

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。



**Alibaba Group**  
阿里巴巴集團

**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年三月底止季度2022財政年度 業績公告

我們在此發佈截至2022年3月31日止的三個月（「2022年三月底止季度」）及財政年度（「2022財政年度」）未經審核業績公告。本2022年三月底止季度以及2022財政年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，2022年5月26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、武衛女士、J. Michael EVANS先生及Kabir MISRA先生；以及獨立董事董建華先生、郭德明先生、楊致遠先生、Wan Ling MARTELLO女士及單偉建先生。



## 阿里巴巴集團 2022 年 3 月份季度及 2022 財政年度公告

中國杭州，2022 年 5 月 26 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 3 月 31 日止季度（「本季度」或「3 月份季度」）以及財政年度（「財年」或「2022 財年」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「本季度，集團順利完成在中國服務 10 億年度活躍消費者的既定目標，並實現全年全球商品交易額達人民幣 83,170 億元。儘管宏觀環境挑戰對供應鏈及消費意欲帶來一定影響，集團始終聚焦通過能力建設來為客戶創造價值。我們的項各業務正在取得扎實進展，尤其是核心戰略領域的運營不斷改善。展望未來，我們將繼續堅定推進多引擎增長戰略，強化建設數字商業基礎設施，聚焦高質量增長，為客戶、股東和生態中的其他持份者創造長期價值。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏表示：「集團本季度業績表現健康，收入同比增長 9%。儘管宏觀市場環境波動，集團全年度總收入同比增長 19%。我們在戰略性領域的持續投入，正展現出積極的增長勢頭，運營效率也得到提升。展望 2023 財年，我們將堅定聚焦可持續、高質量的收入增長，專注優化運營成本結構，在不確定性中提升整體回報。」

### 業績概要

#### 截至 2022 年 3 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,040.52 億元（321.88 億美元），同比增長 9%，主要由中國商業分部收入同比增長 8% 至人民幣 1,403.30 億元（221.37 億美元），本地生活服務分部收入同比增長 29% 至人民幣 104.45 億元（16.47 億美元），以及雲業務分部收入同比增長 12% 至人民幣 189.71 億元（29.93 億美元）所驅動。
- 阿里巴巴集團的全球年度活躍消費者截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月期間達到約 13.1 億，較截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月增加約 2,830 萬。其中，中國市場實現超過 10 億消費者的里程碑，以及有 3.05 億消費者來自海外，單季淨增加分別約 2,460 萬和 370 萬，同比淨增加分別為 1.13 億及 6,400 萬。
- 經營利潤為人民幣 167.17 億元（26.37 億美元），而 2021 年同期則為經營虧損人民幣 76.63 億元。若不考慮下述「3 月份季度營運及財務業績」中所指的一次性和其他若干項目，經營利潤將同比減少人民幣 68.94 億元，主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，新冠肺炎疫情的持續影響，以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 30% 或人民幣 68.01 億元至人民幣 158.11 億元（24.94 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣 162.41 億元（25.62 億美元）及淨虧損為人民幣 183.57 億元（28.96 億美元），主要反映我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌（該項並未計入非公認會計準則財務指標），部分被經營利潤所抵銷。非公認會計準則淨利潤為人民幣 197.99 億元（31.23 億美元），同比下降 24%。
- 攤薄每股美國存託股損失為人民幣 6.07 元（0.96 美元）及攤薄每股損失為人民幣 0.76 元（0.12 美元或 0.94 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 7.95 元（1.25 美元），同比下降 23%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 0.99 元（0.16 美元或 1.22 港元），同比下降 23%。
- 經營活動所用的現金流量淨額為人民幣70.40億元（11.11億美元）。自由現金流(一項非公認會計準則財務流動性指標)為淨流出人民幣150.70億元（23.77億美元），2021年同期為淨流出人民幣6.58億元，主要由於本季度繳納由中國國家市場監督管理總局就中國反壟斷法處以人民幣182.28億元罰款（「反壟斷法罰款」）的餘款人民幣91.14億元（14.38億美元），以及利潤下降所致。

#### 截至 2022 年 3 月 31 日止財政年度：

- 收入為人民幣 8,530.62 億元（1,345.67 億美元），同比增長 19%，主要由中國商業分部收入同比增長 18%至人民幣 5,927.05 億元（934.97 億美元），雲業務分部收入同比增長 23%至人民幣 745.68 億元（117.63 億美元），以及國際商業分部同比增長 25%至人民幣 610.78 億元（96.35 億美元）所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入將同比增長 14%至人民幣 7,707.34 億元（1,215.80 億美元）。
- 經營利潤為人民幣696.38億元（109.85億美元），同比下降22%。若不考慮下述「2022財年營運及財務業績」中所指的一次性和其他若干項目影響，經營利潤將同比減少人民幣416.83 億元，主要由於我們在淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。經調整EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降23%或減少人民幣 400.56億元至人民幣1,303.97億元（205.70億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 619.59 億元（97.74 億美元），淨利潤為人民幣 470.79 億元（74.27 億美元），分別同比下降 59%和 67%，主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失，而 2021 財年則為淨利潤，該兩項並未計入非公認會計準則財務指標。非公認會計準則淨利潤為人民幣 1,363.88 億元（215.15 億美元），同比下降 21%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣22.74元（3.59美元）及攤薄每股收益為人民幣為2.84元（0.45美元或3.50港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣52.69元（8.31 美元），同比下降19%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣6.59元（1.04美元或8.13港元），同比下降19%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣1,427.59億元（225.20億美元），相較2021財年的人人民幣2,317.86億元同比下降38%。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988.74億元（155.97億美元），相較2021財年的人人民幣1,726.62億元同比下降43%，主要由於利潤下降，以及全額繳納反壟斷法罰款人民幣182.28億元。

上述美國公認會計準則指標至非公認會計準則財務指標的調節見業績公告下文。

## 業務及戰略進展

### 阿里巴巴集團

截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，我們面向全球消費者的業務服務了約 13.1 億年度活躍消費者，並產生了人民幣 8.317 萬億元（1.312 萬億美元）的 GMV。我們面向中國消費者的業務，包括中國商業分部、本地生活服務分部和數字媒體及娛樂分部，產生了約人民幣 7.976 萬億元（1.258 萬億美元）的 GMV。剔除重覆部分後，我們面向中國消費者的業務年度活躍消費者達到超過 10 億的歷史性里程碑，同比淨增長約 1.13 億，略為超過我們 2022 財年的目標。截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，我們的國際零售商業，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz，累計產生了約 540 億美元（人民幣 3,410 億元）的 GMV，服務了 3.05 億年度活躍消費者。

我們的數字化設施，如智慧物流和雲計算，能夠支持與支撐我們的主要商業、本地生活服務和娛樂業務，為我們裝備獨特的技術驅動能力，以滿足不斷變化的消費者需求，並幫助我們位於中國內外的企業客戶和合作夥伴實現數字化轉型。我們致力持續投入及發展這些涉及數字化基礎能力的業務，相信這將長遠支持可持續增長及帶來具吸引力的投資回報。

### 中國商業

截至 2022 年 3 月 31 日止的 12 個月，我們的中國商業業務年活躍消費者合共 9.03 億，同比及環比淨增長分別為 8,900 萬和 2,100 萬。該分部錄得穩健的消費者增長，反映我們成功實施應用程序（APP）矩陣的戰略，為不同的消費場景和業態創造個性化、沉浸式和互動的體驗，有助吸引和留存我們商業生態體系中有不同背景及購物行為的用戶群。於 2022 財年，來自欠發達地區的新增年度活躍消費者比例持續超過 70%，高於 2021 財年的比例。

淘寶和天貓已成為中國消費者日常生活的重要組成部分。淘寶和天貓的消費者繼續實現高留存率。於 2022 財年，有超過 1.24 億年度活躍消費者在淘寶和天貓人均消費超過人民幣 10,000 元。於 2021 財年，在淘寶和天貓消費超過人民幣 10,000 元的年度活躍消費者中，有約 98% 於 2022 財年繼續保持活躍。截至 2022 年 3 月 31 日止的年度，淘寶和天貓線上實物 GMV（剔除未支付訂單）錄得低個位數的同比增長。於 3 月份季度，1 月和 2 月整體 GMV 錄得同比持平，本季度整體 GMV 錄得低個位數的同比下降，主要受到 3 月份新冠肺炎疫情的持續影響導致供應鏈及物流中斷，以及需求減少。

淘特，我們高性價比的產品的平台，為我們的電商生態體系引進更多首次購物的消費者。截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，淘特的年度活躍消費者實現超過 3 億的里程碑，單季淨增加超過 2,000 萬。超過 20% 的淘特年度活躍消費者，在 2022 財年未曾在淘寶或天貓購物。重要的是，淘特已成功開啟並實施了數項舉措，優化物流成本並改善消費者的配送體驗。於截至 2022 年 3 月 31 日止的財政年度和季度中，淘特的支付訂單數分別同比增長超過 100% 和 35%。2022 年 3 月季度中的訂單增長放緩是由新冠肺炎疫情的影響所致。

於 2021 年 3 月，我們推出了淘菜菜，在社區自提點為消費者提供生鮮雜貨和日用品次日自提服務。於 2022 財年，我們成功完成了淘菜菜業務在中國目標地區和城市為核心地區配送中心與倉庫網絡的佈局。截至 2022 年 3 月 31 日止的 12 個月，淘菜菜擁有超過 9,000 萬的年度活躍消費者，其中超過 50% 首次在我們各個平台上購買生鮮產品。同時，受惠於訂單密度的提高，以及供應鏈能力增強而提升了毛利率，本財年淘菜菜的單位經濟效益環比持續改善。在 3 月份季度，淘菜菜 GMV 繼續實現環比增長，主要受惠於平均訂單價格有所提高。

於 2022 財年，我們的直營及其他收入同比增長 43% 至人民幣 2,609.55 億元（411.65 億美元），主要由高鑫零售，以及天貓超市和盒馬業務的強勁增長所推動。若不考慮合併高鑫零售的影響，直營及其他收入於 2022 財年同比增長 28%。這些直營業務豐富了我們的產品供給，提升我們於快消品、電子產品和家電等多個垂直行業的服務能力。

通過我們的多項直營業務，我們建立了多元化的履約網絡，能夠在中國提供定時達、當日達及次日達配送服務。我們也投資於同城物流服務，並拓展食品、雜貨及其他百貨商品的按需即時配送能力。於 2022 財年，我們通過淘菜菜業務，為購買雜貨及快消品的消費者新增了次日自提的選擇。這些物流及履約模式滿足各種消費需求，形成一個綜合網絡，服務我們自身營運業務及在多個垂直行業的外部商家。於 2022 財年，憑藉我們的按需即時配送能力，高鑫零售的線上銷售佔比提升 5 個百分點至 29%，而盒馬線上 GMV 的貢獻佔比維持超過 60%。我們相信持續投入這些履約及物流能力將可以更好地服務我們的電商平台及我們的消費者。

## 國際商業

截至 2022 年 3 月 31 日止的 12 個月，我們國際商業分部合共有 3.05 億年度活躍消費者，分別按年淨增長分別為 6,400 萬及按季淨增長為 400 萬。

### 國際零售

我們的國際零售業務，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 平台，繼續為品牌和商家提供本地化的市場洞察，並通過廣泛的產品選擇和改進當地消費者的交付體驗。於 2022 財年，這些業務的整體訂單同比增長約 34%。這反映了 Lazada 和 Trendyol 分別錄得 60% 和 68% 的強勁訂單增長，部分並受到速賣通訂單增長持平所抵銷；速賣通主要受到歐盟自 2021 年 7 月起生效的取消跨境包裹低於 22 歐元的增值稅（VAT）的豁免，以及俄羅斯烏克蘭衝突導致包裹供應鏈和物流中斷所影響。Lazada 繼續執行其本地化戰略，增加本地和全球商品的供給，並提供免運費等增值服務，由此產生了強勁的訂單增長，以及提高了消費者心智。

在 3 月份季度，這些業務的整體合計訂單同比增長約 7%，受惠於 Lazada 和 Trendyol 分別錄得 32% 和 48% 的穩健增長所推動，並部分受到速賣通訂單減少所抵銷，主要原因是歐盟修訂增值稅規則帶來的持續影響，以及俄羅斯烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷。

## 國際批發

在 2022 財年，我們的國際批發業務，受到中國商品出口的穩健增長以及越來越多國際買家和賣家採用增值服務所帶動，如國際物流及交易信用保障，在 **Alibaba.com** 完成的年交易價值同比增長 46%。交易價值的強勁增長帶來了收入同比 28% 的穩健增長，其中增值服務收入增長更快，同比增長達到 38%。於 3 月份季度，**Alibaba.com** 交易額同比增長放緩至 22%，主要原因是中國出口增長放緩，以及新冠肺炎疫情影響導致供應鏈中斷。

## 本地生活服務

截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，本地生活服務的年度活躍消費者約 3.76 億，按年淨增長 6,400 萬，單季淨增長 400 萬。截至 2022 年 3 月 31 日止財年及季度，本地生活分部服務訂單量分別同比增長超過 25% 及約 9%。3 月份季度訂單量增長減慢主要由於於 2022 年 3 月開始受到新冠肺炎疫情的影響。

## 到家

於 2022 財年上半年，餓了麼繼續投資於付費用戶獲取及加強消費者體驗，並由此帶來年度活躍消費者及訂單量的增長。以此進展為基礎，自 2021 年 12 月份季度起，餓了麼聚焦於重點城市的用戶留存及運營效率提升，並由此推動其 2022 財年下半年的平均訂單金額增加。作為我們多樣化品類組合的戰略舉措的一部分，餓了麼來自非餐（例如生鮮及藥物）的訂單在各式各樣節慶及假日相關的市場推廣下，於 2022 財年錄得強勁增長。於 2022 年 3 月 31 日止季度，餓了麼錄得穩健的 GMV 增長，主要由平均訂單金額提升所推動，但部分被 3 月份的新冠肺炎疫情影響而導致訂單減少所抵銷。於本季度內，在優化用戶獲取的投入及降低每單派送成本的推動下，餓了麼的單位經濟效益同比持續改善。

## 到目的地

於 2022 財年，主要在高德的用戶交易量及使用頻次提升所推動下，「到目的地」業務，包括高德及飛豬，訂單量快速增長。於 2022 財年，高德繼續成功通過發展內容及服務，而獲得更高的用戶互動及忠誠度，這些具忠誠度的消費者尋求以高德來發掘、聯繫並探索當地商家。於 2022 年 3 月 31 日底止季度，高德的訂單量同比增速放緩，飛豬的訂單量同比下降，主要由於受到新冠肺炎疫情影響所致。

## 菜鳥

於 2022 財年，在抵銷跨分部交易的影響前，菜鳥的收入同比增長 27% 至人民幣 668.08 億元（105.39 億美元），主要增長來自跨境電商零售業務中第三方商家的收入增長，以及來自向集團中國零售商業業務提供的物流履約解決方案和增值服務的增長。本財年，菜鳥總收入中的 69% 來自外部客戶。在抵銷跨分部交易的影響後，菜鳥的收入同比增長 24% 至人民幣 461.07 億元（72.73 億美元）。

菜鳥持續加強其國際物流基建，包括以 eHubs、幹線、分揀中心以及最後一公里派送網絡，加強端到端的物流能力。截至 2022 年 3 月 31 日止財年，菜鳥日均處理的跨境及國際包裹量超過 450 萬個。截至 2022 年 3 月 31 日止季度，菜鳥有兩個新的國際分揀中心投入營運，使得菜鳥正在營運的海外

自營分揀中心總數增至九個。位於吉隆坡及列日的國際 eHubs 作為為相關地區提供清關、倉存及物流履約中心；這些 eHubs 於 2021 年 11 月正式投入運營，並已經於 2022 年 3 月接近滿負荷。

在中國，菜鳥持續擴大其消費者物流業務，主要通過拓展菜鳥驛站的網絡，提升消費者體驗、派送效率，以及對欠發達地區的滲透，正好與我們的中國商業業務形成互補。例如本財年，通過與淘寶及天貓業務的合作，菜鳥驛站推出了額外的增值服務予消費者，如送貨上門的服務就在內地快速地廣受採納。加上，菜鳥持續提升其面向不同垂直行業的端到端智慧供應鏈解決方案。以 2022 年 3 月份季度為例，越來越多中國快消品類商家採用菜鳥端到端智慧供應鏈解決方案，來自外部商家的收入增長加速，同比增長超過 30%。

菜鳥亦與達摩院合作研發可應用於產品及服務的先進技術，以推動物流行業的數字化發展及提升效率；例如菜鳥在社區及校園範圍內，應用以 L4 自動駕駛專利技術驅動的小蠻驢來實現包裹無人派遞服務。小蠻驢自從創立到至 2022 年 3 月 31 日止，已派遞超過 1,000 萬個包裹，在小區無人派遞方面領先同業。

## 雲業務

我們的雲業務由阿里雲及釘釘組成。於 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，在抵銷跨分部交易的影響前的雲業務總收入（包括來自為其他阿里巴巴業務提供服務的收入）為人民幣 1,001.8 億元（158.03 億美元），同比增長 21%。2022 財年，在抵銷跨分部交易的影響後的總收入約為人民幣 745.68 億元（117.63 億美元），同比增長 23%。2022 財年的收入同比增長放緩主要是由於一位互聯網行業頭部客戶基於非產品相關的原因，逐漸減少使用我們的海外雲服務；以及來自中國互聯網行業客戶的需求減少所致。截至 2022 年 3 月 31 日止 12 個月，剔除來自這位頭部客戶的收入，在抵銷跨分部交易的影響後的雲業務收入同比強勁增長 29%。

於截至 2022 年 3 月 31 日止季度，在抵銷跨分部交易的影響後的雲業務收入為人民幣 189.71 億元（29.93 億美元），同比增長 12%。同比增長較之前的季度有所放緩，主要反映經濟活動減慢、中國互聯網行業客戶的需求疲軟，以及受新冠肺炎疫情影響而導致部分混合雲項目延遲交付。

重要的是，阿里雲分部的收入組成正愈趨多元化，其中來自非互聯網行業的客戶收入貢獻正在穩步上升。截至 2022 年 3 月 31 日止年度及季度，來自非互聯網行業的客戶收入佔抵銷跨分部交易的影響後阿里雲總收入分別為 50% 及 52%。

## 阿里雲

阿里雲向全球客戶提供一整套雲服務，包括自研伺服器、芯片、彈性計算、存儲、網絡、安全、數據庫和大數據服務。我們利用這些能力和技術為阿里巴巴不同業務提供支持，並為不同領域的客戶提供行業定製的解決方案，包括金融服務、電訊、零售及工業應用等行業。阿里雲持續擴展國際市場並取得強勁的客戶增長。截至 2022 年 3 月 31 日止，阿里雲為全球 27 個地區提供雲計算服務，並於 2022 財年在印尼、菲律賓、韓國、泰國及德國新增了互聯網數據中心。

阿里雲的優勢來自其自研技術，以及阿里巴巴集團一直對技術研發的持續投入，為客戶及合作夥伴帶來更豐富多元的新產品及行業特定的解決方案。於 2022 財年，我們的自研技術亮點包括：

### 數據中心及硬件：

- **自研伺服器技術：**阿里雲擁有全面的雲基礎設施設計能力，覆蓋數據中心、網絡技術，以及自研硬件。於 2022 財年，我們發佈了自研伺服器磐久，配備包括高性能運算力、大規模及高效能的存儲能力。我們的伺服器採用靈活的模組式設計，讓伺服器將計算和存儲功能可以分開，能夠靈活地滿足客戶不同商業場景下的需求。磐久集合了軟件和硬件於一身，達致運算、存儲及安全上均有出色的效能，有助我們的客戶於雲原生時代取得成功。

### 基礎設施即服務 (IaaS)

- **IaaS 領導地位：**根據於 2021 年 11 月發佈的 2021 Gartner Solution Scorecard for Integrated IaaS+PaaS，阿里雲的解決方案獲得肯定，在所有參與評價的全球雲服務提供商之中排名第三。根據於 2022 年 4 月發佈的 Gartner 報告顯示，按 2021 年收入市場份額計算，阿里雲位列亞太區最大及全球第三大 IaaS 市場參與者。過去四年時間，阿里雲於亞太區維持領導地位。

### 平台即服務 (PaaS) 及解決方案

- **數據庫：**於 2022 財年，我們的雲業務已將雲原生數據庫 (PolarDB) 升級至下一代雲原生技術，滿足我們客戶與日俱長的需求，以及對隨選儲存服務、交易處理及運算、具彈性和可擴展性的要求。

### 釘釘

釘釘是我們的數字協作辦公場景及應用程式開發平台，為現代企業和機構提供新的工作、分享和協作方式。於 2022 財年，釘釘宣佈有關協助我們的客戶加快組織及業務數字化轉型的戰略。

截至 2022 年 3 月 31 日，釘釘已經讓來自超過 2,100 萬個機構的用戶保持聯繫，並遙距工作。釘釘同時通過作為一個第三提供更多數字化產品、解決方案及服務的平台，致力於加快企業的數字化轉型。截至 2022 年 3 月 31 日，已完成開發超過 350 萬個釘釘應用程序，並獲企業及用戶所採納。

### 數字媒體及娛樂

於 3 月份季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 14%，主要受到優勢內容及來自 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，持續改善營運效率，從而達致本季度虧損同比有所收窄。

### 環境、社會及管治 (ESG) 更新

#### 綠色技術的協作

我們相信通過一個開放及協作的模式，能夠推動綠色技術的應用並促進協同創新。我們加入了低碳專利承諾 (Low Carbon Patent Pledge)，該倡議是由全球科技公司組成的聯盟所提出，鼓勵成員



