

美团收购摩拜布局全场景消费 新零售之争腾讯胜算几何?

□本报记者 陈锦锋

没有硝烟的并购战不断上演。继阿里巴巴以95亿美元巨资收购饿了么不到两天,美团宣布以37亿美元的总价收购摩拜单车,包括27亿美元的实际作价(12亿美元现金及15亿美元股权)和10亿美元的债务。通过此次收购,美团称将携手摩拜为用户提供全场景消费体验,共同践行“让大家吃得更好、生活更好”的使命。

不管是日前阿里全资收购饿了么,还是近日美团“喜提”摩拜单车,本地生活和出行市场格局的风云变幻,归根结底还是新零售市场格局之争,而这场争霸赛的主角就是阿里巴巴和腾讯。

资本的必然选择

当谈判桌上同意美团收购议案的票数勉强通过法定票数后,一切都尘埃落定,估值达到50亿美元以上的摩拜,以37亿美元“贱卖”给了美团,包括27亿美元的实际作价(12亿美元现金及15亿美元股权)和10亿美元的债务。

这一刻对于美团来说是胜利的喜悦,而对于摩拜创始团队来说,或许更多的是无奈。据报道,摩拜CEO王晓峰在投票最后发言称,“好多股东也纠结问我的意见,坦率说如果公司独立发展有着非常大的机会,也有挑战,但是我没办法……规则就是规则,投票就是投票,如果大家做了这个决定,希望大家不要后悔。”

消息公布后,外界对此议论纷纷,媒体报道更是铺天盖地,有说这是摩拜早期投资人和创始团队的“胜利大逃亡”,也有说摩拜创始团队的胳膊还是拧不过马化腾的大腿,而当看到摩拜创始团队“出局”的报道后,摩拜创始人胡玮炜发文称:“大家都喜欢戏剧性,然而我更愿意积极看待一切。谢谢所有人把我们捧到改变世界的高度,也谢谢大家对摩拜的重新审视。并不存在所谓的‘出局’,在我看来一切都是新的开始很多人都把摩拜单车看成是出行工具,实际上我一直说它是‘美好的生活方式’,回归到简单、本质、健康绿色,不过分追求物质。”

曾经期许简单本质以及美好生活方式的胡玮炜,最终还是向资本妥协,这也正应了胡玮炜之前接受采访时说的,“没

有一家真正成功的企业最后成功的原因,完完全全只是因为资本。所以,资本是助推你的,但是最后,其实你都还得还回去。”

一家成立三年就成为行业独角兽的企业为何在发展的关键时期沦为被收购的命运?

这或许从摩拜单车的财报,可以窥见端倪。摩拜去年12月的收入只有1.1亿元,去掉5.65亿元销售成本、1.46亿元管理支出以及0.8亿元减值损失,当月亏损高达6.81亿元。另外据媒体爆料,摩拜内部的财务报表显示,截至目前摩拜挪用用户押金60亿元人民币,供应商欠款约10亿人民币,债务总额合计超过10亿美元。

此外,目前摩拜在市场上投放已经有两年的时间了,但仍然没有有效的盈利模式,这让资本逐渐失去了兴趣。加上又正值单车换新的时期,这笔巨额的费用成本更让摩拜的状况雪上加霜。

因此,当滴滴和美团同时向摩拜伸出橄榄枝后,早期资本“套现离场”的愿望就十分强烈。(见图1)

摩拜最终“花落”美团

其实,在美团之前,就有媒体报道,滴滴和软银率先向摩拜发出Offer,滴滴和软银一方开出的条件是,以45亿美元估值和现金的方式投资摩拜,两家共计持股20%。而美团则是以现金+股票的形式收购摩拜,以其最终37亿美元的收购价来看,美团给的价远低于滴滴开出的条件,为何最终会花落美团?

有传闻说,本次美团收购摩拜,其背后共同的投资人腾讯起到了关键性作用。根据媒体报道,摩拜股份中腾讯占据20%股份,是摩拜第一大股东。尽管摩拜已经获得数轮融资,但摩拜管理层李斌、胡玮炜和王晓峰任何一位甚至加起来都没有决定权。因此,腾讯支持美团收购摩拜,显然最具话语权。此外,在美团接受腾讯多轮融资后,也成为腾讯系。

不过,腾讯也是滴滴的投资方,为何腾讯会选择支持美团而不是滴滴,这一点要从滴滴的股权来说,滴滴股东中拥有阿里、腾讯及百度等互联网巨头,还有招商银行及平安银

行等金融大鳄,更有苹果、软银等海外科技巨头和投资机构,腾讯在滴滴股份并不占优势,相比之下,让美团收购摩拜,更能符合未来的战略需要,因此,有人说,美团收购摩拜其实是腾讯内部的一次整合。

