



即时发布

阿里巴巴集团公布 2023 年 6 月份季度业绩

中国杭州，2023 年 8 月 10 日 – 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA 及港交所代号：9988（港币柜台）及 89988（人民币柜台），“阿里巴巴”或“阿里巴巴集团”）今日公布截至 2023 年 6 月 30 日止季度（“本季度”或“6 月份季度”）业绩。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇说：“随着我们持续推进架构重组，各项业务开始展现出新的活力，阿里巴巴也收获了一个业绩稳健的季度。通过自我变革，我们希望鼓励创新、激发组织活力，并赋能各业务聚焦于长期增长。我们期待变革对业务持续产生积极影响，包括竞争力不断增强、持续增长，以及为股东创造价值。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“由于蓬勃的业务势头以及各业务对运营效率的关注，我们在过去一个季度取得了强劲的财务表现。受惠于各分部业务得到改善，收入与经调整 EBITA 分别同比增长 14% 及 32%。得益于持续产生的强大自由现金流，本季度我们回购了价值 31 亿美元的美国存托股。强大的自由现金流与资产负债表，令我们在强化竞争力与把握新机遇上处于绝佳位置。”

业绩概要

截至 2023 年 6 月 30 日止季度：

- 收入为人民币 2,341.56 亿元（322.92 亿美元），同比增长 14%。
- 经营利润为人民币 424.90 亿元（58.60 亿美元），同比增长 70%。若不考虑下述“6 月份季度其他财务业绩”所指的股权激励费用拨回人民币 69.01 亿元（9.52 亿美元），经营利润将同比增加 43%。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 32% 至人民币 453.71 亿元（62.57 亿美元）。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 343.32 亿元（47.35 亿美元），净利润为人民币 330.00 亿元（45.51 亿美元）。非公认会计准则净利润为人民币 449.22 亿元（61.95 亿美元），同比增长 48%，主要由于经调整 EBITA 增加及权益法核算的投资损益增加所致。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 13.30 元（1.83 美元）及摊薄每股收益为人民币 1.66 元（0.23 美元或 1.80 港元）。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 17.37 元（2.40 美元），同比增长 48% 及非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 2.17 元（0.30 美元或 2.35 港元），同比增长 48%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 453.06 亿元（62.48 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 338.69 亿元增长 34%。自由现金流（一项非公认会计准则财务流动性指标）为人民币 390.89 亿元（53.91 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 221.73 亿元增长 76%。

业务及战略进展

自截至 2023 年 6 月 30 日止季度起，我们采用新的组织和治理架构，在该架构下，我们作为控股公司持有六大业务集团和其他业务公司，各业务在运营上均具有高度独立性（“架构重组”）。六大业务集团分别是：

- 淘天集团，包括淘宝、天猫、闲鱼、1688.com 和其他业务；
- 阿里国际数字商业集团，包括 Lazada、速卖通、Trendyol、Alibaba.com 和其他业务；
- 本地生活集团，主要包括“到家”业务饿了么和“到目的地”业务高德；
- 菜鸟集团；
- 云智能集团，包括阿里云、钉钉和其他业务；和
- 大文娱集团，包括优酷、大麦网和阿里影业。

我们的其他业务包括高鑫零售、盒马、阿里健康、灵犀互娱、银泰、智能信息（主要包括 UC 优视和夸克业务）、飞猪和其他业务。我们的分部报告已作出更新，以反映我们的首席经营决策者如何在新架构下审阅业务信息。

淘天集团

淘天集团的策略是：用户为先、生态繁荣、科技驱动。随着我们将用户心智打造为服务最庞大用户群体的一站式消费和日常生活所需目的地，淘宝 app 是上述策略的核心。2024 财年，我们持续专注于优化淘宝 app 的消费者价值定位，包括（1）通过增加媒体内容，以增强消费者互动，（2）通过有效的定位和推出新的营销功能，强化价格竞争力，（3）通过我们的近场零售业务，满足消费者对高频日常必需品的时效性需求。

截至 2023 年 6 月 30 日止单月，淘宝 app 日均活跃用户（DAU）同比增长 6.5%，受惠于有效的用户获取计划和本季度淘宝 app 用户留存率上升。重要的是，用户获取和留存率的提升支持 618 购物节取得成功，其订单量和平均订单金额实现稳健增长。618 购物节期间，来自更广泛消费群体的购买需求不断增加，包括 88VIP 会员。于购物节期间，88VIP 会员的消费金额实现双位数增长，付费订阅会员数也录得强劲增长。618 购物节得到现有及新晋商家的大力支持，提供品类丰富、具价格竞争力的商品，而创作者也推出新的互动内容。

