



阿里巴巴集團 2021 天貓雙 11 全球狂歡季 錄得穩健增長

中國杭州，2021 年 11 月 12 日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA 及港交所代號：9988）第十三屆天貓雙 11 全球狂歡季（下稱「雙 11」）完滿結束，為期 11 天的活動共錄得商品成交額（GMV）5,403 億元人民幣（相當於 845.4 億美元）。

阿里巴巴集團副總裁、天貓事業群副總裁楊光表示：「今年雙 11 錄得穩健及具質量的增長，折射出中國消費活力。作為平台，我們借助雙 11 的力量履行社會責任，體現我們建設可持續發展未來的承諾，今年雙 11 別具里程意義。」

今年雙 11，有 29 萬品牌參與，其中 65% 為中小企業、產業帶商家及新品牌。欠發達地區的農業產業帶錄得強勁銷售，相關農產品 GMV 同比增長 20%。

在今年雙 11 之前，阿里巴巴集團所有業務已經跑在公共雲上。而阿里雲張北數據中心通過使用可再生能源，共減少了超過 2.6 萬噸的二氧化碳排放。該數據中心在支持阿里巴巴集團電商業務方面，擔當著很重要的角色。

2021 天貓雙 11 全球狂歡季亮點：

- 78 個去年雙 11 成交額千萬級人民幣的品牌，今年雙 11 成交額突破了 1 億元人民幣大關。698 個品牌的成交額實現從去年雙 11 百萬級人民幣到今年雙 11 千萬級人民幣的跨越。
- 超過 45% 的消費者為 90 後及 00 後，其中參與雙 11 的 00 後消費者人數同比增加了 25%。
- 天貓雙 11 的綠色會場共有來自 2,000 個商家共同參與，提供 50 萬款綠色商品。
- 超過 1,600 個品牌參與了天貓的品牌會員挑戰計劃，於雙 11 期間吸引了超過 9,700 萬新增會員。
- 在天貓國際上，超過 2.9 萬個海外品牌參與今年雙 11，並有超過 130 萬新品首發；其中 2,800 多個海外新品牌為首次參加雙 11。
- 於 11 月 1 日至 10 日期間，90 個新品牌連續三年蟬聯細分行業成交額第一。275 個新品牌連續三年成交額翻倍增長。
- 於 11 月 1 日至 10 日期間，約 350 台智能物流機器人「小蠻驢」派送了超過 100 萬個包裹，相當於「小蠻驢」在過去一年（2020 年 9 月至 2021 年 9 月）的包裹派送量。

###

關於天貓雙 11 全球狂歡季

天貓雙 11 全球狂歡季始於 2009 年，當時僅有 27 名商家參與，目標是提升商家和消費者的網上購物意識。今年的活動有超過 290,000 個品牌參加。有關 2021 年天貓雙 11 全球狂歡季的最新資訊，請瀏覽阿里巴巴集團官方資訊網站[阿里足跡](#)。

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業基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活 在 阿里巴巴，並成為一家活 102 年的好公司。

備註：阿里巴巴集團天貓雙 11 全球狂歡季的商品交易額（GMV），為阿里巴巴集團旗下中國零售平台、考拉、Lazada、全球速賣通及新零售及消費者服務平台，於 11 月 1 日至 11 月 11 日通過支付寶結算的訂單總額。GMV 數據為實時數據，並包含已支付的物流費用（如適用）。本新聞稿披露的運營業績以人民幣計算，按年比較及增長率均以人民幣金額為基準，不計匯率變動影響。由人民幣換算美元的匯率為 1 美元=6.3907 元人民幣，即 2021 年 10 月 29 日中國人民銀行公佈的中間價。本新聞稿中所列示的商品交易額及其他數據均未經審計，或作調整。

媒體查詢

李子繁

阿里巴巴集團

電話：+852 5237 8897

電郵：eva.lee@alibaba-inc.com

李潔玲

阿里巴巴集團

電話：+852 9728 0979

電郵：k.lee@alibaba-inc.com