# 豬年最後一淘

# 勿錯過集運截單日

還有不到兩個星期就到農曆新年，除了懷着快將放假的心情，辦年貨當然是每年必做的事，港人喜愛到淘寶選購賀年產品如利是封、揮春等，又或者是購買新傢具過年，今期數據生活為大家比較4間集運商的收費，以及農曆新年集運安排，助你輕鬆辦年貨。

■香港文匯報記者 殷考玲

**集運商收費比較**

| 集運商 | 首公斤收費 | 續重(每公斤計) | 內地存倉期 | 農曆新年集運安排 |
|---|---|---|---|---|
| 順豐速遞 | 自取23元、派送25元* | 自取8元、派送8元* | 20日 | 1月25日至29日不提供即日派送，1月30日恢復正常派件。 |
| 神州集運 | 自取大部分爲10元、派送14元* | 自取5至6元、派送5元* | 180日 | 1月18日東莞倉最後發貨，1月19日至2月2日暫停服務，2月3日回復正常發貨。 |
| 淘派集運 | 自取10元、派送13.9元* | 自取4.3元、派送2至4.5元* | 60日 | 1月19日最後收發貨日，2月1日內地倉恢復服務，2月4日香港倉開始運作。 |
| 多寶集運 | 自取10至14元、派送18元 | 自取8元、派送7元 | 60日 | 1月17日東莞倉最後發貨，1月18日至2月2日暫停收發，2月3日恢復正常服務。 |

註：*金額爲人民幣、其他爲港元；以上資料以各集運商公佈爲準 ■製表：記者 殷考玲

## 順豐速遞

### 送貨快 年假短

港人最常用的順豐速遞，是淘寶網的官方物流合作商之一，同樣也是香港和內地速遞業務龍頭，其派送速度和穩定性相對較高，香港的自取點網絡多，所以論方便和快捷相信順豐速遞有一定優勢，而質素也反映在價錢上，是比較的4間集運商中價錢最貴的一間，如果是自取的話，首公斤收費為23元人民幣，續重每公斤計為8元人民幣，內地貨倉存倉期有20日，而農曆新年期間仍維持部分服務，例如是年三十(24日)維持正常派件服務，另外於1月25日至29日就不提供即日派送，1月30日恢復正常派件。

## 神州集運

### 免費存倉期達180天

另一間集運商神州集運，是較為港人熟悉的內地集運商，於2011年成立，而且運費也親民，在香港的自取點覆蓋範圍廣有逾80個，收費方面如果是自取的話，大部分地點為首每公斤10元人民幣、續重每公斤計為5元人民幣，而且神州集運在東莞的集運倉有180日的免費存倉期，是4間集運商之中最長。此外，神州集運的集運模式相對自由度大，不限於淘寶，還可以將京東、當當、小米等網上平台的貨物寄到神州集運。至於農曆新年期間的服務方面，1月18日東莞倉最後發貨，1月19日至2月2日暫停服務，2月3日回復正常發貨。

## 多寶集運

### 放工時間貨車提貨

多寶集運與其他3間集運商不同的地方，就是該公司有提供流動自取站即利用小型貨車，在固定地點停泊提供取件服務，彈性比較大，大部分自取車的服務時間為下午5時至8時，方便收工時間取貨，另外多寶集運全港也設有數十個自取點。收費方面，如果是自取的話，首每公斤10至14港元、續重每公斤計為8港元。至於農曆新年期間的服務方面，1月17日東莞倉最後發貨，1月18日至2月2日暫停收貨及發貨，2月3日恢復正常服務。

## 淘派集運

### 續重收費最平

至於淘派集運比其他3間集運商相對較新，成立於2014年，自取點數目相對較少，全港自提點合作門市約逾60個，不過勝在價錢上有優惠，如果是自取的話，首每公斤10元人民幣、續重每公斤計為4.3元人民幣，續重收費是4間中最便宜，另外內地貨倉存倉期也有60日，至於農曆新年集運安排，1月19日為最後收發貨日，2月1日內地倉恢復服務，2月4日香港倉開始運作。

### 趕年關前收件運費較貴

總結來說，如果農曆新年放假期間，對收件服務有需求，可以選擇順豐速遞，因為放假期間仍維持部分服務，加上派送速度和穩定性也相對高，不過價錢就較貴。另一方面，需要有較長時間的存倉期，就要揀神州集運，其位於東莞的貨倉有180日的免費存倉期，同時又可以不限於淘寶的貨物，京東小米等網上平台的貨物也可寄到神州集運。至於追求價錢便宜的消費者，則可以選擇多寶集運和淘派集運，這兩間的價錢相對有競爭力。

## 優惠搶客 京東超市買199減100

臨近農曆新年，各大電商紛紛推出新年購買優惠搶生意，港人經常網購的京東商城，就做緊「新春搶年貨」，超市購買滿199元人民幣(下同)減100元，用mastercard滿99元現折10元，但因為每日數量有限，先到先得。此外，小家電滿399元減50元，還有多張商品券可供領取，如購物滿599元可減60元，滿999元可減100元。

### 淘寶家電滿300減30

此外，淘寶網當然也有做新年購買優惠，例如除舊佈新家，搶限量券減200元，又有15元無門檻紅包可以領取，部分傢具提供免運費。而且又有新年新家電每300元減30元。賀年食物當然不可缺少，食品滿120元減50元。

