

饿了么、飞猪并入电商事业群 阿里巴巴加码“本地生活”

中经记者 李立 上海报道

“6·18”刚刚落幕，即时零售大战进一步升级。

6月23日一早，阿里巴巴集

团CEO吴泳铭发布全员邮件，宣布即日起，饿了么、飞猪并入阿里中国电商事业群。

《中国经营报》记者获悉，全员信语言精简，全文仅230

余字，却是阿里巴巴继2023年启动“1+6+N”组织架构调整以来，最新、反应最快速的架构调整。

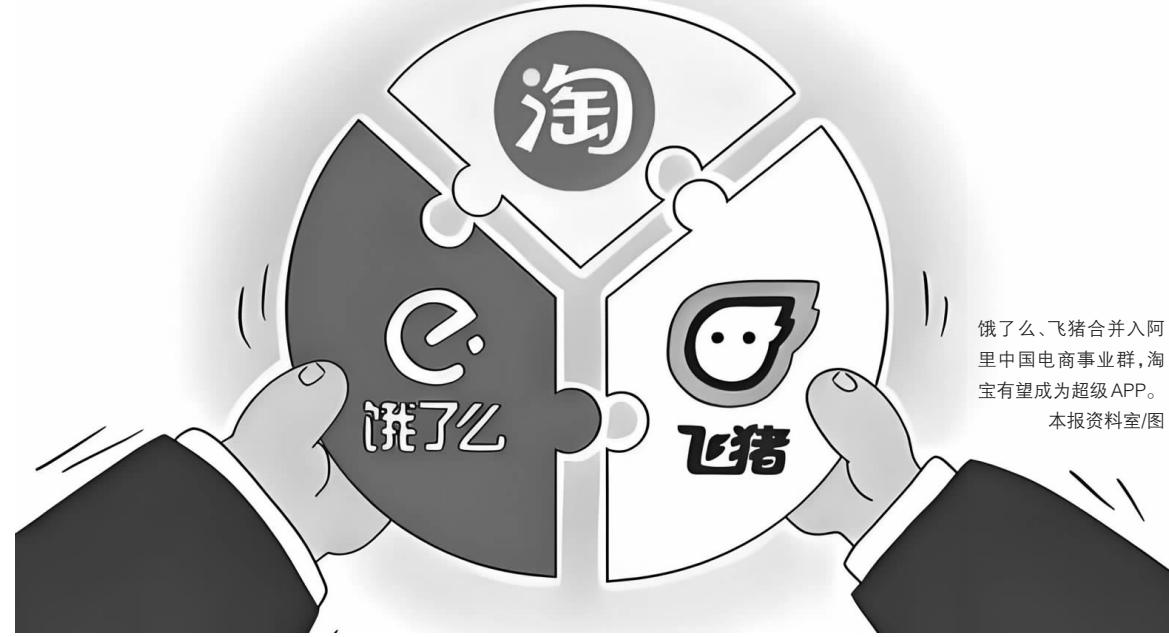
曝光内容显示：“范禹继续

担任饿了么董事长兼CEO，向蒋凡汇报。南天继续担任飞猪CEO，向蒋凡汇报。饿了么飞猪继续保持公司化管理模式，业务决策执行上与中国电商事业群

集中目标、统一作战。”

接近阿里巴巴的观察人士认为，这是阿里巴巴在即时零售大战中作出的快速反应。饿了么、飞猪并入阿里电商事业群，

将原有相对独立的业务，以淘宝为核心，再次集结到一起。组织架构变化之后，淘宝有望成为超级APP，与美团、京东正面决战本地生活。



“超级APP”现身

饿了么、飞猪并入电商事业群既是集中优势兵力作战的需要，也代表着阿里巴巴组织策略的根本调整。从各个业务相对独立发展，转向重新聚合，集中应对竞争。

根据全员信，此轮架构调整，饿了么、飞猪并入阿里中国电商事业群。

饿了么、飞猪并入电商事业群既是集中优势兵力作战的需要，也代表着阿里巴巴组织策略的根本调整。从各个业务相对独立发展，转向重新聚合，集中应对竞争。

2023年3月，阿里巴巴宣布启动“1+6+N”组织变革，在阿里巴巴集团之下，设立阿里云智能、淘宝天猫商业、本地生活、国际数字商业、菜鸟、大文娱六大业务集团和多家业务公司。

当时阿里巴巴似乎有意给予各个业务更多独立性，激发各自潜能，争取多赛道开花，反哺集团；随着经济形势与竞争格局变化，阿里巴巴进入不断调整期，聚合趋势越来越明显。

随着菜鸟、盒马先后暂停上市计划，阿里开始聚焦核心业务电商与AI。“2024年开始，公司内部已不再提‘1+6+N’架构。”阿里巴巴内部人士向记者证实。

今年5月10日，一年一度的阿里日前夕，有消息称马云将回归，阿里将重启大集团模式，当时阿里方面否认了相关消息。

“从最新架构调整看，阿里巴巴开始进入集合模式，集中优势兵力打战。”上述观察人士认为，饿了么、飞猪并入电商事业群，意味着和淘宝的结合会更紧密，共享流量资源，加大力度拓展闪购、在线旅行等业务。

更重要的是淘宝有望成为“超级APP”，从基本面看，淘宝拥有接近10亿名规模电商用户群，包括超过5000万名高消费群体88VIP会员，在此基础上探索更多业务。保证流量效率利用最大化，成为美团最不容忽视的对手。

不止于“即时零售”

飞猪、饿了么、淘宝在各自领域多年的能力和资源积淀，会师之后，将会发挥各自优势和长项，构建更加完整的大消费服务体系。

淘宝和饿了么、飞猪在一起，意在打赢眼下的即时零售大战吗？不止于此。

行业人士分析，过去两个月，淘宝闪购协同各方展现出的业务潜力，促使阿里进一步坚定了加大投入、整合资源的决心。

阿里巴巴方面表示，飞猪、饿了么、淘宝在各自领域多年的能力和资源积淀，会师之后，将会发挥各自优势和长项，构建更加完整的大消费服务体系。特别是即时零售领域，淘宝闪购与饿了么将加强协同，全面打通各项资源。

公开数据显示，5月2日淘宝闪购正式上线，不到一个月，日订单量即超4000万单。从订单结构来看，已向全品类大幅拓展，非茶饮占比达75%，非餐品类订单增长远超预期。在高速增长过程中，淘宝闪购保持高质量的履约水平，订单准时率达97%。这一表现背后，是阿里在仓配、运力以及商家生态上的长期深耕。

从京东到阿里，为什么电商平台闪电入局即时零售，思辨财经作者全志斌认为，主要有两个原因：第一，即时配送的运力储备完成；第二，更重要的是传统货架电商面临冲击，即时零售可

以拓展新的业务边界，标准化品类，比如3C。

但即时零售能否成功，取决于多个因素，首先看平台本身是不是超国民级应用，即看用户规模，以此摊薄配送成本，实现可持续增长；其次是用户需求多样化，即所谓的高频使用。

从目前的战局看，全志斌认为：“淘宝和美团是高频打高频，而京东处在补贴做用户规模的阶段，竞争短时会非常激烈。”

招商证券《即时零售行业报告》则指出，即时零售行业高速成长空间广阔，以“快”为核优势，相比电商满足消费者差异化价值创造增量市场，预计即时零售2030年将超过1.7万亿元规模。

目前平台模式下，美团闪购、京东秒送、饿了么&淘宝闪购三足鼎立。从竞争差异化看，招商方面认为，三大平台对即时零售业务定位具备差异性：美团新增长，京东为增量，阿里看协同。美团闪购在即时零售赛道整体竞争优势更强，即时零售对京东更多是增量业务价值。阿里巴巴方面，淘宝在闪购业务方面具有一定资源禀赋，但体量较电商主业占比小。

或许正是看到协同的能量，阿里从加入即时零售大战开始，就打出了“淘宝+饿了么”组合。阿里方面认为，淘宝闪购联动饿了么形成阿里即时零售一张大图，远场与近场电商的结合，让淘宝基于闪购业务形成了新的商业模式，也给淘宝天猫各核心品类的品牌商家带来了新的生意增长。

