

■ 前瞻

巨头玩转外卖O2O市场

□ 小林

天下大势，合久必分，分久必合。群雄逐鹿之后的外卖O2O市场，当前只剩下新美大（此前美团与大众点评合并）、饿了么和百度外卖这样的巨头，而完成BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）站队后，外卖O2O格局或许大局已定。在掌握资本的BAT面前，其他创业者难有更多机会。

在刚刚过去的2015年，外卖O2O曾被行业视为“生死之年”。经过一年激烈竞争，外卖O2O市场大格局基本已定。根据近日易观智库发布的《中国互联网餐饮外卖市场趋势预测》报告显示，2018年市场规模将达到2455亿元，整个餐饮市场规模将达到4万亿元，2000亿元外卖市场仅占整个餐饮市场的5%。外卖市场未来发展空间巨大，但同样也面临着更多挑战。

外卖市场呈三分天下之势

数据显示，美团外卖市场份额高达32.3%，稳居行业第一；饿了么紧随其后，以27.1%市场份额占据市场第二的位置；而百度旗下的百度外卖作为第三名，市场占有率为12.6%。另外，口碑外卖和到家美食会分别以8.1%和5.8%的市场份额位列第四名和第五名。

经过一年奋战，美团外卖、饿了么、百度外卖等平台都在外卖市场上取得一定收获和成长。据官方数据显示，美团外卖目前订单量已超300万单，覆盖全国305个城市，百度外卖等也逐渐被消费者知晓。随着市场日益成熟和用户习惯的养成及资本市场的看好，外卖领域必将成为2016年的市场宠儿。

那么，对于饿了么并入口碑的可能性有多大？

1、“饿了么+口碑”的战略逻辑

先看两则消息：第一，去年，阿里以据称是15亿美元入股饿了么，并成为饿了么最大股东。第二，去年11月中旬，饿了么获滴滴出行战略投资。滴滴出行这一举动被指是想在国内外卖上对标Uber EATS，双方合作已在试运行中。

对上述两家“兄弟公司”背后的阿里巴巴持续扩张其O2O版图及增加其生态系统的黏性而言，阿里投资饿了么也是符合逻辑的第一步，其用意在对标现在在O2O上下重注的百度和阵营中已有美团的腾讯。看上去，阿里的诸多投资与其核心业务无关，但意义在于搭建生态系统。棋盘上有滴滴，之后再投资饿了么，阿里巴巴有赢得中国最大的外卖物流服务体系的野心。

马云一直想要构建一个无所不包的商业帝国。2011年阿里巴巴便投资主打团购的美团；2014年阿里又尝试淘点点等，不过最终未能成气候。现在，面对百度和腾讯在O2O上的发力及美团的“离家出走”，阿里已不得不将O2O重心放到口碑上。如果饿了么再加入BAT战局，则能进一步帮助阿里与腾讯、百度争夺O2O市场，还能为支付宝在移动支付上增加场景。

在巨头纷纷重视O2O的当口，美团已“留不住”了，那么“口碑+饿了么”也符合阿里的战略逻辑。

2、马云氏八卦掌步法：并购逻辑

有分析指出，阿里在失去新美大之后以高溢价谋求收购饿了么的可能性不小，即使是考虑腾讯也已饿了么两轮融资情况下，就像腾讯在新美大身上最终挤开阿里的剧情一样，当美团外卖趋于独立运营时，与之高度重合的饿了么在腾讯的吸引力会下降不少，而这也给阿里一次“以其人之道，还治其人之身”的机会。

外卖O2O终成BAT烧钱战场

业内认为，在国内三大互联网巨头O2O外卖领域布局中，新美团大众属于腾讯阵营，而在启动“口碑网”，再加上去年传出的投资饿了么后，阿里阵营则拥有“口碑网”+“饿了么”，而此前百度已推出百度外卖。如果阿里对饿了么完成收购，腾讯持续投资新美团大众点评，BAT在外卖O2O市场将完成布局。

业内人士表示，与互联网出行方式最初的补贴大战一样，随着巨头布局的完成，外卖O2O领域或成为下一个BAT烧钱大战的战场。

外卖O2O发展经历四阶段

1.探索期(1999年至2013年)：互联网餐饮外卖随着互联网的逐渐普及而出现，互联网背景下的“宅经济”、“懒人经济”日益凸显，又为互联网餐饮外卖市场发展带来新契机。

