



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)

全球發售

全球發售的發售股份數目：858,901,000股股份(或會調整及因行使超額配股權而更改)
國際發售股份數目：730,065,500股股份(或會調整及因行使超額配股權而更改)
香港發售股份數目：128,835,500股股份(或會調整)
最高發售價：每股發售股份13.50港元，另加1%經紀佣金、0.005%香港聯交所交易費及0.004%證監會交易徵費(須於申請時繳足，並會於最終定價後退還多繳股款)
面值：每股0.0001港元
股份代號：1688

聯席全球協調人及聯席保薦人

(按英文字母順序排列)

Goldman Sachs 高盛

Morgan Stanley

摩根士丹利

聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

Goldman Sachs 高盛

Morgan Stanley

摩根士丹利

財務顧問

 **ROTHSCHILD**

Deutsche Bank
德意志銀行



香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本售股章程的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明不會就本售股章程全部或任何部分內容或因倚賴該等內容而引致的損失承擔任何責任。

本售股章程連同附錄八「送呈公司註冊處及備查文件」所列的文件已根據香港法例第32章香港公司條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處登記。證券及期貨事務監察委員會、香港聯交所及香港公司註冊處對本售股章程或上述任何其他文件的內容概不負責。

謹請參閱第24頁起的「風險因素」所載關於閣下投資股份時應考慮之若干風險的討論。

估計發售價由聯席賬簿管理人(代表包銷商)、售股股東與本公司於定價日期訂立協議釐定。預期定價日期為二零零七年十月二十七日星期六或之前，惟無論如何不遲於二零零七年十一月五日星期一。發售價不會高於13.50港元，而現時預期不會低於每股發售股份12.00港元。

聯席賬簿管理人(代表包銷商)可於香港公開發售截止申請當日上午或之前隨時調低指示發售價範圍及／或香港發售股份數目至低於本售股章程所述的水平。在上述情況下，本公司將於作出調減決定後盡快在南華早報(英文)及香港經濟日報(中文)刊登有關調低指示發售價範圍及／或香港發售股份數目的通知，惟無論如何不會遲於香港公開發售截止申請當日上午前。詳情載於本售股章程第201頁起的「全球發售安排」及第209頁起的「如何申請香港發售股份」兩節。

倘發售股份開始在香港聯交所買賣當日上午八時正前出現若干情況，則聯席賬簿管理人(代表包銷商)可終止香港包銷商根據香港包銷協議的責任。有關情況載於本售股章程第194頁「包銷—包銷安排及費用—香港公開發售—終止理由」一節。

二零零七年十月二十三日

預期時間表⁽¹⁾

開始登記認購申請⁽²⁾ 二零零七年十月二十六日星期五
上午十一時四十五分

遞交白色及黃色申請表格的截止時間 二零零七年十月二十六日星期五中午十二時正

透過指定網站 www.eipo.com.hk 根據

白表 eIPO 服務完成電子認購

申請的截止時間⁽³⁾ 二零零七年十月二十六日星期五上午十一時三十分

透過網上銀行匯款或繳費靈轉賬

方式完成白表 eIPO 申請付款的

截止時間 二零零七年十月二十六日星期五中午十二時正

向香港結算發出電子認購指示的

截止時間⁽⁴⁾ 二零零七年十月二十六日星期五中午十二時正

截止登記認購申請 二零零七年十月二十六日星期五中午十二時正

預期定價日期⁽⁵⁾ 二零零七年十月二十七日星期六

將在南華早報(英文)及香港經濟日報(中文)公佈下述事項：

- 發售價；
- 香港公開發售的申請水平；
- 國際配售的認購踴躍程度；及
- 香港發售股份的配發基準 二零零七年十一月五日星期一或之前

透過不同途徑(包括香港聯交所網站 www.hkex.com.hk

及本公司網站 www.alibaba.com) 公佈香港公開發售
的分配結果(連同獲接納申請人的身份證明文件號碼
(如適用))(請參閱「如何申請香港發售股份」

一節「公佈結果」一段) 自二零零七年十一月五日星期一起

就全部或部分獲接納申請寄發股票及退款支票⁽⁶⁾⁽⁷⁾ ... 二零零七年十一月五日星期一或之前

預期股份開始在香港聯交所買賣 二零零七年十一月六日星期二上午九時三十分

附註：

(1) 所有時間均指香港本地時間。

(2) 倘在二零零七年十月二十六日星期五上午九時正至中午十二時正之間任何時間香港懸掛「黑色」暴雨警告訊號或8號或以上熱帶氣旋警告訊號，則該日不會開始登記認購申請。請參閱第223頁「如何申請香港發售股份—惡劣天氣對開始申請登記的影響」一節。

預期時間表⁽¹⁾

- (3) 閣下不得於截止遞交申請當日上午十一時三十分後透過指定網站 www.eipo.com.hk 遞交閣下的申請。倘閣下已遞交申請，並於上午十一時三十分前從指定網站取得申請參考編號，則閣下將獲准於截止遞交申請當日中午十二時正(即截止登記認購申請當日)(透過完成繳付申請股款)繼續辦理申請手續。
- (4) 透過向香港結算發出電子認購指示而申請香港發售股份的申請人謹請參閱「如何申請香港發售股份 — 透過向香港結算發出電子認購指示提出申請」。
- (5) 定價日期預期為二零零七年十月二十七日星期六，而無論如何不遲於二零零七年十一月五日星期一。倘截至二零零七年十一月五日星期一聯席賬簿管理人(代表包銷商)、本公司與售股股東基於任何理由而未能協定發售價，則香港公開發售及國際發售不會進行。
- (6) 申請1,000,000股或以上香港發售股份並在申請表格表明有意親身前往香港股份過戶登記處領取退款支票(如適用)及股票(如適用)的申請人，可於二零零七年十一月五日星期一或本公司在報章公佈寄發股票／退款支票的其他日期上午九時正至下午一時正前往香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室)領取。選擇親身領取的個人申請人不得授權任何其他人士代為領取，而選擇專人領取的公司申請人必須委派授權代表攜同該公司發出並蓋上公司印鑑的授權書領取。個人及授權代表(視情況而定)於領取時必須出示香港中央證券登記有限公司認可的身份證明文件。未獲領取的股票及退款支票將於其後短期內以普通郵遞方式寄往有關申請表格所示地址，郵誤風險概由申請人承擔。有關詳情載於「如何申請香港發售股份」。
- (7) 就全部或部分未獲接納的申請及就發售價低於申請時應繳價格的成功申請，將會獲發退款支票。

預期股票將於二零零七年十一月五日星期一發出，惟在上市日期(預期為二零零七年十一月六日星期二)上午八時正前，全球發售成為無條件，而包銷協議概無根據各自條款終止的情況下，有關股票方為有效。

有關全球發售安排、如何申請香港發售股份及預期時間表詳情(包括條件、惡劣天氣的影響、寄發退款支票及股票等事項)，閣下應細閱第190頁起的「包銷」、第209頁起的「如何申請香港發售股份」及第201頁起的「全球發售安排」各節。

閣下作出投資決定時，僅應依賴本售股章程及申請表格所載資料。本公司並無授權任何人士向閣下提供有別於本售股章程所載者的資料。閣下切勿將並非載於本售股章程的任何資料或聲明視為已獲本公司、聯席全球協調人、聯席保薦人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、財務顧問、任何包銷商、任何彼等各自的董事、高級職員或代表或參與全球發售的任何其他人士或各方授權而加以信賴。

	頁 數
預期時間表	i
目 錄	iii
概要	1
釋義	13
前瞻性陳述	22
風險因素	24
有關本售股章程及全球發售的資料	48
董事及參與全球發售各方	51
公司資料	55
歷史及重組	57
行業概覽	71
業務	77
財務資料	99
基礎投資者	128
未來計劃及所得款項用途	130
與阿里巴巴集團的關係	132
關連交易	153
監督及監管	168
董事及高級管理人員	177
主要股東	186
股本	188
包銷	190
全球發售安排	201
如何申請香港發售股份	209

目 錄

	頁 數
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審核備考財務資料	II-1
附錄三 — 溢利預測	III-1
附錄四 — 物業估值	IV-1
附錄五 — 稅項及外匯	V-1
附錄六 — 本公司組織章程及開曼群島公司法概要	VI-1
附錄七 — 法定及一般資料	VII-1
附錄八 — 送呈公司註冊處及備查文件	VIII-1

本概要旨在向閣下提供本售股章程所載資料的概覽。由於僅為概要，故此並無載有所有可能對閣下重要的資料。閣下於決定投資股份前應參閱整份文件。

所有投資均涉及風險。投資股份的部分特定風險載於本售股章程「風險因素」一節。閣下於決定投資本公司股份前應細閱該節。

概覽

本公司為中國領先的B2B電子商務公司。根據 iResearch 的資料，按註冊用戶數目計算，本公司於二零零六年是中國最大網上B2B公司，而按收益計算，本公司佔中國B2B電子商務市場大部份份額。本公司經營兩個交易市場，分別為國際交易市場及中國交易市場。本公司的國際交易市場(www.alibaba.com)(英文)專注於服務全球進出口商，而本公司的中國交易市場(www.alibaba.com.cn)(中文)則專注於服務中國國內貿易的供應商與買家。根據 Alexa.com 資料，按截至二零零七年六月三十日止三個月的用戶上網流量計算，本公司國際及中國交易市場合計為全球兩大「商業」類別(「電子商務」及「國際商務及貿易」)中瀏覽人次最多的網站。

本公司的網上B2B交易市場提供一有效及可靠的平台，便於企業賣家(本公司稱作「供應商」)及批發買家(本公司稱為「買家」)之間進行電子商務。供應商與買家可透過本公司交易市場在網上建立業務、物色目標貿易夥伴、互相溝通進而在網上進行交易。供應商(若干情況下亦有買家)通過本公司的交易市場，以標準格式發佈其公司資料及產品目錄(本公司稱為「企業網站」)、產品與服務信息及商機信息(本公司稱作「供求信息」)。用戶只需以關鍵詞搜索或瀏覽本公司網上行業目錄，即可閱覽超過三十種行業及接近五千種產品的企業網站及供求信息。對很多希望在網上推廣產品及服務的供應商，在本公司交易市場建立的企業網站或供求信息是唯一的網上推廣途徑。截至二零零七年六月三十日，供應商在本公司交易市場建立超過2百40萬個企業網站。於二零零七年上半年，本公司用戶在本公司交易市場平均每月發佈2百90萬份新供求信息。

通過有效供求信息、互相詢盤、即時通訊、討論區以及其他本公司所提供的易用的網上社區功能，供應商與買家在本公司交易市場組成大型互動網上社區。以截至二零零七年六月三十日的一個月為例，共有超過540,000名最高同時在線用戶使用貿易通(即本公司用作貿易通訊的即時通訊工具)。用戶基於共同的業務利益組成多個網上社區，加強相互間的交流及社區的體驗。目前，本公司國際及中國交易市場合共主辦超過200個網上論壇，註冊論壇用戶超過4百20萬名。

為擴大本公司交易市場的廣度及深度，本公司向所有註冊用戶免費提供基本功能及服務。本公司收益來自向本公司購買付費服務的供應商，該等服務主要包括會籍計劃，為供應商的企業網站及供求信息在本公司交易市場的行業目錄及搜索結果中提供優先排名。本公司稱訂購會籍計劃供應商為「付費會員」。本公司向付費會員提供增值服務而賺取更多收益，例如購買額外關鍵詞，以提高其在本公司交易市場的搜索結果中的排名，以及購買在

本公司網頁中的尊貴推廣位，以增加接觸目標買家的機會。本公司致力平衡免費及付費的服務，確保本公司的網上社區的用戶能不斷增加，同時保持本公司收益增長。

本公司的用戶數目及收益持續大幅增長。過去三年，本公司註冊用戶人數由二零零四年十二月三十一日的6百萬名增至二零零五年十二月三十一日的1千1百萬名，至二零零六年十二月三十一日再增至1千9百80萬名，而付費會員人數由二零零四年十二月三十一日的超過77,000名增加至二零零五年十二月三十一日的超過141,000名，至二零零六年十二月三十一日超過219,000名。同期，本公司收益由二零零四年的人民幣3億5千9百40萬元增加至二零零五的人民幣7億3千8百30萬元，再增加至二零零六年的人民幣13億6千3百90萬元。於二零零七年六月三十日，本公司有2千4百60萬名註冊用戶及超過255,000名付費會員。截至二零零七年六月三十日止六個月，本公司收益為人民幣9億5千7百70萬元。

本公司總部位於中國杭州。

本公司網站 (www.alibaba.com、www.alibaba.com.cn 及 www.alibaba.co.jp) 所載資料並非本售股章程一部分。

行業概覽

中小企是中國經濟發展的主要動力之一。根據國家統計局資料，於二零零四年，中國的中小企加上其他私人公司對中國本地生產總值貢獻約58%，對中國稅收貢獻48%，並且聘用超過75%城市勞動人口。根據中國國家發展和改革委員會資料，截至二零零六年十月三十一日，中國有超過4千2百萬中小企及其他私人公司。

互聯網在中國以至全世界成為內容、信息及商貿方面的強大媒介，中國的互聯網使用者數目近年迅速增加。根據中國互聯網絡信息中心(簡稱 CNNIC)的資料，中國的互聯網使用者數目由二零零二年的5千9百10萬人增至二零零六年的1億3千7百萬人，複合年增長率達23.4%。同期互聯網在中國的普及率由4.6%上升至10.5%。本公司預期中國的互聯網市場會由於寬頻上網的普及而進一步發展。根據 CNNIC 資料，中國的寬頻用戶數目於二零零二年及二零零六年間的複合年增長率達92.5%，於二零零六年更佔互聯網用戶約66%。寬頻上網使互聯網用戶可更快捷及更方便地上網，可以「一直在線」，有助促進運用互聯網進行電子商務活動。

使用第三方經營的B2B網上交易市場或其他電子商務平台的中小企數目不斷上升。根據 iResearch 的資料，使用第三方B2B平台的中小企數目由二零零二年1百萬增至二零零六年8百80萬。由於中國的中小企通過互聯網進用電子商務的用量增加，已經並且預料會繼續促進網上推廣的預算大幅上升。網上推廣活動的形式包括互聯網橫幅及其他網上的圖象廣告、在網上交易市場展示產品和建立企業網站及供求信息與及付費搜索等。根據 iResearch 近期的調查，中國中小企的網上推廣預算佔推廣總預算的百分比由二零零二年的2.1%上升至二零零六年的10.8%，並且預測至二零一二年再增至20.4%。此外，iResearch 的調查顯示大部分網上推廣預算計劃用於第三方服務供應商經營的網上B2B平台，包括：如網上B2B市場。

本公司的優勢

本公司相信，本公司的成功並且從一眾競爭對手中脫穎而出有賴以下競爭優勢：

- 具有網絡效應強大的領先網上 B2B 交易市場；
- B2B 電子商務的優秀國際品牌；
- 專注中國及全球中小企的需求；
- 強大的社區體驗；
- 龐大的銷售團隊及完善的客戶服務；
- 不斷創新技術，提升用戶體驗；
- 經驗豐富的管理隊伍及獨特的企業文化；及
- 與阿里巴巴集團的密切聯繫。

本公司的策略

本公司的宗旨是「讓天下沒有難做的生意」。為達成上述宗旨，本公司致力為全球中小企創造最具效益的交易市場。具體而言，本公司計劃：

- 擴大用戶數量及有效供求信息，擴充本公司交易市場規模；
- 提升社區體驗，進一步提高用戶忠誠度及活躍交易；
- 進一步利用用戶群體，增加收益；
- 選擇性地拓展國際市場；
- 將用戶服務由「在阿里巴巴相會」升級至「在阿里巴巴營商」；
- 透過審慎收購、投資、特許權安排或業務合作擴展業務。

過往財務資料概要

下列截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度以及截至二零零七年六月三十日止六個月的過往合併收益表數據概要及於二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日以及於二零零七年六月三十日的過往合併資產負債表數據概要，乃節錄自本售股章程附錄一所載香港執業會計師羅兵咸永道會計師事務所發出的會計師報告。閣下應將以下過往財務資料概要與本售股章程附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表一併閱讀。該等合併財務報表乃根據國際財務報告準則編撰。

本公司截至二零零六年六月三十日止六個月的合併經營報表概要乃摘錄自本售股章程附錄一「會計師報告」所載的本公司未經審核合併財務報表。本公司按與本公司經審核合併財務報表相同的基準編撰未經審核合併財務報表。未經審核財務資料包括本公司認為公平呈列所示期間財務狀況及經營業績所需的一切調整（僅包括一般及經常性調整）。

本公司一直並預期將持續涉及大額股權報酬開支。有關本公司股權報酬開支的分析，請參閱下文附註(1)及第177頁起的「董事及高級管理人員」。

過往合併收益表數據概要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
				(未經審核)	
	(以人民幣千元計)				
收益					
國際交易市場	254,765	527,227	991,869	431,481	695,398
中國交易市場	104,670	211,070	371,993	162,156	260,965
其他	—	—	—	—	1,353
總計	359,435	738,297	1,363,862	593,637	957,716
收益成本 ⁽¹⁾	(62,569)	(126,509)	(237,625)	(109,131)	(122,717)
毛利	296,866	611,788	1,126,237	484,506	834,999
銷售及市場推廣費用 ⁽¹⁾⁽²⁾ ...	(194,773)	(393,950)	(610,198)	(299,034)	(307,428)
產品開發費用 ⁽¹⁾⁽²⁾	(19,151)	(35,678)	(105,486)	(47,256)	(58,278)
一般及行政費用 ⁽¹⁾⁽²⁾	(57,639)	(101,082)	(159,969)	(59,820)	(88,432)
其他經營(虧損)收入淨額 ..	(426)	14,465	17,645	800	1,190
經營溢利	24,877	95,543	268,229	79,196	382,051
利息收入	3,591	7,876	23,159	10,340	17,699
除所得稅前溢利	28,468	103,419	291,388	89,536	399,750
所得稅抵免(支出)	45,393	(32,965)	(71,450)	(28,253)	(104,543)
權益擁有人應佔年／					
期內溢利	73,861	70,454	219,938	61,283	295,207

概 要

附註

(1) 包括股權報酬開支，分配如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
收益成本	1,936	0.5%	8,766	1.2%	23,335	1.7%	13,258	2.2%	6,207	0.7%
銷售及市場推廣費用	5,259	1.5	26,920	3.6	50,068	3.7	21,975	3.7	21,517	2.2
產品開發費用	1,382	0.4	5,126	0.7	16,344	1.2	7,727	1.3	6,582	0.7
一般及行政費用	2,838	0.8	8,079	1.1	24,157	1.8	10,442	1.8	20,183	2.1
股權報酬開支總額	11,415	3.2%	48,891	6.6%	113,904	8.4%	53,402	9.0%	54,489	5.7%

(2) 包括下列與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比	金額	佔總收益 百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
銷售及市場推廣費用	—	—	35,959	4.9%	83,186	6.1%	58,661	9.9%	—	—
產品開發費用	—	—	1,414	0.2	6,748	0.5	3,705	0.6	—	—
一般及行政費用	9,594	2.7%	29,972	4.0	47,573	3.5	18,818	3.2	—	—
總計	9,594	2.7%	67,345	9.1%	137,507	10.1%	81,184	13.7%	—	—

概 要

過往合併資產負債表數據概要

	十二月三十一日			六月三十日
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
	(以人民幣千元計)			
非流動資產	99,828	218,837	330,167	367,658
流動資產	527,852	1,260,434	1,714,514	1,994,735
資產總值	627,680	1,479,271	2,044,681	2,362,393
流動負債				
遞延收益及客戶墊款	374,606	749,204	1,216,818	1,465,739
其他	119,232	492,777	645,149	798,393
流動負債總額	493,838	1,241,981	1,861,967	2,264,132
非流動負債				
遞延收益	14,046	35,509	37,146	58,519
負債總額	507,884	1,277,490	1,899,113	2,322,651
權益總額	119,796	201,781	145,568	39,742
權益及負債總額	627,680	1,479,271	2,044,681	2,362,393

過往經營資料概要

下表載列於所示日期本公司註冊用戶及付費會員的數目：

	十二月三十一日			六月三十日	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
國際交易市場					
註冊用戶	1,165,911	1,949,741	3,115,153	2,457,807	3,621,623
Gold Supplier會員	6,435	12,192	18,682	15,516	22,018
國際誠信通會員	5,015	7,791	10,843	9,730	10,959
中國交易市場					
註冊用戶	4,840,641	9,019,214	16,649,073	12,963,774	20,933,290
中國誠信通會員	66,472	121,631	189,573	158,073	222,576

截至二零零七年十二月三十一日止年度的溢利預測

下表所有統計數字乃假設並無根據購股權計劃或受限制股份單位計劃授出任何購股權或受限制股份單位。

截至二零零七年十二月三十一日止年度

本公司權益擁有人應佔預測綜合溢利⁽¹⁾不少於人民幣6億2千2百萬元
未經審核備考每股預測溢利⁽²⁾不少於人民幣0.12元

附註：

(1) 編製上述溢利預測的基準及假設載於本售股章程附錄三。

(2) 備考預測每股溢利乃按截至二零零七年十二月三十一日止年度本公司權益擁有人應佔預測綜合溢利計算，並假設全球發售已於二零零七年一月一日完成及全年已發行在外合共5,052,356,500股股份。

發售統計數據

下表所有統計數字乃假設並無根據購股權計劃或受限制股份單位計劃授出任何購股權或受限制股份單位。

	按發售價 12.00港元計算	按發售價 13.50港元計算
市值 ⁽¹⁾	606億2千8百萬 港元	682億零7百萬 港元
備考預期市盈率 ⁽²⁾⁽⁴⁾	94.5倍	106.3倍
備考經調整每股有形資產淨值 ⁽³⁾⁽⁴⁾	0.53港元	0.59港元

附註：

(1) 市值乃根據預期隨全球發售完成當時已發行在外5,052,356,500股股份計算，惟並無計及分別根據購股權計劃或受限制股份單位計劃可能授出的購股權或受限制股份單位。

(2) 備考預期市盈率分別以發售價每股12.00港元及每股13.50港元以及每股備考預測盈利計算。

(3) 備考經調整每股有形資產淨值已作出本售股章程第127頁「財務資料 — 未經審核備考經調整有形資產淨值」一節所述的調整，並根據已發行股份5,052,356,500股以及分別按發售價每股股份12.00港元及每股股份13.50港元計算。

(4) 人民幣兌換港幣的數額乃根據人民幣0.9693元兌1.00港元之匯率換算，惟並不表示人民幣與港元數額已經、應可或可以按上述匯率或任何其他匯率互相換算。

股息及股息政策

於二零零四年及二零零六年，本公司宣派股息分別人民幣3千3百10萬元及人民幣3億9千2百50萬元。本公司於二零零五年並無派付任何股息。詳情請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註13。

本公司現時無意於全球發售後支付任何股息。然而，是否支付股息將由本公司董事會

酌情決定，並會根據本公司溢利、現金流量、財務狀況、資金要求及本公司董事會認為相關的其他條件釐定。派付股息可能受法律及本公司日後可能訂立的協議所限制。

所得款項用途

本公司估計，扣除本公司就全球發售應付的包銷佣金（不包括可能向聯席賬簿管理人支付的獎金）與估計開支後，全球發售所得款項淨額約為26億2千萬港元（假設發售價為每股12.00港元，即估計發售價範圍的最低價）至29億5千2百萬港元（假設發售價為每股13.50港元，即估計發售價範圍的最高價）。

本公司擬將上述假設所得款項淨額作以下分配：

- 所得款項淨額約60%（約15億7千2百萬港元至17億7千1百萬港元）將用作策略性收購及業務發展措施，包括（截至本售股章程日期，本公司尚未將估計所得款項淨額分配作下列用途）：
 - 收購其他公司及業務，以為本公司提供互補產品及服務、增加用戶及付費會員數目、擴大市場覆蓋率或帶來其他策略、營運及財務利益（截至本售股章程日期，本公司尚未物色任何收購目標）；
 - 發展或收購可進一步完善本公司技術平台的技術；及
 - 聯盟措施以提升本公司的品牌及擴大策略性關係。
- 所得款項淨額約20%（約5億2千4百萬港元至5億9千1百萬港元）將用作發展本公司中國及國際的現有業務。
- 所得款項淨額約10%（約2億6千2百萬港元至2億9千5百萬港元），將用作購買電腦設備及發展新技術；及
- 餘下所得款項淨額約10%（約2億6千2百萬港元至2億9千5百萬港元），將用作營運資金及其他一般公司用途。

本公司估計，假設並無行使超額配股權，扣除售股股東就全球發售應付的包銷佣金（不包括可能向聯席賬簿管理人支付的獎金）與估計開支後，應付售股股東全球發售所得款項淨額約72億7千8百萬港元（假設發售價為每股12.00港元）至82億零1百萬港元（假設發售價為每股13.50港元）。倘超額配股權獲悉數行使，售股股東將會獲得額外所得款項淨額約13億3千萬港元（假設發售價為每股12.00港元）至14億9千6百萬港元（假設發售價為每股13.50港元）。本公司不會因售股股東出售股份而收取任何全球發售所得款項淨額。

風險因素

投資本公司股份涉及若干風險，可分類為(i)有關本公司業務及行業的風險；(ii)有關本公司企業架構的風險；(iii)有關中國的風險；及(iv)有關全球發售的風險。有關風險因素的詳細討論載於「風險因素」一節。

有關本公司業務及行業的風險

- 本公司大部分收益來自中國出口商，故此不利中國出口商或中國出口市場的因素亦可能嚴重損害本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景。
- 中國經濟發展放緩可能導致中國國內貿易大幅減少，因而減少對本公司服務及產品的需求。
- 本公司未必能保持過往的增長率或溢利率，而本公司經營業績或會大幅波動。倘本公司業績低於市場預期，本公司股份的成交價或會大幅下跌。
- 倘本公司交易市場未能保持大量供應商及買家，則對本公司註冊用戶的吸引力將會減低，本公司收益及溢利因而會大幅減少。
- 本公司要持續增長，有賴本公司能否維持聲譽，以作為供應商及買家洽商、通訊以及進行業務交易的可靠媒介。
- 若本公司失去「阿里巴巴」品牌的使用權，或因第三方在非授權情況下擅用「阿里巴巴」品牌，及本公司為保護「阿里巴巴」品牌的價值與保持及加強品牌知名度而動用開支，本公司的收益及盈利或會大幅降低。
- 大部分「阿里巴巴」品牌的商標並非本公司擁有，而本公司依賴與阿里巴巴集團之間訂立的特許權安排使用該等品牌。此外，當「控制權轉變」，本公司或須將阿里巴巴集團轉讓予杭州阿里巴巴的若干商標及域名退還或向阿里巴巴集團支付大額費用。
- 本公司過去曾流失付費會員。倘本公司未能吸納新付費會員取代不續期的付費會員，本公司業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不良影響。
- 本公司增長策略或會攤薄本公司管理、營運及其他資源，可能對本公司業務及前景有重大不良影響。
- 拓展本公司國際業務會涉及複雜的外匯、管理、法律、稅務及經濟風險。
- 本公司業務面對激烈競爭，可能減低對本公司服務及產品的需求。
- 本公司依賴互聯網、電子商務及網上市場推廣行業的持續增長。
- 本公司的企業文化是成功的因素，惟本公司不能保證公司可在持續拓展而一直維持既有的企業文化。
- 本公司倚重主要人員，彼等離職或會嚴重影響本公司業務。倘彼等受負面傳媒報道影響，則可能對本公司聲譽構成不利影響。
- 倘本公司未能吸引、推動及保留僱員，業務增長會受影響。

- 倘本公司用戶進行欺詐或侵犯知識產權、供應商提供的產品及服務未達標準或惹起爭議，則本公司的業務及品牌形象會受損，亦可能因客戶所出售質量不合格產品而引起產品轉承責任的索償。
- 本公司或會在保護知識產權方面遇到困難。
- 本公司過往曾經而日後亦可能遭第三方提出的侵權或擅用索償，倘裁決不利本公司，則本公司或須支付重大賠償。
- 本公司的營運或會因系統失靈、自然災害以及非法干擾或破壞保安系統導致的意外網絡干擾而中斷。
- 本公司業務的成功經營有賴互聯網基建的表現及可靠性，故此互聯網存取中斷會嚴重影響本公司的業務、財務狀況及經營業績。
- 技術日新月異或行業迅速發展或會嚴重不利本公司業務、財務狀況、經營業績及前景。
- 本公司或會需要但未能取得額外資金，因此可能會嚴重影響本公司的流動資金水平及財務狀況。
- 本公司或會進行投資、收購、特許權安排及合夥經營，但未必成功，並且可能因而嚴重損害本公司管理業務的能力。
- 由於本公司單獨經營的經驗有限，可能難以衡量本公司業務及前景。
- 本公司或會就阿里巴巴集團或雅虎被索償而成為共同被告，有可能因而損害本公司的業務及聲譽或可能產生負面報道，影響本公司股份的成交價。

有關本公司企業架構的風險

- 本公司的行動主要由母公司控制，而本公司母公司及其股東的利益未必與本公司其他股東一致。
- 倘阿里巴巴集團不能履行就本公司重組而與本公司訂立的若干協議責任，則本公司的業務及前景或會受到重大不利影響。
- 倘中國政府裁定本公司與杭州阿里巴巴的合約安排違反相關的中國法律、規則及條例，或相關的法律、規則及條例或其詮釋或執行方式有所變更，則本公司的業務或會受到重大不利影響。
- 本公司根據與杭州阿里巴巴及其股東的合約安排對該等公司的控制權可能不及直接擁有般有效。
- 杭州阿里巴巴股東利益可能與本公司利益互相衝突。

- 本公司聯屬公司之間的合約或其他安排可能須受中國稅務機關審查，而倘結果認定本公司或本公司附屬公司或聯屬公司額外欠稅或會大幅降低本公司的盈利及閣下投資的價值。
- 本公司相當依賴主要營運附屬公司支付的股息及其他股本分派以應付現金及其他資金需求，而主要營運附屬公司向本公司支付股息的能力受限制會對本公司經營業務能力有重大不利影響。

有關中國的風險

- 中國經濟、政治及社會狀況及政府政策變更可能會對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不利影響。
- 中國法律體系不明朗可能會對本公司有重大不利影響。
- 中國政府有關互聯網及電子商務行業的規例可能嚴重干擾本公司業務，本公司亦可能須對本公司中國交易市場網站所載信息負責。
- 本公司中國附屬公司現時享有的任何稅務優惠或財政補貼終止或課稅地位轉變會降低本公司的盈利能力。
- 實施中國企業所得稅法可能使本公司所得稅開支大幅增加、嚴重降低本公司的盈利能力或對閣下之投資價值有不利影響。
- 人民幣匯率波動可能對閣下投資有重大不利影響。
- 政府控制貨幣兌換可能影響閣下之投資價值並限制本公司有效動用現金的能力。
- 有關中國居民在境外成立特殊目的公司的中國規例可能使身為中國居民的股東或本公司中國附屬公司承擔責任或罰款、或限制彼等對本公司中國附屬公司注資的能力或限制本公司中國附屬公司向本公司分派溢利的能力。
- 未有遵守中國有關規定辦理本公司中國籍僱員購股權及受限制股份單位的登記或會使有關僱員或本公司遭受罰款或法律或行政處分。
- 閣下可能難以將法律程序文件送達本公司及其董事及高級管理人員、亦難以對本公司及其董事及高級管理人員執行外國法院判決或根據外國法律在中國提出訴訟。
- 日後公共衛生情況惡化可能嚴重阻礙本公司的業務及營運。

有關全球發售的風險

- 本公司股份過往並無公開市場，亦未必可形成交投活躍的本公司股份市場。
- 本公司股價或會波動，使閣下蒙受大額損失。
- 出售或有待出售大量本公司股份會不利股份成交價。
- 由於首次公開發售價大幅高於每股備考有形資產賬面淨值，因此閣下的股份價值會即時大幅攤薄。此外，當行使購股權或本公司受限制股份單位計劃而發行本公司股份，閣下的股份價值更會進一步攤薄。
- 本公司強烈提醒閣下切勿依賴任何報章或其他媒體所載有關本公司及全球發售的資料。

架構合同

現行中國法律和法規限制外商在中國投資提供增值通信服務(包括提供互聯網信息服務)的業務。請參閱第168頁「監督及規管」。作為外商投資企業的本公司全資附屬公司阿里巴巴中國並無在中國提供互聯網信息服務的執照。因此，本公司通過杭州阿里巴巴經營中國交易市場的網站，而杭州阿里巴巴為中國有限責任公司，由本公司主要創辦人兼董事會主席馬雲及另一位創辦人兼董事謝世煌分別擁有80%及20%權益。本公司的中國法律顧問方達律師事務所確認根據中國法律，馬先生及謝先生擁有杭州阿里巴巴股權毋須批准或執照。請參閱第66頁起「歷史及重組 — 架構合同」。

本售股章程中，除文義另有所指外，以下詞語具有以下涵義。

「收購權」	指	阿里巴巴集團根據不競爭承諾已經或將會給予本公司的選擇權
「Alexa.com」	指	一家美國為基地的獨立網上信息公司
「阿里巴巴中國」	指	阿里巴巴(中國)網絡技術有限公司，本公司的全資附屬公司
「Alibaba.com Corporation 管理股東」	指	馬雲(本公司董事會主席及董事兼Alibaba.com Corporation 首席執行官)、蔡崇信(本公司董事兼Alibaba.com Corporation 首席財務官)、吳炯(Alibaba.com Corporation 技術總監)及李琪(Alibaba.com Corporation 營運總監)，即Alibaba.com Corporation 的若干股東
「阿里巴巴集團」或「控權股東」	指	Alibaba.com Corporation，本公司的控權股東，以及其所有附屬公司及綜合入賬的聯屬公司。除另有指明或文義另有所指外，「阿里巴巴集團」一詞不包括本公司及本公司的附屬公司與綜合入賬的聯屬公司
「杭州阿里巴巴」	指	杭州阿里巴巴廣告有限公司，本公司綜合入賬的聯屬公司
「杭州阿里巴巴股東」	指	馬雲及謝世煌
「阿里巴巴香港」	指	阿里巴巴香港有限公司，本公司的全資附屬公司
「阿里巴巴軟件」	指	阿里巴巴(中國)軟件有限公司，本公司的全資附屬公司
「支付寶」	指	浙江支付寶網絡科技有限公司及支付寶軟件(上海)有限公司(均為阿里巴巴集團的全資附屬公司)與浙江阿里巴巴電子商務有限公司(阿里巴巴集團綜合入賬的聯屬公司)所經營的網上支付業務
「阿里軟件」	指	阿里巴巴軟件(上海)有限公司(阿里巴巴集團的全資附屬公司)經營的網上商業軟件業務
「申請表格」	指	白色申請表格、黃色申請表格及綠色申請表格，或按文義所述其中一種申請表格

釋 義

「章程細則」	指	本公司的現行章程細則
「B2B」	指	企業對企業的簡稱
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	並非星期六、星期日或香港公眾假期的日子
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島
「開曼群島公司法」	指	開曼群島法例第22章公司法(一九六一年第3號法例，經綜合及修訂)
「中央結算系統」	指	由香港結算設立並營運的中央結算及交收系統
「中央結算系統經紀參與者」	指	獲准以經紀參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統託管商參與者」	指	獲准以託管商參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲准以投資者戶口持有人身份參與中央結算系統的人士，可屬個別人士、聯名個人或公司
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統經紀參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「中國」	指	中華人民共和國，在本售股章程中不包括香港、澳門及台灣(除非另有指明)
「CNNIC」	指	中國互聯網絡信息中心
「本公司」	指	阿里巴巴網絡有限公司
「著作權法」	指	中華人民共和國著作權法(修訂本)
「基礎投資者」	指	雅虎、AIG Global Investment Corporation (Asia) Ltd.、Foxconn (Far East) Limited、Baldonna Investments Limited、Finawood Investments Limited、Honeybush Limited、Cisco Systems International B.V. 及中國工商銀行(亞洲)有限公司
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「彌償契據」	指	Alibaba.com Corporation 就本公司重組及全球發售而訂立以本公司為受益人的彌償契據
「EIU」	指	Economist Intelligence Unit，一家與 The Economist Group 有關聯的私人研究機構

「僱員股權交換」	指	容許若干比例的現有關於 Alibaba.com Corporation 股份的購股權及受限制股份單位交換為 Alibaba.com Corporation 持有的本公司股份的購股權及有關該等股份的受限制股份單位，及容許若干數目的 Alibaba.com Corporation 股份交換為 Alibaba.com Corporation 持有的本公司股份的安排，詳情載於第60頁起的「歷史及重組 — 僱員股權交換」一節
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅
「非上市業務」	指	本公司重組後阿里巴巴集團保留的現有業務，詳情載於第132頁起的「與阿里巴巴集團的關係」一節
「財務顧問」	指	洛希爾父子(香港)有限公司
「中國新聞總署」	指	中國新聞出版總署
「本地生產總值」	指	本地生產總值
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，香港結算的全資附屬公司
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港公司條例」	指	香港法例第32章香港公司條例的不時經修訂、補充或以其他方式修改的版本
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港發售股份」	指	香港公開發售中可供認購的股份
「香港公開發售」	指	根據本售股章程及申請表格所載條款及條件，按發售價(加上經紀佣金、證監會交易徵費及香港聯交所交易費)初步發售128,835,500股股份(或會作出「全球發售安排」一節所述的調整)供香港公眾認購，詳情載於第201頁起的「全球發售安排 — 香港公開發售」一節
「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司

「香港包銷商」	指	「包銷 — 香港包銷商」一節所列的包銷商
「香港包銷協議」	指	本公司、售股股東、聯席賬簿管理人與香港包銷商於二零零七年十月二十二日訂立有關香港公開發售的包銷協議
「工商銀行」	指	中國工商銀行股份有限公司
「互聯網管理辦法」	指	國務院於二零零零年九月二十五日頒佈的互聯網信息服務管理辦法
「ICP」	指	互聯網信息服務供應商
「國際財務報告準則」	指	國際會計準則委員會(「IASB」)頒佈的國際財務報告準則，國際財務報告準則包括國際會計標準(「IAS」)及其詮釋
「個人外匯管理細則」	指	外匯管理局於二零零七年一月五日頒佈的個人外匯管理辦法實施細則
「國際發售」	指	向專業、機構及其他投資者發售國際發售股份，詳情載於第203頁「全球發售安排 — 國際發售」一節
「國際發售股份」	指	國際發售的730,065,500股股份(或會作出「全球發售安排」一節所述的調整)，加上因行使超額配股權而額外出售的任何股份
「國際配售協議」	指	有關國際發售的包銷協議，預期約於二零零七年十月二十七日星期六由本公司、售股股東及聯席賬簿管理人(作為國際包銷商的代表)訂立
「國際包銷商」	指	由聯席賬簿管理人牽頭的包銷團，預期會訂立國際配售協議者
「iResearch」	指	一家以中國為基地的獨立市場研究公司
「聯席賬簿管理人」	指	高盛(亞洲)有限責任公司、摩根士丹利亞洲有限公司及德意志銀行香港分行
「聯席全球協調人」	指	高盛(亞洲)有限責任公司及摩根士丹利亞洲有限公司
「聯席牽頭經辦人」	指	高盛(亞洲)有限責任公司、摩根士丹利亞洲有限公司及德意志銀行香港分行

