

羊城晚报讯 记者郑诚、通讯员李健斌报道:11月11日,佛山禅城公安正式启动全市首个区级公安“智慧办证大厅”,该大厅集智能导服、智慧受理、自助免费照相、自助签注和24小时自助服务等多功能于一体,成功实现了80%以上的出入境常规业务的“一站式”自助办理。

据介绍,新启用的禅城“智慧办证大厅”分别位于魁奇路行政服务中心3楼主厅及绿岛湖行政服务中心2个地点,共配备了智能导服机4台、自助拍照机4台、自助查询机2台、智慧受理亭8台、卡本混发自助发证机1台。

同时,还统一设置了清晰明确的标识和办证指引人员。

记者在行政服务中心主厅的“智慧办证大厅”看到,这里被分为了智能导服区、自助免费照相区、自助填表区、自助查询区、智慧受理区和自助缴费区6大功能区,其覆盖范围包括预约、受理、缴费等80%以上的出入境常规业务,构建了“智能导服、智慧受理、自助拍照、自助签注、智能审批”五位一体的智慧办证新模式,把原来需要多个环节才能完成的申请化作自助办证“流水线”,在一台或多台设备上一站式办结。

11日上午10时30分许,市民黎先生有幸成为“智慧办证大厅”的首位“客人”。在民警的引导下,黎先生先来到智能导服区,在机器上“滴”了一下身份证,便被指引到智慧受理亭办理。与传统人工受理不同,黎先生在此依次完成身份核验、自助拍照、自助填表、自助申请、面见核查、手写签名、指纹采集、自助缴费等全部办证流程,整个过程5分钟不到,效能最高可提升5倍,同时增加了对办证人员识别的精准度,实现引导智能化、办证快速化、流程简化的“一站式”办证流程,达到了“便民利民”的双赢目标。

“双十一”佛山再开启“卖卖卖”模式

多家佛企销售破亿 最快只用25秒!



文/图 羊城晚报记者 张闻 周哲 欧阳志强

一年一度的“双十一”都是“剁手党”的狂欢节。2019年11月11日,适逢“双十一”来到第十个年头。全国各地再掀起“购物狂欢”,而作为制造业城市的佛山更是“卖卖卖”。记者了解到,今年双十一多家“网红企业”业绩再超去年,企业在天猫平台上销售额破亿最快只用了25秒。

战绩: 破亿已成“网红企业”常态

作为一年一度的“购物狂欢节”,“双十一”在广东越来越火。天猫数据显示,今年天猫双十一全球狂欢节销售额突破百亿仅用时96秒,在1分36秒销售额突破100亿元。不过,当不少人在“买买买”时,佛山却更多是在“卖卖卖”。

作为国内有名的制造业重镇,“双十一”带出了一批佛山的“网红企业”,其中既有美的、佛山照明等传统民企“老树发新芽”,也有林氏木业、小冰火人、小熊电器等白手起家的

创业者“弯道超车”——破亿对于佛山“网红企业”而言,早已不是新闻,比的是能否超越自己。

记者梳理已披露数据的各“网红企业”资料发现,今年“双十一”,来自天猫平台的销售额最快破亿的企业是林氏木业,“双十一”促销开始后仅25秒销售额即破亿元,随后,销售额在4分钟时破2亿元,31分钟后破3亿元,1小时17分突破5亿元。在进入双十一的第一个小时,林氏木业蝉联软体和住宅家具品牌两大类销量冠军。此外,另一个家具类“网红企业”维意定制也在11月11日上午9点46分天猫平台销售额突破8000万元,逼近2018年总销售额1.1亿元。截至11日9时6分,大自然地板官方旗舰店销售额破亿。

此外,佛山家电企业也是重要的销售大户。截至11日9时,美的在天猫的官方旗舰店成交金额超10亿。其中,美的品牌在苏宁双十一销售中,1分钟破亿。截至零时25分,美的成为最受海外消费者欢迎的出口品牌之一。小冰火人11日凌晨1:00销售额也突破1亿。

