

中国品牌在海外

世界，开门吧！

——阿里巴巴的海外拓展之路

本报记者 汪莹



很久以前，凭借一句“芝麻，开门吧”的咒语，阿里巴巴发现了一个满是金银财物的宝窟，并以勇敢和机智获得了宝窟中的财富。今天的阿里巴巴同样坐拥巨大的财富，不过不同的是，阿里巴巴叩开成功之门，凭借的不是咒语，而是一步一个脚印的努力。如今，这扇成功之门通往的也不是一个洞窟，而是整个世界。

取名“阿里巴巴”，看中的就是这个名字的全球知名度。所以，从取名的那一天起，阿里巴巴就已经做好了放眼全球准备。“阿里巴巴创于中国，为世界而生。”2015年6月，阿里巴巴创始人马云访问美国时这样说道。草创之时，马云这样想，你一定认为这是个笑话；而现在，马云这样说，人们都说这是一个奇迹。

天猫国际：中国有巨大的需求

全球化是2016年阿里巴巴的重要战略，而天猫国际又是这个战略中一架重要的马车。如今，在淘宝购物的“剁手党”们，除了能收到全国各省市的包裹外，还能接收来自世界各地的包裹。四川女孩小陈便接收过来自全球各地大大小小的包裹10余个，对于在天猫国际上的购物体验，小陈评价道，“东西比较全，就是有时候物流比较慢。”



图为天猫国际国家馆。资料照片

“东西比较全”，虽然只是短短几个字，阿里巴巴却为此付出了很多努力。自2014年2月天猫国际上线以来，马云在过去两年里“马不停蹄”地频繁会见各国政要，甚至获得了“外交小红”、“马省长”的称号。韩国总统朴槿惠、加拿大总理斯蒂芬·哈珀、英国威廉王子、意大利总理伦齐、法国总统奥朗德、荷兰国王威廉·亚历山大、英国首相卡梅伦……在马云这份霸气的会见名单上每增加一个名字，天猫国际平台上不久就会有这个国家的品牌上线。

这当然不是巧合。在与各国政要的会面中，马云不只一次告诉对方：“中国有巨大的需求。”的确，一个有14亿人口的国家需求当然很大，更何况每天有4.07亿人在他的网站上购物。

截至2015年底，天猫国际已经开设了包括韩国馆、美国馆、法国馆、英国馆等在内的13个国家馆，共有来自全球53个国家和地区的5400个海外品牌入驻，其中八成海外品牌为首次进入中国市场。如今，阿里巴巴已经帮美国的农民将樱桃卖到中国消费者的家里，把加拿大的龙虾卖到中国人的饭桌上，还卖过法国的红酒、英国的茶叶、意大利的奢侈品等。

今年1月26日，阿里巴巴集团2016最新财报对外首次披露，天猫国际2015年成交比去年同期大涨179%。作为2015年阿里巴巴集团五大创新业务之一的天猫国际，已成为全球零售业巨头进入中国市场的最佳通道。

速卖通：服务全球20亿消费者

如果说天猫国际是将国外的商品引进中国，那么全球速卖通就是让中国的商品走向世界。实际上，阿里巴巴走出去的步伐要比引进来得早得多。2010年上线的速卖通，定位是一个为全球消费者而设的零售市场。世界各地的消费者可以通过速卖通，以实惠的价格从中国批发商和制造商处购买商品。

2013年9月，温州大学的小伙子俞科及其学长李易在速卖通开了一个专卖男鞋的网店。面对外国顾客，俞科和李易也有针对性地选择商品，比如只做大码鞋，这是看中了欧美人普遍身材魁梧、对大码鞋需求高的特点。凭借自身特色，俞科的店在2014年卖出了2万多双男鞋，从外国人的钱包里赚走了487万元人民币。现在，网店每月营业额在10万美元左右，排在速卖通前列。

据统计，速卖通上的活跃买家遍布全球220多个国家和地区，其中销售排名前五的是：俄罗斯、巴西、西班牙、印尼、美国。早在2014年，速卖通在俄罗斯的月访问量就达到了1590万，超过俄罗斯本土购物网站Ozon.ru的850万和美国eBay Inc.的820万，成为俄罗斯排名第一的购物网站。



