

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年三月底止季度以及2021財政年度 業績公告

我們在此發佈截至2021年3月31日止的三個月（「2021年三月底止季度」）及財政年度（「2021財政年度」）未經審核業績公告。本2021年三月底止季度以及2021財政年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5月13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 3 月份季度及 2021 財政年度業績公告

中國杭州，2021 年 5 月 13 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 3 月 31 日止季度（「本季度」或「3 月份季度」）以及財政年度（「財年」或「2021 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：「阿里巴巴集團於 2021 財年達到了全球年度活躍消費者 10 億的歷史性里程碑。我們的整體業務在健康的基礎上強勁增長，阿里巴巴生態體系於本財年也實現了 1.2 萬億美元 GMV 的新紀錄。這些成績建立於我們為消費者和商家提供的清晰價值之上。得益於生活及工作等各方面均在加速數字化，我們對中國消費驅動的經濟增長充滿期待。我們將繼續聚焦用戶體驗，專注於通過創新創造客戶價值，從而實踐在數字時代讓天下沒有難做的生意之使命。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們在 2021 財年的收入超過了年度收入指引，實現了同比 32% 的強勁增長（不含新收購的高鑫零售併表）。這是由於我們核心商業的強勁表現及阿里雲的持續增長所推動。即使在增加對新業務和關鍵戰略增長領域的投資之後，我們經調整 EBITDA 仍實現同比增長 25%。2022 財年，我們預計年度總收入將會超過 9,300 億元人民幣。鑒於市場潛力以及我們已被證實的產出利潤和現金流的實力，我們計劃將 2022 財年所有增量利潤及額外資本投入用於支持平台商家，以及投資於新業務和關鍵戰略領域，這將有助我們增加消費者的消費份額，並進入新的潛在市場。」

業績概要

截至 2021 年 3 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 1,873.95 億元（286.02 億美元），同比增長 64%。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入為人民幣 1,599.52 億元（244.13 億美元），將同比增長 40%。
- 中國零售市場年度活躍消費者截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月期間為 8.11 億，較截至 2020 年 12 月 31 日止 12 個月增加 3,200 萬。
- 2021 年 3 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 9.25 億，較 2020 年 12 月增加 2,300 萬。
- 經營虧損為人民幣 76.63 億元（11.70 億美元），主要由於國家市場監督管理總局（「市監總局」）就中國反壟斷法處以罰款（「反壟斷法罰款」）人民幣 182.28 億元（27.82 億美元）。剔除該一次性影響，我們的經營利潤為人民幣 105.65 億元（16.12 億美元），同比增長 48%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 18% 至人民幣 298.98 億元（45.63 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 14% 至人民幣 226.12 億元（34.51 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣 54.79 億元（8.36 億美元），淨虧損為人民幣 76.54 億元（11.68 億美元），主要由於上述反壟斷法罰款。剔除該影響及其他若干項目，非公認會計準則淨利潤為人民幣 262.16 億元（40.01 億美元），同比增長 18%。
- 攤薄每股美國存託股損失為人民幣 1.99 元（0.30 美元）及攤薄每股損失為人民幣 0.25 元（0.04 美元或 0.30 港元），主要由於上述反壟斷法罰款。剔除該影響及其他若干項目，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 10.32 元（1.58 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 1.29 元（0.20 美元或 1.53 港元），同比增長 12%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 241.83 億元（36.91 億美元）。非公認會計準則自由現金流為淨流出人民幣 6.58 億元（1.00 億美元），相較 2020 年同期為淨流出人民幣 42.14 億元。

截至 2021 年 3 月 31 日止財政年度：

- 收入為人民幣 7,172.89 億元（1,094.80 億美元），同比增長 41%。若不考慮自我們於 2020 年 10 月開始合併高鑫零售的影響，我們的收入為人民幣 6,744.20 億元（1,029.37 億美元），將同比增長 32%。
- 阿里巴巴生態體系的全球年度活躍消費者達到超過 10 億的里程碑，其中 8.91 億消費者來自我們中國零售市場、本地生活服務和數字媒體及娛樂平台，以及約 2.40 億來自海外。中國零售市場年度活躍消費者為 8.11 億，較截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月增加 8,500 萬。
- 2021 年 3 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 9.25 億，較 2020 年 3 月增加 7,900 萬。
- 2021 財年，阿里巴巴生態體系的商品交易額（GMV）為人民幣 8.119 萬億元（1.239 萬億美元），主要包括中國零售市場 GMV 人民幣 7.494 萬億元（1.144 萬億美元），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 896.78 億元（136.88 億美元），同比下降 2%，主要由於上述反壟斷法罰款及與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用增加人民幣 160.54 億元。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 25% 至人民幣 1,968.42 億元（300.44 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 24% 至人民幣 1,704.53 億元（260.16 億美元）。
- 核心商業經調整 EBITA 為人民幣 1,945.12 億元（296.88 億美元），同比增長 17%。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 17% 至人民幣 2,291.34 億元（349.73 億美元）。自本季度起，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整 EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務（主要包括盒馬、天貓超市、社區商業平台及淘鮮達）、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。可比期間數字相應以相同方式列報。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 1,503.08 億元（229.41 億美元），淨利潤為人民幣 1,432.84 億元（218.69 億美元），已反映了上述反壟斷法罰款及「經營利潤」部分中提及股權激勵費用增加。剔除該影響及其他若干項目，非公認會計準則淨利潤為人民幣 1,719.85 億元（262.50 億美元），同比增長 30%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 54.70 元（8.35 美元）及攤薄每股收益為人民幣 6.84 元（1.04 美元或 8.09 港元），已反映了上述反壟斷法罰款及「經營利潤」部分中提及股權激勵費用增加。剔除該影響及其他若干項目，非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 65.15 元（9.94 美元），同比增長 23%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 8.14 元（1.24 美元或 9.63 港元），同比增長 23%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 2,317.86 億元（353.78 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 1,726.62 億元（263.53 億美元），同比增長 32%。

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

阿里巴巴生態體系

我們在中國面向消費者的業務包括中國零售市場、本地生活服務和數字媒體及娛樂平台，通過這些業務服務於中國的消費行業。據中國國家統計局，截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月，中國社會消費品零售總額規模為人民幣 41.9 萬億元（6.4 萬億美元）。截至 2021 年 3 月 31 日的 12 個月，我們面向中國消費者的業務服務 8.91 億年度活躍消費者。我們的國際零售市場，主要包括跨境零售平台速賣通和東南亞的 Lazada，在同一時期服務約 2.4 億年度活躍消費者。我們的中國和國際消費者市場合計服務超過 10 億年度活躍消費者，並創造了人民幣 8.119 萬億元（1.239 萬億美元）GMV。

我們的數字基礎設施，如智慧物流和雲計算，能夠賦能與支撐我們的各個平台，服務於商業、本地生活服務和娛樂業務，為我們提供獨特的技術驅動能力，以滿足不斷變化的消費者需求，並幫助我們的企業客戶和合作夥伴實現數字化轉型。

核心商業

中國零售市場 – 豐富多元的商品供給、引人入勝的用戶體驗，驅動消費者增長和高消費者留存率

消費者

2021 年 3 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶達到 9.25 億，按年及按季分別淨增長 7,900 萬及 2,300 萬。截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者為 8.11 億，同比及環比分別淨增長 8,500 萬及 3,200 萬。2021 財年，大約 70% 的新增年度活躍消費者來自欠發達地區。

2021 財年，我們中國零售市場的強勁 GMV 及用戶增長，印證了我們聚焦於欠發達城市與鄉鎮地區，以及擴大商品及服務供給的策略，以滿足市場多元的消費需求。2021 財年，整體線上實物 GMV（剔除未支付訂單）同比增長 21%，主要受到快消品和家居裝飾品類所推動；於 3 月份季度同比增長 33%，主要由服飾及家居裝飾品類所推動。於 3 月份季度，天貓線上實物 GMV（剔除未支付訂單）同比增長 26%，而淘寶線上實物 GMV（剔除未支付訂單）也因中小企業已從疫情中恢復過來而呈現更快的同比增長。

我們的應用程序（APP）平台吸引了不斷增長且日趨多元及不同收入水平的消費者群體，同時讓同一消費者參與到不同的購物場景。淘寶特價版向價格敏感消費者提供高性價比的產品，並在 2021 財年實現了快速增長。截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月，淘寶特價版年度活躍消費者超過 1.5 億。淘寶特價版繼續吸引更多來自欠發達地區的用戶；基於其明確的性價比主張，以及選品品類的擴大，淘寶特價版擁有理想的用戶留存率。

同時，我們看到現有消費群體在我們的中國零售 APP 平台上有更多的互動。消費者留在我們平台購物的時間越長，通過更多訂單、跨越更多品類所產生的消費也會越多。2021 財年，每位消費者在我們中國零售市場的年均花費達到人民幣 9,200 元（1,404 美元）；此外，在中國零售市場內各消費水平的人群均呈現出高留存率。

商品供給

我們業務成功的關鍵在於擴大商品供應，包括擴大品牌商品和進口商品的範圍，向上游直接採購農產品，擴大具性價比商品和長尾商品的選擇等。消費升級也推動了我們的業務，有更多消費者在我們平台上高端品牌與國際零售商的旗艦店選購商品。截至 2021 年 3 月 31 日，超過 200 個奢侈品牌和零售商在我們的中國零售市場上開設了旗艦店，如卡地亞（Cartier）、發發奇（Farfetch）、古馳（Gucci）、萬國（IWC）和梵克雅寶（Van Cleef & Arpels）。

消費者參與度

淘寶 APP 是中國最大的社交電商平台，提供豐富、具高度相關性和精心打造的内容和功能，使商家能夠通過直播、短視頻、互動遊戲和圖文内容與消費者互動。在上述互動功能中，直播是增長最為迅猛的功能之一，規模顯著。2021 財年，淘寶直播的 GMV 超過人民幣 5,000 億元（763 億美元）。

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

我們的新零售戰略旨在構建一套數字商業基礎設施，無縫整合線上線下，為消費者提供升級的體驗。多年來，我們幫助許多零售商進行數字化轉型，並借助我們的消費者洞察和技術，創造了多種零售模式，帶來新的消費體驗。我們生態體系通過不斷發展的供應鏈能力和更多元化的履約服務，支持及加強了這些新零售業務的發展。

我們的新零售商業基礎設施能夠提供全方位的高頻物流履約服務，包括即時配送、當日或次日達，以及次日自提服務，適用於各類消費品與實物商品。我們將繼續在全國各地擴大上述物流履約服務，為大城市和欠發達地區的更多消費者提供服務，並通過在我們中國零售市場上更有效的交叉銷售推動實現更高的購買頻次。

社區商業平台 – 作為我們最新探索的新零售業務之一，我們在中國部分地區開展了社區商業平台業務。我們的社區商業平台業務由我們的次日取件履約服務和盒馬，高鑫零售以及其他合作夥伴的供應能力支持。鑒於開局的成功和長期增長潛力，我們於 2021 年初成立了一個新的事業群，以整合阿里巴巴生態體系的資源和能力，加速我們社區商業平台業務的增長。我們的社區商業平台正在迅速擴大其物流和履約基礎設施，並計劃在未來 12 個月內，在中國內地實現廣泛覆蓋。

盒馬 – 我們的自營零售連鎖商超盒馬繼續推進多業態多品牌的擴展策略。在 2021 財年，盒馬實現了健康的同店銷售增長，豐富和優化了選品，並推出了新舉措以提升消費者體驗。截至 2021 年 3 月 31 日，我們擁有 257 家自營盒馬店（截至 2020 年 3 月 31 日為 202 家），主要分佈在中國的一線和二線城市。

淘鮮達 – 淘鮮達是我們面向快消品品牌和第三方日用品零售合作夥伴的線上線下零售整合解決方案，通過推動全方位的門店運營數字化，引領整個零售業轉型。淘鮮達聯動我們其他業務，一起促進高鑫零售大賣場的數字化發展，推動了高鑫零售線上收入增長。截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月，線上收入佔高鑫零售商品銷售額的 24%，較 2020 年 3 月 31 日止 12 個月的 17% 有所提升。截至 2021 年 3 月 31 日，除了高鑫零售，淘鮮達幫助 42 家零售連鎖店開設線上門店，在中國 145 個城市提供服務，並幫助超過 168 家零售連鎖店、超市和市場實現將其營銷項目數字化。

本地生活服務 – 加大新用戶獲取與提升消費者體驗方面的投入

2021 財年，餓了麼繼續提升商戶供給和運營效率，商戶數量在增加，全國與區域連鎖店在其 GMV 的佔比提升，每單利潤同比改善。在此進展基礎上，自 2021 年 3 月份季度開始，餓了麼加大了用戶獲取和用戶體驗提升方面的投資；例如在春節期間，餓了麼提高了騎手補貼，以應對通常出現的騎手短缺問題。因此，在 3 月份季度，餓了麼的日均付費會員數量持續強勁增長，同比增長約 40%。

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基礎設施。2021 財年，在剔除集團內公司間的交易後，菜鳥網絡收入實現同比 68% 的穩健增長，達到人民幣 372.58 億元（56.87 億美元），佔集團總收入 5%。此外，菜鳥網絡在 2021 財年實現正經營現金流的重要里程碑。

菜鳥網絡多年投資打造的全球智能物流基礎設施，為其財務表現強勁的關鍵。越來越多來自我們快速發展的跨境業務，例如速賣通和天貓國際的商家，採用了由該全球智能物流基礎設施提供的「菜鳥履約」服務。2021 年 3 月，菜鳥網絡的全球包裹網絡的日均包裹量超過 500 萬件。

在中國，菜鳥網絡擴大了菜鳥驛站（社區、校園驛站以及住宅自提點）的覆蓋範圍，提升了菜鳥裹裹（包裹代收和派送服務）的客戶體驗。2021 年 3 月，菜鳥驛站的日均包裹量同比增長近兩倍。

國際 – Lazada 及速賣通持續強勁增長

截至 2021 年 3 月 31 日止 12 個月，主要由 Lazada 及速賣通組成的全球零售商業的年度活躍消費者快速增長，達到約 2.4 億。

Lazada – Lazada 於 2021 年 3 月 31 日止財年及季度的訂單量均實現同比三位數增長。Lazada 持續專注投資於技術及物流，幫助商家向消費者提供更優質的服務。我們看到商家大量採用平台的店鋪管理及商業分析工具，助其擴大規模及推動 GMV 增長。

速賣通 – 速賣通是一個讓來自世界各地的消費者能夠直接向製造商和經銷商（主要來自中國亦有越來越多來自消費者本地市場）購買商品的交易市場。速賣通持續優化其本地化舉措，加強商品供給差異化及提升本地派送服務，於 2021 財年實現強勁的用戶及 GMV 增長。

雲計算

根據 Gartner 2021 年 4 月的報告，2020 年阿里巴巴集團在全球 IaaS（基礎設施即服務）市場中獲得世界第三大及亞太地區第一大的排名。阿里雲的獨特優勢在於其自主研發的技術，以及阿里巴巴集團持續投資於技術研發，以向客戶和合作夥伴提供新產品供給和行業解決方案。於 2021 財年，阿里雲的領先技術亮點包括：

- **彈性計算** – 2021 年 2 月，阿里雲發布了第七代 ECS 公共雲服務器，使整體計算性能提高了 40%。基於我們自研的神龍（X-Dragon）架構，新一代服務器提升了關鍵核心任務的安全性能，這對於注重營運連續性及安全性的互聯網和金融客戶而言尤為重要。
- **數據庫** – 我們自研的技術持續贏得了領先的研究和諮詢機構的認可。例如我們核心的數據庫產品之一 PolarDB 於 2020 年 12 月榮獲中國電子學會科技進步一等獎。
- **無服務器** – 阿里巴巴函數計算是阿里雲無服務器系列產品之一。鑒於其技術領先性和產品完整性，阿里巴巴函數計算於 2021 年首季度，被 Forrester 評為 FaaS（函數即服務）領域的領導者之一。阿里雲是獲納入為 FaaS 領導者的惟一一家中國雲服務供應商。

於 2021 財年，來自雲計算業務的收入同比增長 50% 至人民幣 601.20 億元（91.76 億美元），主要由互聯網、公共部門及金融行業客戶收入的增長所推動。於 2021 年 3 月份季度，雲計算業務收入同比增長 37% 至人民幣 167.61 億元（25.58 億美元），季度收入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。該客戶於中國以外擁有具規模的業務，過去一直採用我們的海外雲服務，基於非產品相關的要求，該客戶決定終止其國際業務與我們的關係。剔除此客戶，阿里雲前 10 位名非關聯公司客戶的收入貢獻，合計不超過阿里雲 2021 財年總收入的 8%。未來，我們相信我們雲計算的收入將來自更多元廣泛的客戶及行業。

數字媒體及娛樂

2021 財年，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，本財年同比增長 35%。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 2021 財年經調整 EBITA 年度虧損同比收窄。

儘管新冠肺炎疫情給電影院和現場表演行業帶來挑戰，但阿里影業在電影和票務業務以外成功實現了收入來源的多元化，2021 財年虧損明顯收窄，線上票務平台（淘票票）的運營效率有所提升，降低了銷售和營銷費用。阿里影業將繼續保持業務多元化，以抓住整個娛樂價值鏈中創造收入的機遇，

包括內容開發、製作、推廣、分銷和知識產權商業化。我們相信，這些舉措將確保阿里影業的長期增長潛力以及多元化的收入來源。

創新業務及其他

高德 – 高德是中國月活躍用戶最大的移動數字地圖、導航和實時交通信息服務提供商。利用基於大數據的數字地圖技術，高德為不同行業的主要移動應用程序提供支持，包括本地服務、打車服務和社交網絡等。於 2021 年 4 月，高德實現了全月平均日活躍用戶數超過 1 億的重要里程碑。

股份回購

根據我們的股份回購授權，截至 2021 年 3 月 31 日止財年，以及直至本公告發佈日期，我們在該股份回購計劃下以 3.71 億美元回購了約 1.7 百萬股美國存託股（約 13.6 百萬股普通股）。截至 2021 年 3 月 31 日止，我們已發行和流通的普通股約為 217 億股。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2021 財年的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 2,317.86 億元（353.78 億美元），較 2020 年同期的人民幣 1,806.07 億元增長 28%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從 2020 財年的人民幣 1,309.14 億元增長 32%至 2021 財年的人民幣 1,726.62 億元（263.53 億美元），主要由於我們盈利的增長。

