

阿里系价值网构建及其投融资战略协同

——基于生命周期视角

刘亚臣,张梓璇,包红霏

(沈阳建筑大学管理学院,辽宁 沈阳 110168)

摘要:将价值网嵌入企业投融资战略中,采用案例分析法,选取阿里巴巴集团企业作为研究对象,结合价值网形成机理与模型,重新解构阿里系价值网;基于企业生命周期视角,挑选阿里巴巴集团企业从成立初期至今的重要投融资事件作为事件窗口期,对比分析阿里巴巴集团企业4段生命周期下价值网的特点及价值网演化下投融资战略体系的不同,得出了价值网的演化遵循企业生命周期规律和价值网的构建同投融资战略相协同的结论。

关键词:价值网;价值创造;生命周期;投融资战略

中图分类号:F275.5 **文献标志码:**A

在网络经济时代,随着数字经济技术的快速发展与消费者需求的日益多样化,企业之间进行价值创造的竞争格局逐步从单个企业层面转向多企业合作的模式。传统的企业价值链理论因忽视综合与交互行动^[1]、忽视价值创造系统的复杂性,将难以有效地应用于多企业合作式竞争格局。相比之下,新兴的价值网理论所强调的是多个企业组织与其协力者所共同营造价值网之间的竞争,价值创造活动呈现出从价值链到价值矩阵再到柔性价值网的发展态势^[2]。

价值网是一种网络动态价值创造体系^[3],网内节点企业间有着频繁的业务联系,且多是通过股权投资和业务合作的方式来维持彼此长期稳定的关系,实现手段则更多表现为投资与融资战略。显然,结合价值网理论研究居于网内核心地位的企业不同发展阶段所采取的投融资战略,对于探索价值网的形成规律具有重要意义。

一、价值网文献综述

1998年,Adrian Slywotzky等^[4]在《利润区》一书中首次提出了价值网的概念,将其解释为由客户、供应商与合作企业之间的信息流所构成的动态网络。在其后的20余年里,学者们从不同视角对价值网展开了研究:

(1)价值网的内涵。该层面研究主要集中于价值网理论提出的早期阶段,学者们主要围绕价值网的定义及结构特点进行讨论。价值网是价值链的升级版,围绕顾客价值,对传统企业价值链进行集成、合并所体现出的一种全新业务模式。随着网络技术的快速普及,基于价值创造最优视角,价值创造模式体现出“数字化和网络化”的特点。企业的发展离不开合作与竞争,袁青燕^[5]认为价值网

是一个复杂的、非线性的系统,其演化与发展的最终目的是获取竞争优势。

(2) 价值网的具体应用。该层面研究主要集中于价值网兴起后的 10~15 年间,学者们主要将价值网同商业模式和企业战略相结合,提出了以“顾客价值”为企业核心竞争力的价值网竞争战略和价值网商业模式创新途径,重在构建价值创造系统和价值获取机制,以实现企业灵活业务布局和顾客不同层次的消费需求。高天亮^[6]认为应通过构建多业务合作伙伴的价值网络,创新价值网商业模式,从而实现资源转移,以提高网内企业竞争能力。

(3) 价值网的理论构建。该层面研究主要集中于近 5 年,学者们主要从价值网的演变路径与形成机理的角度展开研究。通过探索价值网的演变路径,即价值网成立的 3 个阶段——识别组建、迭代更新与拓展深化,总结价值网结构升级的措施,助力价值网底层企业突破低端锁定的局势。刘向东等^[7]基于互联网技术影响企业交易成本与分工演进视角,分析从价值链到价值网的演变过程,探究价值网形成机理与互联网发展的关系,即通过互联网技术在价值创造上实现深度专业化集成与分工。

