阿里巴巴

Alibaba ESG

环境、社会和治理报告

Environmental, Social, and Governance Report

2023



目录

公司介绍 002

董事会主席兼首席执行官的信 003

报告说明 005

报告摘要 007

修复绿色星球

01 环境策略和治理 027-027

02 扎实推进碳中和 028-047

03 助力建设绿水青山 048-059

支持员工发展

01 建立多元、公平、共融的文化与制度 062-065

02 建立公平有竞争力的薪酬和暖心的福利 066-069

03 提供丰富的学习和发展机会 070-073

04 营造促进员工健康与活力的工作环境 074-079

服务可持续的美好生活

01 多样的消费 082-086

02 放心的消费 087-092

03 包容的消费 093-095

04 负责的消费 096-098

助力中小微企业高质量发展

01 持续发展负责任的科技 101-107

02 为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态 108-121

03 创造和促进包容性就业 122-128

04 推动负责任的生产 129-132

助力提升社会包容和韧性

01 助力发展乡村数字经济和生活 135-151

02 以数字技术助力增强社会韧性 152-158

推动人人参与的公益

01 推动员工积极参与公益 161-164

02 科技赋能解决超越商业的社会挑战 165-167

03 连接生态力量，赋能社会公益 168-171

构建信任

01 构建企业信任 174-179

02 构建社会信任 180-186

附录 187-216

Alibaba ESG



使命

让天下没有难做的生意

愿景

追求成为一家活102年的好公司

关于阿里

我们的使命：让天下没有难做的生意。为了支持中小企业发展，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，让中小企业通过创新与科技实现发展，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（不论消费者、商家或企业），最终将引领我们的业务走向成功。在数字经济时代，我们通过帮助客户和商业伙伴更好地利用数字技术的力量，来实践我们的使命。通过建设一个由技术驱动的生态体系，我们让更多参与者能够在我们的平台上创造并分享价值。同时，我们的关键决策坚持以长期使命为指引，而非着眼于短期利益。

我们的愿景：追求成为一家活 102 年的好公司。阿里巴巴创立于 1999 年，持续发展 102 年意味着我们将跨越三个世纪。我们的文化、商业模式和组织体系都要经得起时间检验，从而实现长期可持续发展。随着业务不断扩展，阿里巴巴已逐步建设了一个独特的、充满活力与创新的生态体系。

行动比共识更重要

董事会主席兼首席执行官的信

我们期待，随着 ESG 战略的有效执行，在一个阿里巴巴下成长出更多“好公司”、涌现出更多可持续发展的引领者。



很高兴与大家再次分享阿里巴巴集团的年度《环境、社会和治理报告》。去年夏天，我们发布了阿里巴巴集团首份完整的 ESG 报告，确定了七个长期战略方向，并将之定义为“阿里巴巴 ESG 七瓣花”。欣喜的是，报告和战略的发布，引起了全社会诸多利益相关者的广泛认同和响应。

2023 财年，是我们系统施行这一战略方向的第一年。尽管后疫情时代下，宏观环境依然充满挑战，国际局势持续动荡，全球可持续发展与经济增长面临新的平衡，我们的 ESG 行动依然取得了显著进展。

我们坚定履行对环境保护的承诺。过去一年，我们积极推进既定的碳中和目标高质量实现。通过推动能源转型、鼓励科技创新和建设参与者生态，实现了自身运营净碳排放下降和价值链碳强度下降的“双降”目标，在从 0 到 1 带动生态减碳的第一年，减碳 2,290.7 万吨。与此同时，我们从打造一朵清洁的云、用云计算替代传统 IT、赋能智能化转型三个方向上努力，推动云计算价值链和生态向绿色低碳循环经济转型。2023 财年中，自建数据中心的 PUE 水平下降至 1.215，在亚洲保持领先，清洁能源占比达 53.9%，进展可观。

作为连接十几亿消费者和近千万企业客户的商业和科技平台，我们也在 2021 年创造性地提出“范围 3+”带动平台生态减碳的概念，并希望在相关减碳标准上，和更大范围的更多伙伴达成共识，推动更多企业的可持续化进程。非常高兴的是，我们今年收到世界可持续发展工商理事会的邀请，并有机会成为其第一个来自亚洲的互联网企业成员。双方已就范围 3+ 减排标准上展开合作，借此为全球提供创新性的减碳解决方案。

我们用自己的独特能力和方式积极践行社会责任。我们相信，一个多元且健康的工作环境，既有助于吸引和维系最优秀的人才，也有利于激发员工的积极性和创造力。因此，过去一年我们一如既往地重视员工福利和保障制度，致力于建设公平、多元和共融的文化，营造开放、透明的工作氛围。我们也积极回馈更广大的社区，支持在乡村教育、适老化、无障碍、乡村振兴等诸多领域的投入。过去一年，整个阿里巴巴生态助力社会直接或间接衍生出超 7,000 万个就业机会；淘宝天猫服务视障用户超 32 万人；高德地图已经累计提供超 90 万次无障碍轮椅导航规划；少年云助学项目为 102 所学校部署落地了“云机房”，服务超 6 万名师生，并和联合国教科文组织人

工智能与教育教席合作，探索人工智能在教育中的应用场景，让乡村孩子用上更先进的计算机；过去几年，我们已累计派出 27 位“乡村振兴特派员”、超过 220 名“乡村振兴技术官”。基于这一系列努力，我们也感到非常荣幸，荣获了“2023 年度公益企业”称号，同时也被评为“福布斯 2022 全球最佳雇主”。

我们也在不断完善公司治理机制。今年 3 月 28 日，阿里巴巴宣布了全新的组织和治理结构“1+6+N”，这也是我们成立以来最重要、影响最为深远的一次调整。新的治理结构有利于阿里巴巴各业务集团和业务公司组织更敏捷，决策更灵活，从而更好地把握未来机遇。未来，在控股集团已有的 ESG 目标基础上，各业务集团和业务公司也会根据自身发展情况，探索和明确各自的 ESG 工作目标和优先级。

当然，变化之中也有不变，这正是我们始终的坚持。根据控股集团的整体规划，未来 ESG 作为阿里巴巴基石战略之一的定位不变，通过 ESG 行动“创造商业之上的价值”的目标不变，阿里巴巴 ESG 三层治理架构不变，各业务集团有序探索符合各自特色的 ESG 行动策略不变。ESG 也将成为控股集团与业务集团的治理纽带和价值纽带，推动阿里巴巴持续做“好公司”，成为可持续发展领域的领军者。同时，控股集团董事会薪酬委员会也已经明确升级治理机制，让 ESG 目标与业务目标、合规目标一样，成为业务集团与业务公司 CEO 的一项考核指标，与绩效和薪酬挂钩。我们期待，随着 ESG 战略的有效执行，在一个阿里巴巴下成长出更多“好公司”，涌现出更多可持续发展的引领者。

可持续发展已经成为时代的主旋律。在不到 20 年的时间里，ESG 演进为一种全球性的倡议和现象，越来越成为一道必答题而非选择题。超过 70 个交易所出台了 ESG 信息披露要求，越来越多公司也开始主动披露自身 ESG 报告。我们也希望，有越来越多的同行者共同探索可持续发展的未来，共同创造商业之上的价值，建设一个健康、完善、共荣的可持续的生态。

阿里巴巴是一家始终相信真善美的企业。从诞生至今一步步走来，乃至走向未来，我们不仅愿意分享自己在商业、科技上的创新创造，更愿意分享我们和这个世界的相处之道。如果说财报展现的是阿里巴巴的经营和业绩，那么作为一份来自超过 23 万员工的年度答卷——ESG 报告，我们希望更多人了解并理解我们业绩背后的经营理念、价值观和行为准则、对未来的思考与规划，以及对社会责任的理解和担当。这些理念和准则有的自诞生之日就存在，很多从发展中总结得来，也将有更多理念体系，会在与时代、社会的碰撞中生生不息。

报告回顾过去，承诺面向未来。我们深知，行胜于言，行动比共识更重要，唯有一步一个脚印地扎实行动，才能真正践行责任和担当，真正为客户、员工、投资者和生态中所有的利益相关者，创造更持久、更深远、更珍贵的价值。



阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官
阿里云智能集团董事长兼首席执行官

2023 年 7 月

报告说明

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”。
报告覆盖阿里巴巴在 2022 年 4 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日期间的直接运营和控股业务的 ESG 进展，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。
如无特殊说明，本报告所示金额均以人民币列示。
报告参照香港联交所的《环境、社会及管治报告指引》进行编制，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 、气候相关财务信息披露工作组（TCFD）框架建议。

额外信息请参考附录。
附录 1: ESG 关键绩效表
附录 2: ESG 奖项列表
附录 3: ESG 数据核查声明
附录 4: 温室气体盘查和核算边界
附录 5: 气候风险和机遇评估报告
附录 6: 利益相关者沟通和实质性分析
附录 7: 联合国全球契约进展
附录 8: 报告指标索引
附录 9: 重要法律声明

报告的在线阅读版本在阿里巴巴官网的 ESG 页面（https://www.alibabagroup.com/esg）呈现，其中包括中文、英文。当两种语言文本有差异时，请以中文版本内容为准。
若有任何对报告的问题或建议，请发邮件至：ESG@alibaba-inc.com。


ESG 是一座
通往未来的桥梁

全球挑战决定了企业的责任和机遇

自 2015 年联合国通过了历史性的《改变我们的世界：2030 年可持续发展议程》，应对气候变化和非均衡发展等全球性挑战已成人类共识，但我们离实现这些目标仍遥远。过去一年中，在新冠疫情、地缘冲突和气候变化带来的连锁冲击下，全球发展出现系统性的倒退，人类发展指数（HDI）三十多年来首次连续两年下降，发展的不均衡在国家间和国家内地区间都有扩大趋势（UNDP, 2022）。与此同时，全球生态退化并没有明显缓解的趋势，温室气体排放仍在上升，减排的节奏距离实现巴黎协定目标仍有巨大差距。

这些严峻的现实表明，可持续发展所面临的挑战涉及到大量的利益相关者，各方在不同可持续发展目标上的诉求往往交错难分。为此，除了清晰的政策导向，还需要在发展前提下，与各方有意愿参与且受益的市场机制紧密结合，并充分发挥科技创新的力量，才有可能真正缓解挑战。这也定义了阿里巴巴作为一家数字科技平台企业应当承担的社会责任，及在其中可以发挥的空间。

我们认为，清晰地定义和承担社会责任、运用科技创新、推动参与者生态，是规模化缓解社会挑战的必由之路。通过充分发挥这三个要素，企业可以汇聚多方力量来探索成体系、可规模化、符合公共利益的协作解决方案，并从中获得自身穿越挑战周期、创造更大的商业和商业之上价值的机会。阿里巴巴的特质，恰恰在于可以聚合上述三大因素，建设以前沿科技驱动、对社会负责任的商业和生活生态。



阿里巴巴的ESG战略定位和规划

自诞生的第一天起，秉承“让天下没有难做的生意”的使命，通过应对社会挑战而获得自身发展，从来都烙印在阿里巴巴 DNA 当中。阿里巴巴的成长史，是一部不断将技术应用于商业，和无数参与者共同开创新的商业形态的创新史。如今，我们的商业生态中活跃着上千万家中小微企业，一起为全球消费者提供服务，致力于帮助他们实现更美好的生活。这一生态，也成为我们共同践行社会责任的最好土壤。

2021 年底，ESG 正式确立为阿里巴巴的基石战略之一——致力于做一家好公司，一家长期提升人类福祉和保护我们赖以生存的星球、让人与自然协同发展的科技企业。为确保 ESG 战略的实施，我们设立了三层可持续发展治理架构，包括董事会可持续发展委员会、集团管理层可持续发展管理委员会和连接各业务单元的 ESG 工作组。

2022 财年，通过与消费者、员工、股东与投资者、政府机构、合作伙伴、社区等利益相关方广泛沟通，结合社会面临的最迫切挑战及阿里巴巴自身的特点和能力，尤其是致力于充分发挥平台企业的独特性，我们确定了七个长期战略方向作为核心社会责任，并体现为“阿里巴巴 ESG 七瓣花”中。它们和联合国的 17 个可持续发展目标高度相关，也深度契合中国式现代化的核心内涵。



我们进而通过五个环节，包括确定战略定位和目标、把可持续发展融入商业设计、积极推动商业生态的协同变革、放大平台科技公司赋能社会责任的影响、做好互补可持续发展的公益慈善，来逐步规划、实施和深化阿里巴巴的 ESG 战略目标。2023 财年则是系统地施行这一策略的第一年。



一、确定战略定位和目标

在确定七瓣花作为阿里巴巴 ESG 核心战略方向的基础上，我们通过多样化的沟通和信息收集，不断感知和识别自身运营、价值链和平台生态体系中最重要的议题，并针对优先级高的议题，设定基于科学和商业实际情况、且具有雄心的具体战略目标。从 2021 年提出自身运营、价值链和平台生态三个层面的减碳目标，到 2022 年提出努力促进董事会构成的多元化和独立性等，我们不断地扩大 ESG 战略关注重点和目标设定的范围和深度。

二、把可持续发展融入商业设计

在战略定位和相关组织保障的基础上，过去一年，我们不断努力把可持续发展融入商业设计，包括：通过多渠道帮助遍布全球的员工更全面了解阿里巴巴的 ESG 战略和行动，力图让每个员工都成为 ESG 的拥抱者和践行者；管理层把 ESG 整合到自己的目标与关键结果（OKR）管理体系中，让高标准的 ESG 目标成为核心业务单元的重点事项并开展考核；建立了 ESG 数据管理体系，来衡量和管理相关目标的实现进展；把减碳目标的实现、隐私保护和数据安全、科技伦理等核心议题和业务紧密融合，力图让社会责任战略成为业务发展的新引擎；尊重复杂多元商业生态中不同业务单元所处行业和发展阶段，来确定其优先行动的 ESG 议题方向；针对高优先级的综合性议题（例如气候风险与机遇），成立了跨部门工作组协同开展评估和规划。

三、积极推动相关商业生态的协同变革

我们和价值链上下游的商业伙伴们协同联动，共同促进商业生态的可持续创新和转型。一方面把更高的可持续标准引入到业务中，从更绿色、安全可信的云计算、AI 和物流服务，到更多样、包容和可信的消费体验，为客户和合作伙伴提供更多的可持续选择；另一方面也不断推动《阿里巴巴供应商 ESG 行为准则》的执行，激励越来越多的供应商共同促进可持续实践。

四、放大平台科技公司赋能社会责任的影响

触达和连接广泛、多元的参与者，是数字平台最大的能力和特色。我们可以充分利用科技的力量，帮助各方参与者履行社会责任，从而规模化地推动社会进步所需的系统性转型，把数字商业和实体经济的融合做到实处。这既是我们不可推卸的责任，也是努力成为可持续商业领导者的重大机遇。我们通过建设普惠、高效的平台，帮助创造和支持数千万的工作机会；通过设立“范围 3+”这样的基于平台生态、超越价值链的减碳目标，探索带动上亿消费者和无数中小微企业参与绿色循环经济；我们还与跨行业和地区的多元利益相关者一起，交流和分享创新经验，共同发起标准设立、政策倡议及其他集体行动，推动在中国及全球其他地区的可持续变革。

五、做好可持续发展的公益事业

让人与人、人与自然之间建立和传递善意，是可持续发展最大的底层逻辑。我们努力发挥科技和平台的力量，连接广泛的参与者生态，从早期关注环境保护和扶贫等领域，持续探索与乡村振兴和可持续发展目标等融合。将公益融入商业设计，践行超越商业的社会责任。

2023财年ESG核心议题进展和亮点

过去一年中，我们努力在 ESG 七瓣花上实现“开花和结果”。
下面是一些核心议题的进展和亮点。



一、扎实推进碳中和目标的高质量实现

2021 年，阿里巴巴集团提出不晚于 2030 年实现自身运营碳中和、实现价值链碳强度减半，及带动平台生态 15 年减碳 15 亿吨的雄心勃勃的目标。过去一年中，我们不但在减碳目标的完成上取得了扎实进展，更重要的是完成这些目标的方式和完成质量。我们努力把科技创新、能源转型和参与者生态的合力，运用到从能源效率、清洁能源、循环使用到回收利用的各个环节，并把关注范围从双碳拓展到绿水青山，包括节水、减塑、消废和保护生态系统，从而切实推动中国最大的消费群体，及相关的商业生态，向数字循环经济转型。

自身运营减排（范围 1 和 2）

采取智慧节能提效、交易清洁电力和部署光伏等举措。2023 财年净排放量为 468.1 万吨，同比降低 12.9%。减碳量达 141.9 万吨，相比上一财年减碳量 62.0 万吨显著提升 128.9%。

价值链减排（范围 3）

采取推动供应链提效、陆运电气化、使用清洁电力和鼓励员工低碳差旅等举措，共计减碳 40.0 万吨；此外，结合碳消除和碳抵消方案，价值链碳强度[1] 从 2022 财年的 9.2 吨 / 百万人民币，下降到了 8.7 吨 / 百万人民币。
基于此，我们同时达成了自身运营碳排放下降和价值链碳强度下降的目标。

带动生态减排（范围 3+）

我们取得了三方面的重要进展：

第一，科学衡量方面，和专业机构合作，对外公布了范围 3+ 减碳科学衡量的分析框架，定义了“赋能减排”（数字化提效减碳）和“带动减排”（通过平台机制设计带动参与者减碳）两条实现路径。

第二，实际减碳方面，范围 3+ 并没有先验标准，需要一边开发具体场景的减碳方法学，一边采取实际行动推动减碳。作为范围 3+ 减碳实施的第一年，我们减碳量达到 2,290.7 万吨，同时初步探索出完成长期减碳目标的路线图。

第三，同样有意义的是，通过 88 碳账户体系和低碳友好商品体系，带动 409 个品牌，191 万种商品及 1.87 亿用户共同参与减碳，从而实现我们的初衷，即充分发挥平台生态的力量，从供给侧和消费侧推动向数字循环经济转型。

1 价值链碳强度是指每百万元营收的价值链净排放量。

二、打造一朵清洁的云

云计算是数字经济发展的重要基础设施。我们从自身打造一朵清洁的云、通过云计算替代传统 IT 来提效减碳、赋能绿色智能化转型三个方向努力，力图真正发挥绿色通用能力在数字循环经济转型中的价值。作为全球领先的云计算服务提供商，同样让我们激动的，是力争做绿色低碳云计算的领跑者。





打造一朵清洁的云

我们自 2021 年提出不晚于 2030 年实现云计算自身运营和价值链（范围 1、2 和 3）碳中和的目标以来，持续通过广泛的自研科技创新、坚定的清洁能源转型和积极推动价值链减碳，致力于定义和打造从自身运营到价值链每一个环节都实现绿色低碳的云计算。在过去一年，在减碳力度和质量上都取得了可喜的进展。

数智化节能提效：持续通过主力研发硬件和软件协同模式、节能特性的服务器架构、液冷服务器技术，不断提高计算利用率和能效；通过智能运维、优化电源管理、数字化资源使用管理等手段，提高资源使用效率。2023 财年，自建数据中心的整体平均 PUE（电力使用效率，数值越低越优），从 2022 财年的 1.247 下降至 1.215，保持在亚洲领先水平。

转变资源使用方式：不断加大清洁电力的交易，并尽可能在具备条件的基地部署光伏，实现了清洁电力在自建数据中心总用电中的占比从 2022 财年的 21.6% 突破性提升到 53.9%，同比增长 1.5 倍，位于国内同业领先。同期，我们延保服务器达 2,573 万核，循环再使用服务器 49,747 台。

推动价值链绿色转型：通过周期性考核和评估供应商的绿色低碳水平，积极推动供应商伙伴践行减碳；同时输出自身标准、技术，协调清洁电力资源，帮助租赁数据中心的供应商提效和减碳。2023 财年，供应商通过清洁电力和绿证共同减碳 36.3 万吨。

用云计算替代传统 IT 来提效减碳

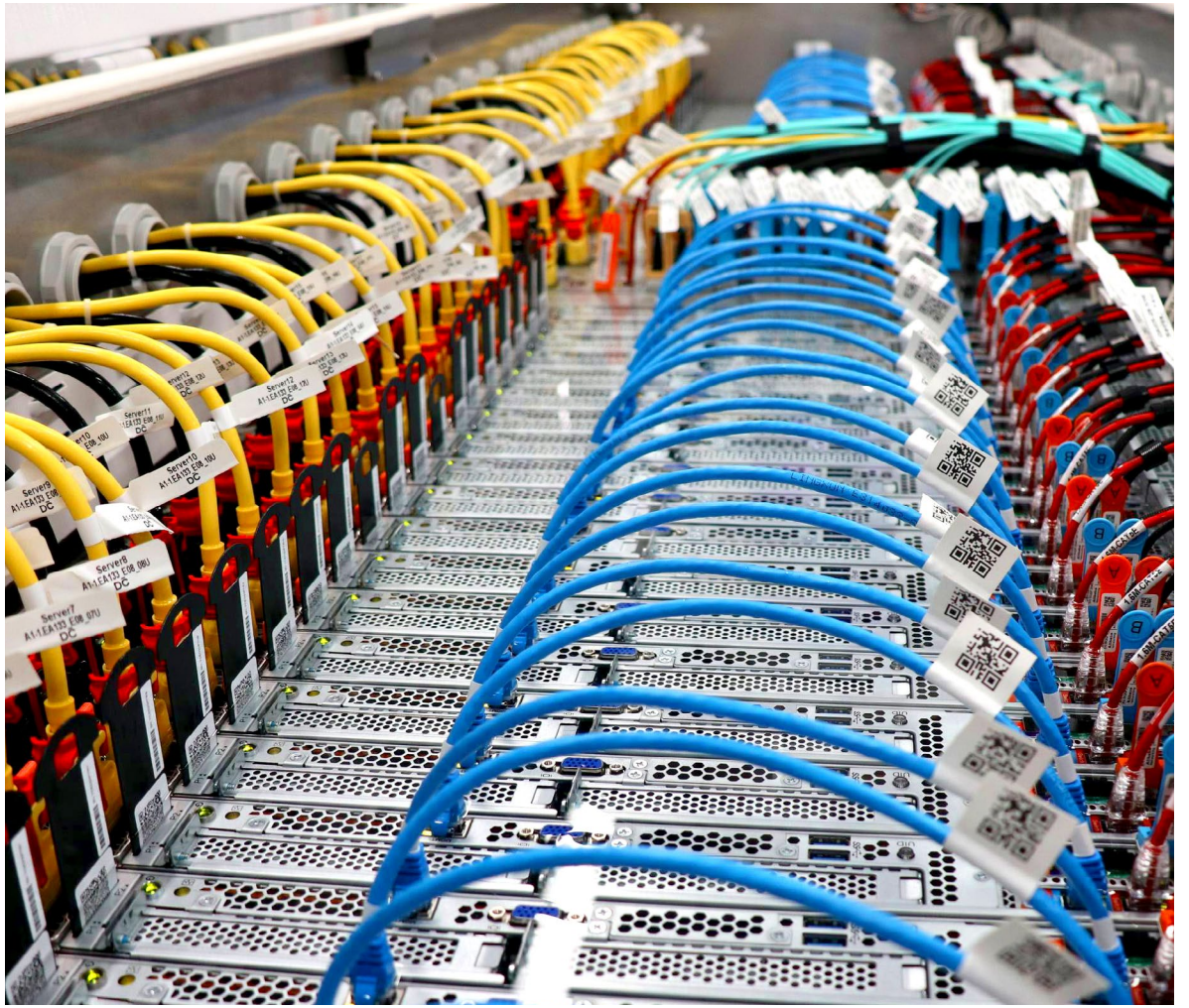
根据 Carbon Trust（碳信托）2022 年的《阿里云碳效能报告》，从本地化部署机房和服务器的传统模式切换到阿里云国内的客户，可避免 85.5% 的碳排放。根据该方法学，我们的云计算在 2023 财年为客户赋能减碳 686.3 万吨。

赋能绿色智能化转型

我们把以绿色云计算为基础的数字化、智能化能力相结合，助力多行业的大中小微企业向数字循环经济转型。

以电力能源行业为例：新型电力系统的建设、大量的新能源并网、源荷网储的协调，及统一大市场的建设，都在给电网的电力调度工作带来更大挑战。2023 年 2 月，阿里云与南方电网签订备忘录，深化在电力调度领域的“云 +AI”技术路线合作，共同实现安全、可靠、绿色的发展目标。2023 年 3 月，阿里巴巴升级与国家电力投资集团的全面战略合作，互补能力的同时，让“新能源 +”和“绿色数智 +”帮助到更多行业。

以中小微出口企业为例：阿里云推出的能耗和碳管理平台“能耗宝”帮助客户企业节能提效。能耗宝通过智能生成产品碳足迹核算分析报告，在线链接至权威认证机构，实现一站式认证和碳标签应用，帮助企业尤其中小微出口企业，在国内外建立科学可信的低碳竞争力。截至 2023 年 3 月 31 日，能耗宝已为全球 2,580 家企业提供服务。



三、支持我们的员工

我们秉持“让员工成为更好的自己”的人才理念，营造支持员工与企业共同成长的环境。过去一年，在充满挑战的宏观社会经济环境下，我们努力拥抱变化，一方面建设和完善多元、公平、共融的文化，持续完善薪酬福利体系与员工保障制度，营造良好的工作环境，努力成为员工喜欢的企业；另一方面为员工提供丰富的学习和发展机会，保持开放畅通的信息传递与沟通通道，与员工携手共同应对多样化的挑战，不断成长。



建立多元、公平、共融的文化与制度

我们的员工来自超过 60 个国家和地区，女性员工占比为 49.1%。同时，41.9% 的管理人员为女性，25% 的高级管理人员为女性，30% 的集团董事会成员为女性。

建立公平、有竞争力的薪酬和暖心的福利体系

营造开放、透明的工作氛围，建立公正、公平的绩效评估体系，激活员工积极性和创造力。

为每位员工提供“有温度的福利”，为员工及家属提供医疗保险等安心的生活保障。员工可享受陪伴假等丰富假期，2023 财年，陪伴假使用人数达 62,138 人。

阿里巴巴集团被评为“福布斯 2022 全球最佳雇主”，位列中国企业前五，同期获得领英中国“MostIn 全球吸引力雇主”。

提供丰富的学习和发展机会

秉承“让员工成为更好的自己”的理念，为处于不同职业和人生发展阶段的员工提供多样化的学习机会和资源，助力员工的个人成长和职业发展。2023 财年，共开展 62,383 场培训，人均培训时长为 51 小时，为员工新增学习资料 33,437 个，尤其新增了多样的 ESG 专业知识宣讲和培训。

促进员工健康与活力

努力营造健康、安全及充满活力与关怀的工作环境，并把每位阿里人的健康与安全作为工作的重中之重。2023 财年，启动职业健康与安全管理体系建设工作，参照 ISO 14001 和 ISO 45001 双体系标准，对现有的安全管理工作进行系统化梳理与升级。以西溪总部园区为试点，成立 EHS（环境、健康与安全）委员会。全国园区共有 5,732 名急救侠，共配置 138 台 AED（自动体外除颤器）。2022 年 9 月投入使用的杭州云谷园区获得 ISO 14001 和 ISO 45001 双体系认证的园区，此经验将被逐步推广到其他园区。2023 财年，办公环境满意度已连续 4 个季度超 91%。

四、促进包容、可信、负责任的消费

基于联合国的可持续发展目标，我们从多元、包容、放心、负责四个维度推动可持续消费。部分亮点进展如下：

包容的消费

尤其关注无障碍和适老方向。截至 2023 年 3 月 31 日，阿里巴巴旗下主要 APP 均已完成无障碍和适老化升级改造。淘宝、饿了么、闲鱼、高德地图和优酷视频均被评为中国信息通信研究院的首批互联网应用适老化及无障碍改造优秀案例。我们还向社会免费开放了 11 项无障碍和适老升级改造相关专利，推动信息无障碍和适老技术的分享。

无障碍：努力理解和消除残障人士群体在使用数字技术时的障碍，让他们也同样享受数字技术创造的美好。

消费无障碍：淘宝和天猫 APP 通过读光“OCR”技术，把文字转为语音，在 2023 财年帮助超过 32 万视障人士“听图购物”。视障人士还可以通过读屏指引，在饿了么 APP 上订餐、盒马 APP 上买菜。阿里健康发布盲文药盒，可以帮助视障人士安全方便用药。

出行无障碍：“轮椅导航”模式下的高德地图，自动为用户避开无直梯的地下通道、人行天桥等轮椅无法通行的路段。截至 2023 年 3 月 31 日，轮椅导航已在 6 个城市上线，提供无障碍轮椅导航规划超过 90 万次。

沟通无障碍：钉钉推出无障碍工作平台，支持中国聋协系统全国 80 多个城市的听障人士通过语音转文字、AI 实时字幕等功能进行无障碍学习和办公。文化娱乐无障碍：优酷以无障碍方式加工视听作品，通过把影片中没有对白的画面辅以恰当进述，帮助视障人士理解影视内容。2022 年 12 月，优酷无障碍剧场开通视障身份认证功能。自该功能上线至 2023 年 3 月 31 日，优酷无障碍剧场内容累计播放次数超过 33 万次。

适老：持续努力为老年群体提供周到、便捷、高效的智能化服务。

线上，积极落实“互联网应用适老化及无障碍改造专项行动”，努力建设老年友好型线上社区；旗下主要 APP 都已通过适老化创新推出“长辈版”，帮助老年人跨越“数字鸿沟”。

线下，将零售场所的布置和改造也纳入适老化方案，逐步在盒马门店专门设置“老年人服务大使的岗位”，为到店的老年人提供导购、结算、取物、售后等服务。高德地图通过多项助老行动努力帮助老年人解决出行困难。截至 2023 年 3 月 31 日，高德地图共在全国 33 个城市建设超过 3,300 个助老暖心车站，新增超过 2,000 个车站。



放心的消费

消费者隐私保护与数据安全是消费者享受美好生活的基石。我们把“数据采集最小必要性”“保障用户知情和决定权”，及“强化全方位安全保障能力”三个原则，深度融入到产品和各消费环节中，并充分运用隐私技术和安全计算，让消费者的隐私和数据安全得到尊重和保障，从而放心购物。

为充分尊重和保障消费者在隐私和数据方面的知情权和决定权，向消费者提供了隐私管理功能。用户可在APP“设置 - 隐私”板块查看平台采集的隐私数据，也可以对隐私数据进行授权及解除。对于个性化广告、搜索推荐等功能，用户可根据实际情况关闭相应功能对个人数据的使用；同时，在优化推荐层面，建立用户反馈机制，保证用户对算法决策结果的决定权。

持续提升安全能力的同时，通过全链路加密和隐私号码保护来保护消费者信息。淘宝推动第三方生态合作伙伴完成隐私保护方案升级，保护千万量级商家和亿万量级用户的敏感信息。截至报告发布日，淘宝号码保护策略已覆盖 100% 的活跃用户。

负责的消费

过去一年，我们从以下两个方面着手，推动负责任的消费，努力将消费对环境和社会造成的影响和外部性最小化。

引导和助力用户向绿色消费行为转型：“88 碳账户”覆盖了网购、出行、外卖、二手交易等多个消费场景，用碳积分让消费者感知到什么行为可以减碳，并鼓励和引导消费者的绿色低碳消费行为。2023 财年，1.87 亿用户通过 88 碳账户体系参与减碳行动。

助力构建健康的社会消费环境：正面引导非正常搜索[2]，从而降低给社会带来的风险；2023 财年，约 8,000 万次非正常搜索被自动处理成公益宣导教育的界面。



2 非正常搜索涵盖野生动植物、自杀用品、游戏沉迷、甚至犯罪相关等关键词，可能给社会带来不适和风险。

五、 助力中小微企业高质量发展和就业

在数字化转型的时代背景下，中小微企业发展的三大难题是技术可得性、市场机遇和商业竞争力。作为一家平台科技企业，阿里巴巴有责任把数字技术和这些关系就业的实体经济高度融合，为中小微企业提供更多能力，帮助它们在数字化浪潮中实现可持续发展；在这个过程中，同时为社会的规模化、高质量就业贡献力量。

让技术更可得

前沿技术的可得性和普惠性是当下中小微企业发展的基础。我们在大力研发前沿技术的同时，通过提升科技的可得性和可承受性，推动技术和商业的结合，并建设开放技术生态，让中小微企业也享受到技术红利。

科技发展过程本身就具有普惠性。过去十年，通过技术创新、规模化应用，云计算的算力成本下降了 80%，存储成本下降了将近 90%，从而可以为更多中小微企业和开发者提供普惠的算力。

技术和商业的结合，也让技术应用更容易获得。淘宝天猫等电商平台生态上有上千万的中小微商家已借助云计算的基础设施来运营商业。可以说，数字平台所承载的前沿科技和中小微企业的结合，是数实融合的一大特色。此外，我们还为全球范围内超过 400 万个客户提供云计算服务。

我们是开源技术和技术开放生态坚定的信仰者和推动者，并且是中国最大开源技术社区的建设者和支持者。2022 年，我们在开源影响力（OpenRank）和活跃度方面继续保持中国企业第一；在中国开源云联盟（COSCL）组织的 2022 年度评选活动中，获得“优秀开源创新企业”。令人欣喜的是，2023 财年我们推出了 AI 模型社区“魔搭”，助力于解决开发门槛高、中小微企业难以参与及模型定制化需求高等难题。魔搭社区的首批上架模型即超过 300 个，覆盖视觉、语音、自然语言处理、多模态等 AI 主要领域，超过三分之一为中文模型。



让中小微企业获得发展机遇和数字化竞争力

我们的平台，是一个千万级别的中小微企业和数十亿级消费者共同建设的生态。我们一方面通过建设市场，为中小微企业带来用户和增长机遇，一方面不断提供和升级一系列基于云、数、智结合的商业经营、商业决策、工作协同与管理的工具，让数字商业能力普惠化，从而让中小微企业真正具备成长性和竞争力。

数字化经营：淘宝天猫平台为商家建设了“千牛”的一站式平台，与第三方服务商一起，为商户提供全链路的数字化经营服务。2023 财年，超千万的商户通过千牛进行店铺管理。

数智商业决策：决策的数智化水平正日趋成为中小微企业参与数字商业竞争的关键能力。截至 2023 年 3 月 31 日，我们对约 650 万商家使用的数据决策工具“生意参谋”进行了全面优化，让核心数据更清晰，结构更简单，降低客户理解成本。为了更广泛地服务平台内外的企业数智化经营，2023 财年我们成立了专注企业数智服务的品牌“瓴羊”，助力企业有数据可应用、靠数据来思考、用数据来决策。

数智化协同与管理：截至 2023 年 3 月 31 日，钉钉用户超 6 亿，服务企业组织超 2,300 万，其中大部分是中小微企业。经工信部认定，钉钉获得“2022 年度国家中小企业公共服务示范平台”。钉钉以“PaaS 平台（Platform as a Service）+ 低代码工具”为基座，构建了企业客户和开发者的数字生态系统；通过丰富的 API 开放接口、专业的低代码开发工具，支持个人开发者和企业员工低成本、高效率地搭建各类应用，如 ERP、项目管理、协同办公等，大幅降低中小微企业数字化门槛，同时也促进了软件开发领域的创新创业。截至 2023 年 3 月 31 日，钉钉上的低代码应用数突破 500 万、开发者超 380 万。 面对新一轮人工智能浪潮，钉钉作为国内领先的企业服务平台，正在开展智能化建设，我们将接入通义千问等大模型，在 IM、文档、低代码、音视频等全面智能化，助力千行百业尽快实现“数智化升级”。

数字商业技能培训：中小微企业的数字化转型，不仅需要数字化工具，更需要掌握工具使用。2023 财年，我们为中小微企业提供的免费电商入门课程，学习人次超 1,700 万；为企业客户研发的在线学习系统“云课堂”的学习人数超 600 万。

创造和促进规模化、高质量的就业

科技助力中小微企业的自然结果，也带来了成规模、高质量的就业。

作为数字经济平台，我们对于就业的贡献可以用“三环”来衡量。第一环是自身直接提供的就业机会；第二环是平台生态直接衍生的就业机会，包括促进中小微企业的创业就业、激发新的就业形态等；第三环是上下游供应链、服务商衍生的间接就业机会。根据中国人民大学研究团队的最新测算，2022 年，阿里巴巴生态衍生的就业机会超 7,000 万。

数字经济的发展能带来就业扩容和收入增加，激发越来越多劳动者通过新就业形态实现自主创业、自主择业。截至 2023 年 3 月 31 日，我国标注的数字职业已达 97 个，其中包括人工智能训练师、区块链应用操作员等知识密集型岗位。我们有针对性的开展培训平台的建设，助力更多学员在数字化转型中找到高质量的就业机会。2020 年 3 月，人力资源和社会保障部中国就业培训技术指导中心联合钉钉上线了新职业在线学习平台，专注新职业数字资源培训。截至 2023 年 3 月 31 日，通过学习平台培训获得数字化管理师认证人次高达 230 万。



六、数字化助力乡村包容性发展

城乡差距仍代表着中国面临发展不均衡的重大挑战。近年来，阿里巴巴持续从四个方向努力，助力弥合城乡差距，推动乡村振兴——通过搭建包容性数字平台，促进城乡结合的农村经济发展，促进乡村价值链升级，推动乡村人才培养及助力构建有活力的乡村社区。

拓展乡村电商市场

持续将电子商务拓展到中国欠发达的乡村地区，促进当地经济发展。2023 财年，全国 832 个脱贫县在阿里巴巴平台销售额超 1,300 亿元，160 个国家乡村振兴重点帮扶县销售额总计超过 43 亿元。

乡村价值链升级

帮助乡村构建直采、物流、数字化等商业生态基础能力，提升农业专业化和数字化水平，并通过品牌建设和发展第三产业，推动乡村价值链系统升级。

农村直采领域：盒马通过直接采购模式帮助推动农业生产经营模式和经济收入升级，并计划用十年时间建立 1,000 个盒马村。截至 2023 年 3 月 31 日，盒马已在全国 25 个省（自治区、直辖市）建立了超过 140 个盒马村 / 县。

乡村物流领域：菜鸟在全国建设超过 1,460 个县级共同配送中心，在村、镇建设了近 50,000 个快递服务站，提升快递下行 [3] 效率，帮助乡村消费者便捷享受电商购物。同时，农产品上行供应链项目 [4] 已在全国 28 省、264 个县域落地。

乡村品牌和文旅发展领域：阿里巴巴的设计师们为 13 个乡村打造了乡村品牌方案设计；飞猪发起的“益起寻美数字攻略”项目入选“中国旅行社协会行业榜单文旅营销精品推广案例”。

乡村人才培养及助力构建有活力的乡村社区

一方面把人才引进乡村，为乡村发展注入源头活水，另一方面通过促进就业和教育培训，带动乡村人才回流、成长。在此之外，我们从基础教育、文化、医疗和卫生等领域入手，构建更有活力和韧性的乡村社区。

将数字化人才引进乡村：累计派出 27 名乡村振兴特派员，超过 220 名乡村振兴技术官。通过数字化教育，培训当地居民获得必要知识和技能，帮助当地创造就业机会，改善当地的教育和医疗设施。“阿里巴巴乡村振兴特派员团队”当选由农业农村部办公厅和国家乡村振兴局政策法规司指导颁发的 2022 年度“三农人物”年度致敬团队。

为乡村居民提供数字产业技能培训：截至 2023 年 3 月 31 日，累计与区域政府 / 企业 / 特色产业园等共建 77 个数字经济区域人才培训基地，开设 1,200 个班次，覆盖超 19 万人次。

加强和拓宽乡村基础教育：截至 2023 年 3 月 31 日，“少年云助学计划”为 102 所学校部署落地云机房，服务超过 60,000 名师生。近期，我们已和联合国教科文组织人工智能与教育教席达成合作协议，计划共同探索未来人工智能学习空间，以中国经验为基础，探索全球人工智能教育均衡化的新路径。

提升乡村医疗卫生资源水平：我们搭建的基层医生学习平台，为欠发达地区的基层医生提供优质的医学培训内容，线上专家交流机会及远程会诊等服务。已累计培训基层医生 14,002 人，其中包括 3,744 名基层心血管介入医生。





3 快递下行是指快递下乡进村。
4 农产品上行是指利用物流技术和供应链能力，把农产品从农村生产地销售到全国各地。

七、推动人人参与的可持续公益

我们努力发挥平台的聚合优势，连接广泛的公益生态，并努力运用科技的力量，探索应对多样的社会挑战。通过机制设计，从员工开始，逐步扩展到参与者生态，旨在促进全社会的广泛公益参与，努力做到“让天下没有难做的公益”。2023 财年，《公益时报》主办的第七届中国公益年会上，阿里巴巴荣获“2023 年度公益企业”称号。

建设人人参与的公益文化

激发和助力员工广泛参与公益行动。2023 财年，员工的总志愿时达 250,144 小时。
110 多个公益幸福团活跃在自然环保、动物保护、教育等主题的超过 1,000 场公益活动中。

用科技赋能公益

用科技和专业力量提升做公益的效率，寻找解决社会挑战的更优解，并向公益机构和志愿者分享技术解决方案，推动社会公益事业的良性发展。2023 财年，联合北京病痛挑战公益基金会，发布全国首份“罕见病就诊地图”，为用户提供更全面、专业的信息，提高患者就诊便利性和准确性。达摩院利用 AI 技术自研智能筛查阿尔茨海默症工具已帮助 118,746 位老人筛查，近 600 多位公益志愿者参与。我们的“码上公益”平台已有 370 家公益机构和 6,800 多位爱心极客志愿者入驻，并为其中 100 多家公益机构的数字化发展提供技术支持。

促成公益生态

通过平台力量搭建起一个广阔的公益生态，带动更多人更高效、便捷地参与，推动全社会的人人公益。2023 财年，阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠 3.99 亿元，主要用于抗疫、教育和环境保护等几个领域的公益项目。有 204 万商家和 4.7 亿消费者在淘宝天猫平台通过公益宝贝等形式，累计帮助 900 万人次的受助群体。



八、建设安全、有伦理的数智信任

当下，数字技术正在为社会带来前所未有的协同广度和深度，且社会的生产和生活方式在加速变革。信任是商业发展的基石，也是阿里巴巴践行社会责任的前提。由此，我们在不断完善公司治理机制的同时，从定位、治理机制和技术的维度，重点在隐私保护和数据安全及科技伦理两个方向，建设安全、有伦理的数智信任。只有这样，科技才可能真正发挥向上、向善的力量。我们的目标，不但是追求科技的先进性，也要力争做安全、有伦理的数智信任的领跑者。

隐私保护和数据安全

定位上，把用户的数据隐私和安全保护作为立身之本。阿里云倡议并遵循三条数据安全原则：“你的数据你拥有、你的数据你做主、你的数据有保障”。

治理机制上，在阿里巴巴集团层面建立由集团风险管理委员会领导的数据安全管理架构；并在业务单元专门设立“个人信息保护官”（PIPO），直接向业务单元总裁汇报。

阿里巴巴迄今已制定发布超过 10 个规范数据安全和隐私保护的制度规范；以《数据安全规范（总纲）》为挈领，覆盖数据采集、流动、存储、使用和销毁等数据及个人信息的全生命周期。同时面向员工开展数据安全培训和认证，2023 财年“安全红线认证”覆盖率达 100%。

技术上，不断建设最前沿的隐私保护和数据安全能力。通过多方安全计算、联邦学习、可信执行环境三个领先技术路线，实现了在敏感信息不可见的前提下仍然实现业务所需，很好的平衡了数据流通的效率和数据安全。瓴羊的 Dataphin 隐私计算技术，已拥有 19 项密码学算法专利，获得国际标准组织 ISO27001/27018 认证，并在第三届中国数字经济科技大会获得“年度领先科技成果奖”。

科技伦理

以生成式大模型人工智能技术为代表的应用的崛起，为商业和社会发展带来全新机遇的同时，也面临着众多安全、信任与伦理风险的挑战。

定位上，我们把人工智能技术和科技伦理的同比发展，定位为驱动自身科技可持续发展的双引擎。

2023 财年确立和发布六项基本准则——以人为本，普惠正直、隐私保护、安全可靠、可信可控和开放共治，并落实到具体业务实践中。

治理机制上，2023 年 1 月发布了《科技伦理审查管理规范》，为科技伦理审查如何在业务落地提供了指导原则。

具体行动上，重点建设风险管理流程和技术两方面的治理能力。

以算法治理为例，积极响应《互联网信息服务推荐管理规定》，制定了一系列管理规范，着重推动算法公平和透明，构建多方受益的信息流推荐系统。

技术探索方面，在针对人工智能的新型攻击手段不断涌现的背景下，我们构建了增强技术模型鲁棒性的测试与防御系统，并对外开源了业界首个针对视觉模型鲁棒学习框架，帮助产业伙伴快速实施鲁棒性技术研发工作。



ESG 绩效表现

Alibaba ESG

第一章 修复绿色星球	**12.9%** 自身运营净排放达到 468.1 万吨，同比下降 12.9%	**141.9 万吨** 自身运营减碳量 141.9 万吨，同比增长 128.9%	**5.7%** 价值链碳强度为 8.7 吨 / 每百万人民币，同比降低 5.7%	**2,290.7 万吨** 赋能和带动平台生态（范围 3+）减碳 2,290.7 万吨	**1.215** 自建数据中心 PUE 下降至 1.215
第二章 支持员工发展	**超 60 个** 员工来自超 60 个国家和地区	**49.1%** 女性员工占比为 49.1%	**41.9%** 41.9% 的管理人员为女性	**51 小时** 人均培训时长为 51 小时	**中国企业前 5** 福布斯 2022 全球最佳雇主评选，位列中国企业前 5
第三章 服务可持续的美好生活	**100%** 淘宝 APP 的号码保护策略覆盖 100% 活跃用户	**约 8,000 万次** “绿网计划”让约 8,000 万次非正常搜索被自动处理成公益宣导教育的界面	**GFSI 中国食安技术应用案例贡献奖** 饿了么“网络餐饮社会共治案例”荣获 GFSI 中国食安技术应用案例贡献奖	**超 90 万次** 高德地图提供超 90 万次无障碍轮椅导航规划	**超 32 万** 淘宝和天猫 APP 服务视障用户超 32 万人
第四章 助力中小微企业高质量发展	**超 7,000 万个** 阿里巴巴生态直接或间接衍生超 7,000 万个就业机会	**超 4,700 万** 全球 20 多万卖家通过 Alibaba.com 触达来自超 190 个国家和地区的超 4,700 万名买家	**第一** 继续在开源影响力和活跃度方面都保持中国企业第一	**2022 年度国家中小企业公共服务示范平台** 钉钉获得 2022 年度国家中小企业公共服务示范平台	**超 17,000 项** 全球授权专利超 17,000 项，同比增长超过 20%



Alibaba ESG

ESG 绩效表现

第五章 助力提升社会包容和韧性

超 1,300 亿元

国家脱贫县在阿里巴巴平台销售额超 1,300 亿元

超 1,460 个

菜鸟努力提升乡村物流效率，建设超 1,460 个县级共同配送中心，在村、镇建设了近 50,000 个快递服务站

102 所

少年云助学计划为 102 所学校部署落地“云机房”，服务超 60,000 名师生

14,002 人

基层医生学习平台累计培训基层医生 14,002 人

全球物流合作伙伴

菜鸟与联合国世界粮食计划署（WFP）签署全球物流合作协议，成为 WFP 的全球物流合作伙伴

第六章 推动人人参与的公益

250,144 小时

员工总志愿时为 250,144 小时

首份罕见病就诊地图

阿里健康发布全国首份罕见病就诊地图

118,746 位

利用 AI 技术自研智能筛查阿尔茨海默症工具已帮助 118,746 位老人筛查

11,722 人

“天天正能量”项目持续耕耘十年，累计让 11,722 人得到正能量回馈和鼓励

2023 年度公益企业

阿里巴巴荣获“2023 年度公益企业”称号

第七章 构建信任

60%

独立董事占比提升到 60%

30%

女性董事占比从 20% 提升到 30%

100%

商业行为准则考试、合规与风险意识考试、安全红线认证考试，员工覆盖率均达到 100%

可信数字云钛金奖

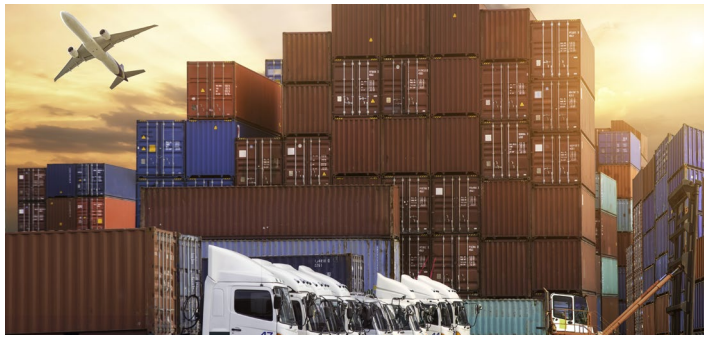
阿里云荣获英国标准协会 BSI 颁发的可信数字云最高级别钛金奖

六项基本准则

发布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



菜鸟荣获亚洲 - 太平洋史蒂夫奖
“运输和物流领域创新奖金奖”



《财富》
中国 ESG 影响力榜

高德地图“绿色出行碳普惠项目”
被生态环境部评选为
2023 年提升公民生态文明意识行动计划
十佳公众参与案例

中国社会责任百人论坛
中国企业社会责任发展指数互联网平台企业
第 1 名

入围
Gartner2023全球供应链25强



阿里巴巴数据中心绿色低碳实践入选
中国能源研究会和中国国际新能源大会组委会
“2022 中国十大碳中和示范典型案例”

《财经》上市公司双碳领导力排行榜
第 1 名

阿里巴巴乡村振兴特派员团队当选
2022 年度“三农人物”年度致敬团队



福布斯 2022 全球最佳雇主，位列中国企业
前 5

新的起点

社会责任所面临的具体挑战持续变化。过去一年来，全球后疫情时代经济复苏缺乏稳定的动力，走出困境所需要的高质量发展模式面临新的机遇和挑战。我们既看到可再生能源在全球各地的加速部署预示着“化石能源时代终结的开始”（Ember 2023），也在经历着生成式人工智能技术的突破所带来的治理挑战。这些变化都在持续重塑各方参与者的社会诉求，我们也始终把战略目标与不断变化的环境及重要利益相关者的需求相适应。但我们相信，无论世界如何变化，基于相关者福祉清晰定义自身的社会责任、充分发挥科技的力量，及建设参与者生态，会一直成为做好 ESG 的三大支柱。这是任何一个科技平台企业应有的社会责任，更是面向未来的机遇。我们的目标，是同时追求科技的先进性，及践行社会责任的先进性。

2023 年 3 月 28 日，阿里巴巴宣布了全新的组织和治理结构，组建了云智能集团、淘天集团、本地生活集团、阿里国际数字商业集团、菜鸟集团和大文娱集团等六大业务集团，及其他多家业务公司。

这一结构调整不会改变我们的 ESG 顶层战略定位和承诺。新的架构能帮助阿里巴巴更好地发挥出多元化优势，更加敏捷地响应外部环境的变化，更迅速地把握外部机遇；这既包括市场和行业层面的商业机遇，也包括在已有的 ESG 承诺和实践经验的基础上，尝试将社会责任目标更深度地融入业务战略和商业设计中，尤其是持续探索具有平台企业特色的社会责任的内涵、目标和实现方式。我们将以更灵活的方式，带动更多的利益相关方深度参与到解决社会重大挑战的进程中，和我们的生态伙伴们一起共建可持续的未来。

这是一个新的起点。



修复绿色星球

以气候变化和生物多样性丧失为代表的持续生态退化，已成为全人类面临的重大风险。若想扭转这一趋势，为人类发展保留安全的“操作系统”，既需要有针对性的科技创新，也需要联动所有利益相关者参与。数字循环经济的模式，则为实现这一愿望带来了新的可能。我们希望和生态伙伴一起，践行数字循环商业，不断尽己所能，助力修复一个绿色星球。

我们在环境领域的行动聚焦以下方面：

- **扎实推进碳中和 P28**
- **助力建设绿水青山 P48**





碳中和整体进展

12.9%
自身运营净排放量为 468.1 万吨，同比降低 12.9%

141.9 万吨
减碳量达 141.9 万吨，同比增长 128.9%

2,290.7 万吨
带动和赋能平台生态（范围 3+）共计减碳 2,290.7 万吨

5.7%
价值链碳强度为 8.7 吨 / 百万人民币，同比降低 5.7%



构建一朵绿色低碳的云

1.215
自建数据中心 PUE 从 2022 财年的 1.247 降至 1.215，继续保持亚洲领先水平

53.9%
自建数据中心的清洁能源占比是 53.9%，与 2022 财年的 21.6% 相比有大幅进步，处于国内领先水平

686.3 万吨
让更多机构上云来减少对本地化部署机房和服务器的依赖，为客户赋能减碳 686.3 万吨

修复绿色星球



助力构建绿水青山

《企业生物多样性保护案例集》
“数字平台助力生物多样性保护”项目入选联合国生物多样性公约第 15 次缔约方大会《企业生物多样性保护案例集》



建设循环物流

●开展低碳运输创新

超 2,900 万单
小蛮驴配送物流订单超 2,900 万单

33%
菜鸟直送（菜鸟速递）使用的城配电动车数量占比达 33%

28,771.7 吨
对直营零售的订单环节、运输路线进行数智优化，有效减少碳排放 28,771.7 吨

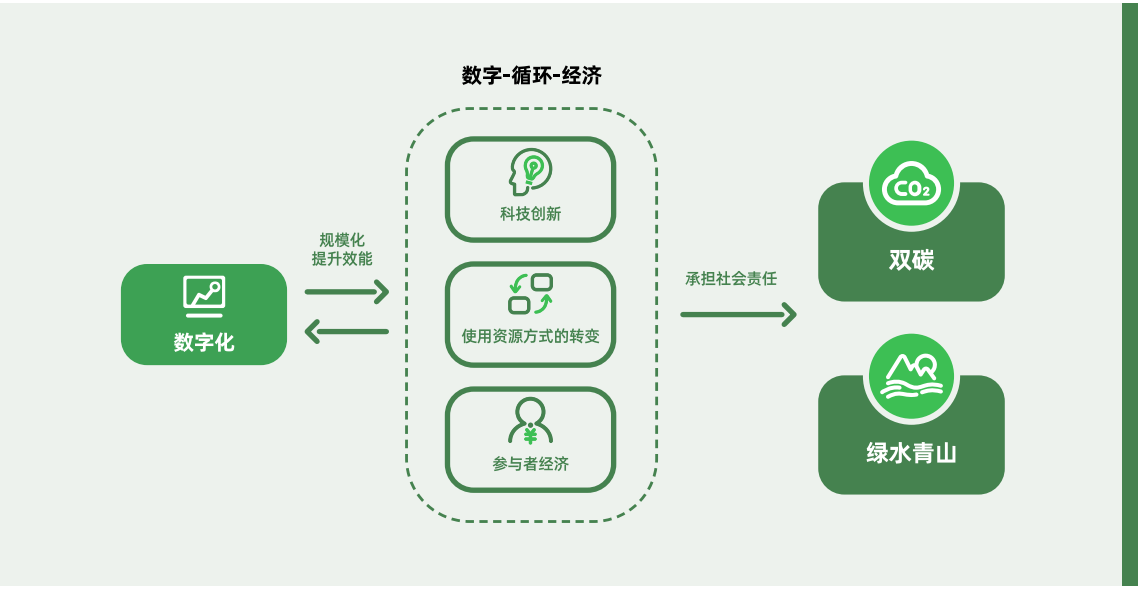
●努力实现包装的循环发展

2,382 万个
菜鸟驿站回收再利用的纸箱达 2,382 万个

环境策略和治理

“科技 - 社会责任 - 参与者生态”三要素在环境方面的应用，就是“数字 - 循环 - 经济”，我们按照这一原则不断扩展和深化在环境上的努力。议题上，继 2021 年提出清晰的双碳目标后，又进一步确立了 4 个与环境相关的 ESG 议题，分别是减少包装使用、节约和净化水资源、减少和循环废弃物、保护生态系统；治理机制上，通过董事会层面的可持续发展委员会，集团层面的可持续发展管理委员会和 ESG 战略和运营部，及业务层面的 ESG 工作组，来共同确保 ESG 战略目标的有效完成，并为此建立了全集团 ESG 数据管理系统。

我们从扎实推进碳中和、助力建设绿水青山两个方向来分享近期的进展。





扎实推进碳中和

2023 财年，我们秉承“数字 - 循环 - 经济”的原则，不断探索在发展中减碳。除了能源转型以外，还采取了多种提效减排方法，尤其是通过数字技术和平台机制的创新，取得了扎实的减碳进展。

| 碳中和进展 | 可持续的运营和价值链 | 带动和赋能平台生态减碳 |



扎实推进碳中和

碳中和进展

2021 年，我们发布了以下三项承诺：

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碳强度比 2020 年降低 50%；其中，云计算在同阿里巴巴一起实现范围 1 和范围 2 碳中和的基础上，率先实现范围 3 的碳中和，成为一朵绿色的云。

做大绿色生态（范围 3+）： 在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，在到 2035 年的 15 年间，带动生态累计减碳 15 亿吨。

2023 财年我们秉承“直接减碳优先于消除，消除优先于抵消”原则，在履约三项承诺的道路上迈进有成效的一步。

阿里巴巴碳中和承诺

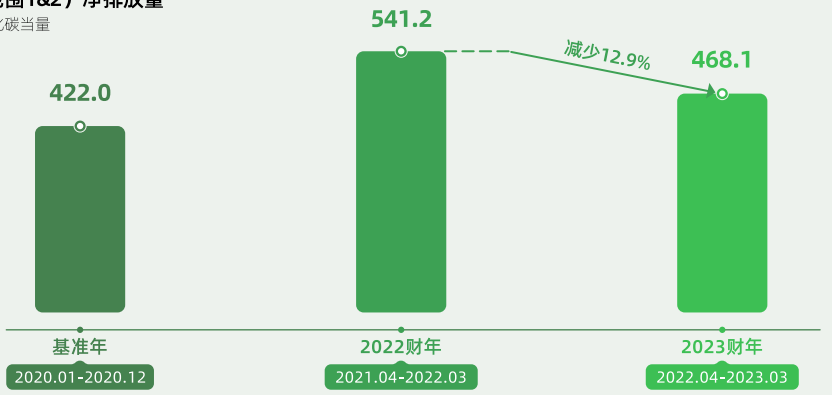


运营净排放量及减碳（范围 1 和 2）

2023 财年，阿里巴巴实体控制范围之内的直接温室气体净排放量（即范围 1）为 92.6 万吨，包括固定源燃烧（如天然气使用）、逸散性排放（如制冷剂逸散）、移动源排放（零售业务中自有交通工具）。因外购电力和热力产生的（即范围 2）温室气体净排放量为 375.5 万吨，这些外购电力和热力主要用于云计算数据中心、零售门店、仓库和办公场所的运营需求。运营净排放量（即范围 1、2 之和）为 468.1 万吨，同比降低 69.1 万吨，即减少 12.9%。本次盘查由中环联合（北京）认证中心完成，盘查结果经必维国际检验集团审计。通过数智化节能提效、清洁电力交易、分布式光伏部署等努力，2023 财年自身运营（范围 1 和 2）减碳量 141.9 万吨，同比减碳增长 128.9%。

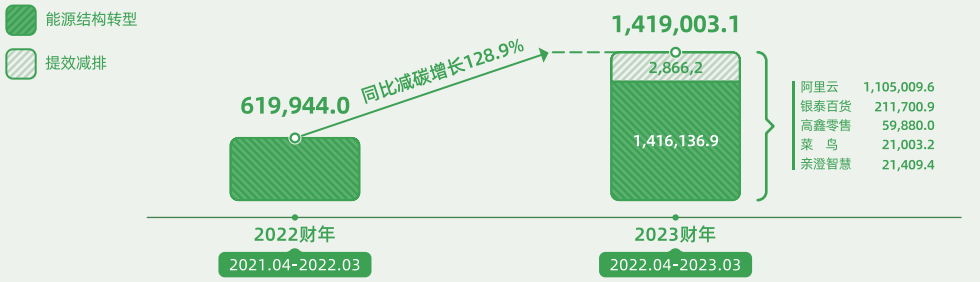
自身运营（范围1&2）净排放量

单位：万吨二氧化碳当量



自身运营（范围1&2）减碳量

单位：吨二氧化碳当量



修复
绿色星球

价值链碳强度及减碳（范围 3）

2023 财年，阿里巴巴在价值链上下游间接产生的（即范围 3）温室气体净排放量上，基于准确和可得的盘查原则，“价值链”碳排放强度从 2022 财年的 9.2 吨 / 百万人民币，下降到 8.7 吨 / 百万人民币。我们通过物流服务的数智化提效和能源转型、推动租赁数据中心提升能效和能源转型、激励员工低碳差旅等，价值链（范围 3）减排量为 40.0 万吨；同时结合碳消除和碳抵消方案，我们总体实现价值链碳排放强度同比降低 5.7%[1]。

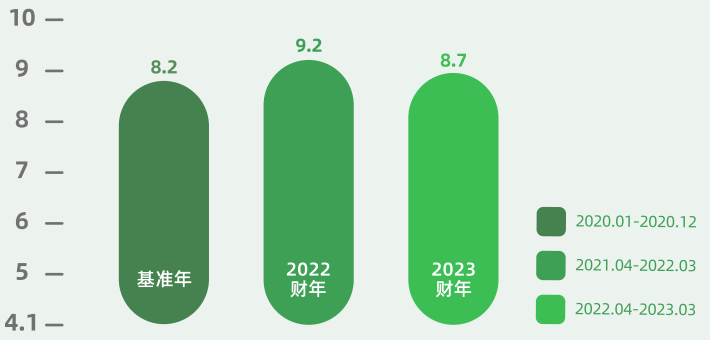
至此，2023 财年，我们在保持业务发展的同时，在运营及价值链碳中和目标方面，都取得了扎实进展。可以预见的是，随着业务的增长和变化，如何做到在发展中减碳会是一个持续的挑战。我们会在这个过程中不断积累经验，包括从 2022 年初至今探索相关的前沿投资[2]，结合短期到长期的规划，把减碳目标和方法持续融入商业设计，来推动最终目标的高质量达成。

带动和赋能平台生态减碳（范围 3+）

2023 财年是我们在承诺 15 年减碳 15 亿吨的“范围 3+”目标之后，探索实施的第一年。和范围 1、2、3 不同，推动范围 3+，需要一边确立科学可信的标准，一边推动减碳目标的实现。我们主要在三个方向上努力。第一，发布了范围 3+ 方法论，明确了定义和衡量方法；第二，在实践中围绕低碳出行、低碳餐饮、低碳商品、闲置再利用、低碳云、低碳办公、低碳物流、低碳生产八大方向，范围 3+ 减碳量 2,290.7 万吨，并规划出了完成长期目标的减碳路径；第三，更有意义的是，通过 88 碳账户体系和低碳友好商品体系，带动 409 个品牌，191 万种商品及 1.87 亿用户参与减碳，从而实现我们的初衷，即充分发挥平台生态的力量，从供给侧和消费侧推动向数字循环经济转型。

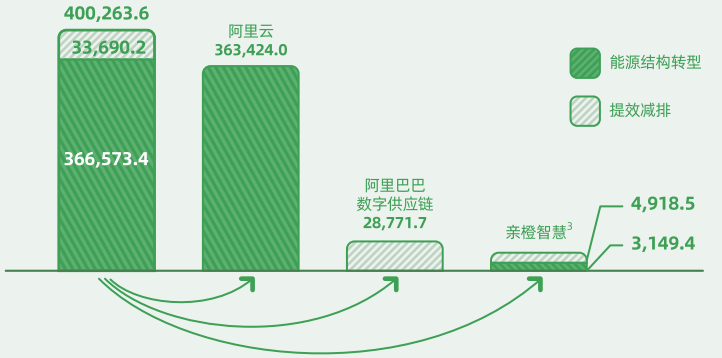
价值链（范围3）碳强度

单位：吨二氧化碳当量/百万人民币



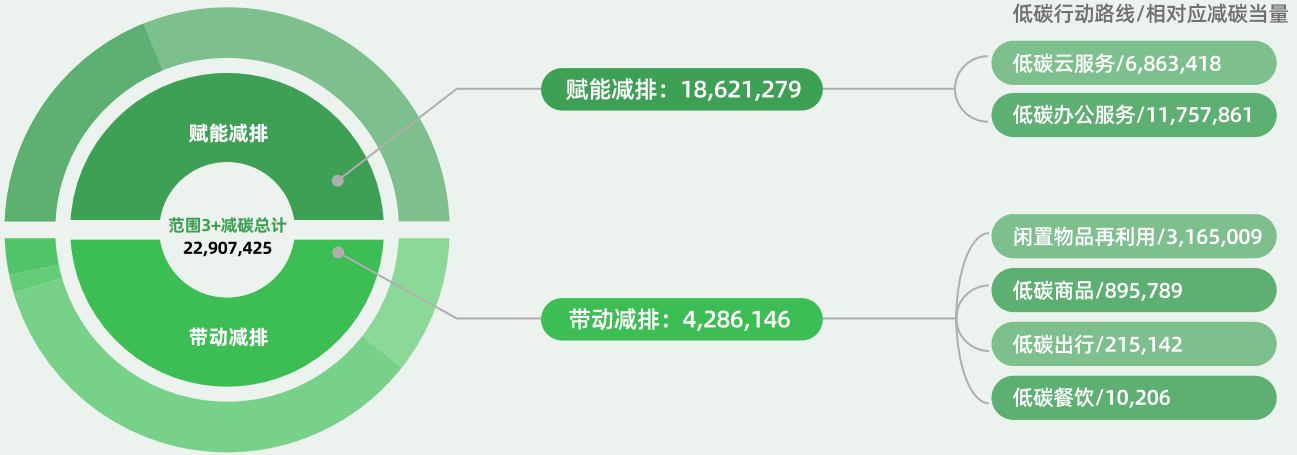
2023财年价值链（范围3）减碳量

单位：吨二氧化碳当量



带动和赋能平台生态减碳（范围3+）

单位：吨二氧化碳当量



1 由于小数点保留 1 位的原因，此处同比降低值不等于 8.7 和 9.2 之间的下降值

2 2022 年初至今，我们从环保技术和数字化能源管理两个角度，持续投入低碳方向。环保技术方面，投资项目包括专注于研发、生产应用于低碳数据中心的浸没式液冷冷却液，及高效环保型灭火剂的浙江诺亚氟化工有限公司。在数字化能源管理方面，投资项目包括亿可能源，其搭建的能碳管理平台通过数字化和智能化的手段帮助企业、园区和政府进行碳排放管理、碳目标设定和碳趋势预测，从而促进可持续发展 3 为阿里巴巴集团各业务集团和业务公司提供智慧园区服务的品牌

