

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

我們只有單一類別的股份，每一股份對應一份表決權。由於阿里巴巴合夥的董事提名權在《香港聯交所證券上市規則》項下被歸類為不同投票權架構（「不同投票權架構」），我們被視為一家有不同投票權架構的公司。股東及有意投資者應注意投資具有不同投票權架構的公司的潛在風險。我們的美國存託股份（每股美國存託股份代表八股普通股）於紐約證券交易所上市，股份代號為BABA。



# 阿里巴巴

**Alibaba Group Holding Limited**

**阿里巴巴集團控股有限公司**

*（於開曼群島註冊成立的有限責任公司）*

**（股份代號：9988）**

## **2022年九月底止季度 業績公告**

我們在此發佈截至2022年9月30日止的三個月（「**2022年九月底止季度**」）及未經審核業績公告。本2022年九月底止季度未經審核業績公告可於香港聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及我們的網站 [www.alibabagroup.com](http://www.alibabagroup.com) 閱覽。

承董事會命  
阿里巴巴集團控股有限公司  
張錦瑋  
公司秘書

香港，2022年11月17日

於本公告日期，我們的董事會包括董事張勇先生（董事會主席）、蔡崇信先生、J. Michael EVANS先生、武衛女士及Kabir MISRA先生；以及獨立董事郭德明先生、楊致遠先生、Wan Ling MARTELLO女士、單偉建先生、利蘊蓮女士及吳港平先生。



## 阿里巴巴集團 2022 年 9 月份季度業績公告

中國杭州，2022 年 11 月 17 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，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」或「集團」）今日公佈截至 2022 年 9 月 30 日止季度（「本季度」或「9 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇說：「儘管面臨宏觀環境的持續挑戰，上季度中，我們仍取得穩健業績，印證了我們充滿韌性的商業模式和獨特的客戶價值定位。全球形勢的種種不確定性，反而讓我們更堅定專注於能力建設，致力於為客戶和自身發展帶來可持續且高質量的長遠增長。過去 23 年，阿里巴巴的發展得益於股東的信任，我們希望通過持續夯實阿里巴巴面向未來發展的基石，來回饋股東。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「本季度我們在收入上再次表現良好，儘管新冠肺炎疫情反覆影響了國內消費需求，加之通脹加劇和匯率波動導致跨境電商業務放緩，季度收入仍同比增長 3%。通過持續全面提升整個公司的運營效率和成本優化，季度內實現經調整 EBITA 同比增長 29%。基於強勁的淨現金和現金流，截至 2022 年 11 月 16 日，我們在現行 250 億美元回購計劃下，已回購了約 180 億美元的股份。此外，我們已獲董事會授權將股份回購計劃增加 150 億美元，並將有效期延長至 2025 財年底。」

### 業績概要

#### 截至 2022 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,071.76 億元（291.24 億美元），同比增長 3%。
- 經營利潤為人民幣 251.37 億元（35.34 億美元），同比增長 68%。同比增加主要由於經調整 EBITA 增加和股權激勵費用下降。我們未把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）同比增長 29% 至人民幣 361.64 億元（50.84 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣 205.61 億元（28.90 億美元）。淨虧損為人民幣 224.67 億元（31.58 億美元），而 2021 年同期的淨利潤為人民幣 33.77 億元，主要是由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下降導致淨虧損增加和權益法核算的投資損益下降，部分被經調整 EBITA 的增加所抵銷。我們未把投資公允價值變化而產生的淨收益或淨虧損計入非公認會計準則財務指標。非公認會計準則淨利潤為人民幣 338.20 億元（47.54 億美元），同比增長 19%。
- 攤薄每股美國存託股虧損為人民幣 7.77 元（1.09 美元）及攤薄每股虧損為人民幣 0.97 元（0.14 美元或 1.07 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 12.92 元（1.82 美元），同比增長 15% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.61 元（0.23 美元或 1.78 港元），同比增長 15%。

- **經營活動產生的現金流量淨額**為人民幣 471.12 億元（66.23 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 358.30 億元增長 31%。**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 357.09 億元（50.20 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 222.39 億元增加 61%。

## 業務及戰略進展

### 中國商業

中國商業分部主要包括淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、盒馬、天貓超市、高鑫零售、天貓國際及阿里健康等中國零售商業業務，以及包括 1688 在內的批發業務。

截至 2022 年 9 月 30 日止季度，淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得低單位數下降，主要由於消費需求減少、新冠肺炎疫情反覆和競爭持續所影響。然而隨著服飾及消費電子等重要品類表現出較低的同比降幅，GMV 的降幅相較於 6 月份季度有所收窄。市場對保健品，以及戶外活動裝備和寵物護理等基於興趣的消費品類，持續表現出穩健需求。

淘寶和天貓持續尋找機會，更好地服務不同消費人群，並實現高消費者留存率。截至 2022 年 9 月 30 日止的 12 個月，在淘寶和天貓消費超過人民幣 10,000 元的消費者數維持在約 1.24 億，並有 98% 的留存率。於 2022 年 11 月，我們成功舉辦了第十四屆天貓雙 11 全球狂歡季，即使面對宏觀環境的挑戰及新冠肺炎疫情的影響，仍錄得與去年持平的商品交易額（GMV）表現。今年共有來自全球 90 多個國家和地區的超過 290,000 個品牌參與雙 11，商品覆蓋 7,000 個品類。

消費者購物體驗升級是淘寶和天貓於 2023 財年的首要任務之一。我們正在對引起目標消費者更高參與度和購買興趣的內容進行投入，並為消費者提供更好的物流和客戶服務體驗。

- **內容** – 淘寶 app 上的用戶參與度和瀏覽活躍度持續改善，主要是淘寶 app 首頁展示和推薦內容的一系列提升。
- **物流** – 藉著菜鳥和合作夥伴的服務，淘寶和天貓送貨上門的訂單同比大幅增長。截至 2022 年 9 月 30 日，為淘寶和天貓訂單提供的送貨上門服務已面向內地超過 300 個城市。
- **客戶服務** – 我們採取混合客戶服務的方式，利用人工及由人工智能驅動的機器人以解決我們平台上每日數以百萬計的客戶查詢。本季度，我們持續投資於人工客戶服務能力，使售後淨推薦分數得以提升。

淘特為我們提供高性價比產品的平台，繼續豐富產品供給，以及提升欠發達地區消費者的數字消費體驗。具體而言，淘特一直幫助越來越多工廠在淘寶和淘特上直接向消費者（M2C）銷售，在 9 月份季度，M2C 商品產生的支付 GMV 同比增長超過 60%。在本季度，淘特通過優化用戶獲取的投入，使其虧損同比大幅收窄，以及持續提高活躍消費者平均消費和購買頻次。

淘菜菜的業務主要是在社區自提點為消費者提供生鮮雜貨次日達的自提服務，其繼續拓展供應鏈能力並強化在現有城市的物流能力。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，淘菜菜不僅實現 GMV 同比強勁增長超過 40%，還通過優化定價策略、提高採購能力，以及減少運營和履約成本，令其虧損同比大幅降低。於 9 月份季度，淘菜菜繼續推動我們中國零售市場中生鮮產品的滲透；淘菜菜通過淘寶及淘特 app 產生的訂單佔比繼續保持同比增長。

截至 2022 年 9 月 30 日止季度，我們的直營及其他收入同比增長 6% 至人民幣 647.25 億元（90.99 億美元），主要受惠於盒馬收入的強勁增長，其線上訂單收入佔比保持在超過 65% 的高水平。本季度，通過提高毛利率、降低線上訂單的派送成本以及提升運營效率，盒馬實現了健康的同店銷售增長和顯著減虧。截至 2022 年 9 月 30 日，不包括開業不到 12 個月的門店，絕大多數盒馬門店的現金流為正。

