

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）

2020年十二月底止季度業績公告

我們在此發佈截至2020年12月31日止的三個月（「2020年十二月底止季度」）未經審核業績公告。本2020年十二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 <https://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，2021年2月2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、武衛女士、J. Michael EVANS先生、井賢棟先生及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、E. Börje EKHOLM先生及Wan Ling MARTELLO女士。



阿里巴巴集團 2020 年 12 月份季度業績公告

中國杭州，2021 年 2 月 2 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 2020 年 12 月 31 日止季度（「本季度」或「12 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表示：「中國是 2020 年全球唯一實現經濟正增長的主要經濟體。得益於中國經濟的快速回暖，阿里巴巴再次迎來一個非常健康的季度。天貓雙 11 全球狂歡季再獲成功，在促進消費增長、滿足消費需求的同時，通過提供數字化轉型方案支持了商家應對疫情帶來的影響。本季度，雲計算業務繼續擴大市場領先地位，並呈現強勁增長，反映出中國處於早期發展階段的雲計算市場的巨大潛力，也是我們多年在技術領域堅持投入的結果。面向未來，我們會繼續致力於為客戶創造價值、為創新做表率，為社會做出自己的貢獻。我們對此充滿信心。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們這個季度繼續保持穩定增長，收入同比增長 37%，經調整 EBITDA 同比增長 22%，強勁的自由現金流使我們可以進一步投資於戰略性領域。我們十分欣喜，阿里雲於本季度經調整 EBITA 轉正，菜鳥網絡實現正經營現金流。這些業務進展，反映出我們對業務採取有機孵化及擴展、開啟業務到取得盈利的長期投資策略。」

業績概要

截至 2020 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,210.84 億元（338.83 億美元），同比增長 37%。
- 中國零售市場年度活躍消費者截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月期間達 7.79 億，較截至 2020 年 9 月 30 日止 12 個月期間增加 2,200 萬。
- 2020 年 12 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 9.02 億，較 2020 年 9 月增加 2,100 萬。
- 經營利潤為人民幣 490.02 億元（75.10 億美元），同比增加 24%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 22% 至人民幣 683.80 億元（104.80 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 21% 至人民幣 612.53 億元（93.87 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 794.27 億元（121.73 億美元），淨利潤為人民幣 779.77 億元（119.50 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 592.07 億元（90.74 億美元），同比增長 27%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 28.85 元（4.42 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 22.03 元（3.38 美元），同比增長 21%。攤薄每股收益為人民幣 3.61 元（0.55 美元或 4.29 港元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.75 元（0.42 美元或 3.27 港元），同比增長 21%。

- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 1,032.08 億元（158.17 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 962.10 億元（147.45 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

中國零售市場 – 豐富多元的商品供給、引人入勝的用戶體驗，驅動消費者增長和購買頻次提升

消費者

2020 年 12 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶數達到 9.02 億。截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達到 7.79 億，單季淨增長 2,200 萬。我們持續在用戶群體中加強消費者心智及消費份額，這些都體現在各線級城市更高的購買頻次之中。

我們繼續深入欠發達地區，表明不斷擴大商品供給以滿足多元化需求的策略持續取得成效。淘寶特價版是我們在欠發達地區獲取新用戶和消費者的一個關鍵驅動因素。通過持續擴大具性價比商品的供給，以及聚焦於獲取用戶的舉措，本季度，淘寶特價版取得了快速的用戶增長。截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月，淘寶特價版的年度活躍消費者超過 1 億；2020 年 12 月，淘寶特價版的月活躍用戶也突破 1 億。

商品供給

天貓線上實物商品交易額（「GMV」）（剔除未支付訂單）在 2020 年 12 月份季度同比增長 19%，主要受到快速消費品及家裝類目的快速增長所推動，同時消費電子品類的同比增長也實現加速。在 2020 年 12 月份季度，淘寶線上實物 GMV（剔除未支付訂單）同比增長強勁，主要受來自服飾、家居裝飾及消費電子品類的穩健增長所驅動。

本季度內，我們舉辦了第 12 屆天貓雙 11 全球狂歡季，為了更好地服務品牌及提升消費者體驗，我們作出了一系列的重要調整。我們將原本於 11 月 11 日舉辦一天的節日，延長為 2020 年 11 月 1 日至 11 日共 11 天。這一轉變旨在為商家及品牌帶來更多機會，以期提升銷售額，並與消費者互動及建立關係。延長節日時間也有助提升消費者的整體購物體驗，包括紓緩對物流需求的壓力，保障訂單的及時派送。新的活動形式帶來亮眼的成績，吸引了超過 25 萬個品牌及 500 萬個商家參與其中，11 天活動產生的 GMV（剔除未支付訂單）達到人民幣 4,982 億元（741 億美元），與 2019 年同期相比增長 26%。超過 470 個品牌銷售額超過人民幣 1 億元，展現出我們生態系統全面數字化轉型帶來的良性循環效應。此次活動也是品牌推出新品及建立品牌知名度的機會。今年活動期間，約有 3,000 萬款新品發佈，新品銷售產生的 GMV（剔除未支付訂單）同比強勁增長 35%。

天貓國際是國際品牌和商家通過線上方式進入中國市場、打造品牌知名度的首選平台。截至 2020 年 12 月 31 日止，天貓國際平台上的在線品牌和商家數目同比增長 60%。為了更好地連接國際品牌和中國消費者，天貓國際持續創新其跨境物流解決方案。在中國未有實體經營的品牌如今可以將庫存儲存在我們位於其當地市場的海外倉中，天貓國際會在買家下單後安排將商品出口至中國市場。該服務利用阿里巴巴物流基礎設施的能力和規模優勢，幫助品牌快速進入中國市場，同時降低銷售的不確定性、控制成本。在 12 月份季度，天貓國際上由海外倉儲存並發貨的商品購買量快速增長，GMV（剔除未支付訂單）同比實現三位數增長。

消費者參與度

於 12 月份季度，我們在淘寶 APP 的首頁引入了「訂閱」和「逛逛」功能，進一步增強了用戶和品牌、商家、網絡紅人（KOLs）、視頻博主和內容創作者的互動。在「訂閱」頁面，消費者可以查看由其訂閱或加入會員的店鋪所提供的新品和促銷信息。這項功能是提高消費者對於優質商家及品牌忠誠度的有效方式。瀏覽「逛逛」頁面，消費者可以了解最新的消費和生活方式潮流，關注他們最喜愛的網絡紅人、視頻博主和內容創作者。本季度，淘寶首頁推薦帶來的頁面訪問量同比強勁增長超過 90%。

淘寶直播是一個不可或缺的品牌、營銷和分發工具，讓消費者通過直播活動與品牌、商家和網絡紅人直接互動。聚划算、餓了麼和飛豬等我們的自有業務，也越來越多地利用淘寶直播來吸引消費者並與之互動。截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月，淘寶直播帶來的 GMV 超過人民幣 4,000 億元。

新零售 - 以多品牌、多業態的策略提升在日用雜貨品類中的市場份額

於 2020 年 10 月，我們完成收購中國領先的商超運營商高鑫零售有限公司（「高鑫零售」）的控股股權，並開始將高鑫零售的業績合併到我們的財務報表中。通過對高鑫零售的增資，我們可將其線下流量實現數字化，打通線上和線下渠道的庫存，拓寬供應鏈網絡，並增加線上購物。截至 2020 年 12 月 31 日止季度，主要由阿里巴巴數字技術所驅動的線上購物，已佔高鑫零售商品銷售收入的 24%。

我們自營的零售連鎖商超盒馬本季度同店銷售實現了健康的雙位數增長，這是由於我們繼續優化產品供給及提升消費體驗。截至 2020 年 12 月 31 日，我們在中國自營盒馬門店 246 家。盒馬將繼續採用多品牌及多業態的擴展策略，開展新的食品、飲料、百貨消費業態和場景。本季度，盒馬在上海開設了其第一家「X 會員店」，其特色是專門為會員提供具有競爭力價格且高品質的商品。

本地生活服務 - 高質量商家和消費者的快速增長

在新冠疫情為中國帶來影響之後，餐飲服務行業對數字化的需求依然強勁。餓了麼繼續把握這一市場機會，通過提供數字技術解決方案和其他增值服務吸引優質商家。截至 2020 年 12 月 31 日，註冊商家數量同比增長超過 30%。

由於我們成功升級了會員體系，同時持續吸引優質商家入駐，餓了麼在 12 月份季度的日均付費會員數同比增長約 30%。作為新零售戰略的一部分，餓了麼繼續擴展其即時配送服務以覆蓋更廣泛的商品品類，如新鮮農產品和日用雜貨。截至 2020 年 12 月 31 日，餓了麼的非餐飲註冊商家數量同比增長超過 80%。

菜鳥網絡 - 提升阿里巴巴生態系統以及中國和國際物流行業效率

在 12 月份季度，菜鳥網絡的收入同比增長 51% 至人民幣 113.60 億元（17.41 億美元），這主要由於我們快速增長的跨境和國際零售業務的履約訂單量增加。本季度，菜鳥網絡實現正經營現金流。

菜鳥網絡通過與物流合作夥伴深化整合、提供更多商品及服務，以持續擴展其國內服務及全球智能物流骨幹網。在中國，菜鳥網絡及其合作夥伴在天貓雙 11 全球狂歡季期間處理了超過 23 億個訂單，同時持續提高配送效率、優化消費者體驗。國際方面，菜鳥網絡及其合作夥伴繼續投資智能物流骨幹網，為全球商家提供服務，幫助緩解因新冠疫情而受限的物流運力。2020 年 12 月，菜鳥網絡為速賣通業務調度了超過 200 班次的國際貨運包機航班，提高了速賣通訂單的履約效率，將由中國訂單送到國際市場的平均派送時間縮短了 3.5 天。

國際 - 東南亞市場保持強勁增長 速賣通增長恢復

Lazada - 受惠於東南亞市場各行各業加速數字化，我們的東南亞電商平台 **Lazada** 的買家與賣家數量錄得強勁增長。儘管 **Lazada** 的多個運營所在地正在面對新一波新冠疫情，**Lazada** 的訂單繼續實現三位數同比增長。

速賣通 - 儘管新冠疫情導致多個運營所在市場的物流服務中斷，速賣通與菜鳥網絡合作，繼續投資並升級其全球物流基礎設施，以提高跨境配送能力和效率。這些投資支持速賣通業務自 2020 年 3 月份季度低谷以來持續恢復增長。不計俄羅斯合資企業業務，12 月份季度 **GMV**（剔除未支付訂單）增長已恢復至新冠疫情前水平。

雲計算

阿里雲通過為各行業提供全面的技術解決方案和服務，助力企業數字化轉型。在 12 月份季度，雲計算業務收入同比增長 50% 至人民幣 161.15 億元（24.70 億美元），主要由互聯網、零售行業和公共部門客戶收入的強勁增長所推動。本季度內，由於實現規模經濟效益，阿里雲首次實現了經調整 **EBITA** 轉正。

天貓雙 11 全球狂歡季期間，阿里雲提供了高度可擴展、可靠和安全的公共雲基礎設施，在其峰值時每秒處理 58.3 萬筆訂單。自從一年前我們將電商業務遷移至公共雲以來，這些業務現在能夠以雲原生的方式實現無縫創建、升級和部署；這一能力在雙 11 期間尤為重要，幫助我們提高運營效率、確保業務連貫性。

阿里雲一直持續投資於領先的雲技術研發，幫助我們的客戶進行數字化轉型、實現業務增長。我們的自主研發技術不斷贏得 Gartner 和 Forrester 等領先研究和諮詢機構的認可。例如，根據 Gartner 2020 年 11 月的報告，在全球大型雲服務提供商中，阿里雲是唯一一家在 Gartner 全球數據庫魔力象限數據管理系統排名中進入「領導者」（Leader）象限的中國公司。

數字媒體及娛樂

優酷繼續專注於提供優質的用戶體驗和類型多元的精彩內容。本季度，優酷的日均付費用戶同比增長約 30%，主要得益於其原創內容的吸引力以及 88VIP 會員計劃的持續貢獻。

