



INITIATING
NEW BUSINESS PARADIGM

开启新商业文明 2009

阿里巴巴集团 2009
年度社会责任报告

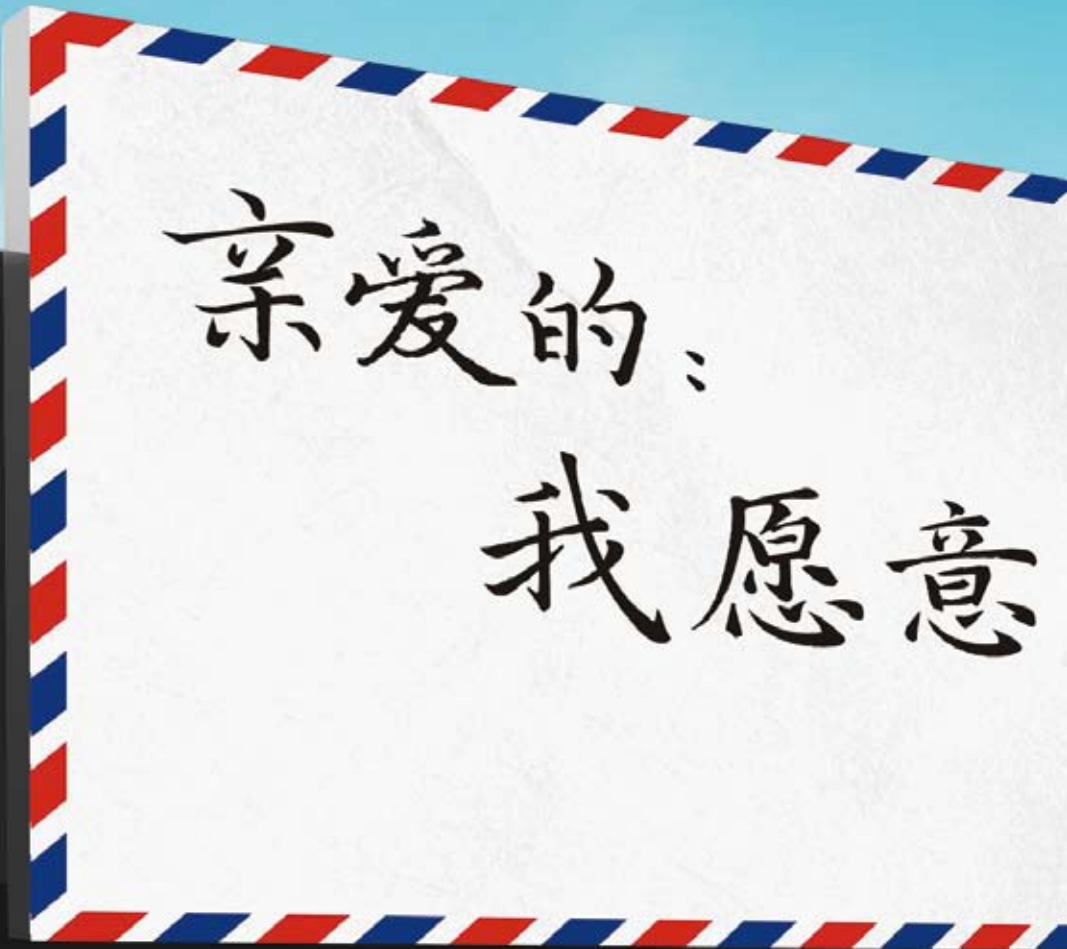
CSR REPORT 2009 OF ALIBABA GROUP

“亲爱的，我愿意！你愿意吗？”

2009年8月，阿里巴巴滨江新园区大楼挂出了一个巨幅信封展示。

“我们愿意一起努力，让生意不再难做！”

2009年9月9日，阿里巴巴成立十周年之日，谜底揭晓。这是阿里人对于未来的憧憬与承诺。



亲爱的：
我愿意





报告编写说明

报告简介

《开启新商业文明——阿里巴巴集团2009年度社会责任报告》是阿里巴巴集团发布的第三份企业社会责任报告。报告回顾了阿里巴巴在2009年度所开展的企业社会责任实践和绩效,并展望了2010年的社会责任计划和目标。

报告宗旨

本报告基于阿里巴巴集团的社会责任观,参考了国内外主流的社会责任报告框架,就阿里巴巴集团为利益相关方——客户、员工、股东、合作伙伴以及宏观社会经济领域等创造的价值,进行了重点说明。阿里巴巴集团将以此报告时刻警醒自身的社会责任所系,各利益相关方也可以由此更清晰全面地了解阿里巴巴集团对于企业社会责任的思考和实践,并据此对阿里巴巴集团社会责任的目标和实施结果进行评价。

时间范围

报告的时间跨度为2009年1月1日至2009年12月31日。

发布周期

本报告为年度报告

数据来源

除特殊说明外,本报告数据均来自阿里巴巴集团内部报表和相关统计。

货币

除非特别说明,本报告所使用的货币单位为人民币(元)。

报告获取

本报告为中文版,若您需要获取纸质报告,请联系阿里巴巴集团社会责任部:

电话:0571-85022088-15605

电子邮件:alibaba@alibaba-inc.com

若您需要下载本报告的PDF版本及英文版,请访问阿里巴巴集团社会责任网站:csr.alibaba.com

INITIATING
NEW BUSINESS PARADIGM

开启新商业文明 2009

阿里巴巴集团2009
年度社会责任报告
CSR REPORT 2009 OF ALIBABA GROUP

致辞	6
----	---

8 社会责任管理

社会责任观	10
利益相关方及沟通机制	10
社会责任内容架构	11
社会责任管理组织架构	12
社会责任评估体系	13
2009-2010年社会责任发展规划	13

14 社会责任实践

让客户感受到冬日里的暖阳	16
我们追求快乐工作、认真生活	22
投资未来，创造永续价值	26
共建开放、协同、繁荣的电子商务生态圈	28
为经济复苏赋能	32
创造就业机会，推进诚信网规	34
保护环境	42

44 未来展望

46 社会评价

48 案例精选

50 企业基本信息

致辞



2009年，阿里巴巴成立十周年。对于所有阿里人来说，这是值得纪念的一年。我们是幸运的，我们幸运地生活在互联网时代，我们幸运地生活在中国。从我们第一天创业起到现在，阿里巴巴一直充满感恩之情，感恩是阿里巴巴十年来心里一直记着的事情。

前面十年，我们通过全社会的帮助，创业成功。这十年，我们有两大产品，一个是我们的员工，一个是我们的客户。也同样是他们，推动着阿里巴巴的成长。未来十年，阿里巴巴希望通过自己的平台帮助无数中小企业成功，帮助无数的创业者成为阿里巴巴。我们必须坚持两件事情，

第一，阿里巴巴是使命感和价值观驱动的公司，我们是一家充满理想主义的公司，每一个人都是靠自己的使命感和理想而坚持，我们会永远坚持客户第一、员工第二、股东第三；第二，我们坚持专注，只有专注中小企业和电子商务，才能让我们长久发展，因为中小企业需要我们，中国和全球电子商务需要我们。

走过十年，今天的阿里巴巴，仍然是一家处于快速变化之中的小公司。但我们所从事的电子商务事业，我们所服务的全球海量中小企业、创业者与消费者，却让我们有机会在国际金融危机肆虐之时，较早地体验和观察到了新商业文明快速浮现的曙光。

旧的商业文明的时代是企业以自己为中心，以利润为中心，而不是以社会为中心。二十一世纪，将是新商业文明的时代。“开放、分享、责任、全球化”是新商业文明的重要内涵，“信息时代的商业文明”将是它的演进方向。这样一种新的商业文明，对每一家企业都提出了全新的要求。它需要企业去重新思考与客户、员工、股东、合作伙伴、社会经济环境、自然环境等的关系，并为此做出实质性的转变。

2009年,基于对新商业文明的深切体认,阿里巴巴集团在社会责任感领域进行了一系列的深入思考与实践:

我们完善了企业社会责任的理念与管理体系。我们坚信企业社会责任应内生于企业的商业模式,我们希望成为一家不断推动社会发展的社会型企业,我们也希望帮助人人都能快乐地履行社会责任。此外,我们进一步强化了企业社会责任的内部管理体系、评估体系,对于社会责任的发展规划,我们也做了系统化的研究和部署。这为我们未来更有序地履行社会责任奠定了基础。

我们认为,企业以自我为中心的单边主义时代正在过去,企业与客户的关系,不应该只是利益的交换。在金融风暴蔓延、全球经济艰难复苏之际,我们强化了对于客户的支持力度:帮助外贸企业转向内销市场,加强海外推广力度,提供更多融资机会和人才资源……。

从18个人到近18000人,阿里巴巴永远坚持员工第二,我们不仅仅满足于创造更多的百万富翁,我们更关注员工的幸福感。2010年我们将推出阿里人的“幸福指数”。我们希望员工不仅仅是物质的富有,更是精神

的富有;我们希望员工有成就感,为社会认同,被社会尊重;我们永远坚持认真生活、快乐工作。

对所有支持和信任我们的股东,我们以自己的行动来确保给予股东长期回报。我们回报的不仅仅是金钱,我们更希望所有的股东最感到骄傲的是:他们投资的是一家对社会有巨大促进作用,并承担巨大责任,帮助就业,成就梦想的企业。

我们认为,企业之间的关系,将走向商业生态协作的格局。为此,阿里巴巴不断深化与金融、物流、IT、会展业等合作伙伴之间的关系,主动促发一种大规模的生态协作,直接带动了相关产业的发展。

在宏观的社会经济领域,基于庞大的电子商务平台,我们持续致力于构建网络诚信等网规体系,推动以网络创业拉动社会就业,促进电子商务教育和人才培养事业的发展,成效可观。

保护环境,是每一家企业可持续发展的内在要求。我们通过多样化的员工志愿者活动和公益项目,使得共建资源节约型、环境友好型的社会成为每一位员工追求的目标。未来,我们将重点在植树和保护水资源方面做出努力。

阿里巴巴已经制定了下一个十年的目标。我们希望通过阿里人的努力,创造服务一千万家小企业的电子商务平台,为全世界创造一亿的就业机会,为全世界十亿人提供消费的平台。我们希望让全世界所有的企业在平等、高效的平台上运作,让所有的小企业可以通过技术、通过互联网、通过电子商务,跟任何大型企业进行竞争;我们希望我们的消费者,能够享受真正的物美价廉的产品;我们更希望利用我们的服务,让老人不要因为少交了60元电费去银行门口排队,利用我们的服务,让他们跟银行的董事长享受一样的权利!

“自信人生二百年,会当水击三千里”。世界给了我们这个舞台,全球给了我们这个机会,阿里巴巴将动用所有的智慧、所有的勇气、一切的努力,去帮助中小企业生存,创造就业机会,为十亿人真正提供价廉物美的平台!

让我们共同开启一个新的商业文明!



