



# 阿里283億入股蘇寧近兩成 提升O2O配送效率 整合資源製新產品

香港文匯報訊（記者 黎軼瑋、俞畫、田雯）阿里巴巴集團與A股上市的蘇寧雲商（002024）昨日宣佈結成戰略互投聯盟。阿里巴巴投資約283億元（人民幣，下同）參與蘇寧雲商的非公開發行，佔其擴大後總股本的19.99%，成為蘇寧雲商的第二大股東。同時，蘇寧雲商將以不多於140億元認購不超過2,780萬股的阿里巴巴新股，約佔擴大後總股本約1.1%。

根據協議，阿里巴巴和蘇寧雲商將攜手整合雙方優勢資源，利用大數據、物聯網、移動應用、金融支付等先進手段建設O2O移動應用產品，創新O2O營運模式。雙方將嘗試打通線上線下渠道，蘇寧雲商輻射全國的1,600多家門店和5,000個售後服務網點將與阿里巴巴強大的線上體系進行對接。

## 線上線下必結合

阿里巴巴集團董事局主席馬雲坦言，十幾年的時間，電子商務迅速從無到有、從小到大；未來30年，電子商務必將從大到小、從有到無。「在這樣一個時代，我們不能追求做一家賺錢的大公司，壟斷的心態將會喪失歷史給予我們這代人的機遇。」

他說，線上企業未來30年的希望一定在線下，未來30年線下企業的希望一定在線上。互聯網經濟不是虛擬經濟，互聯網經濟就是把虛和實結合在一起。

馬雲透露，雙方談判花了兩個月時間就拍板。「基於互聯網『開放、透明、分享、利他』的精神，我們必須參與和推動新的商業服務，新的商業合作，新的商業生態，建設未來社會的經濟基礎設施。只有這樣才能確保長江後浪推前浪，才能確保創造創新創意無處不在，綿綿不絕。」

## 三方面具體合作

新浪財經報道指，未來雙方的具體合作將在三個方面：一是雙方在電商領域將成立合資公司，主打3C數碼以及百貨等品種，在淘寶網專門開闢的位置上自營。另外，蘇寧自有的物流配送體系將成為菜鳥網絡的合作夥伴，未來開放給第三方的合作夥伴使用。最後，線上和線下打通，蘇寧全國1,600多家門店與阿里巴巴體系全面打通。

阿里巴巴集團CEO張勇表示，與蘇寧的合作將令商品配送O2O環節的效率得到明顯提升。菜鳥物流在蘇寧自有配送體系的配合下，利用阿里巴巴大數據和雲計算的優勢，能夠智能化制定最佳配送方案，商品最快兩小時之內就能送達。

據公開資料顯示，2000年至2014年，內地社會消費品零售總額增長了541.50%，年複合增長率12.82%。中國網購交易規模在2009年至2013年期間的複合增速達65%，遠高於同期社會消費品零售總額15%的增長水平。



■阿里巴巴與蘇寧雲商開啓全面戰略合作，共創電子商務、物流及O2O的協同效益。

## 電商反吞實體店

阿里巴巴昨日宣佈以283億元（人民幣，下同）入股蘇寧，成為其第二大股東。京東集團近日亦以43.1億元入股永輝超市10%的股份。這兩大電商巨頭聯姻的對象，不約而同皆為內地著名的實體商店，顯示在傳統百貨行業愈來愈不景氣的今日，業界面對的問題已經不是實體店是否應該大力發展電商，而是雄心勃勃的電商開始反客為主，倒過來兼併實體店。

## 百貨進軍電商多失敗

自電商興起之後，內地大量百貨店及實體店受到極大衝擊，陷入生意額不斷下滑的窘境。面對競爭對手咄咄逼人的攻勢，不少實體店經營者企圖「華麗轉身」，近年來紛紛進軍電商業務。去年8月，萬達宣佈與騰訊（0700）、百度戰略合作，成立萬達電商，註冊資金50億元，計劃5年投資200億元建設O2O電商平臺。號稱「新中國第一百貨」的王府井，更是早在2012年年初就已組建了獨立營運團隊發展電商業務。