因为一名女士在“速卖通”的莫斯科提货点提货。新华社记者 戴天放摄

据特恩斯市场研究公司(TNS)的数据，2015年某些时候，速卖通在俄罗斯的访问量一度超过Facebook。27岁的Anna Butakova在莫斯科经营一家面包店，她在速卖通上买过烘焙工具、儿童服装和手机外壳等，“我会花几小时在这个网站上寻找商品，所有东西看上去都价廉物美。”

自上线以来，速卖通连续多年交易额增速超过300%。在一带一路沿线的许多国家和全球很多角落，速卖通已经成为当地最受欢迎的电商平台。去年，阿里巴巴陆续邀请欧洲零售业、互联网行业的资深高管加盟，任命国家办公室总经理并组建团队。目前，阿里巴巴已完成在英、法、德、意四国的业务团队布局，为进一步开拓海外市场做准备。

马云2015年表示，阿里巴巴未来的目标是将业务拓展到全球，帮助全球的小公司将产品卖到世界各个角落，帮助全球的消费顺利地买到世界各地的产品。“我们的愿景是，未来10年内帮助全球20亿消费者在线购买全世界产品，而且做到全球范围内72小时内收到商品。”

阿里云：建立大数据时代的基础设施

在马云此前与各国政要的会面中，似乎只有与迪拜酋长的会面没有谈及“买卖”，他们谈的主题是“云”。2015年5月12日，迪拜酋长特使到访阿里巴巴，代表迪拜Meraas控股集团与阿里云签署合作协议，用云计算改变迪拜。与此同时，阿里云将在迪拜规划建设全球第7个数据中心。

马云2014年初曾提出，中国正在从IT时代走向DT时代，阿里巴巴要建立大数据时代中国商业发展的基础设施，而云计算正是这种基础设施中最关键的部分。阿里云创始人王坚就此解释，“IT”是“计算机+软件”，“DT”是“互联网+数据”，在DT时代，互联网是国家的基础设施。对互联网而言，最重要的是数据。

数据处理，尤其是大数据处理，需要云计算，而云计算正是阿里云的主营业务。2013年8月15日，阿里巴巴正式运营服务器规模达到5000台(5K)的“飞天”集群，成为中国第一个独立研发拥有大规模通用计算平台的公司，也是世界上第一个对外提供5K云计算服务的企业。

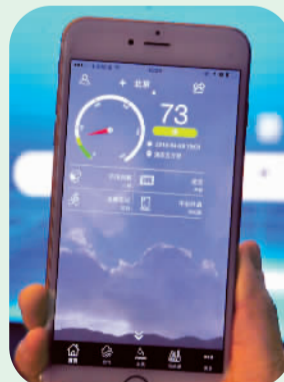
实现这一切，阿里云只用了4年。2009年春节后上班第一天，阿里云团队在北京上地一间简陋得连空调都没有的办公室写下了“飞天”的第一行代码。当时，带领团队的王坚加盟阿里巴巴不到半年，很多人怀疑王坚是骗子，在忽悠着不懂技术的马云。然而就是这样，一个心理学博士带着一群“技术男”，杀出了阿里云的技术迭代之路。如今，“云计算与大数据”已经与“全球化”“农村电商”一起，并列成为阿里巴巴未来三大战略，阿里云在集团的地位举足轻重。

去年3月，阿里云启用了美国硅谷的第一个数据中心，开始为北美乃至全球用户提供云服务。之后8月，阿里云宣布其新加坡数据中心正式开放，辐射亚太区域市场。目前，阿里云在北京、杭州、香港、深圳、青岛、上海、新加坡、美国设有地域节点，再加上日本、新加坡、德国等数个规划中的数据中心，预计不久后，阿里云将在全球拥有12个以上的数据中心。

阿里云副总裁喻思成在接受本报记者采访时说，“阿里云数据中心之所以能在全球这么多地方落地，正是因为海外公共云计算市场正在快速增长，我们可以看到很多未被满足的需求，并有信心和实力为这些用户提供优质的云计算和大数据服务。”