## 國際商業

### 國際零售商業

我們的國際零售商業業務，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz。在 9 月份季度，來自 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 的整體訂單量同比下降 3%，主要由於 Lazada 及速賣通訂單量減少，部分被 Trendyol 強勁的訂單增長所抵銷。

本季度，速賣通訂單量跌幅環比減少是由於歐盟增值稅稅規的影響已滿一年，令訂單量同比跌幅較過去數季度有改善。受到歐元貶值及物流成本上升，我們在歐洲的跨境電商需求持續面對挑戰。

本季度，Lazada 在東南亞的訂單同比下降，主要由於該地區解除新冠肺炎疫情限制，線下渠道購物活動恢復正常。Lazada 通過提供更多增值服務來持續提高變現化率和提高運營效率。本季度，Lazada 每單虧損較去年同期收窄超過 25%。

在 9 月份季度，Trendyol 整體訂單同比增長超過 65%，主要受惠於其電商業務的強勁增長，以及其本地生活服務業務之迅速增長。

### 國際批發商業

Alibaba.com 促進國際貿易並提供全球物流和貿易保障等增值服務，受到越來越多全球買家和賣家所採用。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，我們的國際批發商業業務收入同比增長 6%，受惠於增值服務貢獻的增加。

## 本地生活服務

本地生活服務分部包括「到家」及「到目的地」業務。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，本地生活服務整體訂單量同比增長 5%，主要由於高德錄得強勁的訂單增長。受到餓了麼業務運營改善所帶動下，分部虧損持續收窄。

## 到家

本季度，餓了麼錄得正數 GMV 增長，主要由於餓了麼持續提升其商家基礎的質量及多元性，並通過創新營銷活動及用戶忠誠計劃與高消費頻次的用戶有更多互動下，令平均訂單金額提升。截至 2022 年 9 月 30 日止季度，餓了麼的單位經濟效益持續錄得正數，主要由於平均訂單金額同比提升，以及持續專注優化用戶獲取的投入及降低每單派送成本所致。

## 到目的地

截至 2022 年 9 月 30 日止季度，「到目的地」業務整體訂單量同比增長迅速，主要由高德業務所帶動。於 10 月為期一周的國慶假期，高德的中國日均活躍用戶達到超過 2.20 億的新高。

## 菜鳥

於 2022 年 9 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響前，菜鳥的收入同比增長 26% 至人民幣 182.82 億元（25.70 億美元），當中有 73% 來自外部客戶。在抵消跨分部交易的影響後，菜鳥的收入同比增長 36% 至人民幣 133.67 億元（18.79 億美元），主要是由於自 2021 年年底服務模式升級，以更好地服務消費者從而提升消費者體驗，促使本地消費者物流服務收入增加以及國際物流履約解決方案服務收入增加所致。

菜鳥持續透過加強端到端的物流能力來拓展其國際物流基建，其中包括 eHubs、幹線、分揀中心以及最後一公里派送網絡。於 2022 年 10 月，菜鳥有兩個新國際分揀中心投入服務，使得菜鳥的海外分揀中心總數增至 12 個。

在中國，菜鳥持續通過拓展菜鳥驛站網絡來提供多元的增值服務，以提升消費者體驗及配送效率，與中國商業業務相輔相成。本季度，菜鳥驛站（包括農村地區及大學等）的總數量同比增長超過 20% 至超過 170,000 個。位於城市住宅社區的菜鳥驛站增加至超過 116,000 個，其中有超過 80,000 個提供送貨上門服務。

## 雲業務

我們的雲業務分部由阿里雲及釘釘組成。於 2022 年 9 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響前我們的雲業務分部總收入（包括來自為其他阿里巴巴業務提供服務的收入）為人民幣 267.60 億元（37.62 億美元）。於 2022 年 9 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響後的總收入同比增長 4% 至人民幣 207.57 億元（29.18 億美元），主要由公共雲的收入健康增長所驅動，部分被混合雲收入下跌所抵銷，這是由於我們持續推動高質量及經常性收入增長。

於 2022 年 9 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響後，來自非互聯網行業的客戶收入增長持續改善，同比增長 28% 及佔阿里雲總收入的 58%。非互聯網行業的強勁收入增長主要由金融服務、電訊及公共服務行業所驅動。來自互聯網客戶的收入同比減少 18%，主要來自一個頭部互聯網客戶因非產品相關要求，已逐漸停止於其國際業務使用我們的海外雲服務，以及在線教育客戶的收入減少，及中國互聯網行業其他客戶的需求減少所致。

## 阿里雲

阿里雲持續開發、擴展及支持我們的夥伴，以更好地服務我們的企業客戶。於 2022 年 11 月雲棲大會上，我們的自研技術亮點包括：

### 數據中心及硬件：

- **Cloud Infrastructure Processing Unit (CIPU)** 是我們的一項雲計算基礎設施系統專門用於阿里巴巴集團的自主研發，將 IDC 運算、存儲及網絡基礎設施結合至雲上及提升硬件加速性能。今天，阿里巴巴集團的核心業務已廣泛應用 CIPU 系統，該系統已結合至我們的飛天操作系統（Apsara Operating System），並由以雲為基礎的 CPU 芯片支持，共同顯著提升我們的運算能力及效能。在這新的架構下的性能展現出較行業平均超過 20% 的提升。

### Serverless：

- 阿里雲正在將其核心雲產品 **serverless** 化，以確保客戶可以專注於產品開發及部署，不需要為管理服務器及基礎設施而操心。持續應用 **serverless** 的技術幫助我們的客戶提升商業靈活度及成本效益。現時，阿里雲已實現了超過 20 款核心產品的 **serverless** 化，未來將對更多的產品類別進行 **serverless** 化。

### 生態體系：

- 阿里巴巴達摩院發佈了 **ModelScope** 模型即服務（**MaaS**）平台，這是一個專供全球研究人員和開發者可以更簡便及具成本效益地研發及分享人工智能模型的開源社區，可部署於阿里雲及其他雲平台。**ModelScope** 平台提供由阿里巴巴達摩院開發的超過 300 個「開箱即用」人工智能模型，涵蓋計算機視覺和自然語言處理等廣泛領域。開發者及研究人員可以在線上免費使用這些人工智能模型來做測試，以及可以下載並定製化這些模型，以開發出他們自己的應用方案。

## 釘釘

釘釘是我們的數字協作辦公場景及應用程式開發平台，為現代企業和機構提供新的工作、分享和協作方式。釘釘與阿里雲的整合將持續促進我們企業客戶的數字化轉型。釘釘與阿里雲整合的其中一項核心舉措，就是提供低代碼或無代碼應用程式開發平台，讓企業客戶可以開發他們的定製化工作空間應用程式。

## 數字媒體及娛樂

於 9 月份季度，優酷日均付費用戶規模同比增長 8%，主要受到來自 88VIP 會員計劃的持續貢獻，以及優質內容所帶動。優酷通過審慎投資於內容及製作能力，持續改善營運能力，從而達致本季度虧損為連續第六個季度同比有所收窄。

## 環境、社會及管治（ESG）更新

8 月份，我們發佈了 2022 環境、社會和治理（ESG）報告。該報告以七大方向闡述我們的策略及舉措：修復綠色星球、支持員工發展、服務可持續的美好生活、助力中小微企業高質量發展、助力提升社會包容和韌性、推動人人參與的公益，以及構建信任。

## **股份回購**

於 2022 年 9 月 30 日止季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 21 億美元回購了約 24.3 百萬股美國存託股（相當於約 194.7 百萬股普通股）。截至 2022 年 9 月 30 日，我們流通的普通股為約 210 億股（相等於約 26 億股美國存託股）。

