

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公佈的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公佈全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## ALIBABA.COM LIMITED

### 阿里巴巴網絡有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1688)

### 截至二零一一年三月三十一日止 季度業績公佈 (未經審計)

- ❖ 營業收入較二零一零年第一季度增加 26% 至人民幣 15 億 3 千 2 百萬元。
- ❖ 增值服務改善收入結構，達致更平衡的業務模式。
- ❖ 權益擁有人應佔溢利較二零一零年第一季度增加 37% 至人民幣 4 億 5 千 3 百萬元。每股攤薄盈利亦較去年同期增加 42%。
- ❖ 資產及流動資金強勁，於二零一一年三月三十一日，現金及銀行存款達人民幣 94 億 1 千 5 百萬元。
- ❖ 以交易為基礎的服務如全球速賣通及無名良品已成為海外及國內分銷的領先電子商務平台。
- ❖ 致力革新以提升用戶體驗及網絡誠信。

財務摘要 (未經審計)	二零一零年 第一季度 人民幣百萬元	二零一一年 第一季度 人民幣百萬元	同比變化	二零一零年 第四季度 人民幣百萬元	環比變化
營業收入	1,220.6	1,531.7	+25.5%	1,521.5	+0.7%
未扣除利息、稅項及攤銷前之利潤 ("EBITA")	374.6	509.8	+36.1%	398.4	+28.0%
權益擁有人應佔溢利	330.0	452.5	+37.1%	410.4	+10.2%
股權報酬支出	51.1	85.2	+66.7%	101.9	-16.5%
遞延收入及預收賬款	3,567.9	4,210.2	+18.0%	4,434.4	-5.1%
經常性經營自由現金流量	438.4	158.6	-63.8%	1,187.2	-86.6%
未扣除股權報酬支出前的 EBITA 率(%)	34.9%	38.8%	+3.9 百份點	32.9%	+5.9 百份點
每股盈利，基本 (港元) (註 1)	7.5 仙	10.6 仙	+41.3%	9.5 仙	+11.6%
每股盈利，攤薄 (港元) (註 1)	7.4 仙	10.5 仙	+41.9%	9.4 仙	+11.7%

營運摘要	二零一零年 三月 三十一日	二零一一年 三月 三十一日	同比變化	二零一零年 十二月 三十一日	環比變化	二零一一年 第一季度 淨增長
註冊用戶	50,249,939	65,034,254	+29.4%	61,801,281	+5.2%	3,232,973
國際交易市場	12,577,930	19,723,404	+56.8%	18,024,993	+9.4%	1,698,411
中國交易市場	37,672,009	45,310,850	+20.3%	43,776,288	+3.5%	1,534,562
企業商舖	7,278,770	8,847,072	+21.5%	8,544,544	+3.5%	302,528
國際交易市場	1,476,784	1,777,292	+20.3%	1,696,905	+4.7%	80,387
中國交易市場	5,801,986	7,069,780	+21.9%	6,847,639	+3.2%	222,141
付費會員 (註 2)	658,701	832,469	+26.4%	809,362	+2.9%	23,107
中國 Gold Supplier 會員	100,694	116,454	+15.7%	121,274	-4.0%	-4,820
國際 Gold Supplier 會員	16,330	9,549	-41.5%	10,434	-8.5%	-885
中國誠信通會員	541,677	706,466	+30.4%	677,654	+4.3%	28,812

註 1：於二零一一年第一季度，用於計算每股基本盈利的已發行普通股加權平均數為 5,048,138,000 股 (二零一零年第一及第四季度分別為 5,041,508,000 股及 5,044,754,000 股)。於二零一一年第一季度，用於計算每股攤薄盈利的已發行普通股加權平均數為 5,079,821,000 股 (二零一零年第一及第四季度分別為 5,094,681,000 股及 5,074,445,000 股)。

