

阿里加快出海 打造「歐洲天貓」

西班牙作試點市場 總裁：業務採用更本地化策略

內地電商巨頭加快「出海」速度，歐洲成為重要的目標市場。阿里巴巴（09988）總裁Michael Evans表示，計劃在歐洲建立本地化業務，率先以西班牙作為試點。市場猜測是打造「歐洲版天貓」，不過，內媒引述消息人士指：「歐洲版天貓只是一種比喻的籠統說法」。

大公報記者 李潔儀

外電引述Evans日前在巴黎出席科技會議時表示，阿里巴巴未來將聚焦更多發展本地化業務，指出「大家會看到歐洲的天貓」，意味着會將業務及品牌本地化。他提到，集團已在西班牙開始一個試點項目，並將在延伸至整個歐洲。

分析料為調整AIDC業務

市場憧憬，阿里巴巴為打造「歐洲版天貓」鋪路，不過市場人士認為並非如此，反而是阿里巴巴旗下國際數字商業集團（AIDC）在歐洲市場一種服務方式的轉變，更多是採用本地化的策略，而且天貓APP早已在歐洲市場提供服務。

今年3月，阿里巴巴宣布架構重組，形成「1+6+N」體系，將分拆成為6個集團、N個子公司，並尋求當中獨立融資或分拆上市的機會。

其中，電子商務業務被分拆成為六大集團之一，覆蓋阿里巴巴面向內地的電務市場的，名為淘寶天貓商業集團；至於覆蓋阿里巴巴的海外電商市場的，則為阿里國際數字商業集團，包括跨境電商平台Lazada及速賣通（AliExpress）等。

在阿里巴巴現有的跨境平台上，例如全球速賣通，



▲Michael Evans日前在巴黎出席科技會議時，提出要拓展歐洲市場。

主要是從內地向歐洲銷售貨物，雖然產品存在價格優勢，但運輸時間長一直是個弊端，因此，本地化服務成為重點之一。

本地化服務較跨境運輸省時

在阿里巴巴的生態體系，國際數字商業集團已有一定布局，包括早於1999年成立面對全球的B2B（企業對企業）貿易出口平台——阿里巴巴國際站；另外，速賣通負責美國、巴西、法國和西班牙市場，Lazada負責東南亞地區，還有負責土耳其地區的Trendyol，以及重點發展南亞市場的Daraz，覆蓋孟加拉國、巴基斯坦、斯里蘭卡

和尼泊爾。



▲阿里巴巴旗下的國際數字商業集團早已在世界各地市場有一定布局。

「馬雲仍非常關心集團發展」

【大公報訊】儘管阿里巴巴（09988）創辦人馬雲（圖）已退休超過3年，可是他一直「退而不休」，在專注公益事業之餘，仍然關心阿里巴巴的業務發展。

日前在巴黎出席科技會議的阿里巴巴集團總裁Michael Evans表示，馬雲仍然是阿里巴巴的最大股東，又指他非常關心集團的發展。

自從螞蟻集團在2020年12月暫緩「A+H」上市後，馬雲變得低調，並展開周遊列國之旅，

先後在西班牙、澳洲、泰國、日本等地旅遊及考察，直到今年3月阿里巴巴宣布架構重組前回國。

「Jack is alive（馬雲還活着）！」Evans表示，馬雲現況良好，而且很開心，又指他除了日本東京大學教書，亦會在中國留有更多時間。



海外布局

阿里巴巴國際站
(1999年成立)
面向市場：全球
簡介：屬於B2B（企業對企業）貿易出口平台，主要負責批發業務

速賣通
(2010年成立)
面向市場：美國、巴西、法國和西班牙
簡介：屬於B2C（企業對消費者）跨境平台

Lazada
(2012年成立)
面向市場：東南亞
簡介：2016年獲阿里巴巴斥資10億美元（約78億港元）入股；2022年3月，Lazada實現100萬名月活躍賣家

Trendyol
(2012年成立)
面向市場：土耳其
簡介：2018年阿里巴巴以7.28億美元（約56.8億港元）收購85%股權，2021年增資3.5億美元（約27.3億港元）令持股增至86.5%

Daraz
(2015年成立)
面向市場：孟加拉、巴基斯坦、斯里蘭卡和尼泊爾
簡介：2018年阿里巴巴以1.94億美元（約15.1億港元）收購100%股權

交銀：百億補貼助京東新客增30%

【大公報訊】交銀國際發表報告表示，內地「618」首輪預售需求釋放集中在較為剛需及平價的品類，主要貨架電商平台多數品類實現增長，大家電消費在促銷中集中釋放。據奧維雲網數據顯示，線上銷售額增38%（5月29日至6月4日），阿里巴巴（09988）旗下天貓及淘寶加大產品價格力投入，參與商家145萬，仍是品牌商家618主場，而京東（09618）參與首購新用戶按年增30%，參與百億補貼的商品數量為3月上線時的10倍。

報告亦指出，短視頻電商單量高速增长，提升貨架電商用戶心智。快手（01024）於6月1日至3日單量/買家數按年各增72%及50%，品牌商品/短視頻掛車交易總額（GMV）各增222%及128%，而生鮮、家電、服飾鞋靴增約200%、500%及60%；抖音

