

天貓香港明上線 主打本地貨

滿399元免費送到家 逾二千品牌大小商家進駐

本港網購平台有新競爭者加入，淘寶「天貓香港」宣布本周三上線試業，主打本地服務及產品，目前已有2,000多個中外品牌及大小商家進駐。天貓淘寶港澳事業部負責人陳子堅昨於線上記者會透露，試業首三天（5月5日至7日）全場免運費，且還有無門檻使用10元現金券、單店及跨店買滿299元減40元、滿499元減80元等優惠。正式營業時，市民買滿399元就可免運費直送上門。

●香港文匯報記者 周曉菁



本港電商平台概覽

平台	自提點 免費自取	免費 送貨上門	特色
HKTvmall	200元	500元 VIP會員350元	多種生鮮、蔬菜、水果可選擇
big big shop	200元	450元	電視推廣，有獨家產品
百佳	-	500元	最快即日送貨
惠康	-	500元	Enjoy卡指定優惠，最快翌日送貨
●天貓香港	單店199元	399元	7天無憂自助退貨

◀陳子堅指，本港人均收入高、消費力強，加上淘寶在香港滲透率很好，「天貓香港」進駐香港電商市場是必然的選擇。

陳子堅指出，本港人均收入高、消費力強，加上淘寶在香港滲透率很好，「天貓香港」進駐香港電商市場是必然的選擇。他期待天貓香港能逐漸做到本土化，並會借助自身經驗為本地商戶提供電商培訓，協助改善店舖頁面，提升轉化率和改善營銷等，亦會一起探討適合本土的商業模式。

為本地商戶提供電商培訓

疫情催化下，電商成大勢所趨。無論是品牌、零售商，抑或超級市場，紛紛斥資打造電商平台，頗有你追我趕、互相競爭的架勢。陳子堅認為，本港電商市場日益壯大，不同品牌相互競爭對市場的長遠發展，是好現象，加上各區布局較為密集的自提點網絡，會更方便市民網購。

天貓進駐香港市場，自然不能不提與香港電視（1137）旗下HKTvmall的業競爭。陳子堅雖未透露月活躍用戶人數，惟頗有信心表示，公司的月活躍用戶人數優於同業。參考HKTvmall的3月數據，其月活躍用戶為137.5萬名。

陳子堅介紹，天貓香港的所有商品均由本地商家本地發貨，平台在平日提供滿額免運服務，只要單店買滿199元，即可自提免運費；買滿399元，即可直送上門免運費。目前，有超過2,000多個品牌及大小商家進駐，以美妝、服飾、家電和3C產品為主。

與淘寶香港互補 定位不同

「天貓香港」與現有的「淘寶香港站」定位有所不同，將起到互補作用。「淘寶香港站」以C2C的模式為

主，提供來自內地的中小商戶商品；「天貓香港」則會帶來眾多本地或已在本地發展的品牌，豐富本地消費者的商品選擇。

據介紹，天貓香港初上線已有超過2,000多個中外品牌及大小商家進駐，包括美妝、服飾、家電和3C產品等，日後會引入更多香港本地大小品牌進駐，令商品種類變得更多元化，更具香港本土特色。

切換使用「天貓香港」App也十分便捷。用戶只需透過現有的淘寶App，點選香港地區，除了可以看見現有的「淘寶香港站」版面外，也可在此切換至「天貓香港」，瀏覽更多本地產品。



●天貓香港 主打本地產品，試業首三天更全場免運費。

無懼網購 李根興：除非有飛天背心

香港文匯報訊（記者 顏倫樂）疫情令網購加速融入港人生活，淘寶旗下的「天貓香港」本周三上線試業，可能有人會聯想在這種趨勢下，香港的實體零售店會否雪上加霜？更甚者，舖市又會否因此價值大跌呢？專門投資本港街舖的盛灑商舖基金創辦人李根興對此不敢苟同，他昨日於fb發帖指，網購雖然會衝擊零售業，但街舖新供應應，未來只會因為重建收購而越來越少，睇好長遠價值上升。

