

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》（「香港上市規則」）項下被歸類為不同投票權架構（「不同投票權架構」），我們被視為一家有不同投票權架構的公司。股東及有意投資者應注意投資具有不同投票權架構的公司的潛在風險。我們的美國存託股份（每股美國存託股份代表八股普通股）於紐約證券交易所（「紐交所」）上市，股份代號為 BABA。



Alibaba Group Holding Limited
阿里巴巴集團控股有限公司

（於開曼群島註冊成立的有限責任公司）

（股份代號：9988（港幣櫃台）及 89988（人民幣櫃台））

2025 年九月底止季度業績及
截至 2025 年 9 月 30 日止六個月中期業績公告

阿里巴巴集團控股有限公司（「**阿里巴巴集團**」或「**本公司**」）董事會（「**董事會**」）欣然公佈本公司、其子公司及併表實體（「**本集團**」）截至 2025 年 9 月 30 日止的三個月及六個月的未經審核業績。本集團的未經審核財務報表根據美國公認會計準則（「**美國公認會計準則**」）編製並經董事會審計委員會（「**審計委員會**」）審閱。

於本業績公告中，「我們」及「我們的」指本公司及（如文義另有所指）本集團。

阿里巴巴集團首席執行官吳泳銘表示：「我們正處於投入階段，構建 AI 技術和基礎設施平台，以及生活服務與電商結合的大消費平台，創造長期戰略價值。本季度，我們在這些領域大力戰略投入，AI+雲、大消費兩大核心業務保持強勁增長。旺盛的 AI 需求推動雲智能集團收入進一步加速，季度收入同比增長 34%，其中 AI 相關產品收入連續第九個季度實現三位數增長。在消費領域，即時零售規模擴大、單位經濟效益顯著改善，帶動淘寶 app 月活躍消費者實現快速增長。」

阿里巴巴集團首席財務官徐宏表示：「我們的核心業務收入保持強勁增長，AI 收入在雲外部商業化收入佔比提升，客戶管理收入同比增長 10%。我們將利潤及自由現金流投向未來布局，短期盈利能力預計將有所波動。過去 4 個季度，我們在 AI+雲基礎設施的資本開支約 1,200 億元人民幣。」

業績概要

截至 2025 年 9 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 2,477.95 億元（348.08 億美元），同比增長 5%。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 15%。
- 經營利潤為人民幣 53.65 億元（7.54 億美元），同比下降 85%，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 78%至人民幣 90.73 億元（12.74 億美元），主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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 209.90 億元（29.48 億美元）。淨利潤為人民幣 206.12 億元（28.95 億美元），同比下降 53%，主要是由於經營利潤的減少所致。截至 2025 年 9 月 30 日止季度，非公認會計準則淨利潤為人民幣 103.52 億元（14.54 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 365.18 億元下降 72%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 8.75 元（1.23 美元）及攤薄每股收益為人民幣 1.09 元（0.15 美元或 1.19 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 4.36 元（0.61 美元），同比下降 71%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 0.55 元（0.08 美元或 0.60 港元），同比下降 71%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 100.99 億元（14.19 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 314.38 億元下降 68%。自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為淨流出人民幣 218.40 億元（30.68 億美元），相較 2024 年同期的淨流入人民幣 137.35 億元有所下降。自由現金流的下降主要歸因於對即時零售的投入以及我們的雲基礎設施支出增加。截至 2025 年 9 月 30 日，我們的現金及其他流動投資⁽¹⁾為人民幣 5,738.89 億元（806.14 億美元）。

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月：

- 收入為人民幣 4,954.47 億元（695.95 億美元），同比增長 3%。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 12%。
- 經營利潤為人民幣 403.53 億元（56.68 億美元），同比下降 43%，主要是由於經調整 EBITA 的減少所致，部分被去年同期的一次性計提準備金⁽²⁾所抵銷。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比下降 44%至人民幣 479.17 億元（67.31 億美元），主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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 641.06 億元（90.05 億美元）。淨利潤為人民幣 629.94 億元（88.49 億美元），同比下降 7%，主要是由於經營利潤的減少所致，部分被我們所持有的股權投資按市值計價的變動、處置 Trendyol 本地生活服務業務所產生的收益以及我們的投資減值和匯兌淨損失相繼減少所抵銷。截至 2025 年 9 月 30 日止六個月，非公認會計準則淨利潤為人民幣 438.62 億元（61.61 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 772.09 億元下降 43%。
- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 26.73 元（3.75 美元）及攤薄每股收益為人民幣 3.34 元（0.47 美元或 3.66 港元）。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 19.10 元（2.68 美元），同比下降 39%及非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.39 元（0.34 美元或 2.62 港元），同比下降 39%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 307.71 億元（43.22 億美元），相較 2024 年同期的人民幣 650.74 億元下降 53%。自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為淨流出人民幣 406.55 億元（57.11 億美元），2024 年同期則為淨流入人民幣 311.07 億元。自由現金流的下降主要歸因於我們的雲基礎設施支出增加，以及對即時零售的投入。截至 2025 年 9 月 30 日，我們的現金及其他流動投資⁽¹⁾為人民幣 5,738.89 億元（806.14 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。

(2) 有關更多資料，請參見「截至 9 月份止六個月其他財務業績」。

業務及戰略進展

阿里巴巴中國電商集團

本季度，我們推進即時零售戰略，大幅擴大業務規模，提升用戶體驗，並優化運營效率。自 9 月以來，得益於履約物流效率的提升、高客戶留存率及客單價的上升，即時零售業務單位經濟效益已實現顯著改善。作為戰略的一部分，我們致力推動即時零售與阿里巴巴生態其他部分的協同，我們加快把天貓上的品牌接入即時零售頻道，以豐富商品供給，滿足消費者對即時配送的需求。截至 2025 年 10 月 31 日，約 3,500 個天貓品牌將其線下門店接入即時零售業務。

本季度，客戶管理收入同比增長 10%至人民幣 789.27 億元（110.87 億美元），主要由 Take rate 提升所驅動，這得益於「全站推廣」的滲透率提升以及去年 9 月新增的基礎軟件服務費。本季度，我們即時零售業務的用戶心智不斷增強，規模持續增長，推動淘寶 app 的月活躍消費者同比快速提升，同時帶動客戶管理收入的增長。

我們成功舉辦了雙 11 狂歡季，通過實施用戶友好的促銷機制，並加大對提供高品質商品和優質客戶服務的商家的支持，淘寶 app 實現了消費者同比雙位數增長。

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 5,600 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 9 月 30 日止季度，AIDC 經調整 EBITA 盈利人民幣 1.62 億元（0.23 億美元），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持續顯著改善。

本季度，AIDC 收入同比增長 10%至人民幣 347.99 億元（48.88 億美元）。AIDC 的國際零售商業業務通過接入本地商家和夥伴，並利用阿里巴巴生態體系的供應鏈優勢，帶來更豐富多元的產品供給。速賣通將「海外託管」這一利用本地庫存的模式擴展至超過 30 個國家。速賣通還通過為中國品牌出海提供一站式解決方案的「Brand+」計劃，豐富商品供給。另外，AIDC 的國際批發業務進一步提升 AI 應用以優化用戶體驗。本季度，我們 AI 驅動的 B2B 採購引擎 Accio 推出 AI Agent 版本，顯著提高用戶尋源與採購效率。

雲智能集團

截至 2025 年 9 月 30 日止季度，雲智能集團收入為人民幣 398.24 億元（55.94 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 34%及 29%。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，實現了又一個季度的三位數同比增長。我們的 AI 產品正在被廣泛的企業客戶加速採用，並越來越側重於增值應用，包括代碼助手。我們將繼續對客戶增長與技術創新進行投入，包括 AI 產品和服務，以提升 AI 雲基礎設施的採用量，並加強市場領先地位。