阿里巴巴集团董事局主席

二〇〇九年十二月



社会责任管理

我们认为，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。

基于此认识，我们在不断学习和探索中构建了自己的社会责任管理体系。



阿里巴巴集团致力于成为一家真正为社会创造价值的企业, 成立10年以来我们一以贯之地秉承“企业社会责任应内生于商业模式”的观念, 并持之以恒地付诸实践。同时, 我们也努力打造一个日益完善的社会责任平台, 努力为“人人都能快乐地履行社会责任”创造最大的便利。

社会责任观

我们坚信: 企业社会责任应内生于企业的商业模式, 惟其如此才能实现可持续发展。

我们确信: 社会责任对企业不是负担; 在每一家企业的商业模式中, 都可以找到自身与社会责任的结合点。

我们相信: 人人都有社会责任; 在网络化的便捷环境下, 人人也都有能力履行社会责任。

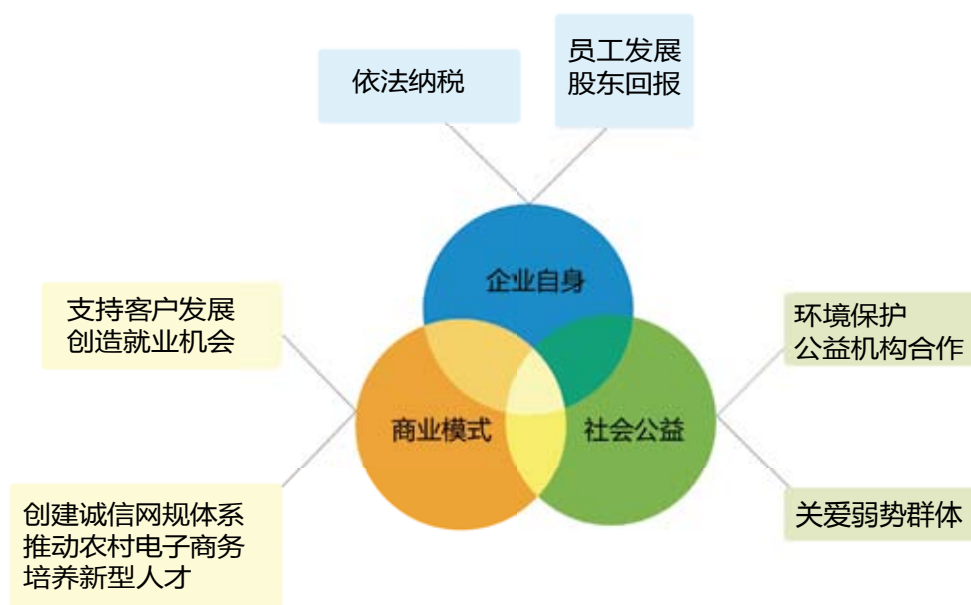
阿里巴巴集团利益相关方及沟通机制

利益相关方	沟通方式	责任和举措
客 户	客户见面会 and 意见征询 客户服务热线 阿里客户开放日	畅通的客户沟通机制, 提供完善的客户解决方案, 海量的商务信息
员 工	直接主管沟通 高层沟通 全员沟通 工会 员工组织	创造良好的工作环境, 完善的权益保障制度, 系统的员工发展计划
股 东	定期报告 公司公告 股东大会 推介活动	及时准确披露经营状况和重大事项信息, 提供长期稳定的投资回报
合作伙伴	合作伙伴计划 信息资源沟通与共享	提供海量的信息资源, 共建开放、协同、繁荣的生态圈
政 府	遵守法律法规 专题汇报和拜访 政策响应与贯彻	依法纳税, 提供就业机会, 带动地方经济发展和网商发展
弱势群体	公益调研 走近身边交流	授之以渔, 帮助自立自强; 精神文化传递
乡村农民	调研走访 在线服务	促进网货进城、网货下乡, 建立农业电子商务平台及配套的电子商务培训
公益机构	项目合作 研讨交流	公益项目合作, 共同打造社会公益平台
社会公众	公众沟通	打造诚信消费平台, 倡导共同构建新商业文明
自然环境	持续调研 密切关注	倡导利益相关方节能减排; 开展植树造林和水资源保护, 改善自然生态系统

社会责任内容架构

基于利益相关方的需求和公司所能提供的产品与服务, 阿里巴巴社会责任内容基本构成如下:

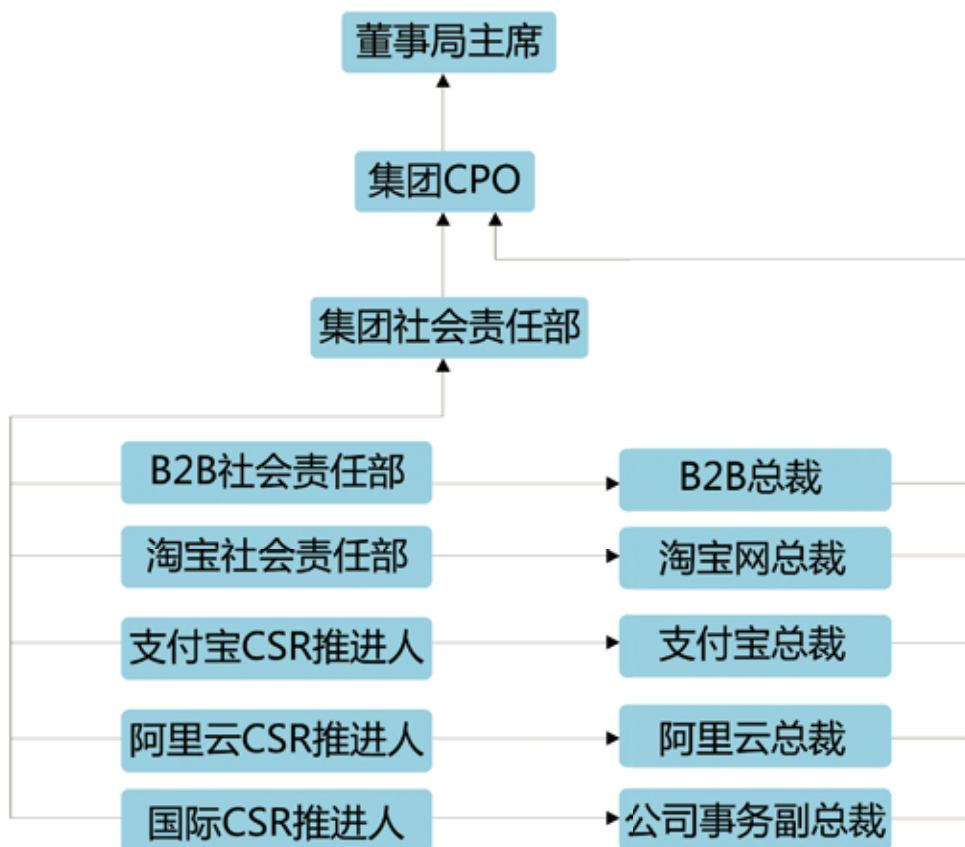
阿里巴巴社会责任主要内容



社会责任管理组织架构

2007年, 阿里巴巴集团就在内部设立了社会责任的专职岗位。2009年, 阿里巴巴集团单独设立了社会责任部, 从而在组织结构上完善了社会责任管理。同时, 在各个子公司都设置了社会责任部或社会责任推进人。

阿里巴巴社会责任管理组织架构



阿里巴巴社会责任评估体系

阿里巴巴集团为评估社会责任绩效, 及时了解集团及子公司社会责任履行状况, 特设立一套评估办法, 以便不断检验和改进社会责任管理水平、履行效果。集团社会责任部可以根据评估办法自行组织评估, 也可以邀请第三方进行评估, 评估结果将作为完善集团社会责任管理体系的依据和子公司社会责任工作改进的方向。

阿里巴巴设立了严谨的社会责任计分办法, 通过设置一级指标、二级指标、评估细项、评估内容, 细分了阿里巴巴社会责任相关事务, 便于直观了解集团社会责任履行情况。一级指标涵盖了战略规划、客户、员工、股东、合作伙伴、政府、公益慈善等七个方面, 切实保证阿里巴巴社会责任能够全面覆盖并惠及各利益相关方。

2009 - 2010年社会责任发展规划

2009年社会责任聚焦

完善公司社会责任体系

深入推进青川灾后重建

探索建设社会责任平台的机制和模式

2010年社会责任聚焦

持续完善社会责任平台

深入推进青川农村电子商务发展

打造“1人1天1分钟”社会公益活动品牌

开展植树造林和水源保护等生态环境保护项目





社会责任实践

未来十年，阿里巴巴将创造服务一千万家小企业的电子商务平台，为全世界创造一亿的就业机会，为全世界十亿人提供消费的平台。



SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

让客户感受到冬日里的暖阳

帮助客户渡过难关，是阿里巴巴“让天下没有难做的生意”这一使命的最佳诠释。

金融危机给中国的中小企业带来了巨大冲击。中国有超过4200万家中小企业，很多属于劳动密集型的制造企业，严重依赖外贸出口，金融危机导致国际订单大幅减少，引发库存积压、资金断裂、生产停滞等连锁反应。帮助中小企业和创业者“过冬”，是阿里巴巴义不容辞的责任。

◆ **1050万** | 截止到2009年第三季度, 阿里巴巴平台海外注册用户同比增长超过50%, 达到1050万。

B2B平台三大计划支持中小企业

阿里巴巴B2B公司在帮助中小企业过冬方面陆续发布了一系列行之有效的举措, 包括“乌云计划”、“狂风计划”和“春雷计划”。

乌云计划: 2008年9月阿里巴巴启动了3000万美元海外推广计划。该计划推出后, 广东和江浙等地已有大量中小企业接到来自全球60余个国家的巨额采购需求, 特别是来自俄罗斯、巴西、印度等新兴市场的采购订单尤为突出。一批善于利用电子商务的创新型企业, 已经逐渐恢复甚至超过了危机刚爆发时的产能。2009年

以来, 阿里巴巴进一步加大了海外推广力度。截止到2009年第三季度, 阿里巴巴平台的海外注册用户同比增长超过50%, 达到1050万, 每天在线的全球采购买家达到百万级的规模。

狂风计划: 2008年年底阿里巴巴推出了“出口通”产品, 它大幅度降低了中小企业出口的入门门槛, 旨在帮助中国中小企业在严峻的经济形势下, 以更低的成本达到更好的海外营销效果。产品推出后, 截至2009年第三季度, 阿里巴巴国际交易市场的会员注册数始终保持持续增长, 这

表明了此项决策给中小企业带去的巨大价值。

春雷计划: 中国经济将更多地依赖于内需拉动, 为此, 2009年3月阿里巴巴宣布了第三项援冬计划——“春雷计划”, 对所有“诚信通”会员免费提供功能和服务升级, 并推出最新移动版“诚信通”, 使得供应商可以无缝连接其阿里巴巴账户和其移动电话以进行即时沟通, 这是阿里巴巴提供移动电子商务平台解决方案迈出的第一步。

阿里巴巴服务中小企业的发展历程

2009年09月: 收购中国万网的控股权益, 加强向国内小企业提供额外互联网基础设施服务的能力

2009年08月: 收购阿里软件旗下管理软件业务, 为中小企业提供更全面、更强大的管理服务支持

2009年07月: 为大中华地区以外的供应商推出Gold Supplier国际版, 将阿里学院升级为新事业部, 以更好地为中小企业培育电子商务人才

2009年03月: 在中国市场推出按效果付费关键词竞价系统“网销宝”

2008年11月: 国际贸易市场推出新一代出口产品——“出口通”

