

# 阿里季績勝預期 ADR狂飆逾14%

## 張勇：穩經濟利好 本月收入有改善

A10  
經濟

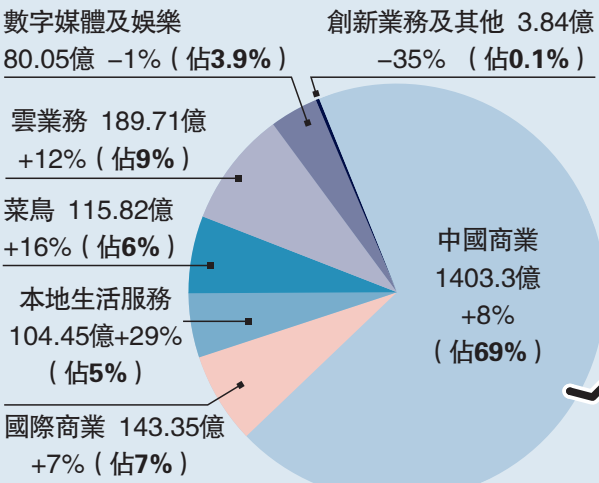
大公報

2022年5月27日  
星期五

責任編輯：譚澤滔  
美術編輯：巫健忠

### 阿里巴巴各業務收入貢獻

單位：人民幣



資料來源：阿里巴巴2021-2022財政年度全年業績



阿里巴巴近年走勢

### 阿里巴巴上季業績摘要

(元人民幣)

分項	金額	按年變動
收入	2040.52億	+9%
經調整EBITDA*	233.73億	-22%
淨虧損	162.41億	虧損擴大
經調整淨利潤*	197.99億	-24%

備註：截至2022年3月底止第四季

[\*] 按非公認會計準則 (Non-GAAP)

大公報整理

### 漸入佳境

張勇在電話會議中表示，內地疫情在3月開始蔓延，不單社會零售商品總額連續兩個月出現負增長，網上零售在4月份更出現首次倒退。他提到，疫情對阿里各項業務產生不同程度的影響，4月份阿里整體收入錄得低單位數負增長。

面對疫情引起的供應鏈和物流中斷，張勇透露，4月份淘系實物成交 (GMV) 同比降幅略高於10%，有疫情的城市GMV成交佔比超過淘系的一半，尤其是上海、深圳及其周邊城市等重要的商家聚集地。

#### 快遞服務恢復 商家籌備購物節

張勇提到，5月份近兩周，隨著快遞服務恢復、上海疫情回穩等，加上商家籌備618購物節，因此見到5月份GMV情況有改善跡象。他續說，經歷疫情挑戰，商家們亦希望在618活動補回之前的生意損失，目前所見，商家報名參與的程度明顯。

此外，張勇提到，近期國家對於在疫情下「穩經濟、穩市場、保就業」多次釋放重要政策信號，對促進和規範平台經濟發展亦有重要表態。他強調，期待後續有更多具體的政策落地，促進平台經濟在穩定市場、創造就業機會和經濟高質量發展中起更大的作用。

海外業務方面，張勇透露，集團旗下東南亞電商平台Lazada受疫情影響，今季訂單增長率放緩至32%，其中馬來西亞、越南和泰國的放緩程度較大。他提到，受歐盟增值稅 (VAT) 政策變化、海

外疫情後供應鏈和本地消費逐步恢復、地域衝突對國際航運的影響等，集團旗下的全球速賣通平台 (AliExpress) 今季訂單按年亦出現下降。

#### 中國活躍消費者超10億人 提前達標

有別於以往，阿里巴巴今年並無提供新財年的財務指引。首席財務官徐宏表示，考慮到疫情帶來的風險和不確定性，集團認為現時停止在新財年提供財務指引的做法，是審慎的決定。徐宏強調，因應市場環境而調整運營，阿里巴巴將繼續產生強勁的經營現金流，以保持戰略靈活性。

截至今年3月底止12個月，阿里巴巴全球年度活躍消費者 (AAC) 約13.1億人。其中，中國市場實現超過10億消費者的里程碑，提前兩年完成目標。張勇提到，超過1.24億年度活躍消費者，在淘寶天貓消費超過1萬元，且跨年活躍率超過98%，實現全年全球商品交易額達83170億元。

#### 管理層言論重點

疫情對業務影響	4月份集團整體收入錄得低單位數下跌，惟5月份情況有所改善
618活動	商家報名參與程度明顯，相信商家們希望積極補回在疫情期間的生意損失
財務指引	考慮到疫情帶來的風險和不確定性，現時停止提供財務指引的做法，是審慎的決定

## 淘寶設專項小組 打造元宇宙購物

【大公報訊】阿里巴巴 (09988) 旗下淘寶，據報正式成立元宇宙專項項目小組，並趕工優化虛擬購物會場，讓消費者在618購物節於虛擬世界中購物。

據內地媒體報道，一份來自內部、長達33秒的購物場景測試畫面中，可清晰看到「購物元宇宙」的基礎底版，當中有摩天大樓、購物中心，用戶亦可以通過浮空的信息面板，進行互動。

知情人士指出，該畫面仍然是測試版場景，產品還在優化中，目標是要確保用戶流暢的虛擬購物能力。據悉，淘寶早於數月前抽調部分技術人員，成立元宇宙專項項目組，進行針對購物和交互場景的探索。其中，重點要解決的是「人貨場」鏈

接問題，保證用戶在不穿戴外掛設備的基礎上，在前端初步實現虛擬購物鏈路，滿足立體化「逛淘寶」。

淘寶推出新功能「價保中心」，用戶可點擊APP內的官方客服，進入「一鍵價保」申請價格保護，於保價期內，商品價格出現減價，便可獲得退回差價。

今年618期間，阿里巴巴旗下天貓預計共有1900萬款商品支持一鍵價保服務，保價期由付款日持續到7月5日，最長35天。

此外，淘寶方面指出，將會在618期間平台對商家「先漲價後降價」的行為進行管控，一旦發現活動商品提前漲價，將提示商家整改，否則將對商品進行清退處理。

## 李彥宏：AI業務成百度引擎

【大公報訊】百度 (09888) 聯合創始人兼首席執行官李彥宏表示，自3月中旬以來，百度業務受到疫情影響，儘管近期業務營運仍有壓力，但相信新AI (人工智能) 業務將推動百度長遠增長，並為驅動內地經濟及可持續發展。

百度公布，首季經調整純利38.79億元 (人民幣，下同)，按年下跌10%，按季跌5%，優於市場預期，ADR漲13%至135美元。

期內，總收入錄得284.11億元，按年增長1%，按季則下跌14%。來自百度核心收入約214億元，增長4%，當中在線營銷收入下跌4%至157億元，來自非在線營銷收入則為57億元，按年增長35%，主要受雲業務和其他人工智能業務推動。

在自動汽車業務方面，百度自動駕駛出行服務平台「蘿蔔快跑」，首季提供19.6萬次乘車服務，已在北京、上

海、廣州、深圳、重慶、武漢等城市落地。

百度將繼續擴大與汽車主機廠商的合作，在年初與比亞迪達成合作後，東風汽車亦提到合作定點，為其提供Apollo汽車智能化 (ASD) 解決方案，包括領航輔助駕駛 (ANP)、自主泊車 (AVP) 及高精地圖 (HD Map)。



▲受到疫情影響，百度業務近期業務營運有壓力。

## 螞蟻首次派息超百億 阿里收46億

【大公報訊】阿里巴巴 (09988) 首季應收來自螞蟻集團的股息為39.45億元 (人民幣，下同) (約46億港元)，按持股比例推算，螞蟻今次利潤分配規模超過百億元。

