

АЛИБАБА НА ПОРОГЕ



Триумфальное IPO китайской интернет-компании демонстрирует: КНР намерена потреблять все больше

ВЛАДИМИР ПАВЛОВ



Джек Ма готов выйти на новый уровень бизнеса

IPO китайского интернет-ритейлера Alibaba Group претендует на то, чтобы стать событием не только года, но и десятилетия на рынке первичных размещений. Аналитики оценивают рыночную стоимость компании до 200 млрд долл., а это значит, что в ходе листинга в США она может собрать рекордный объем средств инвесторов в истории. Успех Alibaba был бы немислим без бума потребления, который китайские власти поддерживают по мере сил.

ГЕНИЙ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

В 1999 году скромный 35-летний преподаватель английского языка из города Ханчжоу Джек Ма запустил сайт интернет-продаж Alibaba.com. Тогда он не мог предполагать, что спустя 15 лет число пользователей торговых площадок компании превысит 230 млн, а сам он станет обладателем состояния в 12,5 млрд долл.

Поначалу интернет-проект представлялся Джеку Ма достаточно легким делом. Он даже не стал арендовать для него офис, управляя сайтом из своей квартиры. Однако бизнес, что называ-

\$24
млрд

МОЖЕТ
ПРИВЛЕЧЬ
IPO ALIBABA

ется, поймал волну: онлайн-торговля в начале 2000-х годов развивалась стремительно. Перспективный стартап быстро вызвал интерес у иностранных инвесторов. Одним из первых в Alibaba 20 млн долл. вложил японский телекоммуникационный гигант SoftBank. Через пять лет американский интернет-поисковик Yahoo! потратил на покупку доли в Alibaba уже 1 млрд долл. В 2011 году среди инвесторов появились и россияне — DST фонды Юрия Мильнера и Алишера Усманова. Последний, как стало известно в марте этого года, продал пакеты акций Apple и Facebook и освободившиеся средства вложил в Alibaba.

Стремительно растущая экономика Китая стимулировала увеличение доходов населения, поэтому бизнес Джека Ма стал прибыльным спустя уже три года после запуска. В 2003 году компания Alibaba открыла розничную онлайн-площадку Taobao, а в 2004 году разработала свою систему электронных платежей Alipay. Наконец, в 2010 году компания запустила платформу Tmall, которая позволила расширить продажу товаров китайских и зарубежных брендов как на территории материковой части КНР, так и в Гонконге и на Тайване.

Если хотите зарабатывать много и стабильно, научитесь не только осваивать и создавать самые современные технологии, но и понимать, как мыслят и что любят потребители. Судя по всему, именно этими принципами руководствуется Джек Ма, компания которого придумывает различные способы привлечения покупателей. Например, именно Alibaba ввела в моду китайский аналог американского кибер-понедельника — день масштабных распродаж и скидок в Интернете. Он был приурочен к неофициальному празднику — Дню холостяков, который отмечается в Китае 11 ноября. Китайцы обожают магию цифр, а этот день в календаре отмечен сразу четырьмя единицами. Считается, что это лучшее время для завязывания знакомств. Сам по себе праздник, кстати, тоже из новых — он получил широкое распространение в 1990-е годы. Ушлые ритейлеры в начале 2000-х годов начали приурочивать к нему скидочные кампании, мол, перед свиданием лучше всего приодеться и закупить подарки. Однако Alibaba первой из ведущих онлайн-ритейлеров перенесла эти традиции в Интернет. В прошлом году объем продаж через торговые площадки Alibaba в День холостяка превысил 5 млрд долл.

В ОЖИДАНИИ РЕКОРДА

Alibaba подала предварительный проспект на проведение листинга в Комиссию по ценным бумагам и биржам США (SEC) в начале мая. Подробности размещения (объем акций, цена и торговая площадка) пока не раскрываются. Ранее источники Bloomberg сообщили, что компания планирует разместить 12% акций. Аналитики оценивают рыночную стоимость онлайн-ритейлера от 160 до 200 млрд долл. Это означает, что Alibaba в ходе IPO может привлечь до 24 млрд долл., поставив абсолютный рекорд первичного листинга. Пока

\$16

млрд

**ПРИВЛЕКЛО
IPO
АМЕРИКАНСКОЙ
КОМПАНИИ
FACEBOOK В
2012 ГОДУ. ЭТА
СУММА ДО СИХ
ПОР ЯВЛЯЕТСЯ
РЕКОРДНОЙ ДЛЯ
ИНТЕРНЕТ-
КОМПАНИЙ**

ЛОУРЕНС БРАМ

*ведущий экономист
New Earth Institute*

«Есть несколько проблем, с которыми Китай столкнулся, пытаясь привить себе модель потребления, характерную для США. Прежде всего большинство китайцев предпочитают экономить, а не тратить. В стране отсутствуют социальные гарантии, пенсии, доступная медицина, поэтому они опасаются за свое будущее. Гражданам нужны наличные на оплату различных услуг, а также на взятки докторам и чиновникам. Таким образом, приоритет правительства — борьба с коррупцией и масштабные реформы. Если власти добьются успеха, то мы увидим быстрый рост экономики потребления, если провалятся, то об экономике потребления можно забыть».

лидерство по этому показателю удерживает китайский Agricultural Bank, собравший 22,1 млрд долл. в 2010 году. В США на первом месте идет платежная система Visa, которая привлекла 19,7 млрд долл. в 2008 году. Что же касается интернет-компаний, то здесь наиболее удачливой оказалась социальная сеть Facebook, преодолевшая в ходе листинга в 2012 году планку в 16 млрд долл.

Установит ли Alibaba новый мировой рекорд, пока под вопросом, но вот результат компании Марка Цукерберга ей побить по силам. Высокие ожидания международных инвесторов связаны, с одной стороны, с отличными показателями китайского онлайн-ритейлера, которые по размерам превышают показатели таких американских интернет-гигантов, как Amazon и eBay, вместе взятых, а с другой — с перспективами роста рынка Поднебесной в целом. Согласно представленному в SEC проспекту выручка Alibaba по GAAP за финансовый год, завершившийся 31 марта 2013 года, составила 5,6 млрд, а чистая прибыль — 1,39 млрд долл. При этом всего лишь за девять месяцев следующего финансового года (с апреля по декабрь 2013 года) выручка достигла 6,51 млрд, а прибыль — 2,85 млрд долл.

Инвесторов привлекает тот факт, что Alibaba функционирует по аналогу ведущих мировых технологических гигантов. Сам Джек Ма в интервью The South China Morning Post заявил, что с точки зрения инноваций, менеджмента, идей, операционной и кадровой систем Alibaba почти ничем не отличается от Amazon, eBay, Google и Facebook. Модель Alibaba в большей степени напоминает структуру бизнеса eBay — компания сама не продает никаких товаров, а основную выручку получает за счет комиссий от сделок и поступлений от рекламодателей. Львиная доля продаж, около 90%, приходится на торговые площадки Китая.

Это, впрочем, не значит, что Alibaba копирует своих западных конкурентов. Пожалуй, она в чем-то даже опережает каждого из них. Помимо торговли в Интернете и продажи онлайн-рекламы, Alibaba развивает облачные технологии и инвестирует в различные инновационные проекты. Среди ее китайских активов — доли в социальной сети Weibo, провайдере цифровых услуг и навигации AutoNavi, видеопортале Youku, разработчике мобильных браузеров UCWeb, а среди американских — инвестиции в мессенджере Tango. А инвесторы сейчас крайне любят инновационные стартапы.

Alibaba пытается застолбить место

и на финансовом рынке. В июне прошлого года компания запустила собственный фонд Yu'e Bao, который к маю этого года привлек более 87 млрд долл. средств населения. Причина такой популярности фонда проста: ставки по депозитам Yu'e Bao составляют 5–8% годовых, в то время как у ведущих китайских банков граждане могут размещать депозиты примерно под 3% годовых.

В марте этого года Alibaba вошла в список компаний, которым власти Китая разрешили принять участие в проекте по софинансированию частных банков. Правительство хочет запустить пять частных финансовых институтов, которые будут кредитовать население и малый бизнес. Alibaba создаст банк вместе с производителем автозапчастей Wanxiang Holding. Аналитики, правда, усматривают в проекте скрытую ловушку: власти таким образом хотят снизить популярность финансовых фондов, включая Yu'e Bao, которые становятся все более опасными конкурентами для государственных коммерческих банков.



МАСАЙОСИ СОН

Основатель и глава SoftBank.
SoftBank владеет **34,4%**
акций Alibaba



МАРИСА МАЙЕР

Генеральный директор Yahoo!
Yahoo! владеет **22,6%** бумаг Alibaba,
и у Майер есть отличная возможность
порадовать акционеров американского
поисковика прибылью от сделки



ДЖЕК МА

Основатель и председатель
совета директоров Alibaba
Владеет **8,9%** компании



ЮРИЙ МИЛЬНЕР

Интернет-инвестор

АЛИШЕР УСМАНОВ

и владелец «Металлоинвеста».

Точная доля их фондов DST Global в Alibaba не раскрывается, но, судя по всему, она не превышает **5%**, так как они не были упомянуты среди основных инвесторов в проспекте для SEC

\$ 372

млрд

ДОСТИГНЕТ В
2014 ГОДУ ОБЪЕМ
ОНЛАЙН-
ТОРГОВЛИ В
КИТАЕ

БОЛЬШОЕ КИТАЙСКОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Феноменальный успех Alibaba, помимо финансового чутья Джека Ма и бурного развития интернет-технологий, объясняется и важными социально-культурными переменами в китайском обществе. Взлет китайской экономики в 1990-х – начале 2000-х годов привел к увеличению зажиточности всех слоев населения. В итоге страна, которая многие годы носила звание главной производственной площадки мира, теперь рвется в лидеры по потреблению. В сфере интернет-



Один из пунктов выдачи онлайн-покупок Alibaba

\$ 22

млрд

СОБРАЛО IPO
AGRICULTURAL
BANK OF CHINA
В 2010 ГОДУ.
ЭТО
АБСОЛЮТНЫЙ
МИРОВОЙ
РЕКОРД
ДЛЯ IPO

торговли она уже вышла на первое место, опередив США. По данным аналитиков Forrester Research, в 2013 году китайцы потратили на покупки в Интернете 294 млрд долл., в то время как американцы — 260 млрд долл. По прогнозу, в этом году объем онлайн-торговли в Китае достигнет 372 млрд долл., а число онлайн-покупателей вырастет с 298 до 355 млн. Для сравнения, объем торговли в Сети в США только в конце 2014 года достигнет прошлогодних китайских показателей. Дальше разрыв будет только расти. В 2018 году объем покупок в Интернете в США составит 414 млрд долл., а в Китае — 671 млрд долл., прогнозирует Forrester Research.

Для инвесторов, которые готовятся покупать акции Alibaba на предстоящем IPO, настроение китайских потребителей имеет крайне важное значение. И здесь их ждет приятная новость — наступление эпохи потребления приветствует правящая Компартия Китая. В 2012–2013 годах

в КНР состоялась передача власти очередному, пятому, поколению руководства во главе с генсеком ЦК КПК и председателем КНР Си Цзиньпином и премьером Госсовета Ли Кэцяном. Одним из их первых шагов стало развертывание масштабных экономических реформ, которые должны снизить зависимость Поднебесной от инвестиций и увеличить внутреннее потребление. С этой точки зрения бизнес Alibaba идет в ногу с политикой Компартии. Китайские СМИ осенью прошлого года сообщили: премьер Ли Кэцян во время встречи с Джеком Ма подчеркнул, что повышение потребительской активности китайцев является важной задачей правительства.

«Китай намерен стимулировать развитие потребительского кредитования, так как существует точка зрения, что страна больше не может полагаться только на свой экспорт, — подтвердил “МП” ведущий экономист New Earth Institute Лоуренс Брам. — Китайские лидеры полагают, что экономической стагнации можно избежать при помощи стимулирования внутреннего потребления». Темпы роста китайского ВВП замедлились в 2013 году до 7,7% — рекордно низкого за последние десятилетия уровня, а в этом упадут еще как минимум на пару процентных пунктов. И хотя для большинства государств это очень высокий показатель, для экономики КНР, которая еще в начале 2000-х годов ежегодно росла выше 10% — тревожный сигнал.

\$ 160

\$ 200

млрд

СОСТАВЛЯЕТ
ПРЕДПОЛАГАЕМАЯ
РЫНОЧНАЯ
СТОИМОСТЬ
ALIBABA

\$ 87

млрд

ПРИВЛЕК ФОНД
ALIBABA МЕНЕЕ
ЧЕМ ЗА ГОД
СУЩЕСТВОВАНИЯ

ЛОЖКА РИСКА В БОЧКЕ ПРИБЫЛИ

Несмотря на крайнюю привлекательность Alibaba, инвесторы, готовящиеся вложить в нее средства, должны помнить и о существующих рисках. По большей части они таятся в законодательной системе Китая.

Китайский Центробанк сейчас разрабатывает документы о введении ограничений в отношении платежных систем страны. Если предложения будут одобрены, то пользователи не смогут тратить больше 5 тыс. юаней (804 долл.) на разовую покупку и более 10 тыс. юаней (1,6 тыс. долл.) ежемесячно. Это негативно отразится на финансовых показателях Alipay, о чем Alibaba предупредил инвесторов в своем проспекте для SEC. Сейчас через Alipay проходит 78,6% всех платежей торговых площадок Alibaba.

Еще одна серьезная опасность — изменения в налоговой системе КНР. Alibaba Group зарегистрирована на Каймановых островах и имеет небольшую часть оборота вне Китая (менее 10%), а потому согласно нынешней редакции закона не считается налоговым резидентом КНР. Однако в случае изменения закона о подоходном налоге коммерческих предприятий и увеличения зарубежного оборота компании власти Китая будут иметь право признать компанию Alibaba налоговым резидентом и заставить ее платить в госказну 25% с общей прибыли.

Помимо собственно финансовых рисков, будущим акционерам Alibaba следует учесть и мировоззрение основателя компании — ведь даже после размещения он вместе со своими китайскими партнерами останется у руля, определяя политику онлайн-гиганта. «Отношения между инвесторами и предпринимателями похожи на супружеские — никто не может сказать, кто в большем выигрыше», — цитирует Reuters комментарий Джека Ма, размещенный в социальной сети Laiwang. При этом миллиардер откровенно заявляет, что не собирается идти на поводу у акционеров, которые, как правило, хотят исключительно улучшения финансовых показателей и роста дивидендов. «После IPO мы продолжим придерживаться нашей политики: потребители — на первом месте, работники компании — на втором, а акционеры — на третьем», — предупреждает Джек Ма. **МП**



Офис китайского интернет-гиганта привык жить по местным правилам