

### 雲業務

雲業務分部，即包括阿里雲和釘釘，2022財年雲業務抵消跨分部交易的影響後收入為人民幣74,568百萬元（11,763百萬美元），相較2021財年的人民幣60,558百萬元增長23%。2022財年收入同比增長溫和主要原因是雲業務的一位頭部客戶基於非產品相關的要求就其中國以外的業務停止採用我們的海外雲服務及中國互聯網行業客戶的需求放緩所致。截至2022年3月31日止十二個月，剔除此客戶的收入貢獻，在抵消跨分部交易的影響後，雲業務收入將會強勁增長29%。在抵消跨分部交

易的影響前雲業務總收入（當中包括服務其他阿里巴巴業務的跨分部交易收入）合計為人民幣100,180百萬元（15,803百萬美元），相較2021財年的人民幣82,971百萬元增長21%。

### 數字媒體及娛樂

2022財年來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣32,272百萬元（5,091百萬美元），相較2021財年同期的人民幣31,186百萬元增長3%。

### 創新業務及其他

2022財年來自創新業務及其他分部的收入為人民幣2,841百萬元（447百萬美元），相較2021財年同期的人民幣2,311百萬元增長23%。

### 營業成本

	截至3月31日止年度			%同比變動
	2021	2022		
	人民幣	人民幣	美元	
(以百萬計，百分比除外)				
營業成本	421,205	539,450	85,096	28%
佔收入比例	59%	63%		
計入營業成本的股權激勵費用	11,224	5,725	903	(49)%
佔收入比例	2%	1%		
不含股權激勵費用的營業成本	409,981	533,725	84,193	30%
佔收入比例	57%	62%		

營業成本從2021財年的人民幣421,205百萬元增長28%至2022財年的人民幣539,450百萬元（85,096百萬美元）。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入比例將從2021財年的57%增加至2022財年的62%。該增加主要由於(i)包括高鑫零售（自2020年10月開始合併）在內的直營業務佔比提高，從而導致存貨成本佔收入的

比例上升及(ii)淘菜菜業務增長導致物流成本佔收入比例上升。隨著我們繼續投資於直營業務、全球化、本地生活服務、用戶獲取及提升其參與度、用戶體驗及設施，我們預期我們的營業成本的絕對金額將會增加，而其佔收入的比例也可能上升。

## 管理層討論與分析

### 產品開發費用

	截至3月31日止年度			%同比變動
	2021	2022		
	人民幣	人民幣	美元	
(以百萬計，百分比除外)				
產品開發費用	57,236	55,465	8,749	(3)%
佔收入比例	8%	7%		
計入產品開發費用的股權激勵費用	21,474	11,035	1,741	(49)%
佔收入比例	3%	1%		
不含股權激勵費用的產品開發費用	35,762	44,430	7,008	24%
佔收入比例	5%	6%		

產品開發費用從2021財年的人民幣57,236百萬元減少3%至2022財年的人民幣55,465百萬元(8,749百萬美元)。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2021財年的5%增加至2022財年的6%。

隨著我們加大對技術、研究與開發的投入，我們預期我們的產品開發費用的絕對金額將會增加，且其佔收入的比例也可能上升。

### 銷售和市場費用

	截至3月31日止年度			%同比變動
	2021	2022		
	人民幣	人民幣	美元	
(以百萬計，百分比除外)				
銷售和市場費用	81,519	119,799	18,898	47%
佔收入比例	11%	14%		
計入銷售和市場費用的股權激勵費用	5,323	3,050	481	(43)%
佔收入比例	0%	0%		
不含股權激勵費用的銷售和市場費用	76,196	116,749	18,417	53%
佔收入比例	11%	14%		

銷售和市場費用從2021財年的人民幣81,519百萬元增加47%至2022財年的人民幣119,799百萬元(18,898百萬美元)。若不考慮股權激勵費用的影響，銷售和市場費用

佔收入的比例將從2021財年的11%增加至2022財年的14%。隨著我們在營銷及推廣上的持續投入，我們預期我們的銷售和市場費用的絕對金額將會增加，且其佔收入的比例也可能上升。

## 一般及行政費用

	截至3月31日止年度			%同比變動
	2021	2022		
	人民幣	人民幣	美元	
(以百萬計，百分比除外)				
一般及行政費用	55,224	31,922	5,036	(42)%
佔收入比例	8%	4%		
計入一般及行政費用的股權激勵費用	12,099	4,161	657	(66)%
佔收入比例	2%	1%		
反壟斷法罰款	18,228	-	-	不適用
佔收入比例	3%	-		
不含股權激勵費用及反壟斷法罰款的一般及行政費用	24,897	27,761	4,379	12%
佔收入比例	3%	3%		

一般及行政費用從2021財年的人民幣55,224百萬元減少42%至2022財年的人民幣31,922百萬元(5,036百萬美元)。該減少主要由於2021財年確認的反壟斷法罰款人

民幣18,228百萬元。若不考慮股權激勵費用及反壟斷法罰款的影響，2022財年及2021財年一般及行政費用佔收入的比例將平穩維持在3%。

## 無形資產攤銷及減值

	截至3月31日止年度			%同比變動
	2021	2022		
	人民幣	人民幣	美元	
	(以百萬計，百分比除外)			
無形資產攤銷及減值	12,427	11,647	1,837	(6)%
佔收入比例	1%	1%		

無形資產攤銷及減值從2021財年的人民幣12,427百萬元減少6%至2022財年的人民幣11,647百萬元(1,837百萬美元)。

## 管理層討論與分析

### 經營利潤及經營利潤率

	截至3月31日止年度			
	2021	2022		%同比變動
	人民幣	人民幣	美元	
(以百萬計，百分比除外)				
經營利潤	89,678	69,638	10,985	(22)%
佔收入比例	13%	8%		
計入經營利潤的股權激勵費用	50,120	23,971	3,782	(52)%
佔收入比例	7%	3%		
反壟斷法罰款	18,228	-	-	不適用
佔收入比例	3%	-		
不含股權激勵費用及反壟斷法罰款的經營利潤	158,026	93,609	14,767	(41)%
佔收入比例	23%	11%		

2022財年的經營利潤為人民幣69,638百萬元（10,985百萬美元），佔收入比例8%，相較2021財年的人民幣89,678百萬元，佔收入比例13%，減少22%。於2022財年，我們確認了與數字媒體及娛樂分部相關的商譽減值人民幣25,141百萬元（3,966百萬美元）以及因我們按授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵的市值調整計價而確認了股權激勵費用的撥回人民幣13,046百萬元（2,058百萬美元）。於2021財年，我們確認了反壟斷法罰款人民

幣18,228百萬元及因我們按授予我們員工的螞蟻集團的股權激勵的市值調整計價而確認了股權激勵費用的人民幣15,510百萬元。以上均未計入非公認會計準則財務盈利指標。若不考慮該等影響，2022財年經營利潤將為人民幣81,733百萬元（12,893百萬美元），相較2021財年的人民幣123,416百萬元減少人民幣41,683百萬元，主要由於我們對淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。

## 經調整EBITA及經調整EBITA利潤率

按分部劃分的經調整EBITA及經調整EBITA利潤率如下。關於經營利潤（虧損）和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「— 2020財年、2021財年及2022財年分部信息」。

	截至3月31日止年度				
	2021		2022		
	人民幣	%佔分部 收入比例	人民幣	美元	%佔分部 收入比例
	(以百萬計，百分比除外)				
中國商業	213,562	43%	182,114	28,728	31%
國際商業	(4,932)	(10)%	(8,991)	(1,418)	(15)%
本地生活服務	(16,276)	(46)%	(21,775)	(3,435)	(50)%
菜鳥	(813)	(2)%	(1,465)	(231)	(3)%
雲業務	(2,251)	(4)%	1,146	181	2%
數字媒體及娛樂	(6,118)	(20)%	(4,690)	(740)	(15)%
創新業務及其他	(5,201)	(225)%	(7,129)	(1,125)	(251)%
未分攤 <sup>(1)</sup>	(7,518)	-	(8,813)	(1,390)	-
總計	170,453	24%	130,397	20,570	15%

由截至2021年12月31日止季度，我們的首席經營決策者開始以一個新的匯報架構來審閱業務信息，分部報告依據該匯報架構而作出更新，此更新亦提供了更直觀的業務進展和財務表現的信息。可比期間數字亦已依據該列示方式作出相應的重分類。

(1) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

### 中國商業分部

中國商業分部2022財年的經調整EBITA為人民幣182,114百萬元（28,728百萬美元），相較2021財年的人民幣213,562百萬元減少15%。該減少主要由於我們對中國零售商業業務內的淘特和淘菜菜的投入增加、為用戶增長而增加的費用，以及我們支持商家的舉措。經調整EBITA利潤率從2021財年的43%下降至2022財年的31%，主要由於上述因素及自2020年10月合併高鑫零售，而該業務的收入及存貨成本均以總額法進行確認。我們預計中國商業分部的經調整EBITA利潤率將會持續受到我們直營業務的增長所影響。

### 國際商業分部

國際商業分部2022財年的經調整EBITA為虧損人民幣8,991百萬元（1,418百萬美元），相較2021財年為虧損人民幣4,932百萬元，虧損同比增加主要由於Lazada為用戶獲取及提升其參與度而增加的市場和推廣費用以及Trendyol對包括國際業務及在土耳其的本地生活服務在內的新業務的投資而導致其虧損增加，部分被國際批發商業業務利潤增加所抵消。

### 本地生活服務分部

本地生活服務分部2022財年的經調整EBITA為虧損人民幣21,775百萬元（3,435百萬美元），2021財年為虧損人民幣16,276百萬元，主要由於「到家」業務虧損增加，反映餓了麼於付費用戶獲取及提升消費者體驗的投入。