

## 阿里巴巴集團公佈 2017 年 12 月底季度業績

中國杭州，2018年2月1日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA，「阿里巴巴」或「集團」）今日公佈截至 2017 年 12 月 31 日止季度（「2018 財年第三季度」）業績。第三季度，阿里巴巴集團收入同比增長 56% 至 830.28 億元（人民幣，下同），由於中國零售業務、國際零售業務和阿里雲的收入強勁增長，以及合併菜鳥網絡業績，帶動表現理想。

基於集團在臨近財年結束時的強勁表現和業務增長的可預見度，集團將 2018 財年的收入指引上調為 55% 至 56%。

中國零售平台本季度收入同比增加 47% 至 601.05 億元，客戶管理收入及佣金收入強勁增長，分別同比增加 39% 及 27%。客戶管理收入主要受平均每點擊單價及點擊總量帶動，反映移動端用戶持續增長，以及集團能通過加強個性化技術，向用戶推送更具相關性的內容。與此同時，用戶增長令更多商家在客戶管理服務的整體投入都有上升。至於佣金收入增長主要得益於天貓實物商品交易總額（GMV）43% 的快速增長。此外，期內新零售業務，包括銀泰併表、來自天貓進口及盒馬鮮生的貢獻，推動其他收入的顯著增長。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴又收穫了一個強勁季度，這主要得益於中國消費者持續強勁的購買力，以及我們為商家和消費者提供多元化創新服務。我們非常欣喜地能夠在新零售領域持續突破，這一概念也在去年創歷史新高的雙十一購物節中全面展現出來。我們拓展了在新零售領域的規模和足跡，借力移動技術和企業科技來傳達新零售的理念，為消費者帶來融合線上線下的消費體驗。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「這一季度我們取得了出色的業績，整體收入同比增長 56%。考慮到我們在臨近財年結束時的強勁表現和業務增長的可預見度，我們將 2018 財年的收入指引調整為 55% 至 56%，高於去年公佈的收入指引的區間高點 53%。我們的核心業務在本季度創造了高達 71 億美元的自由現金流，支援我們能夠在新零售、雲計算、數字娛樂和全球化領域的投資。」

12 月份，中國零售平台移動月度活躍用戶達 5.8 億，較 9 月份大幅增加 3,100 萬。截至 12 月底止 12 個月，年度活躍消費者達 5.15 億，較上季度增長 2,700 萬。每位年度活躍消費者平均帶來的年化收入連續數季增長，本季度達到 315 元，相較 2016 年同期為 241 元；每位移動月度活躍用戶平均帶來的年化移動收入亦連續數季上升，由 2016 年同期的 166 元增長至本季度的 229 元。

季度內，集團經調整 EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）同比增長 34% 至 361.83 億元。季度盈利同比上升 36% 至 233.32 億元，攤薄後每股盈利 9.2 元，較上財年同期的 6.94 元增長 33%。非美國通用會計準則下，盈利同比增長 20% 至 270.07 億元，攤薄後每股盈利增長 18% 至 10.61 元。來

自運營活動的現金同比增加 47%至 551.73 億元，非美國通用會計準則下的自由現金流同比增加 35%至 461.44 億元。

本季度，**核心電商業務**方面，淘寶手機應用程式具備個人化推薦功能及創新內容，持續提升用戶互動及轉化程度，帶來更多年度活躍消費者。我們持續投資於機器學習技術，這將可應用於配對消費者需求及產品選擇方面，帶來更優越的消費者體驗。

天貓進一步加強其在 **B2C** 市場的份額。本季度，天貓實物商品 **GMV** 同比增長 43%，所有主要產品品類，包括服飾、消費電子類產品和快速消費品等，均錄得穩健增長勢頭。天貓持續成為全球頂尖品牌首選的平台，其中包括 **Givenchy**，**Giorgio Armani Beauty** 及富豪 **Volvo** 於本季度亦已開設天貓旗艦店；而 **Longines**，軒尼斯 **Hennessy**，**Dom Perignon** 及 **Baccarat** 也於本季度加入了天貓奢侈品平台（**Luxury Pavilion**）。

集團於 2017 年的天貓雙十一全球購物狂歡節（下稱「雙十一」）突破 2016 年紀錄，通過支付寶於平台上進行交易的 **GMV** 錄得按年增長 39%至 1,682 億元。基於先進及具規模的技術，以及支付和物流方面的基礎設施，雙十一持續創造新紀錄並取得空前成功。在阿里雲的雲計算支持下，雙 11 的訂單峰值達到每秒 32.5 萬筆；而支付寶處理的總交易量達到 15 億宗。菜鳥網絡為集團的商家及物流合作夥伴提升效率，以及優質的消費體驗，雙十一時，共處理的物流訂單達 8.12 億筆。