釋 義

「聯席保薦人」	指	高盛(亞洲)有限責任公司及摩根士丹利亞洲有限公司
「Koubei」	指	Koubei Holding Limited 及其全部附屬公司
「最後實際可行日期」	指	二零零七年十月十七日，即本售股章程刊發前確定其中若干資料的最後實際可行日期
「上市」	指	本公司股份在香港聯交所上市
「上市委員會」	指	香港聯交所上市委員會
「上市日期」	指	本公司股份首次在香港聯交所上市及獲准買賣的日期，預期約為二零零七年十一月六日
「上市規則」	指	香港聯交所證券上市規則(不時修訂本)
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「最高發售價」	指	全球發售中的最高發售價每股13.50港元
「信息產業部通知」	指	信息產業部於二零零六年七月頒佈的關於加強外商投資經營增值電信業務管理的通知
「信息產業部」	指	中國信息產業部
「公安部」	指	中國公安部
「文化部」	指	中國文化部
「商務部」或「外經貿部」	指	中國商務部或其前身中國對外貿易經濟合作部，視文義而定
「全國人大」	指	中國全國人民代表大會
「新併購規定」	指	商務部、中國證監會及中國另外四家監管機構於二零零六年八月八日頒佈的關於外國投資者併購境內企業的規定
「新商機」	指	阿里巴巴集團根據不競爭承諾給予或將給予本公司的新商機
「不競爭承諾」	指	阿里巴巴集團就全球發售作出以本公司為受益人的不競爭承諾

「發售價」	指	根據香港公開發售及國際發售認購發售股份的每股最終港元價格，不包括經紀佣金、香港聯交所交易費及證監會交易徵費
「發售股份」	指	香港發售股份及國際發售股份，如適用亦包括因行使超額配股權而額外出售的任何股份
「本公司」	指	阿里巴巴網絡有限公司，於二零零六年九月二十日根據開曼群島法例註冊成立的獲豁免有限公司，除文義另有所指外，亦包括其全部附屬公司及綜合入賬的聯屬公司
「超額配股權」	指	如「全球發售安排」一節所述，預期售股股東會根據國際配售協議給予國際包銷商的選擇權，可由摩根士丹利亞細亞有限公司代表國際包銷商行使，要求售股股東為(其中包括)應付國際發售的超額分配(如有)而按發售價額外出售合共不超過113,678,000股股份
「付費會員」	指	認購本公司國際及中國交易市場收費服務的供應商會員
「人民銀行」	指	中國的中央銀行中國人民銀行
「人民銀行匯率」	指	中國人民銀行每日根據前一日中國銀行同業外匯市場匯率及參考全球金融市場現行匯率而釐定的外匯交易匯率
「珠江三角洲」	指	僅就本售股章程而言，包括廣東及福建省的地區
「中國企業所得稅法」	指	中華人民共和國企業所得稅法
「中國政府」	指	中國中央政府，包括一切政府附屬機構(包括省、市及其他地區或地方政府)及其組織，或按文義所指其中任何機構或組織
「中國統計局」	指	中國國家統計局
「中國商標法」	指	中華人民共和國商標法(修訂本)
「中國商標局」	指	中國國家工商行政管理總局商標局

「首次公開售股前股份獎勵計劃」	指	Alibaba.com Corporation 為本公司董事及阿里巴巴集團(包括本公司)若干僱員實施的與其所持有本公司股份有關的現行股份獎勵計劃，其他詳情載於本售股章程附錄七 — 「法定及一般資料」
「定價日期」	指	就發售而釐定發售股份價格的日期，預期約於二零零七年十月二十七日，而無論如何不遲於二零零七年十一月五日
「Pyramid Research」	指	一家以美國為基地的研究及顧問公司
「合資格機構買家」	指	規則144A所指的合資格機構買家
「規例S」	指	美國證券法規例S
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「重組」	指	阿里巴巴集團進行的重組，詳情載於第57頁起的「歷史及重組 — 本公司重組」一節
「購回授權」	指	本公司唯一股東給予本公司董事有關購回本公司股份的一般無條件授權，詳情載於本售股章程附錄七
「受限制股份單位」	指	受限制股份單位
「受限制股份單位計劃」	指	本公司根據唯一股東於二零零七年十月十二日通過的決議案及董事會於二零零七年十月十二日通過的決議案有條件採納的計劃，以給予本公司僱員與其他合資格參與者受限制股份單位，其他詳情載於本售股章程附錄七 — 「法定及一般資料」
「規則144A」	指	美國證券法規則144A
「外匯管理局」	指	中國國家外匯管理局
「外匯管理局第75號通知」	指	外匯管理局於二零零五年十月二十一日頒佈的關於境內居民通過境外特殊目的公司融資及返程投資外匯管理有關問題的通知
「工商管理總局」	指	中國國家工商行政管理總局
「沙士」	指	高傳染性的非典型肺炎，現時稱為嚴重急性呼吸系統綜合症
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「售股股東」	指	Alibaba.com Corporation

「藥監局」	指	中國國家食品藥品監督管理局
「證券期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例
「購股權計劃」	指	本公司根據唯一股東於二零零七年十月十二日通過的決議案及董事會於二零零七年十月十二日通過的決議案有條件採納的購股權計劃，其他詳情載於本售股章程附錄七一「法定及一般資料」
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0001港元的普通股
「中小企」	指	中小型企業
「軟銀」	指	SOFTBANK CORP.
「穩定股價經辦人」	指	摩根士丹利亞洲有限公司
「國家版權局」	指	中國國家版權局
「國務院」	指	中國國務院
「借股協議」	指	Alibaba.com Corporation與Morgan Stanley & Co. International plc或其任何聯屬公司可能於定價日期或其前後訂立的借股協議
「架構合同」	指	「歷史及重組 — 架構合同」一節所述杭州阿里巴巴、其股東與本公司訂立的合約
「淘寶」	指	阿里巴巴集團全資附屬公司淘寶(中國)軟件有限公司所經營的消費者網上商貿業務
「電信業許可證管理辦法」	指	信息產業部於二零零一年十二月二十六日頒佈而於二零零二年一月一日生效的電信業務經營許可證管理辦法
「電信條例」	指	國務院於二零零零年九月二十五日頒佈的中華人民共和國電信條例
「貿易通」	指	本公司網上通信的即時通訊工具
「包銷商」	指	香港包銷商及國際包銷商
「包銷協議」	指	香港包銷協議及國際配售協議
「美國」	指	美利堅合眾國

「美元」	指	美國法定貨幣美元
「美國交易所法」	指	一九三四年美國證券交易所法(修訂本)
「美國證券法」	指	一九三三年美國證券法(修訂本)
「外商獨資企業」	指	中國的外商獨資企業
「白表 eIPO」	指	在指定網站 www.eipo.com.hk 遞交網上申請以申請香港發售股份而要求按本身名義發行股份
「白表 eIPO 服務供應商」	指	在指定網站 www.eipo.com.hk 列明的本公司指定白表 eIPO 服務供應商
「世貿」	指	世界貿易組織
「雅虎」	指	Yahoo! Inc.
「中國雅虎」	指	國風因特軟件(北京)有限公司、北京雅虎網信息技術有限公司、北京雅虎網諮詢服務有限公司及阿里巴巴科技(北京)有限公司(均為阿里巴巴集團的全資附屬公司)與北京阿里巴巴信息技術有限公司(阿里巴巴集團綜合入賬的聯屬公司)所經營的互聯網搜索引擎及門戶網站業務
「長江三角洲」	指	僅就本售股章程而言，包括浙江及江蘇省與上海市的地區

「聯繫人」、「關連人士」、「控權股東」、「附屬公司」及「主要股東」等詞的含義為上市規則所定義者。除非另有明確說明，或上下文另有要求，關於本公司持股量的一切提述均假設並無行使超額配股權。

前 瞻 性 陳 述

本售股章程載有前瞻性陳述，該等陳述性質涉及重大風險及不明朗事項，主要載於「概要」、「風險因素」、「所得款項用途」、「行業概覽」、「業務」及「財務資料」數節。該等陳述與下述事項有關：該等事項涉及已知及未知風險、不明朗事項及其他因素（包括「風險因素」所列因素），而該等因素或會導致本公司實際業績、表現或成績與前瞻性陳述所說明或暗示的表現或成績有重大差異。該等前瞻性陳述包括（但不限於）與下列各項有關的陳述：

- 本公司業務策略；
- 本公司維持及提升「阿里巴巴」品牌的能力；
- 本公司發掘新付費會員及挽留現有付費會員的能力；
- 本公司吸引更多用戶使用本公司交易市場的能力；
- 互聯網及電子商務行業的未來競爭環境；
- 本公司營運及業務前景，包括本公司現有及新增業務、服務及產品的發展計劃；
- 本公司的股息政策；
- 本公司的資本開支計劃；
- 中國互聯網及電子商務行業的監管環境以及整體行業展望；及
- 中國互聯網及電子商務行業的未來發展。

與本公司有關的「預料」、「相信」、「可能」、「估計」、「預期」、「有意」、「或會」、「計劃」、「尋求」、「將會」、「可能會」等詞及其反義詞以及其他同類字眼乃旨在識別若干該等前瞻性陳述。該等前瞻性陳述反映本公司現時對未來事件的看法，並非未來表現的保證。由於有若干不明朗事項及因素，故實際業績或會與前瞻性陳述所載資料有嚴重差異。該等不明朗事項及因素包括（但不限於）：

- 與本公司各業務範疇有關的中國中央及地方政府任何法例、規則及規例以及信息產業部與其他有關政府機關的規則、規例及政策變更；
- 中國整體經濟、市場及業務情況；
- 中國政府的宏觀經濟政策；
- 利率、匯率、股價或其他比率或價格的變更或波動；
- 互聯網及電子商務行業競爭對本公司服務及產品的需求及價格的影響；
- 本公司或會尋求的各種商機；及
- 本售股章程所討論的風險因素以及其他非本公司所能控制的因素。

前 瞻 性 陳 述

除適用法律、法規及規例另行規定外，本公司概無責任在出現新資料、未來事項時或基於其他原因更新或修改本售股章程所載的前瞻性陳述。由於此等及其他風險、不明朗事項及估計，故本售股章程所討論的前瞻性事件及情況未必會如本公司所預計般出現，亦可能不會出現。因此，閣下不應過分倚賴任何前瞻性資料。本售股章程所載的一切前瞻性陳述，均受本節所載的警告聲明以及自第24頁開始的「風險因素」一節所討論的風險及不明朗事項限制。

閣下決定投資本公司股份前，務請審慎考慮本售股章程所載全部資料，包括下述風險及不明確因素。任何該等風險及不明確因素均可能嚴重損害本公司業務、財務狀況、經營業績或前景。本公司股份市價或會由於任何該等風險及不明確因素而大幅下跌，閣下或會因而損失全部或部分投資。

有關本公司業務及行業的風險

本公司的大部分收益來自中國出口商，故此不利中國出口商或中國出口市場的因素亦可能嚴重損害本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景。

本公司的大部分收益來自本公司國際交易市場的Gold Supplier會員，該等會員大部分均為從事中國出口貿易的中小型企業（「中小企」）。於二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月，來自本公司國際交易市場Gold Supplier會員的收益均佔本公司收益的71.0%。因此，不利中國出口商或中國出口市場的因素會嚴重損害本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景。該等因素包括：

- 或會限制中國出口的監管限制、貿易糾紛、個別行業配額、關稅、非關稅障礙及稅項；
- 中國出口產品減少或取消退稅或其他形式的政府資助及經濟獎勵；
- 中國出口產品的需求減少，或對中國出口產品的觀感或名聲的負面因素；
- 人民幣相對其他入口國家及地區的貨幣升值；
- 主要入口國家及地區的整體經濟狀況變差；及
- 中國的原料及勞工成本上漲。

中國經濟發展放緩可能導致中國國內貿易大幅減少，因而減少對本公司服務及產品的需求。

本公司的中國交易市場專為在國內進行貿易的供應商及買家服務，而本公司預期中國交易市場將繼續為本公司未來增長的主要貢獻。本公司中國交易市場於二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月均佔本公司收益的27.3%，亦分別佔二零零六年十二月三十一日及二零零七年六月三十日本公司註冊用戶的84.2%及85.3%。本公司中國交易市場的收益持續增長，主要倚賴中國國內貿易的持續發展，而貿易發展有賴中國國內經濟活動的水平。近年，中國經濟一直為全球發展最快的經濟之一。然而，本公司未能保證，中國經濟可保持此增長速度，尤其中國政府近年已推行多項控制經濟增長速度的措施，包括提高利率、調整商業銀行的存款準備金比率以及推行其他收緊信貸的措施。該等措施或會減

慢中國經濟發展，大幅減少中國國內貿易，因而減低對本公司服務及產品的需求，令本公司收益減少及盈利下降。請參閱第40頁的「— 有關中國的風險 — 中國經濟、政治及社會狀況，以及政府政策變更會對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不利影響」。

本公司未必能保持過往的增長率或溢利率，而本公司經營業績或會大幅波動。倘本公司業績低於市場預期，本公司股份的成交價或會大幅下跌。

本公司收益及溢利過往大幅增長。本公司未能保證，收益增長或溢利率可保持，或可保持在以往的水平。此外，本公司經營業績可能因為多種因素而大幅波動，而該等因素大多並非本公司能夠控制，該等因素包括：

- 本公司維持現有註冊用戶基礎及吸引新註冊用戶的能力；
- 本公司增加付費會員及保留現有付費會員的能力；
- 本公司市場推廣及建立品牌的成果；
- 本公司或競爭對手推出新服務及產品的時間及市場的接受程度；
- 本公司以合理成本及於適當時機開發更佳服務及產品的能力；
- 本公司或競爭對手的定價政策的改變對本公司服務及產品需求的影響；
- 本公司保持本公司交易市場不間斷運作的能力；
- 在網上欺詐、病毒以及其他網上業務的風險受公眾關注程度越來越高的情況下，對以互聯網作為商貿及通訊媒介的持續接受度；
- 有關維持及拓展本公司業務、營運及基建的資金及其他開支的數額及時間；
- 本公司會員組合及增值服務的季候(特別指中國農曆新年公眾假期及五月一日國際勞動節與十月一日中國國慶的一周假期)銷售波動；
- 中國以及世界各地的整體經濟狀況與互聯網、電子商務及中國出口業的個別經濟狀況；及
- 關乎大眾健康的疫症或流行病、恐怖襲擊或戰爭等地區政治事件。

上述或其他因素可能令本公司收益及溢利增長放緩甚至毫無增長。該等因素亦可能令本公司經營業績大幅波動，因而或會引致本公司股份成交價大幅上落。此外，大部分上述或其他因素並非本公司所能控制，故難以預測本公司經營業績。本公司所從事行業發展迅速日新月異，故閣下不應依賴本公司過往經營業績作為本公司未來表現的指標。

倘本公司交易市場未能保持大量供應商及買家，對本公司註冊用戶的吸引力將會減低，本公司收益及溢利因而會大幅減少。

本公司註冊用戶總數自二零零四年十二月三十一日的約6百萬名增加至二零零五年十二月三十一日的1千1百萬名，再增至二零零六年十二月三十一日的1千9百80萬名，其後再增加至二零零七年六月三十日的2千4百60萬名。要有足夠買家透過本公司交易市場物色業務機會及與供應商進行業務，本公司交易市場方可吸引供應商。此外，本公司交易市場要吸引買家，則有賴供應商透過本公司交易市場提供足夠且令買家感興趣的貨品。本公司未能保證，使用本公司服務的供應商所列出的產品及服務有持續需求。倘本公司交易市場所列出的若干貨品的吸引力或需求降低，使用本公司交易市場的買家人數或會減少。除此以外，供應商或會選擇在其他平台而非本公司交易市場列出其產品及服務，此舉將減少本公司交易市場可提供的產品及服務種類以及其交易活動。若本公司交易市場整體交易減少，可能使選擇成為本公司付費會員或將會籍續期的供應商減少。倘本公司未能為交易市場吸引並維持大量供應商及買家，用家會認為本公司服務的效用減少，因而不利本公司業務、盈利能力及前景。

本公司要持續增長，有賴本公司能否維持聲譽，以作為供應商及買家洽商、通訊以及進行業務交易的可靠媒介。

雖然本公司的付費會員須通過若干認證及核實程序，但用戶仍或會進行欺詐交易、出售偽冒或盜版產品、有缺陷或有瑕疵的貨品。該等事件或對該等事件的觀感可能影響本公司聲譽，減低本公司吸引及挽留註冊用戶及付費會員的能力，本公司亦可能會為處理該等事件而有額外成本。若本公司聲譽受損，本公司或會難於保持及擴大大本公司註冊用戶及付費會員的基礎，因而對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不良影響。

若本公司失去「阿里巴巴」品牌的使用權，或因第三方在非授權情況下擅用「阿里巴巴」品牌，及本公司為保護「阿里巴巴」品牌的價值與保持及加強品牌知名度而動用開支，本公司的收益及盈利或會大幅降低。

本公司認為「Alibaba」及「阿里巴巴」品牌（本公司統稱為「阿里巴巴」品牌）為本公司成功關鍵。本公司與阿里巴巴集團已為本公司於業務所使用的大量主要商標，於中國及其他司法權區註冊多個主要類別的使用權，大部分以「阿里巴巴」品牌或阿里巴巴的「笑臉」標誌或相關本公司個別服務及產品而註冊。然而，自本公司於一九九八年推出首個網上交易市場起，本公司有11個而阿里巴巴集團亦有兩個重要標誌尚未能在中國註冊若干重要商標類別使用權，包括第35、38、39及42類的「Alibaba」標誌（中文）及第35、38及39類的「Alibaba」標誌（英文）及35、36及41類的「Alibaba（中文及英文）及Alibaba」商標。此乃由於本公司與中國一家軟件公司北京正普科技發展有限公司（簡稱正普）有商標糾紛訴訟。有關本公司商標申請過程的詳情，請參閱第97頁「業務 — 法律訴訟」。

倘本公司未能取得該等商標註冊或未能以其他可行方法充分保護該等商標，本公司與阿里巴巴集團建立的「阿里巴巴」品牌價值可能受損甚至失去。倘本公司失去「阿里巴巴」品

牌的使用權，因而未能憑藉「阿里巴巴」品牌發展本公司業務，則可能會失去中國互聯網用戶熟悉品牌的優勢，本公司的收益及盈利能力或會因而受影響。

此外，近年本公司有大額廣告及推廣開支。中國的網上及傳統廣告成本不斷增加，且在可見將來仍會繼續增加。除此以外，由於中國互聯網及電子商務行業的競爭將會更為激烈，本公司預期保持及加強本公司品牌知名度或會愈趨困難。本公司或須投放更多財務或其他資源用於廣告、市場推廣及其他活動，以創造及保持本公司用戶對品牌的歸屬感，此舉或會減少本公司盈利。

大部分「阿里巴巴」品牌的商標並非本公司擁有，而本公司依賴與阿里巴巴集團之間訂立的特許權安排使用該等品牌。此外，當「控制權轉變」，本公司或須將阿里巴巴集團轉讓予杭州阿里巴巴的若干商標及域名退還或向阿里巴巴集團支付大額費用。

除了數個以杭州阿里巴巴名義已註冊或將註冊的商標外，本公司並無擁有「阿里巴巴」品牌，因此須依賴與阿里巴巴集團訂立的特許權安排使用該等品牌。由於本公司進行重組，本公司與阿里巴巴集團已訂立自有品牌總特許權及管理協議，據此，阿里巴巴集團無償授權本公司的B2B業務使用所有阿里巴巴集團已擁有或將擁有的待註冊及已註冊的「阿里巴巴」品牌、阿里巴巴「笑臉」標誌或該等商標的組合，及所有包含「Alibaba」字樣或其相應中文名稱的域名及關鍵詞尋址。該特許權初步為期十年，本公司可再自行酌情續期，每次可續期十年。然而，倘發生特許權協議所定義的「控制權轉變」事件（包括阿里巴巴集團不再擁有本公司50%以上投票權），本公司可能需要支付大額專利費用方可繼續使用特許權協議有關的商標及域名。此外，對於已經或將會由阿里巴巴集團轉讓予杭州阿里巴巴的若干商標及域名，發生「控制權轉變」事件後，除非本公司向阿里巴巴集團支付大額款項，否則根據商標及域名轉讓協議，本公司或須將該等商標及域名再交回阿里巴巴集團。請參閱第155頁的「關連交易 — 持續關連交易 — 豁免持續關連交易」及第92頁的「業務 — 知識產權 — 本公司的知識產權」。本公司不能預測能否於「控制權轉變」事件後與阿里巴巴集團按符合商業原則的條款商議新安排。倘現有特許權協議終止，而本公司未能與阿里巴巴集團訂立新安排，則本公司將失去阿里巴巴集團擁有或將擁有或已轉讓予杭州阿里巴巴的「阿里巴巴」品牌、阿里巴巴標誌、域名及關鍵詞尋址的使用權，因而嚴重阻礙本公司B2B業務，並且對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不良影響。

本公司過去曾流失付費會員。倘本公司未能吸納新付費會員取代不續期的付費會員，本公司業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不良影響。

大部分本公司國際及中國交易市場的會籍計劃均須每年或每半年續期一次。本公司付費會員可能由於多種理由而不將會籍續期，包括結束業務、業務方向或市場推廣人員變更、市場推廣預算減少以及對本公司服務及產品的滿意度降低。本公司付費會員決定不將會籍續期可能會大幅減少本公司收益，而本公司亦須支付額外成本以吸引新付費會員。該

等發展可能對本公司的盈利及未來增長有重大不良影響。過去，不少本公司付費會員並不將會籍續期。本公司未能保證付費會員的流失率不會上升，亦不保證本公司能夠吸納新付費會員以取代不續期的付費會員。流失率較目前水平大幅上升，或未能招收新付費會員，可能會對本公司業務、財務狀況及經營業績有重大不良影響。

本公司增長策略或會攤薄本公司管理、營運及其他資源，可能對本公司業務及前景有重大不良影響。

本公司增長策略包括擴大用戶數量、加強網上社區特色及更多應用功能，以進一步提高用戶的歸屬感。本公司亦計劃透過增加更多付費會員及促銷增值服務、選擇性地拓展國際市場及收購合適的業務、資產及技術，以達致增長的目標。該等策略對本公司資源已經並且將會繼續有極大需求。處理本公司的增長更特別需要：

- 聘請及培訓更多人員，包括聘請管理專才及擴充本公司銷售團隊及研發隊伍；
- 保持高質素的客戶及支持服務；
- 繼續加強本公司的研發能力；
- 加強財務及管理監控及信息技術系統；及
- 更嚴格地控制成本。

倘本公司未能成功處理其增長，本公司業務及前景可能會受到重大不良影響。

拓展本公司國際業務會涉及複雜的外匯、管理、法律、稅務及經濟風險。

由於本公司未來增長不單依賴本公司有效營運現有市場的能力，亦有賴本公司開拓新市場的能力，因此本公司計劃在部分國際市場拓展業務。於二零零四年、二零零五年及二零零六年，以及截至二零零七年六月三十日止六個月，國際誠信通付費會員分別佔本公司收益2.6%、2.1%、1.7%及1.6%。在拓展國際業務方面，本公司已開拓及計劃選擇性地開拓本公司只略有或毫無經驗的市場，而且本公司於當地知名度亦較低。要在新市場進一步提高品牌知名度及對本公司服務及產品的需求，本公司預期要投放比現有市場更大量的資源作市場推廣及宣傳之用。例如，本公司最近於香港推出Gold Supplier 會籍計劃。本公司亦計劃於二零零七年底對本公司日本網站作出重大改進。惟本公司未必可於新市場吸納足夠數目的供應商及買家。此外，本公司或未能預測新市場有別於現有市場的競爭狀況。該等競爭狀況可能令本公司難於甚至不能在該等新市場有效經營。倘本公司拓展計劃不成功，本公司盈利及前景可能受到重大不良影響。

本公司的國際拓展策略亦會使本公司涉及相關國際業務的風險，包括：

- 管理國際業務及相關人手調配的困難；
- 有限的知識產權保障，或保障成本更高；
- 不能或難於有效執行合約或法律權利；
- 關稅、出口管制及其他非關稅貿易障礙；
- 不利的稅務後果；
- 匯率波動；
- 須遵守各式各樣的外國法例及監管規定；及
- 政局不穩定以及經濟不景氣甚至衰退。

本公司業務面對激烈競爭，可能減低對本公司服務及產品的需求。

互聯網及電子商務行業競爭激烈，本公司預期未來競爭將會加劇。本公司行業的競爭因素包括用戶基礎、供求信息數目、質素及更新程度、對網上社區的歸屬感、促進用戶間互動的能力、品牌知名度、技術、服務是否隨時備用及易用、客戶服務及價格等。本公司未能保證本公司能夠有效地競爭。而且，部分本公司現有及未來的競爭者可能：

- 有更多財務及其他資源；
- 有更大規模的銷售及市場推廣網絡；
- 對本公司有意開拓的市場有更深入的認識；
- 有更全面的研發及技術能力；
- 有更靈活的定價；
- 有可能阻礙本公司業務的專利權組合；及
- 有更高品牌知名度。

因此，本公司未必能提供較其他競爭對手更佳的服務及產品，亦未必能較競爭對手更有效推廣服務及產品或成功克服競爭。競爭對手可能為其服務提供折扣，而本公司若提供相應折扣則未必有利可圖。此外，競爭對手可能開發出較本公司現時所提供者更有效的技術，或導致本公司服務及產品變得過時或沒有競爭力。除此之外，競爭服務推出市場的時間亦可能影響本公司服務及產品的市場接受度及市場佔有率。倘本公司未能成功競爭，可能對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不良影響。

本公司國際交易市場面對中國及海外網上B2B公司的競爭。本公司中國交易市場亦面對國內網上B2B公司的競爭。本公司與該等有競爭的服務供應商直接爭奪中國供應商及買

家。本公司國際及中國交易市場亦面對其他市場推廣服務提供者(包括互聯網搜索引擎、傳統貿易途徑(如貿易展覽主辦單位、貿易雜誌出版商、分類廣告及戶外廣告))的競爭。倘本公司未能成功與該等或其他競爭對手競爭，則本公司的市場佔有率有可能會減少。

本公司依賴互聯網、電子商務及網上市場推廣行業的持續增長。

吸引供應商及買家在互聯網達成業務交易乃相對較新穎及發展迅速的行業。本公司收益及溢利能否持續增長，相當程度有賴以互聯網作為營商媒介獲得廣泛接受及使用。互聯網及其他網上服務的使用及對該等服務之興趣方興未艾，乃相當近期的現象，本公司未能保證上述情況會持續發展，亦不保證會有大量供應商及買家接受及繼續使用互聯網作為經商的媒介。因此，本公司擴大用戶數量依賴吸納一直使用傳統途徑經商以銷售及採購貨品的供應商及買家。本公司要取得成功，上述各方必須接受及採用經商及交換信息的新方法。

此外，對欺詐、私隱、信用及其他問題的顧慮可能妨礙商戶採納互聯網作為經商媒介。倘該等顧慮未適當地解決，則可能阻礙網上商貿及通信的發展。而且，若發生廣為人知的破壞互聯網保安或違反私隱的事件，互聯網的用量可能全面降低，因而可能減少本公司服務及產品的使用量及拖慢本公司的發展。倘互聯網、電子商務及網上市場推廣行業(尤其是以互聯網作為通商媒介)全面停滯不前，則本公司業務、財務狀況、經營業績及前景將受影響。

本公司的企業文化是成功的因素，惟本公司不能保證公司可持續拓展而一直維持既有的企業文化。

本公司相信本公司的企業文化乃其成功的重要因素。本公司的企業文化著重創業精神、誠實及熱忱。本公司不能保證在業務發展的同時可一直維持既有的企業文化，尤其隨著不斷增長，本公司需要聘請更多僱員，企業管治結構亦更為複雜。本公司企業規模全面增長，不斷有新血加入，維持本公司的企業文化會變得困難，要秉承本公司企業文化的優良傳統則更具挑戰。未能成功維持企業文化可能對本公司的業務及未來的成功有重大不利影響。

本公司倚重主要人員，彼等離職或會嚴重影響本公司業務。倘彼等受負面報導影響，則可能對本公司聲譽構成不利影響。

本公司的未來成功與否，相當大程度有賴主要行政人員及其他要員的長期服務，尤其是本公司主要創辦人兼董事會主席馬雲是建立本公司文化及方針的關鍵人物。本公司全體行政人員、主管及其他要員的聘任均為無指定聘用期的員工。倘任何高層人員或要員離職，本公司未必可覓得合適或合資格的人選取代，且招攬及培訓新人員亦會涉及額外開支，不利本公司的業務及拓展。此外，本公司亦計劃不斷拓展業務及開發新服務，有需要持續招攬及保留資深管理層及要員。

中國對互聯網及電子商務人才需求甚殷，但中國本地合適及合資格的人才卻有限。本公司需提供更高的報酬及其他福利以吸引及保留人才，此舉或會不利本公司的財務狀況及經營表現。倘本公司未能吸引或保留所需人員以助本公司達成業務目標，則可能會嚴重影響本公司的業務。

此外，本公司董事及高級管理人員曾經及將會繼續受到傳媒及公眾監察，而傳媒報導有關彼等的信息可能未經查證、不準確或有所誤導。有關本公司董事或高級管理人員的負面報導，即使為不真實或不準確，也可能對本公司聲譽及本公司股份成交價有不良影響。

倘本公司未能吸引、推動及保留僱員，業務增長或會受影響。

本公司的表現及日後成功與否倚賴本公司人員的專才及努力。本公司能否吸引新僱員及保留與推動現有僱員會影響本公司的持續競爭力。業界的競爭日益激烈，本公司要招攬新職員及推動和保留現有僱員或會有更大困難。倘本公司未能吸引合資格人員及保留和推動現有僱員，則本公司未必能有效地拓展業務。

此外，首批授予本公司僱員的購股權(與阿里巴巴集團的原有購股權交換而得)大部分已經歸屬或行使。本公司一般會按表現向僱員授出額外購股權，以吸引僱員留任本公司，但不少僱員或會累積相當數額的已歸屬購股權。當僱員來自己歸屬購股權的個人財富日益增加，尤其當購股權的有關股份價格已較購股權的行使價大幅升值，則本公司會更難激勵及挽留合資格的員工。

倘本公司用戶進行欺詐或侵犯知識產權、供應商提供的產品及服務未達標準或惹起爭議，則本公司的業務及品牌形象或會受損，亦可能因客戶所出售質量不合格產品而引起產品轉承責任的索償。

因本公司若干用戶的欺騙行為，本公司交易市場所載的內容侵犯第三方版權、商標、商號、專利或其他知識產權，或供應商列出的產品及服務未達標準或具潛在爭議，過往本公司曾遭受牽連，而預計將來亦會因而受牽連。對於用戶在交易市場提供的產品及服務性質或種類，本公司的控制能力有限。倘公眾普遍認為本公司的交易市場有欺騙交易，或交易涉及偽冒或盜版產品，則會損害本公司的聲譽及業務。此外，本公司的交易市場所列的產品倘引致人身傷亡、財產損失或其他損害，本公司或須面對產品轉承責任的索償。例如，根據中國法律，倘本公司有意或疏忽地參與、唆使或協助在本公司交易市場進行偽冒或盜版產品的侵權行為，則本公司或須負上轉承責任。根據中國法律，本公司的潛在責任包括強制停止侵權行為、糾正、賠償及行政處分。欺騙或侵犯知識產權或產品責任索償的指控過往曾經且日後亦可能引起對本公司的訴訟，而有關的潛在賠償及有關的法律開支可能重大。本公司不能保證全部訴訟均能勝訴。此外，訴訟會佔用管理資源，涉及大額費用且使公眾形象受損。

本公司或會在保護知識產權方面遇到困難。

本公司的知識產權包括但不限於「TRUSTPASS」及「誠信通」商標；「www.alibaba.com」、「www.alibaba.com.cn」及其他域名和「iSearch」平台及「smatching」搜索及配對技術等專有技術。本公司根據商標、版權、專利及商業保密條例、公平商業行為法例、不披露協議及其他方法保障本公司的知識產權，本公司亦根據與僱員所訂立聘任協議保密條款的商業秘密權保障本公司的業務。倘本公司的任何僱員違反保密責任，本公司未必可獲足夠的補償，而競爭對手亦可能獲得本公司的商業機密。此外，倘競爭對手自行開發與本公司商業機密相等的信息或其他專有信息，則本公司會更難以執行本身的權利，而業務及前景亦可能會受損。

此外，大部分「阿里巴巴」品牌由阿里巴巴集團持有，本公司則根據特許權協議獲授權在B2B業務使用該等品牌。「阿里巴巴」品牌亦由阿里巴巴集團及其屬下其他附屬公司使用。倘阿里巴巴集團不能有效保護「阿里巴巴」品牌，遭第三方不當使用，或阿里巴巴集團及其屬下其他附屬公司不當使用而損害品牌，則本公司的聲譽可能受損，令本公司業務、財務狀況及經營業績遭受重大不利影響。

本公司或有需要提出訴訟或其他法律程序以行使本公司的知識產權權利，保護本公司的專有技術，或釐清第三方專有權利是否有效及其範圍。在中國的知識產權的效力、執行力及保障範圍並不清晰，本公司未必能夠成功行使該等權利。因此，本公司的專有權利保障程度並不清晰亦未必足夠。為保障本公司的知識產權而提出的訴訟、法律程序、其他措施或程序或需龐大成本及損耗本公司的資源，更可能嚴重損害本公司業務及收益。倘本公司未能保障商號、商標、商業秘密及其他專有資料，本公司的競爭條件將會受損，亦可能需承擔重大損失。

本公司過往曾經而日後亦可能遭第三方提出侵權及擅用索償，倘裁決不利本公司，則本公司或須支付重大賠償。

本公司的成功相當有賴於在不侵犯第三方知識產權的情況下，運用及開發本身的技術、商標、版權、專有技術及其他知識產權。隨著本公司不斷在國際市場擴闊客源及拓展業務，而在中國訴訟日益普遍，本公司面對因侵犯他人知識產權、知識產權無效或彌償保證而被起訴的風險更大。不少本公司目前或潛在的對手均擁有充裕資源，大量投資發展競爭技術，可能已經或會獲得專利而阻止、限制或干擾本公司於中國或其他司法權區提供本公司的服務及產品。此外，本公司推出增值服務，向付費會員銷售若干關鍵詞，以提升彼等產品及服務在本公司交易市場的搜索率，而有關的關鍵詞可能在若干司法權區為受保護的商標。有關本公司知識產權的索償是否有效及其有效範圍，涉及複雜的法律及事實等問題及分析，因此結果可能並不肯定。此外，抗辯該等索償不但開支龐大而且費時，或會嚴重耗損本公司管理層及技術人員的資源。再者，倘本公司在該等索償或法律程序敗訴，本公司或須：

- 支付賠償；

- 以不利條款向第三方徵求特許權；
- 長期支付專利權費；
- 重新設計本公司的服務及產品；或
- 遭禁制令所限制。

任何上述因素可能會禁止或限制本公司繼續經營部分或全部業務，令供應商及買家減少使用本公司的服務及產品，嚴重不利本公司業務、財務狀況及經營業績。此外，由於本公司使用若干阿里巴巴集團授權的知識產權，其中包括「阿里巴巴」品牌，就該等品牌對阿里巴巴集團提出的訴訟或索償或會間接影響本公司的權益，並且不利本公司的業務、財務狀況及經營業績。

本公司的營運或會因系統失靈、自然災害以及非法干擾或破壞安全系統導致的意外網絡干擾而中斷。

本公司能否成功，尤其是能否提供優質客戶服務，有賴本公司的電腦及通訊硬件系統的效率及不間斷運作。現時絕大部分營運本公司網站的電腦硬件位於中國及美國。無論本公司採取任何防禦措施，在本公司中國或美國的設施所在地發生地震等天災或其他難以預料的問題仍可導致本公司的服務中斷。本公司不能保證後備系統及災難復原措施可有效地應對上述風險。此外，倘電訊網絡營運商未能向本公司提供所需頻寬，亦會影響本公司網站的速度及服務。系統的損毀或失靈及網站服務中斷均可導致服務減少或終止，而本公司亦有可能須賠償付費會員，因而嚴重損害本公司的業務、財務狀況及經營業績。倘經常或持續系統失靈，本公司的聲譽更可能會嚴重受損。

本公司的服務器可能會受到電腦病毒、駭客、惡意破壞、實際或電子闖入及類似損害，可能干擾、延誤、數據損失或阻止用戶通訊及進行交易，而且不能全面消除此等風險。本公司不能保證其網絡安全措施可偵察或防範損害本公司業務的安全系統入侵，成功非法盜取用戶密碼的第三方可存取用戶資料及供求信息，並使用該用戶名稱在本公司的交易市場與其他用戶溝通。一如其他著名互聯網公司，本公司的用戶以往及日後均一直是「網絡釣魚」(phishing) 電郵的欺詐目標，以盜取密碼、財務資料及其他私人資料或使用戶電腦遭病毒入侵。此外，本公司業務或會受惡意破壞的軟件或其他第三方軟件應用損害，更改本公司客戶的電腦或干擾本公司用戶使用本公司交易市場網站。該等應用軟件包括「間諜軟件」(spyware) 及「彈出式視窗」(pop-ups)，可截去對本公司交易市場網站發送的查詢、更改或取替本公司的搜索結果，或妨礙用戶使用本公司交易市場網站。出現任何或全部上述事件可能會減低用戶使用本公司交易市場網站的信心，嚴重損害本公司的業務及聲譽。

本公司業務的成功經營有賴互聯網基建的表現及可靠性，故此互聯網存取中斷會嚴重影響本公司的業務、財務狀況及經營業績。

本公司業務的成功取決於全球(尤其是中國)互聯網基建的表現及可靠性，即須維持一個合適的互聯網基建，包括具備所需速度、數據容量及安全的主幹網絡，加上及時開發的配套產品，提供可靠的互聯網存取及服務。互聯網用戶數量及數據傳輸以往且預期日後亦將不斷提升。現有互聯網基建未必可支援用戶及數據傳輸的持續增長。同時，用戶數量上升、頻寬需求增加，或電腦病毒及類似程式導致的問題或會損害互聯網的表現。互聯網曾因部分基建受損而發生多次中斷或其他延誤，日後亦可能再出現中斷或延誤，因而可能全面減低互聯網的用量，同時減低本公司交易市場的用量，從而嚴重損害本公司的業務、財務狀況及經營業績。

本公司中國交易市場的主機位於中國，絕大部分註冊用戶亦位處中國。中國經互聯網進行的存取絕大部分經由政府操控的電訊營運商在中國信息產業部行政監控及法規監督下進行。此外，中國本地網絡透過中國政府操控的國際網關連接中國境外的互聯網。該等國際網關為中國用戶連接境外網站的唯一通道。本公司不能保證中國會開發技術更先進且更可靠的互聯網基建，倘中國現有互聯網基建出現中斷、失靈或其他問題，未必有另一網絡可供使用。

技術日新月異或行業迅速發展或會嚴重不利本公司業務、財務狀況、經營業績及前景。

互聯網及電子商務行業技術日新月異，行業標準經常演變，服務及產品不斷推陳出新，客戶需求不斷轉變。因此，本公司日後能否成功取決於能否掌握日新月異的科技，配合行業標準的轉變改良服務，針對競爭服務及產品，以及網上交易市場需求的變化，改良本公司服務的表現、功能及可靠程度。本公司或須針對上述轉變重新衡量業務模式，並且可能對本公司的發展策略及業務計劃作出重大改革。未能適應任何上述轉變或會嚴重影響本公司的業務、財務狀況及經營業績。此外，倘若新互聯網、網絡或通信技術或其他技術轉變廣泛流行，本公司或須動用大量開支變更或改進服務與產品或基建，因而大幅降低盈利。

