



阿里巴巴集团 2016 年 11.11 全球狂欢节启航

迈向全球化 结合娱乐、互动、虚拟实境、O2O 和个性化页面的全新消费体验

2016 年 10 月 20 日，香港 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽约证券交易所代码：BABA，“集团”）今日于香港举行 2016 年 11.11 全球狂欢节（“双 11”）启航礼，为超过三个星期的推广活动、娱乐节目和国际品牌新品发布揭开序幕，势将吸引更多消费者参与这场全球最为盛大且热闹的购物盛事。

阿里巴巴将推出一系列创新举措，包括手机直播、虚拟实境（Virtual Reality, VR）购物、互动游戏、8 小时直播时装秀以及众星云集的双 11 狂欢夜倒数晚会，协助近 10 万个商家在狂欢节期间，通过集团旗下平台直达数以亿计的中国消费者，进行品牌推广、市场营销、消费者互动以及产品销售。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示，过去 7 年，天猫双 11 已成全球商家和消费者狂欢的盛大节日。双 11 既是阿里巴巴生态体系的试金石，也成就了新零售时代的商业互联网变革。不管是阿里广阔的生态系统，还是全球的零售，物流、支付等合作伙伴，不同角色的参与者都自主或不自主地融入到这场波澜壮阔的社会总动员中，使双 11 成为中国乃至世界商业变革的前沿阵地。

张勇表示，今年双 11 有全新的四大趋势：以互动为代表、直播为载体，消费娱乐化将进行到底；海内外将真正打通，不仅消费者可以买遍全球，品牌商家也将实现“全球卖”的便利；全渠道融合达到前所未有的高度，百万门店打通线上线下，近 10 万家门店实现电子化；大数据将作为底层服务，为商家和消费者构建高度个性化的消费场景，让每个人享受专属自己的双 11。

数十家国际品牌代表出席了 2016 年 11.11 全球狂欢节启航礼，包括美国梅西百货（Macy's）及好市多（Costco）、德国麦德龙（Metro）、澳大利亚 Swisse、日本佳丽宝（Kanebo）、韩国 eMart、屈臣氏等。

今年的 11.11 全球狂欢节将聚焦以下四大亮点，配合阿里巴巴的全球化战略：

- **娱乐互动，集于一身**

娱乐和互动内容将是今年的重头戏，以崭新且极具创意的模式协助商家推广品牌及产品，活动包括：

- 10 月 23 日，天猫将于上海举行长达 8 小时的潮流盛典，消费者可透过天猫及手机淘宝 app 收看 T 台走秀直播，并实时预订 T 台展示的潮流商品。
- 10 月 21 日至 11 月 11 日期间，超过 600 家国际品牌将在天猫进行多场直播，向目标消费者推介自己品牌和商品优惠，带动狂欢节气氛。

- 阿里巴巴集团亦会于今年狂欢节试行“Buy+”，即全球首个VR购物体验服务，消费者可透过VR技术“穿越”至全球不同零售商铺场景，体验由挑选商品直至付款的购物全过程。
- 11月10日举办的狂欢夜倒数晚会，将通过一系列品牌和消费者的多屏互动，营造热烈气氛迎接狂欢节。Katy Perry作为今年的全球推广大使，亦会于当晚现场演出，而其他参与演出的国际明星名人名单将陆续公布。曾执导超级碗赛事和奥斯卡颁奖典礼等经典节目的著名美国导演David Hill，将担任晚会的总导演。
- **线上线下（O2O）无缝结合**

今年双11将展示阿里巴巴的大数据能力，将线上沉淀的数据与线下活动进行结合及运用，包括来自交易平台、物流、媒体和娱乐平台的相关数据。阿里巴巴坚信未来的商贸形态不止于电子商务，而是一体化的O2O体验。11.11全球狂欢节期间的O2O亮点包括：

 - 阿里巴巴将于11.11全球狂欢节前约两周，发布一款基于位置信息打造的“增强现实”（Augmented Reality, AR）游戏。消费者可跟随天猫公仔在阿里巴巴O2O的零售生态系统中展开探索之旅，赢取特选推广优惠和奖品。
 - 阿里巴巴与销售多种商品的超过100万家线下商店联手，为顾客提供产品、会员和服务优惠，营造全面O2O购物体验。参与商家包括苏宁、银泰百货、北京大悦城购物中心、深圳海岸城购物中心，以及上海迪士尼、肯德基和星巴克等国际品牌。
- **大数据支援个性化服务**

今年的11.11全球狂欢节将为每位消费者带来独特的、高度个性化的体验。在大数据技术的支持下，消费者将可享受专属的产品推介、搜寻呈现、新闻推送和原创内容。

 - 消费者将获得切合他们兴趣点和生活方式的相关产品和内容。
 - 品牌和商家可设计个性化店面，并为不同的消费者群体提供特选产品和营销内容。
- **“买全球，卖全球”**

阿里巴巴集团将全球化作为长期战略重点，并设下未来20年的发展目标，希望届时可于全球服务20亿消费者、赋能1,000万家盈利的中小企业、品牌以及零售商家。这是阿里巴巴集团向“全球买全球卖”使命进发所达成的又一里程碑。

 - “买全球”：阿里巴巴集团作为国际品牌及商家的首选门户，助其将高品质的商品和服务带给中国消费者。
 - “卖全球”：阿里巴巴将推出全新的服务，帮助全球商家面向中国内地以外的业务区域销售商品。阿里巴巴正在初步扩大基础设施服务，包括物流和支付服务，助消费者透过天猫平台购买全球产品。香港和台湾是此项“卖全球”服务的第一站。

###

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。集团旨在构建未来的商务基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活阿里巴巴，并持续发展最少102年。

媒体查询

柯璟
阿里巴巴集团
+852 5590 9949
ivy.ke@alibaba-inc.com

徐君宜
阿里巴巴集团
+852 9372 2226
deborah.tsui@alibaba-inc.com