

“双十一”四川消费上新台阶

■ 本刊 李成成

一年一度的天猫“双十一”购物节落下帷幕,而天猫则以 571 亿元的销售额完美收场,较上年的 350 亿元有可观的增长。11 月 11 日这个原本平淡的光棍节,因为阿里巴巴而成为全民的疯狂购物的网购节。四川在这一天也贡献了不少消费额,成为全国排名第六的消费省,而双流县、郫县、西昌,以及都江堰、江油等都名列全国电商百强县市,其中成都的双流县和郫县高居百强县市的前十位。

“双十一”四川消费量上升

当时间的指针走到11日晚24点的时候,这一次“双十一”天猫的销售总额出现在了大家面前,571亿元这个数字将“双十一”的成果推向了一个新的高度,其中移动交易额达到243亿元,是去年移动交易额的4.54倍。而去年的350亿元纪录,今年仅用了不到14个小时的时间就打破,在活动开始时,3分钟交易额就突破了10亿元,而突破100亿元大关也只用不了不到40分钟的时间,可以想见,消费者对“双十一”的期待程度以及参与程度颇高。

在这可观的成果面前,有不少是来自于四川的贡献,到11日这一天结束之际,四川省的交易额超过北京在全国各省中排名第六,排名前五的都是沿海的省份。不仅如此,根据天猫统计显示,截至11日15时55分,四川的交易额曾一度位于全国第五。

可以看到,去年“双十一”这一天,四川省全天的交易额为17.7亿元,而这个纪录在今年早就被打破了,截至11日的下午4点钟,四川的交易额就已经达到了19.6亿元。四川的交易额逐渐上升。

从四川境内各个地方来看,成都市的交易额也十分可观,成都在“双十一”这一天的0点到12点这12个小时期间,交易额就达到了7.8亿元,这一数据给成都带来了全国大城市排名第六的位置。

全国消费百强县(市)中四川有5个,分别是双流、郫县、西昌、都江堰、江油,其中,双流排在第五。截至11日的下午4点,双流、郫县、西昌和都江堰地区的交易额分别达到了6488万元、4872万元、2068亿元和1887亿元。

从订单数量来看,今年“双十一”期间,四川消费者买入的订单数量为587.6万单,而四川省内的天猫卖家卖出的订单数量为155.5万单。

在网上购物完成后,快递就忙忙起来了。每年“双十一”之后,堆积的大量快递单让各大快递公司忙个不停。而随着今年交易额的增长,快递单数量也有所增长。据了解,“双十一”当日,成都市的快递处理数量就较上一年增长了一倍,而“双十一”之后的几天,则是快递揽收出港的高峰期。

仅仅24个小时,天猫就收获了可观的销售额,而参与“双十一”的并不仅仅只有天猫,其他电商,京东、聚美优品、苏宁易购、国美在线等等电商平台都参与了此次活动,而四川在“双十一”所贡献的销售额也并不只在天猫上面。

四川买多卖少

可以看到,四川的消费者买入的订单数量和卖出的订单数量之间有着较大的差异,587.6万单和155.5万单,前者几乎是后者的3.8倍。而这样的差异并不是如今才出现,而是历来有之,且差距在逐步地缩小。

去年,四川在“双十一”的交易额为17.7亿元,而从四川卖出去的商品交易总额仅为3亿元,买入和卖出大约相差5倍。那么,为什么会出现这样的现象呢。值得注意的是,四川处于内陆地区,相较于沿海各地,电商的发展起步更晚一些。



■ 本刊 李成成

“双十一”这天,是一年中电商打折力度最大的一天,很多商品会在这天呈现出最低的价格,由此,便形成了消费者购物的盛宴。“双十一”是天猫在2009年首创的购物节,经过5年的发展,其影响力越来越大,参与的消费者数量越来越多,交易额逐渐上涨,从最初的0.5亿销售额,到今年的571亿元的销售额,其增长速度可见一斑。

但是在一天之内达到数额巨大的交易量之后,给物流、快递也会带来诸多的压力,而商品在大量的快递压力下能否保存完好,以及在低价交易中商品质量能否得到保证等等这些问题也是值得思考的。

快递压力巨大

11月11日,我们在网上,将心仪的商品买下,便满心期待地等待着快递员将自己购买的物品送到自己的手中。但是,这一天巨大的快递数量,能不能保证以往的送货时间和送货质量呢?根据媒体报道,四川成都今年“双十一”的快递量或将达到5600万件,相当于成都每人都有4个快递单。在这样的数量压力下,不得不让人有些担心。

家住在成都的陈女士就表示:“以前‘双十一’购物时,要等很长时间才等收到快递,每天查快递,都显示正在发往成都,但是往往要等到一个星期或者更久以后才能送到,而且快递的盒子时不时会出现被挤压过的现象。希望今年不会让我等太久。”

