

BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)手里有三张牌——用户、流量和资金,三张牌一出,很少有对手能抗衡。但随着互联网进一步地向传统产业渗透,跨界、融合和垂直产业链的整合能力会成为新的竞争指标,而这恰恰可能是互联网下一代演进的趋势。

3L(360、乐视、雷军、刘强东)所代表的互联网新生力量所具备的冲击动能,是任何人都不能忽视的,中国互联网格局松动已经出现端倪。未来的垂直产业链整合上,有机会酝酿出新的“霸主”。会是 3L 么?



BAT 围剿下的 3L 生存战

关注范围,主要原因可能是早期通过软件销售来盈利的模式不符合互联网公司基于流量拓展商业模式的思路。

直到 2010 年,360 和腾讯间爆发的一场“3Q”大战,BAT 和互联网行业开始意识到安全产品在互联网格局中的重要性。此后,腾讯和百度作为 360 的主要竞争对手,相继投入巨资研发和推广自己的产品。

但在那个时间,360 依靠免费模式已经占据了绝大多数网民的桌面,并且基于安全产品研发了安全浏览器、安全导航等系列主打安全的互联网产品,后来甚至推出了安全搜索,把战火烧到了百度和腾讯的后院。

与 360 类似,乐视在视频网站的基础上,搭建了一套“平台+内容+终端+应用”的生态模式,引领了中国互联网电视的潮流;小米则依托互联网手机,创造了一个包含社区、产品、粉丝的“米粉”经济;而京东则依靠 3C 产品产业链的把控,以极低的价格、较高的质量和忠实用户,生生地在阿里占据垄断地位的电商领域撕开了一个口子。

当然,3L 并不是一成熟的概念,目前 3L 所取得的成绩与 BAT 也不在一个重量级,比如,小米还停留在硬件层面,应用生态是短板;乐视生态比较完善,终端用户却不过千万;360 和京东的地位有了,业务模式相比 BAT 还是过于单一。

但在 BAT 三巨头笼罩的中国互联网领域,其他互联网公司如何突围,3L 为代表的垂直模式的玩法无疑具有重要的借鉴意义。

表现平平;腾讯和百度试图分食电子商务,前者还能做到阿里的零头,后者则完全宣告失败;当然,腾讯的搜索产品最终也被迫并于搜狐旗下的搜狗了。

在其他一些垂直业务方面,BAT 也面临着失败。例如在安全领域,百度、腾讯的安全产品始终未能突破奇虎 360 一家独大的局面;在手机领域,随着互联网公司做手机浪潮的集体消退,BAT 只能望小米手机兴叹。

另一方面,即使在阿里已经一家独大、腾讯和百度都未能切入的电商领域,一些中小公司却通过对用户细分需求的挖掘开拓了新的市场。像主打名品特卖的唯品会,股价一度高达 200 美元,此外还有化妆品电商乐峰网等几家细分领域电商也已崭露头角。

对比正反两方面的案例不难发现,如果对细分领域深耕到位,构建有效的竞争壁垒,而不只是停留在融资——烧钱买用户的层面上,即使是面对 BAT 这样强势的对手,也仍然有发展壮大机会。

实际上,与 BAT 相对应,中国互联网已经出现了以垂直模式为特征的“3L”格局,即奇虎 360(3)、雷军系(L)、乐视(L)和刘强东的京东(L)。

“3L”阵营

安全产品起初并不在 BAT 的主要

公开资料显示,BAT 三家公司中,每家的用户都是以亿计的,随便导入一项新业务,都可在一夜之间吸引千万级别的用户;这已经为新业务省去了大笔的营销成本,况且 BAT 还有大把的流动资金可以进行扶植。

不容否认,像阿里入股新浪微博这样,近年来 BAT 在业务拓展的方式上也更加开放,逐渐从原来的推出自有业务到投资或者收购第三方公司,包括阿里投资高德地图,腾讯将搜索、地图、电商业务分别与第三方合并,百度收购爱奇艺、糯米网等等。

这虽然让一些公司有了进一步发展的机会,但并没有改变一个事实,即:在 BAT 的阴影下,一家公司想要做大是难以想象的。

垂直玩法

这不是说 BAT 在跑马圈地的过程中没有碰墙的时候,最为明显的是,它们至今都未能成功地切入对方的业务。

阿里今年相继推出搜索产品“神马”和即时通讯产品“往来”,目前一直

站稳了脚跟。

空间压缩

中国互联网的发展空间正在得到越来越多的认可,但是留给大量互联网公司的空间却不多了。至少在目前可以看到的细分领域,无一不闪现着 BAT 三巨头的身影。

近年来,分别作为中国最大搜索引擎、中国最大的电商、中国最大的即时通讯,在自有核心业务的基础上,BAT 相继拓展了从电商、游戏、地图到支付、社交等系列的子产品线,与这些细分领域的公司直接竞争。

中国互联网一直崇尚马太效应,长期长达数年不求盈利,只为吸引用户,当然这需要持续不断地融资来保持运营。而无论是用户,还是资金,BAT 都具有天然的优势。

图:利博制图

■ 本报记者 郭奎涛

日前,阿里巴巴集团赴美上市,不仅创下了美股 IPO 的最高纪录,更是有望冲刺中国最大的互联网公司。

至此,阿里、百度和腾讯这三家所谓的“BAT”阵营全部完成了上市,名正言顺地成为了中国互联网行业的前三强。基于海量的用户和丰厚的资金支撑,它们衍生的大量二级三级业务正在给其他互联网公司带来越来越多的压力。

这种背景下,如何打破 BAT 三巨头强者通吃的局面,正在成为各互联网公司面临的重要问题。而以奇虎 360、乐视、雷军系和刘强东为代表的“3L”梯队,已然从整合细分领域产业链的角度