

# 女高管扎堆操盘“双11”

## 销售总额超1.4万亿元,同比增长26.6%

今年“双11”落幕。从抖音电商总裁魏雯雯、百度电商总经理平晓黎,到京东CEO(首席执行官)许冉、拼多多COO(首席运营官)顾娉娉,再到小红书COO柯南,电商半壁江山已成为女高管的天下。

今年,各大电商平台仍未公布详细GMV(商品交易总额),而综合几家电商平台公布的数据,今年累计销售额达14418亿元,同比增长26.6%。这意味着上述五大电商女掌门或操盘着全网近万亿量级的GMV。



### A

## 女高管升迁路: 5年起步,有人17年上位

在所有女高管当中,堪称公司老将的人当数百度的平晓黎。资料显示,平晓黎在2007年毕业之初便加入了百度,至今已有17年。

从2007年到2019年,平晓黎先后在百度网盟、百度金融、百度移动生态体系(MEG)负责产品及业务管理工作。2019年,平晓黎不仅身兼百家号总经理,同时还负责搜索、信息流、智能小程序、百家号、新闻内容生态、百度APP等百度移动生态的核心业务。其间,百度APP DAU(日活跃用户数量)突破2亿,智能小程序MAU(月活跃用户数量)突破2.5亿。2020年,加入百度13年之际,平晓黎顺利晋升百度副总裁。

2022年,百度集团执行副总裁沈抖开始分管MEG,平晓黎更受重用,公司内外部活动中,平晓黎基本都会作为业务负责人紧跟沈抖发言。

2023年,百度正式成立电商一级事业部,并于2023年5月在广州举办大会,平晓黎作为百度电商总经理出面发言,宣布推出电商新品牌“百度优选”和百度电商数字人直播平台,尝试用AI技术推动电商业务的迭代。

2023年,百度推出“百度优选”并推出数字人主播,意味着百度想凭借AI技术再次进军电商赛道,也意味着平晓黎再一次被寄予厚望。

抖音电商总裁魏雯雯与平晓黎算是“师出同门”,但路线截然不同。魏雯雯最早在百度商业化产品部门工作,后加入58同城成为58到家联合创始人,已身居高管。2017年,魏

雯雯才加入抖音,担任变现业务产品经理。

2020年,字节跳动正式成立电商事业部,魏雯雯先后负责今日头条、巨量引擎等产品的广告和商业转化相关业务,伴随抖音电商的迅速崛起,魏雯雯最终在2021年5月晋升为抖音电商总裁,接管中国区业务。

同样作为电商后起之秀的拼多多,也拥有一名女将——顾娉娉。据多家媒体报道,顾娉娉被称为“女版黄峥”,堪称拼多多幕后隐秘女军师。在拼多多海外业务扩张方面,她负责了拼多多的C端、B端、市场、直播、平台治理等业务,还曾被派到一线负责拼多多的出海电商业务Temu。在黄峥隐退后,除了联合创始人陈磊,顾娉娉可以说是名副其实的二把手,大权在握。

不过,相比其他报道层出不穷的互联网高管,顾娉娉十分神秘,网上几乎查询不到她的背景,百科词条上也只有一句信息:顾娉娉,女,现任拼多多首席运营官。

公开资料显示,顾娉娉2009年硕士毕业于浙江大学计算机学院,是黄峥的师妹。在2023年和2024年,顾娉娉两次入选《财富》中国最具影响力的商界女性榜单。

值得注意的是,2024年与顾娉娉齐登榜单的电商女高管还有京东许冉。许冉在财务方面拥有更资深的职业履历,她毕业于北京大学,并获得理学与经济学双学士学位,毕业后在普华永道工作了近20年,主要关注TMT行业及美国资本市场,曾是中国及美国的注册会计师。直到2018年许冉加入京东集团,担任财务副总裁,随后像坐了火箭般快速升迁。

2020年1月,许冉晋升为京东集团的高级副总裁,兼任京东零售的首席财务官,并负责集团财务和集团税务部门。2023年5月,京东集团原CEO徐雷宣布退休,许冉接棒成为京东集团新任CEO,同年11月,京东公告旗下零售子集团换帅,许冉兼任京东零售集团CEO。5年时间,许冉从京东集团财务副总裁晋升为京东集团一把手,足见实力强劲。

以内容社区起家的黑马小红书,也逐步发展电商。过去一年半时间,平台上的买手和主理人规模增长27倍,购买用户数增长12倍。其中,小红书COO花名柯南(真名丁玲)的推动不可忽视。2015年,柯南加入小红书时负责社区运营业

务,在小红书社区营造了独特的社交氛围。

2022年7月,柯南接管小红书电商、商业化的产品和技术。2023年6月,柯南在带队小红书电商团队前往广州、杭州、义乌等地调研后,小红书整合了电商业务与直播业务,组建全新的一级部门交易部,同时注重将内容与电商结合,打造从种草到消费的闭环。

今年9月,小红书宣布2024年上半年,小红书平台中小商家数量同比增长379%,总交易额(GMV)同比增长436%。

如此看来,对于以电商为核心业务的互联网公司而言,确实需要一位对自身公司业务和管理风格十分熟悉的人才敢交付重任。

### B

## “双11”拆墙: 从低价厮杀,到平台互通

近年来,电商新玩家辈出,今年“双11”,站上事业巅峰的女高管们又使出了哪些杀招?

