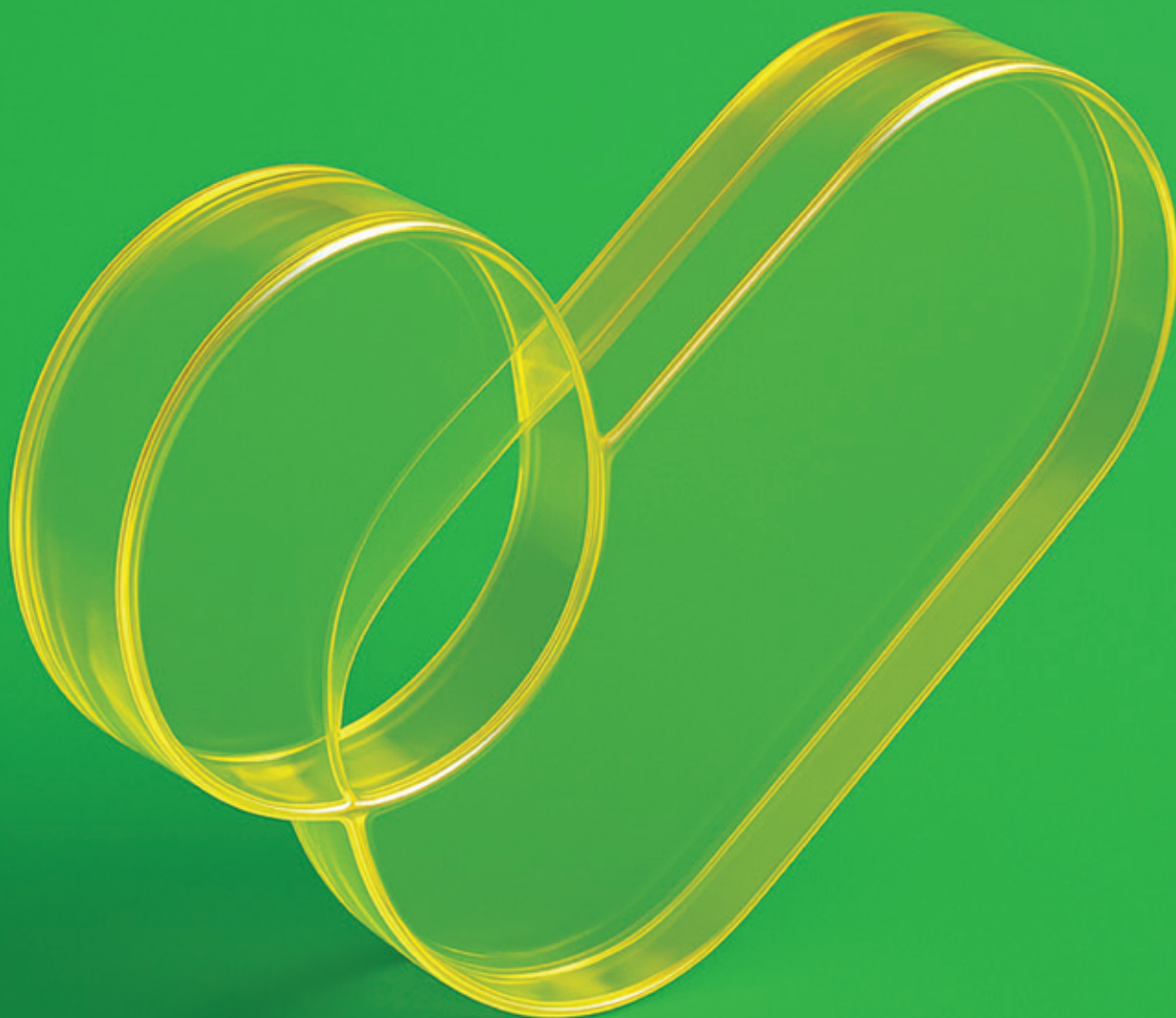


2025

環境、社會及管治報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



阿里健康信息技術有限公司
Alibaba Health Information
Technology Limited

於百慕達註冊成立之有限公司 | 股票代號: 00241
Incorporated in Bermuda with limited liability | Stock code: 00241

目錄

關於本報告	03
高管致辭	05
董事會聲明	07
公司介紹	08

1 企業管治 10

1.1 管治架構	10
1.2 風險內控	12
1.3 廉正管理	15
1.4 利益相關方溝通	18
1.5 重大性議題判定	19

2 立標準，保品質 21

2.1 產品質量與安全	21
2.2 商家規範管理	28
2.3 客戶服務	31
2.4 信息安全管理	35
2.5 知識產權管理	43

3

多元文化與發展

46

- 3.1 合規僱傭 46
- 3.2 人才發展及培訓 50
- 3.3 員工健康與安全 56
- 3.4 員工關愛 58
- 3.5 多元包容 61

4

綠色價值鏈

64

- 4.1 應對氣候變化 64
- 4.2 綠色運營 67
- 4.3 綠色物流 71
- 4.4 廢棄物管理 74

5

負責任的科技

76

- 5.1 供應鏈管理 76
- 5.2 公益行動 80
- 5.3 健康救助 83

- ESG索引 88
- 讀者反饋表 94

發佈週期

本報告為年度報告，是阿里健康信息技術有限公司連續發佈的第九份環境、社會及管治報告。

編製依據

本報告基於香港聯交所《上市規則指引》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》編製。

報告期間

報告時間跨度為2024年4月1日至2025年3月31日，本報告中以「報告期」與「2025財年」指代報告期間。

報告邊界

本報告以阿里健康信息技術有限公司為主體，涵蓋公司所屬各管理支持部門。

指代說明

為便於表述，報告中「阿里健康」「公司」「我們」均指代阿里健康信息技術有限公司。「本集團」指代阿里健康連同其附屬公司，「阿里巴巴集團」指代阿里巴巴集團控股有限公司連同其附屬公司的合稱。

貨幣說明

如無特殊說明，本報告中的「元」指「人民幣」。

匯報原則

重要性原則：阿里健康參考國際關注的ESG議題，通過各利益相關方不同形式的溝通與交流，選擇與公司相關的ESG議題，經董事會審閱通過重要性議題排序。

量化原則：本報告中環境及社會範疇的量化關鍵披露指標為公司定期統計，並於財年年末匯總、披露。詳見本報告各章節。本報告披露了有關匯報排放量 / 能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及 / 或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源。

一致性原則：本報告與公司往年ESG報告使用一致的披露統計方法及關鍵績效指標，且無其他影響因素對本報告產生比較意義。

平衡性原則：本報告不偏不倚地反映了公司在環境、社會和治理三個方面的表現。

關於本報告

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

阿里健康官網(<http://www.irasia.com/listco/hk/alihealth/>)

香港聯合交易所網站(www.hkex.com.hk)

2024年，是實施「健康中國2030」規劃綱要的攻堅階段。在國家「數字中國」戰略與「雙碳」目標的引領下，醫療健康行業正加速邁向綠色化、數字化與普惠化的高質量發展新階段。阿里健康始終以服務國家戰略為己任，以「讓醫療健康普惠可及」為使命，將ESG理念深度融入「雲基建」「雲藥房」「雲醫院」三大核心業務，致力於通過科技創新破解醫療資源不均衡、氣候變化應對等時代命題，持續探索可持續醫療健康的創新路徑。

阿里健康不斷完善企業管治架構，強化董事會對ESG事務的監督和決策職能。我們建立了高效的ESG日常管理及信息披露機制，確保ESG理念融入公司運營的各個環節。我們搭建了全面的風險管理及內部監控體系，有效識別和應對各類風險。同時，我們對貪污腐敗行為保持「零容忍」態度，維護企業的良好形象。憑藉在ESG各方面的卓越表現，我們入選「恒生低碳指數」與「恒生科技指數」。截至2025財年末，明晟公司(MSCI)對阿里健康的ESG評級已突破AA級，彰顯了外部利益相關方群體對阿里健康長期以來在ESG領域工作的高度認可。

阿里健康作為互聯網醫療行業的引領者，始終將「品質為先」作為企業發展的核心準則。我們構建覆蓋藥品全生命週期的數字化質量管理體系，提升商家品牌價值和經營效率，深入挖掘數字化健康服務的潛力，滿足不同的消費者群體對於健康產品的差異化需求，加強數據安全與隱私保護，為用戶打造安全、可靠、值得信賴的數智化健康服務平台。

我們構建了集職業發展、健康管理、心理關懷於一體的生態型僱主品牌，持續健全覆蓋全員的多元包容保障體系，確保員工享有公平公正的工作機會。我們構建了完備的OKR (Objectives and Key Results)業務管理體系和績效管理模式，通過系統化培訓賦能員工成長，優化人才的培養路徑。我們始終將員工健康安全置於首位，建立內部應急事件管理制度，全方位守護員工身心健康。同時，我們注重人文關懷，通過豐富多彩的企業文化活動和完善的員工福利體系，增強員工的歸屬感和團隊凝聚力，共同書寫健康普惠的未來。

高管致辭

我們嚴格遵循國家戰略指引，積極響應國家「雙碳」戰略政策號召，深入貫徹綠色運營理念，全面執行阿里巴巴集團的減碳戰略規劃。我們依據國際可持續發展準則理事會(ISSB)的框架及建議，系統性地識別和評估氣候變化風險，致力於協助價值鏈上下游全面減碳。同時，阿里健康積極探索智慧醫療新模式，持續推進與數據、物流服務商的合作，推動綠色數據中心、綠色園區建設，以及綠色物流的應用和發展，助力醫療行業的綠色健康發展。

我們始終秉持「負責任的科技」發展理念，將社會責任深度融入商業實踐。在數字化供應鏈管理方面，我們創新性地構建了智能化的供應商評估體系，通過AI驅動的「火眼系統」實現供應商風險的動態監測與預警，提升供應鏈整體合規水平。在科技普惠領域，我們充分發揮平台優勢，打造了「互聯網+公益」的創新模式。通過「檸檬寶寶關愛行動」「助盲體檢」「助聽行動」「小鹿燈兒童重疾救助」等公益項目，我們切實減輕家庭和社會的負擔，助力醫療健康普惠可及。

展望未來，阿里健康將堅持以科技創新為驅動力，利用數字化能力重塑醫療健康行業的可持續發展標準。我們將致力於讓優質的醫療資源能夠觸及更廣泛的群體，與生態夥伴緊密合作，共同打造一個更加智能化、普惠化的醫療健康生態系統，讓科技的溫度溫暖每一個生命。

本公司及董事會遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》要求，著力加強董事會對環境、社會及管治(ESG)事宜的參與及決策。董事會作為ESG工作的最高負責及領導機構，負責決策公司ESG管理方針及策略，統籌和監督ESG風險管理及ESG目標落實進度，審閱公司ESG重大性議題評估結果及當年度ESG報告，致力於將ESG理念融入公司的日常運營中。

在董事會的領導下，阿里健康建立了高效的ESG日常管理及信息披露機制。由公司首席執行官(CEO)及首席財務官(CFO)主導ESG工作，各業務及部門分別落實ESG相關工作要求，並及時向董事會匯報工作進展。內審部作為ESG信息披露負責部門，積極與各業務及部門溝通協作，共同完成ESG報告的編製和披露。

阿里健康高度重視利益相關方的意見與期望，並積極聽取管理層及ESG專家建議，通過國內外同行對標、媒體監測等方式，對照內外部利益相關方重點關注內容，對重大性議題進行回顧和調整，進一步梳理出2025財年重大性議題矩陣，包括綠色運營、合規運營、客戶 / 消費者維護等高度重要性議題。

報告期內，阿里健康承接阿里巴巴集團所設立的與業務運營相關聯的環境目標，本報告亦詳盡披露了阿里健康在本財年的環境、社會及管治相關事宜，並已由董事會於二零二五年五月十九日審批通過。

公司介紹

阿里健康 – 讓醫療健康普惠可及

企業概覽

阿里健康是阿里巴巴集團整合線上線下醫藥和健康行業資源，提供一站式醫療解決方案的旗艦平台。阿里健康堅持以客戶需求為中心，積極探索醫療創新業務模式，發揮現有醫藥電子商務優勢，拓展產業板塊。阿里健康依託領先的數字技術和數字運營能力，以平台生態和自營業務的雙核驅動，在藥企數據流通、醫療AI以及互聯網中醫診療等領域做持續不斷地積極探索，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。

業務介紹

阿里健康的主營業務包括醫藥電商業務、醫療健康及數字化服務業務、醫療AI業務和公益。憑藉多年在互聯網科技與數字技術領域的深耕，阿里健康形成了卓越的品牌影響力與資源網絡，在醫生、藥企商家與患者用戶之間搭建了解決供需關係的關鍵橋樑，構建了線上線下一體化的醫藥健康品服務平台。阿里健康始終秉持讓醫療健康普惠可及的初心，不斷提升用戶體驗，持續履行公司的社會責任。

醫藥電商業務

- 阿里健康醫藥電商業務始終以用戶為核心，充分發揮深耕多年的品牌優勢與資源，借助電子商務、大數據和雲計算領域的優勢，通過天貓健康平台、醫藥自營等運營模式，積極拓展與上游優質醫藥、滋補、保健品牌商和經銷商的合作，豐富產品組合，提升用戶購物體驗，為用戶提供優質、普惠的醫療健康解決方案。

醫療健康及數字化服務業務

- 報告期內，本集團持續升級迭代醫療健康服務體驗，為來自天貓、淘寶、支付寶等多終端的用戶提供包括中醫、體檢、檢測、問診、掛號等在內的線上線下一體化的醫療健康服務。基於領先的數字化能力，阿里健康自主開發的「碼上放心」追溯平台業務始終保持穩定發展的節奏，進一步推進藥品生產、流通、及終端零售藥店和醫療機構的全價值鏈覆蓋。

醫療AI業務

- 2025財年，在醫療服務大模型應用領域，阿里健康通過AI技術實現全鏈路賦能。我們從流量、供給和服務承接等方面優化醫藥搜推模型、智慧供應鏈、商品運營及智能客服等場景，在更好地滿足用戶醫療服務需求的同時，顯著提升運營效率，並通過技術優化減少了能源與資源的消耗，助力公司實現低碳運營目標。

企業公益

- 2025財年，阿里健康在公益領域持續發力，加大公益投入，聯合多方發起公益項目。我們積極將社會責任融入企業發展中，組織一系列社會公益活動，如聯合韓國每日乳業發起「罕見病特殊醫學配方奶粉關愛倡議」，升級「檸檬寶寶關愛行動」、發起「檸檬寶寶新生無限關愛倡議」，並獲得24家新生兒篩查中心及綜合性兒科醫院響應；推廣「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」「天貓健康助聽行動」活動及「阿里健康公益林」項目，以數字化優勢賦能本集團公益事業。

