

「双十一」完美收官 促消费「双管齐下」

A 史上最快“双十一” 就算跨境也很快

与以往不同,今年不少消费者发现,各大平台除了拼价格外,还拼起了速度。有不少消费者表示,自己体会到了“尾款”前天付、快递次日达的“神速”收货服务。

烟台黄渤海新区居民郑芮芮就是“神速”受益者之一。她怎么也没有想到,自己10月31日晚8点刚在京东国际付完尾款的一件来自日本的防晒霜,第二天就收到了货品。

方便、快速、可靠……这是郑芮芮对此次购物的感受,然而,她同时产生疑问,为什么来自日本的商品这么快就可以寄到她的手上?

其实,早在今年9月中旬,郑芮芮购买的防晒霜就已经随着另外数万件来自日本的洗护用品、生活用品、食品等,被装在一个集装箱里从日本东京出发了,经过大约10—15天的海运,抵达京东烟台保税中心仓,进行仓储。

“消费者在跨境电商企业网站上下单后,我们的跨境电商电子商务公共服务及监管平台系统,自动核对电商企业提供的报关单、支付企业提供的支付清单以及物流企业提供的物流运单,20分钟以内即可完成出关放行,最快通关峰值速度5万单/秒,随后,商品通过快递寄至消费者手中。”

是否因为订单量不多,才实现了所谓的快速?带着另一个疑惑,记者来到了烟台综合保税区西区的跨境电商仓库。仓库内,来自全球各地的进口货物堆积成山,货架上琳琅满目;工人们正熟练地拣货、转运、打包、封箱、传送。仓库外,一辆接一辆的大货车整装待发,将货物运至世界各地。

记者了解到,“双十一”期间,该保税仓平均每天的发货量过万单。“购物季期间,我们共准备了70余万件商品,涉及母婴、3C、洗护、美妆、食品、酒水等

六大类,其中奶粉、尿裤占总备货量的四成。”负责人告诉记者,保税区“双十一”当天,就实现了单量2.8万单、交易额2000万元的“开门红”。整个购物季期间,京东仓库内的日均出单量2万单,是平时的5倍。

从上述的数据不难看出,如今跨境电商业务的不断向好,不仅能让消费者“买全球”,更能让商家“全球卖”。

在菜鸟国际优选仓,琳琅满目的快递分门别类地在货架上摆得满满当当,通过菜鸟自研的天机测量仪仅需1秒钟,就能高精度测量商品的体积、重量等数据。

记者了解到,“双十一”期间,该仓库的主要“客群”是韩国消费者。“韩国出单量占比约为75%。”菜鸟仓负责人告诉记者,为提高韩国买家网购体验,提高物流运输效率,在海运集装箱运输之外,菜鸟烟台优选仓专门设立了空运流水线,在仓库内进行空运货物包装、预安检等装机前准备工作,并利用烟台机场到仁川密集的货机航线,推出“双十一”期间空运干线服务。

“双十一”期间的库存量已从80万件增加到120万件,仓库的SKU也将从3.8万个增加到4万个左右。“整个大促期间的出单量是平常出单量的4—5倍,实现一场‘全球卖’的盛宴,毫无问题。”菜鸟仓负责人说。



