

中國將推動互聯網有序開放

A2

公院收費研封頂 每年萬元

A4

廣東20措施 打造灣區文旅產業圈



A3

考試路上感恩有您 懷抱祝福勇闖DSE



A6

文匯報

WEN WEI PO
www.wenweipo.com

政府指定刊登有關法律廣告之刊物
獲特許可在全國各地發行

2025年3月

25 星期二
乙巳年二月廿六 初七清明
天晴乾燥 日間炎熱
氣溫20-28℃ 濕度40-90%

港字第27382 今日出紙2套7天張 港售12元

爆料專線

(852)60635752
wwphotline@tkww.com.hk



立即下載
香港文匯網App

京東加碼優惠攻港 「買貴就賠」退價差

家電一件包郵 新客送600元禮包

●京東昨宣布對香港消費者加碼優惠，推出「買貴就賠」服務。

●香港文匯報記者 周曉菁

內地電商平台密集攻港。京東昨宣布對香港消費者加碼優惠，推出「買貴就賠」服務，覆蓋京東自營全品類商品，至4月30日若消費者發現商品價格高於其他平台，在確認收貨後可申請價差補償；又對家電類商品開啟大規模補貼，提供自營家電「30天包退、180天有壞換新」、「一件包郵」等服務；並向首次下載京東APP的香港新用戶送600元人民幣專屬禮包等福利，另在柴灣增設集團在香港的第五個營運中心，進一步提升香港消費者的購物體驗。

京東港粵台業務負責人楊肯昨在記者會指出，家電類商品是京東一直以來的優勢品類，有信心把價格做到全港最低。家電包郵覆蓋的商品存貨單位(SKU)以數十萬計，這次加碼優惠是去年9月京東對香港投入15億元人民幣的呈現之一。目前，香港消費者在京東選購自營商品，消費滿188元人民幣即可享受免費送貨上門、最快次日送達的體驗。

他強調，香港的商品供應將共享內地庫存，以最大限度發揮京東物流的優勢，包郵上門等服務也極具競爭力。被問及香港會否出現電商價格戰，他相信大家是「良性競爭」，京東在全國範圍的採購團隊能確保成本優勢，商品價格也並非為香港地區提供特別優惠。

另一邊廂，京東快遞港島運營中心正式投入運營，是繼觀塘、葵青、沙田及元朗之後，京東在香港設立的第五個運營中心。該中心位於柴灣，佔地超過10,000平方呎，並首次引入自動化分揀設備。

自動化分揀設備提升效率2倍

京東快遞香港業務負責人馬偉介紹，以往貨物送到站點後，由快遞小哥手動挑選屬於自己派送區域的貨物；但現在可以結合京東物流多維度數據採集和預分揀技術，將貨物自動分揀到快遞員配送的路區，貨物分揀更加高效準確，料分揀效率預計提升2倍以上。將來原有的四個營運中心也會陸續進行

港零售出路

港電商聯盟：鬥平欠優勢 應專注消費體驗

香港文匯報訊(記者 黎梓田)內地電商積極開拓香港市場，香港零售業也正積極改變經營策略迎接新零售時代。香港立法會議員(進出口界)、香港電商發展聯盟聯席召集人黃英豪昨向香港文匯報表示，內地電商攻港對香港本地零售業既帶來挑戰，也帶來新的經營啟示，他認為，內地電商貨品價錢已非常「內卷」，香港零售商應更專注提供體驗及以特色產品吸客。

線上蠶食線下 大勢所趨

黃英豪指出，目前香港零售商面對的一大問題，主要是「線上對線下」的情況，「線上」的產品屬於直銷，中間免去零售商成本，是一個新的營運模式，「線上」營運模式以其價格優勢正在蠶食「線下」零售商的空

