20180409二'马'在中国线下市场的角逐

吃小龙虾的季节刚刚开始，有年轻人已经开始聚餐吃最新鲜的小龙虾，但他们并没有去饭店里吃，而是围坐在超市旁边的餐桌上，他们网上点了食物，在上海不管在任何时候3公里之内必定在30分钟内送达。阿里旗下的创新品牌“盒马鲜生”超市是一个连锁的高档超市，超市充满了阿里元素，最近阿里巴巴在10个城市开了40家盒马鲜生，并预计在下一年再开2000家。

线下的生意让电商们垂涎不已是因为85%的中国人依旧在线下消费，而且这些消费非常碎片化。五大超市集团控制了27%的生意，而在英国，该比例是78%。其他的市场则是由600万家独立的小商店占据，这些小商店的总盈利大概有1千亿人民币。

阿里希望将其线上的数据与零售通平台打通，通过该手段，商店的运营者可以通过阿里的平台订货，之后在阿里通过自身的运输系统集中运送，商店同时也能得到基于阿里的大数据分析的建议，阿里也能通过搜集来的数据得到更多贫穷地区的消费习惯，尤其是线下的消费习惯。

阿里在零售业的野性显而易见，4月2号以95亿美金的高价收购了饿了么，饿了么拥有中国700万的手机用户，根据马云的说法，并购之后饿了么的送餐人员还会增加300万，以增加“最后一公里”的送餐能力。

阿里收购饿了么是对腾讯的直接威胁，腾讯拥有最大的送餐公司美团-点评，这又是两大巨头的一场遭遇战。从2016年开始，这两家公司都花了100亿美金来攻占线下的大市场，去年阿里收购了中国最大的私有超市高鑫零售，并且考虑继续展开收购。腾讯则是通过京东来与阿里抗争，目前京东已经有18%的份额，去年京东宣布在未来的五年将开100万家便民店。

分析师认为，腾讯之后也会展开对移动支付的攻势，阿里的支付宝已经在线下攻占了太多的市场，比如盒马鲜生只能用支付宝支付。很多独立的零售商也选择站队，比如沃尔玛就选择了与京东合作，并且在中国的西部地区只支持微信支付。但中国的前十大超市中，仅有三家与马化腾有深度合作。

有分析认为，现在零售数量这么多，意味着线上的战争不会对其构成影响。但是中国没有任何公司能改变这两大巨头对中国消费者的影响，腾讯已经将微信整合成一个超级系统，在上面可以有10亿人同时订饭、打车及支付。京东也在为小商户运营一个平台。不管怎么说，这些巨头都是在冒险做实验以榨取更多的数据，尽管他们不运营任何实体的商店。