

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年十二月底止季度 業績公告**

我們在此發佈截至2022年12月31日止的三個月（「**2022年十二月底止季度**」）及未經審核業績公告。本2022年十二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  
張錦璋  
公司秘書

香港，2023年2月23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；以及獨立董事楊致遠先生、Wan Ling MARTELLO女士、單偉建先生、利蘊蓮女士、吳港平先生及Kabir MISRA先生。



## 阿里巴巴集團 2022 年 12 月份季度業績公告

中國杭州，2023 年 2 月 23 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 12 月 31 日止季度（「本季度」或「12 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：「儘管需求減弱，以及供應鏈和物流受到新冠肺炎疫情措施變化的一定影響，我們仍取得穩健的季度業績。展望未來，我們預期消費者信心和經濟活動將持續恢復。我們將繼續在競爭環境中專注為客戶帶來增長，並為股東創造可持續的長期價值。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「過去一個季度，我們繼續提升運營效率和優化成本，取得強勁的盈利增長。我們的淨現金狀況依然強勁，並繼續產生健康的現金流。在截至 2022 年 12 月 31 日的季度內，根據我們的股份回購計劃，我們回購了 4,540 萬股美國存託股，價值約 33 億美元，持續兌現改善股東回報的承諾。」

### 業績概要

#### 截至 2022 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,477.56 億元（359.21 億美元），同比增長 2%。
- 經營利潤為人民幣 350.31 億元（50.79 億美元），同比增長 396%或人民幣 279.63 億元，主要由於數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣 224.27 億元。我們未把商譽減值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 16% 至人民幣 520.48 億元（75.46 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 468.15 億元（67.88 億美元）。淨利潤為人民幣 457.46 億元（66.33 億美元），同比增長 138%或人民幣 265.22 億元，主要由於數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣 224.27 億元。非公認會計準則淨利潤為人民幣 499.32 億元（72.39 億美元），同比增長 12%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 17.91 元（2.60 美元）及攤薄每股收益為人民幣 2.24 元（0.32 美元或 2.51 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 19.26 元（2.79 美元），同比增長 14%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.41 元（0.35 美元或 2.70 港元），同比增長 14%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 873.70 億元（126.68 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 803.66 億元增長 9%。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 815.14 億元（118.18 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 710.22 億元增加 15%。

## 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 12 月 31 日止季度，淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降，主要由於消費需求減少、競爭持續，以及因內地新冠肺炎疫情病例增加導致 12 月供應鏈和物流受到影響。GMV 下降主要由於服飾品類需求疲軟所致，部分被保健品、寵物護理和生鮮產品的加速增長，以及消費電子品類的降幅收窄所抵銷。

我們提供高性價比產品的平台淘特繼續豐富產品供給，以及為價格敏感的消費者提升數字消費體驗。淘特持續幫助日益增加的工廠直接向消費者（M2C）銷售；在 12 月份季度，在淘寶和淘特上 M2C 商品產生的支付 GMV 同比增長超過 35%。淘菜菜繼續推動我們中國零售市場中雜貨和生鮮產品的高頻購買品類的品類滲透。本季度，淘特和淘菜菜通過優化用戶獲取的投入和提高整體運營效率，持續實現虧損同比收窄。

截至 2022 年 12 月 31 日止季度，我們的直營及其他收入同比增長 10% 至人民幣 744.21 億元（107.90 億美元），主要受惠於盒馬和阿里健康的收入強勁增長。本季度，盒馬錄得雙位數的同店銷售增長，並在內地目標城市擴大線上和線下足跡。盒馬還持續強化銷售能力，提升配送效率及改善運營，從而使本季度毛利率提高，同比虧損顯著減少。由於 12 月新冠肺炎疫情反覆致使醫療和保健品需求大增，阿里健康季度收入同比增長迅速。

### 國際商業

我們的國際零售商業業務，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz。在 12 月份季度，來自 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 的整體訂單同比增長 3%，主要是由 Trendyol 強勁的訂單增長所驅動。

本季度，速賣通訂單跌幅較過去數季度有所收窄。通過與菜鳥合作加強跨境配送能力，速賣通持續提升消費者體驗。其重點國家的跨境配送交付時間得到顯著改善。

Lazada 在東南亞的訂單增長正在恢復，實現同比小幅回升。Lazada 通過提供更多增值服務來持續提高變現率；以及提升運營效率。本季度，Lazada 每單虧損較去年同期持續改善。

在 12 月份季度，Trendyol 訂單同比增長強勁，主要受惠於其本地生活服務業務迅速增長，以及電商業務之強勁增長。

### 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 12 月 31 日止季度，本地生活服務整體訂單量同比增長持平。受到餓了麼業務效率改善所帶動下，分部虧損持續收窄。

## 到家

本季度，餓了麼持續錄得正 GMV 增長，主要由於平均訂單金額提升，以及訂單同比增長有所改善並於 12 月份轉為正數。由於新冠肺炎疫情防疫政策於 2022 年 12 月有所放鬆，餓了麼能夠迅速適應不斷上升的雜貨和藥物需求，致使這些訂單價值較高的非餐飲訂單增長強勁，帶動餓了麼整體平均訂單金額上升。2022 年 12 月 31 日止季度，餓了麼每筆訂單的單位經濟效益持續錄得正數，這是由於平均訂單金額同比提升及每單派送成本同比下降所致。

## 到目的地

截至 2022 年 12 月 31 日止季度，「到目的地」業務整體訂單量於 12 月份有所放緩，主要受到內地新冠肺炎疫情病例 12 月短期增長影響所致。於 2023 年 1 月份，由於新冠肺炎疫情漸趨穩定和旅遊出行的需求回升，高德的使用需求正在恢復，飛豬的出境旅遊業務同樣迅速增長。

