

# 拉手网会被谁拉上手

**BAT三巨头在O2O方面的竞速直接搅乱了团购网站的自然生长过程。“找干爹，抱大腿”成为团购行业流行的游戏，大众点评网投入腾讯怀抱让这个网站达到了高潮。美团接受阿里，百度吞下糯米，苏宁整合满座，蓦然回首，仍在孤军奋战的只剩拉手网和窝窝团。接二连三的传闻都将下一个游戏对象指向了拉手网。**



## 拉手+阿里?

有消息称，“聚划算北京页面归窝窝，广东页面归拉手。看两家谁的销售额、评价、本地业务线好，最终阿里投资哪家”。在大众点评网和腾讯宣布战略合作的前一天，阿里与拉手网的消息便“应运而生”，不过这一消息并没有得到双方确认。

虽然阿里手中已经有美团这张大牌，但是在业内人士看来，阿里只是财务投资了美团，美团CEO王兴更倾向于自主发展，并没有融合到阿里的战略中。美团网内部人士也表示，按照王兴的性格，美团不会沦为阿里的旗子。阿里建立了淘点点，形成了外卖、点菜和订座的餐饮服务一体化体系，但市场份额还无法跟团购行业前五名相比。

“阿里通过收购高德加强了位置服务的建设，并扩大了本地服务生活市场的入口。但是，相比腾讯微信的入口优势，在本地生活服务市场的入

口上，阿里的危机感更强。”团800副总裁许欢认为，就目前情况来看，阿里更可能采用去“群狼”战术，依靠淘宝与本地生活整合、陌陌等其他流量相对较低的入口与微信进行抗衡，仍然还缺一个杀手级应用。

## 拉手+百度?

与阿里巴巴相比，有更多人愿意相信拉手会成为百度的麾下之师。除了目前的拉手网COO周峰来自百度外，百度在O2O领域只有糯米网和自己的百度地图，O2O力量相对薄弱也是主要因素。

在斥资1.6亿美元注资糯米网59%股权以后仅5个月，百度今年1月决定整吞糯米，全资收购人人所持的全部糯米网股份，这意味着糯米网成为第一个被BAT整体收购的团购网站。全资收购后糯米团购业务将和百度包括搜索、地图等明星产品以及线下的销售渠道进行更深层次的整合。糯米网新CEO、来自百度的技

术副总裁刘骏表示，百度看好以团购为核心的本地生活服务的巨大市场前景。不过，糯米网在百度手下延续了“人人时代”的温吞表现，市场份额依旧徘徊在原地踏步，未能突进前三。而在腾讯入股点评后，原本就不具备市场领先地位的糯米将受到更大的威胁。

糯米和百度自身团购平台帮助百度完成地图对线下商户的标注，提供线下商户资源，对于不差钱的百度来说，光有糯米还不够，有观点认为，在美团和大众点评网相继被巨头收拢后，百度可以考虑入股拉手或者窝窝，将团购网站的三四五名打包收入囊中，来做大生活服务规模。

## 拉手独立发展?

对于阿里有意投资拉手的消息，拉手高级顾问司新颖回应称，“聚划算广东页面归拉手并不确实”，而通过这样的方式来选择投资对象，“也太儿戏了”。但对于同行接二连三投靠

巨头，司新颖表示，“拉手资金持有量仍然业内领先，没有必要流血融资或者贱卖。拉手有更多的选择”。他认为，O2O的主战场在二三线城市和移动端，而这恰是拉手的优势所在。不过也有业内人士认为，2014年可以预见的O2O大战中，拉手是否会独自迎战，也许拉手自己都没有想清楚。

许欢认为，BAT的进入也并不意味着剩下的团购网站没有了发展机会。“首先要加强对自身的运营管理，看好自己已经占领好的地盘，以此来博取继续发展的空间；其次，对于第三方流量需要加强争取力度，毕竟对于BAT而言，其对于自身本地生活服务市场的布局将会是第一要务。”但是许欢也强调，“在条件合适的情况下，可以寻求一个好的买家，在整个互联网市场大环境下，或许现在找一个‘干爹’比最后独立上市都会有更好的发展。”

北京商报记者 邵蓝洁/文 宋媛媛/制图

## · 巨头动态 ·

### 支付宝 校园卡充值迎高峰

返校期为支付宝带来校园充值高峰。来自支付宝的数据显示，2月17日是寒假之后的第一个返校日，当日使用支付宝充值校园卡的笔数是2月10日的10倍。支付宝相关负责人介绍，使用支付宝充值校园一卡通不受时间、地点的限制，整个流程与淘宝购物相似。

目前，支付宝充值校园卡服务已覆盖了北京、上海、四川、重庆等11个省市，应用学校达52家。当前全国范围内该功能的使用率已经达到12.9%，在北京市所有接受支付宝充值的校园中，北京服装学院的使用率最高，达到26.8%。

