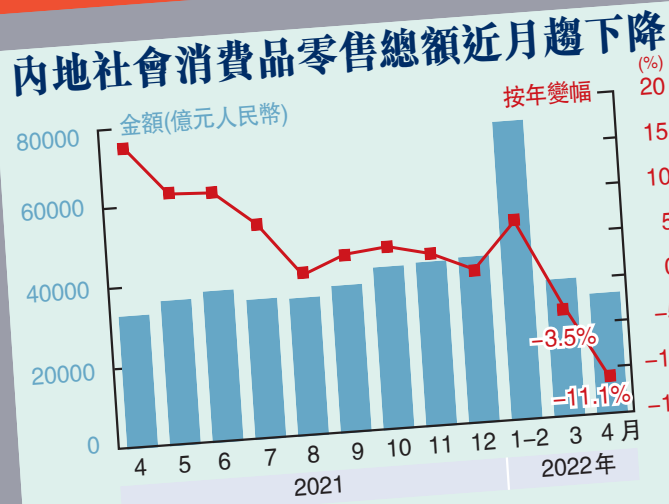


中國內地網店上下游產業鏈涉逾千萬人就業

內地疫情反覆，加上外貿環境複雜，內地自第二季起，經濟下行壓力頗大，近期頻繁地推出穩經濟措施，作為拉動經濟的「三駕馬車」之一的消費是重點。內地電商一年一度的「618」購物節開啓多日，不同以往，電商平台能否合力為沉寂的內地消費市場注入一針「強心劑」，成為市場關注的焦點。在物流不暢、商家庫存堆積、消費者熱情大減等現實下，今年的電商平台不約而同回歸最質樸的折扣優惠，且將更多目光投放在苦苦支撐的中小商家身上，期望助力他們脫困。

◆香港文匯報記者 周曉菁



就數據而言，近期內地消費市場的確在低迷中掙扎。4月內地服務業生產指數下降6.1%，降幅相比3月(0.9%)擴大；4月社會消費品零售總額下挫11.1%，也明顯弱於市場預期。國務院總理李克強日前在全國穩住經濟大盤電視電話會議中形容當前經濟面對的壓力情況，「困難在某些方面和一定程度上比2020年疫情嚴重衝擊時還大」，穩定增長刻不容緩。

國務院日前發布的33條「穩經濟」措施，「促進平台經濟規範健康發展」也位列其中。明確要求充分發揮平台經濟的穩就業作用，穩定平台企業及其共生中小微企業的發展預期，以平台企業發展帶動中小微企業紓困。

京東阿里推措施 積極扶持商家

各大平台顯然都早有準備。在「618」活動開啓前，京東就率先發布了30項「三減三優」商家扶持舉措，幫助中小商家減壓紓困。即通過「減少成本、減少考核、減少風險、優化規則、優化效率、優化服務」等舉措，希望最大限度為中小商家減壓釋負。

京東零售首席執行官辛利軍表示，希望通過一系列降本增效舉措，減輕疫情對中小商家的影響，幫助他們在「618」的投入產出比至少提升20%，共同穩住中小商家產業鏈上下游超千萬人就業。

阿里巴巴旗下淘寶天貓也公布了31條「618」扶持舉措，試圖在資金周轉、商家教育、商品進口及物流調配等層面扶持商家。例如在5月26日至31日天貓預售期期間，當消費者支付商品訂金後，共計100億元人民幣額度的訂金，將會提前回流到參與預售期的商家賬戶，實現提前收到回款14天。

商戶：資金提早回籠很有幫助
永璞咖啡創始人侯永璞表示，過去大促

期間沒有真正遇到過資金周轉問題。但目前現金流的回轉是很有幫助的，「如果可以早點回款，也可以早點付給供應商費用，皆大歡喜。」

與此同時，蘇寧易購表示，在廣告、流量獲取、用戶增長等模塊，會通過「減費扶持」政策降低商家的獲客成本。快手則將自己定位為「新市井電商」，主打「以直播間為超級節點，由信任驅動的體驗型電商」，以「貼地」提高滲透率。保障商家獲得更多客源。

