

內地外賣及電商平台掀起「零元購」補貼戰，因此遭中央約談以遏止「內卷」式惡性競爭。適逢內地互聯網巨頭即將公布今年第二季度業績，高盛報告指出，外賣大戰料導致平台利潤顯著下滑，料阿里巴巴(9988)、美團(3690)及京東(9618)等互聯網巨頭整體利潤恐怕按年倒退。同時，該行看好茶飲行業將受惠外賣平台的補貼，尤其是古茗(1364)及蜜雪集團(2097)，上調兩者單店商品交易總額(GMV)增長預測。

●香港文匯報記者 曾業俊

高盛指，外賣市場激烈的價格競爭正拖累內地互聯網巨頭業績，具體損失規模龐大。預料阿里巴巴第二季調整後EBITA按年下降16%，美團和京東的調整後EBITA分別下降58%和70%。若單計外賣業務，高盛估算，阿里巴巴6月季度外賣業務虧損110億元(人民幣，下同)，9月季度將擴大至190億元；京東外賣業務次季虧損超過100億元。美團作為市場領導者，其二、三、四季度外賣業務每單利潤預計將由此前的0.8、0.4及0.4元，下調至0.7、0.2及0.4元。

值得注意的是，平台之間價格戰還擴展至即時購物領域，據悉，阿里巴巴即時購物日峰值訂單量達1,500萬單，而美團閃購為2,000萬單；拼多多也推出了即時購物和即時配送服務，進一步加劇市場競爭。

業績料分化 看好AI雲表現

高盛預期，內地互聯網巨頭次季業績將呈分化局面，一方面受電商和本地服務平台拖累，整體利潤將出現2022年次季以來首次按年下滑10%；但得益於推理需求激增和AI應用快速發展，AI雲業務將在次季顯著加快增長，而遊戲等細分領域的健康表現亦將為部分公司提供支撐。此外，各電商平台將繼續通過外賣業務獲取新用戶，特別是在第四季「雙11」購物節前夕；長遠可能導致外賣市場從目前美團、阿里以7.5比2.5的「雙寡頭格局」轉變為5.5比3.5比1的「三足鼎立」局面，京東成為第三極。

另一方面，外賣巨頭的補貼大戰不但重塑了新茶飲行業格局，亦令茶飲業漁翁得利。高盛上調了古茗及蜜雪集團兩間新茶飲公司的2025年盈利預測，指出受惠於外賣補貼持續時間超出預期，因此將古茗今年經調整淨利潤預測從20.06億元上調9.2%至21.89億元，相當於多賺近2億元；並將公司單店商品交易總額(GMV)增長預測從6%上調至13%。若外賣補貼持續至第四季，古茗單店GMV增長更可能達10%至25%，遠超目前預期的13%，因此將其12個月目標價調高至30港元。

新茶飲大品牌有望擴大市佔

同時，高盛將蜜雪集團今年經調整淨利潤預測從53.74億元上調1%至54.24億元，指其中國市場單店GMV按年增6%，以及旗下幸運卡(Lucky Cup)品牌的超預期擴張，因此亦將其12個月目標價調高至599港元。對於有投資者擔憂補貼熱潮結束後市場會回落，高盛則認為，雖然這會帶來短期波動，但對於具備核心競爭力的龍頭新茶飲品牌而言，可以是一次把握市場份額重新分配的機會。

事實上，自今年4月京東推出「100億元外賣補貼」計劃，美團和阿里巴巴旗下餓了麼亦緊隨其後，導致外賣平台之間競爭愈趨激烈。高盛估算，三大平台僅在第二季的總投資就高達250億元，推動日均外賣訂單量在季內超過1億單，按年增長27%。到了7月上旬，各平台又推出更積極的補貼優惠，包括免費新茶飲優惠券，令新茶飲品牌成為最大受益者。

外賣大戰電商傷元氣 茶飲行業漁翁得利

高盛薦古茗及蜜雪集團 上調單店GMV預測



●有大行預期，外賣平台競爭行為將影響京東、美團及阿里巴巴等互聯網巨頭外賣業務盈利，甚至會拖累第二季整體經營盈利能力。



●經營蜜雪冰城品牌的蜜雪集團被看好有望成外賣大戰贏家。



●外賣巨頭的補貼大戰令古茗等新茶飲企得益不少。

高盛評外賣大戰輸家及贏家

輸家：補貼外賣平台支出

● **阿里巴巴(9988)**：料其今年調整後EBITA下跌16%；6月的季度外賣業務虧損110億元，9月的季度外賣業務虧損將擴大至190億元

● **美團(3690)**：料其今年經調整後EBITA下跌58%；其二、三、四季度外賣業務每單利潤預計將由此前的0.8、0.4及0.4元，下調至0.7、0.2及0.4元

● **京東(9618)**：料其今年經調整後EBITA下跌70%；第二季外賣業務次季虧損超過100億元

贏家：受惠外賣平台補貼

● **古茗(1364)**：將其經調整淨利潤預測上調9.2%至21.89億元；單店商品交易總額(GMV)增長預測從6%上調至13%

● **蜜雪集團(2097)**：將其今年經調整淨利潤預測上調1%至54.24億元，中國市場單店GMV料按年增6%

註：貨幣單位為元人民幣

淘寶升級會員體系 打通餓了麼飛豬福利

香港文匯報訊(記者 曾業俊)內地電商業務向大消費平台升級。阿里巴巴(9988)昨日宣布推出全新的「大會員」體系，為所有淘寶天貓用戶打通餓了麼、飛豬等生態體系資源，全面覆蓋內地的衣食住行等生活場景。同時，公司宣布升級「88VIP」的權益。

覆蓋所有用戶 自動確定初始等級

公司指出，「淘寶大會員」體系覆蓋所有用戶，共分為6個等級：青銅、白銀、黃金、鉑金、鑽石和黑鑽。根據過去12個月的「淘氣值」，淘寶已自動為每位用戶確定初始的「大會員」等級。用戶只需打開淘寶手機應用程式，搜索「淘寶大會員」，即可查看當前的等級及對應權益。其後，「大會員」等級將每季度根據最新的「淘氣值」自動更新。

「淘寶大會員」不同等級對應不同的專屬優惠和服務，用戶均可免費獲取，涵蓋購物折

扣、外賣權益、旅行禮遇、打車優惠等。隨著會員等級升高，權益也不斷升級。以等級最高的黑鑽會員為例，用戶每月可享有超過14項權益，包括「淘寶百億補貼」8折券，直通擁有31家酒店集團金卡權益的「飛豬F5會員」，以及專屬客戶經理跟進服務。未來用戶在淘寶、餓了麼和飛豬的所有消費，無論是購物、叫外賣，還是預訂機票酒店，都可得到對應的「淘氣值」，逐步解鎖額外權益及福利。

公司補充指出，在淘寶新的「大會員」體系下，達到「88VIP」開通門檻，即鉑金及以上等級的會員仍可以88元人民幣開通「88VIP」，「88VIP」疊加「大會員」後的權益「加碼不加價」。本周，「88VIP」也有其他權益升級，包括更多專屬消費券、淘寶閃購紅包，以及飛豬紅包等。截至2025年3月，高購買力人群「88VIP」會員規模超過5,000萬，持續按年雙位數增長。



●淘寶昨公布推出淘寶大會員。

淘寶官微

視為向大消費平台升級之關鍵

阿里巴巴強調，今年6月將淘天集團、餓了麼和飛豬策略性併入阿里中國電商事業群後，是次推出的「淘寶大會員」體系標誌著其業務之間的協同效應，也是內地電商業務向大消費平台升級的關鍵一步。

FedEx 調查：關稅不確定性成營商主要挑戰

香港文匯報訊(記者 岑健樂)美國總統特朗普自4月起向全球多國發動關稅大戰，為不少企業的經營帶來重大挑戰。FedEx近期的調查結果顯示，持續存在的關稅不確定性(41%)與成本上升問題(29%)，不僅是推動供應鏈變革的關鍵因素，更成為企業面臨的主要挑戰。

此外，調查發現過半數(52%)企業考慮未來一年推動多元化供應鏈以應對全球貿易變化，近兩成(19%)企業已展開實際行動。

FedEx於2025年4月至5月期間，在澳洲、中國、印尼、馬來西亞、新西蘭、菲律賓、新加坡、泰國及越南等市場舉辦「美國關稅政策研討會」，藉以協助客戶掌握法規變動，並在瞬息萬變的貿易環境當中保持靈活應變。活動吸引了亞太地區逾6,500位

企業代表參與。FedEx於會後邀請企業參與調查問卷，結果顯示持續存在的關稅不確定性(41%)與成本上升問題(29%)，不僅是推動供應鏈變革的關鍵因素，更成為企業面臨的主要挑戰。

19%企業已推動多元供應鏈布局

此外，過半數(52%)企業考慮未來一年推動多元化供應鏈布局，以應對全球貿易變化，近兩成(19%)企業已展開實際行動，不過近三分之一(29%)出席FedEx研討會的企業尚未制定供應鏈調整策略。FedEx指出，這些觀點突顯出企業運用業界最佳實踐，以及貿易專家的專業知識，來應對清關挑戰極為重要，因為這樣做能有效提升供應鏈的

彈性。

FedEx亞太區市場行銷和客戶體驗高級副總裁Salil Chari表示，雖然目前仍有部分企業採取觀望態度，並未作出重大策略變革，但在法規環境快速變動、貿易格局重塑與數碼轉型的浪潮下，提升供應鏈的彈性已成為企業制定策略的核心。Salil Chari續指，最能適應未來的企業將會是那些投資具靈活性、擁抱創新的企業。面對全球法規的持續不確定性與日益複雜的商貿環境，企業需更智能的物流解決方案。FedEx表示透過整合數碼貿易工具與度身訂造的專業服務，將能有效協助客戶應對複雜通關要求，從而降低延誤風險，避免額外成本支出，維持跨境貿易高效營運，以及掌握新商機。

留「彈藥」應對關稅 創科實業冀維持淨現金

香港文匯報訊(記者 岑健樂)自美國年初挑起關稅大戰，不少企業都透過不同方法，如重組供應鏈等，以應對貿易戰變化。以香港為基地的全球電動工具及地板護理及清潔公司創科實業(0669)上半年錄得4.68億美元正自由現金流，處於淨現金狀況。財務董事陳志聰昨在投資者及分析員會議上表示，即使下半年受到關稅全面影響，在充滿不確定政經環境下，公司仍預計年底將實現淨

現金狀況。

靈活應對 續做好業務

創科實業行政總裁Steven Richman表示，關稅情況每星期都在變化，公司團隊分析並綜合各種情景，以預測相關變化的影響。公司會在充分了解細節後再靈活應對，目前未有具體觀點，會繼續做好業務，並為明年穩健發展作好準備。他續

指出，全球化和全球製造是公司策略核心，因為這可以令公司靈活地在全球範圍內交付產品，同時實現良好的成本控制。

創科實業日前公布中期業績，其中營業額按年增長7.1%至78.33億美元，純利按年增長14.2%至6.28億美元。每股盈利0.3437美元，派中期息1.25港元。創科實業昨收報95.2港元，升0.74%。

新總部將容納逾1500員工

adidas新總部將容納超過1,500名員工，配備包括整層健身中心等完善員工設施，並毗鄰品牌旗下內地首個全年開放的公益跑步基地「adidas RUN-BASE」。adidas亦是首批入駐西岸中環一期的四大主要機構之一。西岸中環地處上海市黃浦江畔，項目總面積達1,829.8萬平方呎，未來將提供逾700萬平方呎的甲級寫字樓空間，涵蓋12幢辦公建築，致力於打造上海核心地段的新一代商業地標。

adidas大中華區總部進駐上海西岸中環

香港文匯報訊(記者 孫曉旭)全球知名運動品牌adidas與置地公司昨日聯合宣布，adidas大中華區總部將進駐上海西岸中環，租賃整棟18層辦公大樓，總面積達32,400平方米。辦公樓預計於2026年第一季度竣工，並於同年第四季度全面投入使用。若不考慮商務園區項目，此次租賃交易為自2023年以來上海甲級寫字樓市場中最大規模的整棟租賃交易之一。adidas大中華區董事總經理蕭家樂表示，擇址西岸標

誌着adidas將繼續深耕中國市場，強化上海戰略樞紐地位。

置地公司執行董事兼行政總裁關仕榮表示，adidas決定將大中華區總部遷至西岸中環，將使其員工與合作夥伴能夠享受到其西岸中環打造的濱水高端城市生活與健康辦公融合體驗。據悉，新總部辦公樓將融合可持續發展、數字化賦能、員工共創及跨部門協同等多項元素，打造現代化智能辦公樣板。

香港文匯報訊(記者 莊程敏)香港貿發局理事會昨宣布，委任副總裁張淑芬為總裁。她將10月1日履新，接替將退休的方舜文。香港貿發局主席馬時亨表示，張淑芬是一位果敢、創新、具魄力的領袖，多年來與中小企攜手同行，提升香港商貿影響力，成績斐然。深信她將引領貿發局開創新篇，秉持創新與務實並重精神，進一步鞏固香港作為全球經貿橋樑優勢，助力企業開拓無限商機。



●香港貿發局候任總裁張淑芬

張淑芬接替方舜文 獲任貿發局總裁

候任總裁張淑芬稱對任命深感榮幸，更知重任在肩。她表示全球經貿瞬息萬變，其將與貿發局團隊，必定繼續與時俱進，發揮香港作為環球商業樞紐的獨特優勢，以創新驅動變革，全方位聯繫本地、內地及國際商界，為企業締造更廣闊商機，持續為香港經濟注入不竭動力。

馬時亨同時感謝方舜文過去多年的傑出貢獻，讚揚她協助業界拓展全球版圖，深化國際聯繫，克服各項挑戰，為貿發局奠定堅實基礎，並祝願她退休生活充實愉快。

現時掌管展覽及數碼業務

張淑芬服務貿發局逾30年，於2022年擢升副總裁，掌管展覽及數碼業務，成功推動多個展覽成為全球首屈一指採購盛會，並引領數碼商貿革新，為中小企創造機遇，聯通全球買家，引領貿發局成為全球頂尖貿易推廣機構。有關委任經理事會一致通過，並按《香港貿易發展局條例》，獲香港特別行政區行政長官同意，作出宣布。