The background of the slide is a photograph of a desert landscape with large sand dunes. In the foreground, a line of people riding camels is visible, moving across the sand. The sky is overcast. The image is split by a diagonal red line. The title text is overlaid on the left side of the image.

# eWTP助力“一带一路”建设

## ——阿里巴巴经济体的实践

阿里研究院

DT财经

2017年4月21日



# 摘要

- 网上丝绸之路将成为“一带一路”建设的先导。跨境电商合作可以更好地实现“一带一路”沿线国家贸易畅通，更好地惠及当地民众。阿里巴巴经济体正在积极推进商业领域的实践——eRoad、eHub建设。
- 根据阿里巴巴跨境电子商务大数据编制的“一带一路”沿线国家ECI跨境电商连接指数显示：东欧、西亚、东盟国家与中国跨境电商连接最紧密。中国与“一带一路”沿线国家ECI跨境电商连接指数Top10国家是：俄罗斯、以色列、泰国、乌克兰、波兰、捷克、摩尔多瓦、土耳其、白俄罗斯、新加坡。
- 出口方面，全球速卖通覆盖“一带一路”沿线全部国家，“一带一路”沿线国家用户占比超过45%，俄罗斯、乌克兰、以色列、白俄罗斯、波兰是购买力排名前五的“一带一路”沿线国家。进口方面，泰国、新加坡、马来西亚、以色列、捷克是中国跨境电商零售进口排名前5位的“一带一路”沿线国家。
- 蚂蚁金服投资的印度的第三方支付平台Paytm，在短短1年内发展成为全球第四大电子钱包，用户规模超过2.15亿。菜鸟在“一带一路”沿线国家物流基础设施逐步搭建，在“一带一路”沿线国家布局了17个海外仓。阿里云在香港、新加坡、中东、欧洲等地建设数据中心，在全球设立14个地域节点。UC浏览器在全球拥有6亿“季活”用户，在印度、印尼市场占有率第一。
- 努力实现eWTP愿景，积极推进eWTP试验区建设。2017年3月22日，阿里巴巴集团与马来西亚宣布建设“数字自由贸易区”，这是中国以外的第一个eWTP试验区。

# 目 录

- “一带一路”与“网上丝绸之路”
- 中国-“一带一路”沿线国家：ECI跨境电商连接指数
- 阿里实践：eWTP
- 未来展望



1

# “一带一路”与“网上丝绸之路”





# 建设网上丝绸之路，全面助力“一带一路”建设

网上丝绸之路，是由中国与“一带一路”沿线各国，加强网络互联、信息互通所形成的多领域、多层次基于“互联网+”的信息经济带。建设网上丝绸之路，有助于缩小不同国家、地区 and 人群间的数字鸿沟，释放数据红利，全面助力“一带一路”战略实施。

## “十三五”国家信息化规划

作为规范和指导未来5年国家信息化发展的纲领性文件。《规划》首次提出网上丝绸之路建设优先行动，作为我国未来五年的优先战略重点行动。（国务院，2016年12月15日）

## 促进电子商务发展部际综合协调工作组工作制度及三年行动实施方案（2016-2018年）的通知

提出：“跨境电子商务综合通关提速工程”和“提升电子商务对外开放水平专项行动”：围绕落实“一带一路”战略，推动与“一带一路”沿线国家重要节点城市的对点合作，推动跨境电子商务合作通道建设，带动对外贸易和产业合作；支持电子商务企业建设国际合作平台，促进国际化发展。（国家发改委办公厅、中央网信办秘书局、商务部办公厅，2017年1月5日）

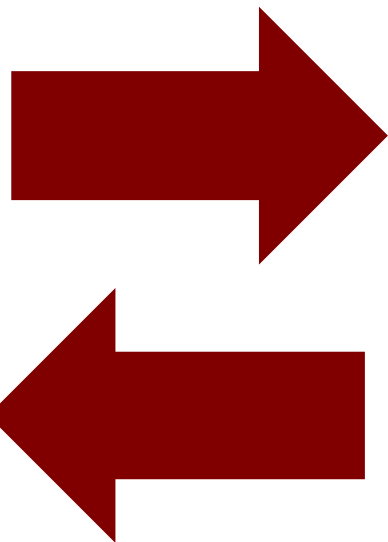
## 关于促进移动互联网健康有序发展的意见

意见指出，围绕“一带一路”国家战略，推进网上丝绸之路国际合作，促进移动互联网基础设施互联互通，大力发展跨境移动电子商务。（中共中央办公厅、国务院办公厅，2017年1月15日）

# 网上丝绸之路：“一带一路”建设的先导

中国“一带一路”战略将打破传统贸易壁垒，有效促进沿线国家发展共赢，给中小企业带来大量贸易机会。

这一战略还将有助于通过“网上丝绸之路”建设，推动沿线国家在互联网以及电子商务领域进一步深入发展。



中国的电子商务发展路径、发展经验值得“一带一路”沿线国家借鉴，中国的技术解决方案和商业模式在这些国家快速复制将极大地推动“一带一路”沿线国家的共同繁荣发展。

一些发展中国家的数字鸿沟要小于工业化方面的鸿沟。“一带一路”和“互联网+”可以树立一个新的国际发展合作模式，实现发展中国家的合作共赢。

跨境电商合作可以更好地实现“一带一路”沿线国家贸易畅通，更好地惠及当地民众。

# 商业实践：eHub→eRoad→eWTP

古丝绸之路：


- 驿站、港口
- 马车、船
- 丝绸、茶叶、瓷器

eRoad：

- 数字中枢eHub
- 云计算、大数据、  
快递网络
- 各种消费品





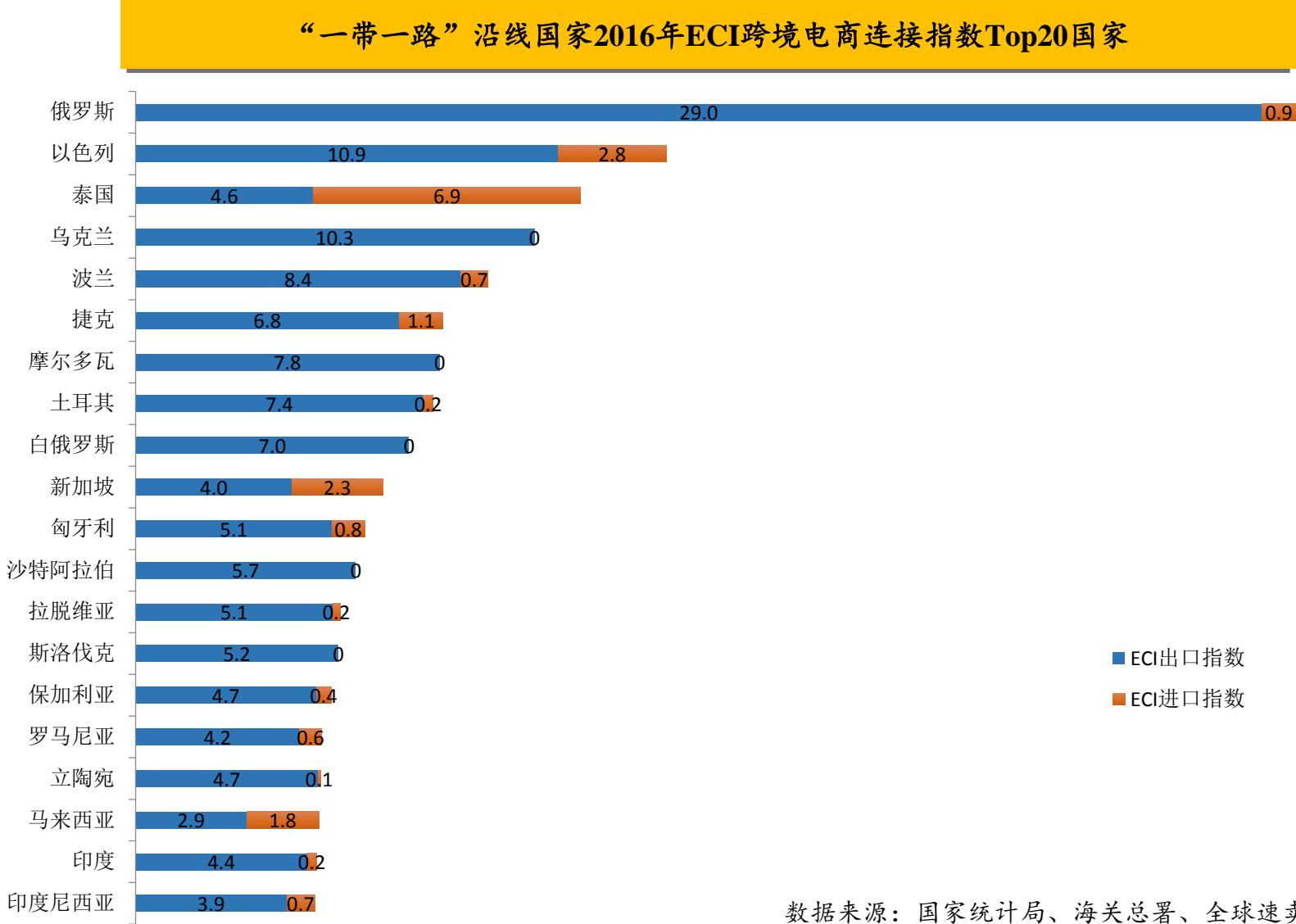


2

中国-“一带一路”沿线国家：  
ECI跨境电商连接指数



# 东欧、西亚、东盟国家与中国在跨境电商连接上最紧密



根据阿里巴巴跨境电子商务大数据（包括跨境电商零售出口和跨境电商零售进口），我们编制了“一带一路”沿线国家ECI指数（E-Commerce Connectivity Index，跨境电商连接指数），旨在反映中国与“一带一路”沿线国家在跨境电商贸易方面的连接紧密程度。

出口指数越高，表示该国购买“中国制造”的商品越多；进口指数越高，表示中国消费者购买该国商品越多。

数据来源：国家统计局、海关总署、全球速卖通（AliExpress）、天猫国际、淘宝全球购；阿里研究院分析

“一带一路”沿线主要国家2016年ECI跨境电商连接指数得分表（1/2）

排序	国家 / 地区	ECI出口指数	ECI进口指数	ECI总指数	排序	国家 / 地区	ECI出口指数	ECI进口指数	ECI总指数
1	俄罗斯	29.0	0.9	29.9	16	罗马尼亚	4.2	0.6	4.8
2	以色列	10.9	2.8	13.7	17	立陶宛	4.7	0.1	4.8
3	泰国	4.6	6.9	11.5	18	马来西亚	2.9	1.8	4.7
4	乌克兰	10.3	0	10.3	19	印度	4.4	0.2	4.7
5	波兰	8.4	0.7	9.1	20	印度尼西亚	3.9	0.7	4.6
6	捷克	6.8	1.1	7.9	21	哈萨克斯坦	4.6	0	4.6
7	摩尔多瓦	7.8	0	7.8	22	爱沙尼亚	4.2	0	4.2
8	土耳其	7.4	0.2	7.7	23	不丹	4.2	0	4.2
9	白俄罗斯	7.0	0	7.1	24	希腊	2.9	1.2	4.1
10	新加坡	4.0	2.3	6.4	25	黎巴嫩	3.4	0	3.4
11	匈牙利	5.1	0.8	5.9	26	塞尔维亚	3.4	0	3.4
12	沙特阿拉伯	5.7	0	5.7	27	亚美尼亚	3.3	0	3.3
13	拉脱维亚	5.1	0.2	5.3	28	马其顿	3.2	0.1	3.3
14	斯洛伐克	5.2	0	5.2	29	斯洛文尼亚	3.1	0.2	3.3
15	保加利亚	4.7	0.4	5.0	30	阿联酋	3.1	0.1	3.2

