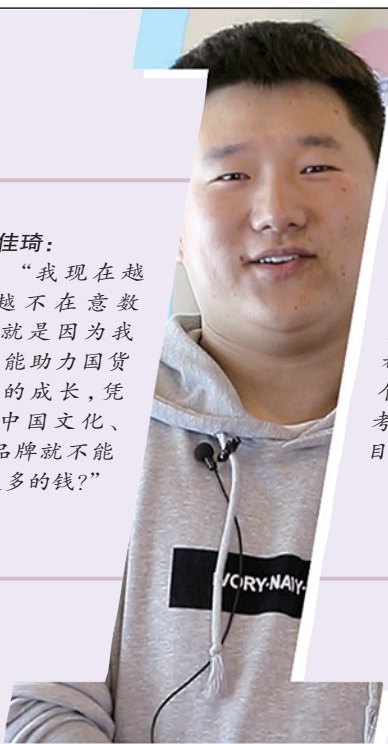




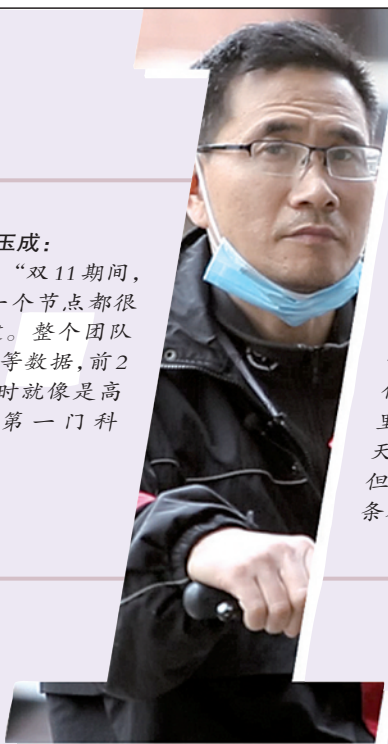
李佳琦：

“我现在越来越不在意数据，就是因为我希望助力国货品牌的成长，凭什么中国文化、中国品牌就不能卖到更多的钱？”



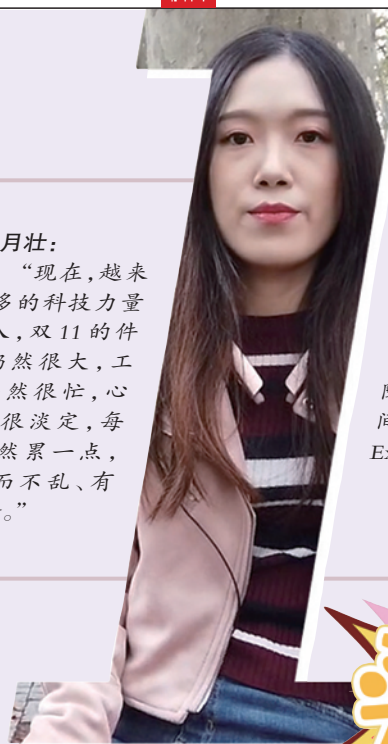
金玉成：

“双11期间，每一个节点都很关键。整个团队都在等数据，前2个小时就像是高考的第一门科目。”



朱月壮：

“现在，越来越多的科技力量加入，双11的件量仍然很大，工作仍然很忙，心里却很淡定，每天虽然累一点，但忙而不乱、有条不紊。”



朱小佳：

“直播出现后，双11才能算得上是全民狂欢节。现在不光得随时切换直播间，还要列一张Excel表格。”



本版摄影 青年报记者 施剑平
周紫薇 制图

双11·快递物流

朱月壮：到底是什么让“爆仓”成为历史词汇？



一顿猛如虎的买买买操作之后，快递小哥就成为“剁手族”们接下来几天翘首以盼的“亲人”。今年46岁的朱月壮，自从18年前从江苏老家来上海成为顺丰的一名快递员，至今已做“亲人”做了18年！“所有的双11，我都经历了。”他说。

在虹口区东宝兴路上的顺丰网点，同事们都叫他“老朱”。回顾这些年来经历的双11，不老“老朱”感慨万千：“以前，一到双11就很紧张，因为件量和平时相比多很多，生怕出什么问题。”

当年，很多快递员最怕的，是双11“爆仓”，这也曾是快递公司和消费者共同的痛，但近几年，“爆仓”这个词已经越来越少出现。对于朱月壮来说，双11虽然很忙，但自己却越来越淡定了，因为快递业的科技含量越来越高了。

让老朱越来越淡定的科技手段有很多。今年双11期间，顺丰实现了多式联运的继续加码，整体快件消化能力超平日的2倍。除了自有的60架全货机将悉数服务双11高峰运输外，还增加了无人机运输模式。同时，顺丰还搭建了围绕速运业务全景监控功能，在双11收派高峰期，针对收件、派件、自动化设备中转运输、支付业务等各个环节进行实时监控，快速获取运营情况及服务状态，及时发现异常问题、定位问题、上报问题，并进行故障及异常处理，有效提升运营效率和质量，为速运业务系统的正常稳定运转和客户体验提供强有力的保障。

