

Alibaba

環境、社會和治理報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT
2025



目錄



使命、願景	002
集團首席執行官的信	003
董事會聲明	004
報告說明	005
公司概覽	006
報告摘要	007
ESG 績效表現	014
ESG 獎項	017

附錄	111-131
----	---------

治理

規範公司治理

公司治理架構	021-022
風險管理	023-024
ESG 治理	025-026

環境

保護環境

應對氣候變化	031-033
推進碳中和	034-042
助力建設綠水青山	043-046

社會

支持員工發展

多元、平等和共融	050-053
人才的吸引與保留	054-057
豐富的人才發展機會	058-059
員工的健康與活力	060-061

恪守產品責任服務消費者

創造良好的消費體驗	065-069
營造包容健康的數字生活	070-072

共建數智平台服務企業客戶

發展負責任的科技	076-081
發展健康可持續的電子商務平台	082-084

回饋社會和社區

參與鄉村振興	088-090
應急救災	091
科技助力解決社會問題	092
促進創業與就業	093-095

堅持誠信經營

恪守商業道德	099-100
深化供應商管理	101-102
保護數據安全與私隱	103-105
守護網絡安全	106-108
完善科技倫理	109-110



我們的使命

讓天下沒有難做的生意

為了支持小企業發展，我們的創辦人創辦了本公司。我們相信互聯網能夠創造公平的環境，讓小企業透過創新與科技拓展業務，並更有效地參與中國及國際市場競爭。我們堅信專注於客戶需求並為其提供解決方案（不論客戶是消費者、商家或是企業），最終將引領我們的業務走向成功。在數字時代，我們始終堅守使命，通過幫助客戶及商業夥伴充分發揮數字技術、人工智能（AI）與雲基礎設施的優勢，以優化營運、開拓新機遇並推動創新。同時，我們的決策以長期使命為指引，而非著眼於短期利益。

我們的願景

我們不追求大，不追求強；我們追求成為一家活 102 年的好公司。

我們創立於 1999 年，持續發展 102 年就意味著我們將跨越三個世紀，取得少有企業能實現的成就。我們的文化、商業模式和系統的建立都要經得起時間考驗，讓我們得以長期可持續發展。

集團首席執行官的信

真實、有溫度、負責任

這是阿里巴巴連續第四年發布 ESG 報告。自今年起，ESG 報告將和年報一同發布，這是一個阿里巴巴的兩種呈現方式，無論哪一種，我們都力求真實、有溫度、負責任。

2025 年，全球面臨的可持續發展挑戰益發艱鉅。但自從四年前確立 ESG 目標以來，公司持續推進 ESG 行動的決心沒有變，不斷完善內部組織與治理機制沒有變，ESG 依然是一把重要標尺，度量和校準我們發展的品質。

過去一年，我們的 ESG 行動重點關注了幾個「度」。在碳減排方面，潔淨電力使用比例顯著提升，價值鏈上的淨排放強度下降，推動生態減排持續提升；在公益及社會價值領域，不追求投入絕對資金額度，而是強調項目和行動的實際影響力和社會感知度；在公司治理層面，去年公司完成了香港聯交所雙重主要上市，對標港交所要求完善 ESG 資訊披露，並進一步提升了公司治理透明度。同時，在確保彈性和高效的前提下，進一步加強了各業務線在 AI 推進和社會價值工作中的協同度。

隨著「AI 驅動」戰略的持續推進，我們在提升 AI 技術能力的同時，也十分關注技術向善。我們持續積極推動技術開源，支持 AI 驅動的科學研究，同時高度重視科技倫理和安全底線。

過去一年，阿里巴巴重要模型貢獻度被評為全球第三，基於 Qwen 模型開發的衍生模型在 Hugging Face 平台累計超過 100000 個，成為全球衍生模型數量最多的 AI 模型家族。達摩院 AI 多癌早篩技術已成功在國內不少縣域試點落地，並與世界衛生組織數字健康合作中心達成戰略合作向全球推廣。可以預見，AI 不僅會成為阿里巴巴 ESG 價值關懷的重要內容，也會成為提升 ESG 行動效率的重要工具。

技術向善，歸根到底源自於人的善意。2025 年是阿里巴巴提出「人人三小時」全員參與公益倡議的十周年。十年來，阿里巴巴員工積極投身社會公益，參與設計的打拐系統「團圓」累計找回了 5113 名孩子；累計派出 34 位鄉村特派員深入全國 29 個縣域助力鄉村振興；僅過去一年，高德「輪椅導航」項目就提供了超過 1 億次無障礙路線規

劃和視障導航服務，餓了麼「無聲騎士」項目幫助超過 4200 名聽障人士順利就業……公益從幾個人的善意，發展成一群人的行動，最終成為所有人共同的價值追求和公司的文化核心。更重要的是，參與過公益的員工將解決社會問題的方法和溫度帶回業務場景，今天，阿里的各業務中都有公益的設計。十年的行動讓我們相信：有關心真實議題的員工，才能打造出有溫度的產品，從而成就負責任的企業。

這是阿里巴巴持續成長為「好公司」的基石，也為我們應對不確定性、掌握未來提供了堅實保障。

吳泳銘

阿里巴巴集團首席執行官
2025 年 6 月





董事會聲明

阿里巴巴建立了三級 ESG 治理架構，由可持續發展委員會（SC）、可持續發展管理委員會（SSC）和 ESG 工作組組成。阿里巴巴集團董事會設立了 SC，以協助董事會識別和評估公司的 ESG 機遇與風險，監督和評估 ESG 相關計劃及項目的實施與成效，並就 ESG 相關事項定期向董事會匯報。SSC 由管理層成員構成，負責制定並落實 ESG 戰略與目標，編制 ESG 披露內容，並向 SC 匯報。ESG 工作組負責日常 ESG 相關工作的具體執行。更多內容詳見第一章第三節「ESG 治理」。

2025 財年，SSC 牽頭與內部業務團隊及外部利益相關者開展討論，結合各業務的行業特性和商業模式，綜合考量 ESG 議題對業務及財務的影響，從而識別並評估不同 ESG 議題的優先次序。基於上述討論，SSC 制定了公司 2026 財年的 ESG 目標，並提交 SC 審議批准。

SSC 持續監督 ESG 工作的進展，並定期向 SC 匯報。每個財年末，SC 將審查當年設定的 ESG 相關目標完成情況，討論對公司產生重大影響的 ESG 議題，並審議批准下一財年的 ESG 相關目標。

董事會下設的合規及風險委員會（CRC）負責監督公司整體合規與風險管理，包括 ESG 風險管理。公司已將關鍵 ESG 風險納入全面風險管理體系。

報告說明

本報告中「阿里巴巴」、「阿里」、「我們」、「集團」主要指「阿里巴巴集團控股有限公司」。

本報告涵蓋阿里巴巴所有財務報表合併實體公司在 2024 年 4 月 1 日至 2025 年 3 月 31 日期間的 ESG 進展¹，同時為了闡釋的完整性和連續性，我們在特定議題下回顧和延展了部分內容。

本報告按照香港交易所的《環境、社會及管治報告守則》編制，並參考聯合國 2030 年可持續發展目標（SDG）、全球報告倡議組織（GRI）標準、永續會計準則委員會（SASB）準則、《國際財務報告可持續披露準則》。

本報告符合「重要性」、「量化」、「平衡」和「一致性」原則。

- 重要性原則。我們開展重要性評估，以識別和評估對於業務、內部及外部相關方的重要 ESG 議題。重要性評估過程以及結果，請詳見「附錄 4 利益相關者溝通和重要性評估」。
- 量化原則。有關本報告中量化指標的計量標準、方法、假設及 / 或計算工具、以及使用的轉換因子來源均已在相應位置（如適用）進行了說明。
- 平衡原則。本報告旨在平衡地陳述我們在 ESG 各方面的工作，包括環境、社會和治理。
- 一致性原則。本年度環境、社會及管治報告的編制方式與往年保持一致，如存在可能影響與歷史數據可比性的調整，均已在本報告相應位置予以說明。

如無特殊說明，本報告所示金額均以人民幣列示。

本報告線上閱讀版本在阿里巴巴官網 ESG 頁面（<https://www.alibabagroup.com/esg>）呈現，其中包括中文簡體、中文繁體及英文。

如有任何對報告的問題或建議，請發送電郵至：ESG@alibaba-inc.com。

1. 考慮到 2025 年財年高鑫零售的出售已完成，銀泰的出售也基本完成。因此，本報告披露範圍不包括高鑫零售和銀泰

公司概覽

阿里巴巴的業務包括淘天集團、阿里國際數字商業集團、雲智能集團、菜鳥集團、本地生活集團、虎鯨文娛集團（前稱大文娛集團）及所有其他。圍繞著本公司的平台與業務，一個涵蓋了消費者、商家、品牌、零售商、第三方服務供應商、戰略合作夥伴及其他企業的生態體系已經形成。

淘天集團包括中國零售商業及中國批發商業。中國零售商業主要包括本公司於中國的數字零售業務淘寶和天貓、天貓超市、天貓國際及中國的消費者社群和閒置商品交易市場閒魚。中國批發商業主要包括綜合型內貿線上批發交易平台 1688.com。

阿里國際數字商業集團包括國際零售商業及國際批發商業。國際零售商業主要包括全球零售交易平台速賣通、土耳其電商平台 Trendyol、東南亞電商平台 Lazada 及南亞電商平台 Daraz，其主要市場包括巴基斯坦和孟加拉國。國際批發商業主要包括綜合型外貿線上批發交易平台 Alibaba.com。

雲智能集團向全球客戶提供基於基礎設施即服務（IaaS）、平台即服務（PaaS）和模型即服務（MaaS）三層架構的全方位雲服務。

菜鳥集團已在全球範圍內建立起具有端到端物流能力的智慧物流網路。菜鳥控制物流網路的關鍵節點以確保服務品質、效率及可靠性，同時運用可信賴的合作夥伴的能力以推動網絡拓展及資本效率。菜鳥在中國及全球提供一系列創新的物流解決方案，服務阿里巴巴的電商業務及第三方。

本地生活集團包括中國的本地生活服務及即時配送平台餓了麼及中國的移動數字地圖、導航及實時交通訊息服務供應商高德。

虎鯨文娛集團包括中國的在線長視頻平台優酷、提供內容製作和宣傳發行的大麥娛樂（前稱阿里影業）、演出活動的票務營運、IP（知識產權）相關的許可及商務營運、院線票務服務管理以及娛樂產業互聯網數據服務。

所有其他業務包括盒馬、阿里健康、靈犀互娛、智能信息（主要包括 UC 優視及夸克）、飛豬、釘釘、高鑫零售、銀泰等業務。截至 2025 年 3 月 31 日，高鑫零售的出售已完成，銀泰的出售也基本完成。



報告摘要

ESG 戰略定位

ESG 理念以利益相關者理論為核心基礎，主張企業應當對包括員工、客戶、社區及環境等在內的所有利益相關者承擔責任。這一理念要求企業在追求經濟效益的同時，必須兼顧社會環境價值，透過完善的公司治理（G）、環境管理（E）和履行社會責任（S）來平衡多元主體的利益訴求。這與阿里巴巴「客戶第一，員工第二，股東第三」的價值觀高度契合。

2022 財年，我們將 ESG 正式確立為阿里巴巴基石戰略之一，並確立了融入商業發展、運用科技創新、推動參與者生態為可持續發展三大實施路徑。我們致力於透過這一戰略框架，圍繞各利益相關者的核心訴求，打造系統性、規模化且符合公共利益的解決方案，從而獲得穿越周期的機會。

相關的利益相關者	目標	ESG 策略支柱	SDG 目標
治理	 透過制度設計保障各個利益相關者的利益平衡。	規範公司治理	16 17
環境	 我們致力於科技賦能環境保護，透過運用技術提效、轉變資源使用方式和推動參與者生態三大路徑，攜手各方應對氣候變化，守護自然生態。	保護環境	6 7 12 13 14 15
社會	 為員工打造平等包容、健康安全的工作環境，建設全面的人才發展培訓體系，關注員工成長，讓「員工成為更好的自己」。	支持員工發展	3 4 5 8 10
	 堅持用戶為先，將產品質量與服務體驗保持在高水平，贏取消費者對阿里巴巴的認可與喜愛。同時，持續關注殘障人士、少數群體、長者等群體的需求，推進「美好消費一個都不能少」的願景落實。	恪守產品責任服務消費者	3 10 12
	 阿里巴巴的使命是「讓天下沒有難做的生意」。我們正在加大投入 AI 基礎設施和科技研發的投資，並推動現有業務的 AI 技術升級。我們堅信 AI 技術的應用必將企業客戶的生產力提升至全新水平。	共建數智平台服務企業客戶	8 9 12
	 應對社會挑戰並非企業的負擔，而是增長與創新的催化劑。我們倡導人人參與，以行動創造改變，共同構建更有溫度的社會。	回饋社會與社區	1 2 3 4 5 8 10 11 17
	 阿里巴巴把誠信作為立身之本。這是我們留住人才、服務好消費者和企業客戶的基礎，同時也是我們踐行社會責任的初心。	堅持誠信經營	16 17

2025 財年阿里巴巴 ESG 核心議題進展

過去一年，我們的 ESG 進展如下。

治理：規範公司治理

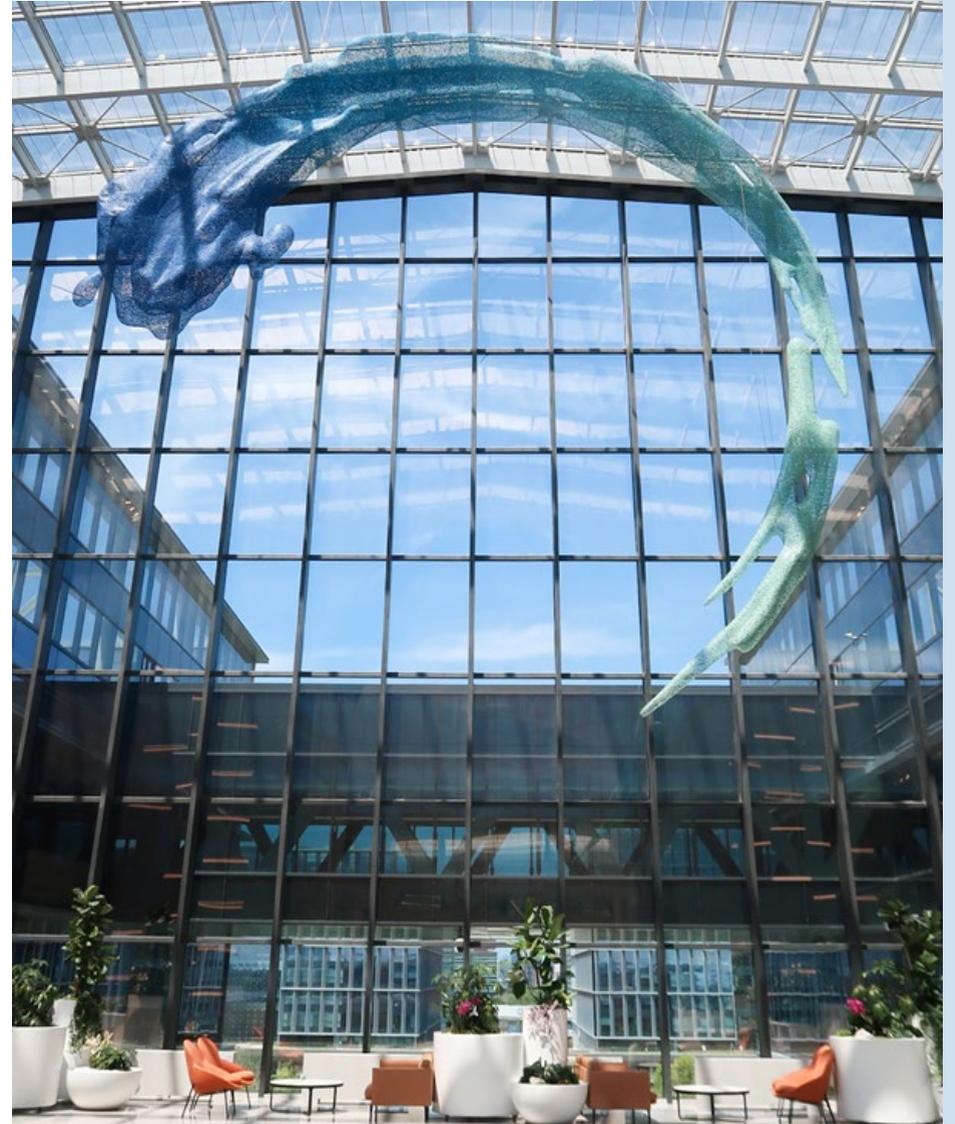
阿里巴巴的商業根基來自於公眾信任。透明、專業的治理是贏得並維繫利益相關者信任的關鍵。為此，我們持續優化治理體系。

構建專業、多元化的董事會結構。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴董事會由 10 名成員構成，獨立董事成員佔比為 60%。繼審計委員會和薪酬委員會之後，提名及公司治理委員會也將獨立董事佔比從 67% 提升至 100%。合規及風險委員會的獨立董事佔比從 60% 提升至 75%。女性董事的比例保持 30%。

持續推進全面風險管理體系，包括 (i) 建立涵蓋董事會、集團管理層以及各業務的風險管理架構；(ii) 在集團和各業務建立風險識別與評估、風險控制與治理、風險報告與決策的風險管理流程、應急

管理流程、監督評價和檢查機制；(iii) 發布《阿里巴巴集團合規培訓制度》，提倡把合規與風險意識植入企業文化以及日常營運。2025 財年，我們共組織近 2,000 次合規與風險文化的宣傳和培訓活動（包含線上線下培訓、內部線上交流社區的宣傳貼、圖文推送等多種形式）。

加強 ESG 治理。以《阿里巴巴集團 ESG 治理和披露政策》為綱領，2025 財年，可持續發展管理委員會發布了《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》明確阿里巴巴 ESG 目標管理流程。此外，還發布了《阿里巴巴集團氣候風險及機遇合規管理制度》《阿里巴巴集團碳排放合規管理制度》來管理氣候變化和碳排放議題。



環境：紮實推進低碳和綠色的高質量實現

推進碳中和目標

2021年，阿里巴巴集團提出不晚於2030年實現自身營運碳中和、實現價值鏈淨排放強度減半，及帶動和賦能平台生態15年減排15億噸目標。2025財年，我們在減排目標的完成上取得紮實進展。

自身營運和價值鏈減排（範圍1和2、範圍3）

2025財年，自身營運（範圍1和2）淨排放量為239.5萬噸，同比下降5.0%；減排量達到202.8萬噸，相比上一財年顯著提升24.7%；潔淨電力使用比例達到52.2%，同比提升7.9個百分點。價值鏈（範圍3）淨排放強度為8.4噸每百萬人民幣收入，同比降低2.7%。淨排放下降既反映行業低碳轉型趨勢²，也體現阿里巴巴在主動進行的額外減排方面卓有成效。

我們努力構建一朵綠色低碳的雲，致力於為客戶提供綠色低碳的產品和服務。2025財年，阿里雲自建數據中心年均PUE（電力使用效率）從2024財年的1.200降至1.190，繼續保持亞洲領先水平，同時潔淨電力使用比例達到64.0%，相比2024財年增加8個百分點。

我們也將自身的低碳實踐與經驗複用在租賃數據中心，推動供應商更加綠色。2025財年，阿里雲租賃數據中心年均PUE從1.269下降至1.253，潔淨電力使用比例達到22.4%。

推動生態減排（範圍3+）

我們構建了「科學計量 - 數字化管理 - 專業鑒證 - 生態共建」的範圍3+減排體系。2025財年，圍繞「帶動減排」與「賦能減排」兩大策略，範圍3+減排量達5,920.8萬噸，同比增長77.6%。

賦能減排方面，以阿里雲為例，阿里雲繼續投入低碳技術創新，賦能企業用戶減排1,119.0萬噸。帶動減排方面，我們透過平台機制帶動消費者踐行低碳生活方式。2025財年，淘寶天貓平台繼續推動低碳商品標準，並讓更多低碳商品被識別和曝光，帶動減排1,623.9萬噸。高德推行「綠色出行碳普惠計劃」，截至2025年3月31日，該計劃已覆蓋34個城市，累計帶動超過5,420萬用戶低碳出行。2025財年，高德帶動用戶減排159.3萬噸。

推進綠色發展

我們認為，4R循環經濟（減少使用 Reduce- 重複使用 Reuse- 循環利用 Recycle- 可再生資源轉型 Renewable resource transition）是實現環境和經濟和諧發展的必然選擇。

持續探索環境友好的包裝解決方案。2025財年，菜鳥透過減少包裝材料使用、包裝循環和重複利用共計減少16.9萬噸包裝材料。在減少包裝使用量方面，菜鳥採取裝箱演算

法和原箱發貨等策略。2025財年，原箱發貨的包裹數超過6.8億個。在包裝重複再使用方面，菜鳥推廣循環箱使用和舊紙箱重複再使用。截至2025年3月31日，菜鳥在商家倉內投入循環箱累計超過133萬次，涉及循環箱14.3萬個。

推行水資源可持續管理。在阿里雲，我們搭建用水效率（WUE）管理體系。2025財年，我們自建數據中心年均WUE從上財年1.205升/度下降至1.144升/度。



2. 2025財年，我們採用中華人民共和國生態環境部最新發布的2022年電力二氧化碳排放因子。此外，為提升排放測算的準確性，我們收集了貨運航班所使用的飛機型號資訊，以便按機型分類計算運輸碳排放。這對範圍3的計算結果產生了一定的影響。但由於缺乏歷史數據，無法做追溯調整。

社會：堅持誠信經營，建立可持續的員工、消費者、企業客戶及社會社區關係

我們始終恪守誠信經營之道，支持員工發展，為消費者及企業客戶提供高品質的產品與服務，並積極承擔社會責任，回饋社會與社區。

支持員工發展

秉承「讓員工成為更好的自己」的人才理念，我們營造支持員工與企業共同成長的環境。

多元平等與共融

多元、平等和共融是阿里巴巴組織文化提倡的價值理念。

我們充分認同、接納和尊重個體之間的差異，致力於吸引、培養和維繫一支多元化的員工隊伍。截至 2025 年 3 月 31 日，女性員工佔比 35.4%。

我們積極聆聽來自員工的聲音，鼓勵員工充分表達意見和建議。內部線上交流社群打破層級與部門的界限，為員工提供一個自由表達和真誠交流的平台。此外，設立員工和各業務 CEO、管理層的溝通渠道，鼓勵溝通。

人才的吸引與保留

做好「選用育留」是實現人才吸引與保留目標的主要路徑。

建立開放、多樣的渠道匯聚多元化的人才，將戰略規劃與人才規劃和組織設計相結合，不斷提升崗位與人才的匹配效率。

為員工提供具有市場競爭力的薪酬，並建立長周期的激勵機制和體系，以支持業務的可持續發展。

為員工甚至其家屬提供安心的生活保障，以減輕後顧之憂。2025 財年，我們安排員工父母體檢超過 10.3 萬人次，超過 6.8 萬名員工利用陪伴假享受與家人的寶貴時光。「510 阿里日」、「阿里家書」是發展過程中積累的傳家寶，我們希望透過這些文化儀式，向每一位員工、每一位員工的家人真誠地表達感恩。

阿里巴巴集團獲評為福布斯 2024 全球最佳僱主，繼續位列中國企業前五。



豐富的人才發展機會

我們建立了覆蓋全體員工的、多元化的內外部學習發展項目，涵蓋新人培養、領導力培養、專業技能等多個方向。2025 財年，為了更好地幫助員工擁抱 AI 時代，我們增加了「學 AI，用 AI」的培訓活動。新上線的「AI 問道」欄目，集中為員工提供 AI 學習資源。訪問「AI 問道」欄目的學習人數超過 16,000 人。

我們珍視並見證每一位員工的職業發展歷程。在阿里巴巴，司齡被稱為「年陳」，代表由認同到融入，再到傳承，並將入職的年期比喻成酒一樣，愈久愈醇，入職滿一、三、五和十年的同學分別被稱為「一年香」、「三年醇」、「五年陳」和「十年馨」。在這些紀念日，我們會為員工提供定制紀念品。

員工健康與活力

員工身心健康是我們首要關注的重點之一。我們致力於為員工提供多維度支持，讓職場環境充滿生機與活力。

為了推動安全工作的體系化發展，不同業務場所正逐步建立環境、職業健康安全管理体系以及推動相關的認證工作。阿里巴巴杭州園區西溪 A 區和 C 區、阿里巴巴數字生態創新園以及杭州園區雲谷園區均獲得 ISO45001 和 ISO14001 認證。

重視對員工開展急救培訓。截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計培訓超過 14,000 名急救俠。

關注員工的辦公體驗及辦公環境健康度。2025 財年，阿里巴巴辦公環境滿意度為 93.1%。

恪守產品責任服務消費者

我們致力於為消費者創造良好的消費體驗和健康包容的數字生活。

創造良好的消費體驗

我們致力於促進平台上產品和服務的真實性、安全性和品質。電子商務平台透過制定營運規則和機制規範商家行為，建立高效的消費者反饋機制推動服務升級，並運用數字化技術持續優化平台和商家的營運效率。2025 財年，淘寶天貓平台用戶投訴率為 0.023%。

營造健康包容的數字生活

2025 財年，淘寶 APP 為超過 22 萬名視障人士提供服務；高德提供超過 1 億次無障礙路線規劃和視障導航。截至 2025 年 3 月 31 日，優酷的無障礙視聽作品已超過 9,000 部（集），2025 財年播放次數超過 240 萬次。

2025 財年，綠網計劃繼續守護網絡健康環境。超過 5,100 萬次非正常搜尋被自動轉化為公益宣導教育介面，對用戶行為進行有效引導。



共建數智平台服務企業客戶

我們致力於「讓天下沒有難做的生意」。一方面，重視和保護創新，推動構建開放、可靠可信的科技與科技生態；另一方面，我們也為電商平台上多元化的商家營造公平、友好的經營環境，提供平等的發展機遇。

發展負責任的科技

阿里巴巴持續投入技術研發，鼓勵創新。截至 2025 年 3 月 31 日，獲得全球授權專利約 21,000 項；阿里雲在 Gartner® 2024 雲數據庫管理系統和容器管理兩個魔力象限™中獲評為領導者，成為連續且唯一獲評此象限的中國公司；2024 年，阿里巴巴重要模型貢獻度獲評為全球第三³。

我們推動開放的科技。截至 2025 年 3 月 31 日，通義千問已開源了一系列模型，涵蓋語言模型、多模態模型、數學模型和程式碼模型，並支持 29 種語言。截至 2025 年 3 月 31 日，基於 Qwen 模型開發的衍生模型在 Hugging Face⁴ 平台累計超過 100,000 個。AI 模型社群——魔搭社群已有超過 52,000 個開源模型供開發者使用。

我們持續建設可靠可信的雲運算，將客戶的需求放在首位，不斷改進產品質量管理體系。截至 2025 年 3 月 31 日，ISO9001 質量管理體系認證覆蓋了超過 80% 的阿里雲公共雲產品。

發展健康可持續的電子商務社區

淘寶天貓持續推動商家的數字化轉型。2025 財年，AI 驅動的全域營銷工具「全站推廣」，透過提升營銷效率為商家創造價值。

我們以建設公開公平的環境、保護知識產權等方式，助力多元化商家經營。截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集團知識產權平台權利人入駐量約 78 萬，已保護超過 137 萬項的知識產權權利；阿里國際數字商業集團知識產權保護平台已有超過 21 萬權利人成功入駐，已保護來自 118 個國家和地區的超過 77 萬項知識產權權利。我們持續吸引和鼓勵多元化的群體在平台上探索商機。「萬能的淘寶」吸引著不同類型的創業者積極參與其中，尤其是中小微企業。2025 財年，淘寶天貓年度活躍商家中，94% 是中小微商家。全球有超過 24 萬個賣家透過 Alibaba.com 觸達來自 190 個國家和地區的超過 4,900 萬名買家。

3. 數據來源於史丹福大學以人為本人工智能研究院《2025 年人工智能指數報告》

4. Hugging Face 是一個專注於人工智能和自然語言處理的開源平台和社群

回饋社會與社區

我們聚焦參與鄉村振興、應急救災、科技賦能解決社會問題和促進創業與就業等重點領域，以切實行動踐行企業社會責任。同時，我們倡導人人參與，以行動創造改變，共同構建更有溫度的社會。

參與鄉村振興

截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計派出 34 位鄉村特派員，覆蓋全國 29 個縣域。

我們透過持續投入「少年雲助學計劃」，捐贈設備和雲運算等資源，幫助提升當地學生資訊素養。截至 2025 年 3 月 31 日，我們已累計捐建 300 間「雲計算機教室」，讓全國超過 28 萬師生擁有個人雲電腦帳戶。2025 財年，圍繞 AI 賦能鄉村教育，我們開展了一系列活動，包括組織老師學習如何在教學過程中使用 AI，引導學生體驗和應用 AI 大模型能力等。2024 年 6 月，全球權威市場分析機構 EdTech Breakthrough 公布 2024 年教育科技突破獎 (EdTech Breakthrough Awards) 的評選結果，「阿里雲無影 AI 雲教室」榮獲「K12 教育年度傑出應用獎」。

我們還為鄉村弱勢群體提供醫療健康保障。截至 2025 年 3 月 31 日，「小鹿燈」累計為欠發達地區 2,300 名重症兒童提供診斷費用及醫療援助。

應急救災

我們發揮數字技術和平台優勢，為災情中的應急和經濟恢復提供助力。

2025 年 1 月，西藏日喀則市定日縣發生 6.8 級地震。我們第一時間調配資源，先後組織了三個批次的物資馳援災區；2024 年，在水災期間，阿里巴巴對包括湖南省瀘溪縣、貴州省鎮遠縣、河南省鄧州市等在內的 9 省 17 個區縣市開展救援。

科技助力解決社會問題

2025 財年，我們將 AI 賦能 CT 影像識別胰腺癌的能力擴展應用於多類癌症的早篩環節，在擴大病種範圍的同時，也在提升單種癌症評斷的平均效率。這項技術獲史丹福大學《2024 年人工智能指數報告》評為「亮點研究」。阿里巴巴亦因此入選《財富》雜誌「2024 年改變世界的公司」榜單的全球前十。

促進創業與就業

我們助力增加創業就業的機會，針對弱勢群體及彈性創業就業群體，提供更豐富的創業與就業選擇及更高的安全保障。

阿里巴巴公益基金會和淘寶天貓合作推出「萬人殘障人士商家創業就業助力計劃」，為商家中的殘障人士提供免費的培訓和經營診斷服務。截至 2025 年 3 月 31 日，該計劃累計服務 4,700 位殘疾人商家。

餓了麼發起「無聲騎手關懷提升項目」，助力聽障騎手就業。2025 財年，餓了麼平台上活躍的無聲騎手人數超過 4,200 人。

2025 年 5 月，阿里巴巴公益基金會榮獲「全國殘疾人工作先進集體」稱號。

人人參與的公益理念

我們傳承「人人三小時」的理念，鼓勵員工、平台上的商家、機構和社會人士一起參與公益。

我們鼓勵員工組成「公益幸福團」，在做公益的道路上尋找志同道合的夥伴。2025 財年，活躍的公益幸福團 123 個，共推進 3,460 場活動，帶動 168,244 人次參與公益活動。我們正式員工的總志願時達到 209,086 個小時。

公益寶貝是平台基於電商業務帶動商家一起做公益的創新模式，2025 財年，「公益寶貝」項目吸引超過 172 萬商家和超過 4.5 億用戶參與。

我們在淘寶等 APP 上搭建面向公眾的「人人 3 小時」平台，2025 財年，參與用戶數超過 1,033 萬，公益行為數量超過 4.3 億人次。

堅持誠信經營

自成立第一日起，阿里巴巴便將誠信作為立身之本。這是我們留住人才、服務消費者及企業客戶的基石。

恪守商業道德

我們對貪腐行為零容忍，在公司層面，我們建立公開透明的舉報機制與獨立調查流程，結合主動風險預防的管理措施，切實維護商業道德標準，推動公平競爭的商業環境建設。

反貪腐教育貫穿不同類型員工的日常工作中。2025 財年，員工的商業行為準則認證（內含廉正培訓與考核）通過率達 100%。

深化供應商管理

我們建立了供應商數字化管理系統，覆蓋准入、選擇、評估及風險管理四大環節。我們正逐步把 ESG 融入到供應商管理體系中。截至 2025 年 3 月 31 日，簽署 ESG 行為準則的供應商數量已有 20,092 家，同比大幅提升。

保護數據安全與私隱

阿里巴巴高度重視這一議題，已經建立了組織保障，同時也構建了以總綱、規範、指南和流程為基礎和以科技能力為支持的一套數據安全管理體系。阿里巴巴集團在中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會組織的數據安全和個人信息保護社會責任評價中，獲評三星級（系統級），處於行業內領先水平。

守護網絡安全

阿里巴巴在網絡安全領域積累多年經驗，已沉澱成熟的網絡安全防護機制、策略和持續更新的技術。我們致力於把已有的長期經驗融入到雲平台的安全防護中，為阿里巴巴自身和客戶提供安全保障。在此背景之下，阿里巴巴的網絡安全防護採取雙重策略，既依託雲平台的安全保障體系，又針對雲上業務特點部署專項防護措施。

完善科技倫理

我們在堅持「AI 驅動」業務戰略發展的同時，也時刻關注該領域的安全、公平、私隱等問題，實踐負責任的人工智能。2025 財年，阿里雲和釘釘透過 ISO42001 人工智能管理體系認證。



ESG 績效表現

治理



規範公司治理

100%

提名及公司治理委員會的獨立董事佔比提升至 100%

75%

合規及風險委員會的獨立董事佔比提升至 75%

30%

女性董事佔比保持 30%

《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》

經可持續發展管理委員會審批，發布《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》

《阿里巴巴集團合規培訓制度》

發布《阿里巴巴集團合規培訓制度》，提倡合規與風險意識

環境



保護環境

5.0%

自身營運淨排放達 239.5 萬噸，同比下降 5.0%

24.7%

自身營運減排量 202.8 萬噸，同比增長 24.7%

2.7%

價值鏈碳強度為 8.4 噸/每百萬人民幣，同比降低 2.7%

77.6%

賦能和帶動平台生態減排 5,920.8 萬噸，同比增長 77.6%

1.190

自建數據中心年均 PUE 下降至 1.190

社會



支持員工發展

35.4%

女性員工佔比為 35.4%

福布斯 2024 全球最佳僱主

福布斯 2024 全球最佳僱主評選，繼續位列中國企業前五

超 6 萬名

超過 6 萬名員工利用陪伴假享受與家人的寶貴時光

超 14,000 名

累計培訓超過 14,000 名急救俠

93.1%

辦公環境滿意度 93.1%



恪守產品責任服務消費者

0.023%

淘寶天貓平台用戶投訴率 0.023%

超 22 萬名

淘寶 APP 為超過 22 萬名視障人士提供服務

超 1 億次

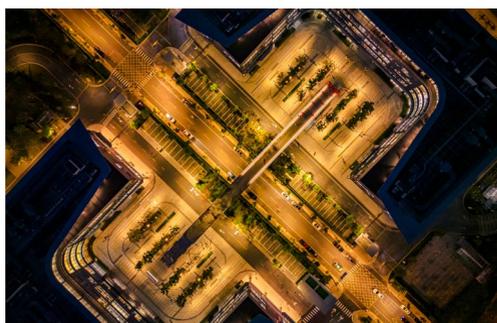
高德提供超過 1 億次無障礙路線規劃和視障導航

超 240 萬次

優酷無障礙視聽作品已超過 9,000 部（集），2025 財年，播放次數超過 240 萬次

超 5,100 萬次

「綠網計劃」讓超過 5,100 萬次非正常搜尋被自動處理成公益宣導教育的介面



共建數智科技平台服務企業客戶

約 21,000 項

全球授權專利約 21,000 項

全球第三

2024 年，阿里巴巴重要模型貢獻度獲評為全球第三

超 100,000 個

基於 Qwen 模型家族在 Hugging Face 上開發的衍生模型數量累計超過 100,000 個

超 52,000 個

開源平台魔搭社群已有超過 52,000 個開源模型供開發者使用和下載

94%

淘寶天貓活躍商家中，94% 是中小微商家



回饋社會與社區

34 位

將人才引進鄉村，累計派出 34 位「鄉村特派員」

300 間

「少年雲助學計劃」累計捐建 300 間「雲計算機教室」，讓全國超過 28 萬師生擁有個人雲電腦帳戶

2,300 名

「小鹿燈」項目累計援助 2,300 名重症兒童

209,086 小時

員工總志願時為 209,086 小時

超 4.5 億

「公益寶貝」項目吸引到超過 172 萬商家和超過 4.5 億用戶參與



堅持誠信經營

4.54 分

員工對公司廉潔的工作環境認可度提升至 4.54 分（滿分為 5 分）

20,092 家

已有 20,092 家供應商簽署 ESG 行為準則

行業內領先水平

阿里巴巴集團在中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會組織的數據安全和個人信息保護社會責任評價中，獲評三星級（系統級），處於行業內領先水平

《人工智能安全承諾》

阿里巴巴簽署了由中國人工智能產業發展聯盟發布的《人工智能安全承諾》

ISO42001

阿里雲和釘釘通過 ISO42001 人工智能管理體系認證

ESG 獎項

《財富》
中國 ESG 影響力榜

新浪財經 2024 中國企業 ESG「金責獎」
最佳社會 (S) 責任獎



福布斯 2024 全球最佳僱主
繼續位列中國企業前五



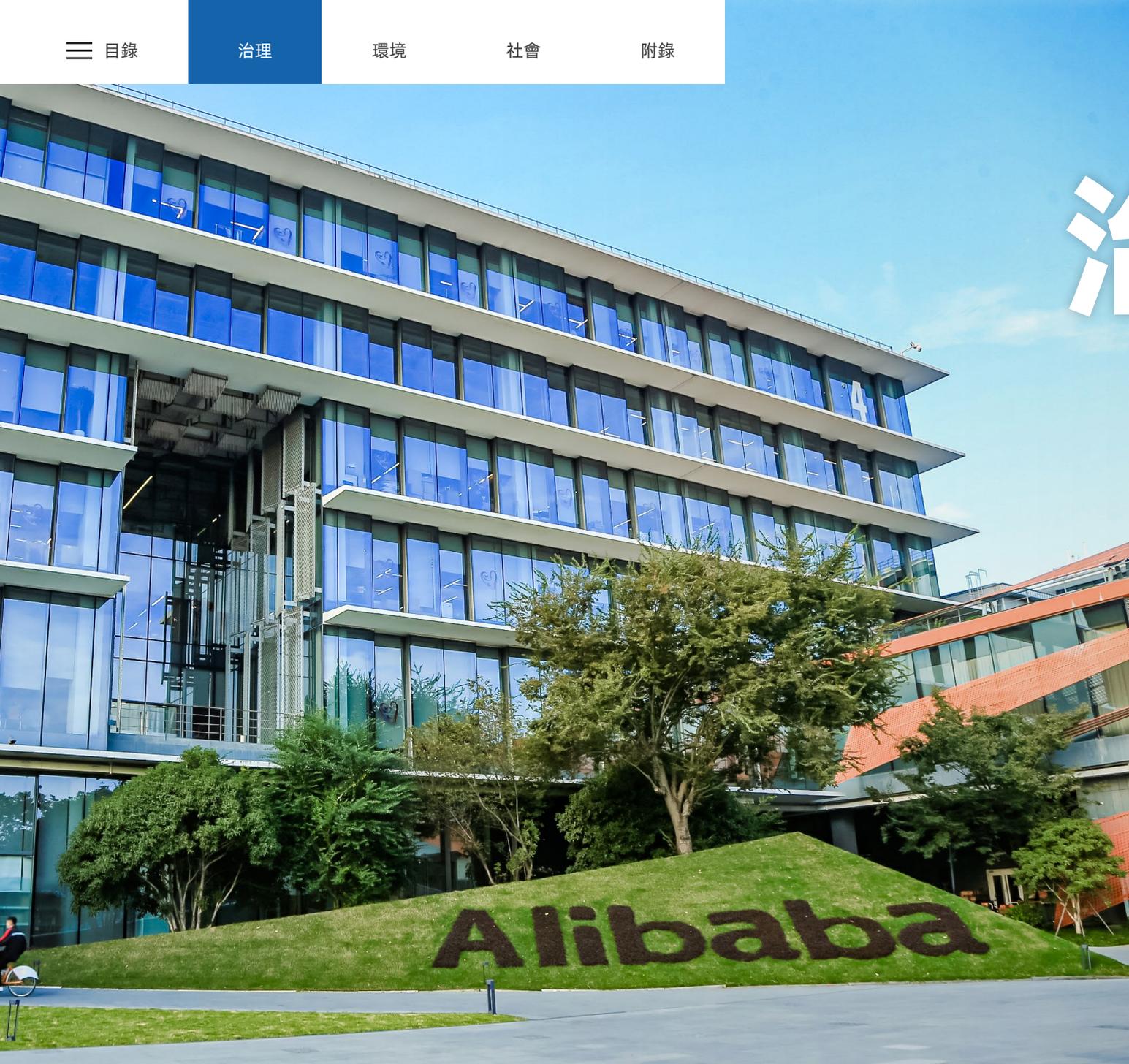
《財富》雜誌
「2024 年改變世界的公司」
榜單的前十

阿里巴巴公益基金會榮獲
「全國殘疾人工作先進集體」稱號

通義開源大模型被評為
2024 中國互聯網企業創新發展
十大典型案例

「阿里雲無影 AI 雲教室」榮獲
「K12 教育年度傑出應用獎」





治理

規範公司治理

阿里巴巴致力於構建健康的公司治理體系，確保決策過程透明、高效；健全風險管理體系，保障經營的穩健性。我們以負責任的方式推動企業的可持續發展，讓阿里巴巴成為一家值得信賴的公司。

本章

公司治理架構

風險管理

ESG 治理



規範公司治理

公司治理架構

100%

提名及公司治理委員會的獨立董事佔比提升至 100%



75%

合規及風險委員會的獨立董事佔比提升至 75%



30%

保持 30% 的女性董事比例



風險管理

《阿里巴巴集團合規培訓制度》

發布《阿里巴巴集團合規培訓制度》，提倡合規與風險意識



ESG 治理

《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》

經可持續發展管理委員會審批，發布《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》



策略與路徑

阿里巴巴的商業根基來自於公眾信任。我們深知，透明、專業的治理是贏得並維繫利益相關者信任的關鍵。為此，我們持續優化治理體系。

完善治理架構

構建專業、多元化的董事會結構，保持合理的獨立董事佔比，設立審計、薪酬、提名及公司治理、可持續發展、合規及風險和資本管理委員會，實施有效的戰略監督和風險管控。

健全 ESG 與風險管理

建立系統化的 ESG 治理框架和風險管理機制，保障業務的穩健和可持續發展。

增強透明度

定期發布經第三方審計的財務報告和 ESG 報告，披露關鍵績效指標和進展，持續提升企業公信力。



公司治理架構

我們深知公司治理體系的價值和重要性。董事會致力於遵守良好的企業管治原則及採納有效的企業管治措施，以滿足法律合規及業務發展的要求。

2025 財年，我們已遵守香港交易所《企業管治守則》所載的守則條文。詳細披露請見阿里巴巴《2025 財務年度報告》內的《企業管治報告》。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴董事會由 10 名成員構成，其中獨立董事成員佔比為 60%。董事會設有六個委員會，包括審計委員會、薪酬委員會、提名及公司治理委員會、可持續發展委員會、合規及風險委員會和資本管理委員會。



審計委員會

由獨立董事擔任主席；100% 的成員由具備財務背景的獨立董事擔任

審計委員會監督我們的會計和財務報告流程以及財務報表的審計。我們的審計委員會的職責包括：

- 挑選獨立核數師，並評估其資質、表現和獨立性；
- 預先批准或在允許情況下批准獨立核數師審計和獲准提供的非審計服務；
- 評估我們的內部會計控制和審計程序是否充分；
- 與獨立核數師一同審閱審計中的問題或難點以及管理層的回覆；
- 按規定審閱並批准關聯交易（定義見 20-F 表格）及關連交易（定義見《香港上市規則》）；
- 與管理層和獨立核數師一同審閱及討論季度報告、半年度報告及年度報告；
- 訂立程序接收、保存和處理我們的員工對於會計、內部會計控制或審計事宜的投訴，以便我們的員工以保密、匿名方式提交關於會計或審計事宜的疑慮；
- 與管理層、內部核數師和獨立核數師分別定期舉行會議；及
- 定期向董事會全體董事報告。



可持續發展委員會

由獨立董事擔任主席；33% 的成員是獨立董事

可持續發展委員會的職責包括：

- 協助董事會識別及評估公司的 ESG 機會和風險；
- 監督評估 ESG 舉措及項目的實施和表現；及
- 就 ESG 相關的法律、監管及合規發展以及公共政策趨勢向董事會提供建議。



薪酬委員會

由獨立董事擔任主席；100% 的成員是獨立董事

薪酬委員會的職責包括：

- 決定年內分配及支付給管理層的年度現金獎金池比例及決定支付給高級管理人員和董事的現金獎金額；
- 審閱、評估及（在必要時）修訂我們的總體薪酬政策；
- 審閱及評估我們的董事和高級管理人員的表現，決定董事和高級管理人員的薪酬；
- 審閱及批准我們的高級管理人員與我們簽訂的聘用協議；
- 根據我們的非股權激勵薪酬計劃和股權薪酬計劃，確定我們的高級管理人員的業績目標；
- 根據股權薪酬計劃條款管理我們的股權薪酬計劃（包括《香港上市規則》第 17 章規定的事宜）；及
- 處理我們的董事會不時特別授權薪酬委員會處理的其他事宜。



合規及風險委員會

由獨立董事擔任主席；75% 的成員是獨立董事

合規及風險委員會負責（其中包括）：

- 監督我們的整體合規和風險管理要求，並發布整體的合規及風險管理框架；
- 評估主要風險敞口和漏洞，並監督合規及風險政策和程序的實施；及
- 評估負責合規及風險管理的管理層成員的表現，並向我們的薪酬委員會提供意見，將我們子公司業務的首席執行官的薪酬水平與合規及風險管理方面的表現保持一致。



提名及公司治理委員會

由獨立董事擔任主席；100% 的成員是獨立董事

提名及公司治理委員會的職責包括：

- 選擇董事候選人（由阿里巴巴合夥提名的董事候選人除外）供股東選舉或由董事會委任；
- 從獨立性、知識能力、專業技術、經驗及多元化等角度，定期與董事會共同審核董事會的當前組成情況；
- 就董事會會議的頻率和結構提出建議，並監督董事會各委員會的運作情況；及
- 定期就公司治理法律和實踐的重要變化通知董事會，並就公司治理事項向董事會提出建議。



資本管理委員會

由董事長擔任主席

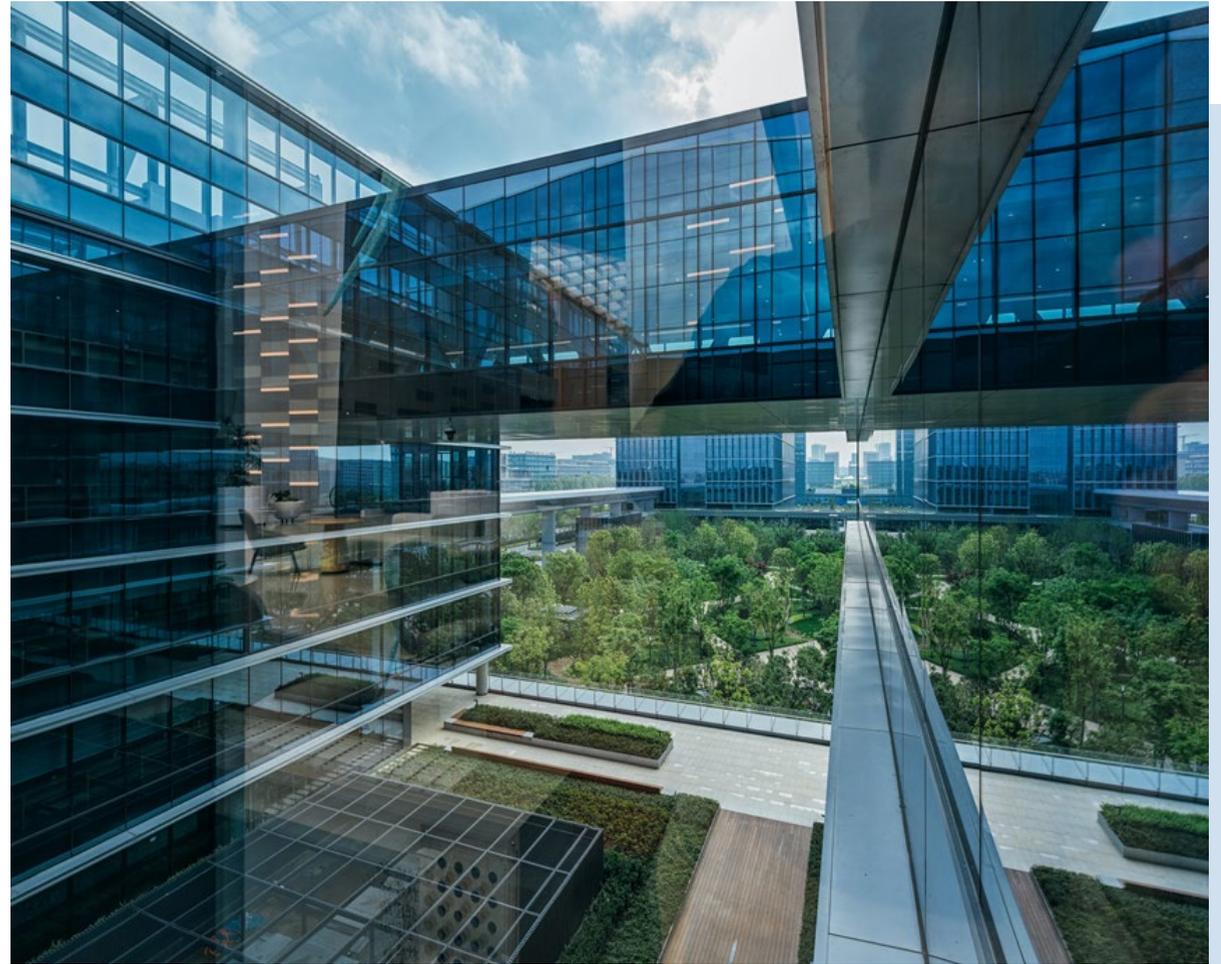
資本管理委員會的職責包括：

- 制定和監督整體的資本管理及分配計劃的實施；及
- 審查並向我們的董事會提供建議，或根據我們董事會的授權批准我們及我們的子公司業務的重大資本相關交易和承諾。

根據阿里巴巴《公司治理守則》和委員會章程，董事會及各委員會可以獨立諮詢法律、財務以及其他顧問，以協助其工作。獨立董事可以在沒有公司管理層在場的情況下舉行會議。

我們努力促進董事會在性別、文化、專業技能和其他方面的多元化，以契合我們多元化的業務。《提名及公司治理委員會章程》明確說明在董事會成員提名過程中應綜合考慮包括年齡、性別、文化背景、合作能力等因素。阿里巴巴董事會成員擁有豐富的職業背景和行業經驗，涵蓋零售、計算機科學、電子工程、經濟、金融、法律、工商管理、地產等領域。2025 財年，女性董事佔比為 30%。

我們持續關注董事會運作的有效性。特別是，我們持續關注董事的任期組合，以吸納現任與新任董事的觀點與看法。截至 2025 年 3 月 31 日，我們董事會成員的平均任職年限約為 6 年。為了確保董事會及其委員會的有效運作，根據《公司治理守則》，董事會及各委員會每年應至少進行一次自我評估，並透過提名及公司治理委員會向董事會匯報評估結果。每個委員會自我評估的標準來源於該委員會的書面章程。董事會及各委員會進行自我評估時，考慮的維度包括但不限於成員的技能和背景、會議的充分性和有效性以及董事的會議出席和參與情況。2025 財年，在全體董事會議中，董事會成員的出席率超過 90%。



風險管理

充分及有效的風險管理及內部控制系統是保障阿里巴巴推進戰略目標的關鍵。

2025 財年，依據《阿里巴巴集團全面風險管理總綱》的要求，我們繼續推進全面風險管理工作的落實。

▶ 風險管理架構

▶ 風險管理流程

▶ 應急管理流程

▶ 監督評估與檢查機制

▶ 風險管理文化與培訓

風險管理架構

在集團層面，我們設立風險管理三層架構，分別是董事會合規及風險委員會、全面風險管理委員會和全面風險管理工作組。



董事會合規及風險委員會

由獨立董事擔任主席直接領導，負責監督集團整體合規及風險管理工作。



全面風險管理委員會（簡稱「風管會」）

風管會負責設計全面風險管理工作體系，主要職責為識別集團重大風險並制定相應的風險治理策略，完善風險管理體系建設和建立監督評價機制等。風管會每季度向合規及風險委員會匯報風險管理及內部控制系統方面的設計、實施、監察工作。



全面風險管理工作組

全面風險管理工作小組由各業務的全面風險管理負責人及其他職能部門負責人組成，負責落實風險管理特定工作事項。

在各業務，我們也要求其結合自身的實際情況，建立有效運作的全面風險管理機制，包括設立專職的全面風險管理團隊或專職的全面風險管理執行人，建立風險管理相關的制度、流程與營運、監督評價與檢查等。



風險管理流程

我們在集團和各業務均建立風險識別與評估、風險控制與治理、風險報告與決策的風險管理流程。

風險識別與 評估

我們已建立阿里巴巴集團風險類目清單，明確風險類別、風險名稱、風險描述、風險管理方等資訊。以此為基礎，對內外部的風險進行監測，例如相關的法律法規、外部資訊、消費者反饋、風險事件等，持續地收集和分析風險資訊。並按照風險的影響程度和發生概率建立風險評估標準，定期進行量化評級並保持動態更新。

風險控制與 治理

在風險識別與評估的基礎之上，我們制定風險管理措施，以防止、避免或降低風險。針對重大風險，我們設立治理專項並實施改進。

風險報告與 決策

我們在內部建立風險資訊溝通和報告機制，確保相關資訊傳遞與反饋的及時、準確和完整。針對重大風險，風管會定期向董事會合規及風險委員會匯報風險狀況和管理措施。



應急管理流程

我們在集團和各業務均組建了應急管理團隊並任命負責人，按照《阿里巴巴集團ESU事件管理制度》，建立應急管理工作流程，保障應急工作有序開展。該制度明確了風險事件的分類評級標準、事前準備與預防、事發響應與處置以及事後覆盤改進與問責的相關流程。

監督評價與檢查機制

我們在集團和各業務建立內部的監督評價和外部的監督整改機制。風管會對各業務的合規及風險管理工作開展年度監督評價與檢查。

2025 財年，在風管會的指導下，集團工作組檢查並驗收了業務重大風險的治理結果和重大風險事件的覆盤改進情況。檢查後的結果和相關的改進要求由風管會下達至各業務的全面風險管理負責人，由其負責落實實施。

風險管理文化與培訓

2025 財年，為提升員工風險意識，我們發布了《阿里巴巴集團合規培訓制度》，依據不同崗位、類型的員工需求制定特定的宣傳和培訓方案，共組織近 2,000 次合規與風險文化的宣傳和培訓活動（包含線上線下培訓、內部線上交流社區的宣傳貼、圖文推送等多種形式）。

我們還將風險管理相關內容納入覆蓋全體員工的阿里巴巴集團商業行為準則考核中。2025 財年，考核通過率為 100%。為了進一步擴大合規宣傳、提升員工風險意識，2024 年 12 月，我們開展面向全集團的第四屆合規日活動，透過風險小課堂、遊戲互動等方式向全體員工宣傳不同領域的合規知識。

ESG 治理

ESG 戰略是阿里巴巴基石戰略之一。ESG 治理是 ESG 戰略落實的重要保障。

▶ ESG 治理架構

▶ ESG 管理體系

▶ ESG 風險管理

▶ ESG 培訓與宣導

ESG 治理架構

自 2021 年起，我們透過董事會、管理層和工作組的三層 ESG 治理架構來保障和落實 ESG¹ 工作的推進。《阿里巴巴集團 ESG 治理和披露政策》明確了 ESG 治理架構、管理原則以及各業務在 ESG 治理及披露方面的權利與義務。同時，也進一步明確各業務 CEO 和 ESG 一號位的工作職責。

ESG 治理架構

可持續發展委員會

2021 年，我們在董事會層面設立可持續發展委員會，由楊致遠擔任該委員會的主席。可持續發展委員會負責監督整個阿里巴巴集團的 ESG 工作，包括識別和評估 ESG 機會和風險，監督和評估 ESG 戰略目標、舉措和項目的實施，並就 ESG 相關法律、監管及合規發展和公共政策趨勢向董事會提出建議。

可持續發展管理委員會

在可持續發展委員會領導下，我們成立可持續發展管理委員會，負責規劃和推動 ESG 戰略目標的執行。並設立 ESG 戰略運營與研究部，負責落實和執行管理委員會制定的戰略和項目，建立和維護監測系統以衡量我們的進展。委員會下設三個專項組，分別是科技倫理專項組、供應鏈管理專項組和多元平等共融專項組，負責推動特定議題的執行工作。

ESG 工作組

ESG 工作組由各業務和控股集團職能線的 ESG 一號位組成，與管理委員會領導的 ESG 戰略運營與研究部協同，共同確保 ESG 戰略目標的有效完成。

1. ESG 包括但不限於氣候變化、溫室氣體排放、生物多樣性、水資源管理、包裝及廢棄物管理、供應鏈管理、職業健康與安全、科技倫理等

ESG 管理體系

2025 財年，在可持續發展委員會的指導下，我們持續按照計劃、實施、檢查和調整 (PDCA) 循環深化阿里巴巴 ESG 管理體系。



計劃

形成理念和原則共識，確定優先次序，設立目標

實施

建立治理架構、制定 ESG 內部標準和規則、開展 ESG 項目、搭建數字化資訊管理系統、落實風險管理流程、開展能力建設等

檢查

評價和審計績效結果，編制和披露內外部報告

調整

優化和新增管理制度；分析 ESG 目標執行中的風險與機遇，必要時重新評估 ESG 目標

以《阿里巴巴集團 ESG 治理和披露政策》為綱領，2025 財年，我們發布了《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》，明確阿里巴巴 ESG 目標管理流程。財年初，由可持續發展委員會批覆集團 ESG 目標。各業務的 ESG 目標則根據集團目標由可持續發展管理委員會制定和下發。年中，各業務 ESG 一號位需定期透過 ESG 數據管理系統遞交 ESG 指標進展。財年末，可持續發展管理委員會向可持續發展委員會匯報集團以及各業務的 ESG 目標和工作完成情況。為了有效地推動 ESG 在各業務執行，我們建立 ESG 指標評分機制來衡量和評價各業務的 ESG 工作完成度。此外，透過設立 ESG 獎項等方式來激勵和引導各業務超額完成既定的 ESG 工作目標。

ESG 風險管理

阿里巴巴逐步把 ESG 風險融入集團的風險管理體系中。我們將與環境、社會及治理相關的風險納入阿里巴巴集團風險類目清單，包括氣候變化、碳排放等，並明確風險名稱、風險描述、風險管理方法與管理機制；透過風險管理識別和監測的數字化平台，定期開展 ESG 相關的風險識別和監測，並據此採取相應的風險應對措施。我們也會定期向外部顧問獲取 ESG 風險管理相關的諮詢和建議，不斷提升 ESG 風險管理的認知水平。2025 財年，我們針對 ESG 重點議題啟動內部自查行動，以確保管理措施落實。

ESG 培訓與宣導

ESG 戰略的實施離不開管理者和員工的認同。2025 財年，我們為他們持續舉辦 ESG 培訓，涉及的議題包括氣候變化、生物多樣性、多元平等與共融和科技倫理等。同時，我們也定期發布 ESG 資訊，為員工提供行業資訊。

為了吸引更多員工參與，我們還舉辦了豐富多彩、生動有趣的 ESG 集市、ESG 知識競賽等宣傳活動，傳遞 ESG 理念與知識。



環境

保護環境

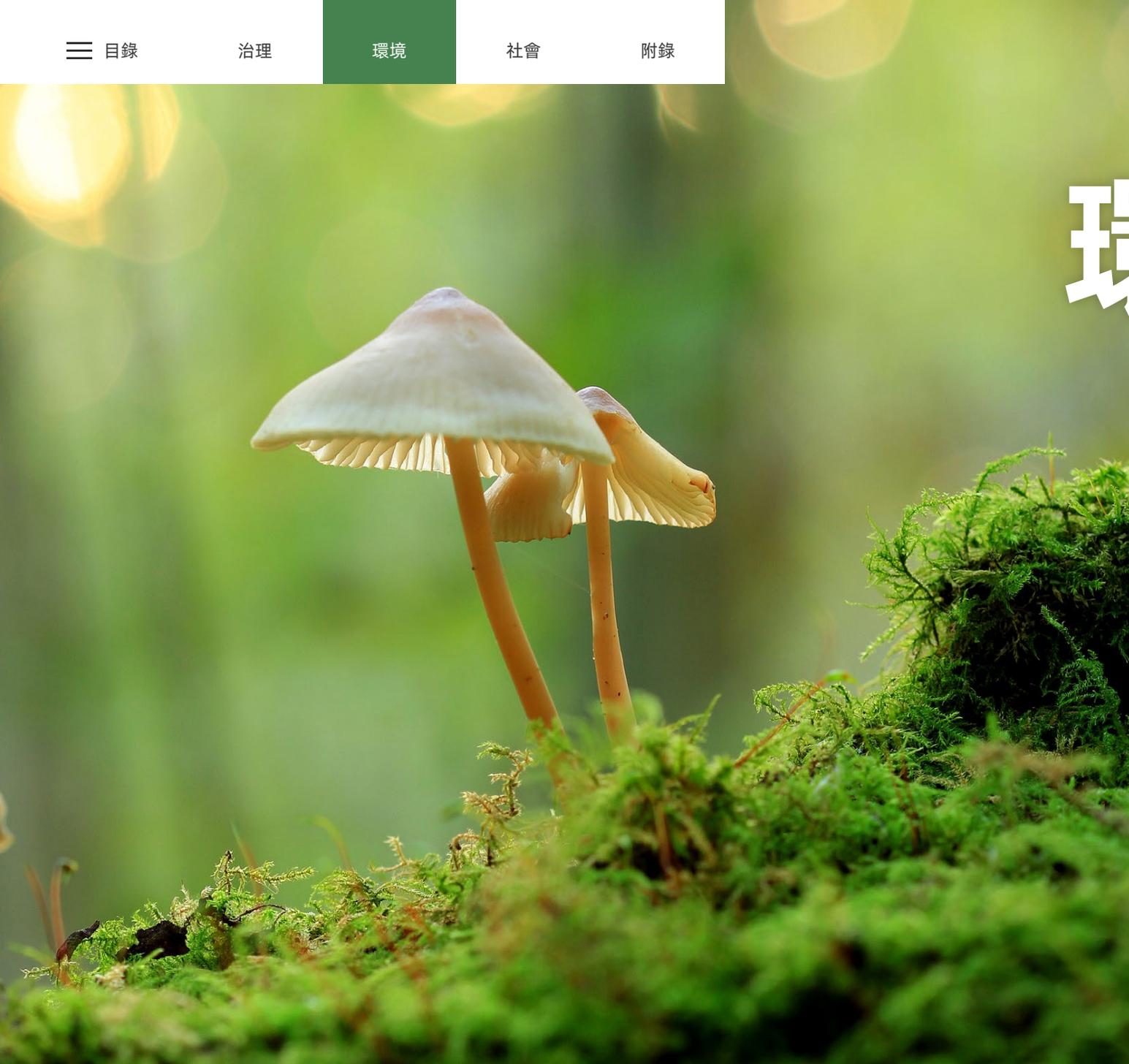
環境是人類賴以生存的根基，企業的生產業經營活動深刻影響和改變著環境，我們希望以可持續的行動定義地球未來的模樣。

本章

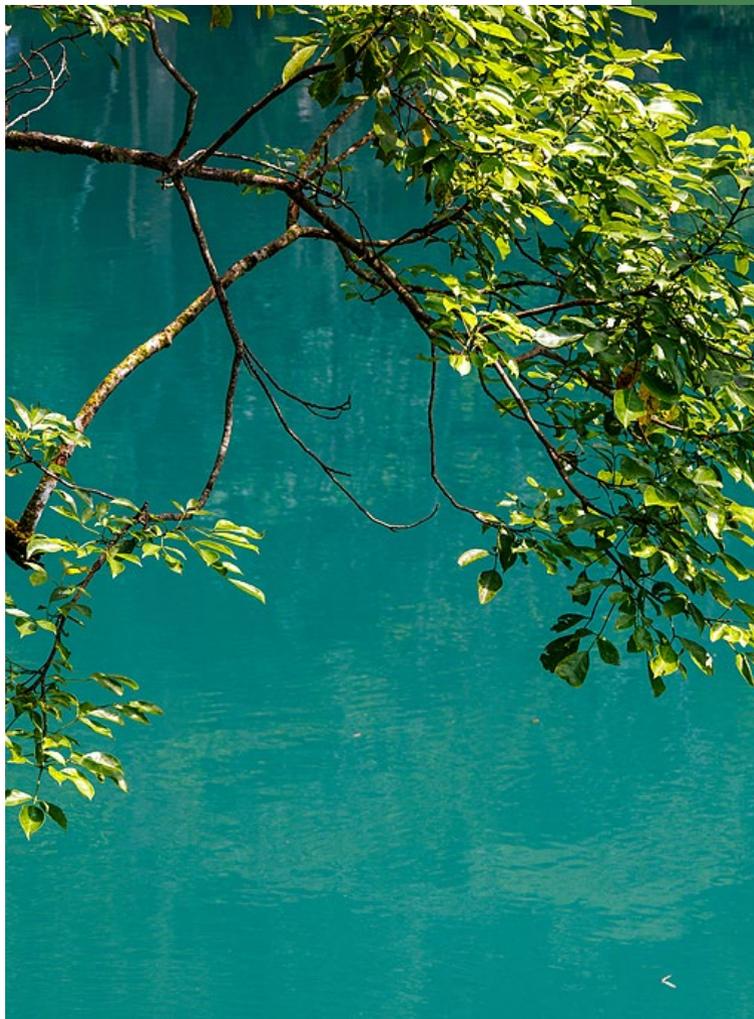
應對氣候變化

推進碳中和

助力建設綠水青山



目標與進展



碳中和目標

做好綠色阿里巴巴（範圍 1 和 2）：
不晚於 2030 年，阿里巴巴實現自身營運碳中和

做強綠色價值鏈（範圍 3）：
不晚於 2030 年，阿里巴巴協同上下游價值鏈實現淨排放強度比 2020 年降低 50%

做大綠色生態（範圍 3+）：
自身營運和價值鏈之外，阿里巴巴承諾以平台的方式，透過助力消費者和企業，激發更大的社會參與。2021 年到 2035 年的 15 年間，帶動和賦能生態累計減排 15 億噸



能源目標

自 2030 年起，雲運算的電力供應 100% 採用潔淨電力

阿里雲自建數據中心年均 PUE 不超過 1.3

2025 財年進展

5.0%

自身營運（範圍 1 和 2）淨排放量為 239.5 萬噸，同比下降 5.0%；實現減排量 202.8 萬噸，同比增長 24.7%

2.7%

價值鏈淨排放強度（範圍 3）為 8.4 噸每百萬人民幣收入，同比降低 2.7%
與基準年相比，降低 12.0%

77.6%

帶動和賦能平台生態（範圍 3+）共計減排 5,920.8 萬噸，同比增長 77.6%

2025 財年進展

64.0%

阿里雲自建數據中心潔淨電力使用比例為 64.0%，相比 2024 財年增加 8 個百分點

1.190

阿里雲自建數據中心年均 PUE 從 1.200 進一步下降至 1.190



保護環境

推進碳中和

52.2%

阿里巴巴潔淨電力使用比例達 52.2%，
同比提升 7.9 個百分點



99%

菜鳥速遞自營車隊的城市配送中，以新能源車配
送的車次比例達到 99%



1,287.2 萬噸

阿里巴巴助力循環經濟發展，帶動減排
1,287.2 萬噸



助力建設綠水青山

16.9 萬噸

菜鳥透過減少包裝材料使用、包裝循環和重複利用共計
減少 16.9 萬噸包裝材料



1.144 升 / 度

阿里雲自建數據中心的年均 WUE 降低至 1.144 升 / 度



策略與路徑

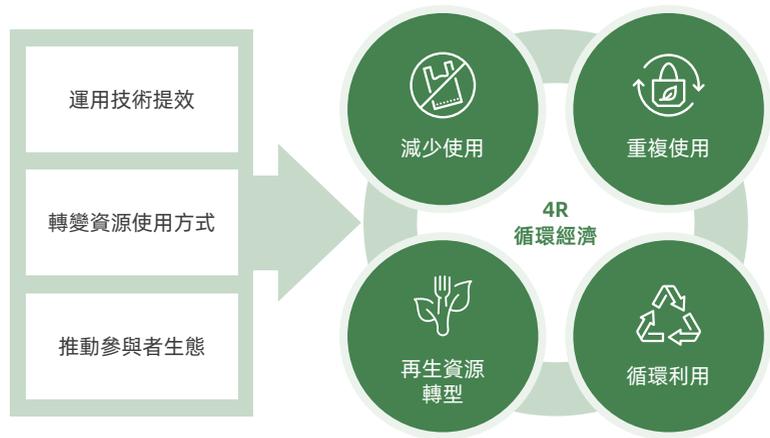
當前，實現經濟發展與環境保護的和諧共生已成為社會共識。面對不可再生資源消耗的嚴峻挑戰，推動經濟活動從傳統線性模式向「減少使用 (Reduce) - 重複使用 (Reuse) - 循環利用 (Recycle) - 可再生資源轉型 (Renewable resource transition)」的 4R 循環經濟模式轉變，已成為可持續發展的必然選擇。

作為數字技術平台企業，我們秉持雙重責任：一方面持續優化自身營運和價值鏈的環境管理，降低業務發展的生態足跡；另一方面透過科技創新和生態協同，帶動和賦能產業鏈夥伴及用戶共同推進環境保護。

為此，我們建立系統化的實施框架，重點圍繞制度建設和目標管理兩大維度協同推進，確保環境戰略逐步融入商業營運，有效落實。

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國節約能源法》等環境相關法律法規，與聯合國可持續發展目標 (UNSDGs) 及聯合國全球契約組織 (UNGC) 等的原則保持高度一致。2025 財年，我們更新《阿里巴巴集團環境政策》。此外，我們發布《阿里巴巴集團氣候風險及機遇合規管理制度》《阿里巴巴集團碳排放合規管理制度》來管理氣候變化和碳排放議題。

2021 年，我們對外宣佈碳中和目標以符合《巴黎協定》框架，這是一項面向未來的挑戰。為實現上述目標，我們按年制定集團和各業務的排放目標，並在各業務試點內部碳市場。在一定條件下，各業務可交易排放額度，發揮各自所長，促進相互間的合作與協同。在實施路徑上，我們已確立三大核心原則：運用技術提效、轉變資源使用方式和推動參與者生態，以此向 4R 循環經濟模式轉變。



應對氣候變化

為管理氣候相關風險和機遇，我們參考《國際財務報告可持續披露準則第 2 號「氣候相關披露」》(IFRS S2) 和香港交易所《環境、社會及管治報告守則》氣候相關披露內容，持續開展氣候評估。截至 2025 年 3 月 31 日，氣候評估範圍已覆蓋電商、雲運算和物流等主要業務。經評估，阿里巴巴面臨的總體短期氣候風險有限，中長期仍存在較大不確定性。

▶ 氣候治理

▶ 推進氣候戰略

氣候治理

阿里巴巴的氣候治理依託於我們的 ESG 治理架構和風險管理體系。阿里巴巴三層 ESG 治理架構中的各層級根據自身權責承擔氣候相關責任，並協同開展相關工作。

更多內容詳見第一章第二節「風險管理」和第三節「ESG 治理」▶

推進氣候戰略

阿里巴巴持續監督外部環境變化，審視並更新氣候戰略。透過氣候情景分析，我們識別氣候相關風險和機遇，評估其潛在業務和財務影響，制定管理方案，開展氣候減緩和適應行動並定期評估措施的有效性，同時積極探索氣候變化背景下的商業機遇，助力構建更有氣候韌性的社區和社會。

識別和評估氣候風險與機遇

結合阿里巴巴的電商平台、雲運算和物流等業務的行業特點、營運模式和地域分佈，我們選用聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 與國際能源署 (IEA) 的低碳和高碳氣候情景，識別與評估業務自身和價值鏈在短中長期所面臨的重大氣候相關風險與機遇，及其潛在業務和財務影響。

總體評估結果顯示，物理風險中，極端高溫、洪澇與熱帶氣旋以及水壓力與乾旱的潛在影響更顯著；轉型風險短期內較低，主要集中在政策與法規、技術以及聲譽風險，但中長期有上升趨勢；轉型機遇主要體現在資源效率、產品與服務兩方面，並在中長期有增加趨勢。

氣候情景說明

風險與機遇類別		時間範圍 ¹	氣候情景選擇
物理風險	<ul style="list-style-type: none"> 急性 慢性 	<ul style="list-style-type: none"> 短期：目前至 2026 年 中期：2027 至 2030 年，與阿里巴巴碳目標時間節奏一致 長期：2031 至 2050 年，與《巴黎協定》全球目標時間節奏一致 	IPCC 第六次評估報告共享社會經濟路徑 (IPCC AR6 SSP) <ul style="list-style-type: none"> 低碳情景：SSP1-2.6 高碳情景：SSP3-7.0、SSP5-8.5
轉型風險	<ul style="list-style-type: none"> 政策和法規 技術 市場 聲譽 		
轉型機遇	<ul style="list-style-type: none"> 資源效率 能源來源 產品與服務 市場 		

1. 物理風險評估依據世界氣象組織 (WMO) 標準，使用基準 (涵蓋 1985 至 2014 年)、2030 年 (涵蓋 2015 至 2044 年) 和 2050 年 (涵蓋 2035 至 2064 年) 的數據。轉型風險和機遇評估使用 2025 至 2050 年間每五年的情景數據

重要氣候風險與機遇及其潛在業務和財務影響

氣候風險與機遇		潛在業務影響	潛在財務影響	時間範圍
物理風險	急性 - 極端高溫	<ul style="list-style-type: none"> 冷卻需求及電費增加，物流貨物變質或延誤補償增加，推升營運成本。 增加或更換製冷設備安裝需求，推升資本支出。 供電及冷卻系統故障、限電或停電，影響雲端服務和物流，間接影響阿里巴巴生態中其他業務，營業收入下降或增加賠償支出。 增加戶外工作人員的健康風險，帶來高溫補貼或醫療支出增加。 	營運支出 ↑ 資本支出 ↑ 營業收入 ↓	中期、長期
	急性 - 洪澇與熱帶氣旋	<ul style="list-style-type: none"> 損壞基礎設施、供電系統和設備，造成資產減值，增加維修和 / 或資本開支。 物流運輸效率下降而出現延誤，增加相關賠償支出。 供電或冷卻系統故障、限電或停電，影響雲端服務和物流，間接影響阿里巴巴生態中其他業務，營業收入下降或增加賠償支出。 	營運支出 ↑ 營業收入 ↓ 資產價值 ↓ 資本支出 ↑	短期、中期、長期
	慢性 - 水壓力與乾旱	<ul style="list-style-type: none"> 採取少水或無水製冷技術方案，製冷效率短期有所降低，提升營運成本。 	營運支出 ↑	短期、中期、長期
轉型風險	政策與法規風險	<ul style="list-style-type: none"> 低碳情景下，氣候政策（例如國際和中國的碳排放交易體系和能源相關的政策）持續強化，雲運算、物流等行業面臨更為嚴格的監管約束，增加營運成本和資本支出；或透過供應鏈傳導間接影響業務的成本結構與市場競爭力，增加營運成本。 上市地及營運所在司法管轄區對氣候資訊披露政策日益嚴格，增加相關合規成本。 	營運成本 ↑ 資本支出 ↑	中期、長期
	技術風險	<ul style="list-style-type: none"> 低碳情景下，雲運算、物流等業務實現轉型需要較多低碳技術研發、設備置換、工程實施等相關的資本支出，同時也可能造成資產減值。 	資本支出 ↑ 資產價值 ↓	短期、中期、長期
	聲譽風險	<ul style="list-style-type: none"> 外部對氣候應對和減排進展關注增加，需要付出更多減排努力、更高的披露和溝通成本來增強利益相關者的信心，保障消費者和客戶忠誠度和自身融資能力。 	營運成本 ↑ 資本支出 ↑ 營業收入 ↓ 融資成本 ↑	短期、中期、長期
轉型機遇	資源效率機遇	<ul style="list-style-type: none"> 積極加大資源提效技術應用，可在實現減碳的同時減少營運支出；在低碳轉型過程中，短期內，更早應用還有可能帶來更多機遇。 	營運支出 ↓	短期、中期
	產品與服務機遇	<ul style="list-style-type: none"> 隨著消費者、客戶及合作夥伴低碳意識不斷增強，市場對低碳產品與服務的需求持續攀升，捕捉市場趨勢，迅速響應市場需求，憑藉綠色消費品、雲端服務、物流等多元業務佈局，可提高市場競爭力。 依託包括人工智能在內的數字技術，為各行業提供低碳解決方案，深度賦能社會實現低碳轉型。 	營業收入 ↑	中期、長期

