

阿里总裁:现在是“互联网+”最危险时刻

■ 金建杭

近日,在由中央党校报社、中央党校信息中心、信息社会50人论坛共同主办的《互联网+:信息经济浪潮与机遇》高峰论坛上,阿里巴巴总裁金建杭出席会议并发表主题演讲,如下:

各位领导、各位专家学者还有各位企业家朋友早上好!很高兴来参加“互联网+:信息经济浪潮与机遇”的高峰论坛,来党校心情还是蛮忐忑的。

我今天想讲三个层面的内容:

第一,想跟大家分享两组数据;

第二,看一看我们“互联网+”需要什么什么样的使用观;

第三,今天全社会关注“互联网+”的情况下面我们需要注意什么问题。

先说两组数据:第一组跟沃尔玛有关。我记得2003年阿里巴巴创立淘宝网的时候,全年的交易额没有超1个亿。2006年的时候,淘宝网的网上零售交易额超过100亿,而沃尔玛当年在中国的交易额大概只有2亿。2014年,整个淘宝网上的交易额有2.27万亿,已经超过了沃尔玛美国的交易额。我们预计,按照淘宝网零售跟沃尔玛全球零售这样的发展速度,预计在2016年的某一天,整个淘宝网的网上零售交易额可以超过沃尔玛全球。

我觉得那一天的到来意味着一个时代的结束,也意味着一个时代的开始。我们真正知道了“零售+信息化”的时代结束和“互联网+零售”时代的开始。从B2B时代,进入C2B时代,就是所谓的“消费者驱动”的时代真正来了。这是第一组数据。

第二组数据,是2003年阿里巴巴刚刚收支平衡线,这能够证明我们的商业模式可以获得市场的认可。我们提了三个“一天一百万”的计划,第一个“一天一百万”,是2004年我们实现一天一百万的收入;第二个“一天一百万”,是到2005年我们实现一天一百万的利润;第三个“一天一百万”,我们说到2006年,我们实现一天一百万的税收;我们还真的做到了这三个“一天一百万”,我觉得对于传统企业来说,这个发展历程非常具有挑战目标。我们实现了。

如今的状况是,整个阿里巴巴集团给国家纳税,一天超过3000万,去年创造的税收是接近110个亿。我想这也证明了一点,一个从18个人、50万人民币起步,一家非常非常小的不能再小的一家企业,利用“互联网+”在商业史上创造了一个小小的奇迹,为这个社会、这个国家创造了一个大平台。

我跟大家讲这个税收其实只是一个结果之一,我们更感觉高兴的是,至少有850万个活跃的商家可以直接面对消费者,利用这个平台服务3.34亿的消费,让接近1000万的人可以在平台上进行支付。这只是零售层面的。我相信这两组数据可以很好的呼应国家提出的“互联网+”战略。

我觉得互联网对中国经济和社会的影响,是一层一层施加的。最早互联网可能是作为一个工具,到互联网作为一个渠道,再到互联网作为一个基础实施,直到今天互联网可以形成一个经济体,这是20年来互联网在中国的发展轨迹。但是,我第二个想讲的,就是“互联网+”到底需要什么样的时空观?引用阿里巴巴研究院第一任院长梁春晓老师提的两点观:一个叫“后天观”,一个叫“天下观”。

首先,我们看今天“互联网+”的时候,不能从昨天看今天,也不能仅仅从明天看今天,我们



必须从后天看今天,这叫后天观。第二,看“互联网+”的时候,不能局限于一地、一省、一国,我们必须建立的是天下观。我们在设计整个平台的规模的时候,有全球化战略,其中一个很重要指标,是未来10年之内,我们希望这个平台能够服务的消费者是在全球的20亿消费者。今天中国我们自己平台上的消费者3.34亿,但还有巨大的空间。

3.34亿这个数字已经很恐怖了,它已经是美国的人口数,也远远超过了德、意、法、英这四个国加起来的人口数。正因为中国有这么大的人口数,我们能够做很多其他国家的“互联网+”企业不能够做到的。

举个简单例子,每年的11月11号,在座有很多专家学者有些人都去现场去领略过“双十一”的那种惊心动魄。其实对阿里巴巴高层来说,每年双十一我们最难过、最紧张就是前10分钟,前10分钟消费者高峰到来时候,第一道高峰是交易的洪峰,我们设计的是每秒能支持8万笔交易的能力。