在 9 月的雲棲大會上，阿里雲公佈全棧 AI 能力的重大升級，涵蓋從前沿 AI 基礎模型到高性能 AI 基礎設施，包括服務器、高性能網絡、分布式存儲、智算集群、人工智能平台（PAI）以及模型訓練推理服務。憑藉其強大的 AI+雲能力，阿里雲持續積極地貢獻於開源社區建設。截至 2025 年 10 月 31 日止，在 Hugging Face 上基於 Qwen 家族開發的衍生模型數量已超過 180,000 個，超過第二名的兩倍。

阿里雲持續引領市場，吸引越來越多客戶採用我們的 AI 產品和服務。Omdia 的《中國 AI 雲市場，1H25》報告指出，阿里雲在中國 AI 雲市場份額位列第一，佔比 35.8%，表明我們有能力通過全棧 AI 能力繼續引領中國蓬勃發展的 AI 雲市場。

股份回購

截至 2025 年 9 月 30 日止季度期間，我們以 2.53 億美元的總價回購 1,700 萬股普通股（相當於 200 萬股美國存託股）。這些回購根據我們的股份回購計劃在美國市場進行。截至 2025 年 9 月 30 日止，我們在董事會授權的股份回購計劃下仍餘 191 億美元回購額度，有效期至 2027 年 3 月。

9 月份季度財務業績概要

	截至 9 月 30 日止三個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	236,503	247,795	34,808	5%
經營利潤	35,246	5,365	754	(85)% ⁽²⁾
經營利潤率	15%	2%		
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	47,327	17,256	2,424	(64)% ⁽²⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	20%	7%		
經調整 EBITA ⁽¹⁾	40,561	9,073	1,274	(78)% ⁽²⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	17%	4%		
淨利潤	43,547	20,612	2,895	(53)% ⁽²⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	43,874	20,990	2,948	(52)% ⁽²⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	36,518	10,352	1,454	(72)% ⁽²⁾
攤薄每股收益 ⁽³⁾	2.27	1.09	0.15	(52)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽³⁾	18.17	8.75	1.23	(52)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽³⁾	1.88	0.55	0.08	(71)% ⁽²⁾⁽⁴⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽³⁾	15.06	4.36	0.61	(71)% ⁽²⁾⁽⁴⁾

(1) 有關本業績公告內提述的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「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，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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和每股/每股美國存託股收益將進一步計入對非控制性權益的淨虧損和夾層權益的增值。我們未把非現金股權激勵費用、投資收益（損失）、商譽和無形資產減值及若干其他項目計入非公認會計準則財務指標。

(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。

9 月份季度分部業績

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的收入為人民幣 247,795 百萬元（34,808 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 236,503 百萬元增長 5%。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 15%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 9 月 30 日止三個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
		(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	71,667	78,927	11,087	10%
— 直營、物流及其他 ⁽²⁾	22,799	24,006	3,372	5%
	94,466	102,933	14,459	9%
即時零售 ⁽³⁾	14,321	22,906	3,217	60%
中國批發商業	5,986	6,739	947	13%
阿里巴巴中國電商集團合計	114,773	132,578	18,623	16%
阿里國際數字商業集團：				
國際零售商業	25,618	28,068	3,943	10%
國際批發商業	6,054	6,731	945	11%
阿里國際數字商業集團合計	31,672	34,799	4,888	10%
雲智能集團	29,610	39,824	5,594	34%
所有其他 ⁽⁴⁾	84,483	62,969	8,846	(25)%
未分攤	469	577	81	
分部間抵消	(24,504)	(22,952)	(3,224)	
合併收入	236,503	247,795	34,808	5%

- (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) 即時零售收入為即時零售業務的收入，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、智能信息（主要包括 UC 優視和夸克業務）、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、阿里健康和高德的收入增長所抵銷。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 明細如下表：

	截至 9 月 30 日止三個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動 ⁽³⁾
		(以百萬計，百分比除外)		
阿里巴巴中國電商集團	44,327	10,497	1,474	(76)%
阿里國際數字商業集團	(2,905)	162	23	不適用
雲智能集團	2,661	3,604	506	35%
所有其他	(1,833)	(3,370)	(473)	(84)%
未分攤 ⁽²⁾	(1,271)	(1,221)	(172)	
分部間抵消	(418)	(599)	(84)	
合併經調整 EBITA	40,561	9,073	1,274	(78)%
減：非現金股權激勵費用	(3,666)	(2,882)	(404)	
減：無形資產攤銷	(1,649)	(826)	(116)	
經營利潤	35,246	5,365	754	(85)%

- (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 9 月 30 日止三個月，我們的電商業務收入為人民幣 102,933 百萬元（14,459 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 94,466 百萬元增長 9%。

客戶管理收入同比增長 10%，主要是由於 Take rate 的提升所致。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，電商業務的直營、物流及其他收入為人民幣 24,006 百萬元（3,372 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 22,799 百萬元增長 5%，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 9 月 30 日止三個月，我們的即時零售業務收入為人民幣 22,906 百萬元（3,217 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 14,321 百萬元增長 60%，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 9 月 30 日止三個月，中國批發商業收入為人民幣 6,739 百萬元（947 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 5,986 百萬元增長 13%。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 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 10,497 百萬元（1,474 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 44,327 百萬元下降 76%，主要是由於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入所致，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長所抵銷。

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 9 月 30 日止三個月，國際零售商業收入為人民幣 28,068 百萬元（3,943 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 25,618 百萬元增長 10%，主要受來自速賣通和其他國際業務的收入增長所帶動。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 9 月 30 日止三個月，國際批發商業收入為人民幣 6,731 百萬元（945 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 6,054 百萬元增長 11%，主要是由於來自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 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為盈利人民幣 162 百萬元（23 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 2,905 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 9 月 30 日止三個月，雲智能集團收入為人民幣 39,824 百萬元（5,594 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 29,610 百萬元增長 34%。整體收入（不計來自阿里巴巴併表業務的收入）同比增長 29%，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 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 3,604 百萬元（506 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 2,661 百萬元增長 35%，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 9 月 30 日止三個月，所有其他分部收入為人民幣 62,969 百萬元（8,846 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 84,483 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、阿里健康和高德的收入增長所抵銷。

(ii) 分部經調整 EBITA

所有其他分部截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 3,370 百萬元（473 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 1,833 百萬元，主要是由於對技術業務的投入增加所致，部分被虎鯨文娛集團和其他業務的經營業績改善所抵銷。

9 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 9 月 30 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	144,029	60.9%	150,781	21,180	60.8%	(0.1)%
產品開發費用	14,182	6.0%	17,095	2,401	6.9%	0.9%
銷售和市場費用	32,471	13.7%	66,496	9,341	26.8%	13.1%
一般及行政費用	9,777	4.1%	7,380	1,037	3.0%	(1.1)%
無形資產攤銷	1,649	0.7%	826	116	0.3%	(0.4)%
成本及費用總額	202,108		242,578	34,075		
股權激勵費用：						
營業成本	619	0.3%	450	63	0.2%	(0.1)%
產品開發費用	1,757	0.7%	1,396	196	0.6%	(0.1)%
銷售和市場費用	549	0.2%	500	70	0.2%	0.0%
一般及行政費用	1,221	0.5%	979	138	0.4%	(0.1)%
股權激勵費用總額 ⁽¹⁾	4,146		3,325	467		
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	143,410	60.6%	150,331	21,117	60.7%	0.1%
產品開發費用	12,425	5.3%	15,699	2,205	6.3%	1.0%
銷售和市場費用	31,922	13.5%	65,996	9,271	26.6%	13.1%
一般及行政費用	8,556	3.6%	6,401	899	2.6%	(1.0)%
無形資產攤銷	1,649	0.7%	826	116	0.3%	(0.4)%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	197,962		239,253	33,608		

