

2 热点透析 Hot Dialysis

15 年博弈之路 阿里巴巴上演华尔街“中国奇迹”

策
划
词

美国当地时间9月19日,纽交所被橙色环抱,从门口的条幅、敲钟台上的Logo,到交易柜台前的广告,甚至连交易员身着的上衣,均是阿里巴巴的传统橙色,以马云为首的阿里巴巴高管成为华尔街最引人注目的明星。挂牌首日,华尔街的投资者们给足了面子,阿里股价最终收在93.89美元,全天涨幅达38.07%。阿里巴巴上市后,全球市值最高的四家互联网公司,其中有两家来自中国——阿里巴巴和腾讯,另外两家是美国公司谷歌和脸谱。不少专家认为,这种从未出现过的局面表明,过去十年间,中国的互联网企业正在迅速崛起。业内表示,阿里上市预示着其全球化的真正开始。接下来,阿里巴巴会在美国等发达国家以及巴西等发展中国家进行强劲扩张。

全球热议阿里巴巴上市首日

阿里巴巴9月19日登陆美国纽交所,首个交易日以93.89美元报收,较发行价上涨38.07%,以惊艳的表现成就美国史上融资规模最大的IPO(首次公开募股)。事实上,不仅是美国,从欧洲到南美,媒体和财经人士都在热烈讨论阿里这个中国电商巨人所获得的成功。

各方称赞感叹

“轰轰烈烈”,法新社19日这样形容阿里巴巴上市首日的表现。而法国大报《回声报》也在头版显著位置列出标题《阿里巴巴在华尔街上市》,并在后页用一个整版进行报道,图文并茂地对阿里上市进行全景式扫描。“这是一次非同寻常的上市,规模之大到了完全令人疯狂的地步!”这份报纸说,阿里此次上市的融资金额,远远超过了“脸谱”曾经创造的160亿美元融资额纪录,将众多科技届明星企业甩在了后面。《回升报》在社论中感叹,阿里这个“庞然大物”的年增长率能达到30%,旗下各网站的交易量总金额达2500亿美元,超过亚马逊和亿贝的总和。“谈到阿里,人们已很难跳过那些最高级的字眼儿……”巴西最大电视台“环球电视台”网站当

天以头条对阿里上市进行了大篇幅报道。文章指出,尽管阿里在巴西的知名度尚不及亚马逊和亿贝,但携“中国制造”大势而来的阿里巴巴已开始悄然走入巴西人的生活。

德国《商报》在以《打开宝藏之门》为题的报道中说,阿里巴巴这次上市对投资者而言,是一个黄金时间点:互联网贸易与中国市场都已相当繁荣,同时还远没有到达顶峰。

德国巴德尔银行资本市场分析部主管罗伯特·哈尔沃告诉记者,阿里巴巴的上市成为全球证券市场密切关注的大事,说明中国企业已成为世界级的。这次上市会让越来越多的西方投资者认识并了解这家中国企业的现状和前景。

解析成功基因

阿里巴巴在美国上市能有这样创纪录的表现,成功秘诀何在?国际媒体和专家也给出了自己的解读。

法新社的文章说,阿里巴巴之所以吸引了众多投资人目光,是因为它为人们提供了分享中国市场大蛋糕的不容错过的良机。法新社还援引全球股票研究公司专家特里普·乔杜里的观点说,阿里的成功还在于它善于

学习和改良一些国际公司的运营秘诀,将其应用于中国市场,实现高速增长。

法国《回声报》说,阿里的成功具有一定的时代必然性。文章说,现在的情况和2000年左右的互联网泡沫不同,现在的互联网企业更为成熟,上市前平均年龄已有10年,是2000年时同类企业的2倍。

这篇文章说,2014年,互联网领域新生企业的销售额中位数达到1.06亿美元,几乎是2000年时的9倍。也就是说,今天的互联网企业的“商业模式是建立在现实的基础上,而不像1999年-2000年时是建立在愿望和梦想的基础上”。

德国《商报》说,阿里巴巴的成功在于它衔接起了当今的两大趋势:互联网经济兴起和中国崛起,这两个趋势都是无法阻挡的。文章还指出,阿里具有很强的创新能力。它“没有抄袭美国,而是独立、平行产生的事物。”

