



阿里巴巴集团公布 2017 年 12 月底季度业绩

中国杭州，2018年2月1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2017年12月31日止季度（“2018财年第三季度”）业绩。第三季度，阿里巴巴集团收入同比增长 56%至 830.28 亿元（人民币，下同），由于中国零售业务、国际零售业务和阿里云的收入强劲增长，以及合并菜鸟网络业绩，带动表现理想。

基于集团在临近财年结束时的强劲表现和业务增长的可预见度，集团将2018财年的收入指引上调为 55%至 56%。

中国零售平台本季度收入同比增加 47%至 601.05 亿元，客户管理收入及佣金收入强劲增长，分别同比增加 39%及 27%。客户管理收入主要受平均每点击单价及点击总量带动，反映移动端用户持续增长，以及集团能通过加强个性化技术，向用户推送更具相关性的内容。与此同时，用户增长令更多商家在客户管理服务的整体投入都有上升。至于佣金收入增长主要得益于天猫实物商品交易总额（GMV）43% 的快速增长。此外，期内新零售业务，包括银泰并表、来自天猫进口及盒马鲜生的贡献，推动其他收入的显著增长。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴又收获了一个强劲季度，这主要得益于中国消费者持续强劲的购买力，以及我们为商家和消费者提供多元化创新服务。我们非常欣喜地能够在新零售领域持续突破，这一概念也在去年创历史新高的双十一购物节中全面展现出来。我们拓展了在新零售领域的规模和足迹，借力移动技术和企业科技来传达新零售的理念，为消费者带来融合线上线下的消费体验。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“这一季度我们取得了出色的业绩，整体收入同比增长 56%。考虑到我们在临近财年结束时的强劲表现和业务增长的可预见度，我们将2018财年的收入指引调整为 55%至 56%，高于去年公布的收入指引的区间高点 53%。我们的核心业务在本季度创造了高达 71 亿美元的自由现金流，支援我们能够在新零售、云计算、数字娱乐和全球化领域的投资。”

12 月份，中国零售平台移动月度活跃用户达 5.8 亿，较 9 月份大幅增加 3,100 万。截至 12 月底止 12 个月，年度活跃消费者达 5.15 亿，较上季度增长 2,700 万。每位年度活跃消费者平均带来的年化收入连续数季增长，本季度达到 315 元，相较 2016 年同期为 241 元；每位移动月度活跃用户平均带来的年化移动收入亦连续数季上升，由 2016 年同期的 166 元增长至本季度的 229 元。

季度内，集团经调整 EBITDA（息税折旧摊销前利润）同比增长 34%至 361.83 亿元。季度盈利同比上升 36%至 233.32 亿元，摊薄后每股盈利 9.2 元，较上财年同期的 6.94 元增长 33%。非美国通用会计准则下，盈利同比增长 20%至 270.07 亿元，摊薄后每股盈利增长 18%至 10.61 元。来自运营活动的现金同比增加 47%至 551.73 亿元，非美国通用会计准则下的自由现金流同比增加 35%至 461.44 亿元。

本季度，**核心电商业务**方面，淘宝手机应用程序具备个人化推荐功能及创新内容，持续提升用户互动及转化程度，带来更多年度活跃消费者。我们持续投资于机器学习技术，这将可应用于配对消费者需求及产品选择方面，带来更优越的消费者体验。

天猫进一步加强其在 **B2C** 市场的份额。本季度，天猫实物商品 **GMV** 同比增长 **43%**，所有主要产品品类，包括服饰、消费电子类产品和快速消费品等，均录得稳健增长势头。天猫持续成为全球顶尖品牌首选的平台，其中包括 **Givenchy**，**Giorgio Armani Beauty** 及富豪 **Volvo** 于本季度亦已开设天猫旗舰店；而 **Longines**，轩尼斯 **Hennessy**，**Dom Perignon** 及 **Baccarat** 也于本季度加入了天猫奢侈品平台（**Luxury Pavilion**）。

集团于 **2017** 年的天猫双十一全球购物狂欢节（下称“双十一”）突破 **2016** 年纪录，通过支付宝于平台上进行交易的 **GMV** 录得按年增长 **39%**至 **1,682** 亿元。基于先进及具规模的技术，以及支付和物流方面的基础设施，双十一持续创造新纪录并取得空前成功。在阿里云的云计算支持下，双 **11** 的订单峰值达到每秒 **32.5** 万笔；而支付宝处理的总交易量达到 **15** 亿宗。菜鸟网络为集团的商家及物流合作伙伴提升效率，以及优质的消费体验，双十一时，共处理的物流订单达 **8.12** 亿笔。

