



06

封面

封面

2018.11.12
星期一
封面新闻
028-96111

责编
黄强

版式
刘丹阳

校对
张晓

线上线下齐狂欢 四川县城电商大战双11



11月11日凌晨，蒲江县中国特产·蒲江馆运营中心一片忙碌。

一年一度的“剁手节”期间，四川县城的双11氛围怎么样？参与双11购物狂欢的卖家和买家多不多？封面新闻记者走访青川、蒲江、崇州、中江等县城，看到了一个个参与热情高涨的四川县城双11 style。

青川：双11前夜忙打包发往全国

双11前一夜，阿里上市敲钟人王淑娟和她的团队正在打包青川蜂蜜。双11促销活动推出以后，他们已经收到了来自全国各地的订单，这一夜，注定是个不眠之夜。忙并快乐着的王淑娟告诉记者，今年青川的双11氛围还不错，参与的卖家很多，快递准备也很充分。

相比一二线城市，青川物流配送不太发达，实体店也不够多，所以青川人对网购的需求更迫切。“双11对人们生活方式的改变还是很大的，能够网上买的，几乎都网购了，而且很多大爷聊天都会聊电商。”王淑娟感慨。

蒲江：工作人员通宵决战双11

灯火通明的办公室，急促的键盘敲击声，“不苦不累，双11无味，不拼不搏，双11白活”的横幅……11月11日零点刚

过，蒲江县中国特产·蒲江馆运营中心迎来了一年中最忙碌的时刻。

“我们开展了聚划算、淘抢购、满减、送优惠券等官方活动，主要销售蒲江农特产品红心猕猴桃、黄心猕猴桃、爱媛等。”工作人员告诉记者，“预计蒲江各平台双11单日销售额突破3000万元，整个双11活动期间销售额将突破8000万元。”

尽管已是凌晨一点，但记者看到，二十几名工作人员依然精神饱满，神情专注地处理着订单，以最佳的状态决战双11。

崇州：线上线下联动齐狂欢

今年双11恰逢周日，因此到实体店购物的消费者特别多。

记者在崇州看到，很多商家的门口都立着醒目的广告牌，上面用大写加粗的字体写着“双11来了”，“双11半价”，营造出了浓厚的购物氛围。

“双11就是划算，我已经逛了四个小时了，还有很多东西想买。”王女士告诉记者，面对商家如此给力的折扣，她没法淡定当“东方不buy”。无论是商家和消费者，都不想错过这场购物嘉年华，线下也要与线上齐狂欢。

中江：百名电商专业学生“参战”

这几年，中江县的电子商务经济越来越活跃，来自县商务局的数据显示，截

至9月底，今年前三季度全县电子商务交易额同比增长了34.6%。在双11来临前一个月多月，县商务局就采取了多项措施备战双11。

县商务局相关负责人告诉记者，除了鼓励企业积极参与双11活动以外，县商务局还在运营、客服、物流等多个环节为参与活动的企业提供支持。

据中江县电子商务服务中心副主任陈玉珍介绍，为迎战双11，中江晟瑞电子商务有限公司与中江职业中专学校携手，前期对学校电商专业的学生进行产品培训。在双11期间，邀请培训过的150名学生，参与到订单客服服务，解答网店顾客提问，处理订单等工作中来。

青川、蒲江、崇州、中江……只是四川县城双11style的一个缩影。随着电商下沉，快递小哥的速度与激情，县城也无缝加入到双11这场大趴中。县城特色农产品不再“养在深闺无人识”，搭上电商快车走向全国各地、走进千家万户，而县城消费者一年比一年强的购买欲和购买力，也在双11这一天得到了全面释放。

华西都市报·封面新闻记者 易弋力 雷强



扫二维码
看本文视频

西南首列冷链快递旅客列车双11发车 川味火锅食材27小时运抵北京

11日8时30分，成都发往北京西的T8次列车缓缓驶出成都站。与以往不同的是，这列车上的行李车厢，多了两个大冰柜。这意味着，从双11开始，西南地区首辆通过冷链快递的列车正式开通了。

两个大冰柜中，是成都造的药品和川味十足的毛肚、生鲜和火锅底料。12日中午，即约27个小时后，这些冷藏快递品就将抵达北京西站。“以往只能走航空，现在价格便宜了3成，还能配送到家，更方便了。”寄件的成都市民黎健说。

11日上午8点30分，经过特殊改造可冷链运送的行李车厢附挂在开往北京西的T8次列车上从成都站开出，这是中国铁路成都局集团有限公司继载动车预留车厢、高铁确认列车载货运行之后的又一创新举措。

双11第一天，中铁快运成都分公司的工作人员将“成都造”的生物医药、火锅底料等食品装入T8次行李车厢内特制的15个冷链箱和2个冰柜中，搭乘这趟列车前往北京方向。今年电商黄金周，铁路

部门紧跟消费升级，提前完成了对普通旅客列车行李车厢的技术改造，在行李车厢里添置了有源冷柜和无源蓄冷箱，首次推出铁路冷链快递新服务。据了解，这也是西南地区首列实现全程冷链运输的旅客列车。

“今后，高附加值、小批量、多频次的冷链货物，即可通过这种方式实现运输。”中铁快运成都分公司相关负责人介绍。

为满足双11电商黄金周物流运输需求，成都局集团公司不仅创新首次试运行行李车冷链快递产品，还常态化做好了贵阳北至昆明南DJ5421次、贵阳北至长沙南DJ5352次、成都东至西安北DJ8862次等3趟“高铁确认动车组”的载货运行。

根据中铁快运成都分公司提供的数据显示，双11期间，铁路部门日均将综合运用高铁载客车组（含复兴号高铁列车）700列，其中“高铁极速达”产品使用动车组将达到400列，为去年同期的10倍以上。

华西都市报·封面新闻记者 吴柳烽 见习记者 钟晓璐

双十一首日 成都网点业务比平时多一倍

11月11日，在双十一的首日网友们还在疯狂地买买买，不少凌晨订购的商品已经开始搭上快递车奔向“剁手党”了。11日，记者走访成都的快递网点发现，目前快递网点里的快件已经比平时明显增多，有的网点快件已比平时多一倍。

11日中午，封面新闻记者走访了位于锦江区两家快递收寄点，快递“爆仓”的情况并没有出现，其中一家收寄点还有空置的货架，但工作人员都表示这两天快递量确实比平时多了不少。

“平时这些快递员都是一天固定来送一次货，有的今天上午就跑了几趟了，只要有马上往这边送。”她介绍，平时一天要收200多件快递，而今天一上午收到的大概就超过了200件。但现在数量还不算多，估计两三天之后才会有大量双十一的快递抵达。

天猫双11成交额再创记录，可以预见，四川快递数量也

将达到历史新高。近日记者从四川省邮政管理局获悉，据该局预判，今年双十一期间（11日到19日）期间，四川处理快件量将超过3亿件，比去年同期将增长30%-40%左右。

据该局工作人员分析，根据以往经验，四川的快递高峰一般会在13日左右到来。届时预计最高日处理量将突破3000万件，达到日平均处理量的2.6倍，“一般快件从下单到快递抵达都会有个过程，所以高峰会有延迟。”

不过，针对快递的小高峰提前到来，他将原因归结于快递行业的整体进步，特别是仓配一体化的建设。“现在不只是部分直营电商，一些快递企业也在发力建设仓配一体，所以不少成都网友的商品，就直接从成都的仓中发货，快递当然会来得更早了。”

华西都市报·封面新闻记者 杨尚智 熊英英

全渠道全场景全品类实现52.51亿 “AI+IoT”助推小米创造双十一新奇迹

11月11日，2018年双十一落下帷幕，小米开启的全品类全渠道全场景的双十一狂欢节传来了好消息。截至11日23时59分，小米新零售全渠道

支付金额52.51亿元，远超去年小米在天猫旗舰店全天金额24.64亿的成绩。

小米集团创始人、董事长兼CEO雷军表示，小米是一家年轻的公司，从一开始探索精神就写入了公司基因。连续五年拿下“手机电商之王”后，小米希望在新零售领域做出不一样的玩法。今年是小米首次尝试全品类全渠道全场景的双十一，小米新零售体系的整体运营和服务水平经受住全新的考验，小米不会就此止步，将始终坚持创新，为广大用户带来“感动人心、价格厚道”的产品和令用户安心、省心、放心的服务。

业内人士表示，关于新零售的未来，全行业仍在探索阶段，小米双十一狂欢节既是对自身新零售体系的一次检验，同时也代表了新零售未来可能的发展方向，小米的成功为中国零售行业提供了宝贵的经验。

线上线下融合 小米开创首单奇迹

在全渠道全购物场景的加持下，小米全品类产品释放了巨大的购买量，刷新了一系列纪录。而备受关注的手机双11首单，意外地于雪域高原产生，反映了小米渠道下沉成效显著。11日零时零分19秒，位于海拔2980米的青海格尔木小米授权店就完成了首笔交易，顾客张先生购买一台小米电视4S 65英寸PRO。“往年双十一下单确实方便，但等快递要好长时间，今年听说小米不打烊，我直接就过来了。”张先生兴奋地说。

