



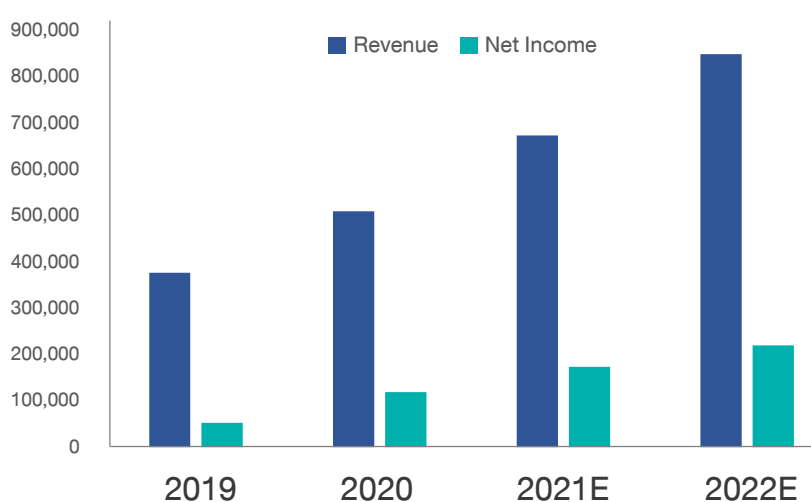
Last Price : \$301.04/HKD288.20  
 Cons. Target Price: \$322.62/HKD323.94  
 Cons. Rating: **BUY**  
 Upside: 7.17%/12.40%  
 Stock Exchange: NYSE/HKEX

## Key Information

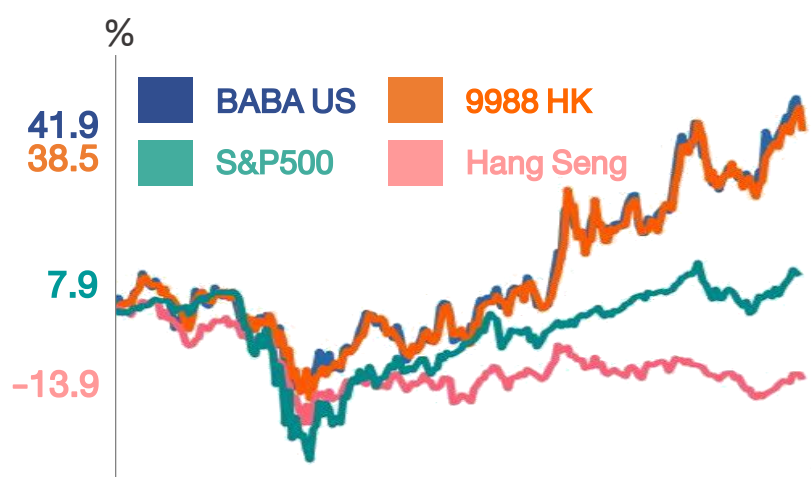
Market Cap:	\$814,504.8 mn
PE 21E:	25.68X
EPS Growth 21E:	24.50%
ROE 21E:	18.10%
Dividend Yield 21E:	-

## Financials

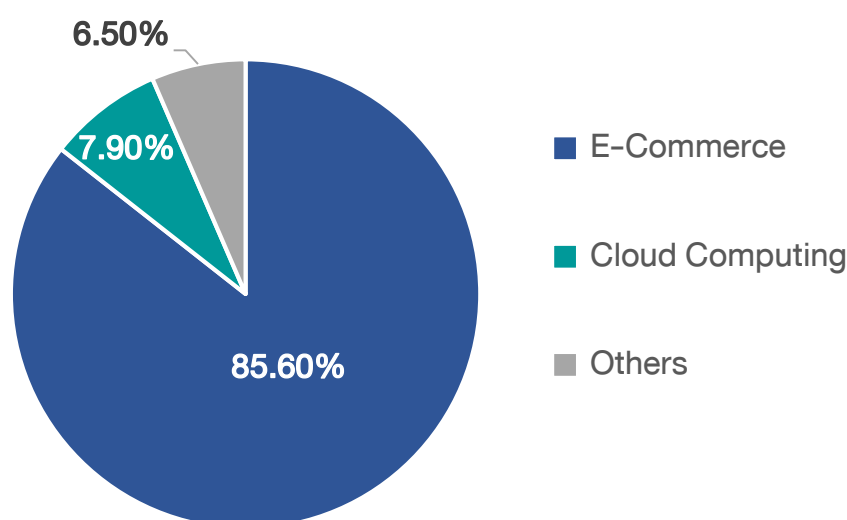
CNY mn



## Performance YTD VS. S&P500



## Revenue Breakdown



## Alibaba Group (BABA US, 9988 HK)

### 3 เหตุผล.. ทำไม Alibaba ถึงน่าลงทุน

- 1) ธุรกิจ E-Commerce มีแนวโน้มโตได้ในระยะยาว
- 2) ธุรกิจ Cloud คาดว่าโตได้ในปีหน้า
- 3) มูลค่าหุ้นอยู่ในระดับสมเหตุสมผล เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

