阿里巴巴集團公佈 2023 年 3 月份季度及 2023 財年業績

中國杭州，2023 年 5 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」）今日公佈截至 2023 年 3 月 31 日止季度（「2023 財年第四季度」或「3 月份季度」）及財務年度（「財年」或「2023 財年」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇說：「全球局勢日益複雜，我們主動實施組織變革，給予業務更大獨立性以增強其競爭力，滿足不同客戶持續變化的需求，捕捉新市場機遇。我們採取具體措施以釋放業務價值，並欣然宣佈阿里巴巴集團董事會批准通過向股東分配股息的方式，實現雲智能集團的分拆，尋求成為一家獨立上市公司。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「我們在阿里巴巴集團董事會層面設立資本管理委員會，負責全面的資本管理籌劃，提升股東價值。阿里巴巴致力通過強勁的資本配置框架來持續提升股東回報。我們高興地分享，集團董事會已批准阿里國際數字商業尋求對外融資、菜鳥探索上市流程，以及盒馬實施上市計劃。」

2023 財年，集團收入同比增長 2%至 8,686.87 億元（人民幣，下同），非公認會計準則淨利潤同比增長 4%至 1,413.79 億元，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益同比增長 4%至 54.56 元。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 11%至 1,757.10 億元。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 13%至 1,479.11 億元。

3 月份季度，集團收入同比增長 2%至 2,082.00 億元，非公認會計準則淨利潤同比增長 38%至 273.75 億元，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益同比增長 35%至 10.71 元。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 37%至 321.23 億元。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 60%至 252.80 億元。

架構重組更新

集團早前宣佈新的組織和治理架構，目的是推動各項業務更加敏捷，讓決策鏈路變短，更快響應市場變化，通過抓住各自市場和行業機遇，進一步釋放股東價值。新架構下，阿里巴巴集團作為控股公司持有六大業務集團和其他業務公司。六大業務集團由各自的首席執行官和董事會（或同等管理機構）獨立運營。業務集團的董事和首席執行官人選由阿里巴巴集團董事會批准任命。

董事會批准新設資本管理委員會，負責籌劃實施全面的資本管理，提升股東價值，由張勇先生擔任主席，成員包括蔡崇信先生、J. Michael Evans 先生和武衛女士。

如之前宣佈，除淘天集團仍將繼續由阿里巴巴集團全資擁有外，另五家業務集團均可靈活地籌集外部資金，並可能尋求單獨上市。

- 集團董事會批准通過向股東分配股息的方式，實現雲智能集團的完全分拆。在分拆之前，集團計劃通過私募融資為雲智能集團引進外部戰略投資者。作為分拆計劃的一部分，雲智能集團將尋求成為一家獨立的上市公司。如果上述各項安排、條件和批准進展順利，目標在未來 12 個月完成上述計劃。
- 集團董事會批准阿里國際數字商業集團啟動探索對外融資，助力該業務集團的進一步發展和增長。融資將幫助其拓展新的地域市場，投資新技術，擴大消費者和供應商基礎，加強管理團隊，為全球客戶開發和提高產品和服務。
- 集團董事會批准啟動探索菜鳥集團上市。阿里巴巴集團持有菜鳥集團 67%的股權。該業務集團的其他股東包括物流行業的戰略投資者和全球機構投資者，目標是在未來 12 到 18 個月完成這項上市計劃。
- 集團董事會批准啟動執行其新零售業務盒馬的上市流程，預計該上市將在未來 6 到 12 個月內完成。

另外，董事會批准新設合規與風險委員會，負責監督阿里巴巴集團在財務報告合規（財務報告合規將繼續由審計委員會負責監督）以外的關鍵領域的整體合規和風險管理，由利蘊蓮女士擔任主席。

業績概要

中國商業分部的季度收入為 1,360.73 億元。本季度，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。隨著中國消費逐漸恢復，在 3 月，淘寶和天貓的線上實物商品 GMV 增長（剔除未支付訂單）轉為正數，主要由服飾及保健品品類增長強勁所帶動。集團持續專注於通過增加媒體內容以增強消費者參與度，從而改善淘寶 app 的消費者價值定位；通過更有效的定位和推出新的營銷功能以提高價格競爭力；通過近場零售業務滿足消費者對高頻日常必需品的時效性需求。今年 4 月，集團開始測試淘寶 app 的新介面，希望增加直播內容於首頁的曝光及具價格競爭力的商品和近場購物品類的頻道。

本季度，淘特和淘菜菜均持續實現虧損同比收窄，在淘寶和淘特上 M2C 商品產生的支付 GMV 同比增長 26%。淘特繼續豐富產品供給，並為價格敏感的消費者提升數字消費體驗。淘菜菜持續推動集團中國零售市場中雜貨和生鮮產品的高頻購買品類滲透。值得留意，截至 2023 年 3 月 31 日止的 12 個月，有 62%的淘菜菜年度活躍消費者是集團多個平台上首次購買生鮮產品的消費者。

