

“亲，支付不给力，您拍的商品已下架”

天猫“双十一”抢购致网页瘫痪，不少用户遭遇“拍下买不了”

核心提示

11日凌晨，多家电商的“光棍节”促销引发全民疯抢，打着“全场5折、全国包邮、仅此一天”宣传广告的天猫第一分钟订单交易量达19.2万笔，为去年的3.5倍。截至11日上午8时16分，支付宝总销售额达50亿元，刷新去年“双十一”全天的支付宝总交易额。记者昨日零点体验多家电商平台发现，尽管不少商品确实降幅达到5折以上，但仍有部分商品折后价较十月份优惠幅度不大，而网页瘫痪、支付困难、商品缺货等老问题依然存在。对此，天猫方面回应称，虽然在“双十一”前已经做了充分的技术准备，但支付流畅还需银行系统等配合。

抢购

零点刚过网页拥堵支付困难

宣传声势浩大的天猫“光棍节”促销零点刚过，不少消费者就向记者反映，无论是提交订单或是付款页面均遭遇“卡壳”，页面几度瘫痪。上海的倪小姐告诉记者，原打算帮家人购买两瓶原价39.9元、现在31元的曼秀雷敦男士洗面奶，但在零点击购物车付款后，页面持续瘫痪，幽默地显示：“喵~您要前往的页面暂时拥堵，请稍等2秒，我们正努力为您加载内容。”20分钟过去，倪小姐仍未付款成功，“刷网页刷到手软，看来还得拼RP(人品)啊”。

随后，记者亲身体验购物流程，在零时27分将一款美即面膜加入购物车，多次刷新后，网页显示无法访问，几分钟后好不容易拍下商品来到确认订单信息页面，却显示“支付系统繁忙”或是“系统错误”。记者看到，由于网络交易额过大，多家网络旗舰店甚至贴出告示，让消费者耐心等待，ONLY天猫旗舰店在店铺首页发布告示称：“亲，由于本时段交易额过大，支付宝已暂时崩溃，如付款未成功请不要放弃，稍后重新付款。”“亲，由于本时段疯抢人数过多，购物车已暂时崩溃，如无法将商品加入购物车，请稍等片刻后再次操作。”

大四学生小曹说，在她的购物车里显示已没货的商品，点击进入商品页面，却发现还有库存一件，立即购买却显示系统错误。明明显示能够购买的商品，点击结算时，却出现“宝贝已下架不能购买”，令小曹一头雾水。

部分商品备货量不足

“看到原价598元、现价299元的兔毛可脱卸翻领羊毛大衣，拍好以后一直网页瘫痪没法付款，半小时后再看就被抢光了。”白领马小姐告诉记者，除了商品库存问题，部分诸如forever21、veramoda等旗舰店还要求“15分钟拍下付款有效”，这意味着一旦网页拥堵，付款时间超过15分钟就不得不重新换货。

10日上午，马先生在GAP网店看中一款原价399元的男士纯棉正装修身裤，特地去南京西路旗舰店试衣，谁知当晚8点登录网店，却找不到该款商品。10日晚记者在ELLE网店看到一款原价1798元、促销价698元的秋冬新款真皮水桶女包，在20时已经显示卖光。记者发现，不少网友均通过预付140元定金，促销后付558元尾款的方式提前购货，但总预定人数仅显示535人。



第一分钟成交订单为去年3.5倍

在杭州华星时代广场天猫总部三楼的一间办公室内，一张背景为全国地图的淘宝交易实时区域动态图被投影在大屏幕上。每当线上有一笔交易成功下单，一根直线就会从地图上的买家所在地射向卖家所在城市。11日零点，“双十一”的打折窗口刚开启，下单频率急速加快，地图上已处于“万箭齐发”的状态。

来自阿里巴巴的数据显示，零点后的第1分钟，天猫等网站就吸引了1000万人涌入，去年同一时间的流量为342万人。10分钟后，支付宝交易额即突破2.5亿元，去年的“双十一”交易额破亿元用时8分钟。15分钟后，即有商家销售额突破1000万元。38分钟后，支付宝交易额突破10亿元；70分钟后，这一数字更新为20亿元。

海量的下单数和成交额也使网络一度拥挤，记者零点过后尝试在天猫网支付购物车中的商品时，先后遭遇“宝贝已下架无法购买”、“服务器忙请稍等10秒后刷新”等情况，不过在不断刷新重试后终于如愿以偿完成下单。

