



雙11消費多元化 AI手機成交增倍半

京東：北京購買力最強 重慶首次購用戶最多

消費旺季

京東（09618）即時零售「京東秒送」納入「雙11」促銷，推出「秒送好物低至5折」等活動；阿里巴巴（09988）也宣布，將數千家品牌入駐淘寶閃購，消費者在下單時，可以選擇快遞發貨或即時零售配送。

據來自昨日京東11·11媒體開放日的消息稱，在超級供應鏈帶動下，今年雙11消費熱點更加多元化，超級供應鏈帶動消費熱點頻現。京東在3C數碼品類、大家電、小家電線上銷售佔行業第一。

大公報記者 朱燁

數據顯示，截至10月31日，包括京東、天貓、抖音等在內的全網大促銷累計銷售額達10026億元（人民幣，下同）。京東消費及產業發展研究院相關負責人在開放日指出，今年雙11消費呈現六大特點：一是AI產品熱度持續攀升，3C數碼AI產品成交額同比增逾100%，其中大屏AI手機成交額同比增1.5倍、AI平板成交額同比增2倍；二是家電消費追求「頂配」與「務實」；三是「暖經濟升溫」，保暖衣褲成交額同比增1.5倍、大型取暖器成交額同比增1.2倍；四是美妝護膚核心關鍵詞：長期、自然與精簡；五是科技位列時尚指數要素榜首，79.2%的消費者用科技潮品提升自身時尚感，智能手錶、智能手環等穿戴裝備搜索量同比增5.7倍；六是高頻產品囤貨保持高熱度，牙膏牙刷家庭裝搜索量同比增828%，抽紙家庭裝搜索量同比增586%。

進口海鮮送貨時間縮短30%

今年雙11，京東提供的服務產品趨勢品類超過150個，涉及產品超過10萬種。在京東服務消費排行榜中，在「服務消費需求增加」中排名前五的是：品質外賣服務（50.5%）、健康服務（40.3%）、手機/家電維修服務（39.8%）、旅遊服務（33.4%）以及家政服務（30.4%）。

在「旅遊服務訂單量增速」中排行前五的分別是：內地酒店（增速796%）、內地機票（增速637%）、全球簽證（增速310%）、境外手機SIM卡以及留學/旅行保險。

此外，截至目前，京東旅行酒店離店間夜量突破歷史峰值，同比增長超10倍，機票出票張數同比增長8.8倍；京東家政成交額在首周同比增長超2.5倍。

從內地城市看，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，今年京東雙11期間，依託京東全球購的超級跨境供應鏈，跨境進口海鮮產品送達時間平均縮短30%。京東雙11活動啟動以來，全球售重點覆蓋的日本、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國、澳洲等地，成交額與訂單量均實現同比超過1倍增長；跨境包郵服務升級覆蓋的13個國家，成交額同比增長突破3倍，平台下單用戶數同比增長超4倍。

今年雙11活動在9月中旬已啟動。9月16日，抖音電商打響「第一槍」；在10月9日，京東啟動雙11促銷；淘寶天貓也緊跟於10月15日開啟了預售。

天貓：近2萬餐飲品牌成交倍增

據淘天數據顯示，截至11月5日，淘寶閃購帶來的新用戶在雙11期間的電商訂單數已超過1億元。天貓雙11期間，淘寶閃購有19958個餐飲品牌、863個非餐品牌的成交額相比雙11前增長超100%。

抖音在10月下旬發布的雙11第一階段數據，超過4.1萬商家通過直播實現銷售額同比增長5倍，店播銷售額破億元的商家數量同比增長9倍。銷售額破億元的商品數量同比增長2.4倍，超過10萬個商品的直播銷售額同比增長3倍。搜索帶動銷售額破千萬元的商家數量同比增長147%。



京東雙11消費六大特點

- AI產品熱度持續攀升
- 家電消費追求「頂配」與「務實」
- 保暖衣褲等「暖經濟」升溫
- 美妝護膚核心關鍵詞為長期、自然與精簡
- 科技位列時尚指數要素榜首
- 高頻產品囤貨保持高熱度

今年雙11消費熱點更加多元化，圖為京東11·11媒體開放日現場。大公報記者朱燁攝

雙11邁向全球化 中國品牌加快出海

擴大空間

中國國際電子商務中心電商首席專家李鳴濤相信，從中國的「雙11」發展為全球的「雙11」，是中國電商市場輻射力和連接力提升的必然結果，也反映中國電商基礎設施全球化服務能力的快速提升。中國電商平台推動「雙11」全球化，有利於為中國賣家創造一個新的市場空間，又會為中國產品和中國品牌走出去創造更多可能。

李鳴濤昨日撰文表示，中國電商基礎設施全球化服務能力的快速提升，包括日益完善的國際快遞物流網絡、全球倉儲布局、便捷的跨境支付體系等。

各地海關打通「綠色通道」

其中，各地海關為包裹出海打通「綠色通道」，平台端也在同步提速。Temu、TikTok Shop等本是深耕海外市場的跨境電商，藉「雙11」國內商家集中備貨期，快速擴充優質供給。無論是全託管、半託管模式，還是在內地設立集貨倉、與本地配送網絡深度協同，各平台都在圍繞一個共同目標發力：縮短履約鏈路，提升海外消費者的收貨時效與服務體驗。

對於「雙11」國際化。李鳴濤指出，一方面，中國電商平台以「雙11」為契機，深耕海外華人市場，推動國貨出海；另一方面，則積極面向全球更廣泛的消費群體營造促銷氛圍。這兩大策略相結合，將極大增強「雙11」的全球影響力，也為國產品牌提供