## 菜鳥

於 2022 年 12 月 31 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 17% 至人民幣 230.23 億元（33.38 億美元），當中有 72% 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 27% 至人民幣 165.53 億元（24.00 億美元），主要是由於自 2021 年年底服務模式升級，以更好地服務客戶從而提升客戶體驗，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網，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 12 月 31 日止季度，菜鳥有五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 15 個。

在中國，菜鳥持續為中國商業業務的消費者拓展送貨上門服務。於天貓雙 11 全球狂歡季期間，送貨上門的訂單量單日峰值超過 1,800 萬，其中包括直接或經菜鳥驛站送貨上門。

## 雲業務

我們的雲業務分部由阿里雲及釘釘組成。於 2022 年 12 月 31 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 266.93 億元（38.70 億美元）。於 2022 年 12 月 31 日止季度，在抵消跨分部交易的影響後的總收入同比增長 3% 至人民幣 201.79 億元（29.25 億美元），主要由公有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所致。

於本季度，在抵消跨分部交易的影響後，來自非互聯網行業的收入同比增長 9% 及佔阿里雲總收入的 53%。非互聯網行業的收入增長主要由金融服務、教育及汽車行業的穩健收入增長所驅動，部分被公共服務行業收入減少所抵銷。來自互聯網客戶的收入同比減少 4%，主要來自一個頭部互聯網客戶逐漸停止於其國際業務使用我們的海外雲服務，部分被來自中國互聯網行業其他客戶的需求增長所抵銷。

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 12 月 31 日止季度，我們的亮點包括：

- **數據中心及硬件：**於 2022 年 12 月，阿里雲持續加強其國際佈局，在日本的第三個數據中心已投入營運，以支持當地客戶對雲服務持續增長的需求。隨著我們於 2022 年內在沙特阿拉伯、德國、泰國、韓國及日本開設新的數據中心，阿里雲現於全球 28 個地區和 86 個可用區提供運算服務。
- **公有雲：**阿里雲獲 Forrester 於 2022 年 12 月發佈的中國公有雲發展及設施平台 2022 年第四季報告（The Forrester Wave™ Public Cloud Development and Infrastructure Platforms in China, Q4 2022）評為 11 間中國公有雲服務提供商的領導者之一。阿里雲於產品供應及產品策略中獲評最高分。

## **數字媒體及娛樂**

於 12 月份季度，優酷日均付費用戶規模同比增長 2%，主要受到優質內容，以及來自 88VIP 會員計劃的持續貢獻所帶動。優酷通過審慎投資於內容及製作能力而持續改善了營運能力效率，從而達致本季度虧損為連續第七個季度同比有所收窄。

## **環境、社會及管治（ESG）更新**

### *支持內地農村抗疫*

2022 年末，中國新冠肺炎疫情反覆，阿里巴巴充分發揮數字化、物資調配和物流能力，幫助有需要的人有序防疫、平穩渡峰。

- **阿里健康：**阿里健康發起「安心行動」，24 小時提供線上問診服務，並先後在不同省市的 20 多個地區支持藥物及醫療物資優先和精準投放工作。
- **捐贈血氧儀：**2023 年 1 月，我們通過阿里巴巴公益基金會捐贈人民幣 1.25 億元（1,810 萬美元），聯合友成企業家鄉村發展基金會，為內地 60 多萬個村衛生室各採購 2 台指夾式血氧儀，菜鳥於 4 天內將共計 100 多萬台血氧儀全部發出。該行動在春節前完成，幫助緩解了農村地區醫療保障和資源整體水準低的難點。

### *土耳其地震緊急救援*

2023 年 2 月 6 日，土耳其發生兩次大地震。我們迅速成立緊急工作組以追蹤當地員工安全情況，並調配運送應急物資支援當地救援。Trendyol 動員資源幫助救災，包括採購急需的物資並利用物流能力運送到受災地區，同時參與「土耳其地震團結運動」，幫助在當地救災的非政府組織從國際社會籌集捐款。阿里巴巴從中國為土耳其災民運送睡袋和外套等冬季物資，同時通過為中國紅十字基金會建立的數字救援平台，幫助更高效地協調中國民間組織參與救災。

## 股份回購

於 2022 年 12 月 31 日止季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 33 億美元回購了 45.4 百萬股美國存託股（相等於 363.3 百萬股普通股）。截至 2022 年 12 月 31 日，我們流通的普通股為約 207 億股（相等於 26 億股美國存託股），並在目前授權下，我們有約 213 億美元回購額度，有效期至 2025 年 3 月。

## 12 月份季度財務業績概要

	截至 12 月 31 日止三個月			
	2021	2022		%同比變動
	人民幣	人民幣	美元	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	242,580	247,756	35,921	2%
經營利潤	7,068	35,031	5,079	396% <sup>(2)</sup>
經營利潤率	3%	14%		
經調整 EBITDA <sup>(1)</sup>	51,364	59,162	8,578	15% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(1)</sup>	21%	24%		
經調整 EBITA <sup>(1)</sup>	44,822	52,048	7,546	16% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(1)</sup>	18%	21%		
淨利潤	19,224	45,746	6,633	138% <sup>(4)</sup>
歸屬於普通股股東的淨利潤 <sup>(5)</sup>	27,692	46,815	6,788	69% <sup>(4)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(1)</sup>	44,624	49,932	7,239	12% <sup>(3)</sup>
攤薄每股收益 <sup>(5)(6)</sup>	1.27	2.24	0.32	76% <sup>(4)(7)</sup>
攤薄每股美國存託股收益 <sup>(5)(6)</sup>	10.19	17.91	2.60	76% <sup>(4)(7)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(1)(6)</sup>	2.11	2.41	0.35	14% <sup>(3)(7)</sup>
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(1)(6)</sup>	16.87	19.26	2.79	14% <sup>(3)(7)</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數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣 22,427 百萬元。我們未把商譽減值計入非公認會計準則財務指標。

