



阿里巴巴集團公佈 2022 年 12 月份季度業績

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（「2023 財年第三季度」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。」

12 月份季度，集團收入同比增長 2% 至 2,477.56 億元（人民幣，下同）。本季度，非公認會計準則淨利潤同比增長 12% 至 499.32 億元，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益同比增長 14% 至 19.26 元。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 15% 至 591.62 億元。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 16% 至 520.48 億元。

2022 年 12 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 5,392.16 億元。自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為 815.14 億元，相較 2021 年同期的 710.22 億元增加 15%。

根據股份回購計劃，集團於本季度以約 33 億美元回購 4,540 萬股美國存託股（相等於 3.633 億股普通股）。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。

中國商業分部的季度收入為 1,699.86 億元。儘管消費需求減少、競爭持續，以及因新冠肺炎疫情使 12 月的供應鏈及物流受到影響，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。其中，GMV 下降主要由於服飾品類需求疲軟所致，不過部分被保健品、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。

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。值得留意，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%。淘菜菜繼續推動集團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，集團直營及其他收入同比增長 10%至 744.21 億元，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。

國際商業分部季度收入同比增長 18%至 194.65 億元。國際零售商業業務主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz；本季度此業務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。其中，Trendyol 本季度訂單同比增長強勁，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。

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。另外，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。

本地生活服務分部季度收入同比增長 6%至 131.64 億元；本季度整體訂單量同比增長持平。「到家」業務之中，餓了麼於本季度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。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。餓了麼能夠迅速適應疫情期間不斷上升的雜貨和藥物需求，使到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。

「到目的地」業務方面，於 2023 年 1 月份，隨著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。

菜鳥分部於本季度收入（抵消跨分部交易的影響後）同比增長 27%至 165.53 億元，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。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。

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。菜鳥在本季度新增五個國際分揀中心投入服務，使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。

雲業務分部季度收入（抵消跨分部交易的影響後）同比增長 3%至 201.79 億元，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，這與集團持續推動高質量及經常性收入增長所致；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%。本季度，非互聯網行業的強勁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。

阿里雲持續加強其國際佈局，隨著阿里雲於 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。另外，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。

數字媒體及娛樂分部於本季度收入為 75.86 億元。本季度，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。

###

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

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

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