



## 阿里巴巴集团 2020 年 3 月份季度及 2020 财政年度业绩公告

中国杭州，2020 年 5 月 22 日 – 阿里巴巴集团控股有限公司（纽交所代码：BABA 及港交所代码：9988，“阿里巴巴”或“阿里巴巴集团”或“集团”）今日公布截至 2020 年 3 月 31 日止季度（「本季度」）及财政年度（「财年」或「2020 财年」）业绩。

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇表示：“本财年，阿里巴巴数字经济体实现了 1 万亿美元 GMV，这是历史性的里程碑。尽管财年最后季度受到新冠肺炎疫情对经济的冲击，我们整体业务仍保持强劲增长，年度活跃消费者在全球范围内增至 9.6 亿。疫情从根本上改变了消费者的行为和企业运营方式，数字化是大势所趋。我们已把握先机并做了充分准备，来帮助各行各业实现数字化转型、共渡时艰，并在未来新常态下取得最终成功。通过聚焦长期价值、为消费者和企业客户的价值创造而投资，相信我们能从这场考验中获得成长并进一步把握未来增长的机遇。”

阿里巴巴集团首席财务官武卫表示：“尽管新冠肺炎疫情，导致经济活动减少，我们经历了一个充满挑战的季度，但在中国零售业务坚实发展及云计算收入强劲增长的推动下，我们的年度收入仍然超越了我们年初给的人民币 5,000 亿元的指引，同比增长 35%。集团经调整 EBITDA 同比增长 29%，反映了我们在关键战略增长领域有针对性地配置资源、优化成本及提高效率方面取得的成果。虽然我们在中国的大部分核心商业业务一月末以来受到疫情的负面影响，但三月份已经开始稳步复苏。基于目前我们对国内消费及企业数字化的看法，我们预计 2021 财政年度的总收入将会超过人民币 6,500 亿元。”

### 业绩概要

#### 截至 2020 年 3 月 31 日止季度：

- 收入为人民币 1,143.14 亿元（161.44 亿美元），同比增长 22%。
- 中国零售市场年度活跃消费者达 7.26 亿，较截至 2019 年 12 月 31 日止 12 个月期间增加 1,500 万。
- 2020 年 3 月，中国零售市场移动月活跃用户达 8.46 亿，较 2019 年 12 月增加 2,200 万。
- 经营利润为人民币 71.31 亿元（10.07 亿美元），同比下降 19%，主要受新冠肺炎疫情所影响。经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 1%至人民币 254.40 亿元（35.93 亿美元）。

- 归属于普通股股东的净利润为人民币 31.62 亿元（4.47 亿美元），同比下降 88%，净利润为人民币 3.48 亿元（4,900 万美元），同比下降 99%。同比下降主要由于我们所投资的上市公司股权证券本季度交易价格下跌而导致投资净损失，而 2019 年同期同类投资产生了净收益。非公认会计准则净利润（已排除上述投资损失及收益）为人民币 222.87 亿元（31.48 亿美元），同比增长 11%。
- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 1.16 元（0.16 美元），非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 9.20 元（1.30 美元），同比增长 7%。摊薄每股收益为人民币 0.14 元（0.02 美元或 0.15 港元），非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 1.15 元（0.16 美元或 1.26 港元），同比增长 7%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 21.64 亿元（3.06 亿美元），相较 2019 年同期为人民币 185.53 亿元，非公认会计准则自由现金流为净流出人民币 42.14 亿元（5.95 亿美元），相较 2019 年同期的净流入人民币 107.14 亿元。同比减少主要与速卖通支付服务重组的一次性影响有关，（详情请见后续“经营活动产生的现金流量及自由现金流”一节）。若不考虑速卖通支付服务重组的影响，本季度非公认会计准则自由现金流为净流入人民币 19.77 亿元（2.79 亿美元）。

#### 截至 2020 年 3 月 31 日止财政年度：

- 收入为人民币 5,097.11 亿元（719.85 亿美元），同比增长 35%。
- 阿里巴巴数字经济体的全球年度活跃消费者达到 9.60 亿，其中 7.80 亿消费者来自中国及 1.80 亿消费者来自海外。中国零售市场年度活跃消费者达 7.26 亿，较截至 2019 年 3 月 31 日止 12 个月期间增加 7,200 万。
- 2020 年 3 月，中国零售市场移动月活跃用户达 8.46 亿，较 2019 年 3 月增加 1.25 亿。
- 2020 财年，阿里巴巴数字经济体的商品交易额（GMV）为人民币 7.053 万亿元（1 万亿美元），主要包括中国零售市场 GMV 人民币 6.589 万亿元（9,450 亿美元），以及跨境及全球零售市场和本地生活服务 GMV。
- 经营利润为人民币 914.30 亿元（129.12 亿美元），同比增长 60%。经调整 EBITDA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 29%至人民币 1,576.59 亿元（222.66 亿美元）。经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 28%至人民币 1,371.36 亿元（193.67 亿美元）。
- 核心商业经调整 EBITA 为人民币 1,658.00 亿元（234.15 亿美元），同比增长 22%。我们的核心商业交易市场经调整 EBITA（一项非公认会计准则财务指标）同比增长 19%至人民币 1,927.71 亿元（272.24 亿美元）。
- 归属于普通股股东的净利润为人民币 1,492.63 亿元（210.80 亿美元），净利润为人民币 1,403.50 亿元（198.21 亿美元）。非公认会计准则净利润为人民币 1,324.79 亿元（187.10 亿美元），同比增长 42%。

- 摊薄每股美国存托股收益为人民币 55.93 元（7.90 美元），非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币 52.98 元（7.48 美元），同比增长 38%。摊薄每股收益为人民币 6.99 元（0.99 美元或 7.65 港元），非公认会计准则摊薄每股收益为人民币 6.62 元（0.93 美元或 7.25 港元），同比增长 38%。
- 经营活动产生的现金流量净额为人民币 1,806.07 亿元（255.07 亿美元），非公认会计准则自由现金流为人民币 1,309.14 亿元（184.89 亿美元）。

上述美国公认会计准则指标至非公认会计准则财务指标的调节见本业绩公告下文。

## 业务及战略进展

### 阿里巴巴数字经济体

阿里巴巴数字经济体的消费型商业业务主要由我们的中国零售市场、跨境及全球零售市场及本地生活服务业务所组成。截至 2020 年 3 月 31 日止 12 个月，这部分业务的 GMV 达人民币 7.053 万亿元（1 万亿美元）。2019 年 9 月，在阿里巴巴成立 20 周年的庆典活动上，我们定下 5 年战略目标，与我们的使命「让天下没有难做的生意」一脉相承：

- 继续推进全球化；
- 服务超过 10 亿中国消费者；及
- 在我们的平台上实现超过人民币 10 万亿元的消费规模。

这一 5 年目标为帮助我们实现 2036 年的愿景的标杆：

- 服务全球 20 亿消费者；
- 帮助 1,000 万家中小企业盈利；及
- 创造 1 亿就业机会。

我们统一管理面向消费者的业务，将之视为一个一体化的平台，向参与并使用我们不同产品和服务的消费者提供统一服务。截至 2020 年 3 月 31 日止 12 个月，有 7.80 亿中国消费者曾于我们的中国零售市场、本地生活服务和数字媒体及娱乐平台上购买过产品或服务。这部分消费群体分别约占中国发达地区及欠发达地区人口的约 85%和 40%。我们同时面向国际市场拓展业务，超过 1.8 亿的年度活跃消费者在我们的跨境及全球零售市场购物。我们的数字基础设施，如智慧物流和云计算，跨平台为我们的核心商业、本地生活服务及娱乐业务提供支持，赋予了我们绝无仅有的独特洞察力，来满足不断变化的消费需求。通过阿里巴巴商业操作系统（ABOS），我们为企业客户和合作伙伴提供数据技术和分析，帮助他们实现数字化转型。

## 新冠肺炎疫情

### 商业客户支持计划

2020年1月下旬开始，新冠肺炎疫情引发了一系列的隔离、社交距离要求和旅行限制，大幅减少了中国的经济活动。困境之初，所有企业最急迫的问题是解决业务持续的一系列相关问题，包括减少供应链中断影响、降低成本、找到新的创收机会、改善现金流以及管理远程工作的员工等。我们帮助了商家客户克服这些挑战，并采取了积极措施来践行我们的使命。

2月份起，我们与蚂蚁金服共同实施了一系列全面财务和业务支持措施，以帮助缓解我们的商家客户和合作伙伴面对的短期困难。

- **资金支持** – 截至2020年4月30日，我们与蚂蚁金服及其他合作伙伴携手，共同为中国零售业务的商家提供超过人民币1,280亿元的流动资金，并以优惠的利率提供超过人民币120亿元的12个月期贷款。
- **业务支持** – 阿里巴巴国内和国际业务已为我们的商家提供了人民币数十亿元的补贴和技术支持，包括免除平台技术服务费、年度服务费及仓储费用，以及降低佣金和物流成本。我们亦通过旗下企业协作平台钉钉为全球企业及学校提供了远程办公和教育项目免费支持。
- **新举措** – 2020年4月，我们启动了“春雷计划2020”，旨在：
  - 帮助以出口为导向的中小企业通过我们的中国零售市场拓展中国内地市场，以及通过我们的国际批发及零售市场，例如Alibaba.com及速卖通等拓展其他新市场；
  - 发展数字化产业带集群；
  - 加速中国农业板块的数字化转型；以及
  - 与蚂蚁金服及其合作伙伴携手合作，缓解中小企业应对融资困难。

### 社会责任

我们利用自有平台技术和生态系统内的各种资源，向中国及全球范围内受新冠肺炎疫情影响的群体提供帮助。

- **捐赠个人防护物资及设备** – 阿里巴巴公益基金会、马云公益基金会和蔡崇信公益基金会通过共同努力，总共向超过150个国家及地区捐赠了超过2亿件个人防护用品、检测试剂盒和呼吸机。其中许多稀缺物资由天猫国际、天猫超市、Alibaba.com和Lazada寻源、检验和采购。
- **运送医疗物资** – 我们从事物流的子公司菜鸟致力通过其广泛的全球物流网络，包括机场枢纽、海关清关、货运公司和当地物流人员，将医疗物资运送到世界各地。

- **知识共享** – 阿里巴巴公益基金会和马云公益基金会共同建立的线上交流平台，名为全球新冠肺炎实战共享平台（GMCC），让抗疫的最佳实践和知识以 11 种语言在全球医学专家之间实时共享。迄今为止，该平台已有来自近 120 个国家和地区近 10,000 名抗疫医生志愿参与。
- **医疗及相关物资基金** – 在中国，我们新设立了一个人民币 10 亿元的专项基金，用以采购医疗及相关物资、驰援受新冠肺炎疫情影响的中国地区。
- **人工智能技术** – 我们向中国超过 550 家医院开放人工智能技术，帮助他们提高新冠肺炎疑似病例 CT 影像的诊断速度及效率。
- **支持就业** – 盒马鲜生（“盒马”）、饿了么和口碑发起的共享员工计划，短期吸纳了受负面影响的服务行业包括餐饮店、酒店、电影院和百货商店暂时待岗的员工。

### 对我们业务的财务及运营影响

本季度内，新冠肺炎疫情导致的供应链和劳动力暂时中断，国内外众多企业，包括我们的平台及物流公司均无法进行正常经营活动。从 1 月下旬开始国内商业活动普遍下滑，对我们国内大多数核心商业业务如中国零售市场和本地生活服务业务，产生了负面影响，而我们主要的国际商业业务则自 2 月份开始受到疫情的负面影响。

3 月季度，受疫情的影响，我们有部分业务经历了同比增长放缓或负增长的情况。

- **中国零售市场** – 天猫线上实物商品 GMV（剔除未支付订单）的同比增长 10%，主要增长动力来自于日用必需品和家庭用品等快速消费品的强劲增长以及对消费电子产品的强劲需求，这些品类合共达到同比增长 25%；上述增长同时被其他品类的负增长所抵消，如服装配饰、家居装饰和汽车配件。客户管理和佣金收入合计同比增长 1%，客户管理收入增长 3%、佣金收入下降 2%。
- **本地生活服务** – 2020 年 3 月份季度，我们的本地生活服务收入同比下降 8%，主要是受到了餐饮店铺和本地商家大规模闭店的影响。
- **跨境及全球零售市场** – 速卖通收入增长同比显著放慢，主要是由于供应链和物流的中断，对面向北美洲、南美洲和欧洲销售的 GMV 增长产生了负面影响。自 3 月份起，Lazada 在部分国家受到一些负面影响，但订单量仍保持强劲增长。
- **其他业务** – 我们涉及旅游、交通及线下娱乐的业务，包括飞猪、阿里影业、大麦及高德，均在疫情期间受到负面影响。

尽管各项业务受到的短期财务影响程度不同，国内业务的增长自 3 月份开始恢复。于 4 月份，天猫线上实物商品 GMV（剔除未支付订单）强劲复苏，且于 5 月持续改善。同样，随着封闭措施放松，中国的餐饮店开始重新开业，民众开始复工，饿了么的餐饮外卖 GMV 也于 4 月份转为正增长。国际商业业务的收入占 2020 财年总收入的 7%，由于中国以外市场的需求仍然疲弱，该业务的恢复时间和节奏尚不确定。我们无法判断新冠肺炎对我们业务运营及财务表现带来的最终影响，这很大程度上受多项因素综合影响，而这些因素仍是我们无法预测及控制。详见以下“指引”部分。

## 业务机遇

新冠肺炎疫情创造了消费者更广泛拥抱数字化生活方式的机会，也加速了购买日用品的消费习惯向线上转移，更多企业正在采用新的数字化工具与解决方案来发展及管理其业务运营。过去数年，阿里巴巴开创并发展了一系列业务，令我们能够从这些趋势中长期受益，包括：

