

即時發佈

阿里巴巴集團 2023 年 9 月份季度業績

中國杭州，2023 年 11 月 16 日 – 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA 及港交所代號：9988（港幣櫃台）及 89988（人民幣櫃台），「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」）今日公佈截至 2023 年 9 月 30 日止季度（「本季度」或「9 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘說：「阿里巴巴集團本季度業績穩健，多個業務展現出全新動能和活力，主動自我變革成效顯著。隨著正式進入全新發展階段，面向未來，我們明確了戰略重心和優先級方向。我們將保持創業心態，更堅決地投入，更果斷地取捨，以更靈活的治理機制，抓住 AI 科技變革帶來的全新機會，創造更多的客戶價值。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「我們收穫了一個穩健的季度，收入同比增長 9%，經營利潤及經調整 EBITA 分別同比增長 34% 及 18%。根據我們的資本管理計劃，我們正優先對技術和創新進行投入，為我們的業務帶來新增長。我們對業務基本面充滿信心，並欣然宣佈就 2023 財年首次派發年度股息，派息總額約 25 億美元，這是在現有股份回購計劃之外，又一持續努力提高股東回報的舉措。」

業績概要

截至 2023 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,247.90 億元（308.10 億美元），同比增長 9%。
- 經營利潤為人民幣 335.84 億元（46.03 億美元），同比增長 34%。同比增長主要是由於經調整 EBITA 增加，以及股權激勵費用下降所致。我們未把股權激勵費用計入非公認會計準則財務指標。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 18% 至人民幣 428.45 億元（58.72 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 277.06 億元（37.97 億美元）。淨利潤為人民幣 266.96 億元（36.59 億美元），2022 年同期則為淨虧損人民幣 224.67 億元，主要是由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損，以及經調整 EBITA 的增加所致。我們未把股權投資公允價值變動而產生的淨收益或淨虧損計入非公認會計準則財務指標。非公認會計準則淨利潤為人民幣 401.88 億元（55.08 億美元），同比增長 19%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 10.77 元（1.48 美元）及攤薄每股收益為人民幣 1.35 元（0.19 美元或 1.47 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 15.63 元（2.14 美元），同比增長 21% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.95 元（0.27 美元或 2.13 港元），同比增長 21%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 492.31 億元（67.48 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 471.12 億元同比增長 4%。自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為人民幣 452.20 億元（61.98 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 357.09 億元增長 27%。

業務及戰略進展

淘天集團

淘天集團的策略是：用戶為先，建立一個讓品牌及商家在我們平台上蓬勃發展的生態體系，以及實現人工智能（AI）科技驅動的創新。作為服務最龐大用戶群體的一站式消費和日常生活所需的 app，淘寶 app 是上述策略的核心。我們持續提升淘寶 app 的價值定位，包括（1）通過增加內容，以鼓勵消費者互動，（2）通過引入更多商家和更精準的投放，增加具價格競爭力的產品供給，（3）通過 AI 應用和工具，提升用戶體驗和賣家效率。

截至 2023 年 9 月 30 日止單月，受惠於我們的內容和價格競爭力策略，淘寶 app 用戶實現健康同比自然增長。我們在提供更多互動內容方面進行的投入，帶動用戶收看短視頻內容時長的強勁增長。重要的是，隨著我們持續增加互動內容，並擴展現有及新晉商家所提供的具價格競爭力的商品品類，本季度交易買家數和訂單量均錄得增長。此外，本季度 88VIP 會員數超過 3,000 萬，實現同比雙位數增長。淘天集團第 15 屆天貓雙 11 全球狂歡季圓滿結束，其參與商家、交易買家及訂單量較去年同期相比均錄得正增長。

淘天集團持續為商家運營平台和變現平台（阿里媽媽）拓展 AI 產品和服務。現有的 AI 工具可以簡化及自動化線上店鋪運營環節，包括新店設計、產品圖片和描述生成、客戶服務、財務和訂單管理等，藉以提高商家經營效率。此外，作為淘天集團重點廣告投放平台之一，萬相台無界版於 8 月升級，目的是通過讓廣告商家使用統一介面統籌分配其在整個阿里巴巴生態體系中所有可用廣告位置的廣告預算以增加在我們平台投放廣告商家的數量。這一更新版本具有 AI 技術，可提供（1）數據分析和洞察以優化廣告支出，（2）智能識別目標客戶的營銷工具，以及（3）AI 生成的廣告內容。這些自研 AI 技術可提升投放商家的效率，並為其提高轉化率和投資回報。本季度，我們看到現有及新晉商家均廣泛採用萬相台無界版。

