



即时发布

## 阿里巴巴集团 2024 年 9 月份季度业绩

中国杭州，2024 年 11 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 9 月 30 日止季度（“本季度”或“9 月份季度”）业绩。

阿里巴巴集团首席执行官吴泳铭说：“本季度，淘天业务持续对用户体验进行投入，丰富产品供给，以更好服务消费者。我们与科技同业建立长期合作，拓展淘宝和天猫平台上的支付和物流服务，预期对平台整体带来显著的增量效应。云业务较前数个季度加速增长，公共云产品收入实现双位数增长，AI 相关产品收入实现三位数增长。我们对核心业务的前景较过往更有信心，并将继续投入以支持长期增长。其他业务经营效率持续提升，大部分业务持续提升盈利能力或减亏。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“本季度收入增长是由淘天集团有节奏提升变现率所带动，当中包括基于 GMV 的服务费和商家采用我们的营销工具全站推广。与我们的战略一致，我们持续对核心业务进行投入，并提升运营效率。本季度，我们回购 41 亿美元的股份，流通股份较 6 月底进一步净减少 2.1%，为股东实现更好的收益。”

### 业绩概要

#### 截至 2024 年 9 月 30 日止季度：

- 收入为人民币 2,365.03 亿元（337.01 亿美元），同比增长 5%。
- 经营利润为人民币 352.46 亿元（50.23 亿美元），同比增长 5%，主要是由于非现金股权激励费用的减少所致，部分被经调整 EBITA 的下降所抵销。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 5%至人民币 405.61 亿元（57.80 亿美元），主要归因于我们对电商业务的投入增加所致，部分被收入增长和运营效率提升所抵销。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 438.74 亿元（62.52 亿美元）。净利润为人民币 435.47 亿元（62.05 亿美元），同比增长 63%，主要是由于我们所持有的股权投资按市值计价的变动、投资减值的减少以及经营利润的增加所致。截至 2024 年 9 月 30 日止季度，非公认会计准则净利润为人民币 365.18 亿元（52.04 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 401.88 亿元下降 9%。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 18.17 元（2.59 美元）及摊薄每股收益为人民币 2.27 元（0.32 美元或 2.52 港元）。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 15.06 元（2.15 美元），同比下降 4% 及非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 1.88 元（0.27 美元或 2.08 港元），同比下降 4%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 314.38 亿元（44.80 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 492.31 亿元下降 36%。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 137.35 亿元（19.57 亿美元），相较 2023 年同期的人民币 452.20 亿元下降 70%。自由现金流的减少主要归因于我

们对阿里云基础设施的投入，取消年度服务费后向天猫商家的退款，以及缩小若干直营业务规模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

本季度，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。这些举措带来较去年同期更高的购买频次和对整体购物体验的更好反馈。

我们对支付和物流服务商采取了更开放的策略，让更多消费者在我们平台享受更便捷的购物体验，并提升商家经营效率。我们已经看到新交易用户的明显增长，通过针对性的用户增长和留存策略，预期会对平台整体带来显著的增量效应。

自今年 9 月 1 日起，我们开始对平台上的交易收取基于确收 GMV 的基础软件服务费，这与电商行业惯例保持一致。同时，我们取消了天猫商家年度服务费，并向特定中小商家提供软件服务费返还。此外，我们看到由 AI 驱动的全平台市场营销工具“全站推广”的商家渗透率稳步提升。商家通过使用“全站推广”，其市场营销效率得到提升，随着效率的提高，我们预期商家将增加在我们平台上的市场营销投入。

本季度，线上 GMV 增长由订单量同比双位数增长所驱动，订单增长主要由购买频次的增长所带动，部分受平均订单金额下降所抵销。在今年 10 月及 11 月，我们成功举办了双 11 狂欢季，期间淘宝天猫的 GMV 实现强劲增长，买家数量创历史新高。

88VIP 会员是我们购买力最高的消费群体，本季度其数量持续同比双位数增长，达到 4,600 万。我们的高端消费者是能够提升购买频次并推动 GMV 增长的忠实客户。因此，我们致力于通过提升会员权益和服务的投入，持续提升 88VIP 会员数。

### 云智能集团

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，云智能集团收入为人民币 296.10 亿元（42.19 亿美元），同比增长 7%。

