

# — 現代中國 —

21世紀是中國電子商務的時代：11月11日原本為內地單身漢節日「光棍節」，8年前阿里巴巴將其改變成網購節日，各電商以大額折扣推銷，並大受歡迎，近年已成為阿里年度盛事。阿里巴巴創辦人馬雲表示，電商已經成為中國內需的新動力，而「雙十一」只是強大消費的一小角。未來10年至15年，只要能好好把握消費者的需求，不論是線上或是實體店都會成功；未來10年至20年，商家們在「雙十一」中不會再鬥便宜，而是鬥價值和創新。

■林曦彤 特約資深通識科作者



「雙十一」顯示中國電商勢頭正勁。圖為學生在廣西藝術學院領取網購包裹。資料圖片

# 電商內需新動力 「雙十一」鬥創新

## 現代中國 + 全球化

1. 細閱以下資料：

資料A：2016年「雙十一」商貿情況

24小時的阿里巴巴「雙十一」網購節終於在歡呼聲中正式落幕，為今年再下一城的銷售額再刷新紀錄。全日的總商品交易額高達1,207億元人民幣（約1,375億港元），較去年大增32.3%，平均每秒交易額升至139.7萬元，低於市場預期。

「雙十一」行銷近年正通過一些跨境電商平台向海外蔓延。一些澳洲商家稱，中國的電商網購平台甚至在一定程度上改變了澳洲一些行業的生態。澳洲藍藍集團是一家生產化妝品、保健品、奶粉的企業。據悉，該公司6年前在天貓上開設官方旗艦店。以公司最暢銷產品綿羊油為例，目前年產量100萬瓶，其中一半銷往中國，80%是線上實現的。公司的天貓官方旗艦店銷量佔對華銷量的四分之一。 ■資料來源：綜合本港報刊

資料B：中國消費者於外國網站購買產品原因

原因(可選多於一項)	百分比
外國產品品質有保證	67.8%
產品稀缺：國內網站買不到	52.0%
外國產品種類豐富，可供選擇多	46.7%
曾出國購買外國產品，有繼續網購的意願	39.6%
其他原因	0.4%

■資料來源：綜合本港報刊

資料C：「雙十一」十大最高成交額品牌及主要產品類型

品牌	主要產品類型
小米	手機 / 電子產品
華為	手機
蘇寧易購	電子產品 / 綜合百貨
優衣庫	服飾
魅族	手機
海爾	電器
Sitrustr	室內設計 / 裝修
林氏林業	傢俬
樂視	電視 / 電子產品
聯通華盛	手機

■資料來源：綜合本港報刊

### 想一想

- (a) 參考資料，你認為近年的跨境網購對中國民衆的生活質素有什麼影響？試加以解釋。
- (b) 參考資料，近年電子商貿的發展如何促進經濟全球化？試加以解釋。

## 全球化

2. 細閱以下資料：

資料A：全球化指數前20名國家及地區

一份國際外交雜誌選出2015年全球化指數前20名的國家及地區。全球化指數根據4個範疇內的12項指標，評估各個國家和地區的全球化程度：

經濟融合：貿易、海外直接投資  
科技聯繫：互聯網使用者數目、互聯網主機數量等

人際聯繫：國際電話業務量、國際觀光旅遊等  
國際政治參與：參與國際組織的數目、簽訂國際條約的數目等

以下是全球化程度最高的20個國家及地區：

排名	國家及地區
1	新加坡
2	香港
3	荷蘭
4	瑞士
5	愛爾蘭
6	丹麥
7	美國
8	加拿大
9	約旦
10	愛沙尼亞
11	瑞典
12	英國
13	澳洲
14	奧地利
15	比利時
16	新西蘭
17	挪威
18	芬蘭
19	捷克
20	斯洛文尼亞

■資料來源：綜合本港報刊

資料B：對亞洲文化看法

自韓流襲港後，報讀韓語的收生率以倍數增長，以韓劇取景地點作主題的旅行團也如日方中。加上近年興盛的韓國滑雪團，誠然能深化外地觀眾對韓國的認識。不過，對於韓國歷史、民族精神、思想行為模式，以至價值觀，就因人而異。對韓國的想像，大部分也只靠零碎沒有系統的傳媒呈現中湊合。

隨着不同地區的經濟社會變遷，以青年為目標的全球商品文化在亞洲區興盛；不論時裝、流行音樂或

其他產品，也可能趨向單一。

而承着這亞洲潮流所生產的傳媒產品，也可能趨向放諸四海皆準的方程式：愛情、動作、恐怖，共治一爐，又或者在音樂上以歐美音樂作為參考，加上美人美景，主角均是流行音樂偶像。

故此，談及這些產品的「亞洲性」，其影響是否媲美歐美潮流，以至這些文化產品在個別本地地區所產生的迴響，恐怕也言之尚早。 ■資料來源：綜合本港報刊

資料C：香港飲食文化的輸入和輸出舉隅

輸入	輸出
麥當勞 在全球超過100個國家及地區有35,000間分店，1975年踏足香港，現於香港約有235間分店。其西方快餐文化對香港飲食文化影響深遠，成為港人生活的一部分。	添好運 香港本土點心專門店，分店遍及新加坡、台灣、越南、馬來西亞等地，2016年年底更會進軍日韓及美國。早前更獲美國美食網站評選為2015年亞洲最佳101家餐廳冠軍。
星巴克 國際知名連鎖咖啡店，在2000年進軍香港市場，至今在港分店數目已超過130間，遍及各商業和購物區，成功將美國的咖啡文化帶來香港，改變港人生活習慣。	利苑酒家 主打粵菜，除香港外，分店遍及澳門、內地多個省市及新加坡等地。

