

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。



阿里巴巴

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年六月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2022年6月30日止的三個月（「**2022年六月底止季度**」）及未經審核業績公告。本2022年六月底止季度未經審核業績公告可於香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 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8月4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、J. Michael EVANS先生、武衛女士及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、單偉建先生、利蘊蓮女士及吳港平先生。



阿里巴巴集團 2022 年 6 月份季度業績公告

中國杭州，2022 年 8 月 4 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 6 月 30 日止季度（「本季度」或「6 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：「過去一個季度，我們積極應對宏觀環境的種種變化，通過持續加強為客戶創造價值的能力，始終聚焦長期戰略。雖然我們的業務在四、五月增速相對放緩，但進入六月已經看到向好跡象。基於我們擁有的高質量消費群體，以及滿足客戶不同需求的多元化業務所呈現出的韌性，我們對未來長期增長充滿信心。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「儘管新冠肺炎疫情反覆帶來了挑戰，我們的收入同比表現穩健；通過持續改善運營效率，以及更專注優化成本，關鍵戰略業務虧損收窄。我們最近公佈了申請增加香港為另一主要上市地的計劃。通過實現在香港和紐約兩地交易所主要上市，來進一步擴大和豐富我們的投資者基礎。」

業績概要

截至 2022 年 6 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,055.55 億元（306.89 億美元），同比保持穩定，主要由於中國商業分部收入同比下降 1% 至人民幣 1,419.35 億元（211.90 億美元），部分被雲業務收入同比增長 10% 至人民幣 176.85 億元（26.40 億美元）所抵銷。
- 經營利潤為人民幣 249.43 億元（37.24 億美元），同比下降 19%。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 18% 至人民幣 344.19 億元（51.39 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 227.39 億元（33.95 億美元）及淨利潤為人民幣 202.98 億元（30.30 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 302.52 億元（45.17 億美元），同比下降 30%，主要是由於經調整 EBITA 下降和權益法核算的投資損益下降。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 8.51 元（1.27 美元）及攤薄每股收益為人民幣 1.06 元（0.16 美元或 1.24 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 11.73 元（1.75 美元），同比下降 29% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.47 元（0.22 美元或 1.72 港元），同比下降 29%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 338.69 億元（50.57 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 336.03 億元增長 1%。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 221.73 億元（33.10 億美元），相較 2021 年同期的人民幣 206.83 億元增加 7%。

業務及戰略進展

中國商業

中國商業分部主要包括淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、盒馬、天貓超市、高鑫零售、天貓國際及阿里健康等中國零售商業業務，以及包括 1688 等的批發業務。

截至 2022 年 6 月 30 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，主要由於新冠肺炎疫情反覆，以及其導致 4 月和 5 月大多時候供應鏈和物流中斷所影響。5 月下旬，隨著物流運力正常化，我們看到 GMV 正在恢復，這得益於商家和忠實消費者對天貓 618 理想生活狂歡季（天貓 618）的大力支持所推動。天貓 618 實現了支付 GMV 同比正增長，我們也看到 88VIP 用戶的購買力非常強勁。

受新冠肺炎疫情的負面影響，本季度服飾和消費電子等重要品類的支付 GMV 下降。然而，我們繼續觀察到保健品，以及寵物護理、收藏品及戶外活動裝備等基於興趣的消費，均持續錄得消費增長。儘管面臨短期挑戰，淘寶和天貓的消費者繼續實現高留存率，尤其是消費能力較高的消費者。於 2021 年 6 月 30 日止的 12 個月，在淘寶和天貓上每人消費超過人民幣 10,000 元的年度活躍消費者中，約有 98% 於過去 12 個月繼續保持活躍。截至 2022 年 6 月 30 日止的 12 個月，有超過 1.23 億名年度活躍消費者每人在淘寶和天貓上消費超過人民幣 10,000 元。截至 2022 年 6 月 30 日，我們有 2,500 萬名 88VIP 會員，每名會員的年平均消費額為超過人民幣 57,000 元。

淘特為我們提供高性價比產品的平台，繼續豐富產品供給，以及提升欠發達地區消費者的數字消費體驗。具體而言，淘特一直在幫助愈來愈多工廠在淘寶及淘特上直接向消費者（M2C）銷售，在 6 月份季度，淘寶及淘特上 M2C 商品產生的支付 GMV 同比增長超過 40%。本季度，淘特通過優化用戶獲取的投入，以及提高活躍消費者的平均消費，促使其虧損同比及環比均大幅收窄。

淘菜菜為我們在社區自提點為消費者提供生鮮雜貨次日自提服務的業務，迅速進駐人口密度較高且具有可觀購買力的地區。於 6 月份季度，淘菜菜 GMV 快速增長，同比超過 200%；而虧損相較去年同一季度僅適度增加。此外，而在優化定價策略、提高採購能力和減少運營成本的推動下，淘菜菜虧損環比大幅收窄。

截至 2022 年 6 月 30 日止季度，我們的直營及其他收入同比增長 8% 至人民幣 647.14 億元（96.61 億美元），主要由於盒馬、天貓超市和高鑫零售受惠於線上購買食品、雜貨、快消日用品錄得強勁增長所帶動，部分被新冠肺炎疫情導致的線下銷售疲軟所抵銷。在本季度，盒馬和高鑫零售的線上銷售佔比分別達到 68% 和 36%。憑藉我們多個直營業務和按需配送的設施，我們相信，未來我們有能力更好地滿足消費者對食品、雜貨和日用品日益增長的按需配送需求。

