

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（港幣櫃台）及89988（人民幣櫃台））

2023年九月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2023年9月30日止的三個月（「**2023年九月底止季度**」）及未經審核業績公告。本2023年九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，2023年11月16日

於本公告日期，我們的董事會包括董事蔡崇信先生（董事會主席）、吳泳銘先生、J. Michael EVANS先生及武衛女士；以及獨立董事楊致遠先生、Wan Ling MARTELLO女士、單偉建先生、利蘊蓮女士、吳港平先生及Kabir MISRA先生。



阿里巴巴集團 2023 年 9 月份季度業績公告

中國杭州，2023 年 11 月 16 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（港幣櫃台）及 89988（人民幣櫃台），「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」）今日公佈截至 2023 年 9 月 30 日止季度（「本季度」或「9 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘說：「阿里巴巴集團本季度業績穩健，多個業務展現出全新動能和活力，主動自我變革成效顯著。隨著正式進入全新發展階段，面向未來，我們明確了戰略重心和優先級方向。我們將保持創業心態，更堅決地投入，更果斷地取捨，以更靈活的治理機制，抓住 AI 科技變革帶來的全新機會，創造更多的客戶價值。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏說：「我們收穫了一個穩健的季度，收入同比增長 9%，經營利潤及經調整 EBITA 分別同比增長 34% 及 18%。根據我們的資本管理計劃，我們正優先對技術和創新進行投入，為我們的業務帶來新增長。我們對業務基本面充滿信心，並欣然宣佈就 2023 財年首次派發年度股息，派息總額約 25 億美元，這是在現有股份回購計劃之外，又一持續努力提高股東回報的舉措。」

業績概要

截至 2023 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,247.90 億元（308.10 億美元），同比增長 9%。
- 經營利潤為人民幣 335.84 億元（46.03 億美元），同比增長 34%。同比增長主要是由於經調整 EBITA 增加，以及股權激勵費用下降所致。我們未把股權激勵費用計入非公認會計準則財務指標。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 18% 至人民幣 428.45 億元（58.72 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 277.06 億元（37.97 億美元）。淨利潤為人民幣 266.96 億元（36.59 億美元），2022 年同期則為淨虧損人民幣 224.67 億元，主要是由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損，以及經調整 EBITA 的增加所致。我們未把股權投資公允價值變動而產生的淨收益或淨虧損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 401.88 億元（55.08 億美元），同比增長 19%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 10.77 元（1.48 美元）及攤薄每股收益為人民幣 1.35 元（0.19 美元或 1.47 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 15.63 元（2.14 美元），同比增長 21% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.95 元（0.27 美元或 2.13 港元），同比增長 21%。

- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 492.31 億元（67.48 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 471.12 億元同比增長 4%。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 452.20 億元（61.98 億美元），相較 2022 年同期的人民幣 357.09 億元增長 27%。

業務及戰略進展

淘天集團

淘天集團的策略是：用戶為先，建立一個讓品牌及商家在我們平台上蓬勃發展的生態體系，以及實現人工智能（AI）科技驅動的創新。作為服務最龐大用戶群體的一站式消費和日常生活所需的 app，淘寶 app 是上述策略的核心。我們持續提升淘寶 app 的價值定位，包括（1）通過增加內容，以鼓勵消費者互動，（2）通過引入更多商家和更精準的投放，增加具價格競爭力的產品供給，（3）通過 AI 應用和工具，提升用戶體驗和賣家效率。

截至 2023 年 9 月 30 日止單月，受惠於我們的內容和價格競爭力策略，淘寶 app 用戶實現健康同比自然增長。我們在提供更多互動內容方面進行的投入，帶動用戶收看短視頻內容時長的強勁增長。重要的是，隨著我們持續增加互動內容，並擴展現有及新晉商家所提供的具價格競爭力的商品品類，本季度交易買家數和訂單量均錄得增長。此外，本季度 88VIP 會員數超過 3,000 萬，實現同比雙位數增長。淘天集團第 15 屆天貓雙 11 全球狂歡季圓滿結束，其參與商家、交易買家及訂單量較去年同期相比均錄得正增長。

淘天集團持續為商家運營平台和變現平台（阿里媽媽）拓展 AI 產品和服務。現有的 AI 工具可以簡化及自動化線上店鋪運營環節，包括新店設計、產品圖片和描述生成、客戶服務、財務和訂單管理等，藉以提高商家經營效率。此外，作為淘天集團重點廣告投放平台之一，萬相台無界版於 8 月升級，目的是通過讓廣告商家使用統一介面統籌分配其在整個阿里巴巴生態體系中所有可用廣告位置的廣告預算以增加在我們平台投放廣告商家的數量。這一更新版本具有 AI 技術，可提供（1）數據分析和洞察以優化廣告支出，（2）智能識別目標客戶的營銷工具，以及（3）AI 生成的廣告內容。這些自研 AI 技術可提升投放商家的效率，並為其提高轉化率和投資回報。本季度，我們看到現有及新晉商家均廣泛採用萬相台無界版。

閑魚作為一個興趣社區和市場平台繼續實現強勁增長，截至 2023 年 9 月 30 日止單月，其日均活躍用戶（DAU）同比增長超過 20%。通過閑魚，用戶能夠找到海量的二手、可循環、可租賃和復古產品，以及興趣相關內容。閑魚的收入由廣告、佣金和增值服務（如產品回收、寄售和產品檢驗費用）組成，本季度收入同比增長迅速。

阿里國際數字商業集團（AIDC）

阿里國際數字商業集團經營多個零售和批發市場平台，包括 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz、Miravia 和 Alibaba.com。於 9 月份季度，在所有主要零售平台的強健表現帶動下，AIDC 零售商業整體訂單同比增長約 28%。本季度，AIDC 收入錄得強勁增長，同比提升 53%。

速賣通正在通過多種商業模式執行其增長策略，其既有的市場平台業務本季度訂單數實現雙位數的同比增長。**Choice**是於2023年初推出的新模式，通過與商家合作，確保更好控制產品選擇和質量以及物流速度，速賣通透過該模式為消費者提供更優質的體驗。**Choice**與菜鳥通過緊密合作改善消費者體驗，近期在部分歐洲國家推出的5日達物流保證計劃。因此**Choice**本季度訂單量迅速增長。