在陶瓷卫浴行业,箭牌、欧神诺等品牌也加入了“双十一”大战。据箭牌电商部相关负责人表示,“双十一”当天0点29分箭牌天猫平台销售额突破1个亿,11日上午8点突破2个亿。“如果算上在京东、苏宁等平台的销售额,箭牌突破亿元销售额应该只用了10分钟。”欧神诺陶瓷双十一的第一个小时也售出100万销售额。

而照明行业、服装鞋帽行业以及调料品行业也不遑多让。佛山照明“双十一”大促后开抢2小时销量比去年增长43%;截至凌晨1时25分,服装品牌骆驼CAMEL销售额突破2亿元;海天酱油套装11日凌晨0时45分销售额破100万元。

物流: 预计今年将比去年增加50%

“双十一”大促,物流的承载能力建设也引起社会关注。11月11日,顺丰物流接受羊城派记者采访时透露,今年“双十一”,顺丰预计快递增幅将达50%以上。

根据顺丰企业数据端显示,截至11日上午,该公司“双十一”收件数量前五名的商品类型为服装鞋帽、3C电子、食品、个护化妆和家居用品。同时通过2017、2018、2019年连续三年商品类型占比来看:服装鞋帽、3C电子、钟表珠宝品类占比下滑,食品、家居用品、家用电器商品类型的占比呈现上升趋势。此外,今年佛山的卖出商品中,有1.3%左右比例是销往其他国家;家电、纺织等都是出口大户;热门国家有新加坡、马来西亚、日本、韩国、美国。顺丰方面预计,今年“双十一”佛山市快件增幅约为50%以上。

此外,为保障快递安全、快速到达。顺丰在智能物流等方面运用科技手段提高运输效率,在仓库环节,顺丰提前2个月对东莞石排集运中心进行库位优化,并提前布置缓冲区以便应对溢出量;在深圳观澜集运中心的基础上,顺丰投入深圳汉沙仓储场地,联合处理高峰订单,保障发货效率稳定。而在发运环节,顺丰目的地派送能力较2018年已提升30%,香港投入

一个临时处理场地疏散中转压力,运力峰值单日投入50车次。“实际上,早在中秋节后,顺丰即投入‘双十一’的备战中,也根据企业的一些预售数据,提前将一些商品运送至目的地,在双十一再通过‘同城速递’的方式运到客户手中,所以,客户‘双十一’下单,最快第二天就可能拿到包裹了。”

在客户隐私保护方面,顺丰推出“脱敏呼叫”和“隐私号呼叫”举措,首次应用至高峰服务。



“双十一”启动,一名快递员准备装箱 顺丰速递方供图



新闻深一度

本版制图/潘刚

佛山市市场监管局发出消费警示 留好交易凭证 及时有效维权

羊城晚报讯 记者景瑾瑾、通讯员苏静佳报道:佛山市市场监管局日前发出消费警示,提醒消费者要量力而行,理性消费;判断真假,选择正规电商平台;留好交易凭证,及时有效维权等。据统计,1至10月全市市场监管部门共查处网络违法案件581件、案值417.16万元。

据佛山市市场监管局方面介绍,上半年佛山市电子商务交易总额约为6088.29亿元,其中网络零售交易额约为1568.99亿元,保持了强劲的发展势头。今年以来,佛山市市场监管局严厉查处网络虚假违法广告、刷单炒信、商标侵权、假冒伪劣等侵害群众利益的违法行为。1至10月全市市场监管部门共查处网络违法案件581件、案值417.16万元,努力营造公平竞争的网络市场环境。同时,佛山市市场监管局还积极引导行业企业自律,加强事前规范指导,发挥行业自律和社会共治作用。

佛山市市场监管局发出消费警示,提醒广大消费者量力而行,理性消费;擦亮双眼看清优惠期限、条件、方式、数量等细则;面对低价宣传,消费应保持清醒的头脑,建议多熟悉商家的销售套路,警惕虚假原阶陷阱;判断真假,选择正规电商平台;量入为出适度消费,谨防不良贷款;使用安全支付方式,谨防信息泄露;留好交易凭证,及时有效维权。

消费者如果产生网络交易消费纠纷,在与卖家、交易平台协商不能解决的情况下,可以直接拨打网店经营者所在地的12315投诉电话或者使用12315(全国12315互联网平台)的微信公众号、小程序进行投诉。



▲“双十一”林氏木业客服人员连夜奋战(图片由林氏木业企业提供)

佛企: 研发个性化产品 不再一味以低价诱人

羊城晚报讯 记者周哲报道:今年“双十一”活动,佛山电器照明股份有限公司(下称佛山照明)在开抢的前两个小时销量同比增长43%。为了这一一年一度的销售盛会,佛山照明从今年9月开始筹备本次“双十一”活动,从产品盘货到参加天猫双十一商家大会,了解本次双十一的玩法、会场、时间节点等,开始对产品制作订单计划及推广计划。

买家: 算法太复杂 活动力度不如以往

羊城晚报讯 记者周哲报道:每年“双十一”既是商家们的大战,也是买家们的盛宴。记者发现,早在双十一开抢前一个多月,各种产品广告就已经充斥在各个社交圈子里,网上也已经出现了很多买家讨论商品买卖的话题。“双十一”当天,众多“剁手族”更是挑灯夜战。

为了迎接今年的双十一,梁女士早早开始准备。“我很早就开始省钱,储备‘弹药’”,梁女士告诉记者,她的购物车里主要都是一些家庭用品“纸巾、垃圾袋、拖鞋、空气净化器”等家庭用品,还有为家里人购买衣服、鞋子”。最后结算下来,梁女士发现她在今年“双十一”共花了两千多元。梁女士告诉记者,总的来说,还是比平时省了一些钱,而且购买的是生活必需品。

客服人员: 早早在单位安置了折叠床

羊城晚报讯 记者张闻报道:提到“双十一”,不得不提2007年就参加“双十一”购物狂欢节的林氏木业。据林氏木业相关负责人透露,根据往年经验,“双十一”当天销售额能占到全年销售额约20%。11月10日晚上10点,来到林氏木业总部的记者发现,林氏木业全渠道运营中心和客服部早已做好整晚备战状态。在林氏木业总部大楼,200余名客服人员聚精会神盯在电脑前,“滴滴滴”的提醒声和“啪啪啪”的键盘声四处响起。一些客服人员还戴上了靠枕,让脖子舒服些。后勤人员则不断将比萨、王老吉、红牛等食物送到客服人员的桌上,以便迅速恢复体力。在办公室多面墙壁上,“不放弃每一次机会,不停止每一天的努力”“战,要拼尽全力;胜,要遥遥领先”等励志标语随处可见,而客服部门的领导则不时给大家鼓劲。

“我们提前进行产品储备,同时积极开发自主研发的新型产品。”佛山电器照明股份有限公司电商运营总监陈文基表示,他们为了筹备此次“双十一”活动,进行了光源、灯具、配套设施等等全链条产品的整理。

针对线上市场年轻人较多的特点,推出了众多个性化、智能化的新型产品。“消费者参加双十一已经不仅仅是追求价格便

宜,也会寻觅独特的、个性化的产品。”陈文基告诉记者,像佛山照明与天猫精灵联合开发的智能新品:AI智能语音床头灯及纤薄LED吸顶灯系列·蝉翼,在没有宣传推广的情况下已经爆红了。该产品尚未正式上线,就已经接到了两千多个预售订单。

“甚至有很多外国买家趁着这次活动来我们这里下单的。”陈文基告诉记者。

为一般来说,这些商品的折扣力度会比较大。”周小姐告诉记者,她早早地就开始在网上浏览一些“双十一”购物攻略,分析今年哪些东西值得出手。不过,周小姐表示今年花钱没有往年多。“一个是淘宝的很多活动力度大小,整体折扣力度也不如往年,还有就是今年一些积分、抢红包的玩法太过复杂。”周小姐表示,虽然自己今年的购物并没有去年那么多,但还是在凌晨守在电脑前抢购。