注：由于小数取舍，可能出现分项指数之和不等于总指数的情况，部分数据存在0.1以内误差

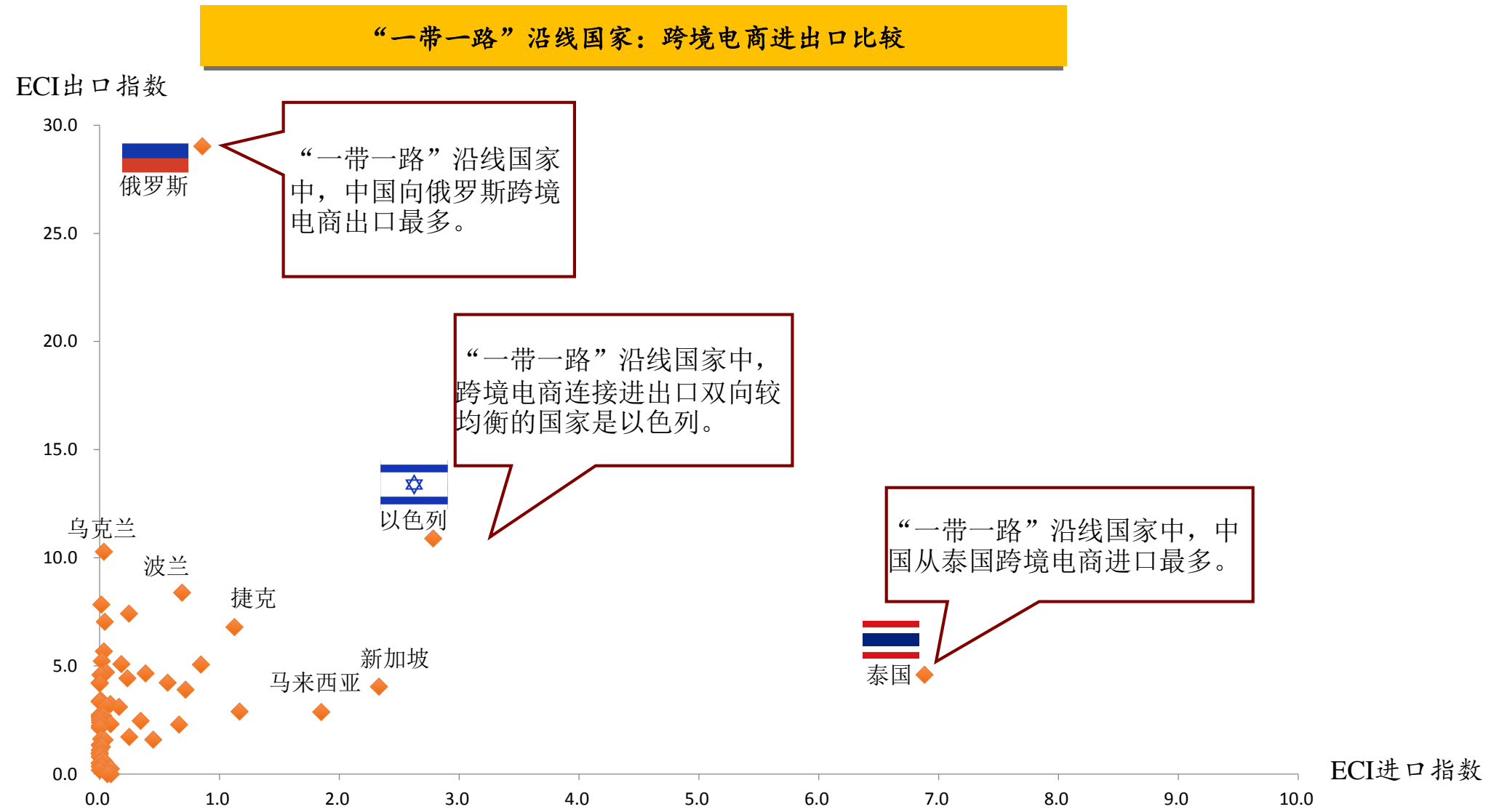


“一带一路”沿线主要国家2016年ECI跨境电商连接指数得分表（2/2）

排序	国家 / 地区	ECI出口指数	ECI进口指数	ECI总指数	排序	国家 / 地区	ECI出口指数	ECI进口指数	ECI总指数
31	塞浦路斯	2.3	0.7	2.9	49	约旦	1.3	0	1.3
32	菲律宾	2.5	0.3	2.8	50	埃及	1.3	0	1.3
33	马尔代夫	2.7	0	2.7	51	伊拉克	1.1	0	1.1
34	克罗地亚	2.7	0	2.7	52	土库曼斯坦	1.0	0	1.0
35	科威特	2.7	0	2.7	53	孟加拉	0.9	0	0.9
36	阿曼	2.6	0	2.6	54	吉尔吉斯斯坦	0.9	0	0.9
37	阿塞拜疆	2.6	0	2.6	55	波黑	0.8	0	0.8
38	卡塔尔	2.5	0	2.5	56	缅甸	0.6	0	0.7
39	巴基斯坦	2.3	0.1	2.4	57	老挝	0.5	0	0.6
40	阿尔巴尼亚	2.4	0	2.4	58	蒙古	0.5	0	0.5
41	巴林	2.2	0	2.2	59	塔吉克斯坦	0.5	0	0.5
42	黑山	2.1	0	2.1	60	巴勒斯坦	0.3	0	0.3
43	越南	1.6	0.4	2.0	61	尼泊尔	0.3	0	0.3
44	斯里兰卡	1.7	0.2	2.0	62	阿富汗	0.2	0.1	0.3
45	乌兹别克斯坦	1.6	0	1.6	63	也门	0.2	0	0.2
46	格鲁吉亚	1.6	0	1.6	64	叙利亚	0	0.1	0.1
47	文莱	1.4	0	1.4	65	伊朗	0	0.1	0.1
48	柬埔寨	1.3	0	1.3					

注：由于小数取舍，可能出现分项指数之和不等于总指数的情况，部分数据存在0.1以内误差

# ECI出口指数最高的是俄罗斯，ECI进口指数最高的是泰国，ECI进出口双向较均衡的是以色列



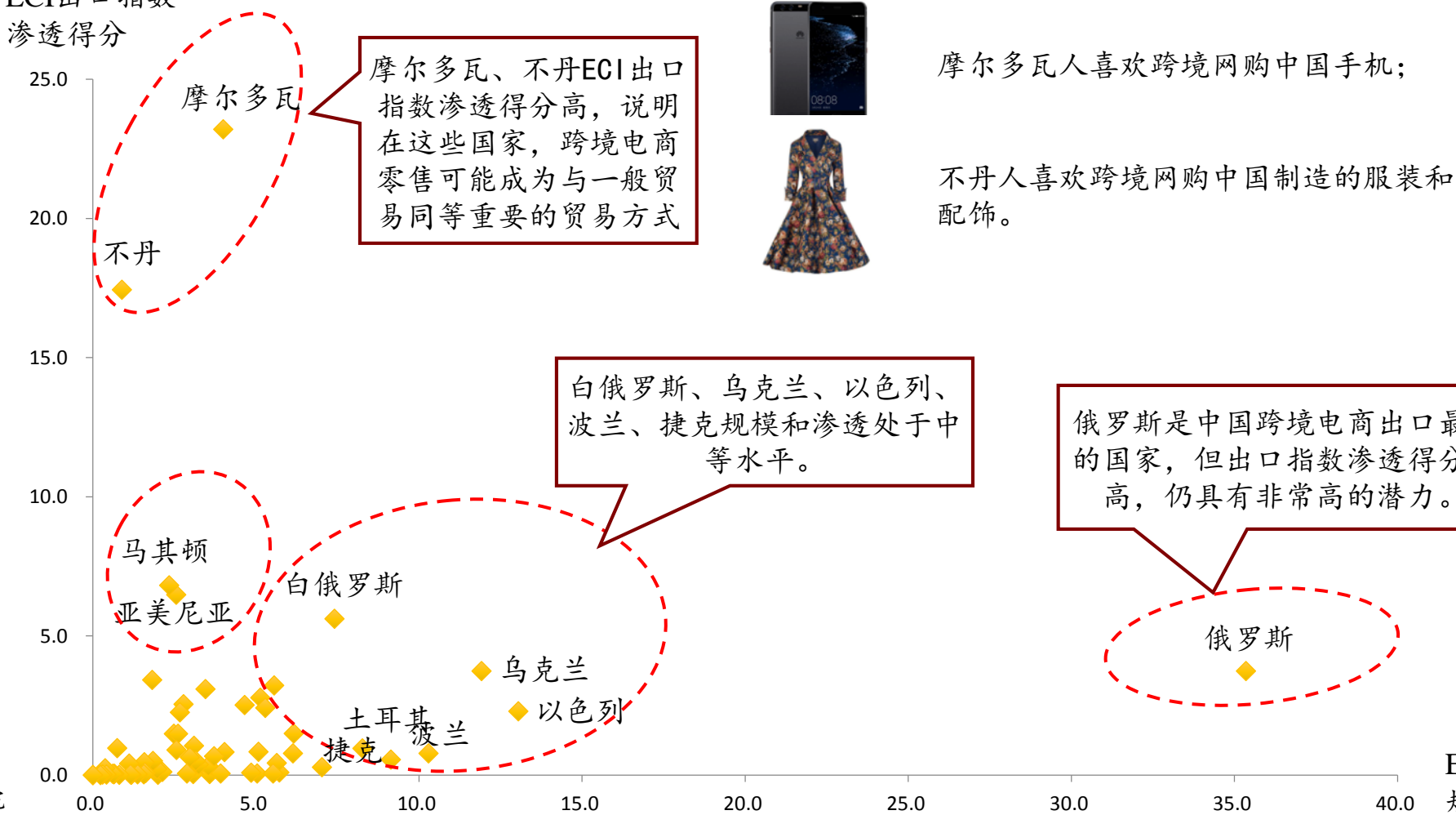
数据来源：国家统计局、海关总署、全球速卖通（AliExpress）、天猫国际、全球购；阿里研究院分析



# 俄罗斯是中国跨境电商出口金额最大的国家，摩尔多瓦是中国跨境电商出口渗透最高的国家

“一带一路”沿线国家跨境电商出口规模和渗透得分比较

ECI出口指数  
渗透得分



数据来源：国家统计局、海关总署、全球速卖通（AliExpress）、天猫国际、全球购；阿里研究院分析

注：ECI出口指数渗透得分：中国企业通过跨境电商向该国出口的规模相当于一般贸易货物出口规模的比值，对此比值的指数化处理。

3

阿里实践：eWTP

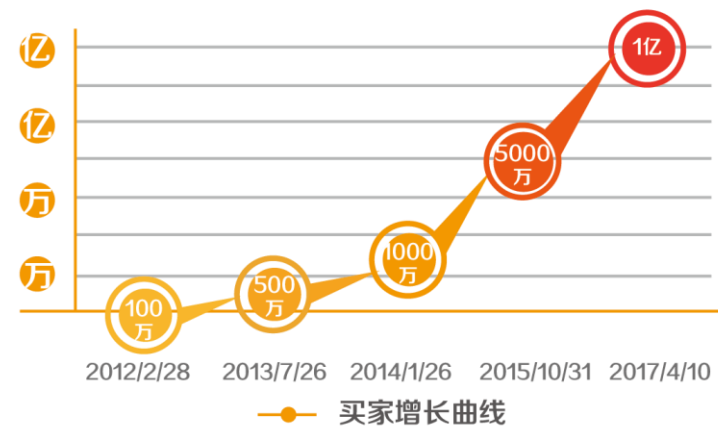




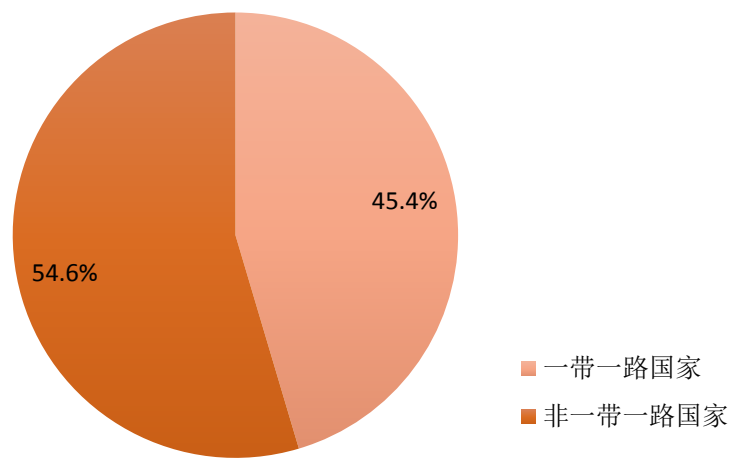
# 全球速卖通：覆盖“一带一路”沿线全部国家和地区的跨境出口B2C零售平台，“一带一路”沿线国家用户占比超过45%