2.启动期(2014年至2015年)：探索期的发展带来新一轮市场机会，互联网巨头也纷纷把握时机涌入餐饮外卖市场。

3.高速发展期(2016年一)：目前，外卖业务覆盖城市数量超300个，随着用户规模的不断扩大，交易规模保持着稳定增长态势。互联网餐饮外卖市场盈利模式逐渐清晰，且餐饮外卖市场资源进一步集中，餐饮外卖行业基本格局形成。

4.应用成熟期：进入应用成熟期后，餐饮外卖市场趋于成熟，准门槛提高，商业模式及行业服务纵深化成熟发展，各大平台纷纷凸显核心竞争力，行业竞争加剧。

当BAT布局完成后，外卖O2O将成为巨头之间的游戏，游戏规则由他们制定。就像当年互联网刚兴起时的“群雄逐鹿”，每个创业者都存在机会，到如今几大巨头形成的互联网壁垒，其他创业者鲜有更好机会。当外卖O2O领域被几大巨头瓜分完毕之后，其他创业者的的机会将是微乎其微的。可以说，外卖O2O大局已定。（作者为《品途商业评论》评论员）

■ e流行

□ 本报记者 王荣

柔性屏技术近在咫尺

产品进阶或需耐心



CFP图片

曲面已可量产

现阶段，显示屏做简单的弯曲是柔性显示屏的现实选择，也是国内外厂商发力的重点。

在显示屏领域，三星和LG的技术相对领先，而由于LCD（液晶显示器）盈利下降，LG和三星正加大发展他们的柔性OLED显示屏。三星宣称，OLED技术是他们希望今年唯一能增长的，但他们对这种类型的显示屏有更大计划。

国内厂商方面，2月29日晚，京东方公告透露，拟投资245亿元在成都上马6代LTPS/AMOLED（低温多晶硅技术/有源矩阵有机发光二极管面板）生产线二期项目，主要生产AMOLED柔性中小尺寸面板。当天，京东方与成都市政府签署了相关协议。

今年，京东方将会推出柔性、可折叠显示面板。物联网时代，便携式智能移动终端的形态将会多样化，除手机、平板电脑，还有智能可穿戴产品，智能医疗等新应用也会出现，柔性显示的需求充满想象空间。京东方方面称，“我们与客户沟通，大家认为2018年柔性显示需求会进一步显现。”

同时，国内产业上游也在做相应的技术准备，丹邦科技就专注于微电子柔性互连与封装业务，是全球极少数产业链涵盖从基材、基板到芯片封装的企业之一，形成从FCCL（软性铜箔基材）→FPC（柔性电路板）、FCCL→COF（覆晶薄膜）柔性封装基板→COF产品的完整产业链。公司近两年成为中国最大的COF柔性封装基板生产商，全球市场占有率分别为11.1%、15.5%，全球市场占有率稳步提高，成为全球八大COF柔性封装基板生产商。

目前，大规模生产柔性显示屏还存在成本较高、产能受限等问题。因此，市场预计规模生产与成本下降还需技术和市场的双重推动。

相较于传统屏幕，柔性屏幕优势明显，不仅在体积上更加轻薄，功耗上也低于原有器件，有助于提升设备续航能力。同时，基于其可弯曲、柔韧性佳特性，其耐用程度也大大高于以往屏幕，可降低设备意外损伤的概率。

其实在2013年10月9日，三星发布了柔性屏幕智能手机——Galaxy Round，而2013年10月，LG Display也宣布将量产用于智能手机的柔性显示屏，尺寸大小为6英寸。

就记者曾入手的Galaxy Round来看，从配置上来看，Galaxy Round手机与三星此前发布的Galaxy Note3型号手机相仿，采用高通骁龙800处理器，3GB内存，2800毫安时电池、1300万像素镜头及Android 4.3系统。但手机并未达到人们先前所预期的弯曲折叠程度，而是使用固定的弧形显示屏技术，机身与屏幕外形均不可随用户调整，曲率半径达到400mm，使用户握持和通话时更加舒适。

