

# 时隔13年,京东与支付宝再度牵手 互联网大厂缘何频频“拆墙”互通

■中国城市报记者 郑新钰

“在京东商城购物可用支付宝付款了。”10月30日,有消费者发现,京东商城已开通支付宝付款,与京东支付、微信支付和云闪付并列,还可使用余额宝等工具。

11月1日,京东方面向中国城市报记者证实了该消息:“此次京东接入支付宝支付,能够为消费者提供更多支付选择,帮助商家降本提效,打造‘又便宜又好’的购物体验。”

支付宝方面也表示将持续加大开放力度,与不同平台之间探索互联互通模式,深化合作,为广大商家和消费者创造更大价值。

中国城市报记者注意到,此前,淘宝天猫也发布公告称,为提升消费者购物体验,淘宝计划新增微信支付能力,并于意见征集结束后进行平台规则调整。

互联网大厂几度“拆墙”,破冰牵手,原因何在?

## 破冰有迹可循

这次牵手之所以引发众多关注,是因为作为中国头部互联网企业,京东和支付宝都拥有庞大的用户群体和丰富的商品资源。在此以前,两家各自

为战多年。

时间倒回至2011年,京东、支付宝宣布合作到期。当时,京东集团创始人刘强东透露,停止合作与京东、淘宝的竞争无关,而是支付宝的费率太高,集团每年都要为支付宝的费率多支付500万—600万元。

彼时,刘强东还表示,京东物流约80%都是到付,少部分在线支付可以使用银联完成,停止与支付宝合作不会带来影响。

2012年,京东便通过全资收购网银在线,正式获得了第三方支付牌照,并上线了自有支付品牌——京东支付。此后,其也是在极力主推自有支付方式。

本次京东接入支付宝,也是支付宝、京东两家公司时隔13年后的再度牵手合作。

事实上,两家破冰也有迹可循。今年7月,支付宝与京东买药就在北京等地展开了医保支付线上购药服务合作。此前,京东快递、京东到家、京东京造等业务也开通了官方小程序,在支付宝上开展运营。

需要指出的是,截至中国城市报记者发稿前,只有部分用户能在京东商城购物结算时看到支付宝选项。对此,京东方面表示,目前是逐步接入。

近年来,京东在打造开放生态方面动作频频:京东零售持续引入POP商家,实现与自营平权;京东物流对外开放服务,已有70%营收来自体系外客户,不久前还接入了淘宝天猫;京东科技对外输出数智供应链技术,赋能产业伙伴;京东金融实现了京东支付与微信支付互联互通。“未来,京东还将继续加强生态开放合作。”京东相关负责人表示。

## 隔阂融化有积极意义

接受中国城市报记者采访的分析人士表示,此次两家企业牵手,说明各个电商的生态更加开放。这次互联互通能让支付宝从京东商城获得更多的收入。

网经社电子商务研究中心特约研究员陈虎东向中国城市报记者表示,鉴于目前的消费环境,开放各自比较擅长的板块,有可能让电商之间都能获得好处;相反,如果还是像以前各自为战的话,单独获利的难度则会加大。

“生态的开放取决于消费者的消费状况。消费状况发生变动,尤其是消费不振的情况下,平台都会成为朋友。所以这也从消费市场侧反映出了一些问题,那就是通过合作,大家

如何发挥各自的优势,共同服务消费者?显然在当前的状况下,各自坚守城池与消费市场发展情况不相适应了。”陈虎东说。

值得注意的是,采访中,中国城市报记者发现,当前支付市场呈现多元化格局。消费者手中普遍拥有多种支付手段,诸如微信支付、银联云闪付等,并且早已完成相关的开通与绑定流程。

而多数人已经形成了较为固定的支付习惯。在京东购物的消费者可能长期习惯使用京东支付或者微信支付;而在支付宝覆盖的众多线上线下场景中,用户也有自己偏好的支付方式。

因此,也有声音认为,此次京东和支付宝取消支付壁垒,在实际消费层面,消费者的体验变化并不显著。

“如果真的是出于各自企业利益的考虑,或者用户体验的考虑,京东和支付宝应该早就争相开放、握手言和了。但二者时隔13年才再度牵手,或许是政策‘倒逼’下的迫不得已。”网经社电子商务研究中心主任曹磊向中国城市报记者表示,所以目前的开放是有限的、局部的开放,比如说会拿一些非主要的、舆论压力大的、用户关注度高的平台和产品进行