全球速卖通是中国唯一覆盖“一带一路”沿线全部国家和地区的跨境出口B2C零售平台。用户遍及全球220多个国家和地区，全球海外买家数累计突破1亿。“一带一路”沿线国家用户占比达到45.4%。

全球速卖通海外买家数累计突破1亿。



“一带一路”沿线国家用户占比

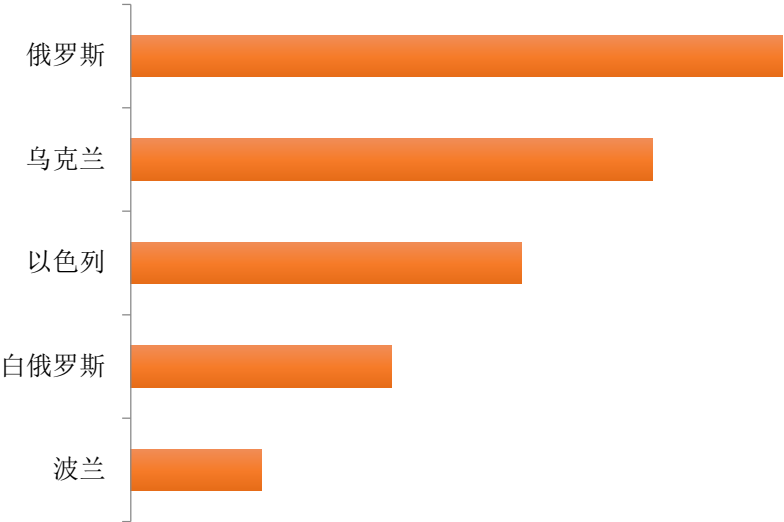


数据：全球速卖通 (AliExpress)

# “中国制造”畅销“一带一路”沿线国家，俄罗斯、乌克兰、以色列、白俄罗斯、波兰购买力排名前五

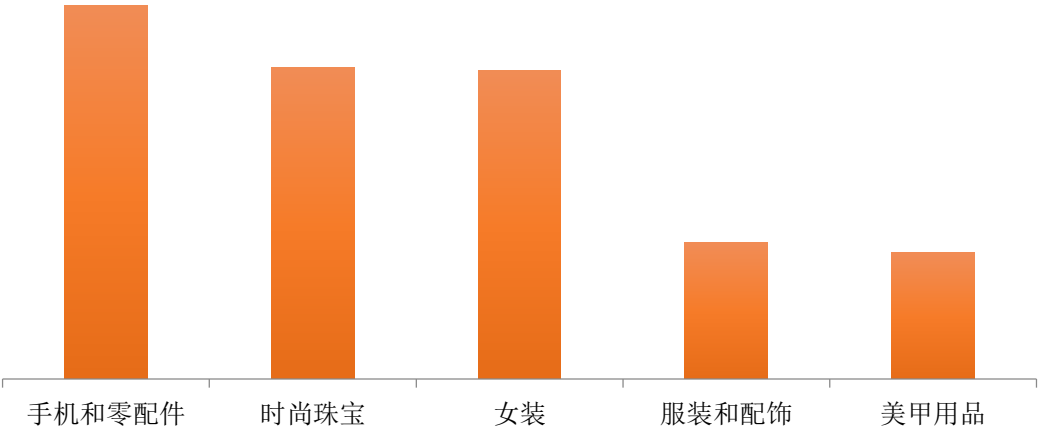
- 俄罗斯、乌克兰、以色列、白俄罗斯、波兰是购买力排名前五的“一带一路”沿线国家。

“一带一路”沿线国家中购买力排名前五的国家



- 手机和零配件、时尚珠宝、女装、服装和配饰、美甲用品是最受欢迎的五大品类。

在“一带一路”沿线国家最受欢迎的五大品类（2016年）



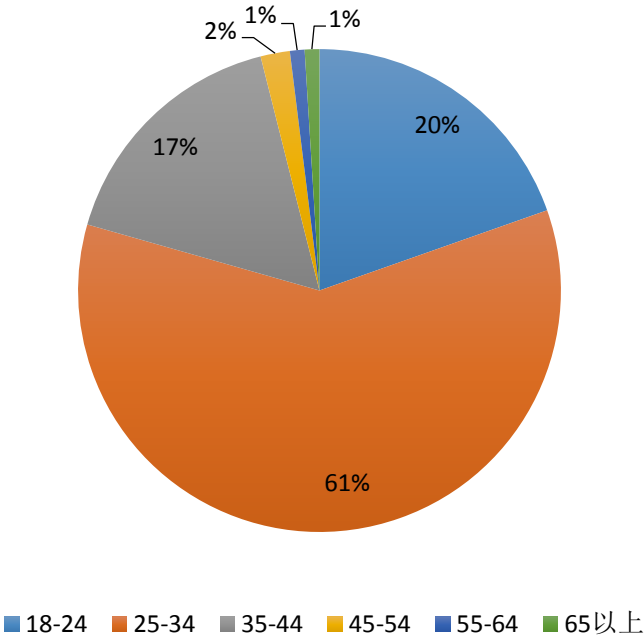
数据：全球速卖通（AliExpress）



# “一带一路”沿线国家25-34岁的年轻人成为跨境网购的主力人群，无线成交占比高于平台整体平均水平

- “一带一路”沿线国家跨境网购群体中，25-34岁年轻人占比达到61%

“一带一路”沿线国家消费者年龄层占比



- “一带一路”沿线国家无线购物占比59.6%，比平台整体平均水平高出0.3个百分点。

“一带一路”沿线国家无线购物占比

“一带一路”国家无线购物占比

59.6%

平台整体无线购物占比

59.3%

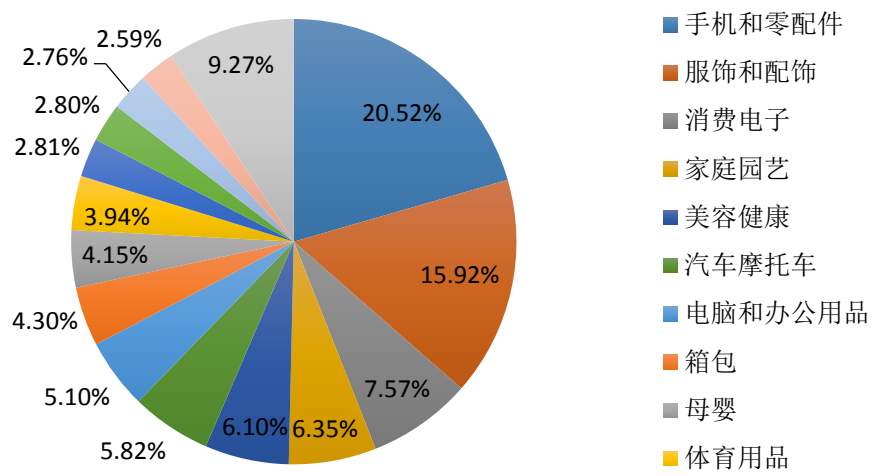
# 俄罗斯消费者最爱购买中国的手机、服饰和消费电子产品； 中国消费者最爱俄罗斯的糖果



俄罗斯

- 手机、服饰、消费电子产品是俄罗斯人最爱的“中国制造”商品。

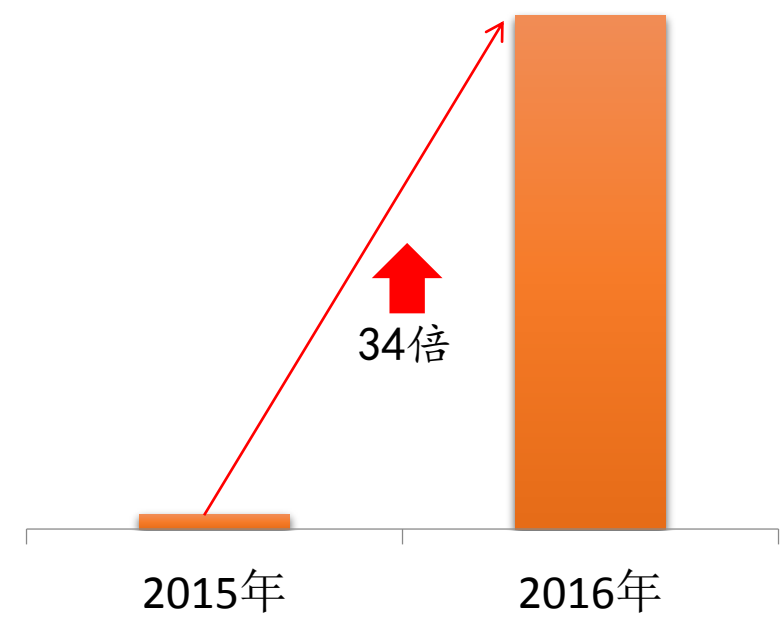
俄罗斯人在速卖通上购买的商品品类结构（按成交额）



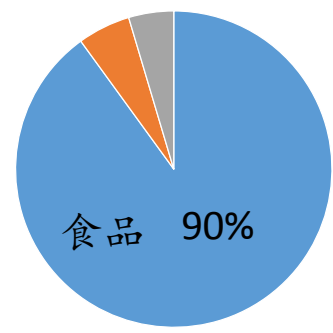
数据：全球速卖通（AliExpress）

- 2016年俄罗斯商品在天猫国际的总成交额是2015年的34倍。
- 俄罗斯商品结构单一，90%的销售额集中在食品。
- 主要包括：糖果、巧克力制品、果酱、速溶咖啡、威化饼干、点心。