了難得的全球曝光窗口。對於中國品牌而言，抓住「雙11」國際化契機拓展全球市場，是增強品牌國際影響力的重要渠道。

專家：短期促銷轉為長期品牌資產

李鳴濤表示，對於中國電商平台而言，價格優勢固然重要，但要真正贏得海外用戶，還需要在選品本地化、文案文化適配、物流時效乃至售後服務上全面「入鄉隨俗」。「雙11」能夠飛得多遠，不僅看促銷力度，更要看背後這套軟硬兼施的全球履約體系跑得多快、有多穩。對於中國品牌而言，要以產品為載體，以服務為保障，以合規為前提，持續打磨本地化能力。唯有如此，才能夠將短期促銷轉化為長期品牌資產。



中國電商配送服務能力大幅上升，有助拓展全球。中新社



許多商家趁「雙11」消費旺季推出促銷優惠，吸引顧客。中新社

IPO暢旺 中金：為逾百企籌備港上市

【大公報訊】今年以來港股IPO集資額冠全球，人民幣債券市場交投大增，併購活動活躍。中金公司昨日舉行「媒體工作坊」，就資本市場、固定收益市場、併購活動三方面發表意見。中金公司資本市場部執行負責人及董事總經理施琦（圖）表示，今年本港新股市場集資額已突破300億美元（約2340億港元），按年升近2倍，中金正為逾百家公司籌備在港上市。



信可以鼓勵更多中概股考慮來港雙重上市。

內地產業穩步增長 併購活躍

固定收益產品方面，中金公司固定收益部董事總經理周濟中表示，今年內地債券市場的深度及廣度都變得更大，投資者有更多機遇，因而吸引不少外資參與。而且市場出現更多對沖工具，有助吸引大型企業發行人民幣債券。

周濟中表示，今年點心債（在港發行的人民幣債券）需求持續增加，二級市場也轉旺。一些大型科技企業需要更多資金開拓人工智能業務，也在港發行點心債，如騰訊（00700）已於2025年9月首次發行點心債，規模為90億元人民幣。

併購市場方面，中金公司投資銀行部全球併購業務負責人陳潔表示，今年是內地併購市場特別好的年份，雖仍面對一些外部不確定因素，但

併購市場整體活躍度已大幅提升，原因是內地很多產業由快速增長階段步入穩步增長的階段，當邁入一個新階段，意味著有更多併購重組的機會，不管是本地或是跨境併購。此外，併購需要銀行提供貸款，目前內地的利率環境十分適合併購活動。

中金觀點

資本市場	預計明年會有更多A股企業來港發行H股上市，包括半導體、機器人等高新科技企業
固定收益市場	今年內地債券市場的深度及廣度變得更大，優質公司發行的債券受投資者歡迎
併購市場	今年是內地併購市場的「大年」，相隔十年後併購市場再進入牛市

明年樓價料升5% 中信里昂看好新地

【大公報訊】港股好淡爭持，恒指升47點，收報26696點。本地地產股破頂，新地(00016)、恒地(00012)、信置(00083)、希慎(00014)、鷹君(00041)等股價均見逾52周新高。中信里昂表示，香港地產股股價與本地樓價呈正相關，尤其在復甦初期。該行預期，2026年樓價將上漲5%，而行業領先的新地等地產股將受惠。

中金表示，香港樓市自今年第二季以來初現企穩復甦，考慮到美聯儲減息大概率繼續深化，建議關注市場進一步修復的潛力，把握地產股在第二次上行機會。該行認為，本地樓市復甦的關鍵，或在於購房需求得到釋放，而主要變量或在於按揭利率。中金預計，美聯儲未來有1厘的減息空間，或可對本地住宅需求帶來推動作用。

地產股強勢 信置創17年新高

iFast Global Markets副總裁溫錫城相信，本地地產股近期造好，主要因為減息周期所推動，但美國聯儲局再減息空間已經縮窄，明年3月份是否減息存在未知數，所以本地地產股再升空間有限。有貨的投資者可以繼續持有，無貨的投資者適宜繼續觀望，例如待新地股價回調至95元買入，升至103元沽出。

個股表現方面，新地升2.8%，報98.5元，創近3年新高；恒地漲0.1%，報29.52元，創6年半新高；信置抽高1%，報10.27元，為2008年金融海嘯後17年最強。

證券界最新市場評論

中信里昂	明年樓價料升5%，香港地產股股價與樓價呈正相關性
中金	美聯儲料有1厘減息空間，或對香港房屋需求有推動作用

瑞士再保險：港巨災債投資宜加強宣傳

【大公報訊】香港近年致力發展巨災債市場。瑞士再保險（Swiss Re）巨災債券投資基金主管蘇韋龍表示，特區政府為市場帶來許多鼓舞人心的進展，成功吸引來自各地的發行人探索香港機遇。他認為，巨災債行業的發展，仍有待各界加強宣傳力度。

香港在2021年3月正式實施新的保險相連證券（ILS）業務規管制度，協助保險業把握區內潛在商機。SHK Capital Partners董事總經理呂孟思指出，在特區政府的推動下，投資者對於巨災債的認識不斷加強，相信該資產類別有巨大增長潛力。

「針對保險相連證券，歐美及亞洲投資者有不同取態。」呂孟思指出，相較更願意投資另類資產的歐美資金，亞洲機構投資者更偏好固定收益，保險相連證券對他們來說仍是較新穎的資產類別，在投資組合中配置的比例相對較低。

回報理想 適合多元配置

呂孟思表示，儘管巨災債在亞洲市場的推廣仍有待進一步的宣傳推廣，但走訪區內多個市場後，發現其仍有不俗前景，原因包括：巨災債回報水平理想；與金融市場關聯度較低，合乎多元化資產配置需求等。



▲呂孟思（右）表示，巨災債有巨大的發展潛力。左為蘇韋龍。