



淘宝直播加速中国零售业数码化

2 月份首次直播的商家增加 719%

中国杭州，2020 年 3 月 30 日 — 淘宝直播是中国最大的移动商务平台淘宝于 2016 年推出的营销工具，正在加速推动中国零售业数码化转型。

今天在杭州举行的年度峰会“淘宝直播盛典”上，淘宝宣布，计划于 2020 年每天携手 30 万名商家进行直播，像浙江省义乌批发市场在内的传统产业带市场以及批发商，都将成为合作对象。由于直播相当受欢迎，淘宝直播希望藉此协助 20 万家线下零售商店接入线上直播间。

淘宝直播同时旨在培训超过 10,000 名零售销售人员成为粉丝过万的直播主持，并培育超过 100,000 名每月收入超过 10,000 元人民币的主播。淘宝直播和商家将投入亿元人民币级别的资源支持，给淘宝主播带来新流量，吸引新的粉丝和受众，并带动更多成交。

淘宝将利用包括 5G、人工智能和扩增实景在内的新兴科技来优化观众体验。

淘宝内容电商事业部总经理俞峰表示：“淘宝直播正推动中国零售业数码化，为品牌和商户提供加快业务转型的捷径，并透过新的营销途径增加收入。”

“目前疫情让很多零售商更加清楚地认识到，数码化步伐的加速势在必行。数码化转型将给他们的业务注入更多活力，以及应对风险的韧性。淘宝直播凭借广泛的用户基础以及打通线上线下的技术能力，将成为零售行业领先模式。淘宝直播也将成为电商下一阶段发展的重要基建。”

在新型冠状病毒爆发高峰期，淘宝直播为多个品牌带来生机。它帮助商家维持销售，激发出推陈出新的创意营销及与互动方式。因应实体店临时关闭，新商家进行直播的数目大幅上升，令直播的观看情况及直播销售亦相应大幅上升。即使中国内地后来逐渐复工，直播数目仍然高企，反映商家及消费者的行为都出现了根本性及潜在长远的变化。

在二月上旬，淘宝直播取消了所有服务费用，为新商家打开直播服务之门。商家能够运用淘宝直播工具及技术开始直播活动及即时推出新产品。最后，在二月首次使用了淘宝直播的商家数目，相比一月大幅上升了 719%。

来自上海的护肤品牌林清轩乃最佳例子。在 2020 年农历新年期间，林清轩有接近一半的实体店被逼暂停营业，导致公司的业绩大幅下滑 90%。但当林清轩启动淘宝直播后，其二月份销售量同比上升 120%。情人节（2 月 14 日）当日，林清轩的淘宝直播，获得超过 6 万人观看，而该品牌的旗舰产品山茶花油卖出近 40 万支。

淘宝直播的快速增长

由淘宝直播促成的整体成交总额已连续三年以每年超过 150% 的幅度增长。根据目前的情况，淘宝直播今年仍将保持强劲的增长趋势。

淘宝的数据显示，在过去的一年，来自各行各业的商家通过淘宝直播服务扩展了与消费者的互动。与过去几年相对简单的直播相比，淘宝直播用户现时可观看厨师在餐厅厨房里直播烹饪教学、地产中介直播楼盘介绍、名人和歌手在家开直播演唱会、农民直播推销自家种植的水果和蔬菜，甚至汽车经销商透过直播展示豪华汽车的内部装饰。

截至 2019 年底，中国内地消费者每天共观看 35 万个小时淘宝直播。与 2018 年相比，2019 年的淘宝直播账号数量几乎增加一倍。主播来自各行各业，其中年龄最大的是一位 109 岁的枸杞卖家。淘宝直播在中国内地带动大量的就业，例如营运淘宝直播间经纪人、化妆师和技术员，以及负责向顾客解释直播内容的线上线下店员。2020 年至今，淘宝主播的数字仍然保持强劲增长。

农民与淘宝直播携手合作的成功案例

此外，淘宝直播成为可以增加中国内地偏远地区农民收入的有效渠道，线上销售帮助农民接触更多客户。2019 年，淘宝直播举办了 160 万场农产品专题的直播。

自今年 2 月启动农村抗疫扶助计划以来，淘宝直播为国内农民免费开通淘宝直播平台。淘宝吃货频道将中国各地的农民联系起来，从 2 月 6 日开始直播的三天内便售出 1,500 万公斤产品。淘宝一直与县级政府紧密合作，发掘卖点，并提高参与直播的农产品的曝光率和知名度。

###

关于淘宝网

淘宝 (www.taobao.com) 创立于 2003 年，在大数据分析的优化下，为消费者提供高度互动的个性化购物体验。在淘宝上，消费者能够获取高度相关且引人入胜的内容以及商家实时提供的最新信息，从而获悉产品信息并感知新潮流。他们还能够与彼此以及他们喜爱的商家和 KOL 们互动。平台上的商家主要是个体户和小企业。易观的数据显示，按 2019 财年的交易总额 (GMV) 计算，淘宝是中国最大的移动商业平台，拥有庞大且不断增长的用户社群。淘宝为阿里巴巴集团旗下业务。

媒体联络

李子繁
阿里巴巴集团
+852 5237 8897
eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲
阿里巴巴集团
+852 9728 0979
k.lee@alibaba-inc.com