

商家搶攻「熱搜」爆款

激戰正酣的東京奧運會，不僅點燃了人們的觀賽熱情，還帶火了「奧運同款」經濟。在淘寶等網絡購物平台上，冠軍同款商品銷售火爆，中國隊首金獲得者楊倩同款可愛小黃鴨髮卡，以每1秒就出貨6件的速度，刷新着商家的銷售紀錄。與此同時，淘寶產業帶2,000多家廠家隨熱搜而動的反應能力，也令人佩服。

●香港文匯報記者 譚旻煦



●吳京同款的「中國隊衣服」成為爆款。網上圖片



●奧運同款商品成為網絡銷售的爆品。受訪者供圖

奧運同款經濟火熱 楊倩小黃鴨髮卡每秒賣6件



●奧運冠軍楊倩同款小黃鴨髮卡在網絡上銷售火爆。

楊倩同款髮飾



從曾經通過報紙和廣播看奧運，到後來的電視和網站看奧運，現在變成了微博、B站、淘寶三件套，歷代年輕人看奧運的方式在不斷變化。「頂熱搜、發彈幕、淘同款」的連貫動作，被網友戲稱為看奧運標準「三部曲」，生怕身在場外參與度不夠。在「三部曲」的推動下，中國隊首金得主楊倩的同款小黃鴨髮卡就成了網絡熱銷商品。

奪冠一小時 銷量已過萬

中國運動員在東京奧運拿下首枚金牌，zozo品質髮飾淘寶店主陳耿平就把目光放在了冠軍楊倩頭上的小黃鴨髮卡。「我是職業習慣，一眼就看見了那個髮卡，感覺能火。」奪冠1小時後，楊倩同款小黃鴨髮卡已經在店舖上架。

陳耿平說，僅僅用了10分鐘，店舖消費者暴增至四五百人，1小時後，銷量已過萬件。陳耿平立即安排銷售員趕往義烏小商品市場，把幾萬件小黃鴨髮卡和胡蘿蔔皮筋火速收入囊中。這還未結束，與合作工廠電話訂下幾萬件貨品後，陳耿平才

算踏實。接下來幾天，伴隨着新聞報道及各種熱搜，淘寶義烏產業帶小商家們也迎來小黃鴨髮卡的銷量高峰。

另一家義烏首飾電商的運營負責人也告訴記者，在「小黃鴨同款髮卡」登上微博熱搜榜後，他迅速更換了淘寶店封面圖，當天就迎來了訪客高峰，作為一款已經稍顯「過氣」的陳年舊款髮飾，三天之內全店一口氣賣出了7萬件，超過該商品正常月銷量百倍，原先的庫存早已供不應求。

據淘寶數據，近幾日，從義烏發出的小黃鴨髮卡高峰期日均至少50萬件，平均每秒6件。

15萬從業員隨「熱搜」而動

在淘寶義烏飾品產業帶，「與時間搶銷量」的爆款故事，已經成為淘寶店主和工廠們的常態。通常的操作是，熱點事件1小時內，快速上架搶佔第一波關注度；24小時內，完成熱銷品的再生產，借熱銷勢頭線上線下批發零售同時推進。

「一個熱搜幾天時間就過，訂單零碎化以及波動性變大。」一名工廠負責人介

紹，之前義烏超過九成訂單來自外貿，這些訂單提前1年備貨，而熱搜講究的就是快，工廠必須調整，既要能接小單，也要能接急單。

在一個接一個的熱搜後，義烏商家和工廠的「熱搜反應力」在磨合中逐漸形成機制，也引發了義烏產業帶的生產力變革。數據顯示，目前在義烏淘寶商家背後，至少有2,000多家優質工廠商家，15萬飾品從業人員隨「熱搜」而動。

中小企盡顯活力與創新

數字經濟智庫首席研究員胡麒牧表示，中小企業活力與健康程度是國民經濟發展的晴雨表，他們在奧運經濟中的表現同樣展現了國家產業發展的活力與創新力。內地工廠原本就有着完整的生產能力，它和淘寶這個消費趨勢的風向標產生化學反應後，充分彰顯出互聯網的「快」和內地工廠的「能」，最終讓一切熱點和創意都獲得快速落地的實現能力，也讓人們的消費熱情得到充分釋放。在這個奧運舞臺上，內地工廠練就的數字化能力為體育經濟增添了新的詮釋方式。



●在「小黃鴨同款髮卡」登上微博熱搜榜後，工廠加緊生產小黃鴨髮卡。受訪者供圖

粉絲購買同款 為選手加油打氣

「看到中國隊員拿冠軍，心情太激動了，為了能和他們產生點什麼關聯，我打開淘寶，點了冠軍同款進行搜索。到現在，我已經買了楊倩同款小黃鴨髮卡、陳夢的乒乓球項鍊，還有楊舒予的同款手機殼。」在雲南昆明的劉小姐說，她覺得用這樣的方式也可以為遠在異國的中國隊員們加油打氣，同時也期待著收到貨品時的小驚喜。

在粉絲們洋溢的熱情下，楊舒予的同款手機殼、侯志慧用過的保溫杯等產品不斷成為新的關注點。而張繼科的同款球衣，甚至是北京奧運會、冬奧會周邊商品的檢索量，也在短期內呈爆發上漲趨勢。

