



2015 天貓 11.11 全球狂歡節啟動 匯聚四萬商家 600 萬種優質商品 **25 個國家 5,000 多海外品牌參與 覆蓋 200 多個國家和地區消費者**

中國杭州，2015 年 10 月 13 日 — 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 2015 天貓 11.11 全球狂歡節（「雙 11」）正式啟動，作為阿里巴巴集團全球化元年，今年雙 11 將全面升級，以全球化、全渠道的新商業面貌和「消費+娛樂」的全新互動形態，與消費者共同打造一場全球狂歡節。

今年的雙 11 重點是全球化，活動將有 4 萬多個商家、3 萬多個品牌和 600 萬種優質商品參與，其中包括來自美國、歐洲、日本、韓國等 25 個國家和地區的 5,000 多個海外品牌，覆蓋 200 多個國家和地區的消費者，讓消費者能夠享受買遍全球的樂趣，中國內地品牌商家也能銷售至全球，將天貓雙 11 的影響力擴散到世界各地。此外，天貓還將首次送給消費者一場多屏多場景互動、能夠邊看邊玩邊買的「雙 11 春晚」。

集團決定今年第一次把雙 11 指揮部放在北京。阿里巴巴集團總部在杭州，集團所有的業務在杭州，指揮部放在北京主要因為集團相信北京作為中國的首都會在中國及全球有巨大的影響力，集團會啟動其全球化進程，亦相信北京是一個非常好的起點，從中國走向全球。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「在未來的二十年間，阿里巴巴集團的願景是服務全球 20 億消費者。我們在中國有近 10 億的龐大消費群，如果我們想達成這個願景，我們就必須去探索中國以外的市場，實現『全球買、全球賣』。這就是我們為甚麼把全球化作為『雙 11』的主題，我們想讓今年的『雙 11』不僅成為中國消費者的節日，更加成為全球消費者的狂歡節。」

阿里巴巴集團總裁 Michael Evans 指出：「全球化是我們至關重要的策略。我們的目標非常清楚，在接下來的十年，我們將幫助數千萬的企業，幫助數千萬的商家和數億消費者。我們怎樣做到這一點呢？我們將利用平台幫助全世界的商品賣到中國，幫助中國的商品賣到全世界，最終將世界的所有消費者和企業連接到一起，讓天下沒有難做的生意。這就是我們全球化的戰略。」

目前，阿里巴巴集團已經開始著手在美國、英國、德國、意大利等歐美國家設立更多辦公室，來更有效的服務關鍵國家市場以及該國零售品牌。

「全球買、全球賣」覆蓋 200 多個國家和地區 上百家世界頂級零售商參與

今年的全球化雙 11 將主打美國、韓國、日本、泰國、英國、法國、德國、意大利、新西蘭、澳洲等 11 個重點國家，覆蓋母嬰、美妝、食品、生鮮、服飾等全進口品類，以及百貨、超市、快消商品平台、免稅店等零售品類，全球進口好貨一站式齊集。今年雙 11「全球買」主打全球最低價、全球包郵包稅，提升國內消費者的進口商品購買體驗。

「全球賣」則以俄羅斯、西班牙、英國、法國、以色列等重點國家和地區為主，有近 5,000 家國內商家參與，帶領「一帶一路」沿線 64 個國家和地區帶動全球整體成交。

同時，日本花王株式會社已與天貓國際宣佈達成戰略合作，花王株式會社將在天貓國際開設官方旗艦店，預計於 11 月上旬正式對外營業。這是日本花王首次與中國電商平台正式達成合作，花王將為雙 11 準備專門的庫存，為中國消費者提供有品質保障的紙尿褲等母嬰用品。此前，歐美上百家頂級零售商已經與集團達成獨家戰略合作，在雙 11 前夕大規模集結入駐天貓國際，參與這場全球化雙 11 消費狂歡節，當中包括美國梅西百貨、英國 House of Fraser、日本松本清、美國 Costco、英國 Sainsbury's、德國麥德龍、意大利 Coop、寶潔、聯合利華、漢高、香港萬寧、法國 Paraser 等全球知名零售商等等。

