



作者：
Dillon Jaghory
研究分析師

日期：2021 年 11 月 9 日
題目：國際、主題



GLOBAL X ETF 研究

中國光棍節的五個關鍵詞

中國的光棍節是全球最重大的商業活動之一，銷售額經常超越美國的黑色星期五。源自 1990 年代南京大學幾位大學生之間的小活動，光棍節於 2000 年代開始演變成一個重大的購物節日。[在線購物平台如淘寶網上購物平台如淘寶](#)、天貓、京東、拼多多等，每年都搶奪中國新興的中產階級消費者。2020 年，阿里巴巴和京東的商品總價值 (GMV) 達到 1150 億美元。¹

本文將探討目前正在塑造 2021 年光棍節的趨勢。

關鍵要點：

- 網紅在網路直播中展示產品的直播商務近年迅速崛起。新冠肺炎只是加速了這趨勢的發展。據報導，2021 年 10 月 20 日，兩名網紅通過在淘寶上的 12 小時網路直播產生了 28 億美元的收入。²
- 將包裹送到億萬消費者手中儼如一場戰爭，需要「智慧物流」和「綠色物流」的妥善結合。阿里巴巴的光棍節包裹運送量從 2013 年的 2 億增至 2019 年的 13 億。³
- 監管機構正在討論為資本擴張設置「紅綠燈」，主要基於 2021 年經常登上頭條的反壟斷調查。因此，2021 年光棍節的競爭格局可能會有不同。
- 「種草」這個術語指消費者在社交媒體上推廣他們購買的商品。在阿里巴巴基於「種草」理念推出活動的同時，競爭對手也在推出自己的創新活動。
- 替代融資方案正變得越來越普遍，例如消費者提前支付訂金，然後在一段時間後支付餘額。年輕消費者拿他們的衝動購物來開玩笑，稱自己為「餘額支付者」。

中國為全球最大電子商務活動做好準備

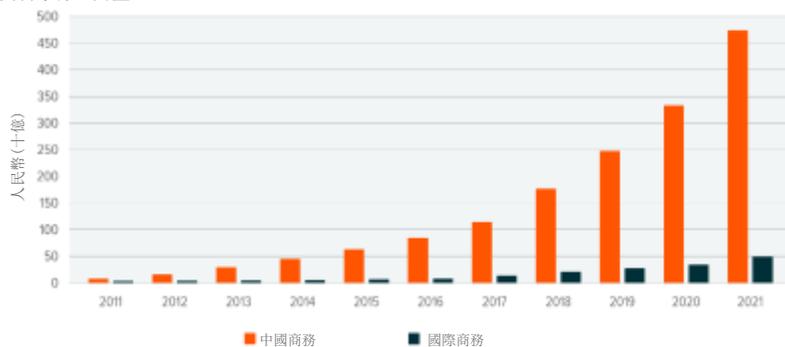
光棍節可追溯到 1993 年，起源於南京大學感到於**於情人節**被排除在**在情人節以外**的單身學生的校園傳統。這個校園傳統傳遍全國，成為非官方節日。2009 年，在其杭州總部的會議室裡，阿里巴巴的戰略家們將光棍節確定為大型折扣促銷活動的理想時機。阿里巴巴的首個光棍節購物熱潮大獲成功，成為一年一度的傳統。

作為發起首屆光棍節購物熱潮的公司，阿里巴巴受**益惠**匪淺。其國內電子商務年收入從 2009 年的 12 億美元增長到 2020 年的 520 億美元，增長近 62 倍。⁴然而，阿里巴巴面對強大的競爭對手，試圖通過自己的營銷活動將假期拉往新的方向。



