



嗶哩嗶哩 2025 環境、社會及管治報告



目錄 Contents

管理層致辭 03

亮點績效 04

獎項榮譽 05

關於本報告 45

附錄 46

附錄一：ESG數據指標 46

附錄二：適用的主要法律法規清單 48

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引 49

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果 52

附錄五：腳註 54



優質內容與技術創新	07
活躍社區與商業安全	10
信息安全與私隱保護	14
用戶溝通與關懷	15



堅持創作者優先	18
人才保障與多元發展	21
與行業夥伴共發展	25



環境友好與綠色理念	29
社區發展與社會責任	33



責任管治	38
ESG管治	42

管理層致辭

B站是一個什麼樣的地方？

有人會說，B站是一所大學，總有無盡的知識等你探索；有人會說，B站是一座樂園，總有無窮的樂趣等你發現；還有人說，B站是一個港灣，總有知心的朋友等你相遇。

不同的人會有不同的答案，但有一點總是相同的。在他們眼裡，B站是一個特別的地方，一個有人情味的地方。

手把手教你怎麼租房、看病和簽合同，UP主@咕嚕耄 為百萬青年提供了步入社會的「新手指南」；哪怕只有一個人感受到快樂，UP主@小潮院長 都會覺得自己的視頻有了意義；UP主@南姨Minami，在B站清唱動漫歌曲，出走半生，歸來還是二次元。

這就是B站：在這裡，每一個人都能有機會被看見，每一份努力都會得到認可，每一種興趣都會得到尊重。這樣的社區底色，決定了B站不僅是一個年輕人聚集的地方，也是一家有文化追求的互聯網公司。它所創造的，不只有商業價值，更有社會價值。

在這裡，專業的內容得到尊重：講解高中知識的老師也能擁有千萬粉絲；出色的創意得到欣賞：一臺相機能夠在全球網友之間接力傳遞，記錄下天涯共此時的美麗；真實的情感得到認同：在用AI為老兵「復活」戰友的視頻裡，彈幕飄過了無數的「致敬」。

技術的進步也在助力內容創作，釋放UP主的創造力，帶來更多好內容：有人用幾十萬條提示詞，把恐龍做成了美食綜藝；有人用AI編寫歌曲，唱出了美猴王的心聲；有人用AI續寫《你的名字》，彌補了觀眾的遺憾；還有人發揮想象力，還原了《三體》中的史詩場景。

在此基礎上，B站也在持續發掘和鼓勵優質創作者，建設讓創作者成長的社區。我們持續為創作者打造獲得收入的有效渠道。去年，近300萬創作者通過多元化的渠道在平台上賺取收入，包括廣告、直播、充電視頻、工房等。憑藉高質量的PUGV內容，我們鼓勵用戶養成為他們喜愛內容進行付費的習慣。2025年，有超過1,000萬人為他們鍾愛的高質量PUGV內容進行充電付費。

同時，我們也注重營造友善、溫暖的討論環境，形成向上，向善的社區氛圍。我們持續優化以社區公約為核心的規範體系，鼓勵社區成員「認真創作」「友善交流」並「擁抱創新」；針對互聯網常見不良內容及行為，持續優化內容識別模型並開展專項治理；持續關注青少年成長，構建起涵蓋制度防護、內容治理、分齡供給與正向引導的多維保護體系。

公益，也是社區中不可或缺的部分。我們為用戶提供專業、及時、匿名的心理支持，2025年，能量加油站累計服務超4.0萬人

次；我們鼓勵並扶持環保主題的多元創作，2025年站內與環保、低碳、垃圾分類等相關視頻播放量達234億次；我們持續為殘障人士、罕見病群體等弱勢群體發聲，圍繞罕見病人群關愛主題等各類公益議題累計播放量超1.1 億次。

B站作為一家公司，也在積極投身公益事業。截至2026年3月底，哔哩哔哩公益平台累計上線115個公益項目，募集善款超3,700萬元。在鄉村教育領域，我們持續投入，累計支持建設了8所哔哩哔哩小學，惠及超7,600名學生，並通過快樂獎學金支持鄉村學校開展課外創新項目、組建興趣社團，為鄉村孩子帶去社區的溫暖和快樂。

B站從成立以來，始終堅定地追求優質內容，為創作者和用戶提供舞台，與社區共同成長。面向未來，我們也將以更高的標準推動ESG管治水平的提升，更積極地承擔企業社會責任，為社會的可持續發展貢獻自己的力量。



陳睿

董事會主席兼CEO



亮點績效



創造社區價值

用戶與社區

- 日活用戶 **1.12 億**¹，同比增長 **8%**
- 日均用戶使用時長 **108 分鐘**，用戶總時長² 同比增長 **14%**
- 正式會員 **2.84 億**³，同比增長 **10%**

內容與技術

- 積極探索 **LLM⁴ 等 AI 技術**，支持 UP 主內容創作、賦能優質內容識別與分發
- 廣告內容負面反饋率同比下降 **56%**
- **3,000+** 場內容安全相關培訓

安全與關懷

- **無重大數據泄露或私隱投訴事件**
- **100%** 外部合作方簽署數據安全相關協議或承諾函
- 能量加油站幫助用戶進行 **4.0 萬+** 人次的情緒疏導



提升行業價值

創作者賦能

- 千粉+、萬粉+、十萬粉+ 及百萬粉+UP 主數量同比增長 **20%+**
- **~300 萬** UP 主在 B 站通過各種商業化渠道獲得收入
- UP 主人均收入同比增長 **21%**

人才保障

- 發佈並實施《員工多元化政策》，女性員工佔比 **44%**⁵
- 員工福利體系覆蓋 **100%** 正式員工
- **5,800+** 員工加入愛心雲社³⁰

行業發展

- 累計出品 **180+** 部紀錄片，播出 **5,000+** 部紀錄片⁵
- 累計出品 **250+** 部國創作品，在海外累計發行 **170+** 部國創作品⁵



同創社會價值

綠色理念

- 環保相關視頻播放量 **234 億次**
- 租賃核心數據中心的年均 PUE³¹ 值進一步降至 **1.22**

社會責任

- **135 萬+** 人次參與 B 站公益平台的愛心募捐⁶
- 支持建設 **8 所** 鄉村學校，**7,647 位** 鄉村學生在校就讀⁵
- 支持鄉村學生全面發展，累計發放快樂獎學金 **143 萬元**⁵

正向內容

- 興趣愛好類視頻播放量達 **642 億次**⁵
- **2.3 億** 用戶在 B 站學習專業知識
- 平均每天有近 **1,600 萬** 用戶在 B 站觀看科技相關視頻

獎項榮譽

產品與服務領域

2025 最具價值中國品牌 100 強



KANTAR

2025 年中國互聯網 TOP 榜
00 後人群首選 App



QuestMobile

2025 年「50 家聰明公司」



《麻省理工科技評論》

最佳系列紀錄片獎
《是壞情緒啊，沒關係》



第 30 屆上海電視節
白玉蘭獎

網絡視聽節目精品創作傳播工程
優秀作品《你好，12315》



國家廣播電視總局

社會領域

2025 年社會責任和社會公益優秀案例
特別貢獻獎



上海市委網信辦
上海市互聯網業聯合會

2025 年十大新媒體公益優秀案例
哔哩哔哩山歌小學項目



中華全國新聞工作者協會

中國紀錄片學術盛典
「年度平台」



中國電視藝術家協會等

2025 NFuture 大學生最喜愛僱主



牛客

2025 年度「職得去」僱主



脈脈

管治領域

2025 年最佳 ESG
(亞洲區)



Extel (原《機構投資者》)

2025 年度最佳 CEO (亞洲區)
陳睿



Extel (原《機構投資者》)

中國傑出商界女性 100
李旻



福布斯

2025 年最佳投資者關係
(亞洲區)



Extel (原《機構投資者》)

2025 上海市互聯網綜合實力
五十強企業



上海市互聯網協會

創造 社區價值

哔哩哔哩聚焦優質內容，借助 AI 賦能算法和創作工具，讓優質內容能夠發光；同時，我們持續完善社區規範，深化用戶溝通，維護友善社區氛圍，傳遞溫暖與關懷。

● 優質內容與技術創新

2025 年，B 站聚焦以優質內容驅動用戶增長，並通過 AI 相關技術挖掘優質內容，日活用戶、月活用戶以及用戶日均使用時長持續增長，均創歷史新高。

● 活躍社區與商業安全

2025 年，社區持續保持高活躍度和粘性，正式會員數達 2.84 億，同比增長 10%。我們不斷加強廣告內容管理力度，2025 年廣告內容負反饋率同比下降 56%。

● 信息安全與私隱保護

2025 年，公司未發生重大數據泄露或私隱投訴事件，並要求外部合作方 100% 簽署數據安全協議或承諾函。

● 用戶溝通與關懷

2025 年，B 站用戶滿意度平均得分達 4.05 分（滿分 5 分），能量加油站為 4.0 萬+ 人次提供情緒疏導。

01



01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

優質內容與技術創新

B 站始終以優質內容為社區核心，持續挖掘、推廣並沉澱那些能夠引發用戶共鳴與思考的作品。在「快餐式」內容充斥互聯網的當下，用戶越發看重內容的深度與質量，也更願意將時間投入到 B 站擅長的高質量 PUGV 內容⁷，以及真實、有溫度的社區體驗中。為此，我們不斷優化優質內容的分發，並借助大語言模型等 AI 技術為之賦能，讓每一份真誠的表達都能被看見。

優質的多元內容生態

B 站從動漫、遊戲等二次元品類起步，逐步成長為涵蓋生活、知識、科技、時尚等多元領域的綜合性內容社區。在這個過程中，我們逐漸探索出對優質內容的共識：它可以是獨特有創意的表達、讓人有獲得感的知識、或是真誠觸動人心的故事。依托這些內容，我們吸引了超過 70% 的中國 Z+ 世代⁸ 用戶常駐 B 站，並由此形成了「內容吸引用戶，社區留住用戶，用戶激勵創作，創作豐富生態」的飛輪效應。

在飛輪效應驅動下，B 站用戶規模與活躍度持續提升。2025 年，B 站日活用戶、月活用戶及用戶日均使用時長均創下歷史新高，其中日活用戶數量達 1.12 億，月活用戶數量超 3.68 億，均同比增長 8%，用戶日均時長則同比增長 6 分鐘至 108 分鐘，社區用戶總時長同比增長 14%。

這些高度活躍的社區數據背後，是創作者與用戶之間長期積累的信任。B 站不斷優化內容推薦算法，致力於將優質內容傳遞至興趣相投的受眾，引發用戶的深度思考與熱烈討論，讓創作者感受到來自用戶的熱情回應。2025 年，B 站創作者生態持續繁榮，不僅有大量創作者在社區持續輸出優質內容，同時有更多有才華的創作者不斷在 B 站涌現成長。截至 2025 年底，超過 300 萬 UP 主在 B 站連續創作 5 年以上；千粉以上、萬粉以上、十萬粉以上及百萬粉以上的 UP 主人數均同比增長超 20%。

2025 年

日活用戶數量

1.12 億

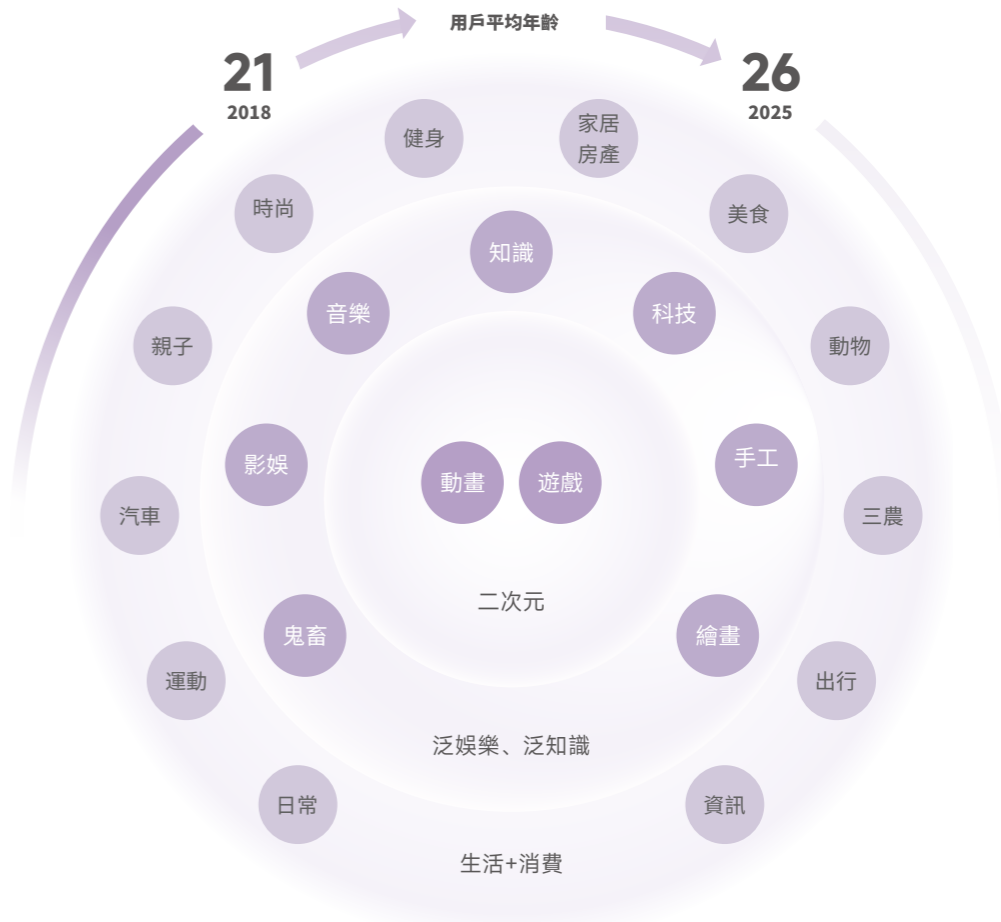
用戶總時長同比增長

14%

截至 2025 年底

連續投稿 5 年 + 的 UP 主數量

300 萬 +



01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



AI 賦能優質內容生態

B 站始終重視技術賦能業務發展。2025 年，公司通過大語言模型等 AI 技術，賦能內容分發機制和內容創作工具，讓用戶更容易在 B 站發現優質內容，也讓創作者更容易創作優質內容。

AI 賦能優質內容識別與傳播

2025 年，B 站將 AI 技術深度融入內容挖掘與算法優化中。通過語義理解，算法能實時讀懂彈幕裡的網絡用語、諧音梗，乃至數百字蘊含情感的長文評論，並將這些理解直接融入流量機制。由此，算法可以在優質內容尚未被廣泛看到時，就發現這些寶藏，並將其精準推薦給有潛在興趣的用戶。真正觸動人心的稿件，不再依賴標題或運氣，而是更早、更準地找到對的人，影響力也因此被自然放大。

《莫愁鄉》—— AI 精準識別及推薦的爆款作品



@亞細亞曠世奇才

粉絲數：116 萬⁹

UP 主@亞細亞曠世奇才創作的 MV《莫愁鄉》上線後，我們通過 AI 對評論區的情感分析，敏銳捕捉到了遠超普通視頻的情感濃度，其中一條高贊評論「這不是技術流的炫技，是每一幀都泡在月光和井水裡的鄉愁，猝不及防擊中了異鄉的我」更是引發真誠共鳴。算法在 AI 的賦能下迅速將這種真實而強烈的情感共鳴納入流量分配策略中，為《莫愁鄉》提供了更多曝光機會，實現了幾天內作品播放量破 1,000 萬，讓這部「小眾精品」成長為全網熱議的「寶藏作品」，我們還將@亞細亞曠世奇才邀請至 B 站 2025「最美的夜」跨年晚會，與千萬人共同沉浸在關於故鄉的集體回憶中。



