

2. 重要會計政策摘要(續)

(g) 收入確認

收入主要包括客戶管理服務收入、會員費收入、物流服務收入、雲服務收入、商品銷售收入和其他收入。收入按本公司在其日常業務過程中轉讓承諾的商品或服務時有權獲得的對價金額，並在扣除增值稅後計入。遵照ASC 606「客戶合同收入」的標準，本公司在將承諾的商品或服務的控制權轉移給客戶以履行履約義務時確認收入。對於在某一時點履行的履約義務，本公司還考慮以下指標來評估對承諾的商品或服務的控制權是否已轉移給客戶：(i)收取款項的權利，(ii)法定所有權，(iii)實物佔有，(iv)所有權上的重大風險和報酬，以及(v)商品或服務已被驗收。對於在一段期間內履行的履約義務，本公司通過計量履約義務的完成進度於履約期間確認收入。

對於含有多項可明確區分的履約義務的收入安排，按每項可明確區分的履約義務單獨處理，並根據合同成立時的相對單獨售價將交易總對價分攤至各履約義務。

本公司評估在交易中是擔任主要責任人還是代理人，以決定該按總額還是淨額確認收入。如果本公司在商品及服務轉移給客戶之前獲得對該商品及服務的控制，則本公司為主要責任人。一般而言，當本公司承擔交易的主要責任、承擔存貨風險、有權決定銷售價格或者符合上述多個而非全部指標時，本公司為主要責任人並按總額確認收入。一般而言，當本公司不承擔交易的主要責任、不承擔存貨風險及無權決定銷售價格時，本公司為代理人並按淨額確認收入。

當本公司以提供服務的方式交易或換取其他方的服務時，如果無法合理估計所取得的服務的公允價值，則根據承諾向客戶提供的服務的估計單獨售價來確認收入。本財務報表所列報的各期間內，就以物易物交易確認的收入並不重大。

實務簡便操作方法和豁免

本公司採用實務簡便操作方法，對於原預期期限為一年或以內的合同，及就所提供的服務，本公司按有權開具發票的金額來確認收入的合同，不披露合同的未履行的履約義務的價值。

本公司採用實務簡便操作方法，不就向客戶轉讓承諾的商品或服務與客戶付款之間的期限為一年以內的合同的時間價值調整任何交易價格。

合併財務報表附註

截至2020年、2021年及2022年3月31日止年度

2. 重要會計政策摘要(續)

(g) 收入確認(續)

收入確認政策按類型列報如下：

(i) 客戶管理服務收入

在本公司中國商業及國際商業分部內，本公司向商家提供基於本公司零售及批發交易市場及若干第三方營銷聯盟合作網站的客戶管理服務如下：

按效果付費(簡稱「P4P」)的營銷服務

P4P營銷服務使商家通過本公司的線上競價系統，對關鍵詞進行出價，以爭取其商品或服務出現在本公司的交易市場上與該關鍵詞匹配的用戶搜索結果頁面上，而最終展現的位置和對應的結算價格是由線上競價系統基於市場化機制的算法決定的。商家通常對P4P營銷服務預付服務費，當用戶點擊在搜索結果頁面中出現的上述商品或服務時，由於該時點為商家從營銷服務獲益的時間點，本公司確認相關收入。

信息流推廣營銷服務

信息流推廣營銷服務使商家通過本公司的線上競價系統，對具有類似背景的消費者群體進行營銷出價，以爭取使其商品或服務出現在本公司的交易市場上與該消費者群體匹配的瀏覽結果頁面上，而最終展現的位置和對應的結算價格是由線上競價系統基於市場化機制的算法決定的。商家通常對信息流推廣營銷服務預付服務費，當用戶點擊在瀏覽結果頁面中出現的上述商品或服務時，由於該時點為商家從營銷服務獲益的時間點，本公司確認相關收入。

展示營銷服務

展示營銷服務使商家可以按固定價格或通過市場化機制建立的競價系統確定的價格，以特定形式在本公司的交易市場進行營銷推廣。商家通常需要預付展示營銷費用，本公司將其確認為客戶預付款。取決於商家選擇的營銷服務類型，本公司在營銷推廣展示期間按比例確認收入(因為商家隨營銷推廣的展示同步獲益)，或於用戶瀏覽營銷推廣時確認收入。

2. 重要會計政策摘要(續)

(g) 收入確認(續)

(i) 客戶管理服務收入(續)

本公司還通過第三方營銷聯盟合作計劃投放P4P營銷服務的內容和展示營銷服務的內容。通過第三方營銷聯盟合作計劃產生的大部分客戶管理服務收入為P4P營銷服務收入。在提供這些客戶管理服務時，本公司通過第三方營銷聯盟合作計劃，使用語境關聯技術，將商家的營銷內容與第三方線上媒體的文字內容和根據本公司的系統和算法得出的用戶屬性相匹配，將參與商家的P4P營銷服務內容以圖片或文字鏈接的形式投放到第三方線上媒體上。當在第三方線上媒體上點擊鏈接時，用戶將被導向本公司交易市場的商品集合頁面，頁面上將顯示參與商家的商品或服務以及其他商家的類似商品或服務。在少數情況下，本公司會在第三方線上媒體上嵌入本公司交易市場的搜索框，當在搜索框中輸入關鍵詞時，用戶將被導向本公司交易市場，在該網站上顯示搜索結果。本公司在用戶進一步點擊展示在此類商品集合頁面的P4P營銷內容時確認收入。本公司以類似的方式在第三方線上媒體上投放展示營銷內容。商家通常需要預付展示營銷費用，本公司將其確認為客戶預付款，由於商家隨營銷推廣的展示同步獲益，本公司於營銷推廣展示期間按比例確認收入。

