

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。



阿里巴巴

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（港幣櫃台）及89988（人民幣櫃台））

2025年十二月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2025年12月31日止的三個月（「2025年十二月底止季度」）未經審核業績公告。本2025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，2026年3月19日

於本公告日期，我們的董事會包括董事蔡崇信先生（董事會主席）、吳泳銘先生、J. Michael EVANS先生及武衛女士；以及獨立董事楊致遠先生、Wan Ling MARTELLO女士、單偉建先生、利蘊蓮女士、吳港平先生及Kabir MISRA先生。



阿里巴巴集團 2025 年 12 月份季度業績公告

中國香港，2026 年 3 月 19 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（港幣櫃台）及 89988（人民幣櫃台），「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」）今日公佈截至 2025 年 12 月 31 日止季度業績。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘表示：「本季度，阿里巴巴在 AI 與消費兩大核心領域持續投入。AI 是我們的主要增長引擎之一。阿里雲收入強勁增長 36%，其中 AI 相關產品收入連續第十個季度實現三位數增長。同時我們的 MaaS 平台業務也呈現高速增長，構建雲的增長新引擎。另外一方面，千問 app 與阿里消費生態各應用場景加速融合，顯著帶動新用戶增長和交易活躍度。千問全端的 MAU 已突破 3 億，AI 智能體進入規模化辦事時代。未來，依託『大模型+雲+芯片』全棧 AI 能力，以及與阿里商業生態的全面融合，我們將繼續在 AI to B 和 to C 方向齊發力。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏表示：「AI+雲在過去幾個季度的快速增長讓我們更有信心加大投入，鞏固我們的全棧 AI 技術優勢。消費業務方面，即時零售擴大規模的同時，UE 持續改善。集團強勁的資金儲備和穩健的現金生成能力，將為我們持續的戰略投資提供堅實保障。」

業績概要

截至 2025 年 12 月 31 日止季度：

- 收入為人民幣 2,848.43 億元（407.32 億美元），同比增長 2%。若不考慮高鑫零售和銀泰的已處置業務的收入，同口徑收入同比增長將為 9%。
- 經營利潤為人民幣 106.45 億元（15.22 億美元），同比下降 74%，主要是由於經調整 EBITA 的減少所致。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 57% 至人民幣 233.97 億元（33.46 億美元），主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被雲業務的持續增長所帶來的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升所抵銷。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 163.22 億元（23.34 億美元）。淨利潤為人民幣 156.31 億元（22.35 億美元），同比下降 66%，主要是由於經營利潤的減少所致。截至 2025 年 12 月 31 日止季度，非公認會計準則淨利潤為人民幣 167.10 億元（23.89 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 510.66 億元下降 67%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 5.93 元（0.85 美元）及攤薄每股收益為人民幣 0.74 元（0.11 美元或 0.82 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 7.09 元（1.01 美元），同比下降 67% 及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 0.89 元（0.13 美元或 0.98 港元），同比下降 67%。

- **經營活動產生的現金流量淨額**為人民幣 360.32 億元（51.52 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 709.15 億元下降 49%。**自由現金流**（一項非公認會計準則財務流動性指標）為人民幣 113.46 億元（16.22 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 390.20 億元下降 71%。自由現金流的下降主要歸因於對即時零售的投入。截至 2025 年 12 月 31 日，我們的現金及其他流動投資⁽¹⁾為人民幣 5,601.75 億元（801.04 億美元）。

上述公認會計準則財務指標與非公認會計準則指標之間的調節見本業績公告下文。

(1) 現金及其他流動投資為現金及現金等價物、短期投資和包括在合併資產負債表上的股權證券和其他投資中的其他理財投資，且在提取及使用上不受限制的金額。

業務及戰略進展

消費業務

阿里巴巴中國電商集團

本季度，我們持續推進戰略佈局，進一步擴大即時零售業務規模，提升用戶體驗，優化運營效率，並加大拓展高筆單價餐飲和非餐品類的力度。本季度，得益於履約物流效率的提升、訂單結構改善及高客戶留存率，即時零售業務的單位經濟效益和筆單價持續環比改善。

本季度我們將「餓了麼」品牌煥新為「淘寶閃購」，與淘寶 app 更緊密地聯動，並強化我們的品牌形象。另外，淘寶閃購服務於 2026 年 1 月 15 日接入千問 app，以進一步擴大其消費者規模並更好地滿足用戶的多元化需求。

本季度，客戶管理收入同比增長 1%至人民幣 1,026.64 億元（146.81 億美元），增速放緩主要由於成交有所放緩，以及收取基礎軟件服務費影響的消退。本季度，即時零售業務的用戶心智不斷提升，規模持續增長，推動淘寶 app 的月活躍消費者同比雙位數提升。

88VIP 會員是我們購買力最高的消費群體，其數量持續同比雙位數增長，超過 5,900 萬。面向我們最重要的客戶，我們將通過提升價值定位，繼續專注於提高 88VIP 會員的留存。

阿里國際數字商業集團（「AIDC」）

截至 2025 年 12 月 31 日止季度，AIDC 虧損同比大幅收窄，主要由物流優化和投入效率共同提升所致。速賣通 Choice 業務的單位經濟效益環比持續改善。

AIDC 利用阿里巴巴生態系統的供應鏈優勢，持續帶來豐富和多元化的產品供給。例如，在韓國與新世界集團（Shinsegae）成立合資公司後，我們進一步深化合作，將優質的韓國商品銷往 AIDC 的其他平台，主要為 Lazada。另外，速賣通「Brand+」計劃為品牌出海提供一站式解決方案，本季度加速品牌接入，銷售環比顯著增長。