莫愁鄉 -- (Official Music Video) 亞細亞曠世奇才



桃穆 mumu

謝謝你，沒在評論區和網友們吵架，沒和別人對齊價值觀。我真的，第一次感覺離開家好久了。用不著給它封神，情感傳給我了，就夠了。謝謝你的歌，現在就買票回家。

2025-06-11 04:15 55370 回復

UP主覺得很贊



暮秋落葉

最開始聽了幾遍，只覺得好聽和旋律上頭。直到我在床上躺著發呆，聽到了「放聲哭吧，這裡沒有人會笑話你」時，我哭的泣不成聲。讓我想起去年 10 月份某一週的時候，那一週的我遭遇了同學的嘲笑（生病導致的毛病），爺爺的去世，月考。

而在爺爺去世的六天前，他還叮囑我和妹妹要好好學習 還有一次錯過了公交車去學校。我和妹妹回到家，他知道了就只是笑笑，沒有責怪

只有在家裡，才不會有人笑話我的不好 才不會有人嘲笑我的脆弱 家是屬於我的烏托邦，是我的精神歸屬之地，是心安之所

我奶奶一會前來叫我去吃早餐 我當時在哭，但是我不敢讓她看到我哭泣的樣子 我怕，我怕她想起來爺爺的過世 我怕她因為在想我為什麼哭的事而傷心難過 跟她說話的時候我的臉埋在被子裡，不敢去看她

2025-06-15 09:32 190 回復



沒有銘子的人

有些東西是聲線給不了的，作者的聲音可能不出眾，唱功也一般，但聲音中蘊含的感情是其他人代替不了的，這也是為什麼很多歌手在不為名利，只為自己所珍視的事物寫的一首歌，翻唱無論聲音再好聽，唱功再高超，但是永遠也唱不出味道

2025-06-11 13:28 1498 回復



再歌把你突突成泥

我印象中的 rap 都是語速很快歌詞很飄不知所雲，無意義的喊叫莫名其妙的新潮充斥著整首歌，導致我非常厭惡說唱甚至於認為說唱已

經與低俗掛鉤，但是毫無疑問的這首歌改變了我某些想法，希望能繼續延續優質的創作，讓越來越多的人逐漸改變自己的看法

2025-06-12 17:08 987 回復

01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



AI 輔助內容創作

B 站自主研發一系列 AI 輔助創作工具，覆蓋聲音生成、素材匹配、視頻剪輯等多個維度，幫助 UP 主提升創作效率與作品質量。

基於大語言模型 & TTS 語音技術的 AI 原聲翻譯功能



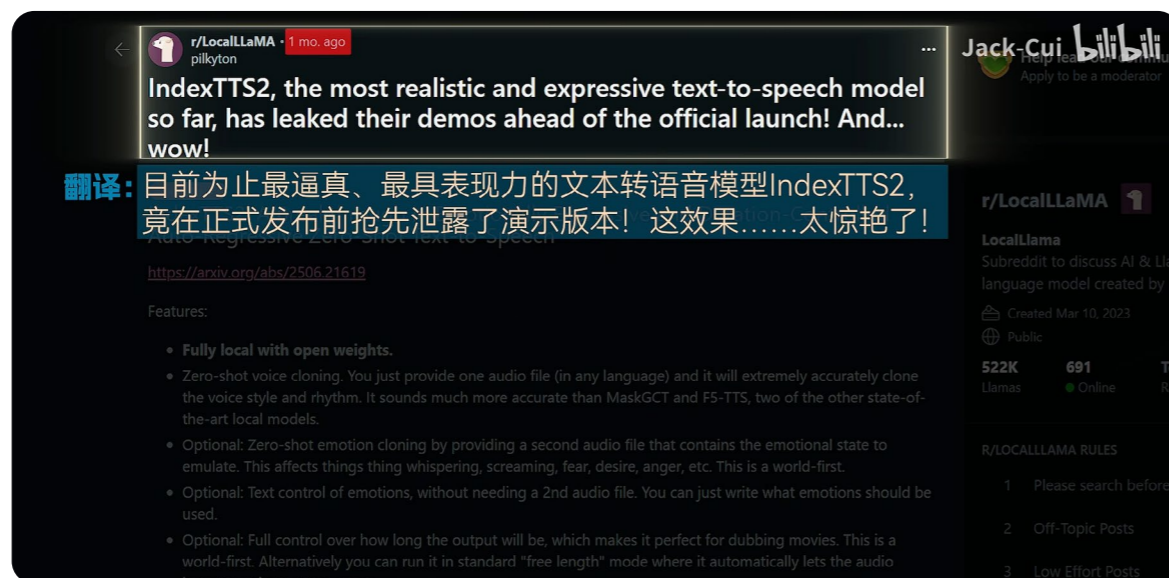
我們通過結合自研語音技術和大語言模型的對話能力，為 PUGV、紀錄片等內容製作提供包括多語言翻譯、原聲克隆、音素控制、口型匹配等在內的 AI 原生翻譯功能。借助該功能，無論是遊戲分享、二次元解說還是知識科普、文化傳播，創作者都可以一鍵將其中文視頻內容轉化成為帶有其原聲音色和口型匹配的多語言版本。



@ Jack-Cui

粉絲數：58 萬

科技區 UP 主 @ Jack-Cui 一直深耕 AI 前沿技術在視頻製作當中的應用，他體驗了 B 站 AI 原聲翻譯功能，深度了解了其中 B 站自研 Index TTS2 的 AI 語音技術後，詳細地介紹了該語言模型能力如何提升內容創作效率，並為其他創作者深入拆解如何進行本地部署以及在創作中的實際應用，獲得了社區的一致好評。



▶ B 站悄悄上線了 AI 新功能！Index TTS2 開源，本地部署一鍵啟動！

AI 輔助創作工具：花生 AI



我們基於開源的基座大模型，自研了 AI 輔助創作工具：花生 AI。該工具聚焦於服務歷史、科技、財經、播客等以文本或音頻見長的 UP 主，幫助他們將文字腳本內容一鍵生成可聽可看的視頻內容，有效減少 UP 主收集素材和進行剪輯的工作量，顯著提高了創作效率，讓 UP 主更便捷地將自己的創意呈現給用戶。



@ CLS 同學

粉絲數：107 萬

從事金融行業的 UP 主 @CLS 同學長期創作聚焦財經熱點與宏觀經濟的知識類視頻，知識的傳遞離不開細緻的內容組織與生動的畫面呈現。借助 B 站花生 AI 視頻創作工具，他只需輸入文案或圖片，就能快速獲得結構完整、節奏流暢的粗剪版本，曾經需要數天打磨的粗剪工程，如今幾十分鐘內即可完成。



▶ 【深度】不僅僅是貧民窟，高層住宅面臨一場被‘定向淘汰’合謀

01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



活躍社區與商業安全

B 站秉持「社區優先」的發展理念，積極營造和諧的社區氛圍，築牢內容安全防線，健全未成年人保護機制，致力於構建一個用戶樂於表達、UP 主安心創作的健康社區。同時，我們通過完善的管理與培訓體系保障商業生態的全與合規，為合作夥伴營造值得信賴的成長環境。

和諧社區氛圍

B 站鼓勵優質內容，期待創作者與用戶在包容的社區中同頻共振、共同成長。2025 年，我們進一步提升了社區規範¹⁰的清晰度，引導用戶遵守社區共識，並針對突出問題開展專項治理行動，讓「鼓勵共識，而不是製造爭端」的理念深植於社區土壤，與大家攜手守護向善的網絡環境。

截至 2025 年底



優化社區規範

2025 年，B 站優化了以社區公約為核心的規範體系，鼓勵社區成員「認真創作」「友善交流」並「擁抱創新」，共同建立規範的社區內容創作生態。

為提升社區規範的可理解性，B 站推出了《認證課堂》《音樂版權避坑指南》《科學闢謠小課堂》等系列內容，將複雜的規範轉化為創作者和用戶易於理解的實用指南。同時，我們借助 @哔哩哔哩社區小管家和 @哔哩哔哩治理小分隊等官方賬號，以視頻、圖文等生動的形式持續開展規範解讀，將溝通融入社區日常。

倡導社區共識

2025 年，我們圍繞闢謠與理性表達主題，聯合創作者與專業機構，通過線上線下相結合的方式，將嚴肅的規範倡導轉化為有趣、有料的內容體驗。全年開展了多場線上課堂、UP 主聯動及相關線下活動，攜手包括 @小Q不是導盲犬在內的多位 UP 主展開共創。通過這些有溫度的共創與互動，讓理性和善意的社區共識在用戶心中自然生根發芽。

科學闢謠小課堂



澎湃新聞 & bilibili，暢聊 AI 技術的紅與黑

專項治理行動

針對互聯網常見不良內容及行為，我們持續優化內容識別模型並開展專項治理，守護清朗有序的社區生態。2025 年，B 站用戶對社區治理的整體滿意度同比提升 14%，對 B 站社區治理效果感到滿意的用戶數量同比增加 25%。

遊戲區引戰問題專項治理

在「遊戲區引戰問題專項治理」中，B 站在不限制正常批評的同時，重點整治煽動對立、污名化玩家群體、惡意舉報等破壞社區氛圍的行為。我們通過分層識別與梯度處置機制，對偶然失誤的用戶予以提醒引導，對持續惡意擾亂的賬號則採取嚴肅處置。

游戏区引战问题专项精细化治理公告

2025年03月05日 16:16 18.3万浏览 · 1437点赞 · 54评论

哔哩哔哩社区小管家 粉丝: 43.9万 文章: 906

+ 关注



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



內容安全保障

B 站持續加強內容安全保障，利用 AI 技術為審核團隊提供有力支持，實現更高效、更精準的內容識別與管理，維護健康友善的社區環境。

審核機制升級

為護航優質內容的蓬勃發展，B 站不斷優化審核機制，提供更快速、更準確、更透明的審核體驗。



提升審核時效

- 優化人工排班與值班流程
- 7×24 小時人工 + 智能審核體系



提升審核準確性

- 使用「智能識別風險 + 人工複核複雜場景」的審核辦法，在保障內容安全的同時降低誤判率



優化服務流程

- 完善客戶服務標準，充分回應用戶訴求，提升內容治理的透明度與用戶信任度

AI 賦能內容審核

我們通過模型迭代 並擴展數十種風險識別場景，將 AI 審核能力延伸至更細緻的業務環節，提高審核準確性。2025 年，針對低俗內容，我們的審核處置率同比提升 63%，自動處置準確率同比提升 32%。同時，我們的多項安全技術模型在國際頂級學術賽事中獲得佳績，相關模型技術能力保持行業領先。

審核團隊建設

2025 年，B 站持續強化審核團隊能力建設，全年開展了 3,000 餘場培訓，實現審核團隊的 100% 覆蓋。我們通過系統複盤典型案例，不斷提升審核人員對複雜內容的處置能力與溝通技巧，在嚴守內容安全防線的同時，為用戶帶來更友善的社區體驗。

2025 年



「黑灰產¹¹」內容專項治理

為解決危害互聯網生態與用戶權益的「黑灰產」活動，我們重點圍繞「賬號管控、內容清理、風險防範」三大方向開展專項治理工作。

賬號管控

加強對涉及「黑灰產」賬號的源頭識別與全平台行為排查，提升風險識別與阻斷的及時性。

內容清理

通過更靈活的審核與處置機制，提升對「黑灰產」違規內容及異常互動賬號的識別與清理效率。

風險防範

升級自動化風險控制模型，增強模型對異常行為的早期識別能力。

01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

未成年人保護

B 站嚴格遵循國家法律法規，將未成年人保護放在首位，圍繞直播、視頻、遊戲等核心業務，構建起涵蓋制度防護、內容治理、分齡供給與正向引導的多維度保護體系，持續打造健康、優質的未成年人內容生態。



B 站的多維度未成年人保護體系¹³



01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

健康商業生態

B 站建立了覆蓋「事前准入—事中管控—事後複盤」的全流程廣告管理體系，推動商業生態的可持續發展。我們通過持續升級審核能力，完善風險分級機制，並築牢數據安全與廣告合規防線，在保障用戶體驗的同時，為廣告主和創作者營造可信賴的商業環境。



2025 年

100%

商業內容審核團隊專業培訓覆蓋率

100%

廣告客戶及代理商相關培訓覆蓋率

56%

廣告內容負面反饋率同比下降

B 站努力成為連接廣告主與用戶、廣告主與創作者之間的堅實橋樑。我們通過規範化的直播帶貨體系，為 UP 主提供多元、可持續的商業化路徑，並落實嚴格的選品標準與審核機制，助力廣告主以更原生、更受信任的方式融入社區生態，推動平台商業生態的長期健康發展。





目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



信息安全與私隱保護

B 站通過體系化治理、流程化管控、技術能力優化和安全意識培育，將數據保護融入業務運營的每一個環節，確保用戶與創作者的數據安全，讓每一次訪問與互動都安心無憂。

信息安全

我們致力於構建一個能主動識別、快速響應、持續進化的安全防護體系，將安全能力融入業務運營的各個環節。報告期內，公司未發生重大數據泄露或私隱投訴事件。

完善體系化治理

B 站建立了由董事會、數據安全與私隱保護委員會及專項工作小組構成的三級信息安全治理架構¹⁵，確保戰略決策與有效執行的貫通。我們制定了覆蓋 100% 業務線的統一政策體系，確保業務運營嚴格遵守國家法律法規。同時，通過《哔哩哔哩安全合規治理總綱》《哔哩哔哩個人信息保護管理辦法》等十餘項內部制度¹⁶，我們將安全要求落實到日常運營中。為保障管治有效性，我們引入獨立第三方機構進行年度審計與風險評估，確保體系合規性。

加強流程化管控

B 站建立完善的數據全生命週期管理體系，並持續提高數據系統防禦能力。我們對所有公網接口均依據數據敏感度進行分級分類管控，並針對敏感數據傳輸強制加密。同時，我們制定了標準化的數據泄露應急響應流程，確保任何潛在事件都能被快速發現並有效處置。

為加強外部環節的管控，我們要求合作方 100% 簽署數據安全協議 / 承諾函，開展數據安全盡職調查並定期審查其數據保護制度，共同守護用戶在價值鏈條中的數據安全。

優化技術能力

為有效落實全流程數據安全管理，我們自主研發了 DSL¹⁷ 文件檢測引擎、離線分析引擎等核心安全平台，並構建覆蓋大模型安全與終端防護的全棧技術能力，系統化保障信息安全與數據風險可控。2025 年，90% 以上¹⁸ 的公司業務持續獲得 ISO 27001 信息安全管理體系、ISO/IEC 27701:2019 私隱信息管理體系、ISO/IEC 29151 個人身份信息保護管理體系等外部認證。

培育安全意識

2025 年，B 站舉辦了以「保護重要數據，養成安全習慣」為主題的信息安全週活動。我們採用線上結合線下的形式，通過知識問答、釣魚攻防演練等趣味方式，將數據分類、應急響應等專業知識融入互動體驗中。

2025 年

100%

外部合作方簽署數據安全相關協議 / 承諾函

私隱保護

我們以「合法、公正、透明、責權一致、最小必要」等八大原則¹⁹為綱領，系統化推進私隱保護工作：

制度層面

持續更新《哔哩哔哩私隱政策》，清晰告知用戶個人信息的收集、使用與保護方式，保障用戶知情權與選擇權；除獲得用戶授權或為滿足法律法規要求外，我們不從第三方收集且不向第三方共享、轉讓個人信息。

用戶權益層面

提供便捷的個人信息查詢、更正和刪除渠道，並設立針對未成年人的特殊保護措施。

技術層面

採用加密、匿名化等多種技術手段，確保數據在存儲、傳輸與處理過程中的機密性與完整性。

此外，我們面向 UP 主群體實施「雙重個人信息保護²⁰」機制，在內部數據訪問與外部合作中均設立嚴格隔離與審批流程，並開設專屬投訴渠道，全方位守護創作者的私隱權益。



用戶溝通與關懷

B 站通過高效的客服體系與暖心的心理支持項目，持續回應用戶需求，讓幫助觸手可及，讓關懷更有回響。

客戶服務與溝通

2025 年，B 站通過技術研發與服務升級，打造更智能、更高效的用戶支持網絡。報告期內，用戶滿意度平均得分達 4.05 分（滿分 5 分），同時針對用戶不滿意的部分，我們結合打標籤與會話 VOC 進行定向分析，明確優化方向。客服團隊²¹通過樣本抽樣深度挖掘用戶不滿意的具體誘因，制定改善策略，協同培訓、流程、業務等團隊對客服人員進行能力提升，並針對非人為因素推動流程優化與產品迭代，持續提升用戶滿意度。

AI 智能客服

我們持續迭代 AI 智能客服系統，通過海量服務對話的語料訓練，優化系統應答策略，覆蓋更廣泛的用戶場景，為用戶提供及時、精準的幫助。2025 年，在實際的客服過程中，我們的 AI 智能客服能夠準確解析用戶的模糊、口語化表達，並給出邏輯清晰、方案詳實的回覆。

賦能業務協同

我們將自研客服系統與內部核心業務平台進行深度集成，客服人員無需切換後台，即可實時查詢稿件狀態、商業訂單、活動詳情等信息，快速定位問題，提升跨部門協同效率。

在此基礎上，我們將系統能力延伸至專項服務場景。一方面，我們為 UP 主提供了稿件全鏈路查詢與專屬標識體系；另一方面，我們升級了用戶評價體系，將服務反饋與客服績效、產品優化及 AI 模型迭代直接掛鉤，由此形成「服務產生數據—數據驅動優化—優化反哺服務」的閉環。

守護用戶體驗

我們構建了覆蓋全體用戶的「傾聽—理解—解決—超越」完整服務流程，認真聽取用戶感受，深入理解內在需求，推動問題高效解決並提高服務保障閉環，為用戶帶來可信賴的溫暖體驗。面向 UP 主，我們更配備了專屬服務團隊與人工通道，提供「一單到底」的全流程跟進與主動經營支持。UP 主體驗保障團隊深度分析投訴原因，定期輸出《UP 主服務體驗洞察報告》，推動、跟蹤、驗證各責任部門的優化措施。



01 創造社區價值

優質內容與技術創新

活躍社區與商業安全

信息安全與私隱保護

用戶溝通與關懷

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

能量加油站

自 2019 年上線以來，能量加油站始終致力於為用戶提供專業、及時、匿名的心理支持，建立起平台與用戶之間一次次真實的連接與守護。六年來，能量加油站在無數個需要傾聽的時刻默默守護：從最初建立信任開始，已有超過 42 萬人主動進入在線對話尋求幫助，更有 88 萬人與能量加油站達成了更加「親密的關係」，讓陪伴變得更加深入；在危機干預方面，我們通過專業疏導挽救了近 1,400 人的極端行為，並聯合警方開展了 3,200 餘次生命救援，為身處絕望邊緣的生命爭取了寶貴希望；與此同時，2025 年我們繼續用虛擬主播的方式擴大陪伴的邊界，全年舉辦 70 餘場直播，為 15 萬人提供了負面情緒開導。

2025 年，能量加油站

累計幫助

4.0 萬+

用戶進行情緒疏導

專業化服務升級

2025 年，心理疏導團隊全面啟用新的情緒疏導方法論，並通過新增「心情模式」、話題討論區等功能實現能量加油站的煥新迭代，為用戶提供更個性化的疏導選擇。此外，我們通過具備心理學專業背景與相關工作經驗的心理疏導團隊，持續為用戶提供專業、及時的心理支持，並創作 60 多期泛心理科普視頻內容，幫助用戶更好地識別自己的情緒，成為用戶可信賴、可停靠的心靈港灣。

社會暖心聯動

2025 年，能量加油站與上海市楊浦區檢察院達成合作，建立「未成年法律援助」轉介機制，為陷入困境的青少年搭建從心理幫扶到專業法律援助的橋樑，讓平台的溫暖力量融入更堅實的社會支持網絡。

能量加油站：守護每一個需要傾聽的靈魂



@ 能量加油站

粉絲數：89 萬



提升 行業價值

哔哩哔哩始終堅持創作者優先，為優質創作者們提供展現才華、茁壯成長的沃土。我們亦關注人才建設，為員工職業發展提供資源支持和清晰路徑。同時，我們攜手志同道合的夥伴開展深度交流與協作，推動內容行業的健康發展。

● 堅持創作者優先

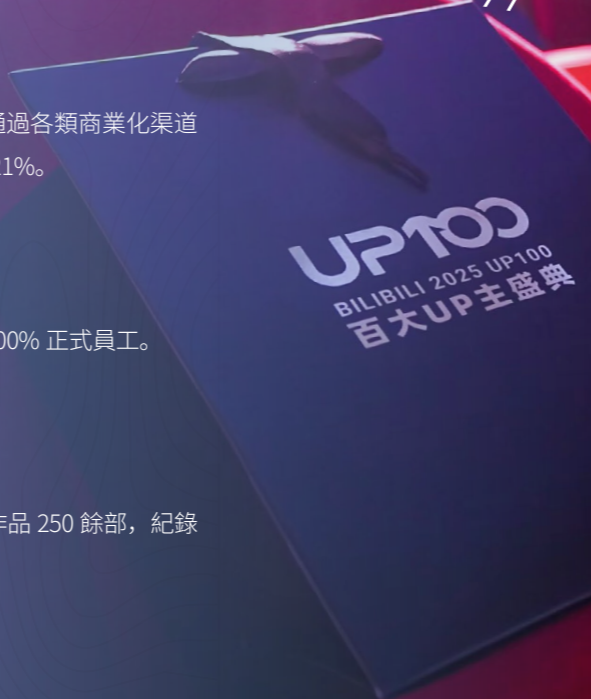
2025 年，有近 300 萬 UP 主在 B 站通過各類商業化渠道獲得收入，UP 主人均收入同比增長 21%。

● 人才保障與多元發展

2025 年，B 站員工福利體系已覆蓋 100% 正式員工。

● 與行業夥伴共發展

截至 2025 年底，B 站累計出品國創作品 250 餘部，紀錄片 180 餘部。



02

堅持創作者優先

B 站為優質創作者搭建舞台，讓更多好內容「被看見」。2025 年，我們圍繞成長賦能、權益保障與商業共贏，持續構建覆蓋創作者全生命週期的賦能體系，讓每一種才華都被珍視，每一份熱愛皆有回響。

UP 主畫像

B 站鼓勵來自不同地區，擁有多元背景的 UP 主自由展現才華與創意，為創作者打造一個開放、包容的平台。2025 年，B 站月均活躍 UP 主數量約 400 萬，月均視頻投稿量達 2,400 萬，同比增長 15%，展現出持續繁榮的創作生態。

2025 年



400 萬

月均活躍 UP 主數量

2,400 萬

月均視頻投稿量

活躍 UP 主性別分布比例

- 男性
- 女性

36%

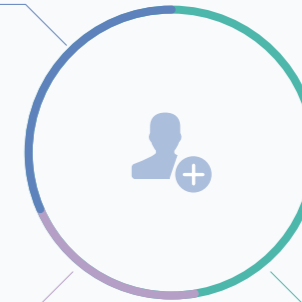


64%

活躍 UP 主年齡分佈比例

- 18-23 歲
- 24-30 歲
- 31 歲 +

34%



22%

44%

UP 主賦能與支持

我們通過構建從工具支持、運營陪伴到權益保障的全鏈路賦能體系，持續見證並助力著創作者的成長。從新人 UP 主的首次投稿，到持續創作五年以上的資深作者，再到擁有百萬粉絲的頭部力量，清晰的平台成長路徑與扶持機制，正幫助越來越多的創作者將興趣轉化為事業，與社區共同繁榮。



2025 年 B 站各粉絲層級的 UP 主數量

分層運營與深度溝通

我們為不同成長階段的 UP 主提供針對性的運營支持，從新人創作者的「千粉訓練營」，到中腰部創作者的熱點助推與日常答疑，再到頭部創作者的專屬運營和定製化服務，我們始終陪伴並助力 UP 主的成長。

我們持續加強社群連接，構建緊密的 UP 主互動網絡。2025 年，B 站舉辦了 12 場線下「UP 主交流日」，實現了 600 多位創作者的跨圈碰撞。同時，我們通過線上創作營、直播答疑等活動，助力創作者之間的經驗分享與情感聯結，全年累計互動超 14 萬人次。

創作工具與資源支持

我們為 UP 主提供多維度創作支持，全方位賦能 UP 主創作。

創作學院課程

從視頻拍攝到運營的全鏈路技能，幫助 UP 主提高創作能力

稿件診斷與粉絲畫像分析功能

精準洞察用戶偏好，使內容創作更有方向

自研 AI 輔助工具

協助 UP 主完成腳本生成、視頻剪輯、智能配音等，並對投稿全鏈路進行升級提速

堅實的權益保障

我們為 UP 主建立了完善的權益保護機制，通過「UP 主版權保護計劃」與一鍵維權功能，持續監測並處理侵權稿件，守護原創成果。同時，我們的「音樂指紋」功能，幫助創作者便捷完成素材確權與授權，有效化解版權顧慮。此外，我們進一步優化投訴流程並提升主動打擊能力，為創作者營造一個更加安心的創作環境。

2025 bilibili 百大 UP 主

我們繼續圍繞「專業性、影響力、創新性」三個維度，評選出平台最具代表性的百大 UP 主。這一評選，既是對持續深耕多年的資深創作者的激勵，也代表著對新銳力量的官方認可。2025 年的榜單中，有 18 位 UP 主已在 B 站堅持創作超過 10 年，累計發佈視頻近 4.9 萬支，總時長超 99 萬分鐘，充分體現了創作者與平台共同成長、長期投入的深厚積累。與此同時，還有 27 位新銳 UP 主首次入選，為 B 站的內容生態注入了持續煥新的活力。

10 年 UP 主，不設限的創作長跑



@-LKs-

粉絲數：433 萬

十年前，UP 主 @-LKs- 在 B 站上傳了他的首條視頻，從最初的遊戲內容創作，到後來逐步延伸至原創音樂、數碼評測、生活記錄、旅行分享及鬼畜創作等多元內容領域。十年間，他和平台一起成長，持續創作鮮明個人風格的內容，影響力不斷擴大，與用戶和社區建立了深刻的情感連接。



02 提升行業價值

堅持創作者優先

人才保障與多元發展

與行業夥伴共發展

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

UP 主商業化

B 站致力於為不同類型的 UP 主開闢適合其特色的商業化渠道，讓每一位認真創作的創作者都能獲得收入。在 B 站認真記錄生活、科普前沿技術的創作者可以通過有感染力、說服力的廣告內容獲得收入；粉絲為充電視頻付費則讓 UP 主直接感受到用戶對優質內容的認可與支持，將情感連接轉化為實際回報；虛擬主播等特色創作者能夠借助直播互動、禮物打賞以及周邊衍生獲得豐富的商業機會；泛知識類 UP 主通過課程銷售、付費專欄實現知識變現，而手工、園藝等小眾領域的匠人也能利用「工房」等平台電商工具，讓作品直接觸達興趣相投的粉絲。2025 年，我們重點提升各個渠道的變現效率，報告期內，有近 300 萬 UP 主在 B 站通過各類商業化渠道獲得收入，UP 主人均收入同比增長 21%。



2025 年

~300 萬

21%

通過各類商業化渠道獲得收入的 UP 主數量

UP 主人均收入同比增長

UP 主 @ GenJi 是真想教會你：AI 知識溢價賦能品牌傳播



@ GenJi 是真想教會你

粉絲數：327 萬

UP 主 @GenJi 是真想教會你憑藉高口碑系列《AI 進化論》，以「論文級」硬核內容與電影級敘事，在 B 站構建了深厚的技術話語體系。在與理想汽車、AMD 等品牌合作中，他將前沿科技融入宏大敘事，跳出單一參數指標，迎合企業在 AI 時代的轉型需求，賦予品牌深刻的思想底蘊。這種基於高品質內容的信任背書，實現了品牌傳播從「傳統廣告」向「精品知識內容」的華麗轉型，展現了硬核科普內容在商業化進程中傳遞知識價值與商業溢價的雙重潛力。

UP 主 @ 渤海小吏：歷史科普的充電視頻樣本



@ 渤海小吏

粉絲數：418 萬

UP 主 @ 渤海小吏以通俗的語言和「說書式」風格，撥開安史之亂的烽煙，精講《西游記》原著，讓歷史保持新鮮，讓思考變得有趣。憑藉紮實的內容功底，他於 2025 年 8 月首發充電視頻，將妙趣橫生的專業知識解讀轉化為用戶付費內容，其充電視頻上線後受到粉絲的喜愛，截至 2025 年末，超 15 萬用戶為其充電視頻進行付費，累計流水超 300 萬元，成為 B 站知識區「內容即商業」的新範本。

UP 主 @ 雨哥到處跑：直播整活的「商業化標杆」



@ 雨哥到處跑

粉絲數：380 萬

UP 主 @ 雨哥到處跑以「把生活玩成彩蛋」的爆笑整活風格著稱，擅長與好友組隊闖關、探秘演唱會與 F1 賽場，記錄無劇本的真真實高能體驗。2025 年，他充分發揮「整活」創意，將品牌植入與趣味內容自然融合，為某電商平台定製了 12 小時直播《被 AI 硬控的一天》，多次登上 B 站直播人氣榜 TOP1，點讚人數超 155 萬，成為 B 站 UP 主直播變現的新樣本。



人才保障與多元發展

人才是企業創新與成長的源動力，B 站持續建設多元、平等、包容且充滿成長機遇的職場環境，讓員工與公司一起蓬勃發展。

多元、平等與包容

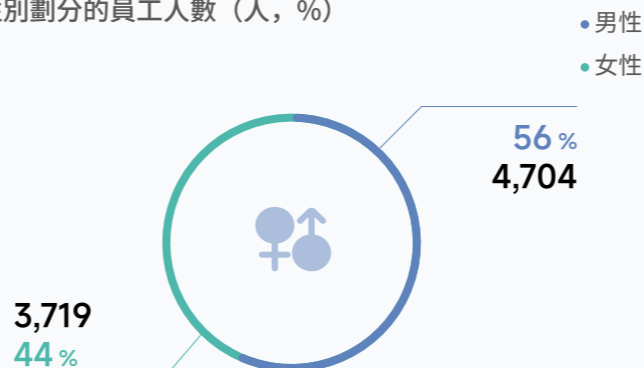
我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》等法律法規與國際勞工準則，堅決反對任何形式的歧視、騷擾、強迫勞動或使用童工，有效保障員工的合法權益。一旦發現此類情況，我們將根據相關法律法規和內部政策採取嚴格措施。

2025 年，我們持續完善無障礙辦公設施，並為包括殘疾人士在內的各類群體提供平等的就業與發展機會。同時，我們構建了多渠道、開放式的內部溝通機制²²，通過 HR 系統、內部社區及定期的管理層交流，確保每一位員工的聲音都能被傾聽，每一個訴求都能通過正式渠道得到及時響應與公正處理。

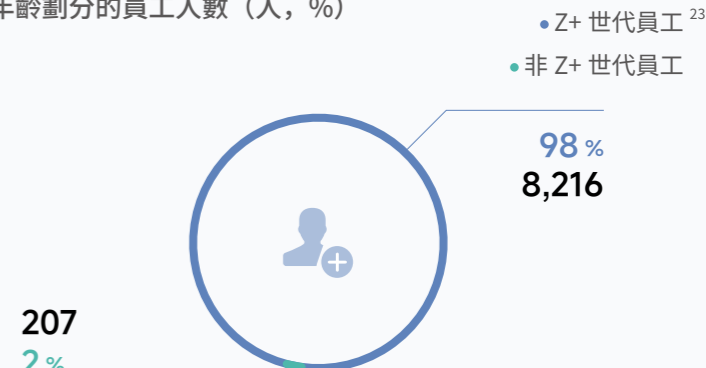


報告期內，B 站正式發佈並實施《員工多元化政策》，致力於打造包容、多元的工作環境，確保所有員工在招聘、薪酬、發展和晉升中獲得公平對待。同時，我們也持續關注管理層與員工的性別比例，推動女性員工佔比保持在合理水平。截至 2025 年底，B 站員工總數 8,423 人，女性員工佔比達到 44%，各類別員工的具體分佈情況如下圖所示：