國際商業

國際零售商業

我們的國際零售商業業務，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz。在 6 月份季度，來自 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 的整體訂單量同比下降 4%，主要由於歐盟增值稅稅規修改、歐元對美元貶值，以及俄羅斯和烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷的持續影響，令速賣通訂單量減少。

截至 2022 年 6 月 30 日止季度，Lazada 在東南亞的訂單錄得 10% 的同比健康增長。由於該地區解除新冠肺炎疫情限制，線下渠道購物活動恢復正常，訂單同比增長放緩。通過繼續專注運營效率提升，Lazada 於本季度實現了虧損環比和同比的收窄。

在 6 月份季度，Trendyol 整體訂單同比增長 46%。為了更好地服務主要的消費客群，Trendyol 繼續投入，並擴展到高頻的本地生活服務業務。截至 2022 年 6 月 30 日，Trendyol 通過其市場平台服務超過 22.5 萬商家。

國際批發商業

6 月份季度，國際批發商業業務收入同比增長 12%，Alibaba.com 完成的交易額同比增長 16%，主要受惠於工業品交易的穩健增長，部分被主要發達國家採購客戶因面對供應鏈中斷和零售渠道庫存增加，使其採購消費品的需求疲軟所抵銷。

本地生活服務

本地生活服務分部包括「到家」及「到目的地」業務。截至 2022 年 6 月 30 日止季度，本地生活服務整體訂單同比減少 5%，主要由於新冠肺炎疫情反覆及防疫措施的影響，令餓了麼餐飲配送訂單減少所致，部份抵銷餓了麼非餐配送訂單的穩健增長，以及高德訂單的強勁增長。本季度，整體分部 GMV 同比下降，但隨著新冠肺炎疫情的影響減退，每月表現有所改善。於 2022 年 6 月份，整體分部 GMV 錄得正增長。

到家

截至 2022 年 6 月 30 日止季度，餓了麼繼續專注於戰略城市改善用戶留存及運營效率，並提升非餐配送服務的增長。本季度，餐飲配送訂單受到中國出現新冠肺炎疫情反覆及防疫措施的負面影響，尤其反映在上海等消費力較高的城市。餓了麼迅速應對情況，滿足市場對雜貨、藥品和嬰兒護理產品等日用品與日俱增的需求，令客單價有所提升。於 2022 年 6 月 30 日止季度，餓了麼的單位經濟效益為正數，主要由於平均訂單金額同比提升，以及持續專注優化用戶獲取的投入及降低每單派送成本所致。

到目的地

截至 2022 年 6 月 30 日止季度，「到目的地」業務（包括高德及飛豬）面對新冠肺炎疫情的負面影響，在新冠肺炎疫情防疫措施放寬後，高德於 6 月份錄得強勁增長。於 6 月份，高德日均活躍用戶達到超過 1.2 億的新高，主要由於新冠肺炎疫情的影響有所舒緩，以及不斷豐富本地內容和服務所帶動，讓高德用戶能夠發掘、連繫和到訪本地商家。

菜鳥

於 2022 年 6 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響前，菜鳥的收入同比增長 7% 至人民幣 172.92 億元（25.82 億美元），主要增長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收入增長，並有部分被國際零售商業業務中來自商家的收入減少所抵銷。本季度，菜鳥總收入中的 70% 來自外部客戶。在抵消跨分部交易的影響後，菜鳥的收入同比增長 5% 至人民幣 121.42 億元（18.13 億美元）。

菜鳥持續透過加強端到端的物流能力來拓展其國際物流基建，其中包括 eHubs、幹線、分揀中心以及最後一公里派送網絡。於 2022 年 7 月，菜鳥有一個新國際分揀中心在以色列投入服務，使得菜鳥的海外分揀中心總數增至十個。為改善全球消費者的配送體驗，菜鳥繼續進行能力建設和投入，並豐富對跨境商家的價值主張，例如本季度，我們增加智能櫃的能力，並進行了補強性收購，增強我們在歐洲最後一公里的配送能力。截至 2022 年 6 月 30 日，菜鳥在歐洲有超過 7,700 個智能櫃投入服務。

在中國，菜鳥持續拓展增值服務，包括送貨上門服務，以及通過菜鳥驛站來提升消費者體驗，與中國商業業務相輔相成。截至 2022 年 6 月 30 日，約有 70% 的菜鳥驛站能夠為消費者提供送貨上門服務（不包括農村地區及大學等）。

雲業務

我們的雲業務分部由阿里雲及釘釘組成。於 2022 年 6 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響前我們的雲業務分部總收入（包括來自為其他阿里巴巴業務提供服務的收入）為人民幣 239.38 億元（35.74 億美元）。於 2022 年 6 月 30 日止季度，在抵消跨分部交易的影響後的總收入約為人民幣 176.85 億元（26.40 億美元），同比增加 10%。我們的雲業務分部收入同比增長反映整體非互聯網行業的增長復甦，主要由金融服務、公共服務，以及電訊行業所驅動；部分被來自一個頭部互聯網客戶因非產品相關要求，已逐漸停止於其國際業務使用我們的海外雲服務，以及在線教育客戶的收入減少，以及中國互聯網行業其他客戶的需求減少所抵銷。於 2022 年 6 月 30 日止季度，來自非互聯網行業的客戶收入佔抵消跨分部交易的影響後阿里雲總收入的 53%，較去年同期上升超過 5 個百分點。

