

# “百团大战”开打 贴身肉搏升级 电商逼宫传统零售 角力消费金融

□本报记者 王荣



CFP图片 制图/尹建

11月11日,阿里巴巴总部电子屏幕上翻滚的数据将检验其“双十一”促销战绩。阿里今年提出“全球化、无线化和平台化”三大方向,要打造史上最大规模“双十一”。京东也是火力大开,地铁、电视、户外广告随处可见,准备在其擅长的3C领域与阿里展开贴身肉搏。阿里上市满月不久,京东上市不足半年,全球投资者期待两家公司IPO后的首度对决。

就在巨头争霸正酣之际,当当、苏宁易购、国美也纷纷加入战团,垂直电商1号店、唯品会等则从自身优势品类出击,集体角逐网购市场。电商对“双十一”的热衷,折射出网购的火爆,这将进一步推动传统渠道变革。

## 电商开打“百团大战”

10月13日,阿里宣布启动历史上最大规模的“双十一”促销活动,在全球化、无线化和平台化三大方向指引下,菜鸟网络已完成了在200多个国家和地区的物流资源布局,可实现全球包裹通达。除了手机天猫、手机淘宝、淘点点等平台外,阿里投资的UCweb、优酷、微博、银泰等也参战“双十一”。

阿里率先在京东擅长的大家电品类发起攻击。10月15日开始,天猫启动大家电预售,56个品牌、数百款商品加入且持续到11月11日当天。截至10月28日,天猫大家电预订已累计超过20万台。

京东则是与海信、创维、TCL、长虹、康佳、海尔、索尼、夏普、三星联手准备了近20万台特价智能电视,并宣布厨房五金小家电全场低至四折,生活健康产品全场日常售价五折起。凭借腾讯一级入口,京东还在移动端进行全面发力,其上海的仓储基地“亚洲一号”也将赶在“双十一”前正式投入运营。

阿里发出通告函称,阿里已取得“双十一”

的注册商标,并授权天猫独家使用该商标,其他任何公司机构不得使用。通告还显示,少数电商企业恶意诋毁淘宝、天猫品牌,构成商标侵权及不正当竞争。京东在微博回应,“该电商企业”此举有违开放的互联网精神,有违公平竞争的原则。“该电商企业”明显指的是阿里巴巴。

分析人士指出,从阿里巴巴方面看,该公司祭出如此重招,旨在保护其在“双十一”销售中的领先地位。去年,支付宝的单日交易额是350.19亿元,京东的交易额虽然只有35亿元,但是增速比较明显。

“再过几年,我们可以看得到‘双十一’有一千个亿的日子。”2013年“双十一”的时候,阿里巴巴董事局主席马云表示,350亿元的交易并不算多。这意味着,阿里巴巴还将创出更高的交易额。目前,外界普遍关注阿里今年“双十一”的交易规模,从500亿元至1000亿元的预期

均有。而阿里巴巴官方虽不对具体数字做预测,但表示今年的交易额一定高于去年。

针对阿里巴巴推出的全球购,亚马逊中国宣布,今年的“双十一”将主打国际品牌,携手300多家国际知名大牌为消费者带来真正的品质与独家的实惠。

紧贴京东真货正品的策略,国美在线打出“更真”的王牌。国美人士表示,为助阵国美在线“双十一”大战,全球千余家合作品牌厂商再次集中响应,其中不乏三星、海尔、夏普等知名厂商。

11月7日,苏宁抢在“双十一”之前率先启动“O2O购物节”,还利用线下实体店优势,力争把用户在网上下单到送货入户的时间控制在2小时以内。相比平台电商的肉搏,垂直电商由于细分市场用户,其促销从自身优势出发。1号店自11月3日至9日,依次开启洗发水、纸品、进口牛奶、坚果、粮油、面膜、纸尿裤、电饭煲8大品类促销。

## 传统零售业选择触网

“预计整体电商零售市场规模有望由2013年的18925亿增长至2017年的56340亿。”申银万国的分析师依然看好网购市场。

这与传统零售业的疲态形成鲜明对比。申万零售行业分析师统计的72家上市公司数据显示,2014年前三季度收入、利润增速为10年来的历史低位。2014年前三季度,零售业营业收入合计5415.82亿元,同比增长1.02%,增速较去年同期下降10.90个百分点。

上海证券指出,电子商务的快速发展使得客户享受到了高效廉价的商品和服务,“电商+物流”模式解决了过去零售层层环节加价导致商品价格高、服务不到位的困境。电子商务的快速发展的确使得零售行业商品面临着重大挑战。

