

“双11”十年·热词

填满购物车的还有热词

“双11”催生流行语,见证十年变迁



今年是“双11”走过的第十年,而每年的“双11”,都能产生一些年度热词。十年间,从剁手、吃土、秒杀到爆仓、直播,同时,也经历了脱货潮、数学题。

延伸阅读

再一个十年 还有“双11”吗

2018年,“双11”走到第十个年头。无数创业者征战其中,有人黯然离场,有人称霸江湖。十年后的“双11”又将有全新的面貌。

过冬

2008年初夏,44岁的马云躲进重庆缙云山,用毛笔抄写了三天经书。

当时,一场来自美国华尔街的金融海啸席卷全球,众多金融机构一倒,多国消费者购买力持续下降,美、欧、亚洲股市崩盘,黄金、石油价格大跌。

2007年11月刚在香港上市的阿里巴巴股价一泻千里,从40多港元跌至4港元左右,几乎是最高价的十分之一。

从缙云山下来后不久,马云在紧要关头发出一封内部信,告诉全体员工,“我们准备过冬吧!”

准备过冬的还有刘强东。此时京东已经启动第二轮融资,但受全球金融危机影响,濒临破产。30多岁的刘强东额前愁出了一缕白发。

风起

好在冬天终会过去,危机往往蕴藏着变革。

2009年,中国网购用户规模突破1亿。2009年11月11日,还没有改名天猫的淘宝商城迎来第一届“双11”,5200万元的成交总额已经超出了预期。

刘强东也熬过了最艰难的日子。2009年初,京东获得共计2100万美元联合注资,起死回生。

很多电商幸运地站上风口,如雨后春笋般迅速崛起。

2010年7月,坚持自有服装品牌网上销售的凡客走上巅峰。创始人陈年接受采访时说,“我希望将来能把LV收购了。”

也是2010年,在电商领域深耕十年之久的李国庆终于带领当当在美国上市,股价几个月后上涨近一倍。

那段时间,麦考林、苏宁易购、一号店、唯品会、聚美优品也都有了不同程度的发展。

逐鹿

在电商这块肥沃的土壤上,对资源的争夺从来都没有停歇。

刘强东和马云在物流上的明争暗斗早就频频发生,而2010年开始的京东当价格战,2012年的京东苏宁价格战更是把这片蓝海搅得硝烟弥漫。

在数字阅读和信息互联网化的大潮中,当当掉队了。2016年当当从美国退市。陈年要收购LV的豪言壮语也成了一句空话。

刘强东和马云夯实了江湖地位,2014年,京东和阿里在美国双双上市。

美国东部时间2018年7月26日,纽约纳斯达克交易大厅传来拼多多上市的钟声。“80后”拼多多创始人黄峥用不到3年的时间,走完了马云、刘强东奋斗10年的路。

未来

2018年,“双11”走到第十个年头,广告铺天盖地,电商大佬们乐此不疲地谈论着即将刷新的数据。

但花样繁多的营销和漫天的广告让消费者陷入一种审美疲劳。另一个不容忽视的现实是电商增速的放缓。国家统计局2016年数据显示,网络购物交易规模同比增长仅1.8%。

线上红利见顶,电商巨头开始寻找新的思路,比如马云的“新零售”,比如刘强东的“第四次零售革命”,他们重新把目光转向线下。

回顾过去,每一个转折点,似乎都有一种自然选择的机制,把最符合商业规律的业态推至风口。

十年后的“双11”,也必将有全新的面貌,又或者,那时已经没有了“双11”。
据中新社

本报记者 张玉岩

见面问候“剁手没” 买完之后“吃土”

“今年‘双11’你剁手了没?”现在这句话成了每年“双11”的问候语。早在2015年,“剁手党”在《咬文嚼字》公布的年度“十大流行语”中排名第八,而2015年已是“双11”的第六个年头。

在这一年,流行起来的还有“吃土”这个词,网友们在购物过程中因花销超预算,以自嘲下个月“吃土”来形容对网购的疯狂程度。

根据百度指数的数据,“剁手党”从2013年开始,每年“双11”都会瞬间达到峰值,其中2015年“双11”期间达到2402,为最高峰,平时只有200左右。“吃土”的百度指数遵循同样的规律,2015年“双11”期间爆发到9991。

第一次出现“双11”购物节的概念在2009年,也仅是淘宝的狂欢,参加品牌只有27个,销售额5200万元。这一年的电商年度热词还与“双11”无关,最热当数“秒杀”,被收录到教育部和国家语委发布的2009年中国语言生活状况报告中,是出现频次最多的10个新词之一。