阿里雲

阿里雲持續開發、擴展及支持我們的夥伴，以更好地服務我們的企業客戶。於 2022 年 7 月舉辦的阿里雲合作夥伴大會，我們強調了加強生態體系的舉措，包括能力建設及培訓項目，以及面向生態夥伴的獎勵項目。我們預期來自生態夥伴的收入貢獻將通過此等舉措進一步擴大。

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，為客戶帶來更豐富多元的新產品及行業特定的解決方案。於本季度，我們的自研技術亮點包括：

數據中心及硬件：

- 於 6 月份舉行的 2022 阿里雲峰會上，阿里雲發佈了一款自主研發、專為雲原生數據中心設計的雲基礎設施系統。該新系統為 Cloud Infrastructure Processing Units (CIPU)，將支持阿里雲通過將虛擬化功能從伺服器卸載至專用的硬件，達致於網絡、存儲、安全及運算能力等多項性能提升。連同飛天雲操作系統，CIPU 系統預期將成為我們下一代雲計算基礎設施的核心。

- 阿里雲致力於 2030 年前實現範圍 1 至 3 的溫室氣體排放達致碳中和的目標。過去多年，我們投資於更具能源效益的伺服器、提升伺服器使用率，以及通過利用前沿技術如液冷技術及再生電力儲存技術等來提升我們自有互聯網數據中心的能源效益。

平台即服務（PaaS）及其他解決方案：

- **AI 領導地位：**根據 Gartner 於 2022 年 5 月發佈的雲 AI 開發者服務魔力象限主要執行能力報告，阿里雲的 AI 語言技術總分在全球雲 AI 開發者服務供應商中排名第二。阿里雲提供一套完整的以 AI 為基礎的能力，包括自然語言處理、智能語音識別、圖像識別、視頻識別等。

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。自 2022 年 3 月新冠肺炎疫情反覆，大家在中國更廣泛採用混合辦公模式，促使企業、學校及機構更多使用釘釘的產品及服務；特別對釘釘文件共享及虛擬會議的產品均有強烈需求，而這兩個產品都是釘釘的核心產品，有助於加強長期客戶價值及提升用戶黏性。

數字媒體及娛樂

於 6 月份季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 15%，主要受到優質內容及來自 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為連續五個季度同比有所收窄。

委任獨立董事

我們委任了希慎興業集團有限公司執行主席及恒生銀行有限公司之獨立非執行董事長利蘊蓮，以及現時擔任多家於香港聯交所及上海證券交易所上市的公司之獨立非執行董事、安永會計師事務所中國前主席吳港平為集團董事會獨立董事。在此委任後，我們董事會共有 12 位董事，當中包括 7 位獨立董事。

股份回購

於 2022 年 6 月 30 日止季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 35 億美元回購了約 38.6 百萬股美國存託股（相等於約 308.7 百萬股普通股）。截至 2022 年 6 月 30 日，我們流通的普通股為約 212 億股（相等於約 26 億股美國存託股）。目前我們整個 250 億美元的股份回購計劃於 2024 年 3 月底前有效。截至 2022 年 6 月 30 日，我們的股份回購計劃仍有 120 億美元未使用的額度。

6 月份季度財務業績概要

截至 6 月 30 日止三個月

	2021		2022		%同比變動
	人民幣	人民幣	美元		
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)				
收入	205,740	205,555	30,689		(0)%
經營利潤	30,847	24,943	3,724		(19)% ⁽²⁾
經營利潤率	15%	12%			
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	48,628	41,114	6,138		(15)% ⁽²⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	24%	20%			
經調整 EBITA ⁽¹⁾	41,731	34,419	5,139		(18)% ⁽²⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	20%	17%			
淨利潤	42,835	20,298	3,030		(53)% ⁽³⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	45,141	22,739	3,395		(50)% ⁽³⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	43,441	30,252	4,517		(30)% ⁽⁴⁾
攤薄每股收益 ⁽⁵⁾	2.05	1.06	0.16		(48)% ^{(3) (6)}
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁵⁾	16.38	8.51	1.27		(48)% ^{(3) (6)}
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	2.08	1.47	0.22		(29)% ^{(4) (6)}
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	16.60	11.73	1.75		(29)% ^{(4) (6)}

(1) 有關本業績公告內提述的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「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) 同比下降主要由於客戶管理收入下降，導致中國商業分部經調整 EBITA 下降。客戶管理收入同比下降主要由於新冠肺炎疫情反覆，以及其導致 4 月和 5 月大多時候供應鏈和物流中斷所影響，引致淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降和取消訂單增加。中國商業分部經調整 EBITA 下降，部分被餓了麼的單位經濟效益改善，致使本地生活服務分部的經調整 EBITA 虧損收窄所抵銷。餓了麼的單位經濟效益在 6 月份季度為正數，主要由於平均訂單金額同比提升，以及持續專注優化用戶獲取的投入和降低每單派送成本所致。

(3) 同比減少主要由於經營利潤下降，權益法核算的投資損益下降，以及我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生的淨收益減少。

(4) 同比下降主要是由於經調整 EBITA 下降和權益法核算的投資損益下降。

(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。

6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 6 月 30 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地 生活服務	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 ⁽¹⁾	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	美元
收入	141,935	15,451	10,632	12,142	17,685	7,231	479	—	205,555	30,689
%同比變動	(1)%	2%	5%	5%	10%	(10)%	(30)%	不適用	(0)%	
經營利潤(虧損)	41,035	(2,142)	(5,311)	(811)	(1,304)	(1,215)	(2,518)	(2,791)	24,943	3,724
加：股權激勵費用	1,951	557	836	372	1,548	399	411	651	6,725	1,004
加：無形資產攤銷	588	18	1,431	254	3	186	211	60	2,751	411
經調整EBITA	43,574	(1,567)	(3,044)	(185)	247	(630)	(1,896)	(2,080)	34,419	5,139
經調整EBITA%同比變動 ⁽²⁾	(14)%	(52)%	36%	(27)%	(27)%	(50)%	(32)%	(27)%	(18)%	
經調整EBITA利潤率	31%	(10)%	(29)%	(2)%	1%	(9)%	(396)%	不適用	17%	

截至 2021 年 6 月 30 日止三個月

	中國商業	國際商業	本地 生活服務	菜鳥	雲業務	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 ⁽¹⁾	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣
收入	144,029	15,202	10,099	11,601	16,051	8,073	685	—	205,740	
經營利潤(虧損)	47,603	(1,732)	(7,205)	(633)	(1,643)	(1,010)	(1,950)	(2,583)	30,847	
加：股權激勵費用	2,383	671	788	212	1,979	383	503	892	7,811	
加：無形資產攤銷	836	31	1,647	275	4	208	14	58	3,073	
經調整EBITA	50,822	(1,030)	(4,770)	(146)	340	(419)	(1,433)	(1,633)	41,731	
經調整EBITA利潤率	35%	(7)%	(47)%	(1)%	2%	(5)%	(209)%	不適用	20%	

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，該分部主要包括我們的中國零售商業業務如淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、盒馬、天貓超市、高鑫零售、天貓國際和阿里健康等，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商業業務，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、淘鮮達、高德（此前於創新業務及其他分部匯報）及飛豬；
- 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、夸克和阿里影業，以及其他內容和分銷平台以及線上遊戲業務；以及
- 創新業務及其他，該分部包括達摩院、天貓精靈及其他業務。

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。

6 月份季度營運及財務業績

截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的收入為人民幣 205,555 百萬元（30,689 百萬美元），2021 年同期為人民幣 205,740 百萬元，同比保持穩定。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 6 月 30 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	80,397	39%	72,263	10,789	35%	(10)%
– 直營及其他 ⁽¹⁾	59,708	29%	64,714	9,661	32%	8%
	140,105	68%	136,977	20,450	67%	(2)%
中國批發商業	3,924	2%	4,958	740	2%	26%
中國商業合計	144,029	70%	141,935	21,190	69%	(1)%
國際商業：						
國際零售商業	10,800	5%	10,524	1,571	5%	(3)%
國際批發商業	4,402	2%	4,927	736	2%	12%
國際商業合計	15,202	7%	15,451	2,307	7%	2%
本地生活服務	10,099	5%	10,632	1,587	5%	5%
菜鳥	11,601	6%	12,142	1,813	6%	5%
雲業務	16,051	8%	17,685	2,640	9%	10%
數字媒體及娛樂	8,073	4%	7,231	1,080	4%	(10)%
創新業務及其他	685	0%	479	72	0%	(30)%
總計	205,740	100%	205,555	30,689	100%	(0)%

(1) 中國零售商業業務項下的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

(i) 分部收入

- 中國零售商業

截至 2022 年 6 月 30 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 136,977 百萬元（20,450 百萬美元），相較 2021 年同期的人民幣 140,105 百萬元下降 2%。

客戶管理收入同比下降 10%，主要由於新冠肺炎疫情反覆，以及其導致 4 月和 5 月大多時候供應鏈和物流中斷所影響，引致淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降和取消訂單有所增加。

中國零售商業業務項下的直營及其他收入為人民幣**64,714**百萬元（**9,661**百萬美元），相較2021年同期的人民幣**59,708**百萬元增長**8%**。該增長主要來自盒馬及阿里健康的直營業務的收入增長所貢獻。

- **中國批發商業**

截至2022年6月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣**4,958**百萬元（**740**百萬美元），相較2021年同期的人民幣**3,924**百萬元增長**26%**，增長主要來自新免稅批發業務和提供予付費會員的增值服務收入的上升。

(ii) 分部經調整 EBITA

中國商業分部截至2022年6月30日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 **43,574** 百萬元（**6,505** 百萬美元），相較2021年同期的人民幣 **50,822** 百萬元下降 **14%**。該下降主要由於客戶管理收入下降，亦導致經調整 EBITA 利潤率從截至2021年6月30日止三個月的 **35%** 下降至截至2022年6月30日止三個月的 **31%**。截至2022年6月30日止三個月，淘特通過優化用戶獲取的投入，以及提高活躍消費者的平均消費，促使其虧損同比和環比均大幅收窄。淘菜菜在優化定價策略、提高採購能力和減少運營成本的推動下，虧損環比大幅收窄。

國際商業

(i) 分部收入

- **國際零售商業**

截至2022年6月30日止三個月，國際零售商業收入為人民幣**10,524**百萬元（**1,571**百萬美元），相較2021年同期的人民幣**10,800**百萬元下降**3%**。該下降主要由於歐盟增值稅稅規修改、歐元對美元貶值，以及俄羅斯和烏克蘭衝突導致供應鏈和物流中斷的持續影響，令速賣通訂單量減少，部分被Lazada的GMV增長和積極增加變現的舉措從而提高變現率，促使其收入貢獻增加所抵銷。

