

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司（「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 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年三月底止季度以及2020財政年度  
業績公告**

我們在此發佈截至2020年3月31日止的三個月（「**2020年三月底止季度**」）及財政年度（「**2020財政年度**」）未經審核業績公告。本2020年三月底止季度以及2020財政年度未經審核業績公告可於聯交所網站[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5月22日

於本公告日期，我們的董事會包括董事張勇先生（董事會主席）、馬雲先生、蔡崇信先生、J. Michael EVANS先生、井賢棟先生及孫正義先生；以及獨立董事董建華先生、郭德明先生、楊致遠先生、E. Borje EKHOLM先生及Wan Ling MARTELLO女士。



## 阿里巴巴集團 2020 年 3 月份季度及 2020 財政年度業績公告

中國杭州，2020 年 5 月 22 日 – 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA 及港交所代碼：9988，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」或「集團」）今日公佈截至 2020 年 3 月 31 日止季度（「本季度」）及財政年度（「財年」或「2020 財年」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「本財年，阿里巴巴數字經濟體實現了 1 萬億美元 GMV，這是歷史性的里程碑。儘管財年最後季度受到新冠肺炎疫情對經濟的衝擊，我們整體業務仍保持強勁增長，年度活躍消費者在全球範圍內增至 9.6 億。疫情從根本上改變了消費者的行為和企業運營方式，數字化是大勢所趨。我們已把握先機並做了充分準備，來幫助各行各業實現數字化轉型、共渡時艱，並在未來新常態下取得最終成功。通過聚焦長期價值、為消費者和企業客戶的價值創造而投資，相信我們能從這場考驗中獲得成長並進一步把握未來增長的機遇。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「儘管新冠肺炎疫情，導致經濟活動減少，我們經歷了一個充滿挑戰的季度，但在中國零售業務堅實發展及雲計算收入強勁增長的推動下，我們的年度收入仍然超越了我們年初給的人民幣 5,000 億元的指引，同比增長 35%。集團經調整 EBITDA 同比增長 29%，反映了我們在關鍵戰略增長領域有針對性地配置資源、優化成本及提高效率方面取得的成果。雖然我們在中國的大部分核心商業業務一月末以來受到疫情的負面影響，但三月份已經開始穩步復蘇。基於目前我們對國內消費及企業數字化的看法，我們預計 2021 財政年度的總收入將會超過人民幣 6,500 億元。」

### 業績概要

#### 截至 2020 年 3 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 1,143.14 億元（161.44 億美元），同比增長 22%。
- 中國零售市場年度活躍消費者達 7.26 億，較截至 2019 年 12 月 31 日止 12 個月期間增加 1,500 萬。
- 2020 年 3 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 8.46 億，較 2019 年 12 月增加 2,200 萬。
- 經營利潤為人民幣 71.31 億元（10.07 億美元），同比下降 19%，主要受新冠肺炎疫情所影響。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 1% 至人民幣 254.40 億元（35.93 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 31.62 億元（4.47 億美元），同比下降 88%，淨利潤為人民幣 3.48 億元（4,900 萬美元），同比下降 99%。同比下降主要由於我們所投資的上市公司股權證券本季度交易價格下跌而導致投資淨損失，而 2019 年同期同類投資產生了淨收益。非公認會計準則淨利潤（已排除上述投資損失及收益）為人民幣 222.87 億元（31.48 億美元），同比增長 11%。
- 攤薄每股美國存托股收益為人民幣 1.16 元（0.16 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣 9.20 元（1.30 美元），同比增長 7%。攤薄每股收益為人民幣 0.14 元（0.02 美元或 0.15 港元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.15 元（0.16 美元或 1.26 港元），同比增長 7%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 21.64 億元（3.06 億美元），相較 2019 年同期為人民幣 185.53 億元，非公認會計準則自由現金流為淨流出人民幣 42.14 億元（5.95 億美元），相較 2019 年同期的淨流入人民幣 107.14 億元。同比減少主要與速賣通支付服務重組的一次性影響有關（詳情請見後續「經營活動產生的現金流量及自由現金流」一節）。若不考慮速賣通支付服務重組的影響，本季度非公認會計準則自由現金流為淨流入人民幣 19.77 億元（2.79 億美元）。

#### 截至 2020 年 3 月 31 日止財政年度：

- 收入為人民幣 5,097.11 億元（719.85 億美元），同比增長 35%。
- 阿里巴巴數字經濟體的全球年度活躍消費者達到 9.60 億，其中 7.80 億消費者來自中國及 1.80 億消費者來自海外。中國零售市場年度活躍消費者達 7.26 億，較截至 2019 年 3 月 31 日止 12 個月期間增加 7,200 萬。
- 2020 年 3 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 8.46 億，較 2019 年 3 月增加 1.25 億。
- 2020 財年，阿里巴巴數字經濟體的商品交易額（GMV）為人民幣 7.053 萬億元（1 萬億美元），主要包括中國零售市場 GMV 人民幣 6.589 萬億元（9,450 億美元），以及跨境及全球零售市場和本地生活服務 GMV。
- 經營利潤為人民幣 914.30 億元（129.12 億美元），同比增長 60%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 29%至人民幣 1,576.59 億元（222.66 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 1,371.36 億元（193.67 億美元）。
- 核心商業經調整 EBITA 為人民幣 1,658.00 億元（234.15 億美元），同比增長 22%。我們的核心商業交易市場經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 19%至人民幣 1,927.71 億元（272.24 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 1,492.63 億元（210.80 億美元），淨利潤為人民幣 1,403.50 億元（198.21 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 1,324.79 億元（187.10 億美元），同比增長 42%。
- 攤薄每股美國存托股收益為人民幣 55.93 元（7.90 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣 52.98 元（7.48 美元），同比增長 38%。攤薄每股收益為人民幣 6.99 元（0.99 美元或 7.65 港元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 6.62 元（0.93 美元或 7.25 港元），同比增長 38%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 1,806.07 億元（255.07 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 1,309.14 億元（184.89 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

### 阿里巴巴數字經濟體

阿里巴巴數字經濟體的消費型商業業務主要由我們的中國零售市場、跨境及全球零售市場及本地生活服務業務所組成。截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月，這部分的業務 GMV 達人民幣 7.053 萬億元（1 萬億美元）。2019 年 9 月，在阿里巴巴成立 20 周年的慶典活動上，我們定下 5 年戰略目標，與我們的使命「讓天下沒有難做的生意」一脈相承：

- 繼續推進全球化；
- 服務超過 10 億中國消費者；及
- 在我們的平台上實現超過人民幣 10 萬億元的消費規模。

這一 5 年目標為幫助讓我們實現 2036 年願景的標杆：

- 服務全球 20 億消費者；
- 幫助 1,000 萬家中小企業盈利；及
- 創造 1 億就業機會。

我們統一管理面向消費者的業務，將之視為一個一體化的平台，向參與並使用我們不同產品和服務的消費者提供統一服務。截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月，有 7.80 億中國消費者曾於我們的中國零售市場、本地生活服務和數字媒體及娛樂平台上購買過產品或服務。這部分消費群體分別約佔中國發達地區及欠發達地區人口的約 85% 和 40%。我們同時面向國際市場拓展業務，超過 1.8 億的年度活躍消費者在我們的跨境及全球零售市場購物。我們的數字基礎設施，如智慧物流和雲計算，跨平台為我們的核心商業、本地生活服務及娛樂業務提供支持，賦予了我們絕無僅有的獨特洞見，來滿足不斷變化的消費需求。通過阿里巴巴商業操作系統（ABOS），我們為企業客戶和合作夥伴提供數據技術和分析，幫助他們實現數字化轉型。

## 新冠肺炎疫情

### 商業客戶支持計劃

2020年1月下旬開始，新冠肺炎疫情引發了一系列的隔離、社交距離要求和旅行限制，使中國的經濟活動大幅減少。困境之初，所有企業最急迫的問題是解決業務持續的一系列相關問題，包括減少供應鏈中斷影響、降低成本、找到新的創收機會、改善現金流以及管理遠程工作的員工等。我們幫助了商家客戶克服這些挑戰，並採取了積極措施來踐行我們的使命。

2月份起，我們與螞蟻金服共同實施了一系列全面財務和業務支持措施，以幫助緩解我們的商家客戶和合作夥伴面對的短期困難。

- **資金支持** – 截至2020年4月30日，我們與螞蟻金服及其他合作夥伴攜手，共同為中國零售業務的商家提供超過人民幣1,280億元的流動資金，並以優惠的利率提供超過人民幣120億元的12個月期貸款。
- **業務支持** – 阿里巴巴國內和國際業務已為我們的商家提供了人民幣數十億元的補貼和技術支持，包括免除平台技術服務費、年度服務費及倉儲費用，以及降低佣金和物流成本。我們亦通過旗下企業協作平台釘釘為全球企業及學校提供了遠程辦公和教育項目免費支持。
- **新舉措** – 2020年4月，我們啟動了「春雷計劃2020」，旨在：
  - 幫助以出口為導向的中小企業通過我們的中國零售市場拓展中國內地市場，以及通過我們的國際批發及零售市場，例如Alibaba.com及速賣通等拓展其他新市場；
  - 發展數字化產業帶集群；
  - 加速中國農業板塊的數字化轉型；以及
  - 與螞蟻金服及其合作夥伴攜手合作，減輕中小企業面對的融資困難。

### 社會責任

我們利用自有平台技術和生態系統內的各種資源，向中國及全球範圍內受新冠肺炎疫情影響的群體提供幫助。

- **捐贈個人防護物資及設備** – 阿里巴巴公益基金會、馬雲公益基金會和蔡崇信公益基金會通過共同努力，總共向超過150個國家及地區捐贈了超過2億件個人防護用品、檢測試劑盒和呼吸機。其中許多稀缺物資由天貓國際、天貓超市、Alibaba.com和Lazada尋源、檢驗和採購。
- **運送醫療物資** – 我們從事物流的子公司菜鳥致力通過其廣泛的全球物流網絡，包括機場樞紐、海關清關、貨運公司和當地物流人員，將醫療物資運送到世界各地。

- **知識共享** – 阿里巴巴公益基金會和馬雲公益基金會共同建立的線上交流平台，名為全球新冠肺炎實戰共享平台（GMCC），讓抗疫的最佳實踐和知識以 11 種語言在全球醫學專家之間實時共享。迄今為止，該平台已有來自近 120 個國家和地區近 10,000 名抗疫醫生志願參與。
- **醫療及相關物資基金** – 在中國，我們新設立了一個人民幣 10 億元的專項基金，用以採購醫療及相關物資、馳援受新冠肺炎疫情影響的中國地區。
- **人工智能技術** – 我們向中國超過 550 家醫院開放人工智能技術，幫助他們提高新冠肺炎疑似病例 CT 影像的診斷速度及效率。
- **支持就業** – 盒馬鮮生（「盒馬」）、餓了麼和口碑發起的共享員工計劃，短期吸納了來自受負面影響的服務行業，包括餐飲店、酒店、電影院和百貨商店暫時待崗的員工。

### 對我們業務的財務及運營影響

本季度內，新冠肺炎疫情導致的供應鏈和勞動力暫時中斷，國內外眾多企業，包括我們的平台及物流公司均無法進行正常經營活動。從 1 月下旬開始國內商業活動普遍下滑，對我們國內大多數核心商業業務如中國零售市場和本地生活服務業務，產生了負面影響，而我們主要的國際商業業務則自 2 月份開始受到疫情的負面影響。

