



马来西亚经济重启使 Shopee 11.11 大促销的购物活动强劲

吉隆坡 18 日讯 - 经济领域的重启并不影响马来西亚人对电子商务的需求。事实上，Shopee 刚刚结束了迄今为止最成功的 11.11 大促销，让更多马来西亚人能够享受独家优惠、更多的节省以及平台上最广泛的产品种类。

在 11 月 11 日，马来西亚的 Shopee 用户最爱购买的日常必需品包括 Milo、麦片、方便面、新鲜水果和蔬菜等杂货。当日在 Shopee 上也售出了超过 180 万件居家装修用品。

随着马来西亚人恢复他们的户外活动，如口罩等的健康和个人护理用品仍是 Shopee 上购物的首选产品之一。基于政府的呼吁以及马来西亚人民对疫情保持警惕，在 11 月 11 日售出超过 1300 万个口罩，而 Covid-19 试剂盒也售出了近 3 万盒。

Shopee 看到了该地区对 11.11 大促销的支持依然强劲。用户在整个购物节期间在 Shopee 上购买了 20 亿件商品，打破了 2020 年创下的记录。购物节的热潮在 11 月 11 日达到顶峰，当日的第一个小时的流量比平日高出 5.5 倍。

Shopee 的年终购物节继续作为桥梁，将数百万马来西亚人与品牌和卖家联系起来。因此，当用户们在双十一期间通过“我附近的优惠”领取超过 500 万的 ShopeePay 优惠券时，线下商家也将能够享受从线上转至线下的流量。

娱乐仍然是线上购物体验核心部分。在整个 11.11 大促销期间，马来西亚人也花更多时间通过 Shopee Live 与卖家联系并观看他们最喜欢的艺人所带来的表演，使 Shopee Live 的总观看时长达 480 万小时。用户们也因为积极的玩 Tap & Win A Condo 和 Spin & Win，使游戏一共发出了超过 4100 万张黄金门票，让用户们通过游戏有机会分别赢取一间价值超过 50 万令吉的 SkyMeridien Residences @ Sentul East 的公寓单位和 BMW 218i Grand Coupé M Sport。

Shopee 首席运营官冯时钦说：“看到我们的努力对购物者、企业和当地社区带来正面影响，我们感到非常高兴。数字经济和电子商务的发展将继续提供许多增长机会。我们希望通过提高电子商务的采用来帮助更多消费者和企业连接至线上并相互联系，使更多人可从这类增长中受益。”

尤其是大城市以外，数字意识相对较低的国人，11.11 大促销有助鼓励更多人接触和享受线上购物的好处。在整个区域，来自农村和小城镇的购物者人数比平日激增了 5 倍¹，而大城市以外的用户则使用 ShopeePay 来无缝支付他们的 Shopee 订单使 ShopeePay 交易量比平日增长了 9 倍。

对于区域内的企业而言，11.11 大促销成为了增长和复苏的跳板。本地卖家受益于购物活动量的激增，使首次加入双十一的卖家在 11 月 11 日的订单与平日相比飙升了 18 倍。

¹ 与平日相比



—完—