



阿里 22 亿元投海尔 马云张瑞敏合破物流魔咒 打造大件商品物流标准,物流竞赛升级

为了做强物流,马云最终决定向传统实体企业下一重注。昨日,海尔集团与阿里巴巴联合宣布达成战略合作,阿里以总额 28.22 亿港元(约合人民币 22 亿元)投资海尔电器。其中核心信息是,阿里对海尔电器旗下日日顺物流投资 18.57 亿港元,设立合资公司,联手打造全新的家电及大件商品的物流配送、安装服务等整套体系及标准。业内人士指出,阿里投资日日顺物流,发力大家电市场的同时,也是对京东的有力回应。而阿里与海尔在全国的线下网络与平台上形成深度的产业链,将影响中国未来的产业变局,更会促成未来真正的线上与线下大融合。对于此次合作,海尔集团董事局主席张瑞敏称之为,“行到水穷处,坐看云起时”,意味深长。南都供稿

阿里看中海尔物流

从投资标的上看,阿里最看中的就是来自海尔的物流体系。

资料显示,目前海尔电器旗下的日日顺物流在全国拥有9个发运基地,90个物流配送中心,仓储面积达200万平方米以上。同时已建立7600多家县级专卖店,约26000个乡镇专卖店,19万个村级联络站。并在全国2800多个县建立了物流配送站和17000多家服务商网点。

因此,在此轮融资中,阿里的大部分投资资金落入了物流部分。协议显示,阿里巴巴集团对海尔集团子公司海尔电器集团有限公司进行总额为28.22亿港元的投资。其中阿里巴巴集团对海尔电器旗下日日顺物流投资18.57亿港元,设立合资公司,包括:1.认购日日顺物流9.9%的股权,金额是5.41亿港元;2.认购海尔电器发行的金额为13.16亿港元的可转换债券,该可转换债券未来可转换成日日顺物流24.1%的股份。

此外,阿里巴巴集团以认购新股的方式对海尔电器投资9.65亿港元,获得投资后海尔电器2%的股份。

从该投资协议来看,未来阿里巴巴集团最高将持有日日顺物流34%的股权。在人事安排方面,合资公司董事会将有5个席位,其中海尔方面将指定3名,阿里巴巴指定1名,双方还共同任命一位董事人选。因此,就管理层而言,海尔方面仍然处于主导地位,阿里巴巴将会提名一位副总经理。

本次战略合作后,双方将通过新设立的日日顺物流合资公司,共同建立端到端大件物流服务标准,打造覆盖各级市场的领先的家电及大件物品的物流及服务网络。

阿里巴巴方面向记者表示,未来这项物流服务网络将全面支持天猫电器城发展。资料显示,今年双11期间天猫电器城单日成交额近50亿元,其中家电达到350%的同比增幅,而和日日顺的合作拉动了来自三四线城市的购买力。

9.6 亿港元升级仓储

对于此次合作的诱因,海尔电器方面表示,海尔的目标在于将日日顺打造为国内领先的大件物流服务提供商,提供大件货品如家电、家居及卫浴产品的配送安装服务。其中最具有增长潜力的为电商客户。

海尔集团下辖两大上市公司青岛海尔和海尔电器,前者是以家电制造业务为主,后者则以物流、渠道、营销业务为重点,主要的业务品牌则是日日顺物流(也包括洗衣机和热水器的销售和售后服务)。

海尔电器内部人士向记者介绍,海尔集团执轮值总裁周云杰在2013年对于海尔电器提出了品牌元年口号,包括与天猫加强合作,做了一系列动作。周云杰称,日日顺物流将定位大件商品配送平台,并保持开放性,双方合作之后日日顺定位并不会改变。

未来,该体系将对全社会进行开放,目前在日日顺物流中,海尔自身产品的配送安装占到总订单量的70%,将来希望降低到50%,更多将服务开放给其他家具电器商或电商百货等渠道,既降低成本又能成为利润中心。

海尔方面同时详解了融资投入用途,对股份认购融资净额9.6亿港元,将用于海尔电器扩大以及升级仓储能力、“最后一公里”网络建设,其他线上线下融合业务发展以及物流行业的潜在并购。其他部分则将用于发展物流业务及线上线下融合运营模式。