分享低碳技術專利。為此，我們對外免費開放九項關鍵的綠色數據中心專利技術，包括開創性的浸沒液冷系統，較傳統機械冷卻相比能有效節約 70% 以上的能源。

## 應對新冠肺炎疫情

### 支持社區必需品的供應

過去一個季度，中國包括上海等多個城市發生新一波新冠肺炎疫情，我們運用自身供應與物流能力，為有需要的人們提供協助。

- **增派人手援滬：**2022 年 4 月，高鑫零售、盒馬以及其他業務啟動支持上海居民生活必需品供應和配送的舉措，以及從鄰近城市調配幾千名快遞員及前線員工到上海。
- **餓了麼：**餓了麼開啟「社區團購+定點配送」服務以滿足社區對生活必需品的需求。餓了麼同時向獨居老人、嬰幼兒家庭、殘障人士及急病患者等特殊群體，開通「應急特需」專線服務。在北京，餓了麼努力確保重點商超的 24 小時配送能力。
- **盒馬：**在上海，盒馬設立「應急自取渠道」供社區集單配送以及自取訂單，並建設臨時大倉庫支持當地供應保障工作。盒馬就所有團購訂單額外為獨居或有需要的老人贈送免費物資。
- **高鑫零售：**將上海一家大潤發店鋪臨時改為生鮮倉，成為城市其他門店的蔬菜樞紐。高鑫亦在北京推出由晚上 10 時至凌晨 12 時的晚間購物服務。
- **菜鳥：**菜鳥建立了一套應急物流體系，包括備災管理、緊急運輸、以及中轉調撥以應對突發狀況。菜鳥亦開通了專門渠道為上海的養老院和老人運送日常生活必需品。
- **高德：**高德於 2022 年 4 月底發佈「核酸地圖」功能。這功能可以方便用戶搜索附近核酸檢測採樣點分佈及開放時間。
- **淘寶天貓：**很多中小商家在新一波新冠肺炎疫情期間面臨挑戰。淘寶天貓向上海商家提供一系列有針對性的紓困措施緩解現金流壓力、降低經營成本以及加快復工復產速度。

### 保障員工和一線工作者

- **員工：**員工的健康及安全始終是我們的首要關切。我們向於位於上海的員工和家屬派發了，包括食物及生活必需品的抗疫愛心包，並設立線上渠道提供身心健康諮詢。
- **一線工作者：**2022 年 3 月開始，我們為餓了麼配送員與很多其他一線工作者提供了抗疫愛心包、醫療保障、隔離補貼和 24 小時支援。
- **志願服務：**此次上海疫情期間，我們約 4,500 名員工成為志願者參與社區服務。

## 股份回購

截至 2022 年 3 月 31 日止季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 20 億美元回購了約 17.8 百萬股美國存託股（相等於約 142.8 百萬股普通股）。於 2022 財政年度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 96 億美元回購了約 60.0 百萬股美國存託股（相等於約 480.3 百萬股普通股）。於 2022 年 3 月 22 日，我們宣佈本公司董事會已授權擴大股份回購計劃，將總額由 150 億美元上調至 250 億美元，我們於 3 月份季度止用了其中的 96 億美元。截至 2022 年 3 月 31 日，我們已發行及流通的普通股為約 214 億普通股（相等於約 27 億股美國存託股）。

## 指引

自 2022 年 3 月中旬以來，我們的中國業務受到國內，尤其上海，新一波新冠肺炎疫情的嚴重影響。考慮到新冠肺炎疫情帶來的風險和不確定性，很多情況我們未能控制及難以預測，我們認為現時停止我們以往於新財年年初提供財務指引的做法是審慎的決定。不過我們相信集團將繼續創造強勁經營現金流，這將為我們在變化不斷的經濟及競爭環境下，提供靈活調整業務策略的空間。展望 2023 財年，我們的運營原則包括聚焦於創造可持續、高質量的收入增長，以及優化我們的運營成本結構，從而提升整體回報。

### 3 月份季度財務業績概要

截至 3 月 31 日止三個月

	2021		2022	
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動 <sup>(7)</sup>
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	187,395	204,052	32,188	9%
經營(虧損)利潤	(7,663) <sup>(2)</sup>	16,717 <sup>(2)</sup>	2,637	不適用
經營利潤率	(4)%	8%		
經調整 EBITDA <sup>(1)</sup>	29,898	23,373	3,687	(22)% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(1)</sup>	16%	11%		
經調整 EBITA <sup>(1)</sup>	22,612	15,811	2,494	(30)% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(1)</sup>	12%	8%		
淨虧損	(7,654)	(18,357)	(2,896)	(140)% <sup>(4)</sup>
歸屬於普通股股東的淨虧損	(5,479)	(16,241)	(2,562)	(196)% <sup>(4)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(1)</sup>	26,216	19,799	3,123	(24)% <sup>(3)</sup>
攤薄每股損失 <sup>(5)</sup>	(0.25)	(0.76)	(0.12)	(205)% <sup>(4)(6)</sup>
攤薄每股美國存託股損失 <sup>(5)</sup>	(1.99)	(6.07)	(0.96)	(205)% <sup>(4)(6)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(1)(5)</sup>	1.29	0.99	0.16	(23)% <sup>(3)(6)</sup>
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(1)(5)</sup>	10.32	7.95	1.25	(23)% <sup>(3)(6)</sup>

(1) 有關本業績公告內提及的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「分部信息」、「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) 若不考慮一次性和其他若干項目，經營利潤將同比下降人民幣 6,894 百萬元，主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，新冠肺炎疫情的持續影響，以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。詳情請參見下述「3 月份季度營運及財務業績」。

(3) 同比減少主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，以及新冠肺炎疫情的持續影響，以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。

(4) 淨虧損同比增加主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失增加，部分被經營利潤增加所抵銷。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

(6) 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。

(7) 為了更直觀展示%同比虧損變動，%同比虧損擴大會以負增長率展示，而%同比虧損收窄則以正增長率展示。

### 3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 3 月 31 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 <sup>(1)</sup>	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他		人民幣	人民幣
收入	140,330	14,335	10,445	11,582	18,971	8,005	384	—	204,052	32,188
%同比變動	8%	7%	29%	16%	12%	(1)%	(35)%	—	9%	
經營利潤(虧損)	32,471	(1,918)	(6,503)	(1,081)	598	(2,170)	(2,727)	(1,953)	16,717	2,637
加：股權激勵費用	(902)	(664)	(479)	(85)	(326)	5	64	(1,350)	(3,737)	(590)
加：無形資產攤銷	580	19	1,499	254	4	199	211	65	2,831	447
經調整 EBITA	32,149	(2,563)	(5,483)	(912)	276	(1,966)	(2,452)	(3,238)	15,811	2,494
經調整 EBITA%同比變動	(19)%	(3)%	17%	(56)%	不適用	27%	(49)%	(30)%	(30)%	
經調整 EBITA 利潤率	23%	(18)%	(52)%	(8)%	1%	(25)%	(639)%	—	8%	

截至 2021 年 3 月 31 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 <sup>(1)</sup>	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他		人民幣	人民幣
收入	130,391	13,416	8,123	9,959	16,865	8,047	594	—	187,395	
經營利潤(虧損)	36,165	(3,416)	(9,443)	(1,089)	(2,337)	(3,565)	(2,135)	(21,843)	(7,663)	
加：股權激勵費用	2,500	884	850	229	1,989	646	471	1,063	8,632	
加：無形資產攤銷	835	49	1,960	275	6	221	16	53	3,415	
加：反壟斷法罰款	—	—	—	—	—	—	—	18,228	18,228	
經調整 EBITA	39,500	(2,483)	(6,633)	(585)	(342)	(2,698)	(1,648)	(2,499)	22,612	
經調整 EBITA 利潤率	30%	(19)%	(82)%	(6)%	(2)%	(34)%	(277)%	—	12%	

由截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息。我們更新後的分部包括：

- 中國商業，該分部主要包括零售業務如淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、天貓超市、天貓國際、盒馬、阿里健康和高鑫零售，以及包括 1688.com 在內的批發業務；

- 國際商業，該分部主要包括我們的國際零售與批發業務，如 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz 及 Alibaba.com；
- 本地生活服務，該分部主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德（此前於創新業務及其他分部匯報）、飛豬及淘鮮達；
- 菜鳥，該分部包括國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案；
- 雲業務，該分部包括阿里雲及釘釘；
- 數字媒體及娛樂，該分部包括優酷和阿里影業，以及其他內容平台和線上遊戲業務；以及
- 創新業務及其他，該分部包括如天貓精靈及達摩院等業務。

可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。
- (2) 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。

### 3 月份季度營運及財務業績

#### 收入

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的收入為人民幣 204,052 百萬元（32,188 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 187,395 百萬元增長 9%。上述增長主要由我們的中國商業、本地生活服務及雲業務分部的收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 3 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	63,224	34%	63,421	10,004	31%	0%
— 直營及其他 <sup>(1)</sup>	63,797	34%	72,526	11,441	36%	14%
	127,021	68%	135,947	21,445	67%	7%
中國批發商業	3,370	2%	4,383	692	2%	30%
中國商業合計	130,391	70%	140,330	22,137	69%	8%
國際商業						
國際零售商業	9,496	5%	9,887	1,560	5%	4%
國際批發商業	3,920	2%	4,448	701	2%	13%
國際商業合計	13,416	7%	14,335	2,261	7%	7%
本地生活服務	8,123	4%	10,445	1,647	5%	29%
菜鳥	9,959	5%	11,582	1,827	6%	16%
雲業務	16,865	9%	18,971	2,993	9%	12%
數字媒體及娛樂	8,047	4%	8,005	1,263	4%	(1)%
創新業務及其他	594	1%	384	60	0%	(35)%
總計	187,395	100%	204,052	32,188	100%	9%

由截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「3 月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 中國零售商業業務項下「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

##### ● 中國零售商業

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 135,947 百萬元（21,445 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 127,021 百萬元增長 7%。客戶管理收入同比維持平穩，主要由於淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得低單位數的下降。3 月份季度期內，1 月和 2 月的 GMV 合計增長持平，但受到新冠肺炎疫情的影響而導致

3月的GMV有所回落。

中國零售商業業務項下的「直營及其他」收入為人民幣72,526百萬元（11,441百萬美元），相較2021年同期的人民幣63,797百萬元增長14%。該增長主要來自包括盒馬及天貓超市的直營業務的收入所貢獻。

- **中國批發商業**

截至2022年3月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣4,383百萬元（692百萬美元），相較2021年同期的人民幣3,370百萬元增長30%，增長的主要原因是提供予批發買家和付費會員的增值服務收入的上升。

## 國際商業

- **國際零售商業**

截至2022年3月31日止三個月，國際零售商業收入為人民幣9,887百萬元（1,560百萬美元），相較2021年同期的人民幣9,496百萬元增長4%。增長的主要原因是來自Lazada的收入增長。相較先前季度，同比增長率放緩主要由於Trendyol 收入受土耳其里拉對人民幣匯率貶值帶來的負面影響而減少，以及速賣通的訂單量受歐盟增值稅稅規修改的持續影響及俄羅斯和烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷的影響而減少。

- **國際批發商業**

截至2022年3月31日止三個月，國際批發商業收入為人民幣4,448百萬元（701百萬美元），相較2021年同期的人民幣3,920百萬元增長13%。增長的主要原因是與跨境業務相關的增值服務收入的增長，以及來自Alibaba.com付費會員數量的增加。相較先前季度，同比增長率放緩，主要原因是中國出口增長放緩，以及受新冠肺炎疫情影響而導致供應鏈中斷。

## 本地生活服務

本地生活服務主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德、飛豬及淘鮮達，截至2022年3月31日止三個月，本地生活服務收入為人民幣10,445百萬元（1,647百萬美元），相較2021年同期的人民幣8,123百萬元增長29%，主要原因是被視作收入沖減項的補貼效率的提升，以及穩健的GMV增長。穩健的GMV增長主要由於單均價值上升，但部分被3月新冠肺炎疫情的影響而導致訂單減少所抵銷。

## 菜鳥

截至2022年3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，抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣11,582百萬元（1,827百萬美元），相較2021年同期的人民幣9,959百萬元增長16%，主要原因是為提升消費者體驗而進行升級的消費者物流服務的收入增加，部分被國際訂單量受俄羅斯和烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷的影響而減少所抵消。在抵銷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16,451百萬元（2,595百萬美元），相較2021年同期的人民幣13,866百萬元增長19%。同比增長反映了外部收入的增長以及向我們的中國零售商業業務（如天貓，淘寶和淘特）提供的物流履約解決方案和增值服務的增長。