■資料來源：綜合本港報刊

### 想一想

- (a) 參考資料A，你認為香港在經濟、科技和人際聯繫方面有什麼表現，令香港能達至上述的全球化程度？試加以解釋。
- (b) 參考資料B和C，「全球化並非單向發展而是與在地化緊密融合着。」你是否同意這說法？試加以解釋。

## 全球化

3. 細閱以下資料：

資料A：「公平貿易」和「直接貿易」模式

項目	公平貿易	直接貿易
起源	1980年代開始，以認證制度來區分生產過程符合國際勞工規範的產品，鼓勵消費者購買，希望藉此扭轉全球貿易對農民的 unfair。	2000年代興起精品咖啡浪潮，咖啡師為了得到優質咖啡豆，跳過中間人直接赴咖啡產地跟咖啡農交易。
優點	咖啡農可避免商品市場價格波動影響，就算咖啡價格低迷時仍然可以獲「公平貿易」的價格保證；合作社將部分收入撥作改善社區用途。	咖啡農可掌握市場口味，並可以學習新方法提升咖啡豆質素，以賣得更好價錢；咖啡師與消費者可獲滿意的咖啡豆。
不足	參與認證須符合一定要求，並要繳交費用；咖啡質素無保證，農民也無從得知市場對其產品的看法。	精品咖啡市場仍然較小，影響有限。

■資料來源：綜合本港報刊

資料B：十大咖啡出口國排名 (2015年10月至2016年3月產量)

出口國排名	產量(萬包, 每包60公斤)
1. 巴西	1,877.5
2. 越南	1,145.0
3. 哥倫比亞	678.4
4. 印度	270.2
5. 洪都拉斯	234.0
6. 印尼	216.5
7. 烏干達	166.9
8. 秘魯	163.9
9. 埃塞俄比亞	123.9
10. 危地馬拉	121.0

■資料來源：綜合本港報刊

資料C：有關「公平貿易」與論

原則上，在經濟全球一體化的影響下，世界各國可以透過出入口來促進當地經濟發展，對以農業為主的發展中國家而言，國際自由貿易可以改善當地農民的生活水平，但對農民來說，脫貧卻是遙不可及。

為什麼呢？在資本主義的體制下，經濟和貿易自由是必然的條件。這體制下形成的大企業在不受限制的情況下迅速發展，並對較弱勢的一群施壓。農民和工人生產的回報被壓低，大企業用極低的價格購買農作物或聘請廉價勞工，他們只能接受卻沒有還價的能力。如果不賣或不幹，便只能眼白白看着農作物變壞和挨餓；大多數人連生產的最低成本也收不回，生活入不敷支。

於是，有人提出「公平貿易」，希望減少生產者在貿易中被大企業剝削的程度，保障發展中國家的農民及工人有合理的工作環境和回報，使他們能夠有尊嚴地生活。同時，減低生產過程對環境的傷害，締造一個可持續的國際貿易關係和公義的社會。

要使發展中國家的人們能夠得到合理的待遇，不僅是大企業的社會責任，消費者同樣擔當重要的角色。我們應該關心發展中國家的情況，例如國際運動品牌在發展中國家設廠為員工所提供的福利和保障，國際連鎖咖啡集團收購咖啡豆的價格等。若消費者只重視商品價格，只會加劇大財團對弱勢的欺壓，等同我們支持他們的行為。

同時，雖然公平貿易貨品可能比一般貴少許，但在經濟能力許可的情況下，也可多支持公平貿易的商品。其實在公平貿易下的貨品，生產者有較高的收入，也有較多的資源，較願意提高貨物的質素，所以即使以較高的價格購買，其實是物有所值的。 ■資料來源：綜合本港報刊

### 想一想

- (a) 參考資料A，提出一些可能成立的因素解釋為何直接貿易開始受到重視。
- (b) 參考資料，你認為在推動公平貿易上，何者應擔當最重要的角色？試加以解釋。

### 總結

「全球在地化」由「全球化」和「在地化」兩字結合而成，最早由英國社會學家Roland Robertson在1994年提出。當時大家在討論全球化現象時大多側重於「普世化」和「同質化」的單一發展，但全球化同時帶來多元面貌。各地區擔心其特色被瓦解或邊緣化，因而產生了地方危機感，故開始重新強調區域特色，發展自我風格，抵制全球化現象帶來的不良影響，以維護「在地」的認同感和區域特色，豐富文化的多元性。

另一方面，全球經濟一體化帶來的不公平，凸顯出公平貿易的重要性，加上普世價值和全球公民社會的影響力增強，以致公平貿易也日益備受關注。

### 延伸閱讀

- 《深圳跨境電商進口「黑五」打敗「雙十一」》，文匯網 <http://news.wenweipo.com/2016/11/28/IN1611280041.htm>
- 《WTO前總幹事：中國引領全球化需更開放》，香港《文匯報》 <http://paper.wenweipo.com/2016/12/04/CH1612040011.htm>
- 《從有機到公平貿易 保障自己惠及他人》，香港《文匯報》 <http://paper.wenweipo.com/2011/09/20/FC1109200006.htm>

■香港文匯報記者 戚鈺峰