3 月季度，受疫情的影響，我們有部分業務經歷了同比增長放緩或負增長的情況。

- **中國零售市場** – 天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）的同比增長 10%，主要增長動力來自於日用必需品和家庭用品等快速消費品的強勁增長以及對消費電子產品的強勁需求，這些品類合共達到同比增長 25%；上述增長同時被其他品類的負增長所抵銷，如服裝配飾、家居裝飾和汽車配件。客戶管理和佣金收入合計同比增長 1%，客戶管理收入增長 3%、佣金收入下降 2%。
- **本地生活服務** – 2020 年 3 月份季度，我們的本地生活服務收入同比下降 8%，主要是受到了餐飲店舖和本地商家大規模閉店的影響。
- **跨境及全球零售市場** – 速賣通收入增長同比顯著放緩，主要是由於供應鏈和物流的中斷，對面向北美洲、南美洲和歐洲銷售的 GMV 增長產生了負面影響。自 3 月份起，Lazada 在部分國家受到一些負面影響，但訂單量仍保持強勁增長。
- **其他業務** – 我們涉及旅遊、交通及線下娛樂的業務，包括飛豬、阿里影業、大麥及高德，均在疫情期間受到負面影響。

儘管各項業務受到的短期財務影響程度不同，國內業務的增長自 3 月份開始恢復。於 4 月份，天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）強勁復蘇，且於 5 月持續改善。同樣，隨著封閉措施放鬆，中國的餐飲店開始重新開業，民眾開始復工，餓了麼的餐飲外賣 GMV 也於 4 月份轉為正增長。國際商業業務的收入佔 2020 財年總收入的 7%，由於中國以外市場的需求仍然疲弱，該業務的恢復時間和節奏尚不確定。我們無法判斷新冠肺炎對我們業務運營及財務表現帶來的最終影響，這很大程度受多項因素綜合影響，而這些因素仍是我們無法預測及控制。詳見以下「指引」部分。

## 業務機遇

新冠肺炎疫情創造了消費者更廣泛擁抱數字化生活方式的機會，也加速了購買日用品的消費習慣向線上轉移，更多企業正在採用新的數字化工具與解決方案來發展及管理其業務運營。過去數年，阿里巴巴開創並發展了一系列業務，令我們能夠從這些趨勢中長期受益，包括：

- **加速商家走向線上** – 我們看到眾多線下零售商走向線上，現有商家更多地採用新方式與消費者互動及進行銷售。例如，截至 2020 年 3 月 31 日止三個月內，淘寶直播上使用直播的日活躍商家數同比增長 88%。
- **新零售（商超品類）** – 盒馬鮮生 2 月和 3 月收入實現強勁增長，動力來自線上消費者數量增長、購買頻次提升和每筆單價提高。截至 2020 年 3 月 31 日止季度，線上購買對盒馬 GMV 的貢獻佔比約 60%，同比去年提升 10 個百分點。為我們商超零售夥伴提供按需配送的淘鮮達業務，也為這些商超夥伴的線下店鋪創造更多線上收入。
- **釘釘** – 釘釘是為現代企業和組織提供工作、分享和協作新方式的平台。數以百萬計的中國企業和用戶現正通過釘釘彼此聯繫和遠程辦公。於 3 月份，釘釘工作日的日均活躍用戶達到 1.55 億。釘釘也顯著滲透至教育行業，學校採用釘釘平台讓師生互動。於 3 月份，釘釘上每個工作日平均有超過 100 萬個活躍教室。
- **菜鳥驛站** – 菜鳥驛站運營著由社區驛站、校園驛站和智能自提櫃構成的終端網絡，在物流中斷期間為消費者及快遞員帶來幫助。今年 3 月，由於社交距離措施仍然實施中，需要便捷且無接觸地收寄包裹的消費者對菜鳥驛站的使用均顯著增加。2020 年 3 月，菜鳥社區驛站日均處理包裹數量同比增長超過 100%。

## 核心商業

**中國零售市場 – 豐富的商品選擇、更好的用戶體驗帶來體量龐大且購買頻次更高的消費群體**

**消費者 – 中國最大的消費平台，購買頻次不斷提升**

2020 財年，我們的中國零售市場實現了強勁增長，反映了我們將戰略聚焦於獲客、提升用戶參與度和增加高性價比商品供給的成果。2020 年 3 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶數達到 8.46 億，同比淨增長 1.25 億，單季淨增長 2,200 萬。截至 2020 年 3 月 31 日止的 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達到 7.26 億，同比淨增長 7,200 萬，單季淨增長 1,500 萬。2020 財年，超過 70% 的新增年度活躍消費者來自欠發達地區。

消費者在我們的中國零售市場停留的時間越長，他們下的訂單就越多，涉及的產品種類就越豐富，由此我們錄得更高的客均消費。2020 財年，我們中國零售市場 GMV 增長的主要動力，來自年度活躍消費者的強勁增長和消費者人均購買頻次的提升。

## **產品供給 – 全世界最大的實物商品平台，擁有最豐富的產品供給，能夠滿足不同消費群體的需求**

在阿里巴巴數字經濟體中，數以千萬計的商家和生態夥伴提供豐富的商品和服務供給，以滿足我們體量龐大的消費群體的多元需求。我們不斷努力提供契合消費者需求的貨品和新品，例如擴充品牌商品和進口商品，挖掘新鮮農產品的源頭好貨，並持續擴容高性價比和長尾商品。擁有維度豐富的商品供給，是我們消費者分層和品類擴展戰略的關鍵。

2020 財年，天貓線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比增長 23%。此外，我們還擁有多個快速增長的平台，包括聚划算和淘寶特價版，提供來自品牌商、零售商和工廠有價格競爭力的商品。閑魚作為中國最大的長尾商品（包括二手、回收、翻新和租賃商品）C2C 社區和交易市場，2020 財年 GMV 約人民幣 2,000 億元。

## **互動 – 中國最大的數字商業平台，擁有獨一無二的消費者洞察和專有數據技術**

2020 年 3 月，超過 3 億日活躍用戶造訪我們擁有數十億件上架商品的中國零售市場並進行購買。每天在中國零售市場上發生的海量活動積累了消費者洞察。通過自有的人工智能和數據技術，我們能夠聚合深入的消費者洞察，並在此基礎上提供更加精確的搜索結果和相關推薦，從而優化消費者的購物體驗。

手機淘寶應用程序是中國最大的社交商業平台，提供豐富多彩、高度相關及精心策劃的內容與功能，讓商家能夠通過直播、短視頻、互動遊戲和微淘發佈等方式與消費者互動；例如，淘寶直播可讓商家和網絡紅人（KOL）通過對其粉絲和消費者進行營銷推廣，這一方式已經成為我們中國零售市場上增長最快的銷售模式之一。截至 2020 年 3 月止財年，淘寶直播帶來的 GMV 同比增長超過 100%。

## **新零售 – 開創全新業務模式，賦能實體零售數字化轉型**

**新城建設** – 我們自營的零售連鎖商超盒馬鮮生持續實現強勁的同店銷售增長、擴展網絡、優化門店及引入新舉措，以提升消費者體驗。於2020財年，盒馬鮮生加強了對農產品的直接採購，建立了覆蓋全國的冷鏈物流網絡以支持其快速增長。截至2020年3月31日止，我們在中國有207間自營的盒馬門店，主要位於一、二線城市。

**舊城改造** – 淘鮮達是我們線上線下整合零售服務的提供者，主要面向擁有實體店的生鮮食品零售商，這使我們站在零售業轉型的最前沿，助力零售業將門店運營的各個元素進行全方位數字化。通過數字化高鑫零售有限公司（「高鑫零售」）的大賣場，淘鮮達助力帶動高鑫零售線上業務的收入增長。截至2020年3月31日止12個月，以淘鮮達為主，阿里巴巴商業平台為高鑫零售帶來的收入約佔其總收入的10%。



**本地生活服務 – 生態體系協同，聚焦於提升欠發達地區的市場份額。**本地生活服務業務持續將我們在中國零售的供給範圍從購物擴展至服務，進一步觸達中國全新的目標消費市場。我們正在通過阿里巴巴數字經濟體的資源及技術支持本地生活服務業務的發展。例如，截至2020年3月31日止財年及季度，餐飲外賣的新增消費者中有40%來自支付寶移動應用程序。

**菜鳥網絡 – 助力商家及阿里巴巴其他業務降本增效。**菜鳥網絡繼續聚焦於優化中國及國際的一站式物流服務和供應鏈管理解決方案，以支持阿里巴巴數字經濟體。在速賣通及天貓國際等高速增長的跨境業務中，商家採用「菜鳥履約」服務的比率有所提升。菜鳥網絡利用在中國的保稅倉和多國海外直郵的組合，為天貓國際打造了強大的進口履行解決方案。於2020財年，菜鳥網絡通過運用數據洞察及提升效率，為如天貓超市等正在擴大物流規模的直營商品銷售業務降低單均履約成本。

**國際 – 為長期增長奠定基礎。**我們的跨境及國際零售業務於2020財年持續取得強勁增長，主要由於新冠肺炎疫情的負面影響始於2月份。截至2020年3月31日止12個月，Lazada、速賣通及其他國際零售業務擁有超過1.8億的年度活躍消費者。

**Lazada –** 2020財年，我們旗下東南亞電商平台Lazada的交易市場業務在強勁訂單量的驅動下快速增長，訂單量同比增長超過100%，這體現出強勁的用戶增長和隨着我們不斷擴大產品種類而提高的購買轉化率。在新冠肺炎疫情期間，儘管各地政府實施社交距離限制措施，Lazada訂單量仍保持強勁增長。Lazada推出了一項面向東南亞的支持措施，幫助中小企拓展線上銷售渠道。品牌及賣家積極採用與消費者互動的工具，特別是通過直播功能與消費者互動及拓展更多元的收入渠道，抵銷了線下零售活動減少的影響。

**速賣通 –** 於2020財年的前10個月，速賣通收穫強勁的用戶及GMV增長。自2020年2月起，速賣通的GMV增長受到新冠肺炎疫情影響而有所下跌，主要由於供應鏈及物流的中斷，影響了北美、南美及歐洲的GMV增長。

## 雲計算

阿里雲通過研發技術和商業解決方案，推動公共及私營領域各行各業的數字化轉型，繼續保持其在亞太區雲計算市場的領先地位。根據Gartner（2020年4月）發佈的信息，按IaaS（基建即服務）及IUS（基建公用服務）的市場份額計算，阿里雲為亞太區最大的雲計算服務商。

於2020年3月底止季度，雲計算收入同比增長58%至人民幣122.17億元（17.25億美元）；於2020財年，收入同比增長62%至人民幣400.16億元（56.51億美元），主要由於來自公共雲與混合雲業務的收入貢獻均實現增長。

## 數字媒體及娛樂

隨着行業走向理性和對內容審核監管力度的提升，在 2020 年 3 月底止季度，數字媒體及娛樂業務收入同比增長 5%。2020 財年，收入同比增長 12%。優酷持續聚焦於提供優越的用戶體驗及增加付費用戶數目。優酷的日均付費用戶規模正持續健康增長，2020 財年及 3 月止季度同比分別增長超過 50% 及 60%。付費用戶的增長主要受益於我們提供的原創及獨家內容，有效觸達新用戶，以及我們中國零售市場 88VIP 會員計劃的更多貢獻。我們在對原創及獨家內容進行投資的同時，亦確保成本效益及投資回報，因此該業務 2020 財年經調整 EBITA 年度虧損同比收窄。