本季度，集團直營及其他收入同比輕微下降 1%至 717.88 億元，主要受到 1 月份新冠肺炎疫情和提前過春節的季節性波動的負面影響導致線下門店銷售下降，以及後疫情時期消費者減少囤積行為令雜貨需求正常化所致。本季度，盒馬繼續增強其銷售能力並提高運營效率，經營業績因此錄得正數。

國際商業分部季度收入同比增長 29%至 185.41 億元。國際商業零售業務包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 平台；本季度此業務的訂單量整體同比增長 15%。本季度，速賣通面向全球消費者推出新服務 *Choice*，提供一系列品類繁多的高性價比商品。指定國家的消費者在 *Choice* 下單享有免運費、免費退貨和配送質量保證等服務。*Choice* 本季度日訂單量迅速增長，帶動速賣通訂單有雙位數增長。

Lazada 本季度在東南亞市場錄得雙位數訂單同比增長。通過在大部分市場不斷優化買家參與體驗，Lazada 繼續擴大其買家基礎。Lazada 還持續通過提供更多增值服務來提高變現率，從而提升收入增長。本季度，Trendyol 為 2 月土耳其大地震受災者調度資源以提供援助和支持。

受到土耳其業務從 3 月起開始正常化，以及新業務訂單的強勁增長所帶動，本季度訂單同比增長率保持強韌。

本地生活服務分部季度收入同比增長 17%至 125.49 億元；訂單增長超過 20%。「到家」業務之中，從 2 月開始，受惠於消費者需求改善、活躍商家數量增加，以及有效擴展其配送能力，餓了麼 GMV 增長和訂單增長顯著上升。餓了麼每筆訂單的單位經濟效益持續錄得正數及同比有所改善，主要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」業務方面，包括高德和飛豬在內的訂單同比增長迅速，主要由於出行和旅遊需求的強勁復蘇。受惠於城市內出行和城市間旅遊需求上升所帶動，高德 3 月份日均活躍用戶數量創新高，達到 1.5 億。在商務和休閒旅遊需求急增所推動下，飛豬 3 月份國內酒店預訂價值較 2019 年同期相比增長逾 70%。

菜鳥分部於本季度收入（抵消跨分部交易的影響後）同比增長 18%至 136.19 億元，主要受國際物流履約解決方案服務每單平均收入增加，以及對消費者物流服務需求的增加所致。本季度，菜鳥總收入（在抵消跨分部交易的影響前）中有 72%來自外部客戶。今年 3 月，菜鳥成為聯合國世界糧食計劃署（WFP）在中國的首個全球性物流合作伙伴，菜鳥將幫助 WFP 在全球緊急情況下縮短關鍵物資的配送時間。

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，不斷升級其海外倉庫網絡，並提供廣泛的物流解決方案，包括中國貨物攬收、國際幹線、海外支線服務，以及海外最後一公里配送服務，為內部和外部客戶提供支持。在中國，菜鳥繼續擴大其菜鳥驛站網絡，以提供各種增值服務。本季度菜鳥驛站進一步提高送貨上門服務的客戶滲透率，送貨上門包裹同比增長約 85%。

雲業務分部季度收入（抵消跨分部交易的影響後）同比下降 2%至 185.82 億元，主要反映混合雲項目受到 1 月份疫情反覆影響導致延遲交付、內容分發網絡需求與去年同期相比恢復正常化等影響。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穩健，增長主要由金融服務、零售、媒體和汽車行業所帶動；來自非互聯網行業對雲業務分部收入的貢獻為 55%。

阿里雲近期推出一系列舉措，旨在進一步擴大公有雲客戶基礎及提升雲端利用率，並利用生成式 AI 帶來的歷史機遇來推動機器學習和服務的高質量算力增長。今年 4 月，阿里雲推出其最新的大語言模型（LLM）通義千問，自發佈以來收到來自各行業逾 20 萬企業用戶申請接入通義千問的測試請求。阿里雲宣佈降低一些核心實用產品，包括計算、存儲、網絡和安全產品的價格，最高達 50%。另外，在 2023 春季釘峰會上，釘釘推出基於阿里巴巴通義千問大語言模型的智能功能產品集成。用戶通過輸入斜杠符號（/）激活多種人工智能功能，進一步幫助客戶和生態體系合作伙伴釋放人工智能的潛力。

數字媒體及娛樂分部於本季度收入為 82.73 億元。本季度，優酷總訂閱收入同比增長 13%，主要受到用戶平均收入增長，以及《他是誰》和《少年歌行》等高質量原創內容所帶動。本季度，線下票務服務需求正常化，推動大麥和淘票票等業務的強勁增長。

2023 年 3 月 31 日，集團的現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資金額為 5,603.14 億元。2023 財年自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為 1,716.63 億元。根據股份回購計劃，集團於本季度以約 19 億美元回購 2,150 萬股美國存託股（相等於 1.724 億股普通股）。在目前授權下，我們有約 194 億美元回購額度，有效期至 2025 年 3 月。

# # #

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。

媒體查詢

楊境榮
阿里巴巴集團
電話：+852 6033 9104
電郵：andrew.yeung@alibaba-inc.com

李子繁
阿里巴巴集團
電話：+852 5237 8897
電郵：eva.lee@alibaba-inc.com