

## 阿里巴巴集团公布 2015 年 12 月底季度业绩

中国杭州，2016 年 1 月 28 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽约证券交易所代码：BABA，“集团”）今日公布截至 2015 年 12 月 31 日止之季度业绩（“本季度”）。

本季度集团收入及盈利均录得强劲增长，期内收入达 **345.43 亿元**（人民币，下同），较去年同期增长 **32%**，主要由中国零售业务的强劲增长带动。本季度中国零售平台的收入达 **287.14 亿元**，较去年同期增长 **35%**。来自移动端的收入达 **187.46 亿元**，按年大增 **192%**，而来自移动端的中国零售业务收入占比更升至 **65%**。按非美国通用会计准则计算，经调整后盈利为 **163.58 亿元**，同比增长 **25%**。经调整摊薄后每股盈利为 **6.43 元**。这一季度经调整自由现金流达 **237.19 亿元**。

截至本季度末，中国零售平台上的年度活跃买家达 **4.07 亿户**，较上一季度增加了 **2,100 万户**，较去年同期增加了 **22%**。12 月份的移动月度活跃用户亦进一步增至 **3.93 亿户**，较上一季度增加了 **4,700 万户**，较去年同期增加了 **48%**。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团本季度业绩表现出色，年度活跃买家数创新高达至逾 **4 亿户**，而移动业务亦保持明显的领先优势。集团给消费者带来了优质体验，帮助商家吸引并留住用户、更好地与买家互动，这都将有助推动集团核心业务未来的发展。我们将继续专注于战略重点，包括全球进口业务、农村业务扩展、增强在中国一线城市的扩张，以及建立世界级的云计算业务。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“阿里巴巴集团于本季度的业绩表现骄人。来自中国零售平台的变现率持续上升，尤其是移动端的变现率攀升，推动收入录得强劲增长。本季度收入按年增长 **32%**，而来自中国零售平台的收入按年增长 **35%**。与此同时，季内自由现金流强劲达 **37 亿美元**。这些坚实的业务基础使我们有信心继续投资新的战略领域。”

集团收入持续增长的重要动力来自中国零售平台的用户增长及用户参与度的提升。季度内，来自中国零售平台的综合变现率达 **2.98%**，较去年同期 **2.70%** 的综合变现率明显上升。本季度内，每位年度活跃买家平均为中国零售平台带来 **184 元** 的年化收入，相比 **2014 年同期为 168 元**；每位移动月度活跃用户平均带来 **108 元** 的移动年化收入，**2014 年同期则为 52 元**。

变现率的上升得益于中国零售平台为消费者提供的更多元化选择。除了购物，消费者亦到淘宝或天猫上发掘创意、探索新趋势、接收商家和产品的最新信息、比对商品、分享购物体验 and 享受娱乐服务。消费者这类行为的价值不一定完全直接转化为商品交易额（GMV），但这类行为能够提供丰富的信息，有助于商家更好创建品牌、了解消费者并积极与消费者互动、及促销商品。中国零售平台为消费者创造了更多价值，这在今后将有助变现率的进一步提升。此外，品牌和商家与消费者的互动有利双方建立长期关系，而这种互动带来的变现在中国零售平台的收入占比日益提升。在可预见的未来，集团预估收入的增长将高于 GMV 的增长。

截至本季度末，受活跃买家数量增长带动，中国零售平台的 GMV 同比增长 **23%**，达 **9,640 亿元**，较去年同期 GMV 净增长 **1,770 亿元**。本季度来自移动端的中国零售平台 GMV 占比升至 **68%**，达 **6,510 亿元**，较去年同期增长 **99%**。

季度内，集团积极扩张在一线城市和重要商品类目的市场份额。本季度，来自一线城市包括北京、上海、广州和深圳的 GMV 同比增长表现强劲。消费者习惯在天猫超市上多次下单，而商品包括超市货品和日用品，透过菜鸟的物流合作伙伴已能在七个城市实现当日达、在 88 个城市实现次日达。在品类方面，2015 年天猫双十一期间，约 2,200 万消费者购买了电器用品，天猫电器城当日更售出破纪录的逾三百万台手机。此外，受惠于菜鸟及其物流伙伴提供的高效快捷的配送和安装服务，天猫上的大家电商品在过往几季持续保持强劲增长。天猫电器城更与商家合作销售创新智能设备，并于本季度售出 400 万台智能家居设备，令天猫成为市场领先的电子消费购物平台。

此外，由集团与蚂蚁金服集团成立的合资公司“口碑”期内保持强劲的发展势头，通过支付宝结算的外卖、餐饮、超市及便利店等服务的 GMV 达到 158 亿元，12 月份日均交易额超过 500 万元。

至于全球化业务方面，集团继续发展跨境电子商贸，帮助国际品牌和全球零售商通过我们的平台向中国消费者出售商品。而愈来愈多品牌视天猫为拓展中国业务的唯一电子商务途径。于本季度，包括可口可乐、星巴克、Lululemon 及 Clarisonic 等逾 200 个国际品牌在天猫国际上开设了旗舰店。

截至本季度末，阿里巴巴在中国 12,000 个农村设置了农村淘宝站，帮助当地村民从农村淘宝上购物及收取包裹。2016 年，阿里巴巴设立了首届“阿里年货节”，农村地区的农产品可以直接通过农村淘宝面向城镇消费者。目前，农村淘宝站已经覆盖几乎中国所有省份。

集团在云计算和互联网基建的业务保持快速增长，季度收入按年增长 126%至 8.19 亿元。集团的云计算平台“阿里云”继续在客户增长、产品开发、技术研发及建立云计算生态体系上取得重要进展。

在物流方面，集团继续强化在中国主要城市和农村地区的领导地位。透过集团关联公司菜鸟网络及其合作伙伴，北京、上海、成都、广州、杭州、苏州和武汉的消费者已可享受即日递送服务，而翌日递送服务则由六月底季度的 41 个城市拓展至本季度覆盖 88 个城市。包裹投递效率的提升、更优的库存备货安排和数据分析的运用，均令物流递送的时间大为缩短，提升了消费者的满意度。

###

## 关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。集团创立于 1999 年，以商品交易额（GMV）计算，目前是全球最大的网上及移动商务公司。阿里巴巴集团为企业提供根本的互联网基础设施以及营销平台，让其可借助互联网的力量，建立网上业务并与数以亿计的消费者和其他企业进行商贸活动。

## 媒体查询

刘湘琳  
阿里巴巴集团  
电话：+852 6378 5626  
电邮：[crystal.liu@alibaba-inc.com](mailto:crystal.liu@alibaba-inc.com)

柯璟  
阿里巴巴集团  
电话：+852 5590 9949  
电邮：[ivy.ke@alibaba-inc.com](mailto:ivy.ke@alibaba-inc.com)