

阿里巴巴集团概况

集团简介

阿里巴巴集团创立于1999年，旨在助力企业，帮助其变革营销、销售和经营的方式，提升其效率。我们为商家、品牌、零售商及其他企业提供技术设施以及营销平台，帮助其借助新技术的力量与用户和客户互动，并更高效地经营。我们还为企业提供领先的云设施和服务，以及更强的工作协作能力，促进其数字化转型并支持其业务增长。

我们的业务包括中国商业、国际商业、本地生活服务、菜鸟、云、数字媒体及娱乐以及创新业务及其他。围绕着我们的平台与业务，一个涵盖了消费者、商家、品牌、零售商、第三方服务提供者、战略合作伙伴及其他企业的生态体系已经形成。

2022财年，阿里巴巴生态体系的商品交易额（GMV）为人民币8.317万亿元，包括我们面向中国消费者的业务产生的GMV，以及国际商业零售业务产生的GMV。在2022财年，阿里巴巴生态体系通过面向全球消费者的业务服务的年度活跃消费者约为13.1亿，其中超过10亿消费者来自中国，3.05亿消费者来自海外。此外，我们通过云业务为数百万企业提供服务。

阿里巴巴生态体系



使命

阿里巴巴集团的使命是让天下没有难做的生意。我们的创始人创办本公司是为了支持小企业发展，他们相信互联网能够创造公平的环境，让小企业通过创新与科技拓展业务，并更有效地参与中国及国际市场竞争。

愿景

我们不追求大，不追求强；我们追求成为一家活102年的好公司。我们的愿景是让客户相会、工作和生活 在阿里巴巴。

随着我们的业务不断扩展，从商业拓展至本地生活服务、物流、云、数字媒体及娱乐等众多其他领域，阿里巴巴已逐步建设了一个独特的、充满活力与创新的生态体系。我们为2024财年设定了中期目标：推进我们的全球化战略，通过我们的中国消费者业务服务超过10亿消费者，并通过我们的中国消费者业务创造人民币10万亿元以上的年度消费额。

我们相信这些目标让我们更接近于实现2036财年的愿景：服务全世界20亿消费者，帮助1,000万家中小企业盈利以及创造1亿就业机会。

阿里巴巴2036财年愿景



价值观

我们的价值观是公司文化的支柱，引领集团上下为客户及其他持份者认为正确的事而努力。

1. 客户第一，员工第二，股东第三

这就是我们的选择，是我们的优先级。只有持续为客户创造价值，员工才能成长，股东才能获得长远利益。

2. 因为信任，所以简单

世界上最宝贵的是信任，最脆弱的也是信任。阿里巴巴成长的历史是建立信任、珍惜信任的历史。你复杂，世界便复杂；你简单，世界也简单。阿里人真实不装，互相信任，没那么多顾虑猜忌，问题就简单了，事情也因此高效。

3. 唯一不变的是变化

无论你变不变化，世界在变，客户在变，竞争环境在变。我们要心怀敬畏和谦卑，避免“看不见、看不起、看不懂、追不上”。改变自己，创造变化，都是最好的变化。拥抱变化是我们最独特的DNA。

4. 今天最好的表现是明天最低的要求

在阿里最困难的时候，正是这样的精神，帮助我们渡过难关，活了下来。逆境时，我们懂得自我激励；顺境时，我们敢于设定具有超越性的目标。面向未来，不进则退，我们仍要敢想敢拼，自我挑战，自我超越。

5. 此时此刻，非我莫属

这是阿里第一个招聘广告，也是阿里第一句土话，是阿里人对使命的相信和“舍我其谁”的担当。

6. 认真生活，快乐工作

工作只是一阵子，生活才是一辈子。工作属于你，而你属于生活，属于家人。像享受生活一样快乐工作，像对待工作一样认真地生活。只有认真对待生活，生活才会公平地对待你。我们每个人都有自己的工作和生活态度，我们尊重每个阿里人的选择。这条价值观的考核，留给生活本身。