## Company Profile

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

## เน้น Live Streaming และขยายประเภทสินค้ามากขึ้น

จากงาน Investor Day 28-30 ก.ย. 63 ที่ผ่านมา บริษัทกล่าวถึงแนวโน้มขยายสินค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงแพลตฟอร์มซื้อขายอาหารมรภพที่เปิดตัวไปเมื่อ 16 ก.ย. 63 อีกทั้งการเข้าซื้อ Dufry ธุรกิจ Duty-free สัญชาติ Swiss มองว่าจะช่วยขยายฐานสินค้าแบรนด์ต่างชาติให้คนจีนเข้าถึงได้มากขึ้น ในขณะที่ Dufry ก็ได้รับประโยชน์จากระบบชำระเงินออนไลน์ของ Alibaba ด้วย

ยอดขายปลีกผ่านช่องทางออนไลน์ยังคงเติบโตได้ดี แม้จีนจะผ่านช่วงการระบาดหนักๆมาแล้ว โดยยอดขายโตได้ 27% YoY สูงกว่าภาพรวมอุตสาหกรรมที่โตได้ 21.5% YoY หนุนมาจากการ Live Streaming บนแพลตฟอร์มที่กำลังมาแรง โดยบริษัทได้มีการพัฒนาหน้าแพลตฟอร์มให้มี Live Streaming มาอยู่หน้าแรกเพื่อดึงดูดลูกค้ามากขึ้น อีกทั้ง ยอดการจับจ่ายใช้สอยผ่านแพลตฟอร์ม Tmall พุ่งถึง 79% YoY ในช่วงวันหยุดยาว Golden Week 1-8 ต.ค. 63 ที่ผ่านมา

## อุตสาหกรรม E-Commerce จีนคาดโตต่อเนื่อง

อ้างอิงจากข้อมูลของ Global Data ได้คาดว่าอุตสาหกรรม E-Commerce ในจีนจะขยายตัวได้เฉลี่ย 13.3% ต่อปีไปจนถึงปี 2023 ซึ่งสะท้อนถึงการเติบโตของ Alibaba ในระยะข้างหน้าอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจ E-Commerce 60% ใหญ่ที่สุดในจีน

อีกทั้ง Goldman Sachs คาดว่า Alibaba จะครองสัดส่วน 23% ของมูลค่าการอุปโภคบริโภคสินค้าในจีนภายในปี 2022 และขยายตัวเป็น 25% ภายในปี 2025

## ธุรกิจ Cloud Services แนวโน้มสดใส

การปรับใช้ Cloud มากขึ้นจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่เป็นตัวเร่งให้องค์กรต่างๆหันมาปรับรูปแบบการทำงานมากขึ้น ปัจจุบัน Alicloud ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 ในจีน ด้วยสัดส่วน 42.4% ใน 1Q20 เพิ่มขึ้นจาก 4Q19 ที่ 42% โดย Management คาดธุรกิจ Alicloud จะสร้างกำไรได้ภายในปีนี้

Source: Company data, Goldman Sachs, CNBC, Financial Times, Bloomberg as of 15/10/20





## Alibaba Group (BABA US, 9988 HK)

### มูลค่าหุ้น Alibaba VS Amazon

หากเทียบมูลค่าหุ้นกับบริษัทที่มีธุรกิจเหมือนกันอย่าง Amazon (AMZN US) พบว่ามูลค่าหุ้นของ Alibaba ต่ำกว่ามากจาก PE21E ที่ 26 เท่า ในขณะที่ PE21E ของ Amazon อยู่ที่ 78 เท่า ส่วนในด้านของการเติบโตของรายได้และกำไร 1H20 ของ Alibaba อยู่ที่ 33.5%YoY และ 35.2%YoY ตามลำดับ โตกว่าบริษัท Amazon ที่อยู่ที่ 27.7%YoY และ 9%YoY ตามลำดับ

### นักวิเคราะห์เริ่มปรับเป้าหมายราคา

ล่าสุดบริษัทหลักทรัพย์ Daiwa สัญชาติจีน ยังคงให้ Rating เป็น Buy และปรับราคาเป้าหมาย BABA US ขึ้นจาก \$294 เป็น \$348 โดยคาดการณ์กำไรต่อหุ้นเพิ่มขึ้นจากคาดการณ์เดิมราว 2-5% หนุนมาจากธุรกิจ Cloud Services อีกทั้งบริษัทคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการถือหุ้น 33% ใน Ant Group ที่เตรียมจะเข้า IPO ในตลาดหุ้นฮ่องกงเร็วๆ นี้ด้วย

### ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

1. มีคู่แข่งหลายรายในอุตสาหกรรม
2. ธุรกิจในสหรัฐฯอาจโดนโจมตีจากสหรัฐฯ โดยเฉพาะระบบชำระเงิน แต่มองกระทบจำกัด
3. ต้นทุนที่สูงขึ้นจากการขยายธุรกิจที่มากขึ้น
4. ธุรกิจ Alicloud ที่ยังขาดทุนอยู่

#### Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมิได้เป็นการชี้แนะ หรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือพันธะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด