



## **2015 天猫 11.11 全球狂欢节启动 汇聚四万商家 600 万种优质商品** **25 个国家 5,000 多海外品牌参与 覆盖 200 多个国家和地区消费者**

中国杭州，2015 年 10 月 13 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽约证券交易所代码：BABA，“集团”）今日宣布 2015 天猫 11.11 全球狂欢节（“双 11”）正式启动，作为阿里巴巴集团全球化元年，今年双 11 将全面升级，以全球化、全渠道的新商业面貌和“消费+娱乐”的全新互动形态，与消费者共同打造一场全球狂欢节。

今年的双 11 重点是全球化，活动将有 4 万多个商家、3 万多个品牌和 600 万种优质商品参与，其中包括来自美国、欧洲、日本、韩国等 25 个国家和地区的 5,000 多个海外品牌，覆盖 200 多个国家和地区的消费者，让消费者能够享受买遍全球的乐趣，中国内地品牌商家也能销售至全球，将天猫双 11 的影响力扩散到世界各地。此外，天猫还将首次送给消费者一场多屏多场景互动、能够边看边玩边买的“双 11 春晚”。

集团决定今年第一次把双 11 指挥部放在北京。阿里巴巴集团总部在杭州，集团所有的业务在杭州，指挥部放在北京主要因为集团相信北京作为中国的首都会在中国及全球有巨大的影响力，集团会启动其全球化进程，亦相信北京是一个非常好的起点，从中国走向全球。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“在未来的二十年间，阿里巴巴集团的愿景是服务全球 20 亿消费者。我们在中国有近 10 亿的庞大消费群，如果我们想达成这个愿景，我们就必须去探索中国以外的市场，实现‘全球买、全球卖’。这就是我们为甚么把全球化作为‘双 11’的主题，我们想让今年的‘双 11’不仅成为中国消费者的节日，更加成为全球消费者的狂欢节。”

阿里巴巴集团总裁 Michael Evans 指出：“全球化是我们至关重要的策略。我们的目标非常清楚，在接下来的十年，我们将帮助数千万的企业，帮助数千万的商家和数亿消费者。我们怎样做到这一点呢？我们将利用平台帮助全世界的商品卖到中国，帮助中国的商品卖到全世界，最终将世界的所有消费者和企业连接到一起，让天下没有难做的生意。这就是我们全球化的战略。”

目前，阿里巴巴集团已经开始着手在美国、英国、德国、意大利等欧美国家设立更多办公室，来更有效的服务关键国家市场以及该国零售品牌。

### **“全球买、全球卖”覆盖 200 多个国家和地区 上百家世界顶级零售商参与**

今年的全球化双 11 将主打美国、韩国、日本、泰国、英国、法国、德国、意大利、新西兰、澳洲等 11 个重点国家，覆盖母婴、美妆、食品、生鲜、服饰等全进口品类，以及百货、超市、快消商品平台、免税店等零售品类，全球进口好货一站式齐集。今年双 11 “全球买”主打全球最低价、全球包邮包税，提升国内消费者的进口商品购买体验。

“全球卖”则以俄罗斯、西班牙、英国、法国、以色列等重点国家和地区为主，有近 5,000 家国内商家参与，带领“一带一路”沿线 64 个国家和地区带动全球整体成交。

同时，日本花王株式会社已与天猫国际宣布达成战略合作，花王株式会社将在天猫国际开设官方旗舰店，预计于 11 月上旬正式对外营业。这是日本花王首次与中国电商平台正式达成合作，花王将为双 11 准备专门的库存，为中国消费者提供有品质保障的纸尿裤等母婴用品。此前，欧美上百家顶级零售商已经与集团达成独家战略合作，在双 11 前夕大规模集结入驻天猫国际，参与这场全球化双 11 消费狂欢节，当中包括美国梅西百货、英国 House of Fraser、日本松本清、美国 Costco、英国 Sainsbury's、德国麦德龙、意大利 Coop、宝洁、联合利华、汉高、香港万宁、法国 Paraser 等全球知名零售商等等。