開展氣候適應與減緩行動

針對短中期氣候風險，阿里巴巴開展一系列適應和減緩行動，並階段性評價其有效性，以逐步提高應對氣候相關風險的能力。我們從基礎設施、營運、人員和供應鏈四個方面構建氣候適應能力。關於各主要業務的氣候減緩相關行動，更多內容詳見第二章第二節「推進碳中和」。

更多內容詳見第二章第二節「推進碳中和」 >

系統化構建氣候適應能力

基礎設施	<p>我們注重關鍵基礎設施的整個生命周期災害防護水平。</p> <ul style="list-style-type: none"> 設計和建造：辦公園區在選址階段充分考慮氣候風險，設計建造過程中融入氣候韌性理念，採用海綿城市城市設計原則，有效應對雨水管理挑戰；數據中心建造過程中，充分考慮潛在自然災害風險因素，透過硬件設施的設計以及整體佈局規劃（例如在洪澇高發區域提高室內高度，將關鍵設備放置於非首層區域），增強容災和容錯能力。 應急物資和設備：部署防水閘和防汛沙袋，作為日常洪澇颱風管理的基礎配置；數據中心配備不間斷應急電源和柴油發電設備。 設施營運維護：辦公園區在營運維護階段建立完善的設施管理系統，定期檢查维护高效排水系統、下凹式綠地、透水鋪裝等氣候適應型基礎設施。
營運	<p>我們制定全流程的防控預案，涵蓋事前準備、事中執行及事後恢復，以保障電商、雲端、物流等業務營運的連續性。我們建立分級預警體系，結合氣象監控數據提前識別潛在風險；針對不同極端天氣類型（例如颱風、暴雪、凍雨），完善早期預警、上報流程和分類專項響應計劃。</p>
人員	<p>我們從作業環境、日常管理和培訓三個方面提升人員的極端天氣適應能力。</p> <ul style="list-style-type: none"> 作業環境：優化辦公園區、物流倉庫等實際作業環境，以保障人員在合適的環境中工作，為騎手和騎手提供防暑降溫空間和物資等。 管理：合理安排員工輪班與休息時間，落實極端天氣應對方案，減少高溫等極端天氣暴露對健康的不良影響。 培訓：定期進行極端天氣應急演練，以確保員工能夠迅速有效地執行應急預案。
供應鏈	<p>我們採取多元化策略結合網絡優化規劃，提升供應鏈的氣候韌性。根據極端天氣預警和分析，靈活調整供應商組合以確保穩定供應，同時動態優化發貨倉庫選址與物流配送路徑規劃，確保供應鏈的高效運轉與交付能力。</p>



推進碳中和

2024 年是有記錄以來全球最熱的一年，人類活動造成的前所未有的酷熱仍在持續。在保障業務良好增長的同時，阿里巴巴盡可能將綠色低碳理念融入到發展策略和日常營運之中，努力踐行我們的減排承諾。

➤ 碳中和進展概述

➤ 執行營運和價值鏈減排

➤ 帶動和賦能平台生態減排

碳中和進展概述

我們的可持續發展工作始於對排放的衡量。沒有精準的衡量，減排工作就無從入手。自 2021 年第一次對溫室氣體排放展開全面盤查以來，我們不斷加強數據治理，並上線數字化管理系統，以此來監測排放量和減排量的變化。與往年一樣，範圍 1、2、3 和範圍 3+ 相關數值和能源使用數值經必維國際檢驗集團審計。²



² 考慮到 2025 財年高鑫零售的出售已完成，銀泰的出售也基本完成。因此，本報告披露範圍不包括高鑫零售和銀泰。2025 財年，我們採用中華人民共和國生態環境部最新發布的 2022 年電力二氧化碳排放因子。此外，為提升排放測算的準確性，我們收集了貨運航班所使用的飛機型號資訊，以便按機型分類計算運輸碳排放。這對範圍 3 的計算結果產生了一定的影響。但由於缺乏歷史數據，無法做追溯調整

保護環境 > 推進碳中和

自身營運 (範圍 1 和 2) 減排量

單位: 萬噸二氧化碳當量



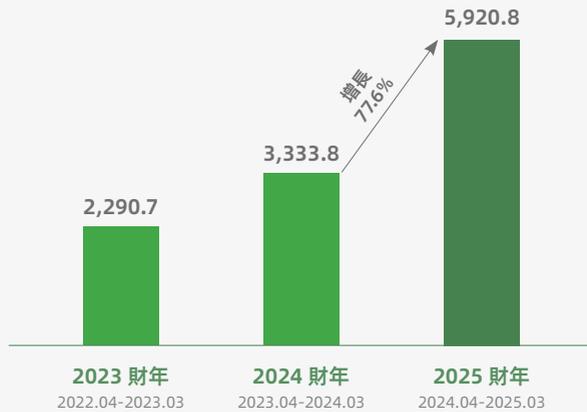
價值鏈 (範圍 3) 減排量

單位: 萬噸二氧化碳當量



帶動和賦能生態 (範圍 3+) 減排量

單位: 萬噸二氧化碳當量



低碳行動路線 / 相應的減排量

賦能減排: 1,560.8

低碳雲 / 1,119.0

低碳辦公 / 441.8

範圍 3+ 減排總計

5,920.8

帶動減排: 4,359.9

低碳商品 / 2,907.7

閒置物品回收利用 / 1,289.7

低碳出行 / 159.3

低碳餐飲 / 3.3

執行營運和價值鏈減排

2025 財年，我們持續對所有與排放實質相關的業務制定減排目標，在綠色低碳雲、數智循環物流、可持續園區等典型業務場景，繼續應用「技術提效 - 使用資源方式的轉變 - 參與者生態」三個原則，創新減排手段，推動減排。

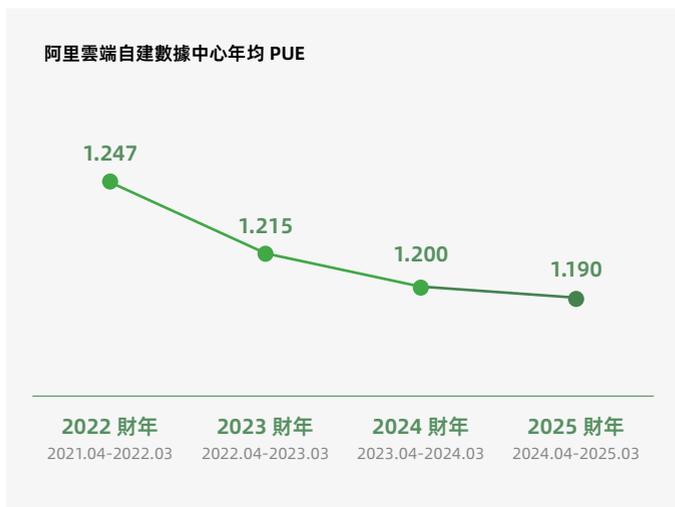
構建一朵綠色低碳的雲

阿里雲致力於提供優質高效的服務，同時將可持續理念融入數據中心的營運管理中，為客戶打造綠色低碳的解決方案。阿里雲承諾不晚於 2030 年實現範圍 1 和 2、範圍 3 的碳中和。

技術提效

數據中心的電力使用場景廣泛，除了要支持核心設備運行，還要用於降低機房溫度以及日常照明等。我們以 PUE（Power Usage Effectiveness）來衡量數據中心的電力使用效率。這個數值越接近 1，意味著能源基本都用於核心 IT 設備，效率越高。阿里雲持續透過產品和營運提效來降低 PUE。

2025 財年，阿里雲自建數據中心年均 PUE 降低至 1.190，繼續保持亞洲領先水平。



產品提效

阿里雲投入開發並應用更高能效的硬件設備和製冷系統，不斷挖掘節能潛力。

液冷伺服器技術可以完全脫離風扇、空調等機械製冷，從而節約電量的使用。並且，液體的導熱能力是空氣的 10 至 25 倍，能更高效地帶走熱量，提升降溫效果。

高性能的電源「巴拿馬」可以實現 10kV 交流電至 240V 直流電的直接轉換，省去傳統架構的中間環節，使供電更高效可靠。

營運提效

阿里雲依託科技創新與精細化營運，不斷優化數據中心能效表現。

阿里雲的智能演算法營運維護策略整合電氣、暖通、自動化控制等多領域的專業知識，實現精細化營運維護調優。阿里雲還構建管理平台，對已部署智能演算法營運維護策略的數據中心進行實時監控與管理，確保運行效果和穩定性。2025 財年，阿里雲的智能演算法營運維護策略推廣至自建數據中心的 21 個機房。

阿里雲與市政供暖合作，透過先進的熱能交換技術將數據中心餘熱回收利用，既提升市政供暖效率，又優化數據中心冷卻效能，實現能源協同與效益共贏。在 2024 年採暖期（2024 年 11 月至 2025 年 4 月），阿里雲數據中心為河北省張北縣實現供熱 1.368 萬吉焦。

針對所有自建數據中心，阿里雲透過設定數據中心 PUE 年度目標並持續追蹤，以深化 PUE 精細化管理。

轉變資源使用方式

阿里雲承諾，自 2030 年起，雲運算的電力供應 100% 採用潔淨電力。阿里雲透過分佈式光伏部署、潔淨電力市場化交易和長期購電協議三大路徑，系統化地推進潔淨能源轉型。

2025 財年，自建數據中心的潔淨電力使用比例達到 64.0%，處於國內同業領先位置。



同時，阿里雲在所有自建數據中心機房樓內採用更加綠色低碳的滅火系統 IG541（其全球變暖潛值 GWP 僅為 1），以取代傳統的七氟丙烷滅火器（其 GWP 值為 3,350）。

協同價值鏈

阿里雲持續推動供應商減排，建立覆蓋租賃數據中心能耗與排放的監測系統，以支持碳盤查與核實工作。此外，阿里雲還建立供應商綠色評估機制，定期考核其低碳表現，並提供一定的技術和資源支持，與供應商一同減排。

2025 財年，阿里雲租賃數據中心實現減排量 57.5 萬噸。

阿里雲逐步將租賃數據中心的綠色低碳目標和供應商的管理措施相結合，其中的核心指標包括 PUE 和潔淨電力使用比例。截至 2025 年 3 月 31 日，超

過 90% 的國內租賃數據中心納入 PUE 指標管理。同時，在新簽和續簽的供應商條款中，阿里雲也逐步加入對潔淨電力使用比例的要求。

阿里雲還透過輸出自建數據中心的標準、技術和資源來幫助供應商管理 PUE 和獲取潔淨電力。2025 財年，阿里雲試點推動智能演算法營運維護策略在租賃數據中心落實。租賃數據中心年均 PUE 從 1.269 下降至 1.253，潔淨電力使用比例達到 22.4%。



建設數智循環物流

交通運輸業是全球溫室氣體排放的主要來源，而且減排挑戰巨大。菜鳥是阿里巴巴物流排放的主要業務之一。

2025 財年，菜鳥持續評估自身和供應商的碳排放和能源消耗數據，從訂單、倉儲、包裝到運輸的各個環節採取綠色低碳行動，自身營運和價值鏈共計實現減排量 28.4 萬噸。

訂單

綠色旅程早在消費者購買和訂單處理時已開始。訂單履約及相關流程的數字化措施，包括執行訂單整合等，可以促進效率提升、節約包裝和後續運輸資源。

倉儲

菜鳥在倉儲環節上線智能監控終端，實現精細化的能耗營運管理，同時也重點執行潔淨能源轉型。截至 2025 年 3 月 31 日，菜鳥在物流倉庫分佈式光伏裝機並網量為 47.1 兆瓦。結合潔淨電力交易，2025 財年，菜鳥營運控制範圍內潔淨電力使用比例達 33.8%。

運輸

運輸是物流業務中排放佔比最大的環節。為讓全球消費者快速收到自己喜愛的貨品，我們需要搭配不同的運輸方式。鑒於現階段每一種運輸方式的規模化減排技術發展程度不一，菜鳥在策略上優先落實可規模化的減排路徑，並不斷探索新穎的解決方案。



包裝

物流速遞行業的快速發展也帶來更多包裝材料的使用，菜鳥持續努力實現包裝減量、包裝循環利用和包裝材料優化升級。2025 財年，這些舉措實現的可衡量的減排量共計 19.8 萬噸。

更多內容詳見第二章第三節「助力建設綠水青山」 >

在陸運場景中，菜鳥持續推進路徑規劃演算法，透過合理規劃自營車隊和承運商車隊的路徑，縮短行駛距離，降低空載率。2025 財年，路徑規劃演算法實現減排量 1,140.3 噸。菜鳥推廣新能源車的使用，包括無人速遞車。2025 財年，菜鳥速遞自營車隊的城市配送中，新能源車配送的車次比例達 99%。此外，菜鳥實現高度自動駕駛無人速遞車從封閉園區到開放道路的應用突破，成功將 L4 級自動駕駛技術落實於城市末端配送場景。

在空運場景中，菜鳥與頭部航空運輸供應商合作，推進大機型的應用，以提升運輸效率、降低空運排放。

28.4 萬噸

菜鳥自體營運與價值鏈減排量

99 %

菜鳥速遞自營車隊的城市配送中，新能源車配送的車次比例

建設可持續的園區

阿里巴巴在全球範圍內有上百個辦公園區和場所，有數十萬員工每天在這些園區和場所裡工作。同時，這些場所也是內、外部利益相關者了解阿里巴巴的重要介面之一。

我們建立覆蓋規劃設計、建設施工、營運維護的可持續園區管理體系。截至 2025 年 3 月 31 日，已有 4 個園區獲得環境管理體系 ISO14001 認證。2025 財年，我們透過能效提升改造、潔淨電力應用和智慧管理系統部署，實現自用辦公園區單位面積排放量同比下降 36.7%。此外，有 4 個園區獲認證為碳中和狀態。

ISO14001 認證園區名單

- 杭州園區西溪 A 區
- 杭州阿里巴巴數字生態創新園
- 杭州園區西溪 C 區
- 杭州園區雲谷園區

碳中和園區名單

- 阿里中心（廣州）園區
- 阿里中心（深圳）園區
- 杭州園區西溪 A 區
- 上海徐匯濱江園區 D 區

綠色園區的設計和建設

綠色園區的設計與建設是園區可持續發展的基石，直接決定營運階段的減排潛力。我們以全球領先標準為藍本，將 ESG 理念深度植入園區規劃設計和施工建造，為後續低碳營運奠定基礎。

截至 2025 年 3 月 31 日，已有 52.1 萬平方米的建築面積獲得 LEED 金級認證，同比增長 119%。

LEED 認證園區名單

園區	認證
北京望京 B 座	LEED 2009 金級認證
阿里中心（上海虹橋）園區	LEED 2009 金級認證
阿里中心（廣州）園區	LEED 2009 金級認證
杭州園區西溪 C 區	LEED v4 金級認證
上海徐匯濱江園區 D 區	LEED v4 金級認證
杭州園區西溪 A 區、杭州阿里巴巴數字生態創新園、杭州親橙里、杭州菲住布渴	LEED v4.1 既有園區 鉑金認證



技術提效

園區營運過程中產生的碳排放主要集中於電力和天然氣這兩大能源的消耗。

我們透過智能化改造園區用電設備，搭載自主研发的「設備大腦」平台，並結合 AI 動態優化演算法，構建智慧能源管理系統。該系統在 2025 財年實現精準能效調控，實現減排量 3,886.9 噸。在天然氣使用環節，我們新建園區全面推進更高燃燒效率的真空鍋爐設備，有效提升天然氣的使用效率。

資源使用方式轉變

我們重點採取潔淨電力替代和電氣化改造兩大措施。在具備條件的園區，部署分佈式光伏，結合潔淨電力交易，2025 財年，自用辦公園區和對外出租場所的潔淨電力使用佔比達到 47.8%。我們還在園區推廣電氣化，包括將園區接駁巴士更換為新能源車輛，並增設充電樁等設施。

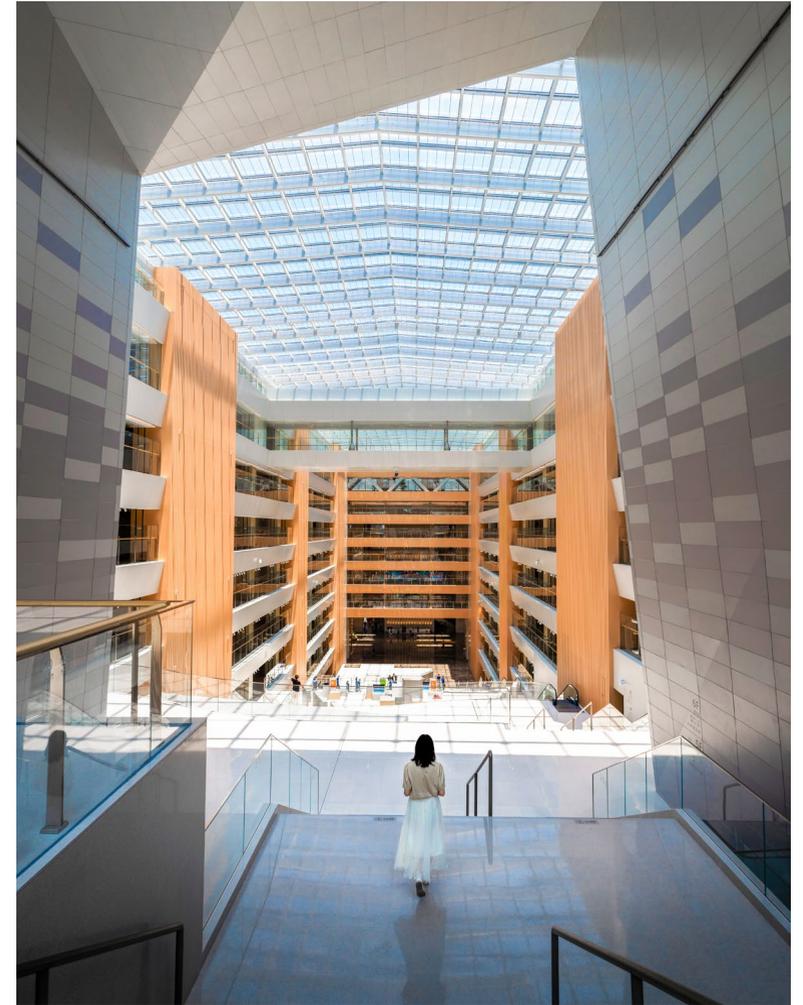
能源管理創新實踐--虛擬電廠

我們在園區內持續推進虛擬電廠的部署，透過智能化調度和分佈式能源協同管理，充分挖掘需求側響應潛力；同時結合自建分佈式光伏的可再生能源和儲能的能力，構建多能互補的微電網體系，盡可能提升自身的潔淨電力使用量，同時幫助緩解社會電力供需矛盾。截至 2025 年 3 月 31 日，共有 16 個園區完成虛擬電廠的部署。2025 財年，響應當地電力系統營運需求 28 次。

激勵員工低碳實踐

我們透過營運「有心」和「歡行」兩大平台，分別帶動員工在辦公和出行兩個場景參與節能減排，提升員工整體節能意識，推動員工踐行隨手關燈、雙面列印、多人拼車等節能行動。員工的每一次綠色低碳行為，都可以在相應的平台上獲得一定的積分獎勵。

2025 財年，110,248 名員工透過「有心」參與完成 2,676,047 次綠色低碳友好行為³；58,841 名員工透過「歡行」參與完成 1,079,493 次低碳差旅行為，實現減排量近 7,065.6 噸。



3. 綠色低碳友好行為：隨手關燈、雙面列印、爬樓梯、自帶水杯、光盤行動、紙箱回收、膠樽回收等低碳行為；低碳差旅行為：乘坐火車代替飛機、多人拼車、搭乘員工巴士和搭乘地鐵

帶動和賦能平台生態減排

透過數字技術與商業模式創新，平台可以在全社會低碳轉型的過程中起到推動作用，幫助客戶和消費者尋求減排路徑和解決方案。為此，阿里巴巴於 2021 年，在自身營運及價值鏈排放之外，提出「範圍 3+」的避免排放目標。

2025 財年，範圍 3+ 實現減排量 5,920.8 萬噸，同比增長 77.6%。這些減排量不會用於抵消自身排放，並在披露時與自身營運及價值鏈排放明確區分。

範圍 3+ 減排體系

科學、透明、開放是我們實現碳中和目標遵循的重要原則，提出範圍 3+ 減碳目標的三年多以來，基於這些原則我們形成了「科學計量 - 數字化管理 - 專業鑒證 - 生態共建」的範圍 3+ 減排體系。

- 科學計量：我們與第三方專業機構合作，建立覆蓋阿里巴巴主要業務的範圍 3+ 減排計量體系。該體系包括《企業範圍 3+ 溫室氣體減排核算與報告通則》及面向每個具體減排場景的計量方法學。截至 2025 年 3 月 31 日，我們已參與 51 項相關減排標準的開發和制定，2025 財年新增參與標準 9 項，包括一項國家標準《家用和類似用途廚房電器能效限定值及能效等級》。這一體系遵循保守性、透明性、完整性等原則，也充分參考了世界可持續發展工商理事會（WBCSD）發布的《避免排放指南》。

- 數字化管理：2025 財年，我們初步建成範圍 3+ 減碳數字化追蹤和計量系統，保證減碳過程的可追溯性和結果的可計量性。
- 專業鑒證：所有披露的範圍 3+ 減排量均由必維國際檢驗集團核查鑒證。核查過程充分依據相關國際標準和指南，以及單獨場景的減排計量標準和方法學。
- 生態共建：阿里巴巴致力於和更多機構及企業一起，探索創新減排方案，積極推動相關的避免排放核算標準在中國以及在數字技術行業的推廣和實踐。2025 財年，我們繼續作為唯一的中國企業成員參與世界可持續發展理事會（WBCSD）避免排放工作組的工作。

範圍 3+ 八大減排路徑圖



範圍 3+ 減排場景和進展

2025 財年，圍繞「賦能減排」與「帶動減排」兩大策略及八條減排路徑，我們擴充既有減排場景的覆蓋範圍，同時繼續開發新的減排場景。

賦能減排： 透過數字技術賦能企業客戶增效減排

賦能減排指企業在產品或服務等方面提供替代性解決方案，以在實現相同功能的前提下產生較少的溫室氣體排放量。我們不斷挖掘數字技術的增效減排潛力，透過低碳雲、低碳辦公、低碳物流、低碳生產四個路徑，幫助客戶減排。

AI 需求激增的背景下，企業的低碳轉型更加需要雲運算基礎設施的持續綠色升級。2025 財年，阿里雲繼續投入低碳技術創新，進一步提高能源使用效率，賦能企業客戶減排 1,119.0 萬噸。阿里雲基於 AI 的數智化控制系統為水泥、固廢處理、鋼鐵、汽車等高耗能行業的企業提供能源增效和資源節約的解決方案。阿里雲也在透過 AI 驅動的能耗和排放的可持續管理平台「能耗寶」，幫助全球中小企業及大型活動等提供能耗和排放的監測、記錄、分析服務及相應的節能提效的預測和建議。截至 2025 年 3 月 31 日，能耗寶累計服務 3,545 家企業。

釘釘為企業用戶提供從視像會議到無紙化辦公的各類線上辦公產品，幫助減少差旅交通以及紙張使用等產生的排放。2025 財年，釘釘賦能企業用戶減排 441.8 萬噸。

帶動減排： 透過平台機制帶動消費者踐行低碳生活方式

帶動減排指企業主動採取干預措施，帶動其商業生態中的參與方開展減排行動。我們藉助平台機制，分別從商品和行為兩個層面鼓勵用戶踐行低碳生活方式，具體體現在低碳商品、閒置物品回收利用、低碳出行、低碳餐飲四個路徑。

我們構建電商平台的低碳商品標準，並讓更多低碳商品被識別和曝光。2025 財年，淘寶天貓平台帶動減排 1,623.9 萬噸；綜合型內貿在線批發交易平台 1688.com 帶動減排 12.5 萬噸。綜合型外貿在線批發交易平台 Alibaba.com 帶動減排 1,271.3 萬噸。

閒置物品買賣和回收可以提高物品的循環利用率，從而減少新品生產的碳排放。2025 財年，閒魚帶動用戶減排 1,182.7 萬噸。我們還透過網上拍賣的方式進行廢舊資產處置，

實現資產的循環再利用。2025 財年，阿里資產帶動用戶減排 104.5 萬噸。阿里巴巴透過助力閒置物品買賣和回收以及網上拍賣促進循環經濟發展，共計減排 1,287.2 萬噸。

高德推行「綠色出行碳普惠計劃」，激勵用戶開設碳帳戶並踐行不同種類的綠色出行方式。截至 2025 年 3 月 31 日，該計劃已覆蓋北京、上海、濟南等 34 個城市，累計帶動超過 5,420 萬用戶低碳出行。2025 財年，高德帶動用戶減排 159.3 萬噸。

餓了麼在平台上提供「無需餐具」選項，以此減少一次性用品的使用；提供「小份餐食」選項，有助於減少食物浪費。2025 財年帶動減排 3.3 萬噸。

能耗寶助力提升奧運賽事能源效率

2024 年巴黎奧運會上，「能耗寶」部署於 35 個比賽場館，幫助測量和分析比賽場館的電力消耗。同時，基於收集到的雲端數據及阿里雲的深度學習 AI 模型進行精準分析，為場館生成能源預測和能效提升建議，以減少電力浪費。

國際奧委會首席資訊科技官 Ilario Corna 表示，「電力消耗是奧運會碳排放的主要來源之一，『能耗寶』基於數據的洞察將幫助我們從每一屆奧運會中累積成果，助力賽事更加節能。」



助力建設綠水青山

我們的環境保護還包括包裝、水資源、廢棄物和生物多樣性議題。接下來，我們將圍繞四個議題，系統匯報基於 4R 循環經濟模式所採取的行動舉措。

➤ 減少和優化包裝

➤ 節約水資源

➤ 減少和循環使用廢棄物

➤ 保護生態系統

減少和優化包裝

包裝是消費者體驗裡的重要一環。2025 財年，我們的包裝足跡主要在於菜鳥的物流業務。雖然面臨不同的經營環境影響，例如商品種類、天氣狀況、運輸配送方式等，但我們對消費者的承諾都是相同的，要為他們提供安全無害、乾淨放心和方便使用的包裝體驗。因此，需要綜合考慮這些因素來應用有效的技術，提供合適的包裝解決方案來實現可持續發展目標。2025 財年，菜鳥透過減少包裝材料使用、包裝循環和重複利用共計減少 16.9 萬噸包裝材料，共計減排 19.8 萬噸。

減少包裝材料使用

我們從源頭就開始運用智能演算法和數字化技術來優化包裝材料利用效率。菜鳥率先在國內推出面向速遞行業和商家的標準化電子面單系統，減少紙張列印。菜鳥還自主研發裝箱演算法，為倉儲打包環節中紙箱型號選擇、裝箱順序、擺放樣式等提供指引，讓裝箱更緊湊。

在保障消費者體驗的同時，菜鳥持續迭代包裝方案。2025 財年，原箱發貨的包裹數超過 6.8 億個。此外，菜鳥開發符合不同行業特性的簡約包裝方案、推廣電子裝箱單的使用。

菜鳥透過採取以上舉措共減少 13.8 萬噸包裝材料使用量，實現減排量 16.8 萬噸。

包裝循環和重複利用

菜鳥的倉庫工作人員日常會整理、回收並二次使用舊紙箱，2025 財年，舊紙箱重複再使用量近 3,600 萬個。菜鳥也持續與商家合作，推廣循環箱在物流配送環節的使用。截至 2025 年 3 月 31 日，菜鳥在商家倉內投入循環箱累計超過 133 萬次，涉及循環箱 14.3 萬個。

2025 財年，菜鳥因使用循環箱和紙箱重複使用節省的包裝量為 3.1 萬噸，減排量近 3.0 萬噸。

包裝材料優化升級

包裝材料是我們原材料採購中的重要組成部分。2025 財年，我們在天貓超市等業務的物流配送場景逐步採用由回收材料製成的塑膠袋，以取代原先完全由新原料製成的塑膠袋。

16.9 萬噸

菜鳥透過減少包裝材料使用、包裝循環和重複利用減少使用的包裝用量



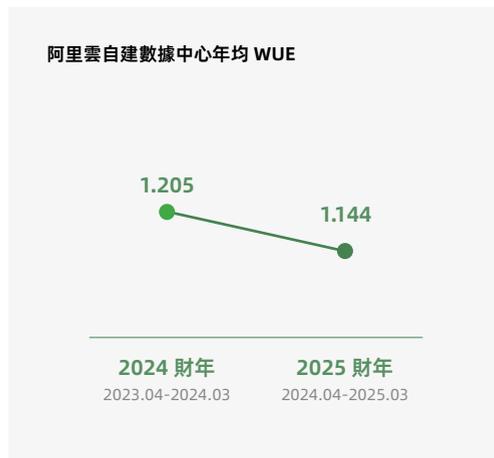
節約水資源

世界氣象組織最新發布的《全球水資源狀況》報告顯示⁴，過去五年，全球供水壓力加劇，河流流量普遍低於正常水平，社區、農業和生態系統的可用水量也在減少。在此背景下，我們收集業務水足跡相關數據，結合業務營運所在地的監管要求，對水資源風險進行討論、識別、評估、管理和定期披露，致力於在營運過程中提升水資源使用效率，降低業務營運過程中的水資源風險。針對阿里雲數據中心、辦公園區、零售場所等水議題實質相關的各業務，我們參考 4R 循環經濟模式，落實相關管理措施。

阿里雲數據中心

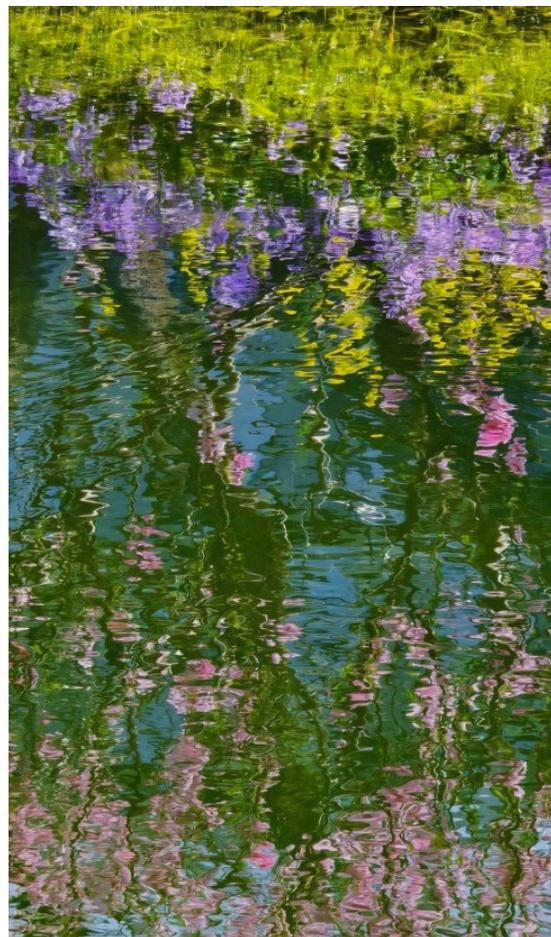
WUE（Water Usage Effectiveness）是衡量數據中心用水效率的指標，它與 PUE 的平衡關係一直是整個行業都在思考和探索的課題。

我們在數據中心設計階段會結合當地水資源狀況，綜合考慮 WUE 和 PUE 的平衡，盡可能提供水資源風險管理的最佳解決方案。在識別出的水資源風險較高地區（例如水資源匱乏地區），我們會犧牲部分 PUE 表現並採用 WUE 更低的風冷模式，盡可能減少對當地水資源的負面影響；而在識別出的水資源風險較低地區（例如水資源充沛地區），我們會追求更好的 PUE 表現，採用水冷模式，WUE 也會相對偏高。2025 財年，阿里雲自建數據中心年均 WUE 為 1.144，其中，主要採用水冷模式的數據中心年均 WUE 為 1.800，主要採用風冷模式的數據中心年均 WUE 為 0.329。



為有效管理 WUE，阿里雲制定 WUE 管理辦法，規範水錶選型標準、計量方法和營運管理要求。同時，阿里雲還建立 WUE 優化策略的知識庫，為各個數據中心提供可參考、可重複使用的最佳實踐指南。譬如，在保障設備安全的前提下，如何設定合理的環境濕度值來優化 WUE 數值。

在水資源匱乏地區，阿里雲透過對當地數據中心進行設備升級與資源投入，以更多地使用中水和雨水。2025 財年，張北基地和烏蘭察布基地的數據中心的中水回收再利用量為 40,625 立方米。



辦公園區

我們在園區規劃設計和營運管理階段實施系統化的水資源可持續管理措施。

園區設計建設過程中，我們採用海綿城市理念，使用透水性鋪裝材料，使雨水能夠直接滲透到地下，同時建設雨水收集系統，將屋頂和地面的雨水收集後循環使用。

園區營運階段，我們構建「監測 - 節水 - 回用」的智慧化水資源管理體系，實現全流程精細化管控。我們透過部署智能水錶系統、升級一級水效設備，以及建立直飲水廢水與空調冷凝水循環利用網絡，系統化提升水資源利用效率。2025 財年，阿里巴巴自用辦公園區的循環用水量為 32,887 立方米。

零售場所

在盒馬，佔比最大的水足跡主要用於海鮮的保鮮用水，其次則是為消費者提供的便利用水。

在保障產品質量和消費體驗的前提下，盒馬在蓄養海鮮及餐飲服務兩大用水場景實施水資源可持續管理措施。具體而言，在蓄養環節部署包含物理過濾、生物淨化、低溫循環的水循環系統，實現養殖用水的回用，並透過監測系統確保水質參數穩定達標；在消費環節則全面採用感應式智能水龍頭等節水裝置，減少用水。

4. <https://wmo.int/zh-hans/news/media-centre/wmobaogaoqiangdiaoquanqishuiziyuanriyiduanquehejinzhang>

減少和循環使用廢棄物

人類每年產生約 21 至 23 億噸城市固體廢物，其中只有 61% 至 62% 在受控設施中得到處理⁵。我們對自身的廢棄物足跡進行追蹤、計量和審計，並堅持「減量化」（即減少廢棄物產生）和「資源化」（即廢棄物處理並循環利用），實踐循環經濟。我們的廢棄物主要產生於阿里雲數據中心和辦公園區等場景，這些場景也成為推動廢棄物管理的試驗田。

阿里雲數據中心

阿里雲制定《阿里雲智能 IDC 園區危險廢物管理制度》，確保將自建數據中心的危險廢棄物 100% 交由第三方具備資質的專業公司進行處置。同時，阿里雲會追蹤處理方式並記錄處理結果，以保障其合規性。

阿里雲透過建立完善的循環利用體系與回收流程，實現伺服器等 IT 設備的環保化處置與資源高效再生。阿里雲的循環利舊中心開展伺服器和備件的檢測、翻新、拆解、維修，以延長伺服器的生命週期，減少電子廢棄物。2025 財年，阿里雲實現 2,572 萬核伺服器的延長保養和 21,768 台伺服器配件的循環再利用。

辦公園區

我們以「100% 合規處理廢棄物」為基本原則，尋找符合資質要求的供應商進行合作，並追蹤和記錄廢棄物的最終處理結果以保障合規。我們設立清晰標識，以提升員工意識，推動他們在園區內做好廢棄物分類。

與其他環境足跡一樣，我們認為沒有衡量則難以管理。在自用辦公園區，我們已實現廢棄物的數字化管理，以掌握廢棄物足跡，從而指導管理動作。

此外，我們還將廢棄物循環再利用的理念應用在園區內，盡力減少最終廢棄物填埋。2025 財年，阿里巴巴北京園區已實現 100% 廚餘垃圾回收，並經生物發酵處理轉化為有機肥。



5. 數據來源請見 <https://www.un.org/zh/observances/zero-waste-day>

保護生態系統

我們不斷學習和追蹤生物多樣性風險與機遇的框架和指標，包括自然相關風險和機遇管理和披露框架（TNFD），致力於在營運中保護生物多樣性，並協同多方參與共享和共治。

辦公園區

園區的設計和建造過程中，或多或少會對當地自然資源和生物多樣性產生影響。為盡可能降低甚至扭轉這種負面影響，我們將生物多樣性的考量融入到園區設計和營運環節。

在選址和設計階段，新建園區均完成環境影響評價。在園區營運方面，我們注重生物多樣性保護和生態系統管理，使用本土物種、多元化植物種類豐富植被結構層次，引入或恢復自然棲息地，打造生態廊道，並透過景觀手段減少光污染與噪音污染，保障動物生活節律。阿里巴巴杭州園區西溪 A 區容納 100 多種綠植和 30 多隻散養的水禽動物。在阿里巴巴杭州園區西溪 C 區，我們透過科學種植 90 種喬木、48 種灌木和 24 種水濕生植物，構建層次豐富的生態植被系統，為昆蟲、鳥類等野生動物提供優質的棲息環境和穩定的食物來源。



電商平台

生物多樣性的風險之一就是非法野生動植物交易。

我們遵循包括《中華人民共和國野生動物保護法》《中華人民共和國陸生野生動物保護實施條例》《中華人民共和國漁業法》和國際瀕危野生動植物種國際貿易公約（CITES）等多項境內外法律法規和公約。淘寶天貓、速賣通平台透過人工智能演算法對文字、圖片、影片等內容實施相關風險的實時監測，並輔以人工巡檢機制確保違規內容及時識別與處置。如發現違規行為，平台會對違規商家進行告知和教育，同時採取商品下架、扣除店鋪分數、店鋪清退等處置措施。

面向消費者，淘寶天貓則開展生物多樣性保護等生態法治宣傳教育，持續營運「綠網計劃」⁶。截至 2025 年 3 月 31 日，累計 2,128 萬次用戶的野生動植物交易相關搜尋一鍵轉化為科普教育和宣導頁面，累計約有 60 萬人主動參與野生動物保護相關的「公益守護行動」。

推動多方參與

我們致力於構建多方協同的可持續發展生態體系。我們與政府部門、監管機構及專業組織建立合作夥伴關係，譬如成為世界可持續發展工商理事會成員及中國碳足跡產業創新聯盟創始成員，共同推動環境保護。

承辦聯合國氣候大會中國角活動

2024 年 11 月，在阿塞拜疆巴庫舉行的聯合國氣候變化大會（COP29）上，阿里巴巴承辦中國角「數字化轉型主題日」，參與大會的「綠色數字行動倡議」高級別圓桌會議，倡導包括 AI 在內的數字技術在應對氣候變化領域的應用。

持續支持舉辦中國自然教育大會

2024 年 5 月，阿里巴巴支持舉辦以「上海，更好的自然教育」為主題的 2024 中國自然教育大會，聯合各方力量，分享交流自然學術思想，支持推動自然教育事業發展。



6. 「綠網計劃」覆蓋淘寶、閒魚、優酷等多個 APP，致力於將非正常搜尋轉化為有溫度的普法宣傳引導



社會

支持員工發展

阿里巴巴最寶貴的財富是不斷成長的人才梯隊。我們希望「讓員工成為更好的自己」，努力讓每位員工都有機會在多元、平等和共融的文化與環境中學習成長，保持熱情，實現價值。

本章

多元、平等和共融

人才的吸引和保留

豐富的人才發展機會

員工的健康與活力



支持員工發展

多元、平等和共融

35.4%

35.4% 的員工為女性



人才的吸引和保留

福布斯 2024
全球最佳僱主

繼續位列中國企業前五



員工的健康和活力

ISO45001 認證

阿里巴巴的多個園區、數據中心和
物流場所獲得了 ISO45001 認證



超 14,000 名

阿里巴巴累計培訓超過 14,000 名急救俠



超 6 萬名

關愛家人，超過 6 萬名員工利用
陪伴假享受與家人的寶貴時光



93.1%

阿里巴巴辦公環境滿意度 93.1%



策略與路徑

我們秉承「讓員工成為更好的自己」的理念，在員工廣泛討論的基礎上，逐步發展形成六條核心價值觀。這是阿里巴巴文化的核心組成部分，在我們如何經營業務、招聘人才、管理和考核員工以及決定員工報酬中扮演重要的角色。

我們的價值觀

客戶第一，員工第二，股東第三

這就是我們的選擇，是我們的優先順序。只有持續為客戶創造價值，員工才能成長，股東才能獲得長遠利益。

因為信任，所以簡單

世界上最寶貴的是信任，最脆弱的也是信任。阿里巴巴成長的歷史是建立信任、珍惜信任的歷史。你複雜，世界便複雜；你簡單，世界也簡單。阿里人真實不虛偽，互相信任，沒那麼多顧慮猜忌，問題就簡單了，事情也因此高效。

唯一不變的是變化

無論你變不變化，世界在變，客戶在變，競爭環境在變。我們要小心懷敬畏和謙卑，避免「看不見、看不起、看不懂、追不上」。改變自己，創造變化，都是最好的變化。擁抱變化是我們最獨特的 DNA。

今天最好的表現是明天最低的要求

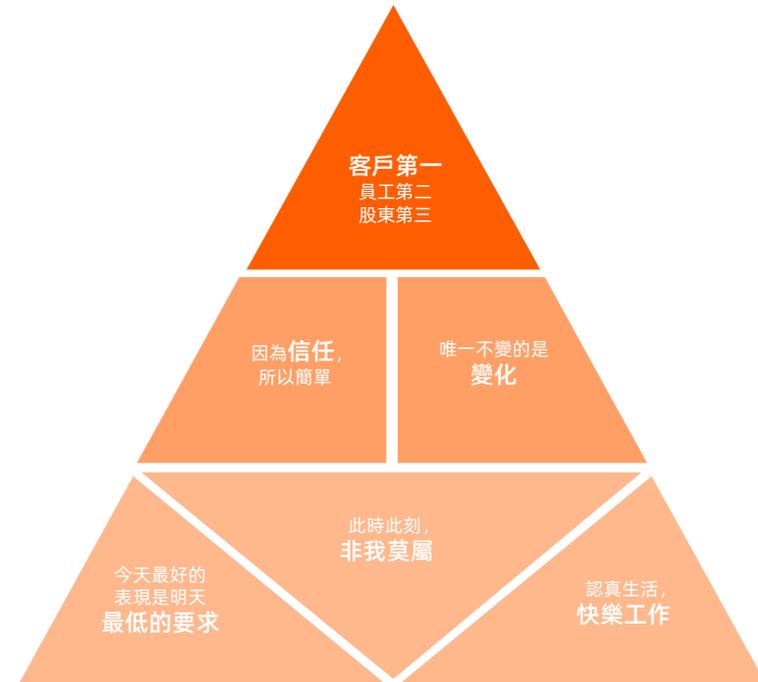
在阿里最困難的時候，正是這樣的精神，幫助我們渡過難關，活了下來。逆境時，我們懂得自我激勵；順境時，我們敢於設定具有超越性的目標。面向未來，不進則退，我們仍要敢想敢拼，自我挑戰，自我超越。

此時此刻，非我莫屬

這是阿里第一個招聘廣告，也是阿里第一句俗語，是阿里人對使命的相信和「捨我其誰」的擔當。

認真生活，快樂工作

工作只是一陣子，生活才是一輩子。工作屬於你，而你屬於生活，屬於家人。像享受生活一樣快樂工作，像對待工作一樣認真地生活。只有認真對待生活，生活才會公平地對待你。我們每個人都有自己的工作和生活態度，我們尊重每個阿里人的選擇。這條價值觀的考核，留給生活本身。



遵照國際標準

阿里巴巴遵循《世界人權宣言》《經濟、社會與文化權利的國際公約》《聯合國工商業與人權指導原則》、聯合國全球契約十項原則以及國際勞工組織制定的《工作中的基本原則和權利宣言》。2021年2月，阿里巴巴成為聯合國全球契約組織（UNGC）締約方。

規章與制度

以使命、願景和價值觀為指引，適用於全集團的《阿里巴巴集團商業行為準則》是每位阿里巴巴員工應當遵守的職業行為規範。其中，對「維護工作秩序」和「保障員工權益」作出了明確的規定。基於該準則和既有人力資源相關管理制度及實踐，我們制定《阿里巴巴集團員工權益守則》，這是一項涵蓋人權、職業健康與安全、多元平等共融以及員工培訓的管理規範。

多元、平等和共融

我們相信，構建開放包容的人才機制和互相尊重的工作環境，不僅能吸引多元化人才、增強員工歸屬感與創新力，更能推動包容性產品創新與服務升級，從而更好地滿足多元化用戶需求。

➤ 管理理念

➤ 多元、平等和共融文化宣導

➤ 多元化的人才梯隊

➤ 平等及互相尊重的工作環境

➤ 開放溝通，合作共融

管理理念

我們在董事會可持續發展委員會的指導下建立「多元平等共融專項組」，負責制定相關的政策以及落實具體的管理舉措。

多元、平等和共融是阿里巴巴組織文化提倡的價值理念，我們透過結合自身文化，將這一理念融入到「選、聘、育、留」四項人力資源的工作中。

我們認為在阿里巴巴，多元、平等和共融應為：

- 合法合規：我們嚴格遵守所有與平等就業、反歧視、反騷擾相關的法律法規。我們建立包含定期員工培訓、合規審計及安全舉報渠道的完整合規體系，全面保障員工權益。
- 任人唯賢：我們實施以績效和能力為導向的人力資源政策，透過透明的評估、招聘和晉升體系確保機會平等。我們嚴格禁止基於個人特徵（包括但不限於性別、年齡、種族、籍貫、宗教信仰或殘障狀況）的偏見，保障用人決策的客觀公正。
- 尊重包容：我們重視多元化視角與經驗，培育互相尊重和包容的文化。我們支持員工暢所欲言，彼此啟發，讓人才能夠充分發揮潛能。透過融合不同背景、思維方式和能力特質的員工，打造一支具有創造力的團隊。



多元、平等和共融文化宣導

2025 財年，我們透過多元化的培訓活動宣導多元、平等和共融文化。

多元平等共融專項組舉辦 ESG 集市，透過現場答題等互動方式增強員工對多元、平等和共融的感知和了解；為多個業務的多元平等共融工作組成員開展專題培訓，共同探討如何將多元、平等和共融的核心理念融入人力資源日常管理體系。

阿里雲邀請員工體驗官，舉辦圓桌討論會，聆聽員工關於多元、平等和共融的相關建議；向員工推送《邊界 1》和《邊界 2》，明確說明在工作場所應避免的行為；逐步為管理者開展相關培訓。

菜鳥已開展《克服無意識偏見》《有效跨文化溝通交流的關鍵》等課程，宣傳多元化發展理念，增強跨文化溝通能力。

高德將多元、平等、共融理念納入新員工及管理者培訓體系，強化其管理實踐中的文化認同與執行能力。

Lazada 加入聯合國全球契約組織（UNGC）的線上學習平台計劃。所有 Lazada 員工均可透過該平台註冊帳戶，瀏覽聯合國全球契約組織提供的 ESG 相關課程，包括《性別平等：企業如何加速變革步伐》《如何理解並行動響應全球目標》等。

阿里雲啟動首次多元、平等和共融調研

2025 財年，圍繞安全、健康、多元、平等、共融工作環境的話題，阿里雲啟動首次員工調研活動。期間共收到超過 1,300 名同學的反饋。調研結果顯示，超過 80% 的員工認可該文化，認為其有助於提高員工滿意度和歸屬感，促進團隊合作，吸引和留住人才。約 94% 的員工認為阿里雲的工作環境是尊重和包容的，超過 91% 的員工認為阿里雲有比較好的多元、平等和共融實踐。

多元化的人才梯隊

阿里巴巴充分認同、接納和尊重個體之間的差異，包括性別、種族、年齡、信仰、價值觀和人生閱歷等多元化特徵。

截至 2025 年 3 月 31 日，我們擁有 124,320 名員工，女性員工佔阿里巴巴員工總數的 35.4%。其中，28.8% 的管理者為女性，37.5% 的高級管理者為女性。

124,320 名

員工

35.4 %

女性員工佔阿里巴巴員工總數



平等及互相尊重的工作環境

我們對工作環境中出現的暴力、欺凌、歧視或性騷擾零容忍。遵循《中華人民共和國勞動法》，我們頒佈了《阿里巴巴集團商業行為準則》和《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》等規章制度，明確定義工作中禁止和應避免的行為、投訴渠道和相應處理程序等內容。

針對性騷擾等惡性事件，我們設立公開的諮詢和投訴電郵、熱線電話等渠道，配備專門人員接受員工的諮詢和投訴。當投訴獲受理後，我們的AID團隊立即組織調查人員展開調查，並在結束調查作出紀律處分決定後，通知被投訴人所在團隊主管和人力資源負責人執行處理。被投訴人如確實存在嚴重的不當行為，將給予辭退處分。同時，我們視情況為投訴人提供必要的法律諮詢和心理諮詢支援。對於舉報者，我們執行嚴格的保密措施，限制知情人員範圍，並對其施加嚴格的保密義務，以保障舉報者資料安全。

言有度，行有界。

勇敢 Say No，果斷制止。

我們一起攜手共建安全、
健康、包容的工作環境。



—— AID 團隊

開放溝通，合作共融

唯有以包容文化為紐帶，多元化的組織才能突破文化差異，實現共融，從而釋放其潛能。我們透過搭建開放的溝通平台、開展多元化員工活動，持續推動共融文化氛圍的建設。

開放的溝通渠道

我們積極聆聽來自員工的聲音，鼓勵員工充分表達意見和建議。

管理者與員工的交流

我們倡導「簡單、信任」的溝通文化氛圍，鼓勵管理者投入時間與員工溝通和交流。其中，Booking 是我們的一款溝通工具，所有管理者都可以在 Booking 上公布自己的空閒時間，讓員工自主預約，與管理者進行直接溝通。2025 財年，超過 300 位管理者發布了超過 2,000 條 Booking。

同時，各業務的管理者還會透過午餐會、Townhall¹ 等形式與員工交流，幫助員工及時了解公司戰略和管理情況。

員工間的交流

我們的內部線上交流社區打破層級與部門的界限，為員工提供了一個自由表達和真誠交流的平台。員工可以在這裡暢談業務洞見、分享實用資訊、探討行業趨勢、分享多姿多彩的日常生活。

員工反饋和投訴渠道

我們為員工提供便捷的反饋和投訴渠道，並設立相關部門和責任人，遵照既定程序處理員工的反饋或申訴。例如，員工對績效持有異議，或認為受到性騷擾、歧視等情況，可透過相應的渠道反饋或投訴；例如，員工對紀律處分結果存在異議，可按照覆議流程向紀律管理委員會申請覆議，紀律管理委員會將協同多個部門審查相關證據，並參考法務合規等部門的建議出具覆審結果。

員工可透過「OPEN 信箱」直接向各業務的 CEO 反饋意見，並獲得及時、有效的回覆，通常在兩天內予以回應。

1. 面向海外員工舉行的會議

多元化員工活動

我們致力於打造一個充分展現員工多樣性的平台，讓每位員工都能釋放潛能、共同推動創新與變革。

「阿里十派」是阿里巴巴員工自發創立、自主管理的興趣團體。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里十派共有 34 個正式團體，涵蓋體育類的籃球派、壁球派、劍道派，才藝類的攝影派、書法派、繪畫派，成長類的讀書派、英語派、正念冥想派等。

我們舉辦女性交流活動，邀請來自多元背景的傑出女性代表分享職業發展經驗與人生智慧，為女性員工打造開放互助的平台。為了更好地支持女性員工個人發展，阿里雲舉辦《「她」力量-技術領域女性圓桌論壇》《綻放 AI 時代的她力量》《她力量探索幸福密碼-如何獲得持久的幸福力》和《設計人生，綻放她力量》等系列活動。

此外，我們定期舉辦 Homecoming、全球風情秀等文化主題日，邀請來自全球各地擁有不同文化背景的員工互相交流、增進了解。



Daraz 推出「dWomen 倡議」

2025 財年，Daraz 在其營運所在國之一——孟加拉國推出「dWomen 倡議」，這是一項旨在賦能女性員工、提倡包容性的綜合性倡議，透過多元活動為女性員工提供支持。其中，「她閃耀計劃」(SheShines) 旨在表彰和慶祝女性員工的成就，「導師計劃」則鼓勵女性員工之間的互相幫助和經驗分享，積極營造有利於女性員工發展的工作環境。

人才的吸引與保留

吸引與保留人才對於激發創新，推動業務發展至關重要。我們建立開放、多樣的渠道匯聚人才。同時，我們始終與員工共享發展成果，建立兼具內部公平性和外部競爭力的薪酬體系，並持續完善福利保障，推動建設「快樂工作、認真生活」的氛圍。

➤ 招聘人才

➤ 公平、有競爭力的薪酬和績效評估體系

➤ 有溫度的福利權益

招聘人才

「選人」是人力資源管理的第一個環節。選對合適的人，不論對於企業還是求職者，都是效率最高的方式之一。我們重視將人才規劃與組織設計和戰略規劃相結合，關注人崗匹配與人才補充需求。各業務均建立人才庫，根據戰略規劃，分析人才需求和市場人才供應情況，以確保人才儲備的充足性及合理性，並透過搭建人才規劃分析工具，開展內

部人才盤點、人才畫像、人才儲備與組織目標匹配度分析，助力招聘工作的開展。

為了能夠「選對合適的人，招到合適的人」，我們在建立多元化人才招聘渠道的同時，也非常重視應徵者的體驗和面試過程中的合規管理。



招聘渠道與體驗

我們建設開放、多樣的人才招聘渠道來滿足人才需求，包括社會招聘、校園招聘、員工內推等。我們重視校園招聘，透過校企合作、組織企業 Openday 活動、校園宣講和營運實習生項目等多種形式來加強與學校、學生的交流。

此外，我們透過制定標準招聘流程、提供面試官培訓和建立應徵者體驗反饋機制等方式來提升招聘體驗。

招聘流程：我們透過標準化面試前中後的流程，保障應徵者能夠獲得平等、透明、友善的招聘體驗。

面試官培訓：我們對面試官進行培訓，並要求其遵循友好、專業的招聘原則。阿里雲、餓了麼等業務還創建了契合自身業務所需的面試官培訓課程，以提升面試官的能力。

應徵者體驗反饋：面試後，我們還會邀請應徵者填寫面試反饋問卷，收集應徵者的真實反饋，針對性改進面試環節中出現的問題，提升應徵者的招聘體驗。

包容性的人才招聘

在招聘流程中，我們貫徹多元平等共融的招聘理念，平等、公正地對待不同國籍、種族、年齡、性別、身體狀況、宗教信仰和文化背景的應徵者。在招聘系統中，我們逐步建立招聘要求的敏感詞彙檢查，確保對外發布的招聘需求中不會出現與性別、年齡等相關的詞彙。

合規僱用

在招聘和用工過程中，我們遵循國際勞工組織公約和業務營運地所適用的法律法規，禁止使用童工，抵制強迫勞動，保障員工的自由權益和人格不受侵犯，確保合規與公平。

我們依法與應徵者簽訂勞動合同，並在獲得應徵者同意、保障個人私隱和資料安全的前提下，嚴格核實身份和年齡資料，確保公司僱用的員工中不存在童工。

根據《阿里控股童工與強制勞工事件處理指引》，一旦發生僱用童工事件，我們會採取立即停止未成年人的工作、聯絡監護人等應急處置措施以及提供教育資助和職業培訓等支持。針對強迫勞動事件，我們的處置方式包括解除強迫狀態、確保人身自由等補救手段和補發工資待遇、賠償損失等幫扶舉措。

公平、有競爭力的薪酬和績效評估體系

我們致力於與員工共享發展成果，建立員工合法權益體系，使薪酬激勵兼具內部公平性和外部競爭力。

一個公正公平的績效評估體系有助於激發員工積極性，阿里巴巴全體員工每年接受績效評估，績效結果應用於全體員工的短期和長期激勵。我們從多個維度評估員工績效表現，包括但不限於目標管理機制、業績和價值觀的績效考核制度、團隊績效考核機制、階段性彈性績效及發展對話。主管會在期初與員工共同設定目標，並透過動態目標管理機制，確保資訊的公開透明、持續迭代。我們根據員工所在崗位的性質，分月度、季度、半年度、年度進行目標設定和績效評估，並持續追蹤員工績效，保障員工得到及時、公正的反饋。

在績效評價環節，員工將進行自我績效總結，部分業務還會邀請與員工相關的合作夥伴提供反饋。主管將綜合員工自評及合作夥伴反饋意見形成最終的績效評價，以建立更全面客觀的反饋機制。

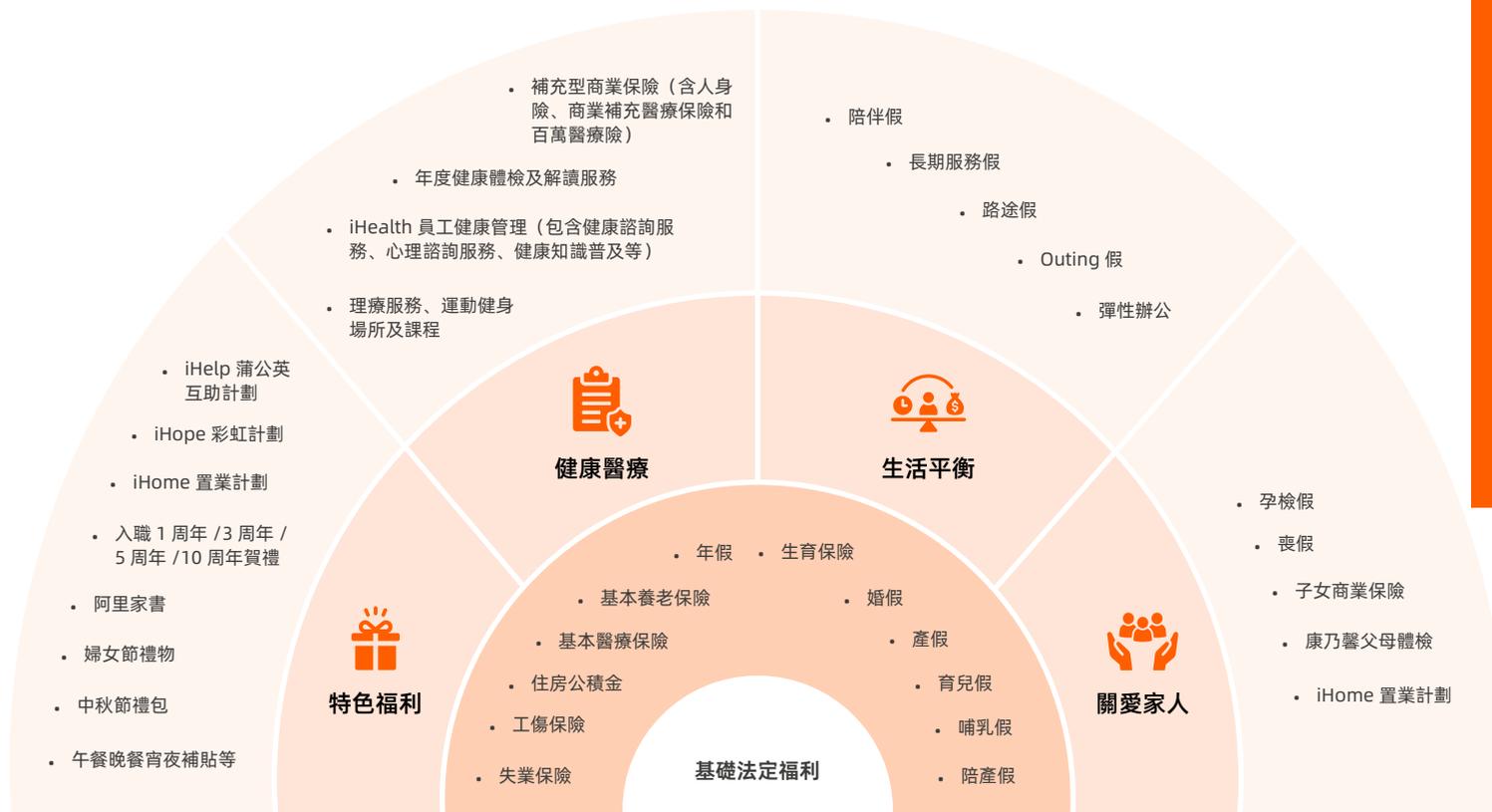
若員工對績效結果有異議，可透過覆議申訴通道申請專門的覆議小組處理，覆議小組應在聽取員工、主管及相關方的理由和依據後，作出覆議結論，保障績效評估的公平。我們還設立了績效改進輔導渠道，幫助員工完成績效改進目標。

我們建立與績效掛鉤的激勵機制，為所有員工提供具有市場競爭力的薪酬福利。根據不同的崗位性質，短期激勵手段包含佣金、項目獎金、季度和年度獎金等形式。長期激勵手段包括股權激勵和長期現金激勵等形式。



有溫度的福利權益

阿里巴巴致力於為所有員工提供有溫度的福利（非薪酬）。不同國家、地區及行業對員工福利的法律規定不盡相同。我們充分尊重和遵循相關的規定，制定了與所在地區相適應的福利體系，在基礎法定福利²保障上，進行一定的延伸，為員工甚至其家屬提供生活保障，以減輕後顧之憂³。



超 6.1 萬名

超過 6.1 萬名員工的子女享受公司提供的保險保障

超 10.3 萬次

員工父母參與免費體檢的人次超過 10.3 萬次

超 6.8 萬名

超過 6.8 萬名員工申請並使用了陪伴假

超 1.6 萬名

超過 1.6 萬名員工申請並使用了育兒假

2. 基礎法定福利劃分以中國大陸地區法律規定為準
3. 部分業務會根據自身業務情況以及所在國家、地區的法律規定對上述福利作一些調整

「510」阿里日

5月10日阿里日是阿里精神紀念日。它源於2003年「非典」時期，阿里巴巴面臨全體員工隔離在家辦公，但得到了親友的全力支持。許多家人自發成為客服。為了紀念阿里人的熱情和信念，我們將每年的5月10日定為「阿里日」，以紀念「非典」中凝聚的果斷、團結、敬業、互助互愛的精神，也用這一天來表達對親友的感恩。這一天，員工會帶着自己的親友走進辦公園區，體驗、感受阿里的 work 環境與文化氛圍。2025年阿里日，我們首次開放了寵物入園，歡迎員工帶着「毛孩子」這位特殊的家人一起來到辦公園區。

阿里家書

阿里巴巴每年都會向員工家人寄送精心準備的家書，這封家書不僅是一份禮物，更蘊含着阿里巴巴對每位員工家庭的關懷與感謝。

支持和關愛女性員工成為「媽媽」

我們除了為懷孕的女性員工提供孕檢假、產假等假期外，還成立孕婦學校和育兒課堂，幫助新手媽媽和爸爸更便捷、舒適、專業地度過人生重要時刻。2025財年，我們開設了孕期營養與體重管理、孕期運動教學等課程。此外，我們為員工提供的商業保險還覆蓋女性員工在孕產期內符合當地社會醫療管理部門規定的門診、住院醫療費用。



豐富的人才發展機會

我們希望每位員工在阿里巴巴都能更好地實現個人價值，充分發揮自身潛力，並獲得豐富的職業發展空間和充滿挑戰的成長機會。

➤ 職業發展機會

➤ 人才培訓與發展



職業發展機會

我們關注每位員工的職業成長，透過為入職的新員工配備一名在職員工作為「師兄」或「師姐」幫助員工更快融入團隊，熟悉業務並解答成長疑問。我們還鼓勵管理者積極識別高潛人才，不斷牽引他們的發展。

員工成長

每個人在阿里巴巴會有兩個紀念日：一是生日，一是加入阿里巴巴的日子。我們為員工設立了一年香、三年醇、五年陳、十年馨紀念日，並提供定制紀念品。在這些紀念日裡，我們通常還會組織一些慶祝活動。尤其在五年陳時，邀請員工參加五年陳授戒儀式，以紀念在阿里巴巴成長的特殊時刻。

為促進人才在內部獲得更多發展，阿里巴巴為員工提供開放、透明的轉崗機會。這一機制既能更好地匹配員工能力和崗位需求，也能驅動管理者關注員工成長，讓人才能夠自由流動。

人才培訓與發展

根據《阿里巴巴集團員工權益守則》，我們建立了覆蓋全體員工的、多元化的內外學習發展項目，為員工提供學習與發展平台，幫助員工實現個人和職業雙重成長。



新人培訓及輔導

我們為新員工提供新人入職知識導引、師兄師姐配對、線上學習地圖、線上線下培訓項目等系列支持，幫助他們快速融入工作環境。我們的主要業務均為新人設立了專門的培訓項目，通常會涵蓋阿里巴巴戰略、歷史發展、組織文化等通用課程，以及契合業務特色的特色課程。除此以外，我們的主要業務還為校招生開發了管理培訓生培訓及定制培訓項目，以幫助他們更好地適應從學校向職場的轉變。

領導力培訓

管理者的領導力對團隊效能產生直接影響。卓越的領導才能對於增強協作、創造積極氛圍以及保障公司未來長遠發展起着至關重要的作用。

我們推出《管理者應知應會》，提升通用管理能力，幫助管理者系統性掌握管理原則和工具。譬如，如何設定一個好目標、如何制定有效的策略承接目標等。

我們還為不同級別的管理者制定相應的培養計劃，涵蓋線上培訓、專題研討會等多種方式。初級管理層的培訓重點在於「從個人貢獻者轉型為管理者」，完成角色轉換。中級管理層的培養則著重於綜合業務能力、戰略思考、商業觸覺等方面，以幫助他們未來承擔更大職責。

我們的主要業務還為一些高潛力員工設立了領導力培養課程，幫助他們更好地成長。

專業能力培養與提升

根據各崗位能力模型及專業發展方向，我們提供涵蓋科技、數據、營運、產品、市場、風控、客戶服務、財務、人力資源及 ESG 等領域的培訓項目。員工可根據個人職業發展規劃及能力提升需求，自主選擇相應課程，實現專業能力的持續進階。2025 財年，為了更好地幫助員工擁抱 AI 時代，我們增加了「學 AI，用 AI」的培訓活動。

針對各項員工培訓計劃，我們會透過問卷調查等形式收集員工反饋，定期評估培訓效果，從而不斷改進未來的培訓計劃。

我們的多個業務支持和鼓勵員工考取外部資格認證，持續精進專業能力，並對符合條件的全職員工提供考證獎勵及費用報銷。

豐富的 AI 學習資源

阿里學習是阿里巴巴內部的線上學習平台，匯聚文化、管理、專業、通用等方面的優質學習資源和培訓。2025 財年，我們上線了「AI 問道」欄目，集中為員工提供工程技術、演算法技術和非技術三個專業方向的 AI 學習資源。2025 財年，訪問該欄目的學習人數超過 16,000 人。

阿里巴巴技術協會（簡稱 ATA）是技術生態內的一個工程師交流平台，工程師們在這裡交流協作，拉通內外部技術能力和視野，形成有價值、有體系的知識沉澱。2025 財年，ATA 上線了「AI 實踐專區」版塊，系統地為員工提供多種 AI 工具的連結入口，讓智能觸手可及。

員工的健康與活力

員工身心健康是我們首要關注的重點之一。透過安全舒適且智能便捷的辦公環境、專業全面的醫療健康保障、豐富多彩的公司活動，我們為員工提供多維度支持，讓職場環境充滿生機與活力。

職業健康與安全保障

重視員工身心健康

有活力的工作環境

職業健康與安全保障

阿里巴巴遵循《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等相關的法律法規要求，在《阿里巴巴集團員工權益守則》中，明確保障員工職業健康與安全。

我們大多數員工的工作地點在辦公園區，少部分員工的工作地點在菜鳥的物流園區或阿里雲的數據中心等場所。

在安全管理上，我們均參考 ISO45001 標準，發布了適用於不同場所管理的內部制度與工作規範。譬如在物流場所，菜鳥發布《菜鳥集團環境健康和安全管理手冊》。同時，我們也在不同的業務範圍內，提供相應的組織保障，從風險防範、應急管理和安全培訓三個方面來落實具體的管理要求。

風險防範

在辦公園區、物流場所和數據中心的員工健康與安全風險防範上，我們已建立風險識別、追蹤與改進的處理鏈路。在風險識別方面，我們根據 ISO45001 標準、工作安全分析法等工具，系統地梳理不同場所下的風險地圖。在風險追蹤方面，我們透過風險巡檢、內部的工作檢查等手段來追蹤風險管理措施的落實情況，並根據不同場所的管理慣例，我們建立與其適用的定量指標。在風險改進方面，針對檢查過程中存在的管理不足以及風險隱患，我們開展專項改進工作。

應急管理

在應急管理方面，我們制定了一些相應的制度和程序，例如《安全應急操作指引》等，透過明確的工作指南來提升應急響應能力。譬如，在大多數員工所在的辦公園區，我們定期組織應急演練，確保相關人員根據組織架構和職責、風險等級及類型，有效地響應和處置各種突發事件。針對意外事件可能導致的員工安全威脅，我們不斷健全應急救護團隊和設施。截至 2025 年 3 月 31 日，園區配備自動體外心臟除顫器（AED）已有 208 台，同比增加 33 台。

安全培訓

根據不同業務和場所的需要，我們組織相應的培訓活動來提升安全意識和應對安全事件的能力。2025 財年，我們舉辦了 208 場急救俠授證培訓，總計培訓時長達 1,204 小時。截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計培訓超過 14,000 名急救俠。

此外，阿里巴巴的職業健康與安全認證工作正在不斷推進中。截至 2025 年 3 月 31 日，多個園區、數據中心和物流場所獲得 ISO45001 認證。

ISO45001 認證場所名單

園區	杭州園區西溪 A 區、C 區	杭州園區雲谷園區	杭州阿里巴巴數字生態創新園
數據中心	張家口張北廟灘數據中心	杭州臨平經濟開發區數據中心	河源數據中心
物流場所	浙江菜鳥供應鏈有限公司（包含 28 處倉儲場所）		

重視員工身心健康

我們重視員工的身體健康，設立 iHealth 員工健康管理項目。

- 每年員工或其父母、親友體檢結束後，我們會組織體檢機構的專家和醫生，為員工進行報告解讀。
- 定期開展身心健康關愛活動，包括季度開展為期一周的身心健康活動，每月開展緩解身心疲憊的健康知識分享等。
- 根據夏季冬季的節氣變化舉辦養生專項活動，在中國的二十四節氣錄製相應的健康養生影片，讓員工了解、學習、參與和使用。
- 組建關愛健康的社群，為員工提供健康小貼士、健康問題答疑解惑和各類健康資源等服務。
- 針對疑難雜症和重症疾病，為員工提供專業的健康諮詢、就醫指引及專家推薦等服務。此外，每年定期開展員工健康科普和活動，例如女性關愛計劃、綜合三甲醫院專家會診、健康講座與義診等。

在心理關愛方面，我們為員工提供了多種形式的免費心理諮詢渠道，員工可透過內外小蜜和 1818 熱線進行心理諮詢預約，形式包括電話、視像、面談等。同時，我們也在辦公園區內積極舉辦各類心理健康活動。

阿里雲推出「員工關愛計劃」

阿里雲推出「員工關愛計劃」，透過心理健康課程、線下宣傳活動等方式為員工的心理健康提供支持。2025 財年，阿里雲舉辦了包括冥想、香薰治療、即興心理劇場等多場線下心理健康類活動。同時，阿里雲選在新員工學習地圖中加入了《情緒解讀有效應對》課程，提升新員工心理素養。

有活力的工作環境

我們秉持綠色發展、人文關懷和專業高效的理念，透過構建明亮便捷的辦公環境、健康便利的生活配套、全面周到的安全防護以及溫暖專業的人工服務體系，持續優化實體與數字工作空間，為員工打造優質的工作環境。

2025 財年，阿里巴巴杭州西溪 C 區獲得 WELL 金級標準認證。

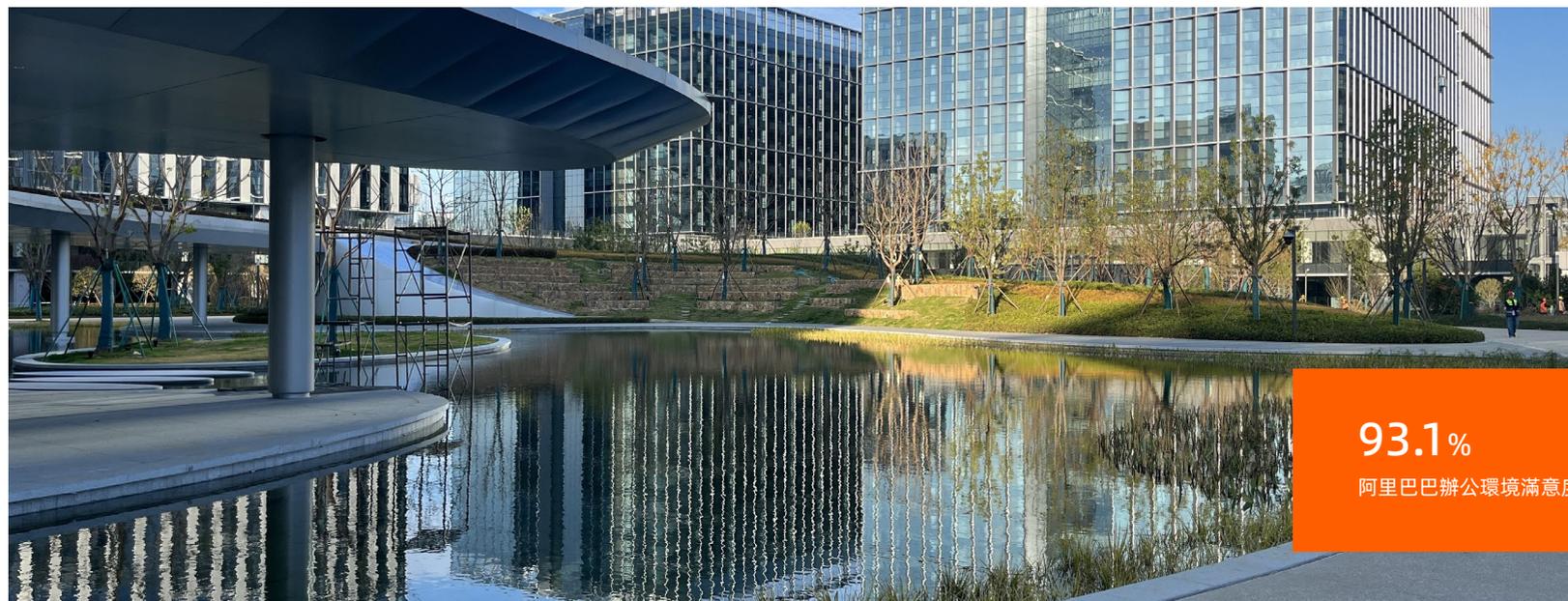
我們的主要辦公園區配備了包括健身房、理療室、健康中心在內的一系列設施，為員工提供運動、減壓、諮詢等多元化健康服務。

我們建立了一套服務體系來解決員工在辦公和生活中遇到的問題。任何問題都可透過 1818 熱線電話或內外小蜜的線上服務入口獲得相應的諮詢服務。2025 財年，內外小蜜的諮詢服務量超過 1,017 萬次。

我們關注員工的辦公體驗及辦公環境健康度，每季度面向全體員工開展辦公體驗滿意度調研。2025 財年，員工調研數據顯示，阿里巴巴辦公環境滿意度達到 93.1%。

包容的工作場所

我們在辦公園區的建造設計和營運規劃上充分考慮員工的多元化需求，為懷孕和哺乳期的員工提供孕婦休息室和育嬰室，並按照國家《無障礙設計規範》要求，設計了階梯坡道、無障礙洗手間等無障礙基礎設施，為有身體障礙的員工、訪客等提供便利。



93.1%

阿里巴巴辦公環境滿意度



社會

恪守產品責任服務消費者

數字化正深刻改變著消費和生活方式，同時也為消費的可持續發展提供了更多可能。能否充分發揮數字化、智能化的技術能力為消費者提供更優質和高效的產品與服務，持續優化用戶體驗，將直接影響阿里巴巴用戶參與度和業務的長遠發展。

本章

創造良好的消費體驗

營造包容健康的數字生活



恪守產品責任 服務消費者

創造良好的消費體驗

0.023%

淘寶天貓平台用戶投訴率 0.023%



營造包容健康的數字生活

超 22 萬名

淘寶 APP 為超過 22 萬名視障人士提供服務



超 240 萬次

優酷無障礙視聽作品已超過 9,000 部 (集), 2025 財年, 播放次數超過 240 萬次



超 1 億次

高德提供超過 1 億次無障礙路線規劃和視障導航



超 5,100 萬次

「綠網計劃」讓超過 5,100 萬次非正常搜尋自動轉換為公益宣導教育頁面



策略與路徑

阿里巴巴將「用戶為先」確立為核心戰略。

在這一戰略指引下，我們依託數字科技創新和市場機制建設，著力構建商家、消費者等各方參與者良性互動的生態系統。阿里巴巴的電子商務平台透過制定營運規則和機制規範商家行為，建立高效的消費者反饋機制推動服務升級，並運用數字化技術持續優化平台和商家的營運效率。這些舉措共同構成了提升消費者產品和服務質量的核心基礎。

我們還關注無障礙、適老化建設和未成年人保護，致力於讓科技紅利惠及每一位消費者，共同創造更美好的數字化消費未來。



創造良好的消費體驗

我們透過優化商品質量與提升服務品質，構建可信賴的消費環境，為消費者提供優質體驗。

➤ 優化商品質量

➤ 提升服務品質

優化商品質量

阿里巴巴旗下電子商務平台依據《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國產品質量法》等法律法規，透過商家與商品准入管理、商品品質監測等方式，與商家攜手保障商品的質量與安全。

商家與商品准入管理

我們的電商交易平台制定了清晰的商家管理規則，明確對商家准入資格、所售商品品質和資訊發布規範提出要求。平台會根據規則對商家的資格、商品資訊進行審核。只有審核通過，商家才能開始在平台上經營，其商品才能在平台上銷售。

商家管理規則與商品質量管理標準均發布於平台規則中心，方便商家、消費者以及其他利益相關者查閱。

淘寶規則中心



天貓規則中心



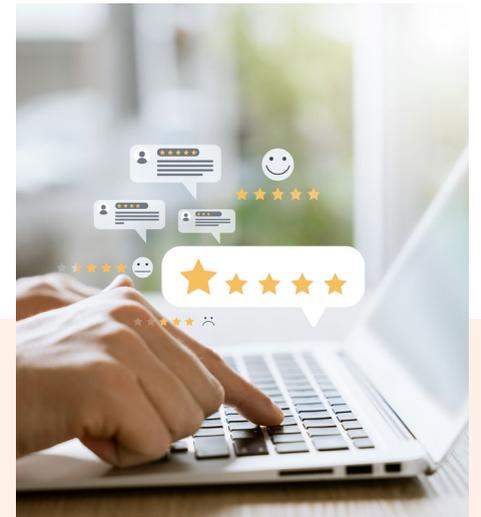
速賣通規則中心



此外，平台會與商家保持交流，並透過平台規則課程、規則解讀等方式向商家傳遞最新的商品合規管理要求，確保商家了解規則。尤其是向海外消費者提供服務時，我們會向商家提供重點國家的商品合規規則和課程。

商家出售的商品須符合相應的質量標準，包括但不限於國家法律法規、國家標準、行業標準等。此外，平台會根據不同商品的特性制定准入標準和規範，例如《淘寶網食品行業管理規範》《天貓生鮮行業管理規範》等。

平台要求商家發布的商品資訊在描述上要保證完整、一致和真實，以充分維護消費者對商品的知情權。



商品信息質量分

2025 財年，淘寶天貓平台上線商品信息質量分，透過一套標準化評估機制推動商家資訊發布規範化。該項評估包括完整性、準確性和合規性三大維度，既為商家提供清晰的優化指引，幫助其快速定位並修正商品信息中的不足；同時透過質量分激勵機制，鼓勵商家提供更豐富多元的商品信息，從而提升消費者決策效率，構建更透明、可信的平台交易環境。

商品品質監測

我們的電商交易平台透過以演算法模型為主、人工治理為輔的方式，結合消費者反饋及商品特徵資訊，對銷售商品進行品質監測。對於有較高風險的商品，平台會進行抽檢，確保商品質量符合標準。為更好貫徹落實抽檢工作，平台發布了《淘寶網商品品質抽檢規範》《天貓商品品質抽檢行為規範總則》，並依據規範透過自檢或第三方檢測來落實抽檢工作。

淘寶和天貓平台為商家提供工具，助力其監測並提升商品質量。

商品品質中心

淘寶天貓平台推出商品品質中心數字化管理工具，透過智能分析消費者評價、諮詢等多渠道反饋數據，對潛在商品質量問題進行識別、標記和歸類，並形成描述商品潛在質量問題的標籤（簡稱「品質標籤」），以直觀的可視化看板形式呈現給商家。該工具能夠幫助商家進行質量洞察和管理。

當消費者購買帶有品質標籤的商品並遇到售後問題時，平台會根據商品的質量問題特徵提供相應的服務方案，幫助消費者快速維權。截至 2025 年 3 月 31 日，平台已擁有品質標籤超過 1,800 個。

異常商品處置

平台透過商品監測與抽檢識別出商品質量問題後，將採取嚴格處置措施，包括商品下架、刪除等，並根據違規情節嚴重程度對相關商家施以相應處罰，例如限制平台經營權限、收取違約金或關閉平台商鋪等。當商家已售商品觸發召回時，平台將協助召回，阻止缺陷商品¹繼續在平台銷售。對於能明確識別的缺陷商品，平台將立即下架或者刪除商品，與商家共同制定並提供相應的服務保障方案；對於無法直接定位的缺陷商品，平台則透過數字化資訊渠道定向通知相關商家自檢自查，並利用官網或者內部的商家管理平台發布召回資訊，促使商家停止銷售並自主或協助生產企業執行召回。



1. 缺陷商品包括但不限於：1) 對消費者人身或財產造成安全隱患風險的；2) 不符合國家強制性產品認證的；3) 「三無」產品等

天貓超市保障消費者買得安心

天貓超市致力於提供可信賴的消費環境，保障消費者買得安心。在管理架構上，設立商品質量管理小組，主要負責平台規則設計、商品商家准入審核、商品品質監測等工作。

供應商與商品准入管理：天貓超市在供應商的資格、商品資格、品牌資格等方面建立明確的要求並對此進行審核，以確保供應商和商品的准入合規。

商品入庫、倉儲、運輸質量管理：天貓超市制定了入庫檢測的標準化流程。在商品入倉前需根據商品品類特徵對有效期、有毒有害品等風險點做核查，並要求供應商提供檢測結果。

在倉儲環節，根據商品特性和儲存要求，劃分了深冷、冷凍、冷藏、控溫/陰涼、恆溫、常溫六類溫度層要求，避免因溫度原因影響商品品質。

在運輸環節，天貓超市結合不同商品的特殊屬性，制定商品包裝要求與運輸過程中的注意事項，並形成規則條款加以實施，確保商品在運輸中的質量得到保障。如果銷售的商品有溫度儲存要求，將按不同溫區的變化，選擇合適的運輸包裝方案，確保運輸中的商品質量安全。當商品在運輸過程中出現髒污、破損等問題，天貓超市將與消費者協商，提供補寄、換貨、退貨等補償方式。

商品品質監測：天貓超市在內部定期檢查的基礎上，還會參考銷售商品的風險監測及用戶反饋，對供應商進行不定期飛行檢查或邀請外部第三方機構抽檢，保障商品品質安全。

異常商品處置：當透過商品抽檢、售後回訪等方式，確認已銷售商品存在質量問題，天貓超市會依據《天貓超市商品質量風險分類及違約處罰規範》《天貓超市消費者售後總則》的處置流程，對商家採取下架商品、清退商家²等處罰措施，並為消費者提供退貨退款等售後補救行動。當發生生產商召回事件或內部評估需要召回商品時，天貓超市將依據《天貓超市食品追溯與召回制度》《天貓超市消費品追溯與召回制度》啟動召回流程，以減少和避免不安全食品和消費品帶來的潛在危害。2025財年，天貓超市未發生商品召回事件。



2. 天貓超市把合作的供應商與商家統稱為「商家」



餓了麼持續推進食品安全體系

餓了麼在 2022 年確定的「放心點、準時達」戰略下，提出「放心消費、開心體驗、暖心相助，三心創造美好生活」的 ESG 理念。

餓了麼不斷完善內部管理舉措，積極發動平台優勢，透過與商家、消費者等第三方合作，共同提升食品安全水平。

商家准入管理

餓了麼依據《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《網絡餐飲服務食品安全監督管理辦法》等法律法規，制定包括《餓了麼食品安全管理規範》《外賣送餐服務食品安全管理規範》等一系列食品安全制度。所有規則均可從餓了麼規則中心查閱。

在准入管理上，餓了麼要求商家必須具備線下實體店鋪，並確保實際經營地址與營業執照及食品經營許可證上載明的地址保持一致。商家的經營範圍不得超過食品經營許可證核定的範圍。如有商家違反相關規定，餓了麼將對其執行相應的處置，包括但不限於整改或下線平台店鋪。

在商品發布上，我們要求商家對商品的描述須真實、準確、完整。

商品品質管理與監測

在餐飲商家管理環節，餓了麼積極推進「互聯網+明廚亮灶」項目。2025 財年，餓了麼對商家後廚食品安全隱患進行分析的 AI 識別技術持續升級，有效識別後廚可能存在的安全隱患。餓了麼在 APP 上新增消費者互動功能，用戶可實時查看參與「明廚亮灶」的餐飲商家後廚操作情況，並透過點讚或問題反饋按鈕參與監督，助力提升食品安全透明度。

在配送環節，餓了麼要求騎手正確穿戴工作服、頭盔等裝備，確保衣著整潔。要求騎手對外賣配送箱（包）進行清潔消毒工作，確保配送工具安全、無害且乾淨整潔。

餓了麼每年還會定期或不定期實施餐品抽檢和商家門店審核。

在商家的食品安全意識和能力提升方面，餓了麼設有「E 食無憂」培訓項目，涵蓋十項食安培訓課程。

異常商品處置

如若透過商品監測、抽檢等方式識別出確實存在商品質量問題，餓了麼會對商品進行下架、刪除等處置，並對商家採取警告、暫停營業或永久關閉平台店鋪等處罰措施。

消費者如發現餐品存在食品安全問題，可透過客服熱線、線上客服系統等渠道投訴。對於消費者反映的嚴重食品安全問題，餓了麼發起食安售後主動服務，主動致電聯絡用戶，提供退單和理賠等售後服務。2025 財年，餓了麼食安售後主動服務的售後滿意度為 90.5%。

同時，餓了麼建立食品安全應急處置機制，持續強化應急能力和體系，明確風險預警監測、風險分級、處置流程和應急保障等相關措施，依法配合市場監督管理等相關部門，根據具體情況積極做好處置工作。

提升服務品質

我們在用戶核心體驗上加大投入，在售前、售中和售後等環節保障消費者的購物體驗，營造放心、便捷的消費環境。

售前

做好營銷合規，構建一個資訊真實的購物環境

我們的電商交易平台遵守《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》等營運所在地的法律法規，制定《阿里媽媽³營銷合規政策》《阿里媽媽違規行為管理規範》《全球速賣通賣家基礎規則（營銷規則）》等平台規則，以規範廣告推廣活動。

規則制定與准入管理

我們的電商交易平台制定了清晰的規則，明確對需要發布廣告的商家資格和內容推廣的規範提出要求。

商家參與商品推廣之前，平台會根據相應規則對商家的資格以及推廣資訊做合規性掃描和審核。為高效處理大規模的審核需求，同時又能有效控制風險，平台建立了分層審核的模式，基於內部的風險分層模型和歷史風險樣本等資訊執行不同的審核策略，包括機器自動審核、人工審核等。

商品推廣資訊的監測

商家發布推廣資訊後，平台將實時監測並排查潛在違規內容。平台的智能工具可快速識別文字、圖片、短片及直播中的違規內容；如發現風險，將立即啟動風險處理程序，並由人工做二次審核和確認。經核實的違規行為，平台將通知商家整改。

投訴與溝通

我們的電商交易平台設有便捷的投訴舉報渠道，及時受理並處理用戶關於違規廣告的反饋。對於經核實的違規行為，平台將優先保護消費者權益，採取包括退貨、賠償等補救措施，並對違規商家及相關責任人進行處罰和教育。同時，平台定期覆盤投訴數據，總結經驗，持續優化管理機制，防範相關違規事件再次發生。

售中

持續優化評價體系，提供一個公開透明的購物環境

我們的電商交易平台為消費者提供便捷的評價工具，並透過綜合分析消費者反饋，構建商家和商品的評價體系，為消費者決策提供有力支援。

淘寶平台從商品質量、物流速度和服務保障三個維度評估商家的綜合服務水平，並生成店舖體驗分。評估指標包括商品品質、發貨速度、到貨時長、退款速度、售後解決、客服回覆和真實評價七項指標。店舖體驗分以五分制形式展示於店舖首頁和商品詳情頁，幫助消費者更直觀了解商家服務質量。

售後

提升售後服務水平，構建放心的購物環境

售後服務是服務品質的重要一環。淘寶天貓平台發布了《淘寶平台爭議處理規則》，明確買賣雙方發生爭議時的處理程序；發布了《淘寶網賣家客戶服務規範》《天貓商家客戶服務規範》，引導商家提供高效、優質的客服諮詢服務。平台還制定了《諮詢客服服務規範》《投訴客服處理規範》等系列規範，規範客戶服務標準。

當消費者需要平台客服介入售後糾紛，或對客戶服務提出投訴時，可透過平台服務入口提交問題或反饋。平台將依照服務規範第一時間響應並受理。消費者可對服務過程和結果進行滿意度評價和監督。平台還制定了客戶服務質量檢測標準，並透過關鍵詞識別和智能演算法對客服的服務過程進行抽檢評估，如發現異常，將立即安排其他客服重新介入，確保用戶問題得到有效解決。

2025 財年，淘寶天貓平台用戶投訴率為 0.023%。

3. 阿里媽媽可將淘寶天貓平台上商家的推廣需求與阿里巴巴旗下及第三方媒體資源進行合適的配對，這些推廣需求的合規審查由阿里媽媽負責執行

營造包容健康的數字生活

在數字化時代，阿里巴巴持續優化產品和服務能力，致力於構建包容、健康的數字生活環境。

➤ 無障礙的數字服務

➤ 適老的數字服務

➤ 未成年人保護

無障礙的數字服務

美好數字生活，一個都不能少。我們將無障礙建設融入到產品和服務中，以實現人人平等享受數字生活便利性的美好願景。



消費無障礙

為保障視障用戶的瀏覽和購買體驗，我們將淘寶 APP 上的文字和圖片轉換為語音，並不斷優化頁面資訊的讀取與交互。2025 財年，無障礙功能改造覆蓋的頁面和產品範圍持續擴大，淘寶智能客服店小蜜已完成無障礙功能改造，並獲得資訊無障礙標準符合性證書。2025 財年，淘寶 APP 已為超過 22 萬名視障人士提供服務。

除此之外，淘寶將「無障礙問題檢測」嵌入前端開發流程，將無障礙功能改造前置化。2025 財年，前端無障礙問題檢測針對朗讀文本缺失和焦點分散兩處常見

易錯點共檢測出 207 處問題，並藉助 AI 輔助技術高效完成全部修復。

淘寶平台建立了多元的用戶需求溝通渠道和產品持續迭代機制，透過線上用戶群和線下活動收集殘障人士的用戶反饋，並將其納入產品功能優化流程。2025 財年，淘寶平台共收到 130 條關於無障礙產品體驗的有效反饋，絕大部分已完成修復，剩餘問題也正持續推進解決。

餓了麼 APP 為視障用戶提供讀屏功能，讓他們也能輕鬆購買美食。為推動無障礙環境建設，餓了麼聯合商家連續三年舉辦「無障礙免單節」，該活動為符合條件的視障用戶提供餐飲訂單紅包優惠。

超 1 億次

高德提供無障礙路線規劃和視障導航



出行無障礙

2022 年 11 月，高德地圖上線「輪椅導航」功能，導航時可避開台階、陡坡，優先規劃設有無障礙設施的路線，方便殘障人士出行。截至 2025 年 3 月 31 日，輪椅導航已在 69 個城市上線。2024 年 7 月，高德地圖上線「視障導航」，適配旁白功能，優先規劃盲道路線，並結合路口提示、紅綠燈倒計時提醒等功能，輔助視障人士安全出行。2025 財年，高德提供超過 1 億次無障礙路線規劃和視障導航。

文娛無障礙

優酷為視障人士提供優質無障礙視聽內容。截至 2025 年 3 月 31 日，無障礙視聽作品已超過 9,000 部（集）；2025 財年播放次數超過 240 萬次。

優酷舉辦多場無障礙文娛線下活動

2025 財年，優酷圍繞視障用戶開展了多場無障礙文娛線下活動。2024 年 9 月，無障礙劇場鄉村公益行為近百個鄉鎮和農村地區的殘障人群和長者提供無障礙觀影服務。2024 年 10 月，阿炳盃盲人器樂獨奏大賽吸引三百餘名視障人士展現音樂才華。2024 年 12 月，《窗前明月，咄！》無障礙公益專場首映禮邀請影片主創團隊與視障觀眾交流互動，分享觀影體會。

健康無障礙

視障人士往往難以像普通人一樣方便地到醫院接受醫療服務，而且在日常生活中難以及時觀察到身體異常現象並進行干預。2024 年 12 月，阿里健康與阿里巴巴公益聯合中國盲人協會、慈銘體檢等機構啟動「助盲體檢」公益項目，幫助視障人士更好地應對健康挑戰。截至 2025 年 3 月 31 日，該項目為超過 450 名視障人士提供涵蓋血脂、腫瘤篩查等在內的定制免費體檢服務。

甲基丙二酸血症和丙酸血症是罕見病之一，患有這些疾病的兒童被稱為檸檬寶寶，需要依賴特殊醫學用途配方奶粉（簡稱「特醫奶粉」）維持生命。由於全

球特醫奶粉的供應有限，且過去國內沒有自主產品，患兒家庭往往需要付出較高成本從海外採購奶粉，同時面臨斷貨風險。2023 年 9 月，阿里巴巴公益、阿里健康聯合公益機構發起「檸檬寶寶關愛行動」，設計「以需定供」模式，帶動愛心企業進行特醫奶粉保供。截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計投入超過 740 萬元，透過特醫食品援助、診療援助和多學科支持等方式累計援助 592 人。該項目獲得人民網 2024 健康中國創新實踐案例、第五屆健康公益與 ESG 創新「奇璞獎」等榮譽。



適老的數字服務

從長者的實際需求出發，我們透過推進適老化改造，持續為長者群體提供周到、便捷、高效的數智化服務。

淘寶的適老化改造

2022年，淘寶APP開始適老化改造，推出了「長輩模式」，透過簡化資訊、放大字體提升可讀性和語音助手輔助等方式，解決長者用戶「不會逛」、「不會搜」等使用難題。



餓了麼持續拓展長者助餐計劃

餓了麼與各地有關部門合作，為各地政府開辦的社區食堂提供專業配送服務，解決困難長者因行動不便及送餐效率較低導致的用餐問題，提升長者的居家養老體驗。截至2025年3月31日，餓了麼定製的「助老e餐」數字化解決方案已在6個城市落實，與當地民政部門合作為困難長者提供送餐上門服務。



未成年人保護

為了營造安全健康的網絡環境，淘寶天貓平台積極遵守《中華人民共和國未成年人保護法》《未成年人網絡保護條例》等相關法律法規的規定，持續完善未成年人保護機制，保護、引導未成年人健康成長。

淘寶平台於2023年上線了「未成年人模式」功能。在該模式下，淘寶為未成年人提供合適的優質內容，屏蔽不適合未成年人瀏覽或購買的商品，關閉直播打賞、充值付費等服務，並為監護人提供時間管理、權限管理等管理手段。此外，在未成年人模式下，淘寶還預設關閉陌生人私訊功能，為未成年用戶提供便捷的屏蔽陌生用戶或特定用戶的設定選項。

淘寶天貓平台在商品資訊和營銷推廣的管理上，均加入未成年人保護的視角。在規則制定與商品准入管理中，明確劃定對未成年人身心健康有害的商品資訊的相關標準，並嚴格進行內容審核，從源頭屏蔽此類商品和資訊。在監測環節，組建專業的商品審核團隊，利用智能演算法與人工審核相結合的方式，對涉及未成年用戶的商品描述、圖片、影片等內容進行24小時監測，確保未成年人在瀏覽和購買商品時免受有害內容干擾。同時，平台設立專門的未成年人舉報專區，在商品頁面建立便捷的舉報入口，鼓勵用戶對可能危害未成年人的不良內容進行舉報，審核團隊在接到舉報後會第一時間處置違規內容。

此外，阿里巴巴明確規定未滿十四周歲未成年人的個人資料屬於敏感資訊管理範疇，在收集、儲存、使用等方面的規範中均須滿足一定的要求，例如，有必須收集的場景，需要單獨告知目的並取得監護人同意，禁止以自動化決策方式向未成年人進行商業營銷等。

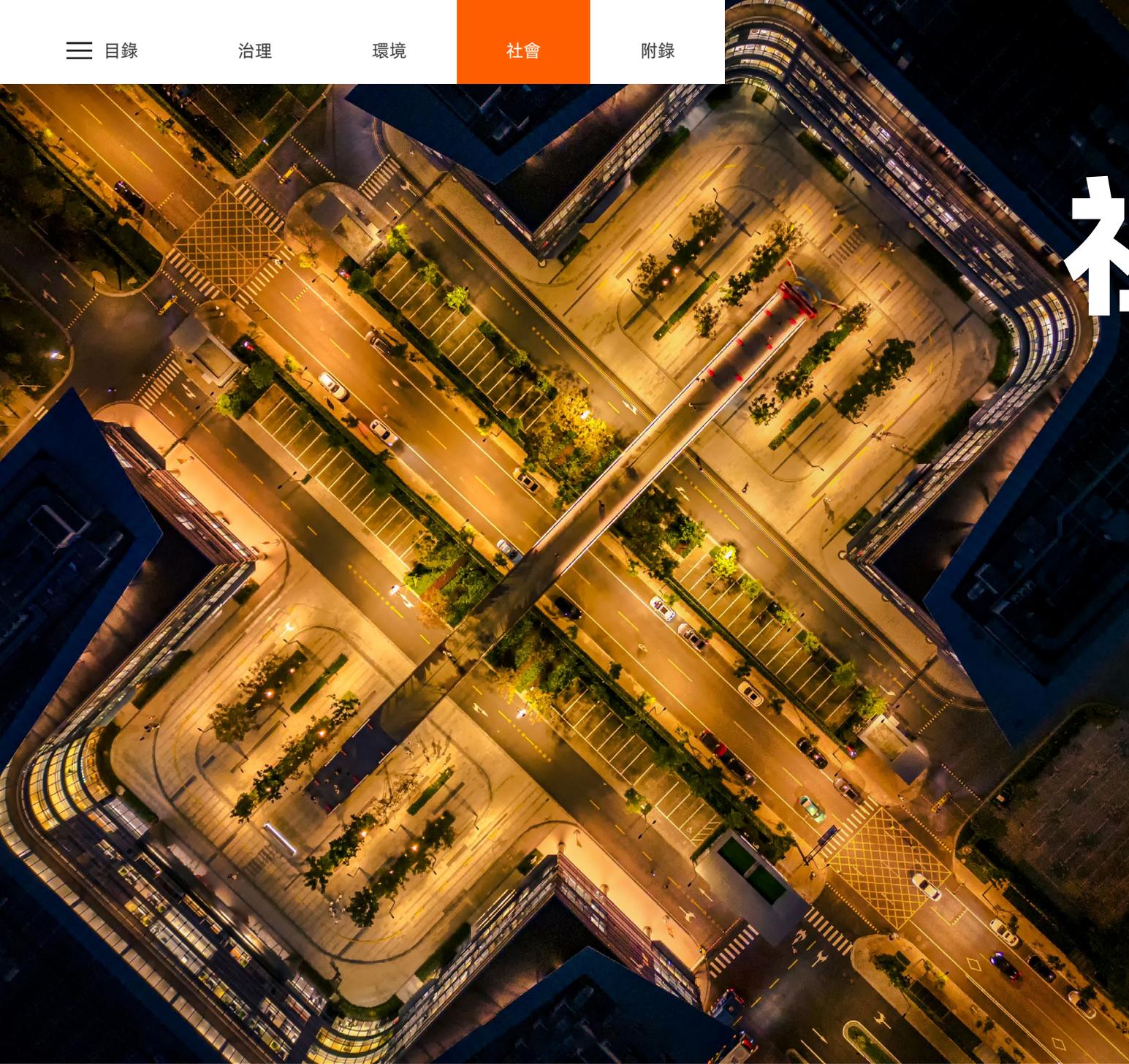


綠網計劃

互聯網平台存在非正常搜尋，涉及黃賭毒、野生動植物交易、自殺（抑鬱）用品消費、沉迷類遊戲交易等敏感內容。作為電商平台，我們有義務確保交易不被濫用，正面引導非正常搜尋。

2020年，淘寶平台啟動綠網計劃，系統性治理平台上的非正常搜尋行為。透過技術手段結合公益引導，推廣科學、安全、健康、文明、環保的消費理念。該計劃重點關注守護生命健康、野生動植物保護、未成年人保護、人身公共安全和個人資料安全五大領域。2025財年，超過5,100萬次非正常搜尋被自動轉換為公益宣導教育頁面，對用戶行為進行有效引導。

綠網計劃針對「未成年人模式」進行特別引導，將違禁搜尋詞覆蓋範圍進一步擴大，涵蓋煙草、賭博、自殺、抑鬱用品交易等。對於涉嫌未成年人發起的非正常搜尋，平台將引導其至綠網計劃普法宣導頁面，呼籲其參與公益行動。



社會

共建數智平台服務企業客戶

企業、消費者和平台三者之間是一個相互依存、共同發展的生態系統。數字技術的快速發展和人工智能技術的突破性進步正驅動著前所未有的產業變革，深刻重塑人們的生活方式，並持續革新企業的经营模式。阿里巴巴的使命是「讓天下沒有難做的生意」。企業一直是我們的重要客戶之一。我們有責任大力投入科技創新，並將數字技術、人工智能和實體經濟高度融合，促進更安全、更開放的產業數智化升級，幫助企業客戶實現可持續發展。

本章

發展負責任的科技

發展健康可持續的電子商務平台



共建數智平台 服務企業客戶

發展負責任的科技

約 **21,000** 項

全球授權專利約 21,000 項



超 **100,000** 個

基於 Qwen 模型家族在 Hugging Face 上開發的
衍生模型數量累計超過 100,000 個

超 **177** 萬家

為中小微企業提供多種 AI 工具。在釘釘平台上，使
用人工智能的企業和組織月活躍量超過 177 萬家

全球**第三**

2024 年，阿里巴巴重要模型貢獻度獲
評為全球第三



超 **52,000** 個

開源平台魔搭社區已有超過 52,000 個開源模
型供開發者使用和下載



超 **80%**

ISO9001 質量管理體系認證覆蓋
超過 80% 的阿里雲公共雲產品



發展健康可持續的電子商務社區

超 **137** 萬項

淘天集團知識產權保護平台已保護超過 137
萬項知識產權權利

超 **77** 萬項

阿里國際數字商業集團知識產權保護平台
已保護超過 77 萬項知識產權權利



超 **24** 萬個

全球有超過 24 萬個賣家透過 Alibaba.com
觸達來自超過 190 個國家和地區的超過 4,900
萬名買家

94%

淘寶天貓活躍商家中，94% 是中小微商家

超 **31** 萬個

已有超過 31 萬個產業帶工廠在內貿批發交易平台
1688.com 開店



策略與路徑

數字技術平台應秉持創新、開放、可靠、可信、可持續的發展理念，持續為客戶創造商業價值。

我們重視創新。一方面，我們持續加大自身的研發投入，推動雲運算、人工智能等核心技術發展；另一方面，我們致力於構建完善的知識產權保護體系，切實保障平台上商家的創新成果，維護健康的創新生態。

開放是平台經濟和科技的本質屬性。基於廣泛連接和低參與成本的特性，多元的開放平台生態可實現更高效的資源配置和價值創造。阿里巴巴始終與平台上的商家攜手服務廣闊的消費市場，正是商家的深度參與鑄就了今日備受客戶青睞的阿里巴巴。科學技術的發展具有顯著的網絡效應和分佈式特徵。科技不會由單一主體突破，而是透過多元參與、跨領域協作的分佈式網絡持續演進。在人工智能時代，我們堅信開源技術和開放的科技生態能夠提升創新效率，加速社會智能化進程。

構建可靠、可信的技術與商業環境。我們致力於打造值得信賴的平台體系，為所有生態參與者提供穩定、安全的成長空間。



發展負責任的科技

科技是阿里巴巴一以貫之的基石。我們對科技先進性的追求始終不變，並堅定認為發展先進科技是為了承擔更大責任，創造更大價值。

➤ 推進科技創新

➤ 推動開放的科技

➤ 建設可靠可信的雲運算

推進科技創新

阿里巴巴持續投入技術研發，鼓勵創新。截至 2025 年 3 月 31 日，獲得全球授權專利約 21,000 項。

阿里雲在多個評級中，獲認為公共雲產品的首選雲端服務供應商。阿里雲在 Gartner® 2024 雲端數據庫管理系統和容器管理兩個魔力象限™中均獲評為領導者，成為連續且唯一獲評此象限的中國公司¹。在《The Forrester Wave™ :Public Cloud Platforms,Q4 2024》報告中，阿里雲是唯一獲評為「領導者象限」的中國公司。

在人工智能大模型的研發方面，通義千問模型在多個測評中取得了優異的成績。2025 年 2 月，通義千問 Qwen2.5-Max 模型版本在 Chatbot Arena 測評中綜合排名前十；在數學與編程能力細項方面排名第一。2025 年 3 月，通義千問推出的推理模型 QwQ-32B 在全球公認的基準測試中表現出色。2025 年 4 月，我們發布 Qwen3 系列——新一代混合推理模型，將快速、簡潔響應和更深層思維鏈推理能力整合於單一模型中。Qwen3 系列覆蓋全尺寸，包括兩款 MoE（混合專家）模型和六個稠密模型。旗艦混合專家模型 Qwen3-235B-A22B 擁有 2,350 億參數，

但僅激活 220 億參數，在程式碼生成、數學、通用推理能力等基準檢驗中實現高效率 and 全球領先的性能表現。小型模型，包括稠密模型和輕量級 MoE 模型 Qwen3-30B-A3B，專為開發者和企業易於採用而設計，以更低成本實現強勁性能。2025 年 4 月，史丹福以人為本人工智能研究院發布了《2025 年人工智能指數報告》。該報告顯示，2024 年，阿里巴巴重要模型貢獻度位列全球第三。




2024 世界互聯網大會烏鎮峰會上，通義開源大模型獲評為



2024 中國互聯網企業創新發展十大典型案例



人工智能合作創新

阿里巴巴透過與全球高校及學術機構開展深入合作，加快推動科技創新。2024 年 5 月，我們與上海交通大學電子信息與電氣工程學院共同成立人工智能與系統聯合實驗室。2024 年 9 月，我們與新加坡南洋理工大學成立全球數字可持續發展企業實驗室，圍繞人工智能技術的應用，開展綠色雲運算、高效演算法、可持續消費等領域的研究，同時培養兼具數字技術能力與可持續發展視野的複合型人才。2024 年 11 月，我們與香港科技大學成立阿里巴巴大數據與人工智能聯合實驗室，就人工智能和大數據等新興科技開展研究協作。

1. 免責聲明：Gartner 並未在其研究報告中支持任何供應商、產品或服務，也並未建議科技用戶只選擇該等獲最高評分或其它稱號的供應商。Gartner 的研究報告含有 Gartner 研究與顧問組的意見，且該意見不應被視作事實陳述。就該研究報告而言，Gartner 放棄做出所有明示或默示的保證，包括任何有關適銷性或某一特定用途適用性的保證。GARTNER 和 MAGIC QUADRANT 是 Gartner, Inc. 和 / 或其關聯公司在美國和國際上的商標，經許可使用。保留所有權利

推動開放的科技

我們是開源技術和技術開放生態堅定的信仰者和推動者。阿里雲致力於成為「AI 時代最開放的雲」。我們持續推動技術開源，以繁榮生態，為更多人創造更多可能性。

我們開源的五大主要領域有 AI、雲原生、大數據、數據庫和操作系統，並推出了多個開源項目。2025 財年，我們致力於推進 AI 技術的發展，並擴大我們的開源計劃。

截至 2025 年 3 月 31 日，通義千問已開源了一系列模型，涵蓋語言模型、多模態模型、數學模型和程式碼模型，並支援 29 種語言。截至 2025 年 3 月 31 日，基於

Qwen 模型開發的衍生模型在 Hugging Face 平台已累計超過 100,000 個。我們相信通義千問系列已成為全球衍生模型數量最多的 AI 模型家族。

我們還積極建設模型生態，推動 AI 的開放發展。2022 年，我們聯手中國計算機學會開源發展委員會共同推出 AI 模型社區「魔搭」(ModelScope)。在這個社區，模型生產者上傳模型，其他企業或開發者可自由下載這些模型進行二次開發使用。截至 2025 年 3 月 31 日，魔搭社區已有超過 52,000 個開源模型供開發者使用。

建設可靠可信的雲運算

科技要服務好客戶，首先須獲得各方的信任和支持。

關注產品質量

雲智能集團遵循《中華人民共和國安全生產法》等法律法規，已發布《雲智能集團穩定性管理制度》《阿里雲產品上市流程與規範》《阿里雲產品退市流程與規範》等規範與制度來保障雲產品的質量管理。

截至 2025 年 3 月 31 日，ISO9001 質量管理體系認證覆蓋超過 80% 的阿里雲公共雲產品²。

管理架構

阿里雲構建了一個多團隊協同的產品質量管理組織架構。產品管理部負責制定產品生命周期管理標準。穩定性團隊負責制定穩定性標準和規範，並監督執行。研發管理團隊負責產品功能的設計、開發以及測試。客戶服務團隊負責收集客戶對產品質量問題的使用反饋及意見。



超 100,000 個
在 Hugging Face 平台，基於
Qwen 模型開發的衍生模型累計數

超 52,000 個
魔搭社區的開源模型數量

2. 該數字的統計範圍為 2025 年 3 月 31 日當日仍處於在市狀態的公共雲產品

產品質量管理

阿里雲始終把客戶的需求放在首位，在產品上市、在市、變更、退市的整個生命周期不斷改進產品質量管理體系，努力為客戶提供穩定可靠的服務。



產品上市

需求分析及設計階段

阿里雲深入了解客戶需求，形成產品需求文件。同時，在產品規劃和設計之初，引入技術架構審核，以確保新研發的產品不會與現有產品產生技術架構衝突。技術架構評估一般從一致性、可用性兩方面進行，包括整體架構的依賴關係，避免單點故障的高可用性設計，以及確保功能的穩定性和持續可用性。

開發與測試階段

採用自動化測試及人工測試相結合的方式來保障產品質量管理標準。其中自動化的單元測試 (UT) 及集成測試 (IT) 幫助確保程式碼及模組間交互質量，並滿足系統兼容要求。端到端功能測試和迴歸測試保障功能符合設計要求並能夠向前兼容。用戶驗收測試 (UAT) 則從用戶角度出發，確保功能的實用性和易用性。

產品上市審核

產品上市之前，阿里雲需要完成預審、邀測、公测和終審。預審階段主要由產品負責人、產品管理部和專業職能團隊來評估是否已達到上市要求。邀測階段，前往客戶現場聽取反饋。公测是面向市場的公開測試。終審階段，主要審核包括技術架構與安全、合規、產品穩定性、產品故障預警機制在內的多項產品能力，並衡量產品的可用性、穩定性和安全性指標。產品審批通過後，服務等級協議 SLA 將成為對客戶承諾的一部分。



在市管理

產品上線後，阿里雲還會持續監測雲產品的運行指標。當指標違反閾值時，阿里雲會發起警報通知，並透過自動化系統或人工的方式定位根本原因，同時採取應急恢復措施。阿里雲建立了分層分級的應急處置機制，利用自動化平台加速故障排查與恢復，確保服務穩定性和高效應急響應。



產品功能變更

針對已上線產品，功能變更時需要在變更管理系統報備，完成變更流程。同時評估該項變更是否會對客戶產生影響，以確定是否需要提前通知客戶，告知風險，並提供相關保障方案。



產品退市

阿里雲重視產品退市的標準化流程與客戶的溝通機制。退市前，阿里雲需要在產品官網發布公告，提前向客戶告知退市的產品、下線時間以及影響等，並提醒客戶進行內容留檔。在產品退市過程中，阿里雲會實施分階段 (EOM 停止新購 -EOFS 停止續訂 & 更新 -EOS 停止服務) 的退市操作，盡量降低對客戶業務的影響。



風險防範和改進

阿里雲透過故障注入測試，主動引入例如斷網、宕機等模擬故障，以驗證系統的監控警報機制和自動恢復功能是否有效；透過定期壓力測試，確保系統能夠在預期負載下正常運行，並驗證自動擴展、流量限制和降級策略的有效性。這有助於保障系統即使在高峰時段也能穩定運行，同時能快速響應異常情況。

阿里雲定期審查系統中可能存在的單點故障、跨區域通訊問題以及使用了有隱患的規格或版本等風險因素，以提前做好風險管理。

阿里雲還會結合故障案例，開展深度分析，識別潛在隱患，並制定相應的預防改進措施。

培訓

阿里雲重視提升員工質量管理意識。阿里雲為與穩定性保障工作密切相關的產品、技術和營運相關人員提供專門的培訓。該培訓共設11門課程，包括《阿里雲穩定性保障體系介紹》《系統運行安全生產組織架構》《應急&故障等級定義》等。2025財年，參與培訓的員工超過1萬名。阿里雲還在部分崗位的新人培訓中引入了產品管理培訓課程。2025財年，阿里雲共組織了32場與產品管理相關的新人培訓。



超 10,000 名

阿里雲參與穩定性培訓的員工人數

提升客戶服務體驗

阿里雲制定了《阿里雲產品服務協議》《阿里雲用戶協議》等規則，可在官網公開查詢，以公開化、透明化的方式約定了客戶服務內容，有效保障客戶知情權、選擇權及隱私權等權益。同時，阿里雲制定《阿里雲售後服務團隊質檢標準》《阿里雲售後服務團隊違規處罰機制》等內部制度，明確客戶服務人員的工作標準與規範，提升客戶售後服務體驗。



管理架構

阿里雲設立客戶服務團隊，響應客戶透過熱線、釘釘等多渠道提出的請求；設有高級技術專家團隊，回應客戶提出的技術問題；針對一些複雜問題，阿里雲還配備技術領域的專屬VIP 售後，提供專業的技術解決方案。

客戶諮詢與反饋渠道

阿里雲重視客戶諮詢，並積極給予反饋。

阿里雲為客戶提供 7x24 小時的多種服務渠道，涵蓋線上客服、電話、釘釘等方式。同時，阿里雲上線了智能問答系統以及自動診斷工具，為客戶提供便捷的問題自助解決渠道。若客戶無法透過自助渠道解決問題，可選擇轉接人工客服。此外，阿里雲在客服的工作平台上部署了智能輔助系統，能幫助客服快速解析用戶諮詢內容，為他們提供處理步驟及相關解決方案的建議，提升客服團隊問題解決效率。

阿里雲在官網推出「聆聽」平台，積極收集客戶對產品、服務、官網等方面的建議，並對建議進行評審以評估是否採納。客戶也可透過「聆聽」平台便捷查詢歷史建議的狀態。「聆聽」平台還公開了客戶建議的三種狀態，包括「評審中」、「已採納」、「已實現」³。客戶提出的建議如獲採納，可獲得一定的獎勵。這進一步提高了客戶反饋的積極性。

2025 財年，阿里雲收到的客戶投訴量為 14,437 次⁴。

服務質量追蹤與評估

為進一步提高客戶服務質量，阿里雲透過智能檢查和人工抽檢的方式，對客戶服務質量進行審查。如發現存在不足之處，則向相關的客戶服務人員推送改進清單，推動服務質量問題的改進落實。同時，根據《阿里雲售後服務團隊質檢標準》，阿里雲從服務規範、服務意識、服務能力等各方面對客服人員進行評分，並根據評分結果為客服人員制定針對性改進方案並督促落實，持續提升服務水平。

阿里雲高度重視客戶的聲音，透過 NPS 問卷調查，主動收集客戶在售前、流程、產品、交付、售後等各個環節的體驗反饋。阿里雲對調查結果中低評分項目進行深入分析和核實，積極與客戶溝通，尋找問題背後的具體原因，並將其作為持續改進產品和服務的重要依據，推動產品及用戶體驗優化。

