

“双11”征战成就网购“四条硬腿”

移动交易成绝对王者，支付技术独步全球，保险覆盖创出新高，信用消费成新潮流

912.17亿元，2015年“双11”狂欢节“战况”随着这一数据的公布尘埃落定。8.59万笔/秒的支付洪峰，35分钟交易额破亿的京东白条，6048万笔的花呗，以及3.08亿单的退货运费险，成为这个“双11”独特的印记。

从消费、支付、信贷到保险，互联网+金融，让这次“剁手狂欢”变得不一样，而就在这些变化中，市民的消费观念和消费行为都在发生深刻变化。无可置疑，“双11”正催生金融新生态。

■记者 蔡平

移动为王

移动端成交占比达7成

数据 除天猫移动端成交稳占七成外，苏宁易购、京东移动端订单量也分别达到67%、74%。

截止到11月11日0时17分58秒，2015天猫“双11”全球无线交易额已超过100亿元。

三湘都市报记者从天猫方面获悉，移动端成交占比一开始保持在80%以上，之后有所下降，稳定在74%左右。最终数据显示，天猫“双11”期间，无线交易占比68.67%，无线交易额达到626.42亿元人民币。而去年移动端的交易额为243亿元，占比为42.6%。

来自苏宁易购的数据也显示，苏宁易购全网销售订单量同比增长358%、移动端订单量占比67%。苏宁实体店店面移动支付提升600%，激活会员同比增长12倍。

“双11”晚会直接带动了人气和流量，在整个晚会进行期间，有逾千万的消费者使用手机淘宝、手机天猫参与了晚会的“摇一摇”互动，数十万件“1元购”福利——进口牛奶、扫地机器人、家纺四件套、美国往返机票、甚至有11台凯迪拉克汽车都被消费者1元扫走。

在11月11日当天，京东也刷新销售记录，“双11”全天下单量超过3200万单，同比增长130%。其中，移动端下单量占比达到74%。

据了解，自阿里巴巴首创“双11”购物狂欢节以来，交易额、交易峰值、支付峰值这三项指标连续7年一路走高：交易额从2009年的0.6亿元人民币狂飙至去年的571亿元，而这一纪录今年在11时50分就被打破。订单创建峰值指标则从2009年每秒钟400笔飙升至14万笔，支付峰值从每秒200笔提高到8.59万笔。从2009年到2015年，“双11”订单创建峰值增长了350倍，支付峰值增长了430倍。



11月11日，一名杭州市民在手机上浏览电商平台“双11”促销信息。 新华社图

支付井喷 每秒8.59万笔，独步全球

数据 支付宝的支付峰值达到8.59万笔/秒，中国支付系统大幅领先全球。相对应地，VISA最新的实验室测试数据是5.6万笔/秒，实际处理峰值为1.4万笔/秒。另一家全球性支付清算平台MasterCard的实验室测试数据也只有4万笔/秒。

记者从蚂蚁金融服务集团获悉，其旗下品牌支付宝在今年“双11”期间，共完成7.1亿笔支付。支付峰值出现在11日0点05分01秒，达到8.59万笔/秒，是去年“双11”峰值3.85万笔/秒的2.23倍。

资料显示，VISA最新的实验室测试数据是5.6万笔/秒，另一家全球性支付清算平台MasterCard的实验室测试数据为4万笔/秒，在实际应用中，VISA处理的峰值为1.4万笔/秒。这意味着，中国支付系统在技术上已大幅领先全球。

蚂蚁金服首席技术官程

立表示，“这个成绩，最应该感谢的是200多家银行的合作伙伴。银行提前数月开始和蚂蚁金服一同对整个支付系统进行了470次压测，在“双11”凌晨扛过支付洪峰中起到了非常大的作用。”

程立介绍，支付宝采用了蚂蚁金融云的分布式架构，具备“异地多活”能力，支付系统支持每天100亿笔交易已经没有任何技术障碍。

强大的支付处理能力，也帮助包括淘宝、天猫、小米、华为、国美、聚美优品等多个电商平台平稳度过了“双11”的交易洪峰。

“双11”跨越“七年之痒”，今年各大互联网金融平台更是纷纷加入战局。据透露，综合互联网金融企业快钱公司，“双11”当天就再度创下移动端交易规模新纪录，峰值增长超5倍。

