

阿里巴巴「日本招商中心」正式啟動 協助日本企業進軍亞洲及中國電商市場

東京，2016年5月18日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA）今日為新成立的「日本招商中心」（Japan MD Center）舉行啟動大會，接近200個領先的日本品牌和製造商出席，會議旨在協助當地商戶了解該中心如何能夠更有效地打入亞洲及中國電子商務市場。參會的企業來自特別受中國消費者歡迎的類別包括嬰兒用品、化妝品、健康食品及浴室用品製造商。

該中心於今年二月宣佈成立，命名為Japan MD center，旨在向計劃進軍中國與其他亞洲電子商貿市場的日本品牌和製造商提供全面支援。阿里巴巴集團和軟銀集團的合資企業阿里巴巴株式會社（「阿里巴巴日本」）將在日本當地主導該項目。

阿里巴巴集團首席執行官張勇及阿里巴巴日本首席執行官香山誠出席了啟動儀式。資生堂（Shiseido）、Askul、HABA、MTG、Kyowa、Japan Gateway 及尤妮佳等知名日本品牌的高層出席了這次大會，並分享他們透過阿里巴巴的跨境電商平台天貓及天貓國際，在中國和海外市場擴展業務的經驗和未來的發展及部署。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團以服務 20 億客戶為目標，而我們希望夥拍有意拓展環球市場的日本品牌和零售商，一起開拓廣闊的電商市場。」張勇續說：「在阿里巴巴的全球化策略當中，日本是一個非常重要的市場，當地的世界級、高端產品深受中國消費者的歡迎。我們希望 Japan MD center 能夠赋能日本商家，提供一個最能滿足他們需求的跨境電商解決方案，助力他們進軍內地以及亞洲其他市場。」

軟銀集團代表孫正義亦透過視頻祝賀該中心服務正式揭幕。他表示：「電子商務在亞洲增長迅速。阿里巴巴集團和軟銀集團所參與的電商平台合計已服務大約 30 億消費者，其中包括中國市場的天貓，東南亞的 Lazada 以及印度的 Snapdeal。阿里巴巴集團和軟銀集團致力透過旗下平台支持日本商家持續成長並取得成功。Japan MD center 的成立將進一步支持日本商家在電子商貿方面的產品部署、銷售、配送及宣傳，大規模擴展其在中國以及亞洲其它市場的業務。」

該中心旨在支持在天貓及天貓國際開店的日本商家，服務包括產品選擇、銷售渠道的建立及以市場推廣活動，使其更好地滿足中國消費者的需要。憑藉阿里巴巴集團累積中國消費者行為方面的大數據，中心可以協助商戶制定及推廣合適的商品，以迎合中國消費者的需求，從而提升銷售表現。

阿里巴巴日本首席執行官香山誠表示：「Japan MD center 是一項創新的服務，以協助日本商戶解決在中國及亞洲其他電商市場發展業務時所遇到的事宜。中心亦會分享中國電商市場的最新發展趨勢及中國消費者的需要，希望能為有意進軍中國市場的日本商家在產品及業務發展方面作出貢獻。」

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團創立於 1999 年，以商品交易額（GMV）計算，目前是全球最大的網上及移動商務公司。阿里巴巴集團為企業提供根本的互聯網基礎設施以及營銷平台，讓其可借助互聯網的力量，建立網上業務並與數以億計的消費者和其他企業進行商貿活動。

關於阿里巴巴日本

阿里巴巴日本是阿里巴巴集團與軟銀集團的合資企業，旨在支持日本企業的海外業務發展及為日本經濟注入新動力。阿里巴巴日本除了為日本為商戶提供在 Alibaba.com（B2B）、天貓及天貓國際（B2C）上的支持外，通過日本招商中心“Japan MD Center”，我們亦於中國及其他亞洲國家為日本商戶提供銷售支援。

關於天貓

天貓（www.tmall.com）創立於 2008 年 4 月，致力為日益成熟的中國消費者提供選購頂級品牌產品的優質網購體驗。至今，多個國際和中國本地品牌及零售商已在天貓上開設店鋪。根據艾瑞諮詢的統計，以 2014 年的商品交易額（GMV）計算，天貓是中國最大的第三方品牌及零售平台。天貓為阿里巴巴集團旗下業務。

關於天貓國際

天貓國際（www.tmall.hk）成立於 2014 年 2 月，為阿里巴巴集團旗下 B2C 平台天貓的業務延伸，目的是協助海外商家進入中國的網上零售市場。天貓國際商家可以在所屬國家或地區經營業務，而不需在中國境內擁有實體營運。透過天貓國際跨境平台，國際品牌能接觸到淘寶網和天貓的上億消費者，而中國消費者也得以接觸到眾多來自海外的品牌產品。

媒體查詢

柯璟
阿里巴巴集團
電話：+852 5590 9949
電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com

徐君宜
阿里巴巴集團
電話：+852 9372 2226
電郵：deborah.tsui@alibaba-inc.com