对此,可以看到各个电商平台以及物流公司对“双十



而且沿海地区的服饰、日用品的产业的发展更具有优势,不管是劳动密集型产品还是电子产品很多都集中在沿海地区,不仅如此,四川的一些电商企业的产品也源自沿海各地,这也就导致沿海地区的电商更为发达。在传统企业的电商应用率方面,沿海地区也远高于四川等内陆地区。

不过,随着电商与网络的不断普及,越来越多的人习惯于网购,而且习惯于用移动客户端购物,四川等内陆地区的电商应用率也在不断提高。可以看到,目前四川的很多白酒企业都在实行了线上线下同时销售、宣传的策略。以后,电商将更为普及,而四川买入和卖出的差距或将逐渐缩小。

热销产品覆盖面广泛

“双十一”期间,消费者除了买一些衣服鞋包、配饰、日用品、电子产品外,大件家电也是消费者热衷于购买的对象。以前,很多消费者可能不会在网上购买大件商品,因为商品看不见摸不着,而且价格又不低。而现在,随着电商的普及,以及“双十一”的影响力越来越大,低价让利吸引了众多消费者在这一天到网上购买家电家具产品。

四川的刘女士,就在11日凌晨在电商平台购买了一个全自动洗衣机,并且很快就收到了所购的商品,她表示,在因为“双十一”买的,价格平时时优惠了很多。此外,因为“双十一”的影响力,很多平时不网购的消费者也在这一天抵不住诱惑。成都的林先生告诉记者,他准备买一台电视,因为恰逢“双十一”,听说网上打折很便宜,就准备网购一台,而他平时并不网购,所以只得让身边的朋友帮忙买了一台电视,价格确实比他之前在实体店的价格便宜了很多。

“双十一”思考

一”都有了一定的经验,因此也有相应的应对和准备措施,来对待“双十一”数量巨大的快递单。比如天猫,记者在参与了“双十一”购物时,发现在天猫上有些商家采取了预售的形式,即在“双十一”来临之前的一定时间内,消费者先预定商品支付一定的定金,在“双十一”这一天再将尾款付清,就可以完成购物了。而采取这种形式的商家,有一些会将商品提前发送到离消费者最近的配送站点,等消费者完成购物后再进行配送,如此一来就方便许多,快递压力也得到一定缓解。

商品质量能否保证

从往年“双十一”的购物情况来看,消费者在“双十一”购物后不会出现一些不满意的地方。各个电商在“双十一”这一天都打出一年来最低的价格,那么商品的质量以及商品的售后服务能否得到保证也是令人担心的问题。

收到的商品是否是正品,质量是不是令人满意,以及如果不合适能不能无条件退货,等等,这些问题是很多消费者所关心的。尤其是现在人们对大家电的购买也越来越依赖电商平台,而大家电的送货、安装以及售后维修等也是消费者较为关注的问题。

无论销售和购买的是何种商品,诚信是不可或缺的,商家需要诚信,在给出让利打折优惠的同时,产品质量和售后服务等要有保障,尤其是在销售形成一定规模之后,产品质量更不能被忽视。而消费者也应该理性消费,谨慎消费。不过,在电子商务竞争越来越激烈以及电商购物越来越规范的环境下,这些问题也在不断地完善。

小区店铺影响居民生活

电商的成本很低,因为利用网络平台,就减少了实体店的租金、水电等的消耗,这也是很多创业者之所以选择电商的原因。而为了进一步减少成本,一些商家会选择在小区内办公。因为小区的租金等成本远远低于写字楼。

但是这样一来,在“双十一”这一天订单大增的情况下,众多的快递需要送出,如此一来势必会对小区内其他的住户产生一定的不便。此前就有媒体报道,成都某小区

“双十一”热销的产品中,大家电也越来越受到消费者的青睐,而且本来这些产品的价格就不低,经过让利打折,能省不少钱。家具等大件产品也是如此,“双十一”期间四川的全友家私在天猫的销售额也处于前列。

不仅如此,房产也加入到了“双十一”的行列中来,在忙着抢其他商品的时候,有些消费者却抢到了价格便宜的房子。未来,可能会有越来越多的商品、行业加入到“双十一”的抢购中来,交易额较大的房产、汽车或许也将逐步渗透进来。据报道,业内人士表示,未来两三年,互联网汽车将是潜力最大的领域,阿里巴巴内部目前也正在对此方面进行布局,而主要的布局方式则是互联网+汽车+服务。