近年来，阿里巴巴在阿里云上共投入了数百亿元，实现了数千项重大技术突破，并打破了全球计算排序大赛的世界纪录。这些新技术的应用，构建了一个信息化生态圈，创造出120万个就业机会，阿里云的服务对象更是涵盖了包括世界500强在内的180万家国内外企业。

依托阿里云计算平台大数据实时处理的“蔚蓝地图”APP。新华社记者 李欣摄



农村淘宝

阿里巴巴的下一块招牌

石畅

如果读到这篇文章的读者恰好是一名创业者，我想问你一个问题：给你16年时间，你能把你的企业做到多大？创业于1999年的阿里巴巴集团给出的答案是这样的——本月6日，阿里巴巴集团宣布集团交易额超全球前三大零售商，成为全球最大零售商。

放眼未来，阿里巴巴集团在2014年赴美上市时便已透露了其未来三大战略，全球化、云计算与大数据、农村电商。其中，农村淘宝不久后或将成为阿里巴巴所擦亮的下一块招牌。也许你会问一句，真的吗？笔者以为，理由有三：

首先，农村淘宝的落地拥有“天时”——农村淘宝和国家层面的“互联网+”行动高度匹配，得到各级政府重视。

2015年3月，“互联网+”成为两会热词，并被写入当年政府工作报告；年内，国务院印发《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》……国家的大力倡导，得到了地方政府的高度重视。而农村淘宝为“互联网+”在农村的落地提供了一个很好的思路，因此，农村淘宝得到了不少地方政府的支持推广。

其次，农村淘宝的普及坐拥“地利”——农村淘宝被阿里巴巴列为未来三大战略之一，有着强大的战略支撑和资金支持。

在“关于农村淘宝”的介绍页面，首先映入眼帘的是“阿里巴巴计划在三到五年内投资100亿，建立1000个县级服务中心和10万个镇村服务站”。阿里巴巴集团

的战略侧重，为农村淘宝在各地农村的迅速普及提供了强有力的资金支持。现如今，农村淘宝发展跨入2.0时代，其新提出的“合伙人模式”使得大量年轻人有了回乡创业的热情，在深度挖掘农村消费潜力的同时实现个人的创业、创收。

再者，农村淘宝的发展占据“人和”——农村淘宝着眼“网货下乡”“农产品进城”，有着不断增长的市场潜力。

由第一财经商业数据中心(CBNData)联合阿里巴巴发布的“中国年货大数据”报告数据显示，在阿里巴巴所着力打造的“中国年货节”期间，覆盖全国农村的1.2万个村淘点销量比平时增长331%，平均每笔订单为262元。不仅是“网货下乡”，让村里人享受到网购商品，农村淘

宝还掀起了城里人网购“土货”的热潮，极大地促进了“农产品进城”。统计显示，阿里“年货节”期间，贵州辣椒酱5小时卖出8万瓶，大别山黑猪肉9小时卖掉2吨，苏北土鸡蛋2小时卖掉3万枚……

截至2014年12月，农村网民网络购物用户规模为7714万，年增长率高达40.6%。农村网民网购规模的不断扩大将为“网货下乡”提供了源源不断的动力，而伴随着“互联网+”搭线农产品销售、城镇居民日益提高的乡味需求，“农产品进城”也有着极大的发展空间。

现如今，城市的网购市场已是一片红海，而农村电商的发展仍是一片蓝海。有着庞大用户基础的淘宝网，让许多人对农村淘宝的发展前景十分看好。村还是那个村，但农村淘宝让那个村天翻地覆大不同，因此，占据“天时地利人和”的农村淘宝，势必成为阿里巴巴集团的下一块招牌。

品牌论

3月21日，阿里巴巴对外宣布其2016财年商品交易即时总额超过3万亿。截至2016年3月31日财年底，根据阿里巴巴集团中国零售交易市场的交易总额(GMV)，阿里巴巴集团已经超越了沃尔玛，成为全球最大零售体。