間，加上有人工智能在後台分析銷售數據，會向電商推薦消費者喜好的产品，而這種趨勢亦在全世界正在發生當中，香港的「線下」零售商無可避免要想方法去應對。

他認為，「線下」零售商的優勢在於能提供體驗，例如生活體驗概念店等等；如果是產品種類較繁雜，亦可以提供一些特色產品吸客，如日本來港的Don Don Donki。他說，年輕消費者雖然大多都網上購物，但不代表不喜歡逛商場，即使是「買條魚也希望親自揀」。實體零售商與內地電商比拚價格「不易做」，因為價錢已經非常「內卷」，所以香港零售商應更專注提供體驗及以特色產品吸客。

利用電商「反攻內地」

此外，香港的零售商亦要順應潮

升級。針對部分無法直郵至港澳的商品，馬偉指出，京東物流已在深圳連塘、羅湖、福田等進出口口岸開設快遞自提點，提供自提服務，方便跨境消費者購買更多商品。未來有計劃在深圳及珠海更多口岸增設自提點。

夜間派送服務延長至10時

港島運營中心將新增逾100名快遞員，針對港島密集的住宅區與商業樓宇實現全面覆蓋，確保核心區域訂單最快4小時送達，夜間派送服務延長至10時，滿足用戶即時需求。馬偉透露，目前京東物流香港員工約有450人，業務增速非常快，年內有機會再大幅增聘人手。

京東還公布，京東外賣推出40日，截至3月24日每日訂單量已突破100萬，平台不少商戶每月訂單量超過2,000宗。目前京東外賣平台已有超過45萬間餐廳入駐，為全國142個城市的用戶提供服務。京東昨收報166.6元，升3.7元或2.27%。



●京東快遞港島運營中心正式啟用。



京東拓香港市場新優惠

●「買貴就賠」：適用於京東自營全部商品(至4月30日)，若消費者發現商品價格高於其他平台，在確認收貨後24小時內可申請價差補償。

●「30天包退、180天有壞換新」：選購自營家電，產品若存在質量問題，30天內直接退貨，180天內可以換貨。

●家電一件包郵：所有自營家電享受免費送貨上門服務。

●「總值百萬優惠券」：活動期間下單，購物金額滿188元人民幣即可參與抽獎，有機會獲得價值10,000元人民幣的無門檻優惠券。

●新人優惠：首次下載京東APP的香港新用戶，京東將提供價值600元人民幣的新人專屬禮包等福利。

整理：記者 周曉菁

市場新業態

內地電商線上線下全面攻港

香港文匯報訊(記者 周曉菁)「港人北上」消費熱情不斷，內地電商加碼優惠南下布局香港市場。去年，內地各大電商平台在香港市場加大投資力度，通過包郵、直郵及本地退貨等多種購物體驗的升級，吸引香港消費者；今年，淘寶線下傢具實體店PapaHome在尖沙咀中港城開業，京東快遞也在荔枝角設立了快閃店，顯示出電商平台在香港開設線下門店的趨勢已初現端倪，市場由線上走向線上線下融合的新業態。

京東港粵台業務負責人楊肯昨日表示，線上線下融合(O2O)是未來發展的趨勢，惟並未表明京東Mall實體店是否會進軍香港。

提升港人網購實價商品信心

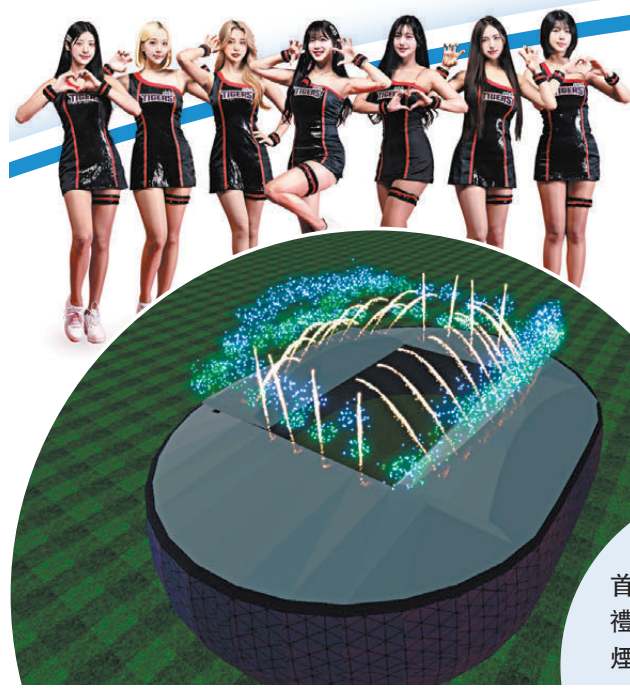
近年來，隨着香港消費者對內地優質品牌、高性價比商品表現出強烈的購買意願，品類需求也更加多元，京東等一

