

Atlassian Q4 FY2026 财报电话会议记录（中文）

Atlassian (TEAM) 2026 财年第四季度财报电话会议记录

日期：2026-08-06 | 出席：Mike Cannon-Brookes (CEO 兼联合创始人)、James Chuong (CFO)、Martin Lam (投资者关系负责人) 来源：stockanalysis.com (FMP 尚未收录本期，收录后可从 fmp_warehouse.duckdb 读取)

Operator（电话会议主持人）

大家下午好。感谢各位参加 Atlassian 2026 财年第四季度财报电话会议。提醒各位，本次电话会议正在录音，会议结束后可在 Atlassian 官网投资者关系页面收听回放。现在，我将会议交给 Atlassian 投资者关系负责人 Martin Lam。

Martin Lam（Atlassian 投资者关系负责人）

欢迎参加 Atlassian 2026 财年第四季度财报电话会议，感谢各位今天的参与。今天与我一同出席的有 Atlassian CEO 兼联合创始人 Mike Cannon-Brookes，以及首席财务官 James Chuong。今天早些时候，我们发布了股东信和新闻稿，公布了 2026 财年第四季度的财务业绩及相关评论。股东信可在公司官网投资者关系页面查阅，该页面上还提供其他与财报相关的材料，包括财报新闻稿和投资者补充数据表。和往常一样，股东信中包含了管理层对本季度的洞察与评论。今天的电话会议中，我们将先作简短的开场陈述，然后将主要时间用于问答环节。本次会议将包含前瞻性陈述。前瞻性陈述涉及已知和未知的风险、不确定性与假设。

如果其中任何风险或不确定性成为现实，或者我们的任何假设被证明不正确，我们的实际结果可能与我们所作前瞻性陈述中明示或暗示的结果存在重大差异。您不应将前瞻性陈述作为对未来事件的预测而加以依赖。前瞻性陈述仅代表管理层在陈述作出之日的看法与假设。无论是否出现新信息、未来事件或其他情况，我们均无义务更新或修订此类陈述。关于可能影响我们业务表现和财务结果的因素的更多信息，载于我们不定期向美国证券交易委员会提交的文件中，包括最近提交的年度报告和季度报告中题为“风险因素”的章节。在今天的会议中，我们还将讨论非 GAAP 财务指标。

这些非 GAAP 财务指标是对按照 GAAP 编制的财务业绩指标的补充，而非其替代品，也并不优于后者。GAAP 与非 GAAP 财务指标之间的调节表载于我们的股东信、财报新闻稿以及官网投资者关系页面上的投资者数据表中。我们希望让尽可能多的参会者参与问答环节。出于对排队等候者的尊重，我们每次只回答一个问题。下面，我把会议交给 Mike 作开场陈述。

Mike Cannon-Brookes（Atlassian CEO 兼联合创始人）

感谢大家今天的参与。正如各位在股东信中已经看到的，第四季度又是一个出色的季度，为 Atlassian 这个不可思议的财年画上了圆满的句号。总收入增长 28%，达到 18 亿美元。Cloud 收入增至 12 亿美元，增长再次加速，同比增长 31%。剩余履约义务（RPO）同比增长 44%，达到 48 亿美元，同时我们实现了 12% 的 GAAP 经营利润率。我们在所有战略重点上——企业级市场、工作体系（system of work）以及 AI——都在全面发力，同时实现了可持续的盈利增长。在企业级市场，我们在 100 万美元级、300 万美元级和 500 万美元级大单三个层面都创下了历史最佳季度。年度经常性收入（ARR）达 300 万美元的客户数量同比增长超过 50%，ARR 达 500 万美元的客户数量同比增长超过 70%。

在 Atlassian 工作体系方面，像 Google Cloud 这样的领先企业正在使用我们的平台来驱动其团队协作方式。在 AI 方面，Rovo 目前已被超过 80% 的财富 500 强企业使用。Rovo 辅助操作较

