

Alibaba

环境、社会和治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT
2025



目录



使命、愿景	002
集团首席执行官的信	003
董事会声明	004
报告说明	005
公司概况	006
报告摘要	007
ESG 绩效表现	014
ESG 奖项	017

附录	111-131
----	---------

治理

规范公司治理

公司治理架构	021-022
风险管理	023-024
ESG 治理	025-026

环境

保护环境

应对气候变化	031-033
推进碳中和	034-042
助力建设绿水青山	043-046

社会

支持员工发展

多元、平等和共融	050-053
人才的吸引与保留	054-057
丰富的人才发展机会	058-059
员工的健康与活力	060-061

恪守产品责任服务消费者

创造良好的消费体验	065-069
营造包容健康的数字生活	070-072

共建数智平台服务企业客户

发展负责任的科技	076-081
发展健康可持续的电子商务平台	082-084

回馈社会和社区

参与乡村振兴	088-090
应急救灾	091
科技助力解决社会问题	092
促进创业就业	093-095

坚持诚信经营

恪守商业道德	099-100
深化供应链管理	101-102
保护数据安全与隐私	103-105
守护网络安全	106-108
完善科技伦理	109-110



我们的使命

让天下没有难做的生意

为了支持小企业发展，我们的创始人创办了本公司。我们相信互联网能够创造公平的环境，让小企业通过创新与科技拓展业务，并更有效地参与中国及国际市场竞争。我们坚信专注于客户需求并为其提供解决方案（不论客户是消费者、商家或是企业），最终将引领我们的业务走向成功。在数字时代，我们始终坚守使命，通过帮助客户及商业伙伴充分发挥数字技术、人工智能（AI）与云基础设施的优势，以优化运营、开拓新机遇并推动创新。同时，我们的决策以长期使命为指引，而非着眼于短期利益。

我们的愿景

我们不追求大，不追求强；我们追求成为一家活 102 年的好公司。

我们创立于 1999 年，持续发展 102 年就意味着我们将跨越三个世纪，取得少有企业能实现的成就。我们的文化、商业模式和系统的建立都要经得起时间考验，让我们得以长期可持续发展。

集团首席执行官的信

真实、有温度、负责任

这是阿里巴巴连续第四年发布 ESG 报告。自今年起，ESG 报告将和年报一同发布，这是一个阿里巴巴的两种呈现方式，无论哪一种，我们都力求真实、有温度、负责任。

2025 年，全球面临的可持续发展挑战益发艰巨。但自从四年前确立 ESG 目标以来，公司持续推进 ESG 行动的决心没有变，不断完善内部组织与治理机制没有变，ESG 依然是一把重要标尺，度量和校准我们发展的质量。

过去一年，我们的 ESG 行动重点关注了几个“度”。在碳减排方面，清洁电力使用比例显著提升，价值链上的净排放强度下降，推动生态减排持续提升；在公益及社会价值领域，不追求投入绝对资金额度，而是强调项目和行动的实际影响力和社会感知度；在公司治理层面，去年公司完成了香港联交所双重主要上市，对标港交所要求完善 ESG 信息披露，进一步提升了公司治理透明度。同时，在确保灵活高效的前提下，进一步加强了各业务线在 AI 推进和社会价值工作中的协同度。

随着“AI 驱动”战略的持续推进，我们在提升 AI 技术能力的同时，也十分关注技术向善。我们继续积极推进技术开源，支持 AI 驱动的科学研究的，同时高度重视科技伦理和安全底线。

过去一年，阿里巴巴重要模型贡献度被评为全球第三，基于 Qwen 模型开发的衍生模型在 Hugging Face 平台累计超过 100000 个，成为全球衍生模型数量最多的 AI 模型家族。达摩院 AI 多癌早筛技术已成功在国内不少县域试点落地，并与世界卫生组织数字健康合作中心达成战略合作向全球推广。可以预见，AI 不仅会成为阿里巴巴 ESG 价值关怀的重要内容，也会成为提升 ESG 行动效率的重要工具。

技术向善，归根到底源于人的善意。2025 年是阿里巴巴提出“人人三小时”全员参与公益倡议的十周年。十年来，阿里巴巴员工积极投身社会公益，参与设计的打拐系统“团圆”累计找回了 5113 名孩子；累计派出 34 位乡村特派员深入全国 29 个县域助力乡村振兴；仅过去一年，高德“轮椅导航”项目就提供了超 1 亿次无障碍路线规划和视障导

航服务，饿了么“无声骑士”项目帮助超过 4200 名听障人士顺利就业……公益从几个人的善意，发展成一群人的行动，最终成为所有人共同的价值追求和公司的文化内核。更重要的是，参与过公益的员工将解决社会问题的方法和温度带回业务场景，今天，阿里的各业务中都有公益的设计。十年的行动让我们相信：有关心真实问题的员工，才能打造出有温度的产品，从而成就一家负责任的企业。

这是阿里巴巴持续成长为一家“好公司”的基石，也为我们应对不确定性、把握未来提供了坚实保障。

吴泳铭

阿里巴巴集团首席执行官
2025 年 6 月





董事会声明

阿里巴巴建立了三级 ESG 治理架构，由可持续发展委员会（SC）、可持续发展管理委员会（SSC）和 ESG 工作组组成。阿里巴巴集团董事会设立了 SC，以协助董事会识别和评估公司的 ESG 机遇与风险，监督和评估 ESG 相关计划及项目的实施与成效，并就 ESG 相关事项定期向董事会汇报。SSC 由管理层成员构成，负责制定并落实 ESG 战略与目标，编制 ESG 披露内容，并向 SC 汇报。ESG 工作组负责日常 ESG 相关工作的具体执行。更多内容详见第一章 第三节“ESG 治理”。

2025 财年，SSC 牵头与内部业务团队及外部相关利益相关方开展讨论，结合各业务的行业特性和商业模式，综合考量 ESG 议题对业务及财务的影响，进而识别并评估不同 ESG 议题的优先级。基于上述讨论，SSC 制定了公司 2026 财年的 ESG 目标，并提交 SC 审议批准。

SSC 持续监督 ESG 工作的进展，并定期向 SC 汇报。每个财年末，SC 将审查当年设定的 ESG 相关目标完成情况，讨论对公司产生重大影响的 ESG 议题，并审议批准下一财年的 ESG 相关目标。

董事会下的合规及风险委员会（CRC）负责监督公司整体合规与风险管理，包括 ESG 风险管理。公司已将关键 ESG 风险纳入全面风险管理体系。

报告说明

本报告中“阿里巴巴”、“阿里”、“我们”、“集团”主要指“阿里巴巴集团控股有限公司”。

本报告覆盖阿里巴巴所有财务报表合并实体公司在 2024 年 4 月 1 日至 2025 年 3 月 31 日期间的 ESG 进展¹，同时为了阐释的完整性和连续性，我们在特定议题下回顾和延展了部分内容。

本报告按照香港交易所的《环境、社会及管治报告守则》编制，并且参考联合国 2030 年可持续发展目标（SDG）、全球报告倡议组织（GRI）标准、永续会计准则委员会（SASB）准则、《国际财务报告可持续披露准则》。

本报告符合“重要性”“量化”“平衡”和“一致性”原则。

- 重要性原则。我们开展重要性评估，以识别和评估对于业务、内部及外部相关方的重要 ESG 议题。重要性评估过程以及结果，更多内容详见“附录 4 利益相关者沟通和重要性评估”。
- 量化原则。有关本报告中量化指标的计量标准、方法、假设及 / 或计算工具、以及使用的转换因子来源均已在相应位置（如适用）进行了说明。
- 平衡原则。本报告旨在平衡地陈述我们在 ESG 各方面的工作，包括环境、社会和治理。
- 一致性原则。本年度环境、社会及管治报告的编制方式与往年保持一致，如存在可能影响与历史数据可比性的调整，均已在本报告相应位置予以说明。

如无特殊说明，本报告所示金额均以人民币列示。

本报告在线阅读版本在阿里巴巴官网 ESG 页面（<https://www.alibabagroup.com/esg>）呈现，其中包括中文简体、中文繁体 and 英文。

若有任何对报告的问题或建议，请发邮件至：ESG@alibaba-inc.com。

1. 考虑到 2025 财年高鑫零售的出售已完成，银泰百货的出售也基本完成。因此，本报告披露范围不包括高鑫零售和银泰百货

公司概况

阿里巴巴的业务包括淘天集团、阿里国际数字商业集团、云智能集团、菜鸟集团、本地生活集团、虎鲸文娱集团（前称大文娱集团）及所有其他。围绕着本公司的平台与业务，一个涵盖了消费者、商家、品牌、零售商、第三方服务提供商、战略合作伙伴及其他企业的生态体系已经形成。

淘天集团包括中国零售商业及中国批发商业。中国零售商业主要包括本公司于中国的数字零售业务淘宝和天猫、天猫超市、天猫国际及中国的消费者社区和闲置商品交易市场闲鱼。中国批发商业主要包括综合型内贸在线批发交易平台 1688.com。

阿里国际数字商业集团包括国际零售商业及国际批发商业。国际零售商业主要包括全球零售交易平台速卖通、土耳其电商平台 Trendyol、东南亚电商平台 Lazada 及南亚电商平台 Daraz，其主要市场包括巴基斯坦和孟加拉国。国际批发商业主要包括综合型外贸在线批发交易平台 Alibaba.com。

云智能集团向全球客户提供基于基础设施即服务（IaaS）、平台即服务（PaaS）和模型即服务（MaaS）三层架构的全方位云服务。

菜鸟集团已在全球范围内建立起具有端到端物流能力的智慧物流网络。菜鸟控制物流网络的关键节点以确保服务质量、效率及可靠性，同时运用可信赖的合作伙伴的能力以推动网络拓展及资本效率。菜鸟在中国及全球提供一系列创新的物流解决方案，服务阿里巴巴的电商业务及第三方。

本地生活集团包括中国的本地生活服务及即时配送平台饿了么及中国的移动数字地图、导航及实时交通讯息服务提供商高德。

虎鲸文娱集团包括中国的在线长视频平台优酷、提供内容制作和宣传发行的大麦娱乐（前称阿里影业）、演出活动的票务运营、IP（知识产权）相关的许可及商务运营、院线票务服务管理以及娱乐产业互联网数据服务。

所有其他业务包括盒马、阿里健康、灵犀互娱、智能信息（主要包括 UC 优视及夸克）、飞猪、钉钉、高鑫零售、银泰等业务。截至 2025 年 3 月 31 日，高鑫零售的出售已完成，银泰的出售也基本完成。



报告摘要

ESG 战略定位

ESG 理念以利益相关者理论为核心基础，主张企业应当对包括员工、客户、社区及环境等在内的所有利益相关方承担责任。这一理念要求企业在追求经济效益的同时，必须兼顾社会环境价值，通过完善的公司治理（G）、环境管理（E）和履行社会责任（S）来平衡多元主体的利益诉求。这与阿里巴巴“客户第一，员工第二，股东第三”的价值观高度契合。

2022 财年，我们将 ESG 正式确立为阿里巴巴基石战略之一，并确立了融入商业发展、运用科技创新、推动参与者生态为可持续发展三大实施路径。我们致力于通过这一战略框架，围绕各利益相关方的核心诉求，打造系统性、规模化且符合公共利益的解决方案，从而获得穿越周期的机会。

	相关的利益相关方	目标	ESG 策略支柱	SDG 目标
治理		通过制度设计保障各个利益相关方的利益平衡。	规范公司治理	16 17
环境		我们致力于技术赋能环境保护，通过运用技术提效、转变资源使用方式和推动参与者生态三大路径，携手各方应对气候变化，守护自然生态。	保护环境	6 7 12 13 14 15
社会		为员工打造平等包容、健康安全的工作环境，建设全面的人才发展培训体系，关注员工成长，让“员工成为更好的自己”。	支持员工发展	3 4 5 8 10
		坚持用户为先，将产品质量与服务体验保持在高水平，赢取消费者对阿里巴巴的认可与喜爱。同时，持续关注残障人士、少数群体、老年人等群体的需求，推进“美好消费一个都不能少”的愿景落地。	恪守产品责任服务消费者	3 10 12
		阿里巴巴的使命是“让天下没有难做的生意”。我们正在加大投入 AI 基础设施和技术研发的投资，并推动现有业务的 AI 技术升级。我们坚信 AI 技术的应用必将企业客户的生产力提升至全新水平。	共建数智平台服务企业客户	8 9 12
		应对社会挑战并非企业的负担，而是增长与创新的催化剂。我们倡导人人参与，以行动创造改变，共同构建更有温度的社会。	回馈社会与社区	1 2 3 4 5 8 10 11 17
		阿里巴巴把诚信作为立身之本。这是我们留住人才、服务好消费者和企业客户的基础，同时也是我们践行社会责任的初心。	坚持诚信经营	16 17
各个利益相关方 环境 员工 消费者 企业客户 社会与社区				

2025 财年阿里巴巴 ESG 核心议题进展

过去一年，我们的 ESG 进展如下。

治理：规范公司治理

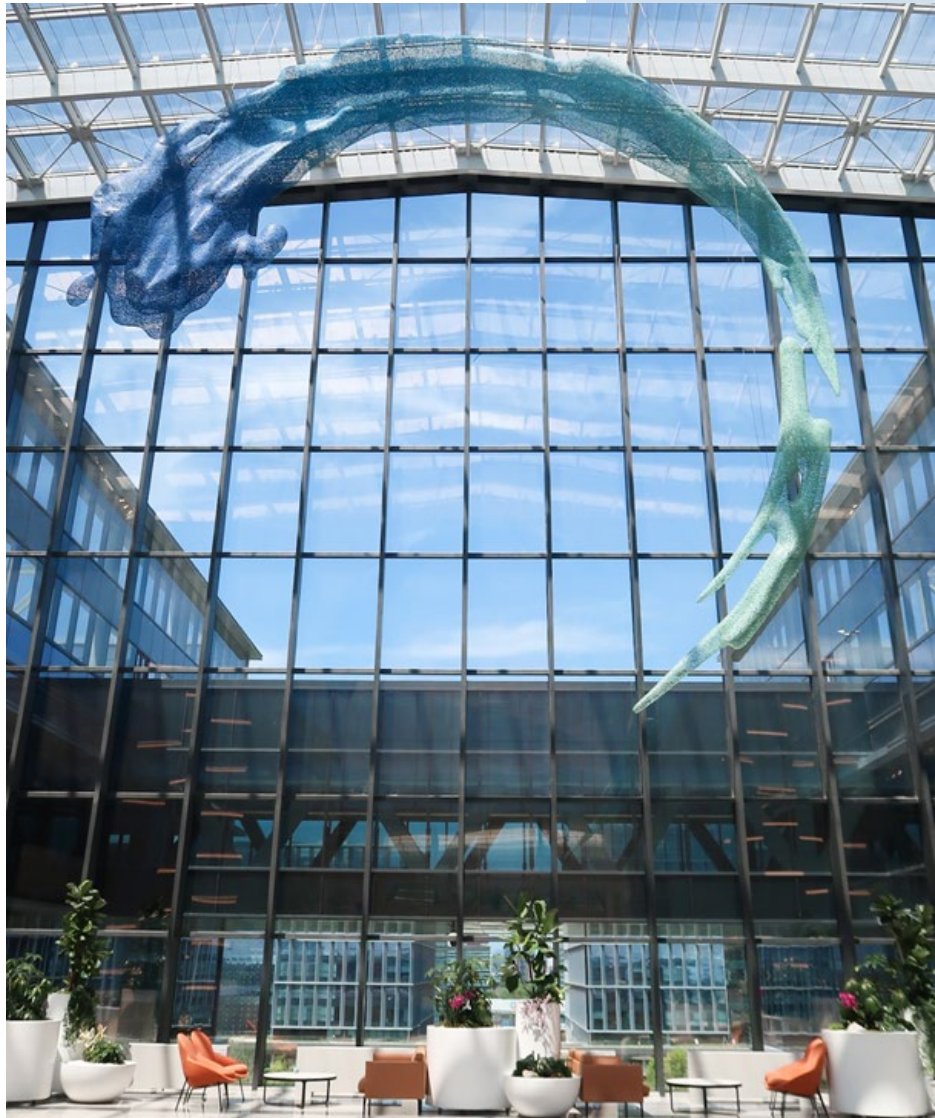
阿里巴巴的商业根基来自于公众信任。透明、专业的治理是赢得并维系利益相关方信任的关键。为此，我们持续优化治理体系。

构建专业、多元的董事会结构。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴董事会由 10 名成员构成，独立董事成员占比为 60%。继审计委员会和薪酬委员会之后，提名及公司治理委员会也将独立董事占比从 67% 提升至 100%。合规及风险委员会的独立董事占比从 60% 提升至 75%。女性董事的比例保持 30%。

持续推进全面风险管理体系，包括（i）建立涵盖董事会、集团管理层以及各业务的风险管理架构；（ii）在集团和各业务建立风险识别与评估、风险控制与治理、风险报告与决策的风险管理流程、应

急管理流程、监督评价和检查机制；（iii）发布《阿里巴巴集团合规培训制度》，提倡把合规与风险意识植入企业文化以及日常运营。2025 财年，我们共组织近 2,000 次合规与风险文化的宣传和培训活动（含线上线下培训、内部线上交流社区的宣传贴、图文推送等多种形式）。

加强 ESG 治理。以《阿里巴巴集团 ESG 治理和披露政策》为纲领，2025 财年，可持续发展管理委员会发布了《阿里巴巴集团 ESG 相关目标及指标管理制度》明确阿里巴巴 ESG 目标管理流程。此外，还发布了《阿里巴巴集团气候风险及机遇合规管理制度》《阿里巴巴集团碳排放合规管理制度》来管理气候变化和碳排放议题。



环境：扎实推进低碳和绿色的高质量实现

推进碳中和目标

2021 年，阿里巴巴集团提出不晚于 2030 年实现自身运营碳中和、实现价值链净排放强度减半，及带动和赋能平台生态 15 年减排 15 亿吨目标。2025 财年，我们在减排目标的完成上取得扎实进展。

自身运营和价值链减排（范围 1 和 2、范围 3）

2025 财年，自身运营（范围 1 和 2）净排放量为 239.5 万吨，同比下降 5.0%；减排量达到 202.8 万吨，相比上一财年显著提升 24.7%；清洁电力使用比例达到 52.2%，同比提升 7.9 个百分点。价值链（范围 3）净排放强度为 8.4 吨每百万人民币收入，同比降低 2.7%。净排放下降既反映行业低碳转型趋势²，也体现阿里巴巴在主动进行的额外减排方面卓有成效。

我们努力构建一朵绿色低碳的云，致力于为客户提供绿色低碳的产品和服务。2025 财年，阿里云自建数据中心年均 PUE（电力使用效率）从 2024 财年的 1.200 降至 1.190，继续保持亚洲领先水平，同时清洁电力使用比例达到 64.0%，相比 2024 财年增加 8 个百分点。

我们也将自身的低碳实践与经验复用 in 租赁数据中心，推动供应商更加绿色。2025 财年，阿里云租赁数据中心年均 PUE 从 1.269 下降至 1.253，清洁电力使用比例达到 22.4%。

推动生态减排（范围 3+）

我们构建了“科学计量 - 数字化管理 - 专业鉴证 - 生态共建”的范围 3+ 减排体系。2025 财年，围绕“带动减排”与“赋能减排”两大策略，范围 3+ 减排量达 5,920.8 万吨，同比增长 77.6%。

赋能减排方面，以阿里云为例，阿里云继续投入低碳技术创新，赋能企业用户减排 1,119.0 万吨。带动减排方面，我们通过平台机制带动消费者践行低碳生活方式。2025 财年，淘宝天猫平台继续推动低碳商品标准，并让更多的低碳商品被识别和曝光，带动减排 1,623.9 万吨。高德推行“绿色出行碳普惠计划”，截至 2025 年 3 月 31 日，该计划已覆盖 34 个城市，累计带动超 5,420 万用户低碳出行。2025 财年，高德带动用户减排 159.3 万吨。

推进绿色发展

我们认为，4R 循环经济（减少使用 Reduce- 重复使用 Reuse- 循环利用 Recycle- 可再生资源转型 Renewable resource transition）是实现环境和经济和谐发展的必然选择。

持续探索环境友好的包装解决方案。2025 财年，菜鸟通过减少包材使用、包装循环和重复利用共计减少 16.9 万吨包装材料。在减少包装使用量方面，菜鸟采取装箱算法和原

箱发货等策略。2025 财年，原箱发货的包裹数超 6.8 亿个。在包装重复再使用方面，菜鸟推广循环箱使用和旧纸箱重复再使用。截至 2025 年 3 月 31 日，菜鸟在商家仓内投入循环箱累计超 133 万次，涉及循环箱 14.3 万个。

推行水资源可持续管理。在阿里云，我们搭建水使用效率（WUE）管理体系。2025 财年，我们自建数据中心年均 WUE 从上财年 1.205 升 / 度下降至 1.144 升 / 度。



2. 2025 财年，我们采用中华人民共和国生态环境部最新发布的 2022 年电力二氧化碳排放因子。此外，为提升排放测算的准确性，我们收集了货运航班所使用的飞机型号信息，以便按机型分类计算运输碳排放。这对范围 3 的计算结果产生了一定的影响。但由于缺乏历史数据，无法做追溯调整

社会：坚持诚信经营，建立可持续的员工、消费者、企业客户及社会社区关系

我们始终恪守诚信经营之道，支持员工发展，为消费者及企业客户提供高品质的产品与服务，并积极承担社会责任，回馈社会与社区。

支持员工发展

秉承“让员工成为更好的自己”的人才理念，我们营造支持员工与企业共同成长的环境。

多元平等与共融

多元、平等和共融是阿里巴巴组织文化提倡的价值理念。

我们充分认同、接纳和尊重个体之间的差异，致力于吸引、培养和维系一支多元的员工队伍。截至 2025 年 3 月 31 日，女性员工占比 35.4%。

我们积极倾听来自员工的声音，鼓励员工充分表达意见和建议。内部线上交流社区打破层级与部门的界限，为员工提供一个自由表达和真诚交流的平台。此外，设置员工和各业务 CEO、管理层的沟通渠道，鼓励沟通。

人才的吸引与保留

做好“选用育留”是实现人才吸引与保留目标的主要路径。

建立开放、多样的渠道汇聚多元化的人才，将战略规划与人才规划和组织设计相结合，不断提升岗位与人才的匹配效率。

为员工提供具有市场竞争力的薪酬，并建立长周期的激励机制和体系，以支持业务的可持续发展。

为员工甚至其家属提供安心的生活保障，以减轻后顾之忧。2025 财年，我们安排员工父母体检超 10.3 万人次，超 6.8 万名员工利用陪伴假享受与家人的宝贵时光。“510 阿里日”“阿里家书”是发展过程中积累的传家宝，我们希望通过这些文化仪式，向每一位员工、每一位员工的家人真诚地表达感恩。

阿里巴巴集团被评为福布斯 2024 全球最佳雇主，继续位列中国企业前五。



丰富的人才发展机会

我们建立了覆盖全员的、多样化的内外部学习发展项目，覆盖新人培养、领导力培养、专业技能等多个方向。2025 财年，为了更好的帮助员工拥抱 AI 时代，我们增加了“学 AI，用 AI”的培训活动。新上线的“AI 问道”栏目，集中为员工提供 AI 学习资源。访问“AI 问道”栏目学习的人数超 16,000 人。

我们珍视并见证每一位员工的职业发展历程。在阿里巴巴，司龄被称为“年陈”，代表由认同到融入，再到传承，并将入职的年期比喻成酒一样，愈久愈醇，入职满一、三、五和十年的同学分别被称为“一年香”、“三年醇”、“五年陈”和“十年馨”。在这些纪念日，我们会为员工提供定制纪念品。

员工健康与活力

员工身心健康是我们的首要关注之一。我们致力于为员工提供多维度支持，让职场环境充满生机与活力。

为了推动安全工作的体系化发展，不同业务场所正逐步建立环境、职业健康安全管理体系以及推动相关的认证工作。阿里巴巴杭州园区西溪 A 区和 C 区、阿里巴巴数字生态创新园以及杭州园区云谷园区均获得 ISO45001 和 ISO14001 认证。

重视对员工开展急救培训。截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计培训超 14,000 名急救侠。

关注员工的办公体验及办公环境健康度。2025 财年，阿里巴巴办公环境满意度为 93.1%。

恪守产品责任服务消费者

我们致力于为消费者创造良好的消费体验和健康包容的数字生活。

创造良好的消费体验

我们致力于促进平台上产品和服务的真实性、安全性和品质。电子商务平台通过制定运营规则和机制规范商家行为，建立高效的消费者反馈机制推动服务升级，并运用数字化技术持续优化平台和商家的运营效率。2025 财年，淘宝天猫平台用户投诉率为 0.023%。

营造健康包容的数字生活

2025 财年，淘宝 APP 为超过 22 万名视障人士提供服务；高德提供超 1 亿次无障碍路线规划和视障导航。截至 2025 年 3 月 31 日，优酷的无障碍视听作品已超 9,000 部（集），2025 财年播放次数超 240 万次。

2025 财年，绿网计划继续守护网络健康环境。超 5,100 万次非正常搜索被自动转化为公益宣导教育界面，对用户行为进行有效引导。



共建数智平台服务企业客户

我们致力于“让天下没有难做的生意”。一方面，重视和保护创新，推动构建开放、可靠可信的技术与技术生态；另一方面，我们也为电商平台上多元的商家营造公平、友好的经营环境，提供平等的发展机遇。

发展负责任的科技

阿里巴巴持续投入技术研发，鼓励创新。截至 2025 年 3 月 31 日，获得全球授权专利约 21,000 项；阿里云在 Gartner® 2024 云数据库管理系统和容器管理两个魔力象限™中获评为领导者，成为连续且唯一获评此象限的中国公司；2024 年，阿里巴巴重要模型贡献度被评为全球第三³。

我们推动开放的科技。截至 2025 年 3 月 31 日，通义千问已开源了一系列模型，涵盖语言模型、多模态模型、数学模型和代码模型，并支持 29 种语言。截至 2025 年 3 月 31 日，基于 Qwen 模型开发的衍生模型在 Hugging Face⁴ 平台累计超过 100,000 个。AI 模型社区——魔搭社区已有超 52,000 个开源模型供开发者使用。

我们持续建设可靠可信的云计算，把客户的需求放在首位，不断改进产品质量管理体系。截至 2025 年 3 月 31 日，ISO9001 质量管理体系认证覆盖了超 80% 的阿里云公共云产品。

发展健康可持续的电子商务社区

淘宝天猫持续推动商家的数字化转型。2025 财年，AI 驱动的全域营销工具“全站推广”，通过提升营销效率为商家创造价值。

我们以建设公开公平的环境、保护知识产权等方式，助力多元化商家经营。截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集团知识产权平台权利人入驻量约 78 万，已保护超过 137 万项的知识产权权利；阿里国际数字商业集团知识产权保护平台已有超 21 万权利人成功入驻，已保护来自 118 个国家和地区的超过 77 万项知识产权权利。我们持续吸引和鼓励多元的群体在平台上探索商机。“万能的淘宝”吸引着不同类型的创业者积极参与其中，尤其是中小微企业。2025 财年，淘宝天猫年度活跃商家中，94% 是中小微商家。全球有超过 24 万个卖家通过 Alibaba.com 触达来自超 190 个国家和地区的超 4,900 万名买家。

3. 数据来源于斯坦福以人为本人工智能研究院《2025 年人工智能指数报告》
4. Hugging Face 是一个专注于人工智能和自然语言处理的开源平台和社区

回馈社会和社区

我们聚焦参与乡村振兴、应急救援、科技赋能解决社会问题和促进创业就业等重点领域，以切实行动践行企业社会责任。同时，我们倡导人人参与，以行动创造改变，共同构建更有温度的社会。

参与乡村振兴

截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计派出 34 位乡村特派员，覆盖全国 29 个县域。

我们通过持续投入“少年云助学计划”，捐赠设备和云计算等资源，帮助提升当地学生信息素养。截至 2025 年 3 月 31 日，我们已累计捐建 300 间“云计算机教室”，让全国超 28 万师生拥有个人云电脑账号。2025 财年，围绕 AI 赋能乡村教育，我们开展了一系列活动，包括组织老师学习在教学过程中如何使用 AI，引导学生体验和应用 AI 大模型能力等。2024 年 6 月，全球权威市场分析机构 EdTech Breakthrough 公布 2024 年教育科技突破奖（EdTech Breakthrough Awards）的评选结果，“阿里云无影 AI 云教室”荣获“K12 教育年度杰出应用奖”。

我们还为乡村弱势群体提供医疗健康保障。截至 2025 年 3 月 31 日，“小鹿灯”累计为欠发达地区 2,300 名重疾儿童提供诊疗费用及医疗援助。

应急救援

我们发挥数字技术和平台优势，为灾情中的应急和经济恢复提供助力。

2025 年 1 月，西藏日喀则市定日县发生 6.8 级地震。我们第一时间调配资源，先后组织了三个批次的物资驰援灾区；2024 年，在水灾期间，阿里巴巴对包括湖南省泸溪县、贵州省镇远县、河南省邓州市等在内的 9 省 17 区县市开展救援。

科技助力解决社会问题

2025 财年，我们将 AI 赋能 CT 影像识别胰腺癌的能力扩展应用于多类癌症的早筛环节，在扩大病种范围的同时，也在提升单种癌症评断的平均效率。这项技术被斯坦福大学《2024 年人工智能指数报告》评为“亮点研究”。阿里巴巴也因此入选《财富》杂志“2024 年改变世界的公司”榜单的全球前十。

促进创业就业

我们助力增加创业就业机会，针对弱势群体及灵活创业就业群体，提供更丰富的创业就业选择及更高的安全保障。

阿里巴巴公益基金会和淘宝天猫合作推出“万人残障人士商家创业就业助力计划”，为商家中的残障人士提供免费的培训和经营诊断服务。截至 2025 年 3 月 31 日，该计划累计服务 4,700 位残疾人商家。

饿了么发起“无声骑手关怀提升项目”，助力听障骑手就业。2025 财年，饿了么平台上活跃的无声骑手人数超 4,200 人。

2025 年 5 月，阿里巴巴公益基金会荣获“全国残疾人工作先进集体”称号。

人人参与的公益理念

我们传承“人人三小时”的理念，鼓励员工、平台上的商家、机构和社会人士一起参与公益。

我们鼓励员工组成“公益幸福团”，在做公益的道路上寻找志同道合伙伴。2025 财年，活跃的公益幸福团 123 个，共推进 3,460 场活动，带动 168,244 人次参与公益活动。我们正式员工的总志愿时达到 209,086 个小时。

公益宝贝是平台基于电商业务带动商家一起公益的创新模式，2025 财年，“公益宝贝”项目吸引超 172 万商家和超 4.5 亿用户参与。

我们在淘宝等 APP 上搭建面向公众的“人人 3 小时”平台，2025 财年，参与用户数超 1,033 万，公益行为数量超 4.3 亿人次。

坚持诚信经营

从成立的第一天起，阿里巴巴就把诚信作为立身之本。这是我们留住人才、服务好消费者和企业客户的基础。

恪守商业道德

我们对腐败行为零容忍，在公司层面，我们建立公开透明的举报机制与独立调查流程，结合主动风险预防的管理措施，切实维护商业道德标准，推动公平竞争的商业环境建设。

反腐败教育贯穿不同类型员工的日常工作中。2025 财年，员工的商业行为准则认证（内含廉正培训与考试）通过率达 100%。

深化供应商管理

我们建立了供应商数字化管理系统，覆盖准入、选择、评估及风险管理四大环节。我们正逐步把 ESG 融入到供应商管理体系中。截至 2025 年 3 月 31 日，签署 ESG 行为准则的供应商数量已有 20,092 家，同比大幅提升。

保护数据安全与隐私

阿里巴巴高度重视这一议题，已经建立了组织保障，同时也构建了以总纲、规范、指南和流程为基础和以技术能力为支撑的一套数据安全管理体系。阿里巴巴集团在中国网络安全产业联盟数据安全工作委员会组织的数据安全和个人信息保护社会责任评价中，获评三星级（系统级），处于行业内领先水平。

守护网络安全

阿里巴巴在网络安全领域积累多年经验，已沉淀成熟的网络安全防护机制、策略和持续更新的技术。我们致力于把已有的长期经验融入到云平台的安全防护中，为阿里巴巴自身和客户提供安全保障。在此背景之下，阿里巴巴的网络安全防护采取双重策略，既依托云平台的安全保障体系，又针对云上业务特点部署专项防护措施。

完善科技伦理

我们在坚持“AI 驱动”业务战略发展的同时，也时刻关注该领域的安全、公平、隐私等问题，实践负责任的人工智能。2025 财年，阿里云和钉钉通过 ISO42001 人工智能管理体系认证。



ESG 绩效表现

治理



规范公司治理

100%

提名及公司治理委员会的
独立董事占比提升至 100%

75%

合规及风险委员会的独立
董事占比提升至 75%

30%

女性董事占比保持 30%

《阿里巴巴集团 ESG 相关目标及指标管理制度》

经可持续发展管理委员会审批，发布《阿里巴巴集团 ESG 相
关目标及指标管理制度》

《阿里巴巴集团合规培训制度》

发布《阿里巴巴集团合规培训制度》，
提倡合规与风险意识

环境



保护环境

5.0%

自身运营净排放达 239.5 万吨，
同比下降 5.0%

24.7%

自身运营减排量 202.8 万吨，
同比增长 24.7%

2.7%

价值链碳强度为 8.4 吨 / 每百万人民币，
同比降低 2.7%

77.6%

赋能和带动平台生态减排 5,920.8 万吨，
同比增长 77.6%

1.190

自建数据中心年均 PUE 下降至
1.190

社会



支持员工发展

35.4%

女性员工占比为 35.4%

福布斯 2024 全球最佳雇主

福布斯 2024 全球最佳雇主评选，继续位列中国企业前 5

超 6 万名

超 6 万名员工利用陪伴假享受与家人的宝贵时光

超 14,000 名

累计培训超 14,000 名急救侠

93.1%

办公环境满意度 93.1%



恪守产品责任服务消费者

0.023%

淘宝天猫平台用户投诉率 0.023%

超 22 万名

淘宝 APP 为超过 22 万名视障人士提供服务

超 1 亿次

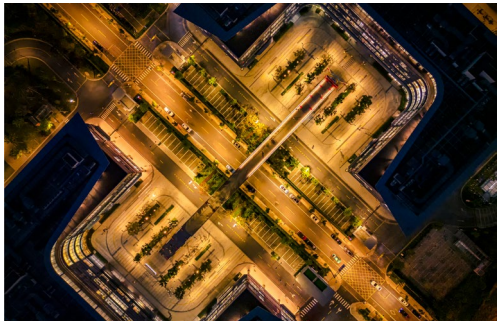
高德提供超 1 亿次无障碍路线规划和视障导航

超 240 万次

优酷无障碍剧场内无障碍视听作品已超 9,000 部（集），2025 财年，播放次数超 240 万次

超 5,100 万次

“绿网计划”让超 5,100 万次非正常搜索被自动处理成公益宣导教育的界面



共建数智平台服务企业客户

约 21,000 项

全球授权专利约 21,000 项

全球第三

2024 年，阿里巴巴重要模型贡献度被评为全球第三

超 100,000 个

基于 Qwen 模型家族在 Hugging Face 上开发的衍生模型数量已超过 100,000 个

超 52,000 个

开源平台魔搭社区已有超 52,000 个开源模型供开发者使用和下载

94%

淘宝天猫活跃商家中，94% 是中小微商家



回馈社会和社区

- 34 位

将人才引进乡村，累计派出 34 位“乡村特派员”
- 300 间

“少年云助学计划”累计捐建 300 间“云计算教室”，让全国超 28 万师生拥有个人云电脑账号
- 2,300 名

“小鹿灯”项目累计援助 2,300 名重疾儿童
- 209,086 小时

员工总志愿时为 209,086 小时
- 超 4.5 亿

“公益宝贝”项目吸引到超 172 万商家和超 4.5 亿用户参与



坚持诚信经营

- 4.54 分

员工对公司廉洁的工作环境认可度提升至 4.54 分（满分为 5 分）
- 20,092 家

已有 20,092 家供应商签署 ESG 行为准则
- 行业内领先水平

阿里巴巴集团在中国网络安全产业联盟数据安全工作委员会组织的数据安全和个人信息保护社会责任评价中，获评三星级（系统级），处于行业内领先水平
- 《人工智能安全承诺》

阿里巴巴签署了由中国人工智能产业发展联盟发布的《人工智能安全承诺》
- ISO42001

阿里云和钉钉通过 ISO42001 人工智能管理体系认证

ESG 奖项

《财富》
中国 ESG 影响力榜

新浪财经 2024 中国企业 ESG “金责奖”
最佳社会 (S) 责任奖



福布斯 2024 全球最佳雇主
继续位列中国企业前五



《财富》杂志
“2024 年改变世界的公司”
榜单的前十

阿里巴巴公益基金会荣获
“全国残疾人工作先进集体”称号

通义开源大模型被评为
2024 中国互联网企业创新发展
十大典型案例

“阿里云无影 AI 云教室”荣获
“K12 教育年度杰出应用奖”

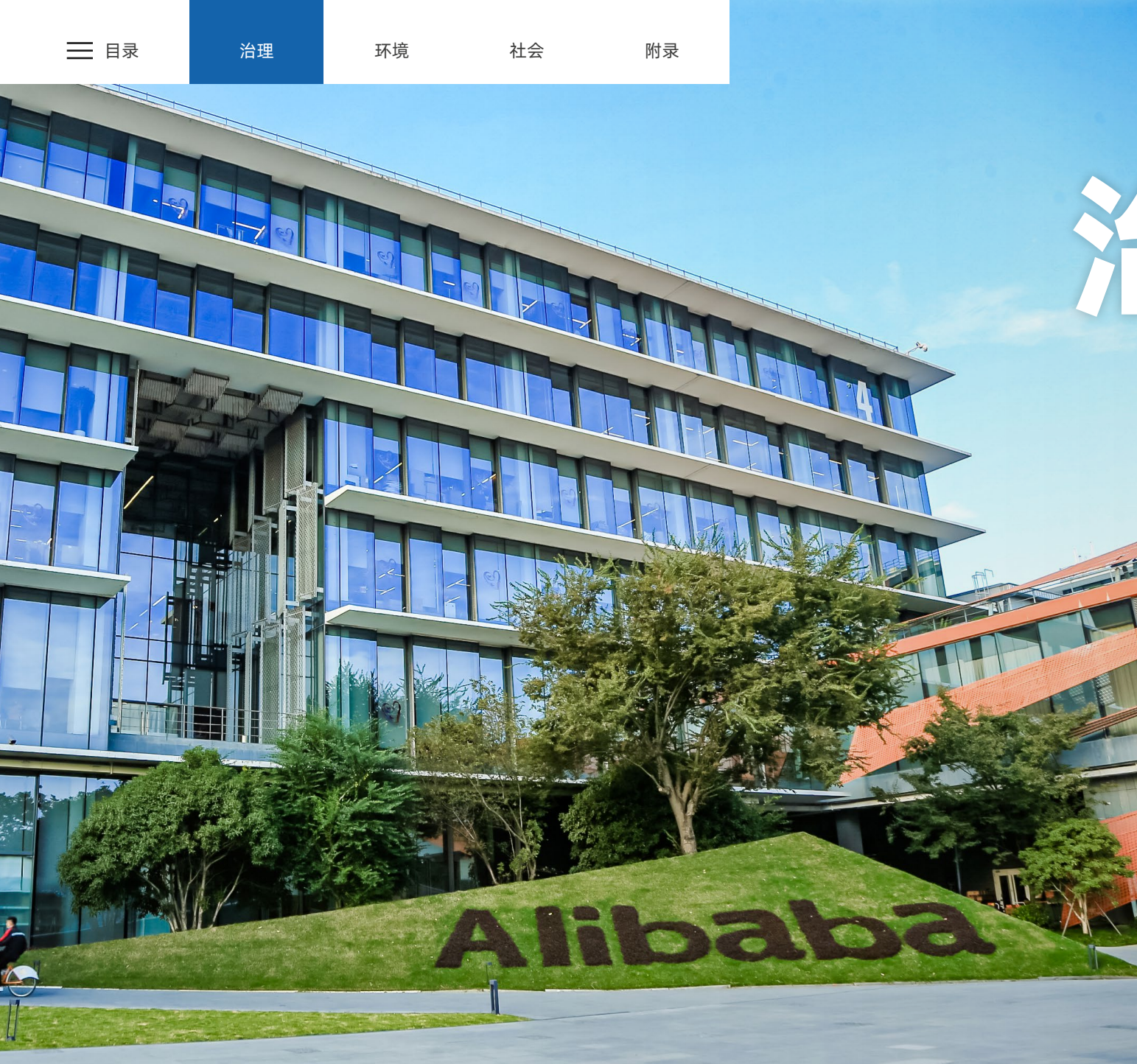


治理

规范公司治理

阿里巴巴致力于构建健康的公司治理体系，确保决策过程透明、高效；健全风险管理体系，保障经营的稳健性。我们以负责任的方式推动企业的可持续发展，让阿里巴巴成为一家值得信赖的公司。

