

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年九月底止季度業績公告

我們在此發佈截至2020年9月30日止的三個月（「2020年九月底止季度」）未經審核業績公告。本2020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](http://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，2020年11月5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 9 月份季度業績公告

中國杭州，2020 年 11 月 5 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 9 月 30 日止季度（「本季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「阿里巴巴收穫了又一個強勁的季度。疫情至今，我們持續支持商業復甦，並通過數字化的方式尋找新的發展機遇。我們對於為客戶創造價值的堅定投入，充分體現在核心商業的穩健表現及阿里雲的強勁增長之中。我們會繼續聚焦於內需、雲計算和大數據、全球化這三大長期增長引擎，從而更有效地把握消費者不斷變化的需求，以及阿里巴巴數字經濟體內各業務加速數字化所帶來的機會。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們再次收穫了一個扎實增長的季度，收入同比增長 30%，經調整 EBITDA 同比增長 28%。隨著中國步入後新冠疫情時期，我們的中國市場核心商業隨著消費者購買頻次和平均消費支出提升而持續穩健增長。同時，在中國各行各業加速數字化的驅動下，雲計算業務收入同比增長 60%。我們十分欣喜地看到，我們的戰略性投資已經開始呈現更高的運營效率和規模效應。」

### 業績概要

#### 截至 2020 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 1,550.59 億元（228.38 億美元），同比增長 30%。
- 中國零售市場年度活躍消費者達 7.57 億，較截至 2020 年 6 月 30 日止 12 個月期間增加 1,500 萬。
- 2020 年 9 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 8.81 億，較 2020 年 6 月增加 700 萬。
- 經營利潤為人民幣 136.34 億元（20.08 億美元），同比減少 33%，主要由於與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用上升人民幣 157.53 億元。若不考慮該影響，我們的經營利潤將由截至 2019 年 9 月 30 日止季度的人民幣 206.67 億元增長 44% 至截至 2020 年 9 月 30 日止季度的人民幣 296.90 億元（43.73 億美元）。
- 經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 28% 至人民幣 475.25 億元（70.00 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 28% 至人民幣 412.16 億元（60.70 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 287.69 億元（42.37 億美元），淨利潤為人民幣 265.24 億元（39.07 億美元），同比分別減少 60%及 63%，主要原因是我們在去年 9 月份季度取得螞蟻集團 33%股份時確認的一次性重大收益。此外，如上文「經營利潤」中描述的股權激勵費用的上升也造成本季度的同比下滑。若不考慮該一次性收益，股權激勵費用及其它若干項目，非公認會計準則淨利潤為人民幣 470.88 億元（69.35 億美元），同比增長 44%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 10.48 元（1.54 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 17.97 元（2.65 美元），同比增長 37%。攤薄每股收益為人民幣 1.31 元（0.19 美元或 1.49 港元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.25 元（0.33 美元或 2.56 港元），同比增長 37%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 542.96 億元（79.97 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 405.40 億元（59.71 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 – 中國最大的消費平台保持增長，部分驅動來源於在欠發達地區滲透率的持續提升*

2020 年 9 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶數達到 8.81 億，它是中國最大的消費平台。截至 2020 年 9 月 30 日止的 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達到 7.57 億，單季淨增長 1,500 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及更高的年度平均消費之中。

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。針對價格敏感消費者而推出的淘寶特價版，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。本季度，我們聚焦於增加淘寶特價版的差異化供給和個性化產品，包括引入來自產業帶外貿工廠以及 1688.com 批發平台的商家。淘寶特價版於 2020 年 3 月推出新版本以來實現了強勁增長，月活躍用戶在 2020 年 9 月超過 7,000 萬。同時在淘寶與淘寶特價版上消費的消費者，其購買頻次及平均消費增長較只用淘寶的消費者更為快速。

*商品供給 – 廣泛和多樣的產品供給滿足不同需求，驅動 GMV 增長*

天貓線上實物商品交易額 GMV（剔除未支付訂單）在 2020 年 9 月份季度同比增長 21%。快速消費品仍然是天貓增長最快的品類，主要由食品和飲料、保健、美容和個人護理領域強勁推動。此外，天貓服飾的增長速度已經恢復到較新冠疫情爆發前更高的水平。在 2020 年 9 月份季度中，淘寶線上實物商品交易額 GMV（剔除未支付訂單）同比增長百分之十幾。

自 2020 年 3 月季度的低谷（新冠疫情在中國影響最大的時段）以來，淘寶 GMV 季度增長持續加速，這主要由於我們的性價比產品供給提高了購買頻率。

天貓國際是國際品牌和商家進入中國市場，建立品牌知名度的首要平台。截至 2020 年 9 月 30 日，平台的線上品牌和商家數量以兩位數的比率同比增長。由於市場對進口商品、新品、個性化或限量版產品的需求不斷增長，通過豐富以及高品質的產品，天貓國際成功滿足了新的消費者需求。天貓國際商品交易額 GMV（剔除未支付訂單）在本季度同比增長 37%。

### *消費者參與度 – 大量有趣的互動方式帶動用戶參與度與消費者消費的提升*

淘寶直播——我們的直播入口——已經成為商家、品牌、網絡紅人（KOL）和阿里巴巴各業務，如聚划算，與用戶和客戶進行互動的重要的營銷和分銷方式。截至 2020 年 9 月 30 日止 12 個月，淘寶直播產生的 GMV 超過人民幣 3,500 億元。我們也對淘寶直播首頁進行了重新設計，使用戶更容易發現新產品和新品牌。未來，我們相信整個電子商務購物體驗也將變得越來越具備趣味性與互動性。

2020 年 9 月，淘寶首頁全新改版，提供更好的沉浸式用戶體驗，例如在首頁中擴展了信息流推薦，使產品展示更生動。我們相信，新的界面將有助於在未來增強用戶參與度、提高消費者購買轉化率。

我們仍在持續提升兩項會員服務：88VIP 是一個讓消費者可在阿里巴巴多個平台，包括淘寶、天貓、優酷和餓了麼上共享會員服務、優惠及獎勵的會員計劃。淘寶省錢卡針對對價格敏感的消費者，提供每月優惠券。截至 2020 年 9 月 30 日，擁有 88VIP 和淘寶省錢卡的付費會員總數達到 3,500 萬。我們的會員計劃也增加了用戶粘性和消費支出。