线下紧跟潮流

“双十一”其实已经不仅仅是一个网购节了,而是全面的线上线下的购物节,不仅各个电商平台打出了诱人的打折让利活动,线下的实体店、商场也紧跟潮流,纷纷在这一天开展促销优惠活动,以吸引消费者。

在成都的远东百货、仁和春天百货等各个商场都推出了各种优惠活动,打折、送礼品、返券等营销模式吸引了不少消费者。不过相较于线上的购物活动,线下的还存在一定差距。因此,也有一些商家实行线上线下相结合的方式,来进行营销活动。

有的商家推出“APP下单有惊喜”、“支付宝购物得红包”、“线上购券线下狂欢”等各种各样的活动,受到了不少消费者的喜爱。比如,在成都的一些商场里,消费者可在“双十一”这一天的天猫O2O专场,用50元至500元的价格在线购买其价值100元到1000元不等的代金券,而这些代金券在“双十一”结束后的一段时间内,可以在线下商场消费。这也不失为吸引消费者的一个有效方式。

此外,也有一些商场或者城市综合体利用举办线下的社交活动,在“双十一”期间吸引消费者。成都某购物中心就曾在“双十一”期间推出了交友派对,邀请单身男女参加此活动,通过各种游戏等活动来增加人气,带动消费者的消费行为。

“双十一”从2009年开始发展至今,不仅在电商平台引起了广泛关注和参与,从起初的仅阿里巴巴参与,到现在电商平台全线参与,甚至还波及到了线下的实体店,其影响力以及消费者消费习惯的改变可见一斑。

单元中,有些业主将自己的房子出租给他人开网店当工作室,乘坐电梯时碰到店家发货或者进货,电梯被这些商品所占据,从而妨碍了他人乘坐电梯。尤其是在“双十一”期间,订单增加,需要进货和发货的商品数量也随之增加,更加妨碍居民的生活。

对此,就需要相关的引导和规范,各个地方有各个地方的功能,小区就是供居民日常生活的,而商业活动也需要在相应的地方进行,比如写字楼、产业园等。

“双十一”造成浪费?

“双十一”能够吸引无数消费者齐聚到这一天来进行购物,很多消费者还将提前看中的商品故意留到11月11日这一天来购买,就是因为这一天的价格足够低,商家给消费者的让利足够多。

天猫571亿元的交易额,以及其他电商平台可观的销售额,都是无数消费者这一天的疯狂购物所致。其中,也不乏一些在“双十一”扫货的消费行为,或者因为看中低价,而买了一些根本用不上的物品。基于此,有观点认为“双十一”的消费存在一定的浪费。

有消费者表示,买东西的时候看到价格便宜,觉得很划算就买了,但是有时候买回来了才发现那些东西其实并不适合自己,或者自己平时几乎用不着。在成都工作的郑小姐就表示,上一次打折的时候买了一个烤箱,结果买来放在家里到现在都没有用过。

“双十一”网购中,也不乏有些消费者因为在这一天的购物,而透支未来一段时间的消费预算,或者透支信用卡,甚至有网友在网上晒单,一次性购买了十多件商品。也有消费者直接表示,本没有打算购物的,但是看到价格便宜就忍不住买了。

“败家”、“剁手族”、“千手观音”这些调侃的名词也就成了众多消费者的代名词。各大电商给出的低价,让一些消费者的消费行为变得不那么理智,也是无可避免的。不过,“双十一”期间最大程度的让利对消费者来说是一件幸事,对商家增加销量也是很有帮助,既然是互惠互利的事,也就无可厚非。

四川在全国首创P2P“升级版”

■ 刘庆华

跑路,诈骗,网站停运,倒闭,提现困难……“乱”似乎已成为P2P的代名词。截至10月底,今年以来全国跑路平台已经超过150家,投资者待收金额超过20亿元。

据金融投资报消息,电子科技大学成都研究院院长、互联网金融专家陆川表示:“互联网金融门槛低,所以很多平台只需要一个月甚至几周的时间就可以建立起来,我甚至听说过5000元投入、招聘2、3个员工就可以开一个平台的故事,但这样的平台风险极大,资金、风控、技术安全都没办法保证,尤其是没做过互联网、没做过金融、没有资本实力的人很容易在这片海域里触礁翻船。”

在这样“裸奔”前行的行业境遇中,投资者可以信任谁?有没有不跑路的平台呢?

“我们的平台对接的是跑不脱的借款人,我们正在打造最靠谱的P2P网贷平台。”四川投促金融信息服务有限公司的CEO唐伟告诉记者,在行业陷入春秋战国时期,他们正是在搭建一个与普通P2P网贷平台不太一样的、可靠的平台,而他们把这个平台定义为P2G。

互联网金融也“拼爹”

什么是P2G?