截至 2021 年 3 月 31 日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 241.83 億元（36.91 億美元），當中包括天貓商家存入的消費者保護基金的資金而導致的現金淨流入人民幣 187.96 億元（28.69 億美元）和我們對策略性業務投入的增加。剔除該資金存入以及其他若干項目，截至 2021 年 3 月 31 日止季度的自由現金流為淨流出人民幣 6.58 億元（1.00 億美元），相較 2020 年同期為淨流出人民幣 42.14 億元。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

以下指引屬於前囑性陳述，是基於本公告日期之時的合理假設，涉及固有風險及不確定性，當中包括一些我們無法預測或控制的因素。基於我們對當前國內及全球消費、企業數字化及競爭環境，以及以下「安全港聲明」章節提及的不確定性，我們預計 2022 財政年度的總收入將會超越人民幣 9,300 億元。

重要運營指標*

	2020年 3月31日	2020年 12月31日	2021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 ⁽¹⁾ （以百萬計）	726	779	811	85	32
移動月活躍用戶 ⁽²⁾ （以百萬計）	846	902	925	79	23

* 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。

3 月份季度財務業績概要

	截至 3 月 31 日止三個月			
	2020	2021		%同比變動
	人民幣	人民幣	美元 ⁽¹⁾	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	114,314	187,395	28,602	64%
經營利潤(虧損)	7,131	(7,663) ⁽³⁾	(1,170)	不適用
經營利潤率	6%	(4)%		
經調整 EBITDA ⁽²⁾	25,440	29,898	4,563	18%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	22%	16%		
經調整 EBITA ⁽²⁾	19,827	22,612	3,451	14%
經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾	17%	12%		
淨利潤(虧損)	348	(7,654) ⁽³⁾	(1,168)	不適用
歸屬於普通股股東的淨利潤(虧損)	3,162	(5,479) ⁽³⁾	(836)	不適用
非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾	22,287	26,216	4,001	18%
攤薄每股收益(損失) ⁽⁴⁾	0.14	(0.25)	(0.04)	不適用
攤薄每股美國存託股收益(損失) ⁽⁴⁾	1.16	(1.99)	(0.30)	不適用
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	1.15	1.29	0.20	12%
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	9.20	10.32	1.58	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 6.5518 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2021 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 0.84518 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2021 年 3 月 31 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

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

(3) 包含反壟斷法罰款人民幣 18,228 百萬元 (2,782 百萬美元)。

(4) 每股美國存託股代表八股普通股。

3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 3 月 31 日止三個月						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	合併
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣 美元
	(以百萬計，百分比除外)					
收入	161,365	16,761	8,047	1,222	—	187,395 28,602
經營利潤(虧損)	23,382	(1,436)	(3,565)	(4,201)	(21,843)	(7,663) (1,170)
加：股權激勵費用	4,179	1,738	646	1,006	1,063	8,632 1,318
加：無形資產攤銷	3,119	6	221	16	53	3,415 521
加：反壟斷法罰款	—	—	—	—	18,228	18,228 2,782
經調整 EBITA	30,680 ⁽³⁾	308	(2,698)	(3,179)	(2,499)	22,612 3,451
經調整 EBITA 利潤率	19%	2%	(34)%	(260)%		12%
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 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	合併
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣
	(以百萬計，百分比除外)					
收入	93,865	12,217	7,198	1,034	—	114,314
經營利潤(虧損)	20,166	(1,757)	(4,478)	(4,035)	(2,765)	7,131
加：股權激勵費用	4,353	1,570	756	906	1,067	8,652
加：無形資產攤銷 及減值	3,607	8	387	23	19	4,044
經調整 EBITA	28,126 ⁽³⁾	(179)	(3,335)	(3,106)	(1,679)	19,827
經調整 EBITA 利潤率	30%	(1)%	(46)%	(300)%		17%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

(2) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

(3) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 28% 至人民幣 44,336 百萬元 (6,767 百萬美元)。自本季度起，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整 EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。可比期間數字相應以相同方式列報。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 2021 年 3 月 31 日止三個月的收入為人民幣 187,395 百萬元（28,602 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 114,314 百萬元增長 64%。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）及菜鳥物流服務和雲計算業務的收入增長所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入為人民幣 159,952 百萬元（24,413 百萬美元），將同比增長 40%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月					%同比 變動
	2020		2021		%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)			
核心商業：						
中國零售商業						
– 客戶管理 ⁽¹⁾	45,406	40%	63,598	9,707	34%	40%
– 其他 ⁽²⁾	25,499	22%	59,615	9,099	32%	134%
	70,905	62%	123,213	18,806	66%	74%
中國批發商業	2,787	3%	3,370	514	2%	21%
跨境及全球零售商業	5,353	5%	9,496	1,449	5%	77%
跨境及全球批發商業	2,458	2%	3,920	598	2%	59%
菜鳥物流服務	4,951	4%	9,959	1,520	5%	101%
本地生活服務	4,841	4%	7,249	1,107	4%	50%
其他	2,570	2%	4,158	635	2%	62%
核心商業合計	93,865	82%	161,365	24,629	86%	72%
雲計算	12,217	11%	16,761	2,558	9%	37%
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	7,198	6%	8,047	1,228	4%	12%
創新業務及其他 ⁽³⁾	1,034	1%	1,222	187	1%	18%
總計	114,314	100%	187,395	28,602	100%	64%

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

(2) 中國零售商業下「其他」收入主要由我們的新零售及直營業務（主要包括高鑫零售、天貓超市、盒馬、進口直營和銀泰）產生。

(3) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

核心商業

● 中國零售商業

截至 2021 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 123,213 百萬元（18,806 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 70,905 百萬元增長 74%。客戶管理收入同比增長 40%，主要由於搜索變現單次點擊平均單價的上升，包括推薦信息流在內的新變現模式

的收入增長，以及中國零售市場線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）的強勁增長。收入同比增長相對高，亦由於去年同期正值新冠肺炎疫情初期，受疫情影響經濟活動嚴重放緩。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣59,615百萬元（9,099百萬美元），相較2020年同期的人民幣25,499百萬元，按年同比增長達134%。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3月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣3,370百萬元（514百萬美元），相較2020年同期的人民幣2,787百萬元增長21%。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3月31日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣9,496百萬元（1,449百萬美元），相較2020年同期的人民幣5,353百萬元增長77%。增長的主要原因是來自Lazada、速賣通和Trendyol的收入增長。收入同比增長相對高，主要由於去年同期正值新冠肺炎疫情初期，受疫情影響經濟活動嚴重放緩。

- **跨境及全球批發商業**

截至2021年3月31日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣3,920百萬元（598百萬美元），相較2020年同期的人民幣2,458百萬元增長59%。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9,959百萬元（1,520百萬美元），相較2020年同期的人民幣4,951百萬元增長101%，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和單均收入的上升。收入同比增長相對高，亦由於去年同期正值新冠肺炎疫情初期，受疫情影響經濟活動嚴重放緩。

- **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2021年3月31日止三個月共人民幣7,249百萬元（1,107百萬美元），相較2020年同期的人民幣4,841百萬元增長50%，主要由於GMV的增長，部分被為獲取用戶及提升用戶體驗而增加的補貼的收入沖減項所抵銷。收入同比增長相對高，亦由於去年同期正值新冠肺炎疫情初期，中國的餐飲店和本地商家受疫情影響而大規模閉店。

雲計算

截至2021年3月31日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣**16,761**百萬元（**2,558**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**12,217**百萬元增長**37%**，主要由互聯網、公共部門和金融行業客戶收入的增長所推動。雲計算收入的同比增長放緩，主要原因是來自一位互聯網行業的單一頭部客戶的收入下降。該客戶在於中國以外擁有具規模的業務，過去一直採用我們的海外雲服務，基於非產品相關的要求，該客戶決定終止其國際業務與我們的關係。

數字媒體及娛樂

截至2021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**8,047**百萬元（**1,228**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**7,198**百萬元增長**12%**。該輕微增長的主要原因是來自阿里影業和線上遊戲業務收入的增長，部分被客戶管理收入的減少所抵銷。

創新業務及其他

截至2021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**1,222**百萬元（**187**百萬美元），相較2020年同期的人民幣**1,034**百萬元增長**18%**。

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 3 月 31 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	72,502	64%	125,454	19,148	67%	3%
產品開發費用	10,587	9%	13,302	2,031	7%	(2)%
銷售和市場費用	12,179	11%	25,153	3,839	14%	3%
一般及行政費用	7,871	7%	27,734	4,233	14%	7%
無形資產攤銷及減值	4,044	3%	3,415	521	2%	(1)%
成本及費用總額	107,183	94%	195,058	29,772	104%	10%
股權激勵費用：						
營業成本	1,857	2%	1,750	267	1%	(1)%
產品開發費用	3,484	3%	3,785	578	2%	(1)%
銷售和市場費用	1,017	1%	1,001	153	1%	0%
一般及行政費用	2,294	2%	2,096	320	1%	(1)%
股權激勵費用總額	8,652	8%	8,632	1,318	5%	(3)%
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	70,645	62%	123,704	18,881	66%	4%
產品開發費用	7,103	6%	9,517	1,453	5%	(1)%
銷售和市場費用	11,162	10%	24,152	3,686	13%	3%
一般及行政費用	5,577	5%	25,638	3,913	13%	8%
無形資產攤銷及減值	4,044	3%	3,415	521	2%	(1)%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	98,531	86%	186,426	28,454	99%	13%

