

## 阿里巴巴集團公佈 2018 年 6 月底止季度業績

中國杭州，2018 年 8 月 23 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 2018 年 6 月 30 日止季度（「2019 財年第一季度」）業績。

本季度，集團收入達 809.2 億元（人民幣，下同），同比增速高達 61%，主要由於中國零售業務及阿里雲的收入強勁增長，以及併表菜鳥網絡與餓了麼。季度內，中國零售業務收入增長 47%。其中，新零售項目帶動「其他」類目的收入同比勁增超過 340%，主要包括天貓進口、盒馬鮮生及銀泰百貨的貢獻；天貓擴大於 B2C 市場的領先地位，季度實物成交 GMV 增幅達 34%；淘寶成交 GMV 亦加速增長。

截至 6 月底，中國零售平台的移動月度活躍用戶達至 6.34 億，較 2018 年 3 月底增加 1,700 萬，同比增加 20%。中國零售平台的年度活躍消費者增至 5.76 億，較截至 2018 年 3 月底止 12 個月增長 2,400 萬。由於將產品及服務拓展至較低線城市，新增的年度活躍消費者中約 80%來自上述地區。

2019 財年第一季度，集團經調整 EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）同比增長 17%至 293.59 億元。按照美國通用會計準則，集團季度盈利為 76.5 億元，攤薄後每股盈利 3.3 元；撇除因螞蟻金服估值顯著上升，而對集團員工獲授螞蟻股權獎勵的開支造成一次性非現金性影響，集團季度盈利同比強勁增長 33%。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴再度迎來了一個卓越的季度，用戶快速增長，不斷壯大的生態系統中互動進一步加強。中國零售平台業務繼續擴大市場份額，新零售項目帶動未來的收入增長，並賦能我們的零售夥伴為消費者提供無縫連接的服務。集團為用戶消費全週期提供更多價值及選擇的戰略持續推進，包括通過數字娛樂及本地服務，觸達電商以外的龐大目標市場。我們將繼續投資於戰略業務機遇及創新，以保障競爭優勢和長期增長。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們又收穫了一個出色的季度，集團總收入增長達 61%，不計一次性項目的影響，季度盈利增長強勁。很高興在如此巨大的規模體量下，我們的業務依然能夠展現優勢、快速成長。集團各個主要業務板塊，包括核心電商、雲計算及數字媒體和娛樂的卓越增長，均印證了我們面向未來的客戶體驗、產品、技術及基礎設施的投資戰略。通過為企業客戶、合作夥伴及消費者帶來獨特的價值，我們有信心能夠繼續擴大自身的市場領先地位。」

季度內，**核心電商**收入增長 61%。截至季度末，手機淘寶直播的月度活躍用戶同比增長逾 100%；導購帖文、短視頻和直播等形式，持續幫助品牌在平台上與客戶互動，從而提升購買轉換率、增加年度活躍消費者。天貓則持續擴大於 B2C 市場的領先地位，轉換率和人均消費支出的持續提升帶動天貓實物 GMV 增長，其中快速消費品、消費電子產品、服裝和家居用品類別表現強勁。本

季度，MCM、Moschino 及 Giuseppe Zanotti 等國際品牌於天貓開設旗艦店，並入駐天貓奢侈品頻道。

**新零售**方面，盒馬鮮生本季持續擴張門店網絡，截至6月底於內地13個城市擁有45家自營門店，主要分佈於一二線城市。高鑫零售的門店開始採用盒馬的技術和服務，高鑫旗下大潤發亦與盒馬成立「盒小馬」，以在較低線城市探索多業態門店的擴展。此外，集團與星巴克於8月份達成全面的新零售戰略合作，包括透過餓了麼配送星巴克咖啡、與盒馬推出「外送星廚」、於集團多個平台設立虛擬商店。這一戰略合作證明阿里巴巴的新零售模式已形成規模，並展現出集團如何協助品牌夥伴更深入創新地與中國消費者互動。

**本地服務**方面，集團5月份完成收購餓了麼，並計劃積極投資包括餓了麼和口碑在內的本地服務領域，以擴大市場份額，並加深與阿里巴巴生態系統的融合，包括將本地服務用戶納入集團88VIP體系、為零售通的社區型便利店及盒馬提供配送服務。集團已新成立一家公司，作為本地服務的旗艦持有餓了麼及口碑，並計劃為其進行獨立融資，包括阿里巴巴、螞蟻金服及第三方投資者。截至公告日，該公司已收到來自阿里巴巴及軟銀等投資者的30億美元投資承諾。