閑魚作為一個興趣社區和市場平台繼續實現強勁增長，截至2023年9月30日止單月，其日均活躍用戶（DAU）同比增長超過20%。通過閑魚，用戶能夠找到海量的二手、可循環、可租賃和復古產品，以及興趣相關內容。閑魚的收入由廣告、佣金和增值服務（如產品回收、寄售和產品檢驗費用）組成，本季度收入同比增長迅速。

阿里國際數字商業集團（AIDC）

阿里國際數字商業集團經營多個零售和批發市場平台，包括 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz、Miravia 和 Alibaba.com。於 9 月份季度，在所有主要零售平台的強健表現帶動下，AIDC 零售商業整體訂單同比增長約 28%。本季度，AIDC 收入錄得強勁增長，同比提升 53%。

速賣通正在通過多種商業模式執行其增長策略，其既有的市場平台業務本季度訂單數實現雙位數的同比增長。*Choice*是於2023年初推出的新模式，通過與商家合作，確保更好控制產品選擇和質量以及物流速度，速賣通透過該模式為消費者提供更優質的體驗。*Choice*與菜鳥通過緊密合作改善消費者體驗，近期在部分歐洲國家推出的5日達物流保證計劃。因此*Choice*本季度訂單量迅速增長。

Lazada 本季度錄得雙位數的訂單同比增長。Lazada 持續專注於提升變現率。因此，其每單虧損環比及同比均實現收窄。

Trendyol 在投資拓展土耳其以外業務的同時，錄得強勁的訂單增長。利用其產品供給能力和供應鏈優勢，Trendyol 進一步在該區域內擴大業務版圖。

本地生活集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，本地生活集團收入同比增長 16% 至人民幣 155.64 億元（21.33 億美元），由餓了麼和高德業務的強勁增長所帶動。本季度，本地生活集團訂單同比增長近 20%。受惠於用戶獲取及留存提升，以及用戶需求增加，截至 2023 年 9 月 30 日止的 12 個月，本地生活集團年度活躍消費者季度環比持續增長。本季度，在整體業務規模和效率提升的帶動下，該集團虧損繼續收窄。

到家

受惠於交易用戶數增長和用戶人均購買頻次提升，截至 2023 年 9 月 30 日止季度，餓了麼包含餐飲及非餐訂單的整體訂單量，實現同比和環比增長。得益於多場成功的營銷活動，餓了麼本季度餐飲配送訂單實現同比雙位數增長。此外，餓了麼於非餐飲配送品類方面取得顯著進展。本季度，非餐飲配送訂單錄得雙位數增長，受惠於節日和營銷活動期間強勁的消費者需求，例如七夕的鮮花配送、「24/7 送藥」服務的活動，以及 2023 年 9 月 22 日新款 iPhone 15 的發售。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠於其經營效率提升和規模擴大，餓了麼虧損同比持續收窄。

到目的地

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，高德的訂單增長同比快速提升，這是由於高德加強作為綜合性「到目的地」服務平台的定位以及今年暑期強勁的旅遊需求所致。於 9 月 29 日至 10 月 6 日為期 8 天的中秋節和國慶連假期間，中國經濟出現旅遊需求的強勁復蘇，高德的日活躍用戶峰值超過 2.8 億，創下歷史新高。

菜鳥集團（「菜鳥」）

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，菜鳥的收入同比增長 25% 至人民幣 228.23 億元（31.28 億美元），主要由跨境物流履約解決方案收入帶動。

菜鳥持續推進打造全球智能物流網絡的策略，於跨境物流解決方案上強化其綜合端到端能力。本季度，菜鳥面向 8 個國家和地區的消費者推出了全球 5 日達優質物流服務。該項目利用了菜鳥的全鏈路運營優化的綜合能力，包括頭程攬收、幹線運輸、通關、分揀和最後一公里配送。

