

天猫双11
数字金融从供需两端助力内需

覆盖更广泛

网商银行行为
300多万中小商家
提供**3000亿**贷款资金
支持助力商家备货

天猫商家为
线上**800万**双11商品
开通花呗分期免息
助力商家卖货

需求更旺盛

40%的商家来咨询
如何开通花呗
比平时增长**1倍**

要求15V开通
花呗收款功能的商家
比日常增加**8成**

小商家人均
从网商银行贷款**7次**
有**15万**商家超过**100次**

生意更好做

开通花呗以后
商家交易额平均提升**38%**
交易用户增加**32%**

70%商家认为
1元利息可以换回**2元**利润
贷款能把生意做大

数据来源：支付宝&网商银行

天猫双11助力内需：

300万中小商家贷款到位 “支持花呗”成最新店招

文/沈钊

数字金融正在成为天猫双11商家做生意的“新武器”。

支付宝联合网商银行发布的天猫双11商家端报告显示,今年天猫双11,网商银行为300多万中小商家提供3000亿元贷款资金支持,帮助商家解决备货资金周转难题。

与此同时,天猫商家为线上800万双11商品开通花呗分期免息,线下也有越来越多的商家贴出本店支持花呗的店招,以吸引消费者。

A 300万中小商家贷款输血到位
商家付1元利息赚2元利润

来自慈溪的天猫商家余雪辉最近很是忙碌,他一边申请了网商银行的信用贷款,投入开发了一款三明治早餐机,一边通过花呗分期免息等方式,吸引消费者。双11预售期间,这款早餐机的销量比预计多2倍,“卖得太火爆了,预备的货源都告罄了!”

网商银行助力多备货,花呗分期助力多卖货——灵活运用这两大数字金融法宝的余雪辉,是万千小商家的代表之一。天猫双11进入第11年,是消费者的狂欢节,也是品牌和商家增长的良机,更是拉动内需的新动力。

兵马未动,粮草先行,贷款需求是商家备货温度的晴雨表。《天猫双11贷款报告》显示,今年双11,商家在备战期间,人均贷款7次,有15万商家甚至超过了100次,需求十分旺盛。

作为贷款的提供方,网商银行行长金晓龙分析说,一方面是因为,现在天猫双11的贷款服

务已经支持商家从开店到推广、增值的全链路;另一方面,也是商家的生意经营得好。

四川康定的商家张大姐,2012年以来,在网商银行贷款累计高达5000笔,最小一笔只有3元钱。因为太频繁,客服团队特地联系她,怕她不知道这是贷款,没想到大姐说得头头是道:“一有订单就来借款,订单大就多借,小就少借,赚钱了立马还,每笔只用几天,这样利息付得少。”几年下来,她的销量从每年10万元做到每年200多万元,5000多笔借款,没有一次逾期。

很多像张大姐一样的中小商家认为,贷款可以有效促进自己的生意。调研显示,70%商家认为1元利息可以换回2元利润,贷款是能够把生意做大的办法。为满足这些贷款需求,今年双11,仅网商银行与其合作机构,累计放款金额就将达到3000亿元,同比增长50%。

B “本店可用花呗”成新招牌
商家开通花呗销售增38%

通过贷款新增的货品,如何更好地销售给客户,商家开始看到消费金融的作用。移动支付渗透率的提升,让商家挂出“本店可用支付宝”的招牌成为平常,但今年双11,商家的店招又有新动作——“本店可用花呗”。作为支付宝的服务商,云纵集团感受特别强烈,“双11期间,光是消化商家要求开通花呗的需求,就让我们不得不临时增加人手。”

云纵集团相关负责人牧月介绍,双11期间,在很多三四线甚至五六线城市,要求开通支付宝的商家大幅增多,问及原因的时候,多数商家都表示因为消费者对于使用花呗支付有需求。

据不完全统计,几家支付宝ISV

的平均数据显示。为了更好地满足消费者需求,促进成交,要求开通花呗收款功能的商家,比日常增加了八成。在天猫的品牌旗舰店里,几乎所有商家都把支持花呗分期免息作为卖点。

特别是教育、培训类的商家,在天猫双11通过开通花呗分期、并且免利息的方式降低报名门槛,销量增长明显。以正保远程教育的中级会计师培训课程为例,每天上课的学费只需要1元钱左右,这个课程双11以来销量是日常的8倍多。

蚂蚁金服数字金融总裁黄浩指出,开通花呗能够提高交易额,帮助商家更好地做生意。花呗的数据显示,在非双11期间,商家开通花呗以后,交易额平均就能提高38%,交易

C 消费金融市场需求旺盛
蚂蚁金服发起行业社会责任倡议

“为帮助商家更好地做生意,此次天猫双11,蚂蚁金服有两个新尝试:一是为商家提供一键贴息功能,目前天猫商家已经为800万商品开通了花呗分期免息;二是根据场景为商家提供金融工具,在居然之家等家装场景提供借呗‘居秒贷’的专项额度。”黄浩介绍。