(1) 此包括現金和非現金股權激勵費用。

營業成本 – 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的營業成本為人民幣 150,781 百萬元（21,180 百萬美元），佔收入比例 60.8%，2024 年同期為人民幣 144,029 百萬元，佔收入比例 60.9%。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 9 月 30 日止三個月的 60.6% 增加至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 60.7%，主要是由於我們即時零售業務增長導致的物流成本上升所致，部分被處置高鑫零售和銀泰業務，低利潤直營業務的規模縮小，以及變現率和運營效率的提升所抵銷。

產品開發費用 – 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的產品開發費用為人民幣 17,095 百萬元（2,401 百萬美元），佔收入比例 6.9%，2024 年同期為人民幣 14,182 百萬元，佔收入比例 6.0%。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 9 月 30 日止三個月的 5.3% 增加至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 6.3%，主要歸因於我們對技術開發的投入增加。

銷售和市場費用 – 截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的銷售和市場費用為人民幣 66,496 百萬元（9,341 百萬美元），佔收入比例 26.8%，2024 年同期為人民幣 32,471 百萬元，佔收入比例 13.7%。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 9 月 30 日止三個月的 13.5% 增加至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 26.6%，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 9 月 30 日止三個月的一般及行政費用為人民幣 7,380 百萬元（1,037 百萬美元），佔收入比例 3.0%，2024 年同期為人民幣 9,777 百萬元，佔收入比例 4.1%。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 9 月 30 日止三個月的 3.6% 減少至截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的 2.6%，主要是由於我們的成本控制措施改善所致。

股權激勵費用 – 截至 2025 年 9 月 30 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 3,325 百萬元（467 百萬美元），2024 年同期為人民幣 4,146 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 9 月 30 日止三個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
		(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⁾	2,786	2,343	329	(16)%
其他 ⁽²⁾	1,360	982	138	(28)%
股權激勵費用合計 ⁽³⁾	4,146	3,325	467	(20)%

(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 9 月 30 日止三個月的股權激勵費用較 2024 年同期減少。與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用減少，主要原因是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。

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 2025 年 9 月 30 日止三個月的無形資產攤銷為人民幣 826 百萬元（116 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 1,649 百萬元下降 50%，主要是由於若干無形資產已攤銷完畢所致。

經營利潤及經營利潤率

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經營利潤為人民幣 5,365 百萬元（754 百萬美元），佔收入比例 2%，相較 2024 年同期的人民幣 35,246 百萬元，佔收入比例 15%，同比下降 85%，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 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITDA 為人民幣 17,256 百萬元（2,424 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 47,327 百萬元同比下降 64%。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經調整 EBITA 為人民幣 9,073 百萬元（1,274 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 40,561 百萬元同比下降 78%，主要是歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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「9 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 9 月 30 日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣 20,092 百萬元（2,822 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 18,607 百萬元增長了 8%，主要是由於按市值計價的變動所致，部分被我們的投資減值增加所抵銷。

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 9 月 30 日止三個月的其他淨收支為收入人民幣 981 百萬元（138 百萬美元），2024 年同期為支出人民幣 1,478 百萬元，主要是由於人民幣兌美元匯率波動，本季度匯兌淨損失相較去年同期減少所致。

所得稅費用

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的所得稅費用為人民幣 5,550 百萬元（780 百萬美元），2024 年同期為人民幣 7,379 百萬元。

權益法核算的投資損益

我們延後一個季度計入所有權益法核算的投資損益。截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的權益法核算的投資損益為人民幣 2,241 百萬元（315 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 978 百萬元增長 129%。所示期間內，權益法核算的投資損益構成如下：

截至 9 月 30 日止三個月

	2024	2025	
	人民幣	人民幣 (以百萬計)	美元
權益法核算的投資收益（損失）			
— 螞蟻集團	2,478	2,733	384
— 其他	(746)	671	94
減值損失	—	(5)	(1)
其他 ⁽¹⁾	(754)	(1,158)	(162)
總計	978	2,241	315

(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。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的淨利潤為人民幣 20,612 百萬元（2,895 百萬美元），2024 年同期為人民幣 43,547 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 9 月 30 日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 10,352 百萬元（1,454 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 36,518 百萬元下降 72%，主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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 9 月 30 日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 20,990 百萬元（2,948 百萬美元），2024 年同期為人民幣 43,874 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 9 月 30 日止三個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣 8.75 元（1.23 美元），2024 年同期則為人民幣 18.17 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 9 月 30 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 4.36 元（0.61 美元），相較 2024 年同期的人民幣 15.06 元下降 71%。

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月，攤薄每股收益為人民幣 1.09 元（0.15 美元或 1.19 港元），2024 年同期則為人民幣 2.27 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 9 月 30 日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 0.55 元（0.08 美元或 0.60 港元），相較 2024 年同期的人民幣 1.88 元下降 71%。

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。

經營活動產生的現金流量淨額及自由現金流

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 10,099 百萬元（1,419 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 31,438 百萬元下降 68%。截至 2025 年 9 月 30 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）為流出人民幣 21,840 百萬元（3,068 百萬美元），2024 年同期則為流入人民幣 13,735 百萬元。自由現金流的減少主要歸因於對即時零售的投入及我們對雲基礎設施支出增加。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 9 月 30 日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣 69,652 百萬元（9,784 百萬美元），主要反映了短期投資和其它理財投資增加人民幣 59,135 百萬元（8,307 百萬美元）以及資本性支出人民幣 31,501 百萬元（4,425 百萬美元），部分被投資和收購活動的淨現金流入人民幣 20,682 百萬元（2,905 百萬美元）所抵銷。

融資活動產生的現金流量淨額

截至 2025 年 9 月 30 日止三個月的融資活動產生的現金流量淨額為人民幣 10,902 百萬元（1,531 百萬美元），主要反映了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 20,994 百萬元（2,949 百萬美元）、銀行借款的所得款項淨額人民幣 14,517 百萬元（2,039 百萬美元）、以及發行可交換債券的所得款項淨額人民幣 10,986 百萬元（1,543 百萬美元），部分被股息支付的現金支出人民幣 33,313 百萬元（4,679 百萬美元）以及股份回購的現金支出人民幣 1,798 百萬元（253 百萬美元）所抵銷。

員工

截至 2025 年 9 月 30 日，我們的員工總數為 126,661 人，截至 2025 年 6 月 30 日為 123,711 人。

截至 9 月份止六個月財務業績概要

	截至 9 月 30 日止六個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
	(以百萬計，百分比及每股數據除外)			
收入	479,739	495,447	69,595	3%
經營利潤	71,235	40,353	5,668	(43)% ⁽²⁾
經營利潤率	15%	8%		
經調整 EBITDA ⁽¹⁾	98,488	62,991	8,848	(36)% ⁽³⁾
經調整 EBITDA 利潤率 ⁽¹⁾	21%	13%		
經調整 EBITA ⁽¹⁾	85,596	47,917	6,731	(44)% ⁽³⁾
經調整 EBITA 利潤率 ⁽¹⁾	18%	10%		
淨利潤	67,569	62,994	8,849	(7)% ⁽⁴⁾
歸屬於普通股股東的淨利潤	68,143	64,106	9,005	(6)% ⁽⁴⁾
非公認會計準則淨利潤 ⁽¹⁾	77,209	43,862	6,161	(43)% ⁽³⁾
攤薄每股收益 ⁽⁵⁾	3.50	3.34	0.47	(5)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾
攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁵⁾	28.00	26.73	3.75	(5)% ⁽⁴⁾⁽⁶⁾
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	3.94	2.39	0.34	(39)% ⁽³⁾⁽⁶⁾
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	31.50	19.10	2.68	(39)% ⁽³⁾⁽⁶⁾

(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) 同比下降主要是由於經調整 EBITA 的減少所致，部分被去年同期的一次性計提準備金（有關更多資料，請參見「截至 9 月份止六個月其他財務業績」）所抵銷。