（截至6月8日17時）支付單量/動銷商家數為去年同期的1.6倍及1.8倍。報告顯示，「618」電商節首輪預售需求釋放集中在較為剛需及平價的品類，考慮當前整體消費環境及低基數效應減弱，料6月增速將會放緩，維持第二季度主要電商平台的增速預期，該行預計第二季度電商行業增速12%。

中銀薦京東拼多多阿里

另外，中銀國際發研報指，國家統計局數據顯示，今年5月份社會零售額同比增幅放緩至12.7%，其中商品網上零售額同比升16.9%，環比回落4個百分點，線上銷售滲透率提升至28.8%，相信是由於618促銷活動的預售階段，推動了5月線上銷售滲透率增長。該行重申對內地電商行業的「增

持」評級，選股優次為京東、拼多多（US：PDD）及阿里巴巴，均予「買入」評級。

交銀國際對互聯網股目標價

股份	目標價	評級
美團 (03690)	220元	買入
阿里巴巴 (US：BABA)	128美元	買入
拼多多 (US：PDD)	107美元	買入
快手 (01024)	90元	買入
京東 (US：JD)	41美元	中性

大公報記者整理

抖音電商加強引入小商家

【大公報訊】字節跳動旗下抖音電商近期再調整組織架構，加強引入白牌商家的平價產品，即由小廠商生產、沒有牌子的產品，同時，提高年內訂單量考核要求。

內地傳媒報道，抖音電商近期進行一系列組織調整，旨在更高效地引入及扶持商品價格更低的產業帶商家、白牌商家。

報道指出，抖音電商在2022年7月成立商家發展中心，與服飾、珠寶、食品等逾10個行業營運組並列，各行業負責人均向時任抖音電商運營負責人木青匯報。

不過，後來抖音電商發現將中小

商家全部整合到同一中心的做法過於簡單，由於不同行業間存在巨大差異，統一運營比較困難，因此在今年5月，抖音電商推出一輪新的調整，將現有逾10個行業營運組及商家發展中心打散，並最終分成A、B兩組，即品牌商家將進入A組，非品牌商家進入B組。

提高商品豐富度

據報道，2023年抖音電商在不下調GMV（商品交易總額）目標的前提下，提高對「訂單量」的考核要求。有關變化顯示，提高商品的豐富度及強調「性價比」，已成為抖音電商當前優先級較高的任務。

中石化夥百度 六大領域開展合作

【大公報訊】中石化（00386）與百度（09888）簽署戰略合作框架協議。雙方將在石化行業人工智能、互聯網+新業態、數字化轉型升級等領域深化合作，提高智能製造水平，賦能實體經濟發展，推動雙方在合作共贏中實現高質量發展。百度創始人李彥宏指出，期望雙方可以共同找到更多合作點，提升企業競爭力。

2021年至今，百度與中國石化在智能翻譯、智能合同、智能客服、智能文檔分析等多方向展開合作，促進中國石化管理領域數字化轉型和智能化提升。

中國石化董事長馬永生指出，目前集團正以積極的態度擁抱人工智能（AI）帶來的發展新機遇，迫切需要一些新的技術支持智能化、綠色化發展，期待兩家公司能夠合作共贏，共同加速產業高質量發展。李彥宏稱，生成式AI推動通用人工智能時代來臨，期望雙方

可以創造更多新的發展機會。

涵蓋AI應用及數字化轉型

根據最新協議內容，雙方將深入石油石化行業核心業務場景，在六大領域展開合作，包括行業人工智能基礎設施建設，互聯網+新業態，數字化轉型升級與大模型等新技術創新，智慧營銷。雙方還將在供應鏈、汽車、保險、生活等服務板塊開展合作，探索利用AIGC、數字人等技術，助力打造中國石化智慧傳媒平台。



▲中石化與百度簽署戰略合作框架協議。

騰訊將辦技術峰會 聚焦智能應用

【大公報訊】據內地媒體報道，騰訊（00700）將於下周一（19日）在北京和深圳舉行「行業大模型及智能應用技術峰會」。會上，騰訊雲將公布行業大模型方面的技術方案，以及在智能應用升級和產業客戶場景的應用進展。據了解，有關峰會核心是面向行業大模型的應用落地，非聊天助手類產品。

此外，2023世界交通運輸大會（WTC大會）在武漢舉行，騰訊集團高級執行副總裁、雲與智慧產業事業群CEO湯道生在上會分享騰訊在智慧交通領域的探索與實踐。騰訊將持續推動數字技術與交通行業深度融合，攜手合作夥伴，助力打造「人享其行、物暢其流」的智慧交通體系，助



▲騰訊與中國公路學會簽署戰略合作協議。

小程序助力智慧交通發展

騰訊持續發力智慧交通生態建設。在產研生態方面，騰訊與中國公路學會達成戰略合作，雙方將聚焦智慧公路發展，在交通頂層設計、技術

創新、產品研發、項目孵化、試點示範、生態圈層與學術品牌建設等方面，進行深度合作。

在產品服務生態方面，騰訊與蜀道集團聯合推出「周車預警高速版」小程序，並在騰訊地圖APP上線車路協同能力，提供實時變化的車道級導航服務，為用戶提供精準的智能引導服務，助力高速出行更安全。目前，相關功能已經在成都第二繞城高速西段和成宜高速落地。

騰訊集團副總裁、騰訊智慧交通和出行總裁鍾輝平表示，騰訊始終定位成數字化助手，未來仍將持續為交通產業和生態夥伴提供完備的數字工具箱，共同助力智慧交通可持續、高質量發展。