阿里巴巴集團全渠道新商業生態首次整體呈現

今年雙 11 將是阿里巴巴集團全渠道新商業生態的首次整體呈現，數字經濟和線下商業全面融合，蘇寧、銀泰、北汽、首旅集團等逾千商家，將全渠道打通用戶管理、商品管理和服務、物流等，在中國超 330 個城市 18 萬家商場或商店，共同參與雙 11 狂歡，與消費者實現雙 11 萬店互聯。

全渠道融合將打破線上線下區隔，從而擴展了雙 11 的格局，令消費者在雙 11 期間的購物體驗大幅提升。無論身在哪個城市，消費者都可以隨時隨地與雙 11 展開全方位的接觸和互動。此外，天貓國際將聯合銀泰百貨四家門店與主要海外品牌進行線上線下、國內國外的即時互動，全球速賣通也會在俄羅斯和西班牙等地買家參與的線下狂歡活動，其中，西甲聯賽也會有全球化雙 11 狂歡節元素呈現。

「雙 11 春晚」4 小時全球直播打造全民盛典

作為消費者的節日，今年雙 11 做出一項重大創新，打造一場屬於全球消費者的「雙 11 春晚」。天貓將與湖南衛視聯手推出天貓「2015 雙 11 狂歡夜」，著名導演馮小剛擔任晚會總導演，4 小時全球互動直播，全球消費者將在晚會倒數中共同迎接 2015 年雙 11 的到來。

「天貓狂歡夜」將通過多屏互動、重構「消費+娛樂模式」的新嘗試，融綜藝內容、明星遊戲、移動購物於一身，全球消費者可以通過電視、網絡、手機等平台，實現邊看邊玩邊買，通過多場景互動，共同參與到這場狂歡中來。隨著「雙 11 春晚」的出現，雙 11 將從一個購物狂歡節升級成為全民盛典，全球的消費者和商家將像歡度春節一樣，在移動互聯的時代裡，通過多屏多場景互動，獲得嶄新的體驗。

菜鳥網絡建成中國第一張全球配送網路保障雙 11

每年雙 11 都是對物流服務能力的一次檢驗，今年菜鳥網絡為了滿足「全球買、全球賣」的需求，專門推出了「環球無憂」系列產品，利用數據與互聯網技術搭建起一個跨境物流平台，通過有效協同國內外合作夥伴，為商家提供簡單高效的跨國電商物流及供應鏈解決方案，讓全球消費者都能享受到便捷高效的物流服務。

截至目前，菜鳥網絡的跨境物流合作夥伴數量已達 49 家，包括燕文、遞四方、新加坡郵政、英國郵政、中通、圓通、EMS、IC、斑馬等，其物流覆蓋能力可至全球 224 個國家和地區，全球跨境物流日處理能力超過 400 萬宗訂單，擁有遍佈全球範圍的 74 個跨境倉庫並開闢跨境專線 16 條，初步搭建起了一個真正具有全球配送能力的跨境物流骨幹網。

此次雙 11，菜鳥網絡與合作夥伴們已在上海、杭州、寧波、廣州、重慶等地準備了超過 30 萬平方米庫容的保稅倉，美國、英國、德國、日本等地數十架包機已準備就緒。進口方面，在中國內地部分城市最快可實現次日達。出口方面則通過打通電子清關、出口專線等措施，令多國家物流時效持續大幅提升。新加坡、馬來西亞的海外消費者最快 5 天，俄羅斯、英國、西班牙等主要國家消費者最快 7 天可享受到送達服務。

###

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。阿里巴巴集團為企業提供根本的互聯網基礎設施以及營銷平台，讓其可借助互聯網的力量，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）

媒體查詢

陳慧鈴
阿里巴巴集團
+852 2215 5204
crystal.chan@hk.alibaba-inc.com

曾明明
阿里巴巴集團
+852 2215 5205
adatsang@hk.alibaba.com