

# 雷軍親自帶貨 2小時銷售額破億

## 觀看人數超過5000萬 破抖音紀錄

新冠疫情令內地興起帶貨直播的熱潮，近期雖有所回落，但名人帶貨的威力仍不容小覷。8月16日晚間，小米董事長兼CEO雷軍就在抖音上開啟了首場直播帶貨，首秀戰績堪比網紅，包括1,000台透明電視在內的眾多商品一推出便「秒光」售罄，開播2小時內支付金額破億元（人民幣，下同），直播觀看人數突破了5,053萬，兩份數據雙雙打破平台紀錄。

■香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道

「貨不夠啊，再補；貨又沒了，再加點」，這是雷軍首秀的直播間裏，消費者刷屏最多的一句話。從晚上八點開播，到十點已經獲得超過1億的點讚數。其間雷軍推薦的小米商品，往往是剛上架便被數千萬的消費者秒殺購買，惹得買不到貨的人紛紛催促雷軍加大力度補貨。此次雷軍直播帶貨一共上架了20多款產品，包括小米手機、筆、電池、體重秤、電視機等。商品售價在1元至49,999元之間。

很多網友將雷軍當成了網紅追捧，直播期間瘋狂刷禮物。雷軍不得不親自叫停，稱「我們不能這樣要禮物，我們來這裏主要是送禮物的」。有網友留言打趣：「雷總的頭髮是怎麼保養的，程序員頭髮都掉光了。」雷軍幽默地表示，因自己頭髮濃密被質疑是假程序員，提醒大家要保護好頭髮，「每個人頭頂都是一棟別墅。」有網友稱想要雷總簽名版手機，他亦笑言：「我有這麼多粉絲，如果你們想要雷總簽名版手機，請在抖音裏面打出來，讓我也高興一下。」

### 近5萬元透明電視亦搶光

不少米粉表示，商品單價有便宜的也有貴的，但直播間中放出的都是福利價，搶到就賺到，這也是直播間可以吸引5,000多萬消費者的原因。就算是價格最貴的10台售價49,999元的小米透明電視，亦是剛一上架，瞬間賣完。很多沒有購買到的消費者只能自嘲「手速慢，錯過幾個億」。還有消費者稱，「買不到貴的，哪怕搶到電池，筆，小夜燈，驅蚊器也是賺到了呀。」

### 影響力不輸流量明星

雷軍可以直播破紀錄，和其話題性和知名度不無關係。不少追捧雷軍的消費者稱，雷軍是小米公司最「閃亮」的一張名片，因此作為雷軍的粉絲，肯對他推薦的商品照單全收。還有人稱，雷軍的影響力不輸流量明星，因為喜歡雷軍而購買小米，目前家中已經全套小米產品了。

從直播結束後小米公布的成績來看，除了銷售金額和觀看人數破紀錄外，還有很多數據都令人咋舌，比如訂單數量57萬，秒殺福利40萬份，抖音熱點榜第一。另外，直播期間銷售最火的三款產品分別是小米10至尊紀念版，銷售額超過了6,430萬元，紅米K30至尊紀念版銷售額超過了2,172萬元，紅米98吋電視銷售額超過了1,187萬元。不過，小米10至尊紀念版，有部分沒有售完。

### 雷軍帶貨紀錄

銷售金額 <b>2.1億元</b>	秒殺福利 <b>40萬份</b>
累計觀看人數 <b>5,053萬</b>	抖音相關話題視頻播放量 <b>突破5億</b>
訂單數量 <b>破57萬</b>	

### 直播間爆款

	小米10至尊紀念版 <b>銷售額6,430萬元</b>
	Redmi K30至尊紀念版 <b>銷售額2,172萬元</b>
	Redmi智能電視MAX 98" <b>銷售額1,187萬元</b>



不少追捧雷軍的消費者稱，雷軍是小米公司最「閃亮」的一張名片，因此作為雷軍的粉絲，肯定對他推薦的商品照單全收。

商業界名人直播帶貨效應屢試不爽，粉絲們將對自己偶像的喜歡之情，在直播間裏轉換成了真金白銀。錘子科技創始人羅永浩首次直播亦曾打破過當時抖音平台的帶貨紀錄，格力空調董明珠、攜程梁建章等，均在直播帶貨中有着驚人表現。不過隨着新鮮感的過去，消費者開始出現審美疲勞，翻車的例子不在少數。

