

DAOL SEC



DAOL Smart Foreign Idea – China E-Commerce

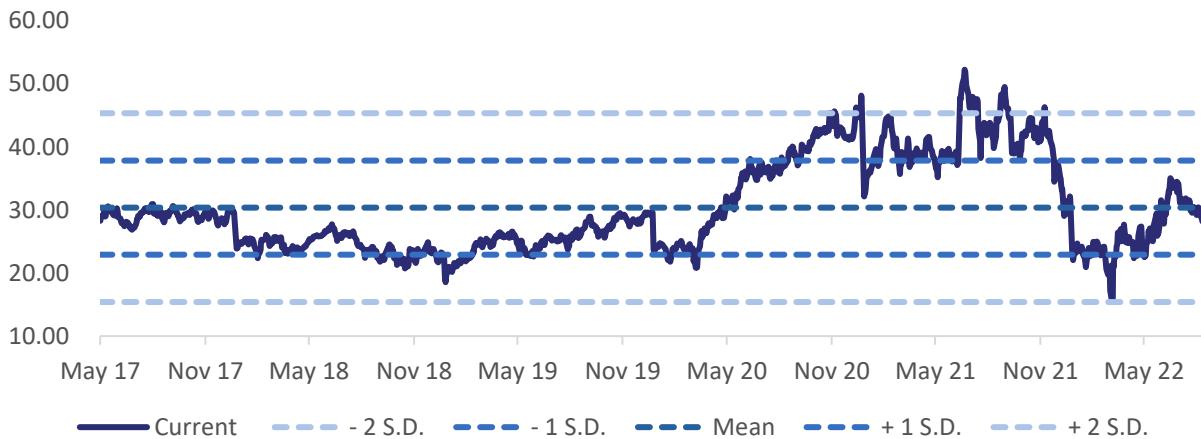
5-9 September 2022

Strategy & Product Development Department

Nasdaq Golden Dragon Price (YTD)



Nasdaq Golden Dragon P/E Band



- ตลาดหุ้นจีนทรงตัวในหนึ่งเดือนที่ผ่านมาโดยดัชนี MSCI China ปรับตัวขึ้น +0.13% ในหนึ่งเดือนที่ผ่านมา จากตัวเลขเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงเนื่องจากถูกกดดันจากนโยบาย Lockdown เป็นระยะๆของรัฐบาลจีน เช่น เดียวกับภาคการผลิตที่ได้รับแรงกดดันจากอุปสงค์โลกที่ชะลอตัวลง หักลบกับ การลดดอกเบี้ยของ PBOC และมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล
- อย่างไรก็ดีดัชนีหุ้นจีนที่จดทะเบียนไว้ในตลาดสหรัฐฯ หรือ Nasdaq Golden Dragon กลับเพิ่มขึ้น +6.13% ในเดือนที่ผ่านมา จากผลประกอบการของหลายๆ บริษัทที่ดีกว่าที่ตลาดคาดไว้ เช่น Pinduoduo, JD.com, Trip.com และ NetEase ซึ่งส่วนใหญ่จะมีรายได้ใกล้เคียงกับคาด แต่ที่ดีกว่าคาดคือกำไร เนื่องด้วยนโยบายของรัฐบาลที่เลิกทำธุรกิจแบบขาดทุนและลดการเบิร์น Cash ทำให้บริษัทเทคโนโลยีจีนส่วนใหญ่มีอัตราส่วนการทำกำไรที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน
- นโยบายการควบคุมของรัฐบาลจีนมีผลต่อบริษัทจีนขนาดใหญ่หลายๆ (Mega Cap) อย่าง Alibaba และ Tencent ค่อนข้างมาก ทำให้การเติบโตของบริษัทดังกล่าวชะลอตัวลงอย่างชัดเจน แต่บริษัทที่มีขนาดรองลงมาอย่าง Pinduoduo, JD.Com และ Meituan Dianping นั้นได้รับผลกระทบที่จำกัดกว่า
- จากรายงานของบริษัท E-Commerce ส่วนใหญ่พบว่าการใช้จ่ายที่ชะลอตัวลงในช่วงต้นไตรมาส 2 ตีขึ้นในปลายเดือน พ.ค. จนถึงตลอดเดือน มิ.ย. โดยเฉพาะช่วง 6.18 ที่ปีนี้ถือว่าคึกคักกว่าที่หลายๆคนคาดไว้ในตอนแรก

