

零售復甦銷貨連升4個月 電商巨頭趁「雙11」加緊攻港

京東¥99全港包郵上門搶客

香港零售市場復甦勢頭強勁，最新的8月份零售業總銷貨額303億元，按年增3.8%，連續第4個月上升。零售業復甦亦吸引電商巨頭京東、淘寶等趁着「雙11」購物節的到來，加緊拓展香港業務。京東自2023年升級港澳業務後，其日均攬收單量增逾50倍，香港內地互寄單量增長超過130倍，反映香港電商需求殷切。京東港澳昨日（21日）宣布今年「京東港澳11·11大促」全面啟動。是次大促以「高性價比、全場景覆蓋、優質服務」為核心，並推出標誌性服務，包括「99元全港包郵上門」（人民幣，下同）、地區性補貼以及冷鏈服務等，以更多元化的策略搶攻香港電商市場。

●香港文匯報記者
黃安琪

今次瞄准九龍東用戶派優惠

京東曾在年中在港推出「18區補貼」，第一站為沙田。楊肯昨指，沙田區用戶增長環比增加170%，京東在沙田區用戶滲透率超過15%。楊肯指出，今次之所以拓展九龍東，包括九龍城、觀塘及將軍澳，也是因為用戶與單量的環比增長分別為160%與170%，九龍城、觀塘、將軍澳的用戶下載京東App，可領取專屬用戶補貼，包括600元新人禮遇和400元地區專屬補貼。楊肯稱，日後是否將區域補貼拓展至其他區，還需視乎九龍東的客戶需求與增長表現。

京東物流香港快遞業務負責人馬偉補充稱，京東上門訂單的比率正在快速增長，而行業內的自提訂單數量則保持穩定，甚至部分商家的自提訂單有所下降，這顯示消費者對上門配送的需求日益增加。物流方面，馬偉指出，自從升級港澳業務之後，京東日均攬收單量超50倍，香港內地互寄單量超過130倍。就自提點數量而言，目前京東港澳有近700個自提點，至年底會增至1,000個。

送貨上門為主 僅10%自提點取件

鑑於近期香港自提點不斷發生提貨災難，例如包裹被棄置地上、取件要排隊數小時等，楊肯對此表示，京東與淘寶及拼多多提供的包郵不同，京東主打送貨上門服務，目前香港用戶只有約10%選擇到自提點取件，強調送貨上門的優勢在於用戶無需排隊，也不必擔心自提點提早關門或延遲開門。他又指，京東為香港用戶提供的送貨服務與內地相同，由於快遞員的流失率低，用戶能與相熟的快遞員隨時溝通。馬偉補充，過去兩年送貨上門的訂單比例高速增長，自提點取件的訂單則出現平穩及下降趨勢，但考慮到香港人口密集，線下零售高度發達，集團近年也在研究提升自提點服務。

另一方面，京東快遞將在「雙11」於香港和澳門推出多項舉措，當中包括京東快遞將在港澳開通冷鏈服務，覆蓋多個溫度取件，以便為商家和消費者提供上門及全程溫控服務。馬偉指出，京東冷鏈服務已經進行一些小範圍的測試，通過控制冷鏈的溫層，設置三個不同的溫層，從倉庫到消費者全程實施冷鏈管理。在過去的試點中，這項服務已證明了良好的保溫效果，讓客戶足不出戶就能在家享受到冷鏈商品。此外，針對港澳消費者的購物需求，亦有逢周末推「1蚊玩轉深圳」活動，跨境口岸更安排免費接駁巴士；推「周六真半價，日日享8折」活動等。

順豐夥中國郵政 加速包裹清關到港送遞

香港文匯報訊（記者 莊程敏）近年跨境物流需求大幅增加，加上「雙11」購物節啟動，順豐香港與中國郵政香港昨宣布簽訂合作備忘錄，旨在協同雙方核心資源，共同優化跨境個人物品寄遞的體驗。順豐速運港澳地區負責人岑子良昨表示，隨著客戶對跨境送遞服務和清關便捷性的需求增加，與中國郵政香港合作共同優化個人物品跨境寄遞體驗。

岑子良相信，是次合作將會充分利用順豐香港及中國郵政香港雙方的網絡與

資源，為客戶提供包裹送遞及清關一站式服務，讓他們在求學、工作或旅行等行程中，無需擔心包裹寄送的繁瑣問題。

中國郵政香港有限公司總經理陳大燦亦表示，隨著中國郵政香港與順豐香港在港業務深度合作，這份備忘錄不僅承載着雙方助推香港產業升級、服務民生的使命，亦希望透過雙方的優勢互補、互利共贏，進一步提升兩家企業的實力和影響力，更好地服務香港和海內外客戶。

