

错失转型良机 雅虎沉沦移动互联网时代

■ 本报记者 许意强

日前,雅虎北京研发中心正式关闭,原雅虎全球副总裁、雅虎北京全球研发中心负责人张晨出任京东商城高级副总裁,宣告这家全球门户网站巨头正式退出中国这个大市场。

事实上,从2013年9月雅虎宣布在中国停止提供资讯及社区服务、停止雅虎邮箱服务、关闭旗下的音乐搜索服务等业务来看,雅虎退出中国市场只是时间的问题。

雅虎在中国市场败局不只是一家公司经营能力和创新能力的失败,更标志着一个属于互联网门户网站时代的彻底终结。

主营业务市值 -121.4亿美元

当年,作为全球互联网门户网站的标杆企业,雅虎曾经是新浪、搜狐、网易等中国互联网门户的模仿对象。不过,从2008年开始,雅虎在市场上就一直面临着“靠什么赚钱”的主营业务乏力尴尬。让所有人没有想到的是,当前雅虎手中最值钱的项目,不是搜索引擎带来的广告收入等经营性收入,而是持有日本雅虎和中国阿里两家公司的股权投资性收益。

去年,阿里巴巴成功登陆美国资本市场,以当天收盘价计算市值超过2300亿美元。作为阿里第二大股东、持有其16.3%股份的雅虎,仅此一项可以获得的市值收益接近375亿美元。同时,其持有日本雅虎35%的股份,市值也高达80.5亿美元。

有一家美国媒体去年曾做过测算,当时雅虎的股价市值约为400亿美元。如果减去其持有的中国阿里和美国雅虎的市值,再减去此前雅虎抛售阿里股份赚取的近66亿美元,雅虎的核心主营业务市值竟然只有-121.4亿美元。

虽然这种测算有点“粗暴”,却也折射出雅虎主营业务竞争乏力的现实。2014年,雅虎全年的搜索营收仅为17.93亿美元,相比2013年小幅增长3%。作为后来者的谷歌,2014年前三季度的净利润就达到28.1亿美元,总营业收入早在2013年就突破了500亿美元。2014年度的美国搜索市场上,谷歌的市场份额达到71.6%,微软Bing为9.2%,而雅虎仅为5.7%,低于2013年的6.1%。

门户广告时代的结束

当前,雅虎主导的互联网门户网站展示广告营收时代早就结束了。但是,过去10多年以来,雅虎却一直没



CNS 供图

雅虎在中国市场败局不只是一家公司经营能力和创新能力的失败,更标志着一个属于互联网门户网站时代的彻底终结。

有完成在微博、视频、社区、搜索、团购等新兴业务上建立起新的业务增长点,反而是一而再地错失转型的最佳时机。

当年雅虎以新闻服务为基础,陆续开辟天气预报、股票信息,通过不断为人们提供各种服务项目,在PC互联网时代成为互联网门户网站的领头羊。由此雅虎也通过海量信息和服务吸引大量用户带来的流量,吸引了大量网页展示广告。

不过短短几年时间,在搜索业务快速兴起之际,雅虎却将搜索引擎业务外包给谷歌,并宣称其为“互联网

上最好用的搜索引擎”。当年这个项目犹如雪中送炭让雅虎帮助谷歌高速发展起来,却错过了自身在搜索业务上的自主发展。

如今整个互联网已经大步从PC踏入了移动互联网时代,与之对应的,则是人们的信息接收方式开始出现多样化、精准化的发展。就连互联网巨头谷歌也一直在布局和探索在传统搜索点击广告之外的其他盈利项目,比如基于Android智能操作系统正在打造的智慧生活生态圈等新的业务平台,就是看到了互联网时代瞬息万变带来的主营业务快速切换的风险。

同样,中国传统的四大门户巨头新浪、搜狐、网易、腾讯,也分别完成了在微博、视频、游戏、微信和游戏等新业务上的布局和探索。

对于雅虎来说,在缺乏新的业务增长背景下,收缩业务布局、裁员控制成本已经成为一种常态。除了在中国,雅虎近几个月来也在孟加拉、印度和加拿大等地区展开全方位的裁员行动,彻底折射出这家曾经的霸主在移动互联网时代的不振。

