



阿里巴巴集團 2016 年 11.11 全球狂歡節成交額達人民幣 1,207 億元

GMV 總額按年增長 32% 移動端佔比達 82%

2016 年 11 月 12 日，香港 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐約證券交易所代碼：BABA，「集團」）今日宣佈，於 2016 年 11 月 11 日，旗下中國及國際零售平台通過支付寶結算的商品成交額（GMV）達人民幣 1,207 億元（折合 178 億美元），覆蓋 235 個國家和地區。其中，通過支付寶結算的移動端 GMV，佔全日 GMV 的比率達 82%。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「今年 11.11 全球狂歡節展示了未來的零售形態，娛樂、電子商務、互動實現無縫對接。由預熱活動啟動，直至 11.11 前一晚的狂歡夜晚會，再到 24 小時的全球狂歡節，我們看到消費者與商家之間前所未有的互動。雙 11 也反映出線上與線下零售是如何改造、融合，為數字移動時代數以億計的活躍用戶提供全新的消費體驗。」

2016 年 11.11 全球狂歡節主要亮點：

- 通過支付寶結算的 GMV 達到人民幣 1,207 億元（約 178 億美元），較 2015 年 11.11 全球狂歡節增加 32%。
- 通過支付寶結算的移動端 GMV 約人民幣 990 億元（約 146 億美元），佔整體 GMV 的 82%，較 2015 年 11.11 的移動 GMV 增長 69%。
- 阿里雲於最高峰時每秒處理 17.5 萬筆交易。
- 支付寶處理超過 10 億筆支付交易，最高峰時每秒處理 12 萬筆。
- 菜鳥網絡接獲 6.57 億筆的物流訂單，來自阿里巴巴旗下中國及國際零售平台。

今年 11.11 全球狂歡節，是阿里巴巴集團自 2009 年推出雙 11 活動以來最為國際化的一屆，為中國消費者帶來世界各地不同規模商家的品牌及產品，亮點包括：

- 235 個國家及地區達成跨境交易
- 買家中有 37% 向國際品牌或商家購買產品
- 按 GMV 計算，面向中國銷售最多商品的國家為：日本、美國、韓國、澳大利亞、德國
- GMV 最高的美國品牌包括：Apple, Nike, New Balance, Playboy, Skechers
- GMV 最高的歐洲品牌包括：Siemens, Philips, adidas, Jack & Jones, Only
- GMV 最高的日本品牌包括：UNIQLO, Panasonic, Sharp, Sony, SK-II
- GMV 最高的澳大利亞及紐西蘭品牌包括：Jeanswest, UGG, Swisse, Macro, Blackmores

張勇表示：「我們正走在推動零售重構的道路上，但遠沒有完成。這次雙 11 是我們重構零售行業的起點。以大數據為引擎，以雲計算為動力，未來新零售一定會推動產生不同于現在業態的零售產品，它不是百貨、購物中心或者連鎖的便利店、大賣場、超市，而是新一代的零售產品，是通過變革的零售產品。未來多種多樣百花齊放的零售產品創新，將建立在商業元素重構的基礎上。」

關於此次活動的進一步詳情，可參考阿里巴巴集團中文及英文資訊網站：

阿里足跡：<http://www.alibabaneews.com/>

Alizila：<http://www.alizila.com/>

更多雙 11 相關素材，請瀏覽：

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

11.11 全球狂歡節的商品成交額數據，為阿里巴巴集團旗下中國及國際零售市場，通過支付寶結算的訂單總額。該數據實時更新，並包含已支付的物流費用（如適用）。有關國際品牌（按在中國內地以外地區創立界定）的成交及用戶數據僅限天貓。

有關支付交易及物流訂單的數據，分別由支付寶及菜鳥網絡提供。

商品交易總額、移動端商品交易額以及其他列於本新聞稿內的數據均未經審計，或作調整。

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團旨在構建未來的商務基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活在阿里巴巴，並持續發展最少 102 年。

媒體聯絡

柯璟

阿里巴巴集團

+852 5590 9949

ivy.ke@alibaba-inc.com

徐君宜

阿里巴巴集團

+852 9372 2226

deborah.tsui@alibaba-inc.com