Lazada 本季度錄得雙位數的訂單同比增長。**Lazada** 持續專注於提升變現率。因此，其每單虧損環比及同比均實現收窄。

Trendyol 在投資拓展土耳其以外業務的同時，錄得強勁的訂單增長。利用其產品供給能力和供應鏈優勢，**Trendyol** 進一步在該區域內擴大業務版圖。

本地生活集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，本地生活集團收入同比增長 16%至人民幣 155.64 億元（21.33 億美元），由餓了麼和高德業務的強勁增長所帶動。本季度，本地生活集團訂單同比增長近 20%。受惠於用戶獲取及留存提升，以及用戶需求增加，截至 2023 年 9 月 30 日止的 12 個月，本地生活集團年度活躍消費者季度環比持續增長。本季度，在整體業務規模和效率提升的帶動下，該集團虧損繼續收窄。

到家

受惠於交易用戶數增長和用戶人均購買頻次提升，截至 2023 年 9 月 30 日止季度，餓了麼包含餐飲及非餐訂單的整體訂單量，實現同比和環比增長。得益於多場成功的營銷活動，餓了麼本季度餐飲配送訂單實現同比雙位數增長。此外，餓了麼於非餐飲配送品類方面取得顯著進展。本季度，非餐飲配送訂單錄得雙位數增長，受惠於節日和營銷活動期間強勁的消費者需求，例如七夕的鮮花配送、「24/7 送藥」服務的活動，以及 2023 年 9 月 22 日新款 iPhone 15 的發售。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠於其經營效率提升和規模擴大，餓了麼虧損同比持續收窄。

到目的地

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，高德的訂單增長同比快速提升，這是由於高德加強作為綜合性「到目的地」服務平台的定位以及今年暑期強勁的旅遊需求所致。於 9 月 29 日至 10 月 6 日為期 8 天的中秋節和國慶連假期間，中國經濟出現旅遊需求的強勁復蘇，高德的日活躍用戶峰值超過 2.8 億，創下歷史新高。

菜鳥集團（「菜鳥」）

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，菜鳥的收入同比增長 25% 至人民幣 228.23 億元（31.28 億美元），主要由跨境物流履約解決方案收入帶動。

菜鳥持續推進打造全球智能物流網絡的策略，於跨境物流解決方案上強化其綜合端到端能力。本季度，菜鳥面向 8 個國家和地區的消費者推出了全球 5 日達優質物流服務。該項目利用了菜鳥的全鏈路運營優化的綜合能力，包括頭程攬收、幹線運輸、通關、分揀和最後一公里配送。

菜鳥通過科技保持競爭力。為支持速賣通 **Choice** 的擴張，菜鳥通過數據分析及算法提供包裹集運和直運的能力，以縮短配送時間並提高效率。

雲智能集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 276.48 億元（37.89 億美元），同比增長 2%。

我們通過減少來自利潤率較低的項目式合約類收入，以持續提升收入質量。與此同時，本季度公有雲產品及服務收入增長，帶動盈利能力的優化。

於 10 月 31 日至 11 月 2 日，我們舉辦了第 15 屆年度雲計算開發者峰會和展會「雲棲大會 2023」。會上，雲智能集團發佈了正在開發的新技術。我們自主研發技術的亮點包括：

- **生成式 AI 模型**：阿里巴巴自有的大語言模型「通義千問」推出 2.0 升級版本，在理解複雜指令、推理、記憶和減少幻覺方面有出色能力。我們同時針對包括金融、遊戲等特定行業推出 8 個垂直模型，以及提升業務能力，如代碼生成及客戶服務等。
- **生態體系**：我們已建立中國最大的開源 AI 開發者社群之一。我們的開發者社群魔搭（ModelScope）自推出以來，已匯聚超過 2,300 個 AI 模型，吸引 280 萬名 AI 開發者，累計模型下載量超過 1 億次。我們還將在魔搭上提供我們的通義千問模型開源版本，繼推出 70 億參數及 140 億參數版本後，我們將推出 720 億參數版本。
- **阿里雲百煉**：作為一站式 AI 應用開發平台，阿里雲百煉可在單一的平台提供大語言模型應用開發服務，提供多種高性能基礎模型，其中包括來自第三方的模型。它簡化大模型訓練流程，讓開發者可以專注於模型應用創新。此外，它還在訓練過程中為客戶數據保護提供安全的環境。

阿里雲支持首屆「雲上亞運會」，以促進更智能、可持續、精密和高效的亞運會。通過使用雲原生技術在阿里雲的容器服務上運行，我們讓賽事營運變得更敏捷、可擴展和高效。

大文娛集團

截至 2023 年 9 月 30 日止季度，大文娛集團的收入為人民幣 57.79 億元（7.92 億美元），同比增長 11%，主要由大麥網與阿里影業的線下娛樂業務的強勁收入增長，以及優酷訂閱收入增長所帶動，部分被優酷廣告收入下降所抵銷。

該分部各項業務的協同效益持續實現。在 2023 年 9 月 19 日，阿里影業宣佈收購大麥網，旨在利用大麥網於線下演出市場的領先地位，以擴闊在線下娛樂行業的影響力。受惠於今年暑期線下娛樂市場復蘇和強勁需求，本季度，大麥網 GMV 錄得三位數同比增長，繼續保持其行業領先地位，同時盈利能力同比持續提升。在 8 月，大麥網攜手優酷，分別為 TFBOYS 十周年演唱會的線下演出及線上直播合作售票。這場獨家線上直播吸引超過 168 萬觀眾觀看，總互動量超過 1 億，打破優酷線上付費演出的紀錄。

今年內地暑期檔票房創新高，由阿里影業合製的電影《孤注一擲》及《消失的她》成為今夏暑期檔票房的首兩位。由阿里影業聯合出品並擔任主宣發的動畫《長安三萬里》，成為 2023 年至今票房表現最好的動畫電影。

所有其他

釘釘

從 2023 年 9 月 30 日止季度開始，我們將釘釘業務的收入從雲智能集團重新分類至所有其他，目的是為釘釘提供更大自主性，以推動創新和增強市場競爭力。

釘釘作為我們的數字協同辦公及應用開發平台，通過結合最新的 AI 模型提供新的工作、分享和協作方式。截至 2023 年 9 月 30 日，釘釘 17 條產品線已經全面接入大模型。釘釘還面向客戶及生態體系合作夥伴開放其智能化底座 AI PaaS，以助生態體系參與者重塑其產品。

智能信息

我們的智能信息包括夸克、UC 優視和其他業務。2023 年 9 月，夸克繼續強勁增長，DAU 同比增加超過 35%。夸克為年輕用戶提供信息搜索、存儲和消費的一站式平台。它提供智能搜索、夸克雲盤、AI 相機、夸克學習和夸克文檔等工具和服務，幫助用戶在學習和工作中更好地獲取和利用多種數字內容和信息。

飛豬

飛豬作為領先的線上旅遊平台，為滿足消費者的旅遊需求提供全面服務。截至 2023 年 9 月 30 日止季度，受惠於國內及國際旅遊需求的強勁復甦，飛豬的 GMV 同比快速增長。

環境、社會及管治 (ESG) 更新

賦能亞運會更加可持續與普惠

阿里巴巴集團為推動杭州第 19 屆亞運會和第 4 屆亞殘運會的可持續性和包容性作出了貢獻。

- 阿里雲開發手語翻譯虛擬助手「小莫」，支援手語和中文的雙向翻譯。亞殘運會期間，「小莫」為聽障人士提供現場協助。
- 高德地圖基於「輪椅導航」功能，助力杭州市殘疾人聯合會進行「無障礙服務在線」平台技術升級，為用戶提供了更細緻的無障礙出行規劃和導航服務。

支持建構韌性社會

2023 年 8 月，阿里巴巴公益基金會捐贈人民幣 3,000 萬元用於支持京津冀等地的颱風「杜蘇芮」救援工作。阿里公益聯動盒馬、大潤發、1688.com 等業務針對受災地區提供保供措施並分發緊急物資。阿里巴巴公益平台也上線水災救災項目，為其他公益組織開通公眾募捐通道。

美國近期擴大出口管制的影響

2023 年 10 月，美國擴大出口管制規則，進一步限制向中國出口先進計算芯片和半導體製造設備。我們認為，這些新的限制可能會對雲智能集團提供產品和服務的能力以及履行現有合同的能力產生重大不利影響，從而負面影響我們的經營業績及和財務狀況。這些新的限制也可能對我們的多個相關業務產生更廣泛的影響，限制我們升級技術的能力。

業務集團分拆和融資進展

雲智能集團

美國近期擴大對先進計算芯片出口的限制，給雲智能集團的前景帶來不確定性。我們認為，雲智能集團的完全分拆可能無法按照原先的設想提升股東價值，因此決定不再推進雲智能集團的完全分拆，而是會面對不確定的環境，專注建立雲智能集團可持續增長的模型。

阿里國際數字商業集團

阿里國際數字商業集團正在為外部融資做準備。

菜鳥集團

菜鳥集團已申請在香港進行首次公開募股，並已向香港聯交所遞交了 A1 文件。

盒馬

盒馬的首次公開募股計劃暫緩，我們正在評估確保成功推進項目實施和提升股東價值所必須的市場狀況和其他因素。

股東回饋舉措

我們的董事會已批准向於香港時間及紐約時間 2023 年 12 月 21 日收市時登記在冊的普通股持有人和美國存託股持有人派發 2023 財年年度現金股息，金額分別為每股普通股 0.125 美元或每股美國存託股 1.00 美元，以美元支付。股息總額約為 25 億美元。展望未來，我們將繼續根據業務基本面、資本要求等因素，每年重新審視並決定股息金額。

就普通股持有人而言，為符合資格獲取股息，所有有效的股份轉讓文件連同相關股票必須不遲於香港時間 2023 年 12 月 21 日下午 4 時 30 分送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東 183 號合和中心 17 樓 1712-1716 號舖。普通股持有人的支付日期預計為 2024 年 1 月 11 日或前後，而美國存託股持有人的支付日期預計為 2024 年 1 月 18 日或前後。

此外，在截至 2023 年 9 月 30 日止季度中，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 17 億美元回購約 1,860 萬股美國存託股（相等於 1.484 億股普通股）。截至 2023 年 9 月 30 日，我們流通的普通股為約 203 億股（相等於 25 億股美國存託股），較上季度減少 1.389 億股普通股（相等於約 1,740 萬股美國存託股），在目前董事會授權的股份回購計劃下仍有 146 億美元回購額度，有效期至 2025 年 3 月。

9 月份季度財務業績概要

截至 9 月 30 日止三個月

	2022		2023	
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	207,176	224,790	30,810	9%
經營利潤	25,137	33,584	4,603	34% ⁽²⁾
經營利潤率	12%	15%		
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	43,311	49,237	6,748	14% ⁽³⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	21%	22%		
經調整 EBITA ⁽¹⁾	36,164	42,845	5,872	18% ⁽³⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	17%	19%		
淨（虧損）利潤	(22,467) ⁽⁴⁾	26,696 ⁽⁴⁾	3,659	不適用
歸屬於普通股股東的淨（虧損）利潤	(20,561) ⁽⁴⁾	27,706 ⁽⁴⁾	3,797	不適用
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	33,820	40,188	5,508	19% ⁽³⁾
攤薄每股（虧損）收益 ⁽⁵⁾	(0.97) ⁽⁴⁾	1.35 ⁽⁴⁾	0.19	不適用
攤薄每股美國存託股（虧損）收益 ⁽⁵⁾	(7.77) ⁽⁴⁾	10.77 ⁽⁴⁾	1.48	不適用
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	1.61	1.95	0.27	21% ⁽³⁾⁽⁶⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	12.92	15.63	2.14	21% ⁽³⁾⁽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) 同比增長主要是由於經調整 EBITA 增加，以及股權激勵費用下降所致。

(3) 同比增長主要是由於收入增長和運營效率的提高所致。

(4) 同比變化主要是由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損，以及經調整 EBITA 的增加所致。

(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。

9 月份季度分部業績

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的收入為人民幣 224,790 百萬元（30,810 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 207,176 百萬元增長 9%。

自截至 2023 年 6 月 30 日止三個月起，我們採用了一個包括六大業務集團和其他業務公司的新組織架構（「架構重組」）。我們的分部報告已作出更新，以反映我們的架構重組以及我們的首席經營決策者如何在新架構下來審閱業務信息。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表⁽¹⁾：

	截至 9 月 30 日止三個月			%同比 變動
	2022	2023		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
淘天集團：				
中國零售商業				
— 客戶管理	66,877	68,661	9,411	3%
— 直營及其他 ⁽³⁾	22,559	23,899	3,276	6%
	89,436	92,560	12,687	3%
中國批發商業	4,299	5,094	698	18%
淘天集團合計	93,735	97,654	13,385	4%
阿里國際數字商業集團：				
國際零售商業	10,990	18,978	2,602	73%
國際批發商業	5,056	5,533	758	9%
阿里國際數字商業集團合計	16,046	24,511	3,360	53%
本地生活集團	13,381	15,564	2,133	16%
菜鳥集團	18,282	22,823	3,128	25%
雲智能集團 ⁽²⁾	27,035	27,648	3,789	2%
大文娛集團	5,228	5,779	792	11%
所有其他 ⁽²⁾⁽⁴⁾	48,142	48,052	6,586	(0)%
分部收入合計	221,849	242,031	33,173	9%
未分攤	216	277	38	
分部間抵消	(14,889)	(17,518)	(2,401)	
合併收入	207,176	224,790	30,810	9%

截至 9 月 30 日止六個月

	2022		2023		%同比 變動
	人民幣	人民幣	美元		
		(以百萬計，百分比除外)			
淘天集團：					
中國零售商業					
— 客戶管理	139,302	148,322	20,329		6%
— 直營及其他 ⁽³⁾	47,557	54,066	7,410		14%
	186,859	202,388	27,739		8%
中國批發商業	9,393	10,219	1,401		9%
淘天集團合計	196,252	212,607	29,140		8%
阿里國際數字商業集團：					
國際零售商業	21,732	36,116	4,950		66%
國際批發商業	10,035	10,518	1,442		5%
阿里國際數字商業集團合計	31,767	46,634	6,392		47%
本地生活集團	24,512	30,014	4,114		22%
菜鳥集團	35,574	45,987	6,303		29%
雲智能集團 ⁽²⁾	51,391	52,713	7,225		3%
大文娛集團	9,194	11,160	1,530		21%
所有其他 ⁽²⁾⁽⁴⁾	93,478	93,850	12,862		0%
分部收入合計	442,168	492,965	67,566		11%
未分攤	409	526	72		
分部間抵消	(29,846)	(34,545)	(4,734)		
合併收入	412,731	458,946	62,904		11%

(1) 自截至 2023 年 6 月 30 日止三個月起，我們的分部報告已作出更新，以反映我們的架構重組。我們的首席經營決策者開始在新架構下來審閱業務信息，且分部報告也依據這一變化更新。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(2) 自截至 2023 年 9 月 30 日止三個月起，我們把釘釘業務的收入由雲智能集團重分類至所有其他，目的是為釘釘提供更大的自主權來促進創新和增強競爭力。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(3) 淘天集團下的直營及其他收入主要來自我們的直營業務（包括天貓超市、天貓國際和其他直營業務），而該等業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。

(4) 所有其他包括高鑫零售、盒馬、阿里健康、靈犀互娛、銀泰、智能信息（主要包括 UC 優視和夸克業務）、飛豬、釘釘（此前於雲智能集團分部匯報）和其他業務。所有其他的收入主要包括以總額法進行確認的直營收入。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 明細如下表⁽¹⁾：

	截至 9 月 30 日止三個月			%同比變動 ⁽⁵⁾
	2022	2023		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
淘天集團	45,635	47,077	6,453	3%
阿里國際數字商業集團	(748)	(384)	(53)	49%
本地生活集團	(3,328)	(2,564)	(351)	23%
菜鳥集團	125	906	124	625%
雲智能集團 ⁽²⁾	981	1,409	193	44%
大文娛集團	(362)	(201)	(28)	44%
所有其他 ⁽²⁾⁽³⁾	(2,884)	(1,437)	(197)	50%
分部經調整 EBITA 合計	39,419	44,806	6,141	14%
未分攤 ⁽⁴⁾	(2,705)	(1,019)	(140)	
分部間抵消	(550)	(942)	(129)	
合併經調整 EBITA	36,164	42,845	5,872	18%
減：股權激勵費用	(7,787)	(6,830)	(936)	
減：無形資產攤銷	(2,729)	(2,431)	(333)	
減：以股權結算的捐贈費用	(511)	—	—	
經營利潤	25,137	33,584	4,603	34%

	截至 9 月 30 日止六個月			%同比變動 ⁽⁵⁾
	2022	2023		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
淘天集團	90,854	96,396	13,212	6%
阿里國際數字商業集團	(2,128)	(804)	(110)	62%
本地生活集團	(6,162)	(4,546)	(623)	26%
菜鳥集團	(60)	1,783	244	不適用
雲智能集團 ⁽²⁾	1,845	2,325	319	26%
大文娛集團	(1,269)	(138)	(19)	89%
所有其他 ⁽²⁾⁽³⁾	(5,835)	(3,170)	(435)	46%
分部經調整 EBITA 合計	77,245	91,846	12,588	19%
未分攤 ⁽⁴⁾	(5,606)	(2,482)	(340)	
分部間抵消	(1,056)	(1,148)	(157)	
合併經調整 EBITA	70,583	88,216	12,091	25%
減：股權激勵費用	(14,512)	(5,201)	(713)	
減：無形資產攤銷	(5,480)	(4,910)	(673)	
減：商譽減值	—	(2,031)	(278)	
減：以股權結算的捐贈費用	(511)	—	—	
經營利潤	50,080	76,074	10,427	52%

(1) 自截至 2023 年 6 月 30 日止三個月起，我們的分部報告已作出更新，以反映我們的架構重組。我們的首席經營決策者開始在新架構下來審閱業務信息，且分部報告也依據這一變化更新。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (2) 自截至 2023 年 9 月 30 日止三個月起，我們把釘釘業務的業績由雲智能集團重分類至所有其他，目的是為釘釘提供更大的自主權來促進創新和增強競爭力。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。
- (3) 所有其他包括高鑫零售、盒馬、阿里健康、靈犀互娛、銀泰、智能信息（主要包括 UC 優視和夸克業務）、飛豬、釘釘（此前於雲智能集團分部匯報）和其他業務。
- (4) 未分攤主要與公司職能產生的若干費用及未分攤至各分部的其他雜項費用有關。
- (5) 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。

淘天集團

(i) 分部收入

- **中國零售商業**

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 92,560 百萬元（12,687 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 89,436 百萬元增長 3%。

客戶管理收入同比增長 3%，主要由於商家廣告投資意願增強，部分被淘寶和天貓的線上 GMV（剔除未支付訂單）輕微下降所抵銷。

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，中國零售商業的直營及其他收入為人民幣 23,899 百萬元（3,276 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 22,559 百萬元增長 6%，主要受消費電子和電器品類的強勁收入所推動。

- **中國批發商業**

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，中國批發商業收入為人民幣 5,094 百萬元（698 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 4,299 百萬元增長 18%。增長主要來自提供予付費會員的增值服務收入增加所致。

(ii) 分部經調整 EBITA

淘天集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 47,077 百萬元（6,453 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 45,635 百萬元增長 3%。該增長主要是由於若干業務虧損的收窄和客戶管理利潤的增加，部分被淘寶 app 對用戶獲取和留存及內容的投入的增加所抵銷。

阿里國際數字商業集團

(i) 分部收入

- **國際零售商業**

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，國際零售商業收入為人民幣 18,978 百萬元（2,602 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 10,990 百萬元增長 73%。增長主要是由於在各主要零售平台的穩健表現帶動下，AIDC 零售商業整體訂單的強勁增長，來自速賣通 Choice（於 2023 年初推出的新模式）的收入貢獻，以及變現率的提升所致。由於我們有若干國際業務的收入以當地貨幣計價，而我們的列報貨幣為人民幣，阿里國際數字商業集團的收入因此而受到匯率波

動的影響。

- **國際批發商業**

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，國際批發商業收入為人民幣 5,533 百萬元（758 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 5,056 百萬元增長 9%。增長主要是來自與跨境業務相關的增值服務收入增長所致。

(ii) 分部經調整 EBITA

阿里國際數字商業集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 384 百萬元（53 百萬美元），2022 年同期為虧損人民幣 748 百萬元。虧損同比大幅收窄主要是由於 Lazada 和 Trendyol 盈利水平有所改善，部分被對新業務如 Miravia，和速賣通 Choice 的投入增加所抵銷。Lazada 虧損收窄主要由於變現率的提高。Trendyol 在本季度持續盈利，主要是由於變現率和運營效率的提升所致。

本地生活集團

(i) 分部收入

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，本地生活集團收入為人民幣 15,564 百萬元（2,133 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 13,381 百萬元增長 16%，主要是由於餓了麼和高德業務的強勁增長所致。

(ii) 分部經調整 EBITA

本地生活集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 2,564 百萬元（351 百萬美元），2022 年同期為虧損人民幣 3,328 百萬元，主要是由於餓了麼的每筆訂單的單位經濟效益有所改善和規模擴大導致「到家」業務的虧損持續收窄所致。

菜鳥集團

(i) 分部收入

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，菜鳥集團收入為人民幣 22,823 百萬元（3,128 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 18,282 百萬元增長 25%，主要由跨境物流履約解決方案的收入增長所貢獻。

(ii) 分部經調整 EBITA

菜鳥集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 906 百萬元（124 百萬美元），2022 年同期為人民幣 125 百萬元。同比增加主要是由於跨境物流履約解決方案、物流科技及其他服務，以及國內物流業務的經營業績有所改善所致。

雲智能集團

(i) 分部收入

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，雲智能集團收入為人民幣 27,648 百萬元（3,789 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 27,035 百萬元增長 2%。收入同比增長主要受阿里巴巴併表業務所驅動。不計來自阿里巴巴併表業務的收入同比小幅下降，主要是由於我們通過減少來自利潤率較低的項目式合約類收入以持續提升收入質量所致，而該減少大部分則被公有雲產品和服務的收入增長所抵銷。

(ii) 分部經調整 EBITA

雲智能集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 1,409 百萬元（193 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 981 百萬元增長 44%，主要是由於產品結構和運營效率改善所致。

大文娛集團

(i) 分部收入

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，大文娛集團收入為人民幣 5,779 百萬元（792 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 5,228 百萬元增長 11%，主要受大麥網與阿里影業的線下娛樂業務的強勁收入增長和優酷訂閱收入增長所帶動，部分被優酷廣告收入下降所抵銷。

(ii) 分部經調整 EBITA

大文娛集團截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 201 百萬元（28 百萬美元），2022 年同期為虧損人民幣 362 百萬元。經調整 EBITA 的改善主要是由於大麥網和阿里影業的盈利水平提升。

所有其他

(i) 分部收入

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，所有其他分部收入為人民幣 48,052 百萬元（6,586 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 48,142 百萬元維持平穩，主要是由盒馬、飛豬、阿里健康和智能信息的收入增長所貢獻，部分被與去年同期相比消費者減少囤積行為造成客單價減少而導致的高鑫零售收入下降所抵銷。

(ii) 分部經調整 EBITA

所有其他分部截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,437 百萬元（197 百萬美元），2022 年同期為虧損人民幣 2,884 百萬元，主要是由於盒馬、釘釘和飛豬經營業績改善所致。

9 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 9 月 30 日止三個月					
	2022		2023		%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	131,210	64%	139,664	19,143	63%	(1)%
產品開發費用	15,150	7%	14,218	1,949	6%	(1)%
銷售和市場費用	22,359	11%	25,485	3,493	11%	0%
一般及行政費用	10,591	5%	9,408	1,289	4%	(1)%
無形資產攤銷	2,729	1%	2,431	333	1%	0%
成本及費用總額	<u>182,039</u>	<u>88%</u>	<u>191,206</u>	<u>26,207</u>	<u>85%</u>	<u>(3)%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	1,202	1%	1,244	171	1%	0%
產品開發費用	3,834	2%	3,006	411	1%	(1)%
銷售和市場費用	871	0%	850	117	0%	0%
一般及行政費用	1,880	1%	1,730	237	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>7,787</u>	<u>4%</u>	<u>6,830</u>	<u>936</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	130,008	63%	138,420	18,972	62%	(1)%
產品開發費用	11,316	5%	11,212	1,538	5%	0%
銷售和市場費用	21,488	11%	24,635	3,376	11%	0%
一般及行政費用	8,711	4%	7,678	1,052	3%	(1)%
無形資產攤銷	2,729	1%	2,431	333	1%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>174,252</u>	<u>84%</u>	<u>184,376</u>	<u>25,271</u>	<u>82%</u>	<u>(2)%</u>

營業成本 – 截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的營業成本為人民幣 139,664 百萬元（19,143 百萬美元），佔收入比例 63%，2022 年同期為人民幣 131,210 百萬元，佔收入比例 64%。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 2022 年 9 月 30 日止三個月的 63% 減少至截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的 62%。

產品開發費用 – 截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的產品開發費用為人民幣 14,218 百萬元（1,949 百萬美元），佔收入比例 6%，2022 年同期為人民幣 15,150 百萬元，佔收入比例 7%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2023 年 9 月 30 日止三個月和 2022 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 2023 年 9 月 30 日止三個月的銷售和市場費用為人民幣 25,485 百萬元（3,493 百萬美元），佔收入比例 11%，2022 年同期為人民幣 22,359 百萬元，佔收入比例 11%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2023 年 9 月 30 日止三個月和 2022 年同期銷售和市場費用佔收入的比例將平穩維持在 11%。

一般及行政費用 – 截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 9,408 百萬元（1,289 百萬美元），佔收入比例 4%，2022 年同期為人民幣 10,591 百萬元，佔收入比例 5%。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 2022 年 9 月 30 日止三個月的 4% 減少至截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的 3%。

股權激勵費用 – 截至 2023 年 9 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 6,830 百萬元（936 百萬美元），而 2022 年同期為人民幣 7,787 百萬元。截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，股權激勵費用佔收入比例相較 2022 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 9 月 30 日止三個月				%佔收入 比例	%同比 變動
	2022		2023			
	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⁾	6,472	3%	4,840	663	2%	(25)%
螞蟻集團的股權激勵 ⁽²⁾	163	0%	85	12	0%	(48)%
其他 ⁽³⁾	1,152	1%	1,905	261	1%	65%
股權激勵費用合計	7,787	4%	6,830	936	3%	(12)%

(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 2022 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 2023 年 9 月 30 日止三個月的無形資產攤銷為人民幣 2,431 百萬元（333 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 2,729 百萬元下降 11%。

經營利潤及經營利潤率

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經營利潤為人民幣 33,584 百萬元（4,603 百萬美元），佔收入比例 15%，相較 2022 年同期為人民幣 25,137 百萬元，佔收入比例 12%，同比增長 34%，主要是由於經調整 EBITA 增加，以及股權激勵費用下降所致。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 為人民幣 49,237 百萬元（6,748 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 43,311 百萬元增長 14%。截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 42,845 百萬元（5,872 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 36,164 百萬元增長 18%，主要是由於收入增長和運營效率的提高所致。淨利潤（虧損）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

按分部劃分的經調整 EBITA 以及關於經營利潤和經調整 EBITA 之間的具體調節如上文「9 月份季度分部業績」所列載。

利息收入和投資淨收益

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣 5,136 百萬元（704 百萬美元），2022 年同期則為淨虧損人民幣 42,452 百萬元，主要由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損。

上述提及的收益和虧損未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的其他淨收支為人民幣 1,391 百萬元（191 百萬美元），2022 年同期為人民幣 2,944 百萬元。同比減少主要是由於人民幣兌美元匯率波動產生的匯兌淨收益減少。

所得稅費用

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的所得稅費用為人民幣 5,797 百萬元（795 百萬美元），2022 年同期為人民幣 2,572 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）、投資的減值損失，以及來自權益法核算的投資的基礎差異的遞延所得稅影響，截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的有效稅率為 18%。

權益法核算的投資損益

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣 5,764 百萬元（790 百萬美元），2022 年同期為損失人民幣 4,136 百萬元。所示期間內，權益法核算的投資損益構成如下：

截至 9 月 30 日止三個月

	2022 年	2023 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	2,392	846	116
- 其他	(1,878)	(1,146)	(157)
減值損失	(3,626)	(4,469)	(613)
其他 ⁽¹⁾	(1,024)	(995)	(136)
總計	(4,136)	(5,764)	(790)

(1) 「其他」主要包括來自權益法核算的投資的基礎差異，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視同處置股權投資產生的損益。

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下降，反映了中國監管機構在 2023 年 7 月宣佈對螞蟻集團處以人民幣 70.7 億元的罰款。

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，螞蟻集團向其股東回購約 7% 螞蟻集團股份，而回購的股份則用作螞蟻集團的員工激勵計劃。從法律角度來看，我們持有螞蟻集團的股份數量未有發生變化。我們對螞蟻集團在全面攤薄基礎上的股權依然維持在 33% 不變。

就美國公認會計準則目的而言，我們在計算對螞蟻集團有關的權益法核算的投資損益時會按比例考慮螞蟻集團員工激勵計劃所持有的股權，以及當股權從螞蟻集團員工激勵計劃轉出時所帶來的被攤薄影響。

淨利潤（虧損）及非公認會計準則淨利潤

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的淨利潤為人民幣 26,696 百萬元（3,659 百萬美元），2022 年同期則為淨虧損人民幣 22,467 百萬元，主要是由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損，以及經調整 EBITA 的增加所致。

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 2023 年 9 月 30 日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 40,188 百萬元（5,508 百萬美元），相較 2022 年同期的人民幣 33,820 百萬元增長 19%。淨利潤（虧損）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（虧損）

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 27,706 百萬元（3,797 百萬美元），2022 年同期則為歸屬於普通股股東的淨虧損人民幣 20,561 百萬元，主要是由於我們所持有的股權投資的公允價值上升而產生的淨收益，而去年同期則為淨虧損，以及經調整 EBITA 的增加所致。

攤薄每股美國存託股/每股收益（虧損）及非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益

截至 2023 年 9 月 30 日止三個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣 10.77 元（1.48 美元），2022 年同期攤薄每股美國存託股虧損為人民幣 7.77 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2023年9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15.63元(2.14美元),相較2022年同期的人民幣12.92元增長21%。

截至2023年9月30日止三個月,攤薄每股收益為人民幣1.35元(0.19美元或1.47港元),2022年同期的攤薄每股虧損為人民幣0.97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2023年9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1.95元(0.27美元或2.13港元),較2022年同期的人民幣1.61元增長21%。

攤薄每股美國存託股/每股收益(虧損)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。

現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資

2023年9月30日,現金及現金等價物、短期投資和包括在合併資產負債表上的股權證券及其他投資中的其他理財投資金額為人民幣624,501百萬元(85,595百萬美元),2023年3月31日為人民幣560,314百萬元。其他理財投資主要包括用於理財的原始到期期限在一年以上的定期存款和大額存單投資。現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資在截至2023年9月30日止六個月的增加主要是由於經營活動產生的自由現金流人民幣84,309百萬元(11,556百萬美元),美元兌人民幣升值所產生的匯率變動的影響人民幣14,247百萬元(1,953百萬美元),以及投資和收購活動所產生的現金流量淨額人民幣4,789百萬元(656百萬美元),部分被股份回購的現金支出人民幣34,025百萬元(4,664百萬美元)和償還無擔保優先票據700百萬美元所抵銷。

經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至2023年9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49,231百萬元(6,748百萬美元),相較2022年同期的人民幣47,112百萬元增長4%。截至2023年9月30日止三個月的自由現金流(一項非公認會計準則財務流動性指標)為人民幣45,220百萬元(6,198百萬美元),相較截至2022年9月30日止三個月的人民幣35,709百萬元增加27%。同比增長主要是由於盈利能力的提升和資本性支出的減少,部分被營運資金的淨變動所抵銷。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2023年9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23,761百萬元(3,257百萬美元),主要反映了(i)短期投資增加人民幣11,863百萬元(1,626百萬美元), (ii)其他理財投資增加人民幣9,342百萬元(1,280百萬美元), (iii)資本性支出人民幣5,150百萬元(706百萬美元),以及(iv)投資和收購活動的現金支出人民幣2,776百萬元(381百萬美元)。這些現金支出部分被處置多項投資所得的現金流入人民幣4,909百萬元(673百萬美元)所抵銷。

融資活動所用的現金流量淨額

截至 2023 年 9 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 12,382 百萬元（1,697 百萬美元），主要反映了股份回購的現金支出人民幣 11,874 百萬元（1,627 百萬美元）。

員工

截至 2023 年 9 月 30 日，我們的員工總數為 224,955 人，截至 2023 年 6 月 30 日為 228,675 人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2023 年 11 月 16 日周四美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午八時三十分）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/10033946-dsb6ko.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10033948-0lkr8u.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 <https://www.alibabagroup.com/en-US/ir-financial-reports-quarterly-results> 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：10033946；中文會議代碼：10033948）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2023 年 11 月 16 日起在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <https://www.alibabagroup.com/en-US/investor-relations>。

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。

投資者關係聯繫

Rob Lin

投資者關係總監

阿里巴巴集團控股有限公司

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 7.2960 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2023 年 9 月 29 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 0.91763 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2023 年 9 月 28 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，包括有關阿里巴巴集團新的組織和治理架構的陳述，有關阿里巴巴戰略及業務規劃，關於阿里巴巴業務發展、收入增長及投資回報的信念、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）、阿里巴巴集團新的組織和治理架構的實施情況及子公司分拆或融資計劃的執行情況、我們維持生態體系內信託狀態的能力、我們的競爭和創新能力及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和運營以及管理龐大而複雜的組織）、與業務持續投資有關的風險、中國及全球整體經濟及業務狀況產生波動、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及出口管制、經濟或貿易制裁）、與我們的收購、投資及聯盟相關的風險、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（包括數據安全及隱私保護、在反壟斷及反不正當競爭、內容監管、消費者保護以及互聯網平台規例領域）、網絡安全風險、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「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、商譽減值以及以股權結算的捐贈費用，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、商譽減值以及以股權結算的捐贈費用，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、商譽與投資減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、以股權結算的捐贈費用及其他，以及所得稅影響。

非公認會計準則攤薄每股收益指按攤薄基準計算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發行在外普通股的加權平均數得出。**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。

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（不包括通過收購所獲得），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買家保護基金的資金。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買家保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付買家對商家的索賠。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022		2023	2022		2023
	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	207,176	224,790	30,810	412,731	458,946	62,904
營業成本	(131,210)	(139,664)	(19,143)	(260,867)	(282,011)	(38,653)
產品開發費用	(15,150)	(14,218)	(1,949)	(29,343)	(24,683)	(3,383)
銷售和市場費用	(22,359)	(25,485)	(3,493)	(47,937)	(52,532)	(7,200)
一般及行政費用	(10,591)	(9,408)	(1,289)	(19,024)	(16,705)	(2,290)
無形資產攤銷	(2,729)	(2,431)	(333)	(5,480)	(4,910)	(673)
商譽減值	—	—	—	—	(2,031)	(278)
經營利潤	25,137	33,584	4,603	50,080	76,074	10,427
利息收入和投資淨收益	(42,452)	5,136	704	(37,083)	(762)	(104)
利息費用	(1,388)	(1,854)	(254)	(2,632)	(3,638)	(499)
其他淨收支	2,944	1,391	191	3,053	2,755	377
扣除所得稅及權益法核算的						
投資損益前的(虧損)利潤	(15,759)	38,257	5,244	13,418	74,429	10,201
所得稅費用	(2,572)	(5,797)	(795)	(7,971)	(11,819)	(1,620)
權益法核算的投資損益	(4,136)	(5,764)	(790)	(7,616)	(2,914)	(399)
淨(虧損)利潤	(22,467)	26,696	3,659	(2,169)	59,696	8,182
歸屬於非控制性權益的淨虧損	2,034	1,151	158	4,395	2,393	328
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨(虧損)利潤	(20,433)	27,847	3,817	2,226	62,089	8,510
夾層權益的增值	(128)	(141)	(20)	(48)	(51)	(7)
歸屬於普通股股東的淨(虧損)利潤	(20,561)	27,706	3,797	2,178	62,038	8,503
歸屬於普通股股東的						
每股(虧損)收益⁽¹⁾						
基本	(0.97)	1.36	0.19	0.10	3.04	0.42
攤薄	(0.97)	1.35	0.19	0.10	3.01	0.41
歸屬於普通股股東的						
每股美國存託股(虧損)收益⁽¹⁾						
基本	(7.77)	10.90	1.49	0.82	24.31	3.33
攤薄	(7.77)	10.77	1.48	0.82	24.08	3.30
用於計算每股收益的加權						
平均股數(百萬股)⁽¹⁾						
基本	21,164	20,335		21,231	20,414	
攤薄	21,164	20,526		21,329	20,567	

