

▲「雙十一」臨近，中國郵政廣州郵區中心江高郵件處理中心一派繁忙景象。機器人分揀員分揀快遞包裹。 新華社

大陸網購產品性價比高 兩岸經合互利擋不住

台民眾爭先做攻略 「雙11」搶購潮臨近



▲每年「雙十一」購物節都在台灣掀起搶購熱潮。圖為島內電商平台也加入「雙十一」優惠活動。 網絡圖片

一年一度的「雙十一購物節」（簡稱為「雙十一」）再度跨越海峽，在台灣掀起火熱的跨境消費浪潮，已然成為當地分量最重的年度網購盛事。在社交平台上，四處可見台灣民眾「做攻略」「抄作業」的身影，其中，圍繞大件傢俱、小型家電、品牌服飾等討論尤為熱烈。市場觀察指出，持續升溫的網購熱度，正是兩岸民間交流相融鮮活的寫照。台灣消費者一次次下單選購，用實實在在的消費選擇印證：兩岸經濟合作互利共贏的大勢不會被人為設置的阻礙扭轉。

大公報記者 蘇榕蓉報道

早在十月上旬，島內的「雙十一」預熱就已經悄然升溫。大陸古裝劇《逐玉》在台灣持續熱播，演員張凌赫官宣出任淘寶港澳台及海外品牌代言人的消息一出，立即在追劇社群刷屏。不少島內網友直言，這次營銷精準抓住了本地觀眾的喜好，前期造勢效果格外亮眼。

AI優惠核算收穫好評

各大電商平台陸續放出預售時間表，免運門檻、跨店滿減疊加方案、好物測評帖子鋪滿社交平台。其中淘寶的討論熱度遙遙領先，拼多多、抖音電商的人氣也穩步上漲。今年淘寶新上線的AI優惠核算工具，更是收穫了大批買家好評。

新北市民林財能說，這款工具可以自動匯總所有福利，省去反覆核算的功夫，不少島內民眾都期待本土電商也能跟進推出這類便民功能。

台北青年陳安之連續多年參與「雙十一」跨境網購。她表示，每到大促銷，身邊同齡人都會提前加購、準時蹲守開售，海淘大陸商品早已成為台灣年輕人的日常。很多年輕人每個月都會在大陸電商下單，趁着大促銷入手本地很難買到的原創服飾、文創擺件和小眾日用好物，還會花時間跨平台比價、精打細算湊滿減。她還發現，消費風向正在悄悄轉變：養生壺、恆溫保溫杯、便攜艾灸盒這類輕養生小家電銷量一路走高，簡約健康的生活方式，正在台灣青年群體流行。

高雄市民林女士也經常海淘大陸貨品。在她看來，大陸家居收納用品、廚房小件之所以常年熱銷，不只是價格划算，更關鍵是產品設計貼合兩岸相近的生活習慣，細節接地氣，完美適配居家日常，複購率一直很高。

台消費者更看重質量

平台數據直觀印證了大陸電商在台灣市場的強勁吸引力。淘寶天貓海外東北亞區市場總經理劉慧娟介紹，台灣個人買家的平均客單價達到2000元新台幣，消費規模穩居亞洲境外市場首位。家居傢具是銷量主力，緊隨其後的是潮流服飾、戶外裝備。

劉慧娟表示，如今台灣消費者不再只盯着低價，越來越看重設計、品質與特色。本土少見的小眾風格好物、3C配件、興趣收藏類商品格外受歡迎。今年淘寶還進一步放開大件傢具直郵範圍，持續優化跨境購物體驗。

消費文化雙向滲透，兩岸市場深度聯動，「雙十一」在台灣走紅，並不是短期現象，而是十餘年來兩岸消費文化互相滲透、市場互通融合的長期結果。2013年，「雙十一」模式首次傳入台灣，引發島內輿論熱議；2014年，第一批台灣買家開啟跨境搶購；2016年起，台灣本土電商紛紛借鑒「雙十一」促銷模式，重構本地網購生態。

