



## 阿里巴巴集团公布 2018 年 3 月底止季度及财年业绩

中国杭州，2018 年 5 月 4 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 2018 年 3 月 31 日止季度（“2018 财年第四季度”）以及财务年度（“2018 财年”）业绩。

### **新零售带动季度收入 年度活跃消费者增长 IPO 以来最大**

第四季度集团收入同比增长 61%至 619.32 亿元（人民币，下同），主要由于中国零售业务、阿里云及国际零售业务的收入持续强劲增长，本季增幅分别达到 56%、103%及 63%，另有菜鸟网络及银泰的并表因素。而中国零售业务的快速增长，得益于盒马鲜生、进口业务及银泰百货业务等新零售项目的增长。

由于集团对用户群及用户体验的持续投入，中国零售平台的移动月度活跃用户于 3 月底达至 6.17 亿规模，较 2017 年 12 月底劲增 3,700 万，同比增幅达 22%。移动用户的强劲增长及集团春节期间成功的推广活动，带动中国零售平台的年度活跃消费者增加至 5.52 亿，较截至 2017 年 12 月底止 12 个月增加 3,700 万，这一增速创下集团上市以来的最高纪录。

2018 财年第四季度，集团经调整 EBITA（息税摊销前利润）为 168.05 亿。非美国通用会计准则下，季度盈利同比增长 35%至 140.99 亿元，摊薄后每股盈利为 5.73 元，自由现金流达 85.64 亿元。

### **全年集团收入及核心电商收入 同比增速创 IPO 以来最高记录**

2018 财年全年，阿里巴巴集团的收入增长 58%至 2,502.66 亿元。财年内，集团曾两度上调全年收入增长指引，58%的实际增速仍高于 55%至 56%的上调后指引区间，并创下集团上市以来最高增速的记录。

中国零售平台的全年 GMV 同比增长 28%至 48,200 亿元，较 2017 财年的 GMV 同比增幅 22%加速。年内 GMV 增长的动力来自于天猫实物商品 GMV 劲增 45%，反映天猫在庞大的规模体量下，依然有能力把握住 B2C 市场份额的增量。

核心电商业务全年收入增长 60%，增幅亦为上市以来最大，这一强劲增长得益于多个领域的贡献，包括投资于内容与科技以加强中国零售平台的个性化，海外和跨境零售平台通过自身增长及并购实现壮大，以及透过新零售等线上线下整合将集团的总目标市场延展至电商之外的领域。

2018 财年，集团经调整 EBITA 同比增长 40%至 970.03 亿元。按非美国通用会计准则计，集团全年盈利同比增长 44%至 832.14 亿元，摊薄后每股盈利为 32.86 元，全年自由现金流达 993.62 亿元。

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卓越的季度及财年，这得益于核心电商业务的强劲增长，以及过去数年对具长远增长潜力的项目所做的投资。随着集团持续推进新零售战略，我们的电子商务平台正在发展成为中国领先的零售基础设施。过去一年，我们加码投资于技术开发、云计算、物流、数字娱乐及本地生活服务，以此创造中国及其他新兴市场的消费增长。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“2018 财年以一个令人自豪的季度画下了圆满的句点，集团全年收入增加 58%，核心电商收入增幅达 60%，盈利增长超过 40%，年度自由现金流达 158 亿美元。展望 2019 财年，我们预计集团整体收入的增长将超越 60%，反映我们对核心业务的信心以及新业务的积极势头。我们预期，新增长点将为我们的客户和合作伙伴带来长期且可持续的价值，并扩大集团的总目标市场。”

### **阿里云全年收入增 101% 国际零售业务全年收入增 94%**

第四季度，核心电商业务强劲增长 62%。手机淘宝继续通过创新内容形式及智能个性化推荐来优化购物体验，因此带动用户参与度、购买转化率及年度活跃消费者的强劲增长。手淘上已形成强大的内容生态系统，截至 3 月底约有 150 万活跃内容创作者。天猫则进一步增强在 B2C 市场的领军地位，季度内服装、快消品、家电及消费电子类别表现强劲。其价值不仅在于分销平台的角色，更在于赋能品牌及商家通过营销工具及消费大数据洞察来触达新客户及服务已有客户。截至 3 月底，天猫上共有逾 15 万个品牌，其奢侈品馆随着 Burberry、Dom Perignon、Tod's、Zenith、La Mer、Maserati 及 Guerlain 等品牌的加入，目前已有近 50 个品牌。