本公司或會需要但未能取得額外資金，因此可能會嚴重影響本公司的流動資金水平及財務狀況。

本公司相信目前的現金及等同現金項目、經營現金流量及全球發售所得款項足以應付未來十二個月的預期現金需求。然而，本公司或會由於經營狀況轉變或其他日後發展(包括投資或收購)而需要額外現金資源，而本公司能否取得額外資金須視乎多項不明朗因素而定，包括：

- 本公司日後財務狀況、經營業績及現金流量；

- 本公司可籌集資金的資本市場狀況；
- 互聯網、電子商務及有關公司籌集資本的整體市況；及
- 中國及其他地方的經濟、政治及其他狀況。

本公司未必能及時或以可接受的條款取得額外資金，甚至不能取得額外資金。此外，透過發行股本證券籌集額外資金的條款及金額或會大幅攤薄本公司股東的股權。此外，借貸會加重利息負擔，本公司亦可能須作出經營及財務方面的承諾，因而限制本公司的經營靈活性及嚴重損害本公司業務。

本公司或會進行投資、收購、特許權安排及合夥經營，但未必成功，並且可能因而嚴重損害本公司管理業務的能力。

作為本公司的增長策略，本公司計劃選擇性地透過投資、收購、特許權安排及合夥經營方式，物色及收購與本公司業務相輔相成的業務、資產及技術。該等交易或需管理層發展新業務的專才、管理新業務關係及吸引新類型客戶。此外，該等交易或需管理層相當專注，本公司管理層及資源要多方兼顧或會嚴重影響本公司管理業務的能力。本公司將各種投資、收購、特許權安排及／或合夥經營業務與現有業務及經營融合方面或會遇上困難。日後的交易亦可能使本公司面對潛在風險，包括以下的相關風險：

- 融合新業務、服務及人員；
- 減少現有業務及技術的資源；
- 潛在損失或損害與僱員或客戶的關係；及
- 無法預料或隱藏的債務。

上述任何風險均可嚴重影響本公司管理業務的能力，有損本公司業務、財務狀況及經營業績。

由於本公司單獨經營的經驗有限，可能難以衡量本公司業務及前景。

在本公司重組前，本公司屬於阿里巴巴集團一部分，而並非單獨經營。請參閱第57頁起的「歷史及重組」。附錄一「會計師報告」所載的本公司合併財務報表乃根據國際財務報告準則編製，猶如本公司及現有企業架構於二零零四年一月一日已存在，並計入阿里巴巴集團就本公司重組所支出但與本公司B2B業務無關的費用。該等開支主要涉及向阿里巴巴集團控制的其他業務所提供若干市場推廣及行政服務。請參閱第101頁「財務資料 — 本公司的重組」及附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註1(b)及1(c)。此外，由於本公司業務於重組前屬於阿里巴巴集團的一部分，並非獨立公司，故此本公司與阿里巴巴集團進行的某些交易未必按一般商業條款進行。詳情請參閱附錄七 — 「法定及一般資料」的「本公司董事、管理層、僱員及專家的其他資料 — 關聯方交易」。因此，該等財務報表未必能反映假設本公司獨立(而非阿里巴巴集團的一部分)經營所應有過往財務狀況及經營業績，亦未必能作為本公司日後財務狀況及經營業績的指標。

本公司或會就阿里巴巴集團或雅虎被索償而成為共同被告，有可能因而損害本公司的業務及聲譽或可能產生負面報導，影響本公司股份的成交價。

本公司的母公司阿里巴巴集團經營多項業務，包括淘寶、支付寶、阿里軟件及中國雅虎。另外，阿里巴巴集團的主要股東之一雅虎亦經營不少網站及業務。阿里巴巴集團及雅虎不時面對訴訟，包括有關網站內容、侵犯知識產權及人權的訴訟，本公司曾經亦可能由於與阿里巴巴集團及雅虎的關係而成為該等訴訟的共同被告。無論該等對本公司的控告是否勝訴，本公司涉及訴訟會使本公司有重大開支，亦會使管理層分心及浪費其他資源，導致負面的報導，因而有損本公司業務及聲譽及影響本公司股份成交價。此外，如本公司敗訴，更可能須支付重大賠償。

有關本公司企業架構的風險

本公司的行動主要由母公司控制，而本公司母公司及其股東的利益未必與本公司其他股東一致。

全球發售完成當時(包括轉讓股份的影響，但不計及行使根據僱員股權交換授出的購股權及受限制股份單位或根據首次公開售股前股份獎勵計劃授出的購股權)，假設並無行使超額配股權，本公司母公司 Alibaba.com Corporation 將持有本公司已發行股份約75.0%。因此，阿里巴巴集團及其主要股東(包括雅虎及軟銀)可控制須獲大部分股東通過的行動，並透過在董事會的代表影響或限制本公司的業務，其中包括：

- 本公司的業務策略及政策；
- 修訂章程大綱及章程細則；
- 派付股息的時間及金額；及
- 合併、收購、剝離及其他需要股東批准的公司行動。

本公司若干董事(包括主要創辦人兼董事會主席馬雲)亦兼任阿里巴巴集團董事及行政人員。請參閱第177頁開始的「董事及高級管理人員」。阿里巴巴集團並無責任向本公司提供財政支持或以最符合本公司及本公司其他股東的最佳利益行使其股東權利，阿里巴巴集團亦可從事與此等利益有衝突的業務。此外，根據雅虎、軟銀與Alibaba.com Corporation管理股東所訂立的經修訂股東協議，雅虎、軟銀及／或Alibaba.com Corporation管理股東有權批准阿里巴巴集團對本公司的若干行動。本公司所理解各訂約方對有關股東協議的履行方式或會與實際履行有別，倘本公司董事會與Alibaba.com Corporation董事會的決定有分歧，則Alibaba.com Corporation有權召開本公司股東大會，根據本公司的章程細則以普通決議案罷免本公司董事。此外，不能保證雅虎、軟銀及／或Alibaba.com Corporation管理股東會為本公司或本公司其他股東的最佳利益行使股東協議所賦予的批准權。倘阿里巴巴集團或其主要股東的利益與本公司其他股東的利益有所衝突，或阿里巴巴集團促使本公司的業務追隨

或放棄策略目標而與本公司其他股東的利益有衝突，則阿里巴巴集團所選擇追隨或放棄的行動或會不利本公司其他股東，且亦未必符合本公司業務的最佳利益。此外，本公司的控制權相當集中，或會妨礙、拖慢或防止本公司控制權的轉變。

根據上市規則及本公司章程細則，若干有關公司的事宜須徵求股東批准，而本公司的控權股東 Alibaba.com Corporation 對有關事宜的投票未必與本公司董事會的決定一致。此外，即使根據上市規則或本公司章程細則僅需董事會批准的公司事宜，作為控權股東的 Alibaba.com Corporation 可召開股東大會，以撤換現有董事而凌駕本公司董事會決定，及／或通過決議案凌駕董事會決議案，並且安排本公司採取 Alibaba.com Corporation 所指示的其他行動。倘若 Alibaba.com Corporation 撤換本公司董事或以其他方式凌駕本公司董事會決定，則本公司的營運或會受影響，而本公司亦可能遭參與本公司董事會原已批准交易的第三方索償。請參閱第150頁「與阿里巴巴集團的關係 — 本公司獨立於阿里巴巴集團 — Alibaba.com Corporation 股東協議對本公司的影響」。

倘阿里巴巴集團不能履行就本公司重組而與本公司訂立的若干協議責任，則本公司的業務及前景或會受到重大不利影響。

阿里巴巴集團就本公司的重組與本公司訂立的若干協議，包括：

- 自有品牌總特許權及管理協議，阿里巴巴集團授予本公司特許權，允許本公司B2B業務使用所有待註冊及已註冊的「阿里巴巴」品牌、Alibaba 標誌或該等商標的組合，亦可使用阿里巴巴集團擁有的域名及關鍵詞尋址（包括正轉讓予阿里巴巴集團，包含「Alibaba」或其中文名稱的域名及關鍵詞尋址）；
- 技術及知識產權框架許可協議，阿里巴巴集團(i)授予本公司所有截至最後實際可行日期與本公司B2B業務相關的有效的專利、待批專利使用權及有關專有技術（包括本公司根據技術服務框架協議代表阿里巴巴集團參與開發的日後專利使用權）；(ii)同意應本公司要求即時授予本公司截至最後實際可行日期，所有阿里巴巴集團現時有特許權使用，並可分特許而授權本公司的與本公司B2B業務相關的第三方技術及知識產權使用權的分特許權；及(iii)同意應本公司要求即時授予本公司可使用所有阿里巴巴集團日後獲第三方特許使用的與本公司B2B業務相關的技術及知識產權（以阿里巴巴集團可轉授分特許權者為限）的選擇權；及
- 不競爭承諾，阿里巴巴集團承諾，本公司股份在香港聯交所上市期間，或阿里巴巴集團直接或間接擁有本公司30%或以上的投票權，且一直為本公司單一最大股東（直接或間接由一致行動人士持有的股份均一併計算）期間，不會從事、協助或支援第三方經營、參與受限制業務（定義見第135頁「與阿里巴巴集團的關係 — 阿里巴巴集團的不競爭承諾」）或持有任何受限制業務的權益。

請參閱第132頁開始的「與阿里巴巴集團的關係」及第153頁開始的「關連交易」。倘阿里巴巴集團不履行此等協議規定的責任，或會對本公司的營運有重大障礙，並對本公司的業務及前景有重大不利影響。

倘中國政府裁定本公司與杭州阿里巴巴的合約安排違反相關的中國法例、規則及規例，或相關的法例、規則及規例或其詮釋或執行方式有所變更，則本公司的業務或會受到重大不利影響。

現時，中國政府對外商投資互聯網行業有所限制。因此，本公司透過主要創辦人兼董事會主席馬雲及創辦人兼董事之一謝世煌(彼等均為中國公民)所擁有的杭州阿里巴巴廣告有限公司(杭州阿里巴巴)經營中國交易市場網站。本公司倚靠杭州阿里巴巴的許可證在中國經營中國交易市場網站。本公司與杭州阿里巴巴及其股東訂有合約安排，對杭州阿里巴巴有重大控制權。

儘管本公司的中國法律顧問方達律師事務所表示，本公司與杭州阿里巴巴的安排符合現行中國法律、規則及規例，惟本公司並不保證中國政府同意此等安排符合中國發牌、註冊或其他監管規定、現行政策或日後採納的規定或政策。現時有關外商投資互聯網公司的中國法例、規則及規例的詮釋及應用有重大不明朗因素。

由於此等中國法例、規則及規例較新，且或會變更，故其官方詮釋及執行(或會追溯引用)存在重大不明朗因素。此外，或會頒佈新的中國法例、規則及規例而有額外規定，而此等額外規定或會適用於本公司與杭州阿里巴巴的合約安排。以二零零七年三月十六日頒佈而於二零零七年十月一日生效的中國物權法為例，本公司或須向有關當局登記根據杭州阿里巴巴股東與阿里巴巴中國股東所訂立的股權抵押協議中有關杭州阿里巴巴股權的抵押權益。倘本公司需要登記該等抵押權益，則不辦理登記或會導致股權抵押協議失效或不可執行。請參閱第69頁「歷史及重組 — 架構合同 — 股權抵押協議」。中國政府對是否違反中國法例、規則及規例有相當大的酌情權，包括徵收罰款、吊銷營業及其他許可證及要求採取符合規定的措施。倘中國政府裁定本公司不遵守相關的中國法例、規則及規例，則可能吊銷本公司中國附屬公司或杭州阿里巴巴的業務及經營許可證，要求本公司終止經營或限制本公司經營，限制本公司收取收益、封鎖本公司網站，要求本公司重組業務或對本公司實施其他監管或強制措施，均會對本公司業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響。

本公司根據與杭州阿里巴巴及其股東的合約安排對該等公司的控制權可能不及直接擁有般有效。

本公司並無擁有杭州阿里巴巴的股權，而是基於合約安排控制及經營本公司中國交易市場網站。然而，本公司無法保證能執行該等合約安排。即使本公司可執行該等合約，但當發生若干杭州阿里巴巴股東或本公司無法控制事件(包括執行法定扣押或提出破產或刑事訴訟)，上述安排將不能保障本公司的控制權，故根據該等合約安排亦未必可如同直接擁有般有效控制杭州阿里巴巴。倘對杭州阿里巴巴或其股東實施法定扣押或提出破產或刑

事訴訟，第三方債權人對杭州阿里巴巴或其股東的資產有追索權，而政府機關亦可能對杭州阿里巴巴或其股東罰款或查封、凍結或沒收其資產，甚至可能要求杭州阿里巴巴結業。上述任何情況均可能使架構合同對杭州阿里巴巴或其股東是否成立、有效及可否執行受重大不利影響。倘杭州阿里巴巴或其股東並無履行彼等與本公司所訂立合約的責任，本公司可能須訴諸中國法律要求糾正，惟亦未必有效。本公司不能執行與杭州阿里巴巴或其股東訂立的合約或執行能力受到限制，均會干擾本公司業務，並對本公司財務狀況、經營業績及前景有重大不利影響。

杭州阿里巴巴股東利益可能與本公司利益互相衝突。

本公司主要創辦人兼董事會主席馬雲及本公司創辦人之一及董事謝世煌為杭州阿里巴巴的主要股東，彼等於本公司及杭州阿里巴巴的職責可能有利益衝突。馬先生及謝先生為本公司董事，根據開曼群島法例當本公司與杭州阿里巴巴有潛在利益衝突時，彼等對本公司有忠誠盡職責任，彼等在本公司董事會考慮任何有關本公司與杭州阿里巴巴的安排或交易事項時不得投票。此外，馬先生及謝先生已分別簽署不可撤銷授權書委任由本公司指定的個人作為其實際代理人，代為就所有須股東批准的杭州阿里巴巴事項投票。然而，本公司無法保證當發生利益衝突時，馬先生或謝先生會完全為本公司利益行事，亦不保證利益衝突可有效處理或解決結果對本公司有利。倘本公司無法解決與杭州阿里巴巴股東之間的利益衝突，本公司或須訴諸法律程序，或會因而導致本公司業務中斷。

本公司聯屬公司之間的合約或其他安排可能須受中國稅務機關審查，而倘結果認定本公司或本公司附屬公司或聯屬公司額外欠稅或會大幅降低本公司的盈利及閣下投資的價值。

中國稅制迅速演變，各項中國稅法可能有截然不同的詮釋，故對中國納稅者而言存在重大不明朗因素。本公司無法保證中國稅務機關日後不會認定本公司額外欠稅。特別是，根據相關的中國法例、規則及規例，關連人士間的安排及交易可能受中國稅務機關審核或質疑。例如，倘中國稅務當局認定本公司附屬公司與聯屬公司間的任何合約安排並非按公平基準訂立，因而之後須針對中國稅務規定以轉讓定價調整形式調整收支，則本公司或會承擔重大不利的稅務後果。轉讓定價調整可減少本公司的中國附屬公司及聯屬公司可扣稅成本及開支，但不減少應課稅收入，因而增加該等附屬公司及聯屬公司（包括杭州阿里巴巴）的中國稅務承擔，進而會增加本公司整體稅項責任。此外，中國稅務機關可能就有關轉讓定價調整對本公司中國附屬公司或聯屬公司徵收大額滯納金及其他罰款。

本公司相當依賴主要營運附屬公司支付的股息及其他股本分派以應付現金及其他資金需求，而主要營運附屬公司向本公司支付股息的能力受限制會對本公司經營業務能力有重大不利影響。

本公司為控股公司，相當依賴營運附屬公司阿里巴巴（中國）網絡技術有限公司（簡稱阿里巴巴中國）及阿里巴巴（中國）軟件有限公司（簡稱阿里巴巴軟件）所支付的股息及其他股本分派應付本公司的現金及資金需求，包括向本公司股東支付股息及其他現金分派、償還本公司債務及支付開支必需的資金。倘阿里巴巴中國或阿里巴巴軟件於日後借貸，有關

債務的契據可能限制彼等向本公司支付股息或其他分派的能力。此外，有關中國法例、規則及規例僅允許阿里巴巴中國或阿里巴巴軟件動用根據中國會計準則及規例釐定的保留盈利(如有)支付股息。

根據中國法例、規則及規例，在中國註冊成立的公司均須每年撥出部分收入淨額作為若干法定儲備金。該等儲備金與註冊資本不得以現金股息形式分派。根據該等中國法例、規則及規例，在中國註冊成立的本公司附屬公司及綜合入賬聯屬公司將各自部分資產淨值作為股息轉交股東的能力會受限制。此外，若干近期中國規例亦可能限制中國附屬公司向本公司支付股息的能力。詳情請參閱第44頁「有關中國的風險」。有關中國國民在境外成立特殊目的公司的中國規例可能使身為中國居民的股東或本公司中國附屬公司承擔責任或罰款、或限制彼等對本公司中國附屬公司的注資能力或限制本公司中國附屬公司向本公司分派溢利的能力」。於中國註冊成立的本公司附屬公司及綜合入賬聯屬公司(包括阿里巴巴中國及阿里巴巴軟件)向本公司支付股息能力受限制會局限本公司發展、進行對本公司業務有利的投資或收購、向本公司股東支付股息或融資及經營業務的能力。

有關中國的風險

中國經濟、政治及社會狀況及政府政策變更可能對本公司業務、財務狀況、經營業績及前景有重大不利影響。

本公司大部分業務及營運在中國進行，因此本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景頗大程度受中國經濟、政治及社會發展影響。中國經濟在多方面有別於大部分發達國家，例如政府參與程度、發展程度、增長率、外匯管制及資源分配等。雖然中國政府自上世紀七十年代後期開始實施多項措施，注重運用市場力量推動經濟改革、減少國家擁有的生產資產並且於商務企業建立更佳的企業管治制度，但中國大部分生產資產仍然由中國政府控制。此外，中國政府仍然實施行業政策，在規範行業發展方面發揮重大影響力。中國政府亦可通過調配資源、控制支付外幣計值債務、制定貨幣政策及對個別行業或公司提供優惠，對中國的經濟發展行使重大的控制權。

雖然中國經濟在過去十年一直有重大發展，但不同地區各經濟領域的增長並不一致。中國政府採取多項措施指導資源分配，其中若干措施可能有利中國整體經濟，但亦可能對本公司不利。例如政府控制資本投資或更改與本公司有關的稅制，均可能不利本公司的財務業績。中國政府最近亦實施提高利率等若干措施，試圖調控經濟增長速度。該等措施或會減少中國的經濟活動，包括中國出口及本地貿易市場均可能大幅放緩，因而嚴重不利本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景。

中國法律體系不明朗可能會對本公司有重大不利影響。

本公司主要在中國進行業務及經營並受中國法例、規則及規例監管。本公司中國附屬公司均須遵守適用於中國外資企業的法例、規則及規例，特別是適用於外商獨資企業的法例。中國法制是基於成文法的民法體系，可援引法院先前判決作參考但僅具有有限的先例價值。自二十世紀七十年代後期開始，中國政府大大改良中國法規，對中國各式外資提供保障。然而，中國尚未發展出一套全面綜合的法律體制，且近期制定的法例及規例未必可全面涵蓋中國各方面的經濟活動。由於不少該等法例、規則及規例較新，而已公佈的裁決亦有限，故該等法例、規則及規例的詮釋及執行有不明朗性，未必如同其他較發達司法權區法例般貫徹且可預測。此外，中國法制在一定程度根據可能有追溯效力的政府政策及行政規章。因此，本公司可能在違反該等政策及規章後一段時間才發現。此外，本公司根據該等法例、規則及規例獲得的法律保障可能有限。在中國的訴訟或監管處分行動可能長期拖延，且須支付大額費用並會耗費資源及管理層的精神。

中國政府有關互聯網及電子商務行業的規例可能嚴重干擾本公司業務，本公司亦可能須對本公司中國交易市場網站所載信息負責。

中國互聯網及電子商務行業(包括網上交易)受中國政府全面監管。多個中國政府機構(包括國務院、信息產業部、國家工商行政管理總局、新聞出版總署及信息產業部)有權頒佈並執行監管各種互聯網及網上活動的規例。中國政府已實施規管互聯網存取及利用互聯網發佈新聞及其他資料的規例。此外，信息產業部發佈規定，網站營運商須對其網站內容及用戶及使用系統的其他人士的行為承擔潛在責任，包括違反禁止傳播擾亂社會穩定內容的中國法例及規例的責任。有關現行及日後關於互聯網營運商的中國法例及規例的潛在影響極不清晰。此外，現時中國並無監管電子商務活動的全國適用具體法例或規例。因此，有關電子商務交易市場營運商可能須承擔的法律責任及潛在責任並不明朗。本公司可能因用戶在本公司中國網上交易市場網站發佈的內容違反該等規例而遭罰款，亦可能無法維持經營業務必需的本公司執照、批文或許可一直有效。此外，倘現行法例及規例之詮釋變更或新規例規定本公司須取得額外執照、批文或許可，本公司無法保證可及時獲得甚至無法獲得有關執照、批文及許可。此外，本公司現時與持有向本公司用戶提供服務必需執照的獨立第三方夥伴合作經營若干業務，有關服務包括短信服務及在線音視頻廣播服務。倘任何該等夥伴不能維持彼等的有關執照一直有效或完備，本公司有關業務可能受損而本公司收益及盈利均會大幅減少。

本公司中國附屬公司現時享有的任何稅務優惠或財政補貼終止或課稅地位轉變會降低本公司的盈利能力。

作為於指定高新技術產業開發區註冊成立及經營的高新技術企業，阿里巴巴中國及阿里巴巴軟件均可享有優惠的國家企業所得稅率15%。然而，阿里巴巴中國及阿里巴巴軟件須一直符合多項財務及非財務標準方可繼續合資格享有高新技術企業優惠所得稅率。

於二零零七年三月十六日，中國全國人民代表大會通過中國企業所得稅法，於二零零八年一月一日生效。新所得稅法規定在中國註冊成立的所有企業(包括外資企業)的稅率為25%，並取消多項根據現行稅收法例及規例的稅收、減免及優惠。儘管中國企業所得稅法已規定高新技術企業有權享有優惠所得稅率的原則，政府仍可不時根據中國企業所得稅法頒佈新規例或對合資格享有該等優惠稅率的標準另行詮釋。請參閱第110頁「財務資料 — 所得稅」。阿里巴巴中國或阿里巴巴軟件適用的企業所得稅率增加可能對本公司財務狀況及經營業績有重大不利影響。

實施中國企業所得稅法可能使本公司所得稅開支大幅增加、嚴重降低本公司的盈利能力或對閣下之投資價值有不利影響。

根據現行適用中國稅法，本公司收取的中國附屬公司股息可獲豁免預提所得稅。根據將於二零零八年一月一日生效的中國企業所得稅法，根據境外國家或地區法律成立而「實際管理機構」位於中國境內的企業視為「居民企業」，該等企業一般須按25%稅率就其來源於中國境內、境外的收入繳付企業所得稅。尤其是在中國設有機構或場所的非居民企業來自該等中國境內機構或場所的應納稅所得及於中國境外賺取但與該等機構或場所「實際」相關的應納稅所得須按25%稅率支付企業所得稅。除非根據中國政府與其他司法權區政府訂立的適用稅收協定或稅務安排，或中國國務院將頒佈的相關實施細則獲豁免，否則在中國境內並無設立機構或場所的非居民企業，或非居民企業收入與其中國境內的機構或場所無關連者，須就於中國境內賺取的應納稅所得按20%稅率繳付預提所得稅。根據中國企業所得稅法，倘為合資格居民企業之間分派，或在中國設有機構或場所的非居民企業收取與有關機構或場所所有實際關連的居民企業者，則企業獲得的股息、紅利及其他權益性投資收益可獲豁免企業所得稅。

儘管有上述規定，中國企業所得稅法並無界定「實際管理機構」亦無闡明合資格獲豁免或減免預提所得稅的範圍。中國國務院獲授權制定該新稅法的實施細則，但截至目前有關實施細則尚未頒佈。因此，本公司無法保證根據中國企業所得稅法不被視為居民企業，因而毋須就本公司中國境內、境外所得按25%稅率繳納企業所得稅。本公司亦無法保證所收取本公司中國附屬公司的股息可獲豁免或減免預提企業所得稅。倘根據中國企業所得稅法，本公司或於中國境外註冊的本公司附屬公司被視為「居民企業」，本公司的所得稅支出

可能大幅增加而盈利可能大幅降低。此外，本公司向外國股東支付的股息及本公司外國股東出售本公司股份而變現的資本收益可能被視為來自中國的收入而須繳納中國預提所得稅，而閣下投資本公司股份的價值可能受重大不利影響。

人民幣匯率波動可能對閣下投資有重大不利影響。

人民幣與港元、美元及其他外幣匯率會受(其中包括)中國政治及經濟狀況轉變影響。於二零零五年七月二十一日，中國政府改變長達十年的人民幣價值與美元掛鈎的貨幣政策。根據新政策，人民幣與中國人民銀行釐定的一籃子貨幣掛鈎。結果，人民幣的價值每日容許升降最多0.5%。該政策變更後，二零零五年七月二十一日至二零零七年八月二十一日期間人民幣對美元升值約6.7%。

現時要求中國政府採用較靈活貨幣政策的國際壓力仍然極大，而改變政策可能會使人民幣對美元、港元或其他外幣進一步更大幅的升值。由於本公司依靠營運附屬公司向本公司支付股息，故任何人民幣價值重大轉變均可能對以外幣支付的股息價值有重大不利影響。倘本公司要將全球發售及日後融資所得款項兌換為人民幣用於本公司營運，則人民幣對有關外幣升值則可能對本公司兌換人民幣所得數額有不利影響。反之，如本公司決定將本公司人民幣兌換為港元以支付本公司股份的股息或作業務用途，港元對人民幣升值會對本公司可動用港元的數額有負面影響。

此外，全球發售完成後，本公司預期大部分本公司現金及等同現金項目會以非人民幣計值。由於本公司功能貨幣為人民幣，該等以外幣計值的現金及等同現金項目會受人民幣對該等現金及現金等值項目的計值貨幣價值波動所影響。人民幣對該等外幣的任何大幅升值可能導致本公司收益表有大額匯兌虧損。

於中國僅可進行非常有限的對沖交易以減低本公司的匯率波動風險。截至目前，本公司並無訂立任何對沖交易降低本公司的外匯兌換風險。儘管本公司可能於日後決定進行對沖交易，但該等交易未必可達成亦未必有效，且本公司可能無法成功對沖或根本無法對沖本公司的風險。此外，限制本公司將人民幣兌換為外幣能力的中國外匯管制條例可能擴大本公司的匯兌虧損。

政府控制貨幣兌換可能影響閣下之投資價值並限制本公司有效動用現金的能力。

本公司絕大部分收益以人民幣計值。中國政府控制人民幣兌換外幣，且於若干情況下，限制向中國境外匯款。根據現行中國外匯管理規例，以外幣支付往來賬戶項目(包括溢利分派、利息支付及貿易相關交易開支)毋須國家外匯管理局(或稱外匯管理局)事先同意，而僅須辦理若干手續。然而，倘將人民幣兌換為外幣並匯往中國境外支付資本開支(如償還外幣計值貸款)則須經外匯管理局或其地方分局批准。中國政府亦可能酌情於日後限制運用外幣支付往來賬目交易。

根據本公司現行企業架構，本公司收入主要來自中國附屬公司支付的股息。外幣不足可能限制本公司中國附屬公司向本公司匯出足夠外幣以支付股息或其他款項，或償還外幣計值債務。倘外匯控制制度阻止本公司獲得足夠外幣滿足貨幣需求，本公司可能無法以外幣向本公司股東支付股息。

此外，因本公司日後經營現金流量大部分以人民幣計值，任何現行及日後對貨幣兌換的限制均可能限制本公司在中國境外採購貨物及服務，或限制本公司為以外幣進行的業務活動融資，因而可能影響本公司中國附屬公司透過債務或股權融資（包括本公司提供貸款及注資）獲得外匯的能力。

有關中國居民在境外成立特殊目的公司的中國規例可能使身為中國居民的股東或本公司中國附屬公司承擔責任或罰款、或限制彼等對本公司中國附屬公司注資的能力或限制本公司中國附屬公司向本公司分派溢利的能力。

外匯管理局於二零零五年十月發出公佈（稱為外匯管理局第75號通知），規定中國居民須先行向外匯管理局地方分局登記，方可成立或控制任何擁有中國公司資產或股本的中國境外公司進行股本融資，通知稱此類公司為「境外特殊目的公司」。身為於二零零五年十一月一日前成立之境外特殊目的公司股東的中國居民須於二零零六年三月三十一日前向外匯管理局地方分局登記。此外，身為境外特殊目的公司股東的中國居民須就該公司有關資本增減、股份轉讓、合併、拆細、股本投資、就位於中國資產設立擔保權益或任何股本重大轉變辦理變更登記。於二零零七年五月，外匯管理局向地方分局頒佈有關外匯管理局登記程序的指引，對有關外匯管理局第75號通知之登記規定更具體嚴格的監管措施，並規定境外特殊目的公司的境內附屬公司協調及監督身為中國居民的境外公司實益擁有人完成外匯管理局登記程序。本公司未必可完全知悉身為中國居民的本公司實益擁有人的身份。此外，本公司無法控制本公司實益擁有人，亦無法保證所有身為中國居民的實益擁有人會遵守外匯管理局第75號通知。倘身為中國居民的本公司實益擁有人未有根據外匯管理局第75號通知及時登記或變更彼等在外匯管理局的登記，或日後身為中國居民的本公司實益擁有人未有遵守外匯管理局第75號通知規定辦理登記，則有關實益擁有人或本公司中國附屬公司可能受罰款及法律處分，亦可能限制本公司向中國附屬公司額外注資的能力，限制本公司中國附屬公司向本公司分派股息的能力，或對本公司業務有重大不利影響。請參閱第175頁「監督及監管—有關外匯的監管規例」。

未有遵守中國有關規定辦理本公司中國籍僱員購股權及受限制股份單位的登記或會使有關僱員或本公司遭受罰款或法律或行政處分。

根據外匯管理局於二零零七年一月五日頒佈的個人外匯管理辦法實施細則（簡稱個人外匯細則）及外匯管理局於二零零七年三月頒佈的有關指引，獲海外上市公司根據其僱員購股權計劃或股份獎勵計劃授予股份或購股權的僱員，須透過該等海外上市公司的中國附屬公司或其他合資格中國代理向外匯管理局登記並辦理若干其他有關購股權計劃或其他股份獎勵計劃的手續。出售海外上市公司所分派股份或股息所得外匯收入，須匯入中國。

此外，海外上市公司或其中國附屬公司或其他合資格中國代理須委任資產管理人或執行人以及託管銀行，並開設外匯賬戶處理有關購股權或其他股份獎勵計劃的交易。當本公司股份在香港聯交所上市後，本公司及獲授購股權或受限制股份單位的中國籍僱員或中國購股權持有人須遵守上述規則。倘本公司或本公司中國購股權持有人未有遵守上述規則，本公司或本公司中國購股權持有人或會遭罰款及法律或行政處分。請參閱第176頁「監督及監管—有關僱員購股權的監管條例」。

閣下可能難以將法律程序文件送達本公司及其董事及高級管理人員、亦難以對本公司及其董事及高級管理人員執行外國法院判決或根據外國法律在中國提出訴訟。

本公司大部分業務在中國經營，且大部分資產位於中國。此外，絕大多數本公司董事及高級管理人員居於中國。因此，未必可以向本公司絕大多數董事及高級管理人員送達中國以外地區的法律程序文件。此外，本公司中國法律顧問方達律師事務所向本公司表示，中國並未與美國或多數其他國家簽訂互相承認及執行法院判決的條約。因此，可能難以在中國承認及執行該等司法權區的法院判決。

日後公共衛生情況惡化可能嚴重阻礙本公司的業務及營運。

不利公共衛生的疫症或傳染病可能阻礙本公司業務及中國及其他本公司經營業務所在國家的經濟。自二零零二年十二月至二零零三年六月，中國及其他國家爆發高傳染性非典型性肺炎，現時稱為嚴重急性呼吸道綜合症，又稱沙士。於二零零三年七月五日，世界衛生組織宣佈沙士疫症已受控制。然而，其後仍有多宗個別沙士病例，最近期的是二零零四年四月在華中地區發生。於二零零三年五月及六月，中國政府結束多項於中國經營的業務以防止沙士蔓延，而本公司的營運亦遭受嚴重阻礙。此外，若干亞洲國家(包括中國)近期遭受H5N1禽流感(簡稱禽流感)侵襲。本公司無法預計禽流感對本公司業務的影響(如有)。日後爆發沙士、禽流感或其他同類公共衛生惡化情況可能(其中包括)嚴重阻礙本公司及本公司用戶的業務。此外，該等疫症爆發可能嚴重限制受影響地區經濟活動，因而可能對本公司財務狀況及經營業績有嚴重不利影響。本公司並無採取任何應付日後爆發禽流感、沙士或任何其他傳染病的書面預防措施或應變計劃。

有關全球發售的風險

本公司股份過往並無公開市場，亦未必可形成交投活躍的本公司股份市場。

全球發售前，本公司股份並無公開市場。全球發售完成後，香港聯交所將為本公司股份上市的唯一市場。本公司無法保證會形成交投活躍的本公司股份交易市場。此外，本公司股份或會在全球發售後於公開市場以低於發售價成交。發售價將由本公司、售股股東及聯席賬簿管理人(代表香港包銷商及國際包銷商)協定，可能與全球發售完成後的本公司股份市價有重大差異。倘全球發售後無法形成或維持交投活躍的本公司股份市場，會相當不利本公司股份市價及流通性。

本公司股價或會波動，使閣下蒙受大額損失。

本公司股價或會波動，並可能受本公司無法控制的因素影響而大幅變動，有關因素包括香港、中國、美國及世界其他地區證券市場的整體市況。尤其是其他主要業務在中國而證券於香港上市的公司股份市價表現及波動，可能會影響本公司股份價格及成交量波動。近期有多家中國公司的證券已經或正在籌備於香港上市。若干該等公司股價大幅波動，包括首次公開發售後股價大幅下跌。該等公司證券在發售當時及其後的成交表現可能影響整體投資者對香港上市中國公司的觀感，因而可能影響本公司股份的成交表現。該等市場及行業的整體因素或會嚴重影響本公司股份市價及波動，而與本公司實際經營表現無關。

除市場及行業因素外，本公司股份的價格及成交量亦可能由於特定的業務理由而大幅波動，本公司收益、盈利及現金流量變化等因素均可使本公司股份市價大幅改變。該等因素均可能使本公司股份的成交量及成交價大幅及突然改變。

出售或有待出售大量本公司股份會不利股份成交價。

全球發售完成後，在公開市場出售大量本公司股份或因有此可能而產生的觀感會對本公司股份市價有不利影響，並可能會相當不利本公司日後透過發售本公司股份集資的能力。

由於進行全球發售，本公司、本公司各董事及行政人員及 Alibaba.com Corporation 同意（其中包括）未經聯席賬簿管理人書面同意，於上市日期後180日內不會出售本公司股份。然而聯席賬簿管理人可隨時取消對該等證券的限制。本公司無法預計日後大量出售對本公司股份市價的影響（如有）。

由於首次公開發售價大幅高於每股備考有形資產賬面淨值，因此閣下的股份價值會即時大幅攤薄。此外，當行使購股權或本公司受限制股份單位計劃而發行本公司股份，閣下的股份價值更會進一步攤薄。

倘閣下購買全球發售的股份，則閣下支付的每股價格會高於其賬面淨值。因此，閣下的股份價值會即時大幅攤薄每股約12.19港元，即本公司於二零零七年六月三十日每股備考有形資產賬面淨值（經計及對全球發售影響）與假設首次公開發售每股價格12.75港元（即估計發售價範圍每股發售股份12.00港元至13.50港元的中間值）的差額。此外，倘因行使或歸屬根據本公司購股權計劃或本公司受限制股份單位計劃分別授出之購股權或受限制股份單位而發行本公司股份，則閣下的股份價值會進一步攤薄。截至最後實際可行日期，行使或歸屬根據購股權計劃及受限制股份單位計劃有條件批准授出的購股權及受限制股份單位合共可發行135,100,000股股份，按全面攤薄基準計算，相等於全球發售完成當時本公司全面攤薄已發行股本約2.6%。

本公司強烈提醒閣下切勿依賴任何報章或其他媒體所載有關本公司及全球發售的資料。

本公司強烈提醒閣下切勿依賴任何報章或其他媒體所載有關本公司及全球發售的資料。於本售股章程日期前，南華早報、香港經濟日報、信報、明報及經濟通等報章及媒體刊登有關本公司及全球發售的報導，當中包括本售股章程並無刊載的若干本公司財務資

風 險 因 素

料、財務預測、估值及其他資料。本公司並無授權在報章或媒體披露任何上述資料。本公司對上述報章或媒體報導或上述資料的準確性或完備性概不負責，亦並無就任何上述資料或刊物是否恰當、準確、完備或可靠發表任何聲明。倘任何上述資料與本售股章程所載者不符或有所抵觸，則本公司概不負責。因此，閣下不應依賴任何該等資料。

董事對本售股章程承擔之責任

本售股章程乃遵照香港公司條例、證券及期貨(在證券市場上市)規則及上市規則的規定向公眾提供有關本公司的資料。本公司董事對本售股章程所載資料的準確性共同及個別承擔全部責任，並在作出一切合理查詢後確認，就彼等所知及所信，本售股章程並無遺漏任何其他事實，以致本售股章程任何陳述有所誤導。

香港公開發售及本售股章程

本售股章程僅為香港公開發售而刊發。本售股章程及申請表格載有適用於香港公開發售申請人的香港公開發售全部條款及條件。

香港發售股份僅按照本售股章程所載資料及聲明發售。並無任何人士獲授權就香港公開發售提供本售股章程所載以外的資料或聲明。除本售股章程所載以外的任何資料或聲明均不得視為已獲本公司、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席保薦人、聯席牽頭經辦人、財務顧問、包銷商、本公司及彼等各自董事、高級職員、關聯人或顧問，或參與全球發售的任何其他人士授權而加以信賴。

無論如何，送交本售股章程或據此作出的任何認購或收購概非意味自本售股章程日期起本公司業務並無變化或於其後任何時間載於其中的資料均屬正確。

包銷

香港公開發售為全球發售一部分，全球發售包括初步發售128,835,500股香港發售股份的香港公開發售及初步發售730,065,500股國際發售股份的國際發售。

申請股份上市由聯席保薦人保薦。香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議條款全數包銷，並須按照本公司、售股股東與聯席賬簿管理人(代表包銷商)協定之發售價進行。全球發售由聯席賬簿管理人管理。

倘截至二零零七年十一月五日星期一聯席賬簿管理人、本公司及售股股東基於任何原因無法協定發售價，則全球發售將不會成為無條件而將即時失效。有關包銷商及包銷安排的其他資料載於自第190頁開始的「包銷」一節。

提呈及銷售發售股份之限制

根據香港公開發售購買香港發售股份的人士均須確認或因其購買香港發售股份而被視為確認其知悉本售股章程所述有關發售股份的發售限制。

並無採取任何行動以准許在香港以外任何司法權區公開發售該等發售股份或派發本售股章程。因此，在未獲准提出要約或作出邀請之司法權區內或任何前述情況下，或向任何人士提出要約或提出認購邀請即屬違法之情況下，本售股章程不得用作亦不屬於要約或邀請。在其他司法權區派發本售股章程及提呈發售或銷售發售股份受到限制，除非因其已向

