

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）

2019年12月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2019年12月31日止三個月的季度未經審核業績公告（「**12月底止季度業績公告**」）。本12月底止季度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
Timothy A. STEINERT
公司秘書

香港，2020年2月13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）、馬雲先生、蔡崇信先生、J. Michael EVANS先生、井賢棟先生及孫正義先生；以及獨立董事董建華先生、郭德明先生、楊致遠先生、E. Börje EKHOLM先生及Wan Ling MARTELLO女士。



阿里巴巴集團 2019 年 12 月份季度業績公告

中國杭州，2020 年 2 月 13 日 – 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA 及港交所代碼：9988，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」或「集團」）今日公佈截至 2019 年 12 月 31 日止季度業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「過去一個季度，阿里巴巴集團各項業務收穫了強勁的增長。阿里數字經濟體已邁向全新的高度，今年的雙 11 全球狂歡節，我們為商家和合作夥伴打造了又一個創紀錄的節日。對於用戶參與度尤其是社交電商內容的持續投入，推動了年度活躍消費者的顯著增長。而雲計算業務也實現了高速增長，單季收入首次超越人民幣 100 億元。新冠肺炎疫情發生後，我們發揮阿里生態強大的商業力量和技術力量，全力支持抗擊疫情和保障生活所需，並推出了切實的商家扶助措施。不論是過去，現在，還是未來，阿里巴巴始終堅守使命，積極幫助我們的商家，一起共渡難關。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們於 11 月成功在香港聯交所主板掛牌上市。過去的一個季度取得強勁的業績表現，收入同比增幅達 38%，經調整 EBITDA 同比增長 37%。展望未來，我們將繼續投資於數字化基礎設施及服務，致力支持阿里巴巴數字經濟體內客戶及合作夥伴成長，尤其是在當前這一充滿挑戰的時刻。」

業績概要

截至 2019 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 1,614.56 億元（231.92 億美元），同比增長 38%。
- 中國零售市場年度活躍消費者達 7.11 億，較截至 2019 年 9 月 30 日止 12 個月期間增加 1,800 萬。
- 2019 年 12 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 8.24 億，較 2019 年 9 月增加 3,900 萬。
- 經營利潤為人民幣 395.60 億元（56.82 億美元），同比增長 48%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 37%至人民幣 558.80 億元（80.27 億美元）。
- 核心商業經調整 EBITA 為人民幣 580.75 億元（83.42 億美元），同比增長 26%。我們的核心商業交易市場經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 22%至人民幣 663.71 億元（95.34 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 523.09 億元（75.14 億美元），淨利潤為人民幣 501.32 億元（72.01 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 464.93 億元（66.78 億美元），同比增長 56%。
- 攤薄每股美國存托股收益為人民幣 19.55 元（2.81 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣 18.19 元（2.61 美元），同比增長 49%。攤薄每股收益為人民幣 2.44 元（0.35 美元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.27 元（0.33 美元），同比增長 49%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 965.05 億元（138.62 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 782.79 億元（112.44 億美元）。

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本業績公告下文。

業務及戰略進展

核心商業

我們收穫強勁的業績表現，在拉新、用戶粘性以及豐富產品類目及提供更多具價格競爭力產品方面的努力成效顯著。2019 年 12 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶達 8.24 億，較 2019 年 9 月淨增長 3,900 萬。截至 2019 年 12 月 31 日止 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達 7.11 億，較截至 2019 年 9 月 30 日止 12 個月的 6.93 億增長 1,800 萬。其中超過 60% 的新增年度活躍消費者來自欠發達地區。

淘寶 – 快速增長且充滿活力的消費者社區。淘寶繼續優化內容創新及個性化推薦，來服務現有消費者及吸引新用戶。在中國零售市場上，「淘寶直播」已成為成長最快速及有效的營銷模式之一，助力商家及網絡紅人（KOL）通過直播方式與粉絲及消費者進行營銷互動。2019 年 12 月，透過淘寶直播產生的商品交易額（GMV）以及觀看淘寶直播的月活躍用戶數量，均同比增長超過一倍。

天貓 – 在雙 11 全球狂歡節（「雙 11」）的推動下，中國領先的消費者及互動平台收穫強勁的 GMV 增長。作為品牌在中國首選的消費者互動及分銷平台，天貓持續擴大其領先優勢。截至 2019 年 12 月 31 日止季度，天貓線上實物商品支付 GMV 同比增長 24%，主要受惠於快速消費品及消費電子產品的強勁增長。我們的消費者分層運營廣受用戶歡迎，並持續帶來強勁的訂單增長及更高的複購頻次。

本季度，我們一年一度的雙 11 全球狂歡節再度刷新紀錄，我們各零售交易市場包括生活服務平台上經支付寶結算的 GMV 達到人民幣 2,684 億元（384 億美元），同比增長 26%。今年雙 11 期間，我們通過來自優質商家的優惠舉措及更為豐富的產品選擇，持續為消費者帶來價值。同時，我們賦能更多品牌實現更強勁的 GMV 增長，並進一步滲透至欠發達地區。包括 2.2 萬個國際品牌在內的逾 20 萬個品牌參與了今年的雙 11 活動。其中 15 個品牌的 GMV 分別超過人民幣 10 億元（1.43 億美元），共 299 個品牌的 GMV 分別超過人民幣 1 億元（1,430 萬美元）。來自欠發達地區的消費者需求持續旺盛，貢獻了雙 11 總 GMV 的 54%。

新零售 – 開創全新業務模式，賦能實體零售數字化轉型

新城建設 – 我們自營的零售連鎖商超盒馬鮮生（「盒馬」）持續實現穩健的同店銷售增長。盒馬實施了多業態的零售策略、引入創新舉措，以提升用戶體驗和消費者忠誠度。截至 2019 年 12 月 31 日，我們在中國有 197 間自營的盒馬鮮生門店，主要位於一、二線城市。我們將繼續投資於這一業務的增長，尤其是在已進入的城市中增加門店密度，從而提升客戶滲透率及配送效率。

舊城改造 – 2019 年 9 月，天貓超市與高鑫零售有限公司（「高鑫零售」）合作，面向高鑫零售門店服務範圍之外的消費者，推出了食品及日用品「半日達」的門店送貨上門業務。這項服務結合了高鑫門店的庫存，利用菜鳥網絡支持的阿里巴巴物流基礎設施，更好地服務居住在高鑫門店周邊 3 至 20 公里配送半徑的消費者。

本地生活服務 – 借助阿里巴巴數字經濟體力量，推動欠發達地區實現強勁增長。本季度，受益於訂單增長強勁，本地生活服務業務 GMV 持續強勁增長。我們繼續在欠發達地區滲透下沉，這些地區蘊含著巨大的增長潛力，與阿里巴巴數字經濟體其他業務之間存在顯著的協同效應。本季度，來自欠發達地區的 GMV 同比增長約 40%。

