

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年六月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2021年6月30日止的三個月（「2021年六月底止季度」）未經審核業績公告。本2021年六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8月3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 2021 年 6 月份季度業績公告

中國杭州，2021 年 8 月 3 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 6 月 30 日止季度（「本季度」或「6 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：「伴隨著一個良好的季度業績，我們開始了新的財年。截至 2021 年 6 月底，阿里巴巴生態全球年度活躍消費者達到 11.8 億，較上一季度增加 4,500 萬，當中有 9.12 億消費者來自中國市場。經過 20 餘年的發展，我們已經成長為一家橫跨消費互聯網和產業互聯網，依靠多個引擎驅動長期增長的公司。對於中國經濟將持續增長，以及阿里巴巴堅持創造長期價值，我們始終充滿信心。我們將不斷增強技術優勢，來提升消費者體驗，以及幫助我們的企業客戶成功實現數字化轉型。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們的收入實現了同比 34% 的強勁增長。正如我們在上一財季業績報告所說，我們已開始將增量利潤及額外資本用於投資戰略領域，支持平台商家，以更好地服務多元化的消費者，並進入新的潛在市場。我們已將股份回購計劃總額從 100 億美元增加至 150 億美元。這也是集團有史以來最大規模的回購計劃，反映出我們對長遠增長的信心。我們維持強勁的淨現金水平，自 4 月 1 日起，我們已經回購了約 37 億美元的美國存託股。」

業績概要

截至 2021 年 6 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,057.40 億元（318.65 億美元），同比增長 34%。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入將同比增長 22% 至人民幣 1,873.06 億元（290.10 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 6 月 30 日止 12 個月期間達到約 11.80 億，較截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月增加 4,500 萬。其中 9.12 億消費者來自中國市場¹，以及 Lazada、速賣通、Trendyol 和 Daraz 服務的 2.65 億海外消費者。
- 經營利潤為人民幣 308.47 億元（47.78 億美元），同比下降 11%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標），同比下降 5% 至人民幣 486.28 億元（75.32 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標），同比下降 8% 至人民幣 417.31 億元（64.63 億美元）。同比減少主要由於我們對社區商業平台、淘特、本地生活服務及 Lazada 等策略領域的投入以把握增長機遇，以及我們對閑魚及淘寶直播等中國零售市場中增長業務投入的增加，和我們支持商家的舉措。

¹ 包括截至 2021 年 6 月 30 日止 12 個月期間的 8.28 億中國零售市場年度活躍消費者，以及主要來自本地生活服務、數字媒體及娛樂和盒馬的新增去重年度活躍消費者。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 451.41 億元（69.91 億美元），淨利潤為人民幣 428.35 億元（66.34 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 434.41 億元（67.28 億美元），同比增長 10%，主要由於權益法核算的投資收益同比增長。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 16.38 元（2.54 美元）及攤薄每股收益為人民幣 2.05 元（0.32 美元或 2.46 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 16.60 元（2.57 美元），同比增長 12% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.08 元（0.32 美元或 2.50 港元），同比增長 12%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 336.03 億元（52.04 億美元）。非公認會計準則自由現金流為人民幣 206.83 億元（32.03 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 365.70 億元，下降，主要由於繳納了國家市場監管總局就中國反壟斷法處以罰款（「反壟斷法罰款」）人民幣 182.28 億元當中的人民幣 91.14 億元（14.12 億美元）以及因我們對關鍵策略領域的投入而導致盈利下降。

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。

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

2021 年 6 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶數達到 9.39 億，單季淨增加 1,400 萬。我們持續加強在欠發達地區的市場滲透，反映了以豐富消費品供給滿足消費者多元需求的策略成功。

在截至 2021 年 6 月 30 日止季度，我們的中國零售市場實物商品交易額（GMV）錄得強勁增長，這反映了我們在服裝和配飾、家居和消費電子等產品類目的優勢。

性價比消費 – 淘特通過為消費者提供更多高質量、物有所值的產品，持續錄得用戶數量的強勁增長。我們正在深化我們與原產地製造商的直接合作，設計、生產和分銷具有創新、成本效益和質量保證的產品。在截至 2021 年 6 月 30 日止 12 個月，淘特的年度活躍消費者增長至超過 1.9 億。

