



2012 年 11 月 30 日 21 时 50 分 18 秒,这是一个让阿里巴巴公司载入史册的日子,也是中国电商行业迈过的一道门槛。此时此刻,阿里旗下电商平台淘宝 + 天猫的销售总额突破 1 万亿元——这意味着中国网购进入大爆发的临界点,这也是中国第一家销售规模达到 13 位数的民营企业。网购正处在大爆发的临界点!在这 1 万亿元背后,许多问题值得思考——它意味着什么?它是如何做到的?它让中国的零售业、流通业和制造业发生了哪些变化?

“淘宝 + 天猫”破万亿 网购核爆到达临界点

■ 本组稿件采写 崇晓萌 刘菊花 沈文

1 万亿意味着什么:
淘宝 + 天猫 = 五个大省

在此之前,很少有人想到 1 万亿元对企业而言意味着什么。因为除中石油、中石化等极少数央企外,中国再也没有哪个企业的年营业额可以达到万亿级别,这其中不仅包括零售企业,也包括规模型制造企业和被看作暴利的房地产业。只有在提到省际 GDP 比拼的时候,媒体才会用“万亿俱乐部”来衡量。国家统计局数据显示,截至去年年底中国 GDP 超过万亿的省市数量达到 23 个,而如果用社会消费品零售总额计算,去年全年社会消费品零售总额超过万亿的省份仅有广东、山东、江苏和浙江 4 个省。这也就意味着,淘宝网和天猫超过 1 万亿元的销售额可以排在去年省际社会消费品零售总额第 5 位,这一数字甚至超过了排名最靠后的云南、贵州、甘肃、新疆、海南、宁夏和青海这 7 个省份的社会消费品零售额的总和。在业内人士看来,阿里巴巴足可称得上“富可敌国”的企业。

而在企业层面,1 万亿元则意味着民营企业对央企的赶超。据财报显示,中石油营业收入在去年首度突破 2 万亿元,同比增长 36.7%。中石化去年营业收入 2.5 万亿元,同比增长 31%。在可查数据中,这是仅有的两个年营业收入在万亿级别的企业。而按照现有增速计算,阿里巴巴将在数年内赶超“两桶油”,成为国内经营规模最大的企业。阿里巴巴集团总参谋长曾鸣表示,集团内部对“1 万亿”相对淡定,因为“知道它一定会到来”,但对于社会而言则意义重大。



“因为很多人还是不明白互联网对整个商业带来的巨大影响,以及电子商务的潜力有多大。我们希望通过这个标志性的事件让更多的人了解电子商务的力量。”

在阿里巴巴方面看来,阿里网购平台的 1 万亿元交易额也折射出国内消费增量所在。“1 万亿元的交易额不仅折射出中国巨大的消费增量,更是新经济主体的代表。更主要的是,这一增量还在不断急速上升中。”阿里巴巴相关负责人表示。据阿里集团数据显示,消费增量的重心开始逐渐从一线城市转移到三四线城市。在三四线及以下城市中,消费增速达到 60%以上,远远高于作为传统消费主力的一二线城市不足 40%的消费增速。

1 万亿影响了谁:
颠覆传统商业模式

在 1 万亿元的销售数据背后,是中国零售业、流通业和制造业正在发生着根本性变化。

淘宝网数据显示,今年以来,消费者在淘宝和天猫的服饰鞋包类消费超过 3000 亿元,占淘宝和天猫总交易额的 30.3%。对比国家统计局的数据,可以发现全国约 36%的服饰鞋包消费都是在淘宝和天猫上完成的。在服饰鞋包之后,3C 数码类商品和话费及游戏充值成为淘宝和天猫总交易额二三名,消费金额分别超过 1860 亿元和 860 亿元。这意味着消费者的消费习惯已经被改变。

随之改变的是中国电子商务的环境。十



几年前,电子商务模式刚刚在中国出现时,不少零售业人士断言电商将无法逾越“信用”、“支付”和“物流”三座大山。而现在,以淘宝为代表的网上信用体系的建立、以支付宝为代表的网上支付体系的安全快捷以及社会化大物流体系的成型,让电子商务正在驱动和形成一场新浪潮。

