

阿里巴巴集團公佈 2018 年 9 月底止季度業績

中國杭州，2018 年 11 月 2 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 9 月 30 日止季度（「2019 財年第二季度」）業績。

本季度，集團收入達 851.48 億元（人民幣，下同），同比增長 54%，主要由於中國零售業務收入強勁增長，併表餓了麼與菜鳥網絡，以及阿里雲收入的快速增長。其中，中國零售業務季度收入增長 37%，主要得益於盒馬鮮生、天貓進口及銀泰百貨等新零售項目，其中盒馬及天貓進口帶動「其他」類目收入同比顯著增長 151%；天貓繼續擴大於 B2C 市場的領先地位，季度實物支付 GMV 強勁增長 30%。

截至 9 月底，中國零售平台的移動月度活躍用戶達 6.66 億，較 2018 年 6 月底強勁增長 3,200 萬。中國零售平台的年度活躍消費者突破 6 億，達到 6.01 億，較截至 2018 年 6 月底止 12 個月增長 2,500 萬；同比增幅達 23%。年度活躍消費者的增長，主要得益於在較低線城市的獲客表現提升。

本季度，集團經調整 EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）為 267.1 億元。按照美國通用會計準則，歸屬於股東的盈利同比增長 13%至 200.33 億元，季度盈利 182.41 億元。非美國通用會計準則下的季度盈利為 234.53 億元，每股攤薄后盈利 7.62 元；自由現金流達 160.33 億元。此外，作為 60 億美元回購計劃的一部分，截至 11 月 1 日，集團已以 13.3 億美元回購 912 萬股。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴再度收穫了一個快速增長的強勁季度，尤其是截至 9 月底止 12 個月的年度活躍消費者增加 2,500 萬，達到 6.01 億規模。集團各項業務帶來的協同效應，體現了阿里巴巴數字經濟體的力量，這在即將來臨的雙 11 全球狂歡節中將進一步得到展現。在我們的新零售戰略下，阿里巴巴正在實現自身的願景，即通過集團的技術及消費者洞察賦能來傳統零售商，幫助他們通過門店運營的數字化重獲增長動力。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「本季度，我們以 54%的強勁收入增長，再次領先所有同業。儘管本地服務、物流、娛樂及國際擴張方面的重大投資，對本季度整體盈利水平的增長帶來些許影響，但核心電商業務的盈利及現金流增長依然表現強勁，讓我們能夠對戰略領域及技術持續進行投資。」

展望未來，集團將 2019 財年的收入指引區間調整為 3,750 億至 3,830 億元，相對原先收入指引的調整幅度為 4%至 6%。鑒於當前宏觀經濟條件的不確定性，最近集團決定短期內不會變現隨著旗下中國零售平台用戶及互動增加而遞增的廣告庫存，希望此舉可讓平台上的中小企業獲益。

季度內，核心電商收入增長 56%。手機淘寶本季推出全新用戶界面，利用基於人工智能算法的深度消費者洞察及專有技術，為消費者帶來更為個性化的購物體驗，助商家面向消費者進行精準識別、互動及留存。天貓季度實物成交 GMV 的增長動力，主要是快速消費品、家居家具及服飾品類帶動轉化率及流

量增速提升。天貓奢侈品平台 Luxury Pavilion 本季迎來 Qeelin、Stella McCartney、Theory 及 Sergio Rossi 等品牌，10 月份更與瑞士奢侈品集團 Richemont 達成合作，與後者旗下領先全球的奢侈品線上零售商 Yoox Net-a-Porter 在中國設立合營公司。

新零售方面，盒馬鮮生本季繼續擴張，截至 9 月底於內地擁有 77 家門店，主要分佈於一二線城市。運營一年半或以上的成熟門店保持高效益，其線上銷售占整體季度銷售逾 60%。中國最大的連鎖大賣場高鑫已經採用集團的新零售技術，並在外賣配送、聯合採購及供應鏈管理方面與集團緊密合作。截至 9 月底，阿里巴巴已賦能高鑫旗下約 470 家門店中的逾 350 家配送線上訂單，門店周邊 3 公里半徑內的消費者可通過手機淘寶購買生活必需品、享受配送服務。

本地服務方面，10 月份集團將餓了麼與口碑的運營進行合併。截至 6 月底止 12 個月，餓了麼的年度活躍消費者超過 1.67 億，遍佈中國 676 個城市。截至 6 月底，餓了麼和口碑合共服務 350 萬商家。餓了麼及口碑的合併，將加速消費者洞察以及餐廳管理的整合，提升營運效率，同時加強與阿里巴巴旗下其他業務的合作。

菜鳥網絡正在推動整個倉配流程的數字化，提升消費者體驗以及降低成本。菜鳥正與合作夥伴合作提供完善的物流解決方案，滿足不同產品類別及消費者使用場景的需求，包括線上商家的端到端配送，面向商家及零售商的衛星式倉儲網絡，生活雜貨及快速消費品的訂購配送，以及面向國際品牌及消費者的跨境配送。菜鳥亦通過菜鳥驛站及自提櫃所組成的網絡，就最後一公里配送的各種終端形式進行大量投資。

國際化方面，國際零售業務的季度收入同比增長 55%至 44.64 億元。9 月份，集團與俄羅斯主權財富基金俄羅斯直接投資基金（RDIF），以及持有俄羅斯領先互聯網及資訊科技公司 Mail.ru 的 MegaFon 達成新的戰略合作，整合俄羅斯的主要互聯網及電商平台，並開設一家社交商務合營公司。該合營公司將藉助全球速賣通在俄羅斯的現有業務，為俄羅斯及獨聯體國家的商家、消費者和互聯網用戶提供獨一無二的價值。

雲計算業務的季度收入增長 90%至 56.67 億元，主要由於收入結構中的高附加值服務比重增加，以及付費客戶數量強勁增長。季度內，阿里雲推出超過 600 項產品或功能，包括大數據分析及人工智能應用創新、安全、物聯網服務優化等。9 月份，阿里雲推出飛天（Apsara）系統 2.0 版本，對這一雲計算操作系統進行全面升級，助開發者利用阿里雲的物聯網解決方案，大規模地為聯網設備帶來邊緣計算能力，並與雲端網絡無縫融合。

數字媒體和娛樂業務的季度收入同比增長 24%至 59.4 億元。優酷日均付費用戶持續快速增長，本季度的同比增幅超過 100%。集團繼續就原創內容製作能力進行投資，從而更好地把控內容質量、形式及排播。相關投資已收穫積極成果，據中國頂尖的內容評論社區豆瓣顯示，2017 年 1 月至 2018 年 7 月期間，優酷有五部自製劇集躋身豆瓣十大原創劇集榜。本季度，優酷原創綜藝節目《這就是灌籃》在中國年輕觀眾中成為熱點，Fox 集團亦已收購該節目在中國境外國家及地區的傳播版權。

創新項目及技術發展方面，季度收入增長 20%至 10.66 億元。高德作為中國最大的地圖應用程式及基於位置的技術平台，為消費者提供全面的出行及目的地資訊服務，匯集天氣、交通、旅行景點、興趣資訊等數據，為用戶提供旅程各階段的最佳體驗。10 月 1 日中國國慶黃金周長假第一日，高德的每日活躍用戶數量突破 1 億，創下新紀錄。

###

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

徐君宜

阿里巴巴集團

電話：+852 9372 2226

電郵：deborah.tsui@alibaba-inc.com