## 經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2020 年 3 月 31 日止財年的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 1,806.07 億元（255.07 億美元），相較 2019 財年的人民幣 1,509.75 億元增長 20%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從 2019 財年的人民幣 1,044.78 億元增長 25% 至 2020 財年的人民幣 1,309.14 億元（184.89 億美元），主要由於我們盈利能力的穩健提升。

截至 2020 年 3 月 31 日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 21.64 億元（3.06 億美元），相較 2019 年同期的人民幣 185.53 億元減少 88%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至 2020 年 3 月 31 日止三個月為淨流出人民幣 42.14 億元（5.95 億美元），相較 2019 年同期為淨流入人民幣 107.14 億元。經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流分別同比減少人民幣 163.89 億元及人民幣 149.28 億元，主要原因為其中人民幣 76.51 億元的減幅與速賣通支付服務重組相關（詳情說明如下），以及因為有更多商家於 2019 年內達到 GMV 目標，讓商家年度服務費保證金的退款金額增加人民幣 26.88 億元。若不考慮速賣通支付服務重組的影響，本季度非公認會計準則自由現金流為淨流入人民幣 19.77 億元（2.79 億美元）。

自 2019 年 9 月 30 日止季度，由於監管規定的變化，速賣通開始重組其平台上向商家提供的支付相關服務（「速賣通支付服務重組」）。根據此項重組，速賣通不會再保管相關交易完成後應該發放給商家的消費者資金。自 2019 年 9 月 30 日止季度起，由於重組的關係，我們開始停止確認資產負債表內相關的客戶資金餘額，停止確認相關餘額（其中很大一部分於本季度內完成）導致經營活動產生現金流出。我們預期有關重組將於截至 2020 年 6 月 30 日止季度大部分完成。相關的客戶資金餘額於 2019 年 3 月 31 日及 2020 年 3 月 31 日分別佔受限制現金及應收託管資金的人民幣 84 億元及人民幣 31 億元（4.38 億美元）。

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。

## 指引

以下指引為屬於前瞻性展望陳述，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。特別是我們無法預測新冠肺炎疫情對我們的業務運營及財務表現帶來的最終影響，其中涉及多項因素，包括：疫情在中國或各地發展的時長、擴散的程度及會不會出現任何復發的情形；各國政府就國內及國際形勢採取的舉措；企業及個人採取應對疫情的行動；疫情對於中國及全球商業及經濟狀況的影響；消費者需求；我們及商家、零售商、物流服務供應商及其他阿里巴巴數字經濟體參與者持續在受疫情影響地區運營的能力；還有我們用於支持商家及合作夥伴，以及確保我們員工安全的投入及開支。

基於我們對當前國內消費及企業數字化的看法，以及上述的不確定性和以下「安全港聲明」章節，我們預計 2021 財政年度的總收入將會超越人民幣 6,500 億元。

### 重要運營指標\*

	2019 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	淨增加	
				年度 同比	季度 環比
中國零售商業：					
年度活躍消費者 <sup>(1)</sup> （以百萬計）	654	711	726	72	15
移動月活躍用戶 <sup>(2)</sup> （以百萬計）	721	824	846	125	22

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

(1) 就截至個別日期止十二個月。

(2) 就截至個別日期止月份。

### 3 月份季度財務業績概要

	截至 3 月 31 日止三個月			%同比變動
	2019	2020		
	人民幣	人民幣	美元 <sup>(1)</sup>	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	93,498	114,314	16,144	22%
經營利潤	8,765	7,131	1,007	(19)%
經營利潤率	9%	6%		
經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>	25,166	25,440	3,593	1%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(2)</sup>	27%	22%		
經調整 EBITA <sup>(2)</sup>	20,757	19,827	2,800	(4)%
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(2)</sup>	22%	17%		
淨利潤	23,379	348	49	(99)% <sup>(3)</sup>
歸屬於普通股股東的淨利潤	25,830	3,162	447	(88)% <sup>(3)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(2)</sup>	20,056	22,287	3,148	11%
攤薄每股收益 <sup>(4)</sup>	1.23	0.14	0.02	(89)% <sup>(3)</sup>
攤薄每股美國存托股收益 <sup>(4)</sup>	9.84	1.16	0.16	(88)% <sup>(3)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(2)(4)</sup>	1.07	1.15	0.16	7%
非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益 <sup>(2)(4)</sup>	8.57	9.20	1.30	7%

(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 7.0808 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2020 年 3 月 31 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。人民幣兌換為港元的所有折算均按人民幣 0.9137 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2020 年 3 月 31 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。有關 2020 財年年度 GMV 美元數據，是 2019 年 6 月份季度，2019 年 9 月份季度，2019 年 12 月份季度及 2020 年 3 月份季度 GMV 美元數據的匯總，而各季度人民幣 GMV 數據兌換為美元的折算，是按相應季度平均每日人民幣兌換美元匯率折算。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

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

(3) 同比下降主要由於我們所投資的上市公司股權證券本季度交易價格下跌而導致投資淨損失，而 2019 年同期同類投資產生了淨收益。

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

### 3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 3 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</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	93,865	12,217	5,944	2,288	—	114,314	16,144
經營利潤(虧損)	20,166	(1,757)	(4,491)	(4,022)	(2,765)	7,131	1,007
加：股權激勵費用	4,353	1,570	726	936	1,067	8,652	1,222
加：無形資產攤銷 和減值	3,607	8	387	23	19	4,044	571
經調整 EBITA	28,126 <sup>(2)</sup>	(179)	(3,378)	(3,063)	(1,679)	19,827	2,800
經調整 EBITA 利潤 率	30%	(1)%	(57)%	(134)%		17%	

	截至 2019 年 3 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</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	78,894	7,726	5,671	1,207	—	93,498	
經營利潤(虧損)	21,632	(1,036)	(3,854)	(3,270)	(4,707)	8,765	
加：股權激勵費用	3,054	869	691	1,318	1,178	7,110	
加：無形資產攤銷	2,798	3	335	20	47	3,203	
加：美國聯邦集體 訴訟和解相關費 用	—	—	—	—	1,679	1,679	
經調整 EBITA	27,484 <sup>(2)</sup>	(164)	(2,828)	(1,932)	(1,803)	20,757	
經調整 EBITA 利潤 率	35%	(2)%	(50)%	(160)%		22%	

(1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

(2) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比下降 2% 至人民幣 33,990 百萬元（4,800 百萬美元）。核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

### 3 月份季度營運及財務業績

#### 收入

截至 2020 年 3 月 31 日止三個月的收入為人民幣 114,314 百萬元（16,144 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 93,498 百萬元增長 22%。上述增長主要由我們的中國零售商業業務收入穩健增長以及雲計算的強勁收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三個月					
	2019		2020		%佔收入 比例	%同比 變動
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
						(以百萬計，百分比除外)
核心商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理	30,119	32%	30,906	4,365	27%	3%
— 佣金	14,790	16%	14,500	2,048	13%	(2)%
— 其他 <sup>(1)</sup>	13,532	15%	25,499	3,601	22%	88%
	58,441	63%	70,905	10,014	62%	21%
中國批發商業	2,547	3%	2,787	394	3%	9%
跨境及全球零售商業	4,944	5%	5,353	756	5%	8%
跨境及全球批發商業	2,133	2%	2,458	347	2%	15%
菜鳥物流服務	3,861	4%	4,951	699	4%	28%
本地生活服務	5,266	5%	4,841	684	4%	(8)%
其他	1,702	2%	2,570	362	2%	51%
核心商業合計	78,894	84%	93,865	13,256	82%	19%
雲計算	7,726	8%	12,217	1,725	11%	58%
數字媒體及娛樂	5,671	6%	5,944	840	5%	5%
創新業務及其他	1,207	2%	2,288	323	2%	90%
總計	93,498	100%	114,314	16,144	100%	22%

(1) 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（主要包括盒馬、天貓超市、進口直營和銀泰）產生。

#### 核心商業

- 中國零售商業

截至 2020 年 3 月 31 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 70,905 百萬元（10,014 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 58,441 百萬元增長 21%。客戶管理收入及佣金收入合計同比增長 1%，其中客戶管理收入增長 3%、佣金收入減少 2%。客戶管理收入的增長主要由於信息流及淘寶直播收入的增長，部份被新冠肺炎疫情影響而導致搜索變現的付費點擊量和單次點擊平均單價下降所抵銷。

天貓線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比增長10%，佣金收入卻同比下降2%。佣金收入減少主要受到新冠肺炎疫情影響，包括2月期間物流中斷而取消的訂單，服飾品類銷售疲弱，以及我們為支持商家客戶免除了2020上半年的年度服務費。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣25,499百萬元（3,601百萬美元），相較2019年同期的人民幣13,532百萬元顯著提升，主要來自包括盒馬和天貓超市在內的直營業務的貢獻以及我們自2019年9月起合併考拉所驅動。

我們預期我們的直營業務收入的比例將隨著我們進一步實施新零售戰略而繼續增大。

- **中國批發商業**

截至2020年3月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣2,787百萬元（394百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,547百萬元增長9%。增長的主要原因是來自零售通的收入增長，零售通是一個數字化採購平台，幫助快消品品牌製造商及其分銷商直連中國的社區小店，以及來自我們的內貿批發交易市場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3月31日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣5,353百萬元（756百萬美元），相較2019年同期的人民幣4,944百萬元增長8%。增長的主要原因是來自Lazada和Trendyol的收入增長，而我們在2019年10月將速賣通俄羅斯業務注入俄羅斯合營企業後終止合併該部分業務收入，該影響部分抵銷了跨境及全球零售商業收入的增長。除了終止合併速賣通俄羅斯業務的影響外，速賣通收入增長同比顯著放慢，主要是受新冠肺炎疫情影響而導致供應鏈和物流的中斷，對面向北美洲、南美洲和歐洲銷售的GMV增長產生了負面影響。

- **跨境及全球批發商業**

截至2020年3月31日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣2,458百萬元（347百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,133百萬元增長15%。增長的主要原因是來自我們的外貿批發交易市場Alibaba.com付費會員數量的增長。

- **菜鳥物流服務**

截至2020年3月31日止三個月，菜鳥網絡物流服務收入主要來自其國內及國際一站式物流服務與供應鏈解決方案，抵銷內部交易的影響後合計為人民幣4,951百萬元（699百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,861百萬元增長28%，主要原因是我們快速發展的跨境及全球零售商業業務已履約的訂單量增加。

- **本地生活服務**

本地生活服務收入主要來自我們的即時配送和本地生活服務平台餓了麼的平台佣金、提供配送服務收取的服務費及其他服務費，截至2020年3月31日止三個月共人民幣4,841百萬元（684百萬美元），相較2019年同期的人民幣5,266百萬元減少8%，反映了中國的餐飲店和本地商家受新冠肺炎疫情影響而大規模閉店的因素。

## 雲計算

截至2020年3月31日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣12,217百萬元（1,725百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,726百萬元增長58%，主要由於來自公共雲及混合雲業務的收入貢獻均實現增長。

## 數字媒體及娛樂

截至2020年3月31日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣5,944百萬元（840百萬美元），相較2019年同期的人民幣5,671百萬元增長5%。增長的主要原因是來自優酷的付費會員數目增長推動了會員費收入增長。

## 創新業務及其他

截至2020年3月31日止三個月，來自創新業務及其他的收入為人民幣2,288百萬元（323百萬美元），相較2019年同期的人民幣1,207百萬元增長90%。增長的主要原因是來自線上遊戲和其他業務收入的增長。