(3) 同比增加主要是由於國際商業、本地生活服務和數字媒體及娛樂分部的經調整 EBITA 虧損收窄；及中國商業經調整 EBITA 增加。

(4) 淨利潤同比增加主要是由於數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣 22,427 百萬元，歸屬於普通股股東的淨利潤和每股／每股美國存託股收益將進一步計入考慮對非控制性權益的相關歸屬。

(5) 如我們於 2022 年 5 月 26 日公佈截至 2022 年 3 月 31 日的季度和財政年度的業績公告中所述，我們於 2022 年 2 月 24 日公佈截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月的合併財務信息中，歸屬於普通股股東的淨利潤和每股／每股美國存託股收益被少報。這是由於部分應歸屬於非控制性權益的非現金商譽減值，被全數計入歸屬於普通股股東的淨利潤。我們已進行定量及定性評估並判定該項歸屬對於截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月的合併財務信息無重大影響。本公告所載截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月的合併財務信息已修正，並已反映上述歸屬（“已修正的非控制性權益的歸屬”）。

(6) 每股美國存託股代表八股普通股。

(7) 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。

## 12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 12 月 31 日止三個月

	中國商業 <sup>(1)</sup>	國際商業	本地 生活服務 <sup>(1)</sup>	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(2)</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	169,986	19,465	13,164	16,553	20,179	7,586	823	—	247,756	35,921
%同比變動	(1)%	18%	6%	27%	3%	(6)%	(20)%	不適用	2%	
經營利潤(虧損)	53,127	(1,661)	(5,473)	(983)	(1,495)	(1,024)	(1,933)	(5,527)	35,031	5,079
加：股權激勵費用	2,390	869	942	717	1,848	522	487	998	8,773	1,272
加：無形資產攤銷及減值	3,110	29	1,394	254	3	477	211	52	5,530	801
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	2,714	2,714	394
經調整EBITA	58,627	(763)	(3,137)	(12)	356	(25)	(1,235)	(1,763)	52,048	7,546
經調整EBITA%同比變動 <sup>(3)</sup>	1%	74%	38%	87%	166%	98%	23%	17%	16%	
經調整EBITA利潤率	34%	(4)%	(24)%	(0)%	2%	(0)%	(150)%	不適用	21%	

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月

	中國商業 <sup>(1)</sup>	國際商業	本地 生活服務 <sup>(1)</sup>	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(2)</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	171,901	16,449	12,466	13,078	19,539	8,113	1,034	—	242,580	
經營利潤(虧損)	54,558	(3,707)	(7,733)	(987)	(2,137)	(2,139)	(2,434)	(28,353)	7,068	
加：股權激勵費用	2,740	769	1,158	639	2,267	566	608	1,029	9,776	
加：無形資產攤銷	580	21	1,499	256	4	199	217	61	2,837	
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	25,141	25,141	
經調整 EBITA	57,878	(2,917)	(5,076)	(92)	134	(1,374)	(1,609)	(2,122)	44,822	
經調整 EBITA 利潤率	34%	(18)%	(41)%	(1)%	1%	(17)%	(156)%	不適用	18%	

截至 2022 年 12 月 31 日止九個月

	中國商業 <sup>(1)</sup>	國際商業	本地 生活服務 <sup>(1)</sup>	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(2)</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	446,658	50,663	37,563	42,062	58,621	23,209	1,711	—	660,487	95,762
%同比變動	(1)%	8%	11%	22%	5%	(4)%	(30)%	不適用	2%	
經營利潤(虧損)	135,662	(5,455)	(16,703)	(2,455)	(4,241)	(2,936)	(6,972)	(11,789)	85,111	12,340
加：股權激勵費用	6,425	2,096	2,609	1,622	5,269	1,315	1,262	2,687	23,285	3,376
加：無形資產攤銷及減值	4,288	69	4,226	761	9	849	633	175	11,010	1,596
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	2,714	2,714	394
加：以股權結算的捐贈費用	—	—	—	—	—	—	—	511	511	74
經調整EBITA	146,375	(3,290)	(9,868)	(72)	1,037	(772)	(5,077)	(5,702)	122,631	17,780
經調整EBITA%同比變動 <sup>(3)</sup>	(3)%	49%	40%	87%	19%	72%	(9)%	(2)%	7%	
經調整EBITA利潤率	33%	(6)%	(26)%	(0)%	2%	(3)%	(297)%	不適用	19%	

截至 2021 年 12 月 31 日止九個月

	中國商業 <sup>(1)</sup>	國際商業	本地 生活服務 <sup>(1)</sup>	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(2)</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	人民幣
	(以百萬計，百分比除外)									
收入	451,501	46,743	33,920	34,525	55,597	24,267	2,457	—	649,010	
經營利潤(虧損)	139,980	(8,737)	(24,214)	(2,839)	(5,765)	(4,849)	(6,697)	(33,958)	52,921	
加：股權激勵費用	7,980	2,233	3,035	1,481	6,623	1,515	1,775	3,066	27,708	
加：無形資產攤銷	2,237	76	4,655	805	12	610	245	176	8,816	
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	25,141	25,141	
經調整EBITA	150,197	(6,428)	(16,524)	(553)	870	(2,724)	(4,677)	(5,575)	114,586	
經調整EBITA利潤率	33%	(14)%	(49)%	(2)%	2%	(11)%	(190)%	不適用	18%	