闲鱼作为一个兴趣社区和市场平台，于 2023 年 6 月 30 日止季度持续强劲增长，DAU 同比上升 18%。通过闲鱼，用户能够找到海量的二手、可循环、可租赁和复古产品，以及兴趣相关内容。

阿里国际数字商业集团

阿里国际数字商业集团（AIDC）经营多个零售和批发平台，支持品牌、商家和中小企业通过广泛的商品选择和差异化的客户体验来服务全球买家和消费者。于 6 月份季度，在各主要零售平台的稳健表现带动下，AIDC 零售商业整体订单同比增长约 25%。

在交易用户增长和消费体验提升的推动下，速卖通实现强劲的订单增长。本季度，速卖通 Choice 通过在重点国家优化供应链和包裹集运，持续以价格竞争力和更优服务水准来提升消费者体验。这些便捷服务提升消费者体验，并显著提高速卖通的用户留存率和购买频率。

Lazada 本季度录得双位数的订单同比增长。Lazada 为商家提供了更多增值服务，以此持续提高变现率。受惠于变现率及运营效率的提升，Lazada 单位经济效益较去年同期继续改善。

Trendyol 持续录得强劲的订单增长，受惠于其电商业务和本地生活服务业务增长。通过强劲的收入增长和运营效率的持续提升，本季度 Trendyol 经营业绩首次实现正数。

本地生活集团

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，本地生活集团收入同比增长 30% 至人民币 144.50 亿元（19.93 亿美元），由饿了么和高德业务的强劲收入增长所带动。本季度，本地生活集团订单增长同比超过 35%。截至 2023 年 6 月 30 日止的 12 个月，本地生活集团年度活跃消费者季度环比持续增长，受惠于用户获取及留存更加高效，以及用户需求增加。本季度，在整体业务规模和效率提升的带动下，该分部亏损继续收窄。

到家

本季度，饿了么 GMV 实现同比增长，主要受惠于消费者需求改善、活跃商家数量增加以及配送能力提升所带来的强劲订单增长。饿了么持续专注于非餐饮品类中多元化的优质商品供应。本季度，饿了么通过引入苹果授权专营店和苏宁易购线下门店，增加消费电子产品的供应。截至 2023 年 6 月 30 日止季度，饿了么每笔订单的单位经济效益持续录得正数，以及订单密度持续提升，因此饿了么的亏损同比持续收窄。

到目的地

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，高德的订单增长同比快速提升，这是由于高德作为综合性“到目的地”服务平台的新定位和附加能力，以及出行和旅行需求的强劲复苏所致。2023 年 5 月劳动节假期期间，受惠于中国经济带动旅游需求强劲复苏，高德的日活跃用户峰值超过 2 亿，与过往劳动节假期相比创下新高。

菜鸟集团

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，菜鸟的收入同比增长 34% 至人民币 231.64 亿元（31.94 亿美元），主要受国际物流履约解决方案服务以及国内消费者物流服务的收入增加所带动。收入增长的贡献来自外部客户以及阿里巴巴的并表业务。

菜鸟拥有规模化的全球端到端物流网络，利用其自研技术优化头程揽收、干线运输、海外分拨和最后一公里配送的效率。本季度，为支持速卖通 *Choice* 的商家，菜鸟提供成本更低和配送更快的服务，包括近期推出的“全球五日达”旗舰服务。2023 年 6 月，菜鸟有三个新的国际分拣中心投入服务，投入运营的海外分拣中心总数达 18 个。

在中国，菜鸟继续拓展其增值服务以提升消费者体验。本季度，菜鸟在重点城市优先发展履约服务，提供“半日达”和“次日达”。消费者可以享受保障时效的送货上门服务。

云智能集团

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，云智能集团的总收入（包括来自我们生态体系内外客户的收入）为人民币 251.23 亿元（34.65 亿美元），同比增长 4%。

阿里云

从产品角度出发，本季度阿里云收入的同比增长（不计来自阿里巴巴并表业务的收入），由存储、网络、人工智

能（AI）计算相关产品所带动，部分被内容分发网络需求同比恢复常态化所抵销。从客户群体的角度出发，其增长是由金融服务、教育、电力和汽车行业收入所驱动，部分增长被我们主动管理项目式云服务收入的举措所抵销。

阿里云始终致力于云计算、大数据和 AI 的核心技术研发，以及推动客户采用云计算和 AI 服务。随着 AI 生成内容的快速发展，本季度我们在模型社区建设、大语言模型研发，以及支持行业发展等方面取得以下进展：