以革命的勇气 成就时代企业

此次,雅虎全面退出中国并未引发市场的太多关注和热议。相反,人们更关心的是,在柯达、诺基亚等那个时代的霸主纷纷失去霸势,就连微软都开始放下身段谋求变革与自救

时,雅虎这家曾经的门户网站巨头,何时会放弃在全球互联网市场的传统业务竞争。

市场研究公司eMarketer的数据显示,2014年,全球数字广告市场规模达1460亿美元,雅虎在该市场的份额跌至2.36%,低于2013年的2.83%。相比之下,2014年谷歌和Facebook在该市场的份额分别为31.1%和7.75%。

雅虎在传统业务营收上的每况愈下不得不让人担忧,其未来似乎只有变身互联网投资人这一条道路。其实,同样的问题不只是存在于雅虎,包括谷歌、百度这样的互联网巨头和新贵们,当前也面临着从PC互联网向移动互联网的时代变革过程中,传统业务增长乏力,新兴业务还没有构建起来的新挑战。

从PC互联网时代,门户网站作为入口,到移动互联网时代很多生活移动端成为入口,过去的门户网站广告展示已经被当前精准化、差异化的移动互联网广告投放所挑战。同样,过去的搜索引擎广告投放,则直接面临着电商平台为核心的生活入口冲击。这是时代的力量,也是任何企业无法抗衡的。

互联网门户巨头雅虎就像当年的胶卷大王柯达、功能手机大王诺基亚一样,既是被自己的过度成功打败,也是被一个全新的时代所打败。对于当前众多的传统时代霸主们,如何在这个时代继续获得稳定发展动力,需要的不只是实干与苦干的能力,还要有自我革命的魄力。

中国(河南)国际投资 贸易洽谈会将举行

第九届中国(河南)国际投资贸易洽谈会将于4月20日至23日与乙未年黄帝故里拜祖大典在郑州举行,4月9日,该洽谈会新闻发布会在京召开。中国(河南)国际投资贸易洽谈会是河南省举办的规模最大、层次最高的国际性经贸盛会,对提升河南开放水平、促进河南经济社会发展发挥了重要作用。为进一步促进国际国内资本、技术、人才等各类要素集聚河南,河南省委、省政府决定从今年开始,中国(河南)国际投资贸易洽谈会由过去每两年举办一届改为每年举办一届。

中国有色集团助推 企业集群式“走出去”

■ 本报记者 万斯琴

2014年,中国有色集团的营业收入突破2021亿元,再次跻身“世界500强”,位列第398位。站在历史新起点,中国有色集团正在全力打造具有国际竞争力的世界一流矿业集团,而赞比亚出资企业和重大项目是实现这一目标的重要保障。

3月31日,在中国有色集团、赞比亚驻中国大使馆联合主办的“赞比亚-中国经济、贸易暨旅游论坛”上,赞比亚总统埃德加·伦古表达了对中国企业推动赞比亚经济社会发展的感激之情,特别强调中国有色集团及其投资的合作区在赞比亚所作的重要贡献。他强调,希望此次论坛能够

成为拓展中赞两国友好合作的一座桥梁,带动、引领更多中国企业到赞比亚投资兴业。

长期以来,中国有色集团一直致力助推中国企业集群式“走出去”。以3月31日经贸会为例,赞比亚中国经济贸易合作区与11家企业签订了意向合作协议,涉及基础设施建设、冶炼及加工制造、农业投资、新能源投资、信息科技投资等多个领域。中国有色集团的重要战略合作伙伴赞比亚联合铜业公司与中色发展投资公司、中国西部水泥公司、中国西电集团公司分别签署了水泥厂、铜电缆以及炼油项目,签署的合作协议涉及投资金额总计近8亿美元。

进入赞比亚17年来,中国有色

集团已发展成为赞比亚最大的中资企业,先后设立了14家出资企业,在赞资产总额超过26亿美元,当地雇员超过14000人,投入当地基础设施建设1.8亿美元。

凭借在赞比亚等非非洲国家的发展成就,中国有色集团以票选第一的成绩被中非人民友好协会评为“感动非洲的十大中国企业”。

“中赞关系发展只有进行时没有完成时”。中国有色矿业集团有限公司总经理罗涛说道,“面向未来,中国有色集团进一步做好在赞比亚投资发展的各项工作,把中赞友好合作推向深入。衷心希望更多朋友走进赞比亚,到赞比亚中国经济贸易合作区投资兴业。”