

阿里巴巴双十一销售额 突破 2000 亿元人民币

2018 年 11 月 12 日 3:30 AM 来自 [联合早报](#)

“2018 天猫双 11 全球狂欢夜”前天在上海举行，仅 2 分钟零 5 秒，旗下各零售平台交易额就超过 100 亿元人民币。阿里巴巴旗下的电商平台 Lazada 前天也在越南推出促销活动。（彭博社）

（北京 / 上海综合讯）中美贸易战阴霾下，中国网购平台天猫和京东双十一购物节销售额再创新高，年轻一代引领“消费升级”新潮流，在网上购买的物品跟过去相比有显著不同。

综合中新社、澎湃新闻和《新京报》报道，据中国电商巨头阿里巴巴统计，活动拉开帷幕仅 125 秒，天猫的商品成交额就达到了 100 亿元（人民币，下同，19.82 亿新元），1 小时 47 分 26 秒，交易额超过 1000 亿元；下午 3 时 49 分 39 秒，交易额突破 1682 亿元，超过去年双十一全天的交易额；晚上 10 时 28 分，成交额已突破 2000 亿元。

阿里巴巴的竞争对手京东也表示，昨天上午 9 时 36 分已超越去年 11 月 1 日至 11 日的销售额。

另一电商苏宁易购的总裁侯恩龙昨日凌晨也在社交媒体表示，苏宁易购双十一仅四秒就突破亿元销量，50 秒突破了 10 亿元。

中通快递称，双十一下午 2 时 41 分，订单量已超过 1 亿件。

新浪网一项调查显示，74.55% 参与调查的人在双十一购物，花费 1000 元以内的占 34.22%，花费 1000 元至 2000 元的占 18.19%。

中美贸易战打乱了中国今年的经济增长计划，三季度增速放缓至 10 年来最低。数据显示，中国第三季度网上零售额的增长放缓至 24%，较前一季下降了 12 个百分点。不过，迈入第 10 年的双十一活动，展现出中国消费者的购买力依然强劲。

购物节也记录着中国人的消费行为和理念的转变。双十一购物节的缔造者、阿里巴巴集团首席执行官张勇日前指出，双十一是中国消费升级的侧影，也是电子商务崛起的见证。

天猫的数据显示，服饰、鞋包过去曾是中国消费者在线上花费最多的大类目，但近五年来这一品类的占比呈现下降趋势，更多的成交金额分配到了数码产品、家装家饰、美容护理等细分品类上。越来越多的各类智能终端也走入中国人的家门，智能蓝牙音箱线上销售增长 167%，人工智能电视、智能电视占据平板电视销量的 90%。

京东的报告指出，25岁以下年轻用户的增长明显超过全站用户总量的增长速度，年轻用户消费强劲，高质量消费特征明显，大品牌商品、进口商品消费备受追捧等明显趋势。

200多个国家地区参与

京东的销售数据显示，中国消费升级趋势明显，最畅销的电视尺寸从50英寸扩大到55英寸，4K超高清电视销售额占比已达到70%。家居家装消费中，进口原创家具销售额达去年同期的七倍，而智能马桶盖从“中产消费”扩展为“全民爆款”，三四线城市消费者占比达到30%。

双十一购物节发展至今不仅是中国的消费狂欢节，超过200多个国家或地区参与其中。俄罗斯、法国等地有消费者在双十一当天就收到了包裹。其中，大量订单由位于莫斯科、巴黎等地的海外仓库发出。

阿里巴巴今年统计的实时交易数据不仅包括中国零售平台，也包括了它收购的、本地网购平台Lazada。

此外，世界最知名的货运情报服务网站Joc.com表示，由于中国双十一带来的庞大需求，以及越来越多从海外进口的商品，“几乎全世界的空运物流提供商都被卷入这场盛大的节日中”。