截至 2022 年 11 月 16 日，我們在現行 250 億美元回購計劃下，已回購了約 180 億美元的股份。此外，我們已獲董事會授權將現有的股份回購計劃另外增加 150 億美元，並將有效期延長至 2025 年 3 月底前。

## 9 月份季度財務業績概要

截至 9 月 30 日止三個月

	2021		2022	
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	200,690	207,176	29,124	3%
經營利潤	15,006	25,137	3,534	68% <sup>(2)</sup>
經營利潤率	7%	12%		
經調整 EBITDA <sup>(1)</sup>	34,840	43,311	6,089	24% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(1)</sup>	17%	21%		
經調整 EBITA <sup>(1)</sup>	28,033	36,164	5,084	29% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(1)</sup>	14%	17%		
淨利潤 (虧損)	3,377 <sup>(4)</sup>	(22,467) <sup>(4)</sup>	(3,158)	不適用
歸屬於普通股股東的淨利潤 (虧損)	5,367 <sup>(4)</sup>	(20,561) <sup>(4)</sup>	(2,890)	不適用
非公認會計準則淨利潤 <sup>(1)</sup>	28,524	33,820	4,754	19% <sup>(4)</sup>
攤薄每股收益 (虧損) <sup>(5)</sup>	0.25 <sup>(4)</sup>	(0.97) <sup>(4)</sup>	(0.14)	不適用
攤薄每股美國存託股收益 (虧損) <sup>(5)</sup>	1.97 <sup>(4)</sup>	(7.77) <sup>(4)</sup>	(1.09)	不適用
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(1)(5)</sup>	1.40	1.61	0.23	15% <sup>(4)(6)</sup>
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(1)(5)</sup>	11.20	12.92	1.82	15% <sup>(4)(6)</sup>

(1) 有關本業績公告內提述的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「非公認會計準則財務指標」及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」各節。

(2) 同比增加主要是由於經調整 EBITA 增加以及股權激勵費用下降。

(3) 同比增加主要是由於餓了麼的單位經濟效益改善致使本地生活服務分部的經調整 EBITA 虧損收窄；及主要是由於淘特和淘菜菜提升了運營效率令其虧損收窄，部分被客戶管理收入下降所抵銷，致使中國商業經調整 EBITA 增加。

(4) 同比變化主要是由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下降導致淨虧損增加及權益法核算的投資損益下降，部分被經調整 EBITA 的增加所抵銷。我們未把投資公允價值變化而產生的淨收益或淨虧損計入非公認會計準則財務指標。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

(6) 所列示的%同比變動以確切金額進行計算，與以約整小數位後二位的人民幣金額計算的%同比變動可能出現微小差異。



## 9月份季度分部信息

所示期間內我們的經營分部的財務資料概要如下表：

### 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地 生活服務	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</sup>	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，百分比除外)									
收入	135,431	15,747	13,073	13,367	20,757	8,392	409	—	207,176	29,124
%同比變動	(1)%	4%	21%	36%	4%	4%	(45)%	不適用	3%	
經營利潤(虧損)	41,283	(1,652)	(5,702)	(661)	(1,442)	(697)	(2,521)	(3,471)	25,137	3,534
加：股權激勵費用	2,107	670	808	533	1,873	394	364	1,038	7,787	1,094
加：無形資產攤銷	590	22	1,401	253	3	186	211	63	2,729	384
加：以股權結算的捐贈費用	—	—	—	—	—	—	—	511	511	72
經調整EBITA	43,980	(960)	(3,493)	125	434	(117)	(1,946)	(1,859)	36,164	5,084
經調整EBITA%同比變動 <sup>(2)</sup>	6%	61%	47%	不適用	10%	87%	(19)%	(2)%	29%	
經調整EBITA利潤率	32%	(6)%	(27)%	1%	2%	(1)%	(47)%	不適用	17%	

### 截至 2021 年 9 月 30 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地 生活服務	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</sup>	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	
	(以百萬計，百分比除外)									
收入	136,120	15,092	10,806	9,846	20,007	8,081	738	—	200,690	
經營利潤(虧損)	37,676	(3,298)	(9,133)	(1,219)	(1,985)	(1,700)	(2,313)	(3,022)	15,006	
加：股權激勵費用	2,857	793	1,089	630	2,377	566	664	1,145	10,121	
加：無形資產攤銷	821	24	1,509	274	4	203	14	57	2,906	
經調整EBITA	41,354	(2,481)	(6,535)	(315)	396	(931)	(1,635)	(1,820)	28,033	
經調整EBITA利潤率	30%	(16)%	(60)%	(3)%	2%	(12)%	(222)%	不適用	14%	

### 截至 2022 年 9 月 30 日止六個月

	中國商業 人民幣	國際商業 人民幣	本地 生活服務 人民幣	菜鳥 人民幣	雲業務 人民幣	數字媒體 及娛樂 人民幣	創新業務 及其他 人民幣	未分攤 <sup>(1)</sup> 人民幣	合併 人民幣	合併 美元
收入	277,366	31,198	23,705	25,509	38,442	15,623	888	—	412,731	58,021
%同比變動	(1)%	3%	13%	19%	7%	(3)%	(38)%	不適用	2%	
經營利潤(虧損)	82,318	(3,794)	(11,013)	(1,472)	(2,746)	(1,912)	(5,039)	(6,262)	50,080	7,040
加：股權激勵費用	4,058	1,227	1,644	905	3,421	793	775	1,689	14,512	2,040
加：無形資產攤銷	1,178	40	2,832	507	6	372	422	123	5,480	770
加：以股權結算的捐贈費用	—	—	—	—	—	—	—	511	511	72
經調整EBITA	87,554	(2,527)	(6,537)	(60)	681	(747)	(3,842)	(3,939)	70,583	9,922
經調整EBITA%同比變動 <sup>(2)</sup>	(5)%	28%	42%	87%	(7)%	45%	(25)%	(14)%	1%	
經調整EBITA利潤率	32%	(8)%	(28)%	(0)%	2%	(5)%	(433)%	不適用	17%	

截至 2021 年 9 月 30 日止六個月

	中國商業 人民幣	國際商業 人民幣	本地 生活服務 人民幣	菜鳥 人民幣	雲業務 人民幣	數字媒體 及娛樂 人民幣	創新業務 及其他 人民幣	未分攤 <sup>(1)</sup> 人民幣	合併 人民幣
收入	280,149	30,294	20,905	21,447	36,058	16,154	1,423	—	406,430
經營利潤(虧損)	85,279	(5,030)	(16,338)	(1,852)	(3,628)	(2,710)	(4,263)	(5,605)	45,853
加：股權激勵費用	5,240	1,464	1,877	842	4,356	949	1,167	2,037	17,932
加：無形資產攤銷	1,657	55	3,156	549	8	411	28	115	5,979
經調整EBITA	92,176	(3,511)	(11,305)	(461)	736	(1,350)	(3,068)	(3,453)	69,764
經調整EBITA利潤率	33%	(12)%	(54)%	(2)%	2%	(8)%	(216)%	不適用	17%

由截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息。我們更新後的分部包括：

- 中國商業，該分部主要包括我們的中國零售商業業務如淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、盒馬、天貓超市、高鑫零售、天貓國際和阿里健康等，以及包括 1688.com 在內的批發業務；
- 國際商業，該分部主要包括我們的國際零售與批發商業業務，如 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz 及 Alibaba.com；
- 本地生活服務，該分部主要包括基於位置服務，如餓了麼、淘鮮達、高德（此前於創新業務及其他分部匯報）及飛豬；
- 菜鳥，該分部包括國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案；
- 雲業務，該分部包括阿里雲及釘釘；
- 數字媒體及娛樂，該分部包括優酷、夸克和阿里影業，以及其他內容和分銷平台以及線上遊戲業務；以及
- 創新業務及其他，該分部包括達摩院、天貓精靈及其他業務。