**菜鳥網絡**正通過合作來打造、賦能全球智慧物流網絡。菜鳥與馬來西亞海關合作，在吉隆坡機場附近打造的區域電子商務中心，是中國境外首個eWTP樞紐，提高了海關清關能力。菜鳥6月份宣佈由其領投、與中航集團及圓通合作的合資公司，將投資約15億美元，於香港國際機場建設世界一流的數字物流中心，成為珠三角陸路運輸的連接點和中轉點。此外，阿里巴巴和菜鳥以13.8億美元收購中通快遞約10%股權，菜鳥和中通將隨著新零售的發展，在中國物流業的轉型過程中深化合作。

**國際化**方面，國際零售業務的季度收入同比增長64%至43.16億元。Lazada已將業務清晰定位於三個部分：C2C平台、品牌旗艦店平台LazMall和跨境電商LazGlobal。LazMall已在Lazada運營的大部分國家上線，這是為品牌官方和授權商店量身定制的新平台，提供優質服務及產品保真。LazGlobal則將東南亞消費者，與「淘寶精選」(Taobao Collection)及其他Lazada未進駐國家的賣家連接。集團相信其與阿里巴巴生態系統的深度融合，將提升消費者滿意度、增強市場領先地位。阿里巴巴高度關注東南亞，並將繼續投資於Lazada，推動其增長並擴大客戶群。

**雲計算業務**的季度收入增長93%至46.98億元，主要由於收入結構中高附加值產品和服務比重增加，以及付費客戶數量強勁增長。阿里雲本季的產品創新，聚焦於大數據分析、人工智能、安全及物聯網應用。阿里雲繼續與各行業客戶加深合作：民生銀行作為首家成功採用分佈式核心賬戶架構金融雲的大型銀行，推出全新金融雲的四個月以來，其處理效率較原始核心系統提升三倍；中國交通建設正利用阿里雲的中間件及公共云服務優化供應鏈管理，阿里雲亦因此進一步加強在工業及製造業的滲透；洲際酒店集團正在使用阿里雲的混合雲解決方案、合規和安全服務，為全球客戶提供大中華地區的客房預訂等業務。

**數字媒體和娛樂業務**的季度收入同比增長46%。季度內，優酷直播國際足聯世界杯以及視頻內容產品的持續優化，帶動優酷日均付費用戶同比大幅增長200%。優酷本季與中央電視台合作，為中國數億球迷直播所有世界杯賽事，期間優酷用戶透過1.8億部設備觀看了比賽。阿里巴巴更整合生態系統內豐富多樣的服務，包括淘寶與支付寶的紅包活動、盒馬及餓了麼的夜宵外賣服務等，為消費者提供獨特的世界杯體驗。阿里雲以其專有技術支持優酷進行高清、低延遲的直播，觀眾數量峰值更超過了中國春節期間最多人觀看的節目。

**創新項目及技術發展**方面，人工智能語音助手天貓精靈，自一年前推出以來已售出超過 500 萬台。集團專注於面向家庭的教育及娛樂內容，以此擴大用戶基數、提升設備的互動程度。天貓精靈幫助消費者與阿里巴巴生態系統的服務連接、互動，同時也是物聯網和智慧家居相關新服務及體驗的連接門戶。

**螞蟻金服**於 6 月份完成最新一輪股權融資，融資總計約 140 億美元，此輪融資中螞蟻的估值顯著提升。**股權投資**方面，集團 7 月宣佈以 96.3 億元收購分眾傳媒 6.62% 股權。分眾傳媒擁有中國最大的廣告屏幕網絡，分佈於 300 個城市的電梯、街頭、地鐵和辦公樓。集團將和分眾傳媒共同探索與新零售戰略相關的創新數字營銷，集團亦可藉助這一戰略合作將數字廣告網絡延伸至線下環境。

###

## 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。

## 媒體聯絡

柯璟  
阿里巴巴集團  
電話：+852 5590 9949  
電郵：[ivy.ke@alibaba-inc.com](mailto: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](mailto:deborah.tsui@alibaba-inc.com)