

阿里云锋战略投资优酷土豆 12.2亿美元占股18.5%



中国领先视频网站优酷土豆公布,其获得阿里巴巴集团和云锋基金的战略投资,双方共向优酷土豆投资12.2亿美元购入后者普通股,阿里巴巴和云锋将分别获得优酷土豆16.5%和2%股权。



马云握手古永锵

陆兆禧加入优酷土豆董事会

阿里巴巴集团首席执行官陆兆禧加入优酷土豆董事会。双方将建立战略投资与合作伙伴关系,共同打造线上线下融合的互联网文化娱乐生态系统。

此次交易涉及的A股普通股为7.211亿股,每股交易价格为1.6944美元,而每18股A类普通股相当于一股ADS,折算下来每股ADS为30.4992美元。

“阿里巴巴是中国最领先的互联网公司之一,我们很高兴与阿里巴巴建立战略投资与合作伙伴关系。”优酷土豆集团董事长兼CEO古永锵先生表示,“这次合作将强化优酷土豆作为中国最大互联网视频平台的服务和用户体验优势,有助

于我们打造一个以互联网视频为基础,线上线下融合的文化娱乐平台,为广大用户提供分享无限、启智于乐的丰富文化娱乐生活。”

“我们很高兴能与古永锵和他的团队合作,支持他们在该关键新兴领域内的创新,并加速阿里巴巴的文化产业及数字娱乐产业的发展。”阿里巴巴集团董事局主席马云说,“这是一次重要战略举措,该举措将进一步扩大阿里巴巴生态系统,同时为阿里巴巴的客户带来新的产品和服务。”

摩根士丹利和高盛亚洲在此交易中分别担任阿里巴巴和优酷土豆的财务顾问。

阿里巴巴加紧构建网络生态圈

正在推进美国上市的阿里巴巴集团加紧构建其网络生态圈,周一公司宣布与全球第一大手机浏览器UC优视合作推出移动搜索新品牌“神马”,与百度等传统搜索引擎巨头展开竞争。

此前阿里巴巴已宣布多项战略投资和收购,收购目标包括高德软件、中信21世纪、文

化中国和银泰商业等。

优酷土豆股价于上周五收市报24.14美元,市值40.4亿美元。而在此次收购中,优酷土豆的估值接近66亿美元。受此消息推动,优酷土豆股价在周一股市开盘前上涨4.36美元至28.50美元,涨幅为18.06%。 本报综合报道

■相关

阿里入股优酷土豆 竞争对手们怎么看?

谈及阿里入股优酷是否将改变目前国内整个视频行业的格局时,张朝阳称,目前搜狐视频的两个竞争对手均是通过战略收购组合的形式来提升市场份额,但唯独搜狐视频没有,“我们并不认为通过这战略组合的打法就能做成事,这恰好也就是搜狐视频的最大竞争力”。

而在背靠千爹、默默耕耘的爱奇艺看来,在即将赶超优土的节骨眼上出现这桩影响行业格局的大事件一定是它们不想看到的。拼爹很重要,自身修炼一样不能拉下。如何在UGC与自制内容上追赶甚至超过优土,一定是爱奇艺最需要仔细考虑的。 虎嗅

云锋基金简介

云锋基金成立于2010年1月,以阿里巴巴董事局主席马云和聚众传媒创始人虞锋的名字命名而成。此外,史玉柱、新希望集团董事长刘永好、银泰投资董事长沈国军、新奥集团董事长王玉锁、分众传媒董事局主席江南春等10多位企业家都是基金的发起人。

2013年实现营收9.08亿元,稳步增长 好想你转型初见成效 开拓“健康零食”新领域

4月25日,好想你公布的年报显示,2013年公司实现营收9.08亿元,同比微增1.28%,归属于上市公司股东的净利润为1.02亿元,同比增长1.59%。在整体经济脚步处于放缓“节奏”的大背景下,这足以证明,期内好想你的全面转型方向清晰,效果初显。 郑州晚报记者 王一品