相較於往年激烈的平台競爭，「二選一」爭奪戰，各平台都發布了全方位的政策扶持商家，尤其保障中小商家可持續運營，商家的生存壓力不言而喻。

幫商家變相幫自己「回血」

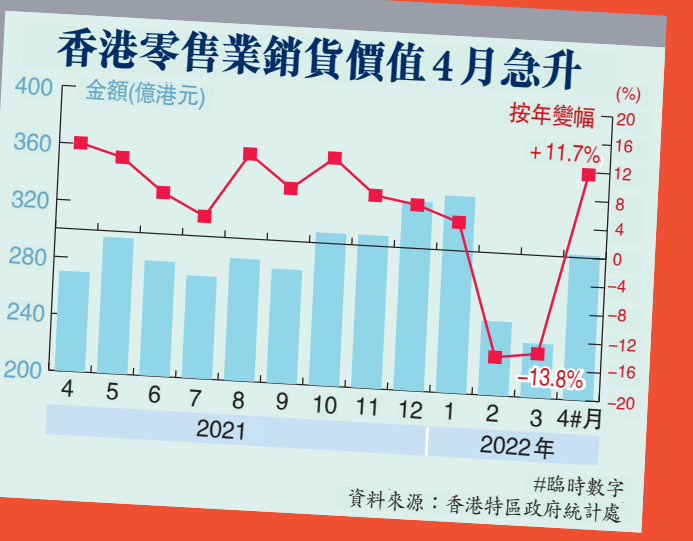
平台扶持商家，也是變相在幫自己「回血」。因疫情封控、物流受阻等影響，阿里早前在業績會透露，4月的整體收入出現低個位數的負增長，在中國零售市場，淘系實物成交在4月的同比降幅略高於10%。京東披露的數據亦顯示，首季度收入增幅錄得有紀錄以來最慢增長。

市場普遍認為，對於提振消費，今年「618」的時機剛剛好。有專家分析，上海防疫措施全面放寬，多個城市疫情也逐漸受控，幾個商家聚集地、消費者購買力強的大城市逐漸恢復正常，消費需求將得到大量釋放。此外，多地政府對中小商家也給予一定扶持力度，期望通過發放新一輪消費券等方式，刺激消費需求復甦。

高盛發表研究報告指，今年「618」吸引更多投資者關注，因能否彌補在4月、5月疫情期間的銷售損失至為重要。就目前而言，該行認為今年購物節首周預售表現依然健康，新興產品表現較好，且產品價格穩定。

購物節

助力拯救中小商家



港電商蓄勢待發

受惠疫情放緩、香港特區政府逐步放寬限制令，以及今年第一期電子消費券的發放，零售市道有不俗的復甦，第二期電子消費券最快6月中才可申請，不少香港商家已經摩拳擦掌，趁內地多個電商平台為「618」造勢，推出了至少9折力度的年中促銷活動。在疫情下，不少品牌都自行研發電商平台，中小企也紛紛轉戰線上，香港電商平台的競爭也愈發激烈。

淘寶今次就為香港推出了「包郵到港」優惠，只要在App內左上角切換地區至香港，進入「跨店滿199元人民幣包郵專區」，即可免費集運到港，再自行到自提點提貨。若有「香港一件包郵」標籤，即便支付總額未滿199元人民幣，都可享跨境段包郵到自提點。此外，星展銀行的信用卡用戶在6月15日20點至20日，買滿400元(港幣，下同)能減40元。

電子產品平台率先展開攻勢

多個電子產品網購平台已經率先推出優惠。小米香港官網在端午假期(至6月6日)展開「超級周末購物賞」，全場消費滿300減30元，最高可減300元。友和由即日起至6月18日舉行「六月激安祭」，每日都有精選的產品以極低價限量推出，如8元買入Switch遊戲《Mario Kart 8》等。此外，豐澤、蘇寧網店也都舉行優惠活動，推

