

# “余额宝”光棍节赎回 61 亿元

■ 刘田 报道

天猫“双十一”购物狂欢节再次创下了新的消费纪录,而“余额宝”也创下了最大的单日赎回量。

根据天猫公布的数据,今年“双十一”天猫的网购成交额达到 350.19 亿元,比去年成交额增长了 83%。首次担任网购神器的“余额宝”也抗住了首个交易洪峰考验。根据天弘基金提供的数据,11 月 11 日,“余额宝”共支付 1679 万笔,支付金额总共达到 6125 亿元,余额宝支付金额占天猫当日所有支付金额的 17.49%。

## “余额宝”单日赎回 61 亿元

根据天弘基金提供的数据,11 月 11 日零点过后的 001 秒就出现了第一个使用“余额宝”支付的用户,第 10 分钟,支付 168 万笔,支付金额 5 亿元;第 1 小时支付笔数 569 万笔,支付金额 15 亿元。可以说,在 11 日凌晨开始的第一个小时,“余额宝”已经

迎来了全天最严峻的考验。

截至 11 月 11 日 11 时,“双十一”网购狂欢节用“余额宝”支付共 1003 万笔,支付金额 3443 亿元,交易金额已经达到全天的一半。最终,全天支付 1679 万笔,支付金额总共达到 6125 亿元。其中,用“余额宝”购物消费的笔数达到 1540 万笔,购物消费金额 3793 亿元,其余部分转出包括“余额宝”转出到再消费,以及很少量的提现和转账。

天弘基金方面对记者表示,在 11 月 11 日的单日最大赎回量之后,11 月 12 日“余额宝”的规模有所回补。“即使 11 月 11 日出现了 6125 亿元的赎回,但目前总规模仍超出三季度末的 556.53 亿元很多。”

“余额宝”6 月 13 日上线以来,一直以每个月超过百亿的规模急剧膨胀。9 月末“余额宝”管理规模达到 556.53 亿元,成立以来的累计申购金额达 1075.44 亿元。根据海通证券报告,目前支付宝注册用户 8 亿,假设 10%为活跃客户,则余额宝的潜在客户可达 8000 万。按目前户均余额 2000 元计算,余额宝潜在规模约为 1600 亿。

天弘基金表示,从今年 7 月份开始,天弘基金新型嵌入式直销系统利用先进的阿里云计算平台,用互联网的技术和理念保证金融数据的安全流动,使余额宝在今年 11 月 11 日之前已经具备了支撑亿级用户、一天数亿笔数交易的能力,且并发交易每秒能处理数千笔,极限处理能力达到上万笔每秒。

## 收益率平稳过渡

此外,为了应对“双十一”的巨额赎回,天弘基金在余额宝的投资方面已经有了充分的流动性安排,基金 85%的资产为银行存款,其他资产为现金、国债、金融债以及高等级信用债,几乎没有违约风险。

从货币基金每日万份收益来看,根据 Wind 资讯数据,11 月 11 日和 11 月 12 日余额宝万份收益分别为 1.4962 和 1.4577 元。其中,11 月 11 日的万份收益为近 4 个月中收益最高的一天,在所有货币基金中排名第四。不过,一位基金分析师指出,货币基

金万份收益的上升可能与基金兑现浮盈有关,如果卖出投资组合中的债券,兑现浮盈后万份收益就会上升。“‘双十一’当天为了应对赎回,‘余额宝’很可能有卖出债券的操作。”

“余额宝”成立之时正值 6 月份资金紧张,市场资金利率大幅飙升,与大多数货币基金在当时面临大量赎回不同,“余额宝”一直处于净申购状态,建仓时机较好,所以“余额宝”推出之初年化收益率一度高达 6%以上。但是 7 月份以来,资金紧张情况有所缓解,市场资金利率开始下行,余额宝的收益率也开始下降,目前其 7 日年化收益率基本在 4%左右。

