

# YAHOO 團購靠打折上位

香港文匯報訊(記者 蔡競文) 香港購物方便,令電商難以發圍,但號稱能集結眾人力量來取得更低售價的團購,於過去幾年殺出一條血路。連互聯網巨擘 YAHOO 亦加入戰場,三年前開始發展電子商貿平台及涉足團購, YAHOO 副總裁兼總經理陳啟滔表示,未來將主力發展行動商務市場,長遠希望改變消費者的購物習慣。

香港人一直對網上購物抱以謹慎、小心的態度,加上香港乃彈丸之地,不同內地或外國等地區距離甚遠的地方,令電子商貿的發展速度不如其他地方,但在團購以不同幅度的折扣招徠下,不少人放下戒心,致使其可以蓬勃發展。

## 市場競爭大 用戶最得益

陳啟滔指,團購市場的競爭大, YAHOO 並非首批引進團購的網站,但認為競爭對於網站利大於弊,因為有競爭才會進步,而且最大的得益者必為用戶。其由開初至今與4家較大型的團體網合作;而其定位一直十分清晰,以一站式服務及完善的保障作為賣點。

## 網上賣車改變消費模式

陳氏又指,過去消費者以買便宜貨為主的現象正慢慢改變,去年平台與奧迪合作,於網上銷售汽車,出奇地

首小時至少賣出逾20部,可見消費者開始將上網購物的限額提高,加上目前參與團購的商戶只有20%至30%,發展空間大。

另外,去年與 YAHOO 合作推出團購優惠的大班西餅董事郭勇維亦表示,過去幾年團購興起時,一下子多出不少團購網,而且網上行銷,雖然人人有機會,但並非個個有把握,經常出現「呢like容易,賺錢難」的情況,對於一家公司來說只落得一個華而不實的罪名。故大班一直對電商及團購網謹慎處理,更認為團購網需要時間梳理整合,待合適時機才發展,因「趕客定留客僅屬一線之差」。

大班去年10月份首次於 YAHOO 的團購平台推出以12.5元購買20元的禮券折扣,30個小時內賣出10萬張,同時令日常業務有雙位數的增幅。

但陳啟滔坦言,團購較難會有高檔產品出售,主要因知名品牌由於形象的關係都不太願意與團購扯上關係,



雅虎香港已踏入15周年,適逢亦是「感情品牌大獎」第12個年頭。

張偉民攝

故未來即使引入奢侈品這一塊,或會另闢一個新平台。

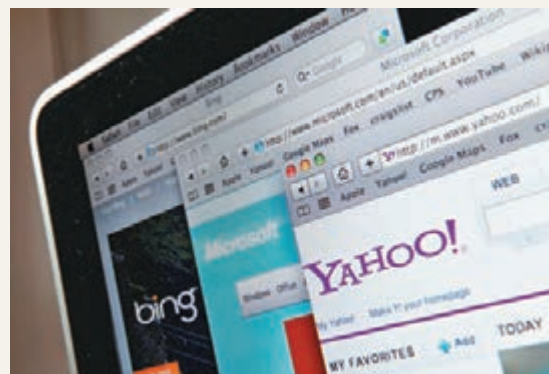
## 移動電商平台崛起添商機

他亦提到,移動電子商貿平台的崛起,對於團購業者來說,亦算是一個新的商機。陳啟滔表示,移動電子商貿平台會成為網站現時的首要戰略,以迎接電商快速發展的趨勢,主打便利性及簡單的界面。加上香港的超高手機普及率,相信用戶希望更多元化

的服務及產品,而當中不一定涉及折扣。

對於未來引入合作商戶方面,陳氏稱,未來會雙線發展飲食及美容、高檔產品,但不會盲目引入新商戶,因要先評估其內部資源能否承受。他舉例指,一家有50人座位的餐廳即使可以吸引過千人購買折扣券,但未見得可以承受每日多出的客戶人數,不單只得失新客戶,同時亦有可能令舊客戶不滿。

## RTB 顛覆廣告市場



「低頭族」氾濫,對移動廣告有強烈的需求。資料圖片

流動數據的出現,令本港「低頭族」氾濫,更使各公司將推廣資源重新分配。出身自廣告業務部的陳啟滔表示,視乎不同品牌的性質及廣告內容,一般情況下,線上廣告需求有雙位數的增長,且對移動廣告有強烈的需求。

## 有別於傳統模式

陳啟滔說,雖然相比傳統廣告,線上廣告投放的費用仍然佔比較少,但其靈活性、創造性相信於將來可達成倍增長。2013年,社交媒體廣告開支強勁增長44%,原生廣告亦成為廣告客戶的首選,而非以往般側重於硬銷廣告。或許大多數人都不了解何謂原生廣告,他指,原生廣告多用於線上廣告,藉由有價值的內容,期望在消費者的體驗中獲得關注。

如廣告商會試圖發佈一份包含圖文報道的訊息、文章或短片,創造讓消費者覺得有價值的內容,並且讓消費者願意進一步閱讀或接收訊息。例如在 Facebook 就以「動態贊助」或「建議貼文」的方式經營原生廣告平台,而品牌廣告商亦可以在 Facebook 上藉由經營「粉絲專頁」或製作「應用程式」的方式發佈原生廣告。

陳氏指,目前 YAHOO 的廣告客戶多以原生廣告配合網站上的展架形式購買。

他提到,線上廣告為競爭激烈的戰場,難以與傳統推廣渠道比較。但於互聯網上的廣告, YAHOO 可以很容易地改變或調整搜索結果,並有電商平台,廣告及搜索等功能提供予廣告客戶。

未來 YAHOO 廣告業務,與電商平台一樣,會以手機為發展戰略重點,而原生廣告及 Stream Ad 這類個人化的廣告,可以令觀眾對於廣告商想傳遞的訊息更加印象深刻,他相信原生廣告可以將 YAHOO 廣告業務推到一个更高的層次。

## 針對每個用戶競價

另外,陳啟滔透露,今年下半年計劃推出 Real Time Bidding (RTB),是一種利用第三方技術在數以百萬計的網站上針對每一個用戶所展示行為進行評估以及出價的競價技術。其模式有別於傳統的展示型廣告市場購買方式,傳統的展示型廣告購買方式有 CPM (按照每1,000個展示曝光進行付費)、CPC (按照每個點擊進行付費)、Monthly Flat (廣告位包月)、Daily Flat (廣告位包日),而 RTB 就是在每一個廣告展示曝光的基礎上進行競價。他指,外國早已盛行,料其推出後將會顛覆本港的廣告市場。

## 「玩創香港」招募好點子

1999年 YAHOO 設立香港版本,起初提供搜尋引擎及電郵服務,及後的拍賣及遊戲專頁亦一直人氣高企。隨著服務愈來愈多元化,網站已成為了一個提供多元化本地資訊的網上平台。而隨著智能電話的興起,網站亦推出了多個手機專用的手機版網頁,而今年乘著 YAHOO 登陸香港15周年,官方就推出了一個長達半年的「玩創香港」特別企劃,並在上周舉行啟動大會,宣佈會將各個 YAHOO 服務以 APP 形式陸續推出之外,更有一連串與本地創意達人的合作活動,實行將本地創意由線上橫越線下。

## 打破傳統 想頭變現實

陳啟滔指,將開放雅虎團購平台舉辦「Yahoo 15 黃金周」比賽,招募創業好點子開網店,反傳統之處在於毋須有實體貨品,只需有想頭,放在 Yahoo 團購平台上籌募資金(類似美國的 Kickstarter),當收集到一定數目的定單後,各創意單位即可落實生產該件產品!