不过阿里巴巴观察人士认为，阿里聚合相关业务的野心并不止于即时零售，未来更大的战场在本地生活。

谈到调整初衷，吴泳铭在全员邮件中的看法多少印证了这种猜测。“这是我们从电商平台走向大消费平台的战略升级。未来，我们将更多从用户角度出发优化整合业务模式和组织形态，为用户创造更丰富优质的生活消费体验。”吴泳铭表示。

值得注意的是，多年深耕在线旅游的飞猪是不容忽视的变量。尤其京东日前高调宣布进入OTA酒旅市场。不过业内人士认为，京东此举更多意味在对齐，对携程、飞猪OTA巨头暂不构成威胁。

但阿里将飞猪再次与强电商业务做结合，意味着流量、资源共享，有可能与美团决战本地生活。

立讯精密拟接盘信濠光电亏损子公司

中经记者 陈佳岗 广州报道

信濠光电拟剥离光伏资产

果链巨头立讯精密(002475.SZ)或再度出手接盘！

近日，信濠光电(301051.SZ)披露公告称，公司拟向立讯精密转让全资子公司信光能源科技(安徽)有限公司(以下简称“安徽信光”)100%股权。

信濠光电是一家主要从事玻璃防护屏研发、生产和销售的企业，产品应用于智能手机、平板电脑、智能穿戴等领域，是京东方、天马微、三星显示、华星光电等面板厂的玻璃防护屏配套供应商，产品应用于vivo、OPPO、三星、华为、小米、荣耀、联想、传音等品牌。

据悉，信濠光电董事、第一大股东王雅媛的父亲王来胜是立讯精密实控人之一兼副董事长，为此，本次转让也构成关联交易。

《中国经营报》记者留意到，安徽信光现任法人刘月胜曾担任立讯精密旗下专注于光伏设备制造的新能源企业立讯新能源(安徽)有限公司法定代表人。信濠光电与立讯精密双方在采购和销售方面也存在一些业务往来，信濠光电2024年财报显示，其向立讯精密及其下属企业销售商品和提供劳务的金额为277.73万元；同时，信濠光电向立讯精密及其下属企业采购商品和接受劳务的金额为1176.11万元。

记者也就双方如何确保交易定价公允性采访信濠光电和立讯精密，截至发稿未获得回复。

安徽信光是信濠光电旗下光伏业务的主要子公司，主营光伏及储能逆变器、储能系统、智能接线盒和智慧能源管理系统，也是2023年5月安徽信光“跨界”光伏收购的子公司。

彼时公告显示，2023年1月至4月，安徽信光的净利润亏损839.66万元。信濠光电当时还表示，虽然收购安徽信光可以帮助公司快速进军智慧光伏、智慧能源等相关领域，进一步提高公司的整体竞争力，但若安徽信光持续处于亏损状态，将可能对公司的经营业绩造成一定不利影响。

而近两年，光伏行业寒意不减，不仅诸多跨界者纷纷终

止项目，一些龙头企业也陷入亏损。

收购才刚两年，信濠光电就选择将安徽信光出售。关于此次转让安徽信光100%股权，信濠光电在公告中称，有助于公司优化产业布局与资源配置，专注于玻璃防护屏业务，同步发展混合储能独立调频电站项目，进一步优化公司整体资源配置。

财报显示，信濠光电2024年实现营业收入16.87亿元，同比下降2.72%，归母净利润亏损3.53亿元，同比下降972.54%。信濠光电的营收来源主要分为电子元器件和光伏设备及元器件，其中，光伏设备及元器件行业2024年营收

1.05亿元，同比增长33.24%，营收占比6.20%，但也在拖累信濠光电整体盈利。

对于业绩亏损，信濠光电解释称，除了公司玻璃盖板业务板块主要新设子公司尚处在产能爬坡阶段，相关人力成本投入较大等原因。光伏设备及元器件业务板块整体产能规模阶段性超出市场需求，也导致价格竞争和产能过剩，海外库存不断增加，价格持续走低等影响净利润。而当时，信濠光电还称公司将积极应对外部市场环境的变化，加大国内外市场的拓展力度，提升生产经营效率，确保经营业绩实现持续稳步回升。