综上,价值网构建并非偶然事件,需要以企业长期生存发展为前提,价值网的进化和优化是各节点企业生存与发展的基础,而“资金”作为支撑企业生存发展的核心资源,正是通过企业的投融资活动盘活的,企业在不同生命周期下所表现出的投融资战略侧重点也有所不同。因此,从生命周期视角,探究价值网构建与企业投融资战略间的关系具有重要的现实意义。

二、阿里系价值网解析

阿里巴巴集团企业(以下简称“阿里巴巴”或“阿里”)成立于 1999 年,恰逢互联网进入我国的初始时期,而此时价值网理论也刚刚兴起。从企业初创期的“捉襟见肘”到成长期的“资金充盈”,从成熟期的“走出国门”到如今“回归祖国”,据阿里巴巴 2020 年

第一季度财报显示,当前企业市值已经超过 5 600 亿美元,企业实力明显增强。20 余年间,阿里巴巴通过多元化投融资战略的实施,按照实现价值、传递价值、获取价值以及创造价值的方向^[8],将企业价值链、资源链、供应链等多个链式层面相互融合贯通,经营范围逐步从互联网、电子商务拓宽至批发与零售商业、本地生活服务和数字媒体等业务领域^[9],逐渐形成了庞大的阿里系电商服务平台价值网(简称“阿里系价值网”)。因此,以阿里巴巴为研究对象,基于生命周期视角探究阿里系价值网构建与其投融资战略之间的关系。

1. 阿里系价值网解构

价值网是核心能力的积累与异质资源整合的平台,若想获得企业发展的长久经济效益,构建企业价值网则成为一种必然趋势。纵观阿里巴巴的成长轨迹,先后进行了数百起资本运作活动,不断整合异质业务资源并加强企业内部核心竞争力的积累,完善产业链并拓宽业务布局,继而汇集成为阿里巴巴为核心地位的阿里系价值网(见图 1)。通过解构阿里系价值网,将价值网成员大致划分为 3 类:一是与阿里巴巴有着股权契约关系的公司;二是存在长期业务合作关系的企业战略伙伴;三是为价值网内成员企业提供资金输送的金融机构。

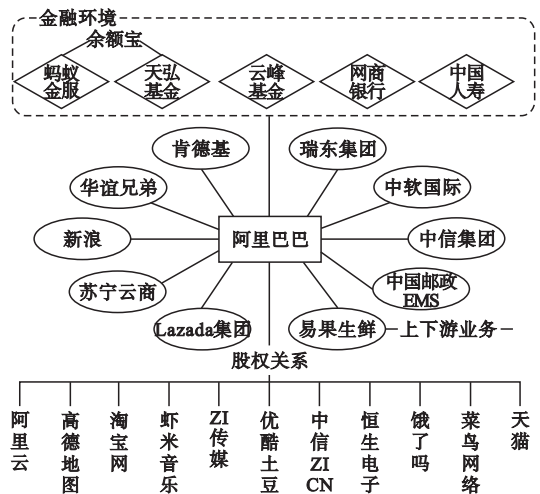


图 1 阿里系价值网

2. 阿里巴巴生命周期划分及价值网演化

阿里系价值网的成功构建,体现了阿里

巴巴对企业整体发展战略布局的实施。纵观阿里巴巴的资本运作轨迹,企业价值网的形态和结构会随着企业不同生命周期的发展而发生相应的变化(见表 1)。

表 1 阿里巴巴生命周期划分及价值网演化

生命周期	时间划分	价值网演化阶段	价值网阶段特点	电商生态模式
初创期	1999—2006 年	孕育期	价值网尚未成型,网内企业间信任度低,合作不频繁,数据流和信息流共享受阻,管理协同机制尚不健全	种群
成长前期	2007—2011 年	成立期	成员企业数量较少但整体规模在逐渐扩大,网内成员企业战略、生产、信息流通、资源共享等要素的相互关联增多,价值网竞争力上升	生态链
成长后期	2012—2014 年	成长期	管理协同机制不断健全,网内节点企业间的联系越来越密切,资源、信息、技术等共享程度不断增强,形成了以阿里巴巴为核心企业的较为稳定的组织结构	生态圈
成熟期	2015 年至今	成熟期	价值网规模和结构已稳定,节点企业培养自己的核心竞争力,非核心竞争力与合作伙伴形成互补,具有良好竞争优势	生态系统