零时42分，支付宝官方微博称，由于流量巨大，招商银行的系统出现拥堵现象，银行的工作人员正紧急处理中。此后，建设银行、中国银行、兴业银行的

支付通道先后被宣告处于繁忙状态。在“双十一”之前，天猫已通过充值发放红包的方式吸引消费者提前为支付宝充值以防在流量凶猛时银行和支付宝的通道出现问题。

阿里巴巴集团秘书长邵晓峰在天猫总部接受采访时坦诚，由于“双十一”开始后第一、二个小时的流量过于凶猛，确实出现拍东西、支付均需排队的情况，不过集团的支付宝等系统一切正常。“今年第一分钟支付宝的交易笔数是19.2万笔，去年则是5.5万笔，为去年的3.5倍。”邵晓峰表示，之前已经做了充分的技术准备，不过支付过程的流畅还需要银行系统等整体外部环境的配合。

由于网络长时间拥堵，造成部分网友在购买过程中出现的各种问题。网友张先生就表示，其经过一小时刷屏，终于买到中意的物品，但在支付时，虽然银行方面显示已经扣款，但支付宝显示交易失败。针对此情况，支付宝方面表示，这种情况平时也会发生，主要原因是银行和支付宝之间的通道网络繁忙，无法正常到款。由于目前处于大促销时，如果用户急需该商品，可选择使用支付宝而非银行再次支付，系统将取消前一次失败的支付记录，以防由于商品库存消耗完后无法成功购买。

价格

部分品牌优惠力度未达预期

尽管淘宝天猫网站上各商家纷纷宣称全场五折，并承诺折后价为30天内最低，但记者发现，部分商品“光棍节”当日的价格较一个多月前并未便宜多少，以YYK品牌一款原价448元的休闲男装夹克为例，10月31前的价格为268.8元，“光棍节”促销当日的价格为220元，尽管在原价基础上打了对折，但相较之前，仅相当于打了8.2折。

另一款原价995元的马克华菲羽绒服，在11月7日前的价格都为398元，

“光棍节”促销价为348元，较之前的价格打了8.7折。一款原价988元的骆驼牌休闲男鞋在10月21日前售价为299元，“光棍节”当日价格为249元，较之前便宜了两成不到。

“系统崩溃不说，我几个月前买的T恤，现在拿出来促销，比我夏天买的还贵19元。”一位熬夜蹲守的姚先生告诉记者，除了热门产品抢不到、支付不了外，一些有货的产品虽然标示着夸张的折扣幅度，但实际价格没降多少。

电商“先涨再折”情况普遍

记者发现，由于有了上一次电商大战不实宣传被“约谈”的教训，这一次的各种降价口号都较为低调，少了“全网最低”之类的夸张宣传。记者调查发现，不少电商均存在“先涨再折”的情况，以型号为MM721NH1-PW的美的微波炉为例，其价格在一个月前还在300元左右徘徊，在进入11月以后，许多主流电商的网上标价不约而同出现上涨。

在天猫网站，记者看到，这款产品标示为“将参与11·11购物狂欢节，5折狂降，保证30天内价格最低”，但令人失望的是，产品价格直接由一个月前的299元涨到576元。即便11日凌晨活动开始，这款“原价”576元的微波炉因为“5折狂降”，售价变为288元，但实际并未有多大优惠。

随后，记者在新蛋网搜索同款产品，看到其显示售价为349元，与苏宁易购、京东、国美价格相同，其后，记者通过易迅搜索，发现尽管该商品仅打出9.4折，折扣力度看似并不吸引人，但实际零售价仅为298元，与其余标称对折以下的商品售价相差不多。

提醒

勿盲目追求网店“低价”

如今，大部分人都有着这么一种观念，在网络时代，货比三家要比从前容易的多。但实际上，在各种优惠、便利、返券、折扣充斥的当下，消费者反而分不清一件产品的价格到底谁高谁低。尽管动动鼠标很容易，商品的基础价格也容易查到，但真想要看清一件心仪之物的人手成本很难：是否有优惠折扣、是否有买多少送多少的返券返利、甚至还要算上送货成本与时间。

商家们利用着各种花里胡哨的宣传口号表明着自己的产品有多优惠，但从效果来讲这些优惠很多时候不但没给消费者带来太多的实际优惠，反而成为了商家们掩饰用的障眼法，甚至有乘兴而来败兴而归的消费者表示：“还是等商场打折，现场看好直接掏钱靠谱。”

分析

电商应转变“猛火力”集中促销的方式

电商“猛火力”集中促销，业内人士对这一趋势并不看好。一位电商行业专家表示，“双十一”对中国电子商务不一定会是好事。

促销太过集中，会导致在本来可以平滑的销售曲线上人为地拱出一个波峰，从全年的整体销售情况来看，只会为商家带来瞬间的销售增长，而非整体的业绩。这种瞬间增长却还让商家面临仓储、物流、客服等环节上的瓶颈。

该业内人士认为，从目前国内电商的发展速度和降价空间来看，若将低价促销从固定时间发展成一种贯穿全年的常态促销，才是中国电商行业真正意义上的进步。

(综合《法制晚报》、《新闻晚报》)

