“网红”主播为博山的陶琉、美食及农产品直播带货。

来自全国各地的近百名“网红”主播齐聚博山。

销售平台“转场”直播间 购物习惯改变产业布局

后疫情时代的“双11”之变

晨报调查

0533-3585000

虽然今年“双11”有两场活动，但每一个注重仪式感的“老双11人”，都认为11月11日才是真正的“双11”，少一天、一小时、一分钟、一秒都不算数，只有这一天的抢购氛围才够浓。

根据天猫成交额“战报”：2020天猫“双11”全球狂欢季从11月1日0点-11月11日0点30分，实时成交额破3723亿。天猫方面预计，今年天猫“双11”吸引超过8亿消费者、25万品牌、500万商家共同参与，是覆盖面最广、参与度最高的一届。

无疑，电商行业所呈现的加速增长的势头，彰显了国内消费市场的巨大活力和潜力。

从平台“转场”直播间助推下的直播电商市场崛起，到“网红”孵化基地折射下的新兴产业布局，再到以价换量较量中一触即发的快递行业价格战……身处后疫情时代的这个特殊的“双11”，究竟存在哪些不同之处？日前，大众日报淄博融媒体中心记者对此进行了走访调查。

扫描“鲁中晨报”APP二维码，查看相关视频

直播带货
销售平台“转场”直播间

“之前只是听闻博山的陶琉文化历史悠久，今天第一次近距离接触博山的陶瓷和琉璃器皿，真是令人叹为观止。”11月10日，来自德州科技职业学院的“网红”主播小刘在自己的直播平台为博山的陶琉艺术品认真地做着推介，赞叹之情溢于言表。

与小刘一起应邀来到淄博的，还有德州科技职业学院及全国各地的近百名“网红”主播，他们于“双11”来临前“空降”博山，为颜神古镇的陶琉、美食及农产品直播带货，并开启了“双11”直播周。

记者从博山区委宣传部了解到，此次邀约“网红”主播直播带货，旨在通过直播平台向社会及消费者宣传博山，助力当地陶瓷、琉璃、美食及农产品的销售。在当地政府的主导下，近百名“网红”主播走进当地50家企业，共开展了约300场直播。

而11月10日当晚，在位于高青县常家镇的淄博荒土地农业科技有限公司，一场与“高青大米”有关的线上推介活动也由此拉开了帷幕。

“我们利用自己的平台，通过线上直播销售淄博、滨州和东营三地的农副产品，在11月11日0点过后仅11分钟的时间里，销售额便达到了几十万元。”

淄博荒土地农业科技有限公司总经理孙朝霞坦言，几年前，她通过土地流转的方式共承包了580亩土地，其中300多亩地用于种植水稻，将出产的大米命名为“花田米”，贴“荒土地”商标。做职业农民的这几年，也让她体会到了高青大米规模化种植的不易，原因是种植成本太高。

“通过直播带货的方式使销售平台‘转场’直播间，不仅将高青大米这一国家地理标志产品推向了更高、更广的平台，还打破了一直以来存在于销售端口的瓶颈，销量实现了翻番。”孙朝霞说。

11月10日，快手大数据研究院联合快手电商发布的《2020快手电商生态报告》中指出，2020年1月至6月，快手平台电商交易总额达1096亿元，较2018年的9660万元增长了1000倍。不难看出，与往年的“双11”不同，直播成了今年“双11”最为热门的销售方式。

“网红”基地
产业布局因购物习惯而改变

“相比淘宝、京东在购物页面设置上的繁琐，短视频平台的购物方式显得更加直观，也更容易刺激消费者的购买欲望。”11月11日上午，曾在网红孵化基地学习过的宋芳坦言，在“十一”黄金周回高青老家探亲期间她发现，眼下，家中包括父母在内的很多长辈已经养成了用手机浏览短视频的习惯，而在半年前，自己的父母对快手、抖音这类手机APP还没有任何概念。

如宋芳所说，近年来，直播电商市场的快速崛起，不仅改变了消费者的线上购物习惯，也改变了与之关联的产业布局。

生元控股董事长、山东聚米电子商务有限公司创始人任纪学对此表示，之前的传统微商已经不适应发展需求，他们从2018年就开始了转型之路，通过多次考察，开始尝试“网红”带货的线上销售方式。

在淄博高新区、在任纪学的身后，生元控股旗下的聚米电商、三享读书和要挑商城共同构建了以互联网技术应用为基础，以社交电商、知识付费、精品购物平台为支撑的互联网全产业链创新创业生态系统，经过过去5年的发展，已将公司发展到营业收入过5亿元、利润过亿元、税收过亿元，打造了带动20万人创业的互联网新零售平台。

