



阿里巴巴集团公布 2019 年 3 月底止季度及财年业绩

中国杭州，2019 年 5 月 15 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 2019 年 3 月 31 日止季度（“2019 财年第四季度”）以及财务年度（“2019 财年”）业绩。

第四季度收入增 51% 移动月度活跃用户达 7.21 亿

第四季度集团收入同比增长 51% 至 934.98 亿元（人民币，下同），主要由于中国零售业务收入强劲增长、饿了么并表以及云业务的增长。其中，中国零售业务收入增长 45%，带动因素包括客户管理收入增加 31%，以及佣金收入增加 30%，主要因为天猫已付实物商品交易额（GMV）增长加速至 33%，以及包括天猫进口直营和盒马鲜生在内的直营业务增长。

由于集团通过支付宝应用程序引流及提升平台消费者的活跃度，成功有效增加获客，也吸引了更多低线城市的月度活跃用户增长。中国零售平台的移动月度活跃用户于 2019 年 3 月底止季度大增 2,200 万，达到 7.21 亿；以截至 3 月底止 12 个月计，中国零售平台的年度活跃消费者增至 6.54 亿，即年内共计增加 1.02 亿年度活跃消费者。

2019 财年第四季度，就客户管理收入付费的商家数目正在增加，反映商家抱持信心，并正在投放营销开支。同时，集团正在推进推荐流变现及加强推荐算法。第四季度一般由于季节因素客户管理收入相对较低，集团成功藉扩大推荐流量进行变现测试，增加了客户管理收入。

2019 财年第四季度，集团经调整 EBITDA（息税折旧摊销前利润）为 251.66 亿元，同比增长 29%。美国通用会计准则下，季度盈利 233.79 亿元；摊薄后每股盈利 9.84 元。非美国通用会计准则下，季度盈利同比增长 42% 至 200.56 亿元，摊薄后每股盈利同比增长 50% 至 8.57 元，自由现金流达 107.14 亿元。

全年中国零售平台商品交易额创纪录 正迈向 1 万亿美元目标

2019 财年，阿里巴巴集团收入增长 51% 至 3768.44 亿元，撇除新购业务并表的增长为 39%。受到年度活跃消费者增长所带动，集团中国零售平台的 GMV 同比增长 19% 至 57,270 亿元，相当于 8,530 亿美元，反映集团正迈向 2020 财年 GMV 达 1 万亿美元的目标。

撇除未支付订单，中国零售平台的整体实物 GMV 同比增长 25%。天猫实物 GMV 同比增长 31%，持续领先行业平均水平；淘宝实物 GMV 同比亦增长 19%，呈现健康且加快的态势。

本财年内，核心电商业务全年收入同比强劲增长 51%，主要受到低线城市的有效获客及渗透、中国零售平台用户更深的参与度所推动，以及通过投资于本地生活服务及新零售业务，带来更多电子支付钱

包份额及提升用户粘度，扩大集团的总目标市场。本财年内，客户管理收入同比增长 27%，佣金收入增长 33%。

2019 财年，集团经调整的 EBITDA 同比增长 15%至 1219.43 亿元。美国通用会计准则下，2019 财年盈利为 802.34 亿元；摊薄后每股盈利 33.38 元。按非美国通用会计准则计，集团全年盈利同比增长 12%至 934.07 亿元，摊薄后每股盈利为 38.40 元；全年自由现金流达 1044.78 亿元。

阿里巴巴集团首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团正日益成为中国日常消费的代名词，年度活跃消费者的基数扩大至 6.54 亿。同时在低线城市加深渗透。我们的云端及数据技术，以及新零售业务的强劲势头，让我们能够持续推动中国和其他新兴市场中的商业运营模式转型，这将有利于我们的长期增长。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“我们再度收获了一个强劲的季度及财年，全年收入同比增长 51%，在整个生态系统中收获了强劲的用户增长，互动表现活跃；撇除新购业务并表的因素，全年收入同比增长 39%。过去数年，我们稳定的利润增长和现金流将让我们得以加强核心业务、投资新业务及为客户创造独特价值。这些投资扩大了我们整体的目标市场，为长远发展打下良好基础。展望 2020 财年，我们预期收入将达到 5000 亿元，反映出我们对未来的信心以及积极的发展势头。”

用户深度参与提升转化率 逾百奢侈品牌进驻天猫

第四季度，**核心电商业务**同比增长 54%至 788.94 亿元。2019 财年，新版手机淘宝上线，以更深入的消费者洞察能力，提升个性化购物体验，并作出推荐以加强产品及内容发现的能力。新版手机淘宝也持续加强开发新内容，包括精选帖子、短视频及不同的直播活动等，加深用户的参与程度、提升转化率，以及带动年度活跃消费者持续增长。

