



2016 天猫 11.11 狂欢夜联手浙江卫视 上海家化获亿元级独家冠名权

中国杭州，2016年8月16日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽约证券交易所代码：BABA，“集团”）宣布，今日在杭州举办的“天猫 11.11 狂欢夜跨界合作沟通会”上，天猫与浙江卫视正式签约，后者成为“2016 天猫 11.11 狂欢夜”的官方合作电视平台。而上海家化获得晚会亿元级（人民币，下同）的独家冠名权。

在阿里巴巴集团“大文娱”板块的助推下，今年的天猫双 11 晚会将集结更多顶尖娱乐资源，引入更加国际化的运作、更为创新的互动，期望向类似于美国「超级碗」（Super Bowl）这样的国际顶尖 IP（Intellectual Property，知识产权）看齐，将双 11 自身也打造成为一个超级品牌，并聚合资源帮助合作伙伴及商家直接接触晚会观众。

“2016 天猫 11.11 狂欢夜”更将尝试品牌与节目深度结合，其中“跨屏进店、实时互动”也将重构营销的新玩法。除“独家冠名权”，双 11 还将选择两家“特约合作品牌”、一家“互动支持品牌”及多位“品牌合作伙伴”，目前已有数千品牌正与双 11 晚会组委会密切接触，角逐“2016 天猫 11.11 狂欢夜”合作伙伴。两家“特约合作品牌”均已确定归属，不久将正式对外公布。

双 11 狂欢夜冀成国际级 IP 上海家化看好“最互动”

阿里巴巴集团首席市场官董本洪表示：“今年‘双 11’将迈入第八个年头，作为全球最受关注的消费者狂欢节，它已跨越了国界，也超越了互联网的界限。在这幅由全球消费者参与的新商业文明画卷中，我们希望大家能见证并分享科技发展和生活质量提高带来的喜悦。与浙江卫视等媒体平台携手，我们有信心与消费者、与商家一道创新，让双 11 晚会成为一个全球顶尖的超级 IP。”

内地文娱市场中，亿元级别的晚会冠名费屈指可数。而去年双 11，上海家化就是首个尝试与天猫双 11 晚会合作的商家。对于今年获得独家冠名权，上海家化董事长兼首席执行官谢文坚表示：“天猫双 11 狂欢夜是内地最互动性的一个内容 IP，吸引了年轻消费群体的全情参与。凭借其国际化、超强明星阵容、高科技多屏互动等特色，双 11 晚会正在成为一个全球瞩目的超级 IP，这也是一个难得的国际化平台，我们愿意一道参与双 11 晚会这个历史性的时刻，共同参与互联网的创新进程。”

本次冠名商的选择除价格因素外，同时对竞标企业的品牌地位、市场影响等多方面综合考虑。上海家化作为内地首屈一指的民族日化品牌，有良好的品牌沉淀，其大力推行的“全品牌全渠道消费者沟通互动”模式与天猫的理念有许多契合之处。双 11 晚会组委会相信此次强强联合，将为互联网行业持续创新注入更多活力。

数据显示，2015 年天猫双 11 晚会上，晚会收视人群近六成为 80 后、90 后，而上海家化也是最大的品牌赢家之一：上海家化旗下全品牌（包括佰草集、高夫、六神等）在 2015 双 11 全网销售额突破 1 亿元，与 2014 年双 11 相比增长超过 300%。

“大文娱” 版块构成联动矩阵 国际化明星和互动方式值得期待

“2016 天猫 11.11 狂欢夜” 总策划、阿里鱼总经理应宏介绍，“今年双 11 晚会不仅将引入更国际化的制作团队与明星阵容，还会加强互动体验，让手机+电视+直播的多屏互动进一步挑战互联网娱乐的想象极致。晚会硬广告的收入利润，将以红包的形式回馈消费者。”

阿里巴巴集团旗下大文娱版块，包括合一集团（优酷土豆）、天猫魔盒、虾米音乐、UC 头条、天猫客户端、高德地图等平台，将组成此次晚会的联动直播矩阵。

此外，双 11 晚会组委会表示，将选择晚会最黄金的四个“1 分钟”时段，分别为“全球消费者、参加双 11 的全球商家、全球公益组织、以及双 11 生态”免费播放宣传片，宣传片及创意将通过“天猫双 11 狂欢夜”官微等渠道进行“全球征集、全民评选”。

“特约合作品牌” 亦有归属 跨屏进店、实时交互创新营销互动

去年天猫首推“双 11 春晚”，将“最受消费者关注的节日”与“最受中国人欢迎的导演”携手，呈现了一台综艺内容、明星游戏、移动购物三位一体的互动娱乐盛会。

数据显示，2015 年晚会的收视份额稳居内地所有同时段节目的榜首，近亿观众观看晚会的直播与转播，仅优酷平台的总播放量就超过 3,000 万人次。短短三个半小时中，共有逾千万名消费者参与“摇一摇”互动。而现场多屏互动效果显著，比如郭采洁仅在晚会上出现 3 分钟，其代言的韩束品牌店铺即劲增 20 万用户浏览量。

11.11 全球狂欢节，或称作“光棍节”及“双十一”，是一个起源于 2009 年的 24 小时网上购物推广活动，当时仅有 27 家商家参与，目标是提高中国各地的网上购物意识。如今，11.11 已经发展成为中国一年一度的购物盛事。伴随着阿里巴巴集团全球化的步伐，11.11 于 2015 年升级成为“全球狂欢节”，吸引 5 万多个品牌和商家共同参与，包括来自 25 个国家的多个国际品牌。于 2015 年 11 月 11 日，阿里巴巴集团旗下零售平台上，通过支付宝结算的商品成交额达到人民币 912 亿元（约 143 亿美元），高于同年美国黑色星期五和网络星期一产生的销售额总和，当日的买家及卖家来自全球 232 个国家及地区。

###

关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。集团创立于 1999 年，以商品交易额（GMV）计算，目前是全球最大的零售商务公司。阿里巴巴集团为企业提供基本的互联网基础设施以及营销平台，让其可借助互联网的力量建立网上业务，并与数以亿计的消费者和其他企业进行交易和互动。

媒体查询

柯璟
阿里巴巴集团
电话：+852 5590 9949
电邮：ivy.ke@alibaba-inc.com

刘湘琳
阿里巴巴集团
电话：+852 6378 5626
电邮：crystal.liu@alibaba-inc.com