

共创开放、协同、繁荣的 电子商务生态系统

暨阿里巴巴集团2007年度社会责任报告



目录

■ 董事会主席兼首席执行官致辞	1
■ 背景	2
■ 社会责任观	3
■ 阿里巴巴集团社会责任	4
— 与客户共同成长	4
— 与合作伙伴共赢，构建开放、协同、繁荣的电子商务生态系统	5
— 让员工快乐工作	7
— 以最高操守和透明治理，为股东创造持续价值	8
— 探求价值共享、和谐发展的社会生态格局	9
■ 阿里巴巴集团社会责任体系	12
■ 社会评价	13
■ 阿里巴巴集团	14
■ 说明	16

董事会主席兼首席执行官致辞

从1999年第一家子公司设立至今，阿里巴巴集团已走过八年的历程。就在这八年里，电子商务在中国从一个模糊的概念变为了生机勃勃的商业现实。太多个人、太多家庭、太多企业的生意与生活，正在从电子商务事业的探索与发展中直接受益。我们为此深感自豪。

八年来，随着企业规模越来越大，我们要承担的社会责任，也变得越来越广泛。这种对客户、合作伙伴、员工、股东、社会和国家的责任，每每让我们备感压力在肩，同时又每每带来一种一往无前的勇气和动力。

我们也常常会警醒自己，阿里巴巴在民居里艰难起步时设立的“让天下没有难做的生意”的使命，用电子商务去帮助全球中小企业和个体创业者的梦想，是否一直坚定如初？

我们可以负责地说，我们坚守了最初的信念与承诺。通过电子商务去帮助中小企业、个体创业者乃至部分弱势群体，协力构建一个和谐高效的经济新秩序的梦想，仍然是，也将永远是阿里巴巴集团发展向前的最大驱动力。

客户在我们这里收获了生意与事业，员工在公司提升了能力，获得了快乐，对股东我们也做到了良好的投资回报。在回报社会方面，我们所从事的电子商务事业，对缓解就业难题和扶助弱势群体，带来了一定的效益，同时我们也在力所能及的基础上，通过设立爱心基金等制度化、规范化的渠道，奉献了全体阿里人的一份诚挚心意。

面对中外电子商务极不相同的环境，在创立之初我们就确立了推动诚信体系和诚信文化建设的核心目标，此后通过支付宝和诚信通，初步构建了一个值得信赖的网络诚信体系，并取得了一些制度创新方面的重要突破。能够对诚信体系建设有所推动，是我们这家企业所履行的最大社会责任，也是我们最感振奋的事情。

我们深刻认识到，今天的世界是一个协同的世界，今天的世界也是一个开放的世界。为推动电子商务行业的创新与长远发展，阿里巴巴集团将协同最广泛的合作伙伴，共同构建和完善电子商务的基础设施，共同培育一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统。这既是阿里巴巴集团发展战略的内在要求，也是对自身社会责任的具体实践和体认。

面向未来，全体阿里人将永远把社会责任自觉地融入商业模式和日常运营之中，使之成为阿里巴巴不可分割的内在基因。《阿里巴巴集团2007年度社会责任报告》，即是我们系统化和规范化地承担社会责任的开始！

马云

阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官

二零零七年十二月



■ 我国步入科学发展新阶段，电子商务企业需要重新认知自身责任

中国共产党十七大报告指出：要“全面认识工业化、信息化、城镇化、市场化、国际化深入发展的新形势新任务。”信息化被赋予了极其重要的战略意义。阿里巴巴集团作为推动信息化的力量之一，必须深切理解这一新形势的新要求，在发展现代服务业，探索低消耗、高效益、服务化、生态化的科学发展之路等方面，自觉承担起更多的责任。

■ 全球化加剧了经济复杂性，加快了全球产业重组

近年来全球化进程不断加速，资金、人力、货物等在各国际间的流动更加迅速，但它同时也给经济运行带来了复杂性和脆弱性。同时，全球化也加速了全球产业重组的进程，一国现代服务业和高技术产业的发展，直接影响其在国际产业链中的地位。阿里巴巴集团作为面向全球的电子商务企业，有责任对全球化进程保持高度关注，并带动我国相关产业的发展。

