

淘寶雅虎日本網購平台上線 中日小企業可跨國貿易

6月1日，阿里巴巴集團旗下亞洲最大網絡零售商圈淘寶網與軟銀集團控股雅虎日本在日本共同啟動中日網購互聯平台。面向中國消費者的淘寶網淘日本

(www.taojapan.com) 與面向日本買家的雅虎日本「中國商城」

(<http://chinamall.yahoo.co.jp/>) 同時正式上線運營，聚合 2.5 億用戶 4.5 億件商品的全球最大網購市場由此誕生。

中國數億消費者將在淘寶網上就能購買到來自日本的 800 萬特色網絡商品，而日本用戶也能通過新平台享受到來自中國的 5000 萬網貨。駐日中國大使程永華參加發佈會，祝賀平台上線，日本經濟產業大臣直嶋正行也以視頻方式發來祝賀。

阿里巴巴集團董事局主席兼 CEO 馬雲先生表示，我們很高興通過淘寶網這個平台可以幫助中日雙方的小企業獲得更的跨國貿易通路和全新的巨大市場，這個舉措也可以讓消費者能夠從數億的中國和日本的商品中有更多選擇。馬雲同時表示，打通中日網購此前沒人做過，一定會面臨重重困難，第一步也許會非常艱難，但是只要堅持摸索下去，這條路一定能走通。

日本軟銀集團總裁兼董事長孫正義先生表示，我們認為由中國、日本經濟為代表的亞洲經濟會持續增長，電子商務是拉動增長的重要力量。同時，提供平等貿易機會給小企業，對於小企業的發展是非常重要的事情。上線的新平台是小企業完成跨國貿易的理想平台。對於跨國購物的消費者來說，只要通過自己熟悉的網購方式進行即可。通過這個合作，我們要在兩國之間搭個橋，對亞洲的經濟成長作出重要貢獻。

中日網購「變平」

淘日本和雅虎日本「中國商城」沿用了大淘寶新商業文明開放、分享的思路的進一步延

展——開放底層數據達成雙方平台的完美對接；引入第三方公司提供相關物流、呼叫中心服務——這將意味著一個全新的商業生態鏈條正在形成。最重要的是，通過引入第三方的服務，最大限度地降低了跨海交易中由於溝通、語言、貨幣等因素給買賣雙方帶來的不便。無論是買、賣的交易過程中，用戶的操作、支付、接收貨均是按照自己習慣的淘寶網購交易流程和規則進行即可。

據最新《日本通訊發展趨勢報告》報告，網絡購物是日本網民第二位的電腦上網目的。有 46.9% 日本網民使用電腦網購。而截至 2009 年底，中國網民中使用網絡購物的比例為 28.1%。專家認為，兩國物流支付等配套服務發展的差異，是跨國間網購交易的障礙。

互聯網和信息化讓世界變平，並正不斷推動全球化的發展，這已經是人們普遍接受的觀念。讓普通消費者足不出戶就能直接在國外網站購物，這一潛在的商機此前已經引起很多企業的關注。事實上，把產品直接賣給國外消費者，這需要為遙遠的異國消費者提供有針對性的服務，語言、物流和支付都是需要解決的問題。但迄今為止，大企業是跨境零售的主要參與者，不過隨著新平台的上線，小企業也有望進入這一極富潛力的市場。淘寶和雅虎日本這一合作的意義在於，淘寶和雅虎日本兩大平台上的小企業將獲得一個完善的跨境交易平台，把商品賣到國外去將和賣給國內消費者一樣簡單，這也有望改變目前傳統國際間貿易的形態。

據瞭解，針對小企業在跨境銷售中面臨的一系列問題，淘寶和雅虎日本將提供一整套的解決方案。淘寶和雅虎日本的買賣雙方會發現，他們的購物習慣或銷售過程幾乎不需要做任何改變。兩國的賣家可以繼續使用本國語言上傳產品和處理交易，而買家仍可以用本國語言進行產品瀏覽和完成購買。

一個國內買家在淘寶網的「淘日本」平台購物時，他看到的是全中文的頁面，支付時用的依然是熟悉的支付方式。而同時，千里之外向他銷售商品的雅虎日本的賣家也並不需要自己學習中文，編輯中文頁面或者跟支付寶這樣的支付平台洽談任何合作。淘寶和雅虎日本的互通合作將為買賣雙方解決語言轉換、國際支付這些原本對中小賣家非常複雜

的問題。在國際物流方面，由阿里巴巴集團和軟銀集團共同投資的阿里巴巴日本有限公司也將為「淘日本」和雅虎日本「中國商城」的小企業賣家提供最終的物流服務。

整套解決方案 跨國「淘寶」堪比國內網購

這樣的互通平台將最大限度發揮小企業作為整體在服務、產品覆蓋面等方面的優勢。目前，淘寶平台有中小賣家數百萬家，商品數量數以億計。而雅虎日本方面的數據顯示，雅虎日本每月擁有大約 5246 萬獨立用戶，每天約 20.3 億頁面瀏覽量。正是大量中小賣家與淘寶、雅虎日本等平台一起，構成了一個繁榮的電子商務生態圈的核心，推動了中日兩國網絡購物的蓬勃發展。