AI+雲業務

雲智能集團

截至 2025 年 12 月 31 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 432.84 億元（61.90 億美元）。總收入及不計阿里巴巴併表業務的收入同比增長分別加速至 36% 及 35%。這一增長勢頭主要由公共雲業務收入增長所驅動，其中包括 AI 相關產品採用量的提升。AI 相關產品收入保持強勁勢頭，實現連續第十個季度的三位數同比增長。

阿里雲持續引領市場，吸引越來越多客戶採用我們全面的 AI+雲產品與服務，包括高性能網絡、分佈式存儲、雲操作系統，以及模型訓練與推理服務。在 Gartner®《2025 年雲數據庫管理系統魔力象限™》中，阿里雲連續第六年獲評領導者。在 Gartner®《生成式 AI 技術新興市場象限》報告中，阿里雲在生成式 AI 四大評估象限中再次全數獲評為新興領導者，成為亞太地區唯一獲此殊榮的雲服務商。

根據 IDC《中國金融雲市場（2025 上半年）跟蹤》報告，自 2019 上半年以來，阿里雲已連續六年蟬聯中國金融雲整體市場第一。憑藉我們的全棧 AI 雲能力，阿里雲在金融公共雲基礎設施市場以 43% 的份額領先，創歷史新高。同時，根據 IDC 在 2025 年 11 月發佈的《中國混合雲市場份額，2024》報告，阿里雲蟬聯中國混合雲 PaaS 及服務市場第一。

我們亦推出新一代 AI 基礎設施操作系統——Alibaba Cloud Linux，專為雲端 AI 負載構建，能支持萬億參數模型訓練，同時顯著提升訓練和推理效率。

以國際市場為關鍵戰略重點，我們持續擴張全球業務版圖。截至 2025 年 12 月 31 日，阿里雲在全球 29 個地域運營 92 個可用區，是中國最大、全球領先的雲服務商。

千問模型家族

我們的企業級大模型組合——千問模型家族持續在包括智能製造、金融服務、消費零售與雲原生開發等在內的重要垂直領域推動 AI 快速落地，透過其全棧、多模態能力實現可量化的生產力提升。憑藉頂尖的 AI 基礎模型、大規模真實世界應用部署及明確的技術領先優勢，我們的千問模型正在技術創新與應用普及兩方面迅速擴展。

我們於 2 月推出了 Qwen3.5，標誌著我們在模型能力演進方面又邁出重要一步。此次發佈進一步鞏固我們在多模態 AI 領域的領先地位。Qwen3.5 在推理、編程、智能體任務和多模態理解等方面表現強勁，同時實現更高的推理效率，並進一步拓展了全球可及性。

作為全球使用最廣泛的開源模型家族，千問模型截至 2026 年 1 月 21 日在 Hugging Face 上的累計下載量突破 10 億次。

芯片設計—平頭哥

平頭哥半導體有限公司（「平頭哥」）作為我們的芯片設計子公司，其自主研發的 GPU 已實現規模化量產，支持從訓練、微調到推理的端到端 AI 工作負載。該產品兼容主流 AI 框架，增強了我們算力的長期供給能力，並結合千問模型和雲計算，對外提供高性價比的 AI 服務。該業務規模迅速擴大，現已為我們的雲基礎設施供應帶來實質性貢獻。

千問 App

憑藉最先進的 Qwen3.5 基礎模型，我們的 C 端旗艦 AI 應用——千問 app 成為 AI 戰略的一個重要里程碑：將自研模型的領先能力轉化為可規模化落地的真實世界應用。

2026 年 1 月 15 日，我們宣佈對千問 app 進行重大升級，實現與淘寶天貓、淘寶閃購、高德、飛豬、支付寶等阿里生態業務的深度打通。千問 app 可實現跨平台智能調度服務，成為中國首個具備大規模執行真實世界複雜任務能力的 AI 助手。這標誌著 AI 行業從聊天式交互邁入任務執行的新階段。這一生態系統級別的整合進一步擴大用戶觸達、提升阿里各平台的用戶黏性，並鞏固我們在應用 AI 的領先優勢。

自 2 月 6 日啓動春節推廣以來，千問 app 用戶活躍度顯著提升。截至 2 月底，近 1.4 億用戶通過千問 app 的智能體功能首次體驗 AI 購物，涵蓋餐飲、日用品、票務服務及旅行預訂等多個領域。2 月千問 C 端應用月活躍用戶數超過 3 億。

12 月份季度財務業績概要

	截至 12 月 31 日止三個月			%同比變動
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	280,154	284,843	40,732	2%
經營利潤	41,205	10,645	1,522	(74)% ⁽²⁾
經營利潤率	15%	4%		
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	62,054	34,057	4,870	(45)% ⁽²⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	22%	12%		
經調整 EBITA ⁽¹⁾	54,853	23,397	3,346	(57)% ⁽²⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	20%	8%		
淨利潤	46,434	15,631	2,235	(66)% ⁽²⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	48,945	16,322	2,334	(67)% ⁽²⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	51,066	16,710	2,389	(67)% ⁽²⁾
攤薄每股收益 ⁽³⁾	2.55	0.74	0.11	(71)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽³⁾	20.39	5.93	0.85	(71)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽³⁾	2.67	0.89	0.13	(67)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收 益 ⁽¹⁾⁽³⁾	21.39	7.09	1.01	(67)% ⁽²⁾⁽⁴⁾

(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「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) 同比下降主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被雲業務的持續增長所帶來的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升所抵銷。

(3) 每股美國存託股代表八股普通股。

(4) 所列示的%同比變動以確切金額進行計算，與以約整小數位後二位的人民幣金額計算的%同比變動可能出現微小差異。

12 月份季度分部業績

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的收入為人民幣 284,843 百萬元（40,732 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 280,154 百萬元增長 2%。若不考慮高鑫零售和銀泰的已處置業務的收入，同口径收入同比增長將為 9%。