上一季度增长 50%；Rovo 采用者（即正在使用 Rovo 的客户）的 ARR 增速持续达到非采用者的两倍以上。当我们思考 AI 正在为 Atlassian 带来什么时，结果不言自明。客户正从直接嵌入其工作流的 AI 中获得真实价值，而这正转化为我们业务的直接增长。由于所交付的价值，客户对 Atlassian 平台的投入承诺不断加深。我们看到客户承诺期更长、交易规模更大、席位扩张更强、交叉销售势头良好，净收入留存率（NRR）也更高。

上个季度，我们在 Team '26 大会上表彰了 Nvidia 和 ResMed 等客户，认可他们在 AI 时代利用 Teamwork Graph 将 Atlassian 平台投入实际应用、驱动自身业务发展的实践。这些客户以及更多客户之所以能从 Atlassian 获得如此大的价值，归根到底在于一项关键的结构优势，那就是上下文（context）。我们相信模型会持续改进，企业可以按 token 来“雇佣”智能。但上下文——企业自身的内部知识、经验和记忆——要难建得多，是无法雇来的。借助 Teamwork Graph，我们拥有 25 年关于“工作”的深度数据。这使我们得以构建出企业知识领域最优秀的上下文图谱之一，目前已覆盖超过 2000 亿个对象和连接。

对于建立在 Teamwork Graph 之上的智能体（agents），企业可以看到答案准确率最高提升 44%，同时 token 消耗减少 48%。简言之，它能让客户的 AI 产出更便宜、更优质、更快的结果。上下文是一个清晰的、可复利的差异化优势。我在投资者 Loom 视频中分享了更多相关内容。正如各位在股东信中读到的，我们正从优势地位出发，出色地执行长期战略，每个季度的强劲业绩都在印证这一点。Atlassian 最好的时刻还真正在后头。下面，我把会议交回主持人，进入问答环节。

问答环节

Adam Wood（摩根士丹利分析师）

你好，非常感谢接受我的提问。恭喜你们以极为强劲的势头收官本财年。我想问的是订阅业务 ARR 框架的问题。显然，这对我们来说还是一个较新的框架。本财年你们再次以 23% 的增速漂亮收官，而 2027 财年的指引降至 18%。能否请你们帮我们拆解一下其中 Cloud 与 Data Center 的差异？这其中有多少是由于新席位、席位扩张等方面的一定放缓？又有多少是出于对宏观环境的审慎考虑，以及企业级市场开拓引擎持续扩张的因素？谢谢。

James Chuong（Atlassian CFO）

Adam，谢谢你的提问，欢迎加入对我们的覆盖。首先，我要强调的是，我们对本季度 ARR 增长所展现的强劲势头感到非常高兴，订阅 ARR 同比增长 23%。谈到指引，我们会继续采取深思熟虑且审慎的方法，在以下两方面之间做好平衡：一方面是在业务中看到的动能、从客户那里获得的需求信号；另一方面是展望宏观环境、财政政策和地缘政治格局时存在的不确定性。正如你提到的，这是我们首次发布完整财年的 ARR 指引。而且我们目前仍处于本财年的早期阶段，因此在 2027 财年下半年采取了相对更审慎一些的态度。

还值得注意的是，2026 财年的 ARR 同比增速受益于约 1 个百分点，来自 2025 年 11 月末——也就是我们的财年第二季度——对 DX 的收购。我们将开始跨越（年化）这一 DX 收购带来的基数效应，以及 2026 财年下半年出现的良好加速。当然，随着我们不断解锁眼前看到的机遇，我们仍将继续扩大企业级市场开拓的销售布局。总体而言，我们对当前的业务状态感觉非常好。在刚刚过去的这个季度，RPO 同比增长 44%，NRR 超过 120%。在指引问题上，我们采取的是平衡而审慎的方法。

Allan Verkhovski（U.S. Bancorp 分析师）

嘿，两位好。感谢接受我的提问，我也同样祝贺你们又拿下一个亮眼的季度。你们一直在强调 Teamwork Graph 带来了 44% 的任务效率提升和 48% 的 token 用量减少。能否详细说明这些收益是如何体现在客户的实际部署中的，以及它们如何影响客户沟通、购买行为和整体销售周期动态？

