「雙11」收官 AI產品銷售倍增領跑

首輪總銷售額增2.4% 由拚低價轉向拚創新

經歷近一個月的促銷鏖戰，各大電商平台的「雙11」購物節陸續迎來收官日，與往年動輒兩位數的增長相比，今年電商平台的整體增長明顯失速。多個機構監測或預計今年「雙11」整體電商行業GMV（商品交易總額）增速在低至中個位數。不過，打「AI牌」的商家喜獲豐收，AI相關品類銷售額逆勢大漲，多個類別產品錄逾2倍至10倍不等的增幅。有分析直言，今年「雙11」技術創新與服務供給成為重要變數。 ●香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



●為迎「雙11」大促，內地商戶開足馬力銷售。不過，多個機構預期，整體電商行業商品交易總額增速將明顯回落，或只有低至中個位數水平。圖為江蘇省某毛絨玩具企業直播。 新華社



●「雙11」大促期間，江蘇各地包裹處理站充斥大量包裹。 法新社



●家電「雙11」銷售額增長火車頭地位遭AI產品替代。圖為香港京東MALL。 中新社

第三方機構星圖數據顯示，10月7日至31日「雙11」首輪促銷期間，綜合電商平台累計銷售額達10,263億元（人民幣，下同），同比僅增長2.4%，遠低於去年同期14.2%的增幅，也低於今年「618」大促4%的增速。國際投行花旗此前已對今年「雙11」增長前景作出謹慎預測。花旗10月29日發布研報指出，預計今年「雙11」整體電商行業商品交易總額（GMV）同比僅錄得低至中單位數增長，大致相當於3%至6%的增幅。11月5日，花旗進一步披露，首階段主要電商平台GMV同比增長超過4%。

家電仍稱冠 惟份額回落

從商品分類看，星圖數據統計到，過去撐起「雙11」銷售額的家電、手機數碼及傢具建材等傳統大宗消費品類，今年的市場份額集體回落；AI眼鏡、AI電腦、陪伴機器人乃至人工智能Token（詞元）等新興商品卻逆勢走紅。截至10月31日，家用電器以15.7%的銷售額佔比位居綜合電商首位，手機數碼以13.9%排名第二，服裝佔比13.5%。不過，與去年同期相比，家電市場份額已由16.1%降至15.7%，手機數碼由14.3%降至13.9%，傢具建材也從5.8%降至5.5%。

AI品類銷售額暴漲，其中天貓Token品類10月20日開售首日成交額環比增長450%。京東公布的數據顯示，截至10月30日18時，平台「雙11」期間累計售出超過2,000萬件AI產品。其中，AI電腦、AI眼鏡、AI工作站及AI相機等成交額同比翻倍，AI錄音設備、AI電動牙刷等增長超過200%；大屏AI手機及AI智能水杯成交額增長超過5倍，智能人形機器人銷量同比增長7倍，機械臂、靈巧手等產品成交額增長超過10倍。另據路透社11月11日消息，阿里巴巴旗下平台的AI玩具銷售額已突破1億元，陪伴機器人銷量增長近5倍。

補貼邊際趨弱信號明確

國盛證券分析師李宏科認為，今年雙11技術創新與服務供給成為重要變數，天貓集中首發超百款AI硬件並上線AI Token站；京東將家庭服務消費作為核心增長方向。此外，政策環境亦引導競爭秩序調整，多平台營運加重貨品、定價與內容負擔，流量、佣金及退貨成本持續侵蝕利潤。在此背景下，商務部等七部門在大促前夕印發《關於實施品質電商「五優」行動的通知》，明確糾正「自動跟價」「全網最低價」等無序競爭行為。以舊換新雖然是本輪大促重要看點，但補貼邊際趨弱信號明確，過去受惠於補貼的家用電器、手機數碼、傢具建材等品類份額全面回落。與此同時，食品飲料、個護美妝等非補貼品類承接了增量。

港企乘「雙11」出海 美妝遠銷東南亞

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）起源於內地的「雙11」購物熱潮，已席捲海外市場。今年不少跨境電商向東南亞、歐洲、美國及巴西等市場推出「雙11」促銷活動，巴西成為跨境業務新的增長極。海外消費者尤其青睞3D打印設備、智能配件等中國科技產品。有港資企業負責人告訴記者，其東南亞市場業務增長強勁，「雙11」透過贈品營銷吸引當地客戶，預計今年銷售額約5,000萬元人民幣，按年增長五成。