- **AI 社区：**我们的开源平台魔搭（ModelScope）提供大量机器学习和深度学习的模型、工具和服务，截至 2023 年 7 月已托管逾 1,000 个 AI 模型，累计模型下载量超过 4,500 万次。该平台为中国领先的开源模型资源线上社区之一，让开发者利用阿里云的 AI 计算能力来训练和实验模型。
- **生成式 AI：**阿里云已为生成式 AI 模型发布一系列新功能。自“通义千问”于 2023 年 4 月发布后，阿里云升级其音频转写平台“听悟”，为其配备 AI 驱动的会议分析能力。于 7 月份，阿里云推出生成式 AI 文生图模型“通义万相”。
- **AI for Science：**本季度，复旦大学与阿里云联合发布中国最大的面向高校的云上科研智算平台之一，阿里云利用其 AI 基础设施和服务支持科学研究，以提高效率及降低成本，并促进大语言模型在科学研究上的发展和采用。

此外，于 2023 年 6 月，Forrester 发布 2023 年第二季度 FaaS 平台报告（The Forrester Wave™: Functions-As-A-Service Platforms, Q2 2023）。阿里云凭借“函数计算”的产品能力，在 40 项评分标准中有 26 项获得最高分，并入选全球服务供应商的“领先者”象限。

钉钉

钉钉是我们的智能协作办公及应用程序开发平台，为现代企业和机构提供新的工作、分享和协作方式。本季度，钉钉接入“通义千问”的能力，并向企业客户开放测试。钉钉将进一步帮助客户和生态体系合作伙伴释放 AI 能力的潜力。

大文娱集团

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，大文娱集团的收入为人民币 53.81 亿元（7.42 亿美元），反映线上娱乐业务的增长及线下娱乐业务的强劲复苏。

本季度，优酷总订阅收入同比增长 5%，主要受到每用户平均收入增长以及优质原创内容的带动。本季度，于中国线上视频平台播出的所有电视剧中，优酷在中国独家播出的《长月烬明》收视率排名第一。

大麦网作为中国领先的演出赛事线上票务平台，受线下娱乐活动的需求增长所带动，收入强劲复苏，与去年同期相比增长迅速。

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，由于推出多部卖座电影以及中国票房需求强劲，阿里影业电影及线上平台业务收入同比强劲增长。由阿里影业担任联合制片人、主要发行方和宣传方的电影《消失的她》，荣登本季度中国票房榜首。

环境、社会及管治（ESG）更新

我们于7月发布《2023 阿里巴巴环境、社会和治理（ESG）报告》。本报告围绕我们的 ESG 七大核心战略维度提供最新信息，包括在碳中和承诺等关键领域上的进展和表现。报告完整版本已上载我们的官方网站。

2023 财年，我们稳步降低自身运营的温室气体排放量（范围 1 和 2）和价值链排放强度（范围 3）。我们亦在商业生态减排上取得显著进展，总计推动减排 2,290.7 万吨（二氧化碳当量），大约相当于 100 万户中国家庭的年均温室气体排放量总和。我们的“低碳友好商品体系”汇聚来自 409 个品牌的 191 万种产品。累计有 1.87 亿消费者通过我们的 88 碳帐户平台共同参与我们的范围 3+减排。

股份回购

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，我们根据本公司的股份回购计划，以 31 亿美元回购了 3,560 万股美国存托股（相等于 2.844 亿股普通股）。截至 2023 年 6 月 30 日，我们流通的普通股为 204 亿股（相等于 25 亿股美国存托股），较上季度减少 1.368 亿股普通股（相等于 1,710 万股美国存托股），在目前董事会授权的股份回购计划下仍有 163 亿美元回购额度，有效期至 2025 年 3 月。

其他更新

蚂蚁集团股份回购

2023 年 7 月，本公司收到蚂蚁集团召开股东大会的通知，以批准（除其他事项外）向其全体股东回购不超过 7.6%蚂蚁集团股份的议案，回购价格反映蚂蚁集团股权价值为人民币 5,671 亿元。此次回购的股份将用作蚂蚁集团的员工激励计划。鉴于蚂蚁集团继续为我们若干业务的重要战略伙伴，我们已决定并于 2023 年 7 月 23 日公布，不在此次拟议回购中向蚂蚁集团出售任何股份。截至本业绩公告发布日，该等交易尚待完成。

委任独立审计师

经我们的审计委员会和董事会批准，我们已委聘普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）和罗兵咸永道会计师事务所为截至 2024 年 3 月 31 日止财年的审计师，分别负责美国财务报告和香港财务报告。此前，负责我们美国财务报告和香港财务报告的审计师为罗兵咸永道会计师事务所。

###

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设施，其愿景是让客户相会、工作和生活 在阿里巴巴，并成为一家活 102 年的好公司。

媒体查询

杨境荣
阿里巴巴集团
电话: +852 6033 9104
电邮: andrew.yeung@alibaba-inc.com

柯璟
阿里巴巴集团
电话: +852 5590 9949
电邮: ivy.ke@alibaba-inc.com