於 2020 年 10 月 21 日，我們啟動了第 12 屆天貓雙 11 全球狂歡季。有超過 25 萬品牌將會參與其中，今年活動上將有 200 萬新品發佈。有別於往年，今年活動將設有兩輪售賣期，11 月 1 至 3 日及 11 月 11 日當天，借此為中小企業提供更多曝光及觸達消費者的機會。消費者方面，延長的銷售期可以讓他們有更多時間瀏覽商品並且獲得成交優惠。消費者也可更快收到他們在第一輪銷售期下單購買的東西。今年，借助中國消費者對於海外品牌不斷增長的需求，我們着力將這個全球最大的購物季變成幫助商家復甦的催化劑。

### **新零售 – 以新商業模式不斷創造價值，提供數字化解決方案**

*舊城改造* - 10 月，我們投資約 36 億美元，獲得高鑫零售有限公司（「高鑫零售」）的控股權。我們不斷創造新零售業態和模式，通過推進線下零售合作夥伴數字化，幫助他們為消費者提供一體化的全渠道消費體驗。通過與高鑫零售的深入合作，我們能夠更有效地將線下流量數字化，協調線上線下庫存，拓寬供應鏈網絡，以及增加線上購買。

**新城建設** - 我們的自營的零售連鎖商超盒馬在本季度實現了健康的同店銷售增長，我們繼續優化其門店運營，提升客戶體驗。截至 2020 年 9 月 30 日，我們在中國自營盒馬門店 222 家，主要分佈在一、二線城市。基於自有品牌、進口產品和新產品的全面供給，盒馬多元的商品正在吸引新客戶，現有客戶的支出也因而增加。截至 2020 年 9 月 30 日的 12 個月裏，盒馬的年活躍消費者超過了 2,600 萬。

### **本地生活服務 – 商家和消費者高質量快速成長**

受新冠疫情影響，中國餐飲服務業數字化需求依然強勁。餓了麼通過提供數字技術解決方案和其他增值服務，抓住了這一市場機會，吸引了高質量的商家。

今年 7 月，餓了麼推出了一項重大的平台戰略升級，擴大了即時配送服務的範圍，涵蓋了生鮮、雜貨和鮮花等多個品類。餓了麼升級了會員權益，包括新增的積分回饋服務，消費者可以用積分換取優惠券或商家產品和服務。由於加入了高質量的商家並添加了具吸引力的內容，在 9 月份季度，餓了麼的日均付費會員數量同比增長了 45%。

### **菜鳥網絡 – 驅動阿里巴巴數字經濟體以及中國和國際物流行業效率提升**

菜鳥網絡繼續通過與物流合作夥伴深化整合，提供更多商品及服務，以擴展其本地服務及全球智能物流骨幹網。在中國，菜鳥擴大了菜鳥驛站（社區和校園驛站，以及住宅區自提點）的覆蓋，以及擴大了菜鳥裹裹的服務（包括包裹集運及派送服務），並提升消費者在使用應用程式時的體驗。國際方面，菜鳥透過與全球各地的夥伴合作，於 15 個國家及地區內建立本地的物流網絡，進一步擴大其出口業務。

我們持續進行的投資及升級菜鳥，將其打造成優選的物流及履約服務供應商之一，助力我們的國際零售商拓展國際市場。本季度，商家持續增加採用菜鳥的服務，於 2020 年 9 月，每日派送的跨境包裹量近 400 萬件。

### **國際 – 東南亞市場取得強勁增長**

我們旗下東南亞電商平台 Lazada 持續在買家及賣家數量錄得強勁增長，主要受惠於東南亞市場加速數字化，即使多個市場仍在應付新一輪新冠疫情，於 2020 年 9 月底止季度，Lazada 的單量同比增加 100%。

### **雲計算**

阿里雲通過提供覆蓋各行各業全面的技術解決方案及服務，推動企業數字化轉型。於 9 月底止季度，雲計算的收入同比增長 60% 至人民幣 148.99 億元（21.94 億美元），主要受到來自互聯網、金融及零售行業的客戶收入增長所推動。

來自各行各業、不同規模的客戶都持續享受阿里雲的產品及服務。截至 2020 年 9 月 30 日止，約 60% 的 A 股上市公司都是阿里雲的客戶；於 2020 年 9 月，它們的平均消費額同比增長 45%。

## 數字媒體及娛樂

優酷持續聚焦於提供覆蓋廣泛類目的大片內容，打造優越的用戶體驗。於 9 月底止季度，優酷的日均付費用戶同比增長 45%，主要由別具吸引力的原創內容，以及來自 88VIP 會員計劃的貢獻增加。

阿里影業投資並發行的電影於國慶黃金周期間佔據票房前三中的兩席。此外，根據燈塔的票房數據，在今年上半財年內的中國電影票房中，有超過 50% 的電影均由阿里影業參與製作及發行。

通過對於內容及製作能力的嚴謹投資，以及優化付費會員計劃，數字媒體及娛樂的運營效率正持續提升。本季度內，數字媒體及娛樂的經調整 EBITA 虧損同比進一步收窄。

## 創新業務及其他

根據 QuestMobile 的數據，以月活躍用戶及日活躍用戶計，高德繼續為中國最大的移動數字地圖、導航及實時交通信息服務供應商。本季度內，我們持續通過提供新功能及服務，提升用戶體驗。於 2020 年 10 月 1 日，即中國國慶黃金周期假期的首日，高德錄得創紀錄的日活躍設備用量，達到 1.5 億台。

## 經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2020 年 9 月 30 日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 542.96 億元（79.97 億美元），較 2019 年同期的人民幣 473.26 億元增長 15%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）為人民幣 405.40 億元（59.71 億美元），較 2019 年同期的人民幣 304.88 億元增長 33%，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。

## 重要運營指標\*

	2019 年 9 月 30 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 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 <sup>(1)</sup> （以百萬計）	693	742	757	64	15
移動月活躍用戶 <sup>(2)</sup> （以百萬計）	785	874	881	96	7

