

阿里巴巴集團公佈 2016 年 3 月底季度及財年業績

中國杭州，2016 年 5 月 5 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 3 月 31 日止季度（「2016 財年第四季度」）以及財務年度（「2016 財年」）業績。

2016 財年第四季度，受中國零售業務收入持續增長帶動，阿里巴巴集團收入按年增長 39% 至 241.84 億元（人民幣，下同），亦是過去四個季度中增長幅度最大的季度。其中，中國零售平台的季度收入達 183.4 億元，較去年同期增長 41%，為過去六個季度中增長最為強勁。收入增長主要由於商家增加對營銷服務的投入，反映集團更為多元化的增值服務已獲得商家的認可。來自移動端的貢獻進一步上升，移動端季度收入按年增長 149% 至 130.84 億元，佔中國零售業務收入的比例進一步升至 71%，去年同期則為 40%。

第四季度內，集團多項核心運營指標持續錄得出色表現。截至第四季度末，中國零售平台上的年度活躍買家達 4.23 億戶，較上一季度增加 1,600 萬戶，按年增加 21%；3 月份的移動月度活躍用戶增至 4.1 億戶，較 2015 年 12 月增加 1,700 萬戶，按年增加 42%。年度活躍買家的增長受到移動端用戶增加的帶動，反映集團利用手機淘寶 App 等移動電商程式吸引用戶，並通過有效的移動界面將其轉化為活躍買家的成果。第四季度，每位年度活躍買家平均為中國零售平台帶來 189 元的年化收入，而去年同期為 171 元；每位移動月度活躍用戶平均帶來 123 元的移動年化收入，而去年同期僅為 62 元。

阿里巴巴集團首席執行官張勇表示：「阿里巴巴集團以非常強勁的表現結束了 2016 財年。至 2016 年 3 月，我們的年度商品交易額（GMV）超越了 3 萬億元，全年收入超過 1,000 億元，移動用戶、活躍買家和交易量亦持續增長。同時我們持續投資長期戰略目標：全球化、農村、打造世界級的雲計算業務，以及創建綜合媒體及娛樂平台，為未來增長打下了扎實的基礎。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「集團本季度業績表現出色，反映儘管經濟環境充滿挑戰，我們的核心電商業務仍獨具優勢，而移動媒體及雲計算等讓集團的業務結構呈現出更為平衡的勢頭。因此季度收入按年增長 39%，為過去四個季度中收入增長最為強勁。年度活躍買家平均帶來的年化收入，以及移動月度活躍用戶平均帶來的移動年化收入，已連續數個季度錄得增長，印證中國消費者甚具韌性且影響力正與日俱增。這對我們的業務而言是好的預示，同時我們中國零售平台上的年度活躍買家已經增至 4.23 億戶。」

中國零售平台於第四季度的 GMV 達到 7,420 億元，按年增長 24% 或 1,420 億元，主要由活躍買家數量增加所帶動。其中，移動端的季度 GMV 達到 5,410 億元，按年大幅增加 78%，在整體 GMV 中的佔比已達到 73%，較上一季度的 68% 及 2015 財年同期的 51% 進一步提升。2016 財年全年計，中國零售平台 GMV 按年增長 27% 至 30,920 億元，顯示在過去一年全球擔憂中國經濟放緩的背景下，集團 GMV 及收入仍強勁增長。

2016 財年第四季度，按非美國通用會計準則計，集團 EBITDA 按年增長 34% 至 114.98 億元，EBITDA 利潤率為 48%，同比微跌 1 個百分點，主要由於集團持續投資新業務和收購業務所致；季度經調整後盈利為 76.35 億元，經調整攤薄後每股盈利為 3.02 元；季度經調整自由現金流為 43.88 億元，

2016 財年全年的自由現金流為 512.79 億元。按美國通用會計準則計，集團盈利為 53.14 億元，攤薄後每股盈利為 2.11 元。

集團的雲計算和互聯網基建業務，在財年第四季度繼續保持快速增長，季度收入按年增長 175%至 10.66 億元，較上一季度的按年增速 126%進一步提速。雲計算業務截至 3 月底已擁有超過 230 萬用戶，季度內強勁的收入增長，主要由於其付費用戶的數量按年增長逾 100%至超過 50 萬，以及用戶對雲計算服務的用量增加，包括內容分發網絡、數據服務等更為複雜的產品。

2016 財年第四季度，集團旗下的中國零售平台繼續開拓創新。淘寶已不僅僅是一個銷售及分銷渠道，而是一個消費者社區平台，讓用戶享受內容、獲取資訊、探索潮流、與商家互動、交流想法以及休閒娛樂。基於大數據技術的功能正在提升用戶的參與度，例如個性化推薦、定制化資訊更新、不同的消費主題等。

作為集團電商媒體生態系統的一個重要部分，天貓也已成爲國內外商家與消費者加強互動的平台。品牌不僅爲天貓龐大的用戶基礎所吸引，亦看中天貓爲商家提供的綜合分析工具、出色的消費者體驗以及帶來的交易。跨境進口方面，財年第四季度內有逾 100 個國際品牌入駐天貓國際平台，加入 Costco、Macy's、Matsumoto Kiyoshi 等國際領先品牌的行列，而天貓國際的季度 GMV 按年增長超過 180%。

農村業務擴張也在期內持續取得進展，截至財年第四季度，集團已在中國超過 14,000 個農村建立農村淘寶服務站，提供購物及配送服務。此外，由集團與螞蟻金服集團成立的合資公司、提供本地生活服務的「口碑」，在財年第四季度通過支付寶結算的交易支付額達到 210 億元，3 月份的日均交易單數超過 550 萬。

物流方面，集團繼續強化針對中國主要城市、農村地區及跨境電商的物流服務。集團關聯公司菜鳥網絡及其合作夥伴，於第四季度內持續在中國擴展「當日達」及「次日達」服務。同時，集團繼續通過菜鳥網絡及農村淘寶，進行基礎設施建設，以解決中國農村地區巨大的消費及物流需求。

###

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，目前是全球最大的網上及移動商務公司。阿里巴巴集團爲企業提供根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商貿活動。

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