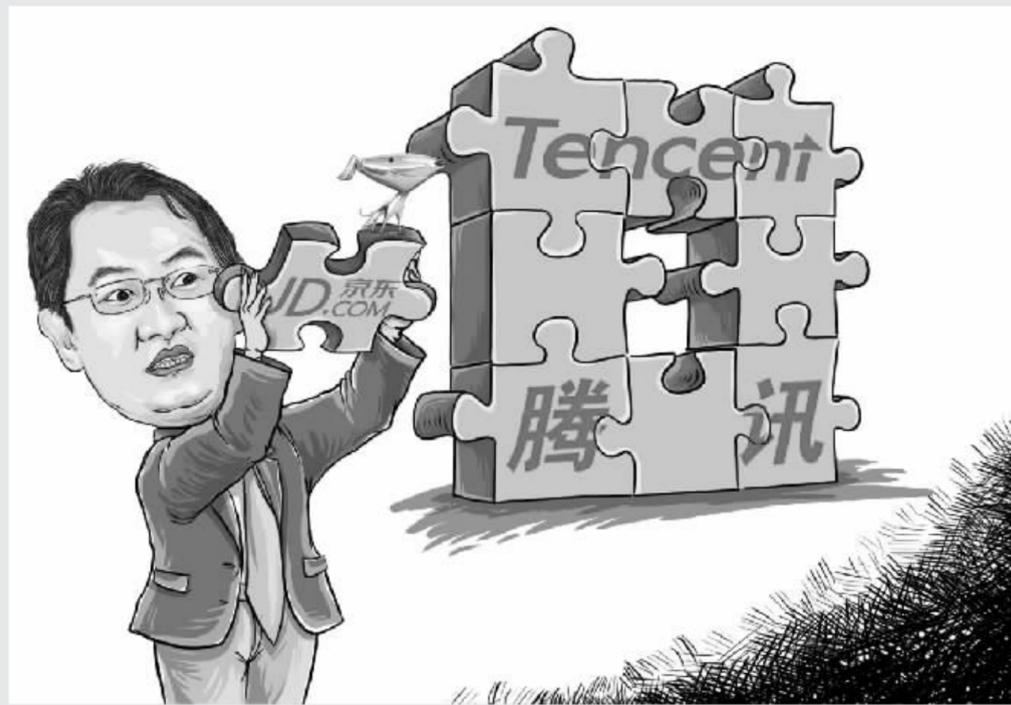


腾讯入股京东 京东收购腾讯部分电商业务和资产

电商寡头争霸：腾讯携京东挑战阿里

□本报记者 王荣



CFP图片

疯传腾讯投资京东一事,在经历多方演绎之后露出真相。

3月10日,腾讯与京东双双宣布,建立战略合作伙伴关系。京东将收购腾讯B2C平台QQ网购和C2C平台拍拍网的100%权益、物流人员和资产,以及易迅网的少数股权和购买易迅网剩余股权的权利。而腾讯将以2.14亿美元入股京东,占京东上市前在外流通普通股的15%。

对于此次合作,阿里巴巴方面不愿意发表评论,更不愿接受采访。而腾讯在京东上市前的“突击入股”,不仅提升了京东的估值,还丰富了腾讯生态圈,更把电商格局带入寡头争霸时代。

2月中旬,市场就传言腾讯入股京东。由于京东在2013年除夕夜向美国证监会提交了上市申请,计划融资15亿美元,业界对此传闻多采取怀疑态度。但时隔不到一个月,双方最终走到了一起。

“京东上市工作仍会按步推进,对具体时间不便予以评论。”京东方面对中国证券报记者表示,此次收购对于京东估值的影响不便评论,但是希望京东与腾讯在移动以及电商领域的战略

消息提前泄露,腾讯公司的股价表现并不佳,但腾讯此前入股的商贸物流企业华南城却表现不俗。华南城3月10日再度被炒高,股价一度涨逾10%。

对于此次腾讯与京东的合作,分析人士认为,腾讯的进攻性更强,旨在成为全网络的生活综合服务平台。虽然腾讯之前有电商业务QQ商城、拍拍网,包括入股高朋,但是业务很多没有整合好,缺少单一入口。

