



Alibaba



環境、社會和治理報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT
2026



目錄

使命、願景、價值觀	002
集團首席執行官的信	004
董事會聲明	005
報告說明	006
公司概覽	007
ESG 戰略定位	008
ESG 績效表現	009
ESG 獎項與評級	012
<hr/>	
附錄	123-145

治理

規範公司治理	
董事會治理	016-017
風險管理	018-020
ESG 治理	021-022

環境

保護環境	
應對氣候變化	027-033
推進碳中和	034-045
助力建設綠水青山	046-050

社會

支持員工發展	
多元、平等和共融	054-057
人才的吸引和保留	058-061
豐富的人才發展機會	062-064
員工的健康與活力	065-067
恪守產品責任服務消費者	
創造良好的消費體驗	071-077
營造包容健康的數字生活	078-080
共建數智平台服務企業客戶	
發展負責任的科技	084-088
發展健康可持續的電子商務平台	089-092
回饋社會和社區	
參與鄉村振興	096-098
應急救災	099
科技助力解決社會挑戰	100
促進創業就業	101-104
堅持誠信經營	
恪守商業道德	108-110
深化供應商管理	111-112
保護數據安全與私隱	113-115
守護網絡安全	116-118
完善科技倫理	119-122

我們的使命

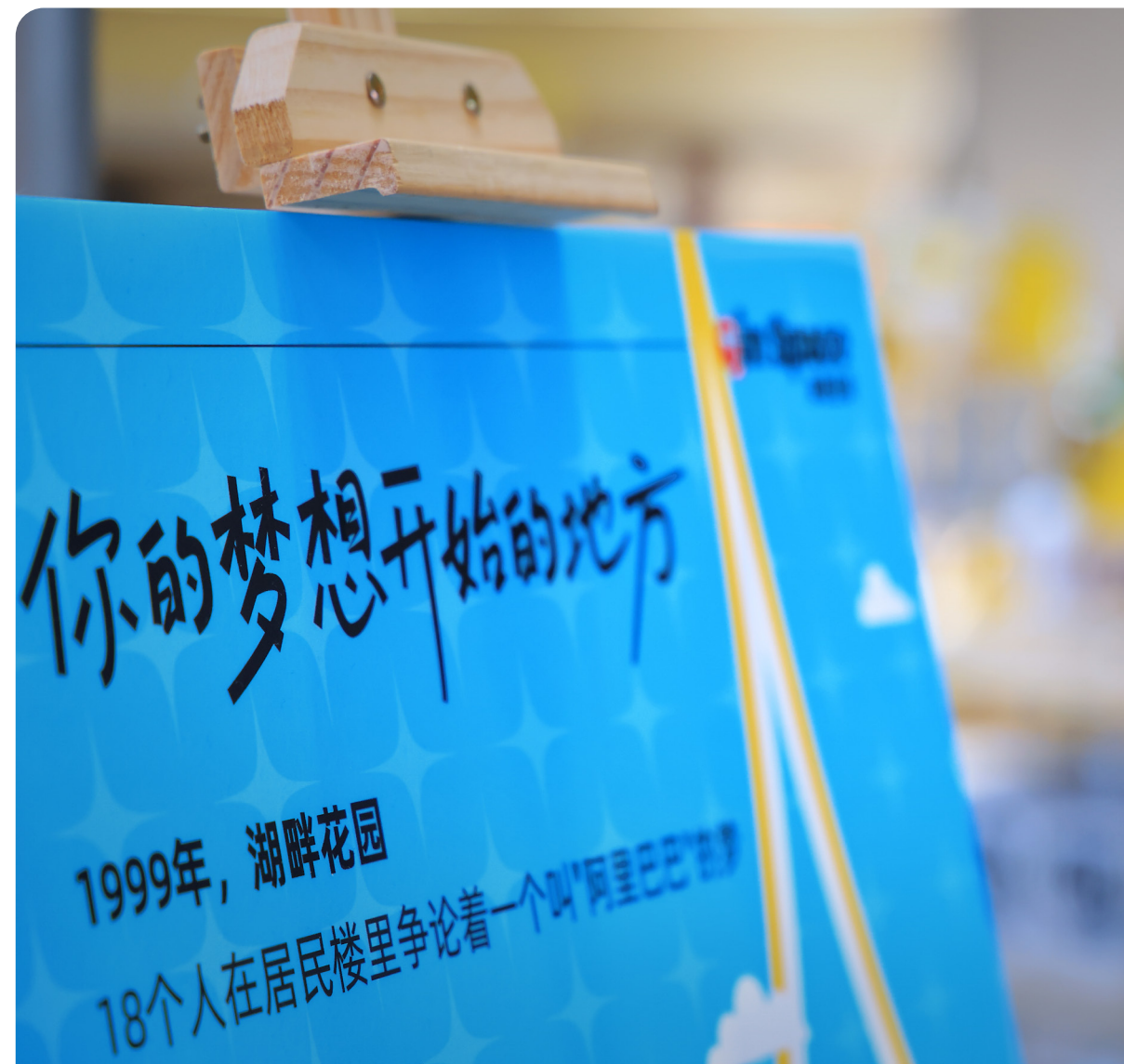
讓天下沒有難做的生意

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

我們的願景

我們不追求大，不追求強；我們追求成為一家活 102 年的好公司。

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



我們的價值觀

我們的價值觀對於我們如何經營業務、招聘人才、考核員工以及決定員工報酬扮演著重要的角色。

因為信任，所以簡單

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

今天最好的表現是明天最低的要求

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

此時此刻，非我莫屬

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

客戶第一，員工第二，股東第三

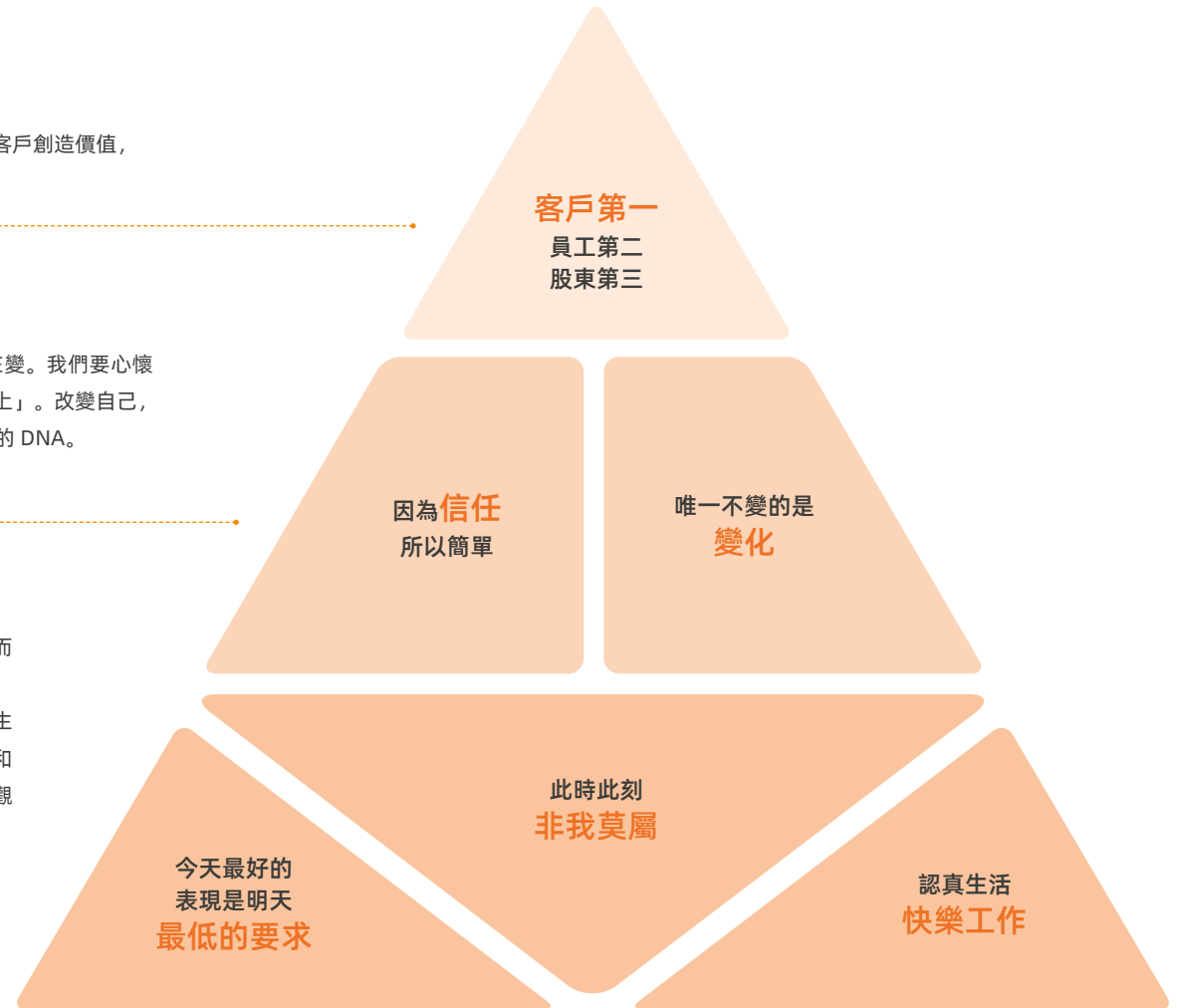
這就是我們的選擇，是我們的優先次序。只有持續為客戶創造價值，員工才能成長，股東才能獲得長遠利益。

唯一不變的是變化

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

認真生活，快樂工作

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



集團首席執行官的信

負責任的 AI，可持續的發展

眾所周知，AI 像水和電一樣，開始變成支撐社會運轉的基礎設施，也將構成我們處理環境、社會、治理問題最重要的時代背景。在 AI 時代繼續成為一家好公司，是阿里巴巴 ESG 行動的目標。

當前，全世界圍繞芯片、模型先進性、AI 應用的競速激烈。阿里巴巴瞄準最領先的 AI 技術發展，同時也十分關注 AI 發展與社會發展之間的關係，讓 AI 發展安全可靠、服務於人。過去一年，達摩院發佈的全球首個平掃 CT 識別早期胃癌 AI 模型「DAMO GRAPE」在國際醫學頂刊《自然醫學》正式刊發；阿里首創的「AI 志願報告」服務為考生生成近 1300 萬份專業志願報告；「少年雲助學計劃」累計捐建 403 間「雲計算機教室」，讓全國師生擁有超過 38 萬個人雲電腦賬號；我們與清華大學合作成立無穹書院，探索 AI 前沿研究與人才培養……AI 讓很多社會難題有了新的突破口，也讓我們多了很多新的合作夥伴。

全球 AI 發展浪潮中，能源供給的韌性、潔淨性備受關注，也是我們正在應對的挑戰。阿里巴巴是國內最早的綠色數據中心倡議者，並率先提

出數據中心實現 100% 潔淨能源使用的目標。與 5 年前相比，我們自建數據中心潔淨電力使用比例大幅提升；衡量數據中心能源效率的核心指標 PUE 逐年降低；過去一年，我們深化數據中心「算電協同」，引導新增算力走向電力更充沛、經濟且低碳的區域；我們連續三年在聯合國氣候變化大會中國角主辦數字化日活動，分享在綠色雲計算等議題上的實踐進展。

對於 AI 會給未來環境、社會、治理帶來何種影響，我們的總體判斷是：積極影響大於挑戰。一個重要的原因是：在 AI 時代，每一次計算的能耗、每一次服務的觸達、每一次資源的流向，都能被更精確地度量和追溯。這為全球 ESG 治理提供了新的精度和思路。當有更多社會參與者投身 AI，推動 AI 足夠普惠，教育鴻溝有望進一步縮小，醫療資源有望得到更公平合理的配置，全社會的活力還會繼續釋放。

這也是阿里巴巴堅定投入 AI 的底層信念。



吳泳銘

阿里巴巴集團首席執行官
2026 年 6 月



董事會聲明

阿里巴巴建立了三級 ESG 治理架構，由可持續發展委員會（SC）、可持續發展管理委員會（SSC）和 ESG 工作組組成。

阿里巴巴集團董事會設立 SC，以協助董事會識別並評估公司的 ESG 機遇與風險（包括氣候相關風險與機遇），同時監督和評估 ESG 相關計劃及項目的實施與成效，並就 ESG 相關事項定期向董事會匯報。

SSC 由管理層成員組成，主要負責 ESG 制定和落實 ESG 戰略與目標，編製 ESG 披露內容，並向 SC 匯報。此外，公司已將包括氣候相關風險在內的關鍵 ESG 風險納入全面風險管理體系，並指定 ESG 工作組負責對這些風險進行監控與管理。

2026 財年，SSC 牽頭與內部業務團隊及相關外部利益相關方展開探討，結合各業務的行業特性和商業模式，綜合考量 ESG 議題對業務及財務的影響，進而識別並評估不同 ESG 議題的優先次序。基於上述討論，SSC 制定了公司 2027 財年的 ESG 目標並提交給 SC。SC 已審閱了 2026 財年 ESG 目標的達成進度，並正式批准了 2027 財年的 ESG 目標。

報告說明

本報告覆蓋阿里巴巴所有財務報表合併實體公司在 2025 年 4 月 1 日至 2026 年 3 月 31 日期間的 ESG 進展，同時為了闡釋的完整性和連續性，我們在特定議題下回顧和延展了部分內容。

本報告按照香港交易所的《環境、社會及管治報告守則》編製，並且參考聯合國 2030 年可持續發展目標（SDGs）、全球報告倡議組織（GRI）標準、永續會計準則委員會（SASB）準則、《國際財務報告可持續披露準則》（IFRS S1 和 S2）。

本報告符合「重要性」「量化」「平衡」和「一致性」原則。

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

如無特殊說明，本報告所示金額均以人民幣列示。

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

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

公司概覽

阿里巴巴的業務包括中國電商集團、阿里國際數字商業集團、雲智能集團及其他業務。圍繞著本公司的平台與業務，一個涵蓋了消費者、商家、品牌、零售商、企業、第三方服務提供者、戰略合作夥伴及其他企業的生態系統已經形成。

阿里巴巴中國電商集團包括 (i) 電商業務，(ii) 即時零售，及 (iii) 中國批發商業。電商業務主要包括本公司於中國的數字零售業務淘寶和天貓、中國的消費者社區和閒置商品交易市場閑魚，以及飛豬（提供全面服務的線上旅遊平台）。即時零售業務包括淘寶閃購，為中國一個提供本地生活服務及即時配送的平台。中國批發商業主要包括綜合型內貿線上批發交易平台 1688.com。

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

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

其他業務包括盒馬、菜鳥、阿里健康、虎鯨文娛集團、高德、千問 C 端事業群、靈犀互娛、釘釘。



ESG 戰略定位

自誕生之日起，「讓天下沒有難做的生意」便是阿里巴巴的核心使命——透過回應和解決商業與社會中的真實挑戰來獲得自身成長，這一邏輯早已烙印在阿里巴巴的 DNA 當中。這一使命，正是我們業務戰略與 ESG 戰略共同的核心所在。

基於這一使命，我們的 ESG 優先關注對阿里巴巴可持續發展最為重要的議題——它們需要與業務高度相關，對建立和維護利益相關方信任至關重要。我們定期審視 ESG 實質性議題（2026 財年議題重要性評估結果詳見附錄 4），並透過多種渠道與各利益相關方溝通，理解他們的期待、關注及需求，以此校準行動方向。

圍繞這些議題，我們持續沿三大路徑推進：融入商業發展、運用科技創新和推動參與者生態。在追求業務增長的同時，主動創造積極變化，承擔更大的責任。

相關的利益相關方

目標

ESG 策略支柱

SDG 目標

治理



透過制度設計保障各個利益相關方的利益平衡。

規範公司治理

16 17

環境



我們致力於技術賦能環境保護，透過運用技術提效、轉變資源使用方式和推動參與者生態三大路徑，攜手各方應對氣候變化，守護自然生態。

保護環境

6 7 12 13 14 15

社會



為員工打造平等包容、健康安全的工作環境，建設全面的人才發展培訓體系，關注員工成長，讓「員工成為更好的自己」。

支持員工發展

3 4 5 8 10



堅持用戶為先，將產品質量與服務體驗保持在高水平，贏取消費者對阿里巴巴的認可與喜愛。同時，持續關注殘障人士、少數群體、老年人等群體的需求，推進「美好消費一個都不能少」的願景落地。

恪守產品責任服務消費者

3 10 12



阿里巴巴的使命是「讓天下沒有難做的生意」。我們正在加大投入 AI 基礎設施和技術研發的投資，並推動現有業務的 AI 技術升級。我們堅信 AI 技術的應用會將企業客戶的生產力提升至全新水平。

共建數智平台服務企業客戶

8 9 12



應對社會挑戰並非企業的負擔，而是增長與創新的催化劑。我們倡導人人參與，以行動創造改變，共同構建更有溫度的社會。

回饋社會與社區

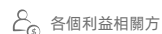
1 2 3 4 5 8 10 11 17



阿里巴巴把誠信作為立身之本。這是我們留住人才、服務好消費者和企業客戶的基礎，同時也是我們踐行社會責任的初心。

堅持誠信經營

16 17



ESG 績效表現

治理



第一章 規範公司治理

70% 非執行董事佔比達到 70%

30% 女性董事佔比連續四年保持 30%

100% 非執行董事風險管理培訓覆蓋率達 100%

超 2,800 次 超 2,800 次應急演練，演練結果整體符合預期

100% 董事會 ESG 培訓覆蓋率達 100%

環境



第二章 保護環境

4.6% 自身營運淨排放達 229.6 萬噸，同比下降 4.6%

57.5% 自身營運減排量 319.5 萬噸，同比增長 57.5%

10.1% 價值鏈碳強度為 8.0 噸 / 每百萬人民幣，同比降低 10.1%

21.3% 賦能和帶動平台生態避免排放 1.0 億噸，同比增長 21.3%

1.187 自建數據中心年均 PUE 下降至 1.187

社會



第三章 支持員工發展

34.8% 女性員工佔比為 34.8%

福布斯 2025 全球最佳僱主 福布斯 2025 全球最佳僱主評選，繼續位列中國企業前 5

AI 生產力計劃 「AI 生產力計劃」為所有員工免費提供 AI 工具資源

超 7.8 萬名 超 7.8 萬名員工利用陪伴假享受與家人的寶貴時光

95.6% 辦公環境滿意度提升至 95.6%

ESG 績效表現

社會

 **第四章**
恪守產品責任服務消費者

0.012%

淘寶天貓用戶投訴率 0.012%

超 100 萬

淘寶天貓已有超百萬五星店鋪

超 4,300 萬次

綠網計劃讓超 4,300 萬次非正常搜索得到正向引導

超 32 萬名

淘寶 APP 為超 32 萬名視障用戶提供服務

超 1.3 億次

高德提供超 1.3 億次無障礙路線規劃和視障導航

 **第五章**
共建數智平台服務企業客戶

約 24,600 項

全球授權專利約 24,600 項

約 17 萬個

魔搭社區已有約 17 萬個開源模型供全球開發者免費使用

超 400 個

阿里巴巴已向全球開源了超 400 個千問系列模型

SAIL 之星

服務商家的 AI 解決方案「Marco」榮獲 2025 世界人工智能大會「SAIL 之星」獎項

93.3%

淘寶天貓活躍商家中，93.3% 是中小微商家

ESG 績效表現

社會



第六章 回饋社會和社區

35 位

將人才引進鄉村，累計派出 35 位「鄉村特派員」

403 間

「少年雲助學計劃」累計捐建 403 間「雲計算機教室」，支持師生擁有超 38 萬個人雲電腦賬號

「AI For Good」
峰會優秀案例獎

「平掃 CT+AI」多癌早篩榮獲聯合國「AI For Good」峰會優秀案例獎

超 4 萬人

累計超 4 萬人完成釘釘發起的「AI 應用工程師」培訓並獲得認證證書

253,584 小時

員工總志願時為 253,584 小時



第七章 堅持誠信經營

100 %

董事會廉正培訓覆蓋率達 100%

100 %

員工商業行為準則考試通過率達 100%

4.3 萬

已有 4.3 萬供應商簽訂《誠信約定函》

最高分

阿里雲在 IDC 中國公有雲服務提供商安全技術能力評估中，全部七個維度獲得最高分

國標首批符合性認證

千問大模型通過生成式 AI 安全國標首批符合性認證（增強級）

ESG 獎項與評級

《財富》

中國 ESG 影響力榜



阿里巴巴公益基金會榮獲

全國先進 社會組織



連續入選《財富》雜誌

2025 年 改變世界的公司

榜單



明晟 (MSCI) ESG 評級

BBB

CDP 氣候變化評分

B

阿里巴巴公益基金會入選

2025 鄉村振興 創新案例庫

數字鄉村案例



入選《時代》雜誌 2026 年

全球十大最具 影響力 AI 公司

榜單



入選

恒指 ESG 指數



治理

規範公司治理

阿里巴巴致力於構建完善的公司治理體系，為發展築牢根基，透過透明的決策機制與嚴格的風險管理體系，確保在快速迭代的數字化浪潮中始終保持組織韌性與戰略定力，從而實現可持續增長。

本章

01 董事會治理



02 風險管理



03 ESG 治理



規範公司 治理



董事會治理



70%

非執行董事佔比達到 70%

30%

女性董事佔比已連續四年達到 30%



風險管理



100%

非執行董事風險管理培訓覆蓋率達 100%

超 2,800 次

超 2,800 次應急演練，演練結果整體符合預期



ESG 治理



100%

董事會 ESG 培訓覆蓋率達 100%



策略與路徑

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



治理體系



完善治理架構

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



健全 ESG 與風險管理

建立系統化的 ESG 治理框架和風險管理機制，保障業務的穩健和可持續發展。



增強透明度

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

董事會治理

董事會作為公司治理的核心，履行指導與監督職責。我們從委員會構成、獨立性、運行有效性和多元化四個方面持續完善董事會治理。



委員會構成

董事會設有六個委員會，包括審計委員會、薪酬委員會、提名及公司治理委員會、可持續發展委員會、合規及風險委員會和資本管理委員會，分別在各自職責範圍內為董事會提供專業支持。各個委員會的職責詳見「[董事會委員會概述](#)」。



獨立性

截至 2026 年 3 月 31 日，董事會共有 6 名獨立非執行董事，佔比為 60%，非執行董事的佔比為 70%。我們已建立渠道，確保董事會可獲得獨立觀點及意見。根據阿里巴巴《[公司治理守則](#)》和各委員會章程，董事會及各委員會可獨立諮詢法律、財務及其他外部顧問以協助其工作，獨立董事亦可在沒有公司管理層在場的情況下舉行會議。



運行有效性

我們持續關注董事的任期組合，以兼顧戰略決策的連貫性與治理視角的持續更新。截至 2026 年 3 月 31 日，董事會成員平均任職年限約 7.0 年。董事會及各委員會每年至少開展一次自我評估，評估維度包括但不限於成員的技能和背景、會議的充分性和有效性以及董事們的會議出席和參與情況。2026 財年，全體董事會議的董事出席率達 97.5%。同時，管理層定期向董事提供業務、行業及監管環境的最新信息，並安排相關主題培訓，確保董事充分瞭解公司業務及其在適用法律法規下的職責。



多元化

依據《[提名及公司治理委員會章程](#)》，我們在董事提名中綜合考量年齡、性別、文化背景及專業能力等因素。阿里巴巴董事會成員擁有豐富的職業背景和行業經驗，覆蓋零售、計算機、電子工程、經濟、金融、法律、工商管理、地產等領域。截至 2026 年 3 月 31 日，女性董事佔比已連續四年達到 30%。

1. 我們已遵守香港交易所《[企業管治守則](#)》所載的守則條文並做相關披露。詳細披露請見《2026 財務年度報告》內的《[公司治理報告](#)》

董事會委員會概述



審計委員會

由獨立董事擔任主席，**100%** 的成員由具備財務背景的獨立董事擔任

審計委員會監督會計和財務報告流程以及財務報表的審計。職責包括：

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



薪酬委員會

由獨立董事擔任主席；**100%** 的成員是獨立董事

職責包括：

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



提名及公司治理委員會

由獨立董事擔任主席；**100%** 的成員是獨立董事

職責包括：

- 選擇董事候選人（由阿里巴巴合夥提名的董事候選人除外）供股東選舉或由董事會委任；
- 從獨立性、知識能力、專業技術、經驗及多元化等角度，定期與董事會共同審核董事會的當前組成情況並協助董事會維護董事會技能矩陣；
- 就董事會會議的頻率和結構提出建議，並監督董事會各委員會的運作情況；
- 定期就公司治理法律和實踐的重要變化向董事會提供意見，並就公司治理事項向董事會提出建議；及
- 監督董事會績效評估，並評估每位董事的時間投入、對董事會的貢獻以及其有效履行職責的能力。



可持續發展委員會

由獨立董事擔任主席；**33%** 的成員是獨立董事

職責包括：

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



合規及風險委員會

由獨立董事擔任主席；**75%** 的成員是獨立董事

職責包括：

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



資本管理委員會

由董事長擔任主席

職責包括：

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

風險管理

充分及有效的風險管理及內部控制系統是保障阿里巴巴推進戰略目標的關鍵。2026 財年，結合業務發展需要，我們修訂了《阿里巴巴集團全面風險管理總綱》，重點明確各業務總裁、各業務全面風險管理負責人等崗位的風險管理職責，確保將合規及風險管理融入業務發展。

風險管理架構

風險管理流程

應急管理流程

監督評價與檢查

風險管理文化與培訓

風險管理架構

阿里巴巴的風險管理架構依然透過「董事會 - 風管會 - 全面風險管理工作組」三層體系聯動運行。



阿里巴巴風險管理架構

董事會合規及風險委員會

由獨立董事擔任主席直接領導，負責監督阿里巴巴整體合規與風險管理工作。



全面風險管理委員會（簡稱「風管會」）

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



全面風險管理工作組

由各業務的全面風險管理負責人及其他職能部門負責人組成，負責落實風險管理具體工作事項。



風險管理流程

阿里巴巴的風險管理流程涵蓋風險監測與識別、評估與治理、報告與決策、治理驗收與檢查四個環節。2026 財年，我們發佈《阿里巴巴集團重大風險管理規範》，針對重大風險進一步明確上述各環節的管理要求。



監測與識別

以集團風險類目樹管理清單（簡稱「風險清單」）為基礎，我們建立監測渠道和自查自糾機制，持續收集和分析信息以識別風險和異常情況，並按照影響程度和發生概率對風險進行等級評定。識別結果動態更新至風險清單。



評估與治理

結合業務發展情況和風險評估結果，我們制定分層管理機制及相應的治理方案，針對重大風險須組建專項治理團隊。同時，系統回顧歷史風險事件，識別其中的潛在風險因素並完成針對性治理。



報告與決策

我們建立風險信息溝通和報告機制，確保相關信息傳遞與反饋的及時性、準確性和完整性。針對重大風險，定期向董事會合規及風險委員會和風管會匯報風險狀況與治理進展。



治理驗收與檢查

明確責任主體、範圍、流程與標準，確保治理措施有效落實。針對重大風險，透過專項檢查與驗收流程進行閉環管理。



應急管理流程

結合業務營運情況，我們更新《阿里巴巴集團 ESU 事件管理制度》，配備相應的應急管理團隊，依據事件類型明確應急管理責任人，建立應急管理工作流程，保障應急工作有序開展。我們根據事件的影響範圍、可控性及危害程度將其劃分為不同等級，並針對各等級制定相應的應急預案，涵蓋事前預防、事發響應與處置、事件報告與決策以及事後覆盤與問責，全面提升應急處置能力。

同時，我們依據已梳理的應急預案定期組織應急演練。2026 財年，我們完成超過 2,800 次應急演練，覆蓋數據安全、網絡安全、人員安全和消防安全等關鍵場景，演練結果整體符合預期。

監督評價與檢查

阿里巴巴建立分層監督與檢查機制，確保合規及風險管理工作得到持續、有效的評估。

各業務是合規及風險管理的第一道防線，也是風險管理的最終責任主體，須定期開展自查自糾，主動識別和防範風險。在此基礎上，集團職能部門根據風險狀況對各業務的合規及風險管理工作開展過程監督及檢查，提供獨立的監督視角。同時，阿里巴巴還會定期對重大事項進行內外部審計，審計頻率不低於每年一次，確保合規要求有效落實。2026 財年，我們對部分風險場景開展了專項審計。

在問責層面，風管會負責對各業務的合規及風險管理工作開展年度監督與評估，檢查結果與相關團隊績效掛鉤，推動風險管理責任落到實處。



風險管理文化與培訓

我們依據《阿里巴巴集團合規培訓制度》，持續推動風險管理合規文化建設。2026 財年，我們共組織近 1,900 次合規與風險文化宣傳培訓活動，形式涵蓋線上線下培訓、內部社區宣傳及圖文推送等。同時，我們將風險管理相關內容納入覆蓋全體員工的商業行為準則考試，2026 財年考試通過率為 100%。

2025 年 12 月，我們開展面向全集團的第五屆合規日活動，透過高管寄語、制度宣導、互動體驗等形式向全體員工普及多領域合規知識，進一步強化全員風險意識。

此外，我們將風險管理納入董事會培訓議程。2026 財年，非執行董事培訓覆蓋率達 100%。

超 2,800 次

應急演練次數超 2,800 次

100 %

非執行董事風險管理培訓覆蓋率

ESG 治理

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

ESG 治理架構

ESG 管理體系

ESG 風險管理

ESG 溝通與培訓

ESG 治理架構

我們於 2021 年起透過董事會、管理層和工作組的三級 ESG 治理架構保障和落實 ESG 工作的推進。



阿里巴巴 ESG 治理架構

可持續發展委員會

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



可持續發展管理委員會

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



ESG 工作組

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



ESG 管理體系

我們以《阿里巴巴集團 ESG 治理和披露政策》為綱領，按照計劃、實施、檢查和調整（PDCA）循環持續深化 ESG 管理體系。依據《阿里巴巴集團 ESG 相關目標及指標管理制度》，建立從目標設定、過程追蹤到結果評估的管理流程。財年初，可持續發展委員會批覆集團 ESG 目標，可持續發展管理委員會據此向各業務分解下達；年中，各業務定期透過 ESG 數據

管理系統報告指標進展；財年末，可持續發展管理委員會向可持續發展委員會匯報集團及各業務的目標完成情況。

在考核激勵方面，我們建立 ESG 指標評分機制，衡量各業務的 ESG 工作完成度，並透過設置 ESG 獎項等方式激勵各業務超額完成既定目標。



ESG 風險管理

阿里巴巴持續將 ESG 風險納入全面風險管理體系。我們將氣候變化、碳排放等環境、社會及治理相關風險列入風險清單，並透過統一數字化平台定期開展 ESG 風險識別與監測，據此採取相應的應對措施。同時，我們定期向外部顧問就 ESG 風險管理尋求專業建議，持續提升管理水平。2026 財年，我們繼續圍繞 ESG 重點議題推進合規風險檢查，確保管理措施有效落實。

ESG 溝通與培訓

ESG 戰略的有效落實，依賴於內外部利益相關方的協同參與。2026 財年，我們實現可持續發展委員會和可持續發展管理委員會成員 ESG 培訓 100% 覆蓋。在此基礎上，截至本報告發佈日，全體董事會成員的 ESG 培訓亦全面完成。

為深化全員可持續發展認知，我們定期發佈內部資訊與行業前沿動態，圍繞氣候變化、供應鏈管理等核心議題開展專項培訓，並將專業理念融入線下 ESG 市集與線上知識競賽等趣味互動形式，激發員工參與熱情。

在信息披露與資本市場溝通方面，我們完成官網 ESG 模組的優化升級，系統展示可持續發展理念、舉措與政策文件，同步更新 ESG 評級與獎項信息，提升披露透明度與時效性。同時，我們透過 ESG 月度資訊，持續回應國內外投資機構對阿里巴巴 ESG 實踐的關注。在供應鏈與行業生態層面，我們加強供應商 ESG 培訓與評估，推動供應鏈整體 ESG 能力提升。此外，我們透過參與行業標準制定、加入國內外相關組織及出席重要會議，持續保持與行業各方的開放對話。

環境

保護環境

全球環境正逼近多個關鍵臨界點，經濟增長與有限資源之間的張力持續加劇。維持現狀意味著系統性風險——波及環境，也衝擊全球經濟。綠色轉型不是可選項，而是必然路徑。

本章

01 應對氣候變化



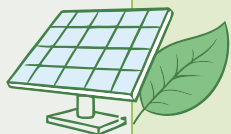
02 推進碳中和



03 助力建設綠水青山



目標與進展



碳中和目標

做好綠色阿里巴巴 (範圍 1 和 2)

不晚於 2030 年，阿里巴巴實現自身營運碳中和

做強綠色價值鏈 (範圍 3)

不晚於 2030 年，阿里巴巴協同上下游價值鏈實現淨排放強度比 2020 年降低 50%，阿里雲實現範圍 3 的碳中和

做大綠色生態 (範圍 3+)

自身營運和價值鏈之外，阿里巴巴承諾用平台的方式，透過助力消費者和企業，激發更大的社會參與。2021 年到 2035 年的 15 年間，帶動和賦能生態累計減排 15 億噸

2026 財年進展

▶ 4.6%

自身營運 (範圍 1 和 2) 淨排放量為 229.6 萬噸，同比下降 4.6%；實現減排量 319.5 萬噸，同比增長 57.5%

▶ 10.1%

價值鏈淨排放強度 (範圍 3) 為 8.0 噸每百萬人民幣收入，同比降低 10.1%。與基準年相比，降低 16.6%

▶ 21.3%

帶動和賦能平台生態 (範圍 3+) 共計避免排放 1.0 億噸，同比增長 21.3%。從基準年至 2026 財年，累計避免排放 3.7 億噸



能源目標

自 2030 年起雲計算的電力供給 100% 採用潔淨電力

阿里雲自建數據中心年均 PUE 不超過 1.3

2026 財年進展

▶ 73.6%

阿里雲自建數據中心潔淨電力使用比例為 73.6%，相比 2025 財年增加 9.6 個百分點

▶ 1.187

阿里雲自建數據中心年均 PUE 從 1.190 進一步下降至 1.187



廢棄物目標

廢棄物 100% 交給有資質供應商處理

2026 財年進展

▶ 100%

已實施

保護環境



推進碳中和

62.2%

阿里巴巴潔淨電力使用比例達 62.2%，同比提升 10.2 個百分點

5,800 萬噸

阿里巴巴促進低碳商品消費，帶動減排 5,800 萬噸

51%

自有園區 LEED 金級認證建築面積同比增長 51%



助力建設綠水青山

1.198 升 / 度

阿里雲自建數據中心的年均 WUE 為 1.198 升 / 度

2,851 萬核

阿里雲透過逆向供應鏈實現 2,851 萬核服务器的延長保修



策略與路徑

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，遵循聯合國可持續發展目標及聯合國全球契約組織的核心原則，並制定《阿里巴巴集團環境政策》《氣候風險及機遇合規管理制度》《碳排放合規管理制度》等內部政策來管理環境議題。

2021年，我們對外宣佈碳中和目標以符合《巴黎協議》框架，為實現減排目標（覆蓋範圍1、2&3），確立以技術提效、資源轉型和參與者生態為核心路徑，驅動業務向4R（Reduce 減少使用 -Reuse 重複使用 -Recycle 循環利用 -Renewable resource transition 可再生資源轉型）循環經濟模式轉型。



應對氣候變化

2026 財年，我們依據香港聯交所《ESG 守則》D 部分「氣候相關披露」的要求，持續強化氣候治理，審閱並優化氣候戰略，管理氣候相關風險與機遇。以下重點披露治理、戰略、風險管理及包括適應和減緩在內的氣候韌性建設框架；減緩路徑與數據的更多內容詳見第二章第二節「推進碳中和」。

氣候治理

氣候戰略

風險管理

指標與目標

氣候治理

氣候治理是阿里巴巴 ESG 治理和風險管理體系的一部分。董事會可持續發展委員會由具備財務、法律及科技行業專業背景的董事組成，從財務影響、監管合規、技術發展及業務戰略等維度對氣候相關議題進行綜合監督。2026 財年，可持續發展委員會聽取氣候相關工作進展匯報，並審批氣候風險和機遇評估結果、應對策略及目標達標進度等。委員會同時接受相關專題培訓，以提升對氣候相關財務影響的敏銳度。

在可持續發展管理委員會領導下，ESG 戰略運營與研究部牽頭成立氣候變化工作組，成員包括法務、內控、全面風險管理及投資者關係等部門，協同各業務集團和公司推進工作。工作組定期彙總氣候相關內外部關鍵信息和監管動態，向管理委員會同步與匯報。更多內容詳見第一章第三節「ESG 治理」。

氣候戰略

我們持續將氣候行動納入企業長期發展和 ESG 管理體系。近年來，全球變暖加劇、極端天氣頻發，疊加能源轉型提速以及氣候監管要求的持續演變，氣候因素已成為影響企業風險管理、營運韌性和長期競爭力的重要變量。與此同時，能源安全、地緣政治與貿易壁壘等多重挑戰交織，也給企業低碳轉型的路徑和成本帶來新的不確定性。

對阿里巴巴而言，AI 驅動的算力需求增長與業務全球化擴張，正持續影響其能源消耗結構與資源配置安排，對動態優化減排節奏與韌性建設提出更高要求。面對長期減排目標與外部環境不確定性，我們透過氣候風險和機遇的動態監測和評估、目標進展跟蹤及內外部協同，不斷優化減排策略，提升氣候風險應對能力。

氣候風險和機遇評估

我們識別並系統評估不同氣候情景下核心業務及價值鏈面臨的物理與轉型影響，以此作為構建企業氣候韌性的決策基礎。

商業模式與氣候韌性基礎

阿里巴巴的業務聚焦於消費和 AI + 雲兩大核心板塊。我們的數據中心、物流及配送網絡、辦公園區，以及平台上的商家經營和消費者行為，均可能受到氣候變化的直接影響。其中，AI 與雲業務增長帶來的能源需求和排放管理，是我們氣候戰略的核心議題之一。

與此同時，阿里巴巴的商業生態具有廣泛的用戶基礎、多元化的業務組合、跨市場營運佈局及生態夥伴協同機制，這使我們在應對區域性極端天氣、能源供應波動及市場需求變化時，可以保持業務連續性，並識別和把握相關機遇。



保護環境 • 應對氣候變化

情景分析

結合主要業務的行業特點、營運模式和地域分布，我們選用聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）與國際能源署（IEA）的低碳和高碳氣候情景，識別與評估業務自身和價值鏈在短期（至 2027 財年）、中期（至 2031 財年）、長期（至 2050 年）三個時間維度的重大氣候相關風險與機遇，及其潛在業務和財務影響。截至 2026 年 3 月 31 日，評估範圍已覆蓋國際和國內電商、雲計算、物流等業務。情景設置、時間範圍與數據庫版本詳見附錄 5「氣候情景說明」。

風險和機遇評估結果

阿里巴巴面臨的物理風險在既有控制措施下短期總體可控，但在高碳情景下中長期影響可能上升。轉型風險主要體現在政策法規和市場維度，轉型機遇主要體現在資源效率以及產品與服務，低碳情景下轉型風險和機遇在中期均有增加趨勢。

物理風險

急性物理風險可能影響核心基礎設施的物理安全與營運穩定性，或推升冷卻電費、資產維修及物流延誤支出。長期而言，水壓力與乾旱將促使我們在部分營運市場增加節水技術投入及設備改造，對營運成本構成潛在壓力。



類別	物理風險	主要影響資產類型	潛在業務影響	潛在財務影響	時間範圍		
					短期	中期	長期
急性	極端高溫	數據中心、園區、倉庫	<ul style="list-style-type: none"> 冷卻負荷上升推高用電 供電 / 冷卻故障影響雲服務和物流 物流環節降效並可能引發延誤 / 變質補償 戶外作業健康風險上升 	<ul style="list-style-type: none"> 營運支出 ↑ 電費、補貼、醫療、賠付 資本支出 ↑ 製冷、供配電改造 營業收入 ↓ 服務中斷、訂單減少 	●	●	●
	洪澇與熱帶氣旋	數據中心、園區、倉庫	<ul style="list-style-type: none"> 場地與設備受損、進水影響營運 供電 / 冷卻中斷影響雲服務和物流 物流受阻造成延誤與賠付 	<ul style="list-style-type: none"> 資產價值 ↓ 損毀、減值 資本支出 ↑ 加固、改造 營運支出 ↑ 修復、應急、賠付 營業收入 ↓ 服務中斷、訂單減少 	●	●	●
慢性	水壓力與乾旱	數據中心	<ul style="list-style-type: none"> 供水不確定或水價上升 需採用節水 / 少水冷卻方案，能效與營運靈活性受限 	<ul style="list-style-type: none"> 營運支出 ↑ 水費、電費 資本支出 ↑ 節水改造 		●	●

