

行业观察

盘点互联网三巨头的O2O版图

郭奎涛

从早期的即时通讯、搜索、地图、电商、支付,到前几年的团购网站、分类信息网站、旅游网站,再到近两年的打车软件、互联网金融、上门服务,所有的互联网形态都正在汇集到O2O的汪洋大海。

正是在这里,在各个细分领域耕耘已久的百度、阿里巴巴和腾讯,即中国互联网BAT三巨头,即将展开一场大决战。

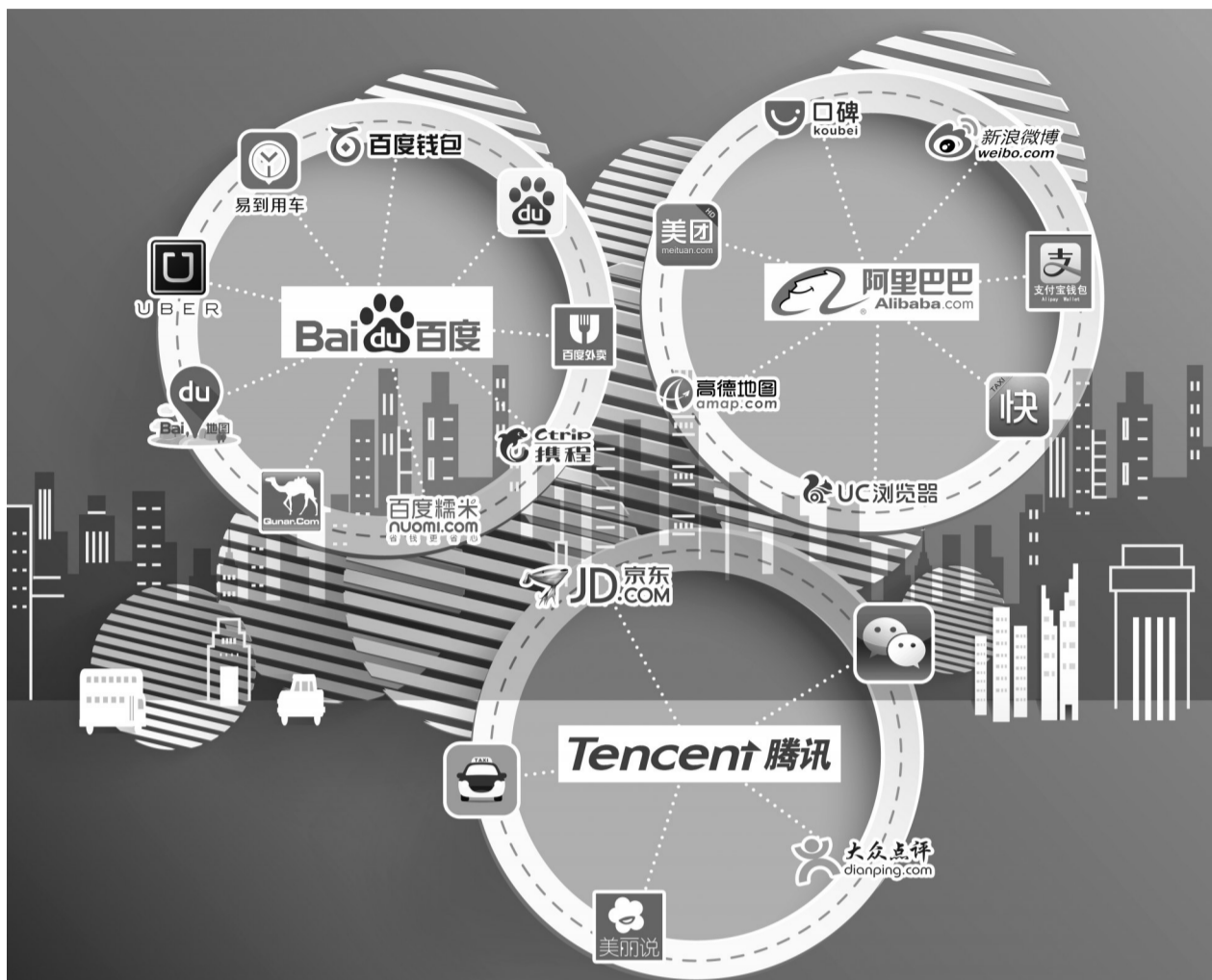
因为拥有移动中实时连接地理位置的优势,地图一度被认为是最适合做O2O的,而除了百度地图,百度还有手机百度作为强大的流量入口,并在地图上接入了百度糯米、百度外卖等自有服务,以及打车软件Uber、用车服务易到用车、在线旅游服务携程去哪儿等等,形成了一站式的O2O生活服务平台,也带动了百度钱包的迅速发展。

