

購物節帶電產品成交額倍增

超級供應鏈融入全球 消費熱點更趨多元化

今年京東「雙11」購物節接近尾聲，在超級供應鏈融入全球消費市場帶動下，今年消費熱點更趨多元化。其中，服務消費支出佔比達60.9%，超過10種創新業態首次亮相；而帶電產品(有電池或需要配套電池才能正常工作的電子產品)銷售表現亮眼，3C數碼人工智能(AI)產品，以及家電家居帶電新品成交額均錄同比增長超過1倍。

購物節活動啟動以來，全球銷售重點涵蓋日本、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國、澳洲等地，成交額與訂單量均按年增長逾1倍；跨境包郵服務升級覆蓋的國家及地區，成交額增長突破3倍；平台下單用戶數增長超過4倍。

目前京東全球購官方直郵已覆蓋多個國家及地區，同時上線10個國家站點及1個海外綜合站點，將家電、數碼、食品、美妝等全場景豐富商品同步供應至海外。

AI產品熱度持續攀升

盤點今年購物節消費熱點，京東消費及產業發展研究院相關負責人總結呈現六大特點。一是AI產品熱度持續攀升，大屏AI手機成交額同比增150%、AI平板成交額增200%；二是家電消費追求「頂配」與「務實」；三是「暖經濟升溫」，保暖衣褲成交額增150%，大型取暖器成交額增120%；四是美妝護膚核心關鍵詞為長期、自然與精簡；五是科技位列時尚指數要素榜首，79.2%消費者利用科技潮品提升時尚感，智能手錶、智能手環等穿戴裝



■京東購物節活動啟動以來，平台下單用戶數增長超過4倍。

備搜索量增570%；六是高频產品囤貨保持高熱度。當中，牙膏牙刷家庭裝搜索量增828%。

此外，今年雙11，京東提供的服務產品趨勢品類逾150個，涉及產品超過10萬種，消費者反饋最高的集中在品質外賣，以及健康服務等。在「服務消費需求增加」中排名前五的是品質外賣服務、健康服務、手機/家電維修服務、旅遊服務以及家政服務。

在「旅遊服務訂單量增速」中排行前五的分別是：國內酒店(增796%)、國內機票(增637%)、全球簽證(增310%)、境外手機SIM卡以及留學/旅行保險。此外，截至昨日，京東旅行酒店離店間夜量突破歷史峰值，同比增10倍，機票出票張數增880%；京東家政成交額在首周增長250%。

國內來看，購買力最強城市為北京，消費最活躍城市是廣州，首次購用戶最多的城市是重慶。此外，超級供應鏈正在融入全球更多的消費市場，服務更多用戶。今年購物節期間，透過京東全球購的超級跨境供應鏈，跨境進口海鮮產品送達消費者時間平均縮短30%。

京東外賣日單量逾2500萬

另外，即時零售成為今年雙11新熱點。京東最新披露數據顯示，今年3月正式上線的京東外賣日單量逾2,500萬，入駐商家超過200萬，全職騎手逾15萬人。至於7月開店的七鮮小廚3日復購率達行業3倍，帶動周邊3公里品質餐廳的訂單量增長超12%。據淘天數據，截至11月5日，淘寶閃購帶來的新用戶在雙11期間的電商訂單數超過1億元人民幣。

政府成功發售百億數碼綠債

特區政府昨宣布，在政府可持續債券計劃下成功發售100億港元等值的數碼綠色債券，涵蓋港元、人民幣、美元及歐元。是次發行規模較去年的60億港元增近七成。

該批數碼綠債昨定價，25億港元的兩年期債券息率為2.5%；25億元人民幣的5年期息率為1.9%；3億美元的3年期息率為3.633%；3億歐元的4年期息率為2.512%。

