



ALIBABA.COM LIMITED

阿里巴巴網絡有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1688)

截至二零一零年三月三十一日止季度業績公佈(未經審計)

- ❖ 註冊會員截至 3 月 31 日突破 5,000 萬名，於本季度內增長了 250 萬名，較去年同期上升近 1,000 萬名。
- ❖ 中國 Gold Supplier 付費會員超越 10 萬名，是我們幫助中國出口商透過我們平台營銷而取得的一個里程碑。
- ❖ 成功推出多項戰略性舉措，使中國交易市場本季度錄得超過 4 萬名中國誠信通會員的淨增長記錄。
- ❖ 受惠於強勁的新增付費會員數及兩個交易市場的增值服務收入增加帶動，營業收入同比增加 49% 至人民幣 12 億 2 千 1 百萬元，其中增值服務收入對中國 Gold Supplier 收入的貢獻超過 20%。
- ❖ 受惠於營業收入增加帶動，未扣除股權報酬支出前的 EBITA 同比上升 42% 至人民幣 4 億 2 千 6 百萬元。
- ❖ 流動資金水平持續強勁，經常性經營自由現金流量同比上升 28% 至人民幣 4 億 3 千 8 百萬元，而現金結餘同比則上升 8% 至人民幣 75 億 3 千 2 百萬元。

財務摘要(未經審計)

	二零零九年 第一季度 人民幣百萬元 (重列)	二零一零年 第一季度 人民幣百萬元	同比 變化	二零零九年 第四季度 人民幣百萬元	環比 變化
營業收入	817.4	1,220.6	+49.3%	1,105.7	+10.4%
未扣除利息、稅項及攤銷前之利潤("EBITA")	260.5	374.6	+43.8%	260.1	+44.0%
權益擁有人應佔溢利	246.7	330.0	+33.8%	281.2	+17.4%
股權報酬支出	40.0	51.1	+27.7%	57.5	-11.2%
遞延收入及預收賬款	2,484.9	3,567.9	+43.6%	3,437.0	+3.8%
經常性經營自由現金流量	342.9	438.4	+27.9%	693.0	-36.7%
每股盈利，基本 (港元)	5.55 仙	7.45 仙	+34.2%	6.33 仙	+17.7%
每股盈利，攤薄 (港元)	5.52 仙	7.37 仙	+33.5%	6.28 仙	+17.4%

營運摘要

	二零零九年 第一季度	二零一零年 第一季度	同比 變化	二零零九年 第四季度	環比 變化	二零一零年 第一季度 淨增長
註冊用戶	40,250,413	50,249,939	+24.8%	47,732,916	+5.3%	2,517,023
國際交易市場	8,623,701	12,577,930	+45.9%	11,578,247	+8.6%	999,683
中國交易市場	31,626,712	37,672,009	+19.1%	36,154,669	+4.2%	1,517,340
企業商舖	5,041,063	7,278,770	+44.4%	6,819,984	+6.7%	458,786
國際交易市場	1,042,926	1,476,784	+41.6%	1,400,326	+5.5%	76,458
中國交易市場	3,998,137	5,801,986	+45.1%	5,419,658	+7.1%	382,328
付費會員(註 1)	481,575	658,701	+36.8%	615,212	+7.1%	43,489
中國 Gold Supplier 會員	55,810	100,694	+80.4%	96,110	+4.8%	4,584
國際 Gold Supplier 會員	17,580	16,330	-7.1%	17,786	-8.2%	-1,456
中國誠信通會員	408,185	541,677	+32.7%	501,316	+8.1%	40,361

註 1：包括經常更新企業商舖供求資訊的國際及中國交易市場的付費會員，及已支付會籍計劃認購費但尚未在本公司的交易市場啟動企業商舖的付費會員。

註 2：若干比較數字已根據受共同控制業務合併之原則，於收購阿里軟件控股有限公司及其子公司旗下的管理軟件業務時予以重列。

業績

阿里巴巴網絡有限公司（「本公司」或「阿里巴巴」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「我們」或「本集團」）於截至二零一零年三月三十一日止季度的未經審計業績，連同二零零九年同期及截至二零零九年十二月三十一日止季度的比較數字列示如下：