阿里作为电商平台,起初在O2O领域的优势并不明显,随着大手笔的投资陆续展开,先后将高德地图、新浪微博、UC浏览器等O2O平台收入囊中,并投资了美团网、快的打车等系列O2O服务内容,最近更是大力发挥支付宝钱包的用户优势,一方面投入巨额补贴鼓励线下商家接入支付宝服务,一方面在支付宝钱包中重启本地生活服务平台口碑网,补充线下商家资源短缺的不足,O2O生态体系也已形成。

腾讯看似回归了社交,一口气卖掉了搜索、地图等诸多二级业务,微信公众号作为全新的O2O入口,正在焕发出强烈的竞争力。对于很多用户而言,他们可以直接通过商家的公众号进行预约、点餐和支付,腾讯投资的大众点评、滴滴打车、京东、美丽说等也构成了其O2O体系的第三方服务。

从战略层面来看,O2O业务的地位都在BAT未来战略中上升到了新的高度,甚至是终极高度。腾讯马化腾提出,腾讯要做连接器,连接一切;百度李彦宏指出,百度要连接所有的人和事,两者几乎不谋而合,冲突在所难免。

随着三家公司O2O体系趋于完善,



王利博制图

原本存在于部分业务线之间的摩擦开始演变成整个生态的碰撞,而今年接二连三的大型合并,很可能就是O2O大决战前夕的排兵布阵。

先是今年年初,斗了一整年的滴滴快的实现战略合并,前者拿了腾讯的20亿美元,后者拿了阿里6亿美元。作为反击,百度通过领投Uber并将其与手机百度、百度地图深度融合,迅速帮助Uber在中国市场实现了飞速发展。

此外,腾讯主导58同城与赶集网的合并之后,百度紧急投资了百姓网;腾讯、阿里推动美团和大众点评合并(即新美大),以应对百度外卖;百度则推动携程与去哪儿的合并,阻击新美大的旅游酒店业务。

虽然滴滴快的等企业身上越来越呈现你中有我、我中有你的形势,部分

合并案例甚至可以看到巨头之间一定程度上的妥协,BAT之间的主流依然是竞争,最新的矛盾出现在了刚刚合并的新美大身上。

本来是阿里、腾讯共同撮合的这段姻缘,最新消息却显示,阿里欲出售新美大的股份,转投其竞争对手饿了么,剑拔弩张之势可见一斑。

需要指出的是,互联网公司的优势在线上,包括流量和用户,O2O则要求线上、线下两条腿走路,加强线下业务的布局,包括招商、推广等等,这就离不开一支强大的地面推广队伍,行内称为地推。

在行业内,由于业务性质使然,美团、大众点评和饿了么一直比较重视地推,经过几年的积累,他们在每个城市的正式工作人员超过10人,非正式的

“临时工”或社会闲散人员更是无从计算,有效推动了线下业务的发展。

而对于一直在线上叱咤风云的BAT,显然缺乏这种储备,人工成本或许不用担心,时间成本却是难以承受的,即使短时间能够建立起一支地推团队,如何控制流程和保证效率也是很难解决的问题。

据悉,支付宝钱包、微信支付、百度糯米等都在尝试跟地推第三方服务公司人人推合作,以弥补在线下业务方面的短板。

整体来看,BAT之间在线上入口和服务上的优势基本上半斤八两、各有千秋,未来的O2O竞争中,如何能够搭建线下业务体系,特别是通过地推团队迅速搭建和推广线下商家服务,将成为影响这场决战的重要变量。

借先进文化凝聚合力“走出去”

2015全国企业文化示范基地(亨通集团)现场会在苏州召开

12月5日,中国企业联合会、中国企业家协会在苏州召开2015全国企业文化示范基地(亨通集团)现场会,授予亨通集团“全国企业文化示范基地”。这是中国企联自2005年开展全国企业文化示范基地创建活动以来授予的第46家基地。中国企联副会长尹援平,江苏省企业联合会会长、原省政协副主席吴冬华,国务院国资委宣传局局长卢卫东,中国企联常务副理事长于吉,江苏省委宣传部副部长焦建俊,江苏省工商联副主席姜成林,苏州市委常委、苏州市委宣传部部长徐明,吴江区委常委、吴江区委宣传部部长周志芳,中国企联副会长、亨通集团董事局主席崔根良

等出席会议并为全国企业文化示范基地揭牌。

亨通集团是服务于光纤光网、电力电网、网络运营和金融投资、能源地产等多元领域的国家级创新企业,中国光纤光网、电力电网领域规模最大的系统集成商与网络服务商,位列全球光纤通信前三强,连续十年进入中国企业500强,特别是突破了光纤预制棒核心技术,成为中国唯一拥有光通信核心技术及自主知识产权的企业,打破了国外技术垄断,并创造了海内外重大工程建设技术多项世界之最。目前,亨通集团产业遍布全国10个省市,拥有国内外两家上市公司,在全球30多个国家设立了海外营