进一步而言,电子商务也在改变着传统的商业模式。“从互联网创造的第一天开始,它对社会行为、商业运作模式就发生着冲击。从广告模式的颠覆,到电商对传统渠道的冲击和变革,以及社会化物流体系的突破性发展、信息共享等。同样,互联网将在未来会继续改造企业的采购流程、订单实现的流程、生产的流程以及整个供应链管理体系。”曾鸣认为,电子商务正在促使整个社会商业效率提升。

来自淘宝网的数据显示,截至目前,淘宝和天猫创造的直接就业达到 467.7 万,拉动间接就业 1333 万,这其中包括网络支付、快递物流、网络代购、电商运营服务及淘女郎等。曾鸣提到,阿里巴巴将在未来的两三年内提供更多新的就业机会。“我们希望在未来两年,会有 100 万淘宝卖家年销售额能够超过 100 万元;在更远的将来,我们希望‘大阿里体系’中能有 1000 万个客服人员和 1000 万个物流快递人员,创造 10 万亿元的电子商务蓝图。”

1 万亿是如何炼成的:
10 年交易额猛增 5 万倍

时代造英雄。正如阿里巴巴董事局主席马云所言,阿里巴巴“很幸运,能够适逢互联网这个时代,一起见证并参与互联网及电子商务给我们社会带来的一次次惊喜和改变”。在另一方面,阿里巴巴成为了这个时代的先锋。

从数据图上,人们会发现淘宝和天猫的发展趋势与中国网络购物市场的发展趋势几乎吻合。事实上,在不少业内人士看来,淘宝和天猫的发展历程几乎就是一部中国网络购物市场的发展史。从 2003 年至今,阿里网购交易额占社会消费品零售总额的比例不断提升。据淘宝网方面介绍,这个比例在 2010 年是 2.55%,去年达到 3.44%。而据商务部门的数据显示,中国网络零售占社会消费品零售额的比例也基本按照这个速率在上升,而阿里巴巴在其中占到的比例一直在 80%左右。

截至今年 10 月,阿里巴巴旗下电商销售额占社会消费品零售总额比例已达 4.79%,按原比例计算,今年网络零售占社

会消费品零售总额的比例有望逼近 6%。中国社科院专家姜奇平认为,网购一旦占到社会消费品零售总额 5%,就会越过临界点,呈现爆发之势,并开始产生全局影响,成为改变中国零售业格局的起点。

数据显示,2003 年淘宝网刚刚创立时,当年的交易额只有 2000 万元。由于当年淘宝网推出支付宝和阿里旺旺,解决了此前一直困扰中国网购市场的信任、支付和沟通的问题,随后淘宝网的发展迅速呈现爆发式增长的趋势。2004 年,淘宝交易额迅速攀升至 10 亿元,2005 年则达到 80 亿元。这样的增长势头一直保持至今。截至 2012 年 11 月 30 日,淘宝和天猫的交易额突破 1 万亿元。从 2000 万元到 1 万亿元,淘宝和天猫的交易额在 10 年内增长了 5 万倍。

淘宝网相关负责人表示,其中最重要的一点是以推出第三方支付工具支付宝为标志开始,打造网络消费中最关键的一环——信用体系构建。至此,淘宝网从 2005 年的 80 亿元一路冲高至 2012 年的 1 万亿元,与此同时,整个互联网领域的支付交易规模已经超过 2 万亿元。

1 万亿背后的隐忧:
一家独大和税收漏洞

数日前,商务部电子商务和信息化司副司长聂林海刚宣布,今年前三季度网络零售继续保持快速增长,增速超过 40%,他同时预计,今年电商将“轻松突破万亿大关”。仅仅过了一周,淘宝和天猫的销售额就超过 1 万亿元。根据艾瑞咨询最新统计,2012 年三季度中国 C2C(不含 C2C 推出的 B2C 商城)网购市场份额中,淘宝网占到 94.53%;在 B2C 市场中,天猫占比达到 54.6%,均凸显出绝对优势。