他認為, YAHOO 已不可只停留於做好搜尋引擎的角色,待用戶有需要時才使用,反而要主動出擊成為港人生活的一部分。



雅虎香港副總裁兼總經理 陳啟滔。張偉民攝

## 萬洲明掛牌 傳一人一手

香港文匯報訊(記者 黃萃華) 上星期截止公開發售的萬洲國際(0288),市場消息指,其公開發售部分錄得54.22倍超額認購,根據回撥機制,公開發行的股份將由總發行股數的5%,增至10%,預計入飛認購的散戶,一人可派一手。萬洲將於明日(5日)掛牌,是次招股價為每股6.2元,不計15%的超額配售權,集資159.18億元。

## 史密斯菲爾德肉製品登港

另外,萬洲昨宣布,旗下美國子公司史密斯菲爾德食品公司生產的肉製品,昨日正式登陸香港,於一田百貨發售,產品包括火腿、培根、火雞胸肉和香腸等。同時,公司計劃今年9月於香港零售百貨公司推出30款肉製品。

萬洲主席兼行政總裁萬隆昨表示,在收購史密斯菲爾德後,集團一直致力於增強雙方運營上的協同效應,其中包括開拓史密斯菲爾德的新市場。他指,史密斯菲爾德是美國家喻戶曉的品牌,相信在香港也會取得不俗的銷售業績。

## 攻內地 河南設18冷鮮專櫃

截至6月底,萬洲已經在河南省開設了18個出售冷鮮肉的史密斯專櫃,主打當地的中高端市場。

## 潤東傳獲專業機構入飛

至於與第四期通脹掛鈞債券

(iBond) 認購擱期的潤東汽車(1365),市場消息指,該股國際配售已超額,並有專業機構入飛,並於明天中午12時截飛。

## 老恒和發1億份認股權證

另外,半新股老恒和(2226)稱,與認購方訂立認股權證認購協議發行1億份認股權證,發行價為每份認股權證0.1元。認股權證持有人,可在完成當日起計12個月期間內以每股8元(可予以調整)認購股份。假設無進一步發行或購回股份,於認購權獲悉數行使時,將發行最多合共1億股股份,相當於公司現有已發行股本約19.28%及擴大後已發行股本約16.16%。發行認股權證所得款項淨額約965萬元,倘認股權證所附帶的認購權獲悉數行使將籌集額外8億元,擬用作公司的一般營運資金,尤其是用於提高產能及集團產品的推廣開支。

## 史密斯菲爾德肉製品於一田百貨發售

網上圖片



## 招置獲母注12億資產

香港文匯報訊 招商局置地(0978)宣佈,已與控股股東招商局地產旗下附屬公司深圳招商訂立協議,以12.13億元(人民幣,下同)的代價收購廣州招商房地產49%股權。於股權轉讓後,廣州招商房地產將成為招商局置地間接全資附屬公司。這是自去年11月招商局置地完成向招商地產反向收購後,控股股東招商地產對其的又一次注資行動。

廣州招商房地產及其附屬公司主要從事內地房地產開發業務,主要開發及經營位於廣州番禺區的高端住宅及商業綜合體金山谷,於今年6月30日金山谷之物業尚未出售或預售之可售總建築面積為676,252平方米。另外,廣州招商房地產擁有8間附屬公司,於今年6月30日組成有關項目之物業尚未出售

或預售之可售總建築面積為1,740,379平方米。截至2013年12月31日止年度,廣州招商房地產錄得溢利淨額約11.75億元。

## 半年純利倒退八成 不派息

另外,招商局置地上半年錄得股東應佔溢利較上年同期減少79.7%至6,102萬元,每股基本盈利1.24分,不派中期息。

## 財訊速遞

## 上市開支2100萬 依波路盈警

香港文匯報訊 上月11日才掛牌的瑞士腕錶產銷商依波路(1856),上周五晚刊登公告,因上市開支而發出盈利警告。公告表示,根據董事會對集團截至今年6月30日止六個月的未經審核綜合管理賬目的初步審閱,預期集團期內溢利將較往年大幅減少,主要由於期內就公司股份於聯交所主板上市確認非經常性開支所致。

