



ALIBABA GROUP (BABA US, 9988 HK)



Company Profile

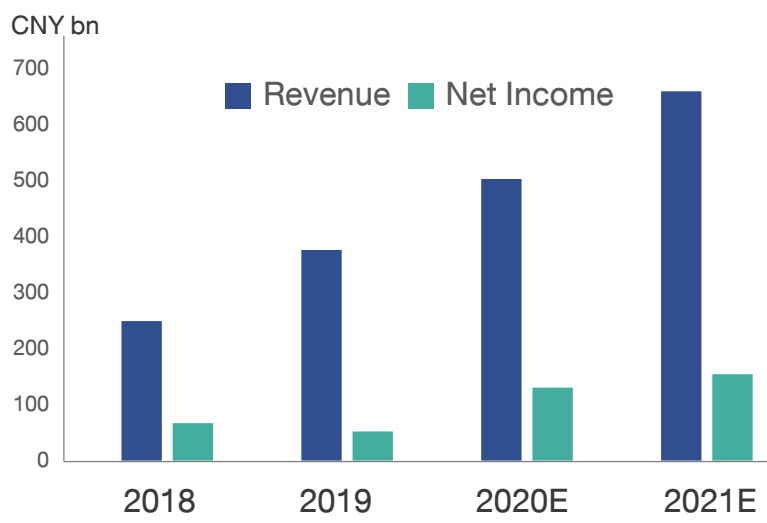
บริษัท E-Commerce ที่ใหญ่ที่สุดในจีน ก่อตั้งเมื่อปี 1999 ประกอบธุรกิจหลักคือการให้บริการ Platform ค้าขายออนไลน์สำหรับร้านค้าต่างๆทั้งร้านค้าปลีกและค้าส่งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ **Taobao Tmall AliExpress** เป็นต้น และยังมีธุรกิจ Cloud Computing คือ **Alibaba Cloud** ซึ่งถือเป็นผู้ให้บริการ Cloud ที่ใหญ่ที่สุดในจีน นอกจากนี้ยังมีบริษัทลูก **Ant Financial** ที่เป็นระบบชำระเงินของตนเอง “Alipay” และให้บริการทางการเงิน โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 50% ในจีน นอกจากนี้ยังมีธุรกิจสุขภาพแบบ HealthTech คือ AliHealth อีกด้วย

Last Price : \$208.17/ HKD197.90
 Cons. Target Price: \$257.66/HKD261.8
 Cons. Rating: **BUY**
 Upside: +23.8%/+32.3%

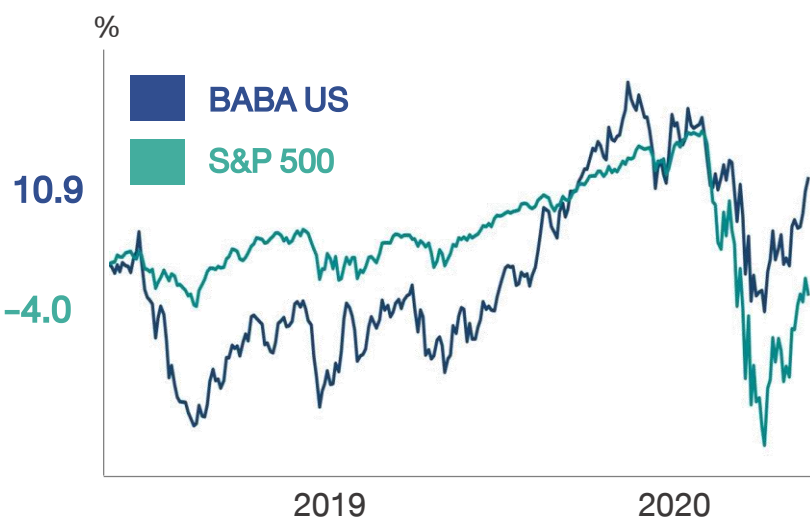
Key Information

Market Cap:	\$558.5bn
PE 20E:	29.5x
EPS Growth 20E:	35.5%
ROE 20E:	21.8%
Dividend Yield:	-

