

近期互联网巨头独立融资、分拆上市动作频频，大有你追我赶的势头。

就在日前，有传闻称阿里旗下物流业务“旗舰”菜鸟计划在香港上市，最早可能在年底完成，并称菜鸟估值超过200亿美元（1570亿港元）。菜鸟回应称，目前尚无明确规划和时间表。紧随其后，京东集团官也宣分拆京东产发和京东工业上市。

但细心观察可以发现，与京东早已分拆出数家上市实体不同，菜鸟是此次阿里组织变革后第一个传出要上市的业务集团。

这源自阿里早前宣布启动“1+6+N”组织变革。阿里巴巴集团董事会主席张勇28日发布全员信，在阿里巴巴集团之下，将设立阿里云智能、淘宝天猫商业、本地生活、菜鸟、国际数字商业、大文娱等六大业务集团和多家业务公司。张勇表示，具备条件的业务集团和公司，未来都将有独立融资和上市的可能性。

这也是拥有25年历史、市值2500亿美元的阿里巴巴，历史上最大的变化，而菜鸟或成为六大集团首家被传独立上市的业务。

外界对“菜鸟”的印象，部分停留在“平台”，部分停留在“菜鸟驿站”和“菜鸟直送”的快递层面。但实际上，在C端消费者的感知背后，即将迎来10周年的菜鸟有其更加丰富的B面。

近10年以来，菜鸟坚持专注差异化物流能力建设，做“难而正确的事”，扎实做强国内供应链和国际快递。上市传闻背后，其被全球商家和机构所青睐的另一面强大物流能力正在浮出水面，菜鸟正在走向资本市场。

菜鸟为商家、消费者和行业提供物流网络服务，根据官网其截至去年底直营15个海外分拣中心，与全球500多家物流公司合作。其2023财年第三季度（截至12月31日）收入同比增长17%至230亿元。

菜鸟国际物流可以覆盖全球200多个国家，其中欧洲、俄罗斯是菜鸟的老牌核心区域，菜鸟无忧标准物流产品可以做到10日达。日均跨境包裹量上，菜鸟已位列全球第四，仅次于UPS、Fedex、DHL。

在后疫情时代，经济复苏，外贸提速下，中国电商正在加速出海。而对中国电商来说，走得快，要靠出海，走得稳，要靠物流。

跨境电商本质还是一个落地的生意，平台谁都能做，低价谁都能打，但做得好不好，还是比各家在物流方面的议价权。这次传闻菜鸟上市，通过进行首次公开募股，或多或少为未来的融资开了绿灯。

互联网龙头密集启动独立融资，这既有利于拓宽融资渠道，寻求更高估值。对于多元化的企业，不同类型业务在资本市场估值有不同的参照，如果都放在一起，容易造成整体估值偏低，同时独立上市后，还更有利于对子公司管理层的激励。