營業成本 – 截至2021年3月31日止三個月的營業成本為人民幣125,454百萬元（19,148百萬美元），佔收入比例67%，相較2020年同期為人民幣72,502百萬元，佔收入比例64%。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3月31日止三個月的62%增加至截至2021年3月31日止三個月的66%。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3月31日止三個月的產品開發費用為人民幣13,302百萬元（2,031百萬美元），佔收入比例7%，2020年同期為人民幣10,587百萬元，佔收入比例9%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從截至2020年3月31日止三個月的6%下降至截至2021年3月31日止三個月的5%。

銷售和市場費用 – 截至2021年3月31日止三個月的銷售和市場費用為人民幣25,153百萬元（3,839百萬美元），佔收入比例14%，2020年同期為人民幣12,179百萬元，佔收入比例11%。若不考慮股權激勵費用的影響，銷售和市場費用佔收入的比例將從截至2020年3月31日止三個月的10%增加至截至2021年3月31日止三個月的13%。該增加主要由於我們為了獲取及留存中國零售市場用戶而增加的市場推廣費用。

一般及行政費用 – 截至2021年3月31日止三個月的一般及行政費用為人民幣27,734百萬元（4,233百萬美元），佔收入比例14%，2020年同期為人民幣7,871百萬元，佔收入比例7%，主要由於反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元（2,782百萬美元）。若不考慮該罰款和股權激勵費用的影響，一般及行政費用佔收入的比例將從截至2020年3月31日止三個月的5%下降至2021年3月31日止三個月的4%。

股權激勵費用 – 截至2021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8,632百萬元（1,318百萬美元），2020年同期為人民幣8,652百萬元。截至2021年3月31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8%減少至5%。

所示期間內，按股權激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

	截至所示日期止三個月							%變動	
	2020年 3月31日		2020年 12月31日		2021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 ⁽¹⁾	6,832	6%	7,694	4%	7,162	1,093	4%	5%	(7)%
螞蟻集團的股權激 勵 ⁽²⁾	259	0%	542	0%	444	68	0%	71%	(18)%
其他 ⁽³⁾	1,561	2%	843	0%	1,026	157	1%	(34)%	22%
股權激勵費用合計	8,652	8%	9,079	4%	8,632	1,318	5%	(0)%	(5)%

(1) 此代表授予我們的員工的阿里巴巴集團的股權激勵。

(2) 此代表授予我們的員工並需按市值計價作會計處理的螞蟻集團的股權激勵。

(3) 「其他」包括我們子公司的股權激勵。

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股權激勵的公允價值及未來我們授出的激勵數量的變動所影響。

無形資產攤銷及減值 – 截至2021年3月31日止三個月的無形資產攤銷及減值為人民幣3,415百萬元（521百萬美元），相較2020年同期的人民幣4,044百萬元減少16%。減少主要由於截至2020年3月31日止三個月錄得的無形資產減值。

經營利潤(虧損)及經營利潤率

截至2021年3月31日止三個月的經營虧損為人民幣7,663百萬元（1,170百萬美元），佔收入比例負4%，相較2020年同期為經營利潤人民幣7,131百萬元，佔收入比例6%，由於反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元（2,782百萬美元）。若不考慮該影響，我們的經營利潤將為人民幣10,565百萬元（1,612百萬美元），同比增長48%。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣29,898百萬元（4,563百萬美元），相較2020年同期的人民幣25,440百萬元增長18%。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的經調整EBITDA將同比增長12%。

截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣22,612百萬元（3,451百萬美元），相較2020年同期的人民幣19,827百萬元增長14%。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 3 月 31 日止三個月				
	2020		2021		%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	28,126	30%	30,680	4,683	19%
雲計算	(179)	(1)%	308	47	2%
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(3,335)	(46)%	(2,698)	(412)	(34)%
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(3,106)	(300)%	(3,179)	(485)	(260)%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

核心商業分部 – 核心商業分部截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣30,680百萬元（4,683百萬美元），相較2020年同期的人民幣28,126百萬元增長9%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA同比增長28%至人民幣44,336百萬元（6,767百萬美元），部分被包括對本地生活服務及淘寶特價版在內的策略性投入增加，以及隨著中國自新冠肺炎疫情中復甦，消費者對盒馬店內的商超品類的需求亦回復正常的影響所抵銷。自本季度起，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。可比期間數字相應以相同方式列報。

經調整EBITA利潤率從截至2020年3月31日止三個月的30%下降至截至2021年3月31日止三個月的19%，主要由於合併高鑫零售，對本地生活服務和淘寶特價版的策略性投入的增加以及我們自營新零售業務和直營業務收入貢獻的增長，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本）。

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

我們預計核心商業分部的經調整EBITA利潤率將會持續受到我們對於新業務的投資步伐，以及我們自營新零售業務和直營業務增長所影響。

雲計算分部 – 雲計算分部截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITA為盈利人民幣308百萬元（47百萬美元），2020年同期為虧損人民幣179百萬元，主要因實現規模經濟效益所致。

數字媒體及娛樂分部 – 數字媒體及娛樂分部截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣2,698百萬元（412百萬美元），2020年同期為虧損人民幣3,335百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2020年3月31日止三個月的負46%改善至截至2021年3月31日止三個月的負34%，主要由於阿里影業的虧損減少，部分被客戶管理收入的貢獻減少所抵銷。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至2021年3月31日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣3,179百萬元（485百萬美元），2020年同期為虧損人民幣3,106百萬元，主要由於我們對於技術研究和創新的投入，被釘釘的虧損減少所抵銷。

利息收入和投資淨收益

截至2021年3月31日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣111百萬元（17百萬美元），相較2020年同期的淨損失為人民幣7,715百萬元，主要原因是截至2021年3月31日止三個月我們的投資的公允價值變動而產生的淨損失同比減少。

上述提及的損失未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至2021年3月31日止三個月的其他淨收益為人民幣2,115百萬元（323百萬美元），2020年同期為人民幣1,180百萬元。同比增加主要由於匯兌損失減少。

所得稅費用

截至2021年3月31日止三個月的所得稅費用為人民幣7,049百萬元（1,076百萬美元），2020年同期為人民幣2,628百萬元。

若不考慮反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值、以及來自權益法核算的投資損益的遞延所得稅影響，截至2021年3月31日止三個月的有效稅率為23%。

權益法核算的投資損益

截至2021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5,992百萬元（915百萬美元），2020年同期為人民幣3,545百萬元。我們延後一個季度確認權益法核算的投資損益。截至2021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			
	2020年 3月31日	2020年 12月31日	2021年 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(損失)				
- 螞蟻集團	5,109	4,796	7,182	1,096
- 其他	164	(100)	(432)	(66)
減值損失	(234)	(7,196)	(55)	(8)
由於所持股份被攤薄帶來的 (損失)收益	(249)	(19)	437	67
其他 ⁽¹⁾	(1,245)	(1,082)	(1,140)	(174)
總計	3,545	(3,601)	5,992	915

(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。

淨利潤(虧損)及非公認會計準則淨利潤

截至2021年3月31日止三個月的淨虧損為人民幣7,654百萬元（1,168百萬美元），相較2020年同期為淨利潤人民幣348百萬元，主要由於反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元（2,782百萬美元），部分被我們於截至2021年3月31日止三個月的投資的公允價值變動而產生的淨損失同比減少所抵銷。

剔除反壟斷法罰款、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2021年3月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣26,216百萬元（4,001百萬美元），相較2020年同期的人民幣22,287百萬元增長18%。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(虧損)

截至2021年3月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨虧損為人民幣5,479百萬元（836百萬美元），2020年同期為淨利潤人民幣3,162百萬元，主要由於反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元（2,782百萬

美元)，部分被我們於截至2021年3月31日止三個月的投資的公允價值變動而產生的淨損失同比減少所抵銷。

攤薄每股美國存託股/每股收益(損失)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3月31日止三個月，按本季度22,024百萬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損失為人民幣1.99元（0.30美元），較2020年同期按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託股收益為人民幣1.16元。剔除反壟斷法罰款、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2021年3月31日止三個月的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣10.32元（1.58美元），較2020年同期的人民幣9.20元增長12%。

截至2021年3月31日止三個月攤薄每股損失為人民幣0.25元（0.04美元或0.30港元），較2020年同期的攤薄每股收益為人民幣0.14元。剔除反壟斷法罰款、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2021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1.29元（0.20美元或1.53港元），較2020年同期的人民幣1.15元增長12%。