- (1) 自 2022 年 10 月 1 日起，繼全能超市業務的戰略定位精細化，通過餓了麼平台配送食品雜貨專注建立用戶消費心智。我們把全能超市業務的業績由中國商業分部重分類至本地生活服務分部，該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。
- (2) 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。商譽減值和以股權結算的捐贈費用（分配股份予慈善信託的相關費用），在分部信息中皆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。
- (3) 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。

## 12 月份季度營運及財務業績

### 收入

截至 2022 年 12 月 31 日止三個月的收入為人民幣 247,756 百萬元（35,921 百萬美元），較 2021 年同期為人民幣 242,580 百萬元增長 2%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 12 月 31 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	100,089	41%	91,344	13,244	37%	(9)%
– 直營及其他 <sup>(1)(2)</sup>	67,581	28%	74,421	10,790	30%	10%
	167,670	69%	165,765	24,034	67%	(1)%
中國批發商業	4,231	2%	4,221	612	2%	(0)%
中國商業合計	171,901	71%	169,986	24,646	69%	(1)%
國際商業：						
國際零售商業	11,606	5%	14,644	2,123	6%	26%
國際批發商業	4,843	2%	4,821	699	2%	(0)%
國際商業合計	16,449	7%	19,465	2,822	8%	18%
本地生活服務 <sup>(1)</sup>	12,466	5%	13,164	1,909	5%	6%
菜鳥	13,078	5%	16,553	2,400	7%	27%
雲業務	19,539	8%	20,179	2,925	8%	3%
數字媒體及娛樂	8,113	3%	7,586	1,100	3%	(6)%
創新業務及其他	1,034	1%	823	119	0%	(20)%
總計	242,580	100%	247,756	35,921	100%	2%

(1) 自 2022 年 10 月 1 日起，繼全能超市業務的戰略定位精細化，通過餓了麼平台配送食品雜貨專注建立用戶消費心智。我們把全能超市業務的收入由中國商業分部重分類至本地生活服務分部，該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(2) 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，天貓超市和盒馬），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 12 月 31 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 165,765 百萬元（24,034 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 167,670 百萬元下降 1%。

客戶管理收入同比下降 9%，主要由於消費需求減少、競爭持續，以及因內地新冠肺炎疫情病

例增加導致2022年12月供應鏈和物流受到影響，引致淘寶和天貓的線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降。

截至2022年12月31日止三個月，中國零售商業的直營及其他收入為人民幣74,421百萬元（10,790百萬美元），較2021年同期的人民幣67,581百萬元增長10%，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12月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣4,221百萬元（612百萬美元），相較2021年同期的人民幣4,231百萬元維持平穩。

## (ii) 分部經調整 EBITA

中國商業分部截至2022年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣58,627百萬元（8,500百萬美元），相較2021年同期的人民幣57,878百萬元增長1%。該增長主要是由於淘特，盒馬和淘菜菜虧損收窄，部分被客戶管理利潤下降所抵銷。經調整EBITA利潤率截至2022年12月31日止三個月及2021年同期平穩維持在34%。截至2022年12月31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。盒馬通過提高毛利率和履約效率，致使其虧損同比大幅收窄。淘菜菜在提高整體運營效率的推動下，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12月31日止三個月，國際零售商業收入為人民幣14,644百萬元（2,123百萬美元），相較2021年同期的人民幣11,606百萬元增長26%。該增長主要是由於Trendyol的收入增長。Trendyol的收入增長主要受惠於強勁的訂單同比增長和補貼效率提升所貢獻。

- **國際批發商業**

截至2022年12月31日止三個月，國際批發商業收入為人民幣4,821百萬元（699百萬美元），相較2021年同期的人民幣4,843百萬元維持平穩。

### (ii) 分部經調整 EBITA

國際商業分部經調整EBITA截至2022年12月31日止三個月為虧損人民幣763百萬元（111百萬美元），2021年同期為虧損人民幣2,917百萬元。虧損同比下降主要由於Trendyol和Lazada的虧損收窄。Trendyol的虧損收窄主要是由於收入增長和提高運營效率所致。而Lazada通過提供更多增值服務來持續提高變現率和提高運營效率，致使其虧損持續收窄。

## 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12月31日止三個月，本地生活服務收入為人民幣13,164百萬元（1,909百萬美元），相較2021年同期的人民幣12,466百萬元增長6%，主要由於餓了麼的平均訂單金額提升，促使「到家」業務錄得正GMV增長。

### (ii) 分部經調整 EBITA

本地生活服務分部截至2022年12月31日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 3,137 百萬元（455 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 5,076 百萬元，主要由於「到家」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每筆訂單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和每單派送成本同比下降所致。

## 菜鳥

### (i) 分部收入

截至2022年12月31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16,553百萬元（2,400百萬美元），相較2021年同期的人民幣13,078百萬元增長27%，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，以更好地服務客戶和提升客戶體驗，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23,023百萬元（3,338百萬美元），相較2021年同期的人民幣19,600百萬元增長17%。

### (ii) 分部經調整 EBITA

菜鳥分部截至2022年12月31日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 12 百萬元（2 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 92 百萬元。

## 雲業務

### (i) 分部收入

截至2022年12月31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20,179百萬元（2,925百萬美元），相較2021年同期的人民幣19,539百萬元增長3%。我們的雲業務分部收入同比增長反映非互聯網行業的收入增長，主要由於金融服務、教育及汽車行業的穩健收入增長所驅動；部分被公共服務行業的收入減少所抵銷。

