

蔡崇信反思落后原因

“迷失”的阿里如何重新归来

公司能见度

估值腰斩 菜鸟未能先飞

近期,阿里巴巴管理层不断释放纠偏动作。3月26日,阿里巴巴决定撤回菜鸟的港股IPO申请。在阿里的“1+6+N”改革中,菜鸟被认为是六大业务中最有机会打响独立IPO第一枪的板块。同时,阿里巴巴决定以最高375亿美元的对价要约收购菜鸟少数股东的所有股权以及员工已归属的股权。

对于菜鸟撤回IPO的原因,蔡崇信称,这是集团的主动决策,并非监管干预。一方面,菜鸟进一步拓展全球物流网络,仍需要长期投入和耐心;另一方面,菜鸟向港交所提交的招股书当中的财务资料已经过期,公司处于要决定是否继续申请IPO的关口,而当前的市场环境无法反映菜鸟的真正价值。“我们决定不再被菜鸟上市进程所分心,而是赋能菜鸟,专注于实现与电商业务的协同效应。”

蔡崇信表示,收购要约价格反映的菜鸟估值为103亿美元,相比菜鸟启动上市时大约200亿美元的估值已经腰斩。

快递物流领域专家赵小敏在接受中国证券报记者采访时表示,除了市场环境发生变化,菜鸟独立上市本身也有很大问题。比如,商业模式上对阿里巴巴集团过分依赖等。“菜鸟如果作为独立主体上市,需要解决与阿里大量的关联交易问题,菜鸟自身的商业模式还有很大提升空间。现在来看,确实不如重归一体,全面聚焦电商发展。”赵小敏坦言,菜鸟最大的优势是阿里巴巴,当前仍需要借助阿里大量资源,同时深入到供应链体系和服务体系,才能提升自己的竞争力和市场空间。

103亿美元

收购要约价格反映的菜鸟估值为103亿美元,相比菜鸟启动上市时大约200亿美元的估值已经腰斩。

菜鸟提交的招股书显示,2021财年-2023财年,菜鸟净亏损额分别为20.15亿元、22.86亿元、28.01亿元,累计净亏损约71亿元。虽然2024财年一季度(截至2023年6月30日的三个月)实现净利润2.88亿元,但相比于此前的大额亏损仍是“杯水车薪”。

同时,阿里巴巴是菜鸟最大的收入来源,对菜鸟的订单量及业务经营有重大影响。招股书显示,2021财年-2023年财年以及截至2023年6月30日的三个月,菜鸟来自最大客户阿里巴巴的收入分别占各期间总收入的29.2%、30.8%、28.2%及29.7%。

2013年,在阿里、三通一达、银泰、复星等企业的投资下,菜鸟诞生。与其他物流快递公司不同,菜鸟成立之初的定位是不做重资产,而是做科技平台,主打赋能快递物流企业,并宣称“不会抢快递物流公司的生意”。

2023年6月,菜鸟放弃了最初的定位,宣布推出自营快递业务“菜鸟速递”,主打半日达、当日达、送货上门和夜间揽收等服务,覆盖全重量级包裹。此举被认为是菜鸟对标顺丰和京东物流,力图提升自身服务体系。

不过,最初定位轻资产平台模式的菜鸟,在供应链、基础设施建设等物流“基本功”层面,与顺丰、京东物流差距较大。

从顺丰和京东物流的年报来看,截至2023年底,顺丰的国内运输线路超过17万条,运营管理仓库1900座,全网管理收派员43万人;京东物流运营超过16000个仓库,一线员工数量超过35万。菜鸟招股书显示,截至2023年6月30日,菜鸟管理750多个国内物流专用仓、350多个国内物流专用分拣中心。

“菜鸟在国内市场的定位到底是什么?以菜鸟速递作为主轴?还是菜鸟驿站?菜鸟速递推出时间不到一年;而菜鸟驿站虽然耕耘了一段时间,但盈利模式还需要改进完善。这是菜鸟下一步需要重点考虑的问题,需要尽快向市场传递出来。从目前情况看,还不是特别清晰。”赵小敏说。

当前,国内快递物流市场竞争已经很充分,留给菜鸟调整的窗口期并不长。“我认为主要看今年下半年。”赵小敏说。

从全球范围看,当前三大国际快递物流巨头话语权较强,但随着跨境电商的火热,国内几家物流公司纷纷加速“出海”。菜鸟如何配合好阿里的跨境电商业务,做好全球物流网络的拓展,也是市场关注的重点。

随着阿里云、盒马、菜鸟相继终止分拆上市进程,一年前阿里声势浩大的“1+6+N”改革似乎正在悄然终结、重归一体。

“过去几年,阿里落后了。”阿里巴巴联合创始人、董事局主席蔡崇信近日在接受挪威主权财富基金(Norges Bank Investment)采访时反思了阿里的错误。“我们忘记了真正的客户是谁,没有真正关注给用户创造价值。”蔡崇信表示,正在重新组织人员,调整组织结构使得与战略相适应。“阿里虽然感受到竞争压力,但现在回来了”。

