



即时发布

## 阿里巴巴集团 2023 年 12 月份季度业绩

中国杭州，2024 年 2 月 7 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 12 月 31 日止季度（“本季度”或“12 月份季度”）业绩。

阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭说：“在战略聚焦之下，我们收获了一个稳健的季度。集团最高优先级是让电商和云计算两大核心业务重燃增长动力。未来一年，我们将在改善用户核心体验上加大投入，以支持淘天集团重拾增长及稳固市场领导地位。我们将聚焦资源开发公共云产品，以及保持国际商业业务的强劲增长势头。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“阿里巴巴集团本季度表现健康，收入同比增长 5%。依托强劲的资产负债表和现金流，我们加大了对战略优先领域的投入，并提升股东回报。我们的董事会批准股份回购计划增加 250 亿美元额度，反映我们对业务和现金流前景的信心。我们持续的股份回购亦有助减少流通股总数，从而提升每股收益及每股现金流。”

### 业绩概要

#### 截至 2023 年 12 月 31 日止季度：

- 收入为人民币 2,603.48 亿元（366.69 亿美元），同比增长 5%。
- 经营利润为人民币 225.11 亿元（31.71 亿美元），同比下降 36%。同比下降主要是由于高鑫零售的无形资产减值和优酷的商誉减值所致。若不考虑股权激励费用、无形资产及商誉减值以及其他若干项目，**经调整 EBITA**（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 2%至人民币 528.43 亿元（74.43 亿美元）。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 144.33 亿元（20.33 亿美元）。净利润为人民币 107.17 亿元（15.09 亿美元），同比下降 77%或人民币 350.29 亿元，主要是由于我们所持有的股权投资按市值计价的变动，以及上述提及的减值导致的经营利润下降所致。若不考虑股权激励费用、投资的收益（损失）、无形资产及商誉减值以及其他若干项目，截至 2023 年 12 月 31 日止季度，**非公认会计准则净利润**为人民币 479.51 亿元（67.54 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 499.32 亿元下降 4%。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 5.65 元（0.80 美元）及摊薄每股收益为人民币 0.71 元（0.10 美元或 0.78 港元）。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 18.97 元（2.67 美元），同比下降 2%及非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 2.37 元（0.33 美元或 2.62 港元），同比下降 2%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 647.16 亿元（91.15 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 873.70 亿元同比下降 26%。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 565.40 亿元

(79.63 亿美元)，相较 2022 年同期的人民币 815.14 亿元下降 31%。自由现金流的减少是由于资本性支出的增加以及若干一次性因素（包括缴纳所得税的时间性差异和与我们若干业务相关的营运资金变动）所致。

## 业务及战略进展

### 淘天集团

我们正处于重振淘天集团的过程中，并为未来增长做好准备。我们的增长战略是用户为先，建立一个让品牌及商家在我们平台上蓬勃发展的生态体系，以及实现科技驱动的创新。我们致力建构一个让品牌、商家、工厂高效营运的电商生态体系，从而为多层次的中国消费者提供价廉物美的产品和服务。2023 年 12 月，我们委任淘天集团新管理团队来执行其战略，并通过技术创新推动业务增长。

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，淘天集团收入为人民币 1,290.70 亿元（181.79 亿美元），同比增长 2%。本季度线上 GMV 取得同比健康增长，由交易买家数和订单量的强劲增长所推动，部分被平均订单金额下跌所抵消。在我们的用户参与及价格竞争力策略下，我们继续增加互动内容，以及不断拓展性价比的产品种类。此外，我们也继续努力吸纳更多品牌和商家。本季度，平台商家数继续录得同比双位数增长，并在过去 4 个季度连续保持双位数增速的趋势。

在双 11 全球狂欢季成功举办后，本季度后半段订单量同比双位数增长。这反映在我们推动价格竞争力的战略下，平台上的消费者需求和购买意愿不断提升。

另一方面，我们在保留及拓展高端消费者方面取得成功，88VIP 会员数量超过 3,200 万，继续实现同比双位数增长。

### 云智能集团

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，云智能集团收入为人民币 280.66 亿元（39.53 亿美元），同比增长 3%。我们通过减少利润率较低的项目式合约类收入，持续提升收入质量。与此同时，公共云产品及服务收入健康增长，带动盈利能力的提升。

近期自主研发产品及技术亮点包括：

- **弹性计算：**2024 年 1 月，阿里云公布最新通用计算实例 ECS g8i，整体效能和人工智能（AI）推理能力显著提升。
- **数据库：**在 Gartner 2023 年《云数据库管理系统魔力象限》报告中，阿里云连续四年蝉联领导者地位。

### 阿里国际数字商业集团（AIDC）

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，AIDC 收入同比增长 44%至人民币 285.16 亿元（40.16 亿美元），AIDC 整体订单同比增长 24%，由 AIDC 所有零售平台的强健增长所带来强劲表现，尤其是速卖通的跨境业务 *Choice*。在

满足全球对价廉物美产品日益增长的需求下，我们的跨境业务实现高速的同比增长。为了维持这一增长势头，并为客户提供差异化的服务，我们于本季度加大投入并将持续投资未来的增长。

本季度，速卖通实现超过 60% 的订单同比增长，主要由 *Choice* 所带动。*Choice* 通过更好的产品选择、价格和品质，与更快的物流速度和更出色的客户支持相结合，为消费者提供更佳体验。2024 年 1 月，*Choice* 订单约占速卖通总订单量的一半，持续实现订单高速增长。

本季度，Trendyol 继续录得强劲的双位数订单增长。在保持土耳其领先的电商地位的同时，Trendyol 通过其丰富的商品供给和快速可靠的物流体验，进一步将业务扩展至中东地区。

Lazada 继续专注于提升运营效率。随着变现率进一步提升以及物流成本降低，本季度 Lazada 每单亏损同比持续收窄。

## 菜鸟集团（“菜鸟”）

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，菜鸟收入同比增长 24% 至人民币 284.76 亿元（40.11 亿美元），主要由跨境物流履约解决方案收入所带动。

菜鸟持续推进打造全球智能物流网络的策略，于头程揽收、干线运输、通关、分拣和最后一公里配送上强化其综合端到端能力。为支持跨境业务发展，随着端到端能力的升级，菜鸟进一步拓展全球 5 日达优质物流服务的范围，本季度新增两个国家。全球 5 日达优质物流服务的订单量实现强劲的环比三位数增长。

## 本地生活集团

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，本地生活集团收入同比增长 13% 至人民币 151.60 亿元（21.35 亿美元），由饿了么的健康增长和高德的高速增长所带动。本季度，本地生活集团订单同比增长超过 20%。截至 2023 年 12 月 31 日止的 12 个月，本地生活集团年度活跃消费者达到超过 3.9 亿，其年度购买频次同比强劲增长。本季度，在业务规模和效率提升的带动下，该集团亏损继续收窄。

## 大文娱集团

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，大文娱集团的收入为人民币 50.40 亿元（7.10 亿美元），同比增长 18%，主要由阿里影业线下娱乐业务的强劲收入增长所带动。本季度，阿里影业旗下子公司大麦通过为中国几乎所有大型演唱会提供服务，巩固其行业领先地位，带动 GMV 同比高速增长。本季度，阿里影业电影分部参与制作及宣发的电影总票房，占中国总票房超过一半。

## 环境、社会及管治（ESG）更新

### *推进碳中和进程*

我们持续加快自身的清洁能源转型。2023 年 11 月，彭博新能源财经发布《2023 中国企业绿电交易排行榜》。阿里巴巴集团以 1,610 吉瓦时绿电交易量，首次成为全国绿电采购的榜首。

2023年11月，阿里巴巴集团加入由超过200家企业组成的世界可持续发展工商理事会（WBCSD），成为首家入会的亚洲互联网科技企业，支持WBCSD推动全球价值链的可持续转型。在COP28期间，阿里巴巴集团通过推广《“避免排放”的核算与报告指南》，与WBCSD及其他企业成员共同推动范围3+减碳行动。

## 上调股份回购计划

如早前宣布，截至2023年12月31日止季度，我们以总额29亿美元回购总计2.927亿股普通股（相当于3,660万股美国存托股）；于2023年自然年，以总额95亿美元回购总计8.979亿股普通股（相当于1.122亿股美国存托股）。截至2023年12月31日，我们流通的普通股为200亿股（相当于25亿股美国存托股）。在2023年自然年，已考虑员工持股计划下发行的股份后，我们的股份回购计划使流通股净减少3.3%。

我们的董事会已批准将股份回购计划增加250亿美元，有效期至2027年3月底。上调规模后，未来三个财年我们仍有353亿美元股份回购额度。我们将于每个季度结束后，及时向投资者汇报我们最新的股份回购情况，下一次更新预计将于4月初发布。

###

## 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、工作和生活在这里，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](mailto:andrew.yeung@alibaba-inc.com)

颜茜

阿里巴巴集团

电话: +852 9012 5806

电邮: [cathy.yan@alibaba-inc.com](mailto:cathy.yan@alibaba-inc.com)