阿里影業在內容投資和發行方面延續佳績。例如，新年 3 天假期期間的中國電影票房前三名均由阿里影業投資並發行，且據燈塔票房數據顯示，在此期間，這三部電影為中國票房帶來超過 80% 的貢獻。阿里影業廣受歡迎的原創劇，如《我憑本事單身》等，也推動了本季度優酷付費用戶強勁增長。此外，阿里影業還加強了專供優酷獨家播映的原創熱門劇集製作能力，並強化了內容所有方在我們電商市場的知識產權（IP）商業化。

通過審慎投資於內容和製作能力，我們持續提高數字媒體及娛樂業務的經營效率。本季度，數字媒體及娛樂分部的經調整 EBITA 虧損同比收窄。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2020 年 12 月 31 日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 1,032.08 億元（158.17 億美元），較 2019 年同期的人民幣 965.05 億元增長 7%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）為人民幣 962.10 億元（147.45 億美元），較 2019 年同期的人民幣 782.79 億元增長 23%，主要由於我們盈利的穩健增長。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。

股份回購

2020 年 12 月 28 日，我們宣佈我們的董事會已授權將本公司的股份回購計劃總額由 60 億美元增加至 100 億美元，有效期為兩年至 2022 年底。截至 2020 年 12 月 31 日止季度，我們在該股份回購計劃下以 1.18 億美元回購了約 540,000 股美國存託股（約 430 萬股普通股）。截至 2020 年 12 月 31 日止，我們已發行與流通的普通股約 217 億股（相當於約 27.1 億股美國存託股）。

反壟斷調查

2020 年 12 月 24 日，阿里巴巴集團收到國家市場監督管理總局（「市場監管總局」）發出的調查通知，通知我們其已根據《中華人民共和國反壟斷法》開始對我們進行調查。這項調查正在進行中，我們正在與市場監管總局充分合作。我們成立了由多個相關部門負責人組成的專項工作組，開展相關業務自查工作。我們將繼續與市場監管總局就合規要求進行積極溝通。調查結束後，我們將進一步向市場提供更新信息。

螞蟻集團更新消息

2020年11月3日，螞蟻集團宣布暫緩其擬在上海證券交易所科創板與香港聯交所的兩地上市和首次公開募股計劃。由於最近中國金融科技監管環境的重大變化，螞蟻集團正在製定整改方案，該方案還須履行監管部門程序。因此，螞蟻集團的業務前景和上市計劃存在重大的不確定性。目前我們尚無法全面準確評估這些變化和不確定性對阿里巴巴集團的影響。在螞蟻集團整改方案履行監管部門程序後，我們將向市場提供更新信息。

重要運營指標*

	2019年 12月31日	2020年 9月30日	2020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）	711	757	779	68	22
移動月活躍用戶 ⁽²⁾ （以百萬計）	824	881	902	78	21

* 有關本業績公告所使用但未釋義的詞語，請參閱截至2020年3月31日止財政年度的年度報告。

(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 (以百萬計，百分比及每股數據除外)
	2019	2020		
	人民幣	人民幣	美元 ⁽¹⁾	
收入	161,456	221,084	33,883	37%
經營利潤	39,560	49,002	7,510	24%
經營利潤率	25%	22%		
經調整 EBITDA ⁽²⁾	55,880	68,380	10,480	22%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	35%	31%		
經調整 EBITA ⁽²⁾	50,662	61,253	9,387	21%
經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾	31%	28%		
淨利潤	50,132	77,977	11,950	56% ⁽³⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	52,309	79,427	12,173	52% ⁽³⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾	46,493	59,207	9,074	27%
攤薄每股收益 ⁽⁴⁾	2.44	3.61	0.55	48% ⁽³⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾	19.55	28.85	4.42	48% ⁽³⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	2.27	2.75	0.42	21%
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	18.19	22.03	3.38	21%

(1) 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 6.5250 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2020 年 12 月 31 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 0.84164 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2020 年 12 月 31 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美國公認會計準則指標之間的調節」各節。

(3) 同比增長主要由於截至 2020 年 12 月 31 日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生的淨收益有所增加。

(4) 每股美國存託股代表八股普通股。

12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 2020 年 12 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	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	195,541	16,115	8,079	1,349	—	221,084 33,883
經營利潤(虧損)	59,513	(2,044)	(2,387)	(3,454)	(2,626)	49,002 7,510
加：股權激勵費用	4,269	2,063	770	1,439	538	9,079 1,391
加：無形資產攤銷	2,855	5	228	23	61	3,172 486
經調整 EBITA	66,637 ⁽³⁾	24	(1,389)	(1,992)	(2,027)	61,253 9,387
經調整 EBITA 利潤率	34%	0%	(17)%	(148)%		28%
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 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	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	141,475	10,721	8,028	1,232	—	161,456
經營利潤(虧損)	51,347	(1,822)	(4,094)	(2,722)	(3,149)	39,560
加：股權激勵費用	3,863	1,460	364	931	1,212	7,830
加：無形資產攤銷	2,865	6	330	23	48	3,272
經調整 EBITA	58,075	(356)	(3,400)	(1,768)	(1,889)	50,662
經調整 EBITA 利潤率	41%	(3)%	(42)%	(144)%		31%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

(2) 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。

(3) 截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的核心商業交易市場經調整 EBITA 為人民幣 73,327 百萬元（11,238 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。

12 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的收入為人民幣 221,084 百萬元（33,883 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 161,456 百萬元增長 37%。上述增長主要由我們的中國零售商業業務的穩健收入增長（其中包括自 2020 年 10 月開始合併高鑫零售）及雲計算業務的強勁收入增長所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入將同比增長 27%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2019		2020		%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)			
核心商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理 ⁽¹⁾	84,644	52%	101,919	15,620	46%	20%
— 其他 ⁽²⁾	25,814	16%	51,760	7,932	23%	101%
	110,458	68%	153,679	23,552	69%	39%
中國批發商業	3,365	2%	3,831	587	2%	14%
跨境及全球零售商業	7,396	5%	10,158	1,557	5%	37%
跨境及全球批發商業	2,457	1%	3,762	577	2%	53%
菜鳥物流服務	7,518	5%	11,360	1,741	5%	51%
本地生活服務	7,584	5%	8,348	1,279	4%	10%
其他	2,697	2%	4,403	675	2%	63%
核心商業合計	141,475	88%	195,541	29,968	89%	38%
雲計算	10,721	7%	16,115	2,470	7%	50%
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	8,028	5%	8,079	1,238	4%	1%
創新業務及其他 ⁽³⁾	1,232	0%	1,349	207	0%	9%
總計	161,456	100%	221,084	33,883	100%	37%