面对后起之秀咄咄逼人的竞争态势,摆在阿里面前更重要的不是分拆、各自为战,而是尽快协同。

● 本报记者 杨洁 见习记者 陈子轩

“起个大早 赶个晚集”

对于发展跨境电商业务,多位受访者认为,阿里巴巴可以说是“起了个大早,赶了个晚集”。

阿里巴巴早在1999年就建立了支持跨境贸易的B2B网站1688.com,即后来的阿里巴巴国际站。2010年,又开发了与淘宝相似的B2C跨境电商平台速卖通。因为当时国内市场增长很快,阿里并没有投放太多精力和资源在海外业务上。2014年,阿里将“全球化”写进集团三大战略。

在海外本土电商方面,2016年阿里巴巴收购了总部设立在新加坡的Lazada。当时,Lazada已经是东南亚最大的电商平台,但其内部管理混乱、高管更迭频繁,导致业务增长放缓,市场份额很快便被腾讯投资的Shopee超过,目前仍处于第二位。同时,新势力TikTok Shop在东南亚地区乘势而起,不容小觑。

商业竞争从来都是不进则退。近年来,快时尚品牌SHEIN、拼多多的Temu、字节跳动旗下TikTok大举开拓海外市场。尤其是2022年9月上线的Temu,被认为是跨境电商行业的一匹黑马。Sensor Tower数据显示,其在美国上线不到4个月,安装量已经达到1080万次。在欧洲市场,研究机构Joko

称,在2023年4月进入法国市场后,2023年5月至10月,Temu在法国的销售额增长了6倍。

李勇坚坦言,此前,阿里巴巴在国际业务上发展不如预期,直到2023年才突然醒悟过来,加大力度拓展国际业务。

2023年一季度,速卖通推出Choice频道,主打高性价比货品,指定国家和地区的消费者在Choice下单享有免运费、免费退货和配送质量保证等服务。从财报看,Choice为速卖通贡献了不少订单增长。此外,在效仿Temu推出全托管模式后,2024年1月,速卖通又上线“半托管”模式,2月阿里国际站也上线半托管服务。

在一系列动作之下,阿里国际业务板块连续三个季度保持高速增长。2024财年第一季度至第三季度,阿里国际数字商业集团收入同比增速分别是41%、53%、44%,在阿里六大业务板块中增长最快。不过,从体量来看,阿里国际对阿里巴巴集团业绩大盘的贡献还不高,仅占11%左右。

李勇坚表示,从阿里巴巴的业务看,其在国内的平台模式基本已经到了极限,很难再有高速增长。未来整体业绩增长可能要依赖于国际业务。这是投资者关注的焦点。

战略反复 人事震荡

“食”市场份额。有报道称,今年年初,海天高管层已在内部警示团队要有危机感,并以各平台的包裹量举例,称目前淘宝的订单量不仅被拼多多超越,还正在被第三名抖音电商逼近。

2023年11月29日,拼多多市值首度反超阿里,给了阿里当头棒喝。有阿里员工在内网发帖称“此刻难眠”。阿里巴巴集团主要创始人马云也在该帖子下回复称:“坚信阿里会变,阿里会改,所有伟大的公司都诞生在冬天里。”

李勇坚表示:“从整个国内电商大环境看,已经告别高速增长阶段。同时,阿里巴巴面临后起之秀的挑战,竞争压力非常大,必须不断变革,没有别的选择。”他认为,阿里巴巴现在迫切需要发挥协同效应,而不是分拆各个业务板块实现资本价值提升。“这些没有太大意义,因为阿里并不是一家初创企业。”

需要反思的是,过去阿里国内商业板块也就是淘天集团,围绕“价格力”以及“内容电商”所做的部署要么方向不对,要么力度不足,眼睁睁看着对手攻城略地。

对于淘天集团的经营,蔡崇信坦言,“某种程度上,我们砸了自己的脚,没有真正关注给用户创造价值”。作为

战略调整的一个部分,集团CEO吴泳铭同时担任淘天集团董事长和CEO。“他比我小12岁,非常以用户为中心,专注于产品、界面和用户体验,这对我们来说是最重要的。”蔡崇信说。

吴泳铭在最新季度财报中说,集团最高优先级是让国内外电商和云计算两大核心业务重燃增长动力。未来一年,将在改善用户核心体验上加大投入,以支持淘天集团重拾增长及稳固市场领导地位,将聚焦资源开发公共云产品,保持国际商业业务的强劲增长势头。吴泳铭直接负责淘天和云两大业务,以确保集团对两大战略中心电商和云的统一指挥和高强度投入。

庞大的“阿里帝国”开始收缩战线、回笼资源。阿里巴巴高管频繁向外释放加强业务聚焦、清理退出非核心业务的动向。蔡崇信表示,在2024财年前9个月,阿里共完成17亿美元的非核心资产退出。

今年2月,蔡崇信在接受采访时称,“随着架构重组和新管理层到位,阿里对成为中国顶级电子商务企业之一更具信心。阿里虽然感受到竞争压力,但现在回来了”。

阿里如何归来?阿里已经用了一年时间反思和调整战略,接下来需要快速进入实施阶段。