

提要

消息传出近一年之后，阿里巴巴入股第一财经的消息终于被坐实。6月4日，上海文广集团(SMG)和阿里巴巴在上海举行签约仪式，宣布阿里巴巴将以12亿元参股第一财经，双方将把上海文广旗下第一财经传媒有限公司打造成具有全球影响力的新型数字化财经媒体与信息服务集团。

上海文广总裁王建军在签约现场表示，作为双方合作的第一步，第一财经新媒体科技有限公司已经成立，未来双方将围绕这家新成立的新媒体公司开展一系列项目。双方除了目前已经公布的新媒体科技公司之外，还将合资成立一家新的投资公司，而双方合作的内容主要仍然围绕金融及商业大数据领域。“国内都已经意识到提供金融服务和数据服务可能是未来的方向，通过资本力量进行并购整合，我觉得符合现代经济的特点，能够快速地实现产业整合。”中央财经大学金融法研究所所长黄震告诉记者。



阿里牵手一财:媒体转型攻关

大数据是宝马还是野马?

张定 报道

6月4日，阿里巴巴与上海文广集团(SMG)联合宣布，由阿里巴巴出资12亿元人民币，与SMG共同重组第一财经，发挥各自在传媒内容制造与互联网大数据领域的资源优势，打造具有全球影响力的新型数字化财经媒体与信息服务集团。

马云在和SMG董事长黎瑞刚共同出席的签约仪式上表示，这次合作意欲打造中国自己的《华尔街日报》或“彭博社”。这被业界看做是一个极具想象空间的联姻，是打造互联网媒体生态系统的一次战略行动，无疑将成为今年整个媒体界的重大事件，影响之深远不可估量。

互联网+的时代，互联网企业势必参与传统行业改造，以获得新的发展空间。阿里巴巴目前已是全球最大的商业数据公司，旗下的B2B平台(阿里巴巴)和B2C平台(淘宝、天猫)拥有大量的消费者数据、小企业数据、金融数据和物流数据等。第一财经作为专业化财经媒体，以阿里大数据的资讯应用为契机，来拓展服务的深度与广度，探索大数据商用的路径，可以实现DT时代媒体终端、内容、渠道、品质的新跨越。

由此看来，被业界和马云共同称为“黎叔”的黎瑞刚，确是极具国际视野，并深谙中国媒体运营之道，作为体制内人深得有关高层器重，实为政商两界不可多得的人才，与阿里的联姻实为黎叔打造SMG传媒帝国这盘大棋中的关键一子。

大数据是未来商业社会的基础设施，驱动着商业的变革。媒体本质上是内容基因，需要通过各种渠道触达受众，互联网为内容的传播提供了新的渠道，催生了新的媒体业态，Amazon收购《华盛顿邮报》成为传统媒体华丽转身的标志。然而，技术的迭代也使渠道变得容易，内容与渠道的融合成为媒体发展的大势所趋，未来媒体的内容必然互联网化。人类从IT时代走向DT时代不仅只是技术的升级，更需要思想意识的巨大变革，未来的人们可能会在互联网文化下产生变革，他们的欣赏趣味和对内容的需求将有很大的不同，因此，我们需要在世界观和思维模式上进行重大的调整。我们原来政府管制下的广播、电视、报纸、杂志等媒体，在微博、微信等新兴互联网媒体的颠覆性影响下，正在被迫作出调整，互联网成为冲破传媒行业坚壁的利器，坚冰开始打破。当然，内容的价值观和产品方面的创造必将是条异常艰辛、异常曲折的道路。

然而，大数据的使用必然牵涉信息安全问题，阿里“光纤”被挖断事件使信息安全问题再次凸显。马云还刚刚在阿里内部作出决定，原则上不再开放数据，理由是“在当前外部环境无法完全保障数据安全、数据隐私的情况下，只开放给战略合作伙伴”。马云同时也表示“这不是我们的资产，这是社会的资产”。阿里的这一决定当然是审慎的。政府进行信息化建设以来，后台也积累了大量的数据，但是，在满足一定条件下向社会开放数据应当是原则而不是例外。无论是政府还是企业采集的数据，数据的所有权永远属于公众。企业采集公众数据进行市场交易必须得到政府的约束和规制，必须得到公众的知情和同意，否则，“大数据”将是个“大灾难”。

(作者系全国政协人口资源环境委员会办公室调研员)