註 2：包括經常更新企業商舖供求資訊的國際及中國交易市場的付費會員，及已支付會籍計劃認購費但尚未在本公司的交易市場啟動企業商舖的付費會員。

## 業績

阿里巴巴網絡有限公司（「本公司」或「阿里巴巴」）董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（「我們」或「本集團」）於截至二零一一年三月三十一日止季度的未經審計業績，連同二零一零年同期及截至二零一零年十二月三十一日止季度的比較數字列示如下：

### 簡明綜合全面收益表（未經審計） 截至二零一一年三月三十一日止季度

	二零一零年 第一季度 人民幣千元	二零一一年 第一季度 人民幣千元	二零一零年 第四季度 人民幣千元	二零一一年 第一季度 人民幣千元
<b>營業收入</b>				
國際交易市場	718,949	910,530	881,103	910,530
中國交易市場	406,137	515,157	524,847	515,157
其他	95,524	106,050	115,521	106,050
<b>營業收入總額</b>	<b>1,220,610</b>	<b>1,531,737</b>	<b>1,521,471</b>	<b>1,531,737</b>
營業收入成本	(194,357)	(277,072)	(267,401)	(277,072)
<b>毛利</b>	<b>1,026,253</b>	<b>1,254,665</b>	<b>1,254,070</b>	<b>1,254,665</b>
銷售及市場推廣費用	(466,246)	(481,037)	(560,019)	(481,037)
產品開發費用	(117,367)	(171,355)	(170,269)	(171,355)
一般及行政費用	(122,467)	(168,568)	(177,878)	(168,568)
其他經營收入淨額	49,321	49,214	31,133	49,214
<b>營業利潤</b>	<b>369,494</b>	<b>482,919</b>	<b>377,037</b>	<b>482,919</b>
財務收支淨額	33,125	56,776	51,779	56,776
應佔聯營公司及共同控制實體除稅後虧損	(3,802)	(692)	(937)	(692)
<b>除稅前利潤</b>	<b>398,817</b>	<b>539,003</b>	<b>427,879</b>	<b>539,003</b>
所得稅支出	(68,719)	(87,676)	(16,635)	(87,676)
<b>本期利潤</b>	<b>330,098</b>	<b>451,327</b>	<b>411,244</b>	<b>451,327</b>
<b>其他全面收益／（支出）</b>				
可供出售投資的公允價值淨收益	240	2,418	5,080	2,418
貨幣匯兌差額	(644)	(5,581)	(8,833)	(5,581)
<b>本期全面收益</b>	<b>329,694</b>	<b>448,164</b>	<b>407,491</b>	<b>448,164</b>
<b>利潤／（虧損）分配予</b>				
本公司權益擁有人	329,999	452,501	410,440	452,501
少數股東權益	99	(1,174)	804	(1,174)
<b>本期利潤</b>	<b>330,098</b>	<b>451,327</b>	<b>411,244</b>	<b>451,327</b>
<b>全面收益／（支出）分配予</b>				
本公司權益擁有人	329,595	449,338	406,687	449,338
少數股東權益	99	(1,174)	804	(1,174)
<b>本期全面收益</b>	<b>329,694</b>	<b>448,164</b>	<b>407,491</b>	<b>448,164</b>
<b>每股股息</b>				
現金特別股息（港元）	-	-	22.0 仙	-
<b>每股盈利，基本（人民幣）</b>	<b>6.6 分</b>	<b>9.0 分</b>	<b>8.1 分</b>	<b>9.0 分</b>
<b>每股盈利，攤薄（人民幣）</b>	<b>6.5 分</b>	<b>8.9 分</b>	<b>8.1 分</b>	<b>8.9 分</b>
<b>每股盈利，基本（港元）（註3）</b>	<b>7.5 仙</b>	<b>10.6 仙</b>	<b>9.5 仙</b>	<b>10.6 仙</b>
<b>每股盈利，攤薄（港元）（註3）</b>	<b>7.4 仙</b>	<b>10.5 仙</b>	<b>9.4 仙</b>	<b>10.5 仙</b>