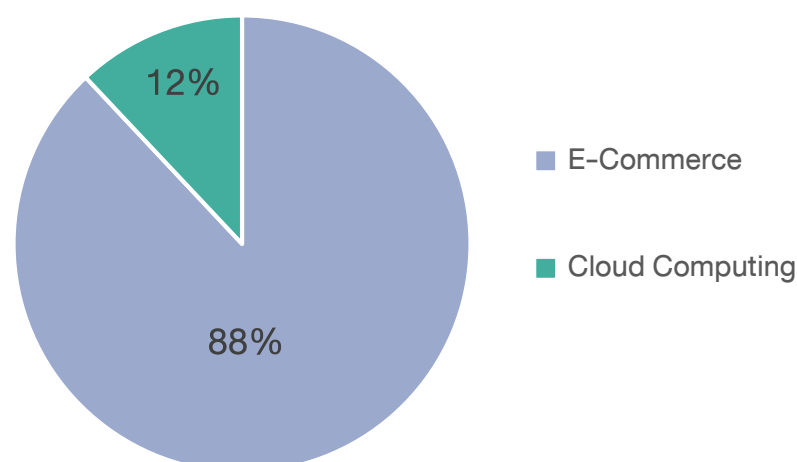
Financials



Performance 1Y VS. S&P 500



Revenue Breakdown



ยอดขายโตในช่วง COVID-19

เมื่อวันที่ 30 มี.ค. ที่ผ่านมา Alibaba ได้เผยว่าจำนวนร้านค้าออนไลน์จีนบน Platform Taobao ได้มีการ Live Streaming หรือ ขายของแบบ live สดเป็นครั้งแรกพุ่งสูงถึง 719% ในเดือน ก.พ. ที่ผ่านมาหากเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 Taobao จึงมีการช่วยเหลือร้านค้าต่างๆให้เข้ามาขายของแบบ Live สด โดยไม่คิดค่าธรรมเนียมใดๆ เพื่อเป็นการช่วยเหลือร้านค้าที่ยังขายของแบบมีหน้าร้านอย่างเดียวซึ่งได้รับผลกระทบ ร้านค้าแห่งหนึ่งได้เผยว่าเมื่อได้เข้ามาขายผ่าน Live Streaming ทำให้ยอดขายเดือน ก.พ. กลับมาพลิกโตถึง 120% YoY จากเดิมที่ยอดขายตกกว่า 90% YoY เนื่องจากสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นวงกว้าง ราว 60,000 คน ต่อการ Live 1 ครั้ง

Credit Suisse ได้คาดการณ์รายได้รวม 1Q20 จะโต 14% YoY โดยเฉพาะยอดขายสินค้าออนไลน์ที่คาดว่าจะโตราว 8-10% ในเดือนมี.ค. และรายได้ปี 2021 คาดจะโตขึ้นถึง 29% YoY จากสถานการณ์ที่จะกลับมาเป็นปกติแล้ว

Live Streaming เทรนด์ใหม่กำลังมา

การเข้ามา Live สดนั้นทำให้ยอดขายของร้านค้าต่างๆพุ่งสูงขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการ Live Streaming สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เป็นวงกว้าง นอกจากนี้ร้านค้าที่มีการ Live Streaming ขายของในปี 2019 พุ่งขึ้นถึง 2 เท่าเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า โดย Gross Merchandise Volume (GMV) หรือยอดขายสินค้าออนไลน์ที่ขายได้ผ่าน Taobao Live โตขึ้นเฉลี่ย 150% ต่อปีใน 3 ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ Taobao ยังมีแผนจะนำเทคโนโลยี 5G AI และ AR มาช่วยเพิ่มประสบการณ์การซื้อสินค้าของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต โดยบริษัทได้ตั้งเป้าว่าในปีนี้จะเชิญชวนร้านค้าปลีกกว่า 200,000 ร้านที่ยังเป็นธุรกิจแบบ Offline หรือมีหน้าร้านอย่างเดียวอยู่ ให้หันมาทำการตลาดและขายของผ่าน Live Streaming กันมากขึ้น

บริษัทต่างๆจะปรับตัวเข้าสู่ Digital มากขึ้นหลัง COVID-19

หากการแพร่ระบาดจบไป เรามองว่าบริษัทหลายแห่งจะต้องปรับตัวเข้าสู่ Digital เพื่อความอยู่รอดในอนาคต เช่น ต้องปรับปรุงพัฒนาระบบการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยการใช้ Cloud Computing เข้ามาช่วยในการทำงาน จัดเก็บข้อมูล ประชุม เป็นต้น ดังนั้นเรามองว่าธุรกิจ Alibaba Cloud น่าจะได้รับประโยชน์เนื่องจากให้บริการ Cloud Service ด้วย โดยตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 สัดส่วนของบริษัท SME ในจีนที่ปรับเข้าสู่ทรนด์ Digital ก็มากขึ้นจากเดิมที่ 3% เป็น 5% ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก โดย Credit Suisse ได้คาดว่าธุรกิจ Alicloud จะเริ่มถึงจุดคุ้มทุนช่วง 2H21

Alipay เตรียมแผนสร้างแพลตฟอร์มแห่ง Life Style

59.4% ของการเติบโตของ GDP จีนมาจากธุรกิจให้บริการต่างๆ ซึ่งกว่า 80% ของธุรกิจเหล่านี้ยังคงเป็นแบบ Offline อยู่หรือมีแค่หน้าร้านเท่านั้น บริษัทลูกอย่าง Alipay จึงมีแผนระยะยาว 3 ปีร่วมมือกับ Local Service Provider เพื่อสร้าง Platform แห่ง Life Style ขึ้นมาโดยนำเอาผู้ให้บริการต่างๆในจีนกว่า 40 ล้านธุรกิจ เช่น ร้านอาหาร เครื่องดื่ม จอรถ จอโรงแรม หรือแม้กระทั่งบริการเกี่ยวกับสุขภาพ เข้ามาอยู่บน Platform นี้ทีเดียว

Source: Company, Goldman Sachs, Credit Suisse, Bloomberg as of 15/4/20

Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าจะประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมีได้เป็นการชี้แนะ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือพันธุะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด