

“双11”剁手党花掉1207亿 不少淘宝店却在赔钱赚吆喝

没有例外。今年“双11”，天猫公布的总成交金额达到1207亿元。与去年相比增长32.37%，其中无线端成交额占82%。没有例外。今年“双11”，快递公司和快递小哥忙碌并快乐着。据国家邮政局监测数据，主要电商“双11”全天共产生快递物流订单3.5亿件，同比增长59%。如果每个物流订单对应一个包裹，1个包裹按5元快递费计算，这一天快递企业就能收获17.5亿元的收入。但也有例外，今年“双11”，这个淘宝村有些“村民”，却在赔钱赚吆喝。



“双11”，一位店家即将发出的包裹。

【根源】
产品同质化
竞争更激烈

有个道理，淘宝村的店主都知道：利润不断降低的原因是同行压价，同行压价的原因是产品同质化。

姜河也介绍道，激烈的竞争必然带来价格的下降。2014年之前，宠物行业的网店只有不到1万家，而到2016年，差不多已经有5万家左右。“平常的毛利率就已经很低了，再一搞大促销，就更没有利润可说了。”

相比之下，姜河在网店推广上花费的还算少的，前两年只花了1000元在推广上，今年在推广上花了5000元左右。姜河介绍，有的大网店，“双11”会在淘宝首页做广告，或者跟淘宝直播合作推荐单品，那个花费就大了。

实际上，已经有一些淘宝店主在转变思路，试图走出同质化的困局，比如有的请来专业人士为产品做设计。不过，独立设计的路并不好走。一位店主说，设计一款产品需要不小的成本，但是一旦在市场上受宠，山寨货马上就出来了，而且现在的山寨商品并不是完全模仿，而是把原产品拿过来稍做改动，这样即使是打官司也不一定能赢。

除了款式雷同，配套设施和资金的短缺也限制了这些淘宝店主的与时俱进。据介绍，一些淘宝村与网商配套的店铺装修、产品摄影、图片美工、营销文案、技能培训等专业服务机构还很少，有的淘宝店铺想上架一个新产品需要跑好几个地方才能完成，有的就自己将就着做一下放到网店，非常不利于店铺形象和产品推广。开网店的资金缺口也不小，尤其是一些想要在天猫开店的“村民”，资金缺口更大，迫切需要政府和金融机构的支持。

■来源于每日经济新闻
微信号 nbdnews

【淘宝第一村】
马云就是财神
流量就是一切

被称为“中国淘宝第一村”的广州番禺南村镇里仁洞村位于番禺大道上，是2015年阿里研究院公布全国活跃网店数最多的十大淘宝村之一，从业人员达3万多人。

里仁洞成为淘宝村始于2007年，由于毗邻番禺大道，交通方便，所在的南村镇制衣厂密布，来自广东潮汕、福建莆田的一批服装老板在此创业成功，逐渐吸引越来越多人来开淘宝店。

据报道，亏本挣流量，是很多网商对“双11”的理解。阿里曾公布“双11”期间淘宝活跃用户过亿，高峰期每秒点击超12万次，如果将这些巨额流量引入自己的网店，转化为销售，是每家网店决战“双11”的目的。

由于各大平台都定下“销售量越大搜索排名越前”的规则，滋生了刷单的生意，这已是行业内公开的秘密。随着近年内阿里加大对刷单的查处力度，单靠技术手段刷单已很难。

淘宝村里有物流公司公然打广告“代发空包”，每个包价格低至几元，为将流量做上去，网店老板们可以说不惜任何代价。因为有了流量，就有了一切。

11月10日晚，一年一度的“拜马云”大会，在广州番禺岭南电商产业园举行。“马云已成为我们心中公认的财神，发家致富就靠他了。”电商人李长蓝表示，今年很多商家的生意都不太理想，去库存压力很大，就指望“双11”提振一下士气，这天可以说是天猫人的春节了。

“双11”不过是通过这个节日，商家挣流量挣粉丝，实际赚不了什么大钱。”做男装的申启东说，前些年做过淘宝上“聚划算”促销，结果发现销量是大了，做完活动后圈的粉丝不多，推广效果并没有达到。再加上平台收取点数、客服、仓储、物流以及退换货的成本，剩下利润并不多。

【淘宝小店主】
“双11”亏的钱，一个月就能赚回来

调查中，淘宝村反映的是一个群体，其中不少商家已经初具规模；对于那些小卖家，他们的生存状态又是如何的？

这是一位名叫姜河（化名）的淘宝店主的故事。2009年，姜河刚在淘宝上开网店时，只为辅助实体店去库存，花心思不多。那也是“双11”购物狂欢开始的第一年，只针对天猫店，姜河的淘宝C店（个人店铺）没有资格参加。到了2013年，“双11”参加店铺扩展到淘宝C店，姜河才头一次参与进来，部分商品打九折。

这第一次参加，姜河就尝到了甜头。他的网店主营宠物用的碗和窝，2013年“双11”这天卖出约200单，销售额接近2万元。2014年“双11”的战绩跟2013年差不多，虽然订单规模不是很大，但真的能赚到钱。

到了2015年“双11”，姜河的淘宝店迎来订单量的暴涨：当天发了六七百个包裹，日销售额达到了七八万。不过，订单量史无前例暴增的一个原因是姜河加大了优惠力度，利润率反倒比平常下降了10%左右。

今年，姜河已有两家店，淘宝C店和天猫店。两家店早在10月中旬就开始“双11”宣传。同时，姜河的公司准备了几十万元的库存，打包人员从平时的4个人增加到8个人，可谓严阵以待。姜河的目标是订单突破1000个，销售额达到15万至20万。“说实话，今年为了冲销量，我们真的是平价出售，订单再多也几乎无利可图。”姜河说。

“不过，‘双11’促销，就算亏钱也要搞。‘双11’最重要的任务是冲销量，就算是赔钱，也要把销量做上去。”在姜河看来，“双11”这一天亏的钱，在后面一个月里都能赚回来。



关注三湘都市报
微信看
E报。