修复
绿色星球

可持续的运营和价值链

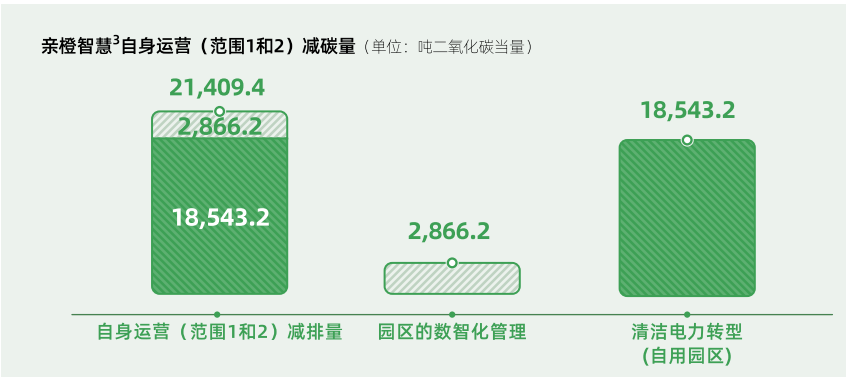
为实现运营碳中和、价值链碳强度减半的目标，我们把减碳目标和技术创新融入业务流程，通过数智化节能提效、转变资源使用方式、影响参与者生态等形式，来建设和我们最相关的四个减碳场景：可持续的园区、绿色低碳的云、数智循环物流、可持续的零售场所，并把影响范围从自身延伸到价值链。

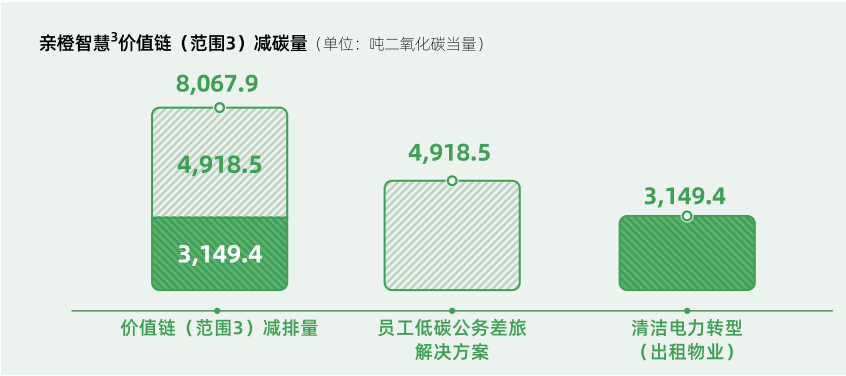
从可持续园区做起
构建一朵绿色低碳的云
建设数智循环物流
打造可持续零售场所
价值链减排在行动

从可持续园区做起

我们的可持续运营从自身办公场所的建设开始，在为员工们提供绿色、健康、安全、有活力的工作环境的同时，推行绿色低碳的工作方式。

我们有成体系的可持续园区建设原则。在园区的前期建设中，采用更环保和可持续的设计方案，及绿色低碳的建造和装修方式；在园区运营中，则不断探索发挥数智技术帮助节能提效的空间，切实推动能源转型和各种资源的循环利用，并持续鼓励和引导员工和供应商参与其中，共同践行绿色低碳行动。园区自身运营（范围 1 和 2）减碳 21,409.4 吨，价值链（范围 3）减碳 8,067.9 吨。







园区光伏

3 为阿里巴巴集团各业务集团和业务公司提供智慧园区服务的品牌

修复
绿色星球

园区的可持续设计

低碳通勤设计：鼓励员工日常通勤使用公共交通工具，在全国部分园区设立地铁接驳巴士，同时鼓励大家使用新能源车低碳出行，在自用园区广泛布置充电桩。

生物多样性设计：遵从各园区环境特性，积极保留和栽种本土植物，定期监控和保护生态空间，充分利用可做屋顶绿化的屋面空间以增加生物栖息空间。

防范极端气候设计：采用“海绵城市”类型设计，确保园区的排水防涝安全，采用防火、抗震和人防疏散设计，及确保特殊情况下供电持续稳定。

节约用水设计：最大限度循环使用雨水资源，在各园区设计雨水积存、净化设施，将回收的雨水用于花园浇灌等；同时布置节水装置、直饮水系统及废水回收利用系统等来实现节水。

园区的绿色建造和低碳装修

绿色建造：自 2022 年起，我们所有新建园区均致力于达到 LEED 金级认证，在用材、建造等多个环节秉持低碳理念。截至 2023 年 3 月 31 日，累积 13.1 万平方米的园区已完成 LEED 金级认证。



低碳装修：大量运用“装配式”技术来降低装修碳排放。以高桥园区为例，我们的植入装配式墙面、装配式卫生间、模块化会议室等标准化建筑部品，比传统装修模式减少 80% 以上的施工固废，相当于全生命周期碳排放量减少 28%，且 60% 以上的材料可回收再利用。

可持续和参与式的园区运营图

数智化节能提效：通过 IoT（物联网）和数字技术，实现园区基础设施全面数字化，并结合人流，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，仅西溪园区 A、B 两区在 2023 财年即实现减碳量 2,866.2 吨。我们也全面推行无纸化办公，法务合约通过电子签署代替纸质签署，既高效安全，又低碳环保，2023 财年电子合约签署数目在签署合约总数目中占比 93.9%。

推动能源转型：我们通过铺设园区屋顶的分布式光伏和交易清洁电力来获取清洁能源。2023 财年自用园区清洁电力使用量为 2,785.8 万度，减碳量为 18,543.2 吨。我们的清洁电力交易也包括对外出租物业，2023 财年以浙江省对外出租物业为首批试点，清洁电力使用量为 447.7 万度，减碳量为 3,149.4 吨。

循环利用资产：将全国的办公家具等资产资源线上化统筹管理，通过优化资产的转移、转让、报废、处置流程，2023 财年实现共计 6.2 万件闲置办公家具的再利用。

激励员工绿色低碳实践：建立了包括 18 种低碳办公行为 [4] 的数字化运营管理平台，鼓励更多的员工都能参与其中，成为低碳生活的践行者。2023 财年，超 11 万名员工参与并完成了约 300 万次低碳办公行为。此外，超 7 万名员工参与并完成了超 118 万次 4 种低碳差旅行为 [5]，减碳量达 4,918.5 吨。



4 18 种低碳办公行为：随手关空调、智能随手关灯、绿色打包、塑料瓶回收、减塑行动、光盘行动、纸箱回收、爬楼梯、自带水杯、周末自习室、笔记本物尽其用、低碳搬迁、顺风车、Mini 名片申领、非智能随手关灯、随手关电视、双面打印、代领快递。

5 4种低碳差旅行为：乘坐火车替代飞机、多人拼车、搭乘公司大巴、搭乘地铁。

修复
绿色星球

构建一朵绿色低碳的云

云计算是数字经济发展的重要基础设施，在 AI 革命提速的今天，让算力更加高效低碳变得尤为重要。作为全球领先的云计算服务提供商，我们力争成为绿色低碳云计算的领跑者。这既包括将自身打造成一朵清洁的云，也包括让更多的机构通过上云来满足自身数据处理和存储的需求，减少对本地化部署机房和服务器的依赖，还包括提供基于云计算的数智工具，帮助其他企业在数智化转型的同时实现节能减碳，从而真正发挥绿色通用能力在数字循环经济转型中的价值。

110.5万吨
阿里云自建数据中心清洁能源转型减碳

36.3万吨
阿里云租赁数据中心清洁电力交易和交易绿证带来的减碳



打造一朵清洁的云

在数智化节能提效上，加大绿色低碳的科技创新和智能运维；在转变资源使用方式上，加快推动能源转型和设备循环使用；在推动价值链绿色转型上，从标准、技术、资源等方面向供应商输出，联动供应商减碳。2023财年，阿里云自身运营（范围1和2）减碳110.5万吨，价值链（范围3）减碳36.3万吨。

更多内容详见：
本章“打造一朵清洁的云”P34

通过云计算替代传统IT来提效减碳

从本地化部署机房和服务器的传统模式切换到云计算，能够在很大程度上避免碳排放。2023财年我们的云计算为客户赋能减碳686.3万吨。

更多内容详见：
本章“带动和赋能平台生态减碳”专题案例 P43

赋能绿色智能化转型

把以绿色低碳云计算为基础的数字化、智能化能力结合，助力多行业的大中小微企业向数字循环经济转型。我们以数智化能力与南方电网、国家电投展开战略合作；提供能耗和碳管理平台“能耗宝”来帮助企业，尤其是中小型出口企业，构建绿色竞争力。

更多内容详见：
本章“带动和赋能平台生态减碳”专题案例 P43

修复
绿色星球

打造一朵清洁的云

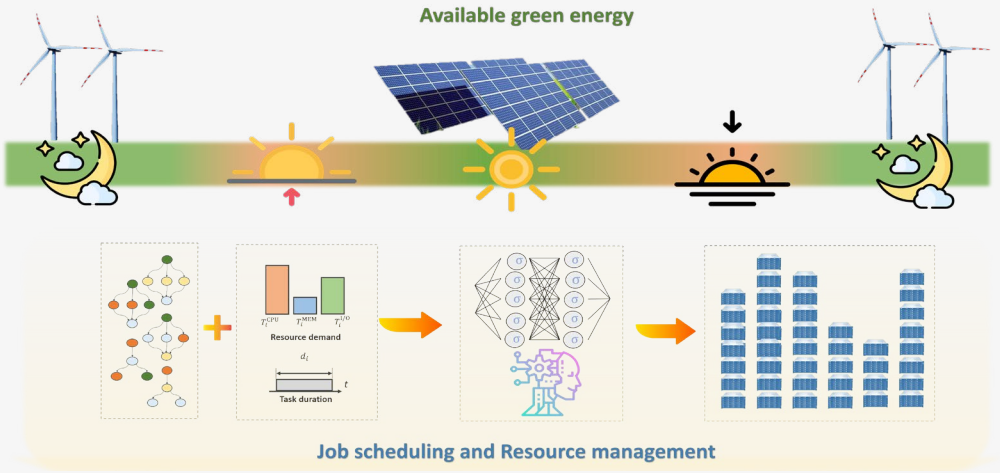
转变资源使用方式

我们承诺，自 2030 年起云计算的电力供给 100% 采用清洁能源。2023 财年，我们继续提升清洁电力的使用，实现自建数据中心清洁电力使用在总用电中占比从 2022 财年的 21.6% 大幅跃升到 53.9%，减碳量达 110.5 万吨，处于同业领先位置。其中广东省自建数据中心已实现 100% 清洁电力用能，结合少量的碳消除和碳抵消方案，已率先实现碳中和。2023 财年，我们还成功实现数据中心和电力系统以促进新能源消纳为目标的协同调度，这在行业内是首次。

我们稳步提升设备循环和回收水平，自建循环利旧中心来开展服务器和备件的检测、翻新、拆解、维修，帮助延长服务器的生命周期。2023 财年，延长保修服务器达 2,573 万核，并已开始试点五至六年期的服务器延保；另通过翻新实现循环再使用的服务器达 49,747 台。

电力与算力协同促进新能源消纳

我们在算力与电力协同 [6] 促进新能源消纳的技术发展道路上，已达行业领先水平。2022 年 6 月，阿里云数据中心与华北电力大学联合开展基于业务负载灵活性调度的研究项目。通过在阿里巴巴张北及南通的数据中心开展验证实验，实现行业内首次数据中心和电力系统以促进新能源消纳为目标的协同调度，被行业视为国内迈出跨区域优化调度验证实验第一步。



电力与算力协同模式

数智化节能提效

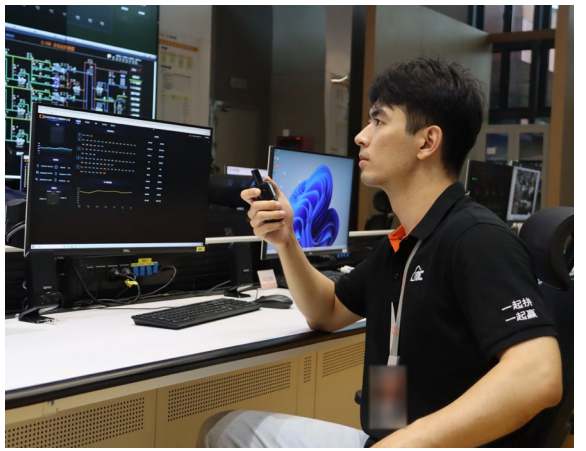
我们利用绿色低碳的科技创新和智能运维方式，不断降低 PUE。2023 财年，自建数据中心整体 PUE 从 2022 财年 1.247 下降至 1.215，继续保持亚洲领先水平。

科技创新方面，我们主力研发的高效软硬件协同模式、节能特性的服务器、液冷服务器技术、高性能电源、数字化资源管理平台等前沿科技，帮助实现每个运营环节的节能提效。

智能运维方面，覆盖电气、暖通、自动化控制等领域的跨专业团队，建立了数字化的运维策略管理平台，以稳定性平衡和全局最优为前提，设计 20 多种标准策略，对全国所有自建机房策略部署的进度、效果、稳定性进行实时管理。并且，基于智能算法优化运维策略，以水冷系统、各设备物理内核为基础，搭建耦合系统模型，持续对大量历史数据进行学习以改进模型、帮助运维精细化调优。截至 2023 年 3 月 31 日，在 7 个大规模数据中心部署智能算法运维策略后，实现冷却系统能耗下降 5-11%。

推动价值链绿色转型

通过提升租赁数据中心用电和碳排放信息的监测、衡量、分析能力，并且据此周期性评估租赁供应商企业的绿色低碳程度，建立考核机制，来推动更多供应商加大逐年减碳力度。与此同时，通过输出自建数据中心的标准和技术、提供相关资源，一方面帮助供应商优化租赁数据中心 PUE，另一方面推动其更多使用清洁电力和交易绿证。2023 财年，后者带来的减碳量为 36.3 万吨。其中，广东的 6 个租赁数据中心已 100% 使用清洁电力。



1.215
自建数据中心 PUE

53.9%
自建数据中心
清洁能源占比

6 算力 - 电力协同优化的本质，是指通过优化调度算力网中海量计算任务和算力资源，实现电力网中数据中心用电负荷时空分布的灵活调整。该技术可降低数据中心的用能成本和碳排放，提升电力系统可再生能源消纳能力，支撑数字网络可持续发展和电力系统安全经济低碳运行，助力碳中和目标实现。

打造一朵清洁的云

数据中心的绿色低碳科技创新

软硬件协同：通过计算、存储和互连部件上的软硬件协同创新，进一步提升数据处理性能和效率。基于倚天 710 自研芯片及磐久服务器 M 系列，云计算整体性能在数据库、大数据、视频编解码、Web 服务器等核心场景中的性价比提升 30% 以上，每 TB 级数据的运算功耗降低 14%。通过震旦异构计算平台云原生服务，实现跨位置和跨芯片运行，还能将算力利用率和计算能效提高 30%。

节能特性的服务器：主力研发的服务器架构在产品设计上遵循模块化和标准化原则，以实现灵活配置、高密度、高兼容性。与传统架构相比，系统散热能力提升 10%，散热能耗降低 30% 以上。同时，其基于服务器实际负载来设计供电，使电源长期以最佳效率工作，从而实现节电降碳。

数字化资源管理平台：主力研发的数字化资源管理平台“法拉第”可以高效管理部署在全球各地的数据中心的资源使用，包括数字化碳盘查、电量电价电费管理、数据中心碳中和规划等核心功能。2023 财年我们把水、电、柴油一体化管理集成到法拉第平台，实现了现场运维数据全覆盖。这也让我们有能力为用户提供准确、清晰的云产品和服务的碳账单。

液冷服务器技术：主力研发的基础设施和 IT 设备一体化的浸没式液冷架构，完全脱离风扇、空调等机械制冷，达到年均 PUE 低至 1.09，较行业平均水平节能 36%。液冷技术下的全场景实时精确温控，释放芯片计算潜能，有效解决未来更高性能的计算需求。



液冷服务器

高性能电源：主力研发的高性能的电源“巴拿马”通过缩短供电路径、直流不间断，来提高电源效率，并已全面部署到新增的自建数据中心。截至 2023 年 3 月 31 日，全国已应用 366 套，容量超 800 兆瓦。2022 年 7 月，巴拿马电源行业标准（YD/T 4006-2022）《信息通信用 10kV 交流输入的直流不间断电源系统》正式发布执行，并对外开放。



巴拿马电源



阿里云自建数据中心在张北树立的绿色低碳示范

阿里云张北数据中心从 2016 年建成以来，一直为当地的可持续发展做贡献。



在能源转型方面

自 2018 年起，张北数据中心就参加张家口“四方协作”风电交易，并率先参与全国绿电交易市场交易。2023 财年，张北数据中心共交易 5.4 亿度清洁电力，同比增加 94.2%。



在数智化节能提效方面

张北数据中心持续推进高效节能策略，充分使用先进节能技术。截至 2023 年 3 月 31 日 PUE 达到 1.19。



在余热回收和节水净水方面

张北数据中心对服务器余热进行回收，向园区生产和生活、绿色农业温室供热，2023 财年累计供热 15,250 吉焦。同时对产生的污废水进行回收净化和生产再利用，2023 财年累计污水处理量达 12,482 吨，其中实现再利用的水量达 6,234 吨。

修复
绿色星球

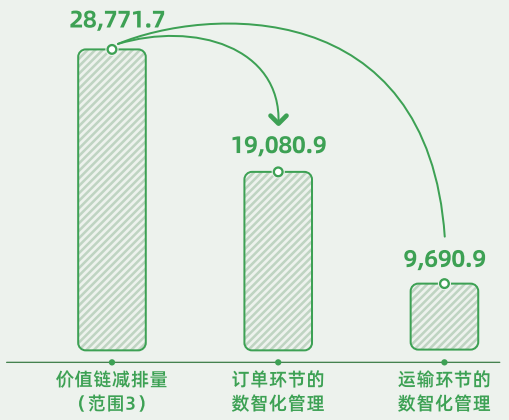
建设数智循环物流

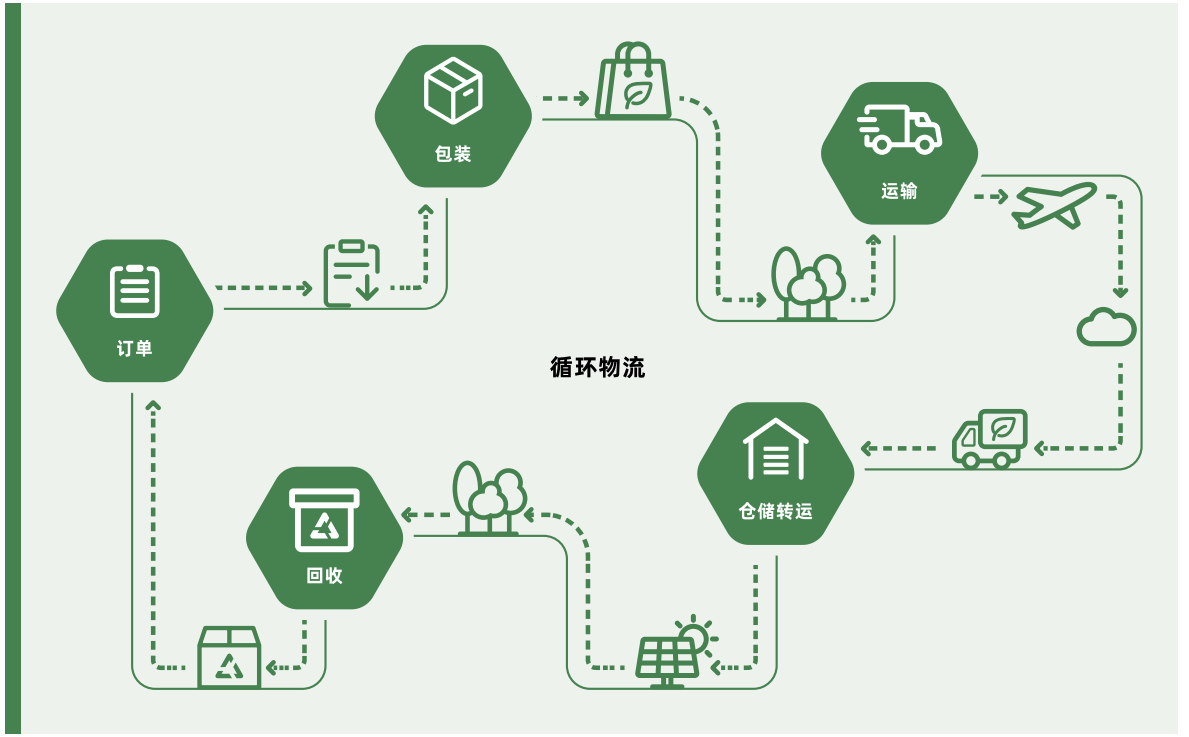
物流是社会经济运转的关键支撑之一，但同时也是全球碳减排的关键难点，其对于新兴和发展中经济体挑战尤其大。我们希望通过长期的努力和能力建设，成为数智循环物流的建设者和引领者。具体实施上，我们在订单、包装、运输、仓储、回收这 5 个主要物流链路环节，联动消费者和供应商，探索通过数智优化、能源转型、转变使用包装材料等方式，推动物流减碳目标和系统转型的实现。经计算，菜鸟通过铺设屋顶光伏和清洁能源交易为自身运营共计减碳 21,003.2 吨；阿里巴巴数字供应链团队在订单和运输环节通过数智化管理减少价值链碳排放 28,771.7 吨。

21,003.2 吨
菜鸟清洁能源
转型减碳

阿里巴巴数字供应链价值链（范围3）减碳量

单位：吨二氧化碳当量





订单

在以直营零售为代表的订单履约环节，启动多单合并、生鲜补货、逆向订单三种典型举措的智能优化。2023 财年，这些举措有效减少了不必要的碳排放 19,080.9 吨。

多单合并：在直营零售后台通过合并多个指向同一地址的、下单时点接近的商品订单，减少整体运输体积，从而减少后续包装和运输过程中不必要的碳排放。

生鲜补货：传统模式下，生鲜货品是否补货由人工依据订单情况来做判断。我们则通过智能算法来升级对生鲜补货的判断，有效降低货品的损耗和浪费，从而减少不必要的碳排放。

逆向订单：以智能算法识别、定位更容易被取消的订单，在直营零售后台暂时性保留这些订单，避免其过快进入实际履约环节，以此减少后续的仓库作业、物流过程中不必要的碳排放。

包装

持续探索包装减量、装箱优化、包装循环等各个环节，并激励价值链和平台生态伙伴与我们同行。

我们开发符合不同行业特性的简约包装方案；持续提升原箱发货比例；并在物流仓库环节使用循环箱。

更多内容详见：
本章“减少包装材料”下的菜鸟专题案例 P50



菜鸟工程师

修复
绿色星球

运输

通过数智优化、能源转型两方面实现在运输环节的脱碳，前者主要体现在对运输线路的优化上，后者重点在陆运和空运运输中的能源转型。

我们通过智能算法优化直营零售板块的供应链各个环节，主要涉及仓库选址、品仓部署、库存调拨等，在 2023 财年有效减少了不必要的碳排放 9,690.9 吨。

仓库选址：将合适容积的前置仓部署在距离消费者较近的位置，从而提升相对高效的干线物流运输的占比，进而降低相对低效的末端运输距离，最终达到物流配送的单位碳排放的下降。

品仓部署：传统履约往往是一仓发全国。我们则通过智能算法来识别、定位到对行业和品类都更合理的商品和仓库匹配关系，将商品部署在更靠近消费者的仓库，并且将关联性高的货品部署到同一仓库，以此缩短商品履约的运输距离，减少不必要的运输碳排放。

存货调拨：传统模式下，供应商会使用小型货车直接将商品送至履约仓。我们则通过智能算法为货车调拨进行路线优化——先用小型货车将供应商的商品送至集运仓、再用大型货车将集运商品送至履约仓，以此实现商品运输效率的显著提升，减少不必要的运输碳排放。

我们针对距离从近到远的不同运输场景，开展低碳运输创新。

在本地生活线上到线下的场景下，为推动骑手便捷使用电动交通工具，搭建供骑手使用的换电平台，引入优良的充换电服务供应商，骑手可通过手机应用程序找到最便捷的充换电站。

在短途快递配送场景下，大力推动短途城配的电气化，截至 2023 年 3 月 31 日，菜鸟直送（菜鸟速递）[7] 使用的城配电动车数量占比达 33%。推行智能电动无人配送车“小蛮驴”，截至 2023 年 3 月 31 日，小蛮驴配送物流订单超 2,900 万，刷新国内末端无人配送纪录。同时，推动运输服务供应商的快递员采用电动交通工具。

在长途和跨境等快递配送场景下，积极探索创新解决方案，在 2023 财年内完成了中国大陆首个使用可持续航空燃料的商业货运航班的国际首飞：2022 年 12 月，使用加注可持续航空燃料的货机来承载菜鸟服务快递，完成从杭州机场飞抵比利时长达 12 个小时的飞行。相比传统航空燃料，可持续航空燃料全生命周期碳排放可减少 50% 以上。

仓储

持续在仓储环节推动能源转型，主要通过部署物流仓库屋顶的分布式光伏。截至 2023 年 3 月 31 日，我们物流仓库屋顶的分布式光伏装机量从 2022 年 3 月 31 日的 24.9 兆瓦提升至 30.0 兆瓦，同比增长 20.5%，结合交易清洁电力，2023 财年实现减碳 21,003.2 吨。

回收

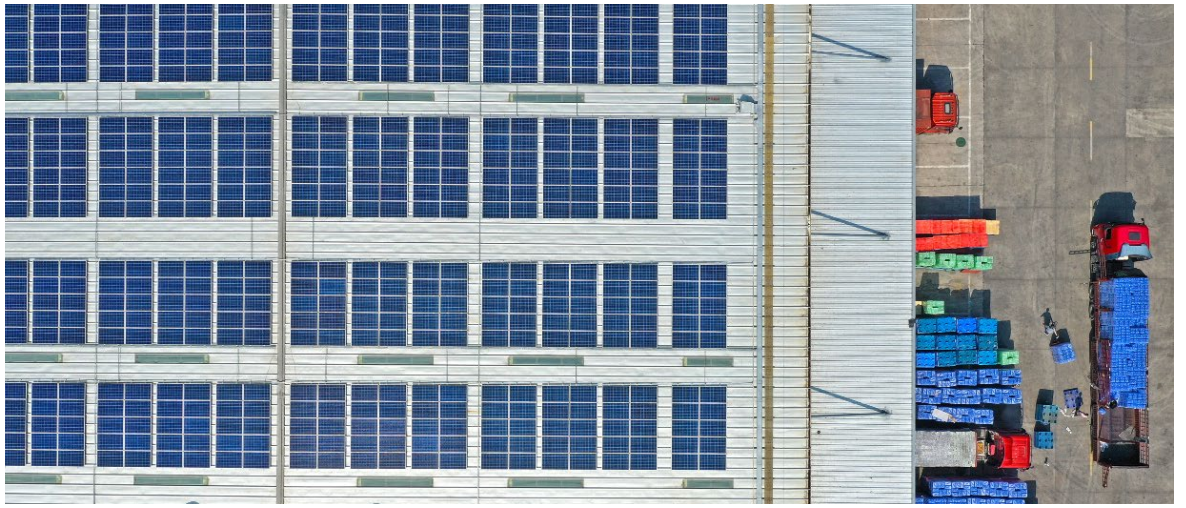
末端驿站持续激励快递包装的回收。我们鼓励消费者在取件时将纸箱留在菜鸟驿站，方便工作人员进行二次使用。鼓励寄件用户选择“旧箱寄件”，引导消费者参与循环经济。



菜鸟新能源货车配送



小蛮驴校园应用场景


菜鸟园区屋顶光伏

7 2023 年 6 月份，菜鸟将“菜鸟直送”升级并推出自营快递“菜鸟速递”。

修复
绿色星球

打造可持续零售场所

作为全国多家线下实体零售的运营方，遵循运营所在地相关环境法律及法规要求，我们从自身运营和价值链多个环节入手，在各运营环节转变资源使用方式，同时持续提升数字化能源管理水平。我们的目标是成为绿色低碳消费的线下核心载体。2023 财年，高鑫零售通过铺设屋顶光伏和交易清洁电力供给减碳 59,880.0 吨；银泰积极推进清洁电力使用减碳 211,701.0 吨，银泰百货杭州武林店已率先实现碳中和。

59,880.0吨
高鑫清洁能源转型减碳

211,701.0吨
银泰清洁能源转型减碳





碳中和商场

高鑫零售

提升数字化能源管理

2023 财年升级能源数字化管理平台，增加了冷冻冷藏设备的钉钉报警功能，实现各区监控中心对门店冷冻冷藏系统异常状况实时监控，及时识别能耗异常的门店并开展远程查核，必要时现场查核。

转变资源使用方式

在各运营环节，包括替换环保型制冷剂、投入低碳型运输、部署分布式光伏、交易清洁电力、采用循环包装模式等方面，积极探索资源使用和循环方式，提升效率。

- 替换环保型制冷剂：持续对环保型制冷剂进行评估和替换，截至 2023 年 3 月 31 日累计 59 家门店采用温室效应潜值（GWP）更低的环保型制冷剂（R448A 型号）。
- 投入低碳型运输：中型和重型货物运输是脱碳难度较高的领域。我们尝试在仓库到门店配送中启用新能源货运卡车，并在苏州及周边地区试点，覆盖区域内大润发门店的配送线路，会继续评估扩展到其他地区。
- 能源转型：持续在门店的屋顶和停车场部署分布式光伏，及交易清洁电力。2023 财年，新增 5 家门店安装了分布式光伏，减碳量为 9,131.1 吨，同比增长 20.4%。同时，高鑫零售的清洁电力交易量达 8,364.2 万度，减碳量为 50,748.8 吨。二者合计减碳量达 59,880.0 吨。
- 采用循环包装：通过包装减量、包材替换、包装回收，实现价值链减碳，即在商品周转环节引入循环箱；多个场景下采用可降解购物袋代替不可降解购物袋；对标品类型商品拆零环节的纸箱进行回收；鼓励供应商增加纸箱的回收和再利用。

更多内容详见：
本章“减少包装材料”下的高鑫零售专题案例 P49

银泰

转变资源使用方式

银泰在投入节能改造、交易清洁电力、循环包装方面积极探索绿色转型，截至 2023 年 3 月 31 日，已有 37 家银泰百货门店获评商务部认定的“绿色商场”。

- 节能改造：在 2023 财年新增 12 家门店完成管理、流程、技术等多维度节能改造，改造后每家门店年度节约用电约 588 万度。
- 交易清洁电力：继续大力投入清洁电力交易，在能源转型上一直保持行业领先水平。2023 财年银泰的清洁电力使用达 3.0 亿度，实现减碳量 211,701.0 吨。我们在浙江省的所有的可进行独立电力交易的门店均已实现清洁电力用能，结合少量的碳消除和碳抵消方案，银泰百货杭州武林店已率先实现碳中和。
- 循环包装：在包材替换、装箱优化方面下功夫，以实现价值链减碳。我们用可降解材料替换快递袋过去用的塑料材料；同时优化快递纸箱设计，应用更加环保的摩粘箱。

更多内容详见：
本章“减少包装材料”下的银泰专题案例 P49

盒马

提升数字化能源管理

逐步对门店进行数字化能源优化管理改造，通过安装红外感应器来识别炉灶工作状态，实现自动开关排油烟；通过智能电表的异常月报和远程巡检，帮助门店智能识别夜间空调、照明、冷链漏关等能耗管理漏洞，实现精细化能源节约管理。

转变资源方式

在节能改造、优化冷链、循环包装方面积极探索。

- 节能改造：2023 财年完成 5 家上海门店的整体节能改造，改造领域涉及冷链、照明、排油烟风机等多个环节。
- 优化冷链：将低库存的冷库并库，并通过给冷库的卧柜加盖，减少制冷负载，以实现节能减排。
- 循环包装：在包装减量、包材替换、包装回收方面下功夫，以实现价值链减碳。在外送订单包装、自营商品包装等方面执行包装减量；积极参与降解包装标准制定；在仓库、门店引入循环箱；对加工中心周转筐进行材料循环再利用。

更多内容详见：
本章“减少包装材料”下的盒马专题案例 P49


打造绿色低碳的消费场所

修复
绿色星球

价值链减排在行动

供应商是我们有效降低温室气体排放和其他环境足迹最重要的合作伙伴，我们承诺的不晚于 2030 年价值链碳排放（范围 3）强度减半的目标，只有在和大多数供应商达成充分共识且联合行动的基础上才能完成。对此，我们按照价值链碳排放的来源构成从大到小排序（包括价值链用电、跨境货运、陆运运输、采购包装材料和员工差旅），并逐项规划具体减碳措施，联动价值链一起投入并实施。经过努力，价值链（范围 3）减排量为 40.0 万吨；同时结合碳消除、碳抵消等方案，价值链碳强度为 8.7 吨 / 百万人民币收入，同比降低 5.7%。

价值链用电的减排

我们的价值链用电主要发生在云计算的租赁数据中心（上游）和总务的对外出租物业（下游），2023 财年我们推动了这些合作伙伴实施用能管理和能源转型。

在上游，通过提升对租赁数据中心用电和碳排放信息的监测、衡量、分析能力，并且周期性评估租赁供应商企业的绿色低碳程度，建立考核机制，从而推动供应商逐年更深程度减碳。与此同时，向供应商输出自建数据中心的标准和技术，帮助优化租赁数据中心 PUE，并推动供应商更多地使用清洁电力和交易绿证，2023 财年实现减碳量 36.3 万吨。

在下游，我们在浙江省启动了对外出租物业的清洁电力交易；结合分布式光伏，2023 财年清洁电力使用达 447.7 万度，实现减碳量 3,149.4 吨。

价值链跨境货运服务的减排

价值链跨境货运服务产生的碳排放主要来自将快递包裹发送到海外所外购的航空和海运运输服务中。随着跨境货运业务增长，其碳排放仍会有较大增加，尤其是脱碳难度高的航空运输服务。2023 财年，我们启动了低碳跨境空运的探索，并完成了国内首个使用可持续航空燃料的商业货运航班的国际首飞。2022 年 12 月，加注可持续航空燃料的货机承载菜鸟服务快递，首次完成从中国杭州长达 12 小时飞抵比利时的飞行。

价值链陆运运输服务的减排

价值链陆运运输碳排放主要发生在本地生活线上到线下的履约服务、短途快递配送业务及采购的陆运运输服务中。2023 财年我们通过推进电气化和运输路线数智优化来促进减排。

饿了么搭建了供骑手使用的换电平台，引入优良的充换电服务供应商，帮助骑手通过手机应用便捷找到充换电站，促进替代油驱交通工具的广泛使用。菜鸟推动运输服务供应商的快递员采用电动车替换油驱交通工具。在直营零售业务中，我们通过智能算法优化仓库选址、货品部署和货车调拨路线，及优化订单履约，包括多单合并、生鲜补货和逆向订单，促进商品履约运输距离的整体缩短和商品运输效率的显著提升，2023 财年有效减少不必要的碳排放 28,771.7 吨。



菜鸟跨境货运

修复
绿色星球

价值链包装材料的减排

价值链包装材料的碳排放，发生在我们自身运营及平台生态的多个环节。我们非常重视包材使用对环境带来的负面影响，并在 2023 财年落地多项措施，包括包装减量、包材替换、装箱优化、包装回收等。

更多内容详见：
本章“减少包装材料”专题案例 P49

员工差旅的减排

我们遍布全球的员工在公务差旅时使用的各项服务会产生相应的碳排放。基于乘坐火车替代飞机、多人拼车、搭乘公司大巴和搭乘地铁等四种差旅中可能的低碳行为，我们在差旅服务预订系统中设置积分奖励，引导和激励员工做出更多低碳差旅选择。2023 财年，超 7 万名员工参与并完成超 118 万次低碳差旅行为，实现减碳量 4,918.5 吨。

碳消除和碳抵消

在联动价值链直接减碳努力的基础上，我们理解供应商网络伙伴在脱碳过程中需要时间并且面临现实挑战，因此我们还积极布局碳消除等方案，并继续遵循在 2021 年就提出的“直接减碳优先于消除，消除优先于抵消”的顺序。2023 财年，我们制定了碳消除相关项目的筛选标准，确立了以碳消除为主、碳抵消为辅的组合方案；投入了植树造林、经营森林相关的高质量碳消除项目，同时投入畜牧业避免甲烷产生等高质量碳抵消项目。这些主要符合国际 VCS 标准的项目组合，帮助我们降低价值链碳足迹达 115,394.0 吨。



2023 财年碳消除方案的项目之一是吉林省白山市三岔子植树造林项目

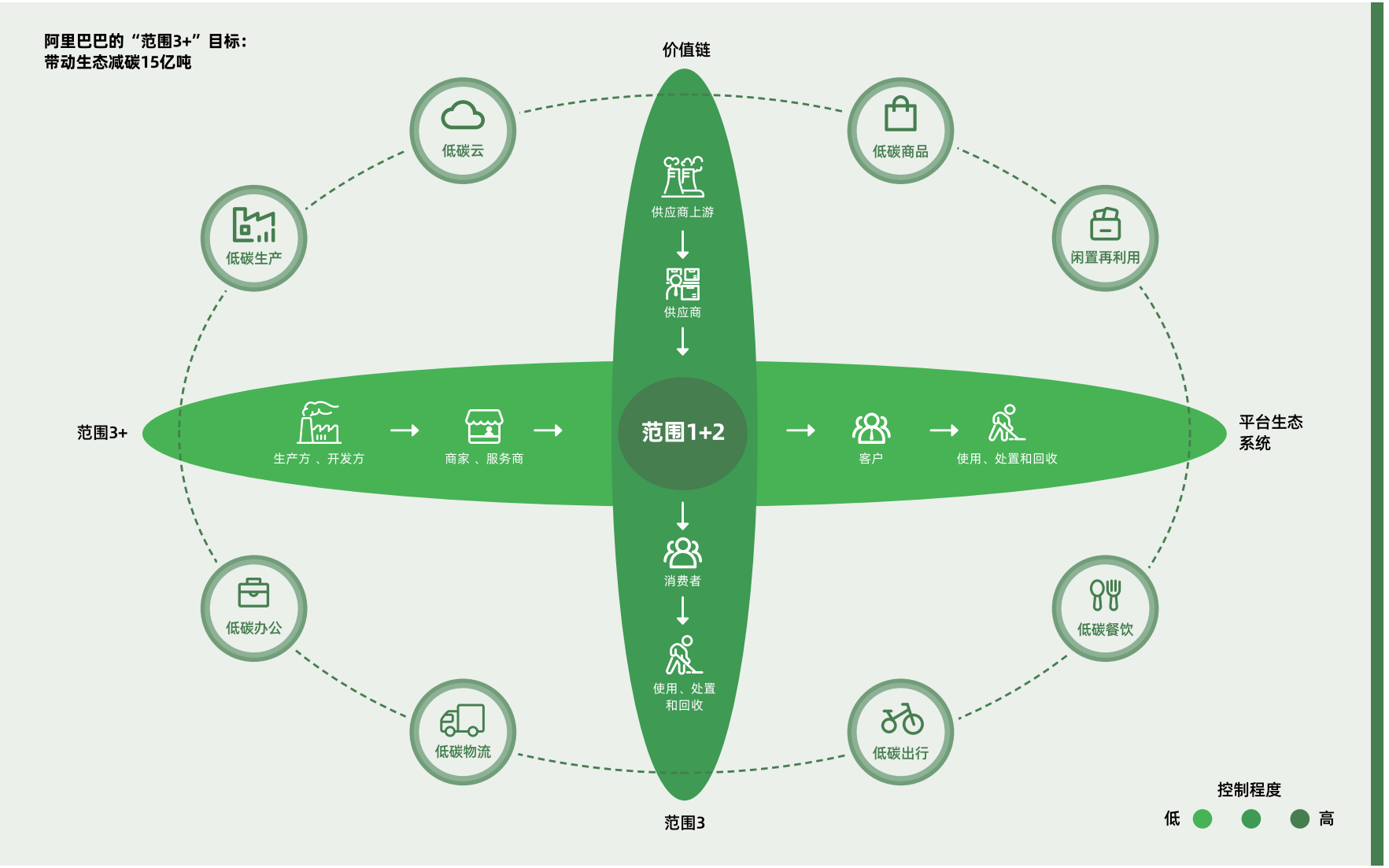
带动和赋能平台生态减碳

发展中减碳的关键是激发和推广科技创新，同时设计可衡量、有激励的机制，让最大范围内的利益相关者参与进来，协同实现整个社会向绿色低碳循环发展模式转型。

我们坚信，数字化平台是建设数字循环商业生态的优质土壤。我们的目标，一方面是推动企业尤其中小企业在发展前提下实现绿色低碳生产，一方面是支持最广泛的消费者向更可持续的消费方向转变，并在消费和生产之间建立正循环，带动生态伙伴共同践行减碳。

基于此，2021 年 12 月，我们在《阿里巴巴碳中和行动报告》中开创性地提出“范围 3+”概念和“15 年减碳 15 亿吨”的平台生态减排目标。范围 3+ 特指在目前企业自身的范围 1、2、3 以外，商业生态中多方参与者产生的碳排放。我们始终把它视为一家平台科技企业应承担的更大范畴的减碳责任。
因为“范围 3+”没有既定标准，需要在建立科学、透明、可衡量标准的同时推进减碳，是探索递进的过程。2023 财年，我们在发布《范围 3+减排: 超越价值链的企业气候行动方法学》基础上，实现减碳量达 2,290.7 万吨，并初步规划出后续减碳路径，为范围 3+ 目标的最终实现打下了基础。
以下我们将分别介绍“范围 3+”减碳的计量标准，及带动和赋能平台生态减碳的成果。

范围 3+ 减碳的行动路线和计量基础
范围 3+ 的关键场景和减碳进展



范围 3+ 减碳的行动路线和计量基础

2023 财年是达成“范围 3+”15 年目标的基建年。我们首先联合权威机构对外发布了《范围 3+ 减排：超越价值链的企业气候行动方法学》，明确了带动和赋能减碳两大减碳类别，并以此搭建减碳基础。

范围 3+ 减碳行动路线

2023 财年，在“带动减碳”和“赋能减碳”两大减碳类别之下，我们共梳理出八条具体的减碳路线。

在带动减碳类别下，我们积极借助平台机制，分别从行为和商品两个层面引导和带动个人和企业主动减排，建立低碳生活和消费的场域：重点从低碳出行、低碳餐饮、闲置再利用、低碳商品四个关键路线进行。分别通过减量（Reduce）、替代（Replace）或回收（Recycle）维度实现减碳，平台的积极措施带动了这些行为的发生。

在赋能减碳类别下，我们不断挖掘数字科技的减碳增效潜力，帮助企业和产业实现减碳，当前主要涵盖了企业使用低碳云服务、低碳办公服务、低碳物流解决方案及低碳生产解决方案四个领域。相比于社会基准线[8]，这些解决方案和产品具有显著低碳属性，直接强化了客户的减碳能力。

体系性的开发减碳标准

在《范围 3+ 减排：超越价值链的企业气候行动方法学》报告的基础上，我们联合中国标准化协会、中环联合认证中心，申请立项《企业范围 3+ 温室气体减排核算和报告通则》的团体标准，实现了“范围 3+”从概念提出到标准建立的关键一步。

我们围绕以上八个减碳路线，联合第三方专业机构，共同开发了 102 个场景的减碳计量方法学，并体系化的逐步将场景的减碳方法学发展成为官方标准[9]。截至 2023 年 3 月 31 日，我们主导推动或参与编制的全国团体标准立项已达 28 个。

近期，我们联合世界可持续发展工商理事会（WBCSD）、世界资源研究所（WRI）及世界经济论坛（WEF）等国际机构，共同探讨推动范围 3+ 减碳行动成为全球广泛认可并愿意践行的标准。

从标准创新到商业创新

我们将创新的商业实践和体系化的减碳标准结合起来，通过平台机制和参与者生态推动标准在更多场景和人群中的广泛应用。

针对消费者的“88 碳账户”体系：依托丰富场景的触达优势，不断挖掘数字化减碳场景，88 碳账户为消费者呈现低碳生活全貌，覆盖餐饮、出行、办公、购物、闲置回收等多个生活侧面，并基于持续开发的减碳计量标准，将用户在阿里巴巴多端产生的减碳行为予以记录和衡量。同时，88 碳账户以守护地球心愿为价值出发点，通过减碳小激励和低碳主题活动，激发用户形成减碳习惯。2023 财年，1.87 亿用户通过 88 碳账户体系参与到减碳行动中。

针对商品的“低碳友好商品体系”：2022 年 10 月，我们推出低碳友好商品体系。通过建立认证采信体系和商品减碳计量标准体系，并在淘宝天猫平台上应用，不断丰富低碳商品供给。截至 2023 年 3 月 31 日，淘宝天猫平台已有 409 个品牌的共计 191 万个低碳友好商品，涉及 41 个一级类目[10]。我们正带动越来越多的商家在商品全生命周期践行低碳实践。

积极参与政府主导的个人自愿减排创新模式：依据《广东省碳普惠交易管理办法》及《广东省节能空调减碳核算规则》，汇集申报了节能空调场景下的广东省碳普惠自愿核证减排量。高德地图通过参与建设北京交通绿色出行一体化服务平台（北京 MaaS 平台[11]），积极引导公众低碳出行。2023 年 6 月，高德地图的“绿色出行碳普惠项目”被生态环境部评选为“美丽中国，我是行动者”2023 年提升公民生态文明意识行动计划十佳公众参与案例。



团体标准

建设低碳友好商品认证体系与商品减碳标准，助力低碳商品发展

我们联合中国质量认证中心，中国标准化研究院等权威第三方机构，建设认证采信体系和减碳标准体系来助力低碳商品发展。围绕商品全生命周期建设“第三方认证采信体系”，并发布《阿里巴巴低碳友好商品体系》，该体系涵盖了低碳原材料、低碳包装、低碳物流、低碳回收、节能减碳等多个商品减碳的关键环节与举措，目前已采信 29 个低碳相关认证与标签。同时，按照商品不同品类开发减碳计量标准，已形成《高效节能产品减碳量评估技术通则》《减碳量评估技术要求 包装产品》等团体标准。



低碳友好商品

8 社会基准线是指社会及行业平均水平下的碳排放量。 9 官方标准包含团体标准、地方标准、行业标准及国家标准。
10 一级类目是指淘宝天猫平台上针对商品的基础分类。 11 Maas，Mobility as a Service，出行即服务。

修复
绿色星球

范围 3+ 的关键场景和减碳进展

围绕“带动减碳”和“赋能减碳”两大减碳类型，我们在具体业务中从用户侧、企业侧双向推动范围 3+ 承诺的落地。在用户侧，通过发挥平台机制，带动消费者践行低碳生活方式，进而促进供给方低碳循环生产；在企业侧，通过提供数字化能力，赋能企业在生产流通中提高效能，进而实现绿色低碳产业链协同发展。同时，在减碳行动可衡量的基础上，建立可持续的市场机制，不断扩大消费者和企业的覆盖面，提高消费者和企业减碳行动的频率。

范围3+减碳类型和场景



修复
绿色星球

发挥平台机制，带动消费者践行绿色低碳生活方式

在用户侧，通过覆盖到多端多场景的消费者碳账户体系，发动用户的点滴力量，通过小改变、小激励，创造守护地球的大价值，践行绿色低碳生活方式。

低碳商品

我们在低碳友好商品的页面介绍中添加减碳标识来清楚引导消费者对这类商品的购买。截至 2023 年 3 月 31 日，超 1 亿用户在淘宝平台上选择了家电、快消、食品等多品类的低碳商品。2023 财年，购买低碳友好商品带来的减碳量达 89.6 万吨。同时通过 88 碳账户，集中为消费者展现多样的低碳商品供给并提供权益，让消费者便捷选择。

从“减碳友好行动”到“88 减碳日”

充分发挥平台机制，通过带动消费者选择低碳生活方式和低碳消费，加速促进供给方提供绿色低碳循环产品和商业模式。2022 年 7 月，阿里巴巴集团推出“减碳友好行动”，截至 2023 年 3 月 31 日，已与快消、家电、食品等多行业的 23 个国际国内品牌企业联合推进该行动。

2022 年 11 月，阿里巴巴集团进一步推出集品牌建设、消费者教育和低碳消费为一体的“88 减碳日”，与品牌集团共同建立低碳消费心智，打造全新的低碳消费专属场景。截至 2023 年 3 月 31 日，阿里巴巴集团已与资生堂集团、伊利集团分别开展了“88 减碳日”活动。

闲置物品再利用

我们倡导消费者在不影响生活质量的前提下，选择使用闲置物品。在闲置物品交易平台“闲鱼”上，针对 22 个品类的闲置物品和 6 个品类的回收物品，进行减碳量计量和消费者激励，包括手机数码、美妆日化、母婴玩具等。2023 财年，闲置物品再利用带来的减碳量达 314.2 万吨。

我们鼓励消费者在菜鸟驿站取件时将纸箱留下，供驿站工作人员二次使用。在消费者寄件时，提供专门“旧箱寄件”选项，引导消费者参与循环经济。2023 财年，菜鸟驿站数字化记录的纸箱回收再利用的数目达 2,382 万个。为鼓励消费者参与其中，菜鸟共免费发放超 200 万个（份）鸡蛋、纸巾和大米等相关物品。



闲置物品再利用

低碳餐饮

饿了么在平台上提供了“无需餐具”选项，以此减少一次性用品的用量和碳排放。消费者每一次主动选择无需餐具，都可以在 88 碳账户体系中获得相应的碳积分，并可兑换各类权益。截至 2023 年 3 月 31 日，饿了么平台上的无需餐具订单已经超过 14 亿单。



低碳餐饮

生活随手减碳

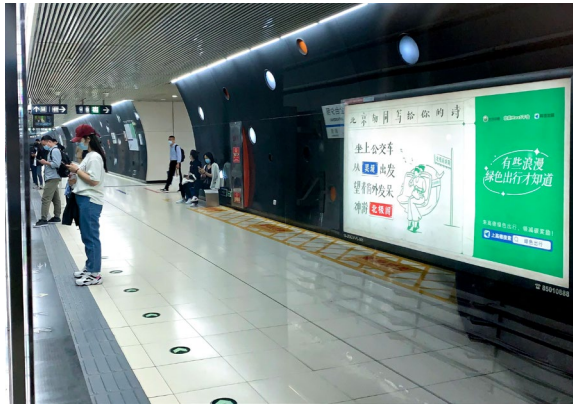
让减碳可持续，关键是用户心智建设和理念改变。因此，我们不断发掘生活中随手减碳的场景和方式，降低消费者低碳环保的门槛。在 88 碳账户上，我们倡导并激励用户从身边做起，养成生活中随手关灯、自带杯、光盘等低碳行为习惯。



纸箱回收再利用

低碳出行

通过高德地图中“绿色出行板块”，引导用户选择“步行、骑行、公交、地铁”等更低碳的出行方式。截至 2023 年 3 月 31 日，已覆盖包括北京、上海、广州、深圳、武汉、成都、重庆等 16 个城市，带动超 3,000 万用户低碳出行。2023 财年，低碳出行带来的减碳量达 21.5 万吨。



低碳出行

修复
绿色星球

提供数字化能力，赋能企业实现双碳目标

中小企业乃至全行业的绿色转型，不仅依托于产业低碳技术的突破和应用，也需要提升效能的管理技术的大幅突破和应用。全球电子可持续发展倡议组织（GeSI）研究表明，数字技术在减排方面具有明显的乘数效应，未来数字化整体可通过增加 2% 的碳排放，带来近 20% 的碳减排，这为我们有针对性的数字化低碳应用提供了科学依据和动力。

低碳云服务

根据 Carbon Trust（碳信托）2022 年的《阿里云碳效能报告》，从本地化部署机房和服务器的传统模式切换到阿里云国内的客户，可避免 85.5% 的碳排放。我们的云计算在 2023 财年赋能客户减碳 686.3 万吨。

低碳物流解决方案

菜鸟发挥数字技术和物流平台优势，对生态伙伴提供数字化回收的全链路能力。2022 年 7 月，伊利与菜鸟签署绿色战略合作协议，依托“全链路减碳数字化系统”，共建旧包装的绿色回收链路，覆盖消费者参与、转运清点、回收再造、预测模型的整个环节。2022 年 9 月，菜鸟联手耐克在全国开展上门旧鞋回收，并在 30 个校园驿站开展到站回收。同时，在浙江、安徽、湖南、广西四省邮政管理局支持下，菜鸟开展了邮政快递行业的数字化碳资产管理系统试点，推动行业科学减碳。首个试点系统已在安徽上线。

低碳办公服务

钉钉帮助企业客户员工在线完成工作协同，大幅降低见面所需的各种资源消耗，从而减少碳排放。钉钉专门推出面向企业客户员工的碳普惠产品“钉钉碳减排”，为员工的低碳办公行为提供可视化可量化的窗口。2023 财年，钉钉的数字化办公服务赋能客户减碳达 1,175.8 万吨。

低碳生产解决方案

能耗和碳的管理平台“能耗宝”，通过数字化技术快速监测能耗、记录分析碳排放并提供相应的能耗建议，帮助企业尤其中小型出口企业，在生产端减碳，构建绿色竞争力。同时，相比传统形式的碳盘查，能耗宝可节省约 75% 的时间和 90% 的费用。截至 2023 年 3 月 31 日，能耗宝已为全球 2,580 家企业提供服务。

以赋能电力能源行业的低碳转型为例，2023 年 2 月，和南方电网签订《人工智能技术在电力调度应用合作备忘录》，共同推动云计算、大数据、人工智能技术在电力调度业务中的研究应用，实现安全、可靠、绿色的发展目标。2023 年 3 月，升级与国家电力投资集团的全面战略合作，互补能力的同时，让“新能源 +”和“绿色数智 +”帮助到更多行业。



低碳生产解决方案

助力建设绿水青山

除气候危机外，其他环境危机同样紧迫。从水资源的紧缺和恶化，到塑料及其他固体废弃物泛滥带来的海洋和土壤污染，再到生物多样性丧失和生态系统退化，人类赖以生存的自然环境正受到威胁。我们与环保组织、公众和其他利益相关方紧密合作，努力将科技和商业模式创新共同用于应对这些挑战中。

减少包装材料 | 节约和净化水资源 | 减少和循环废弃物 | 保护生态系统



助力建设绿水青山

减少包装材料

联合国环境规划署判断在“循环经济转型”下，到 2040 年排入海洋的塑料量有望减少 80% 以上，同时实现原生塑料产量 55% 的减少[12]。阿里巴巴积极践行资源循环利用，采取多种方式减少包材，一是从源头上做包装减量；二是在必要的使用过程中，积极投入对环境友好材料的研发和应用，即包材替换；三是提升使用包材的效率，即装箱优化；四是在包装用完以后再次回收利用，即包装回收。我们不仅在自身运营中应用这些措施，也和价值链、平台生态伙伴共同行动和创新。

在自身运营和价值链中减少包装材料使用

带动生态减少包装材料使用

在自身运营和价值链中减少包装材料使用

围绕以上四个维度，我们在零售场所板块，包括高鑫零售、银泰、盒马，努力减少包装材料的使用，尤其是减少塑料的使用。

高鑫零售

- **包装减量：**为了从源头上减少使用包材，我们在分货、拆零、运输等多个环节引入可循环使用的箱筐和托盘；针对食品相关商品，引入食品级的折叠周转筐和食品级保温箱。我们还在保证缠绕膜使用效果的前提下，降低缠绕膜厚度，从而降低包材使用量。
- **包材替换：**用可降解购物袋代替不可降解购物袋。
- **包装回收：**对标品类型商品拆零环节的纸箱均进行回收，同时鼓励供应商增加纸箱回收和再利用。2023 财年高鑫零售与蒙牛开展了可循环回收箱试点，对于蒙牛产品的周转箱，门店将在回收后交由回程物流车送回生鲜仓，由蒙牛取回用于循环使用。

银泰

- **包装减量：**优化快递纸箱设计，升级传统拉链箱，成功应用更加环保的摩粘箱。其在封口处采用卯榫契合工艺，在满足正常运输使用同时，可减少 10% 左右的纸材使用。2023 财年实现减少使用约 316 吨纸质材料，胶水使用降低约 60%。
- **包材替换：**针对快递袋，我们在全国门店启用可降解材料制作而成的全生物降解“绿色快递袋”；针对快递内的填充材料，用纸质或者可降解材料替换原有塑料材料，在 2023 财年应用于所有银泰百货门店，累计减少使用约 31.4 吨塑料包材。

盒马

- **包装减量：**为避免自营商品过渡包装，内部设立审核机制，2023 财年实现部分主要 PET 盒包装商品的单包装降重约 5%-13%。
- **包材替换：**2023 财年，盒马作为首家且唯一的商超企业参与了《GB/T 41010-2021 生物降解塑料与制品降解性能及标识要求》及《GB/T 40553-2021 塑料 适合家庭堆肥塑料技术规范》的国家标准制定；在全国门店逐步推行纸基和可降解餐具，从而减少一次性塑料餐具使用；同时，在仓库、门店用可循环利用的折叠框、保温箱替换一次性使用品。
- **包装回收：**盒马在加工中心将废弃塑料周转筐作为原材料，循环再加工制作成新筐投入内部循环使用。

12 数据来源：联合国环境规划署，https://www.unep.org/zh-hans/xinwenyuziyuan/xinwengao-35

带动生态减少包装材料使用

同时，我们在物流、国际数字商业等业务中带动生态——包括平台消费者和商家，共同参与到以减塑为重点的减少包装材料使用的行动和创新中。

菜鸟带动行业和消费者减少包装材料

- **包装减量：**开发符合不同行业特性的简约包装方案，从源头上减少纸箱使用；积极推广原箱和旧包装发货，2023 财年，合计减少包装材料用量超 18.4 万吨。

- **装箱优化：**开发符合不同行业、不同仓、不同品类的包材规划和算法优化，持续提升纸箱的满箱率，努力降低纸箱使用量。

- **包装循环：**在物流仓库内作业、末端运输环节积极使用循环箱代替一次性纸箱，以减少纸箱使用数量。如：在天猫超市，快递员会使用循环周转箱及简包包装代替一次性纸箱。

- **包装回收：**持续在物流驿站的包装回收上投入精力、时间和资源，并鼓励消费者在取件时将纸箱留在菜鸟驿站，便于驿站工作人员在对外寄件时二次使用。在消费者寄件时，我们也向他们提供“旧箱寄件”的选项，引导消费者参与循环经济。2023 财年，菜鸟驿站用数字化方式记录的纸箱回收再利用的数目达 2,382 万个。

Lazada 发布可持续包装手册

在越南，Lazada 和商家一起，积极探索通过包装优化减少塑料垃圾的产生，以保护环境。2023 年 2 月，Lazada 发布了《可持续包装手册》，为平台商家提供“减少环境负面影响”的实践技巧，同时也为越南工业和贸易部创建《电子商务责任商业实践行为准则》的计划提供技术支持。



菜鸟驿站包装回收

节约和净化水资源

水是生命之源，但在全球分布不均，气候变化的影响往往造成水资源紧张和水质加剧下降。中国的水问题尤为复杂，人均水资源仅相当于世界平均数的 1/4[13]。阿里巴巴长期关注水问题，不仅在自身运营中重视对水资源的谨慎使用，大力投入开发高效利用水资源的创新技术，也长期关注和持续支持中国水问题，通过建立广泛的朋友圈，共同推动中国水安全和水生态保护。

在自身运营中节约用水

带动生态助力水保护

在自身运营中节约用水

我们也致力于将资源循环利用的理念嵌入到对水资源的使用和管理的自身运营中。

阿里云追求低水耗。我们通过不断创新研发在源头上实现节约水资源的使用，我们自研的高效干冷器，可实现 WUE（水资源使用效率）设计值降至 0.1 升 / 千瓦时以下。在运营上，2023 财年，我们重点推动水资源的数字化管理，搭建全国用水数据化管理平台，实现 WUE 可视化、可衡量、可分析。我们还在张北自建数据中心基地中试点加强污水循环利用，2023 财年污水回收再利用量达 6,234 吨。

我们也用技术持续提升阿里巴巴办公园区的水利用表现，以节约用水、循环利用水理念来设计和布置新建园区。所有 2022 年后新建园区均采用比传统洁具降低 40% 用水量的一级洁具；提升中水回用比例，如在北京园区，使用市政循环中水，实现园区灌溉用水和冲厕用水 100% 使用中水；推广“海绵城市”设计，进行园区雨水回收。对于存量园区，对老旧设备进行摸排和技术改造，包括供直饮机废水回收再利用、茶水间用水控流和景观水循环使用等举措，2023 财年，经估算，实现 3.3 万吨循环用水。



水管理

13 数据来源：中国政府网，https://www.gov.cn/zhengce/202305/content_6876215.htm

修复
绿色星球

带动生态助力水保护

我们发挥科技和公益创新的优势，与广泛的环保组织、政府机构、公众和其他利益相关方携手同行，长期参与和支持中国水质改善和水生态保护的行动，并不断探索创新的解决方案。

阿里巴巴公益基金会一直深耕以水环境保护为核心的环境治理领域，发起了系列水资源保护的公益项目。

千岛湖项目第二期

2022 年 4 月，阿里巴巴公益基金会长期支持的千岛湖水基金项目第二期启动，建立了针对流域内多种关键农业作物的面源污染和水土流失防治示范基地，并于 2023 年 2 月启动“威坪小五都源流域修复”。2023 财年，项目获评“亚洲开发银行水资源保护创新金融机制案例”、杭州市“生态文明教育基地”。

河流守望者项目团队获得“绿色中国年度人物”提名奖

阿里巴巴公益基金会支持开发的“趣河边”小程序，在巡河、发现问题、解决问题等多方面支持河流守望者，建立了官方河长、民间河长与公众紧密联动的行动网络，形成公众参与河流保护的系统化解决方案。截至 2023 年 3 月 31 日，该项目共招募 1,482 支团队入驻趣河边，发动 131,750 人完成了 715,951 次有效河流评测。2022 年 11 月，河流守望者项目团队获生态环境部颁发的“绿色中国年度人物”提名奖。



阿里云助力宁夏数字治水

阿里云用数字技术为治水提供先进、可靠、安全的支持，并与清华大学和宁夏水利厅达成战略合作，打造“研究院 + 试验区 + 产业园”的数字治水创新体系。其中，“互联网 + 城乡供水”帮助固原市彭阳县打造出“同源、同质、同价、同网”的农村饮水彭阳模式，让农村居民与城市居民一样的供水服务。



减少和循环废弃物

固体废弃物的不当管理和处置会带来多种生态环境负面影响。尤其在低收入国家，90% 以上的废弃物被公开倾倒或焚烧，不仅带来空气污染而引发呼吸道疾病，而且将产生大量的温室气体[14]。我们严肃处置自身运营过程中产生的废弃物，围绕源头减量、高效管理、合规处置及循环再利用四个维度开展行动和创新探索。

阿里云从循环再利用、合规处理两方面来加强废弃物管理

提升设备及配件的循环再利用水平：阿里云数据中心对旧服务器进行延长保修，延保后的服务器通过测试后继续投入运营；还会对报废服务器进行拆解，回收可用配件，升级和改装以后再投入使用。