2008年08月: 中国交易市场推出帮助国外中小企业出口到中国“ETC”服务

2008年06月: “诚信通个人会员”服务正式上线, 帮助企业发展国内贸易

2008年04月: 中国交易市场推出“Winport旺铺”服务, 为中小企业提供企业建站

2007年10月: 与中国的几家主要银行合作为中小企业提供商业贷款

2007年04月: 在香港推出“中国供应商”会员服务

2005年03月: 中国交易市场推出“关键词竞价”服务

2003年11月: 推出通讯软件“贸易通”, 让买方和卖方通过网络进行实时沟通交流

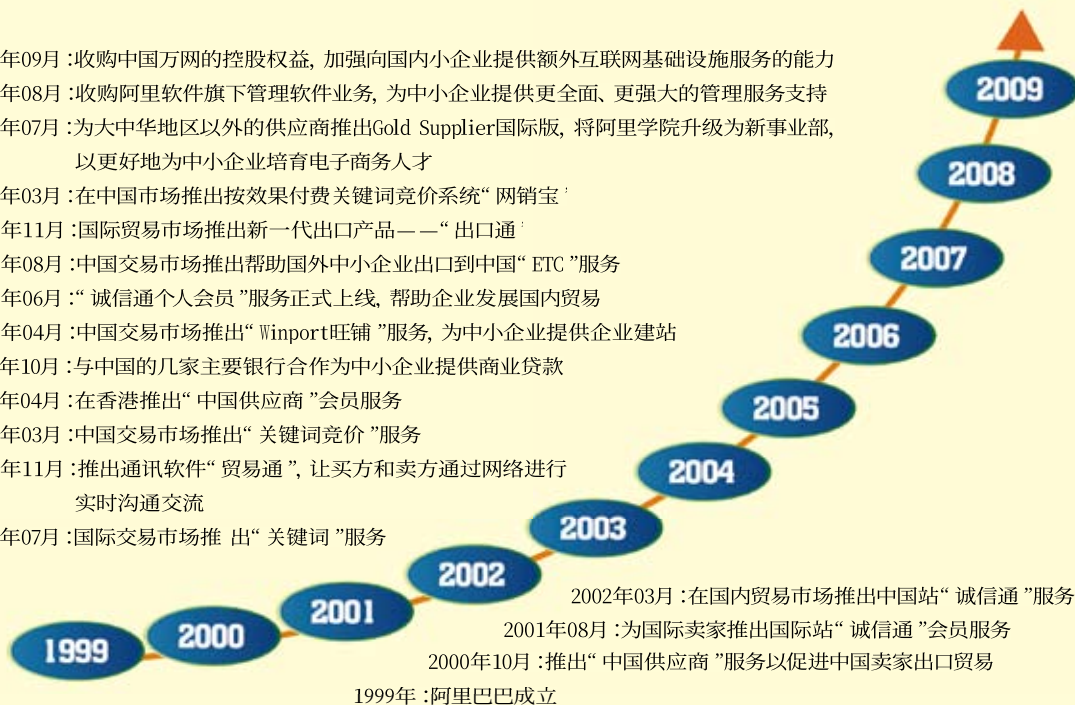
2002年07月: 国际贸易市场推出“关键词”服务

2002年03月: 在国内贸易市场推出中国站“诚信通”服务

2001年08月: 为国际卖家推出国际站“诚信通”会员服务

2000年10月: 推出“中国供应商”服务以促进中国卖家出口贸易

1999年: 阿里巴巴成立



对中小企业生长周期全程支持



淘宝网购平台帮助“中国制造”转型内需市场

2009年，电子商务为“中国制造”铺设了一条通畅的、宽阔的销售通道，使得此前只能服务于国外市场的“中国制造”开始大量进入中国国内市场。

2009年上半年淘宝注册会员达1.45亿，占全体网民数的43%，实现

交易额809亿元，逼近2008年全年的999.6亿元。庞大的市场和网络购物人群，为外贸企业转向内贸提供了畅通的渠道。2009年上半年，淘宝企业级商户平台淘宝商城交易额呈快速增长之势，到2009年上半年末，商城月交易额已达到2008年年底的3倍。

淘宝网整合网络营销、零售平台、网络支付、物流等资源，打破了企业独立建设网络零售平台存在的技术高、维护难、人才缺以及相应的网络支付、物流体系建设等瓶颈，为企业提供了高效、低成本的成套网络零售解决方案。

网货交易会：阿里巴巴B2B客户“对接”淘宝卖家

为了帮助外贸企业转内销，建立阿里巴巴B2B客户与淘宝网卖家的通道，2009年阿里巴巴分别在广州、杭州和成都举办了三届网货交易会。

广州：2009年5月16日-17日，为期两天的首届“网货交易会”在广州市流花展馆举行，该交易会由广东省经济贸易委员会、广东省信息产业厅、广州市人民政府和阿里巴巴集团联合主

办。大会吸引了390个参展供应商、5万名专业观众，意向成交近亿元。

杭州：2009年9月11日-13日，第二届“网货交易会”由阿里巴巴集团联合浙江省经信委、浙江省商务厅及杭州市人民政府在杭州休博会会展中心举办，活动到场总人数达150029人，订单成交达1.9763亿元。

成都：2009年12月18日-20日，第

三届“网货交易会”在成都世纪城新国际会展中心举办，本次网货交易会由成都市人民政府、四川省商务厅和阿里巴巴集团共同主办，为西部中小企业发展提供了新的销售渠道。这次交易会的规模超过10万人，有近500家的中小企业参展，来自淘宝网的采购团超过3万名。

◆60亿元 | 2009全年, 阿里贷款累计发放60亿元, 获贷企业达2800家。

阿里贷款: 中小企业的信心源泉

中小企业发展时间较短, 通常缺乏抵押和担保, 缺乏信用积累, 中小企业融资难被公认为世界经济难题之一。在国内, 中小企业也长期面临庞大的资金缺口。阿里巴巴推出面

向中小企业的创新型信贷模式, 有效地解决了中小企业贷款难的问题。2009全年, 阿里巴巴协同银行累计发放贷款60亿元, 获贷企业达2800家。

对于阿里巴巴的这一创举, 2009

年7月出版的美国《时代》周刊撰文称, “马云及其领导的阿里巴巴成为帮助中国小企业从银行获得贷款的特殊力量。”

小企业贷款稳定理论: 三角最稳定



截止到2009年7月31日, 阿里贷款已有的贷款种类及合作银行

贷款种类	合作银行
网络联保	中国工商银行、中国建设银行
信用贷款	中国工商银行
担保贷款	中国工商银行
抵押贷款	中国工商银行、中国建设银行
供应链贷款	中国建设银行

客户与阿里共成长的故事

从中国制造到中国创造



我叫何彬，来自浙江和信玩具有限公司。我和阿里巴巴的故事就发生于1999年，我通过网络让地处偏远山区的工厂接到了订单，并且通过阿里国际站结识了大洋彼岸的美国蓝橙公司。2003年前后，我们几乎全部的订单来自网络，现在这个比例是85%。这十年，我和公司的每一步发展都离不开电子商务，04年我荣幸地成为首届“十大网商”，05年又获得第二届“中国十大网商最具创新奖”。我和淘宝上海商盟丁楠的合作打开了B2C的模式，除了销售业绩，网络还成就了我们的企业品牌和云和的行业品牌。

最后还要讲讲我的儿子，07年

夏天，他的诞生让我幸福地成为了父亲，我很喜欢阿里巴巴的LOGO色橙色，所以儿子的小名就叫橙橙，心愿就是希望他能玩着我的玩具茁壮成长。

叫板马云，你为何而狂？



我叫杨小卉，宁波卓骏百福服装有限公司副总经理。2000年的时候，我开始关注阿里巴巴国际站，并在网上接到了一个40英尺集装箱的手套订单。这让我真正见识到，原来网上的生意可以这样完成。

2005年时，我在网上结识了大量的海外客商，我决定独身一人前往欧盟四国——法国、比利时、西班牙、荷兰拜访10家客户。这次欧洲

之行我带回了400万美金的订单。

2005年9月，我到杭州参加网商大会，在马云演讲后的自由提问环节向他叫板：“很多媒体都说你狂，在演讲中你也提到了这个词，我想问一下，你为何而狂？”当他在大屏幕上看到台下的我时，笑着说：

“你看上去还是小姑娘啊。”全场观众会心而笑。马云继续回答：“其实你才有狂的资本，99年大学毕业，现在企业就能做到四五百万。十年二十年以后肯定是你影响、改变中国的经济。”全场响起了热烈的掌声。

做网商：苦孩子到甜老板



我叫陈记强，2001年的时候开始触网。现在是广州市传之作贸易有限公司总经理，艺品堂文化创始人及商标持有人，还是华南网商会会长，也有人称我为“扇子大王”。

我出生在一个并不富裕的农村家庭，2001年我开始专职做网商，帮人设计制作网站，也为一家工厂在广州接单。一年下来居然赚了10万元，这也是我人生中的第一桶金。2003年，很多厂商都因“非典”不敢出门，就到网上去找货源，结果全都找到了我的艺品堂，这一年我在网上卖扇子卖了200多万元。

2009年9月我作为网商代表，以“诚信通”发起人的身份参加了

“阿牛过江”接力，我的参跑宣言是：网商十年，事业百年！我想把博客中的一句话送给大家：境由心造，事在人为，路，一直都在。

“一不小心”嫁给淘宝



我叫袁月明，今年29岁，2003年“一不小心”嫁给淘宝。当时抱着好奇的心理尝试着在淘宝上交易，一切都异乎寻常的顺利，当第五个月利润达到2万元的时候，我选择了辞职，开始自己的专职网商生涯。

2007年年底时我把网店全部交给太太打理，自己开始了第二次创业，建立了珠海网商创业网络科技有限公司，简称“创业园”，专为网络创业者提供办公、仓储、打包、发货、融资贷款一条龙服务，帮助商家降低办公、仓储成本，最大程度节约运营开支。

目前为止，有200个大学生在创业园实习，首期入园的商家有39个，二期入园的商家有50个。东莞、深圳的创业园已经启动，广州和汕头的创业园正在筹备中。而珠海创业园已经产生了四皇冠卖家，有的创业者真的是“骑自行车进来，四个月后开小车出去”。

打造“网商产业链”——这是我的梦想，如果能拉到2000万美元的风投，我将在全国复制珠海模式。

SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

我们追求快乐工作、认真生活

通过在阿里的工作之旅获得更多幸福感,是我们未来持之以恒的努力方向。

员工是企业最宝贵的财富,也是社会构成的最基本单元。保障员工权益,为员工创造良好的工作环境,提供宽广的职业发展空间,使员工与企业共同成长,共同塑造开放、分享的企业文化,是阿里巴巴重要的社会责任,也是公司“客户第一,员工第二,股东第三”宗旨的具体表现。

基本人力资源状况

截至2009年年底，阿里巴巴集团共有员工近18000人，比2008年同期增长了6000人，员工平均年龄28岁。这是一支有热情、有梦想、高素质的年轻人组成的团队，也是阿里集团不断进取创新的源动力。

保障员工权益

阿里巴巴认真贯彻落实相关政策法规。公司建立了全面、完善的薪酬福利体系，为员工提供持续的安全保障和激励。公司的各项薪酬福利制度都通过培训和内网向员工公开，保证政策的公正、开放和透明。



“蒲公英” 互助计划

LOVING
DANDELION

网站首页

计划简介

计划方案书

FAQ

在线申请



“蒲公英” 员工互助计划

为了提高自我保障和互助保障意识，发扬团结互助精神，为需要救助的员工解决实际困难，从2009年起，阿里巴巴集团启动了“蒲公英”互助计划。计划采取自愿原则，资金来源由参与员工缴纳、公司支付两部分组成，最高互助援助金可达10万元。2009年首期参与者达到8051人。该活动由互助计划执行委员会统一管理，委员会由主任、常委、参与人代表、外部专家组成。

◆ 16832人 | 2009年1月-11月, 阿里巴巴集团及各下属子公司, 共组织了717场培训课, 参加人次达到16832人。

关怀员工发展

阿里巴巴重视从企业内部培养人才, 不断优化培训课程体系, 加大人才培养开发力度, 努力创建一个满足员工多元化需求、充满活力与趣味的立体学习环境。

公司目前的培训体系分为三种类型: 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。上课形式包括课堂、夜校、夜谈等。除了培训之外, 公司还建立了有序的人员发展机制, 帮助员工规划在阿里的职业发展, 也为公司储备技术和管理人才。员工在做好本职工作的前提下, 可以选择在本职能岗位上走得更深更专业, 也可以结合自身特长, 申请到其他部门工作。有管理潜力的员工还会被选拔进入公司的管理储备库。

2009年, 阿里巴巴加大了对员工培训的投入, 开展了多层次、多渠道、全方位的培训。据不完全统计, 2009年1-11月, 阿里巴巴集团及各下属子公司共组织了717场培

训课, 参加培训人次达16832人。

公司对不同年限的员工有相应的激励和认可计划, “一年香, 三年醇, 五年陈”是阿里员工成长轨迹的标志。

2009年, 在公司成立十周年之际, 阿里巴巴还推出了“3/5/8年员工学习奖励计划”, 对在集团工作满3年及以上的员工进行奖励, 内容包括学历提升、教育培训或休整的机会等。

