即時發佈

阿里巴巴集團公佈 2026 年 9 月份季度業績及
截至 2026 年 9 月 30 日止六個月中期業績

中國香港，2026 年 11 月 19 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 2026 年 9 月 30 日止季度及六個月業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘表示：「我們全棧 AI 能力持續提升商業化水平，推動本季度表現強勁。阿里雲外部經常性收入增速提升至 67%，帶動整體雲收入加速增長，盈利能力顯著改善。AI 相關產品收入連續第十三個季度實現三位數同比增長。我們近期公佈了涵蓋自研芯片、超節點架構、智能體原生雲基礎設施、AI 模型及智能體的全面升級。其中，平頭哥發佈了新一代 AI 芯片真武 V900。我們的消費業務阿里電商集團盈利顯著增長，即時零售市場份額穩定且持續同比大幅減虧，我們將繼續把技術創新融入全棧 AI 體系，以滿足各行業強勁且多元的 AI 需求。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏表示：「本季度，憑藉對 AI+雲增長及阿里電商集團盈利可持續性的戰略聚焦，我們的業務在收入和利潤兩方面均實現強勁增長。雲分部收入增長持續提速，高質量收益進一步驅動 EBITA 利潤率升至 14.5%。電商分部 EBITA 顯著增長，得益於即時零售單位經濟效益改善和遠場電商業務穩健增長。隨著 AI 商業化不斷深入，我們會繼續審慎根據市場情況投入 AI 建設，注重提升資本回報率，並致力於盡早實現自由現金流轉正。」

業績概要

截至 2026 年 9 月 30 日止季度：

- **收入**為人民幣 2,715.19 億元（404.98 億美元），同比增長 10%。
- **AI 雲與算力服務收入**同比增長 53%。外部客戶收入同比增長 64%，主要歸因於外部客戶經常性收入（不包括算力設備解決方案收入）增長 67%，這在很大程度上是由 AI 相關產品採用量的提升所帶動。
- **客戶管理收入**同比下降 5%。若不考慮新營銷發展計劃所產生的視作收入沖減項影響，同口徑客戶管理收入同比增長將為 1%。
- **經營利潤**為人民幣 291.16 億元（43.43 億美元），同比增長 443%，主要是由於經調整 EBITA 的增加。**經調整 EBITA**（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 260%至人民幣 326.36 億元（48.68 億美元），主要歸因於淘寶閃購和雲業務的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升，部分被我們對科技投入的增加所抵銷。
- **歸屬於普通股股東的淨利潤**為人民幣 645.35 億元（96.26 億美元）。**淨利潤**為人民幣 644.20 億元（96.08 億美元），同比增長 213%，主要歸因於投資淨收益及經營利潤的增加。截至 2026 年 9 月 30 日止季度，**非公認會計準則淨利潤**為人民幣 199.09 億元（29.69 億美元），相較 2025 年同期的人民幣 103.52 億元增長 92%。
- **攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 25.94 元（3.87 美元）。**攤薄每股收益**為人民幣 3.24 元（0.48 美元或

3.78 港元）。 **非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 8.10 元（1.21 美元），同比增長 86%。 **非公認會計準則攤薄每股收益**為人民幣 1.01 元（0.15 美元或 1.18 港元），同比增長 86%。

- **經營活動產生的現金流量淨額**為人民幣 156.90 億元（23.40 億美元），相較 2025 年同期的人民幣 100.99 億元增長 55%。 **自由現金流**（一項非公認會計準則財務流動性指標）為淨流出人民幣 344.72 億元（51.42 億美元），2025 年同期為淨流出人民幣 218.40 億元。自由現金流的下降主要歸因於我們的雲基礎設施支出增加，部分被淘寶閃購虧損減少以及我們雲服務的客戶預付款增加所抵銷。 於 2026 年 9 月 30 日，我們的現金及其他流動投資[(1)]為人民幣 4,879.29 億元（727.76 億美元）。

<u>截至 **2026** 年 **9** 月 **30** 日止六個月：</u>

- **收入**為人民幣 5,404.72 億元（806.13 億美元），同比增長 9%。

- **AI 雲與算力服務收入**同比增長 49%。外部客戶收入同比增長 56%，主要歸因於外部客戶經常性收入（不包括算力設備解決方案收入）增長 54%，這在很大程度上是由 AI 相關產品採用量的提升所帶動。

- **客戶管理收入**同比下降 6%。若不考慮新營銷發展計劃所產生的視作收入沖減項影響，同口徑客戶管理收入同比增長將為 1%。

- **經營利潤**為人民幣 442.77 億元（66.04 億美元），同比增長 10%，主要是由於經調整 EBITA 的增加所致，部分被商譽減值的增加以及本年度計提的準備金[(2)]所抵銷。**經調整 EBITA**（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 25%至人民幣 599.65 億元（89.44 億美元），主要歸因於淘寶閃購和雲業務的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升，部分被我們對科技投入的增加所抵銷。

