

网购都恢复了吗



往年,农历初十通常是网店商家恢复营业、开始发货的时间节点。当下,网购物流的情况恢复如何了呢?对于网友们关注的这一问题,北京商报记者对自营类电商、第三方商家、跨境电商以及物流企业等进行了调查采访。目前来看,淘宝、天猫等平台的第三方商家发货时间主要根据自身情况来调整发货周期,网易严选等平台的自营商品则已经确定了相应的发货时间。跨境电商由于受通关影响,发货时间进行了不同程度的延长。

第三方网店 延时发货 支持自费发顺丰

“真是想花钱没地方,何时能恢复正常?能发快递进来也成啊。”一位消费者在微信朋友圈上感慨:“因为不能出去逛街,就只好网购,东西越买越多,可又没有快递,到头来我还是那个一无所有的人。”到了往年约定俗成的网购恢复时间节点,不少网友在微博上发出类似的“灵魂质问”,期待自己的物流信息能有所更新。

事实上,受疫情影响,部分店铺的发货时间进行了不同程度的调整。

北京商报记者在淘宝平台浏览发现,以淘宝欧莱雅官方旗舰店为例,据公开信息显示,消费者在1月18日-2月2日能正常下单,而恢复发货时间则以实际情况为准。其客服表示,2月2日前的订单将于2月10日24点前发出,2月3日-10日的订单则在2月12日24点前发出。

而黛丝恩旗舰店则表示,2月2日已经正常揽收快件,然而无法保证发货时间以及快递时效。此外,北京商报记者发现,为了满足消费者的快递需求,部分商家支持用户增加运费(8元左右)开始以顺丰、EMS等快递启动发货。

此外,有部分服饰类商家表示,自2月3日起对部分备注“发顺丰”并补邮费的订单开始

发货,未备注的订单自2月10日开始以其他快递发货。

自营电商 3日内发货 大宗商品延迟

自营电商网易严选同样对订单发货进行了调整。公开资料显示,网易严选合作运输中件、大件商品的物流公司将于1月1日-2月10日期间停止揽收运输下单的包裹及逆向上门取件服务,在此期间所有涉及的安装、维修服务业务将停止,包括大中件家具、灯具、马桶等商品。网易严选客服表示,可发货地区当前均使用顺丰快递发货,预计在1-3个工作日内发出,由于受到交通管制影响,揽收和配送时效将有所降低。

事实上,对于部分自营店来说,目前已经

能实现下单后24小时内出库。以牛奶等生活必需品为例,北京商报记者在伊利牛奶京东自营旗舰店下单时发现,大部分商品能实现次日达。同样能够实现次日达的还有3C数码自营店,如京东Apple产品旗舰店,客服对此补充表示,由于部分地区存在交通管制,配送可能存在一定延误。而对于服饰类商品,唯品会旗舰店则提示,春节1月18日至2月9日下单的商品预计在2月10日前发货,大件定制等特殊商品以店铺咨询为准。

跨境直邮 通关不可控 平均时效超10天

与之相比,进口口罩、消毒液、酒精等医疗用品则成为“香饽饽”,部分网友在社交平台上纷纷吐槽“年前下单的口罩现在还没发

货”等口罩到了的时候疫情也快结束了吧”。在跨境电商豌豆公主平台上,日本口罩往线上没多久便被一抢而空。

实际上,跨境电商则要面对更多难题,通关时效和物流企业的行程安排也成为不可抗力因素。北京商报记者从豌豆公主客服了解到,受通关影响,消费者下单后,日本直邮仓、日本2号仓预计2-5个工作日发货。而据公开资料显示,按照平日,消费者如果选择日本直邮,一般下单后1-3个工作日能进行发货,7-10个工作日能到货。豌豆公主表示,将以EMS直邮到国内,郑州保税仓、上海冷链仓和上海百世仓则延迟到2月10日后才能发货。

