

# 阿里巴巴并购饿了么企业并购动因及绩效分析案例

**【摘要】**20 世纪以来，随着经济全球化的不断深入，产业结构亟需升级与优化，越来越多的企业通过并购来实现自身发展。近些年来，互联网的发展可谓突飞猛进，而中国互联网行业的成熟，使得相关企业之间的竞争更为激烈。为了能够扩大自身的国际市场份额，抢占市场的龙头地位，行业整合速度逐渐加快。在进入新行业时，许多企业仍会选择以并购的方式突破行业壁垒，占领大量市场，提升企业竞争力。

本文选取阿里巴巴并购饿了么事件作为案例，首先对并购的相关基本概念进行简述，包括企业并购方式、并购动因及并购的绩效评价方法等。其次对并购双方情况及并购过程进行介绍，分析其主要并购动因。再次，用平衡记分卡对该次并购的绩效做出分析。分析得出此次并购一方面有利于阿里巴巴扩大企业规模，促进产业调整。另一方面有利于饿了么的到充分的资金支持，获得更大的发展空间。最后得出相应的启示和建议。

**【关键词】** 并购动因； 并购绩效； 阿里巴巴； 饿了么

## 目录

第一章 绪论 .....	1
一、 研究背景 .....	1
二、 研究目的 .....	2
三、 研究意义 .....	3
（一） 理论意义 .....	3
（二） 现实意义 .....	3
第二章 并购相关理论基础 .....	3
一、 并购概念及分类 .....	3
（一） 并购概念 .....	3
（二） 并购的分类 .....	4
二、 并购动因理论 .....	4
（一） 协同效应理论 .....	4
（二） 委托代理理论 .....	4

(三) 市场势力理论 .....	5
(四) 双边市场理论 .....	5
三、 并购绩效评价方法 .....	5
(一) 财务指标法 .....	5
(二) 事件分析法 .....	6
(三) 平衡计分卡 .....	6
第三章 阿里巴巴并购案例介绍及分析 .....	6
一、 并购案例介绍 .....	6
(一) 并购双方企业简介 .....	6
(二) 并购过程介绍 .....	7
(三) 并购类型分析 .....	8
二、 并购动因分析 .....	8
(一) 并购方动因 .....	8
(二) 被并购方动因 .....	10
三、 并购绩效分析 .....	10
(一) 财务维度分析 .....	10
(二) 客户维度分析 .....	14
(三) 内部流程维度分析 .....	16
(四) 学习与成长维度分析 .....	16
第四章 并购结论与启示 .....	18
一、 研究结论 .....	18
二、 研究启示 .....	18
(一) 立足战略定位, 选择合适的并购目标 .....	18
(二) 并购方式多样化 .....	19
(三) 强化企业资源整合能力 .....	19
参考文献 .....	20

# 第一章 绪论

## 一、研究背景

近年来，我国信息技术水平不断发展与创新，互联网发展不断开创新高度。至 2020 年 6 月，我国已有 94000 万人使用互联网，其中使用移动设备上网的人数达到 93200 万。互联网相关产业大量涌现，新的技术提供新的产品和服务，同时带来新的生活方式。随着网络普及率的上升，人们对互联网的依赖持续加深，网络购物发展迅速，网购的人数也在逐步增长。利用互联网购物的人数达 7.49 亿，占全部网民的 79.7%；使用网络支付的规模达 8.05 亿，占网民总人数的 85.7%。

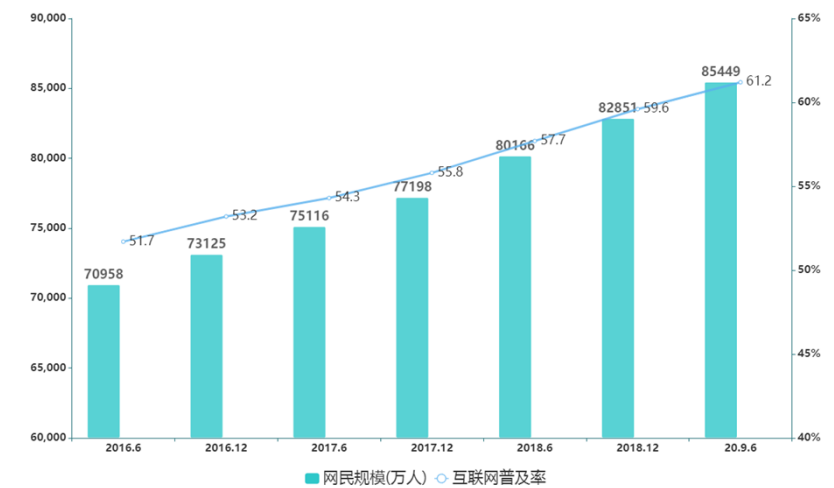


图 1-1 2016-2019 年网民规模和互联网普及率

网络购物一定程度上有效释放消费潜力，增强经济韧性。随着实体零售业的不断壮大，外卖行业最为其一个重要组成部分，依托互联网迅速发展 [Error! Reference source not found.](#)。我国的网民人均在 18 年间每周的上网时间长度达 27.6 小时，相较 17 年有所提高。而在中国网民经常使用的六类 app 中，外卖类的 APP 流量峰值较为明显，分别为每日的中午 12 点和下午 18 点这两个时间点，与人们每日用餐时间有着非常高的相关性。但另一方面，我国外卖行业已经进入成熟期，市场格局渐趋稳定，如何深度挖掘并打开市场成为外卖行业面临的困境。

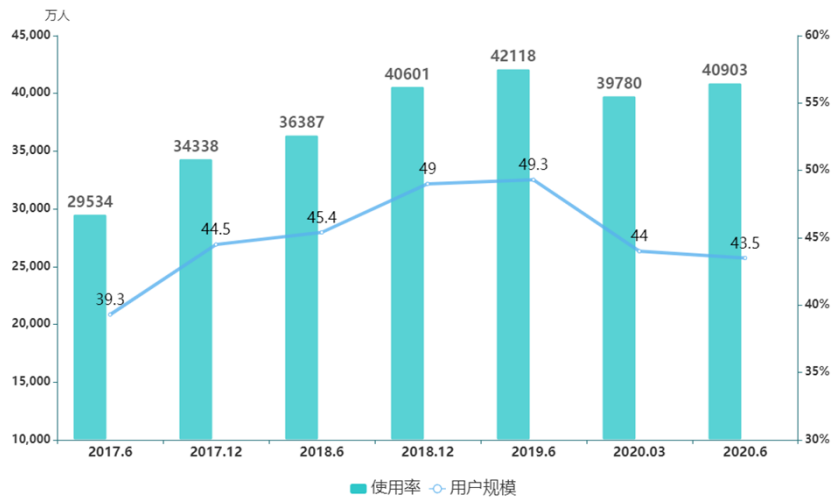


图 1-2 2017-2020 年网上外卖规模及使用率

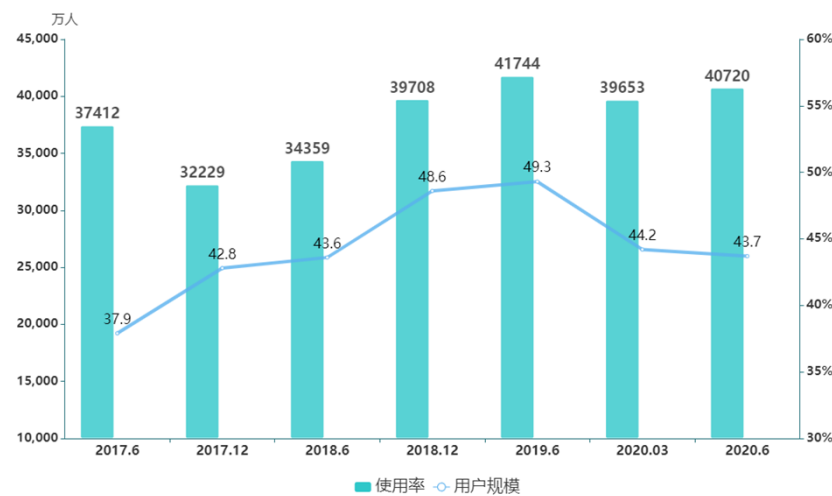


图 1-3 2017-2020 年手机网上外卖规模及使用率

新时代带来了更多机遇与挑战，互联网公司大量涌现，与此同时，越来越多的行业引进新技术，不断发展以适应时代。在愈演愈烈的行业竞争中，如何生存并谋求发展成了企业面临的严峻问题。企业在市场上的扩张一般分为外延增长和内部发展。在当下市场，相较内部资源整合所需时间长、投入多等缺点，并购作为可能提高企业整体效率的有效手段，愈多企业选择通过并购扩大规模，提高自身竞争力。在跨行业并购中，企业可获得新行业的核心技术，在较低的成本条件下，迅速扩大自身的规模效应，提高市场占有率。

## 二、研究目的

企业的并购活动并非仰取俯拾，在并购行为中存在着一一定的风险。从并购前获取的信息是否真是有效，企业决策是否准确，到并购后的经营管理整合程度，只有所有的环节都合理高效的并购行为才能有效推动企业的积极高速发展。世界经济史上经历了五次并购浪潮。我国在改革开放后开始发生并购活动，虽然

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/235332301124011310>