Alibaba va all'attacco di Netflix

Alibaba, il gigante cinese dell'e-commerce, potrebbe fare concorrenza ai colossi americani anche sul fronte della fornitura di contenuti di entertainment per gli hotel. Il big cinese, infatti, lancerà un servizio di streaming di video online nei prossimi due mesi, con l'intento di raggiungere in **Cina** il successo che **Netflix** (che di recente ha **stretto una partnership con Marriott Hotels**) **e Hbo** hanno negli Stati Uniti. Il servizio, come riporta un lancio di Askanews, si chiamerà **Tmall Box Office** (Tbo) e offrirà contenuti comprati dalla Cina e da altri paesi, oltre a produzioni originali nelle quali Alibaba investirà direttamente.

Con questa decisione il gruppo fondato da **Jack Ma** e quotato a Wall Street si lancerà in un mercato altamente competitivo in Cina dove le aziende stanno investendo miliardi di dollari nell'acquisto di contenuti. Si tratta di un settore destinato a triplicare il proprio valore, superando entro il 2018 i 214 miliardi di dollari, stando a quanto riportato da iResearch, società di consulenza internet di Shanghai.

"La nostra missione, la missione di tutti qui ad Alibaba, è quella di ridefinire l'home entertainment", ha dichiarato Liu Chunning, presidente della divisione digital entertainment. "Il nostro obiettivo è quello di diventare come Hbo o Netflix negli Stati Uniti", ha poi concluso Liu. Tbo, a differenza dei suoi concorrenti cinesi, avrà il 90% dei contenuti visibile solo attraverso il pagamento di una sottoscrizione o l'acquisto diretto del singolo prodotto, mentre il 10% sarà visibile gratuitamente.