

2022年7月6日，阿里巴巴和京东同时传出消息，两家互联网顶流大厂各自与国电投签署战略合作协议。

这次合作非同一般，从合作方国电投的“咖位”上就能体现出来。我国共有五大电力央企——国家能源投资集团、华能集团、国家电力投资集团、华电集团和大唐集团，在营收和资产等指标上，国电投常年位居第二或者第三位。此外，国电投还是全球最大的光伏发电企业。

在这次合作中，京东和国电投将以共建综合能源生态体系、共创数智化供应链为目标，主要围绕县域综合能源、数字化升级、物资采购、智慧物流、能源供应、碳中和规划、产业生态等领域进行合作；阿里与国电投将在“新能源”和“数字化”结合提升生产力、“三网融合”整体解决方案、战略机遇研究与技术创新等领域进行合作。

简单来说，京东与国电投的合作偏向用供应链能力为能源企业“赋能”，阿里则偏向以数字化能力帮助国电投加快数字化转型、提升生产力等等。

合作也是相互的。在互联网公司助力能源行业的同时，也将收获回报。比如，国家电投将在运营减碳、价值链减碳、带动生态减碳等方面助力阿里巴巴的“碳中和”目标。

“从人类使用能源的历史来看，电力与互联网一样都很年轻。”阿里巴巴在公布与国电投达成合作的消息时写道。

这场“年轻”的合作，为什么会在此时此刻达成呢？

详解阿里、京东、国电投合作

就在这次合作协议公布前半个月左右，2022年6月20日，国电投发布公告，显示阿里、京东分别以1.8亿元和1.17亿元，中标其天枢云、天枢一号、电投云建设等项目。

其中，天枢云是一个工业物联网平台，根据国电投的要求，应具备设备连接、边缘管理、终端控制、应用商店以及数据统一、汇聚、转发等功能，还要搭建国家电投集团和其各级下属单位之间互联互通、多层联动的智慧物联底座，对外提供端到端在线智能化的云上能源服务，数字驱动三网（能源网、政务网和社群网）融合；

天枢一号是一个综合能源管控与服务平台，由国电投发布于2021年，集成了能源监视、调控、预测、分析、运维等9类功能；

电投云是一个企业私有云，全面建成后，将具备逻辑集中、物理分散、应用灵活、组件标准等特点。值得注意的是，国家电投将集团级数据中心放在了贵州的贵安新区，以支撑其私有云。这里也是腾讯、苹果、华为等企业数据中心的所在地。

其中，阿里拿下的是电投云和天枢一号（服务器型）项目。这也不难理解，目前，阿里云是国内当之无愧的第一大云计算厂商。权威研究机构Gartner发布的2021年全球云计算市场份额数据显示，阿里云排名全球第三、市场份额为9.55%，连续六年实现份额增长。

京东收获的是天枢云和天枢一号（网关型）建设项目，由京东科技负责实施。京东科技是京东集团对外输出技术的渠道，在AI、云计算等领域有着比较强的技术实力

。

由此可以看出，在6月底阿里、京东中标数字化转型大单后，7月初国电投宣布和阿里、京东进行合作，也是“顺理成章”的。但其合作范围远不止企业的数字化转型

。

一个很重要的合作领域是物流。

其中，京东物流与国家电投上海能源科技发展有限公司签署合作协议，向国电投综合能源生态体系注入供应链优势能力，就光伏领域的产品仓储、配送、安装、运维等方面展开全面合作，全力推进县域清洁能源布局，共建县域综合能源一体化物流服务网络。

可以试想一下这样的场景——在不久之后的未来，乡镇农村的单位、工厂或者居民，可以在网上下单订购光伏发电产品，短时间内就能收到由京东物流配送的货物，并快速组装、并网发电，就像在京东上订购家具家电那样。

能源企业转型，少不了互联网大厂

能源巨头们和互联网大厂之间的合作，其实早有伏笔。

2021年1月26日，国电投党组书记、董事长钱智民就曾到京东科技参观调研，并与京东科技CEO李娅云进行座谈交流。

当时的报道称，国电投方面参观了京东视界、京东无人装备、京东无人超市、京东线上线下载店等。在随后的座谈中，“双方就京东科技支持国家电投数字化转型，国家电投支持京东集团清洁智慧用能、率先“碳达峰”“碳中和”，发挥各自优势共同推进智慧城市、智慧园区、美丽乡村建设等方面达成共识。”并且“双方一致

同意建立合作对接机制，抓紧开展具体对接，争取尽快落地见效。”

阿里巴巴和国电投的接触稍早一些。2020年8月18日，阿里巴巴技术委员会主席、阿里巴巴达摩院院长、阿里云智能事业群总裁张建锋等一行人，来到国电投总部拜访了国家电投党组书记、董事长钱智民。“双方就智慧城市建设、数字化技术应用与产业融合、数据平台建设等业务领域合作进行深入交流，并达成共识。”