然而截至目前，這些實體店「華麗轉身」的過程皆不順利。據聯商網統計，2015年上半年全國百貨業共關閉了25家著名門店，其中萬達百貨關閉10家，佔比高達40%。王府井更加慘不忍睹，據其年報數據顯示，2014年王府井電子商務項目建設虧損已達到4,206.28萬元。

有接近王府井網上商城的人士向內地媒體透露，其單日成交額僅1,000多元，好的時候不過1萬多元，甚至不如淘寶店鋪的單日銷售額。

## 資源分配兩極難吸客

不少分析指出，這主要是由於實體店的轉型「僅把線下的商品搬到線上銷售而已，無法吸引消費者」。以萬達為例，其線下資源已經發展多年，在行業內形成了領先優勢，但其線上資源卻少得可憐，線下與線上資源分配頭重腳輕，過於兩極化。電商的重要意義在於打通線上與線下的資源，實踐一體化服務。實體店至今仍缺乏這種互聯網思維，舉步維艱自然在意料之中。

此外，電商市場已經形成一定格局，傳統百貨轉型電商作為後來者很難進入。去年天貓和京東的市場佔有率分別為59.3%及20.2%，兩者合計的比重高達八成，對消費者而言已形成強大的品牌效應。當他們網購的時候，出於消費的習慣心理，亦會更傾向於選擇電商巨頭自身的平臺，對百貨店的電商平臺不屑一顧。

可以預料，實體店和電商的聯姻將會陸續有來。不過主客之勢已有逆轉趨勢，電商兼併實體店或許會成為常態。

■香港文匯報記者 涂若奔

## 阿里+蘇寧硬撼「騰訊+京東」

**財經**  
視點  
阿里集團通過參與蘇寧雲商的非公開發行成為蘇寧雲商的第二大股東。這場豪門盛宴看來是馬雲與張近東惺惺相惜，是為了最大程度地讓人們的生活更加美好」的握手言歡。同時，筆者不禁想起了一年前的另一場盛宴：阿里集團入股銀泰商業（1833），開始亦是你儂我儂互尊重，最後卻以阿里集團全面接盤銀泰商業、沈國軍退出為結束。

2014年3月31日，阿里集團以53.7億港元入股銀泰9.9%。當時的新聞稿稱「雙方將整合優勢資源，構造一套打通線上線下的未來商業基礎設施體系，幫助推動實體商業與互聯網經濟的雙向融合」，與今次的新聞稿如出一轍。

然而一年後，銀泰商業宣佈沈國軍辭任董事會主席兼戰略發展委員會主席職位，由阿里巴巴集團CEO張勇接任。張勇在就任後的「新銀泰」發展戰略會上，直言不諱地宣佈「銀泰商業會是阿里航空母艦中的陸軍」，對於「銀泰商業是否會更名阿里商業」的傳言，則模棱兩可地回答「一切皆有可能」。

2015年7月19日，沈國軍轉讓約3.98億股銀泰股份予第三方，持股比例由原本的30.2%減少至12.01%，不再是銀泰商業的控股股東。阿里巴巴則持有銀泰商業32%股權，成為單一大股東。

## 提升物聯網效率

蘇寧會不會成為銀泰第二？成為阿里集團變身O2O巨無霸的下一個目標？

目前來看，蘇寧與阿里合作的最大可能，是抵禦共同的對手「騰訊+京東」。自騰訊（0700）2014年3月10日入股京東後，事實上阿里巴巴就一直在尋找業務拓展的渠道。「最後一公里」物流是京東的強項，亦是阿里的短板，這次與蘇寧的合作有望大大提升阿里的物聯網效率，增強消費者的購物體驗。

## 料併購陸續有來

雖然馬雲在戰略合作會上謙稱「我們不能追求做一家賺錢的大公司，壟斷的心態將會喪失歷史給予我們這代人的禮遇」。然而，在最大競爭對手騰訊的步步緊逼下，既然阿里集團要建設一個完整的O2O閉環，塑造未來的互聯網生態圈，這樣的作戰與併購仍將不斷發生。

馬雲昨天還表示，之前阿里巴巴已經參與了不少傳統行業的改造，成功率並不是很高，但這並不意味着阿里巴巴要放棄。「我們的路一定不會一帆風順，可能一個月、兩個月仍未能看到結果。不過我們為了共同目標，會放棄對很多問題的看法，摒棄今天的爭論，共同創造未來。」