Source: CFRA, Bloomberg



Pinduoduo Inc (PDD US) บริษัท E-Commerce สัญชาติจีน ก่อตั้งเมื่อปี 2015 เน้นในตลาดล่าง โดยเริ่มต้นจากสินค้าเกษตร มี Model ธุรกิจแบบ Group Buying คือ การรวมกันซื้อจำนวนมากๆ เพื่อให้ได้ราคาถูก และ ใช้กลยุทธ์ให้ผู้ใช้สนุกกับการ Shopping เช่น Feather เกมบน Application นอกจากนั้นในปี 2020 บริษัทยังเข้าไปทำธุรกิจ Online Grocery ภายใต้ชื่อ Dou Duo Mai Cai



Banner ad for various promotions (personalized)

Gateway to promotion and shopping destinations

Platform promotions

Aggregated sales volume

Existing team

Home Recommendation Search Customer Service Personal Dashboard

One Leaf facial mask
x 30 pieces



RMB 99
Team purchase

VS.

RMB 139
Individual purchase

Fuji apple
x 2.5 kilogram



RMB 21.8
Team purchase

VS.

RMB 25.9
Individual purchase

Vinda roll paper
x 10 rolls



RMB 14.8
Team purchase

VS.

RMB 16.9
Individual purchase

Play Duo Duo Orchard for free fruit rewards



Receive products for free by successfully forming teams with friends



Improve engagement from Duo Duo Farm and Duo Duo Crush



Q1 2022

LTM⁽¹⁾ Active Buyers⁽²⁾
881.9 mn
7% YoY Growth

Average MAUs⁽³⁾
751.3 mn
4% YoY Growth

Revenues⁽⁴⁾
RMB23,793.7 mn
7% YoY Growth

Non-GAAP Net Income⁽⁵⁾
RMB4,200.4 mn
18% of Revenues

รายได้ของบริษัทมาจากค่าบริการบน Application ค่าโฆษณา ในรอบไตรมาส 3 ปี 2021 บริษัทมีจำนวน Active Buyer 867 ล้านคน แข่งหน้า Alibaba และ JD.com นอกจากนั้น Colin Huang CEO ของบริษัทประกาศลาออกเพื่อไปทำนวัตกรรมการเกษตร โดย Chen Lei ที่เป็น CTO และ Co-Founder จะขึ้นรับตำแหน่งแทน และ บริษัทนำกำไรไปลงทุนในโครงการ “10 Billion Yuan Agriculture Initiative” พัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรกรรม ตามนโยบายจีน



Earning Results

- Pinduoduo (PDD) ประกาศผลประกอบการใน FY2Q ออกมาดีกว่าคาด กำไรอยู่ที่ \$1.13 สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ \$0.72 ส่วนรายได้อยู่ที่ \$4.69Bn (+36% YoY) สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ถึง \$1.25Bn ในขณะที่รายได้จาก Platform E-Commerce อื่นๆในจีน ทรงตัวหรือเติบโตเพียงเล็กน้อย
- ผู้บริหารได้กล่าวว่าบริษัทเห็น sentiment ของผู้บริโภคที่ดีขึ้น เริ่มดีขึ้นในครึ่งหลังของเดือน พฤษภาคม โดยเฉพาะในช่วง 6.18 shopping festival ที่ได้รับผลตอบรับที่ดีกว่าคาด
- หากแบ่งตามประเภทของธุรกิจแล้ว รายได้จาก marketing services หรือ รายได้จากการโฆษณาใน Platform รายงานมาที่ +39%YoY หรือ Rmb25.2bn ในขณะที่ รายได้จาก transaction commission หรือ ส่วนแบ่งรายได้จากพ่อค้าแม่ค้าใน Platform +107% YoY หรือ Rmb6.2bn อย่างไรก็ตามบริษัทไม่ได้เปิดเผยตัวเลข Active Buyer (ในไตรมาสก่อนมี Active Buyer 882 ล้านคน)
- Non-GAAP อยู่ที่ Rmb10.5bn สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ที่ Rmb3.7bn ค่อนข้างมาก ในขณะที่ Non-GAAP operating margin อยู่ที่ 33.5% สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ที่ 14.6% หลักๆมาจากค่าใช้จ่ายในการทำโปรโมชันและโฆษณาที่ลดลง กับ การที่ลงทุนในโปรเจกใหม่ๆต้องเลื่อนออกไปเพราะ Covid19 อย่างไรก็ตามผู้บริหารได้กล่าวว่าโปรเจกต่างๆจะถูกนำกลับมาลงทุนอีกครั้งใน 2H และ operating margin ที่สูงกว่าปกติจะลดลงในไตรมาสต่อไป