## 阿里巴巴集团全渠道新商业生态首次整体呈现

今年双 11 将是阿里巴巴集团全渠道新商业生态的首次整体呈现，数字经济和线下商业全面融合，苏宁、银泰、北汽、首旅集团等逾千商家，将全渠道打通用户管理、商品管理和服务、物流等，在中国超 330 个城市 18 万家商场或商店，共同参与双 11 狂欢，与消费者实现双 11 万店互联。

全渠道融合将打破线上线下区隔，从而扩展了双 11 的格局，令消费者在双 11 期间的购物体验大幅提升。无论身在哪个城市，消费者都可以随时随地与双 11 展开全方位的接触和互动。此外，天猫国际将联合银泰百货四家门店与主要海外品牌进行线上线下、国内国外的即时互动，全球速卖通也会在俄罗斯和西班牙等地买家参与的线下狂欢活动，其中，西甲联赛也会有全球化双 11 狂欢节元素呈现。

## “双 11 春晚” 4 小时全球直播打造全民盛典

作为消费者的节日，今年双 11 做出一项重大创新，打造一场属于全球消费者的“双 11 春晚”。天猫将与湖南卫视联手推出天猫“2015 双 11 狂欢夜”，著名导演冯小刚担任晚会总导演，4 小时全球互动直播，全球消费者将在晚会倒数中共同迎接 2015 年双 11 的到来。

“天猫狂欢夜”将通过多屏互动、重构“消费+娱乐模式”的新尝试，融综艺内容、明星游戏、移动购物于一身，全球消费者可以通过电视、网络、手机等平台，实现边看边玩边买，通过多场景互动，共同参与到这场狂欢中来。随着“双 11 春晚”的出现，双 11 将从一个购物狂欢节升级成为全民盛典，全球的消费者和商家将像欢度春节一样，在移动互联的时代里，通过多屏多场景互动，获得崭新的体验。

## 菜鸟网络建成中国第一张全球配送网保障双 11

每年双 11 都是对物流服务能力的一次检验，今年菜鸟网络为了满足“全球买、全球卖”的需求，专门推出了“环球无忧”系列产品，利用数据与互联网技术搭建起一个跨境物流平台，通过有效协同国内外合作伙伴，为商家提供简单高效的跨国电商物流及供应链解决方案，让全球消费者都能享受到便捷高效的物流服务。

截至目前，菜鸟网络的跨境物流合作伙伴数量已达 49 家，包括燕文、递四方、新加坡邮政、英国邮政、中通、圆通、EMS、IC、斑马等，其物流覆盖能力可至全球 224 个国家和地区，全球跨境物流日处理能力超过 400 万宗订单，拥有遍布全球范围的 74 个跨境仓库并开辟跨境专线 16 条，初步搭建起了一个真正具有全球配送能力的跨境物流骨干网。

此次双 11，菜鸟网络与合作伙伴们已在上海、杭州、宁波、广州、重庆等地准备了超过 30 万平方米库容的保税仓，美国、英国、德国、日本等地数十架包机已准备就绪。进口方面，在中国内地部分城市最快可实现次日达。出口方面则通过打通电子清关、出口专线等措施，令多国物流时效持续大幅提升。新加坡、马来西亚的海外消费者最快 5 天，俄罗斯、英国、西班牙等主要国家消费者最快 7 天可享受到送达服务。

###

## 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。阿里巴巴集团为企业提供根本的互联网基础设施以及营销平台，让其可借助互联网的力量，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](http://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](http://www.tmall.com))
- 中国最受欢迎的团购网站聚划算 ([www.juhuasuan.com](http://www.juhuasuan.com))
- 领先的网上旅游服务预订平台去啊 ([www.alitrip.com](http://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](http://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](http://www.alibaba.com))
- 中国领先的网上批发市场 1688 ([www.1688.com](http://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](http://www.aliyun.com))

## 媒体查询

陈慧铃  
阿里巴巴集团  
+852 2215 5204  
[crystal.chan@hk.alibaba-inc.com](mailto:crystal.chan@hk.alibaba-inc.com)

曾明明  
阿里巴巴集团  
+852 2215 5205  
[adatsang@hk.alibaba.com](mailto:adatsang@hk.alibaba.com)