

“双十一”观察

# 网店没有“花呗”，顾客就不买账

## “双十一”不仅是电商购物节，更是一场金融战



本报记者 张玉岩

### 不开通花呗功能 就不在店内购物

“早就已经有客户提出如果没有花呗(一种网络消费信贷产品,用户在一定额度内可先消费后还款)的功能,就不在我们的网店购买了。”一家网店的运营负责人介绍。

根据该网店的数据,去年11月份的总销售笔数7222笔,其中,使用“花呗”的订单有1700笔,占总销售笔数约23.5%。而到今年10月份,总销售笔数14561笔,其中“花呗”订单4327笔,占总消费笔数的29.7%。接近一年的时间里,“花呗”用户上涨了5.2%。

去年“双十一”成交量大概是2000多单,其中至少有三分之一的客户使用了“花呗”功能。“今年‘双十一’估计有一半的顾客都会使用。”该负责人介绍。

“花呗”就跟信用卡一样,可以缓解顾客的现金压力。通常情况下,每个月的9日是花呗还款日,如果没有按时还款,可以使用分期付款的功能,但是需要一些手续费,费用各不相同。一般单价600元以上的产品,可以使用分期付款的功能。而开通“花呗”功能的店铺,需要支付给平台1%的手续费。每个月都有大概六七千元的手续费需要支付给阿里平台。

这并不是花呗第一次在“双十一”露面。2015年4月花呗正式上线,半年后已经配合支付宝参加了2015年的“双十一”。10月19日,花呗宣布启动“双十一”临时提额,与前两年相比,今年能够享受临时提额的花呗用户更为广泛,预计有八成的花呗用户将获得相应的临时额度,平均每人能多花2200元。

未来,花呗将迈出阿里体系,成为渗透全渠道的支付工具。目前滴滴打车、美团、铁道部12306平台都接入了花呗的系统。在这个领域,花呗和京东白条等意在消费信贷的产品间,势必还有一场恶战。

### 贷款提额超600亿 保险齐上阵

消费者购物可以打白条,“双十一”给商家带来超大流量的同时,也带来了资金的压力。备战“双十一”,网店一般提前一个月就开始备货,也需要高于日常月份的资金支持。

李金泽是今年刚刚创业的一个淘宝店主,今年7月份,李金泽跟几个朋友一起开了一家叫做包小萌原创包的网店,启动资金中约20%是通过网商贷获得的。根据店铺的成交情况,淘宝会对店铺进行综合信用评价。通过两三个月的经营,加上“双十一”在即,李金泽的网商贷额度也提高到了6万元,日利率是0.03%,可借12个月。信用评价越高,利率也会越低。

“平常情况下,我们每个月大概会有一两百个订单,通常会备下2万元以内的货品。”李金泽说。不过,为了“双十一”和“双十二”这两个购物节,李金泽已经备下了接近10万元的货品,是平常的5倍。“目前,我们使用的资金是这段时间积累下来的,不过有网商贷可以作为我们的后备保障。”李金泽说。

早在一个月前,来自网商银行的数据就显示,在过去两个月,天猫、淘宝平台商家的贷款用户数与去年同期相比增加了33%,贷款总额更同比增加62%,单日放款商家数最高达到14万家。共有超过1000万商家获得了贷款授信,总提升额度超600亿。供应链金融向快消品、生鲜品全面开放。今年“双十一”,除了大家熟知的正品险、退货运费险、生鲜腐烂险、手机碎屏险等已有险种外,蚂蚁金服还为商家推出了服饰30天质保、食品品质保障、物流破损等针对不同品类、不同场景的新险种,总险种达到近50种。

京东也没有闲着,“双十一”期间,京东金融将联合线上线下800多万商户,超过500家金融机构一起参与。其中,京东支付将投入1亿元开展立减优惠,并赠送1.1亿京东京豆;“白条”将推出最高12期分期

