



即时发布

阿里巴巴集团 2023 年 9 月份季度业绩

中国杭州，2023 年 11 月 16 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 9 月 30 日止季度（“本季度”或“9 月份季度”）业绩。

阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭说：“阿里巴巴集团本季度业绩稳健，多个业务展现出全新动能和活力，主动自我变革成效显著。随着正式进入全新发展阶段，面向未来，我们明确了战略重心和优先级方向。我们将保持创业心态，更坚决地投入，更果断地取舍，以更灵活的治理机制，抓住 AI 科技变革带来的全新机会，创造更多的客户价值。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“我们收获了一个稳健的季度，收入同比增长 9%，经营利润及经调整 EBITA 分别同比增长 34% 及 18%。根据我们的资本管理计划，我们正优先对技术和创新进行投入，为我们的业务带来新增长。我们对业务基本面充满信心，并欣然宣布就 2023 财年首次派发年度股息，派息总额约 25 亿美元，这是在现有股份回购计划之外，又一持续努力提高股东回报的举措。”

业绩概要

截至 2023 年 9 月 30 日止季度：

- 收入为人民币 2,247.90 亿元（308.10 亿美元），同比增长 9%。
- 经营利润为人民币 335.84 亿元（46.03 亿美元），同比增长 34%。同比增长主要是由于经调整 EBITA 增加，以及股权激励费用下降所致。我们未把股权激励费用计入非公认会计准则财务指标。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 18% 至人民币 428.45 亿元（58.72 亿美元）。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 277.06 亿元（37.97 亿美元）。净利润为人民币 266.96 亿元（36.59 亿美元），2022 年同期则为净亏损人民币 224.67 亿元，主要是由于我们所持有的股权投资的公允价值上升而产生的净收益，而去年同期则为净亏损，以及经调整 EBITA 的增加所致。我们未把股权投资公允价值变动而产生的净收益或净亏损计入非公认会计准则财务指标。非公认会计准则净利润为人民币 401.88 亿元（55.08 亿美元），同比增长 19%。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 10.77 元（1.48 美元）及摊薄每股收益为人民币 1.35 元（0.19 美元或 1.47 港元）。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 15.63 元（2.14 美元），同比增长 21% 及非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 1.95 元（0.27 美元或 2.13 港元），同比增长 21%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 492.31 亿元（67.48 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 471.12 亿元同比增长 4%。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 452.20 亿元（61.98 亿美元），相较 2022 年同期的人民币 357.09 亿元增长 27%。

业务及战略进展

淘天集团

淘天集团的策略是：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，以及实现人工智能（AI）科技驱动的创新。作为服务最庞大用户群体的一站式消费和日常生活所需的 app，淘宝 app 是上述策略的核心。我们持续提升淘宝 app 的价值定位，包括（1）通过增加内容，以鼓励消费者互动，（2）通过引入更多商家和更精准的投放，增加具价格竞争力的产品供给，（3）通过 AI 应用和工具，提升用户体验和卖家效率。

截至 2023 年 9 月 30 日止单月，受惠于我们的内容和价格竞争力策略，淘宝 app 用户实现健康同比自然增长。我们在提供更多互动内容方面进行的投入，带动用户收看短视频内容时长的强劲增长。重要的是，随着我们持续增加互动内容，并扩展现有及新晋商家所提供的具价格竞争力的商品品类，本季度交易买家数和订单量均录得增长。此外，本季度 88VIP 会员数超过 3,000 万，实现同比双位数增长。淘天集团第 15 届天猫双 11 全球狂欢季圆满结束，其参与商家、交易买家及订单量较去年同期相比均录得正增长。