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			%同比變動
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
阿里巴巴中國電商集團：				
電商業務				
— 客戶管理	101,834	102,664	14,681	1%
— 直營、物流及其他 ⁽²⁾	28,824	28,919	4,135	0%
	130,658	131,583	18,816	1%
即時零售 ⁽³⁾	13,356	20,842	2,980	56%
中國批發商業	6,575	6,922	990	5%
阿里巴巴中國電商集團合計	150,589	159,347	22,786	6%
阿里國際數字商業集團：				
國際零售商業	31,553	32,351	4,626	3%
國際批發商業	6,203	6,850	980	10%
阿里國際數字商業集團合計	37,756	39,201	5,606	4%
雲智能集團	31,742	43,284	6,190	36%
所有其他 ⁽⁴⁾	89,234	67,340	9,629	(25)%
未分攤	590	603	86	
分部間抵消	(29,757)	(24,932)	(3,565)	
合併收入	280,154	284,843	40,732	2%

- (1) 為推動「用戶為先」戰略，並提升用戶體驗，截至 2025 年 6 月 30 日止季度，我們完成淘天集團、餓了麼與飛豬的戰略整合，組建阿里巴巴中國電商集團。我們簡化財務報告結構，將菜鳥、高德及大文娛集團（品牌煥新為虎鯨文娛集團）重分類至「所有其他」。上述報告已根據我們的首席經營決策者審閱的新報告架構作出更新。
- (2) 阿里巴巴中國電商集團下的直營、物流及其他收入主要來自天貓超市、天貓國際和其他業務的直營業務，而該等業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認，以及物流服務和增值服務所產生的其他收入。
- (3) 即時零售收入代表即時零售業務收入，包括通過「淘寶閃購」和餓了麼 app 產生的收入。即時零售收入已扣除視作收入沖減項的補貼。
- (4) 所有其他包括盒馬、菜鳥、阿里健康、虎鯨文娛集團、高德、千問 C 端事業群、靈犀互娛、釘釘和其他業務。所有其他的收入主要包括以總額法進行確認的直營收入，以及物流服務的收入。下降主要是由於處置高鑫零售和銀泰業務導致的收入下降，以及菜鳥的收入下降所致，部分被盒馬和阿里健康的收入增長所抵銷。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 明細如下表：

	截至 12 月 31 日止三個月			%同比變動 ⁽³⁾
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
阿里巴巴中國電商集團	60,401	34,613	4,949	(43)%
阿里國際數字商業集團	(4,952)	(2,016)	(288)	59%
雲智能集團	3,138	3,911	559	25%
所有其他	(3,176)	(9,792)	(1,400)	(208)%
未分攤 ⁽²⁾	(165)	(2,722)	(389)	
分部間抵消	(393)	(597)	(85)	
合併經調整 EBITA	54,853	23,397	3,346	(57)%
減：非現金股權激勵費用	(3,414)	(2,396)	(343)	
減：無形資產攤銷及減值	(2,062)	(841)	(120)	
減：商譽減值及其他	(8,172)	(9,515)	(1,361)	
經營利潤	41,205	10,645	1,522	(74)%

- (1) 為推動「用戶為先」戰略，並提升用戶體驗，截至 2025 年 6 月 30 日止季度，我們完成淘天集團、餓了麼與飛豬的戰略整合，組建阿里巴巴中國電商集團。我們簡化財務報告結構，將菜鳥、高德及大文娛集團（品牌煥新為虎鯨文娛集團）重分類至「所有其他」。上述報告已根據我們的首席經營決策者審閱的新報告架構作出更新。
- (2) 未分攤主要與公司職能產生的若干費用及未分攤至各分部的其他雜項費用有關。
- (3) 為了更直觀展示經調整 EBITA% 同比虧損變動，經調整 EBITA% 同比虧損擴大會以負增長率展示，而經調整 EBITA% 同比虧損收窄則以正增長率展示。

阿里巴巴中國電商集團

(i) 分部收入

● 電商業務

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，我們的電商業務收入為人民幣 131,583 百萬元（18,816 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 130,658 百萬元增長 1%。

客戶管理收入同比增長 1%，主要是由於 Take rate 的提升所致。

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，電商業務的直營、物流及其他收入為人民幣 28,919 百萬元（4,135 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 28,824 百萬元保持平穩，主要受物流服務和增值服務的收入增長所驅動，部分被若干直營業務的收入下降所抵銷。

- **即時零售**

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，我們的即時零售業務收入為人民幣 20,842 百萬元（2,980 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 13,356 百萬元增長 56%，主要是得益於 2025 年 4 月底推出的「淘寶閃購」所帶來的訂單量增長。

- **中國批發商業**

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，中國批發商業收入為人民幣 6,922 百萬元（990 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 6,575 百萬元增長 5%。增長主要來自提供予付費會員的增值服務收入增長。

(ii) **分部經調整 EBITA**

阿里巴巴中國電商集團截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 34,613 百萬元（4,949 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 60,401 百萬元下降 43%，主要是由於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入所致。

阿里國際數字商業集團

(i) **分部收入**

- **國際零售商業**

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，國際零售商業收入為人民幣 32,351 百萬元（4,626 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 31,553 百萬元增長 3%，主要受來自速賣通和其他國際業務的收入增長所帶動，部分被 Lazada 的收入下降所抵銷。我們有若干國際業務的收入以當地貨幣計價，而我們的列報貨幣為人民幣，阿里國際數字商業集團的收入因此而受到匯率波動的影響。