1 企業管治

企業管治是公司維護可持續發展的重要基石。我們通過科學完備的管治架構，全方位的風險管控、嚴格的廉正管理及高效透明的利益相關方溝通，不斷提高公司管治水平，推動公司穩健發展。

1.1 管治架構

阿里健康嚴格遵從《中華人民共和國公司法》等法律法規及相關條例，建立了自上而下、權責分明的管治架構。報告期內，阿里健康積極遵守香港聯交所《上市規則指引》及《企業管治守則》，由董事會作為公司管理核心，下設審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。



圖：阿里健康企業管治架構

委員會	主要職責
薪酬委員會	- 就公司董事及高級管理人員之薪酬政策和架構等事宜，及就設立公平公正的程序制訂薪酬政策，向董事會提出建議； - 向董事會建議個別執行董事及高級管理層之薪酬待遇，包括實質利益、退休金權利及賠償款項，並就非執行董事之薪酬向董事會提供建議等； - 參照董事會所訂企業方針及目標，檢討及批准管理層之薪酬建議； - 就阿里健康股份獎勵計劃提供意見及 / 或批准有關事宜。

委員會	主要職責
審核委員會	- 就外聘核數師的委任、重新委任及罷免向董事會提供建議，批准外聘核數師的薪酬、聘用條款及處理任何有關外聘核數師辭職或辭退的問題； - 於核數工作開始前先與外聘核數師討論核數性質、範疇及有關匯報責任； - 在向董事會提交半年及年度財務報表、報告和賬目前，先進行審閱； - 監督公司的財務匯報制度、風險管理及內部監控系統，監察其有效性及確保其具備充足資源。
提名委員會	- 至少每年檢討董事會的架構、人數、組成及多元化層面，並就任何為配合本公司的策略而擬對董事會作出的變動提出建議； - 就董事委任、重新委任或罷免以及董事（尤其是董事會主席及行政總裁）繼任計劃向董事會提出建議； - 物色具備合適資格成為董事會成員之人士，並就遴選獲提名人士向董事會提供推薦建議； - 評估獨立非執行董事之獨立性。

我們制定《董事會多元化政策》，在進行提名和任命董事會成員時，綜合考慮性別、教育背景、專業技能、行業知識等多方面因素。截至報告期末，董事會包括8名董事，其中包含3名非執行董事和3名獨立非執行董事，佔董事會總人數的75%，女性董事4名，佔比達50%。董事會成員來自不同行業，專業領域涵蓋金融、經濟、會計、醫療等。董事會成員背景詳見本公司《2025財務年度報告》。我們堅持遵守香港聯交所《上市規則指引》，對涉及關連交易、股權集資和其他可影響發行人上市地位的公司行動進行嚴格管治，以保障公司董事會管治的有效性。

1 企業管治

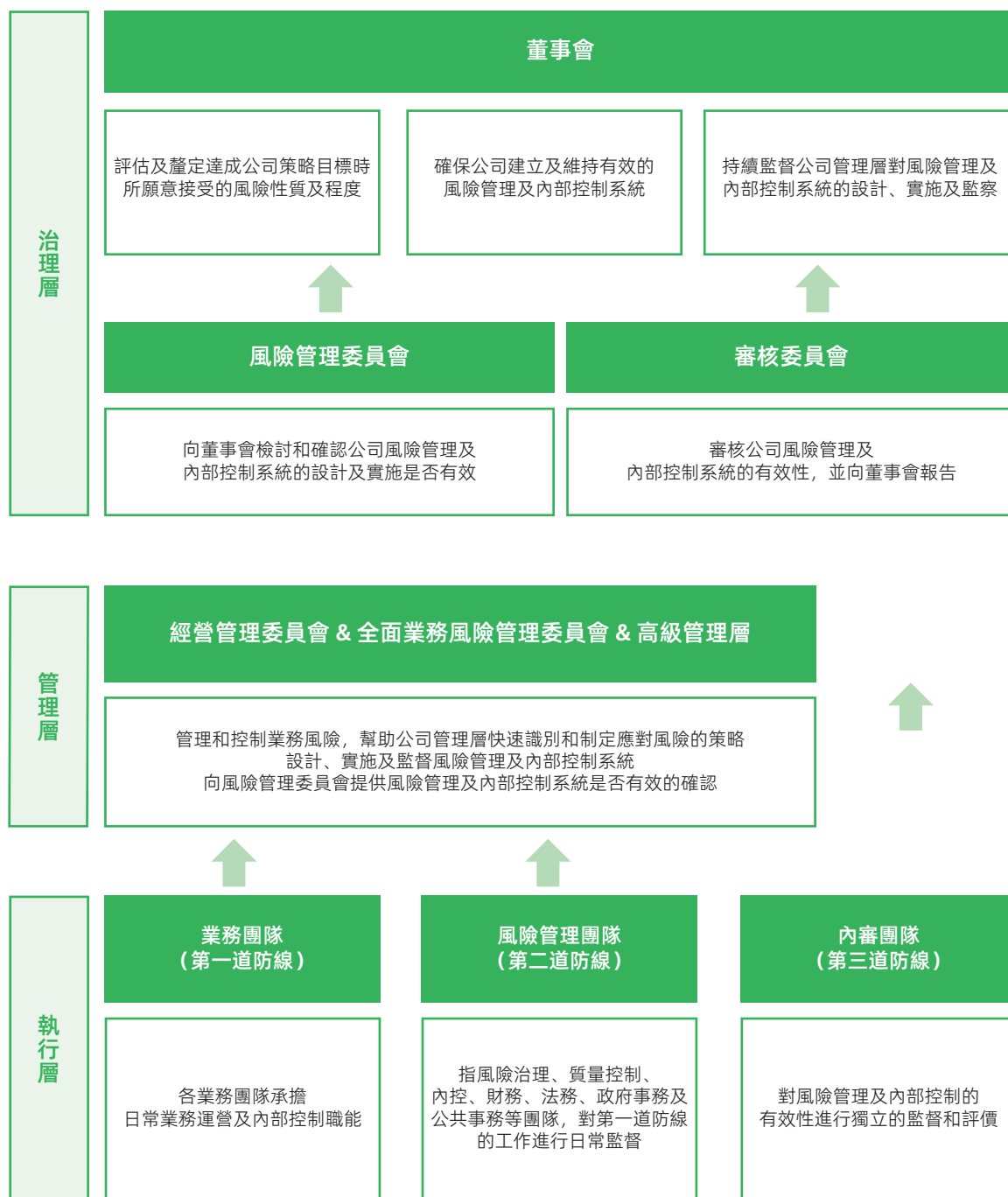
阿里健康修訂了股權獎勵制度，激勵對象包括公司及附屬公司董事、員工、控股公司、同系附屬公司或聯營公司相關人員及符合資質的服務供應商，並設有調整機制，保障在控制權變更、股本重組等情況下激勵計劃的穩定性，不得隨意轉讓股權獎勵，確保股權獎勵的合規與公平。此外，我們完善高管績效薪酬追回機制，通過責任追溯，一定程度上防範相關風險，保障公司穩定發展。

1.2 風險內控

阿里健康高度重視風險內控，遵守適用的法律法規，搭建了包含戰略、管理及運營三層面的風險管理及內部監控體系。我們始終秉承「不斷優化集團的風險管理架構、能力與文化，確保集團業務穩定增長和持續發展」的風險管理戰略，將公司業務管理與風險管控結合，設立適合本公司發展的風險管理目標，保障公司穩健運營。

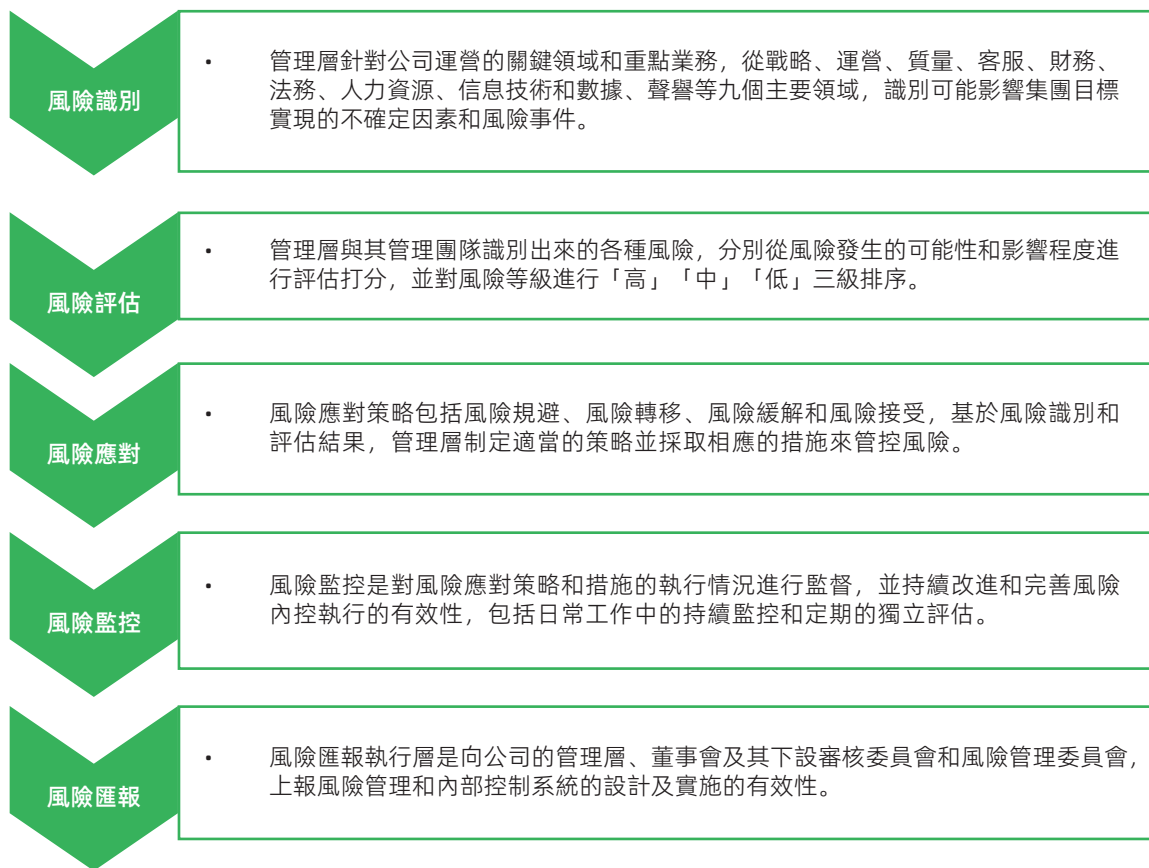
公司的風險管理組織架構分為治理層、管理層和執行層，其中，執行層遵循「三道防線」的風險管控機制，連接業務團隊、風險管理團隊及內審團隊，加強三方風險溝通與管理，對識別到的內外部風險進行管控，保證阿里健康的風險管控機制高效有序。

公司董事會作為治理層的核心，負責審查本集團風險管理制度的有效性，保障股東及投資者權益，董事會於2016年成立風險管理委員會，以履行監控及監察本公司風險管理的職責。



圖：阿里健康風險管理組織架構

1 企業管治



圖：阿里健康風險管理流程

為保障公司的風險內控水平穩定發展，我們開展包括業務流程規範、績效考核及風險意識培訓等風險應對措施，著力減少風險事件的發生。

業務流程規範

- 公司按照內控管理流程和相關制度規範，開展涵蓋公司層面、業務層面、財務報告層面及IT系統層面的流程和內控活動，並將相關制度規範發佈到阿里健康制度平台供全員查閱和學習；
- 公司建立阿里健康規則中心，向外部公示對合作方及業務的管理規範和要求。

風險管理績效考核

- 公司為保障風險管理實施的有效性，積極培養全員風險意識、規範內控流程、實行全員問責機制，保障集團風險管理戰略的實施。

風險管理溝通及培訓

- 公司通過風險內控相關的溝通及培訓，保障各業務流程、制度規範和內控活動的落地實施。相關溝通培訓以集中培訓、研討會、即時溝通指導、線上課程學習和考試、內部郵件宣傳等形式開展，培訓內容涉及法律法規、公司制度、內控、廉正和數據安全等方面。

圖：阿里健康風險管理保障機制

1.3 廉正管理

阿里健康嚴格遵守道德標準，對貪污腐敗保持「零容忍」的態度。我們堅持合規廉正管理，致力於提高公司上下及供應商的廉潔意識，打造健康、陽光、透明的工作環境。

阿里健康參照阿里巴巴集團的合規體系標準，設立專門的廉正、內控、審計、風控、法務和財務團隊，以推動公司廉潔發展。我們建立由CEO、CPO、CFO、CRO、法務負責人、廉正負責人組成的紀律管理委員會，開展商業道德及合規經營日常監督工作，包括廉正制度的修訂、員工廉正管理及日常廉潔合規運營等，並通過廉正團隊負責人向阿里巴巴集團的廉正合規負責人進行匯報，實現廉正合規的高效管理。

我們遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反壟斷法》等國家法規及政策，制定了《阿里健康反商業賄賂合規政策》《阿里健康商業行為準則》《阿里健康員工利益衝突管理細則》等內部制度。此外，我們於2025財年修訂了《員工紀律制度》《阿里健康員工利益衝突管理細則及解析》《阿里健康員工參加第三方主辦的外部活動的指引》，為公司及員工的商業行為制定了道德規範和標準，提高了公司的廉正管理水平。

1 企業管治

表 阿里健康反商業賄賂合規政策核心內容

禁止支付疏通費	遵循禮品、款待與招待方面的合規要求
慈善 / 公益捐贈與贊助	政治捐贈
聘用被引薦應聘者	與第三方的互動
自設醫療機構的反商業賄賂合規管理	醫學互動交流活動
利益衝突	培訓和溝通
賬簿與記錄	監督和審查
商業賄賂相關不當行為舉報和合規調查	對違規行為的處理

廉潔培訓

阿里巴巴高度重視員工和董事的廉潔合規意識，為此，我們開展了一系列商業道德及反貪腐培訓活動。針對不同類別的崗位員工，如管理者、一線員工、新員工等，公司打造定製化培訓方案，涵蓋商業行為準則、員工利益衝突管理、員工紀律制度宣貫等，並通過考試檢驗管理者及員工的培訓效果。同時，公司設有專門的新人宣教機制，要求新員工在入職30天內機制性完成考試，並100%參加公司定期組織的線下專場培訓，保障新員工完全了解和遵守公司的廉潔管理制度。

報告期內，公司開展線上線下廉正宣傳和培訓超過10次，累計覆蓋超過9,000人次，充分提高了員工和董事的合規意識。此外，我們開展商業行為準則認證考試，正式員工100%通過考試，外包員工通過率達90%以上。

表 阿里健康廉正培訓人數及時長

指標	單位	數據
員工參與廉正培訓人數	人	1,127 ¹
員工人均廉正培訓時長	小時	2
董事參與廉正培訓人數	人	8
董事人均廉正培訓時長	小時	1

舉報管理

報告期內，阿里健康持續完善《廉正舉報制度》，搭建公正透明的舉報管理體系，規範公司的舉報渠道和流程，保障公司和員工的利益不受侵犯。我們鼓勵員工針對違規行為及時進行舉報，推動舉報管理流程的高效運行。我們為舉報人提供多種舉報機制，在公司內部張貼舉報二維碼、舉報熱線、舉報郵箱等公開渠道信息，並通過釘釘APP設置「廉正小蜜」功能，指派專人進行舉報郵箱的管理和舉報信息分析處理工作。

阿里健康廉正舉報渠道	
在線舉報渠道	alihealth.jubao.alibaba.com
舉報郵箱	Health_Integrity@alibaba-inc.com
舉報熱線	400-854-5198

阿里健康設立專門的廉正調查員，在接到舉報投訴的第一時間進行核實評估，如確有其事，將立即啟動相應的信息分析與調查程序，維護舉報管理的即時性。我們在《商業行為準則》等制度中，明確設有舉報人保護條款，對舉報人信息和舉報內容進行嚴格保密，嚴禁任何人以任何形式對舉報人進行打擊報復，保障舉報人的合法權益不受侵害。報告期內，阿里健康發生兩起因舞弊或欺詐而導致的訴訟事件，其中一起已經結案，涉案人員已依法處理。

¹ 涵蓋2025財年內參與培訓的在職及離職員工

1 企業管治

廉潔採購

阿里健康堅守誠信採購原則，嚴格遵從《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範V2.0》《阿里健康反商業賄賂合規政策》等制度，當合作供應商出現賄賂、不當謀利、圍標串標、弄虛作假等違反商業道德的行為時，我們將根據規定判斷違規行為等級並嚴肅處理，降低供應商違規事件的發生概率，減少對公司產生的影響。

在入庫階段，我們與全體供應商簽訂《廉潔誠信約定函》，要求供應商不得從事欺瞞、欺詐等不誠實行為，保障公司可持續供應鏈發展。同時，我們暢通供應商廉潔舉報渠道，並對舉報信息進行嚴格保密，實現全方位廉潔管理，切實維護公司和供應商的合法權益，加強供應鏈廉正管理。報告期內，公司未發生採購腐敗事件。

1.4 利益相關方溝通

阿里健康重視傾聽利益相關方的聲音，堅信利益相關方的需求與建議是公司可持續發展的重要驅動力。我們與利益相關方建立常態化溝通機制，充分了解並回應利益相關方的訴求，與利益相關方攜手共同推進公司ESG發展。

利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
政府	遵守法律法規 響應國家政策 支持經濟發展 依法納稅	合規經營 執行國家政策 助力經濟發展 主動納稅
投資者	投資回報 業務與盈利增長 風險管理 信息披露	業績發佈會 股東大會 提升內控合規水平 定時披露經營信息

利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
消費者	優質產品和服務 健康知識教育 保障隱私安全	高水平的醫藥健康服務 消費者滿意度調查 消費者信息保護
員工	維護員工權益 保障職業健康 健全發展通道 平衡工作生活	有競爭力的薪酬福利 開展員工健康培訓 完善職業發展通道 增進員工福祉
合作夥伴	行業共贏 陽光採購 誠信經營	行業項目合作 公開招標 依法履行合同
環境	節能減排 減輕對環境的負面影響	嚴格管理排放物 提升資源和能源使用效率 參與環保公益
社會和公眾	業務與公益結合 支持社區發展	公益慈善活動 志願者服務

1.5 重大性議題判定

阿里健康秉承「讓醫療健康普惠可及」的使命，結合自身業務實際和用戶對醫療健康的需求，持續打造可持續管理四大核心支柱，積極踐行企業社會責任，保障公司業務穩健發展。



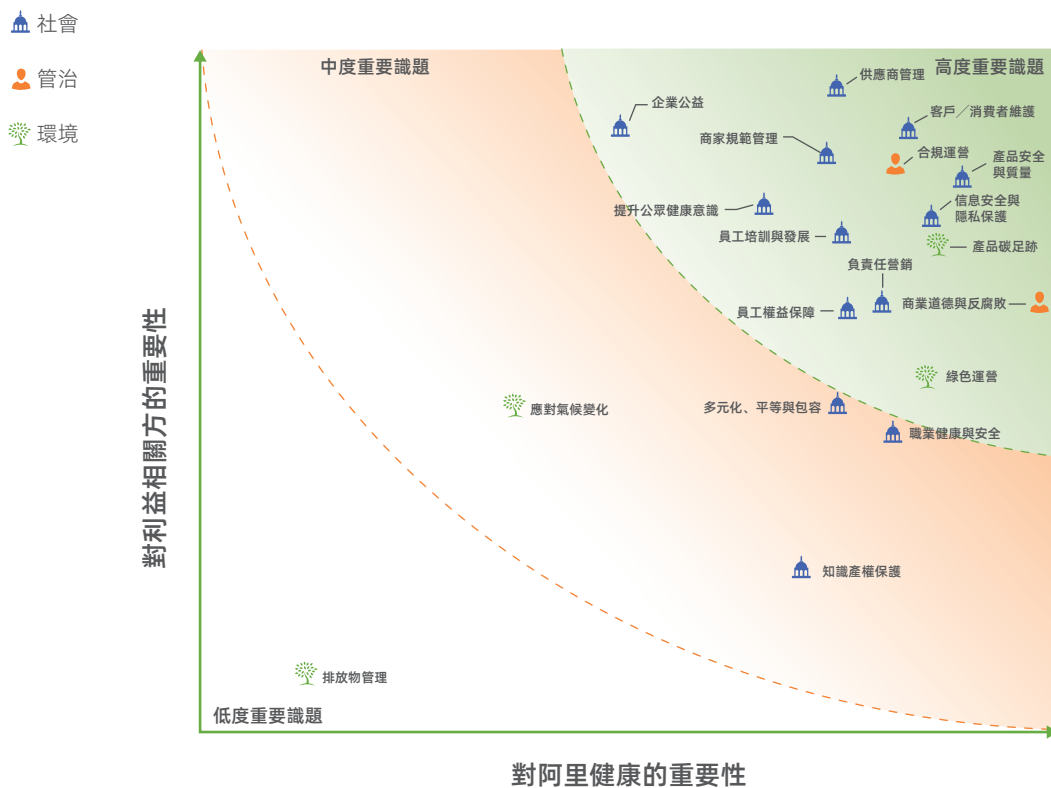
圖：阿里健康可持續管理四大核心支柱

阿里健康結合行業ESG趨勢變化及公司業務發展，結合利益相關方訴求，持續完善ESG議題清單，並對ESG議題進行識別、分類與評估，最終形成阿里健康2025財年環境、社會及管治重大性議題矩陣。

1 企業管治



圖：阿里健康環境、社會及管治重大性議題分析流程



圖：阿里健康2025財年環境、社會及管治重大性議題矩陣

2 立標準, 保品質

阿里健康秉持「品質為先」理念，通過嚴格把控產品質量與安全、強化商家規範管理、優化客戶服務體驗、築牢信息安全管理體系和完善知識產權保護機制，全方位構建值得信賴的健康服務生態，持續引領行業高質量發展。

2.1 產品質量與安全

阿里健康深知保障產品質量安全對於公眾健康的重要性，紮實推進藥品質量審計工作，全面完善產品質量全流程管理，積極開展多元化的質量培訓活動，為消費者提供安全、可靠、有效的醫藥產品。

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國藥品管理法》《中華人民共和國疫苗管理法》《中華人民共和國藥品管理法實施條例》《藥品經營和使用質量監督管理辦法》及《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》等法律法規要求，並按照《藥品經營質量管理規範》(GSP)要求進行經營管理和質量控制。我們持續完善內部質量管理體系建設，涵蓋藥品採購、儲存、運輸、銷售等各個環節，確保每個環節都有章可循、有據可依。

藥品質量審計

2025財年，公司全面且系統地推進藥品質量審計工作，以質量管理體系的可持續性與有效性為核心，為藥品質量與安全提供堅實保障。報告期內，公司已順利通過運營所在省、市、區等各級GSP飛行檢查。

2 立標準，保品質

表 2025財年阿里健康關鍵要素變更的專項審計情況

審計類型	審計內容
年度全面內審	• 對公司的質量管理體系進行全面檢查，確保各項制度和措施的有效執行。
外部獨立審計	• 邀請外部專業機構對公司的質量管理體系進行GSP合規獨立審計，精準識別質量管理體系的潛在問題與改進空間，提升質量管理水平。
專項內審	• 開展關鍵要素變更的專項審計，自查新規執行情況，確保企業質量管理體系的適宜性、充分性和有效性。

產品質量全流程管理

我們持續細化質量管理框架，緊密圍繞質量控制、產品檢測、產品追溯以及產品召回四大核心環節，構建科學、高效的質量管理流程，實現對產品質量的全方位把控。

表 2025財年阿里健康質量管理流程

質量控制
• 質量管理制度：依據產品質量最新法規及業務動態，對質量制度、操作規則及職責文件進行系統性更新，以適應新興業務模式的需求，為內部質量管理提供明確的文件指引。 • 全流程質控：依據GSP標準，持續優化藥品儲存、銷售、運輸等全鏈條的質量控制，確保各個環節均符合最高標準，保障藥品質量與安全。



2 立標準, 保品質

產品檢測

- **完善檢測標準：**平台依據產品特性及細分領域需求，持續完善《阿里健康疫苗平台商品發佈標準》《可食用類產品違禁添加技術規範》等內部標準文件，構建更為嚴謹、全面的產品質量檢測標準體系。
- **檢測方式：**採用「透明實驗室」自主檢測與專業第三方檢測機構合作的雙重檢測模式，確保檢測過程透明、結果權威。
- **藥品抽檢：**2025財年，浙江省局對阿里健康開展藥品現場抽檢，共涉及13個品規，抽檢合格率高達100%。
- **非藥品抽檢：**阿里健康平台秉持問題導向原則，全力維護用戶的合法權益。2025財年，平台結合消費者投訴、品質退款率等數據，對平台商品實施了質量抽檢。抽檢範圍廣泛，涵蓋了美妝、個護、藍帽子保健食品、普通食品、初級農產品等多個品類。針對35個高假貨風險、高品退風險的商品，平台開展了外部測試。
- **技術推廣：**積極攜手消費者、政府部門以及行業夥伴，廣泛開展技術交流與合作，助力各方提升質量監管能力，共同打擊市場中的假冒偽劣產品，維護市場秩序。



2 立標準, 保品質

產品追溯

- **技術革新**：將人工智能自動化鑑定與區塊鏈技術深度融合於產品追溯體系，實現供應鏈全程的精準品質把控與透明化監控。
- **產品追溯平台**：持續優化「碼上放心」第三方追溯平台，拓展其服務功能，涵蓋合規監管、渠道溯源、流向查詢等全方位服務，實現從生產、流通、到末端使用的整個環節的來源可查、去向可追，確保藥品流通和使用安全管理。該平台已廣泛覆蓋藥品生產企業98%，其中疫苗企業和血液企業均實現100%覆蓋，同時連接超過10,000家批發企業、6,000家連鎖總部以及20萬家零售藥店。



圖：「碼上放心」平台界面



產品召回

- **內部管理架構：**成立專職召回領導小組，負責召回過程的領導決策和異常情況處理。由專人負責所有召回信息的收集、傳達和跟進，確保召回工作的高效執行；質量管理部負責召回的通知、制定召回計劃、監督執行，並向藥監部門上報；運營管理部負責召回計劃的具體執行。
- **召回制度建設：**依據國家《藥品召回管理辦法》，制訂阿里健康自營大藥房《藥品召回管理制度》《不合格藥品銷毀管理制度》，明確要求公司在接到監管部門或供應商的召回信息後，必須立即響應，完成分析評估、起草方案並啟動召回程序。召回過程中，公司嚴格按照監管要求對召回藥品進行統一銷毀，並對召回檔案進行整理歸檔，確保記錄完整、可追溯。
- **藥品質量信息管理機制：**依據《藥品查詢管理制度》《藥品投訴管理制度》《藥品質量信息處理制度》《藥品養護制度》，建立健全藥品質量保證體系和藥品不良反應監測系統，定期收集、記錄藥品質量問題與不良反應信息，並按規定向藥監部門報告，確保公眾用藥安全。

2 立標準，保品質

報告期內，阿里健康共執行94次召回，涉及70個SKU²，累計召回53,666盒產品³，且自營業務未發生因產品健康與安全原因的召回事件。

質量培訓

公司高度重視質量文化的培育與建設，通過開展豐富多樣的質量培訓活動，全方位提升員工的質量控制意識，為患者提供更高品質保障的產品及醫療服務。阿里健康嚴格遵循國家《藥品經營質量管理規範》，制定全年培訓計劃並實施具體培訓、考核，培訓內容包括國家新增法規，企業作業流程等。

2025財年，公司累計開展質量培訓20場，共計3,214人次踴躍參與，為公司的高質量發展注入了強勁動力。

² SKU : Stock Keeping Unit, 最小庫存單元。

³ 公司召回類型主要分為國家藥監局通知召回、品牌方或上游供應商召回及自主召回三類，召回原因主要為國家藥監局通知召回及品牌方或上游供應商召回。

2 立標準, 保品質

表 阿里健康內部質量培訓

藥品培訓	非藥品培訓
- 藥品客服團隊：通過線下與線上直播相結合的方式，內容涵蓋藥品內在質量投訴處理、藥品說明書解讀以及常見投訴場景的答疑解惑，有效提高客服人員的專業素養和問題解決能力； - 藥品質控團隊：開展了藥品首營資料管理規範和質量信息處理規程的培訓，強化品控人員對藥品質量把控的規範性和準確性，確保藥品質量信息的有效管理和傳遞； - 倉庫運營團隊：針對藥品倉庫的核心流程，進行了質控規範和效期錄入與檢核規範的培訓，提升倉庫管理人員在藥品儲存和管理方面的專業水平，保障藥品在倉儲環節的質量安全； - 供應鏈團隊：組織冷鏈藥品儲存與運輸管理培訓，強調《藥品經營質量管理規範》要求，在收貨、驗收、儲存、養護、出庫、運輸等環節嚴格遵守技術方法和操作規程，確保冷鏈藥品在儲運過程中的質量和安全，為供應鏈的穩定運行提供有力保障。	- 非藥品運營團隊：開展非藥首營規則及法規要求、滋補食品首營規則及法規要求、供應商管理規則、錯漏發影響及管理規則、紅線管理商家通曬及易錯點、直發倉管理規範等培訓，提升運營效率與質量。 - 供應鏈團隊：開展醫療器械專業知識和法規培訓，講解醫療器械出入庫流程、在庫養護要求、風險控制等法規和質量管理體系要求，提高倉庫物流人員的操作技能和風險意識，確保醫療器械在倉庫物流環節的質量和安全。