销技术服务公司,在巴西、印度、印尼、南非、欧洲(西班牙、葡萄牙)等地建立了研发生产基地,产品及服务覆盖110多个国家和地区,在全球光纤网络市场占有率13%以上份额。

尹援平在致开幕词时指出,亨通集团之所以能够取得这样的骄人业绩,关键得益于企业带头人崔根良董事长超前判断、顺势而为的战略眼光,永不服输、敢闯敢试的精神意志,以及全体亨通人的共同努力奋斗,尤其是得益于亨通集团长期坚持用文化建设推动企业发展,在创业创新的实践中孕育了“敢为人先、敢创大业、敢攀高峰、敢争一流”的“四敢”精神,萃取出反映时代特点、富有个性魅力

的亨通文化,使其在增强企业创新活力、提升管理水平、促进诚信经营、培育优秀品牌、履行社会责任以及有效实施“走出去”战略等方面发挥了不可替代的作用,成功走出了一条现代企业振兴发展之路。

崔根良作了题为“创建面向全球发展的企业文化”的主题报告,详细介绍了亨通集团“六位一体”企业文化的创建背景、内涵、做法和效果,即以创新为核心的发展文化、以市场为导向的经营文化、以才选人以贡献为本的用人文化、以精益化为目标的管理文化、以服务发展为抓手的党建文化、以贡献社会为己任的责任文化。(企宣)

博报堂发布

“中国消费行为新景象”

12月7日,博报堂生活综研(上海)与中国传媒大学广告学院在京联合发布了“生活者洞察2015”年度研究成果。今年的研究课题为“中国消费行为新景象”,通过描绘和洞察中国消费者在日常生活展现的一系列新型消费行为,揭示出了其特有的深层心理需求和今后的消费意识走向,并将这种新型消费行为形象地命名为“出格消费”。今年的消费行为呈现三大特点,即寻求“未知”、寻求“新趣”、寻求“宽裕”,并依据这三大特点,将新型消费行为分为“攻略”、“机遇”、“土气”、“玩味”、“议价”五大消费类型。(王炜慧)

海淀工商严查境外电视接收设备

为进一步治理境外电视接收设备,严厉打击非法经营活动,维护首都和谐稳定,北京工商海淀分局加大对中关村地区线下电子市场和网上商城的检查力度。海淀工商对中关村地区所有的电子市场和网上商城进行了检查,特别是针对中关村地区最大的鼎好天地电子市场,执法人员积极进行行政指导,约见该市场相关负责人,提醒其不得在市场上销售非法境外电视网络接收设备,鼎好电子市场表示将认真开展企业内部自查自纠;同时,在海淀工商的建议和推动下,鼎好商城在商场内部下发了《关于禁止生产销售境外电视网络接收设备的通告》,形成了商城内部的有效规定;海淀工商工作人员还积极协助鼎好商城在商场内部张贴通告,明确了商城经营者严禁在商城内销售境外电视网络接收设备的要求,进一步扩大了约束范围。

北京海淀工商专栏

公示

我公司原员工张诗佳,因无故不到公司上班,公司也无法联系到本人,故本公司与张诗佳的劳动合同自动解除。

特此公示。

北京平安永顺
国际贸易有限公司
2015年12月15日

图说国务院常务会议



2015年12月9日

部署促进中央企业增效升级,听取监事会对央企监督检查情况汇报。



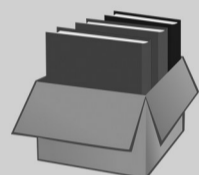
一是建设央企专业化“双创”平台,推动优势产业集团与中央科研院所深度合作,推动高铁、核电、智能电网等全产业链走出去。

二是加强分类指导,对不符合国家能耗、环保、质量、安全等标准和长期亏损的产能过剩行业企业实行关停并转或剥离重组。



三是推进管理增效,开展“成本管控、效益否决”专项行动,试点市场化选聘经营管理者。

四是加快混合所有制等改革,剥离企业办社会职能,2016年在全国全面推开供水、供电、供热和物业管理分离移交。



五是创新政策支持,推动商业银行落实不良资产处置政策,加大产能过剩行业呆坏账核销力度。

确定改革完善知识产权制度的措施,保障和激励大众创业万众创新。



一要实行更加严格的知识产权保护,完善快速维权机制。

二要简化审查和注册流程,实现知识产权在线登记、申请和审批。



三要健全职务发明、专利许可等制度,强化电商、大数据等新领域、新业态知识产权保护。

四要加大财税、金融等政策支持,建设知识产权信息和运营交易服务平台。



通过提请全国人大常委会授权国务院在实施股票发行注册制改革中调整适用《中华人民共和国证券法》有关规定的决定(草案)。

通过《中医药法(草案)》。

草案明确,在决定施行之日起两年内,授权对在沪证券交易所、深圳证券交易所上市交易的股票公开发行实行注册制度。



草案规定了符合中医药特点和需要的中医医师和诊所准入、中药管理、人才培养等制度。

王利博制图