\* 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。

## 9 月份季度財務業績概要

	截至 9 月 30 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 <sup>(1)</sup>	
收入	119,017	155,059	22,838	30%
經營利潤	20,364	13,634	2,008	(33)% <sup>(3)</sup>
經營利潤率	17%	9%		
經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>	37,101	47,525	7,000	28%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(2)</sup>	31%	31%		
經調整 EBITA <sup>(2)</sup>	32,091	41,216	6,070	28%
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(2)</sup>	27%	27%		
淨利潤	70,748	26,524	3,907	(63)% <sup>(4)</sup>
歸屬於普通股股東的淨利潤	72,540	28,769	4,237	(60)% <sup>(4)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(2)</sup>	32,750	47,088	6,935	44%
攤薄每股收益 <sup>(5)</sup>	3.44	1.31	0.19	(62)% <sup>(4)</sup>
攤薄每股美國存託股收益 <sup>(5)</sup>	27.51	10.48	1.54	(62)% <sup>(4)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(2)(5)</sup>	1.64	2.25	0.33	37%
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 <sup>(2)(5)</sup>	13.10	17.97	2.65	37%

(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。除另有注明外，人民幣兌換為美元的所有折算均按人民幣 6.7896 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2020 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 0.87872 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2020 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。

(2) 有關本業績公告內提及的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「分部信息」、「非公認會計準則財務指標」及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比公認會計準則指標之間的調節」各節。

(3) 同比減少主要由於與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用上升人民幣 15,753 百萬元（見下述「成本和費用 — 股權激勵費用」）。若不考慮該影響，我們的經營利潤將由截至 2019 年 9 月 30 日止三個月的人民幣 20,667 百萬元增長 44% 至截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的人民幣 29,690 百萬元（4,373 百萬美元）。

(4) 同比減少主要原因是我們在截至 2019 年 9 月 30 日止三個月取得螞蟻集團 33% 股份時確認的一次性重大收益。而上述與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用的上升也造成本季度的同比下滑，部分被截至 2020 年 9 月 30 日止三個月我們所投資的股權證券的公允價值變動而產生的淨收益，以及截至 2019 年 9 月 30 日止三個月與我們權益法核算的投資相關的減值損失所抵銷。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股（已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

## 9月份季度分部信息

所示期間我們的經營分部的財務資料概要如下表所示：

截至 2020 年 9 月 30 日止三個月							
核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 <sup>(1)</sup>	創新業務 及其他 <sup>(1)</sup>	未分攤 <sup>(2)</sup>	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	130,922	14,899	8,066	1,172	—	155,059	22,838
經營利潤 (虧損)	30,894	(3,796)	(2,351)	(4,282)	(6,831)	13,634	2,008
加：股權激勵費用	12,483	3,635	1,413	1,880	5,283	24,694	3,637
加：無形資產攤銷	2,581	5	228	21	53	2,888	425
經調整 EBITA	45,958 <sup>(3)</sup>	(156)	(710)	(2,381)	(1,495)	41,216	6,070
經調整 EBITA 利潤率	35%	(1)%	(9)%	(203)%		27%	
截至 2019 年 9 月 30 日止三個月							
核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 <sup>(1)</sup>	創新業務 及其他 <sup>(1)</sup>	未分攤 <sup>(2)</sup>	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	101,220	9,291	7,442	1,064	—	119,017	
經營利潤 (虧損)	32,069	(1,928)	(3,535)	(2,865)	(3,377)	20,364	
加：股權激勵費用	3,901	1,400	825	1,101	918	8,145	
加：無形資產攤銷	2,604	7	330	20	45	3,006	
加：商譽減值	—	—	—	—	576	576	
經調整 EBITA	38,574 <sup>(3)</sup>	(521)	(2,380)	(1,744)	(1,838)	32,091	
經調整 EBITA 利潤率	38%	(6)%	(32)%	(164)%		27%	

(1) 自 2020 年 6 月份季度開始，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) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增加 12% 至人民幣 50,940 百萬元 (7,503 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。



## 9 月份季度營運及財務業績

### 收入

截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的收入為人民幣 155,059 百萬元（22,838 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 119,017 百萬元增長 30%。上述增長主要由我們的中國零售商業、雲計算業務及菜鳥物流服務的強勁收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表所示：

	截至 9 月 30 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 <sup>(1)</sup>	57,576	49%	69,338	10,212	45%	20%
– 其他 <sup>(2)</sup>	18,210	15%	26,132	3,849	17%	44%
	75,786	64%	95,470	14,061	62%	26%
中國批發商業	3,283	3%	3,637	536	2%	11%
跨境及全球零售商業	6,007	5%	7,789	1,147	5%	30%
跨境及全球批發商業	2,434	2%	3,510	517	2%	44%
菜鳥物流服務	4,759	4%	8,226	1,212	5%	73%
本地生活服務	6,835	6%	8,839	1,302	6%	29%
其他	2,116	1%	3,451	508	2%	63%
核心商業合計	101,220	85%	130,922	19,283	84%	29%
雲計算	9,291	8%	14,899	2,194	10%	60%
數字媒體及娛樂 <sup>(3)</sup>	7,442	6%	8,066	1,188	5%	8%
創新業務及其他 <sup>(3)</sup>	1,064	1%	1,172	173	1%	10%
總計	119,017	100%	155,059	22,838	100%	30%

(1) 自本季度開始，為更好反映我們對商家的價值創造，我們把原先列報的佣金收入結合為客戶管理收入的一部分。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應調整。

(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（主要包括天貓超市、盒馬、進口直營和銀泰）產生。

(3) 自 2020 年 6 月份季度開始，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 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 95,470 百萬元（14,061 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 75,786 百萬元增長 26%。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，搜索變現付費點擊量的上升，以及天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比增長 21%。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣26,132百萬元（3,849百萬美元），相較2019年同期的人民幣18,210百萬元，按年同比增長達44%。該增長主要來自包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻。

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，尤其是我們於2020年10月開始合併高鑫零售後。

- **中國批發商業**

截至2020年9月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣3,637百萬元（536百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,283百萬元增長11%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的平均收入增加。