保護環境 • 應對氣候變化

轉型風險

隨著全球氣候監管趨嚴及 AI 算力需求激增，政策合規及能源市場價格波動成為主要風險因素。同時，低碳技術的快速更迭也可能導致技術替代風險的上升。

類別	轉型風險	主要影響業務類型	潛在業務影響	潛在財務影響	時間範圍		
					短期	中期	長期
政策與法規	氣候相關政策趨緊	雲服務、跨境物流	<ul style="list-style-type: none"> • 能耗和碳排放監管趨嚴推高合規與用能成本 • 披露要求加強增加合規成本 • 客戶政策壓力傳導影響競爭力 	營運支出 ↑ 用能與合規成本 資本支出 ↑ 減排設施投入	●	●	●
技術	低碳技術的部署與研發	雲服務	<ul style="list-style-type: none"> • 數據中心能效架構迭代與技術替換增加研發與改造投入，存在資產減值風險 	資本支出 ↑ 技術改造 資產價值 ↓		●	●
市場	綠電綠證供給不確定和價格波動	雲服務、物流	<ul style="list-style-type: none"> • 能源供需與價格波動帶來用能成本不確定，影響業務營運成本 	營運支出 ↑ 用能成本	●	●	
聲譽	利益相關方對企業氣候行動的關注	阿里巴巴集團	<ul style="list-style-type: none"> • 外部對氣候行動與減排進展關注提升，披露與溝通要求提高 • 進展不足可能影響客戶與投資人信任 	營運支出 ↑ 合規成本 營業收入 ↓ 客戶流失 融資成本 ↑		●	●

轉型機遇

資源提效技術的深度應用可降低雲計算及物流業務的營運成本。依託 AI 及數字技術，我們致力於為各行業提供數字化低碳解決方案，捕捉綠色市場需求。

類別	轉型機遇	主要影響業務類型	潛在業務影響	潛在財務影響	時間範圍		
					短期	中期	長期
資源效率	資源使用效率的提升	雲服務、物流	<ul style="list-style-type: none"> • 透過能效與營運優化提升資源使用效率，降低單位服務能耗 	營運支出 ↓ 用能成本	●	●	
產品與服務	低碳產品、綠色技術與數字化低碳解決方案	雲服務、電商	<ul style="list-style-type: none"> • 依託包括人工智能在內的數字技術，為各行業提供低碳解決方案和低碳產品 	營業收入 ↑ 客戶增加	●	●	●

財務影響與資本配置

在既有的設施設計、運維體系、應急預案和保險保障等措施支持下，物理風險在短期內對整體經營的財務影響佔比較小，未構成實質性財務影響。轉型風險方面，潔淨能源及相關環境權益的獲取、低碳技術研發與應用投入短期內有所增加，但總體處於可控範圍。我們在日常經營中持續投入數據中心基礎設施升級、潔淨能源部署及智能化營運改造等領域，相關投入透過常規資本性與營運支出科目統籌管理。

中長期來看，物理風險的財務影響可能隨氣候變化加劇而增大。轉型風險的財務影響預計在中期最為顯著，主要體現為潔淨能源替代和能效改造帶來的資本支出增加；長期來看，隨著潔淨能源市場發展和低碳技術規模化應用，上述投入將改善成本結構並對經營業績產生正面影響。鑑於外部環境的複雜性，中長期量化評估仍具有顯著不確定性，我們將持續完善財務影響的量化分析方法。

構建氣候韌性

我們從氣候適應和氣候減緩兩方面提升自身營運韌性，並透過產品服務和外部協作支持更廣泛的社會韌性。我們正參考氣候轉型計劃工作組（TPT）框架的相關要素，持續完善行動路徑、里程碑與披露口徑。

提升自身營運的氣候韌性



氣候適應

針對主要物理風險，我們參考世界可持續發展工商理事會（WBCSD）的《氣候適應規劃指南》與國際標準化組織的 ISO 14091:2021《適應氣候變化——脆弱性、影響和風險評估指南》，結合營運地點等具體情景，系統識別營運與價值鏈的薄弱環節，制定並迭代適應策略。我們圍繞基礎設施、營運、人員、價值鏈四個維度，將物理風險管理要求嵌入關鍵資產全生命週期管理流程，並透過保險安排作為補充保障手段。

基礎設施韌性

我們將風險評估嵌入數據中心、辦公園區與物流倉配設施的選址、設計建造與運維監測全生命週期，完善氣候設防標準和關鍵資源保障。

- 選址：數據中心原則上避開高風險區，對毗鄰區域項目預留設計裕量；辦公園區與倉配設施同步評估雨洪與內澇風險。
- 設計與建造：數據中心參照 GB 50174-2017《數據中心設計規範》和 ANSI/TIA-942《數據中心機房通信基礎設施標準》，強化防洪與排水能力；建立包含雙路市電、UPS 與柴油發電的冗餘供電體系，並配套燃油儲備與緊急供油安排；冷卻方案按當地水資源條件差異化配置，並按極端高溫條件進行容量與冗餘設計。辦公園區採用海綿城市設計，配套下凹式綠地、透水鋪裝與高效排水系統等氣候適應型基礎設施。
- 運維與監測：對數據中心總用水量、補水量、排水量等關鍵節點開展精細化監測，並透過儲水與應急補水保障供水連續性；園區定期檢查維護氣候適應型基礎設施，確保其長期穩定可靠運行。

人員與組織準備度

我們把人員安全與應急能力納入常態化管理，覆蓋數據中心運維人員、園區員工、倉配作業人員以及一線速遞員與騎手等關鍵崗位與高暴露場景。

- 作業環境：持續優化園區與物流倉庫的物理作業環境，為員工提供舒適與安全的辦公環境，為速遞員、騎手等一線人員提供必要的防暑降溫空間與物資保障。
- 組織機制：合理安排員工輪班與休息時間，落實極端天氣應對方案；建立專業應急響應團隊與標準化操作手冊，完善輪值待命與跨團隊協同。
- 能力建設：定期開展消防、安全與極端天氣應急演練，結合培訓提升關鍵崗位的應急響應與協同處置能力。

營運與業務連續性

我們建立覆蓋「預警-處置-恢復-覆盤」的分級應急管理閉環，保障雲、電商、物流與即時零售等業務在極端天氣情景下的連續性。阿里雲獲得 ISO 22301:2019《安全與韌性——業務連續性管理體系——要求》等標準認證。

- 預警：數據中心部署環境監測設備實時採集溫度、濕度等關鍵參數，依託本地平台與中央系統集中監控，根據異常信號自動觸發應急處置流程。
- 處置：針對斷電、溫升、火災、暴雨、颱風等場景制定並維護專項標準操作流程，按事件等級配置響應資源，並在關鍵設施部署防災基礎物資。
- 恢復：針對關鍵業務設定恢復時間目標（RTO）與恢復點目標（RPO），建立跨區域災備架構與自動切換機制，降低單點氣候災害導致的中斷風險。
- 覆盤：結合演練、巡檢與事件覆盤，完善應急流程與操作標準。

外部依賴與價值鏈韌性

我們與供應商及所在地相關部門建立多層次協作，提升核心交付鏈路的抗風險能力。

- 供應商管理：對關鍵供應商實施准入、盡調、持續監控與服務水平協議（SLA）管理，並定期評估其營運穩定性。
- 關鍵資源保障：針對燃油、供水等關鍵資源，與供應商簽訂應急補給與儲備協議。
- 供應鏈優化：豐富供應商與倉配資源，降低單點依賴；根據極端天氣預警動態調整供貨安排、發貨倉庫與配送路線。
- 外部協同：與所在地相關部門保持聯動，在災害情景下支持信息共享、資源協調與聯動處置。

保護環境 • 應對氣候變化



氣候減緩

阿里巴巴的氣候減緩計劃從已識別的轉型風險出發，結合其敞口特徵，部署相應的減緩行動，逐步嵌入日常管理。以下重點說明轉型風險管理思路與關鍵抓手；具體減排路徑、措施及進展詳見第二章第二節「推進碳中和」。

政策與法規風險

我們將政策變化作為減緩計劃和資源配置的重要輸入，結合業務發展和碳中和目標，審閱並優化各項應對舉措及披露安排。相關工作由氣候變化工作組與公共事務部協同推進，並與行業組織和監管部門保持常態化交流，更多內容詳見第二章第一節的「外部協作」。



市場風險

我們建立多元化組合幫助各業務穩定獲取潔淨能源。我們深化數據中心「算電協同」機制，規劃上引導新增算力向電力更充沛、經濟且低碳的區域配置，運行層面透過協同調度提升綠電消納與供需匹配效率。在管理上，我們採用年度動態規劃機制，定期審閱各國家與地區的潔淨能源方案與目標比例，將相關支出納入常態化預算，並將能效與潔淨能源要求納入供應商合作機制。



技術風險

我們從芯片、模型、設施到運維進行雲計算的全棧協同優化，並將先進技術和設備整合至模組化的方艙交付體系，形成更高效、靈活的數據中心架構；在園區與物流場景，也持續推進能效監測與智能調控，提升運行效率與管理精細度。相關投入透過常規資本性與營運支出科目統籌管理，並納入相關業務的年度規劃與績效跟蹤。



聲譽風險

在氣候議題受到公眾、客戶和資本市場持續關注的背景下，氣候相關數據及聲明的可信度，均可能影響外部信任。我們將碳核算、避免排放評估等納入數據治理流程；在方法學和標準選擇上遵循審慎、保守原則，參考國際通行及前沿標準，明確邊界、假設和口徑，避免誇大減排成效。同時透過第三方鑑證、年度透明披露和投資者溝通機制，提升氣候行動的可信度。



保護環境 • 應對氣候變化

以產品和服務支持社會韌性

阿里巴巴的雲計算、電商平台、物流網絡與數字出行服務，已成為數字經濟運行的關鍵基礎設施。我們將氣候適應與減緩要求納入相關產品和服務的持續優化，把自身營運中沉澱的能力應用到更廣泛的價值鏈中，沿兩條路徑推進從自身韌性向社會韌性的延伸。



保障數字基礎設施穩健運行

作為數字經濟基礎設施，平台關鍵服務的穩定性與災備恢復能力，直接影響商家經營連續性與公眾服務獲取，在極端天氣與自然災害情景下尤為關鍵。我們將相關能力融入業務連續性管理機制，並與公共應急體系協同，從而在保障自身業務連續性的同時支持社會的韌性提升。

菜鳥依託物流網絡與調度能力參與公共應急。作為國家防災減災救災委員會應急物資政社協同保障機制的首批成員單位，菜鳥於 2026 財年內完成多次重大應急物流保障任務，包括支援豫陝旱災、京冀暴雨、香港大埔火災等。高德持續開發暴雨積水實景地圖、鷹眼守護等產品，幫助公眾降低極端天氣下的出行風險。



數字化創新推動社會低碳轉型

我們的數字技術和商業模式創新，也在支持生態夥伴和社會低碳轉型。

在平台生態中，我們以「範圍 3+」避免排放目標為指引，賦能生態夥伴。我們依託綠色雲計算等數字化能力幫助企業客戶減排，並藉助平台機制設計帶動商家和消費者形成更低碳的經營與消費模式。

與此同時，我們也將營運中積累的綠色能力拓展至社會公用基礎設施領域。園區的能源調度能力已作為虛擬電廠接入城市電網，為電力系統提供需求側調節資源；阿里雲張北數據中心將伺服器餘熱接入當地市政供暖管網，在優化冷卻效能的同時為周邊社區提供低碳熱源。

外部協作

我們開展外部協作，將自身的業務發展和氣候應對戰略融入全球和中國的氣候治理議程。



跟進政策與標準

我們與國際可持續準則理事會（ISSB）、溫室氣體核算體系（GHG Protocol）等準則與標準制定機構保持常態化溝通，對相關規則修訂的徵詢意見提供反饋意見。業務部門持續跟進所在地的能耗、排放、減災及氣候適應政策，加強與政府及其他利益方的協同，提升對電力供應、資源約束等系統性議題的應對能力，降低政策變化帶來的轉型風險。

我們積極參與氣候變化領域標準制定。2026 財年，阿里巴巴參與編寫國際電信聯盟（ITU）《AI 系統環境影響評估指南》，以及 WBCSD 的《氣候適應規劃指南》和《避免排放指南》，並將相關方法論框架應用於相關工作實踐中。



推廣數字氣候解決方案

我們透過聯合研究、國際議題參與和跨行業交流，分享並推廣數字技術驅動氣候行動的實踐。

2026 財年，設於新加坡的阿里巴巴 - 南洋理工大學全球數字可持續發展企業實驗室（ANGEL）聯合 Forrester 發佈《駕馭「傑文斯悖論」：綠色 AI 將推動大規模創新與可持續增長》，基於對全球 400 餘家機構的調研，為行業規模化推進綠色 AI 提出路徑建議。2025 年 11 月，我們連續第三次在聯合國氣候變化大會（COP30）中國角主辦數字化日活動，與國家氣候中心、國際電信聯盟、世界氣象組織等機構圍繞綠色雲計算、AI 賦能氣候預測等議題分享實踐進展。

作為碳足跡產業技術創新聯盟的創始成員，我們協助中國碳核算和數據體系與國際接軌，尤其是數字技術創新與產業應用。2026 年 1 月，阿里雲發起雲谷可持續論壇，推動 AI 時代數據中心低碳發展的跨行業交流與合作。

保護環境 • 應對氣候變化

風險管理

氣候變化工作組與全面風險管理部協同推進，將氣候風險納入阿里巴巴整體風險類目管理清單，採用一致的評估標準，按照風險的影響程度和發生概率進行分級管理。

2026 財年，我們搭建內部氣候物理風險評估平台，支持各業務集團和公司基於不同氣候情景識別和評估資產面臨的短中長期物理風險，為氣候適應的規劃和資源配置提供依據；同時透過風險事件監測平台持續跟蹤氣候相關事件，進行實時研判和響應，形成對既有風險評估結果的動態校驗。

指標與目標

阿里巴巴於 2021 年設定碳中和三大目標。結合各業務發展和動態調整，我們相應制定和調整業務層面的年度目標，以保障集團目標的可行性。我們持續追蹤碳中和目標的進展，以及與之緊密相關的潔淨能源比例、電能使用效率（PUE）、水資源使用效率（WUE）等指標，並在 ESG 報告中披露。為推進氣候適應工作，我們已啟動相關目標與指標的制定。



推進碳中和

碳排放數據是衡量綠色轉型成效的關鍵標尺。阿里巴巴將可持續發展理念融入商業營運，踐行碳中和承諾。

碳中和進展

執行營運和價值鏈減排

帶動和賦能平台生態減排

碳中和進展

在全球能源格局深刻變革與 AI 加速滲透的背景下，實現碳中和目標既需要對減碳風險和機遇形成清晰認知，也需要持續開展務實行動。

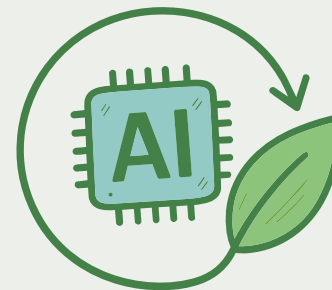
碳中和與 AI

全球能源系統正經歷供給與需求兩端的同步重構。供給端，化石能源向潔淨能源的替代持續加速；需求端，電氣化進程不斷深化，終端用能結構正在改變。供需兩端的結構性變化相互作用，推動電力系統的運行範式從傳統的「源隨荷動」——發電側被動跟隨負荷變化——向「源網荷儲」演進。這一趨勢不可逆轉，碳中和已成為全球能源體系重塑的必然方向。

人工智能同時作用於能源轉型的供需兩端。算力規模的擴張帶動電力需求的增長；但更關鍵的是，AI 為負荷側的柔性調度和供需實時匹配提供此前不具備的技術能力，使「源網荷儲」從概念走向可落地的系統方案。綜合而言，AI 對能源轉型具有賦能價值——沒有 AI 的智能調度與系統優化，大規模潔淨能源的高效消納和電網的深度協同將難以真正實現。

阿里巴巴選擇成為這一進程的積極參與者。在自身營運層面，我們將綠色低碳理念融入業務發展，穩步推進碳中和目標。在更廣泛的價值創造層面，我們的「AI 驅動」戰略正在放大綠色效應：透過將 AI 與自身業務深度融合，並向客戶輸出 AI 能力，有助於實現更精準的能效管理與

減排（如高德「AI 推薦」減少出行碳排放、阿里雲助力優化工業能耗）。我們相信，一個 AI 驅動、綠色低碳的阿里巴巴，能夠為自身和社會創造更可持續的未來。



進展概述

我們的減排以技術提效、資源轉型和參與者生態為核心路徑。自 2021 年提出碳中和目標以來，我們持續朝著這一目標推進。

2026 財年，我們持續完善碳數據管理系統，實現對減排進展的動態監測。基於這些監測能力，我們按年制定集團和各業務的排放目標，在經重要性評估識別的關鍵業務中嵌入碳排放管理要求，定期追蹤和披露進展。對於直接減排難以覆蓋的剩餘排放，我們提前佈局碳信用儲備，並構建科學的評估體系。該體系綜合考量項目屬性、額外性、計量準確性、永久性及年份等因素，指導篩選和使用高質量碳信用，以消除和抵銷的方式予以應對。

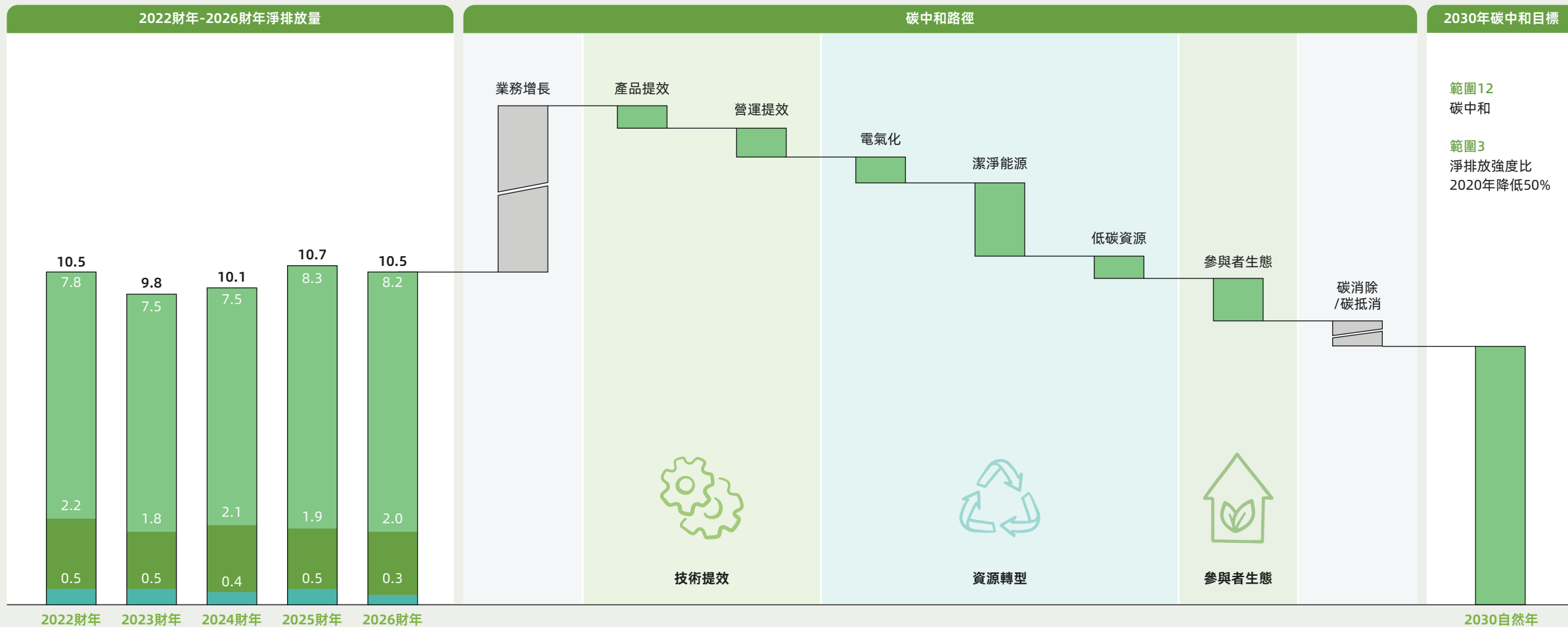
此外，我們推動範圍 3+ 核算標準建設，持續探索數字技術與商業模式創新在推動社會綠色轉型中的潛在貢獻。

保護環境 • 推進碳中和

● 範圍 1 ● 範圍 2 ● 範圍 3

阿里巴巴碳中和路徑

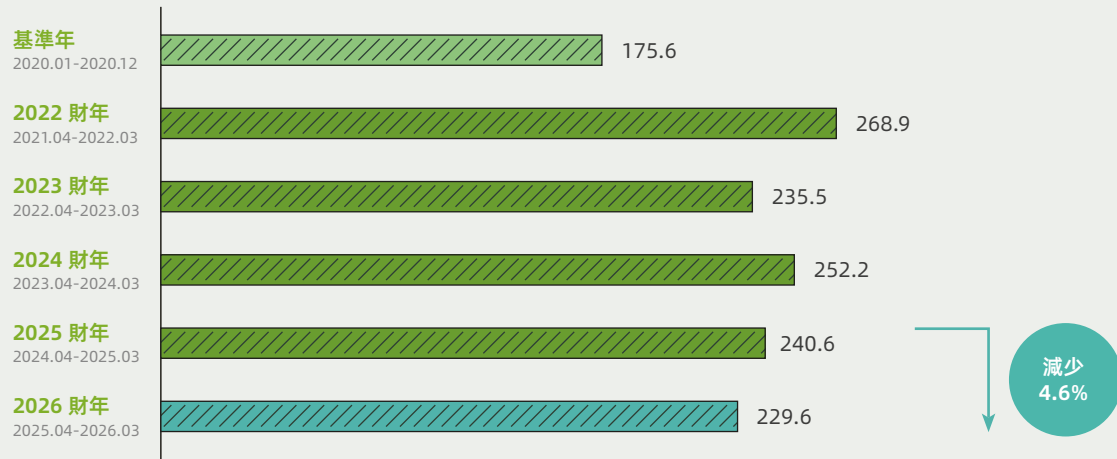
單位：百萬噸二氧化碳當量



保護環境 • 推進碳中和

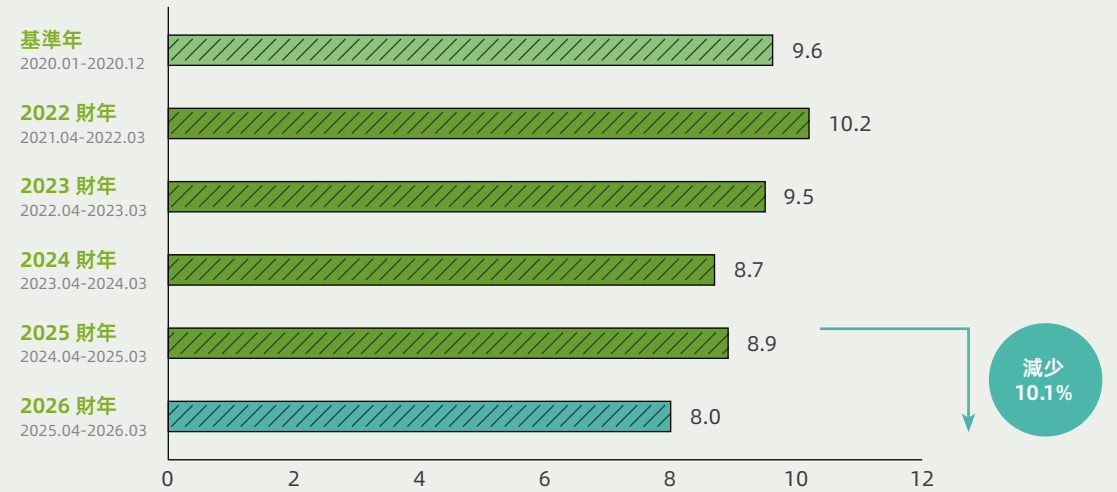
自身營運（範圍 1 和 2）淨排放量

單位：萬噸二氧化碳當量



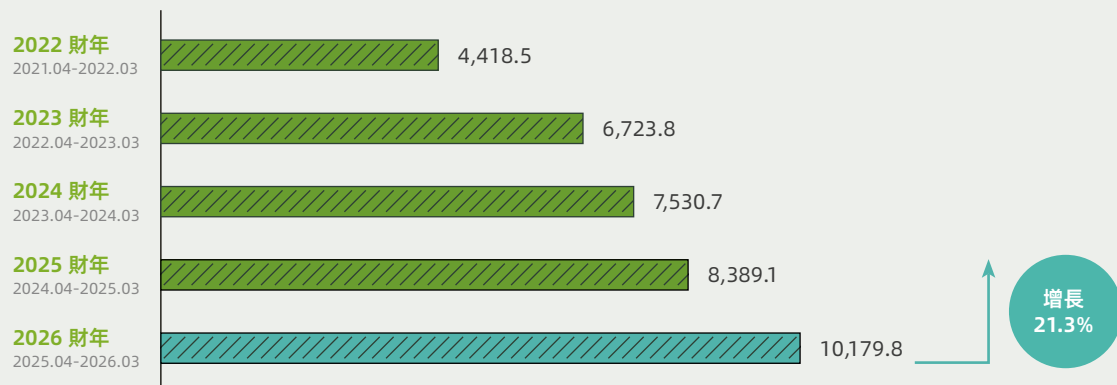
價值鏈（範圍 3）淨排放強度

單位：噸二氧化碳當量每百萬人民幣收入



帶動和賦能生態避免排放量（「範圍 3+」）

單位：萬噸二氧化碳當量



單位：萬噸二氧化碳當量



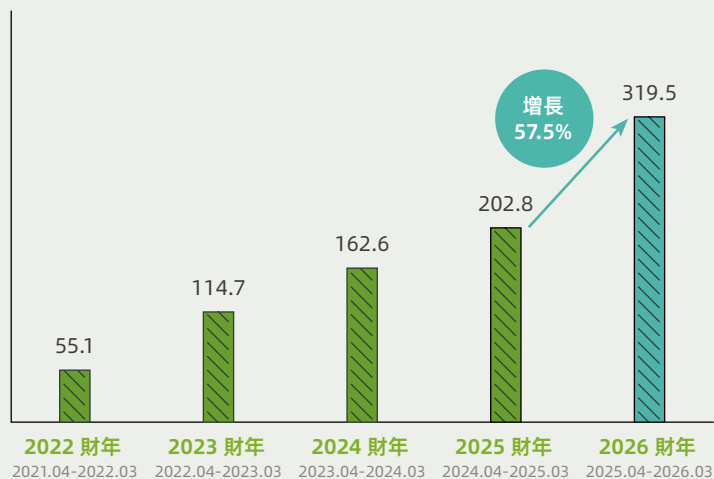
執行營運和價值鏈減排

2026 財年，我們的減排行動持續聚焦於雲計算、物流、零售和園區四大業務場景並延伸至價值鏈，這些領域均與阿里巴巴的碳排放具有實質重要性關聯。

減排進展

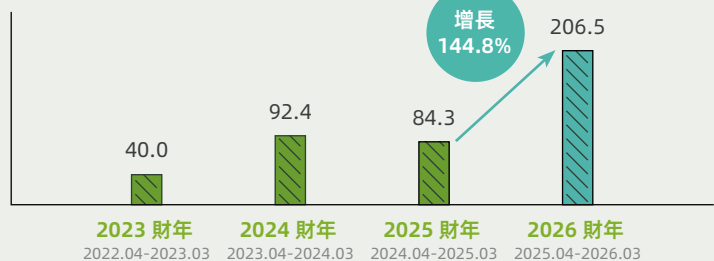
自身營運（範圍 1 和 2）減排量

單位：萬噸二氧化碳當量



價值鏈（範圍 3）減排量

單位：萬噸二氧化碳當量



綠色低碳的雲計算

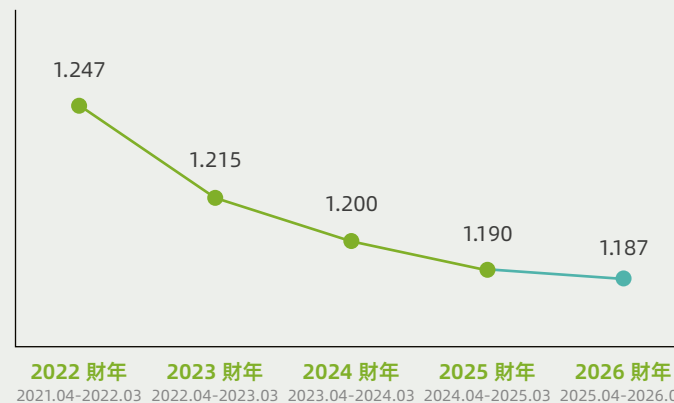
我們正在推進數據中心從設計、建造、產品到營運的全鏈路重構，透過系統優化與創新技術應用，在業務發展的同時降低碳排放。

技術提效

PUE 是衡量數據中心能源效率的核心指標。智算時代，AI 訓練與推理推動芯片、伺服器及機櫃的功率密度急劇攀升，機房熱管理難度顯著加大，PUE 优化的壓力遠超過傳統雲計算時代。

阿里雲從產品重構和精細化營運兩個層面協同推進效率提升，在業務擴張的同時穩定 PUE 水平。2026 財年，自建數據中心年均 PUE 從 1.190 降至 1.187，繼續保持亞洲領先水平。儘管 PUE 值 0.003 的優化看似微不足道，但置於我們數據中心營運的體量之下，這一效率的提升仍意味著避免規模可觀的電力消耗。

阿里雲自建數據中心年均 PUE



1.187

自建數據中心年均 PUE
從 1.190 降至 1.187

保護環境 • 推進碳中和



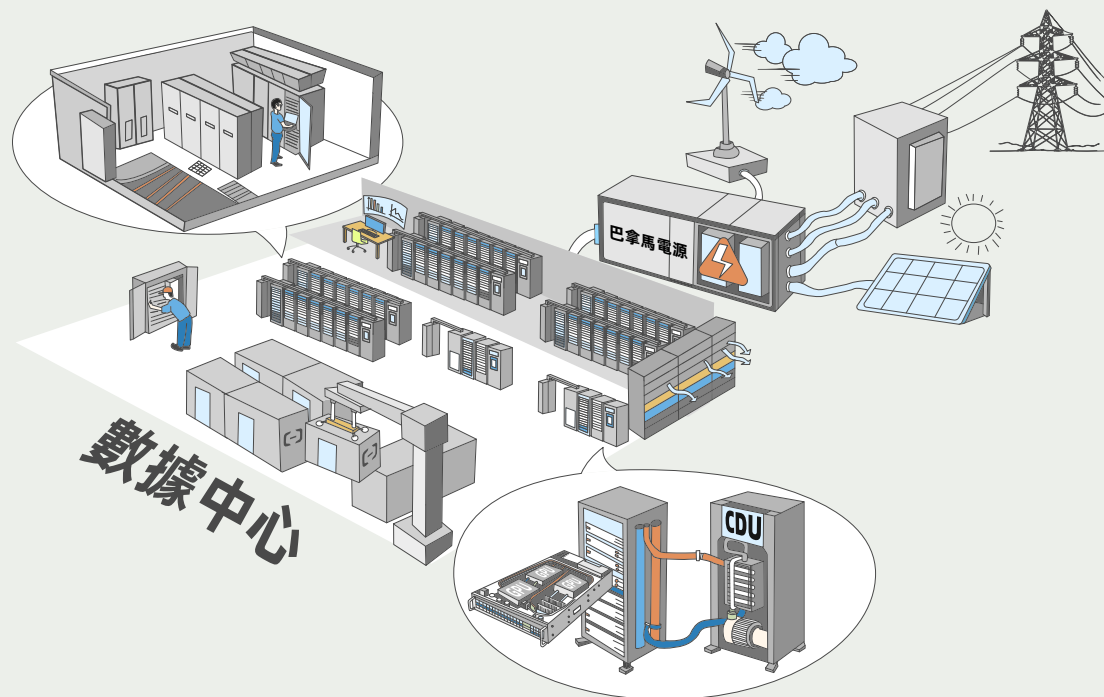
產品提效

智算數據中心的產品提效不是單一技術點的堆砌，而是全鏈路系統設計的結果。我們自研的 GPU 雖能降低單位算力能耗，但芯片的高功率密度對供電和散熱提出更高要求。為此，我們將供電架構由低壓交流升級為高壓直流，減少轉換損耗；同時升級冷卻結構，設計在末端以液冷方式直接帶走高功率芯片產生的熱量。與傳統交流不間斷電源系統相比，高壓直流供電結構更為簡潔，天然更容易被拆分為標準化功能模組，從而支撐數據中心的模組化與預置化交付。這一路徑不僅提升供電效率和部署敏捷性，也減少現場施工的碳排放。

升級供電結構

數據中心對輸入電能的利用效率，一定程度上取決於供電架構的設計。傳統模式下，高壓交流電進入數據中心後，需經多次降壓、交直流轉換和電壓調整，才能變為伺服器終端可用的低壓直流電。每一次電能形態的轉變都伴隨能量損耗與熱量釋放；同時，傳輸電壓越低，同等功率下的電流越大，線路損耗與溫升也越高。

基於巴拿馬電源的技術驗證與積累，阿里雲全面推進高壓直流供電架構的升級與規模化部署，大幅精簡電力傳輸中的轉換與降壓環節，從源頭降低能量損耗與熱量產生。最新一代數據中心已全面兼容最高 800V 高壓直流供電結構。



營運提效

數據中心建成投運後，其能源效率表現並非一成不變，而是高度依賴營運階段的精細化管理。

針對已進入穩定營運期的自建數據中心，我們統一設立年度 PUE 目標，以目標為牽引持續挖掘存量設施的節能潛力。在這一框架下，精細化營運是我們提效的核心抓手：將智能算法融入日常運維，透過 AI 驅動的負載優化與冷卻調控降低運行能耗，截至 2026 年 3 月 31 日，累計在 24 個自建數據中心的機房落地。與此同時，阿里雲還開發 PUE 智能分析工具，透過線上監測深度分析能耗異常點，精準定位運行漏洞並推動針對性改進。

除了降低機房內部能耗，我們還積極探索能源的梯級利用。透過熱能交換技術回收數據中心產生的餘熱，並將其輸送至市政供暖系統，實現從「減少能耗」到「回收再利用」的延伸。在 2025 年採暖季（2025 年 11 月至 2026 年 3 月），阿里雲數據中心為河北省張北縣供熱 9,055 吉焦。

保護環境 • 推進碳中和

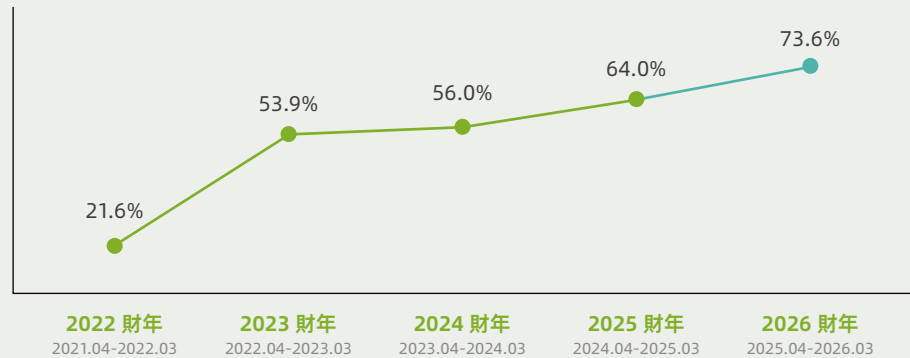
資源轉型

數據中心的碳排放強度，從根本上取決於電力結構的潔淨化程度。阿里雲承諾，自 2030 年起雲計算的電力供給 100% 採用潔淨電力。

為兌現這一承諾，我們採取多管齊下的策略：一方面持續部署分佈式光伏，就地開發可再生能源；另一方面深度參與年度電力交易和長期購電協議（PPA）等市場化機制，優先消納同一電網可及範圍內的潔淨電力，以市場化需求拉動潔淨能源基礎設施的投資與建設。2026 財年，阿里雲自建數據中心的潔淨電力使用比例達到 73.6%，處於國內同業領先水平；其中，廣東省、江蘇省和四川省的自建數據中心已率先實現 100% 潔淨電力覆蓋。

電力結構轉型的同時，我們也將低碳理念延伸至其他領域。阿里雲在自建數據中心推廣採用 IG541（其全球變暖潛值 GWP 接近 0）綠色滅火系統，替代 GWP 值高達 3,350 的傳統七氟丙烷滅火器。

阿里雲自建數據中心的潔淨電力使用比例



協同價值鏈

阿里雲透過供應商管理體系將潔淨電力與能效標準延伸至價值鏈。

我們逐步對租賃數據中心提出提高潔淨電力使用比例的階梯目標的要求。同時，在供應商合同中嵌入 PUE 激勵與約束條款，將絕大部分的國內租賃數據中心納入 PUE 指標考核。

為夯實閉環管理，阿里雲建立覆蓋租賃數據中心的能耗與排放監測體系，定期執行碳盤查與核查鑑證工作，確保供應商披露數據的真實性與可追溯性。

在推動供應商達標的過程中，我們還輸出技術能力與綠色實踐。向供應商開放自研的智能算法運維策略和 PUE 智能分析工具；聯合廣東、上海等地供應商參與電力交易市場獲取潔淨電力；並逐步推進 IG541 綠色滅火系統在租賃數據中心的部署。

2026 財年，阿里雲國內租賃數據中心年均 PUE 降至 1.224，全球租賃數據中心的潔淨電力使用比例達到 40.8%，同比提升 18.4 個百分點，實現減排量 164.4 萬噸。

40.8%
全球租賃數據中心的潔淨電力使用比例

數智循環物流

物流是社會經濟運轉的支柱之一，也是全球溫室氣體排放的重點領域。但物流減排恰恰是難度最高的環節——鏈路長、參與者多，很多節點缺乏規模化的成熟解決方案。

阿里巴巴經營國內電商、國際電商、即時零售與線下零售等多元業務，服務全球消費者。不同業務對應差異化的物流需求，形成一張複雜且多層次的物流網絡。菜鳥還將服務於自身業務的物流解決方案開放給客戶使用，進一步擴展網絡的覆蓋面和複雜度。與阿里巴巴範圍 1、2、3 排放實質相關的物流場景，涵蓋菜鳥、速賣通和 Lazada 業務中由阿里巴巴直接履約或採購的物流服務、淘寶閃購與盒馬的末端配送等。

面對物流的複雜性，我們結合技術可行性與業務場景控制能力，將減碳嵌入既有業務流程，圍繞訂單、倉儲、包裝和運輸四個環節挖掘減排潛力。2026 財年，我們自身營運和價值鏈範圍內的物流業務可測量的減排量為 39.1 萬噸。

保護環境 • 推進碳中和

訂單

訂單環節是源頭減碳的關鍵。訂單越分散，配送頻次越高，碳排放隨之增加。當我們對訂單擁有更強的直接調控能力時，就能在各業務可控的履約節點實施訂單合併，將分散的訂單需求整合為單次配送，從而減少重複運輸產生的碳排放。這一策略已在多個業務落地。其中，2026 財年，速賣通還從「同倉單一商家合單」進階至「同倉多商家合單」--不同商家的貨物可在同一倉庫合併打包，以減少幹線運輸中的包裹總量。

倉儲

能效提升與能源結構優化構成倉儲環節的兩條減排主線。我們持續在倉庫推廣部署智能終端，以數據驅動能耗的實時監測與精細化管理；在此基礎上，積極部署分佈式光伏並參與潔淨電力市場化交易，從源頭推動倉儲營運的能源結構轉型。截至 2026 年 3 月 31 日，阿里巴巴各業務的倉庫已併網光伏裝機量總計達 161.1 兆瓦，達到上財年的三倍；年發電量可滿足約 68,000 戶中國家庭一年的平均用電需求。多個業務還同時參與潔淨電力市場化交易，降低倉儲環節的電力排放。

