

# 阿里 苏宁 “闪婚”

尽管只有两个月的短暂交往，苏宁和阿里还是决定“闪婚”了。8月10日下午，阿里巴巴集团与苏宁云商集团共同宣布达成全面战略合作。

根据协议，阿里巴巴集团将投资

283.4亿元人民币参与苏宁云商的非公开发行，占发行后总股

本的19.99%，成为苏宁云商的

第二大股东。与此同时，苏宁

云商将以140亿元人民币

认购不超过2780万股的

阿里巴巴新发行股份，双

方对外宣称，未来将展

开全面合作。而在业内

人士看来，本来处于竞

争关系的中国最大两

家电商企业和零售

企业之间的“牵

手”，将对中国未

来电商的格局

重新洗牌。

阿里  
出手打  
破线上  
零售格局

在不少网友看来，如今的线上电商格局貌似已经稳定，但是，随着阿里巴巴和苏宁云商的牵手，线上零售格局将发生改变。马云在谈到双方的合作时表示，历史上苏宁和阿里曾经有过竞争，“竞争很正常，有人说电商一定冲击实体经济，事实并非如此，只有实体经济和数字经济不互相排斥，才能打造新的商业未来。”

“阿里不进入到线下，不和线下结合，我们是不会有未来的。”据马云介绍，阿里从去年开始投入和关注线下，2014年3月，阿里以53亿元入股银泰商业，成为其第二大股东。就在上个月，沈国军二次减持银泰商业股份后，阿里持有其32%的股权，成为单一大股东。

加码布局线下的不仅是阿里，还有BAT三巨头的另外两家——腾讯、百度与万达共同出资50亿元联手打造的电商项目“腾百万”。而在前不久，京东刚以42亿元投资永辉超市，获得其10%的股权。京东CFO黄宣德在Q2分析会上指出，京东与永辉超市的结盟属于集团整体O2O的一部分，这种合作更多属于战略性的，超越了当前O2O合作伙伴的关系。

分析人士指，随着传统零售与互联网融合的加速，今年电商巨头将在O2O领域展开激烈角逐，而此番阿里苏宁的联手，将彻底改变目前几乎尘埃落定的线上零售格局。不过马云称，此番与苏宁的合作，本质不是为了竞争，“竞争只是商业的一部分”，而更着重为商家打造一个互赢互利的平台。

马云也谈到，与苏宁的合作不会一帆风顺，未必能在短期内就看到结果，“两家有庞大的组织结构、不同的企业文化，但为了共同的目标，必须放弃自己对很多问题的看法。相信双方团队会摈弃过去，共同创造未来。”

## 苏宁借机扩大线上、升级线下

苏宁近年经历了电商价格战不断烧钱的阵痛、A股的起起伏伏以及线下门店的割肉。此前公布的2015年

第一季度业绩显示，其全渠道商品销售规模(GMV)同比增长将达到30%，线上平台实体商品交易规模同比增长将超过90%，虽然减亏1亿元，但仍有3.31亿元的亏损。

据易观发布的2015年第二季度中国网上零售数据显示，排名第三的苏宁易购占比3.7%，与阿里、京东有较大差距。京东去年收入为1150亿元，超过了苏宁线上线下1091.16亿元的总和，这些都给苏宁带来了危机感和紧迫感。

在与阿里宣布合作之前的“互联网+零售”紫金论坛上，张近东反复提及线上线下结合是发展的必然趋势，“我们不仅要感谢BAT，也要拥抱BAT。”而与阿里的这次“拥抱”，将为苏宁发展打开新的空间。

苏宁阿里宣布合作的第二天，张近东发布了一封“致全体苏宁人”的公开信。在这封题为“踏平坎坷，成就大道”的信中，张近东称，在保持各自独立运营的基础上，中国最大的零售商和中国最大的零售服务商携起手来，整合协同商品、平台、物流、服务、技术全方位的资源，共同探索线上线下融合的O2O模式之路，引领中国商业零售行业迈向全新的未来。