(1) 為更好反映我們對商家的價值創造，我們把佣金收入作為客戶管理收入的一部分列報。可比期間數字相應以相同方式列報。

(2) 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（主要包括高鑫零售、天貓超市、盒馬、進口直營和銀泰）產生。

(3) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

核心商業

● 中國零售商業

截至 2020 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 153,679 百萬元（23,552 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 110,458 百萬元增長 39%。客戶管理收入增長 20%，主要由於包括推薦信息流在內的新變現模式的收入增長強勁，搜索變現單次點擊平均單價的上升，以及天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比增長 19%。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣51,760百萬元（7,932百萬美元），相較2019年同期的人民幣25,814百萬元，按年同比增長達101%。該增長主要來自**合併高鑫零售**，以及包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻。

自我們於2020年10月開始合併高鑫零售後，我們的直營業務收入的比例在本季度有所上升。我們預期我們的直營業務收入的比例將隨著我們進一步實施新零售戰略而繼續增大。

- **中國批發商業**

截至2020年12月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣3,831百萬元（587百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,365百萬元增長14%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的平均收入的上升和付費會員數量的增加。

- **跨境及全球零售商業**

截至2020年12月31日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣10,158百萬元（1,557百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,396百萬元增長37%。增長的主要原因是來自Lazada和Trendyol的收入增長。

- **跨境及全球批發商業**

截至2020年12月31日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣3,762百萬元（577百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,457百萬元增長53%。增長的主要原因是來自Alibaba.com付費會員數量的增加和付費會員的平均收入的上升，以及與跨境業務相關的增值服務收入的增長。

- **菜鳥物流服務**

截至2020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11,360百萬元（1,741百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,518百萬元增長51%，主要原因是我們快速發展的跨境及全球零售商業業務所帶來的已履約的訂單量的增長。

- **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2020年12月31日止三個月共人民幣8,348百萬元（1,279百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,584百萬元增長10%，主要由於GMV的增長以及抵銷收入的補貼效率的提升所致。

雲計算

截至2020年12月31日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣16,115百萬元（2,470百萬美元），相較2019年同期的人民幣10,721百萬元增長50%，主要由互聯網、零售行業和公共部門客戶收入的強勁增長所推動。

數字媒體及娛樂

截至2020年12月31日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣8,079百萬元（1,238百萬美元），相較2019年同期的人民幣8,028百萬元增長1%。該輕微增長的主要原因是來自線上遊戲業務收入的增長，大部份被客户管理收入的減少所抵銷。

創新業務及其他

截至2020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1,349百萬元（207百萬美元），相較2019年同期的人民幣1,232百萬元增長9%。

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 12 月 31 日止三個月					
	2019		2020		%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	84,332	52%	121,268	18,585	55%	3%
產品開發費用	11,077	7%	13,607	2,086	6%	(1)%
銷售和市場費用	15,800	9%	25,343	3,884	11%	2%
一般及行政費用	7,415	5%	8,692	1,332	4%	(1)%
無形資產攤銷	3,272	2%	3,172	486	2%	0%
成本及費用總額	<u>121,896</u>	<u>75%</u>	<u>172,082</u>	<u>26,373</u>	<u>78%</u>	<u>3%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	1,685	1%	2,143	329	1%	0%
產品開發費用	3,644	2%	4,022	616	2%	0%
銷售和市場費用	961	0%	1,085	166	0%	0%
一般及行政費用	1,540	1%	1,829	280	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>7,830</u>	<u>4%</u>	<u>9,079</u>	<u>1,391</u>	<u>4%</u>	<u>0%</u>
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	82,647	51%	119,125	18,256	54%	3%
產品開發費用	7,433	5%	9,585	1,470	4%	(1)%
銷售和市場費用	14,839	9%	24,258	3,718	11%	2%
一般及行政費用	5,875	4%	6,863	1,052	3%	(1)%
無形資產攤銷	3,272	2%	3,172	486	2%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>114,066</u>	<u>71%</u>	<u>163,003</u>	<u>24,982</u>	<u>74%</u>	<u>3%</u>

營業成本 – 截至2020年12月31日止三個月的營業成本為人民幣121,268百萬元（18,585百萬美元），佔收入比55%，2019年同期為人民幣84,332百萬元，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將從截至2019年12月31日止三個月的51%增加至截至2020年12月31日止三個月的54%。該增長主要由於直營業務佔比因合併高鑫零售及我們的天貓超市和新零售業務的增長而提高所導致的存貨成本上升，部分被我們本地生活服務的單均物流成本下降及數字媒體及娛樂分部的內容成本下降所抵銷。

產品開發費用 – 截至2020年12月31日止三個月的產品開發費用為人民幣13,607百萬元（2,086百萬美元），佔收入比例6%，2019年同期為人民幣11,077百萬元，佔收入比例7%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從截至2019年12月31日止三個月的5%下降至截至2020年12月31日止三個月的4%。

銷售和市場費用 – 截至2020年12月31日止三個月的銷售和市場費用為人民幣25,343百萬元（3,884百萬美元），佔收入比例11%，2019年同期為人民幣15,800百萬元，佔收入比例9%。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2019年12月31日止三個月的9%增加至截至2020年12月31日止三個月的11%。該增加主要由於我們為了獲取及留存中國零售市場的用戶而增加的市場推廣費用。

一般及行政費用 – 截至2020年12月31日止三個月的一般及行政費用為人民幣8,692百萬元（1,332百萬美元），佔收入比例4%，2019年同期為人民幣7,415百萬元，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2019年12月31日止三個月的4%下降至2020年12月31日止三個月的3%。

股權激勵費用 – 截至2020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9,079百萬元（1,391百萬美元），較2019年同期的人民幣7,830百萬元增加16%。截至2020年12月31日止三個月及去年同期股權激勵費用佔收入的比例平穩維持在4%。

所示期間內，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							%變動	
	2019年 12月31日		2020年 9月30日		2020年 12月31日				
	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⁾	6,587	4%	7,703	5%	7,694	1,179	4%	17%	(0)%
螞蟻集團的股權激 勵 ⁽²⁾	347	0%	16,056	10%	542	83	0%	56%	(97)%
其他 ⁽³⁾	896	0%	935	1%	843	129	0%	(6)%	(10)%
股權激勵費用合計	7,830	4%	24,694	16%	9,079	1,391	4%	16%	(63)%

(1) 此代表授予我們的員工的阿里巴巴集團的股權激勵。

(2) 此代表授予我們的員工並需按市值計價作會計處理的螞蟻集團的股權激勵。

(3) 「其他」包括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上季度維持平穩。

本季度與螞蟻集團的股權激勵相關費用較上季度下降，主要是我們於上季度確認了此等股權激勵價值的上升。

我們預計股權激勵費用將繼續受到股權激勵的價值及未來我們授出的激勵數量的變動所影響。

無形資產攤銷 – 截至2020年12月31日止三個月的無形資產攤銷為人民幣3,172百萬元（486百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,272百萬元減少3%。

經營利潤及經營利潤率

截至2020年12月31日止三個月的經營利潤為人民幣49,002百萬元（7,510百萬美元），佔收入比例22%，相較2019年同期的人民幣39,560百萬元，佔收入比例25%，增長24%。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2020年12月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣68,380百萬元（10,480百萬美元），相較2019年同期的人民幣55,880百萬元增長22%。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的經調整EBITDA將同比增長21%。

截至2020年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣61,253百萬元（9,387百萬美元），相較2019年同期的人民幣50,662百萬元增長21%。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				
	2019		2020		
	人民幣	%佔分部 收入比例	人民幣	美元	%佔分部 收入比例
	（以百萬計，百分比除外）				
核心商業	58,075	41%	66,637	10,213	34%
雲計算	(356)	(3)%	24	3	0%
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(3,400)	(42)%	(1,389)	(213)	(17)%
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,768)	(144)%	(1,992)	(305)	(148)%

(1) 自2020年4月1日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

核心商業分部 – 核心商業分部截至2020年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣66,637百萬元（10,213百萬美元），較2019年同期的人民幣58,075百萬元增長15%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA的增長，以及本地生活服務業務的虧損減少。核心商業交易市場經調整EBITA同比增長10%至人民幣73,327百萬元（11,238百萬美元）。核心商業交易市場經調整EBITA增長率有所下降，主要由於我們增加對中國零售市場若干新業務的策略性投入。我們對中國零售市場中新業務的投入，例如淘寶特價版、淘寶直播、淘寶短視頻和淘寶買菜，將會提升消費者體驗和忠誠度，以及在欠發達地區加大滲透率，進而擴展我們在中國的潛在市場。

經調整EBITA利潤率從截至2019年12月31日止三個月的41%下降至截至2020年12月31日止三個月的34%，主要由於**合併高鑫零售**，以及我們自營新零售業務和直營業務收入貢獻的增長，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，以及我們自營新零售業務和直營業務增長的影響。

雲計算分部 – 雲計算分部截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 實現首次盈利為人民幣 24 百萬元（3 百萬美元），2019 年同期為虧損人民幣 356 百萬元，主要因實現規模經濟效益所致。

數字媒體及娛樂分部 – 數字媒體及娛樂分部截至2020年12月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣1,389百萬元（213百萬美元），2019年同期為虧損人民幣3,400百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年12月31日止三個月的負42%改善至截至2020年12月31日止三個月的負17%，主要由於優酷的虧損減少以及線上遊戲業務的貢獻增加。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至2020年12月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣1,992百萬元（305百萬美元），2019年同期為虧損人民幣1,768百萬元，主要由於我們對於技術研究和創新的投入。

利息收入和投資淨收益

截至2020年12月31日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣40,036百萬元（6,135百萬美元），相較2019年同期的人民幣17,136百萬元有所增加，主要原因是截至 2020 年 12 月 31 日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生的淨收益有所增加。此外，因我們在2020年12月31日止三個月**合併高鑫零售**後，我們對先前持有的股權重估確認了人民幣64億元（981百萬美元）的一次性收益，而2019年同期，我們對終止合併速賣通俄羅斯業務確認了人民幣103億元的一次性收益。

上述提及的收益未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至2020年12月31日止三個月的其他淨收益為人民幣2,826百萬元（433百萬美元），2019年同期為人民幣987百萬元。同比增加主要由於可抵扣應納增值稅的進項稅加計抵減有所增加。

所得稅費用

截至2020年12月31日止三個月的所得稅費用為人民幣9,194百萬元（1,409百萬美元），2019年同期為人民幣8,407百萬元。

截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的有效稅率為 10%，2019 年同期為 15%。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、以及來自權益法核算的投資損益的遞延所得稅影響，截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的有效稅率為 17%。

權益法核算的投資損益

截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣 3,601 百萬元（552 百萬美元），2019 年同期為收益人民幣 2,165 百萬元。截至 2020 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			
	2019年 12月31日	2020年 9月30日	2020年 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)				
- 螞蟻集團	215	4,681	4,796	735
- 其他	2,229	987	(100)	(15)
減值損失	—	(5)	(7,196)	(1,103)
由於所持股份被攤薄帶來的 收益(損失)	166	(3)	(19)	(3)
其他 ⁽¹⁾	(445)	(1,416)	(1,082)	(166)
總計	2,165	4,244	(3,601)	(552)

(1) 「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與授予我們權益法核算的被投資企業的員工的股權激勵相關費用。

我們均延後一個季度確認所有權益法核算的投資損益。我們在截至 2020 年 12 月 31 日止三個月錄得的其他權益法核算的投資損失，相較 2019 年同期的其他權益法核算的投資收益，主要由於我們在截至 2019 年 12 月 31 日止三個月分享蘇寧的利潤，而該利潤反映了因蘇寧終止合併一間旗下子公司所產生的一次性重大收益所致。此外，本季度若干權益法核算的被投資企業因其市值長期低於我們的賬面值而導致的減值損失為人民幣 7,196 百萬元(1,103 百萬美元)。

