



即时发布

阿里巴巴集团 2024 年 6 月份季度业绩

中国杭州，2024 年 8 月 15 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 2024 年 6 月 30 日止季度（“本季度”或“6 月份季度”）业绩。

阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭说：“本季度业绩表明我们的战略奏效。我们专注于通过好货好价好服务以提升用户体验，带动淘天集团稳定市场份额，业务重回增长轨道。云计算业务收入实现积极增长势头，这得益于公共云和人工智能相关产品的采用量提升，我们将持续投入以保持市场领先地位。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“本季度，我们持续投入以推动核心业务增长，其他业务通过提升运营效率实现减亏。我们保持良好的利润率，并实现稳定的经调整 EBITA。我们已回购 58 亿美元股份，力度超越过去数季，为股东创造丰厚的回报，当中包括在发行可转换票据时回购股份。这一交易突显我们对业务前景充满信心。”

业绩概要

截至 2024 年 6 月 30 日止季度：

- 收入为人民币 2,432.36 亿元（334.70 亿美元），同比增长 4%。
- 经营利润为人民币 359.89 亿元（49.52 亿美元），同比下降 15%或人民币 65.01 亿元，主要是由于下述“6 月份季度其他财务业绩”所指的去年同期股权激励相关费用拨回人民币 69.01 亿元所致。我们未把非现金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）同比下降 1%至人民币 450.35 亿元（61.97 亿美元）。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 242.69 亿元（33.40 亿美元）。净利润为人民币 240.22 亿元（33.06 亿美元），同比下降 27%，主要是由于经营利润下降以及我们的投资减值增加所致，部分被我们所持有的股权投资按市值计价的变动所抵销。截至 2024 年 6 月 30 日止季度，非公认会计准则净利润为人民币 406.91 亿元（55.99 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 449.22 亿元下降 9%。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 9.89 元（1.36 美元）及摊薄每股收益为人民币 1.24 元（0.17 美元或 1.36 港元）。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 16.44 元（2.26 美元），同比下降 5%及非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 2.05 元（0.28 美元或 2.25 港元），同比下降 5%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 336.36 亿元（46.28 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 453.06 亿元下降 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 173.72 亿元（23.90 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 390.89 亿元下降 56%。自由现金流同比下降主要反映了我们对阿里云基础设施投入相关的支出增加以及我们计划减少直营业务等因素而导致的其他营运资金变动。

上述公认会计准则财务指标与非公认会计准则指标之间的调节见本业绩公告下文。

业务及战略进展

淘天集团

我们对具价格竞争力的商品、客户服务、会员体系权益和技术等战略举措加大投入，旨在提升用户体验。这些举措带来更高的消费者留存率和购买频次，以及对整体购物体验的积极反馈。

我们通过例如推荐和匹配算法等技术上的投入，以及通过由多元化供应商提供更多有价格竞争力的供给，改善了产品与用户需求的匹配度，提升了用户流量转化为购买力。今年4月，我们推出一款新的AI驱动的全平台市场营销工具“全站推广”，具备自动出价、优化目标人群定位和效果看板可视化功能。该新产品旨在提高商家市场营销投入及改善其市场营销效率，我们看到使用此产品的商家数稳步提升。

本季度，我们实现线上GMV同比高单位数增长和订单量同比双位数增长，由购买人数和购买频次的增长所带动。尤其是，我们成功举办了淘宝天猫618购物节，其线上GMV同比实现强劲增长，受惠于我们实施更多便利用户的促销机制，以及加强了我們作为具备价格竞争力的综合性购物平台的消费者心智。

本季度，88VIP会员数量持续同比双位数增长，超过4,200万。我们致力通过提升会员权益和服务，提升88VIP会员订阅量及提高其购买意愿，从而扩大我们的高端消费者数量。

云智能集团

截至2024年6月30日止季度，云智能集团收入为人民币265.49亿元（36.53亿美元），同比增长6%。

本季度，整体收入（不计来自阿里巴巴并表业务的收入）同比增长超过6%，由公共云业务的双位数增长和AI相关产品的采用量提升所带动。AI相关产品收入持续录得三位数同比增长。我们将继续对客户和技术进行投入，尤其是在AI基建方面，以提升AI领域的云采用量，并维持市场领先地位。