淘天集团持续为商家运营平台和变现平台（阿里妈妈）拓展 AI 产品和服务。现有的 AI 工具可以简化及自动化线上店铺运营环节，包括新店设计、产品图片和描述生成、客户服务、财务和订单管理等，藉以提高商家经营效率。此外，作为淘天集团重点广告投放平台之一，万相台无界版于 8 月升级，目的是通过让广告商家使用统一介面统筹分配其在整个阿里巴巴生态体系中所有可用广告位置的广告预算以增加在我们平台投放广告商家的数量。这一更新版本具有 AI 技术，可提供（1）数据分析和洞察以优化广告支出，（2）智能识别目标客户的营销工具，以及（3）AI 生成的广告内容。这些自研 AI 技术可提升投放商家的效率，并为其提高转化率和投资回报。本季度，我们看到现有及新晋商家均广泛采用万相台无界版。

闲鱼作为一个兴趣社区和市场平台继续实现强劲增长，截至2023年9月30日止单月，其日均活跃用户（DAU）同比增长超过20%。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。闲鱼的收入由广告、佣金和增值服务（如产品回收、寄售和产品检验费用）组成，本季度收入同比增长迅速。

阿里国际数字商业集团（AIDC）

阿里国际数字商业集团经营多个零售和批发市场平台，包括 Lazada、速卖通、Trendyol、Daraz、Miravia 和 Alibaba.com。于 9 月份季度，在所有主要零售平台的强健表现带动下，AIDC 零售商业整体订单同比增长约 28%。本季度，AIDC 收入录得强劲增长，同比提升 53%。

速卖通正在通过多种商业模式执行其增长策略，其既有的市场平台业务本季度订单数实现双位数的同比增长。*Choice* 是于 2023 年初推出的新模式，通过与商家合作，确保更好控制产品选择和质量以及物流速度，速卖通透过该模式为消费者提供更优质的体验。*Choice* 与菜鸟通过紧密合作改善消费者体验，近期在部分欧洲国家推出 5 日达物流保证计划。因此 *Choice* 本季度订单量迅速增长。

Lazada 本季度录得双位数的订单同比增长。Lazada 持续专注于提升变现率。因此，其每单亏损环比及同比均实现收窄。

Trendyol 在投资拓展土耳其以外业务的同时，录得强劲的订单增长。利用其产品供给能力和供应链优势，Trendyol 进一步在该区域内扩大业务版图。

本地生活集团

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，本地生活集团收入同比增长 16% 至人民币 155.64 亿元（21.33 亿美元），由饿了么和高德业务的强劲增长所带动。本季度，本地生活集团订单同比增长近 20%。受惠于用户获取及留存提升，以及用户需求增加，截至 2023 年 9 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。本季度，在整体业务规模和效率提升的带动下，该集团亏损继续收窄。

到家

受惠于交易用户数增长和用户人均购买频次提升，截至 2023 年 9 月 30 日止季度，饿了么包含餐饮及非餐订单的整体订单量，实现同比和环比增长。得益于多场成功的营销活动，饿了么本季度餐饮配送订单实现同比双位数增长。此外，饿了么于非餐饮配送品类方面取得显著进展。本季度，非餐饮配送订单录得双位数增长，受惠于节日和营销活动期间强劲的消费者需求，例如七夕的鲜花配送、“24/7 送药”服务的活动，以及 2023 年 9 月 22 日新款 iPhone 15 的发售。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠于其经营效率提升和规模扩大，饿了么亏损同比持续收窄。

到目的地

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，高德的订单增长同比快速提升，这是由于高德加强作为综合性“到目的地”服务平台的定位以及今年暑期强劲的旅游需求所致。于 9 月 29 日至 10 月 6 日为期 8 天的中秋节和国庆连假期间，中国经济出现旅游需求的强劲复苏，高德的日活跃用户峰值超过 2.8 亿，创下历史新高。

菜鸟集团（“菜鸟”）

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，菜鸟的收入同比增长 25% 至人民币 228.23 亿元（31.28 亿美元），主要由跨境物流履约解决方案收入带动。

菜鸟持续推进打造全球智能物流网络的策略，于跨境物流解决方案上强化其综合端到端能力。本季度，菜鸟面向 8 个国家和地区的消费者推出了全球 5 日达优质物流服务。该项目利用了菜鸟的全链路运营优化的综合能力，包括头程揽收、干线运输、通关、分拣和最后一公里配送。