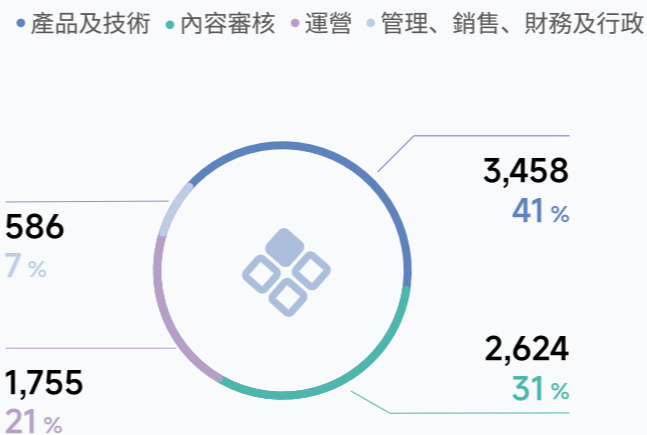
按性別劃分的員工人數（人，%）



按年齡劃分的員工人數（人，%）



按業務類型劃分的員工人數（人，%）



按地區劃分的員工人數（人，%）





員工發展

我們重視員工與公司的共同成長，並通過體系化的培訓項目與學習平台，為員工鋪設了清晰的能力提升路徑。2025 年，B 站各類培訓項目覆蓋約 90% 的正式員工，員工的平均受訓時長²⁴ 達 13 小時²⁵。

B 站員工培訓項目（部分）

B-STAR——校招生專屬培養計劃

系統化融入培訓、業務實踐與高管交流，助力新生代快速完成角色轉變，夯實長期發展基礎。

UP 計劃——基層管理者培養與發展項目

累計開展 15 期，系統提升基層管理者團隊帶領與業務管理能力，為公司儲備堅實的中堅力量。

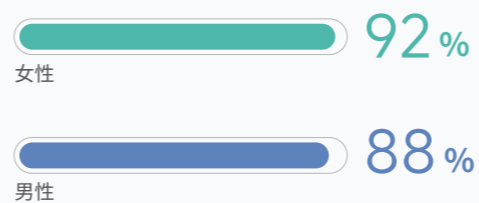
Ready UP——核心骨幹培養與發展項目

開展跨部門項目與戰略研討，培養高潛力骨幹員工應對複雜挑戰的視野與能力。

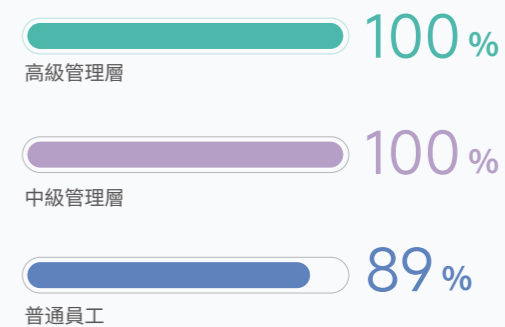
B-Link——內訓師認證項目

挖掘培養內部專家，開發 50 餘門課程，促進跨團隊的學習與交流。

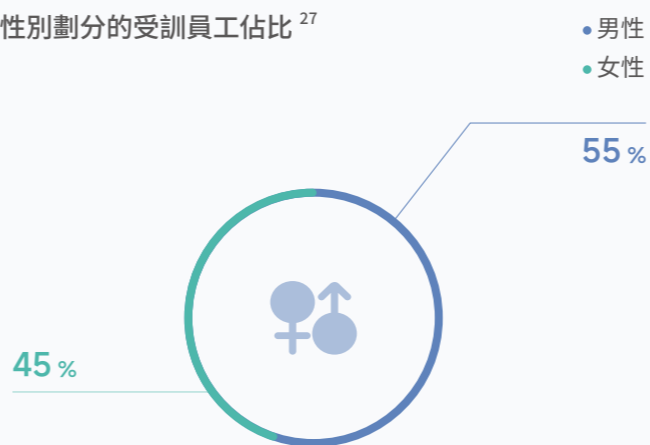
按性別劃分的全員培訓比例²⁶



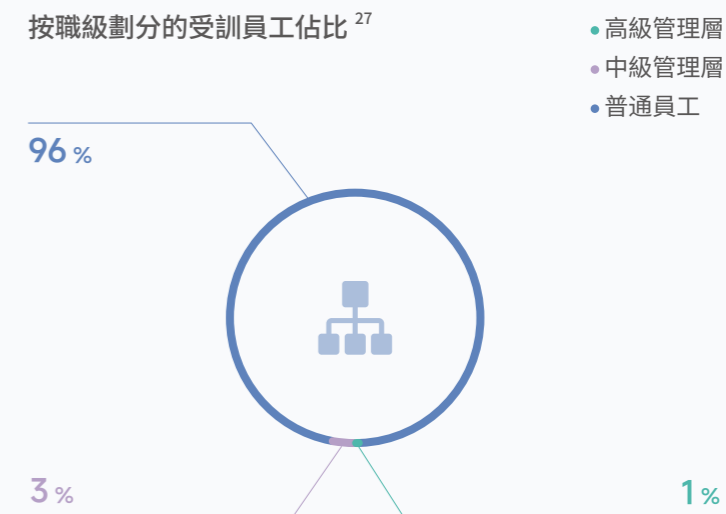
按職級劃分的全員培訓比例²⁶



按性別劃分的受訓員工佔比²⁷



按職級劃分的受訓員工佔比²⁷





薪酬與晉升

我們秉持「以能定級、以級定薪、以功定績、以績定獎」的原則，建立公平、透明且有市場競爭力的薪酬與績效體系。

2025 年，我們進一步優化了績效管理制度，將 360 度評估範圍擴展至全體員工，使評價更為全面客觀。同時，我們全面推行 OKR²⁸ 管理工具，促進目標對齊與高效協同。

此外，為支持員工的職業探索與長期發展，我們持續優化「活水計劃²⁹」，有效實現公司人才流轉，充分激發組織活力，為員工匹配契合自身發展的成長平台。



自評維度包括半年度業績產出、價值觀、領導力等

開展覆蓋全體員工的 360 度評估，對員工進行全方位綜合評價

管理者基於 360 度評估結果對員工績效進行等級評定和文字反饋，並由上級主管逐層校準最終結果

將績效評估結果反饋給員工，共同探討員工未來提升方向和改進計劃，並提供充分指導與支持

員工如對考核結果有異議，可在系統內提出申訴並進入申訴處理流程，由 HR 部門介入調研和處理

B 站績效評估流程

職業健康與安全

B 站嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》，將員工的健康與安全置於首位。我們完善應急預案、定期組織消防演練等安全活動，持續提升工作環境的安全系數與員工的自我保護能力。

消防安全演練



為提升員工消防安全意識和應急處置能力，2025 年 B 站組織開展了消防應急演練活動，通過模擬突發火災場景，組織員工按照既定疏散路線迅速、有序撤離，並開展滅火器實操演示與演練，幫助員工掌握初期火災撲救和自我防護要點。





員工福利

我們相信，好的福利既是對員工切身需求的回應，也是對個體價值的尊重。我們的福利體系涵蓋基礎生活、學習成長、家庭關懷與健康守護等維度，並通過彈性工作製、寵物友好環境及豐富的員工社團等舉措，為員工營造溫暖有人情味的工作環境。

入職福利

- 入職禮包

週年紀念

- 公司週年慶
- 生日禮

特色假期

- 福利年假
- 兒童節
- 三八國際婦女節

專有福利

- 餐費補貼
- 全勤獎金
- 交通補貼
- 節假日下午茶
- 員工家庭日
- 時令節日禮盒
- 大會員福利
- 員工社團

員工關懷

- 婚假
- 產假
- 產檢假
- 陪產假
- 多胞胎生育假
- 喪假
- 婚育禮金
- 喪葬禮金
- 母嬰室
- 員工慰問金

保險保障

- 養老保險
- 工傷保險
- 醫療保險
- 生育保險
- 失業保險
- 補充商業保險

員工住房

- 住房公積金

健康安全

- 健康體檢
- 帶薪病假
- AED (自動體外除顫儀)
- 專業健康諮詢
- 健康應援屋

節日活動

- 元旦
- 新年
- 情人節
- 元宵節
- 婦女節
- 花朝節
- 母親節
- 520 活動
- 兒童節
- 父親節
- 端午節
- 七夕節
- 中秋節
- 萌節
- 程序員節
- 萬聖節
- 聖誕節

休閒娛樂

- 遊戲區
- 茶水間
- 健身房

B 站員工福利體系

2025 年

600 場+
特色員工活動

2,600 人+
自主社團在社員工數量

100%
員工福利體系覆蓋率

2025 年，B 站員工福利體系覆蓋 100% 正式員工，累計開展特色員工活動 600 餘場，自主社團在社人數超過 2,600 人。我們始終關注每一位夥伴的身心健康，通過升級商業醫療保險、擴大保障範圍，並提供年度健康體檢與各類健康促進福利，為員工健康保駕護航。同時，我們設立了 24 小時員工心理諮詢熱線與員工支持計劃（EAP 計劃），全年為 363 人次提供了專業心理支持。

公司工會作為員工堅實的後盾，持續提供法律諮詢、醫療保障等多維支持。我們的愛心雲社³⁰互助基金，承載了 B 站人之間深厚的同伴情誼，截至 2025 年底，已有 5,803 名員工加入愛心雲社，累計為 17 名遇到困難的夥伴提供了溫暖及時的幫助。



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

02 提升行業價值

堅持創作者優先

人才保障與多元發展

與行業夥伴共發展

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



與行業夥伴共發展

2025 年，我們在繼續強化可持續供應鏈管理的同時，積極支持原創內容，開展行業交流，將負責任的影響力從平台內部延伸至更廣泛的產業生態。

可持續供應鏈

報告期內，我們進一步完善覆蓋供應商全週期的管理體系，將環境保護、勞工權益與商業道德要求深度融入合作流程。在具體實踐中，我們與夥伴共同落實 ESG 標準。

環境維度

優先選擇使用綠色能源、承諾並控制 PUE³¹ 水平的數據中心供應商，鼓勵其採用創新節能技術，攜手降低碳足跡³²

社會維度

倡導並監督合作夥伴遵循《國際勞工組織關於工作中基本原則和權利宣言》，共同保障安全、平等的工作環境

治理維度

要求全部供應商³³ 簽訂《商業道德承諾書》，對違規行為採取零容忍態度，築牢合規合作底線

截至 2025 年底

11,611 家

供應商數量

供應商按地區分佈情況

- 中國內地
- 中國港澳台及海外地區

10,438
90%



1,173
10%





賦能原創生態

B 站積極扶持優質國創和紀錄片內容，為好創意提供從孵化到 IP 運營的全鏈路支持，讓更多優秀作品從 B 站走向更廣闊的舞台。

★ 國創：打造具有全球影響力的動畫內容

國創動畫是 B 站內容生態的核心組成部分，我們持續通過創作扶持、內容孵化與全球發行，推動國產原創動畫生態不斷繁榮。截至 2025 年底，B 站累計出品 250 餘部國創作品。

2025 年 11 月，B 站舉辦 2025—2026 國創動畫作品發佈會，集中發佈 40 部國創作品儲備，既有《凡人修仙傳》《中國奇譚 2》等代表性續作與新篇，也有《仙劍奇俠傳四》《難哄》等多部新作動畫化項目，展現出 B 站在拓寬題材邊界、推動中國動畫表達上的持續投入。



B 站持續通過扶持計劃為原創動畫儲備新生力量。截至 2025 年，「尋光計劃」已累計為 316 部高校作品提供資源與資金支持，孵化的原創動畫短篇集《膠囊計劃》已播出三季，逐步成長為兼具口碑與行業影響力的原創 IP。

此外，B 站積極推動優質國創作品走向更廣闊的國際市場，並在全球範圍內獲得認可和讚譽。截至 2025 年底，海外發行國創作品累計 177 部，通過 15 種本地化字幕和 11 種語言配音打破文化隔閡。

📈 IP 運營：從內容價值到多元體驗

B 站通過全球發行與多元化開發，持續挖掘並釋放成熟 IP 的長期價值。2025 年，我們圍繞《時光代理人》等熱門 IP，舉辦全真人巡迴音樂演出、影院點映、主題活動、快閃店及聯名商品等多樣化的線下活動，將線上內容的情感連接延展至線下消費場景，讓 IP 影響力在多元體驗中持續生長。



📽️ 紀錄片：記錄真實，傳遞價值

B 站始終將紀錄片作為傳遞真實價值的重要載體，並通過「探照燈計劃」與「恆星計劃」激發題材創作靈感，挖掘創作產能，並持續培育優質創作生態。截至 2025 年底，B 站累計出品超 180 部優質紀錄片，並將 5,000 多部涵蓋自然、人文、社會等多元領域的紀錄片帶給平台用戶。

「探照燈計劃」

聚焦社會紀實選題孵化，2025 年第四屆項目設立多元賽道並增設學生專項獎勵，為《與龍共舞》《尋找那輛車》等作品提供從資金、製作到宣發的支持。

「恆星計劃」

聚焦具有創新性和深度的紀錄片創作，聯合專業團隊持續打造兼具品質與影響力的標杆作品。

通過持續扶持真實、多元的紀實表達，B 站不斷提升紀錄片內容的社會價值與行業影響力，2025 年，B 站獲評中國紀錄片學術盛典頒發的「年度平台」獎項。



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

02 提升行業價值

堅持創作者優先

人才保障與多元發展

與行業夥伴共發展

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄



對外溝通交流

B 站持續加強與外部的技術交流與行業對話，通過內容分享與線下活動相結合的方式，與開發者社區、內容創作者及行業夥伴保持深度互動，推動經驗共享與生態共建。

線上技術分享：沉澱實踐，反哺行業

通過持續輸出技術內容，B 站將內部實踐轉化為行業共享的知識資產，與開發者社區共同成長。2025 年，B 站將多個業務場景的技術經驗梳理成文，覆蓋後端、前端、運維安全、大數據、AI 等領域，為行業提供可參考的技術案例。

- 《2025 B 站春晚直播——技術保障複盤》
- 《B 站在 KMP 跨平台的業務實踐之路》
- 《Index-AniSora 技術升級開源：動漫視頻生成強化學習》
- 《大模型時代：AI 網關的智能連接與場景對接》

線下深度對話：共創內容生態未來

2025 年 7 月，B 站舉辦「V 聚場 YOUNG 未來」主題活動，邀請互聯網內容創作者、行業代表與 AI 領域創始人共聚一堂，探討人工智能發展趨勢，並通過 UP 主與達人的創作分享激發新的內容靈感。



同創 社會價值

哔哩哔哩將環境友好理念融入日常運營，推動節能減排與綠色實踐，並持續通過社區建設與公益實踐，履行社會責任，共同推動社會的可持續發展。

● 環境友好與綠色理念

2025 年，B 站所有租賃核心數據中心的年均 PUE 值進一步降低至 1.22，平台中環保、低碳、垃圾分類等相關視頻播放量達 234 億次。

● 社區發展與社會責任

截至 2026 年 3 月底，B 站公益平台累計籌款額突破 3,700 萬元；截至 2025 年底，累計支持建設 8 所鄉村學校，共計 7,647 名在讀學生。



03

環境友好與綠色理念

B 站將綠色低碳發展融入日常運營與社區生態建設。2025 年，我們系統管理氣候風險，持續降低自身環境足跡，並借助內容生態傳播環保理念，讓綠色低碳的工作與生活方式觸手可及。