Mike Cannon-Brookes

你好，Alan。当然，这个问题我来回答。这么说吧，过去六周里，我在全球五个不同的国家见了 60 多位客户。我参与的每一次谈话中，Teamwork Graph 和 AI 都会被提及。从我们的业绩中你可以看到，这些客户正在持续扩大对 Teamwork Collection 的使用——原先购买单一应用的客户在升级，或者随着 AI 覆盖到更多知识型员工和整个组织，客户在增加席位。AI 和 Teamwork Graph 是其中最大的原因之一。它是客户提及的升级到 Cloud、升级到 Teamwork Collection 的前两大原因之一。问题在于，这些成果为什么出现、又从何而来。

我们的应用与客户世界中的其他应用有大量连接，对吧？无论是他们的 CRM 系统，还是他们的文档知识系统。大约八年来，我们一直在构建 Teamwork Graph，把它打造成跨所有这些应用为其用户——或者为其智能体——获取答案的最佳方式，而智能体正在越来越短的时间内提出越来越多的问题。这些答案的质量与我们图谱的查询能力直接相关，与图谱的密度——即我们拥有的信息量及其相互之间的连接——相关，与社交与协作图谱（我们掌握的人员信息）的质量相关，从根本上说，与信息的广度——你所拥有的上下文数量——相关。

我们在股东信中概述了其中一部分内容。还有若干视频直接展示了这些收益来自何处。从根本上说，我们能跨所有这些应用为你们的智能体提供的答案越好、信息质量越高，它们消耗的 token 就越少，达到同等质量答案所需的时间也越短。客户正在看到这一点。这建立在过去 25 年我们从这些客户那里积累的所有结构化和非结构化工作流之上。

对于所有正在采用 Teamwork Collection 以及其中内置 Teamwork Graph 的客户，我经常被问到：“我需要单独购买 Teamwork Graph 吗？”答案是：“不，你已经拥有它了。”我常常可以告诉客户：“今天，你们的 Teamwork Graph 里已经有 1.5 亿个对象和连接。”他们会惊讶地说：“真的吗？”然后我们可以现场演示。我们可以实时向他们展示他们自己的图谱，演示它如何通过 CLI 工作。这是一个极其有力的故事，尤其是在所有客户都在关心 token 成本和 AI 支出的时代。这是一个令人难以置信的、有说服力的故事：我们如何将他们的组织知识、他们的历史直接连接到那些 AI 智能体上，在成本和性能上，给出更高质量、更便宜的答案。

这是一个非常有力的故事，一个我们已经长期建设的故事，而且在所有这些对话中都引起了客户的强烈共鸣。

Ryan MacWilliams（富国银行分析师）

嘿，感谢接受我的提问。这个问题是问 James 的：我很想听听第四季度 Cloud 业务超出指引的具体驱动因素有哪些。是更多来自客户席位增加，还是更多来自 Teamwork Collection？另外，在当前不确定的环境下制定全年 Cloud 指引时，你们的整体指引理念有没有发生什么变化？谢谢。

James Chuong

没有，指引理念其实保持不变。关于 Cloud 收入超出预期的 4,900 万美元（49 million B），我想先指出并强调一个事实：Data Center 向 Cloud 的迁移完全符合预期，并不是这 4,900 万美元超预期部分的贡献因素。该迁移进展良好，符合我们对 2026 财年的预期，为 Cloud 收入增速贡献了大约中高个位数。超预期的两个主要驱动因素其实是我们看到的交叉销售和席位扩张，与第三季度的情形类似。在交叉销售方面，我们继续看到各 Collection 产品组合的强劲采用，包括 Service Collection 和 Teamwork Collection。Service Collection 的收入增长在第四季度加速。

这正是我们看到的、Mike 稍早也提到的 AI 采用趋势的强有力信号。事实上，我们看到 Service Collection 中的智能体自动化（agentic automations）增长超过 3 倍，因为客户正持续在 IT 团队之外的 HR、法务、财务和市场团队中部署更多智能体。同样令人高兴的是，我们还获得了业界

