作者| 把青

编辑| 明明

“本来想趁着双十二买点东西，结果一看已经是13号了。”有网友发微博说。

今年双十二静悄悄，几乎所有人的精力都放在了抢购抗原、口罩、药等防疫物资上，让这个原本用来储备年货的购物节有些被忽视。

平台们今年也低调了许多，热搜、广告开屏等宣发手段都没有出现，而往年双十二之后的返场活动也取消了，不过双十二期间的淘宝 “满200-30”、天猫“满300-40”以及京东满“300-40”的满减活动依然保持。

压垮今年双十二的，除了消费者的消费重心的转移，疫情的冲击，还有物流的压力。

有消费者称，自己双十二下单的快递，京东显示预计送达时间是17日。一向“次日达”的京东自营商品，在下单页面注明了“受防疫举措变化影响，配送时效可能会有延长。”

一位北京的中通快递员也对娱乐独角兽表示，自己站点80%的配送员都检测出新冠阳性了，大量的物流被挤压在快递站点。有分拣员在接受媒体采访时称“我们都是临时工，平时一天工资200元，现在一天400元管饭，愿意干的人也少。”

尽管今年双十二并没有太大声量，但平台的脚步并未停下，依然在悄然布局自己的电商业务。

李诞淘宝首播场观破千万，李佳琦带货数量腰斩

今年双十二讨论度最高的带货主播，不是李佳琦，而是李诞。

12月10日，李诞在交个朋友打造的“来个彩诞”淘宝直播间开启了自己的直播首秀。

据交个朋友消息，李诞首播的直播间场观超1100万，成交金额超3200万，这也让李诞在“双12”新入淘主播中拔得头筹。而两年前李诞在抖音的首场直播数据为“2700万元销售额”和“累计980万观看人数”，相较来看，这场直播的数据有了提升。

在当晚的直播中，李诞带货293多款商品，品类跟“交个朋友”的品类大致保持一致，包括了3C、数码、酒品、生活家清以及潮流服饰等品类。作为“去头可食”的虾系男孩，一直以来李诞的衣品都为人称道，这也让李诞在服饰品类的带货更有说服力。

其实李诞加入“交个朋友”，早就有迹可循。李诞和罗永浩是在《脱口秀大会》交上朋友的，2020年李诞曾三次在罗永浩直播间撑场。

今年双十一期间，笑果旗下的多位脱口秀演员纷纷现身交个朋友直播间，徐志胜、何广智和鸟鸟在淘宝的“罗永浩直播间”，呼兰、杨笠、王建国则去了“交个朋友”的抖音直播间，笑果和交个朋友的关系更进一步。如今看来，这样的布局似乎也是在为李诞加入交个朋友开启直播带货而预热。

相较于李诞，隔壁罗永浩的淘宝直播间则冷清了许多，场观只有三百多万。不过在一个月多月前，罗永浩的淘宝直播首秀，也曾达到过一千多万。可以想见的是，直播带货并不会成为李诞的主业，开播频率也会对直播间热度产生影响，罗永浩千万场观掉到三百万，只用了一个半月，李诞直播间的热度又能维持多久，要如何留住用户呢？

而隔壁的李佳琦直播间，也没有了双十一的热闹。早在双十一期间，就有传言称李佳琦双十一结束后将会隐退，在12月初，还传出李佳琦感染新冠无法直播的消息。

双十二李佳琦如约现身直播间，让“所有女生”送了口气，但直播的数据却不容乐观。尽管场观都超过一千万，但是从直播间点赞数，也能得窥一斑。双十一预售首日，10月24日李佳琦直播间的点赞数是2.54亿，双十一当天1362万，而双十二只有716万。

带货商品数量也几乎腰斩。10月24日李佳琦直播间的共带货291款商品，11月11日当天有239款商品，而双十二当天，却只有160款，今年的双十二，不论是对主播还是平台，都一个很大的挑战，但平台们仍在积极布局。

双十二撞上世界杯，平台争抢卡塔尔小王子

今年双十二撞档世界杯，这个最大的流量密码，各个平台自然也不能放过。

“卡塔尔小王子”拉伊卜是世界杯期间最有话题性的人之一，他因为表情包走红后，国内的几个平台都迅速出手。11月27日，拉伊卜首先入驻抖音，仅仅发布8条抖音，点赞就超过2500万，粉丝量也达到了1500万。