- **國際批發商業**

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，國際批發商業收入為人民幣 6,850 百萬元（980 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 6,203 百萬元增長 10%，主要是由於與跨境業務相關的增值服務收入增長所致。

(ii) **分部經調整 EBITA**

阿里國際數字商業集團截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 2,016 百萬元（288 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 4,952 百萬元，主要是由於速賣通運營效率的顯著提升，以及多項業務的效率提升所致。

雲智能集團

(i) **分部收入**

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，雲智能集團收入為人民幣 43,284 百萬元（6,190 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 31,742 百萬元增長 36%。整體收入（不計來自阿里巴巴併表業務的收入）同比增長 35%，主要由公共雲業務收入增長所帶動，其中包括 AI 相關產品採用量的提升。

(ii) 分部經調整 EBITA

雲智能集團截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 3,911 百萬元（559 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 3,138 百萬元增長 25%，主要是由於收入增長和運營效率的提升所致，部分被對客戶增長和技術創新的投入增加所抵銷。

所有其他

(i) 分部收入

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月，所有其他分部收入為人民幣 67,340 百萬元（9,629 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 89,234 百萬元下降 25%，主要是由於處置高鑫零售和銀泰業務導致的收入下降，以及菜鳥的收入下降所致，部分被盒馬和阿里健康的收入增長所抵銷。

(ii) 分部經調整 EBITA

所有其他分部截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 9,792 百萬元（1,400 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 3,176 百萬元，主要是由於對技術業務的投入增加所致，部分被菜鳥、虎鯨文娛集團和其他業務的業績改善所抵銷。

12 月份季度其他財務業績

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					%佔收入 比例 同比 變動
	2024		2025			
	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)			
成本和費用：						
營業成本	162,524	58.0%	169,534	24,243	59.5%	1.5%
產品開發費用	14,662	5.2%	15,480	2,214	5.4%	0.2%
銷售和市場費用	42,675	15.2%	71,934	10,286	25.3%	10.1%
一般及行政費用	10,851	3.9%	8,355	1,195	2.9%	(1.0)%
無形資產攤銷及減值	2,062	0.7%	841	120	0.3%	(0.4)%
商譽減值	6,171	2.2%	9,515	1,361	3.3%	1.1%
成本及費用總額	<u>238,945</u>		<u>275,659</u>	<u>39,419</u>		
股權激勵費用：						
營業成本	540	0.2%	623	89	0.2%	0.0%
產品開發費用	1,602	0.6%	1,907	273	0.7%	0.1%
銷售和市場費用	535	0.2%	1,011	145	0.4%	0.2%
一般及行政費用	1,188	0.4%	1,318	188	0.5%	0.1%
股權激勵費用總額 ⁽¹⁾	<u>3,865</u>		<u>4,859</u>	<u>695</u>		
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	161,984	57.8%	168,911	24,154	59.3%	1.5%
產品開發費用	13,060	4.7%	13,573	1,941	4.8%	0.1%
銷售和市場費用	42,140	15.0%	70,923	10,141	24.9%	9.9%
一般及行政費用	9,663	3.4%	7,037	1,007	2.5%	(0.9)%
無形資產攤銷及減值	2,062	0.7%	841	120	0.3%	(0.4)%
商譽減值	6,171	2.2%	9,515	1,361	3.3%	1.1%
不含股權激勵費用的成本及費用 總額	<u>235,080</u>		<u>270,800</u>	<u>38,724</u>		

(1) 此包括現金和非現金股權激勵費用。

營業成本 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的營業成本為人民幣 169,534 百萬元（24,243 百萬美元），佔收入比例 59.5%，2024 年同期為人民幣 162,524 百萬元，佔收入比例 58.0%。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 2024 年 12 月 31 日止三個月的 57.8% 增加

至截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的 59.3%，主要是由於物流成本上升以及帶寬和主機代管費用增加所致，分別反映了我們即時零售和雲業務的增長，部分被處置高鑫零售和銀泰業務所抵銷。

產品開發費用 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的產品開發費用為人民幣 15,480 百萬元（2,214 百萬美元），佔收入比例 5.4%，2024 年同期為人民幣 14,662 百萬元，佔收入比例 5.2%。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 2024 年 12 月 31 日止三個月的 4.7% 增加至截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的 4.8%。

銷售和市場費用 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的銷售和市場費用為人民幣 71,934 百萬元（10,286 百萬美元），佔收入比例 25.3%，2024 年同期為人民幣 42,675 百萬元，佔收入比例 15.2%。若不考慮股權激勵費用的影響，銷售和市場費用佔收入比例將從截至 2024 年 12 月 31 日止三個月的 15.0% 增加至截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的 24.9%，主要歸因於對阿里巴巴中國電商集團的用戶體驗的投入。

一般及行政費用 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 8,355 百萬元（1,195 百萬美元），佔收入比例 2.9%，2024 年同期為人民幣 10,851 百萬元，佔收入比例 3.9%。若不考慮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 2024 年 12 月 31 日止三個月的 3.4% 減少至截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的 2.5%。

股權激勵費用 – 截至 2025 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 4,859 百萬元（695 百萬美元），2024 年同期為人民幣 3,865 百萬元。

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
	2024	2025		
	人民幣	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⁾	2,532	2,185	313	(14)%
其他 ⁽²⁾	1,333	2,674	382	101%
股權激勵費用合計 ⁽³⁾	3,865	4,859	695	26%

(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子公司及螞蟻集團的股權激勵。

(3) 此包括現金和非現金股權激勵費用。

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的股權激勵費用較 2024 年同期增長。同期增長主要由於本季度推進我們近期的一項戰略舉措——將「餓了麼」品牌更名為「淘寶閃購」，由此產生了與餓了麼業務激勵計劃置換相關的成本，旨在促進人才留任。該增長部分被我們考慮宏觀經濟環境和人才市場的整體趨勢後，授予的長期現金激勵的比例增加，從而授予的阿里巴巴集團的股權激勵數量減少所抵銷。

