

美感恩節前搶開網購 3周2488億元

零售商紛減價促銷 電腦劈價15%最多

美國周四踏入感恩節假期，各大零售商紛紛減價促銷，而美國網購熱潮已於月初展開，截至本月20日的網購消費已逾319億美元（約2,488億港元），創紀錄新高。

連同「黑色星期五」（Black Friday）、「網絡星期一」（Cyber Monday）的5日消費高峰期，美國人網購消費亦可望創新高，達到234億美元（約1,825億港元）。

■本報記者

Adobe Analytics 數據顯示，截至本月20日的網購消費，按年大增近17%至319億美元，明顯高於去年同期的286億美元。

黑色星期五網購 料按年升17%

在本月首20日期間，零售商提供的折扣主要集中在電腦、電視機和玩具，其中電腦減價幅度最大，平均達15.4%。



美國踏入黑色星期五，年底消費旺季，各商戶提供瘋狂折扣正式開始，吸引消費者掃貨。（法新社資料圖片）

Adobe Analytics 亦統計零售商網站流量，發現美國人大多直接進入零售商網站購物，佔整體27.4%；其次為透過點擊零售商在搜尋引擎的廣告而進入購物，佔整體24%。

網購零售在感恩節前報捷，接下來的

消費旺季亦有望再創新高。Adobe Analytics 預計，這段旺季的網購消費可望按年上升16.5%至33億美元。

其中，黑色星期五網購料按年升17.2%至59億美元；網絡星期一則可望按年增17.6%至78億美元。機構又預期，美國全年總網購消費可達1,241億美元，比去年增14.8%。

亞馬遜技術錯誤洩用戶資料

作為網售龍頭，亞馬遜（Amazon）上周五起展開「黑色星期五購物周」（Black Friday Deals Week），率先吸客；同時在感恩節前夕回應澳洲用戶訴求，讓他們可以使用貨品選擇更多的美國版網站購物，有望進一步增加銷售額。

不過，亞馬遜周三承認系統出現技術錯誤，洩露用戶電郵地址及姓名，未交代多少用戶受影響，僅稱已通知受影響用戶。



▲隨着網購日趨盛行，愈來愈多消費者選擇在黑色星期五進行網購。（法新社資料圖片）

◀在周四開始的五日消費高峰期，美國人網購開支可望達234億美元的新高。（法新社資料圖片）

美國感恩節消費旺季

- 85%美國人有意在感恩節假期內購物
- 逾一半有意在感恩節假期購物的人都是低於35歲
- 全年40%節日旺季消費收入來自感恩節假期

「黑色星期五」

- 34%女士有意早於清晨5時起床，前往實體店掃貨
- 當日的46%消費料是來自網購
- 網購消費料按年增17.2%至59億美元

「網絡星期一」

- 7,600萬名美國人計劃在當日網購
- 網購消費料按年增17.6%至78億美元