上述人士指出,通过以资源换取京

合作会为双方创造巨大的价值。

分析人士指出,腾讯旗下B2C平台QQ网购和C2C平台拍拍网的100%权益、物流人员和资产,对于京东而言吸引力并不大。该人士指出,这为京东新增C2C和团购运营平台,但QQ网购和拍拍网的市场份额并不大,且双方整合需要时日。

反而是微信、移动QQ的一级接入口更有价值。“本公司将通过微信、移动

QQ为京东提供一级接入点以及其他重要平台,来促进京东在实物电商业务方面的发展。”腾讯公司称,这是入股京东的重要条件。

艾瑞数据显示,在2013年移动网购企业份额中,手机淘宝占比76.1%,京东占比5.2%,腾讯占比15%。分析人士指出,若腾讯对整合后的京东全面开放微信入口,京东有望分享微信流量,来提升移动端市场份额;更重要的是,对接微信

入口有望迅速令京东打开O2O发展空间,这也是提升其上市估值的关键所在。

此番腾挪之后,腾讯电商旗下暂时仅持有易迅网的股权。不过,腾讯已表示:“本公司保证不从事若干电商业务。”这意味着,京东收购易迅网全部股权或是迟早的事情。更何况,易迅物流的员工会加入京东,而易迅物流优势在华东、华南等区域,这将使京东的物流基本上覆盖全国。

京东价值或重估

腾讯电商版图渐成

东股份和远优于易迅的电商平台,将使其能够专注于信息服务,着力于完善微信O2O生态圈,并借助京东丰富微信支付的电商应用场景,有助于其进一步增强移动互联网入口和微信支付等的竞争力。

据悉,未来,腾讯将在京东进行首次公开招股时,以招股价认购京东额外的5%股份。此认购预计与京东的首次公开招股同时完成。同时,腾讯还将在京东董事会中占一个席位。

而从腾讯剥离电商资产,也可以看出腾讯的改变。以往腾讯是全业务经营,但去年底,腾讯提出的战略是以微信、QQ及公众平台为基础,连接人与商品和服务,打造开放、完整、丰富的生态链。“这宗交易延续了把开放融入战略投资的新型管理思路。”腾讯方面如此自评入股京东事宜。

事实上,从去年底以来腾讯就展现出其移动端的议价能力。2013年9月,腾讯以4.48亿美元入股搜狗,持有搜狗

36.5%的股份,并将旗下搜搜等相关团队以及腾讯自身的一些流量资源转给了搜狗;2014年2月,腾讯对大众点评进行战略投资,占股20%,当日便在微信上线“今日美食”。

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行业,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。

进入寡头争霸时代

云端(Cloud +App)将是未来移动互联网的关键,阿里巴巴将全面从云打到端,“All In移动电商”。

过去一年时间,阿里巴巴相继投资新浪微博、UC、收购友盟、酷盘,领投TutorGroup,全资收购高德。阿里巴巴已通过投资并购建立一套在移动端的生态。

“后续阿里需要将收购的资源进行整合。”分析人士指出,目前其只专注投资,而不注重投资与整合之间的关联,并不能发挥良好的协同效应。

“这也或倒逼阿里加强菜鸟网络(物流平台)的建设。”上述人士还指出,此前,腾讯电商相比阿里巴巴有较大的差距,但是京东在B2C领域有着较

大的优势,尤其是在物流仓储上。目前,阿里巴巴投资的菜鸟网络并未正式投入运营,而京东的亚洲一号上海仓今年将运行。

分析人士指出,电商的世纪之战即将开始,正面交锋的是京东与阿里巴巴,背后则是腾讯与阿里巴巴,电商寡头竞争趋势也将愈加明显。

巨头发力补短板 第二梯队忙站队

互联网公司“马太效应”加剧

□本报记者 王小伟

互联网公司在加速寻找自己的位置。近年来,随着百度、阿里、腾讯一线互联网巨擎纷纷收购或参股京东、去哪儿网、大众点评、高德地图、新浪微博等知名互联网企业,二线互联网公司也纷纷选择站队。业内人士向中国证券报记者分析说,互联网行业的洗牌速度在加快,随着后续整合的推进,互联网巨头与小兵之间乃至互联网巨头之间的“马太效应”或加剧。