快钱相关人士介绍称，“80后”、“90后”的年轻一族已然成为今年“双11”的主角，他们热衷于各类钱包支付，安装各式各样的钱包APP。不少商家都在移动支付上大做文章，来自快钱的数据显示，“双11”移动端的交易增长势头迅猛，峰值增长超5倍。

保险称雄 保险覆盖创下历史纪录

数据 蚂蚁金服今年“双11”退货运费险单日保单量达到3.08亿单，同比增长65%。京东“买贵管赔价保险”的日均保单量也突破200万单。

长沙市民刘丽算得上是资深“剁手党”了，17个“待收货”的订单让她多少有种“大丰收”的感觉。与往年不同的是，今年“双11”在天猫“秒”完商品之后，她发现几乎每一笔订单都被商家投了“运费险”。

刘丽的经历只是网购保险的一个缩影。记者从阿里巴巴方面获悉，今年“双11”，10余家保险公司与蚂蚁金服及天猫平台共同参与并设计了与“双11”相关的创新性保险。蚂蚁金服方面的数据显示，今

年“双11”，退货运费险单日保单量达到3.08亿单，同比增长65%。

蚂蚁金服保险事业群产品总监梁越平表示，首次亮相“双11”的天猫正品险覆盖所有天猫订单，品质保证险、物流破损险这两员“双11”保险界“新兵”，覆盖的商户数量共超过6万家。在天猫“双11”912.17亿元的天量交易量背后，为“双11”购物狂欢护航的保险险种也创下历史纪录。“运费险都是商家赠送

的，退货的话就赔付25元，还是挺好的。”多位剁手族在和记者交流时表示。

此外，“买贵管赔价保险”作为今年京东金融主推的电商险种之一，也亮相11月11日，上线两天，日均保单量已突破200万单。

“买了一台联想的电脑，花了3300元，刚好看到有保价保险，保价30天，只要0.6元。蛮实惠的就买了一份。”市民小潘在接受记者采访时表示。

“信用”走红

“打白条”用户激增800%

数据 “双11”单日京东白条用户同比增长800%。首次参与“双11”的蚂蚁花呗，全天交易笔数达6048万笔。

与往年不同的是，今年“双11”，信用消费成为一种潮流。

京东发布数据显示，今年京东只用了35分钟就实现京东白条交易额突破一亿，超过去年“双11”全天京东白条交易额。

此外，“双11”单日京东白条用户同比增长800%。单项具体来看，京东商城每卖2.5部手机就有1部是打白条的，每卖4台笔记本电脑就有1台是打白条的。

记者从支付宝方面获得的数据显示，首次参与“双11”的蚂蚁花呗，全天交易笔数达到6048万笔，支付成功率达99.99%，平均每笔支付用时仅0.035秒。

据蚂蚁花呗运营负责人陈怀晟粗略估算，蚂蚁花呗帮助整体支付成功率提升了2至3个百分点。每一个百分点的提升，意味着至少可以促进1.3亿元的消费。

苏宁易购发布的数据显示，“双11”当日，使用“任性付”消费人数环比增长576%，任性分期消费金额增长836%。

记者手记

互联网金融成消费习惯拐点

912.17亿元交易额，8.59万笔/秒的支付洪峰，全天7.1亿笔的支付，35分钟交易额破亿的京东白条，6048万笔的花呗，以及3.08亿单的退货运费险，首次亮相覆盖所有天猫订单的正品险……

从“双11”的实践来看，金融云、互联网支付、消费金融、互联网保险等“互联网+”金融新业态正在快速形成。互联网金融带给消费者的便捷服务，也在从另一个层面改变着市民的消费与观念。

以“双11”购物狂欢为核心的互联网+消费，给了我们一个启示：中国市场具有强大的消费潜力，而互联网+消费，以及金融生态的构建，正成为让中国人改变消费习惯、转变消费观念的一个极为有效的手段。

中国社会科学院金融研究所所长助理杨涛表示，“双11”的奇迹表明，中国经济正在进入以消费拉动的新常态，这也是中国经济转型的信号，代表着新的经济力量的崛起。而新的经济转型，需要一个新金融的体系来支撑。因此，以云计算、大数据等技术作为底层基础、面向消费的普惠金融，将成为未来新的金融体系的重要组成部分。