## 舵手輪流上場 新鮮感恐不再

在雷軍打破抖音直播帶貨紀錄之前，這個平台的紀錄保持者是羅永浩。他於8月7日在抖音直播間開播90分鐘成交額突破1.5億元，而他此前4月1日的首次直播，亦創下當時抖音直播間觀看人數超過了4,800萬人的紀錄。董明珠自4月開播首場直播後，直至6月18日共進行過5場直播帶貨，帶貨額突破100億元。梁建章亦在截至7月29日的40餘「BOSS直播」中，交出了累計GMV（成交總額）破11億元成績。

### 專業度不足易「翻車」

商業大佬直播儘管吸引眼球，但專業度仍待提高。董明珠首次帶貨就出現了「翻車」，全程視頻卡頓，畫面甚至多次中斷。羅永浩首戰告捷後，後面幾次直播亦頻頻出現翻車，多次出現產品品控問題，甚至價格不能做到全網最低。「翻車」後遺症十分明顯，羅永浩首秀人數突破4,000萬，但之後觀看人數一路下滑，最低幾次只有100多萬，帶貨銷售額也因為「翻車」有幾次只能保持在百萬級別。

■香港文匯報記者 孔雯瓊

## 拼多多「賤賣」特斯拉 傳新車已交付

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）最近內地車市上，拼多多低於特斯拉官方定價數萬元（人民幣，下同）向消費者出售Model 3一事鬧得沸沸揚揚，特斯拉聲明未曾與拼多多進行團購合作，且以「不符合交付政策」拒絕交付車輛。不過，有上海車主表示已經順利提车。

特斯拉方面昨回應稱，上海車主「全程都是拼多多的用戶客戶信息代為下單」，支持因被團購活動誤導而無法交車的消費者向活動方維權。

### 團購價平4萬元

一直大搞百萬補貼的拼多多，7月下旬在其平台上推出一項「團購特斯拉Model 3標準續航版」的活動，活動為拼多多和其平台上的商家宜買車共同發起，團購售價為25.18萬元，相較特斯拉官方同款车型的29.18萬元售價，整整便宜了4萬元。特斯拉之後迅速回應，稱從未與宜買車或拼多多進行團購合作，更沒有銷售委託或為此活動向商家或拼多多銷售過車輛。

拼多多未理會特斯拉首次發聲，照常進行了團購，有5名消費者通過拼多多購買了特斯拉Model 3。但進入車輛交付環節時，特斯拉拒絕向拼多多團購車主交付Model 3，並稱這一活動不符合特斯拉的交付政策。

中國電子商務協會政策法律委員會委員、網經社電子商務研究中心高級特約研究員張延來律師表示，特斯拉拒付行為，實際上並非針對消費者，而是針對向消費者進行補貼的第三方拼多多，因為特斯拉堅持直營銷售模式的目的是跟用戶直接進行互動，但第三方的介入使得其一對一銷售的渠道受到了影響，用戶的關注度和流量因此被分流了。另外，還有業內人士認為，拼多多在未獲得特斯拉許可的情況下「賤賣」特斯拉部分車型，或將破壞特斯拉直營模式，極大衝擊特斯拉售價的穩定性。

### 特斯拉捍衛直營模式

儘管特斯拉「懟」拼多多時態度強硬，但仍舊支持消費者。上海已有車主通過拼多多購車後順利提车，並表示特



■特斯拉位於上海的一個交付中心。香港文匯報記者孔雯瓊 攝

斯拉並沒有為難之處。特斯拉對此表示，上海車主「全程都是拼多多的用戶客戶信息代為下單」。又稱支持因被團購活動誤導而無法交車的消費者向活動方維權，並將盡可能地為消費者提供所需的法律援助。如果消費者願意通過特斯拉正規途徑重新下單，將對消費者因此產生的時間與精力損失提供相應的彌補。

特斯拉亦強調，表示會堅守「直營模式」，這種模式才是真正符合消費者最大利益的銷售模式。購車的消費者也不會因為信息不對稱而被「宰」，不會因為銷售渠道複雜而買到來路不明的產品，更不需要為了拿到一個「最低價格」辛苦地跑去省提車。

## 高追壹傳媒 散戶料輸10億

香港文匯報訊（記者 周紹基）壹傳媒(0282)股價持續受壓，昨再跌8.8%，有交易員相信，該股炒風或近尾聲，在早前較高位買入的股民日後會更難平手「脫身」。有市場人士表示，今次高追的散戶估計涉資逾10億元，若壹傳媒變回仙股的話，則這些資金就接近蒸發殆盡。若每名散戶平均投資5萬元，就有2萬個散戶輸錢，情況相當淒慘。

