



CHINA'S GROTE sprong voorwaarts

De komende jaren gaan de grote Chinese online spelers meer werk maken van hun aanwezigheid in Europa en de VS. Wat betreft snelheid, innovatie en de introductie van nieuwe bedrijfsmodellen zijn de Chinezen hun Europese en Amerikaanse concurrenten inmiddels wel voorbij. Maar dat betekent nog niet direct dat het ook goede beleggingen zijn.

Toen Jeff Bezos in 1994 Amazon.com oprichtte, stond de server van zijn online boekwinkel zo afgesteld dat er een vrolijk belletje klonk bij elk boek dat verkocht werd. Nu, ruim 28 jaar later, is het onwaarschijnlijk dat de Chinese evenknieën van Amazon een dergelijk belletje hebben geïnstalleerd in hun immense serverparken. Het continue geklingel zou ondraaglijk zijn. De omzetsnelheden van e-commercegiganten als Alibaba, JD.com en Pinduoduo kennen duizelingwekkende pieken. De Amerikaanse nieuwszender CNBC meldde dat JD.com

**LIVE
COMMERCE
SLAAT VOORAL
AAN BIJ DE
GENERATIES
Y EN Z**

op 11 november 2021, direct bij de opening van het Chinese online koopjesfestival Singles Day, voor 15,6 miljoen dollar aan iPhones kon afrekenen *in de eerste twee seconden*.

Het zal duidelijk zijn. E-commerce is uitgevonden in de VS, maar de nieuwste ontwikkelingen en de snelste groeiers komen inmiddels uit China. Amazon staat nog fier bovenaan alle wereldwijde e-commercelijstjes, maar de verdere top 10 kent opvallend veel Chinese bedrijven.

MARKTAANDEEL

De grote Chinese e-commercebe-

drijven gaan de komende jaren buiten China nog flink wat meer marktaandeel, omzet en klanten najagen. Om te beginnen in Zuidoost-Azië, maar ook Europa en de VS staan nadrukkelijk op de verlanglijst. Spelers als Alibaba, JD.com en ByteDance (TikTok) waren al langer actief op de Europese markt, maar twee recente ontwikkelingen gaan naar alle waarschijnlijkheid zorgen voor een versterking van die Europese ambities.

Ed Sander is China-kenner en verzorgt lezingen, gastcolleges en presentaties over China. Hij woonde en werkte twee jaar in Chi-