亲民定位,引领红枣消费新潮

当转型成为好想你绕不开的话题时,也正是国家出台八项规定、限制三公消费的风口,在外人看来偶然的碰撞,但好想你最清楚这一转型的前奏。

“眼看着礼品市场渐渐萎缩,一路下坡,危机中往往蕴藏着新的更大机遇。”对于转型,好想你枣业股份有限公司董秘石聚领表示,“何时转,如何转,主要取决于市场和消费的需求。而更为重要的是,企业洞察市场

变化的能力则是转型是否成功的关键。”

凭借多年积累的经验和敏锐的嗅觉,好想你首先对产品进行了详细的梳理和升级转型。由商务礼品、家庭礼品向个人休闲、家庭休闲、商务休闲产品转型,大力主推休闲化举措,这种先知先觉的迅速行动,不仅成功实现蝶变,更为行业带来新的气息和风貌。

从客观市场的潜力和增量

来看,好想你这一“接地气”的转型,可谓下一个高峰的引爆点。零点研究咨询发布的《红枣市场消费者研究报告》中显示零食已超过烹饪,成为红枣的主流吃法。

面对目前我国休闲食品市场容量现已超过5000亿元,且每年5%~20%增长的速度,以及人们消费能力、健康意识的提升,预计2015年我国休闲食品市场容量将达

到10988.75亿元。好想你身在其中,未来发展空间巨大,但目前尚处在战略转型期,可谓任重道远。

历数好想你对产品亲民定位,市场规律细致入微的把脉,再到对终端消费的精准营销,好想你健康休闲零食的品牌定位已深入人心,其开启红枣休闲化、无核化、差异化的战略转型,正在开辟红枣市场的蓝海,引导红枣行业二次革命。

开辟新渠道,从一花独放到三驾马车

好想你专注红枣20余年,根据红枣本身的固有特性设计生产工艺,不断研发新品,利用纯物理工艺,尽可能保留红枣营养成分,将口感发挥到极致,使红枣营养成分更容易被人体吸收。最新推出休闲即食无核枣系列产品,不仅最大程度保留了红枣原有的营养和口感,而且免

去了吐核、扔核的烦恼,让食用红枣变得更文雅、更文明、更安全、更便捷。新品一进入市场就备受热捧,在新郑机场区域,其平均日销售额高达2万元,在武汉区域日销4000元左右。

除了在产品上进行及时有效的梳理升级,在销售渠道方面,好想你也走出一条更灵活适

应市场的新路。截至2013年年底,好想你已进入乐购、大润发、大商、世纪联华、沃尔玛、家乐福等1550家大型国际国内连锁卖场。2013年,好想你通过商超渠道实现销售收入1.36亿元,同比增长229.85%。

此外,2013年,好想你从人力、物力、财力多维度大力支持电

商渠道发展,相继在天猫、京东、1号店等主流B2C平台建立电商官方旗舰店,并结合分销,通过“双十一”、“聚划算”、“年货大街”等一系列营销活动,打造了红枣行业电商全网渠道,铸造电商市场第一品牌。2013年,好想你通过电商渠道实现销售收入6613万元,同比增长128.34%。

软硬实力,铸就7年全国销量领先

近日,由国家统计局中国行业企业信息发布中心举办的“第十八届全国市场销量领先品牌发布会”在北京举行。好想你再次蝉联红枣行业年度销量冠军,继续稳居红枣行业第一,连续7年全国销量领先。

好想你公布的2013年年报显示,期内公司实现营收9.08亿元,同比微增1.28%,归属于上市公司股东的净利润为1.02亿元,同比增长1.59%。

报告期内,好想你实施了由生产主导型向市场主导型企业的转型,产品结构由商务礼品为主向大众休闲化转型,销售模式从以专卖店渠道为主向专卖店、商超和电子商务等多渠道并举模式转型。在全球经济增速放缓的情况下,扭转了市场对商务礼品的冲击,实现了收入、利润稳步增长,战略转型初见成效,为红枣行业乃至整个商业界提供了可供研究的经典范本。

现如今,红枣行业已经被公认为集生态、环保、健康、养生、富民、强国为一体的朝阳产业。而好想你,不仅在枣文化挖掘、枣营养研究方面做出巨大贡献,更为枣经济、枣发展起到了领航作用。