

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年十二月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2021年12月31日止的三個月（「2021年十二月底止季度」）未經審核業績公告。本2021年十二月底止季度未經審核業績公告可於香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.alibabagroup.com 閱覽。

承董事會命
阿里巴巴集團控股有限公司
張錦璋
公司秘書

香港，2022年2月24日

於本公告日期，我們的董事會包括董事張勇先生（董事會主席）、蔡崇信先生、武衛女士、J. Michael EVANS先生及Kabir MISRA先生；以及獨立董事董建華先生、郭德明先生、楊致遠先生、E. Börje EKHOLM先生及Wan Ling MARTELLO女士。



阿里巴巴集團 2021 年 12 月份季度業績公告

中國杭州，2022 年 2 月 24 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 12 月 31 日止季度（「本季度」或「12 月份季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「本季度，在複雜多變的市場環境中，阿里巴巴集團繼續堅定執行多引擎增長戰略，業務取得穩健發展。通過高度聚焦能力建設和價值創造，我們在關鍵戰略業務上展現出積極的發展態勢，為未來長期增長奠定基礎。阿里巴巴全球年度活躍消費者穩步增長，季度淨增長 4,300 萬至 12.8 億。我們同時相信，清晰的 ESG 戰略是阿里巴巴未來發展的重要基石，並宣佈了 2030 年前實現集團自身業務碳中和目標，以及承諾通過與消費者、客戶和生態夥伴的合作，在 2035 年前帶動集團生態累計減碳排放 15 億噸。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「本季度我們收穫健康的業績表現，收入同比增長 10%。阿里巴巴始終堅持創新和投資未來。正如在新的業務分部中所披露，我們在增長業務的持續投資已取得明確成果。我們對公司現在及長期前景均充滿信心，並於本季度以約 14 億美元回購了約 1,010 萬股美國存託股。」

業績概要

截至 2021 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,425.80 億元（380.66 億美元），同比增長 10%，主要由中國商業分部收入同比增長 7%至人民幣 1,722.26 億元（270.26 億美元），雲業務分部收入同比增長 20%至人民幣 195.39 億元（30.66 億美元），本地生活服務分部收入同比增長 27%至人民幣 121.41 億元（19.05 億美元），以及國際商業分部收入同比增長 18%至人民幣 164.49 億元（25.81 億美元）所驅動。
- 阿里巴巴生態體系的全球年度活躍消費者截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月期間達到約 12.80 億，較截至 2021 年 9 月 30 日止 12 個月增加約 4,300 萬。其中 9.79 億消費者來自中國市場，以及 3.01 億消費者來自海外，單季淨增加分別超過 2,600 萬及 1,600 萬。
- 經營利潤為人民幣 70.68 億元（11.09 億美元），同比下降 86%，當中包括與數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值人民幣 251.41 億元（39.45 億美元）。若不考慮該商譽減值的影響，經營利潤將同比下降 34%至人民幣 322.09 億元（50.54 億美元）。同比減少主要由於我們對增長業務的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。上述的商譽減值未計入非公認會計準則財務指標。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 27%至人民幣 448.22 億元（70.34 億美元）。

- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 204.29 億元（32.06 億美元）及淨利潤為人民幣 192.24 億元（30.17 億美元），同比分別下降 74%及 75%，主要由於人民幣 251.41 億元（39.45 億美元）的商譽減值以及我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少，該兩項並未計入非公認會計準則財務指標。非公認會計準則淨利潤為人民幣 446.24 億元（70.02 億美元），同比下降 25%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 7.51 元（1.18 美元）及攤薄每股收益為人民幣 0.94 元（0.15 美元或 1.15 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 16.87 元（2.65 美元），同比下降 23% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.11 元（0.33 美元或 2.58 港元），同比下降 23%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 803.66 億元（126.11 億美元）。非公認會計準則自由現金流為人民幣 710.22 億元（111.45 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 962.10 億元下降 26%，主要由於我們對增長業務的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措而導致利潤下降。

上述美國公認會計準則指標至非公認會計準則財務指標的調節見本業績公告下文。

業務及戰略進展

本季度開始，我們的分部報告有所更新，分別列示為中國商業、國際商業、本地生活服務、菜鳥、雲業務、數字媒體及娛樂，以及創新業務及其他。詳情請參閱下文的「12 月份季度分部信息」。

中國商業

截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月，我們的中國商業業務年度活躍消費者達到 8.82 億，單季淨增長約 2,000 萬，主要由淘特帶來增量。欠發達地區的新消費者比例持續增加，這反映了我們在擴大產品供應以滿足多樣化的消費者需求方面取得的成功。

在截至 2021 年 12 月 31 日止季度，淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得單位數增長，主要由於市場狀況放緩和競爭。按類目來看，服裝和配飾，以及消費電子類產品的實物商品 GMV 同比增長低於整體平均增長，而快速消費品和家居類產品的增長則更快。

淘特持續為消費者提供更多物有所值的產品，驅動消費者迅速增長。截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月，淘特擁有 2.80 億年度活躍消費者，較上季度增長 3,900 萬。淘特還成功實施了多項舉措，以優化物流成本，改善消費者的配送體驗。本季度，淘特上的支付訂單量同比強勁增長超過 100%。

截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的社區商業平台業務淘菜菜，繼續滲透到欠發達地區，同時實現了季度 GMV 環比 30% 的強勁增長。重要的是，淘菜菜帶動了我們的年度活躍消費者購買食品、雜貨和生鮮產品的更高滲透率，提高了消費者在我們平台上的購買頻次和黏性。同時，由於更高的地區訂單密度，以及供應鏈能力增強而提升了毛利率，令單位經濟效益持續改善。

國際商業

國際零售 – 於關鍵策略地區擴大消費者基礎

於 2021 年 12 月，我們主要包括 Lazada、速賣通、Trendyol 及 Daraz 在內的國際零售商業業務增長強勁。截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月，年度活躍消費者達到約 3.01 億，單季淨增加 1,600 萬。本季度，這些業務的整體訂單同比增長約 25%，主要受到期內 Lazada 及 Trendyol 分別錄得 52% 及 49% 的強勁同比增長所推動，並且有部分受到速賣通的歐洲訂單減少所抵銷，主要由於價值低於 22 歐元的跨境包裹被徵收增值稅所影響。

國際批發 – 加強增值服務以促進國際貿易

本季度，我們的國際批發商業業務展現強勁增長，受到從中國銷往其他主要發達及發展中國家的消費及工業商品的穩健出口增長所帶動，於 Alibaba.com 上完成的交易價值同比增長約 50%。Alibaba.com 通過提供增值服務，包括愈來愈多國際買家及賣家採用的國際物流及交易信用保障，由此推動國際貿易。截至 2021 年 12 月 31 日止季度，我們的國際批發商業收入同比強勁增長 29%，特別是其增值服務收入同比增長 43%。

本地生活服務

截至 2021 年 12 月 31 日止 12 個月，本地生活服務的年度活躍消費者約 3.72 億，單季淨增長 1,700 萬。截至 2021 年 12 月 31 日止季度，本地生活服務訂單量同比增長 22%。

到家 – 即時配送訂單維持健康增長並提升效率

在新商家數量快速增長及用戶滲透率提升的推動下，「到家」業務（包括餓了麼和淘鮮達）訂單量穩步增長，其中來自非餐的訂單比例上升。本季度，餓了麼的單位經濟效益同比改善，主要由於我們有序投入於用戶獲取及降低派送成本。

到目的地 – 提升用戶互動及使用頻次

在高德的用戶交易量及使用頻次推動下，「到目的地」業務（包括高德及飛豬）訂單量快速增長。高德是一款受歡迎的生活服務 APP，讓消費者可以發掘、聯繫並探索位於其目的地的本地商家。高德持續發展內容及服務，並由此獲得更高的用戶互動及忠誠度。在為期一周的中國國慶假期期間，高德創下了日活躍用戶超過 2 億的高紀錄。

菜鳥

於 12 月份季度，在抵銷跨分部交易的影響前，菜鳥的收入同比增長 23% 至人民幣 196 億元（30.76 億美元），主要增長來自向集團中國零售商業業務提供的物流履約解決方案和增值服務，以及於跨境及國際零售商業業務中來自第三方商家的收入增長。本季度，菜鳥總收入中的 67% 來自外部客戶。在抵銷跨分部交易的影響後，菜鳥的收入同比增長 15% 至人民幣 130.78 億元（20.52 億美元）。

菜鳥持續加強其國際物流基建，包括以 eHubs、幹線、分揀中心以及最後一公里派送網絡，加強端到端的物流能力。截至 2021 年 12 月 31 日止季度，菜鳥國際物流網的日均處理包裹量超過 500 萬個。本季度，菜鳥有四個位於西歐的自營分揀中心投入營運，使得菜鳥於區內的自營分揀中心總數增至七個。這些位於歐洲的分揀中心提升了包裹物流時效，幫助全球及本地商家更好的服務他們位於歐洲主要國家的消費者。

在中國，菜鳥持續構建具成本競爭力且高度可靠的物流服務網絡，以更好地服務位於鄉鎮的消費者。我們已加強菜鳥驛站的全國覆蓋，特別是欠發達及鄉鎮地區，同時與我們的中國電商業務的地理擴張戰略達致互補。於 2021 年 12 月 31 日，位於農村地區的菜鳥驛站數量同比增加了一倍多。

雲業務

於 12 月份季度，在抵銷跨分部交易的影響前雲業務總收入（當中包括服務其他阿里巴巴集團業務的跨分部交易收入）為人民幣 264.31 億元（41.48 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 221.75 億元同比增長 19%。在抵銷跨分部交易的影響後，雲業務收入同比增長人民幣 33.12 億元至人民幣 195.39 億元（30.66 億美元）。雲業務季度收入錄得同比 20% 的穩健增長，反映了來自金融及電訊行業的強勁增長，部分被雲業務的一位頭部客戶基於非產品相關的要求就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務的持續影響以及如互娛與在線教育等互聯網行業的客戶需求放緩所抵銷。

阿里雲的收入組成正愈趨多元化，其中來自非互聯網行業的客戶收入貢獻正在穩步上升。截至 2021 年 12 月 31 日止季度，來自非互聯網行業的客戶收入佔抵銷跨分部交易的影響後阿里雲總收入的 52%。

產品及服務

- **數據中心**：阿里雲繼續擴大其國際佈局，並於亞太區內新增了兩個數據中心，一個位於韓國，另一個位於泰國。目前，阿里雲為全球 25 個地區提供雲計算服務，包括馬來西亞、新加坡、印尼、日本、德國及迪拜。
- **ACK Anywhere**：阿里雲容器服務 Kubernetes 版已全面升級為 ACK Anywhere，這個最新版本提升了容器服務的技術表現，使企業客戶可以在任何類型數據中心體驗低成本、低延遲及本地化的公有雲產品。

技術

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

- **IaaS 和 PaaS**：根據於 2021 年 11 月發佈的 2021 Gartner Solution Scorecard for Integrated IaaS+PaaS，阿里雲在 IaaS（基礎設施即服務）及 PaaS（平台即服務）的組合產品獲得肯定，解決方案在所有參與評價的全球雲服務提供商之中獲評分排名第三。在 9 個評分類目之中、相較其他參評同一報告的全球雲服務提供商，阿里雲於計算、存儲、網絡和安全（基於參評標準）均獲得最高評分。
- **數據庫**：阿里雲連續第二年獲評入 2021 Gartner 雲數據庫管理系統魔力象限（2021 Magic Quadrant for Cloud Database Management Systems）的領導者。

數字媒體及娛樂

於 12 月份季度，優酷的日均付費用戶規模同比增長 14%，主要受到具競爭力的會員費及來自 88VIP 會員計劃的持續貢獻所帶動。優酷通過審慎投資於內容及製作能力，持續改善營運效率，從而達致本季度虧損同比有所收窄。

阿里影業在內容投入及發行方面持續表現穩健。本季度阿里影業參與了中國主要票房中超過 70% 的電影製作及發行。

環境、社會及管治（ESG）策略及更新

於 2021 年 12 月 17 日，我們發佈了集團首份《阿里巴巴碳中和行動報告》，並公佈集團對氣候倡議的目標及策略。2020 年，阿里巴巴計及範圍 1 至範圍 3¹ 的總溫室氣體排放為 951 萬噸二氧化碳。這是我們成立以來首次對溫室氣體排放展開全面盤查。在過程中，我們追求科學嚴謹、全面準確的態度，而鑑於圍繞著我們多元業務的實踐領域之中盤查過程具複雜性，我們同時充分意識到這是一項持久的任務，仍有很多工作需要進行。

阿里巴巴已經製訂一套全方位的減碳戰略。我們計劃於 2030 年致力實現：

- 範圍 1 及範圍 2 的碳中和；
- 範圍 3 的碳排放強度降低 50%；以及
- 阿里雲實現範圍 3 的碳中和。

我們的減碳成果將交由權威機構進行測量、認證和審核。我們整合了具備三個層次的 ESG 治理框架，以監督和支持我們實踐碳中和目標，乃至更廣泛的 ESG 目標。為實現這些目標，我們將採取以技術主導的方法，其中包括：

¹ 範圍 1、範圍 2 及範圍 3 是根據全球溫室氣體排放準則所定義。範圍 1 定義為由自身或可控制來源產生的直接排放；範圍 2 定義為購買電力、蒸汽、供熱或供冷而產生的間接排放；範圍 3 則定義為由企業活動產生的排放，包括上游和下游的排放，當中包括購買產品和服務而產生的排放、使用企業出售的產品而產生的排放、員工出勤、商務差旅和其他方面的排放。

