



宁波海关现场监管保障“双十一”活动顺利进行。(吴晶景 摄)

“双十一”宁波跨境报： 24小时7.97亿元

10月21日晚，随着天猫、京东等全球购平台开启尾款支付通道，2024年跨境电商“双十一”大促活动迎来第一波支付高峰，宁波战绩如何——

记者 孙佳丽
通讯员 朱蔚 程井泉

宁波跨境电商线上综合服务平台数据显示，10月21日晚上8点到10月22日晚上8点，宁波跨境电商企业接到消费者订单183.22万票，销售商品金额达7.97亿元。

宁波海关自贸处副处长郭宇估算，本次大促，宁波跨境电商网购保税进口单量约1300万票。

宁波跨境电商相关企业订单“接到手软”，速度很关键。一个跨境电商零售进口包裹从下单到发货，需要多久？15分钟内接单，2小时内发车，江浙沪地区基本实现当日达或次日达。

昨天下午，记者来到位于宁波保税区南区的菜鸟1号仓内，只见近200名工作人员来回穿梭、双手翻飞，拣货、核对、打包、流水线分拣、装车，一派繁忙景象。

忙景象。

菜鸟全球供应链宁波关务负责人胡箫竹介绍，10月14日天猫“双十一”预售开始后，菜鸟全球供应链宁波区域已陆续完成约70万个跨境电商包裹的预包装打包工作。

“10月21日晚上8点到10月22日下午2点，我们已经接到150万票订单，现在正集中人力，推进新增订单的分拣打包工作，争取第一时间把包裹发出去。”胡箫竹说。

宁波富立物流有限公司“环球云连仓”内，忙碌奔波的不只有人，还有搬运机器人和穿梭运输车。

富立物流总经理李笋告诉记者，“环球云连仓”建有2000平方米的高容存储立体货架，配备4台四向穿梭车，以及72台AGV搬运机器人，可实现货物的精准上架和分拣，打包能力较普通平层库提升30%左右。

跨境电商零售进口“加速跑”的背后，同样离不开进口新模式的落地。

当记者联系到宁波宁兴优贝物流有限公司仓库经理欧金成时，他正忙着在保税仓库内和同事一

起布置直播间。

“目前，已有多个品牌客户提交了仓内直播需求。我们根据直播内容，全面优化更新场地布置、设施设备，让消费者直观看到跨境电商商品的存储、分拣、出库等过程，增强购物体验。”欧金成说。

除“保税仓+直播”外，“组合销售”也是宁兴优贝实现销售额增长的重要手段。

“我们会将不同口味、不同规格的产品组合在一起成套销售，满足消费者对多件优惠、搭配购买、赠送礼品等的多样化需求，今年以来‘组合销售’交易额同比增长两成以上。”宁兴优贝副总经理蔡元杰说。

蔡元杰预计，10月21日晚上8点到10月22日晚上8点，企业能接到订单50万票左右，其中保健品占40%。“我们已经将备货量拉满，包括保健品、美妆产品、护产品、母婴用品等，有4000多万件，后期会根据销售情况补货。”

宁波还重点关注跨境电商商品的退换，以跨境电商零售进口退货中心仓模式“助攻”。

在该模式下，退货中心仓企业可在海关特殊监管区域内的专用存储仓库，接收、分拣消费者的退货商品，向海关申报退货后，可重新上架销售，退货处理时间可加快30%，消费者的个人年度交易累计金额会自动恢复。

“今年跨境电商‘双十一’大促周期相较往年进一步拉长，各平台开始和结束时间也不尽相同。除10月21日外，还将出现3个峰值，分别是10月31日、11月10日、11月11日。”郭宇说。

宁波海关将安排24小时专人值守，引导企业做好税款担保等准备工作，提升系统运行性能，清理历史数据，保障数据传输顺畅，检查卡口智能化设施设备，确保快递运输车辆无障碍快速通行。

今年“双十一” 甬企备货“冷热不均”



线下门店销售将是惠尔顿重要的突破方向。(企业供图)

方太集团的自动化生产线。(企业供图)

记者 殷聪
通讯员 张金科 陈冰曲

这两天，当你打开一些热门App，经常会看到满屏的促销信息，有时候还会自动跳转到部分购物App中，让你误以为自己点错了App。每当这种情况出现，往往意味着“双十一”来了。

目前，天猫、拼多多、京东等电商平台均已进入“双十一”模式。然而，甬企备货却“冷热不均”。

“今年的‘双十一’，我们并没有特意为了这个活动进行备货。”在博洋研究院副院长许淑敏看来，随着各大电商平台日常促销力度的不断加大，“双十一”已不是一个不可替代的销售节点。加上“双十一”战线的拉长，越来越多的企业选择用平常心看待“双十一”。

尽管目前“双十一”依然是电商领域最重要的销售节点之一，但怎么参与、参与到什么程度都需要考量。今年“双十一”，博洋集团旗下博洋家纺、唐狮、果壳等品牌的营销力度基本延续去年。他们将按照各大电商平台的活动节奏，进行一些常规操作。