兩岸共享年度網購狂歡

十餘年間，島內電商行業不斷升級，本土平台陸續打造專屬大促銷，滿減補貼、互動任務、分層福利等玩法越來越完善。如今，「雙十一」已經真正變成兩岸共享的年度網購狂歡。

今年各大平台錯峰開啟活動：京東10月12日開啟現貨售賣；淘寶、拼多多10月15日開啟預售，20日正式開售；台灣本土PChome、momo購物網同步開啟預熱專場，「蝦皮購物」則定於10月25日正式啟動「雙十一」活動。



大公報AI製圖

台胞搶購計劃

選購智能家居用品

台北市民陳奕婷：
準備趁着「雙十一」在淘寶選購智能家居及居家用品。大陸智能家居品類豐富、性價比高，搭配平台跨境集運福利與「雙十一」折扣，無論自用還是寄回台灣都相當實惠。

大陸美妝口碑不俗

高雄市民林靜怡：
今年「雙十一」，打算入手美妝與特色文創產品。不少大陸美妝口碑不俗，精緻文創也適合作為伴手禮，送給島內親友。

各類大促讓利可觀

桃園市民李林鑫：
準備添置學習器材和戶外裝備。各類商品大促讓利可觀，跨境物流穩定，方便一次性備妥學習、休閒用品。

集中採購節約開支

桃園市民劉嘉俊：
計劃採購辦公設備和生活物資。大陸產業鏈完備，趁着「雙十一」集中採購，既可節約開支，也能切身感受大陸旺盛的消費活力。

大公報記者蘇榕蓉

生活場景相近 兩岸民間消費自然交融

專家解讀

對於島內消費者多年來都熱衷「雙十一」購物熱潮，台灣青年聯合會理事長何溢誠分析，兩岸同文同種、風俗一脈相承，天然打破了跨境網購的信息壁壘。台灣消費者可以輕鬆看懂商品介紹、參考買家評價、整理海淘攻略。大陸產品貼合台民眾生活場景，很容易喚起情感認同。

此外，海量商品供給與超高性價比是另一大吸引力。實木傢具、小型家電、潮流服飾、戶外裝備品類齊全，疊加大促滿減之後，價格優勢更加突出。即便跨境購物要額外承擔運費與稅費，不少消費者仔細核算總成本後，依然覺得划算，願意花心思整理省錢攻略。

兩岸市場聯動推動產業鏈互補

何溢誠談到，台灣當地的電商近年也不斷推出各類大促檔期，但大陸電商在商品豐富度、營銷玩法迭代、供應鏈效率上依舊優勢明顯。這股持續多年的海淘熱潮，本質上是兩岸民間經貿緊密聯結的縮影。民進黨當局不斷出台限制性政策，想方設法阻滯民間往來，卻攔不住民眾按照自身真實需求自主挑選商品。兩岸市場多年磨合形成的緊密紐帶很難被政治操弄輕易割裂。

廈門大學台灣研究院特聘教授李非表示，「雙十一」風靡台灣，是兩岸民間消費自然交融、民心相通的生動案例。這場跨越海峽的消費熱潮，持續為兩岸經貿往來注入民生活力，形成雙向賦能、互利共贏的良性格局。

一方面，大批台商藉「雙十一」電商賽道深耕大陸市場，依託平台流量拓寬銷路，挖掘新商機；另一方面，源源不斷的大陸優質商品走進台灣千家萬戶，豐富了島內民眾的消費選擇。海量跨境包裹，直接帶動物流、倉儲、通關等配套產業穩步發展。與此同時，兩岸消費市場的聯動需求，持續推動產業鏈互補協同。台灣精密零部件等優勢產業，依託大陸龐大內需市場穩定訂單，充分釋放兩岸產業融合、優勢互補的巨大潛力，再次印證兩岸經貿密不可分、互利共生的客觀大勢。

大公報記者蘇榕蓉

台北市長選戰首場辯論 藍營：蔣萬安表現超預期

【大公報訊】據中通社報道：台北市長選舉首場電視辯論10月31日登場，尋求連任的中國國民黨籍台北市長蔣萬安與民進黨候選人沈伯洋正面交鋒，雙方圍繞市政建設、社會福利、兩岸交流及過往政治立場等議題展開攻防。