阿里入股一财:优势互补下的野心扩张

汪洁 实习生 王韶霞 报道

“去年7月，黎瑞刚董事长和马云主席在会面时谈到这个话题，双方高层一拍即合，随即双方团队展开了具体的沟通。”上海文广总裁王建军用“一拍即合”来描述双方的首次洽谈。

而马云在描述和上海文广董事长黎瑞刚的会面时，则用了更加感性的表述——“去年7月和黎叔在杭州见面。黎叔对上海文广、对媒体的梦想让我很感动。我一直希望中国能有中国的《华尔街日报》，这次能够得到第一财经的信任，阿里倍感荣幸。”

一次双向选择

事实上，在今年3月形成合作的框架协议之前，“阿里系”就跟上海文广有过密切合作。

去年6月，东方卫视与阿里巴巴旗下娱乐宝达成战略合作，东方卫视旗下《中国梦之声》作为娱乐宝第三期项目，借助娱乐宝的平台对外众筹1亿元。

在资本层面，许峰告诉记者，三年前第一财经就曾计划收购恒生电子，但因种种原因收购未能成功。最后，马云以33亿元收购了恒生电子。

2014年11月，恒生电子发布公告称，与第一财经、蚂蚁金服以及宁波云汉投资签署《合作意向书》，第一财经、蚂蚁金服集云汉投资将入股恒生电子旗下恒生聚源。增资后，第一财经和蚂蚁金服分别持有恒生聚源29.9%和19.1%的股份。

有了上述合作在先，阿里巴巴此次入股第一财经似乎水到渠成。

“我一直希望中国诞生自己的一个《华尔街日报》、彭博，真正有自己代表世界这一面的声音。我们珍惜这次机会，希望双方不断地努力，在产品上，不仅仅是产品和服务上大胆创新，我们应该在组织上、人才上、未来的机制上大胆创新，真正打造出全球有影响力、能够服务全球的财经媒体。”马云谈及为何选择一财时如是说。

事实上，阿里巴巴投资第一财经并不像马云说的那么简单。

“互联网金融和电子商务本身就具有互



联网的属性，也就具有媒体属性，要具有传播力和影响力才能吸引眼球，带来更多的交易。”中央财经大学金融法研究所所长黄震告诉记者，互联网金融和电子商务的发展在未来会越来越多地跟媒体合作，注资一财只是阿里的开始。

“从双方合作的业务布局上可以看出第一财经到底要阿里什么。”新媒体观察者魏武挥认为，并不差钱的第一财之所以选择阿里巴巴，主要看中了阿里的大数据和流量。

“我们对数据以前是开放的，现在我们决定数据原则上不开放。因为，我们认为现在在完全没有保障数据安全、数据隐私的情况下，必须保障数据的安全和隐私，我们战略合作伙伴共同打造未来。”马云在签约仪式现场表示，而这个只对合作伙伴开放的部分也是第一财经需要的部分。

商业大数据打头阵

据王建军介绍，作为双方合作的第一步，第一财经新媒体科技有限公司已经成立。以第一财经新媒体科技有限公司为载体，目前已启动四个项目。

其中，基于拥有数亿用户的支付宝，第一财经已经成为其股票行情系统的资讯提供商，第一财经财富管理咨询也将很快登陆手

机淘宝；立足于数据的DT财经移动终端正在全力研发中，预计今年8月上线；通过对阿里巴巴部分电商大数据的挖掘和整理，双方将在本月联合发布国内第一份《中国消费大数据报告》；汇聚行业精英和专家的互联网金融智库也将于近期成立。

“此外，双方还将广泛采集全市场的多元数据，联合打造中国独一无二的高品质商业大数据服务平台，推出数据库、指数、数据资讯、研究报告等多种形态的产品，以提升全社会各领域的数字化服务水平。”王建军表示。魏武挥分析，这家新成立的新媒体科技公司主要的业务布局面向机构投资者、个人投资者及财经信息有需求的一般大众。

“如果没有记错的话，我们跟阿里是成立一个投资公司，用一财的股权作为出资来跟他成立投资公司，这中间我们是绝对控股。”许峰向记者透露，除了已经成立的新媒体科技公司，双方的合作内容中还涉及合资建投资公司。“第一财经报业那边还是独立运营。”许峰表示。

记者查询企业注册信息发现，目前在上海市工商以第一财经名义登记在案的公司有4家，分别是第一财经报业有限公司、第一财经传媒有限公司、第一财经投资管理有限公司以及第一财经新媒体科技有限公司。

其中，第一财经新媒体科技有限公司的注册日期为今年5月，注册资本为5000万元，企业法人为第一财经传媒有限公司。阿里巴巴投资的12亿元主要集中在第一财经传媒有限公司。

