



## 阿里巴巴集團公佈 2021 年 9 月份季度業績

中國杭州，2021 年 11 月 18 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 2021 年 9 月 30 日止季度（「2022 財年第二季度」或「9 月份季度」）業績。

9 月份季度，集團收入同比增長 29%至 2,006.90 億元（人民幣，下同），主要由中國零售商業業務的收入增長（其中包括自 2020 年 10 月起合併高鑫零售）及雲計算業務的收入增長所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，集團收入同比增長 16%至 1,804.38 億元。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「本季度，阿里巴巴繼續圍繞內需、全球化及雲計算三大戰略堅定投入，為集團實現長遠可持續發展打下堅實基礎。阿里巴巴生態全球年度活躍消費者達到約 12.4 億，單季淨增長 6,200 萬，正穩步走向服務全世界 20 億消費者的長期目標。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「在多元化業務的表現推動下，集團本季度收入取得 29%的增長。我們於本季度內持續投資於關鍵策略領域，並在這些年輕業務中獲得顯著增長。」

根據股份回購計劃，集團於 9 月份季度以約 51.475 億美元回購約 2,690 萬股美國存託股（約 2.149 億股普通股）；2021 年 9 月 30 日，集團的現金、現金等價物和短期投資金額為 4,434.28 億元。

本季度，非公認會計準則淨利潤同比減少 39%至 285.24 億元，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益同比減少 38%至 11.20 元。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 27%至 348.40 億元。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 32%至 280.33 億元；同比減少主要由於集團對正展現穩健業務增長的關鍵策略領域投入增加，以及集團支持商家的舉措。集團於商業分部內關鍵策略領域（如淘特、本地生活服務、社區商業平台及 Lazada）的投入同比增加 125.75 億元。若不考慮該等投入的影響，集團商業分部的盈利將同比持續平穩。

基於集團對當前宏觀經濟狀況及競爭環境等的不確定性，集團調整 2022 財政年度的總收入指引，預計 2022 財年總收入同比增長為 20%至 23%。

本季度，商業收入同比增長 31%至 1,711.70 億元，中國零售商業收入同比增長 33%至 1,268.27 億元。截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月期間，阿里巴巴生態體系的全球年度活躍消費者達到約 12.40 億，較截至 2021 年 6 月 30 日止 12 個月期間增加約 6,200 萬；其中 9.53 億消費者來自中國市場，以及 2.85 億來自海外，單季分別淨增加 4,100 萬及 2,000 萬。截至 2021 年 9 月止 12 個月，集團的中國零售市場及新零售業務的年度活躍消費者約 8.63 億。新零售業務主要包括社區商業平台、盒馬、天貓超市、高鑫零售及淘鮮達。

集團以豐富消費品供給滿足消費者多元需求，持續加強在欠發達地區的市場滲透。9 月份季度，淘特透過集團的社區商業平台業務為消費者帶來更多高質量、物有所值的產品供應及豐富的食品與飲料供應，並且降低物流費用，以及提升欠發達地區消費者的物流體驗，因此持續錄得用戶數量的強勁增

長。截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月，淘特的年度活躍消費者增長至超過 2.40 億，來自欠發達地區的新消費者比例持續提升。

**新零售**方面，集團在日益擴大的數字化供應鏈和多元化履約服務基礎上，建立多業態新零售業務。集團的社區商業平台業務持續在欠發達地區擴大覆蓋，利用高鑫零售的供應鏈能力，包括對保質期短的生鮮產品、快速消費品及日用百貨等類目提供強大的區域採購及供應鏈能力，以提升消費者體驗並展現快速增長，季度交易總額（GMV）環比增長超過 150%。

**跨境及全球的零售及批發商業**方面，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 及 Daraz 等。在 9 月份季度，跨境及全球的零售及批發商業均展現強勁增長，整體收入同比增長 34%至 150.92 億元。

期內，東南亞電商平台 Lazada 訂單量同比增長超過 82%，用戶訪問頻次過去七個季度連續上升，主要由於來自本地及全球的產品供給種類增加，強化消費者的心智及用戶黏性。同時，土耳其最大的電商平台 Trendyol 的本地服務及錢包業務都正迅速增長。於 9 月份季度，Trendyol 在土耳其市場保持領先地位，並錄得 GMV 同比超過 80%（按同樣的匯率計算）的強勁增長。

**雲計算業務**於本季度收入同比增長 33%至 200.07 億元，為首次突破 200 億元水平；其增長主要由互聯網、金融服務及零售行業客戶收入的強勁增長所推動。阿里雲的獨特優勢來自其自主研發的技術，加上集團一直致力投入於研發方面，為客戶及合作夥伴帶來更豐富多元的新產品。

本季度，集團發佈了一款自主研發、應用於集團數據中心的處理器「倚天 710」，以及搭載業內唯一具備大規模遠程直接數據存取的「第四代神龍架構」。阿里雲的全新操作系統「龍蜥」，將通過操作系統廠商和開源社區提供服務。阿里雲也計劃為「龍蜥」投入 20 億元的專項資金，為集團生態合作夥伴提供技術及服務支持。

**菜鳥網絡**於本季度收入同比增長 20%至 98.46 億元；收入增長主要由於集團快速發展的跨境及全球零售商業業務所帶來的已履約訂單量的增長。截至本季度末，菜鳥網絡持續加強其國際物流基建，運營超過 300 萬平方米的跨境倉庫以支持集團的跨境業務。此外，菜鳥亦推出各種服務，包括於 4 個速賣通營運的歐洲國家推出自提櫃服務，提升消費者的購物體驗。於 2021 年 9 月 30 日，菜鳥鄉村驛站覆蓋中國內地欠發達地區超過 1,000 個縣和鄉鎮，其每日處理的包裹量同比增長超過 280%。

**本地生活服務**方面，本季度收入同比增長 8%至 95.13 億元。餓了麼持續加大其用戶獲取和提升用戶體驗的投入，帶動年度活躍消費者實現同比 28%的強勁增長。在新商家數量及用戶滲透率快速增長的推動下，餓了麼訂單量實現同比超過 30%的增長，而來自非餐廳訂單比例亦有所增加。日用品及醫療保健品類的訂單量增長尤其強勁。

**數字媒體及娛樂**於本季度收入為 80.81 億元。本季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 14%，主要受優質內容及來自 88VIP 會員計劃的持續貢獻所推動。而阿里影業在內容投入及發行方面持續表現穩健；於 10 月黃金周假期，阿里影業參與了中國主要票房中大部分電影的製作及發行。

###

## 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基礎設施，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。

## 媒體查詢

李子繁

阿里巴巴集團

電話：+852 5237 8897

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

李潔玲

阿里巴巴集團

電話：+852 9728 0979

電郵：[k.lee@alibaba-inc.com](mailto:k.lee@alibaba-inc.com)