



阿里巴巴集團啟動 2022 天貓雙 11 全球狂歡季

助品牌培養忠誠消費者 注入創新及綠色新動力

中國杭州，2022 年 10 月 24 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）今日正式啟動第 14 屆天貓雙 11 全球狂歡季（下稱「天貓雙 11」），今年共有超過 290,000 個品牌參加。阿里巴巴將為商家提供多元工具和解決方案，幫助品牌發展會員體系和促進新品發佈，讓他們在雙 11 期間及往後持續取得成功。截至目前，在天貓平台建立忠誠會員體系的 brand 中，有 40 多個品牌擁有超過 1,000 萬名會員，有 600 個品牌也擁有超過 100 萬名會員。

阿里巴巴淘寶天貓產業發展和運營中心總裁吹雪表示：「今年雙 11 將是歷年來供給最多元化的一年，感謝全球品牌和商家的信任與支持，為我們 10 億中國消費者帶來了 1,700 萬件優惠商品。我們始終堅信用戶的忠誠度是所有企業最佳的投資回報，每年雙 11 都是商家贏得用戶增長的最佳引擎。在這個購物季，通過技術和商業的創新，通過供給匹配和會員運營，一起構建超越用戶預期的購物體驗，沉澱客戶成為未來商家生意長期增長的最重要動力。」

今年天貓雙 11 將於 10 月 24 日晚上 8 時開始預售。今年活動設有兩個售賣期，首階段將於 10 月 31 日晚上 8 點至 11 月 3 日；第二階段則為 11 月 10 日晚上 8 點至 11 月 11 日。

助品牌培養高價值客戶

阿里巴巴將支持商家在平台上招募會員，同時推出各種舉措，促進商家更廣泛地利用品牌會員體系，作為吸引消費者、與消費者互動，以及增進消費者留存的工具。

覆蓋阿里巴巴生態體系的高質量會員項目 88VIP 擁有超過 2,500 萬會員，每人年均消費額超過 57,000 元人民幣¹，反映出平台擁有強勁購買意願的高質量消費者群體。這使到阿里巴巴具備出色能力，幫助商家建立自己的品牌會員管理能力，讓他們在消費者全生命週期中更好地提供服務。多家知名品牌如 Nike 和聯合利華已經在天貓上開展了會員體系建設，務求更有效地與現有消費者互動，同時持續吸納新的用戶，尤其是在逾 1.23 億名在淘寶天貓上年均消費超 10,000 元人民幣²的活躍消費者中，發掘更多機遇。

直播仍然是有效與消費者互動的渠道，阿里巴巴將持續支持商家在雙 11 期間通過淘寶直播進行品牌店鋪直播。

¹ 截至 2022 年 6 月底。

² 截至 2022 年 6 月底，阿里巴巴於中國擁有的逾 10 億消費者群體中，超過 1.23 億名消費者年均購買超過 10,000 元人民幣。

今年天貓雙 11 將有眾多新產品發佈，包括來自高端奢侈品品牌 **Moncler**，以及剛於上月開設天貓旗艦店的法拉利，均推出了各種服裝飾品。眾多品牌將帶來與天貓新品創新中心攜手合作的成果，推出利用其市場洞察孵化的新商品。

幫助海內外商家提升生意確定性

天貓雙 11 期間，為商家及達人的直播活動提供激勵，是阿里巴巴為中小企提供營商支持的眾多舉措之一。尤其是針對新近開播的直播間，阿里巴巴將提供營銷曝光及消費者觸達的支持。

與此同時，阿里巴巴也將為商家提供商業洞察的數智化工具，以及財務支持。例如，一款營銷分析工具，將在天貓雙 11 期間首次無門檻向所有淘寶天貓商家開放，助力商家更好地作出即時營商決策。天貓和淘寶還為商家提供更快的回款服務，為其在雙 11 期間的現金流動性帶來支持，部分商品的預計應收賬款週期將減半至 7 天。

為滿足跨境商家與日俱增的物流支援需求，菜鳥特意為天貓雙 11 進一步優化倉儲、清關、幹線和配送安排。菜鳥將進口幹線鏈路數量增加 20%，自營保稅倉庫面積擴容 1 倍。菜鳥已開通 400 條航線，以空運、海運、陸路和鐵路覆蓋主要進口市場。從中國出口方面，菜鳥與速賣通攜手，在多個市場提供承諾時效配送、晚到必賠的配送服務，確保商家和消費者的體驗更加順暢。

为了更好地服務下沉市場，淘特聯動內地超過 1,800 個工廠產業帶，於雙 11 期間提供性價比產品，包括來自 10,000 多家工廠的精選日用百貨。

更環保的消費體驗

今年雙 11 將推出更多舉措，旨在與綠色消費人群建立更緊密連接。根據阿里巴巴集團新發佈的低碳產品標準指引，天貓加大了標籤低碳產品力度，除節能消費電子產品外，同時涵蓋對服飾、食品、美妝等更多品類，推動可持續消費。新產品標籤旨在讓消費者更容易在平台上識別低碳產品，了解其消費行為對環境的影響，從而鼓勵他們作出更可持續的選擇。

天貓聯動超過 40 個品牌發起綠色計劃，通過各種舉措推廣低碳產品。其中包括寶潔、海爾、ThinkPad、伊利等在內的 10 個品牌與天貓聯名定制創新、可持續的環保袋，作為小禮物送贈消費者，鼓勵購買可持續的產品。根據天貓介紹，每個聯名環保袋由 6 個經回收、可溯源的 PET 塑料瓶再生製成。此外，天貓與阿里雲攜手，利用阿里雲碳管理解決方案能耗寶，為上述 40 多個品牌提供線上碳足跡建模、測算和認證支持，幫助他們識別低碳產品，並實踐更明智的可持續行為。

此外，菜鳥將與數千家商家合作，攜手減少因配送及包裝而產生的碳排放，並將在近 10 萬個菜鳥驛站加強線下紙箱回收的效用。

###

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。有關 2022 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。

媒體查詢

李子繁

阿里巴巴集團

電話：+852 5237 8897

電郵：eva.lee@alibaba-inc.com

楊境榮

阿里巴巴集團

電話：+852 6033 9104

電郵：andrew.yeung@alibaba-inc.com