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。

無形資產攤銷及減值 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的無形資產攤銷及減值為人民幣 841 百萬元（120 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 2,062 百萬元下降 59%，主要是由於我們去年就所有其他分部業務相關的無形資產計提了減值，以及若干無形資產已攤銷完畢所致。

商譽減值 – 截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的商譽減值為人民幣 9,515 百萬元（1,361 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 6,171 百萬元增長 54%，兩者均與所有其他分部相關。

經營利潤及經營利潤率

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經營利潤為人民幣 10,645 百萬元（1,522 百萬美元），佔收入比例 4%，相較 2024 年同期的人民幣 41,205 百萬元，佔收入比例 15%，同比下降 74%，主要是由於經調整 EBITA 的減少所致。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITDA 為人民幣 34,057 百萬元（4,870 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 62,054 百萬元同比下降 45%。截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 23,397 百萬元（3,346 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 54,853 百萬元同比下降 57%，主要是歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被雲業務的持續增長所帶來的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升所抵銷。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

按分部劃分的經調整 EBITA 以及關於經營利潤和經調整 EBITA 之間的具體調節如上文「12 月份季度分部業績」所列載。

利息收入和投資淨收益

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣 16,221 百萬元（2,320 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 11,146 百萬元增長了 46%，主要是由於按市值計價的變動以及我們的投資減值減少所致。

上述提及的投資收益和虧損未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的其他淨收支為支出人民幣 434 百萬元（62 百萬美元），2024 年同期為收入人民幣 4,588 百萬元，主要是由於本季度人民幣兌美元匯率波動而產生的匯兌淨損失，而 2024 年同期則為匯兌淨收益所致。

所得稅費用

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的所得稅費用為人民幣 8,460 百萬元（1,210 百萬美元），2024 年同期為人民幣 11,149 百萬元。

權益法核算的投資損益

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的權益法核算的投資損益為人民幣 216 百萬元（31 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 3,129 百萬元下降 93%。所示期間內，權益法核算的投資損益構成如下：

	截至 12 月 31 日止三個月		
	2024	2025	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
權益法核算的投資收益			
— 螞蟻集團	4,490	393	56
— 其他	39	696	100
減值損失	(523)	(1)	—
其他 ⁽¹⁾	(877)	(872)	(125)
總計	3,129	216	31

(1) 「其他」主要包括來自權益法核算的投資的基礎差異，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，以及視同處置權益法核算的被投資方而產生的損益。

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下降，主要是由於若干投資的公允價值下降，以及對新增長舉措（包括用戶增長）和科技的投入所致。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的淨利潤為人民幣 15,631 百萬元（2,235 百萬美元），2024 年同期為人民幣 46,434 百萬元，主要歸因於經營利潤的減少。

剔除非現金股權激勵費用、投資的收益（損失）、商譽和無形資產減值及若干其他項目，截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 16,710 百萬元（2,389 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 51,066 百萬元下降 67%，主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被雲業務的持續增長所帶來的經營業績改善，以及多項業務運營效率的提升所抵銷。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 2025 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 16,322 百萬元（2,334 百萬美元），2024 年同期為人民幣 48,945 百萬元，主要歸因於經營利潤的減少。

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 2025 年 12 月 31 日止三個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣 5.93 元（0.85 美元），2024 年同期則為人民幣 20.39 元。剔除非現金股權激勵費用、投資的收益（虧損）、商譽和無形資產減值以及其他若干項目，截至 2025 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 7.09 元（1.01 美元），相較 2024 年同期的人民幣 21.39 元下降 67%。

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月攤薄每股收益為人民幣 0.74 元（0.11 美元或 0.82 港元），2024 年同期則為人民幣 2.55 元。剔除非現金股權激勵費用、投資的收益（損失）、商譽和無形資產減值及若干其他項目，截至 2025 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 0.89 元（0.13 美元或 0.98 港元），相較 2024 年同期的人民幣 2.67 元下降 67%。

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。

現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資

2025 年 12 月 31 日，現金及現金等價物、短期投資和包括在合併資產負債表上的股權證券和其他投資中的其他理財投資，且在提取及使用上不受限制的金額為人民幣 560,175 百萬元（80,104 百萬美元），2025 年 3 月 31 日為人民幣 597,132 百萬元。其他理財投資包括用於理財的原始到期期限在一年以上的定期存款、大額存單及有價債務證券。截至 2025 年 12 月 31 日止九個月的現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資減少人民幣 36,957 百萬元，主要是由於(i)自由現金流淨流出人民幣 29,309 百萬元（4,191 百萬美元），(ii)股息支付的現金支出人民幣 33,690 百萬元（4,818 百萬美元），(iii)股份回購的現金支出人民幣 7,638 百萬元（1,092 百萬美元），部分被(iv)發行可轉換無擔保優先票據及支付限價看漲期權交易的所得款項淨額人民幣 20,967 百萬元（2,998 百萬美元），以及(v)發行可交換債券所得款項淨額人民幣 10,986 百萬元（1,571 百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至 2025 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 36,032 百萬元（5,152 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 70,915 百萬元下降 49%。截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為人民幣 11,346 百萬元（1,622 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 39,020 百萬元下降 71%。自由現金流的減少主要歸因於對即時零售的投入。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淨額

截至 2025 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 25,716 百萬元（3,677 百萬美元），主要反映了資本性支出人民幣 28,999 百萬元（4,147 百萬美元），以及投資和收購活動的淨現金流出人民幣 6,959 百萬元（995 百萬美元），部分被短期投資及其他理財投資淨減少人民幣 9,917 百萬元（1,418 百萬美元）所抵銷。

融資活動所用的現金流量淨額

截至 2025 年 12 月 31 日止三個月的融資活動所用的現金流量淨額為人民幣 13,742 百萬元（1,965 百萬美元），主要反映了償還銀行借款的現金支出淨額人民幣 11,969 百萬元（1,712 百萬美元）。

員工

截至 2025 年 12 月 31 日，我們的員工總數為 128,197 人，截至 2025 年 9 月 30 日為 126,661 人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2026 年 3 月 19 日（周四）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。

所有參會人請於會議前通過以下鏈接進行註冊：

英文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10052713-hndm7s.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10052714-wh6tua.html>

註冊完成後，參會人將收到電話會議信息，包括參與者接入號碼、密碼及唯一的註冊人代碼。如需加入會議，請撥打接入號碼，輸入密碼以及註冊人代碼。

您可在 <https://www.alibabagroup.com/en/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：+1 855 883 1031；英文會議代碼 10052713；中文會議代碼 10052714）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2026 年 3 月 19 日起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/en/ir/home>。

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團是一家聚焦電商和雲計算的全球科技公司。我們為商家、品牌、零售商提供數字化基礎設施、物流設施、效率工具以及全域營銷覆蓋，助力其開展營銷、銷售，並與消費者互動。我們還為企業提供領先的雲基礎設施和服務，及協同辦公能力，支持其數字化轉型和業務增長。

投資者關係聯繫

Lydia Liu

投資者關係總監

阿里巴巴集團控股有限公司

investor@alibaba-inc.com

媒體聯繫

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

Ivy Ke

ivy.ke@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 6.9931 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2025 年 12 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 0.90322 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2025 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

本業績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和運營規劃的陳述、關於阿里巴巴業務發展、運營及財務業績、投資回報、戰略投資與處置、及股份回購的信念、預期及指導，以及本業績公告中所述業務前景及管理層看法均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。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，包括但不限於以下各項：我們的競爭和創新能力及維持或發展業務的能力、與業務持續投資有關的風險、與戰略性交易有關的風險、中國及全球整體經濟及業務狀況產生波動、因國家間競爭以及地緣政治緊張產生的不確定因素（包括國家貿易、投資、保護主義或其他政策及出口管制、經濟或貿易制裁）、對我們股東回報計劃的調整，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美國證券交易委員會的備案以及於香港聯合交易所有限公司網站發佈的公告內。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「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：利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收入（支出）、所得稅費用、權益法核算的投資損益、若干非現金支出，包括股權激勵費用、無形資產攤銷及減值、商譽減值、物業及設備折舊和減值、與土地使用權有關的經營租賃成本及其他（包括與日常業務經營之外事項有關的計提準備金），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：利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收入（支出）、所得稅費用、權益法核算的投資損益、若干非現金支出，包括股權激勵費用、無形資產攤銷及減值、商譽減值及其他（包括與日常業務經營之外事項有關的計提準備金），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：非現金股權激勵費用、無形資產攤銷及減值、視同處置／處置／重估投資產生的收益（損失）、商譽與投資減值及其他（包括與日常業務經營之外事項有關的計提準備金），以及所得稅影響的調整。

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發行在外普通股的加權平均數，兩者均用於計算非公認會計準則攤薄每股收益。**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（不包括通過收購所獲得），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買家保護基金的資金。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買家保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付買家對商家的索賠。

本業績公告中的「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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	280,154	284,843	40,732	759,893	780,290	111,580
營業成本	(162,524)	(169,534)	(24,243)	(452,659)	(456,744)	(65,313)
產品開發費用	(14,662)	(15,480)	(2,214)	(42,217)	(47,576)	(6,803)
銷售和市場費用	(42,675)	(71,934)	(10,286)	(107,842)	(191,608)	(27,399)
一般及行政費用	(10,851)	(8,355)	(1,195)	(33,908)	(23,133)	(3,308)
無形資產攤銷及減值	(2,062)	(841)	(120)	(5,503)	(2,474)	(354)
商譽減值	(6,171)	(9,515)	(1,361)	(6,171)	(9,515)	(1,361)
其他淨(損失)收益	(4)	1,461	209	847	1,758	251
經營利潤	41,205	10,645	1,522	112,440	50,998	7,293
利息收入和投資淨收益	11,146	16,221	2,320	28,275	53,689	7,677
利息費用	(2,485)	(2,557)	(366)	(7,100)	(7,552)	(1,080)
其他淨收支	4,588	(434)	(62)	3,367	895	128
扣除所得稅及權益法核算的投資損 益前的利潤	54,454	23,875	3,414	136,982	98,030	14,018
所得稅費用	(11,149)	(8,460)	(1,210)	(28,591)	(22,875)	(3,271)
權益法核算的投資損益	3,129	216	31	5,612	3,470	496
淨利潤	46,434	15,631	2,235	114,003	78,625	11,243
歸屬於非控制性權益的淨虧損(利潤)	2,693	752	108	3,547	(574)	(82)
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	49,127	16,383	2,343	117,550	78,051	11,161
夾層權益的(增值)增值轉回	(182)	(61)	(9)	(462)	2,377	340
歸屬於普通股股東的淨利潤	48,945	16,322	2,334	117,088	80,428	11,501
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾						
基本	2.63	0.88	0.13	6.20	4.33	0.62
攤薄	2.55	0.74	0.11	6.04	4.18	0.60
歸屬於普通股股東的每股美國存託 股收益⁽¹⁾						
基本	21.07	7.03	1.01	49.58	34.66	4.96
攤薄	20.39	5.93	0.85	48.33	33.46	4.78
用於計算每股收益的加權平均股數 (百萬股)⁽¹⁾						
基本	18,586	18,568		18,892	18,564	
攤薄	19,200	19,310		19,372	19,207	

