

«Alibaba»: от прошлого к настоящему

Работу выполнили:

Снагин Василий

Ван Дэсуань

Войтов Антон

Язвенко Павел



Основатели торгового предприятия



Юнь Ма (Джек Ма) - китайский предприниматель и основатель компании AlibabaGroup





Alibaba Group

阿里巴巴集团



Период времени



Причины актуальности идеи

- 1) китайские товары имели существенное преимущество перед американскими и европейскими – они стоили в несколько раз дешевле.
- 2) большинство малых и средних фирм Китая не могли себе позволить создание собственного сайта
- 3) проекта подобного рода в Поднебесной еще не было



История успехов и неудач в первые годы существования бизнеса



Как все начиналось?

1) первая прибыль – 1 доллар

2) в 2005 году 43% акций корпорации выкупает Yahoo. В 2006 году основатель Yahoo Джерри Янг хотел выкупить их компанию, но Джек Ма отказал

3) спустя некоторое время они сдружились друг с другом и Джерри Янг решил инвестировать 1 млрд долларов в AlibabaGroup

4) в ноябре 2007 года акции были размещены на Гонконгской фондовой бирже, но в 2008 году компания осуществила их делистинг

Появились

Taobao.com – интернет-рынок розничной торговли товарами, на котором могут принимать участие любые частные лица и компании.



AliExpress.com – глобальный интернет-магазин, продавать свои товары в розницу на котором имеют право только проверенные компании.



Alipay – платформа электронных платежей.





AlibabaGroup в настоящее время



«Пусть у всех будет простой бизнес»

让天下没有难做的生意
To make it easy to do business anywhere



В России

- по данным TNS, в январе 2017 года AliExpress был самым популярным интернет магазином в России
- составляет серьезную конкуренцию для российских площадок торгующих тем же или схожим товаром с большими издержками и наценками
- сильно отстает в сроках доставки

Производительность компании

Финансовые показатели Alibaba Group (100 миллионов юаней)

Год	Первый квартал		Второй квартал		Третий квартал		Четвертый квартал	
	Общий доход	Чистый доход	Общий доход	Чистый доход	Общий доход	Чистый доход	Общий доход	Чистый доход
2019	934.98	258.3	1149.24	212.52				
2018	619.32	66.41	809.20	76.50	851.48	182.41	1172.78	330.52
2017	385.79	98.52	501.84	140.3	551.22	174.0	830.28	233.3
2016	241.84	53.14	321.54	71.42	342.92	70.75	532.48	171.5
2015	174.25	28.69	202.45	308.16	221.71	227.03	345.43	124.56
2014	Включен в перечень 19 сентября				168.29	30.30	261.79	59.83



Выводы

Выводы

- сайт работает, потому что он преуспевает в клиентоориентированности
- ключевой фактор успеха электронной коммерции в Китае – бремя недвижимости на традиционных розничных торговцах
- ключевой аудиторией покупателей для Alibaba являются молодые мамы