

阿里巴巴集團公佈 2015 年 12 月底季度業績

中國杭州，2016 年 1 月 28 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」）今日公佈截至 2015 年 12 月 31 日止之季度業績（「本季度」）。

本季度集團收入及盈利均錄得強勁增長，期內收入達 345.43 億元（人民幣，下同），較去年同期增長 32%，主要由中國零售業務的強勁增長帶動。本季度中國零售平台的收入達 287.14 億元，較去年同期增長 35%。來自移動端的收入達 187.46 億元，按年大增 192%，而來自移動端的中國零售業務收入佔比更升至 65%。按非美國通用會計準則計算，經調整後盈利為 163.58 億元，同比增長 25%。經調整攤薄後每股盈利為 6.43 元。這一季度經調整自由現金流達 237.19 億元。

截至本季度末，中國零售平台上的年度活躍買家達 4.07 億戶，較上一季度增加了 2,100 萬戶，較去年同期增加了 22%。12 月份的移動月度活躍用戶亦進一步增至 3.93 億戶，較上一季度增加了 4,700 萬戶，較去年同期增加了 48%。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團本季度業績表現出色，年度活躍買家數創新高達至逾 4 億戶，而移動業務亦保持明顯的領先優勢。集團給消費者帶來了優質體驗，幫助商家吸引並留住用戶、更好地與買家互動，這都將有助推動集團核心業務未來的發展。我們將繼續專注於戰略重點，包括全球進口業務、農村業務擴展、增強在中國一線城市的擴張，以及建立世界級的雲計算業務。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「阿里巴巴集團於本季度的業績表現驕人。來自中國零售平台的變現率持續上升，尤其是移動端的變現率攀升，推動收入錄得強勁增長。本季度收入按年增長 32%，而來自中國零售平台的收入按年增長 35%。與此同時，季內自由現金流強勁達 37 億美元。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。」

集團收入持續增長的重要動力來自中國零售平台的用戶增長及用戶參與度的提升。季度內，來自中國零售平台的綜合變現率達 2.98%，較去年同期 2.70% 的綜合變現率明顯上升。本季度內，每位年度活躍買家平均為中國零售平台帶來 184 元的年化收入，相比 2014 年同期為 168 元；每位移動月度活躍用戶平均帶來 108 元的移動年化收入，2014 年同期則為 52 元。

變現率的上升得益於中國零售平台為消費者提供的更多元化選擇。除了購物，消費者亦到淘寶或天貓上發掘創意、探索新趨勢、接收商家和產品的新信息、比對商品、分享購物體驗和享受娛樂服務。消費者這類行為的價值不一定完全直接轉化為商品交易額（GMV），但這類行為能夠提供豐富的信息，有助於商家更好創建品牌、了解消費者並積極與消費者互動、及促銷商品。中國零售平台為消費者創造了更多價值，這在今後將有助變現率的進一步提升。此外，品牌和商家與消費者的互動有利雙方建立長期關係，而這種互動帶來的變現在中國零售平台的收入占比日益提升。在可預見的未來，集團預估收入的增長將高於 GMV 的增長。

截至本季度末，受活躍買家數量增長帶動，中國零售平台的 GMV 同比增長 23%，達 9,640 億元，較去年同期 GMV 淨增長 1,770 億元。本季度來自移動端的中國零售平台 GMV 佔比升至 68%，達 6,510 億元，較去年同期增長 99%。

季度內，集團積極擴張在一線城市和重要商品類目的市場份額。本季度，來自一線城市包括北京、上海、廣州和深圳的 GMV 同比增長表現強勁。消費者習慣在天貓超市上多次下單，而商品包括超市貨品和日用品，透過菜鳥的物流合作夥伴已能在七個城市實現當日達、在 88 個城市實現次日達。在品類方面，2015 年天貓雙十一期間，約 2,200 萬消費者購買了電器用品，天貓電器城當日更售出破紀錄的逾三百萬台手機。此外，受惠於菜鳥及其物流夥伴提供的高效快捷的配送和安裝服務，天貓上的大家電商品在過往幾季持續保持強勁增長。天貓電器城更與商家合作銷售創新智能設備，並於本季度售出 400 萬台智能家居設備，令天貓成為市場領先的電子消費購物平台。

此外，由集團與螞蟻金服集團成立的合資公司「口碑」期內保持強勁的發展勢頭，通過支付寶結算的外賣、餐飲、超市及便利店等服務的 GMV 達到 158 億元，12 月份日均交易額超過 500 萬元。

至於全球化業務方面，集團繼續發展跨境電子商貿，幫助國際品牌和全球零售商通過我們的平台向中國消費者出售商品。而愈來愈多品牌視天貓為拓展中國業務的唯一電子商務途徑。於本季度，包括可口可樂、星巴克、Lululemon 及 Clarisonic 等逾 200 個國際品牌在天貓國際上開設了旗艦店。

截至本季度末，阿里巴巴在中國 12,000 個農村設置了農村淘寶站，幫助當地村民從農村淘寶上購物及收取包裹。2016 年，阿里巴巴設立了首屆「阿里年貨節」，農村地區的農產品可以直接通過農村淘寶面向城鎮消費者。目前，農村淘寶站已經覆蓋幾乎中國所有省份。

集團在雲計算和互聯網基建的業務保持快速增長，季度收入按年增長 126%至 8.19 億元。集團的雲計算平台「阿里雲」繼續在客戶增長、產品開發、技術研發及建立雲計算生態體系上取得重要進展。

在物流方面，集團繼續強化在中國主要城市和農村地區的領導地位。透過集團關聯公司菜鳥網絡及其合作夥伴，北京、上海、成都、廣州、杭州、蘇州和武漢的消費者已可享受即日遞送服務，而翌日送遞服務則由六月底季度的 41 個城市拓展至本季度覆蓋 88 個城市。包裹投遞效率的提升、更優的庫存備貨安排和數據分析的運用，均令物流遞送的時間大為縮短，提升了消費者的滿意度。

###

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。

媒體查詢

劉湘琳
阿里巴巴集團
電話：+852 6378 5626
電郵：crystal.liu@alibaba-inc.com

柯璟
阿里巴巴集團
電話：+852 5590 9949
電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com