

致马云先生的一封信

尊敬的马云先生：

您好！

首先要祝贺您，成功邀请到贝克汉姆，来给即将开始的淘宝“双十一”活动造势。全世界最帅和最富的两个男人强强联手，势必又要在电商江湖掀起一阵狂风骤雨。

祝贺之余，有些话还是不吐不快，憋在心里太久，实在是难受。

这几天，有关“双十一”的新闻、广告、提醒铺天盖地，报纸、QQ群、微信朋友圈、公交站牌广告、电梯广告、楼道广告甚至各级各部门都纷纷出动，围绕“双十一”展开了一场资讯大战。

小智在这里禁不住要泼点冷水：马云先生，请停止所谓的“双十一”狂欢吧！以下是我的三点理由：

首先，“双十一”是一次类似于黄金周、春运式的集中消费，这种集中式的消费现在不断遭遇诟病。黄金周拥堵的景区、马路般的高速公路，春运一票难求都是大家厌恶痛恨的。甚至国家都已经取消假日办并酝酿改革黄金周。可“双十一”却还在人为地制造这种集中消费，成千上万的网友挑灯夜战，秒杀抢关，更是出现网络拥堵无法支付，各类消费体验差到极点；快递公司、淘宝店家和代运维公司更是要紧急招工，加派人手，通宵值班。而且很多消费者事后发现，冲动之下买来的东西，有时候还真不大用得到，最后只好闲置甚至压箱底。请问这样的集中消费，是谁得益呢？

其次，“双十一”吸引广大网民的杀手锏就是低价。价格低到令人无法想象。但低价的背后，是产业链的阵痛，是劣质产品的盛行，是各类虚假标价的涌现。现在电商成了低价的代名词，同时淘宝网等各类电商平台上各类劣质商品、仿冒品盛行，这并不是好现象。以至于国家质检总局今年表示要对“双十一”期间的商品进行暗中质量抽查。前几天宁波媒体还爆出新闻，去年“双十一”期间宁波市民谢女士熬夜购物买皮衣，结果竟只便宜了5毛钱。以至于国家工商总局都要出面警告，禁止电商企业先提价后打折。“双十一”继续以超级低价吸引消费，是不可能持久的。

再次，4年前阿里推出“双十一”网购狂欢节，是为了加速推广B2C电子商务，引导更多人进入网络消费时代。现在网上购物已经深入人心甚至进入全民网购时代，阿里巴巴也成功在美国上市成为全球最大的电子商务公司，您也借此成为中国首富。阿里巴巴已经不再需要借助“双十一”这个非常具有争议的活动来提升影响力。并且，“双十一”活动已经遭到了京东、一号店、当当网、唯品会、国美在线、苏宁易购等网络购物平台的群起“围攻”，银泰也在线下开展店庆活动，甚至连万科也搞起“双十一”购房节。照此下去，“双十一”有可能会成为阿里的“滑铁卢”。

基于以上理由，我建议您，请果断尽快地停止“双十一”活动，这或许是您和您的阿里帝国“解脱”的最好时机。

智见汇

以上观点仅一家之言。欢迎讨论交流板砖。
(更多内容请关注“明州智见汇”微信公众号)



殷浩