- 利用技術提高能源效率；
- 透過採用清潔能源逐步升級我們的能源結構；以及
- 積極推動碳減排、碳消除和碳抵銷的舉措。

我們相信集團推動溫室氣體減排的潛力，遠遠大於自身於範圍 1 至範圍 3 的排放，尤其是阿里巴巴數字平台生態正在服務數以百萬計的商家，以及超過 10 億消費者。在範圍 1 至範圍 3 碳排放的基礎上，我們提出「範圍 3+」的概念，所指的是平台生態中更廣泛參與者產生的碳排放。除了自身營運外，我們希望在平台上支持企業及激勵消費者減少排放，目標是到 2035 年前實現平台生態累計減碳 15 億噸（範圍 3+）。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2021 年 12 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 803.66 億元（126.11 億美元），相較 2020 年同期的人民幣 1,032.08 億元下降 22%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標），從截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的人民幣 962.10 億元下降 26% 至截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的人民幣 710.22 億元（111.45 億美元），主要由於我們對增長業務的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措而導致利潤下降。經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節見本業績公告下文。

股份回購

於 12 月份季度，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 14 億美元回購了約 10.1 百萬股美國存託股（相等於約 80.7 百萬股普通股）。截至 2021 年 12 月 31 日止九個月，我們根據本公司的股份回購計劃，以約 77 億美元回購了約 42.2 百萬股美國存託股（相等於約 337.5 百萬股普通股），佔整個 150 億美元股份回購計劃的 51%。截至 2021 年 12 月 31 日，我們已發行和流通的普通股為約 215 億股（相等於約 27 億股美國存託股）。我們目前的股份回購計劃將於 2022 年 12 月底到期。

12 月份季度財務業績概要

截至 12 月 31 日止三個月

	2020		2021		%同比變動
	人民幣	人民幣	美元		
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)				
收入	221,084	242,580	38,066		10%
經營利潤	49,002	7,068	1,109		(86)% ⁽²⁾
經營利潤率	22%	3%			
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	68,380	51,364	8,060		(25)% ⁽³⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	31%	21%			
經調整 EBITA ⁽¹⁾	61,253	44,822	7,034		(27)% ⁽³⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	28%	18%			
淨利潤	77,977	19,224	3,017		(75)% ⁽⁴⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	79,427	20,429	3,206		(74)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	59,207	44,624	7,002		(25)% ⁽³⁾
攤薄每股收益 ⁽⁵⁾	3.61	0.94	0.15		(74)% ⁽⁴⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁵⁾	28.85	7.51	1.18		(74)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	2.75	2.11	0.33		(23)% ⁽³⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	22.03	16.87	2.65		(23)% ⁽³⁾

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

(2) 同比下降主要由於與數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值人民幣 25,141 百萬元（3,945 百萬美元），我們對增長業務（如淘特，淘菜菜，LAZADA 和餓了麼）的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。商譽減值未計入非公認會計準則財務指標。

(3) 同比減少主要由於我們對增長業務（如淘特，淘菜菜，LAZADA 和餓了麼）的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。

(4) 同比減少主要原因是經營利潤下降，以及由於我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

12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 12 月 31 日止三個月										
	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 ⁽¹⁾	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他	人民幣	人民幣	
			人民幣			人民幣	人民幣		美元	
收入	172,226	16,449	12,141	13,078	19,539	8,113	1,034	—	242,580	38,066
經營利潤(虧損)	54,469	(3,707)	(7,644)	(987)	(2,137)	(2,139)	(2,434)	(28,353)	7,068	1,109
加：股權激勵費用	2,740	769	1,158	639	2,267	566	608	1,029	9,776	1,535
加：無形資產攤銷	580	21	1,499	256	4	199	217	61	2,837	445
加：商譽減值	—	—	—	—	—	—	—	25,141	25,141	3,945
經調整 EBITA	57,789	(2,917)	(4,987)	(92)	134	(1,374)	(1,609)	(2,122)	44,822	7,034
經調整 EBITA 利潤率	34%	(18)%	(41)%	(1)%	1%	(17)%	(156)%	—	18%	
截至 2020 年 12 月 31 日止三個月										
	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 ⁽¹⁾	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他	人民幣	人民幣	
			人民幣			人民幣	人民幣			
收入	161,328	13,920	9,536	11,360	16,227	8,079	634	—	221,084	
經營利潤(虧損)	68,590	(2,149)	(7,242)	(713)	(2,344)	(2,387)	(2,127)	(2,626)	49,002	
加：股權激勵費用	2,789	652	959	190	2,118	770	1,063	538	9,079	
加：無形資產攤銷	568	49	1,956	282	5	228	23	61	3,172	
經調整 EBITA	71,947	(1,448)	(4,327)	(241)	(221)	(1,389)	(1,041)	(2,027)	61,253	
經調整 EBITA 利潤率	45%	(10)%	(45)%	(2)%	(1)%	(17)%	(164)%	—	28%	

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息。我們更新後的分部包括：

- 中國商業，該分部主要包括零售業務如淘寶、天貓、淘特、淘菜菜、天貓超市、天貓國際、盒馬、阿里健康和高鑫零售，以及包括 1688.com 在內的批發業務；
- 國際商業，該分部主要包括我們的國際零售與批發業務，如 Lazada、速賣通、Trendyol、Daraz 及 Alibaba.com；
- 本地生活服務，該分部主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德（此前於創新業務及其他分部匯報）、飛豬及淘鮮達；
- 菜鳥，該分部包括國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案；
- 雲業務，該分部包括阿里雲及釘釘；

- 數字媒體及娛樂，該分部包括優酷和阿里影業，以及其他內容平台和線上遊戲業務；以及
 - 創新業務及其他，該分部包括如天貓精靈及達摩院等業務。
- 可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(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。由於我們的管理層認為商譽減值並不屬於分部經營業績指標的一部分，因此商譽減值在分部信息中列示為未分攤項目。

過去九個月分部信息

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 12 月 31 日止九個月

	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 ⁽²⁾	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他	人民幣	人民幣	美元
			人民幣			人民幣	人民幣			
收入	452,375	46,743	33,046	34,525	55,597	24,267	2,457	—	649,010	101,844
經營利潤(虧損)	139,748	(8,737)	(23,982)	(2,839)	(5,765)	(4,849)	(6,697)	(33,958)	52,921	8,304
加：股權激勵費用	7,980	2,233	3,035	1,481	6,623	1,515	1,775	3,066	27,708	4,348
加：無形資產攤銷	2,237	76	4,655	805	12	610	245	176	8,816	1,384
加：無形資產攤銷	—	—	—	—	—	—	—	25,141	25,141	3,945
經調整 EBITA	149,965	(6,428)	(16,292)	(553)	870	(2,724)	(4,677)	(5,575)	114,586	17,981
經調整 EBITA 利潤率	33%	(14)%	(49)%	(2)%	2%	(11)%	(190)%	—	18%	

