

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)

2021年九月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2021年9月30日止的三個月（「2021年九月底止季度」）未經審核業績公告。本2021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，2021年11月18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 2021 年 9 月份季度業績公告

中國杭州，2021 年 11 月 18 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 2021 年 9 月 30 日止季度（「本季度」或「9 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「本季度，阿里巴巴繼續圍繞內需、全球化和雲計算三大戰略堅定投入，為集團實現長遠可持續發展打下堅實基礎。阿里巴巴生態全球年度活躍消費者達到約 12.4 億，單季淨增長 6,200 萬，正穩步走向服務全世界 20 億消費者的長期目標。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「在多元化業務的表現推動下，集團本季度收入取得 29% 的增長。我們於本季度內持續投資於關鍵策略領域，並在這些年輕業務中獲得顯著增長。」

業績概要

截至 2021 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,006.90 億元（311.47 億美元），同比增長 29%。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入將同比增長 16% 至人民幣 1,804.38 億元（280.04 億美元）。跨境及全球的零售及批發商業合計收入同比增長 34% 至人民幣 150.92 億元（23.42 億美元）。我們雲計算業務的收入同比增長 33% 至人民幣 200.07 億元（31.05 億美元）。
- 阿里巴巴生態體系的全球年度活躍消費者截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月期間達到約 12.40 億，較截至 2021 年 6 月 30 日止 12 個月增加約 6,200 萬。其中 9.53 億消費者來自中國市場，以及 2.85 億消費者來自海外，單季淨增加分別為 4,100 萬及 2,000 萬。
- 經營利潤為人民幣 150.06 億元（23.29 億美元），同比增長 10%，主要由於與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用下降人民幣 156.90 億元。股權激勵費用未計入非公認會計準則財務指標。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標），同比下降 27% 至人民幣 348.40 億元（54.07 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標），同比下降 32% 至人民幣 280.33 億元（43.51 億美元）。同比減少主要由於我們對正展現穩健業務增長的關鍵策略領域投入的增加，以及我們支持商家的舉措。我們於商業分部內的關鍵策略領域（如淘特、本地生活服務、社區商業平台及 Lazada）的投入同比增加人民幣 125.75 億元。若不考慮該等投入的影響，我們商業分部的盈利將同比持續平穩。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 53.67 億元（8.33 億美元）及淨利潤為人民幣 33.77 億元（5.24 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 285.24 億元（44.27 億美元），同比下降 39%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 1.97 元（0.31 美元）及攤薄每股收益為人民幣 0.25 元（0.04 美元或 0.30 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 11.20 元（1.74 美元），同比下降 38% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.40 元（0.22 美元或 1.68 港元），同比下降 38%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 358.30 億元（55.61 億美元）。非公認會計準則自由現金流為人民幣 222.39 億元（34.51 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 405.40 億元下降，主要由於我們對關鍵策略領域投入的增加而導致盈利下降。

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。

指引

以下指引屬於前瞻性陳述，是基於本公告日期之時的合理假設，涉及固有風險及不確定性，當中包括一些我們無法預測或控制的因素。基於我們對當前宏觀經濟狀況及競爭環境，以及以下「安全港聲明」章節提及的不確定性，我們現調整 2022 財政年度的總收入指引。我們預計 2022 財政年度的總收入同比增長為 20% 至 23%。

業務及戰略進展

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，滿足中國消費者的多元化需求

截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月，我們的中國零售市場及新零售業務的年度活躍消費者約 8.63 億，隨著來自欠發達地區的新消費者比例越來越高，反映了以豐富消費品供給來滿足消費者多元需求的策略成功。

在截至 2021 年 9 月 30 日止季度，我們的中國零售市場實物商品交易總額（GMV）同比錄得單位數增長，主要由於市場狀況放緩及中國電商市場上參與者增多。按產品類目來看，服裝和配飾類目的實物商品 GMV 增長放緩，但消費電子產品及家居等產品類目的增長仍然強勁。

淘特透過集團的社區商業平台業務為消費者提供更多高質量、物有所值的產品、以及豐富的食品與飲料供應，並且降低物流費用，以及提升欠發達地區消費者的物流體驗，因此持續錄得用戶數量的強勁增長。例如，淘特推出鼓勵消費者合單購買來自自營倉庫產品的計劃，由此為消費者減低物流費用並提升物流體驗。截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月，淘特的年度活躍消費者超過 2.40 億，來自欠發達地區的新消費者的比例持續上升。

於 2021 年 11 月，我們舉辦了第十三屆天貓雙 11 全球狂歡季，為期 11 天的活動錄得實物商品 GMV（剔除未支付訂單）人民幣 5,403 億元。我們也借力雙 11 作為履行社會責任以及建設可持續發展的未來的平台。今年雙 11 全球狂歡季亦更普惠，共有 29 萬個品牌參與，創下新紀錄，其中有 65% 為中小企業、產業帶商家及新品牌。此外，天貓綠色會場上展示了超過 2,000 個商家提供的 50 萬款綠色商品。

新零售 – 建立在日益擴大的數字化供應鏈和多元化履約服務基礎上的多業態新零售業務

我們的社區商業平台業務在欠發達地區持續擴大覆蓋並展現快速增長，季度 GMV 環比增長超過 150%。我們通過提高優質的商品供給和按時派送，持續提升消費者體驗。在這項業務，我們得以利用高鑫零售的供應鏈能力，包括其對保質期短的生鮮產品、快速消費品及日用百貨等類目提供強大的區域採購及供應鏈能力。

本地生活服務 – 加強商家基礎帶動訂單健康增長

本季度，餓了麼持續加大其用戶獲取和提升用戶體驗的投入，年度活躍消費者因此實現同比 28% 的強勁增長。在新商家數量以及用戶滲透率的快速增長推動下，訂單量增長也強勁，同比超過 30%，來自非餐廳訂單比例增加。日用品及醫療保健品類的訂單量增長尤其強勁。

菜鳥網絡 – 提升阿里巴巴生態體系以及中國和國際物流行業效率

菜鳥網絡持續加強其國際物流基建，通過實施國際貨運服務、目的地倉庫及履約，以及最後一公里派送服務，加強端到端的物流能力。於 2021 年 9 月 30 日，菜鳥網絡運營超過 300 萬平方米的跨境倉庫以支持集團的跨境業務。菜鳥網絡也推出各種服務來提升國際消費者的購物體驗，包括於速賣通有運營業務的 4 個歐洲國家推出自提櫃服務。

菜鳥鄉村驛站持續於中國內地欠發達地區擴展，提升物流效率。於 2021 年 9 月 30 日，菜鳥驛站覆蓋中國內地欠發達地區超過 1,000 個縣和鄉鎮，這些市場每日處理的包裹量同比增長超過 280%。

跨境及全球商業 – 多個平台在關鍵國際市場中取得強勁增長

於 2021 年 9 月，我們的跨境及全球零售商業，主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 及 Daraz，增長強勁，截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月，年度活躍消費者達到約 2.85 億，單季淨增加 2,000 萬。跨境及全球的零售及批發商業均在 9 月份季度展現強勁增長，整體收入同比增長 34% 至人民幣 150.92 億元（23.42 億美元）。

我們的東南亞電商平台 Lazada 持續支持本地品牌及商家，為他們提供本地化市場洞察及加速本地商家入駐其所在市場。Lazada 的用戶訪問頻次於過去七個季度連續上升，主要由於來自本地及全球的產品供給種類增加，強化了消費者的心智及用戶黏性。截至 2021 年 9 月 30 日止季度，Lazada 錄得訂單量同比增長超過 82%。

土耳其最大的電商平台 Trendyol 擁有世界一流的自建物流能力，目前其本地服務及錢包業務都正在迅速增長。於 2021 年 9 月 30 日止季度，Trendyol 在土耳其市場保持領先地位，並錄得 GMV 同比超過 80%（按同樣的匯率計算）的強勁增長。

雲計算

於 9 月份季度，雲計算業務的收入同比增長 33% 至人民幣 200.07 億元（31.05 億美元），主要由互聯網、金融服務和零售行業的客戶收入強勁增長所推動。

產品

我們於 10 月舉辦的 2021 雲棲大會上對外發佈了數項新產品及技術升級，重點包括：

- **倚天 710 服務器芯片**：我們發佈了一款自研的處理器，將應用於我們的數據中心。這款服務器芯片名為倚天 710，可達致強大運算性能及卓越的能效。我們會繼續與包括英特爾、Nvidia、AMD 和 ARM 等全球合作夥伴，推進雲架構創新，並為全球客戶帶來更多元化的雲計算服務。
- **神龍架構**：第四代神龍架構是搭載業內唯一具備大規模遠程直接數據存取（RDMA，Remote Direct Memory Access）網絡能力的技術架構，時延短至五微秒，進一步為雲端數據密集型應用加速。

技術

阿里雲的獨特優勢來自其自研技術，以及阿里巴巴集團一直對技術研發的持續投入，為客戶及合作夥伴帶來更豐富多元的新產品及行業特定的解決方案。本季度，我們的自研技術亮點包括：

- **數據庫**：我們的自研技術持續獲得業內領先的研究及諮詢機構的肯定。例如，據 IDC 2020 年發佈的中國關係型數據庫市場研究報告，阿里雲長期位居雲關係數據庫廠商排名之首。
- **開源操作系統龍蜥（Anolis OS）**：阿里雲發佈全新的操作系統龍蜥。龍蜥操作系統完全開源，通過操作系統廠商和開源社區提供服務。阿里雲計劃投入人民幣 20 億元專項資金於龍蜥操作系統，為我們的生態合作夥伴提供技術及服務支持。

數字媒體及娛樂

於 9 月份季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 14%，主要受到優質內容及來自 88VIP 會員計劃的持續貢獻所帶動。

阿里影業在內容投入及發行方面持續表現穩健。例如，在 10 月黃金周假期，阿里影業參與了中國主要票房中大部分電影的製作及發行。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2021 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 358.30 億元（55.61 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 542.96 億元下降 34%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標），從截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的人民幣 405.40 億元下降 45% 至截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的人民幣 222.39 億元（34.51 億美元），主要由於我們對關鍵策略領域投入的增加而導致盈利下降。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

於 9 月份季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 5,147.5 百萬美元回購了約 26.9 百萬股美國存託股（相等於約 214.9 百萬股普通股）。

9 月份季度財務業績概要

截至 9 月 30 日止三個月

	2020		2021	
	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	155,059	200,690	31,147	29%
經營利潤	13,634	15,006	2,329	10%(2)
經營利潤率	9%	7%		
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	47,525	34,840	5,407	(27)% ⁽³⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	31%	17%		
經調整 EBITA ⁽¹⁾	41,216	28,033	4,351	(32)% ⁽³⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	27%	14%		
淨利潤	26,524	3,377	524	(87)% ⁽⁴⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	28,769	5,367	833	(81)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	47,088	28,524	4,427	(39)% ⁽³⁾
攤薄每股收益 ⁽⁵⁾	1.31	0.25	0.04	(81)% ⁽⁴⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁵⁾	10.48	1.97	0.31	(81)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	2.25	1.40	0.22	(38)% ⁽³⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	17.97	11.20	1.74	(38)% ⁽³⁾