國際美酒展下月開鑼 20場烈酒活動成焦點

香港文匯報訊（記者 莊程敏）香港一直向世界展現其亞洲盛事之都的魅力，吸引來自世界各地的行業翹楚和旅客，透過大型盛事創造經濟效益。第17屆香港國際美酒展（美酒展）於11月6日至8日在會展中心舉行，為業界人士及買家帶來環球葡萄酒、烈酒、清酒、啤酒、低酒精及無酒精飲品等。香港貿發局昨公布，今年有來自21個國家和地區、共超過620家展商參展，而當中中國白酒的參展商數目錄得明顯升幅。

品嘗13國家和地區烈酒

香港貿發局副總裁古靜敏昨表示，自高端烈酒稅調低後，為業界帶來正面影響，亦促進烈酒市場的多元發展。今年美酒展新增「環球烈酒專區」，讓買家及參觀者一站式品鑑世界各地的烈酒文化與風味，並特別安排20場與烈酒相關的活動，進一步促進烈酒市場的多元發展。今屆展會有來自香港和中國內地不同省份及市縣，包括福建、貴州、湖北等，以及中國台灣的展商；海外展商包括阿根廷、澳洲、白俄羅斯、巴西、智

利、捷克、法國、德國等。

全新展區「環球烈酒專區」網羅全球13個國家和地區的烈酒，涵蓋多種酒類，專區內以中國白酒尤為矚目，被譽為「中國十大白酒品牌」的其中六個均於展會展出，包括貴州茅台；江蘇洋河；四川的五糧液、瀘州老窖、劍南春以及郎酒。其中貴州茅台除展出為人熟悉的飛天茅台，更帶來榮獲《2024年度活動營銷金案》的「金王子」茅台王子酒。香港「本地薑」品牌巧妙融合傳統釀酒技藝與港式風味，由藝人洪天明成立的洪家班醬酒茅台，融合香港動作電影文化與傳統醬香工藝，嚴格遵循茅台鎮古法釀造，展現港式風味與傳統工藝的結合。

據介紹，展覽首天（11月6日）中國酒業協會及香港貿發局將合辦中國白酒文化國際推廣亞洲論壇，探討中國白酒在亞洲市場的發展機遇與策略。由香港酒業總商會主辦的中國烈酒比賽頒獎禮則會在展會第二天（11月7日）舉行，表揚優秀中國烈酒品牌；同日資深中國白酒品鑑師方啟聰（Tomy Fong）將主講「中國白酒潮得



●京東港澳業務負責人楊肯（左）和京東物流香港快遞業務負責人馬偉。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）阿里巴巴淘寶及天貓「2025年雙11全球狂歡季」銷售期於10月20日晚上8時正式開始，是淘寶及天貓升級為大消費平台的首個「雙11」，也是首次人工智能（AI）技術全面落地的「雙11」。淘寶及天貓昨日公布，在今年「雙11狂歡季」開賣首小時，蘋果、源氏木語、珀萊雅、修麗可、FILA、雅詩蘭黛、蘭蔻、歐萊雅、海藍之謎、石頭（Roborock）、Nike、lululemon等80個品牌成交額破億元人民幣，超越去年開賣首日表現。

美妝和運動品牌銷售強勁

阿里巴巴指，開賣首小時，30,516個品牌成交額翻倍，亦超越去年開賣首日；18,919個品牌首小時成交已超越去年開賣首日全天表現。國際及國貨美妝品牌表現強勁。開賣6分鐘，珀萊雅成交額率先破億元人民幣，雅詩蘭黛、SK-II、修麗可、蘭蔻、歐萊雅等緊隨其後成交破億。開賣首小時，SK-II、Clarins、肌膚之鑰（Clé de Peau Beauté）等品牌成交額均實現雙位數增長。

另外，運動戶外品牌銷售表現強勁。開賣30分鐘內，FILA、Nike、lululemon、adidas、安踏、駱駝、Descente成交額紛紛破億元人民幣。開賣首小時，Descente、ASICS、Puma等品牌成交額實現高雙位數增長。昂跑、Hoka One One、Helly Hansen等品牌首小時成交額超越去年開賣首日。

新品帶動3C數碼品牌成交，iPhone17系列在天貓首發，「雙11」開售不到兩小時，蘋果官方旗艦店的iPhone系列成交額超越去年首日全天。其他包括AirPods 4、Apple Watch S11、Vivo新款手機iQOO15、任天堂Switch、小米17 ProMax等單品首小時成交額破千萬元人民幣。家電家居方面，開賣首小時，海爾、美的、源氏木語、石頭等品牌成交額迅速破億元人民幣。

淘寶天貓「2025年雙11全球狂歡季」銷售期在10月20日晚上8時開始，並持續至11月14日晚上結束。

京東擬進軍港保險及資管業

香港文匯報訊（記者 黃安琪）京東（9618）近年持續擴張在港業務版圖，從開拓網購市場以及收購佳寶超市，到在灣仔設立「京東MALL」，如今更擬進軍保險業，並可能探索資產管理或基金業務。

