



## 阿里巴巴集團公佈 2015 年 9 月底季度業績

中國杭州，2015 年 10 月 27 日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐約證券交易所代碼：BABA，「集團」）今日公佈了截至 2015 年 9 月 30 日止季度業績。

截至 2015 年 9 月 30 日的季度（「本季度」），受活躍買家數量增長帶動，中國零售商務平台季內的商品交易額（GMV）同比增長 28%，達人民幣 7,130 億元。集團在移動業務方面繼續保持領先優勢，移動端變現能力亦持續提升。本季度來自移動端的中國零售商務收入佔比達至 61%，錄得人民幣 105.2 億元，按年大幅增長 1.83 倍。本季度來自移動端的中國零售商務平台 GMV 更達人民幣 4,400 億元，較去年同期上升 121%，佔平台總 GMV 比率達 62%。移動端月度活躍用戶亦進一步增至 3.46 億戶。

中國零售商務平台方面，天貓的季度 GMV 錄得人民幣 2,750 億元，按年增加 56%；淘寶網的季度 GMV 則升 15% 至人民幣 4,380 億元。若撇除彩票停售的影響，淘寶網的 GMV 增幅應為 17%。截至本季度末，中國零售商務平台上的年度活躍買家達 3.86 億戶，較去年同期增加了 26%，單季淨增 1,900 萬戶。增長主要是受用戶透過移動端瀏覽集團平台所帶動，及反映了集團透過移動介面，尤其是手機淘寶持續吸引到具強烈消費意欲的用戶，並通過有效的移動介面將其轉化為活躍買家的成果。此外，截至 2015 年 9 月底止 12 個月，平均每名活躍買家於更多不同的商品類目中的訂單數量均有所增加。

本季度，阿里巴巴集團生態系統持續蓬勃發展，中國零售商務平台的買家購買商品類目日益廣泛，用戶參與度健康增長。集團期內進一步鞏固於中國各大城市的市場領導地位，並繼續於一、二線之外市場及農村地區發展。在過去一季，集團新增逾 4,000 個農村據點，提供購物和送遞服務。中國零售商務平台的整體流量變現能力錄得顯著進展，綜合變現率由去年同期的 2.30%，提升至季內的 2.42%，反映集團專注於吸引優質商家，為其提供最佳的價值，使集團能優化網上營銷效益，以及增加在移動端及電腦端的營銷版面。

本季度阿里巴巴集團收入達人民幣 221.71 億元，較去年同期增長 32%，主要由中國零售商務的強勁增長帶動。按非美國通用會計準則計算，本季度經調整 EBITDA 達人民幣 111.46 億元，相比去年同期的人民幣 84.93 億元增長 31%，經調整 EBITDA 利潤率維持於 50% 水平，季內經調整重列後盈利則按年升 36% 至人民幣 92.52 億元，經調整攤薄後每股盈利為人民幣 3.63 元，按年上升 30%。集團截至 9 月季度經調整自由現金流達人民幣 136.24 億元。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團於本季度表現理想，整體錄得強勁增長，移動業務方面尤其出色。我們一直致力於取得 GMV 的健康增長，提供最佳的用戶體驗，協助優質商家在平台上經營。同時，我們對於擴大在移動端的領先優勢感到鼓舞，並將持續專注於各項策略重點發展，當中包括全球化策略、將生態系統由城市拓展至農村，以及建立一個世界級的雲計算業務。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們本季度表現理想，GMV 按年增加人民幣 1,570 億元，達至人民幣 7,130 億元。在流量變現能力上，我們取得了顯著進展，收入持續錄得快速增長。季內自由現金流強勁，達人民幣 136.24 億元。這些堅實的業務基礎使我們有信心繼續投資新的戰略領域。」

2015 年 9 月底季度，阿里巴巴集團雲計算和互聯網基建業務的收入持續迅速增長，按年上升 1.28 倍至人民幣 6.49 億元。季內，服務於區域和全球用戶的新加坡數據中心經已開幕，集團未來將繼續拓展用戶基礎、地域覆蓋和提供的產品種類。隨著愈來愈多用戶選用阿里雲計算提供的服務，以合理成本使用雲計算方案，用戶得以藉此精密方案管理日趨複雜的科技基礎設施，因此集團對雲計算業務的未來發展感到樂觀。

國際營運方面，阿里巴巴集團的全球化策略專注於跨境電商。阿里巴巴集團的中國零售平台已經成為國際品牌及零售商把商品帶給中國消費者的主要途徑。集團近期於英國倫敦及意大利米蘭開設辦公室，此舉旨在服務歐洲品牌、零售商及商會，幫助他們面向急速增長的中國消費者群體並滿足其希望獲得優質入口商品和服務的龐大需求。

於 10 月 16 日，集團向優酷土豆公司（「優酷」）董事會發出非約束性要約，收購阿里巴巴集團尚未持有的全部優酷土豆股份。優酷為中國領先的數字娛樂及媒體公司，擁有超過 5 億名月度活躍用戶。此擬議收購將有助擴大雙方現時的夥伴關係，並將阿里巴巴集團數據驅動的電商、媒體和廣告等平台，與優酷領先的數字視頻業務結合起來。

###

## 關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團創立於 1999 年，以商品交易額（GMV）計算，目前是全球最大的網上及移動商務公司。阿里巴巴集團為企業提供根本的互聯網基礎設施以及營銷平台，讓其可借助互聯網的力量，建立網上業務並與數以億計的消費者和其他企業進行商貿活動。

阿里巴巴集團的主要業務包括：

- 中國最大的網上購物平台淘寶網 ([www.taobao.com](http://www.taobao.com))
- 中國最大的為品牌及零售商而設的第三方平台天貓 ([www.tmall.com](http://www.tmall.com))
- 中國最受歡迎的團購網站聚划算 ([www.juhuasuan.com](http://www.juhuasuan.com))
- 領先的網上旅遊服務預訂平台去啊 ([www.alitrip.com](http://www.alitrip.com))
- 讓全球消費者直接購買中國產品的網上零售市場全球速賣通 ([www.aliexpress.com](http://www.aliexpress.com))
- 中國最大的小企業全球網上批發平台阿里巴巴國際交易市場 ([www.alibaba.com](http://www.alibaba.com))
- 中國領先的網上批發市場 1688 ([www.1688.com](http://www.1688.com))
- 以企業及創業者為對象的雲計算服務供應商阿里雲計算 ([www.alicloud.com](http://www.alicloud.com))

## 媒體查詢

曾明明  
阿里巴巴集團  
+852 2215 5205  
[adatsang@hk.alibaba.com](mailto:adatsang@hk.alibaba.com)

陳慧鈴  
阿里巴巴集團  
+852 2215 5204  
[crystal.chan@hk.alibaba-inc.com](mailto:crystal.chan@hk.alibaba-inc.com)