第四季度，快速消费品、服饰、电子和家具产品类别的强劲表现，带动天猫已付实物 GMV 同比增长 33%。作为品牌面向中国消费者互动及营销的领导平台，天猫持续通过一系列营销解决方案来赋能品牌发布新品，品牌可更大规模地建立产品形象及提升市场认知；并通过天猫的工具来评估新品发布的效益。截至 2019 年 3 月底，已有超过 100 个奢侈品牌入驻天猫奢侈品馆 Luxury Pavilion，并开设天猫官方旗舰店；新入驻品牌包括 Alexander McQueen 和 Mulberry 等。

新零售方面，集团与星巴克年内共同宣布了新零售全面战略合作，截至 2019 年 4 月底，双方在中国 35 个城市超过 2,100 家星巴克提供“专星送”配送服务，并通过支付宝及手机淘宝来帮助星巴克加速获取新会员。此外，截至 2019 年 3 月底，集团也利用新零售技术及知识，对 470 家大润发进行数字化，助大润发加速整合其零售系统，消费者也可通过手机淘宝下单，并享受由饿了么提供的配送服务。盒马鲜生继续保持同店销售增长，并持续通过新举措提升消费体验。截至 2019 年 3 月底，集团在中国内地拥有 135 间自营的盒马鲜生门店，主要位于一二线城市。

跨境和国际零售业务持续增长。截至 2019 年 3 月底止 12 个月内，东南亚平台 Lazada 和全球零售平台全球速卖通（AliExpress）的年度活跃消费者合计超过 1.2 亿。2019 财年，集团加强了 Lazada 的第三方平台业务，升级其管理团队，并优化其整体技术基础设施。天猫国际则协助海外品牌及商家直接触达中国消费者、树立品牌知名度，并通过平台的消费者洞察制定整体中国市场策略。据易观数据显示，以 2018 年交易额计，天猫国际为中国第一的进口电商平台。

2019 财年，菜鸟网络在末端物流解决方案和国际及跨境物流上持续取得进展。在城市地区，菜鸟驿站在社区及校园的站点、居民区的自提柜，与菜鸟快递合作伙伴的末端配送网络形成重要互补。2019 年 3 月，集团旗下中国零售平台每日产生的包裹中，有超过 10%经由菜鸟驿站处理。财年内，菜鸟通过

对中国两家主要快递公司中通快递和申通快递的投资，加强了与快递行业的关系。国际物流方面，菜鸟与 Lazada 物流部门组建了强大且不断扩大的物流网络，支持 Lazada、全球速卖通等国际零售业务。

本地生活服务方面，2019 财年，集团收购了线上外送及生活服务平台饿了么，并与本地服务平台口碑整合。通过与集团生态系统的深度整合、面向低线市场的渗透，集团专注于扩大本地消费者服务的市场份额。例如借助月度移动活跃用户均超过 6 亿的支付宝及手机淘宝，加强本地生活服务业务的获客及订单增长，目前饿了么总订单量约 30%来自这两个移动应用。

云计算业务第四季度收入同比增长 76%至 77.26 亿元，主要由每位客户平均支出增加所推动。在 2019 财年，阿里云在中国服务超过一半的中国 A 股上市公司。集团将继续投资，通过开发增值产品和功能进一步扩大云计算业务的市场份额。根据 Gartner 2019 年 4 月的报告，以 IaaS（基础设施即服务）和 IUS（基础设施公用事业服务）的市场份额计，阿里云是亚太地区最大的云计算服务供应商。

数字媒体和娱乐业务方面，UCWeb 提供的移动搜索和游戏发行等移动增值服务收入继续上升，优酷付费收入亦有增加。优酷的日均订阅数继续保持健康增长，在 2019 财年同比增长约 88%。集团将持续发展原创内容制作能力，更好地把控内容质量、形式和排期，进一步推动付费用户和广告收入增长。阿里影业年内曾参与多部热门电影的制作、推广和发行，其中包括奥斯卡获奖电影《绿皮书》和中国票房收入第二的国产电影《流浪地球》。2019 年 3 月集团增持阿里影业至 51%，相信对大文娱及阿里影业的管理层及内容战略的整合，将支持并提升未来的原创内容战略。

创新项目和技术发展方面，第四季度收入同比增长 22%至 12.07 亿元，主要由天猫精灵业务及高德地图增长所推动。以日活跃用户计，高德地图是中国最大的移动数字地图、导航和实时交通信息提供商，同时在中国营运一个开放地图平台，为外卖、单车服务、叫车服务和社交网络等不同领域的移动应用提供支持。而以人工智能为基础的智能音箱天猫精灵，将消费者与阿里巴巴数字经济体伙伴所提供的互动服务相连接，天猫精灵自 2017 年 8 月正式推出以来已激活超过 1,000 万台。此外，支付宝及其本地支付伙伴在全球已有超 10 亿年度活跃用户。

###

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，愿景是持续发展 102 年。截至 2019 年 3 月 31 日止财年，阿里巴巴集团收入达 560 亿美元。

媒体查询

李子繁
阿里巴巴集团
电话: +852 5237 8897
电邮: eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲
阿里巴巴集团
电话: +852 6843 5667
电邮: k.lee@alibaba-inc.com