註3：在二零一一年第一季度，人民幣金額與港元的換算以人民幣0.8455元兌1.0000港元，二零一零年第一及第四季度分別以人民幣0.8793及人民幣0.8580元兌1.0000港元的匯率計算。這並不表示人民幣金額已經、應當或可以按上述或任何其他匯率兌換為港元，反之亦然。

## 附加季度財務資料（未經審計）

	二零一零年 第一季度 人民幣千元	二零一一年 第一季度 人民幣千元	二零一零年 第四季度 人民幣千元	二零一一年 第一季度 人民幣千元
<b>營業收入</b>				
<b>國際交易市場</b>				
中國 Gold Supplier	699,336	884,554	856,820	884,554
國際 Gold Supplier	19,613	25,976	24,283	25,976
	<b>718,949</b>	<b>910,530</b>	<b>881,103</b>	<b>910,530</b>
<b>中國交易市場</b>				
中國誠信通	390,427	480,862	505,841	480,862
其他收入（註4）	15,710	34,295	19,006	34,295
	<b>406,137</b>	<b>515,157</b>	<b>524,847</b>	<b>515,157</b>
<b>其他收入（註5）</b>	<b>95,524</b>	<b>106,050</b>	<b>115,521</b>	<b>106,050</b>
<b>合計</b>	<b>1,220,610</b>	<b>1,531,737</b>	<b>1,521,471</b>	<b>1,531,737</b>
<b>經常性經營自由現金流量（非 GAAP）</b>				
經營活動產生的現金流量淨額	431,534	200,545	1,212,532	200,545
購買物業及設備支出，不包括支付本公司 企業園區項目之預付土地租賃款項及建 築費用	(44,360)	(41,932)	(25,305)	(41,932)
其他	51,259	-	-	-
<b>合計</b>	<b>438,433</b>	<b>158,613</b>	<b>1,187,227</b>	<b>158,613</b>
<b>股權報酬支出</b>	<b>51,090</b>	<b>85,159</b>	<b>101,939</b>	<b>85,159</b>
<b>無形資產及預付土地租賃款項攤銷</b>	<b>8,345</b>	<b>14,458</b>	<b>11,744</b>	<b>14,458</b>
	於二零一零年 三月三十一日 人民幣千元	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元	於二零一零年 十二月三十一日 人民幣千元	於二零一一年 三月三十一日 人民幣千元
<b>現金及銀行存款</b>	<b>7,531,557</b>	<b>9,414,917</b>	<b>9,583,533</b>	<b>9,414,917</b>
<b>遞延收入及預收賬款</b>	<b>3,567,882</b>	<b>4,210,187</b>	<b>4,434,387</b>	<b>4,210,187</b>

註4：從中國交易市場賺得的其他收入主要來自第三方廣告費用及技術服務費。

註5：其他收入主要來自銷售網站基建及應用服務及若干軟件產品而賺得。

## 管理層討論及分析

### 業務回顧

自年初，我們看到更多清晰的跡象顯示美國經濟復甦的步伐漸漸加快。有利的經濟數據支持經濟樂觀的大氣候。在中國，經濟增長仍然強勁，主要由於全球消費總量持續回升和國內需求旺盛所致。然而，隨著食品和能源價格的急升，打擊通貨膨脹已成為一個全球性的主題。面對如此複雜的經濟環境，我們堅守我們的戰略方向。特別在二零一一年，我們著重穩定和加強現有業務，以及加快提升我們的商業模式，從而朝著更多以交易和效果掛鈎的模式發展。

第一季度，我們新增了 320 萬名註冊用戶、逾 300,000 個企業商舖及超過 23,000 名的付費會員。於二零一一年三月三十一日，我們的國際及中國交易市場合共有 6,500 萬名註冊用戶、880 萬個企業商舖及 832,469 名的付費會員。財務方面，我們於二零一一年第一季度維持穩定增長。二零一一年第一季度的營業收入總額為人民幣 15.3 億元，同比增長 25.5%。營業收入結構繼續轉變，從原來偏重於固定會員費模式朝向按服務效果掛鈎的收費模式，如按點擊效果和交易量的收費模式。同期權益擁有人應佔純利同比增長 37.1% 至人民幣 4.525 億元。