- **跨境及全球零售商業**

截至2020年9月30日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣7,789百萬元（1,147百萬美元），相較2019年同期的人民幣6,007百萬元增長30%。增長的主要原因是來自Lazada和Trendyol的收入增長，部份被我們在2019年10月終止合併速賣通俄羅斯業務而導致速賣通收入減少所抵銷。

- **跨境及全球批發商業**

截至2020年9月30日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣3,510百萬元（517百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,434百萬元增長44%。增長的主要原因是來自Alibaba.com付費會員數量的增加，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8,226百萬元（1,212百萬美元），相較2019年同期的人民幣4,759百萬元增長73%，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單均收入的上升和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9月30日止三個月共人民幣8,839百萬元（1,302百萬美元），相較2019年同期的人民幣6,835百萬元增長29%，主要原因是單均收入的上升。

## 雲計算

截至2020年9月30日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣14,899百萬元（2,194百萬美元），相較2019年同期的人民幣9,291百萬元增長60%，主要受到來自互聯網、金融及零售行業的客戶收入增長所推動。

## 數字媒體及娛樂

截至2020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8,066百萬元（1,188百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,442百萬元增長8%。增長的主要原因是來自線上遊戲收入增長，部份被客戶管理收入的減少所抵銷。

## 創新業務及其他

截至2020年9月30日止三個月，來自創新業務及其他的收入為人民幣1,172百萬元（173百萬美元），相較2019年同期的人民幣1,064百萬元增長10%。

## 成本和費用

下表載列於所示期間我們按功能劃分的成本及費用、股權激勵費用及不含股權激勵費用的成本及費用明細。

	截至9月30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)					
<b>成本及費用：</b>						
營業成本	65,546	55%	89,960	13,250	58%	3%
產品開發費用	10,938	9%	19,245	2,834	12%	3%
銷售和市場費用	11,996	10%	17,371	2,559	11%	1%
一般及行政費用	6,591	6%	11,961	1,762	8%	2%
無形資產攤銷	3,006	3%	2,888	425	2%	(1)%
商譽減值	576	0%	—	—	—	0%
成本及費用總額	<u>98,653</u>	<u>83%</u>	<u>141,425</u>	<u>20,830</u>	<u>91%</u>	<u>8%</u>
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	2,033	2%	5,397	795	4%	2%
產品開發費用	3,517	3%	10,542	1,553	6%	3%
銷售和市場費用	990	1%	2,499	368	2%	1%
一般及行政費用	1,605	1%	6,256	921	4%	3%
股權激勵費用總額	<u>8,145</u>	<u>7%</u>	<u>24,694</u>	<u>3,637</u>	<u>16%</u>	<u>9%</u>
<b>不含股權激勵費用的成本及費用：</b>						
營業成本	63,513	53%	84,563	12,455	54%	1%
產品開發費用	7,421	6%	8,703	1,281	6%	0%
銷售和市場費用	11,006	9%	14,872	2,191	9%	0%
一般及行政費用	4,986	5%	5,705	841	4%	(1)%
無形資產攤銷	3,006	3%	2,888	425	2%	(1)%
商譽減值	576	0%	—	—	—	0%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>90,508</u>	<u>76%</u>	<u>116,731</u>	<u>17,193</u>	<u>75%</u>	<u>(1)%</u>

**營業成本** – 截至2020年9月30日止三個月的營業成本為人民幣89,960百萬元（13,250百萬美元），佔收入比例58%，2019年同期為人民幣65,546百萬元，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2019年9月30日止三個月的53%增加至截至2020年9月30日止三個月的54%。該增長主要來自我們直營業務（包括天貓超市及自營新零售在內的業務）收入貢獻的增長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所抵銷。

**產品開發費用** – 截至2020年9月30日止三個月產品開發費用為人民幣19,245百萬元（2,834百萬美元），佔收入比例12%，2019年同期為人民幣10,938百萬元，佔收入比例9%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年9月30日止三個月及2019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2020年9月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣17,371百萬元（2,559百萬美元），佔收入比例11%，2019年同期為人民幣11,996百萬元，佔收入比例10%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年9月30日止三個月及2019年同期銷售和市場費用佔收入的比例將平穩維持在9%。

**一般及行政費用** – 截至2020年9月30日止三個月的一般及行政費用為人民幣11,961百萬元（1,762百萬美元），佔收入比例8%，2019年同期為人民幣6,591百萬元，佔收入比例6%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年9月30日止三個月一般及行政費用佔收入比例將相較2019年同期的5%下降至4%，反映了經營規模效益。

**股權激勵費用** – 截至2020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24,694百萬元（3,637百萬美元），較2019年同期的人民幣8,145百萬元增加203%。截至2020年9月30日止三個月股權激勵費用佔收入的比例相較去年同期7%上升至16%。

所示季度內，按激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

	截至所示日期止三個月							%變動	
	2019年 9月30日		2020年 6月30日		2020年 9月30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)								
<b>按激勵類型:</b>									
阿里巴巴集團的 股權激勵 <sup>(1)</sup>	6,899	6%	6,758	4%	7,703	1,134	5%	12%	14%
螞蟻集團的股權激 勵 <sup>(2)</sup>	303	0%	273	0%	16,056	2,365	10%	5,199%	5,781%
其他 <sup>(3)</sup>	943	1%	684	1%	935	138	1%	(1)%	37%
<b>股權激勵費用合計</b>	<b>8,145</b>	<b>7%</b>	<b>7,715</b>	<b>5%</b>	<b>24,694</b>	<b>3,637</b>	<b>16%</b>	<b>203%</b>	<b>220%</b>

(1) 此包括授予我們的員工及螞蟻集團的員工的阿里巴巴集團的股權激勵。自2019年9月23日我們取得螞蟻集團33%股份後，授予螞蟻集團的員工的股權激勵費用會計入權益法核算的投資損益。

(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費用較上季度上升，主要是由於部分年度績效股權激勵於上季度中旬授予，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費用較上季度上升，主要是我們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 9 月 30 日止三個月的無形資產攤銷為人民幣 2,888 百萬元（425 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 3,006 百萬元減少 4%。

### **經營利潤及經營利潤率**

截至2020年9月30日止三個月的經營利潤為人民幣13,634百萬元（2,008百萬美元），佔收入比例9%，相較2019年同期的人民幣20,364百萬元，佔收入比例17%，減少33%。同比減少主要由於與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用上升人民幣15,753百萬元。若不考慮該影響，我們的經營利潤將由截至2019年9月30日止三個月的人民幣20,667百萬元增長44%至截至2020年9月30日止三個月的人民幣29,690百萬元（4,373百萬美元）。

### **經調整 EBITDA 及經調整 EBITA**

截至2020年9月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣47,525百萬元（7,000百萬美元），相較2019年同期的人民幣37,101百萬元增長28%。截至2020年9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣41,216百萬元（6,070百萬美元），相較2019年同期的人民幣32,091百萬元增長28%。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 9 月 30 日止三個月				
	2019		2020		%佔分部 收入比例
	人民幣	%佔分部 收入比例	人民幣	美元	
	（以百萬計，百分比除外）				
核心商業	38,574	38%	45,958	6,769	35%
雲計算	(521)	(6)%	(156)	(23)	(1)%
數字媒體及娛樂 <sup>(1)</sup>	(2,380)	(32)%	(710)	(105)	(9)%
創新業務及其他 <sup>(1)</sup>	(1,744)	(164)%	(2,381)	(351)	(203)%

(1) 自 2020 年 6 月份季度開始，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9月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣45,958百萬元（6,769百萬美元），較2019年同期的人民幣38,574百萬元增長19%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA增長至人民幣50,940百萬元（7,503百萬美元），以及本地生活服務業務的虧損減少。經調整EBITA利潤率從截至2019年9月30日止三個月的38%下降至截至2020年9月30日止三個月的35%，主要由於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，尤其是我們於2020年10月開始合併高鑫零售後。

**雲計算分部** – 雲計算分部截至2020年9月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣156百萬元（23百萬美元），2019年同期為虧損人民幣521百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年9月30日止三個月的負6%改善至截至2020年9月30日止三個月的負1%，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9月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣710百萬元（105百萬美元），2019年同期為虧損人民幣2,380百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年9月30日止三個月的負32%改善至截至2020年9月30日止三個月的負9%，主要由於線上遊戲業務的貢獻增加，以及優酷的虧損減少。

**創新業務及其他分部** – 創新業務及其他分部截至2020年9月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣2,381百萬元（351百萬美元），2019年同期為虧損人民幣1,744百萬元，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9月30日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣10,510百萬元（1,548百萬美元），相較2019年同期的人民幣63,348百萬元有所下降，主要原因是我們在截至2019年9月30日止三個月取得螞蟻集團33%股份時確認人民幣692億元的一次性收益，部份被截至2020年9月30日止三個月我們所投資的股權證券的公允價值變動而產生的淨收益所抵銷。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9月30日止三個月的其他淨收益為人民幣1,148百萬元（169百萬美元），2019年同期為人民幣3,171百萬元。同比減少主要由於2019年9月我們取得螞蟻集團33%股份後，已終止了與螞蟻集團的許可使用費和軟件技術服務費。

### 所得稅費用

截至2020年9月30日止三個月的所得稅費用為人民幣1,911百萬元（281百萬美元），2019年同期為人民幣2,815百萬元。

截至2020年9月30日止三個月的有效稅率為8%，2019年同期為3%。截至2020年9月30日止三個月，我們確認了約人民幣61億元（898百萬美元）的調減稅率差額，而2019年同期的調減稅率差額為人民幣41億元，其原因是若干重要子公司在本季度收到相關稅務部門的續期通知，認定其

2019 自然年的重點軟件企業資格。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、來自權益法核算的投資損益的遞延所得稅影響以及上述重點軟件企業資格續期認定的相關調減稅率差額，截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的有效稅率為 16%。

### 權益法核算的投資損益

截至2020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4,244百萬元（625百萬美元），2019年同期為損失人民幣11,960百萬元。截至2020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			
	2019年 9月30日	2020年 6月30日	2020年 9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(損失) 收益				
- 螞蟻集團	—	3,034	4,681	689
- 其他	(2)	(1,471)	987	145
減值損失	(11,590)	—	(5)	—
由於所持股份被攤薄帶來的 損失	(20)	(6)	(3)	—
其他 <sup>(1)</sup>	(348)	(1,208)	(1,416)	(209)
總計	(11,960)	349	4,244	625

(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。截至 2020 年 9 月 30 日止三個月的權益法核算的其他投資收益，相較上季度的權益法核算的其他投資損失，主要由於我們權益法核算的被投資企業的財務表現均有所改善。

新冠肺炎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 9 月 30 日止三個月的淨利潤為人民幣 26,524 百萬元（3,907 百萬美元），相較 2019 年同期人民幣 70,748 百萬元減少 63%。同比減少主要原因是我們在截至 2019 年 9 月 30 日止三個月取得螞蟻集團 33% 股份時確認的一次性重大收益。而與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用的上升也造成本季度的淨利潤同比下滑，部分被截至 2020 年 9 月 30 日止三個月我們所投資的股權證券的公允價值變動而產生的淨收益，以及截至 2019 年 9 月 30 日止三個月與我們權益法核算的投資相關的減值損失所抵銷。

剔除關於2019年9季度取得螞蟻集團33%股份的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資及商譽的減值損失以及其他若干項目，截至2020年9月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣47,088百萬元（6,935百萬美元），相較2019年同期的人民幣32,750百萬元增長44%。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28,769百萬元（4,237百萬美元），較2019年同期的人民幣72,540百萬元減少60%。同比減少主要原因是我們在截至2019年9月30日止三個月取得螞蟻集團33%股份時確認的一次性重大收益。而與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用的上升也造成本季度歸屬於普通股股東的淨利潤同比下滑，部分被截至2020年9月30日止三個月我們所投資的股權證券的公允價值變動而產生的淨收益，以及截至2019年9月30日止三個月與我們權益法核算的投資相關的減值損失所抵銷。

## 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2020年9月30日止三個月，按本季度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（1.54美元），較2019年同期按21,093百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣27.51元減少62%。剔除關於2019年9月季度取得螞蟻集團33%股份的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資及商譽的減值損失以及其他若干項目，截至2020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17.97元（2.65美元），較2019年同期的人民幣13.10元增長37%。

截至2020年9月30日止三個月攤薄每股收益為人民幣1.31元（0.19美元或1.49港元），較2019年同期的人民幣3.44元減少62%。剔除關於2019年9月季度取得螞蟻集團33%股份的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資及商譽的減值損失以及其他若干項目，截至2020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2.25元（0.33美元或2.56港元），較2019年同期的人民幣1.64元增長37%。

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（已反映於2019年7月30日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

## 現金、現金等價物和短期投資

2020年9月30日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣405,912百萬元（59,784百萬美元），而2020年6月30日為人民幣381,578百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2020年9月30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40,540百萬元（5,971百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量人民幣18,710百萬元（2,756百萬美元）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54,296百萬元（7,997百萬美元），較2019年同期的人民幣47,326百萬元增長15%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從截至2019年9月30日止三個月的人民幣30,488百萬元增長33%至截至2020年9月30日止三個月的人民幣40,540百萬元（5,971百萬美元），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69,053百萬元（10,170百萬美元），主要反映了(i)短期投資增加人民幣34,538百萬元（5,087百萬美元），(ii)投資和收購活動現金支出人民幣18,710百萬元（2,756百萬美元），包括投資圓通速遞及小鵬汽車的現金支出，以及(iii)資本性支出人民幣14,280百萬元（2,103百萬美元），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2,404百萬元（354百萬美元）。

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9月30日，我們的員工總數為122,399人，截至2020年6月30日為120,535人。

## 網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2020 年 11 月 5 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：6140225（英語）

會議編號：6438996（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 2020 年 11 月 5 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](mailto:investor@alibabagroup.com)

### 媒體聯繫

Brion Tingler

[brion.tingler@alibaba-inc.com](mailto:brion.tingler@alibaba-inc.com)

Cathy Yan

[cathy.yan@alibaba-inc.com](mailto: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：新冠肺炎疫情的影響；阿里巴巴的預期收入增長；阿里巴巴的目標及戰略；阿里巴巴的未來業務發展；阿里巴巴維持其數字經濟體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數字經濟體網絡效應的能力；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；與國際及跨境業務及其運營，包括保護主義或國家安全政策有關的風險；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動；隱私及監管問題；安全漏洞；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；及中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

### 非公認會計準則財務指標

為補充根據公認會計準則編制及呈列的合併財務報表，我們使用以下非公認會計準則財務指標：對於我們的合併業績，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（「經調整 EBITDA」）（包括經調整 EBITDA 利潤率），經調整息稅及攤銷前利潤（「經調整 EBITA」）（包括經調整 EBITA 利潤率）、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股/每股美國存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，和與土地使用權有關的經營租賃成本及商譽減值；我們認為上述事項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

**經調整EBITA**指剔除以下項目的淨利潤：(i)利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii)某些非現金費用，包括股權激勵費用和無形資產攤銷及商譽減值；我們認為上述項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

**核心商業交易市場經調整EBITA**指在核心商業經調整EBITA中剔除以下各項業務的影響：(i)本地生活服務；(ii)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、投資和商譽減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、與取得螞蟻集團33%股份有關的收益、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 6 月份季度以前，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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	119,017	155,059	22,838	233,941	308,810	45,483
營業成本	(65,546)	(89,960)	(13,250)	(125,533)	(174,483)	(25,698)
產品開發費用	(10,938)	(19,245)	(2,834)	(21,416)	(30,327)	(4,467)
銷售和市場費用	(11,996)	(17,371)	(2,559)	(22,694)	(31,023)	(4,569)
一般及行政費用	(6,591)	(11,961)	(1,762)	(12,911)	(18,798)	(2,769)
無形資產攤銷	(3,006)	(2,888)	(425)	(6,072)	(5,840)	(860)
商譽減值	(576)	—	—	(576)	—	—
<b>經營利潤</b>	<b>20,364</b>	<b>13,634</b>	<b>2,008</b>	<b>44,739</b>	<b>48,339</b>	<b>7,120</b>
利息收入和投資淨收益	63,348	10,510	1,548	63,535	32,647	4,808
利息費用	(1,360)	(1,101)	(162)	(2,706)	(2,224)	(328)
其他淨收支	3,171	1,148	169	5,272	2,641	389
<b>扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤</b>	<b>85,523</b>	<b>24,191</b>	<b>3,563</b>	<b>110,840</b>	<b>81,403</b>	<b>11,989</b>
所得稅費用	(2,815)	(1,911)	(281)	(9,527)	(13,035)	(1,920)
權益法核算的投資損益	(11,960)	4,244	625	(11,443)	4,593	677
<b>淨利潤</b>	<b>70,748</b>	<b>26,524</b>	<b>3,907</b>	<b>89,870</b>	<b>72,961</b>	<b>10,746</b>
歸屬於非控制性權益的淨損失	1,843	2,352	346	4,169	3,448	508
<b>歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤</b>	<b>72,591</b>	<b>28,876</b>	<b>4,253</b>	<b>94,039</b>	<b>76,409</b>	<b>11,254</b>
夾層權益的增值	(51)	(107)	(16)	(247)	(49)	(7)
<b>歸屬於普通股股東的淨利潤</b>	<b>72,540</b>	<b>28,769</b>	<b>4,237</b>	<b>93,792</b>	<b>76,360</b>	<b>11,247</b>
<b>歸屬於普通股股東的每股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	3.49	1.33	0.20	4.51	3.54	0.52
攤薄	3.44	1.31	0.19	4.45	3.48	0.51
<b>歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	27.90	10.66	1.57	36.09	28.29	4.17
攤薄	27.51	10.48	1.54	35.58	27.83	4.10
<b>用於計算每股收益的加權 平均股數 (百萬股) <sup>(1)</sup></b>						
基本	20,800	21,602		20,788	21,591	
攤薄	21,093	21,962		21,084	21,943	

(1) 每股美國存託股代表八股普通股 (已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更)。

# 阿里巴巴集團控股有限公司

## 收入

所示期間按分部劃分的收入如下：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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 <sup>(1)</sup>	101,220	130,922	19,283	200,764	264,240	38,918
雲計算 <sup>(2)</sup>	9,291	14,899	2,194	17,078	27,244	4,013
數字媒體及娛樂 <sup>(3)(5)</sup>	7,442	8,066	1,188	13,868	15,060	2,218
創新業務及其他 <sup>(4)(5)</sup>	1,064	1,172	173	2,231	2,266	334
總計	<u>119,017</u>	<u>155,059</u>	<u>22,838</u>	<u>233,941</u>	<u>308,810</u>	<u>45,483</u>