合规危废处理：阿里云数据中心依据自身危险废弃物的产生计划，与具有相应资质的供应商签订了危废处置合同，并严格按照法规处理。

自身园区的废弃物的管理和处置

我们高度重视园区废弃物的管理，建立了园区废弃物处置数据化管理系统，以实现生活废弃物的收集，分类，运输，处置的全链路管理。我们倡导从源头减量，并提高垃圾回收再利用率，以减少废弃物填埋和焚烧。在核心园区试点餐饮厨余垃圾就地化处理，通过生物发酵技术将厨余废弃物转变成有机肥料等相关可再利用资源。我们还制定、发布了新建园区废弃物管理和回收规定，新建园区 75% 左右的建筑垃圾被重新回收利用。

高鑫零售持续完善对食物损失和浪费的管理

从食物采购、仓储、加工、贩售到推出新品等环节，高鑫零售实施全链路控损管理。在线下门店结合来客量及销售量调整当日食物的制作量；对入驻餐饮商家和用餐的公司员工提倡光盘行动，提升节约粮食的整体意识；通过线上预售避免食物损失与浪费；并对厨余垃圾严格遵循干湿分离的管理原则，制定报废处理标准化工作流程，有序开展厨余垃圾的管理工作。2023 财年，高鑫零售实现厨余垃圾同比下降 7.4%。



废弃物分类趣味展示

14 数据来源：世界银行，https://www.shihang.org/zh/news/immersive-story/2018/09/20/what-a-waste-an-updated-look-into-the-future-of-solid-waste-management

保护生态系统

2022 年，联合国生物多样性公约第十五次缔约方大会（UNCBD COP15）确立到 2030 年保护至少 30% 的全球陆地和海洋等支持措施的“3030”目标，对人类保护和恢复过去数十年来持续退化的自然及野生物种种群有着里程碑式意义[15]。我们相信人与自然是生命共同体，积极拥抱这一目标，通过发挥自身平台优势和数字技术能力，在业务运营中构建和保护生物多样性，协同多方参与共享和共治。

2022 年 12 月，阿里巴巴的“数字平台助力生物多样性保护”项目入选联合国生物多样性公约第 15 次缔约方大会（UNCBD COP15）《企业生物多样性保护案例集》的全球 23 个最佳实践案例之一，为其他企业提供了参与生物多样性保护的参考经验。

自身业务运营中的生物多样性构建与保护

协同多方参与共享和共治

自身业务运营中的生物多样性构建与保护

鉴于业务性质，我们评估自身业务运营对生物多样性影响相对有限，包括建造和运营园区过程对生态系统的影响，及平台上可能出现的非法野生动植物交易对生态系统的影响。基于这个分析，我们从两个方面入手为保护生态系统的原真性和完整性而持续努力。

园区的生物多样性构建

我们重视园区建设和运营对周边生态系统的影响。目标让自有园区都成为其所在城市社区中的生物多样性热点，为构建人与自然更和谐的城市生态系统助力。为此，在完成综合环境影响评价的基础上，我们会考虑如何将园区建设和运营与周边生态最优融合。并且注重原生生态系统的保护和修复，包括保留和使用本土物种、构建上百个结构层次丰富的植被，全年吸引数十种鸟类。综合考量包括植被丰富度、海绵城市设施等指标。我们的全球总部——杭州西溪园区——毗邻西溪国家湿地，规划中保留了园区内的湿地及横跨园区的河流，让办公建筑与自然和谐共生。在即将竣工的西溪五期园区，我们还设计了生物滞留水池、雨水花园等多种“海绵城市”类型设计的设施，在蓄滞和净化雨水的同时，为昆虫和鸟类等提供食物和栖息地。



西溪园区



园区里的鸟——红嘴蓝鹊



园区大鹅



园区里的植物牌

15 数据来源：联合国，https://news.un.org/zh/story/2023/06/1118977

修复
绿色星球

员工参与生物多样性教育和保护

现代城市居民普遍患有不同程度和类型的自然缺失症。作为一家负责任的企业，我们希望为员工、社区和居民探索打造更健康的工作和生活环境，建立人与自然更亲密的连接，塑造人与自然之间的共情力，激发大家的工作创造力及对生活的热爱，并把对自然的科学认知和绿色环保的生活理念传播给更多人。

自然学堂幸福团的植物达人

2013 年 3 月，一群喜欢自然的阿里员工成立了以博物、自然科普为主题的“自然学堂幸福团”。
2023 财年，40 位植物爱好者通过体系化培训成为新的植物达人，每周开展植物导赏活动，参与自然科普的人数超 1,000 人次。



每周一小时园区植物导赏



清除加拿大一枝黄花等入侵生物，保护当地生态



西溪湿地、农场、山区做生物多样性调查



每月一到两次周末亲子自然活动



制作园区植物导赏牌

数字平台模式支持生物多样性保护

非法捕杀和交易野生动物是生物多样性面临的重大威胁之一。阿里巴巴作为全球领先的电商平台，充分运用数字化能力，积极识别平台上的非法交易信息、配合执法部门打击非法交易，并开展提高用户野生动植物保护意识的行动，倡导公众参与保护，多方位支持野生动植物保护。

以技术为基础全面打击非法贸易

我们成体系地从供给角度打击平台上的非法野生动植物交易，通过人工智能算法等前沿技术，对文本、图片、视频、直播等内容进行监测，智能识别捕猎工具、重点人员等情况，对发现的违规行为快速惩处，助力破获多起野生动植物狩猎采集与非法交易的案件。其中，阿里巴巴参与的浙江省台州市仙居县非法狩猎案在 2022 年 12 月入选“浙江省检察机关生物多样性保护典型案例”。

通过消费者教育促进保护认知和参与

我们推出的“绿网计划”覆盖淘宝、闲鱼、优酷等多 APP，截至 2023 年 3 月 31 日，已累计将 852 万次用户的野生动植物交易相关搜索结果页面自动一键转化为科普教育和宣导页面。绿网计划在淘宝等 APP 内发起“公益守护行动”，引导公众关注濒危野生动植物，并邀请中国野生动物保护协会、国际野生物贸易研究组织等共建专业的科普教育知识库。截至 2023 年 3 月 31 日，累计已有 24 万人主动参与“公益守护行动”。2023 财年，绿网计划荣获全国网信系统优秀网络普法案例。



数字平台模式支持生物多样性保护

修复
绿色星球

平台汇聚资源支持生物多样性保护

充分发挥平台优势，为野生动植物保护聚集资源。“公益宝贝”项目为平台商家提供直接参与公益的重要途径，商家可将“出售中的商品”自愿设置为公益宝贝，指定公益项目并设置捐赠金额或比例，在消费者购买“公益宝贝”商品后由平台捐赠至相应的公益组织或项目。2023 财年，公益宝贝支持环保动保项目 10 余个，支持金额超千万元，项目涵盖生物多样性、绿色低碳、环保等议题。

更多内容详见：
第六章“发挥平台力量，推动多方参与”专题 P170

- 阿里巴巴公益联合淘宝宠物行业发起生物多样性保护计划，支持江豚、黑熊、亚洲象等国内濒危野生动物的救助和保护。该项目通过公益宝贝联合宠物商家筹款，截至 2023 年 3 月 31 日已为野生动物保护筹款 300 余万元。
- 自 2019 年起在“公益宝贝”中上线“留住长江的微笑”公益项目。截至 2022 年底，该项目已获超 1.63 亿人次支持，直接资助 8 个协助巡护制度示范点共计 98 名协助巡护员，累计完成巡护里程 49.5 万公里，协助渔政打击非法捕捞 380 次，清理非法 / 废弃网具重量 46 余吨。





守护江豚

修复
绿色星球

协同多方参与共享和共治

支持当地自然保护

我们相信自然保护离不开当地社区的紧密参与，坚持与当地机构保持长期合作，深入一线社区，助力当地自然保护的有效开展。

与机构长期合作构建环境信息网络

我们与专业机构长期合作，支持构建完善和透明的环境信息共享网络，并期望通过对环境数据的充分挖掘和应用，在行政监管、企业自律、公众参与、政策进步等方面发挥积极作用，为更有效开展减污降碳打好信息基础。

开展科学调查，提升公众意识，支持野鸭湖湿地的生物多样性保护

阿里巴巴公益基金会支持深圳市一个地球自然基金会、北京市园林绿化规划和资源监测中心、北京市延庆区自然保护地管理处在北京野鸭湖湿地保护区的实验区内，开展生物多样性恢复标准化示范区项目。2023 财年，我们在保护区内开展生物多样性调查、巡护和监测工作，设立了 110 亩的湿地修复示范区并制定保护和管理规划。

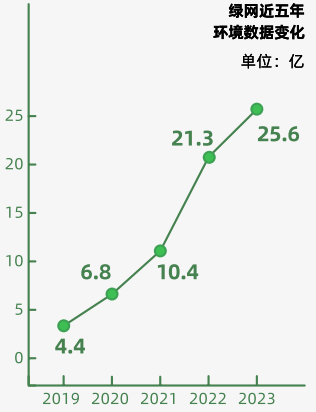


野鸭湖湿地示范区项目风景图片

以数字化公益推动环境保护，助力构建广州绿网

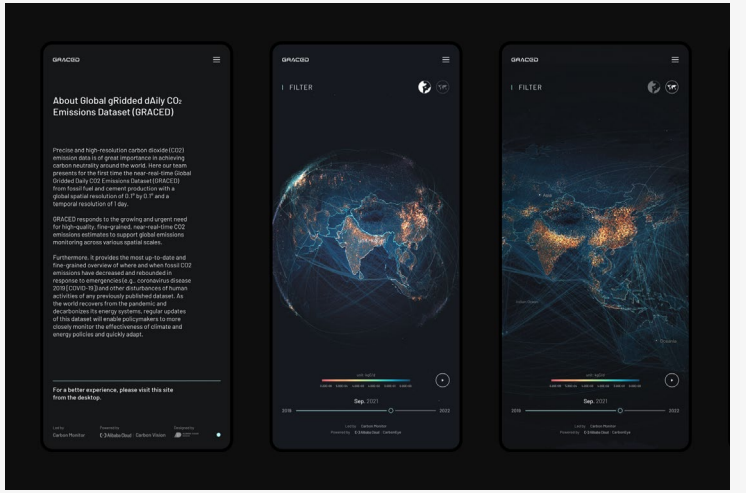
阿里巴巴公益基金会自广州绿网环境保护服务中心（以下简称“广州绿网”）2015 年成立起就持续提供资源支持和专业赋能，帮助建立包括全国的环评、污染源、环境质量、生态的综合环境数据平台，降低数据门槛和专业知识成本。截至 2023 年 3 月 31 日，我们已促成绿网环境数据在高德地图、钉钉等各类产品的应用合作，绿网总体环境数据量从 2019 年的 4.4 亿条增长至超 26.8 亿条，涉及企业等环境主体超 530 万家，月均外部数据调用量超 2,000 万次。





阿里云打造全球碳地图数据平台

阿里云与清华大学 Carbon Monitor 团队合作，打造了全球碳地图数据平台 GRACED（Global gRidded dAily CO_2 Emissions Dataset），将高精度人类碳排放数据以直观图像进行动态视觉仿真呈现，为碳中和相关学术研究和数据普及提供重要支持，记录了自 2019 年 1 月 1 日以来的全球碳排放变化。相关研究成果已被联合国环境署（UNEP）、全球气象组织（WMO）、全球碳组织（GCP）等多个国际组织和专业机构报道和引用。



全球碳地图

带动和激发公众参与自然保护

我们通过数字平台引导公众关注身边的自然、并投身参与减碳与应对气候变化等重大生态环境问题，通过“人人三小时”公益平台与自然机构、环境保护机构合作，用互联网方式助力自然教育。



联合主办中国自然教育论坛

2022 年 9 月，在国家林业和草原局、北京市人民政府指导下，阿里巴巴公益基金会和中国林学会、自然资源部宣传教育中心、北京市园林绿化局共同主办了 2022 中国自然教育大会。百位国内外自然教育专家及各界代表共同探讨国内自然教育可持续发展议题，发布《北京宣言》并联合编制《全国自然教育中长期发展规划》，获超 1,000 万人次线上关注。



中国自然教育论坛

联动环保节日倡导公众加入自然保护

4 月 22 日世界地球日

2022 年 4 月 18 日到 4 月 24 日，阿里巴巴公益基金会与自然资源部宣传教育中心、杭州市生态环境局共同推出“有爱无痕·自然教育周”互联网主题活动，吸引超 50 万人踊跃参与。活动被自然资源部宣传教育中心评选为“自然资源主题日宣传活动优秀宣传项目”。

6 月 5 日环境日

阿里巴巴公益基金会联合杭州市生态环境局、杭州市文明办、萧山区政府、中华环境保护基金会等单位共同开展了 “共建清洁美丽世界，有爱无痕”活动。在线上，通过“人人 3 小时”公益平台，联动 70 万网友参与环保交流及倡导；在线下，在杭州萧山举办“自然嘉年华”，通过青少年环保作品展、“无废校园”成果展、生态环境志愿服务等活动吸引超 2,000 人。

“共建清洁美 丽世界，有爱无痕”活动

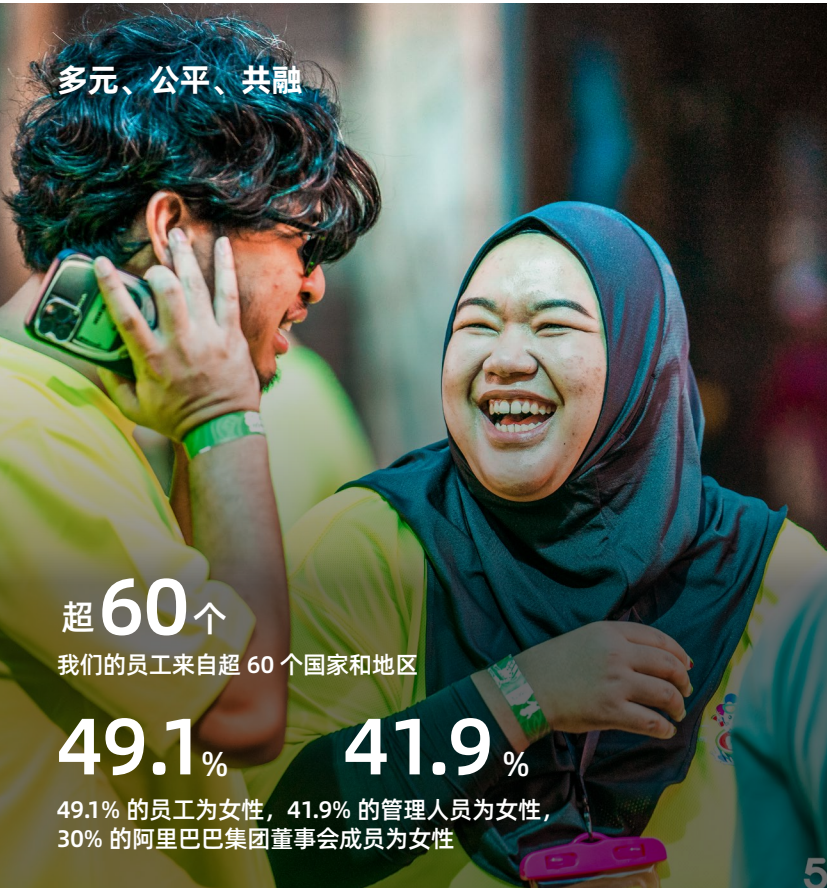


支持员工发展

不断成长的人才梯队是阿里巴巴最宝贵的财富。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、公平、共融的文化和工作环境中学习成长，保持激情，创造价值，得到支持和关爱。尽管过去一年外部环境充满挑战，但我们相信，如何对待员工并支持他们成长，会直接影响他们为客户提供的产品和服务品质，进而影响企业可持续发展的进程。

以下四个方面是我们不断努力的方向：

- **建立多元、公平、共融的文化和制度 P62**
- **建立公平有竞争力的薪酬和暖心的福利 P66**
- **提供丰富的学习和发展机会 P70**
- **营造促进员工健康与活力的工作环境 P74**



多元、公平、共融

超 60 个

我们的员工来自超 60 个国家和地区

49.1% 41.9%

49.1% 的员工为女性，41.9% 的管理人员为女性，
30% 的阿里巴巴集团董事会成员为女性



学习和成长机会

51 小时

开展了 62,383 场培训，人均培训时长为 51 小时

支持员工发展



最佳雇主

中国企业前五

福布斯 2022 全球最佳雇主评选，位列中国企业前五

MostIn 全球吸引力雇主

领英中国 2022 年“MostIn 全球吸引力雇主 " 称号



员工健康与活力

●EHS体系建设

EHS（环境、健康与安全）委员会

以杭州总部园区为试点，成立 EHS（环境、健康与安全）委员会，经 ISO 14001 和 ISO 45001 双体系认证的杭州云谷园区投入使用

●营造健康有活力的工作环境

超 91%

办公环境满意度已连续 4 个季度超 91%

超 280 万次

数智化工具“内外小蜜”为员工提供工作和生活资讯服务，咨询服务量超 280 万次，至 2023 年 3 月，智能服务占比超 90%

建立多元、公平、共融的文化与制度

作为一家科技驱动的全球化平台公司，我们的商业生态跨越多个行业和地区，员工背景丰富多元，形成了不同业务集团多元化的专业岗位和工作文化。我们希望在此基础上建设完善多元、公平、共融（DEI，Diversity, Equity, and Inclusion）的文化和工作氛围，让阿里巴巴成为多元人才平等交流、合作创新和共同成长的最佳土壤，这也是我们长期可持续地创造商业和社会价值的根基。

我们希望通过持续的 DEI 建设，建立包容的工作场所文化，吸引和留住多元化人才，并为他们提供公平的制度环境，让不同职位高低，拥有不同性别、种族和年龄的每位员工，都能感受到被尊重，实现自我，进而更好发挥潜能，创造更多可能。

| 尊重和拥抱多样性 | 构建公平、尊重的工作环境 | 开放沟通，合作共融 |



我们致力于建立多元、公平、共融的文化与制度

支持
员工发展

尊重和拥抱多样性

我们充分认同、接纳和重视个体之间的差异，无论是性别、种族、年龄上的多样性，还是内心的信仰、价值观、人生阅历的差异，在阿里巴巴都能获得尊重和平等对待。让员工发挥所长，实现创新创造；我们相信，员工多元化的视角和风格，使团队更富有创造力、同理心和责任感，有助于提升产品和对客户的服务。

我们通过内部系统建立和管理员工多样性数据，充分尊重不同年龄、种族、性别、国籍和身体条件的员工；在招聘、薪酬激励、培养、晋升等环节坚守公平公正的原则，明确禁止任何原因、形式的歧视行为；保护女性员工的合法权益，抵制一切形式的童工和强制性劳动，对于符合条件的残障人士，在符合适用法律的基础上，会尽可能创造适当的工作条件；积极吸收多元的意见、观点和思考方式，建立自由开放的工作氛围，为不同特质的团队之间彼此尊重、充分协同创造条件。

截至 2023 年 3 月 31 日，我们已拥有超 60 个国家和地区的 235,216 名员工，其中有 1,451 名身体残障人士，女性员工占阿里巴巴员工总数的 49.1%。女性们的创新能力和领导力正在公司发展中发挥越来越重要的作用。41.9% 的管理人员为女性，25% 的高级管理人员为女性，30% 的阿里巴巴集团董事会成员为女性。

超60个
员工来自
国家和地区数量

1,451名
残障员工

49.1%
女性员工占
阿里巴巴员工总数

41.9%
女性管理者
比例









多样化的员工

构建公平、尊重的工作环境

公平对待每位员工，才能让他们最大化发挥潜能。为此，我们致力于创造促进尊重和信任的公平机制与工作环境，坚持公平招聘、公平发展的原则：一方面持续识别和消除导致不平等的障碍，建立制度推动上下之间的双向变革；另一方面，不断寻求创造公平工作环境的新做法，根据员工的工作能力与优势给予资源，确保每个人都有平等机会取得成功。我们对工作环境中出现的暴力、欺凌或性骚扰零容忍。根据《中华人民共和国劳动法》，我们也颁布了《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，明确对职场性骚扰“零容忍”的原则，切实保障员工的合法权益。2021 年，工作环境相关事项的处理决策机构——阿里巴巴集团工作环境委员会成立，负责制定相应的制度流程、建立预防和保障机制、开展专业培训和倡导活动等。从制度上保障，从宣传上倡导，让员工彼此珍视和尊重，共同成为良好职场环境的建设者。我们根据《阿里巴巴集团反性骚扰行为准则》建立常态化的处理机制，确保员工有畅通的举报通道，通过妥善调查、及时处理，以保护受害人和举报人的隐私，并为当事员工提供心理咨询和法律援助，用机制保障员工在工作中的权利。

反职场性骚扰公益宣传片《边界》

2023 年 3 月 8 日，我们在公司内发布反职场性骚扰公益宣传片《边界》，呼吁大家一起建立良好的职场环境，关爱职场女性。



阿里巴巴集团反性骚扰宣传视频《边界》

国际妇女节

自 2022 年起，我们会在 3 月 8 日国际妇女节这一天召开“她力量”系列大会，评选颁发女性责任奖、勇敢奖、皮实奖、元气奖等个人奖，及巾帼文明岗团队奖，以回顾和表彰女性工作者成绩。今年，中国数字商业机制与规则团队获得了巾帼文明岗团队奖，该团队女性占比达 73%，她们以“客户第一”为第一要义，兼顾商家、消费者双边体验，用合理、公允、有商业视野的机制规则为平台商业保驾护航。

此外，我们已连续五年在这一天为女性员工定制专门设计的礼品，致敬阿里巴巴女性员工。


巾帼文明岗团队奖

女性科技工作者论坛

2022 年 11 月，我们和杭州市女科技工作者协会联合主办科技创新“她”力量：2022 云栖大会女性科技工作者论坛，这是云栖大会上首个关注女性科技人才成长、技术成果转化的专题论坛。



2022 年云栖大会 - 女性科技工作者论坛

开放沟通，合作共融

我们充分理解和尊重员工之间的差异，致力于创造让每位员工都感到被重视、有归属感和融入感的企业文化。我们相信，包容多元的职场环境能够吸引更多优秀人才，最大限度发挥员工潜能，带来更多合作与创新。为提升员工的归属感与融入感，我们在管理制度建立、治理架构搭建、多元化实践外，还坚持打造透明的对话沟通机制。

通过建立多维度的沟通渠道，我们努力让每位员工的声音被听到，为遍布世界各地的每位阿里人营造一个不被层级限制的、自由分享的社区。2023 财年，我们内部论坛的活跃员工数达 133,193 人[1]。

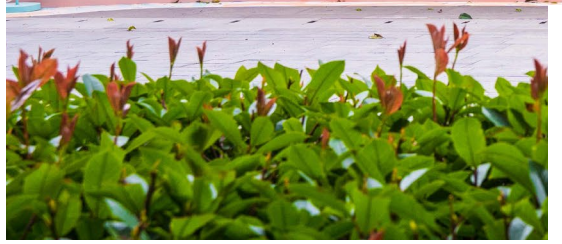
我们鼓励员工把难解的业务问题“张榜”到内部论坛上，向有经验的同事们寻求帮助。2023 财年，张榜共讨论 39 个话题，贡献 2,683 条有质量的积极建议。2022 年 8 月上线的体验 π 则是内部论坛的新板块，员工可以发布对业务有借鉴意义的案例，提供客户反馈和业务建议等，通过开放分享和讨论不断优化产品服务体验。截至 2023 年 3 月 31 日，共有 950 人在体验 π 发布好体验，吸引了近 6.8 万员工浏览。

管理者的大门也向所有员工敞开。“老逍果汁会”是阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇定期邀请员工面对面交流的活动，从 2020 年 7 月至 2023 年 3 月 31 日，已举办 19 期。与此类似，淘宝天猫、菜鸟、Lazada 等业务集团 CEO 也会定期通过午餐会、下午茶、视频等形式与员工交流，让员工能够了解与个人和公司发展相关的话题并表达意见建议；“Booking”的推出，促进了管理者与员工的双向互动，阿里巴巴所有管理者都可以在 Booking 上公布自己可预约的时间，员工通过预约一杯咖啡、一顿简餐或一起爬山的形式，与管理者面对面。2023 财年，共有 1,113 位管理者发布了 5,209 条 Booking，累计 5,946 人次参与。员工也可以通过 OPEN 信箱直接反馈意见，在保护员工个人信息的情况下，公司承诺在 48 小时内作出回应。





2022 阿里巴巴第十八届阿里日



> “Booking 沟通实际上是一种双向的沟通机制，而非自上而下的单向传达。我能听到很多真实的声音和反馈，这对业务判断来说是非常重要的输入。”
>
> —— 主管篇

> “你有机会跟优秀的人聊天，还免费，何乐而不为呢？让我站在更大的格局上去看我现在的业务，这点对新人来说很有帮助，对我长期的方向和工作都会有指导。”
>
> —— 员工篇

1 此处的员工统计范围为阿里巴巴直接管理业务的员工。内部论坛的活跃员工定义为 2023 财年中，至少有一次登录过且浏览过内部论坛的员工。

建立公平有竞争力的薪酬和暖心的福利

员工是阿里巴巴最重要的资产。我们致力于为员工的成长和发展提供全方位的支持。为此我们始终与员工共享发展成果，通过建立完整的员工合法权益保障体系，使薪酬激励兼具内部公平性和外部竞争力，持续创新和完善福利保障。我们一直在做“有温度的福利”，在关爱员工的同时，也为在员工背后默默付出的家人提供温暖的呵护和丰富的保障，化解员工后顾之忧。

| 人才招聘和保留 | 公平、有竞争力的薪酬和激励 | 有温度的福利 |



我们致力于建立公平有竞争力的薪酬和暖心的福利

人才招聘和保留

我们承诺在招聘和用工过程中始终遵守相关法律法规和国际标准，尊重和保障员工权益，确保合规与公平。通过建立多种人才招聘渠道广泛吸引人才，并以智能化方式升级人才库，提升岗位与人才匹配效率。

阿里巴巴遵循《世界人权宣言》《国际劳工组织公约》《中华人民共和国劳动法》等有关劳工和员工权益的国际公约及当地法律法规，依法与员工签订劳动合同。坚持平等雇佣原则，公平、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员工，让员工的招聘、晋升和薪酬在不受歧视的情况下进行。依据《阿里巴巴招聘公约》，及颁布的《阿里巴巴集团商业行为准则》《阿里巴巴集团员工纪律制度》《阿里巴巴集团员工假期政策》《阿里巴巴集团员工绩效管理制度》等内部管理文件，保障候选人平等获取信息和资源，保障员工平等享有取得劳动报酬、休息休假、劳动安全卫生保护、社会保险和福利等合法权利，及广阔的发展空间。 2021 年 2 月，阿里巴巴成为联合国全球契约组织的缔约方，认可并支持十项原则的倡议内容，并将其融入企业原则和日常经营当中。

我们为员工设立了专业路线和管理路线两条职业发展路径，让员工结合自身兴趣和优势获得长期发展。为了更好匹配员工能力与岗位需求，也驱动管理者关注员工成长，通过《阿里巴巴集团员工内部转岗政策》和内部转岗平台、内部论坛招聘广场，我们为员工提供开放、透明的转岗机会。保障并鼓励人才的内部良性流动，促进人才在内部有更广阔的发展空间。

2023 财年，我们进一步改进转岗流程，允许转岗员工在面试通过后再提交转岗申请，知会现任团队主管和人力资源负责人，从而最大程度保护员工隐私。2023 财年，主动申请并成功转岗人数 3,311 名。

福布斯 2022 全球最佳雇主
位列中国企业前5

领英中国 2022 年
“MostIn 全球吸引力雇主 "



用心呵护企业人才的成长

公平、有竞争力的薪酬和激励

我们秉承公平公正的原则，遵循当地法律法规，实行同工同酬。通过与绩效挂钩的激励机制，为员工提供具有市场竞争力的薪酬福利。作为中国最早实施员工持股计划的大型科技企业之一，持续通过股权激励奖励那些和公司共同成长的员工，与员工分享公司发展成果。

一个公正公平的绩效评估体系是激活员工积极性的基石。主管会在期初与员工共同设立目标并提供辅导。在绩效评价环节，员工先进行自我绩效评估并邀请相关的合作伙伴评价（内部称之为“环评”），主管再结合自评和合作方反馈进行评价，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，同时集团也设置了绩效改进辅导通道，全方位保证绩效评估的公平。

随着组织规模和业务复杂度不断提升，打造更敏捷组织也更为重要。我们于 2023 财年启用了目标和关键结果（OKR，Objectives and Key Results）体系，通过动态目标管理机制，提升管理者对业务的全局思考，进一步把控策略和实施；并帮助员工更好理解团队和组织的目标，激发自我潜能。OKR 体系与“绩效、环评”组成了三合一体系，覆盖核心业务，实现信息的公开透明、上下对齐、敏捷迭代。



老道果汁会：OKR 沟通

> OKR 带来的最大的好处就是公开透明，知道彼此的大致分工，更容易进行联动、补位。过程管理都有数字化沉淀，绩效评价的时候更加有据可依。
>
> —— 阿里巴巴员工反馈原声

有温度的福利

我们为每位员工提供“有温度的福利”，为员工及家属提供安心的生活保障，以减轻后顾之忧，提高幸福感。2023 财年，为了帮助员工更好地使用各类福利，我们建立了专门的福利门户，分门别类展示福利信息，方便员工一站式了解和获取。

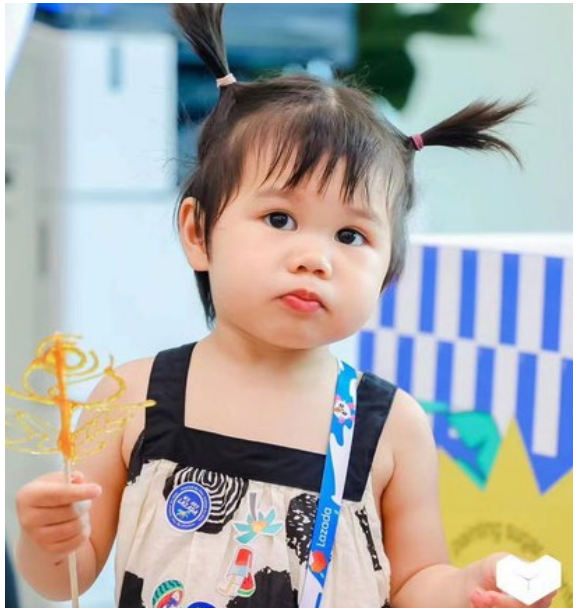
健康医疗

为员工提供基本医疗保险保障、补充型商业保险保障、百万医疗保险、年度体检、生理 / 心理健康咨询、就医协助和健康知识普及等各类活动。

关爱家人

为员工父母提供每年一次的公费体检服务，截至 2023 年 3 月 31 日，体检对应可预约的机构达 282 个，已覆盖全国 174 个城市；安排父母体检超过 64,000 人次。

为员工子女提供医疗保险、商业补充医疗保险、专业医疗咨询等健康活动，提供系统的子女入学信息指引，我们有超过 33,000 位员工子女享受到商业保险保障。





生活平衡

为员工提供灵活的工作时间和年假、陪伴假、育儿假、长期服务假、路途假、婚假、事假、生育相关假期等丰富假期，鼓励有条件的团队可安排一周不超过一天的灵活办公。2023 财年，陪伴假使用人数达 62,138 人，育儿假使用人数达 14,118 人。

针对女性孕产阶段，我们邀请妇 / 产科专家、心理咨询专家与孕期 / 产后员工及其家属分享关于孕产相关的健康话题。2022 年 10 月，成立孕妇学校，建立孕产圈，帮助新手爸妈更便利、更舒适、更专业地度过人生重要时刻。



特色福利

为员工精心准备节日礼品、入职周年贺礼，每年给员工家属寄送《阿里家书》。

通过 iHelp 蒲公英互助计划，让参与计划的员工及其家人在遭遇重大疾病、意外事件时，可申请相应额度援助金。

通过 iHope 彩虹计划，让生活遇到较大困难的员工及其家庭，可申请公司彩虹计划“特困援助金”。

通过 ihome 置业计划，帮助部分员工缓解初次置业时首付上的压力，让员工在工作地安居乐业。2023 财年，实际帮助了 1,281 位员工申请 iHome 并完成放款。



提供丰富的学习和发展机会

“让员工成为更好的自己”，我们希望每位员工都能在阿里巴巴发挥价值，做更好的自己。为此，我们提供高质量的学习与成长机会，帮助员工更好发掘自身潜力，并通过数字化体系，为处在不同职业和人生发展阶段的员工提供多样化的学习机会和资源，助力员工个人成长和职业发展。

人才学习和发展 | 建设数字化学习平台



我们为员工提供丰富的学习和发展机会

人才学习和发展

“薪火相传，教学相长”是有阿里特色的“传橙”文化。截至 2023 年 3 月 31 日，有累计超过 3,000 位兼职讲师利用空闲时间，在 8,000 多个课程中分享组织文化、经营管理及专业领域的经验和思考，以帮助新人融入，提升管理者能力，或强化员工专业技能；我们倡导管理者每年“人人传橙 6 小时”，并构建了从报名、认证、培养到激励的全链路内部讲师运营体系，保障了“薪火相传，教学相长”的文化落地。

为了更好保障员工多元化学习需求，构建以人才培养项目制为核心，线上线下相结合的培养体系。2023 财年，开展了 62,383 场培训，参培率达 96.9%，新增员工学习资料 33,437 份。人均培训时长为 51 小时[2]。

51小时
人均培训时长

62,383场
开展培训场数

33,437份
新增员工学习资料

实习生培养

我们重视实习生及校招生的招聘和入职体验，帮助他们顺畅融入阿里。2023 财年，成立实习生管理部，设计工具并组织活动优化实习体验，覆盖约 3,000 名实习生；开发了“冲鸭实习生”小程序帮助实习生快速落地，组织了“实习生开讲啦”活动与管理人员及老员工畅聊取经，举办了“实习生的夏天”活动促进实习生之间的交流，还有针对性地将原本仅限员工使用的部分学习资料开放给实习生。

新人发展

我们通过 5 天的脱产培训，让新员工快速融入与落地，帮助新员工了解公司历史、业务和文化，并通过主管支持和师兄引导，让他们快速适应工作环境，通过通用技能、心态认知等选修课程，帮助新员工提升综合能力。

菜鸟设立“百鸟新人班”，围绕业务、组织、人之间的连接，以“百鸟启航”“百鸟训战”“百鸟传橙”“百鸟归巢”四个模块为主线，为所有新人提供一套快速认识菜鸟、有效打开菜鸟工作模式的入职培养方案，助力新人在菜鸟开启精彩职业生涯。

Lazada 针对新人推出 Lazada 体验计划（Lazada Experience Program），让新员工与来自公司不同部门的同事深度互动，从拜访卖家体验业务，到跨部门交流学习，再到参观物流仓库获得运营亲身体验，从而更深入了解 Lazada 的使命、愿景和文化，熟悉 Lazada 业务，建立更广的人际网络。2023 财年，Lazada 共举办了 22 期 “Lazada 体验计划” 。





2 培训相关的数据统计范围为阿里巴巴直接管理业务的员工。

支持员工发展

领导力发展

我们倡导管理者持续学习：一方面引入外部优质资源展开分享学习、交流探讨；另一方面通过组织内部分享、共创讨论，为管理者创造持续学习的机制和氛围，帮助管理者不断开拓视野、突破边界，定期更新知识和技能，并运用到业务发展中。

针对通用管理能力，我们推出面向管理者的线上学习产品《管理者应知应会》，围绕年度典型的管理场景，帮助管理者掌握理念原则、关键流程和工具方法。过去一年，《管理者应知应会》将十四个管理场景从网页宣导升级为交互式课程学习模式，年覆盖人次超 8 万。我们还针对不同类型的管理者设置了培训营，针对从个人贡献者转型的管理者，关键业务岗位的接替者，及新晋管理者等提供不同的学习内容和培养方案，帮助他们高效转型和成长。

全球化发展

我们的全球化发展培训项目覆盖来自亚、欧、美洲多个国家和地区的新人和管理者，聚焦文化认同，促进沟通协作，夯实管理能力。为响应组织系列变革，通过在线调研、辅导反馈、嘉宾分享、视频微课等手段，优化授课和互动形式，为组织与海外个体员工之间建立起有效沟通桥梁，让海外员工有效理解并积极拥抱组织变革。为助力多元化业务和人才发展，我们还有针对性的开展了面向外籍海外业务管理者和中国外派管理者的培养项目（如海外跨境电商的 Golden Bridge 领导力项目、菜鸟的 Eagle Plan 领导力项目），以提升管理者在跨文化场景中领导多元化团队和打造高绩效团队的能力，为全球化战略的实施提供组织和人才能力的支持。



全球领导力发展培训项目

专业发展

我们在技术、数据、设计、市场、风险管理、客户体验、组织与人才发展和 ESG 等多个领域都成立了专业委员会，帮助员工提升专业能力，让员工可以便捷学习与交流，精进技能。

客户体验专业培训

坚持以“客户第一”为方向，为客户提供更优质的体验。2023 财年，我们面向客户体验领域的员工，围绕体验行业信息、专业方法、体验实践、通用知识等主题方向、共组织开展了 17 次培训。内容涵盖客户体验理念价值、出行服务体验设计、即时通讯服务体验、消费医疗行业体验、线上支付等行业的服务与体验最佳实践；帮助客户体验岗位的员工提升专业能力，打造更好的客户体验。


菜鸟客户体验培训

ESG 专业培训

ESG 战略的落地离不开员工的认同。过去一年，组织多层次的 ESG 培训活动，邀请多位外部讲师定期宣讲 ESG 专业知识，议题覆盖气候风险、生物多样性、供应链 ESG 管理、DEI、反性骚扰等，并通过管理层会议、新员工培训、ESG 解读会等渠道，帮助管理者和员工理解不同 ESG 议题的含义及其与日常工作的关联。这些内容也被整理收录在内部学习平台，供员工学习。


ESG 线下宣讲

建设数字化学习平台

我们着力打造以“阿里学习”“阿里巴巴技术协会（ATA）”为代表的数字化学习平台和知识分享社区，为员工提供知识沉淀、交流、共享的载体。

ATA 是阿里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。

阿里学习是阿里巴巴内部面向全员的线上学习平台，汇集文化、管理、专业、业务、通用等方面的优质学习资源和培训，支持移动端和 PC 端随时随地学习。2023 财年，阿里学习员工活跃数量达 144,789 人。

144,789人
阿里学习员工活跃数量

2023 财年，为丰富学习内容并提升学习体验，从 3 个方面升级“阿里学习”平台：

开发交互式课程：自主设计和开发 53 门线上交互式课程，如《我的绩效》《OKR 目标管理》《管理启程》等，为员工提供了沉浸式、互动式、游戏化的学习体验。2023 财年共 19,630 人参与学习。

引入外部精品课程：聚焦不同岗位的差异化能力素质和员工发展需求，共引入 425 门外部精品课程，构建了 482 条结合内外部优质学习内容的个性化学习路径，为员工提供丰富、有针对性和指导性的学习资源。

升级混合式培养产品：通过动态的学员圈选、线上签到、活动参与和小组作业，建立培养项目的学分机制，提升疫情下人才培养项目的运营效率。



为员工丰富学习内容并提升学习体验

营造促进员工健康与活力的工作环境

我们致力于打造安全健康的工作环境。努力提高应对突发事件的能力，最大程度预防和减少突发事件的发生，降低损害。通过建立运转高效的安全保障体系，完善突发事件应急处置响应流程，有效保障员工安全和集团运营。

我们营造健康安全、优美舒适、智能数字化的办公环境，并通过全面专业的健康服务及丰富多彩的社团活动，让每位员工在工作中保持健康的生理和心理状态。

| 保障职业健康与安全 | 重视员工身心健康 | 营造健康有活力的工作环境 |



让每一位员工在工作中保持健康的生理和心理状态是我们的目标

保障职业健康与安全

我们高度重视阿里人的健康与安全，2023 财年，启动了职业健康与安全管理体系建设工作，参照 ISO 14001 和 ISO 45001 双体系标准，对现有的安全管理工作进行系统化梳理与升级。在业务发展过程中，始终贯彻安全优先的理念，通过组织建设、强化员工健康安全意识、建立健康安全体系等举措，形成阿里特色的健康安全文化。

我们自建的办公楼均建设完善的无障碍基础设施，为身体残障员工及访客提供便利；在工作园区针对特殊群体提供专属服务，也设置了母婴室、孕妇睡眠室；在乘车、就餐等方面为孕妇提供优先权；并为有特殊困难的员工提供专属配送餐服务。

5,732 名
急救侠人数

138 台
AED台数

推动职业健康与安全管理体系建设

- 在组织建设方面，以西溪总部园区为试点，成立 EHS（环境、健康与安全）委员会，以推动 EHS 体系和文化逐步各个园区落地。
- 在体系认证方面，2022 年 9 月投入使用的杭州云谷园区是 ISO 14001 和 ISO 45001 双体系认证的总部园区，西溪总部园区的双体系认证工作也正在按计划推进中，并将在全国各主要园区逐步推广。
- 在文化建设方面，以风险管控为基础，通过应急管理、EHS 培训和资源保障，逐步形成阿里特色 EHS 文化。对园区各项风险点进行系统化识别、评估和改进，建设园区动态风险地图，系统性地管理园区风险。
- 在应急管理方面，依据《中华人民共和国突发事件应对法》，制定了《阿里巴巴集团行政应急操作手册》，确定组织架构和职责，根据“决策层管总、应急专班牵头、区域主导处置”的原则，明确定义风险类型、风险等级、响应处置流程和演练办法，并通过定期的红蓝对抗演练，提升一线同学的应急快反能力。
- 在 EHS 培训方面，我们定期开展日常健康安全培训及讲座，并在内部系统“典座”上线安全小课堂，进行常态化宣传。
- 在资源保障方面，我们针对意外事件可能导致的员工安全威胁，不断健全应急救护团队和设施。组建并不断扩大以员工参与为主的急救侠项目组，包括“阿里巴巴急救侠志愿服务队”（后成为余杭区红十字会的第九支志愿服务队）、“阿里巴巴急救侠党员先锋队”和“阿里巴巴行政安全急救侠应急处置队”等多个急救团队，以保障园区紧急事件的高效处理。集团急救侠项目组被推荐为 2022 年浙江省红十字会“急救侠应急救护工作先进集体”“13520 应急救护志愿服务项目”被推荐为浙江省委宣传部组织的 2022 年浙江省志愿服务大赛项目。截至 2023 年 3 月 31 日，急救侠人数为 5,732 人，开展急救侠授证培训 74 场，总计 518 小时。设计并建设了覆盖各办公场所的应急救护响应支持管理系统，投入自动体外除颤器（AED）138 台，以求将员工的健康风险降到最低。



阿里巴巴急救侠志愿服务队


bsi.
Certificate of Registration
环境管理体系 – ISO 14001:2015/GB/T 24001-2016
EMS 759828
bsi.
Certificate of Registration
职业健康安全管理体系 – GB/T 45001-2020/ISO 45001:2018
OHS 759829
...making excellence a habit.
BSI 环境管理体系、职业健康安全管理体系认证证书

重视员工身心健康

我们重视员工的身体健康，每年为员工提供免费体检，并邀请体检机构的专家和医生，为员工进行一对一的报告解读或在线报告解读。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。

员工的心理健康同样重要，我们围绕“CARE&LOVE”的理念，为员工提供心理咨询、心理讲座、心理测评、心灵驿站、心理健康科普宣教等多种服务。

心理咨询

持续开通 7*24 小时心理咨询预约热线，咨询内容包含家庭情感、亲子教育、自我成长、人际交往等多个主题。2023 财年，我们共为员工提供了 4,000 多人次咨询服务。2022 年 4 月至 7 月上海爆发疫情期间，我们还开通了员工家属心理咨询热线，为员工家属提供免费咨询服务近 200 人次。

心理测评

为了帮助员工更好地了解自己，探索个人自我心理状态，2022 年 5 月上线了心理健康测试。从心理健康、情绪、人格类型、职场关系等四个维度选取的 12 份有代表性的心理健康问卷，便于员工参与心理测试并获得个人测评报告及相关提升建议。截至 2023 年 3 月 31 日，共有 3,944 人参加了测试，获得了个人测评报告及相关提升建议。

心理讲座

在 2023 年财年，心理健康讲座主要以线上月度直播的方式进行，组织了包括女性个人成长、情绪调节、积极心态、孕产妇课程等多个课程。2022 年 12 月疫情期间，我们开展了《后疫情时期的积极心态建设》主题课程，帮助员工做好心理调试，更好地适应变化。

中医调理膏方节

我们已连续 11 年举行了中医调理膏方节，邀请各省市中医专家到全国各园区开展中医义诊、健康科普、理疗推拿等丰富的健康活动，并设置家属专场。中医调理膏方节平均每年举办 25 场及以上，在参与度最高的城市平均每年有近 2,000 名员工及家属参加。

积极心理学派

积极心理学派是阿里十派之一，也是阿里公益幸福团成员。学派定期邀请专家培训积极心理学相关知识，组织沙龙以提供职场、生活、家庭、个人成长视角下的陪伴，同时组织学派成员积极参与社会公益，让大家在帮助他人的同时提升自我幸福感。2023 财年，我们与清华大学积极心理学校友联谊会合作的企业幸福力项目，通过 4 次专业的线上学习及社群互动，实现累计观看超过 8,000 人次；与相关机构合作，在 2022 年 4 月组织了疫情线上互助陪伴营，2022 年 6 月组织了职场赋能陪伴成长营。我们希望通过专业知识的学习，改变日常，积极助人，改变对自我对幸福力的理解。



阿里巴巴积极心理学派

支持
员工发展

营造健康有活力的工作环境

健康有活力的工作环境对提高生产力和创造力至关重要，我们在园区努力营造绿色、健康、安全、舒适的办公和生活环境，通过数智化创新产品持续提升员工办公体验，鼓励和支持员工自发组成各类兴趣团体，构建丰富多样的园区文体氛围。

13.1 万平米
累计完成
LEED 金级认证

超 91%
办公环境
满意度

超 280 万次
内外小蜜
咨询服务量

超 90%
内外小蜜智能
服务占比

工作环境

我们充分融合绿色发展、人文关怀、办公文化、专业高效等理念，以提供敞亮且设施便捷的办公环境、方便且利于健康的生活配套、全面到位的安全防护、及温暖且专业高效的末端服务为标准，不断创新物理与数字工作空间，为员工创造良好的工作环境，激发创新活力。

我们致力于营造绿色健康的园区环境，在追求绿色低碳之外，也以人为本运营办公空间。自 2022 年起，我们将所有园区达到 LEED 金级认证作为目标。截至 2023 年 3 月 31 日，已累积完成 13.1 万平方米 LEED 金级认证，杭州西溪园区获得 WELL 金级标准认证。

在办公区，我们通过良好的设计与监控保障办公空间室内空气质量，提供符合人体工学的高低办公桌与办公椅，并且设置了满足不同功能的办公空间，如隔音电话亭“驿亭”可避免双向打扰、户外“驿轩”提供靠近景观的会议空间、相对大型会议室“聚意厅”适合举办活动等。

我们尤其注重健康的饮食理念，为员工提供丰富的食堂餐饮服务。将文化和饮食结合，推出 24 节气时令菜，倡导“不时不食，顺时而食”，让大家顺应季节与节气变化而饮食。此外，我们还引进了新的供餐业态——轻食及轻食自助，为员工提供少油脂、低热量和营养均衡的健康选项。

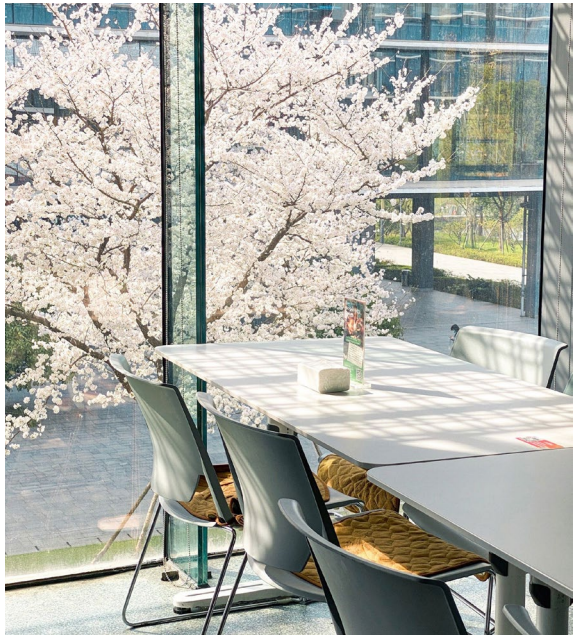
此外，在园区配备了包括健身房、理疗室、健康中心在内的一系列设施，为员工提供运动、减压、咨询等多元化健康服务。

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，以识别共性问题，持续改进和提升。2023 财年，阿里巴巴全国办公园区整体办公环境满意度已连续 4 个季度高于 91%。

我们秉持“事事有回应、件件有着落”的原则，通过人工结合智能化工具，为员工提供数字化的园区生活服务，处理员工在园区工作生活中的各类诉求，持续提升员工的服务体验和幸福感。例如，我们在全国主要园区均已完成了基于 AIoT（人工智能物联网）技术的数字化升级，并在此基础上开发了数十款数字化产品，提供全方位、高品质的服务的同时，与员工保持高频互动。

围绕员工在办公和生活中的问题，全面升级了服务体系，从人工解答，到机器人解答，再到主动全域智能服务，最终形成了“30 分钟响应、2 小时解决”的线上服务体系。员工遇到任何问题，都可通过 1818 热线电话，内外小蜜的线上服务入口找到相应的咨询服务。2023 财年，内外小蜜的咨询服务量超 280 万次，至 2023 年 3 月，智能服务占比超 90%。


绿色健康的园区环境


员工食堂

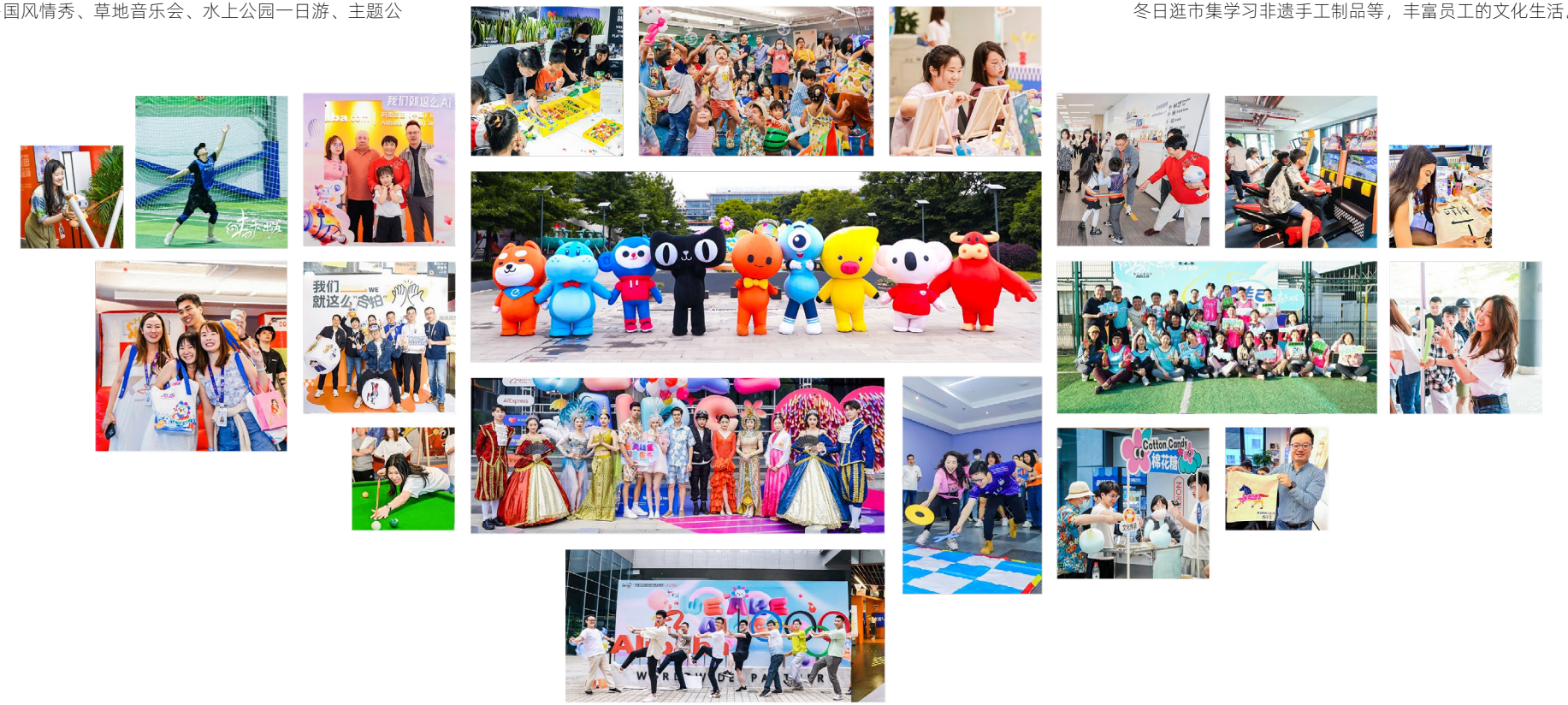
园区文化

5 月 10 日是我们一年一度的亲友日，在这一天，我们会通过各种精彩纷呈的活动，感恩亲友的陪伴和支持。今年的“510”是组织治理变革以后的第一次“510”，我们以各个业务集团为主体来举办活动，延续“510”背后勇敢、坚定、温暖、有爱的精神，坚守初心，向着梦想奔跑。

在阿里云，有 2,000 多名亲朋好友来到了杭州云谷园区，“视察”我们“快乐工作”的地方，阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇和亲友们一起面对面，畅谈阿里云的发展，回答亲友们关心的问题；在国际数字商业集团，全球各地的员工以不同的方式度过了这一天，通过多国风情秀、草地音乐会、水上公园一日游、主题公园一日游等丰富多彩的活动与亲友欢聚一堂；在本地生活，举办了首届春日飞盘大赛，有上海和杭州的 16 支队伍参与角逐，同时，把“510”作为饿了么年度荣誉“花火奖”的颁奖日，用沙发音乐会的方式揭晓和表彰了获奖的员工个人和优秀项目。

“阿里十派”是阿里巴巴最大的民间虚拟组织，是由员工自发组织成立、自主管理的兴趣团体。阿里十派共有 43 个正式派系，如体育类的篮球派、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、单身派等。2023 财年，阿里十派举办了桌游大赛、路人王 X 阿里篮球派夏季赛、阿里猫咪派逗猫大赛和阿里王者荣耀联赛等活动。面向全体正式员工开放，员工因为兴趣走到一起，快乐工作，认真生活。

我们通过把文化活动和节日融合，为员工职场带来新鲜愉悦的气息，激发活力传递幸福。在国际妇女节、中秋节等节日，为员工准备礼品；四季时令，在全国园区推出结合时令的文化活动，包含春日赏花做书签、夏日滑板派对、秋日赏桂吃月饼、冬日逛市集学习非遗手工制品等，丰富员工的文化生活。



我们的经典四季文体活动

春日运动季

每年春天，我们都会举办丰富多样的体育活动，无论是各业务团队组织的篮球赛，还是由员工自发组织、参加的足球联赛、羽毛球联赛、剑道联赛等，用运动让自己变得更快乐、更健康。同时，我们还会推出许多关注员工身心健康的内容，让大家带着积极、阳光的心态去迎接新的一年的工作和生活。

夏日音乐季

火热的夏天，我们用音乐来点燃热爱。2022 年夏天，各大园区都举办了音乐会、赛歌会。我们在杭州西溪园区开起一家“音乐便利店”，员工可以在这里团建和唱歌，累计超过 3,400 人体验，点唱近 5,000 首歌。音乐季期间，内网有 12.6 万人次参与相关互动，750 多人因热爱结缘，组建了音乐交友群。

秋日拔河季

拔河大赛是阿里秋日标志性的团队活动，也是我们为阿里庆生的方式。今年，拔河大赛已进展到第三届。全集团 41 个 1 层组织组成 18 支战队，特别邀请 18 位客户助力现场，一起为阿里庆生，为团魂而战。

冬日感恩季

阿里感恩季以年末感恩为主题，营造彼此看见、彼此感谢的氛围。2022 年冬季，搭建一个关于福的屋子，员工可通过声音小邮局制作声波明信片，也可亲手制作灯笼、写福字，送给这一年想感谢的人。员工还可以在祈福签上写下新年心愿，并悬挂在祈福墙上，为 2023 年祈福。



春季篮球赛



夏季音乐会


秋季拔河赛


冬季感恩季



服务可持续的美好生活

联合国提出的可持续发展目标定义了可持续消费的内核。当下，数字化正在加速重塑我们的消费和生活方式，既提升了消费者福祉，也为实现可持续发展目标提供了新可能。我们致力于在帮助消费者追求美好生活的同时，也致力于让消费更可持续。

我们认为可持续的美好生活应满足以下特征：

- **多样的消费 P82**
- **放心的消费 P87**
- **包容的消费 P93**
- **负责的消费 P96**



多样

约20亿

淘宝天猫平台上提供约 20 亿的商品



放心

GFSI 中国食安技术应用案例贡献奖

饿了么“网络餐饮社会共治案例”荣获“GFSI 中国食安技术应用案例贡献奖”

超74%

超 74% 的菜鸟驿站提供送货上门服务

100%

淘宝 APP 的号码保护策略已覆盖 100% 的活跃用户

服务可持续的美好生活



包容

超32万

淘宝和天猫 APP 服务视障用户超 32 万人

超33万次

优酷无障碍剧场内容累计播放次数超 33 万次

超90万次

高德地图提供超 90 万次无障碍轮椅导航规划

超3,300个

高德地图建设超 3,300 个助老暖心车站



负责

1.87亿

“88 碳账户”体系带动 1.87 亿用户参与减碳

约8,000万次

“绿网计划”让约 8,000 万次非正常搜索被自动处理成公益宣导教育的界面

多样的消费

多样的消费能有效满足不同人群的需求，让美好生活成为可能。我们积极打造数字化平台的商业生态，及时为消费者提供选择丰富、优质且性价比高的产品和服务。

丰富的选择 | 高品质的产品和服务 | 更高性价比 | 即时消费体验



丰富的选择

围绕“衣、食、住、行、娱、康”等生活和消费场景的方方面面，为消费者提供丰富的商品供给、差异化的生活服务，及多方位的数字消费体验。

多元的货品供给

多方位的数字生活服务

多元的货品供给

从衣食住行到娱乐休闲，不同地区和背景消费者的需求多种多样，我们不断升级数字化能力和供应链能力，努力为消费者提供更多选择，让人们更容易找到符合需求的产品和服务。我们的零售平台上，既包括万里之外的进口商品，也包括当下流行的国潮品牌，从制造商和农场直采的商品，到更具个性化和文化韵味的小众品牌商品、定制商品、手工艺品等。截至 2023 年 3 月 31 日，淘宝和天猫平台上有约 20 亿商品。

约 20 亿
淘宝和天猫的平台商品数

淘宝支持非遗项目，带着中国传统文化韵味，走入寻常百姓家

我们的零售平台正在帮助越来越多的非物质文化遗产项目（以下简称“非遗”）从“手工作坊”和“自娱自乐”，向大众化、商品化模式过渡。

以掐丝珐琅为例，其脱胎于国家首批“非遗”景泰蓝工艺，距今已有 600 多年历史。淘宝店主林小洁升级了这种非遗文化的表现形式，让掐丝珐琅不再只是传统装饰用的画和花瓶，还变成了手机壳、茶盘、化妆镜等生活用品，让消费者能够在日常生活中品味中国传统文化。

天猫引入更多艺术机构，满足消费者对艺术之美的追求

2023 年 3 月，全球知名艺术馆法国蓬皮杜中心入驻天猫。官方旗舰店涵盖艺术潮玩、潮流家居、时尚配饰、户外露营和童心萌宠五大产品类别。截至 2023 年 3 月 31 日，15 家全球知名美术馆、画廊等艺术机构入驻天猫，其产品设计融入多种现当代艺术元素，向消费者传递 " 开启现当代艺术之门，享受日常设计之美 " 的理念。

天猫超市推出海外原产地直采，满足中国家庭的消费升级需要

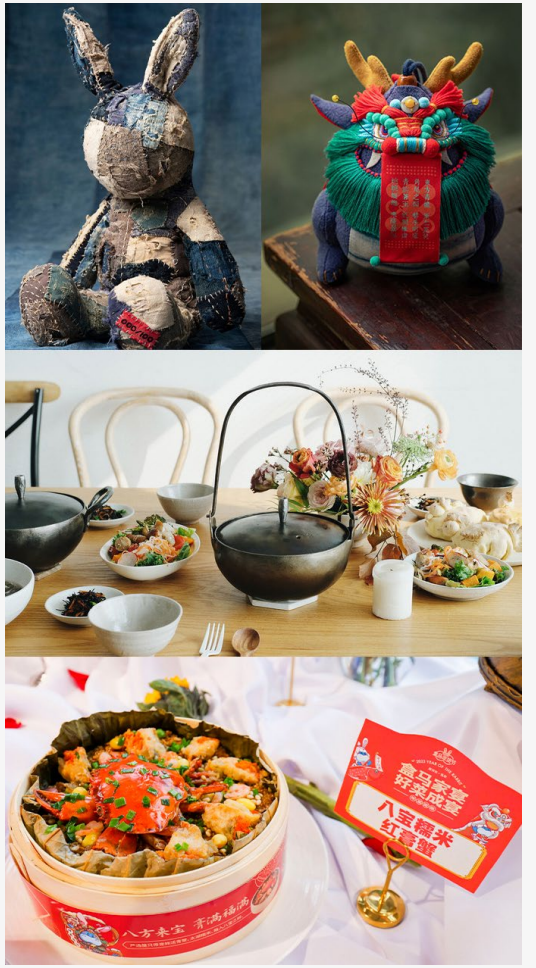
2022 年 11 月，天猫超市推出了海外原产地直采计划，覆盖全球 9 个国家和 15 个产业带，直通牧场、农场、果园等原产地。国内消费者可以在天猫超市实现一站式购全球。

周一在国外牧场生产的牛奶，周二上飞机，周三就能到达中国消费者的餐桌。

—— 新西兰纽仕兰乳业全球研发总经理罗伊

淘宝“造物节”，向消费者展示新潮的生活方式

始创于 2016 年的淘宝“造物节”是淘宝上众多“神店”“神物”集中展示的舞台，见证着千万种独特的生活方式。2023 年淘宝造物节以“淘出一万种生活”为主题，在中国杭州、深圳和重庆三地开设特色主题展。消费者可通过创意商家带来的新奇商品，沉浸式感受创新灵感，打开充满活力与想象力的淘宝生活方式。



丰富的商品供给

多方位的数字生活服务

随着生活质量的提高，人们对于出行、娱乐、健康等生活服务的需求逐渐增多。我们从点滴做起，多方位为消费者提供更便捷的数字生活服务。

出行方面，高德地图为消费者提供包括导航、路线规划、预定网约车、使用公共交通和共享单车等多项服务的一站式入口；飞猪为消费者的外出旅行需求提供全面的解决方案。

娱乐方面，优酷和阿里影业深耕内容，持续为消费者提供包括电影、剧集、综艺、文化、纪实、少儿、动漫、体育等在内的优质作品矩阵，满足不同消费者多样化的精神文化需求。健康方面，阿里健康持续以安全可靠的流程和高效的履约为消费者及时提供医药健康品，同时借助技术优势和丰富的医生及医疗资源，为患者提供综合医疗服务。

高德地图针对多种出行场景升级新功能，让导航更暖心

- 夜间骑步行模式：智能识别路灯覆盖少及路况复杂的小路路段，以方便夜间骑行和步行的用户做选择，截至2023年3月31日，已覆盖20个城市，累计服务过亿用户。
- 红绿灯倒计时：通过视觉和语音结合的方式，为用户提供实时可靠的红绿灯倒计时信息，降低城市出行中的不确定性，截至2023年3月31日，已覆盖全国8万个红绿灯路口。
- 树荫导航：在保障原有规划合理性的基础上，为夏日高温环境下骑步行的用户智能推荐有更多阴影覆盖的路线，截至2023年3月31日，已覆盖67个城市，累计服务过亿用户。

阿里健康布局数字化患者管理，为慢性病患者提供普惠可及的疾病管理方式

根据《健康中国行动（2019—2030年）》，慢性病占总疾病负担的70%以上。慢性病人群有长期乃至终身的复诊、用药需求，要承受较大的精神压力和经济压力。

我们不断摸索能够帮助他们科学应对疾病的解决方案。截至2023年3月31日，阿里健康已构建癫痫、哮喘、糖尿病等17个疾病领域的数字化患者管理模式，推动患者主动对疾病自我管理，实现患者用药依从度和生活质量的明显改善。我们服务的慢病用户人数已近900万，同比增长35%。