### 國際交易市場

二零一一年第一季度，我們國際交易市場的註冊用戶增加了 1,698,411 名至二零一一年三月三十一日的 19,723,404 名。企業商舖數增長 4.7% 至 1,777,292 個。用戶的擴張促使我們交易市場的流量及買家的活躍度不斷上升。

於二零一一年三月三十一日，我們有 116,454 名中國 Gold Suppliers。中國 Gold Suppliers 會員數於本季度減少是符合我們的預期，原因是客戶在價格調整前提早加入成為我們的會員，特別在二零一零年第四季度，我們看到客戶新簽激增的情況。第一季度會員總數放緩除是因為二零一一年一月開始調升會員年費的原因外，部分是因為農曆新年長假一貫所產生的業務季節性影響。在客戶續簽方面，我們高興看到，本季度續簽率維持在一個穩定的水平。

為恢復客戶對我們國際交易市場的信心，我們採取和嚴格執行五項措施來提升 Gold Supplier 會員服務，包括 1) 提升措施來防止有高風險欺詐傾向行為的賣家成為 Gold Supplier 會員及改善付費會員商舖的驗證程序；2) 進一步提升我們專有的方法來監察 Gold Supplier 會員在其商舖所顯示的資訊的質量；3) 加強執行有關清退會員方面的政策，及時除掉有潛在問題的 Gold Supplier 商舖；4) 在銷售隊伍方面，調整銷售激勵和紀律系統；及 5) 完善公司的管理架構、政策和工作程序，包括重整企業架構來加強公司對質量保證的獨立性，從而提升有關誠信安全的功能。這些積極的預防措施，再加上我們在買家市場的投入，有助我們交易市場長遠健康地發展。令人鼓舞的是，我們網站的流量和買家活躍度繼續提升，這證明我們平台吸引到更多全球各地買家來使用。

總括來說，我們重視供應商質量多於數量的主動戰略及加強誠信平台建設的措施，短期內會令客戶數增長放緩。然而，我們視這些舉措為我們業務可持續長期增長的奠基石。

我們於二零一一年第一季度繼續促進增值服務業務發展，並取得穩定的進展。本季度，增值服務收入佔中國 Gold Supplier 營業收入的貢獻繼續超越 25%。第一季度，我們在國際交易市場推出網銷寶，這一按效果付費的關鍵詞搜索系統。我們相信，這新的增值服務，不僅有利供應商提高市場營銷的功效，也可以讓我們更好地對日益增加的網站流量進行收費。到目前為止，網銷寶深受早期用家歡迎。然而，根據我們來自中國交易市場網銷寶的經驗，相信網銷寶可能需要幾個季度的時間始獲得更高的知名度及凝聚增長動力，才能為國際交易市場作出有意義的營業收入貢獻。除此之外，我們也開始將一達通所提供的深度出口相關服務擴展至我們現有客戶基礎。我們預計，這含「工作在阿里巴巴」價值的深度出口相關服務，將幫助我們改善用戶體驗感和付費會員的忠誠度。由於我

們大部份的增值服務屬新推出，或仍處於發展初期，我們預計它們於二零一一年的收入增長將會很溫和。然而，我們深信，從長遠來看，這些新產品將成為我們收入增長的基石。

於二零一一年三月三十一日，我們有 9,549 名國際 Gold Supplier。雖然總會員數減少，惟來自國際 Gold Supplier 的收入持續增長，彌補了客戶基礎的縮小。