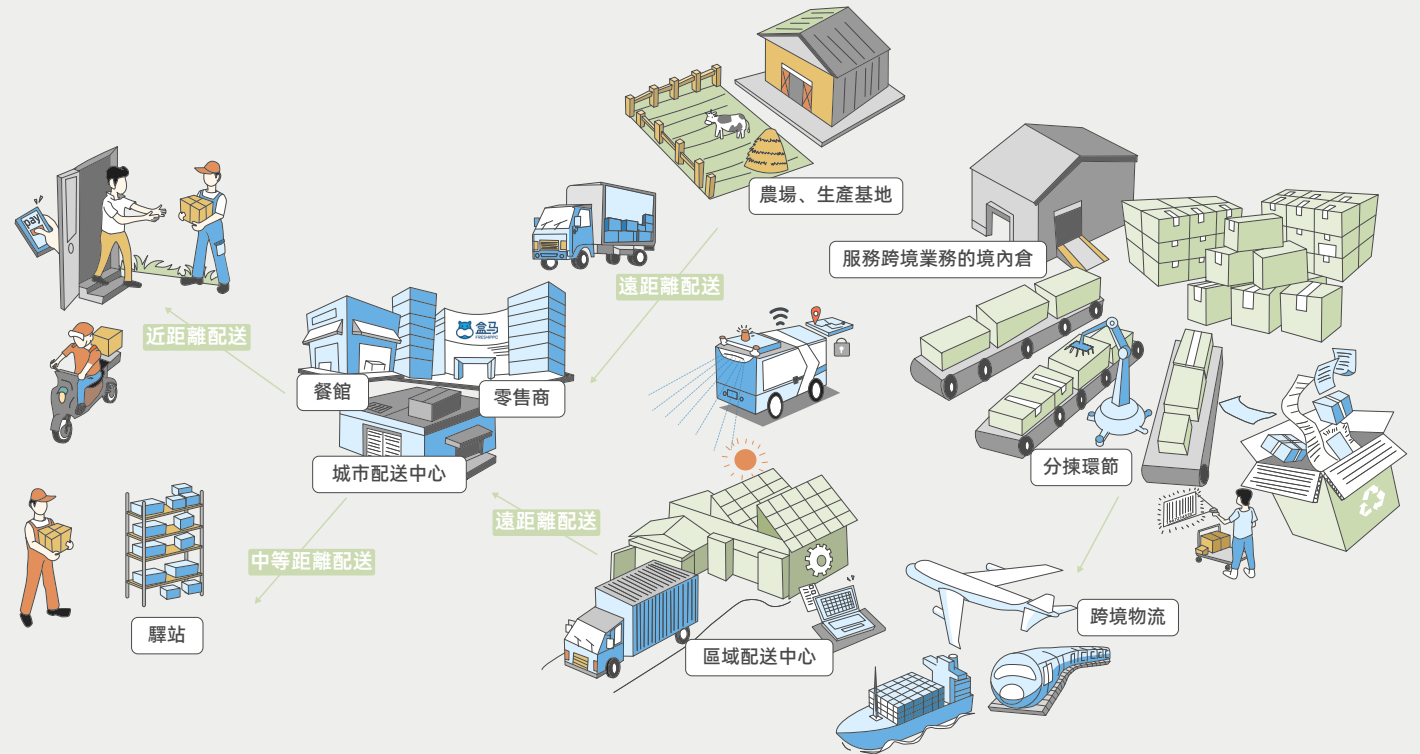
包裝

包裝的使用貫穿從商品運輸到最終交付的整條鏈路。我們希望在兼顧業務增長與消費者體驗的前提下，透過包裝減量和循環利用，不斷提升自身在包裝足跡上的表現。2026 財年，僅以菜鳥為例，這些舉措實現的可衡量的減排量共計 28.6 萬噸。

運輸

運輸環節覆蓋商品從倉庫發出到末端配送的全鏈路。不同業務的運輸場景差異大、減碳點分散，國內配送側重營運優化與能源替代，跨境運輸則需探索更複雜的模式創新。配送路徑可控的業務已全面應用智能路徑規劃算法，覆蓋商品攬收、中轉、末端配送等環節，透過路線優化縮短行駛距離、減少碳排放。2026 財年，基於可核算場景，該算法帶來的減排量達 420.1 噸。車隊電氣化是運輸工具減碳的關鍵路

徑。我們優先在自有物流車隊和短途配送場景推廣電動車型，並於 2026 財年在城配環節啟用純電無人速遞車。城配無人車配送包裹超過 190 萬件。至於跨境運輸，其減排難度高於國內配送。速賣通綜合權衡運輸效率與環境影響，構建「海、陸、空、鐵」多式聯運網絡，探索低碳的跨境運輸方案。



保護環境 • 推進碳中和

可持續零售

盒馬是我們旗下的日用品及生鮮新零售平台，它致力於為消費者打造可持續的消費空間與體驗。

技術提效

盒馬建立專門的能源管理團隊和能源數字化管理系統，從組織機制與數據能力兩個維度支撐精細化營運。在此基礎上，盒馬從能耗最大的環節切入，推進專項技術升級改造與營運管理動作。

盒馬識別出冷鏈系統運行、門店照明與海鮮蓄養為主要能耗環節，並分別採取針對性措施：持續升級冷鏈系統，引入動態溫控技術，在保障生鮮品質的同時實現精準節能；盒馬鮮生門店已全面部署智能照明控制，透過管控照明時長杜絕浪費；在海鮮蓄養場景，推廣水循環系統，透過該系統後端淨化水質減少新水注入，充分利用恆溫循環水，有效避免對新水進行重複製冷或加熱帶來的電耗。



資源轉型

盒馬重視對能源轉型的探索，包括推廣電氣化和消納潔淨電力。盒馬在新開門店中的餐廚環節全面採用全電系統，以替代天然氣。同時，透過在倉庫部署分佈式光伏和推動門店參與潔淨電力的市場化交易，擴大對零碳能源的利用。



保護環境 • 推進碳中和

可持續園區

園區是員工日常工作和訪客體驗的核心場所，其環境表現直接塑造著利益相關方對企業可持續承諾的感知。

為將分散的園區納入統一的环境治理框架，我們建立「管理體系-綠色建造-綠色營運」架構。ISO 14001 環境管理體系為各園區提供系統化的環境因素識別與持續改進機制；截至 2026 年 3 月 31 日，已有 7 個園區通過內外審計並獲得該認證。

ISO 14001 認證園區名單

- 杭州園區西溪 A 區
- 杭州阿里巴巴數字生態創新園
- 杭州園區西溪 C 區
- 杭州園區雲谷園區
- 阿里中心（廣州）園區 新增
- 上海徐滙濱江園區 D 區 新增
- 北京朝陽科技園區 新增



綠色園區的設計和建設

建築的綠色性能在很大程度上取決於設計階段的決策；一旦建成，其機電系統和空間結構的調整空間將顯著收窄，後期營運優化存在天然瓶頸。基於此，我們在園區規劃、設計與施工全鏈路深度嵌入 ESG 理念。截至 2026 年 3 月 31 日，已獲得 LEED 金級及以上認證建築面積近 78.7 萬平方米，同比增長 51%，為營運期減排創造先天條件。

LEED 認證園區名單

- | | |
|--------------------|--|
| LEED 2009 金級認證 | <ul style="list-style-type: none"> • 北京望京 B 座 • 阿里中心（上海虹橋）園區 • 阿里中心（廣州）園區 |
| LEED v4.1 既有園區鉑金認證 | <ul style="list-style-type: none"> • 杭州園區西溪 A 區 • 阿里巴巴數字生態創新園 • 親橙里 • 菲住布渴 |
| LEED v4 金級認證 | <ul style="list-style-type: none"> • 杭州園區西溪 C 區 • 上海徐滙濱江園區 D 區 • 杭州南湖未來科學園 9 號樓 新增 • 北京朝陽科技園區 新增 |

綠色營運

我們定期透過能源評估與審計識別減排機遇，延續技術提效、資源轉型和參與者生態三條減排策略。2026 財年，自用辦公園區單位面積排放量同比下降 34.5%；已有 6 個園區被認證為碳中和狀態。

碳中和園區名單

- 阿里中心（廣州）園區
- 阿里中心（深圳）園區
- 杭州園區西溪 A 區
- 杭州濱江園區 新增
- 上海徐滙濱江園區 D 區
- 上海徐滙濱江園區 X 區 新增

保護環境 • 推進碳中和

技術提效

製熱、製冷與照明是園區營運的主要能耗來源。我們重視對節能技術的研發和投入，正在將 AI 能力深度融入園區營運，挖掘智能技術與可持續發展融合的減碳潛力。2026 財年，AI 驅動的能源智慧管理系統——「設備大腦」助力減排達 7,121.4 噸。

AI 驅動的園區營運，首先需要底層硬件設備本身的高效化與智能化：2026 財年，我們升級中央空調並引入更高效的鍋爐系統，並在會議室部署毫米波雷達以精準感知環境狀態；為每個用能單元賦予「數字身份」，使其可被精準識別和獨立調控；同時上線資產健康度評估模組，定期從設施、環境、管理等維度評估資產狀態，確保設施設備高效運行。

上層是「設備大腦」的統一調度。2026 財年，其調度範圍從智能照明（「人走燈關」）拓展至製熱製冷。它打破傳統製冷製熱系統中設備各自為陣的孤島狀態，將分散、獨立運行的能源設備整合為統一調度的「資源池」；同時，系統能結合室外氣象、室內人流等數據實時感知需求變化，利用 AI 技術進行統一調度，使運行更有彈性，以最小能耗保障舒適環境。

資源轉型

能源結構的潔淨化替代是園區深度脫碳的根本路徑。透過分佈式光伏部署與潔淨電力市場化交易，2026 財年自用辦公園區及對外出租場所的潔淨電力使用佔比提升至 69.3%。在用能側，我們加速園區交通系統的電氣化替代：園區所有接駁巴士已替換為新能源車型，並持續完善充電基礎設施，截至 2026 年 3 月 31 日充電樁數量達到 3,416 個。

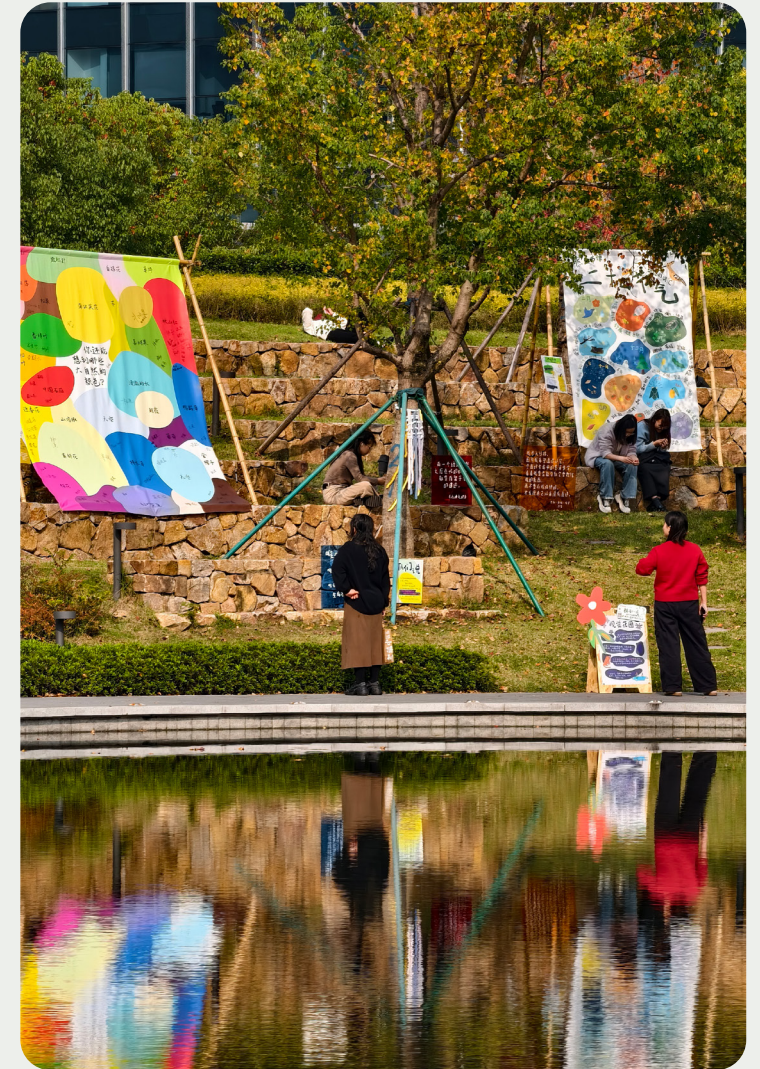
更深層的轉型在於園區從「被動用電」向「主動參與電網平衡」的角色轉變。2026 財年，我們在園區場景落地源網荷儲一體化的虛擬電廠實踐，全年 16 次響應當地電力系統營運需求。

帶動員工減碳

園區減碳需要每一位員工的日常參與。

我們持續營運「有心」與「歡行」兩個數字化平台，以積分形式激勵員工踐行綠色低碳行為。2026 財年，107,682 名員工透過「有心」參與完成 2,876,540 次綠色低碳友好行為；60,258 名員工透過「歡行」參與完成 1,134,200 次低碳差旅行，實現減排量 6,989.3 噸。

激勵之外，我們的 EHS 培訓課程中涵蓋節能等內容，幫助員工理解日常行為與園區能耗之間的關聯，將環保意識內化為工作習慣。



保護環境 • 推進碳中和

帶動和賦能平台生態減排

透過數字技術和商業模式創新，平台能在全社會低碳轉型的過程中發揮推動作用，幫助客戶和消費者實踐避免排放的路徑及解決方案。

2026 財年，基於方法學的迭代，我們對 2022 至 2025 財年的部分項目進行避免排放量的回溯計算。截至 2026 年 3 月 31 日，累計避免排放總量 3.7 億噸。這些避免排放量不用於抵銷自身排放，並在披露時與自身營運及價值鏈排放明確區分。

「範圍 3+」避免排放體系

2026 財年，我們與中環聯合認證中心聯合發佈《阿里巴巴「範圍 3+」避免排放實施指南》，為核算（包括回溯和重算）、管理、鑑證與披露提供系統性指引。該指南基於 WBCSD《避免排放的核算與報告指南 2.0》、溫室氣體核算體系¹及 ISO 14064、14067 等國際標準，結合平台實踐經驗編製，明確減碳規模化所需的「價值鏈 + 使能環境」框架，並建立與氣候披露準則相銜接的治理與管理機制。

為保障「範圍 3+」避免排放管理體系高效運行，阿里巴巴持續建設四項關鍵能力，包括科學核算、數字化管理、第三方鑑證和生態共建。截至 2026 年 3 月 31 日，我們累計參與 65 個減碳標準，並將核算方法、計算因子及相關業務數據整合至數字化平台，實現第三方鑑證線上化。同時，作為 WBCSD 避免排放工作組核心成員，我們參與數字行業避免排放核算方法探索，聯合舉辦「國際供應鏈脫碳創新研討會」，推動「範圍 3+」避免排放成為可量化、可驗證的氣候績效通用語言。

「範圍 3+」避免排放路徑圖



1. 在溫室氣體核算體系（GHG Protocol）最新一輪的標準修訂工作中，其下屬「行動與市場機制工作組」（Actions and Market Instruments Working Group）已在修訂議程中正式納入避免排放的內容

「範圍 3+」避免排放項目和進展

2026 財年，圍繞「賦能減排」與「帶動減排」兩大策略，我們繼續擴充既有避免排放項目的覆蓋範圍，同時開發新的項目。

賦能減排

阿里巴巴持續挖掘數字技術在資源優化配置、流程提效和營運協同方面的減碳潛力。

2026 財年，阿里雲不斷提升綠色雲計算水平，實現避免排放 2,185.6 萬噸。同時阿里雲的數智化控制系統持續為水泥、固廢處理等高耗能行業的節能提效提供支撐。

高德「AI 領航」項目基於實時交通、歷史路況、天氣條件及用戶出行偏好，為用戶動態生成導航路線推薦，幫助用戶在駕車過程中減少擁堵繞行、怠速等待及無效行駛，從而降低單位出行里程的排放，2026 財年，實現避免排放 146.6 萬噸。

釘釘持續為用戶提供從線上會議到無紙化辦公的各類線上辦公產品，幫助減少差旅交通以及紙張使用等產生的排放。2026 財年，實現避免排放 475.9 萬噸。

帶動減排

阿里巴巴藉助平台機制，鼓勵用戶踐行低碳生活方式。

我們持續完善平台的低碳商品標準，讓更多的低碳商品被識別和曝光，尤其是節能家電及新能源產品。2026 財年，淘寶天貓實現避免排放 3,604.4 萬噸，1688.com 實現避免排放 153.9 萬噸，Alibaba.com 實現避免排放 2,041.7 萬噸。

我們透過搭建便捷、安全的閒置物品交易與回收平台，延長物品使用壽命，減少新品生產相關排放。2026 財年，閑魚實現避免排放 1,278.8 萬噸；阿里資產實現避免排放 96.1 萬噸；菜鳥驛站透過驛站回箱和舊衣回收業務，實現避免排放 7.2 萬噸。

高德為用戶開設碳賬戶，激勵低碳出行選擇。截至 2026 年 3 月 31 日，「綠色出行碳普惠計劃」已覆蓋北京、上海、濟南等 34 個城市，帶動用戶實現避免排放 184.8 萬噸。

淘寶閃購鼓勵用戶選擇「無需餐具」「小份餐食」等選項，減少一次性用品使用和食物浪費，2026 財年，實現避免排放 4.9 萬噸。

避免排放路徑和項目的更多信息，
詳見《阿里巴巴範圍 3+ 避免排放報告 2026》



助力建設綠水青山

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

減少和優化包裝

減少和循環使用廢棄物

節約水資源

保護生態系統

減少和優化包裝

包裝的首要功能是保護商品在運輸配送過程中完好無損，不因外部環境變化而受損。這一功能屬性決定包裝的環境友好策略不能僅僅從一個維度出發，而需要綜合權衡多重因素，在確保商品安全的前提下儘量降低環境影響。與包裝議題實質相關的阿里巴巴業務涵蓋菜鳥、速賣通和 Lazada 中由阿里巴巴直接履約或採購的物流服務等。履約場景不同，包裝策略面臨的具體權衡也不一樣，但降低包裝環境足跡是共同努力的方向。以菜鳥為例，2026 財年，菜鳥透過減少包材使用、包裝循環和重複利用共計減少 18.9 萬噸包裝材料，共計減排 28.6 萬噸。

超 2,400 萬個

回收的複用舊紙箱

減少包材使用

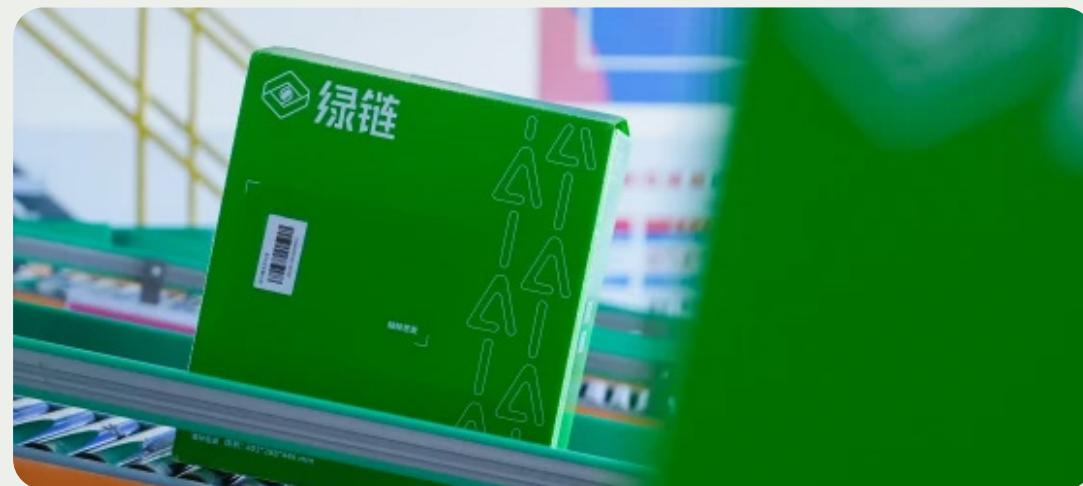
我們依託數字化技術與智能算法減少包材使用，從源頭提升利用效率。標準化電子面單的推廣帶動速遞行業的紙張減量；自主研發的裝箱算法為紙箱型號選擇和裝箱順序提供指引，提升包裹內部空間利用率；對適用商品嘗試原箱發貨，在確保交付安全的同時減少額外包裝；同時，針對不同行業特性開發簡約包裝方案，並推廣電子裝箱單的應用。

包裝循環和重複利用

循環利用是降低包裝環境足跡的另一條主線。

2026 財年，菜鳥在倉庫營運環節，回收的複用舊紙箱超過 2,400 萬個。商品週轉環節，與商家合作投入循環箱，截至 2026 年 3 月 31 日累計使用超過 140 萬次，涉及循環箱 14.3 萬個，平均每個箱子週轉近 10 次。

末端回收是包裝循環的延伸。Lazada 在新加坡推出消費者紙箱回收計劃，鼓勵客戶將品相依然良好的物流紙箱交還配送人員，並在紙箱顯著位置印製回收指南，鼓勵消費者參與回收流程。



減少和循環使用廢棄物

阿里巴巴營運範圍內的廢棄物主要來自於阿里雲、盒馬及辦公園區。透過源頭減量、過程循環與末端規範處置，我們既降低營運成本，也緩解業務增長帶來的環境壓力。

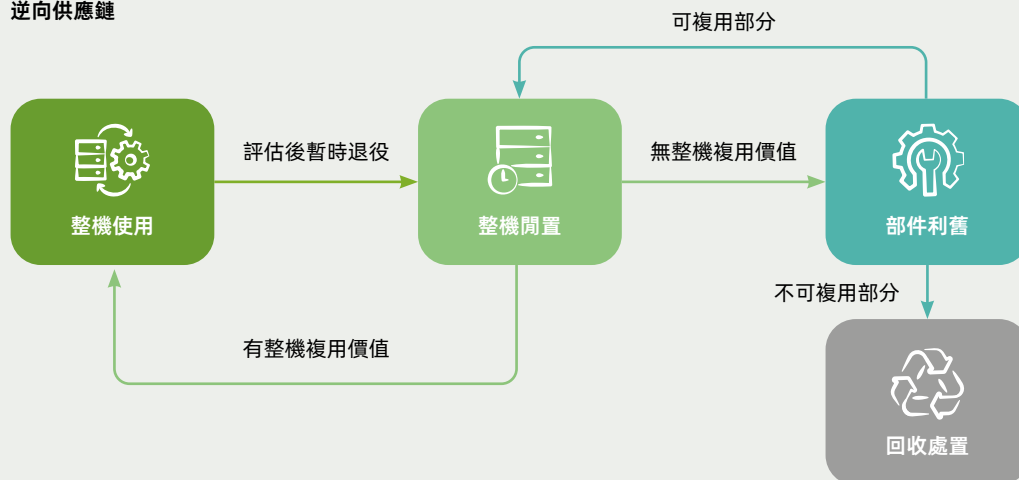
阿里雲

阿里雲制定並實施《阿里雲智能 IDC 園區危險廢物管理制度》，建立硬件設備的全流程管控體系，保障自建數據中心危險廢棄物 100% 交由具備資質單位合規處置。

危廢合規之外，阿里雲透過逆向供應鏈延長硬件服役週期，推動硬件設備循環利用。阿里雲搭建數據系統並為硬件設備建立「身份信息」檔案，實現從採購入庫到最終退役的全流程動態監測。依託這一監測能力，阿里雲建立「回收再利用評估」標準，對退役伺服器進行分級處置。當業務有需求時，可直接復用的

設備優先進入整機循環利用環節；無法直接復用的則移交「循環利舊中心」進行檢測、翻新、拆解和維修。2026 財年，2,851 萬核伺服器實現延長保修，15,593 台伺服器的配件進入循環再利用。對於確定報廢的設備，在最終回收處置前再做一次細緻的零件拆解和評估。存儲類硬件要求回收處置供應商嚴格遵循數據安全準則進行物理粉碎處理；粉碎後的塑料、金屬等材料透過改性再利用重新投入循環利用，實現資源利用閉環。

逆向供應鏈



盒馬

盒馬基於實質性原則識別核心廢棄物類型，並推進衡量與精細化管理。減少食物浪費是源頭削減的重點。盒馬在訂貨階段便綜合門店消費群體、消費習慣、節日與天氣等因素自動預測當日需求，防止因預估偏差導致的食物浪費。盒馬探索將食物損失轉為替代用途的項目，與政府合作建設食物銀行，透過智能櫃機系統將臨期食品分發至社區，在減少資源浪費的同時發揮剩餘價值，兼顧環境效益與社會貢獻。末端資源化覆蓋廚餘垃圾與紙類包裝。廚餘垃圾最終委託各個營運所在地指定的合規供應商處置；紙類包裝則透過與專業回收商試點合作輸送至造紙廠進行改造加工，實現資源化利用。

辦公園區

辦公園區產生的廢棄物以員工生活類為主，品類繁雜。廢棄物管理以精準衡量為前提。截至 2026 年 3 月 31 日，自用辦公園區已實現廢棄物數字化管理全覆蓋，並透過衡量和評估以識別廢棄物管理的機遇。我們在辦公園區內構建涵蓋垃圾分類準確率、資源化利用率等核心指標的實施方案。基於上述實踐，辦公園區已積累一定經驗。2026 財年，為建立更高標準，辦公園區深度參與 T/CAS 1112-2025《辦公型「無廢園區」評價指南》編製工作，並成功推動 6 個園區率先通過辦公型無廢園區的認證。

園區廢棄物管理最終落腳於員工行為改變。我們透過清晰標識等意識培訓項目強化員工垃圾分類意識，引導員工自主分類後再進行二次分揀。

此外，作為自身參與廢棄物處置的標竿實踐，2026 財年，阿里巴巴北京園區持續 100% 廚餘垃圾回收，並將其經生物發酵處理轉化為有機肥，形成「分類 - 回收 - 資源化」的管理閉環，從而減少廢棄物的最終填埋。

保護環境 • 助力建設綠水青山

節約水資源

中國用水呈現區域性失衡，譬如位於北方地區的營運節點將面臨更高的水壓力。為此，我們致力於在營運中有效利用水資源，減少不必要的浪費，並嚴格遵循營運地要求，結合對水足跡分布數據的盤查，評估相關業務的水資源風險，識別提升水資源利用效率的機遇，落實節水減量和循環利用水資源舉措。我們將圍繞水足跡實質重要業務——阿里雲、辦公園區和盒馬來展開匯報。

阿里雲

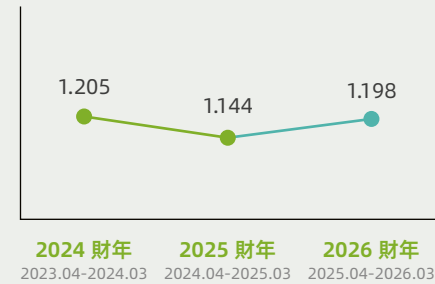
WUE（水資源使用效率）數值本身並非越低越好——在水資源可持續供給的地區，以可控的水消耗換取顯著的能源效率提升和碳減排效益。因此，如何處理好 PUE 和 WUE 這一權衡關係，是阿里雲可持續營運的重要課題。

阿里雲的水管理方法論建立在「因地制宜、全週期統籌」的框架之上。我們將冷卻技術路線的決策與區域水資源稟賦評估深度綁定：在水資源匱乏地區，優先採用風冷架構，以最大限度減輕對當地水生態的壓力；在水資源充沛地區，則審慎啟用蒸發冷卻，以顯著降低電力消耗和碳排放。2026 財年，阿里雲自建數據中心年均 WUE 為 1.198，其中風冷模式主導的數據中心年均 WUE 為 0.205，蒸發冷卻模式主導的數據中心年均 WUE 為 1.799。兩種技術路線的差異化部署，使得我們在保障算力基礎設施高效運行的同時，將水生態影響控制在合理邊界之內。

在風冷主導的水資源匱乏地區，阿里雲不僅透過技術路線選擇減少直接耗水，還在營運環節持續挖掘水資源循環潛力。2026 財年，烏蘭察布等基地的數據中心透過高效水回收系統，共回收利用中水 135,858 立方米。

在營運精細化管理方面，阿里雲制定 WUE 管理辦法並持續迭代管理策略，從冷卻塔補水水位調節、濃縮倍率與電導倍率控制、環境濕度設置等多個維度，規範數據中心的水資源管理實踐。這些措施的目的，是在採用蒸發冷卻的數據中心內，將每一立方米水的冷卻效能發揮到極致，從而減少不必要的取水。

阿里雲自建數據中心年均 WUE



1.198

阿里雲自建數據中心年均 WUE 為 1.198



保護環境 • 助力建設綠水青山

辦公園區

辦公園區的取水壓力更多來自日常營運的累積效應——員工生活、景觀綠化、空調系統、餐飲配套等多元用水場景疊加，使得園區對市政供水形成持續性依賴。因此，如何降低辦公園區對本地水生生態的負擔，理應成為努力的方向。

我們的園區水管理覆蓋規劃設計期與營運期。在規劃設計階段，我們以「海綿城市」理念為指導，透過雨水回收系統與透水性鋪裝材料的組合應用，將屋頂及地面降水轉化為可循環利用的水資源，而非直接排入市政管網。

此外，我們構建「監測 - 節水 - 回用」的營運管理體系。在用水前端，全面推廣節水潔具並升級至一級水效設備投入，從源頭降低單位場景的耗水強度，並透過培訓的方式來提升員工的節水意識；在用水後端，搭建直飲水廢水與空調冷凝水循環網絡，將原本直接排放的「廢水」重新納入循環利用鏈條。2026 財年，阿里巴巴自用辦公園區持續拓展循環水系統的改造和投入營運，全年循環用水量達到 58,471 立方米。



58,471 立方米
全年循環用水量

盒馬

生鮮零售業態的水資源管理面臨一個獨特挑戰：水是保障產品品質與食品安全的必要投入。海鮮蓄養需要持續循環的潔淨水體來維持生物活性，餐廚加工則需要大量用水來保障衛生標準——這兩個場景既是門店營運的核心環節，也是用水量最集中的來源。如何在在不影響營運品質的前提下實現精準節水，是盒馬水管理的核心課題。

盒馬建立水資源數據管理系統，系統性地追蹤門店各場景的用水模式，就海鮮蓄養與餐廚用水兩個主要用水場景，制定差異化的技術策略。在海鮮蓄養環節，盒馬部署集成物理過濾、生物淨化與低溫循環技術於一體的智能水處理系統。物理過濾去除水體中的顆粒物與雜質，生物淨化透過微生物群落分解氨氮等代謝廢物，低溫循環則降低水體耗氧量並抑制病原體繁殖——三項技術的協同運行，使蓄養水在保障水質指標穩健的前提下實現閉環循環利用，從而實現廢水的減少、回收處理和重新使用。在餐廚場景，盒馬引入具備水位識別技術的智能用水設備。該設備根據實際作業需求自動調控進水量和用水時長，避免傳統設備因固定流量設定而造成的不必要溢流與浪費。



保護環境 • 助力建設綠水青山

保護生態系統

我們持續深化對生物多樣性風險與機遇的國際標準與評估體系認知，重點參考自然相關風險和機遇管理的披露框架（TNFD），將保護生物多樣性融入營運實踐的同時協同多方參與。

辦公園區

企業園區雖然單體佔地面積有限，但其選址、建設和持續營運會在局部尺度上對本土物種的棲息造成累積性影響。

辦公園區的生物多樣性保護從選址階段即開始介入，覆蓋設計與營運全週期。新建園區在選址設計階段即啟動生態風險評估，按國家及地方法律法規要求 100% 完成環境評估，將生態敏感性納入選址與設計方案的核心考量。

我們優先選用本土物種進行園區綠化。本土植物與本地昆蟲、鳥類之間經過長期協同演化，能夠形成更穩定的食物鏈支撐關係。在此基礎上，我們透過棲息地修復和生態廊道建設，提升園區內部及園區與周邊自然環境之間的連通性，為野生動物提供適宜的棲息環境與遷徙通道。同步地，園區景觀設計主動控制照明強度與光源朝向以降低光污染，並透過設備佈局與隔音措施減少聲干擾，從多維度保障自然生態系統的相對穩定。2026 財年，我們在園區維保環節進一步強化生態友好理念。在植物保護過程中，以易降解的礦物農藥逐步替代傳統化學農藥，減少土壤和水體的殘留毒性。在生物安全管理過程中，採用超聲波驅避、物理阻隔等非損害性手段替代毒性藥劑或致命性清除措施，在保障園區人員安全的同時，最大限度降低對自然食物鏈的擾動。

電商平台

電商平台在極大降低商品流通成本的同時，也容易被不法分子利用為野生動植物非法交易的新渠道。我們持續深化平台治理，強化對消費者的引導，也同時號召更多社會力量參與生物多樣性保護。

淘寶天貓、速賣通依託智能算法對商品文本、圖片、視頻等內容開展實時監測，結合前端人工巡檢機制實現風險內容的精準識別與快速處置。對違規行為採取分級處置，包括違規告知、商品下架、信用扣分及店鋪清退等措施，同步開展違規教育，引導商戶合規經營。

面向消費者，淘寶天貓持續營運「綠網計劃」。截至 2026 年 3 月 31 日，累計 2,490 萬次用戶的野生動植物交易相關搜索一鍵轉化為科普教育和宣導頁面，累計有約 69 萬人主動參與野生動物保護相關的「公益守護行動」。

2026 財年，「綠網計劃」參與世界生物圈保護區大會（WCBR）和 COP30，與全球保護機構交流平台治理經驗，探討生物多樣性保護的前沿方向，並拓展國際合作網絡。



我們在西溪 C 區以天然木材、竹段、蘆葦管為主材，針對切葉蜂、瓢蟲、草蛉、蜘蛛等不同物種，提供差異化的巢穴結構。有的模擬中空樹洞，有的復刻枯枝堆疊，有的營造細密縫隙，盡量還原昆蟲在自然界中真實的棲居條件。我們手搓了 6 套昆蟲居住的小屋，俗稱「蟲蟲客棧」。

社會

支持員工發展

人工智能和數字技術的快速發展正在重塑工作方式。對一家以 AI 為驅動的企業而言，員工的能力儲備直接決定了我們在變革中的競爭力與韌性。我們持續建設適應技術變革的組織與人才體系，幫助員工提升面向未來的能力，共同把握技術進步帶來的機遇。

本章

01 多元、平等和共融



02 人才的吸引和保留



03 豐富的人才發展機會



04 員工的健康和活力



支持員工發展



多元、平等和共融



34.8%

34.8% 的員工為女性



人才的吸引和保留



福布斯全球最佳僱主

「福布斯 2025 全球最佳僱主」，繼續位列中國企業前五

AI 生產力計劃

「AI 生產力計劃」為所有員工免費提供 AI 工具資源

超 7.8 萬名

超 7.8 萬名員工利用陪伴假享受與家人的寶貴時光



員工的健康和活力



超 20,000 名

累計培訓超 20,000 名急救俠

95.6%

辦公環境滿意度提升至 95.6%



策略與路徑

在構建員工發展體系方面，我們以價值觀塑造成長文化，以國際準則錨定底線要求，以內部制度規範具體行動。

我們秉承「讓員工成為更好的自己」的理念，在員工廣泛參與的基礎上形成了六條核心價值觀。這是阿里巴巴文化的核心組成部分，在我們如何經營業務、招聘人才、管理和考核員工以及決定員工報酬中扮演著重要角色。

同時，阿里巴巴遵循《世界人權宣言》《經濟、社會與文化權利國際公約》《聯合國工商業與人權指導原則》、聯合國全球契約十項原則以及國際勞工組織《工作中的基本原則和權利宣言》《消除對婦女一切形式歧視公約》《殘疾人權利公約》等國際準則，並於 2021 年加入聯合國全球契約組織（UNGC）。

在此基礎上，我們制定了《阿里巴巴集團商業行為準則》和《阿里巴巴集團員工權益守則》。前者是每位阿里巴巴員工應當遵守的職業行為規範。其中，對「維護工作秩序」和「保護員工權益」做了明確的規定。後者是一項涵蓋人權、職業健康與安全、多元平等共融以及員工培訓的管理規範。

讓員工
成為更好的自己



支持員工發展 • 多元、平等和共融

多元、平等和共融

我們深信，多元、平等與共融（DEI）是組織持續創新與長期發展的驅動力。透過營造尊重差異、機會公平的工作環境，我們支持不同背景的員工充分發揮潛力，將多元視角轉化為業務價值。在董事會可持續發展委員會的指導下，阿里巴巴設立「多元平等共融專項組」，負責制定相關的政策以及具體的管理舉措。

我們致力於將 DEI 管理理念貫穿於「選、聘、育、留」等人力資源管理各環節，確保不同國籍、種族、年齡、性別、身體狀況、宗教信仰和文化背景的員工均能獲得公平、公正的對待。

支持多元化的人才

平等及相互尊重的工作環境

共融的文化氛圍

支持多元化的人才

我們充分認同、接納和重視個體之間的差異，無論是性別、種族、年齡上的多樣性，還是內心的信仰、價值觀、人生閱歷的差異。截至 2026 年 3 月 31 日，阿里巴巴共擁有 131,462 名來自 112 個國家和地區的員工，其中女性員工佔比為 34.8%；女性管理者佔比為 28%，女性高級管理者佔比為 28.6%。在女性員工支持方面，我們透過女性成長工作坊和職業發展課程助力女性成長，並為女性員工提供專項健康檢查與心理諮詢服務。

我們關注每一位員工歸屬感與被看見的需求。結合傳統節日，我們開展跨文化慶祝活動，讓不同文化背景的員工感受到尊重與關懷。例如，2025 年 5 月 10 日，我們邀請員工家人走進中國、新加坡、印尼、德國、法國及美國等多個國家的辦公園區，慶祝屬於全球阿里人的「阿里日」；2025 年 8 月，我們在菲律賓組織員工慶祝語言月；10 月，在馬來西亞舉辦蠟燭創作活動慶祝屠妖節；12 月，為海外員工舉辦聖誕慶祝活動。這些活動不僅豐富了員工的文化體驗，也進一步強化了組織的包容性。



131,462 名

阿里巴巴員工總數

34.8 %

女性員工佔比員工總數

支持員工發展 • 多元、平等和共融

平等及相互尊重的工作環境

我們致力於為每位員工營造平等、安全、受尊重的工作環境，對任何形式的騷擾、歧視和欺凌行為持零容忍態度。為確保這一承諾落到實處，我們建立了多層次的反饋與舉報機制，讓員工在遇到疑慮時，能夠透過安全、暢通的渠道獲得及時、公正的處理。我們的舉報與反饋渠道包括：

舉報與反饋渠道



廉正舉報

由廉正合規部獨立營運，支持多種語言，提供匿名舉報選項。並承諾在 7 個工作日內反饋受理的線索是否予以調查。



反性騷擾 (AID) 舉報

設有專屬門戶和電郵通道。AID 團隊將負責跟進處理，並承諾在收到投訴後的 2 個工作日內確認受理情況。



Open 電郵

員工可直接向業務總裁反饋問題，通常在 2 天內予以回應。



紀律處分覆議

員工如對紀律處分存在異議，可透過覆議流程向紀律管理委員會申請覆議，委員會一般在收到覆議申請後 10 個工作日內做出覆議結論。

此外，各業務還設立了多樣化的數字化反饋工具，為員工提供便捷的意見表達渠道。例如淘天「小樹洞」、國際數字商業「BB Bar」，員工只需掃描二維碼即可提交建議、投訴或求助。這些反饋由業務 HR 團隊負責跟進處理，覆蓋日常管理中的各類問題，以簡單、易用的方式傾聽員工聲音。

我們對於舉報人的身份以及所提供的信息將予以嚴格保密，並且嚴禁對善意舉報的員工或者對配合調查、提供信息或者其他協助的人進行任何形式的報復。

反性騷擾治理機制

我們制定並頒佈了《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》，明確界定工作場所中禁止及應避免的行為，並規範投訴受理與調查處理程序。反性騷擾舉報一經受理，AID 團隊將獨立開展調查工作，並於調查結束後作出紀律處分決定，由被投訴人所在團隊主管及相關 HR 負責落實執行。對經查證存在嚴重不當行為的被投訴人，將予以解除勞動合同。

此外，我們視情況為投訴人提供法律諮詢與心理諮詢等必要援助，切實保障其合法權益。2026 財年，我們對所有涉及性騷擾的舉報均進行了調查與處置，處置率達 100%。同時，透過專項檢查持續完善相關管理機制。

支持員工發展 • 多元、平等和共融

共融的文化氛圍

多元化的組織要釋放其全部潛能，還需共融的文化氛圍。我們透過開放的溝通機制、DEI 文化宣導和多樣化的員工社群活動，促進員工之間的交流與互動，增強團隊連接與組織凝聚力。

開放的溝通渠道

我們的溝通機制覆蓋管理者與員工之間的正式與非正式交流，以及員工之間的日常互動。

Booking 是一款內部交流工具，管理者可在平台上公開自己的空閒時間，員工可根據需要自由預約，與管理者面對面交流。2026 財年，共有 1,263 位管理者發佈了 4,352 條 Booking。除一對一溝通外，各業務的管理者還透過戰略溝通會、Townhall¹、午餐會等形式與員工開展定期交流，分享公司業務發展動態與戰略方向。

