



2016 天貓 11.11 狂歡夜聯手浙江衛視 上海家化獲億元級獨家冠名權

中國杭州，2016年8月16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」）宣佈，今日在杭州舉辦的「天貓 11.11 狂歡夜跨界合作溝通會」上，天貓與浙江衛視正式簽約，後者成為「2016 天貓 11.11 狂歡夜」的官方合作電視平台。而上海家化獲得晚會億元級（人民幣，下同）的獨家冠名權。

在阿里巴巴集團「大文娛」版塊的助推下，今年的天貓雙 11 晚會將集結更多頂尖娛樂資源，引入更加國際化的運作、更為創新的互動，期望向類似於美國「超級碗」（Super Bowl）這樣的國際頂尖 IP（Intellectual Property，知識產權）看齊，將雙 11 自身也打造成為一個超級品牌，並聚合資源幫助合作夥伴及商家直接接觸晚會觀眾。

「2016 天貓 11.11 狂歡夜」更將嘗試品牌與節目深度結合，其中「跨屏進店、即時互動」也將重構營銷的新玩法。除「獨家冠名權」，雙 11 還將選擇兩家「特約合作品牌」、一家「互動支持品牌」及多位「品牌合作夥伴」，目前已有數千品牌正與雙 11 晚會組委會密切接觸，角逐「2016 天貓 11.11 狂歡夜」合作夥伴。兩家「特約合作品牌」均已確定歸屬，不久將正式對外公佈。

雙 11 狂歡夜冀成國際級 IP 上海家化看好「最互動」

阿里巴巴集團首席市場官董本洪表示：「今年『雙 11』將邁入第八個年頭，作為全球最受關注的消費者狂歡節，它已跨越了國界，也超越了互聯網的界限。在這幅由全球消費者參與的新商業文明畫卷中，我們希望大家能見證並分享科技發展和生活品質提高帶來的喜悅。與浙江衛視等媒體平台攜手，我們有信心與消費者、與商家一道創新，讓雙 11 晚會成為一個全球頂尖的超級 IP。」

內地文娛市場中，億元級別的晚會冠名費屈指可數。而去年雙 11，上海家化就是首個嘗試與天貓雙 11 晚會合作的商家。對於今年獲得獨家冠名權，上海家化董事長兼首席執行官謝文堅表示：「天貓雙 11 狂歡夜是內地最互動性的一個內容 IP，吸引了年輕消費群體的全情參與。憑藉其國際化、超強明星陣容、高科技多屏互動等特色，雙 11 晚會正在成為一個全球矚目的超級 IP，這也是一個難得的國際化平台，我們願意一道參與雙 11 晚會這個歷史性的時刻，共同參與互聯網的創新進程。」

本次冠名商的選擇除價格因素外，同時對競標企業的品牌地位、市場影響等多方面綜合考量。上海家化作為內地首屈一指的民族日化品牌，有良好的品牌沉澱，其大力推行的「全品牌全渠道消費者溝通互動」模式與天貓的理念有許多契合之處。雙 11 晚會組委會相信此次強強聯合，將為互聯網行業持續創新注入更多活力。

數據顯示，2015 年天貓雙 11 晚會上，晚會收視人群近六成為 80 後、90 後，而上海家化也是最大的品牌贏家之一：上海家化旗下全品牌（包括佰草集、高夫、六神等）在 2015 雙 11 全網銷售額突破 1 億元，與 2014 年雙 11 相比增長超過 300%。

「大文娛」版塊構成聯動矩陣 國際化明星和互動方式值得期待

「2016 天貓 11.11 狂歡夜」總策劃、阿里魚總經理應宏介紹，「今年雙 11 晚會不僅將引入更國際化的製作團隊與明星陣容，還會加強互動體驗，讓手機+電視+直播的多屏互動進一步挑戰互聯網娛樂的想像極致。晚會硬廣告的收入利潤，將以紅包的形式回饋消費者。」

阿里巴巴集團旗下大文娛版塊，包括合一集團（優酷土豆）、天貓魔盒、蝦米音樂、UC 頭條、天貓客戶端、高德地圖等平台，將組成此次晚會的聯動直播矩陣。

此外，雙 11 晚會組委會表示，將選擇晚會最黃金的四個「1 分鐘」時段，分別為「全球消費者、參加雙 11 的全球商家、全球公益組織、以及雙 11 生態」免費播放宣傳片，宣傳片及創意將通過「天貓雙 11 狂歡夜」官微等渠道進行「全球徵集、全民評選」。

「特約合作品牌」亦有歸屬 跨屏進店、即時交互創新營銷互動

去年天貓首推「雙 11 春晚」，將「最受消費者關注的節日」與「最受中國人歡迎的導演」攜手，呈現了一台綜藝內容、明星游戲、移動購物三位一體的互動娛樂盛會。

數據顯示，2015 年晚會的收視份額穩居內地所有同時段節目的榜首，近億觀眾觀看晚會的直播與轉播，僅優酷平台的總播放量就超過 3,000 萬人次。短短三個半小時中，共有逾千萬名消費者參與「搖一搖」互動。而現場多屏互動效果顯著，比如郭采潔僅在晚會上出現 3 分鐘，其代言的韓束品牌店鋪即勁增 20 萬用戶瀏覽量。

11.11 全球狂歡節，或稱作「光棍節」及「雙十一」，是一個起源於 2009 年的 24 小時網上購物推廣活動，當時僅有 27 家商家參與，目標是提高中國各地的網上購物意識。如今，11.11 已經發展成為中國一年一度的購物盛事。伴隨著阿里巴巴集團全球化的步伐，11.11 於 2015 年升級成為「全球狂歡節」，吸引 5 萬多個品牌和商家共同參與，包括來自 25 個國家的多個國際品牌。於 2015 年 11 月 11 日，阿里巴巴集團旗下零售平台上，通過支付寶結算的商品成交額達到人民幣 912 億元（約 143 億美元），高於同年美國黑色星期五和網絡星期一產生的銷售額總和，當日的買家及賣家來自全球 232 個國家及地區。

###

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，目前是全球最大的零售商務公司。阿里巴巴集團為企業提供基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交易和互動。

媒體查詢

柯璟
阿里巴巴集團
電話：+852 5590 9949
電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com

劉湘琳
阿里巴巴集團
電話：+852 6378 5626
電郵：crystal.liu@alibaba-inc.com