



## 阿里巴巴集团公布 2017 年 3 月底季度及财年业绩

中国杭州，2017 年 5 月 18 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA，“阿里巴巴”或“集团”）今日公布截至 2017 年 3 月 31 日止季度（“2017 财年第四季度”）以及财务年度（“2017 财年”）业绩。

### 季度收入增幅创 IPO 以来新高 活跃用户续快速增长

第四季度，集团收入同比增长 60%至 385.79 亿元（人民币，下同），主要由于中国零售平台及阿里云收入分别强劲增长 41%及 103%、合并优酷土豆及 Lazada 的业绩，充分反映集团透过大数据技术为用户提供更佳体验，从而持续优化社交电商平台。第四季度，中国零售平台收入中的 85%来自移动端，较去年同期为 71%。

集团的移动月度活跃用户及年度活跃买家保持快速增长。3 月份，中国零售平台的移动月度活跃用户达 5.07 亿，较 2016 年 12 月增长 1,400 万；中国零售平台的年度活跃买家达 4.54 亿，较截至 2016 年 12 月底止 12 个月增加 1,100 万。每位年度活跃买家平均带来的年化收入连续数季增长，本季度达到 251 元，较去年同期为 189 元；每位移动月度活跃用户平均带来的年化移动收入亦连续数季上升，由去年同期的 123 元增长至本季度的 179 元。

2017 财年第四季度，集团经调整的 EBITDA（息税折旧摊销前利润）达 165.97 亿元，同比增长 44%。非美国通用会计准则下，季度盈利增长 38%至 104.4 亿元，摊薄后每股盈利增长 45%至 4.35 元，自由现金流增加 82%至 79.80 亿元。

### 全年 GMV 增长 22% 移动端变现率超越非移动端

集团 2017 财年全年收入总计达 1,582.73 亿元，同比增长 56%，这一增幅仍高于集团上调后的全年收入增长指引 53%。中国零售平台全年 GMV（商品交易额）增长 22%至 37,670 亿元，其中天猫 GMV 同比增长 29%至 15,650 亿元。

阿里巴巴已成功把握由 PC 向移动端转型过程中，用户增长、使用延伸的趋势。2017 财年全年，中国零售平台 GMV 中的 79%来自移动端；移动端收入同比增长 80%至 907.31 亿元，占中国零售平台收入的 80%。全年移动端变现率达到 3.04%，超越非移动端变现率，反映集团已经成功完成移动化转型。

按非美国通用会计准则计，2017 财年全年，集团盈利同比增长 35%至 578.71 亿元，摊薄后每股盈利增长 40%至 23.44 元；全年自由现金流达 687.90 亿元，较 2016 财年的 512.79 亿元增加 34%。集团董事会已授权一项为期两年、总金额 60 亿美元的股份回购计划。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团又收获了一个出色的季度及财年，展现了我们成功促使平台上 5 亿消费者互动及产生变现的能力。核心电商分部在巨大的规模体量下，仍延续显著的增长和强劲的现金流，让我们能够对云计算、数字媒体及娱乐进行积极投资，推动中国经济的数字化转型及优质消费。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“集团本季度继续表现出色，收入增长加速至 60%水平，这是我们自 IPO 以来最高的增长幅度。整个财政年度的收入亦强劲增长 56%，非美国通用会计准则下的自由现金流达到约 100 亿美元。我们强劲的业绩表明了核心业务的实力以及新兴业务的积极势头，包括云计算方面持续的强劲增长和市场领先地位。”

#### 第四季度业务全面快速增长 云计算收入续增三位数

**核心电商业务**的季度收入同比增长 47%至 315.7 亿元，经调整 EBITA（息税摊销前利润）利润率稳定于 59%。手机淘宝高度相关及互动的内容，带动了活跃用户特别是移动用户及用户互动的强劲增长。天猫成为建立品牌的领先平台，截至 2017 年 3 月，福布斯全球最具价值品牌 100 强中 75%的消费品牌已进驻天猫。天猫同时也为品牌的新品上市、品牌建立、客户获取等带来宝贵的中国消费者洞察。此外，集团持续为商家提供增值科技及服务，截至 3 月份，人工智能技术每日已可实时处理数以百万计的消费者查询。

**国际化**方面，集团的国际消费及跨境业务第四季度实现强劲增长。来自国际零售电商业务的季度收入达 24.29 亿元，同比增长高达 312%，主要由于 Lazada 自 2016 年 4 月中起并表及全球速卖通（AliExpress）收入增长。全球速卖通及 Lazada 的年度活跃买家合计已达到 8,300 万。加之第四季度内，集团与当地合作，在马来西亚推出首个 eWTP 项目下的数字中枢（e-hub），国际化业务持续取得进展并为长期增长奠定基础。

**云计算业务**持续快速增长，内容分发网络、数据库服务等云计算服务使用量增加，本季度付费客户数同比增长 70%、环比增长 10.9 万，达到 87.4 万，带动季度收入同比增长 103%至 21.63 亿元。据 IDC 统计，按收入计算，阿里云是 2016 年中国最大的公共云服务提供商。阿里云的客户涵盖多元的产业及企业，其首要工作是继续扩张市场领先地位。本季度阿里云推出 152 项新产品及功能，包括尖端的大数据解决方案。随着新产品及垂直解决方案的持续推出，预期来自增值服务的收入贡献将会增长。

本季度，**数字媒体和娱乐业务**的季度收入为 39.27 亿元，较去年同期上升 234%。该事业部与核心电商业务之间的协同效应蕴含着巨大机遇，集团已在利用电商平台的消费者基础、关联公司的支付业务，来推动优酷土豆线上视频付费内容的订阅增长。UCWeb 国际用户继续快速增长，本季度，其新闻与内容聚合器 UC News Feed 于印度及印尼的月度活跃用户合共超过 1 亿。

此外，**创新项目及其他业务**的季度收入同比增长 88%至 9.19 亿元，主要由 YunOS 操作系统和高德地图的收入增长所带动。利用大数据及机器学习技术，高德地图强化其在中国电子地图、导航和基于位置服务的领先地位，不仅助力阿里巴巴生态系统中的淘宝、天猫、口碑、菜鸟等，亦服务于召车、移动手机、餐饮外卖、社交媒体和旅游服务等行业。用户基数扩增及用户体验提升，让高德地图移动 App 用户数快速增长。

股权投资及其他项目方面，菜鸟网络本季度平均每日协助处理 4,200 万个包裹，3 月份中国零售平台 81%的包裹采用了菜鸟的标准化数据结构，较去年同期的 60%显著增长。此外，与苏宁自 2015 年 8 月战略合作以来，集团已按计划在电商、物流和增值服务方面推动协同效应，苏宁天猫

旗舰店季度表现强劲，GMV 为去年同期的逾 3 倍。而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 750 亿元，相较去年同期为 210 亿元。

###

## 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。集团旨在构建未来的商务基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活在阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

## 媒体查询

柯璟

阿里巴巴集团

电话: +852 5590 9949

电邮: [ivy.ke@alibaba-inc.com](mailto:ivy.ke@alibaba-inc.com)

徐君宜

阿里巴巴集团

电话: +852 9372 2226

电邮: [deborah.tsui@alibaba-inc.com](mailto:deborah.tsui@alibaba-inc.com)