在員工間的溝通交流方面，我們搭建了多個內部線上交流社區，打破層級與部門之間的溝通壁壘，為員工提供自由表達與真誠交流的平台。員工可以在平台上交流業務洞察、技術經驗與行業趨勢，也可以分享工作與生活中的點滴，增強彼此的理解與協作。



阿里內網

阿里內網是阿里巴巴員工專屬的內部數字化平台，承載著溝通協作、文化建設與員工互動等多重功能。

- 阿里味兒是員工分享經驗、交流觀點、互幫互助的內部論壇。我們堅持開放透明的溝通文化，相信坦誠的討論是組織發展的基礎。2026 財年，阿里味兒覆蓋超過 10 萬名員工，帖子閱讀量超過 3,300 萬次。
- 橙 Talk 是以圖片為核心載體的互動空間。我們定期發起話題，鼓勵員工以圖文形式分享工作與生活，發現身邊有趣的人和事。2026 財年，橙 Talk 員工參與量約 52 萬人次。
- 好漢卡是員工之間互相點讚的一款產品，旨在鼓勵員工在日常協作中向優質合作夥伴、給予幫助的同事以及引領自己的師長表達感謝。2026 財年，超過 1,800 名員工透過好漢卡送出超過 1.2 萬次點讚。

1. Townhall：公司管理層與全體（或大範圍）員工之間進行信息分享和互動問答的開放式溝通會議

支持員工發展 ● 多元、平等和共融

DEI 文化宣導

我們透過多樣化的活動持續宣導多元、平等與共融文化，並將其系統性地納入員工培訓體系，使 DEI 理念從認知走向實踐。2026 財年，我們在阿里巴巴園區內舉辦 ESG 市集，並在活動現場設置 DEI 主題互動攤位，透過情景問答等互動形式幫助員工更直觀地理解 DEI 理念。除線下活動外，我們還將 DEI 理念的學習納入主要業務單元《阿里巴巴商業行為準則》培訓和考試中。2026 財年，100% 的員工已完成本年度《商業行為準則》考試，相關版本包含 DEI 模組。

此外，各業務單元結合自身特點和實際需求，開展了針對性的 DEI 實踐。

阿里雲發起 DEI 倡導者社群，透過組織圓桌會和工作坊等活動持續傳播 DEI 文化。同時，在管理者培訓與新員工培訓中均引入 DEI 相關內容，積極推進包容性理念。2026 財年，阿里雲繼續開展 DEI 調研，員工對工作環境包容性的認可度達 90.7%。

菜鳥聚焦跨文化與海外場景，為管理者制定管理啟示清單，在跨文化溝通、少數群體保護等方面提供指引，幫助管理者更好地適應不同地區的文化習慣。同時，菜鳥發佈《菜鳥海外出行手冊》，為員工在海外工作和生活提供指導，涵蓋對多元文化、傳統與宗教的尊重等內容，助力外派員工快速融入當地環境。

豐富的員工社群活動

「阿里十派」是阿里巴巴員工自發創立、自主管理的興趣社群平台，截至 2026 年 3 月 31 日，阿里十派共有 35 個正式團體，涵蓋體育類的籃球派、壁球派、劍道派，才藝類的攝影派、書法派、繪畫派，成長類的讀書派、英語派、正念冥想派等。員工因為興趣走到一起，快樂工作，認真生活。



支持員工發展 • 人才的吸引與保留

人才的吸引和保留

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

招聘人才

公平薪酬與績效評估體系

有溫度的福利和關懷

招聘人才

「選人」是人力資源管理的第一個環節。我們將人才規劃與業務戰略緊密結合，透過外部市場人才供需分析與內部人才盤點，持續評估人才儲備情況，確保人才儲備充足且結構合理。在招聘實踐中，我們建立多樣化的人才招聘渠道以拓寬人才來源，同時注重應徵者體驗與僱傭合規管理。

招聘渠道與體驗

我們在官方招聘平台及第三方招聘網站發佈信息的基礎上，積極拓展社交媒體、直播等新興渠道，擴大人才觸達範圍，提升優質應徵者的應聘意願。同時，2026 財年，我們進一步完善員工內部推薦機制，加大內推宣傳力度，有效激發員工積極推薦優秀人才。

此外，我們將青年人才——尤其是 AI 領域的人才——作為長期儲備的重點，持續深化校企合作，透過企業開放日、校園宣講及實習生項目與高校及青年學生建立連接。部分業務單元還設置有管理培訓生項目，為公司儲備新生代力量。

為了系統性提升應徵者的體驗，我們制定標準化招聘流程、開展面試官專項培訓、並持續收集應徵者反饋。2026 財年，我們共收集應徵者體驗反饋問卷 13,954 份，滿意度為 97%。

福布斯全球最佳僱主

阿里巴巴集團被評為福布斯 2025 全球最佳僱主，繼續位列中國企業前五



「阿里星」人才計劃

「阿里星」人才計劃是阿里巴巴面向全球頂尖青年科研人才推出的招募培養計劃，透過定制化的培養模式、極具挑戰的關鍵技術課題以及大規模的落地應用場景，助力青年人才探索前沿技術，將研究落實為改變世界的力量。2026 財年，我們重點透過該計劃招募 AI 領域人才。

支持員工發展 • 人才的吸引與保留

合規僱傭

在招聘和用工過程中，我們嚴格遵循國際勞工組織公約及業務營運所在地適用的法律法規，堅持平等僱傭原則，不因應徵者的國籍、種族、年齡、性別、身體條件、宗教信仰或文化背景而產生任何歧視；同時嚴禁使用童工，堅決抵制任何形式的強迫勞動，根據《阿里控股童工與強制勞工事件處理指引》，切實保障員工的合法權益。

為將上述原則落到實處，我們在招聘流程中建立了敏感詞檢查機制，確保對外發佈的崗位需求不出現與性別、年齡等相關的歧視性表述。錄用環節，我們依法與員工簽訂勞動合同，並在獲得應徵者同意、充分保護其個人私隱與信息安全的前提下，核驗身份及年齡信息，從源頭防範童工風險。針對童工或強迫勞動等極端情形，制定了明確的應急響應機制：一經發現，立即終止違規用工行為，保障相關人員的人身安全與合法權益，並根據實際情況提供必要的救助與補救，包括協助聯繫監護人、提供教育支持或依法補償等。

公平薪酬與績效評估體系

我們建立了公開、透明的績效評估與薪酬激勵體系，將績效評估結果與激勵回報緊密掛鉤，確保員工薪酬不低於當地基準水平，與員工共享發展成果。

在績效評估週期之初，主管與員工共同設定目標，並透過動態目標管理機制確保目標隨業務變化持續校準、信息雙向同步。根據崗位性質，我們在週期內以月度、季度、半年度或年度為節點開展持續溝通與反饋，跟蹤進展並協助員工及時改進。評估階段，主管結合多方反饋形成評價結果，從目標管理、業績和價值觀考核、團隊績效考核機制等多個維度進行綜合考量，以確保評估的全面性與客觀性。對於績效表現不符合要求的員工，我們設置了績效改進輔導通道，幫助員工完成改進目標。我們還設立績效申訴與覆議通道，員工如對結果存在異議，可申請覆議。

我們為員工提供具有市場競爭力的薪酬與福利，並根據業務及崗位特點設置多樣化激勵方式。短期激勵包括佣金、項目獎金及季度與年度獎金等；長期激勵涵蓋股權激勵及長期現金激勵計劃，引導員工與公司共同成長。



支持員工發展 • 人才的吸引與保留

有溫度的福利和關懷

阿里巴巴致力於為所有員工提供有溫度的福利關懷。在依法落實五險一金及法定假期等基礎保障之上，我們圍繞身心健康、生活平衡、關愛家人等維度，持續完善多層次的員工福利體系（詳見「[阿里巴巴員工福利體系](#)」）。其中，對員工家庭的關懷是我們尤為重視的方向。

我們的福利不僅面向員工本人，也延伸至員工的家庭。我們為員工父母提供免費及專業的年度健康體檢及報告解讀服務，2026 財年體檢參與數達 82,302 人次。從孕育到成長，我們也為員工提供全鏈條的育兒支持——透過孕婦學校和育兒課堂，幫助準父母和新晉父母從容適應「新手爸媽」的角色；與所在地幼兒園及機構合作，為員工子女在入園、託管及健康檢查等方面提供便利。

陪伴家人，時間是最珍貴的禮物。我們設置了陪伴假與育兒假。2026 財年，超過 1.3 萬名員工使用了育兒假，超過 7.8 萬名員工利用陪伴假享受與家人的寶貴時光。

此外，我們也注重透過企業文化活動增進員工與家庭的情感連接。每年 5 月 10 日「阿里日」，公司向全球多個園區的員工家人和親友開放辦公園區，邀請他們走進員工的工作環境。2026 年阿里日期間，超過 2.4 萬名員工親友報名參加。每年春節，我們還會向員工寄送「阿里家書」，分享公司過去一年的發展成果，向員工家人表達感謝。



支持員工發展 • 人才的吸引與保留

身心健康

- 補充型商業保險 (含人身險、商業補充醫療保險和百萬醫療險)
- 年度健康體檢及解讀服務
- iHealth 員工健康管理 (含健康諮詢服務、心理諮詢服務、健康知識普及等)
- 理療服務、運動健身場所及課程

關愛家人

- 孕檢假
- 喪假
- 子女商業保險
- 康乃馨父母體檢
- iHome 置業計劃

阿里巴巴員工福利體系³



生活平衡

- 陪伴假
- 長期服務假
- 路途假
- Outing 假
- 彈性辦公

特色福利

- iHelp 蒲公英互助計劃
- iHope 彩虹計劃
- iHome 置業計劃
- 入職 1 週年 / 3 週年 / 5 週年 / 10 週年賀禮
- 阿里家書
- 婦女節禮物
- 中秋節禮包
- 午餐晚餐夜宵補貼等

基礎法定福利²

- 基本養老保險
- 基本醫療保險
- 失業保險
- 工傷保險
- 生育保險
- 住房公積金
- 年假
- 婚假
- 產假
- 育兒假
- 哺乳假
- 陪產假

2. 基礎法定福利劃分以中國大陸地區法律規定為準
 3. 部分業務會根據自身業務情況以及所在國家、地區的法律規定對上述福利做一些調整

支持員工發展 • 豐富的人才發展機會

豐富的人才發展機會

從新員工入職的第一天起，我們便透過完善的新員工支持計劃，確保人才平穩融入並實現長期留存；依託多元培訓矩陣，持續提升全員專業素養與領導力。同時，我們建立了科學的人才盤點機制與透明的晉升體系，確保每一位員工都能在公平的賽道上實現自我價值的躍遷。

- 新員工融入
- 培訓體系
- 職業發展

新員工融入

我們高度重視新員工入職階段的適應與融入，為其提供從工具指引到文化認同的全鏈路支持。員工入職初期，我們透過「新人地圖」等數字化工具提供精準導航，根據入職不同階段主動推送指引，確保其清晰掌握入職流程與成長路徑。在組織融入層面，我們建立了師徒帶教機制，為每位新員工配備經驗豐富的「師兄」或「師姐」提供一對一指導，並輔以「大師兄來了」、「師兄日」等活動，促進新老員工間的業務經驗分享與職業文化傳承。隨著融入的深入，新員工將參加系列培訓（如「百年阿里」），涵蓋公司戰略、歷史發展及組織文化的通用與特色課程，以此建立深度的價值認同。此外，我們考慮到校招生、技術新員工等不同人群的特殊需求，設計了專項培養項目，輔助其完成從校園到職場、從理論到實踐的能力過渡。2026 財年，我們的各培訓項目均獲得新員工認可，譬如，雲智能集團「雲啟班」與阿里國際數字商業集團「SPARK 技術新人項目」的滿意度均達到 4.95 分（以上項目滿意度的滿分均為 5 分）。



淘天集團實習生支持計劃

從校園到職場的過渡期，實習生能否順利實現角色轉換，直接影響其後續成長為正式員工的潛力，也關係到企業人才儲備。為此，淘天集團為每位實習生配備帶教師兄師姐，提供專業方向的一對一輔導；搭建實習生專屬交流平台，定期組織交流活動，幫助實習生明確實習階段的工作目標，掌握崗位所需的專業知識，逐步融入職場環境。

2026 財年，淘天集團透過「AI 生產力計劃」向實習生開放先進 AI 模型與工具的使用權限，並提供 token 資源支持，助力其在實踐中探索技術創新。問卷調研顯示，2026 財年，實習生項目滿意度達到 4.7 分（滿分為 5 分）。



支持員工發展 • 豐富的人才發展機會

培訓體系

我們相信，對員工能力的持續投入，不僅為員工的個人發展助力，也為企業儲備未來所需的人才。根據《阿里巴巴集團員工權益守則》，我們建立了覆蓋全員的、多樣化的內外部學習發展項目，幫助員工實現個人和職業雙重成長。



專業能力提升

我們提供與崗位能力要求相匹配的專業培訓資源，涵蓋 AI、技術研發、數據分析、營運管理、產品與市場、風險管理、客戶服務、財務、人力資源及 ESG 等領域，覆蓋所有員工。

我們內部的學習平台為員工提供豐富的課程資源。阿里學習彙集了文化、管理、專業及通用能力等優質內容；ATA 與奇點學堂則透過前沿技術分享，打造專業知識分享與交流的社區。

在此基礎上，各業務單元結合自身需求推出定向培養項目。2026 財年，淘天集團為產品經理開設「Hello PD」系列課程，為商業分析團隊開設「BIDS 夜校」；雲智能集團設有產品及技術方向的專項培訓，包括「R&D 開講啦」、雲產品系列課程等。隨著 AI 技術在業務場景中的深入應用，我們也建立了 AI 相關培訓項目（詳見「AI 學習與實踐」專題）。

此外，我們支持員工獲取專業認證。財務線為符合條件的員工考取 CPA、CFA 等資質提供專項激勵；雲智能集團則鼓勵員工獲取 ACA 和 ACP⁴ 等雲技術認證。

AI 學習與實踐

我們為員工提供豐富的 AI 學習資源與培訓支持，涵蓋線上學習、專場培訓和實踐工具，以支持其在 AI 時代實現技能重塑。

阿里學習上線了豐富的 AI 課程與知識資源。截至 2026 年 3 月 31 日，「AI 問道」學習網站整合了超過 1,600 門課程和員工開發的 326 款 AI 產品，將知識學習與實際應用相結合，2026 財年吸引超過 2.9 萬人訪問。ATA 上線了「AI 專題」知識分享板塊和「AI 實踐專區」板塊，為員工提供前沿知識資訊和業務實踐參考。

除線上學習資源外，我們還組織了多場以「AI 學習和應用」為主題的線下培訓和線上直播，為員工提供互動式學習機會。

我們提倡從實踐中持續學習，透過「AI 生產力計劃」支持員工在技術研發、業務創新和日常辦公中探索和應用 AI。2026 財年，該計劃免費為全體員工發放 Token 額度，悟空、Qoder 等工具免費使用。基於技術研發目的，員工購買的外部 AI 開發工具可報銷。

超 2.9 萬人

超 2.9 萬人訪問「AI 問道」學習網站

4. ACA, 全稱: Alibaba Cloud Certified Associate, ACP, 全稱: Alibaba Cloud Certified Professional, 二者的認證範圍包括大模型、雲計算、大數據等子領域

支持員工發展 ● 豐富的人才發展機會

領導力發展

我們圍繞不同管理層級的核心挑戰，構建了覆蓋基層、中階及高階的分層培養體系，並針對全球化佈局設立專項計劃。

新晉管理者面臨的最大挑戰是從「個人貢獻者」到「團隊管理者」的角色切換。我們建立了「管理者應知應會」學習資源庫，涵蓋績效理念、目標設定、輔導反饋等基礎管理知識。同時，我們面向基層管理者推出培訓項目（如「俠客行」），透過「建團隊」、「拿結果」等課程與真實案例演練，幫助其掌握具體管理方法並在實際工作中落實應用。隨著管理幅度的擴大和職責的升級，我們為中階管理者提供組織協同與戰略傳導方面的培訓，幫助其從執行者轉變為團隊與業務的引領者。面向高階管理者，我們聚焦商業洞察與治理能力的深度培養，同時，針對核心崗位開展繼任培養，以降低關鍵崗位的空缺風險。此外，我們為海外管理者設計了 DARE 領導力培訓項目，涵蓋有效溝通、跨文化溝通和跨區域戰略協同等內容。



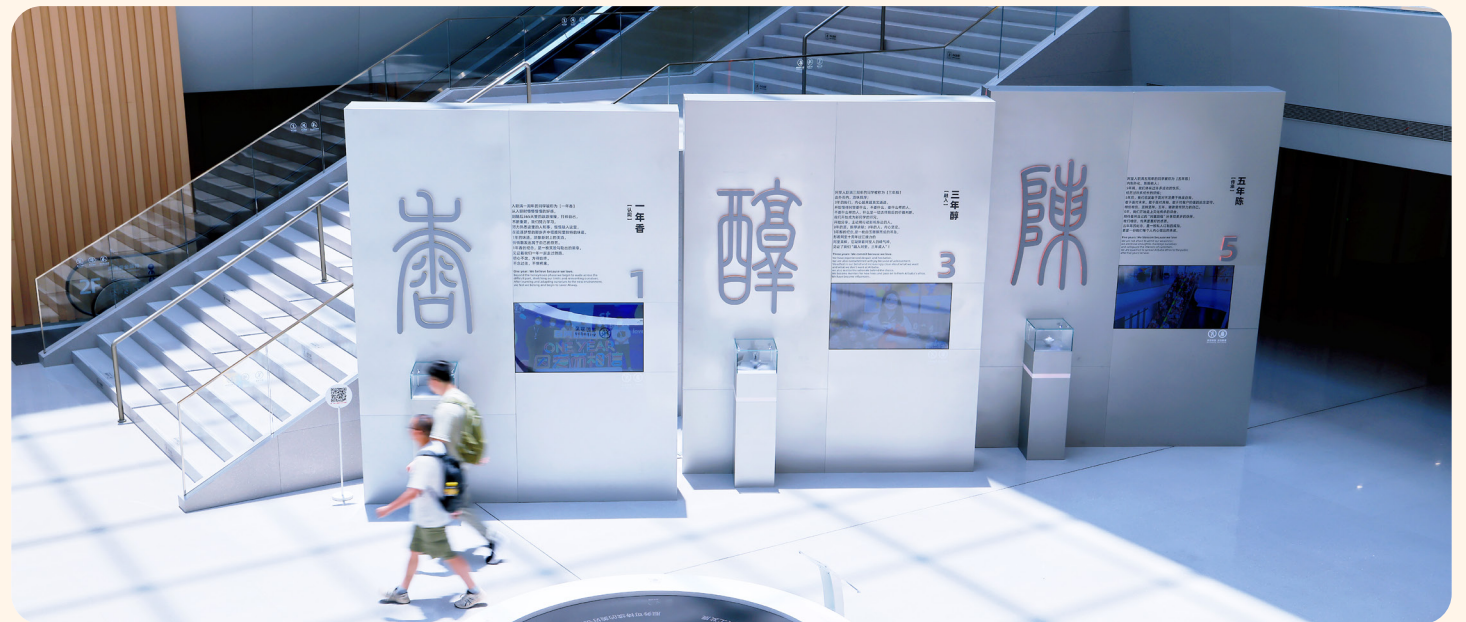
職業發展

我們建立了開放、透明且多元的職業發展體系，鼓勵員工發揮專長，並透過清晰的路徑與完善的機制支持其長期成長。

我們制定了系統化的職級標準，並每年開展人才盤點，評估員工的能力與發展潛力。年度績效評估也是雙向溝通的窗口：員工分享個人發展意願，管理者結合業務需求提供建議，幫助其在崗位深耕、職責擴展或輪崗探索中找到下一步方向。綜合能力評估、業務需求及個人意願，我們為員工提供專業或管理雙通道發展路徑。無論走向哪個方向，都有對應的能力模型作為指引，讓成長有章可循。

晉升是職業發展的重要節點。我們建立了公平透明的晉升評估機制，綜合績效、價值觀、管理者評價及同事反饋等多方視角進行考量。對於一定職級以上的崗位，我們還引入職責評估和評審團面試，確保評估標準的一致性和公信力。晉升的關鍵環節均向員工透明開放，支持申訴與反饋。

除縱向晉升外，我們也支持橫向流動。透過內部轉崗機制，有意願且符合要求的員工可以跨越業務和崗位邊界，在更廣闊的平台上發展。



支持員工發展 • 員工的健康和活力

員工的健康和活力

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

職業健康與安全保障

員工身心健康

有活力的工作環境

職業健康與安全保障

我們遵循《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，透過 ISO 45001 職業健康安全管理体系認證建立管理框架，並制定《阿里巴巴集團員工權益守則》保障員工健康與安全。

由於員工工作場所覆蓋辦公園區、阿里雲數據中心及菜鳥物流園區等不同類型，我們建立了適用於不同場所的安全管理制度和工作規範，如《環境、健康與安全（EHS）政策》，從風險識別與防範和應急管理兩方面落實針對性的管理要求。

ISO 45001 認證場所名單



園區

- 杭州園區西溪 A 區、C 區
- 杭州園區雲谷園區
- 杭州阿里巴巴數字生態創新園
- 北京朝陽科技園區 新增
- 上海徐匯濱江園區 D 區 新增
- 阿里中心（廣州）園區 新增



數據中心

- 張家口張北廟灘數據中心
- 杭州臨平經濟開發區數據中心
- 河源數據中心
- 上海楓涇數據中心 新增



物流場所

- 浙江菜鳥供應鏈有限公司
(含 21 處倉儲場所)



支持員工發展 • 員工的健康和活力

風險識別與治理

我們透過系統化的識別、評估、監測和培訓，結合工程技術與流程管控，防範各類營運場所的安全風險。

我們定期開展危險源辨識，排查設施設備運行、現場作業及營運環境中的安全隱患。在評估方法上，我們組織員工結合崗位專業知識和標準辨識危險源，並在作業過程中採用工作安全分析（JSA，用於分解作業步驟並識別危害）、作業條件危險性評價法（LEC，用於對風險進行分級評估）等專業工具進行深度評估，形成風險地圖。

基於風險地圖，我們實施動態巡檢，結合視頻監控與智能識別技術，對重點場所及高風險作業實施持續監測與預警，確保安全隱患的及時發現和處置。同時，我們結合不同營運場所的業務特點，設置相應的定量風險監測指標，透過工程技術措施、流程管控和內部檢查加強風險防控，形成系統化的風控體系。2026 財年，我們進一步針對辦公園區動火作業等高風險場景加強了標準化流程管理，並在物流園區開展叉車安全、電氣安全等方面的專項治理。

在員工培訓方面，我們透過常態化安全培訓提升員工的風險防範意識和能力。在辦公園區，我們持續推進「急救俠」培訓項目，2026 財年舉辦了 209 場授證培訓，培訓時長 1,152 小時。截至 2026 年 3 月 31 日，累計培訓超過 20,000 名急救俠。同時，針對園區辦公和差旅場景，我們



1,152 小時

培訓時長

超 20,000 名

累計培訓超 20,000 名急救俠

制定了員工 EHS 培訓課程，幫助員工識別風險並掌握安全常識與應急技能，守護自身與他人安全。在阿里雲數據中心，我們建立了每日安全提醒、每週安全早會和每月安全培訓等機制。在菜鳥物流園區，我們建立了覆蓋一線操作、營運管理和安防管理等角色的安全意識課程體系。

應急響應與演練

為有效應對突發事件，我們建立了覆蓋辦公園區、數據中心及物流營運場所的應急管理機制，制定應急預案和標準化處置流程，並配備相應的組織保障。

我們定期組織多場景模擬實戰演練，檢驗預案有效性並提升現場團隊的應急處置能力。2026 財年，我們在辦公園區圍繞火災、自然災害和員工急救等場景開展演練，檢驗園區安全團隊的響應能力；在數據中心圍繞運維作業風險開展消防應急、有限空間救援及設備事故處置等專項演練；在物流營運場所定期組織火災疏散及安全事故應急演練。

同時，我們在各營運場所配備自動體外除顫器（AED）、急救包、消防設備等應急救援物資。截至 2026 年 3 月 31 日，辦公園區配備 245 台 AED，同比增加 37 台。

支持員工發展 ● 員工的健康和活力

員工身心健康

我們透過 iHealth 項目為員工提供覆蓋就醫協助、健康諮詢與身心活動的全方位健康支持。在就醫協助方面，iHealth 為員工提供醫療諮詢和就醫對接服務，幫助其解決就醫過程中的難題。在健康諮詢方面，我們為員工提供免費的生理和心理諮詢渠道，員工可透過熱線或內部工具預約專業支持。2026 財年，iHealth 發起 102 場（平均每週約 2 場）的員工身心健康關愛活動，涵蓋健康講座（如中醫養生、頸椎保健）、個人成長課程及線下理療等服務。此外，各業務單元也結合自身需求開展特色活動，如雲智能集團的冥想、舞蹈健身和拳擊體驗等身心調理項目。

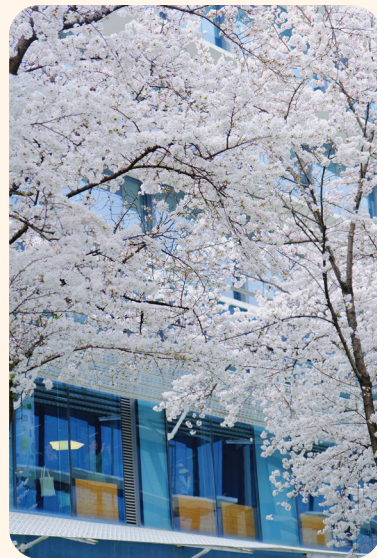
有活力的工作環境

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

數字化服務平台提供 7×24 小時服務支持。員工可透過 1818 熱線電話、內外小蜜⁵等渠道提交辦公環境及其他服務諮詢與需求。2026 財年，內外小蜜諮詢服務量約 969 萬次，均已得到及時響應。

在健康空間建設方面，各園區配備可調節人體工學座椅、健身房、理療室及運動場地等設施。園區綠化空間設有休憩設施，幫助員工放鬆身心、緩解工作壓力。

參考 WELL 健康建築理念，辦公環境持續優化，阿里巴巴西溪園區 C 區已獲得 WELL 金級認證。辦公環境滿意度調研每季度開展，依據員工反饋持續優化園區服務。2026 財年，滿意度提升至 95.6%。



包容的工作場所

辦公園區的設計與營運充分考慮員工多元化需求，打造包容、友好的工作空間。

園區按照《無障礙設計規範》配置無障礙坡道、無障礙衛生間等設施，為行動不便的員工及訪客提供便利。2026 財年，西溪 C 區訪客中心依據該規範完成升級改造，獲評無障礙環境三星級認證。餐廳團隊也為殘障或受傷員工提供協助打餐、送餐至工位等服務。

針對孕期及哺乳期員工，園區設置休息室和備奶室，並在餐廳設置孕媽專座，配備靠墊坐墊。透過「孕媽免排隊」標識，為孕期員工提供便利、舒適的就餐體驗。

95.6%

阿里巴巴辦公環境滿意度

5. 一個服務員工諮詢的線上產品

社會

恪守產品責任服務消費者

消費數字化持續深入，消費者對商品與服務的質量、效率有更高要求，也越來越關注平台在信息真實和數字包容上的責任履行。我們恪守產品責任，堅守質量底線，維護營銷真實，促進數字包容，這關係到用戶信任與平台的長遠發展。

本章

01 創造良好的消費體驗



02 營造包容健康的數字生活



恪守產品責任 服務消費者



創造良好的消費體驗

0.012%

淘寶天貓用戶投訴率 0.012%

超 100 萬

淘寶天貓已有超百萬五星店鋪

超 4,300 萬次

綠網計劃讓超 4,300 萬次非正常搜索得到正向引導



營造包容健康的數字生活

超 32 萬名

淘寶 APP 為超 32 萬名視障用戶提供無障礙服務

超 1.3 億次

高德提供超 1.3 億次無障礙路線規劃和視障導航

可及信息無障礙優秀案例

無障礙劇場入選「可及信息無障礙優秀案例」

2025 人民企業社會責任案例

「檸檬實實關愛行動」入選「2025 人民企業社會責任案例」



策略與路徑

阿里巴巴堅持「用戶為先」戰略，圍繞消費者需求開展業務。國內電商聚焦多層次消費需求，豐富商品和服務供給，讓消費者獲得好商品、好價格、好服務的購物體驗；面向海外市場，我們加強本地供給建設，透過多元化佈局為各國家和地區消費者提供優質的商品與服務。

作為連接供需的平台，我們透過規則設計、市場機制和技術手段，保障商品質量和服務水平。清晰的營運規則規範商家行為，高效的消費者反饋機制推動服務升級，數字化技術持續優化平台和商家的營運效率。

我們致力於讓每一位消費者都能獲得好商品和好服務，持續關注老年人、殘障人士和未成年人等不同群體的需求，應對其在數字消費中面臨的障礙和潛在風險。



「用戶為先」
戰略

恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

創造良好的消費體驗

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

優化商品質量

提升服務品質

優化商品質量

阿里巴巴旗下電子商務平台依據《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國產品質量法》等法律法規開展平台治理，與商家共同維護商品質量與安全。

商家管理規則與商品質量管理要求均發佈於平台規則中心，方便商家、消費者以及其他利益相關者查看。

淘寶規則中心	↗
天貓規則中心	↗
速賣通規則中心	↗



商家與商品准入管理

我們從商家准入環節管控商品質量。商家須提供個人身份資料、營業執照、稅務登記證明等資質材料。出售的商品須符合國家法律法規以及國家標準、行業標準；我們針對不同商品特性制定相應規範，明確額外的質量要求。商品描述須完整、一致、真實，避免誤導消費者。我們依據准入規則審核商家資質和商品信息，審核通過後，商家方可在平台開展經營。



恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

商品品質監測

我們構建了以算法模型為核心、人工治理為支撐的商品品質監測體系，綜合消費者反饋、商品特徵及交易數據等多維信息，對商品開展動態風險識別與品質監測。

2026 財年，我們持續拓展算法模型能力，藉助人工智能技術深度解析非結構化數據，將其轉化為商品風險標籤，精準定位高風險商品的具體風險點，提升治理效率。

我們繼續嚴格執行抽檢機制，依據《淘寶網商品品質抽檢規範》《天貓商品品質抽檢行為規範總則》及《全球速賣通商品品質抽檢規則》，透過自檢或第三方機構開展質量抽檢。2026 財年，淘寶天貓加大抽檢力度，抽檢費用同比增長超過 30%；拓展第三方檢測機構合作規模，合作機構增至 52 家；依託數字化評價體系，對檢測機構實施每日動態評估，確保檢測過程的嚴謹性與公正性。同時，淘寶天貓上線消費者在手檢項目，針對特定品類提供便捷鑑定渠道，消費者可透過一致性鑑別快速核實商品質量，提升爭議解決效率。

數字化賦能商家提升商品質量

商品質量管理不僅依賴事後攔截，更在於透過數字技術賦能商家實現事前預防與自主優化。

淘寶天貓透過信息質量評分引導商家優化商品展示。2026 財年，平台將單一評分模型升級為「基礎質量分」與「扶優質量分」雙軌體系，鼓勵商家提供豐富多元的商品信息，並對表現優異的商家予以正向激勵。在此基礎上，平台持續追蹤消費者評價和諮詢反饋，將質量問題轉化為可視化標籤看板，幫助商家直觀瞭解商品品質水平，及時發現生產或服務鏈條中的薄弱環節。

速賣通在商家管理後台設置商品質量診斷模組，幫助商家主動識別商品風險並獲取改進建議。2026 財年，平台增加細分標籤，明確告知和引導商家提升管理水平。如幫助商家區分重點監管商品的資質要求，降低理解成本。

異常商品處置

我們透過商品監測與抽檢識別商品質量問題，通知商家限期整改，對整改不到位或嚴重違規的商品，採取下架、刪除或限制發佈等措施。當監管部門或生產企業啟動商品召回時，我們履行協助召回責任。

我們為消費者提供退換貨服務。確屬商品質量問題的，商家按規則承擔退貨、更換或維修責任。消費者與商家發生糾紛時，平台依據爭議處理規則介入處理。



商品質量安全生態共建

淘寶天貓透過標準化建設提升商品質量管理能力。截至 2026 年 3 月 31 日已發佈超過 80 項商品標準並透過標準化技術服務平台對外公開。標準既為商品設定准入要求，也透過指標體系發掘優質供給。在此基礎上，平台透過前台導購與標識幫助消費者識別優質商品，同時為優質商家提供成長支持。標準建設、消費者信任與商家成長相互促進，形成正向循環。

此外，我們聯合外部力量拓展質量治理生態。在國內，淘寶天貓於 2026 財年聯合質檢機構成立商品品質治理聯盟，聚焦商品品質信息共享、一致性鑑別研究及標準化建設。截至 2026 年 3 月 31 日，已有 16 家質檢機構加入。在國際市場，速賣通作為歐盟「產品安全承諾」和「數字消費者權益承諾」簽署方，積極與國際監管機構建立常態化協作機制，確保平台合規能力與國際監管趨勢保持同步。

同時，我們建立了合規培訓機制。2026 財年，依託淘寶天貓「合規課堂」、速賣通培訓中心等工具面向商家開展產品安全質量與合規培訓；為員工舉辦多場內部專業培訓，持續提升質量風險識別與管理能力。

恪守產品責任服務消費者 • 創造良好的消費體驗

淘寶閃購推進食品安全體系

2026 財年，「餓了麼」全面升級為「淘寶閃購」，在品牌煥新的同時，我們繼續秉持「放心消費、開心體驗、暖心相助，三心創造美好生活」的 ESG 發展理念。以此為牽引，淘寶閃購強化內部管理機制，聯動商家、消費者、騎手及第三方機構，不斷提升食品安全保障水平。

淘寶閃購建立《淘寶閃購食品安全管理規範》《外賣送餐服務食品安全管理規範》等食品安全制度，定期自查更新，確保符合最新法律法規要求。並設立食品安全管理部門，配備專職管理人員，負責制度制定與治理落實。截至 2026 年 3 月 31 日，淘寶閃購已邀請外部機構為食品安全管理部的員工提供了相關的培訓並獲得食品安全管理員證書。



餐飲商家與食品准入管理

淘寶閃購要求餐飲商家具備線下實體店鋪，實際經營地址與營業執照及食品經營許可證載明地址一致，經營範圍不得超越許可證核定範圍。違規商家將面臨整改、暫停經營或店鋪下線等處置。

2026 財年，淘寶閃購融合人工智能技術提升准入審核的準確性與效率。門店審核採取「AI 預篩 + 人工覆核」模式，AI 審核準確率達 98.6%。

在商品發佈環節，平台將 AI 引入商品信息審核，審核能力從關鍵詞靜態搜索升級為深層語義理解與關聯識別，提升了審核精準度，進一步保障商品信息的真實性與準確性。



恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

餐品質量監測

淘寶閃購推進「明廚亮灶」。平台利用 AI 遠程巡檢技術識別視頻與圖像信息，發現食品安全隱患並向商家預警。消費者可透過淘寶閃購 APP 實時查看後廚並反饋問題。2026 財年，反饋的重點問題均已整改。此外，淘寶閃購 APP 在商家頁面設置「可堂食」、「明廚亮灶」等標識，提升信息透明度。

除技術監控外，淘寶閃購引入第三方檢測機構開展專項抽檢，並建立商務團隊現場核查與「社區俠隨手拍」¹相結合的現場監管模式，透過實地走訪和多方協同提升商戶食品安全保障水平。

淘寶閃購還將食品安全納入餐飲商戶信用分的核心評價維度。信用分較低的商家面臨搜索降權等約束措施；信用分表現優秀的商家獲得「淘寶閃購榜單」、「小藍心」等曝光資源，形成激勵與約束並重的治理機制。

配送環節食品安全管理

淘寶閃購要求騎手在配送過程中規範穿戴工作服與頭盔，保持著裝整潔，並定期清潔消毒配送箱（包），確保配送工具衛生安全。騎手上崗前需完成食品安全培訓與考核，並定期參加複訓。2026 財年，超過 320 萬名騎手在淘寶閃購學習中心完成食品安全課程學習。

食品安全風險處置

淘寶閃購依託商品監測與品質抽檢，對存在質量隱患的商品執行即時下架或刪除處置；針對違規商家，視情節嚴重程度採取警告、暫停營業或永久下線店鋪等處罰。平台提供熱線電話、線上客服等消費者投訴渠道，確保食品安全問題被及時捕捉。

除熱線電話和線上客服外，淘寶閃購還透過分析消費者反饋中的高風險關鍵詞和監測異常訂單分析等方式，主動識別潛在食品安全風險。對於潛在的風險事件，通常在 2 小時內主動聯繫消費者，協商關懷與賠付方案。2026 財年，接受過主動服務的消費者對淘寶閃購食品安全服務的滿意度約為 91.7%。

2026 財年，淘寶閃購成立食品安全售後服務專項組，為食品安全類投訴提供快速響應與專項處置。專項組客服人員經過食品安全險理賠規則等專業培訓，消費者透過任何渠道反饋的食品安全身體不適問題均由專項組接管並閉環處理。

自營業務的商品質量管理

我們的自營業務涵蓋盒馬、天貓超市、阿里健康等。各業務嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，構建商品質量管理體系。

各業務立足自身業態特點，建立商品質量管理制度，明確供應商與商品准入標準，規範抽檢與違規管理流程。商品入庫前執行標準化檢測，倉內營運階段針對風險點開展重點核查，識別並處置隱患。

各業務還採用匿名購買、獨立送檢的方式開展質量抽檢，以第三方視角評估商品品質。商品抽檢或售後回訪確認存在質量問題的，各業務啟動響應機制，推進消費者補救、商品處置與商家治理，確保問題解決。

2026 財年，以上主要自營業務未發生監管機構公告的產品召回事件²。



1. 「社區俠隨手拍」是淘寶閃購發起的一項騎手參與社會共治的創新實踐，包括食品安全、消防安全和應急安全等場景。騎手可透過手機拍照上傳商家食品安全風險問題
2. 統計範圍以相關監管機構發佈的責任主體為準

恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

提升服務品質

我們持續優化消費者購物體驗，透過完善售前營銷信息展示、售中溝通評價機制及售後服務體驗，營造放心、便利的消費環境。

售前

做好營銷合規，構建信息真實的購物環境

真實、準確的信息披露是保護消費者權益的基礎。我們的電商平台嚴格遵守營運所在地的法律法規，包括《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》以及歐盟《數字服務法案》等，建立營銷合規治理體系，持續提升推廣信息的真實性與透明度。

規則制定與准入

我們制定《阿里媽媽營銷合規政策》³《阿里媽媽違規行為管理規範》《全站推廣用戶准入要求》《全球速賣通賣家基礎規則（營銷規則）》等規範，明確廣告發佈商家的資質和推廣內容管理要求。我們關注市場環境變化和法律法規更新，基於用戶反饋及違規案例分析迭代規則體系，修訂過程透過公開渠道與商家溝通。

商家參與推廣前，平台依據規則對其資質及推廣內容進行合規性審核。平台建立基於風險分層模型和歷史風險樣本的分層審核模式，實施機器審核與人工審核相結合的差異化策略。2026 財年，平台整合第三方權威信息和企業公示信息，建立多維度交叉驗證機制，確保商家經營狀態真實合規。

針對 AI 技術在商品展示中的不當應用，阿里媽媽發起劣質 AI 圖片專項治理行動，治理推廣信息中的失真圖片，保障消費者知情權。

商品推廣信息監測

平台對商家發佈的推廣信息建立實時監測機制，基於風險管控清單運用智能工具識別文字、圖片、短視頻及直播等內容中的違規風險，啟動處理程序並由人工覆核。

平台還定期開展消費者視角的風險巡查，驗證規則執行效果。此外，我們持續營運用戶反饋和投訴舉報渠道。2026 財年，阿里媽媽展示廣告每千次負反饋的次數為 0.04 次，對於收到的用戶投訴，處置率達 100%。



風險處置與防範

對於經核實的違規廣告行為，平台採取退貨、賠償等措施保障消費者權益，並對違規商家進行處置，包括警告、限制推廣及要求限期整改。整改須 3 天內完成；逾期或整改後仍不符合要求的推廣信息將予以下線，對達到一定處罰節點的商家將永久清退。

平台定期覆盤投訴數據、總結治理經驗，在此基礎上推進規則迭代與風險模型更新，從源頭防範違規事件重複發生。

平台建立合規營銷培訓體系，提升商家合規意識。2026 財年，阿里媽媽發佈 26 次課程，觸達商家超過 19 萬次；並向存在違規紀錄的商家推送培訓提醒，開展精準宣導。賦能商家的同時，平台強化內部審核能力建設。2026 財年，阿里媽媽組織 6 場審核人員專題培訓，提升審核團隊的規則理解與風險識別能力。

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

恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

售中

持續優化評價體系，提供公開透明的購物環境

2026 財年，淘寶天貓將「店鋪體驗分」升級為「店鋪真實體驗分」，以真實交易數據為基礎，透過算法識別並攔截虛假訂單對評分的干擾，從商品質量、物流速度及服務保障三個維度量化商家表現，提升評分數據的真實度。「店鋪真實體驗分」嵌入流量分發機制，優質服務獲得更多資源傾斜。截至 2026 年 3 月 31 日，淘寶天貓已有超過百萬五星店鋪⁴。

綠網計劃

2026 財年，綠網計劃透過動態詞庫更新與 AI 語義識別擴大涉及野生動植物和抑鬱類用品交易等非正常搜索治理邊界，新增應規避關鍵詞近 5 萬個，讓超過 4,300 萬次非正常搜索得到正向引導。

基於對特定搜索場景下用戶心理需求的洞察，綠網計劃將干預機制從靜態引導升級為「AI 陪伴機器人」交互體系。用戶可透過標註心情獲取個性化關懷響應，並與 AI 陪伴機器人進行交流。2026 財年，超過 20 萬人次使用陪伴機器人進行對話。

此外，綠網計劃透過跨界協作延伸社會責任。例如，2026 財年，淘寶舉辦「淘寶青橙杯」浙江省高校辯論賽，加強青少年對正版及健康內容的辨析能力。



售後

提升服務水平，構建放心的購物環境

我們持續提升售後服務水平，確保消費者訴求得到公正、高效回應。



4. 五星店鋪標準：店鋪真實體驗分≥4.8 分，寶貝質量、物流速度、服務保障三項得分≥4.3 分

恪守產品責任服務消費者 ● 創造良好的消費體驗

客戶服務

我們建立專業客服團隊與標準化服務流程。當消費者需要平台客服介入售後糾紛，或對客戶服務提出投訴時，可透過平台服務入口提交問題或反饋。平台將依照服務規範第一時間響應並受理。我們透過消費者評價與平台抽檢評估相結合的方式監督服務質量，對發現的問題及時安排專項客服跟進處理，形成服務質量的持續改進閉環。

2026 財年，面向全球消費者，速賣通擴大大地化客服語言覆蓋，支持多種語言，並推動客戶服務標準建設，提升售後服務能力。針對無法即時解決或者爭議性比較大的問題，消費者可透過服務入口向平台提出升級投訴；速賣通組織專項團隊支持處理。

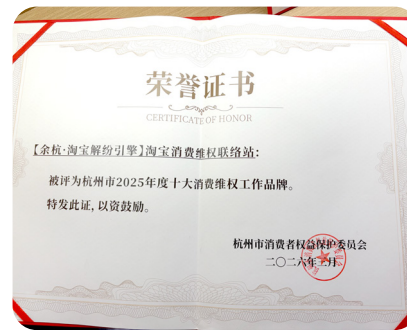


淘寶天貓則重點推進高標準的服務質量管理體系。平台引入 AI 質檢系統，監控訂單承諾履約、服務態度及補償方案等環節，識別到服務偏差時觸發整改流程；發現不當問題時主動聯繫消費者致歉、重新處理訴求並給予補償。針對嚴重服務問題，平台建立攔截機制，安排其他客服介入。此外，淘寶天貓將客服人員評價指標從單一「客戶滿意度」升級為綜合性「好服務」指標，綜合考量服務流程設計、服務態度及支持效能。部分站點以該指標為牽引，透過識別問題、診斷根因及針對性培訓提升團隊能力。2026 財年，淘寶天貓消費者投訴率為 0.012%。

淘寶消費維權聯絡站

淘寶消費維權聯絡站是我們與浙江省杭州市消費者權益保護委員會共建的替代性糾紛解決機制⁵，以高效、低成本的方式為平台客服未能解決的糾紛及全國 12315 渠道反饋的訴求提供升級調解通道。聯絡站由淘寶天貓團隊營運，接受杭州市消費者權益保護委員會的定期監管、合規評估與專業培訓。2026 財年，聯絡站共完成投訴調解案件 148 萬件。調解員介入並成功在 72 小時處理完結率 84.4%。

2026 財年，淘寶消費維權聯絡站被評為杭州市 2025 年度十大消費維權工作品牌。



物流服務

物流履約效率是決定消費者購物體驗的關鍵環節。由於國內與海外市場在物流鏈路長度、環節複雜度和售後處理週期上存在差異，2026 財年我們針對兩類市場採取差異化治理策略。

在國內市場，淘寶天貓以小時級算法模型識別商家實際履約能力，對無法在承諾時限內發貨的商家自動調整其發貨標識，從源頭規避過度承諾風險；透過訂單軌跡實時追蹤智能識別異常發貨行為，及時介入並督促商家規範履約；對「空包」、「虛假發貨」等嚴重違規行為，實施消費者賠付與商品下架並行的處置機制。2026 財年，萬筆訂單物流求助次數同比下降 18.6%。

在海外市場，跨境物流鏈路長、環節多，退貨退款週期較長。針對這一結構性挑戰，速賣通在 2026 財年優化逆向物流體系，在重點國家及地區推出多元化退貨方案，縮短售後處理週期，提升海外消費者的售後確定性。



5. 替代性糾紛解決機制 (Alternative Dispute Resolution, 簡稱 ADR)，是指在傳統法庭訴訟之外，透過中立第三方介入，以調解、仲裁、協商等方式解決社會糾紛的程序

恪守產品責任服務消費者 ● 營造包容健康的數字生活

營造包容健康的數字生活

阿里巴巴持續優化產品和服務能力，致力於構建包容、健康的數字生活環境。

- 無障礙的數字服務
- 適老的數字服務
- 未成年人保護

無障礙的數字服務

我們將無障礙理念融入產品設計與服務體系，持續提升殘障群體獲取數字服務的便利性。

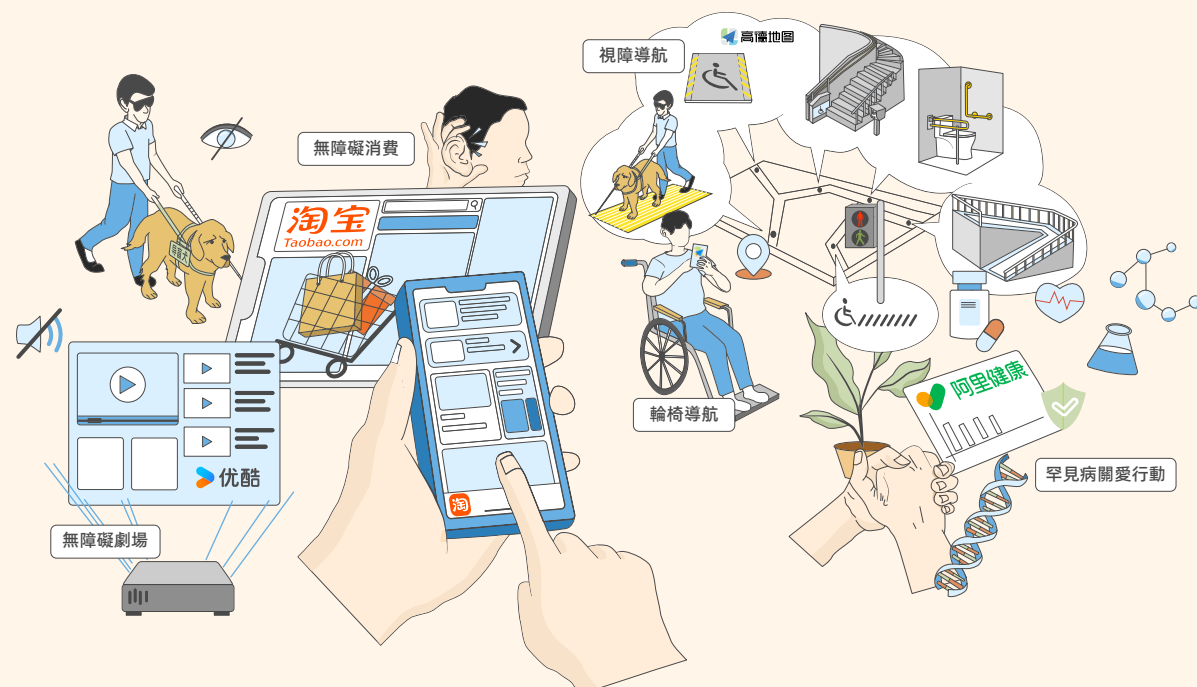
消費無障礙



淘寶持續優化無障礙功能，為視障用戶提供瀏覽與購物支持。平台將文字與圖片信息轉化為語音輸出，優化頁面讀取邏輯與交互方式，推動無障礙功能覆蓋更多產品與頁面。2026 財年，淘寶 APP 上線「淘寶閃購」頁面，即時零售場景對原有無障礙功能提出新的适配要求；我們為此優化動態交互場景中的信息播報邏輯，確保彈窗、懸浮菜單中的價格更新與操作入口可被識別。

上述產品優化並非孤立舉措。我們已將無障礙功能與體驗升級納入日常管理體系。淘寶建立無障礙體驗監測機制，2026 財年修復相關問題超過 200 個。在此基礎上，平台將監測和修復過程中積累的開發經驗轉化為智能工具，自動掃描代碼中的無障礙缺陷並提供優化建議，從源頭預防問題。同時透過線上社群與線下調研收集殘障人士反饋，建立用戶需求溝通渠道，並將其納入產品優化流程。

2026 財年，淘寶 APP 為超過 32 萬名視障用戶提供無障礙服務。



恪守產品責任服務消費者 ● 營造包容健康的數字生活

出行無障礙



高德持續完善無障礙導航能力，針對不同群體出行需求優化輪椅導航與視障導航功能。

「輪椅導航」可規避台階、陡坡等障礙，優先推薦含無障礙設施的出行路線。2026 財年，「輪椅導航」在香港、江蘇省鹽城市上線了無障礙公交出行路線。截至 2026 年 3 月 31 日，輪椅導航功能已覆蓋中國大陸及港澳地區共 75 個城市。

「視障導航」適配手機旁白模式並提示盲道信息，結合路口語音提示與紅綠燈倒計時提醒，提升出行安全與獨立性。

2026 財年，高德總計提供超過 1.3 億次無障礙路線規劃和視障導航。

文娛無障礙



優酷透過其 APP 的無障礙劇場模組為視障人士、聽障人士提供優質無障礙視聽內容。截至 2026 年 3 月 31 日，無障礙視聽作品已超過 9,200 部（集），2026 財年播放次數達 121 萬次。無障礙劇場在第七屆科技無障礙發展大會上獲評「可及信息無障礙優秀案例」。

優酷還舉辦了多元線下活動推廣無障礙文化。2025 年國際殘疾人日期間，其主辦了第三屆無障礙映像節，透過展覽、論壇和觀影等形式，為視聽障人群提供平等的文化娛樂體驗，同時倡導企業和科研機構將適老化與無障礙理念融入技術研發。2025 年國際聾人日期間，優酷參與發起「生活因你而特別」生活片段徵集計劃，鼓勵聽障群體透過短視頻記錄日常生活，增進社會對這一群體的理解與尊重。



健康無障礙



中國超過 2,000 萬罕見病患者長期面臨「用藥難、用藥貴」的結構性困境。由於單一病種患者稀少，相關產品普遍存在研發成本高、生產規模小和供應不穩定等問題。針對這一困境，阿里健康依託平台能力探索罕見病服務模式，聯動患者需求與產業資源，提升藥品與特醫食品的可及性和供應穩定性。同時，阿里巴巴公益、阿里健康投入資金，補充幫扶經濟困難家庭，構建「企業幫一點，公益捐一點，患者付一點」的多方共付保障機制，緩解患者的綜合經濟負擔。這一模式在「檸檬實實關愛行動」（甲基丙二酸血症和丙酸血症專項援助）中率先實踐。

2026 財年，阿里健康將「檸檬實實關愛行動」升級為「罕見病關愛行動」。患者可透過阿里健康罕見病關愛平台線上申領關愛卡，登記用藥需求並納入平台供給保障體系，以此獲得藥品、特醫食品與醫療器械的穩定且專項公益優惠供給。截至 2026 年 3 月 31 日，行動已聯合超過 10 家相關企業，覆蓋 18 種罕見病類型，超過 2,500 名患者加入關愛體系，累計投入約 1,076 萬元用於困難家庭專項補助。

該行動還關注醫療能力建設。2026 財年，為全國新生兒篩查體系 900 餘名醫護人員開展了臨床技術培訓。



「檸檬實實關愛行動」榮獲：

人民網
2025 人民企業
社會責任案例

《可持續發展經濟導刊》2025 金鑰匙 -
面向 SDG 的中國行動
金鑰匙·卓越解決方案

恪守產品責任服務消費者 ● 營造包容健康的數字生活

適老的數字服務

我們從老年人實際需求出發推進適老化改造，提供周到、便捷、高效的數智化服務。

淘寶的適老化創新

淘寶於 2022 年推出「長輩模式」，透過簡化界面、放大字體及引入語音助手，幫助老年用戶降低操作門檻。現有改造主要覆蓋淘寶 APP 的界面文本組件，但含文圖片（如商家的促銷海報）的適老化處理仍有不足。2026 財年，淘寶聯合新加坡南洋理工大學研發適老化海報生成系統，利用生成式 AI 將複雜海報轉換為信息突出、字體放大、背景簡潔的適老化版本。實驗顯示，65-81 歲用戶群體對優化後海報的信息理解錯誤率下降 88.6%。該研究成果入選中國計算機學會《2025 CCF 技術公益案例集》。

淘寶閃購助老餐計劃

針對高齡及失能老人居家就餐困難，淘寶閃購於 2023 年推出「助老餐」數字化服務方案。依託民政數字化網絡對接老人需求與社區食堂資源，打通線上點餐與線下配送，並實現身份識別、補貼匹配和訂單核銷，讓老人線上點餐也可享受政府助餐補貼。在線下，淘寶閃購組建助老騎士團隊，以「固定路線 + 熟人服務」模式保障餐食準時送達，並延伸探視關懷、代購藥品等服務。截至 2026 年 3 月 31 日，助老餐服務已覆蓋北京、上海、中山、南京等 8 個城市。

基於上述實踐經驗，淘寶閃購聯合中國老齡產業協會發佈全國首個《老年助餐數字化服務規範》團體標準，對服務流程、數據安全和人員培訓等進行規範，為科技助老服務的標準化發展提供參考。

優酷的銀髮友好觀影

優酷於 2024 年推出「銀髮劇場」，透過攻克生僻字識別、音畫同步等技術難題，並提供大字幕、長輩音效、簡化界面和適老內容推薦等功能。

截至 2026 年 3 月 31 日，「銀髮劇場」已匯聚超過 9,000 集影視作品，覆蓋電視劇、電影、紀錄片等類型。

阿里健康關愛老年聽障群體

老年性耳聾由聽覺系統衰老引發，隨著我國老齡化加速，發病率持續上升。2026 財年，阿里健康開展「助聽行動」，為聽障老人提供科普宣傳、聽力篩查與義診，並為困難老人提供聽力檢查補助，推動早發現、早診斷、早干預。該項目已在浙江省杭州市設立首個老年人聽力篩查公益服務點。



未成年人保護

淘寶於 2023 年上線未成年人保護模式。

淘寶持續迭代風險識別與防控策略，持續擴大未成年人安全保護網的覆蓋範圍。產品功能層面，主要將商品風險治理從搜索、瀏覽環節延伸至購物車、關注店鋪等交互場景。不適宜未成年人接觸的商品與信息範疇持續更新。截至 2026 年 3 月 31 日，平台對 420 萬個可能影響未成年人身心健康的風險查詢詞自動攔截，並定期開展模擬測試評估防護策略。

淘寶制定《未成年人個人信息保護規範》，指定兒童個人資料保護負責人，建立敏感個人資料訪問審批及加工使用評審機制，禁止以自動化決策方式向未成年人進行商業營銷。平台在實名認證環節識別兒童用戶並強制觸發監護人授權。2026 財年，淘寶天貓完成未成年人個人資料保護審計工作。



社會

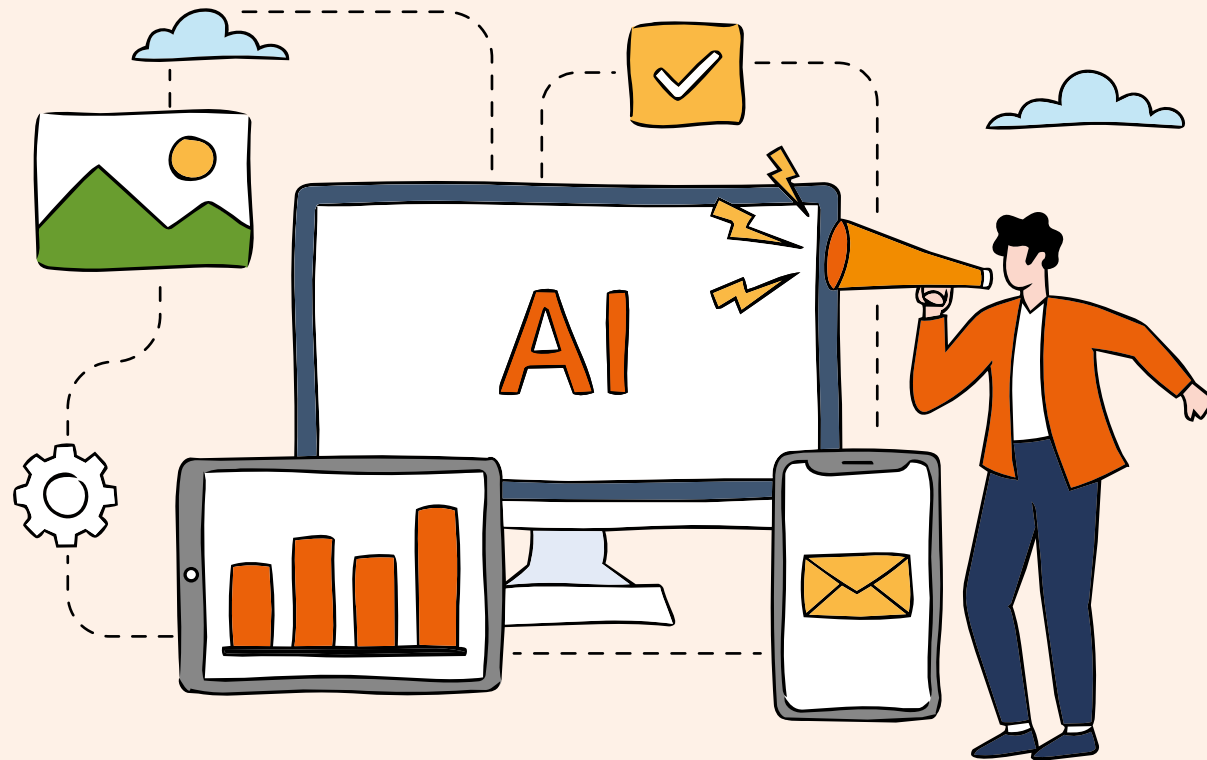
共建數智平台 服務企業客戶

AI 正成為推動企業數字化轉型和高質量發展的核心力量。阿里巴巴堅持「讓天下沒有難做的生意」的使命，有責任大力投入技術創新並將數字技術、人工智能和實體經濟高度融合，助力商家和企業把握 AI 發展的新機遇，促進更安全、更開放的產業數智化升級。

本章

01 發展負責任的科技 [↗](#)

02 發展健康可持續的電子商務平台 [↗](#)



共建數智平台 服務企業客戶



發展負責任的科技

約 24,600 項

全球授權專利約 24,600 項

全球十大最具影響力 AI 公司

阿里巴巴入選「全球十大最具影響力 AI 公司」榜單

約 17 萬個

魔搭社區已有約 17 萬個開源模型供全球開發者免費使用

783 萬

釘釘累計已有 783 萬家企業和組織接入並使用人工智能技術

超 93 %

ISO 9001 質量管理體系認證已覆蓋了超 93% 的阿里雲公共雲產品



發展健康可持續的電子商務平台

2025 世界人工智能大會「SAIL 之星」

服務商家的 AI 解決方案「Marco」榮獲 2025 世界人工智能大會「SAIL 之星」獎項

超 158 萬項

淘天集團知識產權保護平台已保護超 158 萬項的知識產權權利

超 77 萬項

阿里國際數字商業集團知識產權保護平台已保護超 77 萬項知識產權權利

93.3 %

淘寶天貓活躍商家中，93.3% 是中小微商家



策略與路徑

數字科技平台應當秉持創新、開放、可靠、可信、可持續的發展理念，持續為客戶創造商業價值。



「AI 驅動」
戰略



創新

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



開放

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



可靠、可信

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

共建數智平台服務企業客戶 ● 發展負責任的科技

發展負責任的科技

阿里巴巴始終將技術研發視為企業發展的核心引擎，以科技創新驅動社會效率的提升與普惠發展。

推進科技創新

推動開放、包容的科技

建設可靠可信的雲計算

推進科技創新

阿里巴巴持續投入技術研發，鼓勵創新。截至 2026 年 3 月 31 日，獲得全球授權專利約 24,600 項。

2026 財年，阿里巴巴在全棧 AI 能力方面實現了重要升級。

平頭哥自主研发的 GPU 已實現規模化量產，支持從訓練、微調到推理的端到端 AI 工作負載。

高性能網絡、分佈式存儲、雲操作系統共同構成雲計算底座，顯著提升了大規模 AI 任務的運行效率。這些投入使阿里雲獲得多項國際權威認可：連續第六年位列 Gartner 雲數據庫管理系統魔力象限全球領導者，並在生成式 AI 雲基礎設施、工程、模型供應及知識管理應用四大領域被評為新興領導者，成為亞太地區唯一獲此四項認定的雲服務商。¹

步入由 AI 智能體驅動的新時代，模型正在迅速融入各類主流工作和商業場景，模型與應用已實現更緊密的融合。在基礎模型方面，我們於 2026 年 3 月發佈的 Qwen3.6-Plus 實現了顯著的全方位性能提升，尤其在編程和智能體編程方面表現突出，在前端網頁開發和複雜倉庫級任務方面成為業界標竿。截至報告發佈日，最新一代大模型 Qwen3.7-Max 面向智能體全新設計，在編程、推理等核心能力上實現了持續突破。

在應用層，2025 年 11 月，我們推出面向 C 端用戶的千問 App，集生活、辦公、學習於一體的全能型個人 AI 助手。千問 App 與阿里巴巴的各個 APP 深度打通，包括淘寶天貓、淘寶閃購、飛豬、大麥、高德等，在日常生活、服務、生產力及娛樂領域具備獨特優勢。我們還發佈了面向 B 端用戶的企業級 AI 原生工作平台悟空，調用 AI 智能體處理複雜工作流，接入依託阿里巴巴打造的技能模組。悟空和千問 App 共同組成了我們 B 端 C 端齊發力的 AI 應用佈局。

2026 年 3 月，
阿里巴巴集團憑藉其全棧 AI 能力首次入選
《快公司》最具創新力公司榜單中的 AI 類別，
成為該類別中唯一的亞洲企業。

最具創新力公司

阿里巴巴集團入選《時代》雜誌「2025 年全
球 100 大最具影響力企業」，並位列「2026
年全球十大最具影響力 AI 公司」榜單

全球十大 最具影響力 AI 公司

1. 免責聲明：Gartner 並不於其研究刊物中宣傳所描述的任何供應商、產品或服務，亦不建議技術用戶僅選擇獲得最高評級或其他稱號的供應商。Gartner 研究刊物包括 Gartner 研究機構的意見，不應被詮釋為事實聲明。Gartner 概不就此研究作出任何明示或暗示的保證，包括就特定目的作出的任何適售性或適用性保證。GARTNER 為 Gartner, Inc. 及 / 或其關聯方在美國和全球的註冊商標和服務標誌，經許可在本文使用。版權所有

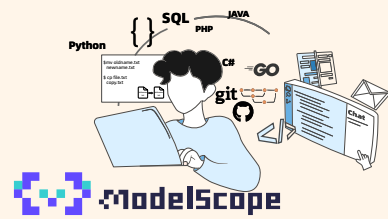
共建數智平台服務企業客戶 ● 發展負責任的科技

推動開放、包容的科技

阿里巴巴是開源技術與開放生態的堅定信仰者及推動者。截至 2026 年 3 月 31 日，阿里巴巴已向全球開源了超過 400 個千問系列模型，覆蓋了從文本、圖像到音頻、視頻的多模態能力，並提供多種參數規模版本以適應不同應用場景。憑藉在 AI 開源領域的積極貢獻，阿里巴巴於 2025 年 9 月入選《財富》「改變世界」榜單。除開源自身模型外，我們還積極建設模型生態。截至 2026 年 3 月 31 日，魔搭社區已有約 17 萬個開源模型供全球開發者免費使用。

在推動技術普惠的過程中，我們尤為關注語言包容性。小語種、方言或區域性語言往往因數據稀缺而難以獲得高質量的模型支持。為此，千問模型家族特別加強了對南亞、大洋洲及非洲等地區低資源語言的覆蓋，截至 2026 年 3 月 31 日，千問系列模型已支持超過 200 種語言及方言，幫助不同文化背景的開發者在本地語境下進行模型微調與部署。

開放生態



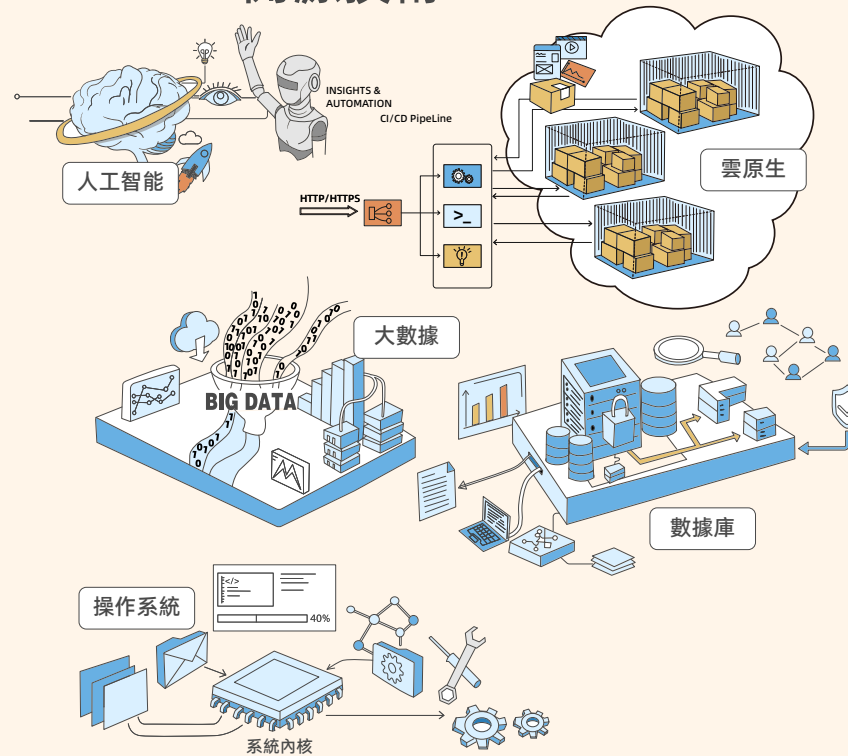
超 400 個

阿里巴巴向全球開源千問系列模型數量

約 17 萬個

魔搭社區已有約 17 萬個開源模型供全球開發者免費使用

開源技術



建設可靠可信的雲計算

技術要服務好客戶，首先須可靠、可信。

關注產品質量

阿里雲遵循《雲智能集團穩定性管理制度》及相關規範，構建了研發、產品管理、穩定性與客服多方協同的質量管理架構，透過產品全生命週期管理、穩定性保障及客戶反饋驅動的機制，保障產品質量與迭代。

截至 2026 年 3 月 31 日，ISO 9001 質量管理體系認證已覆蓋了超過 93% 的阿里雲公共雲產品，較上財年有較大提升²。

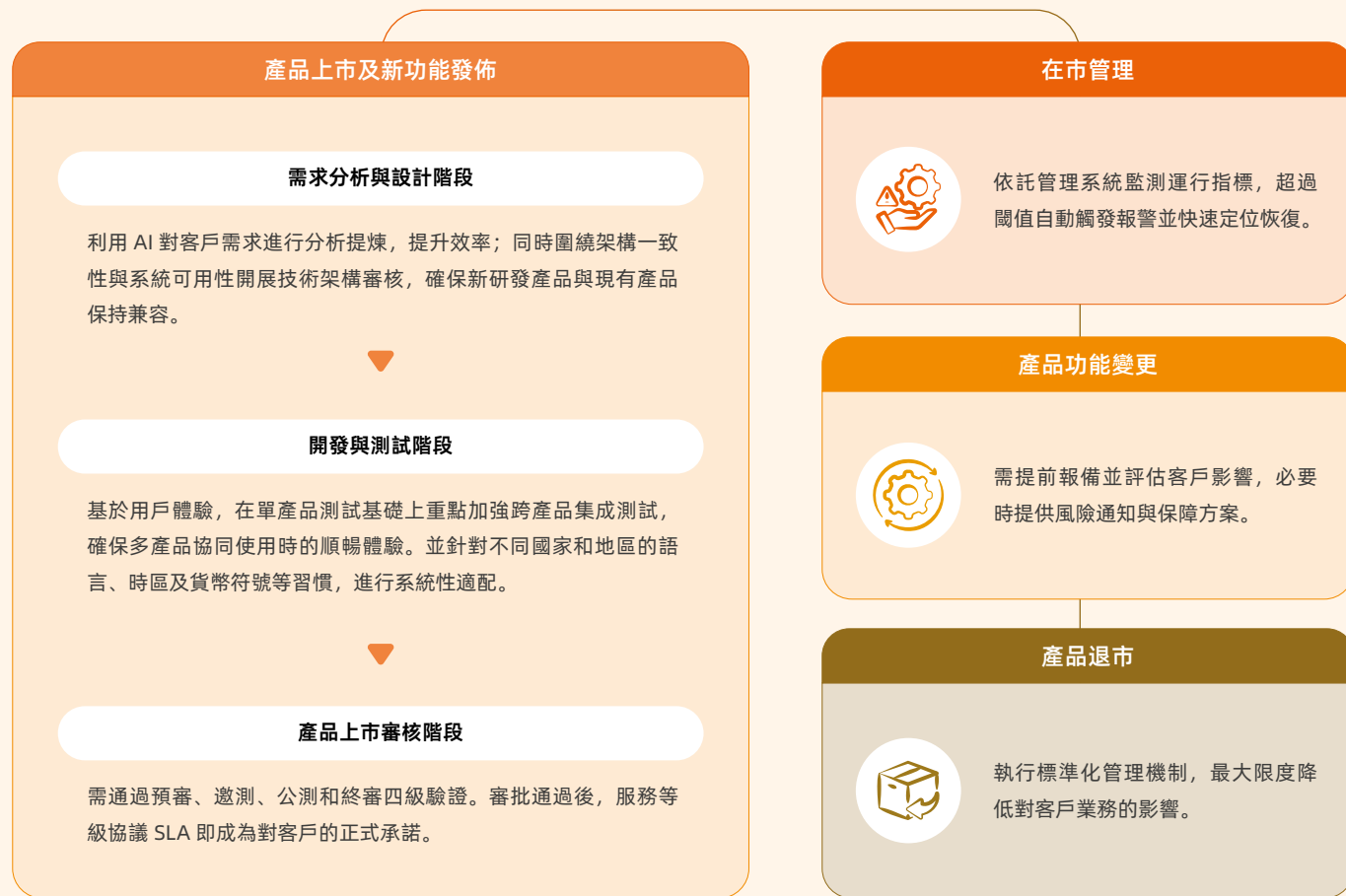


2. 該數字的統計範圍為 2026 年 3 月 31 日當天仍處於在市場狀態的公共雲產品

共建數智平台服務企業客戶 ● 發展負責任的科技

產品質量管理體系

阿里雲始終把客戶的需求放在首位，透過完善的產品質量管理體系，為客戶提供穩定可靠的服務。



產品質量風險管理機制

阿里雲已構建系統化的風險管理機制，以風險清單為核心依據，由各產品團隊定期自主開展風險盤點與影響評估，責任團隊推動改進並由穩定性團隊按風險等級組織專項驗收，實現閉環管理。

在風險預防方面，阿里雲定期盤點歷史故障並掃描單點故障與跨區通信異常等薄弱環節；主動實施故障注入測試，模擬斷網、服務宕機等典型故障場景，驗證監控報警與自動恢復能力；建立標準化壓力測試規範，保障雲計算在高併發、複雜業務場景下的穩定性與可靠性。此外，阿里雲定期開展故障演練，涵蓋開服演練、可用區 (AZ)³ 容災演練、機房大規模故障演練等，並將演練結果作為風險驗收的重要輸入，持續完善風險防範機制。

在應急響應方面，阿里雲依託自動化系統加速故障排查與恢復，透過設立應急決策委員會，統籌協調技術、客戶支持及各職能部門等多方資源，建立分層分級的應急處置機制，確保應急流程高效有序。每次故障發生後，均執行故障覆盤流程，組織相關團隊開展根因分析，形成覆盤報告，並據此制定針對性的預防改進措施，推動風險管理能力持續提升。

產品質量及風險管理培訓

阿里雲將人員專業能力培養作為產品質量保障的重要抓手。2026 財年，我們組織了 66 場產品管理相關培訓，涵蓋產品性能、實操及 AI 應用等方面，並為穩定性保障相關崗位提供培訓及課程認證。約 56% 的阿里雲員工通過穩定性培訓及認證。

3. 可用區 (Availability Zone, AZ) 是指在同一地域內，電力和網絡互相獨立的物理區域

共建數智平台服務企業客戶 ● 發展負責任的科技

提升客戶服務體驗

客戶信任不僅建立在技術能力之上，更取決於服務承諾的兌現與問題響應的及時性。阿里雲堅持以客戶為中心，持續改進服務質量。

我們透過《阿里雲產品服務協議》《阿里雲用戶協議》等準則界定服務內容，並完善《阿里雲售後服務團隊質檢標準》《阿里雲售後服務團隊違規處罰機制》，規範售後服務團隊的服務行為。在服務能力層面，我們組建覆蓋多渠道的客戶服務團隊與高級技術專家團隊，針對高難度問題提供 VIP 專屬支持，提升售後服務體驗。

客戶溝通

我們構建了從「即時響應」到「深度洞察」的多個客戶反饋機制，確保客戶在任何場景下都能被聽見、被理解。

我們確保客戶在任何時刻、透過任何渠道都能獲得支持。提供 7×24 小時不間斷服務，涵蓋線上客服、電話、釘釘等多種渠道，並配備自助服務大廳，提供自助工具和常見問題解答，提升客戶問題解決效率。我們在官網及公開渠道設立便捷投訴入口，並針對客戶投訴建立了從受理、跟進到整改落实的全流程閉環機制——專員在收到投訴後一個工作日內進行電話回訪並全過程跟進，定期拆解投訴類型，聯合相關團隊推動產品及服務優化。2026 財年，共收到客戶投訴 19,813 次⁴。

我們不滿足於被動等待客戶反饋，而是主動創造對話機會。阿里雲官網的「聆聽」平台主動收集客戶對產品、服務及官網的建議，2026 財年共收到 21,571 條客戶建議，其中經評估後採納的建議為 8,991 條。「聆聽」依託 AI 能力實現相似意見自動檢索與匹配，幫助客戶快速定位同類問題及解決方案。與此同時，我們透過 NPS（淨推薦值）問卷調查，主動收集涵蓋售前、流程、產品、交付及售後全鏈路的體驗評價。2026 財年圍繞超過 40 款核心雲產品開展調研，針對低分項目直接與客戶溝通探尋根因，並將其作為產品迭代與服務升級的核心依據。



服務質量跟蹤

2026 財年，阿里雲升級智能質檢系統，透過「AI 篩查 + 人工覆核」問題工單的方式定位服務短板，並向相關服務人員推送改進清單並跟蹤整改落實。同時優化客服激勵機制，構建涵蓋客戶滿意度、響應時效與問題解決質量的多維考核體系，並將結果與績效直接掛鉤，推動服務規範化與客戶體驗升級。

服務質量提升

阿里雲重視客服專業素養與效率。客戶服務團隊定期開展質量培訓，透過案例覆盤與優秀實踐分享，夯實服務規範與實戰能力。同時，客服平台集成智能輔助系統，實現問題自動歸納、方案推薦與結單覆盤，幫助客服更準確地理解並響應客戶問題，提升問題解決效率與客戶滿意度。

8,991 條

2026 財年共收到 21,571 條客戶建議，其中經評估後採納的建議為 8,991 條

4. 此處的統計範圍為阿里雲中國區業務接收的客戶投訴

共建數智平台服務企業客戶 • 發展負責任的科技

AI 驅動：重塑企業智能化協作新範式



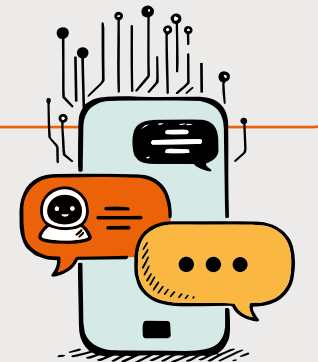
超 **783** 萬家

釘釘累計已有超過 783 萬家企業和組織接入並使用人工智能技術

作為國內領先的智能協作辦公平台及企業管理平台，釘釘深度踐行「AI 驅動」戰略，正推動協同辦公從工具屬性向 AI 原生產力平台演進，助力企業構建面向未來的智能化協作能力。

2026 財年，釘釘陸續發佈多款軟硬件產品，構建 AI 協作能力。截至 2026 年 3 月 31 日，釘釘累計已有超過 783 萬家企業和組織接入並使用人工智能技術。2026 財年，使用人工智能的企業和組織月活量超過 179 萬家。

2026 年 3 月，釘釘發佈企業級 AI 原生工作平台——悟空，將智能體能力融入企業工作流程，支持在單一交互界面內協調多個智能體處理複雜、長週期任務的能力，將 AI 從簡單的「對話助手」演進為能夠自主執行業務邏輯的「工作助手」。



共建數智平台服務企業客戶 ● 發展健康可持續的電子商務平台

發展健康可持續的 電子商務平台

我們堅持以技術賦能商業，為更廣泛的平台經營者服務，透過構建公平的規則體系與權益保障機制，為商家營造友好的經營環境，尊重商家創作成果，為各類商家提供平等的發展機遇和成長空間。

提供數智化商業能力

建設公開公平的經營環境

保護知識產權

推動多元的電商社區

提供數智化商業能力

全球經濟正經歷智能化轉型的深刻變革。然而，技術紅利的釋放並非自動實現——若缺乏有效的工具賦能與能力支持，大量中小商家可能因資源約束而難以充分參與數字經濟。我們認為，AI 技術的價值不僅體現在平台自身的效率提升，更在於能否賦能生態夥伴實現經營能力的系統性躍遷。

基於此，2026 財年，我們聚焦於 AI 技術所長與商家經營痛點的交集領域，主要為內容生產、客戶服務與精準營銷核心場景，透過降低使用門檻，讓不同規模的商家都能平等地享受技術紅利。

淘寶天貓圍繞上述三大場景全面升級 AI 能力。內容生產方面，「生意管家」一站式商戶平台和阿里媽媽分別推出 AIGC 素材生成工具，幫助商家快速生成高質量商品圖片與營銷視頻。2026 財年，二者共計生成圖片及視頻素材 28.2 億個。客戶服務方面，我們在商家客服領域的多個產品中應用 AI，覆蓋用戶意圖理解、售前諮詢、商品推薦等不同功能。AI 營銷工具能幫助商家自動生成個性化營銷方案，使缺乏專業營銷團隊的中小商家也能享受智能化精準觸達與轉化提升的紅利。

面向海外市場，商家面臨的共性痛點與國內相似，但語言障礙構成了額外的核心挑戰。AI 解決方案「Marco」的多語言翻譯能力支持商家以母語無縫對接全球業務，截至 2026 年 3 月 31 日已支持超過 40 種語言，並榮獲 2025 世界人工智能大會「SAIL 之星」獎項。

工具的價值最終取決於使用者能否充分理解和運用。為此，我們在推廣 AI 工具的同時，同步開展了培訓工作。培訓之外，我們建立了線上線下相結合的反饋機制，透過問卷、展會交流、沙龍研討及實地走訪等形式保持與商家的持續溝通，推動工具的持續迭代。



共建數智平台服務企業客戶 ● 發展健康可持續的電子商務平台

建設公開公平的經營環境

透過建立公開公平、規範有序的經營環境，讓商家能夠專注於提升產品體驗與服務價值，是健康平台生態的基礎。



競爭合規管理

淘天集團嚴格遵守《反壟斷法》《反不正當競爭法》及相關法律法規，制定並落實《淘天集團競爭合規管理制度》，明確反壟斷與反不正當競爭的原則和要求。我們建立了常態化合規監測機制，動態追蹤外部監管動態與法律環境演變，並以此為導向開展內部風險排查與制度迭代。

淘天集團將競爭合規要求深度嵌入業務全生命週期。在業務准入階段，我們設立前置合規評審流程，確保業務在啟動前均通過合規評估；在營運階段，依託算法模型開展風險掃描，實現對競爭合規風險的智能識別與預判，依據風險影響程度，對疑似風險實施即時干預，對既定風險啟動專項處置，並透過體系化覆盤挖掘根源，建立源頭預防機制，防止問題重複發生。

2026 財年，淘天集團持續優化平台規則發佈與修訂的管理機制，針對不同類型的規則實施分級分類的管理流程。特別是在重大平台規則的制定或者修訂過程中，淘天集團構建了多元化的會商機制，並設立意見徵集、社會公示等程序，旨在邀請更多利益相關方共同參與規則制定。透過這一前置性的管理機制，平台政策得以吸納多方觀點和意見，視角更全面多元，有力地保護平台各主體的權益，促進平台交易秩序穩定健康。

同時，我們建立了內外部舉報渠道，商家及各利益相關方均可針對平台存在的反壟斷及反不正當競爭等相關問題進行投訴反饋。

淘天集團重視提升員工競爭合規意識，2026 財年，結合重大節點，透過線下培訓與線上直播等多種形式開展了 20 場合規培訓，參與員工超過 13,500 人次。

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

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

保障商家經營風險

商家是平台生態的基石，我們重視商家權益保護的建設與完善。

我們持續升級經營風險解決方案產品「營商保」，落實「合規前置」理念。2026 財年，營商保支持商家完成 5,369 萬件商品合規自查。同時，深化風險預警機制，透過拓展全鏈路預警渠道、覆蓋更多細分風險場景，提供政策解讀與閉環解決方案。2026 財年，成功引導 157 萬名商家規避潛在違規風險。

在權益保護方面，營商保強化對異常攻擊、騷擾和干擾行為的識別與攔截能力，2026 財年，營商保向商家發出 1.5 億次風險提醒，並配套惡意行為投訴入口，便於商家快速反饋並獲得及時處理。

面向海外市場，不同司法管轄區的監管要求構成商家面臨的額外合規挑戰。阿里國際數字商業集團結合各市場監管特點，為商家提供一站式後台管理工具，實時監控商品合規風險，覆蓋商品診斷、資質審查等預警項，直觀展示店鋪健康狀態並追蹤處理進度，方便商家及時整改。

工具之外，我們更重視商家自身的風險認知與應對能力建設。淘寶天貓面向商家推出普法教育欄目《合規最前線》，定期邀請政策制定者與執法部門專家分享私隱保護、反詐、合規經營及知識產權保護等主題的政策與案例。2026 財年，《合規最前線》產出 32 期內容，觸達超過 277 萬商家，觀看量超過 420 萬次。阿里國際數字商業集團針對出海商家在歐美、韓國、巴西等重點市場面臨的合規挑戰，提供法規解讀、合規指引及專項培訓。

共建數智平台服務企業客戶 ● 發展健康可持續的電子商務平台

保護知識產權

淘天集團與阿里國際數字商業集團透過專項團隊持續優化知識產權保護體系。我們依託《淘寶網市場管理與違規處理規範》《天貓市場管理規範》及《全球速賣通知識產權規則》等規則體系，明確商家合規義務，並對侵權商品採取下架、刪除等處置措施，有力維護權利人的合法權益。

構建知識產權保護體系

平台在知識產權保護中不僅是規則的執行者，更應是技術能力的輸出者與多方協作的連接器。

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

在維權服務層面，我們為權利人提供功能完備的保護平台與持續優化的使用體驗。

淘天集團知識產權保護平台具備投訴受理、申訴反饋及多方通知等功能，依託智能化能力將維權流程標準化，可根據商標、專利、著作權等備案信息自動匹配舉證方式，推送結構化指引與模板，並建立體驗回訪機制。阿里國際數字商業集團提供了一站式跨平台投訴服務，聚焦國際化體驗並完成多語種升級，截至 2026 年 3 月 31 日已支持 11 種語言。

截至 2026 年 3 月 31 日，淘天集團知識產權保護平台權利人入駐量約 84 萬，已保護超過 158 萬項的知識產權權利。阿里國際數字商業集團知識產權保護平台已有超過 21 萬權利人成功入駐，已保護來自 137 個國家和地區的超過 77 萬項知識產權權利。

淘天集團原創保護平台

淘天集團原創保護平台為商家在淘寶天貓平台上首發的圖片、短視頻、創意設計等原創作品提供備案和維權。截至 2026 年 3 月 31 日，淘天集團原創保護平台已累計保護 9.8 億張圖片，2 億條短視頻，110 萬份設計手稿，累計幫助 103 萬個原創商家保護作品。

面對 AI 生成內容權屬新挑戰，我們推出「基於沙盒理論的 AI 生成成物確權機制」，透過「AI 首發備案-AI 標註-投訴維權」全流程保護，為商家利用 AI 生成的優質圖片及合成內容提供明確的權屬保障，實現技術創新與權益保護的良性互動。

提升合規意識

為推動電商生態健康發展，我們透過圖文、視頻等形式為商家提供知識產權合規培訓。2026 財年，淘寶天貓推出 22 場培訓，覆蓋商標權、專利權、肖像權、著作權等方面。速賣通在平台規則上線知識產權學習專區，針對家居、手機、服飾等行業推出系列學習規範，助力商家構建系統化知產合規知識體系。



共建數智平台服務企業客戶 ● 發展健康可持續的電子商務平台

推動多方共治

知識產權保護無法僅憑平台單邊力量完成。自 2017 年成立以來，阿里巴巴打假聯盟（AACAA）始終致力於構建多方共治的知識產權保護生態。截至 2026 年 3 月 31 日，已有 1,300 個品牌加入該聯盟。

為應對侵權治理「深水區」難題，破解隱蔽售假、真假混賣等複雜侵權手段，2026 財年，AACAA 成立品牌抽檢分盟，並進一步擴大合作品牌範圍；在資金投入的基礎上，透過整合品牌鑑定資源和提升算法識別精準度，推進品牌保護的專項治理。截至 2026 年 3 月 31 日，合作品牌數超過 1,500 家。

在學術與公眾傳播層面，我們與復旦大學、浙江大學等 15 所院校搭建產學研合作體系，並透過短視頻欄目與線下巡展以趣味形式傳播知識產權知識。

阿里國際數字商業集團持續深化與國際組織合作，已與世界知識產權組織（WIPO）、國際反假冒聯盟（IACC）、韓國知識產權保護局（KOIPA）等機構建立相關合作。其中，我們聯合 IACC 推進 MarketSafe® 項目，形成由平台資助、IACC 協助中小微企業維權投訴的協作機制，為構建公平、可信的營商環境提供支撐。

推動多元的電商社區

「萬能的淘寶」吸引著不同類型的創業者積極參與其中，尤其是中小微商家。2026 財年，淘寶天貓年度活躍商家中，93.3% 是中小微商家。為持續注入商業活力，淘天集團加大新商家招商扶持力度，淘寶推出新商扶持計劃，以流量、營運、工具全方位支持新商家快速打開市場，而天貓推出「藍星計劃」，為商家量身定製成長路徑，匹配激勵政策。2026 財年，淘寶和天貓共新增 175.1 萬個店舖。

綜合型內貿線上批發交易平台 1688.com 積極幫助產業帶商家拓展市場，助力商家選品、營銷和供應鏈管理等多個環節。截至 2026 年 3 月 31 日，已有超過 28 萬個產業帶工廠在 1688.com 開店。

Alibaba.com 作為綜合型外貿線上批發交易平台，為企業創造外貿增長機會。2026 財年，全球有超過 24 萬個賣家透過 Alibaba.com 觸達來自 191 個國家和地區的超過 4,700 萬名買家。

助力非遺商品銷售

傳統非遺技藝因脫離現代生活場景而面臨傳承斷層的困境。我們認為，保護非遺不應僅停留在博物館式的靜態保存，而應透過連接文化與市場，引導手藝人結合當代消費習慣進行創新，讓非遺在消費流通中重獲生命力。

淘天集團持續深化「百匠入淘計劃」，在「淘寶手藝人」基礎上新增「非遺傳承人」專屬標識，透過精準流量扶持和心智引導，推動非遺與手藝人快速增長。2026 財年，經審核認證的非遺傳承人店舖總數同比增長 133%。

針對非遺商家營運門檻高、觸達難等挑戰，我們提供免費線上線下課程及政府聯合實訓，覆蓋店舖營運、AI 工具應用與數字化營銷。同時透過「淘寶中國寶貝非遺遊園會」等線下活動，讓消費者親身體驗匠心溫度，深化公眾對傳統文化的認同與熱愛。



社會

回饋社會和社區

自創立以來，我們始終將業務發展與解決社會問題緊密結合。商業價值與社會價值的協同增長，既能推動社區繁榮與環境改善，也為企業的可持續增長創造用戶基礎與市場空間。

本章

01 參與鄉村振興



02 應急救災



03 科技助力解決社會挑戰



04 促進創業就業



回饋社會和社區

參與鄉村振興



35 位

將人才引進鄉村，累計派出 35 位「鄉村特派員」

超 38 萬

「少年雲助學計劃」累計捐建 403 間「雲計算機教室」，支持師生擁有超 38 萬個人雲電腦賬號

2,662 名

「小鹿燈」項目累計援助 2,662 名重疾兒童



科技助力解決社會挑戰



優秀案例獎

「平掃 CT+AI」多癌早篩榮獲聯合國「AI For Good」峰會優秀案例獎

約 85 萬

高德「積水實景地圖」已覆蓋約 85 萬個積水點位



人人參與的公益理念



253,584 小時

員工總志願時為 253,584 小時

184,995 人次

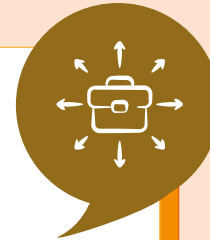
員工自發成立的活躍公益幸福團 111 個，共推進 2,216 場活動，帶動 184,995 人次參與公益

超 4.3 億

「公益寶貝」項目吸引到超 156 萬商家和超 4.3 億用戶參與



促進創業就業



超 8,200 人

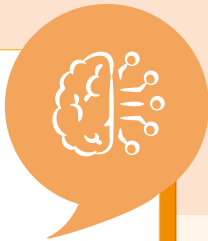
淘寶閃購平台上活躍的無聲騎手超 8,200 人

超 4 萬人

累計超 4 萬人完成釘釘發起的「AI 應用工程師」培訓並獲得認證證書



應急救災



79 名

高德無人區救援項目已成功救助 79 名遇險人員



策略與路徑

真正可持續的社會回饋不應獨立於商業之外，而應深深融入其中。

我們正與各類組織合作，在以下關鍵領域施加持續的影響：參與鄉村振興，助力縮小城鄉數字鴻溝；保護綠水青山，將環境行動延伸至社區層面；助殘扶弱，推動技術與產品的無障礙包容；社會應急響應，在災害面前提供快速支持；以及科技賦能，用創新方案解決社會問題。同時，我們致力於在可影響的各個範圍內創造創業與就業機會，助力推動社會的包容性增長。

保護綠水青山的更多內容詳見第二章第三節「助力建設綠水青山」

助殘扶弱的更多內容詳見第四章第二節「營造包容健康的數字生活」



我是阿里人 更是公益人

回饋社會和社區 ● 參與鄉村振興

人才幫扶

授人以魚，不如授人以漁。阿里巴巴透過引進外部人才與培養本地人才，為鄉村發展提供支持。

阿里巴巴公益基金會入選

2025 鄉村振興創新案例庫

數字鄉村案例



鄉村特派員個人榮譽

鄉村特派員林冬虹獲得

「全國三八紅旗手」稱號

鄉村特派員宋嬌成為

米蘭冬奧會火炬手

人才引進鄉村

截至 2026 年 3 月 31 日，阿里巴巴累計派出 35 位鄉村特派員，覆蓋全國 30 個區縣。

鄉村特派員助力青龍板栗產業可持續發展

河北省青龍縣的板栗產業長期面臨標準化水平不足、品牌溢價有限等痛點。兩任鄉村特派員駐點超過四年，幫助當地農企深度鏈接盒馬與天貓超市，推動當地的板栗產業從「原產地供應」向「高附加值品牌」轉型。一方面，基於消費大數據洞察消費者偏好，指導當地企業改良產品並加強品質管控；另一方面，推動打造有機板栗仁等深加工產品，結合聯名品牌營銷，提升青龍板栗的市場溢價能力。

2025 年 12 月，該案例入選由中國國際扶貧中心、中國互聯網新聞中心、世界銀行等七家機構聯合發起的第六屆「全球減貧案例徵集活動」最佳減貧案例。



助力當地就業

阿里巴巴從崗位創造和技能培養兩個方面助力當地就業。

「客服縣」項目持續為返鄉人才提供就業機會，截至 2026 年 3 月 31 日，項目累計覆蓋 33 個區縣，幫助超過 28,000 名小鎮青年實現「家門口就業」。

在技能培養方面，我們圍繞電商營運、直播帶貨和鄉村旅遊三個方向持續開展鄉村人才培訓。截至 2026 年 3 月 31 日，「陪跑計劃」累計在 18 個區縣落地，品牌代播基地累計在 8 個縣建成營運。2026 財年，「益起尋美」鄉村旅遊人才培訓項目培訓人次超過 43,000 次。

回饋社會和社區 ● 參與鄉村振興

科技幫扶

科技創新是推動鄉村高質量發展的核心動力。阿里巴巴希望把 AI 技術送到田間地頭，帶入鄉村學校。

AI 助力智慧育種

2026 財年，中國科學院遺傳與發育生物學研究所與阿里雲合作啟動智慧育種項目，搭建覆蓋硬件採集、雲端計算與智能決策引擎的一體化科研平台。雙方共建虛擬仿真實驗環境，讓科研人員先在雲端模擬並優化育種方案，再進入田間驗證，縮短研發週期。其中，智能決策引擎基於千問大模型打造，能夠將海量生物數據轉化為量化的育種規律，提升選種決策的精準度。



「少年雲助學計劃」：讓 AI 技術走進鄉村學校，推動數智教育普惠

我們持續營運「少年雲助學計劃」。截至 2026 年 3 月 31 日，該計劃累計捐建「雲計算機教室」403 間，支持師生擁有超過 38 萬個人雲電腦賬號。其中，與該項目合作的三所學校入選國家教育部第二批中小學人工智能教育基地。

2026 財年，「少年雲助學計劃」將 AI 普惠教育完整地嵌入能力培養路徑，從發現與瞭解 AI，到透過 AI 解決問題，幫助學生完成從「使用者」到「創作者」的躍遷，整體提升學生的 AI 素養。同時，推動教師參與 AI 課程研發，將倫理與安全要求嵌入課程設計，幫助學生認知 AI 的能力邊界與偏差，提升師生對 AI 倫理的理解。

2026 財年，該項目獲得由聯合國教科文組織頒發的「全球智慧教育創新獎（實踐創新）」。



支持基礎民生

鞏固脫貧攻堅成果的核心之一，是持續關注老人、婦女和兒童等脆弱人群的基本生活需求。圍繞這三類群體，阿里巴巴持續投入資源與精力。

我們與愛德基金會聯合發起「爸媽食堂」項目，在欠發達地區開辦食堂，為留守老年人提供餐食補貼，並為部分行動不便的老人提供送餐服務。2026 財年，該項目已建立 91 個「爸媽食堂」，為超過 3,500 位老人提供超過 60 萬頓營養餐。

針對婦女和兒童，我們持續營運「小鹿媽媽」孕產婦健康保障項目和「小鹿燈」兒童重疾救助項目。截至 2026 年 3 月 31 日，「小鹿媽媽」累計為 12.6 萬名育齡女性完成投保，並在 149 個村組織超過 500 次線下健康科普活動；「小鹿燈」累計投入超過 5,400 萬元，援助符合條件的患兒 2,662 人。

2026 財年，「小鹿媽媽」入選新華網「2025 民生實事案例」。「小鹿燈」榮獲第八屆「浙江慈善獎」和「2025 中國公益慈善項目大賽」一類資助項目。

回饋社會和社區 • 應急救災

應急救災

阿里巴巴整合各業務的專長與資源，將技術和服務能力轉化為守護社會安全的實際行動，確保救援響應及時、援助範圍廣泛。

馳援香港社區

2025年11月，面對香港大埔火災，阿里巴巴迅速啟動應急響應機制。我們第一時間捐贈專項資金，首批捐款重點用於受災群眾的緊急安置、生活物資補給及專業心理疏導工作。各業務也積極參與救援。菜鳥發揮物流網絡優勢，將應急食品及防護用品高效送達受災一線。高德則實時更新百餘條交通管制及繞行信息，有效保障救援通道的暢通與周邊居民的安全出行。



響應旱澇自然災害

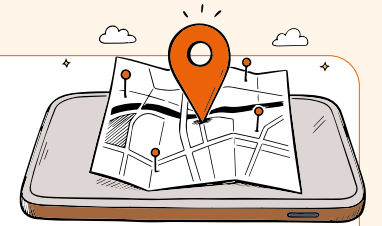
2025年5月，陝西、河南等地遭遇旱情；7月，北京、河北等地發生洪澇災害。我們迅速響應，高效投入應急救災資源，全力支持受災群眾轉移安置。



參與無人區救援

無人區通信覆蓋薄弱，一旦遇險，溝通和搜尋難度極大。高德針對這一場景，研發「衛星無網導航」與「衛星求救」兩項功能，使用戶在無移動網絡的環境下仍可完成定位導航和緊急求助。在此基礎上，高德建立覆蓋風險預警、應急響應到救援力量協調的完整機制。

2026財年，兩項功能完成升級，兼容更多手機終端，進一步擴大服務覆蓋面；其中「衛星求救」功能已協助完成多起救援任務，救助遇險79人。



回饋社會和社區 ● 科技助力解決社會挑戰

科技助力解決社會挑戰

我們將科技視為驅動業務增長的核心引擎，更致力於將科技創新與社會責任融合。

AI 輔助疾病早期篩查

達摩院 2023 年推出的胰腺癌篩查模型，已在多家醫療機構落地應用，驗證 AI 輔助疾病篩查的臨床可行性。2026 財年，基於該模型研發的軟件正式進入國家藥品監督管理局醫療器械技術審評中心的創新醫療器械審查程序，也獲得美國食品和藥品監督管理局（FDA）「突破性醫療器械認定」。

在此基礎上，我們沿用「平掃 CT+AI」的技術路線，構建「一掃多篩」技術體系--在一次 CT 檢查中結合多項指標，為多種病症提供風險評估，輔助醫生提升臨床判斷能力。截至 2026 年 3 月 31 日，我們已在胰腺癌、胃癌、結腸癌、食管癌、肝癌、急性主動脈綜合徵等病症分別發佈 AI 模型。2026 財年，利用平掃 CT 識別早期胃癌和急性主動脈綜合徵的 AI 模型，已分別在國際頂級醫學期刊《自然醫學》正式刊發。

2025 年 7 月，「平掃 CT+AI」多癌早篩入選聯合國「AI For Good」峰會的創新影響力案例集並獲優秀案例獎。



高德守護用戶安全出行

高德持續利用技術能力提升用戶出行安全。為應對重大交通事故、高速前方急剎、夜間貨車、借道超車等道路風險場景，高德與應急管理部中國安全生產科學研究院聯合發佈「鷹眼守護」系統，對潛在交通風險進行預警。2026 財年，鷹眼守護系統發佈預警超過 230 億次。

針對極端天氣可能帶來的道路積水風險，高德推出「積水實景地圖」功能，實現駕車、騎行及步行導航中積水點位的分鐘級監測與實景動態呈現，用戶可在高德地圖 APP 中查看積水路段的現場實況，及時調整出行路線。2026 財年，該功能已覆蓋約 85 萬個積水點位。



高德探索輔助視障出行

我國視障群體數量龐大，但導盲犬保有量嚴重不足，覆蓋率不到萬分之三。面對這一現實，高德研發具備自主感知和導航能力的機器人「途途」，探索以技術手段為視障人士提供出行輔助。2026 年，「途途」亮相北京亦莊人形機器人半程馬拉松比賽，在賽程中協助視障運動員完成障礙規避、人群穿行等一系列複雜場景的挑戰。



「小有可為」AI 開源公益創新挑戰賽

2026 財年，我們透過魔搭社區發起首屆「小有可為」AI 開源公益創新挑戰賽，透過提供開源模型、算力和工具等支持方式，賦能開發者們構建鄉村教育、養老、孤獨症兒童關懷及無障礙生活領域的社會價值應用，旨在激活技術創新生態，持續拓展 AI 向善的實踐邊界。

回饋社會和社區 • 促進創業就業

促進創業就業

在與生態合作夥伴協同發展的過程中，我們不僅實現業務的穩健增長，更助力具有包容性與高質量的創業就業。

包容的創業就業

高質量的創業就業

彈性就業的安全和保障

包容的創業就業

藉助數字技術應用的低門檻特徵，我們努力挖掘就業在性別、學歷及地域維度上的包容性，助力降低女性、殘障人士及欠發達地區人群的創業就業壁壘。

AGI 助力數字人才培養

「阿里巴巴全球創新與發展倡議計劃」（Alibaba Global Initiatives，簡稱 AGI）持續面向發展中國家推廣數字人才培養，透過線上學習平台「AGI Learn」與本地化定製課程相結合，為當地公共機構人員和創業者提供培訓支持。2026 財年，AGI 聯合埃塞俄比亞相關政府及機構，在其首都落成非洲首家全球數字人才學院，根據當地產業需求設計課程並開展培訓，支持當地青年與女性創業者的發展。截至 2026 年 3 月 31 日，AGI 累計培訓來自亞洲、非洲等地區的 204 位公共機構人員和 4,672 位企業家。2025 年 12 月，AGI 被亞洲公益論壇評為「2025 年度亞洲公益示範項目」。



淘寶閃購支持殘障群體就業

淘寶閃購持續深化「無聲騎手關懷提升」項目，2026 財年實現從工具輔助到機制保障的升級。工具層面，淘寶閃購上線「無障礙溝通」一鍵觸達功能及專屬客服，並延長線上溝通斷線時長，緩解聽障騎手的時效壓力。機制層面，落實針對殘障騎手因溝通障礙導致的投訴、差評免責及配送輕微超時免罰機制，構建更加包容的工作環境。2026 財年，平台上活躍的無聲騎手超過 8,200 人。

淘寶閃購同樣關注商家側的包容性。針對聽障店員難以及時獲取外賣訂單提醒和堂食顧客呼喚的問題，我們研發推出智能硬件「閃接寶」，透過閃光或震動方式進行提醒，幫助聽障店員及時響應。



萬人殘障人士商家創業就業助力計劃

「萬人殘障人士商家創業就業助力計劃」持續支持淘寶天貓平台上的殘障商家實現數字化創業與穩定就業。2026 財年，淘寶天貓為殘障商家提供專屬流量支持，用戶在淘寶 APP 搜索「殘疾人創業」，即可看到「助殘會場」和殘障商家店鋪列表。截至 2026 年 3 月 31 日，項目累計服務超過 5,000 位殘障商家。

高質量的創業就業

數字經濟的發展和 AI 時代的到來使得各行各業的職業機會都在發生變化。

淘寶官方學習中心

2026 財年，淘寶官方學習中心重點研發和推出 AI 實操課程，支持創業者們在電商場景內更快應用 AI。訪問學習中心的人次達 1,759 萬次。

「橙點同學」

2026 財年，「橙點同學」新增自研和發佈 AI 技能和認知系列課程，並上線 AI 面試演練功能，幫助學員掌握領先技能和知識並提升求職競爭力。截至 2026 年 3 月 31 日，累計參與該項目學習的人數超過 48 萬。同時，該項目榮獲「2025 年杭州市青年志願服務項目大賽」金獎。

「AI 應用工程師」

釘釘發起「AI 應用工程師」認證計劃，面向全社會提供系統性的 AI 能力培訓與認證，助力數字化與智能化人才培養。截至 2026 年 3 月 31 日，累計超過 4 萬人透過該計劃獲得「AI 應用工程師」認證證書。

Y/OUR SPACE 社區

2026 財年，我們發起「Y/OUR SPACE 社區」，為「一人公司」等新型創業團隊提供金融資源對接、技術服務驛站等創業初期所需的企業服務與資源支持。截至 2026 年 3 月 31 日，已有約 2,000 名創業者加入該社區。

彈性就業的安全和保障

即時配送為社會提供大量彈性就業機會。2026 財年，淘寶閃購年度活躍騎手超過 1,100 萬。我們從職業權益、職業安全、職業關懷與發展三個方面進一步完善騎手保障體系。

職業權益

2026 財年，淘寶閃購持續執行《騎手權益保障制度》，並更新《合作商配送服務規範》，加強對物流服務商的監督，維護騎手職業權益。

在騎手保險保障方面，淘寶閃購已在全國開展業務的省級區域實現商業保險全覆蓋。在此基礎上，17 個省級區域疊加職業傷害保險，形成「職業傷害保險 + 商業保險」的雙保模式，覆蓋超過 800 萬騎手；28 個省級區域的 76 座城市進一步落實社會保險補貼，覆蓋符合繳納條件且工作相對穩定的騎手。此外，我們為騎手增設防暑和防寒保險，強化極端天氣下的保障。

超 1,100 萬

淘寶閃購年度活躍騎手超過 1,100 萬

職業安全

2026 財年，淘寶閃購從安全管理、安全裝備和安全培訓三個維度，加強騎手職業安全保障。

加強安全管理

淘寶閃購持續強化制度建設，優化安全管控流程。我們將物流服務商簽署安全管理協議、騎手簽署安全告知書設定為強制性要求。截至 2026 年 3 月 31 日，物流服務商已擴充專兼職安全保障團隊至 2,358 人，同比增長 181%，為騎手職業安全管理提供堅實的組織支撐。2026 財年，淘寶閃購還上線針對騎手超速、逆行、分心駕駛等風險行為的識別與干預機制，加強騎手交通安全管理。

升級安全裝備

2026 財年，淘寶閃購圍繞騎手個人裝備和站點設施進行一系列升級。個人裝備方面，我們推廣配置應急收納空間的騎手新制服，用於存放應急信息和臨時醫用品；推出即時配送場景專用智能耳機，透過語音導航減少騎手在途中查看手機屏幕的需要；攜手高德升級騎手智能頭盔的事故識別與定位功能，提升應急響應效率。站點設施方面，我們建設消防智能雲控平台，在站點部署集成熱成像監測、煙霧感應、充電違規監測及聯網報警等功能的智能設備，實現消防隱患的實時識別與預警，截至 2026 年 3 月 31 日已覆蓋 1,954 個站點。

強化安全培訓

淘寶閃購建立覆蓋消防、交通及治安法規的安全培訓體系，面向騎手與物流服務商同步開展。2026 財年，騎手安全相關培訓超過 2,029 萬人次。



回饋社會和社區 • 促進創業就業

職業關懷與發展

淘寶閃購重視騎手在工作生活中的實際需求，從騎手溝通、生活保障和職業認可三個方面推進騎手關懷與發展。



暢通溝通渠道

淘寶閃購構建多層次的騎手溝通與反饋機制。在日常響應層面，平台提供 7×24 小時線上客服專線。在深度對話層面，我們在 33 個城市舉辦 49 場騎手圓桌會，聚焦績效考核與職業發展等議題，傾聽一線反饋；同時透過常態化的「騎手權益懇談會」聯動商家、消費者及外部專家，圍繞騎手權益展開探討，並據此在路徑規劃與配送時間算法透明化、超大超重訂單計價、高樓層配送計價等方面做出改進。此外，淘寶閃購推出「17 城市騎士日」主題活動，2026 財年在全國舉辦 533 場線下活動，在直接提供關懷的同時，拓寬與騎手面對面溝通的渠道。



完善生活保障

2026 財年，淘寶閃購更名「藍騎手基金」為「橙基金」，繼續為遭遇重疾或教育困境的騎手家庭提供援助。截至 2026 年 3 月 31 日，累計幫助 2,021 個騎手家庭渡過重疾難關，資助 590 位騎手及其家人完成學業。淘寶閃購持續關注騎手在休息、餐飲、便捷進入小區和電動車換電等方面的日常需求，推動改善其工作生活條件。以餐飲為例，淘寶閃購推出「愛心餐」專項，透過「政府 + 平台 + 商家」協同模式，以提供補貼和折扣的方式為騎手提供專屬平價營養餐。



提升職業認可

淘寶閃購持續完善榮譽勳章體系，設立專項表彰及激勵獎金，提升騎手的職業歸屬感。在 2026 年五一勞動節表彰中，共計 3 位騎手被授予「全國勞動模範」，12 位騎手被授予國家級「五一勞動獎章」，6 位騎手被授予省市級「五一勞動獎章」。



回饋社會和社區

人人參與的公益理念



阿里巴巴踐行「人人參與」的公益理念，透過降低參與門檻，帶動員工和社會力量共同參與公益行動。

阿里巴巴自 2015 年發起「人人 3 小時」倡議，持續推動員工投身志願服務。2026 財年，正式員工的志願時合計達到 253,584 小時，由員工自發組織的 111 個活躍「公益幸福團」共推進 2,216 場活動，帶動 184,995 人次參與。2025 年 7 月，第五屆公益委員選舉正式啟動，公益委員作為員工公益代表參與公益事務決策，並可透過公益委員基金將公益創意轉化為實際行動。我們還透過年度「阿里巴巴公益榜」對投身公益的員工及團隊進行表彰。

我們希望激發社會力量參與公益，為構建起覆蓋廣泛的社會向善網絡貢獻一份力量。2026 財年，「公益寶貝」項目拓展至閑魚平台，並行開展「賣寶貝捐贈」與「直接捐寶貝」。「公益寶貝」項目吸引超過 156 萬商家和超過 4.3 億用戶參與。我們還把「人人 3 小時」理念向外推廣，在淘寶等多個 APP 上搭建面向社會的「人人 3 小時」平台，從便捷性的角度降低公眾參與公益成本，2026 財年，參與用戶數超過 539 萬，公益行為數量超過 1.8 億人次。此外，「XIN 益佰」計劃聯合公益夥伴推廣創新公益模式，2026 財年，已支持 34 個公益組織的 56 個標竿項目。

2026 財年，阿里巴巴集團向阿里巴巴發起的公益基金會捐贈約 2.8 億元。



「全國先進社會組織」

2025 年 12 月，阿里巴巴公益基金會獲得「全國先進社會組織」

社會

堅持誠信經營

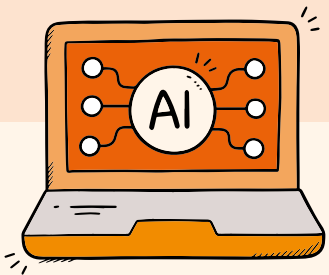
我們始終將誠信與合規視為立身之本，致力於構建可信賴的治理底座，為社會和客戶築牢深受信賴的企業根基。

本章

- 01 恪守商業道德 ➤
- 02 深化供應商管理 ➤
- 03 保護數據安全與私隱 ➤
- 04 守護網絡安全 ➤
- 05 完善科技倫理 ➤



堅持 誠信經營



恪守商業道德



100%

董事會廉正培訓覆蓋率達 100%

100%

員工商業行為準則考試通過率達 100%

4.65 分

員工對公司廉潔的工作環境認可度提升至 4.65 分 (滿分 5 分)



深化供應商管理



4.3 萬

已有 4.3 萬供應商簽訂《誠信約定函》



守護網絡安全

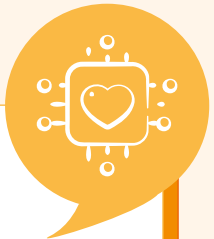


最高分

阿里雲在 IDC 中國公有雲服務提供商安全技術能力評估中，全部七個維度獲得最高分



完善科技倫理



國標首批符合性認證

千問大模型通過生成式 AI 安全國標首批符合性認證 (增強級)

A 級證書

阿里巴巴榮獲「AIGC 音頻檢測」、「AIGC 視頻檢測」及「AIGC 標識提取、溯源案例」A 級證書



策略與路徑



阿里巴巴商業生態的建立離不開用戶的信任。

以阿里巴巴使命、願景和價值觀為指引，我們制定《阿里巴巴集團商業行為準則》，為全體員工與同事、客戶、供應商和其他利益相關者的互動設定標準，涵蓋商業道德、數據安全與私隱保護、網絡安全等核心 ESG 議題。我們要求全體員工每年參與商業行為準則培訓並通過考試。

我們重視誠信經營，並透過搭建治理架構來落實。在董事會層面，合規及風險委員會和可持續發展委員會對本章各議題具有控制與決策權。其中，反腐敗、數據安全與私隱保護、網絡安全議題直接向董事會合規及風險委員會匯報，供應鏈 ESG 管理、科技倫理議題向可持續發展委員會指導下的可持續發展管理委員會匯報。

堅持誠信經營 • 恪守商業道德

恪守商業道德

阿里巴巴始終視商業道德為企業長遠發展的基石，對腐敗行為「零容忍」。我們持續完善反腐敗合規管理體系，深化廉正文化建設，與員工、合作夥伴共同維護公平透明的商業環境。

我們遵循《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》及歐盟《舉報人保護指令》、美國《反海外腐敗法》、新加坡《預防腐敗法》等營運所在地法律法規，以《阿里巴巴集團商業行為準則》（以下簡稱「商業行為準則」）為核心，配套《阿里巴巴集團反賄賂反腐敗政策》《阿里控股禮品處理條例》等配套制度，明確全體員工及合作夥伴的商業行為底線。

舉報及調查

商業道德風險管理

監督與審計

廉正文化建設

舉報及調查

我們建立了獨立的舉報受理體系。舉報渠道包括阿里巴巴集團及各業務官方網站、專用電郵、熱線電話、商家入駐平台、採購平台及內部線上社區等，截至 2026 年 3 月 31 日，線上和線下舉報點已超過 150 個。舉報渠道支持中文、英語、西班牙語、泰語、馬來語、法語等多種語言，滿足全球營運地利益相關方的需求。透過「人工 + 智能助手」的方式，我們實現「7x24 小時」響應舉報，並承諾在 7 個工作日內反饋受理的線索是否予以調查。2026 財年，我們收到的舉報類型包括利益衝突、弄虛作假及違反保密義務等。

為確保員工、商戶、供應商及合作夥伴瞭解及使用舉報渠道，我們透過定期公告和智能助手持續宣導，並在關鍵節點加強提醒。



阿里巴巴廉正舉報電郵：
lianzheng@alibaba-inc.com

阿里巴巴廉正舉報網站：
https://jubao.alibaba.com



舉報由專門人員負責處理及監督。涉及腐敗的線索，由廉正合規部和涉嫌違規員工所在部門的管理者聯合調查並出具結論。確認違規的，由業務部門和人力資源部在 5 個工作日內作出處分決定，處理方式包括訓誡、警告、記過、解僱和移交司法機關。除訓誡這一類輕度違規行為，其他等級的違規行為均與薪酬激勵和晉升掛鉤。

我們高度重視舉報人保護，支持接收匿名舉報，對舉報人的身份及所提供的信息嚴格保密，要求調查相關人員採取合理措施保護舉報人和證人的合法權益，明確禁止打擊報復行為。

2026 財年，阿里巴巴涉及的員工貪腐事件並移送司法處理的數量為 37 起，發起訴訟並審結的案件為 2 起。

堅持誠信經營 ● 恪守商業道德

商業道德風險管理

廉正合規部每年根據業務發展情況與歷史腐敗案件，主動識別全集團重點風險。2026 財年，我們識別出 488 個潛在風險點，其中 446 個已完成管理改進，剩餘風險正在持續改進中。我們還會對重點業務和高風險崗位開展專項評估，結合業務特性與崗位職責等多維度分析風險敞口，針對識別出的風險制定防控方案，包括業務流程及產品改進、制度規則制定及更新、廉潔文化意識宣傳等。

商業行為準則明確管理者對團隊風險控制與文化建設負有直接管理責任。我們將團隊廉正風險管理成效納入管理者績效考核，並與其任用、晉升及激勵掛鉤。

從嚴規範採購合規

2026 財年，我們重點加強高風險領域的管理，從嚴規範採購合規，在既有規章制度基礎上，我們新增《阿里巴巴集團採購合規管理制度》，明確「執行主體負責-業務內控監督-集團內控管控」的三層責任。我們要求採購相關人員簽署《阿里巴巴集團採購相關人員商業行為承諾函》，參加專題合規培訓，並及時如實向阿里巴巴申報利益衝突信息。



監督與審計

我們建立了內外部審計機制，評估內部控制機制防控腐敗的有效性。廉正合規部聯合審計、內控等部門，每年對高風險的業務開展廉正審計。每季度向外部審計機構披露腐敗事件，並回應風險管控問詢。針對審計識別出的問題，我們建立持續跟蹤機制，確保相關部門落實整改。截至 2026 年 3 月 31 日，審計中發現的重大風險項已經推動改進。

2026 財年，我們將反賄賂合規（FCPA）專項審計發現的風險特徵沉澱為關鍵詞庫植入數字化財務審計工作，推動反賄賂合規從專項審計向常態化管控演進。

廉正文化建設

我們透過分層培訓、合規諮詢與警示教育，推動廉正合規融入日常經營。

100%

2026 財年，員工商業行為準則認證（內含廉正培訓與考試）通過率達 100%

廉正培訓

董事會

廉正培訓覆蓋率 100%

員工

面向新員工、重點風險的業務和崗位員工提供定製化反腐敗培訓內容，所有新員工入職必須接受反腐敗培訓，全體員工每年簽署《商業行為準則》確認函。2026 財年，我們組織超過 800 場培訓。

管理層

面向高級管理者、初級管理者、新晉管理者等開發反腐敗課程，內容包括真實案例分享及管理缺失分析等。

合作夥伴

將高標準的商業行為要求擴展至供應商、電商平台商家等第三方夥伴，不定期開展線上線下培訓。2026 財年，我們為生態員工、供應商和合作夥伴提供超過 49,000 小時的廉正培訓。

堅持誠信經營 ● 恪守商業道德



合規諮詢

我們提供覆蓋內外部的合規諮詢渠道。員工可透過智能助手、電話、電郵及網站獲取合規指引，2026 財年響應諮詢超過 4.6 萬次，主要以涉及投資申報、禮品處置等利益衝突情形為主；合作夥伴可透過公開電郵、電話和網站獲取諮詢。

警示教育

我們透過內部線上社區的廉正專欄，將合規政策轉化為業務場景提醒。每季度發佈行業與內部典型案例分析，並對潛在風險發出即時預警；每年將典型廉正違規事件製作成情景短片，警示違規後果，引導員工識別職業邊界。內部調研顯示，2026 財年員工對公司廉潔的工作環境認可度從上財年的 4.54 分增長至 4.65 分（滿分為 5 分）。



堅持誠信經營 • 深化供應商管理

深化供應商管理

供應商管理體系

ESG 融入供應商管理體系

供應商管理體系

打造廉潔、誠信、可持續的供應鏈生態，是我們供應商管理的核心，這也與 ESG 理念高度契合。

2026 財年，我們更新《阿里巴巴集團供應商合規管理制度》，在供應商績效評估、合作風險管理等方面提出更貼近業務實際的要求；各業務以此為基線，結合自身特點制定針對性的合規管理政策，確保基線要求的有效執行。

供應商管理流程

我們建立供應商數字化管理系統，覆蓋准入、選擇、評估、違規違約管理等環節。

准入



我們建立嚴格的供應商准入機制，要求供應商提供相關的資質和認證文件並接受審核。准入審核覆蓋率達 100%。同時，推動供應商簽署《誠信約定函》，以強化供應鏈廉潔准入管理。截至 2026 年 3 月 31 日，已有 4.3 萬供應商簽訂《誠信約定函》，其中，中國內地使用標準合同的供應商簽署率達 100%。供應鏈廉潔不能止於企業層面的契約，更需要執行者的踐行。為此，我們要求供應商員工簽署《誠信約定函》，確保其知悉並遵守阿里巴巴的廉潔底線。此外，為推行透明化採購，我們在適用類目試點公開招募，透過供應商門戶等多渠道發佈招標信息，保障過程公平公開，擴大優質供應商引入範圍。