Guidance & Outlook

- นโยบายการควบคุมของรัฐบาลจีนมีผลต่อบริษัทจีนขนาดใหญ่หลายๆอย่าง Alibaba และ Tencent แต่กระทบบริษัทที่มีขนาดรองลงมาอย่าง Pinduoduo จำกัดกว่าทำให้งบไตรมาสล่าสุดออกมาดีกว่าที่ตลาดคาดไว้ค่อนข้างมาก บริษัทไม่ได้มีการให้ guidance ชัดเจนในไตรมาสหน้า แต่จากโมเมนตัมเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้นทำให้ยอดขายของ Pinduoduo จะยังคงเติบโตอยู่ แต่กำไรอาจไม่ดีเท่าก่อนหน้านี้เนื่องจากบริษัทมีแนวโน้มจะนำโปรเจกที่ถูกหยุดไปใน 1H กลับมาลงทุนอีกครั้งใน 2H ของปี

* Based on Bloomberg Consensus Estimate as of 30 August 2022 Source: PDD , Bloomberg



Stock Report | **September 03, 2022** | NasdaqGS Symbol: **PDD****Pinduoduo Inc.****Recommendation****BUY** ★ ★ ★ ★ ★**Price**

USD 72.19 [as of market close Sep 02, 2022]

12-Mo. Target Price

USD 75.00

Report Currency

CNY

Investment Style

Large-Cap Blend

Equity Analyst Jian Xiong Lim, CFA**GICS Sector** Consumer Discretionary**Sub-Industry** Internet and Direct Marketing Retail**Summary** Pinduoduo (PDD) is the operator of one of the leading e-commerce platforms in China.**Key Stock Statistics [Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports]**

52-Wk Range	USD 109.0 - 23.21	Oper.EPS2022E	CNY 13.40	Market Capitalization[B]	USD 91.28	Beta	0.77
Trailing 12-Month EPS	CNY 18.55	Oper.EPS2023E	CNY 17.13	Yield [%]	N/A	3-yr Proj. EPS CAGR[%]	NM
Trailing 12-Month P/E	26.85	P/E on Oper.EPS2022E	37.17	Dividend Rate/Share	N/A	SPGMI's Quality Ranking	NR
USD 10K Invested 5 Yrs Ago	N/A	Common Shares Outstg.[M]	1,261.00	Trailing 12-Month Dividend	N/A	Institutional Ownership [%]	27.0

Growth Opportunities

- สินค้าเกษตรภายใต้ Platform ของ Pinduoduo ยังคงมี Penetration Rate ทำให้ยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก การลงทุนช่วยให้เกษตรกรเข้ามาอยู่ใน Platform เป็นระยะเวลาอันช่วยให้ สินค้าเกษตรภายใต้ Platform นั้นมี economy of scale และ สามารถขายได้ในราคาถูกกว่า เป็นผลให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน Digitalize สินค้าทางการเกษตร
- Pinduoduo เริ่มโฟกัสในการขยายตลาดไปเมือง tier 3 และ tier 4 มากขึ้น จะช่วยขยายตลาด และ เพิ่มโอกาสในการเติบโตให้แก่ Pinduoduo ซึ่งจะเน้นไปที่สินค้าจำเป็นรายวันที่มีราคาถูก พร้อมทั้ง แคมเปญลดเพื่อดึงดูดลูกค้าเพิ่มเติม เป็นการเปิดประสบการณ์ให้ลูกค้า และ ดึงดูดให้ลูกค้าใหม่ๆกลับมาใช้ซ้ำ

Source: CFRA



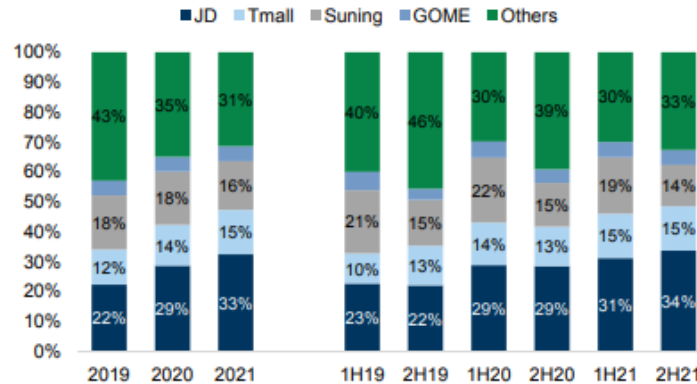
JD.com เป็นบริษัท E-Commerce ของจีนที่ปัจจุบันครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 2 รองจาก Alibaba ซึ่งมีจุดเด่นคือระบบการจัดส่งสินค้าต่างๆทั้งศูนย์กระจายสินค้าในจีนกว่า 6,900 แห่ง และพนักงานส่งสินค้ากว่า 7 หมื่นคน (จากพนักงานราว 120,000 คน) รวมถึงการจัดแพ็คเกจ ตลอดจนการสต็อกสินค้าด้วยตัวเอง ทำให้สามารถส่งด่วนภายใน 1 วัน ใน 43 เมืองใหญ่ของจีน โดย JD.com เป็นผู้จัดจำหน่ายเองคล้ายกับแนวทางในการบุกเบิกของอะเมซอน