二手消費 – 我們在中國的 C2C 社區和平台閑魚繼續強勁增長，本季度移動月活躍用戶超過 1 億。通過閑魚平台，用戶可以找到品類豐富的二手、回收、翻新、租賃和復古產品。

天貓 618 理想生活狂歡季 – 今年的天貓 618 理想生活狂歡季幫助品牌和商家推出新產品、獲取以及留存消費者。我們亦透過購物節的機會，鞏固 88VIP 會員計劃也取得增長。約 25 萬家商家和品牌參加了今年的購物節，比去年增加了一倍多，推出了超過 100 萬款新品。在該購物節期間，通過我們的中國零售市場，品牌和商家總共收穫千萬級的會員。當消費者成為品牌的會員後，該品牌就可以通過提供專屬優惠和會員權益直接與消費者互動。

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

我們通過 1 小時達、半日達及次日達等全方位的高頻物流履約服務來滿足消費者的各種需求。我們深化了社區商業平台業務的發展，於多個地區提供次日自提服務。這一項新零售業態有助我們進一步擴大欠發達地區及農村地區的用戶基礎，也是我們多維度新零售矩陣中為價格敏感消費者提供服務的重要渠道。我們過去多年累積的綜合能力，包括產品和供應鏈、履約和交付、消費者管理，以及社交電商渠道的開發和運營等，使阿里巴巴處於有利位置，持續提升消費體驗並建立堅實基礎支持我們整個商業業務。

社區商業平台 – 我們的社區商業平台業務持續展現快速增長，GMV 及區域分撥中心（RDC）的建築面積季度環比分別增長約 200% 及 260%。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。在這個業務，我們能夠利用高鑫零售的供應鏈能力來確保商品的品質、穩定供應及維持具競爭力的價格。

高鑫零售 – 在 6 月份季度，高鑫零售線上訂單同比增長約 28%，其中最大的增長貢獻來自於與天貓超市共享庫存的舉措。同時，高鑫零售也是我們社區商業平台的頭部供應商。截至 2021 年 6 月 30 日，高鑫零售於中國 29 個省份 235 個城市設有門店，擁有豐富經驗的支持，構建了對保質期短的生鮮產品、快速消費品及日用百貨等類目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再提速增長

我們加大了就餓了麼用戶獲取和用戶體驗提升的投入，訂單量因此實現強勁增長。截止 2021 年 6 月 30 日止季度，餓了麼訂單量同比增長超過 50%。為了滿足新用戶日趨增長的需求，我們採取措施以確保優質商家基礎的提升，該成效反映在來自全國及區域連鎖店的 GMV 貢獻佔比同比提升。

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

菜鳥網絡通過深化與物流合作夥伴的合作，以及提供更多的產品和服務，繼續擴大其中國內地服務和全球智能物流網絡。在我們快速增長的跨境業務如速賣通及天貓國際中，有更多商家採用「菜鳥履約」服務，帶動菜鳥網絡 6 月份季度收入實現同比 50% 的穩健增長。菜鳥網絡於中國內地的業務也正在快速發展中，例如愈來愈多用戶採用菜鳥裹裹服務（包裹代收和派送服務的眾包寄件平台），於 6 月份季度，其訂單量同比增長 63%。

國際 – 持續強勁增長

Lazada – 於 2021 年 6 月 30 日止季度，Lazada 訂單量同比增長超過 90%。Lazada 持續聚焦於其本地化策略，因應東南亞各市場的本地消費者需求及偏好來增加商品供應。Lazada 過去連續六個季度的用戶訪問頻次提升，反映其持續專注投資於技術，提升其手機 APP 的用戶體驗及推薦能力，並由此獲得更強的消費者心智及用戶黏性。

雲計算

於 2021 年 6 月份季度，雲計算業務的收入同比增長 29% 至人民幣 160.51 億元（24.86 億美元），增長主要受到來自互聯網、金融服務及零售行業客戶收入的強勁增長所推動。自上一季度，收入同比增長放緩主要由於來自互聯網行業的單一頭部客戶收入下降。基於非產品相關的要求，該客戶就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務。展望未來，我們相信我們雲計算業務的收入將會持續在客戶及產業端趨向更多元化。