图1

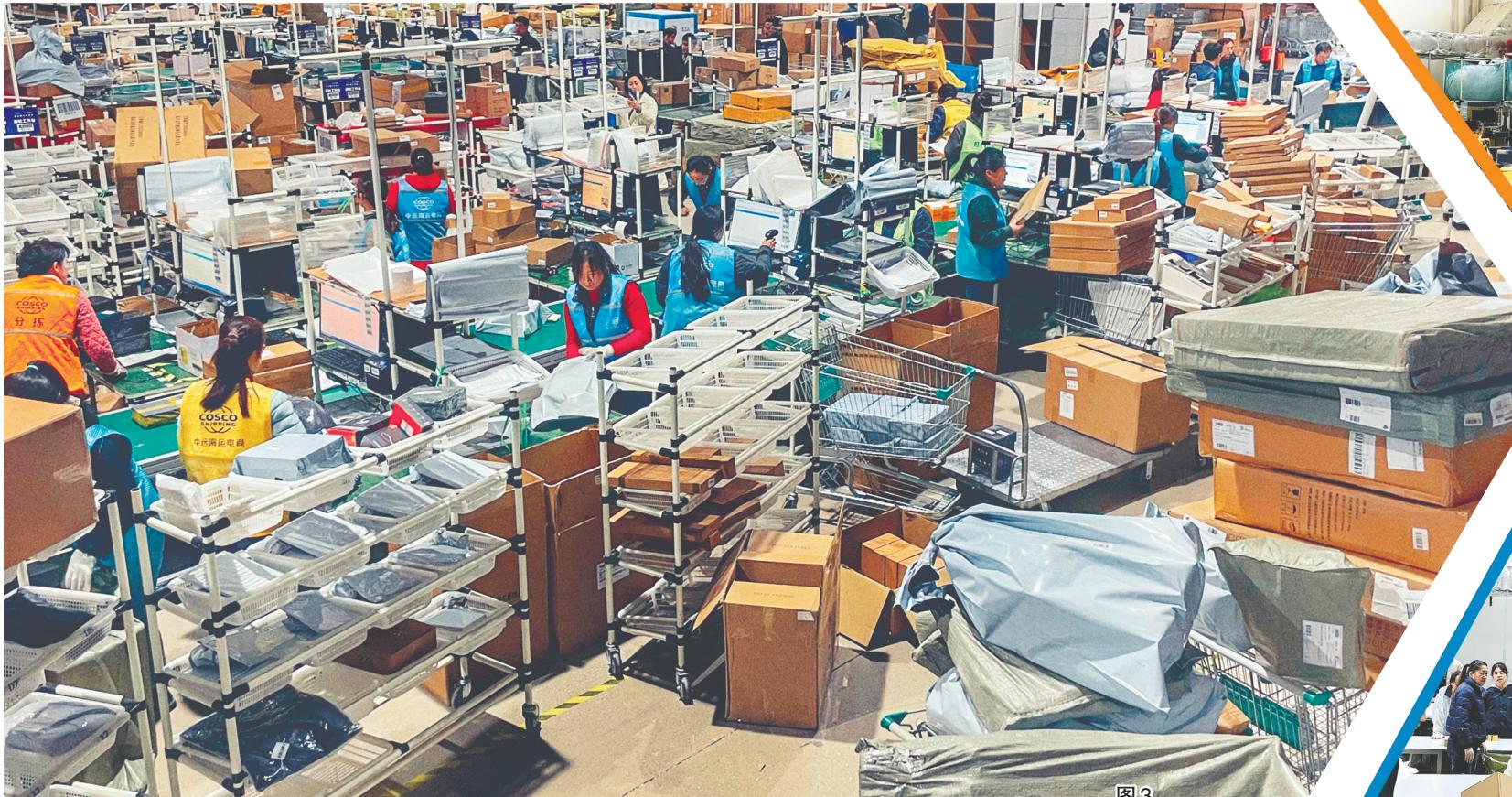


图3



图2

B 原产地直播走一波 线下购物氛围同样热闹

“我现在所在的位置是在四川眉山,我身边种植的这些橙树所结出的果子,就是爱媛38号果冻橙……”不同于往年,今年王小二旗舰店将直播间架到了原产地。“在原产地直播,更真实,更能增加可信度,也能让大家看到果冻橙的生长环境。在增加销量的同时,还能为农户减轻不少负担。”

作为黄渤海新区的“老牌”电商企业,王小二已参与天猫“双十一”5次,但每一次都会有新变化。“双十一”消费战场,已不再专属于天猫、淘宝。尤其是今年抖音平台的加入,让原产地直播带货火了起来,也让很多线下实体店起死回生。

不难发现,每年如约而至的“双十一”,早已不再是线上商家的“独乐”,线下商家也想要“众乐乐”一番。尤其是在后疫情时代,“双十一”被赋予了另一层意义——拉动内需。

走进黄渤海新区的三联家电销售区,吴女士正在为“线下”凑单犯愁。原来今年的“双十一”三联家电推出了满额送养生壶、赠送净水器的优惠活动。“我在网上看中了一款洗衣机,刚才在这做了一下对比,比我在网上看的价格还要实惠”。吴女士说。

三联家电营销经理王军告诉记者,现在的消费者不仅要线上同款比价,还要线上线下比价。“这倒是给了我们线下实体店一些机会。”王军说。

在苏泊尔专柜,记者看到,专柜负责人正帮着消费者“凑单”,不少市民通过比价,都会选择线下“满额送”的活动,“一是能看得见实物,二是有赠品”。为了提高消费者体验度,让线上线下同步,三联家电从10月24日起就开启了“双十一”促销活动。