淘日本聚集了 800 萬日本的商品。中國買家通過淘日本，可以直接看到全中文展示的來自雅虎日本賣家的商品，界面和淘寶以往界面沒有太大區別，同時還會顯示出日本賣家信息和在雅虎日本上的信用等級等。當消費者選定一件商品後，直接點擊購買，通過支付寶用人民幣付款即可，支付寶會按照當天匯率自動計算成人民幣支付額。商品價格是日本當地價格，而運費裡面已經包含了該商品的關稅。

測算顯示，1 公斤的商品如果通過傳統的國際物流運輸，運費約 130 元人民幣。由於淘日本引入了第三方的物流服務商集約化運營，運費將降低到 100 元左右。同時加上電子商務自身的特點，購買價格將比通過傳統渠道從海外購買降低 60%。

如果購買過程中中國買家出現疑問，可直接撥打在中國的第三方呼叫中心電話。呼叫中心將問題翻譯並與日本賣家聯繫，獲得解答後答覆中國買家。一旦買家再淘日本購買商品出現交易糾紛或者質量問題，將同樣受到淘寶網全網購物先行賠付的保障。

首期進入雅虎日本「中國商城」的中國商品將達到 5000 萬。對於想將商品賣到日本的中國賣家，淘寶網將對商品進行篩選，一期將以加入淘寶客的賣家商品為主，同時食品和化妝品暫不列入其中。淘寶賣家的商品將在雅虎日本「雅虎中國商城」中用日文展示給日本消費者。賣家發貨也只需按照平常的快遞收貨流程發貨可，第三方服務公司將完

成複雜的通關及國際物流環節。出現需要溝通的問題，同樣會經過第三方的服務機構將問題翻譯，與日本買家達成溝通。此外，賣家通過支付寶回收的貨款也將是人民幣。

小企業出海

淘寶及雅虎日本方面表示，雙方的合作正是為了給小企業參與跨境貿易提供一個完善的平台。跨國平台聚合 2.5 億用戶 4.5 億件商品，形成全球最大網購市場。這對於中國和日本的小企業而言，將面臨一個低成本高效的跨境貿易通路，和巨大的市場。這也有望改變目前傳統國際間貿易的形態。

「小企業是每個國家的經濟脊梁，是帶來就業、稅收和國民生產總值的重要組成部分。」阿里巴巴集團董事局主席兼 CEO 馬雲指出，「電子商務的力量能更好的改變小企業的命運，阿里巴巴和軟銀對此都有深刻的理解，為了讓中國和日本的小企業以及消費者實現雙贏是我們合作的原因。」

事實上，小企業通過傳統貿易方式出海，將面臨代理、渠道、運輸等系列問題，並為此付出高額成本，這也是過去小企業止步國內的主要原因。而與從事跨境 B2C 業務的零售巨頭相比，無論是在中國還是日本，一個 B2C 網站即使在本國享有很高的知名度，要贏得千里之外的異國消費者的普遍關注和認可都需要付出極大的成本，目前絕大多數跨境 B2C 網站的顧客都是對海外潮流商品高度敏感的小眾人群。依托淘寶和雅虎日本平台的小企業還將在人氣和市場推廣上獲得巨大的優勢。兩國小企業幾乎不需要在海外營銷方面做任何工作，就能使自己出現在異國最主流最大眾的網購人群面前，這將大大改變目前跨境零售市場相對小眾化的商業形態。正望諮詢高級分析師周洪美認為，打通了語言、支付、物流、營銷推廣等方面的障礙後，跨境零售已經具備了爆發的基礎。而隨著市場的增長，國際物流等費用不斷下降，以小企業、跨境網絡零售為特點的新交易形式有望改變目前國際之間貿易的形態。

此次小企業通過雙方合建平台向海外進軍，也從一個側面可以看出淘寶網未來的走向考慮。2010年，淘寶網宣佈大淘寶戰略，進而衍生出「開放、透明、分享、責任」的新商業文明。而在更早的2006年1月，淘寶網就推出了「香港街」服務，不久上線「台灣館」，今年5月5日針對企業級賣家的「淘寶商城台灣館」也宣佈上線，「淘寶商城香港館」也將在近期啟動，旨在幫助港台小企業借力電子商務開拓品牌知名度和港台商品進入大陸廣闊的內需市場。通過大淘寶向中國大陸以外的地區延伸，淘寶網在推動商業文明進程的路上一直未曾停下。而隨著日本市場的啟動，有諸多跡象顯示，大淘寶的海外拓展將會加速，消息顯示，淘寶網今年將擴大海外市場佈局，希望促成國內網友跨國購買日本、韓國、美國、歐洲等地的商品。馬雲說，淘寶網將在「新商業文明」基礎上，為更多的小企業服務，解決就業，拉動消費。

附：

圖一：中國買家購買示意圖

