

IRESEARCH CONSULTING GROUP



互联网三大公司（BTA）O2O布局研究报告
2013年1月

前言

O2O (Online to Offline) 的概念自2010年底进入中国来引起了业界的广泛讨论，其广阔的前景为各方所看好，O2O行业也被普遍认为是下一个亿万元规模的市场。

目前，O2O主要有两种解释：一是Online to Offline（线上到线下）。典型应用场景有：用户在线上购买或预定服务，然后再到线下商户实地享受服务（目前这种业务在国内开展的最为广泛）；或用户在线上购买或预定商品，然后再到线下的实体店取货或体验；二是Offline to Online（线下到线上）。应用场景有：用户通过线下实体店体验并选好商品，然后通过线上下单来预定商品。

本报告主要展示百度、腾讯、阿里巴巴三家互联网公司在O2O领域的业务布局情况，从这三家互联网公司的角度来观察目前中国O2O行业的发展现状。而这三家互联网公司对O2O业务的布局也必将促进O2O领域的发展。

行业发展 背景、现状及 机遇

O2O概念是伴随着2010年中国团购市场的兴起而逐渐成为热门话题的，而团购也第一次大规模地教育了线下的本地生活服务商户，促进了O2O市场的快速发展。

O2O市场目前还处于发展的初期阶段，虽然百度、腾讯、阿里巴巴三大互联网公司早在O2O概念出现便分别推出了各自的生活服务类网站或者产品，但是并未将发展O2O或者本地生活服务业务上升到战略高度。而随着O2O概念的兴起，三大互联网公司开始加大发展O2O业务的力度。

三大互联网公司发展O2O业务的方式包括投资并购、独立发展以及合资成立新公司。其中以投资并购与独立发展为主，合资成立新公司的案例较少。

目前，O2O行业拥有良好的发展机遇：1) 美国多家O2O企业成功上市及国内O2O企业TTG在澳大利亚上市，为中国O2O市场起到了极好的借鉴作用，并给予了行业参与者及投资者对行业前景的信心；2) 国家对于服务业的扶持为O2O行业的发展提供了良好的政策基础；3) 中国互联网对于实体经济的影响与渗透不断加深，而O2O具有连接线上线下的天然特征，将成为互联网渗透实体经济的下一个重点。

百度O2O 业务发展历程



2008



2008年上线。

2009.8



2009年8月，与新京报合资组建北京本地生活服务平台京探网。

2010.10



2010年10月，推出有啊生活频道Beta版。2011年4月，推出有啊生活平台。

2010.11



2010年11月，推出百度身边。

2011.12



2011年12月，百度有啊分拆运营并更名为爱乐活。2012年3月12日，爱乐活新版上线，原有啊平台的本地商户信息被整合入爱乐活。

2012.9



2012年9月，百度地图向本地生活服务转型。

2012.
10

2012年10月，百度分拆地图业务，成立LBS事业部。



百度不断探索 O2O业务 发展模式， 地图是发展核心

目前百度主要拥有的O2O业务主要包括生活服务平台百度身边、爱乐活以及重量级产品百度地图。

2012年10月，百度分拆地图业务，成立**LBS事业部**，该事业部全面负责百度地图PC和移动互联网端的技术研发、产品升级、商业拓展等相关业务。艾瑞咨询认为，这表明百度已将发展O2O业务提高到战略层面，而地图将是未来百度O2O业务发展的核心产品。

艾瑞咨询同时认为，百度地图之所以成为百度发展O2O业务的重心，一方面是由于百度地图自身的用户量优势，另一方面是地图已经成为移动端的重要工具，并且其具有连接用户与线下商户的特性。

腾讯O2O 业务发展历程

2008



2008年上线QQ电影票，目前其域名直接链接至QQ票务的电影频道。

2009.1



2009年1月，腾讯投资本地生活服务网站爱帮网。

2010.9



2010年9月，搜搜地图Beta版上线。

2010.10



2010年10月，推出QQ美食，目前已经被整合入腾讯微生活 (life.qq.com)。

2011



2011年先后投资团购网站高朋网和F团。2012年8月高朋网与F团合并。

2011.11



2011年11月，微信iPhone3.5内测版发布，新增微信二维码功能。

2012.5



2012年5月，腾讯微生活上线，将QQ团购、QQ票务、QQ美食等资源加入关联。

2012.6



2012年6月，微信推出“微生活”会员卡。

2012.11



2012年11月，收购餐饮CRM企业通卡。

2012.12



2012年12月，微信联合高朋网推出微团购，并实现在线支付。未来还将逐步和财付通全面打通。

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理所得。

腾讯O2O
业务布局广泛，
微信将成为O2O
业务发展
重点产品

Tencent 腾讯



腾讯的O2O业务经过四年的发展，通过投资并购、自主发展并重，逐步发展形成了以高朋网与QQ团购为载体的团购业务、以腾讯微生活、QQ票务等为载体的生活服务平台、以及soso地图、微信、财付通等重要产品。

2012年6月，微信推出“微生活”会员卡，用户用手机扫描商家的二维码即可获得一张存储于微信中的电子会员卡，并能享受商家提供的会员折扣和服务。未来通过与财付通打通，即可实现O2O闭环。