2 立標準, 保品質



圖：醫療器械專業知識和法規培訓

2.2 商家規範管理

阿里健康高度重視商家規範管理，通過細化商家管理體系，從資質審核、風險管控、商品合規等方面，全方位提升商家管理效能。

2 立標準, 保品質

優化商家管理體系

阿里健康對經營三品一械⁴的商家及其商品進行嚴格規範，從商家准入資質、保證金、商品發佈合規性、商品質量、售後等全鏈路做出了明確要求，並依託阿里巴巴集團的技術能力，對風險進行及時識別和處置。阿里健康引入具有醫師、藥師背景的專業人員，搭建醫藥風控平台，對互聯網醫院 / 醫師 / 藥師資質、處方合規、處方點評等方面進行系統管理。同時，阿里健康不斷升級電商平台商家管理體系，細化管理規範手冊，確保平台運營的規範與高效。針對淘寶、天貓國際、天貓超市等不同平台特性，阿里健康為醫療器械、醫療服務、消費醫療機構等特定商家量身打造專項管理政策與控制措施，深化精細化管理，推動平台運營水平持續提升。

商品合規管理

為營造放心的消費環境，阿里健康對《天貓市場管理規範》《天貓藥品管理規範》等規則進行升級，保護正常商家經營，打擊違規行為。針對特定場景商品發佈的複雜性，平台優化信息展示，打造清晰透明的違規提示與整改指引機制，顯著降低商家諮詢量和整改難度。同時，我們通過優化直播風險識別能力和AI大模型審核，快速識別並過濾不當信息，保障商家合規經營。

⁴ 三品一械：藥品、保健食品、特殊醫學用途配方食品、醫療器械

2 立標準，保品質

表 平台商家管理工作

醫療器械類商家管理	• 遵守《醫療器械網絡銷售監督管理辦法》，執行嚴格的資質審核和規範制度； • 商家准入階段：要求商家提供醫療器械經營資質、醫療器械網絡備案憑證、營業執照等證明； • 商家運營階段：商家需按照阿里健康醫療器械商品發佈規範要求，在商品發佈之前提供醫療器械註冊證、備案證及醫療器械標籤信息等材料。
醫療服務類商家管理	• 制定《阿里健康醫療平台入駐標準》《阿里健康支付實體檢 / 檢查機構招商管理規範》等規範文件，明確醫療服務類商家入駐的具體要求； • 對入駐平台的醫療機構和醫師進行資質初審，並通過中華人民共和國國家衛生健康委員會（簡稱「衛健委」）網站進行終審。
消費醫療機構管理	• 制定消費醫療機構商家招商規則、管理規範和審核流程； • 商家准入階段：採用資質審核和實地考察相結合的方式，全面評估消費醫療機構的管理、服務等資質文件，對消費醫療機構的實際運營情況進行不定期審查。

平台商家溝通	- 通過釘釘群、郵件、電話等方式進行日常溝通，解決質量相關問題； - 與平台商家保持定期溝通交流，包括日常運營中的問題答疑、規則更新通知、大促節點的質量培訓等，確保商家了解並遵守公司的質量標準和管理要求。
--------	--

2.3 客戶服務

阿里健康始終以客戶為中心，通過智能化客服管理體系與專業藥師團隊建設，打造高效便捷的在線問診服務體驗，嚴格把控用藥安全，踐行負責任營銷理念，全方位守護國民健康福祉。

客服管理

阿里健康堅持「客訴到我為止」的原則，制定《客戶投訴管理操作規程》和《質量投訴管理制度》《阿里健康客服外包供應商績效管理實施方案》，進一步規範投訴處理流程，建立從問題發生、問題反饋到問題完結的全鏈路責任跟蹤制度，確保每一項客戶投訴都能得到有效跟蹤和處理。我們搭建完善的客戶服務管理體系，涵蓋客戶開發、客戶溝通、客戶投訴等全流程服務環節，確保客戶訴求能夠得到及時、有效的響應和解決。

表 阿里健康客戶服務管理舉措

多渠道服務	提供在線接待和熱線接待等多種客戶溝通渠道，平均每日為超過16萬位客戶提供實時服務。
問題跟蹤與回訪	對於未解決的客戶問題，通過線上消息、電話外呼、短信等方式將處理結果告知客戶並進行回訪，確保問題得到徹底解決。
數據分析與優化	深入分析客戶評價數據與VOC⁵問題場景，針對客戶滿意度較低的環節進行重點優化。通過專項培訓與質檢強化客服團隊執行力，確保改進措施有效落地。

⁵ VOC : Voice of Customer, 客戶之聲

2 立標準，保品質

前置干預	結合日常投訴承接情景，分析可能涉及監管部門的投訴情形特點，通過多維評估加大前置干預及化解力度，最大限度地降低投訴發生率。
客服人員培訓	- 面向店鋪客服開展崗中、品牌、質檢及銷售等多元化主題培訓，全方位提升客服人員的專業度及客服技巧； 2025財年，公司共開展客服管理培訓853次，累計13,438人次參訓。

2025財年，我們共接收到23.4萬起投訴，實現100%投訴處理，客服部門的投訴一次性解決率達到71%左右，客訴量同比2024財年下降19%，客戶滿意度達79%。

藥師團隊建設

阿里健康持續優化藥師服務體系，提供全天候（7×24小時）在線諮詢服務。我們為用戶提供從售前到售後的全鏈條就診與用藥諮詢，並為處方藥慢性病福利計劃會員量身定製個性化用藥指導。此外，阿里健康開發用藥提醒和自動生成用藥方案等便捷工具，全方位滿足用戶的用藥需求。

阿里健康不斷提升藥師團隊管理水平，完善平台服務體系。我們堅持嚴格的藥師准入審核制度，確保團隊的專業性和服務質量。通過持續優化問診服務，我們確保每位用戶都能獲得及時、準確的購藥指導。

表 阿里健康藥師團隊建設措施

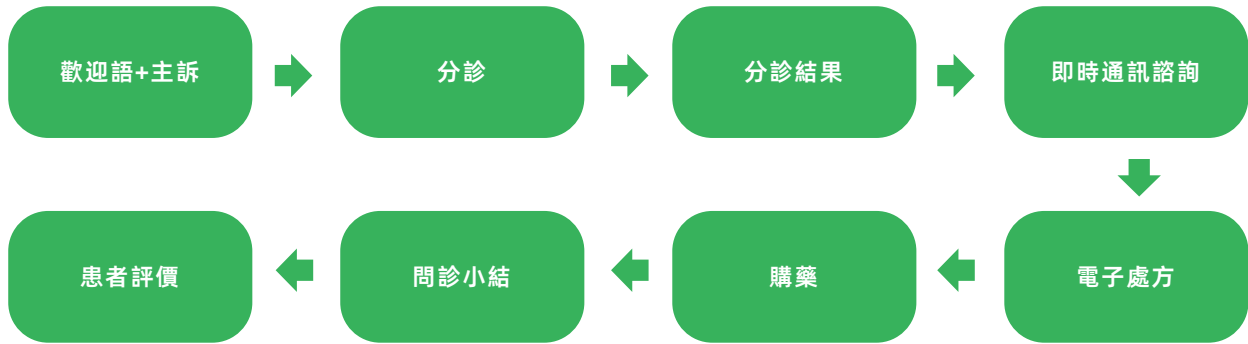
嚴格審核醫生資質	- 阿里健康互聯網醫院的醫生均為執業醫生，具備三年以上獨立臨床經驗，三甲副高級及以上醫師佔比近30%，三甲主治醫師及以上佔比60%。 - 所有醫生均需經過實名認證，確保其資質真實有效，為患者提供安全可靠的醫療服務。
清退未達標的網院、醫生、藥師	通過嚴格的考核評估機制，確保團隊的專業性和服務質量。
開展系統化培訓	針對醫生和藥師，開展覆蓋診療規範、用藥安全、患者溝通等多維度的專項培訓，提升其專業素養和服務能力。
優化醫生問診流程	確保醫生在開具處方時充分了解患者病史和用藥需求，減少不合理用藥風險。
升級安全用藥引擎	提升用藥風險識別能力，實施分級管理機制，為患者提供個性化用藥指導，確保處方開具的合理性和安全性。

截至報告期末，與阿里健康簽約提供在線健康諮詢服務的執業藥師達1,527人，平台日均有效接待量達45,406次。

問診服務體驗

阿里健康憑藉自身專業能力與業務拓展需求，打造了融合線上線下功能的就診平台，涵蓋掛號、候診、遠程複診及送藥上門等服務。借助大數據與人工智能技術，我們深度挖掘用戶數據，並為患者提供便捷的慢病綜合醫療服務，持續提升醫療效率，為用戶提供全方位、一站式的就診服務。

2 立標準, 保品質



圖：從醫到藥服務鏈路服務

我們為慢性病患者、醫生和藥企搭建了全新服務通道，提供在線問診、複診開方、優質藥品供應、精準健康教育、個性化隨訪、患者互助及完善的售後保障。同時，我們推出的可選疾病功能，讓用戶在醫師問診前能描述並選擇預購藥品用於治療的疾病，減輕醫師問診和診斷工作量。

阿里健康積極構建醫藥新零售系統，與線下藥房緊密合作，提供7×24小時的急用藥 / 急送藥服務，滿足消費者多樣化的購藥需求。我們優化問診服務矩陣，提供極速問診、專家問診、小蜜醫生等多種服務。此外，我們設置診後24小時電話隨訪，主動關懷病情變化，進行病情跟蹤和複診提醒，為客戶提供卓越的服務體驗。

表 阿里健康問診服務矩陣

極速問診	24小時在線，60秒內接診，圖文諮詢2小時內回覆，電話諮詢15分鐘內響應。
專家問診	提供圖文和電話諮詢，48小時內不限輪次，平均接診時間30分鐘。
小蜜醫生	24小時在線，平台強管理，服務可定製。

用藥安全

阿里健康將用戶用藥安全置於首位，採用風險分層策略，緊密圍繞合理診斷、合理問診及合理用藥三大核心功能，全力推動合理用藥水平的提升。此外，我們成功開發精準給藥功能，基於患者個體信息，智能生成精準給藥建議，供醫生進行用藥決策。

負責任營銷

阿里健康堅守法律底線，嚴格依據《中華人民共和國廣告法》及《藥品說明書和標籤管理規定》《食品標識管理規定》等法規，對營銷活動實施精準化管理，全力保障廣告宣傳的合法性與真實性。公司不斷完善營銷材料審核和監督機制，對產品營銷策略進行全鏈路的風險把控。

- 商品發佈前：依據《廣告審查表》對保健品、醫療器械、非處方藥等產品的宣傳材料進行合規管理，明確禁止商家在平台投放處方藥及特醫食品廣告；
- 商品發佈後：借助前沿系統工具，實時監測商品的文字宣傳信息，確保藥品、治療和服務信息的精準無誤。

同時，我們對大藥房經營的藥品、醫療器械、食品、保健食品、化妝品等各類商品，實施全面且嚴格的標識合規性審核。審核重點在於確保產品標識清晰、準確地註明所採用的原材料與營養成分，為消費者提供詳盡、透明的產品信息，有效保障消費者的知情權和選擇權。此外，公司定期組織相關員工參與《廣告法》《藥品管理法》等法規的專題培訓，並設置嚴格的考試機制，有效提升員工的合規營銷意識。

2.4 信息安全管理

信息安全管理是企業穩健運營和用戶信任的基石。阿里健康高度重視信息安全管理，通過構建完善的安全管理體系、持續優化安全技術與流程、開展全員信息安全培訓以及執行嚴格的隱私保護措施，全方位守護用戶數據安全。

2 立標準，保品質

信息安全治理

阿里健康建立了完善的信息安全管治架構，明確各層級職責，確保信息安全工作的高效推進。

表 阿里健康數據安全管治架構

管理層級	職責
董事會	全面統籌信息安全工作，作為最高負責機構監管並審核信息安全相關事務。
數據決策委員會	審議數據安全重大事宜，管理監督公司信息與數據安全。
數據安全決策小組	制定數據安全戰略和原則，確保數據安全策略與公司戰略一致。
數據安全管理小組	制定數據安全政策，監督數據安全和隱私措施的實施，確保執行有效性。
數據安全執行小組	執行數據安全事項，進行復盤和日常溝通，保障公司數據、業務數據、個人隱私數據以及生態上下游數據的信息安全。

我們嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網安全保護技術措施規定》《通用數據保護條例》(GDPR)等法律法規，參照集團《阿里巴巴集團數據安全規範(總綱)》《阿里巴巴集團-對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》，制定《阿里健康數據安全規範(總綱)》《阿里健康數據資產分類分級管理規範》《阿里健康個人信息分類分級操作規範》等數據安全管理制度，全面覆蓋阿里健康及其管理公司，確保數據處理的合規性。

2 立標準, 保品質

阿里健康秉持零容忍原則, 針對員工違反數據安全規定的行為, 制定《員工紀律制度(阿里健康版)》, 明確將數據安全違規行為與員工績效年終獎掛鉤。依據數據級別, 我們設定不同等級的處分措施, 涵蓋書面警告、記過、辭退等。在情節極為嚴重的情況下, 董事會或其授權委員會有權取消或追回相應的股權激勵 / 長期激勵及其收益, 以強化數據安全意識, 保障公司數據資產的安全。

阿里健康持續推進信息安全管理體系認證工作, 為信息安全服務管理築牢堅實根基。阿里健康、阿里雲、碼上放心平台、阿里健康問診系統均已通過國內外多項權威認證。

表 阿里健康信息安全認證情況

認證主體	認證體系
阿里健康	ISO 27001信息安全管理體系認證 ⁶
阿里雲	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
碼上放心平台	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
阿里健康問診系統	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明

數據風險管理

阿里健康通過自主研發的醫藥供應鏈管理系統(SCM)、醫藥物流倉庫管理系統(WMS)和門店管理系統(雨諾), 實現了經營業務的高效管理和統一連鎖系統管控, 確保數據安全與業務順暢運行。公司全方位構建數據安全策略, 推進安全防護技術的關鍵突破, 有效降低數據泄露風險。同時, 我們建立高效的信息系統管理模式和業務連續性保障機制, 採取數據脫敏、去標識化等加密防護措施, 完善從數據採集到銷毀的全流程管理流程。

⁶ ISO 27001信息安全管理體系認證覆蓋碼上放心藥品追溯平台軟件的研發、運行維護服務, 覆蓋公司80%以上業務線。

2 立標準，保品質

公司整合外部反饋、內部監測以及數據主體投訴等多元渠道，建立了全面的數據安全事件上報機制。在漏洞管理方面，員工可經由安全服務中心或ASRC(阿里安全應急響應中心)上報發現的漏洞。對於超出員工職責範疇的漏洞上報，ASRC將負責評估並提供相應的漏洞獎勵，確保安全漏洞能夠得到迅速且有效的響應。同時，我們制定了詳細的應急預案，根據數據安全事件的性質、嚴重程度、社會影響範圍等因素，將事件分為三級，並通過事件評估、處置、復盤、改進等環節，確保數據泄露事件得到快速、有效的處理。此外，我們定期執行數據恢復和演練活動，提升信息安全攻防能力，並每年開展數據安全審計工作，聘請第三方單位進行信息安全評估，全方位提升信息保護水平。

