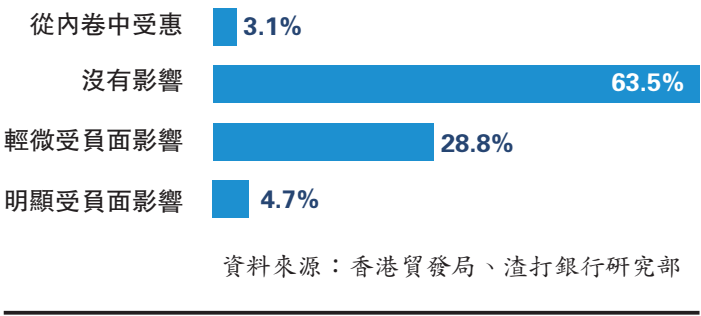


美國實施新一輪關稅戰，然而隨着粵港澳大灣區區域經濟一體化深化發揮作用，區內營商信心不減反增。渣打銀行與香港貿發局昨日聯合發布的渣打大灣區營商景氣指數（GBAI）調查顯示，關稅衝擊過後信心回復，期內中美延長關稅休戰期，外圍不明朗因素減少等帶動，區內企業對目前營商表現以至商業前景在第三季錄得全面改善，第三季營商活動的「現狀」指數由第二季的53.1升至54.7、「預期」指數由52升至55.7，分別創下4年及2年新高。製造業、貿易業及金融業復甦，香港的信心升幅最為強勁，「現狀」和「預期」指數在季內分別上升8.3和7.3個百分點，至52.2和53.6。

●香港文匯報記者 黃安琪、黎梓田

受訪企業有否受內卷競爭影響



渣打大灣區營商景氣指數是透過對大灣區的1,000多家公司的季度調查，最新的第三季景氣指數顯示，區內企業第二季度的營商活動受美國「解放日」衝擊略為回落後，在第三季度重拾活力。調查指，第二季美國正式實施對等關稅，同時再延長與中國的關稅休戰期90天至11月，並分別與多個主要貿易夥伴達成貿易協議，隨着關稅陰霾消退，整體外部環境相對穩定，使到第三季商業信心比上一季度回升。

第三季營商活動「現狀」指數從第二季度的53.1升至54.7，創下4年新高。「預期」指數在第三季度升至55.7，創下2年新高，顯示商業信心全面回升。幾乎所有營商子指數均錄得反彈。「現狀」指數方面，八項子指數中，六項皆按季錄得回升，當中以「新訂單」急升8個百分點（由第二季的49.5升至第三季的57.5）領先，其次是「成品／服務價格」季內升4.1個百分點（由第二季的54.7升至第三季的58.8）。

企業分散業務趨勢將持續

由於調查是在8月初至9月初進行，其時並未反映中美最新一輪貿易限制措施。渣打大中華區經濟師陳冠霖昨日承認，貿易不確定性有機會令營商氣氛再趨審慎。考慮到外圍不確定性增加及中國內地的「內卷」挑戰，相信企業進一步分散業務的趨勢將會延續，此與調查結果顯示大灣區企業採取開拓海外市場作為其中一個應對潛在挑戰的策略相

合。貿發局相信，企業仍繼續提前付貨，電腦和半導體產品則繼續獲豁免徵收額外關稅。隨着中美持續對話，加上兩國領導人有可能舉行峰會，均有助市場預期回穩。

貿發局研究總監范婉兒亦提到，第三季營商指數上升主要受惠於提前付運持續和金融活動強勁。外貿窗口期至11月中旬，可覆蓋整個年底節日旺季需求，但進口商已有一定庫存，加上在高基數下，明年第二季出口按年或大幅下跌。