零售業僅佔舖市三分之一

李根興昨日於社交媒體上，上載了與12歲大女兒於餐桌上的一席真實對話。他表示，女兒有天跟他說不要買舖，因為以後每個人都會網上購物，而他就用三隻碗去解釋：「商舖市場就好像這三隻碗咁，三分之一是飲食業，三分之一是服務業，三分之一是零售業。」李根興認為，網購是會衝擊零售業，但零售業只佔約三分之一商舖市場，因此帶來的衝擊不會是全面性。李根興指出，即使日後網購盛行，但家人仍然會出街食飯，而外賣餐飲平台除令市場需求上升，餐廳亦需要有一間舖在街道上外送員才能更快出入。而一些民生必須的店舖與髮廊、修甲店、美容院、車房、老人院等，更不會因網購而消失。

新供應稀缺 舖價長遠續升

他又分析，零售業分為乾貨與濕貨兩種，濕貨受網購影響細，因為人們總喜歡自己親自選擇，所以街市舖（菜檔/魚檔/肉檔）會越開越多。而乾貨在網上購買的確會較平，但一般人多多少少仍會上街購物，有時亦因在街上看到商品而上網購買，至於便利店等就更會永遠存在。

李根興又指，目前乾貨大概佔商舖約六分之一市場，未來即使減半，只佔約十二分之一，但乾貨商店的收縮，會被飲食業、服務業及濕貨舖的擴張而吸收。而且街舖新供應稀缺，供不應求下，未來亦只會因為重建收購而越來越少，所以睇好街舖價值長遠上升。

他提到，除非有日發明了飛天背心，街上從此不再需要人或車，街舖才會沒有價值，但相信有生之年都應該不會發生。聽完爸爸分析，他女兒最後跟他說：「哦，咁你繼續買啦！」

順豐香港推「上午寄下午到」逾時原銀奉還



●順豐香港由即日起推出快件「時效保證」服務。

香港文匯報訊（記者 周曉菁）順豐香港昨宣布，即日起推出快件「時效保證」服務，工作日期間，在指定工商地區寄出及派送的本地快件（不論文件或包裹），承諾「上午寄下午到」，否則「原銀奉還」，且維持現有收費不變。

順豐表示，是次時效提升會率先於工商地區推行，其後將擴展至全港各區住宅客戶。

服務涵蓋偏遠工商區域

順豐表示，由即日起，凡於星期一至星期五（公眾假期除外）寄件，而快件的寄出及收件地址均在指定之工商區範圍內，均享有「時效保證」的即日派送服務。快件於當日中午12時前獲安排上門收取託寄，或於中午12時30分前於順豐營業點自寄下單，保證於即日下午6時前送抵，否則有關快遞費用將原銀奉還。新服務按現有

價目表收費，即本地文件由13元起，本地包裹由30元起。

據悉，「時效保證」即日派送服務涵蓋港九及新界的指定工商地區，除覆蓋大部分鐵路沿線的熱門工商區域如中上環、金鐘、灣仔、銅鑼灣、北角、鰂魚涌、筲箕灣、西灣河、太古、柴灣、尖沙咀、油麻地、旺角、太子、奧運、深水埗、長沙灣、荔枝角、觀塘、九龍灣、油塘、新蒲崗、荃灣、青衣、葵涌等區外，亦包括其他偏遠工商區域如黃竹坑、屯門、朗屏、石門、火炭、太和、粉嶺、上水，以至赤鱗角機場等。

聯合國：去年網購佔整體零售19%

香港文匯報訊 新冠疫情影響出行，令網購盛行，據昨日公布的一份聯合國研究報告顯示，為控制新冠疫情傳播而採取的封鎖措施催生出一波電商熱，去年線上零售佔總零售銷售額的將近兩成。聯合國貿易和發展會議（UNCTAD）根據主要經濟體統計部門的數字估算，2020年線上銷售佔到總零售銷售額的19%，高於上年的16%。韓國所佔比重最大，為25.9%，上年為20.8%。中國、英國和美國的比重分別為24.9%、23.3%和14%。

梁振英：「十四五」或是港人最後機遇

香港文匯報訊（記者 莊程敏）全國政協副主席梁振英昨出席香港中華廠商聯合會（廠商會）舉辦的網上研討會時表示，內地的發展非常快，在未來五年國家「十四五」規劃為香港帶來的機遇，可能是香港人最後的機遇，呼籲廠商抓住機遇。

