

搶攻全球版圖 阿里旗下速賣通簽下貝克漢代言

資料蒐集：工商時報

綜合外媒報導，全球速賣通歐洲商務總監加里托普表示，與貝克漢的合作關係將持續一年，其將在 6 月中旬至 7 月中旬的歐洲國家盃期間出現在 AliExpress 的廣告活動中，該公司也是該賽事的贊助商。

大陸電商公司重金禮聘國際巨星擔任代言人，也凸顯了電商平台面對國內成長緩慢、競爭激烈的情況下，戰線延伸到海外市場。另家電商平台拼多多旗下的 Temu 和 Shein 等競爭對手，憑藉廉價的產品和大力的營銷在美國和歐洲引起了轟動。

在速賣通押注貝克漢之際，Temu 將業務重點從北美轉向歐洲和其他新市場，這對阿里巴巴的海外業務構成了更大的威脅。全球速賣通於 2010 年推出，一直難以在美國獲得吸引力，但在俄羅斯、巴西和一些歐洲國家的表現相對較好。該平台一月表示，今年還將加強在美國建立更多立足點。過去幾年，韓國和中東也成為行銷目標。

全球速賣通是阿里巴巴國際數位商務集團的一部分，該集團還包括專注於東南亞的 Lazada 等服務。該公司本月稍早宣布，在全球速賣通成長的推動下，該部門截至 3 月的第一季營收較上年同期成長 45%，達到人民幣 274 億元。