



## 阿里巴巴 2020 天猫双 11 全球狂欢季圆满落幕 成交额达 4,982 亿元人民币（741 亿美元）

*超过 470 个参与品牌在过去 11 日实现超过 1 亿元人民币成交额*

中国杭州，2020年11月12日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA及港交所代码：9988，“阿里巴巴”）2020天猫双11全球狂欢季（下称“双11”）圆满结束，为期11天的活动共录得商品成交额（GMV）4,982亿元人民币（相当于741亿美元），较2019年同期增长26%。

淘宝天猫总裁蒋凡表示：“双 11 在过去 12 年不断的创新，成为了一个全民节日，依靠的是消费者、商家以及所有合作伙伴的支持，得益于整个社会对我们的帮助。我们会持续的发挥淘宝天猫以及整个阿里经济体的能量，为不同的规模和背景的品牌和商家提供舞台，继续为数字经济贡献力量。”

今年双 11，超过 470 个品牌实现超过 1 亿元人民币的成交额，充分体现透过阿里巴巴数字经济体成功数字化转型的价值。

订单创建峰值亦创下历史新高，达每秒 58.3 万笔，再度彰显了阿里巴巴数字基础设施的强大能力。整个双 11，菜鸟处理订单量突破 23.2 亿单。

直播成为商家不可或缺的市场推广工具，超过30个淘宝直播间成交额逾亿元人民币。

### 2020天猫双11全球狂欢季亮点：

- 超过25万个品牌参加了今年的活动，其中31,000个品牌来自海外，2,600个海外品牌首次参与。
- 357个新锐品牌成为其细分类目的销售冠军，共有超过 1,800个新锐品牌成交额超越去年双 11 记录，94个新锐品牌成交额增长超过 1,000%。
- 按照“春雷计划”的扶持重点，今年双 11 迎来自全中国 2,000 个产业带的 120 万商家、30 万个外贸工厂全面参与。
- 双 11 期间，智能客服在线服务消费者超 21 亿次。
- 以 GMV 计算，美国成为双 11 期间商品销往中国最多的国家，其他热门进口国家（按英文字母排序）为澳洲、加拿大、法国、德国、意大利、日本、韩国、新西兰及英国。

请参阅阿里足迹以了解活动所有公布、片段、资料概览、花絮片段及其他资料。

###

## 关于天猫双 11 全球狂欢季

天猫双 11 全球狂欢季始于 2009 年，当时仅有 27 名商家参与，目标是提升商家和消费者的网上购物意识。今年的活动有超过 250,000 个品牌参加。有关 2020 年天猫双 11 全球狂欢季的最新资讯，请浏览阿里巴巴集团官方资讯网站[阿里足迹](#)。

## 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业基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活在阿里巴巴，并成为一家活 102 年的好公司。

备注：阿里巴巴集团天猫双 11 全球狂欢季的商品交易额（GMV），为阿里巴巴集团旗下中国零售平台、考拉、Lazada、全球速卖通及新零售及消费者服务平台，于 11 月 1 日至 11 月 11 日通过支付宝结算的订单总额。GMV 数据为实时数据，并包含已支付的物流费用（如适用）。

本新闻稿披露的运营业绩以人民币计算，按年比较及增长率均以人民币金额为基准，不计汇率变动影响。由人民币换算美元的汇率为 1 美元=6.7232 元人民币，即 2020 年 10 月 30 日中国人民银行公布的中间价。

本新闻稿中所列示的商品交易额及其他数据均未经审计，或作调整。

## 媒体联络

李子繁  
阿里巴巴集团  
电话：+852 5237 8897  
电邮：[eva.lee@alibaba-inc.com](mailto: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](mailto:k.lee@alibaba-inc.com)