(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「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。

(2) 同比增加主要由於與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用減少人民幣 15,690 百萬元（見下述「成本和費用 — 股權激勵費用」）。股權激勵費用未計入非公認會計準則財務指標。

(3) 同比減少主要由於我們對正展現穩健業務增長的關鍵策略領域（如淘特、本地生活服務、社區商業平台及 Lazada）投入的增加，以及我們支持商家的舉措。

(4) 同比減少主要原因是我們於截至 2021 年 9 月 30 日止三個月我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生淨損失，而 2020 年同期為淨收益，以及我們上述對關鍵策略領域投入的增加和支持商家的舉措，部分被與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用的減少所抵銷。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

9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 2021 年 9 月 30 日止三個月

	商業 ⁽¹⁾	雲計算 ⁽²⁾	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他 ⁽²⁾	未分攤 ⁽³⁾	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	171,170	20,007	8,081	1,432	—	200,690	31,147
經營利潤(虧損)	25,617	(1,985)	(1,700)	(3,904)	(3,022)	15,006	2,329
加：股權激勵費用	5,025	2,377	566	1,008	1,145	10,121	1,571
加：無形資產攤銷	2,628	4	203	14	57	2,906	451
經調整 EBITA	33,270 ⁽⁴⁾	396	(931)	(2,882)	(1,820)	28,033	4,351
經調整 EBITA 利潤率	19%	2%	(12)%	(201)%		14%	

截至 2020 年 9 月 30 日止三個月

	商業 ⁽¹⁾	雲計算 ⁽²⁾	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他 ⁽²⁾	未分攤 ⁽³⁾	合併	
	人民幣	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	130,922	15,029	8,066	1,042	—		155,059
經營利潤(虧損)	30,894	(5,107)	(2,351)	(2,971)	(6,831)		13,634
加：股權激勵費用	12,483	4,535	1,413	980	5,283		24,694
加：無形資產攤銷	2,581	5	228	21	53		2,888
經調整 EBITA	45,958 ⁽⁴⁾	(567)	(710)	(1,970)	(1,495)		41,216
經調整 EBITA 利潤率	35%	(4)%	(9)%	(189)%			27%

(1) 商業分部前稱為核心商業分部。

(2) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(3) 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。

(4) 關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 為人民幣 52,241 百萬元（8,108 百萬美元），相較 2020 年同期為人民幣 52,354 百萬元。自截至 2021 年 3 月 31 日止季度起，就展示關鍵策略投入前商業經調整 EBITA，我們擴展了商業中的關鍵策略投入領域列表，以清晰展示該領域的進展。可比期間數字相應以相同方式列報。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 前稱為核心商業交易市場經調整 EBITA。商業經調整 EBITA 調整至關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

9 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的收入為人民幣 200,690 百萬元（31,147 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 155,059 百萬元增長 29%。上述增長主要由於我們的中國零售商業業務的收入增長（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 16% 至人民幣 180,438 百萬元（28,004 百萬美元）。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 9 月 30 日止三個月					
	2020		2021		%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)			
商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理	69,338	45%	71,695	11,127	36%	3%
— 其他 ⁽¹⁾	26,132	17%	55,132	8,556	27%	111%
	95,470	62%	126,827	19,683	63%	33%
中國批發商業	3,637	2%	4,174	648	2%	15%
跨境及全球零售商業	7,789	5%	10,375	1,610	5%	33%
跨境及全球批發商業	3,510	2%	4,717	732	2%	34%
菜鳥物流服務	8,226	5%	9,846	1,528	5%	20%
本地生活服務	8,839	6%	9,513	1,476	5%	8%
其他	3,451	2%	5,718	888	3%	66%
商業合計	130,922	84%	171,170	26,565	85%	31%
雲計算 ⁽²⁾	15,029	10%	20,007	3,105	10%	33%
數字媒體及娛樂	8,066	5%	8,081	1,254	4%	0%
創新業務及其他 ⁽²⁾	1,042	1%	1,432	223	1%	37%
總計	155,059	100%	200,690	31,147	100%	29%

(1) 中國零售商業下「其他」收入主要由我們的直營業務（主要包括高鑫零售、天貓超市、盒馬和進口直營）產生，而該業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。我們自 2020 年 10 月開始合併高鑫零售。

(2) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

商業

• 中國零售商業

截至 2021 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 126,827 百萬元（19,683 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 95,470 百萬元增長 33%。客戶管理收入同比增長 3%，主要原因是來自市場狀況放緩及中國電商市場上參與者增多而導致實物商品 GMV 同比錄得單位數增長。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣55,132百萬元（8,556百萬美元），相較2020年同期的人民幣26,132百萬元，按年同比增長達111%。該增長主要來自合併高鑫零售，以及如天貓超市及盒馬的直營業務的貢獻所驅動。

- **中國批發商業**

截至2021年9月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣4,174百萬元（648百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,637百萬元增長15%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的增值服務消費上升。

- **跨境及全球零售商業**

截至2021年9月30日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣10,375百萬元（1,610百萬美元），相較2020年同期的人民幣7,789百萬元增長33%。增長的主要原因是來自Lazada和速賣通的收入增長。