俄罗斯商品在天猫国际的成交额（2015-2016年）



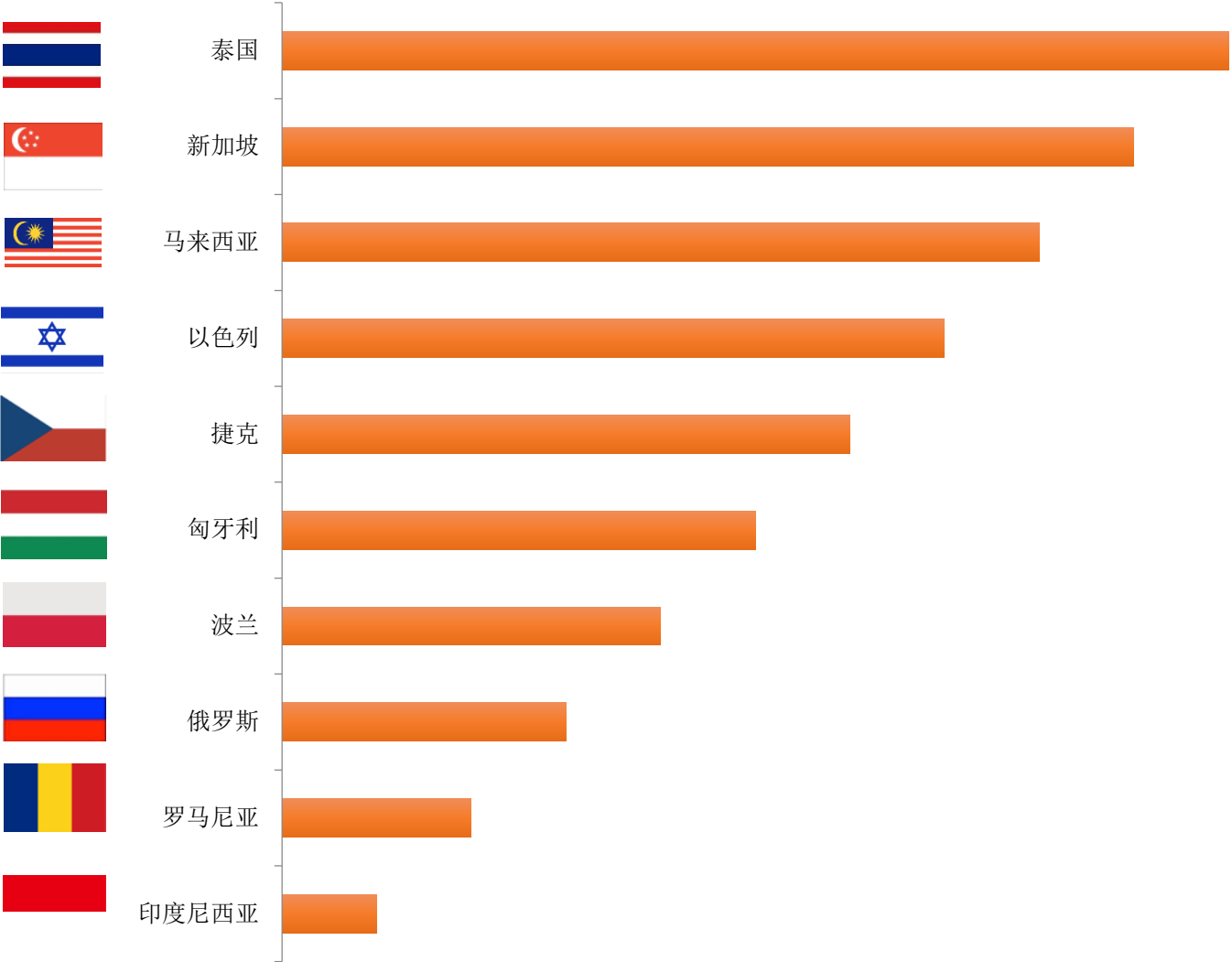
数据：天猫国际





# 泰国、新加坡、马来西亚、以色列、捷克是中国跨境电商零售进口排名前5位的 “一带一路” 沿线国家

“一带一路” 沿线国家在天猫国际销售额排名TOP10排名（2016 年）



数据：天猫国际

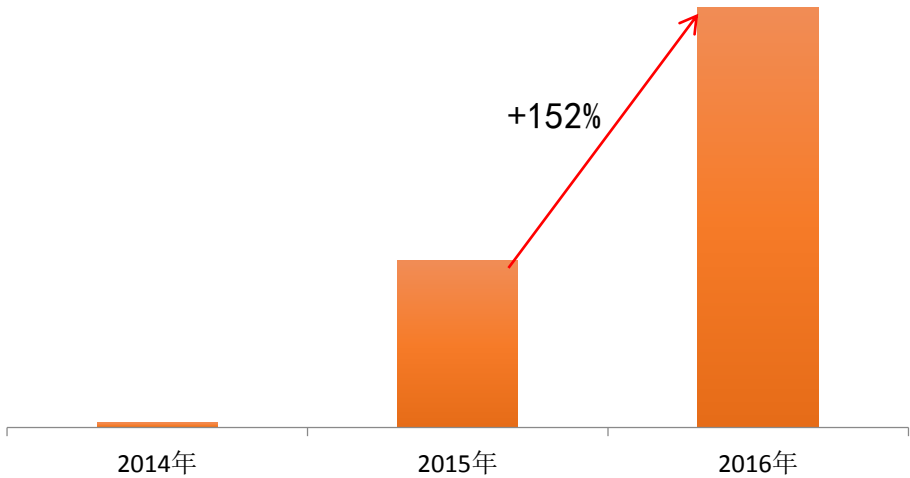
# 泰国：利用跨境电商平台销售商品到中国



泰国

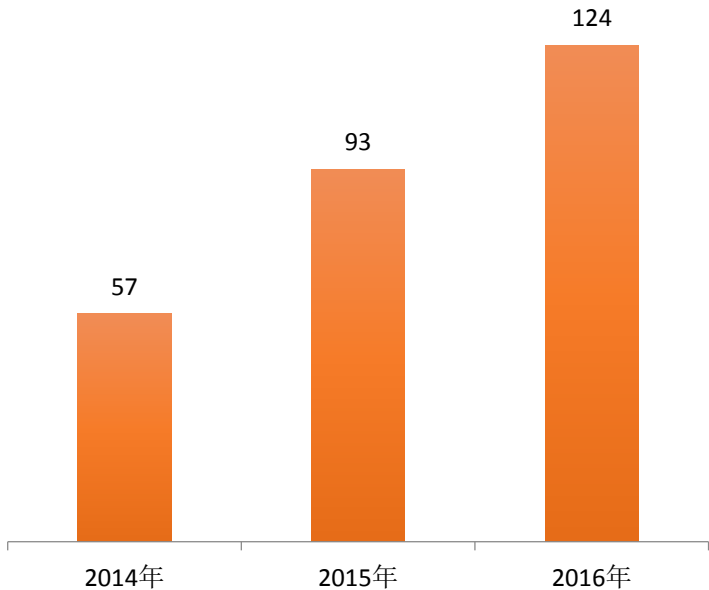
- 2016年，泰国商品在天猫国际的总成交额同比增长**152%**
- **124个**泰国品牌在天猫国际平台上销售
- 泰国是商品销售额排名最高的“一带一路”沿线国家

