

抖音淘宝打响“6·18”直播混战

设奖励门槛 以产出换流量

要吸引商家积极报名,流量奖励是一个重要参考项。

以点淘平台为例,其将在“6·18”期间为短视频创作者提供直播流量扶持,不过这些奖励都有一定的门槛。北京商报记者注意到,例如商家和主播要想获得每周8000次的直播间访问次数,需要一周发布超过3条原创视频。创作内容越优质,创作要求也越高,而流量奖励也会水涨船高。

抖音也在今年“6·18”期间鼓励商家和达人高频参与短视频和直播。较去年围绕重点直播间、知名品牌和节日主题进行流量投入,今年更强调“赛制”。除了重点扶持头部作者和自播商家,抖音还推出了“巅峰任务赛”和“全民任务赛”。一旦商家和达人按要求完成了平台任务,例如直播挂购物车、直播支付GMV增量等,就能获得小店随心推优惠券等流量补贴。

值得一提的是,抖音三大直播玩法的报名时间将持续至6月18日,据其工作人员介绍,满足条件的商家可以随时报名参与大促。与去年较为不同的是,今年抖音对参与“6·18”的商家设定了一定门槛。比如入选大促的“二手商品”的差评率需要低于0.17%,而食品饮料、美妆等的品退率不能超过5%。

显而易见,天下没有免费的流量“午餐”。商家和达人需要尽可能迎合平台规则,从而吸引后台算法的注意,来进一步强化直播间的

今年“6·18”,电商平台将直播战线拉得很长。北京商报记者了解到,目前抖音、淘宝均以不同的流量奖励模式来吸引商家、达人参与大促直播。尽管平台卖力张罗,以各类优惠券、流量券吸引人气,但商家们更是“人间清醒”,面对消费力减弱、履约交付的不确定性,投入产出比成为商家入局“6·18”的重要考量因素。

的流量投放价值。

商家流动大 平台优势渐弱

然而,面对平台释放的大量流量政策,商家们反而心如止水。“今年电商整体流量都在下滑。”在走访时,多位商家向北京商报记者表达了这一观点。

在“6·18”平台开启招商前,抖音商家王杰(化名)决定离开直播行业。去年开始做抖店卖服饰,到组建直播团队,他越发觉得生意难做:抖音可以买直播流量,平台也希望能让自己的流量实现收益最大化。但问题是当流量进来后,商家需要将成交率做起来,否则

花了钱最后效果也很惨淡。”王杰说道;而且抖音直播间压价也很厉害,如果同行卖同样的产品,但供应链资源和价格都有优势,对小商家就会挤压严重。”

曾经的短视频电商红利空间,正随着大量商家入驻变得越发狭窄。面对两大平台为“6·18”招揽吆喝,商家们更多是保持一种冷静和平常心;和参与“双11”一样,正常投入吧。”一位淘宝生鲜商家向北京商报记者称,因为淘宝店铺流量近几年下降明显,今年公司将重点做抖音和社群运营来寻找机会。

“淘宝直播主要还是有利于头部主播,例如李佳琦,以及一些知名品牌,因为用户进入淘宝后以搜索购买为主,目的性很强,虽然中

小商家也可以购买流量,但转化率还是受限,因此他们会尽量在上午或者深夜开播,与品牌和大主播错开时间。”一位直播电商从业者表示;而抖音达人和短视频的流量转化也有下滑的趋势,一条达人短视频带来的成交有时甚至不如店铺的自然流量。”

为了拉动用户端的消费欲望,据介绍,淘宝首次上线“淘宝直播间专享权益”,直播间专享券可叠加平台跨店满减,5月26日晚间还将举行“超级预售直播盛典”。而抖音电商相关负责人则向北京商报记者表示,抖音电商将依托平台红包、商城秒杀、满减等形式吸引用户参与,在活动期内存入购物红包账户可累计,还可叠加优惠券使用。

存量战加剧,投放需更谨慎

无论如何,今年“6·18”对直播行业带来的挑战是多维度的。

北京商报记者了解到,因疫情影响,部分地区如上海的一些直播公司在运营上也面临较大难点,主播与工作人员因物理隔离,部分工作交接只能在线上,加上快递物流在全国多地出现时效延误和停发情况,一定程度上对直播间的选品数量、流量和订单的稳定性造成影响。

电商分析师鲁振旺认为,受疫情影响人们的消费动力不足,物流也存在一定阻碍,电商之间对存量的争夺也会更加厉害。

一位新锐品牌商家向北京商报记者坦言,如今成熟品牌几乎都在淘宝和抖音上投入了团队;对于大多数品牌而言,早期投入比重都以抖音为主,而知名品牌更多还是在淘宝,公司成长阶段不同,对平台的投入也会发生变化。”他认为,因为物流影响,今年大促公司会在两个平台进行审慎投放,不会过度准备。