- **國際批發商業**

截至2022年6月30日止三個月，國際批發商業收入為人民幣**4,927**百萬元（**736**百萬美元），相較2021年同期的人民幣**4,402**百萬元增長**12%**。增長主要來自與跨境業務相關的增值服務收入的增長。

(ii) 分部經調整 EBITA

國際商業分部經調整 EBITA 截至2022年6月30日止三個月為虧損人民幣**1,567**百萬元（**234**百萬美元），2021年同期為虧損人民幣**1,030**百萬元。同比增加主要由於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入而導致其虧損增加，部分被Lazada的收入增長和運營效率的提升而導致其虧損減少所抵銷。

本地生活服務

(i) 分部收入

本地生活服務主要包括「到家」和「到目的地」業務，如餓了麼、高德及飛豬，截至2022年6月30日止三個月，本地生活服務收入為人民幣10,632百萬元（1,587百萬美元），相較2021年同期的人民幣10,099百萬元增長5%，主要由於被視作收入沖減項的補貼效率的提升所致。

(ii) 分部經調整 EBITA

本地生活服務分部截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 3,044 百萬元（454 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 4,770 百萬元，主要由於餓了麼的單位經濟效益有所增長，促使「到家」業務的虧損繼續收窄。餓了麼的單位經濟效益在 6 月份季度為正數，主要由於平均訂單金額同比提升，以及持續專注優化用戶獲取的投入及降低每單派送成本所致。

菜鳥

(i) 分部收入

截至2022年6月30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，抵消跨分部交易的影響後收入為人民幣12,142百萬元（1,813百萬美元），相較2021年同期的人民幣11,601百萬元增長5%，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，部分被速賣通的國際訂單量減少所抵銷。

在抵消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17,292百萬元（2,582百萬美元），相較2021年同期的人民幣16,198百萬元增長7%。該增長反映了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。

(ii) 分部經調整 EBITA

菜鳥分部截至2022年6月30日止三個月的經調整EBITA為虧損人民幣185百萬元（28百萬美元），2021年同期為虧損人民幣146百萬元。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，以及速賣通履約的利潤下降。

雲業務

(i) 分部收入

截至2022年6月30日止三個月，我們的雲業務分部的抵消跨分部交易的影響後收入為人民幣17,685百萬元（2,640百萬美元），相較2021年同期的人民幣16,051百萬元增長10%。我們的雲業務分部收入同比增長反映整體非互聯網行業的增長復甦，主要由金融服務、公共服務，以及電訊行業所驅動；部分被來自一個頭部互聯網客戶因非產品相關要求，已逐漸停止於其國際業務使用我們的海外雲服務，以及在線教育客戶的收入減少，以及中國互聯網行業其他客戶需求減少所抵銷。

在抵消跨分部交易的影響前我們雲業務總收入（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23,938百萬元（3,574百萬美元），相較2021年同期的人民幣22,186百萬元

增長8%。

(ii) 分部經調整 EBITA

由阿里雲及釘釘組成的雲業務分部，截至2022年6月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣247百萬元（37百萬美元），2021年同期為人民幣340百萬元。該同比下降主要由於我們加大對技術的投入以及自2022年3月新冠肺炎疫情反覆，大家在中國更廣泛採用混合辦公模式，促使企業、學校及機構更多使用釘釘的產品及服務，導致主機託管費和帶寬費增加。

數字媒體及娛樂

(i) 分部收入

截至2022年6月30日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣7,231百萬元（1,080百萬美元），相較2021年同期的人民幣8,073百萬元下降10%，主要由於阿里影業、優酷和其他娛樂業務的收入下降。

(ii) 分部經調整 EBITA

數字媒體及娛樂分部截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 630 百萬元（94 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 419 百萬元。優酷虧損同比收窄，但被其他娛樂業務由於新冠肺炎所帶來的影響而增加虧損所抵銷。

創新業務及其他

(i) 分部收入

截至2022年6月30日止三個月，來自創新業務及其他分部的收入為人民幣479百萬元（72百萬美元），相較2021年同期的人民幣685百萬元下降30%。

(ii) 分部經調整 EBITA

創新業務及其他分部截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,896 百萬元（283 百萬美元），2021 年同期為虧損人民幣 1,433 百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

6 月份季度其他財務業績

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 6 月 30 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)			
成本及費用：						
營業成本	124,097	60%	129,657	19,357	63%	3%
產品開發費用	13,519	7%	14,193	2,119	7%	0%
銷售和市場費用	27,036	13%	25,578	3,819	12%	(1)%
一般及行政費用	7,168	4%	8,433	1,259	4%	0%
無形資產攤銷	3,073	1%	2,751	411	2%	1%
成本及費用總額	<u>174,893</u>	<u>85%</u>	<u>180,612</u>	<u>26,965</u>	<u>88%</u>	<u>3%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	1,691	1%	1,613	241	1%	0%
產品開發費用	3,800	2%	2,987	446	2%	0%
銷售和市場費用	813	0%	900	134	0%	0%
一般及行政費用	1,507	1%	1,225	183	0%	(1)%
股權激勵費用總額	<u>7,811</u>	<u>4%</u>	<u>6,725</u>	<u>1,004</u>	<u>3%</u>	<u>(1)%</u>
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	122,406	59%	128,044	19,116	62%	3%
產品開發費用	9,719	5%	11,206	1,673	5%	0%
銷售和市場費用	26,223	13%	24,678	3,685	12%	(1)%
一般及行政費用	5,661	3%	7,208	1,076	4%	1%
無形資產攤銷	3,073	1%	2,751	411	2%	1%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>167,082</u>	<u>81%</u>	<u>173,887</u>	<u>25,961</u>	<u>85%</u>	<u>4%</u>