可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (1) 未分攤費用主要與未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項有關。以股權結算的捐贈費用是分配股份予慈善信託的相關費用，在分部信息中列為未分攤項目因為我們的管理層不認為這是分部經營業績指標的一部分。
- (2) 為了更直觀展示經調整 EBITA % 同比虧損變動，經調整 EBITA % 同比虧損擴大會以負增長率展示，而經調整 EBITA % 同比虧損收窄則以正增長率展示。

## 9 月份季度營運及財務業績

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的收入為人民幣 207,176 百萬元（29,124 百萬美元），較 2021 年同期為人民幣 200,690 百萬元增長 3%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2021		2022		%佔收入 比例	%同比 變動
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
			(以百萬計，百分比除外)			
中國商業：						
中國零售商業						
– 客戶管理	71,131	36%	66,497	9,348	32%	(7)%
– 直營及其他 <sup>(1)</sup>	60,815	30%	64,725	9,099	31%	6%
	131,946	66%	131,222	18,447	63%	(1)%
中國批發商業	4,174	2%	4,209	592	2%	1%
中國商業合計	136,120	68%	135,431	19,039	65%	(1)%
國際商業：						
國際零售商業	10,375	5%	10,738	1,510	5%	3%
國際批發商業	4,717	2%	5,009	704	3%	6%
國際商業合計	15,092	7%	15,747	2,214	8%	4%
本地生活服務	10,806	5%	13,073	1,838	6%	21%
菜鳥	9,846	5%	13,367	1,879	7%	36%
雲業務	20,007	10%	20,757	2,918	10%	4%
數字媒體及娛樂	8,081	4%	8,392	1,179	4%	4%
創新業務及其他	738	1%	409	57	0%	(45)%
總計	200,690	100%	207,176	29,124	100%	3%

(1) 中國零售商業業務項下的直營及其他收入主要來自我們的直營業務（主要包括高鑫零售，盒馬和天貓超市），而該等業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。

## 中國商業

### (i) 分部收入

- 中國零售商業

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 131,222 百萬元（18,447 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 131,946 百萬元下降 1%。

客戶管理收入同比下降 7%，主要由於消費需求減少，新冠肺炎疫情反覆和競爭持續所影響，引致淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得低單位數下降。然而隨著服飾及消費電子等重要品類表現出較低的同比降幅，GMV 的降幅相較於 6 月份季度有所收窄。市場對保健品，以及戶外活動裝備和寵物護理等基於興趣的消費品類，持續表現出穩健需求。

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月，中國零售商業的直營及其他收入為人民幣 64,725 百萬元（9,099 百萬美元），較 2021 年同期的人民幣 60,815 百萬元增長 6%，主要是由於盒馬和阿里健康的直營業務的收入增長所貢獻。

- **中國批發商業**

截至2022年9月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣4,209百萬元（592百萬美元），相較2021年同期的人民幣4,174百萬元增長1%。

## (ii) 分部經調整 EBITA

中國商業分部截至2022年9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣43,980百萬元（6,183百萬美元），相較2021年同期的人民幣41,354百萬元增長6%。該增長主要是由於淘特和淘菜菜提升了運營效率令虧損收窄，部分被客戶管理收入下降所抵銷，這也導致經調整EBITA利潤率從截至2021年9月30日止三個月的30%增加至截至2022年9月30日止三個月的32%。截至2022年9月30日止三個月，淘特通過優化用戶獲取的投入，促使其虧損同比大幅收窄。淘菜菜在優化定價策略、提高採購能力和減少運營及履約成本的推動下，令其虧損同比大幅收窄。

## 國際商業

### (i) 分部收入

- **國際零售商業**

截至2022年9月30日止三個月，國際零售商業收入為人民幣10,738百萬元（1,510百萬美元），相較2021年同期的人民幣10,375百萬元增長3%。該增長主要是由於Trendyol電商業務的訂單量增長強勁和補貼效率提升，促使其收入貢獻有所增加，部分被由於歐元兌美元貶值導致速賣通訂單量下降致使其收入減少所抵銷。

- **國際批發商業**

截至2022年9月30日止三個月，國際批發商業收入為人民幣5,009百萬元（704百萬美元），相較2021年同期的人民幣4,717百萬元增長6%。增長主要是來自與跨境業務相關的增值服務收入的增長。

### (ii) 分部經調整 EBITA

國際商業分部經調整EBITA截至2022年9月30日止三個月為虧損人民幣960百萬元（135百萬美元），2021年同期為虧損人民幣2,481百萬元。虧損同比下降主要由於Lazada 和 Trendyol 的虧損收窄。Lazada通過提供更多增值服務來持續提高變現化率和提高運營效率，致使其虧損持續收窄。而Trendyol的虧損收窄主要是由於通過收入增長和提高運營效率所致。

## 本地生活服務

### (i) 分部收入

本地生活服務主要包括「到家」和「到目的地」業務，如餓了麼、高德及飛豬，截至2022年9月30日止三個月，本地生活服務收入為人民幣13,073百萬元（1,838百萬美元），相較2021年同期的人民幣10,806百萬元增長21%，主要由於高德訂單的強勁增長，以及餓了麼的平均訂單金額提升和被視作收入沖減項的補貼效率的提升所致。

### (ii) 分部經調整 EBITA

本地生活服務分部截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 3,493 百萬元（491 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 6,535 百萬元，主要由於「到家」和「到目的地」業務的虧損持續收窄所致。「到家」業務的虧損收窄是由於餓了麼的單位經濟效益改善，這是由於餓了麼平均訂單金額同比提升，降低每單派送成本和優化用戶獲取的投入。「到目的地」業務的虧損收窄是由於高德訂單增長以及優化用戶獲取的投入所致。

## 菜鳥

### (i) 分部收入

截至2022年9月30日止三個月，菜鳥收入主要來自其國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案，抵消跨分部交易的影響後收入為人民幣13,367百萬元（1,879百萬美元），相較2021年同期的人民幣9,846百萬元增長36%，主要是由於自2021年年底服務模式升級，而菜鳥在整個物流過程中承擔更多責任，以更好地服務消費者和提升消費者體驗，促使本地消費者物流服務收入增加以及國際物流履約解決方案服務收入增加所致。

在抵消跨分部交易的影響前菜鳥總收入（當中包括服務其他阿里巴巴業務的跨分部交易收入）合計為人民幣18,282百萬元（2,570百萬美元），相較2021年同期的人民幣14,559百萬元增長26%。該增長反映了向我們的中國零售商業（如天貓、淘寶和淘特）提供的物流履約解決方案和增值服務的增長。

### (ii) 分部經調整 EBITA

菜鳥分部截至2022年9月30日止三個月的經調整EBITA為盈利人民幣125百萬元（18百萬美元），2021年同期為虧損人民幣315百萬元。

## 雲業務

### (i) 分部收入

截至2022年9月30日止三個月，我們的雲業務分部的抵消跨分部交易的影響後收入為人民幣20,757百萬元（2,918百萬美元），相較2021年同期的人民幣20,007百萬元增長4%。我們的雲業務分部收入同比增長反映非互聯網行業的強勁收入增長，主要由金融服務、電訊及公共服務行業所驅動；部分被互聯網客戶的收入減少所抵銷。互聯網客戶的收入減少主要來自一個頭部互聯網客戶因非產品相關要求，已逐漸停止於其國際業務使用我們的海外雲服務，以及在線教育客戶的收入減少，及中國互聯網行業其他客戶需求減少所致。

在抵消跨分部交易的影響前我們雲業務分部總收入（當中包括服務其他阿里巴巴業務的跨分部交易收入）合計為人民幣26,760百萬元（3,762百萬美元），相較2021年同期的人民幣26,262百萬元增長2%。

