



阿里巴巴啟動天貓雙11全球狂歡季

阿里巴巴數字經濟體力助線上線下商家 推動增長及加強消費者互動

上海，2020年10月20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，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」或「集團」）今天正式啟動2020天貓雙11全球狂歡季（下稱「雙11」），推出各種創新舉措和玩法，回應急速變化的消費趨勢；其中包括支付寶首次以數字生活開放平台的身份參與、活動優惠加碼、帶動更多消費者參與、「雙」重的購物時段、促使更多品牌產品參與其中。廣受歡迎的直播技術也將讓今年的雙11觸及歷來最多的全球受眾，為他們帶來更多歡樂及互動。

過去多年，品牌視雙11為每年最大的增長動力，今年也絕不例外。雙11將持續通過其創新、別具價值的消費者洞察及可靠的技術，延續12年前創立的使命，繼續全力支持商家。

加強互動 造就「雙」重機遇

今年的雙11將史無前例的由「單」變「雙」，為中國消費者帶來了「雙」重時段，售賣期除了11月11日之外，還新增了11月1至3日；此舉旨在為商家提供面向龐大消費者群體的「雙」重機會，支持他們推廣商品及擁抱更多機會，成就「疫市」下與別不同的品牌故事。

雙11已成為眾多品牌全年最重要的新品首發陣地，既可以為商家帶來商機，也可提升消費者購物的樂趣。超過200萬新產品將於今年雙11期間進行首發，規模較去年翻倍。

淘寶天貓總裁蔣凡表示：「創新一直是雙11全球狂歡季的核心。在這充滿挑戰的一年，阿里巴巴更是責無旁貸，不斷推出創新措施，助力商家抓住機遇，擁抱增長。疫情帶來了消費習慣的根本改變，也加速了商業數字化轉型的步伐。將『光棍節』變成『雙節棍』，今年的雙11將給線上線下的商家帶來更多機遇和消費者互動，同時也為消費者提供更優質的體驗。」

今年的雙11，支付寶首次以數字生活平台的身份參與其中，數百萬本地生活服務商家，將於超過100個城市提供本地折扣優惠。線下的小微商家，包括路邊小店及社區雜貨店等，將可藉支付寶參與到雙11，並通過支付寶這個數字化生活入口接觸更多消費者。

為參與品牌帶來最大的增長動力

阿里巴巴集團年初推出春雷計劃，延續其一向致力支持商家的初心。今年的雙11將會成為另一重要里程碑，讓商家重拾動力。

在今年的雙 11，天貓上超過 25 萬個品牌合共向消費者提供超過 1,400 萬件的折扣商品。而為滿足低線城市消費者的需求，淘寶特價版「一元購」將提供特大購物折扣，並提供免費送貨服務。

為了滿足中國消費者對海外優質商品的日益上漲的需求，天貓國際將帶來超過 2,600 個海外新品牌首次亮相，同時阿里巴巴的跨境電商平台考拉也將攜同來自 89 個國家及地區的商品，首度參與雙 11。

直播互動及物流成為雙 11 核心力量

直播互動將成為今年雙 11 的重中之重。除了頂尖主播參與，更會有超過 400 位公司高管和 300 位明星走進直播間。淘寶直播覆蓋的產品類目廣泛，從美妝、電子產品，以至汽車及住房一應俱全。新增的如線上看房及虛擬試駕等，將為消費者提供更多尤如親歷其境的互動體驗，讓他們看清心頭好，安心購買。阿里巴巴旗下的達摩院將利用人工智能技術，推出首位人工智能虛擬主播，飛豬將放送旅遊相關的直播節目。

自 2009 年成立以來，今年的雙 11 是國際市場參與度最高的一屆，全球速賣通目前服務超過全球 200 個國家及地區，而 Lazada 更是首個將這個盛事帶到東南亞的平台，覆蓋了 6 個市場包括印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國及越南。雲集超過 1.8 萬個來自國際和本土品牌的 LazMall 也一起參與這次大型的購物活動。Lazada 還將繼續豐富其娛樂化消費元素，例如直播、吸引新客戶的遊戲，以及引進包括以語音操作來尋找產品等的眾多創新項目。

一如既往，阿里巴巴集團強大的技術和物流基礎建設成為支持雙 11 持續創新的重要骨幹。雙 11 期間，菜鳥包機近 700 架次，其中跨境包裹部分，超過一半將提速兩倍。

###

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 250,000 個品牌參加。有關 2020 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。

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