

天猫双11收官：见证消费活力 交易规模与去年持平



图为天猫双11当天，阿里巴巴园区内情景。 阿里巴巴 供图

中新网杭州11月12日电(梁穆)今年的双11已正式收官，包括天猫、京东等在内的多家互联网巨头首次未披露最终数据。天猫方面表示，今年天猫双11稳中向好，交易规模与去年持平。今年的双11更增长质量：回归经营本质，为商家创造更大长期价值；进一步从场景、物流、价格等方面优化消费者体验，让消费者买得更简单、更实惠、更放心。

扎根实体经济 让商家获得确定性增长

数字经济正在更好地服务于实体经济发展。据了解，今年双11是参与商家最多元化的一届，有29万品牌、数百万中小商家、主播报名，超过2100万商品参与双11。

开售第一个小时，102个品牌成交额过亿元，其中中国货品牌超过一半。珀

莱雅、薇诺娜、自然堂、花西子等品牌接连创下1小时成交额破亿的成绩。海尔、美的、小天鹅、TCL等家电品牌更是实现成交额1秒破亿。

品牌在双11期间不仅收获了成交，还收获了更多品牌会员，130个品牌的会员成交额超过1亿元，会员成交额同比增长100%的品牌超过5600个。会员成为品牌“复购”的主力军，为品牌长期可持续经营创造条件。

中小商家在双11找到了生意增长的确定性。许多中小商家进入“百万俱乐部”、“千万俱乐部”，阳江卧室家具、济南全屋智能、山东儿童家具等多条产业带的整体成交额实现同比三位数增长，主要集中在家装家居、企业服务、宠物食品和潮流玩具等领域，这些产业带也是中小商家

最密集的地区。

见证消费活力 消费新趋势集中涌现

每年双11，都是见证中国消费活力的一扇窗口。今年的天猫双11，新品、新品类受到消费者的青睐，一大批消费新趋势集中涌现。

在天猫，运动户外、宠物、潮玩、珠宝等品类增长迅猛，被行业称为“新四大金刚”。过去一年中，“新四大金刚”共诞生超过400个细分品类，有358个品牌销售额破亿，3434个品牌销售额破千万。而在天猫双11期间，智能电玩、户外用品、猫狗宠物商品、适老家具等行业，同比增长超过20%，面膜冷热仪、低碳清洗机、内衣洗衣机等148个细分趋势品类，同比增长超100%。

老字号也在双11焕发新生机。截至11月11日零点，有50个老字号品牌成交额破千万，其中11个老字号品牌成交额破亿。

以罗永浩为代表的新一批主播群体的加入，让今年天猫双11更添热闹氛围。截至11月10日12点，淘宝新主播的日均观看人次同比增长561%。此前数据显示，过去一年，淘宝新增了超过50万名新主播。天猫双11临近的前两个月，有超过100家直播机构入驻淘宝。

绿色消费成为生活方式

双11源于商业，但今年的天猫双11，创造出更多商业之上的价值。

继去年服务残障人士的“天猫一只鞋”计划之后，今年双11聚焦老人居家环境的适老化改造。双11期间，天猫联合中国老年学和老年医学学会发起的“黄扶手”计划，已为226个城市的4.5万个家庭免费送出并安装扶手，降低独居老人的摔伤风险。

农货在直播间里多当三分钟主角。今年天猫双11发起“农货多一件”倡议，希望每个淘宝直播间多带

一件农货。截至11月7日，有1664万用户为老乡下单，直播间累计卖出3549万件农货，超4.6万款农货销售额同比增长超100%。

绿色消费正在成为一种生活方式。数据显示，双11期间超过1633万人购买了绿色商品；菜鸟驿站“回箱计划”预计600万个包装被回收再利用；超过700万闲鱼用户参与了手机估价和回收，减碳量相当于在地球上种下350万棵树。此外，今年双11，阿里巴巴还提前购买储备了3200万度绿电，日均使用绿电同比增加30%。(完)