新冠疫情令經濟受廣泛干擾，有可能對我們權益法核算的被投資企業的業務持續產生不利因素，而為我們在未來期間的權益法核算的投資損益帶來負面影響。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的淨利潤為人民幣 77,977 百萬元（11,950 百萬美元），相較 2019 年同期人民幣 50,132 百萬元增長 56%。同比增長主要由於截至 2020 年 12 月 31 日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生的淨收益有所增加。

剔除關於股權激勵費用、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 2020 年 12 月 31 日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 59,207 百萬元（9,074 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 46,493 百萬元增長 27%。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2020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79,427百萬元（12,173百萬美元），較2019年同期的人民幣52,309百萬元增長52%。同比增長主要由於截至2020年12月31日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生的淨收益有所增加。

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2020年12月31日止三個月，按本季度22,021百萬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託股收益為人民幣28.85元（4.42美元），較2019年同期按21,393百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣19.55元增長48%。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2020年12月31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22.03元（3.38美元），較2019年同期的人民幣18.19元增長21%。

截至2020年12月31日止三個月攤薄每股收益為人民幣3.61元（0.55美元或4.29港元），較2019年同期的人民幣2.44元增長48%。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2020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2.75元（0.42美元或3.27港元），較2019年同期的人民幣2.27元增長21%。

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

2020年12月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣456,314百萬元（69,933百萬美元），而2020年9月30日為人民幣405,912百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2020年12月31日止三個月的增加主要來自經營活動產生的自由現金流人民幣96,210百萬元（14,745百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量人民幣46,852百萬元（7,180百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2020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103,208百萬元（15,817百萬美元），較2019年同期的人民幣96,505百萬元增長7%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從截至2019年12月31日止三個月的人民幣78,279百萬元增長23%至截至2020年12月31日止三個月的人民幣96,210百萬元（14,745百萬美元），主要由於我們盈利的穩健增長。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2020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79,712百萬元（12,216百萬美元），主要反映了(i) 投資和收購活動的現金支出人民幣46,852百萬元（7,180百萬美元），包括收購高鑫零售，(ii) 短期投資增加人民幣28,433百萬元（4,358百萬美元），以及(iii) 資本性支出人民幣5,844百萬元（895百萬美元），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975百萬元（149百萬美元）。

我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」。由於採用該更新會計政策，我們自 2020 年 4 月 1 日開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用 ASU 2019-02 之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

員工

截至 2020 年 12 月 31 日，我們的員工總數為 252,084 人，截至 2020 年 9 月 30 日為 122,399 人。該增加的主要原因來自合併高鑫零售。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2021 年 2 月 2 日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。

電話會議的詳情如下：

國際：+65 6713 5330

美國：+1 347 549 4094

英國：+44 203 713 5084

香港：+852 3018 8307

中國固定網絡：800 8700 532

中國移動電話：400 624 0407

會議編號：4649348（英語）

會議編號：1047169（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

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；會議編號與上述一樣）。

我們的業績公告及所附幻燈片於 2021 年 2 月 2 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@alibabagroup.com

媒體聯繫

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

Cathy Yan

cathy.yan@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（「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，包括但不限於以下事項：阿里巴巴維持其生態系統的可信賴狀態的能力；與持續投資阿里巴巴業務與戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴預期收入增長及保持或增加其收入或業務的能力；阿里巴巴持續有效競爭及維持及改善生態系統網絡效應的能力；公司文化；阿里巴巴持續創新的能力；與運營一家複雜且龐大的公司有關的風險及挑戰；與擴大我們的國際及跨境業務及其運營有關的風險；中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動；新冠疫情的影響；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性，包括保護主義或國家安全政策；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現有關的風險；隱私及數據保護法規與問題；及安全漏洞，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「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、核心商業經調整 EBITA、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、與土地使用權有關的經營租賃成本和商譽減值；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；**(ii)**某些非現金費用，包括股權激勵費用、無形資產攤銷和商譽減值；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)** Lazada；**(iii)** 新零售及進口直營；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、無形資產攤銷、投資及商譽減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、取得螞蟻集團**33%**股份的收益、因與螞蟻集團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託股收益**按普通股與美國存託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（不包括購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程）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。在**2020年4月1日**以前，我們亦自投資活動產生的現金流量中減去購置獲授權版權。我們自**2020年4月1日**起採用**ASU 2019-02「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」**後，購置獲授權版權的現金支出自**2020年4月1日**開始於合併現金流量表中的歸類由投資活動變更為經營活動，並不作追溯應用。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		
	2019		2020	2019		2020
	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	161,456	221,084	33,883	395,397	529,894	81,210
營業成本	(84,332)	(121,268)	(18,585)	(209,865)	(295,751)	(45,326)
產品開發費用	(11,077)	(13,607)	(2,086)	(32,493)	(43,934)	(6,733)
銷售和市場費用	(15,800)	(25,343)	(3,884)	(38,494)	(56,366)	(8,639)
一般及行政費用	(7,415)	(8,692)	(1,332)	(20,326)	(27,490)	(4,213)
無形資產攤銷	(3,272)	(3,172)	(486)	(9,344)	(9,012)	(1,381)
商譽減值	—	—	—	(576)	—	—
經營利潤	39,560	49,002	7,510	84,299	97,341	14,918
利息收入和投資淨收益	17,136	40,036	6,135	80,671	72,683	11,139
利息費用	(1,309)	(1,092)	(167)	(4,015)	(3,316)	(508)
其他淨收支	987	2,826	433	6,259	5,467	838
扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤	56,374	90,772	13,911	167,214	172,175	26,387
所得稅費用	(8,407)	(9,194)	(1,409)	(17,934)	(22,229)	(3,407)
權益法核算的投資損益	2,165	(3,601)	(552)	(9,278)	992	152
淨利潤	50,132	77,977	11,950	140,002	150,938	23,132
歸屬於非控制性權益的淨損失	2,042	1,558	239	6,211	5,006	767
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	52,174	79,535	12,189	146,213	155,944	23,899
夾層權益的增值	135	(108)	(16)	(112)	(157)	(24)
歸屬於普通股股東的淨利潤	52,309	79,427	12,173	146,101	155,787	23,875
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾						
基本	2.48	3.67	0.56	7.00	7.21	1.10
攤薄	2.44	3.61	0.55	6.89	7.09	1.09
歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益⁽¹⁾						
基本	19.87	29.36	4.50	55.98	57.68	8.84
攤薄	19.55	28.85	4.42	55.14	56.71	8.69
用於計算每股收益的加權 平均股數 (百萬股) ⁽¹⁾						
基本	21,058	21,643		20,878	21,608	
攤薄	21,393	22,021		21,187	21,969	