同为跨境电商的洋码头平台上,一位自称“爱莉日本淘”的买手表示,目前已经积累了1万多单,将从2月4日开始发货,在通关之后会转为韵达进行物流配送,因此在韵达没

有营业的地区,会进行延迟发货处理。

快递 未完全复工 优先保救援运送

事实上,作为电商平台的“后备军”,快递的收发情况也决定着电商平台能否正常运转。从目前的情况来看,快递企业还未完全恢复运作。

北京商报记者调查发现,目前多数快递企业暂未完全复工,自1月22日起,国内各大快递公司接连开通各地驰援武汉救援物资的“绿色通道”,纷纷免费承运紧急救助物资。免费运送紧急物资的公益行动中,快递和快运网点也自发组织加入抗疫力量。

一位通达系快递员对北京商报记者表示,受上述因素影响,目前网点还未恢复正常运作,快递员表示:“具体什么时候上班,还要等集团的通知,现在如果有收寄需求,可以先加快递员个人微信再做安排。”另一位通达系相关负责人表示,目前快递优先运送疫情相关的医疗物资,多数中转站内其他包裹的处理将有所延后。他表示:“现在全面复工还比较困难,往年的这个时间早就已经复工。”

对于复工情况,百世快递相关负责人也表示,目前,全民对抗和防控疫情的局势下,快递作为民生保障行业的重要组成部分,在非正常时期承担起特定的使命。百世快递全网积极准备复工计划,除了湖北及其他疫情重点防控区域,对于符合当地政府要求并具备安全开工条件的转运中心和站点,预计将于近日恢复正常运营。在保障员工安全的情况下,各地快递网点可依据区域疫情、当地政策等因素准备开工条件,并进行灵活梯度排班。

此外,调查中北京商报记者发现,顺丰速运、京东物流和EMS表示将陆续增加电商商户的发货订单,但由于受到交通等因素影响,相比以往,运送时效会有所延长。

北京商报记者 陈韵哲 何倩

Market focus

疫情当前 实体零售顺势谋变

商场 借社交平台提振消费

疫情当前,按照预估的防控周期,实体零售遇到前所未有的挑战,却也是顺势求变化被动为主动的一个时机。北京商报记者多路调查发现,实体企业转战线上时各有策略,商场、购物中心放大社交作用,迅速组建售卖群或推送店铺微信;超市与便利店对小程序的外送服务情有独钟,并不断掘金外卖平台的潜能。原本就扎根线上的电商企业与部分酒企,则思考着如何简化程序,减轻商家负担并尽全力保障流量稳定。实体零售企业均在思索更多新对策,不断加码线上渠道,拓展门店的辐射范围,招揽着更广的客群。

部分行业春节假期已经结束,北京地区的商场、购物中心调整了营业时间,面对防疫要求以及客流少的现状,开始寻求多渠道销售。北京商报记者注意到,部分商场用组建微信群、推送门店微信、发力线上商城等服务形式,满足顾客的购物需求。借助微信平台,不少商场与购物中心临时组建售卖群或推送店铺微信触达消费者。北京商报记者发现,北京长安街针对不同业态为消费者组建了购物微信群,包括时尚服饰类、儿童亲子类、生活优选类等,这些群里实时发送新品上架的图片及优惠信息,消费者可以在群里联系相关商家购买产品,最终由顺丰快递送货到家。北京长楹天街将各大商家对应的微信方式汇总,在商场的公众号推送,消费者可以通过推文选择自己想要购买的品牌,从而实现“云逛街”。

北京万科半岛广场联合场内商户推出外送服务,包括零售和餐饮业态,如丽家宝贝、优衣库、华为、汉堡王、大通冰室等近60家商户,为消费者提供顺丰快递送货到家的服务。北京华润五彩城推出线上购物方式。消费者可通过扫描微信二维码进入商场各个店铺的微信群,直接和店长沟通,线上支付购买产品,随后商场将采用无接触配送到家,待配送员走后,消费者即可取货。

还有部分商场发力自营电商平台,扩大商场影响力度。例如,在天虹百货、新世界百货、汉光百货及君太百货等项目中,消费者可通过商场自营的App或微信小程序享受线上服务。

超市 开启多入口主推外送

超市、便利店尽可能开通更多的线上渠道,通过App、小程序等入口力推外送服务。作为有自营平台的便利蜂,出于疫情防控的考虑,为减少顾客外出,便利蜂加大了在线配送业务比例,并推出“无接触配送”模式供顾客选择。

