

## 阿里巴巴集團公佈未來五年中國消費業務及 **GMV** 目標

**冀至 2024 財年服務逾 10 億年度活躍消費者 GMV 達 10 萬億元人民幣**

中國杭州，2019 年 9 月 24 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」）今日公佈集團目標至 2024 財政年度，旗下中國消費業務可服務超過 10 億年度活躍消費者，並實現超過 10 萬億元人民幣的年度商品交易額（GMV）。集團的中國消費業務涵蓋中國零售市場、數字媒體及娛樂以及本地生活服務。

阿里巴巴集團正於杭州舉辦一年一度的投資者日，超過 600 位投資界人士出席。阿里巴巴集團董事局主席兼首席執行官張勇在現場分享時表示，集團始終堅定踐行「讓天下沒有難做的生意」這一 20 年前定下的使命。通過大數據科技及雲智能幫助商家，是集團在數字時代實踐使命的重中之重。

會上，張勇也分享了阿里巴巴數字經濟體在中國以及全球市場的最新表現及全新指標。截至 2019 年 6 月底止 12 個月，集團的中國消費業務已有 7.3 億年度活躍消費者；連同集團跨境及全球零售商業的約 1.3 億年度活躍消費者，阿里巴巴的全球年度活躍消費者達 8.6 億。此外，支付寶在中國擁有約 9 億年度活躍用戶；阿里巴巴集團與螞蟻金服在中國的用戶總數達約 9.6 億。

阿里巴巴旗下的中國零售市場，目前在中國發達城市的滲透率已達到 85%；其在欠發達地區的滲透率僅為 40%，觸達服務程度不足的消費群體並提升其生活品質，將帶來巨大的增長空間。

儘管消費者的絕對數字持續增長，張勇認為同等重要的是全方位評估消費者需求，並通過阿里巴巴經濟體各平台提供全面服務。張勇表示：「今天，我們正在創造並滿足新的消費需求，聚焦於整個數字消費客群的規模增長。阿里巴巴面向消費者的各項業務能夠繼續釋放龐大的協同力量，在整個阿里巴巴數字經濟體內轉化及收獲更多新的消費者。」

阿里巴巴集團就中國零售業務而定下的五年目標，將助其邁向更長遠的全球發展之路。集團目標截至 2036 年能夠服務全球 20 億消費者，幫助 1000 萬家中小企盈利，以及創造 1 億個就業機會。

阿里巴巴商業操作系統是支撐集團持續增長的重要部分。該系統提供一整套的數字化工具，集阿里巴巴商業生態及其雲智能技術於一身，幫助品牌及企業觸達更多消費者、更精準地洞察消費者需求，並加強與消費者的互動。張勇指：「我們始終從實際商業應用的角度來看待技術，而不是將技術單獨分開來看。我們深信商業及技術的融合，而這也正是阿里巴巴一直以來的獨特價值。」

###

## 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)