新零售方面，集团通过赋能合作伙伴和创新技术进行快速扩张。本季度盒马鲜生扩展其生鲜超市的版图，在上海、北京、宁波、苏州新增 **5** 家门店，截至 **2017** 年 **12** 月 **31** 日止，盒马鲜生的总门店数目增至 **25** 家。借助集团于门店采用专利技术、数字化供应链体系、洞察消费者的能力，以及移动生态体系，盒马成为融合线上线下消费的最佳例证，为消费者提供无缝的购物体验。于 **2017** 年 **11** 月，集团与中国大卖场及超级市场连锁龙头企业高鑫集团达成战略合作，通过赋能传统零售业者进行数字化转型，重新定义新零售。

核心电商业务的**国际化**方面，跨境及国际零售业务继续呈现强劲增长。期内，国际零售业务的季度收入同比增长 **93%**至 **47.33** 亿元，动力来自东南亚电商平台 **Lazada** 及全球速卖通（**AliExpress**）的强劲增长。尽管东南亚市场及跨境电商市场仍在早期发展阶段，集团对长远持续增长感到乐观，故此将持续于提升市场份额及提供优质消费体验方面，作出重要的投资。

云计算业务季度收入同比增长 **104%**至 **35.99** 亿元，动力来自付费用户强劲增长，以及转向更高附加值的收入结构。按收入计，阿里云继续于中国的 **IaaS**（**Infrastructure as a Service**，基础设施即服务）处市场领先地位。根据 **IDC** 公有云服务市场追踪的年中报告（**2017** 年 **11** 月），根据 **2017** 年上半年的数据，阿里云已成为中国最大 **PaaS**（**Platform as a Service**，平台即服务）供应商。

阿里云本季度推出 **396** 种新产品及功能，并持续应用人工智能专利技术为实际问题提供解决方案，例如交通规划、制造业及机场营运效率优化服务等。阿里云亦持续扩展客户基础至多个行业，其中一些大客户和主要合作伙伴包括屈臣氏中国（**Watsons China**）、吉利汽车及北京首都国际机场。

数字媒体和娱乐业务方面，季度收入按年上升 **33%**至 **54.13** 亿元，收入增长主要是由于 **UCWeb** 提供的移动增值服务，如新闻推送和移动搜索等的收入有所提升，以及优酷土豆订阅收入的增长。优酷继续购得及开发一系列授权及原创内容，大大增强用户体验。期内，优酷视频的日均订阅用户数字按年增长超过 **100%**，主要受到原创热门剧集上线所拉动。

创新项目及其他业务方面，季度收入按年下降 9%至 7.72 亿元。期内，集团的人工智能语音助手天猫精灵，实现了自 2017 年 7 月推出以来销量破百万台的成绩。天猫精灵由持续丰富的内容及服务支撑，并通过阿里巴巴的生态系统，提供一系列日常生活所需的应用。

2018 年 1 月，阿里巴巴致力于人工智能研究的团队——数据科学技术研究院，研发了一个深度学习的 AI 及自然语言处理的模型。在由史丹福大学发起的一项机器阅读理解领域顶级赛事中，该模型得到了比人类更高的分数，这是机器首次战胜人类。有关的发展标志着阿里巴巴对于科研的持续投入，有助打造未来长远增长的基础。

阿里巴巴集团亦积极履行**社会责任**。2017 年 12 月，作为集团长期致力为中国社会带来积极改变、战胜贫穷所努力的一部分，阿里巴巴发起了规模达 100 亿元的阿里巴巴脱贫基金。该基金将聚焦教育、农村商务发展、女性赋能和环境保护等领域的项目。具体捐赠资金将由阿里巴巴公益基金会赞助，以及由阿里巴巴合伙人、雇员和分支机构自愿捐赠。阿里巴巴公益基金会成立于 2011 年，集团会将年收入的 0.3%拨作公益基金支援社会责任项目。

###

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、工作和生活阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

媒体查询

徐君宜

阿里巴巴集团

电话: +852 9372 2226

电邮: deborah.tsui@alibaba-inc.com