我們借助與螞蟻金服及阿里巴巴數字經濟體內其他業務的聯動，進一步推動本地生活服務業務的發展。截至 2019 年 12 月 31 日止季度，餓了麼的新增消費者中有 48% 來自支付寶 App。

菜鳥網絡 – 跨境物流及履約解決方案為更多商家所選用。菜鳥網絡繼續聚焦於提升國內及國際的一站式物流服務和供應鏈管理解決方案，以服務阿里巴巴數字經濟體內的消費者與商家。本季度，菜鳥網絡的收入同比增長 67% 至人民幣 75.18 億元（10.80 億美元）。這一收入增長主要由於我們高速增長的跨境業務中，商家對於「菜鳥履約」服務的採用率有所提升。

菜鳥網絡及其物流合作夥伴為雙 11 全球狂歡節配送了 12.9 億個包裹，再度刷新紀錄。今年雙 11 期間，菜鳥驛站實現了更高的配送效率，通過其全國各地驛站自提的包裹數量達到 3.62 億個，同比上升 88%。

2019 年 11 月，我們斥資人民幣 233 億元（33 億美元）增持菜鳥網絡，持股比例由約 51% 增至約 63%。此次增持包括認購菜鳥網絡最新一輪融資新發行的普通股，以及向第三方股東購買的普通股。隨著財務資源增加，菜鳥網絡能夠對科技及物流基礎設施服務進行持續投資，從而進一步壯大其智能物流骨幹網。

國際 – 全球各市場增長強勁

Lazada – 我們旗下東南亞電商平台 **Lazada** 的交易市場業務增長勢頭強勁，得益於訂單量強勁增長和季度活躍商家數量同比翻番。**Lazada** 本季度訂單的同比增幅達到 **97%**，反映了消費者在服裝、配飾及家居百貨上的強勁需求。由於 **Lazada** 的用戶互動活動和雙 11 全球狂歡節等多項推廣活動，帶動其移動端日活躍用戶於本季度強勁增長。

速賣通 – 憑借阿里巴巴的數字商業技術及全球物流基礎設施，速賣通繼續收穫強勁的用戶及 **GMV** 增長。全球速賣通持續專注於提升有能力提供具價格競爭力商品的優質商家數量，以滿足其國際消費者旺盛的消費需求。本季度，速賣通上的商家及消費者踴躍參與雙 11 全球狂歡節，此次活動的 **GMV** 同比增長 **46%**。

2019 年 10 月，我們將全球速賣通俄羅斯業務注入與 **Mail.ru Group**、**MegaFon** 及俄羅斯主權財富基金 **Russian Direct Investment Fund (RDIF)** 成立的合營公司。依據當地法規，我們持有該合營公司少數投票權，因此於本季度這一交易完成後，集團即終止合併速賣通的俄羅斯業務。

雲計算

阿里雲繼續保持在中國雲計算市場上的領先地位，並通過研發技術和商業解決方案來推動公共及私營領域各行業業務的數字化轉型。季度內，阿里雲達到了兩項重要的財務及技術里程碑。首先，雲計算業務的單季收入首次超過人民幣 **100** 億元。由於來自公共雲與混合雲業務的收入貢獻均實現增長，雲計算的季度收入同比增加 **62%** 至人民幣 **107.21** 億元（**15.40** 億美元）。

其次，本年度的雙 11 全球狂歡節之前，阿里雲將集團電商業務的核心系統遷移至我們的公共雲上。雙 11 期間，阿里雲提供了具有高延展性、可靠性及安全性的公共雲基礎設施，能夠處理高達人民幣 **2,684** 億元（**384** 億美元）的單日 **GMV**。雙 11 期間，其公共雲基礎設施及技術幫助阿里巴巴集團處理了每秒 **54.4** 萬筆的訂單創建峰值，並在整個活動的 **24** 小時期間無間斷地處理了 **970 PB** 數據。今年的雙 11 同時展現了我們在公共雲環境下領先的網絡安全技術實力，這正是眾多公共領域及行業客戶的一個關注重點。

我們相信將阿里巴巴電商業務的核心系統遷移至公共雲是一個重大里程碑，不僅正在為阿里巴巴帶來更高的運營效率，更能夠促進更多客戶採用我們的公共雲基礎設施。

數字媒體及娛樂

本季度，優酷的日均付費用戶數量同比增長 59%。這一增長主要得益於優酷在重點推廣活動期間對新付費用戶更具針對性的觸達、選擇自動續約的付費用戶增加，以及來自我們中國零售市場 88VIP 會員計劃的貢獻更為顯著。我們在對原創內容自製能力進行持續投入的同時，亦注重成本效益及投資回報，因此該業務本季度經調整 EBITA 虧損同比收窄。

香港首次公開發行

2019 年 11 月 26 日，集團普通股於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）主板成功掛牌上市，全球發行普通股 5.75 億股，其中包括國際發售及香港公開發售。集團香港上市股份與紐約證券交易所上市的美國存托股完全可轉換（每股美國存托股代表八股普通股）。未經扣除承銷費及其他發售費用的全球發售募集資金為 1,012 億港元（130 億美元），我們擬將上述募集資金用於進一步實施集團戰略，包括驅動用戶增長及提升參與度，助力企業實現數字化轉型，提升運營效率，以及持續創新。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2019 年 12 月 31 日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 965.05 億元（138.62 億美元），相較 2018 年同期的人民幣 648.98 億元增長 49%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從截至 2018 年 12 月 31 日止三個月的人民幣 513.73 億元增長 52% 至截至 2019 年 12 月 31 日止三個月的人民幣 782.79 億元（112.44 億美元），主要由於我們盈利能力的穩健提升、資本性支出下降，以及向商家收取的年度服務費保證金的增長。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。

重要運營指標*

	2018年 12月31日	2019年 9月30日	2019年 12月31日	淨增加	
				年度 同比	季度 環比
中國零售商業：					
年度活躍消費者 ⁽¹⁾ （以百萬計）	636	693	711	75	18
移動月活躍用戶 ⁽²⁾ （以百萬計）	699	785	824	125	39

* 有關本業績公告所使用但未釋義的詞語，請參閱截至2019年3月31日止財政年度20-F表格所載的年度報告。

(1) 就截至個別日期止十二個月。

(2) 就截至個別日期止月份。

12月份季度財務業績概要

	截至12月31日止三個月			%同比變動
	2018	2019		
	人民幣	人民幣	美元 ⁽¹⁾	
	（以百萬計，百分比及每股數據除外）			
收入	117,278	161,456	23,192	38%
經營利潤	26,798	39,560	5,682	48%
經營利潤率	23%	25%		
經調整 EBITDA ⁽²⁾	40,708	55,880	8,027	37%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	35%	35%		
經調整 EBITA ⁽²⁾	36,567	50,662	7,277	39%
經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾	31%	31%		
淨利潤	30,964	50,132	7,201	62%
歸屬於普通股股東的淨利潤	33,052	52,309	7,514	58%
非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾	29,797	46,493	6,678	56%
攤薄每股收益 ⁽³⁾	1.58	2.44	0.35	54%
攤薄每股美國存托股收益 ⁽³⁾	12.64	19.55	2.81	55%
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	1.52	2.27	0.33	49%
非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	12.19	18.19	2.61	49%

(1) 本業績公告包含若干人民幣金額兌換為美元的財務數據，僅為方便讀者。除另有注明外，人民幣兌換為美元的所有折算均按人民幣 6.9618 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2019 年 12 月 31 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。有關雙 11 全球狂歡節人民幣 GMV 數據兌換為美元的折算，是按人民幣 6.9945 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2019 年 11 月 8 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。

(2) 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「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公認會計準則指標之間的調節」各節。

(3) 每股美國存托股代表八股普通股。有關更多資料，請參見「股份分拆及美國存托股比率變更」一節。

12月份季度分部信息

所示期間我們的經營分部的財務資料概要如下表所示：

截至 2019 年 12 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	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 美元
	(以百萬計，百分比除外)					
收入	141,475	10,721	7,396	1,864	—	161,456 23,192
經營利潤(虧損)	51,347	(1,822)	(3,960)	(2,856)	(3,149)	39,560 5,682
加：股權激勵費用	3,863	1,460	332	963	1,212	7,830 1,125
加：無形資產攤銷	2,865	6	330	23	48	3,272 470
經調整 EBITA	58,075 ⁽²⁾	(356)	(3,298) ⁽³⁾	(1,870)	(1,889)	50,662 7,277
經調整 EBITA 利潤率	41%	(3)%	(45)%	(100)%		31%
截至 2018 年 12 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	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
	(以百萬計，百分比除外)					
收入	102,843	6,611	6,491	1,333	—	117,278
經營利潤(虧損)	40,368	(1,233)	(7,097)	(2,549)	(2,691)	26,798
加：股權激勵費用	3,253	954	769	940	1,044	6,960
加：無形資產攤銷	2,458	5	294	13	39	2,809
經調整 EBITA	46,079	(274)	(6,034) ⁽³⁾	(1,596)	(1,608)	36,567
經調整 EBITA 利潤率	45%	(4)%	(93)%	(120)%		31%

(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) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 22%至人民幣 66,371 百萬元(9,534 百萬美元)。核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

(3) 截至 2019 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 虧損包括獲授權版權的減值人民幣 21 億元(302 百萬美元)，2018 年同期獲授權版權的減值為人民幣 28 億元。

12 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2019 年 12 月 31 日止三個月的收入為人民幣 161,456 百萬元（23,192 百萬美元），相較 2018 年同期的人民幣 117,278 百萬元增長 38%。上述增長主要由我們的中國零售商業業務及雲計算的強勁收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月				%佔收入 比例	%同比 變動
	2018		2019			
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
	(以百萬計，百分比除外)					
核心商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理	49,592	42%	61,235	8,796	38%	23%
— 佣金	20,165	17%	23,409	3,362	14%	16%
— 其他*	11,298	10%	25,814	3,708	16%	128%
	81,055	69%	110,458	15,866	68%	36%
中國批發商業	2,694	2%	3,365	483	2%	25%
跨境及全球零售商業	5,834	5%	7,396	1,062	5%	27%
跨境及全球批發商業	2,175	2%	2,457	353	1%	13%
菜鳥物流服務	4,491	4%	7,518	1,080	5%	67%
本地生活服務	5,159	5%	7,584	1,089	5%	47%
其他	1,435	1%	2,697	389	2%	88%
核心商業合計	102,843	88%	141,475	20,322	88%	38%
雲計算	6,611	6%	10,721	1,540	7%	62%
數字媒體及娛樂	6,491	5%	7,396	1,062	5%	14%
創新業務及其他	1,333	1%	1,864	268	0%	40%
總計	117,278	100%	161,456	23,192	100%	38%

* 中國零售商業下「其他」收入主要由我們的新零售及直營業務（主要包括進口直營、天貓超市、盒馬和銀泰）產生。

核心商業

中國零售商業

截至 2019 年 12 月 31 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 110,458 百萬元（15,866 百萬美元），相較 2018 年同期的人民幣 81,055 百萬元增長 36%。來自我們中國零售市場的收入持續強勁增長。客戶管理收入及佣金收入合計同比增長 21%，其中客戶管理收入增長 23%、佣金收入增長 16%。客戶管理收入的增長主要由於單次點擊平均單價的上升，以及付費點擊量的上升。

佣金收入的增長主要由於天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比實現 24% 的強勁增長。佣金收入與天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）增幅不完全同步，主要是由於更多商家

享有優惠佣金率，尤其是來自那些具有戰略重要地位的品類的商家，同時也因為在天貓超市收入由佣金收入向直營業務收入的結構性轉變中，直營業務收入計入了中國零售商業業務項下的「其他」收入。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣**25,814**百萬元（**3,708**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**11,298**百萬元顯著提升，主要來自包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻以及我們自**2019**年**9**月起合併考拉所驅動。

中國批發商業

截至**2019**年**12**月**31**日止三個月，中國批發商業收入為人民幣**3,365**百萬元（**483**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**2,694**百萬元增長**25%**。增長的主要原因是來自我們的內貿批發交易市場**1688.com**的客戶管理收入及其他增值服務收入增長，以及來自零售通的收入增長。零售通是一個數字化採購平台，幫助快消品品牌製造商及其分銷商直連中國的社區小店。

跨境及全球零售商業

截至**2019**年**12**月**31**日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣**7,396**百萬元（**1,062**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**5,834**百萬元增長**27%**。增長的主要原因是**Lazada**的收入增長，而我們在**2019**年**10**月將速賣通俄羅斯業務注入俄羅斯合營企業後終止合併該部分業務收入，該影響部分抵銷了跨境及全球零售商業收入的增長。

跨境及全球批發商業

截至**2019**年**12**月**31**日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣**2,457**百萬元（**353**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**2,175**百萬元增長**13%**。增長的主要原因是來自我們的外貿批發交易市場**Alibaba.com**付費會員數量的增長。

菜鳥物流服務

截至**2019**年**12**月**31**日止三個月，菜鳥網絡物流服務收入主要來自其國內及國際一站式物流服務與供應鏈解決方案，抵銷內部交易的影響後合計為人民幣**7,518**百萬元（**1,080**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**4,491**百萬元增長**67%**，主要原因是我們快速發展的跨境業務已履約的訂單量增加。

本地生活服務

本地生活服務收入主要來自我們的即時配送和本地生活服務平台餓了麼的平台佣金、提供配送服務收取的服務費及其他服務費，截至**2019**年**12**月**31**日止三個月共人民幣**7,584**百萬元（**1,089**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**5,159**百萬元增長**47%**，主要原因是送達訂單量的增長。

雲計算

截至**2019**年**12**月**31**日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣**10,721**百萬元（**1,540**百萬美元），相較**2018**年同期的人民幣**6,611**百萬元增長**62%**，來自公共雲及混合雲業務的收入貢獻均