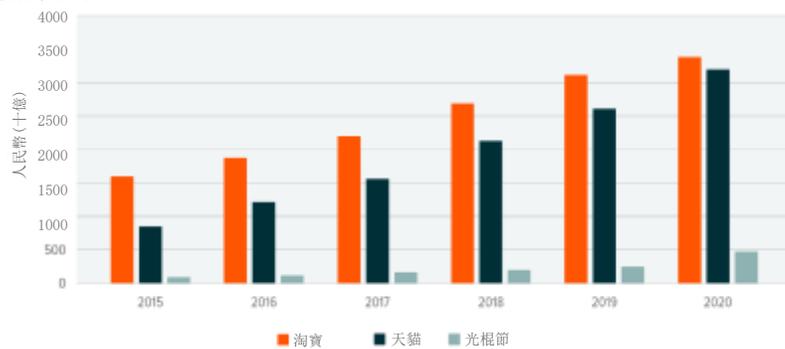
2011-2021 財政年度阿里巴巴電子商務收入

資料來源：阿里巴巴



阿里巴巴商品總價值

資料來源：阿里巴巴。

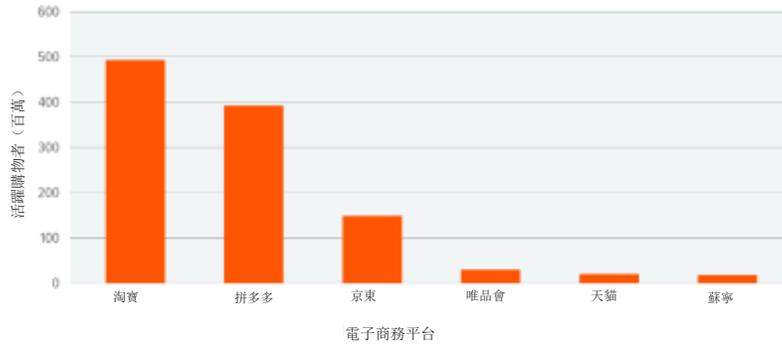


在這張圖表中，光棍節商品總價值涵蓋11月1日至11月11日之間的10天，為淘寶和天貓的商品總價值的總和。在這段短時間內產生了不成比例的高額商品總價值。

今年購物熱潮的主要受關注平台包括淘寶（阿里巴巴）、天貓（阿里巴巴）、京東和拼多多。其他不可忽視的平台還有抖音、快手和小紅書，它們是最近進軍直播商務的影片分享和網路直播平台。

2020 年光棍節的活躍購物者

資料來源：北京貴士信息科技有限公司。



在 2009 年至 2018 年間，智能手機的普及、4G 滲透率的提高以及支付寶和微信支付等金融科技工具融入日常生活，徹底改變了中國電子商務的競爭環境。自 2019 年以來，多項新趨勢(如直播商務和反壟斷法規)正在進一步重塑光棍節。

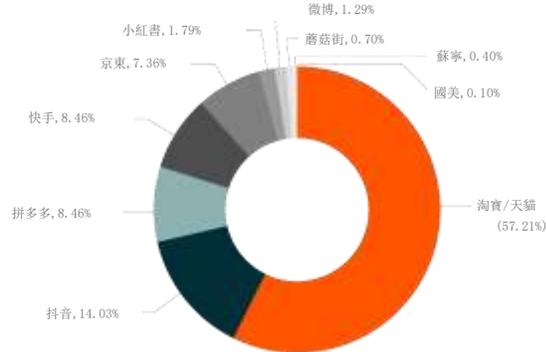
「直播商務」：網紅席捲電子商務

大約在 2015 年和 2016 年，網路直播服務成為在中國廣受歡迎的互動娛樂形式。阿里巴巴**認定肯定**了這個趨勢，並於 2016 年推出了淘寶直播。在此之前，影片共享網站上的產品影片評論很是常見，但網路直播增加了一個新的互動**維度層次**，這在以前是完全不可能的。通過直播商務，數以千計的觀眾可以向關鍵意見領袖 (KOL) 提出問題，他們可以**握著**手上的實際產品實時回答。

也許最重要的是當 KOL 發言時，這些直播商務平台可將產品鏈結直接推送給觀眾。這打開了機會之窗，**期許**讓 KOL 將觀眾轉化為買家。鑑於中國市場規模龐大，一次成功的網路直播可以發揮驚人的力量。淘寶數據顯示 10 月 20 日，李佳琦和薇婭兩位網紅一次 12 小時的直播就創造了超過 28 億美元的收入。⁵

2020 年光棍節中國消費者偏好的直播商務平台

資料來源：庫潤數據。



在 2020 年光棍節之前，新冠肺炎危機成為促進直播商務進一步增長的催化劑。疫情初期，無法出門的中國消費者通過直播商務重新創造互動購物體驗。在初期爆發喘定之後，零星的小型爆發仍導致部分鎖國，使留於家中成為吸引的選擇。2021 年第三季度，Delta 疫情爆發抑制國內旅行的欲望，然後光棍節隨之而來。

「綠色物流」：物流公司為作戰做好準備

向數億消費者運送包裹的艱鉅任務對物流公司來說既是挑戰，也是機遇。媒體報導經常以戰爭術語形容這項工作。可幸的是，人工智能、機械人和大數據分析等新技術的結合使這項工作變得較易管理。採用智能物流的趨勢已經改變並將繼續改變光棍節。

隨著光棍節物流變得更加智能化，人們也在推動使其綠色化。為此，在中國快遞協會的指導下，順豐、蘇寧物流、菜鳥（阿里巴巴的物流子公司）等主要快遞公司今年簽署了《綠色光棍節》承諾書。⁶為兌現承諾，阿里巴巴還在天貓推出了 1560 萬美元的綠色代用券，並通過菜鳥舉行大規模回收活動。⁷