出不同產品的減價銷售。美妝品牌亦不甘落後，卓悅年中感謝祭至6月18日，結賬時輸入優惠碼「SHOP618」，買滿668元即減68元，滿888元再送60元優惠券下次使用。T廣場尖東店DFS則採用線下618美妝限定活動：由2022年6月3日至6月30日，憑單交易購買正價美妝商品滿8,800元即享6折優惠，精選產品還有買滿兩件以上享額外9折優惠。

零售業未來可望繼續復甦

以4月數據來看，香港特區政府統計處上週公布，香港4月零售業總銷貨價值臨時估計為302億港元，按年升11.7%，遠好過市場預期的下跌7.9%。政府發言人表示，受惠本地疫情減退和政府發放第一期消費券，零售業總銷貨價值連續2個月按年下跌後，4月顯著回升，認為只要本地疫情維持穩定，零售業可望繼續復甦，又預期消費券計劃及政府推出的其他措施將為消費需求提供進一步支持。

以細項來看，香港4月零售業總銷貨價值中網上銷售佔據8.2%，單月網絡銷售價值臨時估計按年升34.8%，增幅較3月繼續擴大。以首4月合計，零售業網上銷售價值的臨時估計上升36%。

掌舖市場及銷售總監王津料，隨着電子消費券增多2款支付工具，平台的商戶數目在6月、7月間，將進一步增加。相信隨着時間的推移，對於本港傳統零售商而言，電商平台終將會成為「必爭之地」。



◀ 淘寶今年為香港買家推出了「包郵到港」優惠。淘寶Facebook圖片

回歸「初心」的年中購物節

相較往年，今年電商平台的「618」大促，可謂鄭重其事中透露着不少「真誠」。以京東、天貓為首的電商平台，推出近幾年最大的折扣——全場跨店83折。省去各類花哨繁瑣的玩法，購物節似乎回歸到了最初的讓利，讓消費者看到實實在在的優惠。

優惠方式不再繁瑣

5月23日晚8點，京東、拼多多、蘇寧、唯品會等內地電商平

台大促同步開啓，紅包雨、限時秒殺、大額抵用券等常規活動自然不在話下。京東直接跨店「滿299減50(人民幣，下同)」，拼多多也拋出買一送一、大牌直降等多種玩法。

最為直觀的則是5月26日淘寶天貓預售期的開啓。天貓打出跨店「滿300減50」的優惠。去年同期，天貓則是「滿200減30」，相當於85折。一些眼花繚亂的功能也化繁為簡，今年消費者在支付定金時，即可看到該商品的實際尾款金額，預售商品定金也支持批量支付，

消費者體驗感明顯更佳。

以天貓Apple Store旗艦店為例，在此優惠力度下，iPhone 13/256GB直接由6,799元減至5,449元，合約6,410港元，甚至比香港的官方售價仍要平近1,200港元。

後起之秀抖音等平台不甘示弱，抖音設定了「梯度滿減」，發放「滿99-15」「滿199-30」「299-45」3張優惠券，消費者可根據自身需求使用，完全無需「生拼硬湊」。走平民路線的淘特也在5月底公布了簡單的玩法，全場

直供百萬款10元商品，「滿30減5」上不封頂。

平台並未大力宣傳

值得注意的是，今年內地絕大多數電商平台並未大力宣傳「618」購物節，只是暗暗發力、互相關照。一向火爆的直播間，明星、網紅帶貨等，若不細心留意，消費者未必能獲得相應的優惠信息。今年「返璞歸真」的做法，能否獲得消費者的認可，還需等到「618」結束後，各平台交出的成績單來定論。



◀ 除京東及淘寶外，抖音等平台亦加強618購物節攻勢。抖音電商官微圖片