小红书和微博也紧随其后，12月8日，小红书和微博在同一天推出了小王子的开屏栏目，而快手则在双十二期间邀请到了拉伊卜开启直播首秀。

12月11日万6点，拉伊卜现身快手直播间，与新华社、2002世界杯冠军巴西国家队队长卡福、快手达人@拴Q哥”及@农村的罗连麦互动。然而由于卡塔尔对于女性权利的剥夺，拉伊卜作为“来自一个女性备受歧视的国家的网红”，也很快在互联网口碑翻车。

不过5700万的直播观看人数，依然为快手的“12.12宠粉节”挣得了不少流量。

淘宝也在世界杯期间进行了造势，体育主持人刘语熙、足球评论员黄健翔、冬奥冠军王濛纷纷入淘开播。有着“反向预测帝”之称的刘语熙还在淘宝直播间预测比赛结果，并且预测成功。

12月9日，京东金榜年度盛典同样邀请了黄健翔做客京东直播间，现场解说球赛。而在主播“弃抖入淘”的大潮中，抖音稍显尴尬。不过今年的抖音并未把双十二的重心放在直播电商，而是重点集中在本地生活。

12月5日晚，第三方即时配送平台达达、闪送、顺丰同城宣布，与抖音生活服务正式达成合作。三家即时配送平台均表示，只要消费者在抖音下单“外卖”，就会有骑手到店取餐、送餐上门。因为是全城配送，目前的配送时效都在一小时左右。抖音的这一举措，也正缓解了当下的配送难题。

物流压垮双十二，商家备战年货节

“双十一的快递还没到，双十二买的东西也陆陆续续收到商家的消息，说疫情原因发不了快递。”一位网友在社交平台写道。

而商家同样很无奈，“我们的东西都包好了，但是要么是揽收这边阳了，要么是中转阳了，就算顺利发货了，派送说不定也阳了。”商家小婷对娱乐独角兽表示。

国家邮政局数据显示，12月1日-12日，全网揽收量约为43.03亿件，同比上升5.6%。

快递的挤压、运力的不足，造成的大量退货，也让今年双十二极速降温。甚至网上流传着一张图片，一个圆通快递的员工朋友圈写道“员工快递招工计算机2名，长期工！要求阳的或已经阳过的，阴的不要联系，耽误时间。”然而据中新经纬走访北京快递站点，即使工资翻倍，仍难招到人。

国家邮政局回应近期快递派送问题表示，主要是前期一些地区由于疫情防控等原因，积累了大量线上订单，快递企业需要根据商家发货节奏进行揽收和处理。同时，受疫情影响，快递企业也存在一定的用工缺口，运力尚未完全恢复，造成末端派送压力较大。

不少商家将重心放在了备战年货节，在小婷看来，现在的快递短时间内可能很难恢复，“现在的情况，就算是卖出去了也没法发货，超过发货时间，消费者向平台投诉后，平台会直接扣我的保证金赔偿消费者，而且现在大家都忙着抢药，也没有心思买买买，倒不如趁早准备年货节的预备方案，到时候物流估计也差不多恢复了。”

平台们同样进入了筹备阶段，快手先行一步，就在12月5日，快手电商刚刚召开了2023年年货节商家大会，提前收集主播货品需求，并举办了线上双选会，邀约60个头部品牌及1500名主播线上直播选品，鼓励品牌通过主播分销以及与招商团长合作扩大销售。

抖音针对当下最大的痛点——物流问题，提前发布了解决方案，以此来吸引商家。

12月9日，抖音电商发布通知称，临近“抖音好物年货节”，交易体量和快递单量与日俱增。平台特邀物流合作伙伴“中通快递”、“韵达快递”，为商家履约和消费者购物体验提供坚实的物流运营保障。

具体的举措包括，已揽收的订单长时间不更新物流，导致商家被判定为虚假发货而被平台判罚，这样的情况会由快递公司承担赔付的金额；商家通过平台报名参加保障活动且实际使用中通或韵达发货，可以享受快递公司的优先操作等等。

京东则在凭借自己在仓储方面的优势来吸引商家，据京东消息，京东年货节将于在12月底正式启动。为减轻商家运营成本，帮助商家在年货节前提前入仓备货，提升商家履约效率。

2022年12月1日-2022年12月31日期间，京东针对新入仓的商家推出京东配送费用最低5折、免入库费及库存周转90天内免仓储费用等优惠。

尽管双十二冷冷清清，但年货节大战的氛围已经拉满，在“回家过年”呼声下，抢主播、布局物流、仓储让利等等举措也让2023年年货节热闹非凡。