

## 阿里巴巴集團公佈 2019 年 6 月底止季度業績

中國杭州，2019 年 8 月 15 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 2019 年 6 月 30 日止季度（「2020 財年第一季度」）業績。

本季度，得益於中國零售市場、餓了麼\*，以及阿里雲收入帶來的強勁增長，集團收入同比增長 42% 至 1,149.24 億元（人民幣，下同）。中國零售商業業務季度收入同比上升 40% 至 756.01 億元。其中，天貓已付實物商品交易額（GMV）同比增長 34%；而中國零售商業業務的其他收入同比大增 134% 至 167.45 億元，增幅主要來自天貓超市和盒馬鮮生等直營業務的貢獻。

截至 2019 年 6 月底，集團中國零售市場的移動月活躍用戶較 3 月底增長 3,400 萬，達到 7.55 億。截至 6 月底止 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達 6.74 億，較截至 3 月底止 12 個月增長 2,000 萬；該增長反映支付寶應用程式推介和再創新紀錄的「淘寶天貓 618 年中慶」（下稱「淘寶天貓 618」）取得巨大成效。此次淘寶天貓 618 也助力集團進一步深入滲透至欠發達地區，本季度新增的年度活躍消費者中超過 70% 來自欠發達地區，反映集團為滿足更廣泛用戶群體需求而推出的舉措取得成功，其中包括為新用戶或低頻用戶推出簡化界面。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴收穫了一個出色的季度，用戶基礎繼續擴大，年度活躍消費者達 6.74 億，這充分展現我們卓越的用戶體驗。我們將繼續擴大消費者基礎，提升運營效率，實現快速增長。基於核心商業的強勁現金流，我們將在技術上持續投入，讓全球數百萬企業實現數字化轉型。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們以一個強勁的季度為本財年揭開序幕，收入同比增長 42%，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（EBITDA）同比增長 34%。很高興可以看到我們平台上用戶互動及消費者支出均在持續增長。我們將繼續投資於長期增長，同時提升投資領域的成本效益。」

按照美國公認會計準則，本季度集團歸屬於股東的盈利同比增加 145% 至 212.52 億元；非公認會計準則下，季度盈利同比增長 54% 至 309.49 億元，攤薄後每股美國存托股盈利同比增長 56% 至 12.55 元。經調整 EBITDA 同比增長 34% 至 392.38 億元。期內，非公認會計準則下的自由現金流達 263.61 億元。

季度內，**核心商業業務**收入達 995.44 億元，同比提升 44%。中國零售市場收入繼續保持強勁增長，中國零售商業業務的客戶管理和佣金收入總計同比增加 26%，其中由於用戶增長，以及更精準的推薦算法提升消費者體驗，從而推升付費點擊量，並帶動客戶管理收入增長 27%。6 月 1 日至 18 日淘寶天貓 618 活動期間，天貓已付實物 GMV 同比增長 38%。這次成功的推廣活動反映市場消費需求強勁，為穩固的銷售表現、品牌和商家進一步滲透欠發達地區帶來支撐，活動期間共有超過 120 個品牌的 GMV 突破 1 億元。

\*餓了麼自 2018 年 5 月起併表

**新零售**方面，集團通過其消費者洞察技術、外賣配送、庫存跟蹤、供應鏈管理和移動支付等解決方案，持續幫助傳統零售商實現數字化轉型、提升營運效率及消費者體驗。期內，盒馬鮮生繼續擴大其業務佈局、優化店鋪並推出新舉措，以改善消費者體驗，本季度繼續實現強勁的同店銷售增長。截至 6 月底，集團在中國 17 個城市擁有 150 家自營的盒馬門店。

**本地生活服務**方面，收入主要來自即時配送及本地生活服務平台餓了麼的佣金、配送及其他服務收費；本地生活服務季度收入同比大增 137%至 61.8 億元。期內，強勁的訂單增長和平均每筆單價增加，帶動配送業務營運效率提升及 GMV 快速增長。集團將繼續專注於為餐館和其他本地生活服務商提供價值，以技術助力其數字化轉型，並將集團的產品和服務覆蓋範圍擴展至欠發達地區。

**菜鳥網絡**本季度收入（剔除公司間交易後）同比增長 50%至 50.05 億元，主要由於履約訂單量增加所推動。通過結合中國的保稅倉及海外直運的方式，菜鳥已為天貓國際建立起強大的進口履約解決方案。2019 年 6 月，菜鳥的進口履約解決方案覆蓋了天貓國際超過 97%的包裹。淘寶天貓 618 期間，菜鳥的保稅倉為天貓國際處理了數以千萬計的進口包裹，同比增長超過 60%。菜鳥也繼續專注為消費者提供全面的最後一公里解決方案，包括社區和校園驛站、自提櫃等服務。

**跨境及全球零售商業**方面，季度收入同比增長 29%至 55.67 億元，主要動力來自土耳其領先電商平台 Trendyol 併表以及全球速賣通的收入增加。期內，Lazada 在加強第三方平台業務、管理團隊和技術基礎設施後，連續第三季度實現訂單同比增長超過 100%，反映其致力於經營用戶忠誠度及提升購買頻次。Lazada 繼續專注於保持強勁的用戶增長和用戶互動：通過有效的獲客計劃，實現移動日活躍用戶同比翻倍。

**雲計算業務**的季度收入增長 66%至 77.87 億元，主要由於每位客戶平均支出增加所帶動。本季度，阿里雲發佈了超過 300 個新產品和功能，包括與核心雲產品、安全、數據智能和人工智能應用相關的產品和功能。阿里雲將繼續增加對人才和技術基礎設施的投資、開發新的增值產品和功能，來進一步擴大其市場領先地位。

**數字媒體及娛樂業務**方面，季度收入同比增長 6%至 63.12 億元。本季度，優酷繼續專注於提供卓越的用戶體驗，推動日均付費用戶數量同比增長 40%。同時集團將繼續投資並加強原創內容製作能力，更好地控制內容質量、形式和排播檔期；還通過系統分析，來把控成本效率和投資回報。此外，**創新業務及其他**的季度收入同比增長 21%至 12.81 億元，主要源自高德地圖的收入增長。

###

## 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，旨在構建未來的商業基礎設施，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

李子繁  
阿里巴巴集團  
電話：+852 5237 8897  
電郵：[eva.lee@alibaba-inc.com](mailto:eva.lee@alibaba-inc.com)

李潔玲  
阿里巴巴集團  
電話：+852 9728 0979  
電郵：[k.lee@alibaba-inc.com](mailto:k.lee@alibaba-inc.com)