



阿里巴巴集团公布 2021 年 9 月份季度业绩

中国杭州，2021 年 11 月 18 日 — 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA 及港交所代号：9988，“阿里巴巴”或“阿里巴巴集团”或“集团”）今日公布截至 2021 年 9 月 30 日止季度（“2022 财年第二季度”或“9 月份季度”）业绩。

9 月份季度，集团收入同比增长 29%至 2,006.90 亿元（人民币，下同），主要由中国零售商业业务的收入增长（其中包括自 2020 年 10 月起合并高鑫零售）及云计算业务的收入增长所驱动。若不考虑合并高鑫零售的影响，集团收入同比增长 16%至 1,804.38 亿元。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示：“本季度，阿里巴巴继续围绕内需、全球化及云计算三大战略坚定投入，为集团实现长远可持续发展打下坚实基础。阿里巴巴生态全球年度活跃消费者达到约 12.4 亿，单季净增长 6,200 万，正稳步走向服务全世界 20 亿消费者的长期目标。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“在多元化业务的表现推动下，集团本季度收入取得 29%的增长。我们于本季度内持续投资于关键策略领域，并在这些年轻业务中获得显著增长。”

根据股份回购计划，集团于 9 月份季度以约 51.475 亿美元回购约 2,690 万股美国存托股（约 2.149 亿股普通股）；2021 年 9 月 30 日，集团的现金、现金等价物和短期投资金额为 4,434.28 亿元。

本季度，非公认会计准则净利润同比减少 39%至 285.24 亿元，非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益同比减少 38%至 11.20 元。经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比下降 27%至 348.40 亿元。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比下降 32%至 280.33 亿元；同比减少主要由于集团对正展现稳健业务增长的关键策略领域投入增加，以及集团支持商家的举措。集团于商业分部内关键策略领域（如淘特、本地生活服务、小区商业平台及 Lazada）的投入同比增加 125.75 亿元。若不考虑该等投入的影响，集团商业分部的盈利将同比持续平稳。

基于集团对当前宏观经济状况及竞争环境等的不确定性，集团调整 2022 财政年度的总收入指引，预计 2022 财年总收入同比增长为 20%至 23%。

本季度，商业收入同比增长 31%至 1,711.70 亿元，中国零售商业收入同比增长 33%至 1,268.27 亿元。截至 2021 年 9 月 30 日止 12 个月期间，阿里巴巴生态体系的全球年度活跃消费者达到约 12.40 亿，较截至 2021 年 6 月 30 日止 12 个月期间增加约 6,200 万；其中 9.53 亿消费者来自中国市场，以及 2.85 亿来自海外，单季分别净增加 4,100 万及 2,000 万。截至 2021 年 9 月止 12 个月，集团的中国零售市场及新零售业务的年度活跃消费者约 8.63 亿。新零售业务主要包括小区商业平台、盒马、天猫超市、高鑫零售及淘鲜达。

集团以丰富消费品供给满足消费者多元需求，持续加强在欠发达地区的市场渗透。9 月份季度，淘特透过集团的小区商业平台业务为消费者带来更多高质量、物有所值的产品供应及丰富的食品与饮料供应，并且降低物流费用，以及提升欠发达地区消费者的物流体验，因此持续录得用户数量的强劲增

长。截至 2021 年 9 月 30 日止 12 个月，淘特的年度活跃消费者增长至超过 2.40 亿，来自欠发达地区的新消费者比例持续提升。

新零售方面，集团在日益扩大的数字化供应链和多元化履约服务基础上，建立多业态新零售业务。集团的小区商业平台业务持续在欠发达地区扩大覆盖，利用高鑫零售的供应链能力，包括对保质期短的生鲜产品、快速消费品及日用百货等类目提供强大的区域采购及供应链能力，以提升消费者体验并展现快速增长，季度交易总额（GMV）环比增长超过 150%。

跨境及全球的零售及批发商业方面，主要包括 Lazada、速卖通、Trendyol 及 Daraz 等。在 9 月份季度，跨境及全球的零售及批发商业均展现强劲增长，整体收入同比增长 34%至 150.92 亿元。

期内，东南亚电商平台 Lazada 订单量同比增长超过 82%，用户访问频次过去七个季度连续上升，主要由于来自本地及全球的产品供给种类增加，强化消费者的心智及用户黏性。同时，土耳其最大的电商平台 Trendyol 的本地服务及钱包业务都正迅速增长。于 9 月份季度，Trendyol 在土耳其市场保持领先地位，并录得 GMV 同比超过 80%（按同样的汇率计算）的强劲增长。

云计算业务于本季度收入同比增长 33%至 200.07 亿元，为首次突破 200 亿元水平；其增长主要由互联网、金融服务及零售行业客户收入的强劲增长所推动。阿里云的独特优势来自其自主研发的技术，加上集团一直致力投入于研发方面，为客户及合作伙伴带来更丰富多元的新产品。

本季度，集团发布了一款自主研发、应用于集团数据中心的处理器“倚天 710”，以及搭载业内唯一具备大规模远程直接数据存取的“第四代神龙架构”。阿里云的全新操作系统“龙蜥”，将通过操作系统厂商和开源社区提供服务。阿里云也计划为“龙蜥”投入 20 亿元的专项资金，为集团生态合作伙伴提供技术及服务支持。

菜鸟网络于本季度收入同比增长 20%至 98.46 亿元；收入增长主要由于集团快速发展的跨境及全球零售商业业务所带来的已履约订单量的增长。截至本季度末，菜鸟网络持续加强其国际物流基建，运营超过 300 万平方米的跨境仓库以支持集团的跨境业务。此外，菜鸟亦推出各种服务，包括于 4 个速卖通运营的欧洲国家推出自提柜服务，提升消费者的购物体验。于 2021 年 9 月 30 日，菜鸟乡村驿站覆盖中国内地欠发达地区超过 1,000 个县和乡镇，其每日处理的包裹量同比增长超过 280%。

本地生活服务方面，本季度收入同比增长 8%至 95.13 亿元。饿了么持续加大其用户获取和提升用户体验的投入，带动年度活跃消费者实现同比 28%的强劲增长。在新商家数量及用户渗透率快速增长的推动下，饿了么订单量实现同比超过 30%的增长，而来自非餐厅订单比例亦有所增加。日用品及医疗保健品类的订单量增长尤其强劲。

数字媒体及娱乐于本季度收入为 80.81 亿元。本季度，优酷的日均付费用户规模同比增长 14%，主要受优质内容及来自 88VIP 会员计划的持续贡献所推动。而阿里影业在内容投入及发行方面持续表现稳健；于 10 月黄金周假期，阿里影业参与了中国主要票房中大部分电影的制作及发行。

###

关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意，集团旨在构建未来的商业基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活在阿里巴巴，并成为一家活 102 年的好公司。

媒体查询

李子繁

阿里巴巴集团

电话: +852 5237 8897

电邮: eva.lee@alibaba-inc.com

李洁玲

阿里巴巴集团

电话: +852 9728 0979

电邮: k.lee@alibaba-inc.com