



郑州晚报

上市前夜“猫狗”暗战：抢食千亿移动蛋糕

京东微信专属入口最快本周上线，微信手机 QQ 双平台对抗阿里

京东商城即将于5月22日在美国IPO，好日将临，股东之一的腾讯已迫不及待地要送上大礼包。

记者获悉，本月底微信将会为京东商城正式开放“一级入口”，全面接入京东服务，同时为京东提供移动支付服务，支持微信支付和货到付款。该入口最快将于本周内上线。此外，手机QQ的专属一级入口也将在2个月后正式向京东开放。

艾瑞最新统计数据显示，2013年移动网购的整体交易规模为1676.4亿元。正在向投资者大力宣传自身创收和增长前景的京东，凭借微信和手机QQ提供的专属入口，是否能够撬动移动电商的格局？而上市前夕，阿里和京东在移动端短兵相接，谁又能率先争抢到移动电商的红利？

京东微信“一级入口”揭面纱

今年3月，腾讯与京东的谈判尘埃落定，腾讯取得京东15%的股权，同时获得京东IPO时再购买5%的股权的权利，QQ网购、拍拍网并入京东，京东获得易迅少数股权和收购易迅剩余股权的权利，微信为京东开放一级入口。

根据交银国际的估算，假设京东上市市值为206亿美元，腾讯20%的股权价值约41亿美元，而微信“一级入口”的价值约在19.8亿美元。由此可知，微信“一级入口”具有沉甸甸的分量。

如今，京东上市在即，微信“一级入口”的面纱也已揭开。

根据记者获得的信息显示，京东在微信上获得的入口处于菜单栏的“发现”下，入口名称为“购物”，位于“游戏”的图标下，和微信另一重要入口“扫一扫”处于同一列中，最快将在本周上线。

在易迅的时代，微信也曾经为移动电商开设入口，在菜单栏“我”之下，打开“我的银行卡”界面，然后才能找到易迅微信卖场“精选商品”。这个入口和大众点评、嘀嗒打车、理财通位于同一序列，属于“二级入口”，更像是普及移动支付的支持项目。相比之下，此次京东获得的入口在操作上将减少一步，入口位置更为明显和直接。

消息人士向记者透露，新的入口“购物”为京东的专属入口，在此平台上销售的所有货物均由京东提供，包括京东自营以及POP开放平台的货品。打开“购物”图标后，下设3个栏目，其中“新发现”主要做新品以及有趣货品推送，“品牌”的模式和唯品会类似，走特卖路线，聚惠走的是实物团购的路线。

“此次入口经过调整后，预计将使流量提升60倍。过去‘精选商品’每日的UV为50万，新的‘购物’入口预计UV将达到千万以上。”上述人士透露。据最新财报显示，微信和WeChat的合并月活跃账户数已经达到3.96亿，全面覆盖一二线城市。

腾讯总裁刘炽平已经明确表示，在调整电商策略后，腾讯在实物商品合作的优先目标是支持京东的发展。

微信手机QQ双平台推进

记者获得的信息是，未来微信在电子商务上的发展将分为两个部分，实物电商全部交由京东主理，包括涉及实物销售的公众账号使用的后台微店系统、库存系统、

物流系统也会由京东开放平台来进行技术支持(这部分此前对接的是QQ网购，但目前QQ网购已经与京东POP平台进行整合搬迁)。另一部分，O2O业务由并入微信事业群的“微生活”以及原有的开放平台部、微购物等业务线来发展。

从策略上来说，刘炽平认为，一个是中心化的电商平台，与京东的合作将主要放在这种模式上，一旦用户点击进入这个平台，他们眼前就会出现各种各样的商品。另一个是去中心化的过程，商家要在微信中建立自己的认证账户，用户需要输入他们的名字才能找到这个商家，这种模式将会与不同的商家开展O2O模式的合作，两个切入点之间将会产生协同效应。

移动电商这块大蛋糕，是腾讯与阿里竞争的关键领域。据上述知情人士透露，在腾讯内部，手机QQ与微信要以双平台战略推进商业化。

上述消息人士透露，在腾讯与京东的协议中，一级入口还包含手机QQ的一级入口，这也意味着手机QQ与微信在移动电商业务上，已经被腾讯内部列为同样重要的战略级别。而更早之前，在微信为大众点评开放“今日美食”入口时，手机QQ也同步上线了专属大众点评的“吃喝玩乐”入口，又比如微信有“我的银行卡”，而手机QQ也上线了“我的钱包”。