认可——被评为 Gartner 员工服务对话式 AI 平台魔力象限的领导者。Teamwork Collection 方面也持续表现强劲。需要提醒的是，Teamwork Collection 仍然是客户在 Atlassian 平台上采用和释放 AI 能力的最佳载体。客户正是通过升级 Teamwork Collection 来获得更多的 Rovo 点数（credits）。它为客户提供了他们想要的东西：可预测性，以及在组织内部对这些 token 进行负载均衡的能力。

我们看到这也驱动了强劲的 ARPU（每用户平均收入）提升。我认为这真正表明的是，客户正在把他们的协作技术栈整合到 Atlassian 平台上，他们认识到了 Teamwork Graph 真正带来的价值。我们确实在结果中看到了这一点：例如，Teamwork Collection 客户的付费席位数是单独使用 Jira 或 Confluence 客户的四到五倍。

Kyle Keirstead（瑞银分析师）

谢谢，James。本周不少软件股都因利润率表现弱于预期而大跌，原因是它们的 AI 使用量和 AI 业务占比上升；但我看 Atlassian 的业绩，尽管你们的 AI 使用量同样在上升，利润率却保持得非常好。我想知道你们能否解释一下这种差异，你们可能在哪些方面做得不同？或许是成本结构不同？能解释一下会很有帮助。谢谢。

James Chuong

先回答利润率指引的问题。正如 Mike 和我在第三季度股东信中所述，我们致力于实现可持续的盈利增长，并设定了 2027 财年实现正 GAAP 经营利润率的目标。这实际上让我们走上了一条随时间推移不断加速和扩大 GAAP 盈利能力的道路。在驱动因素方面，你看，其中很大部分是审慎的招聘纪律，对吧？我们谈过这一点，以及资源的重新配置——投向我们目前看到的 ROI 最高的一些重大机会，同时控制股权激励（SBC）的规模。与此同时，我们将继续审慎地投资 AI，并扩大企业级销售布局——在这些领域，我们目前看到大量客户需求，也看到我们有能力真正抓住眼前这个持续的机遇。

这些信息共同支撑了我们第一季度 6.5% 的 GAAP 经营利润率指引和 2027 财年 4.5% 的 GAAP 经营利润率指引，我们将继续专注于推动盈利能力并让其随时间增长。

Mike Cannon-Brookes

Kyle，我可以从毛利率和营业成本（COGS）的角度补充一下。我认为这是一个典型的 Atlassian 式故事——深思熟虑、着眼长期、坚持长期导向。三年来我们一直在谈论我们的 AI Gateway 以及我们对 AI 的思考方式。多年来我们一直在混合使用多个模型，而且我们在这方面已经做得非常好了。这不是一件容易的事。我要向我们所有的研发团队致敬，他们长期以来一直在攻克“服务成本”（cost-to-serve）这个问题，力求以最优的价格、最快的速度提供最好的质量。

人们希望从 AI 那里得到快速的答案——无论是跨 Teamwork Graph，还是跨我们的企业搜索架构（在跨整个知识资产为你提供答案方面，它目前已是世界最佳）——无论提问者是人，还是以 AI 方式查询的智能体。我们混合模型的能力、我们随时间管理流量成本的能力，确实非同凡响。我们每个季度都在进步，你可以看到我们的 AI 使用量继续大幅增长——Rovo 辅助操作环比增长

50%。我们在做到这一切的同时，始终坚持我们谈论已久的可持续盈利增长。这是整个 Atlassian 团队所有人的巨大功劳，背后是非常艰苦的工作。

这背后是对我们 AI 底层架构的长期思考，让我们能够以极具竞争力的性价比为客户提供这些答案。我们不仅给他们最好的答案，还以极佳的价格给他们最好的答案——这也是你们看到 Service Collection 增长、Teamwork Collection 增长的部分原因。再者，正如 James 提到的，Service Collection 再次加速，AI 是服务领域的巨大驱动力，来自传统服务商的客户转化率也再次创下纪录。你们从我们的 MCP 调用量上也能看到这一点。要低成本地承载这些调用并随时间加以管理，同样不是一件容易的事。