簡明綜合全面收益表（未經審計） 截至二零一零年三月三十一日止季度

	二零零九年 第一季度 人民幣千元 (重列)	二零一零年 第一季度 人民幣千元	二零零九年 第四季度 人民幣千元	二零一零年 第一季度 人民幣千元
營業收入				
國際交易市場	505,597	718,949	687,102	718,949
中國交易市場	301,075	406,137	402,001	406,137
其他	10,700	95,524	16,616	95,524
營業收入總額	817,372	1,220,610	1,105,719	1,220,610
營業收入成本	(113,132)	(194,357)	(146,821)	(194,357)
毛利	704,240	1,026,253	958,898	1,026,253
銷售及市場推廣費用	(293,472)	(466,246)	(481,640)	(466,246)
產品開發費用	(69,393)	(117,367)	(121,396)	(117,367)
一般及行政費用	(84,631)	(122,467)	(130,853)	(122,467)
其他經營收入淨額	13,278	49,321	41,805	49,321
營業利潤	270,022	369,494	266,814	369,494
財務收支淨額	38,978	33,125	32,854	33,125
應佔聯營公司除稅後虧損	(11,027)	(3,802)	(7,916)	(3,802)
除稅前利潤	297,973	398,817	291,752	398,817
所得稅支出	(51,296)	(68,719)	(10,599)	(68,719)
本期利潤	246,677	330,098	281,153	330,098
其他全面收益				
可供出售投資的公允價值淨收益	-	240	160	240
貨幣匯兌差額	5,342	(644)	354	(644)
本期全面收益	252,019	329,694	281,667	329,694
本期利潤分配予：				
本公司權益擁有人	246,677	329,999	281,153	329,999
少數股東權益	-	99	-	99
本期利潤	246,677	330,098	281,153	330,098
本期全面收益分配予：				
本公司權益擁有人	252,019	329,595	281,667	329,595
少數股東權益	-	99	-	99
本期全面收益	252,019	329,694	281,667	329,694
每股盈利，基本（人民幣）	4.89 仙	6.55 仙	5.58 仙	6.55 仙
每股盈利，攤薄（人民幣）	4.87 仙	6.48 仙	5.53 仙	6.48 仙
每股盈利，基本（港幣）（註3）	5.55 仙	7.45 仙	6.33 仙	7.45 仙
每股盈利，攤薄（港幣）（註3）	5.52 仙	7.37 仙	6.28 仙	7.37 仙

註3：在二零一零年第一季度，人民幣金額與港元的換算以人民幣0.8793元兌1.0000港元，二零零九年第一及第四季度分別以人民幣0.8815元及人民幣0.8809元兌1.0000港元的匯率計算。這並不表示港元金額已經、應當或可以按上述或任何其他匯率兌換為人民幣，反之亦然。

附加季度財務資料 (未經審計)

	二零零九年 第一季度 人民幣千元 (重列)	二零一零年 第一季度 人民幣千元	二零零九年 第四季度 人民幣千元	二零一零年 第一季度 人民幣千元
營業收入				
國際交易市場				
中國 Gold Supplier	492,721	699,336	669,159	699,336
國際 Gold Supplier	12,876	19,613	17,943	19,613
	505,597	718,949	687,102	718,949
中國交易市場				
中國誠信通	288,469	390,427	379,373	390,427
其他收入(註 4)	12,606	15,710	22,628	15,710
	301,075	406,137	402,001	406,137
其他收入(註 5)	10,700	95,524	16,616	95,524
合計	817,372	1,220,610	1,105,719	1,220,610
經常性經營自由現金流量(非 GAAP)				
經營活動產生的現金流量淨額	367,806	431,534	986,360	431,534
購買物業及設備支出，不包括支付本公司企業園區項目之土地使用權及建築費用	(24,894)	(44,360)	(62,068)	(44,360)
一次性退稅及其他	-	51,259	(231,259)	51,259
合計	342,912	438,433	693,033	438,433
股權報酬支出	39,994	51,090	57,512	51,090
無形資產及預付土地租賃款項攤銷	1,951	8,345	1,349	8,345
	截至 二零零九年 三月三十一日 人民幣千元 (重列)	截至 二零一零年 三月三十一日 人民幣千元	截至 二零零九年 十二月三十一日 人民幣千元	截至 二零一零年 三月三十一日 人民幣千元
現金及銀行存款	6,948,025	7,531,557	7,216,445	7,531,557
遞延收入及預收賬款	2,484,924	3,567,882	3,436,975	3,567,882

註 4: 從中國交易市場賺得的其他收入主要來自第三方廣告費用。

註 5: 其他收入主要來自銷售網站基建及應用服務及若干軟件產品而賺得。

二零一零年第一季度業務回顧

業務回顧

在全球經濟復甦還面對崎嶇前景時，中國經濟已大步向前，二零一零年第一季度中國國內生產總值表現出色，錄得 11.9% 的增長。最新經濟數據顯示，出口如市場預期，正在逐步恢復過來。二零一零年第一季度，我們堅持落實擴大兩個交易市場註冊用戶和付費會員基礎的戰略，繼續擴大我們的市場領先地位。去年，我們國際交易市場的舉措令人滿意，今年第一季度，我們也開展了一系列與中國交易市場相關的戰略，以幫助小企業利用電子商務做生意，打穩基礎並在經濟復甦過程中佔領先機。

第一季度，我們在各方面均取得穩定發展。我們新增了 250 萬名註冊用戶、逾 458,000 個企業商舖及超過 43,400 名的付費會員，這是一個重要的里程碑，使阿里巴巴成為全球擁有超過 5,000 萬名註冊用戶、730 萬個企業商舖及 658,701 名付費會員的電子商務平台。我們第一季度的營業收入和淨利潤令人鼓舞。我們季度營業收入保持著一個強勁的增長態勢，二零一零年第一季度同比增長 49.3%，二零零九年第四季度則同比增長 35.8%。縱使第一季度相對淡靜，但我們經常性經營自由現金流量及遞延收入仍健康增長，遞延收入同比增長 43.6%，達人民幣 36 億元。此等成績不僅顯示我們團隊強有力的執行力，另一方面也說明，我們為小企業所創造的價值也得到肯定。

國際交易市場

第一季度，我們國際交易市場的註冊用戶共增加了 999,683 名，於二零一零年三月三十一日，我們共有 12,577,930 名註冊用戶；企業商舖數量共增加 76,458 個，至 1,476,784 個。用戶的擴張繼續增加我們交易市場的流量及買家的活躍度。而中國 Gold Supplier 的數目也首次突破 10 萬大關，這是我們一直堅持幫助中國出口商透過我們平台營銷而取得的一個里程碑。於至二零一零年三月三十一日，我們共有 100,694 名中國 Gold Supplier 會員，季度淨增加 4,584 名會員。客戶淨增長數的放緩是在我們預計當中，這是第一季度季節性因素和農曆新年假期導致工作日數減少的緣故。而出口通會員的續簽情況與我們過往第一年的付費客戶續簽表現大致相符。

季度內，我們繼續透過各種增值服務幫助會員實現我們平台能帶給他們的價值。我們的續簽銷售團隊在專注於續簽的同時也努力提升續簽會員對增值服務的使用，這都令我們第一季度增值服務的使用及其對收入的貢獻得到提升。值得注意的是，第一季度增值服務對中國 Gold Supplier 收入的貢獻已超越了百分之二十。我們深信，增值服務的普及度及使用率會隨著會員數目的擴張而逐步提升。我們的策略是以具競爭力的會籍年費吸引新客戶，同時再以不同的增值服務來滿足客戶不同需求。我們相信此舉會更方便客戶和提高產品整體的靈活性，從而也會提升我們客戶體驗的滿意度。

截至二零一零年三月三十一日止，我們共有 16,330 名國際 Gold Supplier 會員。國際 Gold Supplier 會員數自二零零九年下半年開始下調，誠如之前公告所討論，我們估計此情況可能還會持續幾個季度，直至所有舊會員於續簽時能全面接納新產品的服務及價格水平為止。

最新產品和發展

自二零零九年第四季度試驗性推出「全球速賣通」網上批發交易平台以來，我們看到，用戶活躍度及平台上的交易量均健康成長。而二零一零年四月二十六日，全球速賣通也結束試運行的階段，正式推出市場，並向中國的付費會員及免費會員全面開放。為更方便用戶，我們最近也新加更多的付款方式，包括銀行匯款及 Paypal 付款模式。另外，我們也和 UPS 結合為戰略伙伴，為全球速賣通的用戶提供優惠的國際包裹運傳物流服務。在未來幾年，我們會積極投資約一億美元，於包括用戶開發、市場推廣及技術基礎建設方面，為小企業捕捉更多的商機。我們目前的目標是將全球速賣通發展為領先的網上跨境批發交易平台。

中國交易市場

第一季度，我們的中國交易市場繼續強勁增長。第一季度新增 1,517,340 名註冊用戶，截至二零一零年三月三十一日止，我們共有 37,672,009 名註冊用戶。同期，企業商舖的數目增加 382,328 個，或 7.1%，至 5,801,986 個。

於二零零九年，我們在國際交易市場推出 Gold Supplier 出口通版的戰略舉措取得了巨大的成功，幫助小出口商渡過全球經濟低迷時期。我們認為，中國強勁的內需將會是下一輪經濟長期持續增長的引擎。所以，我們會在二零一零年加快對中國交易市場的投資。我們在中國交易市場推出了多項舉措，其中包括重新改造中國交易市場的網站，並選用 1688.com 作為新域名和突出其批發平台的特色。此等措施，連同我們網站上的宣傳，如「秒批」以及「團批」等，為網站引來了大量的流量。我們相信，此等措施都會為我們未來增長奠定穩健的基礎。

除網站升級外，我們還於二零一零年四月推出新的「誠信通普及版」服務。誠信通普及版會員年費為人民幣 1,688 元，定位為一入門級產品，是為幫助小企業在阿里巴巴平台上建立他們的第一個電子商務據點和誠信檔案。新打造的普及版將取代我們原有的中國誠信通服務。另外，為回饋我們忠實的誠信通老會員，我們將他們的會籍都升級為「誠信通限量版」。而誠信通限量版，則包含個別增值服務及市場推廣工具，僅供誠信通老會員於續簽時繼續選用這服務，這產品保持原來價格為每年人民幣 2,800 元。

推出誠信通普及版的戰略，是我們在國際交易市場上推出 Gold Supplier 出口通版戰略決策的合理延伸。我們從未改變對電子商務的看法，並認為它在中國還有巨大的增長潛力。在遠未滲透的市場上加速新簽會員是極為重要的戰略。透過降低會員的門檻，我們成就兩個目的。首先，我們加快小企業從網下向網上轉移的過程，小企業可利用我們的平台提高效率；另一方面，這也有利我們進一步擴大市場領先地位。第二，這發展方向幫助提升我們的業務模式。在降低了入門會員費的同時，我們也積極推出更多增值服務來滿足客戶不同的需求。

三月份我們積極推廣誠信通限量版，在強大的市場推廣和我們團隊強有力執行下，我們努力所取得的成果抵銷了第一季度和農曆新年長假所引起的淡季影響。本季度，我們淨增加 40,361 名中國誠信通會員，和創下季度淨增會員數的新紀錄。截至二零一零年三月三十一日止，我們共有 541,677 名中國誠信通會員。本季度內，主要增值服務產品如網銷寶及黃金展位保持增長勢頭。在新客戶數於本季度大幅上升的同時，我們的增值服務對中國誠信通收入的貢獻仍保持在約百分之十五的水平，反映現有客戶對增值服務的需求明顯增加。

在推出誠信通普及版的同時，我們也進一步改善中國交易市場的安全和誠信水平。我們會組建中國首個小企業商業信用體系和設立誠信保障金來保障買家利益；而供應商也可以主動自交保障金，以展示他們對自己產品和服務的信心，及願意對買家承擔責任。這信用系統的核心是進一步完善買賣雙方相互進行信用評分的機制。隨著時間的推移，買賣雙方可在阿里巴巴平台上累積他們商業活動和交易的信用記錄。我們希望將來這互動的信用評分機制可發展成一個行業的標準。

中國萬網

我們收購中國萬網以來，其大部份業務均錄得強勁的增長。我們相信，隨著互聯網基礎設施的穩定發展，3G 網絡及更多消費者可負擔得起的網絡移動設備的推出和不斷進步的互聯網環境，將有利推動域名及網站託管的需求和長遠持續穩定的發展。截至二零一零年三月三十一日止，中國萬網有約 200 萬個在服務中的域名；而其他非域名服務的付費會員數約有 228,000 名。這些會員大部分都和我們原來阿里巴巴客戶不重疊，長遠來說，有利發揮潛在的協同效應。

銷售及客戶服務

在「服務年」，我們致力提高銷售團隊的生產力及服務質素，以便更好地服務客戶。截至二零一零年三月三十一日止，我們有超過 4,400 名 Gold Supplier 直銷人員及約 2,000 名中國誠信通電話銷售代表。另外，我們的續簽團隊聯同約 1,000 名客戶服務人員亦繼續為我們的付費會員提供服務。

僱員

截至二零一零年三月三十一日止，我們的僱員總數為 11,916 名（二零零九年三月三十一日：8,910 名），其中包括 642 名來自中國萬網的僱員。二零一零年第一季度的有關僱員成本（包括董事酬金）為人民幣 5 億 1 千 7 百 50 萬元（二零零九年第一季度：人民幣 3 億 3 千 9 百 80 萬元）。

財務回顧

我們的兩個交易市場付費會員數繼續錄得顯著增長。截至二零一零年三月三十一日，我們有 658,701 名付費會員，較二零零九年三月三十一日增長 36.8% 及較二零零九年年底增長 7.1%。受付費會員的增長及來自合併中國萬網的業績所帶動，我們在二零一零年第一季度營業收入較二零零九年同期增長 49.3% 至人民幣 12 億 2 千零 60 萬元，較二零零九年第四季度上升 10.4%。

本期國際交易市場的營業收入增加至人民幣 7 億 1 千 8 百 90 萬元，同比上升 42.2%，環比上升 4.6%。營業收入增加主要由於中國 Gold Supplier 會員數量增加及增值服務所帶來的收入上升。於二零一零年三月三十一日，我們的中國 Gold Supplier 會員數達至 100,694 名，同比增長 44,884 名及環比增長 4,584 名。我們的國際 Gold Supplier 會員在年內減少 1,250 名至二零一零年三月三十一日的 16,330 名，環比下跌 1,456 名，主要由於在二零零九年七月推出的國際 Gold Supplier 會籍取代了國際誠信通會籍。國際 Gold Supplier 提升了產品及服務的質素，但相對價格較高，我們預期客戶的增長率將隨著會員逐漸適應新產品的服務及價格水平而有所提升。

本期中國交易市場的營業收入增加至人民幣 4 億零 6 百 10 萬元，同比上升 34.9% 及與二零零九年第四季度持平。由於我們在本期成功推出多項戰略性舉措，中國誠信通會員期內達 541,677 名，同比增長 133,492 名，環比更錄得 40,361 名付費會員的季度淨增長記錄。

二零一零年第一季度的其他收入為人民幣 9 千 5 百 50 萬元，較去年同期增加 792.7% 及較二零零九年第四季度增加 474.9%。同比及環比增長主要是由於期內首次合併中國萬網業績所致。

毛利較二零零九年第一季度人民幣 7 億零 4 百 20 萬元上升 45.7% 至人民幣 10 億 2 千 6 百 30 萬元，及較二零零九年第四季度人民幣 9 億 5 千 8 百 90 萬元上升 7.0%。本期的毛利率為 84.1%，較去年同期的 86.2% 及二零零九年第四季度的 86.7% 稍微下跌，主要是由於本季度合併中國萬網業績致使營業收入成本增加。

本期總經營費用為人民幣 7 億零 6 百 10 萬元，較去年同期人民幣 4 億 4 千 7 百 50 萬元上升 57.8% 及較上一季度人民幣 7 億 3 千 3 百 90 萬元下跌 3.8%。同比上升主要是由於首次合併中國萬網業績致使相關費用增加及我們為提升品牌知名度和在中國交易市場推出的新戰略舉措所進行的市場推廣費用所致。環比下跌主要是由於季節性原因使市場推廣費用稍為減少。

其他經營收入淨額增加至人民幣 4 千 9 百 30 萬元，同比上升 271.4%，環比上升 18.0%，主要是由於政府補助金額較去年同期人民幣 1 千零 30 萬元上升 343.9% 至本季度人民幣 4 千 5 百 70 萬元，亦較二零零九年第四季度人民幣 3 千 6 百 50 萬元上升 25.3%。

本期的未扣除利息、稅項及攤銷前之利潤率(「EBITA率」)(非GAAP)為30.7%，較去年同期的31.9%稍微下跌，及較二零零九年第四季度的23.5%有所提升。本期扣除股權報酬支出前的EBITA率(非GAAP)為34.9%，較去年同期的36.8%稍微下跌，但較二零零九年第四季度的28.7%有所提升。EBITA率同比下跌的原因，主要是由於我們在中國交易市場的市場推廣費用上升及如預期中合併EBITA率較低的中國萬網業績後，使EBITA率有所攤薄。EBITA率環比上升主要是由於我們得益於與集團內其他公司的合作而產生的協同效應，致使產品開發費用佔營業收入百份比有所下調。

本期的財務收支淨額(主要包括利息收入及匯兌差異)為人民幣 3 千 3 百 10 萬元，同比下跌 15.0%及與上一季度持平。本期的利息收入為人民幣 3 千 2 百 60 萬元，相較去年同期人民幣 3 千 9 百 40 萬元及相較二零零九年第四季度人民幣 3 千 3 百萬元。

本期應佔聯營公司除稅後虧損為人民幣3百80萬元，較去年同期下跌65.5%及較二零零九年第四季度下跌52.0%。根據會計準則的指引，應佔聯營公司虧損上限為投資在聯營公司的成本，而本期應佔虧損為在資產負債表中的餘額。

本期所得稅支出為人民幣6千8百70萬元，較去年同期人民幣5千1百30萬元上升34.0%，環比較人民幣1千零60萬元上升548.4%。我們於本期的實際稅率為17.2%，較我們的主要營運附屬公司阿里巴巴(中國)網絡技術有限公司的適用稅率15%為高，主要是由於股權報酬支出不能作稅項抵免。若扣除股權報酬支出的影響，我們本期的實際稅率為15.3%。

二零一零年第一季度的權益擁有人應佔溢利為人民幣3億3千萬元，同比上升33.8%，環比上升17.4%，主要是受惠於付費會員上升所帶動的營業收入增長。

每股盈利(基本及攤薄)分別為 7.45 港仙及 7.37 港仙，相較於二零零九年第一季度的每股盈利(基本及攤薄)為 5.55 港仙及 5.52 港仙，相較於二零零九年第四季度的每股盈利(基本及攤薄)為 6.33 港仙及 6.28 港仙。

於二零一零年三月三十一日，遞延收入及預收賬款達人民幣 35 億 6 千 7 百 90 萬元，較二零零九年三月三十一日人民幣 24 億 8 千 4 百 90 萬元增加 43.6%，較二零零九年十二月三十一日人民幣 34 億 3 千 7 百萬元增加 3.8%。遞延收入及預收賬款的增加主要是由於 Gold Supplier 付費會員增加以及由於我們新推出的多項戰略性舉措致使中國交易市場持續的穩健發展，促使付費會員數目大幅增長所致。

本期的經常性經營自由現金流量(非 GAAP)為人民幣 4 億 3 千 8 百 40 萬元，同比上升 27.9%，環比下跌 36.7%。經常性經營自由現金流量的同比增長主要是由於付費會員數的強勁增長。付費會員預繳一整年的會籍計劃認購費，從而增加我們的遞延收入及預收賬款。環比下跌主要是由於第一季度受季節性因素影響令吸納客戶的速度放緩及在本季度發放 2009 年度的員工年終獎金所致。

於二零一零年三月三十一日，現金及銀行存款達至人民幣 75 億 3 千 1 百 60 萬元，同比增長 8.4%，環比增長 4.4%。於二零一零年三月三十一日，94.2% (二零零九年十二月三十一日: 95.5%) 的現金及銀行存款為人民幣。

展望

展望二零一零年，我們對全球經濟的復甦持審慎樂觀的態度。外圍需求的回升將有利於中國出口小企業的發展，而中國內部消費也應繼續保持增長。雖然當前的經濟狀況還是相當複雜，蘊藏著不少不確定因素，但我們對小企業信心不變，深信他們是驅動就業、經濟增長和穩定的主要動力。我們堅持透過我們的平台為小企業客戶提供價值。

之前提到二零一零年是我們的「服務年」，意思是我們承諾不斷改進業務模式和產品服務，為客戶創造更高的價值。我們相信，我們的努力和改進能促進增值服務的滲透和提升會員的留存率，並能在任何經濟環境下，幫助小企業客戶達至成功。

審閱財務報表

審計委員會已審閱本公司截至二零一零年三月三十一日止季度業績。審計委員會定期與管理層、外部核數師和內審人員召開會議討論本公司適用的會計準則及慣例，以及本公司的財務報表和內部監控制度。

代表董事會
執行董事兼首席執行官
衛哲

香港，二零一零年五月十三日

於本公佈日期，本公司董事會的組成如下：

主席兼非執行董事

馬雲

執行董事

衛哲

武衛

李旭暉

鄧康明

彭翼捷

非執行董事

蔡崇信

鄒開蓮

岡田聰良

獨立非執行董事

牛根生

郭德明

崔仁輔

關明生

本公佈可於本公司網站 <http://ir.alibaba.com> 下載