阿里CEO张勇曾说,2009年做“双11”是因为“没有办法,只想活下去。”在当时淘宝需要让消费者记住它,让品牌商家企业一起联动、推广,提高销售等。

而随着时间推移,“双11”已成为全民狂欢。2011

年,不止阿里旗下的淘宝和天猫,京东、国美、苏宁、一号店等电商平台纷纷加入。成为了当代中国的一个文化符号,让全世界所熟知。

“双11”的庞大数字之后是一堆“剁手党”和“吃土少年”。

“爆仓”促行业变革 快递用上“黑科技”

2011年,大促迈入高潮。当年“双11”销售额达到52亿元,随之而来的则是包裹量的集聚攀升。包裹洪流冲垮了靠电商起家的“四通一达”,让全国人民都知道了“爆仓”这个词。

当2012年的数据震惊世界的同时,那一年“快递爆仓”也成为新热词。

如果说阿里大屏上不断跳动的数字是一种视觉上的刺激,那么每年“双11”快递分拨中心包裹堆积如山的图片最具直观冲击力。跟不上节奏的快递公司突然间收到太多快件,来不及分拣,甚至没办法再收件,大量快件滞留在始发站或者中转站。货物积存,快递变慢递,消费者投诉量激增。

从“爆仓”到“智能分拣机器人”,每年都有一些快递行业的黑科技趁着“双11”在大家面前亮相一番。如今,人工智能加持的智能路由分拣系统和分拣机也开始在各个分拨中心上岗。由机器取代分拣员自动分派各个快递件该送往哪里。经历“爆仓”阵痛之后,快递行业也重塑自身,如今应对

“双11”已十分从容淡定。

“直播”成营销手段 “花呗、白条”忙推广

从百度指数来看,“淘宝直播”的数据也很有意思。2011年“双11”期间,“淘宝直播”的百度指数只有36,但是到了2016年5月份,“淘宝直播”的日常热度已经保持在1000到2000左右,2017年“双11”期间更是达到2800多。

在2016年,山东的宜合宜美家居科技有限公司邀请北京的一位“收纳红人”做了一场“双11”预热直播。“如何在两小时之内收纳1000件衣服”,两个小时直播吸引了几十万人在线观看。

那时山东本土的电商品牌要做直播还要请“外援”,没有专业的“网红主播”来带流量,而现在,山东较大的电商品牌都自己培养了一批“网红主播”,“直播”也已成为淘宝卖家营销的手段。

韩都衣舍的直播负责人介绍,从2015年开始,就已经开始试水天猫直播,但那时候的直播每天只有一两万人的流量。一直到2017年,直播流量出现爆发,流量最高的时候能达到20万人观看,即便是在低的时候也有10万的观看量。而在双11期间,10日和11日两天将是48小时直播不停播,通过巨大的流量来获取商机。

除了“淘宝直播”火了,“花呗”的搜索热度也与“双11”的热度相符合。“花呗”“京东白条”等金融产品相继出现以后,各大电商平台怎么会放

过“双11”这么好的推广机会,每年“双11”,都会有临时提额的活动。

打折靠做“数学题” 成“双11”烦恼

要说到2017年“双11”最热词,恐怕就是“数学题”了。“今年‘双11’,数学差的过不了。”这是许多网友的吐槽。

每年“双11”都有一些创新性的玩法,不过消费者还是喜欢简单粗暴的直接打折。

2017年的“双11”除了拼手速,更要拼“智商”。“定金膨胀”、“双11津贴”、各类优惠券满减的标准各异,不同商铺参与的优惠活动也不尽相同,而多种优惠活动的叠加使用条件则更为“烧脑”,繁冗的规则也让网友感叹“后悔没学好数学”。

“双11”出现之后,对于“双11”带来的问题吐槽也一直没有断过,“先提价后降价”“刷单”“长时间等待”,以及“大个子的游戏”,小商家贴钱也要赚流量等等,在“双11”前后都会成为热点。

另外,历年“双11”过后,都会有一波退货潮,这也成了商家的烦恼。

从百度搜索指数上可以明显地看到每年的“双11”期间,“退货”一词都有一个搜索高峰期。最高的一次是2015年11月15日到11月21日期间,搜索指数达到558。说到退货现象的飙升,与退货运费险的诞生有关,同时物流不给力、货不对板、冲动消费都是原因。