



阿里巴巴集團 2022 天貓雙 11 全球狂歡季 助品牌及商家獲取高質量增長

中國杭州，2022 年 11 月 12 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）第十四屆天貓雙 11 全球狂歡季（下稱「天貓雙 11」）完滿結束，即使面對宏觀環境的挑戰及新冠肺炎疫情的影響，仍然錄得與去年持平的商品交易額（GMV）表現。

今年共有來自全球 90 多個國家和地區的超過 29 萬個品牌參加天貓雙 11，商品覆蓋 7,000 個品類。11 月 10 日晚上 8 時第二波售賣開場後，僅四個小時即有超過 130 個品牌錄得超過 1 億元人民幣的會員成交額；與去年第二波售賣首四小時相比，會員成交同比增長超過 100% 的品牌逾 5,600 個。

阿里巴巴淘寶天貓產業發展和運營中心總裁吹雪表示：「感謝所有參與的商家和生態體系的合作夥伴，與我們攜手帶來又一個穩中向好的天貓雙 11 全球狂歡季，共同見證了中國消費的韌性和活力。今年雙 11，我們將提升商家的經營確定性作為關鍵目標。我們欣喜地看到，此次協助品牌和商家成功積累的新忠實用戶，成為品牌長期可持續經營的堅實基礎，也看到極具成長潛力的新消費趨勢正不斷湧現。我們將持續創新及加強能力建設，確保在不斷轉變的宏觀環境下，為商家提供確定的長期增長機遇，共同服務好消費者持續演變的消費需求。」

今年雙 11 已是第二年 100% 上雲，得益於高性能計算及創新技術的部署，計算效率得以進一步提升。從 4 月 1 日到 11 月 11 日，阿里整體單位算力成本同比下降 8%。阿里雲五大超級數據中心實現今年雙 11 同時段清潔能源使用量增加一倍以上。

2022 年天貓雙 11 全球狂歡季其他亮點：

- 天貓國際上，1,009 個海外品牌成交額同比增長超過 100%。
- 今年天貓雙 11，運動戶外、寵物、潮玩及珠寶這四個新行業表現亮眼。
- 雙 11 預售期起，淘寶直播上有超過 3 億名消費者觀看直播活動。雙 11 售賣期期間，成交過億元人民幣的直播間達到 62 個，成交過 1,000 萬元人民幣的直播間達到 632 個，包括達人主播及商家自播。
- 菜鳥提供送貨上門包裹量超過 1.2 億件；菜鳥投放 700 台智能物流機器人「小蠻驢」，共派送近 200 萬件包裹，較去年雙 11 翻倍。

- 今年天貓雙 11 期間，菜鳥通過旗下 13 萬個菜鳥驛站開展包裝物回收活動，從 11 月 1 日至 11 日已回收快遞紙箱接近 400 萬個。雙 11 期間，每日平均有 10 多萬位消費者於菜鳥驛站使用舊快遞包裝寄件。
- 今年雙 11 期間，天貓上超過 163 萬款商品獲標籤為綠色低碳友好商品，涵蓋服裝、美妝、食品、節能電子產品等品類。
- 雙 11 期間，淘寶直播上共舉辦超過 10 萬場村播專門推售農貨。
- 今年天貓雙 11 淘寶直播上發起「農貨多一件」倡議，包括於 11 月 7 日舉辦專場推售活動；由售賣期開始至 11 月 7 日共計有 3,549 萬件農貨售出，超過 4.6 萬款農貨成交額同比增長超過 100%。

備註：本新聞稿中提及的所有時間均為北京時間。除非另有說明，本新聞稿包含的數據為 2022 天貓雙 11 全球狂歡季整個售賣時段（由 2022 年 10 月 31 日至 2022 年 11 月 11 日止）；同比增長率是與去年同一時期相比所得。本新聞稿中披露之商品交易額（GMV）為通過支付寶在阿里巴巴旗下淘寶及天貓平台以人民幣結算的訂單總額。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 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