



阿里巴巴集团公布 2019 年 9 月底止季度业绩

中国杭州，2019 年 11 月 1 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 9 月 30 日止季度（“2020 财年第二季度”）业绩。

本季度，得益于中国零售市场及阿里云收入的强劲增长，集团收入同比增长 40% 至 1,190.17 亿元（人民币，下同）。期内，核心商业业务收入达 1,012.20 亿元，同比提升 40%。中国零售市场收入继续保持强劲增长，同比上升 40% 至 757.86 亿元，中国零售商业业务的客户管理和佣金收入总计同比增长 25%。其中由于平均点击单价增加，带动客户管理收入同比增长 25%。天猫已付实物商品交易额（GMV）按年增长 26%，主要得益于快速消费品及消费电子品类的强劲销售增长。

阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官张勇表示：“阿里巴巴集团在今年 9 月庆祝了成立 20 周年，在我们实现‘让天下没有难做的生意’的 102 年旅程里，这是一个重要的里程碑时刻。阿里巴巴数字经济体持续繁荣成长。到 2024 财年底，我们希望服务超过 10 亿年度活跃消费者，帮助我们的商家获得超过 10 万亿人民币的年交易额。我们也将持续投入于用户体验和创新能力，为用户创造新价值，并推动数百万企业新的数字经济时代实现数字化转型。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“我们的季度表现强劲，收入同比增长 40%，经调整息税折旧及摊销前利润（EBITDA）同比增长 39%。通过整个阿里巴巴经济体持续的消费者互动和支出，我们将保持了收入和盈利增长，以及强劲的自由现金流，使我们能够投资于长期增长。”

按照美国公认会计准则，本季度集团归属于股东的盈利为 725.40 亿元；若剔除因获得蚂蚁金服 33% 股权后确认的一次性收益及其他事项，按照非公认会计准则的季度盈利同比增长 40% 至 327.50 亿元，摊薄后每股美国存托股盈利同比增长 36% 至 13.10 元。经调整 EBITDA 同比增长 39% 至 371.01 亿元。期内，非公认会计准则下的自由现金流达 304.88 亿元。

截至 2019 年 9 月底，集团中国零售市场的移动月活跃用户较 6 月底增长 3,000 万，达到 7.85 亿。截至 9 月底止 12 个月，中国零售市场年度活跃消费者达 6.93 亿，较截至 6 月底止 12 个月增长 1,900 万；该增长反映了集团进一步深入渗透至所有地区。

截至 2019 年 9 月 30 日止的 6 个月内，手机淘宝日活跃用户增长加速，主要受自然流量健康增长、更精准高效的定位，以及用户互动和娱乐功能不断提升所推动。天猫继续扩大市场领导地位，增长速度超过行业平均水平，其消费者分层计划成功带来更高的购买频率及推动订单数量加速增长，反映此计划广受不同类型的用户欢迎。

新零售方面，盒马鲜生通过实施多元化的零售策略，提升用户体验和消费者忠诚度，实现了强劲的同店销售增长。期内，营运超过 12 个月的自营盒马门店，其经调整 EBITDA 成功录得盈利，反映这个业务模式的可持续发展能力。截至 9 月底，集团在中国拥有 170 家自营的盒马门店。另外，集团通过淘鲜达改造连锁零售商超，截至 8 月底，已实现 485 家高鑫零售旗下大卖场的数字化改造；于 2019 年 8 月，这些门店的线上订单收入占其总收入的 6.5%。同时，集团继续与新的商超开展合作，截至 8 月底，已帮助 278 个城市、超过 800 家线下零售店进行数字化升级。

本地生活服务方面，收入主要来自饿了么的佣金、配送及其他服务收费；本地生活服务季度收入同比增 36%至 68.35 亿元。期内，得益于强劲的订单增长和不断增加的用户下单频率，集团持续录得每日外卖订单 GMV 强劲增长，其中欠发达地区的 GMV 按年增长达 45%。阿里巴巴数字经济体内的协同，也持续令本地生活服务获益，截至 9 月底止季度，约 39% 外卖业务中新增消费者来自支付宝 App。目前在中国零售市场中的年度活跃消费者中，仅 25% 使用过本地生活服务，进一步渗透至更多用户的潜力巨大。

菜鸟网络本季度收入（剔除公司间交易后）同比增长 48%至 47.59 亿元，主要由于履约订单量增加所推动。通过设置菜鸟驿站，菜鸟为社区配送提供解决方案，补充合作伙伴的末端配送网络；期内，菜鸟驿站的包裹日处理量按年增长 100%。截至 2019 年 8 月底 12 个月内，为消费者及小企业提供按需发货服务的菜鸟裹裹 App，年度用户数目已超过 1 亿，季度内包裹量同比增长逾 100%。

跨境及全球零售商业方面，季度收入同比增长 35%至 60.07 亿元，主要动力来自全球速卖通及 Lazada 的收入增加。期内，Lazada 在消费者对服饰及快速消费品的旺盛需求推动下，连续第四个季度实现订单同比增长超过 100%；通过有效的获客计划，实现移动日活跃用户同比翻倍。

云计算业务的季度收入增长 64%至 92.91 亿元，主要由每位客户平均支出增加所带动。至 2019 年 8 月底，约 59% 的中国上市公司都是阿里云的客户。阿里云提供具经济效益的解决方案来帮助企业向数字化转型、加强消费者洞察力，以及实践高效营运，这些独特优势将继续保持阿里云在云服务市场的领导地位。

数字媒体及娱乐业务方面，季度收入同比增长 23%至 72.96 亿元。本季度，优酷继续专注于提供卓越的用户体验，推动日均付费用户数量同比增长 47%。同时集团将继续投资并加强原创内容制作能力，丰富产品组合的同时，更好地控制内容质量，引起观众共鸣；并成功进一步把控成本效率和投资回报率。此外，**创新业务及其他**的季度收入同比增长 14%至 12.10 亿元，主要源自高德地图的收入增长。

###

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，旨在构建未来的商业基础设施，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

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 9728 0979
电邮: k.lee@alibaba-inc.com