公司通过开展OES (员工满意度) 调查, 倾听员工的真实声音, 了解存在的问题从而不断在管理上加以完善。“阿里的员工, 不仅要在物质上富有, 更要在精神上富有”。让员工通过在阿里的工作之旅获得更多的幸福感, 成为全球最佳雇主, 是公司未来的努力方向。

开放、分享、富于创造力的企业文化

我们的企业文化“阿里橙”, 以“六脉神剑”价值观 (客户第一、团队合作、拥抱变化、诚信、激情、敬业) 为核心和源动力。

我们的员工年轻、活跃、富有创造力。2009年, 公司举办的大型员工活动包括阿里巴巴十周年庆典晚会、十周年接力跑、阿里日庆祝、单身派对等。这些活动不仅提升了员工的工作满意度和生活质量, 也增进了员工间交流。

我们努力让沟通渠道更加顺畅。阿里巴巴员工拥有多样、高效、顺畅的沟通渠道, 保障了员工和管理人员的无障碍沟通, 沟通渠道包括: open信箱、圆桌会议、企业内刊《阿里人》、员工满意度调查、内网留言板等。2009年, 阿里巴巴新搭建了员工独特文化的展现及沟通平台——阿里味儿。

“阿里味儿”: 品阿里之味, 修阿里之道

“阿里味儿”网站 (www.aliway.com) 是阿里巴巴集团新内网, 定位于收集和沉淀阿里文化的内部沟通平台。它旨在以Web2.0的互动方式, 倡导员工主动参与传播和传承阿里巴巴的企业文化。阿里味儿于2009年7月20日正式上线后, 每天PV访问量在7万左右, 最高记录是113242次。





卫哲接过阿牛过江接力传递的最后一棒



马云从湖畔花园跑出阿牛过江接力的第一棒



阿里巴巴十周年庆典现场盛况

阿牛过江开启 B2B滨江时代

2009年9月9日, 阿里巴巴B2B公司正式迁居滨江高新区, “阿牛过江”是阿里巴巴专门为迁居仪式设计的接力跑活动。此次接力跑活动的接力棒, 汇聚了来自阿里巴巴全球各地客商、分公司所在地的土壤烧制而成。接力跑一共有102棒, 184人参与, 从阿里巴巴的诞生地湖畔花园开始, 一直到阿里巴巴滨江园区, 其中过江时阿里巴巴员工游泳过江, 接连6棒、8人游泳将接力棒传递过江, 成为本次传递的一大亮点之一。阿牛过江, 意味着阿里巴巴开启了“滨江时代”。



SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

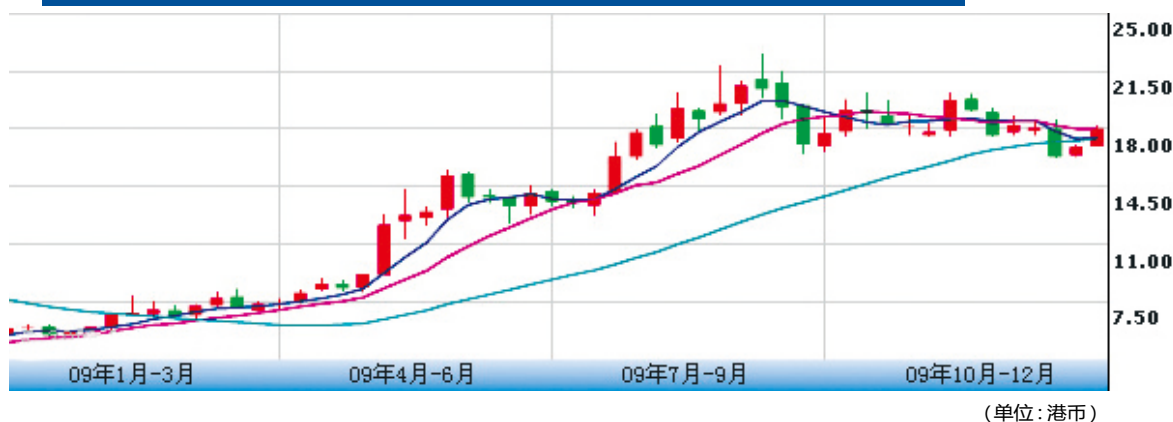
投资未来,创造永续价值

阿里巴巴持续完善公司治理,改善经营业绩,致力于为股东带来长远回报。

2009年,尽管受到国际金融危机的影响,阿里巴巴依然保持了稳健、优良的财务业绩,企业经营管理水平和风险管理水平都得到进一步提高,国际市场开拓也取得突破性进展,从而持续提升的企业价值。

◆ 100万 | 未来数年, 阿里巴巴将带动100万美国本地劳动者就业。

2009年阿里巴巴(01688.HK)股价走势图



经营成果再上新台阶

阿里巴巴(01688.HK) 2009年第三季度业绩报告显示, 当季营业收入为10.32亿元, 较2008年同期增长32.1%, 环比增长12.3%。第三季度注册用户为4527.55万, 同比增长27%, 较上季度增长5.8%。第三季度企业商铺为6066.9万, 同比增长45.7%, 较上季度增长10.1%。其中国际交易市场

商铺1226.4万, 同比增长41.2%, 较上季度增长8.9%, 中国交易市场4840.4万, 同比增长46.9%, 较上季度增长10.4%。

以上业绩报告显示, 在困难的外部经济环境下, 阿里巴巴B2B公司对客户的持续投资带来了强劲的增长, 并进一步巩固了市场领导地位。

阿里巴巴B2B公司还进行了多项有关建立生态链的商业举措, 包括收购阿里软件旗下的管理软件业务以及中国万网的控股权益, 这些举措均加强了为客户提供产品组合和服务的能力。

国际化稳步开拓

2009年, 阿里巴巴B2B公司在国际市场取得了突破性的进展。截止到第三季度, 阿里巴巴国际交易市场用户已经突破1000万, 达到1050万, 同比增长51.6%, 较上季度增长10.8%。

在全球经济复苏、暖风驱走寒冬的宏观背景环境下, 阿里巴巴抓住机遇投资客户, 在进行海外推广的同时, 还开展了赢在美国、赢在英国等活动, 掀起全球利用阿里巴巴的网络创业热潮。以阿里巴巴在美国的发

展势头和影响力来判断, 未来数年, 阿里巴巴将直接或间接带动100万的美国本地劳动者就业, 以此为全球经济的复苏而尽力。

SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

共建开放、协同、繁荣的电子商务生态圈

开放、协同是互联网的基本精神，阿里巴巴集团致力于协同合作伙伴，共同打造电子商务生态圈。

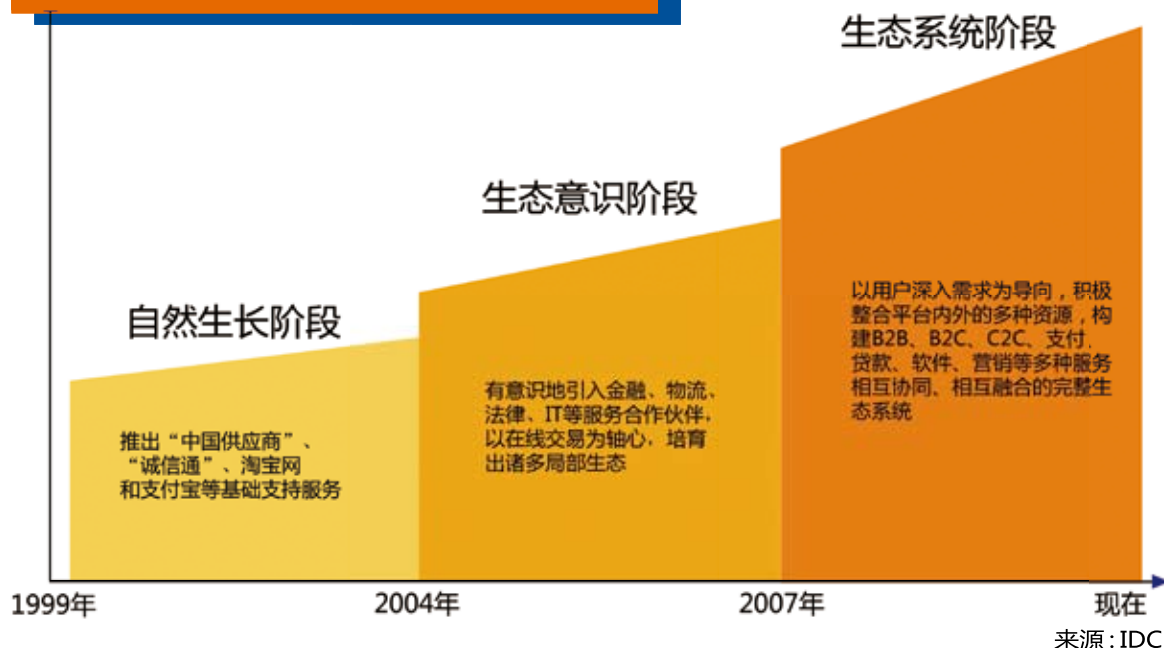
“培育开放、协同、繁荣的电子商务生态圈”，是阿里巴巴集团的发展战略。在这一生态圈中，阿里巴巴集团作为电子商务运营商，提供的是“水、电、煤”等基础服务。2009年，阿里巴巴协同IT、金融、物流等领域的合作伙伴，共同致力于培育根深叶茂的电子商务生态圈。

阿里巴巴B2B完善中小企业服务体系

为进一步向中小企业提供全方位的深度服务, 2009年阿里巴巴B2B公司在电子商务生态建设方面进行了多项重大投资, 以不断完善电子商务生态圈。包括收购阿里软

件旗下的管理软件业务以及中国万网的控股权益, 这些举措均加强了为中小企业客户提供产品组合和服务的能力, 在完善生态圈的道路上迈出了重要一步。

阿里巴巴商业生态演化的三个阶段



大淘宝计划渐次展开

为推动网络零售行业的整体发展, 2009年6月, 淘宝开放平台“Powered by Taobao”全面试开放, 全球任何零售商、制造商、服务商以及个人开发者都可参与其中, 这是淘宝网“大淘宝战略”的进一步推进。同时, 淘宝网宣布携手多家全球战略级合作伙伴, 启动面向基于该开放平台的优秀独立开发者的“赢在淘宝”扶持基金, 不以投资回报为目的, 旨

在帮助独立开发者度过在投资介入前的创业阶段。

2009年12月, 淘宝网在杭州正式推出“淘宝合作伙伴 (Taobao Partner) 计划”, 第一批聚集在淘拍档平台上的20多家淘拍档也随之产生。这是淘宝推出的又一战略性举措, 此次淘宝合作伙伴计划的推出将成为“大淘宝战略”的第二步商业布局。通过该计划, 淘宝将带动为数众

多的电子商务外包供应商, 在IT、渠道、服务、营销、仓储物流等电子商务生态链的各个环节, 为淘宝卖家、企业提供个性化产品、个性化服务, 从而促进整个电子商务领域的良性运行。

2009年12月29日, 淘宝网与湖南卫视达成战略合作, 开创了传统电视与电子商务跨媒体合作的先河。双方将共同组建跨媒体合资公司“湖

◆ 2.5亿 | 截止到2009年12月8日, 支付宝注册用户达到2.5亿, 日交易额超过12亿元。

南快乐淘宝文化传播有限公司”, 合资公司将整合湖南卫视和淘宝网双方的资源优势, 专门筹备一档电视节

目, 同时在淘宝网上设立专门潮流购物频道及外部独立网站, 此外还将打造与网购有关的电视节目及影视

剧。这一举措将打通网络与电视的平台终端, 创建电子商务结合电视传媒的全新商业模式。

支付宝: 超越支付工具

截止到2009年12月8日, 支付宝注册用户达到2.5亿, 日交易额超过12亿元, 日交易笔数达到400万笔。

从2003年成立以来, 支付宝早已经超越了支付工具的层面, 成为了信息社会基础设施的重要组成部分。一方面, 支付宝同银行的合作, 大大促进了银行网银用户数量的增长, 缓解了银行柜台压力。另一方面, 支付宝同众多行业商户的合作, 也促进了