營業成本 – 截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的營業成本為人民幣 129,657 百萬元（19,357 百萬美元），佔收入比例 63%，2021 年同期為人民幣 124,097 百萬元，佔收入比例 60%。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 6 月 30 日止三個月的 59% 增加至截至 2022 年 6 月 30 日止三個月的 62%。該增加主要由於 (i) 直營業務（如盒馬和天貓超市）佔比提高，以及阿里健康直營業務的增長，導致存貨成本佔收入比例上升；以及 (ii) 菜鳥國內業務增長導致物流成本佔收入比例上升，部分被餓了麼的單均物流成本下降所抵銷。

產品開發費用 – 截至2022年6月30日止三個月的產品開發費用為人民幣14,193百萬元（2,119百萬美元），佔收入比例7%，2021年同期為人民幣13,519百萬元，佔收入比例7%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2022年6月30日止三個月及2021年同期產品開發費用佔收入的比例將平穩維持在5%。

銷售和市場費用 – 截至2022年6月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣25,578百萬元（3,819百萬美元），佔收入比例12%，2021年同期為人民幣27,036百萬元，佔收入比例13%。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截至2021年6月30日止三個月的13%減少至截至2022年6月30日止三個月的12%。

一般及行政費用 – 截至2022年6月30日止三個月的一般及行政費用為人民幣8,433百萬元（1,259百萬美元），佔收入比例4%，2021年同期為人民幣7,168百萬元，佔收入比例4%。若不考慮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6月30日止三個月的3%增加至截至2022年6月30日止三個月的4%。

股權激勵費用 – 截至2022年6月30日止三個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣 6,725百萬元（1,004百萬美元），而2021年同期為人民幣7,811百萬元。截至2022年6月30日止三個月，股權激勵費用佔收入比例相較2021年同期佔收入比例的4%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 6 月 30 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)					
按激勵類型：						
阿里巴巴集團的股權激勵 ⁽¹⁾	6,693	3%	5,615	838	2%	(16)%
螞蟻集團的股權激勵 ⁽²⁾	392	0%	25	4	0%	(94)%
其他 ⁽³⁾	726	1%	1,085	162	1%	49%
股權激勵費用合計	<u>7,811</u>	<u>4%</u>	<u>6,725</u>	<u>1,004</u>	<u>3%</u>	<u>(14)%</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。

本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用較2021年同期減少，主要原因是所授予的股權激勵的平均公允市場價值下降。

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6月30日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,751百萬元（411百萬美元），相較2021年同期的人民幣3,073百萬元下降10%。

經營利潤及經營利潤率

截至2022年6月30日止三個月的經營利潤為人民幣24,943百萬元（3,724百萬美元），佔收入比例12%，相較2021年同期為人民幣30,847百萬元，佔收入比例15%，同比下降19%；該同比下降主要由於客戶管理收入下降，導致中國商業分部經調整EBITA下降。客戶管理收入同比下降主要由於新冠肺炎疫情反覆，以及其導致4月和5月大多時候供應鏈和物流中斷所影響，引致淘寶和天貓的線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比錄得中單位數下降和取消訂單增加。中國商業分部經調整EBITA下降，部分被餓了麼的單位經濟效益改善，致使本地生活服務分部的經調整EBITA虧損收窄所抵銷。餓了麼的單位經濟效益在6月份季度為正數，主要由於平均訂單金額同比提升，以及持續專注優化用戶獲取的投入和降低每單派送成本所致。

經調整EBITDA及經調整EBITA

截至2022年6月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣41,114百萬元（6,138百萬美元），相較2021年同期的人民幣48,628百萬元減少15%。截至2022年6月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣34,419百萬元（5,139百萬美元），相較2021年同期的人民幣41,731百萬元減少18%。同比減少主要由於中國商業分部經調整EBITA下降，部分被本地生活服務分部的經調整EBITA虧損收窄所抵銷。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利潤率以及關於經營利潤和經調整EBITA之間的具體調節如上文「6月份季度分部信息」所列載。

利息收入和投資淨收益

截至2022年6月30日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣5,369百萬元（802百萬美元），2021年同期為人民幣14,101百萬元，同比下降主要由於我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生的淨收益減少。

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6月30日止三個月的其他淨收益為人民幣109百萬元（16百萬美元），2021年同期為人民幣2,157百萬元，同比下降主要由於截至2022年6月30日止三個月人民幣和美元間的匯率波動而產生的匯兌淨損失，而2021年同期則為匯兌淨收益。

所得稅費用

截至2022年6月30日止三個月的所得稅費用為人民幣5,399百萬元（806百萬美元），2021年同期為人民幣9,096百萬元。

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6月30日止三個月的有效稅率為21%。

權益法核算的投資損益

我們延後一個季度計入所有權益法核算的投資損益。截至2022年6月30日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣3,480百萬元（520百萬美元），2021年同期為收益人民幣6,093百萬元。截至2022年6月30日止三個月以及去年同期的權益法核算的投資損益構成如下：