本季度 MCP 调用量增长了 400%，而人们通过网页或移动客户端实际使用应用的情况几乎没有任何波动。我对我们在技术层面所处的位置非常满意——我们有能力交付这一切，而且后续还会有更多改进。

Gregg Moskowitz（瑞穗分析师）

好的，太好了，谢谢。恭喜你们再次取得出色的业绩。看起来 Teamwork Graph、Rovo 的功能改进，以及对 Jira、JSM 等的其他一些创新，确实在你们的客户中引起了强烈共鸣。至于我的问题：我们看到一些市场数据表明开发者招聘有所回暖。这与你们在客户中看到和听到的情况一致吗？其次，本季度整体付费席位扩张的速度——涵盖技术用户和知识型员工——与你们最近几个时期看到的情况相比如何？谢谢。

James Chuong

嘿，Gregg，谢谢。我先来回答，然后也许交给 Mike 补充。回到 Ryan 稍早问的关于 Cloud 超预期驱动因素的问题，我谈到了交叉销售方面：我们看到客户继续在 Atlassian 上走向“全面铺开”（wall to wall），持续采用更高版本，并向 Teamwork Collection、Service Collection 迁移。重要的是，我们在看到 Teamwork Collection 增长的同时，核心 Jira 和 Confluence 产品的席位扩张也持续强劲。这种扩张是广泛性的。回顾一下：Jira 和 Confluence 的用户中大约有三分之二是知识型员工——这些是非软件开发团队，主要分布在 HR、法务、财务等部门——这充分说明了我们所看到的多元化用户基础。

我认为这种增长确实表明：在 AI 驱动的世界里，企业级规模的协作——工作的跟踪、规划和管理——的需求实际上是在增加的。Atlassian 在这里是一个关键任务（mission-critical）平台，帮助客户编排他们的团队、智能体和工作流，真正释放 AI 中的价值，带来真实的 ROI 和真实的成果。这正是我们看到的 Cloud 超预期的另一个主要驱动因素，此外还有我稍早谈到的交叉销售。

Mike Cannon-Brookes

Gregg，我可以从开发者或工程的角度，从几个不同的维度来谈这个问题。我知道我们以前谈过这个话题。我们长期以来的公开立场——你们可以去查证——是：我认为五年后世界上的开发者会比今天更多。构建技术的成本在下降，而我们将要构建的技术总量会上升。我相信这会持续成为一个良好趋势。这一点我们已经说了好几年了。这些正是我们在客户中看到的信号。这方面的

增长空间是巨大的。其次，那些我们不一定称之为“开发者”的、正在构建技术的人的数量也在增长。

我们看到财务、HR、市场等部门的人也在大量使用这些工具，构建各种不同形式的技术。同样，我们在 MCP 服务器使用量和 CLI 使用量中都看到了这一点——它们遍布各个不同的职能领域，而不仅仅局限于工程师群体，我认为这非常重要。从我们的角度看，再次强调，工作体系（system of work）的意义在于帮助公司将其技术团队与业务团队连接起来，用一个单一的平台，让一个技术驱动型组织——一个以软件为关键竞争优势的组织——的两端协同起来。这并不会让它们变成一家科技公司。它们可以是银行、保险公司、医疗公司、大学。世界上许许多多的组织，技术都是它们的关键竞争优势。

我相信这是一个我们持续参与其中的大型增长周期。我们的强项在于连接技术团队与业务团队。我确实相信开发者招聘会继续增长，正如我们在客户信号中看到的那样。

DJ Hynes（Canaccord 分析师）

嘿，谢谢两位。恭喜取得一个不错的季度。Mike，你给了我们一些关于 Rovo 的数据点：采用它的客户在 Jira 中完成的工作更多、创建的 Confluence 内容更多、ARR 增速快一倍。你们如何把 Rovo 的增量影响与另一种可能性区分开来——即你们参与度最高的客户本来就只是最早的采用者？我想思考的是，随着 Rovo 渗透故事的推进，这些趋势的持续性如何。