据了解,在物流时效考核等方面,当前抖音和淘宝均对商家进行了一定的放宽。例如抖音将揽收时效调整至48小时,延迟发货时效至72小时。而淘宝则是对受疫情影响商家剔除物流揽收及时率等考核指标要求。

“目前来看,直播电商仍然是品牌商家愿意投入的电商模式,但消费疲软也不容忽视,对今年“6·18”估计会产生消极的影响。”零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅认为。

北京商报记者 何倩

北京超市保供:24小时站岗 日拣万单 机器人补货

就算是和衣而睡,也要把物资送到居民手里。有老人用不了智能手机下单,那就拉着买菜车现场卖。凌晨,华冠总部物流园区内灯火通明,400名闭环员工分拣着当天的1万个订单。“我们要保障房山区17个乡镇(街道办事处)约25万户的生活物资”。只要是能将商品送到小区口送到楼上,物流大仓能直接变成前置仓,超市店长能直接变为志愿者……北京的超市不遗余力地保障着民生商品的供应。

400人闭环作业,物流大仓直接变成前置仓

“5月9日晚上,我们虚拟仓的线上订单已经突破了1万单,相比之前翻了10倍。”华冠超市相关负责人王女士对前几天的激增情况记忆犹新。

华冠作为房山区应急保障物资储备单位,承担着房山区各种物资的储备工作。自4月23日到现在的20多天,华冠把物流大仓临时变为前置仓,组织了400名员工进入闭环,实施全流程、全封闭作业。

“单纯依赖某一家门店配送,即便门店储备量再大,商品库存还是有限的,门店库存不足的风险难以彻底规避。”王女士称;把物流仓库变为前置仓后,能非常直接地对订单进行分拣和配送。”

为了更快,华冠总部在物流大仓外设置包裹合流区,进入闭环的400名员工“7×24小时”作业,将封控区居民的零散订单按不同区域进行装车,再由保供车队将物资从前置仓送往各个封控小区的临时提货点。

同样是为了更快,华冠不断优化分拣流程。据介绍,华冠从物流大仓里的上千种单品中挑出了50-80种民生急需的商品,将它们按照区域转移到前置仓里,分拣的工作人员就只需要在上述范围快速分拣。

电子围栏圈定配送范围, AI补货确保货架满陈率稳在95%

特殊时期,送达且安全送达是企业的重要任务。从4月23日起,华冠的京心App小程序通过电子围栏功能将封控、管控区精确区隔,所在区域内的消费者可以通过定位自动匹配对应的虚拟门店和实体门店下单。

可以看到的是,随着商超数字化转型逐步深入,越来越多的数字化技术成为了防疫保供的重要手段:前端快速搭建线上销售平台、建立社区团购社群,后台智能监测门店商品销售和库存数据,灵

活应对全渠道的单量变化,实现触发补货、增量提醒等。

对此,物美超市双井店店长宋飞深有体会。4月23日,门店客流明显增多,当晚8-10点门店果蔬生鲜、米面粮油等民生物资库存告急。不过,在4月24日凌晨1点,门店就收到了首批补货。

宋飞解释称:“当时订单多到来不及思考,我并没有下达过补货的指令。是后台AI智能补货系统自动触发下达了补货指令。”该系统监测到蛋奶生鲜、米面粮油、速冻速食等生活必需品销量猛增,且低于门店满陈量要求及库存基数,就会跳过人工指令自动补货。

据他介绍,总部通过后仓监测,重点品类、重点商品、重点区域全都实时可见,全市范围优先保供朝阳,2.6万个品类优先保供民生物资,重点TOP品类数据定点推送,并根据线上订单情况提前预判调整拣货、打包、合流区域面积,以防单量过大施展不开影响拣配效率。

从始至终,物美超市双井店的货架满陈率始终保持在95%以上。

我在管控区

他们和衣而睡以店为家,从清晨到日暮

“抱歉,我刚送完几个订单。”5月15日晚上7点半,当北京商报记者拨通李海霞的电话时,对面传来了一个沙哑的声音。李海霞现在是北太平庄街道明光村小区的一名志愿者,电话拨通之前,她刚刚完成当天发放物资的工作。

作为明光村小区东门保障组的组长,李海霞每天最重要的工作就是和她的组员把小区居民订购的生活物资发放到小区门口。物资到小区门口之后,李海霞要按楼栋将物资分拣好,再送到指定地点,然后再开始点对点地通知每一户居民下来取走。

“有些生鲜商品或者冷藏的商品不及时取就容易坏,如果丢了商家还得再配送。”为此,李海霞和同事坚持点对点配送。

由于是封控小区,居民订购的物资只能配送到小区门口,剩下最后100米的工作就由李海霞和这些小区志愿者来完成。早上7点半到晚上7点半,李海霞也记不清楚一天打了多少通电话了。