- **加速商家走向线上**— 我们看到众多线下零售商走向线上，现有商家更多地采用新方式与消费者互动及进行销售。例如，截至 2020 年 3 月 31 日止三个月内，淘宝直播上使用直播的日活跃商家数同比增长 88%。
- **新零售（商超品类）**— 盒马鲜生 2 月和 3 月收入实现强劲增长，动力来自线上消费者数量增长、购买频次提升和每笔单价提高。截至 2020 年 3 月 31 日止季度，线上购买对盒马 GMV 的贡献占比约 60%，同比去年提升 10 个百分点。为我们商超零售伙伴提供按需配送的淘鲜达业务，也为这些商超伙伴的线下店铺创造更多线上收入。
- **钉钉**— 钉钉是为现代企业和组织提供工作、分享和协作新方式的平台。数以百万计的中国企业和用户现正通过钉钉彼此联系和远程办公。于 3 月份，钉钉工作日的日均活跃用户达到 1.55 亿。钉钉也显著渗透至教育行业，学校采用钉钉平台让师生互动。于 3 月份，钉钉上，每个工作日平均有超过 100 万个活跃教室。
- **菜鸟驿站**— 菜鸟驿站运营着由社区驿站、校园驿站和智能自提柜构成的终端网络，在物流中断期间为消费者及快递员带来帮助。今年 3 月，由于社交距离措施仍然实施中，需要便捷且无接触地收寄包裹的消费者菜鸟驿站的使用均显著增加。2020 年 3 月，菜鸟社区驿站日均处理包裹数量同比增长超过 100%。

## 核心商业

**中国零售市场** – 丰富的商品选择、更好的用户体验带来体量庞大且购买频次更高的消费群体

**消费者** – 中国最大的消费平台，购买频次不断提升

2020 财年，我们的中国零售市场实现了强劲增长，反映了我们将战略聚焦于获客、提升用户参与度和增加高性价比商品供给的成果。2020 年 3 月，我们的中国零售市场移动月活跃用户数达到 8.46 亿，同比净增长 1.25 亿，单季净增长 2,200 万。截至 2020 年 3 月 31 日止的 12 个月，中国零售市场年度活跃消费者达到 7.26 亿，同比净增长 7,200 万，单季净增长 1,500 万。2020 财年，超过 70% 的新增年度活跃消费者来自欠发达地区。

消费者在我们的中国零售市场停留的时间越长，他们下的订单就越多，涉及的产品种类就越丰富，由此我们录得更高的客均消费。2020 财年，我们中国零售市场 GMV 增长的主要动力，来自年度活跃消费者的强劲增长和消费者人均购买频次的提升。

## **产品供给 – 全世界最大的实物商品平台，拥有最丰富的产品供给，能够满足不同消费群体的需求**

在阿里巴巴数字经济体中，数以千万计的商家和生态伙伴提供丰富的商品和服务供给，以满足我们体量庞大的消费群体的多元需求。我们不断努力提供与契合消费者需求的货品和新品，例如扩充品牌商品和进口商品，挖掘新鲜农产品的源头好货，并持续扩容高性价比和长尾商品。拥有维度丰富的商品供给，是我们消费者分层和品类扩展战略的关键。

2020 财年，天猫线上实物商品 GMV（剔除未支付订单）同比增长 23%。此外，我们还拥有多个快速增长的平台，包括聚划算和淘宝特价版，提供来自品牌商、零售商和工厂的有价格竞争力的商品。闲鱼作为中国最大的长尾商品（包括二手、回收、翻新和租赁商品）C2C 社区和交易市场，2020 财年 GMV 约人民币 2,000 亿元。

## **互动 – 中国最大的数字商业平台，拥有独一无二的消费者洞察和专有数据技术**

2020 年 3 月，超过 3 亿日活跃用户造访我们拥有数十亿件上架商品的中国零售市场并进行购买。每天在中国零售市场上发生的海量活动积累了消费者洞察。通过自有的人工智能和数据技术，我们能够聚合深入的消费者洞察，并在此基础上提供更加精确的搜索结果和相关推荐，从而优化消费者的购物体验。

手机淘宝应用程序是中国最大的社交商业平台，提供丰富多彩、高度相关及精心策划的内容与功能，让商家能够通过直播、短视频、互动游戏和微淘发布等方式与消费者互动；例如，淘宝直播可让商家和网络红人（KOL）通过对其粉丝和消费者进行营销推广，这一方式已经成为我们中国零售市场上增长最快的销售模式之一。截至 2020 年 3 月止财年，淘宝直播带来的 GMV 同比增长超过 100%。

## **新零售 – 开创全新业务模式，赋能实体零售数字化转型**

**新城建设** – 我们自营的零售连锁商超盒马鲜生持续实现强劲的同店销售增长、扩展网络、优化门店及引入新举措，以提升消费者体验。于 2020 财年，盒马鲜生加强了对农产品的直接采购，建立了覆盖全国的冷链物流网络以支持其快速增长。截至 2020 年 3 月 31 日止，我们在中国有 207 间自营的盒马门店，主要位于一、二线城市。

**旧城改造** – 淘鲜达是我们线上线下整合零售服务的提供者，主要面向拥有实体店的生鲜食品零售商，这使我们站在零售业转型的最前沿，助力零售业将门店运营的各个元素进行全方位数字化。通过数字化高鑫零售有限公司（“高鑫零售”）的大卖场，淘鲜达助力带动高鑫零售线上业务的收入增长。截至 2020 年 3 月 31 日止 12 个月，以淘鲜达为主，阿里巴巴商业平台为高鑫零售带来的收入约占其总收入的 10%。

**本地生活服务 – 生态体系协同，聚焦于提升欠发达地区的市场份额。**本地生活服务业务持续将我们在中国零售的供给范围从购物扩展至服务，进一步触达中国消费的全新的目标消费市场。我们正在通过阿里巴巴数字经济体的资源及技术支持本地生活服务业务的发展。例如，截至2020年3月31日止财年及季度，餐饮外卖的新增消费者中有40%来自支付宝移动应用程序。

**菜鸟网络 – 助力商家及阿里巴巴其他业务降本增效。**菜鸟网络继续聚焦于优化中国及国际的一站式物流服务和供应链管理解决方案，以支持阿里巴巴数字经济体。在速卖通及天猫国际等高速增长跨境业务中，商家采用“菜鸟履约”服务的比率有所提升。菜鸟网络利用在中国的保税仓和多国海外直邮的组合，为天猫国际打造了强大的进口履行解决方案。于2020财年，菜鸟网络通过运用数据洞察及提升效率，为如天猫超市等正在扩大物流规模的直营商品销售业务降低单均履约成本。

**国际 – 为长期增长奠定基础。**我们的跨境及国际零售业务于2020财年持续取得强劲增长，主要由于新冠肺炎疫情的负面影响始于2月份。截至2020年3月31日止12个月，Lazada、速卖通及其他国际零售业务拥有超过1.8亿的年度活跃消费者。

**Lazada – 2020财年，**我们旗下东南亚电商平台Lazada的交易市场业务在强劲订单量的驱动下快速增长，订单量同比增长超过100%，这体现出强劲的用户增长和随着我们不断扩大产品种类而提高的购买转化率。在新冠肺炎疫情期间，尽管各地政府实施社交距离限制措施，Lazada订单量仍保持强劲增长。Lazada推出了一项面向东南亚的支持措施，帮助中小企拓展线上销售渠道。品牌及卖家积极采用与消费者互动的工具，特别是通过直播功能与消费者互动及拓展更多元的收入渠道，抵销了线下零售活动减少的影响。

**速卖通 – 于2020财年的前10个月，**速卖通收获强劲的用户及GMV增长。自2020年2月起，速卖通的GMV增长受到新冠肺炎影响而有所下跌，主要由于供应链及物流的中断，影响了北美、南美及欧洲的GMV增长。

## 云计算

阿里云通过研发技术和商业解决方案，推动公共及私营领域各行各业的数字化转型，继续保持其在亚太区云计算市场的领先地位。根据 Gartner（2020年4月）发布的信息，按 IaaS（基建即服务）及 IUS（基建公用服务）的市场份额计算，阿里云为亚太区最大的云计算服务供应商。

于2020年3月底止季度，云计算收入同比增长58%至人民币122.17亿元（17.25亿美元）；于2020财年，收入同比增长62%至人民币400.16亿元（56.51亿美元），主要由于来自公共云与混合云业务的收入贡献均实现增长。



## 数字媒体及娱乐

随着行业走向理性化和对内容审核监管力度的提升，在 2020 年 3 月底止季度，数字媒体及娱乐业务收入同比增长 5%。2020 财年，收入同比增长 12%。优酷持续聚焦于提供卓越的用户体验及增加付费用户数目。优酷的日均付费用户规模正持续健康增长，2020 财年及 3 月止季度同比分别增长超过 50% 及 60%。付费用户的增长主要受益于我们提供的原创及独家内容，有效触达新用户，以及我们中国零售市场 88VIP 会员计划的更多贡献。我们在对原创及独家内容进行投资的同时，亦确保成本效益及投资回报，因此该业务 2020 财年经调整 EBITA 年度亏损同比收窄。

## 经营活动产生的现金流量及自由现金流

截至 2020 年 3 月 31 日止财年的经营活动产生的现金流量净额为人民币 1,806.07 亿元（255.07 亿美元），较 2019 财年的人民币 1,509.75 亿元增长 20%。自由现金流（一项非公认会计准则流动性指标）从 2019 财年的人民币 1,044.78 亿元增长 25% 至 2020 财年的人民币 1,309.14 亿元（184.89 亿美元），主要由于我们盈利能力的稳健提升。

截至 2020 年 3 月 31 日止三个月的经营活动产生的现金流量净额为人民币 21.64 亿元（3.06 亿美元），相较 2019 年同期的人民币 185.53 亿元减少 88%。自由现金流（一项非公认会计准则流动性指标）截至 2020 年 3 月 31 日止三个月为净流出人民币 42.14 亿元（5.95 亿美元），相较 2019 年同期为净流入人民币 107.14 亿元。经营活动产生的现金流量净额及自由现金流分别同比减少人民币 163.89 亿元及人民币 149.28 亿元，主要原因为其中人民币 76.51 亿元的减幅与速卖通支付服务重组相关（详情说明如下），以及因为有更多商家于 2019 年内达到 GMV 目标，令商家年度服务费保证金的退还增加人民币 26.88 亿元。若不考虑速卖通支付服务重组的影响，本季度非公认会计准则自由现金流为净流入人民币 19.77 亿元（2.79 亿美元）。

自 2019 年 9 月 30 日止季度，由于监管规定的变化，速卖通开始重组平台上向商家提供的支付相关服务（“速卖通支付服务重组”）。根据此项重组，速卖通不会再保管相关交易完成后应该发放给商家的消费者资金。自 2019 年 9 月 30 日止季度起，由于重组的关系，我们开始停止确认资产负债表内相关的客户资金余额。停止确认相关余额（其中很大一部分于本季内完成）导致经营活动产生现金流出。我们预期有关重组将于截至 2020 年 6 月 30 日止季度大部分完成。相关的客户资金余额于 2019 年 3 月 31 日及 2020 年 3 月 31 日分别占受限制现金及应收托管资金的人民币 84 亿元及人民币 31 亿元（4.38 亿美元）。

经营活动产生的现金流量净额调整至自由现金流的调节见本业绩公告下文。

## 指引

以下指引属于前瞻性陈述，是基于本公告日期之时的合理假设，涉及固有风险及不确定性，当中包括一些我们无法预测或控制的因素。特别是我们无法预测新冠肺炎疫情对我们的业务运营及财务表现带来的最终影响，其中涉及多项因素，包括：疫情在中国或各地发展的时长、扩散的程度及会不会有任何复发的情形；各国政府就国内及国际形势采取的举措；企业及个人采取应对疫情的行动；疫情对于中国及全球商业及经济状况的影响；消费者需求；我们及商家、零售商、物流服务供应商及其他阿里巴巴数字经济体参与者持续在受疫情影响地区运营的能力；还有我们用于支持商家及合作伙伴，以及确保我们员工安全的投入及开支。

基于我们对当前国内消费及企业数字化的看法，以及上述的不确定性和以下「安全港声明」章节，我们预计 2021 财政年度的总收入将会超越人民币 6,500 亿元。

### 重要运营指标\*

	2019 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2020 年 3 月 31 日	净增加	
				年度 同比	季度 环比
<b>中国零售商业：</b>					
年度活跃消费者 <sup>(1)</sup> （以百万计）	654	711	726	72	15
移动月活跃用户 <sup>(2)</sup> （以百万计）	721	824	846	125	22

\* 有关本业绩公告所使用但未释义的词语，请参阅截至 2019 年 3 月 31 日止财政年度 20-F 表格所载的年度报告。

(1) 就截至个别日期止十二个月。

(2) 就截至个别日期止月份。

### 3 月份季度财务业绩概要

	截至 3 月 31 日止三个月			
	2019	2020		%同比变动
	人民币	人民币	美元 <sup>(1)</sup>	
	(以百万计, 百分比及每股数据除外)			
收入	93,498	114,314	16,144	22%
经营利润	8,765	7,131	1,007	(19)%
经营利润率	9%	6%		
经调整 EBITDA <sup>(2)</sup>	25,166	25,440	3,593	1%
经调整 EBITDA 利润率 <sup>(2)</sup>	27%	22%		
经调整 EBITA <sup>(2)</sup>	20,757	19,827	2,800	(4)%
经调整 EBITA 利润率 <sup>(2)</sup>	22%	17%		
净利润	23,379	348	49	(99)% <sup>(3)</sup>
归属于普通股股东的净利润	25,830	3,162	447	(88)% <sup>(3)</sup>
非公认会计准则净利润 <sup>(2)</sup>	20,056	22,287	3,148	11%
摊薄每股收益 <sup>(4)</sup>	1.23	0.14	0.02	(89)% <sup>(3)</sup>
摊薄每股美国存托股收益 <sup>(4)</sup>	9.84	1.16	0.16	(88)% <sup>(3)</sup>
非公认会计准则摊薄每股收益 <sup>(2)(4)</sup>	1.07	1.15	0.16	7%
非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益 <sup>(2)(4)</sup>	8.57	9.20	1.30	7%

