

即時發佈

## 阿里巴巴集團 2023 年 12 月份季度業績

中國杭州，2024 年 2 月 7 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 12 月 31 日止季度（「本季度」或「12 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘說：「在戰略聚焦之下，我們收穫了一個穩健的季度。集團最高優先級是讓電商和雲計算兩大核心業務重燃增長動力。未來一年，我們將在改善用戶核心體驗上加大投入，以支持淘天集團重拾增長及穩固市場領導地位。我們將聚焦資源開發公共雲產品，以及保持國際商業業務的強勁增長勢頭。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「阿里巴巴集團本季度表現健康，收入同比增長 5%。依託強勁的資產負債表和現金流，我們加大了對戰略優先領域的投入，並提升股東回報。我們的董事會批准股份回購計劃增加 250 億美元額度，反映我們對業務和現金流前景的信心。我們持續的股份回購亦有助減少流通股總數，從而提升每股收益及每股現金流。」

### 業績概要

#### 截至 2023 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,603.48 億元（366.69 億美元），同比增長 5%。
- 經營利潤為人民幣 225.11 億元（31.71 億美元），同比下降 36%。同比下降主要是由於高鑫零售的無形資產減值和優酷的商譽減值所致。若不考慮股權激勵費用、無形資產及商譽減值以及其他若干項目，**經調整 EBITA**（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 2%至人民幣 528.43 億元（74.43 億美元）。
- **歸屬於普通股股東的淨利潤**為人民幣 144.33 億元（20.33 億美元）。**淨利潤**為人民幣 107.17 億元（15.09 億美元），同比下降 77%或人民幣 350.29 億元，主要是由於我們所持有的股權投資按市值計價的變動，以及上述提及的減值導致的經營利潤下降所致。若不考慮股權激勵費用、投資的收益（損失）、無形資產及商譽減值以及其他若干項目，截至 2023 年 12 月 31 日止季度，**非公認會計準則淨利潤**為人民幣 479.51 億元（67.54 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 499.32 億元下降 4%。
- **攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 5.65 元（0.80 美元）及**攤薄每股收益**為人民幣 0.71 元（0.10 美元或 0.78 港元）。**非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 18.97 元（2.67 美元），同比下降 2%及**非公認會計準則攤薄每股收益**為人民幣 2.37 元（0.33 美元或 2.62 港元），同比下降 2%。
- **經營活動產生的現金流量淨額**為人民幣 647.16 億元（91.15 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 873.70 億元同比下降 26%。**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 565.40 億元

(79.63 億美元)，相較 2022 年同期的人民幣 815.14 億元下降 31%。自由現金流的減少是由於資本性支出的增加以及若干一次性因素（包括繳納所得稅的時間性差異和與我們若干業務相關的營運資金變動）所致。

## 業務及戰略進展

### 淘天集團

我們正處於重振淘天集團的過程中，並為未來增長做好準備。我們的增長戰略是用戶為先，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，以及實現科技驅動的創新。我們致力建構一個讓品牌、商家、工廠高效營運的電商生態體系，從而為多層次的中國消費者提供價廉物美的產品和服務。2023 年 12 月，我們委任淘天集團新管理團隊來執行其戰略，並通過技術創新推動業務增長。

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，淘天集團收入為人民幣 1,290.70 億元（181.79 億美元），同比增長 2%。本季度線上 GMV 取得同比健康增長，由交易買家數和訂單量的強勁增長所推動，部分被平均訂單金額下跌所抵銷。在我們的用戶參與及價格競爭力策略下，我們繼續增加互動內容，以及不斷拓展性價比的產品種類。此外，我們也繼續努力吸納更多品牌和商家。本季度，平台商家數繼續錄得同比雙位數增長，並在過去 4 個季度連續保持雙位數增速的趨勢。

在雙 11 全球狂歡季成功舉辦後，本季度後半段訂單量同比雙位數增長。這反映在我們推動價格競爭力的戰略下，平台上的消費者需求和購買意願不斷提升。

另一方面，我們在保留及拓展高端消費者方面取得成功，88VIP 會員數量超過 3,200 萬，繼續實現同比雙位數增長。

### 雲智能集團

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 280.66 億元（39.53 億美元），同比增長 3%。我們通過減少利潤率較低的項目式合約類收入，持續提升收入質量。與此同時，公共雲產品及服務收入健康增長，帶動盈利能力的提升。

近期自主研發產品及技術亮點包括：

- **彈性計算**：2024 年 1 月，阿里雲公佈最新通用計算實例 ECS g8i，整體效能和人工智能（AI）推理能力顯著提升。
- **數據庫**：在 Gartner 2023 年《雲數據庫管理系統魔力象限》報告中，阿里雲連續四年蟬聯領導者地位。