多方位为消费者提供更便捷的数字出行服务

高品质的产品和服务

无论是衣食住行，还是娱乐休闲，人们对产品和服务的要求越来越高。我们努力在保障产品和服务多元丰富的基础上，把更高品质带给消费者。

盒马打造有机产品供应链，向消费者供应品质食物

2023 财年，盒马正式启动有机战略，建设有机生鲜食品一站式购物平台，让消费者吃上平价的有机食品。盒马优先选择有三年以上行业经验、无不良记录的企业作为合作伙伴。同时深入到供应链管理中，与种植、养殖、加工的合作伙伴加强合作，通过蔬菜定植、肉禽定养的模式，为消费者提供高性价比的有机商品。2023 财年，上线的有机商品 SKU 数超 1,700 个。



盒马有机蔬菜

天猫国际推出“全球探物”，跨境直邮，高效满足消费者对品质商品的海淘需求

为了更好地满足消费者对小众好物的需求，2022 年 11 月，推出全新品牌“全球探物”。该品牌通过跨境直邮，快速高效地将全球海量的趋势尖货和小众特色货品引入中国市场。截至 2023 年 3 月 31 日，有来自超 90 个国家和地区的超 2 万个境外品牌，通过天猫国际服务消费者。



天猫国际“全球探物”品牌

优酷自研高清修复技术，应用于经典影视作品修复，给用户带来更高品质的观影体验

优酷技术团队从 2017 年开始运用超分辨率视频增强和 AI 机器学习等技术，将经典作品修复到超高清水平。2023 财年，优酷完成 1,000 余部经典影视作品、超 30,000 集的修复工作，给用户带来更高品质的观影体验。



优酷高清修复技术

更高性价比

在保障质量的前提下，更高性价比是消费者的普遍诉求，也是我们追求的目标。我们持续发挥数字平台和供应链的优势，让更高性价比的商品与服务直达消费者；让价格更透明，不断推出新的在线购物功能，让消费者更加便捷地实现保价和比价。

速卖通上线新服务频道“AliExpress Choice”，为全球消费者提供高性价比商品和服务

2023 年 3 月，全球速卖通正式推出一项新服务频道“AliExpress Choice”（速卖通精选），该服务频道主打极具性价比的货品，低至 1 美元 3 件。指定国家的消费者在 Choice 下单享有免运费、免费退货和配送质量保证等服务。

淘宝上线 " 价保中心 " 和“去比价”，便捷实现货比多家

为缓解商品价格波动给消费者购物体验带来的影响，2022 年 4 月，淘宝 APP 上线“价保中心”功能。如果用户购买的商品支持价保服务，在价保期内商品出现降价，用户可在“价保中心”界面里申请退差价。

为方便消费者多维度“比价”需求，2023 年 3 月，淘宝 APP 上线“去比价”功能。在消费者搜索部分品类商品时，商品下方左侧会展示同款在售数量和同款最低价格，右侧会展示“去比价”，点击后价格最低的商品被置于首位展示，便捷实现货比多家。

“淘宝好价”正式上线淘宝首页，为消费者提供“好货好价”商品

为进一步方便消费者找到“好货好价”商品，2023 年 5 月，淘宝 APP 首页正式上线“淘宝好价”，占据正中三大频道的“C 位”。用户登陆淘宝好价入口后，可以快速选购大量的高性价比商品。

即时消费体验

数字化为满足消费者的即时消费需求，提升生活品质，带来更大可能。通过数字技术和物流领域的持续创新，我们的物流网络连接着广大的工厂、农业基地和商家，提供全方位和高质量的物流履约服务，兼顾时效性和成本，让越来越多地区不同收入水平的人群都能获得更即时的消费体验。

饿了么不断提升即时物流履约能力，将更丰富的商品更快配送给更多消费者。截至 2023 年 3 月 31 日，饿了么在全国 113 个城市和 3,680 个商圈开通 24 小时配送服务。

淘菜菜与淘鲜达在 2023 年 5 月合并，更名为淘宝买菜，将在全国 200 多个城市为用户提供“1 小时到家”和“次日自提”两种不同形态的生鲜购买服务。

菜鸟不断提升商品物流运输效率，联合天猫超市从 2022 年底开始筹备“半日达”，打造“1212”物流履约新模式：即中午 12 点前下单，当天晚上 9 点前送达；晚上 12 点前下单，上午 12 点前送达。新模式已在杭州运行。



为消费者提供高质量的物流履约服务

放心的消费

放心的消费环境是美好生活的必要条件。我们在产品质量水平、消费服务体验、及用户隐私保护三个方面不断提升，努力让消费越来越放心。

| 全链路提升
产品质量安全 | 全周期保障
消费服务体验 | 守护用户隐私
与数据安全 |



让消费越来越放心

全链路提升产品质量安全

我们秉持与商家共生共赢、共治共建的原则，完善规则、建设数字化能力，保障好产品的质量和安全。在招商准入、商品品质、广告信息、品质抽检等产品质量管理关键环节，以国家相关法律为指引，发布了超过 300 篇规范与规则[1,2]。

我们建立了全链路的数字化商品质量管理机制，从预防、识别与处置三个方面努力为消费者营造放心的消费环境。

超300篇
规范与规则

预防

我们通过建立全面的商家和商品资质准入制度，开展商品品质培训及提供品质提升的数字化工具，预防有害违规商品在平台出现。通过“技术+人工”的方式，着重对食品、医疗器械、化妆品等行业的经营者入网资质进行严格审核。

识别

对于在线售卖的商品，以算法模型为主、人工治理补充为辅、专案专项处理相结合的商品质量检测模式，识别有害违规商品。在海量的商品中，根据算法模型和行业治理经验选取有较高风险的商品进行买样抽检。抽检不合格商品最终会与商家评价挂钩。2023财年，我们在抽检费用上投入达上亿元。

处置

对于识别出来的有害违规商品，采取删除、下架、协助厂商召回等措施，还会根据商品违规情节的严重程度采取相应处罚措施，提醒商家整改、支付违约金等；另一方面，积极履行协助厂商召回的责任，阻止缺陷消费品继续在平台销售，包括通过数字化信息渠道定向通知相关商家进行自检自查，停止缺陷消费品的经营，自主执行召回或者协助生产企业执行召回。

" 商品品质中心 " 服务帮助商家品质扶优

通过将消费者的评价和咨询等反馈进行打标和归类分析，在经营过程中，帮助商家快速定位和发现商品质量问题并提供相应整改建议，从而提升商家的数据化经营效率。截至 2023 年 3 月 31 日，我们总共拥有的品质标签超 1,360 个，覆盖淘宝天猫平台上 99% 实物商品。通过品质标签的治理，淘宝和天猫消费者对于同类商品品质的好感率同比均有所提升。



为消费者营造放心的消费环境

1 淘宝规则规范请见：“淘宝平台规则”。
2 天猫规则规范请见：“天猫平台规则”。

饿了么构筑食品安全体系，多维度推进“放心点”战略

民以食为天，食品既是人的基本需求，也在消费者生活品质提升中扮演重要角色。数字平台为餐饮行业带来了巨大的改变，尤其是餐饮外卖增长，也为平台承担社会责任带来了机遇和挑战。

饿了么在 2022 年确定未来十年的发展战略——“放心点、准时达”，在此基础上，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，在重视消费者履约体验外，尤其强调为消费者提供“放心的食品”，既包括牢守食品卫生安全底线，也包括努力为消费者提供健康有营养的选择。2023 年 3 月饿了么的“网络餐饮社会共治案例”在第五届消费品论坛上荣获“GFSI 中国食安技术应用案例贡献奖”。

不断完善食品安全科学管理体系

在制度上，根据《中华人民共和国食品安全法》等相关法律法规的要求，制定一系列的食品安全制度。所有发布的制度请参考饿了么规则中心[3]。

在管理架构上，设置食品安全管理部，主要负责食品安全的组织架构搭建、战略顶层规划与设计、统筹相关制度体系和规则设定及落实平台治理等工作。在管理举措上，我们重点从三个环节入手，包括售前的商家经营管控、售中的配送环节管理和售后的消费者权益保障，也正逐步构建应急处理和全方位的培训体系。

● 商家经营管控

依照相关法律法规的要求制定《开店申请审核标准及流程》，并配备专业审核团队，按要求对入网商户做上线前合规性审查；商家经营过程中，通过线下抽检等客观评估合作商户的食品安全表现。

● 配送环节管理

设立物流站点的卫生管理标准，在配送过程中采用人员健康签、车辆消毒签、食安封签、智能取餐柜等创新手段防范食品安全风险。饿了么智能取餐柜主要材质已通过“食品接触级”标准测试，成为行业内首批通过食品安全国家标准认证的智能柜。



食安封签



透明厨房

● 消费者权益保障

消费者如果对商家资质、餐品质量与安全等方面存在疑问，可通过 APP 端、在线客服、7*24 小时客服热线等方式向饿了么咨询、举报、投诉，并且便捷启动“一键退单”和“一键理赔”。目前，平台受理食品安全相关退单诉求的时效在 30 分钟以内、处理理赔诉求的时效在 24 小时以内。

● 突发事件应急处置

建立食安应急处置机制，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。

● 构建培训体系

建成一套面向餐饮和零售商家的系统化食品安全培训体系，在全国范围内推广 "E 食无忧 " 培训项目；截至 2023 年 3 月 31 日，累计完成并推出 20 余门涵盖餐饮和零售的体系化视频课程及 100 多门食品安全靶向性专项课程。同时，要求饿了么内部的食品安全管理相关员工必须通过相关考试，2023 财年，员工考试通过率 100%。

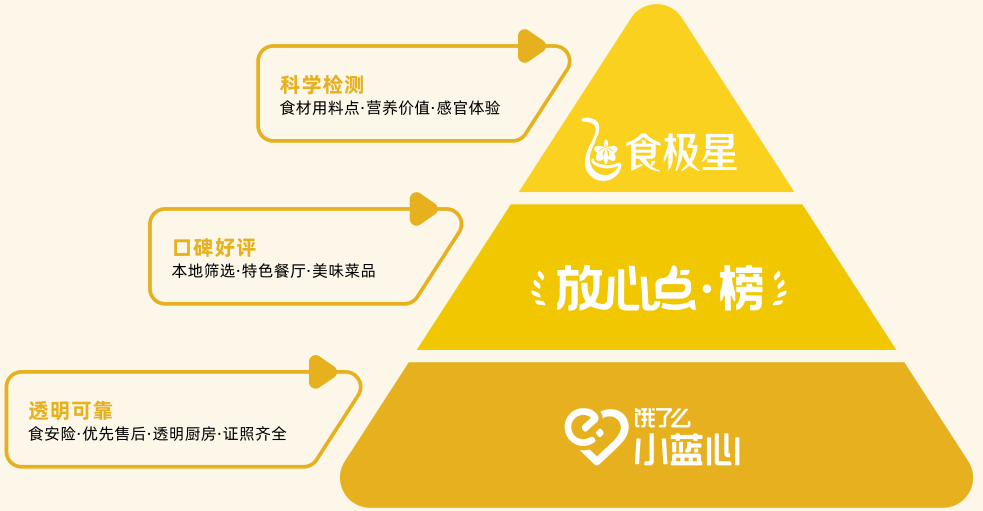
3 饿了么规则规范请见：“饿了么平台规则”。



持续发挥数字化能力，构建多方共治的品质管理新模式

我们借助数字化技术与数据能力，结合商家行为、消费者反馈和平台线下抽检等多维度数据，帮助商家不断提升质量水平。饿了么自主研发的 AI 食安管理工具已于近期上线，可解析多种类型数据，并通过系统算法模型进行自动化风险研判定级，大大提升了商家的食品安全管理效率，很大程度上降低了商户食安运营成本。同时，我们启动“小蓝心”、“放心点·榜”和“食极星”三个项目，分别从食品安全、口碑好评、科学检测三个方面构建平台和行业标准，让消费者吃得放心。

- “小蓝心”是对商家的食品安全作出评价。只有干净卫生的门店才能入选“小蓝心”并在 APP 上获得相关标记。
- “放心点榜单”是一份品质外卖指南，在“小蓝心”基础之上，根据外卖消费者的好评及专家评审团的推荐，每月定期发布当地由消费者评出的“回头率好店”。
- “食极星”则对商家菜品进行营养价值、食材用料等方面的检测认证。完成食极星认证的菜品将在饿了么 APP 上进行标识。



全周期保障消费服务体验

放心消费环境的营造不仅依赖于商品品质的提升，还贯穿在平台与商家提供的服务中。我们始终坚持与商家合作，通过优化服务流程保障消费者全周期的消费体验。

平台服务方面，我们建立了涵盖商品售前、售中、售后的全周期服务体系，致力于为消费者提供确定性的、一站式的服务保障。

超74%
菜鸟驿站提供送货上门服务

0.018%
淘宝和天猫平台投诉率

售前

持续提升商品信息的易得性、真实性和准确性，让消费者更便捷和放心地找到关键商品信息。

易得性：对商品详情页进行改进，重新布局影响消费者购买决策的信息展示，让商品图片、商品核心参数这些关键信息更易得。

真实和准确性：规范商家发布的广告，要求其不得含有虚假或者引人误解的内容，保障信息的真实性和准确性；建立体系化的广告治理措施，从开发商家自查工具、落实平台巡查机制、严控付费广告三个方面做好广告信息治理工作。

- 开发了商家自查工具，在商品信息发布前，通过素材检测工具帮助商家提前识别违规素材。

- 严格落实平台巡查机制，在商品信息发布后，会对图文自动识别，对潜在违反相应法律法规的行为全面检测，例如广告法不允许的极限词、保健食品宣传非保健类功效、非特殊用途化妆品宣传特妆功效、非医疗器械宣传医疗功效等，拦截信息发布有误导嫌疑的商品并通知商家进行整改。

- 严格控制付费广告，将专家经验与大数据能力结合，对风险举报、违规内容实现 1 分钟响应，5-10 分钟处置生效。在对广告主的营销规则引导方面，我们根据其历史违规数据构建风险画像，自动传递定制化规则内容并制定专场培训内容。2023 财年我们为广告主提供了上百场次规则培训。

售中

商品发货、配送方式不断优化，让消费者更便捷地收到商品。

发货时效上，对于商家未能符合发货时效规定的订单，天猫平台视情况实施主动赔付。

配送方式上，当淘宝天猫包裹到达菜鸟驿站时，消费者可在物流详情页选择“送货上门”，也可在菜鸟 APP 端设置长期的“送货上门”偏好。截至 2023 年 3 月 31 日，超过 74% 的菜鸟驿站能够为消费者提供送货上门服务（不包括农村地区及大学校园驿站）。同时，自营的高品质配送团队菜鸟直送（菜鸟速递），长期为天猫超市在全国 300 多个城市送货上门，并且承诺“不上门必赔、晚到必赔、破损包赔”。2022 年双十一全球狂欢季期间，菜鸟送货上门的包裹量已超 2 亿件。2023 财年，菜鸟的消费者满意度整体同比有所提升。

售后

售后服务是放心消费的重要一环，努力建设便捷的售后咨询、维权与退款通道，解决消费者的后顾之忧。

在售后服务上，取消转人工的限制，让消费者更容易找到人工客服；为了更好的消费体验，在明显位置开设纠纷及投诉入口简化消费者纠纷发起和举证流程，缩短处置时效，并支持不同原因多次发起投诉、撤销后可二次发起投诉。2023 财年，淘宝和天猫平台投诉率为 0.018%。

不断简化退货退款流程以提升体验。对于已发货的商品，优先拦截货物，减少商家不合理的“拒绝退款”操作。2023 财年，整体退款拒绝率同比降低 27.2%；对于尚未发货的商品，推出便捷退款服务，包括 0 秒退款、极速退款等。截至 2023 年 3 月 31 日，便捷退款服务已覆盖大部分消费者。
当消费者和商家产生纠纷争议但无法判定责任时，通过消费者体验保障基金来主动为消费者解决问题。

建立长周期预付交易的治理机制，应对“预付费陷阱”

在淘宝天猫平台，我们开发了适配美容美发、家政服务等长周期预付场景的交易模式，并为此采取了一系列举措。商家和消费者线上成交后，我们会根据实际的履约服务情况将交易金额分期分次付款给商家。在整个服务周期内，余下资金被平台有效监管。当出现因商家单方面原因导致的服务中止等纠纷问题，我们支持将剩余部分权益随时退款给消费者。

天猫售后服务规范获得企业标准“领跑者”称号 [4]

2023 年 2 月，天猫提交的 Q/Ali000477-2023《电子商务售后服务规范》获得 2022 年电子商务售后服务企业标准“领跑者”称号。

4 企业标准“领跑者”制度是经国务院批准，由国家市场监管总局、发展和改革委员会、科学技术部等 8 部委联合实施的一项标准化鼓励性政策。

守护用户隐私与数据安全

在数字时代，消费者隐私保护与数据安全越来越成为放心消费的重要基石。数据安全并不意味着“冻结”，我们努力在全面保障消费者权益的基础上，推动数据的高效流通和使用，为消费者提供个性化和高质量的服务。

消费者隐私保护三大原则及具体措施

我们充分运用隐私计算技术和安全计算能力，制定完善的数据安全与个人信息保护原则，并建设覆盖数据全生命周期的规范和管理机制，力求在发挥数据价值的同时保护消费者隐私。

数据采集最小必要性	• 收集时，通过文案提示、弹窗提醒、用户填写信息等方式，主动让消费者感知到该场景信息收集的范围及目的，且所采集的数据仅用于消费者同意的场景和用途。 • 收集后，充分保障用户对个人信息的访问、查询、更正、撤回、注销等基本权利。
保障用户知情和决定权	• 知情权：在算法推荐层面，一方面建立对监管透明的算法管理体系，积极履行算法备案义务；另一方面构建对用户透明的算法运行机制，面向用户进行算法解释，保障用户知情权。在产品开发层面，我们为消费者主动提供隐私管理的功能。消费者可在APP的「设置-隐私」板块了解隐私政策和系统权限，查看隐私数据授权情况等。 • 决定权：提供便捷的方式让消费者可解除数据的授权使用，保障用户对自身数据使用的决定权。对于个性化广告、搜索推荐等功能，用户可根据实际情况关闭相应的功能对个人数据的使用；在优化推荐层面，建立了用户反馈机制，保证用户对算法决策结果的决定权。
强化全方位安全保障能力	• 安全能力升级：提升敏感数据传输过程中的安全防护，在数据层、应用层、网络层、系统层实施一系列安全规范要求，提升生态安全水位。已发布《淘宝合作伙伴应用安全规范》、《开发者安全能力标准》等。 • 全链路加密：推动订单加密和解密方案，平台不再直接开放订单中姓名、手机号、地址等消费者敏感数据，在必要环节需要解密后方可获取。 • 隐私号码保护：开通服务的消费者，服务履约过程将不再呈现订单中收件人的真实手机号，并使用虚拟号替换，避免由此引发的骚扰、诈骗电话与短信，保障消费者购物安全。

平台全链路加密能力与隐私号码保护策略共同守护消费者隐私

2023 财年，通过全链路隐私保护方案，推动第三方生态合作伙伴升级隐私保护方案，覆盖消费者下单、商家订单处理、物流仓储及快递配送、商家客服、商家会员管理等全流程。面向消费者，推出“隐私号码保护”服务。针对开通服务的用户，服务履约过程将不再呈现订单中收件人的真实手机号，使用虚拟号替换，避免由此引发的骚扰、诈骗电话与短信，保障消费者购物安全。截至报告发布日，淘宝 APP 号码保护策略已覆盖 100% 的活跃用户。

100%
淘宝 APP 的号码保护策略已覆盖活跃用户

营销隐私计算平台

基于多项隐私增强计算技术，阿里妈妈面向广告引擎、广告主、第三方检测公司推出了营销隐私计算平台（SDH，Secure Data Hub），提供在隐私安全环境下进行数据融合、隐私计算、联合建模的解决方案，实现在广告投放全流程中对隐私数据的安全合规使用。2022 年 12 月，SDH 通过了中国信通院第七批“可信隐私计算”评测，并获多方安全计算专项评测、联邦学习基础能力专项评测的两项证书。

包容的消费

让丰富的商品与服务触达有真实需求的消费者，是我们构建可持续美好生活的终极目标，然而仍有很多数字化边缘人群无法享受数字经济和数字化生活的福利。从欠发达国家和地区的人口，到老年人、残障人士等等，我们不断通过技术创新和平台经济发展改善现状，弥合数字鸿沟，让消费更包容，让享受美好生活“一个都不能少”。

中国有超 8,500 万残障人士及 2.6 亿 60 岁及以上老年人，后者还在快速增长。我们通过机制化的手段推动持续的技术创新，来降低残障人士和老年人使用数字化工具的门槛。

我们于 2019 年成立了阿里巴巴信息无障碍委员会，统筹规划和推进数字产品的无障碍和适老化改造，制作了《信息无障碍开发者指南》，帮助开发者更好提升对无障碍的认知，从产品开发开始，把信息无障碍的工作贯穿到产品与服务的全周期。截至 2023 年 3 月 31 日，阿里巴巴旗下主要 APP 均已完成无障碍和适老化升级改造，覆盖消费、出行、文娱、沟通等多种数字生活和办公场景。淘宝、饿了么、闲鱼、高德地图和优酷视频均被评为中国信息通信研究院的首批互联网应用适老化及无障碍改造优秀案例。我们还向社会免费开放了 11 项无障碍和适老升级改造相关专利，推动信息无障碍和适老技术的分享。

更多内容详见：
第五章 以电子商务架起城乡经济的桥梁 P136

| 无障碍的数字消费 | 适老的数字消费 |



让丰富的商品与服务触达所有有真实需求的消费者

无障碍的数字消费

我们努力理解残障人士在使用数字技术时的困难，希望在全方位的生活和工作场景中帮助他们消除数字世界的障碍，让他们同样享有数字技术创造的美好。

超32万
淘宝和天猫 APP
视障用户数

超90万次
无障碍轮椅
导航规划

超33万次
优酷无障碍剧场
内容累计播放次数

全方位的无障碍数字生活

消费无障碍：

购物：我们开发的读光 "OCR" 技术可以将淘宝 APP 中商品详情图片上文字转为语音，帮助视障人士实现“听图购物”。2023 财年，淘宝和天猫 APP 已服务视障用户超 32 万人。

订餐：饿了么为视障用户提供读屏功能，让他们无需看到就能轻松购买美食。

买菜：视障人士可以通过盒马 APP 的读屏指引，滑动手指下单买菜。

买药：2022 年 6 月，阿里健康对外发布了一款盲文药盒，以此帮助视障群体解决用药安全问题；2023 年 6 月，发布全球首款带有“盲文 - 中文”转化功能和文字注音功能的定制字体，帮助提升在产品的包装设计、艺术创作等多个场景中盲文应用的便捷性，为视障人士与世界沟通 搭建桥梁。

沟通无障碍：

钉钉推出无障碍工作平台，帮助听障人士利用语音转文字、AI 实时字幕等技术，无障碍开展视频会议、直播、网课学习等活动。截至 2023 年 3 月 31 日，无障碍工作平台已覆盖中国聋人协会系统中全国 31 个省份、80 多个城市听障人士的学习和办公场景。

出行无障碍：

自 2017 年起，高德地图陆续上线了无障碍卫生间、无障碍电梯等无障碍导航信息。2022 年 11 月，高德地图推出了“轮椅导航”功能，自动为轮椅用户避开无直梯的地下通道、人行天桥等路段，让轮椅人群有了自己的专属出行导航。截至 2023 年 3 月 31 日，轮椅导航已在北京、上海、杭州、成都、深圳、广州 6 个城市上线，提供超 90 万次无障碍轮椅导航规划。

文化娱乐无障碍：

读光计划：2023 财年，继续和中国盲文图书馆、浙江大学合作，联合启动“读光计划 2.0”。阿里云将免费提供存储和算力资源，推动该馆有声读物、电子图书、无障碍电影等文化资源全面上云，方便视障人士随时随地在线使用。全国视障人士在中国盲文图书馆借阅书籍时，均可由图书馆代为下单，享受由菜鸟提供的免费上门取、还服务。

无障碍剧场：优酷以无障碍方式加工视听作品，消除视障人士观看画面的障碍。2022 年 12 月，优酷无障碍剧场开通视障身份认证功能。自功能上线至 2023 年 3 月 31 日，优酷无障碍剧场内容累计播放次数超 33 万次。

“相比于亿级的用户总数，几千人、几百人属于绝对少数。但人数少就不重要了吗？决定产品功能开发的，并不总是商业效率。业绩帐要算，责任账也要算。”

—— 盒马 APP 工程师余宇航

“现在，公司十分之一的人参与进来，服务这万分之一的特殊用户，这件事值得！希望数字技术能给每一个人带来生活的便利，希望互联网的‘数字化盲道’能够越修越宽。”

—— 饿了么 APP 工程师江雷



优酷无障碍剧场《长空之王》公益专场首映礼

适老的数字消费

我们从老年人的实际需求出发，持续努力为老年群体提供周到、便捷、高效的数智化服务。在线上，努力建设老年友好型社区，主要 APP 均已通过适老化创新推出“长辈版”；在线下，零售场所的布置和改造也纳入适老化方案，为老年人提供更加专业和贴心的服务。

超3,300个
助老暖心车站

手机淘宝长辈版，助力银发族轻松网购

在技术层面，淘宝适老化改造首先通过加大字体和页面，方便老年人快速理解页面功能；同时加入语音搜索功能省去打字环节，降低银发族的学习使用门槛。服务上，我们增加老年人直连人工客服功能；在获得消费者许可后，客服人员还可以通过同屏远程协助等方式，及时解决老年人遇到的问题。当长辈模式下，老年用户发起的“售后退款”被商家拒绝，我们会主动电话呼叫老年用户跟进处理，包括代替他们发起退款申请，提升他们的售后体验。

饿了么长辈模式突出高频需求，做到贴心、省心、能暖心

针对老龄群体高频使用的点餐、买菜、超市、购药等场景，饿了么对 APP 界面的置顶区域进行专门适老化改造，以确保老龄群体触手可得便利服务。“点外卖”提供经过甄选、品类丰富的餐饮商家外卖服务，满足日常营养餐食需要；“去买菜”频道提供丰富的食品原材料购置选择，满足一日三餐、肉禽蛋奶等多场景多品类的基础需求；“逛超市”频道针对老年人其他日常购物需求，提供便利的日常购物体验；同时，重点开发“去买药”频道，上线资质齐全、管理严格的购药服务，满足急用药、常用药的需求。

高德地图助老打车暖心计划，方便老年人轻松出行

高德地图逐步推出助老打车功能、助老打车暖心车站、助老就医出行补贴、助老打车志愿服务等多项服务，帮助老年人解决出行困难。截至 2023 年 3 月 31 日，高德地图共在全国 33 个城市建设超 3,300 个助老暖心车站，新增超过 2,000 个车站；累计发放助老就医出行补贴超 500 万元。

盒马线上、线下的购物适老化改造

盒马不断改造线上线下服务流程，努力解决老年人“商品选择难、支付难”的问题。在盒马 APP，探索创新“1+8”的适老化线上购物体系，搭建“1”个老年人专属的购物通道“助老帮手”，增加包括语音搜索功能在内的“8”个适老化 APP 购物体验细节改善。在线下门店，店员指导老年人使用盒马 APP 智能支付，并设置现金支付窗口，帮助老年人完成便捷支付。我们还在部分门店专门设置”老年人服务大使“的岗位，为到店的老年人提供导购、结算、取物、售后等服务。



让点餐、买菜、超市、购药变得贴心、省心、暖心

负责的消费

消费促进美好生活的同时，也要降低和消除消费过程中带来的环境和社会负面影响。我们加大投入，帮助降低消费者践行负责任消费的难度，并引导他们建立习惯。

| 引导和助力用户向绿色低碳生活转型 | 助力构建健康的社会消费环境 |



引导消费者建立负责任的消费习惯

引导和助力用户向绿色低碳生活转型

数字平台正在从根本上重塑消费者获取信息、产品及服务的方式，可以以创新的方式教育、激励和告知消费者，支持大规模的可持续选择，同时获得消费者的信任和理解。我们搭建覆盖多个消费场景的碳账户平台，让消费者了解低碳商品相关信息，也帮助其更轻松地在我们的平台上发现并选择具备可持续属性的商品和服务，引导和助力用户向绿色低碳消费行为转型。

“88 碳账户”依托我们丰富的场景触达优势，不断挖掘数字化减碳场景，为消费者呈现低碳生活全貌，覆盖餐饮、出行、办公、购物、闲置回收等多个生活侧面，并基于持续开发的减碳计量标准，将用户在阿里巴巴多端产生的减碳行为予以记录和衡量。同时，88 碳账户以守护地球心愿为价值出发点，通过减碳小激励和低碳主题活动，激发用户形成减碳习惯。2023 财年，88 碳账户体系已带动 1.87 亿用户践行减碳。

更多内容详见：
第一章 带动和赋能平台生态减碳 P43

1.87亿
践行减碳用户数

闲鱼持续助力数字循环经济

每一次闲置商品的使用，都意味着减少一次对新资源的消耗。消费者在闲鱼平台的二手交易或闲置商品回收，均可以获得“碳积分”，并通过 88 碳账户获得权益激励。

阿里巴巴打造 88 减碳日，鼓励消费者“随手减碳”

2022 年 11 月，阿里巴巴推出“88 减碳日”，集品牌建设、消费者教育和低碳消费为一体，与品牌集团共同建设低碳消费心智，打造全新的低碳消费场景。我们已与资生堂集团、伊利集团分别开展了“88 减碳日”。



助力循环经济

助力构建健康的社会消费环境

搜索是消费者获取信息的窗口，但是这个窗口也可能被滥用于传播违法与有害信息。作为电商平台，我们有义务确保平台交易不被滥用。近年来我们由“堵”到“疏”，正面引导非正常搜索[5]。

我们于 2020 年 11 月携手合作伙伴发起了“绿网计划”公益项目，截至 2023 年 3 月 31 日已覆盖淘宝、闲鱼、优酷等多个 APP。2023 财年，约 8,000 万次非正常搜索被自动处理成公益宣导教育的界面。项目已覆盖守护生命健康、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。

约8,000万次
非正常搜索被自动处理成
公益宣导教育的界面

2022 年 8 月，绿网计划继续升级。在淘宝 APP 上，用户在通过账号实名认证开通青少年网购模式后，当涉及游戏账号租赁与游戏充值、直播币充值、成人用品、农兽药及酒水类商品等非正常搜索行为，淘宝会针对性地在商品展示和售卖等环节开启“不主动推荐”、“搜索不可见”、“可见不可买”等分层保护模式，并自动处理成页面直接跳转为宣导教育的界面，推动未成年人建立有益身心健康的消费习惯。


由“堵”到“疏”，正面引导非正常搜索

5 据统计，每年涌入互联网平台的非正常搜索高达数百亿次。这些搜索涵盖野生动植物、自杀用品、游戏沉迷、甚至犯罪相关等关键词，可能给社会带来不适和风险。

助力中小微企业高质量发展

中小微企业为社会贡献了绝大多数就业机会，是实体经济中最有活力、也相对脆弱的群体。在数字化和可持续发展双转型的时代背景下，中小微企业面对着技术和人才、市场机会和商业竞争力等多重挑战。作为一家平台科技企业，我们有责任把数字技术和实体经济高度融合，驱动更安全、更高效、更广泛的产业数字化升级，同时为中小微企业提供更多能力，帮助他们在数字化浪潮中实现可持续发展。在这个过程中，为社会的规模化、高质量就业贡献力量。做好自己的同时，我们还努力发挥数字化平台的力量，尽可能的带动和帮助中小微企业实现可持续发展。

我们从以下四个方面持续助力：

- **持续发展负责任的科技 P101**
- **为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态 P108**
- **创造和促进包容性就业 P122**
- **推动负责任的生产 P129**





为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态

超4,700万

全球超过 20 多万卖家通过 Alibaba.com 触达来自超 190 个国家和地区的超 4,700 万名买家

超 500 万个

钉钉的数字生态系统拥有超 380 万的开发者，开发的“低代码”软件超 500 万个

2022 年度国家中小企业公共服务示范平台

钉钉获得“2022 年度国家中小企业公共服务示范平台”



创造和促进包容性就业

超 7,000 万个

阿里巴巴生态衍生的直接和间接就业机会超 7,000 万个

超 230 万人次

钉钉助力超 230 万人次获得数字化管理师认证

助力中小微企业高质量发展



推动负责任的生产

超 14,000 家

超 14,000 家供应商已签订《阿里巴巴供应商 ESG 行为准则规范》，已签约的供应商占比同比提升 10%

超 191 万件

淘宝天猫平台上有 409 个品牌 191 万件低碳友好商品

持续发展负责任的科技

超 17,000 项

全球授权专利超 17,000 项，同比增长超 20%

686.3 万吨

为客户赋能减排 686.3 万吨

第一

继续在开源影响力和活跃度方面都保持中国企业第一

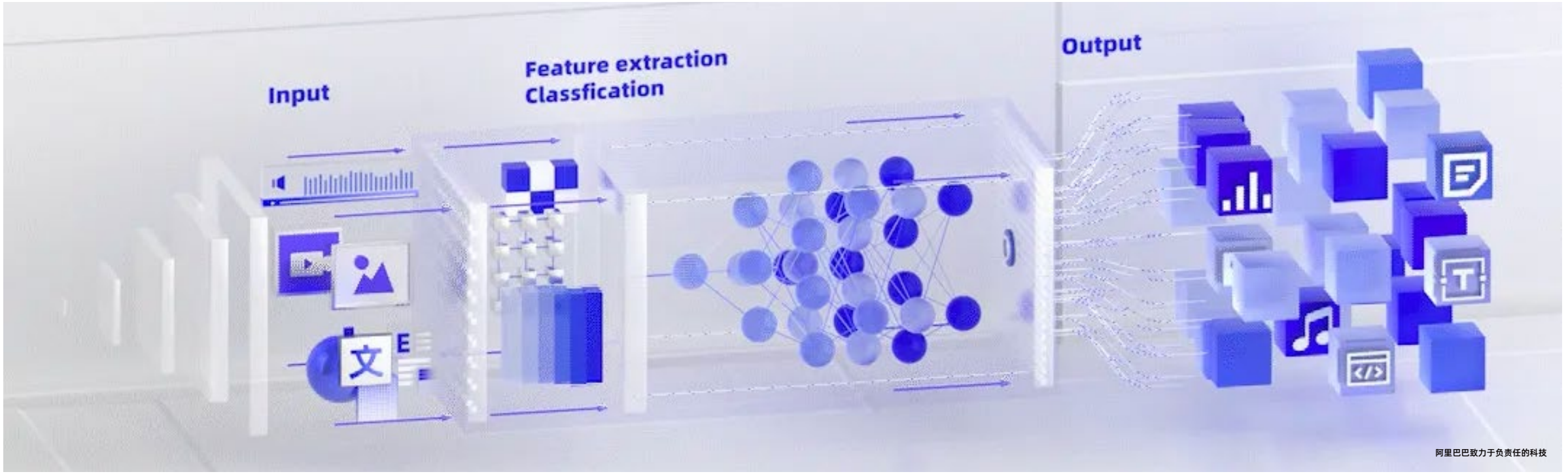
最高

亚太地区安全合规水平最高的云服务商之一

持续发展负责任的科技

科技是阿里巴巴从过去到现在，并面向未来的基石。我们崇尚科技，对技术先进性的追求始终不变，并坚定认为先进的技术是为了承担更大责任，创造更大价值。

| 高效先进 | 环境友好 | 包容开放 | 安全可信 |



阿里巴巴致力于负责任的科技

高效先进

更先进高效的产品有助于减少社会资源消耗，也更加环境友好。推动高效技术的发展，保持先进性是践行社会责任和创造社会价值的基础。为实现这一目标，我们持续在自研技术、前沿科技探索两大领域加大投入。

自研技术

前沿科技探索

超17,000项
全球授权专利数量

超10,000项
在云计算、人工智能、大数据技术等数字战略性技术的核心领域获全球发明专利数量

自研技术

从软件创新走向软硬件协同创新，主要从云产品、体系架构、底层硬件、人工智能等多维度持续提升整体效能。

截至 2023 年 3 月 31 日，我们获得全球授权专利超 17,000 项，同比增长超 20%；在云计算、人工智能、大数据技术等数字战略性技术的核心领域获全球发明专利授权累计超 10,000 项。

- 云产品层面，面向全球用户，提供包括云计算、数据库、大数据等多种高性能的云产品。其中弹性计算覆盖百万级节点，3 分钟内可支持 50 万核弹性调度能力；云原生数据库 PolarDB 计算能力最高可扩展至 1000 核以上，存储容量最高可达 100TB；阿里云连续三年入选 Gartner 全球云数据库管理系统魔力领导者象限。ODPS 一体化大数据智能计算平台最高可支持超 10 万台服务器的并行计算，单日最大数据处理规模 2.79EB，ODPS 大规模批量计算引擎 MaxCompute 连续 6 年登顶国际 TPCx-BB 榜单。
- 体系架构方面，2022 年云栖大会，发布了为云数据中心设计的专用处理器 CIPU，也是一款专门为自主研发的“飞天”操作系统而设计的专用处理器。以 CIPU 为核心的新的架构体系之下，处理器对计算、存储和网络资源进行加速，整体性能展现出较行业平均超 20% 的提升。
- 底层硬件上，基于云计算的软硬件协同创新，我们自研云计算芯片“倚天 710”已在阿里云数据中心大规模部署，算力性价比提升超 30%，单位算力功耗降低 60%。
- 人工智能领域，2022 年 9 月，达摩院发布“通义”大模型系列，打造业界首个 AI 统一底座。2022 年云栖大会上，阿里云在业界首次提出了“Model as a Service”（MaaS，模型即服务）理念，希望通过降低 AI 开发和应用门槛，将 AI 模型变为直接可用的服务。

阿里云在 2023 财年获得的主要技术类奖项

Forrester 发布的中国公有云发展及设施平台 2022 年第四季度报告[1] 将阿里云评为 11 间中国公有云服务提供商的领导者之一。在产品供应及产品策略中，阿里云获评最高分。

2022 年 12 月，Gartner 公布 2022 年度全球云数据库管理系统魔力象限报告，阿里云连续三年入选“领导者（LEADERS）”象限。

中国信息通信研究院的 Serverless 能力评测中，阿里云的 PolarDB for MySQL、RDS MySQL 数据库获得事务型数据库 Serverless 能力最高“先进级”评级。



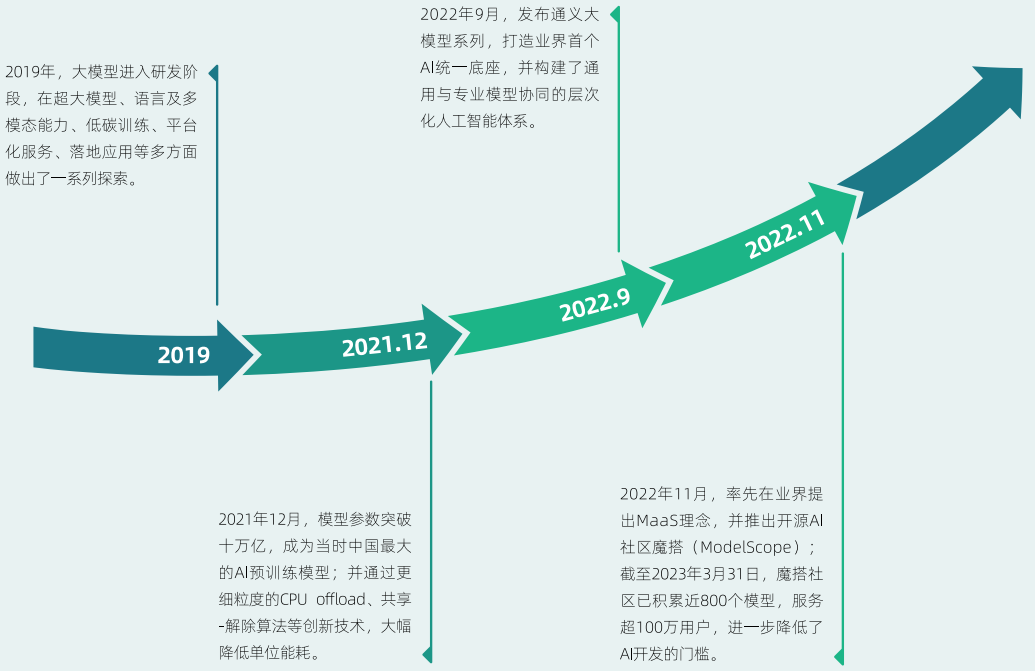
阿里云搭建以 CIPU 为体系的架构核心

1 The Forrester Wave ™ Public Cloud Development and Infrastructure Platforms in China, Q4 2022.

通义千问大模型大事记

2023年4月，正式推出大模型产品“通义千问”。该产品的推出非一日之功，而是我们多年在人工智能领域深入探索的结果。通义千问的发展，也同步印证了效率提升能够不断降低对环境的负担。





前沿科技探索

我们在基础科学和创新型技术研究方面持续投入。过去一年获得多个重要奖项，发表了多篇原创性研究论文。

前沿科技探索方面获得的主要奖项

2022 年 5 月，阿里巴巴达摩院论文《Learning to Generalize to More: Continuous Semantic Augmentation for Neural Machine Translation》获得国际 AI 顶级会议 ACL2022 杰出论文奖。

2022 年 6 月，AMiner 公布 2022 年度 AI 2000 人工智能最具影响力榜单，在计算机网络领域，阿里巴巴跻身全球十大最具影响力的网络研究机构。

2022 年 8 月，全球数据科学领域顶级会议 KDD 2022 公布，阿里巴巴达摩院团队凭借论文《FederatedScope-GNN: Towards a Unified, Comprehensive and Efficient Package for Federated Graph Learning》斩获应用科学方向“最佳论文奖”。

2022 年 12 月，达摩院决策智能实验室团队获得 NeurIPS（神经信息处理系统大会）的虚拟电厂竞赛冠军。该电力调度 AI 解决方案，创新性地融合预测技术、优化技术和强化学习，使得实验项目在用电量不变的前提下，碳排放量减少 13.6%，电费减低 28.2%。

2023 年 5 月，阿里云重点支持的 Apache Flink 获 SIGMOD 2023 System Award；阿里云与浙江大学联合撰写的论文《Detecting Logic Bugs of Join Optimizations in DBMS》获得 SIGMOD 2023 最佳论文，也是 1975 年该会议举办以来，中国大陆地区研究团队首次获得 SIGMOD 最佳论文。



阿里巴巴致力于最前沿的科技探索

环境友好

清洁算力是云计算创造社会价值的关键，也是未来算力乃至数字化发展的重要支撑之一。全球数据中心已颇具规模并仍在扩展，数据中心节能降碳的需求不断提升。我们认为在这一阶段融入环境友好的因子，不仅能使自身更绿，也是助力客户实现绿色发展的有效方式。2023 财年，我们自建数据中心 PUE 降低至 1.215，处于亚洲领先水平。阿里云的客户使用云计算代替本地数据中心，赋能客户减碳 686.3 万吨。同时我们也积极把绿色计算的内涵延伸到数智化领域，在绿色人工智能及数智化助力社会绿色转型、高效治理方面大力投入。

更多内容详见：
第一章 可持续的运营和价值链 P31

包容开放

前沿技术的可得性和普惠性是当下中小微企业发展的基础。我们不断降低科技门槛，在推动技术和商业结合的同时，建设开放技术生态，向中小微企业分享技术红利。

科技发展的过程本身就具有普惠性

用商业来推动科技的可得性和可承担性

通过技术、数据和商业场景的开放来支持科技包容性发展和前沿研究

科技发展的过程本身就具有普惠性

过去十年，由于技术创新、规模化等各方面的努力，阿里云的算力成本下降了 80%，存储成本下降了将近 90%，可以为更多中小微企业和开发者提供普惠算力。

用商业来推动科技的可得性和可承担性

淘宝天猫等电商平台有上千万的中小微商家，他们已在平台上借助云计算的高效能力来运营商业；可以说，数字平台所承载的前沿科技和中小微企业的结合，是数实融合的一大特色。同时，我们为全球范围内 400 余万家客户提供云计算服务。此外，在过去的一年里，我们还通过折扣优惠、免费试用及提供平台对接产业机会和金融资源等各种方式来支持中小微企业更好发展。



用商业来推动科技的可得性和可承担性

阿里云中小微企业数字化服务

阿里云针对中小微企业持续推出一系列赋能服务，助力成长。2022 年 9 月，阿里云积极响应工信部的号召，联合百余家生态伙伴推出“中小企业数字化服务节”，精选 200 多项优质服务权益，并通过 50 多场各类线下线上活动，支持中小微企业云上创新；2023 年 4 月，对外发布“飞天免费试用计划”助力开发者学习与成长。

技术赋能：“飞天免费试用计划全面开放包括 ECS、数据库 PolarDB、机器学习 PAI 等在内 50 款云产品的免费试用，时长最多可达 3 个月；支持构建包括在线、大数据类、AI 等不同类型应用及 serverless 的开发模式。

创新创业平台：阿里云为中小微企业和其创业者提供一站式创新创业平台，帮助他们学习、成长及交流，连接阿里云及生态伙伴的各类创新创业资源，在云上构建自己的业务。

渠道及资本赋能：我们以平台赋能促进数字经济与实体经济的融合发展，利用平台企业渠道优势，为中小微企业提供品牌推广及培训服务，拓展市场。并结合中小微企业数字化融资需求，为他们提供线上线下路演会，助力对接金融机构。

通过技术、数据和商业场景的开放来支持科技包容性发展和前沿研究

开源技术发展

我们是开源技术和技术开放生态坚定的信仰者和推动者。《2022 开源年度报告》显示，我们继续在开源影响力和活跃度方面都保持中国企业第一。

我们开源的四大主要领域有云原生，AI 大数据，数据库和操作系统。2023 财年推出了新的重大开源项目，包括专门解决应用混布的 koordinator、低代码框架 Lowcode-engine、开源大模型平台 ModelScope、阿里搜索的重点产品 HavenAsk、云原生数据库 PolarDB-for-PostgreSQL 等。而原有的优势项目，比如 Apache Flink 、Apache Dubbo、Apache RocketMQ、Nacos，也在持续保持投入。在中国企业发起并捐献到 Apache 基金会的项目中，我们占据榜首。截至 2023 年 3 月 31 日，我们自主开源项目在 GitHub 累计 Star 数已超 100 万。

第一
在开源影响力和活跃度方面都保持中国企业

超 100 万
自主开源项目在 GitHub 累计 Star 数已超

开源技术领域所获奖项

2022.5
2022年5月，阿里巴巴经中国信息通信研究院认证成为首批”可信开源合规计划正式成员”

2022.9
2022年9月被评为“中国信息通信研究院-OSCAR尖峰开源企业（开源运营与生态建设）”

2022.12
2022年12月中国开源云联盟(COSCL)组织的2022年度评选活动中，获“优秀开源创新企业”

2023.1
2023年1月，我们主导的Flink、Dubbo、龙蜥操作系统、Seata、Nacos等多个开源项目通过了工信部电子标准院的成熟度评估，并获得“优秀”评级

AI 模型开源社区——魔搭 ModelScope

由于开发门槛高、定制化需求高、模型众多等问题，AI 在产业上的应用一直挑战很大。为了解决这一难题，2022 年，我们提出模型即服务（Model as a Service）的理念，并联手中国计算机协会开源发展委员会共同推出了 AI 模型社区”魔搭”ModelScope。首批合作方还包括澜舟科技、智谱 AI、深势科技及多家科研机构，共同搭建国内首个通用的模型交流平台。

魔搭社区首批上架模型覆盖视觉、语音、自然语言处理、多模态等 AI 主要领域，其中，超三分之一为中文模型，包括通义大模型系列、澜舟科技的孟子系列、智谱 AI 的多语言预训练大模型等。

魔搭社区还重点提供了易用的模型使用平台。从代码下载、安装部署再到效果验证，以前往往需要数天，现在只要几个小时甚至几分钟；在线 0 代码就可体验模型效果，1 行代码实现模型推理，10 行代码实现模型调优和定制。

魔搭社区坚持中立开放原则，其模型兼容多种主流 AI 框架，支持多种训练与服务部署方式，用户均可自主选择。社区面向所有开发者开放，将实行理事会管理，不以盈利为目标，旨在推动 AI 大规模应用。

截至 2023 年 3 月 31 日，魔搭社区已积累近 800 个模型，服务超 100 万用户，模型累计下载次数超过 1,600 万，降低了 AI 开发门槛。



阿里云推出 AI 模型社区“魔搭”

Apache Flink 成为实时计算领域主流开源框架和分布式处理引擎

ApacheFlink 是 Apache 软件基金会项目，也是被广泛使用的开源大数据计算引擎之一。2019 年，阿里巴巴收购 Flink 创始公司 Ververica，并成为 Flink 社区最大推动者。基于 Flink“流批一体”的技术，越来越多的企业选择 ApacheFlink 应用于自身的业务场景，如底层平台建设、实时数仓、实时推荐、实时分析、实时大屏、风控、数据湖等场景。借助 ApacheFlink 解决实时计算的需求，已成为实时计算领域主流开源框架和分布式处理引擎。随着持续不断的共建，已有超 100 家公司参与代码贡献，并连续 3 年蝉联 Apache 基金会最活跃项目。



阿里巴巴成为 Flink 社区最大推动者

支持开放式学术研究

为支持学术研究、助力构建基础科学研究生态，我们和海内外顶尖研究机构合作，资助青年学者的前沿探索，发起和赞助激发大众科研兴趣、提升全民科学素养的活动。

在与高校联合展开研究合作方面，设立阿里巴巴创新研究计划（AIR），通过向高校科研人员开放阿里巴巴自身业务场景、技术问题与数据，及投入技术人员与高校协同研究，以推动产生国际一流的学术成果。2023 财年我们与国内外高校新开展多个 AIR 科研合作项目，支持了高校在碳中和、大模型、虚拟化、数据库等国际前沿技术领域开展技术攻关，并发表顶级科研成果。

在鼓励青年学者前沿探索方面，为发掘和支持 35 岁及以下中国青年学者，我们设立了青橙奖。2022 年，我们收到全国 135 所高校院所近 500 份有效申报材料，这些参评青年学者获得近 200 位院士、19 位大学校长、2 位诺贝尔奖得主倾力推荐，最终诞生了 15 位“青橙学者”。他们来自理论数学、量子物理、生命医学、化学材料、软件安全、端边云协同智能、第三代半导体等领域，研究尺度从浩瀚宇宙到极微生命，覆盖多个重大科研方向。



2022 达摩院青橙奖

在普及倡导大众参与方面，我们设立了全球数学竞赛，向全社会弘扬尊重、热爱基础科学的风尚。自 2018 年首次举办竞赛以来，全球六大洲累计超 18 万名选手报名参与，大众参与度和国际化水平持续提升。2022 年，来自全球 60 余个国家的 55,028 人注册报名，创历史新高。竞赛指导委员会共有 15 名来自亚洲、欧洲和北美七个国家的顶尖专家。决赛入围名单中，海外选手占比 26%。



2022 阿里巴巴全球数学竞赛

安全可信

技术要助力社会发展，首先须获得各方的信任支持。我们通过保障隐私和数据安全、守护科技伦理和优化提升客户服务三个角度，来打造安全可信的技术。

隐私保护和数据安全
守护科技伦理
优化提升客户服务

隐私保护和数据安全

阿里云致力于加强全球化业务布局的合规体系建设。作为亚太地区权威安全合规水平最高的云服务商之一，阿里云以 130 多项全球安全合规资质的标准严要求、重落实，不断提升云平台安全合规水位，并以此支持云上客户及组织，高效满足所在地区和相关行业的安全合规要求。此外，阿里云的整体安全能力获得多家国际权威分析机构（Gartner/Forrester/IDC）的高度认可。截至报告发布日，阿里云获得了新加坡网络安全局最新推出的组织网络安全最高级别认证（Cyber Trustmark）、欧盟独立监督机构 SCOPE Europe 的 EU Cloud Code of Conduct 二级认证（符合 GDPR 要求）、英国标准协会 BSI 颁发的可信数字云最高级别钛金奖及其他全球性的数据安全管理体系认证，包括 ISO/IEC 27701: 2019、ISO/IEC 29151:2017、ISO/IEC 27018:2019、ISO/IEC 27799: 2016、BS 10012:2017 和 TRUSTe 等。

更多内容详见：
第七章 隐私保护和数据安全 P181

守护科技伦理

有担当和责任的科技，才能获取社会信任。2023 财年，我们成立了阿里巴巴科技伦理治理委员会，提出六项基本准则——“以人为本、普惠正直、隐私保护、安全可靠、可信可控、开放共治”。这是公司在科技伦理治理方向上的进一步升级。

更多内容详见：
第七章 科技伦理 P184

优化提升客户服务

我们成立的客户服务与体验部，通过专业化与标准化的服务保障客户体验，帮助客户实现业务价值。截至 2023 年 3 月 31 日，已服务了来自 200 多个国家的 400 余万个客户。通过电话、在线、工单、钉钉等多种方式为客户提供售前咨询与 7*24 小时售后服务，并依托于专业的服务流程体系与平台，优化响应速度，保障服务质量；持续建设主动服务能力，通过智能巡检和主动风险预警，让客户提前知晓潜在风险，了解应对策略和优化建议。我们同样重视保护客户权益，在官网设立举报中心、投诉入口，受理客户投诉，追踪处理进度，推动产品及用户体验优化。



阿里巴巴不断提升云平台安全合规水位

为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态

我们以多种形态的数字化平台汇聚和服务了千万级的中小微商家。其中，淘宝天猫是全世界领先的电商平台，钉钉则是领先的中小微企业组织协同办公和应用开发平台。我们持续通过技术创新和普惠服务，为中小微企业提供发展机遇、构建数字化的商业基础能力，共建良好的数字化经营环境，在数字时代“让天下没有难做的生意”。

| 通过连接市场为中小微企业带来发展机遇 | 为中小微企业增强数字化商业能力 | 和中小微企业共建良好的数字化经营环境 |



为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态

通过连接市场为中小微企业带来发展机遇

平台具有广泛的连接性。我们帮助中小微企业连接到不同的消费大市场，让他们发挥所能，获得广阔的发展机会。

- 连接国内大市场
- 促进全球市场互联互通

连接国内大市场

以淘宝、1688、饿了么为代表的数字平台通过广泛连接为千万中小微企业和亿万消费者共同打造了一个商业和生活的生态。这一生态能让“小微、小众”被市场看见，从而为中小微企业和创业者提供发展机遇。

这些创业者拥有不同的背景，既有传统文化传承人，也有寻求自主就业的毕业生。2022 年，淘宝的手工艺人店铺数量超 3 万家，其中，半数以上为女性[2]。应届毕业大学生在淘宝开店的人数达 51 万，农村户籍的大学生占比达 71.4%[3]。

电商助力“非物质文化遗产”高质量发展

非物质文化遗产（以下简称“非遗”）承载着人类社会的文明，是世界文化多样性的体现。保护非遗对于可持续发展有深远意义。2019 年底，结合电商平台特色，我们发起“淘宝手艺人”项目，希望帮助以非遗传承人、手工匠人为代表的手艺人商家群体提升线上经营能力，增强其在消费市场的曝光，促进他们的发展与成长。

我们通过与地方政府及非遗保护中心合作，持续对非遗传承人进行电商运营培训。过去三年组织了近 400 场次的线上手艺人专场营销活动，帮助他们的淘宝店铺获得曝光和精准流量；线下，除了在一年一度的淘宝造物节设置非遗和手艺人专区外，我们还会在多个城市举办淘宝手艺人线下市集和展会，让更多消费者近距离认识和了解这些手艺人和他们所坚守的工艺及所蕴含的文化。

淘宝店主携手绣娘，重唤“苗绣”生机

2014 年，80 后女匠人王丹青创立了“王的手创”工作室及淘宝店，店铺主打原创刺绣产品，坚持复兴传统手艺。在淘宝电商的网络放大效应下，手工爱好者的兴趣尝试迎来了订单量的逐渐上升，品牌成立初期单人设计、刺绣、赶制订单的经营模式就开始面临产能压力。2015 年，她决定在贵州、云南、四川等省份建立手工基地，让居于偏僻地区的手艺人能通过电商平台赚钱养家，同时让历史悠久的传统工艺薪火相传。截至 2023 年 3 月 31 日，苗族绣娘从最开始的 20 多位，增长到全国各地累计 5,000 名左右。数量众多的民间高手成为“产品和技术合伙人”，使古老技艺和都市生活结合的商品力悄然成形。



王丹青指导凯里塘寨村手工艺人制作手创

2 数据来源：《2022 非物质文化遗产消费创新报》。
3 数据来源：《2022 电商平台大学生就业创业研究报告》。其中，应届毕业大学生的定义为毕业两年内的大学生。

促进全球市场互联互通

我们努力从三方面助力企业实现全球市场的互联互通：帮助全球商家在全球范围内实现贸易往来；帮助中国中小微企业走出去；为世界各地的中小微企业连接当地机会。

助力全球跨境电商贸易

B2B 数字贸易服务平台——Alibaba.com，是阿里巴巴集团的第一个业务板块，致力于让更多的中小微企业成为跨国公司，帮助中小微企业通过新技术，更加简单、安全、从容地面对日益变化的全球市场，实现数字化出海和高水平发展。

2023 财年，全球有超过 20 多万卖家通过 Alibaba.com 触达来自超 190 个国家和地区的超 4,700 万名买家。

超20万　超4,700万

全球有超过 20 多万卖家通过 Alibaba.com
触达来自超 190 个国家和地区的超 4,700 万名买家

乌兹别克斯坦企业借力数字贸易卖全球

2021 年 7 月，Alibaba.com 与乌兹别克斯坦投资和对外贸易部出口促进机构展开合作，为入驻的乌兹别克斯坦企业提供“全球金牌供应商”服务，帮助其进入全球线上市场。截至 2023 年 3 月 31 日，乌兹别克斯坦已有 78 家企业入驻 Alibaba.com，涉及纺织品、家具、服装鞋帽、儿童玩具、农产品等多个品类。

我们于 2016 年提出世界电子贸易平台（eWTP）倡议，旨在通过数字技术和跨境合作，促进更加便捷、创新和包容的全球贸易。eWTP 与合作国家及地方政府携手共建，积极通过商业实践促进数字经济发展，探索数字贸易新规，联动全球合作伙伴推进数字贸易，完善数字物流网络，搭建公共服务平台，开展数字人才培养。截至 2023 年 3 月 31 日，eWTP 已在 7 个国家开展了 10 个合作试点。

从四个方向推动世界电子贸易平台发展

推进数字贸易

通过多个电商平台为中小微企业提供不同的电商解决方案，帮助更多中国企业走出去，帮助发展中国家的中小微企业卖全球。

完善数字物流网络

努力推动数字物流网络建设，为中小微企业提供集约化服务，降本增效。截至2023年3月31日，我们携手合作伙伴建设的亚非欧物流枢纽，分布在中国香港、马来西亚、泰国、比利时等，帮助当地区域提升电商物流时效。

搭建公共服务平台

推动搭建政务和商务服务为一体的数字化平台，支持对接海内外关税汇等相关部门，为商家提供物流、金融和关、税、汇等一站式的数字化解决方案，最大程度实现贸易便利，降低企业合规成本。

开展数字人才培养

针对合作国家和地区的公共机构、企业家、大学院校提供不同的数字经济能力建设项目，旨在通过分享中国和阿里巴巴在数字经济方面的实践经验，帮助新兴市场建立并加强对数字技术的理解，帮助培养本地数字经济的人才，促进贸易普惠。

与非洲地区加强贸易合作，助力中小微企业卖全球

2019 年底，埃塞俄比亚政府与阿里巴巴签订 eWTP 合作整体框架协议。2021 年，埃塞俄比亚 3 个本土咖啡品类首先上线天猫国际。2022 年 8 月中旬，合作升级到产业链上游，把来自埃塞俄比亚特定产区的咖啡豆按照中国消费者口味烘培，并上架盒马 X 会员店。这一合作不仅让消费者以比市价便宜约 30% 的价格享受到新鲜的精品咖啡豆，同时因中间环节减少，也让咖啡农户增加了 30% 的收入。2022 年 12 月，天猫国际上线 3 款埃塞俄比亚定制款咖啡，助力埃塞俄比亚进一步扩大出口。

2023 年 3 月，在 eWTP 和卢旺达合作框架下，Alibaba.com 和卢旺达发展局（RDB）正式签约，以帮助卢旺达中小微企业（以咖啡和茶叶行业为主）通过 Alibaba.com 出口全球。Alibaba.com 将提供全面的电商经营指导，帮助卢旺达中小微企业建立线上店铺、选择适合的商品、优化店铺经营等。



eWTP 助力埃塞俄比亚咖啡扩大出口

泰国首个数字自贸区让跨境电商时效插上了“翅膀”

2022年12月8日，eWTP与泰国共建的首个数字自贸区（eWTP Thailand Duty-Free Zone）开始试运营。同时上线的 eWTP 泰国公共服务平台通过使用实时定位电子关锁、全流程无纸化等数字化手段，支持泰国海关的全流程实时监管，实现货物可追溯，保证货物完整、安全，将两国之间的跨境电商履约时效从 10 天缩减到 3 天。

帮助中国中小微企业数字化出海

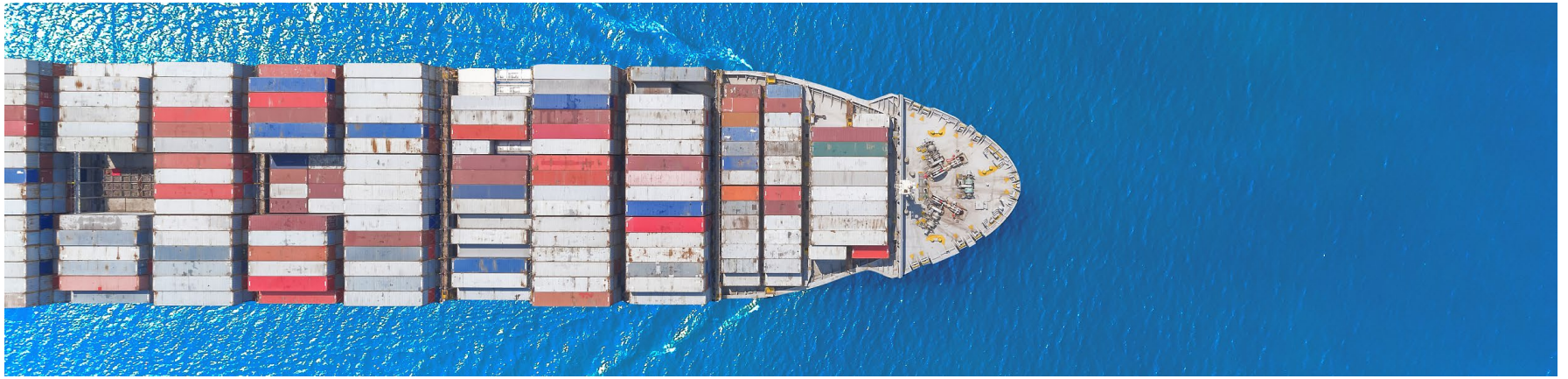
我们一直致力于帮助中小微企业把产品销往海外，让他们更容易触达广阔的全球市场。Alibaba.com 帮助精准匹配跨境贸易买卖双方的业务需求，提供数字化营销、交易、金融及供应链服务。

2023 财年，Alibaba.com 升级了从交易到交付再到售后服务的全链路数字外贸综合服务解决方案，重点完善和升级跨境物流、跨境收付款、外贸生意工作台等外贸服务的重点板块，进一步帮助商家降本增效。

数字化跨境 B2B 物流服务（Alibaba.com Logistics），把以前分散的运力，整合成一站式可视化的物流解决方案，面向全行业发布。超 26,000 条运力专线为中国外贸中小微企业提供高效的海陆空快、多式联运选择。

跨境资金服务工具 Alibaba.com Pay 以多种数字技术保障跨境资金的交易安全和便捷，为跨境贸易商家提供在线一键注册，最快注册当天享受收款账户的服务，人民币提现一般 4 小时即可到账，被商家称为“跨境收款神器”。

外贸生意智能工作台 OKKI，不仅帮助商家全方位获客，还利用智能化技术助力商家在客户管理、数据分析等方面科学经营，让外贸生意管理变得更简单。



阿里巴巴助力中国中小微企业数字化出海

Alibaba.com 发起“数字展会”专项行动

2022 年末 Alibaba.com 启动了数字展会专项行动，通过线下实体展会和线上数字展会联动，让外贸企业轻量化、低成本触达海外买家，高效拓展美国、德国、英国、日本、澳大利亚、土耳其、印度、巴西、迪拜等海外市场。截至 2023 年 3 月 31 日，已推出 11 场数字展会，2 万家中小外贸商家参与其中。



Alibaba.com 推出”数字化展览“，助力外贸企业触达海外买家

同时，我们还为商家提供了多样的基础工具、服务与培训，以帮助解决中小微企业面临的国际贸易规则复杂、贸易人才缺乏等难题。

eWTP 公共服务平台助力中小微企业合规与风险管理推出合规工具

阿里巴巴 eWTP 公共服务平台是一个多双边贸易的数字化公共服务平台，其重要职能之一是基于贸易各环节，为中小微企业提供包括数字清关、智慧税则、数字合规及数字归类、法律风险咨询等跨境贸易服务。2023 财年，一系列新工具和服务上线。

2022 年 7 月 8 日，上线 RCEP 关税查询工具，中小微企业可在线查询中国与其他 RCEP 协定国间的关税税率、最优惠税率和原产地规则，为商品出口提供参考，有效提高中小微企业政策解读的能力和效率。

2022 年 10 月 18 日，上线合规查询工具，企业可自行查询出口海外商品的产品相关的法规要求，详细标准，合规服务商的推荐等，降低中小微企业的合规成本和跨境贸易的风险。

2023 年 1 月，在合规平台基础上整合优质法律资源，为复杂国际贸易环境下的中小微企业提供应对海外恶意诉讼的普惠服务。

助力全球中小微企业本地繁荣

中国数字经济发展在规模和商业模式创新上持续领先，为全球其他地区，尤其是新兴和发展中经济体的经济数字化及电商发展，提供了丰富的经验。

2017 年，我们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。报名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 已培训来自亚洲、非洲、拉美及欧洲的 60 多个国家和地区的 140 余位公共机构人员、近 4,000 位企业家，还包括卢旺达、埃塞俄比亚和巴基斯坦等 16 个国家的近 2,000 位海外高校教师和 40,000 余位青年学生。

2023 财年，我们进一步推出了跨境品牌经理人资格认证和跨境电商人才培训课程，为中小微企业的全球化培养人才储备，从而助力更普惠的数字经济全球化发展。



阿里巴巴全球创新与发展倡议计划（AGI）将中国数字经济经验带向全球

Lazada 推进本地制造商的发展

为助力恢复社区经济，提高新加坡消费者对本地制造商的认知，Lazada 旗下线上超市 RedMart 与 19 家新加坡本土食品制造商、农户合作，生产、销售各式各样的当地农产品及本土美食。RedMart 的自有品牌产品，近 30% 是本地采购。所有这些本地制造的产品都没有添加防腐剂。这些聚焦于本土产品的合作有利于资金在当地自循环，从而支持当地经济的发展。



Lazada 与新加坡本土食品制造商合作

Lazada 通过以老带新助力新卖家发展

商家在经营过程中面临着从技术问题到市场营销的各种挑战，这些挑战对于新商家来说尤为突出。为此，Lazada 启动“Buddy Mentorship Program”将新卖家 / 缺乏经验的卖家与经验丰富的专业卖家匹配，进行点对点教学。截至 2023 年 3 月 31 日，项目已累计覆盖超 10,000 个卖家社区，成功支持了 1,000 多名入选的卖家，在印尼、越南和泰国的 200 多名志愿导师的帮助下，参与的卖家实现了超 60% 的 GMV 增长和高达 50% 的订单增长。



Lazada 启动以老带新项目助力新手商家起步

马来西亚的”淘宝村”

2019 年，在马来西亚从事物流包装业务的 Eddie Mok 到杭州参加完“阿里巴巴创业者扶持计划”之后，发起“数字乡村”计划，把“淘宝村”带回了马来西亚农村。

Eddie Mok 先成立了 Parcel365 公司，在马来西亚农村铺设智能快递柜，并与当地政府合作，将物流服务覆盖到马来西亚 9 个州，同时帮助当地农民学会使用电商。随后建立 Shopla365，联合 Lazada 等平台，帮助把农产品卖到城市乃至境外。为培养更多农村电商人才，Eddie 还启动了 Edu365，为当地农民提供电商知识。

过去一年，Eddie Mok 继续深入马来西亚农村，通过与 ConnectMe Now（马来西亚东亚卫星公司的 WIFI 热点服务）和阿里巴巴国际站货通全球项目（Alibaba Fulfillment Service）合作，为偏远农村提供所需的电、网、物流等基础设施服务，使偏远农村居民也能享受到和城市一样的商品和服务。目前服务马来西亚农村共计 489 个，覆盖人数超 12 万。

2023 年 1 月，Parcel365 与马来西亚卫星通讯营运商 Measat Global 合作开展“数字农村 365”计划，通过接入高速宽带提升农村地区及低收入家庭的数字化程度。Parcel365 和 Shopla365 将在 Measat Global 指定地点提供物流和电子商务平台服务及培训课程，克服偏远村庄没有合适取件地址的挑战，激发村庄数字化潜力。



Eddie Mok 将数字经济带到马来西亚农村

> 我今天在马来西亚做的所有的事情，90% 以上是学习了中国的农村淘宝模式。
>
> —— Eddie Mok

为中小微企业增强数字化商业能力

为中小微企业创造市场机遇的同时，我们还提供一系列数字化工具和服务助力他们发展，并尽可能提供数字化商业的培训和学习机会，促进其走上数字化转型快车道。

- 数字商业经营
- 数智商业决策
- 数智化协同与管理
- 数字商业技能培训

数字商业经营

围绕企业经营需求，从数字商业经营工具、数字化供应链能力及本地化服务三大领域，提升中小微企业经营数字商业的全方位能力。

阿里巴巴为企业数字化经营提供多方位的工具和服务



提升数字商业经营工具

在淘宝天猫平台，我们联合第三方生态伙伴一起为中小微企业提供包括软件、内容、供应链等数智化企业服务，通过“千牛”为商家提供一站式商户平台，创业者可随时随地使用包括商品管理、订单管理等在内的一系列数字化经营工具。2023 财年，超千万商户通过千牛进行店铺管理。同时通过不断丰富和升级商家经营工具和服务，加强移动端经营能力建设，持续提升商家的经营体验。

商家体验提升项目一览			
	2023财年，我们启动了一系列商家体验提升项目，助力商家更顺畅在平台上发展数字商业。	开店入驻更快捷	自动化审核缩短商家等待时长。
		商品发布更简单	智能识别图片提升商品属性信息填写效率。
		订单管理更放心	强化的数据安全提升消费者隐私保护和管理效率。
		风险报备更及时	疫情物流异常升级为秒审通过。
		客服接待更高效	丰富客服接待转化工具，提升客服接待效率。
		财务开票更便捷	提供普惠便捷发票工具，助力商家财务管理。
		营销准备更充分	帮助商家提升营销能力和活动参与效率。
		问题分析更智能	自动化产出评价分析报告，帮助商家改进商品和服务。
		数据使用更清晰	客服人工和机器人接待的数据看板清晰展示店铺经营数据指标。
		商家求助更便捷	41种智能工具秒级响应和一对一人工客服24小时内解决商家申诉。

提升数字化供应链能力

中小微企业常常面临优质货源少、货源服务缺少保障等问题，供应链能力亟待提升。2023 财年，千牛商家工作平台逐步向中小微商家免费开放“精选货源”服务，商家可以借此快速找到有实力的供货方，并可一键铺货到自己店铺。

借助面向上游生产制造企业的 1688 数字平台能力，我们还推出“一件代发”模式，即面向淘宝、抖音、快手等各类下游中小微商家，对接拥有丰富供给的生产制造企业。该模式可帮助他们获取优质商品，轻松创业，同时将单个商品的铺货上架过程从 1 个小时缩减到几秒钟，大大提高经营效率。截至 2023 年 3 月 31 日，已有超 20 万供应商能够提供 48 小时发货、7 天无理由退换的一件代发服务，交易订单超 1.1 亿笔。

> 代销（一件代发）更多面向一些小 B 卖家，一些新创业卖家，恰好这类卖家缺少资金方面或选品方面的能力，通过分销让更多小 B 卖家降低创业风险
>
> —— 深圳市启迈电子科技有限公司总经理 张勇

消费者需求日趋个性化，商家越来越需要定制化、灵活的供应链服务。2022 年，1688 推出“闪电定制”服务，在工厂不改变生产模具及流程工艺的前提下为中小商家提供快捷定制服务。1688 平台实现可记录定制需求，同时平台提供的在线排版工具也让定制需求更加直观。“闪电定制”服务已实现 1 小时出图 7 天出货。截至 2023 年 3 月 31 日，有 42 万家工厂参与提供定制服务，覆盖多行业。2023 财年，累计达成近千万笔订单。

加强本地化服务，助推产业带数字化转型

电商运营对于广大中小微生产制造企业来说，是完全陌生的领域，极具挑战性。因此，我们设置了产地服务团队驻厂服务，助力其捕捉电商机遇。截至 2023 年 3 月 31 日，1688 联合第三方服务伙伴，合计 1.5 万名产地服务人员为中小微企业提供贴身服务。

产地服务人员助推产业带数字化转型

支持工厂选品组合

为工厂提供市场需求的洞察与研判、商品组合销售策略和SKU管理等建议。

协助工厂线上成长策略

为工厂提供线上主图设计、文字表述、详情页展示、价格卡位等方面的线上营销策略指导。

生产工艺优化建议

基于对所在行业的产品制造过程、生产工艺、材料组合的深度钻研，形成精确的商品成本辨析能力，为工厂提供生产工艺的修改建议。





阿里巴巴助力产业带数字化转型

数智商业决策

数字经济发展中，数据作为新生产要素大规模涌现，并越来越高效智能地应用于社会经济活动，这使得决策的数智化水平成为中小微企业参与数字商业竞争越来越关键的能力。

2014 年推出的“生意参谋”，为商家提供有关业务、市场和竞争格局的分析，及在线辅导和培训，帮助商家用数据更好经营店铺。截至 2023 年 3 月 31 日，我们对约 650 万商家使用的生意参谋进行了全面优化，让核心数据更清晰，结构更简单，降低理解成本的同时提升加载速度，让商家对于生意参谋的满意度同比有所提升；另外，为商家增加了“智能诊断”的数据洞察服务，将复杂的数据诊断转变为通俗易懂的解读和建议，为商家经营出谋划策。2023 财年，有近 300 万商家使用了智能诊断服务。

我们还制作了生意参谋的免费培训课程。截至 2023 年 3 月 31 日，共计超 6.6 万人次经过在线培训考试获得了生意参谋的技能认证证书。



> 参加生意参谋考试让我重新理解了怎样去做一家合格的、能赚钱的店，之前的操作路径太过于死板，很多事情以为做到了心中有数，实际上跟一个合格的抑或说是优秀的运营对比来说差得简直是天差地别。
>
> —— 天猫家居类目卖家郎胜家居专营店

为了更广泛服务平台内外的企业数智化经营，2023 财年我们正式对外发布专注企业数智服务的品牌“瓴羊”，提出并升级 DAAS 体系（Data+ Analytics+ Applications+Success）。瓴羊的产品包含智能数据建设与治理 Dataphin、数据可视化分析 Quick BI、经营参谋、消费者运营增长工具 Quick Audience、企业资源管理瓴羊 ERP、全触点智能服务管理 Quick Service 等，涵盖企业售前、售中、售后全链路经营需求。借助这些产品，希望能够助力企业有数据可应用、靠数据来思考、用数据来决策。



Quick BI 助力企业高效决策分析

数据分析是企业经营决策的重要基础。Quick BI 通过智能的数据分析和可视化能力帮助企业快速构建分析系统，让数据在企业内充分流动，发挥数据价值。Quick BI 连续 4 年进入 Gartner ABI 魔力象限的产品，并于 2023 年跃升至“挑战者”象限。

“原本需要花费两周的报表视图开发任务缩短至一天就能配置完成。”

—— 跨境电商子不语数据团队负责人 黄国进

经营参谋助力企业多平台、多渠道经营

随着电商业务的发展，商家不再局限在单一平台开店，横跨多平台、多渠道、多店铺的数据决策分析成为经营刚需。在生意参谋的基础上，瓴羊推出全渠道经营分析产品——经营参谋，其是面向商家多渠道经营的一站式策略分析、决策、行动的智能数据平台，助力商家全渠道经营效率提升。

主营餐具的 alaniz 旗舰店表示，经营参谋的店铺数据维度抓取远比人工精细，并且省去很多时间，多店数据的整合帮助很大。

数智化协同与管理

数字技术深刻改变经济社会形态，驱动数字产业化走深向实，产业数字化快速推进。中小微企业在人才、资金、技术和管理方面相对薄弱，在数字化运营方面存在难点痛点。如何规模化、低成本地帮助他们运营提效，是我们持续努力的方向。

我们通过云和钉钉不断探索技术和商业上的可行路径。钉钉已搭建了一个全球领先的基于“PaaS 平台[4]+SaaS 生态[5]+ 低代码工具”的数字生态系统。截至 2023 年 3 月 31 日，提供超 1,500 款 SaaS 应用；拥有超 380 万开发者，通过钉钉平台其开发的“低代码”软件超 500 万个。

基于这个数字生态系统，我们以丰富的 API 开放接口和系统集成的连接器，帮助中小微企业以更低成本、更灵活、更高效的方式开发协同办公、智能人事、ERP、设备管理、项目管理、采购管理等应用，大幅降低企业数字化转型的技术和资金门槛。钉钉正在开展智能化建设，通过接入“通义千问”等大模型，在 IM、文档、低代码、音视频等进行全面智能化，助力千行百业尽快实现数智化升级。

超380万
钉钉数字生态开发者数量

超500万
“低代码”软件数量

国家中小企业公共服务示范平台
钉钉获得 2022 年度国家中小企业公共服务示范平台

截至 2023 年 3 月 31 日，钉钉用户数超 6 亿，企业组织数超 2,300 万。大部分是中小微企业。钉钉与生态伙伴的服务覆盖包括政务、教育、制造、医疗、互联网、零售、物流等在内的 20 个国民经济行业，遍布 135 个城市。经工业和信息化部办公厅认定，钉钉获得 2022 年度国家中小企业公共服务示范平台。

数字化转型需以安全可靠为保障。钉钉高度重视平台上企业的信息安全，在安全技术和机制设计上持续投入，已获得超 15 项安全合规资质，成为国内获得权威合规资质最全的企业办公协同产品之一，其中包括国家公安部监督认证的网络安全等级三级保护认证、ISO 20000 信息服务管理体系认证、ISO 27001 信息安全管理体系认证、可信云企业级 SaaS 评估认证等。钉钉还获得了由普华永道国际会计事务所出具的 SOC2 TYPE II 和 SOC3 以安全性、保密性和隐私性为审计重点的安全审计报告。2022 年 11 月，获中国信息通信研究院“铸基计划”办公即时通信软件卓越级安全证书。



钉钉推出 AI 智能创作助手

“小快轻准”解决方案“咖咖智造”

钉钉联合生态伙伴阿内咖咖，面向制造业企业，发布了基于钉钉低代码平台“宜搭”的解决方案“咖咖智造”。咖咖智造通过开发钉钉平台应用“智造钉”，聚焦制造业工厂中订单、排程、物料、生产、质检、设备等核心场景，解决制造业管理与生产过程中数据统计难、流程不透明、数据孤岛林立等问题。工厂的数据实现可视化和透明化，帮助缩短生产周期 35%、降低次品率及次品成本 25%，提升员工生产效率 20% 以上，同时让生产数据的汇总和分析效率提升三倍。

4 Platform as a service, 平台即服务。
5 Software as a service, 软件即服务。

数字商业技能培训

中小微企业的数字化转型，不仅需要工具，更需要善用数字化工具的工作者和具有数字化管理思维的企业家。我们不仅为电商平台上的中小微商家提供免费的电商课程，以帮助从业者技能提升，还搭建了“云课堂”，为更多企业提供内部数字化的学习平台，以解决数字化经营和管理下人才发展难题。面向欠发达地区和全球其他地区的中小微企业，我们还开设特色线下课程，支持创新创业。

数字商业技能培训项目

电商从业者数字技能提升

为中小微商家提供免费的电商入门、成长所需的官方课程，涵盖开店、运营、物流、内容、营销等经营需求，累计生产1,000多节3分钟短视频课。2023财年，学习人次达到1,700万。

企业的数字化学习平台

我们研发的在线学习系统“云课堂”，累计约有127万组织开通学习，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、医院和各类社会公益机构等。在2023财年，通过“云课堂”学习的人数超过600万。



直播课程培训

和中小微企业共建良好的数字化经营环境

提供市场机遇和数字化基础能力是服务好中小微企业的第一步，但能否助力他们长期健康发展还取决于数字商业生态的良好治理。2023 财年，我们一方面持续降低数字商业运营成本，一方面加大力度保护知识产权，推进平台生态创新。

降低数字商业运营成本

保护知识产权

降低数字商业运营成本

平台运营会对平台商业生态产生直接影响，从而影响生态各方。对此我们秉持长期主义的态度，特别在宏观经济面临较大挑战的 2023 财年，把支持中小微企业降本增效作为重点工作，措施覆盖包括商品、订单、发货、营销、数据等多场景。疫情期间，对商家的物流异常问题，我们采取主动免责和零门槛报备措施，商家主动报备的审核时长从平均 24 小时变为秒审通过。2023 财年，为超 27 亿笔订单量进行了免责保护。

此外，我们也时刻关注新商家在平台上的经营挑战。2023 财年，通过优化算法、提升包括专属工作台在内的服务型产品、实施专项扶持计划等措施，为新创业商家提供更适合的服务以此降低经营门槛。

直接采取减费举措以降低中小微企业经营成本

创业

对新卖家增加保证金的账期缴纳形式，新开店卖家不缴纳现金即可卖货。等成交以后，在保障消费者权益的基础上，系统动态评估卖家需要交多少保证金。

物流

推行退货运费险降价。自2021年5月至今，淘宝平台针对包括大量个体工商户在内的700万家店铺推行退货运费险降价。

营销

自2022年6月以来，淘宝将多项营销工具向商家免费开放，提供超过200套视频创意模板，开放全域数据资产洞察产品。

运营

在商品管理、订单处理和促销设置等环节，协同商家常用的20款第三方工具优惠让利；同时向商家免费开放"三宝一券"、"生意参谋"等平台经营工具的增值功能，施行降费普惠措施。其中免费开放“生意参谋”增值功能惠及超过340万个商家。

淘宝上线新一期“百万新商计划”

针对 2023 年 3 月 1 日至 3 月 31 日期间入驻商家，淘宝上线了新一期“百万新商计划”。新商家开店不仅免缴保证金，而且能立即领到新手流量券，帮助他们更快实现首单市场成交。菜鸟裹裹也为实现首单成交的商家，提供在线下单上门取件的便捷服务。对于小白新商家，该计划提供了包括 30 天小二手把手经营指导、简版千牛工作台等保姆式指导服务。对于有一定经营能力的新商家，该计划提供 90 天服务市场工具免费使用的权益。随着业绩的成长，该计划仍会为不同阶段的商家提供不同激励权益，包括生意参谋智能决策工具免费试用、直播流量券等，助力商家持续升级。



淘宝指导新商家快速上手新店经营

保护知识产权

保护知识产权就是保护创新。2023 财年，我们继续升级知识产权保护体系，结合数字技术赋能中小微企业，培养商家知产保护和合规意识，并与高校合作推动社会知产人才的培养。

持续升级知识产权保护体系

我们致力于保护自身及平台上中小微企业的知识产权，构建并持续优化行业内最健全的投诉体系，并着眼于投诉方个性化的需求，细分和完善包括阿里知识产权保护平台（简称 IPP 平台）在内的多项机制。截至 2023 年 3 月 31 日，IPP 平台权利人入驻量超 65 万。在权利人入驻量持续增长的情况下，不断提高保护效率，2023 财年，超 98% 的知产投诉在 24 小时内即被处理；2020 年，推出 Simp'Ali 知识产权线上维权计划，截至 2023 年 3 月 31 日，超 700 个中小微企业线上维权账号加入合作。该计划在为中小微企业提供简化的知识产权保护工具的同时，也让我们能更快捷方便地听取来自中小微企业的知识产权保护建议。当中小微企业遇到知识产权保护问题时，我们通过外呼电话、邮件等形式提供及时的贴身服务。

超 65 万
IPP 平台权利人入驻量

超 98 %
超 98% 的知产投诉在 24 小时内即被处理

用技术创新保护商业创新

为应对更加复杂和新出现的侵权场景，我们持续进行造假识别技术上的能力建设。2023 财年，在原图识别、盗图精准匹配、图像水印、短视频水印等技术上取得了显著进展；通过算法学习商标证、企业营业执照、授权书等人工鉴真经验，结合证书本身的成像特性及图像伪造引入的异常痕迹特征，我们首创了凭证鉴假技术，鉴别凭证篡改、证件伪造等造假行为。


阿里巴巴秉持保护知识产权就是保护创新的理念

阿里巴巴原创保护平台

阿里巴巴原创保护平台是一个为商家在平台 [6] 上首发的图片、短视频、创意设计提供的备案、维权和授权全链路解决方案；通过 AI 技术对平台海量商品内容建立索引，可高效准确检测侵权内容，并快速进行处置。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，遭遇侵权时可实现一键维权。截至 2023 年 3 月 31 日，阿里原创保护平台已保护超 8.6 亿张图片，超 61 万份设计手稿。

在数字水印领域，累计完成 70 余篇专利申请，覆盖图像、文档、视频、音频、网页等几乎全部数字媒体。其中视频水印先后通过了国内权威的 ChinaDRM 认证及国际权威的 Cartesian 认证。

超 8.6 亿张
阿里巴巴原创保护平台保护的图片数量

超 61 万
阿里巴巴原创保护平台保护的设计手稿数量

6 更多内容详见：https://yc.alibaba.com/#/。

助力中小微企业高质量发展

提升商家知产保护能力及合规意识

保护知识产权的另一重要预防途径是培训和辅导。通过图文案例、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，并引导商家履行尊重和保护知识产权的社会责任。2023 财年，我们已完成 95 篇知识产品，涉及地理标识、近似商标、专利解读、亚运会知识、世界杯知识、典型案例等，超 120 万商家通过合规直播平台、规则专栏等传播渠道，观看学习了知识产权保护有关内容。

在过去一年，我们还针对女装行业的原创商家，试点运行原创品牌商家知产扶持计划。为加入扶持计划的商家提供定制维权解决方案，维权 1 对 1 辅导、知识产权保护和品牌知识体系化的专业指导。

1,100 多个
加入阿里巴巴打假联盟的品牌数

超 180 个
已保护地理标志证明商标的数量

多方共治，培养人才

成立六年的阿里巴巴打假联盟（https://aaca.alibabagroup.heymeo.net/）（以下简称“AACA”）是全球首个电商平台打假联盟，为解决假货和侵权问题提供了多方合作共治新思路，建立了广泛影响力。截至 2023 年 3 月 31 日，累计有来自 21 个国家和地区的 1,100 多个品牌加入联盟。

> 自 2017 年以来，Levi's 一直是 AACA 的活跃成员。一直以来，AACA 将权利人、执法机构、政府机关的力量凝聚在一起，本着共同的目标寻求解决方案和创新合作，以打击假冒和侵权行为。我们感谢阿里巴巴集团在帮助我们打击侵权商品方面的持续的合作和支持。 我们期待，未来能够与阿里巴巴以及 AACA 继续紧密合作，共同打击假冒行为，倡导尊重知识产权。
>
> — Zach Toczyński，Levi Strauss & Co.
> 全球品牌保护高级总监



我们发起的阿里巴巴地理标志专项保护计划，与各地行业协会和政府部门合作共治，助力优化地理标志产品的市场环境。截至 2023 年 3 月 31 日，已累计保护 180 多个地理标志证明商标，累计受理地理标志侵权商品超 5,000 件。

我们也非常重视青年一代知识产权人才的培养，与高校开展了多种形式的合作。

知产新青年成长计划

2022 年 4 月 26 日世界知识产权日上，我们携手中国人民大学法学院发起“知产新青年成长计划”，复旦大学、中国政法大学和浙江大学等多家知名高校作为首批院校加入。

“助新知”	“助科研”	“助实践”
邀请资深IP专家进校园讲授实务课程，帮助学生了解知产领域前沿议题，打破理论知识与实际情况脱钩的壁垒	将知产领域热点、难点和趋势性典型案例分享给学界，支持知产领域课题研究与理论建设	发挥平台优势，拓展知产人才的社会实践渠道，帮助行业培养更多复合型知产新青年人才

此外，我们与清华大学合作设立知产人才奖学金计划，联合发起首届“网络经济与知识产权研究”优秀论文评选活动；并与复旦大学法学院合作设计及开发“电子商务平台知识产权保护实务课程”，鼓励高校学生学习和研究数字经济下的知识产权问题。

创造和促进包容性就业

中小微企业是就业主体，为社会规模化地创造和促进更多就业机会。在数字化转型时代，我们大力倡导新型就业的规范化发展，努力创造高质量的就业机会，并积极推动社会就业的包容化发展，既践行社会责任，也为更可持续的数字化转型奠定人力资本的基础。

| 规模化的
促进就业机会 | 提升灵活就业
安全和保障 | 创造和推动
高质量就业 | 促进
就业包容 |



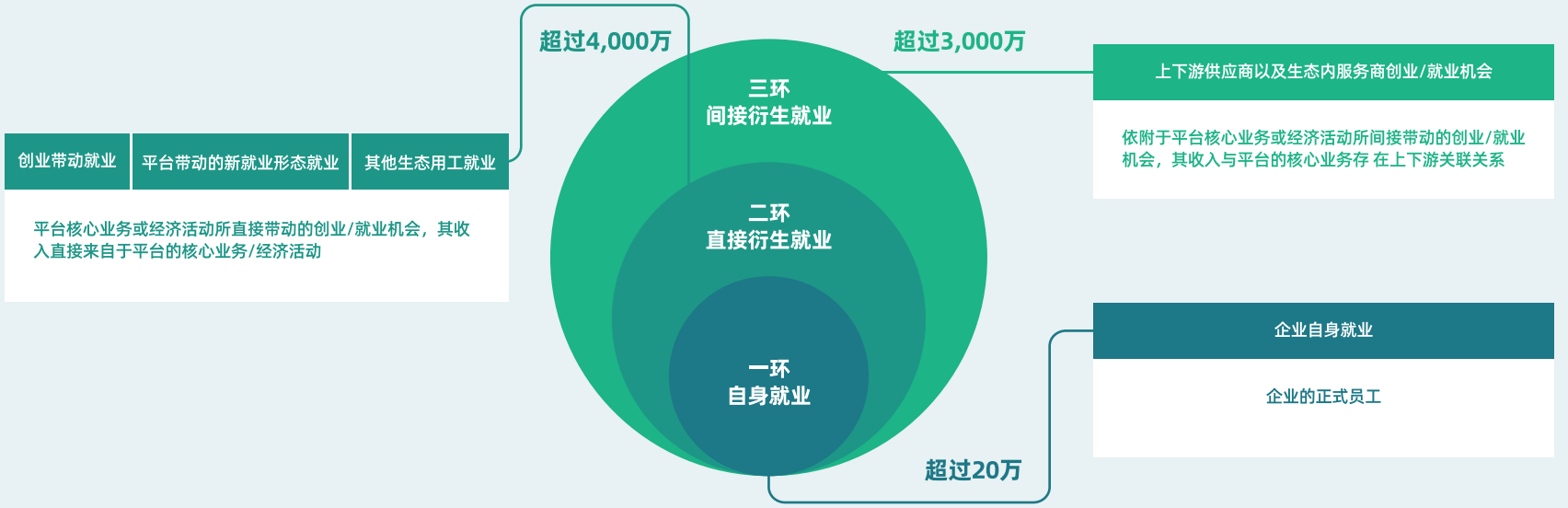
阿里巴巴为社会提供广泛的数字化转型时代的就业机会

规模化的促进就业机会

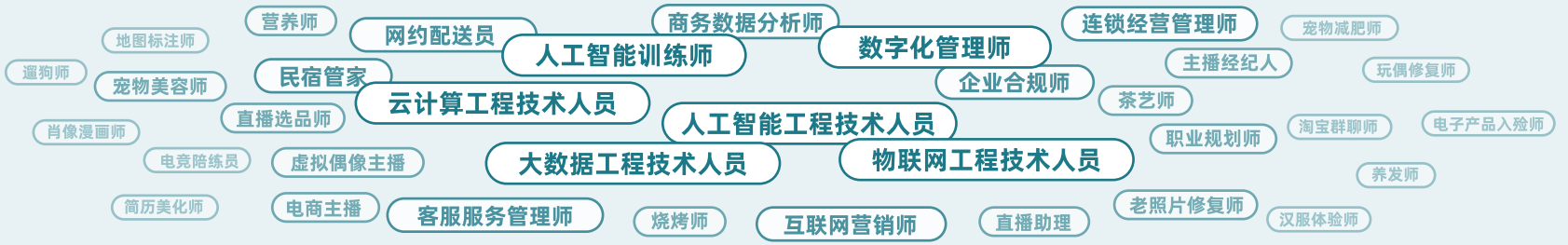
在促进就业方面，我们的数字经济生态呈现了一个“三环”模式，第一环是我们自身直接提供的就业机会；第二环是平台核心业务或经济活动所直接衍生的创业 / 就业机会，其收入来自于平台核心业务 / 经济活动，例如在平台上销售商品或服务的中小微商家创业及其衍生的就业机会，以骑手、网约车司机、主播等为代表的新就业形态从业者，及其他生态用工就业等。第三环是依附于平台核心业务或经济活动所间接衍生的创业 / 就业机会，其收入与平台的核心业务存在上下游关系，例如平台核心业务的上下游供应商所蕴含的创业 / 就业机会，及服务于新就业形态从业者的服务商创业 / 就业机会。

根据中国人民大学劳动人事学院的最新测算，2022 年，我们整个生态衍生的就业机会超 7,000 万，其中直接衍生的就业超 4,000 万 [7]。

阿里巴巴”三环“就业带动模式



阿里巴巴数字经济生态的新职业机会



7 数据来源：《从带动就业到推高就业质量——数实融合浪潮中的数字平台就业价值报告》。

提升灵活就业安全和保障

数字平台经济带来社会就业形态的灵活化，降低了社会就业的准入门槛，对维持稳定的劳动力市场发挥了蓄水池作用。我们的平台生态发展出的多种类型的灵活就业形态中，送餐骑手规模最大。2023 财年，饿了么平台上的活跃骑士总计 330.7 万，大部分为灵活就业的“众包骑手”，小部分是和我们的物流服务供应商签约的“专送骑手”。我们从职业权益、职业安全、职业关怀与发展三个维度，全面提升他们的就业保障。

职业权益
职业安全
职业关怀与发展

职业权益

我们从制度、保险等方面提供完善保障。

制度方面，对众包骑手推出《骑手权益保障制度》，对雇佣和管理专送骑手的物流服务商制定《物流服务商配送服务规范》，让骑手薪酬规则更透明完善，明确了特殊场景的补贴规则，并规定了最低工资；除此以外，要求众包骑手收入待遇高于地方非全日制用工状态下最低小时工资的收入待遇，所有物流服务商对全职骑手提供的薪资不低于当地最低工资标准。

保险方面，与商业保险公司合作开发适用于骑手的商业保险，完善第三者责任险等保障。截至 2023 年 3 月 31 日，骑手商业保险的要求入保率达 100%。2023 财年，我们持续完善商业保险和理赔流程，覆盖更全面的风险场景，并按照国家统一工作部署，在北京、上海等七省市试点运营新就业形态劳动者职业伤害保障，在试点区域实现了“职业伤害保障和商业保险”双保保障。

职业安全

从制度、培训、硬件装备、智能调度四个方面进行优化，强化安全意识，防范职业风险。

制度方面，着重落实相关方责任。

- 平台：与内部员工签署安全生产责任书；
- 物流服务商：与所有物流服务商签署安全管理协议，组织服务商建立安全员体系，对安全管理开展统一协调监督；
- 骑手：与所有骑手签署安全告知书及承诺书，建立面向骑手的全方位合规安全评价机制，将骑手的个人安全风险水位数字化，并通过骑手 APP 展示出来，推动骑手落实个人安全生产责任。

培训方面，建立安全培训体系，倡导安全生态文化。建立骑手全生命周期的安全培训体系，覆盖消防、交通、治安法规、食品安全等与配送行为相关的法律常识和安全知识。倡导安全生态文化，结合国家安全生产月、消防月、全国交通日等主题形式，开展持续全年的“安全万里行”活动。

硬件装备方面，我们于 2022 年推出智能头盔，上海、江苏、浙江等地的许多骑手已获得免费使用。这款头盔符合国家 GB811-2010 标准。骑手可以用语音 / 路快捷键完成接单、确认到店、异常报备、导航到订单位置等操作；当骑手摔倒、受到撞击超设定阈值时，头盔会启动 SOS 模式，发出语音确认骑手安全状态，若骑手未回应则会向紧急联系人拨打电话呼救并发送骑手位置坐标短信。



智能头盔为骑手安全保驾护航

调度优化方面，时刻关注骑手送餐条件，通过恶劣天气应对、预估风险停止接单、时效管理、异常反馈等策略避免恶劣天气、复杂地形、超时等送餐困扰，并通过休息保障策略，保障其休息权。

- 恶劣天气应对策略。提示恶劣天气，适当延长配送时间，并调整处罚规则，对恶劣天气下的订单超时和取消不进行处罚。
- 预估风险停止接单策略。参考历史路段交通事故情况、历史气象条件、骑手近期疲劳程度，结合实时天气、骑手工作时长、骑行速度等数据，综合判断骑手在当前条件下的配送安全系数，安全系数低于阈值时启动停止接 单等安全防护。
- 时效管理策略。在短距离、复杂地形或者交通特殊的配送条件下，不采用最短配送时效，避免过度追求时速带来的安全隐患。
- 异常反馈策略。在一些复杂配送场景，如暴雨、沙尘天气、道路临时管制、商户出餐慢、联系不上顾客等情况时，为骑手自动匹配灵活配送时间。当调度系统感知到局部运力压力过大，将自动触发保护方案，延长配送时间，保障骑手安全。
- 休息保障策略。饿了么管理并督促骑士的背单（工作）时长，骑手连续背单超 4 小时，系统将发出疲劳提示，充分保障骑士的休息。



完善骑手保障

职业关怀与发展

我们关注骑手工作实际需求，积极和他们保持沟通、为他们提供关怀和保障，通过多种方式帮助骑手获得成长及价值感。

沟通机制

规则公示及异议反馈：2023 年 3 月，正式上线骑士协议规则中心，设有骑手协议、平台规则、配送服务规则和规则公示四大模块，切实保障骑手知情权。

“7×24 小时”客服专线：饿了么设立骑手“7×24 小时”电话客服专线。骑手可直接拨打全国客服热线反馈意见。同时，骑手接单 APP 设有在线咨询入口，骑手亦可在 APP 内联系在线客服。针对特定问题，骑手还可以通过接单 APP 提交工单。对于骑手反馈的涉及欠薪类、交通安全事故、治安事件等问题，饿了么要求 48 小时内必须反馈回复，并纳入管理人员绩效。

举办骑士圆桌会：为更好聆听骑手意见，2023 财年，饿了么举办了 187 场骑士圆桌会，听取骑手对当前绩效考核、奖惩制度、福利保障、职业发展等方面的建议。

职业关怀

1 平米温暖驿站：全国总工会与饿了么签约共建 1 平米温暖驿站，满足户外劳动者休息、补给、如厕等需求。截至 2023 年 3 月 31 日，全国 10 多万户外劳动者驿站对饿了么骑手全面开放，饿了么在上海、北京、杭州、广东等多地与工会合作建立的 300 个骑手驿站也对其他户外劳动者开放。

蓝骑士基金：通过蓝骑士基金将关怀延展到骑手家庭，提供最高 5 万元的重疾援助及家庭成员助学公益项目。截至 2023 年 3 月 31 日，该基金已帮助了 293 个经历重疾难关的家庭，援助 22 个骑手家人完成学业，共计提供救助金 1,129 万元。

妇委会：2022 年 9 月，饿了么（北京）妇委会成立，以更好地服务女性骑手。妇委会积极与中国红十字基金会、本地妇联等合作，为女性骑手争取福利；包括为北京地区的女骑手派发卫生、健康和食品资源，在子女教育问题上给予专业建议等。

应急防护安心包：2022 年疫情期间，饿了么向全国骑手陆续发放超 20 万份应急防护安心包，包含抗原、口罩、消毒剂等防疫物资，持续升级“无接触配送”。

职业认同和提升

为培养骑手职业认同感，于 2022 年 9 月 30 日发布饿了么平台荣誉勋章体系，涉及职业成就展、社会表彰展、历史记录展三大分类。截至 2023 年 3 月 31 日，累计共 758,682 位骑手获得荣誉奖项。

2023 财年，我们开展了骑手技能竞赛，并为骑手提供晋升发展培训，培训通过后有机会晋升为站长和小队长。同时开放培训、商户拓展等岗位，为骑手提供职业转换通道。



饿了么定期举办圆桌骑士会聆听骑手建议



“全国五一劳动奖章”获得者 - 张文强

2023 财年，受中华全国总工会表彰，上海星光耀站点获选“全国工人先锋号”，骑手张文强获得“全国五一劳动奖章”。

我们的骑手还获得其他省级荣誉 17 项、市级荣誉 10 余项。

创造和推动高质量就业

数字经济的发展带来了就业扩容和收入增加，激发更多劳动者通过新就业形态实现自主创业、自主择业。截至 2023 年 3 月 31 日，我国标注的数字职业已达 97 个，其中包括人工智能训练师、区块链应用操作员等知识密集型岗位。

为进一步推动数字化人力资源质的提升和就业量的增长，我们有针对性的开展培训平台建设，助力更多学员在数字化转型中获得高质量就业机会。

钉钉助力数字化管理师职业发展

钉钉基于“PaaS 平台 + 低代码”大幅降低中小微企业数字化转型成本的同时，带来了新的数字化就业需求。数字化管理师就是如此。2019 年数字化管理师正式被列入国家认定的新职业。2020 年 3 月，人力资源和社会保障部中国就业培训技术指导中心联合钉钉上线了新职业在线学习平台，专注新职业数字资源培训。2021 年，钉钉参与的《数字化管理师国家职业技术技能标准（2021 年版）》发布。2022 年，新职业在线学习平台 3.0 版实现了在线培训全程数据可视化。截至 2023 年 3 月 31 日，通过学习平台培训获得数字化管理师认证人次高达 230 万。

数字化管理师江姗

2019 年江姗在浙江商业职业技术学院读大三期间，考取了数字化管理师（中级）证书。2020 年毕业后成为一名数字化部署专家和低代码中级认证讲师，负责企业组织架构搭建、大数据决策分析、上下游在线化链接等，至今已服务了数百家企业的数字化，3 年内月收入从 5000 元增长到 20000 元，实现了四倍提升。

“我将这份工作转为事业，
未来的日子与钉钉一起——「让进步发生」。”

—— 数字化管理师 江姗

230 万
数字化
管理师认证人次

瓴羊专注大数据领域的人才培养

瓴羊是“商务数据分析师”国家标准起草单位和“人工智能训练师”国家标准牵头单位。成立于 2015 年的瓴羊学堂（前身为“数据学堂”）专注于大数据领域的人才培养，通过“理实结合”的培养方案和“学练考评一体化”平台，帮助企业培养“懂数据、懂技术、懂业务”的复合型人才。2023 财年，瓴羊学堂为超 15,000 名学员提供数据分析师的认证服务。2023 财年，羚羊学堂为国家乡村振兴局、教育部和人力资源和社会保障部等多部门联合启动的“雨露计划 +”[8] 提供了定制化的数字能力培养服务，并陆续在河北省、四川省、安徽省落地，同时还与香港职业训练局启动合作培养粤港澳大湾区数据人才，促进高质量就业。

“数据分析能力以后会越来越重要，就像基础的 Office 软件使用能力一样，成为一个人的基础技能。”

—— 瓴羊数据分析师学员 司翰霖

超 15,000 名
瓴羊学堂为超 15,000 名学员提供数据分析师的认证服务

“橙点同学”——职业技能教育普惠平台

”橙点同学”职业教育普惠项目，以职业院校在校生为主要服务对象，提升学员职业技能并助力高质量就业为目标。线上，橙点同学平台向全社会免费开放 200 余门课程资源。线下，我们还与杭州科技职业技术学院、丽水职业技术学院共建产业学院探索数字化人才培养校企合作“浙江范式”。截至 2023 年 3 月 31 日，“橙点同学”学习人数达 8.6 万，持证数为 5.6 万人次，平台上简历数达 3.3 万。为更好辅助参加完培训的同学就业，我们已举办 105 场线上双选会，参与双选会高校达 899 所。

“我是一名中职院校的教师，已有 200 多位学生都在学习橙点同学的课程。橙点课程不仅提升了我自己的教学水平，更能让我的学生接触到行业一线知识。”

—— 河南技师学院电商教研室主任 田婧

5.6 万人次
“橙点同学”持证人次数

8 “雨露计划 +”就业促进行动的目的是为脱贫家庭和防止返贫监测对象家庭的毕业生提供教育培训和就业的帮助。

促进就业包容化

数字技术应用的低门槛特性，大幅提升了就业性别、学历、区域的包容性，同时也使得更多工作无障碍进行。2022 年，通过数字平台就业的女性人数超 3,800 万 [9]。譬如，淘宝主播中的女性占比高达 80%[10]。占比达全世界人口 16%[11] 的残障人士，在我国也是庞大群体，据统计，我国各类残障人士已达 8,500 万人 [12]。我们在残障人士无障碍及包容性就业上持续努力，现有 1,451 位残障人士，成为我们的正式员工，通过各平台和数字化就业基地，我们还支持了数十万残障人士以电商、客服、外卖骑手、驿站站长、数据标注师，语音外呼等方式就业，近八成的淘宝残障人士商家来自农村 [13]。

靠两根手指掌握人生命脉，要做家族中的 ' 男子汉 '

王涛患有脑部功能障碍，难以找到合适的工作。通过阿里巴巴与中国残联合作的“残疾人云客服绿色通道”，他报名接受培训后成为了一名合格的云客服，拥有了稳定的收入来源。



阿里巴巴云客服 - 王涛

“在听不见的世界里，我更关注食物本身”

山西听障姑娘李女娃是盒马的一位烘焙师，听不见的她专注于自己灵敏的嗅觉和味觉，不断打磨面点工艺，通过面点向世界传达甜蜜与爱意。



新零售烘培师 - 李女娃



“星青年”菜鸟驿站的陈美蓉与她的“星青年”们

让自闭症青年上岗成快递员

来自泉州的 50 岁妈妈陈美蓉和北斗星自闭症儿童培训中心的就业辅导老师带着 15 个 “来自星星的青年”（自闭症群体）共同经营着一家菜鸟驿站。通过手把手教他们分拣、登记、入库，驿站的“星青年”慢慢掌握了独立送件的能力，会对照门牌号把快递准确投放、拍照，如果有人，还会大声说一句“你好，你的快递。” 驿站开办一年多，见证了“星青年”们的变化与成长：原本不说话的小辉从以前去哪里都要人陪，到现在能独立上下班，人也变得开朗了，还学会了回应别人的问答。带着“星青年”们努力打理好菜鸟驿站的同时，陈美蓉还抓住机会在社区科普自闭症知识。社区居民从最初对星青年们带着异样眼光，慢慢转变为接纳包容。陈美蓉正与“星青年”们，向着更美好的生活前进。

“我想挣得的从来都不是钱，是接纳和包容。接下去会好好经营驿站，让更多星青年参与到社会活动中，找到自力更生的一条路。”

—— 陈美蓉

9 数据来源：《2022 中国女性数字平台就业发展报告》，亿欧智库。10 数据来源：《从带动就业到推高就业质量——数实融合浪潮中的数字平台就业价值报告》，中国人民大学劳动人事学院。 11 数据来源：世界卫生组织，https://www.who.int/zh/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health。
12 数据来源：《阿里巴巴的助残心愿与行动》。 13 数据来源：新华网，http://www.news.cn/2022-03/01/c_1128428061.htm。



感动中国陆鸿与他的淘宝人生

2022 年央视《感动中国》年度人物陆鸿患有小脑指挥神经失常。在就业屡屡受挫之后，2007 年，他发现了淘宝，通过钻研摄影、修图技术，开了第一家婚纱摄影做电子相册的淘宝店。在此之后，陆鸿的淘宝事业不断发展，并在 2017 年开办了自己的相册工厂。深知残疾人就业困难的他，努力让自己的工厂吸纳更多残疾人，48 名员工中包括了 35 名残疾人。这两年，陆鸿还开始钻研改造工厂生产设备，使之便于残疾工人使用。通过淘宝天猫平台，客户遍布全球。

“在网上沟通，人家会把我当成商人，而不是残疾人。淘宝改变了自己的命运，实现自己的价值。”

—— 陆鸿

感动中国陆鸿与他的淘宝人生



为边远社区女性提高电商技能、提供电商就业机会

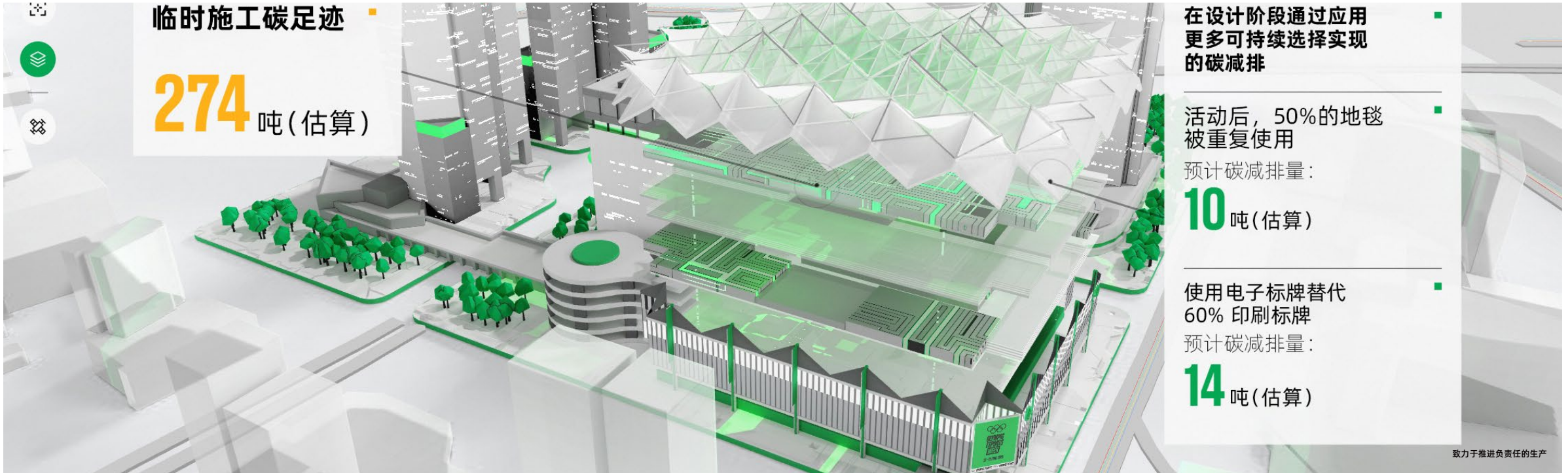
Lazada 与马来西亚妇女、家庭及社会发展部合作，基于电商平台为边远社区女性提供更多就业和培训机会。培训涵盖商业管理、数字化交流、个人发展三大模块，帮助提高女性对电商商业模式和商业机会的认知与兴趣，以丰富她们的收入来源。截至 2023 年 3 月 31 日，已有超 500 名女性参与并受益。

Lazada 为马来西亚边远女性提供电商就业培训

推动负责任的生产

作为一家平台企业，我们认为推动负责任的生产主要有两方面工作。一方面，从供应链管理角度推动供应商履行社会责任；另一方面，作为一家数字技术驱动的平台公司，通过科技产品、平台机制和服务能力，带动更大范围的中小微企业从事负责任的生产。

| 升级供应商 ESG 管理 | 平台带动企业推行负责任生产 |



升级供应商 ESG 管理

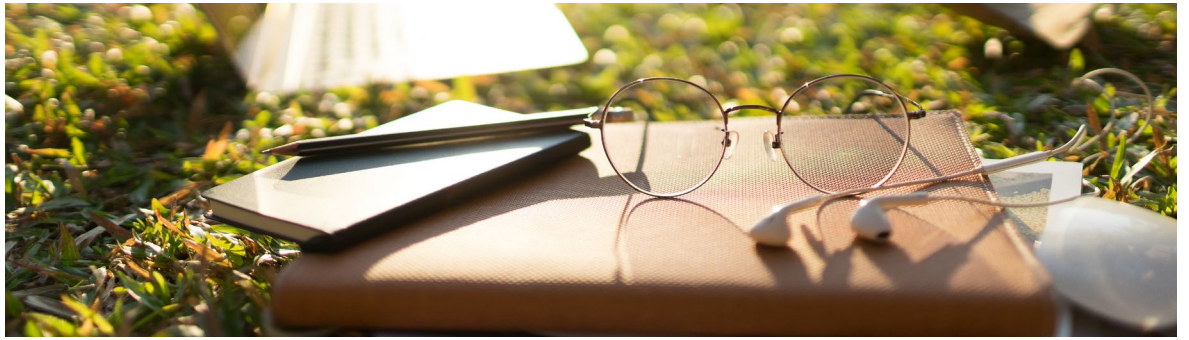
一直以来，廉洁、诚信、可持续的健康商业环境是我们供应链管理的核心，这和 ESG 的发展不谋而合。自正式提出 ESG 是基石战略以来，2022 财年，我们发布了《阿里巴巴供应商 ESG 行为准则规范》。2023 财年，我们正逐步把 ESG 理念融入到供应链管理中去，推动共同的可持续发展。

构建和维护阳光、廉洁、诚信、可持续的健康商业环境

推动全面、闭环、促进双向协同的供应商 ESG 管理体系

构建和维护阳光、廉洁、诚信、可持续的健康商业环境

我们基于公平、透明的原则开展供应链管理，与供应商合作构建和维护阳光、廉洁、诚信、可持续的健康商业环境，制定了体系化的供应商管理规范，覆盖了供应商认证、推荐及分配、履约、评估、分级和处罚、汰换等全生命周期，并建立了相应的稽核机制，持续优化管理规范。



阿里巴巴致力于构建公平、透明的规章制度

建立规章制度

我们已发布并执行一系列供应商管理政策来指引供应商管理的工作。始终秉承对廉正违规“零容忍”的原则，建立起一套成熟的管理制度与模式。在供应商入库及选择的过程中，为避免利益冲突，我们就“供应商与阿里巴巴员工的关联关系”、“供应商间的关联关系”等进行明确规范，包括关联关系的类型、判定标准及操作要求。供应商侧，要求认证准入环节签署《诚信约定函》，要求对相关合规、道德等行为进行承诺。员工侧，要求员工与外部合作伙伴进行业务往来时遵守《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及款待，不得向外部合作伙伴借款等。开通专线举报渠道，以约束任何涉及阿里巴巴员工不合法、不合规等舞弊问题或可疑行为。

将公平与透明原则融入运营

在内部搭建供应商管理的数字化系统，实现全流程可见可追溯。秉承公正与透明的原则，用统一标准去管理和评估供应商，让他们获得公平的商业机会。在合作建立环节，我们依据供应商认证要求和招标优选标准来执行。在合作履行期间，我们强调公正分配与正向牵引。在项目交付完成后，我们基于供应商评估标准进行供应商绩效表现评分并记入系统，交付的绩效表现将作为重要的供应商分级影响维度，实现阶梯式的供应商分层管理，高星级供应商将有机会成为战略供应商。于外部，通过统一的供应商门户及移动版，向供应商展示全链路的导览、报价、订单和付款等合作状态，并及时发布商务合作、管理要求、廉正合规等公告。我们还会通过专项答疑热线、年度供应商调研，及总裁邮箱等方式，及时收集商务合作管理、合作效率等多方面的反馈。

建立监督与管控的机制

建立了事前防控、事中监管、事后稽查的管控机制，降低合规风险，杜绝实际资损。我们针对采购全链路流程开展潜在风险识别及稽核，譬如供应商认证的风险审核、寻源期间的风险扫描、履约情况评估、周期性的飞检和稽核等。2023 财年，供应商飞检专项的通过率为 94%。对于稽核未通过的供应商，均进行了明确的整改及相应处置。对于飞检期间所发现的典型问题，亦开展了供应商培训。

违约违规的的事项处置

建立了《常见供应商供应商违约违规行为及等级判定》制度，进行统一且明确的违约违规行为等级判定，施行规范化的相应处置，如“冻结”、“淘汰”等。对于任何发生廉正事件的场景，将依据《阿里巴巴集团采购平台黑名单供应商管理要求》进行相应严肃处理。

供应商政策一览

《阿里巴巴集团采购指引之供应商管理细则规范》
《供应商认证及评估流程示意图》
《集团采购部供应商经营、资质和履约合规风险管理操作指导》
《集团采购部供应商转包、分包等管理规范》
《阿里巴巴集团采购平台黑名单供应商处理流程操作指导》
《集团采购部星级供应商评选及战略供应商试点方案》
《集团采购部供应商标签管理规范》
《诚信约定函》
《常见供应商违约违规行为及等级判定》

推动全面、闭环、促进双向协同的供应商 ESG 管理体系

2022年，我们发布了《阿里巴巴供应商 ESG 行为准则规范》（以下简称：准则）。2023 财年，在广度和深度两方面推动供应商 ESG 管理工作。截至 2023 年 3 月 31 日，超 14,000 家供应商都已签订准则，已签约的供应商占比同比提升 10%。同时，逐步推动不同业务场景下重要性议题的识别工作，从呼吁、树规范到正向引导，鼓励供应商伙伴一同参与并践行可持续发展。

完善供应链 ESG 风险识别及管理细则

我们建立供应链 ESG 优化的专项管理委员会，其职责是设立管理策略及年度目标，评估及确定各供应链场景下的重要性议题及优先事项。2023 财年，针对部分场景，首先制定和发布了细则，如《工程类采购之高危害产品及工艺的禁止使用规范》、《生态用工供应商执行标准及处罚机制》等。

正向引导和推动供应商 ESG 工作

我们把供应商的 ESG 贡献度作为战略供应商的重要评选因素，并给予合作份额、合作范围，合作周期上的倾斜和鼓励。同时，试行供应商的 ESG 行为申报、评审及稽核。2023 财年，我们的稽核范围覆盖了 28% 的供应商 [14]；对稽核中发现的尚需优化和提升的问题，及时通知供应商整改。在供应商环境管理方面，通过树标准和鼓励供应商提报两种方式，逐步推动商品的绿色标签化，同时加强绿色商品采购和绿色工程产品 / 材料要求。基于国家行业的标准，对高环境危害的材料和产品全面禁用。此外，为提高供应商 ESG 管理意识，共同推广 ESG，我们建立了阿里巴巴供应商 ESG 合作计划网站。供应商可通过该网站查询 ESG 管理细则、供应商行为准则申报及评审结果的反馈，并进行整改情况的周期性追踪，优秀案例的公示，培训资料查阅等。



阿里巴巴推动不同业务场景下重要性议题的识别工作

生态用工管理

我们认为不论在自身的经营中，还是在供应链生态中，人力资源都是宝贵的资产。

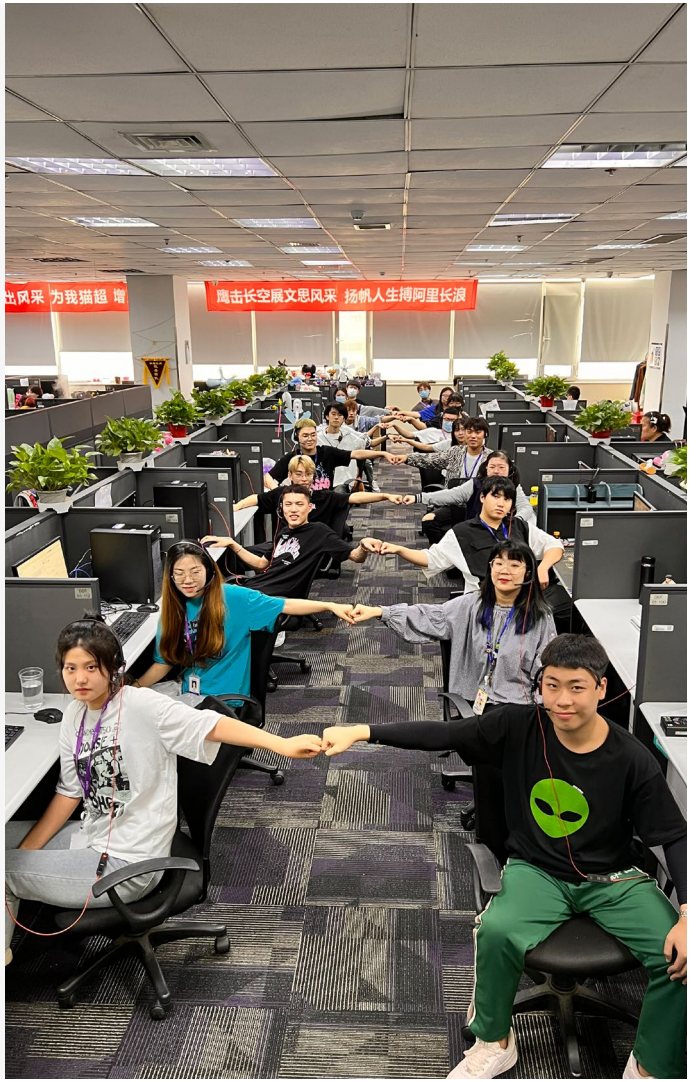
我们要求生态用工供应商严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规的同时，坚决执行我们的劳工准则和用工规范。这些规范包括《阿里巴巴集团 - 生态用工安全管理和人员行为规范》《阿里巴巴集团生态用工场地安全管理规范》等。我们还会通过以下三种方式对生态用工供应商进行管理与监督：

对生态用工供应商开展定期的稽核，稽核内容覆盖合同签约及转包分包、社会保险缴纳和薪资发放等环节，确保用工规范执行到位；

建立面对生态用工人员的数字化沟通平台，并向他们推送关键信息，确保阿里巴巴用工规范触达生态用工人员，并开通监管通道吸取不合规用工情况的反馈；

对供应商用工场地的巡检，年度检查由独立的第三方公司执行，确保生态用工在供应商用工场地的健康与安全性。

2023 财年，我们进一步提升了供应商员工权益稽核项目的覆盖面。同时，对于生态用工管理执行上具有偏差的供应商，均已明确要求其整改。



为阿里巴巴提供客户服务的供应商员工

14 稽核覆盖比率是按照采购金额的计算口径。

平台带动企业推行负责任生产

作为一家平台科技企业，阿里巴巴有责任为中小微企业提供更多能力，帮助它们在数字化浪潮中实现可持续发展和负责任生产。2023 财年，我们分别从平台服务、平台机制以及数字技术产品三个方面推动这一实践落地。

平台为商家提供合规服务与培训
引导和推动商家向绿色生产方式升级
数字技术产品助力产业绿色发展

191万
淘宝天猫平台的低碳友好商品数

2,580家
“能耗宝”的企业客户数

平台为商家提供合规服务与培训

作为平台运营者，我们努力发挥平台在普及法律法规、推动千万市场主体合规经营的“主阵地”作用，通过培训和服务让合规经营更深入人心。

2023 财年，我们开展线上培训传播模式创新，邀请监管、行业等多领域专家向淘宝天猫广大经营者开展培训教育，意在提升各类经营者健康可持续发展的经营理念与合规意识。

我们的持续努力使我们在 2022 年底获得浙江省市场监督管理局“法治宣传教育示范基地”称号。

合规培训传播模式创新

我们的合规培训栏目——《合规最前线》，围绕“帮助商家理解政策法规、开展合规经营”主题，聚焦国家政策、行业动态、民生时事等。内容涵盖电商经营领域数据安全（个人信息保护）、商品合规（食品药品安全 / 商品质量等）、知识产权（专利权 / 商标权等）、内容合规（广告法及直播间主播合规等）、反诈宣传等多个领域。截至 2023 年 3 月 31 日，累计超 1,000 万人次观看。

更多内容详见：
第三章 全链路提升产品质量安全 P88
第四章 帮助中国中小微企业数字化出海 P111

引导和推动商家向绿色生产方式升级

低碳商品仍在初级发展阶段，缺少统一标准。我们倡导、激励用户构建低碳消费意识的同时，通过建设低碳友好商品认证体系与商品减碳标准，助力低碳商品发展，推动商家绿色转型。

2022 年 6 月，我们在消费者侧发起了“88 碳账户”，以帮助消费者了解、选择和购买低碳商品和服务，引导绿色生活习惯的养成。

2022 年 7 月，我们和消费品企业联合发起“减碳友好行动”计划。截至 2023 年 3 月 31 日，已与 23 个品牌企业持续推进该行动，覆盖快消、家电、美妆、食品等多个行业。这项计划的目标是通过领先机构的带动效应，挖掘和构建消费领域的减碳场景，培育和提升消费者的减碳心智，为更多消费品牌开展减碳行动提供借鉴。

2022 年 10 月，推出低碳友好商品体系。截至 2023 年 3 月 31 日，淘宝天猫平台已有 409 个品牌共计 191 万个低碳友好商品，涉及 41 个一级类目[15]。

更多内容详见：
第一章 带动和赋能平台生态减碳 P43

数字技术产品助力产业绿色发展

通过“能耗宝”这一碳排放优化核算平台，帮助企业实时监测用电量和碳排放量，并基于阿里云的 AI 能力，自学习节能控制算法，帮助中小微企业优化暖通空调能耗，从而降低对整个社会资源的消耗。截至 2023 年 3 月 31 日，全球已有 2,580 家企业使用“能耗宝”，更加负责任地生产。

TÜV 与阿里云签署战略合作协议

2023 年 3 月 9 日，国际权威的独立第三方检测、检验和认证机构德国莱茵 TÜV 集团与阿里云在德国科隆签署战略合作协议。根据协议，TÜV 莱茵在碳排放涉及的第三方检测、认证服务方面认可企业客户通过阿里云“能耗宝”平台对碳排放的核算结果，这项全新服务已于 3 月推出。这将全面协助企业客户利用数字化技术快速监测能耗、分析碳足迹，并提供能耗建议，助力中小微企业用户实现节能降碳目标。

15 一级类目，淘宝天猫平台上针对商品的基础分类。

助力提升社会包容和韧性

城乡差距是包括中国在内许多国家和地区显著的非均衡发展挑战。全球很多地方正面临极端天气及自然灾害的威胁，可能抵消来之不易的经济发展成果。我们认为，提高社会的包容和韧性是两个重要且相辅相成的社会责任方向，企业应当为之持续投入，也能从中获得自身技术创新、商业拓展和长久发展的机遇。

我们在以下两方面助力提升：

- **助力发展乡村数字经济和生活 P135**
- **以数字技术助力增强社会韧性 P152**





拓展乡村电商市场

超 1,300 亿元

国家脱贫县在阿里巴巴平台销售额超 1,300 亿元



助力培养乡村人才

27 位

超 220 名

将人才引进乡村，累计派出 27 位“乡村振兴特派员”、超 220 名“乡村振兴技术官”

2022 年度“三农人物”年度致敬团队

阿里巴巴乡村振兴特派员团队当选 2022 年度“三农人物”年度致敬团队



促进乡村价值链升级

超 1,460 个

菜鸟已在全国建设超过 1,460 个县级共同配送中心，在村、镇建设了近 50,000 个快递服务站

超 140 个

盒马推动农村直采，已建立了超 140 个盒马村 / 县

助力提升社会包容和韧性



推动乡村活力

102 个

14,002 人

“少年云助学计划”在 102 所学校落地，服务超 60,000 名师生

基层医生学习平台累计培训基层医生 14,002 人



增强社会韧性

运输和物流领域创新奖金奖

菜鸟荣获亚洲 - 太平洋史蒂夫奖“运输和物流领域创新奖金奖”

全球物流合作伙伴

菜鸟与联合国世界粮食计划署（WFP）签署全球物流合作协议，成为 WFP 的全球物流合作伙伴

助力发展乡村数字经济和生活

科技 - 社会责任 - 参与者生态在城乡差距挑战上的应对，就是数字 - 城乡 - 经济。
多年以来，我们不断在市场连接、价值链升级、人才培养和乡村活力四个方向努力，
建设数字城乡经济，降低不均衡，推动乡村振兴。

| 以电子商务架起
城乡经济的桥梁 | 数实结合的
乡村价值链体系 | 人才振兴助力
乡村可持续发展 | 有活力的
乡村人和社区 |



助力发展乡村数字经济和生活

以电子商务架起城乡经济的桥梁

我们长期致力于将中国数字化消费市场扩展到农村地区，让城市居民对美好生活的追求，成为乡村发展的核心引擎之一，推动农村产品走向更大的市场，推动乡村的特色产业带发展，让乡村居民得到物美价廉的供给。在这一基础上，近年来，我们正进一步让中国产品和中国经验走出国门。

2023 财年，我们持续深化打造农产品品牌，发展乡村经济。全国 832 个脱贫县在阿里巴巴平台销售额超 1,300 亿元，160 个国家乡村振兴重点帮扶县销售额总计超 43 亿元。

直播助力农产品推广

“淘宝村”走向全球

超1,300亿元
全国 832 个脱贫县在阿里巴巴平台销售额

超43亿元
160 个国家乡村振兴重点帮扶县销售额

直播助力农产品推广

农业产业资本较薄、农民营销能力较弱，是导致大多数农产品无法顺利进入大市场的核心挑战。我们不断迭代乡村电商模式，帮助乡村产品对接市场并获得更多消费者认可。

淘宝直播提供农产品展示平台

我们积极发挥淘宝直播的平台优势，推出可视化农货专区、“农鲜汇客厅”等线上产品展示平台，助力农产品销售，让更多农产品进入直播间，推动更多有趣的农人主播被看见，实现农民稳定增收。截至 2023 年 3 月 31 日，淘宝直播“村播计划”已累计开播超 300 万场，带动 800 万个农产品销售超 1.3 亿单。

2022 年“双 11”期间，我们向所有淘宝主播发布“农货多一件”倡议，“让农货从后排到前排，多当三分钟主角，让老乡腰包更鼓一点”。活动期间，淘宝平台上有 1,664 万用户下单购买农货，直播间累计卖出 3,549 万件农货，832 个脱贫县电商销售超 50 亿元。



“农货多一件”倡议为农产品提供展示平台

让农村好物被市场看见

我们围绕乡村特色产业，以品牌化提升乡村产业价值，通过线上多渠道产销对接及营销整合，助力打造和推广当地优势产品，让更多农村好物进入广阔市场。

在云南元阳，我们依托世界文化遗产红河哈尼梯田农耕文化产业，助力当地农特产品在直播、阿里巴巴自营及合作第三方电商等多维渠道触达全国消费者，打造以红米、沃柑等产业为核心的产业价值，让老百姓有更大的种植收益。



助农产品直播让农村好物被市场看见

“淘宝村”走向全球

数字时代的平台市场是全球化的。我们帮助越来越多的县域和乡村中小企业、年轻人、女性创业者参与全球贸易，助力乡村做好世界生意，同时把淘宝村的模式带到更多的新兴和发展中经济体中，赋能当地乡村创业者，共享全球化的发展红利。

助力非洲发展中国家数字减贫

2022 年 7 月，阿里巴巴集团和联合国国际贸易中心 (International Trade Center, ITC) 签署了谅解备忘录，致力于发挥双方优势，共同支持发展中国家中小微企业参与全球数字贸易，助力数字减贫。阿里巴巴与 ITC 就发展中国家特色产品数字化升级、中小企业培训、数字化助力乡村振兴经验输出与政企间交流等板块开展合作。2023 财年，我们举办“变化中的中国市场”专题培训，加深了 50 多个非洲中小微企业对中国电商及市场的了解，联合发起非洲八国驻华大使及官员座谈会并参与进博会“数字经济开放与治理”分论坛，促进合作与交流。



非遗藤编编织展示

把村口变成“数字化出海口”，非遗藤编通过 Alibaba.com 卖向全球

非物质文化遗产的传承通常是小众的坚守，广西壮族自治区博白县的黄连将却把非遗藤编做成了全村人的生意，还走向了全球。黄连将刚开通 Alibaba.com 时，我们的即时翻译系统和定期上门分享最新风向的一线小二帮助她顺利出海；防疫期间，“数据参谋”数智化决策服务帮助她选品以更加精准应对海外需求。

截至 2023 年 3 月 31 日，博白县有藤编企业 435 家，固定从业人员约 2.8 万人，临时、季节性从业人员约 20 万人。Alibaba.com 助力他们将非遗技艺产品“一键出海”，产品主要销往美国、德国、英国、马来西亚等 60 多个国家和地区。

数实结合的乡村价值链体系

想要根本改变单一的乡村经济，除了市场机遇，还需要不断延伸农产品的价值链，提升农业回报率，同时加强乡村经济活动的多样化水平。我们从生产、供应、销售三个价值链维度，运用数字化技术和平台优势为乡村赋能，帮助乡村满足外部市场对绿色产品、生态旅游和文化产品日益增长的需求，助力打造县域支柱产业，做强乡村振兴的经济基础。

- 构建乡村农业电商生态基础能力
- 提高农村经济科技含量
- 塑造乡村品牌
- 助力乡村旅游、文化振兴





数实结合的乡村价值链体系

构建乡村农业电商生态基础能力

传统农业长期存在着环境不确定性、小农生产分散性、品控非标准性，及农产品流通长链路、利润薄等结构化问题。针对这些问题，我们努力帮助乡村构建商业生态基础能力。

农村直采

面对市场波动，小农户们通常难以掌握及时、有效的农产品供求信息，往往不敢进行差异化的种植和高附加值优质农产品的生产。借助平台生态的集聚效应，我们用直接采购合同为农户提供确定性，提升资源配置效率，推动农业生产经营模式和经济收入的升级换代。

“盒马村”推动“订单农业”新模式，助力农产品以需定产

盒马运用数字化技术打通农业上下游产业链，探索出一种推动农业高品质发展的“订单农业”的新模式——“盒马村”，通过围绕终端需求指导农业生产、加工、运输、销售等全链路，让村县与盒马形成稳定的供应关系。计划用十年时间建立 1,000 个盒马村，持续探索中国农业现代化高质量发展的创新模式。截至 2023 年 3 月 31 日，盒马在全国 25 个省（自治区、直辖市）建立了超 140 个盒马村 / 县。

盒马还通过订单农业的模式，为有机蔬菜的种植产地提供稳定的销售渠道；同时在产地侧，提升有机蔬菜种植标准，建立果蔬和预制菜加工中心，创造面向消费者市场的优质绿色供给。从田间地头直通餐桌的有机供应链优化了企业采购成本，提升了供应稳定性，使盒马销售的有机菜价格比市场价降低了 30-40%，实现了绿色发展与共同富裕相互促进。2023 财年，盒马将有机产品从蔬菜拓展到肉禽生鲜等多品类。截至 2023 年 3 月 31 日，盒马已在全国建成超 100 个有机蔬菜基地，及超 30 个有机盒马村。

超 140 个
盒马村 / 县

超 100 个
有机蔬菜基地

超 30 个
有机盒马村



最大的有机蔬菜盒马村——云南芸岭有机生产基地

在芸岭，盒马有机土地认证总面积超 1 万亩，带动当地 500 多名以年轻人为主的农民就业，为当地创造 2,700 余万元收入，比以前翻了两倍。

云南有机盒马村

农村物流

流通链路中的质量控制是农产品经济收益的重要保障，我们积极构建高效、便捷、畅通的县域和农村共配物流服务网络，及数字化、智能化的物流产地仓，为农产品上行提供系统解决方案，提升乡村物流效率，助力乡村产业发展。

超1,460个
县级共同配送中心

近50,000个
快递服务站

28省
建设农产品上行供应链项目的省份数量

菜鸟持续打造适合乡村和县域的物流网络，推动快递下行[1]、农产品上行[2]效率提升

为提升乡村物流快递下行效率，我们打造县域共配中心，整合县域到乡镇的完整包裹流动路径，推动资源复用整合，实现“单品牌多站”变“多品牌一站”。截至 2023 年 3 月 31 日，菜鸟已在全国建设超过 1,460 个县级共同配送中心，在村、镇建设了近 50,000 个快递服务站。以浙江省青田县为例，共配中心项目已帮助全县整合主流快递品牌达 5 个，改造县域和乡村三级站点 61 个，日均处理包裹 7 万左右，覆盖行政村 360 个。

为提升农产品上行效率，我们推进产地仓、上行中心、加工中心的建设，实现产地仓与共配中心项目的“仓配”一体融合，打通县域农产品“产、供、运、配、销”全链路，形成农产品集散优势和区域性物流价格洼地。我们还为县域小型快递网点提供整体的自动化解决方案，提高其运行效率。截至 2023 年 3 月 31 日，菜鸟已在全国 28 省、264 个县域建设农产品上行供应链项目，帮助县域小型快递点实现地方特色产品的高效精准分拣。



乡村物流快递下行


农产品从农村销往全国各地

1 快递下行是指快递下乡进村。
2 农产品上行是指利用物流技术和供应链能力，把农产品从农村生产地销售到全国各地。

全链路的农业数字化服务平台

数字化可为农业价值链带来系统化升级。围绕全价值链的具体场景，我们探索建立数字化服务平台，支持农户在原材料、生产、物流、分销管理等环节的信息获取和分析，从而更好地开展商业决策。例如，在水果主产区建立大型数字农业产地仓，与生态伙伴建立协管仓，辐射全国核心农业产区，并与遍布全国各城市的销地仓、淘宝天猫、盒马等线上线下零售渠道，形成数字化的仓配矩阵和分销网络。

助力永顺县打通数字化链路，促脱贫地区特色产业跃升

阿里巴巴助力湖南省永顺县建设数字化智慧农业示范基地，推动“数字经济 + 乡村振兴”融合发展。

在农业产销方面，实现农业生产数据上传收集及数据沉淀，提升农业产业园种植基地管理品质。我们协助永顺建设产地仓，打通农产品进程“最先一公里”，并通过直播引流和消费帮扶，畅通特色农产品网销通道。

在农村服务方面，完成三农信息服务平台、农技培训平台及产业园数字服务中心平台部署。我们协助汇总县域特色产业和资源，结合云计算分析，有效监测资源利用情况，为产业规划和行业管理决策提供量化依据。



数字化赋能徐闻县强化延伸菠萝产业链条

2021 年起，阿里巴巴助力广东省徐闻县菠萝产业数字化升级，通过建立标准、共建供应链、拓宽渠道、打造品牌等一系列创新措施，实现农产品上行畅通、产业高质量发展，更带动了一大批新农人“重返”或“进军”徐闻，在红土地上种植“金”菠萝。2022 年，徐闻菠萝创下了产量、产值及收购均价的新纪录，产地仓累计发货菠萝、柠檬等产品超 10 万单，从产地源头把控品质，在广东率先打通农产品“最先一公里”，菠萝产地直发供应链成本降低 25% 以上。

徐闻县菠萝产业基地

提高农村经济科技含量

加强农业的科技含量和水平是提升农业生产效益和产业化，实现乡村价值链振兴的关键环节之一。在构建物流、销售、品牌和市场能力的同时，我们投入专项资金和技术，探索用数字化工具助力农业科技开发和应用。

阿里云助力种子科技创新

智慧育种是农业现代化发展的必然趋势。我们与中国农科院合作，针对水稻、玉米等农作物，尝试在育种科技创新层面发挥云计算力量。2023 财年，我们发布了覆盖育种全流程的智慧育种平台，完成了多种试验方法的设计，完成了全基因组选择和高代品种的精准表型预测。



阿里云助力种子科技创新

塑造乡村品牌

缺乏差异化的认知和品牌效应，是大多区域农产品经济面临的关键瓶颈之一。我们基于乡村农产品及所在地的历史文化、风土人情、资源优势等，有针对性地帮助建立县域品牌、打造精品网货、提升营销策划或执行，并通过阿里巴巴知识产权保护平台提供一站式品牌保护等服务，多方位提升乡村品牌的认知度和经济价值，守护乡村民俗风情。

“寻找远方的美好”，让美丽乡村被看见

很多县域都有美丽的风景和优质的农产品，但是缺乏品牌塑造的专业能力。阿里巴巴启动了“寻找远方的美好”项目，旨在通过设计师的专业能力，为欠发达县域免费设计区域品牌全案，让美丽乡村被看见。我们围绕欠发达县域的农产品和旅游两个产业方向，构建完整的县域品牌视觉资产，充分表达本土文化，帮助后续县域宣传、产业发展和农业品牌营销，建立可以持续使用的品牌体系；并基于对农产品趋势的研判，挖掘当地特色，设计符合当下电商平台的系列县域物产包装。2022 年，“寻找远方的美好”项目获得 IF 设计大奖，作品“寻味乡村”获得全球顶尖包装设计比赛 Pentawards 金奖。截至 2023 年 3 月 31 日，我们已完成 13 个县域的调研走访和乡村品牌方案设计。

我们为青海省海东市平安区带去了全套区域公共品牌设计方案，有力彰显了古驿平安独有的文化特质，展示平安独特的人文历史、自然景观、风土人情、河湟民俗和富硒特色产业，全面提升了区域公共品牌的知名度和影响力。现该品牌设计已应用于平安的城市形象、疫情防控、品牌包装、基础设施等 10 余个场景中，“平平”和“安安”已成为当地人耳熟能详的吉祥物。



“寻味乡村”作品

助力乡村旅游、文化振兴

乡村经济的振兴需要第一产业和第三产业并行，文化和旅游业的发展与农业发展协同，更能彰显乡村文化魅力，让乡村振兴进一步提速。我们积极探索把数字化能力应用到农业休闲、教育、康养等多种场景，帮助生态农业、休闲农业与乡村旅游产业融合发展。

高德地图助力乡村旅游发展

乡村旅游是推动乡村振兴的重要引擎，为更好连接出游用户与欠发达地区的丰富原生态乡村景点资源，高德地图从 2018 年开始建立线上旅游扶贫地图，并不断升级覆盖更多县域，提高游客原生态旅游体验。最新一代项目包含：

县域门户智慧化及旅游榜单建设：游客通过高德地图 APP，可快速获知县域概况、热门旅游目的地、游玩助手等信息；

景区一键游建设：依托高德地图 APP 端为入口，为游客提供一站式服务，实现一个 APP 完成食住行娱购；

景区途中播建设：用户在开启驾车导航场景下，途径景区 15~30 公里范围内的道路行驶过程中，在不影响正常导航动作播报的间隙，收听途径景点介绍。

截至 2023 年 3 月 31 日，高德地图已助力四川省甘孜县、山西省平顺县、陕西省佛坪县等多个县域地区标注旅游景点和旅游特色村游客兴趣点信息，助力陕西省佛坪县和宜君县、河北省张北县和阜平县、江西省寻乌县进行核心景区途中播功能建设。

飞猪启动“益起寻美”乡村旅游助力计划

2023 财年，飞猪把游客和数字化发展经验带到乡村，推出“益起寻美”乡村旅游助力计划，让更多人了解乡村、向往乡村。

飞猪为县域定制开发“益起寻美数字攻略”，围绕本地文旅资源和产业基础编排农文旅融合的特色旅游路线，游客通过扫码可以一站式获取地图、行程规划、沉浸式的导览或实景交互体验、旅游商品预订及其他公共旅游服务。2023 年 1 月，“益起寻美数字攻略”项目入选“中国旅行社协会行业榜单文旅营销精品推广案例”。

陕西省佛坪县是野生大熊猫密度最高的县域，飞猪以当地野生大熊猫保护为特色，结合山茱萸蜂蜜等当地农产品，整合佛坪当地的农文旅资源，为佛坪量身定制数字攻略，将热门的“剧本游戏”玩法与旅行场景结合，用全新形式展现佛坪的生物多样性和旅游资源。

飞猪也着力为乡村培训本地文旅人才，截至 2023 年 3 月 31 日，飞猪在平顺县等 13 个县域完成线上线下乡村旅游人才培训，累计 1,720 人次。面向更广的农旅人才技能学习与认证方向，飞猪还在橙点同学平台上线《互联网农旅人才初级认证营》课程，已上线 32 门 57 节课，已有 1,636 人次参与学习。

结合乡村旅游差异化供给不足的问题，飞猪设置了乡村旅游设计官项目，为多个特派员县域设计新品，同时借助“飞猪逛吃团”官方直播间及旅游达人进行公益带货。



飞猪佛坪“益起寻美”数字攻略地图

人才振兴助力乡村可持续发展

多元化、高质量且成规模的人才是乡村发展快速启动的重要动力之一，也是乡村可持续发展的重要保障。我们系统思考了乡村振兴的人才需求，有针对性地支持乡村人才振兴。

我们把阿里巴巴和城市的人才引进乡村，为乡村振兴注入源头活水；同时以产业发展为契机，投入乡村基础教育和职业教育，创造就业机会和培训，促进人才回流，形成规模化的乡村人才群体；还通过建设数字乡村，创造就业机会，帮助乡村把当地人才留下来。

- 将数字化人才引进乡村
- 培育人才促进乡村经济发展
- 拓宽乡村就业

将数字化人才引进乡村

乡村振兴特派员

我们通过针对性的选拔，将人才与县域和乡村的特定需求对接。2019 年，阿里巴巴启动“乡村振兴特派员”项目，选派资深员工深入欠发达县域，结合当地发展情况与阿里巴巴资源进行有效对接。2022 年 7 月，阿里巴巴发布“热土计划 2022”，宣布将持续选派资深员工担任乡村振兴特派员，通过产业、人才和科技支持当地的乡村振兴。“乡村振兴特派员制度”业已成为阿里巴巴乡村振兴模式的核心和金名片。

截至 2023 年 3 月 31 日，阿里巴巴已累计派出 27 位“乡村振兴特派员”，陆续到达全国 25 个县域，助力脱贫攻坚和乡村振兴，不仅推动县域产业发展，还培育了地方人才，也帮助提升了县域数字化水平和公共服务水平。

27 位
乡村振兴特派员

阿里巴巴乡村振兴特派员模式图



产业、人才和科技是乡村振兴特派员利用的关键要素，特派员依托阿里巴巴的科技优势，尝试通过科技赋能产业和人才的方式推动县域发展，同时也通过培育产业和人才的方式孵化和推动科技的进一步发展，进而促使三者良性互动。

阿里巴巴乡村振兴特派员团队当选由农业农村部办公厅和国家乡村振兴局政策法规司指导颁发的 2022 年度“三农人物”年度致敬团队；两位女乡村振兴特派员刘云飞、林冬虹获得由中华全国妇女联合会评选表彰的“全国巾帼建功标兵”称号。

“乡村振兴特派员”的接棒

2022 年是“乡村振兴特派员”交接的一年。

陕西省宜君县的第一任特派员刘亚辉走之前拿出来 4 个小礼物给下一任接棒人。一是他的倒计时牌，希望能继续传承下去；二是方言小词典，记录了日常沟通的方言，能够迅速拉近与老乡的距离；三是老乡录，上面详细记录着老乡们的姓名、联系方式、家庭情况、擅长的技能等等，方便资源岗位更精准匹配；四是测评卡，记载了各家农产品的优势劣势，及需要提供的帮助。

宜君的“二棒”乡村特派员王尚念是所有乡村特派员里最年轻的一位，出生于 1990 年。他把刘亚辉送他的工作倒计时牌变成了正计时牌，他希望一切从零开始，珍惜在宜君的每一天。王尚念说，现在的工作跟以前是完全不同的体验，现在没有明确的 KPI，也没有明确的路可以走，要靠自己一步步把路走出来。

乡村振兴的交接棒正在一代一代的传承下去。



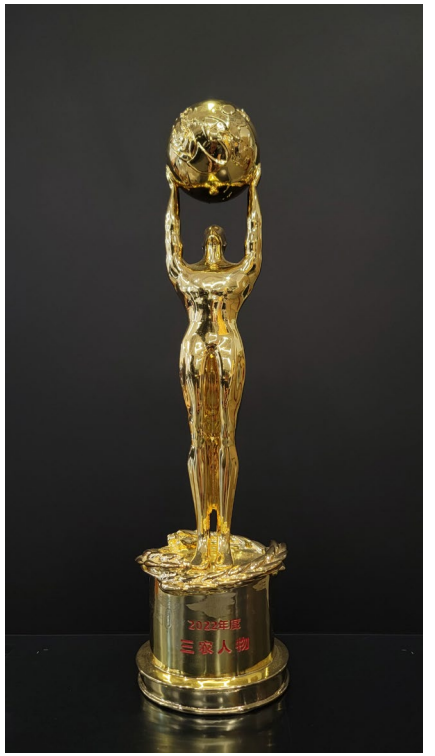
阿里巴巴乡村振兴特派员团队部分成员



林东虹



刘云飞



阿里巴巴乡村振兴特派员的 2022 年度“三农人物”奖杯

乡村振兴技术官

技术能力的缺失是众多县域和乡村发展的瓶颈。2021 年起，我们启动“乡村振兴技术官”项目，以更先进的技术承担更大责任，派驻乡村振兴技术官到田间地头，为县域提供技术保障、培训与支持，开展包括田野文物保护、智慧种养殖、普惠技术教育等领域在内的数字化志愿服务，助力解决乡村发展过程中的实际问题。

截至 2023 年 3 月 31 日，共计超 220 名技术官分赴山西、四川、河北、青海、湖南、陕西、云南、江西 8 个省份的 12 个欠发达县域开展数字化志愿服务，涵盖智慧种养殖、智慧农文旅、乡村数字治理、普惠技术教育等领域。

超220名
技术官

村里来了“技术官”，百年栗树变身“摇钱树”

板栗是河北省青龙县的支柱产业，县里有树龄百年以上的板栗古树 2,000 多株。古树所产的板栗肉质细腻、软糯香甜，营养价值高，但近年来，县里许多古树没有得到有效保护。阿里巴巴乡村振兴技术官郝利辉团队策划了“百年古树认养项目”，在支付宝小程序里上线“百年金栗”认养，认养者可以看到古树的历史介绍，及修剪树枝、施肥、除虫等过程。等到秋天板栗成熟，认养者在收到板栗果实和其他当地农产品的同时，还会获得青龙县本地的景区门票和温泉票等，受邀来青龙县旅游。这不仅帮助青龙县打开板栗销路，更带动旅游业等第三产业的发展。他们还计划未来在小程序里推出农产品线上商城，让更多青龙县的农产品与消费者见面。



河北省青龙县板栗树

公益设计官

好的品牌建设需要设计思维和专业能力，这也是很多欠发达县域所不具备的。我们发起了“公益设计官”项目，集结企业内外设计力量，用设计的力量助力乡村发展。2023 财年，在“寻找远方的美好”项目基础上，公益设计官们又打造了“守护远方的美好”项目，定点助力各县域文化保护及发展。

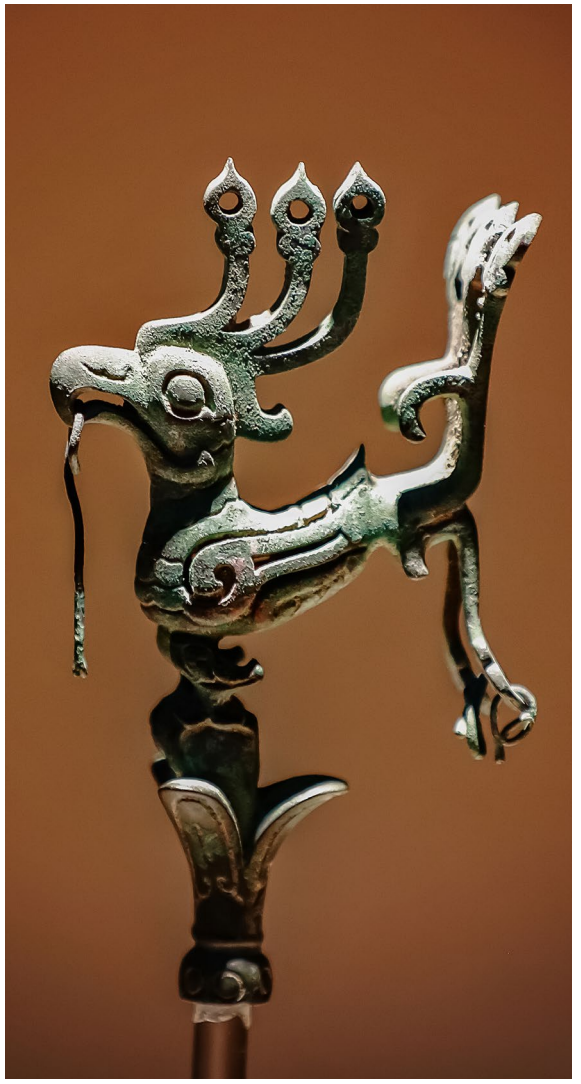
更多内容详见：
本章 塑造乡村品牌 P142

数字藏品[3] 助力古县文化传承

很多拥有悠久历史的县域和乡村面临着文化遗产传承的难题。这些地区每年的经费仅够维持勘探、修缮和维护等基本需求，但对本地悠久的历史和灿烂的文化却缺乏有效的宣传，影响力日渐式微。阿里巴巴公益设计官基于国家政策和自身技术优势，用数字藏品的方式还原、复刻和保护历史文化遗产。

河北省巨鹿县有着被认为保存得最好的宋代县城遗址。公益设计官黄河带领团队，带着遴选“精美、有收藏价值、易于唤起用户共鸣”文物的任务前往地方文化局和博物馆，选定 4 款宋瓷作为首批数字藏品。这个过程的难度极大，在还原、复刻其中一款文物——白地黑剔花龙纹梅瓶时，为了 360 度复刻出瓶身龙纹的模样，设计师们费尽心思，查找宋瓷史料记载，并在民间寻觅多次，才得以窥探龙纹全貌，补足了龙纹细节。

2022 年 9 月，阿里巴巴公益联合淘宝打造的巨鹿 4 款宋瓷的数字藏品首次登陆淘宝 88VIP 平台。消费者用积分每兑换一个数字藏品，即捐赠 10 元支持对应县域的文化遗产保护、野生动物保护等工作。巨鹿的数字藏品模式还被推广到了更多县域，截至 2023 年 3 月 31 日，已为河北省巨鹿县、山西省平顺县、陕西省佛坪县设计并上线数字藏品。



三星堆数字藏品

3 数字藏品是指使用区块链技术，对应特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证，能够在保护其数字版权的基础上，实现真实可信的数字化发行、购买、收藏和使用，可以作为文化传承的重要方式。

培育人才促进乡村经济发展

我们采用线上培训覆盖和线下培训重点孵化的方式，支持乡村居民学习数字经济产业相关技能，帮助他们在家乡获得稳定收入。

在线上，截至2023年3月31日，我们的乡村人才培训产品“数智云培”提供了电商、直播、短视频等内容，服务范围已扩展到全国151个县域，帮助培训70余万人次。部分县域进一步发展形成线下公共服务中心，助力形成电商产业集聚效应。

我们还在线下建设数字经济区域人才培训基地，截至2023年3月31日，已累计与区域合作伙伴共建77个基地，开设培训1,200个班次，覆盖超19万人次。

“村播计划”通过培养直播人才为乡村振兴助力

2019年开始的“村播计划”整合电商领域的优质资源，让手机成为新农具、直播成为新农活、数据成为新农资。

2022年7月，淘宝直播“村播计划”正式启动农人大赛项目，联合多方推出线上农产品直播带货专题培训和主播大赛活动，覆盖全国千余县，发现与培养1.3万名新农人主播，通过村播平台“为农选才”、“为农养才”，发挥平台经济对乡村振兴的促进作用。

截至2023年3月31日，平台累计已有11万助农主播，农民主播已遍布全国2,000多个县域。在学会直播后，农民主播的平均月收入能够提高两到三倍，人均带动2个就业岗位，共计拉动了20万人就业致富。

助力建设乡村人才培训基地

我们助力建设乡村电商人才培训基地，扎实培训乡村振兴人才。2022年1月，与广西壮族自治区信宜市合作建立人才培训基地，计划年度培育3,000名乡村振兴人才，涵盖直播、电商、营销等岗位。截至2023年3月31日，基地共开课20期，覆盖2,500人次。

2022年9月，与云南省昭通市合作建立直播人才培训基地，为当地政府、企业、创业者提供体系化的电商直播课程，为昭通市1,402个村（社区）每个村培养1名合格的带货主播。截至2023年3月31日，基地共开课20期，覆盖2,500人次。

2022年，在甘肃省陇南市、四川省苍溪县两地建立乡村振兴学院，并完成为期一个月的新媒体实训课程，提升当地职业学生短视频、直播电商技能。截至2023年3月31日，学院共计培训235名学员。



阿里巴巴新农人直播间

拓宽乡村就业

我们结合乡村人才供需的特点，为村民提供就业培训和就业机会。尤其是在支持女性村民就业方面，我们在 2023 财年提供了更多专项培训服务，不仅助力她们在家乡留得下、留得好，也为支持她们进城务工添技能。

“繁星计划”带动小镇青年数字化就业

我们结合电商业务场景与当地人才资源，创造在当地可以实现的数字化就业机会，“繁星计划”是典型项目之一。截至 2023 年 3 月 31 日，“繁星计划”站点覆盖了 14 个省份的 44 个区县，已提供 16,368 个直接就业岗位，帮助县域青年人才实现了在家门口安居乐业的愿望。

“客服县”是“繁星计划”的模式之一，通过在区县建设客户体验中心，为县域提供数字服务业人才培养技术输出和工作机会，促进人才回流，同时也促使部分劳动力密集型产业环节入驻县域，进而拉动生产和消费，激发当地的发展活力。

“假发产业”支持妇女在家就业

速卖通平台组织国内假发产业带商家深入经济欠发达地区，建立假发社区工厂，在打通假发产业链“内循环”、稳定企业生产经营、解决企业招工难题的同时，积极拓展解决农村留守妇女就地就业增收渠道。截至 2023 年 3 月 31 日，假发社区工厂已覆盖河北省张北县、陕西省宜君县、陕西省清涧县、青海省平安区 4 个县域，累计招募和培训了 469 名女工，其中张北县已与全国发制品主产区企业签订合作协议持续帮助待业女性在家就业。

假发工厂女工正在制作假发

“爱心月嫂”项目赋能女性新能力

2022 年 7 月，在阿里巴巴公益的支持下，中国乡村发展基金会爱心月嫂项目在天猫母婴行业爱心商家的支持下,秉持着赋能女性新能力的核心理念，通过开展职业技能培训、就业指导、继续教育的全周期培育，帮助乡村困境女性获得一技之长。经项目培养的“爱心月嫂”全部参加国家的职业资格考试，持证上岗，进城务工时能够凭借更专业和贴心的服务，赢得雇主的尊重和信赖。

“爱心月嫂”培训



拓宽乡村就业

有活力的乡村人和社区

我们从基础教育、乡村文化、医疗卫生和社区治理服务维度做起，促进乡村社会发展，共同构建更有活力、安居乐业的美丽乡村社区。

加强和拓宽乡村基础教育

平台促进乡村文化保护

提升乡村医疗卫生资源水平

乡村和县域治理和服务体系现代化

加强和拓宽乡村基础教育

在全社会数字化加速和强调素质教育的时代，欠发达地区的乡村基础教育在诸如校舍基础设施等的硬件方面和软实力上均处于薄弱地位。我们将技术资源和能力带到乡村，积极探索加强和拓宽乡村教育的创新途径，助力乡村缩小和发达地区的教育鸿沟。

少年云助学计划——让 AI 更有爱

我们自 2021 年 10 月开始发起“少年云助学计划”，以“工具公平促进教育普惠，更早激发数字创造力”。在项目中，我们与中国教育发展基金会等非营利机构和各地教育部门紧密协同，实现了即便在偏远区域，也可以 15 天内建成一间具备高速网络的专属云上教学教室。截至 2023 年 3 月 31 日，项目在全国 102 所学校落地，让 6 万多名乡村中小学师生用上具备弹性计算和人工智能能力的专属云电脑。

在云上教学空间，乡村师生们不仅仅是受益人，更是创造者，他将人工智能与音乐、美术、工艺、机器人等特色课程跨学科融合。学校间即使远隔千里，也可以通过网络分享课程。目前，已有 43 门校级特色课程进入云上教学空间。少年云助学项目受到联合国教科文组织人工智能与教育教席（UNESCO Chair on Artificial Intelligence in Education）关注，双方会以中国经验为基础，为全球人工智能教育均衡化做探索，让更多孩子拥有更先进的计算能力。

去大山里教编程——小小技术官，驰骋技术梦

为建设高质量教育体系，进一步促进教育公平，推动义务教育均衡发展和城乡一体化发展，阿里巴巴启动“小小技术官，驰骋技术梦”项目，在云南省澜沧拉祜族自治县教育局、东回镇中心小学校长的全力支持和配合下，成功将智能编程课程及四驱车活动带入这个偏远的大山校园。阿里巴巴开发的低代码编程平台能够以娱乐化的方式，让孩子们自己动手实践。

“同学你好”乡村美育项目

阿里巴巴设计公益委员会发起“同学你好”乡村美育项目，由阿里巴巴设计师集结全国优秀设计类大学生，以培养创造力、想象力、感知力等为目的，从美术教育开始，引导乡村孩子观察生活中的美，培育下一代的美学认知。

2022 年，项目发起大学生美术教育课程设计大赛，链接全国 120 多所高校有爱心、懂设计的大学生组建成 500 多支队伍，并精选出 16 堂为乡村孩子们定制的美育课程。截至 2023 年 3 月 31 日，项目链接全国 889 个乡村学校班级，为乡村地区的小朋友们带去美学启蒙。



为乡村小朋友带来美学启蒙

平台促进乡村文化保护

本土文化的保护和传承是乡村活力的重要来源，在寻找远方的美好和守护远方的美好项目之外，我们也通过平台为更多地区的非物质文化遗产保护带来新的机遇。

阿里巴巴公益带动淘宝非遗商家，与四川省凉山州的彝绣、青海省平安区的青绣、山西省平顺县的木雕建立了非遗手工业订单合作，持续为当地提供订单和技术培训等支持，助力超百名非遗手艺人们获得稳定收入的同时，也促进了手工技艺传承。

非遗青绣的传承与创新

青海民间传统刺绣简称“青绣”，历史悠久、种类丰富、工序繁琐，是青海各族妇女世世代代传承的民间手工艺，其中诸多品类入选了国家和省级非物质文化遗产名录。阿里巴巴和当地绣娘一起将传统青绣与文创潮玩融合，推动“青海青绣数字化总部”在海东市落成，在当地形成了初具规模、多方联动的青绣文化产业发展格局，让青绣从线下转到线上，从青海走向国际。



青绣

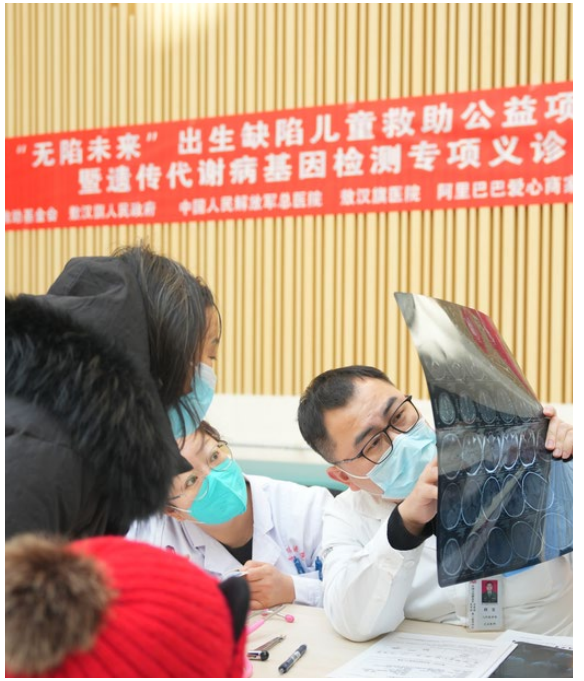
提升乡村医疗卫生资源水平

基层医疗服务水平是乡村活力的基本保障。我们一方面借助自身的医疗健康能力直接为乡村提供援助，另一方面为乡村努力提升当地的医疗设备基础和医疗人才能力。

阿里巴巴公益联合阿里健康与权威公益机构共同发起“小鹿灯”儿童重疾救助平台，为欠发达地区重疾儿童提供诊疗费用及医疗援助。截至 2023 年 3 月 31 日，“小鹿灯”项目共投入 1,700 余万元，在全国经济欠发达的 15 个省份的 31 个县域开展了 37 场义诊，援助符合条件的患儿 886 名。2023 财年，“小鹿灯”在已有的“主动救助”模式上继续拓展，针对遗传性疾病患儿，提供精准的诊疗服务。此外，“小鹿灯”还支持当地教育局开展了 4 次进校园筛查活动，对县域寄宿学校学生进行出生缺陷疾病风险的专科筛查，并对筛出的患儿实施救助。

为助力基层医疗人才能力提升，阿里巴巴公益联合阿里健康搭建基层医生学习平台，面向欠发达地区基层医生，提供优质的医学培训内容、线上专家交流机会及远程会诊等帮助。截至 2023 年 3 月 31 日，累计培训基层医生 14,002 人，其中包括 3,744 名基层心血管介入医生。2023 年 3 月，阿里巴巴公益和阿里健康联合中国县域医院院长联盟举办了首届县医院院长研修班。县医院院长是医院发展的关键角色，研修班对院长提供医院精细化运营管理、专科能力建设、医院发展规划及组织文化建设方面培训。

此外，为助力部分欠发达地区公共卫生服务水平的进一步提升，阿里巴巴公益和爱德基金会联合发起以村民为核心、村医为载体、社区为基础的“乡村医疗计划”，在欠发达地区开展乡村卫生室建设、卫生室医疗设备配备、村医培训等举措，帮助完善农村三级医疗卫生服务体系，提升基础医疗卫生水平，助力乡村医疗可持续发展。



“小鹿灯”项目



县域医院院长研修班

“乡村医疗计划”医疗设备助力基层医疗服务能力提升

河北省阜平县吴王口乡石滩地村位于阜平县西北部，距县城 50 公里，地处偏远山区，居住地留守老年人居多。长期以来，当地各种医疗器械匮乏，基础医疗器械老化影响了村医对患者疾病的进一步诊治筛查，村医对重点人群进行服务时容易出现数值上的偏差，从而影响医疗判断。

2022 年，“乡村振兴医疗发展计划”二期项目给阜平县包括石滩地村卫生室在内的 13 所村卫生室捐赠了一系列医疗设备，并对阜平县里 76 所卫生室进行翻修。项目捐献的血压计、便携式心电图机等设备投入使用后，精准的检测数据让村医更好地掌握了老人的疾病原因及规律，帮助提供更有效、及时的医疗服务。此次捐赠的医疗设备的便携性也得到了有效提升，让村医可随时随地携带设备进行入户随访、上门诊断，更好地给当地村民提供健康医疗保障。

乡村和县域治理和服务体系现代化

乡村治理现代化是乡村振兴的必要手段。近年来，随着经济社会快速发展、城镇化水平不断提高，农村社会结构发生了深刻变化，农民利益诉求日益多元化，客观上要求乡村治理不断创新、提升现代化水平。

我们依托钉钉数字化组织管理和协同的优势，打造钉钉“百姓通”，通过“居民通讯录”、“协同应急”、“民情反馈”等工具建设，实现乡村治理和为民服务的在线化、精准化、实时化；用数字化方式克服乡村治理中的人口精准管理难、群众内生动力弱、村集体凝聚力低、政务服务的“最后一公里”难以落实的四个难点。截至 2023 年 3 月 31 日，项目已覆盖超 10 个县域。

“巨好办”助力打造数字县城

2020 年 12 月，钉钉与河北省巨鹿县人民政府就“数字巨鹿”智慧平台达成合作，通过“数字巨鹿”的建设，打造数字县域，为百姓提供更优质的数字化服务。我们为巨鹿县“巨好办”平台构建了“自上而下、主动解难”的网上服务体系，将乡镇、部门和居民纳入线上管理。

2022 年，我们持续推进“巨好办”平台技术升级与功能完善，完成了政务协同板块和居民服务板块的优化升级建设，新增及优化应用 27 项。截至 2022 年底，累计解决群众诉求 47 万余件，平均 3-5 天办结，办结率 96.53%，同时公共服务用户活跃度和居民使用率显著提升。

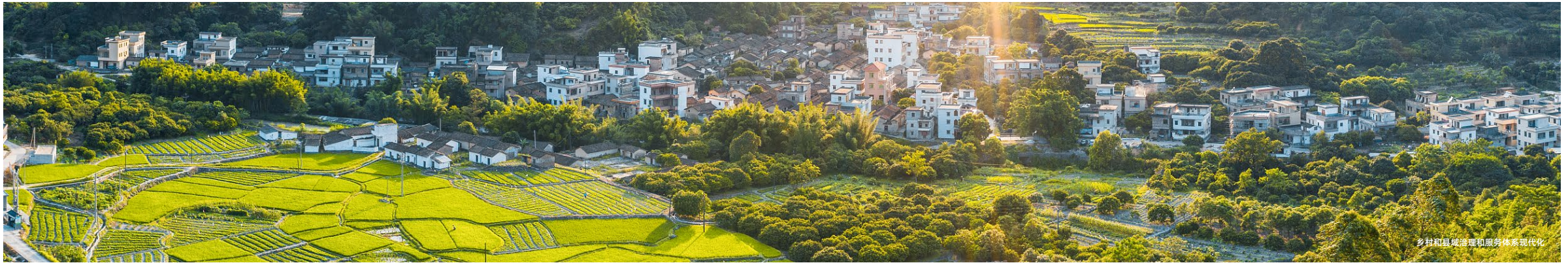
“巨好办”平台成功入选农业农村部全国第四批乡村治理典型案例，助力巨鹿获评“河北省数字生态十强县”，“奋进新征程，建功新时代”基层党建信息化创新案例等奖项。

敦煌“三位一体”平台推动“数字乡村”发展

以钉钉系统为依托，以数字化手段赋能生产、供销、信用体系建设等环节，阿里巴巴助力甘肃省敦煌市搭建了集农业生产、农资供销、教育医疗、电商销售、农事信息等 7 大类 21 项服务资源的“三位一体”数字平台，积极引导超 5.3 万人（超四分之一常住人口）注册激活应用数字化平台，日均活跃用户达 1.7 万人次以上，推动敦煌“数字乡村”发展。



云栖大会 - 三星堆 VR 奇幻之旅



乡村和县域治理和服务体系现代化

以数字技术助力增强社会韧性

新冠疫情后期，经济复苏仍处于爬坡阶段，同时社会不断面临新的挑战，尤其是气候变化带来的影响愈发显著，洪水、干旱、热浪、火灾等极端天气现象已成为“新常态”。构建高韧性社会，增强风险应对能力，变得更加迫切。

“科技 - 社会责任 - 参与者生态”三要素在这个挑战方向的落地，就是“数字 - 韧性 - 社会”。我们充分发挥数字化能力和平台生态优势，从三个方面助力提升社会韧性，从而更好地应对重大公共卫生和自然灾害等各类风险带来的不确定性，获得更长期的可持续发展机会。

第一，确保自身商业基础设施和能力在危机时仍能良好运行，从而支持商业生态的正常运转，帮助社会抵御公共卫生和自然灾害的各类冲击。

第二，在危机中积极协调平台生态与资源，集结各方动能，多方位应对危机。

第三，通过持续开放和共享技术与生态，和利益相关方一同开发解决方案，助力增强社会韧性。

| 自身运营与平台韧性 | 全力支持社会应对公共卫生和自然灾害挑战 |



以数字技术助力增强社会韧性

自身运营与平台韧性

我们持续投入构建和完善数字时代的大规模商业基础设施体系，针对极端事件开展技术创新和应用，确保在紧急状况和危机中云计算和数智物流等系统的稳定运行、快速响应和有效恢复，保障商业生态和社会经济的正常运转。

把韧性根植于云计算的基础能力中

物流韧性

把韧性根植于云计算的基础能力中

只有保持自身的业务韧性，才可能在需要的时候帮助社会。我们从选址、设计、建造、运营、维护与新建全方位应对挑战，筑就云服务的高稳定性与高韧性，并不断推进高标准规范在该行业的应用。

2023 财年，我们升级了风险管理，开展全球风险专项筛查和应急演练，建立数字化管理大盘，对风险进行量化管理，全面持续提升运营稳定性。

把韧性根植于云计算的基础能力中

选址、设计和建造

我们在遵循国家标准《数据中心设计规范》（GB/T50174-2017）的基础上，综合考虑当前有针对性的国家与地区政策和自然环境风险（基于50年/100年以上历史记录的洪涝干旱、极端高温、极端低温、地震、风雪灾害等），进一步提高选址、设计与建造标准。

高标准规范推进

为适应部分极端干旱地区，我们自主研发低WUE（水资源使用效率，数值越低表明效率越优）架构产品，WUE<0.1升/千瓦时，甚至近零水耗。随着目前研发成本下降，该技术将面向行业推广。



运营

在运营阶段，我们建立对常态环境的实时监测-智能调节系统和对极端风险的应急处理机制。例如，我们目前已通过实时智慧调节优化散热效率，包括在常年室温较低的张北地区利用室外新风优化散热；同时对暴雨、台风等极端天气情况设立了应急预案（ERP，Emergency Response Plan）。

维护与新建

随着极端高温与极端旱涝灾害随气候变暖加剧，相应的政策和标准也与时俱进。我们建立数据系统动态跟踪自然环境变动，灵活变更技术或开发新技术维护已建成数据中心运行和支持新数据中心投建。我们也不断提升自身高效利用资源和风险管理的水平，力争始终领先达到国际、国家和地方标准的云计算服务商。

物流韧性

我们结合自身数字技术优势和供应链能力，构建立体的应急物流体系，含括备灾管理、紧急运输、中转调拨，联合各方力量应对突发灾害事件。



提高自身运营韧性

无论自然灾害还是疫情，都会对人员密集型的物流中心运营产生冲击，进而影响到社会范围内的物资流转效率，对经济生产及居民生活造成隐患。我们在物流体系的建造、运营及人员培训等多方面针对各类风险做相应准备，在保证自身运转顺利的情况下努力维持物资高效运转。菜鸟已全方位形成了物流端到端的能力。

在日常运营里，我们根据各类自然灾害（如地震、台风和暴雨等）的级别，建立相应应急管理体系。通过对员工的培训，确保紧急状况下工作团队可以第一时间在保护自身安全的情况下，帮助社区和社会。

在国内供应链业务里，菜鸟面向有国内销售和履约需要的商家提供多种服务标准的端到端供应链服务。国内仓储面积超 1,000 万平米，保税仓储面积超百万平米，在 30 多个产业带开设 70 多个菜鸟产地仓。

在国际供应链业务里，菜鸟聚焦有海外销售和履约需要的商家，提供供应链解决方案及国际货运服务，主要包括空运、海运、头程拖车、海外仓、端到端供应链等。菜鸟与全球 60 多个口岸合作建立智能清关系统，集港拖车覆盖国内 7 大主流外贸港口。菜鸟加速海外本地能力建设，为跨境包裹提供末端配送服务，截至 2023 年 3 月 31 日，海外分拨中心数量达 15 个。

超70个
菜鸟产地仓数量

15个
海外分拨中心数量

提高平台韧性

我们和合作伙伴一起努力构建一张覆盖全球的物流网络。在此基础上，通过数智技术把更多国家和地区的物流环节连接起来，这不仅增强了我们作为一家公司的韧性，也增强了在应对不可预测的灾难时的社会韧性。2023 财年，阿里巴巴建设了翱象淘系生态供应链平台，链接了商家管理系统和社会化仓配能力，实现天猫淘宝商家亿级订单和千万级商品池数字化，借助阿里云在线存储和大数据计算引擎，实现每秒百万级商品实仓库存和基础信息更新能力。

我们基于客观数据，实时计算库存端到消费者端物流路径预计送货时效，把可靠的履约时效在消费者购物决策的各个节点，如搜索、导购，商品详情、订单页面等向消费者端透传出履约时效；同时基于社会化实时物流数据，侦测异常情况导致的商品不可发、物流线路不可达，在消费者下单前、下单后做异常信息预警，从而提升消费者在购物时效确定性方面的体验。防疫期间，我们与商家进行时效服务协同，及时告知消费者包裹送达时间可能延迟、受疫情影响退回等信息，降低退货率，让消费者买的安心、收货放心，确保疫灾情况下平台履约的确定性，提升平台物流韧性。



提高社会物流韧性

菜鸟结合自身优势和能力，构建立体的应急物流体系，含括备灾管理、紧急运输、中转调拨，联合各方力量应对突发灾害事件。菜鸟采取“急时免费运，平时成本运”的模式，已与多家公益组织及政府机构达成重点合作，菜鸟还曾多次承担新冠疫苗国际转运、抗疫及民生物资配送等任务。截至 2023 年 3 月 31 日，菜鸟已累计向全球 150 多个国家和地区运送了超 3 亿件医疗和生活物资。在 2023 年度亚洲 - 太平洋史蒂夫奖评选中，菜鸟分别凭借自身在数智科技与 ESG 方面的创新成果，荣获“运输和物流领域创新奖金奖”和“企业社会责任创新成就银奖”奖项，也是唯一获得本年度史蒂夫奖的中国物流企业。



菜鸟为公益物资搭建国内首个全链路数字管理系统

发生突发事件时，如何将全国各地的救援物资及时、安全、高效地运输到前线，并有序分发到需要的市民手中，是很多公益组织面临的痛点。菜鸟通过自身成熟的供应链能力，与公益组织共建应急物流体系，并推出了第一个数字化全流程的跟踪系统，开展公益性物流服务，实现捐赠物资从厂家揽收、仓内分拣、跨省转运、多点配送、末端签收一体化服务，全过程可视化在线追踪，一定程度助力了公益组织的数字化升级。此外，菜鸟还协助壹基金等公益组织开通助老等特殊人群救助专线，提供菜鸟直送（菜鸟速递）、菜鸟驿站、无人车配送等应急环境下“最后一公里”的多元化配送。

截至 2023 年 3 月 31 日，菜鸟已与中国乡村发展基金会、深圳壹基金公益基金会、爱德基金会等 28 家公益组织机构达成深度合作并共建应急物流体系。

菜鸟和联合国世界粮食计划署签订合作

2023 年 3 月，菜鸟与联合国世界粮食计划署（WFP）在意大利罗马签署了全球物流合作协议。双方将在全球人道主义紧急行动和提升供应链能力等领域开展为期 3 年的战略合作。这也是中国物流公司首次成为 WFP 的全球物流合作伙伴。菜鸟将发挥全球物流网络优势，帮助世界粮食计划署在紧急事件中缩短应急响应时间，提升其全球供应链效率，将援助物资更高效地送达至有需要的人。菜鸟也将通过覆盖全球的 15 个大型分拣中心、欧洲和东南亚的物流枢纽及在巴西、北美和中东等地布局的物流能力，为全球各地的人道主义与紧急援助提供支持。

28 家
公益组织机构达成深度合作并共建应急物流体系

全球物流合作伙伴
成为 WFP 全球物流合作伙伴

全力支持社会应对公共卫生和自然灾害挑战

数字平台是社会经济良好运转的重要动力和压舱石。从应对新冠疫情到降低灾害风险，从帮助弱势个体到赋能和连接全领域的社会组织，我们和各方合作伙伴一起不断探索创新且可持续的解决方案，希望在更广泛的范围内增进社会福祉。

数字化助力社会疫情应对

数字化助力社会减灾救灾能力建设

数字化助力社会疫情应对

我们始终关注疫情防控中的民生需求和经济恢复，一方面发挥数字技术和平台优势，保障疫情之下社会经济的平稳运行，另一方面以经济社会全面数字化转型为契机，帮助中小企业在渡过难关的同时激发新需求，创造新供给。

问诊和医疗物资保供

2023 财年，我们充分发挥数字化、物资调配和物流能力，帮助有需要的人有序防疫，平稳渡峰；尤其在医疗整体发展水平较低的农村地区，积极提供医疗物资和医疗问诊服务，为农村医生提供培训服务。



物资保供

阿里健康为乡村医生提供免费疫情相关医疗培训

为帮助县级医院医生及乡村医务人员提升对新冠感染的诊疗救助能力，阿里巴巴公益、阿里健康联合来自首都医科大学附属北京地坛医院、哈尔滨医科大学附属第一医院、武汉大学人民医院呼吸科专家，录制抗原检测注意事项、发热期自我健康检测、特殊人群（老人、孕妇、儿童）防护、用药、康复指导等专业教学视频，并通过阿里健康基层医生培训平台发布。此外，还联合全国权威机构和临床专家，通过多种形式，为县 - 乡 - 村基层医生和医护人员提供新冠病毒感染相关的临床诊断、应急处置技能的免费在线培训等支持。

高德地图上线“药物公益互助”平台、“核酸地图”

为缓解防疫药品物资局部紧缺情况，高德地图联合阿里巴巴公益发布新冠“药物公益互助”平台及“购药互助”功能，在地图上聚合用户的互助信息，并上线药店实时抗疫物资信息，通过共享互助信息解决买药需求。

为服务各城市开展核酸检测工作，方便用户查询并前往所在地附近或其他任意区域的核酸采样点位，高德地图发布“核酸地图”功能，用户只要在首页搜索“核酸地图”，即可进入产品界面。

菜鸟提供稳定安全的国际供应链和专业医药冷链

在全球抗疫援助中，菜鸟协同 50 多家全球物流服务商，共同服务全球 150 多个国家和地区。此外，菜鸟也通过专业的国际医药冷链能力，向萨尔瓦多、特立尼达和多巴哥科威特、苏里南等亚非拉国家多次运输中国新冠疫苗，累计运输新冠疫苗逾百万剂。

阿里健康上线 24 小时新冠义诊平台

2022 年 12 月，为发挥互联网医疗服务的优势，阿里健康发起“安心行动”，联合阿里公益在淘宝上搭建免费“阿里健康新冠义诊”平台，主要包括老人、儿童、孕产妇和成人四大新冠问诊模块，由公立医院执业医生提供 24 小时线上问诊服务。阿里巴巴公益基金会承担全部问诊费用，并为所有问诊医生提供必要的资源保障，以缓解农村医疗压力。

生活物资保障

我们覆盖多个领域的数字化业务的自身韧性，可在社会需要时快速响应，多维助力生活物资保障。

饿了么	菜鸟	天猫超市	盒马
• 开启“城市守护者支持计划”，以补贴、奖金、物资等形式支持防疫期间商家营业和骑手跑单； • 推出即时电商服务保障社区需求，包括“应急特需”、“全能超市”、“社区团购”等服务。	• 投入150座菜鸟仓、300多个城市配送体系保障香港、上海、长春等地生命线畅通和民生物资供给，支撑天猫超市和线下商超“不打烊”； • 省际间调动配送员逆行上岗，开通网格化销售和社区集单配送新模式，菜鸟驿站站长变身保供员，保障社区油盐酱醋茶； • 开通“助老专车”和“助老专仓”，保障老人生活所需。	• 采取多种办法为各城市做好保供服务，全力确保生活物资供应平稳有序且不涨价； • 推出保供套餐、集采集配、社区直送等多种灵活的服务方式，做好配送员防护和健康管理，确保订单正常配送。	• “不歇业、不涨价、不断供”，启用共享员工模式确保网点和人力运营； • 通过大仓到社区的直配流动超市、门店集单配送业务、设立区域保供集配中心、合作公交送菜专线等创新举措提升保供工作效能； • 开启盒马应急特需通道优先保障对物资急需的医护群体、志愿者群体、特殊人群的保供需求，为老年人免费送物资。

帮助中小型企业渡过难关

我们的一个重要关注点，是助力中小企业在疫情中有效运转，推动国内经济复苏，帮助跨境企业走出去。钉钉为企业、学校等远程办公提供技术支持，帮助社会维持有效运转；飞猪、Alibaba.com 等通过提供保障性举措，支持商家改善经营。

飞猪推出“你好，明天”计划 支持旅游业振兴

2022 年 12 月 12 日，飞猪启动“你好，明天”计划，推出 17 项措施支持旅游业振兴，包括：根据处于不同发展阶段、类型商家们的需要，推出分梯度的经营合作方式，支持商家们以零售、采销、供销等多种方式在平台上恢复经营，特别是降低新商家、中小型商家的运营难度；延续并扩大一系列费用减免措施，投入免费资源，支持商家改善经营状况；助力目的地挖掘文旅消费亮点、提振消费信心。

让外贸商家接得到单发得出货，Alibaba.com 推出跨境外贸纾困十条

为帮助中小外贸商家应对全球疫情带来的阶段性困难，2022 年 3 月，Alibaba.com 正式推出跨境外贸纾困十条，包括确定性商机保障、确定性物流保障、确定性资金金融保障、确定性服务保障和确定性人才保障等确定性举措，涵盖跨境电商各个关键环节，帮助外贸商家更好的应对风险挑战。



合力渡过难关

数字化助力社会减灾救灾能力建设

我们发挥多元化数字产品和服务的优势，在各类减灾救灾活动进程中帮助畅通信息，保障物资供给。

我们深入开展应急减灾技术研发，积极参与国家层面的基础能力建设。近年来，在重大自然灾害来临时，我们的产品和服务被广泛使用，在汇聚各方资源、维持信息渠道畅通方面发挥了重要作用。

发挥数字技术优势，积极参与“智慧应急”建设

我们与应急管理部合作，将国家应急管理现代化的发展需求与阿里数字技术优势紧密结合，积极推进应急管理大数据建设和智能化应用，促进应急管理业务模式转型升级。从 2019 年开始，阿里云就深入参与到了应急管理部的信息化建设进程中，进展如下：

- **2019**：阿里云开始承接应急管理部大数据应用平台项目建设
- **2020**：阿里巴巴与应急管理部签署了战略合作框架协议，以信息化推进应急管理现代化
- **2021**：阿里巴巴加入全国应急管理与减灾救灾标准化技术委员会；阿里云雨中国安全生产科学研究院签署战略合作协议
- **2022**：阿里云承接应急管理部贵阳云平台项目，助力应急管理部建设自主可控、性能强大、弹性计算、异构兼容的云计算服务平台

2023 财年，阿里云利用数字技术积极帮助应急管理部开展救灾行动，在芦山县、泸定县地震中，通过阿里云参与建设的应急管理大数据应用平台相关系统，为应急管理部的灾情研判、指挥决策提供了有力支撑。

此外，阿里云为应急管理部建设的贵阳云平台圆满完成了第四届应急管理普法知识竞赛线上答题的保障。

助力红十字会搭建数字救援平台

阿里云支持中国红十字基金会打造“社会应急力量数字救援平台”，借助阿里云生产力工具平台“云巧”的可组装研发模式、企业协同服务及钉钉的数字化管理技术，实现救援队组织及日常管理在线化，并对每一次的救援任务实现全生命周期的可视化管理，进而提高社会救援力量的专业能力及主体规范化运营能力，有效支撑救援行动，提升救援效率与质量。



助力社会减灾救灾能力建设



推动人人参与的公益

让人与人、人与自然之间建立和传递善意是可持续发展最大的底层逻辑。作为一个可持续社区的推动者，我们努力发挥科技的力量，从员工开始，渗透到商业设计中，连接不同参与方，发挥科技和平台的作用，逐步扩展到参与者生态，促进全社会的广泛公益参与，努力做到“让天下没有难做的公益”，践行超越商业的社会责任。

我们通过以下三方面践行公益：

- **推动员工积极参与公益 P161**
- **科技赋能解决超越商业的社会挑战 P165**
- **连接生态力量，赋能社会公益 P168**



科技赋能解决超越商业的社会挑战

首份罕见病就诊地图

阿里健康发布全国首份罕见病就诊地图

118,746 位

自研智能筛查阿尔茨海默症工具已帮助 118,746 位老人筛查

超 100 家

“码上公益”项目搭建公益机构与开发者的桥梁，为超 100 家公益机构的数字化发展提供技术支持



员工公益

250,144 小时

员工总志愿时为 250,144 小时

超 110 个

活跃的公益幸福团超 110 个，共发起了超 1,000 场活动，带动超 3 万名员工参与公益

推动人人参与的公益





连接生态力量，赋能社会公益

3.99 亿元

阿里巴巴向阿里巴巴公益基金会捐赠 3.99 亿元

204 万

2023 财年，“公益宝贝”项目吸引到 204 万商家和 4.7 亿用户参与

11,722 人

“天天正能量”项目持续耕耘十年，让 11,722 人得到正能量回馈和鼓励

2023 年度公益企业

阿里巴巴荣获“2023 年度公益企业”称号

推动员工积极参与公益

以同理心和社会责任感为牵引，我们尝试在企业内部建立人人公益的文化；同时，通过设计创新的机制和提供多样的资源，激发和助力员工广泛参与公益行动，并最大化地将他们的知识、技能和创造性思考应用于超越商业的更广阔社会中。

| 营造人人公益的企业文化 | 支持员工参与公益事务决策 |



推动员工积极参与公益



（公益就是要）一辈子积累自己帮助别人的能力……（这是）很土的一句话，但如果真的去做一辈子，我觉得真的到老了的那一天，我会心安。

—— 邵晓锋，阿里巴巴合伙人

推动人人参与的公益

营造人人公益的企业文化

阿里巴巴从创立之初，就立志要做一家有温度的公司，希望汇集每一份微小的力量，去帮助有需要的人，为社会创造价值。公益心是阿里巴巴最重要的底色，也是把每个员工连接在一起所不可缺少的纽带。

我们于 2015 年 9 月 10 日提出“人人 3 小时”倡议，鼓励每一位员工将对公益的追求和向往转化为实实在在的行动。我们支持员工自发成立公益幸福团，以机制化的方式开展公益活动。

2023 财年活跃的公益幸福团 [1] 超 110 个，共发起了 1,000 多场活动，带动 3 万多名员工参与公益。这些幸福团项目主要分布在自然环保、动物保护、教育、弱势群体关怀等领域。

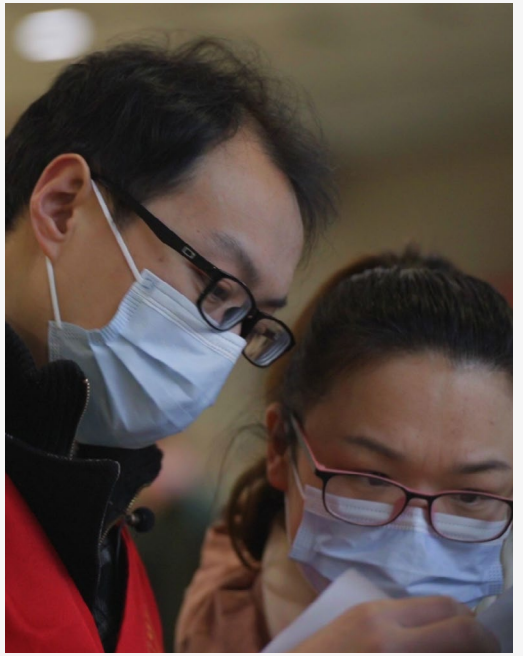
2023 财年，我们正式员工 [2] 的总志愿时为 250,144 小时 [3]。

250,144 小时
正式员工
的总志愿时

110 个
活跃的公益
幸福团超过

每天两小时，把公益做成“超级副业”

2023 财年，菜鸟员工刘俊是公益时申报最多的阿里人，志愿服务 687.7 小时，平均每天有近 2 个小时投身于公益。自 2019 年起，刘俊就在工作之余通过助医活动为看病的老人、儿童解答困惑，提供指引，并连续两年坚持定期为 70 岁以上老人和环卫工人提供爱心早餐。2022 年 4 月，刘俊发起橙心助医幸福团，带动更多阿里人加入导医志愿者队伍，专业致力于医院助医、社区服务、核酸检测、抗原检测等助老助医志愿服务。截至 2023 年 3 月 31 日，橙心助医幸福团共组织活动超 150 场，帮助 126 万人次。



刘俊医院助医



顺风车公益幸福团

顺风车公益幸福团

2014 年 2 月 14 日，一群有爱的阿里巴巴员工车主自发组成了顺风车公益幸福团，由阿里技术志愿者开发顺风车公益平台，帮助缓解员工上下班的交通压力，降低通勤碳排放。顺风车既让大家搭建起跨部门的情谊，也拓宽了做公益的方式。阿里各园区划出 400 多个公益车位供顺风车专用，一些园区还特别设置了顺风车专属车站“公益爱豆车站”。每成功搭载一位同事，顺风车主就可获得顺风券一张，根据排名来分配公益车位，以此鼓励顺风出行。9 年来，上万名阿里人成为爱心车主，免费为同事提供超 50 万人次出行服务。2023 财年，超 8,000 名车主为 11.8 万人次提供了顺风出行，既践行绿色低碳，又温暖了通勤路。

海外员工志愿者的社区公益

Petra Stocklemayerova 是我们伦敦办公室的公益达人。每个月她用两个周末在一家当地超市外的食品收集点募集人们捐赠的意大利面、大米、罐头食品等食物以及洗漱用品，并分发给有需要的人。她还带动伦敦办公室参与社区志愿服务，致力于为食物浪费做“减法”，为爱心做“加法”。她还是 GoodGym 社群的热心成员，倡导“做好事，健好身（Do Good, Get Fit）”，让健身爱好者走出健身房，在挥汗运动的同时“顺路”去往社区各个角落，为社区的长者做日常小事。长者则被称为“教练”，为健身爱好者提供健身动力、分享实用人生经验。



Petra Stockelmayerova 在街头开展“食物银行”募集食品

1 本财年有带动员工参与公益活动的公益幸福团。
2 此处员工的统计范围为阿里巴巴直接管理业务的正式员工。
3 志愿时包括员工申报的环境保护、儿童教育、老人关怀、社区服务、脱贫助困、技能服务、无偿献血及其他志愿服务小时数。

推动人人参与的公益

我们坚持给予公益行动充分的认可与嘉奖，为员工的公益之路增添更长足的动力。2017 年设立的阿里巴巴公益榜（原称橙点公益榜），旨在表彰和奖励为公益事业作出重大贡献的优秀内部团队、个人和项目，是阿里巴巴内部“重磅”的员工年度奖项。

2023 年“阿里巴巴公益榜”

2023 年阿里巴巴公益榜于 3 月 3 日温暖揭榜，经过 1,600 多位内外部大众及专业评委的评审，共同遴选出 10 个“最具社会洞察类”、“最具社会影响类”和“最具科技创新类”公益项目。此外，还有 14 位阿里巴巴同学、校友[4]、平台合作伙伴获得“年度最佳公益之星”。银泰集团、阿里健康获得“年度最佳公益组织”。