實現增長。

數字媒體及娛樂

截至2019年12月31日止三個月，來自數字媒體及娛樂業務的收入為人民幣7,396百萬元（1,062百萬美元），相較2018年同期的人民幣6,491百萬元增長14%。增長的主要原因是我們由2019年3月開始將阿里影業納入合併範圍。

創新業務及其他

截至2019年12月31日止三個月，來自創新業務及其他的收入為人民幣1,864百萬元（268百萬美元），相較2018年同期的人民幣1,333百萬元增長40%。

成本和費用

下表載列於所示期間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 12 月 31 日止三個月					%佔收入 比例同比 變動
	2018		2019		%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)					
成本及費用：						
營業成本	60,813	52%	84,332	12,114	52%	0%
產品開發費用	8,901	8%	11,077	1,591	7%	(1)%
銷售和市場費用	12,104	10%	15,800	2,270	9%	(1)%
一般及行政費用	5,853	5%	7,415	1,065	5%	0%
無形資產攤銷	2,809	2%	3,272	470	2%	0%
成本及費用總額	<u>90,480</u>	<u>77%</u>	<u>121,896</u>	<u>17,510</u>	<u>75%</u>	<u>(2)%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	1,582	2%	1,685	243	1%	(1)%
產品開發費用	2,987	3%	3,644	523	2%	(1)%
銷售和市場費用	838	0%	961	138	0%	0%
一般及行政費用	1,553	1%	1,540	221	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>6,960</u>	<u>6%</u>	<u>7,830</u>	<u>1,125</u>	<u>4%</u>	<u>(2)%</u>
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	59,231	50%	82,647	11,871	51%	1%
產品開發費用	5,914	5%	7,433	1,068	5%	0%
銷售和市場費用	11,266	10%	14,839	2,132	9%	(1)%
一般及行政費用	4,300	4%	5,875	844	4%	0%
無形資產攤銷	2,809	2%	3,272	470	2%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>83,520</u>	<u>71%</u>	<u>114,066</u>	<u>16,385</u>	<u>71%</u>	<u>0%</u>

營業成本

截至2019年12月31日止三個月的營業成本為人民幣84,332百萬元（12,114百萬美元），佔收入比例52%，2018年同期為人民幣60,813百萬元，佔收入比例52%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例從截至2018年12月31日止三個月的50%增加至截至2019年12月31日止三個月的51%。該增長主要來自直營業務收入增長（包括天貓超市及自營新零售在內的業務）帶來的收入結構性變化所導致的存貨成本上升，以及合併考拉的影響，部分被優酷的內容成本下降以及我們的技術和基礎設施的效率提升所抵銷。

產品開發費用

截至2019年12月31日止三個月的產品開發費用為人民幣11,077百萬元（1,591百萬美元），佔收入比例7%，2018年同期為人民幣8,901百萬元，佔收入比例8%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2019年12月31日止三個月及2018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2019年12月31日止三個月的銷售和市場費用為人民幣15,800百萬元（2,270百萬美元），佔收入比例9%，2018年同期為人民幣12,104百萬元，佔收入比例10%。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從截至2018年12月31日止三個月的10%下降至截至2019年12月31日止三個月的9%。

一般及行政費用

截至2019年12月31日止三個月的一般及行政費用為人民幣7,415百萬元（1,065百萬美元），佔收入比例5%，2018年同期為人民幣5,853百萬元，佔收入比例5%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2019年12月31日止三個月及2018年同期一般及行政費用佔收入的比例將平穩維持在4%。

股權激勵費用

截至2019年12月31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7,830百萬元（1,125百萬美元），較2018年同期的人民幣6,960百萬元增加13%。截至2019年12月31日止三個月股權激勵費用佔收入比例減少至4%，相較2018年同期佔收入比例為6%。

所示季度內，按激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

截至所示日期止三個月								
2018年 12月31日		2019年 9月30日		2019年 12月31日			%變動	
人民幣	%佔收入 比例	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元	%佔收入 比例	按年	按季
（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⁾	5,879	5%	6,899	6%	6,587	946	4%	12%	(5)%
螞蟻金服相關並授予 我們員工的股權 激勵 ⁽²⁾	505	0%	303	0%	347	50	0%	(31)%	15%
其他 ⁽³⁾	576	1%	943	1%	896	129	0%	56%	(5)%
股權激勵費用合計	<u>6,960</u>	<u>6%</u>	<u>8,145</u>	<u>7%</u>	<u>7,830</u>	<u>1,125</u>	<u>4%</u>	<u>13%</u>	<u>(4)%</u>

- (1) 包括授予我們的員工、螞蟻金服的員工及其他顧問的激勵。2019年3月31日前，我們授予非員工的激勵按市值計價作會計處理。自2019年4月1日起，我們採用美國公認會計準則下ASU 2018-07「薪酬—股份薪酬（專題718號）：非員工股份支付會計處理的改進」。由於採用該更新會計政策，此等激勵不再按市值計價作會計處理。自2019年9月23日我們取得螞蟻金服33%股份後，授予螞蟻金服的員工的激勵費用會計入權益法核算的投資損益。
- (2) 按市值計價作會計處理的激勵。
- (3) 「其他」主要是與我們子公司的股權相關的股權激勵。

相較上季度，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的股權激勵費用維持平穩。我們預計股權激勵費用將繼續受到本公司股價、我們子公司的股權激勵實施情況以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。此外，我們預計未來股權激勵費用也將繼續受到未來螞蟻金服權益估值變動的影響，但任何此類變動將為非現金性質，且將不會對股東帶來經濟利益損失或權益攤薄。

無形資產攤銷

截至2019年12月31日止三個月的無形資產攤銷為人民幣3,272百萬元（470百萬美元），相較2018年同期的人民幣2,809百萬元增長16%。

經營利潤及經營利潤率

截至2019年12月31日止三個月的經營利潤為人民幣39,560百萬元（5,682百萬美元），佔收入比例25%，相較2018年同期的人民幣26,798百萬元，佔收入比例23%，增長48%。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣55,880百萬元（8,027百萬美元），相較2018年同期的人民幣40,708百萬元增長37%。截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣50,662百萬元（7,277百萬美元），相較2018年同期的人民幣36,567百萬元增長39%。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。關於經營利潤和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「分部信息」。

截至 12 月 31 日止三個月

	2018		2019		%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)				
核心商業	46,079	45%	58,075	8,342	41%
雲計算	(274)	(4)%	(356)	(51)	(3)%
數字媒體及娛樂	(6,034)	(93)%	(3,298)	(474)	(45)%
創新業務及其他	(1,596)	(120)%	(1,870)	(269)	(100)%

