

即時發佈

阿里巴巴集團公佈 2023 年 6 月份季度業績

中國杭州，2023 年 8 月 10 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 6 月 30 日止季度（「本季度」或「6 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇說：「隨着我們持續推進架構重組，各項業務開始展現出新的活力，阿里巴巴也收穫了一個業績穩健的季度。通過自我變革，我們希望鼓勵創新、激發組織活力，並賦能各業務聚焦於長期增長。我們期待變革對業務持續產生積極影響，包括競爭力不斷增強、持續增長，以及為股東創造價值。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「由於蓬勃的業務勢頭以及各業務對運營效率的關注，我們在過去一個季度取得了強勁的財務表現。受惠於各分部業務得到改善，收入與經調整 EBITA 分別同比增長 14% 及 32%。得益於持續產生的強大自由現金流，本季度我們回購了價值 31 億美元的美國存託股。強大的自由現金流與資產負債表，令我們在強化競爭力與把握新機遇上處於絕佳位置。」

業績概要

截至 2023 年 6 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,341.56 億元（322.92 億美元），同比增長 14%。
- 經營利潤為人民幣 424.90 億元（58.60 億美元），同比增長 70%。若不考慮下述「6 月份季度其他財務業績」所指的股權激勵費用撥回人民幣 69.01 億元（9.52 億美元），經營利潤將同比增加 43%。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 32% 至人民幣 453.71 億元（62.57 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 343.32 億元（47.35 億美元），淨利潤為人民幣 330.00 億元（45.51 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 449.22 億元（61.95 億美元），同比增長 48%，主要由於經調整 EBITA 增加及權益法核算的投資損益增加所致。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 13.30 元（1.83 美元）及攤薄每股收益為人民幣 1.66 元（0.23 美元或 1.80 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 17.37 元（2.40 美元），同比增長 48% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.17 元（0.30 美元或 2.35 港元），同比增長 48%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 453.06 億元（62.48 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 338.69 億元增長 34%。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 390.89 億元（53.91 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 221.73 億元增長 76%。

業務及戰略進展

自截至 2023 年 6 月 30 日止季度起，我們採用新的組織和治理架構，在該架構下，我們作為控股公司持有六大業務集團和其他業務公司，各業務在運營上均具有高度獨立性（「架構重組」）。六大業務集團分別是：

- 淘天集團，包括淘寶、天貓、閑魚、1688.com 和其他業務；
- 阿里國際數字商業集團，包括 Lazada、速賣通、Trendyol、Alibaba.com 和其他業務；
- 本地生活集團，主要包括「到家」業務餓了麼和「到目的地」業務高德；
- 菜鳥集團；
- 雲智能集團，包括阿里雲、釘釘和其他業務；和
- 大文娛集團，包括優酷、大麥網和阿里影業。

我們的其他業務包括高鑫零售、盒馬、阿里健康、靈犀互娛、銀泰、智能信息（主要包括 UC 優視和夸克業務）、飛豬和其他業務。我們的分部報告已作出更新，以反映我們的首席經營決策者如何在新架構下審閱業務信息。

淘天集團

淘天集團的策略是：用戶為先、生態繁榮、科技驅動。隨著我們將用戶心智打造為服務最龐大用戶群體的一站式消費和日常生活所需目的地，淘寶 app 是上述策略的核心。2024 財年，我們持續專注於優化淘寶 app 的消費者價值定位，包括（1）通過增加媒體內容，以增強消費者互動，（2）通過有效的定位和推出新的營銷功能，強化價格競爭力，（3）通過我們的近場零售業務，滿足消費者對高頻日常必需品的時效性需求。

截至 2023 年 6 月 30 日止單月，淘寶 app 日均活躍用戶（DAU）同比增長 6.5%，受惠於有效的用戶獲取計劃和本季度淘寶 app 用戶留存率上升。重要的是，用戶獲取和留存率的提升支持 618 購物節取得成功，其訂單量和平均訂單金額實現穩健增長。618 購物節期間，來自更廣泛消費群體的購買需求不斷增加，包括 88VIP 會員。於購物節期間，88VIP 會員的消費金額實現雙位數增長，付費訂閱會員數也錄得強勁增長。618 購物節得到現有及新晉商家的大力支持，提供品類豐富、具價格競爭力的商品，而創作者也推出新的互動內容。

閑魚作為一個興趣社區和市場平台，於 2023 年 6 月 30 日止季度持續強勁增長，DAU 同比上升 18%。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。