对于美团来说,收购摩拜势在必得。目前,美团与滴滴在外卖和出行两个领域“战事正酣”,滴滴已经在无锡等地上线外卖配送,美团也在南京和上海推出打车服务,并迅速占据上海网约车市场30%以上份额。那么,美团收购摩拜,除了增加外卖流量入口之外,更重要的是,收购摩拜后,美团可将打车业务接入摩拜平台,使得在打车领域更有竞争力,同时又介入单车领域,可谓一举多得。

“摩拜加入美团后,将成为到店、到家、旅行等(大出行板块)各场景的最佳连接,为用户提供更加完整的闭环消费体验。”美团方面表示,美团餐饮、外卖和单车的高频业务,将用更大能量激活本地生活服务业市场。

腾讯胜算几何?

如果从更大格局来看,不管是阿里收购饿了么,还是美团收购摩拜,其背后仍然是阿里和腾讯两大巨头的对抗,而主战场就是新零售。

4月2日,阿里巴巴集团、蚂蚁金服集团与饿了么联合宣布,阿里巴巴已经签订收购协议,将联合蚂蚁金服以95亿美元对饿了么完成全资收购。这笔天量的收购,意味着中国新零售布局竞争进入白热化。阿里的“新儿子”将加入以口碑为主的餐饮生活类目,这样一来,阿里的新零售梯队将更加完善。

在此背景下,腾讯需要扶持美团与阿里的口碑、饿了么进行对抗,因此,让摩拜归入美团旗下与其说是美团的需求,不如说是腾讯的意志,是为了对抗阿里新零售发展势头。

那么,如愿以偿让美团收购摩拜的腾讯在这场新零售之争中胜算几何呢?

腾讯涉足零售领域基本是跟随策略,看到新零售起势并有可能领导未来商业全面变革之后,也开始在零售领域加码下注,防御阿里在新零售领域的势头。

摩拜单车融资信息

(图1)

融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
2015.03	天使轮	146万人民币	李斌(领投)
2015.10	A轮	300万美元	愉悦资本
2016.08	B轮	数千万美元	熊猫资本 愉悦资本 创新工场
2016.08	B+轮	数千万美元	祥峰投资 创新工场
2016.09	C轮	1亿美元	红杉资本中国 高瓴资本
2016.10	C+轮	5500万美元	高瓴资本 华平投资 腾讯 红杉资本中国 启明创投 贝塔斯曼亚洲投资基金
2017.01	D轮	2.15亿美元	腾讯 弘卓资本 华平投资 携程 华住酒店集团 TPG德太资本 红杉资本中国 启明创投 愉悦资本 贝塔斯曼亚洲投资基金 熊猫资本 祥峰资本 创新工场 鸿海集团 永拍资本 高瓴资本
2017.01	战略投资	亿元及以上美金	富士康 华兴资本
2017.02	D+轮	亿元及以上美金	淡马锡 高瓴资本
2017.06	E轮	6亿美金	腾讯 交银国际 弘卓资本 TPG德太资本 高瓴资本 红杉资本中国 法拉龙资本 工银国际 华兴资本
2017.11	战略投资	未透露	高通
2018.01	战略投资	10亿美金	未透露

腾讯在零售领域的投资,实际上也是最大化自己利益的。虽然在跟永辉、家乐福、京东、唯品会、步步高、海澜之家等合作正式宣布中,腾讯讲的最多的是赋能。但在这种赋能背后,最核心的一点,也是最实际和切实可行的,就是把腾讯及微信海量的流量,导入零售领域进行商业化变现。也就是说,把微信、QQ等巨大的流量,变成白花花的银子。此外,重要目的,则是抢占微信支付的线上线下商业场景和入口。

就在不久前的腾讯2017财报公布上,涉及对2018年腾讯的展望及策略,明确提到主要就是流量变现和支付:“展望未来,公司将采取更进取的投资策略,以增强在网络视频、支付服务、云服务及人工智能技

术与智慧零售等领域的长期竞争优势。公司的发展举措包括:扩展支付相关服务的使用场景,以推动商户和用户普及使用,以及与合作伙伴共同发展互联网金融服务;运用公司的智慧零售策略,借助公司的技术服务赋能线下零售商。”

不过,值得注意的是,就是很多腾讯系公司都不盈利,都靠烧钱。当然,身处事外的给流量和资金的半条命的腾讯却极其赚钱。

目前来看,腾讯的积极防御效果还不错,暂时能够和阿里的新零售战略对抗,最终谁胜谁负是个未知数。不过,没有永远的敌人,也没有永远的朋友,只有永远的利益,说不定哪一天,阿里和腾讯手拉手共赴美好明天也不一定。