负责任的科技，可持续的未来

2021年12月17日，阿里巴巴集团公布2030年前集团自身运营实现碳中和，开创性提出范围3+目标，旨在2035年前带动集团生态体系减碳15亿吨。

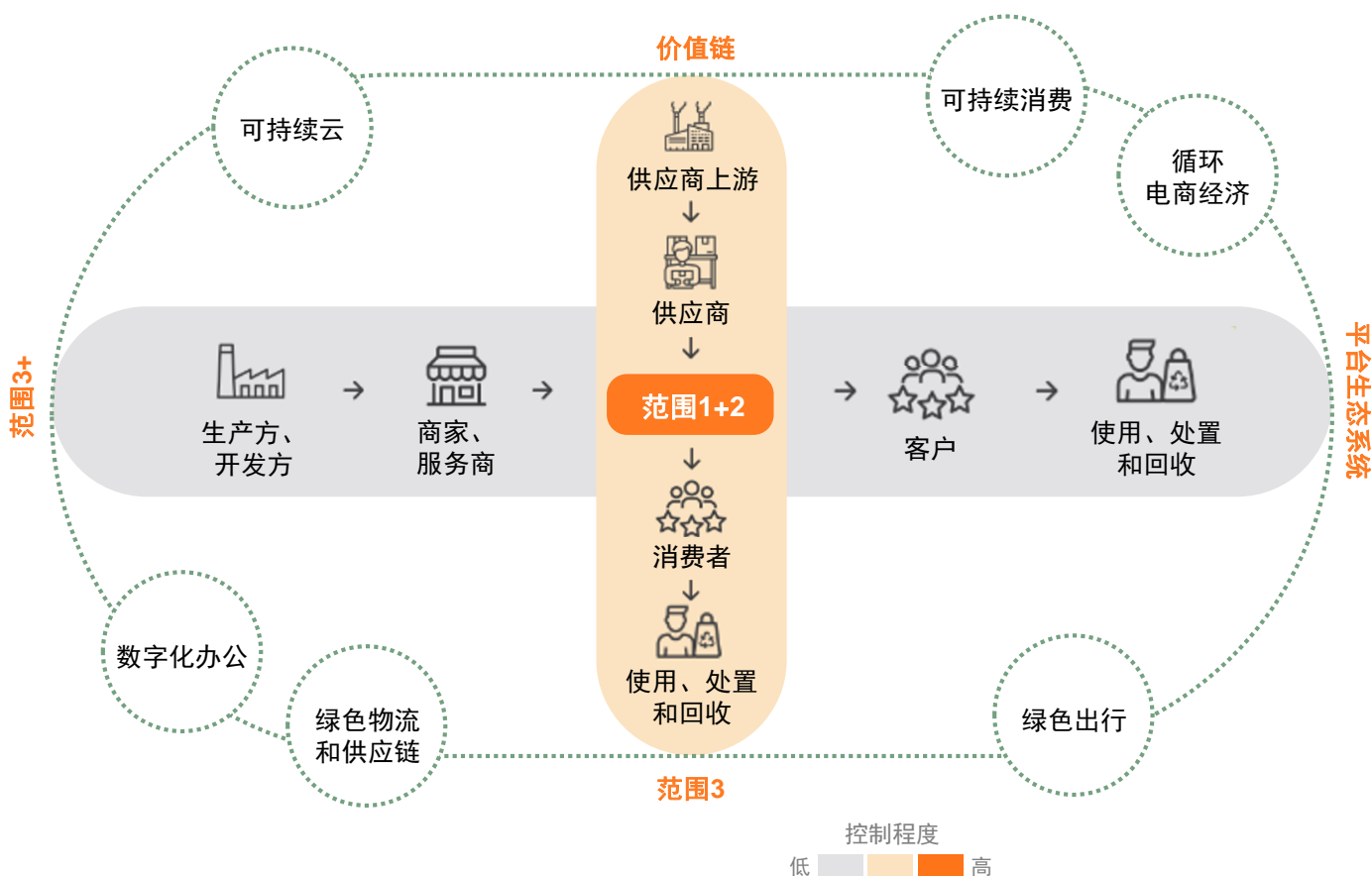
集团的“环境、社会及管治”（ESG）策略是基于我们做一家活102年好公司的使命而制定，是我们长期发展的重要基础。我们的目标不仅是帮助消费者提升生活素质，还旨在协助企业，特别是中小企，在减碳的同时实现可持续发展。这一核心目标，是建立在“能源转型、科技创新、参与者经济”三个支柱之上。

目标和承诺

做好绿色阿里巴巴：2030年前，实现自身运营碳中和。

做强绿色价值链：2030年前，协同上下游价值链实现碳排放强度比2020年降低50%；其中云计算在同阿里巴巴一起实现范围1和2碳中和的基础上，率先实现范围3的碳中和。

做大绿色生态：通过助力消费者和企业，激发更大的社会参与，到2035年15年间，带动生态累计减碳15亿吨。



阿里巴巴23年里程

阿里巴巴集团由曾担任英语教师的马云与其他来自不同背景的伙伴共18人，于1999年在中国杭州创立。我们的创始人怀着扶持小企业的热忱和希望创办本公司，他们深信互联网是创造公平环境的核心推动力，让小企业通过创新与科技扩展业务，并在参与国内或全球市场竞争时处于更有利的位置。