在包括任纪学在内的多名业内人士看来，今年的“双11”有三大特点：一是科技含量更高。疫情推进线上经济发展，企业对大数据等科技的应用更加熟练，很多平台已经依据大数据进行提前配货。二是航空货运的作为更加凸显。疫情防控期间航空货运引人关注，民航局等部门对航空货运作出安排，三大航也把货运作为混改“先锋”，今年投入的货机和客机腹舱量将有较大提高。三是今年将是“绿色”程度最高的一年。各地政府部门大力提倡绿色化，企业也逐渐意识到快递绿色化和便利化可以并行不悖。

调查中记者发现，互联网电商的蓬勃发展，红利期逐渐缩小，而线上的获客成本越来越高，平台、主播、流量，看似很好，实则只有行业头部品牌才赚钱。电商要么借助供应链优势，走低价；要么走品牌路线，做好“内容+产品+运营”，才有可能脱颖而出。

快递物流
快递量激增使配送末端承压

已有报道显示，作为史上最长的“双11”，今年购物节成交日期被拉长到22天。

“11月1日显示在浙江揽件，11月10日快件还在浙江扫描。”“11月2日付款，11月11日快件还在路上。”……今年的“双11”，许多网友在体验了“发货快”的经历后，又纷纷吐槽“今年的快递尤其慢”。

11月12日上午，位于淄博亨泰花园的顺丰速运配送站负责人于成略有感慨，对于即将到来的工作“洪峰”，他的心情可以说是喜忧参半，喜的是按件计收益的快递员们又能增加不少收入，忧的是工作强度也会成倍增加。

于成坦言，以“快”著称的顺丰速运在今年的“双11”期间赢得了不少商家和客户的青睐。同时，极兔快递和众邮快递起网运行，顺丰新组建的丰网也已经在个别地区开始试点，来势汹汹的新入局者也给快递市场带来了新的活力和竞争压力。

“‘双11’的工作量不仅体现在收派件上，客户在收货后的退换货过程也是一个小高峰。”极兔快递超市派件员刘玲介绍说，今年“双11”期间，普通快递的收派件业务主要是以商贸城大淘宝客户的鞋服商品为主，另外还有化妆品、多肉植物等商品，而每年“双11”过后的退换货也让他们忙不迭、歇不得。

“今年，我们针对一些固定的大客户也推出了折扣优惠活动。平时就挺忙，晚上我们一般忙到9点多，往年节点是往后延长两三个小时，今年的‘双11’分成了两个活动，订单比较分散，每天大约要收50单快递。”京东物流淄博四宝山配送站负责人彭晓宇坦言，京东快递因在运费价格上优势不大，主要还是以提供完善周到的服务为主，送货上门虽运费略高，但从长远来看能够更好地维系住客户。

调查中记者发现，“双11”期间，部分快递公司间的价格战已悄然打响，以价换量也成为了不少快递公司的共识。以新入局的极兔速递为例，来势汹汹的“极兔”正在加速抢占快递中的低端市场，进一步加剧了快递行业的竞争。

大众日报淄博融媒体中心记者 **姜涛** 见习记者 **孙良栋**

相关链接

淄博“双11”日均快递处理量将破210万件

淄博11月12日讯 电商平台的兴起让每年的“双11”成为网购高潮，随之带来的是城市快递处理量的猛增。记者今天从淄博市邮政管理局获悉，今年“双11”期间的快递处理量日均将突破210万件，业务峰值明显超过去年同期。

今天，淄博市邮政管理局的工作人员介绍，今年“双11”期间淄博市的快递业务量显著增长，从11月1日至3日，出现“双11”期间的第一次业务峰值，日均进出快递量为140万件。根据实际业务量分析，11月11日至16日会出现第二次业务峰值，日均进出快递量将突破210万件，至少是日常快递处理量的2倍，同比去年“双11”期间的最高日快递处理量150万件明显增加。

每年的“双11”都是快递行业的年终大考，激增的快递业务量使得快递员的工作量翻倍增加，投递任务加重。为此，淄博市各邮政、快递企业采取增加运输车辆、扩容处理场地、增加投递作业人员、升级自动化分拣线等措施，全力奋战“双11”，积极满足市民网购需求。

一名知名快递企业的管理员称，今年“双11”期间，从淄博出货较多的商品有服装和食品，从外地进入淄博的货多为服装和日用品。

记者采访中了解到，如果消费者在“双11”期间遇到快递寄递难题，可在正常工作时间拨打(0533)7912305求助淄博市邮政管理局工作人员协调处理。

大众日报淄博融媒体中心记者 **张培** 通讯员 **宋元清**