

92.7 美元！阿里巴巴开盘暴涨 36%

■ 本报记者 郭奎涛

北京时间 9 月 19 日晚,经历 79 分钟询价时间,阿里巴巴赴美上市开盘价最终锁定在 92.7 美元,市值逼近 3000 亿美元,创下了美股 IPO 的最高纪录。

与并称中国互联网界“BAT”三巨头的腾讯、百度四面出击不同,阿里巴巴的业务看似错综复杂,特别是近两年的并购,从基金、超市到微博、浏览器、地图,却始终离不开一条比较明显的轴线,即电子商务。

十多年来,正是依靠阿里巴巴和淘宝网业务,这家公司不断聚集了中国最大多数的 C 端和 B 端用户,并逐渐形成了天猫、聚划算等完整的电商业务,以及从物流、支付到 O2O、互联网金融等深层次的电商需求,以绝大部分市场份额的优势将后来者远远甩在了后头。

上市

经过前后一年的预热,和为期十天的路演,日前,阿里巴巴董事长马云等高层团队正式在美国纽交所正式敲响了阿里上市的钟声。

据悉,从 9 月 8 日开始的阿里全球路演,据说受到了国际投资大鳄的欢迎,以致其 IPO 价格不断拔高,最新消息称已经调高至每股 66 美元至 68 美元。到了 18 日,官方宣布发行价格最终定为 68 美元,达到了此前定价区间的上限。

阿里上市对中国互联网行业的影响是巨大的,早在预热期,各种关于百度、腾讯阻击阿里上市的阴谋论就层出不穷。就在上市前夕,各大投资银行对百度、腾讯股价的预期也做了紧急调整,足以见得三家公司之间的紧密联系。

在近期美国《时代》列举出的阿里 IPO 中受影响最大的 5 个输家中,腾讯和百度赫然在列。原因在于,随着业务多元化发展,这两家公司和阿里的多个业务都存在直接竞争关系,涉及领域从在线广告到电子支付等。

截至目前,腾讯公司市值大约为 1500 亿美元,微信及金融业务的发展还在为腾讯带来更多的想象空间。百度的市值虽然不及腾讯,但有数据表明其股价长期被低估,未来 3 到 5 年就可以超越竞争对手。

阿里上市撼动全球互联网络局？

■ 本报记者 宋笛

从没有一家公司的上市会如此牵动亿万中国人的神经。

美国当地时间 19 日上午中国电商巨头阿里巴巴敲响开市钟,登陆纽约证券交易所。大量市场资金的流入,使阿里巴巴上市融资规模创造了美国 IPO 历史。

美国知名 J.Streicher 公司合伙人、纽交所资深交易员马克·奥托认为:“阿里巴巴上市,让国际投资者看到中国经济增长的故事以及 13 亿中 6 亿中国人的互联网故事。”

阿里上市后将给全球互联网经济格局带来哪些改变?一些经济分析人士给出了自己的观察。

全球市值最高的三家互联网公司中国有二

阿里巴巴上市后,全球市值最高的三家互联网公司,来自中国的就有两家——阿里巴巴和腾讯。二者仅排在谷歌之后。不少专家认为,这种从未出现过的局面表明,过去十年间,中国互联网企业迅速崛起,与硅谷企业的差距不断缩小。

英国北安普顿大学商学院高级讲师何邵伟说,阿里巴巴的上市预示着其全球化的真正开始。“接下来我



CNS 供图

深耕

表面上来看,和百度、腾讯一样,阿里虽然有着主营业务或者说轴心业务,都是一家综合性的互联网公司,实际上,双方有着细微的差别。

百度和腾讯分别依托搜索和即时通讯,利用其流量和资金优势,迅速复制了一大批二级三级业务,例如浏览器、导航、安全、游戏、电商、地图、视频等等,甚至包括对方的主营业务,像腾讯的搜索产品搜搜。

阿里虽然也有一大批衍生业务,但不同的是,这些衍生业务不是从主营业务那里吸取流量发展壮大,而是为主营电商业务贡献流量和完善主营业务服务的,例如,阿里投资或者收购新浪微博、高德地图和银泰超市、天弘基金等,都是为了从不同维度去满足用户的需求。

