



## 阿里巴巴集团公布 2023 年 3 月份季度及 2023 财年业绩

中国杭州，2023 年 5 月 18 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，“阿里巴巴”或“阿里巴巴集团”）今日公布截至 2023 年 3 月 31 日止季度（“2023 财年第四季度”或“3 月份季度”）及财务年度（“财年”或“2023 财年”）业绩。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇说：“全球局势日益复杂，我们主动实施组织变革，给予业务更大独立性以增强其竞争力，满足不同客户持续变化的需求，捕捉新市场机遇。我们采取具体措施以释放业务价值，并欣然宣布阿里巴巴集团董事会批准通过向股东分配股息的方式，实现云智能集团的分拆，寻求成为一家独立上市公司。”

阿里巴巴集团首席财务官徐宏说：“我们在阿里巴巴集团董事会层面设立资本管理委员会，负责全面的资本管理筹划，提升股东价值。阿里巴巴致力通过强劲的资本配置框架来持续提升股东回报。我们高兴地分享，集团董事会已批准阿里国际数字商业寻求对外融资、菜鸟探索上市流程，以及盒马实施上市计划。”

2023 财年，集团收入同比增长 2%至 8,686.87 亿元（人民币，下同），非公认会计准则净利润同比增长 4%至 1,413.79 亿元，非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益同比增长 4%至 54.56 元。经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 11%至 1,757.10 亿元。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 13%至 1,479.11 亿元。

3 月份季度，集团收入同比增长 2%至 2,082.00 亿元，非公认会计准则净利润同比增长 38%至 273.75 亿元，非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益同比增长 35%至 10.71 元。经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 37%至 321.23 亿元。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 60%至 252.80 亿元。

### 架构重组更新

集团早前宣布新的组织和治理架构，目的是推动各项业务更加敏捷，让决策链路变短，更快响应市场变化，通过抓住各自市场和行业机遇，进一步释放股东价值。新架构下，阿里巴巴集团作为控股公司持有六大业务集团和其他业务公司。六大业务集团由各自的首席执行官和董事会（或同等管理机构）独立运营。业务集团的董事和首席执行官人选由阿里巴巴集团董事会批准任命。

董事会批准新设资本管理委员会，负责筹划实施全面的资本管理，提升股东价值，由张勇先生担任主席，成员包括蔡崇信先生、J. Michael Evans 先生和武卫女士。

如之前宣布，除淘天集团仍将继续由阿里巴巴集团全资拥有外，另五家业务集团均可灵活地筹集外部资金，并可能寻求单独上市。

- 集团董事会批准通过向股东分配股息的方式，实现云智能集团的完全分拆。在分拆之前，集团计划通过私募融资为云智能集团引进外部战略投资者。作为分拆计划的一部分，云智能集团将寻求成为一家独立的上市公司。如果上述各项安排、条件和批准进展顺利，目标在未来 12 个月完成上述计划。
- 集团董事会批准阿里国际数字商业集团启动探索对外融资，助力该业务集团的进一步发展和增长。融资将帮助其拓展新的地域市场，投资新技术，扩大消费者和供货商基础，加强管理团队，为全球客户开发和提高产品和服务。
- 集团董事会批准启动探索菜鸟集团上市。阿里巴巴集团持有菜鸟集团 67% 的股权。该业务集团的其他股东包括物流行业的战略投资者和全球机构投资者，目标是在未来 12 到 18 个月完成这项上市计划。
- 集团董事会批准启动执行其新零售业务盒马的上市流程，预计该上市将在未来 6 到 12 个月内完成。

另外，董事会批准新设合规与风险委员会，负责监督阿里巴巴集团在财务报告合规（财务报告合规将继续由审计委员会负责监督）以外的关键领域的整体合规和风险管理，由利蕴莲女士担任主席。

## 业绩概要

**中国商业**分部的季度收入为 1,360.73 亿元。本季度，淘宝和天猫的在线实物商品 GMV（剔除未支付订单）同比录得中单位数下降。随着中国消费逐渐恢复，在 3 月，淘宝和天猫的在线实物商品 GMV 增长（剔除未支付订单）转为正数，主要由服饰及保健品品类增长强劲所带动。集团持续专注于通过增加媒体内容以增强消费者参与度，从而改善淘宝 app 的消费者价值定位；通过更有效的定位和推出新的营销功能以提高价格竞争力；通过近场零售业务满足消费者对高频日常必需品的时效性需求。今年 4 月，集团开始测试淘宝 app 的新接口，希望增加直播内容于首页的曝光及具价格竞争力的商品和近场购物品类的频道。

本季度，淘特和淘菜菜均持续实现亏损同比收窄，在淘宝和淘特上 M2C 商品产生的支付 GMV 同比增长 26%。淘特继续丰富产品供给，并为价格敏感的消费者提升数字消费体验。淘菜菜持续推动集团中国零售市场中杂货和生鲜产品的高频购买品类渗透。值得留意，截至 2023 年 3 月 31 日止的 12 个月，有 62% 的淘菜菜年度活跃消费者是集团多个平台上首次购买生鲜产品的消费者。

