



- 阿里巴巴集團每年 11 月 11 日舉辦的天貓雙 11 全球狂歡節，是以商品交易額計全球最大的 24 小時網上購物活動。
- 今年雙 11 全球狂歡節將以前所未有的規模和覆蓋範圍迎來十周年。
- 10 年前，現任阿里巴巴集團 CEO 張勇構思出「雙 11」這一概念，並帶領團隊將中國網絡流行起來的光棍節，打造成為全球最大的年度購物盛事。

天貓雙 11 全球狂歡節十年回顧

* 以下所列商品交易額 (GMV) 均以人民幣計

2009 年 GMV：5,200 萬元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2009 年淘寶商城創立了第一個雙 11，開創了「全場 5 折起，全國包郵」的折扣優惠，共 27 個品牌參與。 ▪ 當年淘寶商城日平均 GMV 為 800 萬元，而雙 11 當日創造了高達 5,200 萬元的 GMV。
2010 年 GMV：9.36 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 淘寶商城在北京召開全新啓航及戰略發佈會，啟動了獨立域名 www.tmall.com。 ▪ 當年雙 11 總 GMV 首次衝破億級，28 個品牌的 GMV 超過 100 萬元。
2011 年 GMV：52 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 已經有 2,200 間店鋪參與。 ▪ 總交易額於啓動後首 8 分鐘內突破 1 億元，10 小時內突破 10 億元。 ▪ 以支付寶進行的交易達至 1 億宗。
2012 年 GMV：191 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 淘寶商城正式更名為「天貓」。 ▪ 以「天貓」品牌舉行的第一個雙 11，開始設有「預售」模式，讓消費者可以在活動前幾周開始下單。 ▪ 僅 13 個小時就突破了 100 億元的總交易額。
2013 年 GMV：350 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 僅用 13 個小時就突破了 2012 年的交易額。 ▪ 這年亦開啟了天貓供應鏈全新的系統佈局，保證進口商品能從原產地新鮮直達網購消費者，在那一年「車厘子還在樹上，你就可以下單」，打破了傳統的供應鏈現貨管理模式。
2014 年 GMV：571 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 阿里巴巴集團於紐交所上市後的第一個雙 11，開啟了 All-in 移動端的戰略。 ▪ 當年雙 11 的移動端成交佔比達 42.6%。
2015 年 GMV：912 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2015 年天貓雙 11 正式成為「雙 11 全球狂歡節」，並在北京舉辦了首個雙 11 倒數晚會。 ▪ 晚會聯動智能手機的多屏互動玩法，實現了重構消費與娛樂模式的新嘗試。
2016 年 GMV：1,207 億元	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2016 年天貓雙 11 交易額首次突破 1,111 億元這個別具象徵意義的數字，海外交易額達 11 億元，實現了「買全球賣全球」。 ▪ 阿里雲的雲計算與大數據等技術大放異彩，雙 11 當天每秒可同時處理多達 17.5 萬宗訂單及 12 萬宗支付交易。

<p>2017 年 GMV：1,682 億元</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2017 是天貓雙 11 新零售元年，呈現了線上線下聯動的大狂歡。 ▪ 100 萬戶商家線上線下打通，覆蓋包含 50 個線下核心商圈，近 10 萬個智慧門店。 ▪ 同年，AI 設計師「魯班」、機器人客服「阿里小蜜」、以及菜鳥機器人已經滲透到天貓雙 11 全球狂歡節的各個環節，雙 11 也成為了人類歷史上最大規模的人機協同。
--------------------------------	--

2017 年的亮點回顧

- 通過支付寶結算的 **GMV 達 1,682 億元** (約合 253 億美元)，較 2016 年增加 39%。
- 通過支付寶結算的**移動端 GMV 佔整體 GMV 的 90%**，2016 年為 82%。
- 阿里雲於最高峰時每秒處理 **32.5 萬筆** 交易。
- 支付寶處理共 **14.8 億宗** 支付交易，較 2016 年增加 41%，最高峰時每秒處理 **25.6 萬宗**。
- 菜鳥網絡處理超過 **8.12 億宗** 物流訂單。
- 首宗物流訂單於午夜後 **12 分鐘 18 秒** 送達。

2017 雙 11 的全球亮點包括：

- 中國消費者可選購來自 **6 萬個** 國際品牌的商品。
- 2017 年雙 11 的交易覆蓋全球 **225 個** 國家和地區。
- 單日成交達 **1 億元** 人民幣 (約合 1,510 萬美元) 的品牌商家達 **167 家**，其中 **17 家** 銷售逾 5 億元人民幣 (約合 7,540 萬美元)，**6 家** 銷售超過 10 億元人民幣 (約合 1.509 億美元)。
- 按進口至中國的銷售額排名，位列前五的國家為日本、美國、澳大利亞、德國及韓國。