除了家电类商品,鞋服精品也是每年“双十一”网络和实体平台争夺的主战场。在新区的万达广场内,针对“双十一”开展的折扣优惠活动已经开启。

“11月6日开始,消费者就可以从万达广场官方小程序抢购我们的双十一优惠券。”万达广场市场经理胡鹏涛告诉记者,为了吸引消费者,商场根据品类需求设置了餐饮美食优惠券、儿童精品优惠券、数码黄金优惠

券等各类券种,吸引更多消费者前来消费。“双十一”是品牌和商家赢得用户增长和留存的最佳时机。对此,自贸局在组织重点商贸企业精心谋划家电、百货等系列促消费活动外,于11月11日上午9点发放40万元家电消费券,让消费者在购物过程中享受更多实惠。

拉动内需、刺激消费,自贸局针对“双十一”的一系列动作,只是一个小缩影。梳理今年黄渤海新区的消费活动,可以用“种类繁多、频次极高”八个字概括。今年以来自贸局已通过存量改造、业态升级、模式创新等不断改善消费条件,创新消费场景。“我们特别瞄准个性化、年轻化、多样化、高品质消费需求,结合月度季度消费特点,联合重点商超综合体、汽车销售企业、京东国际等市场主体,亚东

老字号文创园、八角湾国际会展中心等消费载体,持续推出市级促消费活动。”自贸局相关负责人告诉记者。目前全区已举办市级促消费活动10项/次,尤其着重发力年轻态消费、夜间经济。

截至目前,已发放460万汽车家电惠民消费券,直接带动消费超过3亿元,牵头成功举办黄渤海迷笛音乐节,3天带动来区乐迷10万人、拉动消费1.8亿元。制定夜经济“十二条”政策和《三年行动方案》,烟台之夜、亚东文创、衡山路商业中心三大夜经济集聚区新布局夜经济场景10余处,累计推出促消费活动30余场,持续提高消费服务质量和服务体验度,加快建设时尚消费新城。



图5

图片说明

图1、图2:“双十一”期间的菜鸟仓。
图3:“双十一”期间繁忙的京东仓。
图4:京东仓的工作人员正在打包。
图5:主播正在进行原产地直播带货。
图6:“双十一”期间主播忙着带货。

细读“双十一”,或许其被赋予的含义早已超越电商大促本身。于新区而言,无论是直播电商、跨境电商的稳步发展,亦或实体经济、物流体系的“迭代”升级,其内核都离不开一套完备政策体系的支持。

今年以来,新区出台综保区西区跨境电商产业支持政策,以此强化新业态培育力度,并按照综保区外跨境电商“9610”模式、综保区内跨境电商“1210”模式的布局全力实施。其中“9610”零售出口模式以菜鸟为龙头,“9610”零售进口模式以鸿程为重点,促成企业与头部平台合作;“1210”保税备货模式以京东为主,拓展与抖音、拼多多、菜鸟合作;“9710”跨境B2B出口模式引导预制菜、食品、服装类企业向跨境电商企业转型。

当然,体系的搭建还需与“载体”有机结合,激活电商消费,园区建设便是最优解,“生态圈”搭建是最终目的。

一方面,提升京东智能城市(山东半岛)数字经济产业园,打造业达电商示范园,发挥虹吸效应,力争全年电商企业市场主体和销售额增长10%以上。另一方面,推进综保区西区“两园两中心”建设。围绕跨境电商产业园,打造日韩消费品跨境电商中心。全面升级仓储承接载体,将友和道通、银翔、富鸿等仓库连片打造,集聚京东、菜鸟、抖音、拼多多等大型龙头企业项目,推动年贸易额突破10亿元。注重招引离岸双向孵化项目,围绕RCEP国际合作中心,建设集人才培养、跨境电商直播、经贸机构为一体的特色产业基地。

眼下,在国内国际双循环相互促进发展的新格局下,在稳外贸、拉内需、优格局的大背景下,可以预见的是,政策发力、商家让利,多措并举释放消费潜力的实招还将持续释放。面向未来,黄渤海新区将重点在引进龙头企业、壮大行业规模等方面加大政策扶持力度,为中小企业提供促进产业转型、业态创新、营销模式升级等线上载体建设及配套服务。力争向外望,努力创建全国一流国家进口贸易促进创新示范区;向内看,让黄渤海新区真正成为时尚消费聚集的主阵地。



图6