正招募保險顧問建團隊

據相關消息，京東正申請相關保險牌照，並在多個招聘平台上招募保險顧問等職位，或正建立自家保險團隊。招聘職位要求應聘者持有相關的保險牌照，能夠支援銷售團隊或保險營銷，並提供專業的保險方案。此外，應聘者需要對香港保險市場有深入了解和實戰經驗，熟悉各類保險產品，並擁有豐富的高淨值客戶溝通經驗，列明工作地點為香港。

值得注意的是，京東在內地金融版圖早已布局成熟，自2013年以來已涉足消費貸款、理財、基金等領域。京東於2018年大舉入股安聯財險，並持有33%

股份，藉此深入保險領域的策略，進一步鞏固其在金融市場的地位。

另一方面，京東也正在招聘與資產管理或基金業務相關的職位，根據相關資料顯示，京東正在港招聘「運營總監」和「金融業務經理」。應聘者需負責香港證監會第1號和第9號牌照的營運管理工作。

早年，京東收購了「君盛亞洲投資有限公司」，其後改名為「京東證券有限公司」，該公司曾持有證監會的1、4、9號牌照。另一間「京東幣鏈科技（香港）有限公司」（前稱京東資產管理、京東諮詢香港）亦曾持有證監會的4及9號牌。然而，京東證券持有的1號牌於2023年1月並無續牌，其後4及9號牌亦在2024年7月無續牌，而京東幣鏈科技的4及9號牌照亦於2022年未有續牌，所有牌照均失效。因此，若京東希望在香港重新發展資產管理或基金業務，將需要重新申請牌照並重組團隊。京東昨收報33.76元，升2.09%。

淘寶天貓「雙11」首小時80品牌成交破億元

今年京東「雙11」優惠詳情

5大購物福利

- 跨店每滿¥300減¥50
- 補貼券¥200減¥20
- 限時1元秒殺，每晚10時開搶
- 京東送你逛大灣區，85折體驗京東MALL
- 邀請好友送家電套裝；贏取大灣區航空雙人來回機票

5大省心服務

- 全港比價，買貴就賠
- 滿¥99送貨上門（免運費升級）
- 最快4小時送達
- 自營家電免運費
- 自營家電30天包退180天有壞換新

新人券包¥600

（所有港澳新用戶適用）

- ¥2999減¥250 家電+3C 品類券1張
- ¥999減¥100 家電+3C 品類券1張
- ¥249減¥50 通用券等共4張
- ¥51減¥50 優惠券1張
- ¥28免運費券（首單免費上門）

九龍東地區補貼¥400

（九龍城、觀塘、將軍澳地區適用）

- 地區專屬¥99減¥20 優惠券3張
- 地區專屬¥459減¥60 優惠券3張
- 地區專屬¥1599減¥160 優惠券1張

支付優惠

（可疊加優惠券）

- AlipayHK滿\$800減\$50
- 銀聯卡最高減¥150

資料來源：京東



●淘寶天貓和京東趁「雙11」購物節，齊齊推出優惠吸引香港消費者。中通社

調查:近六成外企擬一年內拓內地

香港文匯報訊 滙豐私人銀行昨日（21日）發布《全球企業家財富報告》稱，近六成（58%）受訪的海外企業家有意在未來一年內在中國內地開展業務。

本項調查由市場研究公司Ipsos代表滙豐私人銀行在亞洲、中東及歐美等15個市場開展，面向2,939名擁有至少200萬美元可投資資產的高淨值企業家進行。來自中國內地的400多位企業家參與了調查。

看好內地AI廣泛應用

人工智能（AI）技術的廣泛應用、高技能且具備競爭力的勞動力市場以及龐大的客戶群體，是受訪企業家看好中國內地市場的關鍵因素。其中，來自印尼（83%）、阿聯酋（81%）以及沙特阿拉伯（79%）的企業家對布局中國內地市場的興趣尤為濃厚，反映了亞洲企業家日益國際化的投資視野。與海外企業家看好中國內地人工

智能發展潛力相呼應，中國內地企業家同樣受科技進步帶來的增長機遇鼓舞，因此對業務前景保持樂觀，並積極布局未來。開拓新市場、投資人工智能技術與擴充人才隊伍成為其未來一年業務拓展的三大首選舉措。

除了業務拓展策略，本次調查還考察了全球企業家對個人財富的看法。與其他市場相比，中國內地受訪企業家更傾向於將個人財富與企業發展深度綁綁，46%的受訪者表示，持續投資企業並擴展業務版圖是他們積累財富的重要動力。

43%內地企業家投資藝術品

本次調查還發現，在當前不確定的市場環境下，藝術品作為一種另類投資選擇，正受到越來越多東亞地區企業家的青睞，尤其是中國企業家。43%的中國內地受訪者將個人財富投入藝術品收藏，遠超全球平均水平的24%。