菜鳥通過科技保持競爭力。為支持速賣通 *Choice* 的擴張，菜鳥通過數據分析及算法提供包裹集運和直運的能力，以縮短配送時間並提高效率。

雲智能集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 276.48 億元（37.89 億美元），同比增長 2%。

我們通過減少來自利潤率較低的項目式合約類收入，以持續提升收入質量。與此同時，本季度公有雲產品及服務收入增長，帶動盈利能力的優化。

於 10 月 31 日至 11 月 2 日，我們舉辦了第 15 屆年度雲計算開發者峰會和展會「雲棲大會 2023」。會上，雲智能集團發佈了正在開發的新技術。我們自主研發技術的亮點包括：

- **生成式 AI 模型**：阿里巴巴自有的大語言模型「通義千問」推出 2.0 升級版本，在理解複雜指令、推理、記憶和減少幻覺方面有出色能力。我們同時針對包括金融、遊戲等特定行業推出 8 個垂直模型，以及提升業務能力，如代碼生成及客戶服務等。

- **生態體系**：我們已建立中國最大的開源 AI 開發者社群之一。我們的開發者社群魔搭（ModelScope）自推出以來，已匯聚超過 2,300 個 AI 模型，吸引 280 萬名 AI 開發者，累計模型下載量超過 1 億次。我們還將在魔搭上提供我們的通義千問模型開源版本，繼推出 70 億參數及 140 億參數版本後，我們將推出 720 億參數版本。
- **阿里雲百煉**：作為一站式 AI 應用開發平台，阿里雲百煉可在單一的平台提供大語言模型應用開發服務，提供多種高性能基礎模型，其中包括來自第三方的模型。它簡化大模型訓練流程，讓開發者可以專注於模型應用創新。此外，它還在訓練過程中為客戶數據保護提供安全的環境。

阿里雲支持首屆「雲上亞運會」，以促進更智能、可持續、精密和高效的亞運會。通過使用雲原生技術在阿里雲的容器服務上運行，我們讓賽事營運變得更敏捷、可擴展和高效。

大文娛集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，大文娛集團的收入為人民幣 57.79 億元（7.92 億美元），同比增長 11%，主要由大麥網與阿里影業的線下娛樂業務的強勁收入增長，以及優酷訂閱收入增長所帶動，部分被優酷廣告收入下降所抵銷。

該分部各項業務的協同效益持續實現。在 2023 年 9 月 19 日，阿里影業宣佈收購大麥網，旨在利用大麥網於線下演出市場的領先地位，以擴闊在線下娛樂行業的影響力。受惠於今年暑期線下娛樂市場復蘇和強勁需求，本季度，大麥網 GMV 錄得三位數同比增長，繼續保持其行業領先地位，同時盈利能力同比持續提升。在 8 月，大麥網攜手優酷，分別為 TFBOYS 十周年演唱會的線下演出及線上直播合作售票。這場獨家線上直播吸引超過 168 萬觀眾觀看，總互動量超過 1 億，打破優酷線上付費演出的紀錄。

今年內地暑期檔票房創新高，由阿里影業合製的電影《孤注一擲》及《消失的她》成為今夏暑期檔票房的首兩位。由阿里影業聯合出品並擔任主宣發的動畫《長安三萬里》，成為 2023 年至今票房表現最好的動畫電影。

所有其他

釘釘

從 2023 年 9 月 30 日止季度開始，我們將釘釘業務的收入從雲智能集團重新分類至所有其他，目的是為釘釘提供更大自主性，以推動創新和增強市場競爭力。

釘釘作為我們的數字協同辦公及應用開發平台，通過結合最新的 AI 模型提供新的工作、分享和協作方式。截至 2023 年 9 月 30 日，釘釘 17 條產品線已經全面接入大模型。釘釘還面向客戶及生態體系合作夥伴開放其智能化底座 AI PaaS，以助生態體系參與者重塑其產品。

智能信息

我們的智能信息包括夸克、UC 優視和其他業務。2023 年 9 月，夸克繼續強勁增長，DAU 同比增加超過 35%。夸克為年輕用戶提供信息搜索、存儲和消費的一站式平台。它提供智能搜索、夸克雲盤、AI 相機、夸克學習和夸克文檔等工具和服務，幫助用戶在學習和工作中更好地獲取和利用多種數字內容和信息。