選擇



鑑於各業務的多元化及動態發展特徵，我們支持各業務結合自身需求制定差異化的供應商選擇標準，綜合評估產品質量、服務能力、技術水平及成本效益等核心維度。在遴選過程中，我們堅持公正、公平的遴選原則，建立績效導向的激勵機制，優先支持績效優異的合作夥伴。

評估



我們構建供應商績效動態評估或者週期性評估機制，依據質量、服務、技術與交付效率等指標，對供應商合作表現開展考核。

違約違規管理



各業務建立供應商違約違規管理機制，視違規情節分類採取罰款、暫停合作或終止合作等追責措施。在此基礎上，我們在全集團層面建立跨業務信息互通機制，防止違約供應商在不同業務間流動。2026 財年，48 家供應商被列入合作黑名單，相關合作已依規終止。¹

供應商風險管理

我們將數字化風險防控模組嵌入供應商管理鏈路，對准入評估及合作全流程進行智能識別與實時監控，覆蓋監管合規、法律訴訟及安全等維度。

針對高風險品類，我們補充線下識別手段，包括現場檢查、電話訪談和專項核查，並視需要引入第三方專業機構獨立評估。對於發現的問題，我們建立整改閉環，持續優化供應鏈運行。



1. 統計範圍為因賄賂員工而被阿里巴巴集團永久拉黑的供應商。

堅持誠信經營 • 深化供應商管理

ESG 融入供應商管理體系

我們倡導並且攜手供應商一起實踐 ESG。為強化供應鏈可持續治理，我們成立供應鏈管理專項組，直接向可持續發展管理委員會匯報。該專項組負責構建並完善供應商 ESG 管理標準與合規基線，並推動相關實踐在各業務的落實執行。為了接軌行業標準，2026 財年，我們加入中國綠色供應鏈聯盟。



ESG 融入供應商管理流程



准入

我們制定並發佈《阿里巴巴供應商 ESG 行為準則規範》，明確供應商在勞工權益（如禁止童工及強迫勞動）、職業健康與安全、環境保護、數據安全與私隱保護及商業道德等關鍵領域的 ESG 標準，並在准入環節推動供應商簽署。截至 2026 年 3 月 31 日，已有 34,926 家供應商響應該準則。



評估

將 ESG 標準融入供應商評估，需與業務實踐相結合，我們正在不同類目上逐步推動。在集團層面，我們透過調研理解供應商的 ESG 管理現狀。2026 財年，我們啟動供應商 ESG 專題調研，針對勞工權益、職業健康與安全、環境保護、數據安全與私隱保護及商業道德等核心議題進行評估；針對部分類目，開展現場調研。在此基礎上，我們對電子設備循環處置、生態用工等全集團通用採購類目提出 ESG 要求並逐步內嵌至供應商管理流程。在業務層面，各業務结合自身場景推進實踐，促進綠色採購：阿里雲將範圍 3 減排納入租賃數據中心供應商的評估；盒馬在海產品採購中優先採用 MSC 等可持續漁業認證，推行負責任的原材料採購。



供應商的 ESG 合規培訓

2026 財年，我們開展供應商 ESG 專項能力建設，針對 ESG 核心議題，面向供應商開展多維合規培訓。透過深度解讀 ESG 發展理念、阿里巴巴供應鏈 ESG 合規標準，並輔以行業優秀實踐案例分析，助力供應商提升 ESG 履約能力與可持續發展水平。

ESG 融入供應商風險管理

2026 財年，我們將 ESG 風險識別納入各業務的供應商風險監測體系，覆蓋商業道德、知識產權保護、勞動保障處罰（涉及使用童工、薪酬拖欠）、重大安全事故、重大環境事故等方面，強化供應商 ESG 風險識別和預警能力，推動供應鏈穩健運行。

堅持誠信經營 • 保護數據安全與私隱

保護數據安全與私隱

阿里巴巴始終視數據安全與私隱保護為業務生命線，面對複雜的全球合規挑戰，我們建立健全的安全管理體系，並將安全意識深植企業文化。

阿里巴巴遵循《中華人民共和國個人信息保護法》、歐盟《通用數據保護條例》等營運所在地的法律法規，以《阿里巴巴集團數據安全總綱》為核心制度，在各 APP 中公開私隱政策，落實安全管理要求。

數據安全管理

數據風險管理

監督與審計

私隱保護

數據安全管理

公司對數據全流程實施安全管控。



數據收集與分類分級

嚴格限定收集範圍與頻率，建立數據資產分類分級體系，對個人資料等敏感數據進行重點保護。2026 財年，我們引入大模型技術，提升敏感數據識別的準確性和覆蓋度。



數據存儲與使用

採用加密存儲，實施訪問控制並進行安全監控，防止未經授權的訪問、篡改或破壞，保障數據機密性、可用性和完整性，2026 財年升級訪問控制策略，規範數據權限生命週期管理，強化賬號憑證管理。



數據傳輸與跨境管理

使用安全協議或者安全傳輸通道，透過去標識化、加密等技術保障個人資料數據安全。開展數據跨境合規評估，採取脫敏、加密等安全措施，透過簽署標準合同等機制落實合規管理，嚴格按營運所在地法律要求開展個人資料本地化存儲。



數據披露和對外提供

透過《阿里巴巴集團對外數據披露細則》及配套系統，規範化管理內部數據的對外披露流程。針對監管或執法機構等合作場景的請求，各業務完成法律法規評估後依法合規回應；針對需要重點保護的特定場景，建立定製化審批流程與風險提示機制。



合作方數據管理

制定《阿里巴巴集團數據生態開放共享安全規範》，對數據合作方實施安全管控：合作前審核數據安全資質和管理能力，簽署包括數據安全管理和審計要求的協議，對重要合作方執行盡職調查；合作中動態監控、定期審計並評估管理能力；對違規合作方採取暫停授權、限制調用、清退等處置。



數據銷毀

公司建立審批流程，採用安全銷毀技術並保留操作紀錄。

堅持誠信經營 ● 保護數據安全與私隱

數據風險管理

我們制定了《阿里巴巴集團數據安全評估及審計規範》，要求各業務對涉及數據安全與私隱保護的場景進行常態化風險評估，持續監測數據安全事件和風險，實現異常操作實時預警與主動防禦。

數據備份與災難恢復機制

我們根據《阿里巴巴集團數據存儲安全規範》，建立數據容災備份、恢復和演練驗證機制。業務數據至少每 7 天進行一次備份，全量備份數據線上保留並受到監控；重要系統的數據啟用異地實時備份，並逐步將單機房存儲升級為多機房存儲，建成同城和異地容災能力。我們每年至少進行一次數據恢復演練，並留存驗證日誌，以驗證備份數據可用性。

應急響應及覆盤

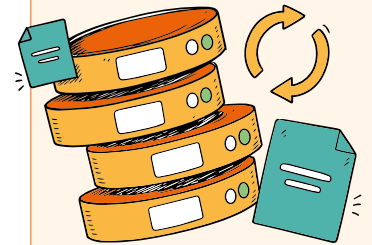
我們制定了《阿里巴巴集團 ESU 事件管理制度》，建立了風險事件分類分級、事前監測預警、事發響應與處置、事後覆盤定責的程序。各業務根據數據安全事件場景沉澱相關應急預案，明確各過程中相關部門和人員的職責，處置流程、應急策略及升級決策等，並應根據實際需要適時修訂。各業務根據應急預案定期開展應急演練，提升應急人員處置能力、完善處置和決策流程，提高應急預案有效性。

當收到來自數據安全和個人資料保護相關的輿情或情報時，我們進行分析、判斷及預警，若屬實則轉為風險事件進行分類分級處置，由集團和各業務數據安全、法務、風險管理等相關團隊組成處置小組，根據預案對事件進行分工處置。如發生個人資料安全事件，我們將透過短訊、電話、推送、公告等渠道告知用戶，同時還將按照監管部門要求上報事件處置情況。事件處置結束後，我們透過覆盤分析根因制定改進措施，整改驗收後完結事件，並對違規員工給予相應處分。2026 財年，阿里巴巴集團未發生重大數據洩漏事件。

數據風險管理平台

數盾平台是阿里巴巴數據安全風險管理平台之一。當系統或人工發現潛在數據安全隱患時，平台自動生成風險紀錄，由專業風險營運團隊審核確認並分派處置任務，並具備智能跟催和驗收檢查機制，確保風險有效處置。

2026 財年，我們完善數據權限治理，在平台建立角色授權體系，將常用數據訪問需求沉澱為標準角色模板，員工可按需匹配授權，減少重複申請，提高數據訪問效率。同時，引入敏感數據升級審批機制，從源頭降低數據洩漏與違規訪問風險。此外，數盾平台持續根據業務和外部環境變化擴展風險檢測類型，2026 財年引入 AI 技術自動識別異常行為並生成整改工單，提高安全專家配置風險規則和識別判斷的工作效率。



堅持誠信經營 • 保護數據安全與私隱

監督與審計

阿里巴巴規定並監督各業務每年至少開展一次全面的數據安全與私隱保護的審計，並定期開展個人資料保護合規審計。針對典型問題，我們開展專項審計，覆蓋 APP 私隱合規、權限管理、數據跨境、數據流通等領域。2026 財年，我們開展了 11 次私隱合規專項審計。審計風險已透過數盾平台和電郵等渠道進行改進跟蹤管理，並完成整改。



私隱保護

我們遵循私隱保護設計原則，將私隱影響評估嵌入產品全生命週期管理，並建立用戶權利保障機制，系統性地識別與管控風險。

私隱影響評估流程

中國境內 APP

研發階段

在研發平台嵌入私隱合規掃描工具，自動識別合規風險並啟動修復流程，提供合規知識庫和修復建議。測試階段再次進行合規和安全檢查並完成整改。

上線前

新產品、新功能的私隱保護需完成合規和安全評審，通過後方可上線。

上線後

定期進行安全合規檢查，在數據收集、跨境等環節建立風險掃描、權限管理、高風險實時監測和阻斷等機制。

海外上線 APP

上線前評估海外上架必要性並開展私隱影響評估，上線後定期審計和巡檢，確保持續符合營運所在地法規。

保障用戶權利

我們尊重並保障用戶個人資料的基本權利，遵循最小必要原則。

知情權

透過公開私隱政策說明收集用戶個人資料的目的、範圍、處理規則等信息。用戶首次使用 APP 時，透過彈窗形式展示個人資料處理規則並獲取授權同意；涉及超出承諾範圍的第三方處理個人資料時，再次告知並徵得同意。各 APP 陸續建立了「已收集個人資料清單」、「個人資料共享清單」及私隱制度簡版，清晰展示個人資料處理規則。

管理權

APP「私隱」模組提供系統權限管理、授權管理、廣告管理、推薦管理等功能，用戶可自主授權或予以撤回。2026 財年，訪問淘寶 APP 私隱模組的用戶數超過 4,100 萬。

刪除和變更權

提供便捷的個人資料更改和刪除賬號流程。並根據用戶請求協助其完成訪問、複製、修改、補充或刪除個人資料。

反饋渠道

用戶可透過 APP 內客服、阿里安全中心信息洩漏模組、各 APP 私隱政策中公開的個人資料保護負責人等渠道反饋或投訴。

堅持誠信經營 • 守護網絡安全

守護網絡安全

網絡安全是阿里巴巴為客戶提供數字商業服務的堅實基礎。我們遵循《中華人民共和國網絡安全法》《網絡產品安全漏洞管理規定》等營運所在地網絡安全法律法規；透過《阿里巴巴集團網絡安全總綱》明確公司的網絡安全管理架構、職責以及風險管理全流程要求，並持續更新配套制度。2026 財年，我們圍繞應用安全和 AI 技術安全新增管理規範。

網絡安全管理

網絡安全風險管理

安全培訓

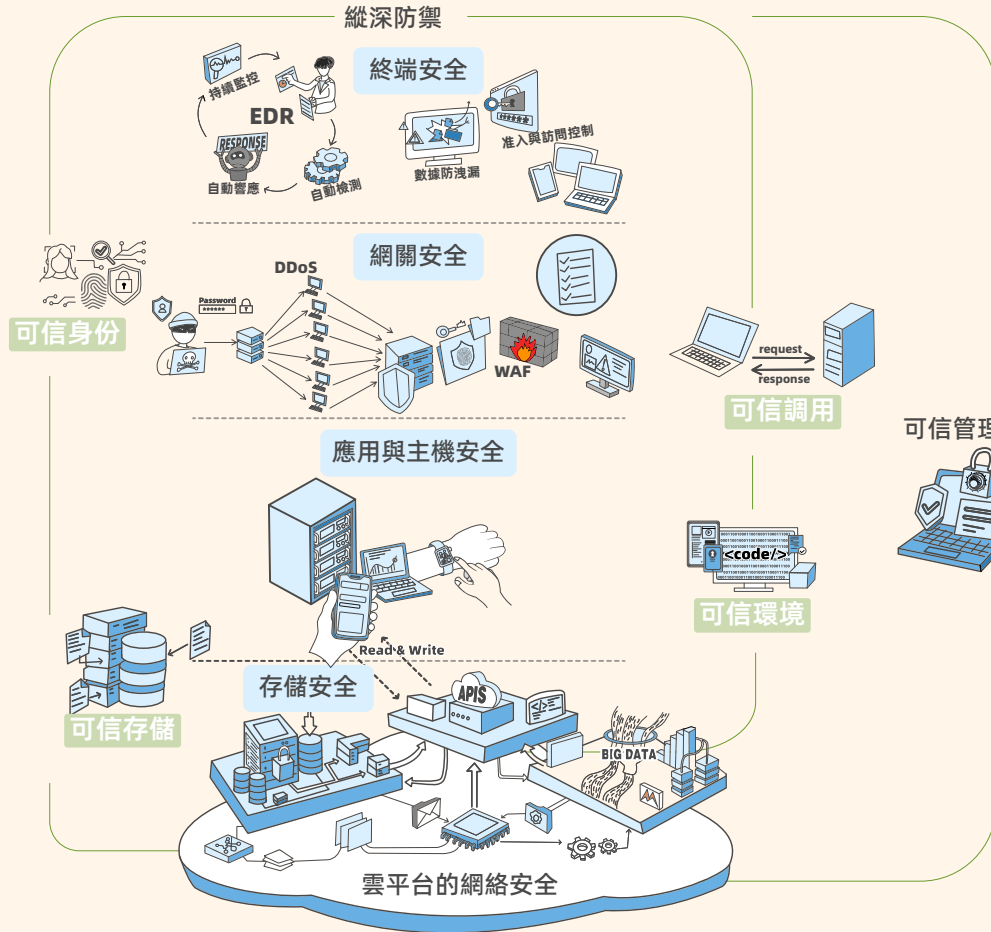
監督與認證

網絡安全管理

網絡安全是數字商業服務的基礎保障。阿里巴巴從雲平台安全與業務安全兩個層面持續構建網絡安全防護體系。

AI 賦能安全營運

我們將 AI 嵌入網絡安全管理的風險識別、研發安全及事件響應等環節。AI 用於漏洞檢測與攻擊模擬，主動發現潛在風險；AI 輔助風險初篩、漏洞修復及敏感信息識別，承擔標準化審核，縮短安全工單處理週期；實現事件自動化研判與處置，使安全專家專注於更關鍵的安全決策。



雲平台的網絡安全

阿里雲構建安全合規的雲基礎設施，將安全能力嵌入雲產品及 AI 應用的研發與營運流程，為創新發展築牢安全底座。

2026 財年，阿里雲在 IDC 中國公有雲服務提供商安全技術能力評估²中，全部七個維度獲得

最高分

2. IDC, 《中國公有雲服務提供商安全技術能力評估, 2025》

堅持誠信經營 • 守護網絡安全

全生命週期管理

阿里雲將安全工具和管控機制集成至產品全鏈路，確保安全效果不依賴於單一環節。



雲產品研發過程

- **立項與設計：**須安全審核。安全專家對產品的網絡架構、應用架構和租戶隔離架構等進行威脅建模，識別潛在風險並設計防範措施，安全專家對設計方案具有一票否決權。
- **編碼：**研發人員需遵守安全規則，使用標準化安全工具包及安全檢測插件。
- **測試：**自研安全掃描工具嵌入研發流程，自動識別並攔截越權訪問等漏洞；基於規範自動生成安全測試，實現核心產品 API 高覆蓋檢測。
- **發佈與變更：**產品發佈或變更前進行默認配置及敏感信息檢測，以保障產品遵循最小權限、最小暴露面等基線要求，規避口令、訪問密鑰等洩漏風險。



雲產品上線後

- 建立入侵檢測響應機制，監測異常行為、流量等數據指標，及時發現並處置潛在風險。持續監測外部威脅情報，主動發現外部新風險，及時排查公司系統是否受影響並響應修復。
- 建立常態化紅藍對抗機制，藍隊持續研究前沿攻防技術，對 AI 基礎設施開展模擬滲透測試。

業務的網絡安全

阿里巴巴對信息系統和網絡環境持續監測和分析，快速識別安全風險並調整應對策略，採用「縱深防禦、可信管控」的策略保障系統安全。根據《阿里巴巴集團軟件供應鏈安全管理規範》和《供應商安全要求》，我們對供應商及外採軟件實施安全評審，覆蓋准入評估、部署、應急及下線各環節。

縱深防禦

- **終端安全：**部署終端檢測和響應、數據防洩漏、准入與訪問控制及客戶端防護加固等措施。
- **網關安全：**部署分佈式拒絕服務防護、Web 應用防火牆及堡壘機³等，抵禦外部惡意攻擊。
- **應用與主機安全：**開發階段植入自動化掃描，部署運行情態動態監控與自我保護機制，結合常態化滲透測試持續收斂攻擊面。
- **存儲安全：**實施數據加密、定期備份與訪問控制等。

可信管理

建立涵蓋身份管理、嚴格授權與行為審計的可信體系，透過操作監控降低非法訪問與洩漏風險，提升系統整體防禦韌性。

網絡安全風險管理

我們圍繞風險識別、應急響應與安全溝通，建立網絡安全風險管理機制，持續提升風險應對能力。

風險識別與評估

阿里巴巴定期透過資產盤點、漏洞掃描、滲透測試、情報收集、員工上報等方式識別網絡安全風險。發現風險後，安全營運團隊將風險流轉至安全專家確認有效性，再分發至研發團隊修復。修復完成後，由安全專家驗證風險修復並覆盤。同時，我們還會對風險進行分類定級，重大風險將依法向監管部門報備。

漏洞懸賞機制

我們依託白帽⁴生態與漏洞懸賞機制，引入外部安全力量彌補內部檢測盲區。2026 財年，我們舉辦首屆 AI 安全全球挑戰賽，集結 3,000 餘名技術人才，針對真實場景開展數萬次攻防測試，驗證模型在內生安全、真實應用場景下的安全風險和安全護欄產品防禦能力。

3. 一種用於安全運維管理的特殊伺服器，相當於系統的「安全門衛」。

4. 透過合規渠道協助發現系統安全漏洞的外部安全研究人員。

堅持誠信經營 • 守護網絡安全

應急響應與演練

根據《阿里巴巴集團網絡安全應急響應規範》和《阿里巴巴集團網絡安全事件上報指引》，我們建立網絡安全事件應急響應機制，覆蓋事件上報、分級定級、方案實施及應急處置全流程。處置完成後，透過覆盤機制分析根因並追責整改。

根據業務安全需求，我們定期組織網絡安全應急演練，2026 財年共組織 9 次網絡安全演練。我們還制定《阿里巴巴集團基礎設施安全管理規範》，要求基礎設施滿足高可用要求，定期開展業務連續性演練。2026 財年，我們將演練方式從模擬切流升級為真實物理斷網，在張北、南通兩個主要機房開展樓宇級斷網演練，實現業務分鐘級恢復，根據演練暴露的問題開展專項治理，並逐步推動新建數據中心在建設階段即納入樓宇級容災設計。

安全溝通與通知

我們建立安全溝通機制，定期發佈安全內參、月度報告，並舉辦安全沙龍，向各業務傳遞網絡安全、數據安全與私隱的合規要求及風險動態。同時，我們鼓勵員工主動報告安全隱患或違規行為，可透過安全響應中心、專用舉報電郵、內部安全服務中心等渠道提交。對外，我們透過客戶拜訪和官網公告等方式，及時傳達安全信息。

安全公告專欄

阿里雲在官網設置安全公告欄目，當發現產品安全問題或業內出現可能影響客戶的安全風險時，在安全公告欄目中發佈對應信息。安全公告分為漏洞通告、安全問題影響聲明、風險通告等多種形式。

安全培訓

我們建立了覆蓋全员的網絡安全、數據安全和私隱保護培訓體系。全體員工和生態員工均需定期參加培訓與考核，內容涵蓋安全制度、知識和技能，並通過包含網絡安全與數據安全模組的《商業行為準則》考試。技術崗位的正式員工、實習生及生態員工每年還需通過安全紅線認證。

針對不同崗位，我們開展專項培訓：為個人資料保護負責人、法務及產研人員提供數據安全與私隱保護培訓，為安全崗位人員提供網絡安全培訓，涵蓋合規管理、風險管理及審計等。2026 財年，我們組織此類專項培訓 12 次。

同時，我們開放安全服務中心平台，支持員工自主學習。2026 財年，阿里巴巴員工和生態員工訪問安全服務中心超過 415 萬次。



監督與認證

阿里巴巴每年依據網絡安全管理制度對各業務開展網絡安全合規檢查，方法包括溝通訪談、營運數據排查、穿行測試、紅藍對抗驗證等，並透過數據看板持續監控安全狀況，對發現的漏洞實施閉環驗證。2026 財年，基於新發佈的 AI 安全管理規範，我們還面向各業務開展 AI 安全專項巡檢，評估辦公及生產環境中的 AI 風險水位與管控策略落實情況，已對主要業務完成檢查並推動改進。

此外，我們每年聘請外部第三方進行內部控制審計，包含對信息系統一般控制⁵的設計和運行有效性進行測試，包括制度規範、權限管理等安全措施部署、應急響應等方面。阿里雲基於第三方審計的具有鑑證資質的 SOC 報告 (System and Organization Controls Reports) 可以向雲客戶及其他利益相關方展示內部控制情況，證明我們在信息安全、可用和保密性方面的專業性和承諾。

5. 指 IT 系統在訪問管理、變更管理和運維管理等方面的基礎控制措施

堅持誠信經營 • 完善科技倫理

完善科技倫理

人工智能治理已成為社會責任的重要議題。阿里巴巴希望打造負責任的 AI，持續建設並完善科技倫理治理體系，讓「向善」成為技術發展的內生機制。

面對 AI 技術的快速迭代，阿里巴巴參考《全球數字契約》《全球人工智能治理倡議》等國際治理框架，建立 AI 治理體系。在此基礎上，各業務結合自身特點，遵循適用的法律法規，秉承「以人為本、普惠正直、私隱保護、安全可靠、可信可控、開放共治」的基本準則，積極探索負責任的 AI 實踐。

阿里巴巴集團設立科技倫理治理委員會，各業務均已建立常態化的科技倫理組織。截至 2026 年 3 月 31 日，我們在集團層面制定了《阿里巴巴集團科技倫理治理準則》《阿里巴巴集團科技倫理審查管理規範》《阿里巴巴集團人工智能技術安全管理規範》。各業務依據自身行業屬性與營運特點制定相應實施細則。

管理舉措

人工智能治理能力建設

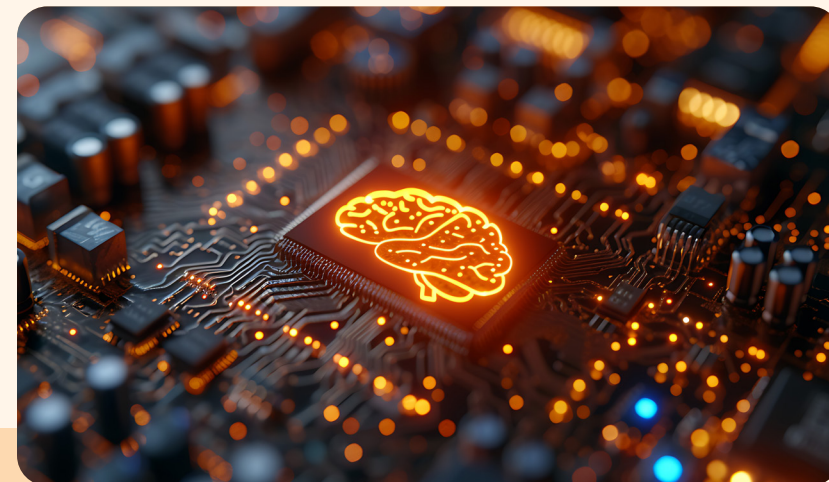
提升共識，共同發展

管理舉措

我們建立了覆蓋模型和應用的管理框架。

模型研發與訓練階段

阿里巴巴圍繞安全合規與價值對齊，以數據質量為基座，將科技倫理要求融入模型研發與訓練全流程。



源頭篩選

建立多維度准入機制，優先採用產權清晰、來源合規的權威語料，逐步引入或自建高質量科技倫理數據集，合理搭配多源數據組合，遵守訓練數據來源合規要求，保障數據多樣性。

數據處理

構建技術清洗與人工覆核相結合的多層過濾機制，識別並修正歧視性表述與不良價值觀傾向，降低風險數據的混入，從源頭保障訓練數據的安全性與合規性。

規範標註

嚴格區分功能性與安全性標註，加強標註人員專業培訓，建立多輪交叉驗證與安全評價機制，保障標註結果的準確性與一致性。

安全對齊

在模型訓練各階段施加針對性安全干預，透過多階段偏好優化策略引導模型對齊人類價值觀與合規邊界，幫助模型識別風險指令並作出安全回覆，將安全能力內化為模型的行為準則。

安全評測

從風險類型、攻擊手段等多維度開展安全評測，持續更新評測題庫應對新型威脅，並持續推動優化驗證，形成從問題發現到安全能力增強的閉環管理。

堅持誠信經營 • 完善科技倫理

部署與運行階段

模型及應用上線後，我們圍繞內容質量、內容標識、用戶權益等方面構建運行保障體系。



6. 模型的內部變量，決定其處理信息和生成輸出的方式

科技倫理審查

我們建立了科技倫理審查機制，覆蓋可能對人的尊嚴、公共秩序、生命健康、生態環境、可持續發展等方面帶來的倫理風險的 AI 科技活動。審查流程包括風險識別、評估與審查等環節，根據技術類型、風險程度匹配相應程序，並在科技活動實施全過程中持續關注倫理風險變化。鑑於開源項目傳播廣且發佈後難以追溯，我們將開源的模型權重⁶、數據集及代碼納入審查範圍。

內容準確與安全

針對關鍵領域的確定性問題，我們建立了干預機制和全模態安全引擎，對用戶輸入及模型輸出執行內容安全防護。同時，我們對產品開展風險評測，識別改進方向並推動防護策略優化。

AI 生成內容標識

我們建立了「顯式標識 + 隱式標識」的多重標識機制：在生成合成內容（如圖片、視頻等）和服務交互界面的顯著位置添加「AI 合成」等提示性標識，保障公眾知情權；透過文件元數據隱式標識等技術，確保內容來源可追溯。同時，我們透過服務協議、平台公告、社區規則等方式，對內容標識進行規範化管理，並明確要求用戶不得惡意篡改或去除標識。

用戶告知與反饋

在產品的服務協議等公開渠道中，我們披露 AI 服務的侷限性與使用規範，幫助用戶合理評估 AI 技術的能力邊界。此外，我們建立便捷的溝通渠道，及時接收並處理用戶投訴與反饋。

持續監測與優化

我們建立模型及應用的運行監測機制，對異常情況及時預警並推動整改優化，對迭代更新紀錄存檔並制定相應安全管理策略。

堅持誠信經營 ● 完善科技倫理

人工智能治理能力建设

我們逐步構建起覆蓋數據集構建、行為指南、安全評測、護欄防禦及應用沙箱的 AI 治理能力。



阿里巴巴
在第六屆中國人工智能大賽中榮獲
「AIGC 音頻檢測」
「AIGC 視頻檢測」及
「AIGC 標識提取、溯源案例」三項

A 級證書

科技倫理數據集與 AI 行為指南

我們構建以人為本的中文科技倫理數據集，覆蓋 11 大維度、36 項細分標籤，建立配套評測基準，並逐步融入模型訓練迭代。

我們還建設了 AI 模型與應用行為指南並向社區開源，將模型安全從被動檢測轉為主動規訓，明確模型行為邊界並建立指令衝突解決機制。同時提出「建設性安全對齊」理念，對低風險問題以引導替代直接拒絕，在保障安全的同時維護模型的通用服務能力。

安全評測與護欄

我們提出「八爪魚」（S-Eval）框架，構建四級風險分類體系，涵蓋 8 個風險維度和 102 個細分風險類型，已成為評測平台 OpenCompass 的推薦評測集之一。在此基礎上，我們開源了「海豚」（YuFeng-XGuard-Reason）護欄模型。不同於傳統護欄僅輸出「通過 / 攔截」結論，「海豚」同步生成風險歸因解釋，使攔截決策可追溯、可審計，並支持在推理階段動態調整安全策略，無需重新訓練即可適應不同業務場景。該模型覆蓋 25 種語言，在多項公開安全基準測試中表現領先。

此外，「原生護欄」技術將安全檢測嵌入推理過程，透過實時捕獲模型中間隱藏狀態，實現有害內容輸出前的即時攔截，避免傳統生成後護欄的內容暴露風險，使安全能力和模型語義理解同步演進。阿里巴巴自主研發的 PlugGuard、QwenGuard 等技術方案在無需微調原模型的情況下，顯著降低了誤拒率，強化了複雜交互場景的安全性。

AI 標識與生成內容檢測

阿里巴巴持續研究 AI 標識技術，截至 2026 年 3 月 31 日，已累計獲得相關專利 43 項。其中，基於深度學習的隱式水印技術兼具魯棒性與抗攻擊能力，即使內容經過裁剪、壓縮或格式轉換等操作仍可有效提取。

阿里巴巴在第六屆中國人工智能大賽中榮獲「AIGC 音頻檢測」「AIGC 視頻檢測」及「AIGC 標識提取、溯源案例」三項 A 級證書。

智能體應用沙箱

智能體（AI Agent）與業務場景深度融合帶來新型安全與倫理挑戰。我們研發並開源了通用智能體應用沙箱 OpenSandbox，為智能體提供從容器隔離、網絡管控、資源限制到企業級部署的完整安全方案，該項目已獲得 OpenSSF Best Practices 的銀級認證⁷。

7. OpenSSF 是由全球最大開源技術組織 Linux 基金會設立的安全基金會，其 Best Practices 徽章分基礎級、銀級、金級，對項目安全與治理成熟度進行分級認證

堅持誠信經營 • 完善科技倫理

提升共識，共同發展

AI 治理既依託技術能力與制度保障，也需要組織文化的支撐與行業生態的協同。我們持續培育內部科技倫理文化，積極參與行業標準制定與學術研究合作，推動 AI 治理經驗的行業共享。

文化建設

我們秉持「以人為本」的技術願景，構建科技倫理文化體系。對內，我們將負責任的 AI 意識融入員工專業素養，確保技術開發與應用的合規性；對外，透過科普傳播與學術對話，推動公眾對負責任 AI 的理解。

我們面向研發、算法、產品及合規等關鍵崗位開展 AI 合規意識培訓，內容涵蓋 AI 法規趨勢、算法透明度、私隱保護及 AI 向善等議題，形式包括專題講座、知識競賽與合規考試，將倫理意識嵌入業務具體實踐。2026 財年，我們舉辦「TECH 面對面：AI for Good」主題活動，邀請內外部專家就可信 AI 與技術向善展開深度交流，將倫理意識從制度要求轉化為團隊共識。

追 AI 的人

我們聯合高校及產業界持續打造《追 AI 的人》科普欄目，聚焦 AI 前沿技術、倫理爭議與可持續發展議題，透過專家直播、科普短視頻及深度文章等形式，將複雜技術轉化為通俗語言。截至 2026 年 3 月 31 日，該欄目已累計舉辦 60 場直播，觀看人次超過百萬，有效降低了技術理解門檻，促進了社會各界對負責任 AI 的共識構建。



多方共創

我們堅持「協同共治」理念，深度參與前沿標準制定與學術研究，將企業技術實踐轉化為行業合規基座，構建開放的 AI 生態。



深度參與及牽頭前沿標準與指南

- GB 45438-2025 《網絡安全技術 人工智能生成合成內容標識方法》
- GB/T 45654-2025 《網絡安全技術 生成式人工智能服務安全基本要求》
- GB/T 45909-2025 《網絡安全技術 數字水印技術實現指南》
- TC260-PG-202512A 《網絡安全標準實踐指南——人工智能生成合成內容檢測 第 1 部分：框架》等

前沿技術合作

- 與清華大學攜手攻關「智能體與多模態安全」，構建從底層模型到上層應用的全棧安全體系。
- 與浙江大學成立人工智能安全聯合實驗室，以更高質量、更高效推動 AI 安全領域的科技突破與產業創新。
- 與上海人工智能實驗室共同承擔 AI 治理相關標準起草工作，並輸出模型評測、數據清洗等行業實踐，推動從「單點技術防禦」到「系統性生態共治」的轉變。

阿里雲、釘釘已通過
ISO 42001
人工智能管理體系認證

千問大模型獲
GB/T 45654-2025 《網絡安全技術
生成式人工智能服務安全基本要求》

**國標首批
符合性認證
(增強級)**

附錄 1 ESG 關鍵績效指標

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
溫室氣體排放總量 (範圍 1,2,3) ^{1,2,3}	噸二氧化碳當量	10,460,720	9,927,762	10,290,709	10,689,745	10,499,711
範圍 1 排放量	噸二氧化碳當量	510,369	540,575	398,668	488,189	332,126
範圍 2 排放量	噸二氧化碳當量					
基於市場	噸二氧化碳當量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,929,185	1,985,216
基於位置	噸二氧化碳當量		2,940,588	3,733,673	3,935,579	5,146,169
範圍 3 排放量 ^{2,4}	噸二氧化碳當量	7,772,182	7,569,944	7,767,248	8,272,371	8,182,369
碳抵銷	噸二氧化碳當量		118,064	231,048	11,659	21,813
抵銷範圍 1 碳排放	噸二氧化碳當量		2,670	1,395	11,659	21,813
抵銷範圍 2 碳排放	噸二氧化碳當量		0	0	0	0
抵銷範圍 3 碳排放	噸二氧化碳當量		115,394	229,653	0	0
溫室氣體淨排放量 (碳抵銷之後) (範圍 1,2,3)	噸二氧化碳當量	10,460,720	9,809,698	10,059,661	10,678,086	10,477,898
範圍 1 淨排放 ⁵	噸二氧化碳當量	510,369	537,905	397,273	476,530	310,313
範圍 2 淨排放 ⁵	噸二氧化碳當量	2,178,169	1,817,243	2,124,793	1,929,185	1,985,216
範圍 3 淨排放 ⁵	噸二氧化碳當量	7,772,182	7,454,550	7,537,595	8,272,371	8,182,369
溫室氣體排放強度 (碳抵銷之後) (單位收入產生的範圍 123 溫室氣體淨排放量) ³	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	13.7	12.5	11.6	11.5	10.2
範圍 1 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	0.7	0.7	0.5	0.5	0.3
範圍 2 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	2.8	2.3	2.4	2.1	1.9
範圍 3 排放強度	噸二氧化碳當量 / 百萬人民幣收入	10.2	9.5	8.7	8.9	8.0

1. 本清單的範圍是營運控制權原則下，在阿里巴巴 2026 財年組織和報告範圍內，範圍 1、範圍 2 和範圍 3 的溫室氣體排放中確定的可測量的重要源類別。這一清單涵蓋的溫室氣體類別包括二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 和六氟化硫 (SF₆)。根據盤點結果，本報告期間涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五種溫室氣體的排放，範圍 3 的盤查類別詳情請見附錄 3；(2) 排放總量數據為範圍 1、範圍 2 (基於市場) 和範圍 3 (基於市場) 的總和

2. 2026 財年，中國地區的電力排放使用中華人民共和國生態環境部發佈的 2023 年電力二氧化碳排放因子計算。其他國家和地區的電力排放主要使用國際能源署發佈的 2024 年電力二氧化碳排放因子計算

3. 2026 財年，我們對上財年完成收購的某物流業務環境足跡做了歷史財年追溯。基於數據可得性，本次追溯僅涉及到 2025 財年的排放、能源、包材數據，在此之前的歷史數據未能調整。此外，根據口徑可比、數據公開可獲得和實質重要的三原則，在計算 2025 財年和環境指標相關的經濟強度數據時，收入的計算範圍為阿里巴巴集團 2025 財年收入減去高鑫零售 2025 財年收入裏 11 個月的估算值，但並不包括此物流業務 2025 財年全年收入

4. 此處指標的排放量計算口徑均為基於市場

5. 淨排放量數據分別為範圍 1 排放量，範圍 2 排放量 (基於市場) 和範圍 3 排放量 (基於市場) 與碳抵銷的差值

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
溫室氣體減排總量	噸二氧化碳當量	550,515	1,547,687	2,549,934	2,871,726	5,260,178
範圍 1 減排量	噸二氧化碳當量		272	2,124	6,472	3,731
範圍 2 減排量	噸二氧化碳當量	550,515	1,147,151	1,624,075	2,021,782	3,191,370
範圍 3 減排量	噸二氧化碳當量		400,264	923,735	843,472	2,065,077
「範圍 3+」避免排放量⁶	噸二氧化碳當量	44,184,795	67,238,344	75,306,608	83,890,613	101,798,126
能源消耗總量³	兆瓦時	5,242,053	5,565,054	5,929,143	7,661,223	9,707,757
直接能源消耗量	兆瓦時	1,591,653	1,639,234	933,096	885,635	383,927
直接能耗強度 (單位收入直接能耗)	兆瓦時 / 百萬人民幣收入	2.1	2.1	1.1	1.0	0.4
天然氣消耗量	千立方米	6,072	6,490	10,377	13,258	12,178
液化石油氣消耗量	噸	2.4	2.1	1.7	0.8	0
柴油消耗量	噸	126,673	130,180	67,954	61,187	20,671
汽油消耗量	噸	190	261	283	508	290
間接能源消耗量：外購電力	兆瓦時	3,650,400	3,925,820	4,971,733	6,764,967	9,310,297
間接能源消耗強度：外購電力 (單位收入間接能耗)	兆瓦時 / 百萬人民幣收入	4.8	5.0	5.7	7.3	9.1
潔淨電力使用比例	%		38.9	44.3	52.1	62.2
間接能源消耗量：外購熱力	兆瓦時			24,314	10,622	13,533
間接能源消耗強度：外購熱力 (單位收入間接能耗)	兆瓦時 / 百萬人民幣收入			0.03	0.01	0.01
可再生能源消耗量	兆瓦時	365,193	749,656	1,208,528	2,118,021	3,241,884
自建數據中心的平均電力使用效率 (PUE) ⁷	/	1.247	1.215	1.200	1.190	1.187
租賃數據中心的平均電力使用效率 (PUE) ⁷	/			1.269	1.253	1.224

6. 基於《阿里巴巴「範圍 3+」避免排放實施指南》，2026 財年，我們對歷史財年避免排放量進行了回溯與重算

7. PUE 是數據中心總能耗與 IT 設備能耗的比率

環境	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
包裝³						
包裝總量	噸			212,592	188,604	191,898
包裝強度	噸每百萬人民幣收入			0.2	0.2	0.2
水資源						
總耗水量	立方米			11,907,041	13,479,552	17,464,161
總耗水強度	立方米每百萬人民幣收入			13.7	14.5	17.1
廢棄物						
一般廢棄物總量 ⁸	噸			84,242	123,449	456,508
一般廢棄物強度	噸每百萬人民幣收入			0.10	0.13	0.45
有害廢棄物總量	噸			1,389	640	1,467
有害廢棄物強度	噸每百萬人民幣收入			0.0016	0.0007	0.0014

8. 2026 財年，我們加強了數據治理和管理，個別業務的廢棄物數據更加完善

社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
僱傭 - 員工情況⁹						
員工總人數	人	134,804	129,394	123,153	124,320	131,462
按性別劃分的員工比例						
男性	%		65.4	65.2	64.6	65.2
女性	%		34.6	34.8	35.4	34.8
按年齡劃分的員工比例						
<=35	%		75.8	73.4	70.3	68.0
36-50	%		23.7	26.0	28.9	31.3
>50	%		0.5	0.6	0.8	0.7
按工作地劃分的員工比例						
中國內地	%		84.9	86.6	86.8	88.5
港澳台地區	%		0.9	1.1	1.1	1.0
其他國家和地區	%		14.2	12.3	12.1	10.5
存在身體障礙的員工人數	人	70	106	96	93	94
管理層中的女性比例						
管理人員 ¹⁰	%	/	29.0	28.3	28.8	28.0
高級管理人員	%	50.0	25.0	30.0	37.5	28.6