- **跨境及全球批發商業**

截至2021年9月30日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣4,717百萬元（732百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,510百萬元增長34%。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2021年9月30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9,846百萬元（1,528百萬美元），相較2020年同期的人民幣8,226百萬元增長20%，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**

截至2021年9月30日止三個月，本地生活服務收入主要來自餓了麼的平台佣金、提供配送服務收取的服務費及其他服務費，抵銷包括為新零售業務提供服務在內的內部交易的影響後合計為人民幣9,513百萬元（1,476百萬美元），相較2020年同期的人民幣8,839百萬元增長8%，主要由於GMV的增長，部分被視作收入沖減項的補貼增加所抵銷。

雲計算

截至2021年9月30日止三個月，來自雲計算分部的收入為人民幣20,007百萬元（3,105百萬美元），相較2020年同期的人民幣15,029百萬元增長33%，主要由互聯網、金融服務和零售行業客戶收入的強勁增長所推動。

數字媒體及娛樂

截至2021年9月30日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣8,081百萬元（1,254百萬美元），2020年同期為人民幣8,066百萬元。

創新業務及其他

截至2021年9月30日止三個月，來自創新業務及其他分部的收入為人民幣1,432百萬元（223百萬美元），相較2020年同期的人民幣1,042百萬元增長37%。

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					
	2020		2021		%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	89,960	58%	129,750	20,137	64%	6%
產品開發費用	19,245	12%	15,297	2,374	8%	(4)%
銷售和市場費用	17,371	11%	28,857	4,479	14%	3%
一般及行政費用	11,961	8%	8,874	1,377	5%	(3)%
無形資產攤銷	2,888	2%	2,906	451	2%	0%
成本及費用總額	141,425	91%	185,684	28,818	93%	2%
股權激勵費用：						
營業成本	5,397	4%	2,419	375	1%	(3)%
產品開發費用	10,542	6%	4,446	690	2%	(4)%
銷售和市場費用	2,499	2%	1,237	192	1%	(1)%
一般及行政費用	6,256	4%	2,019	314	1%	(3)%
股權激勵費用總額	24,694	16%	10,121	1,571	5%	(11)%
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	84,563	54%	127,331	19,762	63%	9%
產品開發費用	8,703	6%	10,851	1,684	6%	0%
銷售和市場費用	14,872	9%	27,620	4,287	13%	4%
一般及行政費用	5,705	4%	6,855	1,063	4%	0%
無形資產攤銷	2,888	2%	2,906	451	2%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	116,731	75%	175,563	27,247	88%	13%

營業成本 – 截至2021年9月30日止三個月的營業成本為人民幣129,750百萬元（20,137百萬美元），佔收入比例64%，相較2020年同期為人民幣89,960百萬元，佔收入比例58%。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 2020 年 9 月 30 日止三個月的 54% 增加至截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 63%。該增長主要由於直營業務佔比因合併高鑫零售提高，從而導致存貨成本上升。

產品開發費用 – 截至2021年9月30日止三個月的產品開發費用為人民幣15,297百萬元（2,374百萬美元），佔收入比例8%，2020年同期為人民幣19,245百萬元，佔收入比例12%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2021年9月30日止三個月及去年同期產品開發費用佔收入的比例將平穩維持在6%。

銷售和市場費用 – 截至2021年9月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣28,857百萬元（4,479百萬美元），佔收入比例14%，2020年同期為人民幣17,371百萬元，佔收入比例11%。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2020年9月30日止三個月的9%增加至截至2021年9月30日止三個月的13%。該增加主要為了我們的移動商業APP（包括淘特、淘寶、Lazada及餓了麼）的用戶獲取及提升其參與度而增加的市場和推廣費用。

一般及行政費用 – 截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 8,874 百萬元（1,377 百萬美元），佔收入比例 5%，2020 年同期為人民幣 11,961 百萬元，佔收入比例 8%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2021 年 9 月 30 日止三個月及去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2021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10,121百萬元（1,571百萬美元），相較2020年同期的人民幣24,694百萬元減少59%。截至2021年9月30日止三個月，股權激勵費用佔收入比例相較去年同期的16%減少至5%。

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：

	截至所示日期止三個月									
	2020年 9月30日		2021年 6月30日		2021年 9月30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
按激勵類型：										
阿里巴巴集團的 股權激勵 ⁽¹⁾	7,703	5%	6,693	3%	8,412	1,306	4%	9%	26%	
螞蟻集團的股權激 勵 ⁽²⁾	16,056	10%	392	0%	366	57	0%	(98)%	(7)%	
其他 ⁽³⁾	935	1%	726	1%	1,343	208	1%	44%	85%	
股權激勵費用合計	<u>24,694</u>	<u>16%</u>	<u>7,811</u>	<u>4%</u>	<u>10,121</u>	<u>1,571</u>	<u>5%</u>	(59)%	30%	

(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上季度上升，主要原因是上季度中旬授予的年度績效股權激勵的相關費用於本季度全面反映。

本季度與螞蟻集團的股權激勵相關的費用較2020年9月30日季度顯著減少，主要原因是於2020年9月30日季度確認了此等股權激勵的價值增加。

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2021年9月30日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,906百萬元（451百萬美元），相較2020年同期的人民幣2,888百萬元增長1%。

經營利潤及經營利潤率

截至2021年9月30日止三個月的經營利潤為人民幣15,006百萬元（2,329百萬美元），佔收入比例7%，相較2020年同期為人民幣13,634百萬元，佔收入比例9%，同比增長10%，主要由於與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用減少人民幣15,690百萬元。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2021年9月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣34,840百萬元（5,407百萬美元），相較2020年同期的人民幣47,525百萬元減少27%。截至2021年9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣28,033百萬元（4,351百萬美元），相較2020年同期的人民幣41,216百萬元減少32%。同比減少主要由於我們對正展現穩健業務增長的關鍵策略領域（如淘特、本地生活服務、社區商業平台及Lazada）投入的增加，以及我們支持商家的舉措。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（虧損）和經調整 EBITA 之間的具體調節，請參見以上「分部信息」。

	截至 9 月 30 日止三個月				
	2020		2021		
	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）				
商業	45,958	35%	33,270	5,163	19%
雲計算 ⁽¹⁾	(567)	(4)%	396	61	2%
數字媒體及娛樂	(710)	(9)%	(931)	(144)	(12)%
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,970)	(189)%	(2,882)	(447)	(201)%

(1) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型，可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

商業分部 – 商業分部截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 33,270 百萬元（5,163 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 45,958 百萬元減少 28%，主要由於我們對關鍵策略領域（如淘特、本地生活服務、社區商業平台及 Lazada）投入的增加，以提升消費者體驗、提升用戶黏性、滲透至中國欠發達地區及進一步擴展國際市場。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 為人民幣 52,241 百萬元（8,108 百萬美元），相較 2020 年同期為人民幣 52,354 百萬元，主要反映我們支持商家的舉措，以及為我們交易市場用戶獲取及提升其參與度而增加的費用。

經調整 EBITA 利潤率從截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的 35% 下降至截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的 19%，主要由於合併高鑫零售，及我們對關鍵策略領域投入的增加。

自截至 2021 年 3 月 31 日止季度起，就展示關鍵策略投入前商業經調整 EBITA，我們擴展了商業中的關鍵策略投入領域列表，以清晰展示該領域的進展。可比期間數字相應以相同方式列報。商業經調整 EBITA 調整至關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

我們預計商業分部的經調整 EBITA 利潤率將會持續受到我們對關鍵策略領域及增長業務的投入步伐，以及我們直營業務增長所影響。

雲計算分部 – 雲計算分部截至 2021 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為盈利人民幣 396 百萬元（61 百萬美元），2020 年同期為虧損人民幣 567 百萬元，主要因實現規模經濟效益所致。

自2021年4月1日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。因釘釘業務仍處於投入階段，該重分類會拉低雲計算的盈利能力而對收入的貢獻並不重大。

數字媒體及娛樂分部 – 數字媒體及娛樂分部截至2021年9月30日止三個月的經調整EBITA為虧損人民幣931百萬元（144百萬美元），2020年同期為虧損人民幣710百萬元。相應的經調整EBITA利潤率截至2021年9月30日止三個月為負12%，2020年同期為負9%。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至2021年9月30日止三個月的經調整EBITA為虧損人民幣2,882百萬元（447百萬美元），2020年同期為虧損人民幣1,970百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

利息收入和投資淨收益

截至2021年9月30日止三個月的利息收入和投資淨收益為淨損失人民幣11,456百萬元（1,778百萬美元），相較2020年同期的淨收益為人民幣10,510百萬元，主要原因是截至2021年9月30日止三個月我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生淨損失，而2020年同期為淨收益。

上述提及的收益和損失未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至2021年9月30日止三個月的其他淨收益為人民幣1,663百萬元（258百萬美元），2020年同期為人民幣1,148百萬元，主要由於匯兌淨收益增加。

所得稅費用

截至2021年9月30日止三個月的所得稅費用為人民幣6,087百萬元（944百萬美元），2020年同期為人民幣1,911百萬元。所得稅費用的增加主要由於我們有若干子公司在去年同期收到其為2019自然年重點軟件企業的資格認定通知，可以適用重點軟件企業的10%稅率，因此這些子公司在截至2020年9月30日止三個月調減了所得稅費用約人民幣61億元，而這些子公司沒有認定為2020自然年重點軟件企業，故本季度無所得稅費用調減。

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基礎差異的遞延所得稅影響，截至2021年9月30日止三個月的有效稅率為24%。

權益法核算的投資損益

截至2021年9月30日止三個月的權益法核算的投資損益為收益人民幣5,518百萬元（856百萬美元），2020年同期為收益人民幣4,244百萬元。截至2021年9月30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			
	2020年 9月30日	2021年 6月30日	2021年 9月30日	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元
權益法核算的投資收益(損失)				
- 螞蟻集團	4,681	4,494	6,504	1,009
- 其他	987	2,642	(126)	(19)
其他 ⁽¹⁾	(1,424)	(1,043)	(860)	(134)
總計	4,244	6,093	5,518	856

(1) 「其他」主要包括對於權益法核算的被投資方的無形資產攤銷，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攤薄權益法核算的投資而產生的損益。

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增加，主要由於螞蟻集團所持有的投資的公允價值變動而產生的淨收益增加。此外，其他權益法核算的投資損益同比減少，主要由於我們權益法核算的被投資方的財務表現均有所下降。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2021年9月30日止三個月的淨利潤為人民幣3,377百萬元（524百萬美元），相較2020年同期為淨利潤人民幣26,524百萬元減少87%。同比減少主要原因是我們在截至2021年9月30日止三個月我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生淨損失，相較2020年同期為淨收益，以及我們對關鍵策略領域投入的增加和支持商家的舉措，部分被與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用的減少所抵銷。