	截至6月30日止三個月		
	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	4,494	3,717	555
- 其他	2,642	(2,613)	(390)
減值損失	—	(3,563)	(532)
其他 ⁽¹⁾	(1,043)	(1,021)	(153)
總計	6,093	(3,480)	(520)

(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。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2022年6月30日止三個月的淨利潤為人民幣20,298百萬元（3,030百萬美元），相較2021年同期的人民幣42,835百萬元減少53%。同比減少主要由於經營利潤下降，權益法核算的投資損益下降，以及我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生的淨收益減少。

剔除股權激勵費用、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6月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣30,252百萬元（4,517百萬美元），相較2021年同期的人民幣43,441百萬元減少30%。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

截至2022年6月30日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣22,739百萬元（3,395百萬美元），相較2021年同期的人民幣45,141百萬元減少50%，同比減少主要由於上述淨利潤減少。

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

截至2022年6月30日止三個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣8.51元（1.27美元），2021年同期攤薄每股美國存託股收益為人民幣16.38元。剔除股權激勵費用、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6月30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11.73元（1.75美元），相較2021年同期的人民幣16.60元減少29%。

截至2022年6月30日止三個月，攤薄每股收益為人民幣1.06元（0.16美元或1.24港元），2021年同期的攤薄每股收益為人民幣2.05元。剔除股權激勵費用、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6月30日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣1.47元（0.22美元或1.72港元），較2021年同期的人民幣2.08元減少29%。

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6月30日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣453,193百萬元（67,660百萬美元），2022年3月31日為人民幣446,412百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2022年6月30日止三個月的增加主要由於經營活動產生的自由現金流人民幣22,173百萬元（3,310百萬美元），銀行借款所得款淨額人民幣3,978百萬元（594百萬美元），部分被股份回購的現金支出人民幣23,880百萬元（3,565百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至2022年6月30日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣33,869百萬元（5,057百萬美元），相較2021年同期的人民幣33,603百萬元增長1%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2022年6月30日止三個月為人民幣22,173百萬元（3,310百萬美元），相較截至2021年6月30日止三個月的人民幣20,683百萬元增加7%，因我們於截至2021年6月30日止三個月繳納反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元當中的人民幣9,114百萬元。該同比增加亦反映了於截至2022年6月30日止三個月收取螞蟻集團股息人民幣3,945百萬元（589百萬美元），部分被利潤下降所抵銷。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6月30日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣27,607百萬元（4,122百萬美元），主要反映了(i)短期投資增加人民幣14,130百萬元（2,110百萬美元），(ii)資本性支出人民幣11,843百萬元（1,768百萬美元），以及(iii)投資和收購活動的現金支出人民幣4,537百萬元（677百萬美元）。

融資活動所用的現金流量淨額

截至2022年6月30日止三個月的融資活動所用的現金流量淨額為人民幣21,022百萬元（3,139百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣23,880百萬元（3,565百萬美元），部分被銀行借款所得款項淨額人民幣3,978百萬元（594百萬美元）所抵銷。

員工

截至2022年6月30日，我們的員工總數為245,700人，截至2022年3月31日為254,941人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2022 年 8 月 4 日周四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。

所有參會人請於會議前通過以下鏈接進行註冊：

英文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10023575-aldn42.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10023578-d17m2a.html>

註冊完成後，參會人將收到電話會議信息，包括參與者接入號碼、密碼及唯一的註冊人代碼。如需加入會議，請撥打接入號碼，輸入密碼以及註冊人代碼。

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：+1 855 883 1031；英文會議代碼：10023575；中文會議代碼：10023578）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2022 年 8 月 4 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

媒體聯繫

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

Ivy Ke

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 6.6981 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2022 年 6 月 30 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 0.85519 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2022 年 6 月 30 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。該等因素包括但不限於以下各項：我們的公司架構（包括我們用於經營中國若干業務的 VIE 結構）、我們維持生態系統內信託狀態的能力、與業務持續投資有關的風險、我們維持或增加收入或發展業務的能力（包括擴大我們的國際及跨境業務及運營）、與我們的收購、投資及聯盟相關的風險、因國家間競爭以及地緣政治緊張產生的不確定因素（包括保護主義或民族安全政策）、與中國及全球廣泛複雜的法律法規相關的不確定因素及風險（包括在反壟斷及反不正當競爭、消費者保護、數據安全及隱私保護以及互聯網平台規例領域）、網絡安全風險、中國及全球整體經濟及業務狀況產生波動、新冠疫情的影響，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「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，以及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，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，包括股權激勵費用和無形資產攤銷，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、投資減值、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不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「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 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)		
收入	205,740	205,555	30,689
營業成本	(124,097)	(129,657)	(19,357)
產品開發費用	(13,519)	(14,193)	(2,119)
銷售和市場費用	(27,036)	(25,578)	(3,819)
一般及行政費用	(7,168)	(8,433)	(1,259)
無形資產攤銷	(3,073)	(2,751)	(411)
經營利潤	30,847	24,943	3,724
利息收入和投資淨收益	14,101	5,369	802
利息費用	(1,267)	(1,244)	(186)
其他淨收支	2,157	109	16
扣除所得稅及權益法核算的			
投資損益前的利潤	45,838	29,177	4,356
所得稅費用	(9,096)	(5,399)	(806)
權益法核算的投資損益	6,093	(3,480)	(520)
淨利潤	42,835	20,298	3,030
歸屬於非控制性權益的淨虧損	2,233	2,361	353
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	45,068	22,659	3,383
夾層權益的增值	73	80	12
歸屬於普通股股東的淨利潤			
淨利潤	45,141	22,739	3,395
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾			
基本	2.08	1.07	0.16
攤薄	2.05	1.06	0.16
歸屬於普通股股東的每股美國			
存託股收益⁽¹⁾			
基本	16.60	8.54	1.27
攤薄	16.38	8.51	1.27
用於計算每股收益的加權			
平均股數（百萬股）⁽¹⁾			
基本	21,754	21,299	
攤薄	22,038	21,384	