釘釘是一個企業用戶應用開發及協作辦公的平台。阿里雲的一個關鍵戰略是整合釘釘並促使更多阿里雲客戶採用釘釘。自今年初實踐雲釘一體戰略以來，更多客戶同時採用阿里雲及釘釘，包括復星集團、山東能源集團及蒙牛乳業等大型企業。自 2021 年 6 月份季度，我們把釘釘的業績由創新業務及其他分部重新分類至雲計算分部之中。因釘釘業務仍處於投入階段，該重分類會拉低雲計算本季度的盈利能力而對收入的貢獻並不重大。

數字媒體及娛樂

在 2021 年 6 月 30 日止季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 17%，主要受優質內容供給所推動。優酷通過對內容的嚴謹投資及付費會員計劃的優化，持續提升運營效率，本季度虧損同比進一步收窄。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2021 年 6 月 30 日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 336.03 億元（52.04 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 500.99 億元下降。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標），從截至 2020 年 6 月 30 日止三個月的人民幣 365.70 億元下降至截至 2021 年 6 月 30 日止三個月的人民幣 206.83 億元（32.03 億美元）。同比減少主要由於繳納了反壟斷法罰款人民幣 182.28 億元當中的人民幣 91.14 億元（14.12 億美元）以及因我們對關鍵策略領域的投入而導致盈利下降。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。

股份回購的增加

自 2021 年 4 月 1 日直至本公告發佈日，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 36.80 億美元回購了約 18.1 百萬股美國存託股（相等於約 144.5 百萬股普通股）。此外，於 2021 年 8 月 2 日，我們的董事會已授權本公司將本公司的股份回購計劃總額由 100 億美元增至 150 億美元。此項股份回購計劃有效期至 2022 年底。

6 月份季度財務業績概要

截至 6 月 30 日止三個月

	2020		2021	
	人民幣	人民幣	美元 ⁽¹⁾	%同比變動
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	153,751	205,740	31,865	34%
經營利潤	34,705	30,847	4,778	(11)% ⁽³⁾
經營利潤率	23%	15%		
經調整 EBITDA ⁽²⁾	51,039	48,628	7,532	(5)% ⁽³⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	33%	24%		
經調整 EBITA ⁽²⁾	45,372	41,731	6,463	(8)% ⁽³⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾	30%	20%		
淨利潤	46,437	42,835	6,634	(8)%
歸屬於普通股股東的淨利潤	47,591	45,141	6,991	(5)%
非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾	39,474	43,441	6,728	10%
攤薄每股收益 ⁽⁴⁾	2.17	2.05	0.32	(6)%
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾	17.36	16.38	2.54	(6)%
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	1.85	2.08	0.32	12%
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	14.82	16.60	2.57	12%

(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 6.4566 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2021 年 6 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 0.83208 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2021 年 6 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。

(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) 同比減少主要由於我們對社區商業平台、淘特、本地生活服務及 Lazada 等策略領域的投入以把握增長機遇，以及我們對閑魚及淘寶直播等中國零售市場中增長業務投入的增加，和我們支持商家的舉措。

(4) 每股美國存託股代表八股普通股。

6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 6 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	180,241	16,051	8,073	1,375	—	205,740	31,865
經營利潤 (虧損)	39,022	(1,643)	(1,010)	(2,939)	(2,583)	30,847	4,778
加：股權激勵費用	3,780	1,979	383	777	892	7,811	1,209
加：無形資產攤銷	2,789	4	208	14	58	3,073	476
經調整 EBITA	45,591 ⁽⁴⁾	340	(419)	(2,148)	(1,633)	41,731	6,463
經調整 EBITA 利潤率	25%	2%	(5)%	(156)%		20%	

截至 2020 年 6 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	
	(以百萬計，百分比除外)						
收入	133,318	12,437	6,994	1,002	—	153,751	
經營利潤 (虧損)	45,192	(2,691)	(2,018)	(2,648)	(3,130)	34,705	
加：股權激勵費用	3,425	1,563	452	699	1,576	7,715	
加：無形資產攤銷	2,620	7	245	23	57	2,952	
經調整 EBITA	51,237 ⁽⁴⁾	(1,121)	(1,321)	(1,926)	(1,497)	45,372	
經調整 EBITA 利潤率	38%	(9)%	(19)%	(192)%		30%	