(1)公司初创期(价值网孕育期)

根据生命周期理论,结合企业发展情况,将 1999—2006 年划分为阿里巴巴企业初创期,亦是价值网的孕育期。该阶段,阿里巴巴价值网处于萌芽期,成员企业数量少且以子公司和分公司为主,与其他有业务往来的关联企业之间合作频率低,相关企业间信任度较低,企业管理部门间协同机制不完善,共享信息和数据流传递受阻,集中管理水平较差。自阿里巴巴成立淘宝网以来,确立了以“B2B 为主、C2C 为辅”的基本电商产业发展模式,“电商种群”的生态规模逐步形成^[10]。随着企业盈利的开始以及“电商种群”的形成,阿里巴巴企业初创期和价值网孕育期结束,平稳过渡到下一阶段。

(2)公司成长期(价值网成长期)

①成长前期。2007—2011 年,随着阿里巴巴首次赴港上市,企业生命周期开始进入成长前期阶段,同时也是价值网的成立期。此阶段,阿里巴巴与相关企业业务往来更加频繁,企业因核心能力互补性和资源共享性等优势而结成联盟,阿里系价值网初步形成。因阿里系价值网规模逐渐扩大,网内成员企业资源共享等要素的相互关联增多,价值网组织表现出较为优越的竞争力上升势头。2008 年淘宝商城成立,将线上消费模式成功推向大众消费市场,电商交易范围拓宽,关键电商种群规模不断扩大,“电商生态链”基本得到确立。

②成长后期。2012 年阿里巴巴在香港退市,企业进入成长后期,时间划分为 2012—2014 年,该阶段同时也是价值网的成长期。随着价值网协同管理机制的健全,阿里系价值网节点企业间的联系越来越密切,资源、信息、技术等共享程度不断增强。网内各节点企业也开始积极培养自己的核心竞争力,与合作伙伴之间形成优势互补、协同发展的局势,企业间的共生性不断加强,价值网整体竞争力得到提升。阿里巴巴在 2012 年选择从港交所退市,退市后将整个集团企业拆分为淘宝网、一淘、天猫商城、聚划算以及阿里国际业务、阿里小企业业务和专注于大数据的阿里云这七大互联网事业群,形成完善的电商体系——CBBS,并通过调整经营管理模式和线上业务结构,进一步完善“电商生态链”和优化相关服务平台,“电商生态圈”逐步形成。

(3)公司成熟期(价值网成熟期)

根据企业生命周期理论并综合评估企业整体价值,阿里巴巴的成熟期大致划分为 2014 年至今,价值网随之进入成熟期。此时,阿里巴巴市场主导地位已经确立,价值网的结构和规模趋向稳定,形成了良好的价值网竞争优势。一方面,价值网内全体成员企业间的信息与技术传递成为一种互利交易行为,交易成本因此得以大幅降低;另一方面,为了实现自身的规模经济效应,阿里巴巴将非核心能力部分直接委派给其他可承接战略

任务的合作伙伴,着重培育自身占优的核心竞争力。阿里巴巴在 2014 年成功登陆纽交所上市,以每股 92.7 美元开盘创下了美股最大 IPO 记录。2019 年底阿里巴巴重回港交所,市值超越腾讯成为港股之王,其构建的电商商业生态系统相较于早期的“种群”、“生

态链”体现出市场化及数据化等特点。
3. 阿里系价值网演化下的投融资体系
综合阿里巴巴企业生命周期的划分及价值网的演化规律,发现阿里系价值网演化之下的投融资战略目的、特点和实施方式也有很大不同(见表 2)。