- **歸屬於普通股股東的淨利潤**為人民幣 750.72 億元（111.97 億美元）。 **淨利潤**為人民幣 748.64 億元（111.66 億美元），同比增長 19%，主要歸因於投資淨收益及經營利潤的增加。 **非公認會計準則淨利潤**為人民幣 406.24 億元（60.59 億美元），相較 2025 年同期的人民幣 438.62 億元下降 7%。

- **攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 29.91 元（4.46 美元）。 **攤薄每股收益**為人民幣 3.74 元（0.56 美元或 4.36 港元）。 **非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益**為人民幣 16.62 元（2.48 美元），同比下降 13%。 **非公認會計準則攤薄每股收益**為人民幣 2.08 元（0.31 美元或 2.42 港元），同比下降 13%。

- **經營活動產生的現金流量淨額**為人民幣 386.35 億元（57.63 億美元），相較 2025 年同期的人民幣 307.71 億元增長 26%。 **自由現金流**（一項非公認會計準則財務流動性指標）為淨流出人民幣 791.42 億元（118.04 億美元），2025 年同期則為淨流出人民幣 406.55 億元。 自由現金流的下降主要歸因於我們的雲基礎設施支出增加，部分被淘寶閃購虧損減少以及我們雲服務的客戶預付款增加所抵銷。 於 2026 年 9 月 30 日，我們的現金及其他流動投資[(1)]為人民幣 4,879.29 億元（727.76 億美元）。

上述公認會計準則財務指標與非公認會計準則指標之間的調節見本業績公告下文。

---

(1) 現金及其他流動投資為現金及現金等價物、短期投資和包括在合併資產負債表上的股權證券和其他投資中的其他理財投資，且在提取及使用上不受限制的金額。

(2) 有關更多資料，請參見「截至 9 月份止六個月其他財務業績」。

業務及戰略進展

阿里巴巴電商集團

本季度，我們保持收入穩定，其中客戶管理收入同比下降 5%；若不考慮營銷發展計劃所產生的視作收入沖減項的影響，同口徑客戶管理收入同比增長為 1%。本季度，阿里巴巴電商集團經調整 EBITA 實現同比 243%的增長，主要得益於中國即時零售業務大幅減虧。另外，中國電商業務經營利潤保持穩定、全球批發業務增長強勁，以及國際電商業務減虧。

我們持續推進戰略重點，釋放境內與跨境電商業務之間的顯著協同，並深化 AI 能力與電商平台相結合。近期進展包括整合國內與國際批發業務的管理，並於 10 月推出一款由我們 AI 智能體能力驅動的面向商家的 AI 產品千問辦公電商版。

千問辦公電商版已整合至我們的一站式 AI 智能體平台千問辦公，旨在實現商家工作全流程的自動化，涵蓋店鋪運營、業務分析、營銷和客服。憑藉我們現有的商家工具，它可直接連接淘寶與天貓的數據，並將進一步支持其他平台的數據接入，實現更無縫的跨平台運營。此外，憑藉千問系列模型先進的多模態能力，我們能夠更好地理解複雜的消費者需求，並結合基於知識的推理提供更相關的產品推薦。這些能力的提升帶動泛知識查詢顯著增長，創造更多機會識別消費者潛在需求、促進商品發現，並推動銷售轉化。

中國即時零售業務方面，淘寶閃購在維持市場份額的同時，單位經濟效益環比持續改善。這反映筆單價提升，我們通過進一步改善訂單結構，拓展高筆單價的餐飲和非餐品類。另外，盒馬線上與線下渠道均保持強勁增長，得益於與淘寶閃購深化合作，以及拓展多業態門店網絡，為不同客群提供差異化的產品。

我們購買力最高的消費群體 88VIP 會員的數量持續同比雙位數增長，截至 2026 年 9 月 30 日約為 6,600 萬。新 88VIP 會員（定義為在過去一年內成為 88VIP 的用戶）在今年雙 11 大促期間 ARPU 同比上升顯著。面向我們最重要的客戶，我們將通過提升價值定位，繼續專注於提高 88VIP 會員的規模和留存。

閑魚是中國領先的 C2C 社區和閒置物品交易平台。閑魚通過提供各種 AI 驅動的能力，包括智能定價、生成產品描述、目標買家識別，以及幫賣託管，幫助個人用戶和小商家實現更便捷的買賣交易。本季度，閑魚業務持續強勁增長，日活躍用戶同比增長 23%，支付訂單同比增長 29%。

AI 雲與算力服務

截至 2026 年 9 月 30 日止季度，AI 雲與算力服務收入為人民幣 609.73 億元（90.94 億美元），同比增長 53%。外部客戶收入同比增長加速至 64%。外部客戶經常性收入（剔除算力設備解決方案收入），同比增長亦達到 67%。其中，AI 相關產品收入保持強勁勢頭，達 179.18 億元人民幣（26.73 億美元），實現連續第十三個季度的三位數同比增長。強勁增長反映了市場對我們 AI+雲服務的廣泛需求，除 AI 實驗室的訓練和推理工作負載外，互聯網、汽車、具身智能、金融服務及生物科技等行業客戶亦迅速擴大使用我們雲服務的規模，支持其創新和業務增長。

