



“淘宝天猫 618 年中庆” 在中国消费市场创下纪录

中国杭州，2019年6月19日 — 阿里巴巴集团（纽交所代码：BABA，“阿里巴巴”或“集团”）核心电商平台推出“淘宝天猫 618 年中庆” 在这个夏天打破多项纪录，成功帮助品牌和商家深入三、四线城市及农村地区，更好的满足下沉市场消费者对于品质商品日益增长的需求。

平台上超过 20 万品牌与商家参加今次的购物狂欢，是历来规模最大的“淘宝天猫 618 年中庆”。得益于淘宝天猫创意的营销玩法和平台工具，110 多个品牌在今年的“淘宝天猫 618”的促销活动中，成交额突破一亿元人民币。

“淘宝天猫 618”期间，聚划算通过以“限时抢购”、优惠折扣等玩法，持续吸引消费者，累计已为品牌商家带来超过 3 亿新客。聚划算千万级成交爆款已超 180 个，百万级成交爆款超 4,700 个。今年“淘宝天猫 618”，参加聚划算活动的品牌数达历年新高。越来越多的品牌在“淘宝天猫 618”期间，通过淘宝直播与消费者展开互动，淘宝直播为品牌和商家带动了超过 130 亿元人民币的成交。

淘宝总裁兼天猫总裁蒋凡表示：“天猫 618 的结果令人鼓舞。它已证明是一个能够与双 11 全球购物狂欢节的热情和规模相匹配的盛宴，上百个品牌在天猫的成交超过了去年双 11。淘宝天猫通过强劲的营销工具聚划算，带领品牌爆发出强劲增长。来自下沉市场的增长尤为突出，三至五线城市用户和购买金额同比增长双双超过了 100%。这显示，我们帮助品牌获取全新客户群体和增长的战略取得了显著成效。我们看到三到六线城市的消费者非常乐于接受创新产品和促销活动。我们相信，这群消费者将成为品牌进一步发展中国市场的强大及可持续的力量。”

下沉市场强大的消费潜力爆发

随着可支配收入不断提高，下沉市场消费者日益成熟，他们是中国消费市场持续增长的强劲动力，亦是今年“淘宝天猫 618 年中庆”强劲增长的背后功臣。“淘宝天猫 618 年中庆”期间共有 150 万款新产品发布，其中超过 48% 的新品由非一线和二线城市消费者所购买。下沉市场消费者的喜好和需求不一而足，他们既会购买电子产品，例如苹果手机，也会购买进口水果，如马来西亚榴莲，也需要诸如袜子和牙膏等日用品。

天猫奢侈品平台 Luxury Pavilion 发展迅猛，“淘宝天猫 618”期间，成交额也超过 1.4 倍增长，来自下沉市场的 25 岁以下消费者是主力购买人群。Versace 官方旗舰店“淘宝天猫 618”期间，同比去年有 20 倍增长。

天猫国际的数据显示，“淘宝天猫 618”期间，日本、美国、韩国、澳洲及德国位列国家排行榜前五名，三、四线城市购买天猫国际进口商品的成交额同比增长 153%。

城市消费力的比拼榜也呈现出一二线成交总额优异、三线及以下增市成交增速呈更快的趋势：上海、北京、广州、深圳、杭州、成都、重庆、苏州、武汉及南京成为今年“淘宝天猫 618”消费力最强、成交额最高的十大城市。而成交增速最高的城市前十位，几乎都是三线及以下城市。

另外，“淘宝天猫 618”期间，共有 354 个内地城市享受到大促“当日达”的体验，并包括偏远地区的城市。

创新的营销工具拓展品牌与消费者的互动场景

数据显示，“淘宝天猫 618”期间，淘宝天猫通过一系列创新的科技，提升品牌与消费者的互动。

在今年的“淘宝天猫 618”期间，品牌商家的进行淘宝直播的数量比去年同期增长超 120%，包括服饰、美妆、母婴、消费电子及美食等在内越来越多的行业都全面拥抱淘宝直播。Puma、Decathlon、Crocs 及 Casio 等品牌更是在“淘宝天猫 618”期间首次尝试淘宝直播。

天猫新品创新中心通过消费者洞察加速品牌研发周期，推出符合消费者需求的新品，也在今年的“淘宝天猫 618”期间迎来亮眼成绩。以雀巢果萃咖啡新品为例，该产品在“淘宝天猫 618”仅用两小时就卖出 44,000 袋。

“天天特卖”在“淘宝天猫 618”，为中国产业带商家已经成功抢得 4.2 亿笔订单，目标达成速度远超预期。天天特卖用阿里巴巴生态系统成熟的大数据、IoT 技术，对传统制造业工厂和产业带进行数字升级。东阳服配产业带的防晒冰袖、泉州纸品产业带的超吸水纸巾，以及福州日化产业带的皂液洗衣液都在“淘宝天猫 618”卖出爆款。

###

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，愿景是持续发展 102 年。

媒体查询

李子繁
阿里巴巴集团
电话：+852 5237 8897
电邮：eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲
阿里巴巴集团
电话：+852 9728 0979
电邮：k.lee@alibaba-inc.com