看好阿里未来

谈及阿里的未来,罗伯特·哈尔沃对记者说:“阿里拥有巨大的基于因特网的交易平台,预计几年之后阿里将在泛亚地区取得更大发展。我想法兰克福证交所的这些交易



员都希望看到将来阿里成为亚马逊、亿贝的有力竞争对手。”

法国《回声报》也特别指出,阿里在纽交所取得巨大成功的一个重要原因是,在美国资本市场上,投资者注重一家公司的增长前景,而不仅仅是当前的盈利状况。

在巴西经济萧条、物价上涨的大环境下,跨国网购正成为越来越多巴西人的选择,因为即便加上进口税,一些通过阿里网购的产品价格仍低于当地市场。眼下,阿里巴巴旗下的全球速卖通进入巴西市场后发展势头迅猛。数据显示,仅7月一个月,巴西人浏览速卖通网站超过1200万次,相当于亿贝在巴西浏览次数的3倍。

根据巴西在线消费行为研究公司E-Bit的统计,截至2013年底,开通不到一年的速卖通已占据了20%的市场份额,约有两百万用户,在巴西的市场份额仅次于亿贝和亚马逊。

巴西圣保罗州立大学经济学家路易斯·保利诺对阿里巴巴在巴西的发展前景表示乐观。他说:“中国制造在巴西人的生活中无处不在,巴西人对于中国产品的印象逐渐改观,而且巴西人天性喜欢尝试新鲜事物,阿里巴巴在巴西的发展前景十分广阔。”

(韩冰 荀伟)

阿里上市融到的钱怎么花

马云在IPO当天的晚宴上抽身与100多名中国记者进行了一次非正式的见面。既然是非正式场合,马云所说的话自然与当天中午的新闻发布会上所言更“接地气”一些。

接下来会投资哪个企业、什么行业?面对记者的提问,马云说暂时没有去想这些具体的事,但他明确表示,不会将这些在海外募集的资金全部拿回中国花,而是会积极拓展海外市场,将阿里的生态系统延伸到国外。

国际化将是重点发力方向

早在IPO前的香港路演时,马云便向投资人表达了进军海外市场的意思。这次庆功晚宴上的讲话更肯定了这一方向。

目前,阿里巴巴的海外零售业务主要靠速卖通(alieexpress)和天猫国际两块业务在推进,前者是通过B2C方式将中国商品卖给国外消费者,后者是在天猫上引入外国品牌,供中国用户消费。

与亚马逊、京东等大多数电商不同,阿里巴巴最主要的盈利模式是在线广告,这与谷歌、百度等互联网公司的模式更为接近。该模式的基础是流量红利,需要平台两端的用户数和商家数均不断增长,以保证

该广告体系中的广告位和广告主资源的丰富,拓展海外市场的用意即在于此,继续巩固阿里巴巴在国内的盈利模式。

目前,速卖通在海外市场的拓展逐渐步入正轨,已覆盖全球220多个国家和地区。

但总体而言,在2014财年阿里巴巴525亿美元总营收中,有大约86%来自中国市场,零售业务中的淘宝、天猫、聚划算以及批发业务1688.com是主要贡献者。显然,国际市场对阿里的贡献还很低。

国际化不仅是建个工厂

阿里巴巴在国内市场80%以上的占有率和高增长率不可能无限度攀升,而海外市场给阿里拓展了一片潜在的增长空间。

电子商务观察员鲁振旺对记者说,国内的跨境电商发展刚起步,如果做好了,未来将是一个巨大的增长点,能否建立一个成熟的海外供应链体系将是决定跨境电商成败的重要因素。

配合国际化战略,阿里巴巴正在积极布局海外供应链体系,比如投资新加坡邮政,与澳大利亚、巴西等当地邮政服务商达成战略合作等。未来在海外物流上的投入将是一个重点布局。另外,支付宝的国际化尝试(如在欧洲开通支付宝购物退税业务)