合人体工程学。

2015年，三星推出两款采用柔性OLED（有机发光二极管）屏幕的手机，三星Galaxy S6 Edge和Galaxy S6 Edge+，由于手机采用柔性屏幕，因此三星为手机设计两个曲面侧面屏幕，用户可以将常用应用放在小侧屏上，比如电话应用、微信应用、音乐应用、地图应用等。用户可以从侧屏直接打开应用或选择联系人发送短信或拨打电话。

相比2013年，三星柔性屏幕智能手机已有所进步。从目前情况来看，采用柔性OLED屏幕的手机普遍都被作为可弯曲手机，比如屏幕上弯曲或左右弯曲，要么就是添加侧面屏幕，让整个手机看起来更加立体。

柔性屏手机的进阶

三星、LG等屏幕制造商，一直在研发可弯曲柔性屏幕，但碍于电子元件限制，国内也在展开相关技术的探讨。

中国工程院院士涂铭旌教授带领的重庆文理学院新材料技术研究团队，近日研制出银纳米线触摸屏4英寸手机样机和10英寸平板电脑，即一种导电薄膜柔性触摸屏。纳米银线成本相对低，其宽度只有一根头发丝的千分之一，长度则可以做到15微米，今后还将用于手环式可穿戴手机。

据了解，目前市场上手机的柔性触摸屏，大多采用氧化铟锡(ITO)材料做成。铟是一种昂贵的稀有元素材料，这种材料越来越少，价格也越来越高。替代材料石墨烯，必须在真空状态下生产，且成品尺寸和效率还不高，成本较高。

要真正实现智能手机随意弯曲折叠还有多远？ReFlex研发者表示，手机有望未来5年内投入市场。由于目前的技术还不足以实现电池和PCB板的弯折，这款手机只得在屏幕上下两段搭建主板和供电部分，导致手机显得非常长，样子看起来有点奇怪。换句话

说，除柔性显示屏技术发展外，电池和PCB板的弯折技术则需加快。

日前，美国专利商标局向苹果授予54个专利信息，其中一个就是可折叠式电子设备，专利包含折叠式主板和折叠式电池，同时还有可折叠式OLED显示屏。苹果指出，这些技术在未来可能会用于iPhone、iPad、Apple Watch或其他可穿戴设备上。这个专利第一次被发现是2013年苹果在欧洲申请类似的专利，2015年，苹果对这个专利进行修改。此次市场揣测，或许在不久的将来，我们有可能见到可以折叠iPhone或可以放入口袋中携带的iPad。

拥有专利并不代表能在短期内见到真机出现，毕竟现阶段柔性屏幕对技术要求依然非常高。苹果对柔性屏幕还是比较保守的，之前苹果曾经申请不少与柔性屏幕有关专利，外界认为会在Apple Watch上出现，但实际上并没有。

■ 新视界

三大巨头产品上市在即 VR产业链迎东风

□ 本报记者 傅嘉

前期多被资本市场视作概念炒作的VR（虚拟现实），今年在产业链层面全面开花。Oculus、索尼、HTC三大巨头的硬件产品都将在今年陆续面世。相对于国内企业，国外巨头在技术层面的示范作用相当明显。业内普遍认为，巨头们的密集出手表明VR产业链即将在消费层面得到普遍应用。

HTC在世界移动通信大会（MWC）上公布的Vive消费版价格为799美元，该产品前期已在包括中国在内的24个国家或地区开启预订。HTC表示，公司售出逾1.5万套HTC Vive虚拟现实设备套装。据悉HTC VIVE消费者版将于4月发货。

目前，索尼、Facebook、谷歌、三星、BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）等多家公司都在进军虚拟现实领域。

HTC在世界移动通信大会上公布的Vive消费版价格为799美元，该产品前期已在包括中国在内的24个国家或地区开启预订。HTC表示，公司售出逾1.5万套HTC Vive虚拟现实设备套装。据悉HTC VIVE消费者版将于4月发货。

目前，索尼、Facebook、谷歌、三星、BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）等多家公司都在进军虚拟现实领域。

目前，索尼、Facebook、谷歌、三星、BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）等多家公司都在进军虚拟现实领域。