

围观双

为你的“双十一”备货
南通家纺小镇
24小时不停工

随着电商经济的兴起，“双十一”已成为许多商家每年中最忙碌的时候。作为全国最大的家纺产业集聚区和全球最大的家纺生产基地，南通市通州区川姜镇各家公司开足马力，从10月中旬开始24小时不停工，有的公司甚至雇用近两百名临时工，各大快递的货车停放在仓库门口装满即走，场面非常壮观。

通讯员 吴欣欣
现代快报+记者
严君臣 花宇 文/摄



客服正紧张有序地与顾客线上沟通(扫码看视频)

家纺用品堆成小山，工人们推着小车穿梭其间，他们根据打印出来的订单信息，使用商品编码“定位”其所在位置进行配货，待小车装满就将商品送到楼下的打包区域。“根据我们的审单系统和逻辑，会给每个订单匹配不同的快递，仓库再根据订单信息进行下一步操作。”许宗胜说。

商品包装完成并贴上发货面单后，会放到自动传送带上，四条传送带不停歇地将包裹运输出仓。与此同时，机器会自动拍照识别发哪家快递，然后将其分

百名临时工，主要负责打包分拣等工作。南通黛圣婕家居科技有限公司从事电商销售10多年，今年“双十一”加派约20名外包客服、售前客服、仓库工人，每天的直播也由2场8小时增加到3场16小时，“希望延续往年‘双十一’的盛况。”企业董事长戴敏说。

“今年10月下旬，我们川姜镇正加强疫情防控，为保障商家正常的备货进程，打通物流通道。”川姜镇副镇长李泽民表示，现在各个网购平台都要求商家快速响应，缩短发货时间成为当地商家的目标。目前，当地正在规划建设一个占地200-300亩的直播电商产业园，建成从直播到仓储到物流的全产业链。

占据国内家纺市场
半壁江山

统计显示，南通家纺床品年产量超12亿件，相当于平均每分钟生产1350套件、670条被子和340只枕头，占据全国家纺市场的半壁江山。而通州区川姜镇是全国最大的家纺产业集聚区和全球最大的家纺生产基地，现拥有工业园区15个，集聚各类家纺企业3000余家，网友们熟悉的金太阳、蓝丝羽、宝缦等家纺品牌都来自这里。

现代快报记者了解到，慧道纺织品公司原本只是一家规模不大的“夫妻店”，2015年从南京搬到南通，7年时间从一家年销售额仅百万元的小店，发展成现今拥有五百余名员工的企业，年销售量达到1200万件至1500万件。“刚来的时候，本地线下销售市场就已经非常成熟，后来流行做外贸、网店，现在最流行的是主播带货，在南通的家纺行业非常火。”许宗胜说，他们为此特地请老师来培训，希望发展出属于自己的直播风格。据了解，这个“双十一”，该公司的热门商品以加绒的具有保暖功能的床上用品为主，目前消费主力是25岁到35岁之间的年轻女性。如今第一轮活动已经结束，销量已超过30万件，公司正积极备战第二轮活动。

每天工作12小时，必备胖大海响声丸
带货主播们忙到飞起

张彤彤(左)和同事在直播中

“直播间的宝宝们把你们的鞋码刷起来！我们按照数量上库存，主播给你们申请优惠……”11月8日下午，张彤彤正在直播间向网友介绍一款运动鞋，持续4个小时的直播，她需要始终保持这样的热情和亢奋。

“对我们主播来说，10月起就进入‘双十一’的备战节奏。”直播间隙，张彤彤告诉现代快报记者，她每天工作12小时，忙起来顾不上吃饭是常有的事，巧克力、能量棒、胖大海、响声丸更是每个主播的必备品。

现代快报+记者 刘晓琪 王益/文
马晶晶/摄

“这是个体力活儿”，
必备巧克力和胖大海

95后张彤彤一年前从幕后的电商运营，变身到台前的带货主播。“以前一天下来都不用说话，现在每天要不停地说话，面对成千上万的陌生人，和他们沟通。不仅如此，还要有丰富的肢体动作。”她坦言，一开始面对镜头还有些生涩和忐忑，现在已经应对自如，“熟能生巧”。

进入“双十一”阶段，张彤彤每天上午9点到公司，为当天的直播做准备，从选品到整理商品的特点和优惠政策，到策划营销方案、商定直播脚本，再根据活动氛围对直播间进行场景搭建。做完准备工作，作为主播的她要背诵练习当天的直播脚本，做到了熟于心。直播中有时会出现突发状况，比如和助理撞档时撞了梗、台词没对上，“要随机应变，自然而然地把话接过去，千万不能尬住。”