(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 6%至人民幣 59,515 百萬元 (9,218 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。

6 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2021 年 6 月 30 日止三個月的收入為人民幣 205,740 百萬元（31,865 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 153,751 百萬元增長 34%。上述增長主要由於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）及菜鳥物流服務和跨境及全球零售商業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 22%至人民幣 187,306 百萬元（29,010 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 6 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 ⁽¹⁾	71,215	46%	81,002	12,546	39%	14%
– 其他 ⁽²⁾	30,106	20%	54,804	8,488	27%	82%
	101,321	66%	135,806	21,034	66%	34%
中國批發商業	3,484	2%	3,924	608	2%	13%
跨境及全球零售商業	7,012	5%	10,800	1,672	5%	54%
跨境及全球批發商業	3,204	2%	4,402	682	2%	37%
菜鳥物流服務	7,713	5%	11,601	1,797	6%	50%
本地生活服務	7,101	5%	8,757	1,356	4%	23%
其他	3,483	2%	4,951	767	2%	42%
商業合計	133,318	87%	180,241	27,916	87%	35%
雲計算 ⁽³⁾	12,437	8%	16,051	2,486	8%	29%
數字媒體及娛樂	6,994	4%	8,073	1,250	4%	15%
創新業務及其他 ⁽³⁾	1,002	1%	1,375	213	1%	37%
總計	153,751	100%	205,740	31,865	100%	34%

(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，而該業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本）。

(3) 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6月30日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣135,806百萬元（21,034百萬美元），相較2020年同期的人民幣101,321百萬元增長34%。客戶管理收入同比增長14%，主要由於中國零售市場線上實物商品GMV的增長。該增長也反映了包括推薦信息流在內的新變現模式的收入增長，以及搜索變現單次點擊平均單價的上升。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣54,804百萬元（8,488百萬美元），相較2020年同期的人民幣30,106百萬元，按年同比增長達82%。該增長主要來自合併高鑫零售，以及包括天貓超市在內的直營業務的貢獻所驅動。

- **中國批發商業**

截至2021年6月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣3,924百萬元（608百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,484百萬元增長13%。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2021年6月30日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣10,800百萬元（1,672百萬美元），相較2020年同期的人民幣7,012百萬元增長54%。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6月30日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣4,402百萬元（682百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,204百萬元增長37%。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6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11,601百萬元（1,797百萬美元），相較2020年同期的人民幣7,713百萬元增長50%，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6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8,757百萬元（1,356百萬美元），相較2020年同期的人民幣7,101百萬元增長23%。收入的增長主要由於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6月30日止三個月，來自雲計算分部的收入為人民幣**16,051**百萬元（**2,486**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**12,437**百萬元增長**29%**，主要由互聯網、金融服務和零售行業客戶收入的穩健增長所推動。自上一季度，收入同比增長放緩主要由於來自互聯網行業的單一頭部客戶收入下降。基於非產品相關的要求，該客戶就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務。

數字媒體及娛樂

截至2021年6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**8,073**百萬元（**1,250**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**6,994**百萬元增長**15%**。該增長的主要原因是來自優酷、阿里影業和其他娛樂業務收入的增長。

創新業務及其他

截至2021年6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**1,375**百萬元（**213**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**1,002**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 6 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	84,523	55%	124,097	19,220	60%	5%
產品開發費用	11,082	7%	13,519	2,094	7%	0%
銷售和市場費用	13,652	9%	27,036	4,187	13%	4%
一般及行政費用	6,837	4%	7,168	1,110	4%	0%
無形資產攤銷	2,952	2%	3,073	476	1%	(1)%
成本及費用總額	<u>119,046</u>	<u>77%</u>	<u>174,893</u>	<u>27,087</u>	<u>85%</u>	<u>8%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	1,934	1%	1,691	262	1%	0%
產品開發費用	3,125	2%	3,800	588	2%	0%
銷售和市場費用	738	1%	813	126	0%	(1)%
一般及行政費用	1,918	1%	1,507	233	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>7,715</u>	<u>5%</u>	<u>7,811</u>	<u>1,209</u>	<u>4%</u>	<u>(1)%</u>
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	82,589	54%	122,406	18,958	59%	5%
產品開發費用	7,957	5%	9,719	1,506	5%	0%
銷售和市場費用	12,914	8%	26,223	4,061	13%	5%
一般及行政費用	4,919	3%	5,661	877	3%	0%
無形資產攤銷	2,952	2%	3,073	476	1%	(1)%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>111,331</u>	<u>72%</u>	<u>167,082</u>	<u>25,878</u>	<u>81%</u>	<u>9%</u>