發行總額創新高

財政司司長陳茂波表示，是次發行第三批數碼綠債總額創新高，認購熱烈，反映市場對相關代幣化產品的支持；同時也應用多項創新技術，進一步推動以金融科技賦能債券，以及綠色和可持續金融市場發展。政府會通過恒常化發行代幣化債券，助力市場建立更全面基準，擴大數字金融更廣泛應用，鼓勵產品和服務創新。

金管局總裁余偉文稱，是次發行應用代幣化央行貨幣，為未來融入其他形式的數碼貨幣奠定基礎，並促進不同數碼基建之間的互操作性，發揮彼此的協同效應。



■王維基冀月度用戶數量增至200萬。

HKTVMall斥2.5億增知名度

香港科技探索(1137)行政總裁王維基昨表示，集團網購平台HKTVMall明年將斥2.5億元加強市場推廣和廣告投入。目前每4位成年人有1位使用該平台，目標提升到每3位有1位，冀將月度用戶數量由160萬增至200萬。現時每月使用HKTVMall應用的港人，當中有60萬用戶下單購物。

冀打開內地市場

至於消費群體，他表示，香港人口結構正在變化，平台繼續擴展客戶群體，包括銀髮族、年輕人、內地遊客、人才和專業人士。專為銀髮族設計的簡易版應用程序已吸引逾20萬名註冊用戶，而新推出的HKTVMall微信小程序註冊用戶達2.5萬名。

此外，王維基稱，目前HKTVMall有5%員工來自內地，目標在2027年將比例提高至15%，希望可打開內地市場。

至於淘寶、京東及拼多多進軍香港，他認為能改變香港消費者消費模式，有助推動本港零售業。



■田兆源(左)稱，減息降低市民供樓負擔，料今年樓市表現向好。

發展商趁市場好轉，持續加快推盤步伐。其中，信和置業(0083)夥資本策略(0497)及港鐵(0066)發展的油塘柏景峰，昨推首張價單共150伙，扣除最高15%折扣，折實價423.6萬元至659.3萬元，折實呎價13,513元至15,298元。

信和置業執行董事田兆源表示，進入減息周期後，市民供樓負擔減少，整體經濟環境變得活躍，估計今年樓市表現向好。

田兆源形容，柏景峰開售呎價非常低，是次定價考慮利息及近期投資者踴躍入市等因素。加上位於市區且近港鐵，料

柏景峰首批入場價423萬

受收租客歡迎。估計項目日後買家有七成屬用家，三成為投資者。

另外，「玩具大王」蔡志明旗下旭日國際位於屯門的黃金海灣·柏岸，昨加推價單第6號共74伙。此外，部分第1期意嵐及第2期柏岸待售單位，提價1%至3.5%。

黃金海灣·柏岸將於周六(15日)進行銷售，涉及96伙價單單位，有56伙招標。

柏岸均呎價低於萬三

發展商今次加推第6號價單涵蓋55伙2房戶、11伙2房連儲物室單位、4伙2房梗廚單位、4伙3房梗廚單位，實用面積417至655平方呎，折實價470.6萬元至857.2萬元，折實呎價10,458元至15,312元，折實平均呎價12,888元。

是次新價單以坐擁海景的單位為主，

售價亦因應樓層、景觀及位置而有所調整。售價最低的2房單位為第1座(1B)5樓A室，實用面積450平方呎。扣除12%折扣優惠，折實價470.6萬元，實用呎價10,458元；3房入場戶則為2座21樓F室，實用面積655平方呎，屬3房梗廚間隔，折實價832.4萬元，折實呎價12,708元。

黃金海灣·柏岸價單單位涵蓋68伙2房戶、12伙2房連儲物室、6伙2房梗廚單位、10伙3房及56伙特色單位，折實價470.6萬元至857.2萬元，折實呎價10,458元至15,312元，折實平均呎價12,972元。

其他新盤方面，益兆集團及俊和合作發展的長沙灣青山道項目命名為幸薈，昨上載售樓書，項目提供95個單位，標準單位實用面積177至309平方呎。發展商將於短期公布最新部署及開放示範單位。