互联网行业的数字化实力和供应链能力，是能源企业在新能源时代迫切需要的。特别是2021年底，国资委对央企“碳达峰”“碳中和”做出规定：到2025年，可再生能源发电装机比重要达到50%以上。

当前，国电投的可再生能源发电装机比重已经超过了60%，已经提前完成了国资委的规定。其中，遍布各个县城、农村的屋顶光伏发电系统贡献良多。2021年12月，国电投整县屋顶分布式光伏覆盖的县域破百个。在国家和各地政策的不断支持下，县域屋顶光伏产业还将继续深入发展、普及。

为了实现光伏产业的进一步发展，就需要更强的供应链能力，帮助能源企业将光伏的触角伸向县域、村镇基层。这正是在自营供应链上积累深厚的京东所擅长的。

而在数字化转型上，国电投早在2021年就推出了“天枢一号”综合智慧能源管控与服务平台，促进能源网、政务网与社群网“三网融合”。而互联网公司在云计算领域有着持续投入，技术经验丰富，也能在短时间内拿出面向B端客户的解决方案，因此是能源大厂数字化转型的较优选择。

互联网大厂为何“拥抱”能源大厂？

互联网大厂涉足能源行业，并不是最近一天两天的事。

阿里和京东，都在物流领域进行过光伏发电的布局。从2018年开始，菜鸟物流就利用仓库屋顶的空间布置光伏电站并网发电。2021年菜鸟公布的数据显示，广州增城园区、东莞清溪园区、杭州下沙园区等6个园区的光伏发电项目年发电量超过2500万度，大致相当于节约了一万吨煤炭；2021年，京东完成在12座“亚洲一号”智能产业园安装了光伏发电系统，还将用3年时间搭建1000兆瓦光伏发电能力，为京东85%智能产业园提供绿色能源。

与电力、能源系统的直接合作，互联网大厂在近年积累了一定经验。

比如，阿里云和蚂蚁金服早在2015年，就和南方电网下属的深圳供电局共建“互联网+”城市电网服务；京东零售曾经中标过国家电网2019年度办公物资采购项目，

京东以企业业务的方式，向全国各地的几十家国电单位提供智能采购方案，服务国家电网泛在电力物联网的数字化建设。

随着时间的推移，互联网公司和能源行业的合作不断向深远推进。

2020年，京东为陕西省属能源国企陕煤集团搭建了“运销云”，促进煤炭行业数字化转型，帮助陕煤业务流程缩短了40%、煤炭运输效率提升了30%、服务器成本下降了30%以上，助力煤炭的高效、绿色、清洁利用；

同年，国家电网一口气与阿里、腾讯、百度等41家公司签署战略合作协议，几乎囊括了所有“顶流”互联网大厂，并发布了围绕大数据、工业互联网、5G、人工智能等领域的“十大任务”；

2022年6月，腾讯云发布了“能源连接器（Tencent EnerLink）”和“能源数字孪生（Tencent EnerTwin）”两款能源自研产品，其中“能源连接器”打通了企业微信、腾讯文档、微信小程序等大量腾讯系应用，便于应用在各类有人场景；“能源数字孪生产品”为能源产线打造1:1生产模型，帮助客户实时监测运行状况，起到节能减排和提升故障预警能力等作用。最近，腾讯也与国家电网等能源巨头达成了合作。

在C端市场增量见顶之时，发力以能源行业为代表的B端赛道，成为了互联网大公司的普遍选择。一方面是因为能源赛道前景广阔，有数据表明，单单国家电网在2020年一年，投资电力信息化的资金就达4605个亿；另一方面，助力传统行业的数字化转型，也是互联网大公司承担企业社会责任的重要组成部分。

这样看来，做传统行业的B端生意，对于互联网大公司来说是一件既能得到实惠，又很有面子的事情。

再加上能源行业和“双碳”紧密相连，特别是能源行业的数字化转型占了碳中和市场相当大的部分，助力能源行业的数字化，也有助于互联网大公司进入碳中和市场。碳中和市场，本身就是一个巨大的商业机会。根据国家发改委能源研究所的分析，未来30年为达到碳中和目标，近能源领域的基础设施建设的资金规模，就将达到100万亿元。

从公益的角度看，互联网大公司与能源企业的合作，也能帮助其达成承诺的“减碳目标”。

比如，京东在2020年提出“到2030年，京东的碳排放量与2019年相比减少50%”的总体目标；阿里巴巴2021年发布碳中和行动报告指出，阿里将于2030年实现自

身碳中和，实现上下游价值链的碳排放强度减半，且在15年间带动生态减碳15亿吨。这些宏伟蓝图的实现，必然需要在自身和合作伙伴身上一笔一笔勾画。

受制于能源企业的相对封闭性和业务复杂性，刺猬公社（ID：ciweigongshe）仍对互联网公司在进一步进入能源行业的前景持谨慎乐观的态度。但不论如何，此次阿里、京东与国电投的合作如果能顺利落地，一定能为互联网大厂拥抱“能源大厂”开一个好头。

本文源自刺猬公社