作為全國跨境電商超級樞紐，深圳匯聚全國近一半跨境電商賣家，總數逾12萬家。今年「雙11」期間，阿里巴巴旗下速賣通於深圳舉辦商家大會，其海外倉備貨規模同比大漲146%，官方倉覆蓋西班牙、法國、美國、韓國等核心市場，並向優質商家提供最高12%返佣激勵，深圳賣家藉此大力開拓全球市場，拉美等新興市場潛力持續釋放。

數據顯示，2025年「雙11」期間，速賣通巴西站創下2013年開站以來單日成交新高。有內地商家2025年在巴西市場營收同比增近200%，今年6月平台大促銷量再增約5倍。市場預期，今年「雙11」速賣通巴西站成交表現依然強勁。

港補貼措施助力大

港資跨境電商企業越洋全球購有限公司總經理周欽武接受香港文匯報採訪時介紹，公司過往透過跨境電商把海外奶粉、食品及化妝品輸入內地，惟內地市場競爭白熱化，遂於去年轉型布局出口跨境電商，首站聚焦東南亞市場。他說，由去年6月至今年3月的9個月裏，公司投入流量廣告300多萬元拓展東南亞化妝品業務，並成功申請香港BUD補貼，獲約70多萬元資助，約佔相關投入的25%。他認為香港這項補貼對中小企出海助力甚大，惟申請程序較繁複，審批周期偏長。

談及「雙11」促銷策略，周欽武指東南亞華人眾多，存在龐大網購需求，公司除參與「雙11」促銷，亦會配合當地傳統節慶設計推廣活動。促銷方面主要以贈品提升吸引力，同時兼顧日常定價體系。「品牌出海更多考慮的是長期主義。」他介紹，目標客群為東南亞年輕消費者；泰國業務去年年中上線，其餘東南亞市場則於今年下半年陸續開展。他預計公司今年全年銷售額約5,000萬元人民幣，較去年增長五成。

此外，3D打印企業拓竹科技向記者透露，公司今年全球促銷覆蓋美國、歐盟、英國、澳洲等地，推出號稱全年最大幅度折扣，今年新發布的X2D機型亦首度減價。不同區域設置優惠上限：美國最高減450美元（產品起售價199美元）；歐洲最高減450歐元（起售價179歐元）。



●有受訪港商稱，今年「雙十一」通過優惠吸引了許多顧客，圖為該公司發往東南亞的化妝品。 香港文匯報深圳傳真



●廣東電網相關電商供電服務隊近日走訪電商村用戶。 受訪者供圖

網購活躍 廣東用電迎高峰

香港文匯報訊（記者 方俊明 廣州報道）今年「雙11」直播電商、算力數據中心、智能倉儲物流、冷鏈商貿等多個行業迎來用電高峰。南方電網廣東電網公司昨表示，廣東電網分時段負荷監測顯示，夜間高峰負荷特徵突出；電力數據直觀反映出線上消費持續升溫、數字商貿產業鏈全速運轉的態勢。

「訂單翻倍 最怕停電」

基礎消費品類是今年「雙11」電商的購買熱點。數據顯示，10月1日至今，廣東批發和零售業用電量同比增長20.5%。位於粵西的湛江市質品服飾有限公司葉經理表示，「雙11」預售開啟時，公司的打包車間就忙碌起來。該公司新添了兩條自動封箱線，以加快打包發貨速度。「訂單翻倍，最怕停電，一停電就是幾百單積壓。」

「雙11」期間，企業直播頻次大增。據統計，10月1日到11月11日，廣東信息傳輸、軟件和信息技術服務業用電量同比增長13.5%。電商也拉動倉儲物流用電需求增長。10月1日到目前，廣東交通運輸、倉儲和郵政業用電量同比增長9.4%。

國稅總局：收到離岸信託申報補稅1600億

香港文匯報訊 在三個月的政策過渡期結束後，國家稅務總局昨首次披露，目前累計申報離岸信託個人所得稅超1,600億元（人民幣，下同），其中10月當月入庫超1,200億元，帶動全國10月個人所得稅收入增長近90%。

國家稅務總局昨公布，離岸信託收益徵稅政策90日過渡期已平穩結束，絕大多數納稅人積極配合，累計申報離岸信託個人所得稅超1,600億元，其中10月當月入庫超1,200億元，帶動全國10月個人所得稅收入增長近90%。