### 全球速賣通

我們對全球速賣通強勁的增長動力感到興奮。二零一一年第一季度，全球速賣通在各方面，包括客戶數目、流量、用戶體驗和交易量均取得了重大進步。據第三方 Alexa.com 截至三月底的數據顯示，全球速賣通的網站流量排名繼續上升，是國際 B2B 在線交易平台中流量最高的一位。我們欣然看到全球速賣通日均交易額在半年內翻了一倍，這一一說明我們網上批發交易平台流量和需求旺盛。雖然全球速賣通目前對營業收入的貢獻不明顯，但隨著其持續強勁的增長勢頭，我們有信心它未來將成為買家賣家進行網上交易的一個重要平台。

二零一一年，我們將專注擴大產品種類、提高品牌知名度、優化訂貨程序和理順物流安排。此外，在全方位努力搭建誠信平台的同時，我們也會增強全球速賣通的誠信和安全水平，嚴厲打假。二零一一年一月，我們於全球速賣通上推出了倉儲集貨服務。通過倉儲集貨服務，全球速賣通的小企業可以把多個訂單合併為一，降低國際運輸的成本；他們更能於發貨前在中央倉庫確認有關訂單，並利用網上單一渠道跟踪這些來自中國供應商的訂單。

### 中國交易市場

二零一一年第一季度，我們的中國交易市場繼續穩步增長。註冊用戶增加了 1,534,562 名至二零一一年三月三十一日的 45,310,850 名。同期，企業商鋪增長 3.2% 至 7,069,780 個。我們中國誠信通付費會員淨增長 28,812 名，使總數於二零一一年三月三十一日止達到 706,466 名。第一季度客戶淨增加放緩主要是本季度長假所產生的業務季節性因素所致。為了更好服務我們的客戶，並讓他們進一步體會「工作在阿里巴巴」的價值，我們於二零一一年第一季度，提升了中國交易市場客戶原有的企業商鋪管理系統至更全面的工作平台，讓客戶透過工作平台更有效地管理他們的業務。

我們欣喜看到中國誠信通會員有持續增加使用增值服務的趨勢。截至二零一一年三月三十一日為止，我們有超過 15% 的付費會員使用網銷寶，這有助他們享用優質的搜索服務，提升搜索結果排名和增加他們在我們中國交易市場的曝光率。在二零一一年第一季度，增值服務收入貢獻增長穩定，增值服務佔中國誠信通的收入超越 20%。正如預期，增值服務的使用有助我們提高客戶的續簽率。整體而言，我們會員的續簽情況在二零一一年第一季度保持在一個穩定的水平。

### 無名良品

我們首個 B2C 在線交易平台無名良品於二零一一年一月試驗性推出。這新的交易平台清楚展示我們與姊妹公司淘寶合作和釋放的協同效應。無名良品的推出，是讓我們優質的批發供應商會員，可直接踏足淘寶網的巨大消費者群體。為保證供應商的質素，供應商們必須達到一定的標準方可於無名良品平台營運。於目前為止，平台發展符合預期。我們很高興地看到這一新平台的流量和日均交易額在過去幾個月猛增，尤其是在四月份我們與淘寶進行一系列聯合促銷的時候。現在我們以試驗性質開始對無名良品進行收費，我們根據交易總額收取交易佣金，由阿里巴巴和淘寶共同分賬。

### 中國萬網

於二零一一年三月三十一日，中國萬網於服務中的域名約有 220 萬個，而域名服務以外的付費會員總數約 267,200 名。由於銷售隊伍的重組，第一季度付費會員的數量略有下降。雖然域名服務仍然是中國萬網的核心業務，惟萬網也充分利用雲計算的技術，致力開發新的業務，如網站設計及開發服務和託管服務等。

另外，中國萬網和阿里雲計算繼續緊密合作，開發雲相關的服務，包括雲主機、雲存儲、雲解析、雲機房和雲郵箱。其中，雲主機現時已在服務當中。

### **阿里貸款**

阿里貸款計劃的需求仍然龐大，該計劃是我們與阿里巴巴集團和各銀行合作進行的，專門協助我們的付費會員獲取資金。我們在五個省份－浙江、江蘇、廣東、福建和山東以及三個主要城市－北京、上海和重慶提供阿里貸款計劃。我們預計未來數個季度來自阿里貸款的營業收入貢獻甚為微小，原因是我們仍處於試驗性收費模式的早期階段。我們還要和合作銀行積極加深研究和改進阿里貸款計劃的業務模式。

### **銷售及客戶服務**

於二零一一年三月三十一日，我們有超過**4,400**名**Gold Supplier**的直銷人員，以及約**2,300**名中國誠信通銷售代表。二零一一年第一季度的銷售員工總數下降是我們銷售團隊重組，及因之前欺詐事件辭退有關銷售人員的結果。除銷售團隊不斷服務我們的付費會員外，我們還有約**970**名的客戶服務團隊隨時接受客戶的查詢。

### **僱員**

於二零一一年三月三十一日，我們僱員總數為**13,241**名（二零一零年三月三十一日：**11,916**名），其中包括我們收購回來公司的僱員數目。在整體員工中，我們約有**2,000**名產品開發人員。有關僱員成本（包括董事酬金）為人民幣**6.583**億元（二零一零年：人民幣**5.175**億元）。因為我們專注穩定及增強現有業務，於二零一一年，我們不會擴大整體隊伍，而是維持在現在的水平上。

## 財務回顧

於二零一一年三月三十一日，我們擁有超過100萬名付費會員，包括832,469名來自我們國際及中國交易市場及267,223名來自中國萬網的付費會員。若扣除來自中國萬網的付費會員，付費會員數較二零一零年第一季度末增加26.4%及較二零一零年第四季度末增加2.9%。

於二零一一年第一季度，營業收入總額為人民幣15億3千1百70萬元，較二零一零年同期增加25.5%及與二零一零年第四季度持平。

本期，我們的國際交易市場營業收入增加至人民幣9億1千零50萬元，同比增加26.6%及環比增加3.3%。同比增長主要是由於增值服務和我們的中國Gold Supplier會員的營業收入以及我們在二零一零年下半年和二零一一年第一季度所收購的附屬公司（包括Vendio、Auctiva和一達通）的貢獻增加。我們的中國Gold Supplier會員於二零一一年三月三十一日達116,454名，較二零一零年三月三十一日增加15,760名及較二零一零年十二月三十一日減少4,820名。環比減少是由於我們在二零一零年第四季度已宣佈對2011版中國Gold Supplier的價格作出調整，因此二零一零年第四季度客戶新簽較多以及農曆新年長假有關的典型業務季節性的影響。國際Gold Supplier會員數減少至二零一一年三月三十一日的9,549名，同比減少6,781名及環比減少885名。

本期，我們中國交易市場的營業收入為人民幣5億1千5百20萬元，同比增加26.8%及環比減少1.8%。同比增長主要由於來自我們的中國誠信通會員及增值服務的營業收入增加。環比減少主要由於農曆新年假期的影響，該假期減少了我們增值服務（如網銷寶及黃金展位）的使用。我們的中國誠信通會員於二零一一年三月三十一日達706,466名，較二零一零年三月三十一日增加164,789名及較二零一零年十二月三十一日增加28,812名。

本期的其他營業收入，主要指來自中國萬網的營業收入，為人民幣1億零6百10萬元，同比增加11.0%及較上個季度減少8.2%，原因為銷售隊伍的重組以及農曆新年長假的影響。

本期毛利增加至人民幣12億5千4百70萬元，相較去年同期人民幣10億2千6百30萬元增加22.3%及與二零一零年第四季度的人民幣12億5千4百10萬元持平。毛利率輕微下跌至81.9%，去年同期為84.1%，而上一季度為82.4%。同比下降主要由於我們的新業務舉措，如全球速賣通、Vendio及Auctiva對營業收入的貢獻比重增加，而相對地該些舉措的毛利率較低。環比下降主要由於新近實施的城市建設及教育稅。