开放。

## 使市场资源配置利用更合理

值得一提的是,除了京东接入支付宝外,淘宝已与微信支付互通,京东物流全面接入淘宝天猫平台,抖音与淘宝天猫双方平台打通经营数据,阿里妈妈与腾讯广告进一步深化合作,美团外卖和美团酒店等核心业务亦同步上线支付宝小程序。

与此同时,哔哩哔哩(B站)也分别与淘宝和京东建立了“星火计划”“京火计划”等;百度联合美团、小红书、顺丰、携程、知乎、同程、猫眼、58同城等10余家企业,宣布开启互联互通深度合作。

互联网行业巨头频频“拆墙”的背后,有一个关键词——反垄断。

2021年9月,工业和信息化部有关业务部门召开“屏蔽网址链接问题行政指导会”,提出3点合规标准,要求各平台必须按标准解除屏蔽;到时间仍存在问题的,工业和信息化部将直接启动处置措施,不再约谈。

2022年8月1日,新反垄断法施行,这对互联网大厂间的互联互通产生了推动作用。

长期关注电商领域的分析人士陈礼腾向中国城市报记者表示,近年来,国家层面对于互联网平台间开放性的要求不断加强,支付领域的互联互通已成为大势所趋。巨头之间的加速互通,将打破原有的市场壁垒,使得更多的竞争者能够进入市场,促进市场资源的合理配置和有效利用。

百联咨询创始人庄帅认为,大厂之间已经处于存量市场的竞争阶段,各自都有着追求新增长和提升盈利能力的诉求。不一味竞争,而是借助对方的优势和力量互补发展才是正确的思路。

## 2024北京国际钱币博览会举行

日前,2024北京国际钱币博览会在国家会议中心举行。本届展会共有292家国内外参展商携各国精品钱币参展,为广大集藏爱好者奉上一场收藏盛宴。

中国城市报记者 全亚军摄



## 复制推广制度创新成果

■中国城市报记者 郑新钰

近期,国务院印发了《关于做好自由贸易试验区对接国际高标准推进制度型开放试点措施复制推广工作的通知》(以下简称《通知》)。日前,在商务部举行的专题新闻发布会上,商务部自贸区港司副司长马成芳表示,将取得积极成效的试点措施向更大范围复制推广,开展迭代试验或固化制度成果。

去年6月,《关于在有条件的自由贸易试验区和自由贸易港试点对接国际高标准推进制度型开放的若干措施》印发,并率先在上海、广东、天津、福建、北京5个自贸试验区和海南自由贸易港开展了试点。

马成芳表示,经过一年多的先行先试,试点措施已全面落实。试点地区开展了一批首创性、引领性的制度创新,形成了一批先进经验和典型做法,为稳

步扩大制度型开放探索了实施路径,为加入国际高水平经贸协议提供了实践支撑,为向更大范围复制推广打下了试验基础。

“此次复制推广的试点措施涵盖货物贸易、服务贸易、人员入境、数字贸易、营商环境、风险防控等6个方面。”马成芳说,其中,17条措施复制推广至全部自贸试验区,包括开展重点行业再制造产品进口试点,对进口信息技术设备产品

符合的相关标准实施供方自我声明,允许外资金金融机构开展与中资金融机构同类的新金融服务,建立健全境外专业人员能力评价评估程序,允许外资企业内部调动专家的随行配偶和家属享有与该专家相同的停留居留期限,完善政府采购单一来源方式成交结果公告内容等。另外,还有13条措施复制推广至全国,包括不因原产地证书存在微小差错而拒绝给予

优惠关税待遇,预裁定有效期届满前从速对展期申请作出决定,允许进口标签中标注特定形容词的葡萄酒等。

据悉,接下来商务部将抓好细化落实,会同有关部门积极支持各地落实好主体责任,细化分解任务,制定实施方案,加快推进实施各项复制推广工作任务;对确需制定具体意见、办法、细则、方案的,将在一年内完成。

## 为扩大制度型开放探索“自贸方案”