港股上漲帶動整體氣氛

調查顯示，大灣區城市中，幾乎所有城市的「現狀」和「預期」指數均錄得按季上升。其中，香港的信心升幅最為強勁，「現狀」和「預期」指數在季內分別上升8.3和7.3個百分點，達到52.2和53.6。調查指，製造業、貿易業及金融業復甦，提振香港整體表現。提前付貨貿易持續，香港的製造和貿易活動反彈；此外，因首次公開招股(IPO)活動暢旺，以及股市上漲，香港金融服務活動回升。但「零售和批發」子指數雖有所改善，惟仍在低位徘徊，顯示行業持續面臨壓力。

陳冠霖稱，留意到7、8月本港經濟回暖，尤其出口增長強勁，零售額連續四個月改善，加上樓市、股市表現不俗，均有助增強市民消費意慾，該行預計今年本港經濟增長2.2%。但他指，目前貿易戰和外圍環境仍不確定，待中美雙方談判有結果，才考慮調整預測。

區域經濟一體化成動力 大灣區營商指數4年最高

受惠貿易及金融業復甦 香港升幅最強勁

●貿發局研究總監范婉兒（左）與渣打大中華區經濟師陳冠霖昨日聯合發布渣打大灣區營商景氣指數（GBAI）調查。香港文匯報記者黃安琪攝



GBAI 營商指數及其子指數

	現狀			預期		
	2025年Q3	Q2	Q1	2025年Q3	Q2	Q1
營商指數	54.7	53.1	53.5	55.7	52.0	54.3
1.生產/銷售	58.5	57.1	52.9	59.8	54.5	57.1
2.新訂單	57.5	49.5	52.6	57.0	52.1	54.6
3.產能利用率	49.0	50.3	52.5	51.4	51.0	51.0
4.原材料庫存	52.3	54.4	54.3	52.5	51.1	53.2
5.成品/服務價格	58.8	54.7	59.0	56.3	51.7	56.5
6.固定資產投資	56.7	54.8	52.8	55.7	51.5	52.1
7.融資規模	50.4	50.2	51.7	52.3	47.6	52.7
8.利潤	54.6	53.3	52.2	60.7	56.8	57.4

資料來源：香港貿發局、渣打銀行研究部

反內卷舉措有效 拓內銷大計未受影響

香港文匯報訊 隨着內地對「反內卷」的討論及關注日益熾熱，渣打及貿發局的第三季度營商調查還特別探討了過度競爭對企業的影響，以及大灣區企業以什麼策略應對這些挑戰。調查發現，多數受訪企業(63.5%)未受內卷式競爭的影響，3.1%更表示從中受惠。約29%受訪企業反映輕微受到負面影響，其餘約5%則稱明顯受到負面影響。此結果在各行業與城市之間大致一致。

受影響的企業中，逾七成表示利潤及銷售承受負面影響，僅約四成反映招聘

和投資受阻。此結果在各城市及行業之間同樣分別不大。

半數企業計劃擴大內銷業務

約半數受訪大灣區企業計劃在未來12個月擴充內銷業務，此舉與內地提出加強「內循環」以應對外部挑戰加劇的國家戰略相呼應。有此計劃的企業中，約37%表示內卷式競爭不會改變其業務決定；57%稱將更加謹慎擴充內銷業務；僅6%認為內卷可能帶來很大影響，窒礙擴充計劃。按行業劃分，「製

造和貿易」及「金融服務」企業計劃擴充內銷業務的比例較其他行業為高。調查所見，企業採取多項策略應對內卷，包括加強推廣品牌與營銷力度、加強控制成本與優化庫存管理、提供增值服務、研發獨家產品與改善產品質素。逾半數受訪企業認為內地治理內卷式競爭的舉措有效，包括制訂及修訂法律法規。他們又建議進一步加強政策力度，例如改善就業及收入前景、穩定資產價格及擴大社會安全保障，相信有助緩解內卷問題。