(1) 本业绩公告包含若干人民币金额兑换为美元及港元的财务数据, 仅为方便读者。除另有注明外, 人民币兑换为美元的所有折算均按人民币 7.0808 元兑 1.00 美元的汇率折算, 即 2020 年 3 月 31 日美国联邦储备局 H.10 统计数据所载之汇率。人民币兑换为港元的所有折算均按人民币 0.9137 元兑 1.00 港元的汇率折算, 即 2020 年 3 月 31 日中国人民银行公布的人民币汇率中间价。有关 2020 财年年度 GMV 美元数据, 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 美元数据的汇总, 而各季度人民币 GMV 数据兑换为美元的折算, 是按相应季度平均每日人民币兑换美元汇率折算。百分比乃按人民币金额计算, 由于约整可能出现微小差异。

(2) 有关本业绩公告内提及的非公认会计准则财务指标的更多资料, 请参见「分部信息」、「非公认会计准则财务指标」及「非公认会计准则财务指标与其最接近的可比公认会计准则指标之间的调节」各节。

(3) 同比下降主要由于我们所投资的上市公司股权证本季度交易价格下跌而导致投资净损失, 而 2019 年同期同类投资产生了净收益。

(4) 每股美国存托股代表八股普通股。有关更多资料, 请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」一节。

### 3月份季度分部信息

所示期间我们的经营分部的财务资料概要如下表所示：

	截至 2020 年 3 月 31 日止三个月						
	核心商业	云计算	数字媒体 及娱乐	创新业务 及其他	未分摊 <sup>(1)</sup>	合并	
	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	美元
	(以百万计, 百分比除外)						
收入	93,865	12,217	5,944	2,288	—	114,314	16,144
经营利润(亏损)	20,166	(1,757)	(4,491)	(4,022)	(2,765)	7,131	1,007
加: 股权激励费用	4,353	1,570	726	936	1,067	8,652	1,222
加: 无形资产摊销 和减值	3,607	8	387	23	19	4,044	571
经调整 EBITA	28,126 <sup>(2)</sup>	(179)	(3,378)	(3,063)	(1,679)	19,827	2,800
经调整 EBITA 利润率	30%	(1)%	(57)%	(134)%		17%	

	截至 2019 年 3 月 31 日止三个月						
	核心商业	云计算	数字媒体 及娱乐	创新业务 及其他	未分摊 <sup>(1)</sup>	合并	
	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	
	(以百万计, 百分比除外)						
收入	78,894	7,726	5,671	1,207	—	93,498	
经营利润(亏损)	21,632	(1,036)	(3,854)	(3,270)	(4,707)	8,765	
加: 股权激励费用	3,054	869	691	1,318	1,178	7,110	
加: 无形资产摊销	2,798	3	335	20	47	3,203	
加: 美国联邦集体 诉讼和解相关费用	—	—	—	—	1,679	1,679	
经调整 EBITA	27,484 <sup>(2)</sup>	(164)	(2,828)	(1,932)	(1,803)	20,757	
经调整 EBITA 利润率	35%	(2)%	(50)%	(160)%		22%	

(1) 未分摊费用主要为未分摊至各分部的公司行政费用及其他杂项费用。

(2) 核心商业交易市场经调整 EBITA 同比下降 2% 至人民币 33,990 百万元 (4,800 百万美元)。核心商业经调整 EBITA 调整至核心商业交易市场经调整 EBITA 的调节见本业绩公告下文。

### 3 月份季度营运及财务业绩

#### 收入

截至 2020 年 3 月 31 日止三个月的收入为人民币 114,314 百万元（16,144 百万美元），相较 2019 年同期的人民币 93,498 百万元增长 22%。上述增长主要由我们的中国零售商业业务收入稳健增长以及云计算的强劲收入增长所驱动。

所示期间内我们按分部划分的收入明细如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月				%占收入 比例	%同比 变动
	2019		2020			
	人民币	%占收入 比例	人民币	美元		
						(以百万计, 百分比除外)
核心商业：						
中国零售商业						
— 客户管理	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%
中国批发商业	2,547	3%	2,787	394	3%	9%
跨境及全球零售商业	4,944	5%	5,353	756	5%	8%
跨境及全球批发商业	2,133	2%	2,458	347	2%	15%
菜鸟物流服务	3,861	4%	4,951	699	4%	28%
本地生活服务	5,266	5%	4,841	684	4%	(8)%
其他	1,702	2%	2,570	362	2%	51%
核心商业合计	78,894	84%	93,865	13,256	82%	19%
云计算	7,726	8%	12,217	1,725	11%	58%
数字媒体及娱乐	5,671	6%	5,944	840	5%	5%
创新业务及其他	1,207	2%	2,288	323	2%	90%
总计	93,498	100%	114,314	16,144	100%	22%

(1) 中国零售商业下「其他」收入主要由我们的新零售及直营业务（主要包括盒马、天猫超市、进口直营和银泰）产生。

#### 核心商业

##### • 中国零售商业

截至2020年3月31日止三个月，我们来自中国零售商业的收入为人民币70,905百万元（10,014百万美元），相较2019年同期的人民币58,441百万元增长21%。客户管理收入及佣金收入合计同比增长1%，其中客户管理收入增长3%、佣金收入减少2%。客户管理收入的增长主要由于信息流及淘宝直播收入的增长，部份被新冠肺炎疫情影响而导致搜索变现的付费点击量和单次点击平均单价下降所抵销。

天猫线上实物商品GMV（剔除未支付订单）同比增长10%，佣金收入却同比下降2%。佣金收入减少主要受到新冠疫情影响，包括2月期间物流中断而取消的订单，服饰品类销售疲弱，以及我们为支持商家客户免除了2020上半年的年度服务费。

中国零售商业业务项下的「其他」收入为人民币25,499百万元（3,601百万美元），相较2019年同期的人民币13,532百万元显著提升，主要来自包括盒马和天猫超市在内的直营业务的贡献以及我们自2019年9月起合并考拉所驱动。

我们预期我们的直营业务收入的比例将随着我们进一步实施新零售战略而继续增大。

- **中国批发商业**

截至2020年3月31日止三个月，中国批发商业收入为人民币2,787百万元（394百万美元），相较2019年同期的人民币2,547百万元增长9%。增长的主要原因是来自零售通的收入增长，零售通是一个数字化采购平台，帮助快消品品牌制造商及其分销商直连中国的社区小店，以及来自我们的内贸批发交易市场1688.com平台付费会员的平均收入增加。

- **跨境及全球零售商业**

截至2020年3月31日止三个月，跨境及全球零售商业收入为人民币5,353百万元（756百万美元），相较2019年同期的人民币4,944百万元增长8%。增长的主要原因是来自Lazada和Trendyol的收入增长，而我们在2019年10月将速卖通俄罗斯业务注入俄罗斯合营企业后终止合并该部分业务收入，该影响部分抵销了跨境及全球零售商业收入的增长。除了终止合并速卖通俄罗斯业务的影响外，速卖通收入增长同比显著放慢，主要是受新冠肺炎疫情影响而导致供应链和物流的中断，对面向北美洲、南美洲和欧洲销售的GMV增长产生了负面影响。

- **跨境及全球批发商业**

截至2020年3月31日止三个月，跨境及全球批发商业收入为人民币2,458百万元（347百万美元），相较2019年同期的人民币2,133百万元增长15%。增长的主要原因是来自我们的外贸批发交易市场Alibaba.com付费会员数量的增长。

- **菜鸟物流服务**

截至2020年3月31日止三个月，菜鸟网络物流服务收入主要来自其国内及国际一站式物流服务和供应链解决方案，抵销内部交易的影响后合计为人民币4,951百万元（699百万美元），相较2019年同期的人民币3,861百万元增长28%，主要原因是我们快速发展的跨境及全球零售商业业务已履约的订单量增加。

- **本地生活服务**

本地生活服务收入主要来自我们的即时配送和本地生活服务平台饿了么的平台佣金、提供配送服务收取的服务费及其他服务费，截至2020年3月31日止三个月共人民币4,841百万元（684百万美元），相较2019年同期的人民币5,266百万元减少8%，反映了中国的餐饮店和本地商家受新冠肺炎疫情影响而大规模闭店的因素。

## 云计算

截至2020年3月31日止三个月，来自云计算业务的收入为人民币12,217百万元（1,725百万美元），相较2019年同期的人民币7,726百万元增长58%，主要由于来自公共云及混合云业务的收入贡献均实现增长。

## 数字媒体及娱乐

截至2020年3月31日止三个月，来自数字媒体及娱乐分部的收入为人民币5,944百万元（840百万美元），相较2019年同期的人民币5,671百万元增长5%。增长的主要原因是来自优酷的付费会员数目增长推动了会员费收入增长。

## 创新业务及其他

截至2020年3月31日止三个月，来自创新业务及其他的收入为人民币2,288百万元（323百万美元），相较2019年同期的人民币1,207百万元增长90%。增长的主要原因是来自线上游戏和其他业务收入的增长。

## 成本和费用

下表载列于所示期间我们按功能划分的成本及费用、股权激励费用及不含股权激励费用的成本及费用明细。

	截至3月31日止三个月				%占收入 比例同比	变动
	2019		2020			
	人民币	%占收入 比例	人民币	美元	%占收入 比例	
	(以百万计，百分比除外)					
<b>成本及费用：</b>						
营业成本	55,610	60%	72,502	10,239	64%	4%
产品开发费用	8,659	10%	10,587	1,495	9%	(1)%
销售和市场费用	9,649	10%	12,179	1,720	11%	1%
一般及行政费用	7,612	8%	7,871	1,112	7%	(1)%
无形资产摊销和减值	3,203	3%	4,044	571	3%	0%
成本及费用总额	84,733	91%	107,183	15,137	94%	3%
<b>股权激励费用：</b>						
营业成本	1,951	2%	1,857	262	2%	0%
产品开发费用	2,801	3%	3,484	492	3%	0%
销售和市场费用	764	1%	1,017	144	1%	0%
一般及行政费用	1,594	2%	2,294	324	2%	0%
股权激励费用总额	7,110	8%	8,652	1,222	8%	0%

**不含股权激励费用的成本及费用：**

营业成本	53,659	58%	70,645	9,977	62%	4%
产品开发费用	5,858	7%	7,103	1,003	6%	(1)%
销售和市场费用	8,885	9%	11,162	1,576	10%	1%
一般及行政费用	6,018	6%	5,577	788	5%	(1)%
无形资产摊销和减值	3,203	3%	4,044	571	3%	0%
不含股权激励费用的成本及费用总额	<u>77,623</u>	<u>83%</u>	<u>98,531</u>	<u>13,915</u>	<u>86%</u>	<u>3%</u>

**营业成本** – 截至2020年3月31日止三个月的营业成本为人民币72,502百万元（10,239百万美元），占收入比例64%，2019年同期为人民币55,610百万元，占收入比例60%。若不考虑股权激励费用的影响，营业成本占收入的比例从截至2019年3月31日止三个月的58%增加至截至2020年3月31日止三个月的62%。该增长主要来自直营业务收入增长（包括自营新零售及天猫超市在内的业务）带来的收入结构性变化所导致的存货成本上升，以及合并考拉的影响，部分被本地生活服务的物流成本下降所抵销。

**产品开发费用** – 截至2020年3月31日止三个月的产品开发费用为人民币10,587百万元（1,495百万美元），占收入比例9%，2019年同期为人民币8,659百万元，占收入比例10%。若不考虑股权激励费用的影响，截至2020年3月31日止三个月产品开发费用占收入的比例将相较2019年同期的7%下降至6%。

**销售和市场费用** – 截至2020年3月31日止三个月的销售和市场费用为人民币12,179百万元（1,720百万美元），占收入比例11%，2019年同期为人民币9,649百万元，占收入比例10%。若不考虑股权激励费用的影响，截至2020年3月31日止三个月销售和市场费用占收入的比例将相较2019年同期的9%上升至10%。

**一般及行政费用** – 截至2020年3月31日止三个月的一般及行政费用为人民币7,871百万元（1,112百万美元），占收入比例7%，2019年同期为人民币7,612百万元，占收入比例8%。若不考虑股权激励费用的影响，截至2020年3月31日止三个月一般及行政费用占收入比例减少至5%，相较2019年同期占收入比例为6%，主要与截至2019年3月31日止三个月的一宗美国联邦集体诉讼的250百万美元和解费用相关。

**股权激励费用** – 截至2020年3月31日止三个月计入上述成本和费用的股权激励费用为人民币8,652百万元（1,222百万美元），较2019年同期的人民币7,110百万元增加22%。相较去年同期，截至2020年3月31日止三个月股权激励费用占收入的比例平稳维持在8%。



