

“

新冠肺炎疫情

管控期间,商铺闭店、居民不出小区,全市居民生活必需物资配给都依靠电商企业配送。从经营上看,疫情管控期间是我市电商企业尤其是保供类电商企业的业务井喷期;随着疫情防控形势逐步向好,市民日常生活消费渐渐回归线下门店,电商企业如何避免业绩“跳崖”?围绕我市电商企业疫情之后如何发展,记者展开了采访。

■见习记者 吕鑫

## A 保供期间, 上千万人次选择电商服务

疫情管控期间,在全市农贸市场、各大商超、社区门店全面关停的情况下,电商行业成为全市物资保供的主力军。市商务局先后推介了两批 25 家电商保供企业,通过“线上+线下”和“团购+配送”的经营模式,对市民日常生活必需的果蔬生鲜、米面粮油、调料干货、母婴用品、生活日用品、餐饮半成品等品类商品,在城区开展“无接触式配送”服务,每日为全市 260 多个配送点及时配送商品,基本覆盖了城区 95% 的小区。这种状态一直持续到 3 月中下旬,随着疫情防控形势逐步向好,线下经营的企业逐渐复工复产。

据市商务局统计,截至 3 月 21 日,全市纳入统计的 25 家电商保供企业累计订单总量 1107504 笔,服务 1027 万人次。

小蜜蜂电商作为我市比较成熟的电商企业,是疫情期间的保供企业之一。凭借多年线上经营积累的丰富经验,以及多次策划“双十一”、“购物节”锤炼出的强大运营能力,在接到保供任务后,原本只经营十堰名优土特产品的小蜜蜂电商,迅速扩充了生活服务类、防护用具类等多类目标板块,成为一个综合性电商平台。疫情管控期间,小蜜蜂电商日均接单超过 600 笔,最高峰的时候,单日订单达到 1500 笔,8 辆物资运输车全力配送,所有员工连轴转,全力确保市民日常生活所需物资下单后能及时配送到位。

## B 全力投入, 保供类电商功不可没

疫情管控带给电商企业的影响是多方面的:一方面是业务量的井喷式增加,另一方面是人员不能完全到岗,给配送、服务带来“扼喉”式限制。在此期间,人手短缺、超负荷运转是电商保供企业的常态。

闫文彬在疫情管控期间负责小蜜蜂电商配送对接工作,主要是在配送环节跟车帮助司机联系收货人,提高配送效率。他说:“我每天早上不到 8 点上车,一直要忙到晚上 9 点,有时甚至要持续到夜里 12 点。常常连饭都没时间吃,只能抓紧时间凑合几口!”小蜜蜂电商负责人黄婧介绍:“在高密度接单、高强度运作的情况下,小蜜蜂依然保证了服务质量,整个过程中没有出现一例消费投诉。”

“十堰惠生活”从 2 月 10 日起开始运营线上送菜业务,高峰时日销 3000 多笔。该公司总经理卓道富介绍:“订单量太大了,根本忙不过来。”公司除了原有的十多人全部上岗外,还雇了几位村民帮忙摘菜打包,他自己更是“脚不沾地,分身乏术”。

“来溢香”以线上销售水果为主,开通保供业务首日,就收到 300 多笔订单。“多品类、小份分装、自由选配的下单模式方便了顾客,可累坏了我们。”该公司总经理张世军说。因为员工不能完全到岗,需要分拣、包装和配送的工作量又很大,他只能带着爱人、孩子齐上阵,第一天晚上就忙到夜里 12 点,后期熬夜是家常便饭。“那段时间,简直是在拼命!”张世军笑称。

疫情保供期间,主力军优势凸显;恢复常态后,为防线上销售大起大落——

# 本土电商危中寻机 求创新

## C 危中寻机, 电商企业纷纷寻求创新发展

如果说新冠肺炎疫情是一场危机,那么疫情防控形势逐步向好之后,那些为民生保供作出巨大努力和投入的电商企业,该如何应对线下消费恢复常态后线上业务量骤减的难题,成为关系到电商能否健康持续发展的新一轮危机。