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26,693百萬元（3,870百萬美元），相較2021年同期的人民幣26,431百萬元增長1%。

## **(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12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣356百萬元（52百萬美元），2021年同期為人民幣134百萬元。

## **數字媒體及娛樂**

### **(i) 分部收入**

截至2022年12月31日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣7,586百萬元（1,100百萬美元），相較2021年同期的人民幣8,113百萬元下降6%，主要由於阿里影業的收入減少。

### **(ii) 分部經調整 EBITA**

數字媒體及娛樂分部截至 2022 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 25 百萬元（4 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 1,374 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而收窄。

## **創新業務及其他**

### **(i) 分部收入**

截至2022年12月31日止三個月，來自創新業務及其他分部的收入為人民幣823百萬元（119百萬美元），相較2021年同期的人民幣1,034百萬元下降20%。

### **(ii) 分部經調整 EBITA**

創新業務及其他分部截至 2022 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,235 百萬元（179 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 1,609 百萬元。

## 12 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 12 月 31 日止三個月					
	2021		2022		%佔收入 比例	%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>成本及費用：</b>						
營業成本	146,658	61%	150,005	21,749	61%	0%
產品開發費用	15,705	6%	13,521	1,960	6%	0%
銷售和市場費用	36,706	15%	30,628	4,441	12%	(3)%
一般及行政費用	8,465	4%	10,327	1,497	4%	0%
無形資產攤銷及減值	2,837	1%	5,530	801	2%	1%
商譽減值	25,141	10%	2,714	394	1%	(9)%
成本及費用總額	<u>235,512</u>	<u>97%</u>	<u>212,725</u>	<u>30,842</u>	<u>86%</u>	<u>(11)%</u>
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	2,307	1%	1,660	241	1%	0%
產品開發費用	4,196	2%	3,755	544	2%	0%
銷售和市場費用	1,199	0%	1,081	157	0%	0%
一般及行政費用	2,074	1%	2,277	330	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>9,776</u>	<u>4%</u>	<u>8,773</u>	<u>1,272</u>	<u>4%</u>	<u>0%</u>
<b>不含股權激勵費用的成本及費用：</b>						
營業成本	144,351	60%	148,345	21,508	60%	0%
產品開發費用	11,509	4%	9,766	1,416	4%	0%
銷售和市場費用	35,507	15%	29,547	4,284	12%	(3)%
一般及行政費用	6,391	3%	8,050	1,167	3%	0%
無形資產攤銷及減值	2,837	1%	5,530	801	2%	1%
商譽減值	25,141	10%	2,714	394	1%	(9)%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>225,736</u>	<u>93%</u>	<u>203,952</u>	<u>29,570</u>	<u>82%</u>	<u>(11)%</u>

**營業成本** – 截至 2022 年 12 月 31 日止三個月的營業成本為人民幣 150,005 百萬元（21,749 百萬美元），佔收入比例 61%，2021 年同期為人民幣 146,658 百萬元，佔收入比例 61%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2022 年 12 月 31 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 60%。

**產品開發費用** – 截至 2022 年 12 月 31 日止三個月的產品開發費用為人民幣 13,521 百萬元（1,960 百萬美元），佔收入比例 6%，2021 年同期為人民幣 15,705 百萬元，佔收入比例 6%。若不考慮股

權激勵費用的影響，截至 2022 年 12 月 31 日止三個月和 2021 年同期產品開發費用佔收入的比例將平穩維持在 4%。

**銷售和市場費用** – 截至2022年12月31日止三個月的銷售和市場費用為人民幣30,628百萬元（4,441百萬美元），佔收入比例12%，2021年同期為人民幣36,706百萬元，佔收入比例15%。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12月31日止三個月的15%減少至截至2022年12月31日止三個月的12%。

**一般及行政費用** – 截至2022年12月31日止三個月的一般及行政費用為人民幣10,327百萬元（1,497百萬美元），佔收入比例 4%，2021年同期為人民幣8,465百萬元，佔收入比例 4%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2022 年 12 月 31 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 3%。

**股權激勵費用** – 截至2022年12月31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 8,773百萬元（1,272百萬美元），而2021年同期為人民幣9,776百萬元。截至2022年12月31日止三個月和2021年同期股權激勵費用佔收入的比例平穩維持在 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 12 月 31 日止三個月					%同比 變動
	2021		2022		%佔收 入比例	
	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>	7,874	3%	6,841	992	3%	(13)%
螞蟻集團的股權激勵 <sup>(2)</sup>	340	0%	354	51	0%	4%
其他 <sup>(3)</sup>	1,562	1%	1,578	229	1%	1%
股權激勵費用合計	<u>9,776</u>	<u>4%</u>	<u>8,773</u>	<u>1,272</u>	<u>4%</u>	<u>(10)%</u>

(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。

**無形資產攤銷及減值** – 截至2022年12月31日止三個月的無形資產攤銷及減值為人民幣5,530百萬元（801百萬美元），相較2021年同期的人民幣2,837百萬元增加 95%，主要是由於截至2022年12月31日止三個月錄得的無形資產減值。

**商譽減值** – 截至2022年12月31日止三個月錄得人民幣2,714百萬元（394百萬美元）的商譽減值，相較2021年同期的人民幣25,141百萬元下降89%或人民幣22,427百萬元。根據年度商譽減值評估，這兩年錄得的減值反映數字媒體及娛樂分部的若干報告單位的賬面價值超過其公允價值。

