

## 淘寶直播豐富其生態體系 進一步支持商家及夥伴

中國杭州，2021年4月28日 — 淘寶直播今日宣佈將進一步豐富其直播電商的生態體系，助力平台上的商家、品牌以及主播們取得成功。淘寶直播的目標是推動 2,000 個直播間及 200 個夥伴實現年銷售額 1 億元（人民幣，下同）；並將繼續投資於技術升級、線上線下資源及直播基地，為生態夥伴創造價值，保持競爭力。

過去一年，淘寶直播在獲取用戶及增加用戶粘性方面均實現了強勁增長。在 2020 年，平台的日活躍用戶（DAU）錄得同比 100% 增長。截至 2020 年底止，平台上的忠誠用戶每天收看 6 場直播兼每月平均下單 10 次，與 2020 年年初相比上升了 150%。這些忠誠用戶每月平均消費超過 1,500 元。

阿里巴巴集團副總裁、淘寶內容電商事業部總經理俞峰表示：「在眾多合作夥伴的支持下，淘寶直播在過去一年穩健發展，我們將致力維持強勁增長勢頭，聚焦於持續以淘寶直播的獨特性，來為商家創造長期的價值和商機。展望未來，我們會進一步投入資源開發創新技術、提升平台服務，為合作夥伴帶來全方位的支持。」

淘寶直播覆蓋人群廣泛，深耕直播電商領域多年，已經成為商家日常營運及市場營銷必不可少的工具。平台上有逾 60% 的淘寶直播來自商家及品牌的店鋪直播。截至 2021 年 3 月 31 日，淘寶直播上 1,000 多個直播間，實現了成交額超過 1 億元，當中有 55% 的直播場次都是來自平台的商家自播。淘寶直播也被受新品牌重視。超過 90% 的新品牌<sup>1</sup> 通過淘寶直播來快速提升品牌曝光。

截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月，淘寶直播帶來的 GMV 超過 4,000 億元，維持強勁增長。

### 加大線上線下資源投入 助力品牌和商家提升運營效率

今年，淘寶直播將繼續升級平台工具，運用前沿技術來提升夥伴的生產力及營運效率。

在今天舉行的年度會議上，淘寶直播宣布推出兩項全新工具，以提升消費者運營，以及內容營銷策略；其中包括一項客戶關係管理工具，將支持商家及淘寶直播，更好地管理店鋪內的直播內容、銷售記錄、商品以及用戶資產等。而另一項工具則是在平台層面上，面向廣泛的商家、品牌以及淘寶主播，幫助他們更加高效的匹配資源，協同合作，藉以創造更多商機。

淘寶直播也應用了阿里巴巴達摩院（下稱「達摩院」）的算法，提供精準的推薦予消費者，同時通過達摩院旗下的人工智能（AI）主播技術，來加強直播的互動性。

淘寶直播正在與達摩院研發智能直播攝錄器材，向主播提供即時反饋，以提升直播體驗。該設備

<sup>1</sup> 「新品牌」指進駐天貓少於三年的品牌。

利用達摩院多種演算法，包括語音、自然語言處理、以及視覺和手勢，以便直播主持可以更生動地與觀眾互動。它還可以實時更新直播統計信息，例如點擊率、促銷期間的銷售情況和觀眾的「點讚」回應。

為打造更多有趣的內容提供給線上的消費者，淘寶直播計劃在今年投放資源，支持夥伴建立 300 個實體直播基地。該些基地將配備工作空間、直播錄影室及相關設備，支持中小品牌商家和意見領袖，促進他們合作及孵化創意，同時可以快速觸達並使用直播技術，來推廣他們的商品及服務。

### 構建普惠平台支持直播商業生態發展

淘寶直播是一項普惠工具，直播主只需要一部手機及網絡連接，即可啓用。

目前，該平台已助力創造超過 [170 萬個就業機會](#)，而淘寶直播的主播數目亦按年不斷增加，於 2020 年較 2019 年同比增長達 661%。

淘寶直播已在中國 23 個省份為農民開設 102 個培訓中心，並培育了逾 10,000 名新的農民主播。於 2021 年 3 月底止 12 個月，10 萬名農民主播在淘寶直播進行了 252 萬場直播。

###

### 關於淘寶

淘寶 ([www.taobao.com](http://www.taobao.com)) 創立於 2003 年，在大數據分析和技術的優化下，為來自大城市和欠發達地區的消費者提供高度互動的個性化購物體驗。在淘寶上，消費者能夠獲取高度相關且引人入勝的內容以及商家實時提供的最新信息，從而獲悉產品信息並感知新潮流。他們還能夠與彼此以及他們喜愛的商家和 KOL 們互動。平台上的商家主要是個人和小企業。易觀的數據顯示，按截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月期間的交易總額 (GMV) 計算，淘寶是中國領先的移動商業平台，擁有龐大且不斷增長的用戶社群。淘寶為阿里巴巴集團旗下業務。

### 媒體查詢

李子繁  
阿里巴巴集團  
電話：+852 5237 8897  
電郵：[eva.lee@alibaba-inc.com](mailto:eva.lee@alibaba-inc.com)

李潔玲  
阿里巴巴集團  
電話：+852 9728 0979  
電郵：[k.lee@alibaba-inc.com](mailto:k.lee@alibaba-inc.com)