除了內地電商外，海外電商都推出不少辦年貨優惠，例如日本樂天國際市場就由即日起至4月30日，憑DBS信用卡購物，單筆訂單消費金額滿1萬日圓，便可即享1,500日圓折扣。而訂單運送地區只限香港，或日本境內由日本樂天的官方轉運服務夥伴提供的專屬轉運地址。

## 疫潮來襲 惟口罩不送港

近期武漢出現不明肺炎疫情，香港亦有疑似個案出現，香港市民急急做防疫措施，防疫用品如口罩、消毒搓手液等開始出現缺貨，如果香港消費者想透過淘寶和天貓等電商購入口罩，相信未必成功，有傳是因為自香港「反修例」示威潮爆發後，內地電商被禁止向香港輸出口罩等物資。

本港有部分藥房及網店的口罩已出現缺貨情況，即使有返貨價錢亦被搶高，以一盒50裝口罩售價約由50至79港元不等。

香港文匯報記者在香港登入淘寶網站，在搜尋「口罩」，結果顯示「非常抱歉，沒有找到口罩相關寶貝」。不過，到京東網站則可以搜尋到口罩出售。

本地不少網上做開韓國、日本的團購網購的網站，為應付本港突然急增的口罩需求，紛紛在韓國、日本購入當地的高質素口罩以應付需求把握商機。此外，網上購買口罩還可以到Amazon等外國平台，但相信取貨時間就較長。

# 玩具實體店存在價值——打開門讓孩子來玩

**香港文匯報訊** 在環球貿易緊張的情況下，香港玩具業面對種種挑戰，同時迎來新機遇。貿發局、工業總會、香港玩具協會、香港玩具廠商會聯合舉辦的「香港玩具業會議2020」日前閉幕，有與會嘉賓及展商探討了實體店如何應對電商、玩具廠搬離內地的利與弊，以及「STEM」玩具至安全認證「CE」等業界面對的議題。

接連幾家大型玩具連鎖店結業，令業界不得不面對存亡的問題：在互聯網年代，傳統玩具零售店要徹底改變應對變遷嗎？Reliance Brands集團業務副總裁Manu Sharma對這種說法不表認同，他明言實體店仍有很多不能取代的好處。

「我們提供非常精彩的購物體驗，這是在其他地方找不到的。」Sharma說。除了理想的訂價、電商和實體策略的組合外，一些親身體驗，例如與卡通人物見面、玩具示範和裝置、巡遊等，對家庭客戶群都有很大的吸引力，「只要你打開大門讓孩子來玩，顧客就會回來。」

貿發局經濟師潘焯匡亦很同意這種說法，他引述一項來自貿發局研究部的調查指出，對中國內地的家庭來說，在選購玩具時，網上店和實體店的銷售渠道同樣重要。今時今日，電商是內地民眾生活的一部分，惟局方在一個2018年年底進行的調查發現，雖然72%內地家長表示會在網上選購玩具，但同時多達71%家長稱會在玩具店選購，接着是超市和百貨公司。他認為，實體店可以讓小孩去感受玩具，而家長亦可以了解產品質素。

### 外資未掌握內地網購模式

越來越多零售品牌了解到倘要開拓內地市場，需要採用多元銷售渠道的策略，可是知易行難。功夫數據行政總裁Josh Gardner透露，很多品牌仍未能掌握網上渠道。在歐美等地，搜尋後購買仍然是主流，但在中國內地這模式已經太落後，因為主要銷售平台例如天貓和京東，他們已經與社交平台有機融合。外國品牌若要立足中國市場，須建立一個強大的品牌形象，包括進行聯合品牌推廣、跨平台銷售和網紅推廣。

隨着內地消費者越來越願意花錢在玩具上，潘焯匡提醒業界不能忽略具有STEM（即是科學、技術、工程及數學）概念的玩具。根據貿發局的調查，高達98%的內地父母曾經購買或有意慾購買STEM玩具給小孩。

### 家長更願花錢買STEM玩具

他們平均願意為每件STEM玩具支付414元人民幣，遠高於199元人民幣的一般玩具，反映STEM玩具能為玩具商帶來更理想的回報。

以歐洲為主要目標市場的玩具商須注意來年的轉變。歐洲玩具工業協會產品安全與規格高級總監及環球主管Christian Wetterberg指出，歐洲議會去年改選後，應對氣候改變成為歐洲的優先考慮標準；同時，越來越多玩具可以接駁互聯網，私隱問題亦備受關注。他預期，歐盟很大機會檢討玩具安全指引和其他相關法例，或禁售以非可持續物料生產的玩具。

### 英國脫歐 或重訂安全標準

英國脫歐將會成真，但英國與歐盟的經濟關係細則仍有待落實，Wetterberg指出，市場會為相關危機做好防範，同時業界對英國能否在正式脫歐後的11個月內與歐盟達成貿易協議抱有疑問。就玩具業的規例來說，英國可能會以UKCA代替既有的安全標籤CE，但長遠來說應該有更詳細的安全規例出台。

另外，德林國際美國總裁王傳泳則分享了將工廠搬離內地的利與弊。他指，內地工資不斷上升，令玩具廠商考慮是否撤走生產線。德林國際多年前已把部分生產線分流至越南。他坦言，越南當地勞工成本雖然較低，但也有其他問題，例如勞工技術較低令生產力下降、勞動力供應不充裕等等，同時隨着越南近年大力發展經濟，勞工成本同樣正在上升。該公司正考慮在其他亞洲國家設廠，包括柬埔寨、緬甸和印度。

■調查顯示家長會在網上選購玩具，但同時也喜歡在玩具店選購。