應對氣候變化

為應對全球氣候變化帶來的挑戰和機遇，B 站遵循氣候相關財務披露工作組（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 即 TCFD）框架與聯交所披露要求，從治理、策略與實踐、風險管理、指標與目標四個維度，開展科學有效的氣候評估與管理。

治理

B 站建立由董事會、ESG 委員會、ESG 工作組構成的氣候治理三級架構，由董事會監督審閱公司戰略中的氣候相關風險與機遇，由 ESG 委員會領導工作組定期開展氣候風險識別與評估，落實應對舉措，並向董事會進行年度匯報。同時，我們將氣候量化指標納入相關人員績效評估，並為管理層提供氣候相關主題培訓，持續提升我們的氣候風險治理能力。

策略

B 站依據 TCFD 框架開展氣候披露與管理，並結合公司發展規劃，將時間維度設定為短期（1~2 年）、中期（3~5 年）和長期（6 年及以上）。我們採用聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）和國際能源署（IEA）數據集，選取不同氣候情景，評估氣候風險與機遇對運營、財務及可持續發展的影響。

風險與機遇類別		評估時間	氣候情景選擇
實體風險	急性 慢性		RCP 1.9 ³⁴ / RCP 6.0 ³⁵
轉型風險	政策和法律 技術 市場 聲譽	短期：2026 年—2027 年 中期：2028 年—2030 年 長期：2030 年以後	IEA STEPS ³⁶ / IEA NZE 2050 ³⁷
機遇	推動能效提升 產品與服務優化		

評估時間與氣候情景選擇



氣候相關風險和機遇概述

我們分別對三個時間維度下的不同氣候情景進行模擬，並結合運營點地理分佈、業務特性、外部監管要求、行業發展水平等因素，綜合分析出實體風險、轉型風險與機遇的影響程度，更多詳情請見附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果。基於氣候情景分析結果，我們制定並不斷完善氣候管理策略，持續提升公司應對氣候變化風險的能力。

氣候相關風險 / 機遇	影響 / 機遇描述	應對舉措
颱風、暴雨	颱風、暴雨可能破壞公司的基礎設施，影響業務運營的穩定性	從「事前預防、事中響應、事後跟進」三個層面建立極端天氣應急管理機制
平均氣溫上升	用電高峰期延長，辦公及數據中心製冷需求上升，可能帶來能耗壓力	通過優化空調使用、加強能耗監測等，緩解高溫對能耗的影響，並持續完善數據中心節能運行與巡檢機制
碳排放成本提高	氣候相關政策與監管趨嚴，可能對用能管理、信息披露提出更高要求	持續關注氣候與能源相關政策動態，逐步完善內部能耗管理與信息披露能力，降低合規風險
向低碳技術轉型的成本	隨著能源和低碳轉型持續推進，公司需要加大對低碳技術的投資	在數據中心建設及招標中優先考慮節能型設備與方案，平衡成本與節能效果 通過設置獎懲機制鼓勵數據中心供應商優化 PUE 水平並使用清潔能源
市場對綠色環保企業的關注度提升	用戶對綠色和環保理念的傾向可能會需要公司提升綠色品牌文化屬性	鼓勵 UP 主創作綠色低碳主題的內容，為環保相關的視頻提供流量助推 積極推動 B 站遊戲、視頻、紀錄片等內容與綠色和環保教育之間的聯動
利益相關方對負面反饋日益關注	利益相關方越來越關注公司在應對氣候變化方面的行動和進展	健全氣候風險管理體系，開展相應的舉措，並定期公開披露相關績效
推動能效提升	通過能源管理，降低能耗與運營成本，並減少溫室氣體排放	通過加強數據中心巡檢、推動能耗數據監測與分析等，提升能源使用效率 聯合供應商使用 AI 工具，對數據中心製冷系統進行智能建模與優化
產品與服務優化	通過綠色運營和服務，打造低碳企業形象，提高市場競爭力	以優質內容為載體，持續傳播綠色理念，並開展低碳相關公益項目，提升用戶信任度，形成企業競爭力

基於我們對氣候風險的識別與評估，2025 年，我們在數據中心管理、日常辦公以及價值鏈合作中繼續積極開展綠色實踐，與各方夥伴一起邁向更加可持續的未來。

綠色數據中心

2025 年，我們所有租賃核心數據中心的年均 PUE 值降低至 1.22。同時，我們引入 AI 能效優化工具，對製冷系統進行智能建模與策略調優。採用智能控制後，空調負載系數平均下降 13%。

綠色辦公

在日常運營中，我們優選高能效設備，並通過數字化能耗監測系統，對全國辦公點的水、電消耗進行可視化管理，積極落實垃圾分類與資源回收，確保廢水、廢氣及固體廢棄物的合規排放，最大限度降低環境影響。同時，我們提供接駁班車，並倡導低碳通勤，攜手員工在日常辦公與生活中踐行綠色理念。

綠色價值鏈

會員購業務中，我們優先與使用輕質、環保、可再生材料的倉儲物流服務商合作，減少包裝材料用量、提升循環利用率。同時，我們將綠色節能納入數據中心供應商管理要求，優先選用具備綠色節能技術與能源管理系統的數據中心供應商，並通過 PUE 獎懲機制激勵其使用清潔能源，共建低碳價值鏈生態。

風險管理

B 站逐步將氣候風險納入公司整體風險管理流程，並建立氣候風險與機遇管理機制，提升氣候風險應對能力，保障業務的持續穩定運行。



指標與目標

B 站作為非生產性企業，溫室氣體排放主要來源於辦公運營和價值鏈活動產生的間接排放（範圍二與範圍三），不涉及汽油、柴油、天然氣等直接能源使用產生的溫室氣體排放（範圍一）。報告期內，我們的主要能源消耗及溫室氣體排放數據如下表所示：

類型	關鍵績效指標	單位	2025 年
能源使用	外購電力	千瓦時	11,898,130
	綜合能耗 ³⁸	噸標煤	1,462
	綜合能耗密度 ³⁹	噸標煤 / 百萬元人民幣	0.05
溫室氣體排放（範圍二） ⁴⁰	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	6,315
	溫室氣體排放密度 ³⁹	噸二氧化碳當量 / 百萬元人民幣	0.21
資源使用	水資源 ⁴¹		
	水資源使用	噸	72,314
	水資源消耗密度 ³⁹	噸 / 百萬元人民幣	2.38
	包裝材料		
	包裝材料使用總量	噸	2,983
	包裝材料使用密度 ⁴²	噸 / 百萬元人民幣	1.51

2025 年，我們進一步完善範圍三的溫室氣體排放核查工作，相關統計結果如下表所示：

類型	關鍵績效指標	單位	2025 年
溫室氣體排放（範圍三） ⁴³	外購商品和服務	噸二氧化碳當量	345,598
	資本商品	噸二氧化碳當量	5,032
	燃料和能源相關活動	噸二氧化碳當量	220
	商務差旅	噸二氧化碳當量	3,260
	員工通勤	噸二氧化碳當量	1,124



傳播環保理念

B 站充分發揮平台的內容生態活力與社區凝聚力，以年輕化、創意化的方式推動環保理念深入人心。從線上內容傳播到線下活動推廣，再到跨界公益合作，我們持續將綠色理念轉化為可感知、可參與的行動。

優質內容 x 綠色理念



我們鼓勵並扶持 UP 主圍繞環保主題開展多元創作，同時積極推廣《我們的國家公園》《地球脈動3》等優質環保紀錄片，通過生動的影像傳遞生態保護知識。2025 年，平台內與環保、低碳、垃圾分類等相關視頻播放量達 234 億次，為環保話題在社區的深入討論提供了豐富的內容土壤。



▶ 《我們的國家公園》

經典遊戲 x 環保公益



我們持續將業務實踐與傳遞環保理念深入融合，從我做起，以更有趣味的內容吸引用戶關注生態健康。2025 年，B 站的獨家代理遊戲《碧藍航線》持續參與生態環保公益，支持「一億棵梭梭」荒漠治理項目，並通過遊戲主題內容引導玩家關注生態修復。



▶ 【碧藍航線 8 週年】特別企劃「種下億棵梭梭」——《碧藍航線》×SEE 基金會 × 哔哩哔哩公益

2025 年

234 億次

綠色、低碳、垃圾分類相關視頻播放量

創作者 x 守護地球



2025 年，我們聯合北京市企業家環保基金會發起高校環保短視頻征集計劃，吸引 93 所高校創作者參與，推動環保話題在年輕群體中廣泛傳播。從遊戲公益到校園創作，B 站以創新形式匯聚年輕力量，共同踐行可持續的生活方式。



▶ 守護地球的 N 種方式——哔哩哔哩公益 2025 自然保護特別企劃

社區發展與社會責任

B 站秉持「助力 Z+ 世代成為有理想、有本事、有擔當的年輕人，讓公益成為他們生活的一部分」的公益願景，持續發揮平台優勢，積極開展公益實踐，支持鄉村教育、關懷弱勢群體、傳播社會正向能量。

打造公益平台

「[哔哩哔哩公益平台](#)」是我們踐行社會責任的核心樞紐，也是一個連接億萬年輕用戶與專業公益機構的信任橋樑。B 站始終遵循《中華人民共和國慈善法》等法律法規，建立嚴格的「三審三查」制度⁴⁴，並制定《哔哩哔哩公益平台項目運營規則和指引》，確保從項目准入、籌款到執行的全流程規範且透明。

截至 2026 年 3 月底，平台累計幫助 115 個精心篩選的公益項目，覆蓋教育助學、濟困救災、特需關愛、人文自然等廣泛領域，讓每一份善意都能規範、高效地轉化為切實的社會福祉。

截至 2026 年 3 月底

累計籌募善款總額

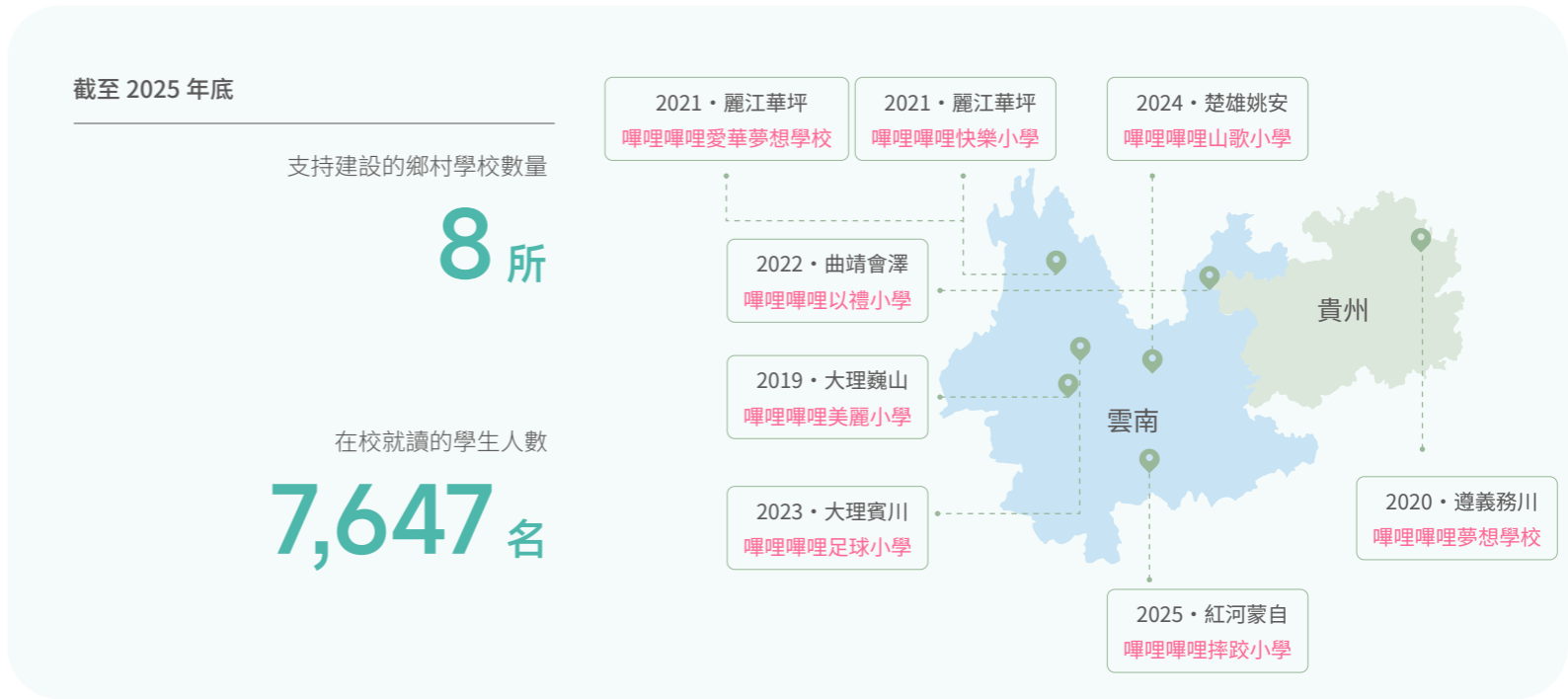
3,700 萬元 +

累計參與捐贈的用戶數量

135 萬人次 +

助力鄉村教育

教育是推動社會均衡發展、實現鄉村振興的重要保障。B 站通過「資源投入 + 人才支持 + 文化賦能」的特色模式，深度推動鄉村學校發展。我們尊重每一片土地的文化土壤，為每所學校量身定製特色發展方向。2025 年，我們持續為愛華夢想學校、足球小學、山歌小學等 7 所學校提供教育支持，並共建了第 8 所鄉村學校哔哩哔哩摔跤小學。截至 2025 年底，共有 7,647 名學生在我們支持建設的鄉村學校就讀。我們深信，一磚一瓦蓋起的不僅是明亮的教室，更是孩子們心中生生不息的希望與遠方。





哔哩哔哩摔跤小學

在雲南省紅河哈尼族彝族自治州蒙自市多法勒村，摔跤作為延續多年的民間傳統體育活動，已深深紮根於當地文化生活中。2025 年，B 站在當地建設哔哩哔哩摔跤小學，關注到學校以摔跤為特色的體育教育需求，通過捐贈專業訓練器材、補足教練資源、提供賽事支持等方式，助力學校特色教育的系統化發展。同年 11 月，在 B 站的助力下，哔哩哔哩摔跤小學的孩子們首次參與全國青少年國際式摔跤公開賽並勇奪冠軍，實現了從鄉村操場到全國賽場的理想跨越。



哔哩哔哩山歌小學

雲南省楚雄彝族自治州姚安縣馬遊村是彝族民族史詩「梅葛」非遺的發源地。自 2024 年哔哩哔哩山歌小學建立以來，我們始終圍繞「山歌」這一非遺傳承，支持當地的教育發展。2025 年，山歌小學的孩子們在當地公益春日山歌會上與歌唱家龔琳娜老師同台演出，並從山村教室走向中國網絡視聽盛典舞台，用歌聲傳承文化，更在一次次綻放中建立自信。經過我們不懈的努力，遠山的歌聲正在被越來越多人聽見，哔哩哔哩山歌小學項目也獲評「中國新媒體公益 2025 十大優秀案例」，見證了我們攜手照亮理想的又一個腳印。



B 站員工與鄉村小學孩子的筆友之約

2025 年，B 站公益平台啟動書信筆友計劃，為鄉村兒童心理健康發展架起一座紙短情長的橋樑。我們面向內部員工公開招募志願者，經過選拔與培訓，最終 49 名員工正式與各所哔哩哔哩參與建設的鄉村學校小朋友結成筆友。在為期一年半的書信陪伴中，他們通過持續的情感交流與正向引導，讓孩子們在遠方的文字裡感受到被看見、被支持的溫暖。

哔哩哔哩快樂獎學金

我們的「哔哩哔哩快樂獎學金」持續將用戶發送的「哈哈」彈幕轉化為公益資金，精準投向鄉村學校的興趣社團、學生個性成長和教師創新項目。截至 2025 年底，哔哩哔哩快樂獎學金為 43 個校園興趣社團、3 個個性成長小組和 30 個教師創新項目提供支持。