近年来，果链龙头立讯精密频频出手，稳步推进扩张。图为立讯精密总部。

公司官网/图

关键人物存关联

业内人士认为，当前光伏行业面临产能过剩和海外市场波动等现状，信濠光电也是基于市场困境而退出的。

而立讯精密为何要接手这一“包袱”？立讯精密此次收购计划是否考虑到行业情况及风险挑战？记者就此也采访了立讯精密方面，截至发稿未获得回复。

不过也有接近信濠光电的知情人士表示，立讯精密本身也有在

布局光伏相关业务，目前光伏行业整体产能过剩，信濠光电也遇到一些阻碍，不想与立讯精密成为竞争对手。

该知情人士还表示，尽管当前光伏行业面临诸多挑战，但立讯精密公司整体规模还是比信濠光电要大得多，立讯精密制造业水平更强，接手后能更好发展该业务。

记者留意到，早在2022年4月，立讯精密就斥资1.8亿元在安

徽滁州成立了全资子公司“立讯新能源(安徽)有限公司”，当时法定代表人为刘月胜。该公司经营范围明确包含光伏设备及元器件制造、电力电子元器件制造、变压器及电感器制造等。

值得留意的是，天眼查信息显示，刘月胜在2023年5月12日卸任立讯新能源(安徽)有限公司法人，同日，开始转任安徽信光代表人。

一位光伏储能市场观察人士对记者分析，近两年光伏、储能市场出现了供需错配的压力，市场竞争加剧。另外，2025年6月开始电力市场化政策实施，叠加近两年一直存在的消纳(将新能源如风能、光能等新能源所发出的电消化完)政策影响，国内分布式市场需求受到较大影响，因而预计整体光伏市场增长放缓，影响或持续1—2年。近两年，逆变器厂商还受到欧洲高

库存压力的影响，企业业绩增长承压。立讯精密加码光伏业务，也将面临市场需求与竞争压力带来的挑战。

上述光伏储能市场观察人士还分析，信濠光电计划仍保留发展混合储能独立调频电站项目，也不可忽视储能市场的竞争激烈、电力市场化政策带来的消极影响，但部分地区可能影响也较小。

两家公司关系匪浅

事实上，这也不是立讯精密第一次接盘信濠光电旗下资产了。同时，立讯精密与信濠光电的关系也匪浅。

2024年，信濠光电就曾以5247万元将信濠光电(东莞)有限公司(以下简称“信濠光电东莞”)100%股权转让给立讯精密子公司东莞立讯精密工业有限公司。截至信濠光电2024年年报披露日，股权转让手续已交割完毕。

信濠光电东莞主营光电产品、触摸屏、玻璃镜片、特种玻璃制品、指纹识别模组的研发、生产及销售，其业绩表现也不好，此前公告显示，2023年及2024年前7个月，该公司的营业收入均为0元，净利润分别亏损141.80万元、亏损90.92万元。

再早之前的2021年12月，信濠光电全资子公司信濠科技(广东)有限公司曾与立讯精密子公司

立铠精密科技(盐城)有限公司合资成立濠光电科技(南通)有限公司共同开发笔记本电脑客户。

在股东层、高管层面，信濠光电的多名核心人员曾来自立讯精密。王雅媛不仅是立讯精密实控人之一兼副董事长王来胜之女，其还曾于2016年6月至2023年1月在立讯精密任职，2019年12月至今任信濠光电董事。截至2025年第

一季度末，王雅媛也是信濠光电的第一大股东，直接持有信濠光电22.34%的股份。

资料显示，信濠光电董事长、总经理白如敬，2008年加入立讯精密，在2013年8月至2022年12月先后任职立讯精密董事、立讯精密策略采购中心副总，2022年12月加入信濠光电，2023年2月至今任信濠光电董事长、总经理。

信濠光电董事会秘书兼副总经理的周旋也曾在2008年3月至2017年2月担任立讯精密管部副经理、人资处主管、行政处主管。信濠光电当前的财务负责人张寅在2008年10月至2023年12月期间也先后担任过立讯精密会计职务、立讯精密全资子公司亳州联滔电子会计主管职务、立讯精密工业(滁州)有限公司会计副经理、经理职务。