表 阿里健康數據安全評估測試

內部測試：	外部測試：
• 建立流程制度：在APP小程序上線前，建立嚴格的隱私合規檢查流程制度，確保所有上線產品均符合隱私保護要求 • 研發相關工具：自主研發APP資產隱私合規巡檢工具和滲透測試工具，用於定期檢查和評估APP的安全性和隱私合規性	• 共享專家庫：與阿里巴巴集團共享全球萬名以上安全專家的專家庫(https://security.alibaba.com/)，接受全球萬名以上安全專家的實時測試 • 第三方評估與審計：移動端APP每年定期接受第三方合規性評估與審計，確保產品在隱私保護和數據安全方面符合行業最高標準

信息安全培訓

阿里健康持續優化面向全體員工的分級定向培訓體系，全面提升員工的信息安全意識與能力。公司針對不同層級和崗位的員工，開展一系列信息安全意識宣貫與技能培訓活動，培訓內容深度覆蓋數據安全法律法規、制度要求、實操規範、管理方法、合規性評估、應急演練以及必備的知識技能等多個關鍵領域，有效提升員工對信息安全風險的識別能力，為公司構建堅固的信息安全防線奠定了堅實的人才基礎。2025財年，公司全體員工(包含正式員工及外包員工)信息安全培訓覆蓋率達100%。

阿里健康2025財年數據安全培訓活動

- 新入職員工：開展百年健康數據安全意識培訓；
- 專場培訓：針對大促活動和外包人員，開展年度數據安全專項培訓；
- 數據安全事件相關人員：針對數據安全事件，開展復盤和培訓；
- 技術崗員工：開展技術專崗紅線認證培訓；
- 全體員工(包括實習生與外包員工)：進行數據安全和信息保密的全員宣貫，組織全員安全培訓和測試。

2 立標準，保品質

隱私保護

阿里健康堅守安全底線，致力於為用戶提供安全、透明的隱私保護環境，確保用戶數據的安全與合規使用，全方位防範隱私數據泄露風險。我們嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等國家法規法規，以及《阿里巴巴集團數據安全規範（總綱）》《阿里巴巴集團－對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》《阿里健康個人信息處理及保護管理要求》等內部制度，制定《阿里健康隱私政策》《阿里健康個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範（試行）》《阿里健康個人信息保護合規審計的管理要求與操作規範（試行）》《阿里健康個人信息處理活動記錄與存檔的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息出境安全評估的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息保護影響評估的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範（試行）》等一系列隱私保護規範，確保公司在數據處理和隱私保護方面的合規性。

阿里健康致力於保護用戶隱私，已在官網及旗下多個產品中融入數據安全相關的用戶隱私政策和功能。

2 立標準, 保品質

表 阿里健康各平台隱私政策

平台名稱	政策名稱
阿里健康大藥房小程序	《隱私權政策》《用戶服務協議》
支付寶醫療健康頻道	《法律聲明及隱私權政策》
醫蝶谷APP	《隱私保護政策》
氫離子APP	《隱私保護政策》
碼上放心APP	《隱私保護政策》

阿里健康堅守最小化收集原則，對客戶數據進行精細分類分級管理與精準權限控制，並對所獲用戶數據實施高強度加密。公司持續完善隱私風險識別與緩解機制，顯著提升隱私風險處理效率。截至報告期末，阿里健康未發生客戶隱私泄漏事件。

2 立標準，保品質

阿里健康用戶隱私保護管理措施

- 數據保護計劃：制定涵蓋全體涉及信息安全的供應商及相關合作夥伴的數據保護計劃，定期對其業務風險進行合規評估和分類分級管理，確保合作夥伴的數據處理活動符合隱私保護要求；
- 隱私政策提醒：在用戶初次使用相關產品時，通過彈窗提醒用戶閱讀《隱私權政策》和《用戶服務協議》，確保用戶充分了解其隱私權利和公司的數據處理政策；
- 個人信息收集規範：依據《阿里健康個人信息收集操作規範》明確用戶個人信息的收集和使用範圍，承諾妥善保管用戶隱私數據，未經授權不得擅自泄露或使用個人信息，且不向第三方收集個人數據。遵循最小化原則，嚴格限制數據的收集和保留；
- 訪問權限管理：對用戶信息的訪問權限進行嚴格管理，僅授權相關數據管理人員訪問必要信息，並對訪問過程進行數據留痕。明確禁止涉及數據安全的賬號私自轉借他人，防止用戶信息被竊取或泄露；
- 數據披露規範：承諾不將個人資料出租、出售或提供給第三方，在合規協議中詳細說明數據收集的明細及使用場景，僅在通過書面披露審查的情況下，遵循「最小夠用」原則，向有告知授權的第三方披露必要的用戶信息；
- 個人信息存儲與刪除規範：依據《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範》賦予用戶查詢、補充、更正、刪除個人信息的權利，確保用戶對其數據的完全控制；
- 應急響應管理規範：在發生個人隱私或數據泄露等突發狀況時，依照《阿里健康個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《數據安全事件應急響應規範》《個人信息泄露事件對外報告規範》迅速採取應對措施，將事件影響降至最低；
- 隱私合規培訓：定期開展員工隱私合規培訓，內容涵蓋人員管理、流程管理以及信息技術等方面，提升員工的隱私保護意識和能力。

2.5 知識產權管理

阿里健康通過打造完善的知識產權管理體系，實施嚴格的保護措施，積極開展培訓與教育，有效維護自身及合作夥伴的知識產權權益，為推動行業健康、合規發展貢獻積極力量。

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作法》等法律法規，2025財年結合公司業務發展需求發佈新版《阿里健康品牌管理規範》並修訂完善《阿里健康品牌管理規範》，對公司的品牌管理職能、品牌樹進行更新，不斷優化品牌流程、加強公證賬號管理。同時我們依照《對外合作項目知識產權指引（2021年修訂版）》《阿里健康品牌管理規範v1.0》《天貓品牌資產管理規範》《阿里健康創新提案及專利獎酬制度》《IP法務管理規則》等內部制度，全面開展知識產權管理工作。

2025財年，阿里健康進一步加強內部知識產權保護措施，致力於為商家和消費者營造文明、合規的商業環境。

表 2025財年阿里健康知識產權保護措施

打擊侵權行為	報告期內，阿里健康共發現疑似侵權線索323條，涵蓋商品類、賬號仿冒類、線下商戶類、關鍵詞劫持、企業信息類等13種侵權類型。
--------	---

2 立標準, 保品質

知識產權培訓	• 常態化培訓：為員工提供持續性的培訓支持，涵蓋技術能力提升、內部創新成果分享、定期技術復盤以及品牌管理等多個維度，並結合公司戰略目標，為各部門提供針對性指導，明確知識產權產出的方向與重點領域，確保創新成果能夠高效轉化為企業競爭力； • 個案支持培訓：針對員工在項目推進或業務發展中遇到的具體知識產權問題，如專利申請流程、商標註冊策略、技術秘密保護等，提供「點對點」的專業諮詢服務，與外部專家協同合作，快速響應需求並給予精準解答，幫助員工規避潛在風險，優化知識產權佈局。
商標註冊	• 加速推進商標註冊工作，截至報告期末，阿里健康擁有708枚註冊商標，覆蓋8個國家和地區。
跨平台監控與投訴機制	• 通過主動監控，持續打擊抖音、微信、小紅書等平台上的假冒賬號，建立快速的平台投訴機制，有效保護品牌權益。
平台治理合作	• 與淘寶、天貓平台共同打擊電商平台內的「阿里健康」品牌濫用，已建立定期產品化治理方案。
助力商家	• 建立快速響應機制，通過與平台和商家的三方溝通，積極幫助商家解決實際經營中的知識產權問題，有效緩解商家的經營資金壓力。

2 立標準, 保品質

我們通過設立專業評審委員會對創新提案進行高效評審，持續推動專利申請流程的系統化與規範化。公司實施專利分級管理策略，將專利細分為戰略級、常規級和量能級三個層次，優先為關鍵專利配置資源並嚴格把控質量，同時協同提升專利申請的整體審核效率與質量。此外，公司積極鼓勵全體員工投身發明創造活動，依據規定為員工提供獎勵與報酬，並著力挖掘具有專利保護價值的創新成果，為公司的產品與服務打造堅實的競爭優勢。報告期內，公司累計被授權專利103個，較去年增長56%，其中醫藥電商佔比35%、互聯網醫療佔比23%、醫療AI技術佔比22%、追溯碼技術佔比14%。

表 2025財年阿里健康知識產權創新成果

指標	單位	2025財年數據
年度申請專利	個	40
年度被授權專利	個	39
累計申請專利	個	288
累計被授權專利	個	103

3 多元文化與發展

阿里健康將人才視為可持續發展的核心動力，堅持平等僱傭原則，構建多元包容的團隊生態。我們建立完善的職業發展體系，提供系統化培訓賦能員工成長。我們重視職業健康安全與心理健康，為員工提供良好的工作環境，實現工作與生活平衡。同時，我們促進不同背景員工的協同創新，讓每位員工都能在安全、平等、充滿關懷的文化中實現價值。

3.1 合規僱傭

阿里健康遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》等國家法律法規，全面落實《阿里巴巴集團環路組織治理規範》《阿里巴巴集團二次僱傭管理政策》等內部制度，切實規範僱傭管理。我們建立內部轉崗平台，為員工提供公開、透明的轉崗機會，促進內部人才的積極流動。2025財年，我們健全完善《阿里健康內部推薦政策》，增加對不同職級人群的內推獎金激勵，從而吸納更多優秀人才。

公司始終堅持公平公正的僱傭原則，嚴禁在錄用、考核等環節出現基於性別、年齡、種族、宗教信仰等任何形式的歧視，確保所有員工均享有公開、公平、公正的工作機會。我們嚴格遵循勞動用工規範，對所有入職人員進行詳實的背景調查與審核。我們明確杜絕僱傭童工以及強制勞工，招聘中台會持續進行崗位檢測和審查，一經發現將立即解除勞動關係，並積極協助未成年員工重返校園接受教育。

公司秉持薪酬公平原則，嚴格執行規範的薪酬管理體系，構建具有市場競爭力的激勵機制。我們通過年度調薪、績效獎金及覆蓋董事、高管及全體員工的股權激勵計劃，實現短期激勵與長期發展相結合，充分激發團隊與公司共同成長的積極性。

阿里健康充分尊重員工合法權益，依法保障員工根據當地法律自願加入工會的自由。我們始終秉持開放態度，與工會及員工代表保持良好溝通，通過平等對話和集體協商機制，共同構建和諧的勞動關係。

表 2025財年阿里健康員工構成數量

指標		單位	2023財年	2024財年	2025財年
員工總人數		人	1,560	1,435	1,364
按性別劃分的員工人數	男員工	人	866	781	720
	女員工	人	694	654	644
按僱傭類型劃分的員工人數	全職	人	1,551	1,430	1,347
	兼職	人	9	5	17
按管理層級劃分的員工人數	高級管理者	人	42	31	22
	中層管理者	人	481	415	363
	初級管理層	人	/	/	357
	基層員工	人	1,037	989	622
按年齡劃分的員工人數	29週歲及以下	人	527	445	385
	30週歲-50週歲	人	1,027	987	970
	51週歲及以上	人	6	3	9
按地區劃分的員工人數	中國大陸	人	1,559	1,430	1,359
	中國港澳台	人	1	3	4
	海外地區	人	0	2	1

3 多元文化與發展

表 2025財年阿里健康新增員工與內部員工填補情況

指標		單位	2025財年
新僱員入職人數		人	523
社招新進僱員總數		人	496
校招新進僱員總數		人	27
招聘崗位被內部僱員填補數量		人	0
按年齡劃分的新僱員 / 內部員工填補人數	29週歲以下新僱員人數	人	301
	30週歲-50週歲新僱員人數	人	222
	51週歲以上新僱員人數	人	0
按職級劃分的新僱員 / 內部員工填補人數	高級管理層新僱員人數	人	2
	中級管理層新僱員人數	人	23
	普通職員層級新僱員人數	人	498
按性別劃分的新僱員 / 內部員工填補人數	男性新僱員人數	人	264
	女性新僱員人數	人	259
按地區劃分的的新僱員 / 內部員工填補人數	中國大陸地區新僱員人數	人	523
	港澳台地區新僱員人數	人	0
	海外地區新僱員人數	人	0

表 2025財年阿里健康員工流失率

	指標		單位	2023財年	2024財年	2025財年
員工流失率	員工總流失率 ⁷		%	32.56	24.18	38.05
	按性別劃分的 僱員流失率	男員工	%	33.72	24.07	50.97
		女員工	%	31.12	24.31	45.34
	按年齡劃分的 僱員流失率	29週歲 及以下	%	48.20	20.22	70.65
		30週歲- 50週歲	%	24.63	25.84	39.69
		51週歲 及以上	%	16.67	66.67	22.22
	按地區劃分的 僱員流失率	中國大陸	%	32.52	24.13	48.31
		中國港澳台	%	100	66.67	0
		海外地區	%	0	0	0

⁷ 2023及2025財年披露數據為員工主動流失率，2024財年披露數據為員工總體流失率(包含員工主動流失及被動流失)。

3 多元文化與發展

3.2 人才發展及培訓

阿里健康始終秉持「員工與公司共同成長」的理念，在2025財年，我們進一步迭代升級了覆蓋員工全職業週期的發展體系與成長機制，從新人融入、專業能力進階、管理技能提升等維度加強員工能力建設，滿足員工成長訴求的同時，驅動組織能力的提升。全財年，阿里健康實現培訓全員覆蓋，全職員工及生態用工人員的培訓參與率達100%。

在培養體系上，我們針對新員工融入與發展，搭建師兄師姐交流場等平台，通過專題分享、問題交流等方式促進新老員工對話，及時解決新人融入過程中遇見的問題。同時，我們聚焦業務需求，建立「最佳實踐萃取－專題訓練營實施－學習效果跟蹤」的閉環培養體系，提升培訓效果。針對領導力發展，我們採用內外部結合的方式，在關注內部實戰經驗傳承的同時，強調管理工具的實戰演練，切實提升公司管理者的管理水平。

在管理機制上，公司為優秀新生代校招同學搭建快速晉升通道，對電商校招實施一年兩次的晉升機制，加速優秀青年成長為核心骨幹力量。同時，公司持續推進OKR管理機制，確保公司戰略目標的有效傳導。此外，我們採用前中後台的環評機制，提高員工「客戶第一」的意識，有效提升組織協同效率。