## **(ii) 分部經調整 EBITA**

由阿里雲及釘釘組成的雲業務分部，截至2022年9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣434百萬元（61百萬美元），2021年同期為人民幣396百萬元。

## **數字媒體及娛樂**

### **(i) 分部收入**

截至2022年9月30日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣8,392百萬元（1,179百萬美元），相較2021年同期的人民幣8,081百萬元增長4%，主要由於阿里影業和優酷的收入增加，部分被線上遊戲業務收入的下降所抵銷。

### **(ii) 分部經調整 EBITA**

數字媒體及娛樂分部截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 117 百萬元（16 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 931 百萬元，主要是由於優酷的虧損通過審慎投資於內容及製作能力和收入的增加而收窄，以及阿里影業內容品質提高，促使其收入有所增加。

## **創新業務及其他**

### **(i) 分部收入**

截至2022年9月30日止三個月，來自創新業務及其他分部的收入為人民幣409百萬元（57百萬美元），相較2021年同期的人民幣738百萬元下降45%。

### **(ii) 分部經調整 EBITA**

創新業務及其他分部截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,946 百萬元（274 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 1,635 百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

## 9 月份季度其他財務業績

### 成本和費用

下表載列於所示期間內我們按功能劃分的成本及費用、股權激勵費用及不含股權激勵費用的成本及費用明細。

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2021		2022			%佔收入 比例 同比變動
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元	%佔收入 比例	
			(以百萬計，百分比除外)			
<b>成本及費用：</b>						
營業成本	129,750	64%	131,210	18,445	64%	0%
產品開發費用	15,297	8%	15,150	2,130	7%	(1)%
銷售和市場費用	28,857	14%	22,359	3,143	11%	(3)%
一般及行政費用	8,874	5%	10,591	1,488	5%	0%
無形資產攤銷	2,906	2%	2,729	384	1%	(1)%
成本及費用總額	<u>185,684</u>	<u>93%</u>	<u>182,039</u>	<u>25,590</u>	<u>88%</u>	<u>(5)%</u>
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	2,419	1%	1,202	169	1%	0%
產品開發費用	4,446	2%	3,834	539	2%	0%
銷售和市場費用	1,237	1%	871	122	0%	(1)%
一般及行政費用	2,019	1%	1,880	264	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>10,121</u>	<u>5%</u>	<u>7,787</u>	<u>1,094</u>	<u>4%</u>	<u>(1)%</u>
<b>不含股權激勵費用的成本及費用：</b>						
營業成本	127,331	63%	130,008	18,276	63%	0%
產品開發費用	10,851	6%	11,316	1,591	5%	(1)%
銷售和市場費用	27,620	13%	21,488	3,021	11%	(2)%
一般及行政費用	6,855	4%	8,711	1,224	4%	0%
無形資產攤銷	2,906	2%	2,729	384	1%	(1)%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>175,563</u>	<u>88%</u>	<u>174,252</u>	<u>24,496</u>	<u>84%</u>	<u>(4)%</u>

**營業成本** – 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的營業成本為人民幣 131,210 百萬元（18,445 百萬美元），佔收入比例 64%，2021 年同期為人民幣 129,750 百萬元，佔收入比例 64%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2022 年 9 月 30 日止三個月和 2021 年同期營業成本佔收入的比例將平穩維持在 63%。

**產品開發費用** – 截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的產品開發費用為人民幣 15,150 百萬元（2,130 百萬美元），佔收入比例 7%，2021 年同期為人民幣 15,297 百萬元，佔收入比例 8%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 6% 減少至截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的 5%。



**銷售和市場費用** – 截至2022年9月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣22,359百萬元（3,143百萬美元），佔收入比例11%，2021年同期為人民幣28,857百萬元，佔收入比例14%。若不考慮股權激勵費用的影響，銷售和市場費用佔收入的比例將從截至2021年9月30日止三個月的13%減少至截至2022年9月30日止三個月的11%。

**一般及行政費用** – 截至2022年9月30日止三個月的一般及行政費用為人民幣10,591百萬元（1,488百萬美元），佔收入比例5%，2021年同期為人民幣8,874百萬元，佔收入比例5%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2022年9月30日止三個月和2021年同期一般及行政費用佔收入的比例將平穩維持在4%。

**股權激勵費用** – 截至2022年9月30日止三個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣7,787百萬元（1,094百萬美元），而2021年同期為人民幣10,121百萬元。截至2022年9月30日止三個月，股權激勵費用佔收入比例相較2021年同期佔收入比例的5%減少至4%。

所示期間內，按股權激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

	截至9月30日止三個月					
	2021		2022		%佔收入 比例	%同比 變動
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
	(以百萬計，百分比除外)					
<b>按激勵類型：</b>						
阿里巴巴集團的股權激勵 <sup>(1)</sup>	8,412	4%	6,472	909	3%	(23)%
螞蟻集團的股權激勵 <sup>(2)</sup>	366	0%	163	23	0%	(55)%
其他 <sup>(3)</sup>	1,343	1%	1,152	162	1%	(14)%
股權激勵費用合計	10,121	5%	7,787	1,094	4%	(23)%

(1) 此代表授予我們員工的阿里巴巴集團的股權激勵。

(2) 此代表授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵，按市值計價作會計處理。

(3) 此代表我們子公司的股權激勵。

本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用較2021年同期減少，主要原因是所授予的股權激勵的平均公允市場價值下降。

我們預計股權激勵費用將繼續受到相關激勵的公允價值以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。

**無形資產攤銷** – 截至2022年9月30日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,729百萬元（384百萬美元），相較2021年同期的人民幣2,906百萬元下降6%。

### 經營利潤及經營利潤率

截至2022年9月30日止三個月的經營利潤為人民幣25,137百萬元（3,534百萬美元），佔收入比例12%，相較2021年同期為人民幣15,006百萬元，佔收入比例7%，同比增長68%；主要是由於經調整EBITA增加以及股權激勵費用下降。經調整EBITA同比增加主要是由於餓了麼的單位經濟效益改善致使本地生活服務分部的經調整EBITA虧損收窄；及主要是由於淘特和淘菜菜提升了運營效率令其虧損收窄，部分被客戶管理收入下降所抵銷，致使中國商業經調整EBITA增加。

## 經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2022年9月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣43,311百萬元（6,089百萬美元），相較2021年同期的人民幣34,840百萬元增長24%。截至2022年9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣36,164百萬元（5,084百萬美元），相較2021年同期的人民幣28,033百萬元增長29%。同比增加主要是由於餓了麼的單位經濟效益改善致使本地生活服務分部的經調整EBITA虧損收窄；及主要是由於淘特和淘菜菜提升了運營效率令其虧損收窄，部分被客戶管理收入下降所抵銷，致使中國商業經調整 EBITA 增加。淨利潤（虧損）調整至經調整EBITDA及經調整EBITA的調節見本業績公告下文。

## 按分部劃分的經調整 EBITA 及經調整 EBITA 利潤率

按分部劃分的經調整EBITA及經調整EBITA利潤率以及關於經營利潤和經調整EBITA之間的具體調節如上文「9月份季度分部信息」所列載。

## 利息收入和投資淨收益

截至2022年9月30日止三個月的利息收入和投資淨虧損為人民幣42,452百萬元（5,968百萬美元），2021年同期淨虧損為人民幣11,456百萬元，虧損同比增加主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下降而產生的淨虧損增加。

上述提及的虧損未計入非公認會計準則淨利潤。

## 其他淨收支

截至2022年9月30日止三個月的其他淨收益為人民幣2,944百萬元（414百萬美元），2021年同期為人民幣1,663百萬元，同比增長主要由於截至2022年9月30日止三個月人民幣和美元間的匯率波動而產生的匯兌淨收益。