艾瑞咨询认为，腾讯通过推出微信“微生活”会员卡、收购通卡，有利于拓展其线下商户资源及提升其线下能力。未来微信将成为腾讯发展O2O业务的核心平台与产品。

阿里巴巴
O2O
业务发展历程

- 2006.10**  **淘宝生活**  2006年10月，收购生活服务网站口碑网。2011年并入淘宝本地生活。
koubei.com life.taobao.com
- 2010.9**  **聚划算** 2010年9月，旗下团购网站聚划算上线。
- 2011.7**  **美团**  2011年7月，投资团购网站美团网。
每天团购一次 meituan.com
- 2012.7&8**  **支付宝** 2012年7月，支付宝、聚划算、分众传媒三方合作；同年8月，支付宝与上品折扣达成合作，用户可通过手机支付宝拍摄二维码在分众显示屏上和上品折扣商场进行购物。
- 2012.10**  2012年10月，一淘网推出比价工具“一淘火眼”。
- 2012.10**  **淘宝生活**   2012年10月，淘宝本地生活推出地图搜索。
life.taobao.com
- 2012.11**  **丁丁网** 2012年11月，投资本地生活搜索网站丁丁网。
www.ddmap.com
- 2012.12**  **支付宝** 2012年12月，新版支付宝APP“卡宝”推出。新版加入了卡券，即电子凭证管理功能。同时将扫码功能移到了应用第一页，并新增了找优惠、声波支付功能。

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理所得。



阿里集团加速 O2O布局，支付 宝助力形成产业 闭环

阿里集团是BTA中最早涉足O2O业务的公司，2012年，阿里加速其O2O布局。目前阿里拥有淘宝本地生活平台、团购网站聚划算（战略投资美团网）、及拥有“一淘火眼”的一淘网、支付宝、淘宝地图等O2O关联工具。同时，通过投资丁丁网，可将丁丁网在商户与优惠券方面的资源同阿里原有业务线形成互补。

2012年，支付宝分别与分众传媒、上品折扣进行合作，并推出新版APP，都意在拓展线下业务。

艾瑞咨询认为，目前阿里集团发展O2O业务的主要产品是前端的淘宝本地生活和聚划算，以及后端的支付宝。但是支付宝不仅仅是起到支付工具的功能，其还有拓展线下商户资源、打造O2O产业闭环的重要作用。

三大互联网公司 O2O布局 核心各异

三大互联网公司在O2O领域布局各有侧重：

- ✓ 百度成立LBS事业部后，百度地图将成为百度发展O2O业务的核心产品；
- ✓ 腾讯拓展O2O业务的重要手段则是依托微信（包括微信二维码）提升线下能力，并通过与财付通打通实现闭环；
- ✓ 阿里布局O2O领域最重要的筹码是前端的淘宝本地生活与聚划算、后端的支付宝。而支付宝的作用不只是支付工具，而且具有连接线下商户与移动终端、拓展线下资源的重要作用。

	百度	腾讯	阿里巴巴
本地生活服务平台	百度身边、爱乐活	腾讯微生活、QQ票务	淘宝本地生活、口碑网
团购	——	高朋网、QQ团购	聚划算、美团网
地图入口	百度地图	搜搜地图	淘宝地图
线下与移动终端对接工具	——	微信+微信二维码	支付宝APP
支付工具	百付宝	财付通	支付宝
在线交易预定	爱乐活	QQ票务、QQ团购、微信	聚划算、淘宝本地生活
投资布局	爱乐活、京探网	高朋网、爱帮网	美团网、丁丁网
后台系统	——	通卡、微信	——

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理所得。

O2O业务 竞争焦点： 线下商户资源与 移动端入口

艾瑞咨询认为未来O2O行业的发展，关键在于线下商户资源的拓展与整合，以及移动端用户入口的搭建。



- ✓ **百度**：百度地图是百度整合及拓展线下商户资源的最主要产品及平台。
- ✓ **腾讯**：微信是腾讯拓展线下商户资源的重要工具，通过收购通卡，也有利于腾讯增强线下技术及能力。
- ✓ **阿里巴巴**：阿里旗下的淘宝本地生活与聚划算汇聚了大量的线下商户，而支付宝也将在拓展线下商户资源方面扮演越来越重要的角色。



- ✓ **百度**：百度地图客户端是百度发展O2O业务的最主要移动端用户入口。
- ✓ **腾讯**：微信是腾讯发展O2O业务的重要移动端用户入口。
- ✓ **阿里巴巴**：淘宝本地生活、聚划算客户端是阿里O2O业务的主要移动端用户入口，而未来支付宝客户端也将扮演O2O业务移动端用户入口的角色。

艾瑞咨询同时认为，三大互联网公司发展O2O业务的思路共同点在于：均以建立“开放平台”为主线，吸引线下商户及O2O企业入驻。三大互联网公司加大O2O业务的发展力度，将促进行业整体更快发展，并为行业其他参与者创造更大的发展机遇。

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理所得。

选择艾瑞 选择可以信任的合作伙伴

iResearch

艾瑞咨询集团

10

艾瑞十年
2002-2012