事实上,阿里巴巴在电商行业中的一家独大已属常态。从社会消费品零售总额占比上就能看出,去年网络零售占到社会消费品零售总额 4.3%,而天猫和淘宝独占 3.44%,占比高达 80%。“阿里的一家独大虽然不能构成垄断,但在电商世界,尤其是 C2C 领域,游戏规则基本上由其一家制定。其规则的变更会让从业者毫无还手之力,就像去年发生的‘淘宝伤城’事件。”一位 B2C 从业人员表示。

除独大隐忧,淘宝的税收问题也已被看做老生常谈。据记者了解,目前包括京东商城、当当网、亚马逊中国在内的大多数自主营销型 B2C 已经完善税收制度,但淘宝却一直被看作“被国家税收遗忘的角落”。淘宝网方面表示,淘宝网作为平台,交易额是平台卖家

产生的,并非企业本身营收。按照国家政策和各地方政策,平台商家应自觉缴税并接受政府监督。但北京市税务局相关负责人曾对记者表示,在平台商不介入的前提下,淘宝网 600 万小卖家的税收问题将难以解决。

此前,某大型 B2C 电商负责人对记者表示,一方面自主营销型电商企业每单都在缴税,但另一方面淘宝网的卖家却无人纳税,对于其他电商企业而言难言公平,国家应在这方面予以统一对待。

1 万亿的未来在哪儿:
电商时代正在到来

从 1999 年阿里巴巴雏形初建,到今年销售规模突破 1 万亿元,阿里巴巴走过了 13 年。但在业内人士看来,从今天往前的 10 年只是电商“蓄势待发”的 10 年。不久前,CCCI 互联网数据中心创始人胡延平曾提道,站在商业、运营、市场、消费来看,电子商务尚处于发展早期。电子商务的特性没有完全发挥出来,电子商务的人口红利没有释放出来,电子商务量能的释放还远未开始。

面向未来,阿里巴巴提出了“10 万亿”的目标,但并未给这个目标加上具体期限。曾鸣在回答问题时表示“感觉 8-10 年能够到这个目标”,并同时认为这是“最让人兴奋的地方”。曾鸣认为,如果说 1 万亿元是一个战略转折点,让大家能感受到电子商务带来的新商业模式和对于社会的未来影响,那么当阿里集团销售达到 10 万亿元的时候,这个游戏就已经结束了。“那时商务将全部都是互联网化的商务,所以 10 万亿元作为我们下一个目标,它表示整个社会基础已经全面互联网化了。”曾鸣说,“站在 1 万亿元的坎上,我们看到 10 万亿元的未来,看到一个更有生命力的社会效率大幅度提升的全新商业模式,这是让我们最兴奋的。”

马云则认为,互联网环境下电子商务的本质,绝不是以前很多人理解的“虚拟经济”。“实际上,电子商务是实实在在的新经济,是用互联网信息技术和传统实体经济完美融合的一种新经济模式,这种新经济模式能有效整合当下的现有资源,切实降低企业发展的成本,提升小企业的竞争实力,极大地提高社会整体效率。当下千万级的网商以及互联网环境下的每个消费者,是新经济时代第一批移民,他们将引导中国经济的转型。”

他同时表示,未来社会将产生 1000 万家依网而生的小企业,服务 10 亿消费者;产生千万数量级的快递人员及千万数量级的网络客服人员。“1 万亿只是刚刚开始,我们正在步入 10 万亿的时代。”



业达到中小企业总数的 60%以上。网络零售交易额突破 3 万亿元,占社会消费品零售

总额的比例超过 9%。移动电子商务交易额和用户数达到全球领先水平。

规划提出,电子商务“十二五”发展总体目标是:到 2015 年,电子商务进一步普及深化,对国民经济和社会发展的贡献显著提高。电子商务在现代服务业中的比重明显上升。电子商务制度体系基本健全,初步形成安全可信、规范有序的网络商务环境。