營業成本 – 截至2021年6月30日止三個月的營業成本為人民幣124,097百萬元（19,220百萬美元），佔收入比例60%，相較2020年同期為人民幣84,523百萬元，佔收入比例55%。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6月30日止三個月的54%增加至截至2021年6月30日止三個月的59%。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6月30日止三個月的產品開發費用為人民幣13,519百萬元（2,094百萬美元），佔收入比例7%，2020年同期為人民幣11,082百萬元，佔收入比例7%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2021年6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5%。

銷售和市場費用 – 截至2021年6月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣27,036百萬元（4,187百萬美元），佔收入比例13%，2020年同期為人民幣13,652百萬元，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2020年6月30日止三個月的8%增加至截至2021年6月30日止三個月的13%。該增加主要由於我們為了關鍵策略領域和增長，以及交易市場用戶獲取及提升其參與度而增加的市場推廣費用。

一般及行政費用 – 截至2021年6月30日止三個月的一般及行政費用為人民幣7,168百萬元（1,110百萬美元），佔收入比例4%，2020年同期為人民幣6,837百萬元，佔收入比例4%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2021年6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3%。

股權激勵費用 – 截至2021年6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7,811百萬元（1,209百萬美元），2020年同期為人民幣7,715百萬元。截至2021年6月30日止三個月，股權激勵費用佔收入比例相較2020年同期佔收入比例的5%減少至4%。

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 6月30日		2021年 3月31日		2021年 6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	
（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⁾	6,758	4%	7,162	4%	6,693	1,036	3%	(1)%	(7)%
螞蟻集團的股權激 勵 ⁽²⁾	273	0%	444	0%	392	61	0%	44%	(12)%
其他 ⁽³⁾	684	1%	1,026	1%	726	112	1%	6%	(29)%
股權激勵費用合計	7,715	5%	8,632	5%	7,811	1,209	4%	1%	(10)%

(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) 此包括我們子公司的股權激勵。

相較上季度，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。

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6月30日止三個月的無形資產攤銷為人民幣3,073百萬元（476百萬美元），相較2020年同期的人民幣2,952百萬元增長4%。

經營利潤及經營利潤率

截至2021年6月30日止三個月的經營利潤為人民幣30,847百萬元（4,778百萬美元），佔收入比例15%，相較2020年同期為人民幣34,705百萬元，佔收入比例23%，同比減少11%，主要由於下述我們對策略領域及增長業務的投入，和我們支持商家的舉措。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2021年6月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣48,628百萬元（7,532百萬美元），相較2020年同期的人民幣51,039百萬元減少5%。截至2021年6月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣41,731百萬元（6,463百萬美元），相較2020年同期的人民幣45,372百萬元減少8%。同比減少主要由於我們對社區商業平台、淘特、本地生活服務及Lazada等策略領域的投入以把握增長機遇，以及我們對閑魚及淘寶直播等中國零售市場中增長業務投入的增加，和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 6 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	51,237	38%	45,591	7,061	25%
雲計算 ⁽¹⁾	(1,121)	(9)%	340	53	2%
數字媒體及娛樂	(1,321)	(19)%	(419)	(65)	(5)%
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,926)	(192)%	(2,148)	(333)	(156)%

(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 6 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 45,591 百萬元（7,061 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 51,237 百萬元減少 11%，主要由於我們對社區商業平台、淘特、本地生活服務及 Lazada 等關鍵策略領域投入的增加，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我們的國際市場。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 同比增長 6% 至人民幣 59,515 百萬元（9,218 百萬美元）。關鍵策略投入前商業經調整 EBITA 同比增長放緩，主要由於我們對閑魚及淘寶直播等中國零售市場中增長業務投入的增加，和我們支持商家的舉措。

