

# 美黑色星期五網購702億破頂

## 消費者避疫 實體店人流削半

在新冠肺炎疫情衝擊下，美國零售業一年一度的大日子、感恩節翌日的「黑色星期五」(Black Friday)今年亦大受影響，對染疫的憂慮導致實體店人流較前一年勁減超過一半，更多人改用網購消費，令網上銷售創下90億美元(約702億港元)的歷史新高。

根據零售業技術公司Sensormatic Solutions的初步數據，今年「黑色星期五」的實體商店人流與去年同期相比大跌52.1%。感恩節當天商店人流跌幅更嚴重，因為沃爾瑪(Walmart)和Target等許多零售商都關門，令人流按年大幅縮減達94.9%。Sensormatic預測，在為期6周的聖誕消費旺季，實體商店人流將按年倒退22%至25%。

「黑色星期五」在美國被視為聖誕購物旺季的開始，今年落在11月27日星期五，不過當日清晨，全國大部分地區的購物中心都顯得很冷清，停車場空蕩蕩，與往年商店門內人頭湧湧、門外大排長龍的盛況有天淵之別。

### 外出顧客量如平常周末

有報道稱，當日稍後人流有所增加，尤其是特賣場(outlet)和露天購物中心，因為部分消費者比較偏好逛實體店購物，大部分地區天氣溫和也有所幫助。Sensormatic表示，今年「黑色星期五」的購物人流高峰和往年一樣，在下午2時左右。



■美國在「黑色星期五」網購銷售額創新高，處理貨物包裝的公司員工特別忙碌。(彭博圖片)



■因疫情肆虐，紐約一間百貨公司在「黑色星期五」當日的人流明顯較往年少。(法新社圖片)

Sensormatic全球零售諮詢高級總監菲爾德(Brian Field)表示，與其說是「黑色星期五」，上周五的人流更像是平常的周末。

除了人們擔心外出增加染疫風險，美國疾病控制及預防中心(CDC)也建議在「黑色星期五」使用網購，零售商亦為了鼓勵網上購物，把很多主要節日勁減優惠放到網上，互聯網數據公司Adobe Analytics指出，此舉導致當天網購銷售額按年大漲

21.6%，創下90億美元的歷史新高，成為美國歷史上第二大的網上消費日，僅次於去年的「網絡星期一」(Cyber Monday)。

### 「網絡星期一」勢再創新高

Adobe預計，今年「網絡星期一」將成為有史以來網上銷售額最高的日子，估計金額可達108億至127億美元，較去年同期增長15%至35%。