飛豬

飛豬作為領先的線上旅遊平台，為滿足消費者的旅遊需求提供全面服務。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠於國內及國際旅遊需求的強勁復甦，飛豬的 GMV 同比快速增長。

環境、社會及管治 (ESG) 更新

賦能亞運會更加可持續與普惠

阿里巴巴集團為推動杭州第 19 屆亞運會和第 4 屆亞殘運會的可持續性和包容性作出了貢獻。

- 阿里雲開發手語翻譯虛擬助手「小莫」，支援手語和中文的雙向翻譯。亞殘運會期間，「小莫」為聽障人士提供現場協助。
- 高德地圖基於「輪椅導航」功能，助力杭州市殘疾人聯合會進行「無障礙服務在線」平台技術升級，為用戶提供了更細緻的無障礙出行規劃和導航服務。

支持建構韌性社會

2023 年 8 月，阿里巴巴公益基金會捐贈人民幣 3,000 萬元用於支持京津冀等地的颱風「杜蘇芮」救援工作。阿里公益聯動盒馬、大潤發、1688.com 等業務針對受災地區提供保供措施並分發緊急物資。阿里巴巴公益平台也上線水災救災項目，為其他公益組織開通公眾募捐通道。

美國近期擴大出口管制的影響

2023 年 10 月，美國擴大出口管制規則，進一步限制向中國出口先進計算芯片和半導體製造設備。我們認為，這些新的限制可能會對雲智能集團提供產品和服務的能力以及履行現有合同的能力產生重大不利影響，從而負面影響我們的經營業績及和財務狀況。這些新的限制也可能對我們的多個相關業務產生更廣泛的影響，限制我們升級技術的能力。

業務集團分拆和融資進展

雲智能集團

美國近期擴大對先進計算芯片出口的限制，給雲智能集團的前景帶來不確定性。我們認為，雲智能集團的完全分拆可能無法按照原先的設想提升股東價值，因此決定不再推進雲智能集團的完全分拆，而是會面對不確定的環境，專注建立雲智能集團可持續增長的模型。

阿里國際數字商業集團

阿里國際數字商業集團正在為外部融資做準備。

菜鳥集團

菜鳥集團已申請在香港進行首次公開募股，並已向香港聯交所遞交了 A1 文件。

盒馬

盒馬的首次公開募股計劃暫緩，我們正在評估確保成功推進項目實施和提升股東價值所必須的市場狀況和其他因素。

股東回饋舉措

我們的董事會已批准向於香港時間及紐約時間 2023 年 12 月 21 日收市時登記在冊的普通股持有人和美國存託股持有人派發 2023 財年年度現金股息，金額分別為每股普通股 0.125 美元或每股美國存託股 1.00 美元，以美元支付。股息總額約為 25 億美元。展望未來，我們將繼續根據業務基本面、資本要求等因素，每年重新審視並決定股息金額。

就普通股持有人而言，為符合資格獲取股息，所有有效的股份轉讓文件連同相關股票必須不遲於香港時間 2023 年 12 月 21 日下午 4 時 30 分送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東 183 號合和中心 17 樓 1712-1716 號舖。普通股持有人的支付日期預計為 2024 年 1 月 11 日或前後，而美國存託股持有人的支付日期預計為 2024 年 1 月 18 日或前後。

此外，在截至 2023 年 9 月 30 日止季度中，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 17 億美元回購約 1,860 萬股美國存託股（相等於 1.484 億股普通股）。截至 2023 年 9 月 30 日，我們流通的普通股為約 203 億股（相等於 25 億股美國存託股），較上季度減少 1.389 億股普通股（相等於約 1,740 萬股美國存託股），在目前董事會授權的股份回購計劃下仍有 146 億美元回購額度，有效期至 2025 年 3 月。

###

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，集團旨在構建未來的商業設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活 在 阿 里 巴 巴 ， 並 成 為 一 家 活 102 年 的 好 公 司 。

媒體查詢

楊境榮

阿里巴巴集團

電話：+852 6033 9104

電郵：andrew.yeung@alibaba-inc.com

柯璟

阿里巴巴集團

電話：+852 5590 9949

電郵：ivy.ke@alibaba-inc.com