自市場化融資以來，螞蟻集團首次啟動分派股息。螞蟻集團表示，考慮公司財務狀況、經營發展規劃等因素，今次利潤分配方案着眼於公司長期可持續發展，以及股東合理回報。

螞蟻集團指出，主要股東杭州君瀚和杭州君澳承諾，收到相應股息將留存在杭州君瀚和杭州君澳層面，用以增強財務實力和資本補充能力，以配合公司的整改推進、促進公司長期可持續發展。

今年首季，按權益法核的投資收益，阿里巴巴來自螞蟻集團的收益為72.75億元，按年增長1.3%。全年計算，貢獻收入為240.84億元，增長22.4%。

不過，阿里巴巴透露，螞蟻集團全年經營利潤同比下降，惟受惠螞蟻集團在2021年收購部分

海外投資，令其公允價值上升而產生淨收益。

資料顯示，螞蟻集團投資的4家海外公司，去年先後安排上市，包括印度數字生活服務平台Zomato、印尼電商平台Bukalapak、韓國移動支付平台KakaoPay，以及印度移動支付平台Paytm的母公司One97 Communications。



▲螞蟻利潤分配方案着眼於長期可持續發展，以及股東合理回報。

## 聯想賺158億破頂 末息增25%

【大公報訊】儘管面對零部件短缺、疫情及地緣政治等不利因素影響，聯想集團 (00992) 仍交出符合預期的季度業績，第四財季淨利潤為4.12億美元 (約32億港元)，按年增長58%，全年計多賺72%至20.3億美元 (約158億港元)，打破紀錄。董事會議決派發末期息，每股30港仙，增加25%。

#### 智能設備業務經營溢利翻倍

高盛發表報告指出，聯想第四財季業績符合預期。該行認為，個人電腦及智能手機業務毛利率，以及中美貿易關係等，仍然影響聯想的業績表現，因此維持對聯想「中性」評級，目標價10.66港元。

聯想集團董事長兼首席執行官楊元

慶表示，行業零部件短缺、疫情、地緣政治，以及通脹回潮等宏觀環境變化帶來挑戰，惟集團業績表現強勁，其中，智能設備業務 (IDG) 全年經營溢利翻一番，基礎設施方案 (ISG) 實現全年扭虧。

智能設備業務全年經營溢利3.62億美元 (約28.2億港元)，按年增長1.1倍，創自收購Motorola後新高。集團執行副總裁兼IDG總裁Luca Rossi表示，雖然疫情令部分工廠關閉，影響出貨量，但隨著消費者對產品要求提升，個人電腦產品的售價亦見增長，長遠對市場前景正面。

手機業務集團高級副總裁兼Motorola總裁Sergio Buniac補充說，過去一年手機市場表現平穩，但集團營業

額仍錄得上升。

基礎設施方案 (ISG) 全年營業額71.4億美元 (約557億港元)，增長13%，在連續兩個季度扭虧下，實現全年經營溢利700萬美元 (約5460萬港

元)。

聯想去年初承諾3年內研發費用增加一倍，包括在全球增聘1.2萬名研發人員。過去一年，集團研發投入約20億美元 (約156億港元) 按年增長43%，研

發人員升48%至逾1.5萬人。

將於下月獲納入國企指數的聯想，昨日午後派季績，股價隨即止跌回，尾市高見7.29元，收報7.27元，逆市升1.1%。

#### 聯想集團業績摘要 (單位：美元)

第四財季	分項	全年
166.94億 (+7%)	收入	716.18億 (+18%)
13.96億 (+28%)	● 方案服務	54.42億 (+30%)
14.09億 (-12%)	● 基礎設施方案	71.4億 (+13%)
146.96億 (+8%)	● 智能設備	623.1億 (+18%)
17.2% (不變)	毛利率	16.8% (+0.7個百分點)
5.89億 (+23%)	經營溢利	30.81億 (+41%)
4.12億 (+58%)	淨利潤	20.3億 (+72%)

備註：截至2022年3月底止財年



▲儘管宏觀環境不利，聯想集團業績表現仍然強勁。