### 阿里國際數字商業集團（AIDC）

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，AIDC 收入同比增長 44% 至人民幣 285.16 億元（40.16 億美元），AIDC 整體訂單同比增長 24%，由 AIDC 所有零售平台的強健增長所帶來強勁表現，尤其是速賣通的跨境業務 *Choice*。在

滿足全球對價廉物美產品日益增長的需求下，我們的跨境業務實現高速的同比增長。為了維持這一增長勢頭，並為客戶提供差異化的服務，我們於本季度加大投入並將持續投資未來的增長。

本季度，速賣通實現超過 60%的訂單同比增長，主要由 **Choice** 所帶動。**Choice** 通過更好的產品選擇、價格和品質，與更快的物流速度和更出色的客戶支持相結合，為消費者提供最佳的體驗。2024 年 1 月，**Choice** 訂單約佔速賣通總訂單量的一半，持續實現訂單高速增長。

本季度，**Trendyol** 繼續錄得強勁的雙位數訂單增長。在保持土耳其領先的電商地位的同時，**Trendyol** 通過其豐富的商品供給和快速可靠的物流體驗，進一步將業務擴展至中東地區。

**Lazada** 繼續專注於提升運營效率。隨著變現率進一步提升以及物流成本降低，本季度 **Lazada** 每單虧損同比持續收窄。

## 菜鳥集團（「菜鳥」）

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，菜鳥收入同比增長 24%至人民幣 284.76 億元（40.11 億美元），主要由跨境物流履約解決方案收入所帶動。

菜鳥持續推進打造全球智能物流網絡的策略，於頭程攬收、幹線運輸、通關、分揀和最後一公里配送上強化其綜合端到端能力。為支持跨境業務發展，隨著端到端能力的升級，菜鳥進一步拓展全球 5 日達優質物流服務的範圍，本季度新增兩個國家。全球 5 日達優質物流服務的訂單量實現強勁的環比三位數增長。

## 本地生活集團

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，本地生活集團收入同比增長 13%至人民幣 151.60 億元（21.35 億美元），由餓了麼的健康增長和高德的高速增長所帶動。本季度，本地生活集團訂單同比增長超過 20%。截至 2023 年 12 月 31 日止的 12 個月，本地生活集團年度活躍消費者達到超過 3.9 億，其年度購買頻次同比強勁增長。本季度，在業務規模和效率提升的帶動下，該集團虧損繼續收窄。

## 大文娛集團

截至 2023 年 12 月 31 日止季度，大文娛集團的收入為人民幣 50.40 億元（7.10 億美元），同比增長 18%，主要由阿里影業線下娛樂業務的強勁收入增長所帶動。本季度，阿里影業旗下子公司大麥通過為中國幾乎所有大型演唱會提供服務，鞏固其行業領先地位，帶動 GMV 同比高速增長。本季度，阿里影業電影分部參與制作及宣發的電影總票房，佔中國總票房超過一半。

## 環境、社會及管治（ESG）更新

### *推進碳中和進程*

我們持續加快自身的清潔能源轉型。2023 年 11 月，彭博新能源財經發佈《2023 中國企業綠電交易排行榜》。阿里巴巴集團以 1,610 吉瓦時綠電交易量，首次成為全國綠電採購的榜首。

2023年11月，阿里巴巴集團加入由超過200家企業組成的世界可持續發展工商理事會（WBCSD），成為首家入會的亞洲互聯網科技企業，支持WBCSD推動全球價值鏈的可持續轉型。在COP28期間，阿里巴巴集團通過推廣《「避免排放」的核算與報告指南》，與WBCSD及其他企業成員共同推動範圍3+減碳行動。

### 上調股份回購計劃

如早前宣佈，截至2023年12月31日止季度，我們以總額29億美元回購總計2.927億股普通股（相等於3,660萬股美國存託股）；於2023年自然年，以總額95億美元回購總計8.979億股普通股（相等於1.122億股美國存託股）。截至2023年12月31日，我們流通的普通股為200億股（相等於25億股美國存託股）。在2023年自然年，已考慮員工持股計劃下發行的股份後，我們的股份回購計劃使流通股淨減少3.3%。

我們的董事會已批准將股份回購計劃增加250億美元，有效期至2027年3月底。上調規模後，未來三個財年我們仍有353億美元股份回購額度。我們將於每個季度結束後，及時向投資者匯報我們最新的股份回購情況，下一次更新預計將於4月初發佈。

###

### **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](mailto:andrew.yeung@alibaba-inc.com)

顏茜

阿里巴巴集團

電話：+852 9012 5806

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