攤薄每股美國存託股/每股收益(損失)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

2021年3月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣473,638百萬元（72,291百萬美元），而2020年12月31日為人民幣456,314百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2021年3月31日止三個月的增加主要來自於發行無擔保優先票據所得款項淨額人民幣32,008百萬元（4,885百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量人民幣17,597百萬元（2,686百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2021年3月31日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣24,183百萬元（3,691百萬美元），當中包括天貓商家存入的消費者保護基金的資金而導致的現金淨流入人民幣18,796百萬元（2,869百萬美元）和我們對策略性業務投入的增加。剔除該資金存入以及其他若干項目，自由現金流截至2021年3月31日止季度為淨流出人民幣658百萬元（100百萬美元），相較2020年同期為淨流出人民幣4,214百萬元。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2021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27,701百萬元（4,228百萬美元），主要反映了(i) 投資和收購活動的現金支出人民幣17,597百萬元（2,686百萬美元），包括投資哩哩哩和申通快遞，(ii) 短期投資增加人民幣7,846百萬元（1,198百萬美元），以及(iii) 資本性支出人民幣7,688百萬元（1,173百萬美元），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1,645百萬元（251百萬美元）。

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 2021 年 3 月 31 日，我們的員工總數為 251,462 人，截至 2020 年 12 月 31 日為 252,084 人。

2021 財年財務業績概要

	截至 3 月 31 日止年度			%同比變動
	2020	2021		
	人民幣	人民幣	美元 ⁽¹⁾	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	509,711	717,289	109,480	41%
經營利潤	91,430	89,678	13,688	(2)% ⁽³⁾
經營利潤率	18%	13%		
經調整 EBITDA ⁽²⁾	157,659	196,842	30,044	25%
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾	31%	27%		
經調整 EBITA ⁽²⁾	137,136	170,453	26,016	24%
經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾	27%	24%		
淨利潤	140,350	143,284	21,869	2%
歸屬於普通股股東的淨利潤	149,263	150,308	22,941	1%
非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾	132,479	171,985	26,250	30%
攤薄每股收益 ⁽⁵⁾	6.99	6.84	1.04	(2)% ⁽⁴⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁵⁾	55.93	54.70	8.35	(2)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	6.62	8.14	1.24	23%
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	52.98	65.15	9.94	23%

(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 6.5518 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2021 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 0.84518 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2021 年 3 月 31 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

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

(3) 同比減少主要由於反壟斷法罰款人民幣 18,228 百萬元(2,782 百萬美元)，以及與螞蟻集團的股權激勵相關費用增加人民幣 16,054 百萬元。

(4) 同比減少主要由於 2021 財年加權平均股數的增加。該增加主要由於 2019 年 11 月我們的全球發售有關發行股份的全年影響。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

2021財年分部信息

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 3 月 31 日止年度						
	核心商業	雲計算	數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，百分比除外)						
收入	621,146	60,120	31,186	4,837	—	717,289	109,480
經營利潤(虧損)	158,981	(9,050)	(10,321)	(15,502)	(34,430)	89,678	13,688
加：股權激勵費用	24,356	8,861	3,281	5,162	8,460	50,120	7,650
加：無形資產攤銷	11,175	23	922	83	224	12,427	1,896
加：反壟斷法罰款	—	—	—	—	18,228	18,228	2,782
經調整 EBITA	194,512 ⁽³⁾	(166)	(6,118)	(10,257)	(7,518)	170,453	26,016
經調整 EBITA 利潤率	31%	(0)%	(20)%	(212)%		24%	

	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 ⁽¹⁾	創新業務 及其他 ⁽¹⁾	未分攤 ⁽²⁾	合併	
	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	人民幣	
	(以百萬計，百分比除外)						
收入	436,104	40,016	29,094	4,497	—		509,711
經營利潤(虧損)	138,631	(7,016)	(15,389)	(12,499)	(12,297)		91,430
加：股權激勵費用	15,427	5,577	2,566	3,928	4,244		31,742
加：無形資產攤銷 及減值	11,742	25	1,377	86	158		13,388
加：商譽減值	—	—	—	—	576		576
經調整 EBITA	165,800 ⁽³⁾	(1,414)	(11,446)	(8,485)	(7,319)		137,136
經調整 EBITA 利潤率	38%	(4)%	(39)%	(189)%			27%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

(2) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

(3) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 17% 至人民幣 229,134 百萬元（34,973 百萬美元）。於 2021 財年，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整 EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。可比期間數字相應以相同方式列報。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。

2021 財年營運及財務業績

收入

2021 財年的收入為人民幣 717,289 百萬元（109,480 百萬美元），相較 2020 財年的人民幣 509,711 百萬元增長 41%。上述增長主要由於我們的中國零售商業業務的強勁收入增長（其中包括自 2020 年 10 月開始合併高鑫零售）及雲計算業務和菜鳥物流業務的穩健收入增長所驅動。若不考慮合併高鑫零售的影響，我們的收入為人民幣 674,420 百萬元（102,937 百萬美元），將同比增長 32%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 3 月 31 日止年度					
	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)			
核心商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理 ⁽¹⁾	246,482	48%	306,070	46,715	43%	24%
— 其他 ⁽²⁾	86,268	17%	167,613	25,583	23%	94%
	332,750	65%	473,683	72,298	66%	42%
中國批發商業	12,427	3%	14,322	2,186	2%	15%
跨境及全球零售商業	24,323	5%	34,455	5,259	5%	42%
跨境及全球批發商業	9,594	2%	14,396	2,197	2%	50%
菜鳥物流服務	22,233	4%	37,258	5,687	5%	68%
本地生活服務	25,440	5%	31,537	4,813	5%	24%
其他	9,337	2%	15,495	2,365	2%	66%
核心商業合計	436,104	86%	621,146	94,805	87%	42%
雲計算	40,016	8%	60,120	9,176	8%	50%
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾	29,094	5%	31,186	4,760	4%	7%
創新業務及其他 ⁽³⁾	4,497	1%	4,837	739	1%	8%
總計	509,711	100%	717,289	109,480	100%	41%

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

(2) 中國零售商業下「其他」收入主要由我們的新零售及直營業務（主要包括天貓超市、高鑫零售、盒馬、進口直營和銀泰）產生。

(3) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

核心商業

• 中國零售商業

2021 財年中國零售商業的收入為人民幣 473,683 百萬元（72,298 百萬美元），相較 2020 財年的人民幣 332,750 百萬元增長 42%。客戶管理收入同比增長 24%，主要由於包括推薦信息流在內的新變現模式的收入增長強勁，搜索變現單次點擊平均單價及付費點擊量的上升，以及中國零售市場線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）的強勁增長。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣167,613百萬元（25,583百萬美元），相較2020年同期的人民幣86,268百萬元，按年同比增長達94%。該增長主要來自合併高鑫零售，以及包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻所驅動。

- **中國批發商業**

2021財年中國批發商業收入為人民幣14,322百萬元（2,186百萬美元），相較2020財年的人民幣12,427百萬元增長15%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的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**

2021財年跨境及全球零售商業收入為人民幣34,455百萬元（5,259百萬美元），相較2020財年的人民幣24,323百萬元增長42%。增長的主要原因是來自Lazada和Trendyol的收入增長。

- **跨境及全球批發商業**

2021財年跨境及全球批發商業收入為人民幣14,396百萬元（2,197百萬美元），相較2020財年的人民幣9,594百萬元增長50%。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**

2021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37,258百萬元（5,687百萬美元），相較2020財年的人民幣22,233百萬元增長68%，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和單均收入的上升。

- **本地生活服務**

2021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31,537百萬元（4,813百萬美元），相較2020財年的人民幣25,440百萬元增長24%，主要由於GMV的增長。

雲計算

2021財年來自雲計算業務的收入為人民幣60,120百萬元（9,176百萬美元），相較2020財年的人民幣40,016百萬元增長50%，主要由於互聯網、公共部門和金融行業客戶收入的增長所推動。

數字媒體及娛樂

2021財年來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣31,186百萬元（4,760百萬美元），相較2020財年同期的人民幣29,094百萬元增長7%。該增長的主要原因是來自線上遊戲業務收入的增長，部分被客戶管理收入的減少所抵銷。

創新業務及其他

2021財年來自創新業務及其他的收入為人民幣4,837百萬元（739百萬美元），相較2020財年的人民幣4,497百萬元增長8%。

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3月31日止年度					
	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	282,367	55%	421,205	64,289	59%	4%
產品開發費用	43,080	9%	57,236	8,736	8%	(1)%
銷售和市場費用	50,673	10%	81,519	12,442	11%	1%
一般及行政費用	28,197	5%	55,224	8,429	8%	3%
無形資產攤銷及減值	13,388	3%	12,427	1,896	1%	(2)%
商譽減值	576	0%	—	—	—	0%
成本及費用總額	<u>418,281</u>	<u>82%</u>	<u>627,611</u>	<u>95,792</u>	<u>87%</u>	<u>5%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	7,322	1%	11,224	1,713	2%	1%
產品開發費用	13,654	3%	21,474	3,278	3%	0%
銷售和市場費用	3,830	1%	5,323	812	0%	(1)%
一般及行政費用	6,936	1%	12,099	1,847	2%	1%
股權激勵費用總額	<u>31,742</u>	<u>6%</u>	<u>50,120</u>	<u>7,650</u>	<u>7%</u>	<u>1%</u>
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	275,045	54%	409,981	62,576	57%	3%
產品開發費用	29,426	6%	35,762	5,458	5%	(1)%
銷售和市場費用	46,843	9%	76,196	11,630	11%	2%
一般及行政費用	21,261	4%	43,125	6,582	6%	2%
無形資產攤銷及減值	13,388	3%	12,427	1,896	1%	(2)%
商譽減值	576	0%	—	—	—	0%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>386,539</u>	<u>76%</u>	<u>577,491</u>	<u>88,142</u>	<u>80%</u>	<u>4%</u>