(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
未經審計合併資產負債表

	於 3 月 31 日	於 12 月 31 日	
	2025	2025	
	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	145,487	128,174	18,329
短期投資	228,826	179,955	25,733
受限制現金及應收託管資金	43,781	42,345	6,055
股權證券及其他投資	53,780	29,981	4,287
預付款項、應收款項及其他資產	202,175	231,761	33,142
流動資產總額	674,049	612,216	87,546
股權證券及其他投資	356,818	440,384	62,974
預付款項、應收款項及其他資產	83,431	98,329	14,061
權益法核算的投資	210,169	208,832	29,862
物業及設備（淨值）	203,348	254,478	36,390
無形資產（淨值）	20,911	18,607	2,661
商譽	255,501	245,453	35,099
資產總額	1,804,227	1,878,299	268,593
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	22,562	24,655	3,526
應付所得稅	11,638	11,235	1,607
預提費用、應付款項及其他負債	332,537	351,293	50,234
商家保證金	274	246	35
遞延收入和客戶預付款	68,335	72,382	10,350
流動負債總額	435,346	459,811	65,752

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	
	2025	2025	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	4,536	4,454	637
遞延所得稅負債	48,454	46,232	6,611
長期銀行借款	49,909	51,423	7,353
長期無擔保優先票據	122,398	118,637	16,965
長期可轉換無擔保優先票據	35,834	56,473	8,076
長期可交換債券	—	11,552	1,652
其他負債	17,644	23,789	3,402
負債總額	714,121	772,371	110,448
承諾及或有事項			
夾層權益	11,713	7,751	1,108
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	381,379	382,770	54,735
庫存股（按成本計）	(36,329)	(36,143)	(5,168)
法定儲備	15,936	16,628	2,378
累計其他綜合收益（損失）	3,393	(6,431)	(920)
未分配利潤	645,478	682,830	97,644
股東權益總額	1,009,858	1,039,655	148,669
非控制性權益	68,535	58,522	8,368
權益總額	1,078,393	1,098,177	157,037
負債、夾層權益及權益總額	1,804,227	1,878,299	268,593

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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	70,915	36,032	5,152	135,989	66,803	9,553
投資活動所用的現金流量淨額	(111,003)	(25,716)	(3,677)	(145,868)	(77,040)	(11,017)
融資活動產生(所用)的現金流量淨額	14,251	(13,742)	(1,965)	(72,113)	(5,571)	(797)
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	3,331	(1,498)	(214)	1,534	(2,941)	(420)
現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的減少	(22,506)	(4,924)	(704)	(80,458)	(18,749)	(2,681)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	228,472	175,443	25,088	286,424	189,268	27,065
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	205,966	170,519	24,384	205,966	170,519	24,384

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及經調整 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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	46,434	15,631	2,235	114,003	78,625	11,243
淨利潤及經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節：						
利息收入和投資淨收益	(11,146)	(16,221)	(2,320)	(28,275)	(53,689)	(7,677)
利息費用	2,485	2,557	366	7,100	7,552	1,080
其他淨收支	(4,588)	434	62	(3,367)	(895)	(128)
所得稅費用	11,149	8,460	1,210	28,591	22,875	3,271
權益法核算的投資損益	(3,129)	(216)	(31)	(5,612)	(3,470)	(496)
經營利潤	41,205	10,645	1,522	112,440	50,998	7,293
非現金股權激勵費用	3,414	2,396	343	11,189	8,472	1,211
無形資產攤銷及減值	2,062	841	120	5,503	2,474	354
商譽減值及其他	8,172	9,515	1,361	11,317	9,370	1,340
經調整 EBITA	54,853	23,397	3,346	140,449	71,314	10,198
物業及設備的折舊和減值以及與土地使用權有關的經營租賃成本	7,201	10,660	1,524	20,093	25,734	3,680
經調整 EBITDA	62,054	34,057	4,870	160,542	97,048	13,878

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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	46,434	15,631	2,235	114,003	78,625	11,243
淨利潤及非公認會計準則淨利潤 的調節：						
非現金股權激勵費用	3,414	2,396	343	11,189	8,472	1,211
無形資產攤銷及減值	2,062	841	120	5,503	2,474	354
視同處置/處置/重估投資產 生的收益	(12,954)	(14,269)	(2,041)	(21,070)	(43,589)	(6,233)
商譽和投資減值及其他	13,326	13,130	1,878	21,538	15,585	2,229
所得稅影響 ⁽¹⁾	(1,216)	(1,019)	(146)	(2,888)	(995)	(142)
非公認會計準則淨利潤	51,066	16,710	2,389	128,275	60,572	8,662

(1) 所得稅影響主要包括與非現金股權激勵費用、無形資產攤銷及減值，以及若干投資收益和損失相關和其他的所得稅影響。

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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	48,945	16,322	2,334	117,088	80,428	11,501
權益法核算的被投資方及子公司的非現金股						
權激勵對收益的攤薄效應	(87)	(66)	(10)	(218)	(324)	(46)
可轉換無擔保優先票據的利息費用調整	70	84	12	165	227	32
可交換債券假設轉換對收益的攤薄效應	—	(2,030)	(290)	—	—	—
歸屬於普通股股東的淨利潤－攤薄	48,928	14,310	2,046	117,035	80,331	11,487
對歸屬於普通股股東的淨利潤的非公認會計						
準則調整 ⁽¹⁾	2,404	2,802	401	10,925	(17,430)	(2,492)
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	51,332	17,112	2,447	127,960	62,901	8,995
用於計算非公認會計準則攤薄每股/每股美						
國存託股收益的攤薄基準計算的加權平						
均股數（百萬股） ⁽²⁾	19,200	19,310		19,372	19,207	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	2.55	0.74	0.11	6.04	4.18	0.60
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	2.67	0.89	0.13	6.61	3.27	0.47
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	20.39	5.93	0.85	48.33	33.46	4.78
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	21.39	7.09	1.01	52.84	26.20	3.75