也在发挥重要的辅助作用。

对于国际化,马云的见解是,不是说在国外建个工厂就是国际化,“而是你的进入改变了当地的生活方式”,“有一颗国际化的心,做的事就是国际化的”。

国内市场如何布局

既然马云的原话是说“不会把钱都拿回中国”,言外之意,国内市场的投入将是另一个重点。从目前天猫的增长势头和对未来电商形态的判断来看,天猫将是阿里未来的一个核心战略,这被视为阿里的第二个融资去向。

与在国内C2C领域一骑绝尘般的优势相比,天猫在国内B2C的市场占有率刚刚超过一半,像京东等全品类电商,以及增长势头正猛的聚美优品、唯品会等垂直电商,均是阿里的潜在威胁者。未来可以预见,阿里在B2C领域的投入仍将持续。

当然,移动互联网、金融领域,特别是领先业内公司,已让阿里尝到甜头的云计算等领域,也将是未来投资的几个方向。

易观国际分析师唐佳对记者说,生活服务市场的布局、电商基础设施建设、回购雅虎所持股票等也将成为阿里巴巴花钱的方向。

(一财)

背景资料

重点中概股赴美上市时间表

阿里巴巴19日在美国纽约证券交易所正式挂牌交易,股票代码为“BABA”,这标志着美国融资额最大IPO诞生。回顾中国概念股海外上市历程,它们经历过高潮低谷,但整体呈上升态势。

2000年中国网络“三剑客”——新浪、网易、搜狐登陆纳斯达克证券交易所,分别融资6000万至7000万美元,成为最早在美上市的一批中国网络股。

2003年至2006年,在线旅游网站等企业相继上市。携程、艺龙分别于2003年、2004年在纳斯达克挂牌上市。2005年8月百度登陆纳斯达克融资1.1亿美元。

2006年至2009年,市场看好新兴市场经济,中国概念股也受到美国资本市场的欢迎,多家网络游戏、教育、光伏企业赴美上市。畅游、盛大游戏先后在美国上市,英利绿色能源、晶澳太阳能等光伏企业也在此期间上市。2006年9月,新东方登陆纽约证券交易所。

2010年至2011年,中国公司再掀赴美上市潮,当当网、优酷、搜房网先后上市,2011年3月奇虎360上市,2011年5月人人网在纽交所上市。

由于2010年起多家中国公司遭到浑水等做空机构质疑,2012年中概股赴美上市陷入低潮期,股价也普遍下跌。当年仅有唯品会和欢聚时代两家中国公司在美上市。

2013年6月,兰亭集势上市标志中概股IPO重启。由于中国经济向好、美股市场持续上行、中国公司质量改善等原因,中概股股价触底反弹,中国公司赴美IPO现回暖迹象。当年58同城、去哪儿网、汽车之家等7家中国公司上市。

2014年5月京东上市,成为截至当时中国企业在美国融资规模最大的首次公开募股。此后,微博、聚美优品等相继上市。

开始每天只有一两单生意,现在一天就能接到几千单。”

每个人都有关于阿里巴巴的故事:来自广州的劳丽诗是曾经的奥运跳水冠军,现在是淘宝店“老板娘”;

90后在校大学生黄碧媛,课余时间勤工俭学做的是淘宝“云客服”,3年里服务了1.6万多名淘宝会员;

来自浙江的何宁儿是4万多名“淘女郎”中的一员,同时也是一名自闭症儿童康复教师;

王志强曾经当过“北漂”,现在回到山西太原老家,把当地的农产品通过互联网卖出去;

澳大利亚留学归来的王淑娟,带动地震灾区的家乡人通过电商创业;

拥有“淘宝博物馆”的铁杆粉丝用户乔丽,在家里专门腾出一个房间用于摆放历年来的阿里吉祥物和参观证。

成立于1792年的纽交所,在开市和收



市时敲钟已经形成惯例。作为一家公司上市的标志性节点,敲响开市钟通常由企业高管或各界名流完成。

马云和他的团队站在台下,为敲钟的客户代表鼓掌。

8个人的背后,是逐渐成型的中国新商业生态系统。

新华社的评论认为,不管从哪个角度看,让小微代表敲钟,都极具象征意义:他们所敲响的,既是阿里股票交易开市之钟,也是小微企业借力互联网经济生机勃勃的晨钟,更是新经济、新业态倒逼产业转型、治理升级的警钟。