> 每年的 3 月 3 日并不是这一年阿里人做公益的终点，而是一个新的起点。ESG 作为阿里巴巴重要的社会责任战略，员工公益作为阿里（巴巴）ESG 的重要组成部分，将支撑阿里巴巴更好地前行。
>
> —— 阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇



“阿里巴巴公益榜”颁奖晚会

4 离职的阿里巴巴员工。

支持员工参与公益事务决策

我们支持员工为阿里公益事业承担更多责任，运用技术和业务能力形成创新洞察，为社会增加亮色。2012 年，我们推出了公益委员会制度，每三年通过公开竞选的方式选出新一届“公益合伙人”，代表全体员工参与阿里公益事务相关决策。在公司制定公益文化发展方向等重大事项时，公益合伙人会积极收集员工的意见和建议，并将其反映至决策制定过程中。

2021 年 9 月，经过几个月的提名、路演、讨论、实践和票选，14 位员工成为第四届阿里巴巴公益委员。入职一年多以来，新一任公益委员既能从策划到独立落地公益项目，带动阿里同学更广泛地参与公益，又能合力运营公益委员基金，策划发起“好事发生”计划，创投有善能、懂创新的员工策划的公益活动。2023 财年，第四届公益委员在儿童教育、社会应急保障、弱势群体关怀、环境保护、技术公益等领域共计发起 162 场公益活动，带动 4,110 人次参与。



第四届公益委员成团之夜

公益委员代表池培红

池培红是阿里巴巴急救先锋幸福团发起人和团长，致力于培养和带动更多人成为“急救先锋”。她搭建了员工端完善的急救培训体系，以保证急救培训的专业性、长期性和稳定性，形成运营闭环，并积极组织亲子、社区、校园急救培训，引导更广泛的社会参与。2023 财年，阿里急救先锋幸福团足迹遍布全国 20 多个城市，共培训了 15,431 人，带领数千人通过专业培训，获得红十字会救护员证、AHA 美国心脏协会救护员证等急救资格证。池培红还带领阿里急救先锋公益幸福团的志愿者们多次参与提供大型活动的急救保障，如杭州马拉松、杭州梦想小镇半程马拉松、第十七届玄奘之路戈壁挑战赛及其他赛事。2023 年度，阿里巴巴急救先锋幸福团获得阿里巴巴公益榜年度最佳公益之星奖。



池培红

公益委员带头组建 120 接警志愿者

2022 年底疫情高峰期，杭州 120 急救咨询量激增，生命热线跟不上暴涨的需求，给患者及其家属带来极大压力和风险。为此，公益委员们和阿里巴巴公益第一时间与杭州市 120 急救中心联动，招募员工成为 120 热线接听志愿者。现任公益委员池培红、王怡和前任公益委员郭静带领踊跃报名的 300 多名员工，在接受完整培训后，分批次参与了 120 急救调度服务。他们通过接听救助电话、回拨“早释”电话、症状初步判断、情绪安抚疏导等方式，认真应对生死时速的急救场面，保证生命热线 24 小时畅通无阻。2023 年度，120 接警志愿者团体获得阿里巴巴公益榜年度最佳公益之星奖。



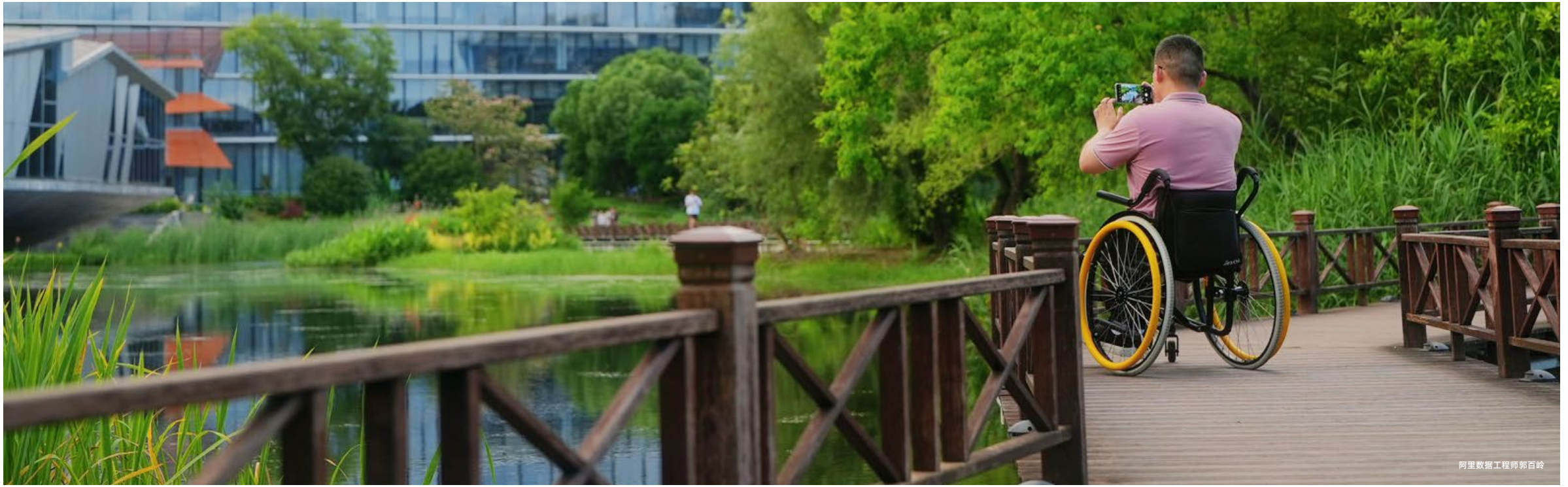
阿里巴巴志愿者参与 120 急救调度

更多内容详见：
第一章 员工参与生物多样性教育和保护 P55
第五章 塑造乡村品牌 P142、将数字化人才引进乡村 P144、加强和拓宽乡村基础教育 P149

科技赋能解决超越商业的社会挑战

公益创新和取得成效离不开科技和专业的力量。通过资金和资源全方位支持，我们为员工投身公益创造良好的环境，让他们发挥自身专长来提高公益效率，从而寻找到解决社会问题的最优解。

科技赋能解决社会问题 | 科技赋能公益组织



阿里数据工程师郭百岭

科技赋能解决社会问题

很多社会问题难以解决，不仅因为缺乏物质资源，也由于缺乏信息获取渠道，尤其是部分弱势群体在信息获取方面遇到的障碍更大。阿里巴巴致力用科技解决从生态环境到各类社会问题面临的挑战，通过分享在数据处理和可视化等领域的专业知识和技能，帮助改善信息流动、协调资源，从而更好地解决问题。

更多内容详见：
第三章 包容的消费 P93
第五章 乡村振兴技术官 P146、加强和拓宽乡村基础教育 P149、问诊和医疗物资保供 P156、数字化助力社会减灾救灾能力建设 P158

罕见病就诊地图解决罕见病患者“诊疗难”问题

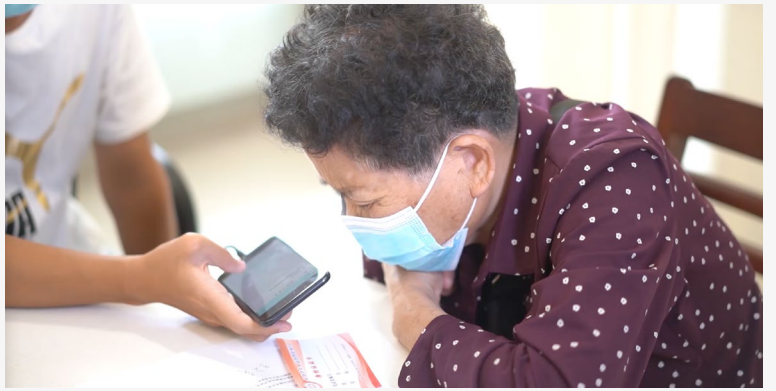
2023 年 2 月，阿里健康联合北京病痛挑战公益基金会，发布全国首份“罕见病就诊地图”，帮助罕见病患者更便捷地获取就诊信息。该地图将国家卫生健康委员会发布的罕见病目录中 121 种罕见病对应的可查询指南、疾病同义词和已纳入全国罕见病诊疗协作网的 324 家诊疗医院做匹配检索，结合阿里健康的技术能力，通过地理位置推荐服务，为用户提供全面、专业的全国罕见病医生和机构信息，缩短罕见病群体就医路径，提高罕见病患者就诊便利性和准确性。



使用“罕见病就诊地图”

阿尔茨海默症筛查干预

老年痴呆症给老人和家庭带来巨大压力。大部分痴呆患者患有阿尔茨海默症 (AD)，目前医学界治疗方案有限，早期筛查和干预是有效的手段，但针对老年人认知功能的筛查专业要求高、耗时久，且大部分城市缺乏相应资源，因此全国老年痴呆筛查工作进展远低于预期。阿里巴巴达摩院 AD 公益筛查项目的志愿者们利用 AI 技术自研智能筛查工具，把专业的认知风险筛查变得像测量血压一样方便快捷，在保持同等效度的同时，耗时仅为传统人工筛查的三分之一。项目组广泛联合政府和社会资源，让更多人了解 AD，截至 2023 年 3 月 31 日已与多位专家、多家医院和养老院合作，帮助 118,746 位老人完成筛查，近 600 多位公益志愿者参与。



志愿者用 AI 筛查工具进社区

高德轮椅导航助力弱势群体无障碍出行

中国的城市从地形到交通状况具有复杂和多样性的特点。公共场所的无障碍设施整体建设水平较低，给大量弱势群体造成巨大障碍，他们中不仅仅有身体残障人士，还有老人、伤病员和母婴人群。对于这些群体而言，一个 30 厘米的台阶都可能成为他们出行的障碍，并可能影响出行安全。

高德地图从 2017 年开始关注残障群体的无障碍出行。2023 财年，高德成立轮椅导航公益项目组，在全集团征集技术志愿者帮助开发专门服务残障人士的轮椅导航，其中就包括来自淘宝天猫的数据工程师郭百岭。他因患有小儿麻痹症而失去自主行走能力，通过亲身经验帮助开发人员从用户的视角更好地理解现实生活场景中的“障碍”。轮椅导航功能于 2022 年 11 月 25 日国际助残日前上线。

“轮椅导航让残障人士出行不再是‘拆盲盒’，不仅方便了残障人士出行，更是增添了残障人士出行的信心！希望未来覆盖更多城市，帮助到更多的残障朋友！”

—— 阿里数据工程师郭百岭

科技赋能公益组织

在推动社会发生更广泛和积极的转变上，公益机构和公益志愿者发挥着重要作用。我们通过支持公益机构的自身发展及其项目，向公益机构和志愿者提供平台、分享技术解决方案，推动社会公益事业的良性发展。

更多内容详见：
第一章 带动生态助力水保护 P52、支持当地自然保护 P58、与机构长期合作构建环境信息网络 P58
第五章 提高社会物流韧性 P155

码上公益搭建

我国公益机构的数字化程度普遍偏低。“码上公益” 项目旨在成为对接公益机构技术需求与开发者的桥梁。广大公益机构可以免费入驻该平台，并发布技术需求；开发者根据自身的技术能力和兴趣选择帮扶机构；而码上公益平台则为双方提供资源协调、过程协同、技术交流、技术赋能等服务。志愿者将面向通用化公益场景的系统落成了可直接复用的模板。截至 2023 年 3 月 31 日，共有 370 家公益机构和 6,800 多位爱心极客志愿者入驻该平台，已为其中 100 多家公益机构的数字化发展提供技术支持。

“码上公益为我们连接了一群非常有爱的技术志愿者，通过低代码平台为我们开发了满天星公益项目活动数据管理系统，极大的方便我们统计各项目活动中学校获取的阅读资源及参与阅读活动的情况，以便我们更有针对性地开展阅读推广工作，让阅读资源得到更充分的利用。”

—— 广州市海珠区满天星青少年公益发展中心 创始人 梁海光



技术创作者分享“码上公益”项目

连接生态力量，赋能社会公益

阿里巴巴公益的独特之处在于，我们努力发挥平台的优势在全社会搭建起广阔生态，从而让更多人高效、便捷地参与公益事业。

| 社会应急救助 | 发挥平台力量，推动多方参与 | 传播公益正能量，鼓励凡人义举 |



利用平台扩大社会影响，科技与平台赋能社会公益

社会应急救助

我们投入和整合各类资源，在抗震救灾、环境保护、公共健康等方面为各类紧急社会问题提供及时帮助。

2023 财年，阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠 3.99 亿元，主要用于抗疫、教育和环境保护等领域的公益项目。《公益时报》主办的第七届中国公益年会上，阿里巴巴荣获“2023 年度公益企业”称号。此外，阿里公益天天正能量项目、由阿里公益宝贝“XIN 益佰计划”支持的爱佑基金会重症患儿医疗救助项目及中国乡村发展基金会童伴妈妈项目，共同获得年度公益项目奖。

3.99亿元
阿里巴巴集团向阿里巴巴公益基金会捐赠金额

2023 年度公益企业

泸定地震

2022 年 9 月四川甘孜泸定县发生 6.8 级地震灾情，阿里巴巴通过阿里巴巴公益基金会迅速启动应急救灾预案，紧急向甘孜泸定地震灾区捐赠 500 万元，依照政府统一指挥，用于抗震救灾及灾后重建。我们还联动此前派驻在甘孜的阿里乡村振兴特派员，全力对接和协调相关资源，协助前线灾后救助工作。阿里公益平台联动中国红十字基金会、中华社会救助基金会、壹基金、爱德基金会等公益组织一起，在“95 公益周”会场联合发起募捐救助行动。

跨部门联合紧急支援土耳其 - 叙利亚地震

2023 年 2 月，7.8 级的土耳其 - 叙利亚地震发生后，阿里巴巴第一时间成立了由国际业务部门领衔的跨部门救灾小组，发挥平台的资源整合能力，保障物资采购捐赠工作。从项目启动到供应商寻源，再到跨境供应链履约，最快 48 小时完成采购寻源，让救援物资顺利抵达土耳其受灾地区。同时，菜鸟安排专车运输，确保当地急需的防寒帐篷、睡袋、毛毯等救援物资迅速出仓，飞抵土耳其震区阿达纳等地。菜鸟前后支持处理土耳其救援物资超 200 吨。此外，阿里巴巴公益基金会第一时间与浙江公羊救援队对接，在向民政部和理事会申报并获批后，向公羊救援队资助 50 万元人民币用于救援。

助力乡村疫情防控

2023 年 1 月，阿里巴巴在农业农村部、工业和信息化部、国家卫生健康委的指导下，通过阿里巴巴公益基金会捐赠人民币 1.25 亿元，为全国 60 多万个村级卫生室各采购 2 台指夹式血氧仪，基本覆盖所有行政村。菜鸟在 4 天内将 100 多万台血氧仪全部发出，在广大农村地区建立起了有效屏障。菜鸟还在天津、西安、武汉、广州、成都、嘉兴等 6 个重点城市开设“农村医疗”应急专仓，帮助农村地区提升应急物流能力。2023 年 2 月，在农业农村部、全国工商业联合会、工业和信息化部、国家卫生健康委的指导下，菜鸟将 2.2 万多台制氧机送至新疆、甘肃、广西等 386 地的基层医疗机构，有效提升基层医疗卫生服务。

更多内容详见：
第五章 全力支持社会应对公共卫生和自然灾害挑战 P156



为村级卫生室捐赠指夹式血氧仪

发挥平台力量，推动多方参与

我们运用科技力量、商业思维和平台资源，发动社会一起参与公益，从购物之余的举手之劳到响应倡议行动，让每个人都能做一点公益，让公益融入社会生活。同时，我们也一直和公益生态保持良好的合作关系，让每个人的善举可以发挥适当的社会价值。

带动公众方面，我们发起了包括“公益宝贝”在内的“阿里巴巴公益平台”和“人人 3 小时”公益平台来让更多想做“好事”的人或者企业便捷高效参与公益。淘宝商家可在后台将其“出售中的商品”自愿设置为“公益宝贝”，将一定比例的交易金额捐向指定公益项目；消费者在淘宝上购买标识“公益宝贝”的商品后，平台按照商家设置的金额捐赠至相应的公益组织或项目。

我们将公益项目嵌入到消费者与商家高频次的交易行为之中，以小额海量、即时同步、便捷高效的方式实现了低成本、规模化的公益资源筹集，打通“电商 + 公益”价值链，让利他公益的理念在商家和消费者之间形成正循环，让人人细水长流支持公益的愿得以实现。2023 财年，204 万商家和 4.7 亿消费者在阿里巴巴平台通过公益宝贝等形式参与公益，累计受助群体 900 万人次。公益宝贝项目主要分布在弱势人群关怀、教育、环境保护和动物保护等领域。

“人人 3 小时”公益平台，可以将亿万消费者和需要公益行动支持的机构连接起来，促进公众广泛参与。

在连接公益机构方面，我们也发起了诸如“XIN 益佰”的公益计划。这个计划旨在为与阿里巴巴 ESG 和公益理念一致的公益项目提供全方位支持。该计划每年联动优秀慈善组织共同孵化和打造至少 100 个标杆项目，推动公益模式创新，共建行业可信数字化基础设施，助力公益事业可持续发展。2023 财年，“XIN 益佰”共支持了 64 家公益组织的 102 个优秀的公益项目。公益宝贝项目和“XIN 益佰计划”关注的领域主要分布在弱势人群关怀、教育发展、环保动保、老龄关爱等。

联动商家生态力量助力“微笑儿童项目”

针对一些发展中国家贫困地区儿童面临饥饿的问题，中国乡村发展基金会启动了国际微笑儿童供餐项目，通过为受饥儿童供餐或发放粮食等方式，帮助其健康成长与发展。2022 年，国际微笑儿童项目成为阿里巴巴公益“XIN 益佰计划”的一个合作伙伴。同年，我们通过公益宝贝计划从 34 万爱心商家的 8,200 万笔爱心订单获得支持，筹集善款 444 万元，在埃塞俄比亚、尼泊尔和缅甸三国开展项目，受益学生人数共计 6,936 人。



数字化平台在 95 公益周掀起公益热潮

2022 年“中华慈善日”期间，阿里巴巴在民政部的指导下，以“公益的心态、商业的手法、科技的力量”为牵引，充分发挥数字化平台优势，大力带动业务部门、商家、机构、公众广泛参与公益慈善实践，通过“线上 + 线下”等形式多渠道开展宣传动员，持续掀起宣传“中华慈善日”的热潮。

活动期间：

- 通过各类新媒体、社交媒体曝光量达 28.4 亿人次，公众互动量 877 万人次；
- 发动阿里内部生态 34 个业务单元以不同程度提供资源支持，累计吸引 2.6 亿人次参与公益周；
- 42 家慈善组织发起 118 个项目筹集善款 3,341 万，41 家公益机构发起 780 个爱心团队“组队”做公益；
- 公众通过淘宝、支付宝等平台参与公益频次达 3,177 万人次，发放 2 亿“爱豆”（公益积分）。



102 个
“XIN 益佰”支持的公益项目数

204 万
公益宝贝项目参与商家数

4.7 亿
公益宝贝项目消费者参与数

更多内容详见：
第一章 数字平台模式支持生物多样性保护 P56，带动和激发公众参与自然保护 P59
第五章 塑造乡村品牌 P142，助力乡村旅游、文化振兴 P143

传播公益正能量，鼓励凡人义举

我们认为，公益的最终形态是一种生活方式，需要让人人公益的理念进一步融入社会主流价值，带动社会更多的善行义举。因此，除了切实践行公益，我们还通过多种方式在全社会范围传播公益行为，让正能量得以传递和放大。

> 天天正能量让德者有得，好人好报，有名有实，这样一种创举是公益机制的创新。从让天下没有难做的生意，到让天下没有难做的善事，一亿善款，十年坚持，特别了不起[5]。
>
> — 北京师范大学中国公益研究院院长 王振耀

> '天天正能量'..... 不说教，不煽情，不做作，鼓励媒体去发现和讲述动人的正能量故事，再通过奖励的形式去放大和推动，是一种独特的唤醒功能，润物于无声，教化于无形，在潜移默化中带动更多人自发自觉地多做善事。
>
> — 人民政协报慈善周刊主编舒迪

新媒体研修班——凝聚有影响力的媒体公益人

2023 年 2 月，阿里巴巴支持举办了以“凝聚向善力量，助力乡村振兴”为主题的“中国新媒体公益研修班”，来自 39 家媒体的代表参与。我们希望凝聚有影响力的优秀媒体公益人一起做好事、一起讲好事，让“人人公益”真正成为一种生活方式，助推中国公益慈善事业发展。超龄农民工再就业、乡村儿童教育、边远少数民族儿童普通话推广、乡村儿童药物安全、青少年心理健康等社会挑战都是研修班的关注议题。研修班也开展了“公益创投小组路演”，为优秀项目提供公益创投基金支持。

“天天正能量”公益——鼓励平凡人的善行义举

从 2013 年开始，阿里巴巴联合全国主流媒体发起“天天正能量”公益项目，十年如一日，坚持每一天面向全社会寻找、鼓励传播和奖励平凡人的善行义举。截至 2023 年 3 月 31 日，11,722 人得到正能量回馈和鼓励，发放奖金总金额超 1 亿元，组织公益活动 1,800 余场，形成了“奖励正能量”与“孵化创新公益活动”双线并行的成熟公益模式，已初步搭建起覆盖全国的全链条、综合性的社会倡导体系和公益志愿服务体系。

十年间，“天天正能量”打造出众多经典案例，在社会中广为流传，其中共有 10 余位正能量人物获评感动中国人物、全国道德模范等国家级荣誉，300 多位正能量获奖者得到了各级地方政府表彰，成为全社会学习的榜样。“他们”是疫情突发千里援鄂，嚼着山东煎饼淡然地说“没钱可以出力”的山东货车司机李保民；是 15 年打工还钱只求“诚信”二字的河南诚信包工头陈武现等，而千方百计找到他们，给予鼓励，则是阿里巴巴公益 “天天正能量”团队成员的日常。我们相信，当个体善举的微光，通过社会评价体系得以放大，便会激励更多人效仿，从而建立起善的循环，成为全社会向善向好的基础。



5 《 “天天正能量”项目十年评估报告》http://www.bnu1.org/show_2798.html 北师大中国公益研究院发布。

构建信任

为赢得企业合作伙伴和社会的信任，一方面，我们遵守商业道德准则和相关法规，在有效、透明和多元的公司治理框架下接受监督；另一方面，不断提升隐私保护和数据安全能力，持续在科技伦理的规范与实践上做探索。我们希望取得公众对我们商业生态和数智科技的信任，努力让商业和科技更加向上、向善。

以下从两方面来介绍我们如何达成上述目标：

- **构建企业信任 P174**
- **构建社会信任 P180**





构建企业信任

60%

独立董事占比有所提升，达 60%，
女性董事占比从 20% 提升至 30%

30%

100%

商业行为准则考试，合规与风险意识考试，
员工覆盖率均达 100%

科技伦理治理

《科技伦理审查管理规范》

发布《科技伦理审查管理规范》

构建信任

六项基本准则

集团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

吴文俊人工智能科技进步奖二等奖

多方合作的研究成果《复杂互联网环境下内容治理的关键技术与应用》，
荣获 2022 年度吴文俊人工智能科技进步奖二等奖

隐私保护与数据安全

最高

阿里云作为亚太地区安全合规水平最高的云服务商之一，以 130 多个全球安全合规资质的标准严要求、重落实，不断提升云平台安全合规水位

强劲者

在 Forrester 基础设施即服务平台原生安全评测中，
阿里云是国内唯一进入“强劲者”象限的公司

100%

“安全红线认证”考试，
员工覆盖率达 100%

可信数字云钛金奖

阿里云荣获英国标准协会 BSI 颁发的可信数字云
最高级别钛金奖

构建企业信任

我们通过建设有效和专业的公司治理体系来取得企业合作伙伴的信任；通过健全的风险管理体系来降低风险提高企业发展的稳定性；同时恪守商业道德原则，以此树立良好商誉并促进商业伙伴关系。这些要素共同构建了企业信任的基石。

2023 年 3 月 28 日，我们宣布了新的组织和治理架构，目的是推动业务更加敏捷，让决策链路变短，更快适应市场变化；通过抓住各自市场和行业机遇，进一步释放股东价值。新架构下，阿里巴巴集团作为控股公司持有六大业务集团和其他业务公司。六大业务集团由各自的首席执行官和董事会（或同等管理机构）独立运营。业务集团的董事和首席执行官人选由阿里巴巴集团董事会批准任命。

作为 2023 财年 ESG 报告，本次报告仍以组织治理变革之前的架构和行动为主展开汇报，但会部分包含新的组织和治理架构下的关键变动。

| 建设有效和专业的公司治理体系 | 风险管理体系 | 恪守商业道德 |



构建企业信任的基石

建设有效和专业的公司治理体系

一流的公司治理体系是企业能持续创新，为客户和社会创造一流的产品和服务的保障。良好的治理体系要求决策机制合规、专业且有效，有利于所有利益相关者长期利益的维护。

董事会独立性及多元化

董事会治理架构

可持续发展治理架构多

60% 阿里巴巴集团独立董事占比

30% 女性董事占比

董事会独立性及多元化

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样化，以契合我们业务的持续多元化。我们的《提名及公司治理委员会章程》中明确说明，在董事会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。

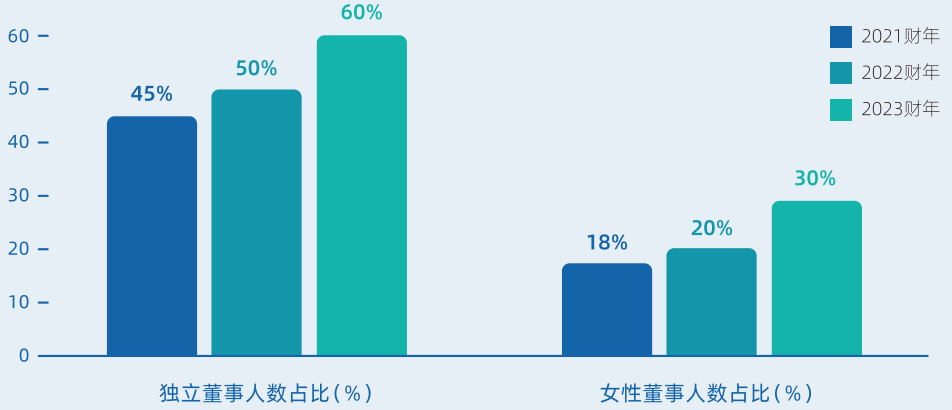
截至 2023 年 3 月 31 日，阿里巴巴集团董事会共有 10 名成员，其中 6 名是独立董事，女性董事 3 名；女性董事占比从 2022 财年的 20% 提升至 30%。董事会成员拥有丰富的职业背景和行业经验，覆盖零售、计算机、电子工程、经济、金融、法律、工商管理、地产等领域。

董事会治理架构

董事会运行的有效性、独立性、多元化和专业性，是我们力求达到的目标。在此目标的驱动下，截至报告发布日，阿里巴巴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、合规与风险委员会及资本管理委员会，其中合规与风险委员会、资本管理委员会为董事会于 2023 年 5 月批准新设。根据阿里巴巴集团控股有限公司《公司治理守则》[1]，董事会应通过提名及公司治理委员会至少每年进行一次自我评估，以确定董事会及其委员会是否有效运作。

此外，董事会各委员会也应至少每年进行一次自我评估，并通过提名及公司治理委员会向董事会报告自我评估结果。每个委员会进行自我评估的标准主要基于将委员会的工作与其书面章程的要求进行比较。在对董事会及各委员会进行工作评价时，考虑的维度包括但不限于董事会及各委员会成员的技能和背景、董事会及各委员会会议的充分性和有效性以及董事们对董事会及各委员会会议的出席和参与情况[2]。

2021财年-2023财年
独立董事及女性董事占比变化



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	合规与风险委员会	资本管理委员会
由独立董事担任主席	由独立董事担任主席	由独立董事担任主席	由独立董事担任主席	由独立董事担任主席	由董事会主席兼首席执行官张勇担任主席
100% 的成员由具备财务背景的独立董事担任	100% 独立董事的比例由上一财年的67%提升至100%	67% 的成员是独立董事	33% 的成员是独立董事	60% 的成员是独立董事	
负责管理会计和财务报告的流程和审计活动，及选取、评估、监管外部独立的审计师，并监管内部的审计部门和审计流程。此外，该委员会还负责审批关联交易	负责制定和管理薪酬政策，审查董事和高管的绩效表现，并批准执行高管的薪酬及员工激励股权和奖金总额	负责提名阿里巴巴合伙有权提名董事之外的其他董事，审查董事会成员构成，并对企业治理合规事项提出意见和建议	负责监督整个阿里巴巴集团的ESG工作，包括识别和评估ESG相关机会和风险，确保对ESG战略、目标和实施进行有力的监督和内部管理，评估ESG行动和计划的实施	负责监督阿里巴巴集团整体的合规和风险管理，包括网络和数据安全、监管合规等风险。确定集团整体的合规和风险管理要求，发布合规和风险管理框架政策；评估关键风险暴露的范围与程度，并监督对应政策和流程的实施；评价合规和风险管理体系的绩效	负责筹划实施全面的资本管理及分配已读，审议并决策与阿里巴巴集团作为控股公司相关的重要事项，包括各类资本市场交易、股东回报计划、投资并购、子公司股权激励计划、融资、上市和分拆

1《公司治理守则》https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1452422558/835c8407-03b6-4505-bde1-50b26d129074.pdf.
2 董事会治理更详细内容，请参见阿里巴巴《2023 财年年报》中“董事、高级管理人员及员工”章节

可持续发展治理架构

2023 财年，我们的可持续发展治理由三层架构组成，分别是董事会可持续发展委员会、可持续发展管理委员会（SSC，下称“管理委员会”）和 ESG 工作组。

为确保可持续发展战略部的稳步推进与落地，在可持续发展委员会的指导下，管理委员会召开了 4 次季度协调会，审议 ESG 目标的执行进度和关键议题的推进策略。在 ESG 工作组层面，集团 ESG 战略和运营部和主要业务单元一起共同梳理业务自身的重要 ESG 议题，制定 ESG 规划，并推动主要业务内部建立自身的 ESG 治理架构。集团 ESG 战略和运营部还协同各业务单元 ESG 工作组，在碳中和目标、气候适应与变化、人力资本等重要议题下，成立跨部门的工作组并共同推进策略落地。同时，开发集团 ESG 数据管理系统和碳排放管理系统，作为日常 ESG 管理的数字化工具。

可持续发展委员会

2021 年，我们在董事会层面成立了可持续发展委员会，由杨致远担任该委员会的主席。可持续发展委员会代表董事会负责监督整个阿里巴巴集团ESG 工作，包括识别和评估ESG 相关机会和风险，确保ESG 战略目标和实施进行有力的监督和内部管理，评估ESG 行动和计划的实施及审核ESG 相关披露。

可持续发展管理委员会

在可持续发展委员会领导下，我们成立了可持续发展管理委员会（SSC），负责规划和执行ESG 战略目标。我们还设立了ESG战略和运营部，直接与业务部门的ESG团队协调工作。ESG战略和运营部负责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。

ESG 工作组

ESG 工作组由各业务单元代表组成，与SSC 领导的ESG 战略和运营部协同，共同确保ESG 战略目标的有效完成，并为之建立和维护ESG 的衡量和管理系统。

新的组织治理变革不会改变我们的ESG战略定位和已有承诺; 同时，ESG 三层治理架构仍将继续保持。控股集团与业务集团、公司之间将协同推进整体 ESG 工作与碳中和承诺，同时根据不同业务集团和公司的发展阶段采取灵活适宜的 ESG 战略。为了将可持续发展目标深度地融入各个业务集团、公司的商业战略和设计中，我们还确定了将 ESG 目标和其他商业与合规目标一起纳入业务集团和公司 CEO 的绩效与薪酬考核指标体系。



ESG 目标与业务集团和公司 CEO 绩效、薪酬考核挂钩

风险管理体系

2023 财年，我们持续完善既有的风险管理架构和制度，并在行动上落实到管理机制、监督检查、评价考核、风险意识培训等方面。

组织架构

制度体系与行动

100%
合规与风险意识培训与考试

组织架构

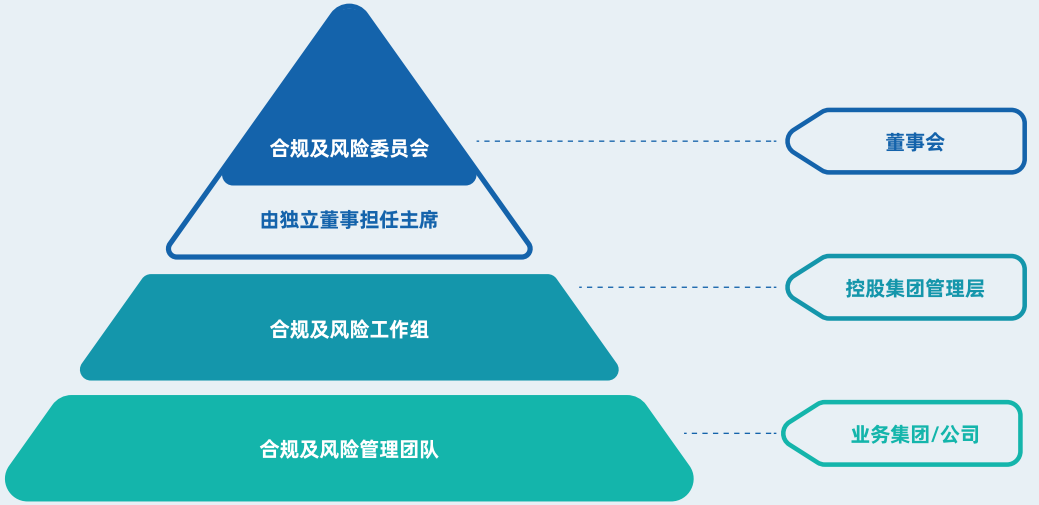
2023 财年，我们的风险管理架构由集团风险管理委员会（下称“风管会”）、集团风险管理委员会办公室、集团风险管理相关部门和业务线风险管理团队组成。风管会接受集团 CEO 直接领导，是风险管理组织体系的最高控制和决策机构，由集团首席风险官任主席，集团首席法务官任副主席。

风管会的主要职责为制定集团风险管理战略，完善风险管理体系建设，识别集团重大风险并制定相应的风险治理策略，建立评价及考核机制，监督风险管理措施的落实执行等。

新的组织治理变革之后，我们在董事会层面新设了合规与风险委员会，进一步负责监督阿里巴巴集团整体的合规和风险管理体系，包括网络和数据安全、监管合规等风险。

合规与风险委员会由独立董事作为主席直接领导，且多数成员为独立董事，是合规与风险管理组织体系的最高控制和决策机构。合规与风险委员会、控股集团管理层下设的合规及风险工作组、业务集团 / 公司的合规及风险管理团队，组成升级后的三层风险管理体系。

阿里巴巴集团风险管理体系



制度体系与行动

在制度体系与行动方面，我们以新架构变动之前的实际情况做汇报与陈述。

在“三道防线”[3] 风险管控机制之下，2023 财年，我们持续完善既有风险管理制度，并在行动上落实到管理机制、监督检查、评价考核等方面。同时，为普及和提升风险管理意识，我们也注重加强全体员工的风险意识培训。

在基础制度方面，我们发布《阿里巴巴集团风险管理总纲》，明确了风险管理的基本原则、组织架构、工作机制及责任分工；在管理机制方面，我们通过风险清单管理机制和重大风险事件应急管理体系，不断完善事前预防、事中应急处置及事后复盘与改进机制；同时，建设了全链路的合规治理体系，从合规风险防范、识别和应对等方面完善相关管理机制设计。

我们制定了监督检查机制来确保风险管理机制的执行有效性，并于 2022 年 8 月起在集团内试运行。我们将风险管理的执行规范落实为员工操作标准化手册及检查项，并通过数字化系统，实现对风险管理人员日常工作规范性的自动化监督。2023 财年，我们将合规及风险管理结果与业务绩效挂钩，纳入对业务总裁的年度考核，进一步保障风险管理体系的落地实施；针对员工开展合规与风险意识培训与考试，覆盖率达 100%。

3 三道防线风险管理机制：第一道为运营及管理，由集团各业务一层组织和风险管理团队和职能部分构成，负责日常运营和管理；第二道为风险管理，由集团风险管理团队部分构成，统一规划并开展风险管理及内部监控系统的建设和工作；第三道为独立审计和廉正调查，由内部审计和廉正合规部门构成，负责对风险管理的有效性提供独立评价。

恪守商业道德

坚持高水平的商业道德是阿里巴巴对每一位员工的要求。我们致力于以合规、正直和诚信的方式开展工作，在各项业务活动中恪守公平、信任和开放的道德规范，共同构建可持续的商业环境。我们严格遵循国家制定的民商事法律、反不正当竞争法律、刑事法律等各项法律法规，制定了《阿里巴巴集团商业行为准则》（以下简称"商业行为准则"）来规范每一位阿里巴巴员工的行为，包括杜绝贿赂和腐败、守护公平竞争等基本要求。

反腐败

维护公平竞争

反腐败

我们贯彻对腐败"零容忍"的态度，建立并不断完善反腐败制度，持续建设对应的组织架构和管理体系进行保障。我们定期开展评估审计，加强宣导培训，以保持和不断提高反腐败调查管理及风险防范的能力。

100%
商业行为准则考试员工覆盖率

337场
廉正专题培训场数

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://lianzheng.alibaba-inc.com

制度建设

从 2009 年至今，我们陆续建立了一整套引导员工行为规范、落实公司诚信文化要求的制度体系，并依据监管法律和公司要求不断升级，以制度巩固和完善反腐败和企业文化体系。

除"商业行为准则"对杜绝贿赂和腐败的要求之外，我们还发布了适用于所有阿里巴巴的董事、高管和员工（包括全职、兼职及临时员工）的《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》；同时制定了《阿里巴巴集团利益冲突管理细则及解析》《阿里巴巴集团礼品处理条例》及《阿里巴巴集团政府事务相关规定》等配套细则。

管理体系

集团廉正合规部和法务部作为反腐败的管理执行机构，共同向 CEO 汇报。职能上，法务部负责反腐相关政策的修订、解释和实施工作。廉正合规部负责腐败调查、预防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线保持充分独立，并与集团内审、内控等其他风控部门也保持职能独立，形成多道防线相互协同策应的机制。同时，廉正合规部也会定期向董事会汇报反腐败工作进展。

调查行动

我们通过收集内外部举报、定期评估等方式获取商业舞弊及腐败线索。阿里巴巴提供独立、全天候的举报热线，鼓励所有员工、商业伙伴及公众举报涉及员工的贪腐舞弊行为，举报途径包括官方网站、专用邮箱、电话热线，及公司内部论坛的"廉正合规"举报入口等。我们设立了近 50 个线上举报入口，80 余个线下举报布点；同时遵守法律法规要求，在《廉正举报制度》中拟定了"举报人保护"条款，对举报者个人信息和举报内容严格保密。对涉及贪腐问题的线索，由廉正合规部或涉嫌违规员工所在部门管理者按照职责分工，对违规事实是否存在展开详细调查并作出调查结论；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，依据《员工纪律制度》作出处分决定。

我们对员工的违规行为处理方式包括辞退、记过、警告和训诫。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挂钩。我们还将团队廉洁度纳入各业务管理者的绩效考核中，并在《商业行为准则》中强化对管理者所在团队发生舞弊问题时的管理问责，使防腐反腐成为所有业务管理的核心指标之一。在持续不断的努力下，我们的诚信文化土壤和氛围保持良好。在近三年的全员调研中，99% 的被调研者反馈对《阿里巴巴集团商业行为准则》有较好了解，85% 以上的调研者认为公司的廉洁度可达 4 分以上（5 分满分）。

审计机制

廉正合规部每季度会向外部审计机构披露当季的舞弊案件情况，并回答外部审计机构提出的风险管控问题。同时，廉正合规部在每季度还会向董事会审计委员会汇报当季的舞弊案件情况和重大风险的治理情况。2023 财年我们涉及的员工贪腐事件共有 45 起移送司法处理，其中发起诉讼并审结的案件为 2 起，涉事人员均被依法判决。

风险评估

廉正合规部定期评估业务部门不同岗位的风险程度，并对其中的高风险岗位人群加强宣教，推动业务部门采用定期轮岗和权责分离等方式来降低舞弊和贪腐风险。法务合规团队每年执行一次全集团的评估，确定反贪腐风险水平并制定相应的措施。

廉正培训

加强日常教育和培训是最好的风险管理方式。我们面向全体员工，提供《商业行为准则》及配套细则的培训，培训形式包括新员工入职培训、各类专题培训、年度商业行为准则考试（含考前线上培训）等。截至报告发布日，商业行为准则考试员工覆盖率达 100%。我们还举办廉正专题培训 337 场，总计 46,883 人参加，同时也开展了面向外部第三方（供应商、承包商、合作伙伴等）的廉正培训。

维护公平竞争

我们高度重视建设和维护公平竞争的良好市场环境，健全合规管理的长效机制。以此为指引，不同的业务都发布了管理规范，例如《大淘宝规范竞争行为管理制度》。同时，我们也发布了相关的员工手册来规范员工的商业行为。

100%
竞争合规考试覆盖率达

91万
竞争合规宣传总覆盖人次

公平竞争培训

为更好建立公平竞争合规意识，我们制定了员工合规培训制度，各个业务区分不同岗位职能，常态化地开展合规培训。为了提升合规管理人员的专业能力，在相关业务领域设计了《竞争合规能力提升》系列课程，并推出漫画形式的竞争合规宣传资料，2023 财年共开展 35 期宣传，总覆盖人次达 91 万。此外，全体员工必须参加并通过合规与风险意识考试，其中包括竞争合规等考试内容，覆盖率 100%。

阿里巴巴不当竞争举报邮箱：
competition-compliance@alibaba-inc.com

公平竞争举措

电商业务在尊重商家自主经营权的前提下不断优化平台规则、规范资源分配，以保障公平有序的平台经营环境。2023 财年，我们的几项主要管理措施如下：

持续梳理、审查现行规则条款，严格执行公示和意见征集程序，并适时修订优化规则、保障程序规范，内容透明。

持续完善平台营销活动资源分配规则，明确活动准入、报备、审批等流程；合理匹配商家权益，强化内控管理，避免不当的人为干预。

持续推动竞争合规体系建设，明确竞争合规管理制度、流程及标准，建立风险梳理、识别、上报和处置的工作机制，并覆盖各业务部门。

为强化竞争合规风险的管理，我们在业务团队落实动态风险监测模型识别与合规专家复核审查相结合的方式，对合同协议、平台规则、数据披露、资源分配、产品设计等重点领域和环节开展竞争合规风险监测。对于疑似风险信息，通过数字化系统及时预警。

此外，我们还向社会公众和用户公开合规经营承诺、公布投诉举报邮箱，形成平台商家、消费者共同参与的外部监督机制。

竞争合规小知识系列-警惕不当宣传引发的反垄断风险



竞争合规小知识系列 - 警惕附加不合理交易条件风险



构建社会信任

我们相信，技术进步是达成可持续发展目标的必要条件，但也清楚认识到，数字变革正带来前所未有的挑战和风险。因此，在不断完善公司治理机制的同时，我们将重点放在隐私保护和数据安全、科技伦理两个方向上，建设安全而有伦理的数智信任。阿里巴巴和我们的商业生态是一个基于公众信任而存在的系统。我们的目标不仅是追求科技的先进性，更是成为数智信任的领跑者。

| 隐私保护和数据安全 | 科技伦理 |



隐私保护和数据安全

隐私保护和数据安全是数字时代信任的基本前提，是我们用户、客户和其他利益相关者最关注的议题之一。我们承诺保护用户的隐私和数据安全，以此为核心，持续在数据的全生命周期内构建治理机制，不断建设最前沿的隐私保护和数据安全技术，并应用到我们的产品和服务之中。

管理原则
治理架构
管理制度
安全技术与能力
研发创新与转化
成绩与合规

管理原则

面向企业客户，我们于 2015 年 7 月倡导发起了中国首个《数据保护倡议书》，呼吁包括阿里云在内的云平台遵循以下三个原则：你的数据你拥有、你的数据你做主、你的数据有保障。面向消费者，我们遵循“数据采集最小必要性”“保障用户知情和决定权”，及“强化全方位安全保障能力”三个原则。

更多内容详见：
第三章 守护用户隐私与数据安全 P92

治理架构

2023 财年，我们数据安全的管理架构由风险管理委员会（以下简称“风管会”）、数据安全决策小组和数据安全小组等组成。

风管会是公司最高风险管理机构，在数据安全领域，负责审核和监督数据安全相关的策略、规划、目标及执行情况。风管会下设数据安全决策小组，负责制定数据安全策略和规划。数据安全小组负责数据安全策略的执行和落地。在实践层面，根据《个人信息保护法》的要求，我们在各业务部门设置了“个人信息保护官 (PIPO)”，负责统筹监督个人信息处理活动，实施相应保护措施，规范全生命周期中的隐私保护和数据安全。PIPO 向业务总裁和数据安全决策小组汇报，前者是所在业务部门数据安全和个人信息保护的第一责任人。

管理制度

我们严格遵守业务运营所在国家的隐私保护及数据安全方面的法律法规，持续制定和更新相关管理制度。截至 2023 年 3 月 31 日，我们已制定并发布了超 10 个隐私保护和数据安全制度，以《阿里巴巴数据安全总纲》为挈领，覆盖数据采集、流动、存储、使用和销毁的生命周期各环节，适用于阿里巴巴集团所有业务。我们还建设了公开的“阿里隐私平台”，公开我们各个主要 APP 的隐私保护政策，全方面、详细的对个人信息的处理规则给出易懂的描述。

当数据有必要开放和披露时，我们依据《对外数据披露规范》和《API 数据管理规范》等制度，遵循数据开放和披露的基本原则，包括保护个人数据和商业秘密，按照约定的目的和用途使用，原则上禁止开放高保密级别数据等。

我们根据不同的人群评估需求，制定隐私保护和数据安全的培训方案。针对包含 PIPO 在内的数据安全岗位员工，我们提供专业知识培训。针对一般员工，我们以年为单位开展多层次全方面的安全红线培训和认证考核。2023 财年，全员必须参与的“商业行为准则认证”与“安全红线认证”，均涵盖隐私保护及数据安全培训内容和考试。“安全红线认证”覆盖率为 100%[4]。

100%
“安全红线认证”
全员通过率

此外，我们还有一系列规范来支撑隐私及数据安全事件的应急响应机制。《阿里巴巴集团应急管理总纲》，对业务连续性、应急响应和事件响应流程进行了整体约束；《基础设施安全规范》专门面向网络安全领域；《基础安全应急响应规范》则对应急响应的组织架构和职责进行了要求，并从事件的分类分级、处置原则、处置流程等方面进行了规定。我们每年至少进行一次针对不同领域进行不同频率的应急演练。



覆盖数据生命各周期的隐私保护和数据安全制度

4 更多内容详见：https://privacy.alibabagroup.com/#/home

安全技术与能力

阿里云构建了从物理设备和设施到基础设施即服务（IaaS），再到平台即服务（PaaS）和软件即服务（SaaS）的复杂互联保护体系，全方位多角度保障隐私和数据安全。围绕数据全生命周期，上线不同的产品和工具，每一环节都构建了完整的管理规范和运营要求。这是我们隐私保护与数据安全工作的技术基石，并基于此对数据进行健全的风险管理。

数据采集：我们遵照有关法律和标准的要求对数据做分类分级管理。具备对数据源中敏感数据的自动识别能力，通过 OCR 技术、深度神经网络和机器学习等技术，及样本扫描、特征萃取和文件聚类等算法，将数据分类分级。阿里云的客户还可以通过系统自行选择和管理数据。

数据存储：为保证存储数据的完整性，我们采取本地数据备份和异地数据备份相结合的策略，在将网络数据实时备份到本地存储空间的同时，定期将重要的网络数据备份到异地存储空间。我们采用了自动恢复、加密等程序来保证数据写入的稳定性，实现存储介质的管理和冗余数据备份保护，并建立了充分的云数据冗余机制，以应对意外事故或恶意勒索软件攻击，确保客户数据不会丢失。

数据传输：为有效防范攻击者或窃听者，我们对数据在云上传输途中进行了加密处理。加密能力支持高安全等级的密码算法 (SM4/AES) 和密码协议 (IPSEC、SSL/TLS)，结合严格的认证授权机制，破解概率基本为零。通过这项技术，阿里云在 2023 财年为全球范围内超 2,800 个数据节点间传输提供了严密保护。

数据使用：数据脱敏是基础。创建从硬件到软件的可信计算环境是我们打造的另一种安全机制。作为亚太地区最早布局可信计算和机密计算的云厂商，我们构建了基于神龙安全芯片的全隔离、高可信的计算环境，从硬件上保证了数据的不可篡改性。在可信环境基础上，我们进一步叠加软硬件加密计算能力，保障数据运行安全。

数据销毁：客户可自行对业务数据、用户数据进行删除、更改等操作。如果客户不再使用我们的服务，我们将会遵循相关的标准，及时删除或者返还客户的数据资产。硬件部分，我们会严格执行多次数据擦除以完成销毁，或采用物理粉碎的方式进行物理销毁。对于数据销毁或物理销毁过程，具备追溯到唯一硬件设备的记录用于审计取证。

研发创新与转化

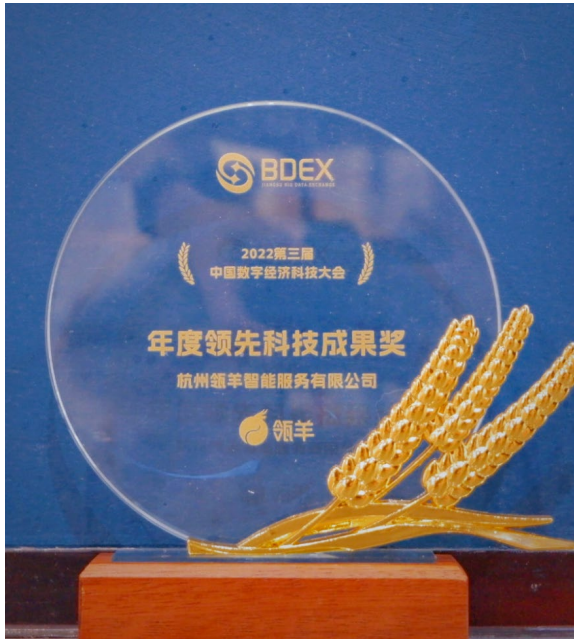
隐私保护和数据安全是保障数据高效流动、推动有效数据共享和融合从而产生价值的关键。我们积极探索将内部真实商业场景中的计算安全技术能力应用到更大的市场中，在数据的有效保护、合法利用、有序流动等方面提供领先的技术、产品和服务，以提高各行业各领域数据安全保障能力，为夯实数字经济发展基础助力。

瓴羊基于丰富的数据治理和数据安全流通技术应用经验，将阿里内部真实业务场景的实践成果产品化输出，沉淀了 Dataphin 隐私计算能力。Dataphin 依托于云的分布式计算能力来支持百亿级别的安全计算，并通过“多方安全计算、联邦学习、可信执行环境”三大技术路线保护数据资产方的隐私安全，帮助数据实现“可用不可见”的安全流通。瓴羊产研团队获得拥有超 19 项密码学算法专利，主导并参与多个国际、国家和行业标准制定工作，如《个人信息去标识化效果分级评估规范》等。Dataphin 成熟的数据安全保护体系在平衡数据安全和数据流通效率方面能力领先，已获国际标准组织 ISO27001/27018 认证，被应用于金融、电力、政务等多个行业，并在第三届中国数字经济科技大会上获“年度领先科技成果奖”。

在研发创新与实践应用的过程中，瓴羊致力于发展“负责任的数据智能”，围绕安全合规、清晰透明、公平多样和高质高效四大原则，解决数字经济中产业实践的各种关键问题；围绕从数据采集到数据应用全链路中的合规、安全、可解释与公平性问题，助力数据智能产业实现高质量及可持续发展。



复杂的互联保护体系全方位多角度的保障隐私和数据安全



第三届中国数字经济科技大会“年度领先科技成果奖”

成绩与合规

我们在数据安全层面设立了严格的内外审计机制。根据《阿里巴巴集团数据安全总纲》和《数据安全审计规范》，我们每年展开至少一次的数据安全内控审计。2023 财年，在内部，自行开展两次数据安全审计；在外部，普华永道（PWC）每年都会对阿里巴巴进行外部审计并出具年报，包括用户数据相关的公司系统的 IT 审计。

阿里云致力于加强全球化业务布局的合规体系建设，作为亚太地区安全合规水平最高的云服务商之一，以 130+ 全球安全合规资质的标准严要求、重落实，不断提升云平台安全合规水位，并以此支持云上客户及组织高效满足所在地区和相关行业的安全合规要求。阿里云的整体安全能力也获得多家国际权威分析机构（Gartner/Forrester/IDC）的认可。截至报告发布日，阿里云获得了新加坡网络安全局最新推出的组织网络安全最高级别认证（Cyber Trustmark）、欧盟独立监督机构 SCOPE Europe 的 EU Cloud Code of Conduct 二级认证（符合 GDPR 要求）、英国标准协会 BSI 颁发的可信数字云最高级别钛金奖及其他全球性的数据安全管理体系认证，包括 ISO/IEC 27701:2019、ISO/IEC 29151:2017、ISO/IEC 27018:2019、ISO/IEC 27799: 2016、BS 10012:2017 和 TRUSTe 等。

阿里云在 2023 财年获得主要安全类奖项

阿里云“云防火墙”产品再度入围 Gartner 年度网络防火墙魔力象限评价的“挑战者”象限 [5]。

IDC 发布的中国公有云网络边缘安全即服务（NESaaS）厂商评估报告中，阿里云位居领导者位置 [6]。

在全球权威研究机构 Forreste 的基础设施即服务平台原生安全评测中，阿里云首次进入强劲表现者象限，也是国内唯一进入该象限的科技公司 [7]。



亚太地区安全合规水平最高的云服务商之一

中国内地		全球通用	境外区域及行业	
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）	ISO 9001 ISO 27001 ISO 27017 ISO 27018 ISO 27701 ISO 29151 ISO 20000 ISO 22301 ISO 27799 BS 10012 CSA STAR PCI DSS/PCI 3DS TRUSTe SOC1/SOC2/SOC3 CyberGRX	**欧洲** GDPR EU Cloud CoC **美国** NIST 800-53/CSF SEC Rule 17a-4(f) EU-US Privacy Shield **德国** C5 Trusted Cloud TISAX AIC4 **阿联酋** NESA/ISR **泰国** PDPA	**新加坡** MTCS Cyber Trust Mark PDPA OSPAR DPTM CBPR/PRP **澳大利亚** APRA TPN **中国香港** HKMA HKIA SFC SRAA PDPO **中国澳门** PDPA
公安部	**网络安全等级保护：** 金融云（四级） 公共云（IaaS/PaaS/SaaS，三级） 电子政务云（三级） 安全产品销售许可证			
工信部	**信通院：** 可信云安全评估 大数据安全评估			
国家市场监督管理总局	**中国网络安全审查技术与认证中心：** 安全产品认证 安全服务认证			
国家密码管理局	**密码应用安全能力评估：** 公共云云产品和服务 专有云（三级）			

5 来源：Gartner Magic Quadrant for Network Firewalls, by Rajpreet Kaur, Adam Hils, Thomas Lintemuth, 19 December 2022.
6 来源：IDC MarketScape, 中国公有云网络边缘安全即服务（NESaaS）市场，2022 年厂商评估。
7 来源：《2023 年基础设施即服务平台原生安全 Wave ™》

科技伦理

科技需要有担当和责任，才能获取社会信任。科技伦理是技术研发和应用过程中需要遵循的价值理念和行为规范，是促进科技创新健康发展的重要保障。2023 财年，我们成立了阿里巴巴集团科技伦理治理委员会，这是阿里巴巴在科技伦理治理方向上的系统性升级。我们提出了集团科技伦理治理六项基本准则，这些原则来自于业务的积极实践，是对负责任科技战略的深化、延续和传承。

基本准则
治理架构
管理制度
研发创新
开放共治

基本准则

基于长期的技术研发及商业应用的实践思考，2023 财年，我们提出了阿里巴巴的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，旨在让每一位阿里技术人以践行负责任的科技为目标，推动公司科技创新治理体系升级，促进 ESG 战略落地。

首先，我们坚持以人为本的价值定位。科技发展需要遵循人类共同的价值观和伦理道德，尊重人权和人类根本利益诉求，并富有同理心；科技和 AI 发展必须辅助人类，接受人类指导和控制，丰富和增强人类的创造力。

然后，在“以人为本”的价值观下，我们积极践行普惠正直、隐私保护和安全可靠的原则。

普惠正直：一方面，技术发展需要更加包容普惠，顾及相对弱势群体，例如我们的技术和商业需要真正服务于全社会的进步，而不应带来扩大数字鸿沟等负面效应；另一方面需要正直诚实，在创新和伦理有冲突的情况下，坚持底线不作恶。

隐私保护：隐私是数字时代人类的基本权利，我们认可在产品和服务中纳入隐私设计原则；

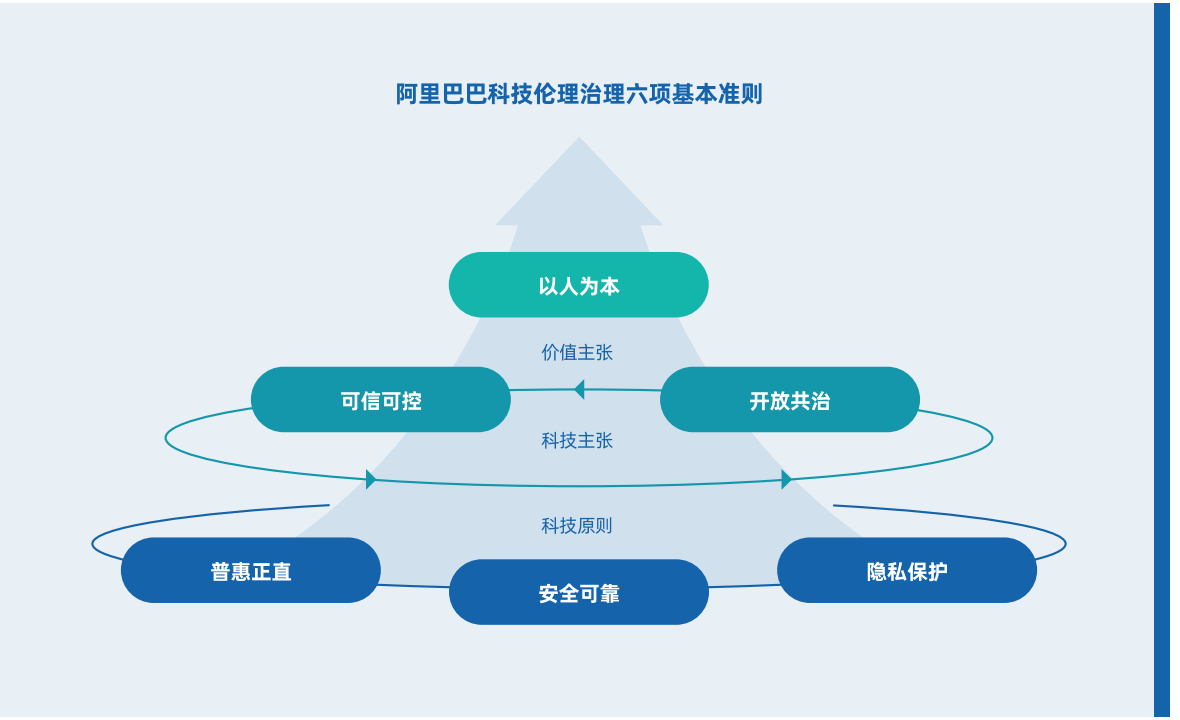
安全可靠：这是日益强劲的技术必须拥有的属性，要基于安全而展开技术研发和测试，这也是阿里巴巴商业生态得以为数以十亿计的消费者和千万中小企业服务的基础能力所在。

最后，我们以可信可控和开放共治的方式发展科技。

可信可控：我们相信新技术尤其以人工智能为代表的数字技术，更需要可信可控。人工智能系统需要其设计和研发者赋予正当的道德伦理观念，让 AI 更加透明、可理解、公平无偏见；并坚持将人工智能应用在更有社会价值的场景，努力限制可能有害或滥用情形，才能确保人工智能的可持续发展。

开放共治：科技伦理治理的问题属性，决定了这是一项需要跨学科、多视角和智力密集的复杂问题，单凭一家企业、一所大学或一个机构无法独立完成，为此我们需要以一个开放的、有多方利益相关者共同参与、多学科和多领域协同甚至跨多国合作的共治框架。

基于这些基本准则，我们有信心秉承对用户、行业、社会负责任的态度，将科技伦理融入到商业产品和服务的生命周期中，精细平衡好创新和伦理风险，通过真正有效的机制让科技伦理对科技创新形成正向引导，让技术更好地服务于数字经济高质量发展和高水平安全。



治理架构

科技伦理治理委员会（下称“委员会”）的主要职责是建立并持续完善阿里巴巴科技伦理治理体系，包括核心准则、伦理规范、审查评估机制等；积极推广负责任的创新技术和应用，提升技术人员的伦理意识；同时促进我们的技术在可用、可靠、可信、可控的体系中可持续发展。委员会下设四个工作组：

伦理组，负责科技伦理相关的理论和政策研究；

治理组，围绕科技伦理相关的重点领域进行评估与治理，用制度和工具把科技伦理治理落实到日常科研活动中去；

科技组，负责科技伦理相关的技术研究、产品开发和工具建设；

传播组，把科技伦理的准则、文化、意识落实到企业内部，让每位工程师了解和认同，并能够运用到工作里去。



让技术在可用、可靠、可信、可控的体系中可持续发展

管理制度

2023 财年，委员会进行科技伦理方向的制度建设，并于 2023 年 1 月正式发布《科技伦理审查管理规范》，对科技伦理审查如何在业务中落地给出指引，同时上线了科技伦理风险申报入口，接收员工申报。委员会按照分类分级管理、个案专家研判、类案参照治理、不断校验迭代的方式，让更多参与者加入到科技伦理治理中，及时识别风险、进行有效管控。针对特定需要伦理审查的项目，委员会的治理组会主动发起，组建相关审查项目组开展审查，形成决议；高风险项目会上升到委员会进行决策。

研发创新

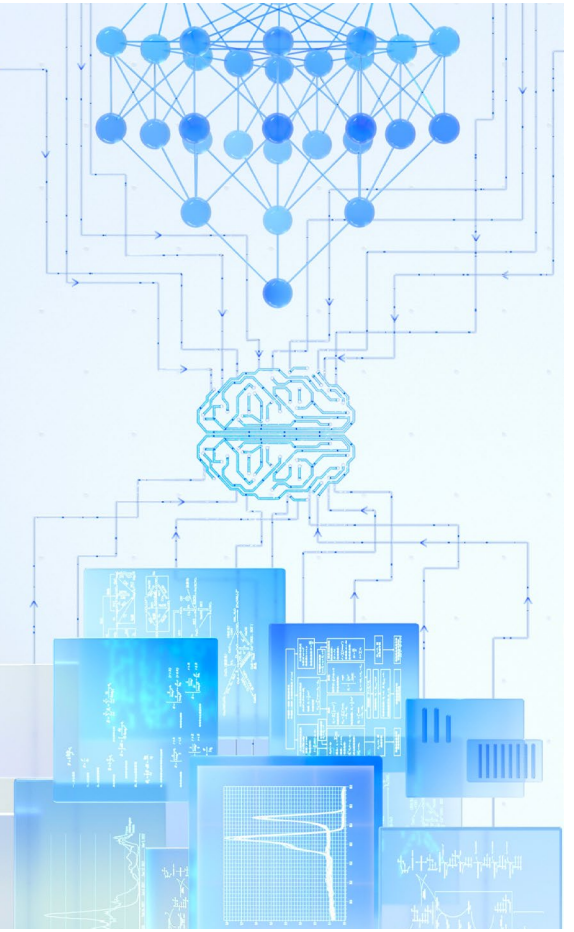
科技伦理治理是个长期过程，需要在实践中优化，以适应技术发展与外部环境变化。我们尝试将科技伦理相关的技术创新应用到商业实践中，阿里巴巴生态中丰富的商业场景，也为提供有伦理的技术带来了很多可能。一方面，我们积极开展技术和机制上的创新，让尽可能多的人能够使用技术；另一方面，我们在提升效率的同时，把伦理价值融入到 AI 产品和服务的设计当中，不断以数智创新让多方受益。

2023 财年，我们重点建设风险和技术两方面的治理能力：前者包括建设含算法评估、干预机制、风险检测等全生命周期风险管理流程，及相应的审查和治理工具；后者是增强在隐私保护、安全可靠、可信可控等关键方向前沿技术的布局和探索。

以算法治理为例，我们积极响应《互联网信息服务推荐管理规定》，制定了一系列管理规范，着重推动算法公平和透明，构建多方受益的信息流推荐系统。

在用户侧，我们通过对推荐序列重排打散，以消除同质推荐，保障各个消费群体使用推荐产品的体验，同时严格遵守《个人信息保护法》等法律法规要求，为用户提供推荐系统个性化退出开关。在商家侧，通过搭建发现性推荐链路，提升推荐系统的多样性和新颖性；通过开辟新品赛道和潜力商品挖掘，助力中小商家快速成长，推动乡村振兴，缓解平台马太效应；同时依托各种反作弊技术打击“蹭热点”式的软性流量劫持，保障公平的流量资源分配，营造更公平的电商环境。

在前沿技术领域，我们也一直在探索中。早在 2019 年，我们就开始投入大量精力在自监督预训练技术的研究上，在单模态和多模态基础模型两方面均取得成果，成功开发了针对自监督训练优化的代码框架 OODN（Object Oriented Deep Network），并在我们的风控业务场景实践落地。同时，针对当前可能对人工智能造成重大威胁的“对抗样本”问题，我们也积极开展技术研发及储备。我们构建了防御对抗样本的鲁棒性系统，联合清华大学等推出更加全面和公平的鲁棒性基准平台（ARES Benchmark），并对外开源了首个针对视觉模型的鲁棒学习框架，帮助产业伙伴快速实施鲁棒性技术工作。



重点建设风险和技术两方面的治理能力

开放共治

在科技伦理治理委员会的推动下，我们在内部开展科技伦理治理的宣导，通过行业典型案例解读、前沿技术＆治理趋势交流、内部实践案例分享、内外部专家研讨会等多种形式，提高技术人对于科技伦理相关技术与风险的关注，提升全员科技伦理意识和素养。

我们成立了阿里巴巴科技伦理治理顾问委员会，引入了外部视角和监督人员，聘请七位来自科技、法律、公共管理、哲学等领域的专家组成独立的顾问委员会，共同分析、研判遇到的难题。2023 财年，我们通过外部委员会议，促进内外部委员在科技伦理相关技术和治理策略方面进行交流，也通过这种多元协同治理的机制帮助实现自律和他律的结合。

我们还联合中国信通院共同发布《人工智能治理与可持续发展实践白皮书》，针对当前人工智能应用中的热点问题，从数据、技术、管理及协同治理等方面，系统介绍阿里在数据安全和隐私保护、消费者权益和公平、深度合成治理等重要方向的行动实践。既希望能引入外部视角，共同评估和监督阿里的工作；也希望我们的治理经验能够为其它企业提供借鉴。



吴文俊人工智能科技进步二等奖

多方合作内容治理技术获奖

2023 年 5 月，由阿里巴巴集团联合中国科学院大学、中国科学院计算技术研究所、之江实验室、中国计量大学的研究成果《复杂互联网环境下内容治理的关键技术与应用》荣获 2022 年度吴文俊人工智能科技进步奖二等奖。项目聚焦网络空间内容治理，着眼于数据形态复杂、对抗攻防激烈、资源消耗巨大等挑战，对智能内容治理技术展开系统研究，提出了一系列复杂场景下智能治理的技术与方法。其中面向复杂数据形态、面向对抗攻防环境的相关技术已达到国际领先水平。项目组主导了 3 项标准制定，授权发明专利 55 项，发表学术论文 50 篇。

附录一　ESG 关键绩效指标

环境-温室气体排放

指标	单位	2022财年	2023财年
温室气体排放总量（范围1,2,3）[1,2]	吨二氧化碳当量	13,249,439	12,362,994
范围1排放量	吨二氧化碳当量	926,779	928,939
范围2排放量	吨二氧化碳当量		
-基于市场	吨二氧化碳当量	4,445,238	3,756,085
-基于位置	吨二氧化碳当量	/	5,141,880
范围3排放量[3]	吨二氧化碳当量	7,877,422	7,677,970

指标	单位	2022财年	2023财年
碳抵消总量	吨二氧化碳当量	0	119,352
-抵消范围1排放量	吨二氧化碳当量		2,670
-抵消范围2排放量	吨二氧化碳当量		1,288
-抵消范围3排放量	吨二氧化碳当量		115,394

1. 本清单的范围是运营控制权原则下，在阿里巴巴 2023 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 (CO_2)、甲烷 (CH_4)、氧化亚氮 (N_2O)、氢氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF_3) 和六氟化硫 (SF_6)。根据盘点结果，本报告期间涉及 CO_2、N_2O、CH_4、HFCs 和 SF_6 五种温室气体的排放。范围 3 的盘查类别详情请见附录 4。
2. 排放总量数据为范围 1，范围 2（基于市场）和范围 3 的总和。
3. 此处指标的排放量计算口径均为（基于市场）。

附录一　ESG 关键绩效指标

环境-温室气体排放

指标	单位	2022财年	2023财年
温室气体净排放量[4]（碳抵消之后，范围1,2,3）	吨二氧化碳当量		12,243,642
范围1净排放	吨二氧化碳当量		926,269
范围2净排放	吨二氧化碳当量		3,754,797
范围3净排放	吨二氧化碳当量		7,562,576
温室气体排放强度（碳抵消之后，单位收入产生的范围1,2,3温室气体净排放量）	吨二氧化碳当量/百万人民币收入	15.5	14.1
范围1排放强度	吨二氧化碳当量/百万人民币收入	1.1	1.1
范围2排放强度	吨二氧化碳当量/百万人民币收入	5.2	4.3
范围3排放强度	吨二氧化碳当量/百万人民币收入	9.2	8.7

指标	单位	2022财年	2023财年
温室气体减排总量	吨二氧化碳当量	619,944	1,819,267
范围1减排量	吨二氧化碳当量		272
范围2减排量	吨二氧化碳当量	619,944	1,418,731
范围3减排量	吨二氧化碳当量		400,264
范围3+温室气体减排量	吨二氧化碳当量		22,907,425

4. 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 排放量与碳抵消的差值。

附录一　ESG 关键绩效指标

环境-能源消耗

指标	单位	2022财年	2023财年
能源消耗总量	兆瓦时	8,786,584	8,899,025
直接能源消耗量	兆瓦时	1,721,483	1,761,167
天然气消耗量	千立方米	12,482	12,426
液化石油气消耗量	吨	2.4	2.1
柴油消耗量[5]	吨	131,687	134,589
汽油消耗量	吨	254	639
直接能耗强度 （单位收入直接能耗）	兆瓦时/百万人民币收入	2.0	2.0

指标	单位	2022财年	2023财年
间接能源消耗量：电力	兆瓦时	7,065,101	7,137,858
间接能源消耗强度：电力 （单位收入间接能耗）	兆瓦时/百万人民币收入	8.3	8.2
可再生能源消耗量	**兆瓦时**	**464,049**	**1,101,705**
数据中心的平均电力使用效率（PUE）[6]	/	**1,247**	**1,215**
数据中心的清洁能源占比[7]	%	**21.6**	**53.9**

5. 部分物流车辆柴油使用量为估计值，我们将进一步完善对自有物流车辆柴油使用情况的直接测量和统计。
6. PUE 是数据中心总能耗与 IT 设备能耗的比率，该比例基于阿里巴巴 2023 财年运营控制范围内的数据中心计算。
7. 该值为阿里巴巴 2023 财年运营控制范围内的数据中心清洁能源使用量与总用电量的比值。

附录一 ESG 关键绩效指标

雇佣-员工情况[8]

指标	单位	2022年3月31日	2023年3月31日
员工总人数	人	254,941	235,216
按性别划分的员工比例			
男性	%	50.5	50.9
女性	%	49.5	49.1
按年龄划分的员工比例			
<=35	%	50.7	54.0
36-50	%	44.2	41.6
>50	%	5.1	4.4
按工作地划分的员工比例			
中国内地	%	92.7	91.7
港澳台地区	%	0.4	0.5
其他国家和地区	%	6.8	7.8
存在身体障碍的员工人数	人	2,007	1,451
管理层中的女性比例			
管理人员[9]	%	/	41.9
高级管理人员	%	50.0	25.0

8. 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。

9. 管理人员是指需要管理及领导其他正式员工的员工。

附录一　ESG 关键绩效指标

员工流失[10]

指标	单位	2022财年	2023财年
总流失率	%		24.6
按性别划分的员工流失率			
男性	%		25.9
女性	%		23.3
按年龄划分的员工流失率			
<=35	%		30.0
36-50	%		18.2
>50	%		20.4

指标	单位	2022财年	2023财年
按工作地划分的员工流失率			
中国内地	%		24.3
港澳台地区	%		24.6
其他国家和地区	%		29.1

10. 员工流失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。

附录一　ESG 关键绩效指标

员工培训[11]

指标	单位	2022财年	2023财年	指标	单位	2022财年	2023财年
员工平均培训时长	小时	49.0	51.0	参加培训的员工占比	%		96.9
按性别划分的员工平均培训时长				按性别划分的参加培训员工占比			
男性	小时		54.0	男性	%		96.9
女性	小时		45.5	女性	%		96.8
按管理人员划分的员工平均培训时长				按管理人员划分的参加培训员工占比			
管理人员	小时		63.9	管理人员	%		97.9
非管理人员	小时		48.5	非管理人员	%		96.7

11. 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。

附录一　ESG 关键绩效指标

员工健康和安全[11,12]

指标	单位	2022财年	2023财年
因工死亡人数	人	0	1
因工死亡率[13]	%	0	0.0009%
工伤人数	人	25	20
因工伤损失的工作日数	天	839	429
工伤率[14]	工作人数/百万工作小时	0.11	0.09

供应商数量[15]

指标	单位	2022财年	2023财年
供应商总数	万	5.33	4.48
中国内地	万	3.61	3.10
其他国家及地区	万	1.72	1.38

11. 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。
12. 工伤工亡员工的统计范围为人力资源团队的工伤死亡记录，并经当地政府核实。
13. 因工死亡率 = (因工死亡员工人数 / 员工总数)*100%。
14. 工伤率 = (工伤人数 / 工作时数)*1,000,000。
15. 此处供应商是指媒体 / 活动 / 服务 / 工程 / 办公 IT/ 物流等类别的供应商且已在采购平台完成注册登记。区域信息与供应商数据库中填写的公司注册地点有关，而不是供应商为阿里巴巴开展业务的地点。

附录二 ESG 领域奖项列表

ESG整体奖项

1. 荣获中国社会责任百人论坛 中国企业社会责任发展指数互联网平台企业第一名
2. 入选中国上市公司协会评选的“上市公司ESG优秀实践案例”
3. 荣获香港上市公司商会 环境、社会及管治卓越奖 - 评奖委员会嘉许
4. 入选《财富》中国ESG影响力榜
5. 入选《财富》最受赞赏公司的中国公司榜单
6. 高鑫零售入选标普全球ESG评分在食品及日用品零售业最佳进步企业
7. 香港财经媒体灼见名家“灼见名家2023 ESG 企业典范大奖
8. 《经济一周》经一ESG大奖2022 - 杰出ESG企业
9. 南方周末“年度杰出责任企业”

ESG评级

1. CDP评级：气候变化B等级
2. MSCI评级：BBB
3. 世界基准联盟-数字包容基准总体评分：41/100

修复绿色星球

1. 入选《财经》上市公司双碳领导力排行榜第一名
2. 在第五届“鼎革奖”数字化转型先锋榜中荣获“年度绿色发展企业奖”
3. 彭博新能源2022中国企业绿电采购排行榜中，蝉联科技行业第一名
4. 阿里巴巴数据中心绿色低碳实践案例入选网信办2022年度双化（数字化、绿色化）协同典型案例
5. 阿里巴巴浙江仁和数据中心入选工信部“2022国家新型数据中心典型案例”
6. 高德地图“绿色出行碳普惠项目”被生态环境部评选为“美丽中国，我是行动者”2023年提升公民生态文明意识行动计划十佳公众参与案例
7. “数字平台助力生物多样性保护”项目入选联合国生物多样性公约第15次缔约方大会《企业生物多样性保护案例集》的全球23个最佳实践案例之一
8. 阿里巴巴数据中心绿色低碳实践入选中国能源研究会和中国国际新能源大会(CREC2022)组委会“2022全国十大碳中和示范典型案例”
9. 阿里云“单相全浸没式液冷”技术荣获中国工程建设标准化协会2022年数据中心科技成果奖---中国工程建设标准化协会

支持员工发展

1. 入选福布斯2022全球最佳雇主，位列中国企业前五
2. 荣获领英中国2022年“MostIn全球吸引力雇主"
3. 优兴咨询2022年中国最具吸引力雇主评选中，荣获中国商科大学生最心仪雇主第一名

服务可持续的美好生活

1. 饿了么“网络餐饮社会共治案例”荣获GFSI中国食安技术应用案例贡献奖
2. 淘宝、饿了么、闲鱼、高德地图和优酷视频均被评为中国信息通信研究院的首批互联网应用适老化及无障碍改造优秀案例
3. 天猫提交的Q/Ali000477-2023《电子商务售后服务规范》获得2022年电子商务售后服务企业标准“领跑者”称号
4. 88碳账户在“安永可持续发展年度最佳奖项2022”中荣获“社会行动引领优秀案例奖”
5. 88碳账户荣获 Beyond Awards 2022 影响力大奖
6. 绿网计划荣获全国网信系统优秀网络普法案例

助力中小微企业高质量发展

1. Forrester发布的中国公有云发展及设施平台2022年第四季报告将阿里云评为11间中国公有云服务提供商的领导者之一。在产品供应及产品策略中，阿里云获评最高分
2. 入围Gartner2023全球供应链25强
3. AMiner2022年度AI 2000人工智能最具影响力榜单计算机网络领域中全球十大最具影响力的网络研究机构
4. 中国信息通信研究院认证成为首批“可信开源合规计划正式成员”
5. 钉钉被工业和信息化部评定为“国家中小企业公共服务示范平台”
6. 钉钉荣获中国信息通信研究院“铸基计划”办公即时通信软件卓越级安全证书
7. 饿了么上海星光耀外卖站点荣获中华全国总工会“全国工人先锋号”，饿了么骑手张文强获得“全国五一劳动奖章”

助力提升社会包容和韧性

1. 助力山西省平顺县产业振兴的探索与实践入选“第三界全球减贫案例征集活动最佳减贫案例”
2. 入选国家乡村振兴局第一批社会帮扶助力巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接典型案例
3. 菜鸟荣获亚洲-太平洋史蒂夫奖“运输和物流领域创新奖金奖”与“企业社会责任创新成就银奖”
4. 阿里巴巴乡村振兴特派员团队当选2022年度“三农人物”年度致敬团队
5. 乡村振兴特派员林冬虹、刘云飞荣获中华全国妇女联合会“全国巾帼建功标兵”称号

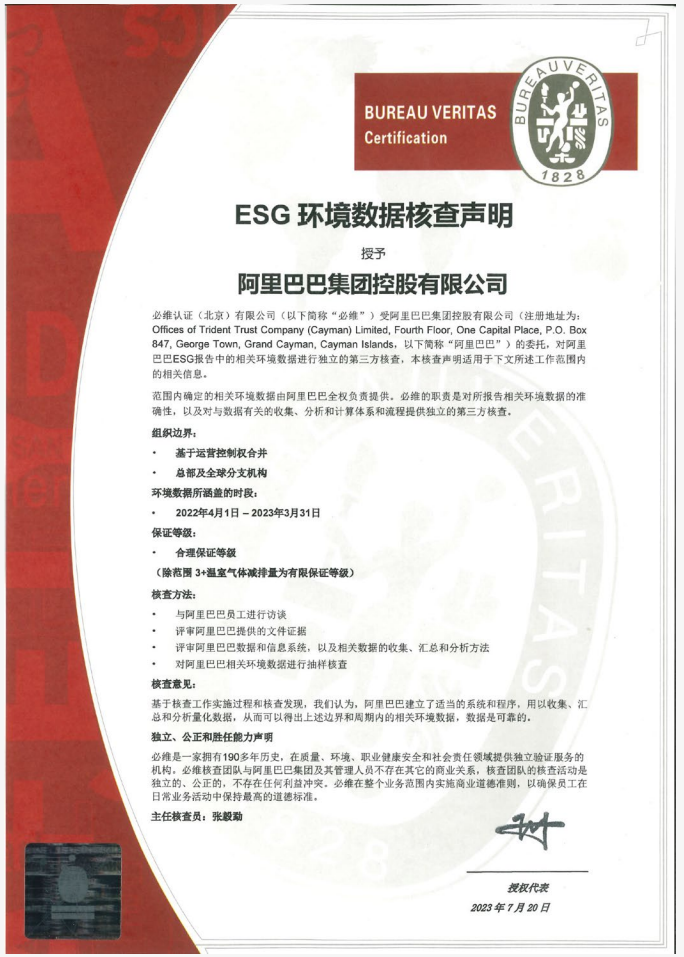
践行人人参与的公益

1. 荣获中国社会责任百人论坛公益慈善奖
2. 荣获《公益时报》“2023年度公益企业”称号
3. 阿里巴巴公益发起的“天天正能量”项目，和由阿里巴巴支持的爱佑基金会重症患儿医疗救助项目、中国乡村发展基金会童伴妈妈项目，共同获得《公益时报》年度公益项目奖。

构建信任

1. 荣获香港投资人关系协会第八、第九界投资者关系卓越奖
2. 阿里云荣获英国标准协会BSI颁发的可信数字云最高级别钛金奖
3. 阿里云“云防火墙”产品再度入围Gartner年度网络防火墙魔力象限评价的“挑战者”象限。
4. IDC发布的中国公有云网络边缘安全即服务（NESaaS）厂商评估报告中，阿里云位居领导者位置。
5. Forrester在基础设施即服务平台原生安全评测中，阿里云首次进入强劲表现者象限，也是国内唯一进入该象限的科技公司。
6. 阿里巴巴联合发布的研究成果《复杂互联网环境下内容治理的关键技术与应用》荣获2022年度吴文俊人工智能科技进步奖二等奖。

附录三　ESG 数据核查声明



BUREAU VERITAS Certification

ESG 环境数据核查声明

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，本核查声明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

环境数据所涵盖的时段：

- 2022年4月1日 – 2023年3月31日

保证等级：

- 合理保证等级

（除范围 3+温室气体减排量为有限保证等级）

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
- 对阿里巴巴相关环境数据进行抽样核查

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。

主任核查员：张毅勋

授权代表

2023 年 7 月 20 日



BUREAU VERITAS Certification

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] 其中：	**12,362,994**	吨二氧化碳当量	• ISO 14064-1:2018 组织层面温室气体排放和移除的量化和报告的要求及指南 • ISO 14064-2:2018 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 • ISO 14064-3:2019 温室气体声明核查和审定规范及指南 • 温室气体核算体系 - 企业核算与报告标准 • 温室气体核算体系 - 企业价值链（范围三）核算与报告标准 • Methodological tool：Tool to calculate the emission factor for an electricity system Version 5.0 • Grid connected renewable electricity generation Version 18.0
范围 1 排放量	928,939		
范围 2 基于市场排放量	3,756,085		
范围 2 基于位置排放量 [2]	5,141,880		
范围 3 排放量 [3]	7,677,970		
抵消温室气体排放总量 [4] 其中：	**119,352**		
抵消范围 1 排放量	2,670		
抵消范围 2 排放量	1,288		
抵消范围 3 排放量	115,394		
温室气体净排放总量 [5] 其中：	**12,243,642**		
范围 1 净排放量	926,269		
范围 2 净排放量 [6]	3,754,797		
范围 3 净排放量	7,562,576		
温室气体净排放强度 [7] 其中：	**14.1**	吨二氧化碳当量/百万人民币收入	
范围 1 净排放强度	1.1		
范围 2 净排放强度	4.3		
范围 3 净排放强度	8.7		
范围 123 温室气体减排总量 [8] 其中：	**1,819,267**	吨二氧化碳当量	
范围 1 减排量	272		
范围 2 减排量	1,418,731		
范围 3 减排量	400,264		
范围 3+温室气体减排量 [9]	**22,907,425**		

备注：
[1] 以上范围一、范围二和范围三的温室气体排放量基于历史数据得出，范围三部分类别排放量计算中使用估算数据；
[2] 范围二基于位置的排放量供参考，未计入温室气体排放总量，计入排放总量的为范围二基于市场的排放量；
[3] 范围三排放的类别包括：外购商品和服务（外购服务中电力使用的统计口径为基于市场），上游运输、商务差旅、员工通勤、上游资产租赁、下游资产租赁（下游资产租赁中电力使用的统计口径为基于市场），特许经营和投资活动；
[4] 抵消量来源于阿里巴巴集团购买的 VCS 机制下产生的减排量 VCUs 和 CDM 机制下产生的减排量 CERs。
[5] 温室气体净排放量为温室气体排放减去抵消量得到的差值；
[6] 范围 2 的净排放量为基于市场的净排放量；
[7] 收入数据取自阿里巴巴港股公告（股份代码：9988）《2023 年 3 月份季度及 2023 财年年度业绩公告》；
[8] 范围 1、2、3 温室气体减排量来源于数字化管理的效率提升和能源转型，具有所涉及到的碳碳场景包括园区的数智化管理、员工低碳差旅解决方案和数字供应链管理等，详情请见《碳减排核查声明》；
[9] 范围 3+减排量分为零动减排（即带动平台生态减碳）和赋能减排（数智赋能减碳）两大类，详情请见《范围 3+减排量核查声明》。



BUREAU VERITAS Certification

阿里巴巴 ESG 报告环境数据核查明细表（能耗相关数据）

环境数据	数值	单位	核查依据
能源消耗总量 其中：	**8,899,025**	兆瓦时	• AA1000审验标准 • 国际鉴证业务准则第3000号（修订版）——除历史财务信息审计或审阅之外的鉴证业务
直接能源消耗量	**1,761,167**	兆瓦时	
天然气消耗量	12,426	千立方米	
液化石油气消耗量	2.1	吨	
柴油消耗量 [1]	134,589		
汽油消耗量	639		
直接能源消耗强度 [2]	2.0	兆瓦时/百万人民币收入	
间接能源消耗量：电力	**7,137,858**	兆瓦时	
间接能源消耗强度：电力 [2]	8.2	兆瓦时/百万人民币收入	
可再生能源消耗量	**1,101,705**	兆瓦时	
数据中心的平均电能使用效率 PUE[3]	**1.215**	\	
数据中心的清洁能源比例 [4]	**53.9**	%	

备注：
[1] 部分物流的柴油使用量为估算值；
[2] 收入数据取自阿里巴巴港股公告（股份代码：9988）《2023 年 3 月份季度及 2023 财年年度业绩公告》；
[3] PUE 是数据中心总耗电量与 IT 设备耗电量的比值，该值为阿里巴巴 2023 财年运营控制范围内的数据中心的平均电能使用效率；
[4] 该值为阿里巴巴 2023 财年运营控制范围内的数据中心清洁能源使用量与总用电量的比值。

附录三　ESG 数据核查声明



BUREAU VERITAS
Certification

碳减排核查声明

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报告中碳减排量的相关数据进行独立的第三方核查，本核查声明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：

- **2022年4月1日 – 2023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。

主任核查员：邓丹

授权代表

2023 年 7 月 20 日



BUREAU VERITAS
Certification

碳减排数据核查明细表

减排场景	场景边界 [1]	减排数值	单位	核查依据
范围 1&2 总计减排量		**1,419,003.1**	吨二氧化碳当量	• ISO 14064-2:2018 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： • 园区的数智化管理：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 • 员工低碳公务差旅解决方案：通过算法提升低碳交通方式替代高碳交通方式，激励员工进行低碳公务差旅 • 生鲜补货：通过算法优化生鲜补货机制，以避免生鲜的损耗 • 逆向订单：通过算法优化对逆向订单的管理 • 多单合并：通过算法实现订单合并运输，以减少整体运输体积 • 存货调拨：通过算法进行商品在仓库之间的集中运输，以提升运输效率 • 品仓部署：通过算法优化商品的仓库部署管理 • 仓库选址：通过算法优化新建仓库选址，以提升运输效率
按减碳策略划分				
数智化提效	园区的数智化管理 [2]	2,866.2		
能源结构转型	清洁电力使用	1,416,136.9		
按阿里巴巴业务单元划分				
阿里云	清洁电力使用	1,105,009.6		
银泰百货	清洁电力使用	211,700.9		
高鑫零售	清洁电力使用	59,880.0		
菜鸟	清洁电力使用	21,003.2		
亲橙智慧 [3]	园区的数智化管理 [2]&清洁电力使用	21,409.4		
范围 3 总计减排量		**400,263.6**		
按减碳策略划分				
数智化提效	员工低碳公务差旅解决方案 [4]&数字供应链管理 [5]	33,690.2		
能源结构转型	清洁电力使用	366,573.4		
按阿里巴巴业务单元划分				
阿里云	清洁电力使用	363,424.0		
阿里巴巴数字供应链 [5]	阿里巴巴在包括生鲜补货 [6]、逆向订单 [7][8]、多单合并 [7]三个场景的订单环节以及在包括存货调拨 [7]、品仓部署 [7]和仓库选址 [7]三个场景的运输环节通过数字化管理能力来不断提效优化。	28,771.7		
亲橙智慧 [3]	员工低碳公务差旅解决方案 [4]&清洁电力使用	8,067.9		
范围 1&2&3 减排量合计		**1,819,266.7**		

备注：
[1] 以上场景除阿里云外，边界均限制在阿里巴巴集团运营控制下的中国大陆的活动；
[2] 此处减碳量统计的园区数智化管理仅包括阿里巴巴杭州西溪园区的空调系统、照明系统和闲时设备控制系统；
[3] “亲橙智慧”是为阿里巴巴集团各业务集团和业务公司提供智慧园区服务的品牌；
[4] 员工低碳公务差旅解决方案简称“在行”，其减碳场景包括阿里巴巴员工因公出行通过火车替代火车出行、多人拼车替代单人打车、巴士出行替代单人打车、地铁出行替代单人打车等；
[5] 阿里巴巴数字供应链负责支持阿里巴巴集团各个直营零售业务，提供供应链数字化管理的产品与服务；
[6] 生鲜补货的数据因疫情封控的原因，剔除了 2022 年 4、5 月上海的数据；
[7] 场景基准排放量基于阿里巴巴数据系统仿真计算；
[8] 逆向订单场景所计算的减排量仅发生在 2022 年 11 月 1 日-2022 年 11 月 11 日之间。

附录三　ESG 数据核查声明



BUREAU VERITAS
Certification

范围 3+减排量核查声明

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，本核查声明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：

- **2022年4月1日 – 2023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定的有限的、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。

主任核查员：邓丹

授权代表

2023 年 7 月 20 日



BUREAU VERITAS
Certification

范围 3+减排量核查明细表

减排场景 [1]	数值	单位	核查依据
范围 3+总计减排量	**22,907,425**	吨二氧化碳当量	• ISO 14064-2:2018 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 • 范围3+减排：超越价值链的企业气候行动方法学 • 闲鱼闲置物品交易碳减排量化方法学研究报告 • 驿站回箱减排效应调研报告 • 云服务碳效能计算逻辑 • 钉钉企业碳账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 • 高效节能产品减碳量评估技术通则 • 高效节能产品减碳量评估技术要求 房间空气调节器等产品减排计算标准 • 饿了么无餐具碳减排量计算模型研究报告 • 等等
按减碳策略划分			
赋能减排 [2]	**18,621,279**	吨二氧化碳当量	
低碳云服务	6,863,418		
低碳办公服务	11,757,861		
带动减排 [3]	**4,286,146**		
低碳出行	215,142		
低碳餐饮	10,206		
闲置物品再利用	3,165,009		
低碳商品	895,789		
按阿里巴巴业务单元划分			
钉钉	11,757,861	吨二氧化碳当量	
阿里云	6,863,418		
闲鱼	3,142,383		
淘宝天猫	895,789		
高德	215,142		
菜鸟	22,626		
饿了么	10,206		

备注：
[1] 以上场景除阿里云外，边界均限制在阿里巴巴集团运营控制下的中国大陆的活动；
[2] 赋能减排包括：低碳云服务、钉钉的低碳办公服务；
[3] 带动减排包括：闲鱼的二手交易场景，菜鸟的驿站回箱场景，高德的低碳出行场景，饿了么的无餐具和小份菜场景，以及淘宝天猫带动低碳友好商品销售场景。

附录三 ESG 数据核查声明



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（2023）专字第61271659_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：

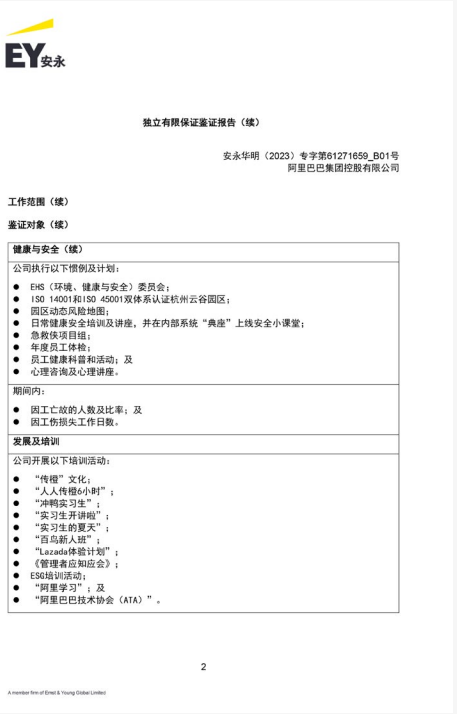
工作范围

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《2023阿里巴巴环境、社会和治理（ESG）报告》（以下简称ESG报告）中选定的自2022年4月1日起至2023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

雇佣
公司采纳以下政策： ● 《阿里巴巴集团商业行为准则》； ● 《阿里巴巴集团反性骚扰行为准则》； ● 《阿里巴巴招聘公约》； ● 《阿里巴巴集团员工纪律制度》； ● 《阿里巴巴集团员工假期政策》；及 ● 《阿里巴巴集团员工绩效管理制度》。
截至2023年3月31日及期间内： ● 按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、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
公司采纳以下政策： ● 《阿里巴巴集团行政应急操作手册》。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作范围（续）

鉴证对象（续）

健康与安全（续）
公司执行以下惯例及计划： ● EHS（环境、健康与安全）委员会； ● ISO 14001和ISO 45001双体系认证杭州云谷园区； ● 园区动态风险地图； ● 日常健康安全培训及讲座，并在内部系统"典座"上线安全小课堂； ● 急救侠项目组； ● 年度员工体检； ● 员工健康科普和活动；及 ● 心理咨询及心理讲座。
期间内： ● 因工亡故的人数及比率；及 ● 因工伤损失工作日数。
发展及培训
公司开展以下培训活动： ● "传橙"文化； ● "人人传橙6小时"； ● "冲鸭实习生"； ● "实习生开讲啦"； ● "实习生的夏天"； ● "百鸟新人班"； ● "Lazada体验计划"； ● 《管理者应知应会》； ● ESG培训活动； ● "阿里学习"；及 ● "阿里巴巴技术协会（ATA）"。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_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
公司采纳以下政策： ● 《阿里巴巴供应商ESG行为准则规范》； ● 《阿里巴巴集团采购指引之供应商管理细则规范》； ● 《供应商认证及评估流程示意图》； ● 《集团采购部供应商经营、资质和履约合规风险管理操作指导》； ● 《集团采购部供应商转包、分包等管理规范》； ● 《阿里巴巴集团采购平台黑名单供应商处理流程操作指导》； ● 《集团采购部星级供应商评选及战略供应商试点方案》； ● 《集团采购部供应商标签管理规范》； ● 《诚信约定函》；及 ● 《常见供应商违约违规行为及等级判定》。
公司执行以下惯例及计划： ● 事前防控、事中监管、事后稽查的管控机制； ● 潜在风险识别及稽核； ● 供应链ESG优化的专项管理委员会；及 ● 绿色商品。
截至2023年3月31日： ● 按地区划分的供应商数目。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作范围（续）

鉴证对象（续）

产品责任
公司采纳以下政策： ● 发布规范与规则；及 ● 食品安全制度。
公司执行以下惯例及计划： ● 阿里知识产权保护平台； ● Simp' All； ● 针对女装行业的原创商家，试点运行原创品牌商家知产扶持计划； ● 阿里巴巴打假联盟； ● 阿里巴巴地理标志专项保护计划； ● "知产新青年成长计划"； ● "全链路的数字化商品质量管理机制"；及 ● "三大原则及具体措施"。
期间内： ● 淘宝和天猫平台接获的投诉数目以及应对方法。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

附录三　ESG 数据核查声明

EY安永

独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作范围（续）

鉴证对象（续）

反贪污
公司采纳以下政策： ● 《阿里巴巴集团商业行为准则》； ● 《阿里巴巴集团反贿赂反腐败政策》； ● 《阿里巴巴集团利益冲突管理细则及解析》； ● 《阿里巴巴集团礼品处理条例》；及 ● 《阿里巴巴集团政府事务相关规定》。
公司采纳及执行以下措施： ● 内外部举报；及 ● 向员工提供《阿里巴巴集团商业行为准则》及配套细则。
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
公司执行以下计划： ● “人人3小时”。
期间内： ● 员工总志愿时；及 ● 向阿里巴巴公益基金会捐赠金额。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

EY安永

独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

工作范围（续）

鉴证对象（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。

公司适用标准
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二十七《环境、社会及管治报告指引》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”）。

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2023年6月19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》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。

独立性和质量控制
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验。

我们还遵循《国际质量控制准则第1号—会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》，据此维护全面系统的质量控制体系，包括与遵守职业道德要求、专业标准和适用的法律和法规要求相关的书面政策与程序。

EY安永

独立有限保证鉴证报告（续）

安永华明（2023）专字第61271659_B01号
阿里巴巴集团控股有限公司

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。

我们还执行了其他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，我们没有注意到任何事项使我们相信自2022年4月1日起至2023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。此报告可能不适合用于其他目的。因此，我们不为任何其他目的或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。

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国 北京
2023年3月21日

A member firm of Ernst & Young Global Limited

附录四　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 2023 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（CO_2）、甲烷（CH_4）、氧化亚氮（N_2O）、氢氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、三氟化氮（NF_3）和六氟化硫（SF_6）等。经盘查，本报告期内涉及 CO_2、N_2O、CH_4、HFCs 和 SF_6 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（2023 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

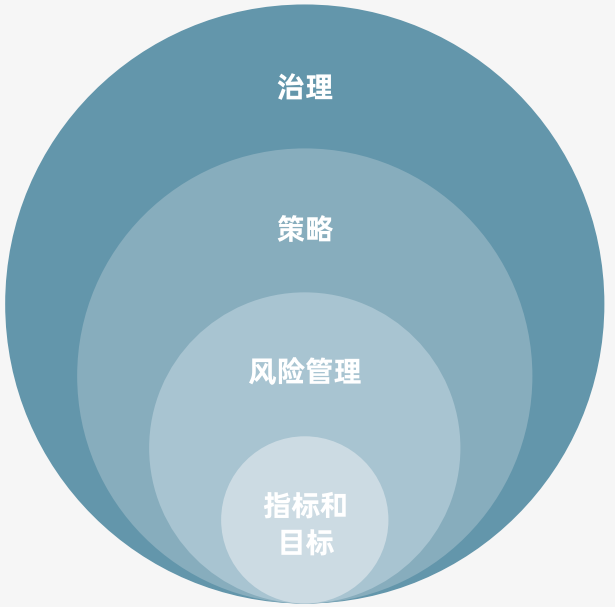
范围	排放类型	排放源
范围1：直接温室气体排放来自报告公司拥有或控制的排放源	固定燃烧源	燃气灶使用天然气、柴油发电机使用柴油产生的温室气体排放
	移动燃烧源	自有车辆使用柴油等产生的温室气体排放
	逸散排放	灭火器的泄露排放
		制冷剂的泄露
		SF_6的泄露
范围2：购买电力、热力或蒸汽的间接温室气体排放	外购电力	生产设备及生产辅助/ 生活设备用电产生的间接排放
	外购热力	生产设备及生产辅助/ 生活设备用热产生的间接排放
	外购制冷	生产设备及生产辅助/ 生活设备用冷产生的间接排放

范围	排放类型	排放源
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、配一体，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

附录五　气候风险和机遇评估报告

气候变化应对和碳中和是阿里巴巴核心 ESG 议题。在充分意识到气候变化对人类社会经济的重大影响的基础上，阿里巴巴重视基于科技创新和参与者生态的手段应对气候变化，积极响应中国的“3060”碳达峰和碳中和政策，及以巴黎协定为基础的全球气候变化长期目标和议程，于 2021 年郑重发布了碳中和承诺。

气候相关财务信息披露工作组（TCFD）为企业全局性地应对未来风险，维持业务行稳致远提供了完整的框架。依据 TCFD 框架建议系统性地披露气候相关信息，是阿里巴巴强化 ESG 治理和战略，积极参与全球气候变化应对的重要一步。我们依此积极识别、评估和管理气候相关风险与机遇，进行了前瞻性的气候情景分析，将气候风险纳入阿里巴巴全面风险管理体系中。我们将持续提升披露透明度，加强企业气候韧性，并积极寻求潜在机遇，力图在此过程中获得新的发展。



TCFD 框架的四大核心支柱

治理

为强化应对气候变化的治理能力，阿里巴巴在集团的 ESG 三层治理体系中，参考 TCFD 框架建立了气候治理体系。

董事会层	**可持续发展委员会：**代表董事会领导和监督集团可持续发展核心议题的策略、政策和措施，包括监督气候策略的制定，相关风险和机遇的识别、评估、管理及汇报，以及碳中和规划和实施等工作。 更多关于可持续发展委员会的职责，及新的组织架构下的治理方针，详见：第七章 可持续发展治理架构 P176
管理层	董事会可持续发展委员会领导下的集团**可持续发展管理委员会：**负责统筹各部门开展碳中和规划和实施及气候风险机遇的评估和规划管理。在可持续发展管理委员会的指导下成立了由集团ESG战略和运营部牵头的跨部门气候变化工作组，负责开展基于TCFD框架的气候风险和机遇分析和评估。
执行层	**业务集团和公司及职能部门：**负责具体落实气候风险和机遇的识别、评估、管理及汇报的相关工作，尤其是自2021年以来的全面碳盘查，为阿里巴巴整体统筹开展基于TCFD框架的碳中和规划和实施提供有力支撑。

附录五　气候风险和机遇评估报告

我们深知应对气候变化和实现全社会的碳中和需要更广泛的参与，为此我们也积极发声参与气候变革的倡导，尤其在推动科技创新和参与者生态来实现减碳和气候韧性方面。

我们积极组织和参加国际和国内的相关联盟，推动行业合作，并积极与权威的标准制定和推广机构合作。

更多内容详见：
第一章　带动和赋能平台生态减碳（范围3+）P30

我们的董事会主席兼首席执行官张勇于 2021-2023 年担任消费者论坛（CGF）的联席主席，推动全球消费品行业的积极变革，2023 财年 CGF 在中国尤其关注推动消费品行业的减碳和减塑创新与实践。

我们在具有国际影响力的会议上和组织中积极发声。我们在首届中国绿色低碳创新大会上联合主办了数字经济与低碳创新论坛，也在第 27 届联合国气候大会上推动科技和平台创新的倡导和合作。阿里巴巴内部的专家在多个国际和国内专业组织任职，如联合国世界适应科学计划（WASP）科学委员会、中国环境科学学会碳排放达峰与碳中和委员会等。

战略

在充分理解气候变化在全球到区域层面的重要性和迫切性下，我们首先制定了实现阿里巴巴集团碳中和的基本策略，秉承直接减碳优先于消除，消除优先于抵消的优先顺序。这一策略符合实质性降低大气圈中温室气体浓度的国际标准，且与《巴黎协定》目标的基本原则一致。我们的碳中和策略建立在“能源转型、科技创新、参与者经济”这三个支柱之上。我们也看到积极应对气候变化能带来的实现新的、更大的商业和社会价值的潜在机遇，例如，我们设定了范围 3+ 的目标，主动引领更大范围的减排行动，更主动地应对政策和经济系统变革以及消费者的需求转变这些重大转型风险。

将气候变化纳入公司战略层面的分析决策对我们理解、缓解与适应，以及管理对业务产生直接影响的气候风险、把握可持续转型机遇至关重要。为了更系统地理解气候风险与机遇对阿里巴巴战略、商业模式和财务规划及其韧性的潜在影响，气候变化工作组统筹内外部资源开展了集团层面的气候情景分析。

根据 TCFD 的建议，我们采用高排放和中低排放两个情景来对比测试至 2060 年集团商业在物理风险压力下的韧性；并采用多种净零排放情景组合，对比基准政策情景，来识别理想的全社会绿色转型情景下，集团至 2050 年将面临的政策和市场等维度的压力与机遇。

> 联合国政府间气候变化专门委员会（IPCC）的 RCP8.5（高排放路径）情景和 RCP4.5（中低排放路径）情景。对个别物理风险，我们还使用了国际应用系统分析研究所（International Institute for Applied Systems Analysis, IIASA）的共享社会经济路径(Shared Socioeconomic Pathways,SSPs)情景。

> 两种绿色转型情景是绿色金融体系网络（Network for Greening the Financial System，NGFS）的2050净零排放情景和国际能源署（IEA）的可持续发展情景（SDS）。基准情景分别是NGFS的当前政策情景和IEA的既定政策情景（STEPS）。

附录五　气候风险和机遇评估报告

结合与各相关业务和职能部门沟通分析、行业研究与专家判断等结果，我们识别出当前与阿里巴巴相关的潜在气候风险与机遇。在不同情景下，我们针对这些气候风险与机遇对业务模式和财务状况等方面的影响开展初步评估，最终纳入 10 项具有实质性的气候风险与机遇。下表针对识别出的气候风险与机遇的影响、影响周期和风险应对 / 机遇把握措施进行详细描述。

气候物理风险

风险	类别	风险潜在影响描述	影响周期[16]	部分风险应对策略和手段
洪涝和热带气旋	急性	极端降水和洪涝事件频率及强度的增加，可能会影响运营设施（如办公楼、物流中心、数据中心、零售店等）的稳定性，潜在带来资产损失、物流和直销等业务受阻或中断等影响，并可能影响员工安全。 热带气旋频率及强度的增加，可能引起强风和强降水，可能会影响国际航运业务，造成航班延误或取消，从而可能导致延迟交付或供应链受阻，减少营业收入。	中期	阿里巴巴园区通过“海绵城市”可持续设计，防范洪涝和强降水风险。 更多应对措施，详见：第一章 可持续的运营和价值链 P31 阿里云在选址、设计、建造、运营和维护过程中均考虑了自然环境风险和极端天气影响。菜鸟在日常运营中针对各类自然灾害建立应急管理体系，并开展员工应急培训等。 更多应对措施，详见：第五章 自身运营与平台韧性 P153
极寒和极端高温	急性	寒冷气候等极端天气事件可能对零售门店工作人员和消费者安全造成威胁，甚至中断门店运营，影响供应链运行，从而影响公司收入，造成成本上升。 热浪将减损平台生态中户外作业员工的工作效率，甚至导致中暑等健康安全问题。	短期、中期	我们的零售业务紧密关注天气预报和极端气候预警，制定应急预案以应对突发天气事件。例如，高鑫零售通过提升应急组织、加强重点防范，对门店室内室外做好防寒保护工作，降低极端天气带来的风险和影响[17]。 饿了么根据各地气象预警进行前置提醒，并进行派单保护。比如，在高温天时，将推送休息提示、降暑指南；此外还上线包括中暑自救等安全知识课程。同时，饿了么不断完善休息设置，骑手如果觉得需要休息，线上报备小休后即可停止派单。2022年，饿了么发布了夏季版智能头盔。新款头盔更轻便、通风，适合夏季使用。
均温升高和干旱	慢性	全球均温上升将导致更高的数据中心冷却需求，这需要采用更多或者更高效的冷却装备以保持数据中心在安全的工作温度下的稳定运行，产生额外的运营成本。 水资源短缺可能会增加与水资源采购相关的成本，从而影响关键业务部门的选址，尤其是数据中心。	中期、长期	云计算数据中心采用液冷服务器技术、通过环境实时监测智能化冷却调节（如利用室外新风优化散热效率等），大幅降低冷却系统的电力和水资源消耗。 更多应对措施，详见：第一章 构建一朵绿色低碳的云 P33

16. 短期 0-3 年，中期 3-10 年，长期 10 年以上；影响周期的判断基于对所选气候情景下各参数指标数据随时间的变化；

17. 更多应对措施，详见：《高鑫零售有限公司 2022/2023 环境、社会及管治报告》第三章 环保运营 绿色发展。

附录五　气候风险和机遇评估报告

气候转型风险

风险	类别	风险潜在影响描述	影响周期	部分风险应对策略和手段
能源与资源效率监管要求	政策与法规	国家对多行业能源、能效、物效的要求正在逐步加严。例如，《关于严格能效约束推动重点领域节能降碳的若干意见》《数据中心能效限定值及能效等级GB40879-2021》等数据中心能效标准需要阿里巴巴的云计算板块持续投入高能效数据中心研发和维护。包装材料限塑限量等标准可能导致物流、本地生活等业务板块的包装材料合规成本增加。	短期、中期	云计算通过转变资源使用方式、数智化节能提效、推动供应链绿色转型等不断降低PUE和能耗。 更多应对措施， 详见：第一章 构建一朵绿色低碳的云 P33 物流和零售业务采取包装减量、包材替换、装箱优化、包装循环等行动，努力减少包装材料的使用。 更多应对措施， 详见：第一章 减少包装材料 P49
碳定价机制	政策与法规	碳排放控制政策和碳排放权交易体系（ETS）碳定价机制的发展会增加直接运营与合规成本，而供应链由于受碳定价影响带来的潜在成本转嫁（间接成本）则可能更高。此外，碳排放政策收紧下，碳配额碳抵消额价格上涨，为达成2030运营碳中和承诺，可能需要付出更高的成本。	中期	我们定期跟踪碳排放政策，并评估其对阿里巴巴的影响。同时，我们通过数智化节能提效，能源转型、循环利用资产、鼓励员工绿色低碳实践等方式减少能源消耗与碳排放。 更多应对措施， 详见：第一章 可持续的运营和价值链 P31
能源价格波动	市场	随着“3060”碳达峰碳中和的目标发展，可再生能源需求增加但可再生能源供应增速有限，可再生能源和传统能源价格波动较大，可能会带来额外的物流成本和用电成本。	短期、中期	我们密切关注新能源市场动态，及时调整可再生电力采购策略，同时在具备条件的基地积极部署光伏。 更多应对措施， 详见：第一章 扎实推进碳中和 P28
利益相关方关注	声誉	阿里巴巴集团提出了较为激进的碳中和目标，面临外部对减排进展和实效的关注，需要付出更多减排努力、披露和沟通成本来保障消费者忠诚度和自身融资能力。	短期、中期、长期	我们依据国际广泛使用的气候相关信息披露框架（如TCFD），公开气候对阿里巴巴业务的影响及应对措施，积极回应利益相关方问询。此外，我们在ESG报告中定期披露碳排放数据及碳中和整体进度。 更多应对措施， 详见：第一章 扎实推进碳中和 P28

附录五　气候风险和机遇评估报告

气候机遇

机遇	类别	机遇影响描述	影响周期	机遇把握
使用低排放的能源	能源来源	在我们的温室气体减排战略中，我们重视能源转型，积极寻求更低排放的可再生能源，并通过自有、购买和投资等途径应用于我们的运营，以减少我们在温室气体排放和潜在成本方面的风险。	中期	我们密切关注新能源市场动态，及时调整可再生电力采购策略，同时在具备条件的基地积极部署光伏。 更多机遇把握信息， 详见：第一章 扎实推进碳中和 P28
高效设备技术 与数字化减碳 解决方案	产品和服务	云计算业务在节能、节水技术水平上处于领先地位，可大量节省能源/水资源成本，并赢得更多市场份额。同时，云计算业务正在开发多种产品，为云客户提供管理、减少和避免碳排放以及提高能源效率的解决方案。此外，云的IaaS基础设施能力在计算、存储、网络和安全四大核心评估中位居全球顶级云供应商之首，在为能源行业提供云服务方面具有竞争力。	短期、中期、长期	云计算将以绿色云计算为基础的数字化、智能化能力结合，助力多行业的大中小微企业向数字循环经济转型。 更多机遇把握信息， 详见：第一章 构建一朵绿色低碳的云、节约和净化水资源 P33
在环保方面的 良好声誉吸引市场投资	市场	阿里巴巴提出了具有雄心的碳中和目标以及实施了一系列应对气候变化战略、措施和行动，开始建立气候风险与机遇管理体系、助力全社会应对气候变化取得积极成效，并在资本市场维持良好声誉，从而提升ESG表现评价，吸引投资并降低融资成本。	短期、中期、长期	2021年，阿里巴巴集团建立可持续金融框架并发行了近10亿美元的可持续发展债券，为亚洲首家发行绿债的互联网企业。相关资金已被用于能源效率、绿色建筑、可再生能源以及循环经济与设计等领域。阿里巴巴将持续推动构建更低碳和更具气候韧性的参与者生态，并与包括投资者、评价机构、政策制定者等利益相关方保持定期沟通。

附录五　气候风险和机遇评估报告

案例：增强云计算基础设施应对物理风险的韧性

阿里巴巴的业务可能受到自然灾害（如地震[18]、暴雪、风暴潮、洪涝、干旱、火灾等，以及气候变化带来的的额外影响）的重大不利影响。云计算是阿里巴巴的核心业务，针对包括数据中心和服务器等 IT 设备在内的基础设施，我们已识别出包括洪涝、极端高温等气候物理风险并评估其影响，在选址、设计建造、运营、维护和新建等全生命周期的各个阶段开展各项工作，完善应对物理风险的管理体系，致力于让云计算更具气候韧性。

气候物理风险	风险应对能力			
	选址	设计建造	运营	维护和新建
洪涝	综合考虑地区数据中心投建政策与历史地震、台风、暴雨、极端高温等自然环境记录，避免在高风险区建设。	数据中心首层建筑完成面标高：遵循国家标准《数据中心设计规范》（GB/T 50174-2017）要求，首层建筑高出当地洪水百年重现期水位线1.0米以上，并高出室外地坪最少0.6米；针对水文记录不足的地区开展专业水文模拟分析。 极端暴雨排水设计：机房楼屋面雨水设计与溢流设施的总排水能力不小于50年重现期的雨水量。	已设立应急预案（ERP），截至2023年3月31日 暂未出现超设计情况。	—
风雪		极端风雪风险适应： 机房楼抗风压、抗雪压能力分别按照50年重现期进行设计。	已设立台风ERP，截至2023年3月31日暂未出现超设计情况。	—
温度		高温限/断电工况设计：配置备用柴油发电机组和不间断应急电源，以满足系统在外部电源质量不佳、断电等极端工况下的正常运行。 室外冷源设备选型设计：按照《2017 ASHRAE Handbook - Fundamentals (SI)》夏季20年极端干/湿球温度进行选型。	部分数据中心实现实时智慧调节优化散热，在乌兰察布、张北常年室温偏低地区，利用室外新风实现低能耗。	随极端高温灾害调整散热架构。
缺水		节水设计：液冷数据中心冷源采用干冷器制冷架构和自研干冷器，可实现WUE小于0.1 升/千瓦时，与常规开式冷却塔设备相比，单栋机房楼全年可节约用水量约25万吨。 风冷设计：华北风冷数据中心制冷采用直接新风冷却技术，极大减少工艺降温，WUE小于0.45升/千瓦时，比传统冷却塔方案节省80%以上用水量。 循环用水：园区内进行雨水回收、废水回收设计；园区外考虑中水等水源的应用。	采用低WUE架构产品降低水资源消耗，其WUE小于0.1 升/千瓦时，甚至接近于0。	降低成本后，推广成为未来的“近零水/无水”数据中心。

18. 我们在选址环节综合考虑地区数据中心投建政策与历史地震发生记录，避免在高风险区建设；在设计建造环节建筑结构抗震设防按照重点设防类（乙类），将结构抗震等级提高一级抗震标准进行设计；在运营环节已设立 ERP，截至 2023 年 3 月 31 日，暂未出现超设计情况。

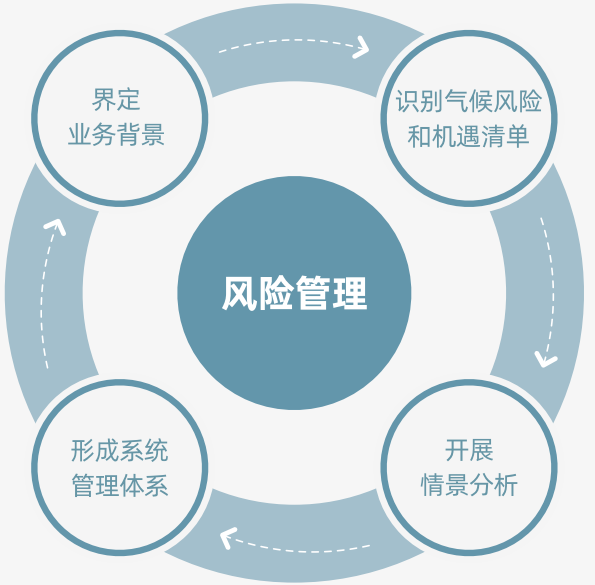
附录五　气候风险和机遇评估报告

风险管理

阿里巴巴定期识别、评估和管理潜在气候风险，并将其纳入集团风险管理体系。2023 财年，我们开展了全面的气候变化风险和机遇评估，识别出未来可能出现的转型和物理风险以及机遇，并与风险管理部门和业务团队共同对潜在的气候风险和机遇进行分析，评估其影响，并制定应对和适应策略。

我们根据以下流程进行气候变化风险和机遇的识别与管理：

1. 界定业务背景 - 通过与集团气候相关功能部门、业务部门的会议，我们建立内部对于气候变化影响的共识，梳理各业务典型业务模式和价值创造路径，对集团及各业务潜在的气候风险和机遇进行集思广益与讨论。



2. 识别气候风险和机遇清单 - 基于与集团气候相关功能部门、业务部门的访谈结果，结合行业研究，我们进一步识别和探究气候风险和机遇的外部驱动因素和内部核心影响，产出气候风险和机遇清单。

3. 开展情景分析 - 我们选择合适的气候情景，明确分析的时间范围，使用与气候情景高度兼容的气候变化情景参数，针对气候风险和机遇清单进行情景分析。我们从时间范围、发生的可能性和财务重要性等维度综合考量与评估气候风险和机遇的潜在影响，帮助识别并优先关注可能对阿里巴巴产生实质性财务影响的更具重要性的关键气候风险和机遇。

4. 形成系统管理体系 - 我们逐步探索并完善气候风险管理体系。我们发布了《阿里巴巴集团风险管理总纲》，明确了风险管理的基本原则、组织架构、工作机制及责任分工，提高集团的整体风险管理能力，确保集团的安全运营和可持续发展。气候变化工作组和集团风险管理委员会合作，将识别出来的气候风险融入集团风险管理，并在 ESG 战略中纳入气候机遇相关的规划。我们已经在部分业务中针对气候风险和机遇系统地制定了应对举措，将扩展和深化相关工作，并定期更新对气候风险和机遇影响和应对举措有效性的评估。

附录五　气候风险和机遇评估报告

指标和目标

2021 年，我们发布了《阿里巴巴碳中和行动报告》，提出“运营碳中和、价值链碳强度减半和生态减碳 15 亿吨”　三大目标，并承诺加入科学碳目标计划。我们积极联动上下游价值链，以及平台上的消费者和企业共同推进目标的实现，并积极推动各业务集团和公司开展自身的气候风险和机遇分析并制定和发布相关的目标。截至 2023 年 3 月 31 日，阿里云和高鑫零售已率先发布其碳中和目标（见下表）；随着新的组织和治理结构的完成，气候变化工作组也将组织更多的业务集团和公司开始开展相关的工作，包括目标设定和进展跟踪。

我们相信，温室气体排放数据的透明度以及我们的进展是实现碳中和的关键。我们持续追踪目标的进展并在 ESG 报告中披露，包括碳排放、能源使用、能效状况等方面。

更多内容详见：
附录一　ESG关键绩效表　P187

在此之外，我们还向全球性的信息披露平台 CDP 提供有关我们的气候战略和绩效的详细信息。我们在 2022 年首次就 CDP 气候变化问卷进行回复，获得了 B 级气候信息披露评级。

	目标		
	范围1&2	范围3	范围3+
Alibaba	不晚于2030年，实现自身运营碳中和。	不晚于2030年，协同上下游价值链实现碳排放强度比2020年降低50%。	在自身运营和供应链之外，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，到 2035年15年间，带动生态累计减碳15亿吨。
阿里云	不晚于2030年，实现自身运营碳中和，自2030年起云计算电力供给100%采用清洁能源。	不晚于2030年实现范围3的碳中和。	
SUN ART Retail Group Limited	不晚于2030年，实现自身运营碳中和，其中自身运营所需电力达到100%碳中和，自有车辆的汽油及柴油实现100%碳中和。		

附录六　利益相关者沟通和实质性分析

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、环境等。我们保持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。 我们与利益相关者保持畅通的沟通和健康的关系，从而为阿里巴巴识别最相关和重要的可持续发展机遇、加强相关能力和行动、并提高信息披露质量提供重要的参考。

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
	持续线上线下调研问卷/ 访谈
商家	社会化媒体沟通
	7*24 小时客服热线
	持续线上线下调研问卷/ 访谈
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
员工	全员邮件
	沟通会议
	员工内部论坛文章
	业务单元的ESG 相关团队沟通机制
	培训活动和申诉机制
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

利益相关者	沟通方式
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
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

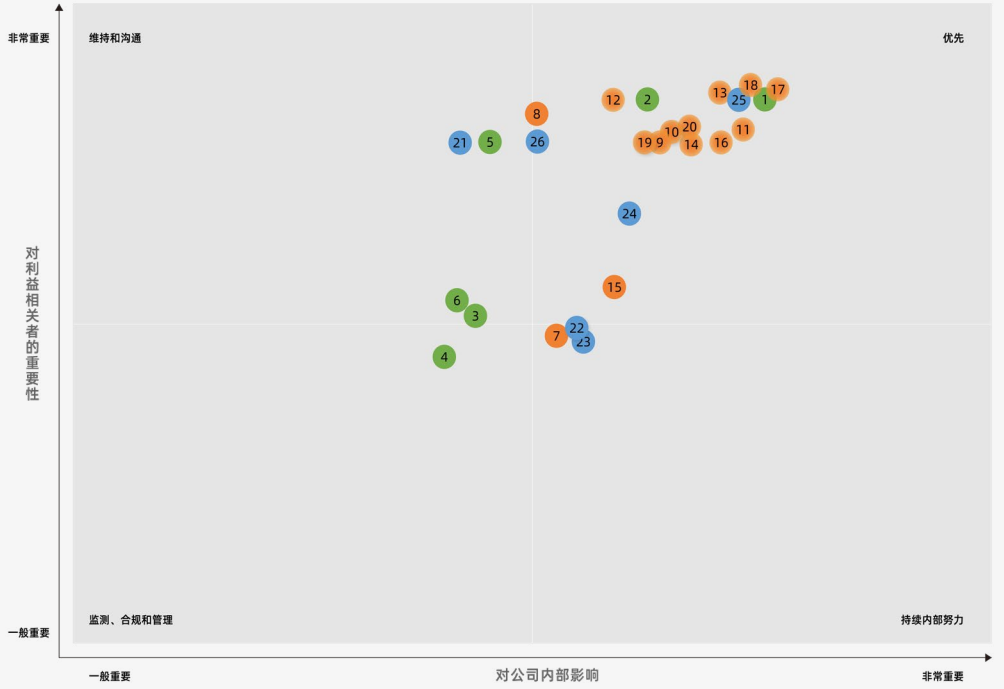
附录六　利益相关者沟通和实质性分析

实质性评估

我们的实质性议题包含了对我们的商业和 ESG 以及和利益相关者最重要的事情，准确认知这些议题对于识别和管理我们的风险和机遇并有效地回应各方的期待至关重要。

2023 财年，一方面，我们持续参考相关的可持续发展框架（包括 GRI 和 SASB）、交易所的要求（包括港交所）、评级机构的建议、国内和国际政策（包括可持续发展目标）和同行的优秀表现来对标自身的实质性议题筛选。另一方面，在集团可持续发展管理委员会的指导下，我们深入学习国内外的宏观经济政策，结合行业趋势、业务发展视角等对 ESG 议题进行回顾与分析，同时，还和政府部门、行业协会、投资者等利益相关方进行广泛沟通，听取他们的反馈和建议。

最终，围绕着阿里巴巴 ESG 七瓣花，我们构建了如下的 ESG 议题实质性矩阵。



环境

1.能源和温室气体排放
2.气候韧性
3.资源管理
4.水管理和保护
5.生物多样性和生态系统
6.废弃物

社会

7.可持续投融资
8.供应链管理
9.人才保留与管理
10.人权与劳动权利
11.职业健康与安全
12.多元化、平等和包容
13.乡村振兴
14.产品与服务质量
15.负责的产品与服务
16.客户服务与体验
17.隐私与数据安全
18.助力中小微企业发展
19.社会公益事业
20.创新体系

治理

21.商业道德与反舞弊
22.反垄断
23.知识产权保护
24.风险管理
25.科技伦理
26.企业治理

附录七　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。我们的董事会主席兼首席执行官张勇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	支持员工发展- 建立多元、公平、共融的文化与制度
	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	支持员工发展- 建立多元、公平、共融的文化与制度
	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付环境挑战	修复绿色星球
	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	构建信任-构建企业信任

附录八　报告指标索引

报告章节	港交所ESG指引	SASB	GRI	TCFD	SDGs
第一章 修复绿色星球					
环境策略和治理					
扎实推进碳中和	A1, A1.2, A1.5; A2.3; A4, A4.1; B5, B5.2, B5.3, B5.4	CG-EC-130a.3; CG-EC-410a.2;CG-EC-000.C	302-4; 305-1, 305-2, 305-3, 305-5; 308-1	策略 -(a)、(b) 及 (c)	
助力建设绿水青山	A1, A1.6; A2, A2.4, A2.5; A3, A3.1		303-1; 304-1, 304-3; 306-2, 306-4	策略 -(a)、(b) 及 (c)	
第二章 支持员工发展					
建立多元、公平、共融的文化与制度	B1, B1.1; B4, B4.1		405-1; 408-1; 409-1		
完善薪酬福利体系与员工保障制度	B1		401-1, 401-2, 401-3; 408-1; 409-1		
提供丰富的学习和发展机会	B3, B3.1, B3.2		404-1, 404-2		
促进员工健康与活力	B2, B2.3		403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7		

附录八　报告指标索引

报告章节	港交所ESG指引	SASB	GRI	TCFD	SDGs
第三章　服务可持续的美好生活					
多样的消费					
放心的消费	B6; B6.2; B6.4, B6.5	CG-EC-230a.1	418-1		
包容的消费					
负责的消费		CG-EC-410a.2	417-1		
第四章　助力中小微企业高质量发展					
持续发展负责任的科技		CG-EC-000.B			
为中小微企业提供市场机遇、商业能力和商业生态	B6.3	CG-EC-000.A			
创造和促进包容性就业					
推动负责任的生产	B5, B5.2, B5.3, B5.4				

附录八　报告指标索引

报告章节	港交所ESG指引	SASB	GRI	TCFD	SDGs
第五章　助力提升社会包容和韧性					
助力发展乡村数字经济和生活	B8.1		203-1, 203-2; 413-1		
以数字技术助力增强社会韧性	A4.1; B8.1, B8.2	CG-EC-130a.3;			
第六章　践行人人参与的公益					
推动员工积极参与公益	B8, B8.1, B8.2				
科技赋能解决超越商业的社会挑战	B8.1		413-1		
利用平台扩大社会影响科技与平台赋能社会公益	B8.1, B8.2		413-1		
第七章　构建信任					
构建企业信任	B7; B7.1; B7.2, B7.3		205-1, 205-2, 205-3; 405-1	治理 -(b)；风险管理 -(b)	
构建社会信任	B6.5	CG-EC-220a.2; CG-EC-230a.1			

附录八　报告指标索引

报告章节	港交所ESG指引	SASB	GRI	TCFD	SDGs
附录					
附录1ESG关键绩效指标	A1.2；A2.1；A2.4；B1.1, B1.2；B2.1；B2.2；B5.1	CG-EC-130a.1;CG-EC-130a.2; CG-EC-330a.3	204-1; 302-1, 302-3; 305-1, 305-2, 305-3, 305-4; 403-9; 403-10	指标及目标-(b)	
附录5 气候风险和机遇评估报告				治理-(a)及(b)； 策略-(a)、(b)及(c)； 风险管理-(a)、(b)及(c)；指标及目标-(a)及(c)	

附录九　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 战略及我们的 ESG 战略与举措的有效性的陈述以及有关我们新的组织治理架构的陈述。

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，但适用法律要求的除外。

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。

共同努力，
给孩子们一个可持续的未来。



阿里巴巴
员工子女 | **小满**（7岁半）



阿里巴巴集团控股有限公司