不过,这样的安排也没有完全满足市场的需求。双11前夕,花呗的商家客服热线中,40%的商家是来咨询如何开通花呗的,较平时增加了一倍。

与巨大需求相比,我国消费信贷的可获得率却并不高。国家金融与发

展实验室的《2019中国消费金融行业发展报告》显示,我国六成的成年人无法从传统金融机构处获得消费信贷服务。西南财大的调研显示,中国家庭消费信贷参与率仅为13.7%,不到美国四分之一。

西南财经大学甘犁教授据此建议,应鼓励有场景的消费信贷,同时促进普惠型场景类消费信贷的发展,定向解决我国数亿消费信贷不足人群的普惠性贷款难题,推动我国消费下沉。

“在消费信贷领域,市场需求和供给之间还存在巨大差距。一个平台的力量是有限的。”黄浩指出,要满足

用户平均增加32%。这个效应在双11期间更加明显:天猫双11预售期间,花呗分期拉动下,交易额增速最快的类目是个人清洁、宠物商品和保健食品,增幅分别达到了20倍、5倍和4.6倍。

中国社会科学院金融研究所法与金融研究室副主任尹振涛认为,天猫双11商家的新金融故事,是观察中国经济结构转型升级的新窗口,是践行金融供给侧结构性改革的试验田。在助力普惠金融的同时作用于供给侧和消费端,激活潜在消费需求,提升金融供给的效率,扩大金融服务的覆盖范围,让双11真正成为实体经济持续、健康增长的推动力量。

大众对消费信贷的需求,需要更多金融机构参与进来。双方在资金、流量、技术和数据上优势互补,通过联盟但又独立风控的方式,去推动这个市场健康、稳定地发展壮大。

在新金融助力商家成长,拉动内需的过程中,也出现了一些不规范、不理性的行业现象。对此,蚂蚁金服发起了《消费金融机构社会责任倡议》,提醒消费金融机构以保护消费者权益和防范金融风险为重点,做到授信克制、利率适当、数据安全、贷后管理文明、持牌经营、独立风控、拒绝兜底。

走马羊城

文/羊城晚报记者 刘佳宁
图/羊城晚报记者 黄斯

广州车展开幕在即 市场提前“热起来”

还有两周多,2019广州国际车展即将开幕。这是今年四季度车市里的热点所在。一般来说,广州国际车展上将有大批新车发布,随后一个月左右就会进入密集上市期。不少消费者会在年末购车旺季出手,一方面是现款车型优惠较大,另一方面,大批新车入市为消费者提供了更多的选择。

近期消费者观望为主



新宝骏 RS-3 正式上市 售 7.18 万元起

10月29日,新宝骏旗下RS-3正式上市,新车有4款车型,售价为7.18万-8.98万元。同时,会上还发布了迭代升级的新宝骏车联网,新版本的车联网也将与RC-6、RM-5同步推送。

RS-3是家族第四款车型,也是新宝骏旗下全新小型SUV,基于全新的R平台进行打造,车身尺寸为4300/1750/1615毫米,轴距2550毫米。动力方面,新车搭载型号为L2B的1.5L自然吸气发动机和245T

记者周末走访车市了解到,近期车市行情较为平稳,各种优惠基本保持在此前的水平线。某日系汽车品牌销售员张先生称,近期市场可谓不冷不热,看车的消费者其实也不少,特别在周末时段,每天都有四五十批客户到店,但成交量并不高。不少消费者在多个品牌之间比较后才会做出选择。而在另一家日系品牌4S店里,记者看到该品牌最新上市的SUV车型已经摆放在店头。该款车无论是配置、外观还是价格,均比旧款有很大的提升,最低门槛降至17万元,比上一代车型的入门款车型低了七八千元。因此,到店看这款车型的消费者并不少。该店销售员王小姐说,有口碑的新车上市后还是能吸引不少消费者到店的,但由于新车刚上市,优惠还没到位,不少消



费者目前还是处于观望期。

消费者盼新车上市

消费者在等什么呢?一是等价格优惠到位,二是等心仪的新车上市。据记者了解,本届广州国际车展上,约有六七十款新车发布或亮相。其中,不乏一些在市场上已经“曝光”的车型。这些车型也会在广州国际车展上公布售价。例如此前已经亮相的凯迪拉克CT5,有望在广州国际车展上公布售价。



▲广汽本田皓影此前公布预售价

▲全新一代广汽传祺GS4

该车型有望成为凯迪拉克轿车阵营中的走量担当。在此前的亮相中,公布售价为30万元以内。这种具有悬念的预热热战已经早早早在市场上打响。消费者陈先生近期准备购置一辆SUV,他的候选名单中就有广汽传祺全新的GS4在列。传祺GS4在市场上一向是“人气王”,如今,该款车进入新到旧交替时期,全新的GS4在十月中旬亮相,各方面的性能、配置、颜值等已经公布。陈先生称:“这款车型在外