(章韋 张遥)

阿里上市打开中国创业者“希望之门”

投资者热捧阿里巴巴,看中的是中国互联网价值链发展前景、庞大的电子商务消费群体,以及对中国经济转型、对中国市场的信心。

马云曾说:“如果我能成功,那么世界上80%的人都能成功。”

许多人认为,马云的成功是一个特例;但更多人相信,在中国大力推进创新驱动发展战略、重点支持扶助中小微企业发展的背景下,阿里巴巴的成功具有的示范效应,未来还会持续显现。

中国现代国际关系研究院世界经济研究所所长陈凤英表示,阿里巴巴的成功对于中国企业和创业者来说,都是一种刺激和鼓励。它打造了一个成功的样板,让企业家和创业者看到了希望。

5个月前刚成立的贝贝网正在致力于将自己打造成专业母婴产品特卖平台。这个有着300多名员工的新兴电商网站创始团队主要来自阿里巴巴。

“阿里巴巴从草根企业做到如今规模,对中国类似的互联网企业或电商企业是一个很好的学习与借鉴榜样。”贝贝网创始人兼CEO张良伦说。

如今,阿里巴巴不仅是美国证券市场规模最大的IPO,还是全球最大的B2B及B2C平台。它给自己的定位是“全球最大的在线及移动电子商务公司”。

其实,在中国互联网经济的蓬勃发展、电子商务方兴未艾、各种新兴业态蒸蒸日上的大背景下,阿里巴巴的成功并非偶然。

近两年,中国互联网经济正以30%的速度递增,全球10强的互联网企业中已有4家是中国企业。互联网新经济已成为引领消费、扩大内需、提振经济的新引擎。今年上半年,中国网络购物市场交易规模达1.1万亿元,用户规模达3.32亿。

中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平表示,互联网企业作为新兴经济力量,其发展的同时也带来技术创新和推广,有利于中国经济从数量增长转向质的提升。

快速发展的互联网技术与新兴业态,为中国互联网企业或技术创新型企业提供了发展的绝佳平台和广阔空间,而6.32亿网民则为网络消费提供了厚实的基础。

如今,致力于建立创新型国家的中国正在大力支持以自主创新为主的企业。来自中央、地方和社会的500多亿元资金,投向大量的创新型企

业。中国人民大学法学院副院长杨东表示,要为那些处于初创期的创新型企业提供借助资本市场发展壮大机会,这也符合国家经济发展战略方向,让资本市场更好服务实体经济的发展。

通过创新营销模式、基于互联网技术升级拓展新业务、瞄准用户需求与心理,阿里巴巴做大做强了电子商务,其又沿着移动互联网产业链条,对文化娱乐、零售物流、金融服务、医疗、在线教育等在内的众多领域进行投资。

普遍认为,阿里巴巴上市将带动中国互联网产业的发展,给市场带来更多的全球贸易新渠道,也会令中国电子商务企业在全球市场上拥有更多的发言权。

陈凤英预测,随着公司扩大,阿里巴巴集团可能会将业务逐层剥离,成立一个子公司以分散风险,避免过去其他企业因扩张而导致公司面临危机的局面。

目前,阿里巴巴旗下的淘宝网、天猫、聚划算等交易平台的网络成交额约占中国在线购物总规模的80%。

据悉,上市后,阿里巴巴将在短期内完成融资,为进一步发展获得必要的资金,进而扩大生产经营规模,提高公司透明度。

张良伦的“贝贝网”目前月销售额已接近1亿元,他瞄准的“母婴市场”在中国增长潜力巨大。

同许多创业初期的年轻人一样,属于“85后”的张良伦对阿里巴巴的成功感到欣喜与激动,但更多的还是踏实专注于自己的事情,他打算继续做好母婴市场垂直化分众电商。

毫无疑问,一个属于中国的创业时代已经到来。“人人创新”“万众创新”的局面将为更多的“马云们”和“阿里巴巴们”提供实现价值的契机。

(刘斐 刘欢 李云路)