經調整EBITA利潤率從截至2020年6月30日止三個月的38%下降至截至2021年6月30日止三個月的25%，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的策略投入領域列表，以清晰展示我們投入領域的進展，以及商業交易市場業務的盈利能力。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於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6月30日止三個月的經調整EBITA為盈利人民幣340百萬元（53百萬美元），2020年同期為虧損人民幣1,121百萬元，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本季度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6月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣419百萬元（65百萬美元），2020年同期為虧損人民幣1,321百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2020年6月30日止三個月的負19%改善至截至2021年6月30日止三個月的負5%，主要由於提供更優質的內容而導致優酷及阿里影業的虧損減少。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至2021年6月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣2,148百萬元（333百萬美元），2020年同期為虧損人民幣1,926百萬元。

利息收入和投資淨收益

截至2021年6月30日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣14,101百萬元（2,184百萬美元），相較2020年同期的淨收益為人民幣22,137百萬元，主要原因是截至2021年6月30日止三個月我們的投資的公允價值變動而產生的淨收益同比減少。

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2021年6月30日止三個月的其他淨收益為人民幣2,157百萬元（333百萬美元），2020年同期為人民幣1,493百萬元。

所得稅費用

截至2021年6月30日止三個月的所得稅費用為人民幣9,096百萬元（1,409百萬美元），2020年同期為人民幣11,124百萬元。

截至2021年6月30日止三個月的有效稅率增長至20%，2020年同期為19%。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6月30日止三個月的有效稅率為20%。

權益法核算的投資損益

截至2021年6月30日止三個月的權益法核算的投資損益為收益人民幣6,093百萬元（944百萬美元），2020年同期為收益人民幣349百萬元。截至2021年6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 6月30日	2021年 3月31日	2021年 6月30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	3,034	7,182	4,494	696
- 其他	(1,471)	(432)	2,642	409
減值損失	—	(55)	—	—
由於所持股份被攤薄帶來的 (損失)收益	(6)	437	(9)	(1)
其他 ⁽¹⁾	(1,208)	(1,140)	(1,034)	(160)
總計	349	5,992	6,093	944

(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及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。

我們延後一個季度計入所有權益法核算的投資損益。截至2021年6月30日止三個月錄得的其他權益法核算的投資收益同比增加，主要由於我們權益法核算的被投資方的財務表現均有所改善。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2021年6月30日止三個月的淨利潤為人民幣42,835百萬元（6,634百萬美元），相較2020年同期為淨利潤人民幣46,437百萬元減少8%。

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6月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣43,441百萬元（6,728百萬美元），相較2020年同期的人民幣39,474百萬元增長10%，主要由於權益法核算的投資收益增加。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6月30日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣45,141百萬元（6,991百萬美元），較2020年同期的人民幣47,591百萬元減少5%。

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6月30日止三個月，按本季度22,038百萬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16.38元（2.54美元），較2020年同期按21,926百萬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17.36元減少6%。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6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16.60元（2.57美元），較2020年同期的人民幣14.82元增長12%。

截至2021年6月30日止三個月攤薄每股收益為人民幣2.05元（0.32美元或2.46港元），較2020年同期的攤薄每股收益為人民幣2.17元減少6%。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6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2.08元（0.32美元或2.50港元），較2020年同期的人民幣1.85元增長12%。

