

## 業務概覽

### 本地生活服務

我們通過移動和線上技術，幫助服務提供者及其客戶提高生活服務的效率、效果和便捷性，覆蓋「到家」和「到目的地」兩個不同場景。

我們的「到家」業務包括餓了麼及淘鮮達，能讓消費者在家便捷享受商家服務。領先的本地生活服務及即時配送平台「餓了麼」，讓用戶可以隨時隨地訂餐飲及訂購食品、飲料、日用品、快消品、鮮花及藥品。淘鮮達是我們為快消品品牌和第三方食品零售合作夥伴提供的線上線下一體化服務解決方案，促進了零售商的數字化運營，幫助他們開設網店，並提供定制化營銷建議。

我們的「到目的地」業務包括高德、飛豬及口碑，能讓消費者便捷獲取目的地的優質服務。高德是中國領先的移動數字地圖、導航及實時交通信息服務提供商，向終端用戶提供包括導航、本地生活、叫車等服務的一站式入口。飛豬是一家領先的線上旅遊平台，為滿足消費者的旅遊出行需求提供全面的服務。口碑是我們的餐廳及本地生活到店消費服務指南平台，向商家提供精準營銷方案和數字化運營能力和分析工具，使消費者能夠在其平台發現本地生活服務的內容。

### 菜鳥

通過自建和利用物流合作夥伴的能力，菜鳥提供國內及國際一站式物流服務及供應鏈管理解決方案，以規模化的方式，服務滿足廣大商家和消費者不同的物流需求。菜鳥還利用數據洞察及技術能力幫助實現整個物流配送流程的數字化並提升物流合作夥伴的能力，從而提升物流產業鏈的效率和消費者體驗。針對消費者，菜鳥通過菜鳥驛站提供包裹取件服務（菜鳥驛站是我們的社區物流解決方案，運營在社區、大學校園及鄉鎮農村的站點和居民小區自提櫃網絡）。消費者也能通過菜鳥享受上

門取件及有時效保障的配送服務。針對商家，菜鳥在中國建立了一個全面覆蓋省級、城市及縣級的成熟物流網絡，為我們平台上各種類型的商家提供定制的物流履約服務解決方案。菜鳥建立了全球物流資產和合作夥伴的網絡，以服務速賣通、天貓國際和Lazada等跨境和國際零售商業平台上的商家。

### 雲

我們的雲業務包括阿里雲和釘釘。阿里巴巴集團是世界第三大、亞太地區最大的基礎設施即服務（「IaaS」）提供商（亞太地區指亞太地區發達及新興國家、大中華地區以及日本，市場份額基於基礎設施即服務市場份額）<sup>(1)</sup>。阿里巴巴集團也是中國最大的公有雲服務（包括PaaS和IaaS服務）提供商<sup>(2)</sup>。阿里雲向我們的生態體系及外部機構提供一整套雲服務，包括自有服務器、彈性計算、存儲、網絡、安全、數據庫、大數據，以及物聯網服務。我們利用這些能力和技術為不同領域的客戶提供行業定製的解決方案，支持智能業務決策和運營。此外，我們為阿里雲的企業客戶提供釘釘解決方案，為他們提供更強的辦公協作能力以及阿里雲的大數據分析和AI能力，進一步促進企業數字化轉型。我們相信我們雲服務創造的價值轉化成了直接和有形的成果，這些雲服務已成為我們客戶的關鍵支柱，其中許多客戶為各自領域中享有聲譽的行業領袖。釘釘是我們的數字協作辦公及應用開發平台，為現代企業和組織提供全新的工作、分享和協作方式。憑藉我們的雲技術能力和大數據分析，釘釘旨在促進企業和組織的數字化轉型。數百萬的企業和用戶通過釘釘保持聯繫和實現遠程工作。釘釘是中國最大的企業效率類移動APP<sup>(3)</sup>。

註：

(1) 根據Gartner於2022年4月出具的報告提供的數據（資料來源：Gartner, Market Share: IT Services, 2021, Neha Sethi et al., April 8, 2022），按2021年的收入計算（以美元計）。

(2) 根據IDC提供的數據（資料來源：2021H2 IDC公有雲服務市場半年度跟蹤報告），按2021年的收入計算。

(3) 根據QuestMobile的數據，按2022年3月的月活躍用戶數量計算。

### 數字媒體及娛樂

數字媒體及娛樂是我們戰略的自然延伸，旨在提供商業業務以外的消費服務。通過從商業業務獲取的洞察和自有數據技術，我們能夠為消費者提供其感興趣的數字媒體及娛樂內容。由此產生的協同效應為客戶提供卓越的娛樂體驗，提升客戶忠誠度，並改善生態體系內的內容提供方的變現能力。

優酷作為中國第三大的線上長視頻平台<sup>(1)</sup>，是我們數字媒體及娛樂內容的主要分發平台之一。夸克是我們的一站式信息搜索、存儲及消費平台，幫助年輕用戶獲取與學習及工作相關的各種數字內容和信息。此外，阿里影業作為以高質量的內容和技術為核心驅動的綜合平台，為娛樂產業提供內容製作、宣傳和發行、知識產權相關許可和商業運營、院線票務服務管理以及互聯網數據服務。優酷、夸克和阿里影業連同我們的其他平台（例如資訊和文學平台），讓用戶可以發現和享用內容、彼此互動。此外，我們還通過靈犀互娛研發、運營並分發手機遊戲。