(1) 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
未經審計合併資產負債表

	於 3 月 31 日	於 6 月 30 日	
	2022	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
資產			
流動資產：			
現金及現金等價物	189,898	176,732	26,385
短期投資	256,514	276,461	41,275
受限制現金及應收託管資金	37,455	39,187	5,851
股權證券及其他投資	8,673	10,090	1,506
預付款項、應收款項及其他資產	145,995	142,494	21,274
流動資產總額	638,535	644,964	96,291
股權證券及其他投資	223,611	228,801	34,159
預付款項、應收款項及其他資產	113,147	111,546	16,653
權益法核算的投資	219,642	217,981	32,544
物業及設備（淨值）	171,806	177,812	26,547
無形資產（淨值）	59,231	56,733	8,470
商譽	269,581	270,531	40,389
資產總額	1,695,553	1,708,368	255,053
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	8,841	8,858	1,322
短期無擔保優先票據	-	4,691	700
應付所得稅	21,753	17,461	2,607
預提費用、應付款項及其他負債	271,460	265,563	39,648
商家保證金	14,747	14,187	2,118
遞延收入及客戶預付款	66,983	64,824	9,678
流動負債總額	383,784	375,584	56,073

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 6 月 30 日	
	2022	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,490	3,460	516
遞延所得稅負債	61,706	62,726	9,365
長期銀行借款	38,244	43,764	6,534
長期無擔保優先票據	94,259	94,698	14,138
其他負債	31,877	31,806	4,749
負債總額	613,360	612,038	91,375
承諾及或有事項			
夾層權益	9,655	9,257	1,382
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	410,506	405,774	60,581
庫存股（按成本計）	(2,221)	—	—
應收股權認購款項	(46)	(48)	(7)
法定儲備	9,839	10,068	1,503
累計其他綜合損失	(33,157)	(20,002)	(2,986)
未分配利潤	563,557	567,447	84,717
股東權益總額	948,479	963,240	143,808
非控制性權益	124,059	123,833	18,488
權益總額	1,072,538	1,087,073	162,296
負債、夾層權益及權益總額	1,695,553	1,708,368	255,053

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 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
經營活動產生的現金流量淨額	33,603	33,869	5,057
投資活動所用的現金流量淨額	(47,775)	(27,607)	(4,122)
融資活動所用的現金流量淨額	(11,468)	(21,022)	(3,139)
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	(2,192)	3,326	497
現金及現金等價物、受限制現金及 應收託管資金的減少	(27,832)	(11,434)	(1,707)
期初現金及現金等價物、受限制現 金及應收託管資金	<u>356,469</u>	<u>227,353</u>	<u>33,943</u>
期末現金及現金等價物、受限制現 金及應收託管資金	<u>328,637</u>	<u>215,919</u>	<u>32,236</u>

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 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
淨利潤	42,835	20,298	3,030
淨利潤與經調整 EBITA 及經 調整 EBITDA 的調節：			
利息收入和投資淨收益	(14,101)	(5,369)	(802)
利息費用	1,267	1,244	186
其他淨收支	(2,157)	(109)	(16)
所得稅費用	9,096	5,399	806
權益法核算的投資損益	(6,093)	3,480	520
經營利潤	30,847	24,943	3,724
股權激勵費用	7,811	6,725	1,004
無形資產攤銷	3,073	2,751	411
經調整 EBITA	41,731	34,419	5,139
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	6,897	6,695	999
經調整 EBITDA	48,628	41,114	6,138

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利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
淨利潤	42,835	20,298	3,030
淨利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：			
股權激勵費用	7,811	6,725	1,004
無形資產攤銷	3,073	2,751	411
投資減值	397	3,114	465
視同處置／處置／重估			
投資產生的收益及其他	(10,624)	(1,712)	(255)
所得稅影響 ⁽¹⁾	(51)	(924)	(138)
非公認會計準則淨利潤	43,441	30,252	4,517

- (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 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)		
歸屬於普通股股東的淨利潤— 基本	45,141	22,739	3,395
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)	-	-
歸屬於普通股股東的淨利潤— 攤薄	45,139	22,739	3,395
對歸屬於普通股股東的淨利潤 的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	606	8,616	1,286
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	45,745	31,355	4,681
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） ⁽⁴⁾	22,038	21,384	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	2.05	1.06	0.16
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽³⁾⁽⁴⁾	2.08	1.47	0.22
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	16.38	8.51	1.27
非公認會計準則攤薄每股美國 存託股收益 ⁽³⁾⁽⁴⁾	16.60	11.73	1.75

(1) 關於此類對淨利潤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) 攤薄每股收益按用於計算攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的淨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 6 月 30 日止三個月		
	2021	2022	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
經營活動產生的現金流量淨額	33,603	33,869	5,057
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）	(10,897)	(11,110)	(1,659)
減：購置無形資產	(1)	(22)	(4)
減：消費者保護基金的資金變動	(2,022)	(564)	(84)
自由現金流	20,683	22,173	3,310