

淘寶派10億紅包 快手15%折扣 京東現貨開賣 電商各出其謀 爭奪雙11大消費



距離「雙11」購物節不足一個月，多家電商平台爭相推出不同玩法，以吸引消費者在大促期間盡情購物。除了淘寶直播派10億元（人民幣，下同）紅包外，快手（01024）昨日啟動雙11促銷預售，用戶支付訂金可享尾款最高15%折扣。京東（09618）更直接跳過預售，將於下周一（23日）晚現貨開賣。

大公報記者 李清心

早前宣布20億元商品補貼的快手電商，今年主題為「大牌百億補，盡在快手商城」，以3個階段搶攻今年的雙11購物活動。在10月30日前的預售期，用戶可支付訂金，尾款可獲得最高15%優惠。針對新用戶，快手電商將發放5元至12元的專享優惠券，新用戶最高可立減10元、參與1元搶iPhone、茅台等福利。

快手發放新用戶優惠券

至於京東方面，以「真便宜」為主題，並取消往年沿用的預售方式，直接採用現貨開賣的形式，讓消費者即買即得不用等。為切合主題，今年有逾8億款商品推出全程「價保」，「價保」時間持續到11月13日，部分商品「價保」時間長達90天，消費者一旦買貴，可一鍵退差價。

另外，京東在雙11活動期間，推出跨店每滿299元減50元福利，消費者還可疊加20元補貼使用。

阿里巴巴（09988）旗下淘天集團將「全網最低價」定為今年雙11核心目標，除了主體活動之外，天貓淘寶將會新增「雙11天天低價」活動。

其中，淘寶直播將雙11活動分為5個

階段，早於10月12日啟動，在各直播間派發10億元紅包，到周二（24日）展開預售期，消費者可在此期間支付預定金提前鎖定優惠。至於10月31日開始的4天之內，為尾款支付及首波現貨發放。

抖音夥品牌商推預售

此外，在11月4日至9日期間，淘寶直播將按照不同品類、主題等，推出不同優惠。從11月10日至雙11當天，將踏入正式狂歡日，透過直播28小時推出閃降節，進一步將下調產品售價。

轉戰電商市場的抖音，為雙11購物節揭開帷幕，首先是品牌商家推出預售活動，包括零食、美妝、珠寶等。第二階段由10月20日至30日，抖音商城將發放平台消費券、紅包等，參與「官方立減」的商品，每件單品可享立減15%起。

平台的增長。

中國銀行研究院日前發布《2023年四季度經濟金融展望報告》指出，今年第三季度，全球經濟下行壓力全面突顯，緊縮貨幣政策對全球經濟的負面影響加快顯現。面對外部環境面臨較大不確定性，中國出的一系列穩增長政策繼續顯效，預計第四季度中國GDP增長約5.7%，全年GDP增長5.2%。

今年整體銷情料平穩

【大公報訊】疫情後，內地經濟復甦緩慢，而且不平衡，消費需求仍然較疲弱。分析師預估今年「雙11」整體銷情保持平穩。

海通國際報告認為，受經濟環境因素影響，加上去年比較基數預估，對今年「雙11」購物節的數據傾向保守。花旗亦指出，撇除一年一度的「雙11」促銷節日，整體消費氣氛、價格競爭均限制電商