表 阿里健康2025財年員工培訓體系

適用對象	培訓內容
新員工	• 提供入職手冊，幫助新員工快速融入。 • 安排經驗豐富的員工作為導師，進行一對一指導。 • 組織全面的入職培訓，介紹公司業務及文化，傳授行業知識，促進新老員工交流。
中級管理層員工	• 組織「俠客行」管理者培訓，提升管理者的管理技能。 • 沉澱管理者應知應會，結合OKR目標設定、績效考核、教練輔導等具體場景向管理推送相關知識，強化事中練。 • 通過「功夫堂」平台分享最佳實踐，促進團隊間相互學習和交流。 • 利用「健康學院」直播，邀請行業專家分享經驗，開拓管理者視野，加強與內外部專家的學習交流。
高級管理層員工	• 組織高層管理者對國內外標杆企業進行訪問和交流，學習了解全球行業發展趨勢，探討行業未來發展方向，分享交流管理經驗，助力公司長期發展。

3 多元文化與發展

表 阿里健康2025財年亮點培訓案例

阿里健康學院

報告期內，我們舉行線上7場健康學院直播，平均每場300人參加，線下活動3場，每場人均參與40人。通過健康講座、業務分享、AI等主題關愛員工健康、提升員工對於前言業務發展趨勢的了解。

圖：健康學院線上講座

3 多元文化與發展

百健新員工培訓

我們開展百健新員工培訓，參訓人數60人，為期3天，分三個主題讓新員工全面認知阿里健康的企業文化與福利政策、健康公益、基本功技能、業務發展、廉正及數據安全政策等，並通過活動的設計，使新員工之間、員工與高管之間建立深入的鏈接，為後續溝通協作打牢基礎。



圖：百年健康培訓現場

3 多元文化與發展

校招師兄師姐Open Talk

我們開展2期線下校招師兄師姐Open Talk，每場參與人數21人，邀請往屆校招師兄師姐分享新人Landing主題、業務負責人分享營銷與大促主題，解答校招生Landing階段的困惑，幫助校招生更好地理解阿里健康的業務。



圖：師兄師姐分享會現場

3 多元文化與發展

俠客行 – 一線管理者培訓

我們組織了面向一線管理者的俠客行培訓，為期3天，參訓人數36人。我們邀請內外部講師對拿結果、招聘解聘、建團隊、領導者的角色與職責四個模塊進行專題，通過遊戲體驗、現場演練等培訓活動設計，幫助一線管理者了解阿里健康的管理理念，掌握不同場景下的管理技能和工具方法。



圖：俠客行管理者培訓現場

高管日本企業訪問學習

2024年4月，八位高管前往日本東京和大阪訪問日本品牌藥企，通過實地走訪了解日本醫藥產業的運作模式並同時考察學習日本藥妝市場，與海外優秀同行開展溝通學習。

3 多元文化與發展

表 2025財年阿里健康員工培訓情況

指標			單位	2023財年	2024財年	2025財年
員工培訓總人次			人次	5,577	6,644	9,385
按性別及僱員類別 (如高級管理層、 中級管理層等)劃 分的受訓僱員 百分比	員工培訓總佔比		%	100	100	100
	按性別劃分的受 訓僱員百分比	男員工	%	100	100	100
		女員工	%	100	100	100
	按僱員類型劃分 的受訓僱員 百分比	高級管理者	%	100	100	100
		中層管理者	%	100	100	100
		基層員工	%	100	100	100
員工人均培訓小時數			小時	33.27	32.71	30.60
按性別及僱員類別 劃分，每名僱員完 成受訓的平均時數	按性別劃分的僱 員受訓平均時數	男員工	小時	34.15	31.20	27.90
		女員工	小時	32.18	35.98	33.90
	按僱員類型劃分 的僱員受訓平均 時數	高級管理者	小時	75.25	72.38	59.40
		中層管理者	小時	30.14	33.67	33.70
		基層員工	小時	33.03	30.25	28.90

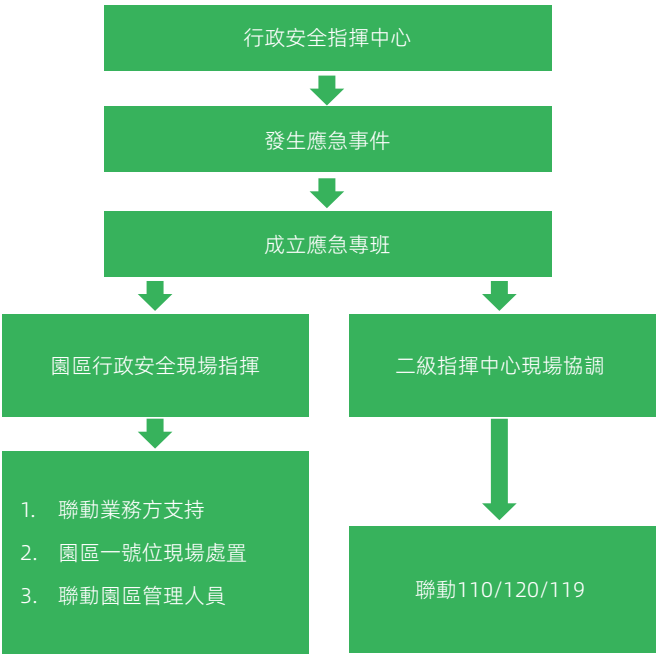
3.3員工健康與安全

阿里健康始終將員工健康安全置於首位，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》等法律法規，建立內部應急事件管理制度。我們通過定期開展健康講座、孕產保健課程等健康促進項目，全方位守護員工身心健康。公司特別設立「康乃馨」父母體檢計劃，為員工及父母提供個性化健康管理服務，並入選中國互聯網協會優秀案例。同時，我們關注員工身心健康，為員工提供免費的心理諮詢服務熱點，幫助員工舒緩生活困擾、工作困難、個人情緒、人際關係所造成的壓力和焦慮。

表 2025財年阿里健康因工傷亡情況

指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
過去三年每年因工亡故的人數	人	0	0	0
過去三年每年因工亡故的比率	%	0	0	0
因工傷損失工作日數	天	0	22	0

公司制定應急管理系統，通過多級聯動機制和高效的指揮協調系統，確保突發事件得到快速響應與妥善處置。公司配備專業應急設備，針對突發傷病、設備故障等各類緊急情況制定專項預案，切實保障員工安全。為進一步提升應急能力，我們特別推出「急救俠」志願計劃，為參與員工提供專業急救培訓及資格認證，培養員工急救技能，增強全員安全意識和應急處置能力，構建互幫互助的安全防護網絡。



圖：阿里健康應急事件處置機制

3 多元文化與發展

3.4 員工關愛

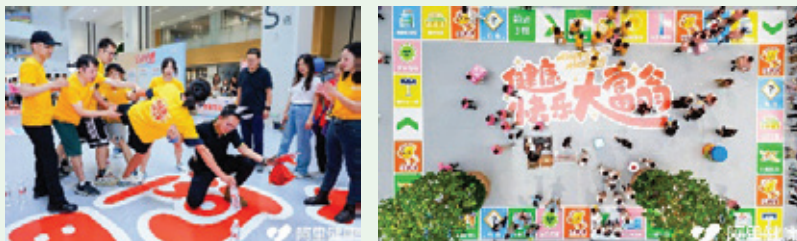
阿里健康建立完善的員工福利體系，致力於提升員工幸福感與歸屬感，不斷增強團隊凝聚力，讓每位員工都能感受到公司的關懷與溫暖。公司依法為全體員工足額繳納五險一金及住房公積金，並提供補充醫療保險等商業保險保障以及豐厚的養老金。公司提供年假、七天陪伴假、十天育兒假、全薪病假及路途假等假期福利，保證員工工作之餘獲得充足的休息與陪伴家人的時間。我們為全體員工提供「Happy Friday」，每周周五在完成工作後可提前下班，和親友享受在一起的時光。

公司關注員工職業發展的同時，也注重人文關懷體系的建設。我們通過豐富多彩的企業文化活動，為員工創造輕鬆愉悅的工作氛圍，切實提升員工的幸福感與組織歸屬感。

表 阿里健康2025財年文娛活動

阿里健康快樂節

2024年6月，我們組織公司員工參與阿里健康快樂節活動，通過團隊PK活動大富翁和個人通關賽，搶奪18萬團建基金，本次活動不僅提升了全員的參與感，更幫助部門提升了凝聚力。



圖：快樂節活動現場

阿里健康學院 – 元氣正念培訓

2024年9月，我們邀請元氣正念老師到園區開展面對面培訓，線下員工參與80人，通過正念老師的講解和引導示範，幫助員工靜心解壓提升元氣。

3 多元文化與發展

阿里健康運動季

我們開展運動季活動，約700餘人參與體測，累計產生770公斤的體重變化，幫助約10%員工脫離肥胖線，成功激發員工健身熱情和對自身身體狀況的關注。



圖：健康運動季體測

「五年陳」授戒儀式

我們舉辦了兩場授戒儀式，覆蓋司齡滿五年的一百餘人，搭建專屬五年員工的溝通通道，並為他們授予特別定制的「五年陳」紀念-999純金戒指，感恩員工過去五年的付出。



圖：授予員工紀念戒指

小鹿電台

每周五工區準時響起的小鹿電台播放點歌祝福，讓情感流動，讓員工保持愉悅和活力。截止目前，小鹿電台後台已收到947條點歌祝福、小樹洞收到431條互動信。



圖：小鹿電台

2025財年，公司面向全體正式員工進行滿意度調研，回收有效問卷120份，調研內容包含員工福利、薪酬服務、股權服務等。整體滿意度評分為4.87分(滿分5分)，保持滿意度較高水平。

3.5多元包容

阿里健康致力於構建多元包容的工作環境，倡導平等機會與相互尊重，讓每位員工都能發揮潛能、實現價值。

針對女性員工，我們實行特別的職業保護政策，包括完善的產假制度、哺乳期關懷及職業發展支持。同時，我們堅持同工同酬，讓女性員工享有平等的薪酬待遇與職業發展機會。

3 多元文化與發展

表 阿里健康女性員工關懷

為孕期員工提供孕檢假幫助員工錯峰孕檢，並在每個園區設立孕媽媽休息室保證員工在孕期和哺乳期的休息；
為女性員工的商業保險中包含生育責任，減少員工生育方面的費用支出；
每年三月八日舉辦女神節活動，為女性員工帶來溫暖。

表 阿里健康2025財年女性僱員情況

按職級及職位劃分的女性員工佔比	單位	2025財年
管理層中女性僱員佔比	%	10.78
高級管理層中女性僱員佔比	%	31.82
中級管理層中女性僱員佔比	%	16.25
初級管理層中女性僱員佔比	%	3.92
創收業務部門女性僱員 ⁸ 佔比	%	48.29
STEM相關職位女性僱員 ⁹ 佔比	%	22.22

此外，對於少數民族員工，公司尊重文化差異，並提供相應的幫助。在殘疾人僱傭方面，我們積極建設無障礙辦公環境，定制個性化工作崗位，並配套職業培訓計劃。

⁸ 在業務部門崗位任職的女性僱員。

⁹ 在產研中心、測試、UED、IT、產品類部門崗位任職的女性僱員。

3 多元文化與發展

表 阿里健康2025財年少數民族及殘疾僱員情況

少數群體僱員總數	單位	2025財年
殘疾僱員總數	人	3
男性殘疾僱員數量	人	2
女性殘疾僱員數量	人	1
少數民族僱員總數	人	84
漢族員工管理層總數	人	698
漢族員工管理層佔比	%	54.53
少數民族管理層總數	人	44
少數民族管理層佔比	%	52.38

4 綠色價值鏈

阿里健康始終貫徹綠色發展理念，積極助力國家「雙碳」目標達成，從應對氣候變化、綠色運營、綠色物流、廢棄物管理等多個方面踐行低碳運營，為塑造綠色未來貢獻力量。

4.1 應對氣候變化

阿里健康緊密追蹤全球氣候變化趨勢，定期對氣候變化為業務發展帶來的影響進行識別與分析，制定行動計劃，提升氣候變化風險的應對能力，把握發展機遇。公司嚴格遵守並落實阿里巴巴集團的減碳戰略規劃，不斷優化能源管理策略，以實際行動推動溫室氣體減排，為國家「碳中和、碳達峰」戰略目標的達成做出貢獻。

氣候變化風險識別

阿里健康通過開展氣候相關風險分析，不斷調整運營策略，優化資源配置，以應對氣候變化可能帶來的各類風險。我們參照國際可持續準則理事會(ISSB)《國際財務報告可持續披露準則第2號-氣候相關披露》，對各類氣候變化風險進行識別，並制定針對性的應對措施，從而減少氣候變化對公司業務帶來的負面影響。

表 阿里健康氣候風險識別與應對措施

風險類型		風險描述	風險應對措施
轉型風險	政策及法規風險	日益收緊的碳排放披露和排放要求可能影響合規經營	• 動態跟蹤政策變化，優化碳排放監測體系 • 部署智能化能耗管理系統，提高辦公區域能效 • 推動門店綠色運營，降低日常運營的碳排放
	技術風險	低碳技術轉型滯後可能導致經營成本上升	• 優化循環物流體系，提高綠色物流比例 • 加強綠色包材研發，推動包裝可持續化
	市場風險	環保意識增強可能改變客戶消費偏好	• 定期開展市場調研，提升環保包裝產品佔比 • 逐步減少塑料及紙張使用，推廣可降解材料
	聲譽風險	公眾對公司氣候風險應對表現的質疑	• 強化企業環保價值觀傳播，透明化低碳行動 • 完善可持續供應鏈管理，嚴格審核供應商環保表現

4 綠色價值鏈

風險類型		風險描述	風險應對措施
物理風險	急性風險	高溫、極寒、颱風等極端天氣導致的設備損害、業務中斷及員工人身安全等影響	- 制定自然災害應急預案 - 制定藥品儲備應急預案 - 建立遠程辦公機制，保障業務連續性
	慢性風險	海平面上升及自然資源匱乏可能導致運輸受阻或能源短缺	- 在選址評估中納入氣候風險因素 - 提高循環水利用率，降低水資源依賴

氣候變化目標與進展

阿里健康在2025財年積極開展節能降碳工作，嚴格遵循阿里巴巴集團年度碳目標，並通過實施碳抵消項目，有效助力集團階段性減碳目標的達成。

阿里巴巴集團碳中和承諾 ¹⁰ ：
- 不晚於2030年，實現自身運營碳中和（範圍1和2）； - 不晚於2030年，協同上下游價值鏈實現碳排放強度比2020年降低50%（範圍3）； - 通過助力消費者和企業，激發更大的社會參與，到2035年的15年間，帶動生態累計減碳15億噸（範圍3+）。