菜鸟通过科技保持竞争力。为支持速卖通 *Choice* 的扩张，菜鸟通过数据分析及算法提供包裹集运和直运的能力，以缩短配送时间并提高效率。

云智能集团

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，云智能集团收入为人民币 276.48 亿元（37.89 亿美元），同比增长 2%。

我们通过减少来自利润率较低的项目式合约类收入，以持续提升收入质量。与此同时，本季度公有云产品及服务收入增长，带动盈利能力的优化。

于 10 月 31 日至 11 月 2 日，我们举办了第 15 届年度云计算开发者峰会和展会“云栖大会 2023”。会上，云智能集团发布了正在开发的新技术。我们自主研发技术的亮点包括：

- **生成式 AI 模型：**阿里巴巴自有的大语言模型“通义千问”推出 2.0 升级版本，在理解复杂指令、推理、记忆和减少幻觉方面有出色能力。我们同时针对包括金融、游戏等特定行业推出 8 个垂直模型，以及提升业务能力，如代码生成及客户服务等。

- **生态体系：**我们已建立中国最大的开源 AI 开发者社群之一。我们的开发者社群魔搭（ModelScope）自推出以来，已汇聚超过 2,300 个 AI 模型，吸引 280 万名 AI 开发者，累计模型下载量超过 1 亿次。我们还将魔搭上提供我们的通义千问模型开源版本，继推出 70 亿参数及 140 亿参数版本后，我们将推出 720 亿参数版本。
- **阿里云百炼：**作为一站式 AI 应用开发平台，阿里云百炼可在单一的平台提供大语言模型应用开发服务，提供多种高性能基础模型，其中包括来自第三方的模型。它简化大模型训练流程，让开发者可以专注于模型应用创新。此外，它还在训练过程中为客户数据保护提供安全的环境。

阿里云支持首届“云上亚运会”，以促进更智能、可持续、精密和高效的亚运会。通过使用云原生技术在阿里云的容器服务上运行，我们让赛事运营变得更敏捷、可扩展和高效。

大文娱集团

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，大文娱集团的收入为人民币 57.79 亿元（7.92 亿美元），同比增长 11%，主要由大麦网与阿里影业的线下娱乐业务的强劲收入增长，以及优酷订阅收入增长所带动，部分被优酷广告收入下降所抵销。

该分部各项业务的协同效益持续实现。在 2023 年 9 月 19 日，阿里影业宣布收购大麦网，旨在利用大麦网于线下演出市场的领先地位，以扩阔在线下娱乐行业的影响力。受惠于今年暑期线下娱乐市场复苏和强劲需求，本季度，大麦网 GMV 录得三位数同比增长，继续保持其行业领先地位，同时盈利能力同比持续提升。在 8 月，大麦网携手优酷，分别为 TFBOYS 十周年演唱会的线下演出及线上直播合作售票。这场独家线上直播吸引超过 168 万观众观看，总互动量超过 1 亿，打破优酷线上付费演出的纪录。

今年内地暑期档票房创新高，由阿里影业合制的电影《孤注一掷》及《消失的她》成为今夏暑期档票房的首两位。由阿里影业联合出品并担任主宣发的动画《长安三万里》，成为 2023 年至今票房表现最好的动画电影。

所有其他

钉钉

从 2023 年 9 月 30 日止季度开始，我们将钉钉业务的收入从云智能集团重新分类至所有其他，目的是为钉钉提供更大自主性，以推动创新和增强市场竞争力。

钉钉作为我们的数字协同办公及应用开发平台，通过结合最新的 AI 模型提供新的工作、分享和协作方式。截至 2023 年 9 月 30 日，钉钉 17 条产品线已经全面接入大模型。钉钉还面向客户及生态体系合作伙伴开放其智能化底座 AI PaaS，以助生态体系参与者重塑其产品。

