



资料图片

# 百余电商参与“双十一”大战提前开打

今年是“双十一”第十个年头。根据电子商务研究中心的统计及预测，今年有100多家各类电商平台参与“双十一”，今年“双十一”全行业电商交易额有望首次超越3000亿元。电商平台已相继点燃“双十一”战火，并各出新招以博取消费者的欢心，这就包括商品大规模预售、自营商品运费全免等。在“双十一”的倒逼之下，也带动了物流产业链的发展。

## 电商平台提前开打

距离“双十一”还有好几天，电商平台已启动帷幕，推出各式福利。早在10月19日阿里巴巴就宣布天猫“双十一”启动，并表示阿里巴巴数字经济体业务全面集结参与“双十一”。只要使用阿里旗下的App，都能积累能量值，换取天猫购物红包。10月20日开启全品类超50万款商品预售，支付定金即可立减优惠。同时，在手机淘宝、手机天猫进入“双十一”主会场，就能领取购物津贴。

数日前，苏宁举行“双十一”全民嘉年华发布会上，揭秘了“双十一”重磅玩法：不仅发放10亿元“更好用”的购物补贴，更为500万任性付用户提额100亿元，提供100万个12期免息购物名额，助力消费者“剁手”。苏宁物流还对外宣布，11月1日至11月11日，自营产品将实现运费全免。这是首家在大促期间明确表示自营运费全免的电商。

10月29日，亚马逊中国正式启动第五届“海外购物节”，本届“海外购物节”将持续至12月2日，横跨亚马逊中国Prime会员服务两周年庆、“黑色星期五”和“网购星期一”等阶段。11月10日至11月12日“巅峰72小时”期间，除了超级品牌日、店铺之宝等活动外，亚马逊将联袂逾30大畅销海外品牌，特别推出专为中国市场定制的独家专享折扣。

## 玩法变简单 价格被限制

除了各出新招外，近年来，网购消费者提出的需求也将在今年“双十一”前夕得到一定的回应。去年，电商各种满减、红包、拼券等玩法叠加，被戏称为“史上最难数学题”。为此，今年天猫宣布玩法变简单：发放

的购物津贴统一采用“每满400元立减50元”的规则，可以跨店、跨品类使用，还能与红包、商家优惠券、品类优惠券等平行叠加。对于一些商家玩“先涨价后降价”的猫腻，10月30日，天猫发布“双十一”价格保护机制，确保“双十一”期间的商品到手价为最近3个月最低，同时上线价格雷达系统，虚抬价格的商家将被立刻清出活动会场。

## 带动物流产业链发展

物流也是“双十一”无法回避的重要环节。为此，物流企业正在投入更大的技术设备。近日，菜鸟与圆通速递联合启用超级机器人分拨中心。高峰期，2000平方米的场地上，350台机器人昼夜作业，每天可分拣超过50万个包裹。苏宁物流常务副总裁姚凯则承诺，在苏宁易购下单，90%区域的用户将享受24小时内送达服务。

电子商务研究中心主任曹磊表示，在电商尤其是每年“双十一”倒逼之下，对配套物流体系提出了更大的挑战，带动了包括全球供应链与国际物流、生鲜冷链物流网络、同城即时配送、农村物流网络体系、同城货运共享物流、电商仓配外包、智能仓储自动化、智能快递柜等在内的物流产业链的发展。

## 交易额或超3000亿元

据电子商务研究中心不完全统计，今年“双十一”，除了天猫、京东、苏宁易购等平台外，还吸引了100多家各类电商平台参与，主要包括：二线平台的亚马逊中国、国美；社交电商平台拼多多、云集、微店、小红书、蘑菇街、有赞；跨境电商平台速卖通、网易考拉海购、洋码头、寺库；垂直平台贝贝网、宝宝树、蜜芽；精品电商平台网易严选、小米有品；生鲜新零售盒马生鲜、每日优鲜；生活服务平台飞猪、美团、携程等。

曹磊预测：“预计天猫‘双十一’商品交易总额今年有望首度超过2000亿元大关。包括京东、苏宁等在内的其他全行业电商平台，‘双十一’期间交易总额将超过3000亿元。每年‘双十一’指数级的增长，不断验证一个事实：今年的峰值将是明年的常态。”（据《羊城晚报》）

## 快递中高端市场烽烟四起 用户将拥有更多选择

临近“双十一”，快递市场再起波澜。近日，顺丰以55亿元收购了DHL公司在华供应链业务；京东物流、圆通蛟龙集团相继推出新的业务品牌，涉足中高端快递市场；阿里、菜鸟等正式成立国际物流组，全球包裹72小时送达，引发行业广泛关注。分析认为，随着各方在快递细分市场中的深度布局，价格战和服务战或在所难免，而用户将拥有更加丰富的选择。

### 新来者京东来势汹汹

随着电商平台的发展，物流快递行业的扩张也更加迅猛。在多年的激烈竞争中，国内龙头快递企业逐渐形成了各自的业务优势：走直营模式的顺丰主打商务件，是目前中高端快递市场的领跑者；走加盟模式的“三通一达”则主导电商快件市场。

“看似平稳的快递市场中，其实隐藏着商机。”一位接受记者采访的快递专家表示，因为网购人群的增加，也使得快递小哥们的工作量加大，但是服务质量却不是那么理想。这给了快递市场新来者更多切入市场的机会，因为“商机就出现在这种消费需求与消费期望里”。

近日，在2018年全球智慧物流峰会上，京东物流的王振辉称：“京东将正式上线个人快递业务，定位是高品质快递。”尽管王振辉表示这只是为更多的个人消费者提供“不止多一种选择”，希望能够为个人的需求方面提供更便捷、更安全和更丰富的服务，但快递业这位重量级选手的入场，显然引起了行业内外极大的关注。

### 顺丰圆通菜鸟深耕中高端市场

先入场的企业已开始了中高

端市场的深耕。10月26日，顺丰宣布与国际物流三巨头之一的DHL达成战略合作协议，顺丰香港以人民币55亿元现金的对价购买DHL公司旗下的DHL香港、DHL北京两家公司100%的股权。交易完成后，顺丰将获得DHL在中国内地、香港地区、澳门地区的供应链管理业务、管理团队以及运输仓储科技。这两家位列全球前五的物流巨头的联手，将使中国物流行业的竞争格局发生重要变化。

而在10月23日，顺丰申报的物流无人机示范运行区空域申请得到相关部门的正式批复，获准飞行空域为阳澄湖全湖面及周围部分陆地。这是继赣州后，顺丰拿下的又一空域，未来将用于大闸蟹等特色生鲜水产的无人机运输，未来顺丰还考虑将无人机的应用范围拓展至跨湖运输、同城配送等业务。

圆通集团于本月正式开启圆通速递与承诺达双品牌战略。据悉，承诺达是圆通蛟龙集团旗下的全新独立品牌，独立于上市公司圆通速递，定位中高端市场，是继顺丰之后快递市场出现的第二个直营体系品牌。据承诺达运营方圆硕供应链管理有限公司执行总裁杨新伟介绍，承诺达特快是对标国际、服务中高端客户的高频配送服务网络，在同城、经济圈范围内可实现即日达、次晨达；跨省重点城市互发的快件，可实现次日达覆盖率90%以上。

菜鸟网络则把目光转向了全球智慧物流。10月23日，阿里巴巴、菜鸟网络宣布：与国家物流信息平台、国际港口社区系统协会发起成立国际物流可视化任务组，共同推进全球智慧物流的建设，向全球包裹72小时送达这一目标靠近。

（据《羊城晚报》）