- (1) 核心商業的收入主要來自我們的中國零售市場、盒馬、1688.com、Lazada.com、速賣通、Alibaba.com、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 6 月份季度開始，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）如下表所示：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	32,069	30,894	4,550	67,118	76,086	11,206
雲計算	(1,928)	(3,796)	(559)	(3,437)	(5,570)	(820)
數字媒體及娛樂 <sup>(1)</sup>	(3,535)	(2,351)	(346)	(6,817)	(4,369)	(643)
創新業務及其他 <sup>(1)</sup>	(2,865)	(4,282)	(631)	(5,742)	(7,847)	(1,156)
未分攤	(3,377)	(6,831)	(1,006)	(6,383)	(9,961)	(1,467)
總計	<u>20,364</u>	<u>13,634</u>	<u>2,008</u>	<u>44,739</u>	<u>48,339</u>	<u>7,120</u>

(1) 自 2020 年 6 月份季度開始，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 如下表所示：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	38,574	45,958	6,769	79,599	97,195	14,315
雲計算	(521)	(156)	(23)	(879)	(498)	(73)
數字媒體及娛樂 <sup>(1)</sup>	(2,380)	(710)	(105)	(4,711)	(2,031)	(299)
創新業務及其他 <sup>(1)</sup>	(1,744)	(2,381)	(351)	(3,611)	(5,086)	(749)
未分攤	(1,838)	(1,495)	(220)	(3,751)	(2,992)	(441)
總計	<u>32,091</u>	<u>41,216</u>	<u>6,070</u>	<u>66,647</u>	<u>86,588</u>	<u>12,753</u>

(1) 自 2020 年 6 月份季度開始，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

所示期間我們的經營分部的財務資料概要如下表所示：

截至 2020 年 9 月 30 日止六個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 <sup>(1)</sup>	創新業務 及其他 <sup>(1)</sup>	未分攤 <sup>(2)</sup>	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	264,240	27,244	15,060	2,266	—	308,810 45,483
經營利潤(虧損)	76,086	(5,570)	(4,369)	(7,847)	(9,961)	48,339 7,120
加：股權激勵費用	15,908	5,060	1,865	2,717	6,859	32,409 4,773
加：無形資產攤銷	5,201	12	473	44	110	5,840 860
經調整 EBITA	97,195 <sup>(3)</sup>	(498)	(2,031)	(5,086)	(2,992)	86,588 12,753
經調整 EBITA 利潤率	37%	(2)%	(13)%	(224)%		28%
截至 2019 年 9 月 30 日止六個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 <sup>(1)</sup>	創新業務 及其他 <sup>(1)</sup>	未分攤 <sup>(2)</sup>	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	200,764	17,078	13,868	2,231	—	233,941
經營利潤(虧損)	67,118	(3,437)	(6,817)	(5,742)	(6,383)	44,739
加：股權激勵費用	7,211	2,547	1,446	2,091	1,965	15,260
加：無形資產攤銷	5,270	11	660	40	91	6,072
加：商譽減值	—	—	—	—	576	576
經調整 EBITA	79,599 <sup>(3)</sup>	(879)	(4,711)	(3,611)	(3,751)	66,647
經調整 EBITA 利潤率	40%	(5)%	(34)%	(162)%		28%

(1) 自 2020 年 6 月份季度開始，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) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增加 15%至人民幣 106,416 百萬元（15,673 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 9 月 30 日	
	2020	2020	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
<b>資產</b>			
流動資產：			
現金及現金等價物	330,503	301,509	44,407
短期投資	28,478	104,403	15,377
受限制現金及應收託管資金	15,479	13,380	1,971
股權證券及其他投資	4,234	4,791	706
預付款項、應收款項及其他資產	84,229	98,852	14,559
流動資產總額	462,923	522,935	77,020
股權證券及其他投資	161,329	189,134	27,856
預付款項、應收款項及其他資產	57,985	61,521	9,061
權益法核算的投資	189,632	209,449	30,848
物業及設備（淨值）	103,387	118,037	17,385
無形資產（淨值）	60,947	56,378	8,304
商譽	276,782	276,172	40,676
<b>資產總額</b>	<b>1,312,985</b>	<b>1,433,626</b>	<b>211,150</b>
<b>負債、夾層權益及股東權益</b>			
流動負債：			
短期銀行借款	5,154	4,903	722
應付所得稅	20,190	19,564	2,881
應付託管資金	3,014	182	27
預提費用、應付款項及其他負債	161,536	178,337	26,267
商家保證金	13,640	14,051	2,069
遞延收入及客戶預付款	38,338	45,905	6,761
流動負債總額	241,872	262,942	38,727

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	
	2020	2020	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	2,025	2,195	323
遞延所得稅負債	43,898	48,374	7,125
長期銀行借款	39,660	39,399	5,803
長期無擔保優先票據	80,616	77,486	11,413
其他負債	25,263	22,007	3,241
<b>負債總額</b>	<b>433,334</b>	<b>452,403</b>	<b>66,632</b>
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	9,103	8,033	1,183
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	343,707	377,769	55,639
庫存股（按成本計）	—	—	—
應收股權認購款項	(51)	(49)	(7)
法定儲備	6,100	6,876	1,013
累計其他綜合損失	(643)	(9,114)	(1,342)
未分配利潤	406,287	481,920	70,979
股東權益總額	755,401	857,403	126,282
非控制性權益	115,147	115,787	17,053
<b>權益總額</b>	<b>870,548</b>	<b>973,190</b>	<b>143,335</b>
<b>負債、夾層權益及權益總額</b>	<b>1,312,985</b>	<b>1,433,626</b>	<b>211,150</b>