中国家电商业协会营销委员会执行会长洪仕斌向记者表示,阿里巴巴与海尔在全国的线下网络与平台上形成深度的产业链,将影响中国未来的产业变局,更会促成未来真正的线上与线下大融合。“有了阿里巴巴的加入,以后海尔全国的终端门店,都可成为体验店,而在线下完成体验,在线上完成交易、物流配送。”

此外,海尔电器年报显示,2012年和2011年年终现金及现金等价物余额分别为51.34308亿元和39.36781亿元,同期流动负债分别为3694.4万元和2601万元,wind数据显示近几年现金流保持为正,不

过在2008年和今年上半年初现金以及现金等价物均出现过净增长为负的情况。

对于此次合作是否与现金流有关,海尔电器未作回应。

物流竞赛升级

在入股日日顺之前,阿里已经联合银泰集团、复星集团、富春控股、中国邮政集团、中国邮政EMS、顺丰集团、天天、三通一达、宅急送、汇通成立菜鸟网络,希望在5~8年内建立一张能支撑日均300亿网络零售额的智能物流骨干网络。

但此次入股,主体并非菜鸟网络,而是阿里集团。来自阿里巴巴的信息显示,日日顺作为大件物流的服务提供商,未来

会出现在菜鸟网络的平台上,菜鸟和日日顺不会出现左右手互搏。而海尔也表示,菜鸟和日日顺可以根据需要进行资源整合。

同时,作为一项排他性协议,海尔内部人士表示,阿里将不再和海尔以外的企业做大家电方面物流的投资,海尔同样遵守此约定,但是业务不排他。

岁末时节,阿里集团一记重拳注入传统企业。业内

人士指出,阿里之所以投资日日顺物流是为了帮助天猫发力大家电市场,补齐天猫大家电配送在三四线城市的短板,同时也是对京东的有力回应。

“今年下半年以来,各家电商都在加速物流系统的升级,使得阿里这种社会化物流弱势更为明显。对于阿里集团来说,没有自建物流,大件商品配送是其短期内无法通过自建解决的一项业务,对外投资是弥补短板的最快方法。”易观国际分析师毛阿晶在接受南都记者采访时表示。

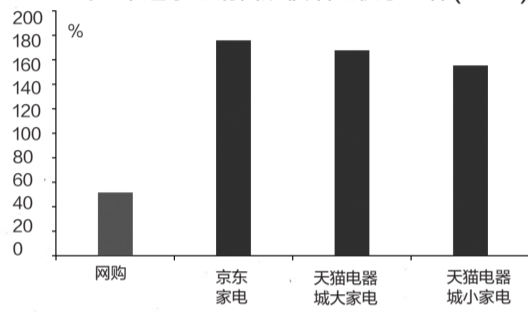
今年双11期间,京东打出“物流”牌迎战阿里。京东向POP平台上的卖家开通绿色通道,提供近40天免费物流配送,改变了以往只有京东自营商品可以采用京东自营物流的情况。据了解,京东配送队伍目前能够支撑最高配送量是每天150万~200万单,“仓加配”模式已经可以实现各个仓之间的实时补货系统。

而易迅则寻求外部力量,与顺丰速运达成全面战略合作。在易迅网自建物流不能达到而顺丰可以覆盖的区域,易迅将所有的订单配送都将交由顺丰完成。

成为第一家全面启用顺丰作为第三方配送的电子商务企业。易迅物流副总裁林捷在接受记者采访时表示:“双方之间先是打通最后一公里,接着打通干线,再往后进一步打通仓储系统。”在全面启用顺丰作为第三方配送合作伙伴之后,支持易迅网货到付款的城市将从此前15个省、市、自治区不到100个地级市扩充到全国所有省、市、自治区的300多个地级市。

易观国际分析师毛阿晶预计,未来物流竞争的形势还会进一步加剧,整合效应会更明显。“因为电商行业已经从早期的前端资源如流量、产品丰富度的争夺,进入到整个供应链布局的竞争,在此过程中物流起着越来越重要的作用。”

线上渠道家电销售规模增速快于整体(2012)



数据来源:艾瑞咨询,兴业证券研究所 制图:陈婷