有關證券監管機構登記或獲該等機構授權或豁免遵守適用之證券法而根據該等司法權區適用證券法獲准進行，否則可能無法實行。具體而言，發售股份並無亦不會直接或間接於中國提呈發售及銷售。有關銷售發售股份之限制詳情載於自第190頁開始的「包銷 — 發售及出售發售股份的限制」一節。

上市

本公司已向香港聯交所上市委員會申請批准已發行股份、根據全球發售將發行及銷售的股份，以及因行使根據購股權計劃授出的購股權發行的股份及根據受限制股份單位計劃就受限制股份單位發行的相關股份上市及買賣。

本公司股份或借貸資本概無於其他證券交易所上市或買賣。短期內，本公司不會亦不擬徵求批准在其他證券交易所上市或買賣。

香港股東名冊

根據香港公開發售之認購申請發行的所有股份將會登記於本公司的香港股東名冊分冊。本公司股東名冊總冊將存置於開曼群島的本公司股份過戶登記總辦事處。

印花稅

買賣登記於本公司香港股東名冊分冊的股份須繳納香港印花稅。詳情請參閱附錄五「稅項及外匯」—「香港稅項 — 印花稅」一節。

建議諮詢專業稅務意見

閣下對認購、購買、持有或出售及買賣股份之稅務影響如有疑問，應諮詢專家意見。

本公司強調，聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席保薦人、聯席牽頭經辦人、包銷商，或本公司或彼等各自的董事、高級職員、關聯人或顧問或任何參與全球發售的其他各方概不會就閣下因認購、購買、持有、出售或買賣股份或閣下行使本公司股份所附權利而引致的任何稅務事宜或負債承擔任何責任。

向本公司股份持有人應付的股息

除另有決定外，向名列本公司股東名冊之股東支付的股息將以普通郵遞方式郵寄至各股東登記地址，郵誤風險概由股東承擔。

超額配股權及穩定價格措施

有關超額配股權及穩定價格措施安排的詳情載於自第190頁開始的「包銷」一節。

全球發售的安排

全球發售的安排(包括其條件)載於自第201頁開始的「全球發售安排」一節。

貨幣換算

純粹為方便參考，本售股章程所載的若干人民幣金額按特定匯率換算為港元，而若干人民幣及港元金額亦按特定匯率換算為美元。除另有指明或按過往匯率進行的換算外，人民幣金額按二零零七年十月十七日的人民銀行匯率人民幣0.9693元兌1.00港元換算為港元；人民幣金額按人民幣7.5156元兌1.00美元換算為美元；而港元金額按7.7541港元兌1.00美元換算為美元(上述二項匯率指二零零七年十月十七日紐約聯邦儲備銀行就清關而認可的紐約市電匯中午買入匯率)。上述任何表格所列總數與個別數額總和的差額乃因調整至約數所致。然而，並不表示任何人民幣、美元或港元金額可能或應當按上述有關日期的匯率或任何其他匯率兌換。

約數

任何表格所列總數與個別數額總和的任何差異乃因調整至約數所致。

董事及參與全球發售各方

董事

姓名	住址	國籍
執行董事		
衛哲	中國上海市南京東路208弄25號	中國
武衛	中國杭州市桂花城初陽苑5幢B602室	中國
戴珊	中國杭州市文二西路世紀新城15幢1502室	中國
彭翼捷	中國杭州市蕭山區戈雅公寓春雨苑22幢4單元402室	中國
謝世煌	中國杭州市濱江區東信大道270號20幢1803室	中國

非執行董事

馬雲	中國杭州市湖畔花園風荷苑16幢1單元202室	中國
蔡崇信	香港甘道24-26號嘉樂園B5室	加拿大
崔仁輔	中國上海市古北路1000號A2502室	美國
鄒開蓮	台灣台北市安和路二段197號13樓	中國台灣
岡田聰良	日本東京小金井市櫻町1丁目10番6號 (郵編：184-0005)	日本

獨立非執行董事

龍永圖	中國北京市朝陽區和平街8區5號樓2單元602房	中國
牛根生	中國內蒙古呼和浩特市賽罕區學府花園C25幢204號	中國
郭德明	香港麥當勞道56號恆翠園18B室	加拿大

董事及參與全球發售各方

參與各方

聯席保薦人及聯席全球協調人
(以英文字母排序)

高盛(亞洲)有限責任公司
香港
皇后大道中2號
長江集團中心68樓

摩根士丹利亞洲有限公司
香港
中環
交易廣場第三座30樓

聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

高盛(亞洲)有限責任公司
香港
皇后大道中2號
長江集團中心68樓

摩根士丹利亞洲有限公司
香港
中環
交易廣場第三座30樓

德意志銀行香港分行
香港
皇后大道中2號
長江集團中心48樓

本公司財務顧問

洛希爾父子(香港)有限公司
香港
中環
遮打道18號
歷山大廈16樓

本公司法律顧問

有關香港法律：

富而德律師事務所
香港
中環
干諾道8號
交易廣場第二座11樓

有關美國法律：

Sullivan & Cromwell LLP
香港
皇后大道中九號
28樓

有關中國法律：

方達律師事務所
中國
上海
南京西路1515號
嘉里中心20樓
(郵編：200040)

有關開曼群島法律：

Maples and Calder
香港
中環
港景街1號
國際金融中心一期1504室

包銷商法律顧問

有關香港法律：

司力達律師樓
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈47樓

有關美國法律：

盛信美國法律事務所
香港
中環
花園道3號
中國工商銀行大廈35樓

有關中國法律：

海問律師事務所
中國
北京朝陽區
東三環北路2號
北京南銀大廈21樓
(郵編：100027)

核數師及申報會計師

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師
香港
中環
太子大廈22樓

物業估值師

美國評值有限公司
香港
灣仔
告士打道108號
大新金融中心
15樓1506-10室

收款銀行

香港上海滙豐銀行有限公司
香港
皇后大道中1號
滙豐總行大廈30樓

中國銀行(香港)有限公司
香港
中環
花園道1號

交通銀行股份有限公司
香港分行
香港
中環
畢打街20號

中國工商銀行(亞洲)有限公司
香港
中環
花園道3號
中國工商銀行大廈33樓

公 司 資 料

註冊辦事處	Trident Trust Company (Cayman) Limited Fourth Floor, One Capital Place P.O. Box 847GT, Grand Cayman Cayman Islands
企業總部	中國 杭州市 華星路99號 東部軟件園 創業大廈6樓 郵編：310099
根據香港公司條例第XI部註冊的 香港營業地點	香港 灣仔 分域街18號 捷利中心20樓
公司秘書	石義德，香港執業律師
合資格會計師	周駱美琪，香港執業會計師及美國註冊會計師
授權代表	武衛 中國 杭州市 桂花城 初陽苑5幢B602室 周駱美琪 香港 九龍 青山公路462號2樓
審核委員會成員	郭德明(主席) 龍永圖 蔡崇信
薪酬委員會成員	牛根生(主席) 郭德明 蔡崇信
提名委員會成員	馬雲(主席) 龍永圖 牛根生
開曼群島主要股份登記及過戶處	Bank of Bermuda (Cayman) Limited P.O. Box 513, Strathvale House North Church Street, George Town Grand Cayman KY1-1106 Cayman Islands

公 司 資 料

香港股份登記及過戶分處

香港中央證券登記有限公司
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心17樓
1712-1716室

合規顧問

洛希爾父子(香港)有限公司
香港
中環
遮打道18號
歷山大廈16樓

中國主要往來銀行 (依英文字母次序)

中國銀行股份有限公司
中國
北京
復興門內大街1號

招商銀行股份有限公司
中國
深圳
深南大道7088號
招商銀行大廈

中國工商銀行股份有限公司
中國
北京
西城區
復興門內大街55號

香港主要往來銀行

香港上海滙豐銀行有限公司
香港
皇后大道中1號

本公司歷史

本公司的首個網上交易市場「阿里巴巴在線」於一九九八年十二月推出。該網站原是提供商用電子公告板服務，發佈買賣商機信息。一九九九年六月，本公司創辦人兼董事會主席馬雲與另外18名創辦人成立母公司阿里巴巴集團，其後於一九九九年九月，本公司在中國成立主要營運附屬公司阿里巴巴中國，為網上 B2B 交易市場的營運提供軟件及技術服務。以下按時間順序列出本公司的業務里程碑。

業務里程碑

- | | | |
|----------|---|-------------------------------|
| 二零零零年十月 | : | 為中國的出口商推出 Gold Supplier 會員服務。 |
| 二零零一年八月 | : | 為中國境外的出口商推出國際誠信通會員服務。 |
| 二零零二年三月 | : | 為在中國從事國內貿易業務的中小企推出中國誠信通會員服務。 |
| 二零零二年七月 | : | 為國際交易市場推出關鍵詞服務。 |
| 二零零三年十一月 | : | 推出貿易通即時通訊軟件，讓本公司交易市場的用戶可即時溝通。 |
| 二零零五年三月 | : | 在本公司的中國交易市場推出關鍵詞競價排名服務。 |
| 二零零七年四月 | : | 為香港的出口商推出 Gold Supplier 會員服務。 |

本公司重組

根據重組(即本公司的重組)，阿里巴巴集團 B2B 業務的公司、資產及負債轉讓予本公司，而本公司亦將若干與B2B 業務無關的資產及人員轉出本公司，有關的過程概述如下。顯示重組完成前及全球發售完成後當時本公司企業及股權架構的架構圖分別載於第63及64頁。

企業重組

本公司重組涉及多項收購阿里巴巴集團內從事B2B業務的公司及／或與B2B業務有關的資產、負債與營運。在釐定該等集團內部轉讓的對價基準時，本公司採用以下方法：

- 資產淨值是正數的公司，如屬中國公司，以相等於註冊資本的對價轉讓，如屬非中國公司，則以相等於資產淨值的對價轉讓；
- 資產淨值是負數的公司以1美元(人民幣8元)的象徵式對價轉讓；及
- 與B2B業務相關的資產、負債及營運以基於下述準則釐定的對價轉讓。

歷史及重組

重組所涉及的上述收購及註冊成立新附屬公司的詳情如下。

生效日期	事項
二零零六年九月二十日	<ul style="list-style-type: none">於開曼群島註冊成立阿里巴巴網絡有限公司。於英屬維爾京群島註冊成立Alibaba.com Investment Holding Limited。
二零零六年十月五日	<ul style="list-style-type: none">於香港註冊成立Alibaba.com China Limited。
二零零六年十二月七日	<ul style="list-style-type: none">於中國成立杭州阿里巴巴廣告有限公司(前稱杭州阿里巴巴信息服務有限公司)或簡稱的杭州阿里巴巴。
二零零七年一月二日	<ul style="list-style-type: none">Alibaba.com Investment Holding Limited 向阿里巴巴集團收購 Alibaba.com, Inc. 全部股權，現金代價約3百20萬美元(人民幣2千5百萬元)，即該公司於二零零六年十二月三十一日的資產淨值。Alibaba.com China Limited 以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團附屬公司阿里巴巴中國控股有限公司收購 Inter Network Technology Limited 全部股權。Inter Network Technology Limited 為控股公司，其主要資產為阿里巴巴網絡科技(上海)有限公司全部股權，而阿里巴巴網絡科技(上海)有限公司並無日常業務，基本上長期停止營運。Alibaba.com Investment Holding Limited以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團收購阿里巴巴香港全部股權。阿里巴巴香港收購阿里巴巴集團附屬公司 AliPay E-Commerce Corp.(前稱 Alibaba.com E-Commerce Corp.) 所擁有關於 B2B 業務的所有資產、負債及業務，現金代價為3千萬美元(人民幣2億3千4百30萬元)，此代價已計入本公司國際交易市場的國際用戶基礎的公允價值。
二零零七年一月十七日	<ul style="list-style-type: none">Alibaba.com China Limited向阿里巴巴集團附屬公司阿里巴巴中國控股有限公司收購阿里巴巴軟件全部股權，現金代價為6百萬美元(人民幣4千6百70萬元)，即轉讓當時該公司的註冊資本。
二零零七年四月十一日	<ul style="list-style-type: none">Alibaba.com China Limited向阿里巴巴集團附屬公司阿里巴巴中國控股有限公司收購阿里巴巴中國全部股權，現金代價為1千4百萬美元(人民幣1億零8百20萬元)，即轉讓當時該公司的註冊資本。
二零零七年五月十四日	<ul style="list-style-type: none">Alibaba.com Investment Holding Limited 以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團收購 Alibaba.com Taiwan Holding Limited 全部股權。

歷史及重組

生效日期	事項
二零零七年五月二十三日	• Alibaba.com Investment Holding Limited以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團收購Alibaba.com Japan Investment Holding Limited全部股權。
二零零七年六月四日	• Alibaba.com Japan Investment Holding Limited以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團收購Alibaba.com Japan Holding Limited全部股權。
二零零七年六月三十日	• 杭州阿里巴巴收購阿里巴巴集團所控制的浙江阿里巴巴電子商務有限公司擁有的一切與B2B業務相關的資產、負債及業務，代價約為人民幣10萬元，即所轉讓的資產、負債及業務的賬面值。浙江阿里巴巴電子商務有限公司現時為支付寶的ICP公司。
二零零七年七月十日	• Alibaba.com China Limited以1美元(人民幣8元)代價向阿里巴巴集團附屬公司阿里巴巴中國控股有限公司收購北京新雅在綫信息技術有限公司全部股權。

就本公司所知，中國監管當局並無對上述本公司企業重組進行調查或查詢。

資產及人員的轉移

於二零零四年、二零零五年及二零零六年，本公司為阿里巴巴集團提供若干市場推廣及行政服務。二零零六年十二月三十一日之後，上述與B2B業務無關的市場推廣及行政工作轉交阿里巴巴集團負責。二零零七年上半年進行的上述轉移主要包括將提供市場推廣及行政服務的僱員轉移至阿里巴巴集團，並且按照市場慣例並無支付轉移代價。負債未轉移，而轉移的資產甚少。

二零零七年三月至六月期間，阿里巴巴中國以人民幣1千5百萬元代價將有關阿里軟件業務的絕大部分資產轉讓予阿里巴巴集團，原因在於阿里軟件為中國的中小企開發、推廣及供應以互聯網應用的業務管理軟件，與本公司所經營B2B電子商務網站的業務不同。阿里軟件餘下資產已於二零零七年七月轉讓予阿里巴巴集團。詳情請參閱自第134頁開始的「與阿里巴巴集團的關係—業務劃分明確」一節。由於進行轉移，本公司負責阿里軟件業務的僱員已於截至二零零七年六月三十日止六個月期間轉移至阿里巴巴集團。

二零零七年六月三十日後，本公司將若干空置且與B2B業務無關的住宅單位轉讓予阿里巴巴集團，代價約為人民幣2百80萬元，即所轉讓物業的賬面淨值。

由於進行本公司重組，本公司與阿里巴巴集團之間訂立一系列知識產權轉讓及特許協議，而協議的一般原則如下：

- 專用於本公司B2B業務的服務和產品的商標、域名及關鍵詞尋址歸本公司所有；
- 阿里巴巴集團現時或日後使用的商標、域名及關鍵詞尋址將歸阿里巴巴集團所有，而其中與本公司B2B業務有關的商標、域名及關鍵詞尋址，將以豁免特許權費方式授權本公司使用；

- 專利權歸阿里巴巴集團所有，而其中與本公司 B2B 業務有關的專利權將授權本公司使用；
- 軟件登記權、版權與軟件源碼的專有權利歸開發該等知識產權的業務所有；及
- 阿里巴巴集團獲得許可使用的第三方知識產權，如與本公司 B2B 業務有關且阿里巴巴集團擁有再許可的權利，則會再許可本公司使用。

本公司所擁有或正在或將會出讓或承讓的知識產權詳情載於附錄七 — 「法定及一般資料」。

僱員股權交換

以往所有給予本公司僱員的股權報酬均由 Alibaba.com Corporation 根據自一九九九年 Alibaba.com Corporation 成立以來採用的四項股權獎勵計劃發行。根據該等計劃所發行的購股權，受限制股份（其後已歸屬並轉換為 Alibaba.com Corporation 股份）及近期發行的受限制股份單位均涉及 Alibaba.com Corporation 股份。本公司及阿里巴巴集團其他成員公司的僱員大部分均獲得根據上述計劃授予的股權報酬，而所持尚未行使的購股權及受限制股份單位數目亦相當多。此外，現職及前僱員因行使根據該等計劃行使購股權而擁有不少 Alibaba.com Corporation 股份。Alibaba.com Corporation 現有僱員獎勵計劃的詳情，請參閱自第177頁開始「董事及高級管理人員」與自第VII-1頁開始的附錄七 — 「法定及一般資料」。有意獲得購股權有關的 Alibaba.com Corporation 股份的僱員，須行使購股權及支付購股權的行使價，而有意獲得受限制股份單位有關的 Alibaba.com Corporation 股份的僱員僅須支付該等股份的面值。

為進行本公司重組及籌備全球發售，阿里巴巴集團對其僱員獎勵計劃進行了重組，容許若干比例的現有可購買 Alibaba.com Corporation 股份的購股權及可轉換為 Alibaba.com Corporation 股份的受限制股份單位交換為 Alibaba.com Corporation 發行的可購買 Alibaba.com Corporation 所持本公司股份的購股權，或交換為可轉換為 Alibaba.com Corporation 所持的本公司股份的受限制股份單位，且若干數目的 Alibaba.com Corporation 股份亦可交換為 Alibaba.com Corporation 所持有的本公司股份。本公司稱以上安排為「僱員股權交換」。Alibaba.com Corporation 董事會認為，僱員股權交換的合資格參與者僅包括本公司及阿里巴巴集團現有僱員、董事及顧問而不包括其他股東，符合阿里巴巴集團的最佳利益。

約有4,900名現有僱員（包括阿里巴巴集團董事）及不超過5名阿里巴巴集團顧問參與僱員股權交換。該等顧問均為個人，並非本公司的關連人士（定義見上市規則），為阿里巴巴集團提供管理、財務及其他顧問服務。僱員股權交換參與者（阿里巴巴集團創辦人及高級管理人員除外）可在僱員股權交換下交換其所持 Alibaba.com Corporation 證券的20%至50%的部份。本公司僱員可交換其所持有的 Alibaba.com Corporation 證券的50%，而阿里巴巴集團其他公司的僱員可交換較低比例的 Alibaba.com Corporation 證券。阿里巴巴集團創辦人及高級管理人員僅可交換所持的證券總數不超過15%的部份，惟馬雲及蔡崇信僅可交換其各自所持的 Alibaba.com Corporation 證券不超過5%的部份。

僱員股權交換所涉及的本公司股份、可購買本公司股份的購股權及可轉換為本公司股份的受限制股份單位數目，按照阿里巴巴集團董事會考慮獨立顧問的分析後基於阿里巴巴

集團與本公司相對價值而釐定及批准的交換比率計算。類似地，可行使而獲得本公司股份的購股權行使價亦按相同比率調整，使該等購股權的總行使價維持不變。經調整行使價 = $A \times B / C$ ，其中A=原行使價；B=行使購股權可購買的 Alibaba.com Corporation 股份的數目；而C=行使新購股權可購買本公司股份的數目。根據僱員股權交換，可轉讓予參與者的股份加上 Alibaba.com Corporation 就僱員股權交換所交換的購股權及受限制股份單位的相關股份總和，將佔全球發售完成當時本公司已發行股份的約8.8%。根據截至最後實際可行日期已同意或預期同意參與僱員股權交換的參與者資料，下表列出阿里巴巴集團董事、僱員及顧問與本公司董事及僱員所擁有各類證券數目的分析，亦載列該等股份於全球發售完成當時佔本公司已發行股份的百分比，以上計算均已計及僱員股權交換的影響。

	股份		購股權		受限制股份單位	
	(數目)	(%)	(數目)	(%)	(數目)	(%)
本公司董事.....	49,355,613	1.0	—	—	—	—
本公司僱員(不包括 本公司董事).....	139,536,597	2.8	18,713,541	0.4	250,767	0.0
阿里巴巴集團董事、 僱員及顧問(不包括 本公司董事).....	215,176,101	4.2	20,478,201	0.4	—	—
合計.....	404,068,311	8.0	39,191,742	0.8	250,767	0.0

將轉讓予僱員股權交換參與者的股份(包括購股權及受限制股份單位的相關本公司股份)訂有禁售期，於全球發售完成起計滿六個月(「首段禁售期」)後，其中40%股份(包括購股權及受限制股份單位的相關股份)解除禁售，其餘60%再於六個月(「第二段禁售期」)後解除禁售。首段禁售期及第二段禁售期結束後，該等本公司股份會轉交予參與者。僱員股權交換將於全球發售完成時生效，惟即使參與者行使其購股權或受限制股份單位歸屬，相關的股份亦只會在首段禁售期及第二段禁售期結束後方會轉予參與者。除上述規定外，Alibaba.com Corporation 原購股權及受限制股份單位的歸屬期及其他條款仍適用於有關 Alibaba.com Corporation 所持本公司股份的新購股權及受限制股份單位。請參閱自第VII-59頁開始的「法定及一般資料 — Alibaba.com Corporation 的股份獎勵計劃」。選擇參與的合資格僱員、董事及顧問已於本售股章程日期前訂立個別協議接納僱員股權交換的條款。

上市後，Alibaba.com Corporation 不會根據僱員股權交換發行有關本公司股份的購股權或受限制股份單位。本公司計劃於上市後分別根據本公司的購股權計劃及受限制股份單位計劃授予購股權及受限制股份單位。

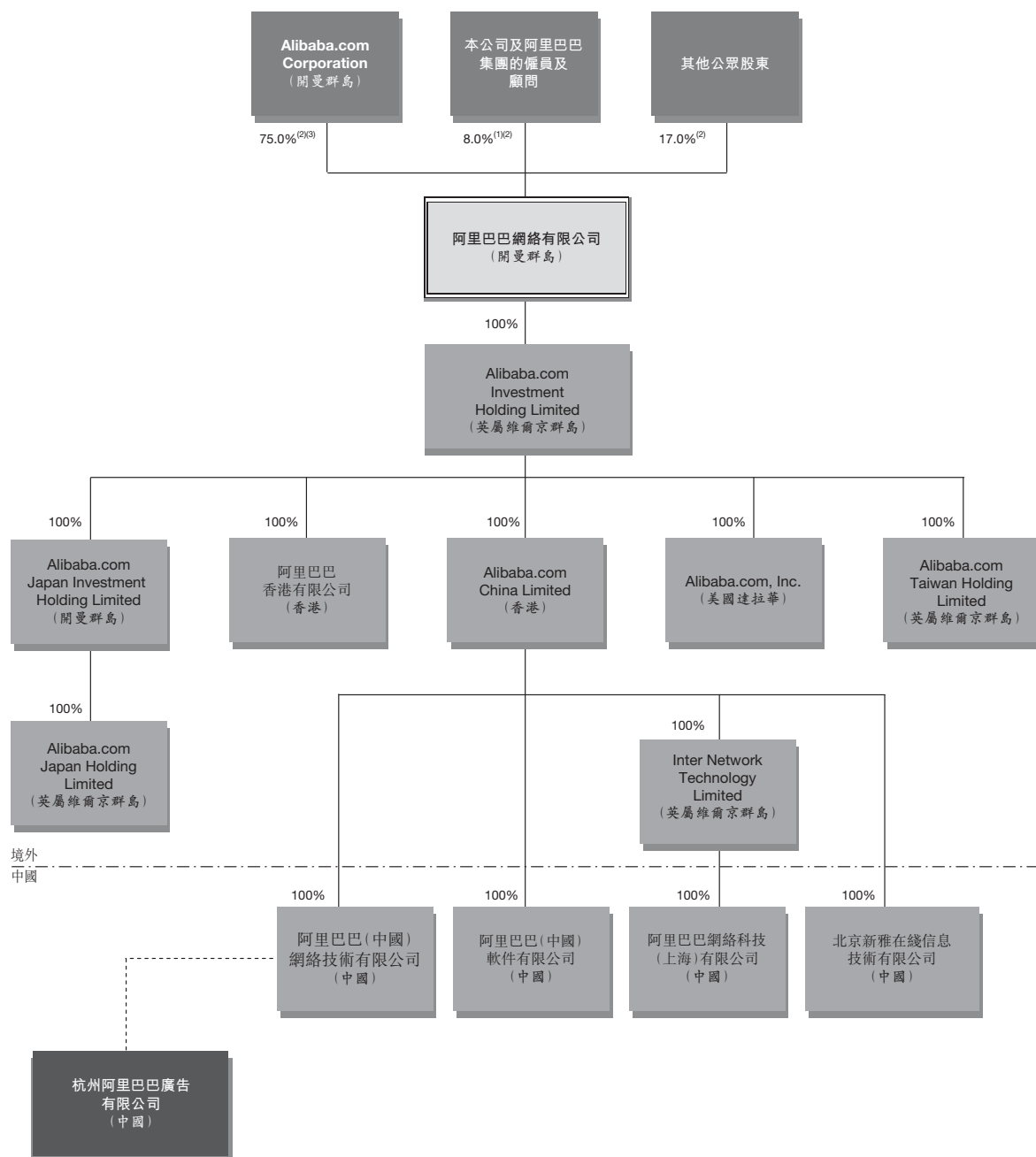
任何人士如持有已歸屬而可行使有關 Alibaba.com Corporation 股份的購股權，可選擇：
(i)根據僱員股權交換將該等購股權交換為可行使認購本公司股份的購股權(稱為購股權配額)；或(ii)行使購股權配額認購 Alibaba.com Corporation 股份，然後根據僱員股權將該等股份交換為本公司股份。Alibaba.com Corporation 為此向本公司僱員(不包括本公司的關連人士)及阿里巴巴集團僱員提供有全數追索權的兩年期計息貸款，作為行使購股權配額的資金。本公司不少僱員已接受該等貸款。參與的僱員已將所持有的 Alibaba.com Corporation 股份抵押作為該等貸款的擔保。

本公司現正向中國的僱員提供可全數追索的計息貸款，以便彼等支付行使購股權配額時須付的個人所得稅。接受貸款的僱員亦已同意將所持有的 Alibaba.com Corporation 股份抵押，作為有關稅務貸款的擔保。貸款為期兩年，參照人民銀行不時公佈的若干存款利率計息。倘若僱員拖欠還款，則本公司可將所抵押股份出售，如所得款項不足以償還貸款，本公司可從僱員薪金扣除差額。倘若僱員離職後拖欠貸款，而出售抵押股份所得款項不足以償還貸款，又不能收回僱員所欠貸款，則本公司會蒙受損失。於最後實際可行日期，本公司僱員根據該稅務貸款安排提取或預期提取的貸款本金總額約為人民幣3千零30萬元。據本公司所知，阿里巴巴集團亦作了向其僱員提供稅務貸款的類似安排。

本公司的中國法律顧問方達律師事務所確認本公司與僱員之間的貸款並無違反中國的相關法律、規則及法規。

歷史及重組

下圖顯示本公司重組(包括根據僱員股權交換轉讓股份但並無行使購股權及歸屬受限股份單位或行使根據首次公開售股前股份獎勵計劃授予的購股權或權利的影響)及全球發售完成當時(不計算行使超額配股權的影響)的企業及股權架構。Alibaba.com Corporation 企業架構的其他詳情請參閱自第186頁開始的「主要股東」一節。



附註：

— 擁有股權

--- 合約關係

- (1) 根據僱員股權交換計劃轉讓股份(但不包括行使購股權及受限制股份單位歸屬)後,由於該等股份因行使購股權而獲得,而該等行使購股權的資金全部或部分來自本公司或阿里巴巴集團,故此約2.7%股份不視為上市規則第8.24條所指由公眾持有。請參閱自第60頁開始的「— 僱員股權交換」。
- (2) 倘若計算根據僱員股權交換及首次公開售股前股份獎勵計劃而轉讓所有未行使購股權及受限制股份單位的有關本公司股份的影響,則(a) Alibaba.com Corporation、(b)本公司及阿里巴巴集團的僱員及顧問與(c)其他公眾股東在行使超額配股權前將分別持有約72.8%、10.2%及17.0%的本公司股份。
- (3) 包括直接或透過全資附屬公司間接持有的股份。

本公司

本公司於二零零六年九月二十日在開曼群島註冊成立,成立時已發行股本為1股面值1.00美元的普通股。在全球發售前本公司全部已發行股本由阿里巴巴集團持有。

於二零零七年十月十二日,阿里巴巴集團通過決議案批准多項事宜,最終結果為:

- 將本公司股份面值由美元改為港元定值;
- 將本公司法定股本由50,000美元(分為50,000股每股面值1.00美元的股份)增至800,000港元(分為8,000,000,000股每股面值0.0001港元的股份);及
- 將本公司已發行股本由1.00美元(1股面值1.00美元的股份)增至482,500港元(分為4,825,000,000股每股面值0.0001港元的普通股)。

本公司屬下主要營運公司

阿里巴巴中國。阿里巴巴(中國)網絡技術有限公司(簡稱阿里巴巴中國)為一九九九年九月九日根據中國法律成立的一家外商獨資企業,為本公司的間接全資附屬公司,亦是本公司在中國的主要營運公司之一,僱用本公司大部分僱員,負責為本公司的註冊用戶及付費會員提供軟件及技術服務,並且為杭州阿里巴巴提供經營中國交易市場網站的技術支持,及為阿里巴巴香港提供經營國際交易市場網站的技術支持。

阿里巴巴軟件。阿里巴巴(中國)軟件有限公司(簡稱阿里巴巴軟件)於二零零四年八月二十三日成立,為本公司的間接全資附屬公司,亦是本公司在中國的主要營運公司之一,擁有本公司業務使用的誠信通軟件,並且開發、推廣及銷售與本公司業務相關的軟件。

阿里巴巴香港。阿里巴巴香港有限公司(簡稱阿里巴巴香港)於一九九九年九月二十九日註冊成立,為本公司的間接全資附屬公司,亦是本公司在中國境外的主要營運公司之一,經營本公司的國際交易市場網站。

杭州阿里巴巴。本公司重組前,本公司通過在中國成立並且持有經營互聯網信息服務與有關B2B業務的其他服務所必要的執照及許可證的浙江阿里巴巴電子商務有限公司經營本公司的中國交易市場。由於浙江阿里巴巴電子商務有限公司亦經營阿里巴巴集團的非B2B業務,故此本公司進行重組時,在二零零六年十二月七日根據中國法律成立杭州阿里

巴巴，以持有經營本公司中國交易市場所必要的執照及許可證，包括提供互聯網信息服務的執照。本公司根據多項杭州阿里巴巴及其股東與阿里巴巴中國訂立的合約安排通過杭州阿里巴巴經營本公司的中國交易市場，詳情載於下文。請參閱下文「一 架構合同」。

架構合同

現行中國法律及法規限制外商在中國投資提供增值電訊服務(包括提供互聯網信息服務)的業務。請參閱自第168頁開始的「監督及監管」。作為外資企業的本公司全資附屬公司阿里巴巴中國並無在中國提供互聯網信息服務的執照。因此，本公司通過杭州阿里巴巴經營中國交易市場的網站，而杭州阿里巴巴為中國有限責任公司，持有提供互聯網信息服務的執照，由本公司主要創辦人兼董事會主席馬雲及另一位創辦人兼董事謝世煌分別擁有80%及20%權益。本公司的中國法律顧問方達律師事務所確認根據中國法律，馬先生及謝先生持有杭州阿里巴巴股權毋須取得任何批准或許可。

根據本公司的營運架構，阿里巴巴中國為本公司的客戶提供軟件及技術服務，其中包括特許使用軟件，以便客戶可將公司及產品信息上載至杭州阿里巴巴經營的本公司中國交易市場。本公司中國交易市場的付費會員向阿里巴巴中國支付該等服務的費用，而本公司中國交易市場的收入絕大部分來自該等收費。根據與阿里巴巴中國及阿里巴巴香港訂立的合作協議，杭州阿里巴巴為客戶提供信息服務，使客戶能夠在本公司的中國交易市場網站刊登信息，以及在本公司的中國交易市場與國際交易市場的客戶交換內容及信息。阿里巴巴中國就該等服務向杭州阿里巴巴支付成本加成服務費，而阿里巴巴中國向杭州阿里巴巴提供技術服務亦收取服務費。

本公司亦訂立一系列其他合約，使本公司可有效控制甚至有權(在中國法律容許的範圍)收購杭州阿里巴巴的股權及／或其資產(包括知識產權)。該等合約內容包括：

- 當中國法例容許時，可收購杭州阿里巴巴全部股權及／或資產的選擇權，價格以杭州阿里巴巴股東的出資額為限(如收購股權)或賬面淨值(如收購資產)或法律規定的其他最低付款額(以較高者為準)；
- 未經阿里巴巴中國事先書面同意，杭州阿里巴巴承諾不會進行重大業務交易，其股東亦承諾不會批准此類重大交易的決議；
- 行使作為杭州阿里巴巴股東的權利；及
- 將杭州阿里巴巴全部股權抵押予本公司。

以上安排稱為架構合同，整體效果是容許本公司將杭州阿里巴巴的財務業績與本公司的財務業績合併，猶如杭州阿里巴巴屬於本公司的全資附屬公司。該等合約安排實際上將杭州阿里巴巴的經濟風險及利益轉移給本公司，而本公司有權規範杭州阿里巴巴的財務及經營政策，且實質上擁有杭州阿里巴巴的全部投票權。各架構合同必須獲得獨立非執行董事批准方可終止或修改，中國法律規定可合法終止的除外。請參閱自第24頁開始的「風險因素」。

本公司中國法律顧問方達律師事務所對上述合同的意見如下：

- 根據中國法律、規則及法規，各架構合同合法、有效及對立約方有約束力；
- 有中國立約方參與訂立的架構合同的簽訂、交付、有效性、執行與履行並不違反中國法律、規則及法規；
- 架構合同及本節所述本公司企業架構均並不違反中國法律、規則及法規；及
- 現時對於各架構合同的簽訂、交付、有效性及執行毋須向中國政府當局申請存檔、登記、同意、批准、許可、授權、證書及執照。

本公司重組前，本公司通過浙江阿里巴巴電子商務有限公司經營中國交易市場，有關安排基本上與通過杭州阿里巴巴經營中國交易市場的方式相同。附錄一「會計師報告」所載本集團合併財務報表，該公司的財務業績亦綜合計入本集團的合併財務業績，猶如本集團對該公司有實際控制權，而該公司的經濟風險與利益根據多項協議轉移予本集團，而該等協議包括貸款協議、認購權協議及中國交易市場經營協議，實際上與有關杭州阿里巴巴的架構合同有相同的效果。與杭州阿里巴巴的架構協議關乎浙江阿里巴巴電子商務有限公司於二零零七年六月三十日將B2B業務轉讓予杭州阿里巴巴後本集團的業務營運。架構合同有追溯效力，自二零零七年七月一日生效，惟貸款協議（自二零零七年九月二十八日起生效）及股權抵押協議（抵押自杭州阿里巴巴正式辦理公司登記後生效）除外。

然而，中國有關的監管機構可能持不同的觀點，裁定該等合約安排違反適用中國法律、規則及法規。倘若該等合約安排被視為違反中國法律、規則及法規，則有關中國監管機構有權就該等違反酌情處分杭州阿里巴巴、其股東及阿里巴巴中國，包括取消有關的合約安排或禁止本集團在中國擴展業務。

以下為架構合同條款簡介。

貸款協議

阿里巴巴中國與馬雲及謝世煌（合稱「杭州阿里巴巴股東」）於二零零七年十月十二日訂立貸款協議，貸款額分別為人民幣8,000,000元及人民幣2,000,000元，主要條款如下：

- 貸款免息，僅可由杭州阿里巴巴股東用於對杭州阿里巴巴注資；
- 杭州阿里巴巴股東所持有的杭州阿里巴巴股權將作為擔保貸款的抵押；及
- 倘若阿里巴巴中國可擁有杭州阿里巴巴股權，則杭州阿里巴巴股東可發出30日通知提早償還貸款，且阿里巴巴中國或其指定的第三方可以金額與貸款額等同的價格收購杭州阿里巴巴股東所持有杭州阿里巴巴的股權，惟以中國法律、規則及法規容許者為限。

貸款協議自二零零七年九月二十八日起計為期20年，惟(1)當法律容許而阿里巴巴中國行使購股權收購杭州阿里巴巴股權後；或(2)當阿里巴巴中國提前30天向杭州阿里巴巴股東發出提早還款通知，則可提早終止貸款協議。

認購權協議

阿里巴巴中國與杭州阿里巴巴及杭州阿里巴巴股東於二零零七年十月十二日訂立認購權協議，規定：

- 當中國法律、規則及法規容許或馬雲與謝世煌兩位或其中一位不再為杭州阿里巴巴登記在冊的股東時，阿里巴巴中國有權要求：(i)杭州阿里巴巴股東將其所擁有的杭州阿里巴巴股權；或(ii)杭州阿里巴巴將其資產，轉讓予阿里巴巴中國或阿里巴巴中國指定的公司或個人；
- 以上股權轉讓代價將為杭州阿里巴巴的實際已繳股本，或中國法律、規則及法規規定的其他最低款額(以較高者為準)；
- 資產轉讓代價將為資產的賬面淨值，或中國法律、規則及法規規定的其他最低款額(以較高者為準)；
- 認購權的行使時間及方式由阿里巴巴中國全權決定，惟不得違反中國法律、規則及法規規定；
- 未經阿里巴巴中國同意，杭州阿里巴巴不得向其股東宣派或支付股息；及
- 杭州阿里巴巴各股東同意放棄收取杭州阿里巴巴股息的權利，亦放棄收取出售杭州阿里巴巴股權所得款項超逾所付杭州阿里巴巴註冊資本的差額，各股東亦同意向阿里巴巴中國支付上述股息或溢價。

認購權協議自二零零七年七月一日起生效，直至杭州阿里巴巴所有股權及資產轉讓予阿里巴巴中國及／或其代名人之日為止。

代理人協議

阿里巴巴中國與杭州阿里巴巴及杭州阿里巴巴股東於二零零七年十月十二日訂立代理人協議，規定：

- 杭州阿里巴巴股東不可撤回地授權阿里巴巴中國指定的中國個人行使杭州阿里巴巴股東的股東權利，包括出席股東大會及行使投票權；及
- 杭州阿里巴巴股東須授權阿里巴巴中國所指定的其他代理人。

代理人協議自二零零七年七月一日起生效，首次為期20年，其後每次自動續期一年。代理人協議可在以下情況終止：(1)阿里巴巴中國或杭州阿里巴巴的營業執照未能續期；(2)杭州阿里巴巴或其股東嚴重違反協議且未有在指定期限內糾正，則阿里巴巴中國可以終止；或(3)協議訂約方雙方同意終止。

股權抵押協議

杭州阿里巴巴股東與阿里巴巴中國於二零零七年九月三十日訂立股權抵押協議(杭州阿里巴巴亦為簽約方)，規定：

- 杭州阿里巴巴股東給予阿里巴巴中國有關彼等各自所擁有杭州阿里巴巴註冊資本權益的持續優先擔保權；及
- 如杭州阿里巴巴或杭州阿里巴巴股東違反任何架構合同所規定的其各自的重大責任，則阿里巴巴中國可行使權利出售杭州阿里巴巴股東所抵押的杭州阿里巴巴註冊資本權益。

股權抵押協議在協議簽訂後且抵押已在杭州阿里巴巴的公司登記冊登記後生效，直至該協議的一切合約及抵押責任已履行為止。

根據二零零七年三月十六日新頒佈並於二零零七年十月一日生效的中華人民共和國物權法，本公司或須向公司註冊機關登記上述抵押。如有需要，本公司計劃按照中華人民共和國物權法規定登記股權抵押協議，並會於需要時及時在公司註冊機關辦理登記。

中國交易市場業務合作協議

阿里巴巴中國及阿里巴巴香港與杭州阿里巴巴於二零零七年十月十二日訂立業務合作協議，規定：

- 杭州阿里巴巴同意提供互聯網信息服務，在網上向本公司客戶提供阿里巴巴中國開發及提供的服務；
- 杭州阿里巴巴向本公司客戶提供用戶賬戶，容許該等客戶在本公司的中國交易市場網站上載產品信息及其他信息；
- 阿里巴巴中國同意向杭州阿里巴巴支付按成本加利潤方式釐定的服務費；
- 未獲阿里巴巴中國事先同意，杭州阿里巴巴同意不向第三方提供服務；
- 阿里巴巴中國同意向杭州阿里巴巴提供若干必要的技術顧問服務與設備；及
- 阿里巴巴香港及杭州阿里巴巴同意在法律容許的情況下在本公司的中國及國際交易市場交換內容及信息。

中國交易市場的業務合作協議自二零零七年七月一日起生效，為期20年，惟(1)杭州阿里巴巴嚴重違反協議且並無在指定限期內糾正，則阿里巴巴中國可終止協議；或(2)協議訂約方雙方同意終止。

獨家技術服務協議

阿里巴巴中國與杭州阿里巴巴於二零零七年十月十二日訂立獨家技術服務協議，杭州阿里巴巴同意向阿里巴巴中國支付費用，由阿里巴巴中國提供杭州阿里巴巴經營所需的技術服務，並且容許阿里巴巴中國獨家提供上述服務。杭州阿里巴巴支付的費用絕大部分為該公司的稅前利潤，且如需阿里巴巴中國提供更多技術服務，則所付費用將會增加。阿里巴巴中國根據上述協議提供的服務包括：

- 將阿里巴巴中國所擁有或獲特許使用、杭州阿里巴巴經營業務所需的一切軟件授予杭州阿里巴巴使用許可；
- 杭州阿里巴巴的電腦硬碟與數據庫的日常管理、維護及更新；
- 杭州阿里巴巴業務所需應用軟件的開發、維護及更新；
- 杭州阿里巴巴有關人員的技術培訓；
- 協助收集及分析網站運營所需的技術資料，包括故障及錯誤信息，以改善根據本協議所提供技術服務的品質；及
- 杭州阿里巴巴不時要求的其他服務。

獨家技術服務協議自二零零七年七月一日起生效，為期20年，惟(1)阿里巴巴中國可在杭州阿里巴巴嚴重違反協議且並未在指定限期內予以糾正的情況下，終止協議；或(2)協議方可在雙方同意的情況下，終止協議。

本節所載資料來自不同的刊物，而該等刊物並非應本公司要求發表。本公司或本公司的聯屬公司或顧問、包銷商或彼等各自的聯屬公司或顧問並無獨立查核官方來源的資料。本節所載資料未必與其他來源的統計資料或其他資料一致，其編撰過程的準確或完備程度亦未必同等。閣下不應過度信賴本節的內容。

中國的經濟發展

過去數十年，貿易全球化、發展中國家經濟發展，加上科技、基建及通信改善，使全球經濟大幅擴展。中國經濟更一枝獨秀，除有重大發展外，更成為全球最大經濟體系之一。根據中國國家統計局公佈的資料，二零零二年至二零零六年間中國國內生產總值的複合年增長率為14.9%，於二零零六年達到人民幣209,410億元，使中國成為世界第四大經濟體系。下表列出所示年度中國國內生產總值及人均國內生產總值：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至 二零零六年)
	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	
國內生產總值(人民幣十億元) ..	12,033	13,582	15,988	18,308	20,941	14.9%
人均國內生產總值(人民幣)	9,398	10,542	12,336	14,040	15,973	14.2%

資料來源：中國國家統計局

根據 Economist Intelligence Unit (簡稱 EIU)，截至二零零六年十二月三十一日，中國有13億人口，其中勞動人口約7億9千8百萬。人口及勞動人口眾多，加上生活成本相對偏低，使中國成為具有成本效益的生產基地，亦是中國製造業快速發展的其中一個主要動力，促使中國出口貿易大幅增長，結果中國的出口增長幅度遠高於國內生產總值的增長。根據中國國家統計局資料，二零零二年至二零零六年期間中國的出口額複合年增長率達30.3%，於二零零六年達到人民幣77,590億元。EIU更推算中國出口額於二零一一年達到人民幣174,470億元。

中國經濟發展使中國居民的可支配收入上升，促使消費者對貨品及服務的需求上升。中國消費者的需求上升，亦促使中國的進口上升。結果，中國本地市場對中外公司均有重大商機。

下表列出所示年度中國實際及推算出口額與國內消費的數字：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至 二零零六年)
	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	
	(人民幣10億元)					
出口額	2,695	3,629	4,910	6,265	7,759	30.3%
國內消費	7,169	7,745	8,703	9,692	11,032	11.4%

資料來源：中國國家統計局

行 業 概 覽

	年度					複合年增長率 (二零零七年至 二零一一年)
	二零零七年 (推算)	二零零八年 (推算)	二零零九年 (推算)	二零一零年 (推算)	二零一一年 (推算)	二零一一年 (推算)
	(人民幣10億元)					
出口額	9,864	11,483	13,313	15,291	17,447	15.3%
國內消費	12,052	13,488	15,123	16,925	18,914	11.9%

資料來源：EIU

中國的中小企

中小企是中國經濟發展的主要動力之一。根據中國國家統計局資料，於二零零四年，中國的中小企加上其他私人公司對中國本地生產總值貢獻約58%，對中國稅收貢獻48%，並且聘用超過75%的城市勞動人口。根據中國國家發展和改革委員會資料，截至二零零六年十月三十一日，中國有超過4千2百萬家中小企及其他私人公司。

二零零二年，中國政府頒佈中小企促進法，鼓勵及促進中小企的發展。根據該法律及附屬規定，中小企地位依據若干準則釐定，例如僱員數目、年度收益及資產總值，各準則會視乎行業不同而有不同的標準。隨著中國經濟不斷開放，近年中小企更易獲得資金，包括來自中國商業銀行的貸款。此外，二零零八年一月一日生效的中國企業所得稅法將中國註冊成立的所有企業(包括國內及外資企業)的企業所得稅率劃一為25%。對於根據現行中國稅法繳納33%所得稅的不少中小企，新規定大大減輕稅務負擔。

進出口貿易

中小企是中國出口經濟的主要支柱。根據中國國家統計局資料，中國的中小企及其他私人公司於二零零四年對中國進出口總額的貢獻約68%。中國於二零零一年十二月加入世貿後，中國政府已放寬對出口執照的審批要求，容許更多中小企直接向國際市場出口。中國的市場調查公司 iResearch 估計，二零零六年中國有超過2百60萬家中小企直接或通過第三方的代理間接參與進出口貿易，至二零一二年更會增至5百80萬家。iResearch 更推算中國中小企的總進出口貿易額由二零零六年約人民幣80,180億元增至二零一二年約人民幣244,550億元。下表列出所示年度有關中小企進出口貿易額的估計過往及推算數字：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至 二零零六年)
	二零零二年 (估計)	二零零三年 (估計)	二零零四年 (估計)	二零零五年 (估計)	二零零六年 (估計)	二零零六年 (估計)
參與進出口貿易的 中小企(百萬) ⁽¹⁾ ...	1.3	1.6	1.9	2.2	2.6	18.8%
進出口貿易額 (人民幣10億元) ⁽²⁾ ...	2,388	3,417	4,982	6,327	8,018	35.4%

行 業 概 覽

	年度						複合年增長率 (二零零七年至 二零一二年)
	二零零七年 (推算)	二零零八年 (推算)	二零零九年 (推算)	二零一零年 (推算)	二零一一年 (推算)	二零一二年 (推算)	二零一二年 (推算)
參與進出口貿易 的中小企(百萬) ⁽¹⁾	3.0	3.5	4.0	4.5	5.2	5.8	14.0%
進出口貿易額 (人民幣10億元) ⁽²⁾	10,021	12,218	14,645	17,597	20,828	24,455	19.5%

附註：

(1) 包括直接及通過第三方代理間接參與進出口貿易的中國中小企。

(2) 包括中國中小企的進出口貿易額。

資料來源：iResearch China SME B2B EC Research Report (2007)

國內貿易

中小企在中國國內經濟中亦佔相當地位。根據中國國家統計局資料，二零零四年中小企所生產的產品佔內銷58.9%。iResearch 推算中國中小企的國內貿易額會由二零零六年約人民幣35,690億元增至二零一二年約人民幣81,520億元。下表列出所示年度中小企國內貿易的過往估計及推算數字：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至 二零零六年)
	二零零二年 (估計)	二零零三年 (估計)	二零零四年 (估計)	二零零五年 (估計)	二零零六年 (估計)	二零零六年 (估計)
(人民幣10億元)						
國內貿易額 ⁽¹⁾	1,729	2,231	2,683	3,116	3,569	19.9%

	年度						複合年增長率 (二零零七年至 二零一二年)
	二零零七年 (推算)	二零零八年 (推算)	二零零九年 (推算)	二零一零年 (推算)	二零一一年 (推算)	二零一二年 (推算)	二零一二年 (推算)
(人民幣10億元)							
國內貿易額 ⁽¹⁾	4,093	4,751	5,555	6,345	7,129	8,152	14.8%

附註：

(1) 包括中國中小企之間的B2B貿易額。

資料來源：iResearch China SME B2B EC Research Report (2007)

中國互聯網的興起

互聯網在中國以至全世界成為內容、信息及商貿的強大媒介，中國的互聯網使用者數目近年迅速增加。根據中國互聯網絡信息中心（簡稱 CNNIC）的資料，中國的互聯網使用者數目由二零零二年的5千9百10萬人增至二零零六年的1億3千7百萬人，複合年增長率達23.4%。同期間互聯網在中國的普及率由4.6%上升至10.5%。以用戶數目計算，中國是全球第二大的互聯網市場，但互聯網普及率與美國及日本等發達國家比較仍然偏低。根據美國的研究及顧問公司 Pyramid Research 的資料，二零零六年美國及日本的互聯網普及率分別為69.4%及44.9%。

互聯網服務持續發展，使用互聯網接入服務費下降，加上電腦價格下調，預期會促使中國的互聯網使用者數目上升。本公司預期中國的互聯網市場會由於寬頻上網的普及而進

一步發展。根據 CNNIC 資料，中國的寬頻用戶數目於二零零二年及二零零六年間的複合年增長率達92.5%，於二零零六年更佔互聯網用戶約66%。寬頻上網使互聯網用戶可更快捷及更方便地上網，可以「一直在線」，有助促進運用互聯網進行電子商務活動。

下表列出所示年度有關中國互聯網及寬頻用戶與普及率的數字：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至 二零零六年)
	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	
互聯網使用者(百萬)...	59.1	79.5	94.0	111.0	137.0	23.4%
互聯網普及率.....	4.6%	6.2%	7.2%	8.5%	10.5%	—
寬頻使用者(百萬).....	6.6	17.4	42.8	64.3	90.7	92.5%
互聯網使用者的 寬頻普及率.....	11.2%	21.9%	45.5%	57.9%	66.2%	—

資料來源：CNNIC

中國中小企的B2B電子商務發展

中國中小企的傳統經營環境普遍面對多項重大的挑戰，包括：

- 地域範圍局限發展本地市場以外的客戶及供應商關係；
- 供應商及買家分散，難以物色及聯繫合適的貿易伙伴；
- 溝通渠道及信息來源不足，限制了推廣及宣傳產品及服務，以及開拓新市場或物色新供應商的能力；
- 經營規模相對較小，可用於銷售及推廣的資源不足；及
- 缺乏有效機制衡量貿易伙伴的信用。

以上挑戰造就網上B2B交易市場的重大商機，可通過高成本效益的媒介讓供應商與買家聚集溝通。具體而言，網上B2B交易市場較傳統市場推廣及效益(例如傳統廣告、戶外廣告、貿易商品目錄、貿易雜誌、貿易展覽及實物的批發市場)以下的優點：

- 通過互聯網可觸及全球各地，消除全球供應商與買家的地理阻隔；
- 供應商與買家在網上可互相接觸溝通，物色合適的貿易伙伴；
- 搜索供應商及產品與服務的信息既容易亦互動，讓買家可更有效地進行採購；
- 全年無休，供應商可在互聯網隨時展示及更新信息；

行 業 概 覽

- 展示及發佈信息與直接聯絡供應商及買家的低成本媒介；及
- 具備認證機制及由用戶自行發展的信用評價體系，有助供應商與買家檢查潛在貿易伙伴的信用。

網上B2B交易市場使用量不斷上升

隨著互聯網在中國日漸普及，使用互聯網進行B2B電子商務的中小企數目亦一直大幅增加。由於中國的中小企普遍欠缺建立及維護網上展現的信息技術資源及經驗，故此通常會倚賴第三方服務供應商提供電子商務服務。中國政府亦了解電子商務對中國企業的重要性。根據國家發展和改革委員會與國務院屬下的信息化工作辦公室於二零零七年六月發表的《電子商務發展「十一五」規劃》，發展中國電子商務的其中一個重要措施，是鼓勵中小企使用第三方的電子商務平台。

使用第三方經營的B2B網上交易市場或其他電子商務平台的中小企數目不斷上升。根據 iResearch 的資料，付費使用第三方B2B平台的中小企數目由二零零二年約20,000家增至二零零六年約350,000家，並且推算二零一二年會增至1百60萬家。下表列出所示年度使用第三方B2B網上商務平台的中小企數目估計過往及推算數據：

	年度					複合年增長率 (二零零二年至二零零六年)
	二零零二年 (估計)	二零零三年 (估計)	二零零四年 (估計)	二零零五年 (估計)	二零零六年 (估計)	二零零六年 (估計)
使用第三方B2B平台的中小企數目 (百萬)	1.0	1.6	3.1	5.4	8.8	72.7%
使用第三方B2B平台的中小企佔中國中小企總數百分比	4.5%	7.0%	12.0%	19.0%	28.0%	—
付費使用第三方B2B平台的中小企數目(百萬)	0.02	0.04	0.09	0.18	0.35	120.3%

	年度					複合年增長率 (二零零七年至二零一二年)
	二零零七年 (推算)	二零零八年 (推算)	二零零九年 (推算)	二零一零年 (推算)	二零一一年 (推算)	二零一二年 (推算)
使用第三方B2B平台的中小企數目 (百萬)	11.7	16.0	22.0	30.6	36.3	41.0
使用第三方B2B平台的中小企佔中國中小企總數百分比	34.0%	42.9%	54.6%	70.5%	78.0%	82.0%
付費使用第三方B2B平台的中小企數目 (百萬)	0.52	0.70	0.89	1.09	1.30	1.55

資料來源：iResearch China SME B2B EC Research Report (2007)

網上推廣預算不斷上升

由於中國的中小企通過互聯網進行電子商務的用量增加，已經並且預期會繼續促進網上推廣的預算大幅上升。網上推廣活動的形式包括互聯網橫幅廣告及其他網上的圖像

行 業 概 覽

廣告、網上市場的產品及企業網站信息以及付費搜索等。根據 iResearch 近期的調查，中國中小企的網上推廣預算佔推廣總預算的百分比由二零零二年的2.1%上升至二零零六年的10.8%，並且推算至二零一二年再增至20.4%。下表列出所示年度中國中小企的網上及非網上推廣預算的估計過往及推算數據：

	年度		
	二零零二年(估計)	二零零六年(估計)	二零一二年(推算)
網上推廣預算佔推廣預算總額的百分比：			
網上推廣預算佔推廣預算總額的百分比	2.1%	10.8%	20.4%
非網上推廣預算佔推廣預算總額的百分比	97.9%	89.2%	79.6%

資料來源：iResearch China SME B2B EC Research Report (2007)

此外，iResearch 的調查顯示大部分網上推廣預算計劃用於第三方服務供應商經營的網上B2B平台，如網上B2B交易市場。下表列出所示年度中國中小企的網上推廣預算的估計過往及推算數據：

	年度		
	二零零二年(估計)	二零零六年(估計)	二零一二年(推算)
第三方B2B平台	26.0%	55.5%	57.2%
自行經營的網站及其他網上推廣服務	62.0	20.7	12.5
搜索引擎	12.0	23.8	30.3
網上推廣預算總額	100.0%	100.0%	100.0%

資料來源：iResearch China SME B2B EC Research Report (2007)

概覽

本公司為中國領先的B2B電子商務公司。根據 iResearch 的資料，按註冊用戶數目計算，本公司於二零零六年是中國最大網上B2B公司，而按收益計算，本公司佔中國B2B電子商務市場大部分份額。本公司經營兩個交易市場，分別為國際交易市場及中國交易市場。本公司的國際交易市場(www.alibaba.com)(英文)專注於服務全球進出口商，而本公司的中國交易市場(www.alibaba.com.cn)(中文)則專注於服務中國國內貿易的供應商與買家。根據 Alexa.com 資料，按截至二零零七年六月三十日止三個月的用戶上網流量計算，本公司國際及中國交易市場合計為全球兩大「商業」類別(「電子商務」及「國際商務及貿易」)中瀏覽人次最多的網站。

本公司的網上B2B交易市場提供有效率及可靠的平台，有助企業賣家(本公司稱作「供應商」)及批發買家(本公司稱為「買家」)進行電子商務。供應商與買家可透過本公司交易市場在網上建立業務、物色目標貿易夥伴、互相溝通進而在網上進行交易。供應商(若干情況下亦有買家)通過本公司的交易市場，以標準格式發佈其公司資料及產品目錄(本公司稱為「企業網站」)、產品與服務信息及商機信息(本公司稱作「供求信息」)。用戶只需以關鍵詞搜索或瀏覽本公司網上行業目錄，即可閱覽超過三十種行業及接近五千種產品類別的企業網站及供求信息。對很多希望在網上推廣產品及服務的供應商，在本公司交易市場建立的企業網站或供求信息是唯一的網上推廣途徑。截至二零零七年六月三十日，供應商在本公司交易市場建立超過2百40萬個企業網站。於二零零七年上半年，本公司用戶在本公司交易市場平均每月發佈2百90萬份新供求信息。

通過有效供求信息、互相詢盤、即時通訊、討論區以及本公司所提供的其他易用的網上社區功能，供應商與買家在本公司交易市場組成大型互動網上社區。以截至二零零七年六月三十日止一個月為例，共有超過540,000名最高同時在線用戶使用貿易通(即本公司開發提供給用戶的網上即時通訊工具)交流信息。用戶基於共同的業務興趣組成多個網上社區，加強相互間的交流及網上社區的體驗。目前，本公司國際及中國交易市場合共主辦超過200個網上論壇，註冊論壇用戶超過4百20萬名。

為擴大本公司交易市場的廣度及深度，本公司向所有註冊用戶免費提供基礎功能及服務。本公司收益來自向本公司購買付費服務的供應商，該等服務主要包括會籍計劃，為供應商的企業網站及供求信息在本公司交易市場的行業目錄及搜索結果中提供優先排名。本公司稱訂購會籍計劃的供應商為「付費會員」。本公司向付費會員提供增值服務而賺取更多收益，例如購買額外關鍵詞，以提高其在本公司交易市場的搜索結果中的排名，以及購買在本公司網頁中的尊貴推廣位，以增加接觸目標買家的機會。本公司致力平衡免費及付費的服務，確保本公司網上社區的用戶能不斷增加，同時保持本公司收益增長。

本公司的用戶數量及收益持續大幅增長。過去三年，本公司註冊用戶人數由二零零四年十二月三十一日的6百萬名增至二零零五年十二月三十一日的1千1百萬名，至二零零六年十二月三十一日再增至1千9百80萬名，而付費會員人數由二零零四年十二月三十一日的超過77,000名增加至二零零五年十二月三十一日的超過141,000名，至二零零六年十二月三十一日超過219,000名。同期，本公司收益由二零零四年的人民幣3億5千9百40萬元增加至二零零五年的人民幣7億3千8百30萬元，再增加至二零零六年的人人民幣13億6千3百90萬元。於二零零七年六月三十日，本公司有2千4百60萬名註冊用戶及超過255,000名付費會員。截至二零零七年六月三十日止六個月，本公司收益為人民幣9億5千7百70萬元。

本公司總部位於中國杭州。

本公司網站 (www.alibaba.com、www.alibaba.com.cn 及 www.alibaba.co.jp) 所載資料並非本售股章程一部分。

本公司尊貴服務

相信本公司交易市場可為供應商及買家提供以下尊貴服務：



本公司的優勢

本公司相信，本公司的成功並且從一眾競爭對手中脫穎而出有賴以下競爭優勢：

具有網絡效應強大領先的網上B2B交易市場。

本公司國際及中國交易市場按用戶流量合計，為瀏覽人次最多的網上B2B交易市場。根據 Alexa.com 資料，按截至二零零七年六月三十日止三個月用戶流量計算，本公司國際及中國交易市場合計為全球兩大「商業」類別（「電子商務」及「國際商務及貿易」）中瀏覽人次最多的網站。按註冊用戶人數計算，本公司國際及中國交易市場亦為其中最大兩個B2B交易市場。截至二零零七年六月三十日，本公司國際交易市場於全球擁有3百60萬名註冊用戶，而本公司中國交易市場則有2千零90萬名註冊用戶。由於大量潛在買家使用本公司交易市場，故本公司能吸引供應商。同時，大量供應商及其供求信息亦吸引更多買家，從而再吸引更多供應商及供求信息。該等因素發揮強大的網絡效應，令本公司可不斷擴大用戶數量及拓展業務。相信本公司交易市場的深度和廣度難以複製，是重要競爭優勢，亦為有意加入此行業的潛在競爭對手增添障礙。

B2B電子商務的優秀國際品牌。

「Alibaba」及「阿里巴巴」品牌（本公司統稱為「阿里巴巴」品牌）為中國領先的B2B電子商務品牌，也是全球最知名的互聯網品牌之一。「阿里巴巴」品牌得以發展，主要依賴本公司全球網上社區的供應商及買家口碑，再配合本公司精確的目標市場推廣活動。於二零零零年至二零零五年，本公司國際交易市場連續獲福布斯雜誌評為「最佳網站」（福布斯雜誌的最後一期「最佳網站」於二零零五年刊發）。此外，財富小企業雜誌於二零零七年七月評選 Alibaba.com 為六大「全球企業家首選網站」之一。「阿里巴巴」品牌的知名度提高，令本公司能吸引更多註冊用戶及付費會員。

專注中國及全球中小企的需求。

本公司專注為中國以至全球之中小企提供有效的B2B電子商務解決方案，而本公司的尊貴服務提供獨一無二的價值組合，以迎合中小企的B2B商貿需求。例如，本公司為供應商及買家提供能建立信用評級的工具，有助選取目標貿易夥伴。此外，本公司採用固定會費模式收費，令中小企能作出準確預算，從而鼓勵中小企不斷在本公司交易市場拓展業務及在網上爭取更多業務而毋須額外成本。本公司相信專注中小企的業務需求，相比於其他專注消費者的互聯網公司，更能為中小企開發及提供更佳服務及產品。

強大的社區體驗。

本公司交易市場用戶基於共同興趣(例如不同業務及行業主題等)組成互動社區。為促使該等本公司交易市場的社區保持活躍，本公司提供即時通訊、討論區、用戶群組及博客等社區功能及工具。除此以外，本公司更設有專責網絡運營人員隊伍，以豐富本公司用戶的社區體驗。本公司交易市場將電子商務與網上社區融合，加強用戶歸屬感及信任，提供獨一無二的用戶體驗。本公司相信基於本公司創造、維護以及發展大型網上商業社區的能力，競爭對手不易抄襲。

龐大的銷售團隊及完善的客戶服務。

本公司已建立人數眾多及訓練有素的銷售團隊，並策略性地分佈在包括香港在內的中國30個城市。截至二零零七年六月三十日，本公司銷售及客戶服務網絡包括超過1,900名全職前線銷售員、超過800名電話銷售人員及超過400名全職客戶服務員。本公司前線及電話銷售人員隊伍每日直接與本公司現有客戶及目標客戶接洽。此外，本公司設有專業客戶服務隊伍以支持本公司之銷售團隊，提供高質素的客戶支持服務，確保客戶滿意，亦有助本公司了解客戶需要及更確切掌握市場趨勢。

不斷創新技術，提升用戶體驗。

本公司擁有經驗豐富的產品開發隊伍，專注透過不斷創新以提升用戶體驗。本公司已建立技術平台及產品設計開發流程，以迎合本公司用戶不斷改變的需求。按照本公司用戶的要求、建議及意見及本公司所識別的市場趨勢，本公司已發展多個新增及加強的功能。本公司相信，憑藉持續創新的科技，本公司可針對用戶需求，提供有效的功能、工具及服務，以提升用戶收益。

經驗豐富的管理隊伍及獨特的企業文化。

本公司管理隊伍揉合電子商務、互聯網、科技及採購行業的豐富經驗，有成功營運及管理網上交易市場的實踐經驗。特別是本公司主要創辦人兼董事會主席馬雲及其他核心管理隊伍的成員均為中國互聯網行業的先驅。本公司首席執行官衛哲具有豐富的中國以至全球零售及採購業營運、管理及財務經驗。本公司核心管理隊伍亦已累積豐富以面對互聯網及電子商務行業之競爭的經驗及專才。此外，基於本公司六大核心價值觀體系，本公司亦已向僱員灌輸並建立了創業精神、誠信及激情的企業文化，以務求客戶滿意。請參閱第94頁起的「— 本公司價值觀及僱員」。

與阿里巴巴集團的密切聯繫。

本公司相信本公司受惠於與母公司阿里巴巴集團的關係。除了本公司的B2B電子商務業務外，阿里巴巴集團亦透過其他附屬公司及聯屬公司(包括淘寶、支付寶、中國雅虎、阿里軟件、口碑網及阿里媽媽)從事其他互聯網業務。本公司與阿里巴巴集團已訂立協議，提供相互銷售及相互市場推廣服務，包括與本公司中國交易市場相關的支付寶網上支付服務。此外，根據阿里巴巴中國、阿里巴巴集團若干附屬公司及中國最大商業銀行中國工商銀行股份有限公司(「中國工商銀行」)最近訂立的合作協議，中國工商銀行將根據本公司的中國付費會員的信貸歷史(包括本公司記錄的網上誠信檔案)向其提供網上借貸服務。本公司相信，該等安排可向用戶及付費會員提供額外服務，令該等用戶及會員可更容易透過本公司網上B2B交易市場進行業務。

本公司的策略

本公司的宗旨是「讓天下沒有難做的生意」。為達成上述宗旨，本公司致力為全球中小企創造最具效益的交易市場。具體而言，本公司計劃：

擴大用戶數量及有效供求信息，擴充本公司交易市場規模。

本公司相信，用戶及供求信息的數量及質素對本公司交易市場的成功十分重要。本公司將繼續借助網上交易市場的網絡效應、領先的市場地位及「阿里巴巴」品牌，在全球各地吸納更多用戶。此外，本公司計劃特別加強針對不同行業及地域目標用戶的市場推廣。

提升社區體驗，進一步提高用戶忠誠度及活躍交易。

本公司相信，用戶歸屬感及活躍交易對本公司交易市場的成功十分重要。本公司擬不斷開發並推出新功能及工具，以提高本公司交易市場用戶的忠誠度及活躍交易。具體而言，本公司計劃提升即時通訊服務、網上論壇及其他互動溝通服務，提高本公司交易市場的使用量及進一步促進用戶間的交流。此外，本公司亦會繼續為註冊用戶及付費會員組織定期會議、培訓及其他非網上活動，進一步建立並加強社區歸屬感與用戶忠誠度，促進用戶交易。

進一步利用用戶群體，增加收益。

為增加收益，本公司致力為交易市場吸收更多付費會員。此外，本公司亦會透過銷售增值服務，增加來自現有付費會員的收益。該等服務包括提供額外關鍵詞及尊貴推廣位。

選擇性地拓展國際市場。

本公司計劃在中國以外的國家及地區加強銷售及客戶服務、自行或透過第三方代理吸收更多付費會員，並銷售優質服務。例如，本公司近期開始向香港供應商提供 Gold Supplier 會籍計劃。此外，本公司亦計劃開發特定國家市場，為特定目標國家或地區的出口

商提供專門的市場推廣服務。例如，本公司計劃於二零零七年底大幅度改良使用日語的日本網站，以吸引更多日本買家及向出口產品至日本的 Gold Supplier 會員及其他中國供應商提供專門的服務。本公司現正就此與Alibaba.com Corporation其中一名主要股東軟銀磋商成立合營公司，以經營本公司的日本網站業務。軟銀將擁有該合營公司大部分權益，而各方會訂立收益分享安排，本公司與合資企業平均分享向 Gold Supplier 會員銷售所得的收益。

將用戶服務由「在阿里巴巴相會」升級至「在阿里巴巴營商」。

本公司相信，本公司的網上交易市場不僅可提供交易服務，亦可協助用戶處理日常業務營運，如客戶關係管理及內部營運。本公司擬透過交易市場提供商業應用方案，用戶業務營運不可或缺的服務，以此提高用戶社區忠誠度。例如，本公司近期向中國用戶推出阿里軟件開發的基於互聯網的業務管理軟件Alisoft Export Edition。本公司致力透過網上交易市場建立一個生態系統，可讓用戶基於本身的業務需要定制軟件、處理交易、管理客戶數據及管理內部財務紀錄。

透過審慎收購、投資、特許權安排或業務合作擴展業務。

本公司計劃透過審慎收購、投資、特許權安排或業務合作擴展業務，目標包括擴大用戶數目及收益基礎、拓展市場地域、增加信息內容及服務種類、提升技術及招攬更多人才。本公司亦計劃借助與阿里巴巴集團的業務關係，爭取有利的互助銷售、市場推廣及特許權安排及其他商機。

本公司用戶

本公司的網上交易市場可供公眾瀏覽。任何人士均可瀏覽及搜索交易市場所列的供求信息。成為註冊用戶後，供應商及買家可設立企業網站、發佈供求信息、向目標貿易夥伴詢盤及使用本公司提供的通訊工具，加入阿里巴巴網上社區。本公司交易市場的付費會員更可享受額外服務。

國際交易市場

本公司國際交易市場的註冊用戶遍佈全球200多個國家及地區。本公司國際交易市場的供應商一般為中小企製造商或貿易公司。該等供應商的全年銷售額介乎數百萬美元至超過1億美元(人民幣7億5千1百60萬元)，而僱員人數一般由十多人至數百人不等，具規模製造商的僱員人數更可達數千人。使用本公司國際交易市場的買家來自世界各地，包括進口商、貿易公司、製造商的採購部門，以及全球及地區零售商的代理及內部採購組織。下表載列所示日期本公司國際交易市場的註冊用戶人數：

	十二月三十一日			六月三十日	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
註冊用戶	1,165,911	1,949,741	3,115,153	2,457,807	3,621,623

業 務

截至二零零七年六月三十日，本公司國際交易市場的中國註冊用戶共有245,061人。下表載列截至二零零七年六月三十日本公司國際交易市場的五大國家及地區（中國除外）註冊用戶人數：

國家或地區	該國家或地區 註冊用戶人數	佔本公司 國際交易市場總註冊 用戶人數的百分比
1. 美國	641,096	17.7%
2. 歐盟 ⁽¹⁾	316,539	8.7%
3. 印度	296,011	8.2%
4. 英國	222,883	6.2%
5. 加拿大	99,155	2.7%

附註：

(1) 不包括英國。

中國交易市場

本公司中國交易市場的用戶一般為買賣工業產品、消費品、原材料及商業服務的中小企。該等中小企一般由少數個人擁有及經營，而該等中小企的決策程序亦不及大型公司複雜。本公司中國交易市場的供應商大多亦同時為買家。本公司中國交易市場的大部分註冊用戶及付費會員位於經濟較發達的華東及華南沿岸地區。下表載列所示日期本公司中國交易市場的註冊用戶人數：

	截至十二月三十一日			截至六月三十日	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
註冊用戶	4,840,641	9,019,214	16,649,073	12,963,774	20,933,290

下表載列截至二零零七年六月三十日本公司中國交易市場註冊用戶所在的五大省市：

省市	該省市 註冊用戶人數	佔本公司 中國交易市場總註冊 用戶人數的百分比
1. 廣東	4,509,861	21.5%
2. 浙江	1,783,048	8.5%
3. 江蘇	1,376,242	6.6%
4. 山東	1,101,336	5.3%
5. 上海	965,994	4.6%

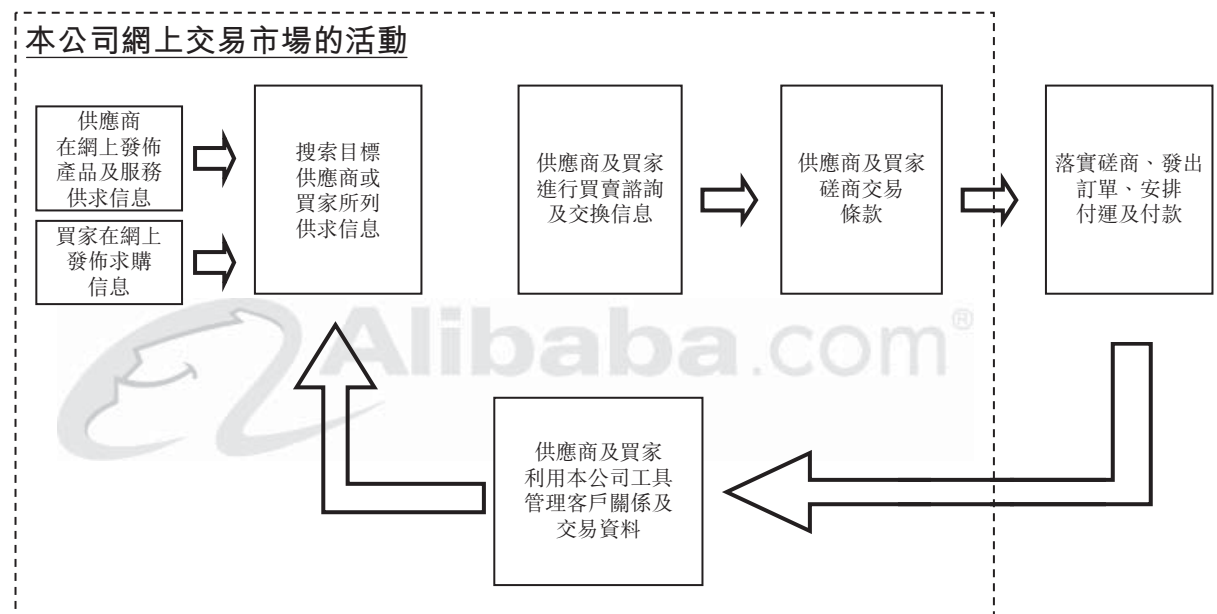
本公司交易市場的供求信息

本公司網上交易市場所列供求信息包括用戶提供的多種產品及服務。為方便瀏覽，本公司按直觀易查閱的行業類別將所列供求信息分類。本公司交易市場的主要行業類別包括：

- | | | |
|----------|------------|------------|
| • 農業 | • 配飾 | • 辦公用品 |
| • 服裝 | • 食品飲料 | • 包裝及紙品 |
| • 汽車 | • 傢俱及裝飾 | • 印刷及出版 |
| • 商業服務 | • 禮品及工藝品 | • 安防產品 |
| • 化工 | • 保健及美容 | • 鞋類及配件 |
| • 電腦軟硬件 | • 家用電器 | • 運動及娛樂 |
| • 建築及房地產 | • 家居用品 | • 電訊 |
| • 電器設備 | • 工業用品 | • 紡織及皮革製品 |
| • 電子零部件 | • 燈具 | • 鐘錶、珠寶及眼鏡 |
| • 能源 | • 箱包 | • 玩具 |
| • 環保 | • 礦物、金屬及原料 | • 運輸 |
| • 庫存 | | |

本公司服務及產品

本公司交易市場向供應商及買家提供多元化的服務及產品。為拓展交易市場的規模，激發更多的參與者加入網上社區，本公司不少服務及產品並不收費。同時，本公司向有意加強對目標買家市場進行推廣的供應商提供付費會籍計劃及增值服務。為吸引更多買家，本公司讓彼等免費在本公司交易市場搜索、尋找供應商，並與其聯絡及進行交易。下圖顯示供應商與買家在本公司交易市場的一般交易程序。



本公司交易市場向所有用戶提供的免費功能

本公司相信，優良的用戶體驗會吸引用戶再次使用本公司交易市場。持續使用本公司交易市場的忠誠用戶，加上不斷增加的新用戶會促成有效的循環，加強用戶社區的吸引

力。為吸引新用戶及增加現有註冊用戶使用率，本公司為交易市場開發多項功能，讓所有用戶免費使用，促進社區聯繫。

買家基本功能

搜索。買家可搜索本公司龐大專有供應商及供應信息數據庫，尋找切合本身需要的特定供應信息。除輸入的關鍵詞外，買家亦可透過商品智能詞庫及相關詞得到搜索結果。例如，搜索「移動電話」關鍵詞亦可同時得到「手機」的搜索結果。此外，本公司的 iSearch 技術亦提供強化搜索功能，讓買家可在中國交易市場按產品型號、規格、價格及來源地等相關參數搜索供應商及產品。本公司計劃日後在國際交易市場推出 iSearch 平台。請參閱第91頁「— 技術及產品開發 — iSearch 平台」。

商機快遞。本公司交易市場的註冊買方可訂閱商機快遞，免費獲取最新特定供應商及其供應信息的資訊。買家可選擇與本身業務相關的關鍵詞，定制商機快遞。更新資料可透過電郵或短訊服務發送至買家的移動裝置。

發佈求購信息。成為本公司註冊用戶的買家可在本公司交易市場發佈求購信息，要求目標供應商提供報價及其他資料。買家可按本身風格編排求購信息，包括多個供應商可搜索的關鍵詞。以下為傢俱進口商的求購信息樣本：

「購買庭園傢俱 — 我們現正尋找現代化不銹鋼戶外傢俱及一切相關物件，包括太陽傘、柚木或任何其他硬木、不銹鋼與天然石或硬木合成傢俱等。」

供應商基本功能

企業網站。註冊供應商可在本公司的交易市場建立企業網站，包括載有供應商聯絡資料的公司簡介及展示其產品與服務的網上陳列室。截至二零零七年六月三十日，本公司的國際交易市場共有超過60萬個供應商企業網站，在中國交易市場亦有約1百80萬個供應商企業網站。

供求信息。本公司交易市場的註冊供應商可按銷售意向或附以圖像的產品陳述方式免費發佈產品及服務信息。

客戶、溝通及社區工具

客戶關係管理。本公司交易市場的註冊用戶可使用賬戶管理工具管理用戶資料，如用戶名、密碼及企業網站與供求信息的資料等。賬戶管理工具兼備客戶關係管理功能，用戶可管理貿易夥伴的聯絡名單，更可與貿易夥伴溝通。至於中國交易市場的註冊用戶，客戶關係管理功能亦具有可讓持有支付寶網上賬戶的用戶在網上結算交易。

溝通。本公司的註冊用戶可使用即時通訊工具貿易通與商貿夥伴即時溝通。貿易通乃客戶端軟件，可從本公司的交易市場內下載。截至二零零七年六月三十日止一個月，本公司的國際及中國交易市場貿易通最高同時在綫的用戶數目超過540,000名。

網上論壇、用戶群組及博客。為促進興趣相同的註冊用戶間的互動溝通，本公司的交易市場亦主持多個網上論壇及用戶群組。該等論壇覆蓋層面廣泛，包括保險、交易條款、交易展、業務文化及商旅等商貿討論區。中國交易市場的註冊用戶更可於中國交易市場開設個人博客。截至二零零七年六月三十日，本公司交易市場的網上論壇已有超過1千8百40萬個發佈，亦有超過1百10萬篇博客。

付費會員產品及服務

本公司的國際交易市場主要服務全球進出口商，而本公司的中國交易市場則專門服務於國內貿易的供應商及買家。因此，本公司為兩個交易市場的付費會員提供具備不同服務、功能及價格水平的會籍計劃。

國際交易市場

本公司目前向國際交易市場的註冊供應商提供兩個會籍計劃：Gold Supplier 及國際誠信通。Gold Supplier 會籍計劃專為中國及香港供應商設立，而國際誠信通會籍計劃則為中國境外供應商設立。Gold Supplier 會籍計劃分別為一年期及兩年期。國際誠信通會籍計劃年期介乎一至三年。下表載列所示日期本公司國際交易市場付費會員的數目：

	截至十二月三十一日 ⁽¹⁾			截至六月三十日	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
付費會員	11,450	19,983	29,525	25,246	32,977
Gold Supplier會員 ..	6,435	12,192	18,682	15,516	22,018
國際誠信通會員 ...	5,015	7,791	10,843	9,730	10,959

附註：

- (1) 包括經常更新企業網站供求信息的付費會員，及已付會籍計劃認購費但並無在本公司的國際交易市場啟動企業網站的付費會員。

Gold Supplier 會籍

本公司的 Gold Supplier 會員遍佈中國，經營不同行業。本公司大部分 Gold Supplier 會員為中國兩大經濟發達區域長江三角洲及珠江三角洲的中小企出口商。本公司的 Gold Supplier 會籍計劃有兩個價格：標準計劃自每年人民幣40,000元起及高級計劃自每年人民幣60,000元起。截至二零零七年六月三十日，本公司大部分 Gold Supplier 會籍為一年期。近期，本公司亦開始為香港供應商推出 Gold Supplier 會籍計劃，香港的標準及高級 Gold Supplier 會籍計劃收費分別自每年41,600港元（人民幣40,000元）及62,800港元（人民幣60,000元）起。

本公司計劃自二零零七年十一月起終止提供高級與標準 Gold Supplier 的不同會籍計劃，而以單一 Gold Supplier 會籍計劃取代，內容涵蓋現時高級 Gold Supplier 會籍計劃的全部功能及服務。預期新 Gold Supplier 會籍計劃的最低價格將分別為中國客戶每年人民幣50,000元及香港客戶每年52,000港元（人民幣50,000元）。

本公司的 Gold Supplier 會籍計劃包括以下基本服務：

尊貴企業網站。Gold Supplier 會員可設立具備與全面獨立運作網站功能相若的尊貴企業網站。本公司亦會協助 Gold Supplier 會員編製、編輯、匯集及處理企業網站展示的內容。本公司的企業網站開發人員亦會為購買尊貴會籍計劃的 Gold Supplier 會員製作有關會員企業設施、產品和服務的影像介紹，在企業網站中展示。

優先排名。當國際交易市場用戶搜索供求信息時，Gold Supplier 會員的供求信息及企業網站在搜索結果及目錄中相比國際誠信通會員及免費會員優先排名。發佈同類供求信息及企業網站的 Gold Supplier 會員，本公司會根據用戶所輸入特定關鍵詞的相關性、供求信息的「更新時序」及會員已付費用總額等因素釐定排序。

客戶服務。本公司向 Gold Supplier 會員提供優質客戶服務及支持，包括指定的客戶經理及電話呼叫中心服務支持。為使 Gold Supplier 會員可更有效進行業務，本公司亦提供有關電子商務及國際貿易的培訓。

本公司亦向 Gold Supplier 會員提供以下增值服務：

額外關鍵詞。本公司的 Gold Supplier 會員可購買額外關鍵詞，以增加供求信息及企業網站在國際交易市場的曝光率，買家搜索產品及服務或瀏覽本公司行業分類時，Gold Supplier 會員的供求信息及企業網站出現的機會更高。

尊貴推廣位。本公司向 Gold Supplier 會員提供尊貴推廣位，在本公司的國際交易市場的精選網頁指定位置展示鏈接，推薦其供求信息及企業網站。尊貴推廣位的價格主要取決於鏈接的刊登期及位置。

國際誠信通會員

本公司向中國大陸境外的供應商提供國際誠信通會籍計劃。目前國際誠信通會籍計劃的年費為589美元(人民幣4,427元)。截至二零零七年六月三十日，本公司國際誠信通會員絕大部分申請一年計劃。下表載列截至二零零七年六月三十日本公司國際誠信通會員的五大國家或地區。

國家或地區		該國家或地區內 國際誠信通會員數目	佔國際誠信通 會員總數百分比
1.	香港	1,750	16.0%
2.	美國	1,446	13.2%
3.	台灣	1,152	10.5%
4.	印度	851	7.8%
5.	韓國	613	5.6%

在本公司的分類及搜索結果頁面，本公司的國際誠信通會員供求信息及企業網站排序較 Gold Supplier 成員為低，但較免費發佈供求信息及企業網站的供應商為高。本公司的國

際誠信通會員須使用本公司提供的標準企業網站模板籌備及自行製作。本公司亦為國際誠信通會員提供網上客戶服務及電話呼叫中心服務支持。

中國交易市場

本公司目前向中國交易市場的註冊供應商提供中國誠信通的會籍計劃。中國誠信通的入會費用由二零零七年四月的每年人民幣2,300元增至現時的每年人民幣2,800元。下表載列於所示日期中國誠信通會員數目：

	截至十二月三十一日 ⁽¹⁾			截至六月三十日 ⁽¹⁾	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
中國誠信通會員	66,472	121,631	189,573	158,073	222,576

附註：

(1) 包括經常更新企業網站供求信息的付費會員，以及已付會籍計劃認購費但並無在本集團的中國交易市場啟動企業網站的付費會員。

本公司的中國誠信通會籍計劃包括下列基本服務：

標準企業網站及信用評價。中國誠信通會員可使用本公司提供的標準企業網站模板設立企業網站。同時，本公司為用戶提供信用評價體系，使其他用戶可瀏覽及撰寫有關該會員的誠信度意見，中國誠信通會員更可展示自己的信用值及高評級的證明，如稅務證書、營業執照及產品的品質保證書。

優先排名。當用戶在本公司的中國交易市場搜索產品及服務信息時，中國誠信通會員的供求信息及企業網站在類別及搜索結果中較其他註冊用戶優先排名。

客戶服務。本公司向中國誠信通會員提供客戶服務與電話呼叫中心支持以及有關電子商務及國內貿易事宜的培訓。

本公司亦向中國誠信通會員提供增值服務，容許他們以網上投標的方式出價購買關鍵詞。尤其，中國誠信通會員可在本公司的中國交易市場網站瀏覽相同關鍵詞的競價情況，從而決定取得該關鍵詞所需的出價，並釐定該關鍵詞的搜索結果優先排序。本公司會維持並持續拓展及改良關鍵詞庫。

付費會員的認證及核實程序

為提升買家信心及辨別本公司供應商與其他供應商，本公司聘請獨立第三方權威認證及核實擬成為付費會員的供應商。如供應商未能通過認證及核實程序，本公司將拒絕其付費會籍申請。認證程序旨在確認註冊供應商所使用將於本公司交易市場顯示的商業名稱及營業地址是否屬實。核實程序旨在確認本公司交易市場所示註冊供應商的聯絡人是否該註冊供應商的授權僱員或代表。每個通過認證及核實程序的付費會員在本公司的交易市場上將會標誌為「誠信通」(TrustPass)。

其他客戶的服務

本公司最近推出網上廣告服務，讓有品牌廣告商於本公司的國際及中國交易市場展示網上廣告，包括廣告牌及其他圖像或文字廣告。此類網上廣告的收費取決於多項因素，包括宣傳活動條款及廣告大小與位置。

主要客戶及供應商

本公司並無單一主要客戶。本公司的五大客戶佔收益5%以下，截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止三年度各年及截至二零零七年六月三十日止六個月，本公司的五大服務供應商分別佔買入貨品約43%、29%、25%及31%，而最大服務供應商則佔買入貨品約18%、8%、10%及15%。概無董事、彼等聯繫人或任何本公司目前股東（就董事所知擁有超過本公司股本5%者）於五大服務供應商中擁有任何根據上市規則須作出披露的權益。

銷售團隊及客戶服務

本公司的銷售團隊

本公司透過直銷及網上渠道推廣本公司的服務，亦投放大量資源開發及維持本公司的銷售基礎設施。截至二零零七年六月三十日，本公司在包括香港在內的中國30個城市有超過1,900名全職直銷人員，而在杭州及廣州的電話銷售中心亦有超過800名電話銷售人員。最近，本公司增設多間直銷團隊辦事處，將地域覆蓋擴展至香港以及中國西部及北部的城市，例如北京、成都、重慶及武漢。

本公司主要透過在中國及香港銷售辦事處的區域銷售團隊銷售 Gold Supplier 會籍計劃。本公司的前線銷售團隊一般每月會與超過100,000名現有及潛在顧客會面。本公司主要透過電話銷售隊伍銷售國際誠信通及中國誠信通會籍計劃。本公司以短期試驗形式在上海、重慶及五個省份聘用分銷商，以輔助電話銷售中國誠信通會籍計劃，且現正評估日後是否繼續此類安排。本公司的電話銷售隊伍一般每月會與超過800,000名現有及潛在顧客接觸。本公司相信透過直銷及電話銷售隊伍與顧客的直接接觸，可促進與僱客的關係，並可聽取客戶的意見，提升服務質量。

本公司鼓勵銷售人員發揚創業精神。具體方面，他們有相當自由識別潛在付費會員，而本公司亦提供相應的薪酬體系來激勵他們。本公司給予銷售僱員的待遇（包括股份形式支付的報酬）絕大部分基於工作表現釐定。

以下地圖顯示本公司截至二零零七年六月三十日銷售網絡的地域分佈。



客戶服務

本公司非常著重向付費會員提供貫徹如一的高質素服務及支援，並相信這是長遠成功所不可或缺的因素。多年來，本公司投入大量財政、管理及人力資源，建立及維持強大的客戶服務及支持隊伍。截至二零零七年六月三十日，該隊伍有超過400名全職客戶服務人員，分佈在杭州、廣州及上海。本公司的客戶服務及支持隊伍與銷售團隊通力合作，識別潛在付費會員、協助挽留現有付費會員及照顧客戶所需。本公司的客戶服務電話呼叫中心在營業日會運作15小時，為付費會員及註冊用戶提供服務，以中文及英文處理一般服務查詢以及提供技術支援。除電話呼叫中心的服務外，本公司亦會透過電子郵件提供客戶服務及支持。

為維持並改善客戶服務，本公司會以電子郵件、電話或會面方式定期進行顧客調查。本公司每年均會進行顧客調查以取得顧客對本公司的服務及產品的意見。本公司會細心分析顧客的意見，且作出詳細分析，識別並估計顧客需要、記錄顧客的滿意度及更深入了解市場趨勢。

市場推廣及建立品牌

本公司採用各式各樣的方法推廣「阿里巴巴」品牌以吸引潛在註冊用戶及付費會員。

關注用戶體驗。本公司的註冊用戶群主要建基於正面的用戶體驗所建立的口碑。由於本公司深信滿意的用戶及會員很大可能會繼續使用並向他人推薦本公司的服務，故本公司致力不斷提升提供予註冊用戶及付費會員的服務質量。

建立網上社區。為提升顧客忠誠度，本公司相信增強註冊用戶對社區的歸屬感非常重要。為促進興趣相近的註冊用戶互相交流，本公司的交易市場設有網上論壇及用戶群組，供用戶分享彼此的信息及意見。本公司亦允許中國交易市場的註冊用戶建立個人博客。此外，本公司與網上廣播服務供應商合作，每日播出以商業為題材的節目。

線下用戶教育。本公司定期為有興趣進行電子商務的註冊用戶及中小企業舉辦會議及活動。每年本公司均會在中國及全球的銷售辦事處舉辦「網商論壇」。於每年的「網商論壇」中，本公司一般會邀請數百名供應商及／或買家出席半日的活動，其間設有簡報會及演講，介紹電子商務的基礎及推廣本公司的交易市場。每次論壇結束後，本公司會篩選出有意成為註冊用戶或付費會員的出席者，邀請他們到訪本公司的銷售辦事處，參與電子商務培訓班及網絡工作坊。此外，本公司舉辦專為世界各地買家而設的買家社區活動「芝麻開門」。二零零六年，本公司在拉斯維加斯、費城、法蘭克福等城市舉辦該活動。

貿易市場推廣及廣告計劃。為進一步推廣「阿里巴巴」品牌的知名度及向潛在用戶推介本公司的交易市場，本公司亦會進行一般的市場推廣及廣告活動，包括戶外廣告、在貿易博覽會及其他活動派發推廣物品、電視、互聯網廣告以及在目標刊物刊登廣告。本公司亦與世界各地特選的貿易博覽會建立聯合市場推廣夥伴關係。本公司向希望將其貿易博覽會向本公司相關行業的用戶推廣的貿易博覽會主辦單位提供 Alibaba.com 貿易博覽會夥伴計劃。而作為交換，本公司可於他們的貿易博覽會推廣到本公司的交易市場。於二零零六年，本公司參與全球超過40個有關各主要行業的大型貿易博覽會，包括中國廣州的廣交會、美國拉斯維加斯的國際消費電子展及德國漢諾威的漢諾威展。

競爭

根據 iResearch 的資料，按收益計算，本公司於二零零六年佔中國B2B電子商務市場約51%。本公司在B2B電子商務市場的競爭來自國內外競爭者。國際交易市場的競爭者包括中外互聯網市場推廣服務供應商(例如由環球資源營運的網上目錄)。本公司的中國交易市場競爭者包括國內的B2B電子商務平台(例如由慧聰國際營運的網站)。此外，本公司亦面對其他市場推廣服務供應商的間接競爭，包括互聯網搜索引擎及傳統貿易渠道(例如貿易博覽會主辦單位及貿易雜誌出版社、分類廣告以及戶外廣告)。主要競爭因素包括用戶基數、供求信息的數目、質量及信息新鮮度、社區歸屬感、促進用戶之間互動的能力、品牌知名度、技術、服務種類及易用程度、客戶服務及價格。

技術及產品開發

本公司已開發一個有效的技術平台，配備主要專利技術及應用程式，能滿足本公司B2B電子商務交易市場的需求。本公司揉合本公司的專利技術及商業上取得的特許技術

(包括阿里巴巴集團特許的技術)，建立一個高容量的技術基礎設施，以大規模地提供優質服務。根據技術服務框架協議，本公司向阿里巴巴集團提供若干信息技術服務，本公司亦根據技術及知識產權框架許可協議從阿里巴巴集團取得若干第三方技術及阿里巴巴集團專利使用權。請參閱第155頁起的「關連交易 — 持續關連交易」及於第VII-12頁起的附錄七一「法定及一般資料 — 知識產權」。

本公司的技術平台的主要組成部分包括：

iSearch 平台。iSearch 平台是專為於本公司獨有的數據庫中作精確搜索而設計。除一般文字搜索功能外，iSearch 平台亦提供範圍搜索、條件篩選及於搜索結果中搜索等額外搜索功能，以提高搜索準確度。此外，為提升用戶的搜索體驗，iSearch 平台備有商品的同義詞知識庫以及可透過機器自學技術更新及完善關連詞庫。

大規模系統基建。透過自有的專利及第三方解決方案，本公司設計及建立自己的系統，以靈活可靠地處理大量數據流。本公司的分佈式技術架構採用並行計算技術及低成本電腦群來應付海量的訪問人次及處理大量的信息。此外，本公司的冗餘基礎建設及強大的監控系統使本公司能隨時提供可靠的服務。

防詐騙及防垃圾信息技術。本公司的防詐騙及防垃圾信息技術使本公司能探測及監察欺詐活動以及識別及過濾垃圾信息。此技術的準確度及效能正透過機器自學能力及自定義規則不斷改善。

本公司已實施網絡安全措施，防範本公司的系統遭擅自竄改或出現防護漏洞。此等措施為本公司的數據庫及其他主要信息技術系統提供多重保障。本公司亦已採納詳細的私隱政策，概述本公司可收集及使用的註冊用戶資料的限制以及於本公司交易市場的其他註冊用戶可獲取的信息範圍。用戶使用本公司的交易市場網站前，本公司要求用戶須了解並同意於本公司交易市場網站發佈的此等私隱政策。

本公司的交易市場全年無休。中國境內外均設有本公司的服務器。本公司的系統經特別設計，可於發生突發及災難事件時縮短停止服務時間。本公司亦已實施突發事故計劃，其中包括遠程備份數據庫及復原系統，使本公司可即時應付網絡或系統失靈或其他突發事件。此外，本公司各個主要數據庫亦備有多重備份數據存儲及復原系統。本公司並無經歷任何須啟動災難復原中心的系統失靈事故。

於二零零四年、二零零五年及二零零六年以及截至二零零七年六月三十日止六個月，本公司的產品開發費用分別為人民幣1千9百20萬元、人民幣3千5百70萬元、人民幣1億零5百50萬元及人民幣5千8百30萬元。本公司並無將該等產品開發費用撥充資本。

截至二零零七年六月三十日，本公司的工程及產品開發隊伍共有接近200名工程師。本公司的工程人員贏得多項科技獎，如中國領先信息技術期刊中國計算機報於二零零六年頒發的「中國十大傑出數據庫工程師」、專注於大中華地區客戶關係管理的機構頒發的「Best CRM Implementation in China — Internet Sector」。本公司絕大部分工程師均在杭州總部

工作。本公司在中國聘請大部分工程師，並與中國頂尖的工程學府之一浙江大學設立聘請及培訓計劃，另外亦會在美國及其他地方甄選資深工程師。

知識產權

本公司的知識產權

本公司相信本公司的商標、版權、商業名稱、商業秘密及其他專利權對本公司的業務至關重要。本公司依賴中國及其他司法權區的商標、公平交易常規、版權及商業秘密保護法以及機密程序與合約條款保障本公司的知識產權及「阿里巴巴」品牌名稱。本公司亦與全體僱員及任何可獲取本公司專利技術及信息的第三方訂立保密協議，亦嚴格監控本公司的專利技術及資料的獲取。

截至最後實際可行日期，本公司已向中國國家工商行政管理總局商標局就本公司的服務及產品註冊包括「TRUSTPASS」、「誠信通」及TRUSTPASS標誌等商標。待批准申請的商標(包括「中國供應商」(「China Supplier」)及「Gold Supplier」)正由阿里巴巴集團轉讓予本公司。本公司亦已向阿里巴巴集團取得特許權，可使用其全部待註冊及已註冊的商標、域名及有關「阿里巴巴」的關鍵詞尋址，以及阿里巴巴於超過40個國家及地區(包括香港、日本、美國、加拿大、澳洲、新西蘭，以及位於歐盟、中東、東南亞、南美及非洲的國家)的註冊標誌。倘本公司進行特許權協議所界定的「控制權轉變」，於本公司支付相等於本公司收益1%或5百萬美元(人民幣3千7百60萬元)之較高者的年度特許權費用後，阿里巴巴集團會繼續授予本公司使用上述商標、域名及關鍵詞尋址的特許權，自控制權轉變當日起計為期三年。「控制權轉變」當日起計三年期屆滿後，待本公司支付根據特許使用有關商標、域名及關鍵詞尋址之特許權的公平市值釐定的特許權費用後，阿里巴巴集團會繼續授予本公司使用上述商標、域名及關鍵詞尋址的特許權。請參閱第157頁起的「關連交易 — 持續關連交易 — 豁免持續關連交易 — 自有品牌總特許權及管理協議」。

基於杭州阿里巴巴持有增值電訊服務特許權的需要，杭州阿里巴巴擁有或將被轉讓若干有關「阿里巴巴」的商標和域名。請參閱「監督及監管 — 有關外商投資增值電訊行業的法規」。根據與阿里巴巴集團所訂立有關杭州阿里巴巴擁有或將獲轉讓的商標及域名的轉讓協議，於「控制權轉變」事件(按該轉讓協議的定義，即(其中包括)阿里巴巴集團不再擁有本公司50%以上的投票權)發生後，本公司有責任為杭州阿里巴巴持續擁有該等商標及域名而向阿里巴巴集團每年支付1百萬美元(人民幣7百50萬元)，為期三年。其後，杭州阿里巴巴須將該等商標及域名歸還阿里巴巴集團，或可向阿里巴巴集團支付相等於獨立估值師所釐定使用有關商標及域名特許權的公平市值的年度費用後繼續擁有該等商標及域名。請參閱第154頁起的「關連交易 — 重組所涉關連交易 — 商標及域名轉讓協議」。

截至最後實際可行日期，本公司在中國國家版權局共有四項自行開發的B2B業務軟件版權註冊。

阿里巴巴集團在中國及香港已提交逾60份有關本公司業務的專利申請以及一份涵蓋該等專利申請的重要發明專利合作條約申請。本公司並無與阿里巴巴集團或其他第三方共同開發該等有待審批的專利。本公司預料阿里巴巴集團將會繼續在主要司法權區提交其他專利申請，保護其專利技術(包括有關本公司業務的技術)。本公司取得阿里巴巴集團所授使用各項已經或將會屬其擁有有關B2B業務專利的特許權，以及阿里巴巴集團獲特許使用有關B2B業務的第三方專利的分特許權。請參閱第162頁起的「關連交易—持續關連交易—須遵守申報及公佈規定的非豁免持續關連交易—技術及知識產權框架許可協議」。

本公司與阿里巴巴集團已向多個中國及外國域名註冊服務供應商註冊逾40個有關B2B業務的域名，包括 alibaba.com、alibaba.com.cn、alibaba.cn。本公司已取得特許權，可使用包含「Alibaba」一詞或其中文名稱的域名及關鍵詞尋址。

有關本公司知識產權的其他資料請參閱第153頁起的「關連交易」及附錄七「法定及一般資料—知識產權」。

特許權安排

本公司已與阿里巴巴集團訂立以下特許權協議：

- 按照自有品牌總特許權及管理協議，阿里巴巴集團向本公司授出特許權，可獨家使用各項屬阿里巴巴集團所擁有且與B2B業務有關之尚待審批及已註冊「阿里巴巴」品牌名稱、阿里巴巴標誌(或同時使用該等商標)、域名及關鍵詞尋址(包括該等正轉讓予阿里巴巴集團且包含「Alibaba」或其中文名稱的品牌名稱、標誌、域名及關鍵詞尋址)。
- 按照技術及知識產權框架許可協議，阿里巴巴集團(i)授予本公司可使用截至最後實際可行日期與本公司B2B業務相關並仍生效的各項專利、尚待審批專利及有關專有技術的可續期特許權，包括本公司根據技術服務框架協議代表阿里巴巴集團承諾會開發的未來專利特許權；(ii)同意應本公司要求即時授予本公司，截至最後實際可行日期，阿里巴巴集團獲第三方所授且日後獲准轉授予本公司與本公司B2B業務相關的各項現有技術及知識產權特許權的可續期再授特許權；及(iii)同意應本公司要求即時授予本公司，在阿里巴巴集團有權轉授特許權的情況下，選擇使用各項阿里巴巴集團獲第三方所授與本公司B2B業務相關的技術及知識產權特許權的權利。目前並無任何與B2B業務有關而阿里巴巴集團不得轉授本公司的技術或知識產權特許權。

請參閱第155頁「關連交易—持續關連交易」、第37頁「風險因素—有關本公司業務及行業的風險—倘阿里巴巴集團不能履行就本公司重組而與本公司訂立的若干協議責任，則本公司的業務及前景或會受到重大不利影響」、第26頁「風險因素—有關本公司業務及行業的風險—若本公司失去「阿里巴巴」品牌的使用權，或因第三方擅用「阿里巴巴」品牌，及本公司為保護「阿里巴巴」品牌的價值與保持及加強品牌知名度而動用開支，本公司的收益及盈利或會大幅降低」。

保護第三方知識產權

本公司在過去且預期在將來亦會收到有關若干用戶在本公司交易市場所列供求信息侵犯第三方知識產權的指稱。為保護第三方知識產權，本公司已採納知識產權保護措施，亦有既定程序，在收到涉嫌侵犯知識產權的具體產品資料連同相關支持文件後，盡快移除涉嫌侵權的供求信息。此外，本公司亦會不時主動審閱交易市場所列供求信息，移除侵犯第三方知識產權的若干供求信息。此外，本公司的用戶合約亦規定，本公司可在發現用戶侵犯第三方知識產權時終止有關賬戶。

本公司過去曾涉及有關用戶所列供求信息侵犯知識產權的訴訟，包括本公司交易市場所列產品為偽造品或翻版的訴訟。該等訴訟在本公司的一般業務中時有出現，但並無嚴重影響本公司業務。請參閱第31頁起的「風險因素 — 有關本公司業務及行業的風險 — 倘本公司用戶進行欺詐或侵犯知識產權、供應商提供的產品及服務未達標準或惹起爭議，則本公司的業務及品牌形象或會受損，亦可能因客戶所出售質量不合格產品而引起產品轉承責任的索償」。

本公司價值觀及僱員

本公司相信，本公司的成功有賴吸引、發展及挽留能幹及進取的僱員。本公司對於公司企業文化深感自豪，從本公司的僱員身上，可體現以下六項企業核心價值觀：

- 客戶第一。本公司以用戶社群及付費會員的利益為先。
- 團隊合作。本公司期望僱員以團隊形式合作。本公司鼓勵僱員在決策過程中提出意見，希望每名僱員均會竭力達致團隊目標。
- 擁抱變化。本公司在瞬息萬變的行業經營，本公司要求僱員保持靈活，不斷創新，適應新的經營環境及常規。
- 誠信。誠信為交易市場不可或缺的元素，為本公司營運的重要一環。本公司期望僱員維持高度誠信，盡獻所能。
- 激情。本公司鼓勵僱員帶著熱誠衝勁服務客戶及開發新服務與產品。
- 敬業。本公司僱員會全力以赴了解及滿足中國及全球中小企業的需要。

本公司透過提供晉升機會、良好的工作環境及與績效掛鈎的薪酬體系，致力挽留人才。

- 晉升機會。本公司為僱員提供有系統的培訓及晉升機會。本公司向僱員提供大量培訓課程，包括阿里課堂及阿里夜校，亦要求新僱員參加並通過為期二至四個

星期的入職培訓課程。此外，本公司亦向僱員提供定期培訓課程，提升其專業技巧、加深對本公司業務營運的了解及獲悉最新市場走勢。

- 良好的工作環境。本公司透過提倡團隊精神及高透明度，致力維持良好的工作環境。本公司相信，大部分僱員因同事素質而對工作感到滿意，而本公司亦鼓勵僱員在正式及非正式場合互相交流及分享經驗。本公司亦提倡僱員與高級管理人員透過定期非正式會面及電子郵件溝通，同時鼓勵經理接觸所屬團隊成員。
- 與績效掛鈎的薪酬體系。本公司相信，本公司向僱員提供與績效掛鈎的具競爭力薪酬體系，包括底薪、現金花紅、股本薪酬及其他利益。為衡量僱員表現，本公司制訂清晰的表現評分機制，其中達成六項核心價值觀及有關主要表現指標的評分各佔50%。上述評分機制為僱員表現評級基準，直接影響僱員薪酬金額。

本公司認為本身與僱員的關係良好。本公司的僱傭政策及慣例在各主要方面符合相關中國法律及法規。阿里巴巴於二零零五年獲中國中央電視台選為「最佳僱主」，並於二零零六年列入 China Business News and Corporate Research Foundation 的「中國最佳僱主」之一。

截至二零零七年六月三十日，本公司共有4,437名全職僱員（不包括與B2B業務無關的僱員），絕大部分駐於中國。下表載列所示日期本公司B2B業務按職能劃分的全職僱員人數及百分比：

	截至十二月三十一日 ⁽¹⁾						截至六月三十日	
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零七年	
	僱員人數	佔總數 的百分比	僱員人數	佔總數 的百分比	僱員人數	佔總數 的百分比	僱員人數	佔總數 的百分比
銷售及市場推廣	1,146	66.0%	1,599	68.1%	2,356	69.5%	3,183	71.7%
客戶服務	204	11.7	305	13.0	448	13.2	476	10.7
網站營運	140	8.1	166	7.1	173	5.1	207	4.7
工程及產品開發	124	7.1	148	6.3	176	5.2	266	6.0
法律、財務、人力 資源及行政	123	7.1	129	5.5	239	7.0	305	6.9
總計	<u>1,737</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,347</u>	<u>100.0%</u>	<u>3,392</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,437</u>	<u>100.0%</u>

附註：

- (1) 本表格所列的僱員人數並不包括與B2B業務無關的僱員。有關本公司僱員（包括與B2B業務無關的僱員）總數，請參閱附錄一一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註8。

物業

本公司的主要行政辦事處及營業地點位於中國杭州。本公司亦在中國包括香港在內的30個城市設立銷售辦事處，同時在香港、瑞士及美國設有辦事處。本公司現時佔用的大部分物業是與無關連的第三方租用。截至二零零七年八月三十一日，該等租約所涉的總建築面積約為44,138平方米。

本公司已簽訂協議(於二零零七年六月生效)，收購中國杭州一處總面積約為60,000平方米土地之土地使用權，用作興建新企業總部，以配合本公司之擴展。本公司計劃該收購完成後即動工興建新總部。

根據獨立估值，本公司物業權益截至二零零七年八月三十一日並無商業價值。請參閱附錄四 — 「物業估值」。

截至二零零七年八月三十一日，本公司在中國佔用70項總建築面積約22,179平方米的中國租賃物業，而有關出租人未能向本公司提供有效及可執行的房屋所有權證、相關所有權文件或出租或分租該等物業的權利或授權的證明，或有關租約尚未辦妥註冊手續。該等物業佔本公司租賃物業總建築面積約50%，主要為辦公室物業，其中一個位於杭州的辦公室佔該等物業總建築面積約11,005平方米。

就本公司所知，並無第三方就該等租賃物業業權提出可能影響本公司現時佔用狀況的質詢。倘該等租賃物業業權出現爭議，則本公司或會難以繼續使用有關物業，並須遷出有關物業。在此情況下，本公司相信，由於該等租賃物業並非專門用途的一般物業，對本公司營運並不重要，且不難物色替代物業，故此搬遷對本公司業務或營運不會有重大不利影響，亦不會使本公司業務嚴重中斷。此外，本公司相信，由於並無獲指示須遷出任何物業，故此毋須就該等租賃物業作出任何即時行動。此外，倘任何租約因所有權爭議而終止，則本公司可根據有關租約條款及中國法律提出索償。

就該等物業而言，本公司將繼續盡力促使有關出租人取得所需的物業權證或全面履行本公司租約，包括辦妥未完成的登記手續、識別有關物業合法擁有人及與該合法擁有人簽訂新租約。倘本公司未能與任何有關合法擁有人達成協議或實際存在重置風險，則本公司將致力盡快物色合適的替代物業。

截至二零零七年八月三十一日，本公司在中國佔用九項總建築面積約2,242平方米的租賃物業，而相關現時用途並不符物業的許可用途。本公司或會遭有關當局頒令停止使用該等物業。然而，該等物業並非專門用途的一般物業，對本公司營運並不重要，且不難物色替代物業。

倘本公司須遷離任何上述物業，則本公司將盡力減低本公司業務及營運的損失或干擾，並遷往具備有效業權的物業。此外，阿里巴巴集團亦向本公司承諾，倘本公司並無自有關出租人獲得足夠的賠償，則會向本公司彌償因將業務或資產遷離該等物業所產生的任何成本、開支及營運與業務損失。有關彌償保證的詳情，請參閱附錄七 — 「法定及一般資料」。

保險

本公司已購置物業保險，保障本公司物業及設備可能出現之損毀，另外本公司亦根據適用的中國法律為僱員提供醫療、失業及其他保險。本公司的物業保險覆蓋由天災、意外、機件故障至設備使用不當引致的損失。此外，本公司亦有業務中斷保險，保障因發生

上述事件引致的收益損失。本公司相信，現時的保障範圍足以保障重大物業損毀及業務中斷風險。

法律訴訟

本公司日常業務經常涉及有關侵犯版權、商標及專利、誹謗、不公平競爭、合約糾紛及其他事項之訴訟。截至最後實際可行日期，本公司面臨的潛在索償估計共約人民幣1百萬元。本公司相信，該等法律訴訟不會導致巨額負債，亦不會嚴重損害本公司的業務、財務狀況及經營業績。

儘管本公司已實施標準程序，刪除據稱侵犯第三方知識產權的用戶供求信息，惟本公司對交易市場上的用戶供求信息性質與種類的控制相當有限。本公司的用戶侵犯知識產權或會引起訴訟，因而危害本公司的業務及聲譽。請參閱第31頁的「風險因素 — 有關本公司業務及行業的風險 — 倘本公司用戶進行欺詐或侵犯知識產權、供應商提供的產品及服務未達標準或惹起爭議，則本公司的業務及品牌形象或會受損，亦可能因客戶所出售質量不合格產品而引起產品轉承責任的索償」。

商標糾紛

本公司與一家中國軟件公司北京正普科技發展有限公司（「正普」）就於中國多個主要商標類別註冊多個不同版本的「阿里巴巴」中英文品牌名稱（在若干情況下，連同阿里巴巴標誌）方面出現糾紛。本公司或其股東、董事、高級管理人員或彼等各自之聯繫人與正普概無任何商業或其他關係。

正普商標註冊申請失敗

本公司於一九九八年十二月以「阿里巴巴」商標創立首個B2B電子商務網站。正普分別於一九九九年五月向中國商標局提出四項第35、38、41及42類以及於二零零零年三月提出一項第39類合共五項的「阿里巴巴 Alibaba」商標申請。正普提出申請後，本公司隨即根據中國商標法第31條反對正普註冊有關商標並申請撤銷該等註冊。中國商標法第31條禁止任何人士意圖利用不公平手法註冊已由他人使用並因而獲得「一定知名度」的商標。本公司已向中國商標局及中國商標複審及裁定理事會辦妥行政程序並成功提出反對及撤銷該申請，而正普其後向北京市第一中級人民法院提出上訴，惟最後遭北京市高級人民法院判決敗訴。根據有利本公司的正普申請訴訟裁決，北京市第一中級人民法院（作為初審法院）及北京市高級人民法院（作為最終上訴法院）裁定本公司的商標「Alibaba（阿里巴巴）」早在正普於一九九九年五月提出申請前已獲得「一定知名度」，故正普的申請屬於觸犯中國商標法。

阿里巴巴商標申請

目前，本公司及阿里巴巴集團分別有11項及兩項有待批准的不同版本「阿里巴巴」中英文品牌名稱（在若干情況下，連同阿里巴巴標誌）商標註冊申請。正普就當中的11項相關申請向中國商標局提出反對訴訟，惟本公司與阿里巴巴集團已於其中三項反對訴訟中勝訴，其餘八項申請的反對訴訟仍在進行。目前，正普正向中國商標複審及裁定理事會就遭駁回的訴訟提出上訴。

本公司深信中國商標複審及裁定理事會的判決會對本公司有利，而本公司對中國商標複審及裁定理事會判決的日後上訴亦充滿信心。請參閱第26頁的「風險因素 — 有關本公司業務及行業的風險 — 若本公司失去「阿里巴巴」品牌的使用權，或因第三方擅用「阿里巴巴」品牌，及本公司為保護「阿里巴巴」品牌的價值與保持及加強品牌知名度而動用開支，本公司的收益及盈利或會大幅降低」。

本公司的中國法律顧問方達律師事務所表示：(i)根據現有證據，正普不大可能提出任何有力的法律理據質疑本公司及阿里巴巴集團的商標申請；及(ii)根據中華人民共和國反不正當競爭法，有關商標申請有待批准期間，本公司及阿里巴巴集團有權限制第三方使用該等商標。然而，中華人民共和國反不正當競爭法所提供的保障可能遠低於註冊商標。

按照商標代理向本公司提供的資料，除正普外，本公司並不知道任何其他人士質疑本公司或阿里巴巴集團的商標申請。

閣下應將以下本公司財務狀況與經營業績的討論及分析連同附錄一「會計師報告」所載根據國際財務報告準則編製的合併財務報表及附錄二「未經審核備考財務資料」(包括各自相關附註)一併閱讀。以下討論包含涉及風險及不明朗因素的前瞻性陳述。基於本售股章程「風險因素」及其他部分所述的多項因素，本公司部分事宜的實際結果及時間可能與前瞻性陳述的預測有重大差異。

概 覽

本公司為中國領先的B2B電子商務公司。根據iResearch的資料，按註冊用戶數目計算，本公司於二零零六年是中國最大網上B2B公司，而按收益計算，本公司佔中國B2B電子商務市場大部分份額。本公司經營兩個交易市場，分別為國際交易市場及中國交易市場。本公司的國際交易市場(www.alibaba.com) (英文) 專注於服務全球進出口商，而本公司的中國交易市場(www.alibaba.com.cn) (中文) 則專注於服務中國國內貿易的供應商與買家。根據Alexa.com資料，按截至二零零七年六月三十日止三個月的用戶上網流量計算，本公司國際及中國交易市場合計為全球兩大「商業」類別(「電子商務」及「國際商務及貿易」)中瀏覽人次最多的網站。

為擴大本公司交易市場的廣度和深度，本公司向所有註冊用戶免費提供基本功能及服務。本公司收益來自向本公司購買付費服務的供應商，該等服務主要包括會籍計劃，為供應商的企業網站及供求信息在本公司交易市場的行業目錄及搜索結果中提供優先排名。本公司稱訂購會籍計劃的供應商為「付費會員」。本公司向付費會員提供增值服務而賺取更多收益，例如購買額外關鍵詞，以提高其在本公司交易市場的搜索結果中的排名，以及購買在本公司網頁中的尊貴推廣位，以增加接觸目標買家的機會。

重組前，本公司於阿里巴巴集團旗下經營，並非獨立公司。本公司於二零零六年九月二十日在開曼群島註冊成立，持有阿里巴巴集團的B2B業務。根據重組，阿里巴巴集團B2B業務旗下的法團公司、資產及負債於二零零七年轉讓予本公司。請參閱自第101頁起的「一本公司的重組」。本售股章程所呈列本公司的全部財務資料(包括附錄一「會計師報告」所載的合併財務報表)均假設本公司及現行公司架構自二零零四年一月一日起一直存在，而於二零零七年一月一日前期間的財務資料亦包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支。

本公司自成立以來一直顯著增長。本公司過去三年的收益增長迅速，由二零零四年的人民幣3億5千9百40萬元增至二零零六年的人人民幣13億6千3百90萬元，複合年增長率達94.8%。本公司的增長受以下因素推動：

- 用戶人數上升及網絡效應增強。有大量買家使用本公司的交易市場與供應商合作和交易，本公司的網站才可吸引供應商，同樣地，供應商透過本公司網站提供大量有吸引力的產品，方能吸引買家使用本公司的交易市場。本公司前身公司於一九九九年開始提供B2B電子商務服務以來，本公司的註冊用戶人數迅速增加，由二零零四年十二月三十一日的6百萬人激增至二零零七年六月三十日的2千4百60萬人。中國出口市場及國內經濟持續增長，國內中小企利用網上平台進行商業活動日趨頻繁，因而帶動本公司的用戶人數快速上升。根據iResearch的資料，使用第三方B2B電子商務平台的國內中小企由二零零二年的1百萬家(佔國內中小企

總數4.5%)增加至二零零六年的8百80萬家(佔國內中小企總數28.0%)。本公司的用戶人數增加亦形成了強大的網上社區：隨著本公司的用戶人數增加，供應商與買方均更看重本公司的交易市場。本公司網上用戶人數持續增長連帶提高本公司交易市場對付費會員的價值，有助本公司吸引新付費會員及挽留現有付費會員。

- 付費會員人數增加。本公司收益不斷增加是由於本公司成功吸引新供應商成為付費會員並挽留現有付費會員續訂會籍的能力。本公司的銷售人員及客戶服務團隊由二零零四年十二月三十一日分別逾900人及200人拓展至二零零七年六月三十日分別逾2,800人及400人。本公司不斷提高銷售及客戶服務實力，作為吸納更多付費會員及為彼等服務的基礎。
- 增值服務銷售額增加。本公司收益增長是由於本公司向付費會員提供的增值服務銷售額的增加。本公司的主要增值服務包括為本公司的Gold Supplier會員銷售額外關鍵詞及尊貴推廣位，亦會向本公司中國誠信通會員提供關鍵詞競價排名。本公司增值服務銷售額增加是因為收費會員人數增加及憑藉本公司銷售及推廣的力量增加增值服務的知名度及受歡迎程度。本公司收益的增長部分取決於日後增值服務銷售額持續增加的能力。

本公司的除所得稅前溢利由二零零四年的人民幣2千8百50萬元上升至二零零五年的人民幣1億零3百40萬元，二零零六年再升至人民幣2億9千1百40萬元，而截至二零零七年六月三十日止六個月的除所得稅前溢利亦由二零零六年同期的人民幣8千9百50萬元上升至人民幣3億9千9百80萬元。於二零零四年、二零零五年、二零零六年各年度及截至二零零六年六月三十日止六個月，除所得稅前溢利包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支分別為人民幣9百60萬元、人民幣6千7百30萬元、人民幣1億3千7百50萬元及人民幣8千1百20萬元。自二零零七年一月一日起，由於完成重組，故與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支不再計入本公司的財務業績。請參閱第101頁起的「本公司的重組」。因此，本公司截至二零零七年六月三十日止六個月的財務狀況及經營業績未必可與本公司於二零零六年同期的財務狀況及經營業績比較。

本公司一直並預期會繼續產生大額的股權報酬開支。於二零零四年、二零零五年、二零零六年、以及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月，本公司的股權報酬開支分別為人民幣1千1百40萬元、人民幣4千8百90萬元、人民幣1億1千3百90萬元、人民幣5千3百40萬元及人民幣5千4百50萬元。請參閱第108頁的「一股權報酬開支」。

中國現行適用法例限制提供電訊增值服務(包括互聯網信息服務)的公司的外資擁有權。因此，本公司透過本公司首席創辦人兼董事會主席馬雲先生與創辦人兼董事之一謝世煌先生(兩人均為中國公民)擁有的公司杭州阿里巴巴廣告有限公司(「杭州阿里巴巴」)經營本公司的中國交易市場網站。杭州阿里巴巴持有在中國經營本公司中國交易市場網站所需的牌照，而本公司與杭州阿里巴巴及其股東簽訂合約安排，本公司據此對杭州阿里巴巴有實際控制權。因此，雖然本公司並無持有杭州阿里巴巴的股權，但基於該等合約安排將杭州阿里巴巴的經濟風險與利益實際轉歸本公司所有，故根據國際財務報告準則，本公司須將杭州阿里巴巴的財務業績計入本公司的合併財務報表。

本公司的重組

本公司與阿里巴巴集團完成重組，據此阿里巴巴集團B2B業務旗下的法團公司、資產及負債均轉讓予本公司。請參閱自第57頁起的「歷史及重組」。由於阿里巴巴集團於重組前後仍擁有或控制本公司的B2B業務，故本公司以相若於股權合併的方式將重組視為受共同控制的業務合併入賬處理。轉讓予本公司的資產及負債已按阿里巴巴集團的歷史賬面值列賬。本售股章程所列的全部財務資料(包括附錄一「會計師報告」所載的本公司合併財務報表)乃根據本公司及現行公司架構於二零零四年一月一日起一直存在的假設而編製。此外，由於本公司業務於重組前屬於阿里巴巴集團的一部分，而並非獨立公司，故此本公司與阿里巴巴集團進行的某些交易未必按一般商業條款進行。因此，倘若本公司過往是獨立經營且並非阿里巴巴集團旗下公司，其應有的財務狀況及經營業績可能與本售股章程所載的財務資料及財務報表有所不同，而該等資料亦未必能反映本公司日後的財務狀況及經營業績。儘管本售股章程所載的財報資料及財務報表並不包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團收益，但本公司於二零零七年一月一日之前期間的合併財務報表均包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支。該等開支主要關於向阿里巴巴集團控制的其他業務提供若干市場推廣及行政服務，與重組前本公司旗下公司的過往業務活動有關，故已計入本公司的合併財務報表。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註1(b)及1(c)。重組後，本公司截至二零零七年六月三十日止六個月的合併財務報表並不包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支，而本公司預期往後期間亦不會將此開支列入本公司的合併財務報表。由於本公司日後會為阿里巴巴集團提供市場推廣、行政及其他類似服務，故預期阿里巴巴集團會根據共用行政服務框架協議按該等服務的成本向本公司支付費用。請參閱第153頁的「關連交易」。

下表載列所示期間與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
	(未經審核)				
	(以人民幣千元計)				
銷售及市場					
推廣費用	—	35,959	83,186	58,661	—
產品開發費用....	—	1,414	6,748	3,705	—
一般及行政費用..	9,594	29,972	47,573	18,818	—
總計	9,594	67,345	137,507	81,184	—

財 務 資 料

簡明合併財務及經營數據

下表載列所示期間本公司的合併經營業績：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
收益										
國際交易市場	254,765	70.9%	527,227	71.4%	991,869	72.7%	431,481	72.7%	695,398	72.6%
中國交易市場	104,670	29.1	211,070	28.6	371,993	27.3	162,156	27.3	260,965	27.3
其他	—	—	—	—	—	—	—	—	1,353	0.1
總計	359,435	100.0	738,297	100.0	1,363,862	100.0	593,637	100.0	957,716	100.0
收益成本 ⁽¹⁾	(62,569)	(17.4)	(126,509)	(17.1)	(237,625)	(17.4)	(109,131)	(18.4)	(122,717)	(12.8)
毛利	296,866	82.6	611,788	82.9	1,126,237	82.6	484,506	81.6	834,999	87.2
銷售及市場推廣費用 ⁽¹⁾⁽²⁾	(194,773)	(54.2)	(393,950)	(53.4)	(610,198)	(44.8)	(299,034)	(50.3)	(307,428)	(32.1)
產品開發費用 ⁽¹⁾⁽²⁾	(19,151)	(5.4)	(35,678)	(4.8)	(105,486)	(7.7)	(47,256)	(8.0)	(58,278)	(6.1)
一般及行政費用 ⁽¹⁾⁽²⁾	(57,639)	(16.0)	(101,082)	(13.7)	(159,969)	(11.7)	(59,820)	(10.1)	(88,432)	(9.2)
其他經營(虧損)收入淨額	(426)	(0.1)	14,465	1.9	17,645	1.3	800	0.1	1,190	0.1
經營溢利	24,877	6.9	95,543	12.9	268,229	19.7	79,196	13.3	382,051	39.9
利息收入	3,591	1.0	7,876	1.1	23,159	1.7	10,340	1.8	17,699	1.8
除所得稅前溢利	28,468	7.9	103,419	14.0	291,388	21.4	89,536	15.1	399,750	41.7
所得稅抵免(開支)	45,393	12.6	(32,965)	(4.5)	(71,450)	(5.3)	(28,253)	(4.8)	(104,543)	(10.9)
權益擁有人應佔年內/期內溢利	73,861	20.5%	70,454	9.5%	219,938	16.1%	61,283	10.3%	295,207	30.8%

附註：

(1) 包括股權報酬開支，分配如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比	佔總收益 金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
收益成本	1,936	0.5%	8,766	1.2%	23,335	1.7%	13,258	2.2%	6,207	0.7%
銷售及市場推廣費用	5,259	1.5	26,920	3.6	50,068	3.7	21,975	3.7	21,517	2.2
產品開發費用	1,382	0.4	5,126	0.7	16,344	1.2	7,727	1.3	6,582	0.7
一般及行政費用	2,838	0.8	8,079	1.1	24,157	1.8	10,442	1.8	20,183	2.1
股權報酬開支總額	11,415	3.2%	48,891	6.6%	113,904	8.4%	53,402	9.0%	54,489	5.7%

財 務 資 料

(2) 包括下列與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
銷售及市場推廣費用.....	—	—	35,959	4.9%	83,186	6.1%	58,661	9.9%	—	—
產品開發費用.....	—	—	1,414	0.2	6,748	0.5	3,705	0.6	—	—
一般及行政費用.....	9,594	2.7%	29,972	4.0	47,573	3.5	18,818	3.2	—	—
總計.....	9,594	2.7%	67,345	9.1%	137,507	10.1%	81,184	13.7%	—	—

下表載列於所示日期本公司付費會員的數目：

	十二月三十一日 ⁽¹⁾			六月三十日 ⁽¹⁾	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年	二零零七年
國際交易市場					
Gold Supplier會員.....	6,435	12,192	18,682	15,516	22,018
國際誠信通會員.....	5,015	7,791	10,843	9,730	10,959
中國交易市場					
中國誠信通會員.....	66,472	121,631	189,573	158,073	222,576
總計.....	77,922	141,614	219,098	183,319	255,553

附註：

- (1) 包括經常更新企業網站和供求信息之付費會員以及已繳交會籍之會費但未曾於本公司交易市場啟用企業網站之付費會員。本公司僅於付費會員啟用企業網站後方會開始確認會籍收益。請參閱自第105頁起的「—收取及確認收益」。

財 務 資 料

收益

本公司的收益主要來自向參與本公司國際及中國交易市場的供應商銷售會籍及增值服務。下表載列所示期間本公司的主要收益：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
國際交易市場										
Gold Supplier	245,330	68.3%	511,402	69.3%	967,858	71.0%	420,612	70.9%	680,252	71.0%
國際誠信通	9,435	2.6	15,825	2.1	24,011	1.7	10,869	1.8	15,146	1.6
中國交易市場										
中國誠信通	103,261	28.7	208,258	28.2	369,653	27.1	161,633	27.2	258,422	27.0
其他收益	1,409	0.4	2,812	0.4	2,340	0.2	523	0.1	2,543	0.3
其他	—	—	—	—	—	—	—	—	1,353	0.1
總計	359,435	100.0%	738,297	100.0%	1,363,862	100.0%	593,637	100.0%	957,716	100.0%

國際交易市場

本公司來自國際交易市場的收入主要包括：

- 銷售 Gold Supplier 會籍及增值服務 (主要包括向 Gold Supplier 會員銷售額外關鍵詞及尊貴推廣位) 所得收益；及
- 銷售國際誠信通會籍所得收益。

來自國際交易市場的收入由二零零四年的人民幣2億5千4百80萬元增至二零零五年的人民幣5億2千7百20萬元，再於二零零六年增至人民幣9億9千1百90萬元，而截至二零零七年六月三十日止六個月的收入亦由二零零六年同期的人民幣4億3千1百50萬元增至人民幣6億9千5百40萬元。該等期間的收入增長主要由於Gold Supplier會員增加及增值服務銷量上升所致。本公司銷售國際誠信通會籍的收入在有關期間亦有所增長，惟該收入僅佔本公司國際交易市場收入的較少比例。

中國交易市場

本公司來自中國交易市場的收入主要包括：

- 銷售中國誠信通會籍及增值服務 (主要包括中國誠信通會員關鍵詞競價排名) 所得收入；及
- 其他收入，主要來自非付費會員的客戶在本公司中國交易市場刊登網上廣告的網上廣告服務。

來自中國交易市場的收入由二零零四年的人民幣1億零4百70萬元增至二零零五年的人民幣2億1千1百10萬元，再於二零零六年增至人民幣3億7千2百萬元，而截至二零零七年六

月三十日止六個月的中國交易市場收益則由二零零六年同期的人民幣1億6千2百20萬元增至人民幣2億6千1百萬元。該等期間的收益增長主要由於中國誠信通會員數目增加及關鍵詞競價排名服務銷量上升所致。

其他收益

其他收益包括本公司作為出售阿里軟件所開發軟件服務的銷售代理而向阿里巴巴集團收取的佣金收入。完成全球發售後，本公司與阿里巴巴集團的相互銷售安排將受相互銷售服務框架協議規管。請參閱自第153頁起的「關連交易」。

截至二零零七年六月三十日止六個月的其他收益為人民幣1百40萬元。由於本公司於二零零七年上半年方與阿里巴巴集團訂立相互銷售安排，故過往期間並無其他收益。

收取及確認收益

會籍

本公司的付費會員一般與本公司訂立為期一年或兩年的會籍合約。本公司一般於訂立合約當時收取全數費用，並會將已收款項首先入賬為客戶墊款。本公司訂立會籍合約後，會開始為付費會員製作企業網站，而本公司的付費會員則須進行第三方認證及核實程序。倘付費會員未能通過認證及核實程序，經扣除本公司須向第三方服務供應商支付的認證及核實程序費用以及其他相關開支後，本公司會向相關付費會員全數退還根據合約收取的費用。本公司完成製作程序且付費會員通過認證及核實程序後，本公司將於交易市場展示付費會員的企業網站，而付費會員的已付款項不可再退回。本公司於交易市場展示付費會員的企業網站時，過往記錄為客戶墊款的金額會轉撥至遞延收益，而會籍收益則會於會籍合約期內按比例確認。

增值服務

額外關鍵詞及尊貴推廣位。除會籍所包括的關鍵詞外，本公司 Gold Supplier 會員可增購關鍵詞以增加其供求信息與企業網站於本公司國際交易市場的曝光率。本公司亦向 Gold Supplier 會員提供尊貴推廣位服務，使彼等可於本公司網站的指定位置展示連結，推廣其在本公司國際交易市場的供求信息及企業網站。本公司會預先收取該等增值服務的費用，並首先入賬列為客戶墊款。當 Gold Supplier 會員啟用增值服務時，本公司會將相關已收款項重新分類為遞延收益，而根據本公司的收益確認政策，提供服務的相關收益一般於相關 Gold Supplier 會籍合約期內按比例確認。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註2。

關鍵詞競價排名。本公司中國誠信通會員可每月透過拍賣機制購買競價排名關鍵詞。本公司於會員競價排名成功的月份收取關鍵詞競價排名費用，並於下一個月（即在相關的關鍵詞搜索結果中展示該付費會員企業網站及供求信息的連結服務運作的月份）確認有關服務收益。

財 務 資 料

收益成本、毛利及毛利率

下表載列所示期間本公司的收益、收益成本及毛利：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	估總收益 金額	百分比	估總收益 金額	百分比	估總收益 金額	百分比	估總收益 金額	百分比	估總收益 金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
收益	359,435	100.0%	738,297	100.0%	1,363,862	100.0%	593,637	100.0%	957,716	100.0%
收益成本										
營業稅及附加費	(18,063)	(5.0)	(37,208)	(5.0)	(69,394)	(5.1)	(30,142)	(5.1)	(49,122)	(5.1)
認證及核實費用	(6,030)	(1.7)	(10,638)	(1.4)	(15,540)	(1.1)	(7,405)	(1.2)	(8,683)	(0.9)
頻寬及折舊開支	(6,498)	(1.8)	(20,851)	(2.8)	(30,983)	(2.3)	(14,309)	(2.4)	(16,722)	(1.8)
僱員成本及其他開支	(31,978)	(8.9)	(57,812)	(7.9)	(121,708)	(8.9)	(57,275)	(9.7)	(48,190)	(5.0)
總計	(62,569)	(17.4)	(126,509)	(17.1)	(237,625)	(17.4)	(109,131)	(18.4)	(122,717)	(12.8)
毛利	296,866	82.6%	611,788	82.9%	1,126,237	82.6%	484,506	81.6%	834,999	87.2%

本公司的收益成本主要包括：

- 本公司的主要中國營運附屬公司支付的營業稅及相關附加費；
- 認證及核實開支，即為認證及核實本公司付費會員而向第三方支付的服務費用；
- 頻寬及折舊開支，包括本公司電腦、服務器、電話呼叫中心設備及其他有關網絡營運及客戶服務中心的設備之頻寬、主機代管費以及折舊開支；及
- 僱員成本及其他開支，包括有關網絡營運及客戶服務人員的薪酬、花紅、其他福利及股權報酬開支、客戶服務培訓開支、製作費用及其他關於網絡營運及客戶服務中心相關的開支(包括租金開支、辦公室開支及電訊開支)。

本公司的收益成本相當取決於收益及用戶人數。因此，本公司預期於可見將來收益成本佔收益百分比仍會相對穩定。

於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月，本公司的毛利(相等於收益減收益成本)分別為人民幣2億9千6百90萬元、人民幣6億1千1百80萬元、人民幣11億2千6百20萬元、人民幣4億8千4百50萬元及人民幣8億3千5百萬元，而本公司的毛利率(相等於毛利除以收益)則分別為82.6%、82.9%、82.6%、81.6%及87.2%。

財 務 資 料

經營開支及經營溢利

本公司的經營開支包括銷售及市場推廣開支、產品開發費用及一般及行政費用。股權報酬開支一直並預期將持續為各類經營開支的主要部分。下表載列所示期間的主要經營開支：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
(未經審核)										
(除百分比外，以人民幣千元計)										
收益	359,435	100.0%	738,297	100.0%	1,363,862	100.0%	593,637	100.0%	957,716	100.0%
收益成本	(62,569)	(17.4)	(126,509)	(17.1)	(237,625)	(17.4)	(109,131)	(18.4)	(122,717)	(12.8)
毛利	296,866	82.6	611,788	82.9	1,126,237	82.6	484,506	81.6	834,999	87.2
經營開支										
銷售及市場推廣費用	(194,773)	(54.2)	(393,950)	(53.4)	(610,198)	(44.8)	(299,034)	(50.3)	(307,428)	(32.1)
產品開發費用	(19,151)	(5.4)	(35,678)	(4.8)	(105,486)	(7.7)	(47,256)	(8.0)	(58,278)	(6.1)
一般及行政費用	(57,639)	(16.0)	(101,082)	(13.7)	(159,969)	(11.7)	(59,820)	(10.1)	(88,432)	(9.2)
總計	(271,563)	(75.6)	(530,710)	(71.9)	(875,653)	(64.2)	(406,110)	(68.4)	(454,138)	(47.4)
其他經營(虧損)收入淨額	(426)	(0.1)	14,465	1.9	17,645	1.3	800	0.1	1,190	0.1
經營溢利	24,877	6.9%	95,543	12.9%	268,229	19.7%	79,196	13.3%	382,051	39.9%

銷售及市場推廣費用

銷售及市場推廣費用為本公司經營開支的最大部分。本公司的銷售及市場推廣費用主要包括僱員成本(包括支付予銷售及市場推廣人員的銷售佣金及股權報酬開支)、廣告及推廣開支及其他關於銷售及市場推廣活動的費用(包括銷售辦事處的租金開支、折舊開支、電訊開支及相關交通費)。本公司的銷售及市場推廣開支一般於費用產生時確認。銷售佣金於支付時首先入賬列為遞延開支，其後於該佣金相關的服務合約期內按比例支銷。本公司預期隨著本公司持續擴展銷售團隊的規模與地區覆蓋度以及增加廣告及推廣活動，往後期間的銷售及市場推廣費用將上升。

產品開發費用

產品開發費用主要包括僱員成本(包括支付予研發人員的股權報酬開支)和研發部門相關的其他開支，當中包括研發設備及設施的折舊開支、辦公室開支及租金開支、第三方軟件開發商費用及電訊開支。於二零零六年，產品開發費用亦包括本公司根據與阿里巴巴集團於年內簽訂的知識產權特許協議須向阿里巴巴集團繳付的專利權費用(包括相關預扣稅項開支)人民幣3千零20萬元，相當於本公司收益約2.2%。完成全球發售後，知識產權特許專利費用安排會按照本公司與阿里巴巴集團就本公司重組而簽訂的技術與知識產權框架許可協議。請參閱自第153頁起的「關連交易」。於二零零四年、二零零五年、二零零六年及

截至二零零七年六月三十日止六個月，並無任何研發開支被資本化。由於本公司計劃投放更多資源開發新服務及產品種類，當中包括為用戶及付費會員提供新增服務及產品，故預計日後的研發開支會增加。

一般及行政費用

一般及行政費用主要包括本公司管理及行政人員的僱員成本和其他相關的開支，包括與本公司行政辦事處及辦公室設備有關的折舊開支、辦公室開支、專業服務費用、相關交通費、電訊開支及租金開支等。由於本公司會繼續擴張業務，為符合作為公開上市公司的要求亦會涉及額外開支，故預料一般及行政費用將於往後期間增加。

其他經營(虧損)收入

其他經營(虧損)收入主要包括政府補助金及外匯虧損。政府補助金主要為中國政府就本公司對中國科技發展的投資而發放的補助金，一般為非經常撥款，而本公司毋須為此承擔額外責任。匯兌損益一般來自人民幣與本公司若干銀行存款及日常業務開支的計值貨幣之匯率波動。

經營溢利及經營溢利率

經營溢利相當於經計及其他經營(虧損)收入後的毛利減經營開支。經營溢利率相當於經營溢利除以收益。於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月，本公司經營溢利分別為人民幣2千4百90萬元、人民幣9千5百50萬元、人民幣2億6千8百20萬元、人民幣7千9百20萬元及人民幣3億8千2百10萬元，而經營溢利率則分別為6.9%、12.9%、19.7%、13.3%及39.9%。

股權報酬開支

本公司的母公司阿里巴巴集團實行股權獎勵計劃，本公司及阿里巴巴集團僱員獲授購股權，可按指定行使價購入阿里巴巴集團的股份。一般而言，阿里巴巴集團授出的全部股權獎勵歸屬期為四年，自歸屬期開始日期起第一週年內可歸屬25%購股權，其後則每月或每年按比例歸屬。行使期介乎自授出日起計六至十年。於附錄一「會計師報告」所載的合併財務報表，阿里巴巴集團向本公司僱員授出股權獎勵產生的股權報酬開支會分配至及計入本公司開支。於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月，股權報酬開支分別為人民幣1千1百40萬元、人民幣4千8百90萬元、人民幣1億1千3百90萬元、人民幣5千3百40萬元及人民幣5千4百50萬元，皆與根據阿里巴巴集團股權獎勵計劃授予本公司僱員的購股權有關。

股權報酬開支乃按所授出的股權獎勵公允價值計算。所授出購股權之公允價值乃於授出日期按柏力克 — 舒爾斯期權定價模式計算，並會考慮所授出股權獎勵的條款及條件。

財 務 資 料

股權報酬開支會於僱員在歸屬期內可無條件享有股權獎勵的相關歸屬期內確認。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註22。於各結算日，本公司會修訂預期歸屬之股權獎勵數目，而修改原有估計的影響(如有)將於餘下歸屬期內於收益表確認。詳情請參閱第112頁之「— 主要會計政策 — 股權報酬開支的確認」。

二零零四年的股權報酬開支大幅低於二零零五年及二零零六年的股權報酬開支，主要由於本公司根據國際財務報告準則第2號「以股本為基礎的支出」的過渡條文，並無確認於二零零二年十一月七日或之前授出之購股權或於二零零二年十一月七日後授出但於二零零五年一月一日前已歸屬之購股權的股權報酬開支，詳情請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註2。由於二零零五年及二零零六年授出之購股權公允價值大增，故該等年度之股權報酬開支亦顯著增長。

進行重組時，阿里巴巴集團向本公司僱員及集團其他僱員授出之全部股權獎勵被重新安排，部分可行使或交換成阿里巴巴集團所持之本公司已發行普通股。詳情請參閱自第60頁起的「歷史及重組 — 僱員股權交換」。

根據首次公開售股前股份獎勵計劃，阿里巴巴集團向本公司僱員授出大量購股權以供購買阿里巴巴集團持有本公司之股份。此外，本公司預期於全球發售完成前實施購股權計劃及受限制股份單位計劃。詳情請參閱附錄七「法定及一般資料」及自第177頁起的「董事及高級管理人員」。由於本公司計劃繼續授出股權獎勵以吸引、鼓勵及挽留僱員，故預期本公司之股權報酬開支於往後期間會大幅增加。

物業及設備折舊

於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月，本公司折舊費用分別為人民幣1千1百50萬元、人民幣2千8百90萬元、人民幣5千4百萬元、人民幣2千4百10萬元及人民幣2千7百30萬元。下表載列所示期間本公司折舊開支的分佈情況：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	二零零四年	百分比	二零零五年	百分比	二零零六年	百分比	二零零六年	百分比	二零零七年	百分比
(未經審核)										
(以人民幣千元計)										
收益成本	4,426	1.2%	14,136	1.9%	21,056	1.6%	9,897	1.7%	10,853	1.1%
銷售及市場推廣費用	1,826	0.5	4,389	0.6	8,349	0.6	3,288	0.6	5,083	0.6
產品開發費用	2,602	0.7	5,040	0.7	9,931	0.7	4,785	0.8	4,273	0.4
一般及行政費用	2,681	0.8	5,291	0.7	14,707	1.1	6,114	1.0	7,100	0.8
折舊開支總額	11,535	3.2%	28,856	3.9%	54,043	4.0%	24,084	4.1%	27,309	2.9%

本公司預料折舊開支將於本公司位於中國杭州的新企業總部在二零零九年底竣工後增加。

所得稅

中國所得稅

本公司於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月的絕大部分所得稅開支為本公司主要營運附屬公司阿里巴巴中國產生的中國企業所得稅。阿里巴巴中國與本公司在中國註冊成立的其他附屬公司各自須就根據中國會計準則編製及按照中國相關稅務法律及法規調整的法定財務報表所列的應課稅收入繳納企業所得稅。根據該等法律及法規，在中國註冊成立的外商投資企業須按法定稅率33%（國家企業所得稅稅率30%加地方所得稅稅率3%）繳納企業所得稅，惟倘有關公司（例如合資格的高新技術企業及軟件企業）符合若干稅務減免資格則例外。於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月，阿里巴巴中國作為高新技術企業，可根據於一九九一年六月三十日頒佈的中國外商投資企業和外國企業所得稅法實施細則享有國家企業所得稅優惠稅率15%。於二零零四年、二零零五年及二零零六年，阿里巴巴中國並無獲得任何地方所得稅減免。因此，於該等年度阿里巴巴中國的適用所得稅稅率為18%（國家企業所得稅稅率15%加地方所得稅稅率3%）。於二零零七年，根據中國外商投資企業和外國所得稅法，相關中國稅務機關豁免阿里巴巴中國於截至二零零七年十二月三十一日止年度的3%地方所得稅，其後將每年重新評估該項地方所得稅豁免。此外，根據於一九九一年七月一日頒佈的中國外商投資企業和外國所得稅法實施細則，阿里巴巴享有兩年所得稅免稅期，而二零零四年為其獲豁免繳付國家企業所得稅的最後一年。因此，於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月阿里巴巴中國的實際適用稅率分別為3%、18%、18%及15%。

阿里巴巴軟件於二零零七年獲認證為高新技術企業。因此，自二零零七年起，其適用企業所得稅稅率為18%（國家企業所得稅稅率15%加地方所得稅稅率3%）。此外，阿里巴巴軟件於二零零七年獲認可為軟件企業，根據於二零零零年九月二十二日頒佈的關於鼓勵軟件產業和集成電路產業發展有關稅收政策問題的通知，阿里巴巴軟件符合資格申請五年稅務優惠期，即首兩年免交國家企業所得稅及其後三年獲寬減50%國家企業所得稅。

於二零零七年三月十六日，中國全國人民代表大會採納中國企業所得稅法，於二零零八年一月一日起生效。中國企業所得稅法將在中國註冊成立的所有企業（包括外資企業）適用稅率劃一至25%，同時取消多項現行稅務法律及法規提供的稅收減免及優惠。然而，根據中國企業所得稅法，於二零零七年三月十六日前成立的企業仍可繼續享有現行稅收優惠。倘阿里巴巴中國及阿里巴巴軟件繼續符合現行稅務優惠規定，即可享有原訂稅務優惠，為期不得超過五年，惟須遵守中國企業所得稅法的詳細實施細則：(i)優惠稅率自二零零八年一月一日起不得超過五年內逐步增至25%；或(ii)倘稅務優惠期因稅務虧損而尚未開始，則有指定期限的稅務優惠期須被視為自中國企業所得稅法首個生效年度開始。

根據中國企業所得稅法（按照現行法律），獲認可為高新技術企業的公司的適用國家企業所得稅稅率減至15%。然而，中國企業所得稅法並無界定合資格成為高新技術企業的公司類別，亦無頒佈規管有關資格的法規。因此，本公司不能向閣下保證阿里巴巴中國或阿里巴巴軟件是否會符合中國企業所得稅法界定的高新技術企業資格。此外，中國企業所得

稅法規定在中國註冊成立的公司向海外股東派付股息或須按20%稅率(根據中國內地與香港就避免對收入雙重徵稅的安排,倘收取股息者為擁有支付股息之公司最少25%股權的香港居民,則預提稅率最高為5%)繳付預提所得稅。與現行所得稅法不同,中國企業所得稅法並無明文豁免該等企業向海外股東支付股息而須繳納的預提所得稅。根據中國企業所得稅法,向海外股東支付股息或可獲得預提稅減免,惟詳細法規仍未公佈。因此,阿里巴巴中國及阿里巴巴軟件向母公司支付股息時或須預扣該所得稅。請參閱自第42頁開始的「風險因素 — 有關中國的風險 — 實施中國企業所得稅法可能使本公司所得稅開支大幅增加、嚴重降低本公司的盈利能力或對閣下之投資價值有不利影響」。

開曼群島利得稅

根據開曼群島現行法律,本公司及其在開曼群島註冊成立的附屬公司毋須繳納任何所得稅或資本增值稅。

香港利得稅

本公司在香港註冊成立的附屬公司(包括自二零零七年一月二日起經營本公司國際交易市場賺取中國境外客戶收益的全資附屬公司阿里巴巴香港)均須按17.5%稅率繳納香港利得稅。於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月,由於本公司在香港註冊成立的附屬公司並無估計應課稅溢利,故此期內並無香港利得稅撥備。於二零零七年一月一日前,本公司國際交易市場由阿里巴巴集團在開曼群島註冊成立的附屬公司經營,而該附屬公司於二零零四年、二零零五年及二零零六年並無應繳納香港利得稅的估計應課稅溢利。阿里巴巴香港截至二零零七年六月三十日的估計稅務虧損人民幣1億3千1百50萬元可結轉以抵銷未來應課稅溢利,惟須待有關稅務機關同意方可作實。

遞延稅項

遞延所得稅以負債法根據資產及負債的稅基與於合併財務報表所列的賬面值之暫時差額全數撥備。遞延所得稅按照結算日已頒佈或大致實施且預期於相關遞延所得稅資產變現或償付遞延所得稅負債時適用的稅率及稅法釐定。

本公司採用現金收付會計制(與國際財務報告準則的應計會計制相反)計算及繳付本公司所收取會籍及增值服務銷售及所支付的相關銷售佣金涉及的企業所得稅。因此,本公司的企業所得稅開支產生遞延稅項資產。於二零零四年、二零零五年及二零零六年,由於會籍及增值服務銷售額大幅上升,故此期內遞延稅項資產亦大幅增長。於二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日,本公司的遞延稅項資產分別為人民幣5千8百80萬元、人民幣1億2千7百60萬元及人民幣2億1千1百90萬元。本公司的遞延稅項資產由二零零六年十二月三十一日的人民幣2億1千1百90萬元減至二零零七年六月三十日的人民幣2億零9百10萬元,主要由於阿里巴巴中國於二零零七年獲豁免繳付3%的地方所得稅,故須假設稅務優惠於日後變現時可減低稅率,致使須下調遞延稅項資產結餘。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註28。

控股公司架構

本公司為一家控股公司，除在香港、中國及其他地方擁有及經營B2B業務的營運附屬公司(包括杭州阿里巴巴)外，概無其他業務。因此，本公司依賴營運附屬公司向本公司支付的股息及其他分派，包括撥付本公司向股東支付的股息或償付債項等。倘本公司的營運附屬公司日後面臨負債，規管相關債務的文據或會限制營運附屬公司向本公司支付股息或作出其他分派。此外，中國法律僅批准中國營運附屬公司以根據中國會計準則及法規釐定的收入淨額(如有)向本公司支付股息。根據中國法律，本公司的中國營運附屬公司亦須每年將部分收入淨額(如有)轉撥至若干儲備金。該等儲備不得作現金股息分派。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註24。

主要會計政策

本公司的主要會計政策載於附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註2。編製本公司合併財務報表時，管理人員須作出可影響合併財務報表所報金額的估計及假設。管理人員會定期根據過往經驗及其他因素(包括在若干情況下相信合理的預期日後事件)重新評估該等估計及假設。實際結果可能與該等估計及假設不同。由於下列會計政策的運用相當依賴管理人員的估計，而且採用不同的估計或假設會得出完全不同的呈報金額，因此本公司認為下列會計政策對理解本公司財務狀況及經營業績尤為重要。

股權報酬開支的確認

自本公司開業以來，本公司的僱員一直參加阿里巴巴集團的股權獎勵計劃。購股權及受限制股份單位於授出當時的公允價值及會於歸屬期內按加速級差歸屬法支銷。根據加速級差歸屬法，本公司將各級差歸屬獎勵的分期歸屬部份視為個別授出的購股權或受限制股份單位，即各分期歸屬款項須個別計算及支銷，導致加速確認股權報酬開支。舉例而言，倘歸屬期為四年，而有關購股權或受限制股份單位自歸屬期開始當日起計第一週年屆滿時歸屬25%，其餘75%則每年按比例歸屬的情況下，根據加速級差歸屬法，自授出當日起計第一、二、三及四年於本公司收益表確認的股權報酬開支百分比分別為52.0%、27.1%、14.6%及6.3%。

管理人員採用柏力克 — 舒爾斯期權定價模式根據阿里巴巴集團相關股份的公允價值及不同特性釐定所授出購股權的公允價值。運用柏力克 — 舒爾斯期權定價模式計算所採用的參數須按多項主要估計及假設釐定，當中包括有關無風險回報率、相關股份的預期股息率與波幅及預計購股權年期之估計及假設。已授出的受限制股份單位公允價值於授出日期根據阿里巴巴集團相關股份的公允價值計算。此外，本公司須估計於歸屬期結束時仍然受聘於本公司之承授人百分比。本公司僅會確認預期於承授人可無條件享有購股權或受限制股份單位的歸屬期內歸屬的購股權及受限制股份單位的開支。該等估計及假設的變更可

嚴重影響購股權與受限制股份單位的公允價值及預期將歸屬的股權獎勵數額計算，因而令股權報酬開支大幅增減。

所得稅及遞延稅項資產的確認

本公司主要須繳納中國的所得稅。於日常業務營運中，部分交易（包括享有稅務優惠及可扣稅開支）之最終稅項無法確定。本公司根據對額外稅項會否到期繳付的估計而為預計稅務審核事宜確認負債。倘若該等事宜之最終稅項結果有別於最初入賬金額，有關差異會影響有關釐定期間的所得稅及遞延稅撥備。

倘有足夠應課稅溢利可供抵銷暫時差額，而未動用的稅項抵免及未動用的稅項虧損結轉亦可供動用，則所有暫時差額、未動用稅項抵免及未動用稅項虧損結轉均確認為遞延稅項資產。遞延所得稅乃根據於結算日已頒佈或大致實施並預期於遞延所得稅資產變現或償付遞延所得稅負債期間適用的稅率及稅法釐定。倘若日後的實際或預期稅務結果與初步估計不同，該等差額會影響有關估計改變的期間所確認的遞延稅項資產及所得稅開支。

物業及設備折舊

物業及設備成本乃根據直線法於各資產估計使用年期內以折舊開支扣減。本公司物業及設備的使用年期乃根據預期該等資產可供使用的估計年期，以及科技及行業狀況、資產報廢率和本公司處理類似資產的經驗整體評估物業及設備之估計使用年期，並會定期作出檢討。倘由於實質耗損、技術落後或不符合商業原則、或使用該等資產的法律或其他限制而導致預期與先前估計不同時，會重新釐定使用年期。更改有關估計或會嚴重影響本公司的經營業績，尤其倘物業及設備之估計使用年期減少，會導致折舊開支增加及經營收入減少。物業及設備折舊乃根據直線法按下列資產使用年期計算：

電腦設備.....	三年
傢俱及辦公室設備.....	三年
租賃物業之裝修.....	兩年至三年（餘下租期或估計使用年期之較短者）
樓宇.....	二十年

經營業績

截至二零零七年六月三十日止六個月與截至二零零六年六月三十日止六個月比較

重組後，本公司截至二零零七年六月三十日止六個月的經營業績並不包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支，惟本公司二零零六年同期的經營業績則包括有關開支。請參閱第101頁起的「— 本公司的重組」以及附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註1(b)及1(c)。因此，本公司於該等期間的經營業績未必可作比較。

收益

本公司的總收益由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣5億9千3百60萬元上升61.3%至二零零七年同期的人民幣9億5千7百70萬元。

國際交易市場。本公司國際交易市場的收益由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣4億3千1百50萬元上升61.2%至二零零七年同期的人民幣6億9千5百40萬元，主要由於 Gold Supplier 會員數目以及增值服務的銷售額增加所致。Gold Supplier 會員數目上升主要由於本公司於現有區域市場的滲透率上升以及本公司銷售人員的區域覆蓋範圍不斷擴展所致。增值服務收益增加主要由於購買本公司增值服務的 Gold Supplier 會員數目增加所致。

中國交易市場。本公司中國交易市場收益由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣1億6千2百20萬元上升60.9%至二零零七年同期的人民幣2億6千1百萬元，主要由於本公司積極透過電話推銷令註冊用戶轉為付費會員，以致中國誠信通會員數目增加所致。截至二零零七年六月三十日止六個月，以關鍵詞競價排名為主的增值服務銷售額有所增加，主要是由於關鍵詞競價排名服務的知名度及受歡迎程度上升。

其他收益。截至二零零七年六月三十日止六個月的其他收益為人民幣1百40萬元。該等收益是關於本公司作為阿里軟件所開發軟件服務的銷售代理而向阿里巴巴集團收取的佣金收入。由於本公司於二零零七年上半年方與阿里巴巴集團訂立相互銷售安排，故之前期間並無其他收益。全球發售完成後，本公司與阿里巴巴集團的相互銷售協議將受相互銷售服務框架協議規管。請參閱由第153頁開始的「關連交易」。

收益成本、毛利及毛利率

本公司的收益成本由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣1億零9百10萬元上升12.4%至二零零七年同期的人民幣1億2千2百70萬元。

本公司的收益成本增加，主要由於本公司業務不斷擴展所致。尤其：

- 收益增加導致營業稅及相關附加費以及認證及核實開支上升；
- 主要由於本公司的網絡營運及客戶服務中心擴展導致僱員成本及其他開支增加；及
- 主要由於本公司網站的瀏覽人次增加，使本公司須支付更高昂的頻寬及主機代管費，亦須添置額外的服務器及相關電腦設備，因而導致頻寬及折舊開支上升。

