

腾讯联姻京东 阿里怎么办?

■ 本报 蒋庆 报道

日前,传言甚久的腾讯联姻京东一事终于水落石出。3月10日,腾讯公司和京东商城共同宣布达成战略联盟,通过股权投资和深度业务合作,共同发展中国实物电商业务。据腾讯控股在港交所发布的公告称,腾讯宣布以214亿美元入股京东。

入股京东真实想法

据《商业周刊/中文版》报道,京东于今年1月30日提交的赴美IPO申请文件显示,机构投资者老虎基金持有京东22.1%的股份,刘强东代表高管团队持有18.1%的股份。通过此次入股,不排除腾讯在未来成为京东第一大股东的可能。股权结构的变化,意味着京东势必会在近期调整其IPO文件中的股权结构等关键信息。

一位要求匿名的接近此次交易的投资人还爆料称,此次交易除了股权交换,还可能涉及一部分现金,但并未透露具体的金额。如果没有达到香港资本市场要求的必须披露的标准,腾讯也未必会在发布的上市公司信息披露文件中透露涉及现金交易的具体金额等细节。

京东在1月30日提交的赴美IPO申请时的估值是200亿美元,按此计算,此次交易中腾讯电商的估值大概在30亿美元。一位要求匿名的证券分析师称,腾讯电商30亿美元估值是一个比较合理的价格。

一个可以参考的数字是,去年8月,宏源证券按照“平台价值+PS”的估值体系,对苏宁易购的估值为170-210亿元。中国电子商务研究中心最新发布的《2013年中国网络零售市场十强榜单》显示,苏宁易购以49%的份额排名中国B2C网购市场第三,腾讯电商则以31%紧随其后。天猫以50.1%占据最大份额,京东以22.4%排名第二。

上述投资人称,腾讯与京东双方高管的第一次接洽,是在去年底在香港举办的某投资公司年会上。正式推动此事,则从今年1月开始,据上述投资人称,此次交易的幕后神秘推动者是高瓴资本董事长兼CEO张磊。在2013年2月的亚布力论坛上,张磊曾透露高瓴资本是京东的前三大股东之一。

根据科技博客TECH2IPO此前的报道,多名华尔街投行人士证实,正在进行IPO工作的京东商城路演遭遇冷场,多场小范围投资者的见面会均没有获得效果。上述不愿具名的证券分析师称,此次交易将有利于提高资本市场对京东IPO的热情,更重要的是,此次联姻,京东将获得腾讯的入口资源,弥补京东在移动端的薄弱环节,这无疑为京东的未来注入了更大的想象空间。

对于腾讯来说,从将搜索注入搜狗,到入股大众点评,再到此次与京东的交易,都是腾讯在做大生态系统的一贯大法——做最核心的人与人的连接,将人与信息(搜狗)、人与物(电商)的连接部分,放大到生态系统中擅长的盟友完成。京东+腾讯的组合,将极大丰富腾讯的微信、支付等核心产品的应用场景,以此全面对抗阿里巴巴布局已久的诸多战略要地。腾讯和京东的交易,刀刀砍向阿里,上述投资人评价。

此外,此次事件震动了业内大佬们的神经,坊间纷纷认为这是一次使得“江湖变色”的移动端洗牌信号。

科技商业观察家、微创新研究中心创始人“金错刀”在其微信自媒体账号上写道:谁是中国电商第一家?在过去肯定是阿里系,但是未来则很难说。这次合作,京东将从移动、支付、生态角度,向阿里发动全面挑战,而腾讯的目标是继续巩固自己在移动互联网上的位置。

他解释,说到底,这次受最大冲击的是阿里巴巴,马云在PC互联网上构建的一系列护城河,在移动互联网面前遭遇巨大冲击,最大的问题是,移动跟PC玩法完全不一样。

资深媒体人罗振宇也在其实名认证的微博上说:“互联网终究会演化成一个完整生态。从任何产品的‘大本营’出发,都会最终登上完整产品线的‘珠穆朗玛’。腾讯走的是长而缓的南坡,阿里走了短而陡的北坡。投资京东,腾讯用小的战术代价换来了大的战略优势。马化腾手里还扣着几张好牌,而马云的牌已经快出光了。”

虽然有分析指出,腾讯借此次投资京东,第一次从正面走到台前与阿里巴巴在核心业务层面展开竞争。但上海商派网络CEO李钟伟认为,腾讯与京东的联姻目前或还不足以影响到阿里巴巴。