## 雲業務

截至2022年3月31日止三個月，雲業務分部的抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣18,971百萬元（2,993百萬美元），相較2021年同期的人民幣16,865百萬元增長12%。季度收入同比增長溫和，主要來自電訊、金融服務及零售行業的強勁增長，部分被來自其他若干行業的收入下降所抵消，當中包括在線教育和互娛在內的互聯網垂直行業。若不考慮雲業務的一位頭部客戶基於非產品相關的要求就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務的影響，截至2022年3月31日止三個月抵銷跨分部交易的影響後雲業務分部收入將同比增長15%。收入同比增長相較先前季度放緩，主要反映經濟活動放緩，中國互聯網行業客戶需求疲軟，以及受新冠肺炎疫情的影響而延遲完成的混合雲項目。在抵消跨分部交易的影響前雲業務總收入（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25,230百萬元（3,980百萬美元），相較2021年同期的人民幣22,624百萬元增長12%。

## 數字媒體及娛樂

截至2022年3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8,005百萬元（1,263百萬美元），2021年同期的人民幣8,047百萬元下降1%。

## 創新業務及其他

截至2022年3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384百萬元（60百萬美元），相較2021年同期的人民幣594百萬元下降35%。

## 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3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	125,454	67%	138,945	21,918	68%	1%
產品開發費用	13,302	7%	10,944	1,726	5%	(2)%
銷售和市場費用	25,153	14%	27,200	4,291	13%	(1)%
一般及行政費用	27,734	14%	7,415	1,169	4%	(10)%
無形資產攤銷	3,415	2%	2,831	447	2%	0%
成本及費用總額	195,058	104%	187,335	29,551	92%	(12)%
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	1,750	1%	(692)	(109)	0%	(1)%
產品開發費用	3,785	2%	(1,407)	(222)	(1)%	(3)%
銷售和市場費用	1,001	1%	(199)	(32)	0%	(1)%
一般及行政費用	2,096	1%	(1,439)	(227)	(1)%	(2)%
股權激勵費用總額	8,632	5%	(3,737)	(590)	(2)%	(7)%



**不含股權激勵費用的成本及費用：**

營業成本	123,704	66%	139,637	22,027	68%	2%
產品開發費用	9,517	5%	12,351	1,948	6%	1%
銷售和市場費用	24,152	13%	27,399	4,323	13%	0%
一般及行政費用	25,638	13%	8,854	1,396	5%	(8)%
無形資產攤銷	3,415	2%	2,831	447	2%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>186,426</u>	<u>99%</u>	<u>191,072</u>	<u>30,141</u>	<u>94%</u>	<u>(5)%</u>

**營業成本** – 截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的營業成本為人民幣 138,945 百萬元（21,918 百萬美元），佔收入比例 68%，2021 年同期為人民幣 125,454 百萬元，佔收入比例 67%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例將從截至 2021 年 3 月 31 日止三個月的 66% 增加至截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的 68%。該增加主要由於 (i) 直營業務（如盒馬和天貓超市）佔比提高，從而導致存貨成本佔收入比例上升；以及 (ii) 淘菜菜和菜鳥業務增長導致物流成本佔收入比例上升，部分被本地生活服務的單均物流成本下降所抵消。

**產品開發費用** – 截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的產品開發費用為人民幣 10,944 百萬元（1,726 百萬美元），佔收入比例 5%，2021 年同期為人民幣 13,302 百萬元，佔收入比例 7%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從截至 2021 年 3 月 31 日止三個月的 5% 增加至截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的 6%。

**銷售和市場費用** – 截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的銷售和市場費用為人民幣 27,200 百萬元（4,291 百萬美元），佔收入比例 13%，2021 年同期為人民幣 25,153 百萬元，佔收入比例 14%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2022 年 3 月 31 日止三個月及 2021 年同期銷售和市場費用佔收入的比例將平穩維持在 13%。

**一般及行政費用** – 截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 7,415 百萬元（1,169 百萬美元），佔收入比例 4%，2021 年同期為人民幣 27,734 百萬元，佔收入比例 14%，主要由於截至 2021 年 3 月 31 日止三個月的反壟斷法罰款人民幣 18,228 百萬元。若不考慮該罰款和股權激勵費用的影響，一般及行政費用佔收入的比例將從截至 2021 年 3 月 31 日止三個月的 4% 增加至截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的 5%。

**股權激勵費用** – 截至 2022 年 3 月 31 日止三個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為淨撥回人民幣 3,737 百萬元（590 百萬美元），而 2021 年同期為人民幣 8,632 百萬元。

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 3 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>	7,162	4%	7,597	1,198	4%	6%
螞蟻集團的股權激勵 <sup>(2)</sup>	444	0%	(12,683)	(2,001)	(6)%	不適用
其他 <sup>(3)</sup>	1,026	1%	1,349	213	0%	31%
股權激勵費用合計	<u>8,632</u>	<u>5%</u>	<u>(3,737)</u>	<u>(590)</u>	<u>(2)%</u>	不適用

(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。

相較2021年同期，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。

在我們對螞蟻集團的持續評估下，相較2021年同期，本季度與螞蟻集團的股權激勵相關的費用呈現淨撥回。在考慮目前情況下，我們在本季度確認了此等股權激勵價值的下降。

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** – 截至2022年3月31日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,831百萬元（447百萬美元），相較2021年同期的人民幣3,415百萬元下降17%。

### **經營(虧損)及經營利潤率**

截至2022年3月31日止三個月的經營利潤為人民幣16,717百萬元（2,637百萬美元），佔收入比例8%，而2021年同期則為經營虧損人民幣7,663百萬元，佔收入比例負4%。截至2022年3月31日止三個月，因我們按授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵的市值調整計價而確認了股權激勵費用的撥回人民幣13,046百萬元（2,058百萬美元）。截至2021年3月31日止三個月，我們確認了反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元。該兩項未計入非公認會計準則財務盈利指標。若不考慮該等影響，截至2022年3月31日止三個月經營利潤將為人民幣3,671百萬元（579百萬美元），相較截至2021年3月31日止三個月的人民幣10,565百萬元減少人民幣6,894百萬元，主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，新冠肺炎疫情的持續影響，以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。

## 經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2022年3月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣23,373百萬元（3,687百萬美元），相較2021年同期的人民幣29,898百萬元減少22%。截至2022年3月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣15,811百萬元（2,494百萬美元），相較2021年同期的人民幣22,612百萬元減少30%或人民幣6,801百萬元。同比減少主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，新冠肺炎疫情的持續影響，以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。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利潤率如下。關於經營利潤（虧損）和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「3月份季度分部信息」。

	截至 3 月 31 日止三個月				
	2021		2022		
	人民幣	%佔分部 收入比例	人民幣	美元	%佔分部 收入比例
	（以百萬計，百分比除外）				
中國商業	39,500	30%	32,149	5,071	23%
國際商業	(2,483)	(19)%	(2,563)	(404)	(18)%
本地生活服務	(6,633)	(82)%	(5,483)	(865)	(52)%
菜鳥	(585)	(6)%	(912)	(144)	(8)%
雲業務	(342)	(2)%	276	44	1%
數字媒體及娛樂	(2,698)	(34)%	(1,966)	(310)	(25)%
創新業務及其他	(1,648)	(277)%	(2,452)	(387)	(639)%
未分攤 <sup>(1)</sup>	(2,499)	—	(3,238)	(511)	—
總計	<u>22,612</u>	12%	<u>15,811</u>	<u>2,494</u>	8%

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「3月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

**中國商業分部** – 中國商業分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 32,149 百萬元（5,071 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 39,500 百萬元下降 19%。該減少主要由於我們對淘菜菜和淘特的投入增加，新冠肺炎疫情的持續影響以及來自高鑫零售的資產減值損失和特別計提撥備。這些因素同時導致經調整 EBITA 利潤率從截至 2021 年 3 月 31 日止三個月的 30% 下降至截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的 23%。

我們預計中國商業分部的經調整 EBITA 利潤率將會持續受到我們直營業務增長所影響。

**國際商業分部** – 國際商業分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損為人民幣 2,563 百萬元（404 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 2,483 百萬元。同比略為增加，主要由於 Trendyol 對包括國際業務及在土耳其的本地生活服務在內的新業務的投資而導致其虧損增加，同時被國際批發商業業務利潤的增加所抵消。

**本地生活服務分部** – 本地生活服務分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損為人民幣 5,483 百萬元（865 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 6,633 百萬元，主要由於「到家」業務的虧損受我們在優化用戶獲取的投入及降低派送成本的推動下而收窄。

**菜鳥分部** – 菜鳥分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損為人民幣 912 百萬元（144 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 585 百萬元。同比虧損增加主要由於我們增加對全球智能骨幹網絡的投入，以及受新冠肺炎疫情及俄羅斯和烏克蘭衝突的影響而導致運營成本上升。

**雲業務分部** – 由阿里雲及釘釘組成的雲業務分部，截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為盈利人民幣 276 百萬元（44 百萬美元），而 2021 年同期則為虧損人民幣 342 百萬元，主要因實現規模經濟效益，部分被我們對釘釘的投入增加所抵消。

**數字媒體及娛樂分部** – 數字媒體及娛樂分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損為人民幣 1,966 百萬元（310 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 2,698 百萬元，主要由於優酷的虧損通過審慎投資於內容及製作能力而收窄。

**創新業務及其他分部** – 創新業務及其他分部截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損為人民幣 2,452 百萬元（387 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 1,648 百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

### 利息收入和投資淨收益

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的利息收入和投資淨損失為人民幣 36,708 百萬元（5,791 百萬美元），2021 年同期為收益人民幣 111 百萬元，主要由於我們所持有的股權投資的公允價格下跌而產生的淨損失增加。

上述提及的收益和損失未計入非公認會計準則淨利潤。

### 其他淨收支

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的其他淨收益為人民幣 1,620 百萬元（256 百萬美元），2021 年同期為人民幣 2,115 百萬元。

### 所得稅費用

截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的所得稅費用為人民幣 2,079 百萬元（328 百萬美元），2021 年同期為人民幣 7,049 百萬元。

若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）和投資的減值損失、以及來自權益法核算的投資損益的基礎差異的遞延所得稅影響，截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的有效稅率為 23%。

## 權益法核算的投資損益

截至2022年3月31日止三個月的權益法核算的投資損益為人民幣3,282百萬元（518百萬美元），2021年同期為人民幣5,992百萬元。截至2022年3月31日止三個月以及同比的權益法核算的投資損益構成如下：

	截至3月31日止三個月		
	2021年	2022年	
	人民幣	人民幣	美元
權益法核算的投資收益(損失)		(以百萬計)	
- 螞蟻集團	7,182	7,275	1,148
- 其他	(432)	(973)	(153)
減值損失	(55)	(2,624)	(414)
其他 <sup>(1)</sup>	(703)	(396)	(63)
總計	<u>5,992</u>	<u>3,282</u>	<u>518</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基本持平。該同比持平反映了截至2021年12月31日止三個月螞蟻集團先前購入的若干海外投資因其公允價值上升而產生的淨收益的增加，被其經營利潤下降所抵消。