(1) 非公認會計準則的調整項目在計算非公認會計準則攤薄每股收益/每股美國存託股收益時，不包括歸屬於非控制性權益的部分。關於淨利潤與非公認會計準則淨利潤的調節（在考慮攤薄影響及排除歸屬於非控制性權益之前），請參見上表。

(2) 每股美國存託股代表八股普通股。

(3) 攤薄每股收益按攤薄基準計算的歸屬於普通股股東的淨利潤除以按攤薄基準計算的發行在外普通股的加權平均數得出。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。

(4) 非公認會計準則攤薄每股收益按歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以發行在外普通股的加權平均數得出，兩者均用於計算非公認會計準則攤薄每股收益。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。

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		
	2024	2025		2024	2025	
	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	70,915	36,032	5,152	135,989	66,803	9,553
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）	(31,369)	(25,376)	(3,629)	(60,285)	(95,433)	(13,647)
減：買家保護基金的資金變動	(526)	690	99	(5,577)	(679)	(97)
自由現金流	39,020	11,346	1,622	70,127	(29,309)	(4,191)

阿里巴巴集團控股有限公司 收入

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 日止九個月			%同比變動
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
阿里巴巴中國電商集團：				
電商業務				
— 客戶管理	254,589	270,843	38,730	6%
— 直營、物流及其他 ⁽²⁾	79,057	82,250	11,762	4%
	333,646	353,093	50,492	6%
即時零售 ⁽³⁾	40,873	58,532	8,370	43%
中國批發商業	18,513	20,372	2,913	10%
阿里巴巴中國電商集團合計	393,032	431,997	61,775	10%
阿里國際數字商業集團：				
國際零售商業	80,862	88,814	12,700	10%
國際批發商業	17,859	19,927	2,850	12%
阿里國際數字商業集團合計	98,721	108,741	15,550	10%
雲智能集團	87,901	116,506	16,660	33%
所有其他 ⁽⁴⁾	255,071	188,908	27,013	(26)%
未分攤	1,478	1,699	243	
分部間抵消	(76,310)	(67,561)	(9,661)	
合併收入	759,893	780,290	111,580	3%

- (1) 為推動「用戶為先」戰略，並提升用戶體驗，截至 2025 年 6 月 30 日止季度，我們完成淘天集團、餓了麼與飛豬的戰略整合，組建阿里巴巴中國電商集團。我們簡化財務報告結構，將菜鳥、高德及大文娛集團（品牌煥新為虎鯨文娛集團）重分類至「所有其他」。上述報告已根據我們的首席經營決策者審閱的新報告架構作出更新。
- (2) 阿里巴巴中國電商集團下的直營、物流及其他收入主要來自天貓超市、天貓國際和其他業務的直營業務，而該等業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認，以及物流服務和增值服務所產生的其他收入。
- (3) 即時零售收入代表即時零售業務收入，包括通過「淘寶閃購」和餓了麼 app 產生的收入。即時零售收入已扣除視作收入沖減項的補貼。
- (4) 所有其他包括盒馬、菜鳥、阿里健康、虎鯨文娛集團、高德、千問 C 端事業群、靈犀互娛、釘釘和其他業務。所有其他的收入主要以總額法進行確認的直營收入，以及物流服務的收入。下降主要是由於處置高鑫零售和銀泰業務導致的收入下降，以及菜鳥收入的下降所致，部分被盒馬、阿里健康和高德的收入增長所抵銷。

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調整 EBITA 明細如下表：

	截至 12 月 31 日止九個月			%同比變動 ⁽³⁾
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	
		(以百萬計，百分比除外)		
阿里巴巴中國電商集團	153,481	83,499	11,940	(46)%
阿里國際數字商業集團	(11,563)	(1,913)	(273)	83%
雲智能集團	8,136	10,469	1,497	29%
所有其他	(6,086)	(14,577)	(2,084)	(140)%
未分攤 ⁽²⁾	(2,307)	(4,362)	(624)	
分部間抵消	(1,212)	(1,802)	(258)	
合併經調整 EBITA	140,449	71,314	10,198	(49)%
減：非現金股權激勵費用	(11,189)	(8,472)	(1,211)	
減：無形資產攤銷及減值	(5,503)	(2,474)	(354)	
減：商譽減值及其他	(11,317)	(9,370)	(1,340)	
經營利潤	112,440	50,998	7,293	(55)%

(1) 為推動「用戶為先」戰略，並提升用戶體驗，截至 2025 年 6 月 30 日止季度，我們完成淘天集團、餓了麼與飛豬的戰略整合，組建阿里巴巴中國電商集團。我們簡化財務報告結構，將菜鳥、高德及大文娛集團（品牌煥新為虎鯨文娛集團）重分類至「所有其他」。上述報告已根據我們的首席經營決策者審閱的新報告架構作出更新。

(2) 未分攤主要與公司職能產生的若干費用及未分攤至各分部的其他雜項費用有關。

(3) 為了更直觀展示經調整 EBITA% 同比虧損變動，經調整 EBITA% 同比虧損擴大會以負增長率展示，而經調整 EBITA% 同比虧損收窄則以正增長率展示。