

即時發佈

## 阿里巴巴集團 2024 年 9 月份季度業績

中國杭州，2024 年 11 月 15 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 2024 年 9 月 30 日止季度（「本季度」或「9 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘說：「本季度，淘天業務持續對用戶體驗進行投入，豐富產品供給，以更好服務消費者。我們與科技同業建立長期合作，拓展淘寶和天貓平台上的支付和物流服務，預期對平台整體帶來顯著的增量效應。雲業務較前數個季度加速增長，公共雲產品收入實現雙位數增長，AI 相關產品收入實現三位數增長。我們對核心業務的前景較過往更有信心，並將繼續投入以支持長期增長。其他業務經營效率持續提升，大部分業務持續提升盈利能力或減虧。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「本季度收入增長是由淘天集團有節奏提升變現率所帶動，當中包括基於 GMV 的服務費和商家採用我們的營銷工具全站推廣。與我們的戰略一致，我們持續對核心業務進行投入，並提升運營效率。本季度，我們回購 41 億美元的股份，流通股份較 6 月底進一步淨減少 2.1%，為股東實現更好的收益。」

### 業績概要

#### 截至 2024 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,365.03 億元（337.01 億美元），同比增長 5%。
- 經營利潤為人民幣 352.46 億元（50.23 億美元），同比增長 5%，主要是由於非現金股權激勵費用的減少所致，部分被經調整 EBITA 的下降所抵銷。我們未把非現金股權激勵費用計入非公認會計準則財務指標。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 5% 至人民幣 405.61 億元（57.80 億美元），主要歸因於我們對電商業務的投入增加所致，部分被收入增長和運營效率提升所抵銷。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 438.74 億元（62.52 億美元）。淨利潤為人民幣 435.47 億元（62.05 億美元），同比增長 63%，主要是由於我們所持有的股權投資按市值計價的變動、投資減值的減少以及經營利潤的增加所致。截至 2024 年 9 月 30 日止季度，非公認會計準則淨利潤為人民幣 365.18 億元（52.04 億美元），相較 2023 年同期的人民幣 401.88 億元下降 9%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 18.17 元（2.59 美元）及攤薄每股收益為人民幣 2.27 元（0.32 美元或 2.52 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 15.06 元（2.15 美元），同比下降 4% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.88 元（0.27 美元或 2.08 港元），同比下降 4%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 314.38 億元（44.80 億美元），相較 2023 年同期的人民幣 492.31 億元下降 36%。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 137.35 億元（19.57 億美元），相較 2023 年同期的人民幣 452.20 億元下降 70%。自由現金流的減少主要歸因於我

們對阿里雲基礎設施的投入，取消年度服務費後向天貓商家的退款，以及縮小若干直營業務規模等因素而導致的其他營運資金變動。

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。

## 業務及戰略進展

### 淘天集團

本季度，我們對具價格競爭力的商品、客戶服務、會員體系權益和技術等戰略舉措加大投入，旨在提升用戶體驗。這些舉措帶來較去年同期更高的購買頻次和對整體購物體驗的更好反饋。

我們對支付和物流服務商採取了更開放的策略，讓更多消費者在我們平台享受更便捷的購物體驗，並提升商家經營效率。我們已經看到新交易用戶的明顯增長，通過針對性的用戶增長和留存策略，預期會對平台整體帶來顯著的增量效應。

自今年 9 月 1 日起，我們開始對平台上的交易收取基於確收 GMV 的基礎軟件服務費，這與電商行業慣例保持一致。同時，我們取消了天貓商家年度服務費，並向特定中小商家提供軟件服務費返還。此外，我們看到由 AI 驅動的全平台市場營銷工具「全站推廣」的商家滲透率穩步提升。商家通過使用「全站推廣」，其市場營銷效率得到提升，隨著效率的提高，我們預期商家將增加在我們平台上的市場營銷投入。

本季度，線上 GMV 增長由訂單量同比雙位數增長所驅動，訂單增長主要由購買頻次的增長所帶動，部分受平均訂單金額下降所抵銷。在今年 10 月及 11 月，我們成功舉辦了雙 11 狂歡季，期間淘寶天貓的 GMV 實現強勁增長，買家數量創歷史新高。

88VIP 會員是我們購買力最高的消費群體，本季度其數量持續同比雙位數增長，達到 4,600 萬。我們的高端消費者是能夠提升購買頻次並推動 GMV 增長的忠實客戶。因此，我們致力於通過提升會員權益和服務的投入，持續提升 88VIP 會員數。

### 雲智能集團

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 296.10 億元（42.19 億美元），同比增長 7%。