表 2 阿里巴巴价值网演化之下的投融资体系

生命周期	价值网的演化阶段	投资战略目的及特点	投资战略手段	融资战略目的及特点	融资战略手段
初创期 (1999—2006 年)	孕育期	建立电商生态种群;投资脚步稳健	阿里巴巴企业成立、淘宝网成立,收购雅虎中国、口碑网	以风险投资为主,降低融资风险,重点开展基本电商业务	高盛等风投 500 万美元、软银等风投共计超 1 亿美元、雅虎等风投数十亿美元
成长前期 (2007—2011 年)	成立期	主动构建电商平台生态链;将搜索、社区、营销、广告等平台嵌入电商生态系统中;主要采取扩张化投资战略	成立阿里妈妈及阿里云计算平台,投资上海宝尊,收购中国万网、美国电商 Vendio Auctiva 及“一达通”,领投美团网等	为公司开展收购活动提供充盈资金,配合企业多元化、扩张化投资战略;以战略投资和银团贷款为主,优化资本结构,提升企业价值	赴港上市融资约 17 亿美元,银团贷款 30 亿美元,云峰基金为企业发展提供资金约 17 亿美元、中投等金融机构共投资约 20 亿美元
成长后期 (2012—2014 年 8 月)	成长期	在电商生态系统中嵌入技术和服务,形成电商生态圈;扩张化战略与紧缩型战略并存	投资陌陌、新浪微博等大型社交平台,入股海尔物流、银泰商业、恒大、优酷土豆,收购高德地图、虾米音乐和恒生电子		
成熟期 (2014 年 9 月至今)	成熟期	原有电商生态圈继续拓展,同时嵌入更广泛的电商生态链元素,形成电商生态系统;采取一体化与多元化并重的投资战略	投资并控股金融企业——中信 21 世纪和蚂蚁金服,增持物流平台——菜鸟网络的股份,收购外卖平台巨头——饿了么,入驻连锁餐饮品牌——星巴克	为公司开展收购活动提供充盈资金,配合公司多元化经营战略;强化资本市场运作,提升企业价值	美国纽交所上市融资 218 亿美元

(1) 价值网的孕育期:向风险投资机构进行融资。1999 年,马云团队的十八罗汉在杭州创建了阿里巴巴公司,这一年可作为阿里系价值网孕育期的开端。在此阶段,由于公司资金基础比较薄弱、知名度不太高、公司整体治理结构体系尚未完善^[11],因此,“寻求风险投资”成为阿里巴巴最重要的融资渠道

(见图 2),其主要目的是帮助企业获得资金,开展电商基础业务。1999 年 10 月,由高盛牵头联合各大基金公司向阿里巴巴投资,金额总计 500 万美元,这是阿里巴巴获得的第一笔融资启动资金。之后,阿里巴巴又与软银结缘,软银单方及带头投资阿里超过一亿美元,正是软银在资金方面全力支持马云,才最

终使得阿里巴巴发展成为如今的电商帝国。

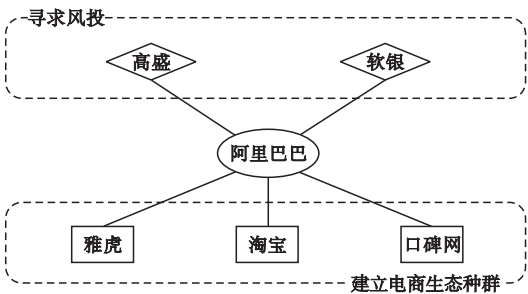


图 2 阿里系价值网孕育期的投融资战略

阿里巴巴在经历互联网寒冬之后,逐渐开始盈利,继而转向投资,主要目的是开发自身电商核心业务及试图改变消费者消费方式、拓宽消费市场,电商运营管理模式得以确立,形成电商生态种群。但在此阶段,阿里系价值网还尚未形成,与阿里巴巴有业务关联的企业之间也并不存在频繁的信息沟通,关联企业间竞争压力较小,市场机会还未完全开拓出来。

