



摒棄單打獨鬥 互聯互通增流量 今年「雙11」各平台主打低價

「雙11」向來是一年中消費增長最好的時節，為把握機遇，今年各大平台鉅足勁定下新策略。天貓「雙11」今年首次強調全網最低價，似乎有意在價格戰方面發力；京東方面亦強調了低價心智，且在10月下旬就現貨折扣開賣。值得一提的是，今年很多平台開放了互聯互通，通過合作來獲取更多流量，微信視頻號、朋友圈等優質廣告流量可直跳淘寶、天貓商家的店鋪，京東則降低商家參與小紅書、B站等站外營銷的門檻並簡化合作鏈路。分析師認為，經濟下行周期中，今年市場壓力還是比較大，低價策略才能吸引消費。另外在流量逐漸見頂的時代，各大平台互聯互通才能挖掘流量獲得變現。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



◆電商平台
今年的策略有別於以往，不再重點靠網紅帶貨，聚焦低價策略。



部分平台雙11策略去年與今年對比

平台	2022年	2023年
天貓	主張「用戶體驗」	「全網最低價」定為核心目標
京東	整合了超百項權益資源	「真便宜」為主題，持續夯實低價心智
B站	上線新的購物板塊	整合營銷，打通阿里、京東、拼多多商品庫

淘天集團近日在天貓「雙11」啟動會上，把「全網最低價」定為核心目標。澎湃援引接近淘天集團人士透露，「雙11」淘寶新增兩類商品：一是「全網低價」，保證同時段所有電商平台最低價；二是「官方立減」，單品價格直降15%以上，無需跨店湊單。主要資源如搜索、推薦、主會場、直播等，全面向全網最低價商品傾斜。此前，天貓「雙11」的促銷手段一直是跨店滿減，今年是第一次在「雙11」強調全網最低價，有意在價格戰中放手一搏。據上述內部人士稱，「全網最低價」這完全區別於往年GMV（成交總額）、DAU（日活躍用戶數量）等指標。

天貓放棄跨店滿減策略

天貓這次的新策略有跡可循。淘天集團CEO戴珊8月在阿里巴巴財報電話會上就明確，「價格力戰役」在未來仍將繼續，並且也仍將是重點投入項目。淘天既要讓用戶獲得「好貨不貴」的體驗，也要引導商家提高貨品性價比，來換取生意的規模化成長和長期穩定的回報。

京東、拼多多方面也有最新價格策略迎接跨店滿減。京東宣布今年的跨店滿減以「真便宜」為主題，將持續夯實低價心智，並取消了

之前的預售環節，10月23日晚8點直接現貨開賣。拼多多則一直在延續大促，今年公司9月14日宣布正式上線中秋國慶周年慶三連大促，一直持續到10月19日。之後10月20起又是「雙11」大促開啟時間，可謂無縫銜接的超長時間大促活動。

低價只能吸客 品質才最重要

網經社電子商務研究中心特約研究員、百聯諮詢創始人莊帥表示，在經濟下行周期中，消費者即便有錢也不敢花，折扣零售和低價零售的生命力就會較為旺盛，以低價商品為主的直播帶貨能夠持續火爆，也說明了低價策略依然有吸引力。然而，「一個平台不可能做到所有商品全部都是最低價，而一旦低價成為所有電商平台的標配，消費者又回到了起點。所以低價可以吸引消費者來到平台，最終決定下單的，還是配套的服務和商品的品質。」

相較於前幾年各大平台單打獨鬥，目前各個平台互聯互通，通過合作來獲取流量增多。今年「雙11」淘天集團就和微信全面打通，微信視頻號、朋友圈、小程序等廣告流量通過阿里媽媽的大數據營銷平台，可直接跳轉至淘寶、天貓商家的店鋪、商品詳情及淘寶直播間。

B站近日也與阿里、京東、拼多多等電商達成深度合作，「雙11」期間與各家電商平台打通商品庫。同時，阿里方面，B站將依託「星火計劃」和「U選計劃」聯合阿里對品牌和商家進行平台級流量補貼；京東方面，「雙11」期間B站將上線數據生態共建項目「京紅計劃」，提升品牌與商家在B站的獲客與轉化效率；拼多多方面，將與UP主加強合作，與拼多多合作的UP主數量預計年同比增長將超過100%。