### **經營利潤及經營利潤率**

截至2022年12月31日止三個月的經營利潤為人民幣35,031百萬元（5,079百萬美元），佔收入比例14%，相較2021年同期為人民幣7,068百萬元，佔收入比例3%，同比增長396%或人民幣27,963百萬元。該同比增加主要是由於數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣22,427百萬元。若不考慮該商譽減值的影響，經營利潤將從截至2021年12月31日止三個月的人民幣32,209百萬元增加至截至2022年12月31日止三個月的人民幣37,745百萬元（5,473百萬美元），同比增長17%。

### **經調整 EBITDA 及經調整 EBITA**

截至2022年12月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣59,162百萬元（8,578百萬美元），相較2021年同期的人民幣51,364百萬元增長15%。截至2022年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣52,048百萬元（7,546百萬美元），相較2021年同期的人民幣44,822百萬元增長16%。同比增加主要是由於國際商業、本地生活服務和數字媒體及娛樂分部的經調整EBITA虧損收窄；及中國商業經調整EBITA增加。淨利潤調整至經調整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「12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12月31日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣15,516百萬元（2,250百萬美元），2021年同期為人民幣18,361百萬元，同比下降主要由於我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少，部分被若干投資減值損失減少所抵銷。

上述提及的收益及虧損未計入非公認會計準則淨利潤。

### **其他淨收支**

截至2022年12月31日止三個月的其他淨收益為人民幣1,462百萬元（212百萬美元），2021年同期為人民幣5,083百萬元，同比下降主要由於截至2022年12月31日止三個月為匯兌淨損失，而2021年同期則為匯兌淨收益。

### **所得稅費用**

截至2022年12月31日止三個月的所得稅費用為人民幣3,820百萬元（554百萬美元），2021年同期為人民幣9,553百萬元。同比下降主要由於來自權益法核算的投資的遞延所得稅的基礎差異，包括應收螞蟻集團股息所產生的遞延所得稅撥回。

若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失），商譽和投資的減值損失，以及來自權益法核算的投資的基礎差異的遞延所得稅影響，截至2022年12月31日止三個月的有效稅率為13%。

## 權益法核算的投資損益

截至2022年12月31日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣893百萬元（129百萬美元），2021年同期為損失人民幣549百萬元。截至2022年12月31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 12 月 31 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	5,811	1,005	146
- 其他	(1,632)	(807)	(117)
減值損失	(3,577)	(132)	(19)
其他 <sup>(1)</sup>	(1,151)	(959)	(139)
總計	<u>(549)</u>	<u>(893)</u>	<u>(129)</u>

(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主要是由於資本市場狀況變化而導致其若干境外股權投資估值下降。

## 淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2022年12月31日止三個月的淨利潤為人民幣45,746百萬元（6,633百萬美元），相較2021年同期的淨利潤為人民幣19,224百萬元增長138%或人民幣26,522百萬元。同比增加主要是由於數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值減少人民幣22,427百萬元。

剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年12月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣49,932百萬元（7,239百萬美元），相較2021年同期的人民幣44,624百萬元增長12%。淨利潤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

截至2022年12月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣46,815百萬元（6,788百萬美元），相較2021年同期的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣27,692百萬元增長69%，主要是由於數字媒體及娛樂分部相關的歸屬於普通股股東的商譽減值減少。

## 攤薄每股美國存託股/每股收益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12月31日止三個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣17.91元（2.60美元），2021年同期攤薄每股美國存託股收益為人民幣10.19元。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年12月31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19.26元（2.79美元），相較2021年同期的人民幣16.87元增長14%。

截至2022年12月31日止三個月，攤薄每股收益為人民幣2.24元（0.32美元或 2.51港元），2021年同期的攤薄每股收益為人民幣1.27元。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年12月31日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣2.41元（0.35美元或 2.7港元），較2021年同期的人民幣2.11元增長14%。

攤薄每股美國存託股/每股收益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12月31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539,216百萬元（78,179百萬美元），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和大額存單。現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資在截至2022年12月31日止九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139,396百萬元（20,211百萬美元）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 14,931百萬元（2,165百萬美元），部分被股份回購的現金支出人民幣62,135百萬元（9,009百萬美元）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12月31日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣87,370百萬元（12,668百萬美元），相較2021年同期的人民幣80,366百萬元增長9%。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12月31日止三個月為人民幣81,514百萬元（11,818百萬美元），相較截至2021年12月31日止三個月的人民幣71,022百萬元增加15%，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12月31日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣72,943百萬元（10,576百萬美元），主要反映了(i) 短期投資增加人民幣48,448百萬元（7,024百萬美元），(ii) 其他理財投資增加人民幣19,991百萬元（2,898百萬美元），(iii) 資本性支出人民幣6,897百萬元（1,000百萬美元），以及(iv) 投資和收購活動的現金支出人民幣5,496百萬元（797百萬美元）。這些現金支出部分被處置投資所得的現金流入人民幣7,386百萬元（1,071百萬美元）所抵銷。

## 融資活動所用的現金流量淨額

截至2022年12月31日止三個月的融資活動所用的現金流量淨額為人民幣23,808百萬元（3,452百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣24,455百萬元（3,546百萬美元）。

## 員工

截至 2022 年 12 月 31 日，我們的員工總數為 239,740 人，截至 2022 年 9 月 30 日為 243,903 人。

## 網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2023 年 2 月 23 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/10028049-efanhb.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10028050-dj6f7n.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。電話會議的重播將由電話會議日期起持續一周（撥入號碼：+1 855 883 1031；英文會議代碼：10028049；中文會議代碼：10028050）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2023 年 2 月 23 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