## 淨虧損及非公認會計準則淨利潤

截至2022年3月31日止三個月的淨虧損為人民幣18,357百萬元（2,896百萬美元），2021年同期為淨虧損人民幣7,654百萬元。淨虧損同比增加主要原因是我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失增加，部分被經營利潤增加所抵消。

剔除反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年3月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣19,799百萬元（3,123百萬美元），相較2021年同期的人民幣26,216百萬元減少24%。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虧損

截至2022年3月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣16,241百萬元（2,562百萬美元），2021年同期為淨虧損人民幣5,479百萬元。同比增加主要原因是我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失增加，部分被經營利潤增加所抵消。

## 攤薄每股美國存託股/每股損失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3月31日止三個月，攤薄每股美國存託股損失為人民幣6.07元（0.96美元），2021年同期攤薄每股美國存託股損失為人民幣1.99。剔除反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年3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7.95元（1.25美元），相較2021年同期的人民幣10.32減少23%。

截至2022年3月31日止三個月攤薄每股損失為人民幣0.76元（0.12美元或0.94港元），2021年同期的攤薄每股損失為人民幣0.25元。剔除反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2022年3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0.99元（0.16美元或1.22港元），較2021年同期的人民幣1.29元減少23%。

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。

## 經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至2022年3月31日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為淨流出人民幣7,040百萬元（1,111百萬美元），2021年同期為淨流入人民幣24,183百萬元，當中包括截至2021年3月31日止三個月與天貓商家存入的消費者保護基金相關的淨現金流入人民幣18,796百萬元。若不考慮該項存款以及若干其他項目，自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2022年3月31日止三個月為現金流流出人民幣15,070百萬元（2,377百萬美元），相較2021年同期的現金流流出人民幣658百萬元，同比減少主要由於我們繳納反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元當中的餘款人民幣9,114百萬元（1,438百萬美元），以及利潤下降。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3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87,254百萬元（13,764百萬美元），主要反映了(i)短期投資增加人民幣71,670百萬元（11,306百萬美元），(ii)資本性支出人民幣11,502百萬元（1,814百萬美元），包括購置與企業園區有關的土地使用權及在建工程的現金支出人民幣2,301百萬元（363百萬美元）以及(iii)投資和收購活動的現金支出人民幣6,291百萬元（992百萬美元）。

## 融資活動所用的現金流量淨額

截至2022年3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10,614百萬元（1,675百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣12,132百萬元（1,914百萬美元），部分被銀行借款所得款項淨額人民幣2,189百萬元（345百萬美元）所抵銷。

## 員工

截至2022年3月31日，我們的員工總數為254,941人，截至2021年12月31日為259,316人。

## 2022 財年財務業績概要

截至 3 月 31 日止年度

	2021		2022	
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動 <sup>(8)</sup>
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	717,289	853,062	134,567	19%
經營利潤	89,678	69,638	10,985	(22)% <sup>(2)</sup>
經營利潤率	13%	8%		
經調整 EBITDA <sup>(1)</sup>	196,842	158,205	24,956	(20)% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(1)</sup>	27%	19%		
經調整 EBITA <sup>(1)</sup>	170,453	130,397	20,570	(23)% <sup>(3)</sup>
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(1)</sup>	24%	15%		
淨利潤	143,284	47,079	7,427	(67)% <sup>(4)</sup>
歸屬於普通股股東的淨利潤 <sup>(5)</sup>	150,308	61,959	9,774	(59)% <sup>(4)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(1)</sup>	171,985	136,388	21,515	(21)% <sup>(3)</sup>
攤薄每股收益 <sup>(5)(6)</sup>	6.84	2.84	0.45	(58)% <sup>(4)(7)</sup>
攤薄每股美國存託股收益 <sup>(5)(6)</sup>	54.70	22.74	3.59	(58)% <sup>(4)(7)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(1)(6)</sup>	8.14	6.59	1.04	(19)% <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>	65.15	52.69	8.31	(19)% <sup>(3)(7)</sup>

(1) 有關本業績公告內提及的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「分部信息」、「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) 若不考慮一次性和其他若干項目，經營利潤將同比下降人民幣 41,683 百萬，主要由於我們對淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措所致。請參見下述「2022 財年營運及財務業績」。

(3) 同比減少主要由於我們對淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措所致。

(4) 同比減少主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失，去年同期該等投資產生淨收益。

(5) 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被少報人民幣 7,263 百萬，每股/每股美國存託股收益也相應被少報。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。該項歸屬不會影響任何已列報的非公認會計準則財務指標，包括經調整 EBITA、經調整 EBITDA、非公認會計準則淨利潤或非公認會計準則每股/每股美國存託股收益。該項歸屬對截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月已列報的收入、經營利潤或總計淨利潤並無影響。該項歸屬導致 (1) 歸屬於普通股股東的淨利潤以及 (2) 歸屬於普通股股東的每股/每股美國存託股收益被少報。若該項減值適當地歸屬至非控制性權益，截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月，歸屬於普通股股東的淨利潤將會分別增加同等金額至人民幣 27,692 百萬和人民幣 78,200 百萬；截至 2021 年 12 月 31 日止三個月，基本歸屬於普通股股東的每股/每股美國存託股收益將會分別增加至每股人民幣 1.29 元及每股美國存託股人民幣 10.29 元，以及攤薄歸屬於普通股股東的每股/每股美國存託股收益將會分別增加至每股人民幣 1.27 元以及每股美國存託股人民幣 10.19 元；截至 2021 年 12 月 31 日止九個月，基本歸屬於普通股股東的每股/每股美國存託股收益將會分別增加至每股人民幣 3.62 以及每股美國存託股人民幣 28.95 元，以及攤薄歸屬於普通股股東的每股/每股美國存託股收益將會分別增加至每股人民幣 3.58 元以及每股美國存託股人民幣 28.62 元。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。當我們公佈截至 2022 年 12 月 31 日止三個月和九個月的財務業績，我們將會列報截至 2021 年 12 月 31 日止三個月和九個月已修正的合併財務信息從而反映上述歸屬。上述歸屬列報對本公告所載截至 2022 年 3 月 31 日止三個月的合併財務信息並無影響。本公告所載截至 2022 年 3 月 31 日止年度的合併財務信息已反映上述減值正確地歸屬至非控制性權益。

(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。

(8) 為了更直觀展示%同比虧損變動，%同比虧損擴大會以負增長率展示，而%同比虧損收窄則以正增長率展示。



## 全年分部信息

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 3 月 31 日止年度

	中國商業 人民幣	國際商業 人民幣	本地 生活服務 人民幣	菜鳥 人民幣	雲業務 人民幣	數字媒體 及娛樂 人民幣	創新業務 及其他 人民幣	未分攤 <sup>(1)</sup> 人民幣	合併 人民幣	美元
收入	592,705	61,078	43,491	46,107	74,568	32,272	2,841	—	853,062	134,567
%同比變動	18%	25%	23%	24%	23%	3%	23%	—	19%	
經營利潤(虧損)	172,219	(10,655)	(30,485)	(3,920)	(5,167)	(7,019)	(9,424)	(35,911)	69,638	10,985
加：股權激勵費用	7,078	1,569	2,556	1,396	6,297	1,520	1,839	1,716	23,971	3,782
加：無形資產攤銷	2,817	95	6,154	1,059	16	809	456	241	11,647	1,837
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	25,141	25,141	3,966
經調整 EBITA	182,114	(8,991)	(21,775)	(1,465)	1,146	(4,690)	(7,129)	(8,813)	130,397	20,570
調整 EBITA%同比變動	(15)%	(82)%	(34)%	(80)%	不適用	23%	(37)%	(17)%	(23)%	
經調整 EBITA 利潤率	31%	(15)%	(50)%	(3)%	2%	(15)%	(251)%	—	15%	

截至 2021 年 3 月 31 日止年度

	中國商業 人民幣	國際商業 人民幣	本地 生活服務 人民幣	菜鳥 人民幣	雲業務 人民幣	數字媒體 及娛樂 人民幣	創新業務 及其他 人民幣	未分攤 <sup>(1)</sup> 人民幣	合併 人民幣
收入	501,683	48,851	35,442	37,258	60,558	31,186	2,311	—	717,289
經營利潤(虧損)	197,135	(9,361)	(29,100)	(3,964)	(12,479)	(10,321)	(7,802)	(34,430)	89,678
加：股權激勵費用	14,505	4,223	4,972	1,956	10,205	3,281	2,518	8,460	50,120
加：無形資產攤銷	1,922	206	7,852	1,195	23	922	83	224	12,427
加：反壟斷法罰款	—	—	—	—	—	—	—	18,228	18,228
經調整 EBITA	213,562	(4,932)	(16,276)	(813)	(2,251)	(6,118)	(5,201)	(7,518)	170,453
經調整 EBITA 利潤率	43%	(10)%	(46)%	(2)%	(4)%	(20)%	(225)%	—	24%

由截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息。我們更新後的分部包括：

- 中國商業，該分部主要包括零售業務如淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、天貓超市、天貓國際、盒馬、阿里健康和高鑫零售，以及包括 1688.com 在內的批發業務；
- 國際商業，該分部主要包括我們的國際零售與批發業務，如 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz 及 Alibaba.com；
- 本地生活服務，該分部主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德（此前於創新業務及其他分部匯報）、飛豬及淘鮮達；

- 菜鳥，該分部包括國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案；
- 雲業務，該分部包括阿里雲及釘釘；
- 數字媒體及娛樂，該分部包括優酷和阿里影業，以及其他內容平台和線上遊戲業務；以及
- 創新業務及其他，該分部包括如天貓精靈及達摩院等業務。

可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。由於我們的管理層認為商譽減值並不屬於分部經營業績指標的一部分，因此商譽減值在分部信息中列示為未分攤項目
- (2) 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。

## 2022 財年營運及財務業績

### 收入

2022 財年的收入為人民幣 853,062 百萬元（134,567 百萬美元），相較 2021 財年的人民幣 717,289 百萬元增長 19%。上述增長主要由我們的中國商業、雲業務以及國際商業分部的收入增長所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入為人民幣 770,734 百萬元（121,580 百萬美元），將同比增長 14%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 3 月 31 日止年度					
	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	304,543	43%	315,038	49,696	37%	3%
— 直營及其他 <sup>(1)</sup>	182,818	25%	260,955	41,165	30%	43%
	487,361	68%	575,993	90,861	67%	18%
中國批發商業	14,322	2%	16,712	2,636	2%	17%
中國商業合計	501,683	70%	592,705	93,497	69%	18%
國際商業						
國際零售商業	34,455	5%	42,668	6,731	5%	24%
國際批發商業	14,396	2%	18,410	2,904	2%	28%
國際商業合計	48,851	7%	61,078	9,635	7%	25%
本地生活服務	35,442	5%	43,491	6,861	5%	23%
菜鳥	37,258	5%	46,107	7,273	5%	24%
雲業務	60,558	8%	74,568	11,763	9%	23%
數字媒體及娛樂	31,186	4%	32,272	5,091	4%	3%
創新業務及其他	2,311	1%	2,841	447	1%	23%
總計	717,289	100%	853,062	134,567	100%	19%

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「全年分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 中國零售商業業務項下「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），而該業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。

### 中國商業

- 中國零售商業

2022財年中國零售商業的收入為人民幣575,993百萬元（90,861百萬美元），相較2021財年的人民幣487,361百萬元增長18%。客戶管理收入同比增長3%，主要由於市場狀況放緩和競爭而導致淘寶和天貓的線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比錄得單位數增長，以及我