(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

收入

所示期間內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		
	2019	2020		2019	2020	
	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⁾	141,475	195,541	29,968	342,239	459,781	70,465
雲計算 ⁽²⁾	10,721	16,115	2,470	27,799	43,359	6,645
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾⁽⁵⁾	8,028	8,079	1,238	21,896	23,139	3,546
創新業務及其他 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1,232	1,349	207	3,463	3,615	554
總計	<u>161,456</u>	<u>221,084</u>	<u>33,883</u>	<u>395,397</u>	<u>529,894</u>	<u>81,210</u>

- (1) 核心商業的收入主要來自我們的中國零售市場、盒馬、高鑫零售、1688.com、Lazada、速賣通、Alibaba.com、本地生活服務及菜鳥物流服務。
- (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、線上遊戲業務及 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集團及其關聯方收取的中小企業貸款年費。
- (5) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

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：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	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	51,347	59,513	9,120	118,465	135,599	20,781
雲計算	(1,822)	(2,044)	(313)	(5,259)	(7,614)	(1,167)
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(4,094)	(2,387)	(366)	(10,911)	(6,756)	(1,035)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(2,722)	(3,454)	(529)	(8,464)	(11,301)	(1,732)
未分攤	(3,149)	(2,626)	(402)	(9,532)	(12,587)	(1,929)
總計	<u>39,560</u>	<u>49,002</u>	<u>7,510</u>	<u>84,299</u>	<u>97,341</u>	<u>14,918</u>

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	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	58,075	66,637	10,213	137,674	163,832	25,108
雲計算	(356)	24	3	(1,235)	(474)	(72)
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(3,400)	(1,389)	(213)	(8,111)	(3,420)	(524)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,768)	(1,992)	(305)	(5,379)	(7,078)	(1,085)
未分攤	(1,889)	(2,027)	(311)	(5,640)	(5,019)	(769)
總計	<u>50,662</u>	<u>61,253</u>	<u>9,387</u>	<u>117,309</u>	<u>147,841</u>	<u>22,658</u>

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
分部信息

截至 2020 年 12 月 31 日止九個月止我們的經營分部的財務資料概要如下表：

截至 2020 年 12 月 31 日止九個月						
核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	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	459,781	43,359	23,139	3,615	—	529,894 81,210
經營利潤(虧損)	135,599	(7,614)	(6,756)	(11,301)	(12,587)	97,341 14,918
加：股權激勵費用	20,177	7,123	2,635	4,156	7,397	41,488 6,359
加：無形資產攤銷	8,056	17	701	67	171	9,012 1,381
經調整 EBITA	163,832⁽³⁾	(474)	(3,420)	(7,078)	(5,019)	147,841 22,658
經調整 EBITA 利潤率	36%	(1)%	(15)%	(196)%		28%
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 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	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	342,239	27,799	21,896	3,463	—	395,397
經營利潤(虧損)	118,465	(5,259)	(10,911)	(8,464)	(9,532)	84,299
加：股權激勵費用	11,074	4,007	1,810	3,022	3,177	23,090
加：無形資產攤銷	8,135	17	990	63	139	9,344
加：商譽減值	—	—	—	—	576	576
經調整 EBITA	137,674	(1,235)	(8,111)	(5,379)	(5,640)	117,309
經調整 EBITA 利潤率	40%	(4)%	(37)%	(155)%		30%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此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重分類。

(2) 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。

(3) 截至 2020 年 12 月 31 日止九個月核心商業交易市場經調整 EBITA 為人民幣 179,743 百萬元（27,547 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	
	2020	2020	
	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	330,503	312,137	47,837
短期投資	28,478	144,177	22,096
受限制現金及應收託管資金	15,479	16,431	2,518
股權證券及其他投資	4,234	5,847	896
預付款項、應收款項及其他資產	84,229	119,134	18,259
流動資產總額	462,923	597,726	91,606
股權證券及其他投資	161,329	240,259	36,821
預付款項、應收款項及其他資產	57,985	97,357	14,921
權益法核算的投資	189,632	185,509	28,430
物業及設備（淨值）	103,387	147,082	22,541
無形資產（淨值）	60,947	73,940	11,332
商譽	276,782	293,393	44,964
資產總額	1,312,985	1,635,266	250,615
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	5,154	5,272	808
短期無擔保優先票據	—	9,775	1,498
應付所得稅	20,190	28,414	4,354
應付託管資金	3,014	298	46
預提費用、應付款項及其他負債	161,536	224,910	34,469
商家保證金	13,640	28,142	4,313
遞延收入及客戶預付款	38,338	61,349	9,402
流動負債總額	241,872	358,160	54,890

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	
	2020	2020	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	2,025	2,723	417
遞延所得稅負債	43,898	59,031	9,047
長期銀行借款	39,660	38,151	5,847
長期無擔保優先票據	80,616	64,501	9,885
其他負債	25,263	30,346	4,651
負債總額	433,334	552,912	84,737
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	9,103	8,443	1,294
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	343,707	388,755	59,579
庫存股（按成本計）	—	(773)	(118)
應收股權認購款項	(51)	(47)	(7)
法定儲備	6,100	7,150	1,096
累計其他綜合損失	(643)	(19,206)	(2,944)
未分配利潤	406,287	561,181	86,005
股東權益總額	755,401	937,061	143,611
非控制性權益	115,147	136,850	20,973
權益總額	870,548	1,073,911	164,584
負債、夾層權益及權益總額	1,312,985	1,635,266	250,615