张近东谈到，这次合作已经超越了企业个体本身，代表着线上线下融合的大潮已经到来。“过去半年来，我们一直在谈云——物流云、金融云和数据云，这些是我们向社会全面开放的基础，我们愿意开放各种入口和接口，连接互联网企业和实体企业，兼容并包。”

“现在，到了加速奔跑的时刻。”张近东称，双方要快速融合，苏宁将以更快的速度布局物流、金融、云计算等零售服务产业，更快地发展互联网云店和农村易购直营店，“更快地将我们多年积累的物流云、金融云和数据云的能力开放给所有的合作伙伴”，并指与阿里的合作将完善苏宁对互联网的思考和实践。

张近东表示，对苏宁而言，与阿里的合作“在扩大线上的同时也升级了线下，通过阿里大数据推动C2B定制时代的到来。”

## 渠道合作让家电行业喜忧参半

苏宁与阿里“联姻”的消息，轰动了整个家电业界。就在此前不久，国美两员老将李俊涛、何阳青亲自坐镇国美在线，分别出任CEO和COO，足见国美对线上业务提升的重视。新高管团队对外公布了国美在线新的发展战略，称将通过九大战略，在2017年实现交易额超过600亿元、跻身行业前三的目标。此番苏宁与阿里的联手，势必对同样转型中的国美有所触动。

阿里苏宁联手后，国美电器的股价一度上涨16%，为当月的最高涨幅。瑞银的报告指，阿里与苏宁的交易令市场发掘出了国美线下资产的应有价值。业内人士认为，阿里巴巴的交易让国美电器成为其他互联网公司的潜在合作伙伴。互联网评论员魏武挥就表示，未来国美引入互联网巨头的可能性很大，“因为对于互联网巨头来说，向线下的渗透也是它们非常重要的一个工作方向。”

而对于上游的家电厂商而言，最大的线上渠道和最大的线下渠道相互参股的消息令人“喜忧参半”。康佳总裁刘丹认为：“这是好事，渠道不打架了，厂商也好过一些。”但也有不少厂商担心，这会令其处于越来越弱势的地位，奥维云网总裁文建平就表示，未来渠道的话语权会被再次放大。

# 网民 将获 全新 体验

消费  
者将获  
全新购  
物体验

对于这次牵手，消费者更关心的则是：会给未来的网购消费带来什么样的改变？阿里巴巴集团CEO张勇表示：“对于这个时代，我们要心存感恩和敬畏，真心实意地感谢、拥抱和服务选择阿里巴巴的每一个用户。从今天起，商业不会因为市场竞争有新旧之分，而是你中有我，我中有你，无商不电，无电不商，是传统经济与新经济的相互拥抱，这就是互联网+，这也是‘+互联网’。”

业内人士表示，通过双方的优势互补，越来越多的消费者将能够获得前所未有的购物体验：既能享受到网上购物的便利和乐趣，也能获得实体店的体验与服务。消费者不但在线上零售平台有海量的商品可供选择，而且可以在线下实体店进行亲身体验。下单后，消费者无需排队便可方便地付款，而且还能享受零利率分期等各种消费金融服务。

记者了解到，阿里巴巴与苏宁的合作，未来在O2O领域的想象空间将会更加广阔。阿里巴巴方面也表示，通过双方的合作，未来在商品配送O2O环节的效率将会明显提升。据悉，网络完善的菜鸟物流在苏宁自有配送体系的配合下，利用阿里巴巴大数据和云计算的优势，能够智能化订制最佳配送方案，商品最快在两小时之内就能送达，上门安装、维修、退换等售后服务也将变得更加便利。依托苏宁遍布全国的1600多家门店等资源，消费者无论在线上还是线下购物，都可以就近获得相应的售后服务。

苏宁云商总裁孙为民表示，“我们一致认为，大家可以优势互补，一起探索O2O的标杆和典范，力求能够为中国的消费者做一些事情。”从今年上半年的情况来看，苏宁云商的互联网零售发展已经进入了收获阶段。创新的云店模式得到了消费者的极大的认同，可比门店同比增长8.92%；互联网增长远超行业，线上增速超过了100%。苏宁的供应链和物流能力也在不断的提升，仓储面积达到500万平方米，在中国90%的城市实现了次日送达。

(南方)