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2021年9月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣28,524百萬元（4,427百萬美元），相較2020年同期的人民幣47,088百萬元減少39%。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2021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5,367百萬元（833百萬美元），較2020年同期的人民幣28,769百萬元減少81%。同比減少主要原因是我們在截至2021年9月30日止三個月我們所持有的上市公司股權投資的市場價格變動而產生淨損失，相較2020年同期為淨收益，以及我們對關鍵策略領域投入的增加和支持商家的舉措，部分被與螞蟻集團股權激勵相關並授予我們員工的股權激勵費用的減少所抵銷。

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2021年9月30日止三個月，按本季度21,794百萬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1.97元（0.31美元），較2020年同期按21,962百萬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10.48元減少81%。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2021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11.20元（1.74美元），較2020年同期的人民幣17.97元減少38%。

截至2021年9月30日止三個月攤薄每股收益為人民幣0.25元（0.04美元或0.30港元），較2020年同期的攤薄每股收益為人民幣1.31元減少81%。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2021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1.40元（0.22美元或1.68港元），較2020年同期的人民幣2.25元減少38%。

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

於2021年9月30日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣443,428百萬元（68,819百萬美元），而2021年6月30日為人民幣470,824百萬元，減少主要由於股份回購的現金支出人民幣33,174百萬元（5,149百萬美元）及投資和收購活動的現金支出人民幣22,950百萬元（3,562百萬美元），部分被經營活動產生的自由現金流人民幣22,239百萬元（3,451百萬美元）及非控制性權益的現金注資人民幣9,691百萬元（1,504百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2021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35,830百萬元（5,561百萬美元），相較2020年同期的人民幣54,296百萬元減少34%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2021年9月30日止三個月為人民幣22,239百萬元（3,451百萬美元），相較2020年同期的人民幣40,540百萬元減少45%。同比減少主要由於我們對關鍵策略領域投入的增加而導致盈利下降。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2021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29,773百萬元（4,621百萬美元），主要反映了(i) 投資和收購活動的現金支出人民幣22,950百萬元（3,562百萬美元），以及(ii) 資本性支出人民幣15,938百萬元（2,474百萬美元），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3,261百萬元（506百萬美元），部分被短期投資減少人民幣7,968百萬元（1,237百萬美元）所抵銷。

員工

截至2021年9月30日，我們的員工總數為258,578人，截至2021年6月30日為254,702人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2021 年 11 月 18 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

中國香港：+852 3018 8307

中國固定網絡：800 820 2079

中國移動電話：400 820 6895

會議編號：7764117（英語）

會議編號：3674549（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

您可在 <http://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由 2021 年 11 月 18 日起在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <http://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

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

Liyan Chen

liyan.chen@alibaba-inc.com

Brion Tingler

brion.tingler@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 6.4434 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2021 年 9 月 30 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 0.83306 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2021 年 9 月 30 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、戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴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體系網絡效應的能力；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；與我們收購、投資和業務合作有關的風險；與擴大我們的國際及跨境業務及其運營有關的風險；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（包括反壟斷和不正当競爭法規）；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現及監管環境；安全漏洞；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，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）、關鍵策略投入前商業經調整 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、關鍵策略投入前商業經調整 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，以及為我們的商業分部提供補充資料的關鍵策略投入前商業經調整 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、關鍵策略投入前商業經調整 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、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，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，包括股權激勵費用和無形資產攤銷，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。

關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 指在商業經調整 EBITA 中剔除以下各項業務的影響：(i) 新零售業務（主要包括社區商業平台、盒馬、天貓超市、高鑫零售及淘鮮達）；(ii) 本地生活服務；(iii) 淘特；(iv) Lazada；及(v) 菜鳥網絡，以及其他。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 反映了我們最成熟業務的業績，即我們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，關鍵策略投入前商業經調整 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、投資減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）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，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「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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	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	155,059	200,690	31,147	308,810	406,430	63,077
營業成本	(89,960)	(129,750)	(20,137)	(174,483)	(253,847)	(39,396)
產品開發費用	(19,245)	(15,297)	(2,374)	(30,327)	(28,816)	(4,472)
銷售和市場費用	(17,371)	(28,857)	(4,479)	(31,023)	(55,893)	(8,675)
一般及行政費用	(11,961)	(8,874)	(1,377)	(18,798)	(16,042)	(2,490)
無形資產攤銷	(2,888)	(2,906)	(451)	(5,840)	(5,979)	(928)
經營利潤	13,634	15,006	2,329	48,339	45,853	7,116
利息收入和投資淨收益	10,510	(11,456)	(1,778)	32,647	2,645	410
利息費用	(1,101)	(1,267)	(197)	(2,224)	(2,534)	(393)
其他淨收支	1,148	1,663	258	2,641	3,820	593
扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤	24,191	3,946	612	81,403	49,784	7,726
所得稅費用	(1,911)	(6,087)	(944)	(13,035)	(15,183)	(2,356)
權益法核算的投資損益	4,244	5,518	856	4,593	11,611	1,802
淨利潤	26,524	3,377	524	72,961	46,212	7,172
歸屬於非控制性權益的淨損失	2,352	2,111	328	3,448	4,344	674
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	28,876	5,488	852	76,409	50,556	7,846
夾層權益的增值	(107)	(121)	(19)	(49)	(48)	(7)
歸屬於普通股股東的淨利潤	28,769	5,367	833	76,360	50,508	7,839
歸屬於普通股股東的每股收益 ⁽¹⁾						
基本	1.33	0.25	0.04	3.54	2.33	0.36
攤薄	1.31	0.25	0.04	3.48	2.30	0.36
歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益 ⁽¹⁾						
基本	10.66	1.99	0.31	28.29	18.66	2.90
攤薄	10.48	1.97	0.31	27.83	18.44	2.86
用於計算每股收益的加權 平均股數(百萬股) ⁽¹⁾						
基本	21,602	21,562		21,591	21,658	
攤薄	21,962	21,794		21,943	21,916	

