



阿里巴巴集团公布 2018 年 9 月底止季度业绩

中国杭州，2018 年 11 月 2 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 2018 年 9 月 30 日止季度（“2019 财年第二季度”）业绩。

本季度，集团收入达 851.48 亿元（人民币，下同），同比增长 54%，主要由于中国零售业务收入强劲增长，并表饿了么与菜鸟网络，以及阿里云收入的快速增长。其中，中国零售业务季度收入增长 37%，主要得益于盒马鲜生、天猫进口及银泰百货等新零售项目，其中盒马及天猫进口带动“其他”类目收入同比显著增长 151%；天猫继续扩大于 B2C 市场的领先地位，季度实物支付 GMV 强劲增长 30%。

截至 9 月底，中国零售平台的移动月度活跃用户达 6.66 亿，较 2018 年 6 月底强劲增长 3,200 万。中国零售平台的年度活跃消费者突破 6 亿，达到 6.01 亿，较截至 2018 年 6 月底止 12 个月增长 2,500 万；同比增幅达 23%。年度活跃消费者的增长，主要得益于在较低线城市的获客表现提升。

本季度，集团经调整 EBITDA（息税折旧摊销前利润）为 267.1 亿元。按照美国通用会计准则，归属于股东的盈利同比增长 13%至 200.33 亿元，季度盈利 182.41 亿元。非美国通用会计准则下的季度盈利为 234.53 亿元，每股摊薄后盈利 7.62 元；自由现金流达 160.33 亿元。此外，作为 60 亿美元回购计划的一部分，截至 11 月 1 日，集团已以 13.3 亿美元回购 912 万股。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴再度收获了一个快速增长的强劲季度，尤其是截至 9 月底止 12 个月的年度活跃消费者增加 2,500 万，达到 6.01 亿规模。集团各项业务带来的协同效应，体现了阿里巴巴数字经济体的力量，这在即将来临的双 11 全球狂欢节中将进一步得到展现。在我们的新零售战略下，阿里巴巴正在实现自身的愿景，即通过集团的技术及消费者洞察赋能来传统零售商，帮助他们通过门店运营的数字化重获增长动力。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“本季度，我们以 54%的强劲收入增长，再次领先所有同业。尽管本地服务、物流、娱乐及国际扩张方面的重大投资，对本季度整体盈利水平的增长带来些许影响，但核心电商业务的盈利及现金流增长依然表现强劲，让我们能够对战略领域及技术持续进行投资。”

展望未来，集团将 2019 财年的收入指引区间调整为 3,750 亿至 3,830 亿元，相对原先收入指引的调整幅度为 4%至 6%。鉴于当前宏观经济条件的不确定性，最近集团决定短期内不会变现随着旗下中国零售平台用户及互动增加而递增的广告库存，希望此举可让平台上的中小企业获益。

季度内，核心电商收入增长 56%。手机淘宝本季推出全新用户界面，利用基于人工智能算法的深度消费者洞察及专有技术，为消费者带来更为个性化的购物体验，助商家面向消费者进行精准识别、互动及留存。天猫季度实物成交 GMV 的增长动力，主要是快速消费品、家居家具及服饰品类带动转化率及流

量增速提升。天猫奢侈品平台 Luxury Pavilion 本季迎来 Qeelin、Stella McCartney、Theory 及 Sergio Rossi 等品牌，10 月份更与瑞士奢侈品集团 Richemont 达成合作，与后者旗下领先全球的奢侈品线上零售商 Yoox Net-a-Porter 在中国设立合营公司。

新零售方面，盒马鲜生本季继续扩张，截至 9 月底于内地拥有 77 家门店，主要分布于一二线城市。运营一年半或以上的成熟门店保持高效益，其线上销售占整体季度销售逾 60%。中国最大的连锁大卖场高鑫已经采用集团的新零售技术，并在外卖配送、联合采购及供应链管理方面与集团紧密合作。截至 9 月底，阿里巴巴已赋能高鑫旗下约 470 家门店中的逾 350 家配送线上订单，门店周边 3 公里半径内的消费者可通过手机淘宝购买生活必需品、享受配送服务。

本地服务方面，10 月份集团将饿了么与口碑的运营进行合并。截至 6 月底止 12 个月，饿了么的年度活跃消费者超过 1.67 亿，遍布中国 676 个城市。截至 6 月底，饿了么和口碑合共服务 350 万商家。饿了么及口碑的合并，将加速消费者洞察以及餐厅管理的整合，提升营运效率，同时加强与阿里巴巴旗下其他业务的合作。

菜鸟网络正在推动整个仓配流程的数字化，提升消费者体验以及降低成本。菜鸟正与合作伙伴合作提供完善的物流解决方案，满足不同产品类别及消费者使用场景的需求，包括线上商家的端到端配送，面向商家及零售商的卫星式仓储网络，生活杂货及快速消费品的订购配送，以及面向国际品牌及消费者的跨境配送。菜鸟亦通过菜鸟驿站及自提柜所组成的网络，就最后一公里配送的各种终端形式进行大量投资。

国际化方面，国际零售业务的季度收入同比增长 55%至 44.64 亿元。9 月份，集团与俄罗斯主权财富基金俄罗斯直接投资基金（RDIF），以及持有俄罗斯领先互联网及资讯科技公司 Mail.ru 的 MegaFon 达成新的战略合作，整合俄罗斯的主要互联网及电商平台，并开设一家社交商务合营公司。该合营公司将藉助全球速卖通在俄罗斯的现有业务，为俄罗斯及独联体国家的商家、消费者和互联网用户提供独一无二的价值。

云计算业务的季度收入增长 90%至 56.67 亿元，主要由于收入结构中的高附加值服务比重增加，以及付费客户数量强劲增长。季度内，阿里云推出超过 600 项产品或功能，包括大数据分析人工智能应用创新、安全、物联网服务优化等。9 月份，阿里云推出飞天（Apsara）系统 2.0 版本，对这一云计算操作系统进行全面升级，助开发者利用阿里云的物联网解决方案，大规模地为联网设备带来边缘计算能力，并与云端网络无缝融合。

数字媒体和娱乐业务的季度收入同比增长 24%至 59.4 亿元。优酷日均付费用户持续快速增长，本季度的同比增幅超过 100%。集团继续就原创内容制作能力进行投资，从而更好地把控内容质量、形式及排播。相关投资已收获积极成果，据中国顶尖的内容评论社区豆瓣显示，2017 年 1 月至 2018 年 7 月期间，优酷有五部自制剧集跻身豆瓣十大原创剧集榜。本季度，优酷原创综艺节目《这就是灌篮》在中国年轻观众中成为热点，Fox 集团亦已收购该节目在中国境外国家及地区的传播版权。

创新项目及技术发展方面，季度收入增长 20%至 10.66 亿元。高德作为中国最大的地图应用程式及基于位置的技术平台，为消费者提供全面的出行及目的地资讯服务，汇集天气、交通、旅行景点、兴趣资讯等数据，为用户提供旅程各阶段的最佳体验。10 月 1 日中国国庆黄金周长假第一日，高德的每日活跃用户数量突破 1 亿，创下新纪录。

###

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、工作和生活在阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

媒体联络

柯璟

阿里巴巴集团

电话: +852 5590 9949

电邮: ivy.ke@alibaba-inc.com

徐君宜

阿里巴巴集团

电话: +852 9372 2226

电邮: deborah.tsui@alibaba-inc.com