第二道洪峰是支付,我们设计的是每秒钟处理3万笔支付的能力。今天除了阿里巴巴支付宝具有这样一个支付能力以外,全球还有另外一家公司叫visa。visa设计的支付能力是一秒钟处理两万笔,但是从来没有一个场景能够让它去验证这个支付能力。

第三道洪峰就是物流。我们曾经有一次做活动发了3万只包裹到俄罗斯,俄罗斯整个邮政快递体系瘫痪了,他们的总统把当时的邮政局长给撤了,新来的局长马上就飞到杭州来问发生什么事了?怎么解决问题?但今天在中国,每天在路上跑的包裹累积就有3000万笔。6年以前马总跟国家邮政总局的马军胜局长交流的时候,马局长认为中国在快递业上数量要赶超美国需要20年,马总认为可能需要6-10年就能赶超。

去年整个中国快递业包裹量已经超过了美国。6年以前中国大概每年最多不到10个亿的包裹在路上跑,但如今已经有140亿只。仅双十一一天的包裹数就有2.79个亿,是平常的10倍。如果没有大数据支撑的话,任何一张快递网络都会瘫痪。去年没有看到瘫痪,反而非常顺畅,一周之内有80%的包裹已经投递到家。

这就证明中国这么大的人口数,确实提供了很多的“互联网+”的实践,如互联网+商务、互联网+金融、互联网+物流、互联网+大数据,给了我们很好的机会去验证能力。

各位领导尤其很多地领导,大家都在一方,20亿消费者这个时代已经来了,今天我们不局限于中国市场,而是向全国市场扩展。这样的市场对于任何一个市长、任何一个省长、任何一个州长至任何一个国家的元首是一样的,我们今天看到的都不是本地的消费者,而是全国消费者。如果说我们能够利用好这样一个平台,利用这个时代给的机会,让当地的经济跟20亿消费者接触,我们国民经济会越来越有前途。

时空观里面还有很重要一点,即现在我们谈“互联网+”的时候,已经不是20以前谈互联网,今天的互联网已经从IT时代发展到DT时代,IT让自己更强大,而DT是让你的合作伙伴、让你的客户更强,让他们具备大数据分析的能力。以前我们想去做一个大数据分析,去据悉二线消费者产品步入分析,这个能力只有是大企业和跨国公司才有,但是今天只要是一个人进入这个平台,就能具备这种能力,得到这些数据,分析这个数据,然后作出自己的商业决策。

我想今天是一个大时代正在变革的关键时期,今天参加这样一个论坛,我觉得特别振奋,这是在整个社会上听到的,两会结束之后比较早的一次关于“互联网+”、关于信息化

的会议。我也非常感谢中央党校、学习时报,和信息社会50人论坛为这个会议做的充分的筹备。这次会议真的非常重要,尤其是我看到了很多地方领导有了“互联网+”的思想,这一定会影响当地经济,给当地经济带来新的一种影响和新的一些变化。

第三,在“互联网+”这个时代,我们到底还要具备什么?我认为今天是“互联网+”最好的时代,同时也是“互联网+”最危险的时刻,这并不是空穴来风。我们最担心的就是,当全社会都去关注“互联网+”的时候,反而是让这些依托与互联网、有互联网思维这些企业发展变的不好。以前阿里巴巴和很多中国互联网企业能够发展起来,很重要的一个原因是我们政府给予很宽松的环境,造成我们有了相对宽松的土壤和环境,让我们自由去发展。

但今天“互联网+”起来,全社会都要去想这个问题的时候,我们要引起高度重视,互联网+“什么都可以,但“互联网+”绝对不能加传统思维,绝对不能加既得利益。

全社会要警惕,弱势群体的声音。互联网加进来以后,以前觉得自己很有影响力的行业,都觉得自己是弱势群体。我今天跟大家分享交流的是,在“互联网+”这个时代,面对未来的时候,我们所有人都是弱势群体,不去创新、不去变革、不去打破原有的既得利益格局,任何人去不创新,3个月没有新的东西出来,你就会被淘汰了。