新零售方面，通过孵化新概念和技术、战略联盟，集团的新零售战略正在塑造未来的消费者行为。我们正在通过整体零售运作的数字化，推动传统零售行业的大规模转型，重点聚焦于实体店技术、库存及供应链系统的数字化、消费者洞察及移动支付。我们独有的商超零售模式盒马鲜生，近期在上海及北京启动了 24 小时送货服务，同时增加了产品选择。

核心电商业务的国际化方面，东南亚平台 Lazada 及全球零售平台全球速卖通（AliExpress）强劲增长，带动国际零售业务全年收入同比劲增 94%。东南亚市场竞争激烈但仍处于线上零售渗透的初期，集团对东南亚地区的投资决心亦体现于近期向 Lazada 追加的 20 亿美元投资。而天猫国际作为在华未有实体运营的海外品牌及零售商的首选平台，截至 3 月底已有来自 74 个国家和地区的 18,000 个品牌。易观截至 2017 年 12 月止 9 个月的统计显示，天猫国际是中国排名第一的跨境电商平台。

此外，菜鸟网络作为集团新零售战略的基础设施，为更加快捷准确地配送至消费者手中提供保障，继续发展其数据平台及科技。3 月份，菜鸟推出了首条电商专用的洲际航线，显著缩短了中国至俄罗斯的包裹运送时间。

云计算业务全年收入同比增长 101%，其中第四季度收入增长 103%至 43.85 亿元，动力来自付费客户强劲增长，以及高附加值服务令客户带来的平均收入上升。IDC 数据显示，阿里云是中国基础设施及服务（IaaS）市场的领军者，以 2017 年上半年收入计，市场份额同比进一步提升至 47.6%。客户及收入呈现出强劲势头及多样化趋势，我们将继续投资于云业务，通过提供增值产

品及功能的服务，进一步拓展市场。阿里云本季推出 316 种新产品及功能，其中超过 60 种聚焦于人工智能、大数据管理及安全，同时推出了赋能物联网发展的专有边缘计算软件 Link Edge。此外，阿里云近期在印尼新增了一个数据中心，令海外业务布局增至全球逾 18 个国家和地区。

**数字媒体和娱乐业务**的季度收入同比增长 34%至 52.72 亿元。优酷本季度展现了原创内容的强大效应，其专有真人秀及独家网剧，带动日均付费用户数同比增长超过 160%。集团相信，随着中国崛起的中产阶级增加在基础物质需求之外的消费比例，中国消费者的娱乐支出将继续增长。2018 财年，通过对技术、内容及人才的投资，我们已奠定坚实基础去拓展核心电商业务之外的数字消费经济。而电商与娱乐业务之间的协同效应，可为消费者带来卓越的体验，有助提升消费者忠诚度及订阅收入，并增加广告主的投资回报。

**创新项目及技术发展**方面，年内多个创新项目的产品收获了大量用户。据 QuestMobile 统计，高德地图的日均活跃用户已超越 6,000 万，是中国最大的移动数字地图、导航和实时交通信息提供商。高德的开放平台也为外卖、叫车服务及社交领域的主要移动应用程序提供支持，本季度更推出了专有的车辆导航系统。钉钉在企业通信及协作方面成功渗透，统一工作场景下通讯及协作的重要任务，提供文字、图片、语音及视频通讯，以及协作功能及刘作流程管理。

对于**本地生活服务**，4 月初集团宣布收购饿了么的余下股份，将其融入我们的生态系统，而饿了么的本地配送网络也将成为我们新零售战略的核心组成。饿了么的消费者触达以及和餐厅的合作关系，将对口碑形成补充。通过结合饿了么的线上配送服务及口碑的消费者互动能力，我们能够为消费者带来本地生活服务的整合体验。

本财年，集团同意收购**蚂蚁金服**的 33%股份，相信通过持有股权深化与蚂蚁的关系，能够为集团带来关键战略优势，包括以移动支付推进新零售战略、与支付宝电子钱包合作提升获客及留存。通过整合金融解决方案的能力，蚂蚁已经打造出自己的独特价值，带动用户基数及业务规模快速扩大。蚂蚁第四季度继续积极投资于业务，因此在用户获取及互动方面收获强劲增长。截至 3 月底，支付宝连同其海外合营公司伙伴在全球约有 8.7 亿年度活跃用户，蚂蚁金服亦在中国服务超过 1,500 万家中小企。

###

## 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)