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

10. 管理人員是指需要管理及領導其他正式員工的員工

社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
員工流失						
總流失率	%		27.0	29.3	23.5	20.2
按性別劃分的員工流失比例						
男性	%		27.4	28.2	23.1	20.0
女性	%		26.2	31.4	24.3	20.6
按年齡劃分的員工流失比例						
<=35	%		27.9	30.2	24.9	22.4
36-50	%		24.0	26.4	19.9	15.0
>50	%		24.8	36.6	26.0	22.9
按工作地劃分的員工流失比例						
中國內地	%		26.7	26.7	22.4	19.1
港澳台地區	%		24.9	22.3	24.4	22.3
其他國家和地區	%		29.1	45.3	31.8	28.3
員工培訓¹¹						
員工平均培訓時長	小時	49.0	51.0	15.6	16.1	17.9
按性別劃分的員工平均培訓時長						
男性	小時		54.0	16.1	17.9	19.9
女性	小時		45.5	14.5	12.8	14.1
按管理人員劃分的員工平均培訓時長						
管理人員	小時		63.9	18.2	20.0	23.5
非管理人員	小時		48.5	15.1	15.4	17.0

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


社會	單位	2022 財年	2023 財年	2024 財年	2025 財年	2026 財年
參加培訓的員工佔比	%		96.9	83.3	82.2	84.7
按性別劃分的參加培訓員工佔比						
男性	%		96.9	85.3	83.7	85.6
女性	%		96.8	79.5	79.4	83.0
按管理人員劃分的參加培訓員工佔比						
管理人員	%		97.9	87.5	85.6	86.9
非管理人員	%		96.7	82.6	81.6	84.3
員工健康和安全 ^{11,12}						
因工死亡人數	人	0	1	2	0	0
因工死亡率 ¹³	%	0	0.0009	0.0021	0.0000	0.0000
工傷人數	人	25	20	31	79	58
因工傷損失的工作日數	天	839	429	653	1,545	1,349
工傷率 ¹⁴	工傷人數 / 百萬工作小時	0.11	0.09	0.16	0.41	0.30
供應商數量 ¹⁵		5.33	4.48	6.23	4.16	4.71
中國內地	萬	3.61	3.10	4.57	3.15	3.63
其他國家和地區	萬	1.72	1.38	1.66	1.01	1.08

12. 工傷工亡員工的統計範圍為人力資源團隊的工傷死亡紀錄，並經當地政府核實

13. 因工死亡率 = (因工死亡員工人數 / 員工總數) * 100%

14. 工傷率 = (工傷人數 / 工作時數) * 1,000,000

15. 此處供應商指 2026 財年內與阿里巴巴的主要業務存在有效合作的供應商。供應商的區域信息與供應商的公司註冊地點有關，非供應商為阿里巴巴開展業務的地點



Bureau Veritas Certification

獨立鑒證聲明書

工作目標

必維認證（北京）有限公司（簡稱「必維」）受阿里巴巴集團控股有限公司（簡稱「阿里巴巴」）的委託，對《2026 阿里巴巴環境、社會和治理（ESG）報告》（簡稱「該報告」）中氣候相關資訊披露的章節（「鑒證對象」）執行有保證鑒證業務（以下簡稱「本業務」）。本聲明適用於下述範圍內包含的相關資訊。

該報告中的氣候相關資訊披露完全由阿里巴巴負責。我們的唯一職責是對鑒證對象中所包含信息的準確性提供獨立鑒證。

鑒證範圍

阿里巴巴要求必維的鑒證範圍涵蓋以下內容：

- 《2026 阿里巴巴環境、社會和治理（ESG）報告》中氣候相關資訊披露（包括「應對氣候變化」章節及其交叉引用的章節）
- 2026財年阿里巴巴集團風險評估資料（含管理制度、訪談紀要、風險清單等）
- 2026財年阿里巴巴集團物理風險與轉型風險評估報告的備記錄及佐證資料
- 2026財年阿里巴巴集團氣候適應與減緩行動的備記錄及流程控制權

報告例外

所選資訊依據阿里巴巴選定的標準及方法編制，相關依據詳見：

- 香港聯交所發佈的《環境、社會及管治報告守則》D部分：氣候相關披露
- 國際可持續標準理事會發佈的《國際財務報告可持續披露標準第2號——氣候相關披露》

局限性與排除事項

以下內容不在本工作範圍內：

- 報告鑒證期之外的活動相關的資訊；
- 立場聲明《阿里巴巴的觀點、企業文化、目標或未來意向表述》及未來承諾聲明；
- 經獨立第三方審計的財務數據與資訊。

需注意的局限性：


- 本有保證業務基於風險導向的抽樣數據，存在抽樣固有局限性；
- 所報告數據的可靠性取決於現場數據收集與監控安排的準確性，但並非所有資訊均經現場抽樣鑒證；
- 本聲明不保證能發現所有可能存在的錯誤、遺漏或錯誤。

保證等級：有限保證

鑒證標準

認證機構地址：中國北京市東城區東長安街1號東方廣場西一層公樓9層902室，郵編：100738
 如需進一步澄清本聲明書的核查範圍，可直接向持本聲明書者查詢
 要查閱本聲明書之有效狀態請電：+86 10 59683663

Page 1 of 2



Bureau Veritas Certification

- 依據國際審計與鑒證準則理事會發佈的《國際鑒證業務準則第3000號（修訂版）-除歷史財務資訊審核或審核之外的鑒證業務》（ISAE3000）和香港會計師公會發佈的《香港鑒證業務準則第3000號——除歷史財務資訊審核或審核之外的鑒證業務》（HKSAE 3000）；
- 參照國際審計與鑒證準則理事會發佈的《國際可持續鑒證準則第5000號》（ISSA 5000）和香港會計師公會發佈的《香港可持續資訊鑒證準則5000號——可持續資訊鑒證業務的一般要求》（HKSSA 5000）。

鑒證方法

作為獨立鑒證的一部分，必維鑒證組執行了以下程式：

- 到阿里巴巴總部進行現場訪問，並對阿里巴巴的相關人員進行訪談，瞭解報告流程，包括管理層對重大氣候相關風險與機遇評估結果的審閱；
- 基於樣本對治理、戰略、風險管理、指標與目標章節的披露聲明進行原始憑證核對；
- 通過與阿里巴巴外部專家訪談，審核2026財年氣候風險與機遇評估中關鍵假設和評估結果表述的合理性；
- 審查氣候相關資訊披露內容與選定的報告準則及該報告中定性和定量內容呈現與鑒證對象的披露內容的一致性。

我們的鑒證工作遵循必維對非財務報告外部鑒證的標準程式進行，這些標準程式是當前獨立鑒證的最佳實踐。鑒證活動是基於必維認定的合理的、非絕對的基礎上進行策劃、實施和得出結論。

鑒證結論

基於我們的方法論和上述執行程式，我們的意見如下：


- 我們未發現阿里巴巴在鑒證對象中所有重大方面存在未按報告準則公允編制及列報的情況；
- 鑒證對象對於阿里巴巴在報告期內的氣候相關資訊披露內容進行了公正客觀的描述。


但需注意以下事項：

報告中氣候風險和機遇帶來的潛在業務影響和潛在財務影響的披露內容是針對阿里巴巴集團內核心業務部門的評估結果，存在一定的不確定性。

獨立性、公正性及專業性聲明

必維是一家擁有190多年歷史，在品質、環境和職業健康安全、社會責任領域提供獨立鑒證服務的機構。鑒證小組成員與委託方阿里巴巴無任何利益或衝突關係。鑒證活動是獨立、公正的，必維在整個業務範圍內實施了商業道德規範，員工在日常業務活動中維持高道德標準。


 鄒鳳賢
 總經理
 必維認證（北京）有限公司
 2026年6月15日


 蔡世文
 鑒證組組長
 必維認證（北京）有限公司
 2026年6月10日

認證機構地址：中國北京市東城區東長安街1號東方廣場西一層公樓9層902室，郵編：100738
 如需進一步澄清本聲明書的核查範圍，可直接向持本聲明書者查詢
 要查閱本聲明書之有效狀態請電：+86 10 59683663

Page 2 of 2



獨立有限保證證書報告

安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

阿里巴巴集團控股有限公司董事會:

工作範圍
我們受阿里巴巴集團控股有限公司 (以下簡稱“公司”) 的委託, 執行《國際證證業務準則》定義的“有限保證證證業務”(以下簡稱“有限保證證證業務”), 就公司編制的《阿里巴巴集團 FY2026 環境、社會和治理 (ESG) 報告》(以下簡稱“ESG 報告”) 中選定的於 2026 年 3 月 31 日及自 2025 年 4 月 1 日起至 2026 年 3 月 31 日止期間 (以下簡稱“期間”) 關鍵披露信息 (以下簡稱“證證對象”) 進行報告。

證證對象

廣度
於 2026 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《阿里巴巴集團商業行為準則》; ● 《阿里巴巴集團員工權益守則》; 及 ● 《阿里巴巴集團反性騷擾行為準則》。
於 2026 年 3 月 31 日及期間內: ● 按性別、雇傭類型 (如正式)、年齡組別及地區劃分的雇員總數; 及 ● 按性別、年齡組別及地區劃分的雇員流失比率。
健康與安全
於 2026 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《環境、健康與安全 (EHS) 政策》; 及 ● 《阿里巴巴集團 EHS 事件管理制度》。



獨立有限保證證書報告 (續)

安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

工作範圍 (續)

證證對象 (續)

健康與安全 (續)
期間內, 公司執行以下慣例及計劃: ● 風險地圖; ● 重點場所及高風險作業監測與風險預警; ● 經營活動風險等級評估; ● 運維及現場作業潛在風險識別; ● 「急救俠」培訓項目; ● 應急預案; ● 辦公園區、物流運營場所以及數據中心應急演練; ● 生理和心理諮詢渠道; 及 ● 身心健康關愛活動。
期間內: ● 因工亡故的人數及比率; 及 ● 因工傷損失工作日數。
發展及培訓
期間內, 公司開展以下培訓活動: ● DARE 領導力培訓項目; ● 「AI 問道」學習網站; ● 「管理者應知應會」; ● 「俠客行」; 及 ● 「百年阿里」。
期間內: ● 按性別及雇員類別劃分的受訓雇員百分比; 及 ● 按性別及雇員類別劃分, 每名雇員完成受訓的平均時數。



獨立有限保證證書報告 (續)

安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司

工作範圍 (續)

證證對象 (續)

勞工準則
於 2026 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《阿里控股董工與強制勞工事件處理指引》。
供應商管理
於 2026 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《阿里巴巴供應商 ESG 行為準則規範》; ● 《阿里巴巴集團軟體供應商安全管理規範》; ● 《供應商安全要求》; ● 《阿里巴巴集團供應商合規管理制度》; 及 ● 《誠信約定函》。
期間內, 公司執行以下慣例及計劃: ● 供應商准入機制; ● 供應商選擇機制; ● 供應商評估機制; ● 供應商違紀違規管理機制; ● 供應商風險管理流程; ● 供應商 ESG 管理流程; ● 供應商 ESG 風險監測體系; ● 淘寶閃購商家准入標準; ● 阿里雲國內租賃數據中心 PUE 指標考核機制; 及 ● 阿里雲供應商清潔電力使用要求。
於 2026 年 3 月 31 日: ● 按地區劃分的供應商數目。




獨立有限保證證書報告 (續)


安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號
阿里巴巴集團控股有限公司


工作範圍 (續)


證證對象 (續)



產品責任
於 2026 年 3 月 31 日, 公司採納以下政策: ● 《阿里巴巴集團對外數據披露細則》; ● 《淘寶網市場管理與違規處理規範》; ● 《淘寶網商品品質抽檢規範》; ● 《天貓商品品質抽檢行為規範總則》; ● 《天貓市場管理規範》; ● 《全球速賣通商品品質抽檢規則》; ● 《全球速賣通知識產權規則》; ● 《淘寶閃購食品安全管理規範》; ● 《外賣送餐服務食品安全管理規範》; ● 《阿里媽媽營銷合規政策》; ● 《阿里媽媽違規行為管理規範》; ● 《全站推廣用戶准入要求》; ● 《全球速賣通商家基礎規則 (營銷規則)》; ● 《雲智能集團穩定性管理制度》; ● 《阿里雲產品服務協議》; ● 《阿里雲用戶協議》; ● 《阿里雲售後服務團隊質檢標準》; 及 ● 《阿里雲售後服務團隊違規處罰機制》。

			
獨立有限保證總報告 (續)			
安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司			
工作範圍 (續)			
驗證對象 (續)			
<table border="1"> <tr> <td>產品責任 (續)</td> </tr> <tr> <td> 期間內，公司執行以下聲明及計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴打假聯盟； ● 阿里雲投訴入口及處理流程； ● 淘寶的售後保潔； ● 淘寶天貓退換貨服務； ● 速賣通換貨服務； ● 淘天集團知識產權保護平台； ● 阿里國際數字商業集團知識產權保護平台； ● 淘寶天貓平台質量問題可視化標籤審核； ● 淘寶閃購平台食品安全隱患識別及預警； ● 淘寶天貓平台商品風險預警； ● 淘寶閃購食品安全專項抽檢； ● 阿里巴巴電商平台商品質量問題處理措施； ● 淘寶閃購員品檢測與品質抽檢； ● APP「隱私」聲明； ● 「已收獲個人資訊清單」； ● 「個人資訊共享清單」；及 ● 隱私制度開辦。 </td> </tr> <tr> <td> 期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 淘寶和天貓平台接獲的投訴數目以及應對方法； ● 阿里雲接獲的投訴數目以及應對方法； ● 天貓購物發生商品召回事件數目； ● 淘寶發生商品召回事件數目；及 ● 阿里健康發生商品召回事件數目。 </td> </tr> </table>	產品責任 (續)	期間內，公司執行以下聲明及計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴打假聯盟； ● 阿里雲投訴入口及處理流程； ● 淘寶的售後保潔； ● 淘寶天貓退換貨服務； ● 速賣通換貨服務； ● 淘天集團知識產權保護平台； ● 阿里國際數字商業集團知識產權保護平台； ● 淘寶天貓平台質量問題可視化標籤審核； ● 淘寶閃購平台食品安全隱患識別及預警； ● 淘寶天貓平台商品風險預警； ● 淘寶閃購食品安全專項抽檢； ● 阿里巴巴電商平台商品質量問題處理措施； ● 淘寶閃購員品檢測與品質抽檢； ● APP「隱私」聲明； ● 「已收獲個人資訊清單」； ● 「個人資訊共享清單」；及 ● 隱私制度開辦。 	期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 淘寶和天貓平台接獲的投訴數目以及應對方法； ● 阿里雲接獲的投訴數目以及應對方法； ● 天貓購物發生商品召回事件數目； ● 淘寶發生商品召回事件數目；及 ● 阿里健康發生商品召回事件數目。
產品責任 (續)			
期間內，公司執行以下聲明及計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● 阿里巴巴打假聯盟； ● 阿里雲投訴入口及處理流程； ● 淘寶的售後保潔； ● 淘寶天貓退換貨服務； ● 速賣通換貨服務； ● 淘天集團知識產權保護平台； ● 阿里國際數字商業集團知識產權保護平台； ● 淘寶天貓平台質量問題可視化標籤審核； ● 淘寶閃購平台食品安全隱患識別及預警； ● 淘寶天貓平台商品風險預警； ● 淘寶閃購食品安全專項抽檢； ● 阿里巴巴電商平台商品質量問題處理措施； ● 淘寶閃購員品檢測與品質抽檢； ● APP「隱私」聲明； ● 「已收獲個人資訊清單」； ● 「個人資訊共享清單」；及 ● 隱私制度開辦。 			
期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 淘寶和天貓平台接獲的投訴數目以及應對方法； ● 阿里雲接獲的投訴數目以及應對方法； ● 天貓購物發生商品召回事件數目； ● 淘寶發生商品召回事件數目；及 ● 阿里健康發生商品召回事件數目。 			
5			

								
獨立有限保證總報告 (續)								
安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司								
工作範圍 (續)								
驗證對象 (續)								
<table border="1"> <tr> <td>反貪污</td> </tr> <tr> <td> 於 2026 年 3 月 31 日，公司採納以下政策： <ul style="list-style-type: none"> ● 《阿里巴巴集團商業行為準則》； ● 《阿里巴巴集團反賄賂反舞弊政策》；及 ● 《阿里控股禮品處理條例》 </td> </tr> <tr> <td> 期間內，公司採納以下措施： <ul style="list-style-type: none"> ● 廉正舉報渠道。 </td> </tr> <tr> <td> 期間內，公司開展以下培訓活動： <ul style="list-style-type: none"> ● 董事會成員反廉潔培訓；及 ● 員工反廉潔培訓。 </td> </tr> <tr> <td> 期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 對公司或其員工提出已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。 </td> </tr> <tr> <td>社區投資</td> </tr> <tr> <td> 期間內，公司執行以下計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● “人人 3 小時”；及 ● “青年志願者計劃”。 </td> </tr> <tr> <td> 期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 員工志願時數；及 ● 阿里巴巴集團向阿里巴巴集團發起的公益基金會捐贈金額。 </td> </tr> </table>	反貪污	於 2026 年 3 月 31 日，公司採納以下政策： <ul style="list-style-type: none"> ● 《阿里巴巴集團商業行為準則》； ● 《阿里巴巴集團反賄賂反舞弊政策》；及 ● 《阿里控股禮品處理條例》 	期間內，公司採納以下措施： <ul style="list-style-type: none"> ● 廉正舉報渠道。 	期間內，公司開展以下培訓活動： <ul style="list-style-type: none"> ● 董事會成員反廉潔培訓；及 ● 員工反廉潔培訓。 	期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 對公司或其員工提出已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。 	社區投資	期間內，公司執行以下計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● “人人 3 小時”；及 ● “青年志願者計劃”。 	期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 員工志願時數；及 ● 阿里巴巴集團向阿里巴巴集團發起的公益基金會捐贈金額。
反貪污								
於 2026 年 3 月 31 日，公司採納以下政策： <ul style="list-style-type: none"> ● 《阿里巴巴集團商業行為準則》； ● 《阿里巴巴集團反賄賂反舞弊政策》；及 ● 《阿里控股禮品處理條例》 								
期間內，公司採納以下措施： <ul style="list-style-type: none"> ● 廉正舉報渠道。 								
期間內，公司開展以下培訓活動： <ul style="list-style-type: none"> ● 董事會成員反廉潔培訓；及 ● 員工反廉潔培訓。 								
期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 對公司或其員工提出已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。 								
社區投資								
期間內，公司執行以下計劃： <ul style="list-style-type: none"> ● “人人 3 小時”；及 ● “青年志願者計劃”。 								
期間內： <ul style="list-style-type: none"> ● 員工志願時數；及 ● 阿里巴巴集團向阿里巴巴集團發起的公益基金會捐贈金額。 								
6								


獨立有限保證總報告 (續)
安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司
工作範圍 (續)
除前段所述 (該段規定了我們的業務範圍) 外，我們未對 ESG 報告中包含的其餘信息執行驗證程序。因此，我們不對其餘信息發表結論。
公開透明管理
公司編制 ESG 報告關聯信息所採用的標準為香港聯合交易所附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》中“主要影響、層面、一般披露及關鍵績效指標 B 社會”以及 ESG 報告中定義和披露的編制基礎 (以下簡稱“編制基礎”)。
固有風險性
驗證對象及其他非財務信息的準確性和完整性受其固有局限性的影響。這主要由於其性質以及用於確定、計算和性對此類信息的方法。因此，本報告應結合公司 ESG 報告正文以及附錄 1 ESG 關鍵績效指標中的腳註進行解釋。
公司的責任
公司管理層負責上述標準的選擇並負責在所有重大方面按照上述標準編制驗證對象。這項責任包括設計、執行和維護與編制驗證對象相關的內部控制，保留充分的證據以及做出與驗證對象相關的估計，以確保等驗證對象不存在由於舞弊或錯誤而導致的重大錯報。
安永的責任
我們的責任是根據我們獲取的證據，就驗證對象發表結論。
我們按照公司於 2026 年 4 月 15 日簽署的業務約定書條款，根據《國際驗證業務標準 3000 號 一般性非財務信息的會計或審閱以外的驗證業務 (修訂版)》的規定執行了驗證業務。該標準要求我們計劃和執行驗證工作，以就我方是否知悉需要對驗證對象進行任何重大修改以使其符合編制適用標準得出結論，併發布報告。所述程序的性質、時間和範圍取決於我們的判斷，包括對由於舞弊或錯誤導致的重大錯報風險的評估。
我們認為，我們獲取的證據是充分和適當的，為發表有限保證的驗證結論提供了基礎。
7


獨立有限保證總報告 (續)
安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司
獨立性和客觀性管理
我們保持了獨立性，並確認我們遵守了國際會計師編纂道德準則(理事會頒佈的《國際會計師編纂道德守則》)的要求，並具備開展本次驗證業務所需的能力和經驗。
我們遵循《國際質量管理標準第 1 號-會計師事務所對執行財務報表審計或審閱、其他驗證或相關服務業務實施的質量管理》。該標準要求我們設計、實施和運行一套質量管理體系，包括與遵守職業道德要求、專業標準和適用的法律或法規要求相關的書面政策與程序。
執行程序
有限保證的驗證業務所實施的程序的性質、時間、範圍方面不同於合理保證的驗證業務，且範圍小於合理保證的驗證業務。因此，有限保證驗證業務所取得的保證程度大槪低於合理保證的驗證業務。我們所設計的程序僅用於取得有限保證結論，無法提供合理保證所需的全部證據。
儘管我們在決定驗證程序的性質和範圍時考慮管理層所執行內部控制的有效性，但是我們的目標並不是就內控有效性發表意見。我們的程序亦不包括檢查信息系統所採集和計算的數據及相關控制。
有限保證的驗證業務主要包括向負責編製驗證對象資訊的人員進行詢問，並執行分析程序及其他適當的程序。
我們所實施的程序包括： <ol style="list-style-type: none"> 1) 對人員進行訪談，瞭解業務和報告流程； 2) 與關鍵人員進行訪談，瞭解內部政策、整理和報告驗證對象的過程； 3) 檢查計算過程是否已經按照公司編制基礎中列出的方法正確應用； 4) 對驗證對象中的定量信息執行分析性程序，以支持數據的合理性； 5) 檢查驗證對象中所列的政策、慣例及計劃是否存在；及 6) 對驗證對象信息實施抽樣測試，以檢查數據的準確性。
我們還執行了其他我們認為的必要程序。
8


獨立有限保證總報告 (續)
安永華明 (2026) 專字第 70035576_B01 號 阿里巴巴集團控股有限公司
結論
基於已實施的程序及獲取的證據，我們沒有注意到任何事項使我們相信於 2026 年 3 月 31 日及自 2025 年 4 月 1 日起至 2026 年 3 月 31 日止期間的驗證對象未能在所有重大方面按照編制基礎編制。
限制性使用
根據與公司商定的業務約定書中的條款，我們執行的程序和就此報告的責任僅針對公司。此報告可能不適合用於其他目的。因此，我們不為任何其他目的或任何其他個人或組織接受或承擔任何責任，任何此類第三方對本報告的任何依賴均由其自行承擔風險。

安永華明會計師事務所 (特殊普通合夥) 中國 北京 2026 年 6 月 15 日
9

附錄 3 溫室氣體盤查和核算邊界

本次盤查範圍為阿里巴巴集團控股有限公司在 2026 財年組織邊界和報告邊界內的範圍 1 和範圍 2 的溫室氣體排放量，及部分範圍 3 的溫室氣體排放量。本次盤查所涉及的溫室氣體種類包括：二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、三氟化氮 (NF₃) 和六氟化硫 (SF₆) 等。經盤查，本報告期內涉及 CO₂、N₂O、CH₄、HFCs 和 SF₆ 五種溫室氣體的排放。

依據《ISO 14064-1:2018 組織層次上對溫室氣體排放和清除的量化和報告的規範及指南》《溫室氣體議定書：企業核算與報告準則》《溫室氣體議定書：企業價值鏈核算與報告標準》《ISO 14064-3:2019 對溫室氣體聲明進行審定和盤查的指南性規範》及其他適用的法律法規及相關標準，對阿里巴巴在盤查期內（2026 財年）的溫室氣體排放量和清除量進行盤查。溫室氣體排放活動數據嚴格遵循相關初級活動數據和次級活動數據的質量要求。排放因子均來源於聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 2006 年發佈的《2006 年 IPCC 國家溫室氣體清單指南》及 2019 年發佈的《IPCC 2006 年國家溫室氣體清單指南 2019 修訂版》《2019 年中國能源統計年鑑》以及其他權威參考文獻。所有過程均遵循 CEC 內部的溫室氣體排放盤查質量控制程序，並嚴格遵循 ISO 14064-3 標準的要求。

盤查按照 ISO 14064、IPCC 指南及其他適用的法律法規作為盤查依據，詳細如下：

- 《ISO 14064-1:2018 組織層次上對溫室氣體排放和清除的量化和報告的規範及指南》
- 《ISO 14064-3:2019 對溫室氣體聲明進行審定和盤查的指南性規範》
- 《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》
- 《溫室氣體核算體系：企業核算與報告準則》（修訂版）
- 《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍三）核算與報告標準》
- 《2006 年 IPCC 國家溫室氣體清單指南》
- 《IPCC 2006 年國家溫室氣體清單指南 2019 修訂版》
- 其他適用的法律法規及相關標準

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

附錄 4 利益相關方溝通與重要性評估

利益相關方溝通

阿里巴巴積極與利益相關方開展溝通。我們充分考慮自身經營及平台生態和利益相關方之間的廣泛關聯，所關注的利益相關方既包括消費者、員工、股東和投資者、政府監管機構等，也包括價值鏈上下游和平台生態系統中的商業夥伴與社區等。

我們採取多樣化的溝通渠道和方式，及時回應各方的關切和期望，持續優化業務經營和 ESG 實踐。在與利益相關方保持有效溝通和良性互動的過程中，我們及時獲取反饋，識別關鍵的可持續發展風險與機遇，強化相關能力，落實改進行動，並持續提升信息披露質量與透明度。

各利益相關方群體的主要溝通方式如下：

利益相關者	溝通方式
消費者	官方社交平台互動；7×24 小時客服熱線；線上線下消費者調研
商家及客戶	客服熱線；後台溝通；專項調研；商家大會與行業峰會；
員工	全員電郵；溝通會議；內網文章；業務單元 ESG 相關團隊溝通機制；培訓活動與申訴機制
政府與監管機構	日常政務溝通；專題研討會；政策建議與行業標準共建
股東與投資者	電話、見面會議及公司拜訪；企業年報、季報與公告；ESG 相關議題的日常匯報與溝通；投資人調研
價值鏈和平台生態合作夥伴	日常供應商及平台合作夥伴培訓；ESG 能力評估與合作；供應商大會與平台行業大會
社區	長期的公益項目；日常媒體傳播；官方社交平台溝通；公益行業論壇和活動；志願者活動

重要性評估

我們持續關注對商業營運、可持續發展及利益相關者最具影響力的 ESG 議題。2026 財年，我們沿用既有的評估流程對關鍵議題進行重要性評估和排序，並據此更新 ESG 重要議題矩陣，確保可持續發展戰略能夠持續契合外部變化與利益相關者訴求。

重要議題識別

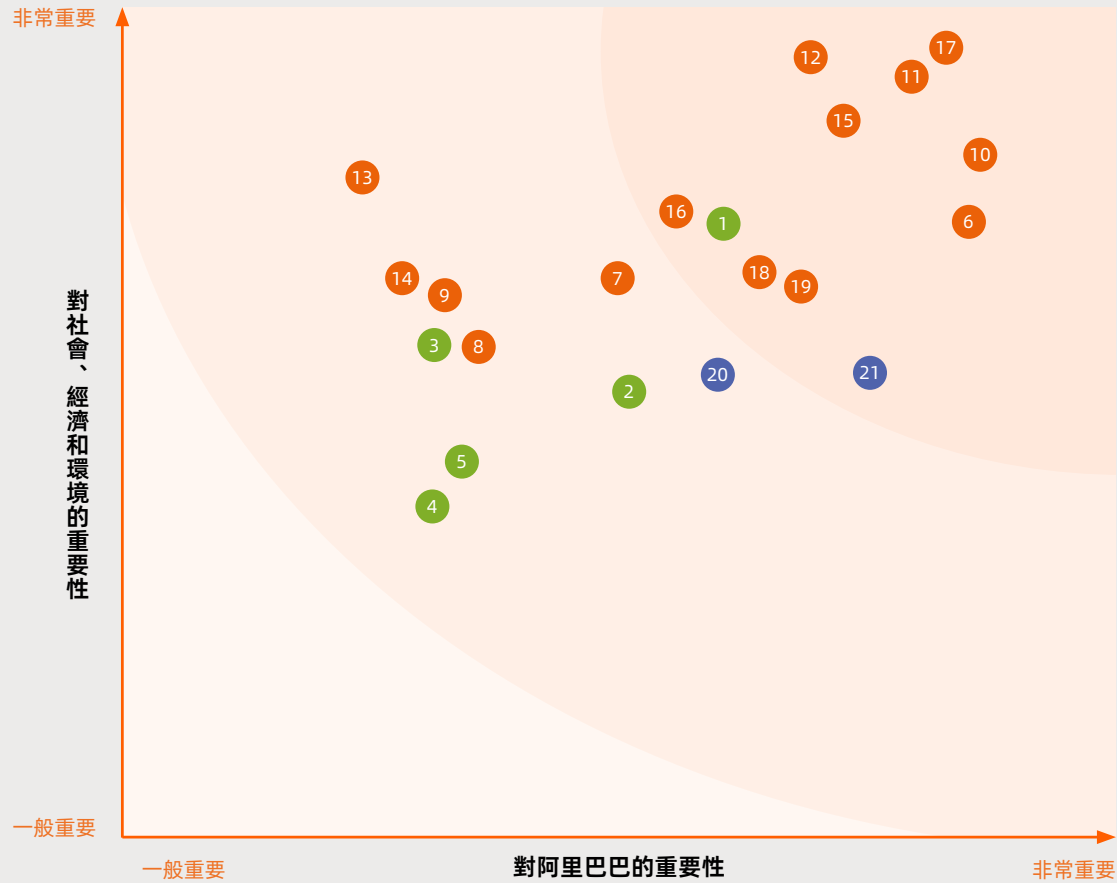
我們遵循香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》要求，參照 IFRS S1 與 S2 準則（含 SASB 行業準則）、GRI 準則、歐盟可持續發展報告準則（ESRS）及 SDGs 等標準和框架，並結合主流評級指標及行業對標分析，識別出 21 項重要議題。

利益相關方參與

為了深入瞭解各利益相關方的觀點和需求，我們建立了日常溝通和調查機制，並透過專題研討、深度訪談等多個渠道，持續收集內外部各方意見與反饋，作為重要性評估的核心輸入。

重要議題優先次序矩陣

我們基於利益相關方調研與訪談結果，結合公司戰略目標與業務營運特徵，對各 ESG 議題進行評分與排序，並最終繪製為重要議題矩陣，作為確定 ESG 工作重點領域與優先事項的核心依據。



環境

- 1. 應對氣候變化與碳中和
- 2. 能源管理
- 3. 資源循環與廢棄物管理
- 4. 水資源管理和利用
- 5. 生物多樣性和生態系統

社會

- 6. 人力保留與管理
- 7. 人權與勞動權利
- 8. 職業健康與安全
- 9. 多元、平等和包容
- 10. 產品與服務質量
- 11. 科技創新
- 12. 科技倫理
- 13. 鄉村振興
- 14. 社會及社區貢獻
- 15. 中小微企業發展
- 16. 供應鏈管理
- 17. 私隱保護與數據安全
- 18. 知識產權保護
- 19. 商業道德

管治

- 20. 公司治理
- 21. 風險管理

附錄 5 氣候情景說明

	物理風險 ¹⁶		轉型風險和機遇	
時間維度 ¹⁷	短期 - 至 2027 財年 中期 - 至 2031 財年 長期 - 至 2050 年			
數據庫選擇	《政府間氣候變化專門委員會第六次評估報告》共享社會經濟路徑 (IPCC AR6 SSP)		國際能源署 (IEA)	
情景選擇	SSP1-2.6	SSP3-7.0	既定政策情景 (STEPS)	淨零排放情景 (NZE)
風險 / 機遇	急性 <ul style="list-style-type: none"> 極端高溫 極端低溫 洪澇 (包括河流洪澇、暴雨洪澇和海岸洪水) 熱帶氣旋 降水導致的山體滑坡 野火 慢性 <ul style="list-style-type: none"> 水壓力及乾旱 		轉型風險 <ul style="list-style-type: none"> 政策和法規 技術 市場 聲譽 轉型機遇 <ul style="list-style-type: none"> 資源效率 能源來源 產品與服務 市場 	

16. 物理風險評估依據世界氣象組織 (WMO) 標準，使用基線 (涵蓋 1985-2014 年)、2030 年 (涵蓋 2015-2044 年) 和 2050 年 (涵蓋 2035-2064 年) 的數據；轉型風險和機遇評估使用 2025-2050 年間每 5 年的情景數據

17. 短期為截至當前財年結束，主要與阿里巴巴的年度經營計劃、預算管理、風險評估及披露週期一致；中期為截至 2031 財年，主要覆蓋 2030 前後 (阿里巴巴的範圍 1, 2, 3 碳中和目標時間) 氣候政策、能源轉型、技術發展、市場需求及阿里巴巴中期規劃和碳中和目標等重要節點；長期為截至 2050 年，主要用於評估長期低碳轉型、淨零路徑及氣候物理風險演變帶來的結構性影響。我們將根據外部環境、監管要求、業務發展及數據可得性持續審閱相關時間範圍和評估判斷

附錄 6 聯合國全球契約進展

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

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

附錄 7 報告指標索引

報告指標索引				
報告章節	港交所 ESG 指引	SASB	GRI	SDGs
第一章 - 規範公司治理				
Special Page 策略與路徑 行動結果				 
董事會治理	管治架構 D-19		2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-18	
風險管理				
ESG 治理	管治架構 D-19		2-12, 2-13, 2-14, 2-16, 2-17, 2-22	

報告指標索引

報告章節	港交所 ESG 指引	SASB	GRI	SDGs
第二章 - 保護環境				
Special Page 目標與進展 行動結果 策略與路徑	A1.5, A2.3, D-22-a-iv, D-23, D-28, D-37, D-38	CG-EC-130a.1 CG-EC-130a.3	305-5	
應對氣候變化	D-19-a-i, D-19-a-ii, D-19-a-iii, D-19-a-iv, D-19-b-i, D-19-b-ii, D-20-a, D-20-b, D-20-c, D-20-d, D-21-a, D-21-b, D-22-a-i, D-22-a-ii, D-22-a-iii, D-23, D-24-a, D-24-b, D-25-a-i, D-25-a-ii, D-25-b, D-25-c, D-26-a, D-26-b, D-27-a, D-27-b, D-27-c	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 201-2	
推進碳中和	A2.3, A2.4, B5.4, D-17, D-23, D-28-a, D-28-b, D-28-c, D-36	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	2-6, 302-4, 302-5, 308-1	
助力建設綠水青山	A1, A1.6, A3.1, A2, A2.4, A3, A3.1, D-23	CG-EC-130a.3, CG-EC-410a.2	301-2, 301-3, 303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5, 304-2, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5	

報告指標索引

報告章節	港交所 ESG 指引	SASB	GRI	SDGs
第三章 - 支持員工發展				
Special Page 行動結果 策略與路徑			102-7	    
多元、平等和共融	B1, B1.1, B3, B7		2-7, 2-23, 405-1	
人才的吸引和保留	B4, B4.1, B4.2		201-3, 401-2, 401-3, 408-1, 409-1	
豐富的人才發展機會	B1, B3		2-28, 404-2	
員工的健康與活力	B2, B2.3		403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8	
第四章 - 恪守產品責任服務消費者				
Special Page 行動結果 策略與路徑		CG-EC-000.A	418-1	  
創造良好的消費體驗	B6, B6.1, B6.2, B6.4, B6.5	CG-EC-130a.3, CG-EC-000.B	417-1	
營造包容健康的數字生活			2-28	



報告指標索引

報告章節	港交所 ESG 指引	SASB	GRI	SDGs
第五章 - 共建數智平台服務企業客戶				
Special Page 行動結果 策略與路徑	B6.3			  
發展負責任的科技	B6, B6.2	CG-EC-130a.3, CG-EC-000.B		
發展健康可持續的電子商務平台	B6.3	CG-EC-000.A		
第六章 - 回饋社會和社區				
Special Page 行動結果 策略與路徑	B8, B8.1, B8.2		203-1	        
參與鄉村振興	B8.1, B8.2		203-1, 413-1	
應急救災	B8.1		413-1	
科技助力解決社會挑戰	B8.1		203-1	
促進創業就業	B8, B8.1, B8.2			

報告指標索引

報告章節	港交所 ESG 指引	SASB	GRI	SDGs
------	------------	------	-----	------

第七章 - 堅持誠信經營

Special Page 行動結果 策略與路徑	B7		2-23, 2-24	 
恪守商業道德	B7, B7.1, B7.2, B7.3		2-15, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 205-1, 205-2, 205-3	
深化供應商管理	B5, B5.2, B5.3, B5.4		2-6, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2	
保護數據安全與私隱	B6, B6.5	CG-EC-220a.2, CG-EC-230a.1, CG-EC-230a.2		
守護網絡安全				
完善科技倫理				

附錄

附錄 1 ESG 關鍵績效指標	A1.3, A1.4, A2.1, A2.2, A2.5, B1.1, B1.2, B2.1, B2.2, B3.1, B3.2, B5.1, D-28-a, D-28-b, D-28-c, D-29-C	CG-EC-130a.1, CG-EC-130a.2, CG-EC-330a.3	2-6, 2-7, 301-1, 302-1, 302-2, 302-3, 303-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-3, 401-1, 403-9, 403-10, 404-1	
附錄 2 數據核查聲明			2-5	
附錄 3 溫室氣體盤查和核算邊界	D-29-a, D-29-b-i, D-29-b-ii, D-29-d			
附錄 4 利益相關者溝通和重要性評估			2-6, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3	
附錄 5 氣候情景說明	D-20-a, D-20-b, D-20-c, D-20-d, D-26-b			

附錄 8 釋義

適用於本年度 ESG 報告的定義

除文義另有規定外，在本年度 ESG 報告內凡提及以下詞語的涵義如下：

控股集團：指阿里巴巴控股集團有限公司；

財年內：均指 2026 財年；

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

4R 循環經濟模式：指減少使用 (Reduce) - 重複使用 (Reuse) - 循環利用 (Recycle) - 可再生資源轉型 (Renewable resource transition) ；

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

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

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

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

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

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

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

PUE：計算機數據中心設施使用的總能量與輸送到計算設備的能量的比率；

WUE：計算機數據中心設施的耗水量與能耗的比率；

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

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

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

中水：各種排水經處理後，達到規定的水質標準，可在生活、市政、環境等範圍內利用的非飲用水；

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

原箱發貨：指將運輸標籤直接貼在盒裝商品上而無需額外包裝層；

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

綠網計劃：覆蓋淘寶、閑魚、優酷等多個 APP，致力於將非正常搜索轉化為有溫度的普法宣傳引導；

Townhall：公司管理層與全體 (或大範圍) 員工之間進行信息共享和互動問答的開放式溝通會議；

陪伴假：我們的主要業務單元為員工提供每年 7 個工作日的全薪陪伴假，讓員工有更多時間陪伴家人和親友；

育兒假：子女三週歲以內的員工，參照營運所在地的法律法規及公司假期制度，可享受每個自然年一定天數的全薪育兒假；

長期服務假：在公司服務每滿 10 年，員工獲得 20 個自然日的全薪長期服務假；

EHS：環境、職業健康安全管理体系；

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

五星店舖：達到五星店舖的標準為：店舖真實體驗分≥ 4.8 分，寶貝質量、物流速度、服務保障三項得分≥ 4.3 分；

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

應急物流：應急物流指因自然災害或衛生疫情等突發公共事件引起的物流需求。

附錄 9 重要法律聲明

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

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

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

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

將某一信息納入本報告，不得解釋為就該信息的重要性或財務影響（或潛在影響）作出特徵性描述。欲瞭解有關我們的財務結果和營運（包括可能不利影響我們的業務、營運結果和財務狀況的各項風險）的更全面的信息，請參閱我們的年報及向美國證券交易委員會遞交的其他申報文件以及香港聯交所網站上發佈的各項公告。



阿里巴巴

阿里巴巴集团控股有限公司