京東聯盟也降低商家參與小紅書、B站等站外營銷的門檻並簡化合作鏈路，上線「種草」效果數據分析功能，幫助商家優化營銷方案，讓商家實現曝光、種草、銷售提升多重目標。

開放合作 各平台流量獲益

網經社電子商務研究中心主任曹磊曾表示，「雙11」的指標就是流量轉化，誰的貨賣得更多，誰拿的廣告費佣金就多。莊帥同樣認為，「市場競爭不應該是你死我活。大平台間的互聯互通是政策要求，也是各平台開放合作的需要，同時符合各平台的利益訴求。」讓消費者可以在不同平台更自由地選擇商家和商品進行購買，商家也能夠更低成本地進行經營，各平台也能夠因此而獲益。

消費者：不要花哨玩法 只需有誠意的折扣

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）「雙11」已經走過15個年頭，加上各路電商「造節」越來越頻繁，消費者從一開始的狂歡熱情漸漸回歸到理性，很多網友認為，只有價格合適的產品才更容易被接受。

網友小姚表示，此前的「雙11」，各個平台有一大堆玩法，很多時候甚至不能搞清楚那些複雜的規則。「甚至以前還要通過在平台上玩遊戲來獲取折扣，這對消費者來說實在太費精力了，不如來些有誠意的折扣好。讓購物變

成單純的購物，不要那些花裏胡哨的東西。」

佣金抬價 不再跟網紅買

還有人表示，以前總一窩蜂跟着明星買，或跟着網紅買，自從李佳琦帶貨花西子翻車後觀念就不一樣了。王小姐在網上說：「之前總以為在那些網紅手裏買到的商品，是誠意價，後來才知道，商品定價的一半甚至大部分，原來是要支付網紅們的佣金，而且正是因為佣金的存在，才抬高了商品價格，以後可不會盲目跟

風了。」

先漲價再打折令人生厭

讓消費者討厭的還有先漲價再打折的套路，有些商品會在之前漲價一波，然後再在「雙11」中包裝成一個低折扣的樣子。部分贈品不標明尺寸規格同樣讓人厭惡，「有些商品說是買一送一，結果送來的是一份迷你的小樣。」網友花醬就在網上吐槽，「商品不如直接打折。」



香港文匯報訊（記者 朱燁 北京報道）有別於往年的預售開場，今年京東11.11將於10月23日晚8點正式開啟。海量商品直接「現貨開賣」，包括iPhone 15、五糧液普五第八代、SK-II神仙水等眾多大牌爆款商品已完成提前備貨，消費者下單後即可第一時間安排配送。同時，港澳地區用戶也能享受到與內地消費者一樣的高品質快遞服務，香港用戶網購商品最快可「次日達」。

京東零售平台運營與營銷中心平台運營部負責人戴翼虎在昨日的發布會上梳理了整條11.11大促時間線：伴隨23日晚上8時「現貨開賣」同步開啟的還有「超級秒殺日」，3C家電真5折開賣、熱銷商品1元(人民幣，下同)搶購、高端美妝買一贈一等活動；在10月31日晚8點將上線「百億補貼日」，還可半價搶iPhone 15；11月2日發起「京東9.9包郵日」；11月8日推出PLUS DAY，為會員提供專屬低價，以及11月10日晚8點啟動「巔峰28小時」。

全程價保 不用擔心「買貴咗」

此外，京東11.11期間，超8億商品享全程價保，消費者購買的價保服務覆蓋商品均可享受30天及以上的價保。自2008年在業內首創價保服務以來，截至目前，京東的價保申請訂單量已累計突破10億，總計為消費者節省了近90億元。

記者看到，出現在11.11中的低價商品也更加多元。參與京東百億補貼的商品較今年「618」實現2倍提升，9.9包郵、秒殺頻道的低價商品數量大幅擴容，來自義烏、保定、福建等產業帶的便宜品質好物，全部一件包郵。此外，還帶來了超5億件新品，包括小米14手機、賓格麗小扇子項鍊、科沃斯T20S PRO掃地機器人等。

港澳消費者網購 最快翌日送抵

京東零售CEO辛利軍在會上透露，目前，京東物流在港澳地區的快遞服務已經進行全面升級，為當地居民提供同城快遞、港澳至內地的快遞服務，香港同城快遞最快4小時送達，香港消費者從京東網購商品也能實現最快次日達。據悉，京東國際也將分別為港、澳地區消費者提供自營滿199元包郵3公斤、自營商品全站無門檻包郵的運費減免政策，並由京東物流送貨上門。

