

雙11開售期啟動 電商銷情報捷

天貓155個品牌成交超億元 京東手機產品生意倍增

隨著「雙11」預售期結束，內地各電商平台迎來開售期。阿里巴巴（09988）旗下天貓，有155個品牌開賣成交破億元（人民幣，下同），在一周前採取現貨開賣的京東（09618），在百億補貼日首4分鐘商品成交金額（GMV）突破1億元。快手（01024）旗下快手電商的消費電器家居行業，開售首天GMV按年狂飆13.9倍。至於小米（01810）在銷售開始不足4小時，全渠道累計支付金額破100億元。

大公報記者 李潔儀

「雙11」促銷活動近年開始不限於11月11日當天，更多是更前2至3星期進行預售活動。在10月31日晚上8時踏入售賣期的天貓，155個品牌開賣成交破億元，首小時7.19萬個品牌成交額超過去年首日全天。至於淘寶直播亦報捷，29個直播間開局即破億元，280個店鋪直播間成交額破千萬。

另外，早在10月23日晚上8時現貨開賣的京東，公布在10月31日的百億補貼日成績，開場不到4分鐘，其百億補貼頻道成交額破億元。單是家電家居生活全品類，在開場僅30秒，成交額超過10億元關口。

智能手機繼續成為「剝手黨」最愛，在京東平台上，百億補貼日開場10分鐘，蘋果iPhone、小米、榮耀、華為、OPPO、vivo手機等，成交額按年增長1倍。

快手家電電腦銷售漲逾十倍

在過去一周，京東百億補貼頻道產生超過120個銷量逾一萬單的商品，頻道用戶規模較6月增長近5倍。同時，有近30個品牌銷售超過10億元，近1.5萬個品牌成交額按年升逾5倍，近9000個

品牌成交額更急增10倍。

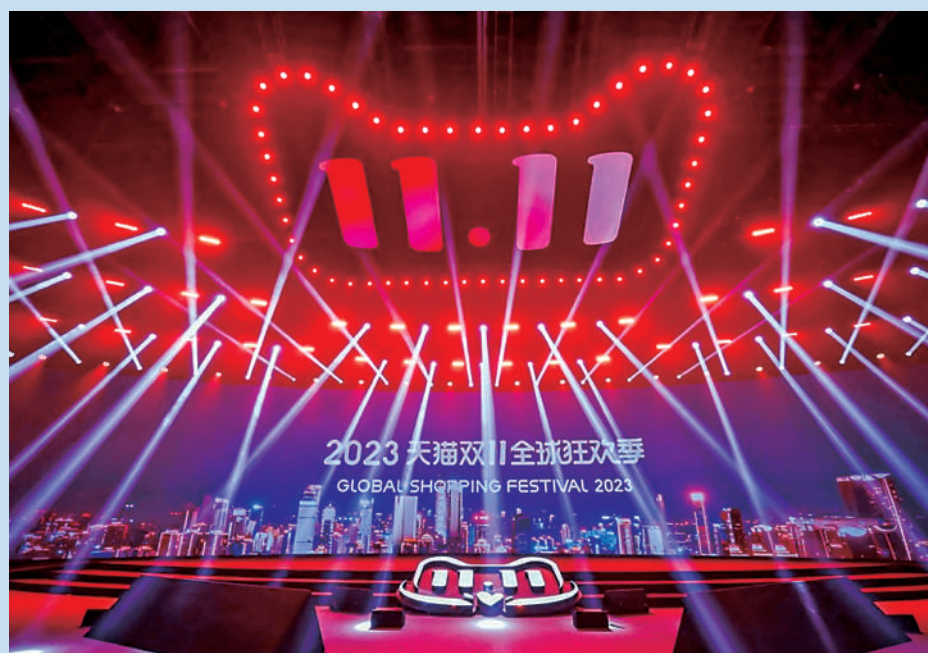
至於在今年「雙11」投入180億元流量扶持，以及20億元商品補貼的快手電商，在預售期的GMV同比增長84%，家居家電、美妝個護、3C數碼成為預售階段銷量最高的品類。

隨著預售期結束，意味正式踏入大促階段。快手電商在10月31日的消費電器家居行業GMV大幅上升13.9倍，電腦數碼類目GMV勁升12.4倍，創歷史新高，單是筆記本類產品更狂飆超過26倍。

小米不足4小時成交超百億

除了電商平台，品牌的銷售表現強勁。小米公布，「雙11」銷售開始不足4小時，全渠道累計支付金額已突破100億元。其中，首售的小米14系列，開售僅5分鐘，銷量已增至上代首售總量的6倍。

