

阿里巴巴:去年达到百亿元用了38分钟,而今年只用了不到13分钟

“双11”,不止是网购狂欢

核心提示

零点刚过1分12秒,成交额突破10亿元;去年达到百亿用了38分钟,而今年只用了不到13分钟……这些只是“双11”这一天阿里巴巴一个电商交易平台的实时数据。“双11”不仅是网购狂欢,也不仅是零售业的节日,商家的兴奋、消费者的激情成就了这一被外媒称作“全球最具影响力的购物节”。狂欢之下,也让人们从一个侧面思考“双11”这支温度计背后,中国内需潜力、创业创新和“互联网+”的真实体温。

“买买买”背后的“互联网+”

最近,网民又造了一个新词,三个“买”叠在一起,读音同“穷”。

“就是因为穷,所以才要买买买啊,买得多省得多嘛。”一位消费者在网上留言评论道。因为穷而不买,和因为穷才买,这或许是两代人消费理念的根本不同。事实上,加入网购的人已不论钱多钱少了。

在水立方举办的“双11”晚会,一元钱抢购的活动火遍中国。低价促销的套路几千年没有变化,唯一的不同在于,加上了互联网的二次方:不仅东西通过网上发货,连抽奖也是观众通过手机摇一摇实现:互联网+促销。

距离北京1300多公里外,浙江桐庐陇西村淘服务站,“操盘手”王明强也在挑灯夜战。平常他帮村民代购网上商品,今年农村淘宝首次参与“双11”,像王明强这样的服务站,过去一年在中国27个省份的6000多个村庄落地。

被互联网加进来的不仅是中国的实体经济。决策缓慢的美国商业和制造业,也禁不住中国消费者的诱惑,开始加入他们还不完全看懂的中国网购平台。

对于中国有超过1000万家中小企业从事电子商务,欧洲各国感到无比惊讶。物流、支付、广告,这些都是让欧洲中小企业对电商望而却步的理由。而在中国,有超过2000个购物网站。

凡是能满足消费者需要的商品,都被搬上了电商平台。相比往年紧盯价格战,今年“双11”不少商家转向主打特色商品、全球优选,满足转型中的消费需求。

以支付宝、微信支付为代表的移动支付成了线上线下的连接器,餐饮业、健身房、交通出行、金融服务甚至云计算服务也都加入“双11”战局,尽享消费盛宴。“双11”已远不止是一天的网购狂欢,其背后是互联网加出来的消费动力和创业创新。

电商盛宴:靠的不仅是低价

“双11”发展到第7年,人们在思索,互联网为什么能够撬动内需?

互联网降低了成本——信息成本、交易成本、信用成本,对于企业来说,降低的是创新的成本。对于消费者来说,能够让他们从口袋里掏钱的,最终是企业的创新,而不是商品的低价。

观察人士指出,仅仅依靠低价竞争是不可能拉动全社会总体消费的,因为那只不是左口袋的钱到右口袋,从表面上看,网上买东西比实体店便宜,所以消费者更愿意在网上买;但是深层次看,物流、支付、信用等等各种综合体验,才是在这不到十年时间培养出一批网购达人的原因。

互联网以及电子商务正在改变中国商业形态,前三季度经济数据公布,全国网上零售额同比增长36.2%,显现出网络消费在拉动“内需”这辆马车中发挥的动力。而新技术、新业态,创新经济模

式,带来内需增量。

从“柔性定制”到“周期购”,电子商务平台利用新经济、C2B开掘人们的需求。网上旅游产品、私人定制产品的推出和车辆、房屋等高价值商品销售,在释放内需潜力的同时还衍生出其他外部收益。

为了赶上中国“双11”的消费热潮,电商巨头亚马逊将美国一贯的折扣促销“黑色星期五”提前开启。来自全球商家试图通过互联网直接触达中国的年轻消费者。

“互联网+”百人会发起人张晓峰认为,“三驾马车”中消费占的比例越来越大,这已经成为一种趋势。互联网和“互联网+”不仅是改变经济发展模式,对每个人生活方式、生活习惯、智慧化生存形态都产生影响。

(据新华社北京11月11日电)

快递业携7.6亿件包裹如何“突围”?