“云菜通”总经理陈勇告诉记者:“疫情管控期间,部分企业仓促之间陡然扩大供应,难免出现一些令客户体验不好的情况,这可能对电商企业的生存环境造成一定程度的冲击,我们还想发展,就要重塑经营生态。”

据了解,疫情保供期间,我市电商企业经历了一个全民“依赖”期,随着疫情防控形势逐步向好,如何巩固保供成果,在新危机中寻求突破,成为这个阶段很多电商企业思考的问题。

“我打算增加一些线下门店,为我们的线上供应扩大辐射面。”张世军分析了“来溢香”在保供期间的优劣势,认为现有的 3 家线下仓储会员店无法支撑起全市范围内的线上销售,“如果我们增加几家门店,那么再多的人下单、再分散的配送要求,都可以做到更高效、更优质的配送。”

疫情管控期间,市民对新鲜蔬菜的需求给卓道富留下了深刻印象。“我们策划了‘我在村里一分田’活动,以此延续‘十堰惠生活’的生鲜供应业务,实现创效增收。”卓道富介绍,他们已经和花果街办安沟村签订了“公司+蔬菜基地”的合作协议,市民通过惠生活平台下单,每月支付 99 元,他们就可为市民供应 40 斤新鲜时令蔬菜,可多品种搭配,每周供应一次,就如同市民自己在安沟村里种有一分田的蔬菜。“预计可以吸纳 500 名客户,这样可以每月为公司带来将近 5 万元的稳定收入。”卓道富说。

“云菜通”专注生鲜供应多年,原本只面向酒店、商超供应,疫情保供期间的社区订单,让陈勇看到了巨大的消费潜力。“配送终端是我们打通社区供应的关键。”陈勇说,针对这种情况,他结合自己在外地考察获取的信息,已着手研发保鲜自提柜系统,并将向主管部门报项,争取支持。“居民可以随时在线上下单,回家时顺手取走新鲜的农产品,比取快递还方便。”对于缓解目前餐饮行业遇冷的现状,陈勇也有一些探索:“云菜通”开发出“云餐厅”系统,目前已进入测试阶段,依托该系统,可整合全市所有餐饮企业的招牌菜、明星菜,选取环境过硬的大型酒店作为试点,平台下单、一站共享,既能凸显我市餐饮特色,扩大优势,也能带动餐饮企业协同发展。

采访中黄婧告诉记者,通过疫情管控期间的保供实践,让小蜜蜂电商看到了购物社群的力量,如果每个小区都能招募一名购物团团长,由他来帮助收集汇总购物信息,再由电商企业统一配送,将极大地减少企业配送的工作量,提高工作效率,后期小蜜蜂将加强这方面的工作。“同时,抖音直播等新型传播方式的力量不可小觑,这也将是我们今年工作的一个重点。”黄婧说。

## D 政策引导, 推动电商融合发展

新冠肺炎疫情对各行各业的影响是巨大的,我市电商企业要想克服管控前后业务出现的大起大落,实现可持续发展,不仅需要企业自己的思考和探索,更离不开商务主管部门的引导与支持。

记者从市商务局电子商务科了解到,市商务局今年将从多个方面帮助电商企业重振发展信心,尽快实现可持续发展。

首先是加大力度落实上级各项支持政策,研究推动本级电商相关政策的制定,扶持引导我市电商企业发展。其次是强化服务职能,加大行业指导,全力帮助辖区内电商企业复工复产。同时,巩固保供类电商企业的经营口碑和成果,培育打造本地特色网销产品,推动电商与区域、行业融合发展。另外,促进直播电商这种新型营销方式在我市的应用,打造十堰直播基地,培育网红达人,为十堰产品代言,整体营造出更加适合我市电商发展的商务氛围,助推我市电商企业更好更快发展。