

好未来公布截至 2022 年 8 月 31 日的 2023 财年第二季度未经审计财务报告

(北京 2022 年 10 月 28 日消息) 好未来教育 (纽约证券交易所: TAL, 下称“好未来”或“公司”) 是中国智能学习解决方案提供商。日前, 公司公布其截至 2022 年 8 月 31 日的 2023 财年第二季度未经审计财务报告。

2023 财年第二季度业绩摘要

- 净收入从上年同期的 14.44 亿美元下降到本季的 2.94 亿美元, 同比降幅为 79.6%。
- 经营利润为 1489 万美元, 上年同期经营亏损为 37987 万美元。
- 非美国会计准则经营利润 (不考虑股权激励费用) 为 4232 万美元, 上年同期非美国会计准则经营亏损为 31344 万美元。
- 归属于好未来的净亏损为 79 万美元, 上年同期归属于好未来的净亏损为 82655 万美元。
- 归属于好未来的非美国会计准则净利润 (不考虑股权激励费用) 为 2664 万美元, 上年同期归属于好未来的非美国会计准则净亏损为 76011 万美元。
- 基本和摊薄每 ADS 净利润均为 0.00 美元。非美国会计准则基本和摊薄每 ADS 净利润 (不考虑股权激励费用) 均为 0.04 美元。每三份 ADS 等于一份 A 类普通股。
- 截止 2022 年 8 月 31 日, 现金、现金等价物和短期投资合计余额为 30.87 亿美元, 而截止 2022 年 2 月 28 日的余额为 27.09 亿美元

截止 2022 年 8 月 31 日的 6 个月业绩摘要

- 净收入从上年同期的 28.29 亿美元下降到本季的 5.18 亿美元, 同比降幅为 81.7%。
- 经营亏损为 1343 万美元, 上年同期经营亏损为 50673 万美元, 同比降幅为 97.3%。

- 非美国会计准则经营利润（不考虑股权激励费用）为 4047 万美元，上年同期非美国会计准则经营亏损为 37285 万美元。
- 归属于好未来的净亏损为 4462 万美元，上年同期归属于好未来的净亏损为 92862 万美元，同比降幅为 95.2%。
- 归属于好未来的非美国会计准则净利润（不考虑股权激励费用）为 929 万美元，上年同期归属于好未来的非美国会计准则净亏损为 79475 万美元。
- 基本和摊薄每 ADS 净亏损均为 0.07 美元。非美国会计准则基本和摊薄每 ADS 净利润（不考虑股权激励费用）均为 0.01 美元。

财务和运营数据——2023 财年第二季度

（单位：千美元，不包括每 ADS 净收益）

	截止 8 月 31 日的季度数据		
	2021	2022	百分比变化
净收入	1,443,880	294,060	(79.6%)
经营利润/（亏损）	(379,874)	14,891	(103.9%)
非美国会计准则经营利润/（亏损）	(313,440)	42,315	(113.5%)
归属于好未来的净利润/（亏损）	(826,546)	(787)	(99.9%)
归属于好未来的非美国会计准则净利润/（亏损）	(760,112)	26,637	(103.5%)
归属于好未来的每 ADS 净收益/（亏损）— 基本	(1.29)	(0.00)	(99.9%)
归属于好未来的每 ADS 净收益/（亏损）— 摊薄	(1.29)	(0.00)	(99.9%)
归属于好未来的每 ADS 非美国会计准则净收益/（亏损）— 基本	(1.18)	0.04	(103.5%)
归属于好未来的每 ADS 非美国会计准则净收益/（亏损）— 摊薄	(1.18)	0.04	(103.5%)

	截止 8 月 31 日的上半财年数据		
	2021	2022	百分比变化
净收入	2,828,823	518,105	(81.7%)

经营利润/（亏损）	(506,731)	(13,432)	(97.3%)
非美国会计准则经营利润/（亏损）	(372,852)	40,471	(110.9%)
归属于好未来的净利润/（亏损）	(928,624)	(44,616)	(95.2%)
归属于好未来的非美国会计准则净利润/（亏损）	(794,745)	9,287	(101.2%)
归属于好未来的每 ADS 净收益/（亏损）— 基本	(1.44)	(0.07)	(95.2%)
归属于好未来的每 ADS 净收益/（亏损）— 摊薄	(1.44)	(0.07)	(95.2%)
归属于好未来的每 ADS 非美国会计准则净收益/（亏损）— 基本	(1.23)	0.01	(101.2%)
归属于好未来的每 ADS 非美国会计准则净收益/（亏损）— 摊薄	(1.23)	0.01	(101.2%)

好未来总裁兼首席财务官彭壮壮表示：“我们的业务在本季度展现出健康的势头，我们将持续在学习服务、内容解决方案、技术解决方案三个方面进行投入，为长期的健康增长奠定基础”。

彭壮壮补充道：“我们最近宣布了公司的新使命为“爱与科技助力终身成长”，新愿景为“成为持续创新的组织”。我们将继续开发我们当前的产品和服务组合，同时根据我们的新使命和愿景，探索学习解决方案市场内外的业务机会。”