阿里國際數字商業集團

阿里國際數字商業集團（AIDC）經營多個零售和批發平台，支持品牌、商家和中小企業通過廣泛的商品選擇和差異化的客戶體驗來服務全球買家和消費者。於 6 月份季度，在各主要零售平台的穩健表現帶動下，AIDC 零售商業整體訂單同比增長約 25%。

在交易用戶增長和消費體驗提升的推動下，速賣通實現強勁的訂單增長。本季度，速賣通 Choice 通過在重點國家優化供應鏈和包裹集運，持續以價格競爭力和更優服務水準來提升消費者體驗。這些便捷服務提升消費者體驗，並顯著提高速賣通的用戶留存率和購買頻率。

Lazada 本季度錄得雙位數的訂單同比增長。**Lazada** 為商家提供了更多增值服務，以此持續提高變現率。受惠於變現率及運營效率的提升，**Lazada** 單位經濟效益較去年同期繼續改善。

Trendyol 持續錄得強勁的訂單增長，受惠於其電商業務和本地生活服務業務增長。通過強勁的收入增長和運營效率的持續提升，本季度 **Trendyol** 經營業績首次實現正數。

本地生活集團

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，本地生活集團收入同比增長 30% 至人民幣 144.50 億元（19.93 億美元），由餓了麼和高德業務的強勁收入增長所帶動。本季度，本地生活集團訂單增長同比超過 35%。截至 2023 年 6 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，受惠於用戶獲取及留存更加高效，以及用戶需求增加。本季度，在整體業務規模和效率提升的帶動下，該分部虧損繼續收窄。

到家

本季度，餓了麼 GMV 實現同比增長，主要受惠於消費者需求改善、活躍商家數量增加以及配送能力提升所帶來的強勁訂單增長。餓了麼持續專注於非餐飲品類中多元化的優質商品供應。本季度，餓了麼通過引入蘋果授權專營店和蘇寧易購線下門店，增加消費電子產品的供應。截至 2023 年 6 月 30 日止季度，餓了麼每筆訂單的單位經濟效益持續錄得正數，以及訂單密度持續提升，因此餓了麼的虧損同比持續收窄。

到目的地

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，高德的訂單增長同比快速提升，這是由於高德作為綜合性「到目的地」服務平台的新定位和附加能力，以及出行和旅行需求的強勁復蘇所致。2023 年 5 月勞動節假期期間，受惠於中國經濟帶動旅遊需求強勁復蘇，高德的日活躍用戶峰值超過 2 億，與過往勞動節假期相比創下新高。

菜鳥集團

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，菜鳥的收入同比增長 34% 至人民幣 231.64 億元（31.94 億美元），主要受國際物流履約解決方案服務以及國內消費者物流服務的收入增加所帶動。收入增長的貢獻來自外部客戶以及阿里巴巴的併表業務。

菜鳥擁有規模化的全球端到端物流網絡，利用其自研技術優化頭程攬收、幹線運輸、海外分撥和最後一公里配送的效率。本季度，為支持速賣通 **Choice** 的商家，菜鳥提供成本更低和配送更快的服務，包括近期推出的「全球五日達」旗艦服務。2023 年 6 月，菜鳥有三個新的國際分揀中心投入服務，投入運營的海外分揀中心總數達 18 個。

在中國，菜鳥繼續拓展其增值服務以提升消費者體驗。本季度，菜鳥在重點城市優先發展履約服務，提供「半日達」和「次日達」。消費者可以享受保障時效的送貨上門服務。

雲智能集團

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，雲智能集團的總收入（包括來自我們生態體系內外客戶的收入）為人民幣 251.23 億元（34.65 億美元），同比增長 4%。

阿里雲

從產品角度出發，本季度阿里雲收入的同比增長（不計來自阿里巴巴併表業務的收入），由存儲、網絡、人工智

能（AI）計算相關產品所帶動，部分被內容分發網絡需求同比恢復常態化所抵銷。從客戶群體的角度出發，其增長是由金融服務、教育、電力和汽車行業收入所驅動，部分增長被我們主動管理項目式雲服務收入的舉措所抵銷。

阿里雲始終致力於雲計算、大數據和 AI 的核心技術研發，以及推動客戶採用雲計算和 AI 服務。隨著 AI 生成內容的快速發展，本季度我們在模型社區建設、大語言模型研發，以及支持行業發展等方面取得以下進展：