營業成本 – 2021財年營業成本為人民幣421,205百萬元（64,289百萬美元），佔收入比例59%，2020財年為人民幣282,367百萬元，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2020財年的54%增加至2021財年的57%。該增長主要由於直營業務佔比因合併高鑫零售及我們的天貓超市業務的增長而提高，從而導致存貨成本上升。

產品開發費用 – 2021財年產品開發費用為人民幣57,236百萬元（8,736百萬美元），佔收入比例8%，2020財年為人民幣43,080百萬元，佔收入比例9%。若不考慮股權激勵費用的影響，產品開發費用佔收入的比例將從2020財年的6%下降至2021財年的5%。

銷售和市場費用 – 2021財年銷售和市場費用為人民幣81,519百萬元（12,442百萬美元），佔收入比例11%，2020財年為人民幣50,673百萬元，佔收入比例10%。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2020財年的9%增加至2021財年的11%。該增加主要由於我們為了獲取及留存中國零售市場用戶而增加的市場推廣費用。

一般及行政費用 – 2021財年一般及行政費用為人民幣55,224百萬元（8,429百萬美元），佔收入比例8%，2020財年為人民幣28,197百萬元，佔收入比例5%，主要由於反壟斷法罰款人民幣18,228百萬元（2,782百萬美元）。若不考慮該罰款和股權激勵費用的影響，一般及行政費用佔收入的比例將從2020財年的4%下降至2021財年的3%。

股權激勵費用 – 2021財年計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣50,120百萬元（7,650百萬美元），較2020財年的人民幣31,742百萬元增加58%。2021財年的股權激勵費用佔收入比例相較2020財年佔收入比例的6%上升至7%。

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3月31日止年度				%變動 按年	
	2020年		2021年			
	人民幣	%佔收入 比例 (以百萬計，百分比除外)	人民幣	美元		
按激勵類型:						
阿里巴巴集團的 股權激勵 ⁽¹⁾	26,216	5%	29,317	4,475	4%	12%
螞蟻集團的股權激勵 ⁽²⁾	1,261	0%	17,315	2,643	2%	1,273%
其他 ⁽³⁾	4,265	1%	3,488	532	1%	(18)%
股權激勵費用合計	31,742	6%	50,120	7,650	7%	58%

(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。

2021財年與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用較2020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。

2021財年與螞蟻集團的股權激勵相關費用較2020財年顯著增加，主要是我們於2021財年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公允價值及未來我們授出的激勵數量的變動所影響。

無形資產攤銷及減值 – 2021 財年的無形資產攤銷及減值為人民幣 12,427 百萬元（1,896 百萬美元），相較 2020 財年的人民幣 13,388 百萬元減少 7%。該減少主要由於 2020 財年錄得的無形資產減值。

經營利潤及經營利潤率

2021 財年的經營利潤為人民幣 89,678 百萬元（13,688 百萬美元），佔收入比例 13%，相較 2020 財年的人民幣 91,430 百萬元，佔收入比例 18%，減少 2%。同比減少主要由於反壟斷法罰款人民幣 18,228 百萬元（2,782 百萬美元），以及與螞蟻集團相關並授予我們員工的股權激勵費用增加人民幣 16,054 百萬元。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

2021 財年的經調整 EBITDA 為人民幣 196,842 百萬元（30,044 百萬美元），相較 2020 財年的人民幣 157,659 百萬元增長 25%。2021 財年的經調整 EBITA 為人民幣 170,453 百萬元（26,016 百萬美元），相較 2020 財年的人民幣 137,136 百萬元增長 24%。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 3 月 31 日止年度				
	2020		2021		%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	165,800	38%	194,512	29,688	31%
雲計算	(1,414)	(4)%	(166)	(25)	(0)%
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(11,446)	(39)%	(6,118)	(934)	(20)%
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(8,485)	(189)%	(10,257)	(1,566)	(212)%

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

核心商業分部 – 核心商業分部 2021 財年的經調整 EBITA 為人民幣 194,512 百萬元（29,688 百萬美元），相較 2020 財年為人民幣 165,800 百萬元增長 17%，主要由於核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增長 17% 至人民幣 229,134 百萬元（34,973 百萬美元），部分被我們增加對包括淘寶特價版在內的中國零售市場若干新業務的策略性投入所抵銷。於 2021 財年，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整 EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。可比期間數字相應以相同方式列報。

經調整 EBITA 利潤率從 2020 財年的 38% 下降至 2021 財年的 31%，主要由於合併高鑫零售，以及我們自營新零售業務和直營業務收入貢獻的增長，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本）。

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

我們預計核心商業分部的經調整 EBITA 利潤率將會持續受到我們對於新業務的投資步伐，以及我們自營新零售業務和直營業務增長所影響。

雲計算分部 – 雲計算分部 2021 財年的經調整 EBITA 虧損為人民幣 166 百萬元（25 百萬美元），2020 財年為虧損人民幣 1,414 百萬元，主要因實現規模經濟效益所致。

數字媒體及娛樂分部 – 數字媒體及娛樂分部 2021 財年的經調整 EBITA 虧損為人民幣 6,118 百萬元（934 百萬美元），2020 財年為虧損人民幣 11,446 百萬元。相應的經調整 EBITA 利潤率從 2020 財年的負 39% 改善至 2021 財年的負 20%，主要由於優酷的虧損減少以及線上遊戲業務的貢獻增加。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部 2021 財年的經調整 EBITA 虧損為人民幣 10,257 百萬元（1,566 百萬美元），2020 財年為虧損人民幣 8,485 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

2021 財年的利息收入和投資淨收益為人民幣 72,794 百萬元（11,110 百萬美元），相較 2020 財年為人民幣 72,956 百萬元。2021 財年，因我們於 2020 年 10 月合併高鑫零售，我們對先前持有的股權重估確認了人民幣 64 億元（977 百萬美元）的一次性收益。2020 財年，因我們分別取得螞蟻集團 33% 股份及終止合併速賣通俄羅斯業務而確認了人民幣 716 億元及人民幣 103 億元的一次性收益。該收益同比減少部分被我們於 2021 財年的投資的公允價值變動而產生的淨收益，相較 2020 財年的淨損失所抵銷。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

2021 財年的其他淨收益為人民幣 7,582 百萬元（1,157 百萬美元），2020 財年為人民幣 7,439 百萬元。

所得稅費用

2021財年的所得稅費用為人民幣29,278百萬元（4,469百萬美元），2020財年為人民幣20,562百萬元。

我們的有效稅率從2020財年的12%增長至2021財年的18%。若不考慮反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值、以及來自權益法核算的投資損益的遞延所得稅影響，2021財年的有效稅率為15%。

權益法核算的投資損益

2021財年的權益法核算的投資損益為收益人民幣6,984百萬元（1,066百萬美元），2020財年為損失人民幣5,733百萬元。我們延後一個季度確認權益法核算的投資損益。2021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		
	2020年	2021年	
	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 ⁽¹⁾	5,324	19,693	3,006
- 其他	3,332	(1,016)	(155)
減值損失	(11,824)	(7,256)	(1,107)
由於所持股份被攤薄帶來的(損失)收益	(108)	409	62
其他 ⁽²⁾	(2,457)	(4,846)	(740)
總計	<u>(5,733)</u>	<u>6,984</u>	<u>1,066</u>

(1) 我們於2019年9月23日收到螞蟻集團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集團的損益份額。因此2020財年與螞蟻集團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集團的收益份額。

(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。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

2021財年的淨利潤為人民幣143,284百萬元（21,869百萬美元），相較2020財年人民幣140,350百萬元增長2%。

剔除於2020財年取得螞蟻集團33%股份時確認的一次性收益、反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產及商譽的減值損失以及其他若干項目，2021財年的非公認會計準則淨利潤為人民幣171,985百萬元（26,250百萬美元），相較2020財年的人人民幣132,479百萬元增長30%。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

2021財年的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣150,308百萬元（22,941百萬美元），相較2020財年為人民幣149,263百萬元。

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

2021財年按本年度21,982百萬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54.70元（8.35美元），較2020財年按21,346百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣55.93元減少2%。剔除於2020財年取得螞蟻集團33%股份時確認的一次性收益、反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產及商譽的減值損失以及其他若干項目，2021財年的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣65.15元（9.94美元），較2020財年的人人民幣52.98元增長23%。

2021財年攤薄每股收益為人民幣6.84元（1.04美元或8.09港元），較2020財年的人人民幣6.99元減少2%。剔除於2020財年取得螞蟻集團33%股份時確認的一次性收益、反壟斷法罰款、股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資、無形資產及商譽的減值損失以及其他若干項目，2021財年的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣8.14元（1.24美元或9.63港元），較2020財年的人人民幣6.62元增長23%。