們支持商家的舉措所致。

2022財年中國零售商業業務項下的「直營及其他」收入為人民幣260,955百萬元（41,165百萬美元），相較2021財年的人民幣182,818百萬元增長43%。該增長主要來自2020年10月開始合併高鑫零售，以及包括天貓超市及盒馬的直營業務的收入所貢獻。

- **中國批發商業**

2022財年中國批發商業收入為人民幣16,712百萬元（2,636百萬美元），相較2021財年的人民幣14,322百萬元增長17%。增長的主要原因是提供予付費會員和批發買家增值服務收入的上升。

## 國際商業

- **國際零售商業**

2022財年國際零售商業收入為人民幣42,668百萬元（6,731百萬美元），相較2021財年的人民幣34,455百萬元增長24%。增長的主要原因是來自Lazada的收入增長。同比增長放緩主要由於Trendyol以及速賣通的收入增速比整體國際零售商業收入增速慢，主要原因是Trendyol受土耳其里拉對人民幣匯率貶值帶來的負面影響而放緩，以及速賣通受歐盟增值稅稅規修改及俄羅斯和烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷的影響而削弱其訂單量增長。

- **國際批發商業**

2022財年國際批發商業收入為人民幣18,410百萬元（2,904百萬美元），相較2021財年的人民幣14,396百萬元增長28%。增長的主要原因是來自Alibaba.com平台付費會員的平均收入的上升和付費會員數量的增加，以及與跨境業務相關的增值服務的收入增長。

## 本地生活服務

本地生活服務主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德、飛豬及淘鮮達，2022財年本地生活服務收入為人民幣43,491百萬元（6,861百萬美元），相較2021財年的人民幣35,442百萬元增長23%，主要由於GMV的增長。

## 菜鳥

2022財年，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，抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣46,107百萬元（7,273百萬美元），相較2021財年的人民幣37,258百萬元增長24%，主要原因是跨境及國際零售商業業務的已履行的訂單量和滲透率提升、為第三方商家提供的增值服務的收入增加，及為提升消費者體驗而進行升級的消費者物流服務的收入增加。在抵銷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66,808百萬元（10,539百萬美元），相較2021財年同期的人民幣52,735百萬元增長27%。同比增長反映了外部收入的增長以及向我們的中國零售商業業務（如天貓，淘寶和淘特）提供的物流履約解決方案和增值服務的增長。

## 雲業務

雲業務分部，即包括阿里雲和釘釘，2022財年雲業務抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣74,568百萬元（11,763百萬美元），相較2021財年的人民幣60,558百萬元增長23%。2022財年收入同比增長溫和主要原因是雲業務的一位頭部客戶基於非產品相關的要求就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務及中國互聯網行業客戶的需求放緩所致。2022財年，剔除此客戶的收入貢獻，在抵銷跨分部交易的影響後，雲業務收入將會強勁增長29%。在抵消跨分部交易的影響前雲業務總收入（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100,180百萬元（15,803百萬美元），相較2021財年的人民幣82,971百萬元增長21%。

## 數字媒體及娛樂

2022財年來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣32,272百萬元（5,091百萬美元），相較2021財年同期的人民幣31,186百萬元增長3%。

## 創新業務及其他

2022財年來自創新業務及其他分部的收入為人民幣2,841百萬元（447百萬美元），相較2021財年同期的人民幣2,311百萬元增長23%。

## 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3月31日止年度					
	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	421,205	59%	539,450	85,096	63%	4%
產品開發費用	57,236	8%	55,465	8,749	7%	(1)%
銷售和市場費用	81,519	11%	119,799	18,898	14%	3%
一般及行政費用	55,224	8%	31,922	5,036	4%	(4)%
無形資產攤銷	12,427	1%	11,647	1,837	1%	0%
商譽減值	—	—	25,141	3,966	3%	3%
成本及費用總額	<u>627,611</u>	<u>87%</u>	<u>783,424</u>	<u>123,582</u>	<u>92%</u>	<u>5%</u>
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	11,224	2%	5,725	903	1%	(1)%
產品開發費用	21,474	3%	11,035	1,741	1%	(2)%
銷售和市場費用	5,323	0%	3,050	481	0%	0%
一般及行政費用	12,099	2%	4,161	657	1%	(1)%
股權激勵費用總額	<u>50,120</u>	<u>7%</u>	<u>23,971</u>	<u>3,782</u>	<u>3%</u>	<u>(4)%</u>

**不含股權激勵費用的成本及費用：**

營業成本	409,981	57%	533,725	84,193	62%	5%
產品開發費用	35,762	5%	44,430	7,008	6%	1%
銷售和市場費用	76,196	11%	116,749	18,417	14%	3%
一般及行政費用	43,125	6%	27,761	4,379	3%	(3)%
無形資產攤銷	12,427	1%	11,647	1,837	1%	0%
商譽減值	—	—	25,141	3,966	3%	3%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>577,491</u>	<u>80%</u>	<u>759,453</u>	<u>119,800</u>	<u>89%</u>	<u>9%</u>

**營業成本** – 2022 財年營業成本為人民幣 539,450 百萬元（85,096 百萬美元），佔收入比例 63%，2021 年同期為人民幣 421,205 百萬元，佔收入比例 59%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例將從 2021 財年的 57% 增加至 2022 財年的 62%。該增加主要由於 (i) 包括高鑫零售（自 2020 年 10 月開始合併）在內的直營業務佔比提高，從而導致存貨成本佔收入比例上升；以及 (ii) 淘菜菜業務增長導致物流成本佔收入比例上升。

**產品開發費用** – 2022 財年產品開發費用為人民幣 55,465 百萬元（8,749 百萬美元），佔收入比例 7%，2021 財年為人民幣 57,236 百萬元，佔收入比例 8%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從 2021 財年的 5% 增加至 2022 財年 6%。

**銷售和市場費用** – 2022 財年銷售和市場費用為人民幣 119,799 百萬元（18,898 百萬美元），佔收入比例 14%，2021 財年為人民幣 81,519 百萬元，佔收入比例 11%。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 2021 財年的 11% 增加至 2022 財年 14%。該增加主要為了我們的移動商業 APP（包括淘特、淘寶、Lazada 及餓了麼）的用戶獲取及提升其參與度而增加的市場和推廣費用。

**一般及行政費用** – 2022 財年一般及行政費用為人民幣 31,922 百萬元（5,036 百萬美元），佔收入比例 4%，2021 財年為人民幣 55,224 百萬元，佔收入比例 8%，主要由於 2021 財年確認的反壟斷法罰款人民幣 18,228 百萬元。若不考慮該罰款和股權激勵費用的影響，2022 財年及 2021 財年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** – 2022 財年計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣 23,971 百萬元（3,782 百萬美元），相較 2021 財年的人幣 50,120 百萬元減少 52%。2022 財年的股權激勵費用佔收入比例相較 2021 財年的 7% 減少至 3%。

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 3 月 31 日止年度					
	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)					
<b>按激勵類型：</b>						
阿里巴巴集團的股權激勵 <sup>(1)</sup>	29,317	4%	30,576	4,823	4%	4%
螞蟻集團的股權激勵 <sup>(2)</sup>	17,315	2%	(11,585)	(1,827)	(1)%	不適用
其他 <sup>(3)</sup>	3,488	1%	4,980	786	0%	43%
股權激勵費用合計	<u>50,120</u>	<u>7%</u>	<u>23,971</u>	<u>3,782</u>	<u>3%</u>	<u>(52)%</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。

相較2021財年，本年度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。

在我們對螞蟻集團的持續評估下，相較2021財年，本年度與螞蟻集團的股權激勵相關的費用呈現淨撥回。在考慮目前情況下，我們在本季度確認了此等股權激勵價值的下降。

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** – 2022 財年無形資產攤銷為人民幣11,647百萬元（1,837百萬美元），相較2021 財年的人民幣12,427百萬元下降6%。

**商譽減值** – 根據年度商譽減值評估，2022 財年錄得人民幣25,141百萬元（3,966百萬美元）的商譽減值，該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

2022財年經營利潤為人民幣69,638百萬元（10,985百萬美元），佔收入比例8%，相較2021財年的人民幣89,678百萬元，佔收入比例13%，同比下降22%。於2022 財年，我們確認了與數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值人民幣25,141百萬元（3,966百萬美元）以及因我們按授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵的市值調整計價而確認了股權激勵費用的撥回人民幣13,046百萬元（2,058百萬美元）。於2021財年，我們確認了反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元及因我們按授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵的市值調整計價而確認了股權激勵費用的人民幣15,510百萬元。以上均未計入非公認會計準則財務盈利指標。若不考慮該等影響，2022 財年經營利潤將為人民幣81,733百萬元（12,893百萬美元），相較2021財年的人民幣123,416百萬元減少人民幣41,683百萬元，主要由於我們對淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。

## 經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

2022財年經調整EBITDA為人民幣158,205百萬元（24,956百萬美元），相較2021財年的人民幣196,842百萬元減少20%。2022財年經調整EBITA為人民幣130,397百萬元（20,570百萬美元），相較2021財年的人民幣170,453百萬元減少23%。同比減少主要由於我們對淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。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利潤率如下。關於經營利潤（虧損）和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「全年分部信息」。

	截至 3 月 31 日止年度				
	2021		2022		%佔分部 收入比例
	人民幣	%佔分部 收入比例	人民幣	美元	
					(以百萬計，百分比除外)
中國商業	213,562	43%	182,114	28,728	31%
國際商業	(4,932)	(10)%	(8,991)	(1,418)	(15)%
本地生活服務	(16,276)	(46)%	(21,775)	(3,435)	(50)%
菜鳥	(813)	(2)%	(1,465)	(231)	(3)%
雲業務	(2,251)	(4)%	1,146	181	2%
數字媒體及娛樂	(6,118)	(20)%	(4,690)	(740)	(15)%
創新業務及其他	(5,201)	(225)%	(7,129)	(1,125)	(251)%
未分攤 <sup>(1)</sup>	(7,518)	—	(8,813)	(1,390)	—
總計	<u>170,453</u>	24%	<u>130,397</u>	<u>20,570</u>	15%

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「全年分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

**中國商業分部** – 中國商業分部2022財年的經調整EBITA為人民幣182,114百萬元（28,728百萬美元），相較2021財年的人民幣213,562百萬元減少15%。該減少主要由於我們對中國零售商業業務內的淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。經調整EBITA利潤率從2021財年的43%下降至2022財年的31%，主要由於上述因素及自2020年10月合併高鑫零售，而該業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。

我們預計中國商業分部的經調整 EBITA 利潤率將會持續受到我們直營業務的增長所影響。



**國際商業分部** – 國際商業分部 2022 財年的經調整 EBITA 為虧損為人民幣 8,991 百萬元（1,418 百萬美元），相較 2021 財年為虧損人民幣 4,932 百萬元，虧損同比增加主要由於 LAZADA 為用戶獲取及提升其參與度而增加的市場和推廣費用以及 Trendyol 對包括國際業務及在土耳其的本地生活服務在內的新業務的投資而導致其虧損增加，部分被國際批發商業業務利潤增加所抵消。

**本地生活服務分部** – 本地生活服務分部 2022 財年的經調整 EBITA 為虧損人民幣 21,775 百萬元（3,435 百萬美元），2021 財年為虧損人民幣 16,276 百萬元，主要由於「到家」業務虧損增加，反映餓了麼於付費用戶獲取及提升消費者體驗的投入。