本季度，整體收入（不計來自阿里巴巴併表業務的收入）同比增長超過 7%，由公共雲業務的雙位數增長帶動，其中包括 AI 相關產品採用量的提升。AI 相關產品收入連續五個季度實現三位數的同比增長。我們將繼續投入於客戶增長與技術，尤其是在 AI 基礎設施方面，以把握 AI 領域雲採用量增長的趨勢，並維持市場領先地位。

阿里雲已獲明確認可為中國首選的用於公共雲及 AI 訓練和應用的服務提供商。根據《The Forrester Wave™: Public Cloud Platforms in China 2024》報告，阿里雲整體位居「領導者象限」，在 32 項評分標準中的 23 項中獲得最高分，並在產品供應和策略方面雙雙獲得高分。本季度，阿里雲亦在《Omdia Universe: Chinese Commercial Foundation Model 2024》報告中評為「領導者象限」，並在戰略執行及技術能力方面均獲最高分。這些成就印證了阿里雲作為中國一流的公共雲和 AI 平台的地位。

今年 9 月，我們舉辦了第 16 屆年度雲計算開發者峰會和展會「雲棲大會 2024」。會上，雲智能集團發佈了新技術，包括：

- **通義千問大模型家族升級：**我們對通義千問大模型家族進行了重大升級，包括通義千問開源模型 2.5 系列的發佈，該系列已成為全球開源生態系統中的領先模型之一，其旗艦版本通義千問開源模型 2.5-72B 在多項基準測試中表現強勁，超越行業對手。自 2023 年首次開源至 2024 年 9 月 30 日止，在 Hugging Face 上已有超過 7 萬個衍生模型基於通義家族而開發，這表明通義千問已成為全球最為廣泛採用的開源模型之一。
- **性價比與 AI 普惠：**阿里雲始終致力於為客戶提供最具性價比的 AI 能力。本季度，我們通過降低 API 調用費率，顯著提升了通義千問模型客戶的成本效益。這使先進的 AI 技術更經濟普惠和易於獲取。
- **AI 基礎設施全面升級：**為了更好把握 AI 應用的機遇，我們強化了 AI 基礎設施，以提高可擴展性和性能。最近，我們推出了 GPU 容器服務，並升級了 AI 服務器及高性能網絡產品。這些改進顯著提升了各行業的模型訓練和推理效率。

## 阿里國際數字商業集團 (AIDC)

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，AIDC 收入同比增長 29% 至人民幣 316.72 億元（45.13 億美元）。強勁表現持續由跨境業務增長所帶動，尤其是速賣通 *Choice* 業務。速賣通和 Trendyol 平台繼續投入歐洲和海灣地區的特定市場，以提升消費者心智。同時，我們提高了運營及投資效率。因此，*Choice* 業務的單位經濟效益環比改善。

速賣通平台通過擴大其供應商基礎，豐富產品供應和滿足本地消費者需求，持續提升其價值定位。本季度，速賣通推出「海外托管」模式，旨在通過利用本地庫存來提升產品豐富度和優化履約效率。此外，速賣通和菜鳥的跨境物流運營之間的協同效應進一步增強速賣通的競爭力，平均履約時長環比顯著縮短。

## 菜鳥集團（「菜鳥」）

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，菜鳥收入同比增長 8% 至人民幣 246.47 億元（35.12 億美元），主要由跨境物流履約解決方案收入增長所帶動。

我們將持續推動菜鳥與跨境電商業務的協同效應。為滿足不斷擴大的跨境電商業務需求，菜鳥的策略在於通過發展高度數字化的全球物流網絡加強其端到端的能力。此外，菜鳥速遞於今年 10 月開始在其他電商平台提供物流服務，進一步拓展其市場覆蓋。

## 本地生活集團

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，本地生活集團收入同比增長 14% 至人民幣 177.25 億元（25.26 億美元），由高德和餓了麼訂單增長，以及市場營銷服務收入增長所帶動。本季度，受惠於運營效率改善和業務規模提升，本地生活集團虧損同比顯著收窄。今年 10 月國慶假期期間，高德的日活躍用戶峰值超過 3 億，創歷史新高。

## 大文娛集團

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，大文娛集團的收入為人民幣 56.94 億元（8.11 億美元），同比下降 1%。大文娛集團的虧損同比收窄，並且得益於廣告收入增加以及內容投資效率提升，本季度優酷運營虧損逐步減少。

## 股份回購

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，我們以總額 41 億美元回購總計 4.14 億股普通股（相當於 5,200 萬股美國存託股）。截至 2024 年 9 月 30 日止，我們流通的普通股為 186.20 億股（相當於 23.27 億股美國存託股），較 2024 年 6 月 30 日減少 4.05 億股普通股，淨減少比例為 2.1%（已考慮根據我們在股權激勵計劃下發行的股份

後)。截至 2024 年 9 月 30 日止，我們在董事會授權的股份回購計劃下仍餘 220 億美元回購額度，有效期至 2027 年 3 月。

###

### 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)