- ฝั่ง Product Revenue ส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ของทาง JD.com ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแพลตฟอร์มที่ JD ทำสัญญากับแบรนด์ต่างๆเพื่อมาขายเองโดยตรง (มี market place แต่สัดส่วนรายได้น้อยมาก) ซึ่งจะเน้นไปที่การการันตีสินค้าว่าเป็นของแท้
- สินค้าประเภทอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ของใช้ในบ้าน คิดเป็นยอดขายกว่า 60% ของยอดขายรวม ในขณะที่สินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปคิดเป็น 20%



Product Revenue (90%)

- JD.com มี Third Party ที่เอาของมา supply และ ขายของผ่านแพลตฟอร์มของบริษัทมากกว่า 270,000 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนพนักงานของ JD.com ด้วยซ้ำ
- ปัจจุบัน JD.com มี market share สูงสุดในบรรดากลุ่ม E-Commerce จีนที่ขายกลุ่มสินค้าที่มีแบรนด์เองโดยตรง โดยแย่ง Market Share มาจาก Suning และ Platform ต่างๆ



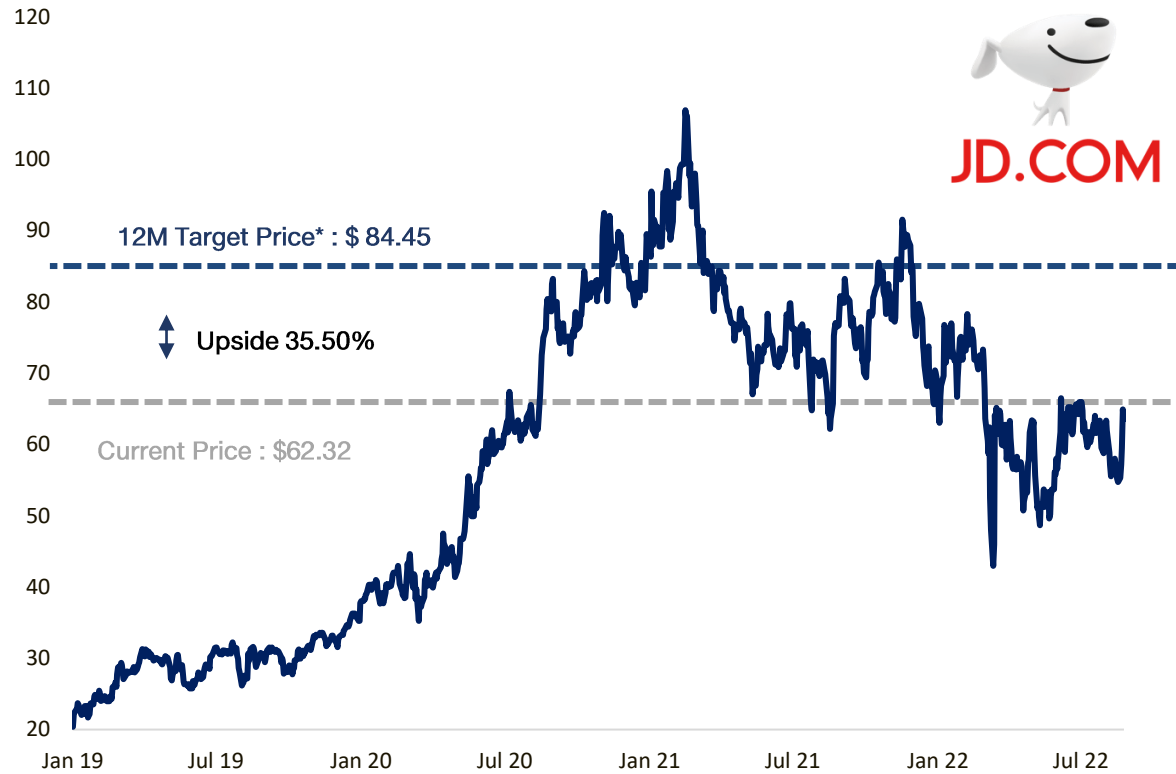
Source: CENA

Service Revenue (10%)

- รายได้ของฝั่ง Service Revenue มาจากการให้บริการด้าน Logistic (เน้นไปที่ขนส่งสินค้าและโกดัง) ให้แก่ Third Party รวมทั้งรายได้จากการโฆษณาผ่าน Platform ของ JD.com ต่างๆด้วย
- ด้วยศักยภาพด้าน Logistic ของ JD.com ที่สามารถขนส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็ว (ติด Top3 ของจีน) ทำให้ Third Party ออกรถเข้ามาใช้บริการ และส่งผลให้ธุรกิจนี้มีโอกาสเติบโตอีกมาก
- JD ได้ IPO บริษัท JD Logistic เข้าตลาดหุ้นฮ่องกงในเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว



Source: JD, Bloomberg



Earning Results

- ใน 2Q22 JD.com รายงานรายได้อยู่ที่ \$40Bn เติบโต 5% YoY สูงกว่าที่ตลาดคาด \$1.42Bn ในขณะที่ Non GAAP EPS อยู่ที่ \$0.61 สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ที่ \$0.20 ด้าน Annual active customer accounts เติบโต 9.2% YoY เป็น 580.8 ล้านคน จาก 531.9 ล้านคนใน 12 เดือนก่อน แต่ไม่เพิ่มขึ้นเลย QoQ (เพิ่มขึ้น 10 ล้านคนสำหรับ Platform JD.com แต่ลดลง 10 ล้านคนใน Jingxi Pinpin)
- Margin ดีขึ้น หลังจากรัฐบาลสั่งเอกชนให้หยุดลงทุนในธุรกิจที่ไม่มีกำไร Net margin เพิ่มขึ้นจาก 1.7% ในปีก่อน เป็น 2.4% ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันในทั้งอุตสาหกรรม
- Net Product Revenue เติบโต +3% YoY ใกล้เคียงกับที่ตลาดคาดจากยอดขายเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ได้แยเหมือนคาด ในขณะที่ Net Service Revenue เติบโต +23% YoY สูงกว่าที่ตลาดคาดไว้ค่อนข้างมาก รายได้จากค่าโฆษณาบน platform ของ JD.com เองก็เติบโตดี เช่นเดียวกับโฆษณาบน platform ของฝั่งตะวันตกอย่าง Amazon ส่วนหนึ่งเพราะโฆษณาบน e-commerce มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม่ซื้อของลูกค้า ทำให้สามารถเก็บค่าโฆษณาแพงกว่า ส่วน third-party logistics นั้นเติบโตสูงถึง +38% YoY
- “JD Plus” ซึ่งเป็นบริการให้ผู้ใช้งานสมัครสมาชิกพิเศษ ซึ่งได้รับสิทธิ์ ส่งฟรี ลดราคาซื้อ และสามารถดู Bilibili's prime video ได้แล้วด้วย ปัจจุบันมีสมาชิกแล้วกว่า 30 ล้านคนหรือคิดเป็น 5% ของจำนวนผู้ใช้ทั้งหมด สมาชิก “JD Plus” โดยเฉลี่ยจะซื้อสินค้ามากกว่าสมาชิกทั่วไปราว 8 เท่า

Guidance & Outlook

- ถึงแม้ธุรกิจของ JD จะประสบปัญหาหระยะสั้น จากการควบคุมโควิด 19 ในเมืองใหญ่ๆ และ การควบคุมอินเทอร์เน็ตของรัฐบาลจีน แต่ผลประกอบการในไตรมาสล่าสุดพิสูจน์แล้วว่าบริษัทยังคงสามารถเติบโตได้ท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าว ถึงแม้ยอดขายจะเติบโตช้าลงจาก User ที่เริ่มอึดตัว แต่ในอนาคตบริษัทมีแนวโน้มเพิ่มยอดขายต่อคนผ่าน “JD Plus” อีกทั้งรายได้จาก third-party logistics และ ค่าโฆษณาบน platform E-Commerce เองก็มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีในอนาคต

* Based on Bloomberg Consensus Estimate as of 30 August 2022 Source: JD , Bloomberg



Stock Report | **August 27, 2022** | NasdaqGS Symbol: **JD**

JD.com, Inc.



Recommendation



Price

USD 63.46 [as of market close Aug 26, 2022]

12-Mo. Target Price

USD 60.00

Report Currency

CNY

Investment Style

Large-Cap Growth

Equity Analyst Aaron Ho

GICS Sector Consumer Discretionary

Sub-Industry Internet and Direct Marketing Retail

Summary JD.com is an e-commerce company and retail infrastructure service provider in China, focusing on online direct sales of electronics, appliances, and merchandise.

