

三大因素驱动电商格局重塑 AI竞争成新变量

证券时报记者 聂英好

近期阿里巴巴完成整改全面停止“二选一”，成为电商格局重塑的标志性事件。回溯过去三年，以阿里巴巴2021年启动整改为起点，这三年以来中国电商行业风云变幻。平台间的此消彼长表明，电商寡头时代已去，“三超多强”的格局正在形成，当前中国电商在全球电商市场中有着更为重要的影响。

当下，中国电商行业正展现出前所未有的活力和潜力，但随着用户规模见顶、流量红利不再、业绩增速放缓等问题显现，国内电商行业已进入存量竞争时代，随之而来的便是平台陷入低效“内卷”。因此，探索新增长极成为各电商平台当务之急。

多位电商业内人士指出，AI技术正在快速融合到电商企业的运营基因中，AI将成为电商行业未来最大的变量。“生成式AI正在赋能物流、开店、商品上架、营销等电商环节，为行业发展提供新动能，AI与电商的融合应用将成为未来最大的发展趋势。”

“三超多强”格局呈现

8月30日，市场监管总局发布公告，宣布阿里巴巴集团已完成三年整改，全面停止“二选一”垄断行为，合规整改工作取得良好成效。

阿里巴巴整改完成，被视为中国电商格局重塑的里程碑。在阿里巴巴三年整改期间，中国电商行业格局发生巨变，拼多多、京东等传统电商平台迅速发展，拼多多市值在2023年超越阿里巴巴；抖音、快手、小红书等新兴电商入局，在直播电商的加持下成为迅速崛起的“后起之秀”。

百联咨询创始人庄帅分析，电商寡头时代早已不再，当前中国电商行业呈现“三超多强”的竞争格局，“三超”即阿里、京东、拼多多传统电商平台，“多强”则指的是抖音、快手、小红书等新兴电商。

观察电商市场竞争格局变化，最显著的一项指标是GMV(成交总额)市占率。近三年来，曾经的“电商一哥”阿里巴巴市占率持续下滑，京东、拼多多、抖音、快手等电商平台市占率迅速攀升，其中尤以拼多多增速为甚。

综合多家机构统计数据发现，电商GMV市占率变化最快的时期应属2017年至2021年。中金公司研究部数据显示，在这段时期，阿里巴巴电商GMV市占率从72.1%降至49.2%，同时京东、拼多多、抖音、快手等电商平台快速发展。2021年至今，阿里巴巴GMV市占率继续小幅下降，其余几家电商平台则继续高速增长，Sandalwood电商监测数据显示，2023年电商大盘(京东、淘宝、天猫、抖音、快手、拼多多)中，阿里电商平台GMV市占率为45%。

自2023年年初起，国内几大主流电商平台的市占率基本固定下来。隐马数研与华创证券最新披露的统计数据指出，截至2024年3月，阿里淘天GMV市占率为44.5%，京东市占率为19.4%，拼多多为20.1%，抖音小店、快手分别为9.1%、6.9%。环比来看，拼多多、抖音、快手仍在提高市占率。

在几大主流电商平台中，拼多多增长势头尤为迅猛，最超出市场预期的是拼多多2023年交出的成绩单。财报显示，拼多多2023年全年营收高达2476亿元，同比增长达90%；全年归母净利润为600.27亿元，同比增长90.33%。而同期，阿里巴巴、京东的增速远不及拼多多。在市值表现上，由于超预期业绩加持，拼多多市值几度超越阿里，被称为中国电商行业的历史性时刻。

再看抖音、快手，近几年来，这两大平台依靠直播电商、短视频等新业态得以迅速发展，成长为传统电商平台强有力的竞争者。2023年，随着快手正式迈入GMV“万亿俱乐部”，中国电商市场已经有阿里、京东、拼多多、抖音、快手5个GMV超过万亿的平台。与传统电商平台相比，快手、抖音的内容流量和使用黏性更大，这两大平台的电商业务得以快速发展，主要因为内容电商平台具有天然的流量优势，在电商转化上路径顺畅，因此电商业务发展迅速。

同样在内容电商的路径下，2023年以来小红书电商也实现快速发展。小红书电商的体量远小于抖音、快手，但其增速并不落后。2023年初小红书“董

过去三年，中国电商行业风云变幻，电商寡头时代已去，“三超多强”的格局正在形成。随着用户规模见顶、流量红利不再、业绩增速放缓等问题显现，国内电商行业已进入存量竞争时代，探索新增长极成为各电商平台当务之急。当前，AI技术正在快速融合到电商企业的运营基因中，AI将成为电商行业未来最大的变量。

