



策策词 | CEHUACI

阿里巴巴在一个并不是很懂互联网的杭州英语老师马云的带领下已经走过了12个春秋,创造了不少的传奇神话。在这12年的发展历史上,阿里巴巴在电子商务行业中一直处于举足轻重的地位,这个行业“老大”一边疯狂地赚着钱,一边不停地做着吸引业界“眼球”的事,觉得电子商务行业风生水起。近日,一直盛传的阿里巴巴私有化事件如仿终于浮出水面,这宗本年度资本市场标志性事件已经拉开帷幕。

阿里巴巴私有化的背后：B2B 行业面临转型升级

阿里巴巴私有化,表面看是一家公司在战略上的主动求变,但折射的却是整个B2B行业的转型阵痛——在全球经济低迷的环境下,原有的B2B模式必须要进行大刀阔斧的转型与改革才能适应新的需求与发展。

阿里巴巴高速发展的过程,也正是中国外贸快速发展的时期。历经12年的发展,阿里巴巴在B2B行业已经占据了领先地位,与此同时,整个B2B行业也获得了蓬勃的发展,包括慧聪、环球资源、网盛等纷纷在这一时期光辉四射。但伴随着2008年国际金融危机爆发,全球消费市场严重萎缩,制造业也由此大幅收缩。B2B行业也被波及,不仅客户数减少,营收和利润都出现下降。

行业群体性转型是外部环境和实体经济转变的必然。慧聪网CEO郭江表示,B2B行业并非是穷途末路,但需要创新、需要更大的变化和转型。而阿里巴巴此番私有化,有望为B2B行业趟出一条充满荆棘的道路。毕竟阿里巴巴拥有世界最大的网上B2B客户和使用者群体,如果阿里巴巴无法将这一转型做好,对于B2B行业的其他参与者而言都不是好消息。

从去年开始,阿里巴巴B2B公司一直在持续进行业务模式升级,策略已非单单着重于获取新客户,而是转向提升用户质量和真实性、增加买家流量以及改善用户体验,提升与服务效果挂钩及以交易为基础的服务。在完成业务模式升级后,按效果付费的服务及网上交易将会成为阿里巴巴未来在产品和服务开发方面的明确发展方向。

应该说,私有化将使阿里巴巴集团及上市公司可以在制定战略时更多考虑公司的长远发展,而不用受到来自市场预期的压力,比如上市公司必须要考虑的预期收益、价格波动等。但是阿里巴巴的业务升级显然需要较长时间才能完成,此时选择溢价60.4%私有化,也是对股东负责的行为。

马云曾经打过一个很形象的比喻:“阿里巴巴(B2B)是大哥,是个泥腿子,弟弟妹妹们上学都靠他来供;淘宝是妹妹,可以拿着大哥给的钱买花裙子,已经初中毕业,将来要念复旦大学,老三是支付宝,才上小学,但它最有志气,要在未来扛起养家的重担,大哥决定不惜一切代价供他上美国的哈佛。”

现在的情形是,阿里巴巴这个大哥已经老去,不能再干,只能退休(私有化),弟弟妹妹已经事业有成,阿里

系可谓家境殷实。大哥需要养老,“修生养性”。淘宝妹妹上不了市,但她的“天猫”却有可能;支付宝已经上了大学,但却因为学籍不能更改,不能读哈佛,只好帮着“爸爸”打理阿里家的上上下下老老小小的一堆事儿。这就是目前马云正在进行的阿里巴巴私有化“大手笔”。

耗资 190 亿港元 马云“不差钱”

如阿里巴巴私有化成功,预计将耗资190亿港元左右。而在其2007年上市期间,其总募资金额仅为约130亿港元。

在过去几年,阿里巴巴先后两次分红共计211亿港元,创造了互联网史上规模最大的股票分红。

阿里巴巴自上市至今,它始终保持着在中国B2B产业中市场份额和盈利能力第一的地位。在阿里集团的核心业务布局中,它和天猫、淘宝网等一样,均为战略性资产。而因为其强劲的盈利能力,和前几年对阿里集团其他业务的协同和扶植作用,在阿里集团内部,一直被称为“家族的老大哥”。

醉翁之意在战略转型

分析人士说,阿里巴巴股价和其核心价值一直长期背离,没有准确反



映其实际估值,而鉴于上市公司对盈利和增速的迫切要求,从而使其转型升级的战略很难得到实施,这是此次私有化的核心原因。

“B2B业务和资产因为上市公司的原因,很难无缝纳入和对接到阿里巴巴集团的战略发展思路和发展规划中。”资深互联网分析人士吕伯望说,阿里巴巴集团这几年来将中国的电子商务驶入快车道的时候,将其B2B业务资产纳入到整个产业链中通盘考虑,并重建电子商务产业链,应当是其首当其冲的一个考虑。“这一切,都只有将B2B公司私人化的情况下,才能够顺利做到。”