电商巨头的2024关键词,无疑是“互联互通”,女高管们选择拆掉过往的“墙”。

今年“618”前夕,抖音营销中心巨量引擎旗下的巨量星图与阿里生态内容营销中心旗下淘宝星任务宣布启动深度合作,推出全链路内容营销方案“星立方计划”。

“双11”来临前,各大平台进一步产生交集。今年9月,淘宝官方宣布消费者在淘宝上购物时,可使用微信支付,打破了过去用户支付方式单一的壁垒。10月,京东物流官方公众号发文,宣布与淘天集团达成合作,京东物流将全面接入淘宝天猫平台,目前,双方对接系统已基本完成。临近“双11”,天猫甚至在抖音投放开屏广告,点击开屏广告可直接跳转淘宝下单。

针对上述电商平台的互通举措,北京大学法学院教授、电子商务法研究中心主任薛军表示:“互联互通是市场发展,水到渠成的事情。”

互联互通只是第一步,“双11”期间,各大电商平台仍然各有打法。

商业化产品背景出身的魏雯雯,对商业化变现更为聚焦——抖音的策略一直很清晰,那就是深度挖掘用户兴趣。

2021年抖音提出“兴趣电商”和“货找人”模式;2022年提出“全域兴趣电商”,补充商家经营场景及用户消费链路;2023年则是“全域一体,飞轮增长”,打通内容场和货架场。整体而言,扶持优质创意内容和激发用户兴趣一直是抖音的核心打法。今年“双11”,抖音持续采用流量扶持、会员营销以及各

类优惠补贴。

10月18日,抖音电商“双11”战报显示,10月8日至17日,抖音电商平台累计有52个品牌成交额破亿元,323个直播间成交额破千万元。此外,货架场成交额同比增长93%,订单量同比增长72%。

同样,拼多多杀出重围的利器离不开“砍一刀”与“百亿元补贴”的营销策略,而背后女掌门顾娉娉在其中功不可没。

顾娉娉曾指出拼多多早期“拼单模式”的漏洞,并将下单流程游戏化为“砍一刀”,拼多多自此在微信社群一夜爆发,强势引流。今年“双11”,拼多多选择继续深化百亿元补贴策略,在低价打法上叠加“折上折”“限时秒杀”“拼团特惠”“明星直播”等玩法。据拼多多方面数据,10月11日至18日,首轮活动的累计订单量达到1640万单,多个品牌实现环比10倍以上的增长。

拼多多的低价模式爆发后,具有丰富的财务背景出身的许冉自然不会坐视流量持续被分割。2023年,许冉担任京东集团CEO后,京东也开始加码下沉市场,放出百亿元补贴。今年“双11”期间,京东在10月31日晚再次开启百亿元补贴,并通过“厂货百亿元补贴”“采销直播”“数字化转型”等模式,推进降价策略。

京东公布的最新数据显示,截至10月31日21点,京东的成交额、订单量和下单用户数均保持双位数增长。其中,成交额破亿的品牌数量同比增长超过40%。订单量同比增长超过5倍的商家超过17000家。

相比之下,小红书作为上述平台中唯一与抖音同样拥有内容场域的平台,社区运营业务出身的柯南,更注重用户对小红书的氛围感体验。

2024年,小红书将电商业务定位为“生活方式电商”,强调用户在平台上购买的不仅仅是商品更是一种向往的生活方式。今年“双11”,小红书并未采用传统疯狂促销,而是以买手电商叠加街区直播,细分购物场景。

11月11日,小红书方面提供的一份最新资料显示:买手侧,截至10月20日,小红书上成交破500万元的买手数,达到去年同期的6倍;营销侧,截至10月20日,成交破千万的商家数是去年同期的3.3倍,成交破500万元的商家数为去年同期的4.5倍。

在所有电商平台中,最为低调的是新成立的百度优选,平晓黎并未就“双11”活动进行对外宣传,而百度优选的公众号最新发布消息是11月7日的“京东物流助力百度优选双11好物节”。

对于今年“双11”各大电商平台的各项策略,网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示:“随着电商行业的发展,各大电商平台处于存量市场的竞争,电商行业需要互联互通来打破壁垒。各平台为了进一步提升市场份额,寻求与竞争对手的合作,借助对方的资源优势,寻找新的增长点,同时能够吸引此前流失的用户,获得新的用户流量,各自的用户体验也将更好,以实现资源的共享和互利共赢。”

据时代周报



“双十一”过后,各地物流企业迎来快递物流高峰。