本章

[公司治理架构](#)[风险管理](#)[ESG 治理](#)

Alibaba



规范公司治理

公司治理架构

100%

提名及公司治理委员会的独立
董事占比提升至 100%



75%

合规及风险委员会的独立董事占比
提升至 75%



30%

保持 30% 的女性董事比例



风险管理

《阿里巴巴集团合规培训制度》

发布《阿里巴巴集团合规培训制度》，提倡合规与风险意识



ESG 治理

《阿里巴巴集团 ESG 相关目标 及指标管理制度》

经可持续发展管理委员会审批，发布《阿里巴巴集团 ESG 相关目标
及指标管理制度》



策略与路径

阿里巴巴的商业根基来自于公众信任。我们深知，透明、专业的治理是赢得并维系利益相关方信任的关键。为此，我们持续优化治理体系。

完善治理架构

构建专业、多元的董事会结构，保持合理的独立董事占比，设立审计、薪酬、提名及公司治理、可持续发展、合规及风险和资本管理委员会，实施有效的战略监督和风险管控。

健全 ESG 与风险管理

建立系统化的 ESG 治理框架和风险管理机制，保障业务的稳健和可持续发展。

增强透明度

定期发布经第三方审计的财务报告和 ESG 报告，披露关键绩效指标和进展，持续提升企业公信力。



公司治理架构

我们深知公司治理体系的价值和重要性。董事会致力于遵守良好的企业管治原则及采纳有效的企业管治措施，以满足法律合规及业务发展的要求。

2025 财年，我们已遵守香港交易所《企业管治守则》所载的守则条文。详细披露请见阿里巴巴《2025 财务年度报告》内的《企业管治报告》。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴董事会由 10 名成员构成，其中独立董事成员占比为 60%。董事会设有六个委员会，包括审计委员会、薪酬委员会、提名及公司治理委员会、可持续发展委员会、合规及风险委员会和资本管理委员会。



审计委员会

由独立董事担任主席；100% 的成员由具备财务背景的独立董事担任

审计委员会监督我们的会计和财务报告流程以及财务报表的审计。我们的审计委员会的职责包括：

- 挑选独立审计师，并评估其资质、表现和独立性；
- 预先批准或在允许情况下批准独立审计师审计和获准提供的非审计服务；
- 评估我们的内部会计控制和审计程序是否充分；
- 与独立审计师一同审阅审计中的问题或难点以及管理层的回复；
- 按规定审阅并批准关联交易（定义见 20-F 表格）及关连交易（定义见《香港上市规则》）；
- 与管理层和独立审计师一同审阅及讨论季度报告、半年度报告及年度报告；
- 订立程序接收、保存和处理我们的员工对于会计、内部会计控制或审计事宜的投诉，以便我们的员工以保密、匿名方式提交关于会计或审计事宜的疑虑；
- 与管理层、内部审计师和独立审计师分别定期举行会议；及
- 定期向董事会全体董事报告。



可持续发展委员会

由独立董事担任主席；33% 的成员是独立董事

可持续发展委员会的职责包括：

- 协助董事会识别及评估公司的 ESG 机会和风险；
- 监督评估 ESG 举措及项目的实施和表现；及
- 就 ESG 相关的法律、监管及合规发展以及公共政策趋势向董事会提供建议。



薪酬委员会

由独立董事担任主席；100% 的成员是独立董事

薪酬委员会的职责包括：

- 决定年内分配及支付给管理层的年度现金奖金池比例及决定支付给高级管理人员和董事的现金奖金额；
- 审阅、评估及（在必要时）修订我们的总体薪酬政策；
- 审阅及评估我们的董事和高级管理人员的表现，决定董事和高级管理人员的薪酬；
- 审阅及批准我们的高级管理人员与我们签订的聘用协议；
- 根据我们的非股权激励薪酬计划和股权薪酬计划，确定我们的高级管理人员的业绩目标；
- 根据股权薪酬计划条款管理我们的股权薪酬计划（包括《香港上市规则》第 17 章规定的事宜）；及
- 处理我们的董事会不时特别授权薪酬委员会处理的其他事宜。



合规及风险委员会

由独立董事担任主席；75% 的成员是独立董事

合规及风险委员会负责（其中包括）：

- 监督我们的整体合规和风险管理要求，并发布整体的合规及风险管理框架；
- 评估主要风险敞口和漏洞，并监督合规及风险政策和程序的实施；及
- 评估负责合规及风险管理的管理层成员的表现，并向我们的薪酬委员会提供意见，将我们子公司业务的首席执行官的薪酬水平与合规及风险管理方面的表现保持一致。



提名及公司治理委员会

由独立董事担任主席；100% 的成员是独立董事

提名及公司治理委员会的职责包括：

- 选择董事候选人（由阿里巴巴合伙提名的董事候选人除外）供股东选举或由董事会委任；
- 从独立性、知识能力、专业技术、经验及多元化等角度，定期与董事会共同审核董事会的当前组成情况；
- 就董事会会议的频率和结构提出建议，并监督董事会各委员会的运作情况；及
- 定期就公司治理法律和实践的重要变化通知董事会，并就公司治理事项向董事会提出建议。



资本管理委员会

由董事长担任主席

资本管理委员会的职责包括：

- 制定和监督整体的资本管理及分配计划的实施；及
- 审查并向我们的董事会提供建议，或根据我们董事会的授权批准我们及我们的子公司业务的重大资本相关交易和承诺。

根据阿里巴巴《公司治理守则》和委员会章程，董事会及各委员会可以独立咨询法律、财务以及其他顾问，以协助其工作。独立董事可以在没有公司管理层在场的情况下举行会议。

我们努力促进董事会在性别、文化、专业技能和其他方面的多元化，以契合我们多元的业务。《提名及公司治理委员会章程》明确说明在董事会成员提名过程中应综合考虑包括年龄、性别、文化背景、合作能力等因素。阿里巴巴董事会成员拥有丰富的职业背景和行业经验，覆盖零售、计算机、电子工程、经济、金融、法律、工商管理、地产等领域。2025 财年，女性董事占比为 30%。

我们持续关注董事会运作的有效性。特别地，我们持续关注董事的任期组合，以吸纳现任与新任董事的观点与看法。截至 2025 年 3 月 31 日，我们董事会成员的平均任职年限约为 6.0 年。为了确保董事会及其委员会的有效运行，根据《公司治理守则》，董事会及各委员会每年应至少进行一次自我评估，并通过提名及公司治理委员会向董事会汇报评估结果。每个委员会自我评估的标准来源于该委员会的书面章程。董事会及各委员会进行自我评估时，考虑的维度包括但不限于成员的技能和背景、会议的充分性和有效性以及董事们的会议出席和参与情况。2025 财年，在全体董事会议中，董事会成员的出席率超 90%。



风险管理

充分及有效的风险管理及内部控制系统是保障阿里巴巴推进战略目标的关键。

2025 财年，依据《阿里巴巴集团全面风险管理总纲》的要求，我们继续推进全面风险管理工作的落地。

► 风险管理架构

► 风险管理流程

► 应急管理流程

► 监督评价与检查机制

► 风险管理文化与培训

风险管理架构

在集团层面，我们设立风险管理三层架构，分别是董事会合规及风险委员会、全面风险管理委员会和全面风险管理工作组。



董事会合规及风险委员会

由独立董事作为主席直接领导，负责监督集团整体合规及风险管理工作。



全面风险管理委员会（简称“风管会”）

风管会负责设计全面风险管理工作体系，主要职责为识别集团重大风险并制定相应的风险治理策略，完善风险管理体系建设和建立监督评价机制等。风管会每季度向合规及风险委员会汇报风险管理及内部控制系统方面的设计、实施、监察工作。



全面风险管理工作组

全面风险管理工作组由各业务的全面风险管理负责人及其他职能部门负责人组成，负责落实风险管理具体工作事项。

在各业务，我们也要求其结合自身的实际情况，建立有效运行的全面风险管理机制，包括设置专职的全面风险管理团队或者专职的全面风险管理执行人，建立风险管理相关的制度、流程与运营、监督评价与检查等。



风险管理流程

我们在集团和各业务均建立风险识别与评估、风险控制与治理、风险报告与决策的风险管理流程。

风险识别与评估

我们已建立阿里巴巴集团风险类目清单，明确风险类别、风险名称、风险描述、风险管理方等信息。以此为基础，对内外部的风险进行监测，例如相关的法律法规、外部信息、消费者反馈、风险事件等，持续地收集和分析风险信息。并按照风险的影响程度和发生概率建立风险评估标准，定期进行量化定级并保持动态更新。

风险控制与治理

在风险识别与评估的基础之上，我们制定风险管理措施，以防止、避免或降低风险。针对重大风险，我们设立治理专项并实施改进。

风险报告与决策

我们在内部建立风险信息沟通和报告机制，确保相关信息传递与反馈的及时、准确和完整。针对重大风险，风管会定期向董事会合规及风险委员会汇报风险状况和管理措施。



应急管理流程

我们在集团和各业务均组建了应急管理团队并任命责任人，按照《阿里巴巴集团ESU 事件管理制度》，建立应急管理工作流程，保障应急工作有序开展。该制度明确了风险事件的分类定级标准、事前准备与预防、事发响应与处置以及事后复盘改进与问责的相关流程。

监督评价与检查机制

我们在集团和各业务建立内部的监督评价和外部的监督整改机制。风管会对各业务的合规及风险管理工作开展年度监督评价与检查。

2025 财年，在风管会的指导下，集团工作组检查并验收了业务重大风险的治理结果和重大风险事件的复盘改进情况。检查后的结果和相关的改进要求由风管会下达至各业务的全面风险管理负责人，由其负责落地实施。

风险管理文化与培训

2025 财年，为提升员工风险意识，我们发布了《阿里巴巴集团合规培训制度》，依据不同岗位、类型的员工需求制定特定的宣传和培训方案，共组织近 2,000 次合规与风险文化的宣传和培训活动（含线上线下培训、内部线上交流社区的宣传贴、图文推送等多种形式）。

我们还将风险管理相关内容纳入覆盖全体员工的阿里巴巴集团商业行为准则考试中。2025 财年，考试通过率为 100%。为了进一步扩大合规宣传、提升员工风险意识，2024 年 12 月，我们开展面向全集团的第四届合规日活动，通过风险小课堂、游戏互动等方式向全体员工宣传不同领域的合规知识。

ESG 治理

ESG 战略是阿里巴巴基石战略之一。ESG 治理是 ESG 战略落实的重要保障。

ESG 治理架构

ESG 管理体系

ESG 风险管理

ESG 培训与宣导

ESG 治理架构

自 2021 年起，我们通过董事会、管理层和工作组的三层 ESG 治理架构来保障和落实 ESG¹ 工作的推进。《阿里巴巴集团 ESG 治理和披露政策》明确了 ESG 治理架构、管理原则以及各业务在 ESG 治理及披露方面的权利与义务。同时，也进一步明确各业务 CEO 和 ESG 一号位的工作职责。

ESG 治理架构

可持续发展委员会

2021 年，我们在董事会层面设立可持续发展委员会，由杨致远担任该委员会的主席。可持续发展委员会负责监督整个阿里巴巴集团的 ESG 工作，包括识别和评估 ESG 机会和风险，监督和评估 ESG 战略目标、举措和项目的实施，并就 ESG 相关法律、监管及合规发展和公共政策趋势向董事会提出建议。

可持续发展管理委员会

在可持续发展委员会领导下，我们成立可持续发展管理委员会，负责规划和推动 ESG 战略目标的执行。并设立 ESG 战略运营与研究部，负责落实和执行管理委员会制定的战略和项目，建立和维护监测系统以衡量我们的进展。委员会下设三个专项组，分别是科技伦理专项组、供应链管理专项组和多元平等共融专项组，负责推动特定议题的执行工作。

ESG 工作组

ESG 工作组由各业务和控股集团职能线的 ESG 一号位组成，与管理委员会领导的 ESG 战略运营与研究部协同，共同确保 ESG 战略目标的有效完成。

1. ESG 包括但不限于气候变化、温室气体排放、生物多样性、水资源管理、包装及废弃物管理、供应链管理、职业健康与安全、科技伦理等

ESG 管理体系

2025 财年，在可持续发展委员会的指导下，我们持续按照计划、实施、检查和调整（PDCA）循环深化阿里巴巴 ESG 管理体系。



以《阿里巴巴集团 ESG 治理和披露政策》为纲领，2025 财年，我们发布了《阿里巴巴集团 ESG 相关目标及指标管理制度》，明确阿里巴巴 ESG 目标管理流程。财年年初，由可持续发展委员会批复集团 ESG 目标。各业务的 ESG 目标则根据集团目标由可持续发展管理委员会制定和下发。年中，各业务 ESG 一号位需定期通过 ESG 数据管理系统递交 ESG 指标进展。财年结束，可持续发展管理委员会向可持续发展委员会汇报集团以及各业务的 ESG 目标和工作完成情况。为了有效地推动 ESG 在各业务执行，我们建立 ESG 指标评分机制来衡量和评价各业务的 ESG 工作完成度。此外，通过设置 ESG 奖项等方式来激励和引导各业务超额完成既定的 ESG 工作目标。

ESG 风险管理

阿里巴巴逐步把 ESG 风险融入集团的风险管理体系中。我们将与环境、社会及治理相关的风险纳入阿里巴巴集团风险类目清单，包括气候变化、碳排放等，并明确风险名称、风险描述、风险管理方法与管理机制；通过风险管理识别和监测的数字化平台，定期开展 ESG 相关的风险识别和监测，并据此采取相应的风险应对措施。我们也会定期向外部顾问获取 ESG 风险管理相关的咨询和建议，不断提升 ESG 风险管理的认知水平。2025 财年，我们针对 ESG 重点议题启动内部自查行动，以确保管理措施落实。

ESG 培训与宣导

ESG 战略的实施离不开管理者和员工的认同。2025 财年，我们为他们持续举办 ESG 培训，涉及的议题包括气候变化、生物多样性、多元平等与共融和科技伦理等。同时，我们也定期发布 ESG 资讯，为员工提供行业信息。

为了吸引更多员工参与，我们还举办了丰富多彩、生动有趣的 ESG 集市、ESG 知识竞赛等宣传活动，传递 ESG 理念与知识。



环境

保护环境

环境是人类赖以生存的根基，企业的生产经营活动深刻影响与改变着环境，我们希望以可持续的行动定义地球未来的模样。

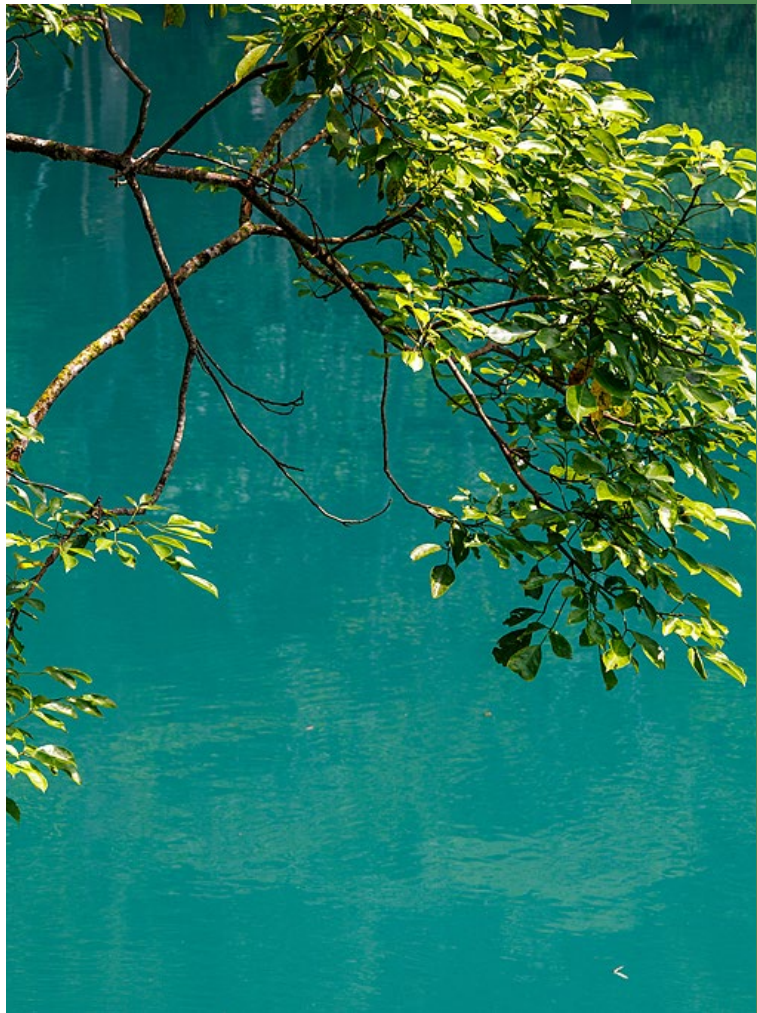
本章

应对气候变化

推进碳中和

助力建设绿水青山

目标与进展



碳中和目标

做好绿色阿里巴巴（范围 1 和 2）：
不晚于 2030 年，阿里巴巴实现自身运营碳中和

做强绿色价值链（范围 3）：
不晚于 2030 年，阿里巴巴协同上下游价值链实现净排放强度比 2020 年降低 50%

做大绿色生态（范围 3+）：
自身运营和价值链之外，阿里巴巴承诺用平台的方式，通过助力消费者和企业，激发更大的社会参与。2021 年到 2035 年的 15 年间，带动和赋能生态累计减排 15 亿吨



能源目标

自 2030 年起云计算的电力供给 100% 采用清洁能源

阿里云自建数据中心年均 PUE 不超过 1.3

2025 财年进展

5.0% 自身运营（范围 1 和 2）净排放量为 239.5 万吨，同比下降 5.0%；实现减排量 202.8 万吨，同比增长 24.7%

2.7% 价值链净排放强度（范围 3）为 8.4 吨每百万人民币收入，同比降低 2.7%
与基准年相比，降低 12.0%

77.6% 带动和赋能平台生态（范围 3+）共计减排 5,920.8 万吨，同比增长 77.6%

2025 财年进展

64.0% 阿里云自建数据中心清洁能源使用比例为 64.0%，相比 2024 财年增加 8 个百分点

1.190 阿里云自建数据中心年均 PUE 从 1.200 进一步下降至 1.190



保护环境

推进碳中和

52.2%

阿里巴巴清洁电力使用比例达 52.2%，
同比提升 7.9 个百分点



99%

菜鸟速递自有车队的城市配送中，以新能源车配
送的车次比例达到 99%



1,287.2 万吨

阿里巴巴助力循环经济发展，带动减排
1,287.2 万吨



助力建设绿水青山

16.9 万吨

菜鸟通过减少包材使用、包装循环和重复利用共计减少
16.9 万吨包装材料



1.144 升 / 度

阿里云自建数据中心的年均 WUE 降低至 1.144 升 / 度



策略与路径

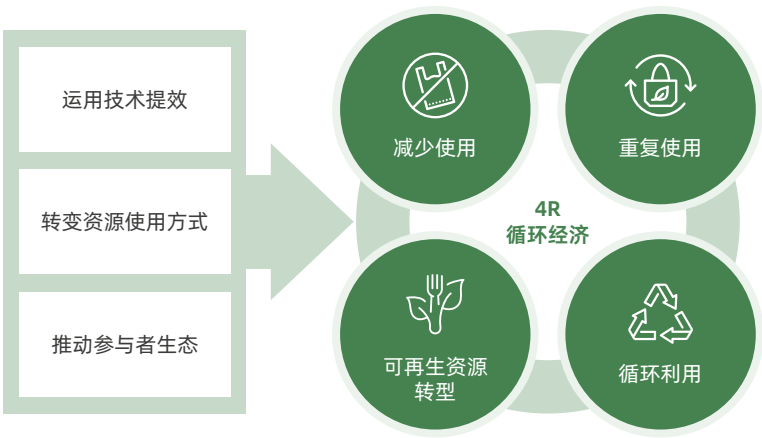
当前，实现经济发展与环境保护的和谐共生已成为社会共识。面对不可再生资源消耗的严峻挑战，推动经济活动从传统线性模式向“减少使用（Reduce）- 重复使用（Reuse）- 循环利用（Recycle）- 可再生资源转型（Renewable resource transition）”的 4R 循环经济模式转变，已成为可持续发展的必然选择。

作为数字科技平台企业，我们秉持双重责任：一方面持续优化自身运营和价值链的环境管理，降低业务发展的生态足迹；另一方面通过技术创新和生态协同，带动和赋能产业链伙伴及用户共同推进环境保护。

为此，我们建立系统化的实施框架，重点围绕制度建设和目标管理两大维度协同推进，确保环境战略逐步融入商业运营、有效落地。

我们遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国节约能源法》等环境相关法律法规，与联合国可持续发展目标（UNSDGs）及联合国全球契约组织（UNGC）等的原则保持高度一致。2025 财年，我们更新《阿里巴巴集团环境政策》。此外，我们发布《阿里巴巴集团气候风险及机遇合规管理制度》《阿里巴巴集团碳排放合规管理制度》来管理气候变化和碳排放议题。

2021 年，我们对外宣布碳中和目标以符合《巴黎协定》框架，这是一项面向未来的挑战。为实现上述目标，我们按年制定集团和各业务的排放目标，并且在各业务试点内部碳市场。在一定条件下，各业务可交易排放额度，发挥各自所长，促进相互间的合作与协同。在实施路径上，我们已确立三大核心原则：运用技术提效、转变资源使用方式和推动参与者生态，以此向 4R 循环经济模式转变。



应对气候变化

为管理气候相关风险和机遇，我们参考《国际财务报告可持续披露准则第 2 号“气候相关披露”》（IFRS S2）和香港交易所《环境、社会及管治报告守则》气候相关披露内容，持续开展气候评估。截至 2025 年 3 月 31 日，气候评估范围已覆盖电商、云计算和物流等主要业务。经评估，阿里巴巴面临的总体短期气候风险有限，中长期仍存在较大不确定性。

气候治理

推进气候战略

气候治理

阿里巴巴的气候治理依托于我们的 ESG 治理架构和风险管理体系。阿里巴巴三层 ESG 治理架构中的各层级根据自身权责承担气候相关责任，并协同开展相关工作。

更多内容详见第一章第二节“风险管理”
和第三节“ESG 治理” ➤

推进气候战略

阿里巴巴持续监督外部环境变化，审视并更新气候战略。通过气候情景分析，我们识别气候相关风险和机遇，评估其潜在业务和财务影响，制定管理方案，开展气候减缓和适应行动并定期评估措施的有效性，同时积极探索气候变化背景下的商业机遇，助力构建更有气候韧性的社区和社会。

识别和评估气候风险与机遇

结合阿里巴巴的电商平台、云计算和物流等业务的行业特点、运营模式和地域分布，我们选用联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）与国际能源署（IEA）的低碳和高碳气候情景，识别与评估业务自身和价值链在短中长期所面临的重大气候相关风险与机遇，及其潜在业务和财务影响。

总体评估结果显示，物理风险中，极端高温、洪涝与热带气旋以及水压力与干旱的潜在影响更显著；转型风险短期内较低，主要集中在政策与法规、技术以及声誉风险，但中长期有上升趋势；转型机遇主要体现在资源效率、产品与服务两方面，并在中长期有增加趋势。

气候情景说明

风险与机遇类别		时间范围 ¹	气候情景选择
物理风险	- 急性 - 慢性	- 短期：目前 -2026 年 - 中期：2027-2030 年，与阿里巴巴碳目标时间节奏一致 - 长期：2031-2050 年，与《巴黎协定》全球目标时间节奏一致	IPCC 第六次评估报告共享社会经济路径（IPCC AR6 SSP） - 低碳情景：SSP1-2.6 - 高碳情景：SSP3-7.0、SSP5-8.5
转型风险	- 政策和法规 - 技术 - 市场 - 声誉		IEA - 低碳情景：净零排放情景（NZE） - 高碳情景：既定政策情景（STEPS）
转型机遇	- 资源效率 - 能源来源 - 产品与服务 - 市场		

1. 物理风险评估依据世界气象组织（WMO）标准，使用基线（涵盖 1985-2014 年）、2030 年（涵盖 2015-2044 年）和 2050 年（涵盖 2035-2064 年）的数据。转型风险和机遇评估使用 2025-2050 年间每 5 年的情景数据

重要气候风险与机遇及其潜在业务和财务影响

气候风险与机遇		潜在业务影响	潜在财务影响	时间范围
物理风险	急性 - 极端高温	• 冷却需求及电费增加，物流货物变质或延误补偿增加，推升运营成本。 • 增加或更换制冷设备安装需求，推升资本支出。 • 供电及冷却系统故障、限电或停电，影响云服务和物流，间接影响阿里巴巴生态中其他业务，营业收入下降或增加赔偿支出。 • 增加户外工作人员的健康风险，带来高温补贴或医疗支出增加。	运营支出 ↑ 资本支出 ↑ 营业收入 ↓	中期、长期
	急性 - 洪涝与热带气旋	• 损坏基础设施、供电系统和设备，造成资产减值，增加维修和 / 或资本开支。 • 物流运输效率下降而出现延误，增加相关赔偿支出。 • 供电或冷却系统故障、限电或停电，影响云服务和物流，间接影响阿里巴巴生态中其他业务，营业收入下降或增加赔偿支出。	运营支出 ↑ 营业收入 ↓ 资产价值 ↓ 资本支出 ↑	短期、中期、长期
	慢性 - 水压力与干旱	• 采取少水或无水制冷技术方案，制冷效率短期有所降低，提升运营成本。	运营支出 ↑	短期、中期、长期
转型风险	政策与法规风险	• 低碳情景下，气候政策（例如国际和中国的碳排放交易体系和能源相关的政策）持续强化，云计算、物流等行业面临更为严格的监管约束，增加运营成本和资本支出；或通过供应链传导间接影响业务的成本结构与市场竞争力，增加运营成本。 • 上市地及运营所在司法管辖区对气候信息披露政策日益严格，增加相关合规成本。	运营支出 ↑ 资本支出 ↑	中期、长期
	技术风险	• 低碳情景下，云计算、物流等业务实现转型需要较多低碳技术研发、设备置换、工程实施等相关的资本支出，同时也可能造成资产减值。	资本支出 ↑ 资产价值 ↓	短期、中期、长期
	声誉风险	• 外部对气候应对和减排进展关注增加，需要付出更多减排努力、更高的披露和沟通成本来增强利益相关方的信心，保障消费者和客户忠诚度和自身融资能力。	运营成本 ↑ 资本支出 ↑ 营业收入 ↓ 融资成本 ↑	短期、中期、长期
转型机遇	资源效率机遇	• 积极加大资源提效技术应用，可在实现减碳的同时减少运营支出；在低碳转型过程中，短期内，更早应用还有可能带来更多机遇。	运营支出 ↓	短期、中期
	产品与服务机遇	• 随着消费者、客户及合作伙伴低碳意识不断增强，市场对低碳产品与服务的需求持续攀升，捕捉市场趋势，迅速响应市场需求，凭借绿色消费品、云服务、物流等多元业务布局，可提高市场竞争力。 • 依托包括人工智能在内的数字技术，为各行业提供低碳解决方案，深度赋能社会实现低碳转型。	营业收入 ↑	中期、长期

开展气候适应与减缓行动

针对短中期气候风险，阿里巴巴开展一系列适应和减缓行动，并阶段性评价其有效性，以逐渐提高应对气候相关风险的能力。我们从基础设施、运营、人员和供应链四个方面构建气候适应能力。关于各主要业务的气候减缓相关行动，更多内容详见第二章第二节“推进碳中和”。

更多内容详见第二章第二节“推进碳中和” >

体系化构建气候适应能力

基础设施	我们注重关键基础设施的全生命周期灾害防护水平。 - 设计和建造：办公园区在选址阶段充分考虑气候风险，设计建造过程中融入气候韧性理念，采用海绵城市设计原则，有效应对雨水管理挑战；数据中心建造过程中，充分考虑潜在自然灾害风险因素，通过硬件设施的设计以及整体布局规划（例如在洪涝高发区域提高室内高度，将关键设备放置于非首层区域），增强容灾和容错能力。 - 应急物资和设备：部署防水闸和防汛沙袋，作为日常洪涝台风管理的基础配置；数据中心配备不间断应急电源和柴油发电设备。 - 设施运维：办公园区在运营维护阶段建立完善的设施管理系统，定期检查维护高效排水系统、下凹式绿地、透水铺装等气候适应型基础设施。
运营	我们制定全流程的防控预案，涵盖事前准备、事中执行及事后恢复，以保障电商、云、物流等业务运营的连续性。我们建立分级预警体系，结合气象监控数据提前识别潜在风险；针对不同极端天气类型（如台风、暴雪、冻雨），完善早期预警、上报流程和分类专项响应计划。
人员	我们从作业环境、日常管理和培训三个方面提升人员的极端天气适应能力。 - 作业环境：优化办公园区、物流仓库等物理作业环境以保障人员在适宜的环境中工作，为快递员和骑手提供防暑降温空间和物资等。 - 管理：合理安排员工轮班与休息时间，落实极端天气应对方案，减少高温等极端天气暴露对健康的不利影响。 - 培训：定期进行极端天气应急演练，以确保员工能够迅速有效地执行应急预案。
供应链	我们采取多元化策略结合网络优化规划，提高供应链的气候韧性，根据极端天气预警和分析，灵活调整供应商组合以确保稳定供应，同时动态优化发货仓库选址与物流配送路径规划，确保供应链的高效运转与交付能力。



推进碳中和

2024 年是有记录以来全球最热的一年，人类活动造成的前所未有的酷热仍在持续。在保障业务良好增长的同时，阿里巴巴尽可能将绿色低碳理念融入到发展策略和日常运营之中，努力践行我们的减排承诺。

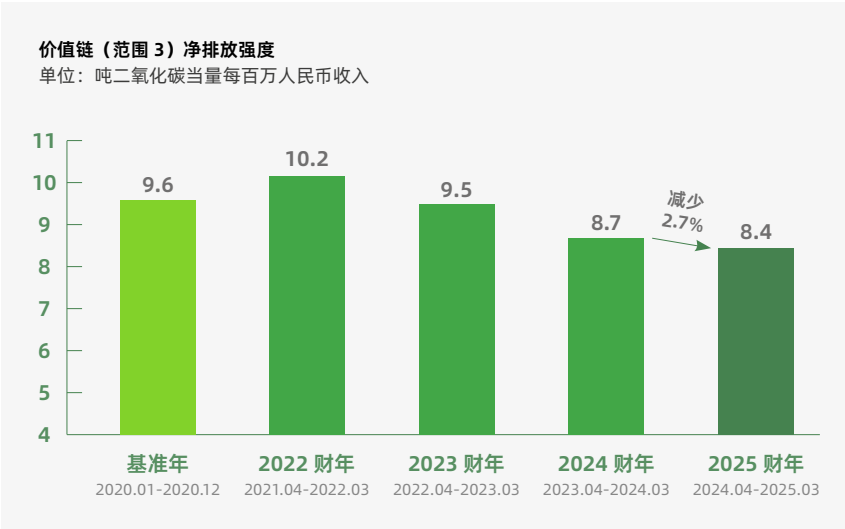
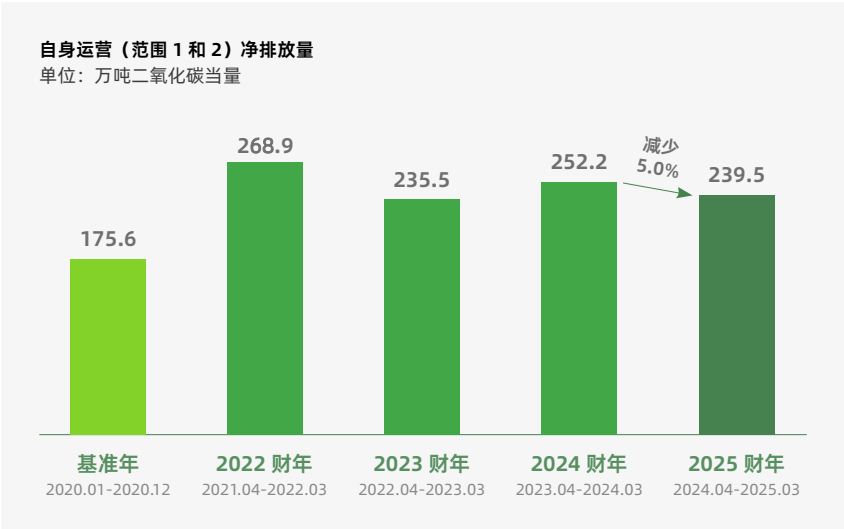
➤ 碳中和进展概述

➤ 执行运营和价值链减排

➤ 带动和赋能平台生态减排

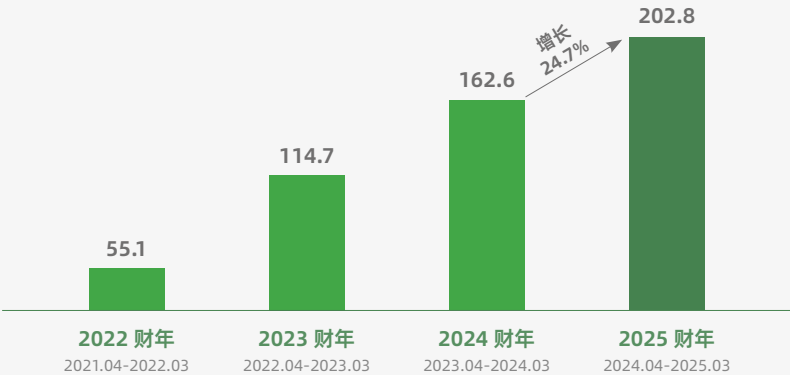
碳中和进展概述

我们的可持续发展工作始于对排放的衡量。没有精准的衡量，减排工作就无从谈起。自 2021 年第一次对温室气体排放展开全面盘查以来，我们不断加强数据治理并上线数字化管理系统，以此来监测排放量和减排量的变化。和往年一样，范围 1、2、3 和范围 3+ 相关数值和能源使用数值经必维国际检验集团审计。²

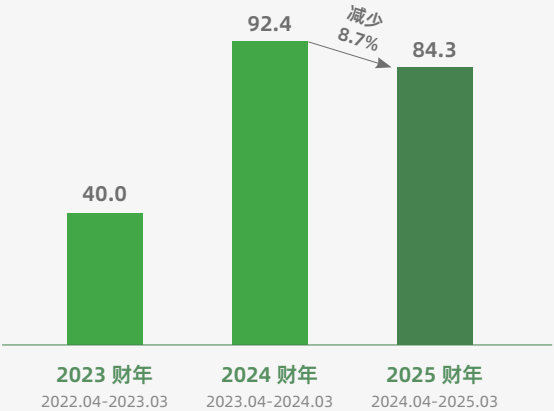


2. 考虑到 2025 财年高鑫零售的出售已完成，银泰的出售也基本完成。因此，本报告披露范围不包括高鑫零售和银泰。2025 财年，我们采用中华人民共和国生态环境部最新发布的 2022 年电力二氧化碳排放因子。此外，为提升排放测算的准确性，我们收集了货运航班所使用的飞机型号信息，以便按机型分类计算运输碳排放。这对范围 3 的计算结果产生了一定的影响。但由于缺乏历史数据，无法做追溯调整

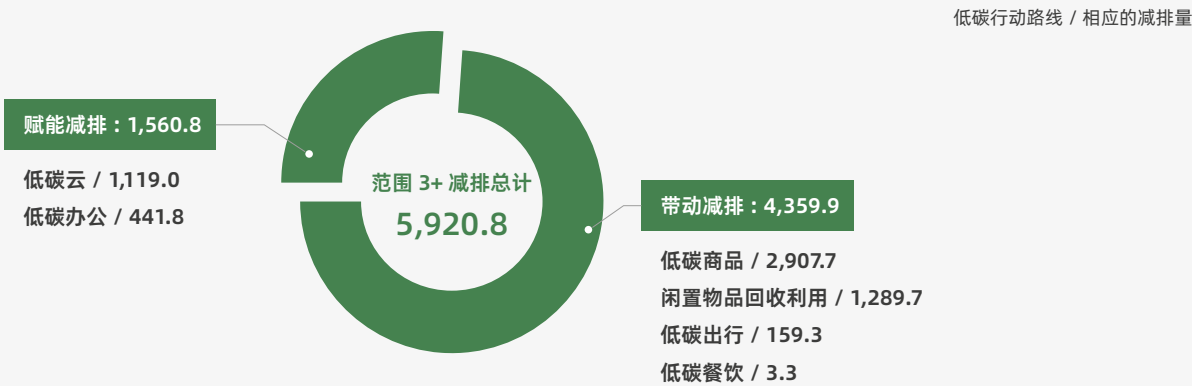
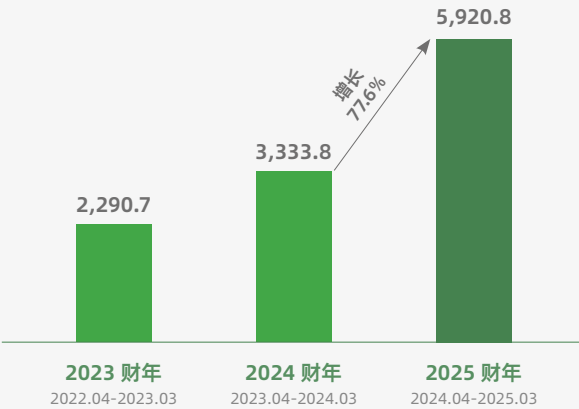
自身运营（范围 1 和 2）减排量
单位：万吨二氧化碳当量



价值链（范围 3）减排量
单位：万吨二氧化碳当量



带动和赋能生态（范围 3+）减排量
单位：万吨二氧化碳当量



执行运营和价值链减排

2025 财年，我们持续对所有和排放实质相关的业务制定减排目标，在绿色低碳云、数智循环物流、可持续园区等典型业务场景，继续应用“技术提效 - 使用资源方式的转变 - 参与者生态”三个原则，创新减排手段，推动减排。

