



阿里巴巴集团公布 2016 年 3 月底季度及财年业绩

中国杭州，2016 年 5 月 5 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA，“集团”）今日公布截至 2016 年 3 月 31 日止季度（“2016 财年第四季度”）以及财务年度（“2016 财年”）业绩。

2016 财年第四季度，受中国零售业务收入持续增长带动，阿里巴巴集团收入按年增长 39%至 241.84 亿元（人民币，下同），亦是过去四个季度中增长幅度最大的季度。其中，中国零售平台的季度收入达 183.4 亿元，较去年同期增长 41%，为过去六个季度中增长最为强劲。收入增长主要由于商家增加对营销服务的投入，反映集团更为多元化的增值服务已获得商家的认可。来自移动端的贡献进一步上升，移动端季度收入按年增长 149%至 130.84 亿元，占中国零售业务收入的比例进一步升至 71%，去年同期则为 40%。

第四季度内，集团多项核心运营指标持续录得出色表现。截至第四季度末，中国零售平台上的年度活跃买家达 4.23 亿户，较上一季度增加 1,600 万户，按年增加 21%；3 月份的移动月度活跃用户增至 4.1 亿户，较 2015 年 12 月增加 1,700 万户，按年增加 42%。年度活跃买家的增长受到移动端用户增加的带动，反映集团利用手机淘宝 App 等移动电商程式吸引用户，并通过有效的移动界面将其转化为活跃买家的成果。第四季度，每位年度活跃买家平均为中国零售平台带来 189 元的年化收入，而去年同期为 171 元；每位移动月度活跃用户平均带来 123 元的移动年化收入，而去年同期仅为 62 元。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团以非常强劲的表现结束了 2016 财年。至 2016 年 3 月，我们的年度商品交易额（GMV）超越了 3 万亿元，全年收入超过 1,000 亿元，移动用户、活跃买家和交易量亦持续增长。同时我们持续投资长期战略目标：全球化、农村、打造世界级的云计算业务，以及创建综合媒体及娱乐平台，为未来增长打下了扎实的基础。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“集团本季度业绩表现出色，反映尽管经济环境充满挑战，我们的核心电商业务仍独具优势，而移动媒体及云计算等让集团的业务结构呈现出更为平衡的势头。因此季度收入按年增长 39%，为过去四个季度中收入增长最为强劲。年度活跃买家平均带来的年化收入，以及移动月度活跃用户平均带来的移动年化收入，已连续数个季度录得增长，印证中国消费者甚具韧性且影响力正与日俱增。这对我们的业务而言是好的预示，同时我们中国零售平台上的年度活跃买家已经增至 4.23 亿户。”

中国零售平台于第四季度的 GMV 达到 7,420 亿元，按年增长 24%或 1,420 亿元，主要由活跃买家数量增加所带动。其中，移动端的季度 GMV 达到 5,410 亿元，按年大幅增加 78%，在整体 GMV 中的占比已达到 73%，较上一季度的 68%及 2015 财年同期的 51%进一步提升。2016 财年全年计，中国零售平台 GMV 按年增长 27%至 30,920 亿元，显示在过去一年全球担忧中国经济放缓的背景下，集团 GMV 及收入仍强劲增长。

2016 财年第四季度，按非美国通用会计准则计，集团 EBITDA 按年增长 34%至 114.98 亿元，EBITDA 利润率为 48%，同比微跌 1 个百分点，主要由于集团持续投资新业务和收购业务所致；季度经调整后盈利为 76.35 亿元，经调整摊薄后每股盈利为 3.02 元；季度经调整自由现金流为 43.88 亿元，

2016 财年全年的自由现金流为 512.79 亿元。按美国通用会计准则计，集团盈利为 53.14 亿元，摊薄后每股盈利为 2.11 元。

集团的云计算和互联网基建业务，在财年第四季度继续保持快速增长，季度收入按年增长 175%至 10.66 亿元，较上一季度的按年增速 126%进一步提速。云计算业务截至 3 月底已拥有超过 230 万用户，季度内强劲的收入增长，主要由于其付费用户的数量按年增长逾 100%至超过 50 万，以及用户对云计算服务的用量增加，包括内容分发网络、数据服务等更为复杂的产品。

2016 财年第四季度，集团旗下的中国零售平台继续开拓创新。淘宝已不仅仅是一个销售及分销渠道，而是一个消费者社区平台，让用户享受内容、获取资讯、探索潮流、与商家互动、交流想法以及休闲娱乐。基于大数据技术的功能正在提升用户的参与度，例如个性化推荐、定制化资讯更新、不同的消费主题等。

作为集团电商媒体生态系统的一个重要部分，天猫也已成为国内外商家与消费者加强互动的平台。品牌不仅为天猫庞大的用户基础所吸引，亦看中天猫为商家提供的综合分析工具、出色的消费者体验以及带来的交易。跨境进口方面，财年第四季度内有逾 100 个国际品牌入驻天猫国际平台，加入 Costco、Macy's、Matsumoto Kiyoshi 等国际领先品牌的行列，而天猫国际的季度 GMV 按年增长超过 180%。

农村业务扩张也在期内持续取得进展，截至财年第四季度，集团已在中国超过 14,000 个农村建立农村淘宝服务站，提供购物及配送服务。此外，由集团与蚂蚁金服集团成立的合资公司、提供本地生活服务的“口碑”，在财年第四季度通过支付宝结算的交易支付额达到 210 亿元，3 月份的日均交易单数超过 550 万。

物流方面，集团继续强化针对中国主要城市、农村地区及跨境电商的物流服务。集团关联公司菜鸟网络及其合作伙伴，于第四季度内持续在中国扩展“当日达”及“次日达”服务。同时，集团继续通过菜鸟网络及农村淘宝，进行基础设施建设，以解决中国农村地区巨大的消费及物流需求。

###

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最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

徐君宜
阿里巴巴集团
电话: +852 9372 2226
电邮: deborah.tsui@alibaba-inc.com

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