Mike Cannon-Brookes

你好，DJ。让我想想怎么回答这个问题。我想说，我们看到的信号表明这只会是一个持久的趋势。说实话，我认为这与早期采用者无关。这是一项被以极快速度采用的技术。再说一次，超过 80% 的财富 500 强企业正在使用 Rovo。我走进的所有客户会议——数量很多——他们都有 Rovo 使用量、AI 使用量。他们希望扩大使用，希望深入理解。这是一个巨大的超级周期，对吧？客户必然都在琢磨：我该如何把 AI、智能、Teamwork Graph 和智能体应用到这个 workflows 或那个 workflows 上。

结构化 workflows，比如 Jira 或 Service Collection 里的；或者非结构化 workflows，比如 Loom、Confluence、Trello 等其他领域——这些非结构化 workflows，他们相信可以变得更高效，或者更重要的是，质量更高，对吧？这些 workflows 的产出可以比以前更好。我不认为这是一个早期采用者的问题。我走进的每一家客户身上都能看到这一点。他们全都在学习、采用、行动和尝试。他们同时也看到 Rovo 的质量非常高，对吧？在他们自己的数据上，它的表现优于市场上几乎每一款聊天工具。他们与 Teamwork Graph 连接得越多，得到的结果就越好——得益于我们的上下文，得益于研发团队大量的出色工作。我不认为这些是所谓的早期采用者阶段的挑战。

我认为这是一个信号：人们投入越多，得到的结果就越好，感受到的价值就越大。然后他们会扩展到更多的业务团队、组织的更多领域；或者他们会明白，当他们增加 Strategy Collection、增加 DX、增加 Service Collection 时，他们已经构建的平台和 Teamwork Graph 会为他们带来复

利式增值。Service Collection 持续如此强劲增长的原因之一，正是 Teamwork Collection 与 Service Collection 之间的复利效应。

这对他们来说是非常重要的一点认知。我认为，正如我们在可触达市场规模数据中所展示的——在不改变任何产品或定价的情况下，现有客户群内部就有 140 亿美元的空间——仍有巨大的上行机会等待我们去抓取。这就是我们每周都要面对的挑战。

Koji Ikeda（美国银行分析师）

嘿，两位。非常感谢接受我的提问。我想问一下长期战略的问题。显然，Atlassian 长期份额增长的逻辑真正取决于对企业上下文的掌控。你们从客户那里——尤其是你们最大的那些客户——听到或看到了什么证据，表明即使他们越来越多地把上下文集中到别的 AI 数据层中，Atlassian 的 Teamwork Graph 仍然是护城河，而不会沦为别人平台上的一个功能（feature）？谢谢。

Mike Cannon-Brookes

你好，Koji。这个问题我来谈。我认为上下文显然很难构建。这不是一个简单的问题。它是我们独有的差异化优势，而且我们在持续改进。上个季度，我们在 Teamwork Graph 上取得了巨大的进步——连接器的质量、我们掌握的信息，以及我们如何持续地跨这些数据进行关联、交叉引用和推理。举个例子，在 Strategy Collection 内部的人才（talent）应用中，我们现在可以基于 Teamwork Graph 中的全部信息来推断技能——比如推断你的员工的技能和 AI 素养（AI nativity）。我们的聊天结果质量在上个季度显著提升，而此前它已经处于历史最高水平。我们看到聊天功能的忠实粉丝数量不断增长，对吧？

我们的搜索质量、我们展示的代码语义索引——要让这个上下文、让 Teamwork Graph 每个季度都变得更好，还有大量艰苦的工作要做。我们还有更多东西即将到来。Team Europe 大会将于 10 月在阿姆斯特丹举行，毫无疑问届时会展示更多改进。我不认为事情会简单到“每个组织只有一个图谱，然后就此定局”。我认为大多数组织会拥有三到五个大规模知识图谱，而我们打算成为其中之一。我们相信目前我们拥有显著优势，并且会继续投入——正如 James 所说，投入我们的 AI 和研发团队——让它更易用，让它的价值和品质持续提升。

