

# 商企多维营销带货 物流加码运能配送 永康企业电商花式玩转“双十一”

今年的“双十一”活动,比往年来得更早,持续时间更长。随着11月1日零点的到来,淘宝平台的“抢先购”便已打开通道,数亿“尾款人”涌入平台,疯狂下单,京东、抖音等其他平台也迎来了无数“剁手党”。

针对各大平台推出的不同“剁手”规则,我市商家、企业以及物流业具体作出了怎样的配合动作?又有哪些与往年不同的新表现?近日,记者作了前沿走访。

□记者 应柳依



快递工作人员加班加点赶工

## 一线信息

## 本地做法

### “双十一”活动时长延长 直播间里暗藏优惠颇多

对于各大电商平台来说,今年情况极为特殊,新冠肺炎疫情发生以来,不少零售企业都经历了跌宕起伏的市场冲击。

“双十一”作为网购消费者“剁手”狂欢的老牌节目,已经成为了各大电商平台、电商企业年度重磅营销契机。大家纷纷提前筹备、铆足干劲,只为在“双十一”狂欢节上拔得头筹。

10月21日,天猫平台就启动了“双十一”活动预售。与往年不同的是,今年消费者购买力不只在11月11日爆发,而是分成了两波时间段购买,其中11月1日至3日是第一波,11月11日为第二波。这意味着,今年“双十一”活动时长比以往多了3天,消费者从11月1日起,就可以支付预售商品的尾款,提前10天收到货。

与此同时,另一个电商巨头——京东在10月21日也开启了“双十一”优惠狂欢活动,且持续到11月11日,活动时间长达22天。

值得一提的是,今年“双十一”活动还有一大特点,直播特别多,且不少优惠活动都隐藏在直播间内。

眼下,我市电商在忙完“双十一”第一波付定金抢购的火爆营销后,正紧抓第二波再预售再加购的好时机,玩直播、搞创意、抢速度,以十足的热情迎合这一年一度的电商盛事。



新华书店首次参与“双十一”活动

在电商圈有这么一句话:玩好了“双十一”,就玩好了一整年。“双十一”对于电商从业者来说,无疑是每年的重大节点。如何把握这一节点,让利优惠是一方面,内容营销也很关键。

玩广告创意一向是浙江悦味厨具有限公司的拿手强项。今年的“双十一”,这家企业如期放出了大招:在其天猫旗舰店内,首页一行“一厨好戏 领券观看”的文字清楚明白地将今年“双十一”悦味的营销攻略一一放送,从付定金再付尾款、

领券满减、限量满赠或秒杀,到领官方购物津贴,再到充值购物折上折,可以说,该公司拿出来的优惠力度诚意十足。

“每年‘双十一’,是我们品牌优惠力度最大的时候,这对于平时已把商品加入购物车的悦味发烧友来说,是一个囤货的好时机。”悦味公司总经理胡勇薪说。为了筹备“双十一”活动,该公司已提前备足了平日4倍的产品储备。

鉴于今年直播带货以及社交电商蓬勃发展,悦味公司也赶上这班

时髦的电商直通车,在6月就已初尝淘宝直播,以与消费者互动的方式更好地展示厨具材质、功效等细节。经过几个月的实践,悦味电商平台成功增粉引流,给这次“双十一”带来了更多的营销玩法。

今年“双十一”各大电商平台依然以平台补贴为主,悦味也不例外。为了更好地提升数字化场景和社交玩法,让好产品和好服务得以延伸,活动期间,该公司直播的频次由一天2场次增至3场次,给消费者全新的体验和感受。

## 看商家——内容运营 互动体验 流量分析

这次“双十一”,永康新华书店也忍不住凑起了热闹。该书店线上的天猫店在11月1日至3日的第一波“双十一”活动中,订单额就突破了10万元,访客数、支付买家数、支付件数等较去年同期均增长5倍至10倍。

“近几年,电商行业加快了内容化、个性化、社区化进程,流量进入碎片化时代。为了适应趋势,书店于2018年开始上线天猫平台,以优质的服务、实惠的价格、绝对的正版,打

造一个全新的线上书吧。线上平台所涵盖的图书范围很广,文学、社科、少儿、文教、科技等均有在售。”永康新华书店部门经理李红果说。

事实上,前期经验尚且不足的新华书店对线上运营,处于摸索阶段。去年9月,该书店又增加内容运营与粉丝运营项目,以直播形式加强客户体验感。

“‘双十一’期间,我们不硬拼折扣,而是通过策划更多具有体验性的活动,如组织书展、征文竞赛、主

题演讲等,让读者互动参与,增加读者黏性。我认为,立足本地读者群可以有效为线上引流。”李红果说。

目前,永康新华书店就推出了第六届浙江书展永康分会场,参与活动的书友在指定点打卡拍照发朋友圈即可有机会成为“新华锦鲤”。

李红果表示,今年是该书店首次参与线上“双十一”活动,后续还将利用好这次流量进行技术分析具体的销售数据,为明年提前预测畅销品种及销量,进行针对性备货。

## 看物流——扩大仓储 统筹调度 自动分拣

今年的“双十一”虽然比往年来得更早,持续时间更长,但物流配送速度却快了。这不,此前消费者在参与第一波“抢先购”时,就体验到一觉醒来就能签收货品的“光速”效率。

今年9月底,菜鸟裹裹云仓项目入驻我市中央仓储物流中心,仅用不到一个月,就顺利开出第一单。这是继原先的京东云仓落户以来,中央仓储物流中心迎来的第二个云仓项目。“这个项目落地后,可以更好地缓解永康乃至周边地区电商企业仓储难的问题。在专业统筹调度下,也加快了‘永康制造’向外运输

的速度,并能助力本地消费者购买产品实现次日达甚至当日达。”市中央仓储物流中心负责人陈祖继说。

除快递速度表现十分抢眼外,我市电商的销售成绩也不菲。“这段时间的快递出口投递量比平日多出一倍,每日大约33万件,主要产品包括五金制品、炊具餐具、小五金等。”市邮政寄递事业部市场部负责人黄遵说。为了在最短时间内完成订单揽收及配送,邮政快递所在的市中央仓储物流中心内每日都在加足马力运作,原本在21时可下班的员工都需加班至第二天凌晨1时左右。

“今年的‘双十一’新玩法将快递运输配送集中点分流成两段,对于物流业而言减压不少。”市邮政寄递事业部快包负责人吴晓凯说。不过,他也表示,集合此前收集的信息预判,今年“双十一”快递出口量最高峰值还是会在当天出现。

为了应对快递井喷现象,他们未雨绸缪,临时租赁了一个1000余平方米的堆位,用于大件或者是爆仓件的临时存放,提前向外包公司调度运输车辆。近两年新引进的自动化分拣流水线也已全线开通,届时将进一步加快快递进库的速度。