**菜鳥分部** – 菜鳥分部 2022 財年的經調整 EBITA 為虧損為人民幣 1,465 百萬元（231 百萬美元），2021 財年為虧損人民幣 813 百萬元。同比虧損增加主要由於我們增加對全球智能骨幹網絡的投入，和新冠肺炎疫情以及俄羅斯和烏克蘭衝突導所帶來的影響。

**雲業務分部** – 雲業務分部，即包括阿里雲和釘釘，2022 財年的經調整 EBITA 為盈利人民幣 1,146 百萬元（181 百萬美元），而 2021 財年則為虧損為人民幣 2,251 百萬元，主要因實現規模經濟效益，部分被增加釘釘投入所抵銷。

**數字媒體及娛樂分部** – 數字媒體及娛樂分部 2022 財年的經調整 EBITA 為虧損人民幣 4,690 百萬元（740 百萬美元），2021 財年為虧損為人民幣 6,118 百萬元，主要由於優酷的虧損因我們對內容及製作能力的審慎投資而收窄。

**創新業務及其他分部** – 創新業務及其他分部 2022 財年的經調整 EBITA 為虧損人民幣 7,129 百萬元（1,125 百萬美元），2021 財年為虧損為人民幣 5,201 百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

### 利息收入和投資淨收益

2022 財年的利息收入和投資淨收益為淨損失人民幣 15,702 百萬元（2,477 百萬美元），2021 財年為淨收益人民幣 72,794 百萬元，主要由於我們所持有的股權投資的公允價格下跌而產生淨損失，而 2021 財年則為淨收益。

上述提及的收益和損失未計入非公認會計準則淨利潤。

### 其他淨收支

2022 財年的其他淨收益為人民幣 10,523 百萬元（1,660 百萬美元），2021 財年為人民幣 7,582 百萬元，主要由於匯兌淨收益增加。

### 所得稅費用

2022 財年的所得稅費用為人民幣 26,815 百萬元（4,230 百萬美元），2021 財年為人民幣 29,278 百萬元。

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損益的基礎差異的遞延所得稅影響，2022 財年的有效稅率為 21%。

## 權益法核算的投資損益

2022財年的權益法核算的投資損益為人民幣14,344百萬元（2,263百萬美元），相對2021財年為人民幣6,984百萬元。2022財年以及可比期間的權益法核算的投資損益構成如下：

	截至 3 月 31 日止年度		
	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	19,693	24,084	3,799
- 其他	(1,016)	(89)	(14)
減值損失	(7,256)	(6,201)	(978)
其他 <sup>(1)</sup>	(4,437)	(3,450)	(544)
總計	6,984	14,344	2,263

(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縱使受其經營利潤同比下降的影響仍然有所增加，主要由截至 2021 年 12 月 31 日止十二個月其先前購入的若干海外投資因其公允價值上升而產生的淨收益所貢獻。此外，其他權益法核算的投資損益同比增加，主要由於我們權益法核算的被投資方的整體財務表現有所改善。

## 淨利潤及非公認會計準則淨利潤

2022財年的淨利潤為人民幣47,079百萬元（7,427百萬美元），2021財年為淨利潤人民幣143,284百萬元。同比減少主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生淨損失，而2021財年則為淨收益。

剔除反壟斷法罰款、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，2022財年的非公認會計準則淨利潤為人民幣136,388百萬元（21,515百萬美元），相較2021財年的人民幣171,985百萬元減少21%。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

2022財年的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣61,959百萬元（9,774百萬美元），2021財年為人民幣150,308百萬元。同比減少主要原因是來自我們所持有的上市公司股權投資的市場價格下跌而產生的淨損失，而去年同期為淨利潤。

## 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

2022財年的攤薄每股美國存託股收益為人民幣22.74元（3.59美元），相較2021財年的每股美國存託股收益為人民幣54.70元減少58%。剔除反壟斷法罰款、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，2022財年的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣52.69元（8.31美元），相較2021財年的人民幣65.15元減少19%。

2022財年的攤薄每股收益為人民幣2.84元（0.45美元或3.50港元），相較2021財年的每股為人民幣6.84元減少58%。剔除反壟斷法罰款、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，2022財年的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣6.59元（1.04美元或8.13港元），相較2021財年的人民幣8.14元減少19%。

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、現金等價物和短期投資

2022年3月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣446,412百萬元（70,420百萬美元），2021年3月31日為人民幣473,638百萬元。現金、現金等價物和短期投資在2022財年的減少主要由於股份回購的現金支出人民幣61,225百萬元（9,658百萬美元），投資和收購活動的現金支出人民幣52,848百萬元（8,337百萬美元），償還無擔保優先票據1,500百萬美元，部分被經營活動產生的自由現金流人民幣98,874百萬元（15,597百萬美元）所抵銷。

## 經營活動的現金流量淨額及自由現金流

2022財年的經營活動的現金流量淨額為人民幣142,759百萬元（22,520百萬美元），相較2021財年的人民幣231,786百萬元減少38%。自由現金流從2021財年的人民幣172,662百萬元減少至2022財年的人民幣98,874百萬元（15,597百萬美元），主要由於利潤下降，以及全額繳納反壟斷法罰款人民幣182,228百萬元。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

2022財年的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣198,592百萬元（31,327百萬美元），主要反映了(i) 短期投資增加人民幣106,984百萬元（16,876百萬美元），(ii) 資本性支出人民幣53,309百萬元（8,409百萬美元），包括購置與企業園區有關的土地使用權及在建工程的現金支出人民幣11,281百萬元（1,780百萬美元）以及(iii) 投資和收購活動的現金支出人民幣52,848百萬元（8,337百萬美元）。上述提及的現金支出，部分被處置多項投資所得的現金流入人民幣15,468百萬元（2,440百萬美元）所抵銷。

## 融資活動所用的現金流量淨額

2022財年的融資活動所用的現金流量淨額為人民幣64,449百萬元（10,167百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣61,225百萬元（9,658百萬美元）及償還無擔保優先票據1,500百萬美元，部分被與非控制性權益的交易的淨現金流入人民幣3,953百萬元（624百萬美元）所抵銷。

## 網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2022 年 5 月 26 日美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午七時三十分）舉行電話會議，以討論財務業績。

電話會議的詳情如下：

國際：+65 6780 1201

美國：+1 332 208 9458

英國：+44 20 3692 8123

中國香港：+852 3018 8307

中國固定網絡：800 820 2079

中國移動電話：400 820 6895

會議編號：1388446（英語）

會議編號：5973677（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

您可在 <http://www.alibabagroup.com/tc/ir/earnings> 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。電話會議的重播將持續一周（撥入號碼：+61 2 8199 0299；會議編號與上述一樣）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2022 年 5 月 26 日起在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <http://www.alibabagroup.com/tc/ir/home>。

## 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

[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 6.3393 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2022 年 3 月 31 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 0.81101 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2022 年 3 月 31 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，包括但不限於以下事項：阿里巴巴維持其生態系統的可信賴狀態的能力；與持續投資阿里巴巴業務、戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴保持或增加其收入或業務的能力；阿里巴巴持續有效競爭及維持及改善生態體系網絡效應的能力；公司文化；阿里巴巴持續創新的能力；與運營一家複雜且龐大的公司有關的風險及挑戰；與我們收購、投資和業務合作有關的風險；與擴大我們的國際及跨境業務及其運營有關的風險；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性，包括保護主義或國家安全政策；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動（包括反壟斷和不正当競爭法規）；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現及監管環境；安全漏洞；中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動；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「分部信息」一節及「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」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、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和商譽減值；及(iii)反壟斷法罰款，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、無形資產攤銷和商譽減值；及(iii)反壟斷法罰款，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、商譽和投資減值、反壟斷法罰款、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）及其他，以及所得稅影響。

**非公認會計準則攤薄每股收益** 指按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益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期間已發行股份的加權平均數。**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，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「分部信息」一節及「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」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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	187,395	204,052	32,188	717,289	853,062	134,567
營業成本	(125,454)	(138,945)	(21,918)	(421,205)	(539,450)	(85,096)
產品開發費用	(13,302)	(10,944)	(1,726)	(57,236)	(55,465)	(8,749)
銷售和市場費用	(25,153)	(27,200)	(4,291)	(81,519)	(119,799)	(18,898)
一般及行政費用	(27,734)	(7,415)	(1,169)	(55,224)	(31,922)	(5,036)
無形資產攤銷	(3,415)	(2,831)	(447)	(12,427)	(11,647)	(1,837)
商譽減值	—	—	—	—	(25,141)	(3,966)
<b>經營(虧損)利潤</b>	<b>(7,663)</b>	<b>16,717</b>	<b>2,637</b>	<b>89,678</b>	<b>69,638</b>	<b>10,985</b>
利息收入和投資淨收益	111	(36,708)	(5,791)	72,794	(15,702)	(2,477)
利息費用	(1,160)	(1,189)	(188)	(4,476)	(4,909)	(774)
其他淨收支	2,115	1,620	256	7,582	10,523	1,660
<b>扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的(虧損)利潤</b>	<b>(6,597)</b>	<b>(19,560)</b>	<b>(3,086)</b>	<b>165,578</b>	<b>59,550</b>	<b>9,394</b>
所得稅費用	(7,049)	(2,079)	(328)	(29,278)	(26,815)	(4,230)
權益法核算的投資損益	5,992	3,282	518	6,984	14,344	2,263
<b>淨(虧損)利潤</b>	<b>(7,654)</b>	<b>(18,357)</b>	<b>(2,896)</b>	<b>143,284</b>	<b>47,079</b>	<b>7,427</b>
歸屬於非控制性權益的淨虧損 <sup>(1)</sup>	2,288	2,241	354	7,294	15,170	2,393
<b>歸屬於阿里巴巴集團股東的淨(虧 損)利潤</b>	<b>(5,366)</b>	<b>(16,116)</b>	<b>(2,542)</b>	<b>150,578</b>	<b>62,249</b>	<b>9,820</b>
夾層權益的增值	(113)	(125)	(20)	(270)	(290)	(46)
<b>歸屬於普通股股東的淨(虧損)利 潤<sup>(1)</sup></b>	<b>(5,479)</b>	<b>(16,241)</b>	<b>(2,562)</b>	<b>150,308</b>	<b>61,959</b>	<b>9,774</b>
<b>歸屬於普通股股東的每股 (損失)收益<sup>(1)(2)</sup></b>						
基本	(0.25)	(0.76)	(0.12)	6.95	2.87	0.45
攤薄	(0.25)	(0.76)	(0.12)	6.84	2.84	0.45
<b>歸屬於普通股股東的每股美國 存託股(損失)收益<sup>(1)(2)</sup></b>						
基本	(2.02)	(6.07)	(0.96)	55.63	22.99	3.63
攤薄	(1.99)	(6.07)	(0.96)	54.70	22.74	3.59
<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	21,652	21,401		21,619	21,558	
攤薄	22,024	21,401		21,982	21,787	

- (1) 有關本業績公告內提述的歸屬於非控制性權益的商譽減值的更多資料，請參見「2022 財年財務業績概要」。
- (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