## 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3月31日止三個月					%佔收入 比例同 比 變動
	2019		2020		%佔收入 比例	
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
						(以百萬計，百分比除外)
<b>成本及費用：</b>						
營業成本	55,610	60%	72,502	10,239	64%	4%
產品開發費用	8,659	10%	10,587	1,495	9%	(1)%
銷售和市場費用	9,649	10%	12,179	1,720	11%	1%
一般及行政費用	7,612	8%	7,871	1,112	7%	(1)%
無形資產攤銷和減值	3,203	3%	4,044	571	3%	0%
成本及費用總額	<u>84,733</u>	<u>91%</u>	<u>107,183</u>	<u>15,137</u>	<u>94%</u>	<u>3%</u>
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	1,951	2%	1,857	262	2%	0%
產品開發費用	2,801	3%	3,484	492	3%	0%
銷售和市場費用	764	1%	1,017	144	1%	0%
一般及行政費用	1,594	2%	2,294	324	2%	0%
股權激勵費用總額	<u>7,110</u>	<u>8%</u>	<u>8,652</u>	<u>1,222</u>	<u>8%</u>	<u>0%</u>



不含股權激勵費用的成本及費用：

營業成本	53,659	58%	70,645	9,977	62%	4%
產品開發費用	5,858	7%	7,103	1,003	6%	(1)%
銷售和市場費用	8,885	9%	11,162	1,576	10%	1%
一般及行政費用	6,018	6%	5,577	788	5%	(1)%
無形資產攤銷和減值	3,203	3%	4,044	571	3%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>77,623</u>	<u>83%</u>	<u>98,531</u>	<u>13,915</u>	<u>86%</u>	<u>3%</u>

**營業成本** – 截至2020年3月31日止三個月的營業成本為人民幣72,502百萬元（10,239百萬美元），佔收入比例64%，2019年同期為人民幣55,610百萬元，佔收入比例60%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例從截至2019年3月31日止三個月的58%增加至截至2020年3月31日止三個月的62%。該增長主要來自直營業務收入增長（包括自營新零售及天貓超市在內的業務）帶來的收入結構性變化所導致的存貨成本上升，以及合併考拉的影響，部分被本地生活服務的物流成本下降所抵銷。

**產品開發費用** – 截至2020年3月31日止三個月的產品開發費用為人民幣10,587百萬元（1,495百萬美元），佔收入比例9%，2019年同期為人民幣8,659百萬元，佔收入比例10%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年3月31日止三個月產品開發費用佔收入的比例將相較2019年同期的7%下降至6%。

**銷售和市場費用** – 截至2020年3月31日止三個月的銷售和市場費用為人民幣12,179百萬元（1,720百萬美元），佔收入比例11%，2019年同期為人民幣9,649百萬元，佔收入比例10%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年3月31日止三個月銷售和市場費用佔收入的比例將相較2019年同期的9%上升至10%。

**一般及行政費用** – 截至2020年3月31日止三個月的一般及行政費用為人民幣7,871百萬元（1,112百萬美元），佔收入比例7%，2019年同期為人民幣7,612百萬元，佔收入比例8%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年3月31日止三個月一般及行政費用佔收入比例減少至5%，相較2019年同期佔收入比例為6%，主要與截至2019年3月31日止三個月的一宗美國聯邦集體訴訟的250百萬美元和解費用相關。

**股權激勵費用** – 截至2020年3月31日止三個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣8,652百萬元（1,222百萬美元），較2019年同期的人民幣7,110百萬元增加22%。相較去年同期，截至2020年3月31日止三個月股權激勵費用佔收入的比例平穩維持在8%。

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 3月31日		2019年 12月31日		2020年 3月31日		按年		
	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	
	(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 <sup>(1)</sup>	6,099	7%	6,587	4%	6,832	965	6%	12%	4%
螞蟻金服相關並授 予我們員工的股 權激勵 <sup>(2)</sup>	435	0%	347	0%	259	37	0%	(40)%	(25)%
其他 <sup>(3)</sup>	576	1%	896	0%	1,561	220	2%	171%	74%
股權激勵費用合計	<u>7,110</u>	<u>8%</u>	<u>7,830</u>	<u>4%</u>	<u>8,652</u>	<u>1,222</u>	<u>8%</u>	<u>22%</u>	<u>10%</u>

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

(2) 按市值計價作會計處理的激勵。

(3) 「其他」主要是與我們子公司的股權相關的股權激勵。

相較上季度，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。本季度與我們子公司的股權相關的股權激勵的費用較上季度上升，主要原因是部份該等激勵於本季度以現金結算所產生的影響。

我們預計股權激勵費用將繼續受到本公司股價、我們子公司的股權激勵實施情況以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。此外，我們預計未來股權激勵費用也將繼續受到未來任何螞蟻金服權益估值變動的影響，但此類變動將為非現金性質，且將不會對股東帶來經濟利益損失或權益攤薄。

**無形資產攤銷和減值** – 截至2020年3月31日止三個月的無形資產攤銷和減值為人民幣4,044百萬元（571百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,203百萬元增長26%，主要由於截至2020年3月31日止三個月錄得的無形資產減值。

## 經營利潤及經營利潤率

截至2020年3月31日止三個月的經營利潤為人民幣7,131百萬元（1,007百萬美元），佔收入比例6%，相較2019年同期的人民幣8,765百萬元，佔收入比例9%，減少19%，主要受新冠肺炎疫情所影響。

## 經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣25,440百萬元（3,593百萬美元），相較2019年同期的人民幣25,166百萬元增長1%。截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣19,827百萬元（2,800百萬美元），相較2019年同期的人民幣20,757百萬元下降4%，主要受新冠肺炎疫情所影響。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 3 月 31 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	27,484	35%	28,126	3,972	30%
雲計算	(164)	(2)%	(179)	(25)	(1)%
數字媒體及娛樂	(2,828)	(50)%	(3,378)	(477)	(57)%
創新業務及其他	(1,932)	(160)%	(3,063)	(433)	(134)%

**核心商業分部** – 核心商業分部截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣28,126百萬元（3,972百萬美元），較2019年同期的人民幣27,484百萬元增長2%，主要由於戰略業務虧損減少，部分被客戶管理收入及佣金收入因受新冠肺炎疫情的負面影響而導致核心商業交易市場經調整EBITA減少至人民幣33,990百萬元（4,800百萬美元）所抵銷。該影響是導致經調整EBITA利潤率從截至2019年3月31日止三個月的35%下降至截至2020年3月31日止三個月的30%的原因之一。經調整EBITA利潤率下降的其他原因，包括持續向自營新零售業務和直營業務轉變帶來的收入結構性變化，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本），以及合併考拉的影響。

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

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

**雲計算分部** – 雲計算分部截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣179百萬元（25百萬美元），2019年同期為虧損人民幣164百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年3月31日止三個月的負2%改善至截至2020年3月31日止三個月的負1%。

**數字媒體及娛樂分部** – 數字媒體及娛樂分部截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣3,378百萬元（477百萬美元），2019年同期為虧損人民幣2,828百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年3月31日止三個月的負50%下降至截至2020年3月31日止三個月的負57%，主要由於我們對受新冠肺炎疫情而嚴重影響的票務及電影相關業務的應收賬款計提人民幣437百萬元（62百萬美元）的壞賬準備。

**創新業務及其他分部** – 創新業務及其他分部截至2020年3月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣3,063百萬元（433百萬美元），2019年同期為虧損人民幣1,932百萬元，主要由於釘釘業務虧損增加，該虧損增加反映了我們在新冠肺炎疫情下對企業的支持，為企業免費提供釘釘遠程辦公功能。

### **利息收入和投資淨收益**

截至2020年3月31日止三個月的利息收入和投資淨收益為虧損人民幣7,715百萬元（1,089百萬美元），2019年同期為收益人民幣18,665百萬元。主要是由於截至2020年3月31日止三個月因我們所投資的上市公司股權證券本季度交易價格下跌而導致投資淨損失，而2019年同期同類投資產生了淨收益。上述提及的收益及損失未計入非公認會計準則淨利潤。

### **其他淨收支**

截至2020年3月31日止三個月的其他淨收益為人民幣1,180百萬元（167百萬美元），2019年同期為人民幣1,449百萬元。

### **所得稅費用**

截至2020年3月31日止三個月的所得稅費用為人民幣2,628百萬元（371百萬美元），2019年同期為人民幣5,025百萬元。

若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及來自權益法核算的投資損益的基礎差異相應的遞延所得稅影響，截至2020年3月31日止三個月的有效稅率為20%。

### **權益法核算的投資損益**

截至2020年3月31日止三個月的權益法核算的投資損益為收益人民幣3,545百萬元（500百萬美元），2019年同期為人民幣828百萬元。我們延後一個季度確認權益法核算的投資損益。截至2020年3月31日止三個月以及可比期間的權益法核算的投資損益構成如下：

## 截至所示日期止三個月

	2019年	2019年	2020年	
	3月31日	12月31日	3月31日	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			
權益法核算的投資收益				
- 螞蟻金服 <sup>(1)</sup>	—	215	5,109	721
- 其他	1,306	2,229	164	23
減值損失	—	—	(234)	(33)
由於所持股份被攤薄帶來的 (損失) 收益	(62)	166	(249)	(35)
其他 <sup>(2)</sup>	(416)	(445)	(1,245)	(176)
總計	828	2,165	3,545	500

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

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

截至2020年3月31日止三個月的權益法核算的投資損益同比增加主要由於自2019年9月，我們收到螞蟻金服33%股份後，開始分享來自螞蟻金服的利潤，部份被我們分享蘇寧的損益下跌所抵銷。此外，截至2020年3月31日止三個月，「其他」項目的增加主要由於我們收到螞蟻金服股份後就螞蟻金服的無形資產開始攤銷。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3月31日止三個月的淨利潤為人民幣348百萬元（49百萬美元），相較2019年同期人民幣23,379百萬元減少99%。同比下降主要由於我們所投資的上市公司股權證券本季度交易價格下跌而導致投資淨損失，而2019年同期同類投資產生了淨收益。

剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資和無形資產的減值損失以及其他若干項目，截至2020年3月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣22,287百萬元（3,148百萬美元），相較2019年同期的人民幣20,056萬元增長11%。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3月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣3,162百萬元（447百萬美元），較2019年同期的人民幣25,830百萬元減少88%。同比下降主要由於我們所投資的上市公司股權證券本季度交易價格下跌而導致投資淨損失，而2019年同期同類投資產生了淨收益。

## 攤薄每股美國存托股/每股收益及非公認會計準則攤薄每股美國存托股/每股收益

截至2020年3月31日止三個月，按本季度21,822百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的攤薄每股美國存托股收益為人民幣1.16元（0.16美元），較2019年同期按21,002百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣9.84元減少88%（此節所示數據均已反映2019年7月進行的股份分拆）。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資和無形資產的減值損失以及其他若干項目，截至2020年3月31日止三個月的非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣9.20元（1.30美元），較2019年同期的人民幣8.57元增長7%。

截至2020年3月31日止三個月攤薄每股收益為人民幣0.14元（0.02美元或0.15港元），較2019年同期的人民幣1.23元減少89%。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資和無形資產的減值損失以及其他若干項目，截至2020年3月31日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣1.15元（0.16美元或1.26港元），較2019年同期的人民幣1.07元增長7%。