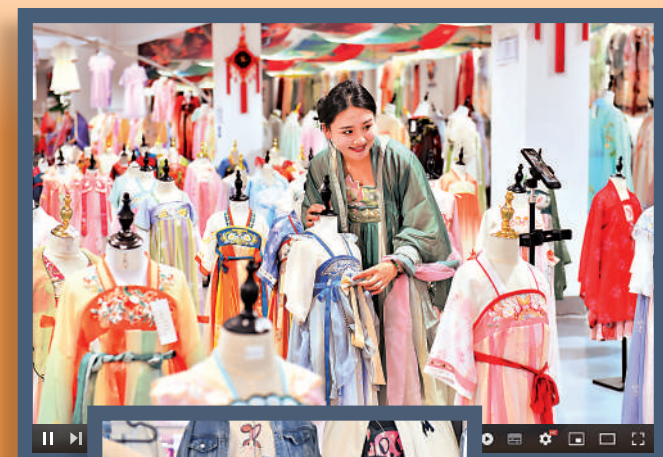


11.11

平台 細節

- 天貓** 「全網最低價」定為今年雙11核心目標，新增「雙11天天低價」活動
- 淘寶直播** 即日起至10月23日派發10億元人民幣紅包
- 京東** 取消預售期，10月23日晚上8時正式開賣現貨
- 快手** 10月18日開放預售，支付訂金可享尾款最高85折優惠
- 蘇寧易購** 活動由10月20日至11月13日，家電補貼最多15%
- 抖音** 推出「官方立減」、「訂金預售」等新玩法

▲距離「雙11」購物節不足一個月，多家電商平台爭相推出不同玩法。



▲雙11期間，直播電商熱度不斷，是線上交易最受關注的商業模式。

從比拼交易額 演變至科技較量

新聞分析
李清心

網絡購物節已踏入第14年。「雙11」一直是兵家必爭之地，從當年淘寶發起的「光棍節」，到後來同系的天貓加入，GMV（商品交易總額）連年增長，更喻為成功「創造一個消費時點」，吸引各路電商平台百家爭鳴，刺激內地電商行業蓬勃發展，戰報大屏上的數字，一度成為電商緊盯的重點。

基數膨脹 銷售增幅必然放緩

隨著電商行業進入成熟期，消費者在「雙11」期間成為「剁手黨」，瘋狂的購物方式推高GMV表現，個別時點造就的交易峰值，某種程度反映經濟活動、消費能力。不過，在基數年復一年變化的前提下，GMV增速明顯放緩，到底GMV還有何意義？

畢竟GMV只是代表一堆數字，百億、千億、萬億……在科技進步的年代，對於「雙11」活動而言，GMV數字已不再是重要的，阿里巴巴（09988）、京東（09618）早年先後決定不再公布「雙11」的GMV。

如今，「雙11」已不再講求GMV的量，更多是追求整個消費環境的質，不管是平台、商家還是消費者，高質量的增長才是最重要。更重要的是，「雙11」是電商平台之間的科技較量，在如此密集式、從四方八面湧入的消費者交易，操作系統、數據庫、支付和物流運輸需要來一場壓力測試，背後的科技底蘊，相比單純的GMV數字來更具意義。

茅台增長雙位數 毛利率超90%

【大公報訊】上海證交所邀集50多家上市公司，舉辦高品質發展集路演活動。貴州茅台（600519）副總經理蔣焯表示，長期以來，貴州茅台有非常高的毛利率，超過90%，同時具有較好的穩定增長，增長基本都在兩位數，並且有穩定且較高的分紅，均超過50%以上。

貴州茅台2001年於上海證券交易所上市，股價由31.39元（人民幣，下同）一路狂飆，2021年升到頂峰的2586.91元，市值最高突破3萬億元。20多年來，貴州茅台的營收翻了近70倍，淨利潤翻了近160倍。

今年上半年貴州茅台營收696億元，同比增長20.8%，淨利潤360億元，同比增長20.8%，超出市場預期，特別是「系列酒」的銷售增速，更創出近5年新高。

員工忠誠 四代同廠

蔣焯認為，茅台擁有4個屬性：商品、社交、收藏和投資。消費者喝茅台的時候，喝的不僅是酒，很多時候是情感的賦予和對美好生活的嚮往。貴州茅台一直擁有非常寬且深的護城河，有很多很老的基酒。而且消費者、投資者以及經銷

商、供應商都是貴州茅台的情感、命運以及利益共同體。蔣焯表示，很多人因為持有貴州茅台的股票而改變了他的一生以及家庭的生活，在股東大會上可以看到很多是三代人一起參加。

2012年，貴州茅台股價由高位219.9元急跌，2014年初才開始由低位反彈。蔣焯透露，2012年集團股價近腰斬，員工曾主動找他，說不能通過類似員工集資的方式來拉動公司股價，可見員工對公司的感情深厚。據了解，員工離職率低至只有萬分之三，現在已經有員工四代都在貴州茅台工作。