3. 已實現意味著已根據該建議完成產品改進工作
4. 此處的統計範圍為阿里雲中國區業務接收的客戶投訴

釘釘赋能企業辦公和管理的數智化升級

釘釘是國內領先的智能協作辦公平台及企業管理平台，為企業和組織提供全新的工作、分享和協作方式。釘釘為企業協作提供一套全方位的解決方案，包括實時通訊、組織管理和各種網絡協作工具，例如辦公自動化（OA）、人事管理、雲端文件等。

透過釘釘平台，企業還可以便捷地訪問豐富的應用程式，包括由第三方服務供應商提供的應用程式。此外，釘釘還推出一個低程式碼開發平台，使企業能夠以更方便、更具成本效益的方式開發定制解決方案。截至 2025 年 3 月 31 日，透過釘釘平台開發的「低程式碼」軟件累計超過 1,100 萬個。

2025 財年，釘釘基於阿里巴巴通義千問大模型系列，推出全線 AI 產品及智能助手，助力企業高效部署 AI 技術應用。此外，還與 MiniMax、月之暗面、智譜 AI、獵戶星空、零一萬物等模型供應方，共同為企業客戶提供智能化轉型工具。截至 2025 年 3 月 31 日，在釘釘平台上，使用人工智能的企業和組織累計超過 570 萬家。2025 財年，使用人工智能的企業和組織月活躍量超過 177 萬家。

超 570 萬家

在釘釘平台上，使用人工智能的企業和組織累計數量

超 177 萬家

在釘釘平台上，使用人工智能的企業和組織月活躍量



發展健康可持續的電子商務平台

我們的電商業務是科技的實驗場和落實應用。作為平台，我們致力於將科技和商業結合，讓科技為商業服務，為更廣泛的企業服務。同時，我們致力於營造公平、友好的經營環境，為各類商家提供平等的發展機遇和成長空間。

- 提供數智化商業能力
- 建設公開公平的經營環境
- 保護知識產權，維護創新
- 推動多元的電商社區

提供數智化商業能力

各類商家選擇淘寶天貓，不僅因為其龐大的用戶基礎，也看重其消費者洞察與科技賦能。淘寶天貓透過幫助商家實現營運數字化、消費者互動與留存、品牌認可度提升、產品創新、供應鏈管理及經營效率優化，持續推動商業數字化轉型。淘寶天貓還提供一站式品牌營銷解決方案，助力商家高效獲客、推廣新品並提升轉化率。2025 財年，我們推出 AI 驅動的全域營銷工具「全站推廣」，具備智能競價、智能定向和可視化數據看板功能，透過提升營銷效率為商家創造價值。

經營風險解決方案——營商保

營商保是淘寶天貓平台面向商家免費開放的一站式經營風險解決方案產品，可協助商家合規經營、化解經營風險。

營商保可支援商家商品合規自查，2025 財年共完成 4,200 萬次商品自查。營商保也具備風險識別能力，就潛在的合規風險向商家預警並提出修改建議。2025 財年，營商保透過主動預警成功使 208 萬名商家避免違規。

營商保還可以幫助商家化解一定的經營風險。譬如，透過延遲發貨賠付豁免等手段來保障商家免受一些惡意行為帶來的風險。2025 財年，營商保惡意行為應對工具成功化解了 1,610 萬次風險攻擊。



建設公開公平的經營環境

我們重視打造公開、公平的市場環境。我們的電子商務平台會公開服務協議和交易規則資訊，方便商家便捷、完整地閱讀和下載。

淘天集團制定《淘天集團競爭合規管理制度》，明確反壟斷和反不正當競爭問題的原則和要求。同時，定期監測政策、法律法規等外部環境的更新要求，來對內部制度的相關條款開展研究判斷並做適時調整。

淘天集團建立完整的競爭合規風險管理流程。在業務開展之前，淘天集團設置了合規評審流程。只有通過合規評估，才可以啟動業務。在業務開展過程中，淘天集團上線演算法模型，可透過掃描來識別競爭合規相關風險，可疑的風險事件會直接通知相關法務合規團隊參與風險預判，必要時作出及時處理和調整；一旦發生風險事件，淘天集團會成立工作小組來啟動調查並作出相關處置；事後，工作小組深入分析事件根源，並要求相關部門制定預防機制，從源頭加強風險管控，以避免此類事件再次發生。

淘天集團建立內外部舉報渠道，商家可透過營商保反饋、投訴與反壟斷和不正当競爭相關的問題。此外，淘天集團在淘寶、天貓的官網設立了公開的電郵地址來接收各利益相關者的投訴。

淘天集團重視提升競爭合規意識。2025 財年，淘天集團對員工發起了競爭合規考核、線下培訓、線上直播等多種形式的合規測試及培訓。

 淘寶反不正當競爭舉報電郵：
Taobao-tousu@Alibaba-inc.com

 天貓反不正當競爭舉報電郵：
Tmall-tousu@Alibaba-inc.com

保護知識產權，維護創新

保護知識產權就是保護創新。淘天集團和阿里國際數字商業集團均設立了專門的知識產權工作團隊來保障權利人的合法權益，維護健康的電商商業環境。

構建知識產權保護體系

我們的電商交易平台制定了清晰的商家管理規則，包括《淘寶網市場管理與違規處理規範》《天貓市場管理規範》《全球速賣通知識產權規則》等，明確要求商家不能侵犯他人知識產權，並列出相應的違規處理措施。平台會對侵權資訊或商品採取移除、下架、刪除等處置措施。

淘天集團和阿里國際數字商業集團均為權利人提供了投訴平台，分別是淘天集團知識產權保護平台和阿里國際數字商業集團知識產權保護平台，提供包括商標權、著作權、專利權在內的知識產權保護。該平台具備接受投訴、申訴反饋、通知各方等功能。

截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集團知識產權保護平台權利人進駐量約 78 萬⁵，已已保護超過 137 萬項知識產權權利⁶。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里國際數字商業集團知識產權保護平台已有超過 21 萬名權利人成功進駐⁷，已保護來自 118 個國家和地區的超過 77 萬項知識產權權利⁶。

此外，淘天集團和阿里國際數字商業集團透過品牌方提供的侵權特徵，再結合演算法、模型以及侵權案例，不斷提升主動識別防控能力，以減少侵權商品和事件的發生。

阿里巴巴原創保護平台

阿里巴巴原創保護平台為商家在淘寶天貓平台上首發的圖片、短片、創意設計等原創作品提供備案和維權。該平台透過圖像浮水印、短片浮水印科技，可以將原創圖片、短片「蓋戳」存證，原創商家遭遇侵權時可實現一鍵維權。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴原創保護平台已累計保護超過 8.9 億張圖片⁸，超過 1.5 億條短片，超過 93 萬份設計手稿⁹。阿里巴巴原創保護平台累計幫助超過 96 萬個原創商家保護作品，涵蓋圖片、短片、設計手稿等多項內容。

提升合規意識

培訓和輔導是預防知識產權侵權的重要途徑。淘寶天貓平台透過圖文、短片、直播等形式，向商家傳遞合法合規經營理念，厚植創新氛圍，並引導商家尊重和保護知識產權。2025 財年，淘寶天貓平台重點向商家宣傳淘天集團知識產權保護平台、侵權的常見場景以及商家正確應對侵權投訴的方式方法。阿里國際數字商業集團向商家和相關工作人員開展培訓。2025 財年，定期推出規則速遞、規則課程等培訓內容。

推動多方共治

2017 年，阿里巴巴打假聯盟（AACA）成立，致力於以合作與對話的方式，聯合多個利益相關者共同關注和解決重要的知識產權問題。該聯盟希望透過阿里巴巴的科技，結合權利人的品牌知識、行業特徵等手段來共同治理假貨。截至 2025 年 3 月 31 日，累計有超過 1,200 個品牌加入該聯盟。

自 2020 年開始，AACA 推出知鷹獎，為最佳合作實踐頒獎。2024 年 AACA 大會暨知鷹獎於 12 月在廣州召開。此外，為提升消費者認知，我們持續營運「快閃博物館」項目和「萌萌今天鑒點啥」短片欄目，倡導尊重知識產權、鼓勵創新。

阿里國際數字商業集團與國際反假冒聯盟（IACC）、韓國知識產權保護局（KOIPA）等相關機構或組織建立多元合作，共同保護知識產權。2024 年 5 月，速賣通與 KOIPA 簽署諒解備忘錄，以加強在知識產權保護方面的交流與合作。此外，速賣通加入了由 KOIPA 和韓國知識產權局（KIPO）營運的韓國反假冒委員會，並積極參與支持他們的執法行動。



5. 該數據的統計口徑為淘天集團知識產權平台的投訴賬戶

6. 該數據的統計範圍為截至 2025 年 3 月 31 日仍處於有效期的知識產權權利

7. 該數據統計口徑為權利人名稱

8. 由於阿里巴巴原創保護平台的某個工具停止使用，導致本財年的統計口徑和上財年有所差異，即不包含該下線工具保護的圖片數量

9. 設計手稿的統計口徑範圍僅包括淘寶和天貓平台，圖片和短片的統計範圍包括淘寶、天貓和 1688.com

推動多元的電商社區

平台連接著大量的消費者，他們每天購買和使用不同的商品與服務，需要廣泛多元的商家共同參與。

支持多元化商家

我們持續吸引和鼓勵多元的群體在平台上探索商機。

「萬能的淘寶」吸引著不同類型的創業者積極參與其中，尤其是中小微企業。2025 財年，淘寶天貓年度活躍商家中，94% 是中小微商家。天貓致力於滿足消費者對品質商品與優質購物體驗的需求，已成為國際及本土品牌的首選合作夥伴。絕大多數在中國營運的國際一線品牌均已進駐天貓平台。2025 財年，淘寶和天貓還開展多項支持新商家的專項計劃，並提供專門的培訓、流量激勵等服務。淘寶和天貓新增約 278 萬個商鋪。

天貓國際在全球多個地區舉辦招商專場活動以及開展新商家的專項營運計劃，吸引和幫助全球的商家連接中國消費市場。

Alibaba.com 是綜合型外貿在線批發交易平台，可幫助企業實現跨境銷售。2025 財年，全球有超過 24 萬個賣家透過 Alibaba.com 觸達來自 190 個國家和地區的超過 4,900 萬名買家。

綜合型內貿在線批發交易平台 1688.com 致力於幫助產業帶商家更好地連接市場。2025 財年，1688.com 為他們提供多元的經營模式和智能化升級的數字化工具。截至 2025 年 3 月 31 日，已有超過 31 萬個產業帶工廠在 1688.com 開店。

助力非遺商品銷售

為了讓更多非遺商品觸達消費者，淘寶天貓一方面透過淘寶手藝人業務和日常線上營銷活動，持續增加這些商品曝光；另一方面提供免費的線上營運培訓資源，讓非遺從業者掌握電商營運技能，提升電商能力。



支持商家穩健成長

我們為商家提供電商入門及成長課程，確保不同需求的商家都能參與並受益。

淘寶天貓為商家提供免費的電商課程

淘寶天貓推出淘寶官方學習中心，為商家提供免費的電商營運課程。2025 財年，超過 533 萬人次透過學習中心參與了電商知識學習。

商家普法教育欄目——《合規最前線》

淘寶天貓面向商家推出普法教育欄目——《合規最前線》。該欄目定期邀請政策制定者和執法部門專家分享，主題包括私隱保護、反詐騙、合規經營和未成年人保護等的政策和實際案例。2025 財年，《合規最前線》產出普法內容 179 個，觸達超過 220 萬商家，商家觀看量約 429 萬次。

社會

回饋社會和社區

阿里巴巴自誕生起，就在保持自身發展的同時積極應對社會挑戰。隨著在社會和社區中持續投入，我們也從中獲得自身技術創新和商業拓展的機遇。與此同時，更好的社會發展與更繁榮的社區也進一步拓寬發展業務的市場空間。

本章

參與鄉村振興

應急救災

科技助力解決社會問題

促進創業與就業



回饋社會和社區

參與鄉村振興

34 位

引入人才到鄉村，累計派出
34 位「鄉村特派員」



2,300 名

「小鹿燈」項目累計援助 2,300
名重症兒童



300 間

「少年雲助學計劃」累計捐建
300 間「雲計算機教室」，讓
全國超過 28 萬名師生擁有個人
雲電腦帳戶

科技賦能解決社會問題

「2024 年改變世界的公司」

基於人工智能於 CT 影像多癌種篩查的應用，阿里巴巴入選《財富》
雜誌「2024 年改變世界的公司」榜單前十



促進創業與就業

超 4,200 人

餓了麼平台上活躍的無聲
騎手超過 4,200 人

全國殘疾人工作先進集體

阿里巴巴公益基金會榮獲「全國殘疾人工作先進集
體」稱號

人人參與的公益理念

209,086 小時

員工總志願時達 209,086 小時

168,244 人次

員工自發成立的活躍公益幸福團
123 個，共推進 3,460 場活動，
帶動 168,244 人次參與公益

超 4.3 億人次

「人人 3 小時」公益平台參與
用戶數超過 1,033 萬，公益行
為次數超過 4.3 億次

超 4.5 億

「公益寶貝」項目吸引超過
172 萬名商家及超過 4.5 億名
用戶參與



策略與路徑

融入商業發展、運用科技創新以及推動參與者生態是實現可持續發展的必由之路。我們認為這亦是回饋社會和社區的根本途徑。我們致力於發揮科技創新與平台的機制，在商業中識別並把握與應對社會挑戰結合的機會，並將此作為共贏的驅動力。同時，我們堅持「人人可參與」的公益理念，推動員工、商家及各種社會力量的參與，讓善意在人與人之間傳遞。

我們亦於多個重點領域與各類組織合作，開展有針對性的項目，藉此施加積極影響。主要涵蓋：參與鄉村振興、保護綠水青山、助殘扶弱、社會應急及科技賦能解決社會問題。我們亦致力於在各個可影響的範圍內創造創業與就業機會，推動社會包容性發展。

有關保護綠水青山的更多內容，請參見第二章第三節「助力建設綠水青山」 >

有關助殘扶弱的更多內容，請參見第四章第二節「營造包容健康的數字生活」 >



參與鄉村振興

城鄉發展不平衡是全球共性问题，長期制約著區域協同發展。然而，鄉村發展具有鮮明的地方特色，難以透過標準化方案實現突破。阿里巴巴在投入過程中，充分結合自身業務與當地優勢資源。經過多年探索實踐，阿里巴巴構建了「鄉村特派員」模式，選派企業資深員工深入部分欠發達縣域，將業務資源與地方特色有機銜接，從產業、人才、科技和民生四個方向努力縮小城鄉差距。

➤ 產業幫扶

➤ 人才幫扶

➤ 科技幫扶

➤ 支持基礎民生

產業幫扶

阿里巴巴依託平台商業生態和數字技術優勢，重點發力農產品城鄉營銷渠道和盤活鄉村文旅資源，為鄉村產業升級提供新視角和新思路。



淘寶天貓開展公益直播

在 2025 財年，淘寶天貓平台依託「鄉村特派員」縣域駐點機制，結合當地特色農產品的季節性特點，全年持續開展公益助農直播。平台邀請優質主播深入產地，打造「田間直播間」，在促進農產品銷售的同時，提升縣域商家的電商營運能力與數字化水平。



「盒馬村」的訂單農業

盒馬洞察消費趨勢，將市場需求及時反饋至生產端，構建了「盒馬村」以需定產的訂單農業模式，推動當地農產品標準化、精細化與品牌化進程。截至 2025 年 3 月 31 日，盒馬已於全國 29 個省（自治區、直轄市）建立 173 個「盒馬村」，並拓展模式至海外。



飛豬持續推進「益起尋美數字攻略」

2025 財年，飛豬於多地開展「益起尋美數字攻略」項目。

在浙江省麗水，飛豬與當地文旅局合作推出「秀山麗水來寵你」主題營銷活動，透過內容營銷促進當地文旅消費；在廣東省東莞，飛豬開發數字攻略產品，透過「拍照攻略」和「活動日曆」為用戶呈現具有當地特色的「工業 + 文化 + 城市漫步」旅行體驗；在浙江省嵊泗，飛豬打造了「文旅地圖」。考慮當地遊客中年輕遊客和情侶遊客多的特點，飛豬在「文旅地圖」中特別設置了「拍照攻略」，結合美圖引流和最佳機位教學，吸引更多的遊客拍照打卡，增加曝光。

人才幫扶

人才是推動鄉村發展的核心驅動力。阿里巴巴透過外部人才引進及本地人才培養相結合的方式，支援鄉村發展產業，帶動就業，並為當地提供可持續發展支援。



鄉村特派員集體榮譽

鄉村特派員模式在《中國慈善家》雜誌主辦的「2024 年度慈善盛典」榮獲「年度責任品牌」

「阿里巴巴『數字+』助力鄉村可持續發展鄉村振興案例」獲評「央廣網企業社會責任優秀案例—鄉村振興示範案例」



鄉村特派員個人榮譽

鄉村特派員劉琳榮獲「浙江省巾幗建功標兵」稱號

人才引進鄉村

我們落實「以特派員制度為中心」的鄉村振興模式。該模式由我們派出鄉村特派員，整合阿里巴巴、政府及其他社會力量，努力優化農業生產形式，提升農產品附加值，激發鄉村經濟發展活力。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴累計派出 34 位鄉村特派員，覆蓋全國 29 個縣域。

助力創造本地創業與就業

阿里巴巴立足自身業務優勢，積極探索適合鄉村發展的模式，為當地創造更多創業及就業機會。以「淘工廠」為例，這一模式有效激活了縣域經濟活力，激發了當地年輕人的創業熱情，特別是幫助 95 後、00 後的「廠二代」實現在家門口創業。每新增一家接入「淘工廠」的縣域工廠，還能為當地創造實實在在的就業崗位，形成良性循環。

助力培育本地人才

我們透過輸出資源、建立機制、提供培訓與幫扶等措施，支持鄉村人才孵化。

• 陪跑計劃：我們攜手生態合作夥伴，選擇經驗豐富的電商專家作為顧問，透過線下駐點方式，對「鄉村特派員」所在縣域的商家提供為期半年的支持，促進當地數字人才的培養。截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計在 17 個縣推行陪跑計劃。

- 益起尋美鄉村旅遊人才培訓項目：基於縣域的文化旅遊需求，飛豬設計了《數字文旅內容營銷》和《文旅短視頻大賽》培訓課程。該培訓由飛豬學堂認證講師授課，旨在培養縣域內的复合型數字文旅人才。
- 品牌代播基地落地縣域：淘寶天貓在「鄉村特派員」駐點的縣域內設立品牌代播基地，招聘及培養直播相關人才，協助品牌方和商家進行直播代營運。透過基地的營運，淘寶天貓與品牌方及商家共同為縣域內人才提供參與數字產業發展的機會。



科技幫扶

科技是推動社會進步的重要力量，也是當前農業農村現代化發展的關鍵突破口。阿里巴巴希望發揮在數字化、智能化領域的技術優勢，為此作出貢獻。



利用 AI 技術助力加速品種改良

阿里巴巴參與開發的「智慧育種」平台，基於雲運算和 AI 技術，功能豐富且操作簡便，可為育種工作提供全流程支持。以「智慧育種」平台為基礎，2025 財年，我們與浙江大學、中國農業科學院生物技術研究所組成的聯合科研團隊，綜合運用遺傳學、生物大數據和 AI 技術，助力加速農作物的品種改良。相關論文已發表於國際期刊《細胞研究》。



「少年雲助學計劃」：讓 AI 技術走進鄉村學校

我們持續投入於「少年雲助學計劃」。該計劃為鄉村學校捐建「雲計算機教室」，有助於降低基建成本。同時，我們將前沿技術和應用相關課程上傳至雲端，讓偏遠地區的學生只需打開雲電腦即可接觸到這些先進知識。

截至 2025 年 3 月 31 日，我們累計捐建 300 間「雲計算機教室」，讓超過 28 萬名師生擁有個人雲電腦帳戶。2025 財年，圍繞 AI 賦能鄉村教育，我們開展了一系列活動，包括為教師組織培訓，教導其如何在教學中應用 AI 技術，以及引導學生體驗和應用 AI 大模型的能力等。

2024 年 6 月，全球權威市場分析機構 EdTech Breakthrough 公布了 2024 年教育科技突破獎 (EdTech Breakthrough Awards) 的評選結果。「阿里雲無影 AI 雲教室」榮獲「K12 教育年度傑出應用獎」。

支持基礎民生

阿里巴巴透過向鄉村弱勢群體提供醫療健康方面的援助，支持基礎民生，助力鄉村鞏固脫貧成果。



「小鹿燈」兒童重症救助公益項目援助患兒

「小鹿燈」兒童重症救助公益項目由阿里巴巴公益、阿里健康公益、中國出生缺陷干預救助基金會、浙江省青少年發展基金會、中國社會福利基金會共同發起，透過「主動救助」的方式，為重症兒童提供醫療援助及診療費用。截至 2025 年 3 月 31 日，「小鹿燈」項目累計投入 4,859 萬元，援助符合條件的患兒 2,300 人。



小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目援助欠發達地區的孕產婦

阿里巴巴公益、阿里健康公益聯合中國出生缺陷干預救助基金會啟動「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」，透過為育齡婦女免費投保公益保險的模式，為經濟困難及高風險孕產婦報銷孕期產檢費用，並提供健康科普教育、必要的上級醫院綠色通道等服務。參與該項目的孕產婦可獲得自付產檢費用金額的 66%。截至 2025 年 3 月 31 日，該項目已為貴州省雷山縣、四川省康定市、河北省巨鹿縣的超過 8.6 萬名當地育齡女性完成投保。此外，該項目已在約 150 個地區組織超過 280 次線下健康科普教育宣傳活動。

應急救災

面對災情，阿里巴巴的優勢是充分調動各業務的能力和資源，多方位響應應急救災工作。

2025 財年，我們與中國應急管理部救災司達成合作協議，致力於為全面提升社會應急物資綜合保障能力做出貢獻。同時，菜鳥自主研發了國內首個「應急物資追溯管理平台」，以提升救災物資統計、採購、運輸、發放等複雜流程管理環節的效率。



響應西藏震災

2025 年 1 月，西藏日喀則市定日縣發生 6.8 級地震，我們啟動應急物資政社協同保障機制，第一時間調配資源，先後組織三批次物資馳援災區。各業務亦發揮所長，積極支持各階段的救災工作順利開展。淘天和盒馬等業務開展應急採購，快速整合物資；菜鳥協調物流合作夥伴，為救援物資的運送開通綠色通道。同時，高德還持續在線上更新災區的道路管控資訊，提醒交通管制，通報避難場所和物資發放點位，同時受災民眾還可以使用「衛星求救」功能，讓附近的救援隊可以第一時間獲取求救資訊。

應對洪澇災害

2025 財年，水災期間，阿里巴巴對包括湖南省資興市、貴州省鎮遠縣、海南省文昌市等在內的 9 省 17 區縣市開展救援，投入應急救災物資，支援受災地區安置和轉移受災民眾。

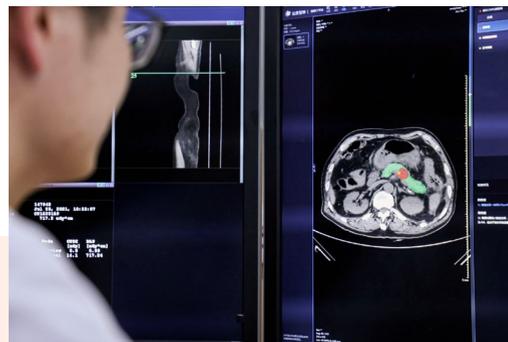
參與救助越南災情

2024 年 9 月，超強颱風「摩羯」著陸越南期間，Lazada 啟動響應機制，透過捐贈資金和物資、組織員工捐助、協調物流資源參與應急救災。



科技助力 解決社會問題

作為一家科技公司，我們除了將科技視為推動自身業務發展的引擎外，也在積極探索科技所能帶來的社會價值。



應用 AI 輔助癌症篩查

2025 財年，我們將 AI 賦能 CT 影像識別胰腺癌的能力擴展應用於多種癌症的篩查環節，在擴大病種範圍的同時，也在提升癌症單病種篩查的準確性。此外，我們透過與醫院合作，以公益的方式推動「平掃 CT+AI」多癌篩查技術在實踐中試點落實。

此技術被史丹福大學《2024 年人工智能指數報告》評為「亮點研究」。同時，我們在 2024 年 5 月與世界衛生組織數字健康合作中心（WHO Collaborating Centre for Digital Health）達成戰略合作，向全球推廣 AI 癌症篩查技術。阿里巴巴集團也因此入選《財富》雜誌「2024 年改變世界的公司」榜單的全球前十。



參與無人區救援

無人區往往缺少路網覆蓋，這些區域的救援工作存在巨大挑戰。高德地圖研發推出「衛星無網導航」功能，有效解決用戶在無網路環境下的方向迷失問題；同時上線的「衛星求救」功能，透過衛星可實現緊急通訊，有利於提升戶外遇險生還率，解決救援中「溝通難、搜尋難、預警難、關注難」等難點。

從前期的無人區標識設立與風險預警，到危險發生時的科學應對，再到最後整合社會救援力量，高德地圖推出一套完整的機制與流程，實現「無人區有高德」。2025 財年，高德地圖「衛星求救」功能已成功協助完成多起救援任務，已救助 57 名遇險用戶。



基於 AI 的氣象預測賦能電力供需調度

氣象預測在電力負荷、可再生能源發電預測方面的作用越來越關鍵。尤其是應用 AI 技術的氣象預測，能夠助力電力系統更加精準匹配電力需求與供應。2025 財年，我們正式發布八觀氣象大模型並已率先在可再生能源佔比高的新型電力系統落實。2024 年夏季，山東省受降水影響氣溫驟變，系統負荷總量驟降，八觀氣象大模型及時捕捉氣溫變化，使負荷預測準確率高達 98.1%。這有效地幫助當地電力系統作出及時、準確的調度決策。

促進創業與就業

我們和生態合作夥伴成功開展業務的同時，也帶來創業就業機會。這些機會同時呈現包容、高質量等特點。

▶ 包容的創業與就業

▶ 高質量的創業與就業

▶ 彈性就業的安全和保障

包容的創業與就業

數字技術應用的低門檻特性，大幅提升就業在性別、學歷、區域方面的包容性。我們的商業模式降低女性、殘障人士、欠發達地區人群等群體內的創業與就業壁壘，最終實現更加平等、包容的創業與就業環境。

2017 年，阿里國際數字商業集團發起成立阿里巴巴全球創新與發展倡議計劃（Alibaba Global Initiatives，簡稱 AGI）。該計劃旨在透過分享中國數字經濟的發展經驗和實踐案例，啟發全球創業者、青年和女性，培養數字化人才並助力貿易普惠發展。參與者大多是中小規模的公司創辦人，分別來自電子商務、電子支付、物流、線上遊戲、健康和農業等不同領域。自 2017 年以來，AGI 累計培訓來自亞洲、非洲等地區的 168 位公共機構人員和約 4,000 位企業家，並在 2025 財年把培訓課程拓展至線上。

在推動殘障人士創業與就業方面，我們持續有針對性地為他們提供創業與就業土壤。

無聲騎手項目升級

為保障聽障外賣騎手與商家和消費者的順暢溝通，餓了麼發起「無聲騎手關懷提升項目」，為無聲騎手提供電子溝通卡，透過預置的溝通範本提升溝通效率，並提前向商家和消費者做好預期管理。2025 財年，餓了麼平台上活躍的無聲騎手人數超過 4,200 人。

萬人殘障人士商家創業就業助力計劃

阿里巴巴公益基金會和淘寶天貓合作推出「萬人殘障人士商家創業就業助力計劃」，致力於為商家中的殘障人士提供免費的培訓和經營診斷服務。截至 2025 年 3 月 31 日，「萬人殘障人士商家創業就業助力計劃」累計服務 4,700 位殘疾人商家。

高質量的創業與就業

數字經濟的發展和 AI 時代的到來使得各行各業的職業機會都在發生變化。

淘天集團研發的線上學習系統「雲課堂」，持續為企業數字化人才培養提供支援。參與學習的企業涉及電商、商超、物流、汽車等各行各業，組織覆蓋學校、醫院和社會公益機構等。2025 財年，透過「雲課堂」學習的人數為約 402 萬，學習總時長約 2,339 萬小時。

「橙點同學」是阿里巴巴聚集優質教育資源打造「學、訓、賽、考、聘」一體化的普惠教育項目。該項目透過線上學習、師資培訓、學生實訓、技能認證、就業推介、校企合作等，幫助學員在數字經濟領域提升技能和實現高質量就業。截至 2025 年 3 月 31 日，累計參與該項目學習的人數超過 31 萬。



2025 年 5 月，阿里巴巴公益基金會榮獲「全國殘疾人工作先進集體」稱號



全國殘疾人工作先進集體



彈性就業的安全和保障

騎手是社會彈性就業的重要組成之一。2025 財年，餓了麼平台上的活躍騎手約為 418.3 萬人，其中大部分為彈性就業的「眾包騎手」。我們從職業權益、職業安全、職業關懷與發展等多個維度提升騎手就業保障。

約 418.3 萬人

餓了麼平台上的活躍騎手



職業權益

餓了麼制定《騎手權益保障制度》《物流服務商配送服務規範》，規定騎手的收入不得低於當地最低工資標準。

餓了麼與商業保險公司合作開發適用於騎手的商業保險並推動騎手積極參保。同時，在多個城市逐步推進「職業傷害保障和商業保險」雙保障和在部分試點城市推動騎手繳納社保。

職業安全

2025 財年，餓了麼持續從制度、培訓、營運三個方面提升騎手職業安全保障。

制度方面，餓了麼制定覆蓋各安全領域的內部制度和標準流程，要求服務商簽署安全管理協議，並建立安全員體系和安全標準化制度體系。截至 2025 年 3 月 31 日，服務商已建立 839 人的專兼職安全保障隊伍。餓了麼也要求所有騎手簽署安全告知書及承諾書，並建立騎手安全相關的評價機制。

培訓方面，餓了麼建立騎手和服務商安全培訓體系。騎手培訓覆蓋消防、交通、治安法規等與配送行為相關的法律常識和安全知識。針對服務商，餓了麼共設置 15 門安全專業課程。

營運方面，餓了麼關注騎手在配送和站點業務場景中面臨的潛在風險。餓了麼時刻評估惡劣天氣和複雜地形等對於騎手安全的影響，並關注騎手工作時長，如果連續工作 4 小時則會發出疲勞提示，如果連續工作 11 小時則強制要求騎手休息。餓了麼推出騎手智能頭盔，整合接單、導航等便捷功能，並在事故時自動觸發 SOS 定位報警，保障騎手安全。此外，騎手站點可能會面臨換電充電引發異常高溫帶來的一些火警風險。餓了麼建立雲端消防智能雲控平台，佈置感知設備，彈性感知此類危險情況。截至 2025 年 3 月 31 日，感知設備已覆蓋約 1,800 個站點。

職業關懷與發展

餓了麼重視騎手在工作和生活中的實際需求，積極和他們保持溝通並透過多種方式來幫助騎手獲得成長。

餓了麼為騎手開通「7×24 小時」的線上客服專線，響應他們的反饋與需求。此外，2025 財年，餓了麼舉辦 27 場騎手圓桌會，聽取他們對績效考核、福利保障、職業發展等方面的建議。餓了麼還建立騎手權益月度溝通機制，覆蓋提升騎手體驗、合理化分配訂單、有競爭力的報酬等議題。

餓了麼與全國總工會持續推進「1 平米溫暖驛站」項目，同時藍騎士基金也繼續援助騎手家庭。截至 2025 年 3 月 31 日，餓了麼的藍騎士基金累計幫助超過 600 個騎手家庭度過重症難關，幫助共計 159 位騎手和他們的家人完成學業。

餓了麼的平台榮譽勳章體系綜合評估騎手在個人及社會層面的成就與貢獻，致力於提升騎手的職業歸屬感和榮譽感。此外，2025 年 4 月，3 位餓了麼騎手被授予「全國勞動模範」，這是「網約配送員」作為新職業進入國家職業分類目錄以來，首次在該職業上誕生全國勞模。2025 財年，1 位騎手被授予全國「五一勞動獎章」，16 位騎手被授予省市級「五一勞動獎章」。

人人參與的公益理念

我們始終認為，踐行公益和社會責任從來都不是一個人和一家企業的投入，更有意義的是要推動善意在人與人之間傳遞。一直以來，我們力求點燃員工的公益熱情，攜手合作夥伴，全力降低踐行公益的門檻，實現「人人可參與」。

在帶動員工公益方面，我們於 2015 年 9 月 10 日發起「人人 3 小時」倡議，鼓勵每一位員工將對公益的熱忱轉化為切實行動。2025 財年，我們正式員工的志願時總計達到 209,086 個小時。由員工自發組織的活躍「公益幸福團」有 123 個，共推進 3,460 場活動，帶動 168,244 人次參與公益活動。同時，為表彰和鼓勵員工的公益行動，我們持續開展年度公益榜活動，對投身公益行動的員工和團隊等進行表彰。

在帶動社會力量參與公益方面，我們發起「公益寶貝」項目和「人人 3 小時，公益億起來」倡議。2025 財年，「公益寶貝」項目吸引超過 172 萬商家和超過 4.5 億用戶參與。我們在淘寶等多個 APP 上搭建面向社會的「人人 3 小時」平台，參與用戶數超過 1,033 萬，公益行為數量超過 4.3 億人次。

此外，我們聯動公益組織及其他合作夥伴，共同支持和推廣與阿里巴巴公益理念一致的公益項目。2025 財年，「XIN 益佰」支持了 28 個公益組織的 33 個優秀的公益項目。

2025 財年，阿里巴巴集團向阿里巴巴公益基金會捐贈約 2.8 億元¹。

1. 該數據統計範圍為阿里巴巴向阿里巴巴公益基金會實際捐贈的金額





Integrity

Walk with integrity . Link you and me



社會

堅持誠信經營

自成立第一日起，阿里巴巴便將誠信作為立身之本。這是我們留住人才、服務消費者及企業客戶的基石，同時也承載着我們踐行社會責任的初心。

本章

恪守商業道德

深化供應商管理

保護數據安全與私隱

守護網絡安全

完善科技倫理



堅持誠信經營

恪守商業道德

4.54 分

員工對公司廉潔工作環境的認可度
提升至 4.54 分



數據安全與私隱

行業領先水平

阿里巴巴集團在中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會組織的數據安全及個人資料保護社會責任評價中，獲評三星級（系統級），處於行業領先水平



深化供應商管理

20,092 家

簽署 ESG 行為準則的供應商數量已達
20,092 家



科技倫理

《人工智能安全承諾》

阿里巴巴簽署了由中國人工智能產業發展聯盟發布的《人工智能安全承諾》



ISO42001

阿里雲及釘釘通過 ISO42001 人工智能管理
體系認證



策略與路徑

阿里巴巴的商業生態建設離不開用戶的信任。

以阿里巴巴的使命、願景及價值觀為指引，我們制定了適用於全體員工的《阿里巴巴集團商業行為準則》（下稱「商業行為準則」），為員工提供工作方向指引，並為其與同事、客戶、供應商、社區及其他利益相關者的互動設立標準。商業行為準則涵蓋多項與 ESG 息息相關的議題，包括恪守商業道德、選擇值得信賴的商業夥伴，以及數據安全與私隱保護等。我們要求全體員工每年參與商業行為準則培訓並通過考核。

我們重視誠信經營，並透過搭建治理架構落實。在董事會層面，我們設立合規及風險委員會及可持續發展委員會，分別負責監督與管理相關議題。其中，數據安全與私隱保護、網絡安全及反貪腐議題直接向董事會合規及風險委員會匯報；供應鏈 ESG 管理及科技倫理議題則向可持續發展委員會指導下的可持續發展管理委員會匯報。



恪守商業道德

作為一家平台公司，建立公開透明、公平公正的經營環境至關重要。阿里巴巴要求每位員工堅持高水平的商業道德，以合規、正直及誠信的方式開展工作，構建可持續的商業環境。我們遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等中國及其他營運所在地的法律法規，並已發布適用於全體員工的《阿里巴巴集團反賄賂反腐敗政策》。

➤ 管理架構

➤ 管理體系

➤ 監督與評價

➤ 廉正文化建設

管理架構

阿里巴巴集團高度重視反貪腐管理工作。董事會合規及風險委員會負責監督反貪腐管理，確保經營風氣及行為底線符合阿里巴巴的道德及商業行為準則。廉正合規部及法務合規部作為反貪腐的管理執行機構，分別向首席人才官及首席法務官匯報。職能上，法務合規部負責反貪腐規則的修訂、解釋及實施；廉正合規部則負責貪腐預防、調查及廉正文化的教育宣傳，並擁有全體員工一視同仁、無上限問責的權限。廉正合規部與各業務、內審及內控等部門保持充分獨立，形成多道防線相互協作的機制。

管理體系

我們建立公開透明的舉報機制與獨立調查流程，結合主動風險預防的管理措施，切實維護商業道德標準，推動公平競爭的商業環境建設。

舉報及調查

阿里巴巴鼓勵所有員工、商業夥伴及公眾舉報貪腐行為，並為此設立獨立舉報渠道，24 小時接收舉報。我們提供包括官方網站、各業務網站（如淘寶、餓了麼、盒馬等）、專用電郵、熱線電話以及公司內部論壇等多樣化的舉報途徑，並支持英語、西班牙語、泰語、印尼語及越南語等多種語言。截至 2025 年 3 月 31 日，我們已設立超過 120 個線上及線下舉報點，並透過內外部培訓、宣傳及向合作夥伴發送郵件或短訊等方式，告知舉報渠道。

我們支持匿名舉報，並在商業行為準則等制度中明確「舉報人保護」條款，對舉報人的身份及所提供的資料嚴格保密，禁止打擊報復，切實維護舉報人權益。



阿里巴巴廉正舉報電郵：
lianzheng@alibaba-inc.com



阿里巴巴廉正舉報網站：
https://jubao.alibaba.com

對於涉及貪腐問題的線索，廉正合規部將會同涉嫌違規員工所在部門的管理者根據職責分工，對是否確認存在違規事實展開調查並給出結論。對構成違規的員工，由其業務部門及人力資源部門在 5 個工作日內作出處分決定。處理方式包括訓誡、警告、記過及解僱。除訓誡這類輕度違規行為，其他級別的違規行為均與薪酬激勵及晉升掛鉤。我們亦會將違規行為公示於內部線上交流社區，以對全體員工起到警示作用。

商業道德風險管理

每財年初，廉正合規部基於歷史貪腐案件，在阿里巴巴全集團範圍內，主動識別潛在風險，確定重點高風險業務及崗位，並制定相應管理方案。例如啟動風險管控改進項目並定期跟蹤，或為重點高風險崗位員工提供針對性培訓等。2025 財年，我們識別出 425 個潛在風險，其中 422 個已完成管理改進，餘下風險正在持續改進中。