## 所得稅費用

截至 2022 年 9 月 30 日止三個月的所得稅費用為人民幣 2,572 百萬元（362 百萬美元），2021 年同期為人民幣 6,087 百萬元。

若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失），投資的減值損失，以及來自權益法核算的投資損益的基礎差異的遞延所得稅影響，截至2022年9月30日止三個月的有效稅率為18%。

## 權益法核算的投資損益

截至2022年9月30日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣4,136百萬元（581百萬美元），2021年同期為收益人民幣5,518百萬元。截至2022年9月30日止三個月以及去年同期的權益法核算的投資損益構成如下：

截至 9 月 30 日止三個月

	2021 年	2022 年	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
權益法核算的投資收益(損失)			
- 螞蟻集團	6,504	2,392	336
- 其他	(126)	(1,878)	(264)
減值損失	—	(3,626)	(510)
其他 <sup>(1)</sup>	(860)	(1,024)	(143)
總計	5,518	(4,136)	(581)

(1) 「其他」主要包括對於權益法核算的被投資方的無形資產攤銷，與授予我們權益法核算的被投資方的員工的股權激勵相關費用以及攤薄權益法核算的投資而產生的損益。

我們延後一個季度計入所有權益法核算的投資損益。與螞蟻集團有關的權益法核算的投資收益同比下降是由於螞蟻集團持有的投資公允價值淨減少及經營利潤下降所導致。此外，由於若干權益法核算的被投資企業因其市場價值嚴重和長期低於其賬面價值而導致減值損失人民幣 3,626 百萬元（510 百萬美元）。

### 淨利潤（虧損）及非公認會計準則淨利潤

截至2022年9月30日止三個月的淨虧損為人民幣22,467百萬元（3,158百萬美元），相較2021年同期的淨利潤為人民幣3,377百萬元。主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下降導致淨虧損增加和權益法核算的投資損益下降，部分被經調整 EBITA 的增加所抵銷。

剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年9月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 33,820 百萬元（4,754 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 28,524 百萬元增長 19%。淨利潤（虧損）調整至非公認會計準則淨利潤的調節見本業績公告下文。

### 歸屬於普通股股東的淨利潤（虧損）

截至2022年9月30日止三個月的歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣20,561百萬元（2,890百萬美元），相較2021年同期的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣5,367百萬元，主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下降導致淨虧損增加和權益法核算的投資損益下降，部分被經調整 EBITA 的增加所抵銷。

### 攤薄每股美國存託股/每股收益（虧損）及非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益

截至2022年9月30日止三個月，攤薄每股美國存託股虧損為人民幣7.77元（1.09美元），2021年同期攤薄每股美國存託股收益為人民幣1.97元。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年9月30日止三個月的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣12.92元（1.82美元），相較2021年同期的人民幣11.20元增長15%。

截至2022年9月30日止三個月，攤薄每股虧損為人民幣0.97元（0.14美元或1.07港元），2021年同期的攤薄每股收益為人民幣0.25元。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年9月30日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣1.61元（0.23美元或1.78港元），較2021年同期的人民幣1.40元增長15%。

攤薄每股美國存託股/每股收益（虧損）調整至非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益的調節見本業績公告下文。每股美國存託股代表八股普通股。

### 現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資

2022年9月30日，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及其他投資中的其他理財投資金額為人民幣484,877百萬元（68,163百萬美元），2022年3月31日為人民幣446,412百萬元。其他理財投資為原始到期期限在一年以上的定期存款。現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資在截至2022年9月30日止六個月的增加主要是由於經營活動產生的自由現金流為人民幣57,882百萬元（8,137百萬美元）和主要是由於美元兌人民幣升值所產生的匯率變動的影響為人民幣19,588百萬元（2,754百萬美元），部分被股份回購的現金支出人民幣37,680百萬元（5,297百萬美元）和投資和收購活動所用的現金流量淨額人民幣4,208百萬元（592百萬美元）所抵銷。

### 經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至2022年9月30日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣47,112百萬元（6,623百萬美元），相較2021年同期的人民幣35,830百萬元增長31%。自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）截至2022年9月30日止三個月為人民幣35,709百萬元（5,020百萬美元），相較截至2021年9月30日止三個月的人民幣22,239百萬元增加61%，主要是由於若干業務提升其運營效率促使其虧損收窄以及減少資本性支出和購置獲授權版權所致。經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節見本業績公告下文。

### 投資活動所用的現金流量淨額

截至2022年9月30日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣8,148百萬元（1,145百萬美元），主要反映了(i) 資本性支出人民幣12,112百萬元（1,703百萬美元），(ii) 投資和收購活動的現金支出人民幣6,049百萬元（850百萬美元）以及(iii) 其他理財投資增加人民幣8,000百萬元（1,125百萬美元）。這些現金支出部分被短期投資減少的人民幣13,355百萬元（1,877百萬美元）和處置多項投資所得的現金流入人民幣3,677百萬元（517百萬美元）所抵銷。

### 融資活動所用的現金流量淨額

截至2022年9月30日止三個月的融資活動所用的現金流量淨額為人民幣11,470百萬元（1,613百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣13,800百萬元（1,940百萬美元）。

### 員工

截至2022年9月30日，我們的員工總數為243,903人，截至2022年6月30日為245,700人。

## 網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2022 年 11 月 17 日周四美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午八時三十分）舉行電話會議，以討論財務業績。

所有參會人請於會議前通過以下鏈接進行註冊：

英文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10026188-8zkda0.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10026189-wl8eug.html>

註冊完成後，參會人將收到電話會議信息，包括參與者接入號碼、密碼及唯一的註冊人代碼。如需加入會議，請撥打接入號碼，輸入密碼以及註冊人代碼。

您可在 <https://www.alibabagroup.com/en-US/ir-financial-reports-quarterly-results> 上訪問業績電話會議的網絡直播。電話結束後將可通過相同鏈接瀏覽存檔網絡廣播。電話會議的重播將持續一周（撥入號碼：+1 855 883 1031；英文會議代碼：10026188；中文會議代碼：10026189）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2022 年 11 月 17 日起在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <https://www.alibabagroup.com/en-US/investor-relations>。

## 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。

## 聯繫方式

### 投資者關係聯繫

Rob Lin

[investor@alibaba-inc.com](mailto:investor@alibaba-inc.com)

### 媒體聯繫

Cathy Yan

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

Ivy Ke

[ivy.ke@alibaba-inc.com](mailto:ivy.ke@alibaba-inc.com)

## 匯率資料

本業績公告包含若干人民幣金額兌換為美元及港元的財務數據，僅為方便讀者。除另有註明外，人民幣兌換為美元的所有折算均按人民幣 7.1135 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2022 年 9 月 30 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。人民幣兌換為港元的所有折算均按人民幣 0.90444 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2022 年 9 月 30 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

## 安全港聲明

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據 1995 年美國私人證券訴訟改革法案 (U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995) 中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「未來」、「旨在」、「估計」、「擬」、「尋求」、「計劃」、「相信」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」、「相當可能」等用語及類似陳述來識別。此外，任何不屬過往事實的陳述，包括有關阿里巴巴戰略及業務規劃的陳述，關於阿里巴巴業務發展及收入增長的信念、預期及指導，本公告中所述業務前景及管理層看法以及阿里巴巴的戰略及運營計劃均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。阿里巴巴亦可能在其提交予美國證券交易委員會（「證交會」）以及於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）網站發佈的定期報告、公告、新聞稿件及其他書面材料中做出前瞻性陳述或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果。該等因素包括但不限於以下各項：我們的公司架構（包括我們用於經營中國若干業務的 VIE 結構）、我們維持生態系統內信託狀態的能力、與業務持續投資有關的風險、我們維持或增加收入或發展業務的能力（包括擴大我們的國際及跨境業務及運營）、與我們的收購、投資及聯盟相關的風險、因國家間競爭以及地緣政治緊張產生的不確定因素（包括保護主義或民族安全政策）、與中國及全球廣泛複雜的法律法規相關的不確定因素及風險（包括在反壟斷及反不正當競爭、消費者保護、數據安全及隱私保護以及互聯網平台規例領域）、網絡安全風險、中國及全球整體經濟及業務狀況產生波動、新冠疫情的影響，以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