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

## 現金、現金等價物和短期投資

2020年3月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣358,981百萬元（50,698百萬美元），而2019年12月31日為人民幣351,946百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2020年3月31日止三個月的增加主要來自處置多項投資所得的現金流入人民幣9,816百萬元（1,386百萬美元），部分被經營活動產生的自由現金淨流出人民幣4,214百萬元（595百萬美元）所抵銷。

## 經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2020年3月31日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣2,164百萬元（306百萬美元），相較2019年同期的人民幣18,553百萬元減少88%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2020年3月31日止三個月為淨流出人民幣4,214百萬元（595百萬美元），2019年同期為淨流入人民幣10,714百萬元。經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流分別同比減少人民幣16,389百萬元及人民幣14,928百萬元，主要因為人民幣7,651百萬元的減幅與速賣通支付服務重組相關（詳情說明如下），以及因為有更多商家於2019年內達到GMV目標，令商家年度服務費保證金的退款金額增加人民幣2,688百萬元。若不考慮速賣通支付服務重組的影響，本季度非公認會計準則自由現金流為淨流入人民幣1,977百萬元（279百萬美元）。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3月31日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣32,995百萬元（4,660百萬美元），主要反映了(i)短期投資增加人民幣26,919百萬元（3,802百萬美元），(ii)資本性支出人民幣9,683百萬元（1,367百萬美元），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5,802百萬元（819百萬美元），(iii)投資和收購活動現金支出人民幣3,368百萬元（476百萬美元），以及(iv)購置獲授權版權和其他無形資產的現金支出人民幣2,716百萬元（384百萬美元）。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9,816百萬元（1,386百萬美元）所抵銷。

## 員工

截至2020年3月31日，我們的員工總數為117,600人，截至2019年12月31日為116,519人。

## 2020 財年財務業績概要

	截至 3 月 31 日止年度			%同比變動
	2019	2020		
	人民幣	人民幣	美元 <sup>(1)</sup>	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	376,844	509,711	71,985	35%
經營利潤	57,084	91,430	12,912	60%
經營利潤率	15%	18%		
經調整 EBITDA <sup>(2)</sup>	121,943	157,659	22,266	29%
經調整 EBITDA 利潤率 <sup>(2)</sup>	32%	31%		
經調整 EBITA <sup>(2)</sup>	106,981	137,136	19,367	28%
經調整 EBITA 利潤率 <sup>(2)</sup>	28%	27%		
淨利潤	80,234	140,350	19,821	75% <sup>(3)</sup>
歸屬於普通股股東的淨利潤	87,600	149,263	21,080	70% <sup>(3)</sup>
非公認會計準則淨利潤 <sup>(2)</sup>	93,407	132,479	18,710	42%
攤薄每股收益 <sup>(4)</sup>	4.17	6.99	0.99	68% <sup>(3)</sup>
攤薄每股美國存托股收益 <sup>(4)</sup>	33.38	55.93	7.90	68% <sup>(3)</sup>
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(2)(4)</sup>	4.80	6.62	0.93	38%
非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益 <sup>(2)(4)</sup>	38.40	52.98	7.48	38%

(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 7.0808 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2020 年 3 月 31 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。人民幣兌換為港元的所有折算均按人民幣 0.9137 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2020 年 3 月 31 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。有關 2020 財年年度 GMV 美元數據，是 2019 年 6 月份季度，2019 年 9 月份季度，2019 年 12 月份季度及 2020 年 3 月份季度 GMV 美元數據的匯總，而各季度人民幣 GMV 數據兌換為美元的折算，是按相應季度平均每日人民幣兌換美元匯率折算。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

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

(3) 同比增長主要由於取得螞蟻金服 33% 股份時確認人民幣 716 億元（101 億美元）的一次性收益，部分被重估和處置投資收益同比减少（詳見「利息收入和投資淨收益」一節）、股權投資公允價值變動而產生的淨損失及股權投資減值損失增加所抵銷。剔除這些收益及損失以及其他若干項目，2020 財年的非公認會計準則淨利潤同比增長 42%。

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

## 2020財年分部信息

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 3 月 31 日止年度						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</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	436,104	40,016	26,948	6,643	—	509,711 71,985
經營利潤(虧損)	138,631	(7,016)	(14,937)	(12,951)	(12,297)	91,430 12,912
加：股權激勵費用	15,427	5,577	2,444	4,050	4,244	31,742 4,483
加：無形資產攤銷 和減值	11,742	25	1,377	86	158	13,388 1,891
加：商譽減值	—	—	—	—	576	576 81
經調整 EBITA	165,800 <sup>(2)</sup>	(1,414)	(11,116)	(8,815)	(7,319)	137,136 19,367
經調整 EBITA 利 潤率	38%	(4)%	(41)%	(133)%		27%

截至 2019 年 3 月 31 日止年度						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂	創新業務 及其他	未分攤 <sup>(1)</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	323,400	24,702	24,077	4,665	—	376,844
經營利潤(虧損)	109,312	(5,508)	(20,046)	(11,795)	(14,879)	57,084
加：股權激勵費用	17,694	4,332	2,988	5,774	6,703	37,491
加：無形資產攤銷	9,161	18	1,262	50	236	10,727
加：美國聯邦集體 訴訟和解相關 費用	—	—	—	—	1,679	1,679
經調整 EBITA	136,167 <sup>(2)</sup>	(1,158)	(15,796)	(5,971)	(6,261)	106,981
經調整 EBITA 利 潤率	42%	(5)%	(66)%	(128)%		28%

(1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

(2) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 19%至人民幣 192,771 百萬元(27,224 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。



## 2020 財年營運及財務業績

### 收入

總收入從 2019 財年的人民幣 376,844 百萬元增長 35%至 2020 財年的人民幣 509,711 百萬元（71,985 百萬美元）。上述增長主要由我們的中國零售商業業務及雲計算的強勁收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表所示：

	截至 3 月 31 日止年度				%佔收入 比例	%同比 變動
	2019		2020			
	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	145,684	39%	175,396	24,771	34%	20%
— 佣金	61,847	16%	71,086	10,039	14%	15%
— 其他 <sup>(1)</sup>	40,084	11%	86,268	12,183	17%	115%
	<u>247,615</u>	<u>66%</u>	<u>332,750</u>	<u>46,993</u>	<u>65%</u>	<u>34%</u>
中國批發商業	9,988	3%	12,427	1,755	3%	24%
跨境及全球零售商業	19,558	5%	24,323	3,435	5%	24%
跨境及全球批發商業	8,167	2%	9,594	1,355	2%	17%
菜鳥物流服務	14,885	4%	22,233	3,140	4%	49%
本地生活服務	18,058	5%	25,440	3,593	5%	41%
其他	5,129	1%	9,337	1,319	2%	82%
核心商業合計	<u>323,400</u>	<u>86%</u>	<u>436,104</u>	<u>61,590</u>	<u>86%</u>	<u>35%</u>
雲計算	24,702	7%	40,016	5,651	8%	62%
數字媒體及娛樂	24,077	6%	26,948	3,806	5%	12%
創新業務及其他	4,665	1%	6,643	938	1%	42%
總計	<u>376,844</u>	<u>100%</u>	<u>509,711</u>	<u>71,985</u>	<u>100%</u>	<u>35%</u>

(1) 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（主要包括盒馬、天貓超市、進口直營和銀泰）產生。

### 核心商業

#### ● 中國零售商業

2020財年中國零售商業的收入為人民幣332,750百萬元（46,993百萬美元），相較2019財年人民幣247,615百萬元增長34%。來自我們中國零售市場的收入持續強勁增長。客戶管理收入及佣金收入合計同比增長19%，其中客戶管理收入增長20%、佣金收入增長15%。客戶管理收入的增長主要由於付費點擊量的上升，以及單次點擊平均單價的上升。

佣金收入的增長主要由於天貓線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比實現23%的強勁增長。

佣金收入與天貓線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）增幅不完全同步，主要是因為在天貓超市收入由佣金收入向直營業務收入的結構性轉變中，直營業務收入計入了中國零售商業業務項下的「其他」收入，以及更多在我們商家激勵計劃下的商家，因成功達到年度GMV目標而享有優惠佣金率。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣86,268百萬元（12,183百萬美元），相較2019財年人民幣40,084百萬元顯著提升，主要來自包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻以及我們自2019年9月起合併考拉所驅動。

我們預期我們的直營業務收入的比例將隨著我們進一步實施新零售戰略而繼續增大。

- **中國批發商業**

2020財年中國批發商業收入為人民幣12,427百萬元（1,755百萬美元），相較2019財年人民幣9,988百萬元增長24%。增長的主要原因是來自我們的內貿批發交易市場1688.com平台付費會員的平均收入增加，以及來自零售通的收入增長。零售通是一個數字化採購平台，幫助快消品品牌製造商及其分銷商直連中國的社區小店。

- **跨境及全球零售商業**

2020財年跨境及全球零售商業收入為人民幣24,323百萬元（3,435百萬美元），相較2019財年人民幣19,558百萬元增長24%。增長的主要來自Lazada和Trendyol的收入增長(我們自2018年7月開始將Trendyol納入合併範圍)，以及速賣通的收入增長。

- **跨境及全球批發商業**

2020財年跨境及全球批發商業收入為人民幣9,594百萬元（1,355百萬美元），相較2019財年人民幣8,167百萬元增長17%。增長的主要原因是來自我們的外貿批發交易市場Alibaba.com付費會員數量的增長。

- **菜鳥物流服務**

2020財年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22,233百萬元（3,140百萬美元），相較2019財年人民幣14,885百萬元增長49%，主要原因是我們快速發展的跨境及全球零售商業業務已履約的訂單量增加。

- **本地生活服務**

2020財年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，共為人民幣25,440百萬元（3,593百萬美元），相較2019財年人民幣18,058百萬元增長41%，主要原因是送達訂單量的增長以及單均價值的上升。

## 雲計算

2020財年來自雲計算業務的收入為人民幣40,016百萬元（5,651百萬美元），相較2019財年人民幣24,702百萬元增長62%，主要由於來自公共雲及混合雲業務的收入貢獻均實現增長。

## 數字媒體及娛樂

2020財年來自數字媒體及娛樂業務的收入為人民幣26,948百萬元（3,806百萬美元），相較2019財年人民幣24,077百萬元增長12%。增長的主要原因是我們由2019年3月開始將阿里影業納入合併範圍。

## 創新業務及其他

2020財年來自創新業務及其他的收入為人民幣6,643百萬元（938百萬美元），相較2019財年人民幣4,665百萬元增長42%。增長的主要原因是來自線上遊戲及其他業務收入的增長。

## 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3月31日止年度					%佔收入 比例同比 變動
	2019		2020		%佔收入 比例	
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
			(以百萬計，百分比除外)			
<b>成本及費用：</b>						
營業成本	206,929	55%	282,367	39,878	55%	0%
產品開發費用	37,435	10%	43,080	6,085	9%	(1)%
銷售和市場費用	39,780	11%	50,673	7,156	10%	(1)%
一般及行政費用	24,889	6%	28,197	3,982	5%	(1)%
無形資產攤銷和減值	10,727	3%	13,388	1,891	3%	0%
商譽減值	—	—	576	81	0%	0%
成本及費用總額	319,760	85%	418,281	59,073	82%	(3)%
<b>股權激勵費用：</b>						
營業成本	8,915	2%	7,322	1,034	1%	(1)%
產品開發費用	15,378	4%	13,654	1,928	3%	(1)%
銷售和市場費用	4,411	2%	3,830	541	1%	(1)%
一般及行政費用	8,787	2%	6,936	980	1%	(1)%
股權激勵費用總額	37,491	10%	31,742	4,483	6%	(4)%
<b>不含股權激勵費用的成本及費用：</b>						
營業成本	198,014	53%	275,045	38,844	54%	1%
產品開發費用	22,057	6%	29,426	4,157	6%	0%
銷售和市場費用	35,369	9%	46,843	6,615	9%	0%