去年并购额猛增9倍

公开资料显示,仅2013年中国互联网行业就完成并购案例44起,同比上升37.5%,涉及并购金额27.51亿美元,同比暴涨922.7%。

市场的买家主要集中在百度、阿里巴巴、腾讯(BAT)三大龙头企业身上。其中,百度通过对91无线、糯米网、PPS等投资并购,实现了股价的迅速增长,诞生多款过亿的移动产品,完善了移动产业链的布局;阿里则先后获得新浪微博、UC、高德地图以及多家物流公司的股

份;腾讯此前就一直将目光聚集在海外创业公司上,日前入股京东,同样可以看作这一脉络的延续。

有分析人士向中国证券报记者表示,一线互联网企业在并购和股权投资方面越来越呈现出业务领域多元化发展的趋势。以本次腾讯入股京东为例,就是公司谋求弥补电商领域短板的尝试。

有业内人士介绍说,如今国内互联网业正处于产业变革的十字路口,移动用户的积累和流量人口的开拓,都不是一朝一夕可以完成的。BAT手中拥有充足的现金流,在面临行业内竞争以及移动互联网崛起的形势下,利用现金优势布局移动端入口显然是最快的捷径。这是近年来互联网公司并购潮起的重要原因。

二线公司寻靠山

实际上,互联网企业通过并购谋求多元化从2013年就已经出现。业内人士介绍说,经营在线游戏的企业可以去并购网上音乐、在线广告等业务,互联网企业并购后可以实现用户的共享,从而提高自身的点击量和浏览量。

寡头格局强化 垂直电商仍有生存空间

□本报实习记者 张玉洁

随着腾讯战略投资京东尘埃落定,不少分析人士认为,腾讯与京东的资本联姻,将显著改变互联网及移动互联网时代的电商竞争格局,但中小电商特别是垂直电商并非没有“逆袭”可能。

电商格局已定

监测数据显示,2013年中国B2C网络零售市场(包括平台式与自主销售式)中,排名第一的依旧是天猫,占50.1%;京东名列第二,占据22.4%;位于第三位的是苏宁易购达到4.9%。

中国电子商务研究中心发布的研究报告认为,腾讯入股京东后将加速国内B2C电商各梯队的分化。天猫、京东&腾讯位于第一梯队;苏宁易购、亚马逊中国、唯品会、1号店列在第二梯队;当当网、国美在线、凡客诚品位于第三梯队。由此,国内B2C市场格局日趋明显,寡头化趋势下,中小电商将在资金、规模和客户方面受到竞争压力。

苏宁云商相关人士对中国证券报记者表示,苏宁关注同行,但更加关注苏宁的消费者。但海通证券研究报告认为,对苏宁而言,其市场份额有可能会受到影响,短期

估值或面临压制。

垂直电商仍有空间

不过,中国电子商务研究中心网络零售部主任莫岱青认为,苏宁、当当这类电商已经形成了各自的发展模式和特色,没有必要与天猫、京东进行正面竞争,中小垂直电商仍有一定空间。

时尚电商网站走秀网联合创始人黄劲也持类似观点。他认为,腾讯入股京东对中小电商影响有限。电子商务市场广阔,细分领域众多,许多中小电商各自都有擅长的领域。

部分电商的财报和近期的股价走势似乎也证明了这一点。苏宁2013年收入同比增长7.19%,其中线上业务同比增长43.86%。此外,“红孩子”母婴、化妆品等销售收入及开放平台、商旅、充值、彩票、团购等虚拟产品代售等业务合计含税收入约42亿元。尽管公司2013年净利润下滑86.32%,但仍不乏市场人士看好其转型前景。

