



알리바바, 2019 11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌 공식발표

‘새로운 소비’, ‘새로운 비즈니스’, 환경을 생각하는 ‘그린액션’에 초점

[중국 상하이 – 2019 년 10 월 21 일] – 알리바바 그룹이 2019 11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌(2019 11.11 Global Shopping Festival)의 시작을 알리는 행사를 금일 중국 상하이에서 개최했다. 11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌은 올해 11 년 차를 맞으면서 ‘새로운 소비’와 ‘새로운 비즈니스’를 발전시키고 친환경 사회에 기여할 계획이다.

판 지양(Fan Jiang) 타오바오·티몰 대표(President of Taobao and Tmall)는 “알리바바의 목표는 새로운 브랜드와 제품을 소개해 중국의 소비 수요를 진작하고 소비자들이 더 나은 라이프스타일을 누릴 수 있도록 하는 것”이라며, “알리바바는 중국 및 전 세계 판매자가 소비자 데이터와 인사이트에 기반하여 제품을 혁신하고 비즈니스 성장을 이룰 수 있도록 돕고 있으며 알리바바의 상품 추천 기술과 온라인 콘텐츠를 활용해 해안도시 및 저개발 지역에 이르기까지 소비자 시장을 확대할 수 있도록 지원하고 있다”라고 말했다. 또한 “11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌은 전세계인이 참여하는 대규모 쇼핑 축제인 만큼 소비가 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 알리바바의 기술력을 적극 활용할 것”이라고 덧붙였다.

행사 전야인 11 월 10 일 저녁 상하이 에서는 인기 스타가 출연하는 갈라쇼가 진행되며 동시에 세계에서 가장 활발한 24 시간 쇼핑 페스티벌의 카운트다운을 시작한다.

새로운 소비

11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌은 새로운 브랜드 및 제품에 대한 중국 소비 수요를 충족하기 위해 글로벌 공급망을 활용하고 있다. 올해 행사에는 약 20 만개 이상의 브랜드가 참여해 약 100 만 개 이상의 신제품을 판매할 예정이다. 올해 소비자 참여는 약 5 억명에 달할 것으로 예상되어 전년도에 비해 1 억명 이상 더 많은 소비자 참여가 예상되고 있다. 브랜드와 플랫폼에서는 프로모션 쿠폰 등 약 500 억 위안에 달하는 소비자 혜택을 제공한다.

티몰 컬렉션(Tmall Collection)은 17 개 온라인 미디어 채널을 통해 2 시간 동안 생중계되는 저녁 패션쇼를 통해 11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌의 시작을 축하한다. 티몰 컬렉션은 ‘See Now, Buy Now’ 기술 기반으로 운영되며 소비자들은 사전 판매를 통해 신제품을 구매할 수 있다. 지난 몇 년간 규모를 확대해 온 컬렉션에서는 일용소비재를 비롯해 전자기기, 패션의류, 액세서리 등 주요 제품 카테고리를 선보인다.

새로운 비즈니스

수 천명의 판매자가 11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌을 위해 티몰 플래그십 스토어 2.0 에 온라인 스토어를 운영하고 2.0 버전이 제공하는 새로운 기능과 툴을 통해 고객들에게 인터랙티브 콘텐츠와 옴니채널 경험을 제공하고 더 많이 소통할 수 있게 되었다.

11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌을 앞두고 출시된 2.0 버전은 판매자가 직접 브랜드 특징에 맞는 플래그십 스토어로 변형, 설계할 수 있게 함으로써 소비자들의 몰입경험을 돕는다. 브랜드는 소비자 프로필을 기반으로 다양한 소비자들에게 개인 맞춤형 콘텐츠와 제품을 프로모션할 수 있다. 향후 수천 개의 브랜드들이 추가로 플래그십 스토어 2.0으로 업그레이드할 것이 예상된다.

저개발 시장 확대

알리바바는 올해 처음으로 중국 북동부 하얼빈에서도 사전 행사를 동시 개최했다. 이는 중국의 저개발 지역 내 소비자와 소상공인을 위한 서비스 확대를 위한 것으로, 알리바바의 직전 분기 신규 연간 활성 사용자는 약 70% 이상이 저개발 도시 지역에서 견인된 것으로 나타났다.

크리스 텅(Chris Tung) 알리바바 그룹 최고 마케팅 책임자(Chief Marketing Officer)는 “중국 저개발 시장에서의 서비스 제공을 통해 이들 지역에서 알리바바 신규 고객 유입이 높은 성과를 나타내고 있다”라며 “알리바바는 저개발 지역 기업 및 공장들이 디지털화를 통해 운영 효율성을 높이고 중국 전역으로의 소매 거래 확대를 지원하고 있다”라고 말했다.