这些新科技，最让老朱感觉到便利的，是他“披挂上阵”时的那些可穿戴设备。在快件收派环节，顺丰双11批量投入使用自主研发的可穿戴智能设备，支持高效收派、解放双手、语音签收、地图导航、语音助手、健康管家等多种功能，便于快递员通过线上简单操作，快速扫描客户的扫码收件单、自寄码、待派件等条码触发任务，和语音协助，快速完成收派工作。据介绍，在智能穿戴设备的助力下，快递员平均每票收件可缩短12秒，平均每票派件可缩短16秒。

“现在，越来越多的科技力量加入，双11的件量仍然很大，工作仍然很忙，心里却很淡定，每天虽然累一点，但忙而不乱、有条不紊。”老朱说。

老朱所在网点的主管吕全恩介绍说，双11之前，网点就已做好了人员、仓库、车辆等方面的准备。“为了保障双11，我们网点增加了6个快递员，达到了70人，仓库面积也扩大了七八个平方米，同时还准备了10部备用电动车。”他表示，双11期间，网点每天的派件处理量在1.5~2万件，总量比去年约增长30%，“一方面是今年双11从11月1日开始，时间拉长了，另一方面是因为疫情今年电商平台兴起。”吕主管透露，今年公司上线的实时监控系统，能够分析出每个区域的件量，“原来需要人工去摸排一个区域的件量，现在系统实时能监控到，如果某个区域突然件量猛增，系统能实时看到，就可以及时作出调整，非常高效。”

双11·消费者

朱小佳：90后的杀入为何就让消费升了级？

朱小佳最近在朋友圈感慨：“看着这些定金尾款，我感觉双11已经过去了，其实它还没有来。”

朱小佳是位新媒体的“小编”，标准90后，第一笔双11订单在2015年才产生。但当年在大学寝室内，她完全没想到，短短5年，整个网络经济生态圈就能如此翻天覆地：当时自己就是个被动的“购买者”，现在却成了“消费升级”的生力军——购买意愿或者使用心得，在社交网络的自我表达，有反过来让别人完成了“种草”“拔草”的过程。

朱小佳2015年第一次下双11订单时，作为一个护肤品爱好者，双11仅仅是她补充“刚需”的好时机。她那时的选择也折射出大学生的消费习惯：侧重功能与实用，平价大碗，价格在百元之间浮动。“当时还是学生嘛，主要囤平价化妆品。”

“直播出现后，双11才能算得上是全民狂欢节。”她说，那时候，大家最多聊聊如何“薅羊毛”，这个讨论也仅仅集中在小小的寝室范围内。她怎么也不会想到，五年后的双11，有一个叫李佳琦的男人，会在凌晨隔着屏幕敲锣，让全中国的淘宝买家不要睡。“以前挺随便的，哪像现在呀，不光得随时切换直播间，还要列一张Excel表格。”

5年的时间，她的收入增加了，她也可以慢慢踏足奢侈品消费——购买那些“能够接受”的“贵妇级化妆品”。毕竟在凡事都需思前想后的成人世界里，以最

佳姿态示人总不会错。

100元的定金，3380的尾款，一款被称为“黑绷带”的面霜成了她双11最大的一笔支出。“这是我在李佳琦直播间里抢的。”朱小佳说道。从价格上来看，如果能凭手速成为李佳琦直播间里的幸运儿，那么它的价格目前较主流电商平台要优惠许多。

但仪式感并不来源于购物本身。曾经排队付款的时代早已过去，朱小佳付尾款的时候，“没有什么仪式感”，页面支付刷了一下脸，然后缓冲了一秒，就显示支付成功。“像是最难的作业写完了。”她只感到轻松。

这个“节日”让她期待的，是后续。几天后，一篇“拔草心得”出现在她的个人主页和商品评价上。她兴致勃勃地向好奇者描绘自己的使用体验。在线新经济天生的社群感和凝聚力，使得线上空间成为消费者展示自己的最佳载体。借助线上渠道，消费者得以用比以往更直观、更优惠的方式购买自己心仪的产品。同时，年轻消费者也更愿意在线上实现自我表达。

事实上，90后作为主力军推动的消费新生态，也让在线新经济展示出逐年递增的发展态势。双11正式打响的11月1日凌晨，各家平台、品牌方都发出了喜报：天猫前1小时成交额同比去年净增106%；苹果、欧莱雅、海尔、雅诗兰黛等100个品牌成交额突破1亿元；京东超市10分钟成交额同比增长超700%，京东直播10秒带货破亿。