記者注意到，於8月2日剛剛上線的奧運同款榜單上，「楊倩同款髮卡小黃鴨」位居榜首，其次是吳京同款「中國隊衣服」，而陳夢、楊舒予、張繼科等選手的手機殼、訓練服等周邊飾物，也登上了該榜單的前十名。

熱情洋溢

中國至美國集裝箱運費創新高

香港文匯報訊 由於在美國購物旺季到來之前零售商訂單不斷增加，加大全球供應面臨的壓力，從中國至美國的集裝箱運費已漲至每40英尺箱子20,000美元以上的新高。

Delta變異病毒在幾個國家的加速傳播，導致全球集裝箱周轉率放緩。7月下旬和本周在中國南部沿海地區發生的颶風也帶來影響。據路

透社報道，海運諮詢公司Drewry的董事總經理Philip Damas說，「這些因素已經把全球集裝箱運輸變成了一個高度混亂、供應不足的賣方市場，在這個市場上，航運公司可以收取正常價格的四到十倍來運輸貨物。」

40英尺箱子運價2萬美元 他表示，「我們已經30多年沒有

在航運業看到這種情況了」。他還補充說，預計這種「極端運價」將持續到2022年的農曆新年。

貨運追蹤公司Freightos表示，中國到美國東海岸航線每個集裝箱運費比一年前攀升了逾500%，本周達到20,804美元。相比之下，7月27日的價格為略低於11,000美元。

Freightos的數據顯示，從中國到美國西海岸的費用略低於20,000美

元，而中國到歐洲的最新費率接近14,000美元。

集裝箱船租價也隨着集裝箱運費飆升上漲，這迫使航運公司優先考慮在最有利可圖的航線上提供服務。研究諮詢公司Alphaliner的執行顧問Tan Hua Joo解釋，船隻只能在運費較高的交易中運營才有利可圖，這就是為什麼運力大多數轉移到美國。

煙流向未成年人」指，雖然國家已明文規定各類市場主體不得向未成年人出售電子煙，但部分裹着「絢爛外衣」的電子煙依舊在向未成年人團體滲透，一些潛藏風險也值得警惕。在另一篇《身高焦慮就打「增高針」？危險！》中，新華社提醒，生長激素有被濫用的苗頭，可能帶給使用者內分泌紊亂、股骨頭滑脫、脊柱側彎等健康風險。

「增高針生長激素被濫用」 同時，新華社發文《警惕電子

觸底反彈，很快又重回弱勢，最終跌近2%，貴州茅台低收1.45%，報1,699元（人民幣，下同），跌穿1,700元大關。

因市場風險偏好顯著下降，滬深主要股指亦不同程度收跌。滬綜指報3,466點，跌10點或0.31%；深成指報14,872點，跌117點或0.79%；創業板指報3,532點，跌30點或0.86%。兩市共成交12,908億元。電子煙板塊中不少個股暴跌，主營生長激素的龍頭企業長春高新開盤即跌停。

字節跳動 傳關教培業務兼裁員

香港文匯報訊 路透社引述數位消息人士表示，互聯網巨頭字節跳動將關閉學前和K-12教育培訓業務，並通知員工，在內地收緊監管後計劃裁撤教培業務教師、銷售及廣告人員。消息人士並稱，裁員補償標準為N+2，即工作年限加二後乘以月工資；同時亦有部分員工轉崗，部分業務將做調整，發力AI課和教育硬件。目前尚難確定裁員規模有多大。

字節跳動旗下教育板塊名為「大力教育」，與字節跳動創始人張一鳴「大力出奇跡」的口頭禪頗具淵源；旗下擁有清北網校、瓜瓜龍等業內較為知名的品牌，並提供「大力神燈」等硬件設備。教育板塊業務曾是字節跳動重點發展的新業務，員工上萬名。

中辦和國務院辦公廳7月下旬發文，要求學科類培訓機構一律不得上市融資，嚴禁資本化運作，各地不再審批新的學科類校外培訓機構，現有學科類培訓機構統一登記為非營利性機構。

香港電訊半年純利微升 派息30.7仙

香港文匯報訊（記者 莊程敏）受惠5G發展，香港電訊（6823）流動通訊業務收益亮麗。公司昨公布上半年股份合訂單位持有人應佔溢利19億港元，按年微升0.1%，主要是由於整合Now TV業務後以致較高的攤銷開支，每個股份合訂單位中期分派30.7港仙，較去年同期增加2%。上半年總收益升7%至156.4億元。撇除流動通訊產品銷售，總收益升3%至141.1億元。該股昨收報10.64元，跌0.37%。

官媒點名批評 電子煙白酒股重挫

香港文匯報訊（記者 章蘿蘭 上海報道）近期資本市場草木皆兵，繼《經濟參考報》痛批遊戲後，新華社、科技部突然「點名」白酒、電子煙、增高針，瞬間嚇退眾多投資者。不但相關個股大幅插水，整體做多氛圍亦明顯受挫，昨日滬深三大指數均收跌，兩市近3,000隻個股下跌。

科技部網站刊出的「加拿大一項研究表表明部分癌症和飲酒有關」，

引述一篇發表在醫學權威期刊《柳葉刀》上的最新研究結果顯示，2020年加拿大有7,000例新癌症病例和較重的飲酒模式有關，其中包括24%的乳腺癌病例、20%的結腸癌病例、15%的直腸癌病例和13%的口腔癌和肝癌病例。

「增高針生長激素被濫用」 同時，新華社發文《警惕電子