**新零售**方面，集團通過賦能合作夥伴和創新技術進行快速擴張。本季度盒馬鮮生擴展其生鮮超市的版圖，在上海、北京、寧波、蘇州新增 5 家門店，截至 2017 年 12 月 31 日止，盒馬鮮生的總門店數目增至 25 家。借助集團於門店採用專利技術、數字化供應鏈體系、洞察消費者的能力，以及移動生態體系，盒馬成為融合線上線下消費的最佳例證，為消費者提供無縫的購物體驗。於 2017 年 11 月，集團與中國大賣場及超級市場連鎖龍頭企業高鑫集團達成戰略合作，通過賦能傳統零售業者進行數字化轉型，重新定義新零售。

核心電商業務的**國際化**方面，跨境及國際零售業務繼續呈現強勁增長。期內，國際零售業務的季度收入同比增長 93%至 47.33 億元，動力來自東南亞電商平台 **Lazada** 及全球速賣通（**AliExpress**）的強勁增長。儘管東南亞市場及跨境電商市場仍在早期發展階段，集團對長遠持續增長感到樂觀，故此將持續於提升市場份額及提供優質消費體驗方面，作出重要的投資。

**雲計算業務**季度收入同比增長 104%至 35.99 億元，動力來自付費用戶強勁增長，以及轉向更高附加值的收入結構。按收入計，阿里雲繼續於中國的 **IaaS**（**Infrastructure as a Service**，基礎設施即服務）處市場領先地位。根據 **IDC** 公有雲服務市場追蹤的年中報告（2017 年 11 月），根據 2017 年上半年的數據，阿里雲已成為中國最大 **PaaS**（**Platform as a Service**，平台即服務）供應商。

阿里雲本季度推出 396 種新產品及功能，並持續應用人工智能專利技術為實際問題提供解決方案，例如交通規劃、製造業及機場營運效率優化服務等。阿里雲亦持續擴展客戶基礎至多個行業，其中一些大客戶和主要合作夥伴包括屈臣氏中國（**Watsons China**）、吉利汽車及北京首都國際機場。

**數字媒體和娛樂業務**方面，季度收入按年上升 33%至 54.13 億元，收入增長主要是由於 **UCWeb** 提供的移動增值服務，如新聞推送和移動搜索等的收入有所提升，以及優酷土豆訂閱收入的增長。優酷繼續購得及開發一系列授權及原創內容，大大增強用戶體驗。期內，優酷視頻的日均訂閱用戶數字按年增長超過 100%，主要受到原創熱門劇集上線所拉動。

**創新項目及其他業務**方面，季度收入按年下降 9%至 7.72 億元。期內，集團的人工智能語音助手天貓精靈，實現了自 2017 年 7 月推出以來銷量破百萬台的成績。天貓精靈由持續豐富的內容及服務支撐，並通過阿里巴巴的生態系統，提供一系列日常生活所需的應用。

2018 年 1 月，阿里巴巴致力於人工智能研究的團隊——數據科學技術研究院，研發了一個深度學習的 AI 及自然語言處理的模型。在由史丹福大學發起的一項機器閱讀理解領域頂級賽事中，該模型得到了比人類更高的分數，這是機器首次戰勝人類。有關的發展標誌著阿里巴巴對於科研的持續投入，有助打造未來長遠增長的基礎。

阿里巴巴集團亦積極履行**社會責任**。2017 年 12 月，作為集團長期致力為中國社會帶來積極改變、戰勝貧窮所努力的一部分，阿里巴巴發起了規模達 100 億元的阿里巴巴脫貧基金。該基金將聚焦教育、農村商務發展、女性賦能和環境保護等領域的項目。具體捐贈資金將由阿里巴巴公益基金會贊助，以及由阿里巴巴合伙人、僱員和分支機構自願捐贈。阿里巴巴公益基金會成立於 2011 年，集團會將年收入的 0.3%撥作公益基金支援社會責任項目。

###

## 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。集團旨在構建未來的商務基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活在阿里巴巴，並持續發展最少 102 年。

## 媒體查詢

徐君宜

阿里巴巴集團

電話：+852 9372 2226

電郵：[deborah.tsui@alibaba-inc.com](mailto:deborah.tsui@alibaba-inc.com)