任何一个地方经济是这样,任何一个企业竞争也一样。我们在“互联网+”面前不存在强势群体,所有人所有企业都是弱势群体。我们都要面对未来消费者,未来20亿消费者新领域的新变化,新的年轻人的一些变化,我们都是战战兢兢,如履薄冰。如果说我们国有国籍,球有球籍,互联网有网籍的话,那么唯有如此,中国互联网的网籍地位才能保住。

刚才提到的“最危险的时刻”,为什么不是空穴来风?举个例子,当“互联网+交通”的时候,我们不能按传统的交通思维去看待“互联网+交通”产生的新业态和新服务。我们说专车影响到了出租车的生意了,但想当年汽车刚起来的时候,马车夫把所有的路给堵上了,就会意识到,我们今天干的可能是同一件事情。

总理的工作报告里面也提到我们要大力发展跨境电商,甚至两会一结束就给了杭州一个“国家级的跨境电子商务综合试验区”的政策。其实我觉得原因很简单,就是解决中国人在外面造成负面印象的问题:凭什么让中国人到日本去抢马桶盖?凭什么让中国人1亿人次的消费留在国外,留在境外?凭什么让水货客这样的事件演变成一个社会问题、政治问题?因此必须给予中国消费者更多的关怀、便利,去迎合、支持、扶持跨境电商的发展,而不是像今天有的声音说的那样,跨境电商冲击了大(外)贸,如果大贸能解决以上问题的话,我们就应该理直气壮地去支持大贸。但是,我知道有一个研究机构关于跨境B2C直接面对消费者市场做了一个分析和深入研究,那个研究结果是非常振奋人心的,我是非常希望那个报告能够发布。这可能会使我们整个社会对跨境电商直接面对消费者这样的业态有一个新的认识。

我觉得我们互联网行业的人一直在做一件事情,就是把每个人的能力提升得更好。过去,跨境贸易都是大企业才能玩转才有能力去把网络铺到全球,但有了互联网以后,小企业也有能力,把自己的商品通过B2B这种方式输往境外,今天互联网已经具备这种能力,任何一个小企业,甚至任何一个人,通过网络就可以把商品和服务送到任何一个国家的消费者手中,这是多么大的改变!只有“互联网+”时代才具备的这种能力。

在这样一个“互联网+”的时代里面,大家多去听听创新的声音,而不要去倾听那些被改变群体的声音,我希望在“互联网+”里面没有人是落后者。

首先,我们判断互联网对商业的影响,今天在流通环节影响最好,但是在制造环节的影响才刚刚开始,对这个商品本身在流通环节产生大量的数据时代也才刚刚开始。甚至在流通这个环节,我们从从业者认为也只完成了这个商业生态的20%,还有80%需要完成。今天网络零售占中国整个社会零售总额比例才10%,10%其实也非常危险,你说很强,你说弱也真的非常弱。在这个过程中不要有错过机会的思想,这是刚刚开始,谁都有可能搭上。

第二,有权利的时候,千万不要给那些“互联网+”企业设置百米栏。总理最近讲话也提到,跟其他国家做互联网企业相比来说,可能美国的企业在跑百米,中国的企业在跑百米栏。这种情况是自缚手脚,必须要改。

第三,我们一定要学会便道超车,没有一个产业是可以按照既有的轨道继续往前走,这是“互联网+”对所有的产业提出的一个警告。只有自己学会便道超车的时候,才会机会去赢。

最后我想提一个政策方面的建议叫“3+2”的思想,“3”就是3张清单,即能力清单、负面清单、责任清单。在这样一个“互联网+”这么一个领域里面,我们需要有最低门槛、最小的权利以及最大责任。加就是“互联网+”。“2”就是大众创业、万众创新,给年轻人机会,给未来梦想。

(新华网)

欢迎订阅 2015 年度《企业家日报》

1、通过当地邮局(所)订阅《企业家日报》。
《企业家日报》通过邮局发行,邮发代号:61—85,全年订价:450元。
《企业家日报》为周刊,除星期一出版对开24版外,其余各天出版对开12版。

2、通过网上、电话订阅《企业家日报》。

★电话订阅:

邮发报刊订阅电话:11185,打电话,按照提示,就可完成订阅。

★网上订阅:

登录中国邮政报刊订阅网:bk.11185.cn,按照提示,完成订阅。