此外，根據京東平台數據顯示，在開售半小時內，多個品牌的成交額以倍數增長，包括鞋靴品牌UGG和百麗、珠寶品牌周大福（01929），外國品牌例如lululemon、LV、GUCCI、DIOR等成交額同比增長超過3倍。



▲京東在「雙11」出招百億元人民幣補貼吸客。

◀天貓「雙11」在10月31日晚上8時踏入售賣期階段。

電商平台與品牌企表現



天貓

10月31日晚8時開售，155個品牌開賣成交破億元，首小時7.19萬個品牌成交額超過去年首日全天



淘寶直播

29個直播間開局即破億元，280個店鋪直播間成交額破千萬



京東

10月31日晚8時開場不到4分鐘，京東百億補貼頻道成交額破億元



快手電商

消費電器家居行業GMV按年增近13.9倍，電腦數碼類GMV升12.4倍



小米

10月31日晚8時開售，旗下產品不足4小時全渠道累計支付金額破100億元

註：金額為人民幣

平價策略吸客 撬動消費熱情

新聞分析
李潔儀

每年的「雙11」由以往重點為單身人士提供購物優惠，發展至今以全民消費者作為目標，成為電商平台全年最重要的營銷節點之一，亦是商家營銷「必爭之地」。

在疫情過後，國家商務部更把今年定為「消費提振年」，各個主要電商平台提前對「雙11」進行布局，既打造新的玩法，亦部署多個策略吸客，繼有京東出招百億補貼，淘寶天貓以全網最低價作招徠，拼多多來個「單件立減」玩法，在補貼的基礎上疊加價格直降，還有抖音商城的秒殺頻道……

無可否認，「雙11」仍然是一年一度

的流量巔峰，從商家的營銷力度，到消費者「掏腰包」的深度便可見一斑。市場人士認為，「回歸低價」是消費者的第一剛需，亦是撬動消費熱情的最佳槓桿。事實上，電商平台集體重回低價的策略，透過讓利促銷手法吸引消費者，契合現今宏觀經濟尚處復甦期的形勢。

近年來，市場對中國經濟形勢是消費降級還是消費升級各執一詞，不過，無論消費環境是升級還是降級，可以肯定的是，消費者更趨理性，享受的是真正實惠超值，所謂物有所值，已難見昔日在「雙11」囤貨的現象，更多是回歸消費。

杭州規範直播平台 禁逼商家承諾最低價

行業監管

有「電商之都」之稱的杭州，計劃全面合規指引直播電商行業發展。杭州市司法局發布《直播電商產業合規指引（徵求意見稿）》，提出直播電商從業者不得要求商家簽訂「最低價協議」，或採取其他排除、限制競爭的協議、決定或協同行為。

近日各個平台開展「雙11」銷售活動，不過，多個頭部主播的直播間出現負面消息，例如人稱「口紅一哥」的李佳琦在直播間陷入「低價協議」漩渦，甚至遭上海市場監督管理局反壟斷辦介入調查，令市場質疑所謂「全網最低價」是否涉嫌壟斷。

浙江省商務廳數據顯示，目前杭州的頭部直播平台有32家，主播近5萬人，直播相關企業註冊量逾5000家，

數量列全國第一，帶動就業超過100萬人。在杭州，每244個人中，便有一位電商主播；每12個人中，有一個從事直播相關行業。

贈品需標示品種數量等

根據《徵求意見稿》，要求各個

平台合法開展直播預熱及宣傳、明示贈品信息、顯著提示搭售商品或服務等。例如網絡直播營銷活動有贈品，應要明示品種、規格、數量、期限和方式等。倘若有搭售商品或服務，應以顯著方式提請注意，不得將搭售作為默認同意的選項。



◀杭州就合規指引直播電商行業發布徵求意見稿。

茅台六年首度提價 平均漲兩成

【大公報訊】貴州茅台（600519）昨日宣布加價，為6年來首次，飛天和五星系列出廠價格上漲約20%。受到有關消息刺激，貴州茅台股價上升5.7%，收報1780.99元（人民幣，下同）；港股白酒股珍酒李渡（06979）同樣急漲6.5%，收報12.1港元。

貴州茅台昨日指出，上調53%vol貴州茅台酒（飛天、五星）出廠價格，平均加幅約20%，此次調整不涉及公司產品的市場指導價格。以一瓶500毫升「53度」的飛天茅台為例，出廠價將由每瓶969元，增加至1169元。