泰国商品在天猫国际的成交金额（2014-2016）



数据：天猫国际

天猫国际上泰国品牌数量变化（2014-2016）





# 泰国：利用跨境电商平台销售商品到中国



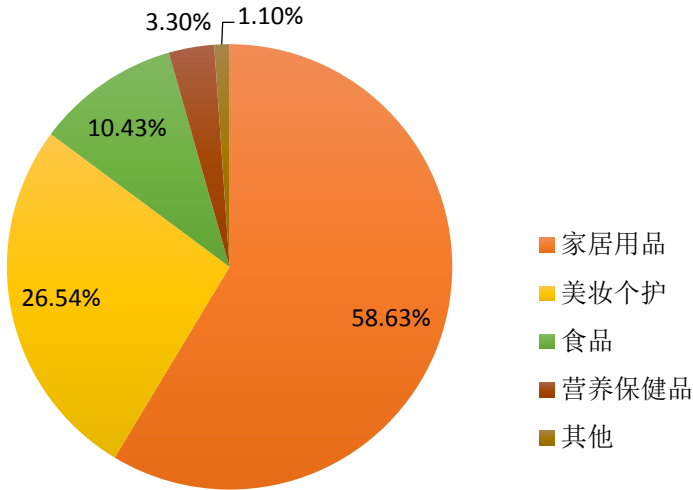
泰国

2016年，天猫国际销售近**28万件**泰国乳胶枕头/床垫



泰国主要销售商品：

- 家居用品：乳胶枕、乳胶床垫
- 美妆个护：精油、面霜、彩妆
- 食品：芒果干、榴莲干、大米
- 营养品：燕窝等



# 不卖橡胶卖枕头 泰国胶农多赚3-4倍



泰国

泰国胶农的生活从来没有像现在这样与中国消费者的订单紧密相关。



泰国是全世界第一大橡胶生产国，原材料价格下跌给泰国带来不利影响。

泰国橡胶农场主温塔说：把原胶做成乳胶枕头就能把原胶的收购价格提高到180-200泰铢一公斤，**是原来价格的3到4倍**，这非常有利于种植橡胶的农民。



中国消费升级带来了巨大需求，在相当程度上抵消了原材料价格下跌对泰国的不利影响。

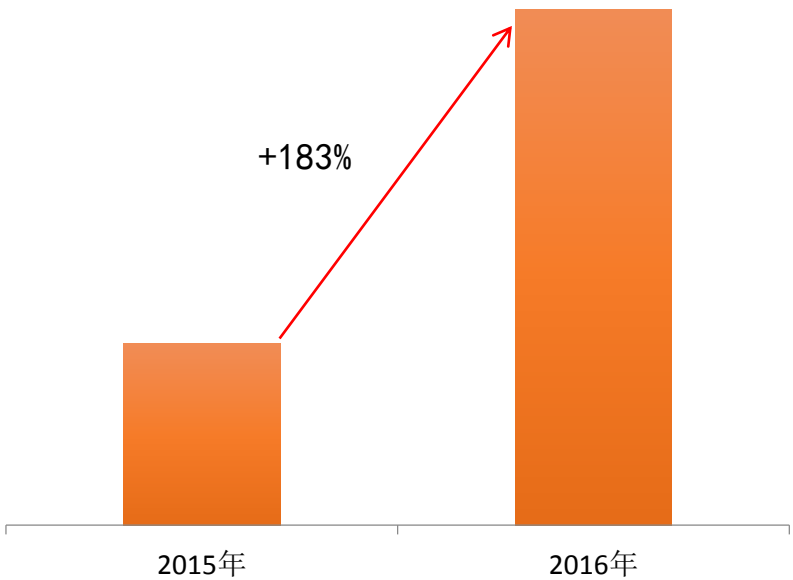


# 2016年新加坡商品在天猫国际的总成交额排上涨183%



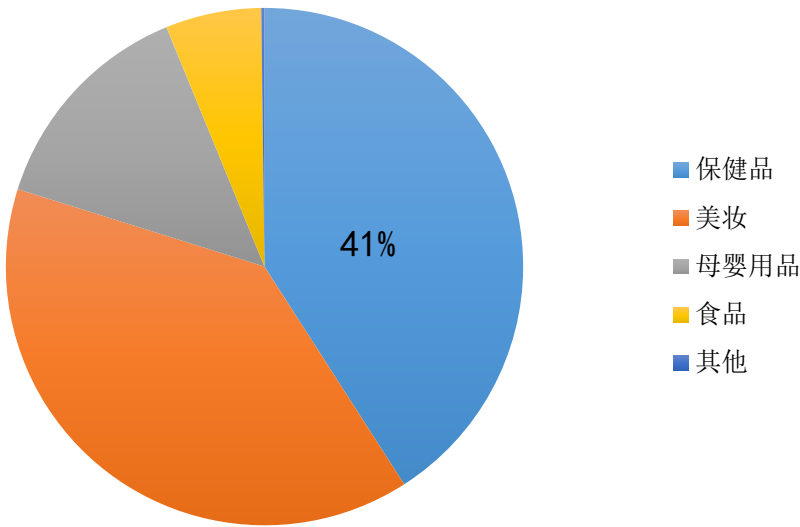
新加坡

新加坡商品在天猫国际的成交额（2015-2016年）



数据：天猫国际

新加坡商品的品类结构（按成交额）



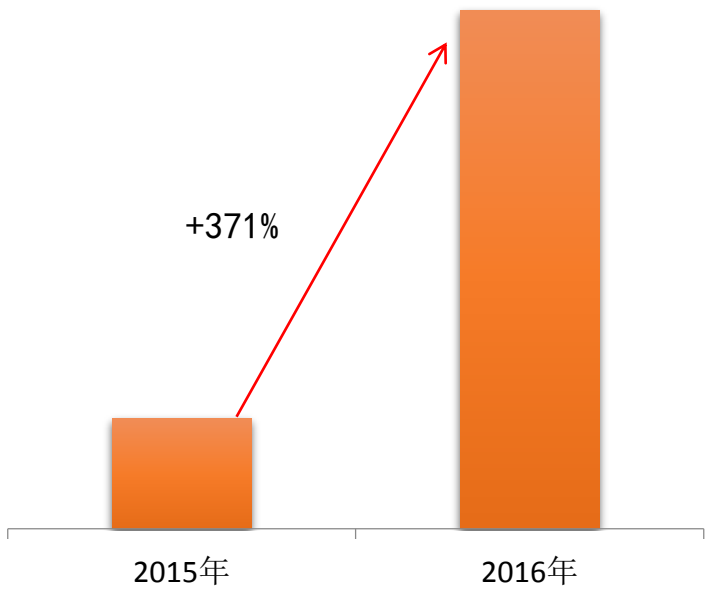
保健品主要包括：叶黄素、复合维生素、胶原蛋白、酵素

# 2016年以色列商品在天猫国际的总成交额同比增长371%，个人护理产品贡献了成交额的66%

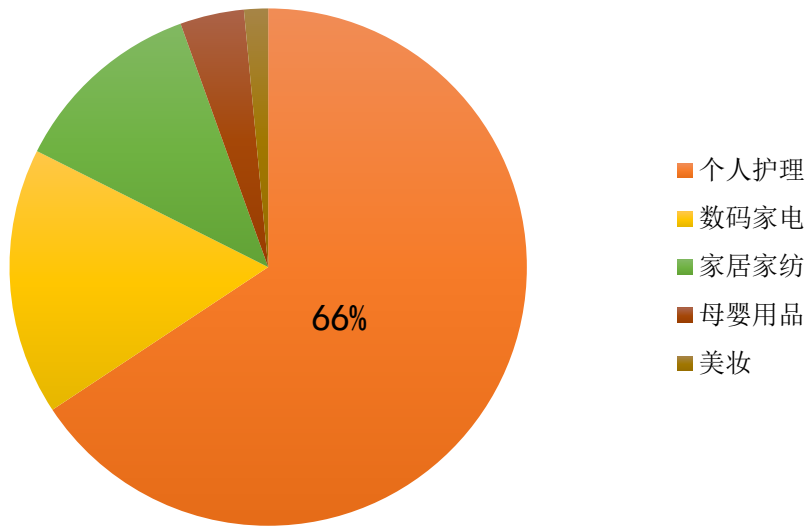


以色列

以色列商品在天猫国际的成交额（2015-2016年）



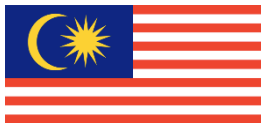
以色列商品的品类结构（按成交额）



- 个人护理产品主要包括：洗发、护发产品、精油
- 数码家电产品主要包括：脱毛器、电子美容仪

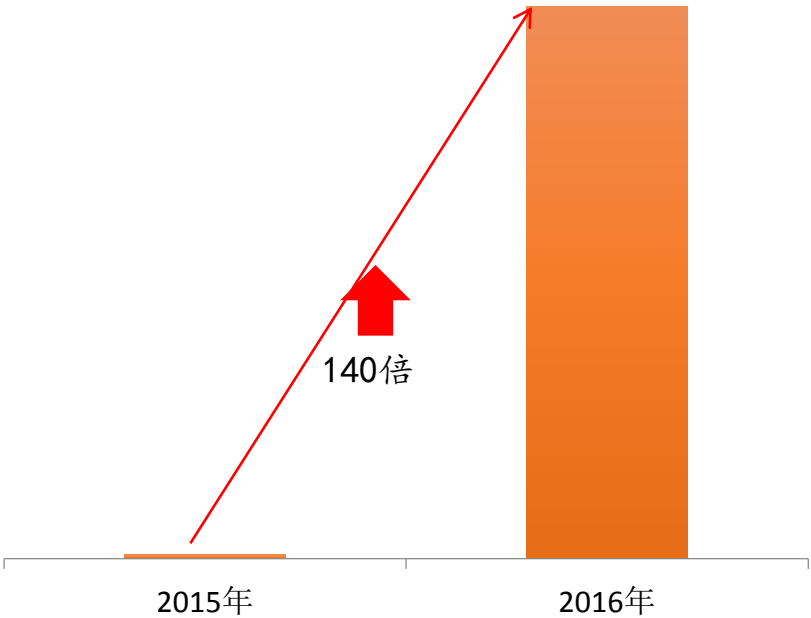
数据：天猫国际

# 2016年马来西亚商品在天猫国际的总成交额是2015年的140倍



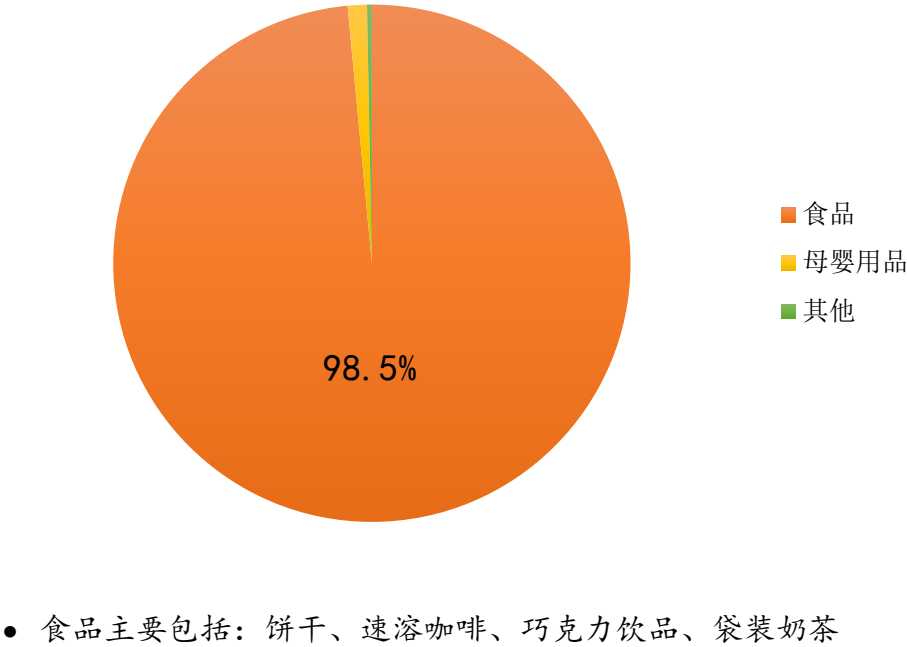
马来西亚

马来西亚商品在天猫国际的成交额（2015-2016年）



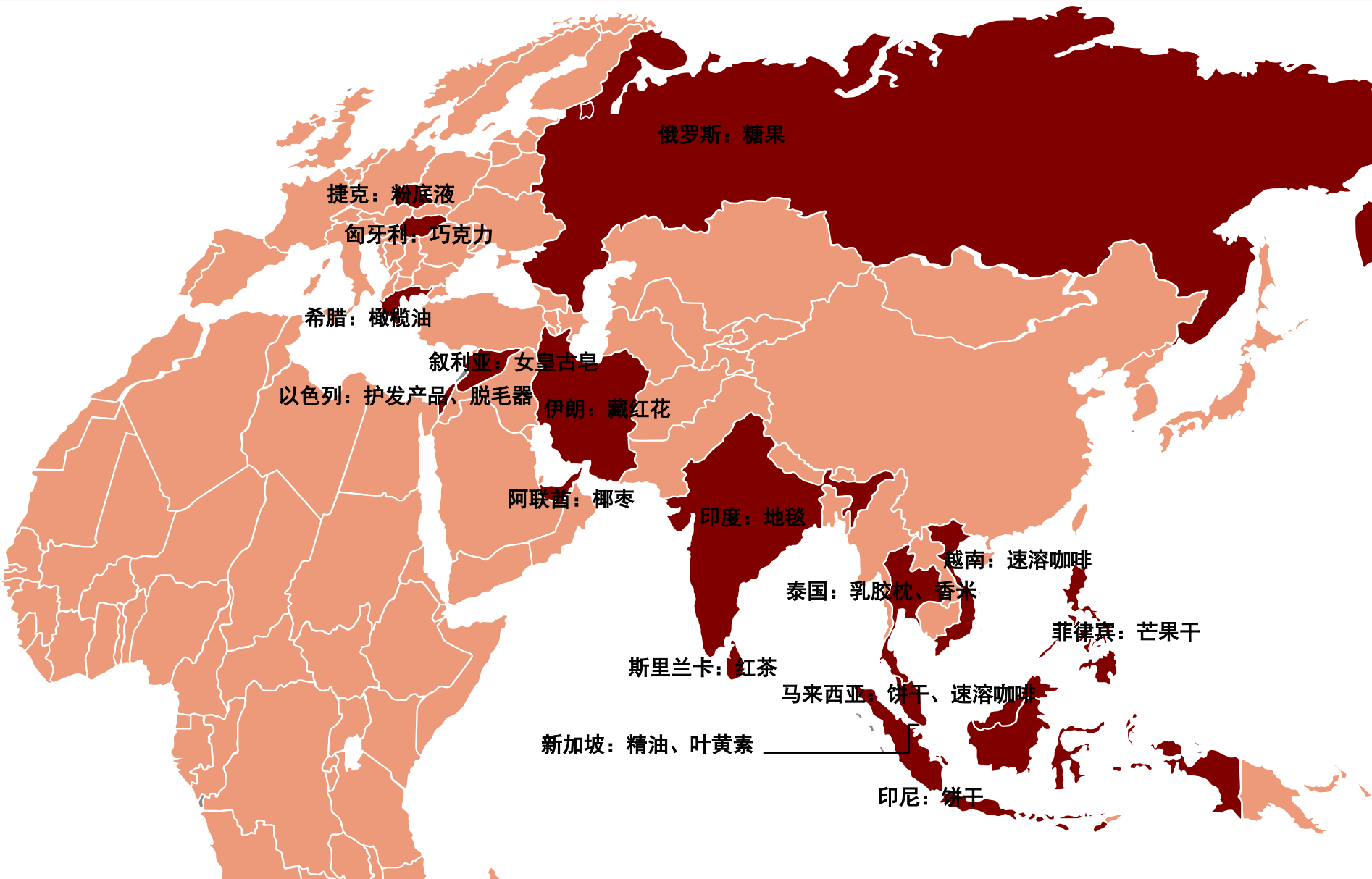
数据：天猫国际

马来西亚商品的品类结构（按成交额）





# “一带一路”沿线国家特色商品地图

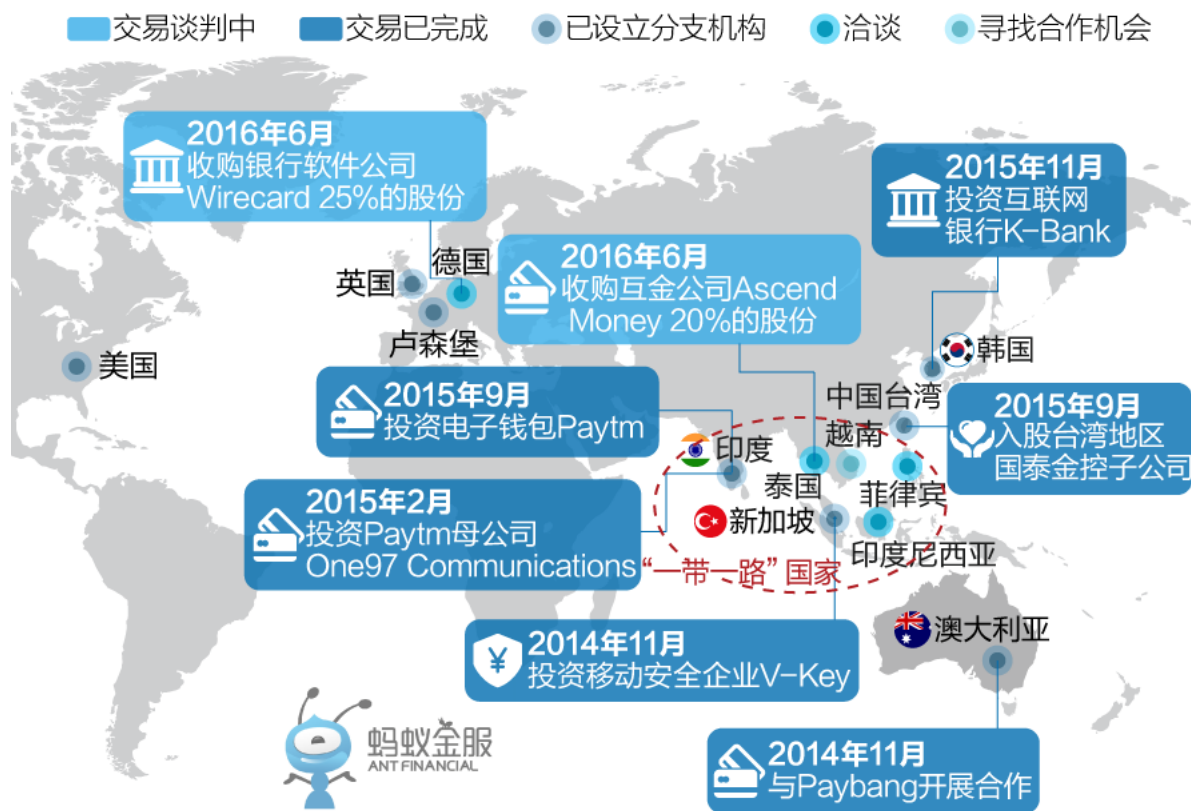


泰国的乳胶枕、香米  
新加坡的精油、叶黄素  
马来西亚的饼干、速溶咖啡  
以色列的护发产品、脱毛器  
捷克的粉底液  
匈牙利的巧克力  
俄罗斯糖果  
印尼的饼干  
菲律宾的芒果干  
越南的速溶咖啡  
希腊的橄榄油  
印度的地毯  
斯里兰卡的红茶  
阿联酋的椰枣  
伊朗的藏红花  
叙利亚的女皇古皂  
.....