此外，我們認為管理者在反貪腐議題上承擔監督及管理責任。商業行為準則要求管理者重視風險控制，進行文化宣傳，並為團隊成員提供有效指導及幫助。團隊的廉正風險識別與處理的績效表現亦納入管理者的績效考核。若未能有效履行相關職責，管理者將被追究責任，並影響其包括獎金及晉升的績效考核結果。

監督與評價

廉正合規部每季度向外部審計機構披露當季阿里巴巴的貪腐事件，並回答外部審計機構提出的風險管控問題。此外，廉正合規部每季度向董事會審計委員會及合規及風險委員會彙報貪腐案件、風險整改及誠信文化建設等議題的進展。

廉正合規部還聯合內審部對重點風險開展審計工作，以評估內部控制機制和程序對防控賄賂等貪腐行為的有效性。截至 2025 年 3 月 31 日，審計中發現的重大風險項目已經推動改進。

2025 財年，阿里巴巴涉及的員工貪腐事件共有 33 起移送司法處理，審結的案件為 9 起，涉事人員均被依法判決。

廉正文化建設

阿里巴巴對貪腐行為零容忍，並將反貪腐教育融入不同類型員工的日常工作中。商業行為準則的培訓與考核為員工每年的必修課，我們亦在此基礎上舉辦各類培訓活動，推動誠信文化建設。



董事會成員培訓

2025 財年，所有董事會成員均已完成反貪腐培訓。



管理層培訓

我們開發針對高級管理者、初級管理者及新晉管理者等不同類型管理者的反貪腐課程，內容包括真實案例分享、總結真實案例中的管理缺失，以及管理者面對的常見風險。



員工培訓

我們為新員工及重點風險業務和崗位的員工提供反貪腐培訓，所有新員工入職時必須接受反貪腐培訓。此外，員工每年需簽署《商業行為準則》確認函，承諾遵守商業行為準則。



合作夥伴培訓

我們將高標準的商業行為要求亦擴展至第三方合作夥伴（包括供應商、電商平台商家、合作夥伴等），不定期舉行線上及線下廉正宣傳及培訓。2025 財年，我們為生態員工、供應商及合作夥伴等利益相關者提供廉正培訓時長超過 58,000 小時。

100%

員工商業行為準則認證（含廉正培訓與考核）通過率



公司誠信文化及氛圍建設良好，內部調研結果顯示，2025 財年，員工對公司廉潔工作環境的認可度從上一財年的 4.46 分提升至 4.54 分（滿分 5 分）。

深化供應商管理

➤ 供應商管理體系

➤ 供應商 ESG 管理實踐

供應商管理體系

打造廉潔、誠信、可持續的商業環境是我們管理供應商的核心，這與 ESG 理念高度契合。

供應商管理政策

我們發布《阿里巴巴集團控股有限公司供應商合規管理規範》（下稱「合規管理規範」）。各業務以此為基準，可根據實際需要制定自身的供應商合規管理政策，例如《阿里雲智能集團供應商管理總則》《天貓超市入駐標準》等。

供應商管理流程

我們建立了供應商數字化管理系統，覆蓋准入、選擇、評估及風險管理四大環節，始終堅持公正、透明的管理原則。



我們要求供應商提交相關認證及資質文件，並進行審核。同時推動供應商簽署《誠信約定函》。

我們的業務相對多元且會動態變化。為了更好地支援業務發展，各業務可建立適合實際需要的選擇標準。但原則上，我們強調公正公平並給予歷史績效良好的供應商正向激勵，尤其強調員工必須遵守《阿里巴巴集團商業行為準則》，不得索賄受賄，不得索要及收受禮品，不得索要及接受娛樂款待等。

我們的主要業務均構建了符合自身業務發展的供應商績效評價機制，對供應商合作情況進行周期性的評估。

我們在主要業務的供應商管理系統設置了數字化風險防控模組，實現對供應商准入評估及合作全流程的智能風險識別與動態監控。當供應商確實存在違規行為，我們會根據其嚴重程度，予以罰款、暫停合作或終止合作的處罰。

供應商 ESG 管理實踐

我們倡導並且攜手供應商一起實踐 ESG。我們成立供應鏈管理專項組，直接向可持續發展管理委員會彙報。其主要職責為，定義阿里巴巴供應商 ESG 管理的標準和基準，並據此推動供應商 ESG 管理實踐。

倡導供應商簽署 ESG 行為準則

我們發布《阿里巴巴供應商 ESG 行為準則規範》（下稱「ESG 行為準則」）並從准入環節推動供應商簽署，明確供應商應該遵循的 ESG 原則，包括禁止使用童工及強迫勞動、勞工權益保護、保障職業健康及安全、環境保護、數據安全與隱私保護、商業道德等。截至 2025 年 3 月 31 日，簽署 ESG 行為準則的供應商數量已達 20,092 家，同比大幅提升。

2025 財年，我們為主要業務的供應商提供 ESG 合規培訓（涵蓋數據安全及隱私保護、職業健康與安全等議題），並宣導 ESG 發展理念、阿里巴巴供應鏈 ESG 合規要求及行業優秀實踐案例。

ESG 逐步融入供應商管理體系

逐步推動 ESG 納入供應商的選擇和評估

2025 財年，我們向部分品類的供應商發起「阿里巴巴供應商 ESG 積分項目」，旨在收集和評估供應商在 ESG 實踐中的表現，同時供應商也有機會透過提報 ESG 實踐來獲得 ESG 積分並得到一定的正向激勵。

在租賃數據中心的管理上，我們也正積極攜手供應商共同應對範疇 3 的減排挑戰，並將供應商的環境績效融入到評估環節。

[更多內容詳見第二章第二節「推進碳中和」>](#)

升級供應商 ESG 風險識別

2025 財年，我們試點將 ESG 風險識別納入供應商風險監測體系中，構建供應商 ESG 風險的監測規則，強化供應商 ESG 風險識別和預警能力。ESG 風險覆蓋勞動保障處罰（涉及使用聘請童工、薪酬拖欠）、重大安全事故、重大環境事故等方面。

供應商 ESG 合規工作檢查和糾偏

我們將 ESG 風險融入到供應商的合規工作檢查。生態用工 ESG 合規工作檢查覆蓋了主要業務的人力資源服務供應商。檢查項目覆蓋用工規範、職業安全、商業道德、投訴機制方面。基於工作檢查結果，我們已經制定和執行糾偏計劃。截至 2025 年 3 月 31 日，已監督供應商在以上檢查項目的糾偏行動全面落實。



持續推進供應商管理團隊的培訓

供應商管理對於企業的經營和業務的發展都非常重要。我們持續投入資源加強供應商管理部門的員工培訓。包括廉正合規、法律法規、ESG 以及採購專業技能等各個層面的培訓。

保護數據安全與私隱

商業的發展依賴資訊和數據的流動。數智化轉型的過程中，數據流動為社會和商業發展帶來了巨大想像空間，但同時也引發了人們對數據安全與私隱保護議題的高度關注。我們需要適應並遵循複雜且不斷變化的相關法律法規。

➤ 管理架構

➤ 制度

➤ 數據安全管理

➤ 數據風險管理

➤ 監督與審計

➤ 私隱保護

管理架構

阿里巴巴從董事會、管理層到執行層均高度重視數據安全與私隱保護議題。



董事會層面

合規及風險管理委員會負責監督集團整體合規與風險管理，包括網絡安全、數據安全與私隱保護等合規事宜，由獨立董事擔任主席。合規及風險管理委員會定期指導數據安全與私隱保護的戰略。2025 財年，合規及風險管理委員會每季度聽取數據安全與私隱保護的工作匯報，包括數據安全領域的風險事件和管理現狀等。



管理層面

成立數據安全決策小組，由全面風險管理工作組、集團安全部總裁、首席法務官及各業務的安全負責人組成，負責制定數據安全策略、目標及數據安全風險決策等。



執行層面

成立數據安全管理小組和數據安全執行小組。此外，我們在各業務分別設立數據安全責任人和個人資料保護負責人。

制度

阿里巴巴遵守業務營運所在地的私隱保護與數據安全相關法律法規，例如《中華人民共和國個人信息保護法》《歐盟通用數據保護條例》《英國數據保護法案》《加州消費者私隱法案》等。

我們發布《阿里巴巴集團數據安全總綱》，覆蓋數據採集、流動、存儲、使用和銷毀的全生命周期各個環節，明確數據生命周期安全管控要求，確保數據安全管控措施有效落實。

阿里巴巴亦在集團官網發布《隱私政策合規規範》，並建設「阿里隱私平台」，公開主要 APP 的私隱保護政策。

數據安全管理

阿里巴巴构建了一套以總綱、規範、指引與流程為基礎、以技術能力為支撐的數據安全管理體系。

在個人資料採集階段，阿里巴巴遵循知情同意和最小必要原則，明確採集目的並獲得用戶授權；在數據流動過程中，使用安全協議或者安全傳輸通道進行傳輸；在數據儲存環節，採用加密儲存、建立必要的數據容災備份與恢復並確保儲存環境安全；在數據使用時，實施訪問控制並進行安全監控；在數據銷毀階段，建立審批流程，採用安全銷毀技術並保留操作記錄。同時，我們對數據進行分類分級管理，特別是對用戶個人資料等敏感資料進行重點保護。涉及數據跨境時，我們會提前進行數據安全和私隱保護影響性評估並採取相應的安全措施，利用標準合同條款等批准機制，確保資料跨境合法合規並得到保護，並確保遵守當地法規和監管部門的要求進行數據處理。如果營運所在地的法律法規或者政府機構要求業務必要處理的個人資料需在當地儲存，我們會嚴格遵守當地法規和監管部門的要求做本地化部署。

為了更好地管理供應商和合作方的數據安全風險，我們制定《阿里巴巴集團數據生態開放共享安全規範》。供應商及合作方入駐時，我們會對其進行准入審核，包括相應的安全資質、數據安全管理能力等，並要求簽署包括數據安全管理和審計要求在內的協議。合作過程中，保持對數據安全與私隱保護相關風險進行動態監控和定期審計，每年還會對供應商和合作方的數據安全管理能力進行評估。如合作方有違規行為，我們將對其作出暫停數據授權、終止合作等處置動作。



對外數據披露要求

阿里巴巴集團制定了《阿里巴巴集團對外數據披露細則》，針對對外披露公司內部數據的類型、場景、流程提出了規範要求，並透過「阿里巴巴集團對外數據披露平台」進行流程管理。當接到來自監管或執法機構等合作場景的請求時，各業務需對數據需求、所涉及的產品或服務所在地的法律法規進行全面評估，並依法作出合規回應。

數據風險管理

我們制定《阿里巴巴集團數據安全評估及審計規範》，要求各業務在日常工作中對涉及數據安全與私隱保護的場景進行風險評估，同時，我們持續監測數據安全事件和風險，採取主動防禦措施，一旦發現對數據的異常操作行為即實時預警，及時發現風險事件並做相應處理。

在應急響應方面，我們制定了《阿里巴巴集團 ESU 事件管理制度》。數據安全風險事件發生後，阿里巴巴根據不同等級的預案進行響應、處置、覆盤和報告以及違規處罰。違規的員工將受到相應處分，包括訓誡、書面警告、記過及解僱。2025 財年，我們未發生重大數據洩露事件。

此外，各業務在 618、雙 11 等重大活動前，均會開展包括數據安全與私隱保護在內的應急演練。2025 財年，淘天集團、阿里國際數字商業集團、釘釘等多個業務也按需開展了數據洩露等方面的應急演練。

在風險預防方面，阿里巴巴重視對員工、供應商和合作方的數據安全與私隱保護培訓。新員工入職必須參加數據安全培訓。我們每年透過商業行為準則培訓和考核對全體員工進行數據安全培訓。2025 財年，100% 的員工已完成本年度《商業行為準則》培訓中「數據安全與私隱保護」的學習和考核。此外，我們也面向社會發起漏洞懸賞計劃。譬如，淘寶透過獎勵的措施，鼓勵志願者提報數據漏洞和產品缺陷。

數盾平台

數盾平台是用於阿里巴巴數據安全與私隱保護的風險管理平台之一，覆蓋主要業務。當系統或人工發現潛在的數據安全隱患（如數據洩露、違規訪問等）時，平台會自動生成風險記錄，並由專業的風險營運團隊進行審核確認。確認風險後，數盾會分派處置任務，由相應的團隊進行修復。修復完成後，營運人員會驗收核實，確保問題徹底解決。

此外，為確保風險響應高效及時，數盾平台還具備智能跟催機制。若風險未在規定時間內解決，系統會自動觸發預警並逐級上報，必要時升級至更高層級的管理者，確保風險能得到有效處置。

淘寶 APP 個人資料安全事件的應急響應程序

如果淘寶 APP 的物理、技術或管理防護設施遭到破壞，導致資料被非授權訪問、公開披露、篡改或破壞，淘寶會立即啟動應急預案，採取合理必要的措施。如發生個人資料安全事件，淘寶還將按照法律法規的要求向用戶告知安全事件的基本情況和可能的影響，已經採取或將要採取的處置措施，用戶可自主防範和降低風險的建議，以及對用戶的補救措施。淘寶將以短訊、電話、推送通知以及其他合理渠道告知用戶，難以逐一告知的，淘寶會採取合理、有效的方式發布公告。同時，淘寶還將按照監管部門要求，上報個人資料安全事件的處置情況。

監督與審計

阿里巴巴規定並監督各業務每年至少開展一次全面的數據安全與私隱保護審計工作。截至 2025 年 3 月 31 日，我們的主要業務均已完成審計。

此外，我們也會針對典型問題進行單項審計。2025 財年，阿里巴巴針對多款 APP 進行了 8 次私隱合規問題專題審計。

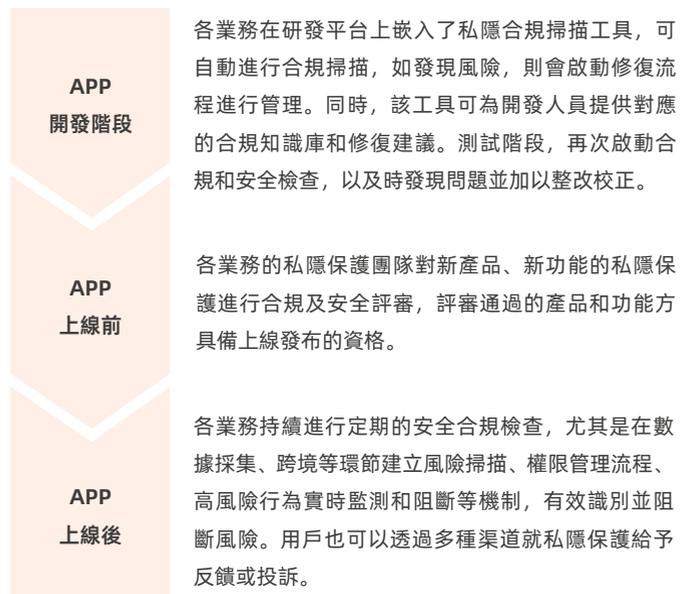
我們每年聘請普華永道進行內部控制審計，涵蓋資訊系統一般控制的設計及運行有效性測試，包括制度規範、權限管理、變更管理、備份及災備演練等內容。

私隱保護

阿里巴巴遵循業務營運所在地的私隱保護法律法規。

私隱影響評估流程

針對國內營運的 APP，各業務建立了私隱影響評估流程，旨在確保私隱保護措施得到充分考慮，並符合相關法律法規要求。



同樣，針對海外營運的 APP，我們的業務也會根據各地區的法律法規制定並執行相應的管理措施。阿里國際數字商業集團已經發布《阿里國際數字商業集團個人數據保護影響評估規範》。

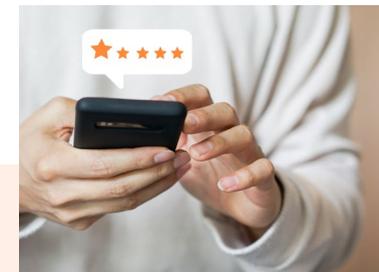
保障用戶權利

各業務賦予用戶對數據的控制權，以保障用戶權益。

知情權：我們透過公開披露的私隱制度，對收集用戶個人資料的目的、範圍、處理規則等均進行了完整、真實、準確的說明。在用戶首次使用 APP 時，我們將透過彈窗形式向用戶展示個人資料處理規則並獲取授權同意。此外，在使用過程中，我們還在應用內設置了專門的功能頁面，方便用戶隨時查閱個人資料處理規則。涉及敏感個人資料處理時還會再一次單獨告知並徵得同意。處理個人資料的方式發生較大變化時，APP 也會透過彈窗、推送等方式提醒用戶閱讀並徵得同意。為了更好地維護用戶在個人資料處理上的知情權，APP 陸續在客戶端上建立了「已收集個人資料清單」、「個人資料共享清單」、私隱制度簡版。此外，APP 還為基礎功能和擴展功能設置各自獨立的私隱制度。

管理權：APP 向用戶主動提供私隱管理的功能。阿里巴巴透過 APP 的「隱私」模組向用戶提供系統權限管理¹、授權管理²、廣告管理³、推薦管理⁴等功能，用戶可根據自己的需求進行授權或撤回管理。2025 財年，訪問淘寶 APP 私隱模組的用戶超過 4,800 萬。

刪除及變更權：阿里巴巴的產品為用戶提供簡單易操作的流程，用以更改個人資料和刪除賬戶。當用戶發出需求時，我們將協助用戶完成訪問、複製、修改、補充或者刪除個人資料的請求。



私隱保護的反饋或投訴渠道

用戶可透過 12321 網絡不良與垃圾信息舉報受理中心投訴互聯網公司在私隱保護方面的問題。阿里巴巴旗下 APP 也設置了私隱投訴渠道，並公開個人資料保護負責人的聯絡電郵和辦公地址，供用戶反饋或者投訴相關問題。

阿里巴巴集團在中國網絡安全產業聯盟數據安全工作委員會組織的數據安全和個人信息保護社會責任評價中，獲評三星級（系統級），處於行業領先水平。

1. 管理 APP 使用的系統權限
 2. 管理已授權的應用權限
 3. 管理向用戶展示的個性化廣告類型
 4. 管理個性化推薦內容的展示

守護網絡安全

網絡安全的基礎保障作用日益突出。

▶ 管理架構

▶ 制度

▶ 網絡安全管理

▶ 應急與培訓

▶ 監督與認證

管理架構

網絡安全是阿里巴巴為客戶提供數字商業服務的堅實基礎之一。我們同樣將網絡安全納入董事會合規及風險管理委員會的監督範圍。內部管理上，我們成立網絡安全決策小組，負責制定公司網絡安全風險目標和決策重大網絡安全事件或重大安全保障項目；執行層面，成立網絡安全管理小組和網絡安全執行小組，前者負責建立管理體系，後者則將管理要求和策略落實執行。同時，阿里巴巴遵照《網絡安全法》的要求，各業務設立網絡安全負責人，落實責任，統籌業務的網絡安全管理工作。

制度

阿里巴巴遵守業務營運所在地的網絡安全相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國網絡安全法》《網絡產品安全漏洞管理規定》。我們制定了《阿里巴巴集團網絡安全總綱》，明確公司的網絡安全管理架構和職責，明確各項管理要求。

網絡安全管理

阿里巴巴在網絡安全領域積累多年經驗，已沉澱成熟的網絡安全防護機制、策略和持續更新的技術。我們致力於把已有的長期經驗融入到雲平台的安全防護中，為阿里巴巴自身和客戶提供安全保障。在此背景之下，阿里巴巴的網絡安全防護採取雙重策略，既依託雲平台的安全保障體系，又針對雲上業務特點部署專項防護措施。



雲平台的網絡安全

針對雲平台的基礎安全，阿里雲建立了涵蓋產品開發到上線營運的系統性保障機制，並為此積極部署了一系列行動。

雲產品開發過程中

阿里雲以縱深防禦、零信任架構設計理念為指導，透過多個環節干預，以及數字化安全分度量機制，保障安全要求的落實，提升雲平台的內生安全性。

產品立項 & 設計環節：安全專家在立項 & 設計環節即參與工作，並對產品設計方案具有一票否決權。設計階段，安全專家對產品的網絡架構、應用架構和租戶隔離架構等進行威脅建模，事前識別出產品的安全風險，並給出針對性整改建議。

編碼環節：產品研發人員在寫程式碼時，要遵守安全規則，使用公司安全團隊提供的標準化安全工具包，安裝帶安全檢測功能的編程軟件插件，盡量在編碼環節規避安全漏洞。

測試環節：阿里雲自研了多種類型的安全掃描工具，並已嵌入整個研發流程，對產品原始碼、供應鏈組件、開源程式碼進行安全掃描。

發布環節：產品發布前，進行預設配置檢測，以保障產品遵循最小權限、最小暴露面、賬戶合理授權等基準要求；同時進行敏感資料檢測，規避密碼、訪問金鑰等洩露風險。

雲產品上線後

阿里雲仍會持續保障產品安全。建立入侵檢測響應機制，對異常的行為、流量等數據指標進行收集，分析潛在風險，並及時推動解決。透過紅藍對抗、模擬演練等形式，反向驗證產品的安全性。此外，還透過情報研究，主動發現新風險，及時加固和修復。

在安全的雲平台基礎之上，阿里雲還基於客戶的需求，持續投入產品的安全能力，為客戶在雲上的業務提供安全保障。

全鏈路身份管控與精細化授權

阿里雲提供全鏈路身份授權與權限管控體系，支持客戶按照「最小夠用」原則，細化地按需分配雲上權限，從而確保數據流動和網絡聯動符合客戶場景需要的同時，不因過度授權而使客戶系統安全性受到負面影響。

原生安全防護能力

阿里雲提供的安全防護能力可彈性擴展，隨雲運算資源的動態需求調整，實現安全能力與業務需求的匹配，有助於降低安全防護的成本。同時阿里雲提供了風險感知、數據備份等服務，幫助客戶達到快速感知、快速響應、快速恢復的目的。

面向攻擊的安全高可用

阿里雲還建設了完整的安全高可用架構，如計算、儲存、網絡設備上的租戶隔離、負載均衡等方式，並建設嚴密的物理層、網絡層等監控發現能力、服務快速恢復能力，以保障在面對安全攻擊時的高可用性。

雲上業務的網絡安全

在雲平台的安全保障基礎之上，阿里巴巴構建了一套包含終端、網絡、應用和儲存在內的網絡安全防護體系，為雲上業務的安全保駕護航。

網絡安全防護舉措

終端
部署終端檢測和響應、部署數據遺失防護、訪問控制等

網絡
DDoS 防禦、部署堡壘機等

應用
應用安全測試、定期掃描漏洞並修補、運行時應用自我保護（RASP）等

儲存
數據加密、數據備份、訪問控制等

阿里巴巴對於行為主體也會加強管控。採取可信身份管理、可信認證與授權、可信行為審計等措施來確保只有經過授權的行為主體能夠執行特定的操作、訪問特定的服務或數據，從而實現對系統增強安全防護，降低被攻擊或者數據洩露的風險。

此外，阿里巴巴還會啟動滲透測試，透過模擬攻擊的行為，主動識別系統中潛在的安全漏洞，全面評估現有安全防護體系的有效性。同時，透過關注行業內外的安全動態，包括最新網絡攻擊威脅情報等來更新自身的網絡安全防護舉措。

應急與培訓

阿里巴巴制定《阿里巴巴集團網絡安全應急響應規範》，明確風險事件的分級分類管理標準、負責團隊、報告和響應的應急處理流程，確保快速、有效和有序地響應安全事件，護航業務。在風險處置結束之後，我們會對風險事件進行覆盤，在管理措施上查漏補缺，同時對風險事件進行追責。

阿里巴巴重視網絡安全的培訓工作。每年，面向全體員工的商業行為準則培訓和考核中均包含網絡安全模組。2025 財年，我們面向安全崗位的員工組織 19 次培訓。此外，我們還為生態員工開放了安全服務中心平台，幫助他們加強私隱保護與數據安全以及網絡安全等專業知識的學習。2025 財年，生態員工訪問安全服務中心平台的次數超過 131 萬次。

監督與認證

根據《阿里巴巴集團網絡安全總綱》，阿里巴巴每年都會對各業務定期開展網絡安全管理要求檢查，方法包括溝通訪談、營運數據排查、穿行測試、紅藍對抗驗證等。2025 財年，我們已對主要業務完成檢查並推動相關的改進工作。

阿里雲每年聘請專業的第三方會計師事務所，對雲服務體系的資訊安全、可用和保密性方面的內部控制程序進行審計，以評估阿里雲服務組織的內部控制設計是否適當，以及這些控制措施的執行是否有效。透過第三方審計，阿里雲會提供具有鑑證性質的 SOC 報告（System and Organization Controls Reports），以便向雲客戶、獨立核數師、監管機構、公司股東以及其他相關利益方展示阿里雲最新的內部控制情況，證明我們在資訊安全、可用和保密性方面的專業性和承諾。

各業務的數據安全、私隱保護和網路安全認證⁵

淘天集團	ISO27001、信息系統安全等級保護、流動互聯網應用程式（APP）安全認證
阿里國際數字商業集團	ISO27001、ISO27701、個人信息管理體系、信息系統安全等級保護、PCI-DSS 認證
菜鳥集團	ISO27001、ISO27701、信息系統安全等級保護
本地生活集團	ISO27001、信息系統安全等級保護
虎鯨文娛集團	ISO27001、信息系統安全等級保護

阿里雲致力於加強全球化業務佈局的合規體系建設，不斷提升雲平台安全合規水位，並以此支援雲上客戶高效滿足所在地區和相關行業的安全合規要求。

全球通用	中國內地	境外區域及行業
ISO 9001 ISO 27001 ISO 27017 ISO 27018 ISO 27701 ISO 29151 ISO 20000 ISO 22301 ISO 27799 ISO 27040 ISO 37301 ISO 42001 BS 10012 CSA STAR PCI DSS/PCI 3DS SOC1/SOC2/SOC3 CyberGRX CyberVadis GxP	網信辦	雲計算服務安全評估： 電子政務雲（增強級） 金融雲（增強級）
	公安部	網絡安全等級保護： 金融雲（IaaS/PaaS，四級） 公共雲（IaaS/PaaS/SaaS，三級） 電子政務雲（IaaS/PaaS，三級） 安全產品銷售許可證 網絡安全專用產品檢測
	工信部	信通院： 可信雲安全評估 產品安全能力評估
	國家市場監督管理總局	中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心： 網絡安全專用產品認證 數據安全管理認證
國家密碼管理局	密碼應用安全能力評估： 公共雲（IaaS，三級） 政務雲（IaaS，三級）	歐盟 EU Cloud CoC GDPR 合規評估 美國 NIST 800-53 NIST CSF SEC Rule 17a-4(f) TRUSTe 德國 C5 TISAX AIC 4 Trusted Cloud 阿聯酋 DESC CSP 菲律賓 BSP 合規評估 馬來西亞 BNM&SC 合規評估
		新加坡 MTCS Cyber Trust Mark OSPAR DPTM CBPR/PRP 印尼 OJK&BI 合規評估 韓國 K-ISMS 中國香港 HKMA 合規評估 HKIA 合規評估 SFC 合規評估 SRAA 合規評估 中國澳門 AMCM 合規評估

5. 各業務集團均根據實際業務需要評估認證範圍。此處列示，不代表以上認證的覆蓋範圍為業務集團層面

完善科技倫理

阿里巴巴希望構建具備擔當和負責任的科技倫理體系，維護社會信任。我們堅持「AI 驅動」業務戰略發展的同時，亦時刻關注該領域的安全、公平及私隱等問題，踐行負責任的人工智能。參考《全球數字契約》《全球人工智能治理倡議》《人工智能法案》等人工智能治理機制或倡議，阿里巴巴提出科技倫理治理的六項基本準則：「以人為本、普惠正直、隱私保護、安全可靠、可信可控、開放共治」。

➤ 管理架構與制度

➤ 管理措施

➤ 人工智能治理能力建設

➤ 提升共識，共同發展

管理架構與制度

在阿里巴巴，科技倫理治理委員會主要負責建立並持續完善科技倫理治理體系，發布管理制度及工作規範，制定審查機制策略以及佈局技術工具或解決方案等。科技倫理治理委員會主席（阿里巴巴首席技術官）同時擔任阿里巴巴科技倫理專項組的組長，向阿里巴巴可持續發展管理委員會匯報，為科技倫理工作提供組織保障。在集團層面，我們發布了《阿里巴巴集團科技倫理治理準則》和《阿里巴巴集團科技倫理審查管理規範》。

在科技倫理委員會指導下，各業務結合實際情況建立科技倫理審查工作的組織保障機制，負責所在業務的制度細則、落實工作機制、對具體業務的科技項目開展審查等工作。截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集團、雲智能集團、阿里國際數字商業集團、釘釘、夸克等業務均已建立各自的組織保障。

管理措施

儘管人工智能技術和應用發展迅速，但總體處於發展初期，仍需持續探索與之相關的治理。我們對已經浮現出來的內容安全、私隱保護、模型安全等風險，已優化治理體系與措施。對尚未看清、未形成共識的問題，我們還在持續投入資源，與學界、業界及行業上下游共同研究。

我們將人工智能相關的業務場景分為模型以及基於模型的應用兩大類。2025 財年，我們繼續在這兩個方面加強科技倫理管理措施。

模型訓練階段

用於模型訓練的數據質量在很大程度上決定模型能力和安全上限，因此我們格外重視數據質量和數據合規問題的治理。在數據採集時對數據來源進行審核，選擇可信度高的數據來源。在數據集構建過程中，對數據進行清洗、安全過濾，剔除含有風險的數據。

模型內生安全的提升在模型治理中扮演著核心和關鍵的作用。為了幫助模型更好地與人類的判斷和價值觀對齊，我們採取增量預訓練、強化學習、製作安全語料和安全性對齊等措施。

服務上線階段

阿里巴巴的科技倫理審查採取風險分類分級審查的機制，以平衡人工智能的發展和治理雙目標。在實踐過程中，我們逐步建立了包含合規性、知情、透明和公平性等維度的審查清單，並逐步在各業務的 AI 場景（含模型或者基於模型的應用）中加以應用。

內容生成階段

用戶的輸入以及人工智能對用戶輸入的反饋，都影響到整體的風險水平。我們採取輸入輸出審核過濾、檢索式增強技術等管理措施來防範風險。

內容傳播階段

在面向消費者的人工智能生成內容傳播場景，我們逐步提升技術能力，對圖片、影片、音頻等內容進行標識檢測，判斷其是否由人工智能生成合成。並在生成內容介面添加顯著標識，提示消費者相關內容由人工智能生成。

人工智能治理能力建設

在人工智能技術快速迭代、應用場景持續拓展的背景下，我們正著力推進探索和構建與之相適應的治理能力，特別是技術治理能力，以應對挑戰並把握機遇。

科技倫理數據集建設

數據集的構建是一個長期系統化的過程，包含從知識體系的搭建到數據獲取、知識構建、模型評測。從評測中發現能力弱項，相應補齊對應的數據，再次進行知識構建，形成良性循環。2025 財年，我們逐步構建科技倫理數據集。以六項基本準則為核心綱領，我們梳理了 11 個一類標籤作為科技倫理的核心關注領域，包括未成年人保護、知識產權、歧視偏見等。並透過數據採購、專家引入、歷史已有數據等多種渠道共構建科技倫理的相關數據。

基於提示增強的安全能力建設

提示增強技術是透過設定 AI 安全和科技倫理準則對模型進行引導，激發內生安全能力，從而讓模型與 AI 安全和科技倫理準則進行對齊。阿里巴巴將該技術應用到外層護欄防控中，結合模型的指令遵循和自然語言理解能力，透過設計 AI 安全和科技倫理準則，對潛在高風險的請求生成更符合科技倫理準則的回覆。



基於藍軍的大模型安全評測實踐

2025 財年，我們將藍軍安全評測逐步引入模型的安全評測中，透過以攻促防的安全理念，引入多方視角發現潛在和未知的風險。阿里巴巴上線了大模型攻防平台，為紅隊人員提供漏洞挖掘的「模擬靶場」。同時，阿里巴巴還聯合浙江大學、清華大學、復旦大學發起了「大模型安全挑戰者計劃」，召集外部「挑戰者」參與攻擊模擬。

基於大模型的自動安全評測框架——「S-Eval」

我們聯合浙江大學設計了一個面向大模型安全評測的自動化評測樣本生成和評估框架。基於自動生成基礎風險和攻擊提示，S-Eval 可以動態適應快速演化的模型技術和隨之而來的新型安全威脅。這個工具已經透過 Github、Hugging Face 以及 CompassHub 開源。

提升共識，共同發展

我們內部開展科技倫理治理的宣導，透過前沿技術和治理趨勢交流、內外部專家研討會等多種形式，提高技術人對於科技倫理相關技術與風險的關注，提升其科技倫理意識和素養；在外部，我們積極參與行業會議、標準建設等工作。

阿里巴巴組建科技倫理治理委員會的外部顧問團隊，旨在引入外部視角的專業意見，為科技倫理治理體系建設提供戰略指導和決策支援。此外，2025 財年，阿里巴巴簽署了由中國人工智能產業發展聯盟發布的《人工智能安全承諾》，核心內容涉及安全團隊建設、模型安全測試、數據保護措施及基礎設施安全等六大承諾。

在標準建設方面，阿里巴巴與第三方專業機構合作，積極參與制定人工智能治理相關的技術標準（含國家標準、國際標準等），涉及到的領域包括數字水印、圖像篡改檢測標準、人工智能生成內容標識檢測技術、生成式人工智能預訓練和優化訓練數據安全等。

2025 財年，科技倫理治理委員會面向技術及風險管理崗位的員工開設了《計算機倫理—人機融合時代的實踐指南》培訓課程，系統講授如何在技術研發中識別倫理風險並妥善應對，切實提升員工的倫理意識。



持續推出 AI 培訓內容

《追 AI 的人》系列是阿里巴巴推出的面向員工及社會公眾的 AI 前沿技術應用和治理實踐等相關內容的欄目，重點關注並分享人工智能新技術、AI 治理新觀點、可持續發展新風向。2025 財年，《追 AI 的人》共推出 12 場培訓。



阿里雲、釘釘通過

ISO42001

人工智能管理體系認證



附錄 1 ESG 關鍵績效指標

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
溫室氣體排放總量 (範圍 1,2,3) ^{1,2,3}	噸二氧化碳當量	10,460,720	9,927,762	10,290,709	10,263,149
範圍 1 排放量	噸二氧化碳當量	510,369	540,575	398,668	485,983
範圍 2 排放量	噸二氧化碳當量				
- 基於市場	噸二氧化碳當量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,920,925
- 基於位置	噸二氧化碳當量		2,940,588	3,733,673	3,927,319
範圍 3 排放量 ^{2,4,5}	噸二氧化碳當量	7,772,182	7,569,944	7,767,248	7,856,241
碳抵消	噸二氧化碳當量		118,064	231,048	11,659
抵消範圍 1 碳排放	噸二氧化碳當量		2,670	1,395	11,659
抵消範圍 2 碳排放	噸二氧化碳當量		0	0	0
抵消範圍 3 碳排放	噸二氧化碳當量		115,394	229,653	0
溫室氣體淨排放量 (碳抵消後) (範圍 1,2,3)	噸二氧化碳當量	10,460,720	9,809,698	10,059,661	10,251,490
範圍 1 淨排放 ⁶	噸二氧化碳當量	510,369	537,905	397,273	474,324
範圍 2 淨排放 ⁶	噸二氧化碳當量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,920,925
範圍 3 淨排放 ⁶	噸二氧化碳當量	7,772,182	7,454,550	7,537,595	7,856,241
溫室氣體排放強度 (碳抵消後) (單位收入產生的範圍 123 溫室氣體淨排放量) ³	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	13.7	12.5	11.6	11.0
範圍 1 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	0.7	0.7	0.5	0.5
範圍 2 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	2.8	2.3	2.4	2.1
範圍 3 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	10.2	9.5	8.7	8.4

1. 本清單的範圍是營運控制權原則下，在阿里巴巴 2025 財政年度組織和報告範圍內，範圍 1、範圍 2 和範圍 3 的溫室氣體排放中確定的可測量的重要源類別。此清單涵蓋的溫室氣體類別包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 和六氟化硫 (SF₆)。根據盤點結果，本報告期間涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五種溫室氣體的排放。範圍 3 的盤查類別詳情請見附錄 3；(2) 排放總量數據為範圍 1、範圍 2 (基於市場) 和範圍 3 (基於市場) 的總和

2. 2025 財年，我們採用中華人民共和國生態環境部最新發布的 2022 年電力二氧化碳排放因子

3. 2025 財年，高鑫零售的出售交易已完成，銀泰百貨的出售也基本完成。因此，2025 財年的統計範圍不包括高鑫零售和銀泰百貨，並相應的調整了歷史數據。相應地，根據可獲和實質重要的三原則，在計算 2025 財年和環境指標相關的經濟強度數據時，收入的計算範圍為阿里巴巴集團 2025 財年收入減去高鑫零售 2025 財年收入裡 11 個月的估算值

4. 2025 財年，我們加強了數據治理和管理。為提升排放測算的準確性，我們收集貨運航班所使用的飛機型號資訊，以便按機型分類計算運輸碳排放。這對範圍 3 的計算結果產生了一定的影響。但由於缺乏歷史數據，無法做追溯調整

5. 此處指標的排放量計算口徑均為基於市場

6. 淨排放量數據分別為範圍 1 排放量、範圍 2 排放量 (基於市場) 和範圍 3 排放量 (基於市場) 與碳抵消的差值

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
溫室氣體減排總量^{2,3}	噸二氧化碳當量	550,515	1,547,687	2,549,934	2,871,726
範圍 1 減排量	噸二氧化碳當量		272	2,124	6,472
範圍 2 減排量	噸二氧化碳當量	550,515	1,147,151	1,624,075	2,021,782
範圍 3 減排量	噸二氧化碳當量		400,264	923,735	843,472
範圍 3+ 減排量	噸二氧化碳當量		22,907,425	33,337,734	59,207,571
能源消耗總量	兆瓦時	5,242,053	5,565,054	5,929,143	7,635,126
直接能源消耗量	兆瓦時	1,591,653	1,639,234	933,096	877,339
直接能源消耗強度（單位收入直接能源消耗） ³	兆瓦時 / 百萬人民幣收入	2.1	2.1	1.1	0.9
天然氣消耗量	千立方米	6,072	6,490	10,377	13,258
液化石油氣	噸	2.4	2.1	1.7	0.8
柴油消耗量	噸	126,673	130,180	67,954	60,817
汽油消耗量	噸	190	261	283	198
間接能源消耗量：外購電力	兆瓦時	3,650,400	3,925,820	4,971,733	6,747,165
間接能源消耗強度：外購電力（單位收入間接能源消耗） ³	兆瓦時 / 百萬人民幣收入	4.8	5.0	5.7	7.2
潔淨電力使用佔比	%		38.9	44.3	52.2
間接能源消耗量：外購熱力	兆瓦時			24,314	10,622
間接能源消耗強度：外購熱力（單位收入間接能源消耗） ³	兆瓦時 / 百萬人民幣收入			0.03	0.01
可再生能源消耗量	兆瓦時	365,193	749,656	1,208,527	2,118,021
自建數據中心的平均電力使用效率（PUE） ⁷	/	1.247	1.215	1.200	1.190
租賃數據中心的平均電力使用效率（PUE） ⁷	/			1.269	1.253