本期總經營費用為人民幣8億2千1百萬元，較去年同期人民幣7億零6百10萬元增加16.3%及較上一季度人民幣9億零8百20萬元減少9.6%。經營支出同比增加是由於擴展我們的業務，而環比減少主要由於季節性市場推廣費用下降。佔營業收入的百分比計算，本期總經營支出為53.6%，而去年同期為57.8%，二零一零年第四季度為59.7%。同比減少主要由於增值服務的營業收入增加，增值服務產生較高的經營利潤率，以及實現規模效益，而環比減少主要由於按營業收入的百分比計所產生的市場推廣費用和股權報酬支出減少。

本期其他經營收入（淨額），其主要為我們收到的政府補助，為人民幣4千9百20萬元，而二零一零年同期為人民幣4千9百30萬元，二零一零年第四季度為人民幣3千1百10萬元。

本期我們的未扣除利息、稅項及攤銷前之利潤（「EBITA」）（非GAAP）為人民幣5億零9百80萬元，較二零一零年同期的人民幣3億7千4百60萬元增加36.1%及較二零一零年第四季度的人民幣3億9千8百40萬元增加28.0%。本期EBITA率（非GAAP）為33.3%，而二零一零年同期為30.7%，二零一零年第四季度為26.2%。本期未扣除股權報酬支出的EBITA率（非GAAP）為38.8%，較去年同期的34.9%增加及較二零一零年第四季度的32.9%增加。未扣除股權報酬支出的EBITA率同比及環比增加主要由於按營業收入的百分比計銷售及市場推廣費用降低以及增值服務營業收入貢獻較高的利潤率。

財務收支淨額為人民幣5千6百80萬元，同比增加71.4%及環比增加9.7%。同比及環比增加主要由於平均銀行存款增加而賺得的利息收入增加及匯兌收益增加。

所得稅支出為人民幣8千7百70萬元，較二零一零年同期的人民幣6千8百70萬元增加27.6%及較上一季度的人民幣1千6百60萬元增加427.1%。環比增加主要由於兩個期間計算中國企業所得稅所採用之稅率不同（二零一零年第四季度為10%，而二零一一年第一季度為15%）。根據財稅 [2008] 第1號文件，在中國企業所得稅法下，國家規劃佈局內獲正式確認的重點軟件企業可享10%的較低中國企業所得稅率。阿里巴巴中國於二零一一年初獲授予二零一零年重點軟件企業，故按10%計算二零一零年全年中國企業所得稅，而以前各季度的影響已於二零一零年第四季度的業績內反映。由於此重點軟件企業資格須每年予以審閱，故我們已按15%計算二零一一年第一季度的中國企業所得稅。本期我們的實際稅率為16.3%，高於我們主要營運附屬公司阿里巴巴（中國）網絡技術有限公司（「阿里巴巴中國」）所適用的15%所得稅率，主要由於我們產生的股權報酬支出不可扣稅。除去股權報酬支出的影響，本期我們的實際稅率應為14.0%。

本期權益擁有人應佔溢利為人民幣4億5千2百50萬元，較二零一零年同期增加37.1%及較二零一零年第四季度增加10.2%。

二零一一年第一季度每股盈利(基本及攤薄)分別為10.6港仙及10.5港仙，相較於二零一零年第一季度的每股盈利(基本及攤薄)為7.5港仙及7.4港仙， 相較於二零一零年第四季度的每股盈利(基本及攤薄)為9.5港仙及9.4港仙。本期未扣除股權報酬支出前的每股攤薄盈利（非GAAP）為12.5港仙，而二零一零年同期為8.5港仙，二零一零年第四季度為11.8港仙。