收益成本佔收益的百分比由截至二零零六年六月三十日止六個月的18.4%下降至二零零七年同期的12.8%，乃由於截至二零零六年六月三十日止六個月的收益成本包括向阿里巴巴集團一家附屬公司就於本公司中國交易市場安裝網上支付平台所支付技術顧問及諮詢費用相關的非經常性開支人民幣1千5百萬元及其他因素所致。本公司於截至二零零七年六月三十日止六個月並無涉及同類費用。收益成本佔收益的百分比下降亦由於本公司為網絡營運及客戶服務中心人員支付的股權報酬開支減少以及規模經濟效益上升所致。

本公司的毛利由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣4億8千4百50萬元上升72.3%至二零零七年同期的人民幣8億3千5百萬元。截至二零零六年六月三十日止六個月的毛利率為81.6%，而二零零七年同期則為87.2%。

銷售及市場推廣費用

本公司的銷售及市場推廣費用由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣2億9千9百萬元上升2.8%至二零零七年同期的人民幣3億零7百40萬元。本公司的銷售及市場推廣費用增加，主要是由於本公司收益增長，令銷售成本相應增加，惟銷售成本的部分升幅被廣告及推廣費用的減少所抵銷。截至二零零七年六月三十日止六個月的廣告及推廣費用減少，主要由於二零零六年同期的廣告及推廣費用包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支所致。截至二零零六年六月三十日止六個月，與B2B業務無關的銷售及市場推廣費用為人民幣5千8百70萬元。截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月的銷售及市場推廣費用分別包括股權報酬開支人民幣2千2百萬元及人民幣2千1百50萬元。

銷售及市場推廣費用佔收益的百分比由截至二零零六年六月三十日止六個月的50.3%降至二零零七年同期的32.1%，主要由於廣告及推廣費用減少而規模經濟效益上升，令本公司銷售成本的增長速度較收益的增長速度為慢。

產品開發費用

本公司的產品開發費用由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣4千7百30萬元上升23.3%至二零零七年同期的人民幣5千8百30萬元，主要是由於根據本公司於二零零六年與阿里巴巴集團訂立的知識產權特許協議須向阿里巴巴集團支付的專利費增加。研發人員數目上升令僱員成本上漲，以及有關第三方提供軟件開發服務的專業費用增加，均導致本公司期內的產品開發費用增加。截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月的產品開發費用包括股權報酬開支分別人民幣7百70萬元及人民幣6百60萬元，而截至二零零六年六月三十日止六個月的產品開發費用亦包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支人民幣3百70萬元。產品開發費用佔收益的百分比由截至二零零六年六月三十日止六個月的8.0%減少至二零零七年同期的6.1%。

一般及行政費用

本公司的一般及行政費用由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣5千9百80萬元增加47.8%至二零零七年同期的人民幣8千8百40萬元，主要由於本公司擴展業務所致。尤其，本公司於二零零六年六月三十日後增聘多名行政及管理人員而每名僱員的平均僱員成本的上升均導致僱員成本顯著增加。截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月的一般及行政費用分別包括股權報酬開支人民幣1千零40萬元及人民幣2千零20萬元，而截至二零零六年六月三十日止六個月的一般及行政費用亦包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支人民幣1千8百80萬元。一般及行政費用佔收益的百分比由截至二零零六年六月三十日止六個月的10.1%減少至二零零七年同期的9.2%。

其他經營收入淨額

本公司的其他經營收入由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣80萬元增加48.8%至二零零七年同期的人民幣1百20萬元，主要來自人民幣兌若干本公司日常業務開支的計值貨幣升值所產生的匯兌收益。

經營溢利及經營溢利率

鑑於上述各種因素，經營溢利由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣7千9百20萬元上升382.4%至二零零七年同期的人民幣3億8千2百10萬元。截至二零零六年六月三十日止六個月的經營溢利率為13.3%，而二零零七年同期則為39.9%。

利息收入

利息收入由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣1千零30萬元上升71.2%至二零零七年同期的人民幣1千7百70萬元，主要由於原到期日超過三個月的定期存款增加所致。定期存款增加主要來自經營活動所得現金增加。

除所得稅前溢利

鑑於上述各種因素，除所得稅前溢利由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣8千9百50萬元增加346.5%至二零零七年同期的人民幣3億9千9百80萬元。

所得稅開支

所得稅開支由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣2千8百30萬元上升270.0%至二零零七年同期的人民幣1億零4百50萬元，主要由於本公司的中國業務應課稅溢利上升所致。本公司截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月的實際稅率分別為31.6%及26.2%，較阿里巴巴中國的適用中國所得稅率分別18%及15%為高。本公司截至二零零六年六月三十日止六個月的實際稅率高於阿里巴巴中國的適用中國所得稅率，主要是由於本公司股權報酬開支不可用作扣稅。本公司截至二零零七年六月三十日止六個月的實際稅率高於阿里巴巴中國的適用中國所得稅率，主要由於阿里巴巴中國享有地方所得稅豁免導致遞延稅項資產減少所致。請參閱第111頁的「— 所得稅 — 遞延稅項」。截至二零零七年六月三十日止六個月的不可扣稅股權報酬開支佔應課稅溢利的百分比大幅低於二零零六年同期。請參閱附錄一「會計師報告」附註11。

權益擁有人應佔期內溢利

鑑於上述各種因素，權益擁有人應佔期內溢利由截至二零零六年六月三十日止六個月的人民幣6千1百30萬元上升381.7%至二零零七年同期的人民幣2億9千5百20萬元。

截至二零零六年十二月三十一日止年度與截至二零零五年十二月三十一日止年度比較

收益

本公司的總收益由二零零五年的人民幣7億3千8百30萬元上升84.7%至二零零六年的人人民幣13億6千3百90萬元。

國際交易市場。本公司國際交易市場的收益由二零零五年的人民幣5億2千7百20萬元上升88.1%至二零零六年的人民幣9億9千1百90萬元，主要是由於 Gold Supplier 會員數目以及增值服務的銷售額增加所致。該升幅主要是由於本公司於現有區域市場的滲透率上升以及本公司銷售人員的區域覆蓋範圍不斷擴展所致。本公司的 Gold Supplier 會員購買高級 Gold Supplier 會籍的比率上升，亦是導致本公司國際交易市場的收益增加的部分原因。

中國交易市場。本公司中國交易市場的收益由二零零五年的人民幣2億1千1百10萬元上升76.2%至二零零六年的人民幣3億7千2百萬元，主要是由於本公司積極透過電話推銷令註冊用戶轉為付費會員，以致中國誠信通會員數目增加。二零零六年，以關鍵詞競價排名為主的增值服務銷售額亦有所增加，主要是由於有關服務的知名度及受歡迎程度提升，以及由於本公司於二零零五年上半年起在中國交易市場推出關鍵詞競價排名服務至今已超過一年。

收益成本、毛利及毛利率

本公司的收益成本由二零零五年的人民幣1億2千6百50萬元上升87.8%至二零零六年的人民幣2億3千7百60萬元。收益成本佔收益的百分比由二零零五年的17.1%增至二零零六年的17.4%。本公司的收益成本增加，主要由於本公司業務不斷擴展所致。尤其：

- 收益持續增加導致營業稅及相關附加費以及認證及核實開支上升；
- 主要由於本公司網站的瀏覽人次增加，使本公司須支付更高昂的頻寬及主機代管費，亦須添置額外的服務器及相關電腦設備，因而導致頻寬及折舊開支上升；及
- 主要由於本公司的網絡營運及客戶服務中心擴展導致僱員成本及其他開支增加。

本公司二零零六年的收益成本亦包括就於本公司中國交易市場安裝網上支付平台而向阿里巴巴集團一家附屬公司支付的技術顧問及諮詢的非經常性費用人民幣3千萬元。技術顧問及諮詢費用人民幣3千萬元由阿里巴巴集團與本公司協定，而由於本公司業務屬於阿里巴巴集團的一部分而非獨立實體，故此有關交易未必按一般商業條款進行。

本公司毛利由二零零五年的人民幣6億1千1百80萬元上升84.1%至二零零六年的人民幣11億2千6百20萬元。二零零五年的毛利率為82.9%，而二零零六年則為82.6%。

銷售及市場推廣費用

本公司的銷售及市場推廣費用由二零零五年的人民幣3億9千4百萬元上升54.9%至二零零六年的人民幣6億1千零20萬元。本公司的銷售及市場推廣費用增加，主要是由於本公司與收益增長有關的銷售成本上升，而與B2B業務無關的廣告及推廣費用亦同時上升。二零零五年及二零零六年的銷售及市場推廣費用包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支分別人民幣3千6百萬元及人民幣8千3百20萬元，另外亦包括股權報酬開支分別人民幣2千6百90萬元及人民幣5千零10萬元。

銷售及市場推廣費用佔收益的百分比由二零零五年的53.4%降至二零零六年的44.8%，主要是由於規模經濟效益上升，引致本公司僱員成本以及廣告及推廣費用增長速度低於本

公司收益增長速度。此外，二零零五年，廣告及推廣費用佔收益的百分比特別高，是由於二零零五年下半年有關建立品牌知名度的推廣活動支出大筆費用，惟二零零六年並無相關開支。

產品開發費用

本公司的產品開發費用由二零零五年的人民幣3千5百70萬元上升195.7%至二零零六年的人人民幣1億零5百50萬元。產品開發費用佔收益的百分比由二零零五年的4.8%升至二零零六年的7.7%。本公司於二零零六年的產品開發費用包括本公司根據於二零零六年與阿里巴巴集團訂立的知識產權特許協議須向阿里巴巴集團支付的專利費。研發人員數目增加使僱員成本上漲，以及本公司為持續提高產品開發實力而添置研發設備及設施，致使折舊開支上升，均為本公司二零零六年產品開發費用增加的因素。二零零五年及二零零六年的產品開發費用包括股權報酬開支分別人民幣5百10萬元及人民幣1千6百30萬元以及與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支分別人民幣1百40萬元及人民幣6百70萬元。

一般及行政費用

本公司的一般及行政費用由二零零五年的人民幣1億零1百10萬元增加58.3%至二零零六年的人人民幣1億6千萬元，主要是由於與B2B業務無關的一般及行政費用以及有關本公司管理及行政人員的股權報酬開支上升。二零零五年及二零零六年的一般及行政費用包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支分別人民幣3千萬元及人民幣4千7百60萬元。二零零五年及二零零六年的一般及行政費用亦包括股權報酬開支分別人民幣8百10萬元及人民幣2千4百20萬元。一般及行政費用佔收益的百分比由二零零五年的13.7%減少至二零零六年的11.7%，主要是由於規模經濟效益上升，導致本公司僱員成本的增長速度低於本公司收益的增長速度。

其他經營收入淨額

本公司的其他經營收入由二零零五年的人民幣1千4百50萬元增加22.0%至二零零六年的人人民幣1千7百60萬元，主要是由於本公司獲中國政府發放更多補助金，惟部分因其他收入下跌而抵銷。二零零六年的其他收入下跌，主要是由於二零零五年的其他收入包括阿里巴巴集團一家附屬公司於二零零五年向本公司支付有關僱員成本及辦公室開支的非經常性服務費，惟本公司於二零零六年並無收取有關費用。

經營溢利及經營溢利率

鑑於上述各種因素，經營溢利由二零零五年的人民幣9千5百50萬元上升180.7%至二零零六年的人人民幣2億6千8百20萬元。二零零五年的經營溢利率為12.9%，而二零零六年則為19.7%。

利息收入

利息收入由二零零五年的人民幣7百90萬元上升194.0%至二零零六年的人人民幣2千3百20萬元，主要是由於原到期日超過三個月的定期存款大幅增加所致。定期存款增加主要由於經營活動所得現金增加。

除所得稅前溢利

鑑於上述各種因素，除所得稅前溢利由二零零五年的人民幣1億零3百40萬元增至二零零六年的人人民幣2億9千1百40萬元。

所得稅開支

所得稅開支由二零零五年的人民幣3千3百萬元上升至二零零六年的人人民幣7千1百50萬元，主要是由於本公司來自中國業務的應課稅溢利上升。本公司於二零零五年及二零零六年的實際稅率分別為31.9%及24.5%，均高於阿里巴巴中國的適用中國所得稅率18%，主要是由於本公司的股權報酬開支不可用作扣稅。本公司於二零零五年的實際稅率高於二零零六年的實際稅率，主要是由於本公司於二零零五年的尚未動用稅項虧損較二零零六年高。

權益擁有人應佔年度內溢利

鑑於上述各種因素，權益擁有人應佔年度內溢利由二零零五年的人人民幣7千零50萬元上升212.2%至二零零六年的人人民幣2億1千9百90萬元。

截至二零零五年十二月三十一日止年度與截至二零零四年十二月三十一日止年度比較

收益

本公司的收益總額由二零零四年的人人民幣3億5千9百40萬元上升105.4%至二零零五年的人人民幣7億3千8百30萬元。

國際交易市場。本公司國際交易市場的收益由二零零四年的人人民幣2億5千4百80萬元上升106.9%至二零零五年的人人民幣5億2千7百20萬元，主要是由於 Gold Supplier 會員數目增加所致。Gold Supplier 會員數目增加，主要是由於本公司於現有區域市場的滲透率上升以及本公司銷售人員的區域覆蓋範圍擴大所致。本公司有更多 Gold Supplier 會員購買高級 Gold Supplier 會籍，亦是導致本公司國際交易市場的收益增加的部分原因。二零零五年的增值服務銷售額增加主要由於本公司銷售及市場推廣的努力。

中國交易市場。本公司中國交易市場的收益由二零零四年的人人民幣1億零4百70萬元上升101.7%至二零零五年的人人民幣2億1千1百10萬元，主要是由於本公司致力透過電話推銷令註冊用戶轉為付費會員，以致中國誠信通會員數目增加。二零零五年的增值服務銷售額增加，主要由於本公司於二零零五年上半年推出的關鍵詞競價排名服務銷售理想所致。

收益成本、毛利及毛利率

本公司的收益成本由二零零四年的人人民幣6千2百60萬元上升102.2%至二零零五年的人人民幣1億2千6百50萬元。本公司的收益成本增加，主要由於本公司擴展業務所致。尤其：

- 收益增加導致營業稅及相關附加費以及認證及核實開支上升；
- 主要由於本公司網站的瀏覽人次增加，使本公司須支付更高昂的頻寬及主機代管費，亦須添置額外的服務器及相關電腦設備，因而導致頻寬及折舊開支上升；及

- 主要由於本公司的網絡營運及客戶服務中心擴展導致僱員成本及其他開支增加。

收益成本佔收益的百分比由二零零四年的17.4%降至二零零五年的17.1%。

本公司的毛利由二零零四年的人民幣2億9千6百90萬元升至二零零五年的人民幣6億1千1百80萬元。二零零四年的毛利率為82.6%，而二零零五年則為82.9%。

銷售及市場推廣費用

銷售及市場推廣費用由二零零四年的人民幣1億9千4百80萬元上升102.3%至二零零五年的人民幣3億9千4百萬元。本公司的銷售及市場推廣費用增加，主要是由於與本公司收益增長有關的銷售成本上升，以及廣告及推廣費用亦增加。尤其，本公司於二零零五年下半年舉行推廣活動，使本公司的廣告及推廣費用顯著增加。二零零四年及二零零五年的銷售及市場推廣費用包括股權報酬開支分別人民幣5百30萬元及人民幣2千6百90萬元，而二零零五年的銷售及市場推廣費用亦包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支人民幣3千6百萬元。銷售及市場推廣費用佔收益的百分比由二零零四年的54.2%降至二零零五年的53.4%。

產品開發費用

產品開發費用由二零零四年的人民幣1千9百20萬元上升86.3%至二零零五年的人民幣3千5百70萬元，主要是由於研發人員數目增加使僱員成本上漲。二零零四年及二零零五年的產品開發費用包括股權報酬開支分別人民幣1百40萬元及人民幣5百10萬元，而二零零五年的產品開發費用亦包括與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支人民幣1百40萬元。產品開發費用佔收益的百分比由二零零四年的5.4%降至二零零五年的4.8%。

一般及行政費用

一般及行政費用由二零零四年的人民幣5千7百60萬元增加75.4%至二零零五年的人民幣1億零1百10萬元。本公司的一般及行政費用增加，主要由於本公司擴展業務所致。本公司每名僱員的平均僱員成本上升使僱員成本的升幅尤其顯著。一般及行政費用佔收益的百分比由二零零四年的16.0%降至二零零五年的13.7%，主要是由於本公司受惠於規模經濟效益的提升，使僱員成本的增長速度低於收益的增長速度。二零零四年及二零零五年的一般及行政費用包括股權報酬開支分別人民幣2百80萬元及人民幣8百10萬元以及與B2B業務無關的阿里巴巴集團開支分別人民幣9百60萬元及人民幣3千萬元。

其他經營(虧損)收入淨額

本公司於二零零四年錄得其他經營虧損人民幣40萬元，而二零零五年則錄得其他經營收入人民幣1千4百50萬元。本公司二零零五年的其他經營收入主要來自本公司於二零零五年收取阿里巴巴集團一家附屬公司的非經常性服務費，以及獲得中國政府對本公司投資於中國科技發展而發放的若干補助金。二零零四年的其他經營虧損主要來自外匯虧損以及出售若干物業及設備的虧損。

經營溢利及經營溢利率

鑑於上述各種因素，經營溢利由二零零四年的人民幣2千4百90萬元上升284.1%至二零零五年的人民幣9千5百50萬元。二零零四年的經營溢利率為6.9%，而二零零五年則為12.9%。

利息收入

利息收入由二零零四年的人民幣3百60萬元上升119.3%至二零零五年的人民幣7百90萬元，主要是由於原到期日超過三個月的定期存款以及現金及等同現金項目顯著增加所致。定期存款以及現金及等同現金項目增加主要由於經營活動所得現金增加。

除所得稅前溢利

鑑於上述各種因素，除所得稅前溢利由二零零四年的人民幣2千8百50萬元上升263.3%至二零零五年的人民幣1億零3百40萬元。

所得稅抵免(支出)

本公司於二零零四年錄得所得稅抵免人民幣4千5百40萬元，於二零零五年則錄得所得稅開支人民幣3千3百萬元。

二零零四年的所得稅抵免人民幣4千5百40萬元主要是由於確認遞延稅項資產人民幣5千4百40萬元(經扣除所涉的企業所得稅開支人民幣9百萬元)。由於阿里巴巴中國於二零零四年獲豁免國家企業所得稅，故阿里巴巴中國僅須就二零零四年銷售會籍及增值服務的預收服務費的應課稅收入繳納3%的地方所得稅。由於大部分該等預收服務費於二零零五年前不會確認為收益，而於二零零五年阿里巴巴中國的適用稅率或會變成18%，故本公司於二零零四年按估計稅率18%就將於二零零五年確認為收益的服務費所產生的應課稅收入確認遞延稅項資產及相應的所得稅抵免。於二零零四年確認的遞延稅項資產已於二零零五年確認相關收益及所得稅開支時撥回。

本公司二零零五年的實際所得稅率為31.9%。本公司於二零零五年的實際稅率高於阿里巴巴中國的適用所得稅率18%，主要是由於本公司於二零零五年所涉股權報酬開支不可用作扣稅。此外，若干本公司附屬公司於二零零五年錄得尚未動用稅項虧損。

權益擁有人應佔年度內溢利

鑑於上述各種因素，權益擁有人應佔年內溢利由二零零四年的人民幣7千3百90萬元下跌4.6%至二零零五年的人民幣7千零50萬元。

流動資金及資金來源

本公司的營運資金主要為經營業務所得現金。於二零零七年六月三十日，本公司有現金及等同現金項目及原到期日超過三個月的定期存款人民幣17億6千2百90萬元。於二零零七年六月三十日，本公司並無任何未償還借貸。

財 務 資 料

下表載列本公司於所示期間的現金流量：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零六年 (未經審核)	二零零七年
	(人民幣千元)				
經營活動所得					
現金淨額.....	236,548	650,098	730,671	299,474	564,407
投資活動所耗現金淨額					
原到期日超過					
三個月定期存款					
增加.....	—	(337,000)	(714,000)	(410,000)	(151,000)
購買物業及設備與					
土地使用權					
預付款.....	(32,306)	(73,742)	(96,690)	(55,769)	(82,368) ⁽¹⁾
根據重組而被視為					
所耗現金.....	—	—	—	—	(21,947)
其他.....	2,525	8,568	16,323	5,960	9,936
小計.....	(29,781)	(402,174)	(794,367)	(459,809)	(245,379)
融資活動所得(所耗)					
現金淨額.....	87,745	9,090	(196,612)	(196,612)	(195,909)
現金及等同現金項目					
增加(減少)淨額....	294,512	257,014	(260,308)	(356,947)	123,119

附註：

(1) 包括土地使用權預付款人民幣28,478,000元。

經營活動所得現金淨額

截至二零零六年六月三十日止六個月經營活動所得現金淨額為人民幣2億9千9百50萬元，而於二零零七年同期為人民幣5億6千4百40萬元。期內經營活動所得現金淨額增加主要由於本公司除所得稅前溢利增加，加上本公司會籍及增值服務銷售額增加導致遞延收益增加所致，惟有關增加部分由於已付所得稅增加、應付關聯公司款項減少及預付款、按金及其他應收款項增加而抵銷。截至二零零七年六月三十日止六個月，預付款、按金及其他應收款項增加主要由於為籌備全球發售預付的若干開支及應收利息增加所致。

於二零零五年經營活動所得現金淨額為人民幣6億5千零10萬元，而二零零六年為人民幣7億3千零70萬元。二零零六年經營活動所得現金淨額增加主要由於本公司除所得稅前溢利增加、會籍及增值服務銷售額增加導致遞延收益增加以及非現金開支(包括股權報酬開支及折舊開支)增加所致，惟該增加部分由應付關聯公司款項減少及因其他應付稅項減少所導致其他應付款項及應計費用減少而抵銷。二零零六年其他應付稅項減少主要是由於年內付清在二零零五年所錄得的大額應付稅款(為有關行使購股權而預扣的僱員應付個人所得稅人民幣8千6百50萬元)。於二零零六年付清該筆稅款後，本公司不再承擔該等稅項的其他責任。

於二零零四年經營活動所得現金淨額為人民幣2億3千6百50萬元，而二零零五年為人民幣6億5千零10萬元。於二零零五年經營活動所得現金淨額增加主要由於本公司除所得稅

前溢利增加、會籍及增值服務銷售額增加導致遞延收益增加、因購股權的行使而預扣的僱員應付個人所得稅人民幣8千6百50萬元所涉應付稅款上升導致其他應付款項及應計費用增加以及應付關聯公司款項增加所致，惟該增幅部分由預付款項、按金及有關預付廣告及推廣費用增加的其他應付款項增加所抵銷。於二零零五年預付廣告及推廣費用增加主要由於二零零五年第四季度預付二零零六年上半年的廣告及推廣項目費用所致。

投資活動所耗現金淨額

截至二零零六年六月三十日止六個月，投資活動所耗現金淨額為人民幣4億5千9百80萬元，而二零零七年同期為人民幣2億4千5百40萬元。期內投資活動所耗現金淨額減少主要由於原到期日超過三個月的定期存款增幅減少所致。根據本公司的現金管理政策，截至二零零六年六月三十日止六個月，本公司大幅增加原到期日超過三個月的定期存款，同時減少本公司的現金及等同現金項目。然而，於二零零七年同期，原到期日超過三個月的定期存款與現金及等同現金項目的相對比例並無重大改變。投資活動所耗現金淨額減少部分由購買物業及設備及土地使用權預付款增加（主要為本公司在中國杭州的新企業總部之土地預付款以及有關於重組後不再為本公司成員公司之若干公司所持現金及等同現金項目的所耗現金淨額）所抵銷。

於二零零五年的投資活動所耗現金淨額為人民幣4億零2百20萬元，而於二零零六年為人民幣7億9千4百40萬元。於二零零六年投資活動現金淨額增加主要由於原到期日超過三個月的定期存款增加，而該等定期存款增加主要由於銷售會籍及增值服務所得可動用現金增加。投資活動所耗現金淨額增加主要由於本公司持續擴展業務，故購置更多物業及設備（主要包括電腦設備及本公司辦公室的相關租賃裝修）。

於二零零四年投資活動所耗現金淨額為人民幣2千9百80萬元，而二零零五年為人民幣4億零2百20萬元。於二零零五年投資活動所耗現金淨額增加主要由於原到期日超過三個月的定期存款增加，而該等定期存款增加主要由於銷售會籍及增值服務所得可動用現金增加。投資活動所耗現金淨額增加主要由於本公司持續擴展業務，故購置更多物業及設備（主要包括電腦設備）。

融資活動所得(所耗)現金淨額

截至二零零六年六月三十日止六個月及二零零七年同期融資活動所耗現金淨額分別為人民幣1億9千6百60萬元及人民幣1億9千5百90萬元。於上述各期間，融資活動所耗現金淨額乃為本公司現時成員公司的阿里巴巴集團附屬公司支付的股息。請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註13。

於二零零六年融資活動所耗現金淨額為人民幣1億9千6百60萬元，全部來自現時為本公司成員公司的阿里巴巴集團附屬公司支付的股息。於二零零五年融資活動所得現金淨額人民幣9百10萬元為阿里巴巴集團向本公司中國附屬公司的注資。於二零零四年融資活動所得現金淨額人民幣8千7百70萬元亦為阿里巴巴集團向本公司中國附屬公司的注資。

營運資金

本公司會預先收取絕大部分銷售會籍及增值服務所得現金，而該等服務的成本及開支通常於履行服務合約期間支付。因此，本公司相信經營所得現金可應付絕大部分的營運資金需要。儘管本公司於二零零六年十二月三十一日及二零零七年六月三十日分別錄得流動負債淨額分別人民幣1億4千7百50萬元及人民幣2億6千9百40萬元，惟本公司於該等日期的流動負債淨額主要來自本公司向付費會員收取銷售會籍及增值服務的預付款項，而由於本公司尚未提供賺取該等收益的服務，故該筆款項於本公司合併資產負債表中確認為遞延收益及客戶墊款並計入負債。當付費會員通過認證及核實，而本公司於交易市場亦展示有關付費會員的企業網站後，該等預付款便不可退還。有關詳情請參閱第105頁起的「收益 — 收取及確認收益」。因此，該等負債不屬於需要本公司支付現金的責任。於二零零六年十二月三十一日本公司的流動負債淨額亦反映應付股息人民幣1億9千5百90萬元，該款項來自現時為本公司成員公司之阿里巴巴集團附屬公司宣派的股息。本公司於二零零七年六月三十日的流動負債淨額超過二零零六年十二月三十一日的流動負債淨額，主要由於重組導致應付關聯公司款項增加所致。

本公司董事確認，本公司的營運資金足以應付目前要求（包括自本售股章程日期起計至少12個月的估計資本開支）。

資本開支

於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月本公司資本開支分別為人民幣3千2百30萬元、人民幣7千3百70萬元、人民幣9千6百70萬元、人民幣5千5百80萬元及人民幣8千2百40萬元。於上述各期間，本公司的資本開支主要有關購置本公司網站經營所需的電腦設備、購置傢俱與辦公設施及租賃物業裝修。本公司預期於未來數年會繼續支付龐大資本開支。尤其，本公司預期會進行有關電腦設備的重大收購，以應付本公司網站瀏覽人次的持續上升並支持本公司發展銷售及客戶支援服務。本公司相信，經營所得現金足以應付本公司現時預期的資本開支。

本公司簽訂協議（於二零零七年六月生效），收購位於中國杭州總面積約60,000平方米土地的土地使用權，用作建造新企業總部以滿足本公司發展需要。預期新企業總部亦將用作阿里巴巴集團其他公司的總部，該等公司將向本公司租用新企業總部的辦公室。本公司計劃於二零零七年下半年開始總部建設工程，預期於二零零九年底完工，估計於建設期間的建設成本為人民幣7億8千萬元。

訂約責任

下表概述於二零零七年六月三十日的本公司訂約責任：

	於下列期間到期支付				
	總計	少於1年	1至3年	3至5年	5年後
	(人民幣千元)				
資本承擔	24,541	21,011	2,915	615	—
經營租賃承擔	70,019	36,928	33,091	—	—
其他承擔 ⁽¹⁾	8,431	8,397	34	—	—
總計	102,991	66,336	36,040	615	—

附註：

(1) 包括本公司訂約涉及的銷售及市場推廣費用。

二零零七年六月三十日的訂約責任僅包括中國杭州新企業總部之預期建設成本人民幣5百30萬元。根據本公司有關收購企業總部土地使用權的協議，本公司承諾於二零零九年六月前動用不少於人民幣3億元的建築成本。新企業總部的總建築成本估計為人民幣7億8千萬元。

本公司預期訂約責任由經營活動所得現金撥充。

資產負債表以外安排

於二零零七年六月三十日，本公司並無任何重大資產負債表以外安排。

或然負債

於日常業務中，本公司不時涉及法律程序及訴訟。詳情請參閱第97頁「業務 — 法律訴訟」。由於本公司認為該等法律程序或訴訟出現不利裁決的可能性極低，故於二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月並無記入任何或然虧損。於二零零七年八月三十一日辦公時間結束時（編製本或然負債聲明的最後實際可行日期），本公司並無任何重大或然負債或擔保。

最近期會計公佈

有關詳情請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註33。

市場風險披露

本公司於日常業務中面臨多種市場風險，包括外匯風險及利率風險。

外匯風險

儘管本公司的業務遍佈不同國家，但絕大部分交易收益以人民幣計值，而人民幣不可自由兌換為其他外幣。於中國進行的所有外匯交易須透過中國人民銀行或中國人民銀行授權的其他機構買賣外匯進行。中國人民銀行或其他機構對所有外匯付款（包括股息匯款）的批核均須申請人遞交付款申請及有關證明文件。

全球發售完成後，本公司預期大部分現金及等同現金項目會以人民幣以外的貨幣計值。由於本公司的功能貨幣為人民幣，故該等以外幣計值的現金及等同現金項目承受人民幣兌該等現金及等同現金項目計值貨幣價值波動的風險。人民幣兌該等外幣升值可能使本公司收益表錄得大額匯兌虧損。雖然本公司可於日後訂立對沖交易以對沖該風險，惟本公司目前尚無訂立任何對沖交易以減低本公司的外匯風險。有關詳情請參閱第43頁「風險因素—有關中國的風險—人民幣匯率波動可能對閣下投資有重大不利影響」。

利率風險

本公司並無計息借貸。本公司須面對的利率變動風險主要來自本公司的計息資產，包括原到期日超過三個月的定期存款以及現金及等同現金項目。有關詳情請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註18及19。本公司其他財務資產及負債不會承受任何重大利率風險。

負債聲明

於二零零七年八月三十一日（編製本負債聲明之最後實際可行日期）辦公時間結束時，除就本公司若干辦公室的租金按金作出的擔保人民幣30萬元外，本公司並無任何已發行或同意發行的未償還貸款資本、借貸或其他同類負債、透支、承兌負債或承兌信貸或租購承擔、債券、按揭、抵押、銀行信貸、擔保或融資租賃。

流動負債淨額報表

於二零零七年八月三十一日，本公司的流動負債淨額為人民幣1億2千9百10萬元，有關本公司流動負債淨額詳情，請參閱「一營運資金」。

股息及股息政策

於二零零四年及二零零六年，本公司宣派股息分別人民幣3千3百10萬元及人民幣3億9千2百50萬元。本公司於二零零五年並無派付任何股息。詳情請參閱附錄一「會計師報告」所載本公司合併財務報表附註13。

本公司現時無意於全球發售後支付任何股息。然而，是否支付股息將由本公司董事會酌情決定，並會根據本公司溢利、現金流量、財務狀況、資金要求及本公司董事會認為相關的其他條件釐定。派付股息可能受法律及本公司日後可能訂立的協議限制。

可分派儲備

於二零零七年六月三十日，本公司並無可分派儲備。

溢利預測

根據附錄三「溢利預測」所載基準及假設，在並無意外情況下，本公司預測二零零七年權益擁有人應佔溢利不少於人民幣6億2千2百萬元。本公司董事根據截至二零零七年六月

財 務 資 料

三十日止六個月經審核合併業績、截至二零零七年八月三十一日止兩個月未經審核管理賬目及截至二零零七年十二月三十一日止四個月綜合業績預測編製溢利預測。

未經審核備考經調整有形資產淨值

下列為於二零零七年六月三十日的本公司未經審核備考經調整有形資產淨值報表，其中包括附錄一「會計師報告」所載於二零零七年六月三十日本公司經審核合併資產淨值，並作出下述調整。

	於二零零七年 六月三十日 本公司權益 擁有人應佔 未經調整經審 核合併有形 資產淨值 ⁽¹⁾	估計全球 發售所得 款項淨額 ⁽²⁾	本公司 權益擁有人 應佔未經審核 備考經調整 有形資產淨值	未經審核 備考經調整 每股有形資產淨值 ⁽³⁾⁽⁴⁾	
		(人民幣百萬元)		人民幣元	港元
根據每股發售價					
12.00港元計算.....	39.7	2,539.5	2,579.2	0.51	0.53
根據每股發售價					
13.50港元計算.....	39.7	2,861.8	2,901.5	0.57	0.59

附註：

- (1) 於二零零七年六月三十日本公司權益擁有人應佔未經調整經審核合併有形資產淨值摘錄自附錄一「會計師報告」。
- (2) 估計全球發售所得款項淨額乃按照指示發售價每股12.00港元及每股13.50港元並扣除包銷費(不包括可能支付予聯席賬簿管理人的獎金)及本公司應付的其他相關開支計算。本公司可向聯席賬簿管理人支付酌情獎金，金額相當於發售價的1.0%乘以發售股份總數。倘本公司決定支付上述獎金，則備考經調整有形資產淨值及備考每股有形資產淨值將會減少。
- (3) 未經審核備考每股有形資產淨值乃按上文附註2作出調整，並按照已發行5,052,356,500股股份(假設全球發售於二零零七年六月三十日完成)計算，惟並無計及可能因行使超額配股權而發行的任何股份。
- (4) 人民幣數額乃根據人民幣0.9693元兌1.00港元之匯率換算成港元，惟並不表示人民幣與港元數額已經、應可或可以按上述匯率或任何其他匯率互相換算。
- (5) 並無作出反映本公司於二零零七年六月三十日後訂立之任何交易結果或其他交易的調整。

無重大逆轉

自二零零七年六月三十日起，本公司的財務及經營狀況或前景並無重大逆轉。

上市規則規定之披露

本公司確認，截至二零零七年八月三十一日，本公司並不知悉任何根據上市規則第13.11條至13.19條規定須作出披露的情況。

基礎投資者

本公司已與基礎投資者訂立基礎配售協議，基礎投資者一致同意在國際發售中按發售價認購或購買股份總數如下：

基礎投資者	最高投資額 (港元)	股份數目 ⁽¹⁾	佔發售 股份總數 百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾	佔緊接全球 發售後 本公司已 發行股本 權益的 百分比 ⁽¹⁾
雅虎.....	776,000,000	60,862,500	7.1%	1.2%
AIG Global Investment Corporation (Asia) Ltd.	271,600,000	21,301,500	2.5%	0.4%
Foxconn (Far East) Limited	271,600,000	21,301,500	2.5%	0.4%
Baldonna Investments Limited	232,800,000	18,258,500	2.1%	0.4%
Finawood Investments Limited	232,800,000	18,258,500	2.1%	0.4%
Honeybush Limited	232,800,000	18,258,500	2.1%	0.4%
Cisco Systems International B.V.	155,200,000	12,172,500	1.4%	0.2%
中國工商銀行(亞洲)有限公司.....	155,200,000	12,172,500	1.4%	0.2%

附註：

- (1) 調低至500股股份的最接近完整買賣單位，假設發售價為12.75港元(即發售價範圍的中間值)，亦假設並無發售股份由國際發售重新分配至香港公開發售。
- (2) 假設並無行使超額配股權。

雅虎經營網上內容及服務網絡，包括搜索及展示廣告，其中部分現時或過往以Overture的商業名稱經營。雅虎的內容包括向消費者提供新聞、資訊、娛樂、通訊及互聯網搜索與導航服務。用戶可利用雅虎搜索服務，輸入關鍵詞，在互聯網搜索公開資料，而搜索結果會顯示與關鍵詞相關的資料。透過雅虎的搜索及展示廣告服務，廣告客戶可在雅虎內容及雅虎聯屬公司網站展示平面廣告及連接至本身網站的文字連結。

AIG Global Investment Corporation (Asia) Ltd. 為 AIG Investments 成員公司，而 AIG Investments 為國際公司集團，為全球各地客戶提供投資意見及市場資產管理產品與服務。該公司為紐約證券交易所上市公司American International Group, Inc.的間接全資附屬公司。

Foxconn (Far East) Limited 為開曼群島公司，由鴻海精密工業股份有限公司全資擁有。鴻海精密工業股份有限公司為台灣證券交易所上市公司，為電腦、通訊及消費電子產品業的全球性生產服務供應商。

Baldonna Investments Limited 為一間於英屬維爾京群島註冊成立的特殊目的公司，由香港聯交所主板上市公司九龍倉集團有限公司主席吳光正先生最終控制。

Finawood Investments Limited 為一間於英屬維爾京群島註冊成立的私人公司，由郭氏家族權益實益持有。郭氏家族為香港聯交所主板上市公司新鴻基地產發展有限公司的控權股東。

Honeybush Limited 為於英屬維爾京群島註冊成立的私人公司，為郭鶴年先生及屬於其擁有及／或控制的公司及／或相關權益的多名受益人的受託人。

Cisco Systems International B.V. 為 Cisco Systems, Inc. 的全資附屬公司，而 Cisco Systems, Inc. 在美國納斯達克公開上市，Cisco Systems, Inc. 提供一系列路由及交換器產品以及統一通訊、家居網絡、保安、儲存區域網絡、應用網絡、無線通訊及其他方面的技術。

中國工商銀行(亞洲)有限公司為於香港註冊成立的持牌銀行，其股份在香港聯交所上市。

基礎投資者認購或購買的股份總數將為182,586,000股，相當於發售股份總數約21.2% (假設並無行使超額配股權及假設並無發售股份由國際發售重新分配至香港公開發售)，而佔完成全球發售當時本公司已發行股份數目約3.6% (假設發售價為12.75港元，即發售價範圍的中間值)。除雅虎為 Alibaba.com Corporation 的股東外，各基礎投資者均為與本公司概無關連的獨立第三方。各基礎投資者均獨立於其他基礎投資者。

基礎投資者根據上述基礎配售協議持有的股份將計入本公司的公眾持股量。除雅虎外，基礎投資者並無委派代表加入本公司董事會。此外，按本售股章程「全球發售安排 — 香港公開發售」一節所述，倘香港公開發售出現超額認購，則基礎投資者(雅虎除外)認購的股份將會按國際發售與香港公開發售之間的比例重新分配。實際分配予基礎投資者的股份數目預期將載於於二零零七年十一月五日星期一刊登的分配結果公佈。

根據與雅虎訂立的基礎配售協議條款以及有關法律與法規及本公司章程細則，倘雅虎有意出售是次全球發售所購入的股份，則 Alibaba.com Corporation 可享有優先購買權。

先決條件

各基礎投資者根據基礎配售協議收購股份的責任須僅以訂立香港包銷協議及國際配售協議及該等協議於上市日期前成為無條件且並無根據各自協議條款終止為條件。

出售限制

各基礎投資者均同意，未經本公司、售股股東及聯席賬簿管理人的事先書面同意，不會直接或間接於上市日期後24個月內出售或轉讓根據國際發售認購或向 Alibaba.com Corporation 購買的股份(或持有股份的公司或實體的權益)，惟轉讓(僅可在承讓人同意遵守各基礎投資者的出售限制的情況下進行)予其全資附屬公司或該基礎投資者最終股東控制的公司則除外。