阿里巴巴早年的商业模式主要集中在提升注册用户数从而收取会员

费,实现收入的不断增长。阿里巴巴的会员主要是制造商、贸易公司及批发商,他们通过阿里巴巴的贸易平台销售商品。从去年开始,公司实施了重大的调整,将战略重点从增加用户数向提升买家在交易平台的用户体验转移。所以,付费会员数的增长速度在一定程度上有所减缓。

事实上,自陆兆禧接任阿里巴巴CEO后,在该公司内部,针对相关业务线的转型和调整,已经进展多时。

据了解,阿里巴巴一直在调整收入的结构,以交易及效果为导向的新服务也取得了令人满意的进展,增值业务于整体收入结构的比重继续增长。

按阿里巴巴构想,阿里巴巴付费

用户未来的收费方式将与用户的效果挂钩,企业客户在阿里巴巴的平台上获得的订单越多、收入越多,则付费越多。

投资银行界人士说,阿里巴巴谋求私有化是在正确时间往正确方向迈出的重要一步。如果私有化成功,阿里巴巴公司正在力推的转型升级工作将会更为稳健和长远化发展,阿里集团将能够以长期利益为重作出策略决定,而不会受公开上市公司所涉及的市场期待、盈利可见度和股价波动的压力影响。

【相关链接】

B2B(Business To Business)是指一个市场领域的一种,是企业对企业之间的营销关系。电子商务是现代B2B marketing的一种具体主要的表现形式。它将企业内部网,通过B2B网站与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。

B2C是英文Business-to-Customer(商家对顾客)的缩写,而其中文简称为“商对客”。“商对客”是电子商务的一种模式,也就是通常说的商业零售,直接面向消费者销售产品和服务。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主,主要借助于互联网开展在线销售活动。

阿里巴巴 这一路走来！

阿里巴巴在一个并不是很懂互联网的杭州英语老师马云的带领下已经走过了12个春秋,创造了不少的传奇神话。在这12年的发展历史上,阿里巴巴在电子商务行业中一直处于举足轻重的地位,不断地向他们缔造阿里神话目标走去。如今,阿里巴巴这个大家庭已经有了许多的兄弟姐妹,在阿里巴巴这个大哥的呵护下都不断快速成长着。那么阿里巴巴这十二年是如何一路走来的呢?

1999年末,一群充满朝气有理想的青年人来到了杭州河畔的一处小区

开始了他们阿里巴巴神话航线。其实阿里巴巴是中国黄页的后身,然而经过了几年的不断打拼,已经走到了行业的领先地位,开创了互联网的第四种盈利模式。

2003年5月,阿里巴巴投资1亿人民币推出个人网上交易平台淘宝网,打造全球最大的个人交易网站,2004年7月,又追加投资3.5亿人民币,2005年10月,再次追加投资10亿人民币。截至2005年12月31日,淘宝网在线商品数量超过1663万件、注册会员数突破1390万,2005年第四

季度成交额达303亿人民币,占中国C2C市场70%的份额,遥遥领跑中国个人电子商务市场。

2003年10月,阿里巴巴创建独立的第三方支付平台——支付宝,正式进军电子支付领域,目前,支付宝已经和国内的工商银行、建设银行、农业银行和招商银行,国际的VISA国际组织等各大金融机构建立战略合作,成为全国最大的独立第三方电子支付平台。截至2005年12月的数据,通过支付宝在淘宝网日均交易额就已超过2000万人民币,而且增势依然迅猛。

2005年8月,阿里巴巴和全球最大门户网站雅虎达成战略合作,阿里巴巴兼并雅虎在中国所有资产,阿里巴巴因此成为中国最大的互联网公司。目前阿里巴巴旗下拥有如下业务: B2B(以阿里巴巴网站为主)、C2C(淘宝)、电子支付(支付宝)、门户+搜索(雅虎)。

7月28日的阿里巴巴集团启动香港上市程序,阿里巴巴向香港联交所上市委员会正式递交了第一次上市申请,将阿里巴巴旗下B2B(企业间电子商务)公司香港上市。

阿里巴巴私有化“几大猜想”

阿里大手笔私有化,引得业内一片争议之声。那么阿里巴巴为什么选择私有化?这说明了什么?阿里巴巴私有化的背景以及对阿里系的影响,以及未来的发展又会带来哪些变数呢?业内人士做了一个比较全面分析:

抢抓私有化成本最低时间

纵观全球经济,美国的次贷危机金融海啸的伤痕还未痊愈,欧洲的欧债危机已经越来越严重,希腊作为主权国家的评级已经被评为垃圾级。另外,北非国家的动荡,叙利亚政局不稳,给全球经济蒙上了阴影。而在中国,国家调控房价紧缩银根的结果也降低了经济增速,这也让中国A股持续低迷。

可以说,此时进行私有化成本最低,阿里巴巴相当于对自己来了一次全额抄底。

阿里巴巴不差钱 阿里系反哺 B2B

如果按照阿里巴巴提出的回购价格135港元估算,总计预计将耗资190亿港元左右。190亿港元,按照马云的说法这比当年阿里巴巴从股市上募集的前还多。阿里巴巴发布的公告称,打算通过新的外部融资及手中已

有现金来筹措私有化所需资金。阿里巴巴私有化的大多资本应当来自于集团阿里系,如淘宝、支付宝和天猫,巨额收购数字背后都说明一点——阿里巴巴不差钱;另外也说明,当年注入阿里系的资金成就了现在的淘宝和支付宝,他们有义务对“阿里巴巴”“反哺”。

回购雅虎手中的阿里股份

雅虎和阿里曾经的并购,给雅虎带来了巨大的利益,阿里股票增长,让雅虎身价倍增;但雅虎的业务停滞,却成为阿里的负担。回购雅虎手里的阿里股份,摆脱对于阿里已经没有太大价值的包袱轻装上阵,对于阿里巴巴尤为重要。

阿里巴巴 B2B 业务的瓶颈

阿里巴巴的B2B业务算是中国互联网的一大特色,阿里巴巴为中小企业提供交易平台,源于早期国内互联网不发达,企业信息化程度很低,而搭建一个推广网站的成本较高;而在美国,B2C网站比比皆是,企业信息化高度发达,也就没有了B2B市场的土壤。

对于阿里巴巴,B2B的业务需要重构,而且要阿里系其他业务进行深度整



合。而在国内外经济日益严峻的情形下,阿里巴巴更需加快转型和升级。

支付宝正名

去年(2011年),央行颁发首批第三方支付牌照不满一个月,就引发了一系列纠纷,核心问题在于一种在互联网业界十分普遍的灰色控股方式“协议控股”。为了获取支付牌照,马云不惜冒“偷走支付宝”的恶名清理雅虎和软银的协议控股,以保证企业的内资纯度,却遭遇胡舒立等人“丧失契约精神”的指责,让马云深陷被动。

在阿里系里,支付宝最具战略地位,也最具风险。要想保证支付宝没有风险地拥有支付牌照,就必须保证内资控股,如果让阿里巴巴控股支付宝,将会因为有外资介入,而失去牌照;而

转移支付宝的股份,对于一个经常披露信息的上市公司,又几乎不可能。阿里巴巴私有化,也就意味着其变成一个彻头彻尾的内资公司,支付宝的血统问题迎刃而解。

阿里巴巴私有化准备天猫上市

在阿里系中,支付宝有内资控股的要求,不可能在境外上市;淘宝的业务广泛,可能有擦边球业务,短期也难以上市;只有原来的淘宝商城,现在的天猫最有可能上市,而天猫上市也会有力抵御来自京东商城、当当网等B2C网站正面冲击。

阿里巴巴私有化,就可能将原来的B2B业务与天猫的B2C业务进行重组,把B2B的商户资源、数据以及流量引入天猫,将更利天猫上市。

IDC 大中华区总裁郭昕 阿里私有化 有助产业链整合



针对阿里巴巴私有化一事,IDC大中华区总裁郭昕认为,私有化对阿里巴巴是个大好事,而且时机也很恰当。私有化成功后,阿里巴巴集团将有一个宽松的环境,更有自由度实现转型和产业链整合。

郭昕认为,阿里巴巴B2B上市的动力是融资和扩大品牌的信誉和市场,而目前这两项需求相对弱化。阿里巴巴集团需要一个宽松的环境,有较大自由度地转型并重新整合资源,如果套上上市公司的约束,很难决断性地动大手术。考虑到香港市场的融资能力在金融危机的环境下已大不如前,退出对股东利益影响不大。

郭昕进一步表示,从工业社会转型到信息社会是一个复杂和痛苦的过程,信息社会的价值中枢从制造转到服务,原有商业模式和企业架构,还有产业链都要产生180度的逆转,调整这些关系,建立新的利益链需要智慧,也需要“闭门思过的顿悟”,所以,坚持自己的想法,抛开不必要的干扰,对阿里集团是很必要的。

信息社会还有一个重要的转折:制造引领变为需求引领,即从工业社会的硬件带动软件变为软件带动硬件。而阿里大战略恰好是保证阿里集团成为下一代经济发展引擎的决定性一步。