

淘寶直播加速中國零售業數碼化

2 月份首次直播的商家增加 719%

中國杭州，2020 年 3 月 30 日 — 淘寶直播是中國最大的移動商務平台淘寶於 2016 年推出的營銷工具，正在加速推動中國零售業數碼化轉型。

今天在杭州舉行的年度峰會「淘寶直播盛典」上，淘寶宣佈，計劃於 2020 年每天攜手 30 萬名商家進行直播，像浙江省義烏批發市場在內的傳統產業帶市場以及批發商，都將成為合作對象。由於直播相當受歡迎，淘寶直播希望藉此協助 20 萬家線下零售商店接入線上直播間。

淘寶直播同時旨在培訓超過 10,000 名零售銷售人員成為粉絲過萬的直播主持，並培育超過 100,000 名每月收入超過 10,000 元人民幣的主播。淘寶直播和商家將投入億元人民幣級別的資源支持，給淘寶主播帶來新流量，吸引新的粉絲和受眾，並帶動更多成交。

淘寶將利用包括 5G、人工智能和擴增實景在內的新興科技來優化觀眾體驗。

淘寶內容電商事業部總經理俞峰表示：「淘寶直播正推動中國零售業數碼化，為品牌和商戶提供加快業務轉型的捷徑，並透過新的營銷途徑增加收入。」

「目前疫情讓很多零售商更加清楚地認識到，數碼化步伐的加速勢在必行。數碼化轉型將給他們的業務注入更多活力，以及應對風險的韌性。淘寶直播憑藉廣泛的用戶基礎以及打通線上線下的技術能力，將成為零售行業領先模式。淘寶直播也將成為電商下一階段發展的重要基建。」

在新型冠狀病毒爆發高峰期，淘寶直播為多個品牌帶來生機。它幫助商家維持銷售，激發出推陳出新的創意營銷及與互動方式。因應實體店臨時關閉，新商家進行直播的數目大幅上升，令直播的觀看情況及直播銷售亦相應大幅上升。即使中國內地後來逐漸復工，直播數目仍然高企，反映商家及消費者的行為都出現了根本性及潛在長遠的變化。

在二月上旬，淘寶直播取消了所有服務費用，為新商家打開直播服務之門。商家能夠運用淘寶直播工具及技術開始直播活動及即時推出新產品。最後，在二月首次使用了淘寶直播的商家數目，相比一月大幅上升了 719%。

來自上海的護膚品牌林清軒乃最佳例子。在 2020 年農曆新年期間，林清軒有接近一半的實體店被逼暫停營業，導致公司的業績大幅下滑 90%。但當林清軒啟動淘寶直播後，其二月份銷售量同比上升 120%。情人節（2 月 14 日）當日，林清軒的淘寶直播，獲得超過 6 萬人觀看，而該品牌的旗艦產品山茶花油賣出近 40 萬支。

淘寶直播的快速增長

由淘寶直播促成的整體成交總額已連續三年以每年超過 150% 的幅度增長。根據目前的情況，淘寶直播今年仍將保持強勁的增長趨勢。

淘寶的數據顯示，在過去的一年，來自各行各業的商家通過淘寶直播服務擴展了與消費者的互動。與過去幾年相對簡單的直播相比，淘寶直播用戶現時可觀看廚師在餐廳廚房裏直播烹飪教學、地產中介直播樓盤介紹、名人和歌手在家開直播演唱會、農民直播推銷自家種植的水果和蔬菜，甚至汽車經銷商透過直播展示豪華汽車的內部裝飾。

截至 2019 年底，中國內地消費者每天共觀看 35 萬個小時淘寶直播。與 2018 年相比，2019 年的淘寶直播賬號數量幾乎增加一倍。主播來自各行各業，其中年齡最大的是一位 109 歲的枸杞賣家。淘寶直播在中國內地帶動大量的就業，例如營運淘寶直播間經紀人、化妝師和技術員，以及負責向顧客解釋直播內容的線上線下店員。2020 年至今，淘寶主播的數字仍然保持強勁增長。

農民與淘寶直播攜手合作的成功案例

此外，淘寶直播成為可以增加中國內地偏遠地區農民收入的有效渠道，線上銷售幫助農民接觸更多客戶。2019 年，淘寶直播舉辦了 160 萬場農產品專題的直播。

自今年 2 月啟動農村抗疫扶助計劃以來，淘寶直播為國內農民免費開通淘寶直播平台。淘寶吃貨頻道將中國各地的農民聯繫起來，從 2 月 6 日開始直播的三天內便售出 1,500 萬公斤產品。淘寶一直與縣級政府緊密合作，發掘賣點，並提高參與直播的農產品的曝光率和知名度。

###

關於淘寶網

淘寶 (www.taobao.com) 創立於 2003 年，在大數據分析的優化下，為消費者提供高度互動的個性化購物體驗。在淘寶上，消費者能夠獲取高度相關且引人入勝的內容以及商家實時提供的最新信息，從而獲悉產品信息並感知新潮流。他們還能夠與彼此以及他們喜愛的商家和 KOL 們互動。平台上的商家主要是個體戶和小企業。易觀的數據顯示，按 2019 財年的交易總額 (GMV) 計算，淘寶是中國最大的移動商業平台，擁有龐大且不斷增長的用戶社群。淘寶為阿里巴巴集團旗下業務。

媒體聯絡

李子繁
阿里巴巴集團
+852 5237 8897
eva.lee@alibaba-inc.com

李潔玲
阿里巴巴集團
+852 9728 0979
k.lee@alibaba-inc.com