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6月30日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣470,824百萬元（72,921百萬美元），而2021年3月31日為人民幣473,638百萬元，主要由於投資和收購活動所用的現金流量人民幣12,186百萬元（1,887百萬美元）及股份回購所用的人民幣7,134百萬元（1,105百萬美元），以及收購非全資子公司的額外股權所用的人民幣4,304百萬元（667百萬美元），部分被經營活動產生的自由現金流人民幣20,683萬元（3,203百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2021年6月30日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣33,603百萬元（5,204百萬美元），相較2020年同期的人民幣50,099百萬元減少33%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2021年6月30日止季度為人民幣20,683百萬元（3,203百萬美元），相較2020年同期為人民幣36,570百萬元，減少43%。同比減少主要由於繳納了反壟斷法罰款人民幣182.28億元當中的人民幣91.14億元（14.12億美元）以及因我們對關鍵策略領域及增長業務的投入而導致盈利下降。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6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47,775百萬元（7,399百萬美元），主要反映了(i) 短期投資增加人民幣27,832百萬元（4,311百萬美元），(ii) 資本性支出人民幣12,518百萬元（1,939百萬美元），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1,621百萬元（251百萬美元），以及(iii) 投資和收購活動的現金支出人民幣12,186百萬元（1,887百萬美元）。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4,901百萬元（759百萬美元）所抵銷。

員工

截至 2021 年 6 月 30 日，我們的員工總數為 254,702 人，截至 2021 年 3 月 31 日為 251,462 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 8 月 3 日美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午七時三十分）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：800 820 2079

中國移動電話：400 820 6895

會議編號：6395344（英語）

會議編號：1547494（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於 2021 年 8 月 3 日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

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「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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)		
收入	153,751	205,740	31,865
營業成本	(84,523)	(124,097)	(19,220)
產品開發費用	(11,082)	(13,519)	(2,094)
銷售和市場費用	(13,652)	(27,036)	(4,187)
一般及行政費用	(6,837)	(7,168)	(1,110)
無形資產攤銷	(2,952)	(3,073)	(476)
經營利潤	34,705	30,847	4,778
利息收入和投資淨收益	22,137	14,101	2,184
利息費用	(1,123)	(1,267)	(196)
其他淨收支	1,493	2,157	333
扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤	57,212	45,838	7,099
所得稅費用	(11,124)	(9,096)	(1,409)
權益法核算的投資損益	349	6,093	944
淨利潤	46,437	42,835	6,634
歸屬於非控制性權益的淨損失	1,096	2,233	346
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	47,533	45,068	6,980
夾層權益的增值	58	73	11
歸屬於普通股股東的淨利潤	47,591	45,141	6,991
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾			
基本	2.21	2.08	0.32
攤薄	2.17	2.05	0.32
歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益⁽¹⁾			
基本	17.64	16.60	2.57
攤薄	17.36	16.38	2.54
用於計算每股收益的加權 平均股數（百萬股）⁽¹⁾			
基本	21,581	21,754	
攤薄	21,926	22,038	

(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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
商業 ⁽¹⁾	133,318	180,241	27,916
雲計算 ⁽²⁾⁽⁵⁾	12,437	16,051	2,486
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	6,994	8,073	1,250
創新業務及其他 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1,002	1,375	213
總計	153,751	205,740	31,865

- (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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
商業	45,192	39,022	6,044
雲計算 ⁽¹⁾	(2,691)	(1,643)	(254)
數字媒體及娛樂	(2,018)	(1,010)	(156)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(2,648)	(2,939)	(455)
未分攤	(3,130)	(2,583)	(401)
總計	34,705	30,847	4,778

(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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
商業	51,237	45,591	7,061
雲計算 ⁽¹⁾	(1,121)	340	53
數字媒體及娛樂	(1,321)	(419)	(65)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(1,926)	(2,148)	(333)
未分攤	(1,497)	(1,633)	(253)
總計	45,372	41,731	6,463

(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。

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 6 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	291,809	45,195
短期投資	152,376	179,015	27,726
受限制現金及應收託管資金	35,207	36,828	5,704
股權證券及其他投資	9,807	12,528	1,940
預付款項、應收款項及其他資產	124,708	126,957	19,663
流動資產總額	643,360	647,137	100,228
股權證券及其他投資	237,221	246,892	38,239
預付款項、應收款項及其他資產	98,432	101,005	15,644
權益法核算的投資	200,189	207,651	32,161
物業及設備（淨值）	147,412	152,606	23,636
無形資產（淨值）	70,833	67,398	10,439
商譽	292,771	292,523	45,306
資產總額	1,690,218	1,715,212	265,653
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	3,606	7,338	1,137
短期無擔保優先票據	9,831	9,675	1,498
應付所得稅	25,275	24,514	3,797
預提費用、應付款項及其他負債	261,140	250,394	38,781
商家保證金	15,017	14,697	2,276
遞延收入及客戶預付款	62,489	61,581	9,538
流動負債總額	377,358	368,199	57,027

