



## 阿里巴巴集团公布 2019 年 12 月底止季度业绩

中国杭州，2020 年 2 月 13 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA 及港交所代码：9988，“阿里巴巴”或“阿里巴巴集团”或“集团”）今日公布截至 2019 年 12 月 31 日止季度（“2020 财年第三季度”）业绩。

本季度，得益于中国零售商业及云计算业务收入强劲增长，集团收入同比增长 38%至 1,614.56 亿元（人民币，下同）。核心商业业务收入同比增长 38%，达到 1,414.75 亿元。其中，中国零售商业收入继续强劲增长，同比上升 36%至 1,104.58 亿元。天猫线上已付实物商品交易额（GMV）同比增长 24%，主要受惠于快速消费品及消费电子产品的强劲销售增长。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示：“过去一个季度，阿里巴巴集团各项业务收获了强劲的增长。阿里数字经济体已迈向全新的高度，今年的双 11 全球狂欢节，我们为商家和合作伙伴打造了又一个创纪录的节日。对于用户参与度尤其是社交电商内容的持续投入，推动了年度活跃消费者的显著增长。而云计算业务也实现了高速增长，单季收入首次超越 100 亿元。新冠肺炎疫情发生后，我们发挥阿里生态强大的商业力量和技术力量，全力支持抗击疫情和保障生活所需，并推出了切实的商家扶助措施。不论是过去、现在，还是未来，阿里巴巴始终坚守使命，积极帮助我们的商家，一起共渡难关。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“我们于 11 月成功在香港联交所主板挂牌上市。过去的一个季度取得强劲的业绩表现，收入同比增幅达 38%，经调整 EBITDA 同比增长 37%。展望未来，我们将继续投资于数字化基础设施及服务，致力支持阿里巴巴数字经济体内客户及合作伙伴成长，尤其是在当前这一充满挑战的时刻。”

期内，按照美国公认会计准则，归属于普通股股东的净利润为 523.09 亿元。非公认会计准则净利润同比增长 56%至 464.93 亿元；非公认会计准则摊薄每股收益同比增长 49%至 2.27 元；经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 37%至 558.80 亿元；非公认会计准则自由现金流达 782.79 亿元。

2019 年 12 月，集团的中国零售市场移动月活跃用户较 2019 年 9 月增长 3,900 万，达到 8.24 亿。截至 2019 年 12 月底止 12 个月，中国零售市场年度活跃消费者达 7.11 亿，较截至 2019 年 9 月底止 12 个月增长 1,800 万；其中超过 60%的新增年度活跃消费者来自欠发达地区。

淘宝持续优化内容创新及个性化推荐，其中淘宝直播已成为成长最快速及有效的营销模式之一；2019 年 12 月，借由淘宝直播产生的 GMV 以及观看淘宝直播的月活跃用户数量，均同比增长超过一倍。天猫继续扩大市场领先优势，其消费者分层运营持续带来强劲的订单增长及更高的复购频次。

期内，双 11 全球狂欢节再度刷新纪录，各零售交易市场包括生活服务平台上经支付宝结算的 GMV 同比增长 26%至 2,684 亿元；共有超过 20 万个品牌参与，活动中更多品牌实现更强劲的 GMV 及进一步渗透至欠发达地区；双 11 的总 GMV 中，有 54%来自欠发达消费者的贡献。

**新零售**方面，盒马鲜生通过实施多业态的零售策略、引入创新举措，以提升用户体验和消费者忠诚度，实现了稳健的同店销售增长。截至 2019 年 12 月底，集团在中国拥有 197 间自营的盒马鲜生门店，主要位于一、二线城市。另一方面，于 2019 年 9 月，集团旗下天猫超市与高鑫零售合作，通过推出食品及日用品“半日达”的门店送货上门业务，拓宽了高鑫零售门店服务的范围。

**本地生活服务**方面，收入主要来自饿了么的平台佣金、配送及其他服务费。本地生活服务季度收入同比增长 47%至 75.84 亿元。受益于强劲的订单增长，本地生活服务业务 GMV 持续强劲增长，来自欠发达地区的 GMV 同比增长约 40%。本地生活服务业务也与阿里巴巴数字经济体内其他业务存在显著的协同效应，截至 2019 年 12 月底止季度，饿了么的新增消费者中有 48%来自支付宝 APP。

**菜鸟网络**的季度收入同比增长 67%至 75.18 亿元，主要由于集团高速增长的跨境业务中，商家对“菜鸟履约”服务的采用率有所提升。双 11 期间，菜鸟网络及其物流合作伙伴配送了 12.9 亿个包裹，再度刷新纪录；菜鸟驿站实现了更高的配送效率，通过其全国各地驿站自提的包裹数量达 3.62 亿个，同比上升 88%。于 2019 年 11 月，集团斥资增持菜鸟网络，支持菜鸟网络持续投资于科技及物流基础设施服务。

**跨境及全球零售商业**方面，季度收入同比增长 27%至 73.96 亿元，主要动力来自 Lazada 的收入增长。期内，Lazada 本季度订单同比强劲增长 97%，季度活跃商家数量同比翻番，反映消费者在服装、配饰及家居百货的强劲需求。速卖通持续专注于提升有能力提供具价格竞争力商品的优质商家数量，以满足其国际消费者旺盛的消费需求，继续收获强劲的用户及 GMV 增长。

**云计算**业务于季度内达到两项重要的财务及技术里程碑。首先，其季度收入增长 62%至 107.21 亿元，为单季度收入首次超越 100 亿元，主要由公共云与混合云业务的收入贡献双双增长所带动。其次，在双 11 前，阿里云将集团电商业务的核心系统迁移至其公共云上。双 11 期间，阿里云的公共云基础设施助集团处理高达 2,684 亿元的单日 GMV、每秒 54.4 万笔的订单创建峰值，以及在整个活动 24 小时不间断处理达 970PB 数据。集团电商业务的核心系统迁移至公共云，不仅正在为集团带来更高营运效率，也能够促进更多客户采用阿里云的公共云基础设施。

**数字媒体及娱乐**业务方面，季度收入同比增长 14%至 73.96 亿元。本季度，优酷的日均付费用户数量同比增长 59%，主要得益于其在重点推广活动期间对新付费用户更具针对性的触达、选择自动续约的付费用户增加，以及来自集团中国零售市场 88VIP 会员的贡献更为显著。此外，**创新业务及其他的**季度收入同比增长 40%至 18.64 亿元。

###

## 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](mailto: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](mailto:k.lee@alibaba-inc.com)