

阿里巴巴集團 11.11 購物狂歡節 商品成交額達人民幣 571 億元

移動商品成交額佔 42.6%

中國杭州，2014 年 11 月 12 日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐約證交所上市代碼：BABA）今日宣佈，2014 年 11 月 11 日，旗下中國及國際零售商務平台上，通過支付寶結算的商品成交額（GMV）達人民幣 571 億元，折合 93 億美元。¹ 其中，移動商品成交額佔總體成交額的 42.6%。

阿里巴巴集團首席執行官陸兆禧表示：「我們謹代表我們整個生態系統，包括數以百萬中國和海外的消費者和商家，對今年 11.11 購物狂歡節的結果表示欣慰。尤其是越來越多的全球消費者在移動手機上購物，這讓我們很受鼓舞，阿里巴巴集團也將扮演好自己的角色，致力實現讓天下沒有難做的生意這一願景。」

11.11 購物狂歡節始於 2009 年，當時有 27 個商家參與活動，藉此讓天貓商家及消費者更能體會網上購物的價值。今年，包括 Costco、Muji、Desigual、ASOS 及 The North Face 在內的逾 27,000 個品牌及商家參與活動。通過參與全球速賣通及天貓國際邁向全球，達 217 個國家和地區的消費者可透過網上門店及電子商務網站，從超過 100 萬件的產品中進行選擇。

2014 年 11.11 購物狂歡節亮點¹：

- 通過支付寶結算的商品成交總額達到人民幣 571 億元（約 93 億美元）；在 2013 年，通過支付寶結算的商品成交總額為人民幣 362 億元（約 58 億美元）²
- 2014 年通過支付寶結算的商品成交總額比 2013 年增加了 35 億美元²
- 通過支付寶結算的移動商品成交額為人民幣 243 億元（約 40 億美元），佔商品成交總額 42.6%
- 通過支付寶結算的總體商品成交額，與 2013 年感恩節至網絡星期一期間通過桌上電腦完成的網絡銷售額（53 億美元）相比，超出 41 億美元或 77%³
- 支付寶在今年 11.11 購物狂歡節的交易峰值達到每分鐘 285 萬筆
- 今年的購物狂歡節有 217 個國家及地區的消費者參與其中
- 2014 年 11.11 購物狂歡節共產生 2.785 億個物流訂單

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。集團創立於 1999 年，以商品交易額（GMV）計算，目前是全球最大的網上及移動商務公司。阿里巴巴集團為各類企業提供基礎性的技術設施以及營銷平台，幫助企業借助互聯網的力量，建立網上業務並與數以億計的消費者和其他企業進行商貿活動。

阿里巴巴集團的主要業務包括：

- 中國最大的網上購物平台淘寶網（www.taobao.com）
- 中國最大的為品牌及零售商而設的第三方平台天貓（www.tmall.com）
- 中國最受歡迎的團購網站聚划算（www.juhuasuan.com）
- 領先的網上旅遊服務預訂平台去啊（www.alitrip.com）

- 讓全球消費者直接購買中國產品的網上零售市場全球速賣通 (www.aliexpress.com)
- 中國最大的小企業全球網上批發平台阿里巴巴國際交易市場 (www.alibaba.com)
- 中國領先的網上批發市場 1688 (www.1688.com)
- 以企業及創業者為對象的雲計算服務供應商阿里雲計算 (www.aliyun.com)

阿里巴巴集團通過與關聯公司螞蟻金融服務集團的合約安排，在旗下的網上交易市場提供支付及／或擔保交易服務。螞蟻金融服務集團旗下業務包括支付寶 (www.alipay.com)。

此外，阿里巴巴集團通過其持有 48% 股權的關聯公司中國智能物流骨幹網（或稱「浙江菜鳥供應鏈管理有限公司」），經營一個連接中國多家快遞公司的中央物流信息系統。

媒體查詢

曾明明

阿里巴巴集團

電話：+852 2215 5205

電郵：adatsang@hk.alibaba-inc.com

劉湘琳

阿里巴巴集團

電話：+852 2215 5214

電郵：crystal.liu@hk.alibaba-inc.com

¹ 所有 2014 年 11.11 購物狂歡節商品成交額 (GMV) 和其他數據均以活動後的最終審計數據為準

² 2013 年 GMV 數據不包括國際零售商務平台

³ 數據來源：comScore e-Commerce Measurement, 2013 Holiday Season Desktop e-Commerce Spending