

阿里奔向东南亚为哪般

据纳斯达克官网消息,近日,阿里巴巴全资持有的东南亚电商平台Lazada宣布任命董铮为首席执行官。而来自路透社的报道还提及,在东南亚之外,Lazada还将向欧洲市场扩张,其中也有蒋凡的身影。延伸电商、金融、物流各类业务的同时,电商巨头必须时刻应付国际市场的纷繁变化,抱团与取舍都得果断。眼下,海外市场这块“骨头”依旧不好啃。



国际业务换帅

北京商报记者从多家媒体报道中梳理了解到,董铮于2018年加入Lazada,领导泰国和越南业务,此前,他曾担任过阿里巴巴CEO张勇的助理,负责全球化策略和公司商业发展等事务。

而Lazada原首席执行官李纯将继续担任Lazada董事长蒋凡的顾问,并留在公司董事会。事实上,也就在1个月前,据路透社报道称,阿里巴巴计划将Lazada的业务扩展至欧洲,在国内增长放缓的情形下寻求海外增长,董铮是该计划的领头人,而蒋凡在4月曾到访新加坡讨论Lazada的扩张事宜。

上述媒体的报道还提及,进入欧洲市场的速卖通主要瞄准购买中国智能手机配件和服装等C端用户,而Lazada的目标则是欧洲本土供应商。对于Lazada扩张内容的真实性,阿里相关负责人未向北京商报记者回应。

资料显示,2016年,阿里以10亿美元收购了成立于2012年的Lazada,2017-2018年

间,阿里又相继合计向其注资30亿美元,大力开疆拓土东南亚市场。2022年2月,彭博社报道称阿里曾与投资者展开磋商,为Lazada寻求至少10亿美元融资,疑有意将Lazada拆分上市,但由于双方在Lazada估值问题上陷入僵局,最终谈判取消。紧接着,在5月,Lazada向阿里增发了3.78亿美元新股。

2021年底,阿里新设立中国数字商业和海外数字商业两大板块,分别由戴珊和蒋凡负责。其中,Lazada、速卖通、阿里巴巴国际站等国际业务便划归为蒋凡分管。“蒋凡需要做出一些成绩来为国内业务的增长见顶寻找突破口,而Lazada目前来看势头也比较好。”一位电商从业者向北京商报记者判断称。

利益结盟出海

在阿里的海外版图中,Lazada的表现确实较为突出。财报显示,截至2022年3月31日止的前12个月,Lazada订单同比增长60%。而在一季度阿里国际零售商业收入同比增长仅4%的情形下,便是靠Lazada扛

起了“大旗”。

与电商共同渗透东南亚市场的还有各类附加业务,例如便捷的支付金融功能或是物流售后服务等。资料显示,早在2018年,支付宝已经接连进入柬埔寨、老挝、菲律宾和缅甸四个国家。与此同时,本土金融体系的接纳程度也在上升。近日,蚂蚁旗下的星耀数字银行在新加坡挂牌开业后,菲律宾群岛银行也加入了蚂蚁旗下跨境支付技术服务Alipay+的合作。

物流的脚步也与电商保持同频。在2018年,菜鸟的全球网络已经能抵达224个国家和地区,包括东南亚等多个国家能实现72小时的送达时效。

各类衍生服务既是电商获取新用户体验好感的重要砝码,也是维系留存率和复购率的纽带。东南亚的用户乐于接受线上消费,消费体量大,而且当地物流的自动化水平有限,劳动成本较低,有利于中国物流商将一些国内经验向海外复制。”一位快递企业从业者向北京商报记者指出。

值得注意的是,当前国内快递品牌如百世、圆通国际业务能迅速起量,少不了借

力电商海外业务的发展势头。2021年,百世国际与菜鸟开通了泰国至泰、越、马、新、柬五国间的全链路跨境物流服务,能将淘宝天猫的包裹直达海外。圆通也因与菜鸟合作尝到了甜头,彼时其国际快递及包裹服务收益达到19.49亿港元,同比增长104.5%。而这些物流品牌与阿里也曾有过或是保持着资本上的捆绑。

如今,不止阿里,京东、字节跳动也在通过资本等各类合作与跨境企业抱团出海。今年1月,京东宣布与国际电商SaaS平台Shopify达成战略合作,为后者的商户开放京东供应链网络的商品池。而字节跳动则是在去年通过入股跨境物流商纵腾集团、中东物流公司iMile来补齐物流短板。

迎战不确定性

不过,较之群雄逐鹿国内市场,复杂且变动的国际环境使得互联网巨头的海外扩张之路更为漫长。

“从国际环境来看,汉语和英语这两个用户数量最多的语系用户,电子商务的增长空间已经有限,而其他语系由于人口数量的限制,导致企业盈利存在一定的不确定性。另外,电子商务的发展会对实体店造成一定的冲击,可能会在当地国家引起一些民意上的反弹,政治环境的稳定性对电商公司的影响需要考虑在内。”电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营向北京商报记者指出。

“在国际化业务上,不同的国家意味着迥异的文化风俗、政策宗教、消费习惯等等,因此一定程度上会延缓菜鸟渗透新市场的速度。”一位接近菜鸟的物流从业人士向北京商报记者强调称;“但如同产业化和数字化,全球化是菜鸟持续要做下去的战略。”

据阿里财报显示,2022年一季度,菜鸟营收达115.8亿元,同比增长16%。除了用户物流服务收入增长,其中也提到了俄乌冲突对供应链和物流造成了中断。

国际关系、金融波动、政策变化等潜在风险同样反映在阿里的国际商业板块。2022年一季度,阿里投资的土耳其电商平台Trendyol的收入受到土耳其对人民币汇率贬值影响,主攻欧洲和俄罗斯市场的速卖通因为欧盟增值税税规修改、俄乌冲突造成订单下滑。

而字节跳动则是在TikTok Shop-ping之外不断试错和调整新的海外电商项目。据公开资料显示,旗下对标SHEIN的女装独立站Dmonstudio已于2月停止运营。随后,在5月,有市场消息传出于去年底上线的电商平台Fanno已被字节跳动内部淘汰,项目组已于今年4月解散。对此,字节跳动相关负责人向北京商报记者回应称Fanno仍可以正常使用,将持续支持用户和商家。

据了解,Fanno类似于“海外版拼多多”,主打高性价比,以拓展德国、法国、意大利等欧洲市场为主。

赵振营认为,从国内和亚马逊的电商销售经验来看,货品售卖的利润承载能力相对有限,电商出海需要提前布局除产品销售之外的利润来源节点。

此外,政策维度正释放出利好信息。6月8日,在国务院政策例行吹风会上,商务部对外贸易司司长李兴乾表示,将尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策措施,优化跨境电商出口海外仓的退税流程。同时,商务部也正在牵头研究具体的支持举措,鼓励多元主体来建设海外仓,要支持企业优化海外仓的布局,完善全球的服务网络。北京商报记者 何倩





商业那点事儿

以新闻的视角,每天和您聊聊商业那些事儿



广告