(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表：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)		(以百萬計)		
商業 ⁽¹⁾	130,922	171,170	26,565	264,240	351,411	54,538
雲計算 ⁽²⁾⁽⁵⁾	15,029	20,007	3,105	27,466	36,058	5,596
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	8,066	8,081	1,254	15,060	16,154	2,507
創新業務及其他 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1,042	1,432	223	2,044	2,807	436
總計	155,059	200,690	31,147	308,810	406,430	63,077

(1) 商業的收入主要來自我們的中國零售市場、高鑫零售、盒馬、1688.com、Lazada、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、阿里影業以及其他娛樂業務。

(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 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
商業	30,894	25,617	3,976	76,086	64,639	10,032
雲計算 ⁽¹⁾	(5,107)	(1,985)	(308)	(7,798)	(3,628)	(563)
數字媒體及娛樂	(2,351)	(1,700)	(264)	(4,369)	(2,710)	(421)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(2,971)	(3,904)	(606)	(5,619)	(6,843)	(1,062)
未分攤	(6,831)	(3,022)	(469)	(9,961)	(5,605)	(870)
總計	13,634	15,006	2,329	48,339	45,853	7,116

(1) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
商業	45,958	33,270	5,163	97,195	78,861	12,239
雲計算 ⁽¹⁾	(567)	396	61	(1,688)	736	114
數字媒體及娛樂	(710)	(931)	(144)	(2,031)	(1,350)	(209)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,970)	(2,882)	(447)	(3,896)	(5,030)	(781)
未分攤	(1,495)	(1,820)	(282)	(2,992)	(3,453)	(536)
總計	41,216	28,033	4,351	86,588	69,764	10,827

(1) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

9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 2021 年 9 月 30 日止六個月

	商業 ⁽¹⁾	雲計算 ⁽²⁾	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他 ⁽²⁾	未分攤 ⁽³⁾	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	351,411	36,058	16,154	2,807	—	406,430	63,077
經營利潤 (虧損)	64,639	(3,628)	(2,710)	(6,843)	(5,605)	45,853	7,116
加：股權激勵費用	8,805	4,356	949	1,785	2,037	17,932	2,783
加：無形資產攤銷	5,417	8	411	28	115	5,979	928
經調整 EBITA	<u>78,861⁽⁴⁾</u>	<u>736</u>	<u>(1,350)</u>	<u>(5,030)</u>	<u>(3,453)</u>	<u>69,764</u>	<u>10,827</u>
經調整 EBITA 利潤率	22%	2%	(8)%	(17)%		17%	

截至 2020 年 9 月 30 日止六個月

	商業 ⁽¹⁾	雲計算 ⁽²⁾	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他 ⁽²⁾	未分攤 ⁽³⁾	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	264,240	27,466	15,060	2,044	—	308,810	
經營利潤 (虧損)	76,086	(7,798)	(4,369)	(5,619)	(9,961)	48,339	
加：股權激勵費用	15,908	6,098	1,865	1,679	6,859	32,409	
加：無形資產攤銷	5,201	12	473	44	110	5,840	
經調整 EBITA	<u>97,195⁽⁴⁾</u>	<u>(1,688)</u>	<u>(2,031)</u>	<u>(3,896)</u>	<u>(2,992)</u>	<u>86,588</u>	
經調整 EBITA 利潤率	37%	(6)%	(13)%	(19)%		28%	

(1) 商業分部前稱為核心商業分部。

(2) 自 2021 年 4 月 1 日起，我們把釘釘業務的業績由創新業務及其他分部重分類至雲計算分部。該重分類是依據我們如何管理及監察分部表現並反映釘釘業務與阿里雲業務的整合以進一步促進我們企業客戶的數字化轉型。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(3) 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。

(4) 關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 同比增長 3%至人民幣 111,756 百萬元 (17,344 百萬美元)。自截至 2021 年 3 月 31 日止季度起，就展示關鍵策略投入前商業經調整 EBITA，我們擴展了商業中的關鍵策略投入領域列表，以清晰展示該領域的進展。可比期間數字相應以相同方式列報。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 前稱為核心商業交易市場經調整 EBITA。商業經調整 EBITA 調整至關鍵策略投入前商業經調整 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 9 月 30 日	
	2021	2021	
	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	321,262	272,206	42,246
短期投資	152,376	171,222	26,573
受限制現金及應收託管資金	35,207	39,013	6,055
股權證券及其他投資	9,807	15,777	2,448
預付款項、應收款項及其他資產	124,708	139,829	21,701
流動資產總額	643,360	638,047	99,023
股權證券及其他投資	237,221	246,834	38,308
預付款項、應收款項及其他資產	98,432	109,411	16,981
權益法核算的投資	200,189	214,540	33,296
物業及設備（淨值）	147,412	157,066	24,376
無形資產（淨值）	70,833	64,888	10,070
商譽	292,771	294,888	45,766
資產總額	1,690,218	1,725,674	267,820
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	3,606	9,152	1,420
短期無擔保優先票據	9,831	9,694	1,504
應付所得稅	25,275	22,626	3,511
預提費用、應付款項及其他負債	261,140	265,937	41,273
商家保證金	15,017	14,617	2,269
遞延收入及客戶預付款	62,489	65,837	10,218
流動負債總額	377,358	387,863	60,195