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		
	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 <sup>(1)</sup>	47,326	54,296	7,997	81,938	104,395	15,376
投資活動所用的現金流量淨額 <sup>(1)</sup>	(21,353)	(69,053)	(10,170)	(42,489)	(136,781)	(20,146)
融資活動產生的現金流量淨額	2,106	10,106	1,488	6,599	5,497	809
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	2,353	(3,853)	(568)	3,730	(4,204)	(619)
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)	30,432	(8,504)	(1,253)	49,778	(31,093)	(4,580)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	217,840	323,393	47,631	198,494	345,982	50,958
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	248,272	314,889	46,378	248,272	314,889	46,378

- (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

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

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	<b>70,748</b>	<b>26,524</b>	<b>3,907</b>	<b>89,870</b>	<b>72,961</b>	<b>10,746</b>
減：利息收入和投資淨收益	(63,348)	(10,510)	(1,548)	(63,535)	(32,647)	(4,808)
加：利息費用	1,360	1,101	162	2,706	2,224	328
減：其他淨收支	(3,171)	(1,148)	(169)	(5,272)	(2,641)	(389)
加：所得稅費用	2,815	1,911	281	9,527	13,035	1,920
加：權益法核算的投資損益	11,960	(4,244)	(625)	11,443	(4,593)	(677)
<b>經營利潤</b>	<b>20,364</b>	<b>13,634</b>	<b>2,008</b>	<b>44,739</b>	<b>48,339</b>	<b>7,120</b>
加：股權激勵費用	8,145	24,694	3,637	15,260	32,409	4,773
加：無形資產攤銷	3,006	2,888	425	6,072	5,840	860
加：商譽減值	576	—	—	576	—	—
<b>經調整 EBITA</b>	<b>32,091</b>	<b>41,216</b>	<b>6,070</b>	<b>66,647</b>	<b>86,588</b>	<b>12,753</b>
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	5,010	6,309	930	9,692	11,976	1,764
<b>經調整 EBITDA</b>	<b>37,101</b>	<b>47,525</b>	<b>7,000</b>	<b>76,339</b>	<b>98,564</b>	<b>14,517</b>

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

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

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	38,574	45,958	6,769	79,599	97,195	14,315
減：本地生活服務、 Lazada、新零售及進口 直營和菜鳥網絡的影響	7,036	4,982	734	12,811	9,221	1,358
核心商業交易市場經調整 EBITA	<u>45,610</u>	<u>50,940</u>	<u>7,503</u>	<u>92,410</u>	<u>106,416</u>	<u>15,673</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）

所示期間我們的淨利潤調整至非公認會計準則淨利潤的調節如下表所示：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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
淨利潤	<b>70,748</b>	<b>26,524</b>	<b>3,907</b>	<b>89,870</b>	<b>72,961</b>	<b>10,746</b>
加：股權激勵費用	8,145	24,694	3,637	15,260	32,409	4,773
加：無形資產攤銷	3,006	2,888	425	6,072	5,840	860
加：投資及商譽減值	19,855	5,666	835	20,105	5,769	850
減：視同處置／處置／重估 投資產生的(損失) 收益 及其他	291	(12,721)	(1,874)	1,917	(31,751)	(4,677)
減：取得螞蟻集團 33% 股 份的收益	(69,225)	—	—	(69,225)	—	—
加：因與螞蟻集團的 重組安排而產生額外價 值的攤銷	31	—	—	97	—	—
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 <sup>(1)</sup>	(101)	37	5	(397)	1,334	197
<b>非公認會計準則淨利潤</b>	<b>32,750</b>	<b>47,088</b>	<b>6,935</b>	<b>63,699</b>	<b>86,562</b>	<b>12,749</b>

(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）

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

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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)		
<b>歸屬於普通股股東的淨利潤－基本</b>	<b>72,540</b>	<b>28,769</b>	<b>4,237</b>	<b>93,792</b>	<b>76,360</b>	<b>11,247</b>
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	(4)	(13)	(2)	(15)	(26)	(4)
歸屬於普通股股東的淨利潤－攤薄	72,536	28,756	4,235	93,777	76,334	11,243
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(1)</sup>	(37,998)	20,564	3,028	(26,171)	13,601	2,003
<b>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</b>	<b>34,538</b>	<b>49,320</b>	<b>7,263</b>	<b>67,606</b>	<b>89,935</b>	<b>13,246</b>
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） <sup>(5)</sup>	21,093	21,962		21,084	21,943	
<b>攤薄每股收益<sup>(2)(5)</sup></b>	<b>3.44</b>	<b>1.31</b>	<b>0.19</b>	<b>4.45</b>	<b>3.48</b>	<b>0.51</b>
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(3)(5)</sup>	(1.80)	0.94	0.14	(1.24)	0.62	0.09
<b>非公認會計準則攤薄每股收益<sup>(4)(5)</sup></b>	<b>1.64</b>	<b>2.25</b>	<b>0.33</b>	<b>3.21</b>	<b>4.10</b>	<b>0.60</b>
<b>攤薄每股美國存託股收益<sup>(2)(5)</sup></b>	<b>27.51</b>	<b>10.48</b>	<b>1.54</b>	<b>35.58</b>	<b>27.83</b>	<b>4.10</b>
加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(3)(5)</sup>	(14.41)	7.49	1.11	(9.93)	4.96	0.73
<b>非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益<sup>(4)(5)</sup></b>	<b>13.10</b>	<b>17.97</b>	<b>2.65</b>	<b>25.65</b>	<b>32.79</b>	<b>4.83</b>

- (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不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（已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節如下表所示：

	截至 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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 <sup>(1)</sup>	47,326	54,296	7,997	81,938	104,395	15,376
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）	(9,176)	(11,876)	(1,749)	(15,032)	(25,248)	(3,719)
減：購置獲授權版權 <sup>(1)</sup> 和其他無形資產	(2,451)	(1,662)	(245)	(4,846)	(1,718)	(253)
減：消費者保護基金的資金變動	(5,211)	(218)	(32)	(5,211)	(319)	(47)
自由現金流	<u>30,488</u>	<u>40,540</u>	<u>5,971</u>	<u>56,849</u>	<u>77,110</u>	<u>11,357</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所示：

	截至相應日期止 12 個月期間							
	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日
	(以百萬計)							
年度活躍消費者	636	654	674	693	711	726	742	757

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							
	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日
	(以百萬計)							
移動月活躍用戶	699	721	755	785	824	846	874	881