



阿里巴巴集团公布 2018 年 6 月底止季度业绩

中国杭州，2018 年 8 月 23 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 6 月 30 日止季度（“2019 财年第一季度”）业绩。

本季度，集团收入达 809.2 亿元（人民币，下同），同比增速高达 61%，主要由于中国零售业务及阿里云的收入强劲增长，以及并表菜鸟网络与饿了么。季度内，中国零售业务收入增长 47%。其中，新零售项目带动“其他”类目的收入同比劲增超过 340%，主要包括天猫进口、盒马鲜生及银泰百货的贡献；天猫扩大于 B2C 市场的领先地位，季度实物成交 GMV 增幅达 34%；淘宝成交 GMV 亦加速增长。

截至 6 月底，中国零售平台的移动月度活跃用户达至 6.34 亿，较 2018 年 3 月底增加 1,700 万，同比增加 20%。中国零售平台的年度活跃消费者增至 5.76 亿，较截至 2018 年 3 月底止 12 个月增长 2,400 万。由于将产品及服务拓展至较低线城市，新增的年度活跃消费者中约 80%来自上述地区。

2019 财年第一季度，集团经调整 EBITDA（息税折旧摊销前利润）同比增长 17%至 293.59 亿元。按照美国通用会计准则，集团季度盈利为 76.5 亿元，摊薄后每股盈利 3.3 元；撇除因蚂蚁金服估值显著上升，而对集团员工获授蚂蚁股权奖励的开支造成一次性非现金性影响，集团季度盈利同比强劲增长 33%。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴再度迎来了一个卓越的季度，用户快速增长，不断壮大的生态系统中互动进一步加强。中国零售平台业务继续扩大市场份额，新零售项目带动未来的收入增长，并赋能我们的零售伙伴为消费者提供无缝连接的服务。集团为用户消费全周期提供更多价值及选择的战略持续推进，包括通过数字娱乐及本地服务，触达电商以外的庞大目标市场。我们将继续投资于战略业务机遇及创新，以保障竞争优势和长期增长。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“我们又收获了一个出色的季度，集团总收入增长达 61%，不计一次性项目的影响，季度盈利增长强劲。很高兴在如此巨大的规模体量下，我们的业务依然能够展现优势、快速成长。集团各个主要业务板块，包括核心电商、云计算及数字媒体和娱乐的卓越增长，均印证了我们面向未来的客户体验、产品、技术及基础设施的投资战略。通过为企业客户、合作伙伴及消费者带来独特的价值，我们有信心能够继续扩大自身的市场领先地位。”

季度内，核心电商收入增长 61%。截至季度末，手机淘宝直播的月度活跃用户同比增长逾 100%；导购帖文、短视频和直播等形式，持续帮助品牌在平台上与客户互动，从而提升购买转换率、增加年度活跃消费者。天猫则持续扩大于 B2C 市场的领先地位，转换率和人均消费支出的持续提升带动天猫实物 GMV 增长，其中快速消费品、消费电子产品、服装和家居用品类别表现强劲。本

季度，MCM、Moschino 及 Giuseppe Zanotti 等国际品牌于天猫开设旗舰店，并入驻天猫奢侈品频道。

新零售方面，盒马鲜生本季持续扩张门店网络，截至6月底于内地13个城市拥有45家自营门店，主要分布于一二线城市。高鑫零售的门店开始采用盒马的技术和服务，高鑫旗下大润发亦与盒马成立“盒小马”，以在较低线城市探索多业态门店的扩展。此外，集团与星巴克于8月份达成全面的新零售战略合作，包括透过饿了么配送星巴克咖啡、与盒马推出“外送星厨”、于集团多个平台设立虚拟商店。这一战略合作证明阿里巴巴的新零售模式已形成规模，并展现出集团如何协助品牌伙伴更深入创新地与中国消费者互动。