알리바바는 이미 1,000 여개 이상의 공장에 애널리틱스 및 사물인터넷 기술을 제공해 디지털화를 지원해 왔으며, 향후 10만 개 브랜드 지원, 약 100만 개의 일자리 생성, 1만여 개 디지털 팩토리 육성을 목표로 하고 있다. ‘알리바바 비즈니스 운영 체계(Alibaba Business Operating System)’를 도입하는 브랜드 사업자는 운영 효율성을 높이고 제품 혁신 및 개발을 가속화할 수 있다.

진정한 글로벌 이벤트

올해 행사에는 알리바바의 크로스보더 온라인 마켓플레이스인 티몰 글로벌(Tmall Global)을 통해 약 78개 국가 및 지역에서 22,000여개 이상 브랜드가 참여해 소비자에게 다양한 해외 제품을 선보일 예정이다.

라자다(Lazada)는 지난해에 이어 올해도 행사에 참여하며 쇼핑과 엔터테인먼트를 결합한 쇼퍼테인먼트(shoppertainment) 컨셉으로 동남아시아 6개 지역에서 역대 최대 규모의 판매자와 소비자 참여를 이끌 것으로 기대된다.

200개 이상 국가 및 지역의 소비자가 이용하는 알리익스프레스(AliExpress)에서는 올해 처음으로 러시아, 스페인, 이탈리아, 터키의 판매자들이 11.11 행사에 참여한다.

작년 11.11 행사를 통해 남아시아 유통 시장을 주도한 다라즈(Daraz)는 올해도 파키스탄, 방글라데시, 스리랑카, 미얀마 및 네팔에서의 행사를 기획하고 있다. 인도에서는 페이티엠(PayTM), 브이메이트(VMate), 나인앱스(9Apps)와 함께 UC 쇼핑 축제(UC Shopping Fest)가 진행된다.

알리바바의 여행 플랫폼 플리기(Fliggy)는 중국 여행객들에게 200여개 여행지, 3만여개의 다양한 패키지 여행상품을 선보인다. 수천명의 여행 전문가들이 11.11 행사 기간 동안 생방송을 통해 여행 팁 및 가이드를 제공할 예정이다.

보다 친환경적인 소비

차이나오(Cainiao)와 파트너사들은 11 월 20 일을 포장박스 재활용을 하는 날로 지정, 배송 거점인 75,000 여 곳을 상설 재활용 스테이션으로 운영하고 여러 택배사와 협력해 포장박스 및 포장지 수거 작업을 진행한다.

알리페이의 앤트 포레스트(Ant Forest) 프로그램은 친환경 소비에 대해 '그린에너지' 포인트 적립을 제공하고 있다.

알리바바 클라우드(Alibaba Cloud)는 재생에너지 및 액체 냉각 서버와 같은 에너지 절약 기술로 데이터 센터를 구동한다. 해당 기술로 데이터 센터 구동 시 11 월 11 일 하루 동안 약 20 만 kWh(킬로와트시)를 절약할 수 있다.

###

11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌 소개

11.11 글로벌 쇼핑 페스티벌은 2009 년 온라인 쇼핑 가치에 대한 판매자 및 소비자 인식을 높이기 위해 27 명의 판매자의 참여로 시작됐다. 지난해 행사에서는 18 만여 개 이상의 브랜드사업자와 소매판매자가 참여했으며 24 시간 동안 약 2135 억 위안의 매출을 달성했다. 올해 행사 관련 최신 뉴스 및 작년 행사 관련 추가 내용은 알리바바 공식 영문 뉴스 사이트인 [알리질라](#)와 알리바바 공식 한글 뉴스 사이트인 [알리바바뉴스](#)에서 확인 가능하다.

알리바바 그룹 소개

알리바바 그룹 미션은 어디서든 거래를 하기 쉽게 만드는 것이다. 알리바바 그룹은 상거래의 미래 인프라스트럭처 구축을 목표로 하고 있다.

[미디어 문의] 알리바바 그룹 국내 홍보 담당 옛지커뮤니케이션스

박수진 차장 TEL. 82-2-734-2735 / 82-10-9801-5077 / E-Mail. susan.park@edgecomms.net

류슬기 AE TEL. 82-2-734-2742 / 82-10-3394-2689 / E-Mail. seulki.ryu@edgecomms.net