以平常心看待“双十一”的还有宁波惠尔顿婴童

安全科技股份有限公司。据该公司国内营销中心副总王芳介绍，惠尔顿今年8月底便开始“双十一”的准备。主要原因是“双十一”节奏提前，以及该企业具备的“外销属性”，需要兼顾大量海外市场的订单。

在王芳看来，目前“双十一”能带来的流量依旧很大，惠尔顿可以借势提升品牌的影响力。但对于儿童安全座椅这个品类来说，线下的服务和体验更加即时、有效，还能大大降低退货率，减少因退货产生的其他成本。

今年“双十一”活动期间，惠尔顿将按照电商平台的节点，完成促销活动、头部主播带货等“常规动作”。未来，惠尔顿将兼顾线上、线下的销售，双轮驱动，逐步形成自己的销售体系。

慈溪迷你电子商务有限公司总经理邹海斌的表现则略有不同。从上个月开始，他便带领团队为“双十一”而忙碌，目前该企业已完成冰箱、洗衣机、电热毯等10余个品类电器的备货，数量超10万件。

“在我看来，‘双十一’周期的拉长，减少了生产企业、物流运输企业的负担。特别是在企业生产端，大家不必像‘双十一’刚开始兴

起的那几年一样，进行备货。”邹海斌说，按照目前各大电商平台的销售情况看，“双十一”能带来的流量依旧很大，其中，多迷你在“双十一”期间的表现同样不俗，日销售量约是平日里的10倍。

“尽管如此，买卖双方对‘双十一’的期待有所下降是不争的事实。”除了多迷你总经理的身份，邹海斌也是慈溪市电商协会的会长。在日常与同行的交流中，他发现同行对“双十一”的讨论正在逐渐减少。

在他看来，电商行业经历早期的野蛮生长阶段后，目前已进入更加成熟和规范的发展时期。大家从过去单纯追求规模扩张和市场份额，转向更加注重运营效率、用户体验和可持续发展。

这种转变，一方面确实给商家带来了挑战，做生意不会再像以前那样轻松；另一方面，为更好地推进消费复苏和供给侧结构性改革，电商平台也需要通过创新和优化服务来吸引和留住消费者，并为商家提供更高的销售效率和更有利的经营环境。

重拾“双十一”的往日荣光，需要平台、企业和消费者的共同努力。

“双十一”超长待机 快递员没那么忙了



一辆物流车在顺丰会展中心营业点卸货。(王嘉彬 摄)

记者 王嘉彬
实习生 章渝婷

“下单！”10月21日晚上8点，第一批预售商品尾款完成支付，整车的快递蓄势待发。

昨天，顺丰会展中心营业点运作主管韩晓军起了个大早。“4点开始分拣，早上来了1000余件快递，我们站点100多名员工在2个小时内‘消化’完毕。”

今年的“双十一”来得比任何一年都早——10月14日晚上8点，“双十一”直播预售已经开始。超长待机的“双十一”对快递员的工作带来什么影响，与往年有何不同？记者前往快递站点一探究竟。

步入顺丰会展中心营业点，员工正在打包即将送出的快递，撕胶带的“刺啦”声此起彼伏。营业点大门前停放着一辆满载包裹的货车，员工正在有序地搬运货物。

考虑到订单数量增加，顺丰配备了临时成员以保证配送效率。“正常情况下，我们站点有70名员工在岗，‘双十一’期间我们取消休假并增派人手。”韩晓军告诉记者，今年站点收件和快递员派件的压力较往年小了不少。

尽管与往年相比工作量有所减轻，但中国邮政的快递员毛生还是一吃完午饭就马上投入工作。“平常一天要派送100件快递，这两天每天快递量将近200件。”

顺丰快递员蔡先高也向我们分享了近4年的“双十一”工作体会。“去年‘双十一’，我的业务量比平常增加了三成。今年经过分批次配送调整后，工作压力减轻了很多。”蔡先高平常派件在60件左右，昨天的派件数量也在这个水平。

此外，不少预售商家选择提前发货，在买家支付定金时就把商品配送到快递站

点，尾款支付后，站点可以立刻将商品送到买家手中。这种物流模式也大大降低了快递员的工作强度。

“今年的‘双十一’活动分为三个阶段，从10月14日开始，一直持续到11月11日。”韩晓军解释，“时间跨度拉长了，派件压力没那么集中。跟往年比，今年快递派送高峰期要平稳得多。”

近年来，电商销售体系日趋完善，快递公司也有了成熟的调度机制，能很好地应对“井喷式”的快件派送压力。同时，随着像“双十一”这样的购物节“战线”拉长，快递派送峰值没有从前那么明显。

据悉，我市有3万余名快递员参与今年“双十一”大战。除了传统的人力作业，像韵达快递的自动化分拣运输带等高科技设备也走上“战场”，快递配送时效性越来越强。



工人正在打包。(吴晶景 摄)