下一步將查稅追稅

財政部、國家稅務總局於7月24日發布《關於離岸信託個人所得稅有關事項的公告》，規定個人將財產裝入離岸信託和通過離岸信託取得的收益，均應申報繳納個人所得稅，適用稅率20%；同時設立為期90日的過渡期，規定相關納稅人在10月22日前完成申報繳稅，可免收滯納金。

國家稅務總局所得稅司相關負責人表示，下一步將對申報不實或過渡期結束後仍未主動申報的納稅人，稅務部門將督促其依法申報繳稅，按規定加收滯納金；對經督促仍不申報或不如實申報的納稅人，將依法採取立案稽查等措施，情節惡劣的公開曝光。同時，對誘導、協助納稅人逃避稅的不法中介機構和個人，稅務部門也將依法依規嚴肅查處並視情曝光，促進離岸信託收益徵稅政策落實更加到位、作用更好發揮。

惠譽上調內銀評分 明年貸款料增6%

香港文匯報訊（記者 陳鍵行）國際信用評級機構惠譽評級昨舉行以「中國銀行業：整合、韌性與資產結構演變」為主題的網上研討會。惠譽預期，明年中國銀行業貸款增長約5%至6%，與名義國內生產總值（GDP）增長大致一致，整體盈利能力未來一年料保持穩定。惠譽同時指出，中國銀行業過去五年在監管改革及化解中小銀行風險方面取得進展，惟房地產及地方政府融資平台相關信貸風險仍值得關注，較小型及未獲評級銀行面臨的風險亦相對較高。

惠譽評級亞太區金融機構董事Vivian Xue表示，科技相關行業的增長有望帶動銀行貸款需求，部分抵消房地產市場疲弱對整體貸款增長的拖累。她預期銀行淨息差將輕微改善，主要因政策利率維持穩定，以及存款利率調整令銀行利息成本下降而獲得支持，有望抵消貸款收益率下降的壓力。

惠譽近日將中國銀行業經營環境評分由「bbb-」上調至「bbb」。Vivian Xue解釋，評分上調主要反映過去五年監管框架持續強化、影子銀行風險下降、信貸紀律改善，以及經濟展現相對韌性。惠譽預期，中國銀行業整體體系槓桿率將由去年底接近280%的高峰，降至2028年底約270%。

中小銀行整合加快

其中，加快整合中小銀行是當局化解金融風險的重要措施。惠譽評級亞太區金融機構董事Elaine Xu表示，中國銀行業機構數量由超過4,000家降至去年底的約3,000家，降幅接近四分之一，且減少趨勢仍在持續。她指，整合不僅減少銀行數量，亦有助監管部門加強對較弱及高度分散金融機構的監督。

儘管部分小型銀行仍存在風險，但對整體銀行體系的影響相對有限。Elaine Xu指出，根據中國人民銀行的分類，高風險銀行佔全國銀行總數約9%，而且全部屬於小型銀行，但相關銀行的資產僅佔整體銀行體系約2%。由於這些銀行規模較小、業務較為本地化，同業風險敞口有限，惠譽認為在基本情景下，相關壓力不致引發系統性風險。

內地潮牌攻港 120元時薪招高顏值店員

香港文匯報訊 時尚品牌W.MANAGEMENT宣布，將於今年12月進駐銅鑼灣核心零售地段，開設樓高3層、總面積約3萬方呎的全球旗艦店，展現對香港高端潮流及零售市場長遠發展的堅定信心。品牌同時展開大規模招聘計劃，擬聘請近500名全職及兼職前線零售員工，時薪最高達120元。

新生代藝人現身應徵

品牌表示，招聘活動吸引大批本地年輕求職者參與，當中包括香港電影金像獎最佳男配角得主馮皓揚，以及樂隊ROVER成員王希晉等新生代藝人現身應徵。此外，旗艦店外牆圍板已換上韓國藝人G-Dragon（權志龍）與LINE FRIENDS聯手打造的「ZO&FRIENDS」主題設計，並宣布相關聯乘系列將於香港的全球旗艦店發售。

W.MANAGEMENT是由中國內地快時尚企業「喻義集團」於2022年創立的新興少女服裝品牌，憑藉「美式復古辣妹風」、平價定位及「高顏值店員」營銷策略迅速崛起。品牌在短短數年間於內地近30個城市開設逾40間門市，估值達20億至30億美元。消息指，品牌今次斥資約200萬元月租，承租早前H&M位於百德新街的旗艦店原址。



●內地主打「高顏值店員」的時尚品牌近日在香港展開大規模招聘計劃。 受訪者供圖