



阿里巴巴集團公佈 2017 年 6 月底季度業績

中國杭州，2017 年 8 月 17 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 6 月 30 日止季度（「2018 財年第一季度」）業績。

第一季度，阿里巴巴集團收入同比增長 56% 至 501.84 億元（人民幣，下同），增長主要由中國零售業務、國際零售業務和阿里雲的收入強勁增長所帶動。中國零售平台收入同比增加 57% 至 367.12 億元，主要來自客戶管理收入強勁增長 65%。此外，B2C 平台天貓核心品類的市場份額持續上升，季度內實物商品的 GMV 同比增長 49%，表現強勁的核心品類包括時尚服飾、消費電子、快速消費品（FMCG）。

6 月份，中國零售平台移動月度活躍用戶達 5.29 億，較 3 月份大幅增長 2,200 萬；截至 6 月底止 12 個月，年度活躍消費者達 4.66 億，較截至 3 月底止 12 個月增加 1,200 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 273 元，相較去年同期為 202 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 140 元增長至本季度的 196 元。

季度內，集團經調整 EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）達 251.24 億元，同比增長 68%；由於運營槓桿優化，經調整 EBITDA 利潤率由前一財年同季度的 47%，提升至本季度的 50%。季度盈利同比上升 96% 至 140.31 億元，攤薄後每股盈利 5.65 元，較上財年同期的 2.94 元增長 92%。非美國通用會計準則下，盈利同比增長 67% 至 200.19 億元，攤薄後每股盈利增長 65% 至 7.95 元。來自運營活動的現金同比增加 69% 至 253.11 億元，非美國通用會計準則下的自由現金流同比增加 74% 至 221.49 億元。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴在 2018 財年迎來了一個強勁的開端，體現出我們各項業務的強大及多樣化，以及為平台上的消費者所帶來的價值。集團的技術正在推動各業務的強勁增長，同時也加強了核心電商以外業務的市場地位。憑藉著持續的創新、推動阿里巴巴生態系統中各項業務的協同效應，我們對於未來深感興奮。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「集團在第一季度收穫了出色的業績，收入強勁增長 56%。客戶管理收入的顯著增長，反映我們為消費者帶來了差異化的商業價值。我們計劃繼續投資於長期增長機遇，而其中的一部分已經在為消費者及投資者帶來巨大的價值。」

本季度，**核心電商業務**受益於消費者互動與技術推升變現水平，收入同比增長 58% 至 430.27 億元，經調整 EBITA（息稅攤銷前利潤）利潤率達 63%，較去年同期的 61% 提升。5 月份，手機淘寶推出融入了最新個性化技術的全新用戶界面，有助繼續優化用戶體驗、提升互動水平。移動用

戶的增加，以及集團通過優化的個性化技術為消費者提供更高相關度內容的能力，帶動了點擊量的增長，因此付費商家數量及商家平均支出於本季度雙雙創下歷史新高。

新零售方面，集團於今年 5 月完成對銀泰商業的控股權收購及私有化，銀泰商業截至 6 月底共有 49 家百貨店及購物中心，預期其將藉助阿里巴巴龐大的消費者群體、消費者認知及技術，支持集團新零售戰略、改造傳統零售業，尤其是在服飾及品牌商品方面。於生鮮食品領域，集團自 2015 年起孵化盒馬鮮生，目標推動中國傳統超市及倉儲式零售的數字化及轉型。盒馬藉助集團的消費者洞察、移動技術及其他應用於門店的專有科技，提供無縫的全渠道體驗，同時可承擔線上訂單倉配，獨有的倉配系統可為消費者提供最快 30 分鐘送達的服務。

國際化方面，集團跨境及國際消費業務繼續強勁增長，國際零售業務的季度收入同比增長 136%，達到 26.38 億元的可觀規模，動力來自東南亞平台 Lazada 及中國出口平台全球速賣通 (AliExpress) 的強勁增長，二者進一步擴大集團在中國以外地區的消費者群體。Lazada 在新加坡推出「LiveUp」付費會員體系，提供特選商品免運費、食品雜貨 24 小時送達等服務及優惠；另與淘寶合作在新加坡和馬來西亞推出「淘寶精選」(Taobao Collection)，為當地消費者提供來自中國的優質產品。基於對 Lazada 業務及東南亞市場增長潛力的信心，集團季度內增加對 Lazada 的持股至 83%。

雲計算業務於本季度達成了一個重要里程碑，付費用戶超過 100 萬，較前一季度增加 13.7 萬。隨著付費用戶勁增，以及高附加值服務令收入結構優化、每名用戶的平均收入 (ARPU) 持續增長，本季度雲計算收入同比增長 96%至 24.31 億元。阿里雲本季推出了數款新產品，以降低傳統企業將大規模數據遷移至雲端的門檻。截至 2017 年 8 月中，其已推出可用於 173 種應用場景下的 19 款雲服務器 ECS 產品。阿里雲亦繼續擴大全球布局和客戶群體，季度內宣布將在馬來西亞和印度尼西亞分別建立 1 個數據中心。

數字媒體和娛樂業務的季度收入同比增長 30%至 40.81 億元，主要是由於 UCWeb 移動增值服務帶來的收入提升。該業務的重點是擴充優質內容、發展優酷付費業務以及拓展 UCWeb 的產品及服務。季度內，優酷視頻的日均付費用戶數同比增長超過 100%，集團相信後續強勁的內容產品，尤其是完成時間明確、播出時間靈活的原創內容，將會在視頻娛樂領域為集團帶來長期優勢。同時，集團將繼續利用自身生態體系的龐大用戶基礎，把握數娛與核心電商業務的交叉銷售機會。

受高德地圖的收入增長所帶動，**創新項目及其他業務**的季度收入同比增長 21%至 6.45 億元。集團繼續提供創新產品以服務消費者的日常需求，7 月推出的首個由人工智能驅動的語音助手「天貓精靈」，可協助用戶購物、訂購本地生活服務、搜索資訊、控制智能設備、播放多媒體內容。「天貓精靈」內置阿里巴巴專有的「聲紋識別技術」，可準確識別用戶聲音，以驗證用戶身份並完成支付。

股權投資及其他項目方面，菜鳥網絡的平台平均每日協助集團的中國零售平台投遞 5,500 萬個包裹。集團與螞蟻金服的合資公司口碑，季度內通過支付寶結算的交易支付額達 920 億元，較上一季度增長 23%。目前餓了麼提供服務的城市或地區超過 2,000 個，集團與螞蟻金服本季度亦進一步投資餓了麼，以支持該公司的快速擴張。

###

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