智能信息

我们的智能信息包括夸克、UC 优视和其他业务。2023 年 9 月，夸克继续强劲增长，DAU 同比增加超过 35%。夸克为年轻用户提供信息搜索、存储和消费的一站式平台。它提供智能搜索、夸克云盘、AI 相机、夸克学习和夸克文档等工具和服务，帮助用户在学习和工作中更好地获取和利用多种数字内容和信息。

飞猪

飞猪作为领先的线上旅游平台，为满足消费者的旅游需求提供全面服务。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠于国内及国际旅游需求的强劲复苏，飞猪的 GMV 同比快速增长。

环境、社会及管治 (ESG) 更新

赋能亚运会更加可持续与普惠

阿里巴巴集团为推动杭州第 19 届亚运会和第 4 届亚残运会的可持续性和包容性作出了贡献。

- 阿里云开发手语翻译虚拟助手“小莫”，支援手语和中文的双向翻译。亚残运会期间，“小莫”为听障人士提供现场协助。
- 高德地图基于“轮椅导航”功能，助力杭州市残疾人联合会进行“无障碍服务在线”平台技术升级，为用户提供了更细致的无障碍出行规划和导航服务。

支持建构韧性社会

2023 年 8 月，阿里巴巴公益基金会捐赠人民币 3,000 万元用于支持京津冀等地的台风“杜苏芮”救援工作。阿里公益联动盒马、大润发、1688.com 等业务针对受灾地区提供保供措施并分发紧急物资。阿里巴巴公益平台也上线水灾救灾项目，为其他公益组织开通公众募捐通道。

美国近期扩大出口管制的影响

2023 年 10 月，美国扩大出口管制规则，进一步限制向中国出口先进计算芯片和半导体制造设备。我们认为，这些新的限制可能会对云智能集团提供产品和服务的能力以及履行现有合同的能力产生重大不利影响，从而负面影响我们的经营业绩及财务状况。这些新的限制也可能对我们的多个相关业务产生更广泛的影响，限制我们升级技术的能力。

业务集团分拆和融资进展

云智能集团

美国近期扩大对先进计算芯片出口的限制，给云智能集团的前景带来不确定性。我们认为，云智能集团的完全分拆可能无法按照原先的设想提升股东价值，因此决定不再推进云智能集团的完全分拆，而是会面对不确定的环境，专注建立云智能集团可持续发展的模型。

阿里国际数字商业集团

阿里国际数字商业集团正在为外部融资做准备。

菜鸟集团

菜鸟集团已申请在香港进行首次公开募股，并已向香港联交所递交了 A1 文件。

盒马

盒马的首次公开募股计划暂缓，我们正在评估确保成功推进项目实施和提升股东价值所必须的市场状况和其他因素。

股东回馈举措

我们的董事会已批准向于香港时间及纽约时间 2023 年 12 月 21 日收市时登记在册的普通股持有人和美国存托股持有人派发 2023 财年年度现金股息，金额分别为每股普通股 0.125 美元或每股美国存托股 1.00 美元，以美元支付。股息总额约为 25 亿美元。展望未来，我们将继续根据业务基本面、资本要求等因素，每年重新审视并决定股息金额。

就普通股持有人而言，为符合资格获取股息，所有有效的股份转让文件连同相关股票必须不迟于香港时间 2023 年 12 月 21 日下午 4 时 30 分送交本公司的香港股份过户登记分处香港中央证券登记有限公司，地址为香港湾仔皇后大道东 183 号合和中心 17 楼 1712-1716 号铺。普通股持有人的支付日期预计为 2024 年 1 月 11 日或前后，而美国存托股持有人的支付日期预计为 2024 年 1 月 18 日或前后。

此外，在截至 2023 年 9 月 30 日止季度中，我们根据本公司的股份回购计划，以约 17 亿美元回购约 1,860 万股美国存托股（相等于 1.484 亿股普通股）。截至 2023 年 9 月 30 日，我们流通的普通股为约 203 亿股（相等于 25 亿股美国存托股），较上季度减少 1.389 亿股普通股（相等于约 1,740 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 146 亿美元回购额度，有效期至 2025 年 3 月。

###

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、工作和生活于阿里巴巴，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