

近日，美国《财富》杂志主编Adam Lashinsky在深度探访中国后，连续撰写多篇文章剖析中国互联网行业格局，其中一篇重点关注了阿里巴巴的投资策略。文章认为，阿里作为中国最大的互联网公司，在电商、新零售和技术领域进行了大量对外投资，在国内和海外投资领域均占有一席之地。在投资风格上，阿里巴巴倾向于占大量股份或控股股份，反映了公司专注于战略投资和业务协同的“经营心态”。

文章援引香港伯恩斯坦分析师数据称，过去三年，阿里巴巴进行了170多项投资交易，主要集中于电子商务、零售贸易、物流、技术、文化娱乐、生活服务等领域，搭建全球商业基础设施的逻辑清晰可见。

在上述投资领域，阿里巴巴倾向于占大量股份或控股股份，具有明显的战略投资风格。与此同时，与被投资方的商业绑定和业务融合也更深入。

“东南亚就是这样。”文章举例称，阿里巴巴在控股投资东南亚电商平台Lazada后，派出了集团重要干将彭蕾担任Lazada CEO。彭蕾是阿里巴巴18名创始人之一，也是蚂蚁金服董事长，具有极强的跨业务统筹能力。此项安排成功深化了Lazada与阿里巴巴庞大生态系统的协同。2017年6月，阿里巴巴打通淘宝天猫和lazada平台，在新加坡、马来西亚、印尼、泰国、菲律宾、越南等国家上线“淘宝精选”频道，服务覆盖东南亚地区6亿消费人群。一年来不仅巩固了Lazada东南亚第一电商平台的地位，更在与亚马逊的市场之争中占得先机。



战略投资加经营心态带来业务融合的投资逻辑，在新零售投资中展现得最为清晰

相比阿里巴巴的战略投资和强商业绑定，中国另一家互联网巨头腾讯更偏爱“占股5%”式的广撒网投资。财富杂志观察到，腾讯喜欢占小份额的股份，比如对美国游戏巨头Activision Blizzard投资就是占比5%。即便掌握了控制权，腾讯也不会过多介入被投公司的运营和业务。这样的风格为其赢得了温和的美名。但财富杂志指出，“但放手并不意味着腾讯一直如此和善”，“模仿在腾讯的公司文化中根深蒂固，腾讯并不回避同时获得合作伙伴授权的产品并同时创造类似的产品。”腾讯的投资公司、旧金山创业公司Smule的联合创始人采访评价：腾讯既是投资者又是竞争对手。

不同的商业模式决定了两家公司截然不同的投资风格。作为全球最大的流量入口，腾讯与被投公司的合作模式及利益分配要简单地多，并不需要强有力的商业绑定。而阿里巴巴作为一家商业公司，其投资的逻辑必然是，双方先要有业务合作空间，然后再做股权上的合作。

财富杂志认为，双方迥异的投资风格，在东南亚市场展现得淋漓尽致。近年来，阿里巴巴和腾讯都将目光瞄准了东南亚，围绕公司的主营业务开展投资，试图在东南亚复制中国市场。腾讯未在当地直接经营业务，但拥有上市的新加坡博彩公司SEA 40%的股份，同时正在考虑其他大型投资。阿里巴巴则深入当地，围绕“服务全球20亿消费者”的战略目标，投资布局电商、物流，并派驻高管和业务团队，希望将中国的电商发展经验搬到东南亚。阿里巴巴对此雄心勃勃，东南亚经济体与中国非常相似——都拥有庞大的年轻人口、高水平的手机普及率以及不发达的零售业，这正是阿里最为擅长的全新蓝海市场。