平台要规范商户的经营行为,强化主体责任,把好主体准入关,审查平台内经营者资质,加强日常线上巡查和抽检,检

“双11”品牌走出国门

今天的采购还在继续,从零点起第一个小时里,哪个地方的“剁手族”最“任性”?据天猫公布的成交大数据显示:今年“双 11”TOP 5 依次是广东、浙江、江苏、上海、北京。其中上海作为“买买买”买最多的城市,一小时的城市成交额竟突破了 20 亿元。

那么,人民到底还需不需要“双 11”?此前,吴晓波曾预言《今年或是“双 11”最后一战》,认为从 2009 年至今中国爆发性的互联网

查监控经营者发布的商品和服务信息,制定完善有关管理制度,借助大数据平台,使恶意商铺、失信者和侵权者得到应有的惩戒。

此外,网络消费维权工作要加强。电商平台应制定和完善交易规则、交易安全保障、消费者权益保护等制度,配合工商和市场监管等部门以及消费者权益保护机构广泛开辟网络消费维权渠道;完善消费环节经营者首问和先行赔付制度,维护消费者合法权益。

网销者应各担其责

今年“双 11”还不同以往。因为新的《网络商品和服务集中促销活动管理暂行规定》已于 10 月 1 日施行。《规定》明确了网络集中促销组织者和经营者各自应承担的责任,即第三方交易平台需对平台内经营者的促销活动进行检查监控,有违者可停止对其提供服务。

《规定》还明确,第三方交易平台不得采用格式条款设置订金不退、预售商品不适用七日无理由退货、加重消费者责任等

对消费者不公平、不合理的规定。《规定》对网络集中促销中虚构交易量、成交额以及发布虚假好评、删除差评等行为明确禁止,并明确违反上述要求的第三方交易平台和平台内经营者将受到相应处罚。

注意保留维权证据

“双 11”前,上海工商部门也专门发布网购注意事项,建议消费者网购时要看清各种集中促销活动优惠券、积分的使用条件、方法和期限等,对宣传页面、活动细则、订单详情、聊天记录等做好截屏,并索取购物凭证,一旦发生消费纠纷,可以作为事后维权的有效证据。

网购时要理性消费,货比三家,不要冲动,不要因为价格便宜购买并不需要的物品(尤其是贵重物品、家电、家具等大件物品),不要一味贪图低价忽视了商品的售后服务,最好先到实体店体验后再订购。此外,网购还要注意安全支付意识,不要轻信他人的付款要求,网页链接或扫二维码等。 本报记者 陈杰

人口红利已经被吃完了,如今 6.7 亿的上网人口已经超过全国成年人的三分之二,网购回落到“新常态”的水平,试图通过营销轰炸的方式来极度地提升上网及网购比例都已不太可能。对此,中国电子商务研究中心主任曹磊认为:“双 11”经过七年发展,呈现出了很多新的特征,寡头化是今年最明显的特征;此外,移动化、娱乐化、O2O 化、金融化、全球化和农村化趋势也在今年“双 11”中有更明显的体现。

今天凌晨零点 14 分,北京市朝阳区的一位买家收到了刚刚在天猫购买的微鲸电视,

这是 2015 天猫双 11 全球狂欢节配送的第一单,由菜鸟网络合作伙伴日日顺物流送达;而凌晨 1 时 48 分,今年第一次参加“双 11”的村淘重庆市奉节县草堂镇竹坪村村民牟军兵购买的彩电已经被寄存在农村淘宝服务站,他早上起来就能收货。有关专家指出,“双 11”也在自我更新升级中,今后“全球买”和“全球卖”会打通,“城里买”和“乡下买”将无差别;通过打通地域和城乡的差别,“双 11”离开“七年之痒”还有很大空间,关键就看能否保证服务质量,能否保障物流顺畅?