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		
	2019	2020		2019	2020	
	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 ⁽¹⁾	96,505	103,208	15,817	178,443	207,603	31,817
投資活動所用的現金流量淨額 ⁽¹⁾	(32,588)	(79,712)	(12,216)	(75,077)	(216,493)	(33,179)
融資活動產生(所用)的現金流量淨額	61,287	(5,685)	(871)	67,886	(188)	(29)
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	(1,952)	(4,132)	(634)	1,778	(8,336)	(1,278)
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)	123,252	13,679	2,096	173,030	(17,414)	(2,669)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	248,272	314,889	48,259	198,494	345,982	53,024
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	<u>371,524</u>	<u>328,568</u>	<u>50,355</u>	<u>371,524</u>	<u>328,568</u>	<u>50,355</u>

(1) 我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02 「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」。由於採用該更新會計政策，我們自 2020 年 4 月 1 日開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用 ASU 2019-02 之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	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	50,132	77,977	11,950	140,002	150,938	23,132
減：利息收入和投資淨收益	(17,136)	(40,036)	(6,135)	(80,671)	(72,683)	(11,139)
加：利息費用	1,309	1,092	167	4,015	3,316	508
減：其他淨收支	(987)	(2,826)	(433)	(6,259)	(5,467)	(838)
加：所得稅費用	8,407	9,194	1,409	17,934	22,229	3,407
加：權益法核算的投資損益	(2,165)	3,601	552	9,278	(992)	(152)
經營利潤	39,560	49,002	7,510	84,299	97,341	14,918
加：股權激勵費用	7,830	9,079	1,391	23,090	41,488	6,359
加：無形資產攤銷	3,272	3,172	486	9,344	9,012	1,381
加：商譽減值	—	—	—	576	—	—
經調整 EBITA	50,662	61,253	9,387	117,309	147,841	22,658
加：物業及設備的折舊以及 與土地使用權有關的經營 租賃成本	5,218	7,127	1,093	14,910	19,103	2,927
經調整 EBITDA	55,880	68,380	10,480	132,219	166,944	25,585

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核心商業經調整 EBITA 及核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
核心商業經調整 EBITA	58,075	66,637	10,213	137,674	163,832	25,108
減：本地生活服務、 Lazada、新零售及進口 直營和菜鳥網絡的影響	8,296	6,690	1,025	21,107	15,911	2,439
核心商業交易市場經調整 EBITA	<u>66,371</u>	<u>73,327</u>	<u>11,238</u>	<u>158,781</u>	<u>179,743</u>	<u>27,547</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（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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	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	50,132	77,977	11,950	140,002	150,938	23,132
加：股權激勵費用	7,830	9,079	1,391	23,090	41,488	6,359
加：無形資產攤銷	3,272	3,172	486	9,344	9,012	1,381
加：投資及商譽減值	4,842	8,436	1,293	24,947	14,205	2,177
減：視同處置／處置／重估 投資產生的收益及其他	(17,015)	(37,639)	(5,768)	(15,098)	(69,390)	(10,635)
減：取得螞蟻集團 33% 股 份的收益	(2,336)	—	—	(71,561)	—	—
加：因與螞蟻集團的 重組安排而產生額外價 值的攤銷	—	—	—	97	—	—
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 ⁽¹⁾	(232)	(1,818)	(278)	(629)	(484)	(74)
非公認會計準則淨利潤	<u>46,493</u>	<u>59,207</u>	<u>9,074</u>	<u>110,192</u>	<u>145,769</u>	<u>22,340</u>

(1) 非公認會計準則調整所產生的所得稅影響主要包括與部分投資收益或損失、股權激勵費用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）

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	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	52,309	79,427	12,173	146,101	155,787	23,875
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	(32)	(27)	(4)	(47)	(53)	(8)
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄	52,277	79,400	12,169	146,054	155,734	23,867
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	(3,639)	(18,770)	(2,876)	(29,810)	(5,169)	(792)
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	48,638	60,630	9,293	116,244	150,565	23,075
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股）⁽⁵⁾	21,393	22,021		21,187	21,969	
攤薄每股收益⁽²⁾⁽⁵⁾	2.44	3.61	0.55	6.89	7.09	1.09
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(0.17)	(0.86)	(0.13)	(1.40)	(0.24)	(0.04)
非公認會計準則攤薄每股收益⁽⁴⁾⁽⁵⁾	2.27	2.75	0.42	5.49	6.85	1.05
攤薄每股美國存託股收益⁽²⁾⁽⁵⁾	19.55	28.85	4.42	55.14	56.71	8.69
加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(1.36)	(6.82)	(1.04)	(11.26)	(1.88)	(0.29)
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益⁽⁴⁾⁽⁵⁾	18.19	22.03	3.38	43.88	54.83	8.40

(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) 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。對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整按普通股與美國存託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。
- (5) 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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2019	2020		2019	2020	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	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 ⁽¹⁾	96,505	103,208	15,817	178,443	207,603	31,817
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）	(5,749)	(4,869)	(746)	(20,781)	(30,117)	(4,616)
減：購置獲授權版權 ⁽¹⁾ 和其他無形資產	(5,274)	(15)	(2)	(10,120)	(1,733)	(266)
減：消費者保護基金的資金變動	(7,203)	(2,114)	(324)	(12,414)	(2,433)	(373)
自由現金流	<u>78,279</u>	<u>96,210</u>	<u>14,745</u>	<u>135,128</u>	<u>173,320</u>	<u>26,562</u>

- (1) 我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」。由於採用該更新會計政策，我們自 2020 年 4 月 1 日開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用 ASU 2019-02 之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

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：

	截至相應日期止 12 個月期間							
	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日
				(以百萬計)				
年度活躍消費者	654	674	693	711	726	742	757	779

移動月活躍用戶

所示期間內通過我們的各種移動 APP 進入我們的中國零售市場的移動月活躍用戶數量如下表：

	截至相應日期的月度							
	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日
				(以百萬計)				
移動月活躍用戶	721	755	785	824	846	874	881	902