1999	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴在马云位于中国杭州市的公寓内创立• 商业对商业（B2B）电子商务平台阿里巴巴国际站及1688.com推出
2001	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴确定其使命，并形成了价值观体系“独孤九剑”
2003	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴创办淘宝，并于非典型肺炎爆发期间照常运作
2004	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴确立新价值观体系“六脉神剑”
2005	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴于5月10日举办第一届阿里日，纪念2003年非典型肺炎爆发期间，阿里人所表现的“果断、团结、敬业、互助互爱”的阿里精神
2007	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴的变现平台阿里妈妈推出
2008	<ul style="list-style-type: none">• 面向品牌与零售商的第三方商业平台天猫上线，与淘宝相辅相成
2009	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴创立云计算业务阿里云• 阿里巴巴举办第一届“双11”全球购物狂欢节
2010	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴全球零售交易市场之一速卖通推出• 阿里巴巴推出合伙人制度，以确保其使命、愿景及价值观的可持续发展• 手机淘宝客户端推出
2011	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴成立阿里巴巴公益基金会，致力支持社会公益事业，并重点支持中国的环境保护工作
2012	<ul style="list-style-type: none">• 淘宝和天猫平台2012年前11个月的合计GMV超过人民币1万亿元
2013	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴与其商业伙伴共同创立菜鸟• 阿里巴巴启动“all-in 无线”战略
2014	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴于纽约证券交易所上市
2015	<ul style="list-style-type: none">• 阿里巴巴推出钉钉，为现代企业和组织提供了工作、分享和协同的新方式
2016	<ul style="list-style-type: none">• 盒马第一家门店开业，标志着阿里巴巴新零售业务生鲜食品及日用品零售连锁品牌首次亮相• 阿里巴巴中国零售市场的2016财年GMV超越人民币3万亿元；就GMV而言，按已公开及可比较的交易数字计，阿里巴巴成为全球最大的零售商业公司• 阿里巴巴取得中国领先线上视频平台优酷及东南亚领先电商平台Lazada的控股股权• 马云关于构建全球电子商务贸易平台eWTP的倡议获纳入G20公报

- 2017
 - 阿里巴巴与国际奥委会达成期限直至2028年的长期合作
 - 阿里巴巴成立全球尖端科技研发项目阿里巴巴达摩院
 - 位于马来西亚的eWTP 项目首个海外e-hub正式启用
- 2018
 - 阿里巴巴收购中国领先的即时配送及本地生活服务平台饿了么
 - 阿里巴巴成立开放研究平台罗汉堂
 - 阿里巴巴宣布未来五年将助力实现从全球逾120个国家和地区进口2,000亿美元商品的“大进口计划”
- 2019
 - 阿里巴巴成立20周年，全面升级使命、愿景和价值观，形成“新六脉神剑”
 - 张勇继任马云担任阿里巴巴集团董事会主席
 - 阿里巴巴取得蚂蚁集团33%的股权
 - 阿里巴巴登陆香港联交所主板，成为首家同时在纽约证券交易所和香港联交所上市的中国互联网公司
- 2020
 - 阿里巴巴正式推出淘宝特价版，主打工厂直供、定制化的商品服务消费者
 - 2020财年，阿里巴巴生态体系的GMV突破1万亿美元
 - 新冠肺炎疫情爆发，阿里巴巴启动“春雷计划2020”，帮助中小企业“危”中寻“机”
 - 阿里巴巴旗下迅犀数字工厂揭幕，标志其标志其“五新”战略中的新制造战略成果首度亮相市场
 - Lazada通过“阿波罗计划”升级物流能力，以全新物流系统高效整合物流能力和电商业务
 - 阿里巴巴投资约36亿美元增持中国领先的商超运营商高鑫零售至约67%股份，以推进其新零售战略
 - 淘特宣布年度活跃消费者突破1亿
- 2021
 - 阿里巴巴为阿里云的企业客户提供钉钉解决方案，包括更强的办公协作能力以及阿里云的大数据分析和AI能力，进一步促进企业数字化转型
 - 阿里巴巴获评“全国脱贫攻坚先进集体”
 - 淘宝和天猫陆续推出各项支持商家举措，例如透过开设服务中心、店铺保证金优惠、免费提供部分分析工具和营销工具助商家提升营运效率
 - 阿里巴巴推出一系列“降、免、扶”措施，持续支持淘宝及天猫商家
 - 淘宝特价版宣布品牌升级，正式更名为淘特，主打“特便宜、特简单、特地道、特放心”
 - 奥林匹克广播服务公司与阿里巴巴合作，推出以阿里巴巴云技术驱动的解决方案奥林匹克转播云，于2020年东京奥运会期间为持权转播机构提供服务支持，实现首次云上转播
 - 阿里巴巴社区电商品牌升级为“淘菜菜”
 - 阿里云发布自研服务器芯片“倚天710”
 - 阿里巴巴公布于2030年前集团自身运营实现碳中和，并开创性提出范围3+的目标，旨在促进集团生态体系于2035年前减碳15亿吨
- 2022
 - 2022年冬季奥运会首次将核心赛事技术服务部署于阿里云上
 - 阿里巴巴面向中国消费者的业务实现年度活跃消费者超过10亿的历史性里程碑
 - 阿里巴巴加入倡导低碳技术专利共享的国际平台“低碳专利承诺”（Low Carbon Patent Pledge），并对外免费开放九项关键的数据中心低碳专利，以加速绿色科技的采用及加强协同创新