一般及行政費用	16,102	4%	21,261	3,002	4%	0%
無形資產攤銷和減值	10,727	3%	13,388	1,891	3%	0%
商譽減值	—	—	576	81	0%	0%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>282,269</u>	<u>75%</u>	<u>386,539</u>	<u>54,590</u>	<u>76%</u>	<u>1%</u>

**營業成本** – 2020財年營業成本為人民幣282,367百萬元（39,878百萬美元），佔收入比例55%，2019財年為人民幣206,929百萬元，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從2019財年的53%增加至2020財年的54%。該增長主要來自直營業務收入增長（包括天貓超市及自營新零售在內的業務）帶來的收入結構性變化所導致的存貨成本上升，以及合併考拉的影響，部分被優酷的內容成本下降及我們的技術和基礎設施的效率提升所抵銷。

**產品開發費用** – 2020財年產品開發費用為人民幣43,080百萬元（6,085百萬美元），佔收入比例9%，2019財年為人民幣37,435百萬元，佔收入比例10%。若不考慮股權激勵費用的影響，2020財年及2019財年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** – 2020財年銷售和市場費用為人民幣50,673百萬元（7,156百萬美元），佔收入比例10%，2019財年為人民幣39,780百萬元，佔收入比例11%。若不考慮股權激勵費用的影響，2020財年及2019財年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** – 2020財年一般及行政費用為人民幣28,197百萬元（3,982百萬美元），佔收入比例5%，2019財年為人民幣24,889百萬元，佔收入比例6%。若不考慮股權激勵費用的影響，2020財年及2019財年一般及行政費用佔收入比例將平穩維持在4%。

**股權激勵費用** – 2020財年計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣31,742百萬元（4,483百萬美元），較2019財年人民幣37,491百萬元減少15%。股權激勵費用佔收入的比例從2019財年的10%下降至2020財年的6%。

所示年度內，按激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

	截至 3 月 31 日止年度				%變動	
	2019年		2020年			
	人民幣	%佔收入 比例 (以百萬計，百分比除外)	人民幣	美元	%佔收 入比例	按年
按激勵類型：						
阿里巴巴集團的 股權激勵 <sup>(1)</sup>	22,727	6%	26,216	3,703	5%	15%
螞蟻金服相關並授予我們 員工的股權激勵 <sup>(2)</sup>	12,855	3%	1,261	178	0%	(90)%
其他 <sup>(3)</sup>	1,909	1%	4,265	602	1%	123%
股權激勵費用合計	<u>37,491</u>	<u>10%</u>	<u>31,742</u>	<u>4,483</u>	<u>6%</u>	<u>(15)%</u>

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

(2) 按市值計價作會計處理的激勵。

(3) 「其他」主要是與我們子公司的股權相關的股權激勵。

2020財年與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用較2019財年增加，主要原因是所授予的股權激勵的平均公允市場價值有所上升。

2020財年與螞蟻金服相關並授予我們員工的股權激勵的費用較2019財年大幅減少，主要原因是螞蟻金服於2019財年內按較高估值完成股權融資，使我們需確認該等激勵的增值。

2020財年與我們子公司的股權相關的股權激勵的費用較2019財年增加，主要原因是所授予的股權激勵增加及部份該等激勵於本年度以現金結算所產生的影響。

我們預計股權激勵費用將繼續受到本公司股價、我們子公司的股權激勵實施情況以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。此外，我們預計未來股權激勵費用也將繼續受到未來任何螞蟻金服權益估值變動的影響，但此類變動將為非現金性質，且將不會對股東帶來經濟利益損失或權益攤薄。

**無形資產攤銷和減值** – 2020財年無形資產攤銷和減值為人民幣13,388百萬元（1,891百萬美元），相較2019財年人民幣10,727百萬元增長25%，主要由於2018年12月合併口碑業務產生的無形資產在本財年全年攤銷的影響所致。

### 經營利潤及經營利潤率

2020財年經營利潤為人民幣91,430百萬元（12,912百萬美元），佔收入比例18%，相較2019財年人民幣57,084百萬元，佔收入比例15%，增長60%。

## 經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

2020財年經調整EBITDA為人民幣157,659百萬元（22,266百萬美元），相較2019財年人民幣121,943百萬元增長29%。2020財年經調整EBITA為人民幣137,136百萬元（19,367百萬美元），相較2019財年人民幣106,981百萬元增長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 3 月 31 日止年度				
	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	136,167	42%	165,800	23,415	38%
雲計算	(1,158)	(5)%	(1,414)	(199)	(4)%
數字媒體及娛樂	(15,796)	(66)%	(11,116)	(1,570)	(41)%
創新業務及其他	(5,971)	(128)%	(8,815)	(1,245)	(133)%

**核心商業分部** – 核心商業分部2020財年經調整EBITA為人民幣165,800百萬元（23,415百萬美元），較2019財年人民幣136,167百萬元增長22%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA增長至人民幣192,771百萬元（27,224百萬美元）。經調整EBITA利潤率從2019財年的42%下降至截至2020財年的38%，主要由於持續向自營新零售業務和直營業務轉變帶來的收入結構性變化，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本），以及合併考拉的影響。

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

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

**雲計算分部** – 雲計算分部2020財年經調整EBITA虧損人民幣1,414百萬元（199百萬美元），2019財年為虧損人民幣1,158百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從2019財年的負5%改善至2020財年的負4%。

**數字媒體及娛樂分部** – 數字媒體及娛樂分部2020財年經調整EBITA虧損人民幣11,116百萬元（1,570百萬美元），2019財年為虧損人民幣15,796百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從2019財年的負66%改善至2020財年的負41%，主要由於我們採取了更為審慎的內容支出政策而導致優酷的內容成本減少。

**創新業務及其他分部** – 創新業務及其他分部2020財年經調整EBITA虧損人民幣8,815百萬元（1,245百萬美元），2019財年為虧損人民幣5,971百萬元。經調整EBITA虧損的增加主要由於釘釘及其他新

業務虧損增加，以及我們對於技術研發和創新的投入。

### 利息收入和投資淨收益

2020財年利息收入和投資淨收益為人民幣72,956百萬元（10,303百萬美元），2019財年為人民幣44,106百萬元。於2020財年，我們分別對取得螞蟻金服33%股份及終止合併速賣通俄羅斯業務確認了人民幣716億元（101億美元）及人民幣103億元（15億美元）的一次性收益。於2019財年，因2018年12月和2019年3月分別獲得口碑和阿里影業的控制權後，我們對先前持有的股權重估分別確認了人民幣220億元及人民幣58億元的一次性收益。2020財年的一次性收益增加，部分被我們的股權投資公允價值變動而產生的淨損失，相較2019財年該公允價值變動則為淨收益所抵銷。

上述提及的收益及損失未計入非公認會計準則淨利潤。

### 其他淨收支

2020財年的其他淨收益為人民幣7,439百萬元（1,051百萬美元），2019財年為人民幣221百萬元。其他淨收益的增長主要是由於從螞蟻金服取得的許可使用費和軟件技術服務費增加及匯兌損失下降。於2020財年，我們與螞蟻金服的利潤分成安排下的許可使用費和軟件技術服務費為人民幣3,835百萬元（542百萬美元），2019財年為人民幣517百萬元。2019年9月我們取得螞蟻金服33%股份後利潤分成安排亦即終止。

### 所得稅費用

2020財年的所得稅費用為人民幣20,562百萬元（2,904百萬美元），2019財年為人民幣16,553百萬元。

我們的有效稅率從2019財年的17%下降至2020財年的12%。若不考慮關於取得螞蟻金服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來自權益法核算的投資損益的基礎差異相應的遞延所得稅影響，2020財年的有效稅率為17%。

### 權益法核算的投資損益

2020財年的權益法核算的投資損益為損失人民幣5,733百萬元（810百萬美元），2019財年為收益人民幣566百萬元。我們延後一個季度確認權益法核算的投資損益。2020財年以及可比期間的權益法核算的投資損益構成如下：

截至 3 月 31 日止年度

	2019		2020	
	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				
- 螞蟻金服 <sup>(1)</sup>	—	5,324	752	
- 其他	2,997	3,332	470	
減值損失	(493)	(11,824)	(1,670)	
由於所持股份被攤薄帶來的 損失	(185)	(108)	(15)	
其他 <sup>(2)</sup>	(1,753)	(2,457)	(347)	
總計	566	(5,733)	(810)	

(1) 我們於 2019 年 9 月 23 日收到螞蟻金服 33% 的股權。與其他權益法核算的股權投資處理一樣，我們延後一個季度計入享有螞蟻金服的損益份額。因此 2020 財年與螞蟻金服有關的權益法核算的投資收益反映由取得股權後起計至 2019 年 12 月 31 日止期間我們所享有螞蟻金服的收益份額。

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

權益法核算的投資損益同比減少主要是由於若干權益法核算的被投資企業因其市值長期低於我們的賬面值而導致的減值損失人民幣 11,824 百萬元(1,670 百萬美元) 所致，部分被我們分享螞蟻金服的利潤所抵銷。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

2020 財年的淨利潤為人民幣 140,350 百萬元（19,821 百萬美元），相較 2019 財年人民幣 80,234 百萬元增長 75%。

剔除取得螞蟻金服 33% 股份時確認的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產和商譽的減值損失以及其他若干項目，2020 財年的非公認會計準則淨利潤為人民幣 132,479 百萬元（18,710 百萬美元），相較 2019 財年人民幣 93,407 萬元增長 42%。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

2020 財年的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 149,263 百萬元（21,080 百萬美元），較 2019 財年人民幣 87,600 百萬元增長 70%。

### 攤薄每股美國存托股/每股收益及非公認會計準則攤薄每股美國存托股/每股收益

2020 財年按本年度 21,346 百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的攤薄每股美國存托股收益為人民幣 55.93 元（7.90 美元），較 2019 財年按 20,988 百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣 33.38 元增長 68%（此節所示數據均已反映 2019 年 7 月進行的股份分拆）。剔除取得螞蟻金服



33%股份時確認的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產和商譽的減值損失以及其他若干項目，2020財年的非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益為人民幣52.98元（7.48美元），較2019財年的人民幣38.40元增長38%。

2020財年攤薄每股收益為人民幣6.99元（0.99美元或7.65港元），較2019財年的人民幣4.17元增長68%。剔除取得螞蟻金服33%股份時確認的一次性收益、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產和商譽的減值損失以及其他若干項目，2020財年的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣6.62元（0.93美元或7.25港元），較2019財年的人民幣4.80元增長38%。

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

### 現金、現金等價物和短期投資

2020年3月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣358,981百萬元（50,698百萬美元），而2019年3月31日為人民幣193,238百萬元。現金、現金等價物和短期投資在2020財年的增加主要來自經營活動產生的自由現金流人民幣130,914百萬元（18,489百萬美元）及我們在全球發行普通股所得款項淨額人民幣90,546百萬元（12,788百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量淨額人民幣38,104百萬元（5,381百萬美元）所抵銷。