■ 为全球商业文明和全球互联网的创新贡献中国经验

国家崛起不只是国力和影响力的增强，更是对全球商业文明的进步做出重大贡献的过程。作为中国人独创的互联网模式，阿里巴巴集团有责任全力发展电子商务服务业，以打造世界级的商业信息中心为己任，努力为全球商业文明和全球互联网的发展，为全球经济新秩序的探索，奉献出新经济时代的中国经验。

■ 互联网业快速发展中蕴含着广泛的不确定性

十余年来，互联网以前所未有的扩散速度，深入到了商业和社会生活的各个领域。中国网民数量已经超过1.7亿，承载互联网商务应用的网商数量也已高达3000万之多。但互联网业一方面是自身尚存在着良莠不齐的现象，另一方面它的发展也给一些行业和人群带来了包括利益调整等在内的冲击和影响。包括阿里巴巴集团在内的互联网企业，有责任以社会和谐为目标，对此保持警醒和反思意识。

■ 在履行社会责任方面，需从自发、无序状态转入自觉、有序状态

在这一新的发展阶段，以阿里巴巴B2B公司成为一家上市公司为契机，阿里巴巴集团将更密切地关注利益相关者的需求，更深入地体认“和谐社会”这一宏大理念的要求。在履行社会责任方面，阿里巴巴集团必须要从自发、无序的懵懂状态，转入一种自觉、有序的状态，也必须要以规范化、制度化和系统化的思路，更有效地承担起自身的社会责任。

发布社会责任报告，既是对一段时间以来自身履行社会责任的梳理与总结，也是未来履行社会责任的行动指南：阿里巴巴集团将把社会责任系统地融入企业发展战略和管理运营体系之中，并以此提请社会各界的支持与监督。

社会责任观

互联网产业在全球和中国，都只有极为短暂的历史。其产业发展远未进入稳定期和成熟期。即使是互联网企业自身，也很难预测自身的产品或服务，究竟将给利益相关者带来哪些重大影响和长期效应。

在当前情势下，阿里巴巴集团作为一家互联网企业，有必要对互联网发展所带来的社会经济后果，对技术的社会、伦理和法律责任，保持高度的警醒与反思意识。

通过广泛参考国内外优秀企业的社会责任实践，在借鉴相关研究成果的基础上，阿里巴巴集团在数年的发展过程中逐步形成了自己的社会责任观：

阿里巴巴集团认为，企业的社会责任应内生于商业模式，并与企业发展战略融为一体。只有使社会责任成为企业内在的核心基因，才能具备恒久性和可持续性。脱离商业模式、发展战略与核心价值体系等企业立身之本，去架构社会责任的做法，将很难获得持续推进的内在动力，很难行之久远。

显然，作为自创业之初就立志“成为一家持续发展102年的企业”的中国互联网企业，这一社会责任观是阿里巴巴集团的客观需要和内在需求。没有这样的志向与承担，阿里巴巴集团自身将难以成长壮大，也将难以为客户、合作伙伴、员工、股东、社会、国家持续创造更大价值。



阿里巴巴集团社会责任

与客户共同成长

“客户第一”既是阿里巴巴集团长期以来持续发展的根本保证，也是阿里巴巴集团价值观体系的第一条。数年以来，来自全球各地的客户，以其探索和创新的精神，与阿里巴巴集团协力开创了电子商务日益繁荣的新局。

阿里巴巴集团对其客户负有重要的责任。自1999年创立以来，我们的核心使命是使全世界的商人轻松地做生意。多年来阿里巴巴集团致力于通过电子商务事业，为全球企业家和创业者们创造草根阶层的经济机会。通过为中小企业提供节约成本的产品和服务市场营销的平台，为个人创业者提供创业平台，为广大网民提供高效、高品质的网络消费和网络生活平台，阿里巴巴集团为国内外的网商和网民带去经济活力、创造生意机会、提升工作和生活品质，并促进全球网商和网民之间建立起广泛、深入、积极的联系。