重要的一点是，我们在 Team '26 美国站上开放了 Teamwork Graph，这是非常关键的一步——通过我们的 MCP 服务器和命令行统一工具（CLI）。能够在你们使用的任何智能体运行环境（agentic harness）中——其他聊天应用、运行在其他平台上的智能体——访问 Teamwork Graph 及其信息，这非常重要。这关乎成为客户技术资产中互联互通的一部分，关乎让 Atlassian 平台成为他们运营业务这盘大棋中的一个战略性拼图。我认为这种集成性是非常关键的一点。我们之所以谈论 MCP 服务器，是因为本季度 MCP 和 CLI 用户数现已突破 100 万。我们不知道这在全球范围内处于什么水平，但我认为它是现存最大的 MCP 服务器之一。

用户在一个季度内翻了一倍多，是因为人们可以从部署在任何地方的智能体触达 Teamwork Graph、触达那份上下文。另外，本季度我们还签署并深化了与所有基础模型实验室的合作伙伴关系，我们在 Jira 中发布了 Cursor、Claude 和 GitHub 的智能体——再次把它们的智能体带入

我们的界面，让你能够尽可能原生地使用它们，从而让我们成为帮助这些公司完成其所需工作的工具网络中不可或缺的一部分、具有战略意义的一部分。我认为 Teamwork Graph 有着难以置信的长期前景，我们将继续大力投入，确保它始终是企业所能获得的最佳上下文来源。

Alex Zukin (Wolfe Research 分析师)

好的，嘿，两位。感谢接受我的提问。我就问几个。我在想，如果你们要总结这个季度到底发生了什么，似乎是什么解锁或打通了企业级市场的开拓？因为大单活动确实出现了明显的拐点，你们的 RPO 也随之变化。如果能请你们多提供一个视角，谈谈你们看到的那个“解锁点”或“打通点”是什么，那就太好了。

Mike Cannon-Brookes

Alex，谢谢。我要说的最重要的一点是：并没有什么“打通点”。我认为这是过去两个、三个、四个季度以来我们所做工作的持续兑现。三四年来，我们一直在谈论如何持续改进企业级市场的开拓能力。这包括技术层面，比如合规——本季度我们就为 Rovo 交付了 HIPAA 合规认证。企业级团队在技术层面做得非常出色，让这些工具、技术、应用和产品组合能够以规模化方式——如今在 Cloud 上达到了惊人的规模——提供给不同地域、不同合规要求的公司。技术上，我们做得非常好。

过去几年，随着我们越来越成为客户的战略合作伙伴，我们也持续改进了企业级客户连接中“人”的一面——从销售到客户成功，再到所有需要在企业级层面与客户互动的团队。过去几年里，我们每周都在做得越来越好，你们看到的业绩正是这些努力的体现。客户采用是一个持续的趋势，对吧？我们看到的 RPO 加速，归根到底是客户越来越理解我们的平台，在 Atlassian 作为战略平台的层面上看到了跨多个产品组合的更大价值，于是签下期限更长、规模更大的合同，随后扩大他们的使用版图。这正是你们看到强劲 NRR 和强劲 RPO 数字的原因。我要说的最重要的一点是：它不是某个单一的解锁因素。

它是多年艰苦努力、在业务众多领域持续耕耘的结果，背后是我们对自身在企业级市场实力的深厚信念。James？

James Chuong

Mike，也许我再补充一点。我想重申 Mike 所说的：这不是一夜之间发生的事。上个季度我们宣布 Service Collection 的 ARR 达到 10 亿美元、同比增长超过 30% 时，也收到了类似的问题。这些都是我们以季度和年度为单位持续投入的结果。看一下我们正在持续演进的企业级市场开拓布局：我们还处在非常早期的阶段——要知道，我们虽然进入了 85% 的财富 500 强企业，但这实际上只占我们总收入的 10% 左右。那里仍有巨大的空间。Mike 稍早分享过一些数据，我再重复一下：ARR 达 300 万美元的客户群体有 164 家，同比增长 50%。