## 非公認會計準則財務指標

為補充根據公認會計準則編制及呈列的合併財務報表，我們使用以下非公認會計準則財務指標：對於我們的合併業績，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（「經調整 EBITDA」）（包括經調整 EBITDA 利潤率），經調整息稅及攤銷前利潤（「經調整 EBITA」）（包括經調整 EBITA 利潤率）、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益和自由現金流。有關該等非公認會計準則財務指標的更多資料，請參閱本業績公告「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格。

我們認為，經調整 EBITDA、經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤和非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益有助於我們識別業務的基本趨勢，避免由於在經營利潤、淨利潤和攤薄每股/每股美國存託股收益中計入某些收支導致這些趨勢失真。我們認為這些非公認會計準則財務指標提供了關於業務業績的實用信息、增強對過往表現及未來前景的整體理解，並且有助於更清晰地了解管理層在財務和運營決策中所使用的核心指標。我們呈列了三種不同的利潤指標，即經調整 EBITDA、經調整 EBITA 和非公認會計準則淨利潤，以便為投資者提供更多關於我們經營業績的信息及增加透明度。

我們將自由現金流視為一項流動性指標，可為管理層和投資者提供直觀信息，了解經營性現金流量中有多少能夠用於戰略投入，包括投資新的業務、進行戰略性投資和收購以及提升我們的財務狀況。

經調整 EBITDA、經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益和自由現金流不應單獨考慮，不應視為或詮釋為可替代經營利潤、淨利潤、攤薄每股/每股美國存託股收益、現金流量或任何其他業績指標，亦不應視為或詮釋為我們的經營業績。本節所列的非公認會計準則財務指標在美國公認會計準則下並無標準含義，也不應與其他公司提供的名稱類似的指標相比較，因為其他公司的計算方式可能不同，所以限制了其與我們相應數據的可比性。

**經調整 EBITDA** 指剔除以下項目的淨利潤：(i)利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii)某些非現金費用，包括股權激勵費用、無形資產攤銷，以及物業及設備折舊和減值、與土地使用權有關的經營租賃成本，以及以股權結算的捐贈費用，我們認為上述事項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

**經調整 EBITA** 指剔除以下項目的淨利潤：(i)利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii)某些非現金費用，包括股權激勵費用和無形資產攤銷，以及以股權結算的捐贈費用，我們認為上述事項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

**非公認會計準則淨利潤**指剔除以下項目的淨利潤：股權激勵費用、無形資產攤銷、投資減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、以股權結算的捐贈費用及其他，以及所得稅影響。

**非公認會計準則攤薄每股收益**指按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的按攤薄基準計算的期間已發行股份的加權平均數。**非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益**按普通股與美國存託股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。

**自由現金流**指我們的合併現金流量表中列報的經營活動產生的現金流量淨額減去購置物業及設備（不包括購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程）和無形資產（不包括通過收購所獲得），以及從經營活動產生的現金流量淨額中剔除我們交易市場商家存入的消費者保護基金的資金。我們自投資活動產生的現金流量中減去若干項目，以提高貢獻收入的業務經營所產生現金流的透明度。我們剔除了「購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程」，因為企業園區主要作為我們的企業及管理用途且與我們貢獻收入的業務經營不直接相關。我們還剔除了我們交易市場商家存入的消費者保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付消費者對商家的索賠。

本業績公告中的「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格中載有關於非公認會計準則財務指標（與公認會計準則財務指標最直接可比）及該等財務指標之間有關調節的更多詳情。

阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計合併利潤表

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)			(以百萬計，每股數據除外)		
收入	200,690	207,176	29,124	406,430	412,731	58,021
營業成本	(129,750)	(131,210)	(18,445)	(253,847)	(260,867)	(36,672)
產品開發費用	(15,297)	(15,150)	(2,130)	(28,816)	(29,343)	(4,125)
銷售和市場費用	(28,857)	(22,359)	(3,143)	(55,893)	(47,937)	(6,740)
一般及行政費用	(8,874)	(10,591)	(1,488)	(16,042)	(19,024)	(2,674)
無形資產攤銷	(2,906)	(2,729)	(384)	(5,979)	(5,480)	(770)
經營利潤	15,006	25,137	3,534	45,853	50,080	7,040
利息收入和投資淨收益	(11,456)	(42,452)	(5,968)	2,645	(37,083)	(5,213)
利息費用	(1,267)	(1,388)	(195)	(2,534)	(2,632)	(370)
其他淨收支	1,663	2,944	414	3,820	3,053	429
扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤(虧損)	3,946	(15,759)	(2,215)	49,784	13,418	1,886
所得稅費用	(6,087)	(2,572)	(362)	(15,183)	(7,971)	(1,120)
權益法核算的投資損益	5,518	(4,136)	(581)	11,611	(7,616)	(1,071)
淨利潤(虧損)	3,377	(22,467)	(3,158)	46,212	(2,169)	(305)
歸屬於非控制性權益的淨虧損	2,111	2,034	286	4,344	4,395	618
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤 (虧損)	5,488	(20,433)	(2,872)	50,556	2,226	313
夾層權益的增值	(121)	(128)	(18)	(48)	(48)	(7)
歸屬於普通股股東的淨利潤(虧 損)	5,367	(20,561)	(2,890)	50,508	2,178	306
歸屬於普通股股東的每股收益(虧 損) <sup>(1)</sup>						
基本	0.25	(0.97)	(0.14)	2.33	0.10	0.01
攤薄	0.25	(0.97)	(0.14)	2.30	0.10	0.01
歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益(虧損) <sup>(1)</sup>						
基本	1.99	(7.77)	(1.09)	18.66	0.82	0.12
攤薄	1.97	(7.77)	(1.09)	18.44	0.82	0.12
用於計算每股收益的加權 平均股數(百萬股) <sup>(1)</sup>						
基本	21,562	21,164		21,658	21,231	
攤薄	21,794	21,164		21,916	21,329	

(1) 每股美國存託股代表八股普通股。



阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計合併資產負債表

	於 3 月 31 日	於 9 月 30 日	
	2022	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
<b>資產</b>			
流動資產：			
現金及現金等價物	189,898	206,711	29,059
短期投資	256,514	270,166	37,979
受限制現金及應收託管資金	37,455	40,139	5,643
股權證券及其他投資	8,673	10,233	1,439
預付款項、應收款項及其他資產	145,995	150,460	21,151
流動資產總額	638,535	677,709	95,271
股權證券及其他投資	223,611	198,197	27,862
預付款項、應收款項及其他資產	113,147	111,658	15,697
權益法核算的投資	219,642	219,964	30,922
物業及設備（淨值）	171,806	179,567	25,243
無形資產（淨值）	59,231	54,431	7,652
商譽	269,581	271,018	38,099
<b>資產總額</b>	<b>1,695,553</b>	<b>1,712,544</b>	<b>240,746</b>
<b>負債、夾層權益及股東權益</b>			
流動負債：			
短期銀行借款	8,841	6,619	930
短期無擔保優先票據	—	4,983	701
應付所得稅	21,753	16,758	2,356
預提費用、應付款項及其他負債	271,460	271,863	38,218
商家保證金	14,747	13,530	1,902
遞延收入及客戶預付款	66,983	69,108	9,715
流動負債總額	383,784	382,861	53,822

阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計合併資產負債表（續）

	於 3 月 31 日	於 9 月 30 日	
	2022	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,490	3,490	490
遞延所得稅負債	61,706	62,329	8,762
長期銀行借款	38,244	49,046	6,895
長期無擔保優先票據	94,259	100,792	14,169
其他負債	31,877	31,554	4,436
<b>負債總額</b>	<b>613,360</b>	<b>630,072</b>	<b>88,574</b>
承諾及或有事項			
夾層權益	9,655	9,720	1,367
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	410,506	411,045	57,784
庫存股（按成本計）	(2,221)	(14,828)	(2,085)
應收股權認購款項	(46)	(51)	(7)
法定儲備	9,839	10,760	1,513
累計其他綜合損失	(33,157)	(5,312)	(747)
未分配利潤	563,557	546,322	76,801
股東權益總額	948,479	947,937	133,259
非控制性權益	124,059	124,815	17,546
<b>權益總額</b>	<b>1,072,538</b>	<b>1,072,752</b>	<b>150,805</b>
<b>負債、夾層權益及權益總額</b>	<b>1,695,553</b>	<b>1,712,544</b>	<b>240,746</b>

阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計簡明合併現金流量表

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
經營活動產生的現金流量淨額	35,830	47,112	6,623	69,433	80,981	11,384
投資活動所用的現金流量淨額	(29,773)	(8,148)	(1,145)	(77,548)	(35,755)	(5,026)
融資活動所用的現金流量淨額	(23,670)	(11,470)	(1,613)	(35,138)	(32,492)	(4,568)
匯率變動對現金及現金等價物、 受限制現金及應收託管資金的 影響	195	3,436	483	(1,997)	6,762	951
現金及現金等價物、受限制現金及 應收託管資金的(減少)增加	(17,418)	30,930	4,348	(45,250)	19,496	2,741
期初現金及現金等價物、受限制現 金及應收託管資金	328,637	215,919	30,354	356,469	227,353	31,961
期末現金及現金等價物、受限制現 金及應收託管資金	311,219	246,849	34,702	311,219	246,849	34,702

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節

下表列示相應期間內我們的淨利潤（虧損）與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
淨利潤（虧損）	3,377	(22,467)	(3,158)	46,212	(2,169)	(305)
淨利潤（虧損）與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：						
利息收入和投資淨收益	11,456	42,452	5,968	(2,645)	37,083	5,213
利息費用	1,267	1,388	195	2,534	2,632	370
其他淨收支	(1,663)	(2,944)	(414)	(3,820)	(3,053)	(429)
所得稅費用	6,087	2,572	362	15,183	7,971	1,120
權益法核算的投資損益	(5,518)	4,136	581	(11,611)	7,616	1,071
經營利潤	15,006	25,137	3,534	45,853	50,080	7,040
股權激勵費用	10,121	7,787	1,094	17,932	14,512	2,040
無形資產攤銷	2,906	2,729	384	5,979	5,480	770
以股權結算的捐贈費用	—	511	72	—	511	72
經調整 EBITA	28,033	36,164	5,084	69,764	70,583	9,922
物業及設備的折舊和減值以及與土地使用權有關的經營租賃成本	6,807	7,147	1,005	13,704	13,842	1,946
經調整 EBITDA	34,840	43,311	6,089	83,468	84,425	11,868

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內我們的淨利潤（虧損）及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
<b>淨利潤（虧損）</b>	<b>3,377</b>	<b>(22,467)</b>	<b>(3,158)</b>	<b>46,212</b>	<b>(2,169)</b>	<b>(305)</b>
淨利潤及非公認會計準則淨利潤（虧損）的調節：						
股權激勵費用	10,121	7,787	1,094	17,932	14,512	2,040
無形資產攤銷	2,906	2,729	384	5,979	5,480	770
投資減值	3,120	10,020	1,408	3,517	13,134	1,846
視同處置／處置／重估投資產生的損失及其他	11,273	38,560	5,421	649	36,848	5,180
以股權結算的捐贈費用	—	511	72	—	511	72
所得稅影響 <sup>(1)</sup>	(2,273)	(3,320)	(467)	(2,324)	(4,244)	(596)
<b>非公認會計準則淨利潤</b>	<b>28,524</b>	<b>33,820</b>	<b>4,754</b>	<b>71,965</b>	<b>64,072</b>	<b>9,007</b>

(1) 非公認會計準則調整所產生的所得稅影響主要包括與股權激勵費用、無形資產攤銷及部分投資收益和損失相關和其他的所得稅影響。

## 阿里巴巴集團控股有限公司

### 非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內我們攤薄每股／每股美國存託股收益（虧損）及非公認會計準則攤薄每股／每股美國存託股收益的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	（以百萬計，每股數據除外）			（以百萬計，每股數據除外）		
歸屬於普通股股東的淨利潤 （虧損）－基本	5,367	(20,561)	(2,890)	50,508	2,178	306
權益法核算的被投資方及子公司的股票期權計劃對收益的攤薄效應	(1)	(1)	—	(3)	(1)	—
歸屬於普通股股東的淨利潤 （虧損）－攤薄	5,366	(20,562)	(2,890)	50,505	2,177	306
對歸屬於普通股股東的淨利潤 （虧損）的非公認會計準則調整 <sup>(1)</sup>	25,147	54,909	7,718	25,753	63,525	8,930
用於計算非公認會計準則攤薄 每股／每股美國存託股收益的歸屬於普通股股東的 非公認會計準則淨利潤	30,513	34,347	4,828	76,258	65,702	9,236
用於計算非公認會計準則攤薄 每股／每股美國存託股收益的攤薄基準計算的加權 平均股數（百萬股） <sup>(4)</sup>	21,794	21,276		21,916	21,329	
攤薄每股收益（虧損） <sup>(2)(4)</sup>	0.25	(0.97)	(0.14)	2.30	0.10	0.01
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(3)(4)</sup>	1.40	1.61	0.23	3.48	3.08	0.43
攤薄每股美國存託股收益（虧損） <sup>(2)(4)</sup>	1.97	(7.77)	(1.09)	18.44	0.82	0.12
非公認會計準則攤薄每股美國 存託股收益 <sup>(3)(4)</sup>	11.20	12.92	1.82	27.84	24.64	3.46

(1) 關於此類對淨利潤（虧損）的非公認會計準則調整的更多信息，參見上表有關淨利潤（虧損）與非公認會計準則淨利潤的調節。

(2) 攤薄每股收益（虧損）按用於計算攤薄每股收益（虧損）的歸屬於普通股股東的淨利潤（虧損）除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。攤薄每股美國存託股收益（虧損）按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股收益（虧損）得出。

(3) 非公認會計準則攤薄每股收益按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的按攤薄基準計算的加權平均股數得出。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益按普通股與美國存託股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。

(4) 每股美國存託股代表八股普通股。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2021	2022		2021	2022	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
<b>經營活動產生的現金流量淨額</b>	<b>35,830</b>	<b>47,112</b>	<b>6,623</b>	<b>69,433</b>	<b>80,981</b>	<b>11,384</b>
減：購置物業及設備（不包括與企業園區有關的土地使用權及在建工程）	(12,677)	(10,957)	(1,540)	(23,574)	(22,067)	(3,102)
減：購置無形資產（不包括通過收購所獲得）	(14)	—	—	(15)	(22)	(3)
減：消費者保護基金的資金變動	(900)	(446)	(63)	(2,922)	(1,010)	(142)
<b>自由現金流</b>	<b>22,239</b>	<b>35,709</b>	<b>5,020</b>	<b>42,922</b>	<b>57,882</b>	<b>8,137</b>