



阿里巴巴集團公佈 2019 年 9 月底止季度業績

中國杭州，2019 年 11 月 1 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 9 月 30 日止季度（「2020 財年第二季度」）業績。

本季度，得益於中國零售市場及阿里雲收入的強勁增長，集團收入同比增長 40% 至 1,190.17 億元（人民幣，下同）。期內，核心商業業務收入達 1,012.20 億元，同比提升 40%。中國零售市場收入繼續保持強勁增長，同比上升 40% 至 757.86 億元，中國零售商業業務的客戶管理和佣金收入總計同比增長 25%。其中由於平均點擊單價增加，帶動客戶管理收入同比增長 25%。天貓已付實物商品交易額（GMV）按年增長 26%，主要得益於快速消費品及消費電子品類的強勁銷售增長。

阿里巴巴集團董事局主席兼首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團在今年 9 月慶祝了成立 20 周年，在我們實現『讓天下沒有難做的生意』的 102 年旅程裡，這是一個重要的里程碑時刻。阿里巴巴數字經濟體持續繁榮成長。到 2024 財年底，我們希望服務超過 10 億年度活躍消費者，幫助我們的商家獲得超過 10 萬億人民幣的年交易額。我們也將持續投入於用戶體驗和創新技術，為用戶創造新價值，並推動數百萬企業在新的數字經濟時代實現數字化轉型。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們的季度表現強勁，收入同比增長 40%，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（EBITDA）同比增長 39%。通過整個阿里巴巴經濟體持續的消費者互動和支出，我們將保持了收入和盈利增長，以及強勁的自由現金流，使我們能夠投資於長期增長。」

按照美國公認會計準則，本季度集團歸屬於股東的盈利為 725.40 億元；若剔除因獲得螞蟻金服 33% 股權後確認的一次性收益及其他事項，按照非公認會計準則的季度盈利同比增長 40% 至 327.50 億元，攤薄後每股美國存托股盈利同比增長 36% 至 13.10 元。經調整 EBITDA 同比增長 39% 至 371.01 億元。期內，非公認會計準則下的自由現金流達 304.88 億元。

截至 2019 年 9 月底，集團中國零售市場的移動月活躍用戶較 6 月底增長 3,000 萬，達到 7.85 億。截至 9 月底止 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達 6.93 億，較截至 6 月底止 12 個月增長 1,900 萬；該增長反映了集團進一步深入滲透至所有地區。

截至 2019 年 9 月 30 日止的 6 個月內，手機淘寶日活躍用戶增長加速，主要受自然流量健康增長、更精準高效的用戶定位，以及用戶互動和娛樂功能不斷提升所推動。天貓繼續擴大市場領導地位，增長速度超過行業平均水平，其消費者分層計劃成功帶來更高的購買頻率及推動訂單數量加速增長，反映此計劃廣受不同類型的用戶歡迎。

新零售方面，盒馬鮮生通過實施多元化的零售策略，提升用戶體驗和消費者忠誠度，實現了強勁的同店銷售增長。期內，營運超過 12 個月的自營盒馬門店，其經調整 EBITDA 成功錄得盈利，反映這個業務模式的可持續發展能力。截至 9 月底，集團在中國擁有 170 家自營的盒馬門店。另外，集團通過淘鮮達改造連鎖零售商超，截至 8 月底，已實現 485 家高鑫零售旗下大賣場的數字化改造；於 2019 年 8 月，這些門店的線上訂單收入佔其總收入的 6.5%。同時，集團繼續與新的商超開展合作，截至 8 月底，已幫助 278 個城市、超過 800 家線下零售店進行數字化升級。

本地生活服務方面，收入主要來自餓了麼的佣金、配送及其他服務收費；本地生活服務季度收入同比增 36%至 68.35 億元。期內，得益於強勁的訂單增長和不斷增加的用戶下單頻率，集團持續錄得每日外賣訂單 GMV 強勁增長，其中欠發達地區的 GMV 按年增長達 45%。阿里巴巴數字經濟體內的協同，也持續令本地生活服務獲益，截至 9 月底止季度，約 39%外賣業務中新增消費者來自支付寶 App。目前在中國零售市場中的年度活躍消費者中，僅 25%使用過本地生活服務，進一步滲透至更多用戶的潛力巨大。

菜鳥網絡本季度收入（剔除公司間交易後）同比增長 48%至 47.59 億元，主要由於履約訂單量增加所推動。通過設置菜鳥驛站，菜鳥為社區配送提供解決方案，補充合作夥伴的末端配送網絡；期內，菜鳥驛站的包裹日處理量按年增長 100%。截至 2019 年 8 月底 12 個月內，為消費者及小企業提供按需發貨服務的菜鳥裹裹 App，年度用戶數目已超過 1 億，季度內包裹量同比增長逾 100%。

跨境及全球零售商業方面，季度收入同比增長 35%至 60.07 億元，主要動力來自全球速賣通及 Lazada 的收入增加。期內，Lazada 在消費者對服飾及快速消費品的旺盛需求推動下，連續第四個季度實現訂單同比增長超過 100%；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 64%至 92.91 億元，主要由每位客戶平均支出增加所帶動。至 2019 年 8 月底，約 59%的中國上市公司都是阿里雲的客戶。阿里雲提供具經濟效益的解決方案來幫助企業向數字化轉型、加強消費者洞察力，以及實踐高效營運，這些獨特優勢將繼續保持阿里雲在雲服務市場的領導地位。

數字媒體及娛樂業務方面，季度收入同比增長 23%至 72.96 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 47%。同時集團將繼續投資並加強原創內容製作能力，豐富產品組合的同時，更好地控制內容質量，引起觀眾共鳴；並成功進一步把控成本效率和投資回報率。此外，**創新業務及其他的**季度收入同比增長 14%至 12.10 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

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