另一方面,余额宝收益率的下降也和其规模的迅速攀升有关。由于余额宝的资金可以随时用于购物,达到一定规模后,“余额宝”必须保留大规模的备付资金,这就会对其收益产生一定影响。根据 Wind 资讯数据,从 7 月初至 11 月 11 日,“余额宝”的万份收益总值为 171.29 元,在同类货币基金中处于第 16 位。

# 淘宝假货猖獗 假包商家月利 4 万

■ 李娟 报道

跟不断递增的基数相比,淘宝正面临假货泛滥的危机。

“只敢在天猫的旗舰店购买,其他的渠道,根本没有下手的勇气。”“双十一”促销大战中,来自杭州的沈小姐零点刚过,就在“优衣库”的旗舰店买了两件衣服,尽管比价发现还有更低的网店,“这几年买到假货的几率实在太高了。”

在淘宝的买家级别中,她的等级达到了 VS,这相当于在过去的一年中她至少花了 15 万以上。这已经算是十分有经验的买家了,她也刚刚遭遇过一次假货交易,“买了一个化妆品,因为刚好用完了,找了一个上海的皇冠卖家,价格和香港买差不多,看评价非常多,很多买家都评论,跟正货进行过对比,确定是真的。”

买回来,刚打开瓶子她就觉得不对劲,然后跟卖家申请退货,卖家不愿意,问为什么。沈小姐说:“用这款化妆品超过 20 瓶了,你这个就是假货。”卖家就不说话了,给了一个绍兴柯桥的地址同意退货。

“这类化妆品里掺的也不是假货,不知名品牌的化妆品灌进去居多。”沈小姐说,至少,不会让你的脸上出现问题。

这类卖家通常都写一个上海、杭州、广州的地方,实际上,在其他的批发市场发货,如果要求退货会发现,这类卖家给的实际地址,都以批发市场的居多。这类卖家,往往都十分抵触同城交易,他们怕卖家发现是假货去工商部门进行举报。

在杭州大关钱江市场的一个化妆品市场,记者看到,有许多知名的化妆品都随意地摆放在地上,批发的老板告诉记者,SK 神仙水、兰蔻的小黑瓶、雅诗兰黛红石榴系列都卖得比较好,一瓶的批发价都在几十元左右。

这类化妆品在商场一瓶的正价都在一千元左右,一些网店的老板都跑去批发,不过,跟传统的批发市场不同的是,他们往往并不批货,大部分都等网店有了生意才去购买。

生意最好的就是“小样”系列,大部分的消费者即使买到假的小样,因为总价不高,往往懒得维权。

此前,浙江省工商局局长郑宇民在参加全国工商机关网络市场监管工作经验交流现场会时表示,目前的网络购物市场,已成为消费者权益保护的重要战场之一。

对于淘宝上的大部分靠假货来维生的卖家来说,他们越发隐晦起来了,一位淘宝上卖假货包的卖家对记者透露,她每个月的销售额在五万元左右,利润大概在四万元以上。

记者看到,她的淘宝店里,基本上没有任何照片的陈列,里面只有十元、五十元、一百元、一千元等不同价格的“标的物”,只需要拍下商量好的总价,就可以进行发货,她的假货包,打着“A 货”、“超 A 货”的名义,在熟人的圈子里进行销售。

不过,更多的卖家并没有风险意识,他们在淘宝上做得肆无忌惮。搜索下“杀手包”就可以发现,价格从 98 元一只到一万多一只都应有尽有,事实上,这款包在商场的售价均在一万元以上。记者尝试在“天猫双 11”中搜了同样的关键词,同样出现了好几只三百多元的包,尽管没有打大牌的 LOGO,但还是用“碟中谍 4”以及图片暗示了这是仿包,除了 LOGO 外,其他仿的几乎一模一样。

在淘宝上,这不是屡禁不止,这几乎是被暗示允许的。

这对当地的政府来说正是一个不断升级的难题,尽管从 2010 年开始,他们就尝试通过各种手段来进行网络监管,比如要求所有的网店实名制。浙江工商的数据显示,去年上半年,浙江工商共开展网络专项行动 32 次,网上巡查网站 22 万个(次),实地检查网站经营者 34 万户,责令网站整改 4940 个,关闭网站 452 个,查处违法网络案件 970 起,移送公安机关 28 件。