截至 2025 年底

快樂獎學金累計發放

143 萬元





傳播正向能量

B 站堅持打造充滿正向能量與多元價值的視頻內容生態，鼓勵創作者通過有溫度、有深度的內容，為用戶提供前沿的科技與知識、廣泛的興趣話題和生動的人物故事，同時，我們積極倡導將人文關懷和社會觀察融入內容，以內容社區的影響力，助力歷史文物保護、展現中華文化魅力、為弱勢群體發聲、倡導公益行動，讓每一份善意，都能在社區裡生根發芽，長成一片茂密森林。

2025 年

興趣愛好類視頻播放量

642 億次

在 B 站學習專業知識的用戶數量

2.3 億

每天在 B 站觀看科技相關視頻的用戶數量

~1,600 萬

助力文物保護

文物保護，是對歷史的守護，更是面向未來的文化接力。B 站用數字化技術、創意內容與社區力量，喚醒更多人對文化遺產的珍視，讓穿越千年的文明記憶，成為激勵當下的精神力量。

當電競少年成為「文物守塔人」



2025 年，B 站連續第二年支持「山西大學 BLG 文物守塔人獎學金」，累計資助 36 名文物與遺產保護專業學生，鼓勵更多青年投身文化守護事業。12 月，BLG 電子競技俱樂部成員代表前往山西大學，與獲獎學生面對面交流。



BLG 守塔人獎學金都誰拿到了



弘揚傳統文化

B 站用陪伴支持非遺創作者，用鏡頭記錄即將消失的技藝，用創意為古老文明打開一扇青春的窗口，讓傳統文化在年輕一代心中真正紮下根來。

非遺傳承人的「青春邀請函」



B 站通過「創作者激勵計劃」等系統性支持，為非遺傳承人提供官方認證、開設專屬頻道，並設立 # 非遺復興計劃 # 專題，讓木雕、刺繡、地方戲曲被更多人看見。我們聯合出品《泥的名字》《舞台上的中國》等紀錄片，用彈幕科普、用戶翻譯，讓古老手藝擁有青春的語境。從此，非遺不再只是博物館裡的展品，而是年輕人生活裡可以觸摸的溫度。



《泥的名字》



關愛罕見病群體

2025 年，在國際罕見病日、全國助殘日、重陽節等重要節點，我們與超過 170 位 UP 主并肩而行，圍繞罕見病人群關愛主題等各類公益議題創作的視頻，累計獲得超 1.1 億次播放量。多年來，B 站推動各類公益議題的傳播與討論，匯聚溫暖關注，連接孤島成星海。

為「萬分之一的不凡人生」點亮星光



2025 年國際罕見病日，B 站攜手病痛挑戰基金會發起「國際罕見病日特別企劃——遇見萬分之一的不凡人生」活動，邀請 @特效小哥 studio 等多位 UP 主，用 cosplay 改造的方式，幫助罕見病朋友變身他們熱愛的動漫角色。鏡頭前，他們不再是「病人」，而是被看見、被欣賞的「不凡人生」。每一次變身，都是一次與世界對話的新起點。



國際罕見病日特別企劃

守護殘障人群

我們相信，真正的關懷，藏在每一次彎腰、每一首歌、每一個平等對視的瞬間裡。我們不刻意「標注」特殊，而是用具體而微的行動，讓所有人都被自然看見、被真心接納。

盲道守護活動：讓每一程都安心抵達



全國助殘日期間，B 站發起 #守護盲道# 倡議，攜手合木創新中心、貓耳 FM，聯動上百位創作者共同發聲，開展「盲道守護行動」。我們邀請每一位路過的人，順手移開佔用盲道的單車，共同守護視障人群的出行安全。一次彎腰，就是一次對世界的溫柔改變。讓每一次簡單的行動，都成為讓城市更友好的一小步。



盲道守護行動

倡導公益行為

B 站利用平台影響力，借助優質內容，持續推廣公益傳播，讓每一份善意都能落地生根、持續生長。

優質 IP 聯動：讓好故事成為公益的擴音器



2025 年，我們聯動《閃閃的兒科醫生 3》《凡人修仙傳》等 10 部高影響力作品，圍繞困境青少年、欠發達地區女童、殘障人士及生態環境保護等群體和議題展開深度敘事與倡導。其中，《凡人修仙傳》帶動用戶為「希望工程 1+1 助學行動」項目捐款超過 50 萬元，展現了優質 IP 強大的社群凝聚力與公益動員力。



《凡人修仙傳》

企業管治

哔哩哔哩以完善的治理架構為基礎，持續強化商業道德與風險管控，並高度重視知識產權保護。同時，我們將可持續發展理念深度融入日常運營，積極探索可持續的 ESG 發展路徑，攜手利益相關方共同創造長期價值。

● 責任管治

截至報告期末，B 站正式員工已 100% 簽署《反腐敗反舞弊承諾書》，報告期內，我們要求供應商 100% 簽署《商業道德承諾書》。

● ESG 管治

B 站建立以董事會為最高責任機構的 ESG 治理架構，並將 ESG 相關指標納入 ESG 工作組成員的績效考核體系，確保可持續發展理念的有效實施。



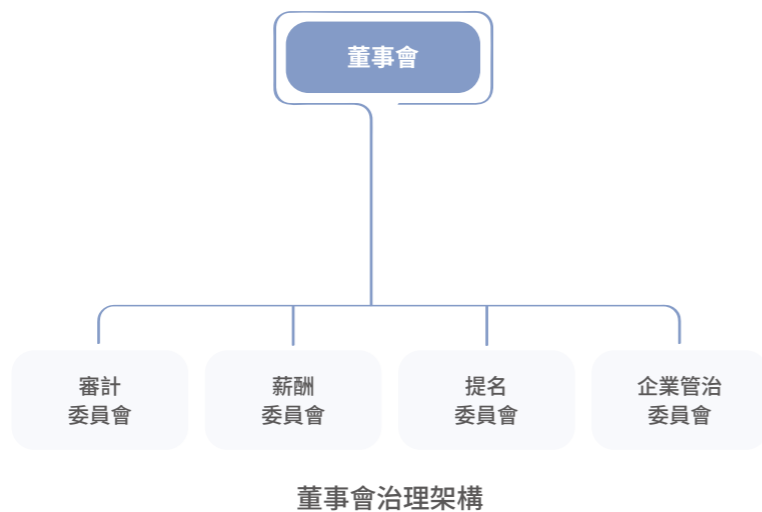
責任管治

B 站堅持責任經營，在完善的公司管理架構下，不斷落實商業道德和風險管控舉措，強化知識產權保護。

治理架構

董事會是公司戰略方向與管治實踐的最高責任機構。我們堅信，專業、多元且具有獨立性的董事會，是公司做出科學決策、應對複雜挑戰的核心。我們的董事會下設審計、薪酬、提名及企業管治四個委員會⁴⁵，對公司的財務報告、薪酬激勵、董事提名及企業管治等進行獨立、嚴格的監督。

在董事遴選過程中，我們綜合考量專業背景、行業經驗、性別多元化及獨立性。目前，董事會成員在互聯網科技、金融投資、企業治理及法律合規等領域均具備深厚資歷。2025 年，我們組織了面向全體董事及高管的專題培訓，內容涵蓋最新監管動態、ESG 風險管理及最佳治理實踐，持續提升治理層的履職能力。



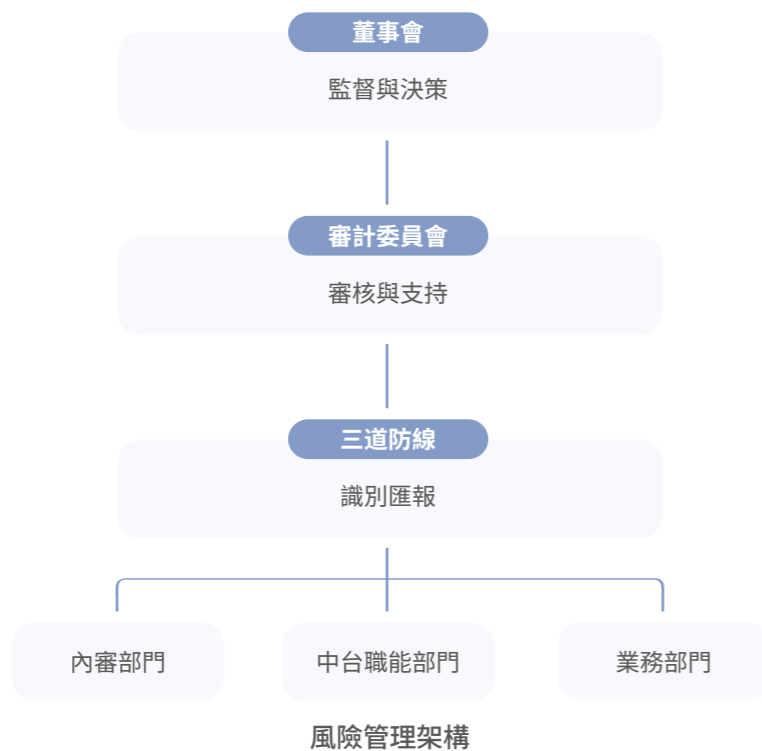
姓名	性別	職位 / 職責及責任	行業專家	風險專家	財務專家	人力專家
陳睿	男	董事會主席兼首席執行官	✓	✓		
李旻	女	董事會副主席兼首席運營官	✓			✓
徐逸	男	創始人、董事兼總裁	✓			
甘劍平	男	獨立董事	✓	✓		
何震宇	男	獨立董事		✓	✓	
李豐	男	獨立董事	✓	✓		
丁國其	男	獨立董事			✓	✓

董事會成員



風險管控

我們將風險管控視為公司的核心競爭力之一，建立了覆蓋戰略、財務、運營及合規的多層次風控體系⁴⁶。



董事會承擔風險管控的最終責任，管理層下設專門委員會負責統籌。我們通過定期的 SOX 自評、內部專項審計及與第三方機構的合作，實現對全業務線的風險掃描。2025 年，我們形成了《專項風險清單》，並建立了從識別、評估、上報到整改驗證的閉環管理機制。

我們致力於將風險意識融入企業文化。報告期內，我們針對內審中發現的共性問題和潛在風險，開展了 70 餘場專項培訓與訪談，提升各業務部門的風險自我識別與防範能力。

商業道德

我們恪守商業道德高標準，對任何形式的貪污、賄賂、舞弊及不正當競爭行為堅持「零容忍」態度。

制度與政策

我們建立了完善的商業道德管理體系，以《嗶哩嗶哩商業行為與道德守則》為綱領，並配套《反舞弊和監察制度》《業務招待費管理辦法》等十餘項細則。2025 年，我們全面更新了《嗶哩嗶哩職業道德與行為規範》。截至報告期末，正式員工已 100% 簽署《反腐敗反舞弊承諾書》。在合作夥伴管理上，我們優化了《商業道德承諾書》，並不斷擴大簽署要求覆蓋率。報告期內，我們要求 100% 供應商³³ 簽署《商業道德承諾書》。報告期內，公司未發生任何壟斷、不正當競爭和洗錢事件。

截至 2025 年底

正式員工《反腐敗反舞弊承諾書》簽署率

100%



培訓與舉報

我們將商業道德相關課程納入新員工入職必修環節。2025 年，我們組織了覆蓋全體員工⁴⁷ 的專項培訓與意識宣貫，結合案例解析最新監管要求，並組織全體員工開展利益衝突申報。我們設立了多元、保密的舉報渠道⁴⁸，並建立了由「合規官」、自律委員會等多方參與的調查機制，嚴格保護舉報人。報告期內，公司查處並移送司法機關 2 起職務犯罪案件，展現了捍衛廉潔環境的決心。

舉報渠道安全易用

- 在線平台
- 匿名郵件
- 電話熱線



舉報信息多方受理

- 業務、職能部門負責人
- 嗶哩嗶哩「合規官」
- 自律委員會



舉報人員身份保護

- 嚴格保密舉報信息
- 規範限制內容權限
- 積極協助備份取證



知識產權保護

B 站重視各類知識產權及創新研發成果的保護，不斷加強知識產權管理能力建設，建立了貫穿全流程的知識產權保護體系。

知識產權保護體系建設

- 制度規範完善：**優化《哔哩哔哩知識產權體系內部審核控制程序》《實體產品知識產權佈局策略指引》等內部制度，為知識產權管理與風險防控提供清晰指導。



專利佈局與風險預防

- 重點功能專利分析：**圍繞自有「彈幕」功能進行專利佈局和風險監控，並繪製專利戰略地圖。
- 海外專利佈局與風險預警：**結合出海需求整體規劃專利佈局，並引入集中審查渠道縮短授權週期。系統梳理海外專利風險點，並建立預警與訴訟防禦機制。
- 人工智能領域知識產權保護：**開展 AIGC 領域的專利分析與預警監控，積極申請相關技術專利，並為員工和創作者組織專項培訓。

能力建設與意識宣貫

- 知識產權保護培訓：**將知識產權保護納入新員工入職培訓體系，並組織相關業務員工常態化開展內外部知識產權保護培訓。
- 創新激勵：**發佈《哔哩哔哩創新成果管理及獎勵制度 2.0》，開展 2025 年「最佳發明人」、哔哩哔哩技術專利評選等活動。



2025 年 B 站知識產權大事件

「彈幕開關」外觀設計專利
第二十五屆中國外觀設計優秀獎

「蒙版彈幕」發明專利
上海知識產權創新獎（專利三等獎）

2025 年上海市
知識產權維權項目

優秀高價值專利培育項目

開源創新發展推進中心初始成員

報告期內，B 站各類知識產權授權情況如下：

	項目	2024 年	2025 年
專利	授權專利總量	2,143	2,548
	年度新增授權專利數量	862	407
版權	登記版權總量	3,017	3,238
	年度新增登記版權數量	249	221
商標	註冊商標總量	8,909	9,064
	年度新增註冊商標數量	216	155

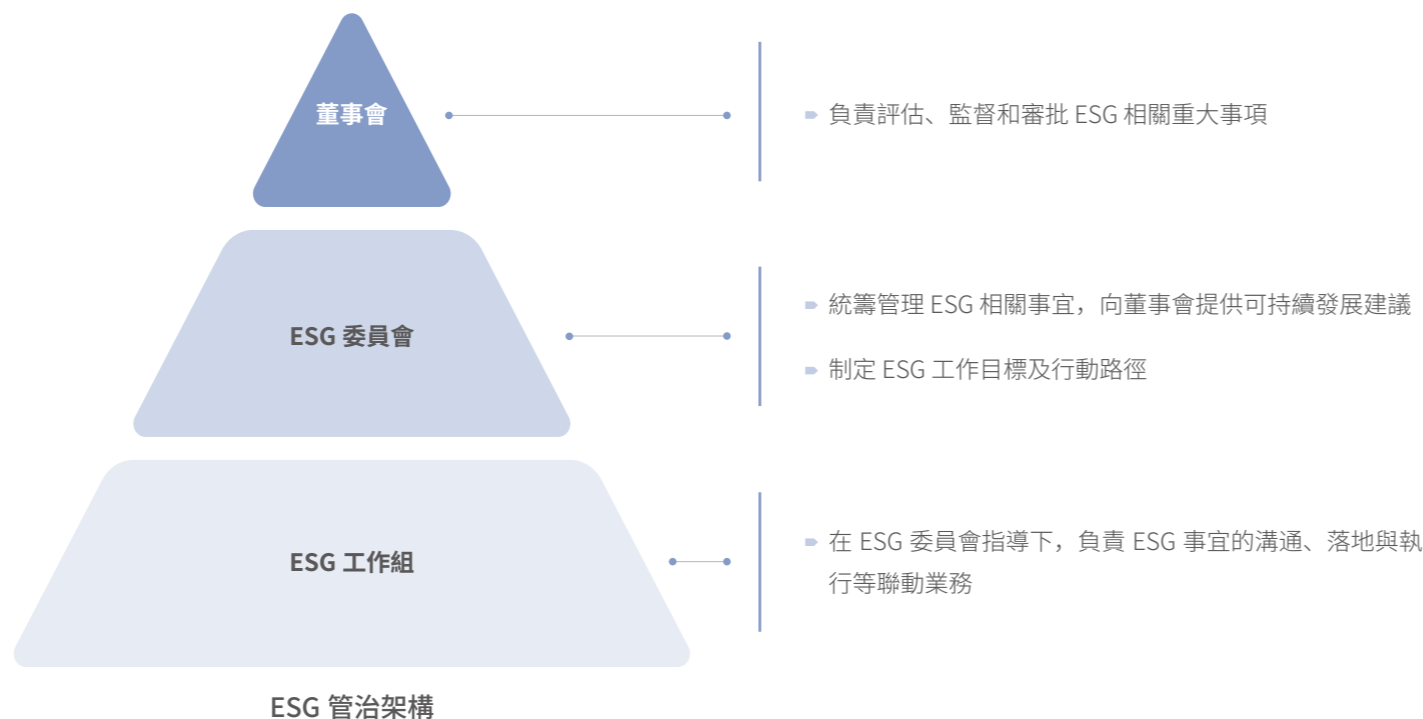


ESG 管治

B 站將可持續發展理念融入日常運營和管理中，在完善的 ESG 治理架構指導下，積極與利益相關方溝通，不斷增強公司 ESG 管理水平。

ESG 治理架構

B 站建立了以董事會為最高責任機構的 ESG 治理架構，並授權 ESG 委員會統籌管理 ESG 相關事宜。ESG 委員會依據國內外 ESG 動態與利益相關方期望，制定 ESG 行動路徑，並由 ESG 工作組具體推進落實。同時，我們將 ESG 相關指標納入 ESG 工作組成員的績效考核體系，以確保可持續發展理念的有效實施。



