

浪子回头

蒋凡
回归阿里权力中心

蒋凡

小孙
重回东方甄选直播

孙东旭

39岁的蒋凡，回归阿里权力中心，接下电商一号位。11月21日，阿里宣布，成立电商事业群，全面整合电商业务，任命蒋凡担任CEO。

公告寥寥几句，信息量大。新的电商事业群，囊括淘宝天猫集团、国际数字商业集团以及1688、闲鱼等业务，年收入超5000亿元，可以说是阿里帝国的命脉。

集结电商资产和全部人马，统归蒋凡指挥，向阿里巴巴集团CEO吴泳铭汇报。

“有朋友说我是王者归来，我不是王者，我就是小孙同学。”11月25日，在东方甄选直播间中，孙东旭如此说。

近日，孙东旭时隔一年后回归东方甄选直播间。随后，东方甄选官方账号发文感叹：“回来了，都回来了！”在过去一年中，东方甄选的直播策略和产品线都经历了重要的优化和变化，他们不约而同期待着小孙的回归能给直播间带来新的活力。

能征善战

蒋凡的回归，早有征兆。去年，他重新成为阿里合伙人，还以国际数字商业集团CEO的身份，出现在阿里财报电话会上。这被视为他即将重回权力中心的信号。

国内电商业务，缺乏一位有经验的人带队，可能让阿里下了决心。独立TMT分析师付亮分析，新任淘天管理层，电商经验有所欠缺，磨合期长，从过去几个月的表现看，结果不够理想。

据报道，选择蒋凡，是吴泳铭和阿里创始人主动做出的决定。在李成东看来，这也说明阿里已“无人可用”。

蒋凡过往的辉煌战绩，让其回归水到渠成。“蒋凡掌管过国内电商和国际电商业务，都取得了不错的成绩，同时创新突破能力突出，非常懂技术、业务和供应链。”

易观分析研究合伙人陈涛分析，在阿里内部，同时具备这些条件的，可能只有蒋凡。“他是一个实战型人才。统管国内电商时，将淘宝从PC时代带领到无线时代。转战海外后，他带队把一个边缘业务培育成阿里第二大业务。”

蒋凡接手前，海外业务表现并不突出。他梳理业务，调整Lazada管理架构，实施因地制宜策略，将速卖通转向“平台+全托管”模式，降低跨境贸易的门槛等。

2021财年，阿里国际业务收入仅为488.5亿元，在阿里占比为7%。

今年7至9月，阿里国际业务营收316.7亿元，规模仅次于淘天，占比提升至13%，为阿里系增速最快的业务。不过，该业务仍处于亏损，季度亏损29亿元。

“一号位总管一切，是现在的一种趋势，比如特斯拉的马斯克、英伟达的黄仁勋。”人力资源专家、珂帆咨询公司创始人范珂表示，如果这个高管了解业务细节，经验丰富，就可以运用影响力快速推进变革，高效执行。

攻守均难

上任之后，蒋凡的关键任务是帮阿里电商守住江山。

这几年，在拼多多、抖音电商围攻之下，阿里电商承受巨大压力。

高盛报告显示，2019年至2023年，淘天的市场份额，由66%降至45%。去年11月，拼多多市值一度超过阿里。

核心业务指标上，第三季度，淘天收入约990亿元，只增长1%，在阿里各业务线中，增速倒数第二。利润（未扣除利息、所得税）同比下降约5%，跌幅扩大。

进入低速增长长期前，淘天一号位，经

历两次更迭。2021年，分管淘宝7年的蒋凡，卷入桃色风波，被调任海外电商板块，戴珊统管淘天。

去年，吴泳铭接替戴珊，兼任淘天集团CEO。

沿着马云提出的“回归淘宝、回归用户、回归互联网”的思路，吴泳铭指出，淘天要做战略取舍，回归电商本质的能力建设，提升产品、供给、服务的综合体验。

去年底，吴泳铭任命6位年轻管理者，分别带领淘天集团各关键业务。

做一系列加减法，吴泳铭稳住了淘天的局面。易观的数据显示，“618”“双11”期间，淘天GMV实现久违的两位数增长。

强敌环伺，吴泳铭想要进一步突破非常难。其本人统管集团，又有阿里云兼职，分身乏术，或许这是其调整人事的重要考量。

李成东分析，当前，蒋凡接手，主要面临两个挑战：一是国内电商增速放缓，慢慢接近天花板；二是拼多多、抖音、快手已经改变了用户的消费习惯，淘天难以夺回过去流失的用户。

加速融合

接下来，换蒋凡操作方向盘，他将如何变阵？

整合国内外电商，是一步重棋。“中国和全球的电商业态，进入新时代，全球化的供应链能力、履约能力与消费者服务能力，将决定未来的竞争格局。”

吴泳铭在内部信中指出，阿里电商事业群，将服务好国内和全球消费者，帮助更多中小企业拓展国内及海外市场。

重视融合，早有迹象。今年一季度，吴泳铭与蒋凡等高管，就淘天的未来进行了多次沟通，一致认同“业务协同、拉齐为关键方向”的打通思路。7月开始，阿里已在推动电商的融合，包括淘宝从服饰出海到全行业出海、香港包邮计划等。