### 經營活動產生的現金流量及自由現金流

2020財年的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣180,607百萬元（25,507百萬美元），相較2019財年的人民幣150,975百萬元增長20%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從2019財年的人民幣104,478百萬元增長25%至2020財年的人民幣130,914百萬元（18,489百萬美元），主要由於我們盈利能力的穩健提升。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

2020財年的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣108,072百萬元（15,263百萬美元），主要反映了(i)投資和收購活動現金支出人民幣56,873百萬元（8,032百萬美元），包括收購考拉及投資美年大健康、紅星美凱龍、申通快遞及千方科技相關的現金支出，(ii)資本性支出人民幣32,550百萬元（4,597百萬美元），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7,888百萬元（1,114百萬美元），(iii)短期投資增加人民幣24,907百萬元（3,518百萬美元）以及(iv)購置獲授權版權和其他無形資產的現金支出人民幣12,836百萬元（1,813百萬美元）。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18,769百萬元（2,651百萬美元）所抵銷。此外，因取得螞蟻金服33%股份的現金淨額影響極小，原因是相關所付對價全部來自於我們向螞蟻金服轉讓若干知識產權和資產所收取的金額。

### 股份分拆及美國存托股比率變更

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

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

截至 3 月 31 日止三個月

	2019		2020			
	股份分拆前	股份分拆後	股份分拆前		股份分拆後	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元	人民幣	美元
			(股數除外)			
<b>歸屬於普通股股東的每股收益</b>						
基本	10.02	1.25	1.18	0.17	0.15	0.02
攤薄	9.84	1.23	1.16	0.16	0.14	0.02
非公認會計準則攤薄	8.57	1.07	9.20	1.30	1.15	0.16
<b>歸屬於普通股股東的每股美國存托股收益</b>						
基本	10.02	10.02	1.18	0.17	1.18	0.17
攤薄	9.84	9.84	1.16	0.16	1.16	0.16
非公認會計準則攤薄	8.57	8.57	9.20	1.30	9.20	1.30
<b>用於計算每股普通股收益的加權平均股數 (百萬股)</b>						
基本	2,579	20,635	2,679		21,435	
攤薄	2,625	21,002	2,727		21,822	

截至 3 月 31 日止年度

	2019		2020			
	股份分拆前	股份分拆後	股份分拆前		股份分拆後	
	人民幣	人民幣	人民幣	美元	人民幣	美元
			(股數除外)			
<b>歸屬於普通股股東的每股收益</b>						
基本	33.95	4.24	56.82	8.02	7.10	1.00
攤薄	33.38	4.17	55.93	7.90	6.99	0.99
非公認會計準則攤薄	38.40	4.80	52.98	7.48	6.62	0.93
<b>歸屬於普通股股東的每股美國存托股收益</b>						
基本	33.95	33.95	56.82	8.02	56.82	8.02
攤薄	33.38	33.38	55.93	7.90	55.93	7.90
非公認會計準則攤薄	38.40	38.40	52.98	7.48	52.98	7.48
<b>用於計算每股普通股收益的加權平均股數 (百萬股)</b>						
基本	2,580	20,640	2,627		21,017	
攤薄	2,623	20,988	2,668		21,346	

## 網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2020 年 5 月 22 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 8700 532

中國移動電話：400 624 0407

會議編號：5870545（英語）

會議編號：1575158（普通話同聲傳譯）

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 5 月 22 日在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <https://www.alibabagroup.com/tc/ir/home>。

## 關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團旨在構建未來的商業基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活 在 阿里巴巴，並成為一家活 102 年的好公司。

## 聯繫方式

投資者關係聯繫

Rob Lin

Investor@alibabagroup.com

媒體聯繫

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

Adam Najberg

adam.najberg@alibaba-inc.com

## 安全港聲明

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據 1995 年美國私人證券訴訟改革法案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「將要」、「預期」、「預計」、「未來」、「擬」、「計劃」、「相信」、「估計」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」等用語及類似陳述來識別。此外，任何不屬過往事實的陳述，包括有關阿里巴巴戰略及業務規劃的陳述，關於阿里巴巴業務發展及收入增長的信念、預期及指導，本公告中所述業務前景及管理層看法以及阿里巴巴的戰略及運營計劃均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。阿里巴巴亦可能在其提交予美國證券交易委員會（「證交會」）以及於香港聯合交易所有限公司（「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（包括但不限於螞蟻金服）的表現有關的風險；及中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

### 非公認會計準則財務指標

為補充根據公認會計準則編制及呈列的合併財務報表，我們使用以下非公認會計準則財務指標：對於我們的合併業績，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（「經調整 EBITDA」）（包括經調整 EBITDA 利潤率），經調整息稅及攤銷前利潤（「經調整 EBITA」）（包括經調整 EBITA 利潤率）、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益和自由現金流。有關該等非公認會計準則財務指標的更多資料，請參閱本業績公告「分部信息」一節及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格。

我們認為，經調整 EBITDA、經調整 EBITA、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤和非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益有助於我們識別業務的基本趨勢，避免由於在經營利潤、淨利潤和攤薄每股／每股美國存托股收益中計入某些收支導致這些趨勢失真。我們認為這些非公認會計準則財務指標提供了關於核心業務業績的實用信息、增強對過往表現及未來前景的整體理解，並且有助於更清晰地了解管理層在財務和運營決策中所使用的核心指標。我們呈列了三種不同的利潤指標，即經調整 EBITDA、經調整 EBITA 和非公認會計準則淨利潤，以及為我們的核心商業分部提供補充資料的核心商業交易市場經調整 EBITA，以便為投資者提供更多關於我們經營業績的信息及增加透明度。

我們將自由現金流視為一項流動性指標，可為管理層和投資者提供直觀信息，了解經營性現金流量中有多少能夠用於戰略投入，包括投資新的業務、進行戰略性投資和收購以及提升我們的財務狀況。

經調整 EBITDA、經調整 EBITA、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益和自由現金流不應單獨考慮，不應視為或詮釋為可替代經營利潤、核心商業經調整 EBITA、淨利潤、攤薄每股／每股美國存托股收益、現金流量或任何其他業績指標，亦不應視為或詮釋為我們的經營業績。本節所列的非公認會計準則財務指標在美國公認會計準則下並無標準含義，也不應與其他公司提供的名稱類似的指標相比較，因為其他公司的計算方式可能不同，所以限制了其與我們相應數據的可比性。

**經調整 EBITDA** 指剔除以下項目的淨利潤：(i)利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii)某些非現金費用，包括股權激勵費用、攤銷、折舊、與土地使用權有關的經營租賃成本及無形資產和商譽減值；以及(iii)美國聯邦集體訴訟和解相關費用。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、攤銷及無形資產和商譽減值；以及(iii)美國聯邦集體訴訟和解相關費用。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、攤銷、投資、無形資產和商譽減值、視同處置／處置／重估投資產生的收益（損失）、美國聯邦集體訴訟和解相關費用、與取得螞蟻金服33%股份有關的收益、因與螞蟻金服的重組安排而產生額外價值的攤銷及其他，以及非公認會計準則調整所產生的所得稅影響。

**非公認會計準則攤薄每股收益**指歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的期間已發行股份的加權平均數。**非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益**按普通股與美國存托股的比率調整後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（不包括與我們建設企業園區有關的購置土地使用權和在建工程支出）、獲授權版權和其他無形資產，以及從經營活動產生的現金流量淨額中剔除我們的中國零售市場商家存入的消費者保護基金的資金。我們自投資活動產生的現金流量中減去若干項目，以提高貢獻收入的業務經營所產生現金流的透明度。我們剔除了「與我們建設企業園區有關的購置土地使用權和在建工程支出」，因為企業園區主要作為我們的企業及管理用途且與我們貢獻收入的業務經營不直接相關。我們還剔除了我們的中國零售市場商家存入的消費者保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付消費者對商家的索賠。

本業績公告中的「分部信息」一節及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格中載有關於非公認會計準則財務指標（與公認會計準則財務指標最直接可比）及該等財務指標之間有關調節的更多詳情。

阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計合併利潤表

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	93,498	114,314	16,144	376,844	509,711	71,985
營業成本	(55,610)	(72,502)	(10,239)	(206,929)	(282,367)	(39,878)
產品開發費用	(8,659)	(10,587)	(1,495)	(37,435)	(43,080)	(6,085)
銷售和市場費用	(9,649)	(12,179)	(1,720)	(39,780)	(50,673)	(7,156)
一般及行政費用	(7,612)	(7,871)	(1,112)	(24,889)	(28,197)	(3,982)
無形資產攤銷和減值	(3,203)	(4,044)	(571)	(10,727)	(13,388)	(1,891)
商譽減值	—	—	—	—	(576)	(81)
<b>經營利潤</b>	<b>8,765</b>	<b>7,131</b>	<b>1,007</b>	<b>57,084</b>	<b>91,430</b>	<b>12,912</b>
利息收入和投資淨收益	18,665	(7,715)	(1,089)	44,106	72,956	10,303
利息費用	(1,303)	(1,165)	(165)	(5,190)	(5,180)	(731)
其他淨收益	1,449	1,180	167	221	7,439	1,051
<b>扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤（虧損）</b>	<b>27,576</b>	<b>(569)</b>	<b>(80)</b>	<b>96,221</b>	<b>166,645</b>	<b>23,535</b>
所得稅費用	(5,025)	(2,628)	(371)	(16,553)	(20,562)	(2,904)
權益法核算的投資損益	828	3,545	500	566	(5,733)	(810)
<b>淨利潤</b>	<b>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
歸屬於非控制性權益的淨損失	2,534	2,872	406	7,652	9,083	1,283
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	25,913	3,220	455	87,886	149,433	21,104
夾層權益的增值	(83)	(58)	(8)	(286)	(170)	(24)
<b>歸屬於普通股股東的淨利潤</b>	<b>25,830</b>	<b>3,162</b>	<b>447</b>	<b>87,600</b>	<b>149,263</b>	<b>21,080</b>
<b>歸屬於普通股股東的每股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	1.25	0.15	0.02	4.24	7.10	1.00
攤薄	1.23	0.14	0.02	4.17	6.99	0.99
<b>歸屬於普通股股東的 每股美國存托股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	10.02	1.18	0.17	33.95	56.82	8.02
攤薄	9.84	1.16	0.16	33.38	55.93	7.90
<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	20,635	21,435		20,640	21,017	
攤薄	21,002	21,822		20,988	21,346	

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

## 阿里巴巴集團控股有限公司 收入

所示期間按分部劃分的收入如下：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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>	78,894	93,865	13,256	323,400	436,104	61,590
雲計算 <sup>(2)</sup>	7,726	12,217	1,725	24,702	40,016	5,651
數字媒體及娛樂 <sup>(3)</sup>	5,671	5,944	840	24,077	26,948	3,806
創新業務及其他 <sup>(4)</sup>	1,207	2,288	323	4,665	6,643	938
總計	93,498	114,314	16,144	376,844	509,711	71,985

- (1) 核心商業的收入主要來自我們的中國零售市場、盒馬、1688.com、Lazada.com、速賣通、Alibaba.com、菜鳥物流服務及本地生活服務。
- (2) 雲計算收入主要由提供彈性計算、數據庫、存儲、網絡虛擬化服務、大規模計算、安全、管理和應用服務、大數據分析、機器學習平台及物聯網等服務所產生。
- (3) 數字媒體及娛樂收入主要來自優酷及 UCWeb。
- (4) 創新業務及其他收入主要來自線上遊戲、高德、天貓精靈及其他創新業務。其他收入亦包括自螞蟻金服及其關聯方收取的中小企業貸款年費。