董事會聲明

董事會肩負總體責任

董事會作為 B 站 ESG 戰略及相關事務的最高責任機構，定期審視並識別公司在運營中面臨的 ESG 風險與機遇。在董事會指導下，ESG 委員會結合公司實際發展需要，負責制定 ESG 戰略、目標與實施方針，並系統推進相關部署的落實執行。

ESG 風險識別

ESG 委員會作為公司可持續發展事務的執行機構，持續關注全球可持續發展趨勢及內外部利益相關方訴求，系統識別、評估與梳理運營中面臨的 ESG 風險議題，並制定相應應對方案。同時，委員會通過定期審查與機制優化，持續夯實 ESG 管治基礎，切實提升治理效能。

ESG 目標監督

ESG 委員會秉承企業可持續發展的理念，積極深化與各利益相關方的協作，充分融合其關切及國際社會關注的焦點議題，系統規劃公司 ESG 工作的目標與行動路徑，為可持續發展提供動力。



利益相關方溝通

我們堅持通過多元化渠道加強與各利益相關方的聯結，並始終以開放包容的態度，積極尋求更深層次的協作，攜手各方共同致力於可持續發展的未來。

利益相關方	利益相關方關注的議題	溝通與回應方式	頻率 / 次數
股東和投資者	<ul style="list-style-type: none"> 持續穩定的業務增長 企業管治與風險管控 合規運營 能源管理與碳排放 	<ul style="list-style-type: none"> 股東大會 定期報告與公告 投資人交流日 投資者郵件及會議溝通 投資者關係網站及微信小程序 	<ul style="list-style-type: none"> 定期股東大會 4次季度業績溝通會及1次投資人日活動 參加全球投資者峰會超50場 股東 / 投資人現場調研溝通超500場 股東 / 投資人線上溝通超300場 投資者關係網站及微信小程序實時更新
政府和監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 合規運營 數據與私隱保護 信息安全 能源管理和碳排放 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 項目合作 監督檢查 來訪接待 安全事件匯報 	<ul style="list-style-type: none"> 日常溝通與匯報 不定期現場監督檢查
用戶	<ul style="list-style-type: none"> 用戶體驗 信息安全 數據與私隱保護 產品質量 負責任營銷 青少年防沉迷 	<ul style="list-style-type: none"> 用戶反饋渠道 公司網站及社交媒體互動 管理政策及用戶協議 	<ul style="list-style-type: none"> 實時反饋溝通 不定期更新管理制度及相關措施
員工	<ul style="list-style-type: none"> 員工權益保護 員工健康安全 員工培訓與發展 多元平等 	<ul style="list-style-type: none"> 內部辦公系統 內部溝通會 定期調研反饋 線上線下培訓活動 	<ul style="list-style-type: none"> 員工面談一年不少於4次 每月至少1次員工關愛活動 員工與高級管理層的全員交流一年不少於4次
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 互利共贏 公平競爭 供應商賦能 	<ul style="list-style-type: none"> 邀標 / 商業競價 項目採購 合同與協議 實地考察 線上及線下公司間拜訪交流 行業大會 	<ul style="list-style-type: none"> 依據業務類型開展多次業務溝通、專項討論會議及實時問題探討 基於採購項目的溝通 非項目制的泛化溝通與交流活動
社區	<ul style="list-style-type: none"> 能源管理和碳排放 公益項目 社區投資 	<ul style="list-style-type: none"> 社區活動 公司網站及社交媒體活動 發起和投入公益項目 	<ul style="list-style-type: none"> 專職公益部門負責鄉村公益教育項目 社區活動包括聯動社區參與義工活動、自發組織的公益活動等，一年不少於1次 B站公益官方賬號定期更新 通過公益平台累計支持115個項目籌款，覆蓋老人、兒童、殘疾人、野生動物等受助對象

重大性議題判定

B 站每年至少開展一次重大性議題回顧與更新工作，旨在全面把握並及時應對與公司戰略、運營及 ESG 目標相關的重要關切。今年公司參考資本市場 ESG 關注熱點、國內外行業最佳實踐，結合內外部利益相關方溝通與公開信息收集，共識別出 18 項 ESG 相關議題。本報告圍繞以上議題，重點呈現 2025 年度公司在環境、社會及管治層面的表現。

經濟

- | | | |
|-------------|-------------|----------|
| 1 內容安全與質量 | 4 AI 賦能內容生態 | 7 可持續供應鏈 |
| 2 私隱保護與信息安全 | 5 社區氛圍 | 8 負責任營銷 |
| 3 企業管治與合規運營 | 6 知識產權保障 | 9 產品創新 |

社會

- | | | |
|-----------|------------|----------|
| 10 員工健康安全 | 12 員工多元平等 | 14 社區公益 |
| 11 員工權益保障 | 13 員工培訓與發展 | 15 青少年保護 |

環境

- | | | |
|-----------|-------------|------------|
| 16 氣候變化風險 | 17 能源管理與碳排放 | 18 生物多樣性保護 |
|-----------|-------------|------------|

重大性議題列表

■ 經濟 🏠 社會 ● 環境



重大性議題矩陣



關於本報告

報告說明

本報告是哔哩哔哩股份有限公司（簡稱「哔哩哔哩」「B 站」「我們」「公司」或「本公司」）（美國納斯達克交易所股票代碼：BILI；香港聯合交易所股票代碼：9626）發佈的第六份年度環境、社會及管治報告（簡稱「ESG」）報告，旨在分享我們在 ESG 方面取得的進展和成果。

報告範圍

本報告業務範圍覆蓋哔哩哔哩股份有限公司及其全部子公司，時間範圍覆蓋 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（簡稱「報告期」）的信息和數據，部分信息超出此範圍將另行說明。

編制依據

本報告遵守香港聯合交易所有限公司《證券上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》中適用於報告期的相關要求，參考與回應聯合國可持續發展目標（SDGs）、全球領先評級機構 MSCI（明晟指數）ESG 評級以及標普全球企業可持續發展評估（CSA）關注的議題進行編寫。

資料來源

本報告的資料和案例主要來源於本公司的統計報告及相關文檔。我們承諾本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於 2026 年 4 月 13 日獲董事會通過。

報告獲取

本報告提供中英文版本供讀者參閱。基於對環境保護的考量，我們推薦閱讀電子版報告，電子版報告可在香港聯交所網站 - 哔哩哔哩股份有限公司「財務報表 / 環境、社會及管治資料」類別內或本公司投資者關係網站的 ESG 頁面獲取。

聯繫方式

我們十分重視利益相關方的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升環境、社會及管治表現。

郵件：ir@bilibili.com

電話：+86-21-2509-9255



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



附錄

附錄一：ESG 數據指標

環境指標⁴⁹

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年	
排放物				
溫室氣體排放 ^{40、43}	溫室氣體排放總量 (範圍一、二)	噸二氧化碳當量	6,315	6,637
	溫室氣體排放總量 (範圍三)	噸二氧化碳當量	355,234	98,538
	溫室氣體排放密度 (範圍一、二) ³⁹	噸二氧化碳當量 / 百萬元人民幣	0.21	0.25
資源使用				
水資源 ⁴¹	水資源使用	噸	72,314	65,417
	水資源消耗密度 ³⁹	噸 / 百萬元人民幣	2.38	2.44
能源	外購電力	千瓦時	11,898,130	12,366,975
	綜合能耗 ³⁸	噸標準煤	1,462	1,520
	綜合能耗密度 ³⁹	噸標準煤 / 百萬元人民幣	0.05	0.06
包裝材料	包裝材料使用總量	噸	2,983	3,125
	包裝材料使用密度 ⁴²	噸 / 百萬元人民幣	1.51	1.54

社會指標

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年	
僱傭				
僱員人數 - 性別劃分	男性	人	4,704	4,516
	女性	人	3,719	3,572
僱員人數 - 僱員類型劃分	全職	人	8,423	8,088
	兼職	人	0	0
僱員人數 - 年齡劃分	Z+ 世代員工	人	8,216	7,864
	非 Z+ 世代員工	人	207	224
僱員人數 - 地區劃分	上海	人	5,597	5,635
	成都	人	772	645
	南京	人	438	445
	武漢	人	460	407
	中國內地其他地區、中國港澳台及海外地區	人	1,156	956
僱員人數 - 業務類型劃分	產品及技術	人	3,458	3,632
	內容審核	人	2,624	2,247
	運營	人	1,755	1,646
	管理、銷售、財務及行政	人	586	563
僱員流失率 ⁵⁰	總流失率	%	11	17
僱員流失率 - 性別劃分	男性	%	10	17
	女性	%	13	16

目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



ESG 指標		單位	2025 年	2024 年
僱員流失率 - 年齡劃分	Z+ 世代員工	%	11	17
	非 Z+ 世代員工	%	5	10
僱員流失率 - 地區劃分	中國內地	%	13	18 ⁵¹
	中國港澳台及海外地區	%	2	11 ⁵¹
健康與安全				
過去三年（包括匯報年度）因工亡故人數		人	0	0
因工傷損失工作日數		天	186	425
發展及培訓				
全員培訓比例 ²⁶ - 性別劃分	男性	%	88	96
	女性	%	92	99
全員培訓比例 ²⁶ - 職級劃分	高級管理層	%	100	100
	中級管理層	%	100	80
	普通員工	%	89	98
受訓員工佔比 ²⁷ - 性別劃分	男性	%	55	50
	女性	%	45	50
受訓員工佔比 ²⁷ - 職級劃分	高級管理層	%	1	1
	中級管理層	%	3	1
	普通員工	%	96	98
平均受訓時數 ²⁴ - 性別劃分	男性	小時	11	31
	女性	小時	15	40
平均受訓時數 ²⁴ - 職級劃分	高級管理層	小時	38	36
	中級管理層	小時	17	16
	普通員工	小時	13	36
供應鏈管理				
按地區劃分供應商數目	中國內地	家	10,438	7,348
	中國港澳台及海外地區	家	1,173	1,052

ESG 指標		單位	2025 年	2024 年
產品責任				
因安全健康而召回的產品		個	0	0
關於產品及服務的投訴數目		萬起	12	11
知識產權保護				
專利	授權專利數量	項	2,548	2,143
	新增授權專利數量	項	407	862
版權	登記版權數量	項	3,238	3,017
	新增登記版權數量	項	221	249
商標	註冊商標數量	項	9,064	8,909
	新增註冊商標數量	項	155	216
私隱保護				
客戶對侵犯私隱的投訴事件		起	0	0
公司公開的數據保護政策的覆蓋範圍		%	100	100
信息安全 / 網絡安全				
數據安全培訓覆蓋率		%	100	100
信息安全審計工作（頻率）		次 / 年	4	4
反貪污				
已審結與貪污、舞弊訴訟相關的案件數量		起	2	2
反貪腐、反舞弊相關培訓	員工培訓覆蓋率	%	100	100
	董事會培訓覆蓋率	%	100	100
社區投資				
公益小學項目	累計建設公益學校數量	個	8	7
	累計快樂獎學金發放	萬元	143	129

目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



附錄二：適用的主要法律法規清單

於本報告期間，公司已遵守下述對其有重大影響的主要法律法規：

《中華人民共和國產品質量法》

《中華人民共和國婦女權益保障法》

《生成式人工智能服務管理暫行辦法》

《中華人民共和國標準化法》

《禁止使用童工規定》

《網絡暴力信息治理規定》

《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例》

《中華人民共和國社會保險法》

《中華人民共和國未成年人保護法》

《中華人民共和國專利法》

《中華人民共和國工會法》

《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》

《中華人民共和國著作權法》

《中華人民共和國安全生產法》

《大眾傳播媒介廣告發佈審查規定》

《中華人民共和國專利法實施細則》

《中華人民共和國職業病防治法》

《中華人民共和國慈善法》

《中華人民共和國環境保護法》

《中華人民共和國網絡安全法》

《慈善組織互聯網公開募捐信息平台基本管理規範》

《中華人民共和國環境影響評價法》

《互聯網信息服務管理辦法》

《慈善組織互聯網公開募捐信息平台基本技術規範》

《建設項目環境保護管理條例》

《計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法》

《聯合國反腐敗公約》

《中華人民共和國水法》

《中華人民共和國計算機信息系統安全保護條例》

《中華人民共和國水污染防治法》

《計算機信息系統國際聯網保密管理規定》

《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》

《中華人民共和國廣告法》

《中華人民共和國大氣污染防治法》

《中華人民共和國價格法》

《大氣污染物綜合排放標準》

《中華人民共和國反不正當競爭法》

《中華人民共和國節約能源法》

《中華人民共和國消費者權益保護法》

《中華人民共和國電力法》

《中華人民共和國電子商務法》

《中華人民共和國勞動法》

《中華人民共和國反壟斷法》

《中華人民共和國勞動合同法》

《互聯網廣告管理辦法》



附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

C 部分：「不遵守就解釋」條文

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			2025 環境、社會與管治報告	
環境				
A1: 排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢物的產生等的： (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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念	
	關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	不適用	
	關鍵績效指標 A1.2	[於 2025 年 1 月 1 日刪除]	/	
	關鍵績效指標 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）。	不適用	
	關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不適用	
	關鍵績效指標 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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念	
	關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢物的方法，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。	不適用	
	一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念	
	A2: 資源使用	關鍵績效指標 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）。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
		關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念	
關鍵績效指標 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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念	

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			2025 環境、社會與管治報告
A2: 資源使用	關鍵績效指標 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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	關鍵績效指標 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。	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
A4: 氣候變化	一般披露	[於 2025 年 1 月 1 日刪除]	/
	關鍵績效指標 A4.1	[於 2025 年 1 月 1 日刪除]	/
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。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 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僱員總數。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	附錄一
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。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	附錄一
	關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	附錄一
	關鍵績效指標 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。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展

目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			2025 環境、社會與管治報告
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。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	附錄一
	關鍵績效指標 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。	附錄一
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。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
	關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
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。	提升行業價值 - 與行業夥伴共發展
	關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	提升行業價值 - 與行業夥伴共發展
	關鍵績效指標 B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及相關執行及監察方法。	提升行業價值 - 與行業夥伴共發展
	關鍵績效指標 B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的管理，以及相關執行及監察方法。	提升行業價值 - 與行業夥伴共發展
	關鍵績效指標 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。	提升行業價值 - 與行業夥伴共發展
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。	創造社區價值 - 活躍社區與商業安全

