



阿里巴巴集团公布 2016 年 6 月底季度业绩

中国杭州，2016 年 8 月 11 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA，“集团”）今日公布截至 2016 年 6 月 30 日止季度（“2017 财年第一季度”）业绩。

2017 财年第一季度，阿里巴巴集团收入按年增长 59%至 321.54 亿元（人民币，下同），录得集团上市以来最为强劲的收入增长，主要动力来自中国零售平台收入持续快速增长以及并入优酷土豆及 Lazada 等新并购企业的业绩。

中国零售平台的季度收入按年增加 49%至 233.83 亿元，亦为集团上市以来最强劲的增长，主要由于使用营销服务的品牌及商家的平均投入金额及数量均有上升，令线上营销服务收入按年大增 54%，展现出品牌及商家对平台的消费者参与度提升的认可。第一季度的收入增长也反映了集团 2015 年 5 月及 9 月新增网上营销投放空间的显著成效。

本季度，中国零售平台的移动端季度收入达 175.14 亿元，按年增幅高达 119%，占中国零售平台总收入的比例增至 75%，而去年同期的比例为 51%。移动端变现率达到 2.80%，是 2013 财年第四季度移动端开始变现以来，首次超越非移动端变现率。中国零售平台的季度商品交易额（GMV）中亦有 75%来自移动端，而中国零售平台季度总 GMV 按年增长 24%至 8,370 亿元。

6 月份，中国零售平台上的移动月度活跃用户达 4.27 亿户，较 3 月净增长 1,700 万户，较去年 6 月增长 39%。截至第一季度末，中国零售平台的年度活跃买家增至 4.34 亿户，较上季度净增长 1,100 万户。每位移动月度活跃用户平均为中国零售平台带来的年化移动收入连续数季增长，由去年同期的 76 元提升至本季度的 140 元；而每位年度活跃买家平均带来的中国零售平台年化收入亦连续数季增长，由去年同期的 171 元提升至本季度的 202 元。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团本季度表现出色。我们的业绩展现出了集团生态系统的规模和影响力，因为我们不断加强在核心电商、云计算、数字媒体和娱乐版块上的竞争优势。收入增长加速也反映了我们为客户带来深层次的价值定位。凭借着平台上的社交、社群和智能数据驱动的个性化服务，我们改变了 4.34 亿活跃用户在我们平台上的互动方式，逐步实现‘生活在阿里巴巴’（Live @ Alibaba）的愿景。我们已经作好准备，迎接未来强劲而优质的增长。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“集团本季度业绩表现强劲。集团整体收入增长达 59%，中国零售平台实现 49%的收入增长，这些都是自集团上市以来最强劲的增幅。另外，本季度我们实现了一个很重要的里程碑，那就是移动端的变现率首次超越了非移动端的变现率，这代表我们拥抱移动的策略获得了成功，集团在移动事业上始终保持领先优势。我们各业务版块的业绩也显示，我们在核心电商领域具有无可比拟的优势，云计算、数字媒体和娱乐业务也在加速发展。”

2017 财年第一季度，集团经调整 EBITDA 按年增长 41%至 149.63 亿元，经调整 EBITDA 利润率为 47%；不计优酷土豆及 Lazada 影响，本季度经调整 EBITDA 利润率为 53%。撇除非经常性出售收益、股权奖励以及个别其他项目，按非美国通用会计准则计，季度盈利同比增长 28%至 121.87 亿元，摊薄后每股盈利为 4.90 元，按年提升 33%。非美国通用会计准则下的季度自由现金流为 127.45 亿元。

本季度集团首次按四个业务分部公布营运情况：核心电商，云计算，数字媒体和娱乐，创新项目及其他业务。此举亦展示出阿里巴巴集团如何管理旗下业务，以期最大化其资源配置的效率。

第一季度，集团核心电商业务的收入按年增长 47%至 272.41 亿元，经调整 EBITA 为 166.24 亿元，经调整 EBITA 利润率达 61%。借助手机淘宝应用程序及基于大数据的社交 / 社区类产品，集团旗下平台呈现出用户互动性高的特征。而品牌及商家认可这种互动带来的广泛增值空间，如今不止利用平台销售，更进行营销、品牌推广、获客及互动等，这亦有助于带动平台的变现水平。具体而言，淘宝正由销售平台进一步发展为由数据支持的、高度互动的社区商业平台，日活跃用户于 6 月份平均每日打开淘宝应用程序 7 次，淘宝用户每日发表超过 2,000 万条评论。而农村淘宝截至本季度末已覆盖中国逾 17,700 个农村。

天猫继续加强作为品牌首选平台的市场领先地位，本季新增 SunGloss Hut、Clé de Peau 及 Hasbro 等超过 8,700 家品牌店铺。跨境业务方面，受快速消费品、数字设备及家电等类目的强劲增长带动，天猫国际的季度 GMV 按年增长逾 130%。期内，集团亦加大了在美国、欧洲、日本、韩国、澳大利亚及纽西兰的招商力度。

本季度，来自云计算业务的收入为 12.43 亿元，较去年同一季度的 4.85 亿元上升 156%。云计算业务收入增长主要是由于付费客户数按年上升 119%至 57.7 万户，以及付费客户对于云计算服务的使用量增加，带动其对云计算服务的投入金额上升。阿里云本季度推出了 319 个新产品及功能，并且进入了日本及韩国市场。其与软银在日本成立的合资公司，进一步将云计算平台带给日本的企业客户。

数字媒体和娱乐业务方面，集团于季度内梳理了大文娱战略，将相关业务整合至大文娱版块统一管理，相信这一整合带来的协同效应将促进版块发展及未来增长。数字媒体和娱乐业务的季度收入为 31.35 亿元，较去年同期的 8.12 亿元上升 286%。这一增长主要是由于并入了优酷土豆的业绩，以及由 UCWeb 提供的移动增值服务如移动搜索、新闻推送和游戏发行等的收入有所提升。

此外，集团于创新项目方面亦持续取得进展，包括 YunOS 操作系统、高德地图、钉钉等。YunOS 7 月初与上汽集团合作发布的首款互联网汽车，为集团提供一个可为用户带来丰富互联网产品服务的平台。

其他投资业务方面，集团关联公司菜鸟网络本季度平均每日处理 4,200 万个包裹，涉及菜鸟网络物流伙伴的超过 170 万名快递和仓库工作人员以及 18 万个快递站点。集团与蚂蚁金服的合资公司、提供本地生活服务的“口碑”，季度内通过支付宝结算的交易支付额达到 310 亿元，较上一季度增长 48%。

###

关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。集团创立于 1999 年，以商品交易额（GMV）计算，目前是全球最大的零售商务公司。阿里巴巴集团为企业提供基本的互联网基础设施以及营销平台，让其可借助互联网的力量建立网上业务，并与数以亿计的消费者和其他企业进行交易和互动。

媒体查询

徐君宜

阿里巴巴集团

电话：+852 9372 2226

电邮：deborah.tsui@alibaba-inc.com

柯璟

阿里巴巴集团

电话：+852 5590 9949

电邮：ivy.ke@alibaba-inc.com