於二零一一年三月三十一日，遞延收入及預收賬款為人民幣42億1千零20萬元，較二零一零年三月三十一日的人民幣35億6千7百90萬元增加18.0%及較二零一零年十二月三十一日的人民幣44億3千4百40萬元減少5.1%。環比減少主要來自我們的國際交易市場，歸因於新會員註冊放慢。

本期經常性經營自由現金流量（非GAAP）為人民幣1億5千8百60萬元，較去年同期減少63.8%及較上一季度減少86.6%。同比及環比顯著減少主要是受到二零一零年第四季度會員新簽產生的現金收入顯著增加以及因現有會員預期我們會漲價而儘早續約以及計劃支付二零一零年年終獎金的影響。

儘管我們於二零一一年年初派發了特別現金股息及對員工發放二零一零年的年終獎金，於二零一一年三月三十一日，現金及銀行存款仍強勁，達人民幣94億1千4百90萬元，較去年同期增加25.0%及與二零一零年第四季度持平。

## 展望

二零一一年，我們有清晰的策略，就是要穩定現有業務及加速我們的商業模式升級。但至關重要的是要令到買家和賣家都能夠從我們提供的優質服務及信息中獲得明確的價值。因此，二零一一年，我們會重點投放資源為客戶創造更多價值。我們會致力提升我們的交易市場上的供應商資訊的質量；提高買家的用戶體驗；加強買家賣家進行網上貿易的誠信及安全。二零一一年，在這些業務重點下，我們預計短期的會員數增長和未來幾個季度的營業收入有可能放緩。但長遠來看，搭建一個優質的電子商務平台，有助我們吸引更多的用戶使用阿里巴巴。

展望未來，我們希望可廣泛利用我們的平台和銷售隊伍進一步提升行業和用戶信息的質量，並有效利用收集到的資訊更好地幫助我們的客戶。我們相信，憑著數據的力量，我們將進入下一階段更進一步地發展。為此，我們可以利用這些數據為小企業創造更高的價值，使我們可長期持續不斷地增長。

我們深信，爲了分享電子商務的蓬勃發展，我們業務模式的提升是一個必要的步驟。從初步市場對我們以交易及效果爲導向的新舉措，如全球速賣通、無名良品和網銷寶的反應來看，我們認爲，這些新的服務能夠幫助我們小企業客戶的成長奠定更堅實的基礎。特別地，我們將進一步開發和投資全球速賣通和無名良品。這有效展示我們和姊妹公司，包括淘寶、支付寶和阿里雲計算的更多協同，不停向前推動。

在過去幾個季度，我們在增值服務方面也取得進展。同一時間，爲了長遠有利發展，我們也重新審視這些增值服務，望能更合理地理順有關產品。因此，在未來幾個季度，我們國際交易市場的增值服務有機會進行若干的整合。儘管如此，在清晰的戰略和業務目標下，我們正穩步朝著更可持續成長的業務模式發展。在未來，買家是否願意選擇使用我們的交易市場，將取決於他們是否相信我們提供的資訊的質量以及我們的網上貿易環境的安全度，而無論是會員服務費、按表現收取的費用還是按交易收取的費用，這也會是我們能否從付費供應商會員身上創造收入的關鍵。

## 審閱財務報表

審核委員會（由三名非執行董事組成，成員包括郭德明（委員會主席）、蔡崇信及關明生）已審閱本公司截至二零一一年三月三十一日止第一季度的業績。審核委員會定期與管理層、外部核數師和內審人員召開會議討論本公司適用的會計原則及慣例，以及其他內部監控及財務報告事項。

代表董事會  
執行董事兼首席執行官  
陸兆禧

香港，二零一一年五月十二日

於本公佈日期，本公司董事會的組成如下：

### 主席兼非執行董事

馬雲

### 執行董事

陸兆禧

武衛

邵曉鋒

彭翼捷

### 非執行董事

蔡崇信

鄒開蓮

岡田聰良

### 獨立非執行董事

牛根生

郭德明

崔仁輔

關明生

本公佈可於本公司網站 <http://ir.alibaba.com> 下載