(2)价值网的成立期:发行股票与快速扩张战略。当互联网企业形成一定规模之后,其战略会有所转变,想要进一步达成预期目标并有效化解投资风险,重要途径之一就是企业的成功上市。阿里巴巴网络有限公司在 2007 年成功赴港 IPO,发行价为每股 13.5 港元,为其筹集了共 15 亿美元的发展资金,创下当时中国互联网公司融资规模之最的记录,与此同时,阿里系价值网也在逐步建立。阿里巴巴的产品和服务逐步定型,核心竞争力逐渐形成,因此,企业需要不断追加投资,主要目的是在整个电商生态系统中嵌入搜索、广告、营销、社区等平台,以此构建电商生态链,采取以扩张化战略为主的投融资战略(见图 3),进一步开发阿里巴巴电商核心业务市场及辅助业务市场,确立互联网行业领导地位。

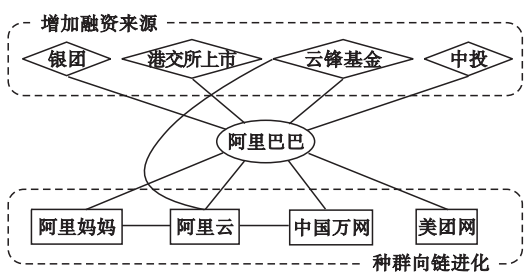


图 3 阿里系价值网成立期的投融资战略

阿里巴巴在 2009 年成立了阿里云,为国家提供了先进的云计算服务平台,云计算目前已逐渐成为公司核心业务板块,并在电子商贸、支付和物流等领域为整个阿里巴巴经济体提供可靠的 IT 基础设施,实现云端一体化;入股美团网也为阿里巴巴拓展本地生活业务领域打下了坚实的基础;马云和虞锋等人在 2010 年 4 月共同成立了云锋基金,有效缓解了企业融资约束,为阿里巴巴价值网内节点企业增加了融资来源。根据阿里官方披露数据显示,2007 年阿里营业收入达 2.16 亿元,截至 2012 年 5 月,其营收已经超过了 80 亿元,5 年时间营收翻了几十倍。阿里巴巴盈利能力的加强得益于快速扩张策略,深耕信息技术领域并涉足本地生活领域,增强企业核心竞争力。

(3)价值网的成长期:资产重组与收缩型投资战略。阿里巴巴在 2012 年 6 月正式从港交所主板退市,企业随之进入成长后期阶段,价值网也随之步入了成长期。此阶段,重点采取了收缩型投资战略(见图 4),阿里巴巴早在 2011 年就开始布局对集团公司进行资产重组,首先是将淘宝网整体业务进一步分拆为一淘、淘宝网和淘宝商城(现已更名为天猫)。2012 年相继推出阿里国际业务部和阿里小企业业务部两大业务模块,此举即是将原有的 B2B 业务进行拆分,随后阿里为了整合与雅虎之间的战略合作关系,夺回企业控制权,又重新回购了雅虎所持有的股份。2013 年阿里又将原有的一淘、淘宝、聚划算等 7 个事业群划分为 25 个小型事业部^[10],本次阿里巴巴的退市与重组是企业内部进行资源优化配置的成功示范,与此同时,