“三超多强”的竞争格局

“三超”即阿里、京东、拼多多传统电商平台，

“多强”则指的是抖音、快手、小红书等新兴电商。

中国的跨境电商平台在海外市场发展迅速，成为一股不容忽视的“新势力”。快时尚电商平台SHEIN(希音)、拼多多旗下Temu、AliExpress(速卖通)、字节跳动旗下TikTok推出的TikTok Shop被业界称为跨境电商平台“四小龙”。



图虫创意/供图 翟超/制图

洁直播间”“章小蕙直播间”走红，其中董洁单场直播带货GMV超过8000万，带动整个平台电商热度提升。数据显示，2024年6·18大促期间，小红书电商直播订单数达去年同期的5.4倍，直播间购买用户数达去年同期的5.2倍。相比2020年10亿-14亿元的电商收入体量，小红书电商2023年以来的增速超出市场预期。

跨境电商跑出“四小龙”

在国内电商发展如火如荼之际，中国的跨境电商平台在海外市场发展迅速，成为一股不容忽视的“新势力”。快时尚电商平台SHEIN(希音)、拼多多旗下Temu、AliExpress(速卖通)、字节跳动旗下TikTok推出的TikTok Shop被业界称为跨境电商平台“四小龙”。2023年是“四小龙”在海外攻城略地、高速增长的一年。

市场分析机构Data.ai年初发布的报告显示，SHEIN在2023年再度斩获全球购物类APP下载量冠军，Temu、Amazon(亚马逊)、AliExpress分别位于2023购物类APP下载量第二位、第三位和第九位。这也是SHEIN继2022年之后，连续第二年登顶全球购物类应用下载榜。

“四小龙”得以迅速崛起，主要因为各个平台之间各具优势。深圳物流与供应链标准与政策研究专家委员会专家王与剑表示，“四小龙”平台充分利用大数据、人工智能等先进技术，优化用户体验，提升运营效率，并在业务模式上进行创新，如Temu的社交裂变和低价策略、SHEIN的“小单快返”模式等，这些创新模式吸引大量用户，推动了平台快速发展。

具体到各个平台的优势与特点，拼多多旗下Temu的特点是快、低价、对平台卖家采用全托管模式，背靠拼多多具备强大的资金储备、运营等方面的优势；SHEIN的特点则是先发优势、服装品类、强大的“柔性供应链”等优势；TikTok Shop的特点是流量优势明显，流量通过电商的方式来实现；速卖通的特点是品类齐全、品牌、用户基础等优势明显。

其中，全托管模式是跨境电商“四小龙”2023年重点投入的模式。在全托管模式下，供货方只需把商品提供给平台，后续平台将帮商家完成营销运营、物流仓储、售后服务等环节，该模式锚定对象为工厂类卖家，对卖家而言，全托管也是测款成本、试错成本最低的一种方式。2022年底，Temu和AliExpress率先推出全托管模式，随后带动诸多平台跟进。

亚马逊作为全球知名电商平台，在海外市场占有率拥有独一无二的优势，也是中国跨境电商们的集体“对手”。但SHEIN、Temu等中国跨境电商平台陆续入局，这些电商平台在高成长性、丰富的产品种类以及全托管运营模式方面给亚马逊带来部分压力。最为典型的例子就是，在2024年海外“黑色星期五”购物大促期间，亚马逊已经不再是线上电商平台的唯一赢家，“四小龙”通过提

前开启大促、延长大促时间、提升大促折扣等方式实现销量大幅提升。

面对中国跨境电商平台的迅速起量，亚马逊自2023年以来就持续采取一系列调整措施应对，其中“提速”被亚马逊提到尤为重要。在价格上受到“四小龙”全托管模式的“低价”挑战后，亚马逊明确表示2024年要进一步提速，更快地向顾客交付商品。

行业缘何风云变幻

以阿里巴巴2021年启动整改为起点，近三年来电商江湖“换了人间”。探析背后原因，业内人士分析，竞争环境、技术创新驱动、消费习惯变化等多方面因素共同驱动了行业迅速变革。

王与剑说，阿里巴巴被要求整改以来，中国电商竞争格局变幻，得益于反垄断监管的加强，阿里巴巴因“二选一”垄断行为被市场监管总局要求进行整改，为其他电商平台提供了更加公平的竞争土壤。

与此同时，国家层面持续出台相关规则，对电商行业加以严格规范。今年5月，市场监管总局印发《网络反不正当竞争暂行规定》，自2024年9月1日起施行。其中，明令禁止商家进行“虚假或引人误解的商业宣传”；明确严厉处罚恶意下单等行为。同时，也督促平台对平台内竞争行为加强规范管理，同时对滥用数据算法获取竞争优势等问题进行规制。该规定进一步完善了电商竞争行为的规章制度，也为市场的有序规范运行提供保障。