本季度，集团直营及其他收入同比较轻微下降 1% 至 717.88 亿元，主要受到 1 月份新冠肺炎疫情和提前过春节的季节性波动的负面影响导致线下门店销售下降，以及后疫情时期消费者减少囤积行为令杂货需求正常化所致。本季度，盒马继续增强其销售能力并提高运营效率，经营业绩因此录得正数。

**国际商业**分部季度收入同比增长 29% 至 185.41 亿元。国际商业零售业务包括 Lazada、速卖通、Trendyol 和 Daraz 平台；本季度此业务的订单量整体同比增长 15%。本季度，速卖通面向全球消费者推出新服务 *Choice*，提供一系列品类繁多的高性价比商品。指定国家的消费者在 *Choice* 下单享有免运费、免费退货和配送质量保证等服务。*Choice* 本季度日订单量迅速增长，带动速卖通订单有双位数增长。

**Lazada** 本季度在东南亚市场录得双位数订单同比增长。通过在大部分市场不断优化买家参与体验，Lazada 继续扩大其买家基础。Lazada 还持续通过提供更多增值服务来提高变现率，从而提升收入增长。本季度，Trendyol 为 2 月土耳其大地震受灾者调度资源以提供援助和支持。

受到土耳其业务从 3 月起开始正常化，以及新业务订单的强劲增长所带动，本季度订单同比增长率保持强韧。

**本地生活服务**分部季度收入同比增长 17%至 125.49 亿元；订单增长超过 20%。“到家”业务之中，从 2 月开始，受惠于消费者需求改善、活跃商家数量增加，以及有效扩展其配送能力，饿了么 GMV 增长和订单增长显著上升。饿了么每笔订单的单位经济效益持续录得正数及同比有所改善，主要由于平均订单金额同比提升及每单派送成本同比下降所致。

“到目的地”业务方面，包括高德和飞猪在内的订单同比增长迅速，主要由于出行和旅游需求的强劲复苏。受惠于城市内出行和城市间旅游需求上升所带动，高德 3 月份日均活跃用户数量创新高，达到 1.5 亿。在商务和休闲旅游需求急增所推动下，飞猪 3 月份国内酒店预订价值较 2019 年同期相比增长逾 70%。

**菜鸟**分部于本季度收入（抵消跨分部交易的影响后）同比增长 18%至 136.19 亿元，主要受国际物流履约解决方案服务每单平均收入增加，以及对消费者物流服务需求的增加所致。本季度，菜鸟总收入（在抵消跨分部交易的影响前）中有 72%来自外部客户。今年 3 月，菜鸟成为联合国世界粮食计划署（WFP）在中国的首个全球性物流合作伙伴，菜鸟将帮助 WFP 在全球紧急情况下缩短关键物资的配送时间。

菜鸟持续透过加强端到端的物流能力来拓展其国际物流网，不断升级其海外仓库网络，并提供广泛的物流解决方案，包括中国货物揽收、国际干线、海外支线服务，以及海外最后一公里配送服务，为内部和外部客户提供支持。在中国，菜鸟继续扩大其菜鸟驿站网络，以提供各种增值服务。本季度菜鸟驿站进一步提高送货上门服务的客户渗透率，送货上门包裹同比增长约 85%。

**云业务**分部季度收入（抵消跨分部交易的影响后）同比下降 2%至 185.82 亿元，主要反映混合云项目受到 1 月份疫情反复影响导致延迟交付、内容分发网络需求与去年同期相比恢复正常化等影响。在抵消跨分部交易的影响后，来自非互联网行业的收入同比增长稳健，增长主要由金融服务、零售、媒体和汽车行业所带动；来自非互联网行业对云业务分部收入的贡献为 55%。

阿里云近期推出一系列举措，旨在进一步扩大公有云客户基础及提升云端利用率，并利用生成式 AI 带来的历史机遇来推动机器学习和服务的高质量算力增长。今年 4 月，阿里云推出其最新的大语言模型（LLM）通义千问，自发布以来收到来自各行业逾 20 万企业用户申请接入通义千问的测试请求。阿里云宣布降低一些核心实用产品，包括计算、存储、网络和安全产品的价格，最高达 50%。另外，在 2023 春季钉峰会上，钉钉推出基于阿里巴巴通义千问大语言模型的智能功能产品集成。用户通过输入斜杠符号（/）激活多种人工智能功能，进一步帮助客户和生态体系合作伙伴释放人工智能的潜力。

**数字媒体及娱乐**分部于本季度收入为 82.73 亿元。本季度，优酷总订阅收入同比增长 13%，主要受到用户平均收入增长，以及《他是谁》和《少年歌行》等高质量原创内容所带动。本季度，线下票务服务需求正常化，推动大麦和淘票票等业务的强劲增长。

2023 年 3 月 31 日，集团的现金及现金等价物、短期投资和其他理财投资金额为 5,603.14 亿元。2023 财年自由现金流（一项非公认会计准则财务流动性指标）为 1,716.63 亿元。根据股份回购计划，集团于本季度以约 19 亿美元回购 2,150 万股美国存托股（相等于 1.724 亿股普通股）。在目前授权下，我们有约 194 亿美元回购额度，有效期至 2025 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)

李子繁

阿里巴巴集团

电话: +852 5237 8897

电邮: [eva.lee@alibaba-inc.com](mailto:eva.lee@alibaba-inc.com)