深耕电子商务带给阿里一个显而易见的好处是,一套完善的生态系统可以抵御绝大部分竞争对手的进攻,包括同一重量级的百度和腾讯。

尽管分别占据着搜索和即时通讯两大关键入口,百度和腾讯在电商领域却长期被阿里挡在门外。百度曾先后创办两家电商,包括与国

外巨头乐天合办的一家,相继夭折了;腾讯通过自营和收购尽管取得了一些份额,终究不足阿里系一个零头。

阿里专注电商还有意外的收获,这使得这家公司有机会发现用户的更多需求,并有条件去满足这些需求,一定程度来讲,以支付宝为代表的阿里金融就是在这种背景下不断从无到有发展起来的。

据悉,在电商业务早期,阿里就在尝试通过支付宝解决在线支付的问题。如今积累了大量的用户及其交易记录之后,从投资到融资的系列金融需求正在相继被挖掘出来,并引领了中国互联网行业的新潮流。

突破

阿里巴巴苦心经营的垂直闭环电商生态无疑是成功的,上市之后,却也面临着两个不致命但是非常棘手的问题——流量和社交,如何将外部流量持续导入到内部生态,又如何进一步活跃内部已有的流量以创造更多需求。

而这恰恰是阿里的竞争对手所擅长的——百度的搜索和腾讯的即时通讯。

阿里并非没有意识到这些问

题,近两年也在通过不断地并购来弥补其在流量和社交方面的缺陷。例如最早的新浪微博,被公认为即能为阿里提供移动端的入口,又可以借助微博增加用户与阿里及其卖家的黏性。

在具体的搜索和社交产品方面,阿里也在不断尝试。以比价工具为网民熟知的一淘网就可以看作阿里打造的购物搜索,只是这款产品 在电商同行的抑制下最终不温不火;阿里还与 UC 浏览器合作推出了移动搜索“神马”,目前仍未看到明显的市场效果。

“来往”则是阿里巴巴重磅推出的、由马云亲自站台的即时通讯产品,马云甚至将目标直接锁定为腾讯旗下的微信。通过阿里成功的市场营销,来往在初期取得了较高的知名度,只是在朋友都在使用微信的情况下,注册用户坚持使用来往的可能性值得思考。

另一方面,虽然早期进展并不顺利,百度和腾讯在电商业务方面却有所起色。在早前创办的两家电商平台相继夭折之后,百度通过收购糯米团购总算找到了一个落脚点;腾讯无论是自营还是收购都是表现平平,今年入股京东对阿里的威胁不容小觑。

少英美媒体都在感叹中国乃至亚洲互联网企业的赶超速度。美国《华尔街日报》的文章说,虽然美国硅谷在互联网业仍占主导地位,但阿里巴巴的这次上市显示出,互联网力量正向亚洲转移。

英国华威大学商学院教授王青说,像阿里巴巴和腾讯这样的公司,与美国公司的差距确实正在逐渐缩小,这得益于中国巨大且快速成长的市场,也得益于其公司自身的创新能力。

她说,在中国市场,阿里等企业 与国内外企业的竞争异常激烈。这个市场的成功者如阿里巴巴,往往具有强烈的创业精神和市场导向。

王青说,阿里巴巴今后还将在很多领域保持创新姿态,吸引新的消费者。这将帮助阿里巴巴进一步开拓海外市场,逐渐打破美国在世界技术领域的主导地位。

奥尼尔证券公司资深交易员肯尼思·波尔卡里说:“中国有规模如此大的消费人口,很多人将阿里巴巴差不多视作中国经济的缩影,把它当作一种过去没有过的投资中国经济的机会。”

谈及未来发展,王青说,阿里作为一家快速增长的企业,只有短短 15 年历史。其管理能力还需进一步提高,决策程序也要更加透明,才能真正做到对股票持有者负责。

创新企业系列报道之一

阿里上市之后互联网新变局