在阿里巴巴与上海文广正式签约之前，受利好消息影响，粤传媒股价大涨。但许峰告诉记者，粤传媒跟此次投资并无关系。

工商注册信息显示，粤传媒持有的第一财经25%的股份，指的是第一财经报业有限公司。而阿里巴巴此次注资后合作的内容并未过多涉及一财报业，一财报业仍然保持独立运营的状态。

合作业务或注入上市公司

从目前已经公布的信息来看，除了已经成立的第一财经新媒体科技有限公司，关于合资成立投资公司的信息尚未流出。就已经公布的合作项目来看，借助支付宝的平台和

第一财经的商业资讯和数据，未来第一财经推出与同花顺、东方财富等类似的股票交易服务也并不意外。

事实上，媒体做金融信息服务及股票交易平台早有先例，新华社旗下“新华08”平台就曾作过尝试，但并未取得理想的效果。

“新华08没成功除了体制问题，最关键的是它缺乏实施有效的数据来源。而阿里在数据方面占有很大优势，还有庞大的用户基础和渠道优势，一财方面具有数据生成和加工的优势。”中国电子商务研究中心主任曹磊告诉记者。

对于第一财经来说，这次合作的内容早在计划之中，只是在时间上作了延迟。

“我们当初想收购恒生电子也就是想做一个把财经传媒、金融交易、金融数据结合到一起的一个产品。现在彭博跟路透就是这个模式，三个类型，财经传媒、金融交易、财经数据。”许峰告诉记者，因为当初收购恒生电子失败，在技术方面一财没办法独立完成，因此才有了和阿里巴巴的合作。许峰告诉记者，未来不排除第一财经在财经数据方面和恒生电子合作的可能。

此次注资过后，第一财经的人事变动尤为引人注目。

据了解，新成立的新媒体科技有限公司总经理由阿里巴巴集团新媒体总监黄磊担任，第一财经传媒有限公司总经理秦朔在完成签约仪式后正式辞职，福布斯中文网总编辑周健工或将接任秦朔的职位。

“未来第一财经这边的业务我们都会注入到上市公司中。”许峰向记者透露，上海文广旗下百视通预计于本月19日完成重组挂牌，新的上市公司将改名东方明珠新媒体。作为未来上海文广唯一的资本平台，第一财经未来也将注入上市公司，逐步完成上海文广整体上市的目标。

“最迟在第三季度，我们会重点打造与购物相结合的第三方支付工具，我们现在也在跟海外最大的第三方支付工具谈合作。”许峰告诉记者，如果该合作谈成，有了用户的情况下，上海文广不排除做第三方金融。

“有了第三方金融的用户数据和交易数据，那我们也完全可以做互联网金融相关的业务，到时候就能把和阿里合作的内容嫁接到上市公司里面来。”许峰表示。

媒体转型关键:用户、数据、新体制和巨量资金

郭全中 报道

近日，阿里巴巴和SMG在上海签订战略合作协议，这也预示着第一财经传媒有限公司(以下简称“第一财经”)的转型进入攻关期，这对于正处于转型的关键时期的传统媒体具有什么借鉴意义呢?用户为中心、智能信息匹配、体制重构、增量改革、巨量资金支持无疑是转型的关键。

用户为中心

当前，传统媒体陷入困境的根源在于用户连接失效，表现为：受众流失导致“二次销售”商业模式的坍塌，进而导致骨干人才大量流失。因此，传统媒体要真正实现转型，就必须吸引用户，重新建立用户连接。

其实从严格意义上说，传统媒体只有读者和观众等受众，从来没有过真正的用户。受众和用户之间的本质区别在于：受众是一个整体概念，媒体和企业并不详细而精准地掌握其真实数据和需求，而用户是个体概念，媒体和企业能够切实掌握其各方面的数据和真实需求，诸如用户的收入、消费偏好、潜在需求等。

受众是互联网和大数据时代之前的概念，当时传统媒体虽然也有大量的受众，但是对

自己的受众整体上却是茫然无知，即使相逢也依然是形同陌路。而在互联网和大数据时代下，互联网媒体搜集、存储和分析数据的能力大大增强，媒体就可以通过分析每一个用户大量的交易行为、交流行为、搜索行为和阅读行为等而掌握用户的真正需求。当然，要想从受众到用户的转变需要具备两个条件：一是大数据技术的出现；二是分析成本的大大降低。当然，要想真正地了解用户，既要实时在线又要基于大数据技术，唯有如此，才能积累起能够有效分析用户需求的数据量和合理的数据频率，也才能切实有效地满足用户的真正需求。