电商行业还在高速增长中,每家公司都在成长,暂时还不会衰退。阿里巴巴形成的电商生态圈周期很长,没有任何一家平台可以替代它。“电商企业的运营是一个长跑的过程,并非短期的膨胀。京东商城的确会多一些流量来源,但是它很难切入到其他品类商品中去。”

而在过去的一年,阿里巴巴相继投资新浪、微博、UC、收购友盟、酷盘和高德。在移动端缺少流量入口的情况下,阿里巴巴通过巨大的投资并购旨在打造一个移动端的“淘宝”平台。

日前,为了适应集团“ALLIN移动电商”的变革,阿里巴巴内部进行了组织结构调整,其移动电商的承载平台确定为手机淘宝、淘点点、支付宝钱包。

腾讯的生态圈

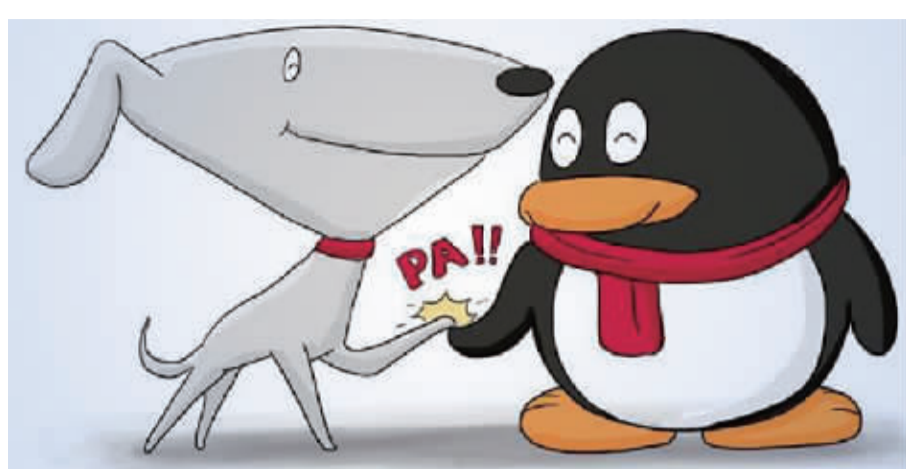
据凤凰网报道,中国互联网的BAT之所以目前成为平台级企业,各自在不同领域占据了入口。腾讯占据了人流和关系入口,百度占据了信息检索入口,阿里巴巴占据了商品入口。

每一家巨头的基因和属性都决定了各自的相互渗透会非常困难,比如百度做不好娱乐,阿里做不好搜索,腾讯做不好电商,各自的品牌属性和场景属性无法帮助业务横向渗透。做不好,要么关,要么甩。关了就彻底淡出,甩掉保留一丝希望。

微信处于市场预期高点,入口能帮助卖个好价钱。所以甩掉搜狗给搜狗,投资大众点评,以及甩电邮给京东。马化腾在邮件中看到了腾讯未来的战略方向:一方面,对于现有平台和核心业务,精耕细作,打造精品,围绕核心平台为用户提供精品服务。另一方面,打造以用户为中心的开放平台和生态系统,并积极牵手产业链上下游的优秀合作伙伴,致力让用户获得更加体验,更多价值。

这基本上是表明腾讯未来继续抓关系和人口,再接入其他增值服务。

另据新快报报道,当前,电商寡头争相圈地已处在近身肉搏的状态。根据易观数据披露,2013年第二季度,天猫、京东、QQ网



购、易迅网的市场份额分别为48.9%、18%、3.3%和1.9%。入股京东,“腾讯+京东”的市场份额将达到23.2%,接近天猫的一半,牢牢占据市场第二位。

腾讯从做社交起家,阿里巴巴则是依托交易平台做强做大。如今腾讯意图通过入股搜狗、大众点评、京东等补上“平台”短板,阿里巴巴则是尽其所能寻找一张移动入口的“船票”,从投资新浪、微博、UC到收购高德,用心良苦。近年来,互联网市场硝烟弥漫,除了余额宝与理财通的暗战,“二马”又分别支持快的、嘀嘀两款打车软件烧钱圈地,“二马争霸”已近贴身肉搏。

与京东一样,阿里如今也在冲刺IPO阶段,如今阿里付出不算高的代价,一方面让阿里的估值受到影响。另一方面,获得流量和移动入口后的京东有望撼动淘宝天猫;而腾讯将100%的精力聚焦移动电商,则更利于其与阿里争夺O2O市场。如此一来,同时身处在两个战场的阿里或许将不得不面临双线作战的处境。

