



本版撰文 本报记者 王 哲

编者按:眼下的互联网市场,BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)三家大动作、小架势不断,新闻更新的速度都快赶不上李彦宏、马云、马化腾出招的速度了。还有比腾讯入股大众点评网更新的消息吗?当然有,别着急,分分钟的事儿!

搜索、电商、社交、团购、手游、支付……随着竞争的加剧,BAT的触角已经延伸至O2O(线上线下)本地生活服务业。还有BAT没涉足的领域吗?咱们觉得差不多了,但三巨头肯定还没玩够。不信,咱们走着瞧。

布局 O2O 生态链 BAT 深耕团购市场

2013年底,本报曾在《互联网行业“深化”BAT格局》一文中预测了中国互联网BAT格局的发展方向——跑马圈地,事实证明,百度、阿里巴巴、腾讯三大巨头正是如此在竞争中博弈;前有美团“牵手”阿里,又有糯米“下嫁”百度,再传大众点评“联姻”腾讯。这些看似平常的并购活动,其实是在风光不再的团购行业发生。可见,团购已经成为互联网巨头在O2O层面布局的重要棋子。

腾讯“拿下”大众点评

曾经被业内视为挑战BAT格局的大众点评网还是没有抵挡住腾讯的攻城猎寨。大众点评网投资人、腾讯投资部均对媒体证实,大众点评网已接受腾讯的战略投资。在投资细节上,大众点评网投资人称,腾讯出资约为4亿美元至5亿美元,占股20%至25%。“这个区间范围是投资人无异议的,但最终由点评管理团队在此区间敲定。”腾讯投资部内部人士表示,腾讯的初期投资金额约为4亿美元,占股20%左右;在协议中还有一个“选择权”,具体而言,如果大众点评网在海外上市,腾讯在一年内有 权按照IPO价格增持5%的股份。最终,腾讯持股将达到25%。

为什么大众点评网选择腾讯作为“靠山”呢?据记者了解,大众点评网在O2O领域中,绝对是块“香馍馍”。阿里也曾向大众点评网抛出绣球,但双方最大的障碍是与大众点评网有着重叠业务的美团网,而美团恰恰是阿里旗下的一员,如果阿里同时投资大众点评网,极可能面临业务叠加,出现整合难题。

对于为何不选择百度,百度前产品经理刘先生对记者表示,一是就目前外界传出的大众点评被注资一事来看,大众点评网追求的仅仅是注资,这与百度投资控股的理念有一定的差别。二是百度旗下也有从事团购的网站,会出现业务重叠。

新媒体研究领域学者、知名评论人陈永东也对记者表示,大众点评更看重腾讯在移动互联网的布局与入口,相对而言,百度在此方面滞后。

独立上市一直是大众点评网追求的目标,自由发展也是其独有的“硅谷气质”,这些都决定了大众点评要的是注资,并不是控股。

所以,大众点评选择腾讯是唯一也是最好的选择。“就业务而言,双方较为吻合,大众点评提供O2O经验模式,腾讯提供微信接口,以及微信朋友圈的粘贴性,这样对双方都有利。”刘先生对记者说。

很明显,大众点评网借助微信公众平台和微信支付,从找精品抢优惠到支付、公众号通知、朋友圈的分享,整个闭环已全部打开。

业内专家表示,单纯从商业逻辑角度来说,此笔交易双方意在O2O:

BAT 并购激战扩至海外

日前,清科研究中心发布《中国互联网行业并购专题报告》显示,2013年,中国互联网行业成为中国并购市场的最大看点之一。披露金额的278起交易共涉及交易额143.49亿美元,较2012年同期的54.25亿美元增长164.5%。其中,国内并购294起,交易金额为138.70亿美元;海外并购16起,涉及的案例金额为2.98亿美元;外资并购仅发生7起,交易金额为1.81亿美元。

同时,并购战火也从国内蔓延到了全球市场。据统计,截至2013年12月31日,中国互联网并购市场共发生14起大型海外并购案例,涉及金额近23亿美元。并购方的大买家主要为当前中国互联网企业的三大巨头——腾讯、百度、阿里巴巴,360也进行了海外并购。

对此,清科研究中心研究员曹紫婷分析,从海外并购案例看,中国互联网已经开始向全球布局。移动互联网依然是本轮海外并购的重头戏,其中9起移动互联网领域的并购涉及手机游戏、移动安全、搜索和社交等方面;电子商务领域的海外并购主要聚焦于专业垂直领域和在线电商两大板块,其中,体育与旅游是中国企业十分关注的专业电商垂直领域。

报告显示,2013年,腾讯的海外并购最为活跃,共发生案例7起;阿里巴巴次之,共发生3起海外并购;百度去年仅发生1起海外并购;奇虎360发生并购2起。这些公司的投资目的地遍布亚洲、欧洲、北美和南美,其中,美国是最主要的投资目的地,共有10家标的公司位于美国。

总体看来,采用并购手段、资本先行是中国互联网企业走向国际化的主要手段。扩展海外市场、占据新的用户群体、开发新技术,将是未来互联网企业规模扩张路途途中必不可少的战略举措。

BAT 抢滩在线旅游

同程网CEO吴志祥日前向全体员工宣布,同程网已获得腾讯等3家机构总额5亿元的投资。吴志祥表示,这轮融资到位后,“公司将以门票和周边游作为用户入口,布局国内游和出境游市场,实现从门票第一名到休闲旅游第一名的跨越”。不过,同程方面并未透露融资后的股权状况。

据了解,BAT收购大战已打响多时,2011年百度控股去哪儿网,2012年腾讯首次投资同程网后,如今又进行了追加投资,阿里巴巴去年也投资了穷游网和在路上等。

业内人士称,在线旅游或将形成“BATX”格局,X即携程。随着BAT深入旅游行业,X的地位是否会受到威胁?劲旅咨询CEO魏长仁表示,在线旅游行业门槛较高,短期来看,BAT用的还是投资竞争者的路数,尚未形成真正动摇携程地位的局面。

腾讯意在大众点评网的线下资源,而大众点评网则看重腾讯的线上资源支持。也就是说,双方吸引对方的资源恰好是O2O中的另一个“O”,交易对于双方来说无疑是双赢的。

陈永东对记者表示,二者合作后,会充分利用微信做好O2O,并有可能将大众点评与腾讯微生活打通,还有可能考虑为原大众点评的企业客户开通微信支付。

团购成为 BAT 的新战场

BAT在已经建立起来的移动互联结构下,凭借其之前积累的财富和客户,准备深度耕耘O2O生态链。而美团“牵手”阿里,糯米“下嫁”百度,大众点评“联姻”腾讯,这些已经发生或正在发生的商业活动,使O2O的团购市场硝烟弥漫。

美团网提供的数据显示,2013年,美团首次实现全年盈利,总交易额约为160亿元,仅12月份就超过了20亿元,这主要归功于团购行业的回暖和营销成本占收入比例的下降。另据团购导航网站团800最新数据显示,2013年11月,国内团购成交额为37.9亿元,美团网、大众点评网、窝窝团的成交额分别为17.28亿元、10.21亿元和3.36亿元,位居行业前三名。数据表明,团购业经过洗礼后,已经开始重新找回发展的轨道,也为BAT的收购活动提供了充足理由。

“其实,BAT在各自的领域都有不同的特点,但是随着移动互联的深化,一个互联网公司不可能再固守自己的一片业务,只能介入新的领域,而O2O的发展模式是未来移动互联的方向,所以,BAT瞄准团购产业无可厚非。”刘先生对记者解释说,传统的互联网站已经遇到了发展瓶颈,从PC消费量的减少也不难看出传统互联网的现状,而O2O模式的线上

善哉 好一场 BAT 江湖混战

有人的地方就有江湖,有江湖的地方就有混战。佛曰,人在贪嗔痴疑面前不能免俗,所以李彦宏不能,马云不能,马化腾也不能,而混战就此拉开了帷幕。

在传统互联网圈里有这么句名言:百度实现了人与信息的交汇,阿里做到了为人与商品搭桥,腾讯方便了人与人的连接。在以人为本的前提下,互联网构成了BAT的江湖雏形。

曾几何时,BAT固守着自己的“领土”,与同为第一集团军的新浪、网易、搜狐等曾经的一方巨擘混战。而江湖是残酷的,新浪的微博被阿里买了、网易的丁磊去养猪了、搜狐凭着奥运火了一把后又蔫了。

一批批的互联网公司被江湖人建立起来,而在贪嗔痴疑面前,一批又一批的公司倒下了,最终,混战造就了BAT格局。

就在BAT的“大佬”闲着偷乐时,移动互联打破了江湖上原有的平静,不得已,做搜索的涉足了电商,做电商的涉足了社交,做社交的涉足了搜索,BAT玩起了跨界。李彦宏的百度收购了糯米网、推出了

电商微购、推广了地图数据、强化了金融支付,欲与淘宝比高低;马云的阿里注资了微博、入股了高德、涉足了手游、推出了来往,誓与微信争长短;马化腾的腾讯搞起了电商、推出了支付、注资了点评、玩起了打车,为与百度拼死活。

一方面,BAT要将各自主要的业务从PC端转到移动端;另一方面,他们还要做自己不太擅长的事,进行跑马圈地。显然,在贪嗔痴疑面前,他们都不甘寂寞了,都想着切对方的蛋糕。

所以,我们看到了这样的江湖:百度有了电商收入的财务报表、腾讯有了搜索数据的占有率、阿里有了封杀微信的壮举。

呀!不知不觉,江湖变了。当BAT开始跨界后,留给其他江湖人的机会不多了,BAT在建立自身生态链条的同时,拿着货币大棒打击着进入者,想生存就纳入我的生态圈,不同意,那就自生自灭吧。

这个硝烟四起的移动互联网江湖又会是传统互联的轮回吗?佛曰,善哉善哉。



敞开怀抱迎接移动互联时代

百度总裁李彦宏:在物种多样化的移动时代,百度需要自己动手建设生态了。特别是随着移动互联网时代的到来,靠自己的技术开发产品的封闭思路已成明日黄花。

阿里创始人马云:对阿里来说,今天不是来往、

高德、微博能为阿里做什么,而是阿里能为他们在移动互联网做什么?眼下的移动互联网竞争格局很像2003年中国PC互联网竞争格局的再现。如今,腾讯凭借微信不断挑衅阿里的边界。不管出于防御还是主动出击,阿里都应该有所行动了。

腾讯总裁马化腾:很多人说腾讯是最早拿到移动互联网门票的公司,指的就是微信。坦白讲,微信这个产品出来,如果说不在腾讯,而是在另外一家公司,我们可能现在根本就挡不住,生死关头其实就是一两个月。