7. PUE 是數據中心總能耗與 IT 設備能耗的比率

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
包裝					
包裝總量	噸			212,592	188,604
包裝強度 ³	噸每百萬人民幣收入			0.2	0.2
水資源					
總耗水量 ⁸	立方米			11,907,041	13,479,552
總耗水強度 ³	立方米每百萬人民幣收入			13.7	14.5
廢棄物					
一般廢棄物總量 ⁹	噸			84,242	123,449
一般廢棄物強度 ³	噸每百萬人民幣收入			0.10	0.13
有害廢棄物總量	噸			1,389	640
有害廢棄物強度 ³	噸每百萬人民幣收入			0.0016	0.0007

8. 2025 財年，我們加強了數據治理和管理，個別業務的耗水量數據更加準確
 9. 2025 財年，我們加強了數據治理和管理，個別業務的一般廢棄物數據更加準確

社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
僱傭 - 員工情況¹⁰					
員工總人數	人	134,804	129,394	123,153	124,320
按性別劃分的員工比例					
男性	%		65.4	65.2	64.6
女性	%		34.6	34.8	35.4
按年齡劃分的員工比例					
<=35	%		75.8	73.4	70.3
36-50	%		23.7	26.0	28.9
>50	%		0.5	0.6	0.8
按工作地劃分的員工比例					
中國內地	%		84.9	86.6	86.8
港澳台地區	%		0.9	1.1	1.1
其他國家和地區	%		14.2	12.3	12.1
存在身體障礙的員工數	人		106	96	93
管理層中的女性比例					
管理人員 ¹¹	%		29.0	28.3	28.8
高級管理人員	%		25.0	30.0	37.5

10. 僱員情況的統計範圍為阿里巴巴所有財務報表合併實體的正式員工總數。2025 財年，高鑫零售的出售已完成，銀泰百貨的出售也基本完成。我們員工的歷史數據已剔除高鑫零售和銀泰百貨的員工數據

11. 管理人員是指需要管理及領導其他正式員工的員工

社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
員工流失¹²					
總流失率	%		27.0	29.3	23.5
按性別劃分的員工流失率					
男性	%		27.4	28.2	23.1
女性	%		26.2	31.4	24.3
按年齡劃分的員工流失率					
<=35	%		27.9	30.2	24.9
36-50	%		24.0	26.4	19.9
>50	%		24.8	36.6	26.0
按工作地劃分的員工流失率					
中国内地	%		26.7	26.7	22.4
港澳台地区	%		24.9	22.3	24.4
其他国家和地区	%		29.1	45.3	31.8
員工培訓¹³					
員工平均培訓時長	小時	49.0	51.0	15.6	16.1
按性別劃分的員工平均培訓時長					
男性	小時		54.0	16.1	17.9
女性	小時		45.5	14.5	12.8
按管理人員劃分的員工平均培訓時長					
管理人員	小時		63.9	18.2	20.0
非管理人員	小時		48.5	15.1	15.4

12. 2025 財年，高鑫零售的出售交易已完成，銀泰百貨的出售也基本完成。因此，高鑫零售和銀泰百貨員工流失數據不在 2025 財年統計範圍內。我們由此也對歷史數據做了追溯調整，剔除高鑫零售和銀泰百貨的員工數據

13. 員工培訓、員工健康與安全的統計範圍為本公司直接管理業務的正式員工。員工培訓指的是員工在學習平台中參與的職業訓練和指導意義的課程、講座及活動

社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年
參加培訓的員工佔比	%		96.9	83.3	82.2
按性別劃分的參加培訓員工佔比					
男性	%		96.9	85.3	83.7
女性	%		96.8	79.5	79.4
按管理人員劃分的參加培訓員工佔比					
管理人員	%		97.9	87.5	85.6
非管理人員	%		96.7	82.6	81.6
員工健康和安^{13,14}					
因工死亡人數	人	0	1	2	0
因工死亡率 ¹⁵	%	0	0.0009	0.0021	0.0000
工傷人數	人	25	20	31	79
因工傷損失的工作日數	天	839	429	653	1,545
工傷率 ¹⁶	工傷人數 / 百萬工作小時	0.11	0.09	0.16	0.41
供應商數量¹⁷		5.33	4.48	6.23	4.16
中國內地	萬	3.61	3.10	4.57	3.15
其他國家及地區	萬	1.72	1.38	1.66	1.01

14. 工傷工亡員工的統計範圍來自於人力資源團隊登記的工傷死亡記錄，並經當地政府核實

15. 因工死亡率 = (因工死亡員工人數 / 員工總數) * 100%

16. 工傷率 = (工傷人數 / 員工總工作時數) * 1,000,000

17. 此處供應商指 2025 財年內與阿里巴巴的主要業務存在有效合作的供應商。2025 財年優化披露口徑，剔除財年內無有效合作的供應商。供應商的區域資訊與供應商的公司註冊地點有關，並非供應商為阿里巴巴開展業務的地點

	Ernst & Young Hua Ming LLP Level 12, Ernst & Young Tower Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue Dongzheng District Beijing, China 100738	安永華明會計師事務所 (特許普通合夥) 中國北京市東區東長安街1號 東方廣場東塔大樓17層 郵政區碼: 100738	Tel: 電話: +86 10 5815 3000 Fax: 傳真: +86 10 8518 8299 ey.com
獨立有限保證鑒證報告			
安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司			
阿里巴巴集團控股有限公司董事會:			
工作範圍			
我們受阿里巴巴集團控股有限公司 (以下簡稱“公司”) 的委託, 執行《國際鑒證業務準則》定義的“有限保證鑒證業務”(以下簡稱“有限保證鑒證業務”), 就公司編制的《阿里巴巴集團FY2025 環境、社會和治理 (ESG) 報告》(以下簡稱 ESG 報告) 中選定的於 2025 年 3 月 31 日及自 2024 年 4 月 1 日起至 2025 年 3 月 31 日止期間 (以下簡稱“期間”) 關鍵披露信息 (以下簡稱“鑒證對象”) 進行報告。			
鑒證對象			
腐敗			
於 2025 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策:			
<ul style="list-style-type: none"> 《阿里巴巴集團商業行為準則》; 《阿里巴巴集團員工權益守則》; 及 《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》。 			
於 2025 年 3 月 31 日及期間內:			
<ul style="list-style-type: none"> 按性別、雇傭類型 (如正式)、年齡組別及地區劃分的雇員總數; 及 按性別、年齡組別及地區劃分的雇員流失比率。 			
健康與安全			
於 2025 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策:			
<ul style="list-style-type: none"> 《安全應急操作指引》; 及 《菜鸟集團環境健康和安全管理手冊》。 			

	Ernst & Young Level 12, Ernst & Young Tower Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue Dongzheng District Beijing, China 100738	安永華明會計師事務所 (特許普通合夥) 中國北京市東區東長安街1號 東方廣場東塔大樓17層 郵政區碼: 100738	Tel: 電話: +86 10 5815 3000 Fax: 傳真: +86 10 8518 8299 ey.com
獨立有限保證鑒證報告 (續)			
安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司			
工作範圍 (續)			
鑒證對象 (續)			
健康與安全 (續)			
期間內, 公司執行以下慣例及計劃:			
<ul style="list-style-type: none"> 風險地圖及其適用的定量指標和風險專項改進工作; 辦公園區應急演練; 急救快援證培訓; 心理諮詢渠道; 心理健康活動; 及 “員工關愛計劃”。 			
期間內:			
<ul style="list-style-type: none"> 因工死亡的人數及比率; 及 因工傷損失工作日數。 			
發展及培訓			
期間內, 公司開展以下培訓活動:			
<ul style="list-style-type: none"> Laszda 加入的聯合國全球契約組 (UNGC) 線上學習平台計劃; 新人培訓項目; 《管理者應知應會》; 管理者培養計劃; 及 “學 AI, 用 AI” 培訓活動。 			
期間內:			
按性別及雇員類別劃分的受訓雇員百分比; 及按性別及雇員類別劃分, 每名雇員完成受訓的平均時數。			

	Ernst & Young Level 12, Ernst & Young Tower Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue Dongzheng District Beijing, China 100738	安永華明會計師事務所 (特許普通合夥) 中國北京市東區東長安街1號 東方廣場東塔大樓17層 郵政區碼: 100738	Tel: 電話: +86 10 5815 3000 Fax: 傳真: +86 10 8518 8299 ey.com
獨立有限保證鑒證報告 (續)			
安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司			
工作範圍 (續)			
鑒證對象 (續)			
供應商管理			
於 2025 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策:			
<ul style="list-style-type: none"> 《阿里巴巴供應商 ESG 行為準則規範》; 《阿里巴巴集團控股有限公司供應商合規管理規範》; 《誠信約定函》; 《天貓超市入駐標準》; 及 《阿里雲智能集團供應商管理總則》。 			
期間內, 公司執行以下慣例及計劃:			
<ul style="list-style-type: none"> 供應商准入流程; 供應商選擇流程; 供應商績效評價流程; 供應商風險管理流程; 供應商 ESG 風險監測體系; 供應商 ESG 合規工作檢查和糾偏; “阿里巴巴供應商 ESG 專分項目”; 阿里雲租賃數據中心 PUE 指數管理; 及 阿里雲供應商潔淨電力使用要求。 			
於 2025 年 3 月 31 日:			
<ul style="list-style-type: none"> 按地區劃分的供應商數目。 			

	Ernst & Young Level 12, Ernst & Young Tower Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue Dongzheng District Beijing, China 100738	安永華明會計師事務所 (特許普通合夥) 中國北京市東區東長安街1號 東方廣場東塔大樓17層 郵政區碼: 100738	Tel: 電話: +86 10 5815 3000 Fax: 傳真: +86 10 8518 8299 ey.com
獨立有限保證鑒證報告 (續)			
安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司			
工作範圍 (續)			
鑒證對象 (續)			
產品責任			
於 2025 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策:			
<ul style="list-style-type: none"> 電商交易平台商家管理規則與商品質量管理標準; 餓了麼食品安全制度; 雲智能集團雲產品質量規範與制度; 《隱私政策合規規範》; 及 “阿里隱私平台”發佈的隱私保護政策。 			
期間內, 公司執行以下慣例及計劃:			
<ul style="list-style-type: none"> 阿里巴巴打假聯盟; 電商交易平台商家和商品准入管理規則; 電商交易平台投訴舉報渠道; 淘寶和天貓平台商品抽檢; 天貓超市商品入庫檢測標準化流程; 天貓超市召回流程; 淘天集團知識產權保護平台; 阿里國際數字商業知識產權保護平台; 餓了麼食品安全售後服務; 餓了麼餐品抽檢和商家門店審核; 及 APP 私隱管理功能。 			
期間內:			
<ul style="list-style-type: none"> 淘寶和天貓平台接獲的投訴數目以及應對方法; 阿里雲接獲的投訴數目以及應對方法; 及 天貓超市發生商品召回事件數目。 			



獨立有限保證鑒證報告 (續)

安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

工作範圍 (續)

鑒證對象 (續)

反貪污
於 2025 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《阿里巴巴集團商業行為準則》; 及 ● 《阿里巴巴集團反賄賂反腐敗政策》。
期間內, 公司採納以下措施: ● 腐敗行為舉報渠道。
期間內, 公司開展以下培訓活動: ● 董事會成員反腐敗培訓; 及 ● 員工反腐敗培訓。
期間內: ● 對公司或其雇員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。
社區投資
期間內, 公司執行以下計劃: ● “人人 3 小時”; 及 ● “少年資助學計劃”。
期間內: ● 員工總志願時; 及 ● 阿里巴巴集團向阿里巴巴公益基金會捐贈金額。



獨立有限保證鑒證報告 (續)

安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

工作範圍 (續)

除前段所述 (該段規定了我們的業務範圍) 外, 我們未對 ESG 報告中包含的其餘信息執行鑒證程序。因此, 我們不對其餘信息發表結論。

公司適用標準

公司編制 ESG 報告關鍵信息所採用的標準為香港聯合交易所附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》中“主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 B. 社會”以及 ESG 報告中定義和披露的編制基礎 (以下簡稱“編制基礎”)。

固有局限性

鑒證對象及其他非財務信息的準確性和完整性受其固有局限性的影響。這主要由於其性質以及用於確定、計算和估計此類信息的方法。因此, 本報告應結合公司 ESG 報告正文以及附錄 1 ESG 關鍵績效指標中的腳註進行解讀。

公司的責任

公司管理層負責上述標準的選擇並負責在所有重大方面按照上述標準編制鑒證對象。這種責任包括設計、執行和維護與編制鑒證對象相關的內部控制, 保留充分的證據以及做出與鑒證對象相關的估計, 以使該等鑒證對象不存在由於舞弊或錯誤而導致的重大錯報。

安永的責任

我們的責任是根據我們獲取的證據, 就鑒證對象發表結論。

我們按照與公司於 2025 年 4 月 23 日簽署的業務約定書條款, 根據《國際鑒證業務準則 3000 號—歷史財務信息的審計或審閱以外的鑒證業務 (修訂版)》的規定執行了鑒證業務。該準則要求我們計劃和執行鑒證工作, 以就我方是否知悉需要對鑒證對象進行任何重大修改以使其符合編制適用標準得出結論, 併發布報告。所述程序的性質、時間和範圍取決於我們的判斷, 包括對由於舞弊或錯誤導致的重大錯報風險的評估。

我們認為, 我們獲取的證據是充分和適當的, 為發表有限保證的鑒證結論提供了基礎。



獨立有限保證鑒證報告 (續)

安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

獨立性和質量管理

我們保持了獨立性, 並確認我們遵守了國際會計師職業道德準則理事會頒佈的《國際會計師職業道德守則》的要求, 並具備開展本次鑒證業務所需的能力和經驗。

我們還遵循《國際質量管理準則第 1 號—會計師事務所對執行財務報表審計或審閱、其他鑒證或相關服務業務實施的質量管理》。該準則要求我們設計、實施和運行一套質量管理體系, 包括與遵守職業道德要求、專業標準和適用的法律或法規要求相關的書面政策與程序。

執行的程序

有限保證的鑒證業務所實施的程序在性質、時間、範圍方面不同於合理保證的鑒證業務, 且範圍小於合理保證的鑒證業務。因此, 有限保證鑒證業務所取得的保證程度大幅低於合理保證的鑒證業務。我們所設計的程序僅用於取得有限保證結論, 無法提供合理保證所需的全部證據。

儘管我們在決定鑒證程序的性質和範圍時考慮管理層所執行內部控制的有效性, 但是我們的目的並不是就內控有效性發表意見。我們的程序亦不包括檢查信息系統所搜集和計算的數據及相關控制。

我們所實施的程序包括:

- 1) 對人員進行訪談, 瞭解業務和報告流程;
- 2) 與關鍵人員進行訪談, 瞭解期間內收集、整理和報告鑒證對象的過程;
- 3) 檢查計算過程是否已經按照公司編制基礎中列出的方法正確應用;
- 4) 對鑒證對象中的定量信息執行分析性核對, 以支持數據的合理性;
- 5) 檢查鑒證對象中所列的政策、慣例及計劃是否存在; 及
- 6) 對鑒證對象源信息實施抽樣測試, 以檢查數據的準確性。

我們還執行了其他我們認為的必要程序。

結論

基於已實施的程序及獲取的證據, 我們沒有注意到任何事項使我們相信於 2025 年 3 月 31 日及自 2024 年 4 月 1 日起至 2025 年 3 月 31 日止期間的鑒證對象未能在所有重大方面按照編制基礎編制。

限制性使用

根據與公司商定的業務約定書中的條款, 我們執行的程序和就此報告的責任僅針對公司。此報告可能不適用於其他目的。因此, 我們不為任何其他目的或任何其他個人或組織接受或承擔任何責任。任何此類第三方對本報告的任何依賴均由其自行承擔風險。



獨立有限保證鑒證報告 (續)

安永華明 (2025) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

(本頁無正文)



安永華明會計師事務所 (特殊普通合夥)

中國·北京

2025 年 6 月 11 日

附錄 3 溫室氣體盤查和核算邊界

本次盤查範圍為阿里巴巴集團控股有限公司在 2025 財年組織邊界和報告邊界內的範圍 1 和範圍 2 的溫室氣體排放量，及部分範圍 3 的溫室氣體排放量。本次盤查所涉及的溫室氣體種類包括：二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 和六氟化硫 (SF₆) 等。經盤查，本報告期內涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五種溫室氣體的排放。

依據《ISO14064-1:2018 組織層次上對溫室氣體排放和清除的量化和報告的規範及指南》《溫室氣體議定書：企業核算與報告準則》《溫室氣體議定書：企業價值鏈核算與報告標準》《ISO14064-3:2019 對溫室氣體聲明進行審定和盤查的指南性規範》及其他適用的法律法規及相關標準，對阿里巴巴在盤查期內（2024 財年）的溫室氣體排放量和清除量進行盤查。溫室氣體排放活動數據嚴格遵循相關初級活動數據和次級活動數據的質量要求。排放因子均來源於聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 2006 年發布的《2006 年 IPCC 國家溫室氣體清單指南》及 2019 年發布的《IPCC2006 年國家溫室氣體清單指南 2019 修訂版》《2019 年中國能源統計年鑒》以及其他權威參考文獻。所有過程均遵循 CEC 內部的溫室氣體排放盤查質量控制程序，並嚴格遵循 ISO14064-3 標準的要求。

盤查按照 ISO14064、IPCC 指南及其他適用的法律法規作為盤查依據，詳情如下：

- 《ISO14064-1:2018 組織層次上對溫室氣體排放和清除的量化和報告的規範及指南》
- 《ISO14064-3:2019 對溫室氣體聲明進行審定和盤查的指南性規範》
- 《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》
- 《溫室氣體核算體系：企業核算與報告準則》（修訂版）
- 《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍三）核算與報告標準》
- 《2006 年 IPCC 國家溫室氣體清單指南》
- 《IPCC 2006 年國家溫室氣體清單指南 2019 修訂版》
- 其他適用的法律法規及相關標準

範圍	排放類型	排放源
範圍 1： 直接溫室氣體排放 來自報告公司擁有 或控制的排放源	固定燃燒源	燃氣灶使用天然氣、液化石油氣，柴油發電機使用柴油產生的溫室氣體排放
	移動燃燒源	車輛使用柴油、汽油等產生的溫室氣體排放
	逸散排放	滅火器的洩漏排放 製冷劑的洩漏 SF ₆ 的洩漏
範圍 2： 購買電力、熱力或 蒸汽的間接溫室 氣體排放	外購電力	生產設備及生產輔助 / 生活設備用電產生的間接排放
	外購熱力	生產設備及生產輔助 / 生活設備用熱產生的間接排放
	外購製冷	生產設備及生產輔助 / 生活設備用冷產生的間接排放
範圍 3： 其他活動的間接溫 室氣體排放	購買的產品或服務	包裝材料、物流服務（倉儲和配送，票務配送）、數據中心營運維護服務、票據紙張、海報等材料
	上游運輸和配送	購買的運輸服務
	商務旅行	員工差旅造成的排放，包括航空、火車、巴士、的士等
	員工通勤	員工上下班通勤造成的排放
	上游租賃資產	租賃的倉庫
	下游租賃資產	出租的自建辦公園區、商場，體育館，票務機
	特許經營	末端驛站和加盟店
投資	投資劇目	

附錄 4 利益相關者溝通和重要性評估

利益相關者溝通

阿里巴巴積極和利益相關者對話和合作，回應各方的期待，不斷努力共創可持續的價值，這是阿里巴巴實現長期發展的基石。我們充分考慮自身經營及平台和利益相關者的廣泛關聯，既包括消費者、員工、股東和投資者、政府監管機構等，也包括價值鏈上下游和平台生態系統中的商業夥伴、社區等。我們採取多樣化的溝通渠道和方式，及時回應各方的關注和期望，不斷改進和更新商業和 ESG 的策略和實踐。透過維護與利益相關者的有效溝通及良性互動，我們及時獲取各方反饋，識別關鍵可持續發展風險與機遇，加強相關能力和行動，持續提升資訊披露質量與透明度。

利益相關者	溝通方式
消費者	社交媒體溝通
	7*24 小時客服熱線
	線上線下調研問卷 / 訪談
商家	社交媒體溝通
	7*24 小時客服熱線
	線上線下調研問卷 / 訪談
員工	全員郵件
	溝通會議
	內網文章
	業務單元的 ESG 相關團隊溝通機制
	培訓活動和申訴機制
政府與監管機構	日常政務溝通
	專題研討會

利益相關者	溝通方式
股東與投資者	電話、面談及公司拜訪
	企業年報、季報與公告
	ESG 相關議題的日常匯報與溝通
	投資人調研
價值鏈和平台生態合作夥伴	日常供應商培訓、ESG 能力評估溝通
	不定期的行業論壇
	供應商大會
社區	長期的公益項目
	日常媒體傳播
	社交媒體溝通
	公益行業論壇和活動
	志願者活動

重要性評估

我們的重要議題聚焦於對企業商業營運、可持續發展戰略和利益相關者最具影響力的 ESG 要素。透過嚴格的評估流程，2025 財年我們確定了 21 項關鍵議題，並據此建立了 ESG 重要議題矩陣，以指導公司可持續發展戰略的制定與實施。

重要議題識別與篩選

我們與外部諮詢機構合作，系統性參考香港交易所《環境、社會及管治報告守則》、滬深北證券交易所《上市公司自律監管指引——可持續發展報告（試行）》及歐盟《歐洲可持續發展報告準則》（ESRS）等跨市場監管要求，參照 GRI、SASB 及聯合國可持續發展目標（SDGs）等可持續發展框架，並結合 MSCI ESG 等主流評級指標及行業對標分析，初步篩選出 21 項重要議題。

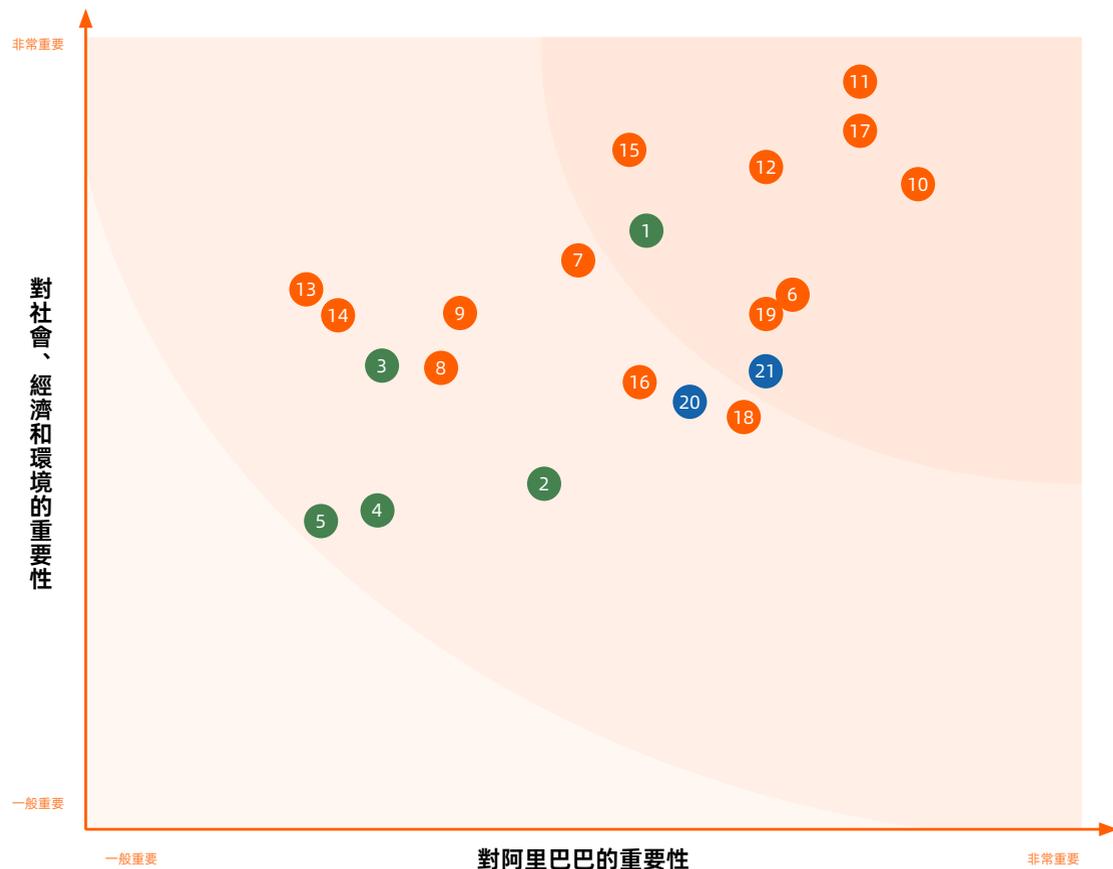
利益相關者溝通和參與過程

為了深入了解內部和外部利益相關者的觀點和需求，我們建立了與利益相關者的日常溝通和調查機制，並透過專題研討、深度訪談等多維渠道，持續收集內外部各方意見與反饋。

確定優先次序和重要議題矩陣

我們採用系統化的評估方法，全面匯總內外部利益相關者對各 ESG 議題重要性的認知與判斷。在此基礎上，深入分析這些議題與公司戰略目標及業務營運的關聯性。透過整合利益相關者對各議題的重要性評估結果，我們對所有議題進行評分排序，最終繪製成重要議題矩陣，以協助我們確定 ESG 工作的重點領域及優先事項。

重要性評估結果



環境	社會	管治
<ul style="list-style-type: none"> 1. 應對氣候變化與碳中和 2. 能源管理 3. 資源循環與廢棄物管理 4. 水資源管理和利用 5. 生物多樣性和生態系統 	<ul style="list-style-type: none"> 6. 人力保留與管理 7. 人權與勞動權利 8. 職業健康與安全 9. 多元、平等和包容 10. 產品與服務質量 11. 科技創新 12. 科技倫理 13. 鄉村振興 14. 社會及社區貢獻 15. 中小微企業發展 16. 供應鏈管理 17. 私隱保護與數據安全 18. 知識產權保護 19. 商業道德 	<ul style="list-style-type: none"> 20. 公司治理 21. 風險管理

附錄 5 聯合國全球契約進展

阿里巴巴於 2021 年 2 月成為聯合國全球契約組織的締約方。我們的集團首席執行官吳泳銘在此重申對聯合國全球契約組織及其十項原則的支持。我們將採取負責任的、基於原則的綜合方法，致力於實現聯合國發展目標，以負責任的方式開展業務，成為聯合國強而有力的長期合作夥伴，履行對社會的承諾。

領域	原則	對應章節
人權	原則 1：企業界應支持並尊重國際公認的人權	社會 - 支持員工發展
	原則 2：保證不與踐踏人權者同流合污	
勞工標準	原則 3：企業界應支持結社自由及切實承認集體談判權	社會 - 支持員工發展
	原則 4：消除一切形式的強迫和強制勞動	
	原則 5：切實廢除童工	
	原則 6：消除就業和職業方面的歧視	
環境	原則 7：企業界應支持採用預防性方法應對環境挑戰	環境 - 保護環境
	原則 8：採取主動行動促進在環境方面更負責任	
	原則 9：鼓勵開發和推廣環境友好型技術	
反貪腐	原則 10：企業界應努力反對一切形式的貪腐，包括勒索和賄賂	社會 - 堅持誠信經營

附錄 6 報告指標索引

報告章節	港交所 ESG 報告守則	SASB	GRI	港交所氣候相關披露	SDGs
第一章 - 規範公司治理					
公司治理架構	管治架構		2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-18	管治： 19-a-i, 19-a-ii	 
風險管理					
ESG 治理	管治架構		2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-22	管治： 19-a-i, 19-a-ii, 19-a-iii, 19-a-iv, 19-b-i, 19-b-ii 風險管理： 27-c	

報告章節	港交所 ESG 報告守則	SASB	GRI	港交所氣候相關披露	SDGs
第二章 - 保護環境					
應對氣候變化	A2.3	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	201-2	策略： 20-a, 20-b, 20-c, 20-d, 21-a, 21-b, 22-a-i, 22-a-ii, 22-a-iii, 24-a, 25-b, 26-a-i, 26-a-iii, 26-b-i-1, 26-b-i-2, 26-b-i-3, 26-b-i-4, 26-b-i-5, 26-b-i-6, 26-b-i-7, 風險管理： 20-27-a-i, 27-a-ii, 27-a-iii, 27-a-v, 27-b, 27-c 指標及目標： 37-h	     
推進碳中和	A2.3, B5.4	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	2-6, 302-4, 302-5, 305-5, 308-1	策略： 22-a-iv, 22-b, 23, 26-a-iii 指標及目標： 28-a, 28-b, 28-c, 29-b-iii, 37-a, 37-b, 37-c, 37-d, 37-e, 37-g, 38-b, 38-c, 39, 40-a, 40-b, 40-c	
助力建設綠水青山	A1, A1.6, A2, A2.4, A3, A3.1	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	301-2, 303-1, 303-2, 303-5, 304-1, 304-2, 306-1, 306-2, 306-4		

報告章節	港交所 ESG 報告守則	SASB	GRI	港交所氣候相關披露	SDGs
第三章 - 支持員工發展					
多元、平等和共融	B1, B1.1, B3, B7		2-7, 2-23, 405-1		    
人才的吸引與保留	B4, B4.1, B4.2		201-3, 401-2, 401-3, 408-1, 409-1		
豐富的人才發展機會	B1, B3		2-28, 404-2		
員工的健康與活力	B2, B2.3		403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8		
第四章 - 恪守產品責任服務消費者					
創造良好的消費體驗	B6, B6.1, B6.2, B6.4		417-1		  
營造包容健康的數字生活			2-28		

報告章節	港交所 ESG 報告守則	SASB	GRI	港交所氣候相關披露	SDGs
第五章 - 共建數智平台服務企業客戶					
發展負責任的科技	B6, B6.2	CG-EC-130a.3, CG-EC-000.B			  
發展健康可持續的電子商務平台	B6.3	CG-EC-000.A			
第六章 - 回饋社會和社區					
參與鄉村振興	B8.1, B8.2		413-1		        
應急救災	B8.1		413-1		
科技助力解決社會問題	B8.1		203-1		
促進創業就業	B8, B8.1, B8.2				

報告章節	港交所 ESG 報告守則	SASB	GRI	港交所氣候相關披露	SDGs
第七章 - 堅持誠信經營					
恪守商業道德	B7, B7.1, B7.2, B7.3		2-15, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-2, 205-3		 
深化供應商管理	B5, B5.2, B5.3, B7		2-6, 308-2, 414-1, 414-2		
保護數據安全與私隱	B6, B6.5	CG-EC-220a.2, CG-EC-230a.1, CG-EC-230a.2			
守護網絡安全					
完善科技倫理					
附錄					
附錄 1 ESG 關鍵績效指標	A1.3, A1.4, A2.1, A2.2, A2.4, A2.5, B1.1, B1.2, B2.1, B2.2, B3.1, B3.2, B5.1	CG-EC-130a.1, CG-EC-130a.2, CG-EC-330a.3	2-6, 2-7, 301-1, 302-1, 302-2, 302-3, 303-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-3, 401-1, 403-9, 403-10, 404-1	指標及目標： 28-a, 28-b, 28-c, 29-c	
附錄 2 數據核查聲明			2-5		
附錄 3 溫室氣體盤查和核算邊界				指標及目標： 29-a, 29-b-i, 29-b-ii, 29-d	
附錄 4 利益相關者溝通和重要性評估			2-6, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3		

附錄 7 釋義

適用於 2025 財年 ESG 報告的定義

除文義另有規定外，在本年度 ESG 報告內凡提述以下詞語的涵義如下：

阿里巴巴集團控股有限公司：一家於 1999 年 6 月 28 日在開曼群島設立的有限責任公司，及（如文義所需）其合併範圍內的子公司及其關聯併表實體，包括其不時的可變利益實體及彼等的子公司；

控股集團：指阿里巴巴控股集團有限公司；

各業務：指阿里巴巴集團持有的六大業務集團和其他各項業務公司；

財年內：均指 2025 財年；

ESU 事件：全稱 Emergency Service Unit，因外部環境原因給公司帶來危害 / 威脅或者內部經營管理對公司造成實際危害 / 外部負面影響的各類事件；

排放：指溫室氣體排放，溫室氣體種類包括：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亞氮（N₂O）、氫氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）等；

減排：指溫室氣體減排，溫室氣體種類包括：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亞氮（N₂O）、氫氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）等；

GWP：全球變暖潛能值，其定義為以二氧化碳為參照（GWP=1），衡量其他溫室氣體在相同質量下，相對於 CO₂ 的吸熱能力；

L4 級自動駕駛技術：指高度自動化的駕駛系統，能夠在特定環境和條件下完全自主完成駕駛任務，無需人類駕駛員的干預；

設備大腦：透過 IoT（物聯網）和數字技術，實現園區基礎設施數位化，然後結合人流、天氣、環境參數，建構園區智慧化決策引擎，實現園區設施設備智慧化管理；

虛擬電廠：是一種創新的能源管理系統，透過整合和管理分佈式能源、儲能，實現集中的調度和優化，以提供類似於「電廠」的綜合能源服務。這種模式的優勢在於緩解社會電力供需矛盾，助力消納潔淨電力供應量；

菜鳥速遞：菜鳥集團為電商提供低成本與優質服務相結合的品質速遞服務；

淨排放量：淨排放量是指企業主體的溫室氣體自然排放量在企業採取一系列脫碳舉措（包括減排、消除、抵消）之後的排放量；

價值鏈淨排放強度：價值鏈淨排放強度是指企業主體上下游價值鏈的溫室氣體自然排放量在企業採取一系列脫碳舉措（包括減排、消除、抵消）之後的排放經濟強度，即單位收入的排放量；

PUE：計算機數據中心設施使用的總能量與輸送至計算設備的能量之比；

WUE：計算機數據中心設施的耗水量與能耗之比；

園區：包括阿里巴巴自用辦公園區（即自建辦公園區和租賃辦公園區）和對外出租園區等；

辦公園區：指阿里巴巴自用用於辦公使用的園區，包括自建辦公園區，也包括租賃辦公園區；

裝箱演算法：指根據特定物品及運輸要求就最佳包裝盒類型、尺寸及設計提出建議，以儘量減少使用包裝及其他消耗材料的演算法；

原箱發貨：指將運輸標籤直接貼在盒裝商品上而無需額外包裝層；

電子裝箱單：指使用電子載體的單據，來代替包裹中的紙質單據，這類單據一般包括包裹內貨物詳情、數量等相關內容；

Townhall：面向海外員工舉行的全體會議；

陪伴假：每年 7 個工作日的全薪陪伴假，讓員工有更多時間陪伴家人和親友；

育兒假：子女三周歲以內的員工，可享受每個自然年 10 個工作日的全薪育兒假；

長期服務假：在公司服務每滿 10 年，員工獲得 20 個工作日的全薪長期服務假；

EHS：環境、職業健康安全管理体系；

急救俠：參培人經過中國紅十字會、AHA（美國心臟協會）等專業培訓機構的急救培訓，取得急救證書，就可以認證成為一名急救俠；

外部三方機構的雙盲抽檢：指委託外部第三方檢測機構進行抽檢工作，檢測與被檢測方均不互相通知。一盲，由第三方機構的抽檢人員針對銷售的商品進行隨機抽檢，不指定供應商，也不指定商品；二盲，被抽檢的供應商不知道被抽檢，也不通知供應商；

ChatbotArena：評估全球大語言模型和 AI 聊天機械人的開放平台；

年度活躍商家：淘寶天貓平台上在財年內有過銷售的商家；此處中小微商家是指淘寶天貓平台上在財年內 GMV 小於 100 萬元的年度活躍商家；

無聲騎士 / 無聲騎手：餓了麼平台上的聽障或語障騎手；

藍騎士：是指透過蜂鳥即配平台（餓了麼旗下開放即時配送平台）提供網約配送服務的新就業群體；

應急物流：應急物流指因自然災害或衛生疫情等突發公共事件引起的物流需求；

政社協同保障機制：指政府機構與社會組織在公共服務、社會治理等領域建立協作關係，透過資源整合與職能互補實現共同治理的現代化模式；

12321 網絡不良與垃圾信息舉報受理中心：一個公眾投訴受理機構，負責協助中國工業和信息化部承擔關於互聯網、電話網等資訊通信網絡中的不良與垃圾資訊投訴受理、線索轉辦及資訊統計等工作；

堡壘機：是一種用於安全營運維護管理的特殊伺服器，相當於系統的「安全門衛」；

模型訓練階段的增量預訓練：指在已有預訓練模型的基礎上，使用特定領域的語料繼續進行訓練，以提高模型在特定任務上的性能，透過注入新的領域知識來減少模型對錯誤數據的依賴，降低幻覺問題的發生概率。

附錄 8 重要法律聲明

本報告含有前瞻性陳述。此等陳述系依美國《證券交易法》第 21E 節項下的「安全港」條款作出，並遵循 1995 年《私人證券訴訟改革法》（Private Securities Litigation Reform Act）中的定義。前瞻性陳述可透過諸如「或」、「將會」、「預期」、「預測」、「未來」、「旨在」、「估計」、「有意」、「尋求」、「計劃」、「相信」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「目的」、「可能」等詞語或措辭或其他類似表述加以識別。該等陳述包括但不限於有關我們實現 ESG 目標和戰略及我們的 ESG 戰略與舉措的有效性的陳述。

前瞻性陳述涉及固有風險和不確定性。諸多因素可能導致實際結果實質不同於任何前瞻性陳述中所述結果，其中包括阿里巴巴年報及其他向美國證券交易委員會遞交的申報文件以及香港聯交所網站上發布的公告中所述的因素。

本報告中作出的前瞻性陳述僅針對相關陳述在本報告中作出之日的事件或資訊，且以當前預期、假設、估算和預測為基礎。阿里巴巴不負有任何義務，更新任何前瞻性陳述，以反映相關陳述作出日後的事件或情形，或反映意料之外事件的發生。

本報告所參考的資訊，包括其他互聯網網站及第三方報告和出版物，並不納入本報告。僅為方便收閱人之目的，本報告可能提供第三方網站地址或含有第三方網站超連結。阿里巴巴集團並未對該等超連結進行審查，亦不就其中的內容承擔任何責任。

將某一資訊納入本報告，不得解釋為就該資訊的重要性或財務影響（或潛在影響）作出特徵性描述。欲了解有關我們的財務結果和營運（包括可能不利影響我們的業務、營運結果和財務狀況的各項風險）的更全面的資訊，請參閱我們的年報及向美國證券交易委員會遞交的其他申報文件以及香港聯交所網站上發布的各項公告。



阿里巴巴

阿里巴巴集团控股有限公司