

“双11”，合肥电商也疯狂 有商家半天卖了平时十几天的货 有客服只睡3小时说近万句“亲”

“亲，我们今天的价格是超低了哦！”“亲，这款还有别的颜色，您可以再看看哦！”“亲，现在下单今天就可以发货了呢！”宋家敏是合肥起凡良品网络科技有限公司的一名客服，从11月10日早上8点到11月11日下午5点，她只睡了3小时，接待了几百个售前咨询，说了近万句“亲”。

沿着合肥市包公大道一直走，很快就能到达瑶海区都市科技工业园，安徽聚势电子商务产业园就在这里。表面上看，园区安静得一如平日，但事实上，在这个产业园的每个角落，在你电脑打开的天猫页面背后，包括起凡良品在内的24家参与“双11”的电商，以及多家快递企业，正在展开一年一度最“玩命”的“厮杀”。

■ 解琛 束靖 堂所 许波 记者 李皖婷 文/图

A 关于价格，他们说： 相当于平时价格打9折

“双11”每年被用户吐槽最多的两点，就是“物流”和“价格”。虽然5折依然是天猫“双11”促销最大噱头，但身经百战的用户已经能够辨别出价格水分。

“双11”商品是平时价格打5折？还是提价之后再打折？星报记者试图从本土电商那里找到答案。

禾田农是安徽聚势电子商务产业园内一家出售新疆和田地区农产品的电商，大枣、葡萄干、核桃等干果类产品是他们的主营产品。面对“抬高价格再打折”的诟病，负责人谈杰显得有些委屈。

“其实‘双11’说白了就是打价格战，薄利多销嘛。”谈杰以店内出售的大枣为例，“平时卖28元一袋，现在卖23元，其实还是便宜的，不像有些人说的‘反而比平时贵’。也许前几年可能会出现先提价再打折的行为，但是趋于消费者越来越理性，平台方和商家也不会这样去做了。”

在起凡良品，当星报记者问起“掌柜”魏洋“双11”商品价格是否确实是“打5折”，魏洋哈哈一笑：“5折要看你怎么说。就拿我们卖的杯子来说，基本就是在平时售价的基础上打9折，而平时售价是原价的6折，现在折上再9折，也就相当于原价打5折了。”

天猫的选品规定也印证了魏洋的说法。根据天猫的选品规定，9月25日到11月10日这一阶段历史最低价的九折，才能参加到天猫的“双11”选品里面，否则没有资格进入。拿一个单品来举例，若在这一个阶段卖的最便宜的价格是89元，89元打九折后是80.1元，也就是说该项单品的价格至少达到80.1元才有资格进入天猫“双11”选品的系统，参加“双11”当天的促销。通过这种选品，天猫来保障消费者在这一个时段内买到的产品价格是最底的。

B 关于销售，他们说： “半天卖了平时十几天的货”

尽管网站无法加载、抢不到便宜产品，或购物车里商品瞬间失效、余额宝余额与实际不符、支付的订单不见了、到货慢等等“吐槽”依旧存在，但市场不会说谎，除了电商们赚得盆满钵溢，“双11”也让消费者在竞争开放的市场中，收获实实在在的优惠。

起凡良品主要经营富光、希诺、乐扣乐扣、特百惠等品牌及自有品牌“起凡”的杯子，涉及4大主流平台：淘宝、天猫商城、京东商城、一号店。虽然今年旗下只有一家天猫店铺参与了“双11”，但不俗的“战绩”还是让魏洋喜上眉梢。

“平时一天的销售额约在17.18万元，今天已经卖了100多万元，而且这个数字还在不断增长。”这是起凡良品参与的第二个“双11”，去年的销售额远不如今年。为了应对“双11”和之后的年底购物潮，魏洋已经提前“囤”了700万个杯子。

此前一直从事线下销售的禾田农，今年算是他们正儿八经参与“双11”的第一年。从11日0点到中午12点，禾田农的销售额为50万元，而在平时，他们一天的销售额多在3至4万元，前后相差十几倍。