截至 2020 年 12 月 31 日止九個月

	中國商業	國際商業	本地	菜鳥	雲業務	數字媒體	創新業務	未分攤 ⁽²⁾	合併	
	人民幣	人民幣	生活服務	人民幣	人民幣	及娛樂	及其他	人民幣	人民幣	人民幣
			人民幣			人民幣	人民幣			
收入	371,292	35,435	27,319	27,299	43,693	23,139	1,717	—	529,894	
經營利潤(虧損)	160,970	(5,945)	(19,657)	(2,875)	(10,142)	(6,756)	(5,667)	(12,587)	97,341	
加：股權激勵費用	12,005	3,339	4,122	1,727	8,216	2,635	2,047	7,397	41,488	
加：無形資產攤銷	1,087	157	5,892	920	17	701	67	171	9,012	
經調整 EBITA	174,062	(2,449)	(9,643)	(228)	(1,909)	(3,420)	(3,553)	(5,019)	147,841	
經調整 EBITA 利潤率	47%	(7)%	(35)%	(1)%	(4)%	(15)%	(207)%	—	28%	

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「12月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(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。由於我們的管理層認為商譽減值並不屬於分部經營業績指標的一部分，因此商譽減值在分部信息中列示為未分攤項目。

12 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的收入為人民幣 242,580 百萬元（38,066 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 221,084 百萬元增長 10%。上述增長主要由我們的中國商業、雲業務、本地生活服務以及國際商業分部的收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月					
	2020		2021		%佔收入 比例	%同比 變動
	人民幣	%佔收入 比例	人民幣	美元		
			(以百萬計，百分比除外)			
中國商業：						
中國零售商業						
— 客戶管理	101,449	46%	100,089	15,706	41%	(1)%
— 直營及其他 ⁽¹⁾	56,048	25%	67,906	10,656	28%	21%
	157,497	71%	167,995	26,362	69%	7%
中國批發商業	3,831	2%	4,231	664	2%	10%
中國商業合計	161,328	73%	172,226	27,026	71%	7%
國際商業						
國際零售商業	10,158	5%	11,606	1,821	5%	14%
國際批發商業	3,762	2%	4,843	760	2%	29%
國際商業合計	13,920	7%	16,449	2,581	7%	18%
本地生活服務	9,536	4%	12,141	1,905	5%	27%
菜鳥	11,360	5%	13,078	2,052	5%	15%
雲業務	16,227	7%	19,539	3,066	8%	20%
數字媒體及娛樂	8,079	4%	8,113	1,273	3%	0%
創新業務及其他	634	0%	1,034	163	1%	63%
總計	221,084	100%	242,580	38,066	100%	10%

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「12 月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 中國零售商業業務項下「直營及其他」收入主要來自我們的直營業務（主要包括高鑫零售，天貓超市和盒馬），而該業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。

中國商業

• 中國零售商業

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 167,995 百萬元（26,362 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 157,497 百萬元增長 7%。客戶管理收入同比下降 1%，主要由於市場狀況放緩和競爭而導致淘寶和天貓的線上實物商品 GMV（剔除未支付訂單）同比錄得單位數增長。此外，我們加大了商家支持力度，一部分通過激勵計劃引導商家使用新的增值服務；同時也策略性調減一些服務收費，以降低商家在消費環境放慢下的營

運開支。

中國零售商業業務項下的「直營及其他」收入為人民幣67,906百萬元（10,656百萬美元），相較2020年同期的人民幣56,048百萬元增長21%。該增長主要來自包括高鑫零售，盒馬及天貓超市的直營業務的收入所貢獻。

- **中國批發商業**

截至2021年12月31日止三個月，中國批發商業收入為人民幣4,231百萬元（664百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,831百萬元增長10%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的增值服務消費上升。

國際商業

- **國際零售商業**

截至2021年12月31日止三個月，國際零售商業收入為人民幣11,606百萬元（1,821百萬美元），相較2020年同期的人民幣10,158百萬元增長14%。增長的主要原因是來自Lazada的收入增長。同比增長放緩主要由於Trendyol 收入增速受土耳其里拉對人民幣匯率貶值帶來的負面影響而放緩，以及速賣通的歐洲訂單因價值低於22歐元的跨境包裹被徵收增值稅而減少。

- **國際批發商業**

截至2021年12月31日止三個月，國際批發商業收入為人民幣4,843百萬元（760百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,762百萬元增長29%。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。

本地生活服務

本地生活服務主要包括基於位置服務，如餓了麼、高德、飛豬及淘鮮達，截至2021年12月31日止三個月，本地生活服務收入為人民幣12,141百萬元（1,905百萬美元），相較2020年同期的人民幣9,536百萬元增長27%，主要由於訂單量的增長以及被視作收入沖減項的補貼效率的提升所致。

菜鳥

截至2021年12月31日止三個月，菜鳥收入主要來自其國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案，抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣13,078百萬元（2,052百萬美元），相較2020年同期的人民幣11,360百萬元增長15%，主要原因是對跨境及國際零售商業業務的滲透率提升以及為商家提供的增值服務的收入增加。在抵銷跨分部交易的影響前菜鳥總收入（當中包括服務其他阿里巴巴業務的跨分部交易收入）合計為人民幣19,600百萬元（3,076百萬美元），相較2020年同期的人民幣15,923百萬元增長23%。同比增長反映了外部收入的增長以及向我們的中國零售商業業務（如天貓，淘寶和淘特）提供的物流履約解決方案和增值服務的增長。

雲業務

截至2021年12月31日止三個月，雲業務抵銷跨分部交易的影響後收入為人民幣19,539百萬元（3,066百萬美元），相較2020年同期的人民幣16,227百萬元增加人民幣3,312百萬元。雲業務收入錄得同比20%的穩健增長，反映了來自金融及電訊行業的強勁增長，部分被雲業務的一位頭部客戶基於非產品相關的要求就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務的持續影響以及如互娛與在線教育等互聯網行業的客戶需求放緩所抵銷。在抵銷跨分部交易的影響前雲業務總收入（當中包括服務其他阿里巴巴業務的跨分部交易收入）合計為人民幣26,431百萬元（4,148百萬美元），相較2020年同期的人民幣22,175百萬元增長19%。

數字媒體及娛樂

截至2021年12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8,113百萬元（1,273百萬美元），2020年同期為人民幣8,079百萬元。

創新業務及其他

截至2021年12月31日止三個月，來自創新業務及其他分部的收入為人民幣1,034百萬元（163百萬美元），相較2020年同期的人民幣634百萬元增長63%。

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12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	121,268	55%	146,658	23,014	61%	6%
產品開發費用	13,607	6%	15,705	2,465	6%	0%
銷售和市場費用	25,343	11%	36,706	5,760	15%	4%
一般及行政費用	8,692	4%	8,465	1,328	4%	0%
無形資產攤銷	3,172	2%	2,837	445	1%	(1)%
商譽減值	—	—	25,141	3,945	10%	10%
成本及費用總額	<u>172,082</u>	<u>78%</u>	<u>235,512</u>	<u>36,957</u>	<u>97%</u>	<u>19%</u>
股權激勵費用：						
營業成本	2,143	1%	2,307	362	1%	0%
產品開發費用	4,022	2%	4,196	659	2%	0%
銷售和市場費用	1,085	0%	1,199	188	0%	0%
一般及行政費用	1,829	1%	2,074	326	1%	0%
股權激勵費用總額	<u>9,079</u>	<u>4%</u>	<u>9,776</u>	<u>1,535</u>	<u>4%</u>	<u>0%</u>

不含股權激勵費用的成本及費用：

營業成本	119,125	54%	144,351	22,652	60%	6%
產品開發費用	9,585	4%	11,509	1,806	4%	0%
銷售和市場費用	24,258	11%	35,507	5,572	15%	4%
一般及行政費用	6,863	3%	6,391	1,002	3%	0%
無形資產攤銷	3,172	2%	2,837	445	1%	(1)%
商譽減值	—	—	25,141	3,945	10%	10%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	<u>163,003</u>	<u>74%</u>	<u>225,736</u>	<u>35,422</u>	<u>93%</u>	<u>19%</u>

營業成本 – 截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的營業成本為人民幣 146,658 百萬元（23,014 百萬美元），佔收入比例 61%，相較 2020 年同期為人民幣 121,268 百萬元，佔收入比例 55%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例將從截至 2020 年 12 月 31 日止三個月的 54% 增加至截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的 60%。該增加主要由於 (i) 直營業務（如高鑫零售，天貓超市和盒馬）佔比提高，從而導致存貨成本佔收入比例上升；以及 (ii) 淘菜菜業務增長導致物流成本佔收入比例上升。

產品開發費用 – 截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的產品開發費用為人民幣 15,705 百萬元（2,465 百萬美元），佔收入比例 6%，2020 年同期為人民幣 13,607 百萬元，佔收入比例 6%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2021 年 12 月 31 日止三個月及去年同期產品開發費用佔收入的比例將平穩維持在 4%。

銷售和市場費用 – 截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的銷售和市場費用為人民幣 36,706 百萬元（5,760 百萬美元），佔收入比例 15%，2020 年同期為人民幣 25,343 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 12 月 31 日止三個月的 11% 增加至截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的 15%。該增加主要為了我們的移動商業 APP（包括淘特、淘寶、Lazada 及餓了麼）的用戶獲取及提升其參與度而增加的市場和推廣費用。

一般及行政費用 – 截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 8,465 百萬元（1,328 百萬美元），佔收入比例 4%，2020 年同期為人民幣 8,692 百萬元，佔收入比例 4%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至 2021 年 12 月 31 日止三個月及去年同期一般及行政費用佔收入的比例將平穩維持在 3%。

股權激勵費用 – 截至 2021 年 12 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 9,776 百萬元（1,535 百萬美元），相較 2020 年同期的人民幣 9,079 百萬元增加 8%。截至 2021 年 12 月 31 日止三個月及去年同期股權激勵費用佔收入的比例平穩維持在 4%。

所示期間內，按股權激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

	截至 12 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)					
按激勵類型：						
阿里巴巴集團的股權激勵 ⁽¹⁾	7,694	4%	7,874	1,236	3%	2%
螞蟻集團的股權激勵 ⁽²⁾	542	0%	340	54	0%	(37)%
其他 ⁽³⁾	843	0%	1,562	245	1%	85%
股權激勵費用合計	9,079	4%	9,776	1,535	4%	8%

(1) 此代表授予我們員工的阿里巴巴集團的股權激勵。

(2) 此代表授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵，按市值計價作會計處理。

(3) 此代表我們子公司的股權激勵。

相較2020年同期，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。

我們預計股權激勵費用將繼續受到相關激勵的公允價值以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。

無形資產攤銷 – 截至2021年12月31日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,837百萬元（445百萬美元），相較2020年同期的人民幣3,172百萬元下降11%。

商譽減值 – 根據年度商譽減值評估，截至2021年12月31日止三個月錄得人民幣25,141百萬元（3,945百萬美元）的商譽減值，該減值反映數字媒體及娛樂分部的若干報告單位的賬面價值超過其公允價值。

經營利潤及經營利潤率

截至2021年12月31日止三個月的經營利潤為人民幣7,068百萬元（1,109百萬美元），佔收入比例3%，相較2020年同期為人民幣49,002百萬元，佔收入比例22%，同比下降86%，主要由於與數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值人民幣25,141百萬元（3,945百萬美元）、對增長業務（如淘特，淘菜菜，LAZADA和餓了麼）的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。商譽減值未計入非公認會計準則財務指標。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2021年12月31日止三個月的經調整EBITDA為人民幣51,364百萬元（8,060百萬美元），相較2020年同期的人民幣68,380百萬元減少25%。截至2021年12月31日止三個月的經調整EBITA為人民幣44,822百萬元（7,034百萬美元），相較2020年同期的人民幣61,253百萬元減少27%。同比減少主要由於我們對增長業務（如淘特，淘菜菜，LAZADA和餓了麼）的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。淨利潤調整至經調整EBITDA及經調整EBITA的調節見本業績公告下文。

按分部劃分的經調整 EBITA 及經調整 EBITA 利潤率

按分部劃分的經調整EBITA及經調整EBITA利潤率如下。關於經營利潤（虧損）和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「12月份季度分部信息」。

雲業務分部 – 雲業務分部截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為盈利人民幣 134 百萬元（21 百萬美元），2020 年同期為虧損人民幣 221 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 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,374 百萬元（216 百萬美元），2020 年同期為虧損人民幣 1,389 百萬元。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 1,609 百萬元（252 百萬美元），2020 年同期為虧損人民幣 1,041 百萬元，主要由於我們加大對技術和創新的投入。

利息收入和投資淨收益

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣 18,361 百萬元（2,881 百萬美元），2020 年同期為人民幣 40,036 百萬元，主要由於我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少。此外，在 2020 年同期，因我們於 2020 年 10 月合併高鑫零售後對先前持有的股權重估而確認了人民幣 64 億元的一次性收益。

上述提及的收益和損失未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的其他淨收益為人民幣 5,083 百萬元（798 百萬美元），2020 年同期為人民幣 2,826 百萬元，主要由於匯兌淨收益增加。

所得稅費用

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的所得稅費用為人民幣 9,553 百萬元（1,499 百萬美元），2020 年同期為人民幣 9,194 百萬元。

截至 2021 年 12 月 31 日止三個月的有效稅率增長至 33%，2020 年同期為 10%，主要由於本季度確認的商譽減值。若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失、以及來自權益法核算的投資損益的基礎差異的遞延所得稅影響，截至 2021 年 12 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2021年12月31日止三個月的權益法核算的投資損益為損失人民幣549百萬元（86百萬美元），2020年同期為損失人民幣3,601百萬元。截至2021年12月31日止三個月同比的權益法核算的投資損益構成如下：

	截至 12 月 31 日止三個月		
	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	4,796	5,811	912
- 其他	(100)	(1,632)	(256)
減值損失	(7,196)	(3,577)	(561)
其他 ⁽¹⁾	(1,101)	(1,151)	(181)
總計	<u>(3,601)</u>	<u>(549)</u>	<u>(86)</u>

(1) 「其他」主要包括對於權益法核算的被投資方的無形資產攤銷，與授予我們權益法核算的被投資方的員工的股權激勵相關費用以及攤薄權益法核算的投資而產生的損益。

我們延後一個季度計入所有權益法核算的投資損益。與螞蟻集團有關的權益法核算的投資收益同比增加，主要由於螞蟻集團所持有的投資的淨收益增加。此外，其他權益法核算的投資損益同比減少，主要由於我們權益法核算的被投資方的整體財務表現有所下降。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2021年12月31日止三個月的淨利潤為人民幣19,224百萬元（3,017百萬美元），相較2020年同期為淨利潤人民幣77,977百萬元減少75%。同比減少主要原因是我們的經營利潤減少以及我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少。

剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2021年12月31日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣44,624百萬元（7,002百萬美元），相較2020年同期的人民幣59,207百萬元減少25%。淨利潤調整至非公認會計準則淨利潤的調節見本業績公告下文。

歸屬於普通股股東的淨利潤

截至2021年12月31日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣20,429百萬元（3,206百萬美元），較2020年同期的人民幣79,427百萬元減少74%。同比減少主要原因是我們的經營利潤減少以及我們所持有的股權投資的公允價格變動而產生的淨收益減少。

攤薄每股美國存託股/每股收益及非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益

截至2021年12月31日止三個月，按本季度21,716百萬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7.51元（1.18美元），較2020年同期按22,021百萬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28.85元減少74%。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2021年12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16.87元（2.65美元），較2020年同期的人民幣22.03元減少23%。

截至2021年12月31日止三個月攤薄每股收益為人民幣0.94元（0.15美元或1.15港元），較2020年同期的攤薄每股收益為人民幣3.61元減少74%。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、商譽和投資的減值損失以及其他若干項目，截至2021年12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2.11元（0.33美元或2.58港元），較2020年同期的人民幣2.75元減少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

於2021年12月31日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣478,528百萬元（75,091百萬美元），而2021年3月31日為人民幣473,638百萬元，增加主要由於經營活動產生的自由現金流人民幣113,944百萬元（17,880百萬美元），部分被股份回購的現金支出人民幣49,093百萬元（7,704百萬美元），投資和收購活動的現金支出人民幣46,557百萬元（7,306百萬美元）及償還無擔保優先票據1,500百萬美元所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2021年12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80,366百萬元（12,611百萬美元），相較2020年同期的人民幣103,208百萬元減少22%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）截至2021年12月31日止三個月為人民幣71,022百萬元（11,145百萬美元），相較2020年同期的人民幣96,210百萬元減少26%。同比減少主要由於我們對增長業務的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措而導致利潤下降。經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節見本業績公告下文。

投資活動所用的現金流量

截至2021年12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33,790百萬元（5,302百萬美元），主要反映了(i) 短期投資增加人民幣15,450百萬元（2,424百萬美元），(ii) 資本性支出人民幣13,351百萬元（2,095百萬美元），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4,098百萬元（643百萬美元）以及(iii) 投資和收購活動的現金支出人民幣11,421百萬元（1,792百萬美元）。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6,705百萬元（1,052百萬美元）所抵銷。

員工

截至2021年12月31日，我們的員工總數為259,316人，截至2021年9月30日為258,578人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2022 年 2 月 24 日美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午八時三十分）舉行電話會議，以討論財務業績。

電話會議的詳情如下：

國際：+65 6780 1201

美國：+1 332 208 9458

英國：+44 20 3692 8123

中國香港：+852 3018 8307

中國固定網絡：800 820 2079

中國移動電話：400 820 6895

會議編號：5436218（英語）

會議編號：8955235（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

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

我們的業績公告及所附幻燈片由 2022 年 2 月 24 日起在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <http://www.alibabagroup.com/tc/ir/home>。

關於阿里巴巴集團

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

聯繫方式

投資者關係聯繫

Rob Lin

investor@alibaba-inc.com

媒體聯繫

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

Liyan Chen

liyan.chen@alibaba-inc.com

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

匯率資料

本業績公告包含若干人民幣金額兌換為美元及港元的財務數據，僅為方便讀者。除另有註明外，人民幣兌換為美元的所有折算均按人民幣 6.3726 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2021 年 12 月 30 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。人民幣兌換為港元的所有折算均按人民幣 0.8176 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2021 年 12 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。

安全港聲明

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據 1995 年美國私人證券訴訟改革法案 (U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995) 中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「可能」、「會」、「預期」、「預計」、「未來」、「旨在」、「估計」、「擬」、「尋求」、「計劃」、「相信」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」、「相當可能」等用語及類似陳述來識別。此外，任何不屬過往事實的陳述，包括有關阿里巴巴戰略及業務規劃的陳述，關於阿里巴巴業務發展及收入增長的信念、預期及指導，本公告中所述業務前景及管理層看法以及阿里巴巴的戰略及運營計劃均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。阿里巴巴亦可能在其提交予美國證券交易委員會（「證交會」）以及於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）網站發佈的定期報告、公告、新聞稿件及其他書面材料中做出前瞻性陳述或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果，包括但不限於以下事項：阿里巴巴維持其生態系統的可信賴狀態的能力；與持續投資阿里巴巴業務、戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴保持或增加其收入或業務的能力；阿里巴巴持續有效競爭及維持及改善生態體系網絡效應的能力；公司文化；阿里巴巴持續創新的能力；與運營一家複雜且龐大的公司有關的風險及挑戰；與我們收購、投資和業務合作有關的風險；與擴大我們的國際及跨境業務及其運營有關的風險；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性，包括保護主義或國家安全政策；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動（包括反壟斷和不正当競爭法規）；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現及監管環境；安全漏洞；中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動；新冠疫情的影響，以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

非公認會計準則財務指標

為補充根據公認會計準則編制及呈列的合併財務報表，我們使用以下非公認會計準則財務指標：對於我們的合併業績，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（「經調整 EBITDA」）（包括經調整 EBITDA 利潤率），經調整息稅及攤銷前利潤（「經調整 EBITA」）（包括經調整 EBITA 利潤率）、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、非公認會計準則淨利潤和非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益有助於我們識別業務的基本趨勢，避免由於在經營利潤、淨利潤和攤薄每股/每股美國存託股收益中計入某些收支導致這些趨勢失真。我們認為這些非公認會計準則財務指標提供了關於業務業績的實用信息、增強對過往表現及未來前景的整體理解，並且有助於更清晰地了解管理層在財務和運營決策中所使用的核心指標。我們呈列了三種不同的利潤指標，即經調整 EBITDA、經調整 EBITA 和非公認會計準則淨利潤，以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、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、淨利潤、攤薄每股/每股美國存託股收益、現金流量或任何其他業績指標，亦不應視為或詮釋為我們的經營業績。本節所列的非公認會計準則財務指標在美國公認會計準則下並無標準含義，也不應與其他公司提供的名稱類似的指標相比較，因為其他公司的計算方式可能不同，所以限制了其與我們相應數據的可比性。

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

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

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、商譽和投資減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）及其他，以及非公認會計準則調整所產生的所得稅影響。

非公認會計準則攤薄每股收益 指歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的期間已發行股份的加權平均數。**非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益** 按普通股與美國存託股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。

自由現金流 指我們的合併現金流量表中列報的經營活動產生的現金流量淨額減去購置物業及設備（不包括購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程）和無形資產，以及從經營活動產生的現金流量淨額中剔除我們交易市場商家存入的消費者保護基金的資金。我們自投資活動產生的現金流量中減去若干項目，以提高貢獻收入的業務經營所產生現金流的透明度。我們剔除了「購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程」，因為企業園區主要作為我們的企業及管理用途且與我們貢獻收入的業務經營不直接相關。我們還剔除了我們交易市場商家存入的消費者保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付消費者對商家的索賠。

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

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併利潤表

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計，每股數據除外)			(以百萬計，每股數據除外)		
收入	221,084	242,580	38,066	529,894	649,010	101,844
營業成本	(121,268)	(146,658)	(23,014)	(295,751)	(400,505)	(62,848)
產品開發費用	(13,607)	(15,705)	(2,465)	(43,934)	(44,521)	(6,986)
銷售和市場費用	(25,343)	(36,706)	(5,760)	(56,366)	(92,599)	(14,531)
一般及行政費用	(8,692)	(8,465)	(1,328)	(27,490)	(24,507)	(3,846)
無形資產攤銷	(3,172)	(2,837)	(445)	(9,012)	(8,816)	(1,384)
商譽減值	—	(25,141)	(3,945)	—	(25,141)	(3,945)
經營利潤	49,002	7,068	1,109	97,341	52,921	8,304
利息收入和投資淨收益	40,036	18,361	2,881	72,683	21,006	3,296
利息費用	(1,092)	(1,186)	(186)	(3,316)	(3,720)	(583)
其他淨收支	2,826	5,083	798	5,467	8,903	1,397
扣除所得稅及權益法核算的						
投資損益前的利潤	90,772	29,326	4,602	172,175	79,110	12,414
所得稅費用	(9,194)	(9,553)	(1,499)	(22,229)	(24,736)	(3,882)
權益法核算的投資損益	(3,601)	(549)	(86)	992	11,062	1,736
淨利潤	77,977	19,224	3,017	150,938	65,436	10,268
歸屬於非控制性權益的淨損失	1,558	1,322	207	5,006	5,666	889
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	79,535	20,546	3,224	155,944	71,102	11,157
夾層權益的增值	(108)	(117)	(18)	(157)	(165)	(25)
歸屬於普通股股東的淨利潤	79,427	20,429	3,206	155,787	70,937	11,132
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾						
基本	3.67	0.95	0.15	7.21	3.28	0.51
攤薄	3.61	0.94	0.15	7.09	3.25	0.51
歸屬於普通股股東的						
每股美國存託股收益⁽¹⁾						
基本	29.36	7.59	1.19	57.68	26.26	4.12
攤薄	28.85	7.51	1.18	56.71	25.96	4.07
用於計算每股收益的加權						
平均股數（百萬股）⁽¹⁾						
基本	21,643	21,516		21,608	21,610	
攤薄	22,021	21,716		21,969	21,849	

(1) 每股美國存託股代表八股普通股。

阿里巴巴集團控股有限公司 收入

所示期間內按分部劃分的收入如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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
中國商業 ⁽¹⁾	161,328	172,226	27,026	371,292	452,375	70,988
國際商業 ⁽²⁾	13,920	16,449	2,581	35,435	46,743	7,335
本地生活服務 ⁽³⁾	9,536	12,141	1,905	27,319	33,046	5,185
菜鳥 ⁽⁴⁾	11,360	13,078	2,052	27,299	34,525	5,418
雲業務 ⁽⁵⁾	16,227	19,539	3,066	43,693	55,597	8,724
數字媒體及娛樂 ⁽⁶⁾	8,079	8,113	1,273	23,139	24,267	3,808
創新業務及其他 ⁽⁷⁾	634	1,034	163	1,717	2,457	386
總計	221,084	242,580	38,066	529,894	649,010	101,844

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「12月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

- (1) 中國商業收入，主要來自我們的中國零售業務包括淘寶、天貓、高鑫零售、天貓超市、盒馬，以及包括1688.com在內的批發業務。
- (2) 國際商業收入，主要來自我們的國際零售業務包括 Lazada、速賣通以及包括 Alibaba.com 在內的國際批發業務。
- (3) 本地生活服務收入，主要來自餓了麼。
- (4) 菜鳥收入，主要來自國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案。
- (5) 雲業務收入，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。
- (6) 數字媒體及娛樂收入，主要來自優酷以及其他內容平台和線上遊戲業務。
- (7) 創新業務及其他收入，主要來自天貓精靈與其他創新業務。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。

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
中國商業	68,590	54,469	8,547	160,970	139,748	21,930
國際商業	(2,149)	(3,707)	(582)	(5,945)	(8,737)	(1,371)
本地生活服務	(7,242)	(7,644)	(1,200)	(19,657)	(23,982)	(3,763)
菜鳥	(713)	(987)	(155)	(2,875)	(2,839)	(446)
雲業務	(2,344)	(2,137)	(335)	(10,142)	(5,765)	(905)
數字媒體及娛樂	(2,387)	(2,139)	(335)	(6,756)	(4,849)	(761)
創新業務及其他	(2,127)	(2,434)	(382)	(5,667)	(6,697)	(1,051)
未分攤	(2,626)	(28,353)	(4,449)	(12,587)	(33,958)	(5,329)
總計	49,002	7,068	1,109	97,341	52,921	8,304

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「12月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
中國商業	71,947	57,789	9,068	174,062	149,965	23,533
國際商業	(1,448)	(2,917)	(458)	(2,449)	(6,428)	(1,009)
本地生活服務	(4,327)	(4,987)	(783)	(9,643)	(16,292)	(2,557)
菜鳥	(241)	(92)	(14)	(228)	(553)	(87)
雲業務	(221)	134	21	(1,909)	870	137
數字媒體及娛樂	(1,389)	(1,374)	(216)	(3,420)	(2,724)	(427)
創新業務及其他	(1,041)	(1,609)	(252)	(3,553)	(4,677)	(734)
未分攤	(2,027)	(2,122)	(332)	(5,019)	(5,575)	(875)
總計	61,253	44,822	7,034	147,841	114,586	17,981

由本季度起，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息，請參見上述「12月份季度分部信息」。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併資產負債表

	於 3 月 31 日	於 12 月 31 日	
	2021	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
資產			
流動資產：			
現金及現金等價物	321,262	293,113	45,996
短期投資	152,376	185,415	29,095
受限制現金及應收託管資金	35,207	40,061	6,286
股權證券及其他投資	9,807	16,405	2,574
預付款項、應收款項及其他資產	124,708	140,144	21,992
流動資產總額	643,360	675,138	105,943
股權證券及其他投資	237,221	259,133	40,664
預付款項、應收款項及其他資產	98,432	112,860	17,710
權益法核算的投資	200,189	217,208	34,085
物業及設備（淨值）	147,412	165,056	25,901
無形資產（淨值）	70,833	61,935	9,719
商譽	292,771	269,237	42,249
資產總額	1,690,218	1,760,567	276,271
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	3,606	7,906	1,241
短期無擔保優先票據	9,831	—	—
應付所得稅	25,275	26,808	4,207
預提費用、應付款項及其他負債	261,140	281,867	44,231
商家保證金	15,017	28,045	4,401
遞延收入及客戶預付款	62,489	65,881	10,338
流動負債總額	377,358	410,507	64,418

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 12 月 31 日	
	2021	2021	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	3,158	3,562	559
遞延所得稅負債	59,598	62,173	9,756
長期銀行借款	38,335	37,107	5,823
長期無擔保優先票據	97,381	94,624	14,849
其他負債	30,754	32,440	5,090
負債總額	606,584	640,413	100,495
承諾及或有事項	—	—	—
夾層權益	8,673	10,608	1,664
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	394,308	415,015	65,125
庫存股（按成本計）	—	(1,115)	(175)
應收股權認購款項	(47)	(46)	(7)
法定儲備	7,347	9,520	1,494
累計其他綜合損失	(19,063)	(30,710)	(4,819)
未分配利潤	554,924	581,634	91,271
股東權益總額	937,470	974,299	152,889
非控制性權益	137,491	135,247	21,223
權益總額	1,074,961	1,109,546	174,112
負債、夾層權益及權益總額	1,690,218	1,760,567	276,271

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 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
經營活動產生的現金流量淨額	103,208	80,366	12,611	207,603	149,799	23,506
投資活動所用的現金流量淨額	(79,712)	(33,790)	(5,302)	(216,493)	(111,338)	(17,471)
融資活動所用的現金流量淨額	(5,685)	(18,697)	(2,934)	(188)	(53,835)	(8,448)
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	(4,132)	(5,924)	(930)	(8,336)	(7,921)	(1,243)
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)	13,679	21,955	3,445	(17,414)	(23,295)	(3,656)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	314,889	311,219	48,837	345,982	356,469	55,938
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	328,568	333,174	52,282	328,568	333,174	52,282

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節

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

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	(以百萬計)			(以百萬計)		
淨利潤	77,977	19,224	3,017	150,938	65,436	10,268
減：利息收入和投資淨收益	(40,036)	(18,361)	(2,881)	(72,683)	(21,006)	(3,296)
加：利息費用	1,092	1,186	186	3,316	3,720	583
減：其他淨收支	(2,826)	(5,083)	(798)	(5,467)	(8,903)	(1,397)
加：所得稅費用	9,194	9,553	1,499	22,229	24,736	3,882
加：權益法核算的投資損益	3,601	549	86	(992)	(11,062)	(1,736)
經營利潤	49,002	7,068	1,109	97,341	52,921	8,304
加：股權激勵費用	9,079	9,776	1,535	41,488	27,708	4,348
加：無形資產攤銷	3,172	2,837	445	9,012	8,816	1,384
加：商譽減值	—	25,141	3,945	—	25,141	3,945
經調整 EBITA	61,253	44,822	7,034	147,841	114,586	17,981
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	7,127	6,542	1,026	19,103	20,246	3,177
經調整 EBITDA	68,380	51,364	8,060	166,944	134,832	21,158

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內我們的淨利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	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
淨利潤	77,977	19,224	3,017	150,938	65,436	10,268
淨利潤及非公認會計準則淨利潤的調節：						
股權激勵費用	9,079	9,776	1,535	41,488	27,708	4,348
無形資產攤銷	3,172	2,837	445	9,012	8,816	1,384
商譽和投資減值	8,436	31,444	4,933	14,205	34,961	5,486
視同處置／處置／重估						
投資產生的收益及其他	(37,639)	(16,823)	(2,640)	(69,390)	(16,174)	(2,538)
非公認會計準則調整所產生的所得稅影響 ⁽¹⁾	(1,818)	(1,834)	(288)	(484)	(4,158)	(653)
非公認會計準則淨利潤	59,207	44,624	7,002	145,769	116,589	18,295

(1) 非公認會計準則調整所產生的所得稅影響主要包括與股權激勵費用、無形資產攤銷及部分投資收益和損失相關的所得稅影響。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內我們攤薄每股／每股美國存託股收益及非公認會計準則攤薄每股／每股美國存託股收益的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
	（以百萬計，每股數據除外）			（以百萬計，每股數據除外）		
歸屬於普通股股東的淨利潤—基本	79,427	20,429	3,206	155,787	70,937	11,132
權益法核算的被投資方及子公司的股票期權計劃對收益的攤薄效應	(27)	(26)	(4)	(53)	(29)	(5)
歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄	79,400	20,403	3,202	155,734	70,908	11,127
加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	(18,770)	25,400	3,985	(5,169)	51,153	8,027
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	60,630	45,803	7,187	150,565	122,061	19,154
按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） ⁽⁵⁾	22,021	21,716		21,969	21,849	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	3.61	0.94	0.15	7.09	3.25	0.51
加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(0.86)	1.17	0.18	(0.24)	2.34	0.37
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	2.75	2.11	0.33	6.85	5.59	0.88
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾	28.85	7.51	1.18	56.71	25.96	4.07
加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾	(6.82)	9.36	1.47	(1.88)	18.73	2.94
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	22.03	16.87	2.65	54.83	44.69	7.01

(1) 關於此類對淨利潤的非公認會計準則調整的更多信息，參見上表有關淨利潤與非公認會計準則淨利潤的調節。

(2) 攤薄每股收益按用於計算攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的淨利潤除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。攤薄每股美國存託股收益按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股收益得出。

(3) 對每股淨利潤的非公認會計準則調整按對淨利潤的非公認會計準則調整額除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整按普通股與美國存託股的比率調整後的對每股淨利潤的非公認會計準則調整得出。

- (4) 非公認會計準則攤薄每股收益按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益按普通股與美國存託股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。
- (5) 每股美國存託股代表八股普通股。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

下表列示相應期間內經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流的調節：

	截至 12 月 31 日止三個月			截至 12 月 31 日止九個月		
	2020	2021		2020	2021	
	人民幣	人民幣	美元	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)			(以百萬計)	
經營活動產生的現金流量淨額	103,208	80,366	12,611	207,603	149,799	23,506
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）	(4,869)	(9,253)	(1,452)	(30,117)	(32,827)	(5,151)
減：購置無形資產	(15)	—	—	(1,733)	(15)	(2)
減：消費者保護基金的資金變動	(2,114)	(91)	(14)	(2,433)	(3,013)	(473)
自由現金流	96,210	71,022	11,145	173,320	113,944	17,880