目前,便利蜂全部门店保障24小时服务的同时,在疫情防控期间通过App、小程序等入口主推外送服务,将开通外送服务的门店比例紧急提升到80%,夜间也有超过60%的门店提供外送服务。

北京商报记者从罗森方面了解到,自从去年增加了外卖平台,外卖的销售占比在10%以内。在此次疫情期间,线上订单预计会有一定程度的增长。

此外,部分没有自营线上平台的超市,则是依靠美团、饿了么等线上平台。据一家连锁超市相关负责人介绍,在疫情期间,线上订单也有所增长,但并不明显。同时,由于春节人员紧缺原因,并没有针对线上平台增加引流手段。

从外卖平台今年春节期间的数据表现来看,商超订单增长十分可观,而随着防疫工作的持续推进,外卖平台上的商超订单仍有望保持着较高的增长速度。

值得注意的是,在此次疫情期间,部分门店的线上业务也会偶尔“罢工”,出现了不能及时配送的情况。以盒马为例,北京商报记者注意到,在疫情期间,由于外卖量的激增,部分时间段盒马的线上平台出现不能下单的情况。

电商 倾斜流量资源稳定客群

电商平台为商家与消费者提供更多利好,减轻商家负担并尽全力保障流量稳定。目前,京东、拼多多、淘宝、天猫等电商企业,陆续通过费用减免、秒速退款、流量支持、定向补贴等方式,将消费者“稳定”在线上渠道。

数位在各个平台均设有网店的商家向北京商报记者反映,从1月中旬至今,进店客流以及转化率均有所下滑,快递配送以及资金周转的流畅度有所打折。一位销售手工糕点的店主称:“近半个月以来,店铺的成交额下滑了40%左右,部分每个月能达到销量过万的爆款商品最近仅有几千的销量,且多为老顾客的预订,进店的新客户骤降。”

实际上,电商企业正有意将商家从流量的谷底中拽出,尤其是提供疫情所需品的商家。2月2日起,京东对商家进行了流量扶持,针对疫期需求旺盛品类,推出直播补贴计划,对生鲜、食品饮料、个护等品类直播施行达人补贴,刺激更多达人帮商家销售商品。

为解决商家的资金周转问题,京东数科已上线提供相关息费减免和延迟还款政策,开通金融服务绿色通道。此外,京东会适当延长续签期限,将对受疫情影响严重的商家适当延长2020年续签入口的开放时间。

同时,电商企业也在为消费者提供更及时的退款服务。天猫与淘宝同时发布公告,买家购买医疗器械、保健食品、居家日用等特定类目商品,在2月12日23:59:59前申请退款,且订单状态为“未发货”的,则自买家发起退款申请之时起,平台将立即通知支付宝退款给买家,便于买家重新选购商品。

酒业 “无接触配送”避免低谷

随着疫情的持续,酒类零售企业为应对疫情纷纷做出了部分调整。其中,作为酒业垂直类电商,1919酒类直供以及酒仙网均推出“无接触配送”服务,并希望借此改变此前“手传手”的送酒模式。

据北京商报记者了解,在今年春节的防疫期间,消费者可通过“订单备注”、电话等方式与配送骑手进行联系,并指定配送物品放置的位置,如家门口、公司前等。配送骑手送达到指定位置后,将以电话等方式通知客户取酒。

另外,据酒仙网相关人士表示,线上方面,春节前酒仙网销售额持续增长,单日销售额突破4000多万元,春节期间同比出现小幅度下滑,但符合消费者消费习惯规律。往年春节后线上买酒便会出现低谷期,加之今年又有疫情影响。

上述人士还介绍道,除酒业垂直类电商平台外,针对春节期间用酒需求,部分超市在品牌自有App上均有酒类产品销售,并采取骑手配送时均戴口罩等措施,从而降低传播风险。

对此,有业内人士指出,随着疫情的持续,线下终端销售出现一定阻碍,这便使得线上销售端成为消费者选购酒类产品的渠道。与此同时,酒业零售商通过推出“无接触配送”服务,进一步确保在防疫期间,避免配送骑手与消费者之间交叉传染的可能性,避免面对面接触,有效降低了安全风险。

北京商报记者 赵述评 刘卓澜 王莹莹 赵驰 郭诗卉 冯若男