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 7%，由公共云业务的双位数增长带动，其中包括 AI 相关产品采用量的提升。AI 相关产品收入连续五个季度实现三位数的同比增长。我们将继续投入于客户增长与技术，尤其是在 AI 基础设施方面，以把握 AI 领域云采用量增长的趋势，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公共云及 AI 训练和应用的服务提供商。根据《The Forrester Wave™: Public Cloud Platforms in China 2024》报告，阿里云整体位居“领导者象限”，在 32 项评分标准中的 23 项中获得最高分，并在产品供应和策略方面双双获得高分。本季度，阿里云亦在《Omdia Universe: Chinese Commercial Foundation Model 2024》报告中评为“领导者象限”，并在战略执行及技术能力方面均获最高分。这些成就印证了阿里云作为中国一流的公共云和 AI 平台的地位。

今年 9 月，我们举办了第 16 届年度云计算开发者峰会和展会“云栖大会 2024”。会上，云智能集团发布了新技术，包括：

- **通义千问大模型家族升级：**我们对通义千问大模型家族进行了重大升级，包括通义千问开源模型 2.5 系列的发布，该系列已成为全球开源生态系统中的领先模型之一，其旗舰版本通义千问开源模型 2.5-72B 在多项基准测试中表现强劲，超越行业对手。自 2023 年首次开源至 2024 年 9 月 30 日止，在 Hugging Face 上已有超过 7 万个衍生模型基于通义家族而开发，这表明通义千问已成为全球最为广泛采用的开源模型之一。
- **性价比与 AI 普惠：**阿里云始终致力于为客户提供最具性价比的 AI 能力。本季度，我们通过降低 API 调用费率，显著提升了通义千问模型客户的成本效益。这使先进的 AI 技术更经济普惠和易于获取。
- **AI 基础设施全面升级：**为了更好把握 AI 应用的机遇，我们强化了 AI 基础设施，以提高可扩展性和性能。最近，我们推出了 GPU 容器服务，并升级了 AI 服务器及高性能网络产品。这些改进显著提升了各行业的模型训练和推理效率。

## 阿里国际数字商业集团 (AIDC)

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，AIDC 收入同比增长 29% 至人民币 316.72 亿元（45.13 亿美元）。强劲表现持续由跨境业务增长所带动，尤其是速卖通 *Choice* 业务。速卖通和 Trendyol 平台继续投入欧洲和海湾地区的特定市场，以提升消费者心智。同时，我们提高了运营及投资效率。因此，*Choice* 业务的单位经济效益环比改善。

速卖通平台通过扩大其供应商基础，丰富产品供应和满足本地消费者需求，持续提升其价值定位。本季度，速卖通推出“海外托管”模式，旨在通过利用本地库存来提升产品丰富度和优化履约效率。此外，速卖通和菜鸟的跨境物流运营之间的协同效应进一步增强速卖通的竞争力，平均履约时长环比显著缩短。

## 菜鸟集团 (“菜鸟”)

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，菜鸟收入同比增长 8% 至人民币 246.47 亿元（35.12 亿美元），主要由跨境物流履约解决方案收入增长所带动。

我们将持续推动菜鸟与跨境电商业务的协同效应。为满足不断扩大的跨境电商业务需求，菜鸟的策略在于通过发展高度数字化的全球物流网络加强其端到端的能力。此外，菜鸟速递于今年 10 月开始在其他电商平台提供物流服务，进一步拓展其市场覆盖。

## 本地生活集团

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，本地生活集团收入同比增长 14% 至人民币 177.25 亿元（25.26 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显著收窄。今年 10 月国庆假期期间，高德的日活跃用户峰值超过 3 亿，创历史新高。

## 大文娱集团

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，大文娱集团的收入为人民币 56.94 亿元（8.11 亿美元），同比下降 1%。大文娱集团的亏损同比收窄，并且得益于广告收入增加以及内容投资效率提升，本季度优酷运营亏损逐步减少。

## 股份回购

截至 2024 年 9 月 30 日止季度，我们以总额 41 亿美元回购总计 4.14 亿股普通股（相当于 5,200 万股美国存托股）。截至 2024 年 9 月 30 日止，我们流通的普通股为 186.20 亿股（相当于 23.27 亿股美国存托股），较 2024 年 6 月 30 日减少 4.05 亿股普通股，净减少比例为 2.1%（已考虑根据我们在股权激励计划下发行的股份

后)。截至 2024 年 9 月 30 日止，我们在董事会授权的股份回购计划下仍余 220 亿美元回购额度，有效期至 2027 年 3 月。

###

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