



阿里巴巴集团 2021 天猫双 11 全球狂欢季 录得稳健增长

中国杭州，2021 年 11 月 12 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA 及港交所代号：9988）第十三届天猫双 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）5,403 亿元人民币（相当于 845.4 亿美元）。

阿里巴巴集团副总裁、天猫事业群副总裁杨光表示：“今年双 11 录得稳健及具质量的增长，折射出中国消费活力。作为平台，我们借助双 11 的力量履行社会责任，体现我们建设可持续发展未来的承诺，今年双 11 别具里程碑意义。”

今年双 11，有 29 万品牌参与，其中 65% 为中小企业、产业带商家及新品牌。欠发达地区的农业产业带录得强劲销售，相关农产品 GMV 同比增长 20%。

在今年双 11 之前，阿里巴巴集团所有业务已经跑在公共云上。而阿里云张北数据中心通过使用可再生能源，共减少了超过 2.6 万吨的二氧化碳排放。该数据中心在支持阿里巴巴集团电商业务方面，担当着很重要的角色。

2021 天猫双 11 全球狂欢季亮点：

- 78 个去年双 11 成交额千万级人民币的品牌，今年双 11 成交额突破了 1 亿元人民币大关。698 个品牌的成交额实现从去年双 11 百万级人民币到今年双 11 千万级人民币的跨越。
- 超过 45% 的消费者为 90 后及 00 后，其中参与双 11 的 00 后消费者人数同比增加了 25%。
- 天猫双 11 的绿色会场共有来自 2,000 个商家共同参与，提供 50 万款绿色商品。
- 超过 1,600 个品牌参与了天猫的品牌会员挑战计划，于双 11 期间吸引了超过 9,700 万新增会员。
- 在天猫国际上，超过 2.9 万个海外品牌参与今年双 11，并有超过 130 万新品首发；其中 2,800 多个海外新品牌为首次参加双 11。
- 于 11 月 1 日至 10 日期间，90 个新品牌连续三年蝉联细分行业成交额第一。275 个新品牌连续三年成交额翻倍增长。
- 于 11 月 1 日至 10 日期间，约 350 台智能物流机器人“小蛮驴”派送了超过 100 万个包裹，相当于“小蛮驴”在过去一年（2020 年 9 月至 2021 年 9 月）的包裹派送量。

###

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 290,000 个品牌参加。有关 2021 年天猫双 11 全球狂欢季的最新信息，请浏览阿里巴巴集团官方网站[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=6.3907 元人民币，即 2021 年 10 月 29 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