现在的李海霞是一位社区志愿者,与其他志愿者共同保障着明光村小区居民的吃喝。而



他们在管控区

他们和衣而睡以店为家,从清晨到日暮

在封闭前,她是超市发甘家口店的店长,带着30多名店员一起在保障甘家口附近封控小区的物资供应。

4月30日,甘家口街道部分区域实行临时管控,超市发甘家口店也在其中。为了保障生活必需品的供应,李海霞和工作人员选择坚守在门店里。由于事发突然,门店没有住的地方,公司送来了行军床和被褥。李海霞和女员工睡到卖场的最里面,男员工就睡在过道或者是超市入口处。一直到5月10日,所有的人吃住都在店里。

“当时最重要的工作就是保障附近居民的蔬菜供应。为了解决一部分不会用手机的老年居民需求,就拉着买菜车现场去售卖。”李海霞回忆道。

封控在店里的那段时间,李海霞和员工们每天都要6点起床,7点开始工作,将送来的菜分装、封包装、配送,忙到晚上9-10点。那会儿平均每天都有几百单,最多一天700多单,是平时的10多倍。以前有外卖小哥配送,封控了都改成我们自己送。”李海霞说。

北京商报记者 赵述评 赵驰

岳各庄市场配送相关接触人员 按高风险管理

“丰台区岳各庄批发市场是当前疫情处置的重中之重。”5月18日,在北京市新冠疫情防控第338场新闻发布会上,丰台区副区长孔钢城强调,围绕岳各庄市场聚集性疫情加强排查管控,前期已对相关配送人员按照高风险人员进行管理。特别提醒,请接收岳各庄市场定点配送的企事业单位加强内部排查,对近期与岳各庄市场配送人员有接触的工作人员,均按高风险人员管理,严格落实居家隔离,请此类人员及时向所在单位和社区主动报备,最大限度降低病毒传播风险。

据市疾病预防控制中心副主任刘晓峰介绍,5月17日15时至18日15时,新增本土新冠肺炎病毒感染者49例,其中,丰台区新增确诊病例23例,无症状感染者4例。刘晓峰介绍,近期北京市发生的聚集性疫情中,丰台区岳各庄市场相关聚集性疫情累计报告感染者78例,其中工作人员43例、关联人员35例。

提及北京接连出现的几起聚集性疫情,北京市政府新闻发言人徐和建认为,首都防控形势依然严峻复杂,不容丝毫懈怠和松懈。要坚定信心、严防死守,从快从实落实各项防控措施,坚定不移推进社会面动态清零行动,坚决打赢这场疫情防控歼灭战。”徐和建说道。

对此,孔钢城表示,丰台区围绕岳各庄市场聚集性疫情加强排查管控,集中力量开展到访、送货、采购等人员信息摸排,缜密分析溯源轨迹碰撞交集情况,全力做到底数清、情况明。

“对丰台区相关人员全部落实精准管控,对外区外省市人员已将信息第一时间横转属地,确保不漏一人。”孔钢城说。

徐和建强调,对于丰台区需

提级管控,全区非必要不出区,实行居家办公;要迅速开展流调溯源,深挖细排风险点和风险人员,全面摸清市场商户和从业人员,以及到访、送货、采购等人员底数,并第一时间落位管控。”

“力量要配足、工作要做细,防止疫情外溢。”徐和建说道。

对此,丰台区多措并举,严格落实各项防控措施。在人员安排方面,丰台区调配党员干部、教师、志愿者2000余人下沉到采取临时管控措施的区域,组建物资保障、快递配送、就医购药等多个工作小组,分楼、分时段开展上门配送。在就医购药方面,持续畅通就医通道,开通24小时问诊热线,确保危急重症患者第一时间闭环转运至定点医院。此外,指定全区17个社会心理服务中心与街镇包片对接,开通线上、线下心理咨询服务,悉心守护居民身心健康。

孔钢城表示,丰台区还注重市场防疫,对市场出入口严格落实落实施测扫码、核酸查验、佩戴口罩等措施,市场内公共场所、封闭空间每日3轮环境消杀,所有商户及工作人员开展“核酸+抗原”滚动筛查。

值得注意的是,疫情之下,丰台区管控区域内居民基本生活得以保障。丰台区组织区域内重点商超、蔬菜直营直供企业、线上平台加大生活必需品备货量,协调相关企业以成本价提供蔬菜包、水果包供居民选购,确保日常生活物资供应。

此外,丰台区充分利用外卖配送“白名单”机制,积极为重要保供企业人员解决“弹窗”问题,保障末端配送运力。目前,丰台区物资供应充足、价格平稳,运力基本畅通。

北京商报记者 陶凤 实习记者 冉黎黎