這場由台媒TVBS與三立電視台共同舉辦的辯論會歷時約兩小時。蔣萬安在交叉詰問環節，接連引用沈伯洋過去對雙城論壇、廢除死刑、毒品政策及「大罷免」等議題的言論，質疑其政治立場前後不一。

沈伯洋則認為，蔣萬安提出的多屬「中央層級」事務，應將辯論焦點放在台北市政，並針對兒少保護、食品安全、都市更新等問題提出質疑。

蔣萬安在結論時批評沈伯洋「反覆、搖擺與雙標」，認為此次選舉是「空想與口號」以及「行動與魄力」之間的選擇。他又特別感謝前台北市長柯文哲，肯定其為台北市政奠定基礎，並對柯文哲在選戰期間就市政議題給予客觀評價表達敬佩。

國民黨「立委」、蔣萬安競選總幹事羅智強會後表示，蔣萬安對市政如數家珍，在申論階段便以具體政績及未來願景回應沈伯洋，展現充分自信。羅智強說，蔣萬安當天表現超出預期，沈伯洋的許多言論反映其不了解市政。

羅智強也透露，他在辯論結束後接到民眾黨主席黃國昌電話，黃國昌以「蔣萬安大勝」五字表達對蔣萬安辯論表現的評價。

國民黨「立委」王鴻薇、李彥秀、賴士葆等人也到場支持蔣萬安，展現藍營在首場辯論中對蔣萬安的支持。此外，民眾黨籍台北市議員張志豪當天亦現身蔣萬安陣營，公開表態支持蔣萬安。張志豪表示，對藍白合作樂觀其成，希望兩黨尋求對彼此及台灣社會都有利的合作方式。

東吳大學政治系兼任助理教授張元祥認為，蔣萬安對市政較為熟悉，表現穩健，但整場辯論「熱鬧有餘，精彩不足」、「互批有餘，牛肉不足」，雙方對城市發展願景的論述仍有不足。

沈伯洋在辯論期間主動邀約第二場辯論，甚至提出「加LINE」協商，蔣萬安回應指由雙方團隊協調。羅智強認為，這反映沈伯洋對當天辯論結果有所不滿，希望藉由再次交鋒扭轉局面。



▲國民黨籍台北市長蔣萬安1日為同黨參選人站台助選。 網絡圖片

台當局政策錯誤 「中油」陷財務危機

【大公報訊】綜合中新社及台媒報道：台灣中油股份有限公司（以下簡稱「中油」）恐將面臨資不抵債困境。

台當局政策治標不治本

民進黨當局聲稱要填補「中油」虧損並改善其財務結構，但遭島內輿論質疑此舉僅為治標，未觸及台灣過度依賴天然氣、排斥核能的能源結構問題。

「中油」是台灣公營企業，主要業務範圍包括油氣勘探、開發、煉製與銷售等，以及石油化學原料的生產供應。

受國際能源價格高企及政策性吸收成本影響，「中油」陷入財務危機，截至今年9月底，累計虧損已達910億元（新台幣，下同）。「中油」董事長方振仁日前表示，至今年年底，「中油」累計虧損將達1257億元，逼近該公司資本額1301億元。

今年9月，台當局行政事務主管部門提出，擬撥補「中油」約1014億元、編列增資2338億元，用於充實「中油」營運資金、改善財務結構、提升天然氣建設韌性等。

台灣《風傳媒》此前發表評論文章指出，「中油」之所以需要納稅人「巨額」買單，根源在於民進黨當局政策。該文認為，民進黨當局在國際能源價格上漲期間，強制要求「中油」與台灣電力公司等公營企業吸收成本，本質是用納稅人的稅款補貼使用能源更多的企業與富人。成本並未消失，最終演變為高達數千億元的增資與撥補「黑洞」。

責任編輯：朱瑞宜 美術編輯：鍾偉畧