除了網上購物，包括京東MALL、超級體驗店、城市旗艦店、京東家電專賣店、京東之家、京東電腦數碼專賣店、京東手機數碼專賣店、七鮮超市、京東養車、京東國際跨境體驗店等數以萬計的京東線下門店也將全面參與今年的京東11.11。其中，寧波京東MALL和武漢京東MALL將於今年京東11.11期間正式營業。

除價保外，發布會上，京東還與美的、小米、維達、中國黃金、統一石化、東阿阿膠、王府井免稅、京客隆等多位品牌商家代表，共同發起「京東11.11真低價倡議」，共創良性競爭環境、保障消費者權益。

逾九成人料港股年底難上二萬關

香港文匯報訊（記者 曾業俊）耀才證券（1428）昨公布「第四季港股走勢」調查報告，近8,000名受訪零售客戶中逾九成認為恒指在年底只維持20,000點或以下，當中兩成半人更認為會跌至16,000點以下，只有不足一成認認為恒指可達22,000點以上，較年中時同類調查的最高期望24,000點大減，反映投資者對港股的悲觀情緒增加。

高息及內房債最影響走勢

耀才執行董事兼行政總裁許繹彬表示，散戶認為影響港股的最大因素是美國高息環境持續（32.3%），之後是房地產債務危機（22.7%）及內地寬鬆貨幣政策（18.4%）；而有15%受訪者盼特區政府能盡快出台為股市減印花稅及為樓市撤辣招等措施，挽救當前疲弱的股樓市。

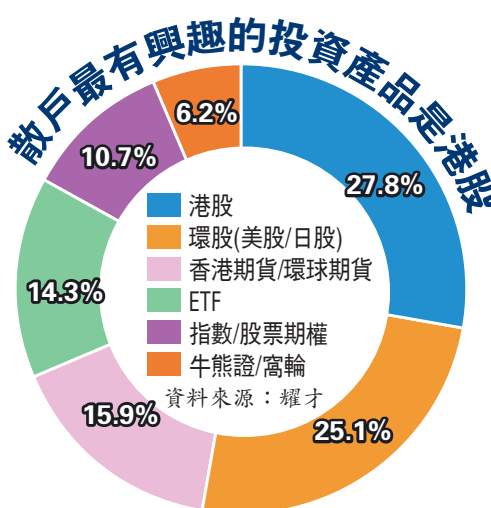
他指，股市非常依賴槓桿效應，惟息口持續上升令發展成本大增，削弱投資者購買力及股票槓桿回報，又指「2020年港股成交達3,000多億元，因為

港元拆息（HIBOR）低過1厘，借貸成本不足2厘。惟現時HIBOR升至4厘，借貸成本高達8厘，大大增加交易成本，導致开展投資者佔比大減約一至兩成，港股成交額亦急跌。」

望施政報告重振信心

而內房債務危機前景未明，加上政府遲遲未能推出救市措施，都令港股成交額持續萎縮，每日不足千億已成常態，而投資者轉向投資美股美期的現象亦漸成風氣。調查顯示，雖然港股（27.8%）仍是散戶最有興趣的投資產品，惟環股（美股/日股）（25.1%）及香港期貨/環球期貨（15.9%）已升至第二及第三位。許繹彬寄望下周施政報告能為市場帶來驚喜，提振經濟的同時，亦提高投資者的入市意慾。同時希望港交所能盡快落實打風仍繼續開市的政策。

芝商所客席講師譚家康表示，巴以衝突令石油價格反彈，油價上升定必會拉高通脹，美聯儲來年放鴿的機會大大減少，戰爭開支同時增加美國財政壓



力。自8月中Fitch調低美國國債評級後，美股在高位出現明顯調整，相信第四季大機會是有波幅無升幅。施羅德投資環球無約束固定收益投資主管Julien Houdain 昨在另一場合指出，美國和歐洲市場



◆圖中為耀才執行董事兼行政總裁許繹彬、左為研究部總監植耀輝、右為芝商所客席講師譚家康。

記者 曾業俊 攝

的不確定性和波動愈來愈大，就投資組合建構而言，將中長期預測已變得非常困難。不過，全球製造業似乎正在觸底，該行未來會關注更多以製造業為導向的行業並增加投資份額。