阿里云已获明确认可为中国首选的用于AI训练和应用的云服务提供商。根据Gartner®最近发布的2024年《Magic Quadrant™ for Data Science and Machine Learning Platforms》报告，阿里云是在全球同业中唯一获提及来自亚洲的云服务提供者。

我们坚持开源发展的承诺，让通义千问第二代开源模型获得全球开发者的广泛认可。通义千问第二代开源模型在推理、代码生成和数学等领域展现显著的性能提升，同时增强安全功能，扩展至支持27种语言。使用阿里云AI平台（百炼）的付费用户数量环比增长超过200%。

2024年巴黎奥运会上，阿里云的技术通过云基础设施实现远程视频制作和传输，在奥运史上首次代替卫星成为主要的传输方式。三分之二的转播商使用阿里云在全球实时传输奥运直播信号，覆盖数十亿观众。阿里云还支持转播商使用由奥林匹克广播服务公司（OBS）制作的超过11,000小时的视频内容。此外，这是首届广泛使用AI的奥运会，阿里云的AI技术部署在14个奥运场馆中，以实现即时生成的360度高保真回放。

阿里国际数字商业集团（AIDC）

截至2024年6月30日止季度，AIDC收入同比增长32%至人民币292.93亿元（40.31亿美元）。强劲表现是由跨境业务增长所带动，尤其是速卖通Choice业务。本季度，速卖通和Trendyol平台加大对欧洲和海湾地区等特定市场的投入，以提升消费者心智。此外，我们继续专注于提高运营及投资效率。

速卖通平台扩大其供应商范围，现已包括本地商家，以丰富其产品供应及更好满足本地消费者需求。本季度，速卖通与巴西领先零售商 Magazine Luiza（“Magalu”）建立合作关系，Magalu 将在速卖通上开设和运营门店，反之亦然。此外，本季度，Choice 业务的单位经济效益环比显著改善。

菜鸟集团（“菜鸟”）

截至 2024 年 6 月 30 日止季度，菜鸟收入同比增长 16% 至人民币 268.11 亿元（36.89 亿美元），主要由跨境物流履约解决方案收入增长所带动。

随着菜鸟通过发展高度数字化的全球物流网络，执行其加强端到端能力的策略，我们持续推动菜鸟与跨境电商业务的协同效应。

本地生活集团

截至 2024 年 6 月 30 日止季度，本地生活集团收入同比增长 12% 至人民币 162.29 亿元（22.33 亿美元），由高德和饿了么订单增长，以及市场营销服务收入增长所带动。本季度，受惠于运营效率改善和业务规模提升，本地生活集团亏损同比大幅收窄。

大文娱集团

截至 2024 年 6 月 30 日止季度，大文娱集团的收入为人民币 55.81 亿元（7.68 亿美元），同比增长 4%，主要由其演出赛事线上票务平台的 GMV 及收入增长所带动。

环境、社会及管治（ESG）更新

我们于 7 月发布《2024 阿里巴巴环境、社会和治理（ESG）报告》。本报告围绕我们的 ESG 核心战略维度提供最新资讯，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。

股份回购

截至 2024 年 6 月 30 日止季度期间，我们以 58 亿美元的总价回购总计 6.13 亿股普通股（相当于 7,700 万股美国存托股），包括我们于 2024 年 5 月 23 日可转换票据发行同时透过非公开市场交易回购的约 12 亿美元的美国存托股。

截至 2024 年 6 月 30 日止，我们流通的普通股为 190.24 亿股（相当于 23.78 亿股美国存托股）。相比于 2024 年 3 月 31 日，净减少了 4.45 亿股普通股，净减少比例为 2.3%（已考虑我们在股权激励计划下发行的股份后）。

###

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

颜茜
阿里巴巴集团
电话: +852 9012 5806
电邮: cathy.yan@alibaba-inc.com