构建一朵绿色低碳的云

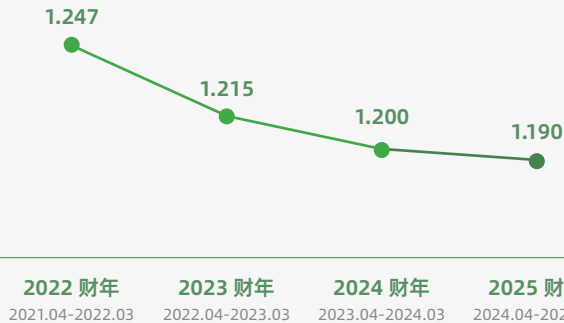
阿里云致力于提供优质高效的服务，同时将可持续理念融入数据中心的运营管理中，为客户打造绿色低碳的解决方案。阿里云承诺不晚于 2030 年实现范围 1 和 2、范围 3 的碳中和。

技术提效

数据中心的电力使用场景广泛，除了要支持核心设备运行，还要用于降低机房温度以及日常照明等。我们用 PUE（Power Usage Effectiveness）来衡量数据中心的电力使用效率。这个数值越接近 1，意味着能源基本都用于核心 IT 设备，效率越高。阿里云持续通过产品和运营提效来降低 PUE。

2025 财年阿里云自建数据中心年均 PUE 降低至 1.190，继续保持亚洲领先水平。

阿里云自建数据中心年均 PUE



产品提效

阿里云投入开发并应用更高能效的硬件设备和制冷系统，不断挖掘节能潜力。

液冷服务器技术可以完全脱离风扇、空调等机械制冷，从而节约电量的使用。并且，液体的导热能力是空气的 10-25 倍，能更高效地带走热量，提升降温效果。

高性能的电源“巴拿马”可以实现 10kV 交流电至 240V 直流电的直接转换，省去传统架构的中间环节，使供电更高效可靠。

运营提效

阿里云依托技术创新与精细化运营，不断优化数据中心能效表现。

阿里云的智能算法运维策略整合电气、暖通、自动化控制等多领域的专业知识，实现精细化运维调优。阿里云还构建管理平台，对已部署智能算法运维策略的数据中心进行实时的监控与管理，确保运行效果和稳定性。2025 财年，阿里云的智能算法运维策略推广到自建数据中心的 21 个机房。

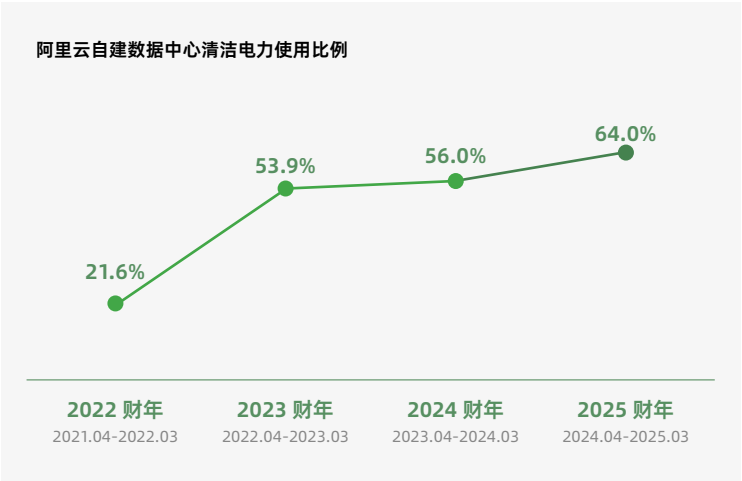
阿里云与市政供暖合作，通过先进的热能交换技术将数据中心余热回收利用，既提升市政供暖效率，又优化数据中心冷却效能，实现能源协同与效益共赢。在 2024 年采暖期（2024 年 11 月 -2025 年 4 月），阿里云数据中心为河北省张北县实现供热 1.368 万吉焦。

针对所有自建数据中心，阿里云通过设定数据中心 PUE 年度目标并持续跟踪，以深化 PUE 精细化管理。

转变资源使用方式

阿里云承诺，自 2030 年起，云计算的电力供给 100% 采用清洁电力。阿里云通过分布式光伏部署、清洁电力市场化交易和长期购电协议三大路径，系统化地推进清洁能源转型。

2025 财年，自建数据中心的清洁电力使用比例达到 64.0%，处于国内同业领先地位。



同时，阿里云在所有自建数据中心机房楼内采用更加绿色低碳的灭火系统 IG541（其全球变暖潜值 GWP 仅为 1），以替换传统的七氟丙烷灭火器（其 GWP 值为 3,350）。

协同价值链

阿里云持续推动供应商减排，建立覆盖租赁数据中心能耗与排放的监测系统，以支持碳盘查与核查工作。此外，阿里云还建立供应商绿色评估机制，定期考核其低碳表现并提供一定的技术和资源支持，与供应商一同减排。

2025 财年，阿里云租赁数据中心实现减排量 57.5 万吨。

阿里云逐步将租赁数据中心的绿色低碳目标和供应商的管理措施相结合，其中的核心指标包括 PUE 和清洁电力使用比例。截至 2025 年 3 月 31 日，超

90% 的国内租赁数据中心纳入 PUE 指标管理。同时，在新签和续签的供应商条款中，阿里云也逐步加入对于清洁电力使用比例的要求。

阿里云还通过输出自建数据中心的标准、技术和资源来帮助供应商管理 PUE 和获取清洁电力。2025 财年，阿里云试点推动智能算法运维策略在租赁数据中心落地。租赁数据中心年均 PUE 从 1.269 下降至 1.253，清洁电力使用比例达到 22.4%。



建设数智循环物流

交通运输业是全球温室气体排放的主要来源，且减排挑战巨大。菜鸟是阿里巴巴物流排放的主要业务之一。

2025 财年，菜鸟持续评估自身和供应商的碳排放和能源消耗数据，从订单、仓储、包装到运输的各个环节采取绿色低碳行动，自身运营和价值链共计实现减排量 28.4 万吨。

订单

绿色旅程早在消费者购买和订单处理时已开始。订单履约及相关过程的数字化措施，包括执行订单整合等，可以促进效率提升、节约包装和后续运输资源。

仓储

菜鸟在仓储环节上线智能监控终端，实现精细化的能耗运营管理，同时也重点执行清洁能源转型。截至 2025 年 3 月 31 日，菜鸟在物流仓库分布式光伏装机并网量为 47.1 兆瓦。结合清洁电力交易，2025 财年，菜鸟运营控制范围内的清洁电力使用比例达 33.8%。

运输

运输是物流业务中排放占比最大的环节。为让全球消费者快速收到自己喜爱的货品，我们需要搭配不同的运输方式。鉴于现阶段每一种运输方式的规模化减排技术发展程度不一，菜鸟在策略上优先落地可规模化的减排路径，并不断探索新颖的解决方案。

在陆运场景中，菜鸟持续推进路径规划算法，通过合理规划自营车队和承运商车队的路径，缩短行驶距离，降低空载率。2025 财年，路径规划算法实现减排量 1,140.3 吨。菜鸟推广新能源车的使用，包括无人快递车。2025 财年，菜鸟速递自营车队的城市配送中，新能源车配送的车次比例达 99%。此外，菜鸟实现高度自动驾驶无人快递车从封闭园区到开放道路的应用突破，成功将 L4 级自动驾驶技术落地于城市末端配送场景。

在空运场景中，菜鸟与头部航空运输供应商合作，推进大机型的应用，以提升运输效率、降低空运排放。

包装

物流快递行业的快速发展也带来更多包装材料的使用，菜鸟持续在努力实现包装减量、包装循环利用和包装材料优化升级。2025 财年，这些举措实现的可衡量的减排量共计 19.8 万吨。

更多内容详见第二章第三节“助力建设绿水青山” >



28.4 万吨

菜鸟自身运营和价值链
减排量

99 %

菜鸟速递自营车队的城市配送中，
新能源车配送的车次比例

建设可持续的园区

阿里巴巴在全球范围内有上百个办公园区和场所，有数十万员工每天在这些园区和场所里工作。同时这些场所，也是内、外部利益相关者理解阿里巴巴重要的界面之一。

我们建立覆盖规划设计、建设施工、运营维护的可持续园区管理体系。截至 2025 年 3 月 31 日，已有 4 个园区获得环境管理体系 ISO14001 认证。2025 财年，我们通过能效提升改造、清洁电力应用和智慧管理系统部署，实现自用办公园区单位面积排放量同比下降 36.7%。此外，有 4 个园区被认证为碳中和状态。

ISO14001 认证园区名单

- 杭州园区西溪 A 区
- 杭州阿里巴巴数字生态创新园
- 杭州园区西溪 C 区
- 杭州园区云谷园区

碳中和园区名单

- 阿里中心（广州）园区
- 阿里中心（深圳）园区
- 杭州园区西溪 A 区
- 上海徐汇滨江园区 D 区

绿色园区的设计和建设

绿色园区的设计与建设是园区可持续发展的基石，直接决定运营阶段的减排潜力。我们以全球领先标准为蓝本，将 ESG 理念深度植入园区规划设计和施工建造，为后续低碳运营奠定基础。

截至 2025 年 3 月 31 日，已有 52.1 万平方米的建筑面积获得 LEED 金级认证，同比增长 119%。

LEED 认证园区名单

园区	认证
北京望京 B 座	LEED 2009 金级认证
阿里中心（上海虹桥）园区	LEED 2009 金级认证
阿里中心（广州）园区	LEED 2009 金级认证
杭州西溪园区 C 区	LEED v4 金级认证
上海徐汇滨江园区 D 区	LEED v4 金级认证
杭州园区西溪 A 区、杭州阿里巴巴数字生态创新园、杭州亲橙里、杭州菲住布渴	LEED v4.1 既有园区 铂金认证



技术提效

园区运营过程产生的碳排放主要集中于电和天然气这两大能源的消耗。

我们通过智能化改造园区用电设备，搭载自主研发的“设备大脑”平台和结合 AI 动态优化算法，构建智慧能源管理系统。该系统在 2025 财年实现精准能效调控，实现减排量 3,886.9 吨。在天然气使用环节，我们新建园区全面推进更高燃烧效率的真空锅炉设备，有效提升天然气的使用效率。

资源使用方式转变

我们重点采取清洁电力替代和电气化改造两大措施。在具备条件的园区，部署分布式光伏，结合清洁电力交易，2025 财年，自用办公园区和对外出租场所的清洁电力使用占比达到 47.8%。我们还在园区推广电气化，包括将园区接驳巴士更换为新能源车辆，并增设充电桩等设施。

能源管理创新实践--虚拟电厂

我们在园区内持续推进虚拟电厂的部署，通过智能化调度和分布式能源协同管理，充分挖掘需求侧响应潜力；同时结合自建分布式光伏的可再生能源和储能的能力，构建多能互补的微电网体系，尽可能提升自身的清洁电力使用量，同时帮助缓解社会电力供需矛盾。截至 2025 年 3 月 31 日，共有 16 个园区完成虚拟电厂的部署。2025 财年，响应当地电力系统运营需求 28 次。

激励员工低碳实践

我们通过运营“有心”和“欢行”两大平台，来分别带动员工在办公和出行两个场景参与节能减排，提升员工整体节能意识，推动员工践行随手关灯、双面打印、多人拼车等节能行动。员工的每一次绿色低碳行为，都可以在相应的平台上获得一定的积分奖励。

2025 财年，110,248 名员工通过“有心”参与完成 2,676,047 次绿色低碳友好行为³；58,841 名员工通过“欢行”参与完成 1,079,493 次低碳差旅行为，实现减排量近 7,065.6 吨。



3. 绿色低碳友好行为：随手关灯、双面打印、爬楼梯、自带杯、光盘行动、纸箱回收、塑料瓶回收等低碳行为；低碳差旅行为：乘坐火车替代飞机、多人拼车、搭乘员工巴士和搭乘地铁

带动和赋能平台生态减排

通过数字技术和商业模式创新，平台可以在全社会低碳转型的过程中起到推动作用，帮助客户和消费者寻求减排路径和解决方案。为此，阿里巴巴于 2021 年在自身运营及价值链排放之外，提出“范围 3+”的避免排放目标。

2025 财年，范围 3+ 实现减排量 5,920.8 万吨，同比增长 77.6%。这些减排量，不会用来抵消自身排放，并在披露时与自身运营及价值链排放明确区分。

范围 3+ 减排体系

科学、透明、开放是我们实现碳中和目标遵循的重要原则，提出范围 3+ 减碳目标的三年多以来，基于这些原则我们形成了“科学计量 - 数字化管理 - 专业鉴证 - 生态共建”的范围 3+ 减排体系。

• 科学计量：我们与第三方专业机构合作，建立覆盖阿里巴巴主要业务的范围 3+ 减排计量体系，该体系包括《企业范围 3+ 温室气体减排核算与报告通则》及面向每个具体减排场景的计量方法学。截至 2025 年 3 月 31 日，我们已参与 51 项相关减排标准的开发和制定，2025 财年新增参与标准 9 项，包括一项国家标准《家用和类似用途厨房电器能效限定值及能效等级》。这一体系遵循保守性、透明性、完整性等原则，也充分参考了世界可持续发展工商理事会（WBCSD）发布的《避免排放指南》。

- 数字化管理：2025 财年，我们初步建成范围 3+ 减碳数字化追踪和计量系统，保证减碳过程的可追溯和结果的可计量性。
- 专业鉴证：所有披露的范围 3+ 减排量均由必维国际检验集团核查鉴证。核查过程充分依据相关国际标准和指南，以及单独场景的减排计量标准和方法学。
- 生态共建：阿里巴巴致力于和更多的机构及企业一起，探索创新减排方案，积极推动相关的避免排放核算标准在中国以及在数字科技行业的推广和实践。2025 财年，我们继续作为唯一的中国企业成员参与世界可持续发展理事会（WBCSD）避免排放工作组的工作。

范围 3+ 八大减排路径图



范围 3+ 减排场景和进展

2025 财年，围绕“赋能减排”与“带动减排”两大策略及八条减排路径，我们扩充既有减排场景的覆盖范围，同时继续开发新的减排场景。

赋能减排：
通过数字技术赋能企业客户增效减排

赋能减排指企业在产品或服务等方面提供替代性解决方案，以在实现相同功能的前提下产生较少的温室气体排放量。我们不断挖掘数字技术的增效减排潜力，通过低碳云、低碳办公、低碳物流、低碳生产四个路径，帮助客户减排。

AI 需求激增的背景下，企业的低碳转型更加需要云计算基础设施的持续绿色升级。2025 财年，阿里云继续投入低碳技术创新，进一步提高能源使用效率，赋能企业客户减排 1,119.0 万吨。阿里云基于 AI 的数智化控制系统为水泥、固废处理、钢铁、汽车等高耗能行业的企业提供能源增效和资源节约的解决方案。阿里云也在通过 AI 驱动的能耗和排放的可持续管理平台“能耗宝”，帮助全球中小企业及大型活动等提供能耗和排放的监测、记录、分析服务及相应的节能提效的预测和建议。截至 2025 年 3 月 31 日，能耗宝累计服务 3,545 家企业。

钉钉为企业用户提供从视频会议到无纸化办公的各类线上办公产品，帮助减少差旅交通以及纸张使用等产生的排放。2025 财年，钉钉赋能企业用户减排 441.8 万吨。

带动减排：
通过平台机制带动消费者践行低碳生活方式

带动减排指企业主动采取干预措施，带动其商业生态中的参与方开展减排行动。我们借助平台机制，分别从商品和行为两个层面鼓励用户践行低碳生活方式，具体体现在低碳商品、闲置物品回收利用、低碳出行、低碳餐饮四个路径。

我们构建电商平台的低碳商品标准，并让更多的低碳商品被识别和曝光。2025 财年，淘宝天猫平台带动减排 1,623.9 万吨；综合型内贸在线批发交易平台 1688.com 带动减排 12.5 万吨。综合型外贸在线批发交易平台 Alibaba.com 带动减排 1,271.3 万吨。

闲置物品买卖和回收可以提高物品的循环利用率，从而减少新品生产的碳排放。2025 财年闲鱼带动用户减排 1,182.7 万吨。我们还通过网络拍卖的方式进行废旧资产处置，

实现资产的循环再利用。2025 财年阿里资产带动用户减排 104.5 万吨。阿里巴巴通过助力闲置物品买卖和回收以及网络拍卖促进循环经济发展，共计减排 1,287.2 万吨。

高德推行“绿色出行碳普惠计划”，激励用户开设碳账户并践行不同种类绿色出行方式。截至 2025 年 3 月 31 日，该计划已覆盖北京、上海、济南等 34 个城市，累计带动超 5,420 万用户低碳出行。2025 财年，高德带动用户减排 159.3 万吨。

饿了么在平台上提供“无需餐具”选项，以此减少一次性用品的使用；提供“小份餐食”选项，有助于减少食物浪费。2025 财年带动减排 3.3 万吨。

能耗宝助力提升奥运赛事能源效率

2024 年巴黎奥运会上，“能耗宝”部署于 35 个比赛场馆，帮助测量和分析比赛场馆的电力消耗。同时，基于收集到的云端数据及阿里云的深度学习 AI 模型进行精准分析，为场馆生成能源预测和能效提升建议，以减少电力浪费。

国际奥委会首席信息科技官 Ilario Corna 表示，“电力消耗是奥运会碳排放的主要来源之一，‘能耗宝’基于数据的洞察将帮助我们将从每一届奥运会中累积成果，助力赛事更加节能。”



助力建设绿水青山

我们的环境保护还包括包装、水资源、废弃物和生物多样性议题。接下来，我们将围绕四个议题，系统汇报基于 4R 循环经济模式所采取的行动举措。

减少和优化包装

节约水资源

减少和循环使用废弃物

保护生态系统

减少和优化包装

包装是消费者体验里的重要一环。2025 财年，我们的包装足迹主要在于菜鸟的物流业务。虽然面临不同的经营环境影响，譬如商品品类、天气状况、运输配送方式等，但我们对于消费者的承诺都是相同的，要为他们提供安全无害、干净放心和方便使用的包装体验。因此，需综合考虑这些因素来应用有效的技术，提供合适的包装解决方案来实现可持续发展目标。2025 财年，菜鸟通过减少包材使用、包装循环和重复利用共计减少 16.9 万吨包装材料，共计减排 19.8 万吨。

减少包材使用

我们从源头就开始运用智能算法和数字化技术来优化包材利用效率。菜鸟率先在国内推出面向快递行业和商家的标准化电子面单系统，减少纸张打印。菜鸟还自主研发装箱算法，为仓储打包环节中纸箱型号选择、装箱顺序、摆放样式等提供指引，让装箱更紧凑。

在保证消费者体验的同时，菜鸟持续迭代包装方案。2025 财年，原箱发货的包裹数超 6.8 亿个。此外，菜鸟开发符合不同行业特性的简约包装方案、推广电子装箱单的使用。

菜鸟通过采取以上举措共减少 13.8 万吨包材使用量，实现减排量 16.8 万吨。

包装循环和重复利用

菜鸟的仓库工作人员日常会整理、回收并二次使用旧纸箱，2025 财年，旧纸箱重复再使用量近 3,600 万个。菜鸟也持续与商家合作，推广循环箱在物流配送环节的使用。截至 2025 年 3 月 31 日，菜鸟在商家仓内投入循环箱累计超 133 万次，涉及循环箱 14.3 万个。

2025 财年，菜鸟因使用循环箱和纸箱重复使用节约的包装量为 3.1 万吨，减排量近 3.0 万吨。

包装材料优化升级

包装材料是我们原材料采购中的重要组成部分。2025 财年，我们在天猫超市等业务的物流配送场景逐步采用由回收材料制成的塑料袋，以替代原先完全由新原料制成的塑料袋。

16.9 万吨

菜鸟通过减少包材使用、包装循环和重复利用减少使用的包装用量



节约水资源

世界气象组织最新发布的《全球水资源状况》报告显示⁴，过去五年，全球供水压力加剧，河流流量普遍低于正常水平，社区、农业和生态系统的可用水量也在减少。在此背景下，我们收集业务水足迹相关数据，结合业务运营所在地的监管要求，对水资源风险进行讨论、识别、评估、管理和定期披露，致力于在运营过程中提升水资源使用效率，降低业务运营过程中的水资源风险。针对阿里云数据中心、办公园区、零售场所等水议题实质相关的各业务，我们参考 4R 循环经济模式，落实相关管理措施。

阿里云数据中心

WUE（Water Usage Effectiveness）是衡量数据中心水使用效率的指标，它与 PUE 的平衡关系一直是整个行业都在思考和探索的课题。

我们在数据中心设计阶段会结合当地水资源情况，综合考虑 WUE 和 PUE 的平衡，尽可能给出水资源风险管理的最佳解决方案。在识别出的水资源风险较高地区（例如水资源匮乏地区），我们会牺牲部分 PUE 表现并采用 WUE 更低的风冷模式，尽可能减少对于当地水资源的负面影响；而在识别出的水资源风险较低地区（例如水资源充沛地区），我们会追求更好的 PUE 表现，采用水冷模式，WUE 也会相对偏高。2025 财年，阿里云自建数据中心年均 WUE 为 1.144，其中，主要采用水冷模式的数据中心年均 WUE 为 1.800，主要采用风冷模式的数据中心年均 WUE 为 0.329。



为有效管理 WUE，阿里云制定 WUE 管理办法，规范水表选型标准、计量方法和运营管理要求。同时，阿里云还建立 WUE 优化策略的知识库，为各个数据中心提供可参考、可复用的最佳实践指南。譬如，在保证设备安全的前提下，如何设置合理的环境湿度值来优化 WUE 数值。

在水资源匮乏地区，阿里云通过对当地数据中心进行设备升级与资源投入，以更多地使用中水和雨水。2025 财年，张北基地和乌兰察布基地的数据中心的中水回收再利用量为 40,625 立方米。



办公园区

我们在园区规划设计和运营管理阶段实施系统化的水资源可持续管理措施。

园区设计建设过程中，我们采用海绵城市理念，使用透水性铺装材料，使雨水能够直接渗透到地下，同时建设雨水收集系统，将屋顶和地面的雨水收集后循环使用。

园区运营阶段，我们构建“监测 - 节水 - 回用”的智慧化水资源管理体系，实现全流程精细化管控。我们通过部署智能水表系统、升级一级水效设备，以及建立直饮水废水与空调冷凝水循环利用网络，系统化提升水资源利用效率。2025 财年，阿里巴巴自用办公园区的循环用水量 32,887 立方米。

零售场所

在盒马，占比最大的水足迹主要用于海鲜的保鲜用水，其次则是为消费者提供的便利用水。

在保证产品质量和消费体验的前提下，盒马在蓄养海鲜及餐饮服务两大用水场景实施水资源可持续管理措施。具体而言，在蓄养环节部署包含物理过滤、生物净化、低温循环的水循环系统，实现蓄养用水的回用，并通过监测系统确保水质参数稳定达标；在消费环节则全面采用感应式智能水龙头等节水装置，减少用水。

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

减少和循环使用废弃物

人类每年产生约 21-23 亿吨城市固体废物，其中只有 61%-62% 在受控设施中得到处理⁵。我们对自身的废弃物足迹进行追踪、计量和审计，并且坚持“减量化”（即减少废弃物产生）和“资源化”（即废弃物处理并循环利用），践行循环经济。我们的废弃物主要产生于阿里云数据中心和办公园区等场景，这些场景也成为推动废弃物管理的试验田。

阿里云数据中心

阿里云制定《阿里云智能 IDC 园区危险废物管理制度》，确保将自建数据中心的危险废弃物 100% 交由第三方具备资质的专业公司进行处置。同时，阿里云会追踪处理方式并记录处理结果，以保证其合规性。

阿里云通过建立完善的循环利用体系与回收流程，实现服务器等 IT 设备的环保化处置与资源高效再生。阿里云的循环利旧中心开展服务器和备件的检测、翻新、拆解、维修，以延长服务器的生命周期，减少电子废弃物。2025 财年，阿里云实现 2,572 万核服务器的延长保修和 21,768 台服务器配件的循环再利用。

办公园区

我们以“100% 合规处理废弃物”为基本原则，寻找符合资质要求的供应商进行合作，并追踪和记录废弃物的最终处理结果以保证合规。我们设立清晰标识，以提升员工意识，推动他们在园区内做好废弃物分类。

与其他环境足迹一样，我们认为没有衡量则难以管理。在自用办公园区，我们已实现废弃物的数字化管理，以掌握废弃物足迹，从而指导管理动作。

此外，我们还将废弃物循环再利用的理念应用在园区内，尽力减少最终废弃物填埋。2025 财年，阿里巴巴北京园区已实现 100% 厨余垃圾回收并且经生物发酵处理转化为有机肥。



5. 数据来源请见 <https://www.un.org/zh/observances/zero-waste-day>

保护生态系统

我们不断学习和跟踪生物多样性风险与机遇的框架和指标，包括自然相关风险和机遇管理和披露框架（TNFD），致力于在运营中保护生物多样性，并协同多方参与共享和共治。

办公园区

园区的设计和建造过程中，或多或少会对当地自然资源和生物多样性产生影响。为尽可能降低甚至扭转这种负面影响，我们将生物多样性的考量融入到园区设计和运营环节。

在选址和设计阶段，新建园区均完成环境影响评价。在园区运营方面，我们注重生物多样性保护和生态系统管理，使用本土物种、多元化植物种类丰富植被结构层次，引入或恢复自然栖息地，打造生态廊道，并通过景观手段减少光污染与噪音污染，保障动物生活节律。阿里巴巴杭州园区西溪 A 区容纳 100 多种绿植和 30 多只散养的水禽动物。在阿里巴巴杭州园区西溪 C 区，我们通过科学种植 90 种乔木、48 种灌木和 24 种水湿生植物，构建层次丰富的生态植被系统，为昆虫、鸟类等野生动物提供优质的栖息环境和稳定的食物来源。



电商平台

生物多样性的风险之一就是非法野生动植物交易。

我们遵循包括《中华人民共和国野生动物保护法》《中华人民共和国陆生野生动物保护实施条例》《中华人民共和国渔业法》和国际濒危野生动植物种国际贸易公约（CITES）等多项境内境外法律法规和公约。淘宝天猫、速卖通平台通过人工智能算法对文本、图片、视频等内容实施相关风险的实时监测，并辅以人工巡检机制确保违规内容及时识别与处置。如发现有违规行为，平台对违规商家将进行告知和教育，同时采取商品下架、扣除店铺分数、店铺清退等处置措施。

面向消费者，淘宝天猫则开展生物多样性保护等生态法治宣传教育，持续运营“绿网计划”⁶。截至 2025 年 3 月 31 日，累计 2,128 万次用户的野生动植物交易相关搜索一键转化为科普教育和宣导页面，累计有约 60 万人主动参与野生动物保护相关的“公益守护行动”。

推动多方参与

我们致力于构建多方协同的可持续发展生态体系。我们与政府部门、监管机构及专业组织建立伙伴关系，譬如成为世界可持续发展工商理事会成员及中国碳足迹产业创新联盟创始成员，共同推动环境保护。

承办联合国气候大会中国角活动

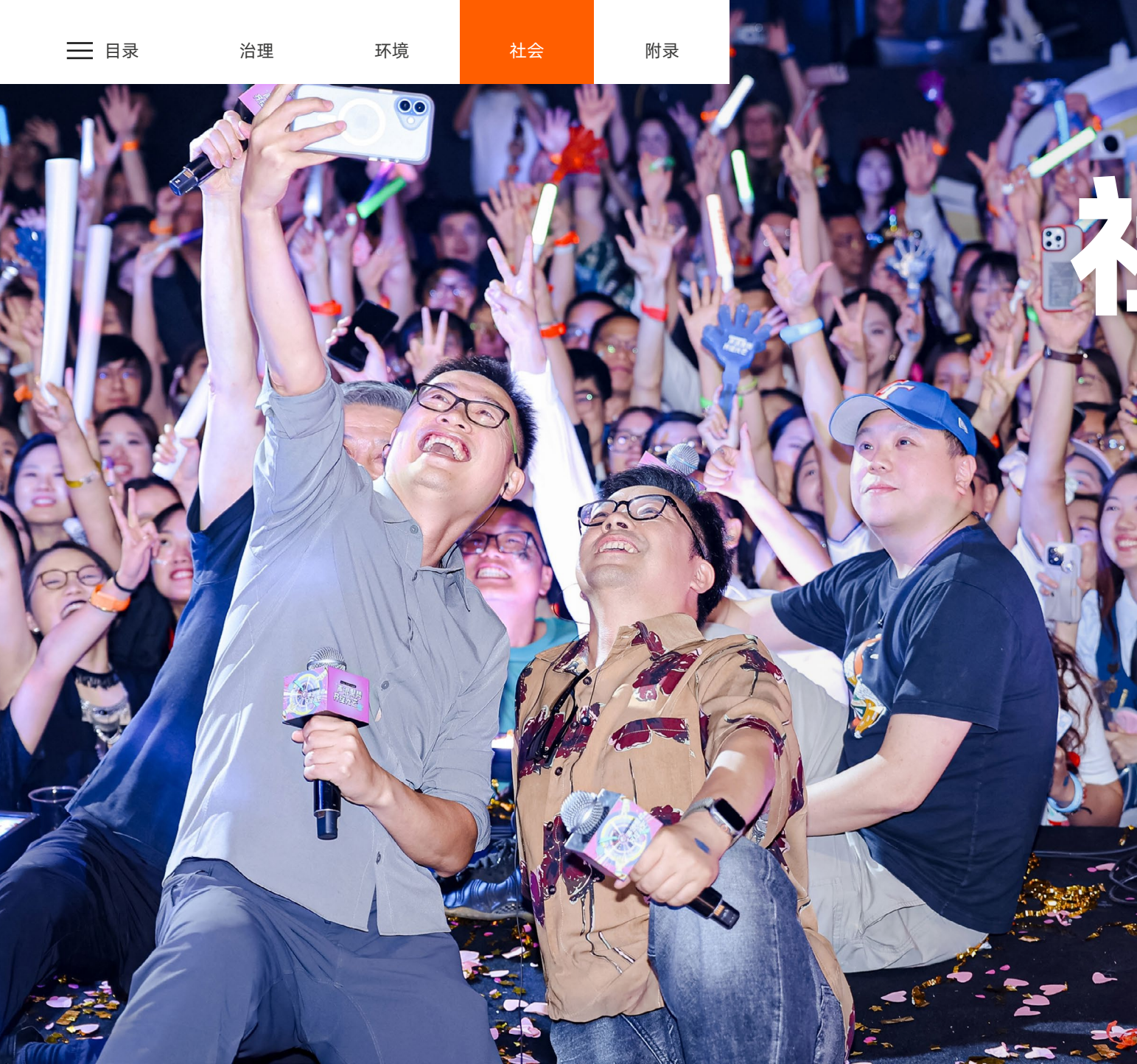
2024 年 11 月，在阿塞拜疆巴库举行的联合国气候大会（COP29）上，阿里巴巴承办中国角“数字化转型主题日”，参与大会的“绿色数字行动倡议”高级别圆桌会，倡导包括 AI 在内的数字技术在应对气候变化领域的应用。

持续支持举办中国自然教育大会

2024 年 5 月，阿里巴巴支持举办以“上海，更好的自然教育”为主题的 2024 中国自然教育大会，联合各方力量，分享交流自然学术思想，支持推动自然教育事业的发展。



6. “绿网计划”覆盖淘宝、闲鱼、优酷等多个 APP，致力于将非正常搜索转化为有温度的普法宣传引导



社会

支持员工发展

阿里巴巴最宝贵的财富是不断成长的人才梯队。我们希望“让员工成为更好的自己”，努力让每位员工都有机会在多元、平等和共融的文化与环境中学习成长，保持激情，实现价值。

本章

多元、平等和共融

人才的吸引和保留

丰富的人才发展机会

员工的健康与活力



支持员工发展

多元、平等和共融

35.4%

35.4% 的员工为女性



人才的吸引和保留

福布斯 2024
全球最佳雇主

继续位列中国企业前五



员工的健康和活力

ISO45001 认证

阿里巴巴的多个园区、数据中心
和物流场所获得了 ISO45001 认证



超 14,000 名

阿里巴巴累计培训超 14,000 名急救侠



超 6 万名

关爱家人，超 6 万名员工利用
陪伴假享受与家人的宝贵时光



93.1%

阿里巴巴办公环境满意度 93.1%



策略与路径

我们秉承“让员工成为更好的自己”的理念，在员工广泛讨论的基础上，逐步发展形成六条核心价值观。这是阿里巴巴文化的核心组成部分，在我们如何经营业务、招聘人才、管理和考核员工以及决定员工报酬中扮演着重要角色。

我们的价值观

客户第一，员工第二，股东第三

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

因为信任，所以简单

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

唯一不变的是变化

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

今天最好的表现是明天最低的要求

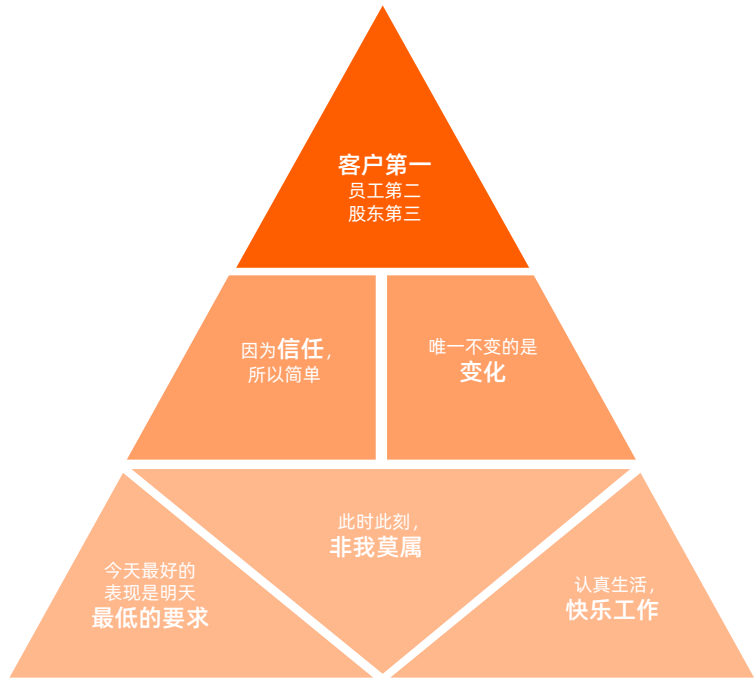
在阿里最困难的时候，正是这样的精神，帮助我们渡过难关，活了下来。逆境时，我们懂得自我激励；顺境时，我们敢于设定具有超越性的目标。面向未来，不进则退，我们仍要敢想敢拼，自我挑战，自我超越。

此时此刻，非我莫属

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

认真生活，快乐工作

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



遵照国际标准

阿里巴巴遵循《世界人权宣言》《经济、社会与文化权利的国际公约》《联合国工商业与人权指导原则》、联合国全球契约十项原则以及国际劳工组织制定的《工作中的基本原则和权利宣言》。2021 年 2 月，阿里巴巴成为联合国全球契约组织（UNG C）缔约方。

规章与制度

以使命、愿景和价值观为指引，适用于全集团的《阿里巴巴集团商业行为准则》是每位阿里巴巴员工应当遵守的职业行为规范。其中，对“维护工作秩序”和“保护员工权益”做了明确的规定。基于该准则和既有的人力资源相关管理制度及实践，我们制定《阿里巴巴集团员工权益守则》，这是一项涵盖人权、职业健康与安全、多元平等共融以及员工培训的管理规范。

多元、平等和共融

我们相信，构建开放包容的人才机制和相互尊重的工作环境，不仅能吸引多元化人才、增强员工归属感与创新能力，更能推动包容性产品创新与服务升级，从而更好地满足多元化用户需求。

管理理念

多元、平等和共融文化宣导

多元化的人才梯队

平等及相互尊重的工作环境

开放沟通，合作共融

管理理念

我们在董事会可持续发展委员会的指导下建立“多元平等共融专项组”，负责制定相关的政策以及落实具体的管理举措。

多元、平等和共融是阿里巴巴组织文化提倡的价值理念，我们通过结合自身文化将这一理念融入到“选、聘、育、留”四项人力资源的工作中。

我们认为在阿里巴巴，多元、平等和共融应该是：

- 合法合规：我们严格遵守所有与平等就业、反歧视、反骚扰相关的法律法规。我们建立包含定期员工培训、合规审计及安全举报渠道的完整合规体系，全面保障员工权益。
- 任人唯贤：我们实施以绩效和能力为导向的人力资源政策，通过透明的评估、招聘和晋升体系确保机会平等。我们严格禁止基于个人特征（包括但不限于性别、年龄、种族、籍贯、宗教信仰或残疾状况）的偏见，保障用人决策的客观公正。
- 尊重包容：我们重视多元化视角与经验，培育互相尊重和包容的文化。我们支持员工没有顾虑地表达意见，彼此点亮，让人才充分发挥潜能，通过融合不同背景、思维方式和能力特质的员工，打造一支有创造性的团队。



多元、平等和共融文化宣导

2025 财年，我们通过多样化的培训活动宣导多元、平等和共融文化。

多元平等共融专项组举办 ESG 市集，通过现场答题等互动方式增强员工对多元、平等和共融的感知和了解；为多个业务的多元平等共融工作组成员开展专题培训，共同研讨如何将多元、平等和共融的核心理念融入人力资源日常管理体系。

阿里云邀请员工体验官，举办圆桌讨论会，倾听员工关于多元、平等和共融的相关建议；向员工推送《边界 1》和《边界 2》，明确说明在工作场所应避免的行为；逐步为管理者开展相关培训。

菜鸟已开展《克服无意识偏见》《有效跨文化沟通交流的关键》等课程，宣传多元化发展理念，增强跨文化沟通能力。

高德将多元、平等、共融理念纳入新员工及管理者培训体系，强化其管理实践中的文化认同与执行能力。

Lazada 加入联合国全球契约组织（UNGC）的在线学习平台计划。所有 Lazada 员工均可通过该平台注册账户，访问联合国全球契约组织提供的 ESG 相关课程，包括《性别平等：企业如何加速变革步伐》《如何理解并行动响应全球目标》等。

阿里云启动首次多元、平等和共融调研

2025 财年，围绕安全、健康、多元、平等、共融工作环境的话题，阿里云启动首次员工调研活动。期间共收到超 1,300 名同学的反馈。调研结果显示，超 80% 的员工认可该文化，认为其有助于提高员工满意度和归属感，促进团队合作，吸引和留住人才。约 94% 的员工认为阿里云的工作环境是尊重和包容的，超 91% 的员工认为阿里云有比较好的多元、平等和共融实践。

多元化的人才梯队

阿里巴巴充分认同、接纳和尊重个体之间的差异，包括性别、种族、年龄、信仰、价值观和人生阅历等多元化特征。

截至 2025 年 3 月 31 日，我们拥有 124,320 名员工，女性员工占阿里巴巴员工总数的 35.4%。其中，28.8% 的管理者为女性，37.5% 的高级管理者为女性。

124,320 名

员工

35.4 %

女性员工占阿里巴巴员工总数



平等及相互尊重的工作环境

我们对工作环境中出现的暴力、霸凌、歧视或性骚扰零容忍。遵循《中华人民共和国劳动法》，我们颁布了《阿里巴巴集团商业行为准则》和《阿里巴巴集团反性骚扰行为准则》等规章制度，明确定义工作中禁止和应避免的行为，投诉渠道和相应处理程序等内容。