免息优惠活动;京东金融保险将不限量赠送保额超百万元的保险大礼包。

### “双十一”不只是购物 更是巨大的金融市场

商业的繁荣离不开金融的支持,在电商狂欢的背后,包括支付结算、消费贷款、互联网保险等互联网金融服务,也被激发了前所未有的活力。

事实上,早在2016年,这些金融服务产品就开始面向卖家买家全方位服务。2016年蚂蚁金服在“双十一”前为133万卖家提供了信贷服务,放款将近500亿元;与9家保险公司合作提供消费贷款,保单量6亿笔,保障金额224亿元。

京东白条更是狂甩10个亿,6天全场6期分期免息,白条新用户更可以享受首单12期分期免息,同时白条将开通临时提额功能,最高可提额8888元,根据消费者的购买力状况,还将提供白条多次提额机会;使用京东支付、京东小金库支付可享受随机立减,最高减免999元。此外,京东金融还与保险公司合作发起了“双十一购物物流保障计划”,对于非京东配送的订单,国内配送时长超过8天,就可以获得“送货龟速险”5元的赔付。

知名科技自媒体王冠雄介绍,“双十一”对于各大电商平台来说,都是一次具有风向标意义的测试,作为一个购物、消费的狂欢节,带来大量流量,在这种情况下新推出的产品,如果都得不到用户的认可,就更难在普通流量下得到推广。

王冠雄认为,互联网行业中,电商是跟实体经济捆绑最紧密的,由电商成长起来的互联网巨头带来金融服务非常正常。另外,基于电商平台网络消费的特点,以年轻人为核心,超前消费意识比较强,有庞大的客户群体,而电商平台最大的优势就是掌握了数据。传统金融行业面临的问题是征信问题,而电商掌握了消费者的大量交易行为,有交易数据,支付数据,甚至有物流数据,可以最精准地评估消费者的信用。

## 深度解析“新商业生态”,全景呈现电商产业的运转流程

# 齐鲁壹点24小时直播“双十一”

本报讯 今年“双十一”,你买了什么?10日下午开始,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者多线出击,以24小时直播的方式,多角度呈现“双十一”的商业大潮,引发“壹粉”追捧。

起源于电子商务平台的“双十一”购物节,正在越来越多地改变着人们的生活方式,成为一种融合线上线下的全民消费行为。围绕“双十一”,各电商平台创意迭出,线下的商家也极力推出措施,借助“双十一”的东风大搞促销。同时,“双十一”也是一场大考。从商家到买家,包括物流园区,快递行业在内,面对“双十一”无不枕戈待旦。

为了深度解析“双十一”的

新商业生态,齐鲁晚报·齐鲁壹点发起了24小时不关机的直播,全景呈现电商产业的运转流程,采访“双十一”期间辛勤付出的人。九路主播赶赴各地,以图文和视频的方式,不间断地呈现今年“双十一”商品流通的盛况。10日下午1点,“齐鲁壹点”客户端直播开启后,数万“壹粉”即时上线关注。

在菏泽天华电商,众多电商企业的办公室里,处处弥漫着争分夺秒的工作氛围。“号角已吹响,战斗正激烈,奋战双十一”“不吃饭不睡觉,敲着键盘数钞票”,一条条备战“双十一”的横幅挂得满满当当。齐鲁壹点主播袁文卿来到这里的时候,工作人

员正目不转睛地盯着电脑屏幕上的数据,设计师也在紧锣密鼓地修改最后一版销售海报。

成长于济南的本土电商服装品牌韩都衣舍,照例经历了一个“双十一”不眠之夜。随着倒计时逐渐结束,“一分钟销售奇迹”隆重上演。可视化大屏数字飙升,整个韩都衣舍被热情的呐喊所淹没。

11月11日上午,齐鲁壹点24小时直播仍将继续。探访济南京东“首单”,以及盖世物流集团备战工作,将为齐鲁晚报·齐鲁壹点的读者用户们带来更多新的内容。欢迎大家继续通过齐鲁壹点APP,观看直播。

(本报记者)



齐鲁壹点直播现场。