对应到这次合作，第一财经同样只有受众而没有真正的用户，而阿里巴巴的平台上不仅汇集了数以亿计的活跃用户，并且为数不少的是高净值用户。根据阿里巴巴的财报显示，截至15年3月31日的12个月里，阿里中国零售平台上的活跃买家达3.50亿；而且还可以利用其国内最为先进的大数据平台和技术来把受众转化为用户。

智能信息匹配

当前，我们已经进入信息过载时代，单纯内容的价值大幅度稀释，而真正的转型就必须基于大数据技术实现信息和用户个性化、定制

化需求之间智能匹配，而核心在于打造科学有效的大数据信息资源平台。该平台系统由大数据信息资源平台、开放的内容采编和分发平台、用户画像平台、全媒介传播渠道、用户沉淀平台等平台构成。

该平台可以通过信息服务和各类服务来吸引用户注册和登录，并运用大数据技术对用户的关系和需求进行“画像”，通过对用户多层面、多维度的画像，可以更为准确地分析出用户个性化、精准化的潜在需求。在此基础上，大数据信息资源平台能够通过技术手段低成本地实现信息和用户个性化、定制化的需求之间实现智能化匹配，这样更能满足用户的潜在需求，使得用户对平台上的信息和服务形成依赖和信任，这种高黏度能够有效地留住用户，达到用户沉淀的目的，进而重建用户连接。

对应到这次合作，双方的目的是打造基于大数据的“金融数据服务商”。在阿里方面，一是阿里巴巴是我国大数据资源最为丰富，大数据能力最高的公司；二是阿里巴巴已经是全球最大的商业数据公司，在交易、支付、物流、健康、文化等领域积累了巨型的高价值数据，而且鉴于这些数据的巨大价值，阿里并不准备对外部开放这些数据，唯有合作才能真正使用这些数据；三是在阿里的平台上汇集数以亿计的活跃用户，并且为数不少的是高净值用户。这

些用户需要高质量、个性化和定制化的金融信息服务，为这些用户提供高质量的金融数据服务的市场潜力巨大。在第一财经方面，第一财经是中国第二大传媒集团上海文广新闻传媒集团旗下的知名媒体品牌，旗下拥有第一财经电视、《第一财经日报》、第一财经广播、《第一财经周刊》、一财网等5大媒体平台，具有强大的专业分析和整合能力。可以看出，第一财经既有电视广播，也有报纸、期刊和互联网等传播平台，其信息涵盖了文字的、音频的和视频的所有信息形态，能够有效地满足用户需求。从目前来看，阿里巴巴和第一财经的合作具备了实现信息智能匹配的可能。

尤其需要指出的是，要打造基于大数据的“金融数据服务商”，既需要巨量的大数据资源为支撑又需要把数据转化为个性化、定制化的金融信息，这就需要实现“数据”和“新闻资讯”之间的“混”和“通”，在大数据思维和互联网思维的指导下双方真正融合在一起，也就是说双方必须深层次合作，否则就难以真正实现目的。

体制重构、增量改革

这次合作采取的是市场化体制重构的方法，而不是既有体制的修修补补：一是阿里巴巴是民营高科技企业，这次合作是典型的混合

所有制改革；二是这次不是普通的投资，而是由SMG和阿里巴巴联合对第一财经的体制化重组再造；三是在第一财经下设第一财经新媒体公司，并由阿里巴巴具有丰富财经媒体经验、原天下网商董事总经理、原阿里媒体投资运营总监的黄磊担任总经理来操盘实质经营。

这次合作也是增量改革，即由全新的第一财经新媒体来负责提供“金融数据服务”，而不是由之前的存量部门来负责。

巨量资金

媒体转型是一项长期、艰巨的系统性工程，必须有巨量的资金作保证。而双方的这次合作，阿里巴巴以12亿元占股30%左右，一方面说明第一财经的估值不低，卖了一个不错的价钱；另一方面，12亿元的巨资将为第一财经的转型提供坚实的资金基础。当然我们也必须清醒认识的是，媒体转型是一个极其困难的事情。虽然双方的合作已经具备了数以亿计的用户、庞大的数据、数据的分析和整合能力、投资终端等，似乎成功指日可待，但第一财经的转型成功还需要付出艰辛的努力和汗水，更需要机遇垂青！

(本文为作者主持的国家社科基金重点项目《新媒体环境下传统媒体的转型战略研究》的阶段性成果。)