



2022天貓雙11全球狂歡季（下稱「天貓雙11」）第一波銷售期將於10月31日晚上8時正式啟動。在此前一週的預售期當中，我們與品牌和商家伙伴們攜手，為消費者提供了豐富的新產品供給，同時欣喜地看到寵物、潮玩和運動戶外等新消費產業的崛起。

今年消費場景正式進入**品牌忠誠度時代**，藉由新科技持續提升購物體驗，發展品牌及平台會員體系，將消費者品牌忠誠度轉化為商業實績。並借力新消費趨勢，以多元的新產品供給提升消費；亦以公益精神承擔社會責任，於天貓雙11期間給社會多一點暖意。

“

第14年的雙11將保持讓消費者快樂的初心，堅持以用戶為中心的長期價值創造，為商家帶來更多生意的確定性。

- 阿里巴巴集團國內數字商業板塊總裁 戴珊

“

我們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。

- 阿里巴巴淘寶天貓產業發展和運營中心總裁 吹雪

貝恩報告：高消費忠誠度 為商家帶來確定性增長



諮詢機構貝恩發佈的《2022年『雙11』：提升忠誠度比突破1萬億元大關更重要》報告指出：「阿里巴巴將平台重點從**GMV轉移至用戶忠誠度**方面取得重大進展，這反映了淘寶天貓長期以來對消費者體驗的投入，全面以消費者體驗為中心，幫助商家建立起累積消費者資產的正循環。」

會員體系使品牌能服務消費者、培養消費忠誠度，是品牌在雙11提升銷售確定性的基礎。天貓上現在有42個品牌擁有超過1,000萬會員，600個品牌擁有超過100萬會員。

天貓雙11多元新供給 新興產業爆發式增長

消費市場發展日益細分化，天貓雙11的多元新供給令多個新興產業呈現爆發式成長。

- 天貓雙11預售首小時，超過3,000個品牌成交額，比去年預售同期**翻倍增長**。
- **寵物經濟**需求崛起，成為獨特的寵物、寵主「雙會員」產業，預售首小時銷售已超過去年預售首日全天，14家寵物店鋪直播間成交額突破100萬元人民幣。
- **運動戶外**被越來越多消費者喜愛。預售首日，滑板、輪滑預售量同比增長超1,000%。冰雪、登山露營等類別保持高速增長。
- **玩具潮玩**這一新賽道表現亮眼。天貓玩具品類在預售開啟後的24分鐘，成交額就超過去年首小時。藝術家潮玩作為新銳藍海賽道，預售首日成交額同比增長近600%。國創機甲成交額同比增長逾450%。運動戶外帶火兒童類戶外游樂產品，兒童自行車、兒童滑板車、兒童包等成為熱銷單品。
- **美妝產業**不論是國際品牌、中國國貨美妝還是新銳品牌，表現都超出預期，預售4小時有52個美妝單品成交額突破1億元人民幣，以及4個品牌成交額突破10億元人民幣。

新品牌相繼入駐 打造多元商品供給

美國著名Outlets集團SPO（Shop Premium Outlets）入駐天貓國際，並將在美國紐約知名奧特萊斯Woodbury Commons現場首次直播，帶消費者前往紐約線上雲購物。SPO行政總裁 Neel Grover表示，很高興能夠透過創新技術與直播購物活動，為消費者提供購買優質和高端品牌的新途徑。

超過200家奢侈品牌參加今年天貓雙11，包括LVMH、歷峰、開雲、香奈兒以及愛馬仕，首發超過10萬款新品，覆蓋箱包、珠寶、美妝、酒水等多個品類。此外，逛奢侈品牌天貓旗艦店能體驗3D、AR、XR等互動新體驗、一對一視訊客服、尊享包裝、訂製刻字等尊榮新服務。



多元化的直播工具 助力商家生意增長確定性



天貓雙11持續將多元化的新科技如**XR技術**應用於淘寶直播中，打造沉浸式的內容化體驗，更幫助商家提升業務增長確定性。

淘寶直播在天貓雙11預售的前4個小時內，產生了130個

預售金額破千萬元人民幣的直播間。新主播爆發性增長，預售引導金額同比增長達684%。更有多個一線品牌於天貓雙11期間藉由直播舉行新品發佈會，淘寶直播正在成為千萬級成交額新品的孵化器。

創新科技應用 打造消費者互動新趨勢



由技術驅動的多元新奇體驗為商家及消費者帶來新的價值：

天貓雙11期間，各大品牌紛紛探索**虛擬偶像**，成為與年輕一代互動的最新趨勢。天貓的超寫實數字人AYAYI與Noah已和Louis Vuitton、Burberry 和Prada等30多個奢侈品牌合作進行營銷活動。AYAYI也在10月份於上海擔任元宇宙主題數字藝術展的策展與主持人，讓參觀者感受數字藝術交互的魅力。

菜鳥驛站於天貓雙11期間加碼**無人車小蠻驢**投放，無人車數量將翻倍增加至700多台，覆蓋400多所大學校園，是全球規模最大的商用無人配送車隊之一。

達摩院XR實驗室聯手阿里魚（阿里影業旗下IP交易及創新平台）合作**虛擬購物街**，提供消費者沉浸式購買體驗。開啟3D購物功能，品牌包括三麗鷗、環球影城、Kakao Friends也將開設3D品牌數位空間，探索下一代旗艦店。

雙十一為銀髮族呈現更多「暖意」

今年天貓雙11呈現了更多暖意，為幫助銀髮族於阿里巴巴生態體系中能夠看得更清楚、操作更簡單、購物更便利，阿里巴巴旗下**10餘款APP已經完成適老化改造**：

- 在天貓雙11前，**淘寶APP升級長輩版**，為長輩使用者配備專屬人工客服，新增買菜、買藥等功能，並為買藥用戶提供免費藥師問診。
- 天貓聯合中國老年學和老年醫學學會發起「**黃扶手計劃**」，聯動20個品牌方，共同向社會送出適老扶手，免費上門安裝，幫助老年人群更好地居家養老。
- 鑒於進口保健品的服用說明普遍是外文，為幫助銀髮族消費者正確使用，天貓國際在今年天貓雙11擴大合作，攜手19個品牌為**進口保健品提供電子版和紙版的中文說明**，更通過菜鳥倉的智能化標籤，進行中文說明與產品的零誤差投放。

