

# 美感恩節前網購 2231億新高

## 調查：7成人 仍擬往實體店購物

美國踏入感恩節假期，是各大商戶割價大特賣的零售旺季。但網上購物熱潮早已在月初展開，截至本月21日的網購消費已逾286億美元（約2,231億港元）創新高，按年增18%。

惟這不代表實體店被徹底取代，德勤（Deloitte）調查顯示，仍有7成受訪者計劃往實體店購物。

■本報記者 林嘉莉

### 「網絡星期一」消費 料達515億

Adobe Analytics 數據資料顯示，在11月首21天，每日網購銷售均超過10億美元（約78億港元）；而去年同期只有19日達同等水平。

公司預期，下周「網絡星期一」網購消費亦會破紀錄，達到66億美元（約515億港元）；全個感恩節假期，網購銷售可達197億美元（約1,537億港元）。

全年總網上消費可達到1,074億美元（約8,377億港元），按年增長13.8%。

### 預計購物開支 人均3330元

Adobe 分析師加夫尼（Tamara Gaffney）表示，網購表現強勁主因是美國經濟表現良好，但並不代表消費者的消費模式由實體店改為網上購物，消費者於兩個方面的支出均有增加。

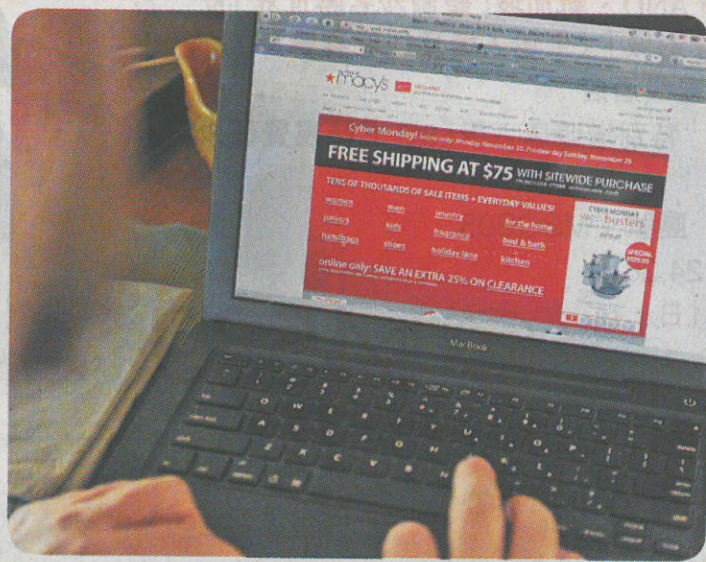
德勤亦訪問了1,200名位於美國不同州份的消費者，80%受訪者計劃會於「黑色星期五」購物。

### 4成人先上網搜尋想購貨品

7成人計劃前往實體店消費；47%受訪者則打算網購，較去年同期的55%少。

平均每名受訪者計劃花費約427美元（約3,330港元），4成人指可能再作更多消費，勝去年同期的400美元（約3,120港元）；每名受訪者平均花費約52%的預算於網購，46%則花於實體店。

有約4成人會先上網搜尋想購買的貨品，比較於不同商店的售價，再前往實體店購買。



美國人今年在感恩節前展開網購熱潮，本月首21天的網購消費已逾286億美元。（法新社資料圖片）

時段	網購消費額	相比去年
本月首21日	286億	+17.9%
感恩節	28億*	+15%
黑色星期五	50億*	+16.4%
網絡星期一	66億*	+16.5%
全年	1,074億*	+13.8%

註：\*預計數字；單位為美元  
資料來源：Adobe



搶佔先機

## 零售商搶客 提早至感恩節營業

除了網購熾熱，美國各大零售商亦力求在感恩節假期期間搶生意，甚至紛紛提早至感恩節下午營業，增加客人光顧機會。

### 近兩月零售額料達5萬億

零售業過往集中在感恩節後的黑色星期五（Black Friday）割價傾銷，但近年為搶客已不斷提早開門，甚至在感恩節當日營業應市。

今年，沃爾瑪周四會全日營業；大型百貨店J.C. Penney亦提早至周四下午2時開門，至周五晚10時才休息。Macy's、Target、玩具反斗城、Best Buy等大型零售商則於周四傍晚開始營業。

全國零售協會（NRF）預料在今年假期，扣除汽

車、汽油和外出用膳開支後，零售開支升幅介乎3.6%至4%，11月和12月零售額有望達6,820億美元（約5.3萬億港元）。

### 實體店網上購物 料1.64億人次

雖然消費者普遍於月初已準備迎戰購物旺季，但相信黑色星期五仍是最暢旺的一日，對零售商業績具指標性影響。

NRF 預料在整個感恩節假期，即感恩節至下周一的「網絡星期一」（Cyber Monday，27日），多達1.64億人次到實體店或網上購物。



實體零售店紛紛在感恩節開門營業，務求爭取更多顧客。（法新社資料圖片）