投資者關係

[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 6.8972 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2022 年 12 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 0.89327 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2022 年 12 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）、我們維持生態體系內信託狀態的能力、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、新冠肺炎疫情的影響，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、無形資產攤銷及減值，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、商譽減值，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、無形資產攤銷及減值、商譽減值，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、無形資產攤銷及減值、商譽和投資減值、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** 指按攤薄基準計算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。**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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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	242,580	247,756	35,921	649,010	660,487	95,762
營業成本	(146,658)	(150,005)	(21,749)	(400,505)	(410,872)	(59,571)
產品開發費用	(15,705)	(13,521)	(1,960)	(44,521)	(42,864)	(6,215)
銷售和市場費用	(36,706)	(30,628)	(4,441)	(92,599)	(78,565)	(11,391)
一般及行政費用	(8,465)	(10,327)	(1,497)	(24,507)	(29,351)	(4,255)
無形資產攤銷及減值	(2,837)	(5,530)	(801)	(8,816)	(11,010)	(1,596)
商譽減值	(25,141)	(2,714)	(394)	(25,141)	(2,714)	(394)
<b>經營利潤</b>	<b>7,068</b>	<b>35,031</b>	<b>5,079</b>	<b>52,921</b>	<b>85,111</b>	<b>12,340</b>
利息收入和投資淨收益	18,361	15,516	2,250	21,006	(21,567)	(3,127)
利息費用	(1,186)	(1,550)	(225)	(3,720)	(4,182)	(606)
其他淨收支	5,083	1,462	212	8,903	4,515	654
<b>扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤</b>	<b>29,326</b>	<b>50,459</b>	<b>7,316</b>	<b>79,110</b>	<b>63,877</b>	<b>9,261</b>
所得稅費用	(9,553)	(3,820)	(554)	(24,736)	(11,791)	(1,709)
權益法核算的投資損益	(549)	(893)	(129)	11,062	(8,509)	(1,234)
<b>淨利潤</b>	<b>19,224</b>	<b>45,746</b>	<b>6,633</b>	<b>65,436</b>	<b>43,577</b>	<b>6,318</b>
歸屬於非控制性權益的淨虧損 <sup>(1)</sup>	8,585	1,167	169	12,929	5,562	806
歸屬於阿里巴巴集團股東的 淨利潤 <sup>(1)</sup>	27,809	46,913	6,802	78,365	49,139	7,124
夾層權益的增值	(117)	(98)	(14)	(165)	(146)	(21)
<b>歸屬於普通股股東的淨利潤<sup>(1)</sup></b>	<b>27,692</b>	<b>46,815</b>	<b>6,788</b>	<b>78,200</b>	<b>48,993</b>	<b>7,103</b>
<b>歸屬於普通股股東的每股收益<sup>(1) (2)</sup></b>						
基本	1.29	2.25	0.33	3.62	2.32	0.34
攤薄	1.27	2.24	0.32	3.58	2.31	0.33
<b>歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益<sup>(1) (2)</sup></b>						
基本	10.29	18.00	2.61	28.95	18.59	2.70
攤薄	10.19	17.91	2.60	28.62	18.49	2.68
<b>用於計算每股收益的加權 平均股數 (百萬股)<sup>(2)</sup></b>						
基本	21,516	20,805		21,610	21,089	
攤薄	21,716	20,912		21,849	21,190	

(1) 本公告所載截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月的合併財務信息已修正，並已反映已修正的非控制性權益的歸屬。

(2) 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 12 月 31 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	195,249	28,308
短期投資	256,514	315,990	45,814
受限制現金及應收託管資金	37,455	40,188	5,827
股權證券及其他投資	8,673	7,974	1,156
預付款項、應收款項及其他資產 <sup>(1)</sup>	145,995	168,975	24,499
流動資產總額	638,535	728,376	105,604
股權證券及其他投資	223,611	227,519	32,988
預付款項、應收款項及其他資產	113,147	112,766	16,350
權益法核算的投資	219,642	208,594	30,243
物業及設備（淨值）	171,806	177,796	25,778
無形資產（淨值）	59,231	48,914	7,092
商譽	269,581	268,159	38,879
<b>資產總額</b>	<b>1,695,553</b>	<b>1,772,124</b>	<b>256,934</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	6,700	971
短期無擔保優先票據	—	4,865	705
應付所得稅	21,753	18,825	2,729
預提費用、應付款項及其他負債	271,460	293,666	42,578
商家保證金	14,747	25,493	3,696
遞延收入及客戶預付款	66,983	68,286	9,901
流動負債總額	383,784	417,835	60,580

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 12 月 31 日	
	2022	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,490	3,548	514
遞延所得稅負債	61,706	61,384	8,900
長期銀行借款	38,244	49,858	7,229
長期無擔保優先票據	94,259	98,402	14,267
其他負債	31,877	31,314	4,540
<b>負債總額</b>	<b>613,360</b>	<b>662,341</b>	<b>96,030</b>
承諾及或有事項			
夾層權益	9,655	9,654	1,400
股東權益：			
普通股	1	1	-
資本公積	410,506	414,695	60,125
庫存股（按成本計）	(2,221)	(29,026)	(4,209)
應收股權認購款項	(46)	(50)	(7)
法定儲備	9,839	12,364	1,793
累計其他綜合損失	(33,157)	(7,300)	(1,058)
未分配利潤	563,557	585,270	84,856
股東權益總額	948,479	975,954	141,500
非控制性權益	124,059	124,175	18,004
<b>權益總額</b>	<b>1,072,538</b>	<b>1,100,129</b>	<b>159,504</b>
<b>負債、夾層權益及權益總額</b>	<b>1,695,553</b>	<b>1,772,124</b>	<b>256,934</b>