¹⁰ 來源：《阿里巴巴碳中和行動報告》Alibaba Group Carbon Neutrality Action Report_20211217_SC_Final.pdf

4.2 綠色運營

阿里健康將可持續發展理念深度融入運營管理，多維度推進綠色實踐。我們通過技術創新持續優化數據中心能效，打造智能化低碳園區。同時，我們推行綠色辦公計劃，從日常運營環節減少環境足跡。

綠色數據中心

阿里健康攜手阿里雲數據中心，充分發揮其技術優勢，通過優化硬件性能、提升資源利用率以及增強散熱效率等多項措施，實現高能效與低排放的雙重目標。

阿里雲持續通過產品開發和運營提效，不斷優化數據中心能效表現，持續降低PUE¹¹。在硬件方面，阿里雲通過部署高性能電源系統縮短供電路徑，提高電源轉換效率，並採用液冷服務器技術，節能水平遠超行業平均。智能運維方面，阿里雲建立數字化運維策略管理平台，應用AI算法優化溫控策略，降低冷卻系統能耗。清潔能源轉型方面，阿里雲自建數據中心不斷提高清潔電力使用比例，並通過餘熱回收技術進行供熱。2025財年，阿里雲自建數據中心PUE平均值降低至1.190，繼續保持亞洲領先水平。

在數據中心的設計與運營中，阿里雲根據當地水資源情況平衡WUE¹²和PUE，以提供最佳解決方案。在缺水地區，數據中心優先採用風冷模式，適度犧牲PUE以顯著降低WUE。在水資源充足地區，數據中心將採用水冷模式，追求更佳的PUE表現。2025財年，阿里雲自建數據中心WUE平均值降至1.144，相較於2024財年的1.205，實現了顯著的增效成果。在保證設備安全的前提下，阿里雲通過調整數據中心環境濕度下限減少加濕用水，並對冷卻塔設備進行改造，降低冷卻水的浪費。此外，我們通過調高冷卻水中電離子濃度的設定值，減少廢水排出，提升水循環效率，構建了高效的循環用水方案。

¹¹ Power Usage Effectiveness, 用於衡量數據中心能源使用效率的指標。計算方法是比較數據中心的總能耗與用於計算設備（如服務器、存儲設備等）的實際能耗來評估能源的利用效率。數值越接近1，意味著能源基本都用於核心IT設備，效率越高。

¹² Water Usage Effectiveness, 用於衡量數據中心水使用效率的指標。計算方法是將用於數據中心加濕或冷卻的水量（以升為單位）除以用於運行數據中心核心IT設備的年度總電量。

4 綠色價值鏈

綠色園區

我們致力於構建綠色智慧園區，積極推進清潔能源使用和電氣化改造，提升清潔電力使用佔比。同時，我們通過智能化改造園區用電設備，搭載自主研發的「設備大腦」平台，並結合AI動態優化算法，構建了高效的智慧能源管理系統，從而實現能源的精細化管理和優化配置。在具備條件的園區，我們積極部署分佈式光伏發電系統，並結合清潔電力交易機制，進一步優化能源結構，降低碳排放。

此外，我們創新採用循環經濟模式，系統化提升水資源利用效率，打造環境友好型示範園區。

表 園區水資源利用亮點舉措

設計建設階段
• 使用透水性鋪裝材料，使雨水滲透地下 • 建設雨水收集系統，收集屋頂和地面雨水，實現循環利用
園區運營階段
• 構建「監測 – 節水 – 回用」的智慧化水資源管理體系，實現全流程精細化管控 • 循環使用直飲水廢水和空調冷凝水 • 署智能水表系統、升級一級水效設備

在園區設計和運營中，我們積極融入生物多樣性理念，努力減少對自然資源和生物多樣性的負面影響。在選址和設計階段，所有新建園區均完成環境影響評價，確保項目與自然環境和諧共生。運營過程中，我們通過使用本土物種、豐富植被層次、引入自然棲息地、打造生態廊道以及減少光污染和噪音污染等措施，為動植物創造更適宜的生存環境，保護生物多樣性。

4 綠色價值鏈

我們以高標準建設綠色園區，積極推動綠色建築及體系認證。截至報告期末，杭州園區西溪A區、C區和雲谷園區已獲得LEED既有園區鉑金級認證，北京望京B座和阿里中心廣州園區已獲得LEED金級認證。此外，杭州園區西溪A區、C區和雲谷園區已獲得ISO 14001環境管理體系認證，阿里中心廣州園區已被認證為「碳中和園區」。

綠色辦公

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規要求，依據《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》和運營情況，制定碳排放和用水量管控目標。

公司設立專業化的行政工程運營中心，通過智能樓宇控制系統實現照明、空調等設備的精細化管控，根據人員密度、天氣狀況等變量實現按需供給，有效降低夜間能耗。同時，我們應用OA辦公系統推行無紙化辦公，規範水電及辦公用品使用管理，並通過多渠道宣傳倡導綠色理念，持續提升全員環保意識，共同營造可持續發展的綠色辦公環境。

表 2025財年阿里健康綠色辦公亮點舉措

辦公管理	- 將低耗物品放置在自助櫃中，員工可按需領取（如筆、本子、膠棒、曲別針等）；高耗物品需線下登記領取 - 當新員工入職或培訓會等活動需求較大時，通過掃碼登記批量領取 - 創建「有心好行為」積分平台，鼓勵員工減少紙張使用 - 會議室配備紅外感應設備，通過後台系統監測會議室使用情況，及時釋放無人會議室資源 - 推行無紙化辦公，使用電子簽名替代紙質簽名
------	---

4 綠色價值鏈

能源管理	• 通過物聯網感知系統與大數據能效分析平台，實現基礎設施的智能化節能管控 • 使用低能耗飲水設備，並設置定時關閉 • 安裝遮陽窗簾以減少空調能耗
員工出行管理	• 鼓勵員工綠色出行，倡導乘坐火車替代飛機、多人拼車、搭乘員工巴士和搭乘地鐵等行為 • 將園區接駁巴士更換為新能源車輛，並增設充電樁等設施 • 提供共享單車停放點
塑料使用管理	• 在園區餐廳推廣使用可降解餐盒，替代不可降解的塑料餐盒，並對一次性餐盒收費以減少過度使用

表 2025財年阿里健康資源消耗與溫室氣體排放情況

指標	單位	2023財年	2024財年	2025財年
外購電力	千瓦時	1,482,187.78	3,787,579.62	3,338,831.65
人均用電量	千瓦時 / 人	986.15	2,639.43	2,447.82
綜合能源消耗量	噸標煤	182.16	456.49	410.34
人均綜合能源消耗量	噸標煤 / 人	0.12	0.32	0.30
溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	845.29	2,160.06	1940.14
人均溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量 / 人	0.56	1.51	1.42
用水量	噸	11,128.26	25,146.58	23,701.05
人均用水量	噸 / 人	7.40	17.52	17.38
紙張使用量	噸	1.10	1.86 ¹³	3.39 ¹⁴
人均紙張使用量	噸 / 人	0.001	0.001	0.002
製成品所用包裝材料的總量	噸	阿里健康的業務不涉及直接為成品提供包裝材料，因此該指標不適用		

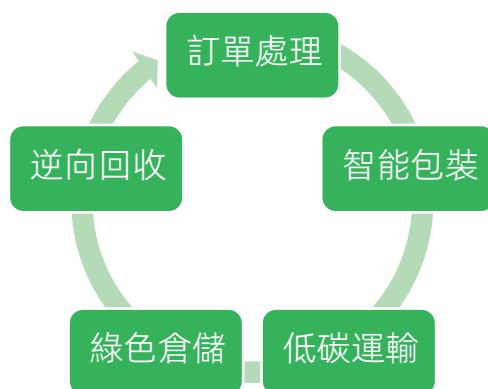
4.3 綠色物流

阿里健康致力於打造可持續發展的綠色物流新模式，將綠色基礎物流設施與數字技術深度融合，推進物流與包裝等多個環節協同共建。

我們攜手菜鳥物流共同建設智能化循環物流體系，並深度參與制定行業標準化循環包裝標準制定，努力推動全產業鏈實現包裝減量化與資源高效利用。依託數字化的創新技術、精細化的資源管理和跨領域的生態協作，我們構建了貫穿訂單處理、智能包裝、低碳運輸、綠色倉儲及逆向回收的全鏈路環保解決方案。截至2025財年，這一創新物流模式已全面覆蓋公司旗下所有零售終端及區域配送中心。

¹³ 2024財年紙張使用量統計口徑包括北京、廣州職場辦公室。
¹⁴ 2025財年紙張使用量統計口徑包括北京、廣州、杭州、石家莊職場辦公室。

4 綠色價值鏈



圖：循環物流體系

阿里健康持續完善全流程數字化管理體系，通過物聯網設備集成與RFID智能標籤應用，實現循環包裝的精準定位與動態監控，顯著提升循環箱的運營管理效能。管理體系貫通從原料供應到終端消費的全生命週期流程，通過智能化的正向配送與逆向回收網絡，實現線上線下渠道的閉環資源循環。各環節數據通過共享協同平台高效聯通，構建起覆蓋生產商、經銷商與消費者的可持續物流生態系統。

阿里健康在2025財年持續推進綠色物流體系建設，與菜鳥合作推進物流設施綠色升級，通過在倉儲環節上線智能監控終端、智能運輸優化和零售終端改造等舉措系統性降低碳排放。

表 2025財年阿里健康推進綠色物流亮點舉措

環節	亮點措施
倉儲環節	• 上線智能監控終端，實現精細化能耗運營管理 • 規模化鋪設分佈式光伏設備 • 參與清潔電力交易
運輸環節	• 自主研發智能路徑規劃算法，優化運輸路線，降低空載率 • 推廣新能源車及無人快遞車的使用，實現L4級自動駕駛無人快遞車從封閉園區到開放道路的應用突破 • 與頭部航空運輸供應商合作，推進大機型應用，降低空運排放
零售終端	• 實施智慧能源管理系統，實現用電和製冷等環節的節能降耗 • 通過物聯網設備集成與RFID智能標籤應用，實現循環包裝的精準定位與動態監控 • 構建智能化的正向配送與逆向回收網絡，實現線上線下渠道的閉環資源循環

表 2025財年阿里健康智能路徑規劃系統應用成效

環節	算法優化成果
車輛配送	實現運輸車輛數量及行駛距離同步下降
倉儲揀選	顯著縮短揀貨人員移動距離，提升作業效率
末端配送	智能優化配送路徑，提高配送時效

綠色包裝

阿里健康高度重視包裝材料對環境的影響，從源頭減量、循環利用和環保替代三個維度系統推進包裝轉型，致力於減少塑料污染。我們與價值鏈及平台生態夥伴協同創新，推廣電子面單、優化包裝設計、實施智能裝箱算法等措施。同時，我們積極推動品牌商採用循環箱及電子裝箱單，倡導原箱發貨，逐步用回收材料製成的塑料袋替代傳統新料塑料袋在減少包裝使用量和提高重複利用率方面不斷探索可持續解決方案。

4 綠色價值鏈

4.4 廢棄物管理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《北京市生活垃圾管理條例》等環保法規，通過《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》等內部制度要求，系統推進廢棄物減量化、無害化處理。我們實施嚴格的垃圾分類制度，對廢舊辦公耗材、藥品等特殊廢棄物進行專業化無害處理。

我們採用装配式建築工藝，通過標準化施工減少建築垃圾產生。同時，我們設立廢棄物減量目標，實施全流程精細化管理。我們以「100%合規處理廢棄物」為基本原則，尋找符合資質要求的供應商進行合作，並追蹤和記錄廢棄物的最終處理結果以保證合規。此外，我們還將廢棄物循環再利用的理念應用在辦公園區內，搭配數字化管理平台掌握廢棄物足跡，將廢棄物管理融入日常。2025財年，北京自用園區已實現100%廚餘垃圾回收並且經生物發酵處理轉化為有機肥。

表 2025財年阿里健康廢棄物管理亮點舉措

- 每層辦公區標配分類垃圾桶，由專業清潔團隊每日至少進行兩次清運；
- 實施垃圾二次分揀制度，確保可回收物與不可回收物準確分類存放；
- 設立兩處有害垃圾專項回收點，專門處理過期藥品、含汞製品等危險廢棄物，IT設備耗材則由專業部門直接回收；
- 創新構建「園區－街道－回收商」三方協同機制，並配套開發垃圾處理數字化追蹤系統，實現生活垃圾全流程可追溯管理。

表 2025財年阿里健康廢棄物排放情況

廢棄物種類	單位	2023財年	2024財年	2025財年
有害廢棄物	噸	0	0	0
人均有害廢棄物產生量	噸 / 人	0	0	0
無害廢棄物	噸	251.36	172.81	226.27
人均無害廢棄物產生量	噸 / 人	0.17	0.12	0.17
廢舊藥品處置 / 回收量	噸	46.73	120.4	79.07

5 負責任的科技

阿里健康憑藉科技優勢，與供應鏈夥伴建立了基於互信的長期戰略合作關係，共同推動產業協同發展。同時，公司深度整合互聯網醫療領域的專業能力與社會資源，持續開展具有行業特色的公益實踐，切實履行企業社會責任，創造共享價值。

5.1 供應鏈管理

阿里健康持續推進負責任供應鏈的建設，加強供應鏈管理體系，優化供應商管理流程。公司嚴格遵守《中華人民共和國政府採購法》《中華人民共和國招投標法》《藥品經營質量管理規範》等法律法規，遵守集團供應商管理規範《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範》，持續完善《阿里健康供貨管理制度》《阿里健康—站外媒體渠道投放的結算驗收管理規範》等內部供應商管理制度，覆蓋供應商准入、管理、淘汰等各流程環節。

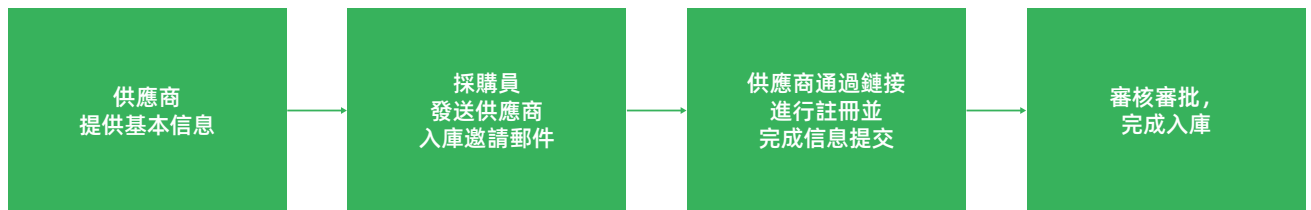
阿里健康持續強化供應商質量管控，通過標準化的篩選、分級、監督及評估機制，系統提升供應商產品質量，構建長期互信的戰略合作夥伴關係。我們建立了明確的供應商管理責任制度，重點把控准入環節中的審核與評估，包括認證資質、違規案件與處罰、反賄賂風險等。同時，基於不同業務類別供應商的特點，我們對供應商實行分級分類管理策略，不斷優化供應商准入機制，提升管理效能。

