

阿里巴巴集團公佈 2016 年 6 月底季度業績

中國杭州，2016 年 8 月 11 日 — 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA，「集團」）今日公佈截至 2016 年 6 月 30 日止季度（「2017 財年第一季度」）業績。

2017 財年第一季度，阿里巴巴集團收入按年增長 59% 至 321.54 億元（人民幣，下同），錄得集團上市以來最為強勁的收入增長，主要動力來自中國零售平台收入持續快速增長以及併入優酷土豆及 Lazada 等新併購企業的業績。

中國零售平台的季度收入按年增加 49% 至 233.83 億元，亦為集團上市以來最強勁的增長，主要由於使用營銷服務的品牌及商家的平均投入金額及數量均有上升，令線上營銷服務收入按年大增 54%，展現出品牌及商家對平台的消費者參與度提升的認可。第一季度的收入增長也反映了集團 2015 年 5 月及 9 月新增網上營銷投放空間的顯著成效。

本季度，中國零售平台的移動端季度收入達 175.14 億元，按年增幅高達 119%，佔中國零售平台總收入的比例增至 75%，而去年同期的比例為 51%。移動端變現率達到 2.80%，是 2013 財年第四季度移動端開始變現以來，首次超越非移動端變現率。中國零售平台的季度商品交易額（GMV）中亦有 75% 來自移動端，而中國零售平台季度總 GMV 按年增長 24% 至 8,370 億元。

6 月份，中國零售平台上的移動月度活躍用戶達 4.27 億戶，較 3 月淨增長 1,700 萬戶，較去年 6 月增長 39%。截至第一季度末，中國零售平台的年度活躍買家增至 4.34 億戶，較上季度淨增長 1,100 萬戶。每位移動月度活躍用戶平均為中國零售平台帶來的年化移動收入連續數季增長，由去年同期的 76 元提升至本季度的 140 元；而每位年度活躍買家平均帶來的中國零售平台年化收入亦連續數季增長，由去年同期的 171 元提升至本季度的 202 元。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團本季度表現出色。我們的業績展現出了集團生態系統的規模和影響力，因為我們不斷加強在核心電商、雲計算、數字媒體和娛樂版塊上的競爭優勢。收入增長加速也反映了我們為客戶帶來深層次的價值定位。憑藉著平台上的社交、社群和智能數據驅動的個性化服務，我們改變了 4.34 億活躍用戶在我們平台上的互動方式，逐步實現『生活在阿里巴巴』（Live @ Alibaba）的願景。我們已經作好準備，迎接未來強勁而優質的增長。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「集團本季度業績表現強勁。集團整體收入增長達 59%，中國零售平台實現 49% 的收入增長，這些都是自集團上市以來最強勁的增幅。另外，本季度我們實現了一個很重要的里程碑，那就是移動端的變現率首次超越了非移動端的變現率，這代表我們擁抱移動的策略獲得了成功，集團在移動事業上始終保持領先優勢。我們各業務版塊的業績也顯示，我們在核心電商領域具有無可比擬的優勢，雲計算、數字媒體和娛樂業務也在加速發展。」

2017 財年第一季度，集團經調整 EBITDA 按年增長 41%至 149.63 億元，經調整 EBITDA 利潤率為 47%；不計優酷土豆及 Lazada 影響，本季度經調整 EBITDA 利潤率為 53%。撇除非經常性出售收益、股權獎勵以及個別其他項目，按非美國通用會計準則計，季度盈利同比增長 28%至 121.87 億元，攤薄後每股盈利為 4.90 元，按年提升 33%。非美國通用會計準則下的季度自由現金流為 127.45 億元。

本季度集團首次按四個業務分部公佈營運情況：核心電商，雲計算，數字媒體和娛樂，創新項目及其他業務。此舉亦展示出阿里巴巴集團如何管理旗下業務，以期最大化其資源配置的效率。

第一季度，集團核心電商業務的收入按年增長 47%至 272.41 億元，經調整 EBITA 為 166.24 億元，經調整 EBITA 利潤率達 61%。借助手機淘寶應用程式及基於大數據的社交／社區類產品，集團旗下平台呈現出用戶互動性高的特徵。而品牌及商家認可這種互動帶來的廣泛增值空間，如今不止利用平台銷售，更進行營銷、品牌推廣、獲客及互動等，這亦有助於帶動平台的變現水平。具體而言，淘寶正由銷售平台進一步發展為由數據支持的、高度互動的社區商業平台，日活躍用戶於 6 月份平均每日打開淘寶應用程式 7 次，淘寶用戶每日發表超過 2,000 萬條評論。而農村淘寶截至本季度末已覆蓋中國逾 17,700 個農村。

天貓繼續加強作為品牌首選平台的市場領先地位，本季新增 SunGlass Hut、Clé de Peau 及 Hasbro 等超過 8,700 家品牌店鋪。跨境業務方面，受快速消費品、數字設備及家電等類目的強勁增長帶動，天貓國際的季度 GMV 按年增長逾 130%。期內，集團亦加大了在美國、歐洲、日本、韓國、澳大利亞及紐西蘭的招商力度。

本季度，來自雲計算業務的收入為 12.43 億元，較去年同一季度的 4.85 億元上升 156%。雲計算業務收入增長主要是由於付費客戶數按年上升 119%至 57.7 萬戶，以及付費客戶對於雲計算服務的使用量增加，帶動其對雲計算服務的投入金額上升。阿里雲本季度推出了 319 個新產品及功能，並且進入了日本及韓國市場。其與軟銀在日本成立的合資公司，進一步將雲計算平台帶給日本的企業客戶。

數字媒體和娛樂業務方面，集團於季度內梳理了大文娛戰略，將相關業務整合至大文娛版塊統一管理，相信這一整合帶來的協同效應將促進版塊發展及未來增長。數字媒體和娛樂業務的季度收入為 31.35 億元，較去年同期的 8.12 億元上升 286%。這一增長主要是由於併入了優酷土豆的業績，以及由 UCWeb 提供的移動增值服務如移動搜索、新聞推送和遊戲發行等的收入有所提升。

此外，集團於創新項目方面亦持續取得進展，包括 YunOS 操作系統、高德地圖、釘釘等。YunOS 7 月初與上汽集團合作發佈的首款互聯網汽車，為集團提供一個可為用戶帶來豐富互聯網產品服務的平台。

其他投資業務方面，集團關聯公司菜鳥網絡本季度平均每日處理 4,200 萬個包裹，涉及菜鳥網絡物流夥伴的超過 170 萬名快遞和倉庫工作人員以及 18 萬個快遞站點。集團與螞蟻金服的合資公司、提供本地生活服務的「口碑」，季度內通過支付寶結算的交易支付額達到 310 億元，較上一季度增長 48%。

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團創立於 1999 年，以商品交易額（GMV）計算，目前是全球最大的零售商務公司。阿里巴巴集團為企業提供基本的互聯網基礎設施以及營銷平台，讓其可借助互聯網的力量建立網上業務，並與數以億計的消費者和其他企業進行交易和互動。

媒體查詢

徐君宜

阿里巴巴集團

電話：+852 9372 2226

電郵：deborah.tsui@alibaba-inc.com

柯璟

阿里巴巴集團

電話：+852 5590 9949

電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com