这要从四川投促金融信息服务有限公司(以下简称“投促金融”)特殊的背景说起。“在互联网金融成为必然趋势的背景下,P2P行业迅速崛起,但一方面,当前行业乱象频出,鱼龙混杂,参与者风险意识不足,另一方面,监管有所滞后,这就呼唤有更正规的平台出现。其次,结合我们的实际来看,成都民间资本充足,但一直苦于找不到合适的出口。”唐伟介绍道。

正是在上述背景之下,由四川省近30个厅、局、委、办等省级机关联合发起的四川省投资促进会联合一家民营企业成立了四川投促金融信息服务有限公司。

由于股东背景的特殊性,投促金融在融资项目上也有明确定位。据唐伟介绍,公司主要融资项目范围包括城市基础设施建设项目、保障性住房建设项目、公益性社会事业建设项目、地方经济支柱产业项目以及国家鼓励的产业项目等。

唐伟表示,正是基于此,他们将这一平台定义为P2G,即民间资金对政府项目的一种互联网金融模式,主要服务于政府直接投资项目、政府承担回购责任的项目、国企(央企)的保理项目、国有小贷或担保公司承担回购债权债务的项目及其他有政府信用介入的项目,通过更具稳定性的政府信用来对冲风险。“我们每年政府项目有100亿元的资金需求,银行只能帮我们解决10亿,其他的缺口都要我们自己想办法解决,以前我们只能厚着脸皮跑了这家银行跑那家,现在引入民间资本,对于我们项目的顺利开展起到了很大帮助。”内江财政局局长在接受投促金融项目风险调查时曾这样说到。而这也正彰显了政府项目对于民间资本的渴望。

严格风控力保“靠谱”

据了解,除了“跑不脱的借款人”及其项目以外,投促金融在其业务开展过程中也有严格的风险控制措施。

据唐伟介绍,投促金融的主要业务模式为,由借款人提交资料线上发布,投促金融进行线下审核并披露项目信息,借款人以电子合同方式与贷款人签订借款合同,直接投资,对适合通过银行委托贷款的项目由银行委托贷款方式完成。

不论哪种模式,投资人的所有资金均直接进入第三方托管的专用账户,由第三方托管机构进行划转和管理,公司不建立资金池。

在这一系列业务的进行过程中,投促金融有着严格的风控体系和风控措施。唐伟介绍,由资深风控专业人士组成的风控队伍从建议项目开始,到信息收集、评审调查,再到贷后跟踪都要进行严格的管控,保证整个业务流程信息透明,便于投资人了解信息。比如在立项初期,团队会根据项目的准入标准,筛选符合要求的项目及其借款主体,对项目进行实地考察,出具项目考察意见书;公司还将对项目进行公示,贷后也会对资金的使用情况、项目进度情况等进行了披露。

据了解,不同于草根网贷平台,此次投促金融产品项目年利率平均为8%-15%,远低于行业20%的年利率水平,未来可能会对P2P借款人资金成本下降起到推动作用。

欲打造四川网贷航母

唐伟认为,国内P2P行业刚刚处于起步阶段,有一些不太规范的企业披着互联网金融的外衣对投资者进行欺骗,有一些企业则因为管理不善造成兑付困难,再加上老百姓风险意识不足,以致行业信任缺失,这些都是无法规避的。但这无法掩盖互联网投资理财市场较大的发展空间。投促金融的建立就是为了树立四川乃至全国网贷行业的标杆,通过政府项目在民间融资的模式,建立起民资与政府项目的畅通渠道。

业内人士指出,与很多民营资本设立的P2P平台相比,国资背景的P2G平台在公信力方面具有不可比拟的优势;同时国资P2G平台拥有强大的资源优势,在开展项目时候,合作对象可以扩大到全省乃至全国,这是很多民营P2P平台做不到的。

对于投促金融的发展目标,唐伟介绍说,“短期来看,我们希望通过半年到一年的时间,让这种新的业务模式逐渐推广开来,并不断完善成熟。中期来看,我们在考虑将PPP模式和互联网金融进行嫁接,希望通过这个互联网平台介入PPP模式,尤其在新型城镇化发展背景下将有巨大的发展空间。”在目前国内尚未有真正PPP项目出现的前提下,P2G可以算是PPP模式的一种大胆试水。“我们想打造四川P2P行业的旗舰航母,树立四川P2P行业的规则规范,愿我们的一己之力能带来四川P2P行业的整体改变,更期待老百姓、投资者缺失的信心能从我们这里重新树立起来。”唐伟表示。

据了解,投促金融平台及其首个融资项目于11月13日正式上线。

名词解释

P2G(private-to-government),即民间资本对接政府项目的互联网金融模式,年利率平均为8%-15%,通过更具稳定性的政府信用来对冲风险。