### 韩都衣舍 特色网店成并购首选

韩都衣舍除低调地和一家中老年线上品牌艾莱成成功完成并购外，其收购的原创设计师品牌素缕已步入正轨。

韩都衣舍CEO赵迎光提出三条核心收购原则，即并购对象是淘宝、天猫平台上的中小网店。而且，其团队创始人一定是产品开发或者品牌运营方面的核心。其次，并购方式为全资并购或者绝对控股的并购。再有，在并购完成后，原品牌的核心团队只负责产品开发和市场推广，供应链、IT、仓储、客服、人力、财务等其余业务都由韩都衣舍系统提供支持。

分析认为，韩都衣舍希望自身成为“单品全程运营”的大型服务系统。小众品牌将更多地被大众品牌纳入视野，而大玩家的扩张对市场格局进行了重新划分。

### 易迅 双节期间鲜花保健品走俏

情人节遇上元宵节催生了又一波电商网购热潮。透过来自腾讯旗下电商易迅网的数据显示，与情人节相关的商品，如鲜花、巧克力及安全套等在近一周的时间内，订单成交量都呈现出了大幅增长，同时因为元宵节的临近各类日用百货、保健品、礼品券和玩具等系列亲礼品的订单成交亦延续春节销售上升的态势，其中保健品和礼品券同比增长居榜首。

业内分析认为，双节相遇给电商平台带来促销机会，商家借助电商平台节日促销已成为生活常态。

### 乐蜂网 高额奖品撬动消费

电商节日促销奖品向来花样百出，企业也开始尝试以高额奖品刺激消费。记者从乐蜂网内部获知，其桃花节期间将联合中信银行及上汽集团，为注册中信银行异度支付的乐蜂会员送出8辆高配版上汽集团MG3。

乐蜂相关负责人表示，丰富的商品品类和较低的产品价格将不再是各商家竞争的焦点，转而更多着眼于物流、用户网购体验等价值提升层面。虽然低价仍是拉动网购的主要因素，但设定互动机制和诱人奖品的营销方式显然更加行之有效。

栏目主持:耿嘉俊

# 支付宝成全球最大移动支付公司

春节刚过，支付宝方面公布，2013年支付宝移动交易达到27.8亿笔、金额超过9000亿元人民币，跃升成为全球最大的移动支付公司。

去年，支付宝在跨界服务、移动互联网、海外扩张、互联网金融等多方面进行发力。数据显示，截至2013年底，支付宝实名制用户已近3亿，这3亿用户在过去的一年使用支付宝完成了125亿笔支付，其中移动支付已成为支付宝应用的一大特征。

超过1亿用户将主要支付场景转向支付宝钱包，这些用户2013年通过支付宝完成了超过27.8亿笔、金额超过9000亿元人民币的移动支付。

据了解，PayPal和Square这两大硅谷移动支付巨头2013年总的移动支付金额只有3000亿元人民币左右，这意味着支付宝成功登顶全球最大移动支付公司。实际上，从去年二季度起，支付宝手机支付活跃用户数已超过Paypal。当前

支付宝快捷支付用户数为2.4亿，手机支付用户逾1亿。

支付宝在移动支付市场的扩张速度很快，业界有人称之为“疯狂的支付宝”。据市场研究公司Forrester预测，到2017年美国移动支付市场规模将达900亿美元。而眼下，支付宝一家公司2013年一年的移动支付金额就接近1500亿美元，超过目前所有硅谷支付企业交易金额总和。

支付宝方面表示，能

够领跑全球移动支付市场是支付宝创新应用的必然结果之一。资料显示，支付宝在移动支付技术与服务方面展开了多项创新体验。目前，支付宝已能支持NFC、条码支付、声波支付、二维码支付、蓝牙支付、指纹支付等多种功能，应用场景已能覆盖大型商场、连锁便利店、地铁、电影院等地。去年6月，支付宝推出余额宝，并将其应用于支付宝钱包服务之上，将金融理财

与移动支付手段进行了融合，其低门槛、易操作、流动性高的优势使得消费者只需要一部手机就可随时进行投资理财管理。北京商报记者了解到，目前余额宝用户已超过6100万，在春节长假期间，由于交易所休市、银行通道受限等多重原因，基金公司在申购方面进行了限制，使终年不打火的余额宝成为假日理财首选，依旧照常向用户发放收益，用户可随时网购或取现。

然而在急速扩张的背后，庞大的交易数字也意味着要承担相应的风险。支付宝相关负责人透露，从国内市场来看，网络支付市场风险水平约为万分之一，包括支付宝在内的主流支付机构风险水平可控制在十万分之一以内，支付宝内部有1/5的服务器是用于安防的。而从国际来看，Paypal与国际信用卡的被盗风险率相对较高，分别是0.3%和1%。

北京商报记者 卢亦杉