分析人士指出,阿里、京东等“大而全”的平台永远都存在照料不到的夹缝,垂直电商只要把握了“小而美”的细分市场,“垂直”就意味着另一种意义上的“垄断”。

受益电商大发展

京东概念股闻风而起

□本报记者 王荣

继阿里概念股、腾讯概念股被爆炒之后,以怡亚通、齐心文具、用友软件、老板电器为代表的京东概念股效应显现。

早在3月7日,就有媒体报道称腾讯入股京东谈判已经基本敲定。当天,京东概念股怡亚通涨停,齐心文具大涨逾5%,用友软件涨超3%,老板电器涨近2%。

上述个股受追捧并非全是炒作。分析人士指出,2013年前三季度,京东以864亿元的总营业额规模,首度超越了苏宁的801亿元。据京东CEO刘强东介绍,2013年成交金额突破1000亿元,京东销售量的增加直接带动上游供应商的销售。京东已成为大型在线销售平台,其供应商以及服务商将受益于京东的发展。

航天信息3月3日晚公告,与京东商城在电子发票领域战略合作。借助此次合作,公司有望在电子发票领域获取更多份额。

物产中拓称未与阿里巴巴合作

厦门钨业否认“沾亲”特斯拉

□本报记者 李香才 刘兴龙

物产中拓3月10日晚发布澄清公告,经核查,关于公司与阿里巴巴、特斯拉的相关报道均不属实。

物产中拓称,天弘基金拟设立“天弘物产中拓定增资产管理计划”并以该等资产管理计划的募集资金认购物产中拓非公开发行A股共计5194.45万股。截至目前,公司与阿里巴巴进行电子商务等相关业务的合作商洽。对于与特斯拉合作的传闻,物产中拓

称,截至目前,公司未与特斯拉进行相关业务方面的商谈接洽。

最近股价异动并停牌的厦门钨业也发布了澄清公告,经核实,特斯拉未考察公司,公司也未与特斯拉接触过。厦门钨业表示,电池材料是公司重点发展的产业之一,经过多年的发展,公司拥有5000吨钨合金粉、10500吨各种锂离子电池生产能力,锂离子电池产品主要有钴酸锂、锰酸锂和镍钴锰三元材料(NCM)等。日本松下为公司电池材料主要采购商之一。

SBI集团入股TutorGroup

□本报记者 王荣

继阿里巴巴联手淡马锡及启明创投基金共同向互联网语言学习平台TutorGroup投资近1亿美元之后,著名互联网金融集团近期也通过旗下教育专项基金——复思基金入股TutorGroup。此次SBI集团入股将为TutorGroup互联网平台的多元化应用提供积极助力。

SBI中国董事长李沛伦表示,TutorGroup是一个不可多得的平台,其高度整合的技术平台,为今后业务多元化的扩张带来无限想象空间,极具爆发力。

复思基金合伙人周澜称,今后,将借其基金在教育投资领域的资源及经验,通过共同投资及并购等方式,持续支持TutorGroup的发展。

福田汽车

天猫开店卖欧曼配件

□本报记者 王小伟

传统汽车企业加速电商步伐,中国证券报记者从福田汽车获悉,福田戴姆勒汽车配件天猫店日前投入运营。同时,公司启动业内独有的一对一交车培训等线下承诺,以帮助降低用户使用成本。

福田汽车方面介绍说,福田戴姆勒汽车作为第一家涉足电子商务的商用车企业,欧曼配件官方旗舰店日前在天猫正式上线,开启了电子商务新阶段。

公司表示,欧曼GTL配件销售网络100%覆盖全国各省市,目前拥有100多家配件供应中心、2000多家配件专卖店。福田戴姆勒汽车利用强大的配件供应网络,提供价格优惠、采购方便的原厂配件,保证实现用户“人手拥有一家欧曼配件店”的愿望。

近几年,重卡用户的购车关注点从纯粹的“比”购车价格到全面“拼”总运营成本,用户对车辆的使用成本越来越关注。福田戴姆勒汽车引进欧洲领先的交车培训理念,国内首创“一对一”用户交车培训和用户驾驶训练,培养用户良好的驾车习惯,结合车辆的“智能”特性确保车辆达到最佳行驶状态,从而提升盈利空间及运营价值。