工信部有关负责人表示,当前中国电子商务的发展仍然存在一些比较突出的问题:

电子商务对促进传统生产经营模式创新发展的作用尚未充分发挥,电子商务的商业模式尚不成熟,制度环境还不完善,推进电子商务发展的体制机制有待健全。

另据了解,中国电信天翼开放平台 11 月 27 日正式上线,以往由不同产品基地和专业公司提供的开放能力,目前已全部集成到这个平台,并将陆续向合作伙伴开放。平台未来还将向第三方开放,第三方合作伙伴将可以与中国电信共享平台服务体系。

▶▶ [上接 P1 版]



新“愚公”移山 土方量超三峡 严介和 220 亿 再造“兰州城”

太平洋建设初期 220 亿元的投资,是针对上述的第一部分,6 个月移山造地施工,获得的投资回报率为 9%。据严介和介绍说,在对兰州新城所有项目的投资将产生三个方面的利润:一是投资回报率,二是工程施工利润,三是后期土地一级开发。综合算来,整体完成后,太平洋建设对兰州新城预计 700 亿的投入也将产生可观的收益。

今年 10 月兰州新城已经开始的为期 6 个月的征地拆迁、移山造地,首次在国内采用了“国际 BT”模式。

BT 模式不是百试百灵。所谓 BT,是英文 Build(建设)和 Transfer(移交)缩写形式,意即“建设—移交”,是政府利用非政府资金来进行基础非经营性设施建设项目的一种融资模式。这一模式成就了太平洋建设,但也曾令严介和陷入危机。

严介和以兰州新区和兰州新城为例,为记者解读了中国式 BT 与国际 BT 的区别:中国式的 BT,就是建设期间政府要逐步付款。而兰州新城采用的国际化 BT 模式,建设资金全部由太平洋建设垫付,等新城区土地开发整理完成之后,由政府部门以未来的土地收入等收益来支付。“我给它征地拆迁,山移掉后,变成一马平川的建设用地,政府就可以给土地发证了,土地发证就可以交给土地出让中心进行土地出卖了,银行就会蜂拥而至,在将土地抵押给银行之后,政府有了钱,然后给我们回报。这种回报率可以达到 15%,但我只要 9%。”

一次性垫付的 200 多亿资金,为太平洋建设的自有资金,按照严介和的说法:“起码说 80%以上自有资金吧。”这样的大规模投资不得不让人担心其中风险。不包括在兰州的项目,太平洋建设今年以来在西部各地频繁上马的诸多项目都需要庞大的资金,记者依据公开材料不完全统计,太平洋建设签约项目涉及的资金接近 1000 亿。

多年游走于政商之间的严介和,认为项目最大的风险,正是这种并非牢靠的政商关系。

他担心上述项目不按照市场经济规律让民营企业参与,更担心地方政府的换届,让项目难以持续,不能按时履约。如果出现了上述难题,太平洋建设有自己的解决方式。“如果出现地方政府不履约的情况)我们旗下 25 个集团,只有打碎牙齿往肚子里吞,把工程做得尽善尽美、有口皆碑,交到新一届政府手里,政府给钱就就给,不给就算了。”严介和说,“太平洋丢不起这个人。一流的老板,先要脸后要钱。但有正义感的政府领导是居多的,在很多西部城市,人大、政协、书记、县长,都和太平洋建设相处很好。”

此外,太平洋建设在节约成本方面,也可谓精打细算。

在大量的施工项目中,主要成本包括材料成本、引水成本、机械投入,以及大型机械作业中的柴油等等。

不过,对于企业的投资行为,国家发展和改革委员会宏观经济研究院原副院长刘福垣则通过记者告诫道:“咱们企业要务实”,“跟着政策走的风险很大”,“政策能不能兑现是个问题”。而对于兰州新城项目的具体实施,兰州大学经济学院教授汪晓文指出:“关键是这样的一个重大工程如何科学规划、科学实施和运作,最终实现地方政府和企业的双赢。”

