認識新晉股王

阿里巴巴這一家

經過重重波折，「集資王」阿里巴巴(9988)上周終於成功回歸港股，掛牌5日已經較招股價176元高出12.7%，上周五收報198.4元，每手賬面賺2,240元，相當和味，市值及成交金額亦高於騰訊(0700)，成為新一代「股王」。這家備受市場追捧的公司，其實除了淘寶、天貓等較為人熟悉的業務外，仍有很多類型業務，包括金融、物流、數據營銷及娛樂等，不少都同大家的日常生活有關，今期數據生活將會為大家介紹一下部分核心阿里巴巴「家族成員」，讓大家更加看清「新股王」的潛力。

■香港文匯報記者 莊程敏

■阿里巴巴各家族成員各司其職，涵蓋飲食、旅行、消閒、金融等等生活各層面。

阿里雲 連接百萬台伺服器

阿里巴巴在核心電商及雲業務快速增長，兩項業務收入佔比達到93%，雲業務亦是阿里在互聯網下半場的主戰場。阿里雲是阿里巴巴旗下雲計算品牌，創立於2009年，在杭州、北京、矽谷等地設有研發中心和運營機構。阿里巴巴創始人馬雲在2016杭州雲棲大會上提出了五新：「新零售，新製造，新金融，新技術，新能源」，阿里雲正在成為這「五新」的經濟基礎設施，其自主研發的超大規模通用計算操作系統飛天，可以將遍佈全球的百萬個伺服器連成一台超級計算機，以在線公共服務的方式為社會提供計算能力。

內地市佔達43%

今年雙十一商品成交額及物流訂單皆刷新世界紀錄，訂單突破每秒54.4萬筆。阿里巴巴集團首席技術官張建鋒表示，阿里巴巴集團的核心系統100%全面上雲，撐住了天貓雙11的世界級流量洪峰。根據IDC的資料顯示，2019年Q1中國公有雲阿里雲市場份額較2018下半年提升0.3個百分點至43%。

雖然阿里巴巴的雲計算部門仍處於虧損狀態，不過收入於今年首季飆升76%，至人民幣77億元，佔據了中國市場一半以上的份額，截至目前，阿里雲已經連續五年保持50%以上的增速。

據Bernstein估計，到2022年，阿里巴巴的雲計算業務可能以每年46%的速度增長。阿里巴巴表示，在Q4阿里雲發佈了Graph Databse、區塊鏈即服務等諸多方面的產品更新，並將繼續利用自身的規模來降低在內容網絡、安全、數據庫和網絡基礎架構方面的產品服務價格。

菜鳥網絡 建全球智慧物流網

菜鳥網絡創立於2013年，是由阿里巴巴，聯合銀泰商業、復星集團、富春集團、順豐、申通、圓通、中通、韻達等，以及相關金融機構共同宣佈正式啟動。自成立起，菜鳥的使命就是：全國24小時，全球72小時必達。按照菜鳥網絡的整體計劃，未來共投資3,000億元人民幣，首期計劃投資1,000億元。希望用這3,000億元來撬動國家在物流基礎設施上投入的幾十萬億元，讓國家基礎設施發揮出更大效應。馬雲亦希望用5至8年的時間，努力打造遍佈全國的開放式、社會化的物流基礎設施，建立一張能支撐日均300億元、年度約10萬億元的網絡零售額的智能骨幹網絡。

阿里巴巴集團11月宣佈，通過增資和購買舊股的方式，投入233億元人民幣，增持旗下物流業務菜鳥網絡的股權，從約51%增至約63%。據介紹，新一輪融資後，菜鳥將繼續加大技術投入，加快建設全球智慧物流骨幹網。

處理跨境訂單力增六成

事實上，菜鳥網絡對於阿里的電商業務亦相輔相成。數據顯示，剛剛過去的天貓雙11，一天就創下12.92億個物流訂單。其中跨境物流增長特別強勁，跨境進口一天的清關量就超過2,800萬單，同比增長40%以上。在出口方面，菜鳥與合作夥伴在雙11處理的跨境訂單也超過3,000萬單，同比增長近60%，相當於中國日均跨境包裹量的10倍。菜鳥新推出的演算法合單，把超過40%發往俄羅斯的平郵包裹免費升級成了航空快件，快遞時效加速80%。

阿里媽媽 廣告客戶破百萬

阿里媽媽是阿里巴巴集團創立於2007年的廣告交易平台，擁有阿里巴巴集團的核心商業數據。每天有超過50億推廣流量完成超過3億件商品推廣展現，覆蓋高達98%的網民。目前，阿里媽媽整體客戶數突破100萬；合作媒體超4,000家，與10萬家APP達成合作。以數據和技術賦能，以及阿里巴巴經濟體賦予阿里媽媽最大的消費者營銷舞台，令其可全面追踪消費者從品牌認知到興趣，從購買到忠誠的全鏈路，實現品牌與消費者的全媒體互動。

靠阿里領域增產品滲透率

以手機OPPO為例，阿里媽媽從手機行業特點和OPPO的品牌定位入手，與OPPO一起定制了一套創新營銷方式，不僅幫助OPPO找回淘寶系購買消費者，更找回了廣大的淘寶外購買消費者，同時通過對線上線下真實消費者的畫像洞察，「一邊召回老客，一邊直指高潛力人群」。在淘寶系內，阿里媽媽為其着重配置了1至3線城市的流量。同時利用今日頭條等外部頭部媒體流量，進行智能投放，使收藏、加購人群顯著上升。

另外，超過80年歷史的麥提莎巧克力於2017年進入中國市場時，阿里媽媽通過數據發現，麥提莎的潛在消費者是「年輕女性」、「喜歡巧克力」、「喜歡進口品牌」等等。公司利用新奇好玩的「天空之城」小機器，為品牌注入「網紅零食」潛質，亦在阿里系全域媒體加持，實現大曝光。結果產品上市開售僅30分鐘，銷量突破200萬，同比增長1,111%。

螞蟻金服 金融科技獨角獸

螞蟻金服是阿里巴巴集團的網路金融服務公司，旗下包含支付寶、基金投資餘額寶、信貸服務螞蟻花唄、個人徵信服務的芝麻信用等，同時也有龐大的戰略投資，包括蘑菇租房、哈囉單車、OFO、快捷停車等。而截至2019年6月，支付寶及其本地錢包合作夥伴已經服務超12億的全球用戶，

餘額寶規模逾1400億美元

按當前匯率折算後，餘額寶於今年9月最新規模約為1,440億美元，落後於摩根大通和富達的貨幣基金，位列全球第三，資產規模與2018年相比是暴跌40%，失去了全球第一的寶座。

根據2017年阿里巴巴公佈的財報顯示，按37.5%分潤比率，螞蟻金服向阿里巴巴支付的利潤合計達到7.39億美元，推算螞蟻金服全年的利潤超過19億美元。而雙方於9月宣佈，在達成雙方2014年簽訂的交易協議及相關協議修訂版中所列明的完成條件後，阿里巴巴集團已經收到螞蟻金服新發行的33%股份。而在此次發行事項完成後，該利潤分成安排將告終止。市場估計，螞蟻金服估值約1,600億美元，為金融科技領域裡的獨角獸。

一旦上市 勢變中國No.1

有分析指，由於內地金融科技還有巨大市場空間，金融服務市場規模比電商、社交大得多。螞蟻金服上市後市值有可能是現有的估值基礎上增加三至四倍，屆時，螞蟻金服極有可能成為內地市值最高的企業。

極速入恒生綜指 滙豐料阿里升多兩成

阿里巴巴上市僅數日，股價愈升愈有，加上恒指服務公司宣佈將於12月9日(星期一)起將阿里巴巴納入恒生綜合指數，上周五已突破200元大關，不少無貨的股民都「飲恨」，但現價是否值得入場？

多間大行證券商先後看好阿里巴巴，其中以滙豐「最牛」，給予阿里巴巴目標價240.8元，距上周五收市有逾兩成升幅潛力。該行指，香港集資預計主要作科技投資及數碼轉型方面，以改善營運效率，如果按16年前淘寶如何令電子商務轉型，預計未來十年將迎來另一數碼轉型革命。

招商證券國際發表報告表示，該股未來要進一步納入港股通，條件是需在聯交所上市滿6個月及其後20個港股交易日，當南向資金可投資該股，並對阿里作估值重估。該行維持阿里巴巴「買入」評級，予其美國存託股份(ADR)目標價為222美元，對應港股股價為217港元，此按綜合方式作估值，指未來南方資金流入，有助對阿里作重估，同時阿里在本港及美國同時上市或可提供套戥機會，令其在本港及美國股價的價值收窄。

阿里目標價

機構	目標價	距現價*
中信建投	224元	+12.9%
滙豐	240.8元	+21.4%
麥格理	224元	+12.9%
招商證券	217元	+9.4%

*上周五收報198.4元

行業透視

內地新能源車銷售模式的啟發

德勤中國近日發佈的《數位化新圖景下的互聯購車體驗》，深度剖析新能源汽車廠商利用自下而上的一體化系統，為客戶提供線上線下無縫連接的個性化互動體驗，引領行業發展。報告顯示，面對流程和系統過時、資料流程分散以及後端系統複雜等重重阻礙，傳統整車廠商正全速發力。

德勤中國汽車行業合夥人周令坤表示，中國的互聯網滲透率已達60%的歷史高位，伴隨移動設備成長的千禧一代即將主導汽車市場。這意味在購車期望方面，功能和理性訴求將逐漸由購車體驗取代，而社交媒體將繼續發揮重要作用。為追趕新能源汽車廠商，整車廠商需更新銷售模式和資料收集方式，並建立統一的全程客戶管理模式，提供線上線下無縫體驗。

為提供無縫體驗，新能源汽車廠商充分運用實體店中多種數碼化工具，包括人臉識別、虛擬實境、增強現實，以及各類應用軟體。

德勤中國戰略與運營諮詢合夥人Seong Kiu Kang認為，借助虛擬實境和增強現實技術，客戶可自行配置心儀的汽車。因此，全新汽車銷售模式不僅是針對產品，更是通過汽車為客戶提供難忘的瞬間體驗，為客戶留下深刻的印象。

藉會員制了解客戶所需

部分新能源汽車廠商還在應用軟體方面融入社交元素，例如未購車的客戶同樣可參與會員計劃和社區等。整車廠商可藉此了解潛在客戶的理想產品及體驗，並納入一體化系統以供日後使用，這非常有利於其發展。

報告認為，客戶交互中心便是此類一體化系統，透過優化升級客服中心的概念，提供全方位服務，包括線上行銷活動、銷售機會管理、購車合同簽訂以及車輛交付準備等。

周令坤指出，客戶交互中心還能處理行政管理工作，減少汽車展廳的工作量並提高工作效率。例如，銷售顧問忙於接待顧客時，客戶交互中心可接管與另一位顧客的互動工作、記錄相關資料，隨後反饋該銷售顧問，讓其可在掌握充分資訊的情況下與剛未能接待的顧客溝通，從而讓每一位顧客感受到消售顧問切實了解其需求。

此外，在特許經營模式、客流量、銷售機會拓展、試駕滿意度等資訊收集方面，客戶交互中心必不可少，以保障汽車展廳的正常運營。

建立線上線下無縫體驗

Seong Kiu Kang總結，中國整車廠商正根據不斷變化的客戶期望調整其互動模式，致力於利用數碼化工具和客戶交互中心理念提供線上線下的無縫體驗。技術推動整個數碼化客戶體驗流程，並打造單一客戶視圖，而客戶交互中心則可作為核心中樞，統籌協調每一次的客戶互動。

■香港文匯報記者 蔡競文

財技解碼

內地藥品價格大降不利藥股

港股在11月最後一個交易日急跌逾五百點，跑輸區內股市。50隻藍籌股全線向下，受國家醫保談判結果出爐拖累，醫藥股受壓，石藥(1093)急插9.7%，為表現最差藍籌。

11月28日，國家醫保局公佈了2019年國家醫保談判准入藥品名單。醫保談判結果發佈，97個藥品談判成功，超出市場預期，引致醫藥股大跌。

本次談判共涉及150個藥品，包括119個新增談判藥品和31個續約談判藥品。119個新增談判藥品中，談判成功的藥品為70個，價格平均下降60.7%，新增品種談判成功率58.8%。31個續約藥品，談判成功27個，續約成功率87.1%，價格平均下降26.4%。此次談判中慢性病用藥降價明顯，三種丙肝用藥降幅平均在85%以上，腫瘤、糖尿病等藥品的價格降幅平均65%。

明年實施新版醫保目錄

政策要求各地要在2019年12月底前將談判藥品在省級藥品集中採購平台上直接掛網，新名單將於2019年12月底前在省級藥品集中採購平台上架，2020年1月1日正式實施新版醫保目錄，協議有效期至2021年12月31日。

部分新藥上市僅兩年

藥品價格大幅下調，不利藥企盈利，所以不少藥企要經過一段時期的陣痛。不過，本次談判品種數量遠超前幾輪，談判成功藥品多為認可度高、新上市且臨床價值高的藥品，癌症、罕見病、慢性疾病用藥以及兒童用藥保障能力得到顯著提升，在鼓勵創新導向政策下，其中很多2018年上市的創新藥品，上市第二年即可納入醫保。若藥品被納入醫保，該藥物的市場佔有率便會大幅增加。如創新藥，納入醫保速度在提升，醫保資金將不斷向創新藥傾斜，實現銷售也同時放量。因此，相對其他沒有納入醫保的同類藥企來說，獲納入醫保清單的藥企將會很快復甦。

■太平金控・太平証券（香港）研究部主管陳羨明