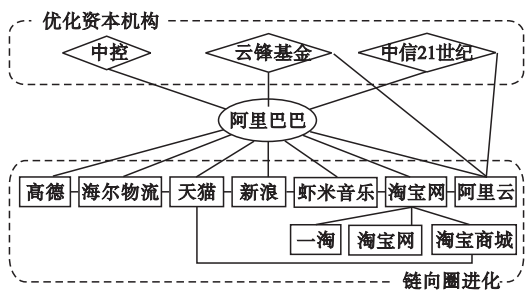


图 4 阿里系价值网成长期的投融资战略

阿里入股新浪微博和优酷土豆,收购高德地图,将经营触角伸向本地生活领域,在电商生态系统中嵌入服务元素,以此形成电商生态圈。

为配合投资战略的实施,阿里先后获得银团 30 亿美元的贷款,随后又获得中投等投资公司 20 亿美元的融资资金,在满足了企业经营战略实施需求的同时也优化了企业资本结构,使企业资源配置合理化,既发挥了财务杠杆作用,又进一步提升了企业经济价值。虽然该阶段为阿里巴巴的退市休整期,但并没有影响其未来发展的进程,据阿里巴巴年报披露数据显示,2012—2014 年,阿里巴巴的净利润从 46.65 亿元达到了 234.03 亿元,

实现了约 4 倍的增长水平;总资产收益率从 9.7% 上升到 20.9%,企业整体价值大幅提升。受价值网协同效应影响,阿里巴巴经营管理水平有很大提高,价值网成员配合度逐步提升,实现了企业间的资源共享。

(4) 价值网的成熟期:一体化与多元化战略并重。阿里巴巴经过两年退市整顿期,在 2014 年 9 月选择重新赴美,在纽交所集团整体上市,增加了企业国际影响力,价值网的构建也随之进入了成熟期,网内节点企业利用信息化技术进行密切合作。在这一阶段,阿里采取一体化和多元化相结合的经营战略(见图 5),主要目的是拓展目前已经形成的

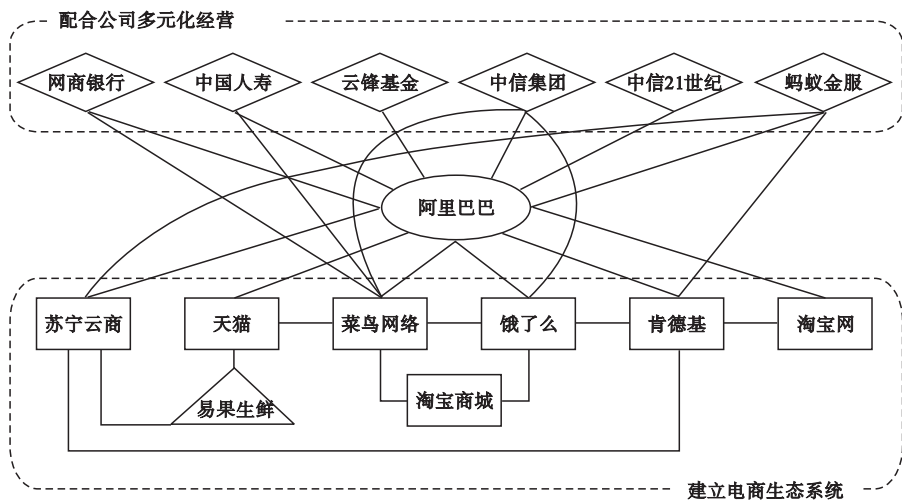


图 5 阿里系价值网成熟期的投融资战略

电商生态圈,利用大数据来发展新零售电商业务。菜鸟网络的建立,降低了电商平台试错成本,整合电商资源,在电商生态系统中嵌入更加广泛、创新的电商生态链元素,将消费者、厂商、平台之间的关系连接得更加紧密,打造了一个完整的“电商生态系统”。

为配合公司多元化经营战略的实施,阿里巴巴在美国纽交所上市融资约 218 亿美元,完成了对合伙人的激励和投资者的回报。据阿里巴巴财报数据显示,阿里巴巴企业总资产规模由 2014 年的 1 115.49 亿元上升到 2019 年 2 季度的 9 650.76 亿元,短短 5 年时间资产规模扩大了 8 倍,净资产收益率均稳定在 20% 以上,且阿里巴巴的近 5 年平均投资回报率为 12.89%,约是行业指标 0.98%