网购市场的发展。

目前支付宝的外部合作商户突破46万家, 在商户和消费者之间建立了安全便捷的支付通道。大部分的支付宝合作商户都是进军电子商务的中小企业和个人创业者。支付宝便捷的支付渠道和成熟的信用体系为中小企业和个人创业者赢得消费者, 建立信任和品牌提供了最基础的保障和服务。

第三方支付平台还能够有效地降低传统企业的运营和销售成本。

例如, 支付宝同中国东方航空建立了战略合作关系, 为其提供在线机票直销支付服务。东航总经理马须伦认为, “通过线上渠道和电子支付方式, 可以节省航空公司的营销推广成本, 提高资金运作效率。”

东航淘宝旗舰店



促进和带动金融、物流等领域的创新

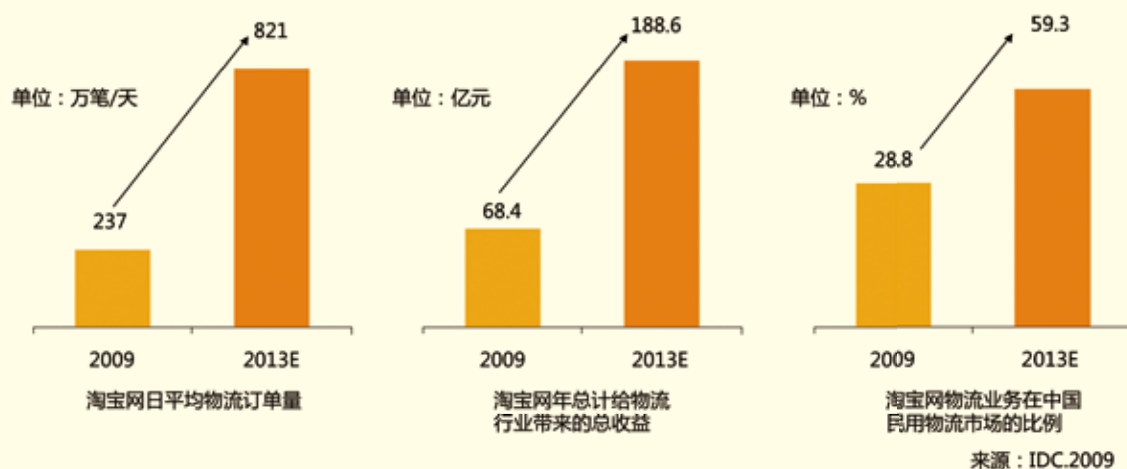
阿里巴巴与建设银行、工商银行研发运营着几个为中小企业度身定做的新型贷款产品, 其中尤以网络联保贷款最为突出。在网络联保贷款模式中, 阿里巴巴和建设银行、工商银行通过把网络交易信用度作为贷款的重要参考标准, 使得中小企业不再单纯依靠资产和担保等去获得贷

款, 从而实现了电子商务与网络贸易融资的有机结合, 同时也带动了银行业自身的机制创新。

据国际著名咨询公司IDC测算, 2009年, 淘宝网给中国物流业约带去68.4亿元的直接收入, 接近中国民用快递行业市场收入的30%。IDC 预计, 到2013年, 淘宝网提供的订单业务量

将占到中国民用快递市场的近60%。此外, 淘宝网等电子商务企业, 更推动了物流业服务质量的提升, 并带动了物流企业管理模式的转变。2009年, 淘宝网先后推出“限时物流”和“货到付款”等物流配送政策, 激励了物流企业配套服务制度的完善。

淘宝网给物流行业带来的巨大收益



SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

为经济复苏赋能

“丰盛的中国制造”如何转型内贸？“旺盛的国内消费需求”如何激发？电子商务平台正在为实现经济增长方式的转变尽一份力量。

中国经济增长正处于关键的转型期：中国经济长期依靠出口和投资拉动，作为最终需求的消费动力不足。这种发展方式缺乏内在动力。进一步扩大居民消费需求，使得经济增长得以依靠消费、投资和出口的协调拉动，已成为当务之急。阿里巴巴集团打造了一个汇聚全球海量中小企业和创业者、消费者的电子商务平台，有机会在此领域发挥一份力量。

让“货真价实、海量个性”的网货普惠民生

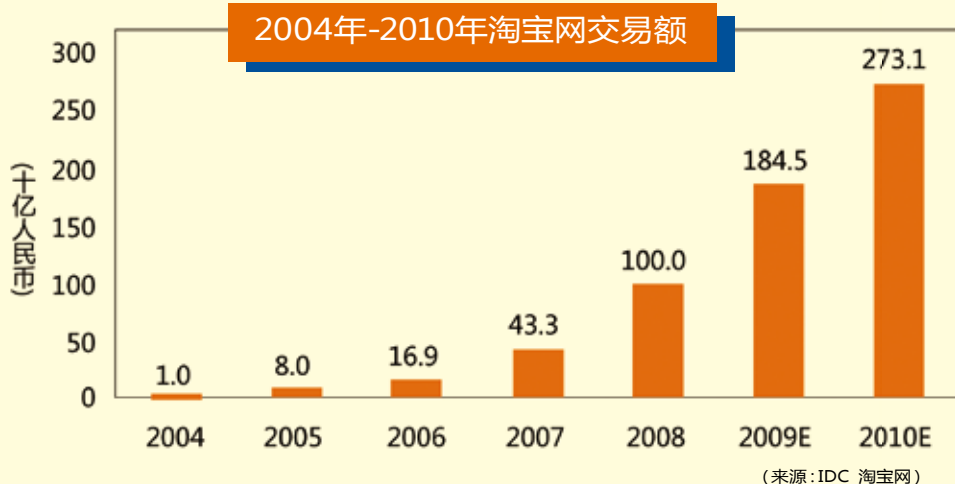
网货的优势不仅是因为价格较低,更重要的是网货可以利用互联网来消除购买过程中可能遇到的信息不对称,令消费者的权利得到了解放。消费者可以在网上查看其他用户的评价,决定自己的购买行为,也可以在网发表商品评价,为后来的消费者留下意见。而这一切信息的获得和产生,都是零成本的。

网购已经成为拉动内需消费

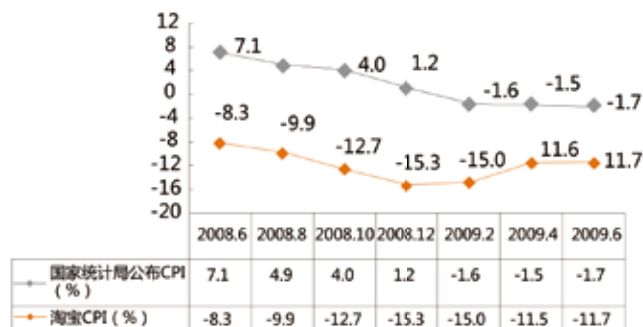
主要渠道。2009年上半年的中国网购市场呈现出新的消费特征,“购物次数激增,单笔购物金额下降”。淘宝网数据显示,2009年上半年消费者购买网货笔数同比增长了184%,每笔交易单价则下降了51.5元。原因是网货的普及和主流品牌网销进程的加速,实现了从工厂到消费者的直接通道,压缩了渠道成本,消费者获得更便宜价格的同时,企业也获得了更高的利

润。

“主流消费”网购化最明显的特征体现在家居日用品上。淘宝网数据显示,2009年上半年家居日用类商品销售的数量和金额都是2008年全年的两倍以上。家居日用类商品2009年上半年首次登上销售排行榜第一名,和2008年年底相比跃升了3个位次,上半年平均每分钟销出438件家居日用品。



2008年-2009年上半年国家统计局公布CPI与淘宝CPI对比数据



来源: 淘宝网 (整理: 阿里巴巴集团研究中心)

2008年,淘宝网发布了中国首个描述网络购物消费水平的指数——“淘宝CPI”。“淘宝CPI”是中国首个网络购物消费指数,是淘宝网对社会各界开放、分享的关键性数据。这一指数旨在通过网络购物中的价格走势,来反映网络购物市场整体状况、城市主流人群消费状况。“淘宝CPI”指数和同期的国家CPI相比,呈现持续下降趋势。显示出消费者从网购中得到了实惠。

SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

创造就业机会, 推进诚信网规

创造就业机会, 支持新型商务人才成长, 推进诚信网规建设,
支持社会公益, 2009年, 我们积极探索。

◆ 100万 | IDC预计, 到2010年年底, 淘宝在线购物平台将给社会带来超过100万直接就业。

为社会创造就业机会

阿里巴巴集团自身在创造就业机会的同时, 也为社会创造了更多的就业机会。

成立十年以来, 在业务飞速增长的同时, 阿里巴巴集团的人员规模也不断扩大, 从创业的18人团队, 已经发展成为人员约近1.8万的企业。2009年, 公司净增加员工达6000人。

以创业实现就业已经成为社会共识, 淘宝网坚持免费开店的零门槛政策, 降低创业风险, 这对于大学生

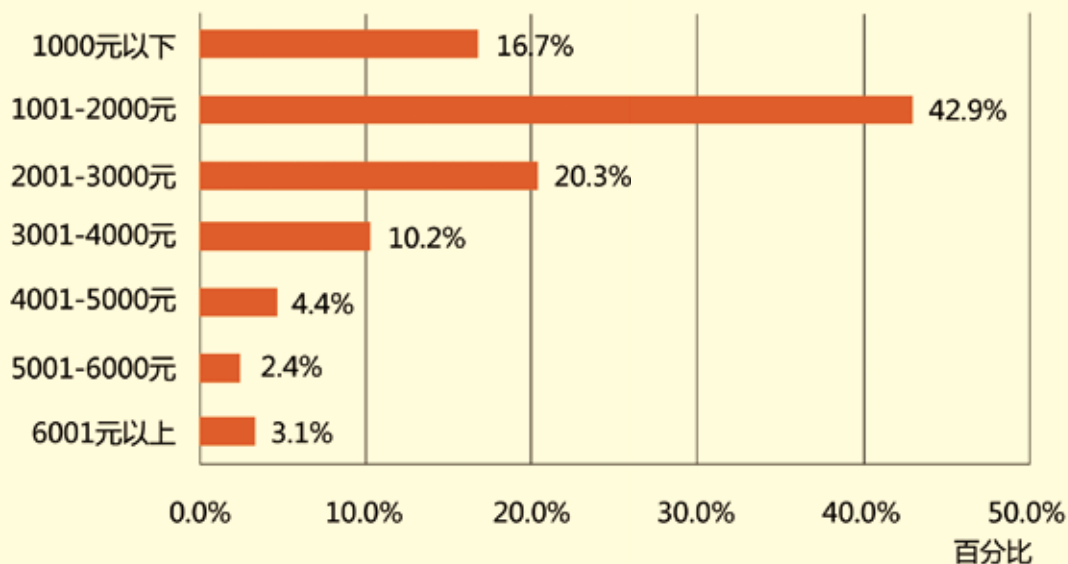
等缺资金、没经验的弱势群体来说, 是最好的创业选择。2009年, 在淘宝上涌现出了一批大学生、残疾人、失业者的创业明星, 鼓舞着更多的人自主创业, 有尊严地工作。

据国际著名咨询公司IDC测算, 截至2009年6月, 通过淘宝网实现直接就业的人数为69万人。平均一个直接就业可以带动2.85个间接就业, 淘宝网带动了约197万的间接就业。IDC预计, 2010年淘宝在线购物平台将给

社会带来超过100 万的直接就业。

另据测算, 以淘宝开店为业的店主中, 按照收入水平分布, 以1000-2000元/月为主。其中, 42.9%的人月收入在1000-2000元之间, 20.3%的人月收入在2000-3000元之间, 而6000元以上的只有3.1%。由此可见, 目前淘宝上创业主要解决的是基本就业。

2009年上半年淘宝创造的就业岗位收入情况



注:国际网络零售研究会与淘宝联合发布, 2009年7月

创建诚信的网规体系

作为新商业文明的三大支柱（网商、网货、网规）之一，网规体系的发展尤为重要。网规的开放透明和调节机制是实现新商业文明的关键因素。

狭义的网规，特指经由电子商务服务商与网商群体、消费者之间的互动，或是网商群体自发形成的交易规则。广义的网规，是指互联网商务活动相关的制度规范及商业文化。既包括网商在交易中所要遵守的制度规范、企业组织内部的制度，以及相应的政策规范，也包括与之相关的商业文化等。

“诚信、分享、责任”是网规的三大显著特征。

诚信是网规的首要特征，“无诚信，不网商！”在互联网上，诚信是交

易能够达成的基石。如淘宝网2009年发起的“抵制炒作，倡导诚信”的承诺书中所写：“为什么淘宝上素不相识的人能产生上千亿的交易，为什么有百万网商在淘宝实现就业，为什么有过亿消费者上淘宝购物？只因诚信！”

经过多年的建设维护，阿里巴巴的网络诚信体系已经初步成熟，并呈现出良好的发展态势。

分享的心态和行为，是网规的重要体现。事实上，正是网商群体善于分享、善于学习的特征，才极大地提高了整个网商群体的商业智商，并促进了这个群体的迅速发展。对很多成功网商来说，分享即学习，分享即营销，分享即“默认的规则”。诸多看似细微的、无所不在的分享行为，实

际上正是网商群体内部所遵守的约定俗成的重要规则。

责任，是网规体系的内在要求。责任，主要体现为网商经营行为中的一种自律机制，以及把社会责任和商业模式统一起来的发展模式。在日益透明化的环境下，扬善、惩恶有了强烈的现实性与必然性，因为在电子商务交易中，网商的交易记录是可以查询的，这就要求网商必须对自己的行为负责，远离欺诈、信用炒作等不法行为。良好的网络信用，则可以给企业带来更多的生意订单，甚至成为企业申请网络联保贷款的重要依据。同时，企业社会责任也成为越来越多的网商主动承担起的义务和使命。

阿里巴巴B2B诚信体系

阿里巴巴诚信周报

曝光不诚信会员

披露最新诈骗案件

曝光名单

20名诚信通会员被终止服务

诚信周报2009年第32期

早在2002年3月，阿里巴巴就启动了“诚信通”计划，对构建一个诚信商务社会提出了创新的设想，该计划主要通过第三方认证、证书及荣誉、交易记录、资信参考人、会员评价等5个方面，来考量商家的诚信。

为了进一步倡导诚信经营理念，建立和完善诚信安全体系，提高网上交易的安全性，2009年，阿里巴巴B2B公司采取了以下重要措施：

★定期发布阿里巴巴诚信周报（中文站）和阿里巴巴安全月报（国际站），对不诚信会员和“涉嫌欺诈”案

件进行曝光。根据服务协议和网站规则,被阿里巴巴终止服务的诚信通会员超过600家,中供会员超过430家。

★在网站信息的监察方面,除自主清理违禁信息外,还与政府相关机构建立违禁信息审核的合作模式,进一步加大对违禁信息的清理力度,共清理违禁信息347万多条。

★知识产权侵权在线投诉系统全面优化上线,处理侵权投诉案超过

7000单,删除涉嫌侵权产品信息12.2万多条;并建立侵权会员处罚机制,关闭严重侵权会员近90家。

★第三方身份认证作为企业付费会员的准入机制,对企业主体是否正常在册、申请人是否真实得到该企业授权进行核实。在会员正式成为阿里巴巴付费会员之前,将经过具有独立资质的第三方认证机构进行核实,核实结果决定其是否拥有成为阿里巴巴

企业付费会员的资质。

★完成了B2B风险安全产品体系的整体规划,同时,“吞噬者系统”和“AIPPS知识产权保护系统”两个产品项目已进入开发后期,这两个系统分别用于主动防控、处理网络交易中的欺诈行为和阿里巴巴电子商务平台上保护知识产权所有人的权益。

淘宝网诚信体系

淘宝网诚信体系包括以诚信为衡量标准的、透明的口碑评价系统,安全可靠的第三方担保交易系统,以及由“消费者保障计划”、“风险控制系统”、“运营监察系统”和“消费者监督系统”等四大支柱构成的安全交易系统等。

2009年3月,淘宝网联合工商、质检、食品药品监管等三大职能部门推出“每周质量报告”。淘宝网网络信息安全部门为此成立了专门的情报

收集中心,与相关部门形成联动,第一时间获取各类违规、不合格及违禁商品信息后,对淘宝网上的商品进行下架或者删除。

在2009年年初推出监控网店炒信的2代“安全稽查监控系统”以及首推“诚信自查系统”的基础上,2009年7月,淘宝网正式对外发布声明,淘宝网1.3亿会员向“炒作信用”黑色产业链正式宣战:坚决打击,同时将立即联合各地警方,共同持续打

击。截至2009年7月,淘宝网已通过排查方式永久关闭了上万家涉及虚拟信用的店铺,其中不乏皇冠等高等级的卖家。

2009年11月,淘宝网又宣布将拿出1亿元来支持打假行动和建设网购保障。这是继淘宝网打击信用炒作之后的又一轮打假行动,由“打击欺骗行为”深入到了“打击假货”方面。

电子支付诚信体系

由于中国信用体系的缺失,支付宝首创的担保交易付款模式极大地推动了中国网上购物的发展。淘宝和支付宝共同培育和培养了大批的中国网购消费者,使他们敢于并乐于在网上购物,从而也间接促进了中国B2C的发展。

截止到2009年12月8日,支付宝

注册用户达到2.5亿,日交易额超过12亿元。支持支付宝交易服务的外部商家已经超过46万家,覆盖了B2C、网游、航空旅游酒店、教育缴费、公用事业缴费、传统行业、海外商户等8大领域,这些商家在享受支付宝服务的同时,也拥有了一个极具潜力的消费市场。

随着电子支付突破网络购物的范围,成为互联网的一项基础应用,电子支付诚信体系的价值也已经超出了带动网络购物的范围,对于整个社会诚信体系的完善都起到了积极的推动作用。

支持培育面向未来的新型人才

阿里学院：为新商业文明培育人才



人才是电子商务生态链上的重要一环。阿里巴巴于2004年创立阿里学院，学院秉承“把电子商务还给商人”

的目标，全心致力于电子商务人才培养，立志服务千万网商及高校学子。2009年10月28日，国内最大的电子商务教育服务机构阿里巴巴（中国）教育科技有限公司（简称：新阿里学院）正式揭牌成立。新阿里学院是一个平台，它将致力于构建集“教材研发、在线学习、技能认证、人才交流、网商培养”为一体的开放式电子商务教育培训平台。

新阿里学院将通过提供电子商务及管理的培训和教育服务，打造适合企业的人才，满足中小企业的人才需求，帮助企业升级并促进社会就业。未来三年，新阿里学院将实现网商教育的规模化和产业化，达到促进10万人就业、100万人培训、1000万用户的目标。

网商大会：全球商界和中小企业的年度盛事



网商大会是全球商界和中小企业群体一年一度的盛事，历届网商大会的举办，对于电子商务理念和知识

的传播起到了重要的催化作用。2009年9月，第六届网商大会在杭州成功举办，2009APEC中小企业峰会也同期进行。在这个专为网商打造的全新开放交流平台上，历届十大网商、本届明日网商二十强、本届全球网商三十强齐聚一堂，共同对新商业文明、网商精神、中小企业和创业者“过冬”等议题深度研讨，并对网商发展的未来十年进行了展望。

网商在走过浮现、生存与立足、崛起、生态化发展等阶段之后，2009年，网商步入了社会化的发展阶段。这一年，网商群体的数量激增到6300万。

明日网商挑战赛：网络就业创业护航行动



“明日网商挑战赛”是阿里巴巴联合国内300多家高校发起的大型电子商务教育发展计划，2009年为第二届。在此次大赛中，共有11万大学生通过网络寻找就业创业的机会。据了解，参加大赛的选手中，大部分都是零资金启动。通过大赛磨炼，利用阿里巴巴集团的电子商务平台，在众多项目中，均涌现出了月入万元、千元的选手。这些大学生，成为了网络就业创业的突围先锋。

阿里巴巴商学院：校企合作典范



杭州师范大学阿里巴巴商学院是一所由杭州师范大学与阿里巴巴合作共建的校企合作学院。商学院以电子商务专业为主，将逐步发展经济类、财会类、贸易类专业。该商学院有着独特的人才培养模式：大一学生淘宝网开店；大二学生进入阿里实训课程体系；大三学生通过网络平台为阿里客户企业做项目设计；大四学生进入阿里巴巴集团全面实习。

2009年6月，杭州师范大学阿里巴巴商学院学生自主创业园区正式挂牌，4家由大学生创办的网店拥有了实体店。今后，这个学生自主创业园区将让更多大学生的创业梦想从网络虚拟店走进现实生活。

活水计划：支持青年学者成长



阿里巴巴青年学者支持计划（简称“活水计划”）于2009年2月由阿里巴巴集团发起，旨在促进广大青年学者成长，推动我国的电子商务研究。“活水计划”启动后得到了国内电子商务学术界的积极支持，众多青年学者提交了课题申请。最终，十位分别来自复旦大学、中国人民大学、浙江大学等国内知名高校的青年学者入选第一期“活水计划”。在十个多月的时间里，青年学者们围绕网商竞争力、电子商务信用、互联网渠道治理等主题展开了研究。阿里巴巴则从集团内部相应部门中为十位青年学者推荐了研究伙伴，并提供数据、案例、资金等方面的支持，以及开放实地调研、学术交流等机会。

致力社会公益事业

阿里巴巴自成立之初，就积极投身于社会公益事业，努力承担更多的社会责任。阿里巴巴奉献爱心、回馈社会的每一个活动，都与阿里人的积极参与密不可分，员工志愿者成为阿里巴巴积极参与社会公益的一个重要方式。



乐橙在行动

“乐橙”是阿里巴巴内部的员工志愿者项目，参与者通过自行承担假期和费用的方式，结合阿里巴巴本身的资源优势，开展各种爱心公益活动。乐橙的使命：人人都能快乐地履行社会责任！

“乐橙”的由来：“乐”取自于“乐活（LOHAS）”，由lifestyles of health and sustainability中每个英文单词的第一个字母组成，意味着“健康、可持续的生活方式”。“橙”

取自于“阿里橙”，意味着阿里巴巴独特的企业文化。“乐橙”象征着所有的阿里员工能够在企业中健康、快乐、持续地成长，并积极地将这种态度传递给身边的人。

阿里巴巴“乐橙项目”实施以来，一个重要的内容就是支援青川。

“乐橙”第一期的成员，走街串巷去宣传、普及电子商务知识；“乐橙”第二期的成员们，则在青川县城开讲了阿里巴巴电子商务第一课（淘宝开店

流程）；“乐橙”第三期重点围绕着已经成为淘宝会员的客户做专项培训；“乐橙”第四期在为青川卖家专项服务的同时，首次将电子商务课堂开进了青川职业高中。

参与“乐橙项目”的阿里员工，不忘关注青川的父老乡亲，社区电影、滨河广场舞蹈、阿牛哥哥姐姐结对子等活动的开展，丰富了当地人的文化和精神生活。

1人1天1分钟

2009年，阿里巴巴集团十周年提出了“1人1天1分钟”的公益理念，并组织员工志愿者参与环境保护、绿色公交、山区小学慰问、无偿献血、农民工子女关怀、残疾人网络创业培训等公益活动，截止12月底，超过2000名员工志愿者参与。



公益捐助

2009年，阿里巴巴向杭州市春风行动办公室捐赠了102万元，用以补助杭州市困难群体。

2009年8月，台风“莫拉克”侵袭台湾，给当地造成巨大损失。阿里巴巴迅速行动，在全公司开展了募捐活

动，员工可以通过内网的在线捐助平台进行捐款，活动募集的资金很快就汇往了台湾灾区。

2009年9月，阿里巴巴在美国纽约宣布和格莱珉银行信托基金携手，共同开展格莱珉中国项目，通过

向中国最贫困的居民提供小额信贷金融服务，帮助他们创造收入来源，提升生活水平。阿里巴巴集团捐出500万美元作为首笔资助金以协助格莱珉中国的成立。

网络捐赠：新公益模式

汶川大地震一周年，淘宝网与阿里巴巴都举行了爱心专题活动。淘宝网在首页投放资源，开展纪念活动，并动员网友为灾区进行捐赠。阿里巴巴B2B则向个人及企业推销灾区当地

特产，包括青川木耳、汶川金属硅、北川玄参等众多商品，帮助灾区恢复经济。

在2008年汶川地震中，以淘宝网为代表的网络捐赠显示了独特的公

益价值，同时也给网络平台的公益行为提供了一个新的可能——社会责任也可以网络化。这种方式的优势在于：方便快捷、保护隐私、监管透明。

阿里巴巴·希望小学教师培训专项基金

为了帮助经济欠发达地区的希望小学提高教学质量，阿里巴巴同浙江省青少年发展基金会合作，建“专项基金”，目前已开展了3期希望小学教师培训，先后邀请四川青川、青

海、新疆建设兵团和浙江衢州、丽水等经济欠发达地区希望小学120多名优秀骨干教师参加。培训将有助于营造希望小学教师再教育的良好氛围，加强东西部教师信息的交流，促进希望小学的管理和教学水平的提

高，改善农村基础教育事业薄弱的现状，加深希望小学教师培训计划在农村地区的影响力。

阿里巴巴十周年系列公益活动

2009年是阿里巴巴成立十周年。如果说今天的阿里巴巴取得了斐然的成绩，那成绩里不仅凝聚了客户的信任，还有所有阿里人不懈的努力，更有来自全社会的支持。正是他们的理解、信任和支持，让今天的阿里走得更稳，看得更远。

在十周年之际，公司组织了三大公益活动：

- 1.阿里十年•让爱传递
- 2.阿里十年•感谢有你
- 3.橙色阿里•绿色杭州

2009年7月16日，阿里巴巴集团向全体员工发出题为“**阿里十年，1人1天1分钟**”的号召信，组织大家参加十周年系列公益活动。信中说：“我们希望全体阿里人一天里能拿出你的1分钟，与更多的人一起分享。阿里人，让我们行动起来，加入公益行动，谱写我们下一个更精彩的十年。”

在之后三个月的时间里，阿里巴巴社会责任部门组织了多种形式的公益活动，在公司内部和社会引

起了广泛反响：

- 7月25日，西湖环保行
- 7月26日，网络就业培训、你丢我捡活动
- 8月1日，自主贫困学校、西湖环保行
- 8月6日，关怀民工子女
- 8月8日，橙色公交
- 8月10日，文明出行、禁烟
- 8月21日，关怀民工子女
- 8月30日，你丢我捡、西湖环保行
- 8月31日，环保筷子、网络就业培训
- 9月1日，资助贫困学校
- 9月5日，橙色公交
- 9月19日，西湖环保行
- 9月26日，网络就业培训

对于十年来说，1分钟是短暂的，但1分钟又是美丽而温暖的。阿里人以自己的行动，践行了企业社会责任深刻而又朴素的内涵。

SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICE

保护环境

唤醒环保意识, 带动环保行动, 是阿里巴巴社会责任的重要内容。

全球气候变化深刻影响着人类的生存和发展。根据国家环保局2005年的数据显示, 中国95%的绝对贫困人口生活在生态环境极其脆弱的老少边穷地区, 对气候变化非常敏感。近期, 我国也已经制定了温室气体减排目标: 2009年11月25日, 国务院召开的常务会议决定, 到2020年中国单位国内生产总值二氧化碳排放比2005年下降40%-45%。

阿里巴巴始终以保护环境为己任, 致力于在创建资源节约型和环境友好型社会中发挥先锋作用。阿里巴巴不仅自觉控制对环境的污染, 降低能耗, 而且通过自身电子商务平台推动整个社会节能环保意识的提高, 这也是阿里巴巴履行对自然环境责任的特色。

云计算

2009年9月, 阿里巴巴成立了专注于云计算领域的阿里云公司。云计算将成为IT领域未来发展的主要趋势, 计算力将如同水电一样可以方便地获得。云计算对于节能减排具有重要意义。据阿里云测算, 云计算可以提高计算资源的利用率, 使得原本需要3万台服务器才能完成的工作, 用1万台服务器就可以完成, 因此, 云计算可以节约非常可观的电能, 同时也降低了碳排放量。

绿色行动

保护环境, 同样是阿里巴巴“1人1天1分钟”公益项目的重要内容。2009年, 公司多次组织员工志愿者开展西湖环保行、“你丢我捡”环保活动、绿色公交、推广环保筷子等活动。这些活动得到了阿里巴巴员工的热烈响应, 不仅增强了大家的环保意识, 也激发大家行动起来, 带动身边更多的人保护环境。

网货交易会“环保购树”公益活动

自第三届网货交易会始, 淘宝将携手中国绿化基金会、联合国环境规划署共启“2010淘宝, 全民种树减碳总动员”绿色公益活动, 倡议全体与会人员参与第三届网货交易会“环保购树”公益活动, 消除二氧化碳, 援助西部贫困人口, 保护地球环境。

参展个人和参展商通过现场购买环保“绿树卡”, 抵销其参与本次活动出行时所排放的二氧化碳, 同时援助甘肃通渭县贫困家庭种植大果沙棘生态经济林, 应对气候变化带给他们的生存挑战。(个人卡每张固定捐赠金额为¥20元, 4棵沙棘苗, 参展商卡每张设定捐赠金额为100元, 20棵沙棘苗。卡上印有在“淘宝会员爱心林”内植树的激活密码。)



绿色公交行动



环保筷子行动



成都网货会上阿里和参展商共推环保

未来展望

探索以平台化方式推进社会责任, 加大水资源保护和植树造林的力度, 是阿里巴巴集团2010年社会责任工作的重点。

当下这场经济危机, 本质上是驱动全球商业文明变革的一场危机。未来, 以开放、分享、责任和全球化为前提的新商业文明必将诞生, 其中“责任”将是新商业文明最重要的特质之一。我们认为, 企业履行社会责任应从自身商业模式出发, 以寻找到持续推进的坚实基础。对阿里巴巴而言, 满足社会需求, 促进自身发展, 推动社会进步是发展动力所在。因而, 将社会需求与阿里巴巴的发展融合, 高效整合社会资源, 让更多的利益相关方受益于阿里巴巴的发展, 并参与到共同履行社会责任的进程中来, 有利于阿里巴巴更大限度地发挥电子商务平台的带动效能。

2010年, 我们将集中致力于推进如下社会责任行动

- 继续完善社会责任平台。阿里巴巴将继续加强社会责任体系建设, 通过更加成熟的利益相关方调查机制, 加强同各利益相关方的沟通; 加强内部传播, 使员工深入了解阿里巴巴的社会责任理念, 并积极投身参与其中; 通过向国内外优秀企业学习, 进一步明确阿里巴巴社会责任管理体系的方向和目标。

- 深入推进青川农村电子商务。援建青川, 是我们的一项长期任务; “授人以渔”则是阿里巴巴慈善行动的特色。2010年, 阿里巴巴将在青川普及电子商务促进经济可持续发展、推动年轻人网络开店帮助销售农副产品、支持教育事业、培养商务人才等方面持续努力。

- 打造“1人1天1分钟”社会公益活动品牌。2009年, 阿里巴巴推行的一系列“1人1天1分钟”社会公益活动, 取得了良好的反响, 2010年, 我们将进一步强化该品牌, 扩大活动的参与度。

- 保护水资源和植树造林, 将是2010年阿里巴巴在自然环境保护方面的重点工作。阿里巴巴将依据员工出差、员工驾驶汽车的里程, 折算成二氧化碳排放量, 通过植树造林来平衡人类活动对环境的影响。

关注 FOCUS

水资源保护和植树造林

哥本哈根会议是一个强劲的信号。它不仅是一个气候会议，同时也告诉企业界，企业应该有一个转变：过去是从市场中寻找机会，现在应该转变成为社会解决问题。

我最近参加的世界性的经济论坛比较多，每一次都谈大气环保、大气污染。我身边有同事和亲人因为癌症去世，相信每个人身边都有这样的例子，我反思这个问题：我们很努力，身边的年轻人也很努力，社会发展越来越好，物质文明越来越好，但是疾病越来越多，我们每天考虑的是建更多的医院、培养更多的医生，但是问题出在哪里？我想起以前我们的工程师每天很忙，但计算机程序还是经常有bug。最后我们发现假如不从程序第一段解决这个源头，后来会越来越忙。所以我们不仅要培养更多的医生和医院，还要从病源抓起。

我看到，我们身边的水资源出问题了。现在全世界的水受到越来越多的污染，干净的水越来越少！今年阿里巴巴10周年时，我们的员工横渡钱塘江。我们在确保安全的情况下，选出了游泳健将游过钱塘江。20年前钱塘江清澈见底，而现在已经很污染，我们最后一个从江里起来的同事身上像涂了油漆一样。

另外一个问题是种树。污染这么大，节能减排方面我们能做些什么？我们可以减少开车，可以骑自行车上下班。我们在公司里面也做一些试点，就是将自身活动形成的碳排放折算成树木。我发现当公司开始重点关注生态、关注水、关注森林、关系环境的时候，我们的年轻同事从来没有那么团结过，从来没有对未来那么负责任过。

做企业必须要务实，假如不能从点点滴滴做起，新商业文明就是一句空话。我们规定，阿里巴巴9个高管，每一个季度必须有一天时间坐下来，只讨论环保、只讨论水。（摘编自2009年12月马云在第八届中国企业领袖年会上的讲话）



社会评价



中共中央政治局常委、全国人大常委会委员长吴邦国视察阿里巴巴



中共中央政治局常委、全国政协主席贾庆林视察阿里巴巴



新加坡总理李显龙访问阿里巴巴

各方评价

●全国人大常委、民建中央副主席、著名经济学家辜胜阻：

我们创业的教育不够，要实现大学生就业，鼓励他们中的一部分进行创业，推进这件事情。创业教育我们现在需要加强。另外一个最重要的是创业的环境。我们现在也可以看到，淘宝网上，每天有新的几千家在上面开店。从08年以来有一大批新的人在上面开店，好多就是大学生，网络创业已经形成一个热潮。

●中共浙江省委常委、杭州市委书记王国平：

目前就业形势严峻，以淘宝为代表的电子商务企业能很好地解决就业问题。像阿里巴巴这样的互联网经济就解决了五十七万人的就业，同时还间接地解决了几百万人的就业，这充分说明了新经济的威力。

●全国人大代表、上海市政协副秘书长、农工党上海市委副主委张喆人：

建议关注淘宝网这样的潜力很大的网络创业平台，创新就业方式和途径，多渠道解决就业问题。

●“国家电子商务发展‘十一五’规划”主要起草人、清华大学教授柴跃廷：

对于我国出口加工型和国际贸易型企业而言，欧洲、美国、日本等经济体市场需求萎缩，必定会强化对发展中国家及国内市场的开拓，而电子商务的时空无限性特征是低成本开拓市场的有效途径。淘宝网等第三方交易与服务平台，是中小企业开拓市场、树立品牌、降低成本的有效途径之一，具有良好的发展前景。

●中国电子商务协会政策法

律委员会副主任、中国电子商务法律网总裁阿拉木斯：

在成立的五年里，支付宝创造了超常规快速发展的“神话”，对电子商务、金融服务等领域也产生了广泛而深远的影响。可以说，支付宝是互联网在我国发展十余年商业模式创新的最佳案例，支付宝的发展其实是网络经济、信用经济、服务经济相辅相成，以致倍增的典型。充分研究支付宝的成功经验，可以为我国经济转型和科学发展，从而跨入新商业文明时代找到答案。