Key Stock Statistics (Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports)

52-Wk Range	USD 92.69 - 41.56	Oper.EPS2022E	CNY 6.85	Market Capitalization[B]	USD 96.96	Beta	0.37
Trailing 12-Month EPS	CNY 11.96	Oper.EPS2023E	CNY 11.31	Yield [%]	N/A	3-yr Proj. EPS CAGR[%]	-6
Trailing 12-Month P/E	36.46	P/E on Oper.EPS2022E	63.62	Dividend Rate/Share	N/A	SPGMI's Quality Ranking	NR
USD 10K Invested 5 Yrs Ago	15,913.0	Common Shares Outstg.[M]	1,560.00	Trailing 12-Month Dividend	USD 1.24	Institutional Ownership [%]	37.0

Growth Opportunities

- เนื่องด้วยจำนวนยอดผู้ใช้ที่เริ่มเพิ่มขึ้นน้อยซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับบริษัท E-Commerce ทั่วประเทศจีน บริษัทจะเน้นการเติบโตผ่าน Exclusive membership ที่ชื่อว่า “JD Plus” มากขึ้น สมาชิก JD Plus โดยเฉลี่ยจะซื้อสินค้ามากกว่าสมาชิกทั่วไปราว 8 เท่า โดยปัจจุบันสมาชิก JD Plus มีสัดส่วนเพียง 5% ของสมาชิกทั้งหมดเท่านั้น ในขณะที่แผนการเติบโตอื่นๆ จะเน้นไปที่การเปิดห้างค้าปลีกในเมืองรอง โดยบริษัทมีความได้เปรียบจากการมีระบบ Logistic ที่พร้อมอยู่แล้ว อีกส่วนหนึ่งคือการเพิ่มสัดส่วน 3rd party หรือ ก็คือเปิดให้คนนอกเข้ามาขายได้

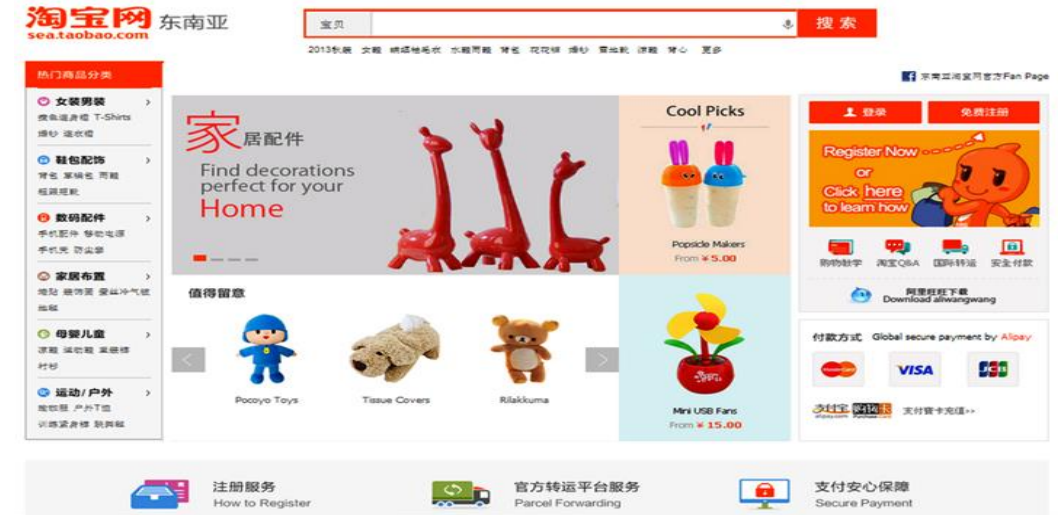
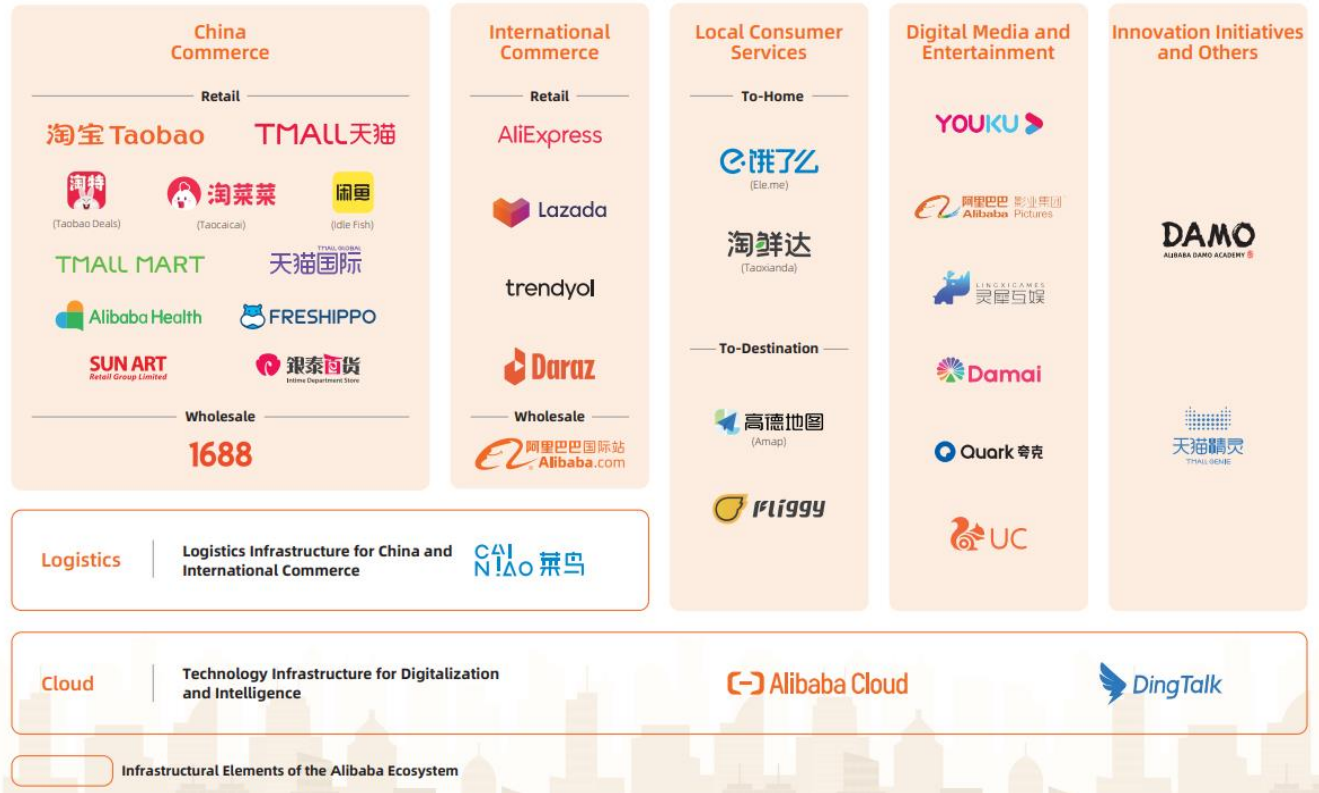
Source: CFRA