所示季度内，按激励类型划分的股权激励费用的情况如下：

	截至所示日期止三个月							%变动	
	2019年 3月31日		2019年 12月31日		2020年 3月31日		按年		
	人民币	%占收入 比例	人民币	%占收 入比例	人民币	美元		%占收 入比例	
	(以百万计，百分比除外)								
按激励类型：									
阿里巴巴集团的 股权激励 <sup>(1)</sup>	6,099	7%	6,587	4%	6,832	965	6%	12%	4%
蚂蚁金服相关并授 予我们员工的股 权激励 <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%
股权激励费用合计	<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) 包括授予我们的员工、蚂蚁金服的员工及其他顾问的激励。2019年3月31日前，我们授予非员工的激励按市值计价作会计处理。自2019年4月1日起，我们采用美国公认会计准则下ASU 2018-07「薪酬—股份薪酬（专题718号）：非员工股份支付会计处理的改进」。由于采用该更新会计政策，此等激励不再按市值计价作会计处理。自2019年9月23日我们取得蚂蚁金服33%股份后，授予蚂蚁金服的员工的激励费用会计入权益法核算的投资损益。

(2) 按市值计价作会计处理的激励。

(3) 「其他」主要是与我们子公司的股权相关的股权激励。

相较上季度，本季度与阿里巴巴集团的股权激励相关的费用维持平稳。本季度与我们子公司的股权激励相关的股权激励的费用较上季度上升，主要原因是部份该等激励于本季度以现金结算所产生的影响。

我们预计股权激励费用将继续受到本公司股价、我们子公司的股权激励实施情况以及未来我们授出的激励数量的变动影响。此外，我们预计未来股权激励费用也将继续受到未来任何蚂蚁金服权益估值变动的影响，但此类变动将为非现金性质，且将不会对股东带来经济利益损失或权益摊薄。

**无形资产摊销和减值** – 截至2020年3月31日止三个月的无形资产摊销和减值为人民币4,044百万元（571百万美元），相较2019年同期的人民币3,203百万元增长26%，主要由于截至2020年3月31日止三个月录得的无形资产减值。

### 经营利润及经营利润率

截至2020年3月31日止三个月的经营利润为人民币7,131百万元（1,007百万美元），占收入比例6%，相较2019年同期的人民币8,765百万元，占收入比例9%，减少19%，主要受新冠肺炎疫情所影响。

### 经调整 EBITDA 及经调整 EBITA

截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITDA为人民币25,440百万元（3,593百万美元），相较2019年同期的人民币25,166百万元增长1%。截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITA为人民币19,827百万元（2,800百万美元），相较2019年同期的人民币20,757百万元下降4%，主要受新冠肺炎疫情所影响。净利润调整至经调整EBITDA及经调整EBITA的调节见本业绩公告下文。

### 按分部划分的经调整 EBITA 及经调整 EBITA 利润率

按分部划分的经调整EBITA及经调整EBITA利润率如下。关于经营利润和经调整EBITA之间的具体调节，请参见以上「分部信息」。

	截至 3 月 31 日止三个月				
	2019		2020		%占分部 收入比例
	人民币	%占分部 收入比例	人民币	美元	
					(以百万计，百分比除外)
核心商业	27,484	35%	28,126	3,972	30%
云计算	(164)	(2)%	(179)	(25)	(1)%
数字媒体及娱乐	(2,828)	(50)%	(3,378)	(477)	(57)%
创新业务及其他	(1,932)	(160)%	(3,063)	(433)	(134)%

**核心商业分部** – 核心商业分部截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITA为人民币28,126百万元（3,972百万美元），较2019年同期的人民币27,484百万元增长2%，主要由于战略业务亏损减少，部分被客户管理收入及佣金收入因受新冠肺炎疫情的负面影响而导致核心商业交易市场经调整EBITA减少至人民币33,990百万元（4,800百万美元）所抵销。该影响是导致经调整EBITA利润率从截至2019年3月31日止三个月的35%下降至截至2020年3月31日止三个月的30%的原因之一。经调整EBITA利润率下降的其他原因，包括持续向自营新零售业务和直营业务转变带来的收入结构性变化，而该两种业务的收入均以总额法进行确认（其中包括存货成本），以及合并考拉的影响。

核心商业经调整EBITA调整至核心商业交易市场经调整EBITA的调节见本业绩公告下文。

我们预计核心商业分部的经调整EBITA利润率将会持续受到我们对于新业务的投资，以及持续向自营新零售业务和直营业务转变带来的收入结构性变化的影响。

**云计算分部** – 云计算分部截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITA亏损人民币179百万元（25百万美元），2019年同期为亏损人民币164百万元。相应的经调整EBITA利润率从截至2019年3月31日止三个月的负2%改善至截至2020年3月31日止三个月的负1%。

**数字媒体及娱乐分部** – 数字媒体及娱乐分部截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITA亏损人民币3,378百万元（477百万美元），2019年同期为亏损人民币2,828百万元。相应的经调整EBITA利润率从截至2019年3月31日止三个月的负50%下降至截至2020年3月31日止三个月的负57%，主要由于我们对受新冠肺炎疫情而严重影响的票务及电影相关业务的应收账款计提人民币437百万元（62百万美元）的坏账准备。

**创新业务及其他分部** – 创新业务及其他分部截至2020年3月31日止三个月的经调整EBITA亏损人民币3,063百万元（433百万美元），2019年同期为亏损人民币1,932百万元，主要由于钉钉业务亏损增加，该亏损增加反映了我们在新冠肺炎疫情下对企业的支持，为企业免费提供钉钉远程办公功能。

### **利息收入和投资净收益**

截至2020年3月31日止三个月的利息收入和投资净收益为亏损人民币7,715百万元（1,089百万美元），2019年同期为收益人民币18,665百万元。主要由于截至2020年3月31日止三个月我们所投资的上市公司股权证券本季度交易价格下跌而导致投资净损失，而2019年同期同类投资产生了净收益。。上述提及的收益及损失未计入非公认会计准则净利润。

### **其他净收支**

截至2020年3月31日止三个月的其他净收益为人民币1,180百万元（167百万美元），2019年同期为人民币1,449百万元。

### **所得税费用**

截至2020年3月31日止三个月的所得税费用为人民币2,628百万元（371百万美元），2019年同期为人民币5,025百万元。

若不考虑股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资的减值损失以及来自权益法核算的投资损益的基础差异相应的递延所得税影响，截至2020年3月31日止三个月的有效税率为20%。

### **权益法核算的投资损益**

截至2020年3月31日止三个月的权益法核算的投资损益为收益人民币3,545百万元（500百万美元），2019年同期为人民币828百万元。我们延后一个季度确认权益法核算的投资损益。截至2020年3月31日止三个月以及可比期间的权益法核算的投资损益构成如下：

## 截至所示日期止三个月

	2019年	2019年	2020年	
	3月31日	12月31日	3月31日	
	人民币	人民币	人民币	美元
	(以百万计)			
权益法核算的投资收益				
- 蚂蚁金服 <sup>(1)</sup>	—	215	5,109	721
- 其他	1,306	2,229	164	23
减值损失	—	—	(234)	(33)
由于所持股份被摊薄带来的 (损失) 收益	(62)	166	(249)	(35)
其他 <sup>(2)</sup>	(416)	(445)	(1,245)	(176)
总计	828	2,165	3,545	500

(1) 我们于2019年9月23日收到蚂蚁金服33%的股权。与其他权益法核算的股权投资处理一样，我们延后一个季度计入享有蚂蚁金服的收益（损失）份额。因此截至2019年12月31日止三个月与蚂蚁金服有关的权益法核算的投资收益反映由取得股权后起计至2019年9月30日止期间我们所享有蚂蚁金服的收益份额。

(2) 「其他」主要包括对于权益法核算的被投资企业的无形资产摊销及股权激励费用。

截至2020年3月31日止三个月的权益法核算的投资损益同比增加主要由于自2019年9月，我们收到蚂蚁金服33%股份后，开始分享来自蚂蚁金服的利润，部份被我们分享苏宁的损益下跌所抵销。此外，在截至2020年3月31日止三个月，「其他」项目的增加主要由于自我们收到蚂蚁金服股份后就蚂蚁金服的无形资产开始摊销。新冠肺炎疫情令经济受广泛干扰，有可能对我们权益法核算的被投资企业的业务产生不利因素，而为我们未来期间的权益法核算的投资损益带来负面影响。

### 净利润及非公认会计准则净利润

截至2020年3月31日止三个月的净利润为人民币348百万元（49百万美元），相较2019年同期人民币23,379百万元减少99%。同比下降主要由于我们所投资的上市公司股权证券本季度交易价格下跌而导致投资净损失，而2019年同期同类投资产生了净收益。

剔除股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资和无形资产的减值损失以及其他若干项目，截至2020年3月31日止三个月的非公认会计准则净利润为人民币22,287百万元（3,148百万美元），相较2019年同期的人民币20,056万元增长11%。净利润调整至非公认会计准则净利润的调节见本业绩公告下文。

### 归属于普通股股东的净利润

截至2020年3月31日止三个月的归属于普通股股东的净利润为人民币3,162百万元（447百万美元），较2019年同期的人民币25,830百万元减少88%。同比下降主要由于我们所投资的上市公司股权证券本季度交易价格下跌而导致投资净损失，而2019年同期同类投资产生了净收益。

## 摊薄每股美国存托股/每股收益及非公认会计准则摊薄每股美国存托股/每股收益

截至2020年3月31日止三个月，按本季度21,822百万股已发行摊薄股份的加权平均股数计算的摊薄每股美国存托股收益为人民币1.16元（0.16美元），较2019年同期按21,002百万股已发行摊薄股份的加权平均股数计算的人民币9.84元减少88%（此节所示数据均已反映2019年7月进行的股份分拆）。剔除股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资和无形资产的减值损失以及其他若干项目，截至2020年3月31日止三个月的非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币9.20元（1.30美元），较2019年同期的人民币8.57元增长7%。

截至2020年3月31日止三个月摊薄每股收益为人民币0.14元（0.02美元或0.15港元），较2019年同期的人民币1.23元减少89%。剔除股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资和无形资产的减值损失以及其他若干项目，截至2020年3月31日止三个月的非公认会计准则摊薄每股收益为人民币1.15元（0.16美元或1.26港元），较2019年同期的人民币1.07元增长7%。

摊薄每股美国存托股/每股收益调整至非公认会计准则摊薄每股美国存托股/每股收益的调节见本业绩公告下文。每股美国存托股代表八股普通股。欲了解更多信息，请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」。

## 现金、现金等价物和短期投资

2020年3月31日，现金、现金等价物和短期投资金额为人民币358,981百万元（50,698百万美元），而2019年12月31日为人民币351,946百万元。现金、现金等价物和短期投资在截至2020年3月31日止三个月的增加主要来自处置多项投资所得的现金流入人民币9,816百万元（1,386百万美元），部分被经营活动产生的自由现金净流出人民币4,214百万元（595百万美元）所抵销。

## 经营活动产生的现金流量及自由现金流

截至2020年3月31日止三个月的经营活动产生的现金流量净额为人民币2,164百万元（306百万美元），相较2019年同期的人民币18,553百万元减少88%。自由现金流（一项非公认会计准则流动性指标）截至2020年3月31日止三个月为净流出人民币4,214百万元（595百万美元），2019年同期为净流入人民币10,714百万元。经营活动产生的现金流量净额及自由现金流分别同比减少人民币16,389百万元及人民币14,928百万元，主要原因为人民币7,651百万元的减幅与速卖通支付服务重组相关（详情说明如下），以及因为有更多商家于2019年内达到GMV目标，令商家年度服务费保证金的退款金额增加人民币2,688百万元。若不考虑速卖通支付服务重组的影响，本季度非公认会计准则自由现金流为净流入人民币1,977百万元（279百万美元）。经营活动产生的现金流量净额调整至自由现金流的调节见本业绩公告下文。

## 投资活动所用的现金流量

截至2020年3月31日止三个月的投资活动所用的现金流量净额为人民币32,995百万元（4,660百万美元），主要反映了(i)短期投资增加人民币26,919百万元（3,802百万美元），(ii)资本性支出人民币9,683百万元（1,367百万美元），包括购置与企业园区有关的土地使用权及在建工程的现金支出人民币5,802百万元（819百万美元），(iii)投资和收购活动现金支出人民币3,368百万元（476百万美元），以及(iv)购置获授权版权和其他无形资产的现金支出人民币2,716百万元（384百万美元）。上述提及的现金支出，部分被处置多项投资所得的现金流入人民币9,816百万元（1,386百万美元）所抵销。

## 员工

截至2020年3月31日，我们的员工总数为117,600人，截至2019年12月31日为116,519人。

## 2020 财年财务业绩概要

	截至 3 月 31 日止年度			%同比变动
	2019	2020		
	人民币	人民币	美元 <sup>(1)</sup>	
	(以百万计，百分比及每股数据除外)			
收入	376,844	509,711	71,985	35%
经营利润	57,084	91,430	12,912	60%
经营利润率	15%	18%		
经调整 EBITDA <sup>(2)</sup>	121,943	157,659	22,266	29%
经调整 EBITDA 利润率 <sup>(2)</sup>	32%	31%		
经调整 EBITA <sup>(2)</sup>	106,981	137,136	19,367	28%
经调整 EBITA 利润率 <sup>(2)</sup>	28%	27%		
净利润	80,234	140,350	19,821	75% <sup>(3)</sup>
归属于普通股股东的净利润	87,600	149,263	21,080	70% <sup>(3)</sup>
非公认会计准则净利润 <sup>(2)</sup>	93,407	132,479	18,710	42%
摊薄每股收益 <sup>(4)</sup>	4.17	6.99	0.99	68% <sup>(3)</sup>
摊薄每股美国存托股收益 <sup>(4)</sup>	33.38	55.93	7.90	68% <sup>(3)</sup>
非公认会计准则摊薄每股收益 <sup>(2)(4)</sup>	4.80	6.62	0.93	38%
非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益 <sup>(2)(4)</sup>	38.40	52.98	7.48	38%

(1) 本业绩公告包含若干人民币金额兑换为美元及港元的财务数据，仅为方便读者。除另有注明外，人民币兑换为美元的所有折算均按人民币 7.0808 元兑 1.00 美元的汇率折算，即 2020 年 3 月 31 日美国联邦储备局 H.10 统计数据所载之汇率。人民币兑换为港元的所有折算均按人民币 0.9137 元兑 1.00 港元的汇率折算，即 2020 年 3 月 31 日中国人民银行公布的人民币汇率中间价。有关 2020 财年年度 GMV 美元数据，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 美元数据的汇总，而各季度人民币 GMV 数据兑换为美元的折算，是按相应季度平均每日人民币兑换美元汇率折算。百分比乃按人民币金额计算，由于约整可能出现微小差异。

(2) 有关本业绩公告内提述的非公认会计准则财务指标的更多资料，请参见「分部信息」、「非公认会计准则财务指标」及「非公认会计准则财务指标与其最接近的可比公认会计准则指标之间的调节」各节。

(3) 同比增长主要由于取得蚂蚁金服 33% 股份时确认人民币 716 亿元（101 亿美元）的一次性收益，部分被重估和处置投资收益同比减少（详见「利息收入和投资净收益」一节）、股权投资公允价值变动而产生的净损失及股权投资减值损失增加所抵销。剔除这些收益及损失以及其他若干项目，2020 财年的非公认会计准则净利润同比增长 42%。

(4) 每股美国存托股代表八股普通股。有关更多资料，请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」一节。

## 2020财年分部信息

所示期间我们的经营分部的财务资料概要如下表所示：

	截至 2020 年 3 月 31 日止年度						
	核心商业	云计算	数字媒体 及娱乐	创新业务 及其他	未分摊 <sup>(1)</sup>	合并	
	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	美元
	(以百万计, 百分比除外)						
收入	436,104	40,016	26,948	6,643	—	509,711	71,985
经营利润(亏损)	138,631	(7,016)	(14,937)	(12,951)	(12,297)	91,430	12,912
加: 股权激励费用	15,427	5,577	2,444	4,050	4,244	31,742	4,483
加: 无形资产摊销 和减值	11,742	25	1,377	86	158	13,388	1,891
加: 商誉减值	—	—	—	—	576	576	81
经调整 EBITA	165,800 <sup>(2)</sup>	(1,414)	(11,116)	(8,815)	(7,319)	137,136	19,367
经调整 EBITA 利 润率	38%	(4)%	(41)%	(133)%		27%	

	截至 2019 年 3 月 31 日止年度					
	核心商业	云计算	数字媒体 及娱乐	创新业务 及其他	未分摊 <sup>(1)</sup>	合并
	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币	人民币
	(以百万计, 百分比除外)					
收入	323,400	24,702	24,077	4,665	—	376,844
经营利润(亏损)	109,312	(5,508)	(20,046)	(11,795)	(14,879)	57,084
加: 股权激励费用	17,694	4,332	2,988	5,774	6,703	37,491
加: 无形资产摊销	9,161	18	1,262	50	236	10,727
加: 美国联邦集体 诉讼和解相关 费用	—	—	—	—	1,679	1,679
经调整 EBITA	136,167 <sup>(2)</sup>	(1,158)	(15,796)	(5,971)	(6,261)	106,981
经调整 EBITA 利 润率	42%	(5)%	(66)%	(128)%		28%

(1) 未分摊费用主要为未分摊至各分部的公司行政费用及其他杂项费用。

(2) 核心商业交易市场经调整 EBITA 同比增长 19% 至人民币 192,771 百万元 (27,224 百万美元)。核心商业经调整 EBITA 调整至核心商业交易市场经调整 EBITA 的调节见本业绩公告下文。

## 2020 财年营运及财务业绩

### 收入

总收入从 2019 财年的人民币 376,844 百万元增长 35%至 2020 财年的人民币 509,711 百万元（71,985 百万美元）。上述增长主要由我们的中国零售商业业务及云计算的强劲收入增长所驱动。

所示期间内我们按分部划分的收入明细如下表所示：

	截至 3 月 31 日止年度				%占收入 比例	%同比 变动
	2019		2020			
	人民币	%占收入 比例	人民币	美元		
						(以百万计, 百分比除外)
核心商业：						
中国零售商业						
— 客户管理	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%
	247,615	66%	332,750	46,993	65%	34%
中国批发商业	9,988	3%	12,427	1,755	3%	24%
跨境及全球零售商业	19,558	5%	24,323	3,435	5%	24%
跨境及全球批发商业	8,167	2%	9,594	1,355	2%	17%
菜鸟物流服务	14,885	4%	22,233	3,140	4%	49%
本地生活服务	18,058	5%	25,440	3,593	5%	41%
其他	5,129	1%	9,337	1,319	2%	82%
核心商业合计	323,400	86%	436,104	61,590	86%	35%
云计算	24,702	7%	40,016	5,651	8%	62%
数字媒体及娱乐	24,077	6%	26,948	3,806	5%	12%
创新业务及其他	4,665	1%	6,643	938	1%	42%
总计	376,844	100%	509,711	71,985	100%	35%

(1) 中国零售商业下「其他」收入主要由我们的新零售及直营业务（主要包括盒马、天猫超市、进口直营和银泰）产生。

### 核心商业

#### • 中国零售商业

2020财年中国零售商业的收入为人民币332,750百万元（46,993百万美元），相较2019财年人民币247,615百万元增长34%。来自我们中国零售市场的收入持续强劲增长。客户管理收入及佣金收入合计同比增长19%，其中客户管理收入增长20%、佣金收入增长15%。客户管理收入的增长主要由于付费点击量的上升，以及单次点击平均单价的上升。

佣金收入的增长主要由于天猫线上实物商品GMV（剔除未支付订单）同比实现23%的强劲增长。



佣金收入与天猫线上实物商品GMV（剔除未支付订单）增幅不完全同步，主要是因为天猫超市收入由佣金收入向直营业务收入的结构转变中，直营业务收入计入了中国零售商业业务项下的「其他」收入，以及更多在我们商家激励计划下的商家，因成功达到年度GMV目标，而享有优惠佣金率。

中国零售商业业务项下的「其他」收入为人民币86,268百万元（12,183百万美元），相较2019财年人民币40,084百万元显著提升，主要来自包括天猫超市和盒马在内的直营业务的贡献以及我们自2019年9月起合并考拉所驱动。

我们预期我们的直营业务收入的比例将随着我们进一步实施新零售战略而继续增大。

- **中国批发商业**

2020财年中国批发商业收入为人民币12,427百万元（1,755百万美元），相较2019财年人民币9,988百万元增长24%。增长的主要原因是来自我们的内贸批发交易市场1688.com平台付费会员的平均收入增加，以及来自零售通的收入增长。零售通是一个数字化采购平台，帮助快消品品牌制造商及其分销商直连中国的社区小店。

- **跨境及全球零售商业**

2020财年跨境及全球零售商业收入为人民币24,323百万元（3,435百万美元），相较2019财年人民币19,558百万元增长24%。增长的主要来自Lazada和Trendyol的收入增长(我们自2018年7月开始将Trendyol纳入合并范围)，以及速卖通的收入增长。

- **跨境及全球批发商业**

2020财年跨境及全球批发商业收入为人民币9,594百万元（1,355百万美元），相较2019财年人民币8,167百万元增长17%。增长的主要原因是来自我们的外贸批发交易市场Alibaba.com付费会员数量的增长。

- **菜鸟物流服务**

2020财年菜鸟网络物流服务收入主要来自其国内及国际一站式物流服务与供应链解决方案，抵消内部交易的影响后合计为人民币22,233百万元（3,140百万美元），相较2019财年人民币14,885百万元增长49%，主要原因是我们快速发展的跨境及全球零售商业业务已履约的订单量增加。

- **本地生活服务**

2020财年本地生活服务收入主要来自我们的即时配送和本地生活服务平台饿了么的平台佣金、提供配送服务收取的服务费及其他服务费，共为人民币25,440百万元（3,593百万美元），相较2019财年人民币18,058百万元增长41%，主要原因是送达订单量的增长以及单均价值的上升。

## 云计算

2020财年来自云计算业务的收入为人民币40,016百万元（5,651百万美元），相较2019财年人民币24,702百万元增长62%，主要由于来自公共云及混合云业务的收入贡献均实现增长。

## 数字媒体及娱乐

2020财年来自数字媒体及娱乐业务的收入为人民币26,948百万元（3,806百万美元），相较2019财年人民币24,077百万元增长12%。增长的主要原因是我们由2019年3月开始将阿里影业纳入合并范围。

## 创新业务及其他

2020财年来自创新业务及其他的收入为人民币6,643百万元（938百万美元），相较2019财年人民币4,665百万元增长42%。增长的主要原因是来自线上游戏及其他业务收入的增长。

## 成本和费用

下表载列于所示期间我们按功能划分的成本及费用、股权激励费用及不含股权激励费用的成本及费用明细。

	截至 3 月 31 日止年度					%占收入 比例同比 变动
	2019		2020		%占收入 比例	
	人民币	%占收入 比例	人民币	美元 (以百万计, 百分比除外)		
<b>成本及费用:</b>						
营业成本	206,929	55%	282,367	39,878	55%	0%
产品开发费用	37,435	10%	43,080	6,085	9%	(1)%
销售和市场费用	39,780	11%	50,673	7,156	10%	(1)%
一般及行政费用	24,889	6%	28,197	3,982	5%	(1)%
无形资产摊销和减值	10,727	3%	13,388	1,891	3%	0%
商誉减值	—	—	576	81	0%	0%
成本及费用总额	319,760	85%	418,281	59,073	82%	(3)%
<b>股权激励费用:</b>						
营业成本	8,915	2%	7,322	1,034	1%	(1)%
产品开发费用	15,378	4%	13,654	1,928	3%	(1)%
销售和市场费用	4,411	2%	3,830	541	1%	(1)%
一般及行政费用	8,787	2%	6,936	980	1%	(1)%
股权激励费用总额	37,491	10%	31,742	4,483	6%	(4)%
<b>不含股权激励费用的成本及费用:</b>						
营业成本	198,014	53%	275,045	38,844	54%	1%
产品开发费用	22,057	6%	29,426	4,157	6%	0%
销售和市场费用	35,369	9%	46,843	6,615	9%	0%

一般及行政费用	16,102	4%	21,261	3,002	4%	0%
无形资产摊销和减值	10,727	3%	13,388	1,891	3%	0%
商誉减值	—	—	576	81	0%	0%
不含股权激励费用的成本及费用总额	<u>282,269</u>	<u>75%</u>	<u>386,539</u>	<u>54,590</u>	<u>76%</u>	<u>1%</u>

**营业成本** – 2020财年营业成本为人民币282,367百万元（39,878百万美元），占收入比例55%，2019财年为人民币206,929百万元，占收入比例55%。若不考虑股权激励费用的影响，营业成本占收入的比例从2019财年的53%增加至2020财年的54%。该增长主要来自直营业务收入增长（包括天猫超市及自营新零售在内的业务）带来的收入结构性变化所导致的存货成本上升，以及合并考拉的影响，部分被优酷的内容成本下降及我们的技术和基础设施的效率提升所抵销。

**产品开发费用** – 2020财年产品开发费用为人民币43,080百万元（6,085百万美元），占收入比例9%，2019财年为人民币37,435百万元，占收入比例10%。若不考虑股权激励费用的影响，2020财年及2019财年产品开发费用占收入的比例将平稳维持在6%。

**销售和市场费用** – 2020财年销售和市场费用为人民币50,673百万元（7,156百万美元），占收入比例10%，2019财年为人民币39,780百万元，占收入比例11%。若不考虑股权激励费用的影响，2020财年及2019财年销售和市场费用占收入的比例将平稳维持在9%。

**一般及行政费用** – 2020财年一般及行政费用为人民币28,197百万元（3,982百万美元），占收入比例5%，2019财年为人民币24,889百万元，占收入比例6%。若不考虑股权激励费用的影响，2020财年及2019财年一般及行政费用占收入比例将平稳维持在4%。

**股权激励费用** – 2020财年计入上述成本和费用的股权激励费用为人民币31,742百万元（4,483百万美元），较2019财年人民币37,491百万元减少15%。股权激励费用占收入的比例从2019财年的10%下降至2020财年的6%。

所示年度内，按激励类型划分的股权激励费用的情况如下：

	截至3月31日止年度					%变动 按年
	2019年		2020年			
	人民币	%占收入 比例 (以百万计, 百分比除外)	人民币	美元	%占收 入比例	
按激励类型:						
阿里巴巴集团的						
股权激励 <sup>(1)</sup>	22,727	6%	26,216	3,703	5%	15%
蚂蚁金服相关并授予我们						
员工的股权激励 <sup>(2)</sup>	12,855	3%	1,261	178	0%	(90)%
其他 <sup>(3)</sup>	1,909	1%	4,265	602	1%	123%
股权激励费用合计	37,491	10%	31,742	4,483	6%	(15)%

(1) 包括授予我们的员工、蚂蚁金服的员工及其他顾问的激励。2019年3月31日前，我们授予非员工的激励按市值计价作会计处理。自2019年4月1日起，我们采用美国公认会计准则下ASU 2018-07「薪酬—股份薪酬（专题718号）：非员工股份支付会计处理的改进」。由于采用该更新会计政策，此等激励不再按市值计价作会计处理。自2019年9月23日我们取得蚂蚁金服33%股份后，授予蚂蚁金服的员工的激励费用会计入权益法核算的投资损益。

(2) 按市值计价作会计处理的激励。

(3) 「其他」主要是与我们子公司的股权相关的股权激励。

2020财年与阿里巴巴集团的股权激励相关的费用较2019财年增加，主要原因是所授予的股权激励的平均公允价值有所上升。

2020财年与蚂蚁金服相关并授予我们员工的股权激励的费用较2019财年大幅减少，主要原因是蚂蚁金服于2019财年内按较高估值完成股权融资，使我们需确认该等激励的增值。

2020财年与我们子公司的股权相关的股权激励的费用较2019财年增加，主要原因是所授予的股权激励增加及部份该等激励于本年度以现金结算所产生的影响。

我们预计股权激励费用将继续受到本公司股价、我们子公司的股权激励实施情况以及未来我们授出的激励数量的变动影响。此外，我们预计未来股权激励费用也将继续受到未来任何蚂蚁金服权益估值变动的的影响，但此类变动将为非现金性质，且将不会对股东带来经济利益损失或权益摊薄。

**无形资产摊销和减值** – 2020财年无形资产摊销和减值为人民币13,388百万元（1,891百万美元），相较2019财年人民币10,727百万元增长25%，主要由于2018年12月合并口碑业务产生的无形资产在本财年全年摊销的影响所致。

#### **经营利润及经营利润率**

2020财年经营利润为人民币91,430百万元（12,912百万美元），占收入比例18%，相较2019财年人民币57,084百万元，占收入比例15%，增长60%。

### 经调整 EBITDA 及经调整 EBITA

2020财年经调整EBITDA为人民币157,659百万元（22,266百万美元），相较2019财年人民币121,943百万元增长29%。2020财年经调整EBITA为人民币137,136百万元（19,367百万美元），相较2019财年人民币106,981百万元增长28%。净利润调整至经调整EBITDA及经调整EBITA的调节见本业绩公告下文。

### 按分部划分的经调整 EBITA 及经调整 EBITA 利润率

按分部划分的经调整EBITA及经调整EBITA利润率如下。关于经营利润和经调整EBITA之间的具体调节，请参见以上「分部信息」。

	截至 3 月 31 日止年度				
	2019		2020		%占分部 收入比例
	人民币	%占分部 收入比例	人民币	美元	
	（以百万计，百分比除外）				
核心商业	136,167	42%	165,800	23,415	38%
云计算	(1,158)	(5)%	(1,414)	(199)	(4)%
数字媒体及娱乐	(15,796)	(66)%	(11,116)	(1,570)	(41)%
创新业务及其他	(5,971)	(128)%	(8,815)	(1,245)	(133)%

**核心商业分部** – 核心商业分部2020财年经调整EBITA为人民币165,800百万元（23,415百万美元），较2019财年人民币136,167百万元增长22%，主要由于核心商业交易市场经调整EBITA增长至人民币192,771百万元（27,224百万美元）。经调整EBITA利润率从2019财年的42%下降至截至2020财年的38%，主要由于持续向自营新零售业务和直营业务转变带来的收入结构性变化，而该两种业务的收入均以总额法进行确认（其中包括存货成本），以及合并考拉的影响。

核心商业经调整EBITA调整至核心商业交易市场经调整EBITA的调节见本业绩公告下文。

我们预计核心商业分部的经调整EBITA利润率将会持续受到我们对于新业务的投资，以及持续向自营新零售业务和直营业务转变带来的收入结构性变化的影响。

**云计算分部** – 云计算分部2020财年经调整EBITA亏损人民币1,414百万元（199百万美元），2019财年为亏损人民币1,158百万元。相应的经调整EBITA利润率从2019财年的负5%改善至2020财年的负4%。

**数字媒体及娱乐分部** – 数字媒体及娱乐分部2020财年经调整EBITA亏损人民币11,116百万元（1,570百万美元），2019财年为亏损人民币15,796百万元。相应的经调整EBITA利润率从2019财年的负66%改善至2020财年的负41%，主要由于我们采取了更为审慎的内容支出政策而导致优酷的内容成本减少。

**创新业务及其他分部 – 创新业务及其他分部2020财年经调整EBITA亏损人民币8,815百万元（1,245百万美元），2019财年为亏损人民币5,971百万元。经调整EBITA亏损的增加主要由于钉钉及其他新业务亏损增加，以及我们对于技术研发和创新的投入。**

### **利息收入和投资净收益**

2020财年利息收入和投资净收益为人民币72,956百万元（10,303百万美元），2019财年为人民币44,106百万元。于2020财年，我们分别对取得蚂蚁金服33%股份及终止合并速卖通俄罗斯业务确认了人民币716亿元（101亿美元）及人民币103亿元（15亿美元）的一次性收益。于2019财年，因2018年12月和2019年3月分别获得口碑和阿里影业的控制权后，我们对先前持有的股权重估分别确认了人民币220亿元及人民币58亿元的一次性收益。2020财年的一次性收益增加，部分被我们的股权投资公允价值变动而产生的净损失，相较2019财年该公允价值变动则为净收益所抵销。

上述提及的收益及损失未计入非公认会计准则净利润。

### **其他净收支**

2020财年的其他净收益为人民币7,439百万元（1,051百万美元），2019财年为人民币221百万元。其他净收益的增长主要是由于从蚂蚁金服取得的许可使用费和软件技术服务费增加及汇兑损失下降。2020财年，我们与蚂蚁金服的利润分成安排下的许可使用费和软件技术服务费为人民币3,835百万元（542百万美元），2019财年为人民币517百万元。2019年9月我们取得蚂蚁金服33%股份后利润分成安排亦即终止。

### **所得税费用**

2020财年的所得税费用为人民币20,562百万元（2,904百万美元），2019财年为人民币16,553百万元。

我们的有效税率从2019财年的17%下降至2020财年的12%。若不考虑关于取得蚂蚁金服33%股份的一次性收益、股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资及商誉的减值损失以及来自权益法核算的投资损益的基础差异相应的递延所得税影响，2020财年的有效税率为17%。

### **权益法核算的投资损益**

2020财年的权益法核算的投资损益为损失人民币5,733百万元（810百万美元），2019财年为收益人民币566百万元。我们延后一个季度确认权益法核算的投资损益。2020财年以及可比期间的权益法核算的投资损益构成如下：

截至 3 月 31 日止年度

	2019	2020	
	人民币	人民币	美元
		(以百万计)	
权益法核算的投资收益			
- 蚂蚁金服 <sup>(1)</sup>	—	5,324	752
- 其他	2,997	3,332	470
减值损失	(493)	(11,824)	(1,670)
由于所持股份被摊薄带来的 损失	(185)	(108)	(15)
其他 <sup>(2)</sup>	(1,753)	(2,457)	(347)
总计	566	(5,733)	(810)

(1) 我们于 2019 年 9 月 23 日收到蚂蚁金服 33% 的股权。与其他权益法核算的股权投资处理一样，我们延后一个季度计入享有蚂蚁金服的损益份额。因此 2020 财年与蚂蚁金服有关的权益法核算的投资收益反映由取得股权后起计至 2019 年 12 月 31 日止期间我们所享有蚂蚁金服的收益份额。

(2) 「其他」主要包括对于权益法核算的被投资企业的无形资产摊销及股权激励费用。

权益法核算的投资损益同比减少主要是由于若干权益法核算的被投资企业因其市值长期低于我们的账面值而导致的减值损失人民币 11,824 百万元(1,670 百万美元) 所致，部分被我们分享蚂蚁金服的利润所抵销。新冠肺炎疫情令经济受广泛干扰，有可能对我们权益法核算的被投资企业的业务产生不利因素，而为我们未来期间的权益法核算的投资损益带来负面影响。

### 净利润及非公认会计准则净利润

2020 财年的净利润为人民币 140,350 百万元（19,821 百万美元），相较 2019 财年人民币 80,234 百万元增长 75%。

剔除取得蚂蚁金服 33% 股份时确认的一次性收益、股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资、无形资产和商誉的减值损失以及其他若干项目，2020 财年的非公认会计准则净利润为人民币 132,479 百万元（18,710 百万美元），相较 2019 财年人民币 93,407 万元增长 42%。净利润调整至非公认会计准则净利润的调节见本业绩公告下文。

### 归属于普通股股东的净利润

2020 财年的归属于普通股股东的净利润为人民币 149,263 百万元（21,080 百万美元），较 2019 财年人民币 87,600 百万元增长 70%。

### 摊薄每股美国存托股/每股收益及非公认会计准则摊薄每股美国存托股/每股收益

2020 财年按本年度 21,346 百万股已发行摊薄股份的加权平均股数计算的摊薄每股美国存托股收益为人民币 55.93 元（7.90 美元），较 2019 财年按 20,988 百万股已发行摊薄股份的加权平均股数计算的

人民币33.38元增长68%（此节所示数据均已反映2019年7月进行的股份分拆）。剔除取得蚂蚁金服33%股份时确认的一次性收益、股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资、无形资产和商誉的减值损失以及其他若干项目，2020财年的非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益为人民币52.98元（7.48美元），较2019财年的人民币38.40元增长38%。

2020财年摊薄每股收益为人民币6.99元（0.99美元或7.65港元），较2019财年的人民币4.17元增长68%。剔除取得蚂蚁金服33%股份时确认的一次性收益、股权激励费用、重估和处置投资的收益（损失）、投资、无形资产和商誉的减值损失以及其他若干项目，2020财年的非公认会计准则摊薄每股收益为人民币6.62元（0.93美元或7.25港元），较2019财年的人民币4.80元增长38%。

摊薄每股美国存托股/每股收益调整至非公认会计准则摊薄每股美国存托股/每股收益的调节见本业绩公告下文。每股美国存托股代表八股普通股。欲了解更多信息，请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」。

### 现金、现金等价物和短期投资

2020年3月31日，现金、现金等价物和短期投资金额为人民币358,981百万元（50,698百万美元），而2019年3月31日为人民币193,238百万元。现金、现金等价物和短期投资在2020财年的增加主要来自经营活动产生的自由现金流人民币130,914百万元（18,489百万美元）及我们在全世界发行普通股所得款项净额人民币90,546百万元（12,788百万美元），部分被投资和收购活动所用的现金流量净额人民币38,104百万元（5,381百万美元）所抵销。

### 经营活动产生的现金流量及自由现金流

2020财年的经营活动产生的现金流量净额为人民币180,607百万元（25,507百万美元），相较2019财年的人民币150,975百万元增长20%。自由现金流（一项非公认会计准则流动性指标）从2019财年的人民币104,478百万元增长25%至2020财年的人民币130,914百万元（18,489百万美元），主要由于我们盈利能力的稳健提升。经营活动产生的现金流量净额调整至自由现金流的调节见本业绩公告下文。

### 投资活动所用的现金流量

2020财年的投资活动所用的现金流量净额为人民币108,072百万元（15,263百万美元），主要反映了(i)投资和收购活动现金支出人民币56,873百万元（8,032百万美元），包括收购考拉及投资美年大健康、红星美凯龙、申通快递及千方科技相关的现金支出，(ii)资本性支出人民币32,550百万元（4,597百万美元），包括购置与企业园区有关的土地使用权及在建工程的现金支出人民币7,888百万元（1,114百万美元），(iii)短期投资增加人民币24,907百万元（3,518百万美元）以及(iv)购置获授权版权和其他无形资产的现金支出人民币12,836百万元（1,813百万美元）。上述提及的现金支出，部分被处置多项投资所得的现金流入人民币18,769百万元（2,651百万美元）所抵销。此外，因取得蚂蚁金服33%股份的现金净额影响极小，原因是相关所付对价全部来自于我们向蚂蚁金服转让若干知识产权和资产所收取的金额。

### 股份分拆及美国存托股比率变更

于2019年7月30日，我们将每股已发行及未发行普通股分拆为八股普通股（「股份分拆」）并同时调整了普通股与美国存托股的比率。美国存托股比率变更后，每股美国存托股现代表八股普通股。由于美国存托股比率变更与股份分拆比例一致，因此并无向任何美国存托股持有人发行新美国



存托股，发行在外美国存托股的总数维持不变。

下表列示于所示期间股份分拆前后归属于普通股股东的每股 / 每股美国存托股收益以及用于计算每股普通股收益的加权平均股数。

	截至 3 月 31 日止三个月					
	2019		2020			
	股份分拆前	股份分拆后	股份分拆前		股份分拆后	
	人民币	人民币	人民币	美元	人民币	美元
归属于普通股股东的每股收益			(股数除外)			
基本	10.02	1.25	1.18	0.17	0.15	0.02
摊薄	9.84	1.23	1.16	0.16	0.14	0.02
非公认会计准则摊薄	8.57	1.07	9.20	1.30	1.15	0.16
归属于普通股股东的每股 美国存托股收益						
基本	10.02	10.02	1.18	0.17	1.18	0.17
摊薄	9.84	9.84	1.16	0.16	1.16	0.16
非公认会计准则摊薄	8.57	8.57	9.20	1.30	9.20	1.30
用于计算每股普通股收益的加权平均 股数 (百万股)						
基本	2,579	20,635	2,679		21,435	
摊薄	2,625	21,002	2,727		21,822	

	截至 3 月 31 日止年度					
	2019		2020			
	股份分拆前	股份分拆后	股份分拆前		股份分拆后	
	人民币	人民币	人民币	美元	人民币	美元
归属于普通股股东的每股收益			(股数除外)			
基本	33.95	4.24	56.82	8.02	7.10	1.00
摊薄	33.38	4.17	55.93	7.90	6.99	0.99
非公认会计准则摊薄	38.40	4.80	52.98	7.48	6.62	0.93
归属于普通股股东的每股 美国存托股收益						
基本	33.95	33.95	56.82	8.02	56.82	8.02
摊薄	33.38	33.38	55.93	7.90	55.93	7.90
非公认会计准则摊薄	38.40	38.40	52.98	7.48	52.98	7.48
用于计算每股普通股收益的加权 平均 股数 (百万股)						
基本	2,580	20,640	2,627		21,017	
摊薄	2,623	20,988	2,668		21,346	

## 网络广播及电话会议资料

阿里巴巴集团管理层将于 2020 年 5 月 22 日美国东岸时间上午七时三十分（香港时间下午七时三十分）举行电话会议，以讨论财务业绩。

电话会议的详情如下：

国际：+65 6713 5330

美国：+1 347 549 4094

英国：+44 203 713 5084

香港：+852 3018 8307

中国固定网络：800 8700 532

中国移动电话：400 624 0407

会议编号：5870545（英语）

会议编号：1575158（普通话同声传译）

您可在 <https://www.alibabagroup.com/cn/ir/earnings> 上访问业绩电话会议的网络直播。电话结束后将可通过相同链接浏览存档网络广播。电话会议的重播将持续一周（拨入号码：+61 2 8199 0299；会议编号与上述一样）。

我们的业绩公告及所附幻灯片于 2020 年 5 月 22 日在阿里巴巴集团的投资者关系网站可供浏览，网址为 <https://www.alibabagroup.com/cn/ir/home>。

## 关于阿里巴巴集团

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。集团旨在构建未来的商业基础设施，其愿景是让客户相会、工作和生活阿里巴巴，并成为一家活 102 年的好公司。

## 联系方式

投资者关系联系

Rob Lin

[Investor@alibabagroup.com](mailto:Investor@alibabagroup.com)

媒体联系

Brion Tingler

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

Adam Najberg

[adam.najberg@alibaba-inc.com](mailto:adam.najberg@alibaba-inc.com)

## 安全港声明

本公告载有前瞻性陈述。该等陈述乃根据 1995 年美国私人证券诉讼改革法案(U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995)中的「安全港」条文作出。该等前瞻性陈述可通过如「将要」、「预期」、「预计」、「未来」、「拟」、「计划」、「相信」、「估计」、「潜在」、「继续」、「持续」、「目标」、「指引」等用语及类似陈述来识别。此外，任何不属过往事实的陈述，包括有关阿里巴巴战略及业务规划的陈述，关于阿里巴巴业务发展及收入增长的信念、预期及指导，本公告中所述业务前景及管理层看法以及阿里巴巴的战略及运营计划均属前瞻性陈述或包含前瞻性陈述。阿里巴巴亦可能在其提交予美国证券交易委员会（「证交会」）以及于香港联合交

易所有限公司（「香港联交所」）网站发布的定期报告、公告、新闻稿件及其他书面材料中做出前瞻性陈述或由其高级职员、董事或雇员向第三方口头作出有关陈述。前瞻性陈述涉及内在风险及不明朗因素。多种因素均可导致实际业绩大幅偏离任何前瞻性陈述所包含的结果，包括但不限于以下事项：新冠肺炎疫情的影响；阿里巴巴的预期收入增长；阿里巴巴的目标及战略；阿里巴巴的未来业务发展；阿里巴巴维持其数字经济体的可信赖状态的能力；与持续投资阿里巴巴业务与战略收购及投资有关的风险；阿里巴巴保持或增加其收入或业务的能力；阿里巴巴持续有效竞争及维持及改善数字经济体网络效应的能力；公司文化；阿里巴巴持续创新的能力；与运营一家复杂且庞大的公司有关的风险及挑战；与国际及跨境业务及其运营，包括保护主义或国家安全政策有关的风险；由国家之间的竞争及地缘关系紧张而增加的不确定性；影响阿里巴巴业务运营的法律、法规及监管环境的变动；隐私及监管问题；安全漏洞；与我们业务合作伙伴（包括但不限于蚂蚁金服）的表现有关的风险；及中国乃至全球整体经济及商业环境的波动以及与上述任何一项相关或与之有关的假设。有关此方面及其他风险的进一步资料均包括在阿里巴巴于证交会的备案以及于香港联交所网站发布的公告内。本业绩公告中所提供的所有信息均截至本业绩公告日期止并基于我们认为截至该日期合理的假设，阿里巴巴集团并不承担更新任何前瞻性陈述的任何义务，惟适用法律另有规定则除外。

## 非公认会计准则财务指标

为补充根据公认会计准则编制及呈列的合并财务报表，我们使用以下非公认会计准则财务指标：对于我们的合并业绩，经调整息税折旧及摊销前利润（「经调整 EBITDA」）（包括经调整 EBITDA 利润率），经调整息税及摊销前利润（「经调整 EBITA」）（包括经调整 EBITA 利润率）、核心商业交易市场经调整 EBITA、非公认会计准则净利润、非公认会计准则摊薄每股／每股美国存托股收益和自由现金流。有关该等非公认会计准则财务指标的更多资料，请参阅本业绩公告「分部信息」一节及「非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节」表格。

我们认为，经调整 EBITDA、经调整 EBITA、核心商业交易市场经调整 EBITA、非公认会计准则净利润和非公认会计准则摊薄每股／每股美国存托股收益有助于我们识别业务的基本趋势，避免由于在经营利润、净利润和摊薄每股／每股美国存托股收益中计入某些收支导致这些趋势失真。我们认为这些非公认会计准则财务指标提供了关于核心业务业绩的实用信息、增强对过往表现及未来前景的整体理解，并且有助于更清晰地了解管理层在财务和运营决策中所使用的核心指标。我们呈列了三种不同的利润指标，即经调整 EBITDA、经调整 EBITA 和非公认会计准则净利润，以及为我们的核心商业分部提供补充资料的核心商业交易市场经调整 EBITA，以便为投资者提供更多关于我们经营业绩的信息及增加透明度。

我们将自由现金流视为一项流动性指标，可为管理层和投资者提供直观信息，了解经营性现金流量中有多少能够用于战略投入，包括投资新的业务、进行战略性投资和收购以及提升我们的财务状况。

经调整 EBITDA、经调整 EBITA、核心商业交易市场经调整 EBITA、非公认会计准则净利润、非公认会计准则摊薄每股／每股美国存托股收益和自由现金流不应单独考虑，不应视为或诠释为可替代经营利润、核心商业经调整 EBITA、净利润、摊薄每股／每股美国存托股收益、现金流量或任何其他业绩指标，亦不应视为或诠释为我们的经营业绩。本节所列的非公认会计准则财务指标在美国公认会计准则下并无标准含义，也不应与其他公司提供的名称类似的指标相比较，因为其他公司的计算方式可能不同，所以限制了其与我们相应数据的可比性。

**经调整 EBITDA** 指剔除以下项目的净利润：(i)利息收入和投资净收益、利息费用、其他净收支、所得税费用和权益法核算的投资损益；(ii)某些非现金费用，包括股权激励费用、摊销、折旧、与土地使用权有关的经营租赁成本及无形资产和商誉减值；以及(iii)美国联邦集体诉讼和解相关费用。我们认为上述事项并未反映我们在报告期内的核心运营业绩。

**经调整EBITA**指剔除以下项目的净利润：(i)利息收入和投资净收益、利息费用、其他净收支、所得税费用和权益法核算的投资损益；(ii)某些非现金费用，包括股权激励费用、摊销及无形资产和商誉减值；以及(iii)美国联邦集体诉讼和解相关费用。我们认为上述项并未反映我们在报告期内的核心运营业绩。

**核心商业交易市场经调整EBITA**指在核心商业经调整EBITA中剔除以下各项业务的影响：(i)本地生活服务；(ii) Lazada；(iii) 新零售及进口直营；及(iv)菜鸟网络。核心商业交易市场经调整EBITA反映了我们最成熟业务的业绩，即我们主要基于交易市场模式的中国零售市场和批发市场，因此通过排除尚处于早期发展阶段且商业模式仍在变化的业务，核心商业交易市场经调整EBITA能帮助投资者在可比的基础上清晰地评估我们最成熟业务的业绩表现。

**非公认会计准则净利润**指剔除以下项目的净利润：股权激励费用、摊销、投资、无形资产和商誉减值、视同处置/处置/重估投资产生的收益（损失）、美国联邦集体诉讼和解相关费用、与取得蚂蚁金服33%股份有关的收益、因与蚂蚁金服的重组安排而产生额外价值的摊销及其他，以及非公认会计准则调整所产生的所得税影响。

**非公认会计准则摊薄每股收益**指归属于普通股股东的非公认会计准则净利润除以按摊薄基准计算的期间已发行股份的加权平均数。**非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益**按普通股与美国存托股的比率调整后的非公认会计准则摊薄每股收益得出。

**自由现金流**指我们的合并现金流量表中列报的经营产生的现金流量净额减去购置物业及设备（不包括与我们建设企业园区有关的购置土地使用权和在建工程支出）、获授权版权和其他无形资产，以及从经营活动产生的现金流量净额中剔除我们的中国零售市场商家存入的消费者保护基金的资金。我们自投资活动产生的现金流量中减去若干项目，以提高贡献收入的业务经营所产生现金流的透明度。我们剔除了「与我们建设企业园区有关的购置土地使用权和在建工程支出」，因为企业园区主要作为我们的企业及管理用途且与我们贡献收入的业务经营不直接相关。我们还剔除了我们的中国零售市场商家存入的消费者保护基金的资金，因为该基金的目的仅限于偿付消费者对商家的索赔。

本业绩公告中的「分部信息」一节及「非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节」表格中载有关于非公认会计准则财务指标（与公认会计准则财务指标最直接可比）及该等财务指标之间有关调节的更多详情。

阿里巴巴集团控股有限公司  
未经审计合并利润表

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
	(以百万计, 每股数据除外)			(以百万计, 每股数据除外)		
收入	93,498	114,314	16,144	376,844	509,711	71,985
营业成本	(55,610)	(72,502)	(10,239)	(206,929)	(282,367)	(39,878)
产品开发费用	(8,659)	(10,587)	(1,495)	(37,435)	(43,080)	(6,085)
销售和市场费用	(9,649)	(12,179)	(1,720)	(39,780)	(50,673)	(7,156)
一般及行政费用	(7,612)	(7,871)	(1,112)	(24,889)	(28,197)	(3,982)
无形资产摊销和减值	(3,203)	(4,044)	(571)	(10,727)	(13,388)	(1,891)
商誉减值	—	—	—	—	(576)	(81)
<b>经营利润</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>
利息收入和投资净收益	18,665	(7,715)	(1,089)	44,106	72,956	10,303
利息费用	(1,303)	(1,165)	(165)	(5,190)	(5,180)	(731)
其他净收益	1,449	1,180	167	221	7,439	1,051
<b>扣除所得税及权益法核算的 投资损益前的利润(亏损)</b>	<b>27,576</b>	<b>(569)</b>	<b>(80)</b>	<b>96,221</b>	<b>166,645</b>	<b>23,535</b>
所得税费用	(5,025)	(2,628)	(371)	(16,553)	(20,562)	(2,904)
权益法核算的投资损益	828	3,545	500	566	(5,733)	(810)
<b>净利润</b>	<b>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
归属于非控制性权益的净损失	2,534	2,872	406	7,652	9,083	1,283
归属于阿里巴巴集团股东的净利润	25,913	3,220	455	87,886	149,433	21,104
夹层权益的增值	(83)	(58)	(8)	(286)	(170)	(24)
<b>归属于普通股股东的净利润</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>归属于普通股股东的每股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	1.25	0.15	0.02	4.24	7.10	1.00
摊薄	1.23	0.14	0.02	4.17	6.99	0.99
<b>归属于普通股股东的 每股美国存托股收益<sup>(1)</sup></b>						
基本	10.02	1.18	0.17	33.95	56.82	8.02
摊薄	9.84	1.16	0.16	33.38	55.93	7.90
<b>用于计算每股收益的加权 平均股数(百万股)<sup>(1)</sup></b>						
基本	20,635	21,435		20,640	21,017	
摊薄	21,002	21,822		20,988	21,346	

(1) 每股美国存托股代表八股普通股。欲了解更多信息, 请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」。

## 阿里巴巴集团控股有限公司 收入

所示期间按分部划分的收入如下：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
		(以百万计)			(以百万计)	
核心商业 <sup>(1)</sup>	78,894	93,865	13,256	323,400	436,104	61,590
云计算 <sup>(2)</sup>	7,726	12,217	1,725	24,702	40,016	5,651
数字媒体及娱乐 <sup>(3)</sup>	5,671	5,944	840	24,077	26,948	3,806
创新业务及其他 <sup>(4)</sup>	1,207	2,288	323	4,665	6,643	938
总计	93,498	114,314	16,144	376,844	509,711	71,985

- (1) 核心商业的收入主要来自我们的中国零售市场、盒马、1688.com、Lazada.com、速卖通、Alibaba.com、菜鸟物流服务及本地生活服务。
- (2) 云计算收入主要由提供弹性计算、数据库、存储、网络虚拟化服务、大规模计算、安全、管理和应用服务、大数据分析、机器学习平台及物联网等服务所产生。
- (3) 数字媒体及娱乐收入主要来自优酷及 UCWeb。
- (4) 创新业务及其他收入主要来自线上游戏、高德、天猫精灵及其他创新业务。其他收入亦包括自蚂蚁金服及其关联方收取的中小企业贷款年费。

## 阿里巴巴集团控股有限公司 分部信息

所示期间内我们按分部划分的经营利润（亏损）如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
		(以百万计)			(以百万计)	
核心商业	21,632	20,166	2,848	109,312	138,631	19,578
云计算	(1,036)	(1,757)	(248)	(5,508)	(7,016)	(991)
数字媒体及娱乐	(3,854)	(4,491)	(634)	(20,046)	(14,937)	(2,109)
创新业务及其他	(3,270)	(4,022)	(568)	(11,795)	(12,951)	(1,829)
未分摊	(4,707)	(2,765)	(391)	(14,879)	(12,297)	(1,737)
总计	<u>8,765</u>	<u>7,131</u>	<u>1,007</u>	<u>57,084</u>	<u>91,430</u>	<u>12,912</u>

所示期间内我们按分部划分的经调整 EBITA 如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
		(以百万计)			(以百万计)	
核心商业	27,484	28,126	3,972	136,167	165,800	23,415
云计算	(164)	(179)	(25)	(1,158)	(1,414)	(199)
数字媒体及娱乐	(2,828)	(3,378)	(477)	(15,796)	(11,116)	(1,570)
创新业务及其他	(1,932)	(3,063)	(433)	(5,971)	(8,815)	(1,245)
未分摊	(1,803)	(1,679)	(237)	(6,261)	(7,319)	(1,034)
总计	<u>20,757</u>	<u>19,827</u>	<u>2,800</u>	<u>106,981</u>	<u>137,136</u>	<u>19,367</u>

阿里巴巴集团控股有限公司  
未经审计合并资产负债表

	于 3 月 31 日	于 3 月 31 日	
	2019	2020	
	人民币	人民币	美元
		(以百万计)	
<b>资产</b>			
流动资产:			
现金及现金等价物	189,976	330,503	46,676
短期投资	3,262	28,478	4,022
受限制现金及应收托管资金	8,518	15,479	2,186
证券投资	9,927	4,234	598
预付款项、应收款项及其他资产	58,590	84,229	11,895
流动资产总额	270,273	462,923	65,377
证券投资	157,090	161,329	22,784
预付款项、应收款项及其他资产 <sup>(1)</sup>	28,018	57,985	8,189
股权投资	84,454	189,632	26,782
物业及设备 (净值)	92,030	103,387	14,601
无形资产 (净值)	68,276	60,947	8,607
商誉	264,935	276,782	39,089
<b>资产总额</b>	<b>965,076</b>	<b>1,312,985</b>	<b>185,429</b>
<b>负债、夹层权益及股东权益</b>			
流动负债:			
短期银行借款	7,356	5,154	728
短期无担保优先票据	15,110	—	—
应付所得税	17,685	20,190	2,851
应付托管资金	8,250	3,014	426
预提费用、应付款项及其他负债 <sup>(1)</sup>	117,711	161,536	22,813
商家保证金	10,762	13,640	1,926
递延收入及客户预付款	30,795	38,338	5,415
流动负债总额	207,669	241,872	34,159



阿里巴巴集团控股有限公司  
未经审计合并资产负债表（续）

	于 3 月 31 日	于 3 月 31 日	
	2019	2020	
	人民币	人民币	美元
		(以百万计)	
递延收入	1,467	2,025	286
递延所得税负债	22,517	43,898	6,200
长期银行借款	35,427	39,660	5,601
长期无担保优先票据	76,407	80,616	11,385
其他负债 <sup>(1)</sup>	6,187	25,263	3,567
<b>负债总额</b>	<b>349,674</b>	<b>433,334</b>	<b>61,198</b>
承诺及或有事项	—	—	—
夹层权益	6,819	9,103	1,286
股东权益：			
普通股	1	1	—
资本公积	231,783	343,707	48,541
库存股（按成本计）	—	—	—
重组储备	(97)	—	—
应收股权认购款项	(49)	(51)	(7)
法定储备	5,068	6,100	861
累计其他综合损失	(2,335)	(643)	(91)
未分配利润	257,886	406,287	57,379
股东权益总额	492,257	755,401	106,683
非控制性权益	116,326	115,147	16,262
<b>权益总额</b>	<b>608,583</b>	<b>870,548</b>	<b>122,945</b>
<b>负债、夹层权益及权益总额</b>	<b>965,076</b>	<b>1,312,985</b>	<b>185,429</b>

(1) 我们于 2020 年财政年度第一季度开始以修订追溯法采用 ASU 2016-02「租赁（专题 842 号）」，而可比期间则不作调整。采用该准则导致于 2019 年 4 月 1 日的合并资产负债表确认约人民币 249 亿元的经营租赁使用权资产及约人民币 194 亿元的经营租赁负债。

经营租赁使用权资产包含在合并资产负债表的非流动预付款项、应收款项及其他资产内，而经营租赁负债包含在流动预提费用、应付款项及其他负债以及其他非流动负债内。

阿里巴巴集团控股有限公司  
未经审计简明合并现金流量表

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
	(以百万计)			(以百万计)		
经营活动产生的现金流量净额	18,553	2,164	306	150,975	180,607	25,507
投资活动所用的现金流量净额	(16,751)	(32,995)	(4,660)	(151,060)	(108,072)	(15,263)
融资活动产生(所用)产生的现金流量净额	719	2,967	419	(7,392)	70,853	10,006
汇率变动对现金及现金等价物、受限制现金及应收托管资金的影响	(1,142)	2,322	328	3,245	4,100	579
现金及现金等价物、受限制现金及应收托管资金的增加(减少)	1,379	(25,542)	(3,607)	(4,232)	147,488	20,829
期初现金及现金等价物、受限制现金及应收托管资金	197,115	371,524	52,469	202,726	198,494	28,033
期末现金及现金等价物、受限制现金及应收托管资金	198,494	345,982	48,862	198,494	345,982	48,862

阿里巴巴集团控股有限公司

非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节

所示期间我们的净利润调整至经调整 EBITA 及经调整 EBITDA 的调节如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
	(以百万计)			(以百万计)		
<b>净利润</b>	<b>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
减：利息收入和投资净收益	(18,665)	7,715	1,089	(44,106)	(72,956)	(10,303)
加：利息费用	1,303	1,165	165	5,190	5,180	731
减：其他净收益	(1,449)	(1,180)	(167)	(221)	(7,439)	(1,051)
加：所得税费用	5,025	2,628	371	16,553	20,562	2,904
加：权益法核算的投资损益	(828)	(3,545)	(500)	(566)	5,733	810
<b>经营利润</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：股权激励费用	7,110	8,652	1,222	37,491	31,742	4,483
加：无形资产摊销和减值	3,203	4,044	571	10,727	13,388	1,891
加：商誉减值	—	—	—	—	576	81
加：美国联邦集体诉讼和解 相关费用	1,679	—	—	1,679	—	—
<b>经调整 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：物业及设备的折旧及摊 销以及与土地使用权有关 的经营租赁成本	4,409	5,613	793	14,962	20,523	2,899
<b>经调整 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>

阿里巴巴集团控股有限公司

非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节（续）

所示期间核心商业经调整 EBITA 调整至核心商业交易市场经调整 EBITA 的调节如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
		(以百万计)			(以百万计)	
<b>核心商业经调整 EBITA</b>	<b>27,484</b>	<b>28,126</b>	<b>3,972</b>	<b>136,167</b>	<b>165,800</b>	<b>23,415</b>
减：本地生活服务、 Lazada、新零售及进口 直营和菜鸟网络的影响	7,204	5,864	828	25,422	26,971	3,809
<b>核心商业交易市场经调整 EBITA</b>	<b>34,688</b>	<b>33,990</b>	<b>4,800</b>	<b>161,589</b>	<b>192,771</b>	<b>27,224</b>

阿里巴巴集团控股有限公司

非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节（续）

所示期间我们的净利润调整至非公认会计准则净利润的调节如下表所示：

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币 (以百万计)	美元	人民币	人民币 (以百万计)	美元
<b>净利润</b>	<b>23,379</b>	<b>348</b>	<b>49</b>	<b>80,234</b>	<b>140,350</b>	<b>19,821</b>
加：股权激励费用	7,110	8,652	1,222	37,491	31,742	4,483
加：无形资产摊销和减值	3,203	4,044	571	10,727	13,388	1,891
加：投资及商誉减值	3,450	709	100	11,360	25,656	3,623
减：视同处置/处置/重估 投资产生的收益(损失)及 其他	(19,961)	10,334	1,460	(47,525)	(4,764)	(673)
加：美国联邦集体诉讼和解 相关费用	1,679	—	—	1,679	—	—
减：取得蚂蚁金服 33%股份 的收益	—	—	—	—	(71,561)	(10,106)
加：因与蚂蚁金服的 重组安排而产生额外价值 的摊销	66	—	—	264	97	14
非公认会计准则调整所产生 的所得税影响 <sup>(1)</sup>	1,130	(1,800)	(254)	(823)	(2,429)	(343)
<b>非公认会计准则净利润</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) 非公认会计准则调整所产生的所得税影响主要包括与股权激励费用、部分投资收益或损失及无形资产摊销和减值相关的所得税影响。

阿里巴巴集团控股有限公司

非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节 (续)

所示期间我们摊薄每股/每股美国存托股收益调整至非公认会计准则摊薄每股/每股美国存托股收益的调节如下表所示:

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
	(以百万计, 每股数据除外)			(以百万计, 每股数据除外)		
归属于普通股股东的净利润—基本	25,830	3,162	447	87,600	149,263	21,080
权益法核算的被投资企业 及子公司的股票期权计 划对收益的摊薄效应	(11)	(1)	—	(42)	(48)	(7)
归属于普通股股东的净利润—摊薄	25,819	3,161	447	87,558	149,215	21,073
加: 对净利润的非公认会 计准则调整 <sup>(1)</sup>	(3,323)	21,939	3,099	13,173	(7,871)	(1,111)
用于计算非公认会计准则 摊薄每股/每股美国存 托股收益的归属于普通 股股东的非公认会计准 则净利润	22,496	25,100	3,546	100,731	141,344	19,962
按摊薄基准计算的加权平 均股数(百万股) <sup>(5)</sup>	21,002	21,822		20,988	21,346	
摊薄每股收益 <sup>(2)(5)</sup>	1.23	0.14	0.02	4.17	6.99	0.99
加: 对每股净利润的非公 认会计准则调整 <sup>(3)(5)</sup>	(0.16)	1.01	0.14	0.63	(0.37)	(0.06)
非公认会计准则摊薄每股 收益 <sup>(4)(5)</sup>	1.07	1.15	0.16	4.80	6.62	0.93
摊薄每股美国存托股收益 <sup>(2)(5)</sup>	9.84	1.16	0.16	33.38	55.93	7.90
加: 对每股美国存托股净 利润的非公认会计准则 调整 <sup>(3)(5)</sup>	(1.27)	8.04	1.14	5.02	(2.95)	(0.42)
非公认会计准则摊薄每股 美国存托股收益 <sup>(4)(5)</sup>	8.57	9.20	1.30	38.40	52.98	7.48

- (1) 关于此类对净利润的非公认会计准则调整的更多信息，参见上表有关净利润与非公认会计准则净利润的调节。
- (2) 摊薄每股收益按用于计算摊薄每股收益的归属于普通股股东的净利润除以按摊薄基准计算的加权平均股数得出。摊薄每股美国存托股收益按普通股与美国存托股的比率调整后的摊薄每股收益得出。
- (3) 对每股净利润的非公认会计准则调整按对净利润的非公认会计准则调整额除以按摊薄基准计算的加权平均股数得出。对每股美国存托股净利润的非公认会计准则调整按普通股与美国存托股的比率调整后的对每股净利润的非公认会计准则调整得出。
- (4) 非公认会计准则摊薄每股收益按用于计算非公认会计准则摊薄每股收益的归属于普通股股东的非公认会计准则净利润除以按摊薄基准计算的加权平均股数得出。非公认会计准则摊薄每股美国存托股收益按普通股与美国存托股的比率调整后的非公认会计准则摊薄每股收益得出。
- (5) 每股美国存托股代表八股普通股。欲了解更多信息，请参见「股份分拆及美国存托股比率变更」一节。

阿里巴巴集团控股有限公司

非公认会计准则财务指标与其最接近的可比美国公认会计准则指标之间的调节 (续)

所示期间经营活动产生的现金流量净额调整至自由现金流的调节如下表所示:

	截至 3 月 31 日止三个月			截至 3 月 31 日止年度		
	2019	2020		2019	2020	
	人民币	人民币	美元	人民币	人民币	美元
		(以百万计)			(以百万计)	
经营活动产生的现金流量净额	<b>18,553</b>	<b>2,164</b>	<b>306</b>	<b>150,975</b>	<b>180,607</b>	<b>25,507</b>
减: 购置物业及设备 (不包括与企业园区有关的土地使用权及在建工程)	(5,688)	(3,881)	(548)	(32,336)	(24,662)	(3,483)
减: 购置获授权版权和其他无形资产	(2,151)	(2,716)	(384)	(14,161)	(12,836)	(1,813)
减: 消费者保护基金的资金变动	—	219	31	—	(12,195)	(1,722)
自由现金流	<b>10,714</b>	<b>(4,214)</b>	<b>(595)</b>	<b>104,478</b>	<b>130,914</b>	<b>18,489</b>



阿里巴巴集团控股有限公司  
运营数据概要

年度活跃消费者

所示期间内我们的中国零售市场年度活跃消费者数量如下表所示：

	截至相应日期止 12 个月期间							
	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
	(以百万计)							
年度活跃消费者	576	601	636	654	674	693	711	726

移动月活跃用户

所示期间内我们的中国零售市场移动月活跃用户数量如下表所示：

	截至相应日期的月度							
	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
	(以百万计)							
移动月活跃用户	634	666	699	721	755	785	824	846

GMV

所示期间内我们的中国零售市场 GMV 如下表所示：

	截至 3 月 31 日止年度		
	2018	2019	2020
	(以人民币十亿计)		
<b>GMV</b>			
淘宝 GMV	2,689	3,115	3,387
天猫 GMV	2,131	2,612	3,202
总计 GMV	4,820	5,727	6,589