●中国社会科学院信息化研究中心秘书长姜奇平：

支付宝的历史意义，在于它第一次把社会资本变成了商业文明的核心。从这个意义看，支付宝的贡献不仅在于推动了支付体系建设本身，支

付宝和以支付宝为代表的社会资本力量,化腐朽为神奇,使基础设施具有了社会网络基础设施的意义,使诚信体系具有了社会网络价值体系的意义,使中小企业具有了网商生态系统的意义,使金融创新具有了智慧支配资金的意义,使电子商务具有了重新配置和分配财富的意义。

●诺贝尔和平奖获得者、孟加拉格莱珉银行创始人穆罕默德·尤努斯:

阿里巴巴利用互联网平台,为人们创造买卖的机会。我愿意与阿里巴

巴创办一家这样的企业,来向最贫穷的阶层提供同类服务,让他们的产品可以销往国际市场,这样他们可以省下大笔支付给中间商的资金,运作他们自己的企业。由此获得收入,提高自身生活水平,走出代代相传的贫穷命运。

●全国人大代表、联想集团董事局主席柳传志:

农民对电脑的需要还是非常迫切的,因为它不仅是生活资料,而且马上可以转换成生产资料。比如在淘宝网开店,可以解决很多残疾人、下岗工人

以及大学生的就业问题。

●义乌工商学院院长贾少华:

以我们学校的经验证明,每一个大学生都可以通过在淘宝上创业解决就业问题。而且淘宝创业无门槛、零资本起步,也是最适合大学生创业的途径。淘宝是最好的一个手段,创业是最好的手段,所以创业是最好的学习,创业是最有效的学习。

荣誉与奖项

2009年6月,美国《时代》杂志推出“2009年度最具影响力百人榜”,阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官马云因创造了全球电子商务奇迹而上榜。

2009年8月,阿里巴巴入选CCTV评选的“新中国成立60周年——推动中国经济·影响民众生活的60个品牌”。

2009年9月,《财富》(中文版)公布2009年度“最受赞赏的中国公司”评选结果,阿里巴巴成功入选并跻身前三甲的位置。

2009年12月,由经济观察报社与北京大学管理案例研究中心主办的“2008-2009年度中国最受尊敬企业”评选活动揭晓,阿里巴巴从374家入围企业中脱颖而出,荣获年度“中国最受尊敬企业”。这是继阿里巴巴2007年获奖后,第二次入围该奖项。

2009年12月,在2009(第八届)中国企业领袖年会上,阿里巴巴集团董事局主席兼首席执行官马云获得“2009年度最具影响力25位企业领袖”称号。

2009年12月,在中央电视台2009中国经济年度人物评选中,阿里巴巴董事局主席兼首席执行官马云荣膺“十年商业领袖”称号。

案例精选

案例一

浙江义乌工商学院：大学生集体创业典型



义乌工商学院：创业是最好的学习

2009年，浙江义乌工商学院8000名学生中有1200人在淘宝开店创业，学校为学生提供了2800平方米的创业园区，同学们在一起相互鼓励、相互帮助，共同创业。大三学生杨甫刚，一年多时间做到两皇冠，月收入达到8万元，从入学时的贫困生发展为现在手上十几万流动资金的淘宝店主。他还捐出2万元在学校设立了创业基金。

当600多万大学生毕业生为就业问题千军万马挤独木桥时，这所学校有400多名在校生通过在淘宝上创业已经实现了月入过3000元。同时，校园内也已形成一条电子商务供应链，还有多家快递公司进驻学院专门给这些创业学生提供快递服务。

该校校长贾少华说：“我们的目标是在校就实现就业，而且通过实践我们发现，淘宝创业并不是一个需要特殊才能的工作，人人皆能创业。我们已经摸索出一套流程，在这个流水线上能源源不断地生产出月入过3000元的淘宝店主。”

案例二

苏北的“淘宝村”：线上市场带动线下集群



苏北沙集镇的农民通过电子商务打开新天地

走进江苏徐州沙集镇东风村，一派苏北农村的宁静景象，满目是青青的禾苗，田田的水塘边摇曳着繁茂的狗尾巴草。但是每天下午2点，这种宁静便被打破：十几家快递公司的货车开始穿梭于各条田间小路，进行繁忙的装货运货作业。

东风村有478户都在淘宝网上开了店，上千名农民在淘宝网上卖起了木制家具，如今无论是网店集中度还是成交额都位列淘宝网家具家居类首位。随意敲开村里一家土瓦房的大门，跃入眼帘的可能就是只有小学文化的妇女抱着孩子在与买家网聊。在这个每年快递费就高达600万元的小镇，靠着网店月收入上万的大有人在。

沙集镇上街道两边的店铺，无论是卖手机的、卖衣服的还是理发店、农机店，现在80%都在兼营网店，卖的全是当地生产的木制家具。但在两年前，这里没有快递公司，没有木材加工厂，甚至根本不出产木料，主要产业是废塑料回收加工，年轻人大多外出打工。

网店多了，加工厂也如雨后春笋般涌出。目前，沙集镇有1200多家网店、33家家具加工厂。也就是说，绝大部分网店并没有自己的加工厂，只是“经纪人”做销售，拿货就从别家拿。

周边产业也得到了快速拉动。快递公司抢着在镇上设点，镇上破天荒出现了5

家卖电脑的商店,周边的纸箱厂、胶带厂、五金配件厂等都跟着挣得盆满钵满,一个带动了上下游多个产业的新产业链在沙集镇悄然诞生。从一个没有资源、原有产业只是“收破烂”的地方,沙集镇正朝着一个家居产业基地的方向发展。

案例三

阿里巴巴持之以恒参与青川重建

2008年5月汶川地震发生以后,阿里巴巴成立了灾后重建工作小组,马云担任组长,集团CPO彭蕾担任副组长,以2500万元的专项基金,对口支援极重灾区青川县。

血浓于水,情重于山,阿里巴巴对青川的援助立足长远。“我觉得在灾后重建阶段,企业应该承担更多的责任,我们将持续7年支持灾后重建。”马云说。为了帮助青川经济加快恢复,阿里巴巴主要采取了以下一些措施:

- 建立青川“阿里之家”,配备8名长期驻守员工,推动农村电子商务发展,帮助青川农民增收致富,促进当地社会就业;

- 支援青川教育事业,资助青川教师稳定教师队伍。2009年3月底,阿里巴巴青川教师资助项目正式启动。该项目将在2009年度为青川县受灾最严重的15所学校教师及部分有家属遇难的教师,共计593人,发放2000元的资助金。首笔资助金800元/人已于2009年6月13日公开公正地进行了发放。第二部分资助金也于2009年12月底发送完毕。

- 帮助青川经济可持续发展。建设青川电子商务专区,推广青川产品;建立电教室,开展电子商务培训;组织青川企业参与成都网货交易会,拓宽营销渠道。

除此之外,阿里巴巴在广州、杭州的两届网货交易会上,都组织了支援青川的义卖活动,所有的义卖所得全部捐献给青川灾区的贫困学生,让那些今年考上了高中却没有能力上学的贫困学生延续读书的梦想。在杭州的网货交易会上,网商、演艺界明星都到场进行爱心义卖,就连NBA巨星科比也捐出自己的亲笔签名篮球进行现场拍卖。

2009年12月,在成都举办的第三届网货交易会上,阿里巴巴集团和青川县政府签署合作备忘录,通过电子商务手段恢复青川经济发展,加大对数万受灾民众的电子商务培训,此外,马云还受聘担任青川县经济顾问,集团副总裁梁春晓受聘担任青川县信息化顾问。在青川县政府和阿里巴巴组织下,青川共有11家企业参展,现场销售金额约10万元,订单近100万元,同时还引进10大网商参与青川的灾后重建。



阿里将电子商务培训课堂开进青川



阿里员工的到来给青川小朋友带来欢乐



阿里巴巴集团是全球电子商务的领导者,也是中国最大的电子商务服务公司。自1999年成立以来,阿里巴巴集团茁壮成长,员工数量从最初的18人发展到如今的近18000人。“让天下没有难做的生意”是阿里巴巴集团永恒的使命,培育开放、协同、繁荣的电子商务生态圈,是阿里巴巴集团的战略目标。

阿里巴巴集团所属公司

●阿里巴巴——全球领先的B2B电子商务公司

阿里巴巴网络有限公司(1688.HK)为全球领先的B2B电子商务公司,也是阿里巴巴集团的旗舰业务。阿里巴巴于1999年成立,通过旗下三个交易市场协助世界各地数以百万计的买家和供货商从事网上生意。三个网上交易市场包括:集中服务全球进出口商的国际交易市场(www.alibaba.com)、集中国内贸易的中国交易市场(www.alibaba.com.cn),以及透过一家联营公司经营、促进日本外销及内销的日本交易市场(www.alibaba.co.jp)。三个交易市场形成一个超过4500万名注册用户的网上社区。此外,阿里巴巴通过“阿里软件”品牌向中国各地的小企业提供商务管理软件解决方案,并通过阿里学院为国内中小企业培育电子商务人才。





●淘宝网——亚洲最大的网络零售商圈

淘宝网 (www.taobao.com) 成立于2003年5月10日, 由阿里巴巴集团投资创办。经过6年的发展, 截至2009年6月淘宝拥有注册会员1.45亿。数据显示, 2009年上半年淘宝网的交易额相当于全中国消费品零售总额约1.4%。

淘宝网同时经营阿里妈妈 (www.alimama.com) 及口碑网 (www.koubei.com)。阿里妈妈是网上广告交易平台, 网络遍及国内数十万个网站主; 口碑网为中国领先的分类资讯网站, 截至2009年中拥有超过3,000万名注册用户。



●支付宝——国内领先的独立第三方支付平台

支付宝 (www.alipay.com) 是国内领先的独立第三方支付平台。支付宝致力于为中国电子商务提供“简单、安全、快速”的在线支付解决方案。从2004年建立开始, 支付宝始终以“信任”作为产品和服务的核心, 为建立纯净的互联网环境迈出了非常意义的一步。

支付宝用户覆盖了整个C2C、B2C及B2B领域。截止到2009年12月8日, 支付宝注册用户达到2.5亿, 日交易额超过12亿元, 日交易笔数达到400万笔。



●阿里云——以数据为中心的先进云计算服务开发商

阿里巴巴云计算于2009年9月正式成立, 目标是打造先进的、以数据为中心的云计算服务平台。阿里巴巴云计算将为阿里巴巴集团及整个电子商务生态链提供强大和完整的互联网计算服务: 全面的具有电子商务价值的电子商务数据; 大规模、快速的电子商务数据处理能力; 定制化的电子商务数据服务。



●中国雅虎——中国领先的门户网站

2005年8月, 中国雅虎由阿里巴巴集团全资收购。中国雅虎(www.yahoo.com.cn)开创性地将全球领先的互联网技术与中国本地运营相结合, 并一直致力于以创新、人性、全面的网络应用, 为亿万中文用户带来最大价值的生活体验。目前中国雅虎网站更加专注为广大网民提供互联网门户资讯、邮箱、搜索等基础应用服务。中国雅虎依靠其强大的国际品牌资源、领先的网络技术和丰富的在线营销经验, 位居国内同行业网站前列。

阿里巴巴（中国）有限公司

地址：中国·杭州文二路391号西湖国际科技大厦A座19楼

电话：(86-571) 85022088

传真：(86-571) 85269066

邮箱：alibaba@alibaba-inc.com

网址：www.alibaba.com.cn

Alibaba (China) Co.,Ltd.

Address: 19/F, Building A, the West Lake International Plaza of S&T, No.391 Wen'er Road, Hangzhou China

Tel: (86-571) 85022088

Fax: (86-571) 85269066

Email: alibaba@alibaba-inc.com

Web: www.alibaba.com



本报告采用环保油墨印刷