中國東北地區的電力短缺突顯了環境和可持續性問題，這意味著任何「綠色光棍節」倡議均可能會受到更嚴格的審查和問責。

「紅綠燈」：電子商務巨頭根據反壟斷政策進行調整

2021 年不僅對中國消費互聯網公司來說是關鍵的一年，對更廣泛的中國投資世界來說也是如此。在對阿里巴巴和京東等科技巨頭發起反壟斷調查後，習主席在 8 月發表講話，預示向共同富裕範式的轉變。除此之外，監管機構正在討論設置「紅綠燈」系統，以管理壟斷的擴張。⁸

今年的光棍節將是向共同富裕範式轉變後的第一個光棍節，也是重大電子商務反壟斷措施實施後的第一個光棍節。轉向共同富裕意味著今年將更加重視可持續性和造福社會。

一項反壟斷調查發現阿里巴巴在作出不公平行為後於 4 月份被罰款 28 億美元，例如強迫在線商家選擇並承諾只使用一個電子商務平台。在各電子商務平台爭拗和商家投訴持續多年之後，阿里巴巴被罰款發出了一個明確的信息，就是「二選一」的做法將不再被接受。今年稍後時間，監管機構敦促科技公司停止封鎖競爭對手鏈結。⁹騰訊回應將在其微信平台上放寬競爭對手鏈結的限制，包括電子商務網站。反壟斷運動可能會在一定

程度上為今年和以後的光棍節提供公平的競爭環境。

「種草」：社交媒體網絡加速購物趨勢發展

爭取購買者注意力的鬥爭從很多方面來說都是爭取消費者注意力的鬥爭。社交媒體自然成為進行此舉的戰場。公司正在尋找方法通過創新的營銷活動將光棍節購物熱潮拉向自己。

阿里巴巴的「種草」活動就是一個很好的例子。「種草」指在線用戶在購買商品後，在社交媒體上推薦給他們的網絡。俚語「拔草」指在線用戶看到推薦並進行購買，通常是衝動購買。

阿里巴巴今年在淘寶上新增了一項名為「種草機」的功能。用戶在搜索欄中輸入他們的購物需求，就會看到一連串「種草」影片，以及網紅、線上名人和喜劇演員的帖子文章。該功能還包括彩票和慈善捐贈選項。

平台	背景資料
淘寶/天貓	<ul style="list-style-type: none"> - 由阿里巴巴持有 - 月活躍用戶合計 4.9206 億 (淘寶 4.41 億, 天貓 5070 萬)¹⁰ - 淘寶主要是客戶對客戶 (C2C), 天貓主要是企業對客戶 (B2C) <p>2021 光棍節新功能:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 「種草機」
京東	<ul style="list-style-type: none"> - 由京東持有 - 月活躍用戶 1.9866 億¹¹ - 自設物流網絡的企業對客戶平台¹² <p>2021 光棍節策略:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 與達達集團推出「Shop Now」合資項目¹³ - 在主頁上新增「附近商店」部分 - 在此新增部分購物, 消費者可以在一小時內或可能只在幾分鐘內收到產品¹⁴
拼多多	<ul style="list-style-type: none"> - 由拼多多持有 - 月活躍用戶達 2.3105 億¹⁵ - 專注於種植 - 允許用戶進行團購, 以獲得折扣 - 發達程度較低的三、四、五線城市用戶佔較大份額¹⁶ <p>2021 光棍節新功能:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 一天之內消費 100 元的用戶有機會獲得人民幣 15 元的優惠券¹⁷

Formatted Table

Formatted: Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt

Formatted: Font: 10 pt

「餘額支付者」：新的支付方案吸引年輕消費者

近年, 電子商務平台推出了新的支付方案, 吸引消費者點擊購買按鈕。其中一個例子是使用分期付款計劃,

買家在光棍節之前支付訂金，之後還清餘額。此方案類似先買後付 (BNPL)，西方電子商務巨頭已經向他們的購物者成功推廣。2020 年，網絡俚語「餘額支付者」(粗略翻譯)在社交媒體平台微博上走紅，戲謔地指年輕消費者過分依賴餘額支付方案，事後後悔莫及。

餘額支付方案的使用始於多年前，並不是 2021 年獨有的。2021 年金融科技的獨有之處是數碼人民幣 (eCNY) 的出現。數碼人民幣是中國人民銀行發行的數碼貨幣，其價值與人民幣掛鈎。在整個 2021 年，中國政府鼓勵公眾下載其數碼錢包應用程式，並使用數碼人民幣進行交易。數碼人民幣仍未被廣泛採用，但擁有與支付寶和微信支付等主導金融科技工具競爭的潛力，這兩者都在電子商務中扮演著重要的角色。