“双十一”期间，直播间的流量比平时增加30%左右，晚上热门时段甚至会涌入上万人。一般来说，主播会排班轮换，每人直播4小时左右。直播间会从下午播到晚上，有时候特别是最近，到了开播时间，流量热度仍旧比较好，而主播已经轮过一次，这时就需要有人再次开播。最近，张彤彤下班回家经常是过了夜里12点，直播时经常顾不上喝水、上厕所，基本是一直站着，有时还需要走动展示商品。“一直要保持比较亢奋的状态，这样有利于带动网友的情绪，下播的时候嗓子会很累，我们基本上都准备了胖大海、金嗓子、响声丸。来不及吃饭就吃点巧克力、能

量棒，这是个体力活儿。”

“不是故意不回”，忙
到第二天才有空回消息

1998年出生的小刘在大学期间就开始接触直播带货，毕业后入职长沙某电商直播公司，今年已是从事直播行业的第三个年头。11月7日中午，现代快报记者联系小刘想做采访，一直到深夜12点才收到他的回复。

小刘所在的公司主要做品牌代播，公司有二三十个直播间，“双十一”期间几乎都是满的。“从10月24日开始，工作就排得比较密集，每天一般在8-10个小时，没有固定时间，有时凌晨也在直播。最忙的时候播3个小时，休息半小时后立刻到下一个直播间。”小刘说自己没有“周末”，因为很多时候周末也在直播，不过可以根据排班情况进行报备，像“双十一”这样的大促在公司内部称为“大场”，原则上是不报备的。“忙起来根本没空看手机，很多时候朋友给我发微信，都要等到第二天甚至第三天才看到，还得和朋友解释‘不是故意不回’。”

流量向头部主播倾斜，
直播竞争更加激烈

某公司拥有20多个成熟主播，为回力、太平鸟、阿迪达斯、鸭鸭等品牌进行直播带货，在南京的电商直播领域可以说是较为可观的规模。公司负责人韩小敏表示，今年的“双十一”和往年相比，目前来看销量表现可观，但直播行业的竞争压力比往年更大。他分析说，今年的流量掌握在直播达人和品牌旗舰店手中。比如和李佳琦合作的电商平台给了他较大的流量，各个平台都在支持各自的头部主播，由主播为平台摇旗呐喊，吸引消费者。此外，品牌将更多的资源倾斜到自家的旗舰店。与此同时，像俞敏洪等社会化网红的加入也分走一部分蛋糕，这些都给MCN类型的直播公司带来比较大的压力。

不只是主播，平台之间的竞争也依旧激烈。韩小敏介绍，现在抖音等平台也开始从优质供应链着手，打造高品质的直播带货。“像我们给回力做的直播间，有蓝V认证，这个认证是比较严格的，平台会和品牌总部核实授权，也会查供应链。”这其实也是平台给消费者提供保障，规范化直播间，提高消费体验。而根据他的观察，今年消费者的购买力仍在，但相对更加理性。

10月开忙，备货百万
件应对“双十一”

11月8日下午，南通慧道纺织品有限公司的办公区域，墙上“双十一”倒计时的牌子尤为醒目。每个工位上都有“双十一”元素的装饰牌，客服正紧张有序地与顾客线上沟通，键盘敲击声不间断。

“我们很早就开始进入‘双十一’倒计时。”负责人许宗胜告诉现代快报记者，公司主营线上



主播直播带货

工作人员正在准备发货

销售，在各大网购平台开了网店，在售商品几乎涵盖家纺产品的全品类，包括13大类5000多种商品，供货商有3000多家。为了应对这次的“双十一”，提前备货上百万件。从10月24日晚能支付定金，公司就进入“实战状态”，两百多名客服轮班，工作时间延长，有时晚班要到凌晨三点左右才结束。

公司有自己的直播间，带货主播也铆足劲推销商品，在每轮4个小时的直播时间里，展示各类家纺用品。

接单后，每件商品两
小时就能出仓

在使用面积两万多平方米、三层高的大仓库里，不同种类的

流到通往各家快递的出口，而“三通一达”的货车已排成一排等待装货，由快递公司的员工将包裹搬上车厢。将近一层楼高的车厢内，货物被整整齐齐地码放，场面颇为壮观。货车装满便出发，下一辆空车随即上前等装货。从接到订单到商品打包出库，每单在仓库里的流转时间不超过两个小时。只要在当天下午4点前下的订单，当天基本都能发出。“活动期间，我们基本是24小时不停工。”许宗胜说。

发货压力大，临时雇
工应对

接单量高，发货压力大，当地家纺企业普遍雇用了临时工，像慧道纺织品公司就雇用了近两



扫码看视频