■ 中小企业是国民经济发展和社会稳定的重要基础，同时也是宏观经济保持活力、解决就业等的重要途径。但长期以来，我国中小企业普遍抗风险能力弱小，存活率较低。阿里巴巴集团打造的电子商务平台，为中小企业提供了与大企业同台竞技的机会，中小企业由此将可以充分发挥其网络集群的优势，进而由此提升自身的成长空间。

■ 多年以来，阿里巴巴集团一直与其全球商业社区内超过数千万名的注册会员分享电子商务的最新理念，提供管理培训课程，以及电子商务、全球贸易、价值管理和社会责任方面的经验，并对他们施加积极有力的影响。

■ 阿里巴巴集团鼎力举办的中国网商大会及网商节系列活动，已成为全球商人分享网络商务经验的重要平台。一年一度的网商大会，吸引了国际大买家、国内中小企业和个人创业者、顶级投资商、各大银行和物流公司、管理咨询机构、世界各地媒体，数万名商人从世界各地汇聚杭州，在全球商界引发了广泛关注。

■ 电子商务催生了网商群体的快速成长。2004年以来，中国网商的数量从400万增长到了2007年的超过3000万。网商作为新一代商人具有鲜明的时代特色：他们更善于学习和使用新技术，他们更为积极进取，他们在一定程度上实现了利益和兴趣的结合，他们的视野也更加全球化。他们代表了这个时代积极向上的商业力量。

2007年11月6日，1999年至2007年八年来的八位会员代表，出席了阿里巴巴B2B公司在香港的上市仪式。



阿里巴巴集团社会责任

与合作伙伴共赢，构建开放、协同、繁荣的电子商务生态系统

电子商务平台及其集成的服务体系（IT运营、金融、物流、支付、认证、咨询、人才、营销等），必将成为未来商业社会的基础设施，它对于我国在电子商务时代占据经济制高点，具有着重要的意义。

时至2007年，电子商务自身的发展正在进入深层次应用阶段。未来数年，电子商务还会以加速度的扩散方式，渗透到更广泛的经济与社会领域。阿里巴巴集团认为，单一企业的分散化努力，在当前已越来越难以推动电子商务跃上一个新台阶。

为推动产业进步，阿里巴巴集团在未来将努力践行一条生态化的发展战略。这一战略的要义，在于瞩目未来数十年里的商业变革，协同最广泛的产业和社会力量，构建和完善电子商务基础设施，共同培育一个开放、协同、繁荣的电子商务生态系统。在此过程中，整个产业链条的运转效率将得以提升，阿里巴巴集团也将为所有生态伙伴创造持久的价值。

过去数年来，阿里巴巴集团携手政府主管部门、产业同仁和社会各界，开创性地解决了电子商务的诸多难题，赢得了相关各方的普遍认可：

- 支付宝联手银行推出“卡通”业务，联手中国邮政推出“网汇e”业务，极大地方便了消费者的网上购物。
- 中国邮政与阿里巴巴集团在电子商务领域战略合作。e邮宝即是EMS针对个人电子商务为淘宝、支付宝量身定做的经济型物流形式。
- 中国工商银行以阿里巴巴B2B公司及淘宝、支付宝会员的网络信用和网上交易金额为参考依据，为其提供授信评价，并推出多种融资产品。2007年6月9日，国内第一批企业——阿里巴巴B2B公司的4家网商，依靠网络诚信度，顺利获得了建行“e贷通”共计120万元贷款。
- 阿里巴巴集团协同政府主管部门、安全和认证机构，全面保障电子商务的交易安全。2007年6月，浙江省公安厅和阿里巴巴联合宣布：双方将实施互动式安全保障体系，实现对网上经济犯罪的实时监控，从根本上预防、消除网络犯罪。浙江省公安厅有关领导表示，网上预警平台的建立，是阿里巴巴社会责任感的集中体现。



阿里巴巴与招商银行在深圳隆重举行
“银企战略合作协议签约仪式”

面向未来，阿里巴巴集团将把生态化作为企业核心战略，鼎力推进其实施进程：

- 在行业标准方面，阿里巴巴集团致力于倡导开放的平台架构，并携手产业同仁共同推动行业标准不断走向成熟。
- 在合作伙伴方面，阿里巴巴集团将携手最广泛的商务伙伴，推动电子商务生态系统的发展。如：电子商务网站、中小企业网站、个人网站，IT企业和电信运营商，以及经济和社会领域的合作伙伴。

阿里巴巴集团社会责任

- 在商务服务方面，阿里巴巴集团的电子商务平台，将与信用、认证、支付、物流，以及人才、营销等商务服务实现紧密集成，并最终培育出一个商务氛围浓厚、商业服务种类繁多、产业链和价值链完整联动的生态系统。
- 在构建电子商务生态系统的过程中，阿里巴巴将一切以客户需求为导向，谨守自己的行为边界，处理好自身业务与第三方服务之间的合理关系。
- 此外，鉴于当前阿里巴巴集团各项业务全面领先的市场现状，我们将以创新为导向，更加自觉地鼓励和扶持本行业内的技术创新和业务创新，警惕行业集中度偏高可能给市场带来的不利影响。

阿里软件和阿里妈妈，作为阿里巴巴集团内2007年的新创企业，其商业模式、生态责任、社会责任，自创立之初就实现了良好的统一：

- 阿里软件禀赋“让天下没有难管的生意”的使命，其生态化策略，表现为推动软件的服务化，并与多方共赢。对用户方面，阿里软件倡导“用多少买多少，先试后买”。对软件同行，阿里软件致力于打造平台，并为其它软件公司提供一个易用的开发环境和收费体系，为合作伙伴带去千万级的小企业用户。
- 让有价值的、诚信的中小网站成长起来，让中国互联网的生态系统丰富起来，是阿里妈妈的内在使命。从2007年8月10日正式上线的100天时间里，阿里妈妈网站覆盖中小网站的总流量超过了10亿PV/天。阿里妈妈能够得到广大中小网站的大力支持，印证了生态化发展思路与互联网业现状的高度契合。



阿里巴巴携手工行共助电子商务



阿里巴巴软件与微软公司深度合作

阿里巴巴集团社会责任

让员工快乐工作

阿里巴巴集团认为：阿里人是阿里巴巴集团最大的财富；每位员工首先是社会财富的创造者。多年来，阿里巴巴集团努力从多方面为员工创造一个快乐、优良的成长与发展平台：

- 全面、完善的员工保障。阿里巴巴为员工提供具有市场竞争力的薪资和完善的福利体系，各项管理制度健全，薪酬福利政策公开、公正、透明。
- 透明、高效的绩效考评。为确保员工与企业共同发展，员工不断提升能力、工作满意度和成就感，阿里巴巴集团建立了有助员工成长的绩效管理体系。从业绩和价值观两方面对员工进行全面客观的考核。绩效考核不仅提供员工自己工作表现的反馈信息，激励员工不断进步，同时也为工资调整、奖金分配、职务晋升等提供了决策依据。通过绩效考核，还可以通过培训、岗位轮换等机会提高员工的知识和技能。
- 大力度的员工培训计划。为帮助员工不断成长，阿里巴巴集团在员工培训方面投入了大量人力和物力，逐步建立起比较完整的培训体系。该培训体系目前包括三种：新员工入职培训、在职员工的岗位技能培训和管理人员的管理技能培训。这一培训体系，已成为员工不断提升综合能力和素质的重要途径。
- 快乐的工作氛围。阿里巴巴的企业文化是人本的、快乐的。公司通过完善的沟通体制、组织各种类型的员工活动、支持丰富员工业余文化生活的员工俱乐部，使员工保持快乐的工作氛围。



阿里巴巴集团社会责任

以最高操守和透明治理，为股东创造持续价值

阿里巴巴集团自第一家子公司成立至今，始终高度重视对股东的责任，努力为股东创造可持续发展的价值。

在治理结构方面，管理层一直坚持最高的职业操守标准，同时从公司创建就建立了完善、透明的公司治理结构，不遗余力地推动合规性。以阿里巴巴B2B公司的上市过程为例，从7月27日向香港联交所正式递交首次公开募股申请，到10月4日香港联交所听证会接受上市申请，仅用了2个多月的时间，这一方面反映了香港联交所的高效率，另一方面也反映出阿里巴巴B2B公司的经营和各项制度非常完善、透明。

在阿里巴巴B2B公司中，公司董事会在治理体系中处于核心地位。董事会负责对公司管理层进行指导和管理。董事会授权公司管理层执行董事会批准的战略措施。公司管理层向董事会报告，并负责公司的日常经营。

阿里巴巴B2B公司坚持公司董事会中执行董事和非执行董事（包括独立非执行董事）的组成结构应保持均衡，以便公司董事会中有强有力的独立元素，能够有效作出独立判断。此外，公司现有多位独立董事负责董事会各个委员会的工作。



阿里巴巴集团社会责任

探求价值共享、和谐发展的社会生态格局

在发展过程中，阿里巴巴集团认识到：电子商务的发展，是一个从技术到商务，再到社会各个领域的宏大变革过程。因此，除了产业链上的合作伙伴，阿里巴巴集团近年来更开始与广泛的社会经济系统对接，与各地各类协会、高校教育机构、环保机构和生态组织、落后地区和弱势人群等利益相关者积极互动，探求构建一个价值共享、和谐发展的社会生态格局。

■ 依法纳税，努力为社会做出更大贡献

阿里巴巴集团一直高度重视自身的税收贡献，并在公司发展初期，就把纳税额确立为公司发展的重要目标。此外，针对当前C2C交易中的税收这一国际性难题，淘宝网长期以来一直敦促其用户依法纳税，并积极与有关机构沟通，探求面向未来的解决之道。

■ 促动创业浪潮，弘扬企业家精神

创业是一个国家经济社会活跃程度的重要标志。阿里巴巴集团的电子商务平台，不仅帮助了中小企业的成长发展，也为个体创业提供了重要平台，在电子商务的促动下，新一轮大规模的集体创业浪潮再次涌动。作为全球最大的商人社区，阿里巴巴将持续培养和鼓励企业家精神与创业精神的成长，并为经济发展输送最为稀缺的资源——企业家精神。

此外，2000多万B2B会员、4000多万淘宝用户、5000多万支付宝用户，是中国网络商务用户群的主体成员。多年来，阿里巴巴集团也一直在其庞大商务用户群中，积极倡导健康、高效、“阳光”的新型商务文化。

■ 携手广大网商，推动网络诚信体系建设

自创始至今，阿里巴巴集团始终把构建网络诚信体系作为自己的重要目标。在环境极不成熟的情况下，阿里巴巴携手相关机构和广大网商，排除各种困难，建立了一整套信用评价体系与信用数据库，并不断完善网络诚信体系。

- 2002年全面推出“诚信通”服务，迈出了构建网络诚信体系的关键一步。
- 2003年支付宝应势而生，创造性地开创了网上支付的新格局。
- 2007年联手银行业，依托网络诚信为中小企业发放贷款，推动了制度创新。
- 2007年支付宝以信任为主题的公益广告，在各大电视台连续播放。

阿里巴巴集团将继续强化网络诚信体系建设，全面弘扬网络诚信文化，为我国商业诚信体系的建设增砖添瓦。

■ 高度关注电子商务对就业的拉动效应

董事会主席马云先生一直非常关注电子商务对就业的拉动效应。他曾提到，中国有十多亿人口，希望电子商务能够帮助更多的人有就业机会，“有了就业，家庭就能稳定，事业才有发展，社会也就能稳定，这也是企业社会责任的一种体现。”

早在2005年，淘宝就把“创造100万就业机会”作为企业在未来3~5年的惟一硬指标。据测算，以月收入超过2000元计，截止2007年第一季度，国内已有超过10万个人用户在淘宝网上直接解决了就业问题，加上网络销售对物流、快递等产业的带动效应，淘宝网创造的就业岗位将会更多。

阿里巴巴集团社会责任

■ 为商人和高校带去电子商务知识与技能

阿里巴巴集团自成立以来，持续投入大量资源，为社会培育符合市场要求、有实践技能的电子商务人才。2004年9月10日，阿里学院正式成立。阿里学院成立的宗旨是“把电子商务还给商人”。帮助中小企业真正掌握并成功运用电子商务理念和电子商务平台。

目前阿里学院形成了在线培训、现场授课和培训认证三位一体的教学模式。阿里学院推出的“阿里巴巴电子商务认证”，目的在于培养学生熟练使用电子商务平台，并提供实习机会，以此为社会培养大量电子商务人才。

阿里学院、淘宝大学通过持续的线上线下培训活动，真正把电子商务送到了商人身边。未来阿里巴巴将继续支持各地各类教育机构、相关协会及政府部门，大力培养有实践技能的电子商务人才，全面提升我国电子商务产业的人才储备。



■ 成立阿里巴巴爱心基金，逐步系统化地参与社会公益事业



时值2007年阿里巴巴公司成立8周年之际，以“汇集阿里人的力量、凝聚阿里人的责任，全员参与，感恩和回报社会”为宗旨的“阿里巴巴爱心基金”正式成立。“基金”由阿里巴巴集团、阿里巴巴员工共同发起和设立，这笔资金将专款专用，用于助学、救灾、救人、当地责任等援助或慈善项目。成立爱心基金，是阿里巴巴系统化、制度化地参与社会公益事业的重要探索。

■ 网商互助、授人以渔，帮助弱势人群获取自立和自尊

“魔豆宝宝”爱心工程是一项旨在帮助自强自立的困难母亲改变命运的再就业工程，也是一起大型网络公益活动，它开创了对弱势人群开展网络公益和慈善活动的全新方式。

“魔豆宝宝”是一位身患绝症母亲的网名。为了6岁女儿未来的幸福，她谢绝了社会所有捐助，在淘宝网上开办了名为“魔豆宝宝小屋”的童装店以求自立。在她去世后，她的父亲按照她的遗愿，从网友们捐赠的18万元中拿出一半成立了“魔豆宝宝基金”。2006年母亲节时，在“魔豆宝宝基金”的基础上，中国红十字会发起了致力于帮助困难母亲创业的“魔豆宝宝爱心工程”，为贫困母亲提供创业基金和笔记本电脑，帮她们开网店，助她们走出困境。

中国红十字总会在淘宝网上开设“魔豆宝宝爱心帐户”，特别设计了自动捐款功能——凡加入“爱心工程”的淘宝卖家，每成交一笔交易，就可自动向“爱心工程”捐款1分钱，很快淘宝网上就已有1亿多人投入到了这一爱心活动。



阿里巴巴集团社会责任

■ 携手慈善机构，搭建网络救助桥梁

基于为爱心人士与贫困人群搭建网络救助桥梁的愿望，支付宝鼎力支持各家慈善机构，如联合国儿童基金会、中华慈善网、中国扶贫基金会、浙江青少年发展基金会、爱德基金会、同心慈善会、杭州慈善总会、福州市慈善总会，免费帮助其成功实现在线捐赠。这一举措为慈善机构带来了便捷、安全的捐款通道，也成为爱心人士与基金会之间的联系纽带。

■ 对互联网给青少年带来的影响保持高度警觉

鉴于互联网对经济和社会生活的影响越来越大，阿里巴巴对互联网给社会大众，特别是对青少年的影响，保持着高度警觉。阿里巴巴集团一直倡导诚实守信的交易文化，在遵守商业伦理、遵守社会道德规范和法律法规方面，努力引导青少年用户共同建设一个健康向上的网络环境。阿里巴巴集团曾坚决避免涉足网络游戏，同时也曾由于信息的良莠不齐而撤销了相关业务。

■ 为社区服务，加深与所在社区的联系

作为一家迅速成长的全球性企业，阿里巴巴B2B公司在全球众多地区设有分支机构。阿里巴巴B2B公司及淘宝网、支付宝、阿里软件、中国雅虎等，一直鼓励其分支机构和员工，通过为当地社区的服务融入当地生活，加深与社区的联系。阿里巴巴集团也经常为其员工提供参加社区活动和慈善项目的便利机会。

■ 推动资源节约，探索绿色商务，普及环保意识

倡导资源节约、推动绿色环保，是现代商务活动的重要特点。

电子商务本身存在着对资源的极大节约，如网上开店可以节约交通、实体店、查询比较等多种成本。未来随着电子商务的深度发展，阿里巴巴集团还将与生产商和渠道商一道，通过对分散需求的聚合，积极探索“精确营销、以销定产、引导个性化消费”等高效经济活动，以求减少经济活动的低效与摩擦，提升消费者福利。

在2007年第四届中国网商大会期间，环境议题在网商群体中引发了高度关注。此外，随着阿里巴巴集团迅速成长为7000余人的规模，公司在内部也大力推动资源节约与环保意识的普及。如推出环保LOGO、9月11日启动“无筷日”活动等。在此过程中，公司运营费用得以降低，员工环保意识得到了增强。



阿里巴巴集团社会责任体系

长期以来，社会责任已经融入了阿里巴巴集团的核心价值体系、商业模式和日常运营之中。它以商业生态为架构，涵及了企业社会责任行为和对象，最终目标在于实现与客户、合作伙伴、员工、股东的共同成长，以及与社会经济系统的和谐相处。

阿里巴巴集团致力于建立具有责任心的企业公民榜样。基于共享价值观所建立的强大公司文化，阿里巴巴集团将努力确保其员工和分支机构同心协力地给予其客户、同事和当地社区以积极影响。以本次社会责任报告的发布为契机，阿里巴巴将在以下层面进一步加强管理，推动社会责任管理体系在企业内部的制度化和规范化：

■ 商业模式：

董事会主席马云先生指出：“阿里巴巴集团考核子公司最重要的标准就是社会责任，各种商业模式首先要围绕社会责任来设置。”阿里巴巴集团七大子公司的商业模式，将永远以社会责任为核心要素。

■ 企业发展战略：

“建设电子商务基础设施，培育开放、协同、繁荣的电子商务生态系统”，是阿里巴巴集团未来的核心发展战略。这一战略包括了商业生态和社会生态等多个层面，客户、合作伙伴、员工、股东、社会、国家等利益相关者的关切，在其中也得到了充分体现。

■ 日常业务运营：

阿里巴巴集团将专设社会责任部门，负责规划、实施、管理、评估并持续改进企业的社会责任行为体系。



社会评价

- “阿里巴巴是一家具有创新性并正在创造着未来的公司。”——全国人大常委会副委员长路甬祥
- “淘宝网创造如此多的就业机会，我很感动。中国政府所有的政策目标当中，最重要的目标就是创造就业机会。”——博鳌亚洲论坛秘书长龙永图
- “阿里巴巴不光是一个商务网站，它还一直在履行社会责任。”——北京大学中国经济研究中心教授周其仁
- “下一代中国奇迹，是在互联网的背景下产生的。在这个背景下，阿里巴巴最符合中国奇迹的趋势。中国是范围经济的概念，以浙江为代表，以阿里巴巴为代表。一个国家高速崛起，它的经验会被世界化，我认为阿里巴巴经验将取代丰田经验。”——中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平
- 阿里巴巴针对“中国供应商”的百年客户培训已成为“中国的商业礼仪学校”，阿里巴巴正在用先进的管理和理念培育中国商人。——《华尔街日报》
- 由于在推动就业方面成效显著，2007年11月淘宝网荣获“2007年中国优秀企业公民大奖。”——上海文广集团《财富人生》
- “阿里巴巴交的企业所得税是中国所有互联网公司里面最多的。”——正望咨询
- 2005年，在“2005CCTV中国年度雇主调查”活动中荣获年度最佳雇主公司。2006年，在荷兰CRF“2007中国杰出雇主”项目中，被评选为中国杰出雇主公司。2007年，在中华英才网发起的“第五届中国大学生最佳雇主调查”中，获选最佳雇主。



阿里巴巴集团

阿里巴巴集团是立足于中国的全球电子商务领导者。

阿里巴巴集团拥有七大子公司，业务涉及B2B、C2C、在线支付、软件服务、搜索引擎、网络广告和本地生活消费社区等众多领域。阿里巴巴集团致力于打造一个全球领先的电子商务基础设施和高品质的网络生活平台。

■ 阿里巴巴集团的用户

企业用户

- 中国3000万家中小企业
- 中国260万家有出口能力企业
- 全球200多个国家和地区的中小企业
- 从事跨国贸易的采购商

个人用户

- 个人网上消费者
- 个人网上开店者、创业者
- 个人网上生活服务需求者

■ 产品和服务

- 企业用户电子商务
- 个人用户电子商务
- 在线支付
- 搜索和广告
- 中小企业软件

■ 全球唯一兼具以下优势的公司

- 大量至关重要的高价值的访问量
- 电子商务社区
- 在线交易和支付
- 和付费用户之间深入、真实的关系
- 搜索和交易平台技术
- “比跨国公司本土化，比本土公司国际化”

■ 使命

- 让天下没有难做的生意

■ 发展目标

远景目标：建立一家持续发展102年的公司，成为世界十大网站之一，只要是商人就一定要用阿里巴巴。

十年目标：世界3大互联网公司之一，世界500强企业之一，世界最佳雇主公司之一

■ 价值观

- 客户第一：关注客户的关注点，为客户提供建议和资讯，帮助客户成长
- 团队合作：共享共担，以小我完成大我
- 拥抱变化：突破自我，迎接变化
- 诚信：诚实正直，信守承诺
- 激情：永不言弃，乐观向上
- 敬业：以专业的态度和平常的心态做非凡的事情

阿里巴巴集团

■ 阿里巴巴集团七大子公司

-阿里巴巴B2B公司(www.alibaba.com)

作为阿里巴巴集团的旗舰公司，是国内领先的B2B电子商务公司，服务于中国和全球的中小企业。截至2007年6月30日，中英文网站共有来自200多个国家和地区的超过2400万用户。

-淘宝网(www.taobao.com)

为个人消费者提供网络购物的商务平台。截至2007年6月30日，淘宝的注册用户达到近3990万。卖家可以在淘宝网络市场上以定价、竞价或协商价格的形式出售全新或二手商品。

-支付宝 (www.alipay.com)

中国领先的在线支付服务提供商，用户数和交易额都在国内占据领先地位。它使个人和企业能够安全、轻松、快速地在在线收付款项。支付宝用户主要是从事电子商务交易的买家和卖家。截至2007年6月30日，支付宝注册用户达到近4350万人。

-阿里软件 (www.alisoft.com)

是研发、销售和为中国中小企业提供在线商务管理软件服务的公司。阿里软件为其客户提供各种管理软件产品。阿里软件也是“阿里旺旺”版权的拥有者。

-中国雅虎 (www.yahoo.com.cn)

作为中文门户网站，提供资讯、社区和搜索服务，用户群主要是个人互联网用户。2005年10月，阿里巴巴在与雅虎美国的交易中，并购雅虎中国。

-阿里妈妈 (www.alimama.com)

全新的网络广告交易平台。它首次引入了“广告是商品”的概念，致力于让买家（广告主）和卖家（发布商）轻松找到对方。阿里妈妈倡导并致力于建设一个公开、透明的广告交易市场。

-口碑网(www.koubei.com)

中国最大的本地生活消费社区。涵盖餐饮娱乐、租房、买房、工作、旅游等生活信息，一直致力于服务百姓，做百姓的生活好向导。2006年10月，阿里巴巴集团正式战略投资口碑网。

说明

1. 本报告所涉及时间：1999年至2007年
2. 本报告的涵盖范畴：阿里巴巴集团及子公司
3. 数据来源：阿里巴巴集团内部报表及相关统计
4. 阿里巴巴集团社会责任报告发布周期：2007年开始的每年12月。