## 收入

所示期間內按分部劃分的收入如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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)		
中國商業 <sup>(1)</sup>	130,391	140,330	22,137	501,683	592,705	93,497
國際商業 <sup>(2)</sup>	13,416	14,335	2,261	48,851	61,078	9,635
本地生活服務 <sup>(3)</sup>	8,123	10,445	1,647	35,442	43,491	6,861
菜鳥 <sup>(4)</sup>	9,959	11,582	1,827	37,258	46,107	7,273
雲業務 <sup>(5)</sup>	16,865	18,971	2,993	60,558	74,568	11,763
數字媒體及娛樂 <sup>(6)</sup>	8,047	8,005	1,263	31,186	32,272	5,091
創新業務及其他 <sup>(7)</sup>	594	384	60	2,311	2,841	447
總計	<u>187,395</u>	<u>204,052</u>	<u>32,188</u>	<u>717,289</u>	<u>853,062</u>	<u>134,567</u>

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「3月份季度分部信息」和「全年分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (1) 中國商業收入，主要來自我們的中國零售業務包括淘寶、天貓、高鑫零售、天貓超市、盒馬，以及包括1688.com在內的批發業務。
- (2) 國際商業收入，主要來自我們的國際零售業務包括 Lazada、速賣通以及包括 Alibaba.com 在內的國際批發業務。
- (3) 本地生活服務收入，主要來自餓了麼。
- (4) 菜鳥收入，主要來自國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案。
- (5) 雲業務收入，主要由提供彈性計算、數據庫、存儲、網絡虛擬化服務、大規模計算、安全、管理和應用服務、大數據分析、機器學習平台及物聯網等服務所產生。
- (6) 數字媒體及娛樂收入，主要來自優酷以及其他內容平台和線上遊戲業務。
- (7) 創新業務及其他收入，主要來自天貓精靈與其他創新業務。其他收入亦包括自螞蟻集團及其關聯方收取的中小企業貸款年費。

## 阿里巴巴集團控股有限公司 分部信息

所示期間內我們按分部劃分的經營利潤（虧損）如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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)	
中國商業	36,165	32,471	5,123	197,135	172,219	27,167
國際商業	(3,416)	(1,918)	(303)	(9,361)	(10,655)	(1,681)
本地生活服務	(9,443)	(6,503)	(1,026)	(29,100)	(30,485)	(4,809)
菜鳥	(1,089)	(1,081)	(171)	(3,964)	(3,920)	(618)
雲業務	(2,337)	598	94	(12,479)	(5,167)	(815)
數字媒體及娛樂	(3,565)	(2,170)	(342)	(10,321)	(7,019)	(1,107)
創新業務及其他	(2,135)	(2,727)	(430)	(7,802)	(9,424)	(1,487)
未分攤	(21,843)	(1,953)	(308)	(34,430)	(35,911)	(5,665)
總計	(7,663)	16,717	2,637	89,678	69,638	10,985

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「3月份季度分部信息」和「全年分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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)	
中國商業	39,500	32,149	5,071	213,562	182,114	28,728
國際商業	(2,483)	(2,563)	(404)	(4,932)	(8,991)	(1,418)
本地生活服務	(6,633)	(5,483)	(865)	(16,276)	(21,775)	(3,435)
菜鳥	(585)	(912)	(144)	(813)	(1,465)	(231)
雲業務	(342)	276	44	(2,251)	1,146	181
數字媒體及娛樂	(2,698)	(1,966)	(310)	(6,118)	(4,690)	(740)
創新業務及其他	(1,648)	(2,452)	(387)	(5,201)	(7,129)	(1,125)
未分攤	(2,499)	(3,238)	(511)	(7,518)	(8,813)	(1,390)
總計	22,612	15,811	2,494	170,453	130,397	20,570

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「3月份季度分部信息」和「全年分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

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 3 月 31 日	
	2021	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	321,262	189,898	29,956
短期投資	152,376	256,514	40,464
受限制現金及應收託管資金	35,207	37,455	5,908
股權證券及其他投資	9,807	8,673	1,368
預付款項、應收款項及其他資產 <sup>(1)</sup>	124,708	145,995	23,030
流動資產總額	643,360	638,535	100,726
股權證券及其他投資	237,221	223,611	35,274
預付款項、應收款項及其他資產	98,432	113,147	17,849
權益法核算的投資	200,189	219,642	34,648
物業及設備（淨值）	147,412	171,806	27,102
無形資產（淨值）	70,833	59,231	9,343
商譽	292,771	269,581	42,525
<b>資產總額</b>	<b>1,690,218</b>	<b>1,695,553</b>	<b>267,467</b>
<b>負債、夾層權益及股東權益</b>			
流動負債：			
短期銀行借款	3,606	8,841	1,395
短期無擔保優先票據	9,831	—	—
應付所得稅	25,275	21,753	3,431
預提費用、應付款項及其他負債	261,140	271,460	42,822
商家保證金	15,017	14,747	2,326
遞延收入及客戶預付款	62,489	66,983	10,566
流動負債總額	377,358	383,784	60,540

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 3 月 31 日	
	2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,158	3,490	551
遞延所得稅負債	59,598	61,706	9,734
長期銀行借款	38,335	38,244	6,033
長期無擔保優先票據	97,381	94,259	14,869
其他負債	30,754	31,877	5,028
<b>負債總額</b>	<b>606,584</b>	<b>613,360</b>	<b>96,755</b>
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	8,673	9,655	1,523
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	394,308	410,506	64,755
庫存股（按成本計）	—	(2,221)	(350)
應收股權認購款項	(47)	(46)	(7)
法定儲備	7,347	9,839	1,552
累計其他綜合損失	(19,063)	(33,157)	(5,230)
未分配利潤	554,924	563,557	88,899
股東權益總額	937,470	948,479	149,619
非控制性權益	137,491	124,059	19,570
<b>權益總額</b>	<b>1,074,961</b>	<b>1,072,538</b>	<b>169,189</b>
<b>負債、夾層權益及權益總額</b>	<b>1,690,218</b>	<b>1,695,553</b>	<b>267,467</b>

(1) 包括應收螞蟻集團的股息人民幣 3,945 百萬元（622 百萬美元）。於 2022 年 3 月，經股東審批後，螞蟻集團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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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(所用)的現金 流量淨額	24,183	(7,040)	(1,111)	231,786	142,759	22,520
投資活動所用的現金流量淨額	(27,701)	(87,254)	(13,764)	(244,194)	(198,592)	(31,327)
融資活動產生(所用)的現金 流量淨額	30,270	(10,614)	(1,675)	30,082	(64,449)	(10,167)
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	1,149	(913)	(143)	(7,187)	(8,834)	(1,394)
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)	27,901	(105,821)	(16,693)	10,487	(129,116)	(20,368)
期初現金及現金等價物、受限 制現金及應收託管資金	328,568	333,174	52,557	345,982	356,469	56,232
期末現金及現金等價物、受限 制現金及應收託管資金	356,469	227,353	35,864	356,469	227,353	35,864

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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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(虧損)利潤	<b>(7,654)</b>	<b>(18,357)</b>	<b>(2,896)</b>	<b>143,284</b>	<b>47,079</b>	<b>7,427</b>
淨(虧損)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	(111)	36,708	5,791	(72,794)	15,702	2,477
利息費用	1,160	1,189	188	4,476	4,909	774
其他淨收支	(2,115)	(1,620)	(256)	(7,582)	(10,523)	(1,660)
所得稅費用	7,049	2,079	328	29,278	26,815	4,230
權益法核算的投資損益	(5,992)	(3,282)	(518)	(6,984)	(14,344)	(2,263)
經營(虧損)利潤	<b>(7,663)</b>	<b>16,717</b>	<b>2,637</b>	<b>89,678</b>	<b>69,638</b>	<b>10,985</b>
股權激勵費用	8,632	(3,737)	(590)	50,120	23,971	3,782
無形資產攤銷	3,415	2,831	447	12,427	11,647	1,837
反壟斷法罰款	18,228	—	—	18,228	—	—
商譽減值	—	—	—	—	25,141	3,966
經調整 EBITA	<b>22,612</b>	<b>15,811</b>	<b>2,494</b>	<b>170,453</b>	<b>130,397</b>	<b>20,570</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	7,286	7,562	1,193	26,389	27,808	4,386
經調整 EBITDA	<b>29,898</b>	<b>23,373</b>	<b>3,687</b>	<b>196,842</b>	<b>158,205</b>	<b>24,956</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（虧損）利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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（虧損）利潤	<b>(7,654)</b>	<b>(18,357)</b>	<b>(2,896)</b>	<b>143,284</b>	<b>47,079</b>	<b>7,427</b>
淨（虧損）利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：						
股權激勵費用	8,632	(3,737)	(590)	50,120	23,971	3,782
無形資產攤銷	3,415	2,831	447	12,427	11,647	1,837
商譽和投資減值	532	5,303	837	14,737	40,264	6,351
視同處置／處置／重估投資產生的損失（收益）及其他	3,085	37,845	5,970	(66,305)	21,671	3,419
反壟斷法罰款	18,228	—	—	18,228	—	—
所得稅影響 <sup>(1)</sup>	(22)	(4,086)	(645)	(506)	(8,244)	(1,301)
<b>非公認會計準則淨利潤</b>	<b>26,216</b>	<b>19,799</b>	<b>3,123</b>	<b>171,985</b>	<b>136,388</b>	<b>21,515</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（損失）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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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（損失）淨利潤－基本	(5,479)	(16,241)	(2,562)	150,308	61,959	9,774
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	(2)	(8)	(1)	(55)	(37)	(6)
歸屬於普通股股東的（損失）淨利潤－攤薄	(5,481)	(16,249)	(2,563)	150,253	61,922	9,768
對淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(1)</sup>	33,870	37,703	5,948	28,701	81,593	12,871
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	<b>28,389</b>	<b>21,454</b>	<b>3,385</b>	<b>178,954</b>	<b>143,515</b>	<b>22,639</b>
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>(4)</sup>	<b>22,024</b>	<b>21,599</b>		<b>21,982</b>	<b>21,787</b>	
攤薄每股（損失）收益 <sup>(2)(4)</sup>	<b>(0.25)</b>	<b>(0.76)</b>	<b>(0.12)</b>	<b>6.84</b>	<b>2.84</b>	<b>0.45</b>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(3)(4)</sup>	<b>1.29</b>	<b>0.99</b>	<b>0.16</b>	<b>8.14</b>	<b>6.59</b>	<b>1.04</b>
攤薄每股美國存託股（損失）收益 <sup>(2)(4)</sup>	<b>(1.99)</b>	<b>(6.07)</b>	<b>(0.96)</b>	<b>54.70</b>	<b>22.74</b>	<b>3.59</b>
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(3)(4)</sup>	<b>10.32</b>	<b>7.95</b>	<b>1.25</b>	<b>65.15</b>	<b>52.69</b>	<b>8.31</b>

(1) 關於此類對淨利潤（虧損）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。

(2) 攤薄每股（損失）收益按用於計算攤薄每股（損失）收益的歸屬於普通股股東的淨（虧損）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。

(3) 非公認會計準則攤薄每股收益按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益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的非公認會計準則攤薄每股收益得出。

(4) 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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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（所用） 的現金流量淨額	24,183	(7,040)	(1,111)	231,786	142,759	22,520
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）	(6,043)	(9,201)	(1,451)	(36,160)	(42,028)	(6,630)
減：購置無形資產	(2)	—	—	(1,735)	(15)	(2)
減：消費者保護基金的資 金變動	(18,796)	1,171	185	(21,229)	(1,842)	(291)
自由現金流	<u>(658)</u>	<u>(15,070)</u>	<u>(2,377)</u>	<u>172,662</u>	<u>98,874</u>	<u>15,597</u>