跟更庞大的基数相比,这不过是沧海一粟。

数据显示,2012 年,中国网络零售交易额达 1.31 万亿元,同比增长 67.5%,相当于社会消费品零售总额的 6.3%。据中国互联网络信息中心发布的数据,今年上半年中国新增网购用户 2889 万,总数已达 2.71 亿。



# “双十一”赢家盘点

■ 张忆 报道

号称年度最热门网购高峰期的“双十一”落幕了,但关于它的话题依旧是热点。每年“双十一”后,都会有一批惊人的数据显示出线上商家“龙卷风”般的吸金威力,本年度他们的表现更是可圈可点。谁是电商里实力不容小觑的新秀? 谁的产品拔得头筹? 又是谁创下历史新高?

**千家网品牌—单式家庭采购 电商赢家:网通**  
**成果:全平台八大产品和服务线合计订单 16.9 亿元**  
“双十一”激战结束,电商使出的各色促销利器也得到了丰厚的回报,其中最值得聚焦的少不了网通第二届“家庭购物节”。数据显示,包括衣、食、住、行品类在内的网通全平台八大产品和服务线合计订单 1.69 亿元。

据悉,在第二届网通家庭购物节期间,网通电商平台上的 1000 多个品牌、五万款商品都将参加“全场 5 折、全场包邮”的让利促销。与此同时,网通还主打了“一单满足全家人购物需求”的用户体验,也收到了用户的好评。

在网通今年推出的“千家网品牌”计划中,出台了一系列扶持政策、流量支持和技术指导,帮助原创品牌提升知名度、供应链管理、营销策略等。记者了解到,“千家网品牌”计划将贯穿第二届家庭购物节全程。未来,网通电商还将与品牌商共同探索会员体系打通、线上购买线下提货、线下店为线上购买的消费者提供售后服务等更多贴心服务。

**亮相 3 分钟破亿品牌关注度第一 产品赢家:小米**  
**成果:小米天猫旗舰店 5.53 亿元夺得四项第一**  
天猫“双十一”活动落幕后,据最新数据显示,小米天猫旗舰店总共收获了超过 102 万的关注,在“天猫双十一”活动全天 24 小时期间内,支付宝成交金额达 5.53 亿元人民币。期间,小米在四个项目里均取得了第一名的成绩,分别是:小米单店销售额 5.53 亿元,第一;单店破亿速度第一;手机类单店销售额第一;手机品牌关注度第一。

记者从小米公司北京总部获悉,小米天猫旗舰店在 11 月 11 日零时 30 分正式开业,3 分钟内小米手机 3 和红米手机已经全部下完订单,总支付金额超过 1.078 亿元,成为此次天猫“双十一”首家过亿的商家。而针对此活动中产生的订单,小米北京、上海、深圳、成都、武汉五大仓储中心展开了 24 小时不间断的配送服务,所有订单将在 5 个工作日内全部发出。第一台小米手机订单已于 11 日 7 点 25 分送达,与 00 点 30 分的正式开场时间,相隔不足八小时。

**系统运行稳定支付成功率高 网购金融赢家:快钱**  
**成果:全线支付产品交易规模日均增长超 400%**

记者从快钱公司了解到,“双十一”当天,快钱线上、线下整体支付交易规模日均增长超 400%,并稳定在以往历史最高峰交易规模的 2.5 倍超过 6 个小时,创下历史新高。作为国内领先的信息化金融服务提供商,快钱公司拥有 270 万家商业合作伙伴,服务于商旅、保险、电子商务、物流、医药、服装等近 20 个行业。

据悉,“双十一”期间快钱整体系统运行非常稳定,交易响应时间、交易短信发送时效、支付成功率都保持在较高的服务水平。为了能一站式满足各类商户不同渠道多样化的收款需求,快钱为商户开通了全面的支付通道,支持 POS 支付、大额网银支付、快捷支付、信用卡无卡支付、手机支付、电话支付等多种支付方式,全面覆盖线下 POS、互联网、手机、电话等多种终端。下载网络商城 APP,手机“秒杀”心仪商品也成为今年“双十一”的亮点。

