



阿里巴巴协助中小企业进军中国市场

全新服务“Export-to-China”释放中国愈发增长的购买力

杭州，2008年8月2日 — 阿里巴巴今日宣布试验性推出辖下全新服务“Export-to-China”，让全球的企业家及中小企业可以向正在不断增长的中国买家直接销售产品。

“Export-to-China”为国际供应商于拥有超过二千五百万买家及卖家使用的阿里巴巴中国网上交易市场上制作中文的网上商铺，透过其简单易用的介面，让全球的供应商得以直接接触数以百万计中国买家。同时，“Export-to-China”的用户可以得到阿里巴巴提供的专业翻译服务，及于每年中国境内四十个主要贸易展销会上获得阿里巴巴的推介及宣传。

在全球市场中，中国的角色正逐步转变，由单纯作为全球最大的生产基地以及产品出口国以外，慢慢亦成为全球最大市场及产品进口国。随着经济迅速发展、中产阶级人数增加、人民币逐步升值以及政府鼓励输入进口产品等因素的影响，中国对于进口产品的需求不断提升。根据最新的贸易统计显示，中国产品出口总值达 1,215 亿美元，较一年前增加 18%。同时地，中国进口产品总值亦较去年同期急增 31%，达至 1,001 亿美元，大大收窄出口及进口产品两者之间的差距。目前中国的贸易总额排名全球第三，并预计于未来十年内成为全球最大的进口市场。

阿里巴巴首席执行官卫哲表示：“中国仍然是世界最大的产品生产商及供应商，同时亦逐步成为全球主要的进口市场。中国将会为全球各地的企业，特别是中小企业带来无限的商机。中国买家不单止寻找高价的奢侈品、天然资源以及高科技机械产品，他们对于进口的食物、饮品、家居、健康及美容等基本产品都大有需求。阿里巴巴将协助联系国内的买家及来自全球的供应商，以促进中国的进口业，致力改变目前贸易失衡的情况。”

卫哲续称：“直至现在，外国公司于进入中国市场时仍然遇到语言及文化上的障碍，而且开拓新市场及建立销售网络上亦成本高昂。“Export-to-China”服务具备卓越的成本效益，可以协助中小企业迅速打入中国市场，接触庞大的潜在买家群。”根据阿里巴巴的资料估计，在阿里巴巴平台上约有 64% 的海外卖家对出口到中国感兴趣，有 52% 的中国会员都有进口产品的需求。

总部于美国佛罗里达州的 Bell Performance 于 2008 年 7 月率先采用“Export-to-China”服务，该公司的国际市务经理 Gene Rumley 指出：“在燃油价格不断提升及环境污染问题日益严重的情况下，中国对于我们公司而言是一个庞大的业务拓展机会。我们提供的一系列燃料及燃油保养产品，可以减少汽车、货车及轮船的耗油量及维修成本，同时减少来自于工厂及发电设施的污染问题。作为阿里巴巴 TrustPass 用户，我们于全球各地经已成功获取了不少新的客户，相信‘Export-to-China’服务亦将可以为我们打开中国市场的大门，让我们可以直接接触中国的买家。”

阿里巴巴早于 6 月 20 日经已于本身网站上公布即将推出“Export-to-China”服务，并已经获得超过 1,600 家企业表示有意采用有关服务。从今日开始的试验性推出期内，“Export-to-China”服务将会于阿里巴巴中国交易市场网站上展示。所有合格的阿里巴巴付费会员将可以在有限期内免费试用有关服务。如需要更多的相关资料，请参阅以下网站：

http://www.alibaba.com/activities/export_to_china/home.html

2007 年中国主要进口产品

产品类型	金额单位 (亿美元)
机电产品	4,990
高新科技产品	2,870
原油	798
液晶显示屏	408
塑胶原料	324
铁矿砂及其精矿	338
钢材	206
未经锻造的铜及铜材	197
自动化数据处理设备及其部件	224
自动化数据处理设备及其零件	168
成品油	164
通断保护电路装置及零件	161
二极管及类似半导体产品	117
汽车零件	106
印刷电路	108
大豆	115
汽车及汽车底盘	109
铜矿砂及其精矿	88
飞机	93
变压、整流、电感器及零件	82
电视、收音机及无线电信设备的零附件	80
印刷、装订机械及零件	78

资料来源: 2007 中国海关统计