有市場人士相信，由於今次減持壹傳媒的並非坐擁龐大股權的大股東，只是個別大手莊家想炒高價套現，故此若莊家手上貨源出盡，他們也沒理由繼續托市，所以後市再大升會較難。至於餘下的一眾在高位「中伏」的股民，處境較堪虞。

中央證券結算持股顯示，五大散戶平台包括滙豐、中銀、恒生、富途及耀才截至8月13日的持倉對比8

月6日合共淨增1.16億股，考慮壹傳媒超高換手率，他預料，在0.4至1.96元間買入該股的股民，接近全輸，大批散戶已經「坐艇」，估計涉資逾10億元。

### 股價跌8.8% 成交大縮水

他認為，該批股民會願繼續「坐艇」也不甘心蝕賣，故此該股將會繼續反覆跌下去，且會持續一段較長時間。壹傳媒昨日開市不久即見全日最高位0.42元，之後股價拾級而落，全日收報0.365元，再挫8.8%，成交也大幅回落至僅3,460萬元。相比上周二二高峰成交額逾40億元，目前交投僅及當日的8.7%。

港股方面，雖然中美關係仍緊張，並研究擴大打壓中國科企，但美國也表明滿意中國購買美農產品的進度，也表示華為仍是美國重點

打擊的目標，令市場氣氛得以回暖。

在人行「放水」令A股急升下，港股昨最多升過405點，惟交投不足使升幅受限，全日僅升164點報25,347點，成交額約1,290億元。

### 染藍無力撐 阿里跌1.6%

恒指上周五檢後宣布阿里巴巴(9988)及小米(1810)「染藍」，但特朗普威脅進一步禁制更多中國企業，包括阿里巴巴，加上淡馬錫減持阿里ADS，令阿里要跌1.6%報242.8元。但小米則大升5.6%，收報16.2元。美團(3690)染藍落空，僅獲納入國指，股價反覆低收0.7%。藥明(2689)意外染藍，該股升4.7%報169元。將別出恒指的信置(0083)及神華(1088)及旺旺(0151)表現各異，信置及旺旺跌3.8及3.2%，神華卻反

覆高收1.2%。

### 郭思治：港股站在分叉路

股票分析師協會副主席郭思治表示，港股自3月份低位反彈開始，至今已形成了一條「上升通道」，在底部有100天線即24,300點支持，上望26,000點至27,000點區間，但他特別提醒，新經濟股已累積了巨大升幅，再追便有投機成份，相信中短期將大幅回吐，建議投資者目前觀望為上。相反，由於傳統經濟股低迷，吸引了資金追逐，所以近期金融股已率先見回升勢頭。

他又認為，港股目前正處「分叉路」，可能會出現兩極走勢，若美國大選有不明朗因素出現，港股有可能大跌至23,000點；如果疫情好轉，經濟數據回升，恒指上升至26,000至27,000點也有可能。

## 煤氣中期少賺31% 派息不變

香港文匯報訊（記者 梁悅琴）受新冠肺炎病毒疫情影響工商業煤氣銷售量、及投資物業重估減值影響，中華煤氣(0003)中期錄得股東應佔稅後溢利26.7億元，按年跌31.4%，每股盈利15仙，中期息維持每股派12仙。

### 新居入伙減 爐具銷量跌18%

中華煤氣主席李家傑及李家誠於業績報告中指出，上半年疫情肆虐全球，本港受疫情及相關之防疫措施影響，入境旅客大幅減少，餐飲、零售、旅遊及酒店業皆受到嚴峻衝擊，結業潮浮現，失業率上升，經濟收縮，工商業煤氣銷售量因而較去年同期下降；而住宅煤氣銷售量則由於在家居煮食及熱水用量增加帶動而有所上升。整體而言，今年上半年本港煤氣銷售量按年下降3.9%；疫情下新居入伙減少，市民消費意慾疲弱，本港爐具銷售量亦較去年同期下降17.5%。客戶數目達1,935,512戶，較2019年底增加1,785戶。

面對充滿挑戰之本地營商環境，李家傑及李家誠表示，長遠而言，本港煤氣業務仍受惠於房屋供應之增加及工商業之煤氣應用，預計未來數年將維持穩定而理想之發展。集團之管道燃氣業務在香港和內地之客戶數目亦持續增長。同時，集團亦正積極於珠江三角洲一帶發展環保項目，以配合國家發展粵港澳大灣區之政策，抓緊投資機遇。