这些新纪录的取得得益于小米今年小米双十一最大打通了全品类的线上线下购物场景。小米将线上7大平台与线下5000多家门店融为一体，投入了1000家服务门店，2900多名客服人员，3000多辆提货车辆和超10万名送货人员，全天24小时为消费者服务。

作为全面升级的举措之一，小米针对不同购物场景推出了各式活动，做到了线上线下优惠同享，还首次尝试线上线下同时“在线”。从11月10日10点营业开门到11月11日全天，部分线下



双十一期间，小米线下门店异常火爆。

AI+IoT赋能新零售 小米全品类产品销量大爆发

另一个重大的变化是，小米“AI+IoT”和新零售产生了强大的化学反应。“AI+IoT”依托新零售体系触达了更广大的市场，同时赋能新零售带来了更丰富的流量。数据表明，双十一期间小米之家成交量有了很大提升。截至11日15时，小米之家订单数量相比普通周末增长了96%，转化率增长96%，销售额增长316%，客单价增长111%，连带率增长132%。

值得一提的是，小米“AI+IoT”万物智慧互联产品持续热卖。用时53分钟，小米笔记本新零售全渠道支付金额破1亿元，50分08秒，天猫旗舰店智能硬件及生活消费品支付金额突破2亿元。小米电视新零售全渠道支付金额12小时超10亿元，天猫、京东、苏宁销量&销售额全部第一。截至15时，天猫平台智能手环类目，小米手环3荣获单品销量&销售额双第一。

总体来看，截至11日15时，小米手机销量增长94%，小米电视销量增长342%，笔记本电脑销量增长356%，IoT智能设备销量增长了389%。此外，智能灯具销量增长1243%，移动电源销量增长1270%，电饭煲销量增长2225%，空气净化器销量增长2975%，小米手环销量增长10212%，扫地机器人销量增长14862%，小米净水器销量增长14726%。

西南证券首席分析师陈杭表示，小米在双十一的新零售，具有强大的渠道势能，是小米长期以来商业模式经营的结果，也是小米持续拓展多渠道新零售成功的缩影。

此外，小米手机在高端机型市场大获全胜，根据小米第二季度财报，高端机型成为小米手机新增增长点，带动整体手机业务收入达305.01亿元，同比增长58.7%。

不一样的双十一 小米成最受全球欢迎的中国品牌

值得关注的，是小米首次公布了一份全球化交易榜单，小米斩获了最受欢迎的出口品牌全球第一名。截至目前，小米手机已经进入了82个国家和地区，国际化收入占比超过36%，并在25个国家和地区销量排名进入前五名。

雷军曾经在小米的全球布局时，将战略分为几个阶段：最开始是印度，接着是东南亚和俄罗斯，现在重点是欧洲。

从各阶段国家手机市场发展的形态来看，小米“全球化”的第一站选择了手机行业方兴未艾的印度。这是因为印度人口众多，是仅次于国内的第二大智能手机需求市场。面对印度庞大的增量市场，小米将国内市场运营积累的“小米模式”的经验复制于印度市场，如今小米模式的先进性在全球市场得到了反复验证。

今年5月份，法国巴黎迎来首家小米之家，虽然当天下着冰雪，消费者排队从街头排到了结尾，等待抢购。8月底，在西班牙Granollers（格拉诺列尔斯）市的米店，赶上当地节日只允许下午5点开业，且外面下着雨，但仍未阻挡热情的米粉。小米在全球市场高歌猛进，根据Counterpoint最新数据显示，小米在全球市场第三季度取得了单季度出货新高，达3570万台，同比增长25%，成为全球增长最快的手机厂商之一。

小米能成为最受欢迎的出口品牌，离不开其对产品品质严格把关、价格极致致控的坚持。自小米进军国际市场以来，受到了海外用户的高度认可。刘章明认为，在国内国外的问题上，今年lazada在东南亚市场有整体联动性，在这个背景下，小米国际市场的布局和高性价比战略，使小米成为中国最受欢迎的出口品牌，以及东南亚进口量最大的国产品牌。

雷军表示：“今年10月26日小米的出货量就已经超过一亿台，双11上获全胜迎来了销售井喷。明年，后年怎么保持持续高速增长，需要保持持续创新，始终坚持品质第一，坚持做价格厚道感动人心的好产品，加大国际化步伐。”

华西都市报·封面新闻记者 崔江



封面

下载封面新闻APP
浏览最新最新资讯