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			2025 環境、社會與管治報告
B6: 產品責任	關鍵績效指標 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。	附錄一
	關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	創造社區價值 - 用戶溝通與關懷
	關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	企業管治 - 責任管治
	關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	不適用
	關鍵績效指標 B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	創造社區價值 - 信息安全與私隱保護
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。	企業管治 - 責任管治
	關鍵績效指標 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。	附錄一
	關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	企業管治 - 責任管治
	關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	企業管治 - 責任管治
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。	同創社會價值 - 社區發展與社會責任
	關鍵績效指標 B8.1	專註貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	同創社會價值 - 社區發展與社會責任
	關鍵績效指標 B8.2	在專註範疇所動用資源（如金錢或時間）。	同創社會價值 - 社區發展與社會責任

目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



D 部分：氣候相關披露

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	2025 環境、社會與管治報告	
管治	19 (a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構或個人的諮詢	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	19 (b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	20 可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	21 氣候相關風險和機遇對業務模式和價值鏈的當前和預期影響	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	22 氣候相關風險和機遇對發行人策略和決策的影響	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	23 先前各匯報期內按照第 22 段所披露計劃的進度	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
策略	24 氣候相關風險和機遇當前財務影響的定性和量化資料	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露
	25 氣候相關風險和機遇預期財務影響的定性和量化資料	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露
	26 策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性，以及如何及何時使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
風險管理	27 (a) (b) 用於識別、評估氣候相關風險和機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策；	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	27 (c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入整體風險管理流程，以及融入的程度如何	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
指標和目標	28 匯報期內的溫室氣體「絕」對總排放量，並分為：範圍 2 及範圍 3	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	29 計量溫室氣體排放的標準、方法及其他合理且有依據的資料	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	30 容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露
	31 容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	2025 環境、社會與管治報告	
指標和目標	32 涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露
	33 用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額	經評估，當前氣候風險的財務敏感度有限，公司將在現有定性分析基礎上逐步完善氣候財務影響量化分析能力，並將於未來適時披露
	34 是否及如何在決策中應用碳定價，及用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價	暫不適用
	35 氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策	同創社會價值 - 環境友好與綠色理念
	36 與業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特征有關的行業指標	暫不適用
	37 為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標及法律或法規要求發行人達到的任何目標	基於公司業務運營性質，溫室氣體排放影響較小，公司將持續跟蹤溫室氣體排放議題的發展動態，並於適當時候設立減排目標
	38 設定及審核每項目標的方法，以及如何監察達標進度	基於公司業務運營性質，溫室氣體排放影響較小，公司將持續跟蹤溫室氣體排放議題的發展動態，並於適當時候設立減排目標
	39 披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對其績效的趨勢或變化分析	基於公司業務運營性質，溫室氣體排放影響較小，公司將持續跟蹤溫室氣體排放議題的發展動態，並於適當時候設立減排目標
	40 就每一項披露的溫室氣體排放目標，其目標類型、覆蓋範圍、設定方法及碳信用使用情況	基於公司業務運營性質，溫室氣體排放影響較小，公司將持續跟蹤溫室氣體排放議題的發展動態，並於適當時候設立減排目標
	41 跨行業指標及行業指標的適用性	暫不適用

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

類型	氣候相關風險		潛在影響	時間維度	影響程度		應對舉措	財務影響
					RCP 1.9	RCP 6.0		
實體風險	急性風險	颱風、暴雨	颱風、暴雨可能破壞公司的基礎設施，影響業務運營的穩定性	短期	低	低	事前預防層面： 制定並執行《颱風暴雨 EOP》《極端天氣及地震災害應急預案》，明確預警、巡檢與響應機制 數據中心在降雨天氣下增加專項巡檢頻次（4 小時 / 次），重點覆蓋歷史漏水點位、屋面及外立面 事中響應層面： 在接到氣象預警後，迅速啟動應急預案，由負責人統一指揮，動態調整巡檢與運維安排 事後跟進層面： 複盤應急響應效果，持續優化巡檢標準與應急流程，以提高未來應對極端天氣事件的能力	<ul style="list-style-type: none"> 主要為應急演練、巡檢與管理投入，整體對運營成本影響較小
				中期	低	低		
				長期	低	中		
	慢性風險	平均氣溫上升	用電高峰期延長，辦公及數據中心製冷需求上升，可能帶來能耗壓力	短期	低	低		
				中期	低	低		
				長期	低	中		

類型	氣候相關風險		潛在影響	時間維度	影響程度		應對舉措	財務影響
					IEA STEPS	IEA NZE 2050		
轉型風險	政策和法律	碳排放成本提高	氣候相關政策與監管趨嚴，可能對用能管理、信息披露提出更高要求	短期	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 持續關注氣候與能源相關政策動態，逐步完善內部能耗管理與信息披露能力，降低合規風險 	<ul style="list-style-type: none"> 合規管理與披露成本增加
				中期	低	中		
				長期	中	中		



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註



類型	氣候相關風險	潛在影響	時間維度	影響程度		應對舉措	財務影響	
				IEA STEPS	IEA NZE 2050			
轉型風險	技術	向低碳技術轉型的成本	隨著能源和低碳轉型持續推進，公司需要加大對低碳技術的投資，可能會對現有經營模式產生影響	短期	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 開展全面的可行性調研與風險評估，在數據中心建設及招標階段，優先考慮節能型設備與解決方案（如高效冷凍機型），平衡成本與節能效果 強化控制數據中心供應商的 PUE 水平，通過設置獎懲機制鼓勵供應商使用清潔能源，發展節能技術 	<ul style="list-style-type: none"> 開展全面的調研評估以及前期技術評估與設備可能導致投入增加 綠色供應鏈的需求可能會造成供應商數量減少或公司採購成本增加
				中期	低	中		
				長期	中	中		
	市場	市場對綠色環保企業的關注度提升	用戶的綠色和環保理念的傾向可能會需要公司提升綠色品牌文化屬性	短期	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵 UP 主創作綠色低碳主題的內容，為環保相關的視頻提供流量助推 積極推動 B 站遊戲、視頻、紀錄片等內容與綠色和環保教育之間的聯動 	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵和宣貫產生的營銷費用可能導致成本增加
				中期	低	低		
				長期	低	中		
	聲譽	利益相關方對負面反饋日益關注	利益相關方越來越關注公司在應對氣候變化方面的行動和進展	短期	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 健全氣候風險管理體系，開展相應的舉措，並定期公開披露相關績效 	<ul style="list-style-type: none"> 為滿足利益相關方的低碳偏好，所採取的應對舉措可能導致運營成本增加
				中期	低	低		
				長期	中	中		

類型	氣候相關機遇	潛在機遇	時間維度	影響程度		應對舉措	財務影響
				IEA STEPS	IEA NZE 2050		
機遇	推動能效提升	通過持續降低 PUE，提高電力使用效率，可顯著降低單位算力的能耗與運營成本，同時減少溫室氣體排放	短期	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 通過加強數據中心巡檢、優化運維流程、推動能耗數據監測與分析，提升整體能源使用效率 聯合供應商使用 AI 工具，對數據中心製冷系統進行智能建模與優化 	<ul style="list-style-type: none"> 節能措施在帶來前期技術投入的同時，通過顯著降低用電量，實現長期運營成本的節約
			中期	中	中		
			長期	中	高		
	產品與服務優化	通過綠色運營和服務，打造低碳企業形象，提高市場競爭力	短期	低	低	<ul style="list-style-type: none"> 以優質內容為載體，持續傳播綠色理念，並開展低碳相關公益項目，提升用戶信任度，形成企業競爭力 	<ul style="list-style-type: none"> 良好的企業形象和市場競爭力可能帶來更多商業機會，提高公司收入
			中期	低	中		
			長期	中	高		



目錄

管理層致辭

亮點績效

獎項榮譽

創造社區價值

提升行業價值

同創社會價值

企業管治

關於本報告

附錄

附錄一：ESG 數據指標

附錄二：適用的主要法律法規清單

附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄四：氣候風險與機遇評估完整結果

附錄五：腳註

附錄五：腳註

- 1 本報告中的數據和信息，覆蓋的範圍時間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日；如有超出此範圍的信息或數據將另行說明
- 2 總時長：等於日活用戶數量乘以日均用戶使用時長
- 3 正式會員：指通過考試的用戶，可以使用彈幕、評論等互動社區功能；考試包括社區禮儀問題及自選興趣問題
- 4 LLM：即 Large Language Model, 大語言模型
- 5 截至 2025 年 12 月 31 日
- 6 截至 2026 年 3 月底
- 7 PUGV 內容：即 Professional Users Generated Videos，指具有創意以及一定的專業製作和編輯能力的用戶生成的視頻
- 8 中國 Z+ 世代：指在 1985-2009 年出生的人，又稱網絡世代、互聯網世代，統指受到互聯網、即時通信、短訊，MP3、智能手機和平板電腦等科技產物影響很大的一代人
- 9 本報告中各 UP 主粉絲數量統計截至時間均為 2026 年 4 月 7 日
- 10 B 站建立的完善社區管理機制包括公示與復盤、過程管控、社區共識與准入三大模塊，更多詳情請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 25 頁及《哔哩哔哩 2022 年環境、社會與管治報告》第 12 頁、《哔哩哔哩 2023 年環境、社會與管治報告》第 11 頁、《哔哩哔哩 2024 年環境、社會與管治報告》第 12 頁
- 11 黑灰產：指的是電信詐騙、釣魚網站、黑客勒索等利用網絡開展違法犯罪活動的行為
- 12 更詳細的 B 站青少年防沉迷系統功能和機制相關內容，請參考《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 36 頁
- 13 B 站往年完整的未成年人保護舉措，請參考《哔哩哔哩 2023 年環境、社會與管治報告》第 14 頁
- 14 B 站線上廣告審核標準及准入流程與要求：包括廣告准入標準與審核流程和巡檢回查處理機制，更多詳情請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 26 頁
- 15 三級信息安全架構：包括董事會、管理委員會以及工作小組，更多詳情請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 28 頁
- 16 B 站信息安全與私隱保護相關內控制度包括《哔哩哔哩安全合規治理總綱》《哔哩哔哩個人信息保護管理辦法》《哔哩哔哩合作方數據安全管理制度》《哔哩哔哩數據安全管理辦法》《哔哩哔哩安全審計管理制度》《哔哩哔哩安全事件應急響應制度》《哔哩哔哩數據分類分級指引》《哔哩哔哩數據個人信息留存政策》《哔哩哔哩用戶權利響應制度》等
- 17 DSL：即 Domain Specific Language，領域特定語言
- 18 以 ISO 信息安全認證覆蓋的業務的年度總營業收入計算，證書有效期為截至 2025 年 9 月
- 19 私隱保護八項原則：B 站從制度合規、用戶權益保障及技術安全全面性三個核心維度出發而制定的用戶私隱保護原則，更多詳情請見《哔哩哔哩 2024 年環境、社會與管治報告》第 17 頁
- 20 雙重 UP 主個人信息保護機制：包括內部數據保護和外部數據隔離，更多詳情請見《哔哩哔哩 2020 年環境、社會與管治報告》第 26 頁
- 21 我們的客服團隊嚴格遵循《客服標準操作流程》和相應準則，更多詳細內容請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》
- 22 B 站完整的員工溝通渠道：包括分渠道溝通和分層級溝通，更多詳情請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 53 頁
- 23 Z+ 世代員工：指出生在 1985 年之後的員工（不包含 1985 年）
- 24 平均受訓時長：計算口徑為該類員工接受培訓的總時長 / 該類員工總數
- 25 受人工智能普及和員工學習方式轉變等因素的影響，平均受訓時長較 2024 年有一定程度下降
- 26 全員培訓比例：計算口徑為接受培訓的該類員工 / 該類員工總數
- 27 受訓員工佔比：計算口徑為接受培訓的該類員工 / 接受培訓的員工總數

- 28 OKR：即 Objectives and Key Results，目標與關鍵成果
- 29 活水計劃：指哔哩哔哩設立的內部轉崗計劃
- 30 愛心雲社：B 站建立的員工互助基金組織，旨在幫助在職期間因發生重大疾病、意外而陷入困境的員工緩解經濟壓力，其資金池可用於對捐贈人本人或他人的經濟幫扶，員工可選擇自願參與或退出
- 31 PUE：即 Power Usage Effectiveness，電源使用效率水平
- 32 更多關於可持續供應鏈的內容詳見「環境友好與綠色理念」章節
- 33 全部（100%）供應商：指全部中國內地供應商範圍內
- 34 RCP 1.9 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/chapter-2/>
- 35 RCP 6.0 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.ipcc.ch/report/ar5/wg1/>
- 36 IEA STEPS 情景詳細定義與相關假設請見官網：Stated Policies Scenario – World Energy Outlook 2025 – Analysis - IEA
- 37 IEANZE 情景詳細定義與相關假設請見官網：<https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2025/net-zero-emissions-by-2050>
- 38 綜合能耗：根據《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）計算
- 39 以公司年度淨營業額總額進行計算
- 40 溫室氣體排放：哔哩哔哩不涉及自有車輛及自有食堂，數據不包括如汽油、柴油、天然氣等直接能源，此處溫室氣體僅由員工辦公場所外購電力產生的間接（範圍二）溫室氣體組成。我們依據 IPCC 指南和 GHG Protocol 要求計算溫室氣體排放，電力排放因子計算分別參照 2025 年 12 月中華人民共和國生態環境部與國家統計局發佈的《關於發佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》（基於位置）、日本電力公司聯合會（FEPC）頒佈的電網平均二氧化碳排放因子與中國台灣「經濟部能源局」頒佈的電網平均二氧化碳排放因子
- 41 B 站的水資源主要是通過向物業購買的生活用水來獲取，在本報告期內，公司在求取適用水資源上沒有任何問題，且公司的節水策略和舉措未發生改變，更多詳情請見《哔哩哔哩 2021 年環境、社會與管治報告》第 59 頁
- 42 哔哩哔哩包裝材料使用均用於會員購業務，因此包裝材料密度計算使用 IP 衍生品及相關業務營收額
- 43 溫室氣體排放（範圍三）：在 2024 年披露外購商品與服務（類別 1）、商務旅行（類別 6）及員工通勤（類別 7）的基礎上，2025 年完善類別 1 計算細項，並新增資本商品（類別 2）、燃料和能源相關活動（類別 3）兩個類別的排放核算，因此溫室氣體排放總量增加
- 44 三審三查：初級、高級、主管三級審核，配合入駐、發起、巡檢三級核查
- 45 董事會下設委員會職權範圍及各董事背景資料於公司投資者關係網站及交易所網站刊登，更多關於董事會治理架構、具體職責以及董事委任相關內容，請參考 2025 年哔哩哔哩年度報告
- 46 更多關於公司風險管控的詳細內容，請參考 2025 年哔哩哔哩年度報告
- 47 全體員工：含正式員工、兼職員工、外包員工及實習生
- 48 舉報渠道：包括在線平台、匿名郵箱與熱線
- 49 B 站無自有行政用車，且不涉及生產製造業務，除生活用水以外不產生廢氣、廢水等污染物，且生活用水統一排放至市政管網處理，無實質影響，故 KPIA1.1 在本報告中不作披露；B 站的無害廢棄物包括生活垃圾，均交由物業統一處理，有害廢棄物為辦公列印設備產生的少量廢棄硒鼓及墨盒，均由供應商回收處置，無實質影響，故 KPIA1.1、KPIA1.3、KPIA1.4 及 KPIA1.6 在本報告中不作披露
- 50 為反映員工基於對公司的認可、競業等綜合考量因素的判斷決策，僱員流失率的統計範圍包括自願離職而解除僱傭關係的僱員，未包括試用期內離職的僱員
- 51 因統計口徑變化，一部分流失率數據進行了重述





你感興趣的視頻都在 B 站