截至11日16时39分,仅阿里巴巴平台,交易额已达700亿元。短时间集聚起的巨量包裹让快递业承受了很大压力。此前,国家邮政局预计今年“双11”期间快件业务量将超过7.6亿件,最高日处理量可能突破1.4亿件。“双11”能否突围爆仓困局?正在加快转型升级的中国快递业,迎来了前所未有的“大考”。

每逢“双11” 快递业为何遭“吐槽”?

伴随高速成长的网购发展起来的中国快递业,一直遭遇着“吐槽”。广州一位潘女士告诉记者,去年“双11”秒杀的一件衣服,到“双12”前才收到包装严重破损的包裹。

与国际快递业相比,被称为经济“黑马”的中国快递行业,在快速发展的同时,能力不足、水平较低、人员素质不高等问题也日益凸显。

业内人士指出,我国多数物流企业信息化水平不高,比如在物流发达国家已经普遍应用的自动化、智能化的仓储、运输、搬运等技术装备,在我国物流企业的普及率较低。一部分中小型物流企业还没有建立起自己的内部信息平台,也缺乏全行业统一的公共信息服务平台。

此外,快递行业的人员素质参差不齐,流动性大,“快递职业资格证”持有率不高。中国快递协会副秘书长杨骏认为:“国家虽然不强迫所有快递从业者参加考试,但快递企业的员工持证者应达到一定比例。尤其每到‘双11’期间,持证比率更会大大下降。未经培训的快递员是行业最大的安全隐患。”

每逢“双11”及节假日促销季前,各大快递公司就要“招兵买马”,应对包裹的“大流量”。而临时招揽的人员大多只培训一天,有些甚至没有培训就上岗,因此,“丢包”“偷包”“拆件”“摔件”等事件屡屡发生。

运力不足也是制约行业发展的一大瓶颈。“2014年中国的快递件量已经超过美国成为全球第一,但中国航空企业现役的全货机总数量不足100架,而美国仅联邦快递一家快递企业的自有货机就超过600架。”杨骏说。



十一月十一日,在广州圆通快递公司的一处分拣中心,工作人员分拣数量庞大的包裹。 新华社发

快递业“软硬兼施” 加速升级迎“大考”

为摆脱“蜗牛”“低能”形象,快递业加快了转型升级的步伐。今年以来,各大快递公司纷纷借助大数据和信息化改造,软硬兼施打造“中国物流”升级版。

“前几年每逢‘双11’就暴露出许多问题,主要是不知道快递量有多少,怎么准备。现在菜鸟网络的数据预测准确率接近了90%,给了快递企业很大支撑。”中通快递运营副总裁倪根炎说。

记者了解到,菜鸟网络今年推出了升级版的大数据平台“菜鸟天地”,从时段预测跃升为每日网点包裹派送量实时提前预报,覆盖范围涵盖中国50%以上的快递包裹,预报准确率达到90%以上。同时,共享的中国气象局的天气信息,多家快递公司的数据将进一步提升全行业物流效率,降低成本。

据韵达快递相关负责人介绍,根据菜鸟的预测数据,韵达将有针对性地增加临时工4000人,货车5240辆以及航空租赁吨位。

与此同时,各大快递公司也开始通过硬件的信息化改造提升效率。消费者可能会记得,以前收到包裹,快递单会被记号笔画得五颜六色,而如今的快递单正逐渐被带有条形码打印的“电子面单”所取代。

倪根炎说,以前用的是寄件、取件、派件、收件四联单,从包裹上抽取单据费时又费力,还容易出错。改用电子面单后,大数据会自动计算出分单路径,将包裹分到距离消费者最近的网点。目前电子面单全行业覆盖率已超过六成,“双11”期间有望超过八成。