表 2025財年阿里健康供應商類型

非經營類業務採購的供應商類型：外包採購、市場服務、專業服務、HR服務、實物、IT設備配件及軟件、物流服務、行政綜合服務、工程、活動與節目製作、IT服務等採購類目；
經營類業務採購的供應商類型：醫藥及健康產品、醫療服務、數字化與技術支持服務、GSP倉儲物流服務、藥品溯源技術服務等採購類目。

5 負責任的科技

公司持續優化供應商准入機制，嚴格執行標準化資質審核流程，對所有新合作供應商實施首營資質審查，全面核查營業執照、年度報告等核心材料，對合法資質未達標供應商一律不予合作。針對直發模式供應商，公司引入第三方機構進行倉庫全面審計，對不達標倉庫實施整改後複驗或終止合作。截至報告期末，阿里健康實現供應商准入審核100%全覆蓋。同時，公司強化行為準則約束，要求所有入庫供應商100%簽署廉潔承諾函等協議，持續提升供應鏈合規水平。



圖：阿里健康供應商准入流程

阿里健康建立了嚴格的供應商審核評估制度，並按照不同的採購類型進行管理。我們通過創意評估、執行質量、服務能力等多維度考核體系，結合現場走訪與後期驗收評分，確保供應商滿足各項資質要求。阿里健康嚴格遵循醫療器械、食品及健康產品相關標準操作規程，制定並實施《阿里健康直發倉檢查表》作為飛行檢查的審計依據。2025財年，我們對非藥品直發供應商實施了全面的質量管控，新引入285家供應商，新增88個庫房，並對現有供應商中的40餘個倉庫進行複核，全年累計完成420餘次倉庫驗收及飛行檢查。

5 負責任的科技

表 阿里健康2025財年供應商審核評估管理舉措

採購類型	管理舉措
商業採購	• 針對自營倉庫的OEM¹⁵產品實施從原料入倉到終端配送的閉環質量管控，並定期對供應商生產基地開展全鏈路複核； • 建立分級應急響應機制，對一二級供應商按照法律法規執行召回，對三級供應商作為經銷商根據上游供應商召回指令配合執行，同時質控部門實時監控政府公告，同步召回信息並實施下架、禁售等管控措施。
非商採購	• 通過MBR¹⁶對供應商進行量化評分並公示排名，結算系數與排名直接掛鉤； • 通過QBR¹⁷服務資料進行交付質量、站點健康度等多個維度的重點考核評估，制定針對性改進計劃； • 結合全年評估結果調整合作條款及新增需求的份額分配。

阿里健康持續打造可持續供應鏈，始終關注供應鏈的環境與社會風險並納入供應商管理全流程，將ESG理念深度融入供應商管理體系。我們要求供應商遵守國家和地方環保法規，優先考慮環保工作表現良好、環境管理體系及政策健全的供應商，並鼓勵供應商採取節能環保措施。同時，我們對供應商進行安全管理、商業道德等方面的風險評估，持續提升供應商的ESG管理水平。

¹⁵ OEM, Original Equipment Manufacturer, 原始設備製造商

¹⁶ MBR, Monthly Business Review, 月度營運會議

¹⁷ QBR, Quarterly Business Review, 季度營運會議

案例：「藥品流通合規數字化」項目

阿里健康「藥品流通合規數字化」項目發起醫藥企業藥品流通資料電子化行動倡議，建立了行業首營電子資料交換數據標準，推動醫藥企業採用電子化方式傳輸合規文件，顯著減少了傳統紙質文件的使用量。截至報告期末，項目累計開通服務生產企業1,500餘家，經營企業近7,100餘家，累計發送電子藥檢藥檢報告850餘萬份。項目的開通有效降低了碳排放，並為構建高效的醫藥供應鏈體系做出貢獻。

我們依託阿里健康「火眼系統」，對中高風險供應商進行動態監測，實時預警潛在風險，並為其提供財務、法務等專業建議，助力供應商優化管理。針對供應商違規行為，我們建立了四級分類評估機制，依據合同條款及誠信承諾，採取包括列入黑名單、終止合作、業務凍結、書面警告、暫停訂單等分級管控措施，以強化供應商行為規範管理。

阿里健康供應商溝通體系：

- 書面溝通：採用電子郵件及信函進行書面溝通
- 定期遠程會議：通過電話 / 視頻會議保持日常聯繫，並建立月度及季度定期溝通機制
- 實地交流互動：組織供應商現場考察及參與行業展會、研討會等面對面交流活動

阿里健康注重與供應商的協同發展，通過多樣化的培訓課程、供應商大會等方式幫助供應商進行能力提升。我們針對不同業務場景設計專項培訓計劃，在供應商入駐環節開展包括質控職責、操作規範、處罰規則等在內的系統培訓，在日常運營中及時組織新規解讀培訓，並在大促等關鍵節點強化質量風險意識培訓。我們通過賦能培訓，不斷提升供應商管理水平與合規意識，提高供應鏈合作效率。

5 負責任的科技

表 2025財年阿里健康按地區劃分的供應商數量

按地區劃分	自營業務	非自營業務	總數量
中國大陸	1,528	353	1,881
港澳台及海外	243	3	246

同時，阿里健康始終保持開放合作的態度，構建公開透明的供應商溝通平台，通過多維渠道加強與供應商的聯絡溝通，建立穩固的合作關係。

5.2公益行動

阿里健康積極踐行企業社會責任，持續關注社會需求，借助健康產業優勢，投身各類公益活動，以實際行動踐行可持續公益理念，努力為社會進步貢獻更多力量。我們建立了完善的公益管理機制，從員工公益與生態賦能兩方面出發，助力社會公益行動。在2025財年，阿里健康投入社會公益項目共計19,703.6小時，捐贈金額共計人民幣26.57萬元。

阿里健康始終秉持「人人3小時」的公益理念，積極倡導全體員工參與公益行動，提供內部自營主題性公益機會，日常發佈外部公益活動信息，並通過線上線下渠道持續傳播公益文化，激發員工的公益熱情。我們通過創新機制激發員工參與公益的熱情，將志願服務轉化為可持續的社會價值，讓每一份善意都能開花結果。

案例：阿里健康捐種公益林

阿里健康推出「1-5-100」特色公益計劃¹⁸。公司承諾，員工每完成3小時志願服務，公司便種下一棵樹，以此持續建設「阿里健康公益林」。2024年9月，「阿里健康公益林」一號林在內蒙古敖漢旗成功落成，2,000棵茁壯成長的山杏樹不僅助力固碳減排，更成為員工愛心與奉獻的有力見證。



圖：阿里健康公益林項目

¹⁸ 「1-5-100」特色公益計劃，指1片阿里健康公益林，5個業務相關的公益場景，100個家庭參與公益。

5 負責任的科技

案例：阿里健康公益發起「暖冬行動」

2024年冬季，阿里健康聯合敖漢旗殘聯發起「暖冬行動」公益活動，旨在幫助內蒙古敖漢旗的殘障夥伴度過一個溫暖的冬天。公司精心組織捐贈活動，共動員225位員工捐贈閒置冬衣。這些滿載愛心的衣物跨越千里，為內蒙古敖漢旗的殘障夥伴送去溫暖關懷，幫助他們度過嚴寒。

案例：阿里健康開展「藥守護」公益活動

2025年1月，阿里健康聯合廣藥白雲山等專業機構發起「藥守護」藥品回收行動，有效解決老年人常備藥品易過期問題。項目通過專業無害化處理技術，有效避免了過期藥品對環境和人體健康的雙重危害。截至2025年3月，已有404位包括阿里健康在內的阿里員工積極參與其中。這一行動不僅提升了公眾的用藥安全意識，守護老年群體的生命健康，更為構建安全的用藥環境，樹立了行業典範。

案例：阿里健康發起海島急救俠公益項目

阿里巴巴公益、阿里健康公益攜手平台愛心商家，與浙江嵊泗縣政府發起「海島急救俠」項目，旨在提升島民的急救能力，保障海島居民的生命安全。項目共捐贈10台便攜式AED設備，部署在人流密集場所，並同步開展急救技能培訓，培養本土地區具備急救技能的人才，為偏遠地區構建起生命安全保障網。



圖：海島急救俠公益項目正式啟動

5.3 健康救助

阿里健康始終將守護公眾健康視為己任，以切實行動傳遞企業溫度，充分利用醫藥健康行業資源及平台優勢，賦能公益項目，解決健康領域的社會問題，構建更加和諧的社會。

阿里健康持續關注老年群體和殘障人士的健康需求，通過專業知識與定製化服務改善特殊群體的健康管理狀況，滿足健康需求。

5 負責任的科技

案例：「助盲體檢」公益項目

2024年12月，阿里巴巴公益、天貓健康、阿里健康公益聯合中國盲人協會、愛心商家等發起「助盲體檢」公益項目。該項目為北京、長春、南京等地的500名視障人士提供包含20餘項專項檢查的定製化體檢服務，並特別針對視障人群常見健康問題設計檢查方案。項目通過設立獨立助盲體檢專區、配備專業引導人員等措施，極大優化了視障人士的體驗，推動了社會對特殊群體健康需求的關注。



圖：「助盲體檢」公益項目

案例：天貓健康「助聽行動2024」為老人完成聽力篩查

天貓健康聯合中國老年學和老年醫學學會、中國老齡事業發展基金會、阿里巴巴公益、阿里健康公益、平台愛心商家共同發起「助聽行動2024」公益活動，幫助更多老年人發現聽力障礙問題。活動開展以來，已陸續在25個社區落地聽力篩查點，由專業聽力師通過義診、上門檢測等方式為60歲以上老人免費提供聽力檢測服務。2025年1月，項目升級成立「助聽行動公益基金」，阿里健康助聽行動品牌聯盟10大品牌首批參與，共同守護老年人聽力健康。截至報告期末，項目已免費為5,011位老人提供聽力檢測服務。



圖：「助聽行動2024」公益活動

阿里健康持續關注弱勢群體的健康需求，通過精準救助項目為大病兒童、孕產婦及罕見病患者提供多層次的健康保障，切實減輕疾病負擔，助力健康中國建設。

5 負責任的科技

案例：「小鹿燈」兒童重疾救助公益項目

阿里健康、阿里巴巴公益持續關注兒童醫療救助，聯合各級政府、知名醫療單位、醫療專家、權威公益機構發起「小鹿燈」兒童重疾救助公益項目，在阿里巴巴公益及平台愛心商家的支持下，為欠發達地區困境重疾兒童提供救助。2025財年，阿里健康啟動第三期「小鹿燈」項目，在全國16個省份的58個欠發達縣域、浙江山區縣及海島縣嵊泗成功開展了主動救助工作，並針對白血病患兒推出專項分級分類救助方案。

截至報告期末，「小鹿燈」項目已累計援助2,300名患兒，投入善款4,859餘萬元，顯著減輕了患兒家庭的經濟壓力。

案例：小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目

阿里巴巴公益、阿里健康公益聯合中國出生缺陷干預救助基金會啟動「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」，項目通過公益保險、定期產檢和健康教育的服務模式，保障孕產婦健康。截至報告期末，項目已為四川康定、貴州雷山等地8.6萬名育齡女性投保，專班管理超過4,500名建卡孕婦，共篩出超過210名各類風險因素孕產婦。項目在目標縣域實現鄉鎮村全宣傳覆蓋，在超過149個村，開展284次線下專項宣傳活動，直接覆蓋超3,855人次。

案例：檸檬寶寶¹⁹關愛行動

自2023年9月，阿里巴巴公益、阿里健康公益聯合病痛挑戰基金會發起「檸檬寶寶關愛行動」，並持續推進。在此基礎上，於2025年2月發出「檸檬寶寶新生無限關愛倡議」，旨在推動對遺傳代謝性罕見病建立「新生兒篩查－精準診療－終生管理」的科學防控管理體系。阿里健康充分發揮平台資源優勢，設計「以需定供」模式，帶動愛心企業進行特醫奶粉保供，聯動企業開設為專為滿足中國檸檬寶寶特殊醫學用途配方奶粉（以下簡稱「特醫奶粉」）需求的生產專線。截至報告期末，項目累計保障了全國31個省市自治區的罕見病患兒特醫奶粉可及，已有超過700人次罕見病患者家庭登記特醫奶粉需求，已收集罕見病患兒全年30,000餘罐特醫奶粉需求。項目累計於阿里健康罕見病關愛平台上線特醫奶粉15,000餘罐，投入善款743萬餘元，為檸檬寶寶等多種遺傳代謝類罕見病患兒提供特醫奶粉援助、醫療費用援助、MDT會診援助等公益服務，並研發國內首個「罕見病飲食計算器」。檸檬寶寶關愛行動項目榮獲人民網2024健康中國創新實踐案例、第五屆「奇璞獎」健康公益與ESG創新大獎等多項殊榮。



圖：「檸檬寶寶新生無限」關愛倡議發佈

¹⁹ 檸檬寶寶是甲基丙二酸血症和丙酸血症這兩種遺傳代謝性罕見病的昵稱。

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
環境			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	74
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	75
	A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	71
	A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	75
	A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	75
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	66
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	74

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	69
	A2.1	按類型劃分的直接及 / 或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	71
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	71
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	66-70
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	67-68
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	73
A3：環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	74
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	64-75

ESG索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
社會			
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	46
	B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的員工總數。	47
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	49
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	56
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	57
	B2.2	因工傷損失工作日數。	57
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	56-57
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	50-55
	B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	56
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	56

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	46
	B4.1	檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	46
	B4.2	在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	46
B5：供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	76
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	80
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	76-78
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	78-79
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	78

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21、36、40
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	26
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	32
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	43-45
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	22-25
	B6.5	消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	39-42
B7：反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	15
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	17
	B7.2	防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	15-18
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	16-17

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	80、83
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	80、83
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	80

讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題（請在相應位置打「√」）

1. 對於阿里健康，您的身份是？

☐政府 ☐投資者 ☐員工 ☐客戶 ☐供應商 / 承包商 ☐合作夥伴

☐同行 ☐社區和公眾 ☐媒體 ☐非政府組織 ☐其他（請註明）

2. 您認為阿里健康整體ESG表現：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

3. 您對報告的總體印象是：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

5. 您認為報告結構：

☐很合理 ☐較合理 ☐一般 ☐較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

7. 您對阿里健康ESG工作有哪些期待？



阿里健康信息技術有限公司

Alibaba Health Information Technology Limited

公司地址:香港銅鑼灣勿地臣街1號時代廣場1座26樓

Address:26/F, Tower One Times Square, 1 Matheson Street, Causeway Bay, Hong Kong

公司網站/Website:<http://www.irasia.com/listco/hk/alihealth/>

電子郵件/Email:alihealth_info@alibaba-inc.com