在安徽聚势电子商务产业园，共有24家电商参与了今年“双11”。从服装到玩具，从化妆品到宠物食品，几乎每家电商都在这一天交出了不俗的成绩单。从11日0点到下午5点，24家电商共接单8万多个，销售总额超2000万元；而在平时，产业园每天全部的接单量也不足1000个。



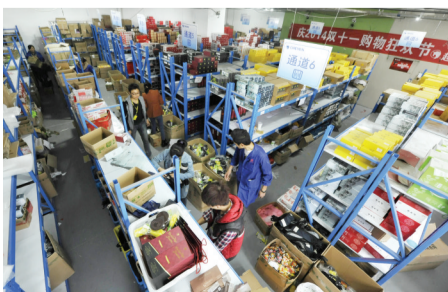
工作人员用自制“天梯”将快递从三楼滑到一楼



打包好的快递准备上车



工作人员在清点快递



工作人员正在仓库备货

C 关于加班，他们说： “平均每人睡2、3个小时”

阿里旺旺的提示音、手指敲击键盘的声音、工作人员来回的脚步声……起凡良品的大厅里一片忙碌。“双十一来啦，勒紧裤带加班啦”的横幅抬头可见，“11·11购物狂欢节”的牌子也摆放在你能看见的任何角落，大厅中央甚至有一幅以马云为原型的“马祖师圣像”，被方便面、水果、火腿肠等零食“贡”了起来。工作人员说，这都是专门为“双11”准备的。

从10日早上8点到11日下午5点，33个小时里宋家敏只睡了3个小时。其余时间里，她一刻不停地在应付蜂拥而至的售前咨询，说了近万句“亲”。不过这个数字反而比去年“双11”要少，她认为这是购物页面越来越人性化导致的，“顾客不用咨询也能自助购物，说明电商在应对‘双11’的过程中，自身也在不断提高。”

李娟是魏洋的妻子，同时也负责起凡良品的财务工作。凌晨3点多下班后，她和丈夫没有回家，只是在附近的酒店凑合睡了几个小时，一大早又赶来公司“打仗”。“还有很多客服和运营，晚上就在公司过的夜，趴在桌子上眯了一会儿。”

这种情况简直是参加“双11”的24家电商的“标配”。这些电商的客服多半在3点左右下班，早上8点就又要上班，甚至有客服通宵值班，只为在“双11”这天能第一时间回答“亲”们的问题。

不过电商们也出了不少犒劳员工的妙招。在起凡良品，“双11”当天接单最多的、包货最快的、以及接到第11单以及第111单、第1111单等的员工，都可以获得奖品。现场还设置了抽奖环节，并有法国大厨为员工制作点心，好让大家能时刻“满电”状态工作。

D 关于物流，他们： 自制“天梯”从三楼向下“滑”快递

和电商一样，安徽聚势电子商务产业园里的快递企业也从11日0点开始进入全面迎战状态，应对网购狂潮。

昨天下午，由于快递太多，顺丰不得不将快递分拣处移到了室外，分成若干隔层的铁架子上标明了每个快递要去的省份，不断被清空再填满。只有一个货运电梯远远不能满足不断增加的快递，顺丰的工作人员想出绝招，用厚帆布做成“天梯”，直接从三楼接到一楼，将三楼打包好的快递直接从“天梯”上滑下来。“即使这样，还是免不了手忙脚乱，快递实在太多了。”快递员小飞说。

“11日上午10点前在我们家下单的省内客户，应该在下午就能收到快递。”起凡良品的李娟说。

除了增加快递员，快递企业也在想出各种方法加快分拣速度。有的快递公司每隔一段时间就公布一次“分拣状元”，也有快递公司扩张了网点面积，甚至增开干线直发线路以减少中转环节，客户还可通过APP、微信、手机官网触屏版等多种自助工具快速下单、查询，了解快件状态。