值得一提的是,区家劲发现,今年很多商家不约而同加入到视频直播的行列中,“企业对于社交电商、网红直播这种新的流量增长渠道非常关注。今年很多企业加入直播,多渠道带货和种草成为了大家的选择。”区家劲表示,视频直播相比传统宣传方式打通了更多渠道,同时多了吸粉的方式。“像林氏、飞鱼做得挺好,黛富妮家纺今年也有进行这方面的尝试。”区家劲表示。

声音

“双十一”开始没多久的时候,优惠力度最大也是那个时候。每到“双十一”,流量的争夺也成为商家们的焦点,有商家告诉记者,现在企业在传统电商平台的运营成本、获客成本及流量成本都非常高,“早期阿里平台的一条流量仅5到8角,而今年‘双十一’从0时开始,流量将达到十几元一条。”

值得一提的是,区家劲发现,今年很多商家不约而同加入到视频直播的行列中,“企业对于社交电商、网红直播这种新的流量增长渠道非常关注。今年很多企业加入直播,多渠道带货和种草成为了大家的选择。”区家劲表示,视频直播相比传统宣传方式打通了更多渠道,同时多了吸粉的方式。“像林氏、飞鱼做得挺好,黛富妮家纺今年也有进行这方面的尝试。”区家劲表示。

“我们团队每人每月有大约300万的留守任务,11月要完成任务主要就看这两天。”“银康03”表示,从10日晚上6点半起,自己就进入了繁忙状态。“双十一”不仅在线上,线上线下的新零售也越来越成为“双十一”的增长点所在。据林氏木业新零售事业部总经理廖昌旭介绍,“双十一”当晚,许多实体店24小时开业。“就现有数据看,林氏木业实体店成交量略低于线上,相信未来会成为新的增长点。”

“双十一”不仅在线上,线上线下的新零售也越来越成为“双十一”的增长点所在。据林氏木业新零售事业部总经理廖昌旭介绍,“双十一”当晚,许多实体店24小时开业。“就现有数据看,林氏木业实体店成交量略低于线上,相信未来会成为新的增长点。”

“双十一”不仅在线上,线上线下的新零售也越来越成为“双十一”的增长点所在。据林氏木业新零售事业部总经理廖昌旭介绍,“双十一”当晚,许多实体店24小时开业。“就现有数据看,林氏木业实体店成交量略低于线上,相信未来会成为新的增长点。”

零售部门领导: 从10日晚开始就像打仗一样

11月11日凌晨4点,箭牌卫浴新零售部门总监丁捷敏依然兴奋得无法入睡。她形容自己的状态“从10日晚开始就像打仗一样”。

时间达到11日零时,箭牌“双十一”这场“战役”正式打起。箭牌准备的秒杀商品——4999元的智能马桶盖、2000元的智能马桶、200元的花洒15分钟内马上被一抢而空。丁捷敏马上让美工等部门迅速调整促销页面,推出新一批产品;在关注着新产品销售的同时,丁捷敏还要同时关注竞争对手的产品促销情况,“要对比流量,一旦流量出现下滑,就要马上改变策略”。

11日凌晨3时许,透过监控,丁捷敏发现部门客服人员长时间奋战后已稍有疲惫,她马上走出办公室,安抚客服情绪,不断给客服“打鸡血”,“那时候感觉每一秒都是钱,可以换算出每一秒产生的收益”。

据统计,经过一夜奋战,“双十一”当天0点29分箭牌天猫平台销售额突破1个亿,11日上午8点突破2个亿,其中,智能马桶更成为箭牌销售的“热门”。“从2014年至今,智能马桶的技术越来越成熟,正越来越受到国内消费者的欢迎。”



▲箭牌卫浴展厅内,一名主播现场带货