- **AI 社區**：我們的開源平台魔搭（ModelScope）提供大量機器學習和深度學習的模型、工具和服務，截至 2023 年 7 月已託管逾 1,000 個 AI 模型，累計模型下載量超過 4,500 萬次。該平台為中國領先的開源模型資源線上社區之一，讓開發者利用阿里雲的 AI 計算能力來訓練和實驗模型。
- **生成式 AI**：阿里雲已為生成式 AI 模型發佈一系列新功能。自「通義千問」於 2023 年 4 月發佈後，阿里雲升級其音頻轉寫平台「聽悟」，為其配備 AI 驅動的會議分析能力。於 7 月份，阿里雲推出生成式 AI 文生圖模型「通義萬相」。
- **AI for Science**：本季度，復旦大學與阿里雲聯合發佈中國最大的面向高校的雲上科研智算平台之一，阿里雲利用其 AI 基礎設施和服務支持科學研究，以提高效率及降低成本，並促進大語言模型在科學研究上的發展和採用。

此外，於 2023 年 6 月，Forrester 發佈 2023 年第二季度 FaaS 平台報告（The Forrester Wave™: Functions-As-A-Service Platforms, Q2 2023）。阿里雲憑藉「函數計算」的產品能力，在 40 項評分標準中有 26 項獲得最高分，並入選全球服務供應商的「領先者」象限。

釘釘

釘釘是我們的智能協作辦公及應用程式開發平台，為現代企業和機構提供新的工作、分享和協作方式。本季度，釘釘接入「通義千問」的能力，並向企業客戶開放測試。釘釘將進一步幫助客戶和生態體系合作夥伴釋放 AI 能力的潛力。

大文娛集團

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，大文娛集團的收入為人民幣 53.81 億元（7.42 億美元），反映線上娛樂業務的增長及線下娛樂業務的強勁復蘇。

本季度，優酷總訂閱收入同比增長 5%，主要受到每用戶平均收入增長以及優質原創內容的帶動。本季度，於中國線上視頻平台播出的所有電視劇中，優酷在中國獨家播出的《長月燼明》收視率排名第一。

大麥網作為中國領先的演出賽事線上票務平台，受線下娛樂活動的需求增長所帶動，收入強勁復蘇，與去年同期相比增長迅速。

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，由於推出多部賣座電影以及中國票房需求強勁，阿里影業的電影及線上平台業務收入同比強勁增長。由阿里影業擔任聯合製片人、主要發行方和宣傳方的電影《消失的她》，榮登本季度中國票房榜首。

環境、社會及管治 (ESG) 更新

我們於 7 月發佈《2023 阿里巴巴環境、社會和治理 (ESG) 報告》。本報告圍繞我們的 ESG 七大核心戰略維度提供最新信息，包括在碳中和承諾等關鍵領域上的進展和表現。報告完整版本已上載我們的官方網站。

2023 財年，我們穩步降低自身運營的溫室氣體排放量（範圍 1 和 2）和價值鏈排放強度（範圍 3）。我們亦在商業生態減排上取得顯著進展，總計推動減排 2,290.7 萬噸（二氧化碳當量），大約相當於 100 萬戶中國家庭的年均溫室氣體排放量總和。我們的「低碳友好商品體系」匯聚來自 409 個品牌的 191 萬種產品。累計有 1.87 億消費者通過我們的 88 碳帳戶平台共同參與我們的範圍 3+ 減排。

股份回購

截至 2023 年 6 月 30 日止季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以 31 億美元回購了 3,560 萬股美國存託股（相等於 2.844 億股普通股）。截至 2023 年 6 月 30 日，我們流通的普通股為 204 億股（相等於 25 億股美國存託股），較上季度減少 1.368 億股普通股（相等於 1,710 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 163 億美元回購額度，有效期至 2025 年 3 月。

其他更新

螞蟻集團股份回購

2023 年 7 月，本公司收到螞蟻集團召開股東大會的通知，以批准（除其他事項外）向其全體股東回購不超過 7.6% 螞蟻集團股份的議案，回購價格反映螞蟻集團股權價值為人民幣 5,671 億元。此次回購的股份將用作螞蟻集團的員工激勵計劃。鑑於螞蟻集團繼續為我們若干業務的重要戰略夥伴，我們已決定並於 2023 年 7 月 23 日公佈，不在此次擬議回購中向螞蟻集團出售任何股份。截至本業績公告發佈日，該等交易尚待完成。

委任獨立審計師

經我們的審計委員會和董事會批准，我們已委聘普華永道中天會計師事務所（特殊普通合伙）和羅兵咸永道會計師事務所為截至 2024 年 3 月 31 日止財年的審計師，分別負責美國財務報告和香港財務報告。此前，負責我們美國財務報告和香港財務報告的審計師為羅兵咸永道會計師事務所。

###

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