誠如公司日期為今年6月30日的招股章程所披露,上市已產生上市開支(不包括包銷佣金)1,590萬元,並將產生額外開支2,540萬元,其中2,100萬元將於集團的綜合損益及其他全面收益表中扣除。預期為數2,100萬元的上市開支其中絕大部分將於集團截至今年6月30日止六個月的綜合損益及其他全面收益表中扣除。

## 光國獲江蘇垃圾發電項目

香港文匯報(記者 黃萃華) 光大國際(0257)宣佈取得江蘇省徐州市沛縣生活垃圾發電項目特許經營。沛縣項目採用BOT模式建造,特許經營期限為25年,項目目標為每日處理800噸城市生活垃圾。項目分兩期建設,首期設計每日處理400噸生活垃圾,總投資約2.5億元(人民幣,下同)。

而集團2012年取得的寧波項目,第一期已於年初建成並投入運作,而且運營效果理想,已達到滿負荷運營。集團將啟動寧波項目二期的建設,總投資約1.9億元。

## 安東油田發盈警

香港文匯報訊 安東油田(3337)表示,預計截至2014年6月30日止六個月之未經審核股東應佔利潤將較2013年同期大幅下降。主要原因為2014年上半年市場形勢嚴峻,內地項目啟動推後導致收入增幅下降,降價壓力增大;及為長期發展提前儲備的人才、資金及固定資產設備等資源帶來的成本增加,導致利潤率降低。

## 信義光能大股東2900萬增持

香港文匯報訊 信義光能(0963)昨公佈,大股東及董事李賢義、李文演及董清世等於7月30日,在公開市場上以每股平均價1.215元,增持信義光能1,365.6萬股股份,涉資約2,901.9萬元,令持股量增至36.89%,反映其對信義光能發展前景的信心。信義光能上周五收報2.22元,跌0.893%。

## 必瘦站港島開自由體驗中心

香港文匯報訊 必瘦站(1830)上周五晚表示,因應5月中旬於旺角開設大型服務中心取得成功,及為滿足龐大的醫學美容需求,集團於上周五於香港銅鑼灣恒隆中心18樓開設港島區首間「大型服務中心」暨「自由體驗中心」。

成立該服務中心後,香港醫學美容服務的總服務面積已由23,650呎增加48%至35,138呎。

**Sell Buy**

自由買賣 無須授權

[www.MW801.com](http://www.MW801.com)

英皇金融證券集團  
Emperor Financial Capital Group

提供金銀、外匯、股票、期貨交易

縱橫匯海 財經網站  
[www.MW801.com](http://www.MW801.com)

(英皇金融證券集團金股匯期財經網站)

縱橫匯海財經網站乃英皇金融證券集團業務部投資顧問之網站

歡迎業內業外人士直接聯繫合作條件

手機 WhatsApp/WeChat: +852 9262 1888

Email: [GOLD@MW801.com](mailto:GOLD@MW801.com)

QQ/微訊 ID: 268021801

**24** 小時 無須授權

手機 / 網上買賣

**0** 佣金

電話: 2474 2229, 9262 1888, (86) 135 6070 1133

英皇尊貴理財中心  
EMPEROR VIP CENTRE

香港灣仔軒尼詩道288號英皇集團中心8樓801室

Rm. 801, 8/F., Emperor Group Centre, 288 Hennessy Road, Wan Chai, Hong Kong

風險聲明: 投資產品保證金交易涉及高風險, 未必適合所有投資者。高度的槓桿可為閣下帶來負面或正面的影響。閣下在買賣投資產品前, 應仔細考慮自己的投資目標、交易經驗以及風險承受能力。可能出現的情況包括受部分或全部初始投資的影響。而且, 閣下不應將無法承擔損失的資金用於投資。投資者應知悉投資產品保證金交易有關的一切風險。若有疑問, 請向獨立財務顧問查詢。