核心商業分部

核心商業分部截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣58,075百萬元（8,342百萬美元），較2018年同期的人民幣46,079百萬元增長26%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA增長至人民幣66,371百萬元（9,534百萬美元）以及戰略業務虧損減少，部分被合併考拉的影響所抵銷。該影響是導致經調整EBITA利潤率從截至2018年12月31日止三個月的45%下降至截至2019年12月31日止三個月的41%的原因之一。經調整EBITA利潤率下降的另一個原因，是持續向自營新零售業務和直營業務轉變帶來的收入結構性變化，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本）。

核心商業經調整EBITA調整至核心商業交易市場經調整EBITA的調節見本業績公告下文。

我們預計核心商業分部的經調整EBITA利潤率將會持續受到我們對於新業務的投資，以及持續向自營新零售業務和直營業務轉變帶來的收入結構性變化的影響。

雲計算分部

雲計算分部截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣356百萬元（51百萬美元），2018年同期為虧損人民幣274百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2018年12月31日止三個月的負4%改善至截至2019年12月31日止三個月的負3%。

數字媒體及娛樂分部

數字媒體及娛樂分部截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣3,298百萬元（474百萬美元），2018年同期為虧損人民幣6,034百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2018年12月31日止三個月的負93%改善至截至2019年12月31日止三個月的負45%，主要由於我們採取了更為審慎的內容支出政策而導致優酷的內容成本減少。

創新業務及其他分部

創新業務及其他分部截至2019年12月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣1,870百萬元（269百萬美元），2018年同期為虧損人民幣1,596百萬元。

利息收入和投資淨收益

截至2019年12月31日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣17,136百萬元（2,462百萬

美元)，2018年同期為人民幣11,560百萬元。該增長的主要原因是截至2019年12月31日止三個月的股權投資公允價值變動產生的淨收益，而2018年同期的則為淨損失，以及本季度我們將速賣通俄羅斯業務注入與俄羅斯合作夥伴設立的合營企業後終止合併該業務所產生的一次性收益人民幣103億元（15億美元），而2018年同期則確認了因當年12月獲得口碑的控制權後對先前持有的股權重估所產生的一次性非現金收益。

對於2019年9月取得螞蟻金服33%股份後在上季度確認的一次性收益，我們在本季度確認該收益上調人民幣23億元（330百萬美元）。該調整主要反映交易完成日我們佔螞蟻金服的淨資產的公允價值變動。

上述提及的收益及損失未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至2019年12月31日止三個月的其他淨收益為人民幣987百萬元（142百萬美元），2018年同期為人民幣387百萬元。

所得稅費用

截至2019年12月31日止三個月的所得稅費用為人民幣8,407百萬元（1,208百萬美元），2018年同期為人民幣5,586百萬元。

截至2019年12月31日止三個月及去年同期的有效稅率平穩維持在15%。若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）以及投資的減值損失，截至2019年12月31日止三個月的有效稅率為19%。

權益法核算的投資損益

截至2019年12月31日止三個月的權益法核算的投資損益為收益人民幣2,165百萬元（311百萬美元），2018年同期為損失人民幣861百萬元。我們延後一個季度確認權益法核算的投資損益。截至2019年12月31日止三個月以及可比期間的權益法核算的投資損益構成如下：

截至所示日期止三個月

	2018年	2019年	2019年	
	12月31日	9月30日	12月31日	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)		
權益法核算的投資收益（損失）				
- 螞蟻金服 ⁽¹⁾	—	—	215	31
- 其他	22	(2)	2,229	320
減值損失	(493)	(11,590)	—	—
由於所持股份被攤薄帶來的收益 （損失）	26	(20)	166	24
其他 ⁽²⁾	(416)	(348)	(445)	(64)
總計	(861)	(11,960)	2,165	311

(1) 我們於2019年9月23日收到螞蟻金服33%的股權。與其他權益法核算的股權投資處理一樣，我們延後一個季度計入享有螞蟻金服的收益（損失）份額。因此截至2019年12月31日止三個月與螞蟻金服有關的權益法核算的投資收益反映由取得股權後起計至2019年9月30日止期間我們所享有螞蟻金服的收益份額。

(2) 「其他」主要包括對於權益法核算的被投資企業的無形資產攤銷及股權激勵費用。

截至2019年12月31日止三個月其他權益法核算的投資收益主要來自我們分享蘇寧的利潤。該利潤主要反映因蘇寧終止合併一間旗下子公司所產生的重大收益所致。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2019年12月31日止三個月的淨利潤為人民幣50,132百萬元（7,201百萬美元），相較2018年同期人民幣30,964百萬元增長62%。

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2019年12月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣46,493百萬元（6,678百萬美元），相較2018年同期的人民幣29,797百萬元增長56%。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2019年12月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣52,309百萬元（7,514百萬美元），較2018年同期的人民幣33,052百萬元增長58%。

攤薄每股美國存托股/每股收益及非公認會計準則攤薄每股美國存托股/每股收益

截至2019年12月31日止三個月，按本季度21,393百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的攤薄每股美國存托股收益為人民幣19.55元（2.81美元），較2018年同期按20,913百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣12.64元增長55%（此節所示數據均已反映2019年7月進行的

股份分拆)。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2019年12月31日止三個月的非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣18.19元(2.61美元),較2018年同期的人民幣12.19元增長49%。

截至2019年12月31日止三個月攤薄每股收益為人民幣2.44元(0.35美元),較2018年同期的人民幣1.58元增長54%。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2019年12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2.27元(0.33美元),較2018年同期的人民幣1.52元增長49%。

攤薄每股美國存托股/每股收益調整至非公認會計準則攤薄每股美國存托股/每股收益的調節見本業績公告下文。每股美國存托股代表八股普通股。欲了解更多信息,請參見「股份分拆及美國存托股比率變更」。

現金、現金等價物和短期投資

2019年12月31日,現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣351,946百萬元(50,554百萬美元),而2019年9月30日為人民幣235,251百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2019年12月31日止三個月的增加主要來自我們在全球發行普通股所得款項淨額人民幣90,610百萬元(13,015百萬美元)及經營活動產生的自由現金流人民幣78,279百萬元(11,244百萬美元),部分被投資和收購活動所用的現金流量淨額人民幣20,590百萬元(2,957百萬美元)、償還到期的無擔保優先票據2,250百萬美元及增持菜鳥網絡股權而向第三方股東支付的款項所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2019年12月31日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣96,505百萬元(13,862百萬美元),相較2018年同期的人民幣64,898百萬元增長49%。自由現金流(一項非公認會計準則流動性指標)從截至2018年12月31日止三個月的人民幣51,373百萬元增長52%至截至2019年12月31日止三個月的人民幣78,279百萬元(11,244百萬美元),主要由於我們盈利能力的穩健提升、資本性支出下降,以及向商家收取的年度服務費保證金的增長。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

截至2019年12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32,588百萬元(4,681百萬美元),主要反映了(i)投資和收購活動現金支出人民幣22,482百萬元(3,229百萬美元),包括收購考拉及投資美年大健康相關的現金支出,(ii)資本性支出人民幣6,659百萬元(956百萬美元),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910百萬元(131百萬美元),以及(iii)購置獲授權版權和其他無形資產的現金支出人民幣5,274百萬元(758百萬美元)。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1,892百萬元(272百萬美元)所抵銷。

員工

截至2019年12月31日,我們的員工總數為116,519人,截至2019年9月30日為111,524人。

股份分拆及美國存托股比率變更

於2019年7月30日，我們將每股已發行及未發行普通股分拆為八股普通股（「股份分拆」）並同時調整了普通股與美國存托股的比率。美國存托股比率變更後，每股美國存托股現時代表八股普通股。由於美國存托股比率變更與股份分拆比例一致，因此並無向任何美國存托股持有人發行新美國存托股，發行在外美國存托股的總數維持不變。

下表列示於所示期間股份分拆前後歸屬於普通股股東的每股／每股美國存托股收益以及用於計算每股普通股收益的加權平均股數。

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2018		2019			
	股份分拆前	股份分拆後	股份分拆前		股份分拆後	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元	人民幣	美元
			(股數除外)			
歸屬於普通股股東的每股收益						
基本	12.83	1.60	19.87	2.85	2.48	0.36
攤薄	12.64	1.58	19.55	2.81	2.44	0.35
非公認會計準則攤薄	12.19	1.52	18.19	2.61	2.27	0.33
歸屬於普通股股東的每股美國存托股收益						
基本	12.83	12.83	19.87	2.85	19.87	2.85
攤薄	12.64	12.64	19.55	2.81	19.55	2.81
非公認會計準則攤薄	12.19	12.19	18.19	2.61	18.19	2.61
用於計算每股普通股收益的加權平均股數（百萬股）						
基本	2,576	20,608	2,632		21,058	
攤薄	2,614	20,913	2,674		21,393	

	截至 12 月 31 日止九個月					
	2018		2019			
	股份分拆前	股份分拆後	股份分拆前		股份分拆後	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元	人民幣	美元
			(股數除外)			
歸屬於普通股股東的每股收益						
基本	23.94	2.99	55.98	8.04	7.00	1.01
攤薄	23.54	2.94	55.14	7.92	6.89	0.99
非公認會計準則攤薄	29.83	3.73	43.88	6.30	5.49	0.79
歸屬於普通股股東的每股美國存托股收益						
基本	23.94	23.94	55.98	8.04	55.98	8.04
攤薄	23.54	23.54	55.14	7.92	55.14	7.92
非公認會計準則攤薄	29.83	29.83	43.88	6.30	43.88	6.30

用於計算每股普通股收益的加權平均

股數 (百萬股)				
基本	2,580	20,642	2,610	20,878
攤薄	2,623	20,984	2,649	21,187

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2020 年 2 月 13 日美國東部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。

電話會議的詳情如下：

國際：+65 6713 5090

美國：+1 845 675 0437

英國：+44 203 621 4779

香港：+852 3018 6771

會議編號：9549246

您可在 <https://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：9549246）。

我們的業績公告及所附幻燈片於 2020 年 2 月 13 日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/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基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活 在 阿 里 巴 巴 ， 並 持 續 發 展 最 少 102 年。

聯繫方式

投資者關係聯繫

Rob Lin

Investor@alibabagroup.com

媒體聯繫

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

Adam Najberg

adam.najberg@alibaba-inc.com

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「將要」、「預期」、「預計」、「未來」、「擬」、「計劃」、「相信」、「估計」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」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：阿里巴巴的預

期收入增長；阿里巴巴的目標及戰略；阿里巴巴的未來業務發展；阿里巴巴維持其生態體系、聲譽及品牌的可信賴狀態的能力；與增加阿里巴巴業務及新業務投資有關的風險；與戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴保持或提升消費者、商家及其他參與者參與其生態體系的程度以及推出新產品的能力；阿里巴巴保持或增加其收入或業務的能力；與支付寶提供的服務局限性或限制有關的風險；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動；隱私及監管問題；競爭；安全漏洞；中國乃至全球電子商務市場的持續增長；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻金服）的表現有關的風險；及中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動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）、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托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、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤和非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托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／每股美國存托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核心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，以及為我們的核心商業分部提供補充資料的核心商業交易市場經調整 EBITA，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、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托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、核心商業經調整 EBITA、淨利潤、攤薄每股／每股美國存托股收益、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；以及(ii) 某些非現金費用，包括股權激勵費用、攤銷、折舊、與土地使用權有關的經營租賃成本及商譽減值。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；以及(ii) 某些非現金費用，包括股權激勵費用、攤銷及商譽減值。我們認為上述項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

核心商業交易市場經調整EBITA指在核心商業經調整EBITA中剔除以下各項業務的影響：(i)本地生活服務；(ii) 新零售及進口直營；(iii) Lazada；及(iv)菜鳥網絡。核心商業交易市場經調整EBITA反映了我們最成熟業務的業績，即我們主要基於交易市場模式的中國零售市場和批發市場，因此通過排除尚處於早期發展階段且商業模式仍在變化的業務，核心商業交易市場經調整EBITA能幫助投資者在可比的基礎上清晰地評估我們最成熟業務的業績表現。

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、攤銷、投資及商譽減值、視同處置／處置／重估投資產生的收益（損失）、與取得螞蟻金服33%股份有關的收益、因與螞蟻金服的重組安排而產生額外價值的攤銷及其他，以及非公認會計準則調整所產生的所得稅影響。

非公認會計準則攤薄每股收益指歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以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托股收益**按普通股與美國存托股的比率調整後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（不包括與我們建設企業園區有關的購置土地使用權和在建工程支出）、獲授權版權和其他無形資產，以及從經營活動產生的現金流量淨額中剔除我們的中國零售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「與我們建設企業園區有關的購置土地使用權和在建工程支出」，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。我們還剔除了我們的中國零售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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	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	117,278	161,456	23,192	283,346	395,397	56,795
營業成本	(60,813)	(84,332)	(12,114)	(151,319)	(209,865)	(30,145)
產品開發費用	(8,901)	(11,077)	(1,591)	(28,776)	(32,493)	(4,667)
銷售和市場費用	(12,104)	(15,800)	(2,270)	(30,131)	(38,494)	(5,529)
一般及行政費用	(5,853)	(7,415)	(1,065)	(17,277)	(20,326)	(2,920)
無形資產攤銷	(2,809)	(3,272)	(470)	(7,524)	(9,344)	(1,342)
商譽減值	—	—	—	—	(576)	(83)
經營利潤	26,798	39,560	5,682	48,319	84,299	12,109
利息收入和投資淨收益	11,560	17,136	2,462	25,441	80,671	11,588
利息費用	(1,334)	(1,309)	(188)	(3,887)	(4,015)	(577)
其他淨收益（損失）	387	987	142	(1,228)	6,259	899
扣除所得稅及權益法核算的						
投資損益前的利潤	37,411	56,374	8,098	68,645	167,214	24,019
所得稅費用	(5,586)	(8,407)	(1,208)	(11,528)	(17,934)	(2,576)
權益法核算的投資損益	(861)	2,165	311	(262)	(9,278)	(1,333)
淨利潤	30,964	50,132	7,201	56,855	140,002	20,110
歸屬於非控制性權益的淨損失	2,156	2,042	293	5,118	6,211	892
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	33,120	52,174	7,494	61,973	146,213	21,002
夾層權益的增值	(68)	135	20	(203)	(112)	(16)
歸屬於普通股股東的淨利潤	33,052	52,309	7,514	61,770	146,101	20,986
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾						
基本	1.60	2.48	0.36	2.99	7.00	1.01
攤薄	1.58	2.44	0.35	2.94	6.89	0.99
歸屬於普通股股東的						
每股美國存托股收益⁽¹⁾						
基本	12.83	19.87	2.85	23.94	55.98	8.04
攤薄	12.64	19.55	2.81	23.54	55.14	7.92
用於計算每股收益的加權						
平均股數（百萬股）⁽¹⁾						
基本	20,608	21,058		20,642	20,878	
攤薄	20,913	21,393		20,984	21,187	