(3) 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，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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。

(4) 同比下降主要歸因於經營利潤的減少所致，部分被我們所持有的股權投資按市值計價的變動、處置 Trendyol 本地生活服務業務所產生的收益以及我們的投資減值和匯兌淨損失相繼減少所抵銷，歸屬於普通股股東的淨利潤和每股/每股美國存託股收益將進一步計入對非控制性權益的淨虧損（利潤）以及夾層權益的（增值）增值轉回。我們未把非現金股權激勵費用、投資收益（損失）、商譽和無形資產減值及若干其他項目計入非公認會計準則財務指標。

(5) 每股美國存託股代表八股普通股。

(6) 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。

截至 9 月份止六個月分部業績

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的收入為人民幣 495,447 百萬元（69,595 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 479,739 百萬元增長 3%。若剔除高鑫零售和銀泰已處置業務的收入，同口徑收入同比增長將為 12%。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表：

	截至 9 月 30 日止六個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
	(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	152,755	168,179	23,624	10%
— 直營、物流及其他 ⁽²⁾	50,233	53,331	7,492	6%
	202,988	221,510	31,116	9%
即時零售 ⁽³⁾	27,517	37,690	5,294	37%
中國批發商業	11,938	13,450	1,889	13%
阿里巴巴中國電商集團合計	242,443	272,650	38,299	12%
阿里國際數字商業集團：				
國際零售商業	49,309	56,463	7,931	15%
國際批發商業	11,656	13,077	1,837	12%
阿里國際數字商業集團合計	60,965	69,540	9,768	14%
雲智能集團	56,159	73,222	10,285	30%
所有其他 ⁽⁴⁾	165,837	121,568	17,077	(27)%
未分攤	888	1,096	154	
分部間抵消	(46,553)	(42,629)	(5,988)	
合併收入	479,739	495,447	69,595	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、智能信息（主要包括 UC 優視和夸克業務）、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。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 明細如下表：

	截至 9 月 30 日止六個月			
	2024	2025		%同比變動 ⁽³⁾
	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	93,080	48,886	6,867	(47)%
阿里國際數字商業集團	(6,611)	103	14	不適用
雲智能集團	4,998	6,558	921	31%
所有其他	(2,910)	(4,785)	(672)	(64)%
未分攤 ⁽²⁾	(2,142)	(1,640)	(230)	
分部間抵消	(819)	(1,205)	(169)	
合併經調整 EBITA	85,596	47,917	6,731	(44)%
減：非現金股權激勵費用	(7,775)	(6,076)	(854)	
減：無形資產攤銷及減值及其他	(3,441)	(1,488)	(209)	
減：股東集體訴訟的計提準備金	(3,145)	—	—	
經營利潤	71,235	40,353	5,668	(43)%

(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 9 月 30 日止六個月，我們的電商業務收入為人民幣 221,510 百萬元（31,116 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 202,988 百萬元增長 9%。

客戶管理收入同比增長 10%，主要是由於 Take rate 的提升所致。

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月，電商業務的直營、物流及其他收入為人民幣 53,331 百萬元（7,492 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 50,233 百萬元增長 6%，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收入下降所抵銷。

- **即時零售**

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月，我們的即時零售業務收入為人民幣 37,690 百萬元（5,294 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 27,517 百萬元增長 37%，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 9 月 30 日止六個月，中國批發商業收入為人民幣 13,450 百萬元（1,889 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 11,938 百萬元增長 13%。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 9 月 30 日止六個月的經調整 EBITA 為人民幣 48,886 百萬元（6,867 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 93,080 百萬元下降 47%，主要是由於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入所致，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長所抵銷。

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 9 月 30 日止六個月，國際零售商業收入為人民幣 56,463 百萬元（7,931 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 49,309 百萬元增長 15%，主要受來自速賣通和其他國際業務的收入增長所帶動。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 9 月 30 日止六個月，國際批發商業收入為人民幣 13,077 百萬元（1,837 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 11,656 百萬元增長 12%，主要是由於來自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在截至 2025 年 9 月 30 日止的六個月的經調整 EBITA 為盈利人民幣 103 百萬元（14 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 6,611 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 9 月 30 日止六個月，雲智能集團收入為人民幣 73,222 百萬元（10,285 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 56,159 百萬元增長 30%。整體收入（不計來自阿里巴巴併表業務的收入）同比增長 28%，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 9 月 30 日止六個月的經調整 EBITA 為人民幣 6,558 百萬元（921 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 4,998 百萬元增長 31%，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 9 月 30 日止六個月，所有其他分部收入為人民幣 121,568 百萬元（17,077 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 165,837 百萬元下降 27%，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。

(ii) 分部經調整 EBITA

所有其他分部截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的經調整 EBITA 為虧損人民幣 4,785 百萬元（672 百萬美元），2024 年同期為虧損人民幣 2,910 百萬元，主要是由於對技術業務的投入增加所致，部分被盒馬、虎鯨文娛集團和阿里健康的經營業績改善所抵銷。

截至 9 月份止六個月其他財務業績

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 9 月 30 日止六個月					%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	290,135	60.5%	287,210	40,344	58.0%	(2.5)%
產品開發費用	27,555	5.7%	32,096	4,509	6.5%	0.8%
銷售和市場費用	65,167	13.6%	119,674	16,811	24.2%	10.6%
一般及行政費用	23,057	4.8%	14,778	2,076	3.0%	(1.8)%
無形資產攤銷及減值	3,441	0.7%	1,633	229	0.3%	(0.4)%
成本及費用總額	409,355		455,391	63,969		
股權激勵費用：						
營業成本	1,205	0.3%	913	128	0.2%	(0.1)%
產品開發費用	3,560	0.7%	2,862	402	0.6%	(0.1)%
銷售和市場費用	948	0.2%	958	135	0.2%	0.0%
一般及行政費用	2,564	0.5%	2,137	300	0.4%	(0.1)%
股權激勵費用總額 ⁽¹⁾	8,277		6,870	965		
不含股權激勵費用的成本及費用：						
營業成本	288,930	60.2%	286,297	40,216	57.8%	(2.4)%
產品開發費用	23,995	5.0%	29,234	4,107	5.9%	0.9%
銷售和市場費用	64,219	13.4%	118,716	16,676	24.0%	10.6%
一般及行政費用	20,493	4.3%	12,641	1,776	2.6%	(1.7)%
無形資產攤銷及減值	3,441	0.7%	1,633	229	0.3%	(0.4)%
不含股權激勵費用的成本及費用總額	401,078		448,521	63,004		

(1) 此包括現金和非現金股權激勵費用。

營業成本 – 截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的營業成本為人民幣 287,210 百萬元（40,344 百萬美元），佔收入比例 58.0%，2024 年同期為人民幣 290,135 百萬元，佔收入比例 60.5%。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 2024 年同期的 60.2% 減少至截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的 57.8%，主要是由於處置高鑫零售和銀泰業務，低利潤直營業務的規模縮小，以及變現率和運營效率的提升所致，部分被我們即時零售業務增長導致的物流成本上升所抵銷。

產品開發費用 – 截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的產品開發費用為人民幣 32,096 百萬元（4,509 百萬美元），佔收入比例 6.5%，2024 年同期為人民幣 27,555 百萬元，佔收入比例 5.7%。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 2024 年同期的 5.0% 增加至截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的 5.9%，主要歸因於我們對技術開發的投入增加。

銷售和市場費用 – 截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的銷售和市場費用為人民幣 119,674 百萬元（16,811 百萬美元），佔收入比例 24.2%，2024 年同期為人民幣 65,167 百萬元，佔收入比例 13.6%。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 2024 年 9 月 30 日止六個月的 13.4% 增加至截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的 24.0%，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 9 月 30 日止六個月的一般及行政費用為人民幣 14,778 百萬元（2,076 百萬美元），佔收入比例 3.0%，2024 年同期為人民幣 23,057 百萬元，佔收入比例 4.8%。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 2024 年同期的 4.3% 減少至截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的 2.6%，主要是由於去年同期一次性股東集體訴訟的計提準備金以及我們的成本控制措施改善所致。

股權激勵費用 – 截至 2025 年 9 月 30 日止六個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣 6,870 百萬元（965 百萬美元），2024 年同期為人民幣 8,277 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 9 月 30 日止六個月			
	2024	2025		
	人民幣	人民幣	美元	%同比變動
		(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⁾	5,877	4,664	655	(21)%
其他 ⁽²⁾	2,400	2,206	310	(8)%
股權激勵費用合計 ⁽³⁾	8,277	6,870	965	(17)%

(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 9 月 30 日止六個月的股權激勵費用較 2024 年同期減少，主要原因是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比例增加，從而授予的阿里巴巴集團的股權激勵數量減少。

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 9 月 30 日止六個月的無形資產攤銷及減值為人民幣 1,633 百萬元（229 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 3,441 百萬元下降 53%，主要是由於若干無形資產已攤銷完畢所致。

經營利潤及經營利潤率

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的經營利潤為人民幣 40,353 百萬元（5,668 百萬美元），佔收入比例 8%，相較 2024 年同期的人民幣 71,235 百萬元，佔收入比例 15%，同比下降 43%，主要是由於經調整 EBITA 的減少所致，部分被去年同期的一次性計提準備金所抵銷。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的經調整 EBITDA 為人民幣 62,991 百萬元（8,848 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 98,488 百萬元同比下降 36%。截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的經調整 EBITA 為人民幣 47,917 百萬元（6,731 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 85,596 百萬元同比下降 44%，主要是由於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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「截至 9 月份止六個月分部業績」所列載。

利息收入和投資淨收益

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的利息收入和投資淨收益為人民幣 37,468 百萬元（5,263 百萬美元），相比 2024 年同期的人民幣 17,129 百萬元增長了 119%，主要是由於我們所持有的股權投資按市值計價的變動、處置 Trendyol 本地生活服務業務所產生的收益以及我們的投資減值下降所致。

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 9 月 30 日止六個月的其他淨收支為收入人民幣 1,329 百萬元（187 百萬美元），2024 年同期的支出人民幣 1,221 百萬元，主要是由於人民幣兌美元匯率波動，截至 2025 年 9 月 30 日止六個月匯兌淨損失相較去年同期減少所致。

所得稅費用

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的所得稅費用為人民幣 14,415 百萬元（2,024 百萬美元），2024 年同期為人民幣 17,442 百萬元。

權益法核算的投資損益

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的權益法核算的投資損益為人民幣 3,254 百萬元（457 百萬美元），較 2024 年同期的人民幣 2,483 百萬元增長 31%。所示期間內，權益法核算的投資損益構成如下：

	截至 9 月 30 日止六個月		
	2024	2025	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
權益法核算的投資收益（損失）			
— 螞蟻集團	6,395	4,280	601
— 其他	(1,334)	1,126	158
減值損失	(2,157)	(5)	(1)
其他 ⁽¹⁾	(421)	(2,147)	(301)
總計	2,483	3,254	457

(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。截至 2025 年 9 月 30 日止六個月，與其他權益法核算的投資錄得投資收益，而去年同期為投資損失，主要歸因於我們的權益法核算的投資整體業績的改善。部分被與螞蟻集團有關的權益法核算的投資收益減少所抵銷，主要是由於對新增長舉措和科技的投入所致。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的淨利潤為人民幣 62,994 百萬元（8,849 百萬美元），2024 年同期為人民幣 67,569 百萬元，主要是由於經營利潤的減少所致，部分被我們所持有的股權投資按市值計價的變動、處置 Trendyol 本地生活服務業務所產生的收益以及我們的投資減值和匯兌淨損失相繼減少所抵銷。

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 9 月 30 日止六個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣 43,862 百萬元（6,161 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 77,209 百萬元下降 43%，主要歸因於對即時零售、用戶體驗以及科技的投入，部分被阿里巴巴中國電商集團的雙位數收入增長、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 9 月 30 日止六個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 64,106 百萬元（9,005 百萬美元），相比 2024 年同期為人民幣 68,143 百萬元，主要是由於經營利潤下降所致，部分被我們所持有的股權投資按市值計價的變動、出售 Trendyol 本地生活服務業務的收益以及我們的投資減值和匯兌淨損失相繼減少所抵銷。

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 9 月 30 日止六個月，攤薄每股美國存託股收益為人民幣 26.73 元（3.75 美元），2024 年同期則為人民幣 28.00 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及若干其他項目，截至 2025 年 9 月 30 日止六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 19.10 元（2.68 美元），相較 2024 年同期的人民幣 31.50 元下降 39%。

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月攤薄每股收益為人民幣 3.34 元（0.47 美元或 3.66 港元），2024 年同期則為人民幣 3.50 元。剔除非現金股權激勵費用、投資的收益（損失）、商譽減值、無形資產減值以及其他若干項目，截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 2.39 元（0.34 美元或 2.62 港元），相較 2024 年同期的人民幣 3.94 元下降 39%。

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 9 月 30 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 573,889 百萬元（80,614 百萬美元），2025 年 3 月 31 日為人民幣 597,132 百萬元。其他理財投資主要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投資。截至 2025 年 9 月 30 日止六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 23,243 百萬元，主要是由於(i)自由現金流淨流出人民幣 40,655 百萬元（5,711 百萬美元），(ii)股息支付的現金支出人民幣 33,621 百萬元（4,723 百萬美元），(iii)股份回購的現金支出人民幣 7,638 百萬元（1,073 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 20,994 百萬元（2,949 百萬美元），(v)銀行借款所得款項淨額人民幣 17,804 百萬元（2,501 百萬美元），(vi)發行可交換債券所得款項淨額人民幣 10,986 百萬元（1,543 百萬美元），以及(vii)處置銀泰和 Trendyol 本地生活服務業務的所得款項人民幣 12,026 百萬元（1,689 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 9 月 30 日止六個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 30,771 百萬元（4,322 百萬美元），相較 2024 年同期的人民幣 65,074 百萬元下降 53%。截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的自由現金流（一項非公認會計準則財務流動性指標）為流出人民幣 40,655 百萬元（5,711 百萬美元），2024 年同期則為流入人民幣 31,107 百萬元。自由現金流的減少主要歸因於我們對雲基礎設施支出增加，以及對即時零售的投入增加。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 9 月 30 日止六個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣 51,324 百萬元（7,209 百萬美元），主要反映了資本性支出人民幣 70,177 百萬元（9,858 百萬美元）以及短期投資和其它理財投資增加人民幣 11,119 百萬元（1,562 百萬美元），部分被投資和收購活動的淨現金流入人民幣 29,710 百萬元（4,173 百萬美元）所抵銷。

融資活動產生的現金流量淨額

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的融資活動產生的現金流量淨額為人民幣 8,171 百萬元（1,148 百萬美元），主要反映了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 20,994 百萬元（2,949 百萬美元）、銀行借款的所得款項淨額人民幣 17,804 百萬元（2,501 百萬美元），以及發行可交換債券的所得款項淨額人民幣 10,986 百萬元（1,543 百萬美元），部分被股息支付的現金支出人民幣 33,621 百萬元（4,723 百萬美元）以及股份回購的現金支出人民幣 7,638 百萬元（1,073 百萬美元）所抵銷。

員工

截至 2025 年 9 月 30 日，我們的員工總數為 126,661 人，截至 2025 年 3 月 31 日為 124,320 人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於 2025 年 11 月 25 日周二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。

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/10051211-a7c56v.html>

中文: <https://s1.c-conf.com/diamondpass/10051210-8u7y6t.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 10051211；中文會議代碼 10051210）。

我們的業績公告及所附幻燈片由 2025 年 11 月 25 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 7.119 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2025 年 9 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 0.91298 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2025 年 9 月 30 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。本業績公告中所述的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，包括有關阿里巴巴的戰略及業務和運營計劃、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，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、與戰略性交易相關的風險、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變更，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按攤薄基準計算的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的按攤薄基準計算的發行在外普通股的加權平均數得出。**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。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	236,503	247,795	34,808	479,739	495,447	69,595
營業成本	(144,029)	(150,781)	(21,180)	(290,135)	(287,210)	(40,344)
產品開發費用	(14,182)	(17,095)	(2,401)	(27,555)	(32,096)	(4,509)
銷售和市場費用	(32,471)	(66,496)	(9,341)	(65,167)	(119,674)	(16,811)
一般及行政費用	(9,777)	(7,380)	(1,037)	(23,057)	(14,778)	(2,076)
無形資產攤銷及減值	(1,649)	(826)	(116)	(3,441)	(1,633)	(229)
其他淨收益	851	148	21	851	297	42
經營利潤	35,246	5,365	754	71,235	40,353	5,668
利息收入和投資淨收益	18,607	20,092	2,822	17,129	37,468	5,263
利息費用	(2,427)	(2,517)	(354)	(4,615)	(4,995)	(702)
其他淨收支	(1,478)	981	138	(1,221)	1,329	187
扣除所得稅及權益法核算的投資損益前的利潤	49,948	23,921	3,360	82,528	74,155	10,416
所得稅費用	(7,379)	(5,550)	(780)	(17,442)	(14,415)	(2,024)
權益法核算的投資損益	978	2,241	315	2,483	3,254	457
淨利潤	43,547	20,612	2,895	67,569	62,994	8,849
歸屬於非控制性權益的淨虧損（利潤）	486	407	58	854	(1,326)	(187)
歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤	44,033	21,019	2,953	68,423	61,668	8,662
夾層權益的（增值）增值轉回	(159)	(29)	(5)	(280)	2,438	343
歸屬於普通股股東的淨利潤	43,874	20,990	2,948	68,143	64,106	9,005
歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾						
基本	2.34	1.13	0.16	3.58	3.45	0.49
攤薄	2.27	1.09	0.15	3.50	3.34	0.47
歸屬於普通股股東的每股美國存託股收益⁽¹⁾						
基本	18.71	9.05	1.27	28.62	27.63	3.88
攤薄	18.17	8.75	1.23	28.00	26.73	3.75
用於計算每股收益的加權平均股數（百萬股）⁽¹⁾						
基本	18,761	18,555		19,045	18,562	
攤薄	19,322	19,168		19,459	19,154	

(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
未經審計合併綜合收益表

	截至 9 月 30 日止六個月		
	2024	2025	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
淨利潤	67,569	62,994	8,849
其他綜合收益（損失）：			
- 外幣折算調整：			
未實現損失變動（扣除稅項）	(3,699)	(5,081)	(714)
- 權益法核算下享有被投資方其他綜合收益（損失）中份額：			
未實現收益（損失）變動	350	(40)	(6)
- 套期會計下的利率掉期及其他：			
未實現收益變動	60	1	—
其他綜合損失	(3,289)	(5,120)	(720)
綜合收益總額	64,280	57,874	8,129
歸屬於非控制性權益的綜合損失（收益）總額	1,119	(273)	(38)
歸屬於普通股股東的綜合收益總額	65,399	57,601	8,091

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 9 月 30 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	135,069	18,973
短期投資	228,826	193,246	27,145
受限制現金及應收託管資金	43,781	40,374	5,671
股權證券及其他投資	53,780	45,257	6,357
預付款項、應收款項及其他資產	202,175	232,673	32,684
流動資產總額	674,049	646,619	90,830
股權證券及其他投資	356,818	411,953	57,867
預付款項、應收款項及其他資產	83,431	96,927	13,615
權益法核算的投資	210,169	206,862	29,058
物業及設備（淨值）	203,348	246,539	34,631
無形資產（淨值）	20,911	19,429	2,729
商譽	255,501	255,551	35,897
資產總額	1,804,227	1,883,880	264,627
負債、夾層權益及股東權益			
流動負債：			
短期銀行借款	22,562	26,288	3,693
應付所得稅	11,638	5,588	785
預提費用、應付款項及其他負債	332,537	340,769	47,868
商家保證金	274	251	35
遞延收入和客戶預付款	68,335	71,241	10,007
流動負債總額	435,346	444,137	62,388

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 9 月 30 日	
	2025	2025	
	人民幣	人民幣	美元
		(以百萬計)	
遞延收入	4,536	4,496	632
遞延所得稅負債	48,454	46,802	6,574
長期銀行借款	49,909	63,566	8,929
長期無擔保優先票據	122,398	120,504	16,927
長期可轉換無擔保優先票據	35,834	57,481	8,074
長期可交換債券	—	13,755	1,932
其他負債	17,644	21,354	3,000
負債總額	714,121	772,095	108,456
承諾及或有事項			
夾層權益	11,713	9,884	1,388
股東權益：			
普通股	1	1	—
資本公積	381,379	387,147	54,382
庫存股（按成本計）	(36,329)	(36,162)	(5,080)
法定儲備	15,936	16,286	2,288
累計其他綜合收益（損失）	3,393	(1,561)	(219)
未分配利潤	645,478	666,784	93,663
股東權益總額	1,009,858	1,032,495	145,034
非控制性權益	68,535	69,406	9,749
權益總額	1,078,393	1,101,901	154,783
負債、夾層權益及權益總額	1,804,227	1,883,880	264,627

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	31,438	10,099	1,419	65,074	30,771	4,322
投資活動產生（所用）的現金流量淨額	964	(69,652)	(9,784)	(34,865)	(51,324)	(7,209)
融資活動（所用）產生的現金流量淨額	(66,782)	10,902	1,531	(86,364)	8,171	1,148
匯率變動對現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的影響	(2,456)	(485)	(68)	(1,797)	(1,443)	(203)
現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的減少	(36,836)	(49,136)	(6,902)	(57,952)	(13,825)	(1,942)
期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	265,308	224,579	31,546	286,424	189,268	26,586
期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金	228,472	175,443	24,644	228,472	175,443	24,644

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	43,547	20,612	2,895	67,569	62,994	8,849
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	(18,607)	(20,092)	(2,822)	(17,129)	(37,468)	(5,263)
利息費用	2,427	2,517	354	4,615	4,995	702
其他淨收支	1,478	(981)	(138)	1,221	(1,329)	(187)
所得稅費用	7,379	5,550	780	17,442	14,415	2,024
權益法核算的投資損益	(978)	(2,241)	(315)	(2,483)	(3,254)	(457)
經營利潤	35,246	5,365	754	71,235	40,353	5,668
非現金股權激勵費用	3,666	2,882	404	7,775	6,076	854
無形資產攤銷及減值及其他	1,649	826	116	3,441	1,488	209
股東集體訴訟的計提準備金	—	—	—	3,145	—	—
經調整 EBITA	40,561	9,073	1,274	85,596	47,917	6,731
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	6,766	8,183	1,150	12,892	15,074	2,117
經調整 EBITDA	47,327	17,256	2,424	98,488	62,991	8,848

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	43,547	20,612	2,895	67,569	62,994	8,849
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	3,666	2,882	404	7,775	6,076	854
無形資產攤銷及減值	1,649	826	116	3,441	1,633	229
股東集體訴訟的計提準備金	—	—	—	3,145	—	—
視同處置／處置／重估投資產生的收益	(12,697)	(16,192)	(2,274)	(8,116)	(29,320)	(4,119)
投資減值及其他	756	1,442	203	5,067	2,455	345
所得稅影響 ⁽¹⁾	(403)	782	110	(1,672)	24	3
非公認會計準則淨利潤	36,518	10,352	1,454	77,209	43,862	6,161

(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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	43,874	20,990	2,948	68,143	64,106	9,005
可轉換無擔保優先票據的利息費用調整	(56)	(96)	(13)	(131)	(258)	(36)
歸屬於普通股股東的淨利潤－攤薄	69	72	10	95	143	20
對歸屬於普通股股東的淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾	43,887	20,966	2,945	68,107	63,991	8,989
	(7,524)	(10,516)	(1,477)	8,521	(18,250)	(2,564)
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	36,363	10,450	1,468	76,628	45,741	6,425
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⁾	19,322	19,168		19,459	19,154	
攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	2.27	1.09	0.15	3.50	3.34	0.47
非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	1.88	0.55	0.08	3.94	2.39	0.34
攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽³⁾	18.17	8.75	1.23	28.00	26.73	3.75
非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾	15.06	4.36	0.61	31.50	19.10	2.68

(1) 非公認會計準則的調整項目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攤薄基準計算的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的按攤薄基準計算的發行在外普通股的加權平均數得出。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。

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 9 月 30 日止三個月			截至 9 月 30 日止六個月		
	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	31,438	10,099	1,419	65,074	30,771	4,322
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）	(16,977)	(31,428)	(4,415)	(28,916)	(70,057)	(9,841)
減：買家保護基金的資金變動	(726)	(511)	(72)	(5,051)	(1,369)	(192)
自由現金流	13,735	(21,840)	(3,068)	31,107	(40,655)	(5,711)

中期財務資料附註

列報基礎

我們的簡明合併財務報表乃根據美國公認會計準則編製。與上一財務年度經審計合併財務報表相比，除與借款以及衍生工具及套期相關的會計政策因為發行可交換債券而進行了更新外，我們的重要會計政策並無重大變化。採用會計準則更新對財務狀況、經營業績及現金流量並無造成重大影響。

收入

按類型劃分的收入如下：

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
	(以百萬計)	
客戶管理服務	199,821	223,399
會員費及增值服務	23,044	24,035
物流服務	59,904	68,018
雲服務	41,326	52,826
商品銷售	135,837	108,435
其他收入	19,807	18,734
	<u>479,739</u>	<u>495,447</u>

所得稅費用

所得稅費用的構成如下：

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
	(以百萬計)	
當期所得稅費用	14,939	13,985
遞延所得稅費用	2,503	430
	<u>17,442</u>	<u>14,415</u>

股息

董事會並未建議就截至 2024 年及 2025 年 9 月 30 日止六個月分派中期股息。

中期財務資料附註（續）

每股／每股美國存託股收益

下表為基本與攤薄每股普通股／每股美國存託股淨利潤在各列報期間的情況：

	截至 9 月 30 日止六個月	
	2024	2025
	人民幣	人民幣
	(以百萬計，每股數據除外)	
每股收益		
<u>分子：</u>		
用於計算每股普通股淨利潤的歸屬於普通股股東的淨利潤 — 基本	68,143	64,106
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	(131)	(258)
就可轉換無擔保優先票據的利息費用調整	95	143
用於計算每股普通股淨利潤的歸屬於普通股股東的淨利潤 — 攤薄	68,107	63,991
<u>股份數目（分母）：</u>		
用於計算每股普通股淨利潤的加權平均股數 — 基本（百萬股）	19,045	18,562
就攤薄性限制性股份單位和期權的調整（百萬股）	149	186
就可轉換無擔保優先票據的調整（百萬股）	265	406
用於計算每股普通股淨利潤的加權平均股數 — 攤薄（百萬股）	19,459	19,154
每股普通股淨利潤 — 基本（人民幣）	3.58	3.45
每股普通股淨利潤 — 攤薄（人民幣）	3.50	3.34
每股美國存託股收益		
每股美國存託股淨利潤 — 基本（人民幣）	28.62	27.63
每股美國存託股淨利潤 — 攤薄（人民幣）	28.00	26.73

中期財務資料附註（續）

賬齡分析

應收賬款

應收賬款（扣除壞賬準備）基於賬單日期的賬齡分析如下：

	於 3 月 31 日	於 9 月 30 日
	2025	2025
	人民幣	人民幣
	(以百萬計)	
0 至 3 個月	25,172	25,073
3 至 6 個月	3,078	3,395
6 至 12 個月	1,775	2,344
1 年以上	627	834
應收賬款（扣除壞賬準備）	30,652	31,646

應付款項

應付款項基於賬單日期的賬齡分析如下：

	於 3 月 31 日	於 9 月 30 日
	2025	2025
	人民幣	人民幣
	(以百萬計)	
0 至 3 個月	52,019	56,073
3 至 6 個月	3,990	5,696
6 至 12 個月	846	1,600
1 年以上	1,346	1,570
應付款項	58,201	64,939

流動資金及資本資源

我們以經營活動所得現金以及債務、股權融資滿足業務和戰略投資的資金需求。截至 2024 年及 2025 年 9 月 30 日止六個月的經營活動現金流分別為人民幣 65,074 百萬元及人民幣 30,771 百萬元。截至 2025 年 9 月 30 日，現金及現金等價物、短期投資和其他理財投資，且在提取及使用上不受限制的金額為人民幣 573,889 百萬元。短期投資包括原始期限介於三個月至一年的定期存款以及我們擬於一年內贖回的若干理財產品投資、大額存單、有價債務證券及其他投資。其他理財投資主要包括用於理財的原始到期期限在一年以上的定期存款、大額存單和有價債務證券投資。我們持有的這些理財投資的剩餘期限介於一年至五年。

我們相信目前所持有現金的水平以及經營活動現金流足以應付未來 12 個月內的預計所需現金。然而我們可能發現合適的投資、併購以及戰略合作或其他類似的發展機會，比如對於技術、設施（包括數據管理和分析解決方案）以及人才的投入，可能需要額外的現金資源。若我們認為對現金的需求超過可用現金，或決定進一步優化資本結構，我們可能會尋求進一步舉債、進行股權融資、獲取信貸或其他融資機會。

於 2025 年 7 月，我們參考子公司阿里健康信息技術有限公司在香港聯交所上市的普通股發行了於 2032 年到期的零息可交換債券，本金總額約為 120 億港元。

於 2025 年 9 月，我們發行了本金總額約為 32 億美元、於 2032 年到期的零息可轉換無擔保優先票據。

我們就銀團貸款協議的條款作出了一系列修訂。2025 年 1 月償還部分貸款 830 百萬美元後，40 億美元的銀團貸款規模已縮減至 31.7 億美元。2025 年 9 月，我們修訂了貸款協議並將計價利率下調至按擔保隔夜融資利率（「SOFR」）加 66 個基點。於 2025 年 11 月 28 日生效，該貸款將重組為循環信用貸款，並允許以美元和港元提款。信用貸款的到期日亦將延長至 2028 年 9 月 30 日，並有權選擇進一步延長至 2030 年 9 月 30 日。信用貸款的利率將為 SOFR 或按香港銀行間同業拆息利率（「HIBOR」）加 66 個基點，息差在可選的延長期間將為 81 個基點。

2025 年 9 月，我們修訂了 65 億美元的循環信用貸款協議的條款，信用貸款額度下調至 33.3 億美元，提款幣種從僅限於美元修訂為美元及港元。信用貸款利率調整為 SOFR 或 HIBOR 加 66 個基點。信用貸款到期日從 2026 年 6 月 24 日延長至 2028 年 9 月 30 日，並有權選擇進一步延長至 2030 年 9 月 30 日，息差在可選的延長期間將為 81 個基點。我們尚未提取該筆貸款。

