

阿里巴巴集團公佈 2017 年 3 月底季度及財年業績

中國杭州，2017 年 5 月 18 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 3 月 31 日止季度（「2017 財年第四季度」）以及財務年度（「2017 財年」）業績。

季度收入增幅創 IPO 以來新高 活躍用戶續快速增長

第四季度，集團收入同比增長 60%至 385.79 億元（人民幣，下同），主要由於中國零售平台及阿里雲收入分別強勁增長 41%及 103%、合併優酷土豆及 Lazada 的業績，充分反映集團透過大數據技術為用戶提供更佳體驗，從而持續優化社交電商平台。第四季度，中國零售平台收入中的 85%來自移動端，相較去年同期為 71%。

集團的移動月度活躍用戶及年度活躍買家保持快速增長。3 月份，中國零售平台的移動月度活躍用戶達 5.07 億，較 2016 年 12 月增長 1,400 萬；中國零售平台的年度活躍買家達 4.54 億，較截至 2016 年 12 月底止 12 個月增加 1,100 萬。每位年度活躍買家平均帶來的年化收入連續數季增長，本季度達到 251 元，相較去年同期為 189 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，由去年同期的 123 元增長至本季度的 179 元。

2017 財年第四季度，集團經調整的 EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）達 165.97 億元，同比增長 44%。非美國通用會計準則下，季度盈利增長 38%至 104.4 億元，攤薄後每股盈利增長 45%至 4.35 元，自由現金流增加 82%至 79.80 億元。

全年 GMV 增長 22% 移動端變現率超越非移動端

集團 2017 財年全年收入總計達 1,582.73 億元，同比增長 56%，這一增幅仍高於集團上調後的全年收入增長指引 53%。中國零售平台全年 GMV（商品交易額）增長 22%至 37,670 億元，其中天貓 GMV 同比增長 29%至 15,650 億元。

阿里巴巴已成功把握由 PC 向移動端轉型過程中，用戶增長、使用延伸的趨勢。2017 財年全年，中國零售平台 GMV 中的 79%來自移動端；移動端收入同比增長 80%至 907.31 億元，佔中國零售平台收入的 80%。全年移動端變現率達到 3.04%，超越非移動端變現率，反映集團已經成功完成移動化轉型。

按非美國通用會計準則計，2017 財年全年，集團盈利同比增長 35%至 578.71 億元，攤薄後每股盈利增長 40%至 23.44 元；全年自由現金流達 687.90 億元，較 2016 財年的 512.79 億元增加 34%。集團董事會已授權一項為期兩年、總金額 60 億美元的股份回購計劃。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團又收穫了一個出色的季度及財年，展現了我們成功促使平台上 5 億消費者互動及產生變現的能力。核心電商分部在巨大的規模體量下，仍延續顯著的增長和強勁的現金流，讓我們能夠對雲計算、數字媒體及娛樂進行積極投資，推動中國經濟的數字化轉型及優質消費。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「集團本季度繼續表現出色，收入增長加速至 60% 水平，這是我們自 IPO 以來最高的增長幅度。整個財政年度的收入亦強勁增長 56%，非美國通用會計準則下的自由現金流達到約 100 億美元。我們強勁的業績表明了核心業務的實力以及新興業務的積極勢頭，包括雲計算方面持續的強勁增長和市場領先地位。」

第四季度業務全面快速增長 雲計算收入續增三位數

核心電商業務的季度收入同比增長 47% 至 315.7 億元，經調整 EBITA（息稅攤銷前利潤）利潤率穩定於 59%。手機淘寶高度相關及互動的內容，帶動了活躍用戶特別是移動用戶及用戶互動的強勁增長。天貓成為建立品牌的領先平台，截至 2017 年 3 月，福布斯全球最具價值品牌 100 強中 75% 的消費品牌已進駐天貓。天貓同時也為品牌的新品上市、品牌建立、客戶獲取等帶來寶貴的中國消費者洞察。此外，集團持續為商家提供增值科技及服務，截至 3 月份，人工智能技術每日已可實時處理數以百萬計的消費者查詢。

國際化方面，集團的國際消費及跨境業務第四季度實現強勁增長。來自國際零售電商業務的季度收入達 24.29 億元，同比增長高達 312%，主要由於 Lazada 自 2016 年 4 月中起併表及全球速賣通（AliExpress）收入增長。全球速賣通及 Lazada 的年度活躍買家合計已達到 8,300 萬。加之第四季度內，集團與當地政府合作，在馬來西亞推出首個 eWTP 項目下的數字中樞（e-hub），國際化業務持續取得進展並為長期增長奠定基礎。

雲計算業務持續快速增長，內容分發網絡、數據庫服務等雲計算服務使用量增加，本季度付費客戶數同比增長 70%、環比增長 10.9 萬，達到 87.4 萬，帶動季度收入同比增長 103% 至 21.63 億元。據 IDC 統計，按收入計算，阿里雲是 2016 年中國最大的公共雲服務提供商。阿里雲的客戶涵蓋多元的產業及企業，其首要工作是繼續擴張市場領先地位。本季度阿里雲推出 152 項新產品及功能，包括尖端的大數據解決方案。隨著新產品及垂直解決方案的持續推出，預期來自增值服務的收入貢獻將會增長。

本季度，**數字媒體和娛樂業務**的季度收入為 39.27 億元，較去年同期上升 234%。該事業部與核心電商業務之間的協同效應蘊含著巨大機遇，集團已在利用電商平台的消費者基礎、關聯公司的支付業務，來推動優酷土豆線上視頻付費內容的訂閱增長。UCWeb 國際用戶繼續快速增長，本季度，其新聞與內容聚合器 UC News Feed 於印度及印尼的月度活躍用戶合共超過 1 億。

此外，**創新項目及其他業務**的季度收入同比增長 88% 至 9.19 億元，主要由 YunOS 操作系統和高德地圖的收入增長所帶動。利用大數據及機器學習技術，高德地圖強化其在中國電子地圖、導航和基於位置服務的領先地位，不僅助力阿里巴巴生態系統中的淘寶、天貓、口碑、菜鳥等，亦服務於召車、移動手機、餐飲外賣、社交媒體和旅游服務等行業。用戶基數擴增及用戶體驗提升，讓高德地圖移動 App 用戶數快速增長。

股權投資及其他項目方面，菜鳥網絡本季度平均每日協助處理 4,200 萬個包裹，3 月份中國零售平台 81% 的包裹採用了菜鳥的標準化數據結構，較去年同期的 60% 顯著增長。此外，與蘇寧自 2015 年 8 月戰略合作以來，集團已按計劃在電商、物流和增值服務方面推動協同效應，蘇寧天貓

旗艦店季度表現強勁，GMV 為去年同期的逾 3 倍。而集團與螞蟻金服的合資公司、提供本地生活服務的口碑，季度內通過支付寶結算的交易支付額達 750 億元，相較去年同期為 210 億元。

###

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

柯璟

阿里巴巴集團

電話：+852 5590 9949

電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com

徐君宜

阿里巴巴集團

電話：+852 9372 2226

電郵：deborah.tsui@alibaba-inc.com