梁振英指出，在過去一年，他曾36次到訪共17個內地省市，令他作為一個中國人感到非常驕傲及自豪，因發現內地發展得相當快，已經做到山明水秀、井井有條，反而本港新界的面貌，遠不及內地的窮鄉僻壤。他認為，在未來五年國家「十四五」規劃為香港帶來的機遇，可能是香港人最後的機遇，原因是香港過去兩年發生的事情，以及內地發展速度非常快，香港如不再抓緊，將會錯過機遇。

籲港商正面貢獻國家發展

他表示，在內地，從國家及地方層面都有五年規劃，政策是「講得出，做得到」、「言出必行，行則必果」；反觀香港則沒五年規劃，最接近的規劃模式是施政報告，但提出的政策只不過是政府的主觀願望，能否落實要視乎立法會的反應，以及社會的接受程度。

梁振英相信廠商應可以在國家的「十四五」規劃中找到新商機，呼籲港商做好調查研究，多舉辦研究會，並進行實地調查，亦要做好雙向宣傳和對接工作。他建議港商可以以前為一個起點，共同關注內地發展的機遇，相信香港的發展動力將會更大，亦可正面地貢獻於國家新時代的發展。

當被問到有調查指六成年輕人考慮前往大灣區發展，梁振英認為屬於正常，任何一個城市來說，往往較多人願意留在自己居住地工作，而本港亦的確需要部分年輕人留下工作，如果大部分都離開的話，香港的公司將面臨人手不足的問題，他認為目前而言，社會對大灣區發展的反應算不俗。



●梁振英昨出席廠商會舉辦的網上研討會時表示，相信廠商可以在國家的「十四五」規劃中找到新商機。



▲史立德認為，未來經濟發展將更著重質量和可持續發展上的突破。

廠商借「十四五」拓綠色商機

香港文匯報訊（記者 莊程敏）「可持續發展」是全球大趨勢，香港中華廠商聯合會（廠商會）昨聯同香港聯合國教科文組織協會就中國「十四五」規劃與港商可持續發展舉辦線上研討會。廠商會會長史立德昨致辭時表示，隨著國家已達成「全面建成小康社會」的目標，未來經濟發展將更著重質量和可持續發展上的突破。香港製造業作為國家產業體系中的重要一環，需打破既有思維，並循國家發展大勢，在產品設計、生產過程以及供應鏈管理等環節中，加強環保技術的應用和創新。

史立德認為，減碳不但是企業履行社會責任的應有之義，亦是自身追求高品質發展的必行之策。廠商會一直以各種方式支援業界減碳，讓企業以節減排來降低經營成本，並透過投資環保技術發掘更多商機。在工業貿易署資助下，廠商會已展開了為期16個月的「利用綠色金融工具提升香港非上市企業的可持續競爭力」項目，為企業提供相關的技術支援和諮詢服務，以推動本港工商界實現可持續發展。

梁兆賢：5年減碳15000噸

出席線上會議、中華商務聯合印刷董事總經理梁兆賢指出，公司長期都推動環境保護、社會責任和公司治理（ESG），最近5年減碳15,000噸，減

揮發性有機物（VOC）排放500噸，使用森林管理委員會認證（FSC）紙張共110,000噸。公司亦制定了多項綠色印刷策略及行動，例如於中央供墨系統方面使用環保大豆油墨和低揮發性環保油墨、採用環保清潔劑和洗機水等。公司亦投資很多於環保生產方面的設施，包括早在20多年前於深圳設廠時已採用內地第一台有二次燃燒輪轉印刷烘乾系統，實現VOC零排放。

梁兆賢續指，公司正實施數碼轉型進入工業4.0智能製造模式，創造更多服務價值及新機會，成為互聯網服務模式的現代印刷企業。

柯家洋：棉製口罩去塑化

另外，穩健醫療集團副總裁兼首席投資官柯家洋亦指，集團早於2003年「非典型肺炎」時已是國家防控的供應商之一，從棉花開始做環保，希望做到去塑化，減少對海洋的污染。在今次疫情期間，使用公司出口的技术模仿布，亦令醫護人員使用的防護衣可減少七成。口罩方面，亦可使用棉取代膠，做到減塑的效果。他呼籲商界齊心，一同改變氣候生態，加速達成聯合國永續發展目標（SDG）。

柯家洋認為，「十四五」規劃入面提到多項關於醫療發展、綠色金融將可助力可持續發展，政府亦應建立健全的醫保制度，推廣垃圾分類、去塑化等生活習慣。