技术的迅速创新与迭代，也是催化电商行业发生变化的重要因素。王与剑表示，一方面，移动互联网的迅速发展使得电商平台的形态多样化，短视频、直播、种草等形式催生了抖音、快手以及小红书等新兴电商。另一方面，电商平台当下多充分利用大数据、人工智能等技术创新，提升用户体验和运营效率。例如，拼多多通过AI算法推荐商品，提高用户购物效率；抖音、快手则利用短视频和直播技术，实现商品与消费者的直接互动。

在新兴技术的影响之下，消费者的习惯与需求也悄然生变。传统电商平台以货架式电商模式为主，背后的购物逻辑是“人找货”，消费者有了需求再去搜索产品；而种草、直播、短视频电商则是“货找人”的购物逻辑，这也是抖音、快手、小红书电商平台所采用的路径，是平台通过推送用户感兴趣的内容吸引消费者，再推荐关联商品，最终吸引消费者下单。

王与剑指出，随着消费者对价格、品质、个性化需求的提升，不同电商平台通过不同的策略满足这些多样化需求，从而吸引大量用户。例如，拼多多以低价策略吸引对价格敏感的消费者；受到刷短视频、看直播习惯的影响，消费者越来越习惯于通过短视频或直播下单购物，抖音、快手等短视频平台则是通过内容营销和直播带货吸引年轻消费群体。

探索AI电商新蓝海

虽然中国电商正展现出前所未有的活力，但随着用户规模见顶、流量红利不再、业绩增速放缓等问题显现，国内电商行业已进入存量竞争时代，探索“新增长极”成为各电商平台当务之急。

多位电商行业专家指出，AI技术正在快速融合到电商企业的运营基因中，AI将成为电商行业未来最大的变量。庄帅表示，电商行业的演化还是由技术驱动的，AI的迅速发展及成熟正在改变和影响电商行业。

网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，AI技术在电商应用中加速落地，AI技术的发展和普及使其成为创新业务模式的核心因素之一，这体现在电商行业的应用场景主要有：导购、运营分析、客服等。

淘宝、京东等主流电商平台早已先行布局AI电商，抖音紧随跟进，其中最为出圈的当属京东打造的AI数字人刘强东直播带货。2024年4月16日，由京东云言犀打造的“采销东哥”AI数字人开启直播首秀，同时亮相京东家电家居、京东超市采销直播间，不到1小时，直播间观看量超2000万人次。彼时网友表示，“采销东哥”AI数字人近乎百分百还原了刘强东的表情、姿态、手势、音色，与真人几乎无异。

今年以来，京东全面深化了AI技术在电商领域的应用，推出了包括“开店AI助手、AI工具免费生成图文、视频和直播以及AI客服”等在内的20余条创新举措；对发品环节中的AI算法能力进行升级，并优化了交互界面，推出了图片智能发品功能等。

阿里方面，淘宝天猫集团内部多个团队投入AI业务的探索实践中，并将AI技术广泛应用至多个业务场景。2024年3月，淘宝天猫集团自研大模型“淘宝星辰”正式上线，这也是淘天集团公开的首个自研大模型，主要提供商品文案编写、商品商家运营、商品数据分析、市场营销策略等经营场景下的智能服务，帮助商家降本增效；淘宝天猫集团旗下的1688面向产业带的源头厂商发布免费的“AI经营助理”，相当于平台给商家配备了一个数字员工团队，通过1688的AI技术，更好更快地理解买家需求，发现更有效的商机。

今年5月，抖音电商测试其首款面向消费者的AI电商服务“AI购物小助手”，该服务内嵌于抖音商城，允许用户通过点击“召唤助手”进入其界面。随后，“AI购物小助手”会根据用户的购买需求，整理并展示相应的商品，包括图文介绍和价格信息。

AI的迅速发展及成熟，正在悄然重塑电商行业的面貌。浙江大学中国数字经济研究院院长马述忠分析，未来平台和商家竞争的核心在于AI高效匹配能力，AI电商时代的数字供应链建设会加速到来。在技术推动下，未来无论线上线下，还是To B和To C，海外和国内的生意会越来越没有边界。

海银财富涉非法集资立案 实控人父子被刑事控制

(上接A1版)

另一位投资人告诉记者，除了高管失联外，昨天开始，持续在各个投资人微信群里宣传海银“化债”的人员也集体“噤声”了。

非法金融规模超700亿

2023年12月中旬，海银财富宣布全面停止兑付。这家驰骋市场超18年、位居行业前三的第三方财富公司一夜之间轰然崩盘。

2024年5月28日，证券时报刊发独家报道《海银700亿“资金池”调查》。记者历时超过2个月，分赴浙江、上海、山东、湖北等8省市实地调查，起底了海银财富总规模超700亿元的非法金融行为，海银财富的运作模式全面浮出水面。