# 双十一退货率高达 25% 电商狂欢遭遇物流尴尬



■ 贾丽 报道

双十一盛宴后,热度仍在,效应不减。一边是买家疯狂购物后的焦急等待,一边是卖家忙碌配货,物流公司为缓解爆仓压力各想奇招。走大街、窜小巷,到处是印着各快递公司名称的小车忙碌的身影。

日前,几大电商网站迫不及待晒出自己的“骄人成绩”,阿里单日销售额超 350 亿元依旧居于首位,同比增长 85%。阿里天猫方面保守估算,今年双十一包裹量预计将超 2 亿单。苏宁易购出货量次数也在平日的 3 倍以上。

淘宝方面承诺,这次双十一一定在十天内完成发货。瞬间产生的订单量,考验着快递行业和物流公司的能力。面对双十一庞大购物量的瞬间释放,电商和物流公司能否接招?

## 退货率高达 25%

双十一已成为世界最大的网购交易日,然而电商过度对节日效应的依赖,却使物流业遭遇尴尬,双十一背后的物流大战已爆发。

国家邮政局网站数据显示,11 月 11 日主要网商全天共产生订单快递物流量约 1.8 亿件,其中 80%来自淘宝天猫,较去年同期增长 85%,预计电商企业全天交易总额超过 400 亿元。全天各快递企业共处理 6000 多万件快件,是去年双十一最高峰 3500 万件的 1.7 倍。

圆通速递相关人士表示:“今年双十一较去年,快递需求呈现递增趋势,并对物流公司提出更高要求。由于双十一优惠节点较为集中,在 11 月 11 日-11 月 13 日部分一线、二线城市出现爆仓,抢占及时发货率的卖家占大多数。每个站点配送量或中转中心的中转量比平时增 5 倍以上,无形中加大物流企业的压力,要求企业具有极强的运营、协调能力。”

申通快递北京区负责人告诉记者:“从 11 月 12 日开始快件数量是平常的

2 倍,数量将持续增长,在接下来两日内将一个达到高峰。”

物流需求在双十一期间的突发性暴涨,也增加了快递出现滞缓、积压、货品损坏现象发生的概率。

上述申通快递公司负责人向记者介绍,目前物流分三个环节,而这三个环节也最容易发生“卡壳”。第一个环节为中转中心,第二个是配送分拨中心,第三个是配送站点。在实际运作过程中,人员充足的情况下发货环节是不容易出现问题的,出现大量多出平时运送量数倍的货品堆放在中心或站点情况,而同时随着新货品不断积压,存货面积也出现紧张,配送流程容易混乱,从而产生恶性循环。

对于很多客户在不同时间段下订单,往往后卖货品比第一时间卖的还要早送到,与先进先出原则相背离,该人员告诉记者:“从去年看双十一产生的快递一周基本能消化完,但前期工作量巨大,需要提前几个月租用更多场地和车辆,招大量临时工。如果快递公司中转量和配送速度达不到增长需求,带来严重的信誉受损、售后量增加等后续问题。”

与此同时,双十一销售期间附带极高的退货率,让快递公司工作量在无形中加大。中国行业研究网数据显示,今年双十一的退货率已达 25%,部分商家更高达 40%。在大多数快递公司看来,双十一带来了附带问题,对于微利的快递公司,显然是费力不讨好。

业内人士表示:“在价格上,顺丰依旧保持行业内较高水平,相对质量稳定,申通、圆通、韵达等大中型快递公司价格合理成为‘淘宝系’卖家最好选择成为市场主流,小型快递公司以低廉价格赢得市场,但派送速度相对滞后。宅急送、EMS 在网购市场主动降价,市场份额呈现上升趋势。”

## 快递业改进双十一运营

极大的商机吸引无数网络创业大军中的弄潮儿前仆后继,催生大大小小的电商不断涌出,银泰拥抱天猫,传统