(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 9 月 30 日	
	2023	2023	
	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	193,086	243,716	33,404
短期投資	326,492	296,793	40,679
受限制現金及應收託管資金	36,424	37,279	5,110
股權證券及其他投資	4,892	33,851	4,640
預付款項、應收款項及其他資產	137,072	146,317	20,054
流動資產總額	697,966	757,956	103,887
股權證券及其他投資	245,737	247,820	33,966
預付款項、應收款項及其他資產	110,926	109,784	15,047
權益法核算的投資	207,380	208,289	28,548
物業及設備（淨值）	176,031	179,436	24,594
無形資產（淨值）	46,913	41,592	5,701
商譽	268,091	266,713	36,556
資產總額	1,753,044	1,811,590	248,299
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	7,466	8,187	1,122
短期無擔保優先票據	4,800	—	—
應付所得稅	12,543	8,507	1,166
預提費用、應付款項及其他負債	275,950	286,604	39,283
商家保證金	13,297	12,603	1,727
遞延收入及客戶預付款	71,295	73,909	10,130
流動負債總額	385,351	389,810	53,428

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 9 月 30 日	
	2023	2023	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,560	3,771	517
遞延所得稅負債	61,745	57,692	7,907
長期銀行借款	52,023	55,116	7,554
長期無擔保優先票據	97,065	103,441	14,178
其他負債	30,379	31,714	4,347
負債總額	630,123	641,544	87,931
承諾及或有事項			
夾層權益	9,858	10,328	1,415
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	416,880	407,748	55,887
庫存股（按成本計）	(28,763)	(28,555)	(3,914)
應收股權認購款項	(49)	—	—
法定儲備	12,977	14,416	1,976
累計其他綜合（損失）收益	(10,417)	5,809	796
未分配利潤	599,028	635,663	87,125
股東權益總額	989,657	1,035,082	141,870
非控制性權益	123,406	124,636	17,083
權益總額	1,113,063	1,159,718	158,953
負債、夾層權益及權益總額	1,753,044	1,811,590	248,299

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)		(以百萬計)		
經營活動產生的現金流量淨額	47,112	49,231	6,748	80,981	94,537	12,957
投資活動所用的現金流量淨額	(8,148)	(23,761)	(3,257)	(35,755)	(11,166)	(1,530)
融資活動所用的現金流量淨額	(11,470)	(12,382)	(1,697)	(32,492)	(37,018)	(5,074)
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	3,437	813	112	6,763	5,132	704
現金及現金等價物、受限制現金及應 收託管資金的增加	30,931	13,901	1,906	19,497	51,485	7,057
期初現金及現金等價物、受限制現金 及應收託管資金	215,919	267,094	36,608	227,353	229,510	31,457
期末現金及現金等價物、受限制現金 及應收託管資金	246,850	280,995	38,514	246,850	280,995	38,514

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（虧損）利潤與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
淨（虧損）利潤	(22,467)	26,696	3,659	(2,169)	59,696	8,182
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	42,452	(5,136)	(704)	37,083	762	104
利息費用	1,388	1,854	254	2,632	3,638	499
其他淨收支	(2,944)	(1,391)	(191)	(3,053)	(2,755)	(377)
所得稅費用	2,572	5,797	795	7,971	11,819	1,620
權益法核算的投資損益	4,136	5,764	790	7,616	2,914	399
經營利潤	25,137	33,584	4,603	50,080	76,074	10,427
股權激勵費用	7,787	6,830	936	14,512	5,201	713
無形資產攤銷	2,729	2,431	333	5,480	4,910	673
商譽減值	—	—	—	—	2,031	278
以股權結算的捐贈費用	511	—	—	511	—	—
經調整 EBITA	36,164	42,845	5,872	70,583	88,216	12,091
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	7,147	6,392	876	13,842	13,073	1,792
經調整 EBITDA	43,311	49,237	6,748	84,425	101,289	13,883

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
淨（虧損）利潤	(22,467)	26,696	3,659	(2,169)	59,696	8,182
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	7,787	6,830	936	14,512	5,201	713
無形資產攤銷	2,729	2,431	333	5,480	4,910	673
商譽和投資減值	10,020	7,604	1,042	13,134	11,873	1,627
視同處置／處置／重估 投資產生的損失（收 益）及其他	38,560	(1,731)	(237)	36,848	7,307	1,001
以股權結算的捐贈費用	511	—	—	511	—	—
所得稅影響 ⁽¹⁾	(3,320)	(1,642)	(225)	(4,244)	(3,877)	(531)
非公認會計準則淨利潤	33,820	40,188	5,508	64,072	85,110	11,665

(1) 所得稅影響主要包括與股權激勵費用、無形資產攤銷，以及若干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（虧損）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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022	2023		2022	2023	
	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淨（虧損）利潤－基本	(20,561)	27,706	3,797	2,178	62,038	8,503
權益法核算的被投資方及子公司的股權激勵對收益的攤薄效應	(1)	(66)	(9)	(1)	(134)	(18)
歸屬於普通股股東的淨（虧損）利潤－攤薄	(20,562)	27,640	3,788	2,177	61,904	8,485
對歸屬於普通股股東的淨（虧損）利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	54,909	12,478	1,711	63,525	22,949	3,145
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	34,347	40,118	5,499	65,702	84,853	11,630
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） ⁽²⁾	21,276	20,526		21,329	20,567	
攤薄每股（虧損）收益 ⁽²⁾⁽³⁾	(0.97)	1.35	0.19	0.10	3.01	0.41
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	1.61	1.95	0.27	3.08	4.13	0.57
攤薄每股美國存託股（虧損）收益 ⁽²⁾⁽³⁾	(7.77)	10.77	1.48	0.82	24.08	3.30
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	12.92	15.63	2.14	24.64	33.00	4.52

(1) 關於此類非公認會計準則調整的更多信息，參見上表有關淨（虧損）利潤與非公認會計準則淨利潤的調節。

(2) 每股美國存託股代表八股普通股。

(3) 攤薄每股（虧損）收益按攤薄基準計算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發行在外普通股的加權平均數得出。攤薄每股美國存託股（虧損）收益按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股（虧損）收益得出。

(4) 非公認會計準則攤薄每股收益按攤薄基準計算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發行在外普通股的加權平均數得出。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。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2022	2023		2022	2023	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
經營活動產生的現金流量淨額	47,112	49,231	6,748	80,981	94,537	12,957
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）	(10,957)	(4,112)	(564)	(22,067)	(10,119)	(1,386)
減：購置無形資產（不包括通過收購所獲得）	—	—	—	(22)	—	—
減：買家保護基金的資金變動	(446)	101	14	(1,010)	(109)	(15)
自由現金流	35,709	45,220	6,198	57,882	84,309	11,556