結論

經過一年的重大監管轉變和在意想不到的挑戰中為保持經濟復甦勢頭所作的努力，光棍節將成為未來中國電子商務和消費模式的良好指標。過去數年，直播商務、新支付方案和綠色物流趨勢已重塑了光棍節。雖然以上趨勢繼續產生影響，但由於意義深遠的反壟斷行動和向共同富裕的轉變，今年將是特別的一年。雖然以上趨勢的影響加上第三、四季度意外不利因素為今年增加了一些不確定性，但阿里巴巴今年光棍節商品總價值預計將達到 850 億美元，高於 2020 年的 741 億美元。¹⁸

1. 消費者新聞與商業頻道, "Alibaba, JD set new records to rack up record \$115 billion of sales on Singles Day as regulations loom" (隨著法規的臨近, 阿里巴巴和京東光棍節銷售額創下 1150 億美元新高), 2020 年 11 月 12 日。
2. 新浪財經, "After selling 18bn yuan in products in one sitting, how much do Austin Li and Viya have to pay in taxes?" (一次售出人民幣 180 億元產品, 李佳琦和薇婭要交多少稅?), 2021 年 10 月 22 日。
3. 路透社, "A look at Alibaba's 'Double 11' shopping holiday, the world's largest online retail event" (窺探阿里巴巴「雙十一」購物節——全球最大在線零售活動), 2019 年 11 月 8 日。
4. 阿里巴巴, 截至 2021 年 5 月。
5. 新浪財經, "After selling 18bn yuan in products in one sitting, how much do Austin Li and Viya have to pay in taxes?" (一次賣出人民幣 180 億元產品, 李佳琦和薇婭要交多少稅?), 2021 年 10 月 22 日。
6. 中國產業經濟信息網, "Suning Logistics, Shunfeng, etc, 18 delivery companies agree on green Singles' Day initiative" (蘇寧物流、順豐等 18 間快遞企業同意綠色光棍節倡議), 2021 年 10 月 20 日。
7. 《南華早報》, "Alibaba plays up social responsibility ahead of Singles' Day amid Beijing's 'common prosperity' push" (在北京「共同富裕」的推動下, 阿里巴巴在光棍節前履行社會責任), 2021 年 10 月 20 日。
8. 中共中央紀律檢查委員會, "Setting a traffic light for capital expansion: Anti-monopoly is about more than freedom to listen to songs, it is about fair market competition" (為資本擴張設置紅綠燈: 反壟斷不僅是聽歌自由, 而是公平市場競爭), 2021 年 9 月 11 日。
9. 路透社, "In fresh regulatory move, China tells tech giants to stop blocking rival's links" (在新的監管舉措中, 中國敦促科技巨頭停止封鎖競爭對手鏈結), 2021 年 9 月 13 日。
10. 艾媒諮詢, 截至 2021 年 6 月。
11. 同上。
12. 萬里富 "The 3 biggest misconceptions about JD.com" (關於京東的三大誤解), 2018 年 3 月 13 日。
13. 中國互聯網觀察, "JD launched one-hour delivery service with Dada" (京東與達達合作推出一小時送貨服務), 2021 年 10 月 16 日。
14. 上官新聞, "What will E-commerce platforms rely on to retain consumers after the end of 'choose one out of two'?" (「二選一」結束後, 電子商務平台憑什麼留住消費者?), 2021 年 10 月 29 日。
15. 艾媒諮詢, 截至 2021 年 6 月。

16. TechCrunch, “The incredible rise of Pinduoduo, China’s newest force in e-commerce” (拼多多的驚人崛起，中國電子商務的最新力量), 2018年7月26日。

17. 上官新聞, “What will E-commerce platforms rely on to retain consumers after the end of ‘choose one out of two’?” (「二選一」結束後，電子商務平台憑什麼留住消費者?), 2021年10月29日。

18. App Annie, “Holiday season mobile shopping set for further boom across APAC” (全亞太地區假日季節流動購物將進一步激增), 2021年10月18日。

投資涉及風險，包括可能損失本金。國際投資可能會涉及因貨幣價值的不利波動、一般公認會計原則的差異或其他國家的經濟或政治不穩定而帶來資本損失的風險。新興市場涉及與相同因素相關的更高風險，以及更大的波幅和更低的交投量。專注於單一國家的證券和焦點集中的投資或會帶來更大波幅。科技領域證券投資受科技產品週期快速變化、快速產品淘汰、政府監管以及國內外競爭加劇（包括來自較低生產成本國外對手的競爭）影響。技術公司及高度依賴技術的公司往往較大市更為波動，並且亦嚴重依賴專利及知識產權。

