



阿里巴巴集团公布未来五年中国消费业务及 GMV 目标

冀至 2024 财年服务逾 10 亿年度活跃消费者 GMV 达 10 万亿元人民币

中国杭州，2019 年 9 月 24 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”）今日公布集团目标至 2024 财年年度，旗下中国消费业务可服务超过 10 亿年度活跃消费者，并实现超过 10 万亿元人民币的年度商品交易额（GMV）。集团的中国消费业务涵盖中国零售市场、数字媒体及娱乐以及本地生活服务。

阿里巴巴集团正于杭州举办一年一度的投资者日，超过 600 位投资界人士出席。阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官张勇在现场分享时表示，集团始终坚定践行“让天下没有难做的生意”这一 20 年前定下的使命。通过大数据科技及云智能帮助商家，是集团在数字时代实践使命的重中之重。

会上，张勇也分享了阿里巴巴数字经济体在中国以及全球市场的最新表现及全新指标。截至 2019 年 6 月底止 12 个月，集团的中国消费业务已有 7.3 亿年度活跃消费者；连同集团跨境及全球零售商业的约 1.3 亿年度活跃消费者，阿里巴巴的全球年度活跃消费者达 8.6 亿。此外，支付宝在中国拥有约 9 亿年度活跃用户；阿里巴巴集团与蚂蚁金服在中国的用户总数达约 9.6 亿。

阿里巴巴旗下的中国零售市场，目前在中国发达城市的渗透率已达到 85%；其在欠发达地区的渗透率仅为 40%，触达服务程度不足的消费群体并提升其生活品质，将带来巨大的增长空间。

尽管消费者的绝对数字持续增长，张勇认为同等重要的是全方位评估消费者需求，并通过阿里巴巴经济体各平台提供全面服务。张勇表示：“今天，我们正在创造并满足新的消费需求，聚焦于整个数字消费客群的规模增长。阿里巴巴面向消费者的各项业务能够继续释放庞大的协同力量，在整个阿里巴巴数字经济体内转化及收获更多新的消费者。”

阿里巴巴集团就中国零售业务而定下的五年目标，将助其迈向更长远的全球发展之路。集团目标截至 2036 年能够服务全球 20 亿消费者，帮助 1000 万家中小企盈利，以及创造 1 亿个就业机会。

阿里巴巴商业操作系统是支撑集团持续增长的重要部分。该系统提供一整套的数字化工具，集阿里巴巴商业生态及其云智能技术于一身，帮助品牌及企业触达更多消费者、更精准地洞察消费者需求，并加强与消费者的互动。张勇指：“我们始终从实际商业应用的角度来看待技术，而不是将技术单独分开来看。我们深信商业及技术的融合，而这也正是阿里巴巴一直以来的独特价值。”

###

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，旨在构建未来的商业基础设施，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。

媒体查询

李子繁

阿里巴巴集团

电话: +852 5237 8897

电邮: eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲

阿里巴巴集团

电话: +852 9728 0979

电邮: k.lee@alibaba-inc.com