BUD累批75億 惠及1.2萬中小企

香港文匯報訊（記者 莊程敏）特區政府積極支持中小企開拓海外市場，商經局局長丘應樺昨於立法會議上指，由2012年成立至2025年9月，「發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金」（「BUD專項基金」）共批出近12,000宗申請，涉及總資助額約75億元，惠及約7,800家企業。至於2023年6月推出的「申請易」，截至上月底共批出760宗申請，平均資助額約7.2萬元。

「申請易」已批出760宗申請

丘應樺指出，政府自2018年起多次

改善「BUD專項基金」，包括注資共77億元、擴闊資助地域範圍、分階段提高每家企業的累計資助上限由50萬元至700萬元，以及推出「申請易」和「電商易」等。「BUD專項基金」2024年的申請宗數較2019年增加超過320%，而基金近九成的資助是於最近六年（2019年至2024年）批出。

他續指，為了讓企業更迅速地獲得資助，以應對多變的經濟環境，自今年3月起已優化「申請易」的安排，讓每間企業由之前每六個月只可遞交一項申請，放寬至每三個月可遞交一項；同時亦增加了建立網上銷售平台為可獲資助

的項目措施。其中「申請易」旨在加快審批涉及特定措施而資助金額為10萬元或以下的申請，申請處理時間亦較「BUD專項基金」一般申請的服務承諾大幅減少一半至30個工作天內完成。

另外，香港正與多個經濟體探討簽訂投資協定，其中與卡塔爾的投資協定談判已大致完成，雙方將在各自完成所需內部程序後簽署協定。隨着香港日後簽署更多自貿協定或投資協定，「BUD專項基金」資助適用的地域範圍將進一步擴闊。該局亦已自今年3月起擴大「電商易」的資助地域範圍至東南亞國家聯盟10個國家。

淘寶補貼逾10億 無限延長「1件包郵」到港

香港文匯報訊（記者 周曉菁）為更好地促進內地商品的銷售，阿里巴巴旗下淘寶「雙11全球狂歡季」昨晚8時起正式啟動，淘寶香港站包郵升級，標有「1件包郵HK」標籤的商品增至逾億種，補貼金額超過10億元（人民幣，下同）。淘寶天貓香港事業部負責人沛汐在發布會指出，8月起在香港試行的「零門檻包郵」獲得不錯反響，單量有明顯增長，該服務將長期運行，目前幾乎全部輕小件商品均可享受一件包郵至自提點，涉10億規模商品量，料可激活更多香港消費者進行網購。

她透露，早前「零門檻包郵」服務大概涉及平台約三分之一的商品，數據顯示，單量有明顯增長，且激發了不少以往對網購、轉運有顧慮的消費者進行購買，有助提升香港網購滲透率。相信這一服務將長期運行，「內部未定結束日期」。



●淘寶天貓香港事業部負責人沛汐（左二）。香港文匯報記者周曉菁攝



●章小蕙的小紅書直播間開播僅6小時商品交易總額即突破一億元人民幣。網絡直播畫面

港電商滲透率約16% 具上升空間

沛汐解釋，香港線下零售非常成熟，現時電商滲透率約為16%至18%，遠低於內地的40%至50%，淘寶未來將繼續推進線上線下深度融合，實現線上線下互通。除了和PapaHome合作推出大件線下店外，目前正規劃汽車相關用品在本地汽車服務門店的線下銷售與推廣，未來再逐步開放更多線下體驗品類，完善用戶購物體驗。

PapaHome淘寶傢俱實體店共同創辦人兼首席營運官梁司範表示，明年第二季將在銅鑼灣開幕第二家PapaHome旗艦店，預計門店面積將大過中港城店，且商家數量從現有的一百家增至約1,000家，商品更多元，銅鑼灣店還會引入餐飲等項目。

迎戰「雙11」增聘分揀員及司機

物流方面，菜鳥香港總經理鄧理能表示，因應今年「雙11」活動，早在一個多月前已開始提升整體物流營運能力，除了在內地擴充數萬平方米的申轉倉外，也在香港本地增聘超過1,000名分揀人員、司機及快遞員，希望在「雙11」期間物流時效與日常水平相若。