Alibaba Group Holding (BABA US) บริษัท E-Commerce รายใหญ่ของจีน ผ่าน Platform Taobao และ Tmall ยังการขยายธุรกิจไป SEA ในการลงทุนใน Lazada นอกจากนี้ยังมีธุรกิจขนส่ง ใน Aliexpress และ Cainiao Network ให้บริการ Cloud Service ผ่าน Alibaba Cloud บริการด้านการเงิน อย่าง Alipay ภายใต้ Ant Group นอกจากนี้บริษัทก็ลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยีอื่น เช่น การแพทย์ เพลง วิดีโอ

Alibaba Ecosystem (Fiscal Year 2022)



บริษัทยังเริ่มลงทุนในธุรกิจที่เป็น Trend อนาคตไม่ว่าจะเป็น Grocery Cloud หรือ ร่วมมือกับ SAIC พัฒนา EV Car ทั้งนี้บริษัทเจอความท้าทายการควบคุมของรัฐบาล ตั้งแต่การะจับการ IPO ของ Ant Group การกล่าวหาเรื่องการผูกขาด และการบังคับขายกิจการ อย่างต่อเนื่อง

Source: Alibaba , Bloomberg



Guidance & Outlook

- ถึงแม้ว่า Alibaba จะไม่เติบโตเลยในไตรมาสที่ผ่านมาแต่ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากการปิดเมือง อย่างไรก็ตามการที่รัฐบาลเริ่มผ่อนคลายนโยบายในการควบคุมหุ้นเทคโนโลยี ทำให้บริษัทสามารถกลับมาวางแผนอนาคตได้ดีกว่าเดิม แต่แนวทางจะเปลี่ยนไป บริษัทจะเปลี่ยนจากเป้าหมายเน้นเร่งการเติบโตมาเน้นการทำกำไรให้มากขึ้น เรามองว่ารายได้ของ Alibaba Group จะกลับมาเติบโตได้ในไตรมาสถัดๆไป แต่จะมีแนวโน้มการเติบโตที่ลดลง ในทางกลับกันอัตราส่วนการทำกำไรมีแนวโน้มดีขึ้นในอนาคต