# “一带一路”沿线国家成蚂蚁金服“走出去”重点区域

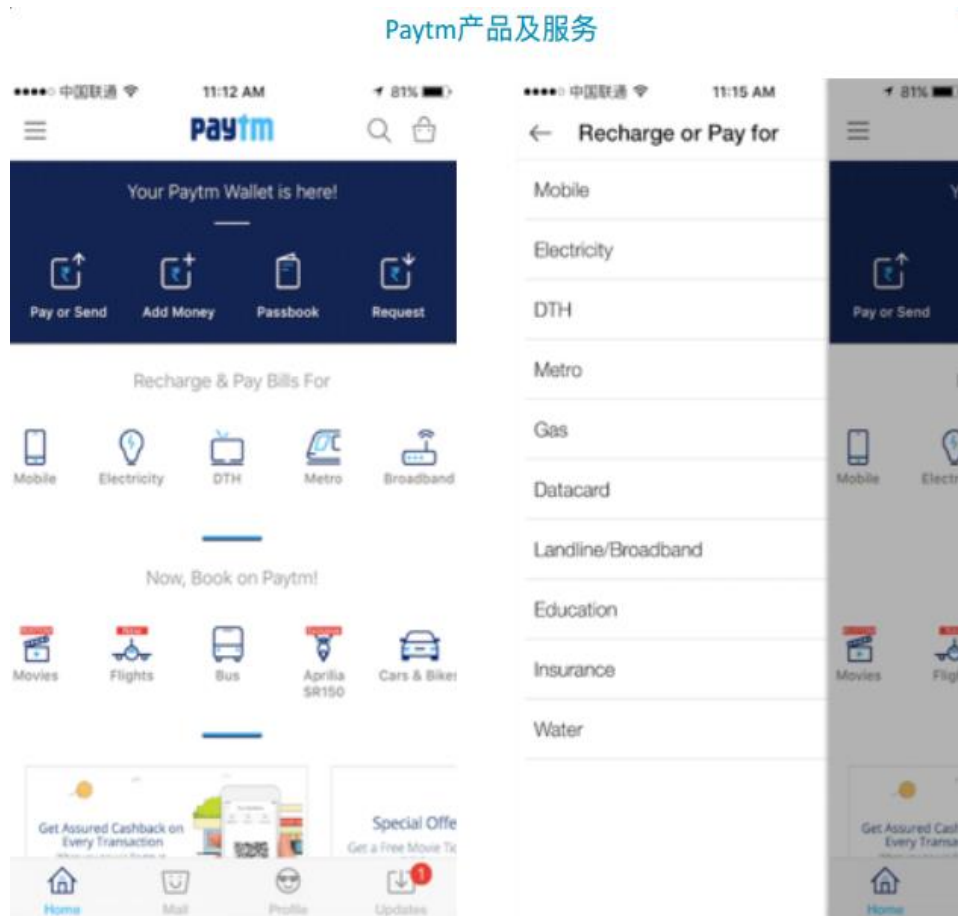
过去几年，蚂蚁金服国际化的方向，除了欧、美、澳等发达市场，东南亚及南亚等“一带一路”沿线国家也成为业务重心。

## 蚂蚁金服的国际化战略



数据截止时间：2016年6月

## 案例：印度Paytm公司利用支付宝技术迅速扩张，成全球第四大电子钱包



左图：Paytm iOS版App主页面，提供包括转账、收款、充值、O2O等一系列业务入口

右图：Paytm iOS版App提供的充值和支付服务

- 2015年，蚂蚁金服先后两次投资印度的第三方支付平台Paytm，并通过从技术能力到业务经验的全面输出，帮助Paytm在短短1年内发展成为全球第四大电子钱包。目前，其用户规模超过**2.15亿**。其中有近2亿是和蚂蚁金服展开合作后的新增用户。
- 通过蚂蚁金服的技术帮助，经过一年的努力，Paytm系统从百万级的处理能力，发展成可以承载亿级处理能力的架构。
- 用户可以使用Paytm充话费、付水电账单、转账、网上购买商品和服务，还可以在加油站、一些街边小店和零售连锁完成线下支付。在Paytm的用户中，有一半来自印度二线及以下城市和农村地区。就近期表现来看，二线及以下城市和农村地区用户数字增幅极快。