創小紅書紀錄 「帶貨女王」章小蕙單場銷售1.8億元

香港文匯報訊（記者 孫曉旭）小紅書電商昨公布「雙11」開啟首48小時戰報，平台買氣火熱。港人熟悉的「前B嫂」章小蕙，她近年開網店，分享護膚及扮靚心得，更活躍於「直播帶貨」，今個「雙11」，她的小紅書直播間開播僅6小時GMV（商品交易總額）即突破1億元（人民幣，下同），最終單場銷售額達1.8億元，創下歷史新高。

官方數據顯示，今年「雙11」首48小時，小紅書市集相關話題瀏覽量高達25億次，參與逛市集及集章互動人次超過1,100萬，品牌與買手直播間總漲粉量突破1,200萬，下單購買人數同比增長77%。高人氣亦帶動整體銷售表現，交易訂單數同比上升73%，銷售額破百萬元の商品數量更大增155%。

養生堂首日GMV突破1300萬元

多個品牌於小紅書「雙11」首戰告捷。國貨護膚品牌養生堂在活動首日GMV突破1,300萬元；海外護膚品牌奧古斯汀·巴德（Augustinus Bader）首日GMV達近1,400萬元；近期進駐小紅書市集的蘋果（Apple）表現亮眼，「雙11」開售首日GMV達近4,000萬元，新客佔比超85%。

今年「雙11」，「買手」成為小紅書市集的重要推手。所謂「買手」為具專業品味的原生創作者，根據用戶需求推薦商品。除「前B嫂」章小蕙創下單場銷售額1.8億元歷史紀錄外，兩日內，一顆KK、Melody劉恭嫻、伊能靜及吳昕等多位買手單場GMV均破千萬元，展現強勁帶貨力。

史上最長「雙11」開啟即時零售成突破口

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）天貓「雙11」昨晚8點正式開啟預售，京東、快手則分別於本月9日和7日開啟雙11促銷。今年雙11周期超過1個月時間，被行業稱為「馬拉松式」的購物節，創下史上最長的購物節時間。電商人士分析稱，隨着各大電商競爭白熱化，雙11購物周期延長是必然，但周期過長易讓消費者疲勞。今年即時零售、線下掃店等新業態，亦會成為商家突破瓶頸的新增長點。

網經社電子商務研究中心特約研究員劉俊斌認為，供需關係決定了雙11購物周期延長是必然趨勢。生產能力相對過剩，帶來了商家的激烈競爭。同時，消費者被平台培養出一定程度的促銷依賴症。

對沖消費者「促銷疲勞」

不過，過長的雙11也會讓消費者產生「促銷疲勞」，電商們開始推出新增長點。劉俊斌表示，「電商的新業態已經形成，那就是即時零售。儘管傳統電商的雙11還會有一定的規模和佳績，但從淘天的促銷力度，可以看出，主戰場已經有所改變。最近一兩年內，即時零售是重中之重。」

百聯諮詢創始人莊帥也認為，每年雙11都會有品牌商家由於電商倉配送不及時出現大量退貨的情況，即時零售重構了「近場+遠場」的經營場景，即時零售不僅減輕電商倉儲的壓力，還能讓線下門店參與到雙11購物節中來。

數千個品牌加入淘寶閃購

今年9月，阿里旗下的高德地圖推「到店」功能的掃街榜，上線僅23天就狂攬4億用戶；4月底推出分「到家」功能的淘寶閃購，日訂單量峰值連續多天破1億單。今年雙11期間，淘寶閃購將有數千個品牌納入，京東宣布將即時零售納入雙11促銷範圍，通過推出「秒送好物低至5折」等活動。

網經社電子商務研究中心主任曹磊預估，2025年即時零售全行業整體市場規模將接近2萬億元，是電商的最後一個「萬億級」存量市場，因此，即時零售必將在「雙11」電商大戰中顯示出重要作用。