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

2021年3月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣473,638百萬元（72,291百萬美元），而2020年3月31日為人民幣358,981百萬元。現金、現金等價物和短期投資在2021財年的增加主要來自經營活動產生的自由現金流人民幣172,662百萬元（26,353百萬美元）及來自於發行無擔保優先票據所得款項淨額人民幣32,008百萬元（4,885百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量淨額人民幣85,620百萬元（13,068百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

2021財年的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣231,786百萬元（35,378百萬美元），較2020財年的人人民幣180,607百萬元增長28%。自由現金流從2020財年的人人民幣130,914百萬元增長32%至2021財年的人人民幣172,662百萬元（26,353百萬美元），主要由於我們盈利的增長。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

2021財年的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣244,194百萬元（37,271百萬美元），主要反映了(i) 短期投資增加人民幣114,826百萬元（17,526百萬美元），(ii) 投資和收購活動的現金支出人民幣95,312百萬元（14,547百萬美元），包括收購高鑫零售和投資圓通速遞，以及(iii) 資本性支出人民幣41,450百萬元（6,326百萬美元），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5,290百萬元（807百萬美元）。

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。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2021 年 5 月 13 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：8598233（英語）

會議編號：6767665（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

您可在 <https://www.alibabagroup.com/tc/ir/earnings> 上訪問業績電話會議的網絡直播。電話結束後將可通過相同鏈接瀏覽存檔網絡廣播。電話會議的重播將持續一周（撥入號碼：+61 2 8199 0299；會議編號與上述一樣）。

我們的業績公告及所附幻燈片於 2021 年 5 月 13 日在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <https://www.alibabagroup.com/tc/ir/home>。

關於阿里巴巴集團

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

聯繫方式

投資者關係聯繫

Rob Lin

investor@alibabagroup.com

媒體聯繫

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

安全港聲明

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據 1995 年美國私人證券訴訟改革法案 (U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995) 中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「將要」、「預期」、「預計」、「未來」、「擬」、「計劃」、「相信」、「估計」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」等用語及類似陳述來識別。此外，任何不屬過往事實 的陳述，包括有關阿里巴巴戰略及業務規劃的陳述，關於阿里巴巴業務發展及收入增長的信念、預期及指導，本公告中所述業務前景及管理層看法以及阿里巴巴的戰略及運營計劃均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。阿里巴巴亦可能在其提交予美國證券交易委員會（「證交會」）以及於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）網站發佈的定期報告、公告、新聞稿件及其他書面材料中做出前

瞻性陳述或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果，包括但不限於以下事項：阿里巴巴維持其生態系統的可信賴狀態的能力；與持續投資阿里巴巴業務與戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴預期收入增長及保持或增加其收入或業務的能力；阿里巴巴持續有效競爭及維持及改善生態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；與擴大我們的國際及跨境業務及其運營有關的風險；中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動；新冠疫情的影響；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性，包括保護主義或國家安全政策；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現有關的風險；隱私及數據保護法規與問題；及安全漏洞，以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

非公認會計準則財務指標

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

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

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

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

經調整 EBITDA 指剔除以下項目的淨利潤：**(i)**利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；**(ii)**某些非現金費用，包括股權激勵費用、無形資產攤銷及減值、物業及設備折舊、與土地使用權有關的經營租賃成本和商譽減值；及**(iii)**反壟斷法罰款，我們認為上述事項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

經調整EBITA指剔除以下項目的淨利潤：**(i)**利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；**(ii)**某些非現金費用，包括股權激勵費用、無形資產攤銷及減值和商譽減值；及**(iii)**反壟斷法罰款，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)** 新零售業務（主要包括盒馬、天貓超市、社區商業平台及淘鮮達）；**(ii)** 本地生活服務；**(iii)** Lazada；**(iv)** 淘寶特價版；及**(v)** 菜鳥網絡，以及其他。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、無形資產攤銷及減值、投資及商譽減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、取得螞蟻集團33%股份的收益、反壟斷法罰款、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4月1日以前，我們亦自投資活動產生的現金流量中減去購置獲授權版權。我們自2020年4月1日起採用ASU 2019-02「娛樂—電影—其他資產—電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂—廣播公司—無形資產—商譽及其他（副主題 920-350 號）」後，購置獲授權版權的現金支出自2020年4月1日開始於合併現金流量表中的歸類由投資活動變更為經營活動，並不作追溯應用。我們自投資活動產生的現金流量中減去若干項目，以提高貢獻收入的業務經營所產生現金流的透明度。我們剔除了「購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程」，因為企業園區主要作為我們的企業及管理用途且與我們貢獻收入的業務經營不直接相關。我們還剔除了我們的中國零售市場商家存入的消費者保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付消費者對商家的索賠。

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

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併利潤表

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020		2021	2020		2021
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)			(以百萬計，每股數據除外)		
收入	114,314	187,395	28,602	509,711	717,289	109,480
營業成本	(72,502)	(125,454)	(19,148)	(282,367)	(421,205)	(64,289)
產品開發費用	(10,587)	(13,302)	(2,031)	(43,080)	(57,236)	(8,736)
銷售和市場費用	(12,179)	(25,153)	(3,839)	(50,673)	(81,519)	(12,442)
一般及行政費用	(7,871)	(27,734)	(4,233)	(28,197)	(55,224)	(8,429)
無形資產攤銷及減值	(4,044)	(3,415)	(521)	(13,388)	(12,427)	(1,896)
商譽減值	—	—	—	(576)	—	—
經營利潤(虧損)	7,131	(7,663)	(1,170)	91,430	89,678	13,688
利息收入和投資淨收益	(7,715)	111	17	72,956	72,794	11,110
利息費用	(1,165)	(1,160)	(177)	(5,180)	(4,476)	(683)
其他淨收支	1,180	2,115	323	7,439	7,582	1,157
扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的(虧損)利潤	(569)	(6,597)	(1,007)	166,645	165,578	25,272
所得稅費用	(2,628)	(7,049)	(1,076)	(20,562)	(29,278)	(4,469)
權益法核算的投資損益	3,545	5,992	915	(5,733)	6,984	1,066
淨利潤(虧損)	348	(7,654)	(1,168)	140,350	143,284	21,869
歸屬於非控制性權益的淨損失	2,872	2,288	349	9,083	7,294	1,114
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤 (虧損)	3,220	(5,366)	(819)	149,433	150,578	22,983
夾層權益的增值	(58)	(113)	(17)	(170)	(270)	(42)
歸屬於普通股股東的淨利潤(虧損)	3,162	(5,479)	(836)	149,263	150,308	22,941
歸屬於普通股股東的每股收益(損 失)⁽¹⁾						
基本	0.15	(0.25)	(0.04)	7.10	6.95	1.06
攤薄	0.14	(0.25)	(0.04)	6.99	6.84	1.04
歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益(損失)⁽¹⁾						
基本	1.18	(2.02)	(0.31)	56.82	55.63	8.49
攤薄	1.16	(1.99)	(0.30)	55.93	54.70	8.35
用於計算每股收益的加權 平均股數(百萬股)⁽¹⁾						
基本	21,435	21,652		21,017	21,619	
攤薄	21,822	22,024		21,346	21,982	

(1) 每股美國存託股代表八股普通股。

阿里巴巴集團控股有限公司

收入

所示期間內按分部劃分的收入如下：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業 ⁽¹⁾	93,865	161,365	24,629	436,104	621,146	94,805
雲計算 ⁽²⁾	12,217	16,761	2,558	40,016	60,120	9,176
數字媒體及娛樂 ⁽³⁾⁽⁵⁾	7,198	8,047	1,228	29,094	31,186	4,760
創新業務及其他 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1,034	1,222	187	4,497	4,837	739
總計	114,314	187,395	28,602	509,711	717,289	109,480

- (1) 核心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、本地生活服務及菜鳥物流服務。
- (2) 雲計算收入主要由提供彈性計算、數據庫、存儲、網絡虛擬化服務、大規模計算、安全、管理和應用服務、大數據分析、機器學習平台及物聯網等服務所產生。
- (3) 數字媒體及娛樂收入主要來自優酷、線上遊戲業務及 UCWeb。
- (4) 創新業務及其他收入主要來自高德、天貓精靈及其他創新業務。其他收入亦包括自螞蟻集團及其關聯方收取的中小企業貸款年費。
- (5) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
分部信息

所示期間內我們按分部劃分的經營利潤（虧損）如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業	20,166	23,382	3,569	138,631	158,981	24,265
雲計算	(1,757)	(1,436)	(219)	(7,016)	(9,050)	(1,381)
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(4,478)	(3,565)	(544)	(15,389)	(10,321)	(1,575)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(4,035)	(4,201)	(642)	(12,499)	(15,502)	(2,366)
未分攤	(2,765)	(21,843)	(3,334)	(12,297)	(34,430)	(5,255)
總計	<u>7,131</u>	<u>(7,663)</u>	<u>(1,170)</u>	<u>91,430</u>	<u>89,678</u>	<u>13,688</u>

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
核心商業	28,126	30,680	4,683	165,800	194,512	29,688
雲計算	(179)	308	47	(1,414)	(166)	(25)
數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾	(3,335)	(2,698)	(412)	(11,446)	(6,118)	(934)
創新業務及其他 ⁽¹⁾	(3,106)	(3,179)	(485)	(8,485)	(10,257)	(1,566)
未分攤	(1,679)	(2,499)	(382)	(7,319)	(7,518)	(1,147)
總計	<u>19,827</u>	<u>22,612</u>	<u>3,451</u>	<u>137,136</u>	<u>170,453</u>	<u>26,016</u>