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	
	2021	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,158	3,450	535
遞延所得稅負債	59,598	61,731	9,581
長期銀行借款	38,335	36,930	5,732
長期無擔保優先票據	97,381	95,977	14,895
其他負債	30,754	31,406	4,874
負債總額	606,584	617,357	95,812
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	8,673	10,394	1,613
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	394,308	408,860	63,454
庫存股（按成本計）	—	(807)	(125)
應收股權認購款項	(47)	(46)	(7)
法定儲備	7,347	8,109	1,259
累計其他綜合損失	(19,063)	(23,013)	(3,572)
未分配利潤	554,924	569,720	88,419
股東權益總額	937,470	962,824	149,428
非控制性權益	137,491	135,099	20,967
權益總額	1,074,961	1,097,923	170,395
負債、夾層權益及權益總額	1,690,218	1,725,674	267,820

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		
	2020	2021		2020	2021	
	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	54,296	35,830	5,561	104,395	69,433	10,776
投資活動所用的現金流量淨額	(69,053)	(29,773)	(4,621)	(136,781)	(77,548)	(12,035)
融資活動產生(所用)的現金流量淨額	10,106	(23,670)	(3,673)	5,497	(35,138)	(5,453)
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	(3,853)	195	30	(4,204)	(1,997)	(310)
現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的減少	(8,504)	(17,418)	(2,703)	(31,093)	(45,250)	(7,022)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	323,393	328,637	51,004	345,982	356,469	55,323
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	<u>314,889</u>	<u>311,219</u>	<u>48,301</u>	<u>314,889</u>	<u>311,219</u>	<u>48,301</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

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	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	26,524	3,377	524	72,961	46,212	7,172
減：利息收入和投資淨收益	(10,510)	11,456	1,778	(32,647)	(2,645)	(410)
加：利息費用	1,101	1,267	197	2,224	2,534	393
減：其他淨收支	(1,148)	(1,663)	(258)	(2,641)	(3,820)	(593)
加：所得稅費用	1,911	6,087	944	13,035	15,183	2,356
加：權益法核算的投資損益	(4,244)	(5,518)	(856)	(4,593)	(11,611)	(1,802)
經營利潤	13,634	15,006	2,329	48,339	45,853	7,116
加：股權激勵費用	24,694	10,121	1,571	32,409	17,932	2,783
加：無形資產攤銷	2,888	2,906	451	5,840	5,979	928
經調整 EBITA	41,216	28,033	4,351	86,588	69,764	10,827
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	6,309	6,807	1,056	11,976	13,704	2,127
經調整 EBITDA	47,525	34,840	5,407	98,564	83,468	12,954

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商業經調整 EBITA 及關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 的調節：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
商業經調整 EBITA	45,958	33,270	5,163	97,195	78,861	12,239
減：新零售業務、本地生活服務、淘特、Lazada、菜鳥網絡、以及其他的影響 ⁽¹⁾	6,396	18,971	2,945	11,570	32,895	5,105
關鍵策略投入前商業經調整 EBITA⁽¹⁾	52,354	52,241	8,108	108,765	111,756	17,344

- (1) 自截至 2021 年 3 月 31 日止季度起，就展示關鍵策略投入前商業經調整 EBITA，我們擴展了商業中的關鍵策略投入領域列表，以清晰展示該領域的進展。可比期間數字相應以相同方式列報。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	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	26,524	3,377	524	72,961	46,212	7,172
淨利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：						
股權激勵費用	24,694	10,121	1,571	32,409	17,932	2,783
無形資產攤銷	2,888	2,906	451	5,840	5,979	928
投資減值	5,666	3,120	484	5,769	3,517	546
視同處置／處置／重估投資產生的(收益)／損失及其他	(12,721)	11,273	1,750	(31,751)	649	101
非公認會計準則調整所產生的所得稅影響 ⁽¹⁾	37	(2,273)	(353)	1,334	(2,324)	(361)
非公認會計準則淨利潤	47,088	28,524	4,427	86,562	71,965	11,169

(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、無形資產攤銷及部分投資收益和損失相關的所得稅影響。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	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	28,769	5,367	833	76,360	50,508	7,839
權益法核算的被投資方及子公司的股票期權計劃對收益的攤薄效應	(13)	(1)	—	(26)	(3)	(1)
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄	28,756	5,366	833	76,334	50,505	7,838
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	20,564	25,147	3,903	13,601	25,753	3,997
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	49,320	30,513	4,736	89,935	76,258	11,835
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） ⁽⁵⁾	21,962	21,794		21,943	21,916	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	1.31	0.25	0.04	3.48	2.30	0.36
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	0.94	1.15	0.18	0.62	1.18	0.18
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	2.25	1.40	0.22	4.10	3.48	0.54
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	10.48	1.97	0.31	27.83	18.44	2.86
加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	7.49	9.23	1.43	4.96	9.40	1.46
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	17.97	11.20	1.74	32.79	27.84	4.32

(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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	2020	2021		2020	2021	
	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	54,296	35,830	5,561	104,395	69,433	10,776
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）	(11,876)	(12,677)	(1,968)	(25,248)	(23,574)	(3,659)
減：購置無形資產	(1,662)	(14)	(2)	(1,718)	(15)	(2)
減：消費者保護基金的資金變動	(218)	(900)	(140)	(319)	(2,922)	(454)
自由現金流	40,540	22,239	3,451	77,110	42,922	6,661