

透过财报数据看平台经济发展活力

新华社记者 张千千

近日，多家平台企业发布了2024年财报，从中可以看到，当前不少平台企业立足挖掘增量消费市场、加快技术创新、拓展全球化业务等发力点，持续创造新的发展活力。

提振消费 持续挖掘增量市场

多家平台企业财务报表展示了2024年整体向好的经营水平。2024年，腾讯全年营收达6603亿元，同比增长8%；美团全年营收3376亿元，同比增长22%；拼多多全年营收3938亿元，同比增长59%；京东全年营收1.159万亿元，同比增长6.84%，增速较上年有所提升……

攀升的经营数据背后，是平台企业业务结构的不断优化和对重点领域的持续支持。财报数据显示，不少平台企业在提振消费领域扮演着重要角色，并通过差异化策略挖掘增量市场。

美团继续发力商品零售和服务零售等场景，核心本地商业业务营收增长21%，到店业务订单量同比增长超65%；京东发挥服务体验方面的优势，商超品类收入连续4个季度实现两位数增长；拼多多凭借“电商西进”等举措，带动西部地区订单量同比实现两位数增长。

“在相互竞争中，如何做大蛋糕、创造新的增量是发展核心。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛认为，目前，平台企业一是通过打破封闭的服务生态，在支付、物流等方面相互接入，拓展了新用户群体；二是发力偏远地区线上消费业务，获得用户增量；三是借助“电商+产业带”等电商与供给侧的深度融合模式，带动传统工厂数字化转型升级，同时激发新消费需求。

“2024年四季度以来，拼多多通过‘新质商家扶持计划’培育了一批具备商品、技术创新能力的新质商家和品牌，带动产业带突破‘同质化竞争’。”拼多多集团董事长、联席CEO陈磊表示，随着越来越多的新质商家和高质量产品涌现，平台可以为消费者提供更丰富的产品选择，实实在在惠及需求侧，打造出多方长期共赢的健康平台生态。

技术竞速 布局AI等焦点领域

“研发投入”是不少平台企业财报中的关键词，已成为平台企业高质量发展的核心引擎之一。

腾讯2024年研发投入达706.9亿元，2018年至今累计投入3403亿元；美团继续秉持“零售+科技”战略，2024年研发投入达211亿元；拼多多2024年研发投入127亿元，同比增长16%……

在研发投入不断提升的同时，AI已成为平台企业的布局焦点之一。多家平台企业负责人都在业绩发布会上强调对AI领域的业务和财务布局。

“数月前，我们重组了AI团队以聚焦于快速的产品创新及深度的模型研发，增加了AI相关的资本开支，并加大了对原生AI产品的研发和营销力度。”腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾表示，相信这些投资会创造更长远的价值。

“过去一年多来，阿里巴巴持续投入AI基础设施建设，阿里云AI相关产品收入连续6个月实现三位数同比增长。”阿里巴巴集团CEO吴泳铭今年2月表示，未来3年，阿里巴巴将在AI基础设施、基础模型平台及AI原生应用、现有业务的AI转型等三方面加大投入。

与此同时，供应链智能化、平台治理技术升级等领域也是多家平台企业技术投入的重点方向。

业内人士认为，当前，平台企业的技术投入正从“成本项”转向“价值创造项”。AI、供应链智能化等技术在成为平台企业新增长点的同时，也将惠及更多中小企业，为其带来更强大的技术支撑，赋能产业发展，实现降本增效。

发力全球化 从商品出海到服务输出

“当前，不少平台企业将新增业务量押注在海外市场开发上。例如电商平台通过‘一站卖全球’、部分国家包邮等方式吸引海外用户，为平台商家增加境外流量，同时布局跨境电商，深挖海外市场潜力。”李鸣涛说。

数据显示，2024年第四季度，阿里巴巴旗下Lazada、速卖通等国际电商平台贡献了377.56亿元人民币营收，同比增长32%。

与此同时，从财报看，当前多家平台企业发力海外市场，在发展商品贸易的同时，逐步拓展至供应链、技术和服务能力的输出。

2024年，京东物流实现海外一体化供应链收入持续高速增长；美团旗下外卖品牌Keeta继2024年10月在沙特阿拉伯首都利雅得上线后，进一步拓展至沙特阿拉伯的所有主要城市，用户数和订单量迅速增长……

专家表示，平台经济的快速发展和结构、触角的不断延伸，彰显了企业的韧性与活力。未来，推动平台经济健康发展，有望进一步激活消费潜力、赋能实体经济、发展新质生产力，在推动经济高质量发展、加快科技创新和产业创新融合等方面发挥更大作用。