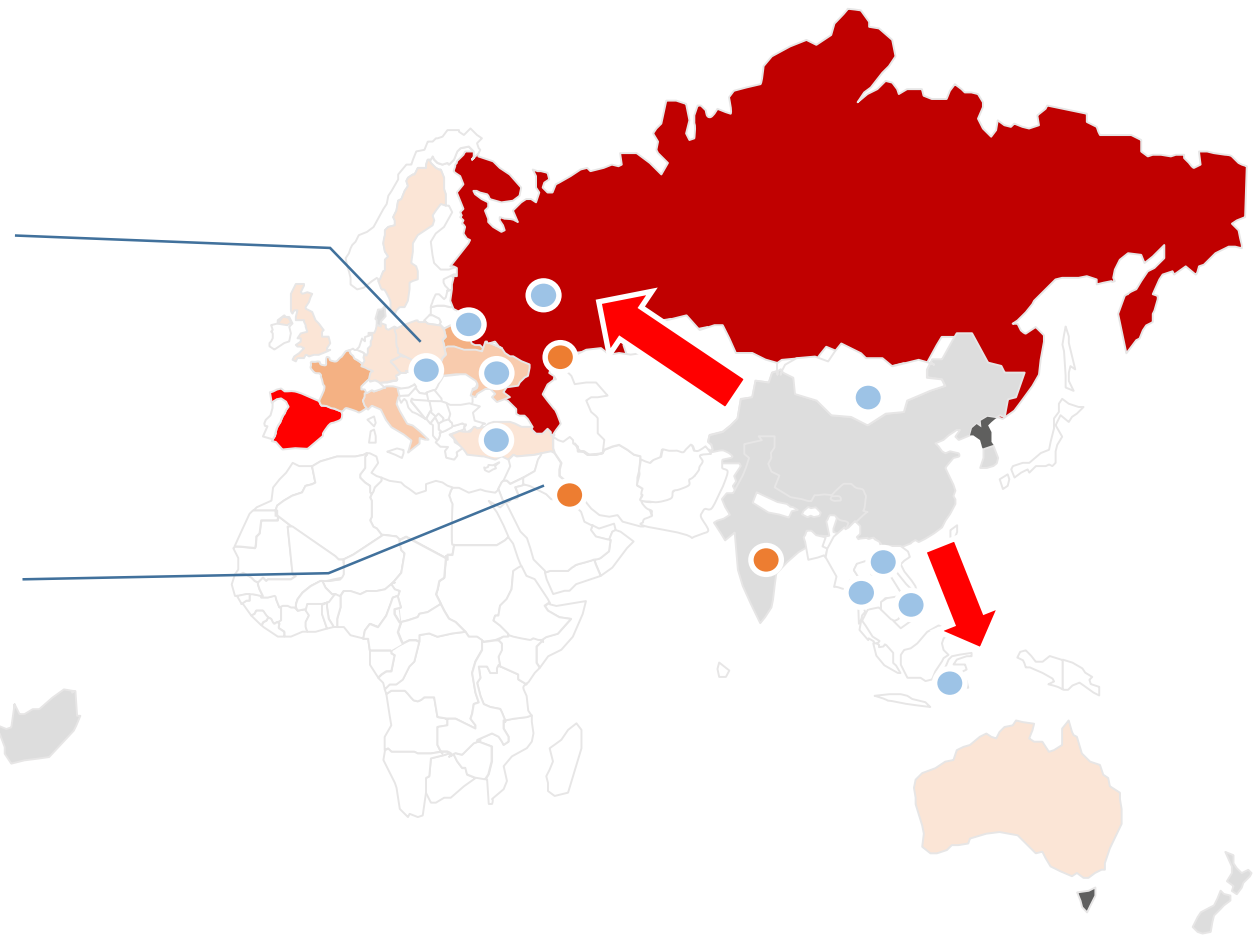
# 菜鸟在“一带一路”沿线国家物流基础设施逐步搭建

菜鸟网络与“一带一路”沿线国家邮政、专线、仓储物流的合作是需求与政策双驱动形成的结果。

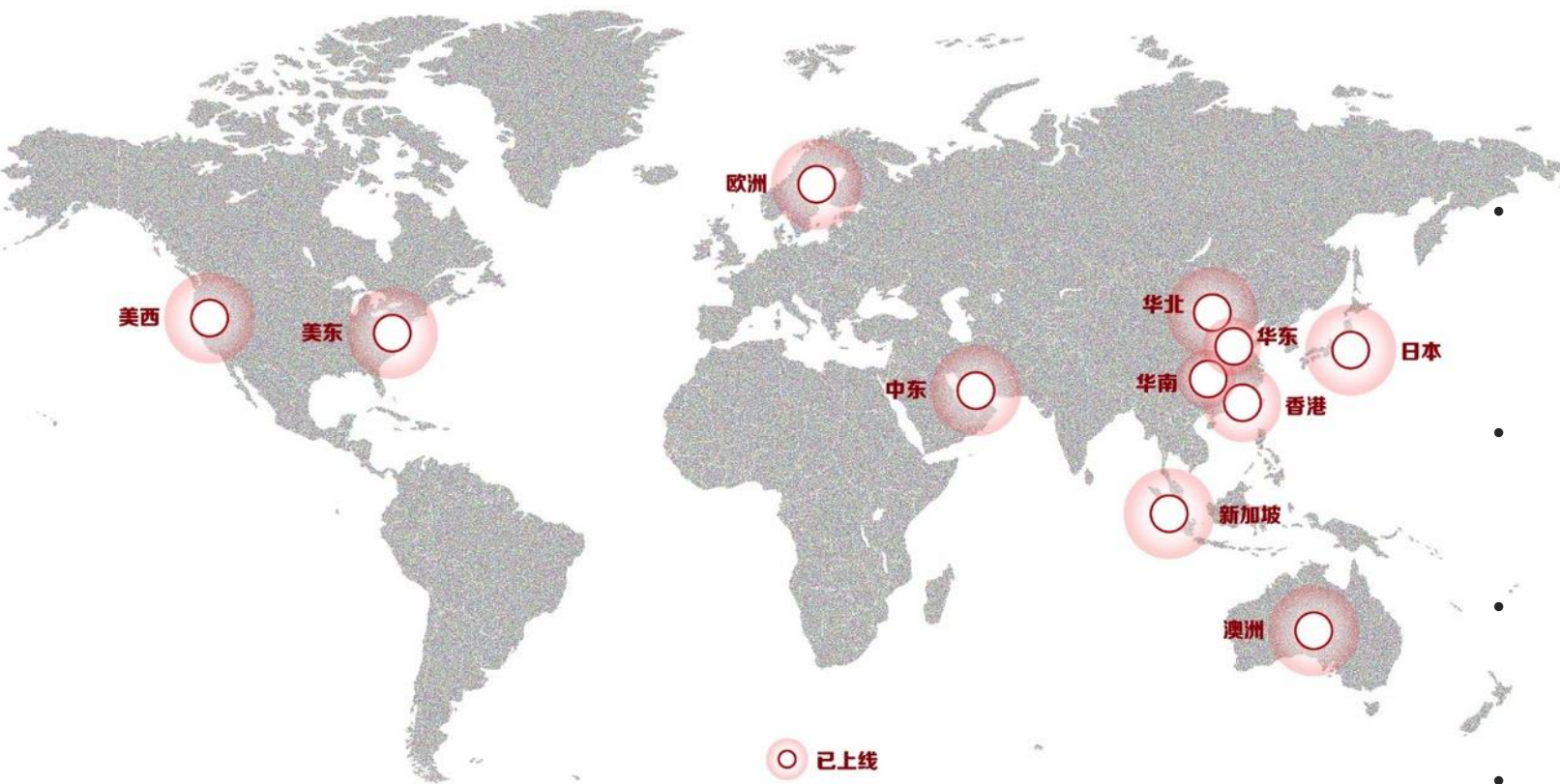
**邮政：** 包括俄罗斯、乌克兰、匈牙利、爱沙尼亚等东欧国家，土耳其等西亚国家、马来西亚、泰国、越南等东南亚国家在内的14国邮政伙伴开通邮路。

**专线：** 包括中东专线、印度GATI在内的“一带一路”沿线国数十家本土物流合作商与16条跨境专线。

**海外仓：** 菜鸟在“一带一路”沿线国家布局了17个海外仓，分布在俄罗斯、印度、东南亚等地。



# 阿里云自主研发飞天技术出海，中国云计算全球“日不落”覆盖



- 在“一带一路”沿线，阿里云在**香港、新加坡、中东、欧洲**等地建设数据中心，在全球设立**14个**地域节点，以中国自主研发的飞天技术为沿线国家地区提供云计算大数据服务。尤其在迪拜，阿里云是全球主要云计算公司中第一个也是唯一一个设立数据中心的公司。
- 阿里云自主研发的飞天技术伴随全球数据中心布局走向世界，在一个个物理机房里运行着飞天操作系统，这个操作系统将遍布全球的百万级服务器连成一台超级计算机，以在线公共服务的方式为社会提供计算能力。
- 跟随阿里云的全球基础设施布局，中国企业出海脚步加速。阿里云已帮助不少于**100家**中国SaaS软件企业出海，带动中国软件产业规模化出海。
- 借助阿里云的全球基础设施布局，大疆创新、大拿科技、UC等中国科技企业迅速拓展国际市场。云计算为这些出海企业节省了超**百亿**的成本。
- 与此同时，沃达丰、飞利浦、施耐德、资生堂、雀巢、新加坡邮政等越来越多海外知名企业开始使用来自中国的飞天技术。

## 案例：中国技术助力新加坡智慧国家建设



新加坡人每天用EZ-Link卡搭乘公交、地铁、在便利店消费，日均交易超过800万笔，但这些数据却只能趴在库里无法发挥价值，这让EZ-Link的首席执行官Nicolas Lee找到了阿里云和新加坡国立大学，希望能在云计算平台上，搭建一个普惠的数据分析平台，让多达数万家新加坡中小企业受惠。

在新加坡，阿里云于2015年9月设立数据中心，为东南亚区域提供云计算大数据服务。而后，阿里云在新加坡国立大学达成合作，携手在人工智能、量子计算等科技前沿领域开展研究合作。

在现阶段EZ-Link将用阿里云的技术和产品对数据进行实时分析，“把数据用起来” Nicolas透露，“未来，我们希望建立一个基于阿里云的数字分析平台，可以用于内部产品设计和开发。同时，也给到新加坡的中小企业开放接口，希望在初期能够让5万家商家受益。”

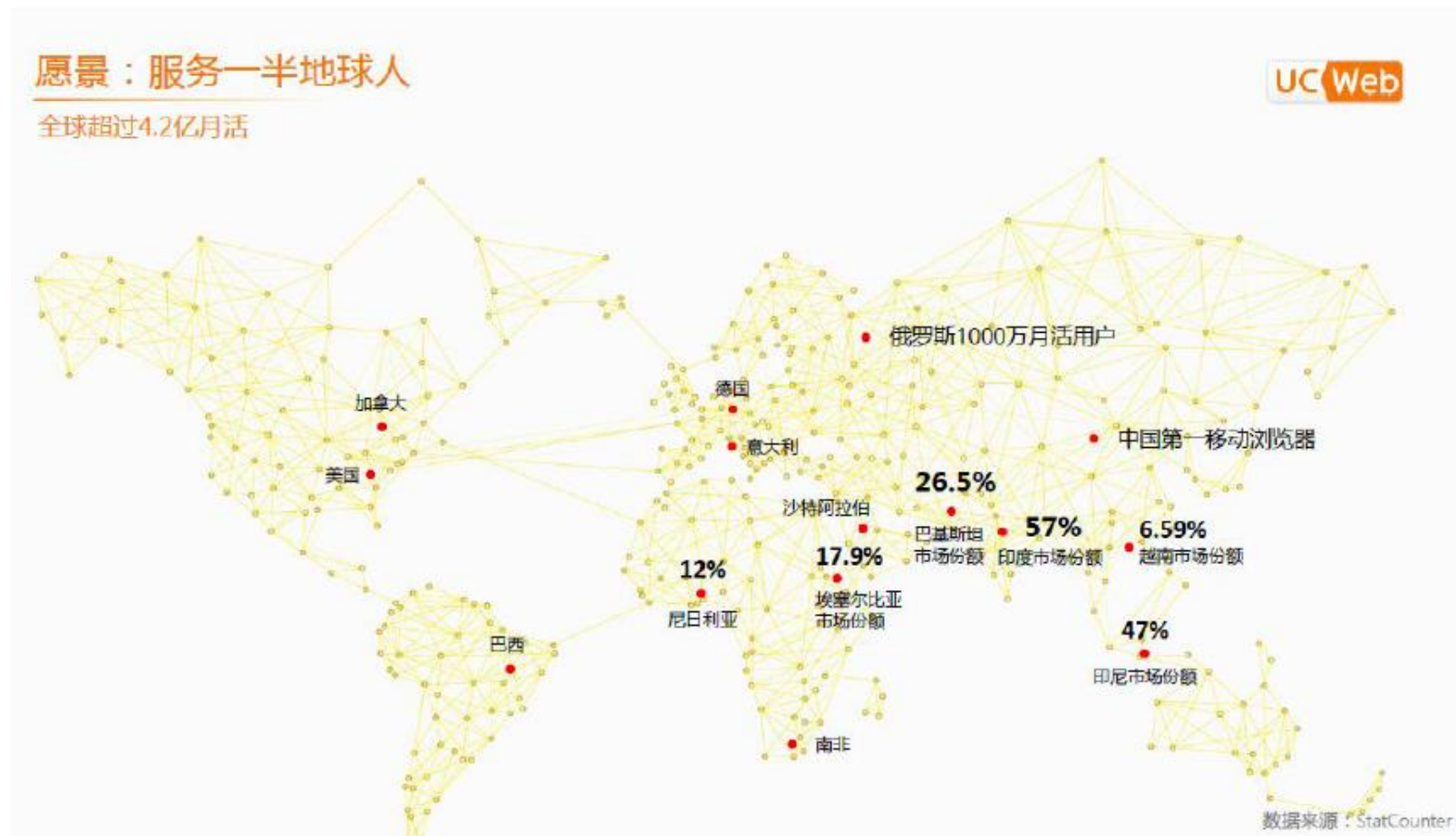


# UC浏览器：全球拥有6亿「季活」用户，印度、印尼市场排名第一

2009年，UC浏览器开始走向国际市场。截止目前已经发布英文、印地语、印尼语、西班牙语、葡萄牙语、越南语、俄语、孟加拉语、阿拉伯语等10个国际语言的版本。UC浏览器全球拥有4.2亿月活用户，有6亿季活用户。

据StatCounter数据显示，截止2017年2月：

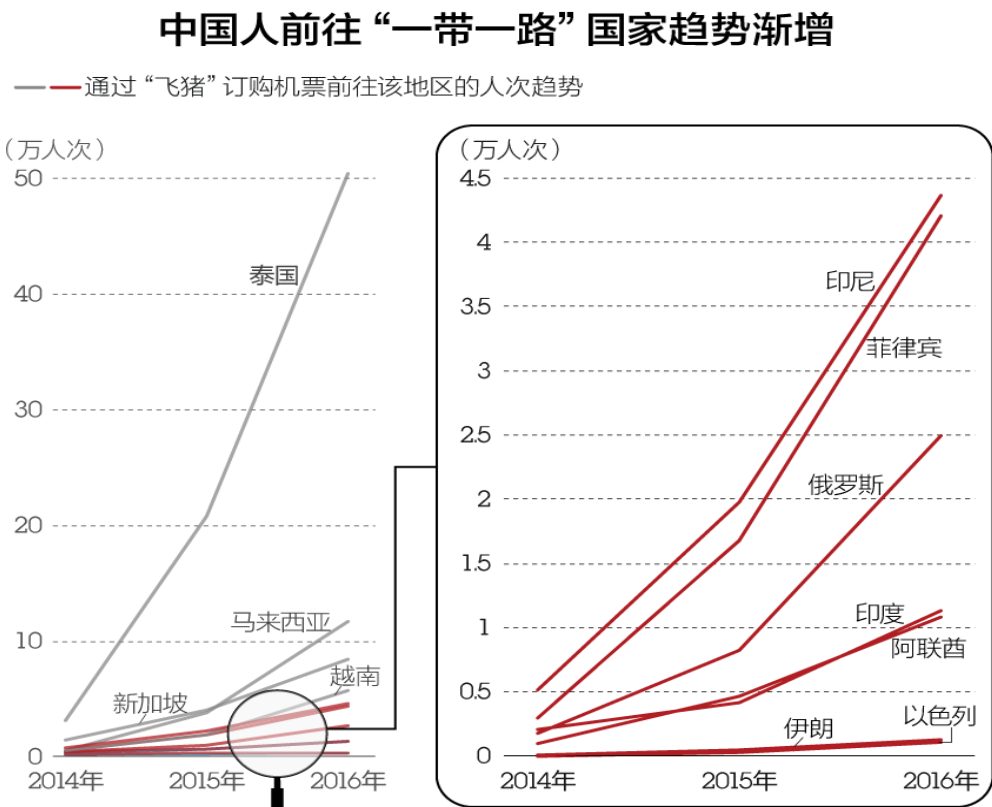
- UC浏览器在印度市场排名第一，市场份额达54%；
- 在印尼市场也以47%的市场份额名列第一。
- 在俄罗斯用户已累积1000万月活用户，
- 在非洲也突破了1200万月活用户；
- 巴基斯坦、孟加拉国、马来西亚、越南、泰国等新兴市场，UC浏览器用户也在迅猛增长。
- 这使得UC浏览器在全球范围内迅速成长，成为全球前三移动浏览器。