阿里巴巴集團控股有限公司  
分部信息

所示期間內我們按分部劃分的經營利潤（虧損）如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	21,632	20,166	2,848	109,312	138,631	19,578
雲計算	(1,036)	(1,757)	(248)	(5,508)	(7,016)	(991)
數字媒體及娛樂	(3,854)	(4,491)	(634)	(20,046)	(14,937)	(2,109)
創新業務及其他	(3,270)	(4,022)	(568)	(11,795)	(12,951)	(1,829)
未分攤	(4,707)	(2,765)	(391)	(14,879)	(12,297)	(1,737)
總計	8,765	7,131	1,007	57,084	91,430	12,912

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	27,484	28,126	3,972	136,167	165,800	23,415
雲計算	(164)	(179)	(25)	(1,158)	(1,414)	(199)
數字媒體及娛樂	(2,828)	(3,378)	(477)	(15,796)	(11,116)	(1,570)
創新業務及其他	(1,932)	(3,063)	(433)	(5,971)	(8,815)	(1,245)
未分攤	(1,803)	(1,679)	(237)	(6,261)	(7,319)	(1,034)
總計	20,757	19,827	2,800	106,981	137,136	19,367



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 3 月 31 日	
	2019	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	189,976	330,503	46,676
短期投資	3,262	28,478	4,022
受限制現金及應收託管資金	8,518	15,479	2,186
證券投資	9,927	4,234	598
預付款項、應收款項及其他資產	58,590	84,229	11,895
流動資產總額	270,273	462,923	65,377
證券投資	157,090	161,329	22,784
預付款項、應收款項及其他資產 <sup>(1)</sup>	28,018	57,985	8,189
股權投資	84,454	189,632	26,782
物業及設備（淨值）	92,030	103,387	14,601
無形資產（淨值）	68,276	60,947	8,607
商譽	264,935	276,782	39,089
<b>資產總額</b>	<b>965,076</b>	<b>1,312,985</b>	<b>185,429</b>
<b>負債、夾層權益及股東權益</b>			
流動負債：			
短期銀行借款	7,356	5,154	728
短期無擔保優先票據	15,110	—	—
應付所得稅	17,685	20,190	2,851
應付託管資金	8,250	3,014	426
預提費用、應付款項及其他負債 <sup>(1)</sup>	117,711	161,536	22,813
商家保證金	10,762	13,640	1,926
遞延收入及客戶預付款	30,795	38,338	5,415
流動負債總額	207,669	241,872	34,159

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 3 月 31 日	
	2019	2020	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	1,467	2,025	286
遞延所得稅負債	22,517	43,898	6,200
長期銀行借款	35,427	39,660	5,601
長期無擔保優先票據	76,407	80,616	11,385
其他負債 <sup>(1)</sup>	6,187	25,263	3,567
<b>負債總額</b>	<b>349,674</b>	<b>433,334</b>	<b>61,198</b>
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	6,819	9,103	1,286
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	231,783	343,707	48,541
庫存股（按成本計）	—	—	—
重組儲備	(97)	—	—
應收股權認購款項	(49)	(51)	(7)
法定儲備	5,068	6,100	861
累計其他綜合損失	(2,335)	(643)	(91)
未分配利潤	257,886	406,287	57,379
股東權益總額	492,257	755,401	106,683
非控制性權益	116,326	115,147	16,262
<b>權益總額</b>	<b>608,583</b>	<b>870,548</b>	<b>122,945</b>
<b>負債、夾層權益及權益總額</b>	<b>965,076</b>	<b>1,312,985</b>	<b>185,429</b>

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

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

阿里巴巴集團控股有限公司  
未經審計簡明合併現金流量表

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	18,553	2,164	306	150,975	180,607	25,507
投資活動所用的現金流量淨額	(16,751)	(32,995)	(4,660)	(151,060)	(108,072)	(15,263)
融資活動產生(所用)產生的現金流量淨額	719	2,967	419	(7,392)	70,853	10,006
匯率變動對現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的影響	(1,142)	2,322	328	3,245	4,100	579
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)	1,379	(25,542)	(3,607)	(4,232)	147,488	20,829
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	197,115	371,524	52,469	202,726	198,494	28,033
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	198,494	345,982	48,862	198,494	345,982	48,862

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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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)	
<b>淨利潤</b>	<b>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
減：利息收入和投資淨收益	(18,665)	7,715	1,089	(44,106)	(72,956)	(10,303)
加：利息費用	1,303	1,165	165	5,190	5,180	731
減：其他淨收益	(1,449)	(1,180)	(167)	(221)	(7,439)	(1,051)
加：所得稅費用	5,025	2,628	371	16,553	20,562	2,904
加：權益法核算的投資損益	(828)	(3,545)	(500)	(566)	5,733	810
<b>經營利潤</b>	<b>8,765</b>	<b>7,131</b>	<b>1,007</b>	<b>57,084</b>	<b>91,430</b>	<b>12,912</b>
加：股權激勵費用	7,110	8,652	1,222	37,491	31,742	4,483
加：無形資產攤銷和減值	3,203	4,044	571	10,727	13,388	1,891
加：商譽減值	—	—	—	—	576	81
加：美國聯邦集體訴訟和解 相關費用	1,679	—	—	1,679	—	—
<b>經調整 EBITA</b>	<b>20,757</b>	<b>19,827</b>	<b>2,800</b>	<b>106,981</b>	<b>137,136</b>	<b>19,367</b>
加：物業及設備的折舊及攤 銷以及與土地使用權有關 的經營租賃成本	4,409	5,613	793	14,962	20,523	2,899
<b>經調整 EBITDA</b>	<b>25,166</b>	<b>25,440</b>	<b>3,593</b>	<b>121,943</b>	<b>157,659</b>	<b>22,266</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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	27,484	28,126	3,972	136,167	165,800	23,415
減：本地生活服務、 Lazada、新零售及進口 直營和菜鳥網絡的影響	7,204	5,864	828	25,422	26,971	3,809
核心商業交易市場經調整 EBITA	<u>34,688</u>	<u>33,990</u>	<u>4,800</u>	<u>161,589</u>	<u>192,771</u>	<u>27,224</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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
加：股權激勵費用	7,110	8,652	1,222	37,491	31,742	4,483
加：無形資產攤銷和減值	3,203	4,044	571	10,727	13,388	1,891
加：投資及商譽減值	3,450	709	100	11,360	25,656	3,623
減：視同處置／處置／重估 投資產生的收益(損失)及 其他	(19,961)	10,334	1,460	(47,525)	(4,764)	(673)
加：美國聯邦集體訴訟和解 相關費用	1,679	—	—	1,679	—	—
減：取得螞蟻金服 33%股份 的收益	—	—	—	—	(71,561)	(10,106)
加：因與螞蟻金服的 重組安排而產生額外價值 的攤銷	66	—	—	264	97	14
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 <sup>(1)</sup>	1,130	(1,800)	(254)	(823)	(2,429)	(343)
<b>非公認會計準則淨利潤</b>	<b>20,056</b>	<b>22,287</b>	<b>3,148</b>	<b>93,407</b>	<b>132,479</b>	<b>18,710</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股權激勵費用、部分投資收益或損失及無形資產攤銷和減值相關的所得稅影響。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

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

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)			(以百萬計，每股數據除外)		
歸屬於普通股股東的淨利潤—基本	<b>25,830</b>	<b>3,162</b>	<b>447</b>	<b>87,600</b>	<b>149,263</b>	<b>21,080</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	(11)	(1)	—	(42)	(48)	(7)
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄	25,819	3,161	447	87,558	149,215	21,073
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(1)</sup>	(3,323)	21,939	3,099	13,173	(7,871)	(1,111)
用於計算非公認會計準則攤薄每股／每股美國存托股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤	<b>22,496</b>	<b>25,100</b>	<b>3,546</b>	<b>100,731</b>	<b>141,344</b>	<b>19,962</b>
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） <sup>(5)</sup>	<b>21,002</b>	<b>21,822</b>		<b>20,988</b>	<b>21,346</b>	
攤薄每股收益 <sup>(2)(5)</sup>	<b>1.23</b>	<b>0.14</b>	<b>0.02</b>	<b>4.17</b>	<b>6.99</b>	<b>0.99</b>
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(3)(5)</sup>	(0.16)	1.01	0.14	0.63	(0.37)	(0.06)
非公認會計準則攤薄每股收益 <sup>(4)(5)</sup>	<b>1.07</b>	<b>1.15</b>	<b>0.16</b>	<b>4.80</b>	<b>6.62</b>	<b>0.93</b>
攤薄每股美國存托股收益 <sup>(2)(5)</sup>	<b>9.84</b>	<b>1.16</b>	<b>0.16</b>	<b>33.38</b>	<b>55.93</b>	<b>7.90</b>
加：對每股美國存托股淨利潤的非公認會計準則調整 <sup>(3)(5)</sup>	(1.27)	8.04	1.14	5.02	(2.95)	(0.42)
非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益 <sup>(4)(5)</sup>	<b>8.57</b>	<b>9.20</b>	<b>1.30</b>	<b>38.40</b>	<b>52.98</b>	<b>7.48</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。攤薄每股美國存托股收益按普通股與美國存托股的比率調整後的攤薄每股收益得出。
- (3) 對每股淨利潤的非公認會計準則調整按對淨利潤的非公認會計準則調整額除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。對每股美國存托股淨利潤的非公認會計準則調整按普通股與美國存托股的比率調整後的對每股淨利潤的非公認會計準則調整得出。
- (4) 非公認會計準則攤薄每股收益按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。非公認會計準則攤薄每股美國存托股收益按普通股與美國存托股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。
- (5) 每股美國存托股代表八股普通股。欲了解更多信息，請參見「股份分拆及美國存托股比率變更」一節。



阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	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	<b>18,553</b>	<b>2,164</b>	<b>306</b>	<b>150,975</b>	<b>180,607</b>	<b>25,507</b>
減：購置物業及設備（不包括與企業園區有關的土地使用權及在建工程）	(5,688)	(3,881)	(548)	(32,336)	(24,662)	(3,483)
減：購置獲授權版權和其他無形資產	(2,151)	(2,716)	(384)	(14,161)	(12,836)	(1,813)
減：消費者保護基金的資金變動	—	219	31	—	(12,195)	(1,722)
自由現金流	<b>10,714</b>	<b>(4,214)</b>	<b>(595)</b>	<b>104,478</b>	<b>130,914</b>	<b>18,489</b>

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 6 月 30 日	2018 年 9 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日
	(以百萬計)							
年度活躍消費者	576	601	636	654	674	693	711	726

移動月活躍用戶

所示期間內我們的中國零售市場移動月活躍用戶數量如下表所示：

	截至相應日期的月度							
	2018 年 6 月 30 日	2018 年 9 月 30 日	2018 年 12 月 31 日	2019 年 3 月 31 日	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日
	(以百萬計)							
移動月活躍用戶	634	666	699	721	755	785	824	846

**GMV**

所示期間內我們的中國零售市場 GMV 如下表所示：

	截至 3 月 31 日止年度		
	2018	2019	2020
	(以人民幣十億計)		
<b>GMV</b>			
淘寶 GMV	2,689	3,115	3,387
天貓 GMV	2,131	2,612	3,202
總計 GMV	4,820	5,727	6,589