## 耀才料港股可重現千億成交



逐漸回穩

香港文匯報訊（記者 陳楚倩）近月兩地股災令散戶損失慘重，耀才證券（1428）主席葉茂林昨表示，雖然股災後，內地客戶開戶人數減少約兩成，但香港客戶沒有太大變化。現時市場仍需要時間消化早前的大跌市及利淡消息，加上市場憧憬深港通開通，相信港股在兩三個月後回穩，更有望重現每日成交額1,000億元甚至2,000億元的盛況。

## 深港通料年內開通

早前港交所（0388）行政總裁李小加指港股千億交易將成常態。葉茂林認為，長遠來看，全年港股成交若「拉勻」平均計算，有望日均成交達1,000億元；深港通有機會在年內開通，屆時將刺激港股交投。相信現階段有關程序仍在處理中，在滬港通基礎模式下，估計深港通開通不難。

公司看好港股後市，現時每月的新增客戶維持4,000名。目標把現有的規模翻一番，由現時的市場佔有率2.5%增至5%，並計劃通過新分行開張吸納新客，從銀行中「搶客」。

他表示，雖然內地開戶人數有所減少，但公司仍然維持八成本地客，兩成為內地客戶。最近亦有回內地同客戶接觸，他們在A股股災後，明顯對港股的興趣有所增加。港股僅約10倍市盈率，亦相對便宜。

## 趁舖租跌加開分行

本港零售業吹冷風，舖租下調不少。葉茂林計劃在財年內新開五六間分行，現時已開兩三間，一間位於屯門。他指淡市舖租成本較低，該店每月租金較原本減少約三成至12萬元至13萬元。他更有計劃在美國加息一年後，視乎市況考慮買入舖位。至於分拆財經台一事，公司現時未有更新消息。

## 柏榮首掛收8.2元 高配售價22倍

香港文匯報訊（記者 陳楚倩）雖然港股昨日以跌市收尾，但從事本港基礎業務的分包商柏榮集團（8316）以配售形式上市，較配售價0.35元抽升至收市價8.2元，增長22.43倍，成交341萬股，涉及金額2,277萬元。

## 宏基暗盤每手賺600元

至於今日接力掛牌的本港地基工程分包商宏基集團（1718），昨晚暗盤表現不俗，一手最多賺600元。據輝立交易場資



■柏榮集團在創業板掛牌。 張偉民 攝

## 中國光纖遭狙擊中途停牌

香港文匯報訊（記者 涂若奔）再有內地企業財務數據被質疑造假。沽空機構Emerson Analytics發表報告，聲稱中國光纖（3777）於2008年至2012年間誇大其收入4倍至10倍，更預言公司將會被除牌。中國光纖昨日上午停牌，表示將針對該負面報告發出澄清公告，但截至本報截稿尚未公佈。該股停牌前收報1.57元，無升跌。

## 指責收入誇大逾4倍

Emerson Analytics聲稱獲得中國光纖子公司四方通信於2008年至2012年期間的數據，以四方通信於國家工商行政管理總局及中國光纖向股東披露的數據比較，可計算出於2008年至2012年期間，中國光纖誇大了其收入4倍至10倍。即使採用最有利於該公司假設的兩種不同方法計算，其2012年的收入亦僅為2.87億元（人民幣，下同）或2.67億元，遠低於其披露的14.9億元。

報告又指責，雖然中國光纖聲稱2008年至2014年期間的出口貨值為14億元，但根據中國海關的數據顯示，無論中國光纖或四方通信均沒有錄得任何出口數據。此外，公司一直強調以度身訂造方式為客戶提供光纖類產品，從而獲得較市場高的產品售價，但報告聲稱從公司銷售人員的對話錄音和銷售單據中，發現其產品全為標準商品，並沒有任何「度身訂造」的成分，售價亦只相當於市場的平均價格。

報告指出，由於自2012年起，中國光纖的主要業務和收入結構變化不大，故認為其財務造假一直延續到今天，強調「這是令人不能容忍的欺詐案件，中國光纖退市是唯一適當的結果」。