本地服务方面，集团5月份完成收购饿了么，并计划积极投资包括饿了么和口碑在内的本地服务领域，以扩大市场份额，并加深与阿里巴巴生态系统的融合，包括将本地服务用户纳入集团88VIP体系、为零售通的社区型便利店及盒马提供配送服务。集团已新成立一家公司，作为本地服务的旗舰持有饿了么及口碑，并计划为其进行独立融资，包括阿里巴巴、蚂蚁金服及第三方投资者。截至公告日，该公司已收到来自阿里巴巴及软银等投资者的30亿美元投资承诺。

菜鸟网络正通过合作来打造、赋能全球智慧物流网络。菜鸟与马来西亚海关合作，在吉隆坡机场附近打造的区域电子商务中心，是中国境外首个eWTP枢纽，提高了海关清关能力。菜鸟6月份宣布由其领投、与中航集团及圆通合作的合资公司，将投资约15亿美元，于香港国际机场建设世界一流的数字物流中心，成为珠三角陆路运输的连接点和中转点。此外，阿里巴巴和菜鸟以13.8亿美元收购中通快递约10%股权，菜鸟和中通将随着新零售的发展，在中国物流业的转型过程中深化合作。

国际化方面，国际零售业务的季度收入同比增长64%至43.16亿元。Lazada已将业务清晰定位于三个部分：C2C平台、品牌旗舰店平台LazMall和跨境电商LazGlobal。LazMall已在Lazada运营的大部分国家上线，这是为品牌官方和授权商店量身定制的新平台，提供优质服务及产品保真。LazGlobal则将东南亚消费者，与“淘宝精选”（Taobao Collection）及其他Lazada未进驻国家的卖家连接。集团相信其与阿里巴巴生态系统的深度融合，将提升消费者满意度、增强市场领先地位。阿里巴巴高度关注东南亚，并将继续投资于Lazada，推动其增长并扩大客户群。

云计算业务的季度收入增长93%至46.98亿元，主要由于收入结构中高附加值产品和服务比重增加，以及付费客户数量强劲增长。阿里云本季的产品创新，聚焦于大数据分析、人工智能、安全及物联网应用。阿里云继续与各行业客户加深合作：民生银行作为首家成功采用分布式核心账户架构金融云的大型银行，推出全新金融云的四个月以来，其处理效率较原始核心系统提升三倍；中国交通建设正利用阿里云的中间件及公共云服务优化供应链管理，阿里云亦因此进一步加强在工业及制造业的渗透；洲际酒店集团正在使用阿里云的混合云解决方案、合规和安全服务，为全球客户提供大中华地区的客房预订等业务。

数字媒体和娱乐业务的季度收入同比增长46%。季度内，优酷直播国际足联世界杯以及视频内容产品的持续优化，带动优酷日均付费用户同比大幅增长200%。优酷本季与中央电视台合作，为中国数亿球迷直播所有世界杯赛事，期间优酷用户透过1.8亿部设备观看了比赛。阿里巴巴更整合生态系统内丰富多样的服务，包括淘宝与支付宝的红包活动、盒马及饿了么的夜宵外卖服务等，为消费者提供独特的世界杯体验。阿里云以其专有技术支持优酷进行高清、低延迟的直播，观众数量峰值更超过了中国春节期间最多人观看的节目。

创新项目及技术发展方面，人工智能语音助手天猫精灵，自一年前推出以来已售出超过 500 万台。集团专注于面向家庭的教育及娱乐内容，以此扩大用户基数、提升设备的互动程度。天猫精灵帮助消费者与阿里巴巴生态系统的服务连接、互动，同时也是物联网和智慧家居相关新服务及体验的连接门户。

蚂蚁金服于 6 月份完成最新一轮股权融资，融资总计约 140 亿美元，此轮融资中蚂蚁的估值显著提升。**股权投资**方面，集团 7 月宣布以 96.3 亿元收购分众传媒 6.62% 股权。分众传媒拥有中国最大的广告屏幕网络，分布于 300 个城市的电梯、街头、地铁和办公楼。集团将和分众传媒共同探索与新零售战略相关的创新数字营销，集团亦可借助这一战略合作将数字广告网络延伸至线下环境。

###

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。

媒体联络

柯璟
阿里巴巴集团
电话: +852 5590 9949
电邮: 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