Earning Results

- การโดนนโยบายของรัฐบาลควบคุมอยู่เรื่อยๆเพื่อเป้าหมายในการลดการผูกขาดของ Alibaba ซึ่งก็ได้ผลตรงตามใจรัฐบาล เป็นผลให้รายได้ที่ประกาศออกมาในไตรมาส 2 ไม่เติบโตเลย (+0% YoY) ในขณะที่กำไรหดตัว -30% YoY แต่ดีกว่าที่ตลาดคาดไว้เล็กน้อย
- หากไปดู E-commerce ในจีนที่เป็นรายได้หลักกว่า 70% ของ Alibaba นั้นแทบจะไม่โตเลย โดยได้รับผลกระทบเชิงลบจากปิดเมืองช่วงเดือน เมษา-พฤษภา คล้ายกับช่วงปี 2020 ที่ไวรัสระบาด 8 ilyh' แรก เพราะคนลดการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยอย่าง เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า และ หันมาซื้อสินค้าจำเป็นอย่าง grocery แทน แต่รอบนี้ฐานรายได้ของ Alibaba สูงมากแล้ว ทำให้ไม่ได้ประโยชน์เหมือนช่วงการระบาดครั้งแรกแล้ว ส่วนฝั่ง E-Commerce นอกจีน (Lazada Aliexpress) เติบโตเหลือเพียง 2% YoY ได้รับผลกระทบจากการเปิดเมือง
- หากเทียบรายได้ของ Alibaba Cloud กับคู่แข่งนอกจีนจะเห็นเลยว่าแยกว่าพอสมควร โดยเติบโตเพียง 10% YoY ในขณะที่คู่แข่งนอกจีน อย่าง Amazon, Microsoft, Google ยังโตแรง ระดับมากกว่า 30% ธุรกิจ Cloud เคยถูกคาดการณ์ว่าจะมาเป็น S-curve ใหม่ คู่กับ Ant Group แต่ปัจจุบันยังมีความไม่แน่นอนสูงในทั้งสองธุรกิจ
- แผนการของผู้บริหารในช่วงถัดไปจะเน้นลดการขาดทุนธุรกิจเฉพาะเงิน เช่น Group-buying, Food delivery ซึ่งตรงกับนโยบายรัฐ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายไม่จำเป็นลงไปได้

* Base on Bloomberg Consensus Estimate as of 17 August 2022

Source: BABA , Bloomberg

Stock Report | **August 13, 2022** | NYSE Symbol: **BABA**

Alibaba Group Holding Limited



Recommendation

STRONG SELL



Price

USD 94.77 (as of market close Aug 12, 2022)

12-Mo. Target Price

USD 75.00

Report Currency

CNY

Investment Style

Large-Cap Growth

Equity Analyst **John Freeman**

GICS Sector Consumer Discretionary

Sub-Industry Internet and Direct Marketing Retail

Summary Alibaba Group Holding is the leading e-commerce platform and enterprise cloud services provider in the People's Republic of China (PRC).

Key Stock Statistics (Source: CFRA, S&P Global Market Intelligence (SPGMI), Company Reports)

52-Wk Range	USD 192.98 - 73.28	Oper.EPS2023E	CNY 49.27	Market Capitalization[B]	USD 250.91	Beta	0.58
Trailing 12-Month EPS	CNY 47.75	Oper.EPS2024E	CNY 57.05	Yield [%]	N/A	3-yr Proj. EPS CAGR[%]	8
Trailing 12-Month P/E	13.38	P/E on Oper.EPS2023E	12.94	Dividend Rate/Share	N/A	SPGMI's Quality Ranking	NR
USD 10K Invested 5 Yrs Ago	6,247.0	Common Shares Outstg.[M]	2,650.00	Trailing 12-Month Dividend	N/A	Institutional Ownership [%]	34.0

Growth Opportunities

- แม้ Alibaba Group จะมีโอกาสเติบโตของรายได้จากกลุ่มธุรกิจ E-commerce ในจีนน้อยลงเมื่อเทียบกับในอดีต จาก Penetration Rate ของ E-commerce ในจีนที่อยู่ในระดับสูงแล้ว
- ต้องติดตาม Business Segment ใหม่ๆ อย่าง E-commerce นอกประเทศจีน และ ธุรกิจ Cloud ว่าจะสามารถพลิกฟื้นการเติบโตของ Alibaba ในอนาคตได้หรือไม่
- ทำไรยังมีแนวโน้มเติบโตดีเนื่องจาก บริษัทมีแนวโน้มจะได้รับประโยชน์จาก Economy of Scales และ การจัดการต้นทุนที่ดีขึ้น

Source: CFRA



DAOL

다음

DAOL (THAILAND)

กลุ่มธุรกิจการเงิน ดาโอ (ประเทศไทย)

DAOL SEC

DAOL INVESTMENT
MANAGEMENT

DAOL REIT

DAOL LEND

DAOL DIGITAL
PARTNER



'DAOL, your lifetime financial partner'



0 2351 1800



contactcenter@daol.co.th



www.daol.co.th



[daol.th](https://www.facebook.com/daol.th)



[daol.th](https://www.youtube.com/daol.th)