今年“双十一”,传统的零售卖家银泰、王府井等均甘担当配角。阿里巴巴宣布,11月1日起,银泰商业、王府井百货、大悦城、广百百货等

28家百货集团317家门店正式参与“双十一”购物狂欢节O2O专场。

“以后我们需要转变门店的定位,增加休闲娱乐功能,对商品的品类结构进行调整。”天虹商场的相关负责人表示,面对网购的冲击,传统商业业态需要转型。不过,分析人士指出,在电商的冲击下,零售业利润率会下降,线下商务的机会与互联网结合的O2O业务被认为是传统零企业的出路,但目前并没有成功先例可循。

## 电商培育“赊账”消费

今年“双十一”已经不再是单纯的网上购物节,阿里巴巴、京东正通过“双十一”发力消费金融。11月11日,天猫分期购将推出“11期0手续费”的分期服务;京东自11月1日起开展“京东白条”特惠活动,新老白条用户首单,使用3期、6期分期支付,免分期服务费。

天猫分期购是今年“双十一”诞生的新生事物,由蚂蚁微贷(原阿里小贷)联合天猫开发的,它根据实名用户的消费数据计算“分期购”的额度,用户可以进行“赊账”消费。目前,天猫分期提供的常规分期选择有3、6、9期;其中,3期的手续费为零。11月11日当天,“11期0手续费”支持的商品将重点覆盖天猫电器城和家装等类目商品,包括海尔、TCL、美的、飞利浦、博朗等国内外几乎所有一线的大小家电品牌。

推出9个月的“京东白条”在今年“双十一”也加大促销力度,“双十一”期间使用3期、6期分期支付,免分期服务费。今年2月,京东根据用户的消费记录、配送信息、退货信息、购物评

价等数据进行风险评级,建立了自有的信用体系,推出“先消费、后付款”的“京东白条”。

据悉,“京东白条”用户中,有55%使用了分期付款服务,分期付款的商品客单价(用户的平均购买金额)比非白条客户的客单价高了50%。

无论是天猫分期购还是“京东白条”,均是两大电商平台基于自有信用体系对各自用户的授权,不少业内人士称之为“虚拟信用卡”。分析人士指出,“京东白条”和天猫分期购通过交易环境自建了征信系统,以互联网思维实现了对消费者信用能力的认定。“双十一”集中爆发的交易额和用户,为消费金融的推广和普及助力不菲,目前阿里正筹备网络银行,消费金融的试点或对其网络银行的发展有借鉴作用。

京东消费金融业务总监许凌介绍,“京东白条”可在一分钟内在线实时完成申请和授信过程,分期付款标准利率在每期千分之五,仅为银行类似业务的一半。

天猫的分期购也同样便捷,消费者在浏览

天猫支持分期的商品页面时,如果符合天猫分期的准入客户资质,可以直接选择相应的分期,系统会自动引导消费者确认开通。

许凌介绍,目前第三方支付有近300家公司,支付规模5万亿元;500多家P2P,成交额近千亿元,但是消费金融领域目前并未形成规模。“‘双十一’天猫和京东规模发力消费金融,或成为互联网金融新热点。”

券商分析师指出,通过“双十一”实现了消费金融业务用户和经验的大量积累,一旦政策放开为未来虚拟信用卡的产生打下基础。

目前,蚂蚁金融正在筹建全网络化的银行,这一营运方式在国外已经有相关的模式,但是在国内可能面临政策风险。目前监管部门对纯线上业务仍有限制,开户、信用卡和理财等业务仍需面签,互联网银行难以脱离网点。

“电商+金融”究竟会形成什么样的组合拳?中国零点研究咨询集团徐兴旺认为,这会形成新的金融业态。

## 服装家纺企业加速线上线下融合

□本报记者 张玉洁

服装家纺类产品作为网购重要品类,是每年“双十一”的重头戏之一。对于企业来说,“双十一”期间线上销售收入往往在全年线上收入中占“半壁江山”。不少上市服装家纺公司均推出各种促销手段以增加销售收入,同时继续推进线上线下融合提升利润率。

### 电商已成增收“利器”

数据显示,服装家纺类产品约占线上销售金额的30%左右。而在家纺、男装等标准化程度较高的纺织服装产品品类中,线上尤其是电商渠道的收入规模和营收占比均在显著提升之中。多家上市公司三季报显示,电商渠道收入已经成为“弱市”中营收增长的“驱动”之一,预计今年电商渠道收入将继续保持增长。

罗莱家纺三季报显示,公司上半年电商品牌LOVO销售增幅超过80%。民生证券研究报告预计该公司2014年网购收入将达到4.5亿—5亿元,成为新的利润增长点。罗莱家纺相关人士表示,今年拟将罗莱、LOVO之外的其他品牌有计划、有节奏地导入线上,扩大品牌影响力和市场占有率,期望2014年电商渠道销售额有更好表现。