ARR 达 500 万美元及以上的客户群体有 69 家，同比增长 70%。再次强调，这是建立在 66 亿美元 ARR 基数之上的——这恰恰凸显出我们面前的机遇还处在多么早期的阶段。

Alex Zukin (Wolfe Research 分析师)

一夜成名，三年磨一剑。我想再问一句关于初始 ARR 指引的问题，James：我认为它隐含的意思是 2027 财年有机新增净 ARR 大致持平。你说这反映了 Atlassian 历史上一贯的审慎程度。考虑到你们刚才谈到的一些动态，在走出 2026 财年之际，有没有什么不同因素增强了你们对这些数字的信心？能否帮我们校准一下预期？

James Chuong

好的。我再说一遍：我们对带入 2027 财年的动能非常满意——订阅 ARR 增长 23%，RPO 同比增长 44%。我们对业务的状态、对我们看到的健康且广泛性的客户需求信号确实感觉良好。正如我稍早提到的，值得注意的是，2026 财年的 ARR 同比增速确实受益于 DX 收购带来的约 1 个百分点。关于 2027 财年订阅增长 18% 的初始指引，再次说明，我们采取的是平衡而审慎的方法。现在仍处于财年的早期，因此我们对 2027 财年下半年多加了一些审慎。希望这能给你一些参考。

Rob Owens (Piper Sandler 分析师)

你好，能听到我说话吗？好，抱歉。我的问题是关于向客户增加 Rovo 点数（credits）以及它如何驱动强劲的 ARPU 提升。我很好奇：到什么时候我们可能会开始考虑在商业模式中引入更多按用量计费的元素？在已安装使用 Rovo 的客户群体中，你们能否多透露一些他们回头追加购买的情况？是否出现过多次追加？这对整体 ARPU 有什么影响？谢谢。

Mike Cannon-Brookes

你好，Rob。正如我们所说，我们继续看到 Rovo 辅助操作大幅增长——它大致可以作为点数用量的一个粗略代理指标，虽然不是直接线性的——环比增长 50%，这能让你感受到客户在各领域对 Rovo 的采用情况。其次，正如我们说过的，包含约 10 倍 Rovo 点数的 Teamwork Collection 是促使用户升级的强大动力——当客户触及点数上限时，会考虑升级 Teamwork Collection，这既包括迁移到 Teamwork Collection，也包括扩大席位数量、拓宽部署范围。再者，正如我们谈到的，当他们看到 Teamwork Graph 在多种不同类型的团队中发挥作用时，你会看到席位增加，对吧？如果你从非常宏观的层面看，这正是驱动 ARPU 数字的因素。

我们目前已有一系列按用量计费的元素。我们将继续研究如何审慎、稳妥地推出基于用量计费的产品。我们谈到过两类：一是针对超出部分（overages）的直接按用量计费产品；二是 Flex 模式——我们仍在持续完善它，让客户可以选择以一个打包的金额承诺接入整个 Atlassian 平台，这笔金额可以在各种不同的产品组合和用量计费元素之间灵活使用。这两者都还处于早期阶段，对未来大有可为；和往常一样，我们保持长期思考的立场，稳步推进。目前，我要说的最简单的一点是：Teamwork Collection 和 Service Collection 就是 AI 变现的载体，对吧？客户采用它们，在其中驱动用量。

正如我们说过的，这就是衡量 AI 变现和采用的载体——而两者的表现都非常、非常强劲。

Operator（电话会议主持人）

谢谢。问答环节到此结束。现在我把会议交给 Mike 作结束致辞。

Mike Cannon-Brookes

感谢大家今天参加本次电话会议。一如既往，感谢各位富有见地的提问和持续的支持。也要向 Atlassian 团队的每一位成员致敬——又一个出色的季度入账，感谢大家以长期的思考和辛勤的工作为客户交付价值。希望能在 Team '26 欧洲站——将于 10 月举行——见到尽可能多的客户和投资界的各位朋友。除此之外，祝各位今天过得精彩。