eCommerce, Amazon lascia la Cina e punta l’India

Amazon ha in programma di chiudere la sua attività sul mercato cinese a luglio, spostando la sua attenzione da un altra parte, in **India**.

Il gigante dell’eCommerce vuole lasciare il mercato cinese perché considerato poco redditizio a causa della forte concorrenza dei competitor **Tmall** (gruppo **Alibaba**) e **JD.com** che, da soli, controllano l’**82%** del mercato dell’eCommerce locale.

Secondo quanto si legge in una nota diramata dalla società, Amazon continuerà però a gestire le sue altre attività in Cina, compresi **Amazon Web Services**, **e-book Kindle** e operazioni transfrontaliere che aiuteranno a spedire merci da commercianti cinesi a clienti all’estero.

Quindi, a partire dal 18 luglio, i clienti che accedono al portale web cinese di Amazon, **Amazon.cn**, vedranno solo una selezione di prodotti dal proprio negozio globale, piuttosto che prodotti di venditori di terze parti cinesi.

L’uscita dall’eCommerce cinese rappresenta una pesante battuta d’arresto per l’azienda di **Jeff Bezos**, l’ultimo esempio di come un’azienda tecnologica americana fatica a contendersi la leadership nel territorio cinese.

Amazon – Cina: una storia dal 2004

Amazon è entrata in Cina nel 2004, quando ha acquistato un venditore di libri online per 75 milioni di dollari. Da allora, ha investito in magazzini, data center e programmi per

insegnare ai venditori cinesi come ottenere i loro prodotti ai clienti di Amazon. Ha lanciato il suo programma di adesione **Prime** in Cina nel 2016 con la speranza di attirare i clienti con promesse di beni occidentali di alta qualità e vantaggi come le consegne internazionali gratuite. Ma i vantaggi extra come Prime Video, che è stato utilizzato per convincere i clienti in altri mercati, non sono disponibili per gli utenti in Cina.

Focus sull'India

Questa operazione è l'ultimo segno che Amazon sta cedendo la Cina in modo che possa concentrarsi sull'**India**, dove ha una migliore possibilità di diventare un player dominante.

La società ha investito miliardi di dollari nel business indiano da quando ha aperto il suo canale nel 2013, costruendo oltre 50 magazzini.

Ma Amazon deve ancora fare i conti con gli altri grandi player cinesi di eCommerce in India, dove Alibaba e altri stanno sviluppando operazioni investendo in startup locali come **Paytm eCommerce Pvt** e **BigBasket**.

https://www.key4biz.it/ecommerce-amazon-lascia-la-cina-e-punta-lindia/255107/