快递企业提高运力 24小时开足“马力”

国家邮政局预计,今年“双11”期间(11月11日至16日)全行业邮件、快件最高日处理量可能突破1.4亿件。截至11日16时54分,菜鸟快递网络累计物流订单量达到约3.495亿单。

包裹量不断刷新纪录,巨量包裹件能否按时按序顺利送达?记者11日采访发现,各快递公司正全情投入,24小时开足“马力”。

在运力方面,航空运输成为今年运力提升的热点。

记者了解到,“双11”前夕,顺丰新增2架全货机,自有的全货机增至22架。加上包机,顺丰机队总体规模达到42架。顺丰一负责人说,“双11”期间,预计顺丰航空自有全货机运货量可达2000吨/天,散航腹舱带货4500吨/天。

过去以低价争抢市场的“三通一达”

胡庆余堂天猫旗舰店负责人廖立新给记者算了一笔账,去年“双11”该店产生了9万多件包裹,按照传统面单打印至少需要4天才能打完,今年全部采用电子面单只用1天就能发完货,还节省了人力。

用“电子面单”分拨包裹效果更明显。中通公司总裁助理郑超说,以前是有经验的老员工,看着包裹上的地址信息,凭记忆确定包裹下一站到达哪个网点。如今用电子面单,大数据分拨准确率已高达96%左右。

今年“双11”恰逢“实名制寄件”实施不久,有人担心网购包裹会比往年更慢。受访的业内人士则认为,快递实名制在身份核实方面会增加一些程序,但对整个快递行业效率的影响并不大,这是一个行业逐渐规范的过程。

也开始争抢航空件市场。今年,圆通成为继EMS、顺丰之后第三家拥有专机的国内快递公司。购置专机已渐成快递行业的趋势。

与此同时,老牌航空快递企业——中国邮政航空有限公司也在不断强化航空运输的路线协调。申通、中通、韵达等快递企业则将加大货机的包舱规模。

(新华社杭州11月11日电)

台湾也“疯”双十一

湾买家在淘宝海外市场的成交额位列第4。今年淘宝网站针对台湾用户推出了繁体字版,还包含送台湾运费新台币25元起、信用卡付款再减钱、台湾专属攻略等惠客举措。脸谱上的“淘宝台湾粉丝团”,至今已有16万个赞。据台湾“资策会”产业情报研究所所做的2015台湾网友参与大陆“双11”网购节调查,今年有意参加淘宝、天猫、京东等大陆电商平台进行网购的台湾消费者比去年提高了10%。

台湾电商也没有放过这诱人商机。记

者在台北看到,一些电商和商场的“双11”购物促销广告几天前就在一些捷运站推出,一些门户网站和商场门口也打出了“双11”购物节预告,以期吸引更多消费者。

11日当天,台湾网民最常用的Yahoo奇摩网,在其“购物中心”频道推出“1111购物节”,所有商品均有折扣,并与十几家银行合作,提供消费返现金优惠。

电商平台乐天市场为迎战“双11”,在11月9日至15日间,推出上万件折扣商品,吸引了众多消费者。该网站统计,9

日活动推出当天,网页浏览量就比平日增加近5成。东森购物也在11日当天推出明星商品全面1.1折起,另有指定商品买一送一、加大送积分等优惠。由于此时正值台湾每年销售力度最大的商场周年庆,“双11”并未在台湾成为发烧性话题。

专家认为,台湾网购并不像大陆那样火爆,主要原因是很多店面有固定的节假日及店庆促销,可以满足很多消费者的需求;同时台湾的快递人力成本也较高。



万达·骏豪仕家

新秀中心 一站式全能生活城

CHINESE URBAN

RESIDENTIAL PARADIGM

11月14日首期住宅火爆认筹

销售热线

0898 6686 0888

项目地址:海口市白水塘路与海榆中线交汇处

本资料仅为要约邀请,不构成本公司对广告相应内容的承诺。买卖双方权利义务以《商品房买卖合同》为准。