(1) 每股美國存托股代表八股普通股。欲瞭解更多信息，請參見「股份分拆及美國存托股比率變更」。

阿里巴巴集團控股有限公司 收入

所示期間按分部劃分的收入如下：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業 ⁽¹⁾	102,843	141,475	20,322	244,506	342,239	49,160
雲計算 ⁽²⁾	6,611	10,721	1,540	16,976	27,799	3,993
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	6,491	7,396	1,062	18,406	21,004	3,017
創新業務及其他 ⁽⁴⁾	1,333	1,864	268	3,458	4,355	625
總計	117,278	161,456	23,192	283,346	395,397	56,795

- (1) 核心商業的收入主要來自我們的中國零售市場、盒馬、1688.com、Lazada.com、速賣通、Alibaba.com、菜鳥物流服務及本地生活服務。
- (2) 雲計算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。
- (3) 數字媒體及娛樂收入主要來自優酷及 UCWeb。
- (4) 創新業務及其他收入主要來自高德、天貓精靈及其他創新業務。其他收入亦包括自螞蟻金服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）如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業	40,368	51,347	7,375	87,680	118,465	17,016
雲計算	(1,233)	(1,822)	(262)	(4,472)	(5,259)	(755)
數字媒體及娛樂	(7,097)	(3,960)	(569)	(16,192)	(10,446)	(1,500)
創新業務及其他	(2,549)	(2,856)	(410)	(8,525)	(8,929)	(1,283)
未分攤	(2,691)	(3,149)	(452)	(10,172)	(9,532)	(1,369)
總計	26,798	39,560	5,682	48,319	84,299	12,109

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業	46,079	58,075	8,342	108,683	137,674	19,775
雲計算	(274)	(356)	(51)	(994)	(1,235)	(177)
數字媒體及娛樂	(6,034)	(3,298)	(474)	(12,968)	(7,738)	(1,111)
創新業務及其他	(1,596)	(1,870)	(269)	(4,039)	(5,752)	(826)
未分攤	(1,608)	(1,889)	(271)	(4,458)	(5,640)	(811)
總計	36,567	50,662	7,277	86,224	117,309	16,850

阿里巴巴集團控股有限公司
分部信息（續）

下表載列截至 2019 年 12 月 31 日止九個月我們經營分部的節選財務資料：

	截至 2019 年 12 月 31 日止九個月						
	核心商業	雲計算	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	美元
	（以百萬計，百分比除外）						
收入	342,239	27,799	21,004	4,355	—	395,397	56,795
經營利潤（虧損）	118,465	(5,259)	(10,446)	(8,929)	(9,532)	84,299	12,109
加：股權激勵費用	11,074	4,007	1,718	3,114	3,177	23,090	3,316
加：無形資產攤銷	8,135	17	990	63	139	9,344	1,342
加：商譽減值	—	—	—	—	576	576	83
經調整 EBITA	137,674 ⁽²⁾	(1,235)	(7,738)	(5,752)	(5,640)	117,309	16,850
經調整 EBITA 利潤率	40%	(4)%	(37)%	(132)%		30%	

	截至 2018 年 12 月 31 日止九個月					
	核心商業	雲計算	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
	（以百萬計，百分比除外）					
收入	244,506	16,976	18,406	3,458	—	283,346
經營利潤（虧損）	87,680	(4,472)	(16,192)	(8,525)	(10,172)	48,319
加：股權激勵費用	14,640	3,463	2,297	4,456	5,525	30,381
加：無形資產攤銷	6,363	15	927	30	189	7,524
經調整 EBITA	108,683	(994)	(12,968)	(4,039)	(4,458)	86,224
經調整 EBITA 利潤率	44%	(6)%	(70)%	(117)%		30%

(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) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 25%至人民幣 158,781 百萬元（22,807 百萬美元）。核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

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 12 月 31 日	
	2019	2019	
	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	189,976	350,575	50,357
短期投資	3,262	1,371	197
受限制現金及應收託管資金	8,518	20,949	3,009
證券投資	9,927	5,264	756
預付款項、應收款項及其他資產	58,590	81,287	11,676
流動資產總額	270,273	459,446	65,995
證券投資	157,090	178,155	25,590
預付款項、應收款項及其他資產 ⁽¹⁾	28,018	54,715	7,860
股權投資	84,454	183,882	26,413
物業及設備（淨值）	92,030	101,520	14,582
無形資產（淨值）	68,276	64,748	9,301
商譽	264,935	277,029	39,793
資產總額	965,076	1,319,495	189,534
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	7,356	4,215	605
短期無擔保優先票據	15,110	—	—
應付所得稅	17,685	21,883	3,143
應付託管資金	8,250	9,205	1,322
預提費用、應付款項及其他負債 ⁽¹⁾	117,711	165,275	23,741
商家保證金	10,762	23,967	3,443
遞延收入及客戶預付款	30,795	37,913	5,446
流動負債總額	207,669	262,458	37,700

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 12 月 31 日	
	2019	2019	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	1,467	1,939	278
遞延所得稅負債	22,517	43,879	6,303
長期銀行借款	35,427	38,797	5,573
長期無擔保優先票據	76,407	79,375	11,401
其他負債 ⁽¹⁾	6,187	25,937	3,726
負債總額	349,674	452,385	64,981
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	6,819	7,795	1,120
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	231,783	337,046	48,414
庫存股（按成本計）	—	—	—
重組儲備	(97)	—	—
應收股權認購款項	(49)	(50)	(7)
法定儲備	5,068	5,969	857
累計其他綜合損失	(2,335)	(2,048)	(294)
未分配利潤	257,886	403,198	57,916
股東權益總額	492,257	744,116	106,886
非控制性權益	116,326	115,199	16,547
權益總額	608,583	859,315	123,433
負債、夾層權益及權益總額	965,076	1,319,495	189,534

