

双12又来了：商家首次突破百万

新玩法 除消费外还有各种玩法

支付宝口碑双12今年已是第三个年头。前两个双12都仅限于12月12日一天，今年的12月12日是周一，支付宝口碑平台总监朱晓蕾说：“周一大家都忙着开始一周的工作，谁有心情来玩双12？干脆把活动时间拉长到3天，从12月10日（周六）一直持续到12月12日。”也就是说，在这三天内，只要在合作商户内消费，并用支付宝支付，就能享受随机立减或者全场五折（上有封顶）的优惠。

今年双12，还有许多新玩法，全国多个城市将同期举办一城一节活动，上海是万国文化节。届时，36辆装扮一新的主题巴士花车将全城巡游；大宁灵石公园还将举办双12公益跑活动。来自来疯平台和淘宝直播平台的800多名网红主播将与网友即时分享这些活动的画面。

更让人期待的是“消费集宝”，这与支付宝春节五福红包的玩法类似。双12期间，消费者用支付宝消费满1元即有机会获得“口碑宝宝”。这些“宝宝”可转赠，可互换。只要集齐“吃宝”、“喝宝”、“玩宝”、“乐宝”四种“宝宝”，即可获得奖品。朱晓蕾透露，今年共准备了500万份集宝奖品，其中包括1.5万份的1212元现金红包（支付宝钻石会员奖金翻倍，

双11之后是黑色星期五，接着双12又要来了，消费者会不会“购物疲劳”？从记者的观察来看，如果说双11的主题是线上抢购，黑色星期五的主题是海淘，那么双12的主题是“O2O狂欢”——正因为这是一个从线上到线下的融合“节日”，使得今年的双12不再局限于“购物”，而是一场彻头彻尾的“消费狂欢”，不止买买买，还可以吃吃吃、玩玩玩……从这个意义上来说，消费者还不会疲劳。

即2424元），以及498.5万份来自肯德基、必胜客、真功夫、哈根达斯等品牌的大牌超值优惠券权益礼包。

新覆盖 活动商家首次突破百万

2015年的双12，2800万消费者走进线下门店，今年这一数字肯定要大幅增加，因为今年双12，活动商家首次突破百万，其中上海本地商家近5万家；覆盖的场景也从5个扩展到15个，除原有的餐厅、超市、便利店、电影院、美容美发之外，还新增KTV、亲子教育、婚庆摄影、运动健身、休闲娱乐、电玩网吧、酒店、景区、洗车保养、生活出行等十大日常生活消费场景。

据了解，截至12月1日，全国已有近

1000家大型购物中心、5万家超市便利店、55万家餐厅确认参加今年的双12活动。公开数据显示，目前全国已开业的大型购物中心大约有4000家，超市便利店大约有10万家、餐厅有500多万家。也就是说，中国每两家超市便利店、每四家大型购物中心、每十家餐厅中就有至少超过一家加入了今年的双12，覆盖力度可见一斑。

在上海，只要打开支付宝口碑页面，周边3公里范围内就都能找出双12优惠商家。这其中，既有肯德基、必胜客、家乐福、全家这样的全国人民都熟悉的品牌，也有像小杨生煎、美罗城、中山公园龙之梦这样的深受上海市民喜爱的本地商家，甚至还有迪士尼乐园。有人经过测算，如果把支付宝口碑双12的每一个优惠场景都消费一遍的话，三天时间最高有望节省1387元。

新融合 线上线下合作的练兵场

今年双11仅阿里系一天的销售额就达到了1207亿元，看上去已经是一个很了不起的数字，但其实线上商业只占据了社会消费零售品总额的10%，也就是说，线下商业依然有广阔的前景，这也是马云提出“新零售”概念、希望进一步促进线上线下融合的原因之一。而双12，恰恰提供了这样一个“练兵场”。

“双12是支付宝口碑为消费者提供品质服务、口碑服务最好的练兵场，更是互联网与线下商业融合的新动力。”口碑公司CEO范驰表示，线下商业正在进入信息化、互联网化与数据化的新阶段，从经营货为中心开始向经营人为核心转变，数据成为核心驱动力。

线下企业从双12得到的好处显而易见。家乐福中国CMO余莹透露，去年双12，家乐福中国约200家门店完成近100万笔交易，其中超过60%通过支付宝支付，而去年他们准备的优惠笔数是60万笔，也就是说，约有40万笔交易是在没有优惠的情况下完成的。而肯德基中国数字营销总监陈琦也表示，2016年肯德基中国的移动支付占比已超过20%，每一单可以为他们节省8秒的结算时间，双12再一次提供了推广移动支付的好机会。 本报记者 金志刚

近日，在上海金融信息行业协会主办的上海金融信息创新论坛上，由融道网等沪上多家网络信贷企业、研究机构专家共同编撰的《2016上海网络信贷服务业白皮书》正式发布，不仅对全国、上海的网络信贷服务业进行全面、系统的梳理与盘点，更铺就了行业规范经营之路。

2013年以来，金融信息呈现了“爆发式”发展，在一定程度上解决了中小企业融资难的问题。金融信息行业能够实现如此快速的发展，多样化的互联网技术手段是其中非常重要的推动力。今年以来，国家、本市一系列促进金融信息创新的政策举措相继出台，为金融信息的创新创造了良好的发展环境。正是在规范与创新的推动下，今年1-10月，上海软件和信息服务业实现经营收入5813.47亿元，增长15%。其中，软件产业经营收入3271.8亿元，增长16.2%；互联网服务业经营收入1578.78亿元，增长22.4%。预计2016年上海软件和信息服务业经营收入超过6800亿元，增长15%左右。

本报记者 许超声

铺就行业规范经营之路

今年上海网业白皮书发布

“黑五”消费热情高 洋码头交易额大涨五倍

本报讯（记者 叶薇）海外购物节黑色星期五正式收官，洋码头日前公布平台跨境购物数据：11月18日至11月28日洋码头黑五购物节期间，消费者海外购物交易额达去年黑五的六倍，人均消费近3000元，增长超去年同期200%。

据洋码头透露，黑五期间，消费者海淘消费热情高涨，客单价超700元；人均消费近3000元，增长超200%。一位来自北京的用户在黑五活动期间累计消费最高达30万元。

消费者商品选购更偏向于代表品质的轻奢甚至高端品牌。此次黑五热销的加拿大Canada goose羽绒服、意大利Gucci围巾、澳大利亚UGG雪地靴都是同类型中较高端品牌。其中加拿大鹅羽绒服黑五活动均价都在5000元以上，黑五期间售出4870件。

今年黑五消费者不仅买得更贵，而且下单也更频繁，人均下单4笔，下单最多的用户来自北京，一周内下了99单，其中包括包

包、服饰、鞋靴、美妆等多个品类。今年黑五期间，上海、北京、武汉、南京、杭州成为全国“最败家”城市前五，天津、成都也都超过广州进入前十。二三线城市近两年来海外购物消费增长迅速，已逐步跻身于海外消费主力人群。

不同城市对于品牌选择各有偏好，国际化的魔都上海消费者更喜欢奢侈大牌，Gucci人气最高，而气温较低的北京消费者显然更实际，抗寒的羽绒服品牌Canada Goose和Moncler更热销，相比下，作为新一线城市代表的武汉、成都、南京，coach、MK、Toryburch等轻奢品牌成为热销，此外对于大牌的选择，武汉偏爱品质时尚LV包袋，成都、南京更爱英伦潮范Burberry风衣。

美团点评打造酒旅共赢生态圈

本报讯（记者 杨玉红）日前，美团点评与洲际酒店集团正式签订分销合作协议，双方将打通数据无缝连接，用户可通过美团点评对洲际酒店集团旗下众多酒店的实时房态和动态进行查询、预订，共同探索“互联网+”时代下酒旅行业升级与发展新思路。

英国洲际酒店集团拥有、管理、出租或托管的酒店多达5100家，遍布全球将近100多个国家和地区，并有接近1500家在建酒店。美团点评则拥有6亿总用户量，超过2亿的年度活跃买家，移动端月度活跃用户超1.5亿。

值得一提的是，在2015年，美团点评平台的住宿业务达到8500万间夜量，2016年

上半年，连续四个月的人住间夜量超过1000万。2016年10月1日当日美团点评入住间夜量突破80万。同时，“十一”黄金周期间，美团点评高星级酒店入住间夜量同比增长超过了300%，超1300万。此外，美团点评的全地域覆盖也是打动洲际酒店集团的一大独特优势。

本次的合作也是美团点评打造酒旅共赢生态圈举措之一。未来，有望吸引更多高星级酒店将加入。如何持续创新，持续推进产业生态链健康发展，深入满足消费者从优惠到便利、尊享的全方位需求，是酒旅业全产业链各方面共同努力的方向。

11款APP 被通报恶意吸费

本报讯（记者 叶薇）日前，工业和信息化部公布了第三季度的电信服务质量的通告，在已发布的今年前三个季度的通告中，发现有30多家应用商店的90多款应用软件(APP)存在问题，包括恶意吸费、偷发短信、私自搜集用户信息、强行捆绑软件等。

前三个季度的通报显示，僵尸学院(话费版)V2.0、疯狂消星星【绚丽版】V1.0、消灭星星积分版V1.0.0.3、单机打地鼠V1.0.30、捕鱼萌萌哒V3.2.5、虫虫爱消除V1.0.33、全民酷跑V1.22、疯狂消星星V1.0、农场消消乐V1.0、开心消消砰-2016、萌鼠蹦蹦蹦等11款APP存在恶意吸费等问题。

由自媒体成功发展为视频新媒体 二更公益基金达105万元

本报讯（记者 杨玉红）日前，视频新媒体平台二更发布了2017年产品战略，并启动了二更24小时全网流量公益行动，24小时点击量1.05亿次，公益基金池累积善款达105万元。

二更是一家由一家自媒体成功发展为视频新媒体平台，截至2016年11月，二更视频播放总量超过50亿次，月播放量达10亿次，日播放量超过3000万。二更在保证既有“以人为本”的拳头产品数量和质量优势的同时，着力打造更丰富的产品类型，延伸产品效应链。二更集团首席执行官李明介绍道，在自主原创节目上，二更对已有的拳头

产品“微纪录”、“隐藏菜单”进行更新迭代；在强IP联合节目上，携手《波波有理》、音乐Tai等知名IP联合打造“脱口秀”、“MV”等栏目，有望在明年第一季度、第二季度登场；此外，二更加紧研发适合生活方式视频“二更life”，预计明年第一季度正式上线。

同时，二更启动“二更24小时全网流量公益行动”：从11月30日晚9点开始，全网用户每点击观看一次二更视频作品，二更即捐出1分钱，善款用于公益视频的制作与传播。截至12月1日晚9点，24小时点击量1.05亿次，公益基金池累积善款105万元。

微博在全国招募同城大使

本报讯（记者 金志刚）微博12月1日起在全国启动同城大使招募。微博同城频道也于日前上线，将为用户提供个性化城市资讯和互动服务。同时，微博宣布每年将投入1.5亿资源，鼓励本地内容作者和服务方在微博上为用户提供优质信息和服务。

同城大使是经过微博官方许可并授权，全面代理微博指定城市内容运营及账号管理的重要合作伙伴。首批同城大使招募面向全国33个城市，申请者需拥有至少一个本地微博账号和不少于2万的微博粉丝。同城大使将负责本地同城频道运营、意见领袖和企业机构账号的拓展与管理等工作，并获得微博提供的资源支持。

微博同城频道已经在43个城市上线，覆盖了除香港、澳门外的32个省、直辖市和自治区。同城频道是微博基于2.97亿活跃用户，搭建的个性化城市资讯和互动服务平台。用户可以在微博客户端“发现”栏目中进入所在城市的频道，还可以自行设定城市。年底之前，同城频道将在国内337个地级市上线，同城大使的招募范围也将逐步扩大。

今年区域博主每月的博文阅读量已经超过100亿，是微博上18个月阅读量超过100亿的垂直领域之一。在同城频道，用户可以了解本地天气、新闻资讯、本地名人、生活服务等信息，还可以在社区中进行同城社交和参与本地热点事件的讨论。