(1) 自 2020 年 4 月 1 日起，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併資產負債表

	於 3 月 31 日	於 3 月 31 日	
	2020	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	330,503	321,262	49,034
短期投資	28,478	152,376	23,257
受限制現金及應收託管資金	15,479	35,207	5,374
股權證券及其他投資	4,234	9,807	1,497
預付款項、應收款項及其他資產	84,229	124,708	19,034
流動資產總額	462,923	643,360	98,196
股權證券及其他投資	161,329	237,221	36,207
預付款項、應收款項及其他資產	57,985	98,432	15,024
權益法核算的投資	189,632	200,189	30,555
物業及設備（淨值）	103,387	147,412	22,499
無形資產（淨值）	60,947	70,833	10,811
商譽	276,782	292,771	44,686
資產總額	1,312,985	1,690,218	257,978
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	5,154	3,606	550
短期無擔保優先票據	—	9,831	1,500
應付所得稅	20,190	25,275	3,858
應付託管資金	3,014	211	32
預提費用、應付款項及其他負債	161,536	260,929	39,826
商家保證金	13,640	15,017	2,292
遞延收入及客戶預付款	38,338	62,489	9,538
流動負債總額	241,872	377,358	57,596

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	
	2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	2,025	3,158	482
遞延所得稅負債	43,898	59,598	9,097
長期銀行借款	39,660	38,335	5,851
長期無擔保優先票據	80,616	97,381	14,863
其他負債	25,263	30,754	4,694
負債總額	433,334	606,584	92,583
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	9,103	8,673	1,324
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	343,707	394,308	60,183
庫存股（按成本計）	—	—	—
應收股權認購款項	(51)	(47)	(7)
法定儲備	6,100	7,347	1,121
累計其他綜合損失	(643)	(19,063)	(2,909)
未分配利潤	406,287	554,924	84,698
股東權益總額	755,401	937,470	143,086
非控制性權益	115,147	137,491	20,985
權益總額	870,548	1,074,961	164,071
負債、夾層權益及權益總額	1,312,985	1,690,218	257,978

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		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)		(以百萬計)		
經營活動產生的現金流量淨額 ⁽¹⁾	2,164	24,183	3,691	180,607	231,786	35,378
投資活動所用的現金流量淨額 ⁽¹⁾	(32,995)	(27,701)	(4,228)	(108,072)	(244,194)	(37,271)
融資活動產生的現金流量淨額	2,967	30,270	4,620	70,853	30,082	4,591
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	2,322	1,149	176	4,100	(7,187)	(1,097)
現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的(減少)增加	(25,542)	27,901	4,259	147,488	10,487	1,601
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	371,524	328,568	50,149	198,494	345,982	52,807
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	<u>345,982</u>	<u>356,469</u>	<u>54,408</u>	<u>345,982</u>	<u>356,469</u>	<u>54,408</u>

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

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節

下表列示相應期間內我們的淨利潤(虧損)與經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
淨利潤(虧損)	348	(7,654)	(1,168)	140,350	143,284	21,869
減：利息收入和投資淨收益	7,715	(111)	(17)	(72,956)	(72,794)	(11,110)
加：利息費用	1,165	1,160	177	5,180	4,476	683
減：其他淨收支	(1,180)	(2,115)	(323)	(7,439)	(7,582)	(1,157)
加：所得稅費用	2,628	7,049	1,076	20,562	29,278	4,469
加：權益法核算的投資損益	(3,545)	(5,992)	(915)	5,733	(6,984)	(1,066)
經營利潤(虧損)	7,131	(7,663)	(1,170)	91,430	89,678	13,688
加：股權激勵費用	8,652	8,632	1,318	31,742	50,120	7,650
加：無形資產攤銷及減值	4,044	3,415	521	13,388	12,427	1,896
加：反壟斷法罰款	—	18,228	2,782	—	18,228	2,782
加：商譽減值	—	—	—	576	—	—
經調整 EBITA	19,827	22,612	3,451	137,136	170,453	26,016
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	5,613	7,286	1,112	20,523	26,389	4,028
經調整 EBITDA	25,440	29,898	4,563	157,659	196,842	30,044

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內核心商業經調整 EBITA 及核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
核心商業經調整 EBITA	28,126	30,680	4,683	165,800	194,512	29,688
減：新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他的影响 ⁽¹⁾	6,421	13,656	2,084	30,230	34,622	5,285
核心商業交易市場經調整 EBITA⁽¹⁾	34,547	44,336	6,767	196,030	229,134	34,973

- (1) 自本季度起，就展示以交易市場為基礎的核心商業交易市場調整 EBITA，我們擴展了核心商業中的策略性業務列表，以清晰展示我們策略性投入的進展，以及核心商業交易市場業務的盈利能力。這些策略性業務現包括新零售業務、本地生活服務、Lazada、淘寶特價版、菜鳥網絡，以及其他。該等業務反映了我們於這些策略性領域中把握增長機遇。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(虧損)及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
淨利潤（虧損）	348	(7,654)	(1,168)	140,350	143,284	21,869
加：股權激勵費用	8,652	8,632	1,318	31,742	50,120	7,650
加：無形資產攤銷及減值	4,044	3,415	521	13,388	12,427	1,896
加：投資及商譽減值	709	532	81	25,656	14,737	2,250
加/減：視同處置/處置/ 重估投資產生的損失/ 收益及其他	10,334	3,085	471	(4,764)	(66,305)	(10,120)
加：反壟斷法罰款	—	18,228	2,782	—	18,228	2,782
減：取得螞蟻集團 33%股 份的收益	—	—	—	(71,561)	—	—
加：因與螞蟻集團的 重組安排而產生額外價 值的攤銷	—	—	—	97	—	—
非公認會計準則調整所產生 的所得稅影響 ⁽¹⁾	(1,800)	(22)	(4)	(2,429)	(506)	(77)
非公認會計準則淨利潤	22,287	26,216	4,001	132,479	171,985	26,250

(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及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）

下表列示相應期間內我們攤薄每股／每股美國存託股收益(損失)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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)			(以百萬計，每股數據除外)		
歸屬於普通股股東的淨利潤(虧損)－基本	3,162	(5,479)	(836)	149,263	150,308	22,941
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	(1)	(2)	—	(48)	(55)	(8)
歸屬於普通股股東的淨利潤(虧損)－攤薄	3,161	(5,481)	(836)	149,215	150,253	22,933
加：對淨利潤(虧損)的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	21,939	33,870	5,169	(7,871)	28,701	4,381
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	25,100	28,389	4,333	141,344	178,954	27,314
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股）⁽⁵⁾	21,822	22,024		21,346	21,982	
攤薄每股收益(損失)⁽²⁾⁽⁵⁾	0.14	(0.25)	(0.04)	6.99	6.84	1.04
加：對每股淨利潤(虧損)的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	1.01	1.54	0.24	(0.37)	1.30	0.20
非公認會計準則攤薄每股收益⁽⁴⁾⁽⁵⁾	1.15	1.29	0.20	6.62	8.14	1.24
攤薄每股美國存託股收益(損失)⁽²⁾⁽⁵⁾	1.16	(1.99)	(0.30)	55.93	54.70	8.35
加：對每股美國存託股淨利潤(虧損)的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	8.04	12.31	1.88	(2.95)	10.45	1.59
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益⁽⁴⁾⁽⁵⁾	9.20	10.32	1.58	52.98	65.15	9.94

(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(虧損)與非公認會計準則淨利潤的調節。

- (2) 攤薄每股收益(損失)按用於計算攤薄每股收益(損失)的歸屬於普通股股東的淨利潤(虧損)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(損失)按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股收益(損失)得出。
- (3) 對每股淨利潤(虧損)的非公認會計準則調整按對淨利潤(虧損)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(虧損)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(虧損)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 3 月 31 日止三個月			截至 3 月 31 日止年度		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
經營活動產生的現金流量淨額 ⁽¹⁾	2,164	24,183	3,691	180,607	231,786	35,378
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）	(3,881)	(6,043)	(922)	(24,662)	(36,160)	(5,519)
減：購置獲授權版權 ⁽¹⁾ 和其他無形資產	(2,716)	(2)	—	(12,836)	(1,735)	(265)
減：消費者保護基金的資金變動	219	(18,796)	(2,869)	(12,195)	(21,229)	(3,241)
自由現金流	<u>(4,214)</u>	<u>(658)</u>	<u>(100)</u>	<u>130,914</u>	<u>172,662</u>	<u>26,353</u>

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

阿里巴巴集團控股有限公司
運營數據概要

年度活躍消費者

所示期間內我們的中國零售市場年度活躍消費者數量如下表：

	截至相應日期止 12 個月期間							
	2019 年 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2021 年 3 月 31 日
年度活躍消費者	674	693	711	726	742	757	779	811

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 6 月 30 日	2019 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	2020 年 6 月 30 日	2020 年 9 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2021 年 3 月 31 日
移動月活躍用戶	755	785	824	846	874	881	902	925