(1) 我們於 2020 年財政年度第一季度開始以修訂追溯法採用 ASU 2016-02「租賃（專題 842 號）」，而可比期間則不作調整。採用該準則導致於 2019 年 4 月 1 日的合併資產負債表確認約人民幣 249 億元的經營租賃使用權資產及約人民幣 194 億元的經營租賃負債。

經營租賃使用權資產包含在合併資產負債表的非流動預付款項、應收款項及其他資產內，而經營租賃負債包含在流動預提費用、應付款項及其他負債以及其他非流動負債內。

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	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	64,898	96,505	13,862	132,422	178,443	25,632
投資活動所用的現金流量淨額	(31,055)	(32,588)	(4,681)	(134,309)	(75,077)	(10,784)
融資活動(所用)產生的現金 流量淨額	(8,915)	61,287	8,803	(8,111)	67,886	9,751
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	(66)	(1,952)	(280)	4,387	1,778	255
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)	24,862	123,252	17,704	(5,611)	173,030	24,854
期初現金及現金等價物、受限 制現金及應收託管資金	172,253	248,272	35,662	202,726	198,494	28,512
期末現金及現金等價物、受限 制現金及應收託管資金	197,115	371,524	53,366	197,115	371,524	53,366

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

所示期間我們的淨利潤調整至經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
淨利潤	30,964	50,132	7,201	56,855	140,002	20,110
減：利息收入和投資淨收益	(11,560)	(17,136)	(2,462)	(25,441)	(80,671)	(11,588)
加：利息費用	1,334	1,309	188	3,887	4,015	577
減：其他淨收益（損失）	(387)	(987)	(142)	1,228	(6,259)	(899)
加：所得稅費用	5,586	8,407	1,208	11,528	17,934	2,576
加：權益法核算的投資損益	861	(2,165)	(311)	262	9,278	1,333
經營利潤	26,798	39,560	5,682	48,319	84,299	12,109
加：股權激勵費用	6,960	7,830	1,125	30,381	23,090	3,316
加：無形資產攤銷	2,809	3,272	470	7,524	9,344	1,342
加：商譽減值	—	—	—	—	576	83
經調整 EBITA	36,567	50,662	7,277	86,224	117,309	16,850
加：物業及設備的折舊及攤銷以及與土地使用權有關的經營租賃成本	4,141	5,218	750	10,553	14,910	2,142
經調整 EBITDA	40,708	55,880	8,027	96,777	132,219	18,992

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）

所示期間核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
核心商業經調整 EBITA	46,079	58,075	8,342	108,683	137,674	19,775
減：本地生活服務、新零售及進口直營、Lazada 和菜鳥網絡的影響	8,224	8,296	1,192	18,218	21,107	3,032
核心商業交易市場經調整 EBITA	54,303	66,371	9,534	126,901	158,781	22,807

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）

所示期間我們的淨利潤調整至非公認會計準則淨利潤的調節如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
淨利潤	30,964	50,132	7,201	56,855	140,002	20,110
加：股權激勵費用	6,960	7,830	1,125	30,381	23,090	3,316
加：無形資產攤銷	2,809	3,272	470	7,524	9,344	1,342
加：投資及商譽減值	7,552	4,842	695	7,910	24,947	3,583
減：視同處置／處置／重估 投資產生的收益及其他	(16,859)	(17,015)	(2,444)	(27,564)	(15,098)	(2,168)
減：取得螞蟻金服 33% 股份 的收益	—	(2,336)	(336)	—	(71,561)	(10,279)
加：因與螞蟻金服的 重組安排而產生額外價值 的攤銷	66	—	—	198	97	14
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 ⁽¹⁾	(1,695)	(232)	(33)	(1,953)	(629)	(90)
非公認會計準則淨利潤	29,797	46,493	6,678	73,351	110,192	15,828

(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、部分投資收益或損失及無形資產攤銷相關的所得稅影響。

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）

所示期間我們攤薄每股／每股美國存托股收益調整至非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益的調節如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	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利潤－基本	33,052	52,309	7,514	61,770	146,101	20,986
權益法核算的被投資企業及子公司的股票期權計劃對收益的攤薄效應	(16)	(32)	(5)	(31)	(47)	(7)
歸屬於普通股股東的淨利潤－攤薄	33,036	52,277	7,509	61,739	146,054	20,979
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	(1,167)	(3,639)	(523)	16,496	(29,810)	(4,282)
用於計算非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤	31,869	48,638	6,986	78,235	116,244	16,697
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） ⁽⁵⁾	20,913	21,393		20,984	21,187	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	1.58	2.44	0.35	2.94	6.89	0.99
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(0.06)	(0.17)	(0.02)	0.79	(1.40)	(0.20)
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1.52	2.27	0.33	3.73	5.49	0.79
攤薄每股美國存托股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	12.64	19.55	2.81	23.54	55.14	7.92
加：對每股美國存托股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(0.45)	(1.36)	(0.20)	6.29	(11.26)	(1.62)

非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	<u>12.19</u>	<u>18.19</u>	<u>2.61</u>	<u>29.83</u>	<u>43.88</u>	<u>6.30</u>
--------------------------------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	-------------

- (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。攤薄每股美國存托股收益按普通股與美國存托股的比率調整後的攤薄每股收益得出。
- (3) 對每股淨利潤的非公認會計準則調整按對淨利潤的非公認會計準則調整額除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。對每股美國存托股淨利潤的非公認會計準則調整按普通股與美國存托股的比率調整後的對每股淨利潤的非公認會計準則調整得出。
- (4) 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托股收益按普通股與美國存托股的比率調整後的不公認會計準則攤薄每股收益得出。
- (5) 每股美國存托股代表八股普通股。欲了解更多信息，請參見「股份分拆及美國存托股比率變更」一節。

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）

所示期間經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節如下表所示：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2018	2019		2018	2019	
	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	64,898	96,505	13,862	132,422	178,443	25,632
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）	(10,011)	(5,749)	(825)	(26,648)	(20,781)	(2,985)
減：購置獲授權版權和其他無形資產	(3,514)	(5,274)	(758)	(12,010)	(10,120)	(1,454)
減：消費者保護基金的資金變動	—	(7,203)	(1,035)	—	(12,414)	(1,783)
自由現金流	51,373	78,279	11,244	93,764	135,128	19,410

阿里巴巴集團控股有限公司
 運營數據概要

年度活躍消費者

所示期間內我們的中國零售市場年度活躍消費者數量如下表所示：

	截至相應日期止 12 個月期間							
	2018 年 3 月 31 日	2018 年 6 月 30 日	2018 年 9 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
	(以百萬計)							
年度活躍消費者	552	576	601	636	654	674	693	711

移動月活躍用戶

所示期間內我們的中國零售市場移動月活躍用戶數量如下表所示：

	截至相應日期的月度							
	2018 年 3 月 31 日	2018 年 6 月 30 日	2018 年 9 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日
	(以百萬計)							
移動月活躍用戶	617	634	666	699	721	755	785	824