(1) 包括截至 2022 年 3 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日分別為人民幣 3,945 百萬元和人民幣 10,519 百萬元（1,525 百萬美元）的螞蟻集團股息。經股東審批後，螞蟻集團已於 2022 年 3 月及 12 月宣佈分派股息至其股東。

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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	80,366	87,370	12,668	149,799	168,351	24,409
投資活動所用的現金流量淨額	(33,790)	(72,943)	(10,576)	(111,338)	(108,698)	(15,760)
融資活動所用的現金流量淨額	(18,697)	(23,808)	(3,452)	(53,835)	(56,300)	(8,163)
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	(5,924)	(2,032)	(295)	(7,921)	4,731	686
現金及現金等價物、受限制現金 及應收託管資金的增加(減 少)	21,955	(11,413)	(1,655)	(23,295)	8,084	1,172
期初現金及現金等價物、受限制 現金及應收託管資金	311,219	246,850	35,790	356,469	227,353	32,963
期末現金及現金等價物、受限制 現金及應收託管資金	333,174	235,437	34,135	333,174	235,437	34,135

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與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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	19,224	45,746	6,633	65,436	43,577	6,318
淨利潤與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：						
利息收入和投資淨收益	(18,361)	(15,516)	(2,250)	(21,006)	21,567	3,127
利息費用	1,186	1,550	225	3,720	4,182	606
其他淨收支	(5,083)	(1,462)	(212)	(8,903)	(4,515)	(654)
所得稅費用	9,553	3,820	554	24,736	11,791	1,709
權益法核算的投資損益	549	893	129	(11,062)	8,509	1,234
<b>經營利潤</b>	<b>7,068</b>	<b>35,031</b>	<b>5,079</b>	<b>52,921</b>	<b>85,111</b>	<b>12,340</b>
股權激勵費用	9,776	8,773	1,272	27,708	23,285	3,376
無形資產攤銷及減值	2,837	5,530	801	8,816	11,010	1,596
商譽減值	25,141	2,714	394	25,141	2,714	394
以股權結算的捐贈費用	—	—	—	—	511	74
<b>經調整 EBITA</b>	<b>44,822</b>	<b>52,048</b>	<b>7,546</b>	<b>114,586</b>	<b>122,631</b>	<b>17,780</b>
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	6,542	7,114	1,032	20,246	20,956	3,038
<b>經調整 EBITDA</b>	<b>51,364</b>	<b>59,162</b>	<b>8,578</b>	<b>134,832</b>	<b>143,587</b>	<b>20,818</b>

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及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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</b>	<b>19,224</b>	<b>45,746</b>	<b>6,633</b>	<b>65,436</b>	<b>43,577</b>	<b>6,318</b>
淨利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：						
股權激勵費用	9,776	8,773	1,272	27,708	23,285	3,376
無形資產攤銷及減值	2,837	5,530	801	8,816	11,010	1,596
商譽和投資減值	31,444	3,927	569	34,961	17,061	2,474
視同處置／處置／重估投資產生的（收益）損失及其他	(16,823)	(11,187)	(1,622)	(16,174)	25,661	3,720
以股權結算的捐贈費用	—	—	—	—	511	74
所得稅影響 <sup>(1)</sup>	(1,834)	(2,857)	(414)	(4,158)	(7,101)	(1,029)
<b>非公認會計準則淨利潤</b>	<b>44,624</b>	<b>49,932</b>	<b>7,239</b>	<b>116,589</b>	<b>114,004</b>	<b>16,529</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、無形資產攤銷及減值，以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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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—基本 <sup>(1)</sup>	27,692	46,815	6,788	78,200	48,993	7,103
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	(26)	(8)	(1)	(29)	(9)	(1)
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄 <sup>(1)</sup>	27,666	46,807	6,787	78,171	48,984	7,102
對歸屬於普通股股東的淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(2)</sup>	18,137	3,526	511	43,890	67,051	9,721
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	45,803	50,333	7,298	122,061	116,035	16,823
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>(5)</sup>	21,716	20,912		21,849	21,190	
攤薄每股收益 <sup>(1)(3)(5)</sup>	1.27	2.24	0.32	3.58	2.31	0.33
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(4)(5)</sup>	2.11	2.41	0.35	5.59	5.48	0.79
攤薄每股美國存託股收益 <sup>(1)(3)(5)</sup>	10.19	17.91	2.60	28.62	18.49	2.68
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(4)(5)</sup>	16.87	19.26	2.79	44.69	43.80	6.35

(1) 本公告所載截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月的合併財務信息已修正，並已反映已修正的非控制性權益的歸屬。

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

(3) 攤薄每股收益按攤薄基準計算的歸屬於普通股股東的淨利潤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按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股收益得出。

(4) 非公認會計準則攤薄每股收益按攤薄基準計算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非公認會計準則攤薄每股收益得出。

(5) 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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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>經營活動產生的現金流量淨額</b>	<b>80,366</b>	<b>87,370</b>	<b>12,668</b>	<b>149,799</b>	<b>168,351</b>	<b>24,409</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）	(9,253)	(5,793)	(840)	(32,827)	(27,860)	(4,039)
減：購置無形資產（不包括通過收購所獲得）	—	—	—	(15)	(22)	(3)
減：消費者保護基金的資金變動	(91)	(63)	(10)	(3,013)	(1,073)	(156)
<b>自由現金流</b>	<b>71,022</b>	<b>81,514</b>	<b>11,818</b>	<b>113,944</b>	<b>139,396</b>	<b>20,211</b>