付亮分析称，这轮新调整，阿里希望做两件事：一是全球采购服务国内市场，与对手形成差异化竞争优势；二是1688、淘天集团，助力国际业务扩展。

“蒋凡掌管国内、国际两大板块，肯定会在融合方面下更多功夫。比如内部人员流动性，接下来可能会提升。”陈涛表达了类似的观点。

蒋凡也将加大对AI的投入。在第三季度财报会议上，他提及国际业务增长的一大驱动力，就是技术创新，推动AI在各个业务中的应用。

能征善战的蒋凡，再次扛起阿里电商的大旗。等待他的，是一场硬仗。

据21经济网

被罢免的344天

11月24日，一度饱受争议的“东方小孙”又回来了。在当天的东方甄选直播间里，他与另一位主播一起在仓库打包货物，而此时距他被罢免已有344天。

孙东旭曾在东方甄选担任CEO。在他领导下，东方甄选实现了业务的快速增长，股价也从2022年5月的3块多港元，最高涨至75港元。然而，随着“小作文”风波的爆发，孙东旭和东方甄选都遭遇了前所未有的挑战。

这场风波不仅令孙东旭个人名声受损，同时也引发东方甄选股价震动，社交媒体掉粉几十万。2023年12月11日至15日，东方甄选港股股价累计下跌超过20%。

面对舆论的压力和公司声誉，2023年12月16日，东方甄选通过官方账号宣布，免去孙东旭东方甄选执行董事、CEO职务，董事长俞敏洪兼任东方甄选CEO职务。随后，东方甄选亦在港交所发布公告，2023年12月22日，孙东旭已辞任公司非执行董事一职，即时生效。

2023年12月23日，俞敏洪在抖音评论区透露，东方小孙不会离开东方甄选。俞敏洪表示：“大家放心，东方小孙不会离开东方甄选，我会努力守护爱护好东方甄选的每一位孩子。”

今年1月初，东方甄选“小作文”风波后，孙东旭曾现身东方甄选直播间带货。他表示，自己目前在公司的定位就是做些力所能及的事情，是一个兼职主播。不再做公司管理工作后时间很充裕，可以精心准备直播内容。

近期业绩不佳

孙东旭为何突然选择复出？业内猜测可能与东方甄选近期的业绩不佳有关。

在董宇辉离开后，东方甄选的业绩受到了一定影响，尤其是在直播电商业务方面。

根据新东方在2024年10月底公布的2025财年第一季度（2024年6月1日至8月31日）的财报，东方甄选的自营产品及直播电商业务产生了经营亏损。具体来看，该季度东方甄选的净营收为14.35亿美元，同比增长30.5%，但不包括东方甄选自营产品及直播电商业务的营收为12.78亿美元，同比增长33.5%。这表明，除去东方甄选自营产品及直播电商业务后，新东方的其他业务部分增长势头依然强劲。

对比2024财年（2023年6月1日

至2024年5月31日）的数据，东方甄选总营收约70.7亿元，同比增长56.8%，经调整净利润达21.8亿元，同比增长100%（其中包含出售教育业务的税后处置收益13亿元）。在董宇辉尚未离职时，他在直播业务中贡献了亮眼的销售业绩，对东方甄选的业绩增长起到了重要作用。

重回直播的背后

公开资料显示，孙东旭是新东方高层里少有的技术背景出身，追随俞敏洪16年的高管，其担任新东方在线联席CEO时仅33岁。

2021年，培训行业巨变。刚开始转型做直播，孙东旭一头雾水。在做东方甄选前，孙东旭没有在直播间买过东西。供应链、电商、物流、农产品知识等，全部是孙东旭的陌生领域。为此，孙东旭只能重新学习，并总结出了自己的经营之道：东方甄选左手是农业科技产品，右手是文化传播公司。

在董宇辉爆火后，孙东旭曾表示，董宇辉只是率先破圈，进而引起了大家对东方甄选的注意，然后再关注到其他主播、直播间调性、货品、团队的搭配和组合，最后让大家真正留在直播间。

孙东旭被罢免7个多月后，主播董宇辉正式离开东方甄选。东方甄选同时出售与辉同行100%股权予董宇辉。如今，董宇辉带着与辉同行自立门户，直播事业依然风风火火；孙东旭被罢免后，沉寂了近一年，如今又重回东方甄选直播间。

11月19日，董宇辉的与辉同行（北京）科技有限公司宣布，其已成功取得MCN资质许可证。在独立发展的这几个月里，与辉同行公司规模、运作体系与团队都在逐渐完善壮大，仅从粉丝体量与直播账号排名来看，其与东方甄选的差距已越来越小，甚至有反超之势。

数据显示：截至11月25日，东方甄选总粉丝数为2929万，与辉同行则为2504万。东方甄选在近一个月掉粉超过11万，场均直播销售额为500万元至750万元。而与辉同行，在近一个月涨粉超过50万，场均直播销售额为1000万元到2500万元。

尽管从发展路径来看，二者在商业模式上试图走出差异化，与辉同行逐步靠近MCN机构，俞敏洪则不愿走传统的MCN机构模式路线，提出打造“线上山姆”，业内人士认为，两家公司之后的直接竞争和交集会越来越小。但目前来看，二者在电商直播生态中的对立和竞争仍无法避免，东方甄选此时需要的也不仅仅是重新露脸直播间的孙东旭。

据北京商报