

阿里巴巴集团 11.11 购物狂欢节 商品成交额达人民币 571 亿元

移动商品成交额占 42.6%

中国杭州，2014 年 11 月 12 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽约证交所上市代码：BABA）今日宣布，2014 年 11 月 11 日，旗下中国及国际零售商务平台上，通过支付宝结算的商品成交额（GMV）达人民币 571 亿元，折合 93 亿美元。¹ 其中，移动商品成交额占总体成交额的 42.6%。

阿里巴巴集团首席执行官陆兆禧表示：“我们谨代表我们整个生态系统，包括数以百万中国和海外的消费者和商家，对今年 11.11 购物狂欢节的结果表示欣慰。尤其是越来越多的全球消费者在移动手机上购物，这让我们很受鼓舞，阿里巴巴集团也将扮演好自己的角色，致力实现让天下没有难做的生意这一愿景。”

11.11 购物狂欢节始于 2009 年，当时有 27 个商家参与活动，藉此让天猫商家及消费者更能体会网上购物的价值。今年，包括 Costco、Muji、Desigual、ASOS 及 The North Face 在内的逾 27,000 个品牌及商家参与活动。通过参与全球速卖通及天猫国际迈向全球，达 217 个国家和地区的消费者可透过网上门店及电子商务网站，从超过 100 万件的产品中进行选择。

2014 年 11.11 购物狂欢节亮点¹：

- 通过支付宝结算的商品成交总额达到人民币 571 亿元（约 93 亿美元）；在 2013 年，通过支付宝结算的商品成交总额为人民币 362 亿元（约 58 亿美元）²
- 2014 年通过支付宝结算的商品成交总额比 2013 年增加了 35 亿美元²
- 通过支付宝结算的移动商品成交额为人民币 243 亿元（约 40 亿美元），占商品成交总额 42.6%
- 通过支付宝结算的总体商品成交额，与 2013 年感恩节至网络星期一期间通过桌上电脑完成的网络销售额（53 亿美元）相比，超出 41 亿美元或 77%³
- 支付宝在今年 11.11 购物狂欢节的交易峰值达到每分钟 285 万笔
- 今年的购物狂欢节有 217 个国家及地区的消费者参与其中
- 2014 年 11.11 购物狂欢节共产生 2.785 亿个物流订单

关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。集团创立于 1999 年，以商品交易额（GMV）计算，目前是全球最大的网上及移动商务公司。阿里巴巴集团为各类企业提供基础性的技术设施以及营销平台，帮助企业借助互联网的力量，建立网上业务并与数以亿计的消费者和其他企业进行商贸活动。

阿里巴巴集团的主要业务包括：

- 中国最大的网上购物平台淘宝网（www.taobao.com）
- 中国最大的为品牌及零售商而设的第三方平台天猫（www.tmall.com）
- 中国最受欢迎的团购网站聚划算（www.juhuasuan.com）
- 领先的网上旅游服务预订平台去啊（www.alitrip.com）
- 让全球消费者直接购买中国产品的网上零售市场全球速卖通（www.aliexpress.com）

- 中国最大的小企业全球网上批发平台阿里巴巴国际交易市场 (www.alibaba.com)
- 中国领先的网上批发市场 1688 (www.1688.com)
- 以企业及创业者为对象的云计算服务供应商阿里云计算 (www.aliyun.com)

阿里巴巴集团通过与关联公司蚂蚁金融服务集团的合约安排，在旗下的网上交易市场提供支付及 / 或担保交易服务。蚂蚁金融服务集团旗下业务包括支付宝 (www.alipay.com)。

此外，阿里巴巴集团通过其持有 48% 股权的关联公司中国智能物流骨干网（或称“浙江菜鸟供应链管理有限公司”），经营一个连接中国多家快递公司的中央物流信息系统。

媒体查询

曾明明

阿里巴巴集团

电话: +852 2215 5205

电邮: adatsang@hk.alibaba-inc.com

刘湘琳

阿里巴巴集团

电话: +852 2215 5214

电邮: crystal.liu@hk.alibaba-inc.com

¹ 所有 2014 年 11.11 购物狂欢节商品成交额 (GMV) 和其他数据均以活动后的最终审计数据为准

² 2013 年 GMV 数据不包括国际零售商务平台

³ 数据来源: comScore e-Commerce Measurement, 2013 Holiday Season Desktop e-Commerce Spending