經銷商暫不上調零售價

有內地傳媒廣泛訪問貴州茅台經銷商，發現經銷商短期內將會採取「按兵不動」的方針，但

長期來看，飛天茅台終端出貨價格很有可能持續提升。

深圳一家貴州茅台經銷商表示，目前飛天茅台出廠價格並未改變，依舊按照散件2750元。

另一位上海的貴州茅台經銷商透露，出廠價上調對於零售價並無影響，一瓶53%vol飛天茅台酒售價約為3000元，「目前零售價都在往下走」。至於其他酒企是否會跟進提價，五糧液表示，並未有上調出廠價的打算。

至於瀘州老窖（000568）宣布，由即日起，52度、43度、38度瀘州老窖60版特種（500毫升）經銷商結算價分別提升至每瓶478元、438元和428元。相當於每瓶結算價上漲20元。業內人士估算，60版特種銷售額近25億元，約佔瀘州老窖整體營收10%左右。

券商：白酒市場需求仍偏弱

券商花旗認為，近期白酒股價大幅向下，代表下半年市場對於行業的預期偏低，茅台第三季度銷量和利潤則反映中秋和黃金周白酒需求相對疲軟，預計全年淨利將增長15%，低於市場預期的19%，維持對茅台的「買入」評級，目標價2272元。

富瑞則指出，貴州茅台加價動作早於預期，以往偏好在零售價格大漲之後再提價，然而過去12個月飛天茅台批發價增長停滯、次要產品面臨價格壓力，相信是次漲價有助於改善批發渠道方面的收入，後續仍要關注分銷商增加庫存的信心是否因為加價而增強，以及其他品牌是否會跟進提價。

百勝季績遜色 股價瀉13%創今年低

【大公報訊】百勝中國（09987）第三季度業績意外低於證券界預期，觸發股價急挫13%，收報356.2元，創今年新低，全日交投激增9.3倍至6.05億元。大摩表示，百勝中國上季銷售額勝於預期，主要得益於增加門店數目，但因利潤率疲弱，季度經營表現遜於預期。大摩又關注，百勝中國旗下必勝客的同店銷售增長較預期低，肯德基同店銷售增長則符合預期。

百勝中國上季總收入29.1億美元，按年增長9%，若按固定匯率計算，增幅為15%。季度內淨增加500家門店，截至9月底止門店共14102家。經調整淨利潤為2.48億美元，增長19%；按固定匯率計算，上升27%。不計持有美團（03690）按市價計值的股權投資，經調整淨利潤增加14%；按固定匯率計算，增長21%。

富瑞則稱，百勝中國最新季度業績遜於預期，同店銷售增加4%，低於該行預期的6%；肯德基同店銷售上升4%，低於預期的6%；必勝客同店銷售微升2%，低於預期的8%；餐廳利潤率17%，低於預期的18.7%。不過，富瑞相信百勝中國同店銷售有望復甦，給予目標價556.4元。

海底撈撈12.8% 藍籌股最傷

其他餐飲股方面，海底撈（06862）收購日本酒店業務，投資者憂分散核心業務，股價急挫12.8%，收報17.06元，為跌幅最大藍籌股。富瑞表示，海底撈管理層表示今次項目收購可提升服務及管理，但交易是屬於關聯交易，且項目與內地火鍋業務無關，並且涉及額外投資資本，恐分散核心業務注意力。

大摩指，海底撈今次向特海國際（09658）

收購日本溫泉度假村項目，將於2027年竣工，未來3至5年資本開支5億至8億元人民幣，對海底撈的資產負債表、現金流影響有限，在項目竣工前，不會對損益表產生任何重大影響。大摩給予海底撈「增持」評級，目標價26元。

其他餐飲股走低，特海國際出售項目予海底撈，股價仍要跌2.8%，收報12.6元；九毛九（09922）低收6.7%，報7.93元；呷哺呷哺（00520）回落1.4%，收報2.87元。



▲百勝中國在內地經營必勝客及肯德基等店。

餐飲股股價大跌

股份	昨收報 (元)	變幅 (%)
百勝中國 (09987)	356.2	▼13.0
海底撈 (06862)	17.06	▼12.8
九毛九 (09922)	7.93	▼6.7
呷哺呷哺 (00520)	2.87	▼1.4

大公報製表



▲貴州茅台上調出廠價，一瓶500毫升「53度」的飛天茅台出廠價將突破1000元人民幣。中新社