系列電商平台積極布局香港市場，滿足這一需求。然而，平台上大部分產品「看不見，摸不着」，尤其對於一些高價值、定製化產品，如傢具、電子產品或定製化服務等，線下體驗就變得尤為重要。消費者若能親自查看或試用，將大大提升他們的購買信心，並進一步了解相關品牌及其產品功能。

香港的電商滲透率一直不算高。據政府統計處發表的零售業銷貨額數字，2025年1月香港零售業總銷貨價值臨時估計為353億元，網上銷售僅佔6.9%。

值得港零售業轉型升級借鑑

在此背景下，內地電商平台若能線上加碼提供豐富的商品選擇、實惠價格及優質服務，線下則通過開設實體門店吸引更多顧客，這不僅能為本地消費者帶來更多樣化的商品選擇，還將推動香港本地零售市場的數字化轉型，也將為香港的零售業的轉型升級提供借鑑。



●韓國冠軍級棒球隊啦啦隊將為七欖賽助興。旅發局供圖

啟德體育園首辦七欖賽 開幕禮天幕放煙火

香港文匯報訊 2025年香港國際七人欖球賽將於本月28日至30日舉行，首度移師至全新的啟德體育園主場館上演，最多可容納5萬名觀眾。香港旅發局特意注入豐富娛樂元素，開幕典禮將引入嶄新的激光投影表演，開幕禮更首次開放球場天幕綻放精彩煙火，勢推高現場氣氛。旅發局亦於一連3天賽事請來人氣韓國職業棒球隊啦啦隊助陣，展現「盛事之都」的動感魅力。該局已結合不同平台，精準向海外推廣策略，進一步鞏固香港國際盛事樞紐的地位。

●啟德體育園將首度舉辦七欖賽，開幕禮將開放球場天幕燃放煙火。旅發局模擬圖片

固香港國際盛事樞紐的地位。

開幕禮上演激光投影

今年七欖比賽雲集全球30隊頂尖七人欖球隊，一連3天共上演72場精彩賽事。旅發局公布，首天除有飛龍舞獅打響頭炮外，亦在開幕禮引入五光十色的激光投影表演，不僅融合標誌性的香港元素圖案，還將呈現經典的賽事場景，搭配多變的閃爍效果與強勁的音樂節奏，以期點燃全場氣氛。開幕式更會在打開天幕的球場上空呈獻炫目煙火匯演：屆時四方看台上蓋將安裝28個發射點，以多角度發放25米高的十色煙火，交織壯觀煙火畫面，並配

合球場草坪上多支8米高的火焰巨柱助興。

韓國爆紅啦啦隊助興

3天賽事期間，韓國冠軍級棒球隊啦啦隊、憑「三振舞」於網絡爆紅的「起亞虎啦啦隊」其中7名成員亦會來港打氣助陣，以及表演應援舞，在主場館及七欖球迷村進行快閃表演。七欖球迷村將設於啟德體育園東面的多用途活動區域，開放手持票球迷，該處設有直播比賽的大螢幕、餐飲攤位、酒吧、商店及兒童專區，並提供娛樂體驗和預先安排的球隊見面會。

針對澳洲及新西蘭的欖球愛好者，旅發局會透過社交媒體和在地旅行社推廣香港七欖賽票，鼓勵旅客訪港消費。