的 12 倍,说明企业资产利用效率不断提高。价值网的建立加强了成员企业间的业务联系,减少信息不对称、提高投资效率的同时增加了投资收益,提升了企业价值。

在阿里巴巴的 4 个发展周期中,融资战略的实施,解决了企业资金缺口问题,使企业有充盈资金进一步开展投资。广泛的业务布局,增强企业竞争力的同时实现了企业价值创造的目的,最终完成了价值网的构建,网内节点企业价值得到同步提升,价值网随之步入成熟后期。

三、价值网的构建与演化规律

1. 价值网的演化遵循企业生命周期规律
阿里系价值网演化过程根据其所处的企

业不同生命周期,从“孕育期”到“成立期”再到“成长期”最后到“成熟期”循序渐进地发展。

在阿里系价值网孕育期与成立期两个阶段,阿里巴巴与其他相关企业之间的竞争威胁还不是很大,因此,阿里巴巴根据当时市场分析进一步明确自身的战略目标,实现了由电商生态种群向电商生态链的跨越,确定了自身具有竞争优势的服务项目和技术内容,不断健全价值网协同管理机制,逐渐建立价值网内各节点企业间的信任关系。随着企业经营规模的扩大,阿里系价值网正式进入了成长期,竞争优势逐步形成,但网内节点企业竞争优势并未充分显现,企业间各要素禀赋还没有完全融合。阿里巴巴在逐渐完善其电商生态链的同时,加速实行多元化与一体化并重的经营战略,不断培育电商种群,拓展获利空间,进而形成核心电商生态圈。随着阿里系价值网内协同管理机制不断健全及技术、组织、企业文化等方面的持续创新,价值网步入了成熟期,此时,阿里巴巴在电商领域的核心地位已经确立,电商生态系统得以完善,继而带动网内其他企业竞争力的增强,持续提升价值网整体价值。

2. 价值网构建与投融资战略实现相协同

从企业整体战略来看,阿里系价值网的演化与投融资战略的实施存在相辅相成的关系,价值网的建立是企业的主观意图,为了实现价值网的扩张,企业会有计划地引导并驱动投融资战略布局,而投融资战略的实施又支撑着价值网的建立与演化。阿里巴巴致力于打造一个开放、协调的商业生态系统,充分带动价值网内成员参与企业战略布局,多元化投融资战略的实施为阿里巴巴提供了更广阔的电商发展市场以及创新商业模式的运作空间,加强企业间业务合作,进而形成阿里系价值网。

从资本运作的角度来说,阿里系价值网的演化实现了投融资战略与价值网构建的循环催化。投融资战略的成功,使阿里巴巴盈利水平迅速提升、资金积累规模加大,为阿里

巴巴在资本市场进行企业估值提供了重要的评价元素^[12],受企业资本运作的催化影响,阿里系价值网经历了从无到有、从孕育期到成熟期、从非核心地位走向居于核心地位的过程,业务范围逐步拓宽,资源配置趋于合理化,企业差异化价值不断提升,确立了价值网核心企业地位。阿里系价值网目前仍在不断扩大,2019年11月,集团整体再次挂牌港交所,市值达4万亿港元,此时的阿里巴巴已经形成了一个完整的经济体,利用数字技术加强与价值网内合作伙伴的联系,价值网整体竞争力稳步上升。

3. 阿里系价值网形成对其他企业的借鉴意义

阿里系价值网的建立对于网内处于非核心地位的其他企业而言,突破低端锁定的局面,形成自己的价值网是企业日后发展的目标,阿里系价值网形成对同类型企业也具有重要的借鉴意义。阿里巴巴作为国内成功互联网企业的代表,其价值网的演化是遵循企业生命周期发展规律的,每一阶段所实施相应的投融资战略同样促进着价值网不断扩张。阿里系价值网的建立离不开其合作伙伴(即利益相关者),利益相关者与阿里巴巴形成互补,给阿里巴巴提供必要的发展资源。

