

即時發佈



淘寶天貓雙 11 狂歡季收穫強勁增長

2024 年 11 月 12 日，中國杭州 – 阿里巴巴集團旗下中國零售商業業務淘天集團宣佈，在第十六屆天貓雙 11 狂歡季（下稱「天貓雙 11」或「雙 11」）期間，其商品交易額（GMV）強勁增長，購買用戶規模創新高。

阿里巴巴集團副總裁、天貓總裁劉博表示：「今年參加雙 11 的消費者規模創歷史新高，表明我們持續優化消費者體驗，及引領行業提升商家經營環境的舉措見效。我們樂見平台上最具消費力的 88VIP 在這次雙 11 成為品牌銷售增長動力所在，也對年輕一代消費者的消費熱情感到鼓舞。這進一步堅定了我們持續投入用戶體驗的決心，對長遠為品牌和商家帶來持續增長充滿信心。」

淘寶天貓 2024 雙 11 狂歡季亮點：

88VIP 會員消費帶動品牌及商家生意增長

- **品牌及商家：**
 - 589 個品牌成交額破億元人民幣，刷新歷史紀錄，相較於去年 402 個品牌達到此成交額里程碑。
 - 蘋果、海爾、美的、小米、耐克、五糧液等 45 個品牌成交額突破 10 億元人民幣。
- **88VIP：**
 - 截至 11 月 11 日凌晨 0 時，88VIP 會員下單購買人數同比增長超過 50%。
 - 88VIP 是中國最大規模的電商付費會員體系，截至 2024 年 6 月底，88VIP 會員人數已超過 4,200 萬。88VIP 會員是中國最受追捧、購買力最強的消費者：88VIP 平均每月有 25 天會逛淘寶 app，年度消費金額是非會員的 9 倍。

核心品類與新興消費趨勢增長：

- **淘寶及天貓的傳統核心品類表現良好：**截至 11 月 11 日凌晨 0 時，66 個服飾品牌及 79 個美妝品牌成交額破億元人民幣。34 個 3C 數碼品牌成交額破億元人民幣。
- **政府補貼與平台優惠成功帶動家電家居銷售：**截至 11 月 11 日凌晨 0 時，139 個家電家居品牌成交額破億元人民幣。
- **千禧和 Z 世代消費者生活方式變化，促進新興品類的大幅增長。**截止 11 月 11 日下午 4 時，在新消費力推動下，4 個玩具潮玩品牌成交額破億元人民幣。截至 11 月 11 日凌晨 0 時，34 個運動和戶外品牌成交額破億元人民幣。

AI 應用助力商家實現更高的效率及生產力：

- 淘寶、天貓為商家推出的 AI 驅動的電商工具，自 10 月起累計服務 400 萬商家，協助生成逾億個營銷圖片、視頻及文字素材，節省市場營銷開支。相關工具協助逾 80 萬商家進行超過 200 萬次的流量分析，讓他們更好觸達消費者。

- 由 AI 驅動的全平台市場營銷工具「全站推廣」，支持近 29 萬商家、逾 160 萬商品實現銷售增長。

備註：本新聞稿中提及的所有時間均為北京時間。今年天貓雙 11 全周期為 2024 年 10 月 14 日至 2024 年 11 月 11 日。除非另有說明，同比增長率是與 2023 年同一時期相比所得。本新聞稿中披露之商品交易額(GMV)為在阿里巴巴旗下淘寶及天貓平台以人民幣結算的支付訂單總額。本新聞稿披露的為實時數據，並包含已支付的物流費用（如適用）。本新聞稿中所列示的 GMV 及其他數據均未經審計，或作調整。

###

關於天貓雙 11 狂歡季

天貓雙 11 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 2024 年天貓雙 11 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](#)。

媒體查詢

楊境榮

電話：+852 6033 9104

電郵：andrew.yeung@alibaba-inc.com

顏茜

電話：+852 9012 5806

電郵：cathy.yan@alibaba-inc.com