



阿里巴巴集团公布 2019 年 6 月底止季度业绩

中国杭州，2019 年 8 月 15 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 2019 年 6 月 30 日止季度（“2020 财年第一季度”）业绩。

本季度，得益于中国零售市场、饿了么*，以及阿里云收入带来的强劲增长，集团收入同比增长 42% 至 1,149.24 亿元（人民币，下同）。中国零售商业业务季度收入同比上升 40% 至 756.01 亿元。其中，天猫已付实物商品交易额（GMV）同比增长 34%；而中国零售商业业务的其他收入同比大增 134% 至 167.45 亿元，增幅主要来自天猫超市和盒马鲜生等直营业务的贡献。

截至 2019 年 6 月底，集团中国零售市场的移动月活跃用户较 3 月底增长 3,400 万，达到 7.55 亿。截至 6 月底止 12 个月，中国零售市场年度活跃消费者达 6.74 亿，较截至 3 月底止 12 个月增长 2,000 万；该增长反映支付宝应用程序推介和再创新纪录的“淘宝天猫 618 年中庆”（下称“淘宝天猫 618”）取得巨大成效。此次淘宝天猫 618 也助力集团进一步深入渗透至欠发达地区，本季度新增的年度活跃消费者中超过 70% 来自欠发达地区，反映集团为满足更广泛用户群体需求而推出的举措取得成功，其中包括为新用户或低频用户推出简化界面。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴收获了一个出色的季度，用户基础继续扩大，年度活跃消费者达 6.74 亿，这充分展现我们卓越的用户体验。我们将继续扩大消费者基础，提升运营效率，实现快速增长。基于核心商业的强劲现金流，我们将在技术上持续投入，让全球数百万企业实现数字化转型。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“我们以一个强劲的季度为本财年揭开序幕，收入同比增长 42%，经调整息税折旧及摊销前利润（EBITDA）同比增长 34%。很高兴可以看到我们平台上用户互动及消费者支出均在持续增长。我们将继续投资于长期增长，同时提升投资领域的成本效益。”

按照美国公认会计准则，本季度集团归属于股东的盈利同比增加 145% 至 212.52 亿元；非公认会计准则下，季度盈利同比增长 54% 至 309.49 亿元，摊薄后每股美国存托股盈利同比增长 56% 至 12.55 元。经调整 EBITDA 同比增长 34% 至 392.38 亿元。期内，非公认会计准则下的自由现金流达 263.61 亿元。

季度内，核心商业业务收入达 995.44 亿元，同比提升 44%。中国零售市场收入继续保持强劲增长，中国零售商业业务的客户管理和佣金收入总计同比增加 26%，其中由于用户增长，以及更精准的推荐算法提升消费者体验，从而推升付费点击量，并带动客户管理收入增长 27%。6 月 1 日至 18 日淘宝天猫 618 活动期间，天猫已付实物 GMV 同比增长 38%。这次成功的推广活动反映市场消费需求强劲，为稳固的销售表现、品牌和商家进一步渗透欠发达地区带来支撑，活动期间共有超过 120 个品牌的 GMV 突破 1 亿元。

*饿了么自 2018 年 5 月起并表

新零售方面，集团通过其消费者洞察技术、外卖配送、库存跟踪、供应链管理和移动支付等解决方案，持续帮助传统零售商实现数字化转型、提升营运效率及消费者体验。期内，盒马鲜生继续扩大其业务布局、优化店铺并推出新举措，以改善消费者体验，本季度继续实现强劲的同店销售增长。截至 6 月底，集团在中国 17 个城市拥有 150 家自营的盒马门店。

本地生活服务方面，收入主要来自即时配送及本地生活服务平台饿了么的佣金、配送及其他服务收费；本地生活服务季度收入同比大增 137%至 61.8 亿元。期内，强劲的订单增长和平均每笔单价增加，带动配送业务营运效率提升及 GMV 快速增长。集团将继续专注于为餐馆和其他本地生活服务商提供价值，以技术助力其数字化转型，并将集团的产品和服务覆盖范围扩展至欠发达地区。

菜鸟网络本季度收入（剔除公司间交易后）同比增长 50%至 50.05 亿元，主要由于履约订单量增加所推动。通过结合中国的保税仓及海外直运的方式，菜鸟已为天猫国际建立起强大的进口履约解决方案。2019 年 6 月，菜鸟的进口履约解决方案覆盖了天猫国际超过 97%的包裹。淘宝天猫 618 期间，菜鸟的保税仓为天猫国际处理了数以千万计的进口包裹，同比增长超过 60%。菜鸟也继续专注于为消费者提供全面的最后一公里解决方案，包括社区和校园驿站、自提柜等服务。

跨境及全球零售商业方面，季度收入同比增长 29%至 55.67 亿元，主要动力来自土耳其领先电商平台 Trendyol 并表以及全球速卖通的收入增加。期内，Lazada 在加强第三方平台业务、管理团队和技术基础设施后，连续第三季度实现订单同比增长超过 100%，反映其致力于经营用户忠诚度及提升购买频次。Lazada 继续专注于保持强劲的用户增长和用户互动：通过有效的获客计划，实现移动日活跃用户同比翻倍。

云计算业务的季度收入增长 66%至 77.87 亿元，主要由于每位客户平均支出增加所带动。本季度，阿里云发布了超过 300 个新产品和功能，包括与核心云产品、安全、数据智能和人工智能应用相关的产品和功能。阿里云将继续增加对人才和技术基础设施的投资、开发新的增值产品和功能，来进一步扩大其市场领先地位。

数字媒体及娱乐业务方面，季度收入同比增长 6%至 63.12 亿元。本季度，优酷继续专注于提供卓越的用户体验，推动日均付费用户数量同比增长 40%。同时集团将继续投资并加强原创内容制作能力，更好地控制内容质量、形式和排播档期；还通过系统分析，来把控成本效率和投资回报。此外，**创新业务及其他**的季度收入同比增长 21%至 12.81 亿元，主要源自高德地图的收入增长。

###

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，旨在构建未来的商业基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

媒体查询

李子繁
阿里巴巴集团
电话: +852 5237 8897
电邮: eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲
阿里巴巴集团
电话: +852 9728 0979
电邮: k.lee@alibaba-inc.com