

# 15家企业成立无现金联盟

## 支付宝要拿出60亿力挺,计划五年内覆盖100个国家和地区

本报记者 朱银玲 陈婕

昨天,联合国环境署作为理事,在公认的移动支付之城杭州,和首批15家联盟成员一起见证了首个“无现金联盟”的成立。首批成员包括支付宝、ofo小黄车、家乐福中国、首都机场、黄焖鸡米饭、良品铺子、浙江省新华书店、芬兰旅游局等。



财经圈  
扫一扫二维码  
了解财经大事

据了解,无现金联盟计划在5年内推动中国进入无现金社会,同时突破3000万成员,覆盖100个国家和地区,在全球范围内加速从现金到无现金支付的转化。

那么,这个“无现金联盟”要干什么?简单说来,就是:倡导无现金支付,推动普惠金融。加入联盟的商店都会支持使用无现金支付。

支付宝母公司蚂蚁金服总裁井贤栋介绍,作为发起方之一,未来两年,蚂蚁金服将提供60亿元帮助联盟成员推进无现金进程,同时,加入无现金联盟的商家,以后能在蚂蚁金服更便捷地获得贷款、会员管理等服务,优先参与支付宝各类营销活动,优先获得各类补贴。

作为联盟的首批成员及唯一共享单车企业,ofo同时宣布杭州成为ofo信用免押金城市。ofo联合创始人张巳丁表示,“携手芝麻信用、无现金联盟实现城市免押金,将加快ofo小黄车在杭州的普及,和城市交通结构的优化。不仅是倡导绿色出行的全新尝试,也为其他城市共享单车运营提供数字依据。”

首批加入联盟的良品铺子表示,他们看

重无现金支付给自己带来的新生意,据他们介绍,接入无现金支付,给门店带来了10%的销售增量,而且使用无现金支付的人群81%在18~35岁,这让他们店铺的会员年轻化。

通过无现金支付、数据、信用等能力的共享,无现金联盟将有望提升商家收银效率60%以上,并能节省交易成本,还能降低碳排放:3580笔收款,就相当于为地球种了一棵梭梭树。

联合国环境署驻华代表张世钢表示,无现金支付不仅方便高效,而且很低碳环保,根据推算,如果年账单15万的商家全年全部采用无现金支付,本身就相当于为地球种了一棵20年的树,而为了鼓励这种低碳行为,新成立的无现金联盟之后以成员商家名义多栽种100万棵树。

据悉,无现金联盟目前已经面向全球范围内的商业机构和组织开放,申请机构只要在支付宝上搜索无现金联盟生活号,即可完成申请。而无现金联盟致力于普及无现金支付,欢迎所有鼓励、支持无现金支付的机构,包括微信、银联等。

## 昨天的全球商家大会 梅西百货、松本清等都来了 天猫国际欲打造 “零售联合国”

本报讯 昨天,超过1000家的海内外知名商家齐聚阿里,召开天猫国际全球商家大会,包括大家比较熟悉的美国著名连锁百货梅西百货、日本最大药妆松本清、德国超市巨头ALDI、英国顶尖超市Sainsbury's等海外著名商家,就像一个“零售联合国”。会议前,天猫国际总经理奥文在接受钱报记者采访时表示,2016年,中国出境游人数是1.17亿,“而传统贸易无法将这高达1.17亿的境外消费人群有效回流至国内消费,需要天猫国际这样的跨境平台提供解决方案。”

从2014年成立至今,天猫国际已经走进第三年。昨天会议上,奥文晒出“4.8跨境税改”一周年的成绩单:目前,天猫国际涵盖了63个国家,3700多个品类,超过14500个品牌。天猫国际市场规模持续第一,已累计服务超4000万名用户。

“松本清在日本线下有高达6~7万个SKU,今后希望能逐步拓宽天猫国际的品类,满足中国消费者的需求。”松本清跨境电商负责人野村司祐表示。

据悉,去年以来,天猫国际已经为Costco、梅西百货、松本清、麦德龙、emart等全球超市带去超过亿元美金销售。 朱银玲

## 天猫苏宁4·18第一单花落杭州

### 全程仅用10分10秒

4月18日,天猫和苏宁联手打造的“4·18家电3C狂欢节”正式启动,数据显示,零点刚过15分钟,成交额同比去年已增长444%。来自杭州下沙区的杜先生购买了一台格兰仕微波炉,从下单到收到货仅用时10分10秒,成为4·18第一单。

此次活动期间,天猫联合苏宁推出3C家电MAX榜进入线下门店,同时联动苏宁易购、苏宁4000多家门店以及5000多个品牌,为消费者带来全新购物体验。

“天猫和苏宁这两大超级商业业态的融合正在加速。”天猫供应链创新事业部总经理杨光表示,新零售带来的全新消费方式重构了品牌与消费之间的关系,让消费者获得更优惠的价格、确定性服务以及全方位的购物体验。

### 大数据打造 家电3C新零售试验场

4·18期间,天猫联合苏宁根据大数据推出首个家电3C消费榜单——MAX榜,不仅为网购用户提供指引,更直接张挂在北上广深宁杭等主要城市超百家苏宁门店,由此提升了线下的消费体验和商品销量。

据悉,该MAX榜基于天猫及苏宁数亿消费者与上千家电3C品牌发生的海量搜索、线上互动、好评率、试用报告、购买数量、服务标准等真实交易综合排名而产生。

对于有“选择综合征”的消费者来说,MAX榜将更轻松地做出购买决策。未来,评价体系、实时互动这些线上独有的消费体验,也将逐步融入线下场景——当消费者走进电视售卖区域时,可以看到屏幕上来自全球消费者的评价;当想了解一款智能冰箱时,也可以随时发起问答,得到来自真实消费者的实时回复。

苏宁易购总裁侯恩龙表示,将线下门店、线上的自营电商平台以及纯互联网开放平台的数据结合的MAX榜,希望能给行业带来示范作用。未来,大数据向供应商、用户的开放,会推动整个零售行业更加智慧化。

### 家电3C品牌 成批进入“百亿俱乐部”

去年6月1日,天猫和苏宁推行“三体贯通”战略,计划未来3年内孵化众多百亿规模的品牌。不到一年时间,美的、华为、海尔、小米等一批品牌已进入“百



4·18期间,天猫&苏宁杭州庆春店max榜单引起消费者广泛关注。

亿俱乐部”,正向500亿的目标迈进。

“这是一个非常了不起的突破。”美的集团董事长方洪波在2016年年末天猫单平台销售破百亿时惊叹,天猫不仅能帮助美的找到目标用户,解决用户需求,同时针对这些用户及时地做精准触达。

在解决了单个品牌规模成长后,天猫和苏宁利用消费大数据帮助行业整体做布局和提升。仅在2016年,天猫就先后孵化出洗碗机、扫地机器人以及智能门锁这样的新兴行业。以洗碗机为例,经过一年时间培育,洗碗机在天猫上同比增长超170%,在苏宁销售额也呈现爆

发式增长。双方有望在传统品牌之外,孵化出全新的百亿行业和品牌。

赋能行业和品牌的背后是双方线上线下新零售的全面融合。截至目前,在商品上,已经有17000多款3C数码家电商品实现在苏宁易购与天猫店的打通;在服务上,2000余家苏宁易购自提点接通,实现线上购买线下自提;在物流上,苏宁物流已接入菜鸟网络系统,“次日达”服务扩大至全国120城市。

杨光透露,天猫将联合苏宁继续利用大数据,提前感知消费习惯,预测消费趋势,重构生产流程和供应链,重塑一个全新的零售业格局。 钱冰冰