



阿里巴巴集团公布 2017 年 9 月底季度业绩

中国杭州，2017 年 11 月 2 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA，“阿里巴巴”或“集团”）今日公布截至 2017 年 9 月 30 日止季度（“2018 财年第二季度”）业绩。

第二季度，阿里巴巴集团收入同比增长 61%至 551.22 亿元（人民币，下同），增长主要由中国零售业务、国际零售业务和阿里云的收入强劲增长所带动。由于将自 2018 财年第三季度起合并菜鸟网络业绩，集团将 2018 财年全年收入指引由原先的 45%至 49%，上调至 49%至 53%。

中国零售平台本季度收入同比增加 64%至 395.57 亿元，带动因素包括客户管理收入及佣金收入分别强劲增长 58%及 47%。佣金收入增长主要得益于天猫实物商品 GMV 快速增长 49%，所有主要品类均实现强劲增长，尤其是消费电子及快速消费品（FMCG）品类的 GMV 同比增长加速。

9 月份，中国零售平台移动月度活跃用户达 5.49 亿，较 6 月份大幅增加 2,000 万，同比增长 22%；截至 9 月底止 12 个月，年度活跃消费者达 4.88 亿，较截至 6 月底止 12 个月强劲增长 2,200 万，同比增长率亦在过去四个季度中首次突破至两位数。每位年度活跃消费者平均带来的年化收入连续数季增长，本季度达到 293 元，相较去年同期为 215 元；每位移动月度活跃用户平均带来的年化移动收入亦连续数季上升，由去年同期的 151 元增长至本季度的 213 元。

季度内，集团经调整 EBITDA（息税折旧摊销前利润）同比增长 58%至 250.31 亿元。季度盈利同比上升 146%至 174.08 亿元，摊薄后每股盈利 6.78 元，较上财年同期的 2.97 元增长 128%。非美国通用会计准则下，盈利同比增长 71%至 220.89 亿元，摊薄后每股盈利增长 63%至 8.57 元。来自运营活动的现金同比增加 77%至 305.07 亿元，非美国通用会计准则下的自由现金流同比增加 61%至 225.05 亿元。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“我们收获了一个出色的季度。我们的消费者洞察及科技创新，正是阿里巴巴经济体客户价值背后的关键驱动力。我们看到通过新零售战略整合线上与线下的初步成果，消费者亦受益于优质的商品、优化的客户体验以及随时随地购物的巨大便利。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“本季度集团业绩卓越，整体收入增长达 61%，反映了我们的核心电商业务以及整个阿里巴巴经济体的强劲势头。季度内，按照非美国通用会计准则的自由现金流达到 34 亿美元，让我们能够投资于未来增长领域，包括涵盖物流的核心电商、云计算、数字娱乐以及其他创新项目。”

本季度，核心电商业务收入同比增长 63%至 464.62 亿元。中国零售平台的付费商家数量及商家平均支出继续增长，创新项目持续提升用户忠诚度及互动性。8 月 8 日集团在天猫及淘宝上发布统一的“88 会员”体系，根据用户消费的质素及频次、社交互动情况进行分级，并提供相应等级福利，当日举办的第一届会员节即有超过 2,900 万消费者参与。而天猫作为中国领先的品牌建设和零售平台展示了数据技术能力，例如后端算法识别出的高端客户可访问其奢侈品平台 Luxury Pavilion，享受限量产品预订等独家优惠。Loewe, Burberry, LA MER, Maserati, Guerlain 和 Zenith 等品牌已登陆天猫奢侈品平台。

新零售方面，本季度盒马鲜生在中国的主要城市新增门店，令门店总数增至 20 家。集团亦已将盒马模式带给更多零售合作伙伴，助其开设运营盒马授权店。此外，集团通过已为中国超过 50 万家社区小店所采用的零售采购平台“零售通”，推出天猫授权便利店“天猫小店”，首家店铺已于 8 月份开业。

核心电商业务的国际化方面，跨境及国际消费业务继续强劲增长，国际零售业务的季度收入同比增长 115%至 28.78 亿元，动力来自东南亚平台 Lazada 及中国出口平台全球速卖通（AliExpress）的强劲增长。继新加坡及马来西亚后，Lazada 通过与淘宝的合作在印尼、菲律宾及泰国 3 个市场推出“淘宝精选”（ Taobao Collection ）。此外，继 6 月在美国举办 Gateway'17 活动，9 月在加拿大举办的 Gateway'17 活动吸引逾 3,000 名加拿大中小企业代表和企业家出席。

云计算业务季度收入同比增长 99%至 29.75 亿元，动力来自付费用户强劲增长，以及高附加值服务令收入结构优化。阿里云本季推出 245 种新产品及功能，同时继续开发整体解决方案，助不同行业的大型企业应对挑战，包括飞利浦、贵州茅台、南京银行等。10 月上旬的云栖大会，逾 800 名行业专家及意见领袖参与分享，约 6 万人现场参会，线上观看人次数以百万计。期间阿里巴巴更宣布了创新的全球研究项目“达摩院”，旨在弥合学术及工业研究在技术发展领域中的鸿沟，解决现实世界的问题。未来 3 年，集团将在研发方面投资逾 150 亿美元，其中包括达摩院项目。

数字媒体和娱乐业务的季度收入同比增长 33%至 47.98 亿元，主要是由于 UCWeb 移动增值服务带来的收入提升。季度内，集团成功执行了内容战略，包括对授权及原创内容的采购和开发，电视剧和综艺节目均在消费者心智方面获得了更大份额。优酷视频的日均付费用户数同比增长超过 180%，集团相信后续强劲的内容产品，尤其是聚焦于播出时间及形式灵活的原创内容，将会在视频娱乐领域为集团带来长期优势。

创新项目及其他业务的季度收入同比增长 27%至 8.87 亿元。高德地图继续巩固其作为中国领先的数字地图、导航和基于位置服务（Location-based Service）提供商的市场地位。在中国国庆黄金周假期活动中，高德为不同行业的品牌和零售商推出了基于位置的互动营销服务，共计产生约 47 亿次品牌曝光，并协助定向发放价值 11 亿元的优惠券。

股权投资方面，集团已完成对菜鸟的 53 亿元增资，持股比例增至 51%。这一投资展示了集团致力于执行新零售战略，以及在阿里巴巴生态系统内进一步提高物流能力。集团计划与菜鸟网络共同于未来 5 年投入 1,000 亿元人民币，用以进一步增强集团的全球物流网络，从而实现中国 24 小时、全球 72 小时送达的使命，并赋能中国物流行业降本增效。

###

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。集团旨在构建未来的商务基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活 在阿里巴巴，并持续发展最少 102 年。

媒体查询

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

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