雲

阿里雲持續增強行業領先的全棧 AI 能力，並在 9 月的雲棲大會上公佈涵蓋自研芯片、超節點架構、智能體原生雲基礎設施、AI 模型和智能體的全面升級。我們協同設計的全棧能力提升加速企業使用，以及與核心業務工作流程更深度的融合，讓我們能夠把握各行業日益多元化需求帶來的商業化機遇。

我們賦能企業級 AI 落地的能力得到高度認可——Gartner®發佈《2026 年戰略雲平台服務魔力象限™》，全面評估雲服務商在企業雲全生命週期的支持能力，阿里雲獲評為最高象限的領導者，成為亞太地區首家且唯一獲此殊榮的服務商。

芯片設計 — 平頭哥半導體（「平頭哥」）

平頭哥通過快速升級其自研芯片和軟件產品組合，進一步夯實支撐我們 AI 能力的基礎設施底座。

在 9 月的雲棲大會上，我們發佈下一代訓推一體 AI 芯片——真武 V900，計劃於 2027 年第一季度上市。真武 V900 基於我們自研的並行計算架構，相較上一代真武 M890 實現顯著的性能提升。我們還開源了真武芯片的軟件棧——平頭哥 SAIL，以簡化應用遷移、推廣開發者使用，並加強與主流 AI 框架的兼容性。

此外，我們於 8 月推出真武 M890 超節點實例，標誌著中國首個能支持超過兩萬億參數模型推理的超節點架構問世。在雲棲大會上，我們還展示了下一代超節點產品，該產品集成真武 V900 與其他自研的互聯、網絡及存儲芯片，計劃於 2027 年第一季度推出。

AI 實驗室與應用

模型

我們持續升級全棧模型產品組合，聚焦於基礎模型，同時提升視頻、語音、圖像及音樂等模型能力，展現我們行業領先與快速迭代的能力。

近期，我們發佈了 Qwen4-Max，該模型基於全新的混合專家架構，擁有 2.4 萬億主幹參數，並具備原生視覺能力。Qwen4-Max 提升了生產力及 Token 使用效率，在製造業、遊戲開發、醫療及前沿科學研究等領域具備更強的長週期任務執行能力。

千問辦公

我們的智能體平台千問辦公持續在各大行業獲得廣泛採用，這得益於其企業級能力的不斷增強。在 9 月的雲棲大會上，我們推出企業上下文，該解決方案能持續整理並更新企業文檔、會議紀要及內部溝通中的企業信息與知識。它讓 AI 智能體基於企業信息，組織知識和工作流程執行任務。

千問 App

依託阿里巴巴生態體系及第三方合作，面向個人用戶的千問 app 已在購物、本地服務、出行、工作、學習、個人理財與健康等超過 20 個服務領域提供個性化辦事助手。我們於10月推出千問Go!，一款內嵌於千問 app 的雲端個人智能體。千問Go! 能跨平台自主執行多步驟任務；並能長期保留上下文信息與用戶偏好，從而在日常任務中提供更個性化協助。

所有其他

高德作為到店指南和地圖平台，為用戶提供導航、到目的地服務及網約車在內的一站式服務。在 2026 年 10 月 1 日中國國慶假期首日，高德單日活躍用戶峰值創歷史新高，約 3.7 億。依託「高德掃街榜」——以誠信為本的評分體系，幫助用戶做出消費決策——高德持續強化在餐飲、旅遊景點、應季活動等消費場景中的本地生活心智。

股份回購

截至 2026 年 9 月 30 日止季度，我們以 2.21 億美元的總價回購 1,795 萬股普通股（相當於 224 萬股美國存託股）。這些回購根據我們的股份回購計劃在美國市場進行。

資本性支出

截至 2026 年 9 月 30 日止季度，資本性支出為人民幣 504.77 億元（75.29 億美元），較 2025 年同期的人民幣 315.01 億元增長 60%，由於我們持續投入 AI 基礎設施，以滿足強勁且不斷加速的客戶需求。同比顯著增長主要由於加速擴大算力規模、各類芯片組件價格上漲、預期客戶持續採用 AI 智能體帶動的 CPU 算力增加，以及採購週期波動。

除 AI 實驗室帶來的訓練和推理需求外，我們持續看到來自國內新興創新經濟領域客戶的強勁需求，包括新能源汽車、具身智能和生物科技。規模效應在雲計算中正日益成為關鍵的競爭優勢，為我們帶來編排調度的靈活性、運營效率和成本優勢。今天的基礎設施投入旨在擴大領先的規模優勢，強化供應鏈，並鞏固長期競爭地位。

###

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團是一家聚焦 AI+雲及商業的全球科技公司。我們依托全棧 AI 能力與服務，從應用到算力基礎設施，為消費者及企業客戶提供支持。阿里巴巴 AI 科技以千問大模型及多模態模型系列為基石，為企業級解決方案及消費者平台等各項服務提供智能驅動力。我們的電商業務堅持用戶為先，為商家、品牌、零售商及中小企業提供技術及營銷觸達能力，助力其連接客戶、高效運營。

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

顏茜
阿里巴巴集團
電話：+852 9012 5806
電郵：cathy.yan@alibaba-inc.com