對於在本公司交易市場上或通過第三方營銷聯盟合作計劃產生的P4P營銷服務收入、信息流推廣營銷服務收入和展示營銷服務收入，當本公司在安排中是對商家的主要責任人時，按總額確認收入。在本公司與第三方營銷聯盟合作方簽訂共享收入安排的情況下，如果來自第三方網站的用戶點擊了商品集合頁面上的P4P營銷內容，則本公司在確認收入的同時也確認分成給第三方網站的流量獲取成本。

交易佣金

本公司在天貓及若干其他零售交易市場上的交易完成時向商家收取佣金。此類佣金金額一般按商家銷售商品的價值的一定百分比確定。佣金收入包括預期不可退還的商家保證金，因而視作可變對價作相關會計處理(附註2(ac))，並在合同成立時作估算，而在每個報告期末獲得更多信息時更新。與佣金相關的收入於履約義務履行時根據預期價值在合併利潤表中確認。在財務報表所列報的各期間內，與先前報告期間有關的估計可變對價調整並不重大。

合併財務報表附註

截至2020年、2021年及2022年3月31日止年度

2. 重要會計政策摘要(續)

(g) 收入確認(續)

(i) 客戶管理服務收入(續)

淘寶客服務

此外，本公司還提供淘寶客計劃，就通過若干第三方營銷聯盟合作的網站和移動APP所引入消費者並完成的交易向商家收取佣金。淘寶客推廣佣金率由商家設定。本公司的佣金收入於相關交易完成時確認。本公司評估在交易中是擔任主要責任人或代理人，以決定該按總額還是淨額確認佣金收入。當本公司作為相關安排的代理人(例如在安排中，若本公司沒有定價權或沒有承擔存貨風險)，按淨額確認佣金收入。當本公司作為相關安排的主要責任人(例如在安排中，無論是否從第三方營銷聯盟合作方產生佣金收入，本公司均須按固定金額向這些營銷合作方支付網站存貨成本)，則按總額確認佣金收入。

(ii) 會員費收入

本公司在批發交易市場上向批發賣家出售會員套餐及訂閱服務，讓批發賣家可以在批發市場上擁有高級店面並向他們提供其他增值服務，以賺取會員費收入。本公司亦會出售會員套餐供客戶訪問優酷付費平台上的優質內容，以獲取會員費收入。本公司在指定的合同服務期開始前收取客戶的預付款項。上述所有費用於最初收取時確認為遞延收入及客戶預付款，並於提供服務時在個別服務合同期限內按比例確認收入。

(iii) 物流服務收入

本公司通過菜鳥網絡及Lazada提供的國內和國際一站式物流服務及供應鏈解決方案，及餓了麼提供的即時配送服務以賺取物流服務收入。收入在提供物流服務時確認。

(iv) 雲服務收入

本公司通過提供自有服務器、彈性計算、存儲、網絡、安全、數據庫和大數據以及物聯網服務等雲服務賺取雲服務收入。若干雲服務允許客戶在合同期內使用而無需實際佔有軟件。上述雲服務主要基於訂閱期或消耗基準計費。按訂閱期基準收取的雲服務相關收入在合同期內按比例確認。按消耗基準(例如，在一段期間內使用的存儲量或彈性計算服務量)收取的雲服務相關收入按客戶的使用狀況確認。

2. 重要會計政策摘要(續)

(g) 收入確認(續)

(iv) 雲服務收入(續)

就提供混合雲服務(包括提供硬件、軟件許可證、軟件安裝服務、應用開發及維護服務)而言,按每項可明確區分的履約義務單獨處理,並根據合同成立時的相對單獨售價將交易總對價分攤至各履約義務。每項履約義務的收入於所承諾商品或服務的控制權轉讓予客戶時確認。

(v) 商品銷售收入

商品銷售產生的收入主要來自高鑫、天貓超市及盒馬。商品銷售收入在向客戶承諾的商品的控制權轉移至客戶時予以確認。針對本公司所提供的所有其他附帶商品或服務,若被判定為可明確區分的履約義務,其收入亦於相關商品或服務的控制權轉移至客戶時予以確認。這些附帶服務相關的金額相對於本公司在本財務報表的各個所列報期間的總收入而言均不重大。

(h) 營業成本

營業成本主要包括存貨成本,物流成本,與運營本公司的移動平台和網站相關的支出(如服務器、電腦、呼叫中心和其他設備的折舊和維護費用、帶寬費和主機託管費)、員工成本和股權激勵費用、流量獲取成本、內容成本、支付處理費和其他與本公司主要業務直接相關的附帶成本。

(i) 產品開發費用

產品開發費用主要包括相關研發人員的員工成本和股權激勵費用,以及其他與本公司業務中新技術、新產品開發直接相關的費用,如互聯網平台基礎設施開發、應用程序開發、操作系統開發、軟件開發、數據庫及網絡技術開發的費用。

本公司就開發的規劃和實施階段產生的所有成本,以及與維護或保養現有網站或開發軟件和網站內容相關的成
本計入費用。開發階段產生的成本則資本化並在產品的預計使用期限內攤銷。不過,由於符合資本化條件的成
本金額並不重大,所有網站和軟件開發成本於發生時計入費用。

(j) 銷售和市場費用

銷售和市場費用主要包括因吸引或留存消費者和商家而直接產生的線上和線下市場推廣費用、促銷費用、員工
成本和股權激勵費用、銷售佣金以及其他相關附帶費用。

本公司市場推廣製作成本於發生時計入費用,而市場推廣投放成本則在使用廣告展示空間或播放的期間計入費
用。截至2020年、2021年及2022年3月31日止年度計入的市場推廣及促銷費用分別合計為人民幣30,949百萬
元、人民幣57,073百萬元及人民幣91,103百萬元。