据媒体报道,富安娜预期“双十一”电商销售额望增50%至近2亿元。罗莱家纺制定了2.5亿元的销售目标,同比增近40%。

海澜之家1—9月实现电商销售1.8亿,增长350%。海澜之家采取线上线下同价的O2O模式。目前海澜之家销量已经位于天猫前列,券商预计其全年电商销售收入将同比增加300%—400%。此外,森马服饰、七匹狼和九牧王等公司前三季度电商收入增速均在20%以上,对整体营收增长均贡献明显。

### O2O联动打造流量闭环

服装并非严格意义上的标准化产品,在电商促销活动中,与高额的成交量伴随而来的往往是高退货率。数据显示,由于尺寸问题,天猫内衣频道每年“双十一”的退货率均超过了10%。业内人士指出,线下门店是服装零售企业生存和发展的根基,电商实际上是实体销售端的必要补充。

随着电商平台进入寡头竞争局面,企业在电商平台营销成本明显上升,若考虑到账期等隐形成本,电商渠道“低成本”时代早已不在。因此推进线上线下的融合将是服装家纺类企业电商业务的着力点。今年“双十一”活动中,天猫在服装、内衣、护肤等品类中摘选部分商家推广线上线下联动“双十一”。都市丽人、九牧王等服装品牌企业成为此次天猫“双十一”线上线下联动促销的主推阵营。

都市丽人相关人士表示,“双十一”期间,每家自营店将根据单店库存,选取5—10款制定型号执行线上线下联动促销。消费者店内选购时即可扫码、在线下单支付后将享受更多折扣,加强网购的线上线下联动。

这是为线上线下联合打造品牌内部的流量闭环创造条件。同时完成线下体验和线上虚拟支付,补全了网购环节当中的体验短板,也减少了物流环节的压力与社会资源的浪费。

罗莱家纺推出的“O2O购物节”将执行线上线下同款同价,门店指定款活动期间有折扣等活动。七匹狼大多数门店将支持支付宝和微信支付,同时支持线上下单和线下门店发货。

分析人士指出,互联网时代的服装家纺行业既非单纯的电商,亦非传统的线下业态,线上与线下的融合将会加速,电商虽然具有方便、快捷的优势,但没有结合消费者的消费体验,而体验正是实体商业的优势所在。继续做好电商线上渠道和线下渠道的有机融合,提升利润率将是行业发展的趋势。

## 房地产借势促销去库存

□本报记者 姚轩杰

一年一度的“双十一”网购狂欢即将开始,以往主要是电商捞金的黄金档,如今也出现房地产开发商的身影。近日,保利、万科、方兴等多家房企打出“双十一”促销牌引发人们广泛关注。

业内人士认为,今年房地产整体处在调整期,多个城市库存高企,房企为了去库存回笼资金,不断在促销方式上做文章。“双十一”可以说是一个很好的促销时点,房企加入的目的还是让利走量,消化库存,冲击全年销售目标。

### 房地产参与“双十一”

“金九银十”曾是开发商集中销售的楼市旺季,如今“双十一”有望成为房地产开发商又一个营销档期。日前,方兴地产高调宣布将启动“双十一”售房“光盘节”,在全国11个城市22个项目推出主要针对老业主的线上线下多形式优惠活动,总优惠金额达3.3亿元。为打造地产史上首个“双11光盘节”,方兴地产将推出4400套房源参与促销活动。

打出“双十一”促销牌的不止方兴地产一家,富力地产、招商地产、万科等品牌房企纷纷制定了光棍节促销计划。其中,富力将在全国18城30盘展开联动,共同发起“双十一”微信购房节。

北京万科热销楼盘——金第万科金域东郡项目,将开启“双十一”活动。从11月8

日至11月30日,客户可通过线上房价竞猜、0点秒杀抢拍等方式获取购房优惠及特住房源。或亲临现场参加11月8日—9日线下举办的“0元竞拍巨额优惠和双十一大奖”活动,由客户自由竞价,出价最高者得。

招商地产推出积分买房活动,启动了与招商银行的合作,购房者可持招商信用卡持卡以1000元积分,兑换指定楼盘的10000元购房现金抵用券。

### 去库存成主要目的

一直以来,开发商“打折优惠”、“垫首付”、“送精装”等促销戏法频频上演。如今,房贷7折利率优惠难产,有开发商别出心裁给出利率补贴计划。日前,首开地产的首开·香溪郡项目拟根据目前北京最高利率优惠9折的现状,将8.5折与9折差价部分由开发商以优惠的形势进行补贴。

当前开发商推盘走量意图明显。亚豪机构副总经理任启鑫认为,随着9月底新政策的出台,部分蛰伏的需求被激活,市场活跃度明显提升,为争抢这部分需求变为自身销量,接下来房企将普遍采取“平价跑量”的策略。

世邦魏理仕研究报告指出,与上半年相比,房企下半年的销售任务更重,由于银行利率优惠力度很小,房企在资金压力和库存压力推动下,会通过让利的形式来快速走量,冲刺年终销售目标。房企打出“双十一”促销牌也多是出于年度业绩的压力,希望快速去库存、回笼资金。

### ■ 以案说法

## 对操纵市场行为严惩不贷

□本报记者 倪铭姬

利用网络等信息技术手段操纵市场的现象屡见不鲜。有些人利用职务之便撰文荐股,操纵股价。对此类行为,监管机构严惩不贷。

### 以职务之便发文荐股

在李德胜、丁彦森案件中,经查明,李德胜、丁彦森存在以下违法事实:2008年2月19日至2009年3月27日,“证券之星”等网站发布署名为华泰证券李德胜的荐股文章64篇。2009年3月18日至31日,“全景网”等网站发布署名为中信建投证券丁彦森的荐股文章5篇。

证监会认为,李德胜、丁彦森的上述行为对投资者构成欺诈,同时,为他人利用其从业资格从事违法行为提供了便利条件。证监会决定:对李德胜、丁彦森分别处以3万元罚款,同时暂停李德胜证券投资咨询业务资格2年,暂停丁彦森证券投资咨询业务资格1年。

### 发表博客操纵股价

在袁郑健案件中,经查明,袁郑健操纵中茵股份股

票交易价格:袁郑健于2011年3月10日至4月14日使用3个证券账户,连续交易中茵股份股票,在自己实际控制的证券账户之间交易中茵股份股票,在持有中茵股份股票的情况下发表博客文章推荐中茵股份股票。由于连续交易、在自己实际控制的证券账户之间交易的数量较大,通过媒体推荐中茵股份股票的博客文章阅读次数较多,致使中茵股份股票交易价格从2011年3月9日的8.78元上涨至2011年4月6日的12.31元,涨幅40.20%;之后,中茵股份股票交易价格调整至2011年4月14日的10.51元。

根据以上事实,证监会认定,自2011年3月10日至4月14日,袁郑健操纵中茵股份股票交易价格。袁郑健操纵中茵股份股票交易价格获利2,051,191.07元。证监会决定:没收袁郑健违法所得2,051,191.07元,并对袁郑健处以4,102,382.14元罚款。

在余凯案件中,经查明,余凯存在以下违法事实:2008年2月至2009年初,余凯分别以柳某、罗某、翁某伟的名义先后成立了武汉胜券在握投资咨询服务有限公、武汉金仕齐投资有限公司、武汉善行投资有限公司,随后招聘罗某旭负责操盘、管理日常事务和撰写荐

股文章,招聘雷某为各大财经媒体联络人,招聘龚某负责操盘。同时,余凯还聘请江海证券分析师蔡某澍、洛阳证券分析师黄某为其撰写荐股文章,并要求二人和罗某旭为其开立了“鄂某英”等7个证券账户及对应的银行账户,加上其控制的“刘某珍”账户,按照“先建仓、再荐股、后卖出”的操作模式对“ST金花”等44只股票进行了操纵,即在每天收盘之前购买相关股票,然后余凯利用华泰证券分析师李某胜和中信建投分析师丁某松的名义在“证券之星”、“和讯网”、“新浪网”、“金融界”等多个财经网站公开推荐上述股票,影响证券价格,并在荐股文章发表的当日或第二个交易日内将上述股票全部卖出。2009年4月,余凯和罗某旭商量借用北京禧达丰证券投资顾问有限公司的平台发表荐股文章,2009年5月至12月期间,余凯等人以“先建仓、再荐股、后卖出”的手段,先后在“和讯网”等网站发表荐股文章87篇,对“粤富华”等61只股票进行了操纵。

司法机关判决余凯犯操纵证券市场罪,判处有期徒刑三年,并处罚金人民币450万元,并没收违法所得。证监会决定:撤销余凯证券投资咨询业务资格。

## 中国证券监督管理委员会 行政处罚罚没款催告书送达公告

向军,赵兴:

因你们交易厦门三五互联科技股份有限公司股票的行为构成内幕交易证券违法行为,我会《行政处罚决定书》([2014]74号)决定没收向军违法所得539,659.94元,并处以539,659.94元罚款,没收赵兴违法所得468,252.25元,并处以468,252.25元罚款。相关《行政处罚决定书》已送达生效,但你们至今未按规定履行缴款义务。

因无法以法律规定其他方式送达,现依法公告送达我会《行政处罚罚没款催告书》。请你们自公告之日起60日内到我会领取上述催告书(联系人:陈雪,电话:01088060349),逾期即视为送达。

请你们在我会催告书依法送达后10日内,缴清罚没款,罚没款汇至中国证券监督管理委员会(开户银行:中信银行总行营业部,账号:7111010189800000162)。逾期未缴清罚没款,我会将依照《行政强制法》有关规定,申请人民法院强制执行。

中国证券监督管理委员会  
2014年11月7日