当然,不能忽视的还有在默默发力的百度。百度去年先后收购91无线、糯米网、PPS等公司,更早的百度投资齐家网、安居客、去哪儿网。在刚刚过去的周末,百度糯米斥资1亿元举办“我们永远是女生——百度糯米3·7女生节宠爱全国女生”活动,凭借线上线下的融合,在声势上成功截获阿里“妇女节”活动。在“二马”激战的同时,手握搜索流量和LBS布局的百度,随时拥有改变战局的能力。

三巨头都在构筑自己的互联网帝国,它们之间的军备竞赛呈愈演愈烈的势头。分析人士认为,未来百度、阿里、腾讯等互联网巨头公司的交集会越来越大,这一演变逻辑是,从最开始的某一领域切入市场,到围绕自身用户的黏性需求来展开与自身相关联的服务。而随着用户的越来越多,最终将以直接触达用户、满足用户的各类需求来搭建新的商业帝国。

值得玩味的是,纵观腾讯近期动作不难发现其巨大的商业“野心”。从去年9月腾讯战略入股搜狗,到今年2月入股大众点评,再大手笔入股京东,细心的人可以观察到,腾讯如今的思路已发生大的变化,即不再所有业务自己做,而是联手其他企业一起做做大做强一个生态圈。

腾讯的战略投资风格开始转变成不追求控股权,其逻辑在哪里?有业内人士指出,根本原因是互联网顶级巨头竞争的升级,让BAT(百度、阿里、腾讯)已经对自身业务成长的速度不再具备耐心。

腾讯方面也坦言,没有一家企业能面面俱到,在各个很不相同的领域都做得非常

好,服务好所有用户,腾讯也不例外。腾讯认为,搜狗、大众点评、京东都是各自领域内的佼佼者,具备腾讯所没有的优势和资源。腾讯投资的最终目的不是为了“控制”,而是希望能通过众多优秀企业的合作,更好地服务用户,从而提升在该领域的市场竞争力。

电商分析师鲁振旺表示,腾讯投资大众点评、京东,是希望与时间赛跑,在短时间内打造一个品类丰富的O2O生态圈,赶超阿里。

马化腾在给全体员工的邮件里也透露了这一想法,他表示,将通过与京东的深度合作“继续参与”增长迅速的实物电商业务,并大力发展支付平台。而这句话接下来就是腾讯更为重要的布局:全力构建电商生态圈,包括继续经营虚拟类商品电商业务,并全力布局生活服务类O2O业务。

目前,腾讯的生态圈已包含搜狗、大众点评、京东、艺龙、同城网等,而且,腾讯还有很多自有业务如视频、手机安全等,这些都是充分竞争的领域,按照打造开放、完整、丰富的生态链的战略,未来腾讯还将向其他领域下手。

从现状来看,BAT在经历了持续的并购后,尽管实现了“闭环”,但却都不自觉地将战线拉得很长。整合而来的那些资源并没有完全成为整体。譬如,在阿里巴巴的这个“闭环”中,虽然有一些协同效应在产生,但新浪微博依旧是那个新浪微博,只是间或莫名其妙地冒出一些淘宝广告;UCWeb、美团更是看不出任何马云的风格,骨子里依旧是何小鹏和王兴的基因;天弘基金的余额宝倒是吸引了大量闲置资金,但其中有多少转化成支付宝的真金白银还要打个问号,倒是天弘自己借着合作从基金行业里的“口丝”蜕变为“土豪”。

这么来看,这些BAT整合到的“筹码”依旧各自为政、形影相吊,拼凑出了三件百衲衣而已。

阿里是否将受冲击?

最为值得关注的是,腾讯与京东的“联手”,或意在撼动阿里在电商市场中的地位。

对此,南方日报援引互联网分析师梁明亮介绍表示,“曾经因为做搜索而号称要让百度睡不着的马云,这次可能因为马化腾和刘强东的联手而真的睡不安稳了。”梁明亮认为,原本的中国电商格局可能会因为这次战略合作而再生变化。

根据EnfoDesk易观智库数据显示,截至2013年,在B2C领域,天猫的市场份额达到了49.08%,除了天猫以外,京东以18.16%的份额牢牢占据着第二名的位置,而腾讯的B2C业务也占据了5.68%的份额。

在行业格局基本确定,投入产出比不确

定的情况下,入股行业领头羊将彻底改变腾讯在电商市场的弱势。“京东和腾讯电商的联合除了份额上有望得到提升外,更重要的是在代表未来的移动电商领域占据了先机。”梁明亮表示。

随着消费者更加习惯于通过移动应用来进行消费,以微信作为平台的移动入口再加上京东作为商品和物流的支撑,来自腾讯的移动电商生态圈将会对阿里巴巴的电商生态圈带来极大的冲击。

