



阿里巴巴集团 2016 年 11.11 全球狂欢节成交额达人民币 1,207 亿元

GMV 总额按年增长 32% 移动端占比达 82%

2016 年 11 月 12 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”）今日宣布，于 2016 年 11 月 11 日，旗下中国及国际零售平台通过支付宝结算的商品成交额（GMV）达人民币 1,207 亿元（折合 178 亿美元），覆盖 235 个国家和地区。其中，通过支付宝结算的移动端 GMV，占全日 GMV 的比率达 82%。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“今年 11.11 全球狂欢节展示了未来的零售形态，娱乐、电子商务、互动实现无缝对接。由预热活动启动，直至 11.11 前一晚的狂欢夜晚会，再到 24 小时的全球狂欢节，我们看到消费者与商家之间前所未有的互动。双 11 也反映出线上与线下零售是如何改造、融合，为数字移动时代数以亿计的活跃用户提供全新的消费体验。”

2016 年 11.11 全球狂欢节主要亮点：

- 通过支付宝结算的 GMV 达到人民币 1,207 亿元（约 178 亿美元），较 2015 年 11.11 全球狂欢节增加 32%。
- 通过支付宝结算的移动端 GMV 约人民币 990 亿元（约 146 亿美元），占整体 GMV 的 82%，较 2015 年 11.11 的移动 GMV 增长 69%。
- 阿里云于最高峰时每秒处理 17.5 万笔交易。
- 支付宝处理超过 10 亿笔支付交易，最高峰时每秒处理 12 万笔。
- 菜鸟网络接获 6.57 亿笔的物流订单，来自阿里巴巴旗下中国及国际零售平台。

今年 11.11 全球狂欢节，是阿里巴巴集团自 2009 年推出双 11 活动以来最为国际化的一届，为中国消费者带来世界各地不同规模商家的品牌及产品，亮点包括：

- 235 个国家及地区达成跨境交易
- 买家中有 37% 向国际品牌或商家购买产品
- 按 GMV 计算，面向中国销售最多商品的 5 个国家为：日本、美国、韩国、澳大利亚、德国
- GMV 最高的美国品牌包括：Apple, Nike, New Balance, Playboy, Skechers
- GMV 最高的欧洲品牌包括：Siemens, Philips, adidas, Jack & Jones, Only
- GMV 最高的日本品牌包括：UNIQLO, Panasonic, Sharp, Sony, SK-II
- GMV 最高的澳大利亚及新西兰品牌包括：Jeanswest, UGG, Swisse, Macro, Blackmores

张勇表示：“我们正走在推动零售重构的道路上，但远没有完成。这次双 11 是我们重构零售行业的起点。以大数据为引擎，以云计算为动力，未来新零售一定会推动产生不同于现在业态的零售产品，它不是百货、购物中心或者连锁的便利店、大卖场、超市，而是新一代的零售产品，是通过变革的零售产品。未来多种多样百花齐放的零售产品创新，将建立在商业元素重构的基础上。”

关于此次活动的进一步详情，可参考阿里巴巴集团中文及英文资讯网站：

阿里足迹：<http://www.alibabaneews.com/>

Alizila：<http://www.alizila.com/>

更多双 11 相关素材，请浏览：

<http://www.alizila.com/alibaba-11-11-global-shopping-festival-media-resources/>

11.11 全球狂欢节的商品成交额数据，为阿里巴巴集团旗下中国及国际零售市场，通过支付宝结算的订单总额。该数据实时更新，并包含已支付的物流费用（如适用）。有关国际品牌（按在中国内地以外地区创立界定）的成交及用户数据仅限天猫。

有关支付交易及物流订单的数据，分别由支付宝及菜鸟网络提供。

商品交易总额、移动端商品交易额以及其他列于本新闻稿内的数据均未经审计，或作调整。

###

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、工作和生活在阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

媒体联络

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