处于网内低端地位的企业,可以重新规划自身发展目标,优化企业自身资源配置,寻求差异化战略,形成其他企业不可复制的发展优势;探寻外部合作伙伴,降低自身生产成本,提升差异化产品创新力及异质资源的先进性;当企业已经形成自身竞争优势时,地位自然也随之提升,此时可以从服务模式多样化、合作伙伴多样化等方面提升与相关企业合作共享能力,构建属于自身的价值网;带动价值网中各方主体参与价值创造、再增值,实现网内企业价值的最大化,使价值网更具凝聚力,不断扩张壮大。

四、结 语

价值网的形成并非一蹴而就,而是一个长期的过程,企业只有真正做到牢牢把握价值网各阶段的演化特征,使价值网的整体构

建与企业自身发展的生命周期规律相一致,才能更加有效地实施投融资战略。投融资战略也必须合理布局并与价值网的演化有效协同,才能充分发挥投融资战略的作用,达到理想的效果。

参考文献:

- [1] 王化成,刘金钊,孙昌玲,等. 基于价值网环境的财务管理:案例解构与研究展望[J]. 会计研究,2017(7):11-19.
- [2] 杨学成,陶晓波. 从实体价值链、价值矩阵到柔性价值网:以小米公司的社会化价值共创为例[J]. 管理评论,2015,27(7):232-240.
- [3] 孙建强,姜亚男. 价值网导向下企业营运资金管理研究[J]. 财会通讯,2016(35):64-67.
- [4] SLYWOTZKY A J, MORRISON D J, ANDELMAN B. The profit zone[M]. Toronto: Three Rivers Press,2002.
- [5] 袁青燕. 价值网竞争优势构成要素的协同机制分析[J]. 商业经济研究,2016(1):88-90.
- [6] 高天亮. 基于价值网理论的商业模式研究[M]. 上海:世界图书出版公司,2013.
- [7] 刘向东,陈成漳. 互联网时代的企业价值网构建:基于某网络公司的案例分析[J]. 经济管理,2016,38(9):47-60.
- [8] 张学斌. 价值网视角下 O2O 企业盈利模式解析[J]. 财会通讯,2018(2):61-64.
- [9] 赵云芳,王东升,李琦,等. 平台商业模式企业的资源配置:基于阿里巴巴的案例研究[J]. 会计之友,2020(4):111-117.
- [10] 刘思,温韵柔,李华军. 阿里巴巴电商生态系统下的财务战略分析:基于生命周期的视角[J]. 会计之友,2015(17):36-39.
- [11] 周诗雨. 不同生命周期阶段下互联网企业的资本运作与股权结构:以阿里巴巴为例[J]. 财经界(学术版),2017(1):126.
- [12] WEN Long, LIN Qiusong, LING Xiaocui. Relationship between capital operation and market value management of listed companies based on random forest algorithm[J]. Procedia computer science,2017(108):1271-1280.

The Construction of Alibaba Value Network and Its Strategic Coordination of Investment and Financing: Based on the Perspective of Life Cycle

LIU Yachen, ZHANG Zixuan, BAO Hongfei

(School of Management, Shenyang Jianzhu University, Shenyang 110168, China)

Abstract: In this paper, the value network is embedded into the investment and financing strategy of the enterprise, and the Alibaba group enterprise is chosen as the research object by using case analysis method. Combined with the formation mechanism of the value network structure and the value network model, the Alibaba value network is re-deconstructed. Based on the perspective of the enterprise life cycle, the important investment and financing events of the Alibaba group enterprise from the beginning to the present are selected as the event window period. It compares and analyzes the characteristics of the value network under the four life cycles of Alibaba group enterprises and the differences of the investment and financing systems under the evolution of the value network. It concludes that the evolution stage of the value network follows the law of the enterprise life cycle, and the construction of the value network cooperates with the investment and financing strategy.

Key words: value network; value creation; life cycle; investment and financing strategy

(责任编辑:高旭 英文审校:林昊)