梁明亮介绍称,“阿里巴巴在移动互联网领域一直没有可以和腾讯进行抗衡的产品,如今连唯一的商品服务优势也让腾讯通过与京东的合作而变得荡然无存,阿里巴巴在未来移动电商领域的前景可谓堪忧。”

此外,腾讯和京东有意合作的消息之所以早在一个月之前已经被“泄露”,其最早的消息来源很有可能就是来自阿里巴巴方面。“从合作的双方来说,走漏消息没有任何的好处,也是一般的商业合作不允许发生的,只有竞争对手才会希望通过放出消息来干扰腾讯和京东之间的合作,而这正体现了竞争对手对这次合作的担忧。”

而电商分析师鲁振旺则认为,腾讯通过投资京东,是希望与时间赛跑,在短时间打造一个品类丰富的O2O生态,赶超阿里集团。

同时,深圳特区报也援引知名IT评论人醒客的观点表示,腾讯入股京东是BAT布局战持续,面对未来的不确定性,靠自身业务发展远不如并购来得痛快,京东多年发展,以未来收益换取当前资本的方式,导致规模巨大却深陷不盈利的困境,寻找资本支持成为最后赢家的需求迫切,腾讯将此业绩一般的电商业务交给更为专业的京东打理,是一种变包袱为资产的做法。当然,最终,是否能够成为双赢大戏,要看京东能否在腾讯的推动下,尽快完成未来兑换资本的闭环,实现正常商业逻辑。

DCCI互联网研究院院长刘兴亮也表示:腾讯拥有微信、QQ等成功的社交网络服务,但电子商务的确不是它的基因,此次将QQ网购、易迅等并入京东,既是腾讯的一次“减法”,也说明腾讯电商并不成功。未来O2O的发展趋势是短距离生活化服务,例如餐饮、生活类购物如买菜、洗衣等,需要物流、送货、仓储等基础设施,京东“当日送达”的高效管理,正好弥补了腾讯的“短板”。这对阿里巴巴来说不是个好消息,阿里巴巴在移动支付方面具有优势,但在移动互联网流量入口和本地生活方面有待提高,腾讯入股京东,电商领域“一家独大”的局面很可能演变成“两强相争”。

“京东最有价值的是其物流体系。”艾媒咨询CEO张毅表示,自建物流能带来更好的服务掌控,这对提供差异化的用户体验很关键,“而这恰恰是阿里系的短板,也是马云做菜鸟网络的原因”。

张毅认为,京东与腾讯建立起“物流+流量”组合之后,原来京东的流量提供方生意可能会受到一定影响,“阿里也不会很好受”。

但也有观点认为,京东与腾讯此番交易,能对阿里的电商一哥地位形成多大程度的实质冲击还是个未知数。

“电商的竞争发展到最后,最核心的物流仓储、采购、成本控制、技术后台。”一位业内人士认为,不管是阿里还是其他电商企业,更关键的还是做好自己的事,构建自己的核心能力,比如唯品会走出的特卖模式。

军星赋

□ 吴鹏

军星有神,西蜀吻樽。拜问都江青城,探求水韵道行。请芳名出处,军中一枝独秀;转华丽身姿,民间二度梅开。踞崇州,酿琼浆玉液;立天府,写华章锦篇。斗酒诗仙律韵连珠,展翅云鹏气贯长空。悠悠岁月,漫漫征程。路遥能知马力,事久方见匠心。引神山圣水,馏出千年劲液;循古秘新方,蒸发军中情怀。筑巨壑,生天然神曲;倾全力,制唯一星醇。厚道人让陆翁重访,地道酒使玉兔欢腾。武尚文崇,德馨技精。铁笔挥毫雄浑,壮志冲霄凌云。观军酒身形,雷似娇小可人;沐古道遗风,爆如玉女倾怀。冠美誉,承蒙众贤爱;同赞许,多谢首长情。和平奖励鞭策吾心,复转军助至爱善行。

神韵乎!美哉军酒!
大气乎!壮哉军星!

2014秋季成都全国糖酒商品交易会地址:成都市人民北路一段3号(西藏饭店斜对面)腾云楼宾馆307会议室

军星酒业有限公司出品

军中无戏言 军酒尽情喝

本色不改是军装 终生不替是军徽 生死之交是军人 永远不变是军魂

中国军旅文化首创酒

军中★美酒

成都军星酒业有限公司出品 / 四川·成都 全国客服热线:400-028-7199

Http://www.cdjunxing.com 电话:028-82396177 传真:028-62183739