



## 全球化：開啟通往世界的大門

阿里巴巴集團全球化戰略的五個「全球」主軸，分別是「全球買、全球賣、全球付、全球運、全球遊」。透過在中國實現的成功模式，協助不同國家地區建立電商生態系統，賦能中小企業在地化發展全球事業。我們承諾，未來的十年裡將服務全球 20 億消費者、實現全球 72 小時送達，及幫助全球 1,000 萬中小企業。

2018 天貓雙 11 全球狂歡節（下稱「雙 11」）是最全球化的一年，有如一場「品牌奧運會」般展現強大的商業力量。來自全球 18 萬個品牌將與阿里巴巴數字經濟體下的所有業務部門全面集結，為數以億計個消費者帶來更豐富精彩的雙 11 體驗，滿足消費者對優質商品、娛樂內容、快速及可靠服務的需求。

---

### 全球買

- **承諾進口 2,000 億美元的全球商品：**未來五年內，阿里巴巴承諾將從 120 多個國家地區進口價值 2,000 億美元的商品，以滿足中國大陸消費者對全球高品質商品不斷增長的需求。阿里巴巴旗下參與的業務單位包括天貓、天貓國際、阿里巴巴 B2B 等線上平台，盒馬鮮生、銀泰百貨和大潤發等線下零售店，以及新鮮食品供應鏈平台 Win-Chain。
- **中國大陸最大的跨境 B2C 電子商務平台：**天貓國際成立於 2014 年，是中國大陸最大的跨境 B2C 電子商務平台，提供全球品牌與零售商可直接於線上向中國大陸消費者進行銷售，無須在中國大陸線下開設實體店面。天貓國際採用保稅進口模式，藉由保稅倉加快通關速度、縮短交貨時間、降低關稅。截至目前為止，天貓國際已吸引了 75 個國家地區的商品進駐，有超過 18,000 多個海外品牌，佔中國網上購買所有進口商品的近四分之一。
- **推出國家館來展示海外商品：**天貓國際已推出 25 個國家和地區館，提供中國大陸消費者購買來自各國市場廣受歡迎的商品、以及各種旅遊方案或特別文化體驗等一站式服務。除了最新加入的印尼之外，平台上還包括日本、韓國、香港、台灣、馬來西亞、泰國、丹麥、義大利、英國和美國等國家地區。

---

### 全球賣

- **天貓海外：**天貓海外不僅是天貓的延伸，更是阿里巴巴全球化戰略的關鍵，天貓國際幫助商家能夠向全球 1 億位海外華人販售商品，並提供海外消費者 15 億個來自世界各地的商品。今年，天貓海外在澳洲、馬來西亞、新加坡、台灣和香港等海外市場已帶來了一系列雙 11 慶祝活動，透過線下活動、體驗和量身訂製的促銷優惠與當地的消費者一起狂歡。



- **全球速賣通：**全球速賣通讓全球消費者可以直接向中國大陸的製造商及經銷商進行購買，其主要市場包括美洲、歐洲和中東國家。為慶祝今年雙 11，全球速賣通發射了一個名為「糖果罐號」的迷你衛星，每隔 90 分鐘，消費者可以透過速賣通 App 上傳「太空自拍照」來互動及贏得獎勵。
- **Lazada：**Lazada 為東南亞第一大電商平台，擁有 40 萬個商家和 3,000 個品牌，為新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、菲律賓和越南的 5.6 億消費者提供服務。Lazada 今年首次加入雙 11，並為消費者帶來 LazMALL 及 Lazada 上歷年來最大的折扣優惠及消費體驗。
- **Daraz：**Daraz 是南亞最大的線上交易市場，在巴基斯坦、孟加拉、緬甸、斯里蘭卡和尼泊爾開展業務，覆蓋超過 4.6 億人口。為啟動 Daraz 第一個雙 11，Daraz 將於 11 月 10 日在巴基斯坦主場舉行一場三小時的倒數計時晚會，現場將有名人表演並送出千個超級大獎給電視機前的觀眾。

---

## 全球付

- **螞蟻金服：**作為全球領先行動錢包支付寶（Alipay）的運營者，螞蟻金服與全球合資夥伴一起為全球 8.7 億用戶提供服務。致力於運用高科技技術創造更多平等的金融機會，為全球消費者和中小企業提供安全又便捷的普惠金融服務。去年雙 11 支付寶上的支付峰值達到每秒 25.6 萬筆，24 小時內支付寶處理共 14.8 億筆支付交易，透過支付寶結算的 GMV 達 253 億美元（1,682 億元人民幣），較前一年增長了 41%。

---

## 全球運

- **菜鳥網絡：**阿里巴巴物流業務的使命是全中國大陸範圍實現 24 小時內送達包裹，全球範圍實現 72 小時內送達。菜鳥透過先進的數據平台及超過 300 萬名物流從業人員，連結全球共達 3,000 萬平方公尺的倉庫。為迎接今年雙 11，菜鳥安排了 51 班貨運包機運送包裹至西歐、俄羅斯、東南亞等地。同時，菜鳥預留了約 1,000 個海運集裝箱，為打破去年 8.12 億筆雙 11 物流訂單紀錄做準備。

---

## 全球遊

- **飛豬：**飛豬是阿里巴巴旗下的綜合性旅遊服務平台，提供中國大陸消費者國內外機票、火車票、車票、酒店預定、套裝行程、景點門票、車輛租借、以及簽證申請等多元商品和服務。飛豬目前擁有來自於阿里巴巴中國零售電商平台約 6.6 億活躍月度行動用戶，提供靈活無縫的旅遊安排，同時利用互聯網的力量幫助其平台上的商家。今年雙 11，飛豬將提供各大航空公司合作夥伴、酒店品牌及旅獎勵聯盟等極具吸引力的營銷活動及獎勵機會給消費者，並提供新會員特惠服務和折扣優惠。