在销售端，海银财富依靠分布于90多个城市的180多个线下财富中心，聚集了4万余名高净值人群。在募资环节，数十个空壳公司以独立第三方的面目出现，投资人的投资款打入这些公司的账户，并构筑出一个双层嵌套结构的庞大资金池；作为募资工具的理财产品，借道“伪金交所”登记备案，全数涉嫌非法金融。在投资环节，资金所投向的底层资产，与募集说明书宣称的严重不匹配，大部分资金去向不明。

据记者此前统计，海银财富存量理财产品发行时间基本在

2022年之后，涉及的发行人共计22家，发行的产品数量共计465只，总规模716.9亿元。

投资人密切关注调查进展

海银财富爆雷9个月以来，全国各地投资人通过不同渠道进行举报、申诉，积极提交证据，密切关注调查进展。

“立案的通告出来后，投资人都还挺开心的，等待这么久，总算是看到曙光了。”一位投资人看到立案信息后告诉记者，“过去几个月，我们多次与上海奉贤经侦沟通，也表达了我们的诉求，我们相信一定能对案件做出客观、准确的定性。”

该投资人告诉记者，根据其之前与经侦方面的沟通，上海奉贤经侦过去几个月一直在积极开展调查，经侦人员曾向她透露，案件涉及的资金规模可能更大。

一位来自江西的投资人告诉记者，投资人很关注调查进展，但个人的力量始终有限。“我们当地投资人都是各自报案，力量很分散。希望上海之外各省市的经侦也能够成立专班，代表我们本地投资人对接上海奉贤警方，传达我们的诉求，帮助我们及时获得一手信息。”

《警情通报》披露，为全面查清案情、全力追赃挽损，投资人可通过网上报案、电话报案、邮寄报案和实地报案四种形式进行报案。

斩获9亿元设备订单 奥特维主营业务持续放量

证券时报记者 叶玲玲

奥特维(688516)再获大额光伏设备订单。

9月11日晚间，奥特维发布公告，全资子公司无锡奥特维供应链管理有限公司(以下简称“供应链公司”)近日与海外某龙头光伏企业签订采购合同，将向后者销售单晶炉及配套辅助设备，合计销售额约9亿元。

按照约定，前述项目将在2024年12月开始交付，商品平均验收周期为6至9个月。奥特维表示，前述合同履行对2024年业绩影响存在不确定性，将对公司2025年经营业绩产生积极影响。

作为光伏、锂电、半导体封装等领域的“卖铲人”，奥特维主要光伏设备产品涵盖大尺寸超高速多主栅串焊机、大尺寸超高速硅片分选机、BC印刷胶设备、BC印刷线、丝网印刷线、光注入退火炉、低氧单晶炉等。其中，串焊机市场份额领先，已进入全球光伏组件前十厂商供应链，市占率超60%；大尺寸单晶炉产品2022年开始量产出货，目前处于快速上升期，2023年公司瓷机电低氧单晶炉获得天合光能超过18亿元订单，是年度最大金额的单一订单。

得益于市场需求增长及技术迭代，奥特维在手订单持续放量。今年1至6月，公司新签订单62.85亿元，同比增长8.74%。截至半年度末公司在手订单达143.41亿元，同比增长41.11%。

今年以来，奥特维多次公告获得大额设备订单。1月，公司与天合光能及其下属公司签订合同，向后者销售划一体机设备，合同金额合计约2.1亿元；同月，公司再获某光伏龙头企业划

一体机设备订单，合同金额为2.1亿元。

产能方面，奥特维在推进国内项目建设的基础上，积极布局海外生产基地和海外本土化服务中心。今年上半年，公司完成马来西亚子公司的设立，并开始建设高端装备海外产能。

值得一提的是，伴随着光伏OBV(无主栅)技术的推进，串焊机设备市场迎来新机遇。2023年，奥特维成功研发OBV串焊机，且在客户端获得较高的认可度。2024年6月，公司公告发文称已成功获得某龙头企业10+GW超高速OBV串焊机的大额采购订单。

公司表示，有信心在客户选择TOPCon或HJT作为主要技术路线进行OBV设备扩产时，继续保持较高的市占率。BC电池端的OBV设备目前仍在客户端验证的过程中，未来公司有信心在BC端设备的市场竞争中保持优势。

不过，在奥特维看来，新技术在客户端的导入速度主要取决于投资回报周期。目前导入OBV技术将有效缩短客户的投资回报周期，还有助于客户提高生产效率。预计未来客户采纳OBV技术的速度将会加快，从而推动OBV技术市场渗透率的提升。

近年来，奥特维业绩保持快速增长，2023年营收规模已超60亿元，净利润为12.56亿元。今年上半年，公司录得营收44.18亿元，同比增长75.48%；净利润7.69亿元，同比增长47.19%。

股东回报方面，奥特维已决定实施中期分红，向全体股东每10股派发现金红利8.6元，合计拟派发现金红利2.7亿元，约占半年度净利润的35%。



e公司
ESSEN.COM
上市公司资讯第一平台