针对性骚扰等恶性事件，我们设立公开的咨询和投诉邮箱、热线电话等渠道，配备专门人员接受员工的咨询和投诉。当投诉被受理后，我们的 AID 团队立即组织调查人员展开调查，并在结束调查作出纪律处分决定后，通知被投诉人所在团队主管和人力资源负责人执行处理。被投诉人如确实存在严重的不当行为，将给予辞退处分。同时，我们视情况为投诉人提供必要的法律咨询和心理咨询援助。对于举报者，我们执行严格的保密措施，限制知情人员范围，并对其施加严格的保密义务，以保护举报者信息安全。

言有度，行有界。

勇敢 Say No, 果断制止。

我们一起携手共建安全、
健康、包容的工作环境。



—— AID 团队

开放沟通，合作共融

唯有以包容文化为纽带，多元化的组织才能突破文化差异，实现共融，进而释放其潜能。我们通过搭建开放的沟通平台、开展多元化员工活动，持续推动共融文化氛围的建设。

开放的沟通渠道

我们积极倾听来自员工的声音，鼓励员工充分表达意见和建议。

管理者与员工的交流

我们倡导“简单、信任”的沟通文化氛围，鼓励管理者投入时间和员工沟通和交流。其中，Booking 是我们的一款沟通工具，所有管理者都可以在 Booking 上公布自己的空闲时间，让员工自主预约，与管理者进行直接沟通。2025 财年，超 300 位管理者发布了超 2,000 条 Booking。

同时，各业务的管理者还会通过午餐会、Townhall¹ 等形式与员工交流，帮助员工及时了解公司战略和管理情况。

员工间的交流

我们的内部线上交流社区打破层级与部门的界限，为员工提供了一个自由表达和真诚交流的平台。员工可以在这里畅谈业务洞见、分享实用干货、探讨行业趋势、分享多姿多彩的日常生活。

员工反馈和投诉渠道

我们为员工提供便利的反馈和投诉渠道，并设立相关部门和责任人，遵照既定程序处理员工的反馈或申诉。如员工对绩效持有异议，或认为受到性骚扰、歧视等情况，可通过相应的渠道反馈或投诉；如员工对于纪律处分结果存在异议，可按照复议流程向纪律管理委员会申请复议，纪律管理委员会将协同多个部门审查相关证据，并参考法务合规等部门的建议出具复审结果。

员工可通过“OPEN 信箱”直接向各业务的 CEO 反馈意见，并获得及时、有效地回复，通常在 2 天内予以响应。

1. 面向海外员工举行的会议

多元化员工活动

我们致力于打造一个充分展现员工多样性的平台，让每位员工都能释放潜能、共同推动创新与变革。

“阿里十派”是阿里巴巴员工自发创立、自主管理的兴趣团体。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里十派共有 34 个正式团体，涵盖体育类的篮球派、壁球派、剑道派，才艺类的摄影派、书法派、绘画派，成长类的读书派、英语派、正念冥想派等。

我们举办女性交流活动，邀请来自多元背景的优秀女性代表分享职业发展经验与人生智慧，为女性员工打造开放互助的平台。为了更好的支持女性员工个人发展，阿里云举办《“她”力量-技术领域女性圆桌论坛》《绽放 AI 时代的她力量》《她力量探索幸福密码-如何获得持久的幸福力》和《设计人生，绽放她力量》等系列活动。

此外，我们定期举办 Homecoming、全球风情秀等文化主题日，邀请来自全球各地拥有不同文化背景的员工相互交流、增进了解。

Daraz 推出“dWomen 倡议”

2025 财年，Daraz 在其运营所在国之一——孟加拉国推出“dWomen 倡议”，这是一项旨在赋能女性员工、提倡包容性的综合性倡议，通过多元活动为女性员工提供支持。其中，“她闪耀计划”（SheShines）旨在表彰和庆祝女性员工的成就，“导师计划”则鼓励女性员工之间的互相帮助和经验分享，积极营造有利于女性员工发展的工作环境。



人才的吸引与保留

吸引与保留人才对于激发创新，推动业务发展至关重要。我们建立开放、多样的渠道汇聚人才。同时，我们始终与员工共享发展成果，建立兼具内部公平性和外部竞争力的薪酬体系，并持续完善福利保障，推动建设“快乐工作、认真生活”的氛围。

招聘人才

公平、有竞争力的薪酬和绩效评估体系

有温度的福利权益

招聘人才

“选人”是人力资源管理的第一个环节。选对合适的人，不论对于企业还是求职者，都是效率最高的方式之一。我们重视将人才规划与组织设计和战略规划相结合，关注人岗匹配与人才补充需求。各业务均建立人才库，根据战略规划，分析人才需求和市场人才供给情况，以确保人才储备的充足性及合理性，并通过搭建人才规划分析工具，开展内

部人才盘点、人才画像、人才储备与组织目标匹配度分析，助力招聘工作的开展。

为了能够“选对合适的人，招到合适的人”，我们在建立多样化人才招聘渠道的同时，也非常重视候选人的体验和面试过程中的合规管理。



招聘渠道与体验

我们建设开放、多样的人才招聘渠道来满足人才需求，包括社会招聘、校园招聘、员工内推等。我们重视校园招聘，通过校企合作、组织企业 Openday 活动、校园宣讲和运营实习生项目等多种形式来加强和学校、学生的交流。

此外，我们通过制定标准招聘流程、提供面试官培训和建立候选人体验反馈机制等方式来提升招聘体验。

招聘流程：我们通过标准化面试前中后的流程，保障候选人能够获得平等、透明、友善的招聘体验。

面试官培训：我们对面试官进行培训，并要求其遵循友好、专业的招聘原则。阿里云、饿了么等业务还创建了适合自身业务所需的面试官培训课程，以提升面试官的能力。

候选人体验反馈：面试后，我们还会邀请候选人填写面试反馈问卷，获取候选人的真实反馈，针对性改进面试环节中出现的问题，提升候选人的招聘体验。

包容性的人才招聘

在招聘流程中，我们贯彻多元平等共融的招聘理念，平等、公正对待不同国籍、种族、年龄、性别、身体条件、宗教信仰和文化背景的应聘者。在招聘系统中，我们逐步建立招聘要求的敏感词检查，确保对外发布的招聘需求中不会出现和性别、年龄等相关的词汇。

合规雇佣

在招聘和用工过程中，我们遵循国际劳工组织公约和业务运营地所适用的法律法规，禁止使用童工，抵制强迫劳动，保障员工的自由权益和人格不受侵犯，确保合规与公平。

我们依法与候选人签订劳动合同，并在获得候选人同意、保护个人隐私和信息安全的前提下，严格核实身份和年龄信息，确保公司雇佣的员工中不存在童工。

根据《阿里控股童工与强制劳工事件处理指引》，一旦发生使用童工事件，我们会采取立即停止未成年人的工作、联系监护人等应急处置措施以及提供教育资助和职业培训等支持。针对强制劳工事件，我们的处置方式包括解除强制状态、确保人身自由等补救手段和补发工资待遇、赔偿损失等帮扶措施。

公平、有竞争力的薪酬和绩效评估体系

我们致力于与员工共享发展成果，建立员工合法权益体系，使得薪酬激励兼具内部公平性和外部竞争力。

一个公正公平的绩效评估体系有助于激活员工积极性，阿里巴巴全体员工每年接受绩效评估，绩效结果应用于全体员工的短期和长期激励。我们从多个维度评估员工绩效表现，包括但不限于目标管理机制、业绩和价值观的绩效考核制度、团队绩效考核机制、阶段性灵活绩效及发展对话。主管会在期初与员工共同设立目标，并通过动态目标管理机制，确保信息的公开透明、持续迭代。我们根据员工所在岗位的性质，分月度、季度、半年度、年度进行目标设定和绩效评估，并持续跟踪员工绩效，保证员工得到及时、公正的反馈。

在绩效评价环节，员工将进行自我绩效总结，部分业务还会邀请与员工相关的合作伙伴提供反馈。主管将综合员工自评及合作伙伴反馈意见形成最终的绩效评价，以建立更全面客观的反馈机制。

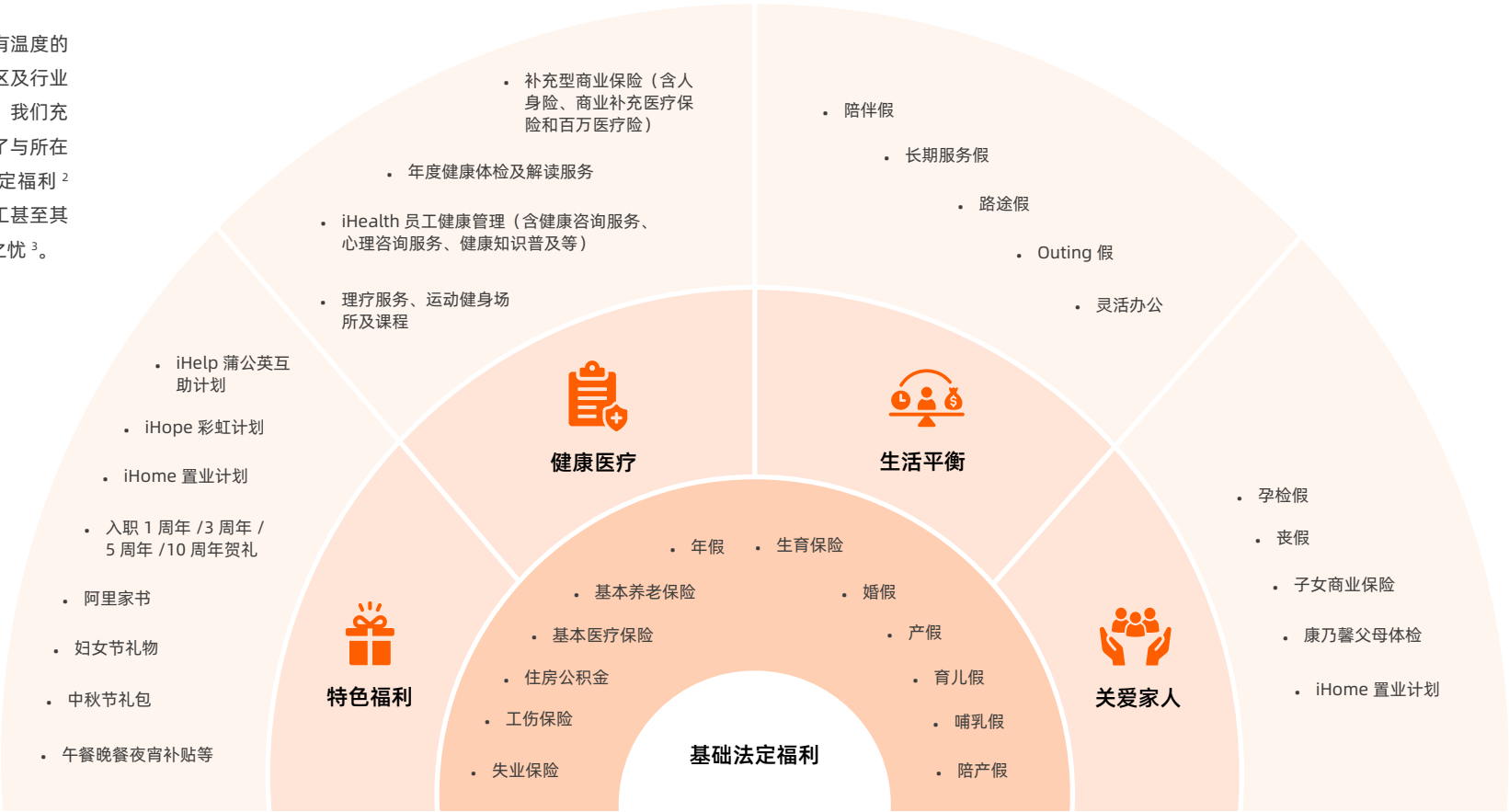
若员工对绩效结果有异议，可通过复议申诉通道申请专门的复议小组处理，复议小组应在听取员工、主管及相关方的理由和依据后，做出复议结论，保证绩效评估的公平。我们还设置了绩效改进辅导通道，帮助员工完成绩效改进目标。

我们建立与绩效挂钩的激励机制，为所有员工提供具有市场竞争力的薪酬福利。根据不同的岗位性质，短期激励手段含佣金、项目奖金、季度和年度奖金等形式。长期激励手段包括股权激励和长期现金激励等形式。



有温度的福利权益

阿里巴巴致力于为所有员工提供有温度的福利（非薪酬）。不同国家、地区及行业对员工福利的法律规定不尽相同。我们充分尊重和遵循相关的规定，制定了与所在地区相适应的福利体系，基础法定福利²保障上，进行一定的延伸，为员工甚至其家属提供生活保障，以减轻后顾之忧³。



超 6.1 万名
超 6.1 万名员工的子女享受公司提供的
保险保障

超 10.3 万次
员工父母参与免费体检的人次数超
10.3 万次

超 6.8 万名
超 6.8 万名员工申请并使用了陪伴假

超 1.6 万名
超 1.6 万名员工申请并使用了育儿假

2. 基础法定福利划分以中国大陆地区法律规定为准
3. 部分业务会根据自身业务情况以及所在国家、地区的法律规定对上述福利做一些调整

“510” 阿里日

5月10日阿里日是阿里精神纪念日。它源于2003年“非典”时期，阿里巴巴面临全员隔离在家办公，但得到了亲友的全力支持。许多家人自发成为客服。为了纪念阿里人的激情和信念，我们将每年的5月10日定为“阿里日”，以纪念“非典”中凝结的果断、团结、敬业、互助互爱的精神，也用这一天来表达对亲友的感恩。这一天，员工会带着自己的亲友走进办公园区，体验、感受阿里的工作环境与文化氛围。2025年阿里日，我们首次开放了宠物入园，欢迎员工带着“毛孩子”这位特殊的家人一起来到办公园区。

阿里家书

阿里巴巴每年都会向员工家人寄送精心准备的家书，这份家书不仅是一份礼物，更蕴含着阿里巴巴对每位员工家庭的关怀与感谢。

支持和关爱女性员工成为“妈妈”

我们除为孕期的女性员工提供孕检假、产假等假期外，还成立孕妇学校和育儿课堂，帮助新手妈妈和爸爸更便利、舒适、专业地度过人生重要时刻。2025财年，我们开设了孕期营养与体重管理、孕期运动教学等课程。此外，我们为员工提供的商业保险还覆盖女性员工在孕产期内符合当地社会医疗管理部门规定的门诊、住院医疗费用。



丰富的人才发展机会

我们希望每位员工在阿里巴巴都能更好实现个人价值，充分发挥自身潜力，并且获得丰富的职业发展空间和充满挑战的成长机会。

职业发展机会

人才培养与发展



职业发展机会

我们关注每位员工的职业成长，通过为入职的新员工配备一名在职员工作为“师兄”或者“师姐”帮助员工更快融入团队，熟悉业务并解答成长疑问。我们还鼓励管理者积极识别高潜人才，不断牵引他们的发展。

员工成长

每个人在阿里巴巴会有两个纪念日：一是生日，一是进入阿里巴巴的日子。我们为员工设置了一年香、三年醇、五年陈、十年馨纪念日，并提供定制纪念品。在这些纪念日子里，我们通常还会组织一些庆祝活动。尤其在五年陈时，邀请员工参加五年陈授戒仪式，以纪念在阿里巴巴成长的特殊时刻。

为促进人才在内部获得更多发展，阿里巴巴为员工提供开放、透明的转岗机会。这一机制既能更好匹配员工能力和岗位需求，也能驱动管理者关注员工成长，让人才自由流动。

人才培训与发展

根据《阿里巴巴集团员工权益守则》，我们建立了覆盖全员的、多样化的内外部学习发展项目，为员工提供学习与发展平台，帮助员工实现个人和职业双重成长。



新人培训及辅导

我们为新员工提供新人入职知识导引、师兄师姐匹配、线上学习地图、线上线下培训项目等系列支持，帮助他们快速融入工作环境。我们的主要业务均为新人设置了专门的培训项目，通常会涵盖阿里巴巴战略、历史发展、组织文化等通用课程，以及符合业务特色的特色课程。除此以外，我们的主要业务还为校招生开发了管培生培训及定制培训项目，以帮助他们更好适应从学校向职场的转变。

领导力培训

管理者的领导力对团队效能产生直接影响。卓越的领导才能对于增强协作、创造积极氛围以及保障公司未来长远发展起着至关重要的作用。

我们推出《管理者应知应会》，提升通用管理能力，帮助管理者系统性掌握管理原则和工具。譬如，如何设定一个好目标、如何制定有效的策略承接目标等。

我们还为不同级别的管理者制定匹配的培养计划，涵盖线上培训、专题研讨会等多种方式。初级管理层的培训重点在于“从个人贡献者转型为管理者”，完成角色转化。中级管理层的培养则着重于综合业务能力、战略思考、商业敏感度等方面，以帮助他们未来承担更大职责。

我们的主要业务还为一些高潜力员工设置了领导力培养课程，帮助他们更好成长。

专业能力培养与提升

根据各岗位能力模型及专业发展方向，我们提供涵盖技术、数据、运营、产品、市场、风控、客户服务、财务、人力资源及 ESG 等领域的培训项目。员工可根据个人职业发展规划及能力提升需求，自主选择相应课程，实现专业能力的持续进阶。2025 财年，为了更好的帮助员工拥抱 AI 时代，我们增加了“学 AI，用 AI”的培训活动。

针对各项员工培训计划，我们会通过问卷调查等形式收集员工反馈，定期评估培训效果，从而不断改进未来的培训计划。

我们的多个业务支持和鼓励员工考取外部资格认证，持续精进专业能力，并对符合条件的全职员工提供考证奖励及费用报销。

丰富的 AI 学习资源

阿里学习是阿里巴巴内部的线上学习平台，汇集文化、管理、专业、通用等方面的优质学习资源和培训。2025 财年，我们上线了“AI 问道”栏目，集中为员工提供工程技术、算法技术和非技术三个专业方向的 AI 学习资源。2025 财年，访问该栏目的学习人数超 16,000 人。

阿里巴巴技术协会（简称 ATA）是技术生态内的一个工程师交流平台，工程师们在这里交流协作，拉通内外部技术能力和视野，形成有价值、有体系的知识沉淀。2025 财年，ATA 上线了“AI 实践专区”版块，系统地为员工提供多种 AI 工具的链接入口，让智能触手可及。

员工的健康与活力

员工身心健康是我们的首要关注之一。通过安全舒适且智能便捷的办公环境，专业全面的医疗健康保障、丰富多彩的公司活动，我们为员工提供多维度支持，让职场环境充满生机与活力。

职业健康与安全保障

重视员工身心健康

有活力的工作环境

职业健康与安全保障

阿里巴巴遵循《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国职业病防治法》等相关的法律法规要求，在《阿里巴巴集团员工权益守则》中，明确保障员工职业健康与安全。

我们多数员工的工作地在办公园区，少部分员工的工作地在菜鸟的物流园区或阿里云的数据中心等场所。

在安全管理上，我们均参考 ISO45001 标准，发布了适用于不同场所管理的内部制度与工作规范。譬如在物流场所，菜鸟发布《菜鸟集团环境健康和安全（EHS）管理手册》。同时，我们也在不同的业务范围内，提供相应的组织保障从风险防范、应急管理和安全培训三个方面来落实具体的管理要求。

风险防范

在办公园区、物流场所和数据中心的员工健康与安全风险防范上，我们已建立了风险识别、跟踪与改进的处理链路。在风险识别方面，我们根据 ISO45001 标准、工作安全分析法等工具，系统地梳理不同场所下的风险地图。在风险跟踪方面，我们通过风险巡检、内部的工作检查等手段来跟踪风险管理措施的落实情况并根据不同场所的管理惯例，我们建立与其适用的定量指标。在风险改进方面，针对检查过程中存在的管理不足以及风险隐患，我们开启专项改进工作。

应急管理

在应急管理方面，我们制定了一些相应的制度和程序，如《安全应急操作指引》等，通过明确的工作指南来提升应急响应能力。譬如，在大多数员工所在的办公园区，我们定期组织应急演练，确保相关人员根据组织架构和职责、风险等级及类型，有效地响应和处置各种突发事件。针对意外事件可能导致的员工安全威胁，我们不断健全应急救援团队和设施。截至 2025 年 3 月 31 日，园区配备自动体外除颤器（AED）已有 208 台，同比增加 33 台。

安全培训

根据不同业务和场所的需要，我们组织相应的培训活动来提升安全意识和应对安全事件的能力。2025 财年，我们举办了 208 场急救侠授权培训，总计培训时长达 1,204 小时。截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计培训超 14,000 名急救侠。

此外，阿里巴巴的职业健康与安全认证工作正在不断推进中。截至 2025 年 3 月 31 日，多个园区、数据中心和物流场所获得 ISO45001 认证。

ISO45001 认证场所名单

园区	杭州园区西溪 A 区、C 区	杭州园区云谷园区	杭州阿里巴巴数字生态创新园
数据中心	张家口张北庙滩数据中心	杭州临平经济开发区数据中心	河源数据中心
物流场所	浙江菜鸟供应链有限公司（含 28 处仓储场所）		

重视员工身心健康

我们重视员工的身体健康，设有 iHealth 员工健康管理项目。

- 每年员工或其父母、亲友体检结束后，我们会组织体检机构的专家和医生，为员工进行报告解读。
- 定期开展身心健康关爱活动，包括季度开展为期一周的身心健康活动，月度开展缓解身心疲惫的健康知识分享等。
- 根据夏季冬季的节气变化举办养生专项活动，在中国的二十四节气录制针对性的健康养生视频，让员工了解、学习、参与和使用。
- 组建关爱健康的社群，为员工提供健康小贴士、健康问题答疑解惑和各类健康资源等服务。
- 针对疑难杂症和重疾，为员工提供专业的健康咨询、就医指引及专家推荐等服务。此外，每年定期开展员工健康科普和活动，如女性关爱计划、综合三甲医院专家会诊、健康讲座与义诊等。

在心理关爱方面，我们为员工提供了多种形式的免费心理咨询渠道，员工可以通过内外小蜜和 1818 热线进行心理咨询预约，形式包括电话、视频、面询等。同时我们也在办公园区内积极举办各类心理健康活动。

阿里云推出“员工关爱计划”

阿里云推出“员工关爱计划”，通过心理健康课程、线下宣传活动等方式为员工心理健康提供支持。2025 财年，阿里云举办了包括冥想、芳香疗愈、即兴心理戏剧等多场线下心理健康类活动。同时，阿里云还在新员工学习地图中加入了《情绪解读有效应对》课程，提升新员工心理素养。

有活力的工作环境

我们秉持绿色发展、人文关怀和专业高效的理念，通过构建敞亮便捷的办公环境、健康便利的生活配套、全面周到的安全防护以及温暖专业的人工服务体系，持续优化物理与数字工作空间，为员工打造优质的工作环境。

2025 财年，阿里巴巴杭州西溪 C 区获得 WELL 金级标准认证。

我们的主要办公园区配备了包括健身房、理疗室、健康中心在内的一系列设施，为员工提供运动、减压、咨询等多元化健康服务。

我们建立了一套服务体系来解决员工在办公和生活中的问题。任何问题都可通过 1818 热线电话或者内外小蜜的线上服务入口获得相应的咨询服务。2025 财年，内外小蜜的咨询服务量超 1,017 万次。

我们关注员工的办公体验及办公环境健康度，每季度面向全体员工开展办公体验满意度调研。2025 财年，员工调研数据显示，阿里巴巴办公环境满意度达到 93.1%。

包容的工作场所

我们在办公园区的建造设计和运营规划上充分考虑员工的多元化需求，为孕期和哺乳期的员工提供孕妇休息室和备奶室，并按照国家《无障碍设计规范》要求，设计了阶梯坡道、无障碍卫生间等无障碍基础设施，为有身体障碍的员工、访客等提供便利。



93.1%

阿里巴巴办公环境满意度

社会

恪守产品责任服务消费者

数字化正深刻改变着消费和生活方式，同时也为消费的可持续发展提供了更多的可能。能否充分发挥数字化、智能化的技术能力为消费者提供更优质和高效的产品与服务，持续优化用户体验，将直接影响阿里巴巴用户参与度和业务的长远发展。

本章

创造良好的消费体验

营造包容健康的数字生活



恪守产品责任 服务消费者

创造良好的消费体验

0.023%

淘宝天猫平台用户投诉率 0.023%



营造包容健康的数字生活

超 22 万名

淘宝 APP 为超过 22 万名视障人士提供服务



超 240 万次

优酷无障碍视听作品已超 9,000 部（集），2025 财年，
播放次数超 240 万次



超 1 亿次

高德提供超 1 亿次无障碍路线规划和视障导航



超 5,100 万次

“绿网计划”让超 5,100 万次非正常搜索被自动处理成
公益宣导教育的界面



策略与路径

阿里巴巴将“用户为先”确立为核心战略。

在这一战略指引下，我们依托数字科技创新和市场机制建设，着力构建商家、消费者等各方参与者良性互动的生态系统。阿里巴巴的电子商务平台通过制定运营规则和机制规范商家行为，建立高效的消费者反馈机制推动服务升级，并运用数字化技术持续优化平台和商家的运营效率。这些举措共同构成了提升消费者产品和服务质量的核心基础。

我们还关注无障碍、适老化建设和未成年人保护，致力于让科技红利惠及每一位消费者，共同创造更美好的数字化消费未来。



创造良好的消费体验

我们通过优化商品质量与提升服务品质，构建可信赖的消费环境，为消费者提供优质体验。

优化商品质量

提升服务品质

优化商品质量

阿里巴巴旗下电子商务平台依据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国产品质量法》等法律法规，通过商家与商品准入管理、商品品质监测等方式，与商家携手保证商品的质量与安全。

商家与商品准入管理

我们的电商交易平台制定了清晰的商家管理规则，明确对商家准入资质、所售商品品质和信息发布规范提出要求。平台会根据规则对商家的资质、商品信息做审核。只有审核通过，商家才能开始在平台上经营，其商品才能在平台上销售。

商家管理规则与商品质量管理标准均发布于平台规则中心，方便商家、消费者以及其他利益相关者查看。

淘宝规则中心



天猫规则中心



速卖通规则中心



此外，平台会与商家保持交流，并通过平台规则课程、规则解读等方式向商家传递最新的商品合规管理要求，确保商家了解规则。尤其是向海外消费者提供服务时，我们会向商家提供重点国家的商品合规规则和课程。

商家出售的商品须符合相应的质量标准，包括但不限于国家法律法规、国家标准、行业标准等。此外，平台会根据不同商品的特性制定准入标准和规范，譬如《淘宝网食品行业管理规范》《天猫生鲜行业管理规范》等。

平台要求商家发布的商品信息在描述上要保证完整、一致和真实，以充分维护消费者对商品的知情权。



商品信息质量分

2025 财年，淘宝天猫平台上线商品信息质量分，通过一套标准化评估机制推动商家信息发布规范化。该项评估包括完整性、准确性和合规性三大维度，既为商家提供清晰的优化指引，帮助其快速定位并修正商品信息中的不足；同时通过质量分激励机制，鼓励商家提供更丰富多元的商品信息，从而提升消费者决策效率，构建更透明、可信的平台交易环境。

商品品质监测

我们的电商交易平台通过算法模型为主、人工治理为辅的方式，结合消费者反馈及商品特征信息，对销售商品进行品质监测。对于有较高风险的商品，平台会进行抽检，确保商品质量符合标准。为更好贯彻落实抽检工作，平台发布了《淘宝网商品品质抽检规范》《天猫商品品质抽检行为规范总则》，并依据规范通过自检或第三方检测来落实抽检工作。

淘宝和天猫平台为商家提供工具，助力其监测并提升商品质量。

商品品质中心

淘宝天猫平台推出商品品质中心数字化管理工具，通过智能分析消费者评价、咨询等多渠道反馈数据，对潜在商品质量问题进行识别、打标和归类，并形成一些描述商品潜在的质量问题标签（简称为“品质标签”）以直观的可视化看板形式呈现给商家。该工具能够帮助商家进行质量洞察和管理。

当消费者购买带有品质标签的商品并遇到售后问题时，平台会根据商品的质量问题特征提供相应的服务方案，帮助消费者快速维权。截至 2025 年 3 月 31 日，平台已拥有品质标签超过 1,800 个。

异常商品处置

平台通过商品监测与抽检识别出商品质量问题后，将采取严格处置措施，包括商品下架、删除等，并根据违规情节严重程度对相关商家施以相应处罚，如限制平台经营权限、收取违约金或关闭平台店铺等。当商家已售商品触发召回时，平台将协助召回，阻止缺陷商品¹继续在平台销售。对于能明确识别的缺陷商品，平台将立即下架或者删除商品，与商家共同制定并提供相应的服务保障方案；对于无法直接定位的缺陷商品，平台则通过数字化信息渠道定向通知相关商家自检自查，并利用官网或者内部的商家管理平台发布召回信息，促使商家停止销售并自主或协助生产企业执行召回。



1. 缺陷商品包括但不限于 1) 对消费者人身或财产造成安全隐患风险的；2) 不符合国家强制性产品认证的；3) “三无”产品等

天猫超市保障消费者买的安心

天猫超市致力于提供可信赖的消费环境，保障消费者买得安心。在管理架构上，设置商品质量管理小组，主要负责平台规则设计、商品商家准入审核、商品品质监测等工作。

供应商与商品准入管理：天猫超市在供应商的资质、商品资质、品牌资质等方面建立明确的要求并对此进行审核，以确保供应商和商品的准入合规。

商品入库、仓储、运输质量管理：天猫超市制定了入库检测的标准化流程。在商品入仓前需根据商品品类特征对有效期、有毒有害品等风险点做核查，并要求供应商提供检测结果。

在仓储环节，根据商品特性和储存要求，划分了深冷、冷冻、冷藏、控温 / 阴凉、恒温、常温六类温层要求，避免因温度原因影响商品品质。

在运输环节，天猫超市结合不同商品的特殊属性，制定商品包装要求与运输过程中的注意事项，并形成规则条款加以实施，使得商品在运输中的质量得到保证。如果销售的商品有温度存储要求，将按不同温区的变化，选择适宜的运输包装方案，确保运输中的商品质量安全。当商品在运输过程中出现脏污、破损等问题，天猫超市将与消费者协商进行补寄、换货、退货等补偿方式。

商品品质监测：天猫超市在内部定期检查的基础上，还会参考销售商品的风险监测及用户反馈，对供应商进行不定期飞行检查或邀请外部第三方机构抽检，保障商品品质安全。

异常商品处置：当通过商品抽检、售后回访等方式，确认已销售商品存在质量问题，天猫超市会依据《天猫超市商品质量风险分类及违约处罚规范》《天猫超市消费者售后总则》的处置流程，对商家采取下架商品、清退商家²等惩罚措施，并为消费者提供退货退款等售后补救行动。当发生生产商召回事件或内部评估需召回商品时，天猫超市将依据《天猫超市食品追溯与召回制度》《天猫超市消费品追溯与召回制度》启动召回流程，以减少和避免不安全食品和消费品带来的潜在危害。2025 财年，天猫超市未发生商品召回事件。



2. 天猫超市把合作的供应商与商家统称为“商家”



饿了么持续推进食品安全体系

饿了么在 2022 年确定的“放心点、准时达”战略下，提出“放心消费、开心体验、暖心相助，三心创造美好生活”的 ESG 理念。

饿了么不断完善内部管理举措，积极发动平台优势，通过与商家、消费者等第三方合作，共同提升食品安全水平。

商家准入管理

饿了么依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等法律法规，制定包括《饿了么食品安全管理规范》《外卖送餐服务食品安全管理规范》等在内的一系列食品安全制度。所有规则可从饿了么规则中心查看。

在准入管理上，饿了么要求商家必须具备线下实体店铺，并确保实际经营地址与营业执照及食品经营许可证上载明的地址保持一致。商家的经营范围不得超过食品经营许可证核定的范围。如有商家违反相关规定，饿了么将对其执行相应的处置，包括但不限于整改或下线平台店铺。

在商品发布上，我们要求商家对商品的描述需真实、准确、完整。

商品品质管理与监测

在餐饮商家管理环节，饿了么积极推进“互联网+明厨亮灶”项目。2025 财年，饿了么对商家后厨食品安全隐患进行分析的 AI 识别技术持续升级，有效识别后厨可能存在的安全隐患。饿了么在 APP 上新增消费者互动功能，用户可实时查看参与“明厨亮灶”的餐饮商家后厨操作情况，并通过点赞或问题反馈按钮参与监督，助力提升食品安全透明度。

在配送环节，饿了么要求骑手正确穿戴工作服、头盔等装备，确保衣着整洁。要求骑手对外卖配送箱（包）进行清洁消毒工作，确保配送工具安全、无害且干净整洁。

饿了么每年还定期或不定期实施餐品抽检和商家门店审核。

在商家的食品安全意识和能力提升方面，饿了么设有“E 食无忧”培训项目，涵盖十项食安培训课程。

异常商品处置

如若通过商品监测、抽检等方式识别出确实存在商品质量问题，饿了么会做商品下架、删除等处置，对商家采取警告、暂停营业或永久关闭平台店铺等处罚措施。

消费者如发现餐品存在食品安全问题，可通过客服热线、在线客服系统等渠道投诉。对于消费者反映的严重食品安全问题，饿了么发起食安售后主动服务，主动致电联系用户，提供退单和理赔等售后服务。2025 财年，饿了么食安售后主动服务的售后满意度为 90.5%。

同时，饿了么建立食品安全应急处置机制，持续强化应急能力和体系，明确风险预警监测、风险分级、处置流程和应急保障等相关措施，依法配合市场监督管理等相关部门，根据具体情况积极做好处置工作。

提升服务品质

我们在用户核心体验上加大投入，在售前、售中和售后等环节保障消费者的购物体验，营造放心、便利的消费环境。

售前

售中

售后

做好营销合规，构建一个信息真实的购物环境

我们的电商交易平台遵守《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等运营所在地的法律法规，制定《阿里妈妈³营销合规政策》《阿里妈妈违规行为管理规范》《全球速卖通卖家基础规则（营销规则）》等平台规则，以规范广告推广活动。

规则制定与准入管理

我们的电商交易平台制定了清晰的规则，明确对需发布广告的商家资质和内容推广的规范提出要求。

商家参与商品推广之前，平台会根据相应规则对商家的资质以及推广信息做合规性扫描和审核。为高效处理大规模的审核需求，同时又能有效控制风险，平台建立了分层审核的模式，基于内部的风险分层模型和历史风险样本等信息执行不同的审核策略，包括机器自动审核、人工审核等。

商品推广信息的监测

商家发布推广信息后，平台将实时监测并排查潜在违规内容。平台的智能工具可快速识别文字、图片、短视频及直播中的违规内容；如发现风险，将立即启动风险处理程序，并由人工做二次审核和确认。经核实的违规行为，平台将通知商家整改。

投诉与沟通

我们的电商交易平台设有便捷的投诉举报渠道，及时受理并处理用户关于违规广告的反馈。对于经核实的违规行为，平台将优先保护消费者权益，采取包括退货、赔偿等在内的补救措施，并对违规商家及相关责任人进行处罚和教育。同时，平台定期复盘投诉数据，总结经验，持续优化管理机制，防范相关违规事件再次发生。

持续优化评价体系， 提供一个公开透明的购物环境

我们的电商交易平台为消费者提供便捷的评价工具，并通过综合分析消费者反馈，构建商家和商品的评价体系，为消费者决策提供有力支持。

淘宝平台从商品质量、物流速度和服务保障三个维度评估商家的综合服务水平，并生成店铺体验分。评估指标包括商品品质、发货速度、到货时长、退款速度、售后解决、客服回复和真实评价七项指标。店铺体验分以五分制形式展示于店铺首页和商品详情页，帮助消费者更直观了解商家服务质量。

提升售后服务水平， 构建放心的购物环境

售后服务是服务品质的重要一环。淘宝天猫平台发布了《淘宝平台争议处理规则》，明确买卖双方发生争议时的处理程序；发布了《淘宝网卖家客户服务规范》《天猫商家客户服务规范》，引导商家提供高效、优质的客服咨询服务。平台还制定了《咨询客服服务规范》《投诉客服处理规范》等系列规范，规范客户服务标准。

当消费者需要平台客服介入售后纠纷，或对客户服务提出投诉时，可通过平台服务入口提交问题或反馈。平台将依照服务规范第一时间响应并受理。消费者可对服务过程和结果进行满意度评价和监督。平台还制定了客户服务质量检测标准，并通过关键词识别和智能算法对客服的服务过程进行抽检评估，如发现异常，将立即安排其他客服重新介入，确保用户问题得到有效解决。

2025 财年，淘宝天猫平台用户投诉率为 0.023%。

3. 阿里妈妈可将淘宝天猫平台上的商家的推广需求与阿里巴巴旗下及第三方媒体资源进行合适的匹配，这些推广需求的合规审查由阿里妈妈负责执行

营造包容健康的数字生活

在数字化时代，阿里巴巴持续优化产品和服务能力，致力于构建包容、健康的数字生活环境。

无障碍的数字服务

适老的数字服务

未成年人保护

无障碍的数字服务

美好数字生活，一个都不能少。我们将无障碍建设融入到产品和服务中，以实现人人平等享受数字生活便利性的美好愿景。



消费无障碍

为保障视障用户的浏览和购买体验，我们将淘宝 APP 上的文字和图片转化为语音，并不断优化页面信息的读取与交互。2025 财年，无障碍功能改造覆盖的页面和产品范围持续扩大，淘宝智能客服店小蜜已完成无障碍功能改造，并获得信息无障碍标准符合性证书。2025 财年，淘宝 APP 已为超过 22 万名视障人士提供服务。

除此之外，淘宝将“无障碍问题检测”嵌入前端开发流程，将无障碍功能改造前置化。2025 财年，前端无障碍问题检测针对朗读文本缺失和焦点分散两处常见易

错点共检测出 207 处问题，并借助 AI 辅助技术高效完成全部修复。

淘宝平台建立了多元的用户需求沟通渠道和产品持续迭代机制，通过线上用户群和线下活动收集残障人士的用户反馈，并将其纳入产品功能优化流程。2025 财年，淘宝平台共收到 130 条关于无障碍产品体验的有效反馈，绝大部分已完成修复，剩余问题也正持续推进解决。

饿了么 APP 为视障用户提供读屏功能，让他们也能轻松购买美食。为推动无障碍环境建设，饿了么联合商家连续三年举办“无障碍免单节”，该活动为符合条件的视障用户提供餐饮订单红包优惠。



出行无障碍

2022 年 11 月，高德地图上线“轮椅导航”功能，在导航时可避开台阶、陡坡，优先规划设有无障碍设施的路线，方便残障人士出行。截至 2025 年 3 月 31 日，轮椅导航已在 69 个城市上线。2024 年 7 月，高德地图上线“视障导航”，适配旁白功能，优先规划盲道路线，并结合路口提示、红绿灯倒计时提醒等功能，辅助视障人士安全出行。2025 财年，高德提供超 1 亿次无障碍路线规划和视障导航。

超 1 亿次

高德提供无障碍路线规划和视障导航

文娱无障碍

优酷为视障人士提供优质无障碍视听内容。截至 2025 年 3 月 31 日，无障碍视听作品已超 9,000 部（集）；2025 财年，播放次数超 240 万次。

优酷举办多场无障碍文娱线下活动

2025 财年，优酷围绕视障用户开展了多场无障碍文娱线下活动。2024 年 9 月，无障碍剧场乡村公益行为近百个乡镇和农村地区的残障人群和老年人提供无障碍观影服务。2024 年 10 月，阿炳杯盲人器乐独奏大赛吸引三百余名视障人士展现音乐才华。2024 年 12 月，《窗前明月，咁！》无障碍公益专场首映礼邀请影片主创团队与视障观众交流互动，分享观影体会。

健康无障碍

视障人士往往难以像普通人一样，方便地去医院接受医疗服务、且在日常生活中难以及时观察到身体异常现象并进行干预。2024 年 12 月，阿里健康与阿里巴巴公益联合中国盲人协会、慈铭体检等机构启动“助盲体检”公益项目，以帮助视障人士更好面对健康挑战。截至 2025 年 3 月 31 日，该项目为超过 450 名视障人士提供涵盖血脂、肿瘤筛查等在内的定制免费体检服务。

甲基丙二酸血症和丙酸血症是罕见病之一，它们的患儿被称作柠檬宝宝，需依赖特殊医学用途配方奶粉（简称“特医奶粉”）维持生命。由于全球特医奶粉

的供给有限，且过去国内没有自主产品，患儿家庭往往需付出较高的成本从海外采购奶粉，同时面临断货风险。2023 年 9 月，阿里巴巴公益、阿里健康联合公益机构发起“柠檬宝宝关爱行动”，设计“以需定供”模式，带动爱心企业进行特医奶粉保供。截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计投入超 740 万元，通过特医食品援助、诊疗援助和多学科支持等方式累计援助 592 人。该项目获得人民网 2024 健康中国创新实践案例、第五届健康公益与 ESG 创新“奇璞奖”等荣誉。



适老的数字服务

从老年人的实际需求出发，我们通过推进适老化改造，持续为老年群体提供周到、便捷、高效的数智化服务。

淘宝的适老化改造

2022 年，淘宝 APP 开始适老化改造，推出了“长辈模式”，通过简化信息、放大字体提升可读性和语音助手辅助等方式，解决老年用户“不会逛”“不会搜”等使用难题。



饿了么持续拓展老年助餐计划

饿了么与各地有关部门合作，为各地政府开办的社区食堂提供专业配送服务，解决困难老人因行动不便及送餐效率较低导致的用餐问题，提升老年人的居家养老体验。截至 2025 年 3 月 31 日，饿了么定制的“助老 e 餐”数字化解决方案已在 6 个城市落地，与当地民政部门合作为困难老人提供送餐上门服务。



未成年人保护

为了营造安全健康的网络环境，淘宝天猫平台积极遵守《中华人民共和国未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》等相关法律法规的规定，持续完善未成年人保护机制，保护、引导未成年人健康成长。

淘宝平台于 2023 年上线了“未成年人模式”功能。在该模式下，淘宝为未成年人提供适合的优质内容，屏蔽不适合未成年人浏览或者购买的商品，关闭直播打赏、充值付费等服务，并为监护人提供时间管理、权限管理等管理手段。此外，在未成年人模式下，淘宝还默认关闭陌生人私信功能，为未成年用户提供便捷的屏蔽陌生用户或特定用户的设置选项。

淘宝天猫平台在商品信息和营销推广的管理上，均加入未成年人保护的视角。在规则制定与商品准入管理中，明确划定对未成年人身心健康有危害的商品信息的相关标准，并严格进行内容审核，从源头屏蔽该类商品和信息。在监测环节，组建专业的商品审核团队，利用智能算法与人工审核相结合的方式，对涉及未成年用户的商品描述、图片、视频等内容进行 24 小时监测，确保未成年人在浏览和购买商品时免受有害内容干扰。同时，平台设立专门的未成年人举报专区，在商品页面建立便捷的举报入口，鼓励用户对可能危害未成年人的不良内容进行举报，审核团队在接到举报后会第一时间处置违规内容。

此外，阿里巴巴明确规定未满十四周岁未成年人的个人信息属于敏感信息管理范畴，在采集、存储、使用等方面的规范中均需满足一定的要求，例如，有必须采集的场景，需单独告知目的并取得监护人同意，禁止以自动化决策方式向未成年人进行商业营销等。



绿网计划

互联网平台存在非正常搜索，涉及黄赌毒、野生动植物交易、自杀（抑郁）用品消费、沉迷类游戏交易等敏感内容。作为电商平台，我们有义务确保交易不被滥用，正面引导非正常搜索。

2020 年，淘宝平台启动绿网计划，系统性治理平台上的非正常搜索行为。通过技术手段结合公益引导，推广科学、安全、健康、文明、环保的消费理念。该计划重点关注守护生命健康、野生动植物保护、未成年人保护、人身公共安全和个人信息安全五大领域。2025 财年，超 5,100 万次非正常搜索被自动转化为公益宣导教育界面，对用户行为进行有效引导。

绿网计划针对“未成年人模式”进行特别引导，将违禁搜索词覆盖范围进一步扩大，涵盖烟草、赌博、自杀、抑郁用品交易等。对涉嫌未成年人发起的非正常搜索，平台将引导其至绿网计划普法宣导页面，呼吁其参与公益行动。

社会

共建数智平台服务企业客户

企业、消费者和平台三者之间是一个相互依存、共同发展的生态系统。数字技术的快速发展和人工智能技术的突破性进步正驱动着前所未有的产业变革，深刻重塑着人们的生活方式，并持续革新企业的经营模式。阿里巴巴的使命是“让天下没有难做的生意”。企业一直是我们的重要客户之一。我们有责任大力投入科技创新，并将数字技术、人工智能和实体经济高度融合，促进更安全、更开放的产业数智化升级，帮助企业客户实现可持续发展。

本章

发展负责任的科技

发展健康可持续的电子商务平台



共建数智平台 服务企业客户

发展负责任的科技

约 **21,000** 项

全球授权专利约 21,000 项



超 **100,000** 个

基于 Qwen 模型家族在 Hugging Face 上开发的
衍生模型数量累计超过 100,000 个

超 **177** 万家

为中小微企业提供多种 AI 工具。在钉钉平台上，使
用人工智能的企业和组织月活量超过 177 万家

全球第三

2024 年，阿里巴巴重要模型贡献度被
评为全球第三



超 **52,000** 个

开源平台魔搭社区已有超 52,000 个开源模型
供开发者使用和下载



超 **80%**

ISO9001 质量管理体系认证覆盖
了超 80% 的阿里云公共云产品



发展健康可持续的电子商务社区

超 **137** 万项

淘天集团知识产权保护平台已保护超过
137 万项的知识产权权利

超 **77** 万项

阿里国际数字商业集团知识产权保护平台
已保护超过 77 万项的知识产权权利



超 **24** 万个

全球有超过 24 万个卖家通过 Alibaba.com
触达来自超 190 个国家和地区的超 4,900 万
名买家

94%

淘宝天猫活跃商家中，94% 是中小微商家

超 **31** 万个

已有超 31 万个产业带工厂在内贸批发交易平台
1688.com 开店



策略与路径

数字科技平台应当秉持创新、开放、可靠、可信、可持续的发展理念，持续为客户创造商业价值。

我们重视创新。一方面，我们持续加大自身的研发投入，推动云计算、人工智能等核心技术发展；另一方面，我们致力于构建完善的知识产权保护体系，切实保障平台上商家的创新成果，维护健康的创新生态。

开放是平台经济和科技的本质属性。基于广泛连接和低参与成本的特性，多元的开放平台生态可实现更高效的资源配置和价值创造。阿里巴巴始终与平台上的商家携手服务广阔的消费市场，正是商家的深度参与铸就了今日备受客户青睐的阿里巴巴。科学技术的发展具有显著的网络效应和分布式特征。科技不会由单一主体突破，而是通过多元参与、跨领域协作的分布式网络持续演进。在人工智能时代，我们坚信开源技术和开放的技术生态能够提升创新效率，加速社会智能化进程。

构建可靠、可信的技术与商业环境。我们致力于打造值得信赖的平台体系，为所有生态参与者提供稳定、安全的成长空间。



发展负责任的科技

科技是阿里巴巴一以贯之的基石。我们对技术先进性的追求始终不变，并坚定认为发展先进技术是为了承担更大责任，创造更大价值。

推进科技创新

推动开放的科技

建设可靠可信的云计算

推进科技创新

阿里巴巴持续投入技术研发，鼓励创新。截至 2025 年 3 月 31 日，获得全球授权专利约 21,000 项。

阿里云在多个评级中，被认可为公共云产品的首选云服务提供商。阿里云在 Gartner® 2024 云数据库管理系统和容器管理两个魔力象限™中均获评为领导者，成为连续且唯一获评此象限的中国公司¹。在《The Forrester Wave™:Public Cloud Platforms,Q4 2024》报告中，阿里云是唯一获评为“领导者象限”的中国公司。

在人工智能大模型的研发方面，通义千问模型在多项测评中取得了优异的成绩。2025 年 2 月，通义千问 Qwen2.5-Max 模型版本在 Chatbot Arena 评测中综合排名前十；在数学与编程能力细项方面，排名第一。2025 年 3 月，通义千问推出的推理模型 QwQ-32B 在全球公认的基准测试中表现出色。2025 年 4 月，我们发布 Qwen3 系列——新一代混合推理模型，将快速、简洁响应和更深层思维链推理能力整合于单一模型中。Qwen3 系列覆盖全尺寸，包括两款 MoE（混合专家）模型和六个稠密模型。旗舰混合专家

模型 Qwen3-235B-A22B 拥有 2,350 亿参数，但仅激活 220 亿参数，在代码生成、数学、通用推理能力等基准检验中实现高效率和全球领先的性能表现。小型模型，包括稠密模型和轻量级 MoE 模型 Qwen3-30B-A3B，专为开发者和企业易于采用而设计，以更低成本实现强劲性能。2025 年 4 月，斯坦福以人本人工智能研究院发布了《2025 年人工智能指数报告》。该报告显示，2024 年，阿里巴巴重要模型贡献度位列全球第三。



2024 世界互联网大会乌镇峰会上，通义开源大模型被评为

2024 中国互联网企业创新发展十大典型案例

人工智能合作创新

阿里巴巴通过与全球高校及学术机构开展深度合作，加快推动科技创新。2024 年 5 月，我们与上海交通大学电子信息与电气工程学院共同成立人工智能与系统联合实验室。2024 年 9 月，我们与新加坡南洋理工大学成立全球数字可持续发展企业实验室，围绕人工智能技术的应用，开展绿色云计算、高效算法、可持续消费等领域的研究，同时培养兼具数字技术能力与可持续发展视野的复合型人才。2024 年 11 月，我们与香港科技大学成立阿里巴巴大数据与人工智能联合实验室，就人工智能和大数据等新兴技术开展研究协作。

1. 免责声明：Gartner 并未在其研究报告中支持任何供应商、产品或服务，也并未建议科技用户只选择该等获最高评分或其它称号的供应商。Gartner 的研究报告含有 Gartner 研究与顾问组织的意见，且该意见不应被视为事实陈述。就该研究报告而言，Gartner 放弃做出所有明示或默示的保证，包括任何有关适销性或某一特定用途适用性的保证。GARTNER 和 MAGIC QUADRANT 是 Gartner, Inc. 和 / 或其关联公司在美国和国际上的商标，经许可使用。保留所有权利

推动开放的科技

我们是开源技术和技术开放生态坚定的信仰者和推动者。阿里云致力于成为“AI 时代最开放的云”。我们持续推动技术开源来繁荣生态，为更多的人创造更多的可能性。

我们开源的五大主要领域有 AI、云原生、大数据、数据库和操作系统，并推出了多个开源项目。2025 财年，我们致力于推进 AI 技术的发展，并扩大我们的开源计划。

截至 2025 年 3 月 31 日，通义千问已开源了一系列模型，涵盖语言模型、多模态模型、数学模型和代码模型，并支持 29 种语言。截至 2025 年 3 月 31 日，基于 Qwen 模型

开发的衍生模型在 Hugging Face 平台累计超过 100,000 个。我们相信通义千问系列已成为全球衍生模型数量最多的 AI 模型家族。

我们还积极建设模型生态，推动 AI 的开放发展。2022 年，我们联手中国计算机学会开源发展委员会共同推出 AI 模型社区“魔搭”（ModelScope）。在这个社区，模型生产者上传模型，其他企业或者开发者可自由下载这些模型做二次开发使用。截至 2025 年 3 月 31 日，魔搭社区已有超 52,000 个开源模型供开发者使用。

建设可靠可信的云计算

技术要服务好客户，首先须获得各方的信任和支持。

关注产品质量

云智能集团遵循《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，已发布《云智能集团稳定性管理制度》《阿里云产品上市流程与规范》《阿里云产品退市流程与规范》等规范与制度来保障云产品的质量管理。

截至 2025 年 3 月 31 日，ISO9001 质量管理体系认证覆盖了超 80% 的阿里云公共云产品²。

管理架构

阿里云构建了一个多团队协同的产品质量管理组织架构。产品管理部负责制定产品生命周期管理标准。稳定性团队负责制定稳定性标准和规范，并监督执行。研发管理团队负责产品功能的设计、开发以及测试。客户服务团队负责收集客户对产品质量问题的使用反馈及意见。



超 100,000 个
在 Hugging Face 平台，基于
Qwen 模型开发的衍生模型累计数

超 52,000 个
魔搭社区的开源模型数量

2. 该数字的统计范围为 2025 年 3 月 31 日当天仍处于在状态的公共云产品

产品质量管理

阿里云始终把客户的需求放在首位，在产品上市、在市、变更、退市的全生命周期不断改进产品质量管理体系，努力为客户提供稳定可靠的服务。



产品上市

需求分析及
设计阶段

阿里云深入了解客户需求，形成产品需求文档。同时，在产品规划和设计之初，引入技术架构审核，以确保新研发的产品不会与现有产品产生技术架构冲突。技术架构评估一般从一致性、可用性两方面进行，包括整体架构的依赖关系，避免单点故障的高可用性设计以及确保功能的稳定性和持续可用性。

开发与测试
阶段

采用自动化测试及人工测试相结合方式来保障产品质量管理标准。其中自动化的单元测试（UT）及集成测试（IT）帮助确保代码及模块间交互质量，并满足系统兼容要求。端到端功能测试和回归测试保证功能符合设计要求并能够向前兼容。用户验收测试（UAT）则从用户角度出发，确保功能的实用性和易用性。

产品上市
审核

产品上市之前，阿里云需要完成预审、邀测、公测和终审。预审阶段主要由产品负责人、产品管理部和专业职能团队来评估是否已达到上市要求。邀测阶段，前往客户现场听取反馈。公测是面向市场的公开测试。终审阶段，主要审核包括技术架构与安全、合规、产品稳定性、产品故障预警机制在内的多项产品能力，并衡量产品的可用性、稳定性和安全性指标。产品审批通过后，服务等级协议 SLA 将成为对客户承诺的一部分。



在市管理

产品上线后，阿里云还会持续监测云产品的运行指标。当指标违反阈值时，阿里云会发起报警通知，并通过自动化系统或者人工的方式定位根因，同时采取应急恢复措施。阿里云建立了分层分级的应急处置机制，利用自动化平台加速故障排查与恢复，确保服务稳定性和高效应急响应。



产品功能变更

针对已上线产品，功能变更时需要在变更管理系统报备，完成变更流程。同时评估该项变更是否会对客户产生影响，以确定是否需要提前通知客户，告知风险，并提供相关保障方案。



产品退市

阿里云重视产品退市的标准化流程与客户的沟通机制。退市前，阿里云需在产品官网发布公告，提前向客户告知退市的产品、下线时间以及影响等，并提醒客户进行内容留档。在产品退市过程中，阿里云会实施分阶段（EOM 停止新购 -EOFS 停止续订 & 更新 -EOS 停止服务）的退市操作，尽量降低对客户业务的影响。



风险防范和改进

阿里云通过故障注入测试，主动引入如断网、宕机等模拟故障，以验证系统的监控报警机制和自动恢复功能是否有效；通过定期压力测试，确保系统能够在预期负载下正常运行，并验证自动扩展、流量限制和降级策略的有效性。这有助于保证系统即使在高峰时段也能稳定运行，同时能快速响应异常情况。

阿里云定期审查系统中可能存在的单点故障、跨区域通信问题以及使用了有隐患的规格或版本等风险因素，以提前做好风险管理。

阿里云还会结合故障案例，开展深度分析，识别潜在隐患，并制定相应的预防改进措施。

培训

阿里云重视提升员工质量管理意识。阿里云为与稳定性保障工作息息相关的产品、技术和运维相关人员提供专门的培训。该培训共设置 11 门课程，包括《阿里云稳定性保障体系介绍》《系统运行安全生产组织架构》《应急 & 故障等级定义》等。2025 财年，参与培训的员工人数超过 1 万名。阿里云还在部分岗位的新人培训中引入了产品管理培训课程。2025 财年，阿里云共组织了 32 场和产品管理相关的新人培训。



超 10,000 名

阿里云参与稳定性培训的员工人数

提升客户服务体验

阿里云制定了《阿里云产品服务协议》《阿里云用户协议》等规则，可在官网公开查询，以公开化、透明化的方式约定了客户服务内容，有效保障客户知情权、选择权及隐私权等权益。同时，阿里云制定《阿里云售后服务团队质检标准》《阿里云售后服务团队违规处罚机制》等内部制度，明确客户服务人员的工作标准与规范，提高客户售后服务体验。



管理架构

阿里云设立客户服务团队，响应客户通过热线、钉钉等多渠道提出的请求；设有高级技术专家团队，回应客户提出的技术问题；针对一些复杂问题，阿里云还配置技术领域的专属VIP 售后，提供专业的技术解决方案。

客户咨询与反馈渠道

阿里云重视客户咨询，并积极给予反馈。

阿里云为客户提供 7x24 小时的多种服务渠道，涵盖在线客服、电话、钉钉等方式。同时，阿里云上线了智能问答系统以及自动诊断工具，为客户提供便利的问题自助解决渠道。若客户无法通过自助渠道解决问题，可选择转接人工客服。此外，阿里云在客服的工作平台上部署了智能辅助系统，能帮助客服快速解析用户咨询内容，为他们提供处理步骤及相关解决方案的建议，提升客服团队问题解决效率。

阿里云在官网推出「聆听」平台，积极收集客户对产品、服务、官网等方面的建议，并对建议进行评审以评估是否采纳。客户也可通过「聆听」平台便捷查询历史建议的状态。「聆听」平台还公开了客户建议的三种状态，包含“评审中”、“已采纳”、“已实现”³。客户所提出的建议如被采纳，可获得一定的奖励。这进一步提高了客户反馈积极性。

2025 财年，阿里云收到的客户投诉量为 14,437 次⁴。

服务质量跟踪与评估

为进一步提高客户服务质量，阿里云通过智能检查和人工抽检的方式，对客户服务质量进行审查。如发现存在不足之处，则向相关的客户服务人员推送改进清单，推动服务质量问题的改进落地。同时，根据《阿里云售后服务团队质检标准》，阿里云从服务规范、服务意识、服务能力等各方面对客服人员进行评分，并根据评分结果为客服人员制定针对性改进方案并督促落实，持续提升服务水平。

阿里云高度重视客户的声音，通过 NPS 问卷调查，主动收集客户在售前、流程、产品、交付、售后等各个环节的体验反馈。阿里云对调查结果中低评分项目进行深入分析和核实，积极与客户沟通寻找问题背后的具体原因，并将其作为持续改进产品和服务的重要依据，推动产品及用户体验优化。

3. 已实现意味着已根据该建议完成产品改进工作
4. 此处的统计范围为阿里云中国区业务接收的客户投诉

钉钉赋能企业办公和管理的数智化升级

钉钉是国内领先的智能协作办公平台及企业管理平台，为企业和组织提供全新的工作、分享和协作方式。钉钉为企业协作提供一套全方位的解决方案，包括实时通信，组织管理和各种网络协作工具，例如办公自动化（OA）、人事管理、云文档等。

通过钉钉平台，企业还可以便利地访问丰富的应用程序，包括由第三方服务商提供的应用程序。此外，钉钉还推出一个低代码开发平台，使企业能够以更方便、更具成本效益的方式开发定制解决方案。截至 2025 年 3 月 31 日，通过钉钉平台开发的“低代码”软件累计超过 1,100 万个。

2025 财年，钉钉基于阿里巴巴通义千问大模型系列，推出全线 AI 产品及智能助理，助力企业高效部署 AI 技术应用。此外，还与 MiniMax、月之暗面、智谱 AI、猎户星空、零一万物等模型提供方，共同为企业客户提供智能化转型工具。截至 2025 年 3 月 31 日，在钉钉平台上，使用人工智能的企业和组织累计超过 570 万家。2025 财年，使用人工智能的企业和组织月活量超过 177 万家。

超 570 万家

在钉钉平台上，使用人工智能的企业和组织累计数量

超 177 万家

在钉钉平台上，使用人工智能的企业和组织月活量



发展健康可持续的电子商务平台

我们的电商业务是技术的实验场和落地应用。作为平台，我们致力于将技术和商业结合，让技术为商业服务，为更广泛的企业服务。同时，我们致力于营造公平、友好的经营环境，为各类商家提供平等的发展机遇和成长空间。

提供数智化商业能力

建设公开公平的经营环境

保护知识产权，维护创新

推动多元的电商社区

提供数智化商业能力

各类商家选择淘宝天猫，不仅因其庞大的用户基础，也看重其消费者洞察与技术赋能。淘宝天猫通过帮助商家实现运营数字化、消费者互动与留存、品牌认可度提升、产品创新、供应链管理及经营效率优化，持续推动商业数字化转型。淘宝天猫还提供一站式品牌营销解决方案，助力商家高效获客、推广新品并提升转化率。2025 财年，我们推出 AI 驱动的全域营销工具“全站推广”，具备智能竞价、智能定向和可视化数据看板功能，通过提升营销效率为商家创造价值。

经营风险解决方案——营商保

营商保是淘宝天猫平台面向商家免费开放的一站式经营风险解决方案产品，可助力商家合规经营、化解经营风险。

营商保可支持商家商品合规自查，2025 财年共完成 4,200 万次商品自查。营商保也具备风险识别能力，就潜在的合规风险向商家预警并提出修改建议。2025 财年，营商保通过主动预警成功使 208 万名商家避免违规。

营商保还可以帮助商家化解一定的经营风险。譬如，通过延迟发货赔付豁免等手段来保障商家免受一些恶意行为带来的风险。2025 财年，营商保恶意行为应对工具成功化解了 1,610 万次风险攻击。

营商保



交易
风险防控



商品
风险防控



评价
风险防控



行政、司法类
风险



店铺
风险防控

建设公开公平的经营环境

我们重视打造公开、公平的市场环境。我们的电子商务平台会公开服务协议和交易规则信息，方便商家便利、完整地阅读和下载。

淘天集团制定《淘天集团竞争合规管理制度》，明确反垄断和反不正当竞争问题的原则和要求。同时，定期监测政策、法律法规等外部环境的更新要求，来对内部制度的相关条款开展研究判断并做适时调整。

淘天集团建立完整的竞争合规风险管理流程。在业务开展之前，淘天集团设置了合规评审流程。只有通过合规评估，才可以启动业务。在业务开展过程中，淘天集团上线算法模型，可通过扫描来识别竞争合规相关风险，疑似的风险事件会直接通知相关法务合规团队参与风险预判，必要时做及时处理和调整；一旦发生风险事件，淘天集团会成立工作小组来启动调查并做出相关处置；事后，工作小组深入分析事件根源，并要求相关的部门制定预防机制，从源头加强风险管控，以避免此类事件的再次发生。

淘天集团建立内外部举报渠道，商家可通过营商保反馈、投诉与反垄断和不正当竞争相关的问题。此外，淘天集团在淘宝、天猫的官网设立了公开的邮箱来接收各个利益相关方的投诉。

淘天集团重视提升竞争合规意识。2025 财年，淘天集团对员工发起了竞争合规考试、线下培训、线上直播等多种形式的合规测试及培训。



淘宝反不正当竞争举报邮箱：
Taobao-tousu@Alibaba-inc.com

天猫反不正当竞争举报邮箱：
Tmall-tousu@Alibaba-inc.com

保护知识产权，维护创新

保护知识产权就是保护创新。淘天集团和阿里国际数字商业集团均设立了专门的知识产权工作团队来保障权利人的合法权益，维护健康的电商商业环境。

构建知识产权保护体系

我们的电商交易平台制定了清晰的商家管理规则，包括《淘宝网市场管理与违规处理规范》《天猫市场管理规范》《全球速卖通知识产权规则》等，明确要求商家不能侵犯他人知识产权，并列出了相应的违规处理措施。平台会对于侵权信息或者商品采取移除、下架、删除等处置措施。

淘天集团和阿里国际数字商业集团均为权利人提供了投诉平台，分别是淘天集团知识产权保护平台和阿里国际数字商业集团知识产权保护平台，提供包括商标权、著作权、专利权在内的知识产权保护。该平台具备接受投诉、申诉反馈、通知各方等功能。

截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集团知识产权保护平台权利人入驻量约 78 万⁵，已保护超过 137 万项的知识产权权利⁶。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里国际数字商业集团知识产权保护平台已有超 21 万权利人成功入驻⁷，已保护来自 118 个国家和地区的超过 77 万项知识产权权利⁶。

此外，淘天集团和阿里国际数字商业集团通过品牌方提供的侵权特征，再结合算法、模型以及侵权案例，不断提升主动识别防控能力，以减少侵权商品和事件的发生。

阿里巴巴原创保护平台

阿里巴巴原创保护平台为商家在淘宝天猫平台上首发的图片、短视频、创意设计等原创作品提供备案和维权。该平台通过图像水印、短视频水印技术可以将原创图片、短视频“盖戳”存证，原创商家遭遇侵权时可实现一键维权。

截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴原创保护平台已累计保护超 8.9 亿张图片⁸，超 1.5 亿条短视频，超过 93 万份设计手稿⁹。阿里巴巴原创保护平台累计帮助超 96 万个原创商家保护作品，涵盖图片、短视频、设计手稿等多项内容。

提升合规意识

培训和辅导是预防知识产权侵权的重要途径。淘宝天猫平台通过图文、短视频、直播等形式，向商家传递合法合规经营理念，厚植创新氛围，并引导商家尊重和保护知识产权。2025 财年，淘宝天猫平台重点向商家宣传淘天集团知识产权保护平台、侵权的常见场景以及商家正确应对侵权投诉的方式方法。阿里国际数字商业集团向商家和相关工作人员开展培训。2025 财年，定期推出规则速递、规则课程等培训内容。

推动多方共治

2017 年，阿里巴巴打假联盟（AACA）成立，致力于用合作与对话方式，联合多个利益相关方共同关注和解决重要的知识产权问题。该联盟希望通过阿里巴巴的技术，结合权利人的品牌知识、行业特征等手段来共同治理假货。截至 2025 年 3 月 31 日，累计有超 1,200 个品牌加入该联盟。

自 2020 年开始，AACA 推出知鹰奖，为最佳合作实践颁奖。2024 年 AACA 大会暨知鹰奖于 12 月在广州召开。此外，为提升消费者认知，我们持续运营“快闪博物馆”项目和“萌萌今天鉴点啥”短视频栏目，倡导尊重知识产权、鼓励创新。

阿里国际数字商业集团与国际反假冒联盟（IACC）、韩国知识产权保护局（KOIPA）等相关机构或组织建立多元合作，共同保护知识产权。2024 年 5 月，速卖通与 KOIPA 签署了谅解备忘录，以加强在知识产权保护方面的交流与合作。此外，速卖通加入了由 KOIPA 和韩国知识产权局（KIPO）运营的韩国反假冒委员会，并积极参与支持他们的执法行动。



5. 该数据的统计口径为淘天集团知识产权平台的投诉账号

6. 该数据的统计范围为截至 2025 年 3 月 31 日，仍处于有效期的知识产权权利

7. 该数据统计口径为权利人名称

8. 由于阿里巴巴原创保护平台的某个工具停止使用导致本财年的统计口径和上财年有所差异，即不包含该下线工具保护的图片数

9. 设计手稿的统计口径范围仅包括淘宝和天猫平台，图片和短视频的统计范围包括淘宝、天猫和 1688.com

推动多元的电商社区

平台连接着大量的消费者，他们每天购买和使用不同的商品与服务，需要广泛多元的商家共同参与。

支持多元化商家

我们持续吸引和鼓励多元的群体在平台上探索商机。

“万能的淘宝”吸引着不同类型的创业者积极参与其中，尤其是中小微企业。2025 财年，淘宝天猫年度活跃商家中，94% 是中小微商家。天猫致力于满足消费者对品质商品与优质购物体验的需求，已成为国际及本土品牌的首选合作伙伴。绝大多数在中国运营的国际一线品牌均已入驻天猫平台。2025 财年，淘宝和天猫还开展多项支持新商家的专项计划，并提供专门的培训、流量激励等服务。淘宝和天猫新增约 278 万个店铺。

天猫国际在全球多个地区举办招商专场活动以及开展新商家的专项运营计划，吸引和帮助全球的商家连接中国消费市场。

Alibaba.com 是综合型外贸在线批发交易平台，可帮助企业实现跨境销售。2025 财年，全球有超过 24 万个卖家通过 Alibaba.com 触达来自超 190 个国家和地区的超 4,900 万名买家。

综合型内贸在线批发交易平台 1688.com 致力于帮助产业带商家更好地连接市场。2025 财年，1688.com 为他们提供多元的经营模式和智能化升级的数字化工具。截至 2025 年 3 月 31 日，已有超 31 万个产业带工厂在 1688.com 开店。

助力非遗商品销售

为了让更多非遗商品触达消费者，淘宝天猫一方面通过淘宝手艺人业务和日常线上营销活动，持续增加这些商品曝光；另一方面提供免费的线上运营培训资源，让非遗从业者掌握电商运营技能，提升电商能力。



支持商家稳健成长

我们为商家提供电商入门及成长课程，确保不同需求的商家都能参与并受益。

淘宝天猫为商家提供免费的电商课程

淘宝天猫推出淘宝官方学习中心，为商家提供免费的电商运营课程。2025 财年，超 533 万人次通过学习中心参与了电商知识学习。

商家普法教育栏目--《合规最前线》

淘宝天猫面向商家推出普法教育栏目--《合规最前线》。该栏目定期邀请政策制定者和执法部门专家分享，主题包括隐私保护、反诈、合规经营和未成年人保护等的政策和实际案例。2025 财年，《合规最前线》产出普法内容 179 个，触达超 220 万商家，商家观看量约 429 万次。

社会

回馈社会和社区

阿里巴巴自诞生起，就在保持自身发展的同时积极应对社会挑战。随着在社会和社区中持续投入，我们也从中获得自身技术创新和商业拓展的机遇。与此同时，更好的社会发展与更繁荣的社区也进一步拓宽发展业务的市场空间。

本章

参与乡村振兴

应急救灾

科技助力解决社会问题

促进创业就业



回馈社会和社区

参与乡村振兴

34 位

将人才引进乡村，累计派出
34 位“乡村特派员”



2,300 名

“小鹿灯”项目累计援助 2,300
名重疾儿童

300 间

“少年云助学计划”累计捐建
300 间“云计算教室”，让全
国超 28 万师生拥有个人云电脑
账号



科技赋能解决社会问题

“2024 年改变世界的公司”

基于人工智能在 CT 影像多癌种筛查的应用，阿里巴巴入选《财富》
杂志“2024 年改变世界的公司”榜单的前十



促进创业就业

超 4,200 人

饿了么平台上活跃的
无声骑手超 4,200 人

全国残疾人工作先进集体

阿里巴巴公益基金会荣获“全国残疾人工作先进集体”
称号

人人参与的公益理念

209,086 小时

员工总志愿时为 209,086 小时

168,244 人次

员工自发成立的活跃公益幸福团
123 个，共推进 3,460 场活动，
带动 168,244 人次参与公益

超 4.3 亿人次

“人人 3 小时”公益平台参与用
户数超 1,033 万，公益行为数
量超 4.3 亿人次

超 4.5 亿

“公益宝贝”项目吸引到超 172
万商家和超 4.5 亿用户参与



策略与路径

融入商业发展、运用科技创新和推动参与者生态是可持续发展的必由之路。我们认为这也是回馈社会和社区的根本路径。我们致力于发挥科技创新和平台的机制，在商业中识别并抓住与应对社会挑战相结合的机会，将其作为共赢的驱动力。同时，我们坚持“人人可参与”的公益理念，推动员工、商家和各种社会力量参与其中，让善意在人与人之间传递。

我们正在一些重要领域，与各种组织合作，开展有针对性的项目，施加正面积积极的影响。主要涵盖：参与乡村振兴、保护绿水青山、助残扶弱、社会应急和科技赋能解决社会问题。我们还致力于在各个可影响的范围内创造创业就业机会，以助力推动社会的包容性。

保护绿水青山更多内容详见第二章第三节“助力建设绿水青山” ➤

助残扶弱更多内容详见第四章第二节“营造包容健康的数字生活” ➤



参与乡村振兴

城乡发展不平衡是全球共性问题，长期制约着区域协同发展。然而，乡村发展具有鲜明的地方特色，难以通过标准化方案实现突破。阿里巴巴在为此投入过程中，会充分考虑自身业务和当地优势资源的结合。经过多年探索实践，阿里巴巴构建了“乡村特派员”模式，通过选派企业资深员工深入部分欠发达县域，有机衔接业务资源与地方特色，从产业、人才、科技、民生这四个方向为弥合城乡差距努力。

➤ 产业帮扶

➤ 人才帮扶

➤ 科技帮扶

➤ 支持基础民生

产业帮扶

阿里巴巴依托平台商业生态和数字技术优势，重点发力农产品城乡营销渠道和盘活乡村文旅资源，为乡村产业升级提供新视角和新思路。



淘宝天猫开展公益直播

2025 财年，淘宝天猫平台依托“乡村特派员”县域驻点机制，结合当地特色农产品的季节性特点，全年持续开展公益助农直播。平台通过组织优质主播深入原产地，打造“田间直播间”，在促进农产品销售的同时，提升县域商家的电商运营能力和数字化水平。



“盒马村”的订单农业

盒马洞察消费趋势，将市场需求及时反馈给生产端，构建了“盒马村”以需定产的订单农业模式，推动当地农产品标准化、精细化、品牌化发展进程。截至 2025 年 3 月 31 日，盒马已在全国 29 个省（自治区、直辖市）建立 173 个盒马村，并且也拓展“盒马村”模式至海外。



飞猪持续推进“益起寻美数字攻略”

2025 财年，飞猪在多地开展“益起寻美数字攻略”项目。

在浙江省丽水，飞猪和当地文旅局合作，联合推出“秀山丽水来宠你”主题营销活动，以内容营销带动当地文旅消费；在广东省东莞，飞猪开发了数字攻略产品，通过“拍照攻略”和“活动日历”为用户呈现具有当地特色的“工业+文化+城市漫步”旅行体验；在浙江省嵊泗，飞猪打造了“文旅地图”。考虑当地游客中年轻游客和情侣游客多的特点，飞猪在“文旅地图”中特别设置了“拍照攻略”，结合美图引流和最佳机位教学，吸引更多的游客拍照打卡，增加曝光。

人才帮扶

人才是推动乡村发展的核心驱动力。阿里巴巴通过引进外部人才和培养本地人才相结合的方式，帮助乡村发展产业、带动就业，为当地的发展提供支持。



乡村特派员集体荣誉

乡村特派员模式在《中国慈善家》杂志主办的“2024 年度慈善盛典”获“年度责任品牌”

“阿里巴巴‘数字+’助力乡村可持续发展乡村振兴案例”获评“央广网企业社会责任优秀案例—乡村振兴示范案例”

乡村特派员个人荣誉

乡村特派员刘琳荣获“浙江省巾帼建功标兵”称号

人才引进乡村

我们沉淀了“以特派员制度为中心”的乡村振兴模式。该模式由我们派出乡村特派员，整合阿里巴巴、政府及其他社会力量，努力优化农业生产形式，提升农产品附加值，激发乡村经济发展活力。截至 2025 年 3 月 31 日，阿里巴巴累计派出 34 位乡村特派员，覆盖全国 29 个县域。

助力创造当地创业就业

阿里巴巴立足自身业务优势，积极探索适合乡村发展的模式，为当地创造更多创业就业机会。以“淘工厂”为例，这一模式有效激活了县域经济活力，激发了当地年轻人的创业热情，特别是帮助 95 后、00 后“厂二代”实现家门口创业。每新增一家接入“淘工厂”的县域工厂，还能为当地带来实实在在的就业岗位，形成良性循环。

助力培育当地人才

我们通过输出资源、建立机制、提供培训和帮扶等措施，支持乡村人才孵化。

• 陪跑计划：我们携手生态伙伴，选择经验丰富的电商专家作为顾问，通过线下驻点方式对“乡村特派员”所在县域的商家进行为期半年的支持，促进当地数字人才培养。截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计在 17 个县开展陪跑计划。

• 益起寻美乡村旅游人才培训项目：基于县域文旅需求，飞猪设计了《数字文旅内容营销》和《文旅短视频大赛》培训课程。该培训由飞猪学堂认证讲师授课，旨在为县域培育复合型数字文旅人才。

• 品牌代播基地落地县域：淘宝天猫在“乡村特派员”驻点县域设立品牌代播基地，招聘和培养直播相关人才，帮助品牌方和商家做直播的代运营。通过基地的运营，淘宝天猫与品牌方、商家共同为县域人才提供在数字产业发展的机会。



科技帮扶

科技是推动社会进步的重要力量，也是当前农业农村现代化发展的关键突破口。阿里巴巴希望发挥数字化、智能化领域的技术优势，为此贡献一份力量。



利用 AI 技术助力加速品种改良

阿里巴巴参与开发的“智慧育种”平台，基于云计算和 AI 技术，功能丰富且操作简便，可以为育种工作提供全流程支持。以“智慧育种”平台为基础，2025 财年，我们与浙江大学、中国农业科学院生物技术研究所组成的联合科研团队，综合运用遗传学、生物大数据和 AI 技术，助力加速农作物的品种改良。相关论文已在国际期刊《细胞研究》上发表。



“少年云助学计划”：让 AI 技术走进乡村学校

我们持续投入“少年云助学计划”。该计划为乡村学校捐建“云计算教室”，有助于降低基建成本。同时，我们将前沿技术和应用的相关课程上传至云端。偏远地区的学生们只要打开云电脑就可以直接接触到这些前沿知识。

截至 2025 年 3 月 31 日，我们累计捐建 300 间“云计算教室”，让超 28 万师生拥有个人云电脑账号。2025 财年，围绕 AI 赋能乡村教育，我们开展了一系列活动，包括组织老师学习在教学过程中如何使用 AI，引导学生体验和应用 AI 大模型能力等。

2024 年 6 月，全球权威市场分析机构 EdTech Breakthrough 公布 2024 年教育科技突破奖（EdTech Breakthrough Awards）的评选结果。“阿里云无影 AI 云教室”荣获“K12 教育年度杰出应用奖”。

支持基础民生

阿里巴巴通过向乡村弱势群体提供医疗健康方面的援助来支持基础民生，助力乡村巩固脱贫成果。



“小鹿灯”儿童重疾救助公益项目援助患儿

“小鹿灯”儿童重疾救助公益项目由阿里巴巴公益、阿里健康公益、中国出生缺陷干预救助基金会、浙江省青少年发展基金会、中国社会福利基金会共同发起，通过“主动救助”的方式，为重疾儿童提供医疗援助及诊疗费用。截至 2025 年 3 月 31 日，“小鹿灯”项目累计投入 4,859 万元，援助符合条件的患儿 2,300 人。



小鹿妈妈孕产妇健康保障公益项目援助欠发达地区的孕产妇

阿里巴巴公益、阿里健康公益联合中国出生缺陷干预救助基金会启动“小鹿妈妈孕产妇健康保障公益项目”，通过为育龄妇女免费投保公益保险的模式，为经济困难孕产妇和高风险孕产妇报销孕期产检费用，提供健康科普教育以及必要的上级医院绿色通道等服务。参与该项目的孕产妇可获得自付产检费用金额的 66%。截至 2025 年 3 月 31 日，项目已经为贵州省雷山县、四川省康定市、河北省巨鹿县的超过 8.6 万名当地育龄女性完成投保。此外，该项目已在约 150 个地区组织超过 280 次线下健康科普教育宣传活动。

应急救灾

在灾情面前，阿里巴巴的优势是能充分调动各业务的能力和资源，多方位响应应急救灾工作。

2025 财年，我们与中国应急管理部救灾司达成合作协议，致力于为全面提升社会应急物资综合保障能力做出贡献。此外，菜鸟还自主研发国内首个“应急物资追溯管理平台”，目标为统计、采购、运输、发放救灾物资等复杂的流程管理环节实现提效。



响应西藏震灾

2025 年 1 月，西藏日喀则市定日县发生 6.8 级地震，我们启动应急物资政社协同保障机制，第一时间调配资源，先后组织三个批次的物资驰援灾区。各业务亦发挥所长，积极支持各个阶段的救灾工作顺利开展。淘天和盒马等业务开展应急采购，快速整合物资；菜鸟协调物流合作伙伴，为救援物资的运送开通绿色通道。同时，高德还持续在线上更新灾区的道路管控信息，提醒交通管制，通报避难场所和物资发放点位，同时受灾群众还可以使用“卫星求救”功能，让附近的救援队可以第一时间获取求救信息。

应对洪涝灾害

2025 财年，水灾期间，阿里巴巴对包括湖南省资兴市、贵州省镇远县、海南省文昌市等在内的 9 省 17 区县市开展救援，投入应急救灾物资，支持受灾地区安置和转移受灾群众。

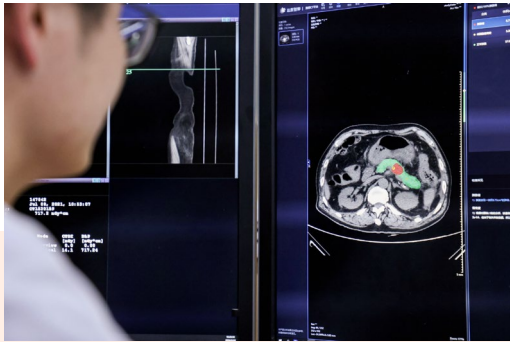
参与救助越南灾情

2024 年 9 月，超强台风“摩羯”着陆越南期间，Lazada 启动响应机制，通过捐赠资金和物资、组织员工捐助、协调物流资源参与应急救灾。



科技助力 解决社会问题

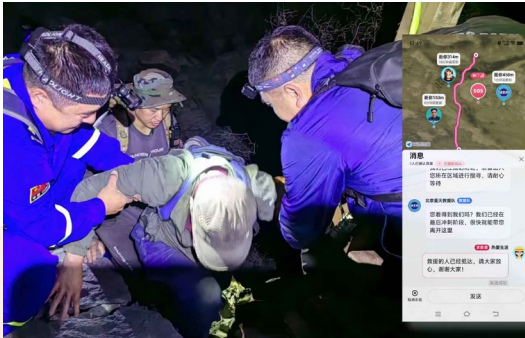
作为一家科技公司，我们除了将科技视为推动自身业务发展的引擎外，也在积极探索科技所能带来的社会价值。



应用 AI 辅助癌症筛查

2025 财年，我们将 AI 赋能 CT 影像识别胰腺癌的能力扩展应用于多种癌症的筛查环节，在扩大病种范围的同时，也在提升癌症单病种筛查的准确性。此外，我们通过与医院合作，以公益的方式推动“平扫 CT+AI”多癌筛查技术在实践中试点落地。

此技术被斯坦福大学《2024 年人工智能指数报告》评为“亮点研究”。同时，我们在 2024 年 5 月与世界卫生组织数字健康合作中心（WHO Collaborating Center for Digital Health）达成战略合作，向全球推广 AI 癌症筛查技术。阿里巴巴集团也因此入选《财富》杂志“2024 年改变世界的公司”榜单的全球前十。



参与无人区救援

无人区往往缺少路网覆盖，这些区域的救援工作存在巨大挑战。高德地图研发推出“卫星无网导航”功能，有效解决用户在无网络环境下的方向迷失问题；同时上线的“卫星求救”功能，通过卫星可实现紧急通讯，有利于提升户外遇险生还率，解决救援中“沟通难、搜寻难、预警难、关注难”等难点。

从前期的无人区标识设立与风险预警，到危险发生时的科学应对，再到最后整合社会救援力量，高德地图推出一套完整的机制与流程，实现“无人区有高德”。2025 财年，高德地图“卫星求救”功能已成功协助完成多起救援任务，已救助 57 名遇险用户。



基于 AI 的气象预测赋能电力供需调度

气象预测在电力负荷、可再生能源发电预测方面的作用越来越关键。尤其是应用 AI 技术的气象预测，能够助力电力系统更加精准匹配电力需求与供给。2025 财年，我们正式发布八观气象大模型并已率先在可再生能源占比高的新型电力系统落地。2024 年夏季，山东省受降水影响气温骤变，系统负荷总量骤降，八观气象大模型及时捕捉气温变化，使负荷预测准确率高达 98.1%。这有效地帮助当地电力系统作出及时、准确的调度决策。

促进创业就业

我们和生态合作伙伴成功开展业务的同时，也带来创业就业机会。这些机会同时呈现包容、高质量等特点。

包容的创业就业

高质量的创业就业

灵活就业的安全和保障

包容的创业就业

数字技术应用的低门槛特性，大幅提升就业在性别、学历、区域方面的包容性。我们的商业模式降低女性、残障人士、欠发达地区人群等群体里的创业就业壁垒，最终实现更加平等、包容的创业就业环境。

2017 年，阿里国际数字商业集团发起成立阿里巴巴全球创新与发展倡议计划（Alibaba Global Initiatives，简称 AGI）。该计划旨在通过分享中国数字经济的发展经验和实践案例，启发全球创业者、青年和女性，培养数字化人才并助力贸易普惠发展。参与者大多是中小规模的公司创始人，分别来自电子商务、电子支付、物流、线上游戏、健康和农业等不同领域。自 2017 年以来，AGI 累计培训来自亚洲、非洲等地区的 168 位公共机构人员和约 4,000 位企业家，并在 2025 财年把培训课程拓展至线上。

在推动残障人士创业就业方面，我们持续有针对性地为他们提供创业就业土壤。

无声骑手项目升级

为保障听障外卖骑手与商家和消费者的顺畅沟通，饿了么发起“无声骑手关怀提升项目”，为无声骑手提供电子沟通卡，通过预置的沟通模板提升沟通效率，并提前向商家和消费者做好预期管理。2025 财年，饿了么平台上活跃的无声骑手人数超 4,200 人。

万人残障人士商家创业就业助力计划

阿里巴巴公益基金会和淘宝天猫合作推出“万人残障人士商家创业就业助力计划”，致力于为商家中的残障人士提供免费的培训和经营诊断服务。截至 2025 年 3 月 31 日，“万人残障人士商家创业就业助力计划”累计服务 4,700 位残疾人商家。

高质量的创业就业

数字经济的发展和 AI 时代的到来使得各行各业职业机会都在发生变化。

淘天集团研发的在线学习系统“云课堂”，持续为企业数字化人才培养提供支持。参与学习的企业涉及电商、商超、物流、汽车等各行各业，组织覆盖学校、医院和社会公益机构等。2025 财年，通过“云课堂”学习的人数为约 402 万，学习总时长约 2,339 万小时。

“橙点同学”是阿里巴巴聚集优质教育资源打造“学、训、赛、考、聘”一体化的普惠教育项目。该项目通过线上学习、师资培训、学生实训、技能认证、就业推介、校企合作等，帮助学员在数字经济领域提升技能和实现高质量就业。截至 2025 年 3 月 31 日，累计参与该项目学习的人数超 31 万。



2025 年 5 月，阿里巴巴公益基金会荣获“全国残疾人工作先进集体”称号



灵活就业的安全和保障

骑手是社会灵活就业的重要组成之一。2025 财年，饿了么平台上的活跃骑手约为 418.3 万人，其中大部分为灵活就业的“众包骑手”。我们从职业权益、职业安全、职业关怀与发展等多个维度提升骑手就业保障。

约 418.3 万人

饿了么平台上的活跃骑手



职业权益

饿了么制定《骑手权益保障制度》《物流服务商配送服务规范》，规定骑手的收入不得低于当地最低工资标准。

饿了么与商业保险公司合作开发适用于骑手的商业保险并推动骑手积极参保。同时，在多个城市逐步推进“职业伤害保障和商业保险”双保障和在部分试点城市推动骑手缴纳社保。

职业安全

2025 财年，饿了么持续从制度、培训、运营三个方面提升骑手职业安全保障。

制度方面，饿了么制定覆盖各安全领域的内部制度和标准流程，要求服务商签署安全管理协议，并建立安全员体系和安全标准化制度体系。截至 2025 年 3 月 31 日，服务商已建立 839 人的专兼职安全保障队伍。饿了么也要求所有骑手签署安全告知书及承诺书，并建立骑手安全相关的评价机制。

培训方面，饿了么建立骑手和服务商安全培训体系。骑手培训覆盖消防、交通、治安法规等与配送行为相关的法律常识和安全知识。针对服务商，饿了么共设置 15 门安全专业课程。

运营方面，饿了么关注骑手在配送和站点业务场景中面临的潜在风险。饿了么时刻评估恶劣天气和复杂地形等对于骑手安全的影响，并关注骑手工作时长，如果连续工作 4 小时则会发出疲劳提示，如果连续工作 11 小时则强制要求骑手休息。饿了么推出骑手智能头盔，集成接单、导航等便捷功能，并在事故时自动触发 SOS 定位报警，保障骑手安全。此外，骑手站点可能会面临换电充电引发异常高温带来的一些火灾风险。饿了么建立云端消防智能云控平台，布置感知设备，灵活感知此类危险情况。截至 2025 年 3 月 31 日，感知设备已覆盖约 1,800 个站点。

职业关怀与发展

饿了么重视骑手在工作和生活中的实际需求，积极和他们保持沟通并通过多种方式来帮助骑手获得成长。

饿了么为骑手开通“7×24 小时”的线上客服专线，响应他们的反馈与需求。此外，2025 财年，饿了么举办 27 场骑手圆桌会，听取他们对绩效考核、福利保障、职业发展等方面的建议。饿了么还建立骑手权益月度沟通机制，覆盖提升骑手体验，合理化分配订单，有竞争力的报酬等议题。

饿了么与全国总工会持续推进“1 平米温暖驿站”项目，同时蓝骑手基金也继续援助骑手家庭。截至 2025 年 3 月 31 日，饿了么的蓝骑士基金累计帮助超 600 个骑手家庭度过重疾难关，帮助共计 159 位骑手和他们的家人完成学业。

饿了么的平台荣誉勋章体系综合评估骑手在个人及社会层面的成就与贡献，致力于提升骑手的职业归属感和荣誉感。此外，2025 年 4 月，3 位饿了么骑手被授予“全国劳动模范”，这是“网约配送员”作为新职业进入国家职业分类目录以来，首次在该职业上诞生全国劳模。2025 财年，1 位骑手被授予全国“五一劳动奖章”，16 位骑手被授予省市级“五一劳动奖章”。

人人参与的公益理念

我们始终认为，践行公益和社会责任从来都不是一个人和一家企业的投入，更有意义的是要推动善意在人与人之间传递。一直以来，我们力求点燃员工的公益热情，携手合作伙伴，全力降低践行公益的门槛，实现“人人可参与”。

在带动员工公益方面，我们于 2015 年 9 月 10 日发起“人人 3 小时”倡议，鼓励每一位员工将对公益的热忱转化为切实行动。2025 财年，我们正式员工的志愿时总计达到 209,086 个小时。由员工自发组织的活跃“公益幸福团”有 123 个，共推进 3,460 场活动，带动 168,244 人次参与公益活动。同时，为表彰和鼓励员工的公益行动，我们持续开展年度公益榜活动，对投身公益行动的员工和团队等进行表彰。

在带动社会力量参与公益方面，我们发起“公益宝贝”项目和“人人 3 小时，公益亿起来”倡议。2025 财年，“公益宝贝”项目吸引超 172 万商家和超 4.5 亿用户参与。我们在淘宝等多个 APP 上搭建面向社会的“人人 3 小时”平台，参与用户数超 1,033 万，公益行为数量超 4.3 亿人次。

此外，我们联动公益组织及其他合作伙伴，共同支持和推广与阿里巴巴公益理念一致的公益项目。2025 财年，“XIN 益佰”支持了 28 个公益组织的 33 个优秀的公益项目。

2025 财年，阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠约 2.8 亿元¹。

1. 该数据统计范围为阿里巴巴向阿里巴巴公益基金会实际捐赠的金额





社会

坚持诚信经营

从成立的第一天起，阿里巴巴就把诚信作为立身之本。这是我们留住人才、服务好消费者和企业客户的基础，同时也是我们践行社会责任的初心。

本章

恪守商业道德

深化供应商管理

保护数据安全与隐私

守护网络安全

完善科技伦理



坚持诚信经营

恪守商业道德

4.54 分

员工对公司廉洁的工作环境认可度
提升至 4.54 分



数据安全与隐私

行业领先水平

阿里巴巴集团在中国网络安全产业联盟数据安全工作委员会组织的数据安全和个人
信息保护社会责任评价中，获评三星级（系统级），处于行业领先水平



深化供应链管理

20,092 家

已有 20,092 家供应商签署 ESG 行为准则



科技伦理

《人工智能安全承诺》

阿里巴巴签署了由中国人工智能产业发
展联盟发布的《人工智能安全承诺》



ISO42001

阿里云和钉钉通过 ISO42001 人工智能管理
体系认证



策略与路径

阿里巴巴商业生态的建立离不开用户的信任。

以阿里巴巴使命、愿景和价值观为指引，我们制定适用于全体员工的《阿里巴巴集团商业行为准则》（以下简称“商业行为准则”），为他们提供工作指导方向，为他们与同事、客户、供应商、社区和其他利益相关者的互动设定标准。商业行为准则涵盖多项与 ESG 息息相关的议题，如恪守商业道德、选择值得信赖的商业伙伴以及数据安全与隐私保护等。我们要求全体员工每年参与商业行为准则培训并通过考试。

我们重视诚信经营，并通过搭建治理架构来落实。在董事会层面，我们设立合规及风险委员会和可持续发展委员会，分别监督和管理相关议题。其中，数据安全与隐私保护、网络安全、反腐败议题直接向董事会合规及风险委员会汇报；供应链 ESG 管理、科技伦理议题向可持续发展委员会指导下的可持续发展管理委员会汇报。



恪守商业道德

作为一家平台公司，建立公开透明、公平公正的经营环境至关重要。阿里巴巴要求每一位员工坚持高水平的商业道德，以合规、正直和诚信的方式开展工作，构建可持续的商业环境。我们遵循《中华人民共和国刑法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等中国和其他运营所在地的法律法规。在阿里巴巴，我们已发布适用于全体员工的《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》。

管理架构

管理体系

监督与评价

廉正文化建设

管理架构

阿里巴巴集团高度重视反腐败管理工作。董事会合规及风险委员会负责监督反腐败管理工作，保障经营管理风气和行为底线符合阿里巴巴的道德和商业行为准则。廉正合规部和法务合规部为反腐败的管理执行机构，分别向首席人才官、首席法务官汇报。职能上，法务合规部负责反腐败规则的修订、解释和实施工作。廉正合规部负责腐败预防、调查及廉正文化的教育宣导，拥有全体员工一视同仁、上不封顶的问责权限。廉正合规部与各业务、内审、内控等部门均保持充分独立，形成多道防线相互协同的机制。

管理体系

我们建立公开透明的举报机制与独立调查流程，结合主动风险预防的管理措施，切实维护商业道德标准，推动公平竞争的商业环境建设。

举报及调查

阿里巴巴鼓励所有员工、商业伙伴及公众举报腐败行为，并为此设立独立的举报渠道，24 小时接收举报。我们提供包括官方网站、各业务网站（如淘宝、饿了么、盒马等）、专用邮箱、电话热线，以及公司内部论坛等多样化的举报途径，并支持包括英语、西班牙语、泰语、印度尼西亚语和越南语等举报语言。截至 2025 年 3 月 31 日，我们已设立超 120 个线上和线下举报点，并通过内外部培训、宣传以及向合作伙伴发送邮件 / 短信等方式，告知举报渠道。

我们支持接收匿名举报，在商业行为准则等制度中明确写明“举报人保护”条款，对举报人的身份及所提供的信息严格保密，明确禁止打击报复，以维护举报人的权益。



阿里巴巴廉正举报邮箱：
lianzheng@alibaba-inc.com



阿里巴巴廉正举报网站：
https://jubao.alibaba.com

对涉及腐败问题的线索，由廉正合规部和涉嫌违规员工所在部门的管理者按照职责分工，对是否确认存在违规事实展开调查并给出结论。对构成违规行为的员工，由其所在的业务部门和人力资源部在 5 个工作日内作出处分决定。处理方式包括训诫、警告、记过和辞退。除训诫这一类轻度违规行为，其他等级的违规行为均与薪酬激励和晋升挂钩。我们也会把违规行为公示到内部线上交流社区，以对全体员工起到警示作用。

商业道德风险管理

财年年初，廉正合规部根据历史腐败案件，在阿里巴巴全集团范围内，主动识别潜在风险，确定重点风险的业务和岗位，并制定相应的应对管理方法。例如启动风险管控改进的行动并做定期跟踪，对有重点风险的岗位员工提供针对性培训等。2025 财年，我们识别出 425 个潜在风险，其中，422 个已完成管理改进，剩余风险正在持续改进中。

此外，我们认为管理者在反腐败议题上承担监督和管理责任。商业行为准则明确管理者要重视风险控制，进行文化宣传，给予团队成员有效的指导与帮助。团队的廉正风险识别与处理的绩效表现也纳入管理者的绩效考核。管理者若未有效履行职责，会被追究责任，并影响其包括奖金、晋升在内的绩效考核结果。

监督与评价

廉正合规部每季度向外部审计机构披露当季阿里巴巴的腐败事件，并回答外部审计机构提出的风险管控问题。此外，廉正合规部每季度向董事会审计委员会和合规及风险委员会汇报腐败案件、风险整改和诚信文化建设等议题的进展。

廉正合规部还联合内审部对重点风险开展审计工作，以评估内部控制机制和程序对于防控贿赂等腐败行为的有效性。截至2025年3月31日，审计中发现的重大风险项已经推动改进。

2025财年，阿里巴巴涉及的员工贪腐事件共有33起移送司法处理，审结的案件为9起，涉事人员均被依法判决。



廉正文化建设

阿里巴巴对腐败行为零容忍，并将反腐败教育贯穿不同类型员工的日常工作中。商业行为准则培训和考试是员工每年的必修课，我们在此基础上举办各种培训活动，打造诚信文化。



董事会成员培训

2025财年，所有董事会成员均已完成反腐败培训。



管理层培训

我们开发面向高级管理者、初级管理者、新晋管理者等不同类型管理者的反腐败课程，内容包括真实案例分享、总结真实案例中所存在的管理缺失和管理者面临的常见风险。



员工培训

我们还面向新员工、重点风险的业务和岗位员工提供反腐败培训内容。所有新员工入职必须接受反腐败培训。此外，员工每年需签署《商业行为准则》确认函，承诺遵守商业行为准则。

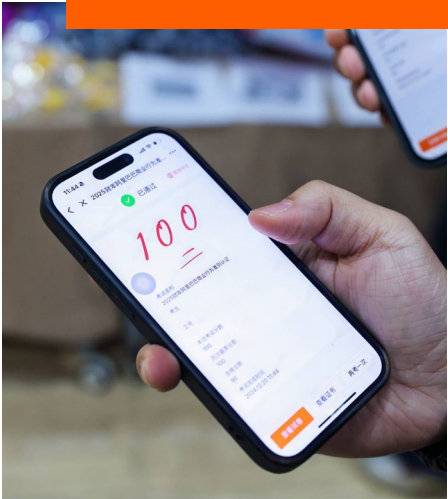


合作伙伴培训

我们将高标准的商业行为要求也扩展至第三方伙伴（含供应商、电商平台商家、合作伙伴等），不定期开展线上及线下的廉正宣传及培训。2025财年，为生态员工、供应商和合作伙伴等利益相关者提供的廉正培训时长超过58,000小时。

100%

员工商业行为准则认证（内含廉正培训与考试）通过率



公司诚信文化及氛围建设良好，通过内部调研，2025财年，员工对公司廉洁的工作环境认可度从上财年的4.46分增长至4.54分（满分为5分）。

深化供应链管理

➤ 供应商管理体系

➤ 供应商 ESG 管理实践

供应商管理体系

打造廉洁、诚信、可持续的商业环境是我们管理供应商的核心，这也与 ESG 理念不谋而合。

供应商管理政策

我们发布《阿里巴巴集团控股有限公司供应商合规管理规范》（以下简称“合规管理规范”）。各业务以此为基线要求，可依据业务实际需要，制定各自的供应商合规管理相关政策，如《阿里云智能集团供应商管理总则》《天猫超市入驻标准》等。

供应商管理流程

我们建立了供应商数字化管理系统，覆盖准入、选择、评估及风险管理四大环节，始终秉持公正、透明的管理原则。



我们要求供应商提供相关的认证和资质文件，并进行审核。同时推动供应商签署《诚信约定函》。

我们的业务相对多元且会动态变化。为了更好的支持业务发展，各业务可建立适合实际需要的选择标准。但原则上，我们强调公正公平并给予历史绩效良好的供应商正向激励，尤其强调员工必须遵守《阿里巴巴集团商业行为准则》，不得索贿受贿，不得索要及收受礼品，不得索要及接受娱乐款待等。

我们的主要业务均构建了符合自身业务发展的供应商绩效评价机制，对供应商合作情况进行周期性的评估。

我们在主要业务的供应商管理系统设置了数字化风险防控模块，实现对供应商准入评估及合作全流程的智能风险识别与动态监控。当供应商确实存在违规行为，我们会根据其严重程度，予以罚款、暂停合作或终止合作的处罚。

供应商 ESG 管理实践

我们倡导并且携手供应商一起实践 ESG。我们成立供应链管理专项组，直接向可持续发展管理委员会汇报。其主要职责为，定义阿里巴巴供应商 ESG 管理的标准和基线，并据此推动供应商 ESG 管理实践。

倡导供应商签署 ESG 行为准则

我们发布《阿里巴巴供应商 ESG 行为准则规范》（以下简称“ESG 行为准则”）并从准入环节开始推动供应商签署，明确供应商应该遵循的 ESG 原则，包括禁止使用童工及强迫劳动、劳工权益保护、保障职业健康和安全、环境保护、数据安全与隐私保护、商业道德等。截至 2025 年 3 月 31 日，签署 ESG 行为准则的供应商数量已有 20,092 家，同比大幅提升。

2025 财年，我们为主要业务的供应商提供 ESG 合规培训（覆盖数据安全和隐私保护、职业健康与安全等议题），倡导 ESG 发展理念、阿里巴巴供应链 ESG 合规要求和同行的优秀实践案例。

ESG 逐步融入供应商管理体系

逐步推动 ESG 纳入供应商的选择和评估

2025 财年，我们向部分品类的供应商发起“阿里巴巴供应商 ESG 积分项目”，旨在收集和评估供应商在 ESG 实践中的表现，同时供应商也有机会通过提报 ESG 实践来获得 ESG 积分并得到一定的正向激励。

在租赁数据中心的管理上，我们也正积极携手供应商共同应对范围 3 的减排挑战，并将供应商的环境绩效融入到评估环节。

更多内容详见第二章第二节“推进碳中和”>



升级供应商 ESG 风险识别

2025 财年，我们试点将 ESG 风险识别纳入供应商风险监测体系中，构建供应商 ESG 风险的监测规则，强化供应商 ESG 风险识别和预警能力。ESG 风险覆盖劳动保障处罚（涉及使用聘请童工、薪酬拖欠）、重大安全事故、重大环境事故等方面。

供应商 ESG 合规工作检查和纠偏

我们将 ESG 风险融入到供应商的合规工作检查。生态用工 ESG 合规工作检查覆盖了主要业务的人力资源服务供应商。检查项目覆盖用工规范、职业安全、商业道德、投诉机制方面。基于工作检查结果，我们已经制定和执行纠偏计划。截至 2025 年 3 月 31 日，已监督供应商在以上检查项目的纠偏行动全面落地。



持续推进供应商管理团队的培训

供应商管理对于企业的经营和业务的发展都很重要。我们持续投入资源加强供应商管理部门的员工培训。包括廉正合规、法律法规、ESG 以及采购专业技能等各个层面的培训。

保护数据安全与隐私

商业的发展依赖信息和数据的流动。数智化转型的过程中，数据流动给社会和商业的发展带来了巨大想象空间。随之而来的是人们对数据安全与隐私保护议题的高度关注。我们需要适应并遵循复杂且不断变化的相关法律法规。

管理架构

制度

数据安全 管理

数据风险 管理

监督与 审计

隐私保护

管理架构

阿里巴巴从董事会、管理层到执行层高度重视这一议题。



董事会层面

合规及风险管理委员会负责监督集团整体合规与风险管理，包括网络安全、数据安全与隐私保护以及其他合规事宜，由独立董事作为主席直接领导。合规及风险委员会定期指导数据安全与隐私保护的策略。2025 财年，合规及风险管理委员会每季度听取数据安全与隐私保护的工作汇报，包括数据安全领域的风险事件和管理现状等。



管理层面

成立数据安全决策小组，由全面风险管理工作组、集团安全部总裁、首席法务官以及各业务的安全负责人组成，负责制定数据安全策略、目标和数据安全风险决策等。



执行层面

成立数据安全 管理小组和数据安全执行小组。此外，我们在各业务分别设立数据安全责任人和个人信息保护负责人。

制度

阿里巴巴遵守业务运营所在国家及地区的隐私保护与数据安全方面的法律法规，例如《中华人民共和国个人信息保护法》《欧盟通用数据保护条例》《英国数据保护法案》《加州消费者隐私法案》等。

我们发布《阿里巴巴集团数据安全总纲》，覆盖数据采集、流动、存储、使用和销毁的生命周期各个环节，明确数据生命周期安全管理要求，确保数据安全管控措施实施到位。

阿里巴巴也在集团官网发布《隐私政策合规规范》，同时建设“阿里隐私平台”，公开主要 APP 的隐私保护政策。

数据安全

阿里巴巴构建了以总纲、规范、指南和流程为基础和以技术能力为支撑的一套数据安全管理体系。

在个人信息采集阶段，阿里巴巴遵循知情同意和最小必要原则，明确采集目的并获得用户授权；在数据流动过程中，使用安全协议或者安全传输通道进行传输；在数据存储环节，采用加密存储、建立必要的容灾备份与恢复并确保存储环境安全；在数据使用时，实施访问控制并进行安全监控；在数据销毁阶段，建立审批流程，采用安全销毁技术并保留操作记录。同时，我们对数据进行分类分级管理，特别是对用户个人信息等敏感数据进行重点保护。涉及数据跨境时，我们会提前进行数据安全和隐私保护影响性评估并采取相应的安全措施，利用标准合同条款等批准机制，确保数据跨境合法合规并得到保护，并确保遵守当地法规和监管部门的要求进行数据处理。如果运营所在地的法律法规或者政府机构要求业务必要处理的个人数据需在当地储存，我们会严格遵守当地法规和监管部门的要求做本地化部署。

为了更好的管理供应商和合作方的数据安全风险，我们制定《阿里巴巴集团数据生态开放共享安全规范》。供应商及合作方入驻时，我们会对其进行准入审核，包括相应的安全资质、数据安全能力等，并要求签署包括数据安全管理和审计要求在内的协议。合作过程中，保持对数据安全和隐私保护相关风险进行动态监控和定期审计，每年还会对供应商和合作方的数据安全能力进行评估。如合作方有违规行为，我们将对其做出暂停数据授权、终止合作等处置动作。



对外数据披露要求

阿里巴巴集团制定了《阿里巴巴集团对外数据披露细则》，针对对外披露公司内部数据的类型、场景、流程提出了规范要求，并通过“阿里巴巴集团对外数据披露平台”进行流程管理。当接到来自监管或执法机构等合作场景的请求时，各业务需对数据需求、所涉及的产品或服务所在地的法律法规进行全面评估，并依法作出合规回应。

数据风险管理

我们制定《阿里巴巴集团数据安全评估及审计规范》，要求各业务在日常工作中对涉及数据安全和隐私保护的场景进行风险评估。同时，我们持续监测数据安全事件和风险，采取主动防御措施，一旦发现对数据的异常操作行为即实时预警，及时发现风险事件并做相应处理。

在应急响应方面，我们制定了《阿里巴巴集团 ESU 事件管理制度》。数据安全风险事件发生后，阿里巴巴根据不同等级的预案进行响应、处置、复盘和报告以及违规处罚。违规的员工将受到相应处分，包括训诫、书面警告、记过和辞退。2025 财年，我们未发生重大数据泄露事件。

此外，各业务在 618、双 11 等重大活动前，均会开展包括数据安全和隐私保护在内的应急演练。2025 财年，淘天集团、阿里国际数字商业集团、钉钉等多个业务也按需开展了数据泄露等方面的应急演练。

在风险防范方面，阿里巴巴重视对员工、供应商和合作方的数据安全和隐私保护培训。新员工入职必须参加数据安全培训。我们每年通过商业行为准则培训和考试对全体员工进行数据安全培训。2025 财年，100% 的员工已完成本年度《商业行为准则》培训中“数据安全和隐私保护”的学习和考试。此外，我们也面向社会发起漏洞悬赏计划。譬如，淘宝通过奖励的措施，鼓励志愿者提报数据漏洞和产品缺陷。

数盾平台

数盾平台是用于阿里巴巴数据安全和隐私保护的风险管理平台之一，覆盖主要业务。当系统或人工发现潜在的数据安全隐患（如数据泄露、违规访问等）时，平台会自动生成风险记录，并由专业的风险运营团队进行审核确认。确认风险后，数盾会分派处置任务，由相应的团队进行修复。修复完成后，运营人员会验收核查，确保问题彻底解决。

此外，为确保风险响应高效及时，数盾平台还具备智能跟催机制。若风险未在规定时间内解决，系统会自动触发预警并逐级上报，必要时升级至更高级别的管理者，确保风险能得到有效处置。

淘宝 APP 个人信息安全事件的应急响应程序

如果淘宝 APP 的物理、技术或管理防护设施遭到破坏，导致信息被非授权访问、公开披露、篡改或破坏，淘宝会立即启动应急预案，采取合理必要的措施。如发生个人信息安全事件，淘宝还将按照法律法规的要求向用户告知安全事件的基本情况和可能的影响，已经采取或将要采取的处置措施，用户可自主防范和降低风险的建议，以及对用户的补救措施。淘宝将以短信、电话、推送通知以及其他合理渠道告知用户，难以逐一告知的，淘宝会采取合理、有效的方式发布公告。同时，淘宝还将按照监管部门要求，上报个人信息安全事件的处置情况。

监督与审计

阿里巴巴规定并监督各业务每年至少开展一次全面的数据安全与隐私保护的审计工作。截至 2025 年 3 月 31 日，我们的主要业务均已完成审计工作。

另外，我们也会针对典型问题进行单项审计。2025 财年，阿里巴巴针对多款 APP 进行了 8 次隐私合规问题专题审计。

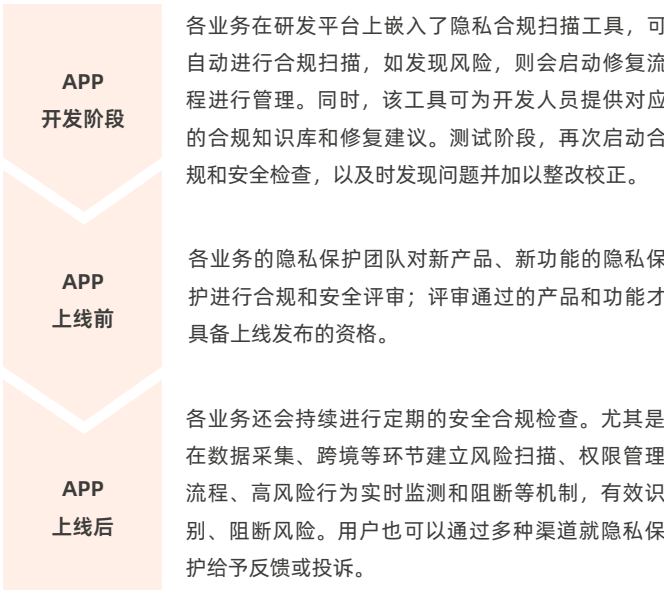
我们每年聘请普华永道进行内部控制审计，包含信息系统一般控制的设计和运行有效性测试，覆盖制度规范、权限管理、变更管理、备份和灾备演练等方面。

隐私保护

阿里巴巴遵循业务运营所在国家及地区的隐私保护法律法规。

隐私影响评估流程

针对国内运营的 APP，各业务建立了隐私影响评估流程，旨在确保隐私保护措施得到充分考虑，并符合相关法律法规要求。



同样，针对海外运营的 APP，我们的业务也会根据各地区的法律法规制定并执行相应的管理措施。阿里国际数字商业集团已经发布《阿里国际数字商业集团个人数据保护影响评估规范》。

保障用户权利

各业务赋予用户对数据的控制权，以保障用户权益。

知情权：我们通过公开披露的隐私制度，对收集用户个人信息的目的、范围、处理规则等均进行了完整、真实、准确的说明。在用户首次使用 APP 时，我们将通过弹窗形式向用户展示个人信息处理规则并获取授权同意。此外，在使用过程中，我们还在应用内设置了专门的功能页面，方便用户随时查阅个人信息处理规则。涉及敏感个人信息处理时还会再一次单独告知并征得同意。处理个人信息的方式发生较大变化时，APP 也会通过弹窗、推送等方式提醒用户阅读并征得同意。为了更好地维护用户在个人信息处理上的知情权，APP 陆续在客户端上建立了“已收集个人信息清单”、“个人信息共享清单”、隐私制度简版。此外，APP 还为基础功能和扩展功能设置各自独立的隐私制度。

管理权：APP 向用户主动提供隐私管理的功能。阿里巴巴通过 APP 的“隐私”模块向用户提供系统权限管理¹、授权管理²、广告管理³、推荐管理⁴等功能，用户可根据自己的需求进行授权或撤回管理。2025 财年，访问淘宝 APP 隐私模块的用户超过 4,800 万。

删除及变更权：阿里巴巴的产品为用户提供简单易操作的流程，用以更改个人信息和删除账号。当用户发出需求时，我们将协助用户完成访问、复制、修改、补充或者删除个人信息的请求。



隐私保护的反馈或投诉渠道

用户可通过 12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心投诉互联网公司在隐私保护方面的问题。阿里巴巴旗下 APP 也设置了隐私投诉渠道，并公开个人信息保护负责人的联系邮箱和办公地址，供用户反馈或者投诉相关问题。

阿里巴巴集团在中国网络安全产业联盟数据安全工作委员会组织的数据安全和个人信息保护社会责任评价中，获评三星级（系统级），处于行业领先水平。

1. 管理 APP 使用的系统权限
2. 管理已授权的应用权限
3. 管理向用户展示的个性化广告类型
4. 管理个性化推荐内容的展示

守护网络安全

网络安全的基础保障作用日益突出。

- 管理架构
- 制度
- 网络安全管理
- 应急与培训
- 监督与认证

管理架构

网络安全是阿里巴巴为客户提供数字商业服务的坚实基础之一。我们同样将网络安全纳入董事会合规及风险管理委员会的监督范围。内部管理上，我们成立网络安全决策小组，负责制定公司网络安全风险目标和决策重大网络安全事件或重大安全保障项目；执行层面，成立网络安全管理小组和网络安全执行小组，前者负责建立管理体系，后者则将管理要求和策略落地执行。同时，阿里巴巴遵照《网络安全法》的要求，各业务设立网络安全负责人，落实责任，统筹业务的网络安全管理工作。

制度

阿里巴巴遵守业务运营所在地的网络安全相关法律法规，包括但不限于《中华人民共和国网络安全法》《网络产品安全漏洞管理规定》。我们制定了《阿里巴巴集团网络安全总纲》，明确公司的网络安全管理架构和职责，明确各项管理要求。

网络安全管理

阿里巴巴在网络安全领域积累多年经验，已沉淀成熟的网络安全防护机制、策略和持续更新的技术。我们致力于把已有的长期经验融入到云平台的安全防护中，为阿里巴巴自身和客户提供安全保障。在此背景之下，阿里巴巴的网络安全防护采取双重策略，既依托云平台的安全保障体系，又针对云上业务特点部署专项防护措施。



云平台的网络安全

针对云平台的基础安全，阿里云建立了涵盖产品开发到上线运营的系统性保障机制，并为此积极部署了一系列行动。

云产品开发过程中

阿里云以纵深防御、零信任架构设计理念为指导，通过多个环节干预，以及数字化安全分度量机制，保障安全要求的落地，提升云平台的内生安全性。

产品立项 & 设计环节：安全专家在立项 & 设计环节即参与工作，并对产品设计方案具有一票否决权。设计阶段，安全专家对产品的网络架构、应用架构和租户隔离架构等进行威胁建模，事前识别出产品的安全风险，并给出针对性整改建议。

编码环节：产品研发人员在写代码时，要遵守安全规则，使用公司安全团队提供的标准化安全工具包，安装带安全检测功能的编程软件插件，尽量在编码环节规避安全漏洞。

测试环节：阿里云自研了多种类型的安全扫描工具，并已嵌入整个研发流程，对产品源代码、供应链组件、开源代码进行安全扫描。

发布环节：产品发布前，进行默认配置检测，以保障产品遵循最小权限、最小暴露面、账号合理授权等基线要求；同时进行敏感信息检测，规避口令、访问密钥等泄露风险。

云产品上线后

阿里云仍会持续保障产品安全。建立入侵检测响应机制，对异常的行为、流量等数据指标进行收集，分析潜在风险，并及时推动解决。通过红蓝对抗、模拟演练等形式，反向验证产品的安全性。此外，还通过情报研究，主动发现新风险，及时加固和修复。

在安全的云平台基础之上，阿里云还基于客户的需求，持续投入产品的安全能力，为客户在云上的业务提供安全保障。

全链路身份管控与精细化授权

阿里云提供了全链路身份授权与权限管控体系，支持客户按照“最小够用”原则，细颗粒度地按需分配云上权限，从而确保数据流动、网络联动符合客户场景需要的同时，不因过度授权而使客户系统安全性受到负面影响。

原生安全防护能力

阿里云提供的安全防护能力可弹性扩展，随云计算资源的动态需求调整，实现安全能力与业务需求的匹配，有助于降低安全防护的成本。同时阿里云提供了风险感知、数据备份等服务，帮助客户达到快速感知、快速响应、快速恢复的目的。

面向攻击的安全高可用

阿里云还建设了完整的安全高可用架构，如计算、存储、网络设备上的租户隔离、负载均衡等方式，并建设严密的物理层、网络层等监控发现能力、服务快速恢复能力，以保障在面对安全攻击时的高可用性。

云上业务的网络安全

在云平台的安全保障基础之上，阿里巴巴构建了一套包含终端、网络、应用和存储在内的网络安全防护体系，来为云上业务的安全保驾护航。

网络安全防护举措

终端

部署终端检测和响应、部署数据丢失防护、访问控制等

网络

DDoS 防御、部署堡垒机等

应用

应用安全测试、定期扫描漏洞并修补、运行时应用自我保护（RASP）等

存储

数据加密、数据备份、访问控制等

阿里巴巴对于行为主体也会加强管控。采取可信身份管理、可信认证与授权、可信行为审计等措施来确保只有经过授权的行为主体能够执行特定的操作、访问特定的服务或数据，从而实现对系统增强安全防护，降低被攻击或者数据泄露的风险。

此外，阿里巴巴还会启动渗透测试，通过模拟攻击的行为，主动识别系统中潜在的安全漏洞，全面评估现有安全防护体系的有效性。同时，通过关注行业内外的安全动态，包括最新网络攻击威胁情报等来更新自身的网络安全防护举措。

应急与培训

阿里巴巴制定《阿里巴巴集团网络安全应急响应规范》，明确风险事件的分级分类管理标准、负责团队、报告和响应的应急处理流程，确保快速、有效和有序地响应安全事件，护航业务。在风险处置结束之后，我们会对风险事件进行复盘，在管理措施上查漏补缺，同时对风险事件进行追责。

阿里巴巴重视网络安全的培训工作。每年，面向全体员工的商业行为准则培训和考试中均包含网络安全模块。2025 财年，我们面向安全岗位的员工组织 19 次培训。此外，我们还为生态员工开放了安全服务中心平台，帮助他们加强隐私保护与数据安全以及网络安全等专业知识的学习。2025 财年，生态员工访问安全服务中心平台的次数超 131 万次。

监督与认证

根据《阿里巴巴集团网络安全总纲》，阿里巴巴每年都会对各业务定期开展网络安全管理要求检查，方法包括沟通访谈、运营数据排查、穿行测试、红蓝对抗验证等。2025 财年，我们已对主要业务完成检查并推动相关的改进工作。

阿里云每年聘请专业的第三方会计师事务所，对云服务体系的信息安全、可用和保密性方面的内部控制程序进行审计，以评估阿里云服务组织的内部控制设计是否适当，以及这些控制措施的执行是否有效。通过第三方审计，阿里云会提供具有鉴证性质的 SOC 报告（Systemand Organization Controls Reports），以便向云客户、独立审计师、监管机构、公司股东以及其他相关利益方展示阿里云最新的内部控制情况，证明我们在信息安全、可用和保密性方面的专业性和承诺。

各业务的数据安全、隐私保护和网络安全认证⁵

淘天集团	ISO27001、信息系统安全等级保护、移动互联网应用程序（APP）安全认证
阿里国际数字商业集团	ISO27001、ISO27701、个人信息管理体系、信息系统安全等级保护、PCI-DSS 认证
菜鸟集团	ISO27001、ISO27701、信息系统安全等级保护
本地生活集团	ISO27001、信息系统安全等级保护
虎鲸文娱集团	ISO27001、信息系统安全等级保护

阿里云致力于加强全球化业务布局的合规体系建设，不断提升云平台安全合规水位，并以此支持云上客户高效满足所在地区和相关行业的安全合规要求。

全球通用	中国内地		境外区域及行业	
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	网信办	云计算服务安全评估： 电子政务云（增强级） 金融云（增强级）	欧盟 EU Cloud CoC GDPR 合规评估	新加坡 MTCS Cyber Trust Mark OSPAR DPTM CBPR/PRP
	公安部	网络安全等级保护： 金融云（IaaS/PaaS，四级） 公共云（IaaS/PaaS/SaaS，三级） 电子政务云（IaaS/PaaS，三级） 安全产品销售许可证 网络安全专用产品检测	美国 NIST 800-53 NIST CSF SEC Rule 17a-4(f) TRUSTe	印尼 OJK&BI 合规评估
	工信部	信通院： 可信云安全评估 产品安全能力评估	德国 C5 TISAX AIC 4 Trusted Cloud	韩国 K-ISMS
	国家市场监督管理总局	中国网络安全审查认证和市场监管大数据中心： 网络安全专用产品认证 数据安全管理体系认证	阿联酋 DESC CSP	中国香港 HKMA 合规评估 HKIA 合规评估 SFC 合规评估 SRAA 合规评估
	国家密码管理局	密码应用安全能力评估： 公共云（IaaS，三级） 政务云（IaaS，三级）	菲律宾 BSP 合规评估	中国澳门 AMCM 合规评估
			马来西亚 BNM&SC 合规评估	

5. 各业务集团均根据实际需要评估认证范围。此处列示，不代表以上认证的覆盖范围为业务集团层面

完善科技伦理

阿里巴巴希望构建有担当和负责任的科技伦理来维护社会信任。我们在坚持“AI 驱动”业务战略发展的同时，也时刻关注该领域的安全、公平、隐私等问题，实践负责任的人工智能。参考《全球数字契约》《全球人工智能治理倡议》《人工智能法案》等人工智能治理机制或者倡议，阿里巴巴提出科技伦理治理六项基本准则：“以人为本、普惠正直、隐私保护、安全可靠、可信可控、开放共治”。

管理架构与制度

管理措施

人工智能治理能力建设

提升共识，共同发展

管理架构与制度

在阿里巴巴，科技伦理治理委员会主要负责建立并持续完善科技伦理治理体系，发布管理制度和工作规范、制定审查机制策略以及布局技术工具或解决方案等。科技伦理治理委员会主席（阿里巴巴首席技术官）同时担任阿里巴巴科技伦理专项组的组长，向阿里巴巴可持续发展管理委员会汇报，为科技伦理工作落地提供组织保障。在集团层面，我们发布了《阿里巴巴集团科技伦理治理准则》和《阿里巴巴集团科技伦理审查管理规范》。

在科技伦理委员会指导下，各业务结合实际情况建立科技伦理审查工作的组织保障机制，负责所在业务的制度细则、落地工作机制、对具体业务的科技项目开展审查等工作。截至 2025 年 3 月 31 日，淘天集团、云智能集团、阿里国际数字商业集团、钉钉、夸克等业务均已建立各自的组织保障。

管理措施

尽管人工智能技术和应用发展迅速，但总体处于发展初期，仍需持续探索与其相关的治理。我们对已经浮现出来的内容安全、隐私保护、模型安全等风险，已优化治理体系与措施。对尚未看清、未形成共识的问题，我们还在持续投入资源，与学界、业界及行业上下游共同研究。

我们将人工智能相关的业务场景分为模型以及基于模型的应用两大类。2025 财年，我们继续在这两个方面加强科技伦理管理措施。

模型训练阶段

用于模型训练的数据质量在很大程度上决定模型能力和安全上限，因此我们格外重视数据质量和数据合规问题的治理。在数据采集时对数据源进行审核，选择可信度高的数据源。在数据集构建过程中，对数据进行清洗、安全过滤，剔除含有风险的数据。

模型内生安全的提升在模型治理中扮演着核心和关键的作用。为了帮助模型更好地与人类的判断和价值观对齐，我们采取增量预训练、强化学习、制作安全语料和安全性对齐等措施。

服务上线阶段

阿里巴巴的科技伦理审查采取风险分类分级审查的机制，以平衡人工智能的发展和治理双目标。在实践过程中，我们逐渐建立了包含合规性、知情、透明和公平性等维度的审查清单，并逐步在各业务的 AI 场景（含模型或者基于模型的应用）中加以应用。

内容生成阶段

用户的输入以及人工智能对用户输入的反馈，都影响到整体的风险水平。我们采取输入输出审核过滤、检索式增强技术等管理措施来防范风险。

内容传播阶段

在面向消费者的人工智能生成内容传播场景，我们逐步提升技术能力，对图片、视频、音频等内容进行标识检测，判断其是否由人工智能生成合成。并在生成内容界面添加显著标识，提示消费者相关内容由人工智能生成。

人工智能治理能力建设

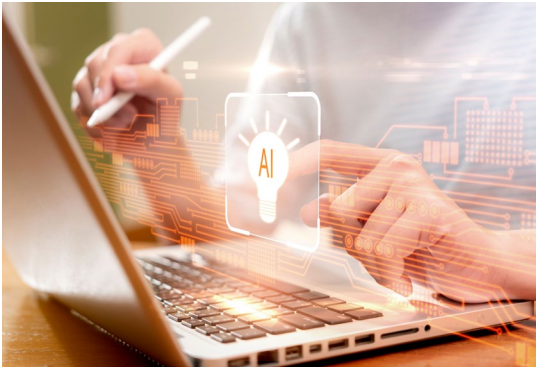
在人工智能技术快速迭代、应用场景持续拓展的背景下，我们正着力推进探索和构建与之相适应的治理能力，特别是技术治理能力，以应对挑战并把握机遇。

科技伦理数据集建设

数据集的构建是一个长期系统化的过程，包含从知识体系的搭建到数据获取、知识构建、模型评测。从评测中发现能力弱项，相应补齐对应的数据，再次进行知识构建，形成良性循环。2025 财年，我们逐步构建科技伦理数据集。以六项基本准则为核心纲领，我们梳理了 11 个一类标签作为科技伦理的核心关注领域，包括未成年人保护、知识产权、歧视偏见等。并通过数据采购、专家引入、历史已有数据等多种渠道共构建科技伦理的相关数据。

基于提示增强的安全能力建设

提示增强技术是通过设定 AI 安全和科技伦理准则对模型进行引导，激发内生安全能力，从而让模型与 AI 安全和科技伦理准则进行对齐。阿里巴巴将该技术应用到外层护栏防控中，结合模型的指令遵循和自然语言理解能力，通过设计 AI 安全和科技伦理准则，对潜在高风险的请求生成更符合科技伦理准则的回复。



基于蓝军的大模型安全评测实践

2025 财年，我们将蓝军安全评测逐步引入模型的安全评测中，通过以攻促防的安全理念，引入多方视角发现潜在和未知的风险。阿里巴巴上线了大模型攻防平台，为红队人员提供漏洞挖掘的“模拟靶场”。同时，阿里巴巴还联合浙江大学、清华大学、复旦大学发起了“大模型安全挑战者计划”，召集外部“挑战者”参与攻击模拟。

基于大模型的自动安全评测框架——“S-Eval”

我们联合浙江大学设计了一个面向大模型安全评测的自动化评测样本生成和评估框架。基于自动生成基础风险和攻击提示，S-Eval 可以动态适应快速演化的模型技术和随之而来的新型安全威胁。这个工具已经通过 Github、Hugging face 以及 CompassHub 开源。

提升共识，共同发展

我们内部开展科技伦理治理的宣导，通过前沿技术和治理趋势交流、内外部专家研讨会等多种形式，提高技术人员对于科技伦理相关技术与风险的关注，提升其科技伦理意识和素养；在外部，我们积极参与行业会议、标准建设等工作。

阿里巴巴组建科技伦理治理委员会的外部顾问团队，旨在引入外部视角的专业意见，为科技伦理治理体系建设提供战略指导和决策支持。此外，2025 财年，阿里巴巴签署了由中国人工智能产业发展联盟发布的《人工智能安全承诺》，核心内容涉及安全团队建设、模型安全测试、数据保护措施及基础设施安全等六大承诺。

在标准建设方面，阿里巴巴与第三方专业机构合作，积极参与制定人工智能治理相关的技术标准（含国家标准、国际标准等），涉及到的领域包括数字水印、图像篡改检测标准、人工智能生成合成内容标识检测技术、生成式人工智能预训练和优化训练数据安全等。

2025 财年，科技伦理治理委员会面向技术及风险管理岗位的员工开设了《计算机伦理 - 人机融合时代的实践指南》培训课程，系统讲授如何在技术研发中识别伦理风险并妥善应对，切实提升员工的伦理意识。



持续推出 AI 培训内容

《追 AI 的人》系列是阿里巴巴推出的面向员工及社会公众的 AI 前沿技术应用和治理实践等相关内容的栏目，重点关注并分享人工智能新技术、AI 治理新观点、可持续发展新风向。2025 财年，《追 AI 的人》共推出 12 场培训。



附录 1 ESG 关键绩效指标

环境	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
温室气体排放总量（范围 1,2,3） ^{1,2,3}	吨二氧化碳当量	10,460,720	9,927,762	10,290,709	10,263,149
范围 1 排放量	吨二氧化碳当量	510,369	540,575	398,668	485,983
范围 2 排放量	吨二氧化碳当量				
- 基于市场	吨二氧化碳当量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,920,925
- 基于位置	吨二氧化碳当量		2,940,588	3,733,673	3,927,319
范围 3 排放量 ^{2,4,5}	吨二氧化碳当量	7,772,182	7,569,944	7,767,248	7,856,241
碳抵消	吨二氧化碳当量		118,064	231,048	11,659
抵消范围 1 碳排放	吨二氧化碳当量		2,670	1,395	11,659
抵消范围 2 碳排放	吨二氧化碳当量		0	0	0
抵消范围 3 碳排放	吨二氧化碳当量		115,394	229,653	0
温室气体净排放量（碳抵消之后）（范围 1,2,3）	吨二氧化碳当量	10,460,720	9,809,698	10,059,661	10,251,490
范围 1 净排放 ⁶	吨二氧化碳当量	510,369	537,905	397,273	474,324
范围 2 净排放 ⁶	吨二氧化碳当量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,920,925
范围 3 净排放 ⁶	吨二氧化碳当量	7,772,182	7,454,550	7,537,595	7,856,241
温室气体排放强度（碳抵消之后） （单位收入产生的范围 123 温室气体净排放量） ³	吨二氧化碳当量 / 百万人民币收入	13.7	12.5	11.6	11.0
范围 1 排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万人民币收入	0.7	0.7	0.5	0.5
范围 2 排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万人民币收入	2.8	2.3	2.4	2.1
范围 3 排放强度	吨二氧化碳当量 / 百万人民币收入	10.2	9.5	8.7	8.4

1. 本清单的范围是运营控制权原则下，在阿里巴巴 2025 财年组织和报告范围内，范围 1、范围 2 和范围 3 的温室气体排放中确定的可测量的重要源类别。这一清单涵盖的温室气体类别包括二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亚氮（N₂O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）。根据盘点结果，本报告期间涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五种温室气体的排放，范围 3 的盘查类别详情请见附录 3；（2）排放总量数据为范围 1，范围 2（基于市场）和范围 3（基于市场）的总和

2. 2025 财年，我们采用中华人民共和国生态环境部最新发布的 2022 年电力二氧化碳排放因子

3. 2025 财年，高鑫零售的出售已完成，银泰百货的出售也基本完成。因此，2025 财年的统计范围不包括高鑫零售和银泰百货，并相应的调整了历史数据。相应地，根据口径可比、数据公开可获得和实质重要的三原则，在计算 2025 财年和环境指标相关的经济强度数据时，收入的计算范围为阿里巴巴集团 2025 财年收入减去高鑫零售 2025 财年收入里 11 个月的估算值

4. 2025 财年，我们加强了数据治理和管理。为提升排放测算的准确性，我们收集货运航班所使用的飞机型号信息，以便按机型分类计算运输碳排放。这对范围 3 的计算结果产生了一定的影响。但由于缺乏历史数据，无法做追溯调整

5. 此处指标的排放量计算口径均为基于市场

6. 净排放量数据分别为范围 1 排放量，范围 2 排放量（基于市场）和范围 3 排放量（基于市场）与碳抵消的差值

环境	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
温室气体减排总量 ^{2,3}	吨二氧化碳当量	550,515	1,547,687	2,549,934	2,871,726
范围 1 减排量	吨二氧化碳当量		272	2,124	6,472
范围 2 减排量	吨二氧化碳当量	550,515	1,147,151	1,624,075	2,021,782
范围 3 减排量	吨二氧化碳当量		400,264	923,735	843,472
范围 3+ 减排量	吨二氧化碳当量		22,907,425	33,337,734	59,207,571
能源消耗总量	兆瓦时	5,242,053	5,565,054	5,929,143	7,635,126
直接能源消耗量	兆瓦时	1,591,653	1,639,234	933,096	877,339
直接能耗强度（单位收入直接能耗） ³	兆瓦时 / 百万人民币收入	2.1	2.1	1.1	0.9
天然气消耗量	千立方米	6,072	6,490	10,377	13,258
液化石油气消耗量	吨	2.4	2.1	1.7	0.8
柴油消耗量	吨	126,673	130,180	67,954	60,817
汽油消耗量	吨	190	261	283	198
间接能源消耗量：外购电力	兆瓦时	3,650,400	3,925,820	4,971,733	6,747,165
间接能源消耗强度：外购电力（单位收入间接能耗） ³	兆瓦时 / 百万人民币收入	4.8	5.0	5.7	7.2
清洁电力使用比例	%		38.9	44.3	52.2
间接能源消耗量：外购热力	兆瓦时			24,314	10,622
间接能源消耗强度：外购热力（单位收入间接能耗） ³	兆瓦时 / 百万人民币收入			0.03	0.01
可再生能源消耗量	兆瓦时	365,193	749,656	1,208,527	2,118,021
自建数据中心的平均电力使用效率（PUE） ⁷	/	1.247	1.215	1.200	1.190
租赁数据中心的平均电力使用效率（PUE） ⁷	/			1.269	1.253

7. PUE 是数据中心总能耗与 IT 设备能耗的比率

环境	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
包装					
包装总量	吨			212,592	188,604
包装强度 ³	吨每百万人民币收入			0.2	0.2
水资源					
总耗水量 ⁸	立方米			11,907,041	13,479,552
总耗水强度 ³	立方米每百万人民币收入			13.7	14.5
废弃物					
一般废弃物总量 ⁹	吨			84,242	123,449
一般废弃物强度 ³	吨每百万人民币收入			0.10	0.13
有害废弃物总量	吨			1,389	640
有害废弃物强度 ³	吨每百万人民币收入			0.0016	0.0007

8. 2025 财年，我们加强了数据治理和管理，个别业务的耗水量数据更加准确
9. 2025 财年，我们加强了数据治理和管理，个别业务的一般废弃物数据更加准确

社会	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
雇佣 - 员工情况 ¹⁰					
员工总人数	人	134,804	129,394	123,153	124,320
按性别划分的员工比例					
男性	%		65.4	65.2	64.6
女性	%		34.6	34.8	35.4
按年龄划分的员工比例					
<=35	%		75.8	73.4	70.3
36-50	%		23.7	26.0	28.9
>50	%		0.5	0.6	0.8
按工作地划分的员工比例					
中国内地	%		84.9	86.6	86.8
港澳台地区	%		0.9	1.1	1.1
其他国家和地区	%		14.2	12.3	12.1
存在身体障碍的员工人数	人		106	96	93
管理层中的女性比例					
管理人员 ¹¹	%		29.0	28.3	28.8
高级管理人员	%		25.0	30.0	37.5

10. 雇员情况的统计范围为阿里巴巴所有财务报表合并实体的正式员工人数。2025 财年，高鑫零售的出售已完成，银泰百货的出售也基本完成。我们员工的历史数据已剔除高鑫零售和银泰百货的员工数据

11. 管理人员是指需要管理及领导其他正式员工的员工

社会	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
员工流失 ¹²					
总流失率	%		27.0	29.3	23.5
按性别划分的员工流失率					
男性	%		27.4	28.2	23.1
女性	%		26.2	31.4	24.3
按年龄划分的员工流失率					
<=35	%		27.9	30.2	24.9
36-50	%		24.0	26.4	19.9
>50	%		24.8	36.6	26.0
按工作地划分的员工流失率					
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
员工培训 ¹³					
员工平均培训时长	小时	49.0	51.0	15.6	16.1
按性别划分的员工平均培训时长					
男性	小时		54.0	16.1	17.9
女性	小时		45.5	14.5	12.8
按管理人员划分的员工平均培训时长					
管理人员	小时		63.9	18.2	20.0
非管理人员	小时		48.5	15.1	15.4

12. 2025 财年，高鑫零售的出售已完成，银泰百货的出售也基本完成。因此，高鑫零售和银泰百货员工流失数据不在 2025 财年统计范围内，我们由此也对历史数据做了追溯调整，剔除高鑫零售和银泰百货的员工数据

13. 员工培训、员工健康与安全的统计范围为本公司直接管理业务的正式员工。员工培训指的是员工在学习平台中参与的职业培训和指导意义的课程、讲座及活动

社会	单位	2022 财年	2023 财年	2024 财年	2025 财年
参加培训的员工占比	%		96.9	83.3	82.2
按性别划分的参加培训员工占比					
男性	%		96.9	85.3	83.7
女性	%		96.8	79.5	79.4
按管理人员划分的参加培训员工占比					
管理人员	%		97.9	87.5	85.6
非管理人员	%		96.7	82.6	81.6
员工健康和安 ^{13,14}					
因工死亡人数	人	0	1	2	0
因工死亡率 ¹⁵	%	0	0.0009	0.0021	0.0000
工伤人数	人	25	20	31	79
因工伤损失的工作日数	天	839	429	653	1,545
工伤率 ¹⁶	工伤人数 / 百万工作小时	0.11	0.09	0.16	0.41
供应商数量 ¹⁷		5.33	4.48	6.23	4.16
中国内地	万	3.61	3.10	4.57	3.15
其他国家及地区	万	1.72	1.38	1.66	1.01

14. 工伤死亡员工的统计范围来自于人力资源团队登记的工伤死亡记录，并经当地政府核实
15. 因工死亡率 = (因工死亡员工人数 / 员工总数) *100%
16. 工伤率 = (工伤人数 / 员工总工作时数) *1,000,000
17. 此处供应商指 2025 财年内与阿里巴巴的主要业务存在有效合作的供应商。2025 财年优化披露口径，剔除财年内无有效合作的供应商。供应商的区域信息与供应商的公司注册地点有关，非供应商为阿里巴巴开展业务的地点

附录 2 数据核查声明



ESG 环境数据核查意见书

授予

阿里巴巴集团控股有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受阿里巴巴集团控股有限公司（注册地址为：Offices of Trident Trust Company (Cayman) Limited, Fourth Floor, One Capital Place, P.O. Box 847, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands，以下简称“阿里巴巴”）的委托，对阿里巴巴ESG报告中的相关环境数据进行独立的第三方核查，本核查意见书适用于下文所述工作范围内的相关信息。

范围内确定的相关环境数据由阿里巴巴全权负责提供。必维的职责是对所报告相关环境数据的准确性，以及对与数据有关的收集、分析和计算体系和流程提供独立的第三方核查。

组织边界：

- 基于运营控制权合并
- 总部及全球分支机构

环境数据所覆盖的时段：

- 2024年4月1日 – 2025年3月31日

保证等级：

- 合理保证等级

（除范围 3+温室气体排放量外为有限保证等级）

核查方法：

- 与阿里巴巴员工进行访谈
- 审查阿里巴巴提供的文件证据
- 审查阿里巴巴数据和信息系统，以及相关数据的收集、汇总和分析方法
- 对阿里巴巴相关环境数据进行抽样检查

核查意见：

基于核查工作实施过程和核查发现，我们认为，阿里巴巴建立了适当的系统和程序，用以收集、汇总和分析化数据，从而可以得出上述边界和周期内的相关环境数据，数据是可靠的。

独立、公正和胜任能力声明

必维是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与阿里巴巴集团及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：刘朋

核查日期：2025年4月14日 – 2025年5月30日

编号：EM26665963

签发日期：2025年6月12日

版本号：No.1

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
请进一步参阅本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
获取更多本意见书之有效状态信息，+86 10 59661663

第 1 页，共 4 页



阿里巴巴 ESG 报告环境数据核查明细表（温室气体排放相关数据）			
环境数据	数值	单位	核查依据
温室气体排放总量 ^[1]	10,263,149		
其中：			
范围 1 排放量	485,983		
范围 2 基于市场排放数量	1,920,925		
范围 2 基于位置排放数量 ^[2]	3,927,319		
范围 3 排放量 ^[3]	7,856,241		
范围 3 排放量 ^[4]	11,659		
范围 3 排放量 ^[5]	11,659		
温室气体净排放量 ^[6]	10,251,490		
其中：			
范围 1 净排放量	474,324		
范围 2 净排放量	1,920,925		
范围 3 净排放量	7,856,241		
温室气体净排放强度 ^[6]	11.0		
其中：			
范围 1 净排放强度	0.5		
范围 2 净排放强度	2.1		
范围 3 净排放强度	8.4		
温室气体减排总量 ^[7]	2,871,726		
其中：			
范围 1 减排量	6,472		
范围 2 减排量	2,021,762		
范围 3 减排量	843,472		
范围 3+温室气体减排总量 ^[8]	59,207,571		

备注：
[1] 以上范围 1、2 和 3 温室气体排放量数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[2] 范围 2 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[3] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[4] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[5] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[6] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[7] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[8] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
请进一步参阅本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
获取更多本意见书之有效状态信息，+86 10 59661663

第 2 页，共 4 页



阿里巴巴 ESG 报告环境数据核查明细表（能耗与包材相关数据）			
环境数据	数值	单位	核查依据
能源消耗总量	7,635,126	千瓦时	
其中：			
直接能源消耗量	877,339	千瓦时	
天然气消耗量	13,258	千立方米	
液化石油气消耗量	0.8		
柴油消耗量 ^[1]	60,817	吨	
汽油消耗量	198		
直接能源消耗强度 ^[2]	0.9	千瓦时/百万人民币收入	
间接能源消耗量：电力 ^[3]	6,747,165	千瓦时	
间接能源消耗强度：电力 ^[4]	7.2	千瓦时/百万人民币收入	
间接能源消耗量：热力 ^[5]	10,622	千瓦时	
间接能源消耗强度：热力 ^[6]	0.01	千瓦时/百万人民币收入	
可再生能源消耗量	2,118,021	千瓦时	
全集团清洁能源使用比例 ^[7]	52.2	%	
阿里云自建数据中心清洁能源使用比例 ^[8]	64.0	%	
阿里云租赁数据中心清洁能源使用比例 ^[9]	22.4	%	
菜鸟运营控制范围内清洁能源使用比例 ^[10]	33.8	%	
总务线（零售智慧）运营控制范围和价值链的清洁能源使用比例 ^[11]	47.8	%	
自建数据中心的平均电力使用效率 PUE ^[12]	1.190	/	
租赁数据中心的平均电力使用效率 PUE ^[13]	1.253	/	
阿里巴巴集团自用园区的单位面积温室气体排放量与 2024 财年相比的进展 ^[14]	-36.7	%	
包装总量	188,604	吨	
包装强度 ^[15]	0.2	吨/百万人民币收入	
包装减碳节约的包装量	8,820	吨	
符合减碳节约条件的包装简化方案应用的包装量	123,403,344	个	
包装设计简化方案节约的包装量	6,319	吨	
符合减碳节约条件的策略发货包裹数量	684,129,376	个	
电商发货节约的包装量	112,015	吨	
电子账单节约的包装量	5,296	吨	
面单优化设计节约的包装量	5,580	吨	
符合减碳节约条件的仓库内旧纸箱循环再使用的个数	35,970,969	个	
仓库内旧纸箱循环再使用的节约的包装量	13,467	吨	
循环箱节约的包装量	17,248	吨	

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
请进一步参阅本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
获取更多本意见书之有效状态信息，+86 10 59661663

第 3 页，共 4 页



阿里巴巴 ESG 报告环境数据核查明细表（水资源与废弃物相关数据）			
总耗水量 ^[16]	13,479,552	吨	
总耗水强度 ^[17]	14.5	吨/百万人民币收入	
其他			
总务线（零售智慧）循环水使用量	32,887	吨	
阿里云自建数据中心的平均水使用效率	40,625	吨	
阿里云自建数据中心的平均水使用效率（WUE） ^[18]	1.144	L/kWh	
阿里云主要采用风冷架构的自建数据中心的平均水使用效率（WUE） ^[19]	0.329	L/kWh	
阿里云主要采用水冷架构的自建数据中心的平均水使用效率（WUE） ^[20]	1.800	L/kWh	
一般废弃物总量 ^[21]	123,449	吨	
一般废弃物强度 ^[22]	0.13	吨/百万人民币收入	
有害废弃物总量 ^[23]	640	吨	
有害废弃物强度 ^[24]	0.0007	吨/百万人民币收入	

备注：
[1] 以上范围 1、2 和 3 温室气体排放量数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[2] 范围 2 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[3] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[4] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[5] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[6] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[7] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[8] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[9] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[10] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[11] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[12] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[13] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[14] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[15] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[16] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[17] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[18] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[19] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[20] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[21] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[22] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[23] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。
[24] 范围 3 基于位置排放数据基于公开披露数据，范围 3 部分数据来自数据清单中提供的信息。

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
请进一步参阅本意见书的核查范围，可直接向本意见书持有者查询
获取更多本意见书之有效状态信息，+86 10 59661663

第 4 页，共 4 页



温室气体减排核查意见书

授予
阿里巴巴集团控股有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受阿里巴巴集团控股有限公司（注册地址为：Offices of Trident Trust Company (Cayman) Limited, Fourth Floor, One Capital Place, P.O. Box 847, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands，以下简称“阿里巴巴”）的委托，对阿里巴巴ESG报告中碳排放量的相关数据进行独立的第三方核查，本核查意见书适用于下文所述工作范围内的相关信息。

范围内确定的相关数据由阿里巴巴全权负责提供，必维的职责是对所报告相关减排量数据的准确性，以及对与数据有关的收集、分析和计算体系和流程提供独立的第三方核查。

数据所涵盖的时段：

- 2024年4月1日 – 2025年3月31日

保证等级：

- 合理保证等级

核查方法：

- 与阿里巴巴员工进行访谈
- 评审阿里巴巴提供的文件证据
- 评审阿里巴巴数据和信息系统，以及相关数据的收集、汇总和分析方法
- 对阿里巴巴相关数据进行抽样核查

核查意见：

基于核查工作实施过程和核查发现，我们认为，阿里巴巴建立了适当的系统和程序，用以收集、汇总和分析量化数据，从而可以得出上述边界和周期内的相关数据，数据是可靠的。

独立、公正和胜任能力声明

必维是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康安全和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与阿里巴巴集团及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：刘慧

编号：EMI26420771

版本号：No.1

核查日期：2025年4月14日 – 2025年5月30日

签发日期：2025年6月12日

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书记有者查询
需验证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663

第1页，共2页



温室气体减排数据核查明细表					
场景边界 IV	减排场景	减排数值	单位	核查依据	
范围1和2总计减排量		2,028,254.06			
按减排策略划分					
数字化赋能	园区的数字化管理 III 智能路径优化	4,037.87		- ISO 14064-2:2019 项目层面上对温室气体减排和清除增加的量化、监测和报告的规范及指南 - 温室气体核算体系：项目核算方法 - ISO 14064-3:2019 温室气体声明核查和审定规范及指南 - 项目方法学： - 园区的数字化管理，通过算法优化电气设备的控制模式，以减少建筑运营期间的能源浪费 - 员工低碳办公节能解决方案：通过算法提升低碳交通方式替代高碳交通方式，推动员工进行低碳办公节能 - 通勤电气化：通过采用新能源汽车实现减排 - 智能路径优化：通过算法优化车辆行驶路径实现减排 - 减少和优化包装材料的使用： • 装箱发货：发货时搬运箱装直接贴在商品原包装上而无需额外包装贴 • 仓内纸箱复用：重复利用仓内旧纸箱 • 循环周转箱：在运输和仓储环节使用循环周转替代一次性纸箱 • 面单优化设计：通过面单优化设计减少包材使用 • 装箱单元优化：减少包裹中的低效装载率使用，以电子载体的数据单元替代 • 包装轻量化：优化包装设计轻量化，优化包装轻量化材料的使用 • 轻量化设计：根据特定物资重量，根据特定物资重量，设计轻量化包装类型、尺寸及设计提出建议，以尽量减少使用低效及高消耗材料的算法。	
能源结构转型	清洁能源使用 清洁能源使用	2,024,216.19			
按阿里巴巴业务单元划分					
阿里云	清洁能源使用	1,860,834.60			
菜鸟	智能路径优化 清洁能源使用	55,074.83			
总务线（集团智慧 IV）	园区的数字化管理 III 清洁能源使用	77,440.92			
盒马鲜生	清洁能源使用	34,663.30			
其他业务	清洁能源使用	240.41			
范围3 总计减排量		843,472.30			
按减排策略划分					
数字化赋能	员工低碳办公节能解决方案 III 智能路径优化	8,054.68			二、氧化二氮 核算量
能源结构转型	清洁能源使用 清洁能源使用	637,702.06			
减少和优化包装材料的使用	菜鸟减少和优化包装材料的使用	197,715.26			
按阿里巴巴业务单元划分					
阿里云	清洁能源使用	575,468.35			
菜鸟	智能路径优化 清洁能源使用 清洁能源使用	228,145.28			
总务线（集团智慧 IV）	员工低碳办公节能解决方案 III 清洁能源使用	25,978.08			
其他业务	清洁能源使用	12,881.69			
范围1、2和3减排量合计		2,871,726.36			

备注：
IV 以上场景数据公开，且其数据源自阿里巴巴集团官方认可的可靠数据源。
III 以上数据源自项目层面与数字化管理电报阿里巴巴集团园区的A、B、C、D、E、F、G、H、I、J、K、L、M、N、O、P、Q、R、S、T、U、V、W、X、Y、Z、AA、AB、AC、AD、AE、AF、AG、AH、AI、AJ、AK、AL、AM、AN、AO、AP、AQ、AR、AS、AT、AU、AV、AW、AX、AY、AZ、BA、BB、BC、BD、BE、BF、BG、BH、BI、BJ、BK、BL、BM、BN、BO、BP、BQ、BR、BS、BT、BU、BV、BW、BX、BY、BZ、CA、CB、CC、CD、CE、CF、CG、CH、CI、CJ、CK、CL、CM、CN、CO、CP、CQ、CR、CS、CT、CU、CV、CW、CX、CY、CZ、DA、DB、DC、DD、DE、DF、DG、DH、DI、DJ、DK、DL、DM、DN、DO、DP、DQ、DR、DS、DT、DU、DV、DW、DX、DY、DZ、EA、EB、EC、ED、EE、EF、EG、EH、EI、EJ、EK、EL、EM、EN、EO、EP、EQ、ER、ES、ET、EU、EV、EW、EX、EY、EZ、FA、FB、FC、FD、FE、FF、FG、FH、FI、FJ、FK、FL、FM、FN、FO、FP、FQ、FR、FS、FT、FU、FV、FW、FX、FY、FZ、GA、GB、GC、GD、GE、GF、GG、GH、GI、GJ、GK、GL、GM、GN、GO、GP、GQ、GR、GS、GT、GU、GV、GW、GX、GY、GZ、HA、HB、HC、HD、HE、HF、HG、HH、HI、HJ、HK、HL、HM、HN、HO、HP、HQ、HR、HS、HT、HU、HV、HW、HX、HY、HZ、IA、IB、IC、ID、IE、IF、IG、IH、II、IJ、IK、IL、IM、IN、IO、IP、IQ、IR、IS、IT、IU、IV、IW、IX、IY、IZ、JA、JB、JC、JD、JE、JF、JG、JH、JI、JJ、JK、JL、JM、JN、JO、JP、JQ、JR、JS、JT、JU、JV、JW、JX、JY、JZ、KA、KB、KC、KD、KE、KF、KG、KH、KI、KJ、KK、KL、KM、KN、KO、KP、KQ、KR、KS、KT、KU、KV、KW、KX、KY、KZ、LA、LB、LC、LD、LE、LF、LG、LH、LI、LJ、LK、LL、LM、LN、LO、LP、LQ、LR、LS、LT、LU、LV、LW、LX、LY、LZ、MA、MB、MC、MD、ME、MF、MG、MH、MI、MJ、MK、ML、MM、MN、MO、MP、MQ、MR、MS、MT、MU、MV、MW、MX、MY、MZ、NA、NB、NC、ND、NE、NF、NG、NH、NI、NJ、NK、NL、NM、NN、NO、NP、NQ、NR、NS、NT、NU、NV、NW、NX、NY、NZ、OA、OB、OC、OD、OE、OF、OG、OH、OI、OJ、OK、OL、OM、ON、OO、OP、OQ、OR、OS、OT、OU、OV、OW、OX、OY、OZ、PA、PB、PC、PD、PE、PF、PG、PH、PI、PJ、PK、PL、PM、PN、PO、PP、PQ、PR、PS、PT、PU、PV、PW、PX、PY、PZ、QA、QB、QC、QD、QE、QF、QG、QH、QI、QJ、QK、QL、QM、QN、QO、QP、QQ、QR、QS、QT、QU、QV、QW、QX、QY、QZ、RA、RB、RC、RD、RE、RF、RG、RH、RI、RJ、RK、RL、RM、RN、RO、RP、RQ、RR、RS、RT、RU、RV、RW、RX、RY、RZ、SA、SB、SC、SD、SE、SF、SG、SH、SI、SJ、SK、SL、SM、SN、SO、SP、SQ、SR、SS、ST、SU、SV、SW、SX、SY、SZ、TA、TB、TC、TD、TE、TF、TG、TH、TI、TJ、TK、TL、TM、TN、TO、TP、TQ、TR、TS、TT、TU、TV、TW、TX、TY、TZ、UA、UB、UC、UD、UE、UF、UG、UH、UI、UJ、UK、UL、UM、UN、UO、UP、UQ、UR、US、UT、UU、UV、UW、UX、UY、UZ、VA、VB、VC、VD、VE、VF、VG、VH、VI、VJ、VK、VL、VM、VN、VO、VP、VQ、VR、VS、VT、VU、VV、VW、VX、VY、VZ、WA、WB、WC、WD、WE、WF、WG、WH、WI、WJ、WK、WL、WM、WN、WO、WP、WQ、WR、WS、WT、WU、WV、WW、WX、WY、WZ、XA、XB、XC、XD、XE、XF、XG、XH、XI、XJ、XK、XL、XM、XN、XO、XP、XQ、XR、XS、XT、XU、XV、XW、XX、XY、XZ、YA、YB、YC、YD、YE、YF、YG、YH、YI、YJ、YK、YL、YM、YN、YO、YP、YQ、YR、YS、YT、YU、YV、YW、YX、YY、YZ、ZA、ZB、ZC、ZD、ZE、ZF、ZG、ZH、ZI、ZJ、ZK、ZL、ZM、ZN、ZO、ZP、ZQ、ZR、ZS、ZT、ZU、ZV、ZW、ZX、ZY、ZZ

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼9层902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书记有者查询
需验证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663

第2页，共2页



范围 3+温室气体减排核查意见书

授予
阿里巴巴集团控股有限公司

必维认证（北京）有限公司（以下简称“必维”）受阿里巴巴集团控股有限公司（注册地址为：Offices of Trident Trust Company (Cayman) Limited, Fourth Floor, One Capital Place, P.O. Box 847, George Town, Grand Cayman, Cayman Islands，以下简称“阿里巴巴”）的委托，对阿里巴巴ESG报告中的范围3+减排量的相关数据进行独立的第三方核查，本核查意见书适用于下文所述工作范围内的相关信息。

范围内确定的相关数据由阿里巴巴全权负责提供，必维的职责是对所报告相关减排量数据的准确性，以及对与数据有关的收集、分析和计算体系和流程提供独立的第三方核查。

数据所涵盖的时段：

- 2024年4月1日 – 2025年3月31日

保证等级：

- 有限保证等级

核查方法：

- 与阿里巴巴员工进行访谈
- 评审阿里巴巴提供的文件证据
- 评审阿里巴巴数据和信息系统，以及相关数据的收集、汇总和分析方法
- 对阿里巴巴相关数据进行抽样核查

核查意见：

阿里巴巴建立了有效的系统和程序，用以收集、汇总和分析量化数据；
本次验证活动是基于必维认证的有限的、非绝对的基础上进行的，必维没有发现方法和数据中存在系统性或实质性错误。

独立、公正和胜任能力声明

必维是一家拥有190多年历史，在质量、环境、职业健康和社会责任领域提供独立验证服务的机构。必维核查团队与阿里巴巴集团及其管理人员不存在其它的商业关系，核查团队的核查活动是独立的、公正的，不存在任何利益冲突。必维在整个业务范围内实施商业道德准则，以确保员工在日常业务活动中保持最高的道德标准。

核查组长：邓丹

编号：EMI26696124

版本号：No.1

核查日期：2025年4月14日 – 2025年5月30日

签发日期：2025年6月12日

必维认证（北京）有限公司授权代表

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书记有者查询
需验证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663

第1页，共2页



范围 3+温室气体减排数据核查明细表				
减排场景 ^{IV}	数值	单位	核查依据	
范围 3+总计减排量		69,207,570.98	吨二氧化碳当量	
按减排策略划分				
减排减排 ^{IV}	15,608,161.94		- ISO 14064-2:2019 项目层面 对温室气体减排和清除增加的 量化、监测和报告的规范及指 导 - 温室气体核算体系：项目核算 方法 - ISO 14064-3:2019 温室气体 声明核查和审定规范及指南 - 范围 3+减排：供应链的企业 气候行动方法学 - TCAS 804—2024 企业范围 3+ 温室气体减排核算和报告指南 “碳中和”的核算与报告指南 - 温室气体物品交易交易减排量 量化方法学研究报告 - 供应链碳减排效益测算报告 - 阿里云数据中心碳减排方法学 报告（二期） - 钉钉企业级客户碳减排量计算 方法和模型研究报告 - 北京市低碳出行碳减排方法学 - 高能效产品碳减排量评估技术 指南 - 高能效产品碳减排量评估技术 要求 房间空气调节器等产品 碳减排量评估 - 做了么无餐具碳减排量计算 方法学研究 - 关于项目的温室气体减排量评 估技术规范 光伏面板 等	
低碳云服务	11,190,423.57			
低碳办公	4,417,738.37			
带动减排 ^{IV}	43,589,409.04			
低碳商品	29,077,117.10			
低碳出行	1,592,649.65			
低碳餐饮	32,619.80			
闲置物品回收利用	12,897,022.49			
按阿里巴巴业务单元划分				
海天集团	28,235,710.05			
云智能集团	11,190,423.57			
阿里国际数字商业集团	12,713,163.59			
菜鸟集团	25,275.35			
钉钉	4,417,738.37			
做了么	32,619.80			
高德	1,592,649.65			

备注：
IV 以上场景数据公开，且其数据源自阿里巴巴集团官方认可的可靠数据源，且其数据源自项目层面与数字化管理电报阿里巴巴集团园区的A、B、C、D、E、F、G、H、I、J、K、L、M、N、O、P、Q、R、S、T、U、V、W、X、Y、Z、AA、AB、AC、AD、AE、AF、AG、AH、AI、AJ、AK、AL、AM、AN、AO、AP、AQ、AR、AS、AT、AU、AV、AW、AX、AY、AZ、BA、BB、BC、BD、BE、BF、BG、BH、BI、BJ、BK、BL、BM、BN、BO、BP、BQ、BR、BS、BT、BU、BV、BW、BX、BY、BZ、CA、CB、CC、CD、CE、CF、CG、CH、CI、CJ、CK、CL、CM、CN、CO、CP、CQ、CR、CS、CT、CU、CV、CW、CX、CY、CZ、DA、DB、DC、DD、DE、DF、DG、DH、DI、DJ、DK、DL、DM、DN、DO、DP、DQ、DR、DS、DT、DU、DV、DW、DX、DY、DZ、EA、EB、EC、ED、EE、EF、EG、EH、EI、EJ、EK、EL、EM、EN、EO、EP、EQ、ER、ES、ET、EU、EV、EW、EX、EY、EZ、FA、FB、FC、FD、FE、FF、FG、FH、FI、FJ、FK、FL、FM、FN、FO、FP、FQ、FR、FS、FT、FU、FV、FW、FX、FY、FZ、GA、GB、GC、GD、GE、GF、GG、GH、GI、GJ、GK、GL、GM、GN、GO、GP、GQ、GR、GS、GT、GU、GV、GW、GX、GY、GZ、HA、HB、HC、HD、HE、HF、HG、HH、HI、HJ、HK、HL、HM、HN、HO、HP、HQ、HR、HS、HT、HU、HV、HW、HX、HY、HZ、IA、IB、IC、ID、IE、IF、IG、IH、II、IJ、IK、IL、IM、IN、IO、IP、IQ、IR、IS、IT、IU、IV、IW、IX、IY、IZ、JA、JB、JC、JD、JE、JF、JG、JH、JI、JJ、JK、JL、JM、JN、JO、JP、JQ、JR、JS、JT、JU、JV、JW、JX、JY、JZ、KA、KB、KC、KD、KE、KF、KG、KH、KI、KJ、KK、KL、KM、KN、KO、KP、KQ、KR、KS、KT、KU、KV、KW、KX、KY、KZ、LA、LB、LC、LD、LE、LF、LG、LH、LI、LJ、LK、LL、LM、LN、LO、LP、LQ、LR、LS、LT、LU、LV、LW、LX、LY、LZ、MA、MB、MC、MD、ME、MF、MG、MH、MI、MJ、MK、ML、MM、MN、MO、MP、MQ、MR、MS、MT、MU、MV、MW、MX、MY、MZ、NA、NB、NC、ND、NE、NF、NG、NH、NI、NJ、NK、NL、NM、NN、NO、NP、NQ、NR、NS、NT、NU、NV、NW、NX、NY、NZ、OA、OB、OC、OD、OE、OF、OG、OH、OI、OJ、OK、OL、OM、ON、OO、OP、OQ、OR、OS、OT、OU、OV、OW、OX、OY、OZ、PA、PB、PC、PD、PE、PF、PG、PH、PI、PJ、PK、PL、PM、PN、PO、PP、PQ、PR、PS、PT、PU、PV、PW、PX、PY、PZ、QA、QB、QC、QD、QE、QF、QG、QH、QI、QJ、QK、QL、QM、QN、QO、QP、QQ、QR、QS、QT、QU、QV、QW、QX、QY、QZ、RA、RB、RC、RD、RE、RF、RG、RH、RI、RJ、RK、RL、RM、RN、RO、RP、RQ、RR、RS、RT、RU、RV、RW、RX、RY、RZ、SA、SB、SC、SD、SE、SF、SG、SH、SI、SJ、SK、SL、SM、SN、SO、SP、SQ、SR、SS、ST、SU、SV、SW、SX、SY、SZ、TA、TB、TC、TD、TE、TF、TG、TH、TI、TJ、TK、TL、TM、TN、TO、TP、TQ、TR、TS、TT、TU、TV、TW、TX、TY、TZ、UA、UB、UC、UD、UE、UF、UG、UH、UI、UJ、UK、UL、UM、UN、UO、UP、UQ、UR、US、UT、UU、UV、UW、UX、UY、UZ、VA、VB、VC、VD、VE、VF、VG、VH、VI、VJ、VK、VL、VM、VN、VO、VP、VQ、VR、VS、VT、VU、VV、VW、VX、VY、VZ、WA、WB、WC、WD、WE、WF、WG、WH、WI、WJ、WK、WL、WM、WN、WO、WP、WQ、WR、WS、WT、WU、WV、WW、WX、WY、WZ、XA、XB、XC、XD、XE、XF、XG、XH、XI、XJ、XK、XL、XM、XN、XO、XP、XQ、XR、XS、XT、XU、XV、XW、XX、XY、XZ、YA、YB、YC、YD、YE、YF、YG、YH、YI、YJ、YK、YL、YM、YN、YO、YP、YQ、YR、YS、YT、YU、YV、YW、YX、YY、YZ、ZA、ZB、ZC、ZD、ZE、ZF、ZG、ZH、ZI、ZJ、ZK、ZL、ZM、ZN、ZO、ZP、ZQ、ZR、ZS、ZT、ZU、ZV、ZW、ZX、ZY、ZZ

认证机构地址：中国北京市东城区东长安街1号东方广场西一办公楼902室，邮编：100738
需进一步澄清本意见书的核查范围，可直接向本意见书记有者查询
需验证本意见书之有效状态请电：+86 10 59683663

第2页，共2页

Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 17, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza, 1 East Chang An Avenue
Dongcheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼17层
邮政编码: 100738

Tel电话: +86 10 5815 3000
Fax传真: +86 10 8518 8298
ey.com

独立有限保证鉴证报告

安永华明(2025)专字第70035576_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

阿里巴巴集团控股有限公司董事会：

工作範圍

我们受阿里巴巴集团控股有限公司（以下简称“公司”）的委托，执行《国际鉴证业务准则》定义的“有限保证鉴证业务”（以下简称“有限保证鉴证业务”），就公司编制的《阿里巴巴集团FY2025环境、社会及治理（ESG）报告》（以下简称ESG报告）中选定的于2025年3月31日及自2024年4月1日起至2025年3月31日止期间（以下简称“期间”）关键披露信息（以下简称“鉴证对象”）进行报告。

鉴证对象

诚信
于2025年3月31日，公司采纳以下政策： ●《阿里巴巴集团商业行为准则》； ●《阿里巴巴集团员工权益守则》；及 ●《阿里巴巴集团反性骚扰行为准则》。
于2025年3月31日期间内： ●按性别、雇佣类型（如正式）、年龄组别及地区划分的雇员总数；及 ●按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。
健康与安全
于2025年3月31日，公司采纳以下政策： ●《安全应急操作指引》；及 ●《菜鸟集团环境健康和安全管理（EHS）管理手册》。



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明 (2025) 专字第70035576_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作範圍 (續)

鉴证对象(续)

健康与安全（续） 期间内，公司执行以下惯例及计划： ● 风险地图及其适用的定量指标和风险专项改进工作； ● 办公区域应急演练； ● 急救员持证培训； ● 心理咨询渠道； ● 心理健康活动；及 ● “员工关爱计划”。
期间内： ● 因工伤亡的人数及比率；及 ● 因工伤损失工作日数。
发展与培训 期间内，公司开展以下培训活动： ● Lazada加入的联合国全球契约组织（UNGC）在线学习平台计划； ● 新人培训项目； ● 《管理者应知应会》； ● 管理者培养计划；及 ● “学AI，用AI”培训活动。
期间内： ● 按性别及雇员类别划分的受训雇员百分比；及 ● 按性别及雇员类别划分的，每名雇员完成受训的平均工时数。



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明 (2025) 专字第70035576_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作范围 (续)

鉴证对象(续)

供应链管理	于2025年3月31日，公司采纳以下政策： ● 《阿里巴巴供应商ESG行为准则规范》； ● 《阿里巴巴集团控股有限公司供应商合规管理规范》； ● 《诚信的足迹》； ● 《天猫超市入驻标准》；及 ● 《阿里云智能集团供应商管理总则》。
	期间内，公司执行以下惯例及计划： ● 供应商准入流程； ● 供应商选择流程； ● 供应商绩效评价流程； ● 供应商风险管理流程； ● 供应商ESG风险识别体系； ● 供应商ESG合规工作检查和纠偏； ● “阿里巴巴供应商ESG积分项目”； ● 阿里云租赁数据中心PUE指标管理；及 ● 阿里云供应商清洁能源力使用要求。
	于2025年3月31日： ● 按地区划分的供应商数目。



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明(2025)专字第70035576_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作範圍 (續)

鉴证对象(续)

产品责任	
于2025年3月31日，公司采纳以下政策：	
● 电商交易平台商家管理规则与商品质量管理标准； ● 饿了么食品安全制度； ● 云智盟集团产品品质管理规范与制度； ● 《隐私政策合规规范》；及 ● “阿里隐私平台”发布的隐私保护政策。	
期间内，公司执行以下惯例及计划：	
● 阿里巴巴打假联盟。 ● 电商交易平台商家和商品准入管理规则； ● 电商交易平台投诉举报渠道； ● 淘宝和天猫平台商品抽检； ● 天猫超市商品入库稽核标准化流程； ● 天猫超市召回流程； ● 淘天集团知识产权保护平台； ● 阿里国际数字商业知识产权保护平台； ● 饿了么食品安全售后服务； ● 饿了么餐品抽检和商家门店审核；及 ● APP隐私管理功能。	
期间内：	
● 淘宝和天猫平台接获的投诉数目以及应对方法； ● 阿里云接获的报损数目以及应对方法；及 ● 天猫超市发生商品召回事件数目。	

 安永 独立有限保证鉴证报告（续） 安永华明（2025）专字第70035576_B01号 阿里巴巴集团控股有限公司 工作范围（续） 鉴证对象（续） <table><tr><td>反贪污</td></tr><tr><td>于2025年3月31日，公司采纳以下政策： 《阿里巴巴集团商业行为准则》，及 《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》。 </td></tr><tr><td>期间内，公司采纳以下措施： - 腐败行为举报渠道。 </td></tr><tr><td>期间内，公司开展以下培训活动： - 董事会成员反腐败培训；及 - 员工反腐败培训。 </td></tr><tr><td>期间内： - 对公司或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。 </td></tr><tr><td>社区投资</td></tr><tr><td>期间内，公司执行以下计划： “人人3小时”；及 “少年云助学计划”。 </td></tr><tr><td>期间内： - 员工总志愿时；及 - 阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠金额。 </td></tr></table>	反贪污	于2025年3月31日，公司采纳以下政策： 《阿里巴巴集团商业行为准则》，及 《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》。	期间内，公司采纳以下措施： 腐败行为举报渠道。	期间内，公司开展以下培训活动： - 董事会成员反腐败培训；及 - 员工反腐败培训。	期间内： 对公司或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	社区投资	期间内，公司执行以下计划： “人人3小时”；及 “少年云助学计划”。	期间内： - 员工总志愿时；及 - 阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠金额。
反贪污								
于2025年3月31日，公司采纳以下政策： 《阿里巴巴集团商业行为准则》，及 《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》。								
期间内，公司采纳以下措施： 腐败行为举报渠道。								
期间内，公司开展以下培训活动： - 董事会成员反腐败培训；及 - 员工反腐败培训。								
期间内： 对公司或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。								
社区投资								
期间内，公司执行以下计划： “人人3小时”；及 “少年云助学计划”。								
期间内： - 员工总志愿时；及 - 阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠金额。								
5								

 安永 独立有限保证鉴证报告（续） 安永华明（2025）专字第70035576_B01号 阿里巴巴集团控股有限公司 工作范围（续） 除前段所述（该段规定了我们的业务范围）外，我们未对 ESG 报告中包含的其余信息执行鉴证程序，因此，我们不对其余信息发表结论。 公司通用标准 公司编制ESG报告关键信息所采用的标准为香港联合交易所附录C2《环境、社会及管治报告守则》中“主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标B 社会”以及ESG报告中定义和披露的编制基础（以下简称“编制基础”）。 固有局限性 鉴证对象及其他非财务信息的准确性和完整性受其固有局限性的影响，这主要由于其性质以及用于确定、计算和估计此类信息的方法，因此，本报告应结合公司ESG报告正文以及附录1 ESG关键绩效指标中的脚注进行解读。 公司的责任 公司管理层负责上述标准的选择并负责在所有重大方面按照上述标准编制鉴证对象。这种责任包括设计、执行和维护与编制鉴证对象相关的内部控制，保留充分的证据以及做出与鉴证对象相关的估计，以使该等鉴证对象不存在由于舞弊或错误而导致的重大错报。 安永的责任 我们的责任是根据我们获取的证据，就鉴证对象发表结论。 我们按照与公司于2025年4月23日签署的业务约定书条款，根据《国际鉴证业务准则第3000号—历史财务信息的审计或审阅以外的鉴证业务（修订版）》的规定执行了鉴证业务。该准则要求我们计划和执行鉴证工作，以就我方是否知悉需要对鉴证对象进行任何重大修改以使其符合编制适用标准得出结论，并发布报告。所选程序的性质、时间和范围取决于我们的判断，包括对由于舞弊或错误导致的重大错报风险的评估。 我们认为，我们获取的证据是充分和适当的，为发表有限保证的鉴证结论提供了基础。
6

 安永 独立有限保证鉴证报告（续） 安永华明（2025）专字第70035576_B01号 阿里巴巴集团控股有限公司 独立性和质量管理 我们保持了独立性，并确认我们遵守了国际会计师职业道德准则理事会颁布的《国际会计师职业道德守则》的要求，并具备开展本次鉴证业务所需的能力和经历。 我们还遵循《国际质量管理准则第1号—会计师事务所对执行财务报表审计或审阅、其他鉴证或相关服务业务实施的质量管理》，该准则要求我们设计、实施和运行一套质量管理体系，包括与遵守职业道德要求、专业标准和适用的法律法规要求相关的书面政策与程序。 执行的程序 有限保证的鉴证业务所实施的程序在性质、时间、范围方面不同于合理保证的鉴证业务，且范围小于合理保证的鉴证业务。因此，有限保证鉴证业务所取得的保证程度大幅低于合理保证的鉴证业务。我们所设计的程序仅用于取得有限保证结论，无法提供合理保证所需的全部证据。 尽管我们在决定鉴证程序的性质和范围时考虑管理层所执行内部控制的有效性，但是我们的目的并不是就内控有效性发表意见。我们的程序亦不包括检查信息系统所搜集和计算的数据及相关控制。 我们所实施的程序包括： 1) 对人员进行访谈，了解业务和报告流程； 2) 与关键人员进行访谈，了解期间内收集、整理和报告鉴证对象的过程； 3) 检查计算过程是否已经按照公司编制基础中列出的方法正确应用； 4) 对鉴证对象中的定量信息执行分析性复核，以支持数据的合理性； 5) 检查鉴证对象中所列的政策、惯例及计划是否存在；及 6) 对鉴证对象源信息实施抽样测试，以检查数据的准确性。 我们还执行了我们认为的必要程序。 结论 基于已实施的程序及获取的证据，我们没有任何事项使我们相信于2025年3月31日及自2024年4月1日起至2025年3月31日止期间的鉴证对象未能在所有重大方面按照编制基础编制。 限制性使用 根据与公司商定的业务约定书中的条款，我们执行的程序和就此报告的责任仅针对公司。此报告可能不适用于其他目的。因此，我们不为其任何其他个人或组织接受或承担任何责任，任何此类第三方对本报告的任何依赖均由其自行承担风险。
7

 安永 独立有限保证鉴证报告（续） 安永华明（2025）专字第70035576_B01号 阿里巴巴集团控股有限公司 （本页无正文）  安永华明会计师事务所（特殊普通合伙） 中国 北京 2025年5月11日
8

附录 3 温室气体盘查和核算边界

本次盘查范围为阿里巴巴集团控股有限公司在 2025 财年组织边界和报告边界内的范围 1 和范围 2 的温室气体排放量，及部分范围 3 的温室气体排放量。本次盘查所涉及的温室气体种类包括：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亚氮（N₂O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）等。经盘查，本报告期内涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五种温室气体的排放。

依据《ISO14064-1:2018 组织层次上对温室气体排放和清除的量化和报告的规范及指南》《温室气体议定书：企业核算与报告准则》《温室气体议定书：企业价值链核算与报告标准》《ISO14064-3:2019 对温室气体声明进行审定和盘查的指南性规范》及其他适用的法律法规及相关标准，对阿里巴巴在盘查期内（2024 财年）的温室气体排放量和清除量进行盘查。温室气体排放活动数据严格遵循相关初级活动数据和次级活动数据的质量要求。排放因子均来源于联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）2006 年发布的《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》及 2019 年发布的《IPCC2006 年国家温室气体清单指南 2019 修订版》《2019 年中国能源统计年鉴》以及其他权威参考文献。所有过程均遵循 CEC 内部的温室气体排放盘查质量控制程序，并严格遵循 ISO14064-3 标准的要求。

盘查按照 ISO14064、IPCC 指南及其他适用的法律法规作为盘查依据，详细如下：

- 《ISO14064-1:2018 组织层次上对温室气体排放和清除的量化和报告的规范及指南》
- 《ISO14064-3:2019 对温室气体声明进行审定和盘查的指南性规范》
- 《公共建筑运营企业温室气体排放核算方法与报告指南（试行）》
- 《温室气体核算体系：企业核算与报告准则》（修订版）
- 《温室气体核算体系：企业价值链（范围三）核算与报告标准》
- 《2006 年 IPCC 国家温室气体清单指南》
- 《IPCC 2006 年国家温室气体清单指南 2019 修订版》
- 其他适用的法律法规及相关标准

范围	排放类型	排放源
范围 1： 直接温室气体排放 来自报告公司拥有 或控制的排放源	固定燃烧源	燃气灶使用天然气、液化石油气，柴油发电机使用柴油产生的温室气体排放
	移动燃烧源	有车辆使用柴油、汽油等产生的温室气体排放
	逸散排放	灭火器的泄露排放
		制冷剂的泄露 SF ₆ 的泄露
范围 2： 购买电力、热力或 蒸汽的间接温室气体排放	外购电力	生产设备及生产辅助 / 生活设备用电产生的间接排放
	外购热力	生产设备及生产辅助 / 生活设备用热产生的间接排放
	外购制冷	生产设备及生产辅助 / 生活设备用冷产生的间接排放
范围 3： 其他活动的间接温室气体排放	购买的产品或服务	包装材料、物流服务（仓储和配送，票务配送）、数据中心运维服务、票据纸张、海报等材料
	上游运输和配送	购买的运输服务
	商务旅行	员工差旅造成的排放，包括航空、火车、大巴、出租车等
	员工通勤	员工上下班通勤造成的排放
	上游租赁资产	租赁的仓库
	下游租赁资产	出租的自建办公园区、商场，体育馆，票务机
	特许经营	末端驿站和加盟店
	投资	投资剧目

附录 4 利益相关者沟通和重要性评估

利益相关者沟通

阿里巴巴积极和利益相关者对话和合作，回应各方的期待，不断努力共创可持续的价值，这是阿里巴巴实现长期发展的基石。我们充分考虑自身经营及平台和利益相关者的广泛关联，既包括消费者、员工、股东和投资者、政府监管机构等，也包括价值链上下游和平台生态系统中的商业伙伴、社区等。我们采取多样化的沟通渠道和方式，及时回应各方的关切和期望，不断改进和更新商业和 ESG 的策略和实践。通过维护与利益相关者的有效沟通及良性互动，我们及时获取各方反馈，识别关键可持续发展风险与机遇，加强相关能力和行动，持续提升信息披露质量与透明度。

利益相关者	沟通方式
消费者	社会化媒体沟通
	7*24 小时客服热线
	线上线下调研问卷 / 访谈
商家	社会化媒体沟通
	7*24 小时客服热线
	线上线下调研问卷 / 访谈
员工	全员邮件
	沟通会议
	内网文章
	业务单元的 ESG 相关团队沟通机制
	培训活动和申诉机制
政府与监管机构	日常政务沟通
	专题研讨会

利益相关者	沟通方式
股东与投资者	电话、见面会议及公司拜访
	企业年报、季报与公告
	ESG 相关议题的日常汇报与沟通
	投资人调研
价值链和平台生态合作伙伴	日常供应商培训、ESG 能力评估沟通
	不定期的行业论坛
	供应商大会
社区	长期的公益项目
	日常媒体传播
	社会化媒体沟通
	公益行业论坛和活动
	志愿者活动

重要性评估

我们的重要议题聚焦于对企业商业运营、可持续发展战略和利益相关者最具影响力的 ESG 要素。通过严格的评估流程，2025 财年我们确定了 21 项关键议题，并据此建立了 ESG 重要议题矩阵，以指导公司可持续发展战略的制定与实施。

重要议题识别与筛选

我们与外部咨询机构合作，系统性参考香港交易所《环境、社会及管治报告守则》、沪深北证券交易所《上市公司自律监管指引——可持续发展报告（试行）》及欧盟《欧洲可持续发展报告准则》（ESRS）等跨市场监管要求，参照 GRI、SASB 及联合国可持续发展目标（SDGs）等可持续发展框架，并结合 MSCI ESG 等主流评级指标及行业对标分析，初步筛选出 21 项重要议题。

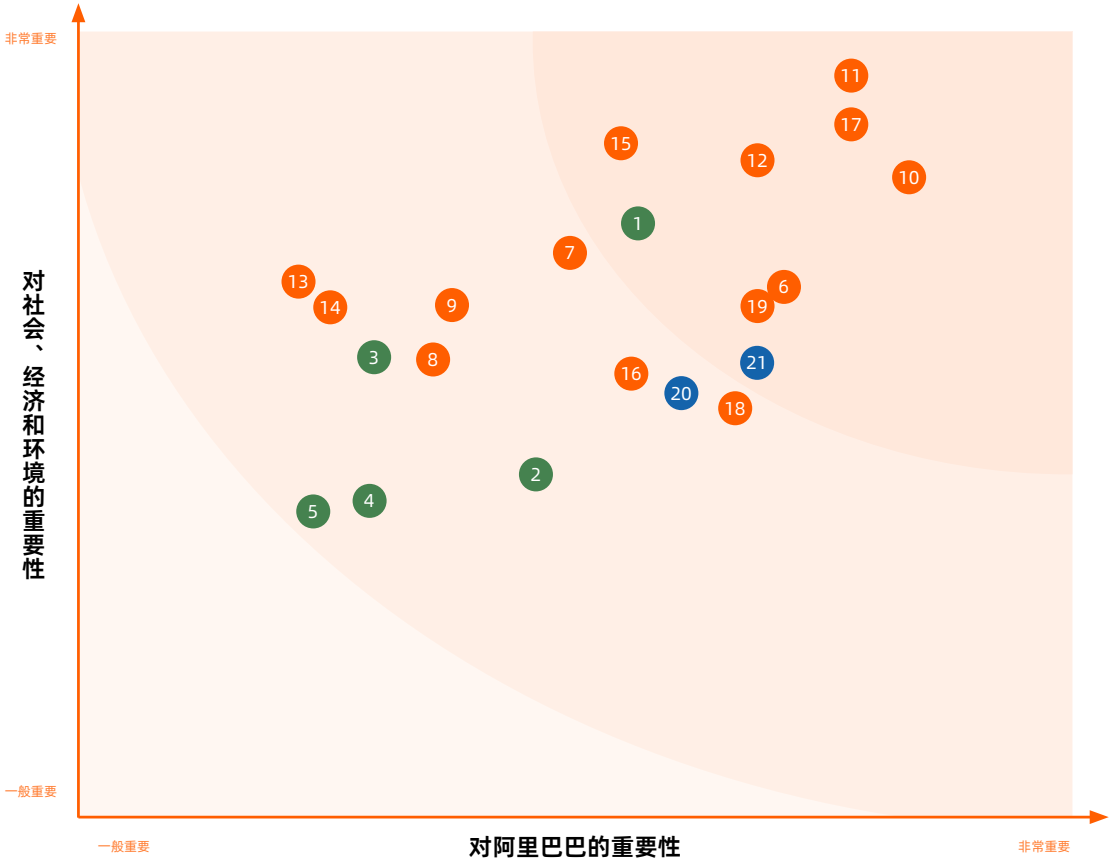
利益相关者沟通和参与过程

为了深入了解内部和外部利益相关者的观点和需求，我们建立了与利益相关者的日常沟通和调查机制，并通过专题研讨、深度访谈等多维渠道，持续收集内外部各方意见与反馈。

确定优先级和重要议题矩阵

我们采用系统化的评估方法，全面汇总内外部利益相关者对各 ESG 议题重要性的认知与判断。在此基础上，深入分析这些议题与公司战略目标及业务运营的关联性。通过整合利益相关者对各议题的重要性评估结果，我们对所有议题进行评分排序，最终绘制成重要议题矩阵，以协助我们确定 ESG 工作的重点领域及优先事项。

重要性评估结果



环境	社会	管治
1. 应对气候变化与碳中和 2. 能源管理 3. 资源循环与废弃物管理 4. 水资源管理和利用 5. 生物多样性和生态系统	6. 人力保留与管理 7. 人权与劳动权利 8. 职业健康与安全 9. 多元化、平等和包容 10. 产品与服务质量 11. 科技创新 12. 科技伦理 13. 乡村振兴 14. 社会及社区贡献 15. 中小微企业发展 16. 供应链管理 17. 隐私保护与数据安全 18. 知识产权保护 19. 商业道德	20. 公司治理 21. 风险管理

附录 5 联合国全球契约进展

阿里巴巴于 2021 年 2 月成为联合国全球契约组织的缔约方。我们的集团首席执行官吴泳铭在此重申对联合国全球契约组织及其十项原则的支持。我们将采取负责任的、基于原则的综合方法，致力于实现联合国发展目标，以负责任的方式开展业务，成为联合国强有力的长期伙伴，履行对社会的承诺。

领域	原则	对应章节
人权	原则 1：企业界应支持并尊重国际公认的人权	社会 - 支持员工发展
	原则 2：保证不与践踏人权者同流合污	
劳工标准	原则 3：企业界应支持结社自由及切实承认集体谈判权	社会 - 支持员工发展
	原则 4：消除一切形式的强迫和强制劳动	
	原则 5：切实废除童工	
	原则 6：消除就业和职业方面的歧视	
环境	原则 7：企业界应支持采用预防性方法应对环境挑战	环境 - 保护环境
	原则 8：采取主动行动促进在环境方面更负责任	
	原则 9：鼓励开发和推广环境友好型技术	
反腐败	原则 10：企业界应努力反对一切形式的腐败，包括敲诈和贿赂	社会 - 坚持诚信经营

附录 6 报告指标索引

报告章节	港交所 ESG 报告守则	SASB	GRI	港交所气候相关披露	SDGs
第一章 - 规范公司治理					
公司治理架构	管治架构		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	16 和平、正义与强大机构 17 促进目标实现的伙伴关系
风险管理					
ESG 治理	管治架构		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 风险管理： 27-c	

报告章节	港交所 ESG 报告守则	SASB	GRI	港交所气候相关披露	SDGs
第二章 - 保护环境					
应对气候变化	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, 风险管理： 20-27-a-i, 27-a-ii, 27-a-iii, 27-a-v, 27-b, 27-c 指标及目标： 37-h	     
推进碳中和	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 指标及目标： 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	
助力建设绿水青山	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		

报告章节	港交所 ESG 报告守则	SASB	GRI	港交所气候相关披露	SDGs
第三章 - 支持员工发展					
多元、平等和共融	B1, B1.1, B3, B7		2-7, 2-23, 405-1		3 良好健康与福祉 4 优质教育 5 性别平等 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等
人才的吸引与保留	B4, B4.1, B4.2		201-3, 401-2, 401-3, 408-1, 409-1		
丰富的人才发展机会	B1, B3		2-28, 404-2		
员工的健康与活力	B2, B2.3		403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8		
第四章 - 恪守产品责任服务消费者					
创造良好的消费体验	B6, B6.1, B6.2, B6.4		417-1		3 良好健康与福祉 10 减少不平等 12 负责任消费和生产
营造包容健康的数字生活			2-28		

报告章节	港交所 ESG 报告守则	SASB	GRI	港交所气候相关披露	SDGs
第五章 - 共建数智平台服务企业客户					
发展负责任的科技	B6, B6.2	CG-EC-130a.3, CG-EC-000.B			8 体面工作和经济增长 9 产业、创新和基础设施 12 负责任消费和生产
发展健康可持续的电子商务平台	B6.3	CG-EC-000.A			
第六章 - 回馈社会和社区					
参与乡村振兴	B8.1, B8.2		413-1		1 无贫穷 2 零饥饿 3 良好健康与福祉 4 优质教育 5 性别平等 8 体面工作和经济增长 10 减少不平等 11 可持续城市和社区 17 促进目标实现的伙伴关系
应急救灾	B8.1		413-1		
科技助力解决社会问题	B8.1		203-1		
促进创业就业	B8, B8.1, B8.2				

报告章节	港交所 ESG 报告守则	SASB	GRI	港交所气候相关披露	SDGs
第七章 - 坚持诚信经营					
恪守商业道德	B7, B7.1, B7.2, B7.3		2-15, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-2, 205-3		 
深化供应商管理	B5, B5.2, B5.3, B7		2-6, 308-2, 414-1, 414-2		
保护数据安全与隐私	B6, B6.5	CG-EC-220a.2, CG-EC-230a.1, CG-EC-230a.2			
守护网络安全					
完善科技伦理					
附录					
附录 1 ESG 关键绩效指标	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	指标及目标： 28-a, 28-b, 28-c, 29-c	
附录 2 数据核查声明			2-5		
附录 3 温室气体盘查和核算边界				指标及目标： 29-a, 29-b-i, 29-b-ii, 29-d	
附录 4 利益相关者沟通和重要性评估			2-6, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3		

附录 7 释义

适用于 2025 财年 ESG 报告的定义
除文义另有规定外，在本年度 ESG 报告内凡提述以下词语的涵义如下：

阿里巴巴集团控股有限公司：指一家于 1999 年 6 月 28 日在开曼群岛设立的有限责任公司，及（如文义所需）其合并范围内的子公司和其关联并表实体，包括其不时的可变利益实体及其子公司；

控股集团：指阿里巴巴控股集团有限公司；

各业务：指阿里巴巴集团持有的六大业务集团和其他各项业务公司；

财年内：均指 2025 财年；

ESU 事件：全称 Emergency Service Unit，因外部环境原因给公司带来危害 / 威胁或者内部经营管理对公司造成实际危害 / 外部负面影响的各类事件；

排放：温室气体排放，温室气体种类包括：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亚氮（N₂O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）等；

减排：温室气体减排，温室气体种类包括：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亚氮（N₂O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF₃）和六氟化硫（SF₆）等；

GWP：全球变暖潜能值，其定义为以二氧化碳为参照（GWP=1），衡量其他温室气体在相同质量下，相对于 CO₂ 的吸热能力；

L4 级自动驾驶技术：指高度自动化的驾驶系统，能够在特定环境和条件下完全自主完成驾驶任务，无需人类驾驶员的干预；

设备大脑：通过 IoT（物联网）和数字技术，实现园区基础设施数字化，然后结合人流、天气、环境参数，构建园区智能化决策引擎，实现园区设施设备智能化管理；

虚拟电厂：是一种创新的能源管理系统，通过整合和管理分布式能源、储能，实现集中的调度和优化，以提供类似于“电厂”的综合能源服务。这种模式的优势在于缓解社会电力供需矛盾，助力消纳清洁电力供给量；

菜鸟速递：菜鸟集团为电商提供低成本与优质服务相结合的品质快递服务；

净排放量：净排放量是指企业主体的温室气体自然排放量在企业采取一系列脱碳举措（包括减排、消除、抵消）之后的排放量；

价值链净排放强度：价值链净排放强度是指企业主体上下游价值链的温室气体自然排放量在企业采取一系列脱碳举措（包括减排、消除、抵消）之后的排放经济强度，即单位收入的排放量；

PUE：计算机数据中心设施使用的总能量与输送到计算设备的能量的比率；

WUE：计算机数据中心设施的耗水量与能耗的比率；

园区：包括阿里巴巴自用办公园区（即自建办公园区和租赁办公园区）和对外出租园区等；

办公园区：指阿里巴巴自身用于办公使用的园区，包括自建办公园区，也包括租赁办公园区；

装箱算法：指根据特定物品及运输要求就最佳包装盒类型、尺寸及设计提出建议，以尽量减少使用包装及其他消耗材料的算法；

原箱发货：指将运输标签直接贴在盒装商品上而无需额外包装层；

电子装箱单：指使用电子载体的单据，来代替包裹中的纸质单据，这类单据一般包括包裹内货物详情、数量等相关内容；

Townhall：面向海外员工举行的全员会议；

陪伴假：每年 7 个工作日的全薪陪伴假，让员工有更多时间陪伴家人和亲友；

育儿假：子女三周岁以内的员工，可享受每个自然年 10 个工作日的全薪育儿假；

长期服务假：在公司服务每满 10 年，员工获得 20 个工作日的全薪长期服务假；

EHS：环境、职业健康安全管理体系；

急救侠：参培人经过中国红十字会、AHA（美国心脏协会）等专业培训机构的急救培训，取得急救证书，就可以认证成为一名急救侠；

外部三方机构的双盲抽检：指委托外部第三方检测机构进行抽检工作，检测与被检测方均不互相通知。一盲，由第三方机构的抽检人员针对销售的商品进行随机抽检，不指定供应商，也不指定商品；二盲，被抽检的供应商不知道被抽检，也不通知供应商；

ChatbotArena：评估全球大语言模型和 AI 聊天机器人的开放平台；

年度活跃商家：淘宝天猫平台上在财年内有过销售的商家；此处中小微商家是指淘宝天猫平台上在财年内 GMV 小于 100 万元的年度活跃商家；

无声骑士 / 无声骑手：饿了么平台上的听力障碍或者语言障碍骑手；

蓝骑士：是指通过蜂鸟即配平台（饿了么旗下开放即时配送平台）提供网约配送服务的新就业群体；

应急物流：应急物流指因自然灾害或卫生疫情等突发公共事件引致的物流需求；

政社协同保障机制：指政府机构与社会组织在公共服务、社会治理等领域建立协作关系，通过资源整合与职能互补实现共同治理的现代化模式；

12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心：一个公众投诉受理机构，负责协助中国工业和信息化部承担关于互联网、电话网等信息通信网络中的不良与垃圾信息举报受理、线索转办及信息统计等工作；

堡垒机：是一种用于安全运维管理的特殊服务器，相当于系统的“安全门卫”；

模型训练阶段的增量预训练：指在已有预训练模型的基础上，使用特定领域的语料继续进行训练，以提高模型在特定任务上的性能，通过注入新的领域知识来减少模型对错误数据的依赖，降低幻觉问题的发生概率。

附录 8 重要法律声明

本报告含有前瞻性陈述。此等陈述系依美国《证券交易法》第 21E 节项下的“安全港”条款作出，并遵循 1995 年《私人证券诉讼改革法》（Private Securities Litigation Reform Act）中的定义。前瞻性陈述可通过诸如“或”、“将会”、“预期”、“预测”、“未来”、“旨在”、“估计”、“有意”、“寻求”、“计划”、“相信”、“潜在”、“继续”、“持续”、“目标”、“目的”、“可能”等词语或措辞或其他类似表述加以识别。该等陈述包括但不限于有关我们实现 ESG 目标和战略及我们的 ESG 战略与举措的有效性的陈述。

前瞻性陈述涉及固有风险和不确定性。诸多因素可能导致实际结果实质不同于任何前瞻性陈述中所述结果，其中包括阿里巴巴年报及其他向美国证券交易委员会递交的申报文件以及香港联交所网站上发布的公告中所述的因素。

本报告中作出的前瞻性陈述仅针对相关陈述在本报告中作出之日的事件或信息，且以当前预期、假设、估算和预测为基础。阿里巴巴不负有任何义务，更新任何前瞻性陈述，以反映相关陈述作出日后的事件或情形，或反映意料之外事件的发生。

本报告所参考的信息，包括其他互联网网站及第三方报告和出版物，并不纳入本报告。仅为方便收阅人之目的，本报告可能提供第三方网站地址或含有第三方网站超链接。阿里巴巴集团并未对该等超链接进行审查，亦不就其中的内容承担任何责任。

将某一信息纳入本报告，不得解释为就该信息的重要性或财务影响（或潜在影响）作出特征性描述。欲了解有关我们的财务结果和运营（包括可能不利影响我们的业务、运营结果和财务状况的各项风险）的更全面的信息，请参阅我们的年报及向美国证券交易委员会递交的其他申报文件以及香港联交所网站上发布的各项公告。



阿里巴巴集团控股有限公司