騰訊入股壹多互娛 獲《蛇蛇貪吃》等多隻手遊

【大公報訊】騰訊（00700）未有停止投資遊戲公司，最新行動是入股遊戲公司「壹多互娛」。據內地天眼查App顯示，北京壹多互娛發生工商變更，北京華興金匯資本管理退出股東行列，新增廣西騰訊創業投資為股東。

壹多互娛成立於2020年12月，註冊資本約1380萬元人民幣，經營範圍包括模型設計、電腦動畫設計、從事互聯網文化活動等。

王者榮耀吸金15億稱冠

另外，知識產權信息顯示，壹多互娛登記有《蛇蛇貪吃》手機遊戲、《太空礦產大亨》手機遊戲等軟件著作權，其他主創遊戲包括《雷霆戰機》、《奔跑吧兄弟》、《比特大爆炸》等。其中，《蛇蛇貪吃》由Habby代理全球發行。

調研機構Sensor Tower商店情報數據指出，在9月份全球App Store及Google Play中，騰訊旗下《王者榮耀》吸金1.98億美元（約15.4億港元），蟬聯全球手遊暢銷榜冠軍。

緊隨其後，有騰訊《PUBG Mobile》合併《和平精英》收入，共1.39億美元（約10.8億港元），當中56%的收入來自中國iOS市場，印度市場收入貢獻9.6%，美國市場則佔8.1%比重。

今年9月，全球手遊玩家在App Store及Google Play付費合計63億美元（約491.4億港元），較去年同期增長3%。美國繼續是全球移動遊戲收入最高的市場，貢獻近19億美元（約148.2億港元），佔全球總收入29.4%。中國iOS市場排名第二，佔19.7%，排名第三是日本市場，佔16.3%。

雪糕咖啡朱古力 茅台瞄準年輕一代

【大公報訊】貴州茅台不斷嘗試跨界合作，近年圍繞「美酒+美食」的碰撞交融和味覺體驗，跟最具行業影響力的國企、民企、外企開展合作，完成了「喝、吃、品、飲、帶」的產品矩陣生態布局，即喝茅台酒、吃茅台宴、品茅台冰淇淋、飲醬香拿鐵、帶酒心朱古力。

貴州茅台去年增設5家茅台冰淇淋旗艦店，分別於深圳、杭州等5座城市，同時創新推出含有2%飛天茅台（酒度53度）的新口味霜淇淋，深受消費者歡迎，短短一年內，銷售逼近1000萬杯。

跨界合作成熟話 產品火速售罄

今年貴州茅台與瑞幸咖啡luckincoffee合作，以茅台白酒加入香濃拿鐵咖啡，推出一款名為「醬香拿鐵」的新產品。首日即大賣542萬杯，單

日收益超過1億元人民幣，引來大量消費者關注。

其後又與朱古力品牌Dove合作，推出「茅小凌酒心朱古力」。正式發售當日，吸引大批消費者到茅台冰淇淋門市排隊搶購，網購平台天貓參與同步首發的3家店更在開售一分鐘內售罄。

貴州茅台副總經理蔣焯表示，貴州茅台是一個中國傳統品牌企業，若要永遠年輕，增強企業生命力，就必然要擁抱年輕一代，堅持國際化，推動中國品牌和中華文化更好地走向世界。

蔣焯續稱，集團始終不忘「發軔於酒、興起於酒，也必然專注於酒、聚焦於酒」的核心發展邏輯，所以推出醬香拿鐵、酒心朱古力是「美酒」的衍生產品、周邊產品，也是挖掘美酒價值、創新表現形式、豐富產品供給、增強核心競爭力的積極嘗試。



▲茅台近年挖掘美酒價值，積極嘗試創新。

茅台近期跨界合作產品

產品	合作方
茅小凌酒心朱古力	朱古力品牌Dove
醬香拿鐵	瑞幸luckincoffee
茅台冰淇淋	自行開設茅台冰淇淋旗艦店