本集團通過審閱其債務總額／經調整除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利（「**經調整 EBITDA**」）比率來監控其財務健康狀況及流動性狀況，該比率按銀行借款、無擔保優先票據、可轉換無擔保優先票據及可交換債券除以過去 12 個月的經調整 EBITDA 計算。於 2025 年 3 月 31 日及 2025 年 9 月 30 日，本集團的債務總額／經調整 EBITDA 比率分別為 1.14 及 1.69。

重大投資

我們的重大投資包括螞蟻集團。螞蟻集團為中國和全世界的消費者和商家提供綜合數字支付服務及促成數字金融和增值服務。截至 2025 年 9 月 30 日，我們對螞蟻集團在全面攤薄基礎上的股權為 33%。截至 2025 年 9 月 30 日止六個月，從螞蟻集團收到股息共計人民幣 3,293 百萬元。

截至 2025 年 9 月 30 日，我們並無持有任何其他重大投資。

重大投資、收購和出售

我們於截至 2025 年 9 月 30 日止六個月及截至本業績公告日期期間的重大投資、收購和出售列示如下。

於 2025 年 5 月，我們同意出售 Trendyol 旗下全資子公司 Trendyol GO 的 85% 股權，該公司在土耳其經營本地生活服務業務（「出售事項」）。出售事項的現金對價約為 7 億美元（人民幣 50 億元）。出售事項已於截至 2025 年 9 月 30 日止六個月期間完成。

除上述披露之外，於本業績公告日期，本集團並無有關重大投資或資本資產的詳細未來計劃。

資產抵押

若干本集團銀行借款以中國境內的房屋及物業裝修、在建工程及土地使用權、應收款項，以及其他理財投資作抵押，於 2025 年 3 月 31 日及 2025 年 9 月 30 日，該等資產賬面價值分別為人民幣 30,213 百萬元及人民幣 25,417 百萬元。此外，本集團的若干應付款項以若干短期投資和其他理財投資作抵押，於 2025 年 3 月 31 日及 2025 年 9 月 30 日，該等資產賬面價值分別為人民幣 3,697 百萬元及人民幣 4,155 百萬元。

匯率風險

外幣風險來自未來的商業交易、已確認的資產和負債及境外經營淨投資。雖然我們在不同國家及地區經營業務，但我們大部分產生收入的交易和大部分費用相關的交易均以人民幣計價。我們的運營子公司的記賬本位幣及我們財務報表的列報貨幣為人民幣。我們會不時進行套期交易以應對相關匯率風險。

人民幣與美元及其他貨幣的匯率存在波動，並受政治、經濟形勢的變化以及外匯政策等因素的影響。市場力量、中國或美國政府政策未來可能對人民幣與美元匯率產生的影響難以預測。中國政府仍面臨要求其制訂更為靈活的貨幣政策的巨大國際壓力，這可能導致人民幣與美元匯率出現更大幅度的波動。

如果我們需要為經營目的將美元兌換成人民幣，則在人民幣相對於美元升值的情況下，我們收到的人民幣金額將相應減少。相反，如果為支付普通股或美國存託股的股息、償還美元債務的本金或利息費用或其他經營目的，我們決定將人民幣兌換成美元，則在美元相對於人民幣升值的情況下，我們收到的美元金額將相應減少。

或有負債

於 2025 年 9 月 30 日，本集團概無重大或有負債。

資本性支出及資本性支出承諾事項

我們的資本性支出主要包括：(i)雲業務、運營我們的移動平台和網站相關的電腦等相關設備購置和數據中心建設相關支出；(ii)因購置物流服務和直營業務設施相關支出；以及(iii)因建設企業園區和辦公設施而購置土地使用權相關支出。截至 2024 年及 2025 年 9 月 30 日止六個月，我們的資本性支出金額合計分別為人民幣 29,585 百萬元及人民幣 70,177 百萬元。

本集團的資本性支出承諾事項主要涉及已簽約購置物業及設備（包括企業園區工程）的資本性支出承諾金額。於 2025 年 3 月 31 日及 2025 年 9 月 30 日，已簽約但尚未計提的資本性支出承諾總金額分別為人民幣 45,321 百萬元及人民幣 29,483 百萬元。

薪酬政策

本集團會定期評估薪酬政策和方案，並基於包括個人表現和集團整體業績在內的多個因素，向特定的員工發放酌情獎金及其他的長期激勵。此外，本集團還設立了全面的學習和培訓項目，以促進員工個人和專業兩方面的成長，幫助他們更好地發揮潛力並創造價值，從而支持他們的長期職業發展。

本公司在中國的子公司參與由當地政府管理的多僱主設定提存計劃。這些計劃為員工提供包括住房公積金、養老金、醫療保險、生育保險、工傷保險和失業保險以及其他福利。根據相關社會保障法規，本公司在中國的子公司須每月根據當地政府規定的基準和比率向當地勞動和社會保障機構繳納上述款項。此外，我們還額外為員工提供商業健康保險和意外傷害保險。本公司的子公司也會根據自身的業務需求去制定獨特的福利計劃和援助方案。

本集團還為中國境外子公司的員工向其他設定提存計劃及設定受益計劃作出供款。

本集團或關聯公司的任何董事、員工、服務提供者及顧問都可能被授予自本公司成立以來實施的股權激勵計劃的限制性股份單位、激勵性及非法定股票期權、限制性股份及股份增值權等股權激勵。

期後事項

除本業績公告所披露之外，於本業績公告日期，自 2025 年 9 月 30 日以來並未發生可能影響本集團的重大事項。

購買、出售或回購本公司上市證券

截至 2025 年 9 月 30 日止六個月內，本公司於紐約證券交易所（「紐交所」）回購共 0.73 億股普通股，總對價為 10 億美元。於紐交所回購普通股的詳情如下：

回購月份	回購美國存託股 相關的普通股股份 數目 ⁽¹⁾	所付最高價 (美元)	所付最低價 (美元)	所付總對價 (美元，百萬元)
2025 年 4 月	30,630,480	16.76	11.97	427
2025 年 5 月	13,559,320	16.79	14.02	210
2025 年 6 月	11,685,192	15.00	13.92	168
2025 年 7 月	11,019,160	15.00	12.96	154
2025 年 8 月	5,839,336	15.00	14.52	87
總計	72,733,488			1,046

注：

1. 每股美國存託股代表八股普通股。

截至本業績公佈日期，截至 2025 年 9 月 30 日止六個月內回購的所有普通股均已註銷。

除上述披露之外，本公司或其任何子公司於截至 2025 年 9 月 30 日止六個月內概無於香港聯交所或紐交所購買、出售或贖回本公司任何上市證券（包括出售庫存股份）。截至 2025 年 9 月 30 日，本公司並無持有在香港上市規則定義下的任何庫存股份。

公司治理

遵守企業管治守則

據本公司及董事所知，於截至 2025 年 9 月 30 日止六個月期間，我們已遵守香港上市規則附錄 C1 第二部分所載的企業管治守則（「企業管治守則」）所有適用守則條文。

遵守標準守則

我們已採用自身的交易指引，其條款不遜於香港上市規則附錄 C3 上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）所載的所需標準，以規管（其中包括）董事及有關僱員就本公司證券進行的所有交易。

經向全體董事作出具體查詢後，全體董事均確認於截至 2025 年 9 月 30 日止六個月期間，他們均已遵守我們的交易指引。

審閱中期業績

我們的審計委員會已審閱我們截至 2025 年 9 月 30 日止六個月的未經審計合併中期業績，並已與本公司獨立核數師羅兵咸永道會計師事務所舉行會議。我們的審計委員會還討論了我們採用的會計政策及慣例以及內部控制及財務報告事宜。

承董事會命
阿里巴巴集團控股有限公司
張錦瑋
董事會秘書

香港，2025 年 11 月 25 日

於本業績公告日期，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。