### 創新業務及其它

為了滿足我們用戶日常生活的需求、提高效率，並為我們的生態體系的參與者創造協同效應，我們不斷創新並提供新服務和新產品。作為我們的全球尖端科技研發項目，達摩院旨在融合並加快科學與產業之間的知識交換。達摩院提倡通過合作促進科學成果應用於現實場景。天貓精靈智能音箱，作為中國領先的智能音箱，為我們的消費者提供了一個互動界面，更方便消費者享受我們生態體系參與者所提供的服務。

### 我們的生態體系

圍繞著我們的平台與業務，一個涵蓋了消費者、商家、品牌、零售商、第三方服務提供者、戰略合作夥伴及其他企業的生態體系已經形成。我們在其中運營技術平台並制訂平台規則，將各方參與者聯繫在一起，助力他們隨時隨地發現彼此、交流、交易及管理業務。我們將大部分的努力、時間和精力投入於提升這個生態體系的整體利益及平衡各個參與者的利益，更以這一生態體系的持續發展為己任。因此，我們將其稱為「我們的生態體系」。我們的生態體系具有強大的自我強化網絡效應，在惠及各個參與者的同時，各個參與者也幫助我們的生態體系成長和成功。

註：

(1) 根據QuestMobile的數據，按2022年3月的月活躍用戶數量計算。

# 阿里巴巴生態體系

下圖列出了由我們運營的主要業務及提供的服務：

## 中國商業

零售

淘宝 Taobao

TMALL 天猫



淘菜菜



天猫超市

TMALL GLOBAL  
天猫国际



阿里健康



SUN ART  
Retail Group Limited  
(高鑫零售)

银泰百货  
Intime Department Store

批發

1688

## 國際商業

零售

AliExpress  
(速賣通)

Lazada

trendyol

Daraz

批發

阿里巴巴国际站  
Alibaba.com

物流

中國及國際商業相關物流設施

CAI NIAO 菜鸟

雲

支持數字化和智能化的技術設施

阿里巴巴生態體系中的設施要素

## 本地生活服務

到家



淘鲜达

到目的地



## 數字媒體及娛樂



## 創新業務及其它



### 我們的戰略

自新冠肺炎疫情發生以來，全球範圍內的數字化進程和轉型不斷加速，重塑著所有消費者的行為和企業的經營活動。越來越多的人習慣在網上購物，購買的產品種類也越來越豐富多樣。網上銷售和經營對很多實體零售商來說不再是一種選擇，而是一個必選項。新冠肺炎疫情使人們的工作和學習方式發生了根本性的變化，加速了企業和組織的數字化。我們相信，這將是一種新常態。

這些轉變在帶來巨大發展機遇的同時，更需要我們保持專注、創新和靈活。以我們的環境、社會和治理責任作為我們長期戰略的基礎，我們選擇專注於消費、雲計算和全球化三大戰略領域，持續鞏固我們的領先地位，並建設必要的戰略核心能力。

### 消費

無論對於中國還是整個全球消費市場，都蘊藏著巨大機會。

在中國，雖然我們目前服務了超過10億年度活躍消費者，已經覆蓋了中國絕大部分有消費能力的人群，但我們堅信，對於進一步提升這些消費者的錢包份額，仍有很大潛力。為把握上述機會，我們致力於滿足消費能力和偏好各異的不同消費群體的多樣化需求，通過建立明確且差異化的多維度消費應用矩陣，來滿足大城市和欠發達地區、時間敏感度不同、收入水平和消費模式不同的消費者的各類需求。

我們也將繼續豐富並升級消費應用矩陣，並不斷拓展新的場景和形式，更好地滿足消費者不斷變化的需求。我們也將進一步增強供應鏈和遠近場的履約能力，包括通過直銷等模式及整合線上和線下的解決方案，來提高我們的產品和服務的競爭力，並增強對用戶日常生活中重要品類的滲透率。

同時，為了讓中國最大的數字零售平台淘寶從交易市場，轉變成為引起交易興趣、影響消費決策的陣地我們也會繼續通過建設相關性和互動性更強的內容，更豐富的界面和功能，創造個性化、沉浸式的互動和購物體驗。我們也會積極探索新的消費模式、形式和技術，為用戶創造下一代的購物體驗。

多年來，我們已經建立了具備多樣化履約模式的綜合數字商業設施。通過菜鳥，我們旨在建立覆蓋城內、城際和供應鏈服務的混合配送網絡。我們正在中國主要城市建設即時配送和同城快遞服務，以提供穩定的社區購物體驗。我們還投資建設包括冷鏈、大件物品和大型電器配送能力的全國快遞網絡，為商家提供針對特定品類產品（如生鮮、快消品和電子產品等）的全面履約和供應鏈解決方案。我們將持續投入建設這些能力，提升我們的核心競爭力，並為商家和消費者創造價值，並實現自身可持續且高質量的增長。

我們將在全球化戰略下討論中國以外的消費機遇。