

شرکت های زیر مجموعه علی بابا



Alibaba.com بزرگ ترین وبسایت B2B برای کسب و کارهای کوچک و متوسط می باشد. این شرکت در هانگزو افتتاح شد و ۳ سرویس اصلی ارائه می دهد. پرتال انگلیسی شرکت (Alibaba.com) مبادلات بین وارد کنندگان و صادر کنندگان بیش از ۲۴۰ کشور و منطقه را انجام می دهد. پرتال چینی com.1688 مبادلات B2B داخلی چین را انجام می دهد. علاوه بر این، Alibaba.com، یک وبسایت مبادلات خرده فروشی به نام AliExpress.com دارد که به خریداران کوچک تر اجازه می دهد، مقادیر کمتری از کالاها را با قیمت عمده فروشی بخرند Alibaba.com در سال ۲۰۰۷ وارد بورس سهام هنگ کنگ و در ۲۰۱۲ از آن خارج شد. در سال ۲۰۱۳، com.1688 یک کانال مستقیم راه اندازی کرد که ارزش مبادلات روزانه آن معادل ۳۰ میلیون دلار است.

Taobao

Taobao، بزرگ ترین فروشگاه آنلاین C2C در کشور چین می باشد. این وبسایت در سال ۲۰۰۳ راه اندازی شده و محصولات متنوعی در آن به فروش می رسد. در ژانویه ۲۰۱۵، Taobao بر اساس رتبه بندی Alexa.com به لحاظ میزان بازدید در کشور چین، رتبه دوم را کسب کرد. رشد Taobao به دلیل ثبت نام رایگان و عدم دریافت کمیسیون برای مبادلات و ارائه خدمات پرداخت رایگان بوده است.

تبلیغات ۸۵ درصد از درآمد شرکت را به خود اختصاص داده است. این وبسایت در سال ۲۰۰۹ به نقطه سر به سر رسید. سود Taobao در سال ۲۰۱۰ معادل ۲۳۵ میلیون دلار تخمین زده شد که فقط معادل ۰/۴ درصد از فروش کل (۶۳ میلیارد دلار)، آن بود. این درصد پایین تر از متوسط صنعت (۲٪ سود) بود.

طبق گفته های زانگ یو، مدیرعامل Taobao، در بین سالهای ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۳، تعداد فروشگاه های Taobao با فروش سالانه زیر ۱۰۰ هزار یوان ۶۰٪ افزایش و تعداد فروشگاه ها با فروش بین ۱۰ هزار و ۱ میلیون یوان، ۳۰٪ افزایش و تعداد فروشگاه ها با فروش بیش از ۱ میلیون یوان ۳۳٪ افزایش داشت. در سال ۲۰۱۲ فروش Taobao از مرز ۱۶۰ میلیارد دلار گذشت و در ۱۱ نوامبر ۲۰۱۲، با فروش ۳ میلیارد دلاری در یک روز، بزرگ ترین فروش آنلاین را رقم زد.

Tmall.com

Tmall.com در آوریل ۲۰۰۸ به عنوان یک خرده فروشی آنلاین برای تکمیل پرتال C2C تائوبائو معرفی و در سال ۲۰۱۱ از تائوبائو مستقل شد. این وبسایت در اکتبر ۲۰۱۳ هشتمین سایت پر بازدید چین شد و در حال حاضر برند های جهانی را به طبقه ثروتمند رو به رشد چینی ارائه می دهد.

Juhuasuan

Juhuasuan.com یک وبسایت خریدهای گروهی در چین می باشد که در مارچ ۲۰۱۰ توسط Taobao از آن پرده برداری و در اکتبر ۲۰۱۱ از آن مستقل شد. Juhuasuan با استفاده از مدل معامله روز (Deal of the day) محصولاتی که فقط در یک دوره زمانی محدود (۱ تا ۲ روز) با قیمت خاصی در دسترس هستند، را می فروشد. برای خرید این محصولات با تخفیف، فقط می توان در دوره زمانی تعیین شده، اقدام به خرید آنها کرد.

eTao

eTao.com در سال ۲۰۱۰ توسط Taobao به عنوان یک وبسایت خرید مقایسه ای، معرفی و در ژوئن ۲۰۱۱، به یک کسب و کار مستقل تبدیل شد. این وبسایت نتایج جستجوی بیشتر فروشگاه های اینترنتی چینی شامل جستجوهای محصولات، تخفیفات و کوپن ها را نشان می دهد. خریداران آنلاین، می توانند از این وبسایت برای مقایسه قیمت و شناسایی بهترین گزینه ها استفاده کنند. eTao محصولات وبسایت های آنلاین مختلفی از جمله:

و Taobao همچنین VancI و Nike China، Yihaodian، Gome، Dangdang، Amazon China و Tmall را ارائه می دهد.

Alipay

Alipay که در سال ۲۰۰۴ راه اندازی شد، یک وبسایت پرداخت آنلاین شخص ثالث می باشد که هزینه مبادله دریافت نمی کند. این وبسایت همچنین سرویسی ارائه می دهد که خریداران می توانند قبل از پرداخت به فروشنده، کالا را دریافت کنند. بر اساس گزارشات تحقیقات بازار که در فوریه ۲۰۱۴ انجام شد، Alipay با ۳۰۰ میلیون کاربر و در اختیار داشتن نیمی از پرداخت های آنلاین چین، بیشترین سهم بازار را در این کشور دارد.

Alibaba Cloud Computing

هدف اصلی رایانش ابری علی بابا (www.aliyun) فراهم کردن خدمات جمع آوری و پردازش داده های تجارت الکترونیک و سفارشی سازی آنهاست. رایانش ابری علی بابا در سپتامبر ۲۰۰۹ به مناسبت دهمین سالگرد تأسیس گروه علی بابا، راه اندازی شد که شامل مراکز تحقیق و توسعه (R&D) و اوپراتورها در هانگزو، پکن و سیلیکون ولی می شود. در جولای ۲۰۱۴، Aliyun (با Inspur بزرگ ترین شرکت رایانش ابری در چین) شریک شد.

China Yahoo!

در اکتبر ۲۰۰۵ گروه علی بابا با Yahoo! وارد مشارکت استراتژیک شد و China Yahoo! (www.yahoo.com.cn) را خرید، یک پرتال چینی که بر روی خدمات اینترنتی نظیر اخبار، ایمیل و جستجو تمرکز دارد.

AliExpress

AliExpress.com در سال ۲۰۱۰ راه اندازی شد. این وبسایت خدمات خرده فروشی آنلاین برای کسب و کارهای کوچک چینی ارائه می دهد تا بتوانند محصولات خود را به بازارهای بین المللی بفروشند AliExpress. پر بازدید ترین وبسایت تجارت الکترونیک در روسیه می باشد.

Aliwangwang

Aliwangwang یک نرم افزار پیام رسانی فوری می باشد که در سال ۲۰۰۴ به منظور تعامل بین مشتری و فروشنده های آنلاین طراحی شده است. در سال ۲۰۱۴، تعداد کاربران این سرویس به ۵۰ میلیون نفر رسید و دومین ابزار پیام فوری در چین شد.