观和配置以及空间上都很满足我的需求,现在就看售价了。”虽然目前还没有正式“官宣”,但包括广汽丰田新款SUV威兰达(准确车型名称以厂家公布为准)、一汽大众新款迈腾、沃尔沃全新一代S60、长安福特Escape、广汽本田皓影、北京奔驰EQC、小鹏P7等一系列重磅新车有望在广州国际车展正式发布或上市,对于消费者而言,除非急需用车,不然可以忍后手,等今年年底市场上将会有更多强悍选手供你选择。



配合智能AI语音让用户上车即可唤醒导航与音乐,拥有“上车即上路”的体验感。该系统同样支持手机远程寻车、启动车辆、提前开启空调等,还可进行投屏互动,通过大屏来使用手机APP,给用户带来高级的定制专

属感,也让日常驾驶变得更为有趣。此外,新车还将为用户提供微信互动服务,意味着用户在开车过程中,系统可通过精确的语音识别回复微信,避免成为低头族,使行车变得更为安全。(文/图 黎存根)

新车发布 文/图 黎存根

北京现代新一代ix25 与悦纳上市

10月30日,北京现代以音乐派对的形式,在其重庆工厂为新一代ix25和新一代悦纳举行正式上市发布会。其中,新一代ix25的4款配置车型售价区间为10.58万-13.68万元;新一代悦纳4款车型售价区间为7.28万-9.68万元。

小型SUV新一代ix25

新一代ix25定位小型SUV,采用了现代最新的感性运动设计理念,大面积增加车辆线条,并且提升车辆的肌肉感,外观具有高识别度。新车尺寸上,长宽高分别是4300/1790/1620(1635)毫米,轴距2610毫米。智能配置上,12.3英寸数字仪表盘根据四种驾驶模式显示不同颜色,而10.4英寸的立式悬浮中控屏集成了多媒体按键和空调控制功能;搭载百度智能网联3.0系统,能实现更多语义控制功能,实现车家互联、导航联动、低油量提醒等丰富功能;而手机蓝牙钥匙则带来更便利的智能体验。安全方面,新车提供了集成10项ADAS功能的智能驾驶辅助系统,包括车道保持辅助(LKA)、盲区显示系统(BVM)、360°全景影像(SVM)等日常行车中最常用的功能。同时,新车首次搭载了现代汽



车新一代发动机平台,全新的1.5L自然吸气发动机配合全新智能CVT变速器,打造出5.3L/100km的低油耗。此外,新一代ix25还搭载了同级少有的雪地、泥地、沙地三牵弓模式选择,可以达到媲美四驱的通过效果。

小型轿车新一代悦纳

新一代悦纳定位小型轿车,有着年轻动感的造型设计、丰富智能的安全配置。作为一款面向AI智能驾驶时代的新车,新车搭载了领先的智能出行安全系统,融合了车道偏离警示系统(LDWS)、车身电子稳定系统(ESC)、上坡辅助系统(HAC)、间接式智能胎压监测(TPMS)等。新增了前碰撞预警制动系统(FCA)、驾驶员疲劳提醒(DAW)、车道辅助保持(LKA)、智能远近光调节(HBA)等前沿智能安全装备,实现了车辆、乘员与出行环境要素间的自由交互,带来更安全便捷的驾驶体验。

新一代悦纳还优化动力系统,搭载1.4L高效自然吸气发动机,最大马力100马力,最大扭矩132牛·米,匹配的是6MT/CVT变速箱,百公里综合油耗降低至4.9L。

广汽丰田 2020 款 C-HR 上市

日前,广汽丰田推出2020款C-HR,在原来入门版车型之上,新增舒适版车型,搭载TSS智行安全系统、电动天窗、智能钥匙、一键启动等配置;同时C-HR领先版及以上主力车型版本均增配驾驶席10向电动座椅、全车高级皮质座椅等舒适便利配置,进一步升级高价值优势。

2020款C-HR全系包括旗舰版、豪华版、领先版、舒适版及精英版五款车型,均满足“国六B”排放标准,全系列官方指导售价14.18万-18.08万元。数据显示,今年9月C-HR销量5986台,环比增长17.3%,前三季度销量43887台。

为了满足不同消费者的多样化选择,2020款C-HR推出全新舒适版车型,售价为14.98万元,介于精英版和领先版之间。舒适版搭载Toyota Safety Sense智行安全系统(丰田规避碰撞辅助套装),包括PCS预碰撞安全系统、LDA车道偏离警示系统、AHB自动调节远光灯系统和DRCC动态雷达巡航控制系统,有效保障驾乘人员安全。同时配备LED日间行车灯、切削轮毂、电动天窗(带防夹功能)、后排座椅4/6分置、真皮换挡杆、多功能方向盘、智能钥匙、一键启动等配置以及10个SRS安全气囊、TPMS胎压监测系统安全配置,全面提升行车安全。(黄斯)