



■廖木兴/图

线上线下加速融合;强强联合,对手变盟友

家电零售的合纵连横时代来了

■新快报记者 陈学东

进入2020年,国美正在将家电零售的“聚光灯”拉回自己身上。

继4月19日拼多多认购国美2亿美元可转债并达成深度合作之后,5月28日,国美零售再度宣布获得京东1亿美元的战略投资。40天内获得两笔战略投资,国美俨然已经成为电商巨头眼中的香饽饽。

老牌家电零售巨头与电商巨头的强强联手获得了市场的强烈看好。5月29日,宣布与京东达成深度战略合作的次日,国美零售开盘股价大涨11%,截至收盘涨幅为5.49%。当晚,京东的股价也大涨6.49%,双方股价均出现大涨行情。

国美零售与拼多多的全面合作同样引起了市场的轩然大波。4月20日,国美零售的股价大涨16.44%,同时成交量大增,位列当日港股成交量的榜首;拼多多的股价也大涨12.71%,股价创下新高。

短短两个月内,国美零售先后获得国内两大电商巨头的战略投资或许并非偶然。作为家电零售史上的巨头,曾经的国美电器在1993年开创了全国连锁品牌的新模式,将国内家电零售从混乱无序之中带入了成熟有序的新时代。在家电零售以线下为主的时代,国美和苏宁互为强劲的竞争对手,而国美因管理层问题遭遇了转型不顺,苏宁也在转型线上的过程中面临了不少挑战。

国美和京东分别代表线下与线上,国美曾经视京东为竞争对手;而京东和拼多多,又被认为是当前电商领域的劲敌。

市场研究机构eMarketer的数据表明,阿里巴巴去年占据了中国电商市场55.9%的份额。京东以16.7%的份额排名第二,拼多多则以7.3%的份额紧随其后。

为了跟上阿里电商生态系统的步伐,京东和拼多多都在争取像国美这样跨越在线上和线下市场的大型零售商。

沧海桑田之后,曾经针锋相对的对手开始和解,敌人结成了盟友。

中国家电零售格局正在剧变,线上线下正在加速融合,互联网、人工智能、大数据等正在推动零售行业进入“全场景、全渠道”的新阶段,合纵连横时代俨然已经来临。

左手京东,右手拼多多,似乎让人看到,国美与苏宁竞争了近20年后,家电零售的战场态势正在进一步演变。此次国美与拼多多、京东合作,预示着今年中国家电零售业从各自为战转向渠道融合。

国美的连横让国美、拼多多、京东联合而欲“称霸”国内家电市场。而让拼多多、国美、京东走到一起的是天猫和苏宁。

苏宁与阿里天猫因长期合作关系组成了家电零售市场的第一大联盟体,合计占比达31.6%;京东在2019年曾入股五星电器,两者合计市场份额占比为15.6%。

国美作为独立一方,仅为国内家电零售市场的“第三极”。不过,随着国美引入战略投资以壮大阵营,家电零售行业的格局在未来或将由此迎来巨变。