# 中国与“一带一路”沿线国家的旅行及商务联系显著增加

2016年，中国出境游人次首次突破**1.2亿**，阿里巴巴旗下在线旅行品牌“飞猪”服务了其中的**2800万人次**。来自飞猪的统计数据显示，“一带一路”倡议提出后的这3年，中国人通过飞猪订购机票前往“一带一路”沿线国家的趋势明显增强：

- “一带一路”沿线上，新、马、泰三国仍是中国人出行的热门目的地，且出行人次屡攀新高。2016年，通过飞猪订购泰国旅游度假产品的人次比2015年**增长了63%**。
- “一带一路”沿线上，那些传统上的小众旅游目的地，也开始迎来更多的中国人到访。比如俄罗斯、以色列、伊朗和印度，过去3年在飞猪平台订购机票前往这些国家的人次也在快速攀升。



资料来源:飞猪

# “一带一路”沿线，更多国家开始被中国游客列入行程单

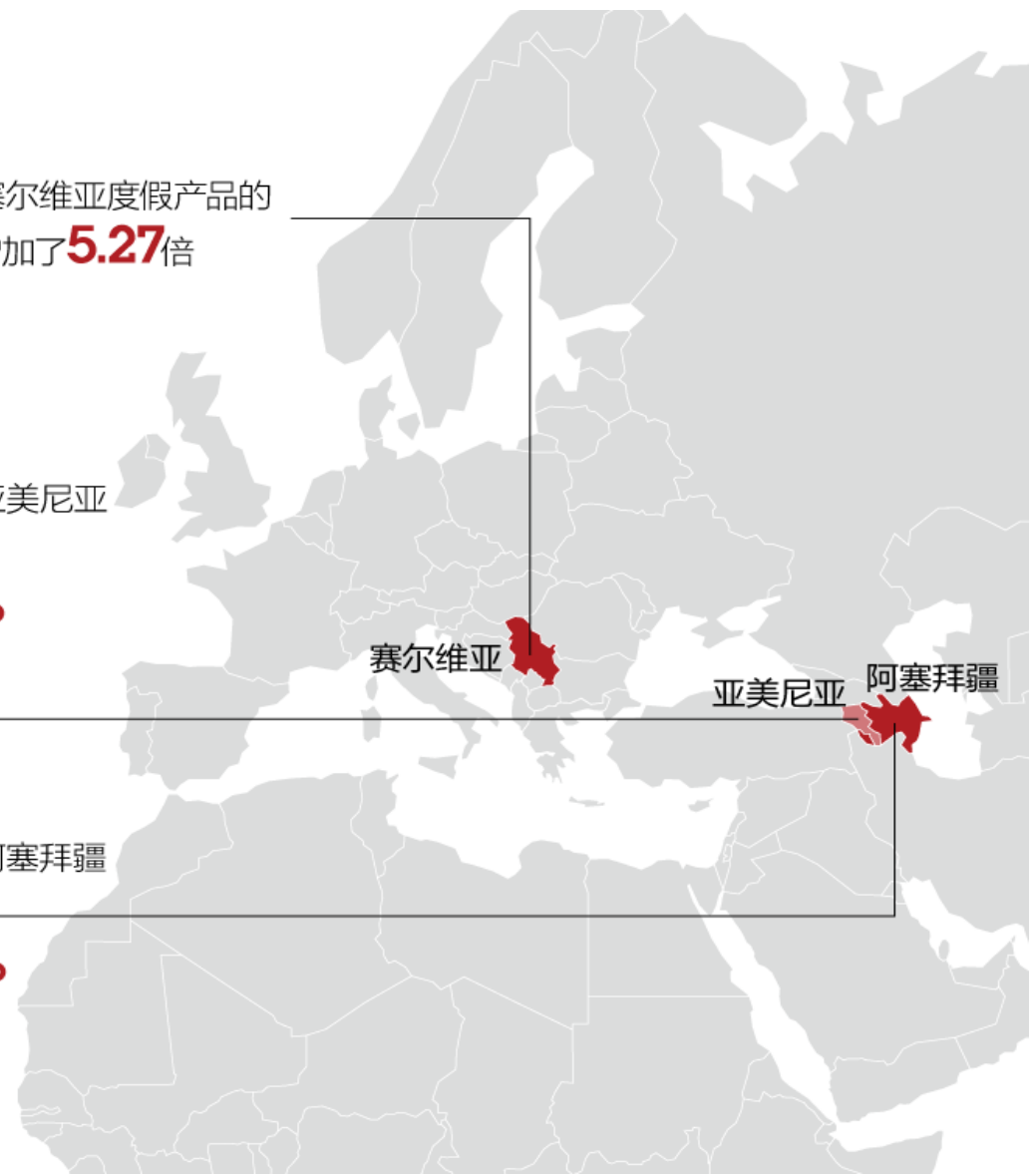
过去很少出现在中国出境游客行程单上的“一带一路”沿线国家和地区，如高加索、波罗的海国家阿塞拜疆、亚美尼亚、爱沙尼亚等，开始被更多中国游客考虑。

2016年通过飞猪预订塞尔维亚度假产品的  
消费总金额比2015年增加了**5.27**倍

2016年通过飞猪预订亚美尼亚  
机票产品的人次  
比2014年增长了**98%**

2016年通过飞猪预订阿塞拜疆  
机票产品的人次  
比2014年增长了**92%**

资料来源:飞猪





# 马来西亚：中国以外的第一个eWTP试验区——eHub

2017年3月22日，阿里巴巴与马来西亚正式宣布建设“数字自由贸易区”。这是中国以外的第一个eWTP试验区。

- “数字自由贸易区”由菜鸟网络和Lazada牵头，在吉隆坡国际机场打造一个国际超级物流枢纽，为马来西亚中小企业跨境贸易提供物流、仓储、通关、贸易、金融等一系列供应链设施和商业服务。
- 探索跨境电子商务贸易新规则。
- 提供“一站式”外贸综合服务，帮助中小企业更方便、高效地进行贸易。
- 提供支付和普惠金融服务，促进B2B贸易。
- 利用阿里云和大数据技术，支持马来西亚培育本土创业公司，培育和储备数字经济人才等。

辐射东南亚、南亚等海上丝绸之路重要国家



人口密集区域的物流支撑基础设施



4

未来展望



# 努力实现eWTP愿景，积极推进eWTP试验区建设

2016年以来，阿里巴巴集团提出了世界电子贸易平台（eWTP）倡议，呼吁顺应当前数字经济飞速发展的时代潮流，更好帮助中小微企业发展，促进全球普惠贸易和数字经济增长，孵化互联网时代的全球化贸易新规则。

这一倡议被写进了G20领导人杭州峰会公报。

2017年3月22日，阿里巴巴集团董事局主席马云和马来西亚总理纳吉布宣布，首个eWTP试验区在马来西亚落地，双方共同建设“数字自由贸易区”（eHub）。这是中国以外的第一个eWTP试验区。

未来，还将积极开展若干eWTP试验区建设。



# 未来愿景

为全球20亿消费者提供服务  
帮助全球1000万家小企业盈利  
在全球创造1亿就业机会

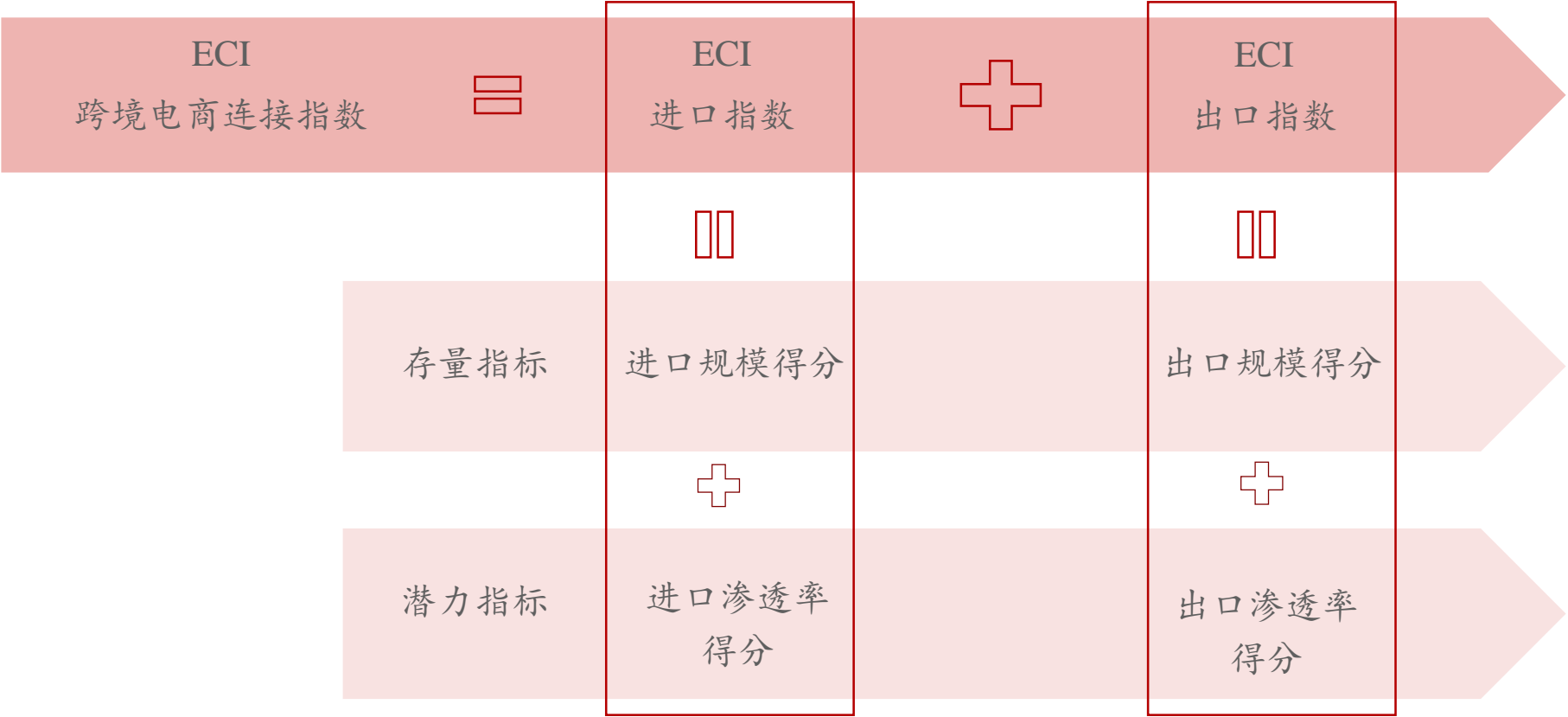
移动互联网正在把地球变成“地球村”  
拥有一部手机就可以实现全球买、全球卖  
创业人人平等，贸易无障碍





# 附录：ECI跨境电商连接指数合成方法

ECI总指数由ECI进口指数和ECI出口指数两项分指数构成。每项分指数均综合考量该国与中国之间的跨境电商规模（绝对值）、跨境电商渗透率（潜力值）两项指标。



数据来源：国家统计局、海关总署、全球速卖通（AliExpress）、天猫国际、淘宝全球购。

# 作者与致谢

---

## 指导：

高红冰（阿里研究院院长）

杨健（阿里研究院副院长）

欧阳澄（阿里研究院资深专家、阿里跨境电商研究中心主任）

## 作者：

薛艳（阿里研究院专家、阿里跨境电商研究中心副主任）

栗日（阿里研究院专家）

胡世龙（第一财经数据新媒体DT财经内容编辑）

## 致谢：

以下同仁为本报告的立意、思路、框架、观点、案例、数据和撰写等提供了非常宝贵的指导和建议：

王健（对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授、博士生导师）

马旗戟（北京大学新媒体营销传播研究中心研究员）

胡彦辉（全球速卖通卖家运营总监）

程欣（阿里研究院高级专家）

万红杰（阿里研究院数据挖掘工程师）

**AliResearch** **ACERC**  
阿里研究院 阿里跨境电商研究中心

**dt** 第一财经数据新媒体



欢迎关注