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 6 月 30 日	
	2021	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,158	3,420	530
遞延所得稅負債	59,598	60,749	9,409
長期銀行借款	38,335	37,791	5,853
長期無擔保優先票據	97,381	95,808	14,839
其他負債	30,754	30,628	4,744
負債總額	606,584	596,595	92,402
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	8,673	8,363	1,295
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	394,308	397,118	61,506
庫存股（按成本計）	—	—	—
應收股權認購款項	(47)	(46)	(7)
法定儲備	7,347	7,652	1,185
累計其他綜合損失	(19,063)	(22,533)	(3,490)
未分配利潤	554,924	593,311	91,892
股東權益總額	937,470	975,503	151,086
非控制性權益	137,491	134,751	20,870
權益總額	1,074,961	1,110,254	171,956
負債、夾層權益及權益總額	1,690,218	1,715,212	265,653

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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	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	50,099	33,603	5,204
投資活動所用的現金流量淨額	(67,728)	(47,775)	(7,399)
融資活動所用的現金流量淨額	(4,609)	(11,468)	(1,776)
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	(351)	(2,192)	(340)
現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的減少	(22,589)	(27,832)	(4,311)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	345,982	356,469	55,210
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	323,393	328,637	50,899

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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
淨利潤	46,437	42,835	6,634
減：利息收入和投資淨收益	(22,137)	(14,101)	(2,184)
加：利息費用	1,123	1,267	196
減：其他淨收支	(1,493)	(2,157)	(333)
加：所得稅費用	11,124	9,096	1,409
加：權益法核算的投資損益	(349)	(6,093)	(944)
經營利潤	34,705	30,847	4,778
加：股權激勵費用	7,715	7,811	1,209
加：無形資產攤銷	2,952	3,073	476
經調整 EBITA	45,372	41,731	6,463
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	5,667	6,897	1,069
經調整 EBITDA	51,039	48,628	7,532

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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
商業經調整 EBITA	51,237	45,591	7,061
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⁾	5,174	13,924	2,157
關鍵策略投入前商業經調整 EBITA⁽¹⁾	56,411	59,515	9,218

(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，以清晰展示我們投入領域的進展，以及商業交易市場業務的盈利能力。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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
淨利潤	46,437	42,835	6,634
加：股權激勵費用	7,715	7,811	1,209
加：無形資產攤銷	2,952	3,073	476
加：投資減值	103	397	61
減：視同處置／處置／重估 投資產生的損失／收益 及其他	(19,030)	(10,624)	(1,645)
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 ⁽¹⁾	1,297	(51)	(7)
非公認會計準則淨利潤	39,474	43,441	6,728

(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和損失、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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
	（以百萬計，每股數據除外）		
歸屬於普通股股東的淨利潤—基本	47,591	45,141	6,991
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)	(2)	—
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄	47,578	45,139	6,991
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	(6,963)	606	94
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	<u>40,615</u>	<u>45,745</u>	<u>7,085</u>
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） ⁽⁵⁾	21,926	22,038	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	2.17	2.05	0.32
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(0.32)	0.03	—
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	<u>1.85</u>	<u>2.08</u>	<u>0.32</u>
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	17.36	16.38	2.54
加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(2.54)	0.22	0.03
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	<u>14.82</u>	<u>16.60</u>	<u>2.57</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 6 月 30 日止三個月		
	2020	2021	
	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	50,099	33,603	5,204
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）	(13,372)	(10,897)	(1,688)
減：購置無形資產	(56)	(1)	—
減：消費者保護基金的資金變動	(101)	(2,022)	(313)
自由現金流	<u>36,570</u>	<u>20,683</u>	<u>3,203</u>

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 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	2021 年 3 月 31 日	2021 年 6 月 30 日
				(以百萬計)				
年度活躍消費者	693	711	726	742	757	779	811	828

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 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	2021 年 3 月 31 日	2021 年 6 月 30 日
				(以百萬計)				
移動月活躍用戶	785	824	846	874	881	902	925	939