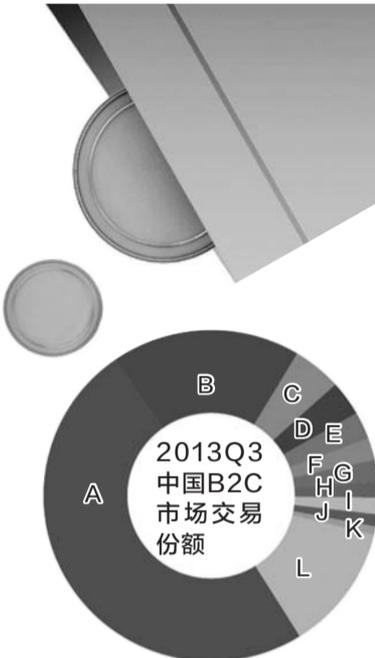
在此次接入中，手机QQ也将于两个月后开放一级入口给京东。一级入口在菜单栏的“动态”列表下，位于“游戏”下方，而二级入口点击“我”进入“我的钱包”，被列于各类生活服务模块中的一块。

支付上，微信使用微信支付，而手机QQ钱包可以捆绑银行储蓄卡和信用卡进行直接支付，也可以用财付通进行支付。

“手机QQ月活跃账户数已经达到4.9亿，UV可以达到2亿/天，除此之外手机QQ在三线城市也有较高的渗透度。微信和手机QQ在商业化上实际是在抢跑，在微信覆盖的游戏、实物电商、O2O以及移动支付上，手机QQ都已完成布局，即使在腾讯内部对于移动电商的争夺也是激烈的。”

除了入口，相对于微信，手机QQ更擅长社交营销，今后京东的商品信息除了可以分享到QQ空间，还可以利用基于社交关系链的QQ群，对于晒单引发的关系链二次购买产生效应。此外，记者获悉，微信方面，将会在京东一年一度的重头大促6·18中，推出类似“微信红包”的玩法，让用户抢夺优惠券。

上述消息人士透露，这说明腾讯内部已经达成一致，在移动电商业务上要联手京东以双平台



对抗阿里。

在对外的竞争中，交银国际的分析认为，京东享有运营腾讯所有电商资源的权利，这在移动方面利用腾讯资源进行毛利率较高的平台化经营，奠定了良好基础。“阿里和京东的积累主要体现在PC端，移动端还是一个新大陆。京东与微信联合，无疑为这场移动端的电商大战增加了新的变量。”

阿里京东移动之战

艾瑞最新统计数据显示，2013年移动网购的整体交易规模为1676.4亿元，同比增幅165.4%，而同期PC端网购规模将近1.6万多亿元，同比增速35.7%。

2014年第一季度，淘宝无线、手机京东、手机唯品会交易规模排名前三，市场份额分别为76.4%、6.9%、2.0%。

从招股书的数据来看，目前京东移动端带来的营收占整体的15%，而除了一个购物类APP之外，京东并无太多其他布局。

阿里方面，2013年第四季度，阿里的移动总交易额(其各个移动平台的总交易额)，已经占到了总交易额的19.7%，相比2012年同期的7.4%大幅增长，阿里系移动电商的承载平台是手机淘宝、支付宝钱包、淘点点等。

在过去，阿里的优势是商品流，而腾讯的优势在社交属性，在加入了京东这个变量后，对于三方将会产生哪些化学反应？

5G创始人洪波对记者称，微信以及手机QQ提供的是基础的用户活动场景，但企业是否能够很贴切地将用户需求转移到消费上，仍需要时间去实现，不要太高估入口的价值。“对于京东来说，微信和手机QQ入口的开放会带来三个变化，包括降低外部流量获取的成本；利用腾讯的用户关系，建立新的营销模式；以及建立主流的移动支付模式。”

而对于京东和阿里的竞争，洪波提出，虽然两者都在努力实现“移动化”，但实际交易笔数大部分仍在PC端，并没有产生真正脱离PC为移动所做的产品和服务。

而有从事服饰销售的本地卖家则向记者透露，过去位于微信二级入口下的电商业务，平均每日的UV在2万左右，预计提升到一级入口后UV将会增加。但他表示：“在QQ网购的入口被关闭后，原来的流量和销售并没有如预期般转到京东。微信在用户端的购物体验已经建立起来，但在商户端的体验还需完善，才能建成一个完整的生态链。”

南都供稿



移动购物