

2026

環境、社會及管治報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



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

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

目錄

關於本報告	03
高管致辭	05
董事會聲明	07
公司介紹	08

1 企業管治 10

1.1 管治架構	10
1.2 風險內控	12
1.3 廉正管理	15
1.4 利益相關方溝通	19
1.5 重大性議題判定	20

2 立標準，保品質 22

2.1 產品質量與安全	22
2.2 商家規範管理	29
2.3 客戶服務	31
2.4 信息安全管理	38
2.5 知識產權管理	46

3

員工僱傭與發展

49

- 3.1 合規僱傭 49
- 3.2 人才發展及培訓 53
- 3.3 員工健康與安全 59
- 3.4 員工關愛 62
- 3.5 多元包容 64

4

綠色價值鏈

67

- 4.1 應對氣候變化 67
- 4.2 綠色運營 70
- 4.3 綠色物流 75
- 4.4 廢棄物管理 77

5

負責任的科技

79

- 5.1 供應鏈管理 79
- 5.2 健康救助 83
- 5.3 公益行動 87

- ESG索引 90
- 讀者反饋表 96

發佈週期

本報告為年度報告，是阿里健康信息技術有限公司連續發佈的第十份環境、社會及管治報告。

編製依據

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

報告期間

報告時間跨度為2025年4月1日至2026年3月31日，本報告中以「報告期」與「2026財年」指代報告期間。

報告邊界

本報告以阿里健康信息技術有限公司為主體，涵蓋公司所屬各管理支持部門。

指代說明

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

貨幣說明

如無特殊說明，本報告中的「元」指「人民幣」。

匯報原則

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

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

關於本報告

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

平衡性原則：本報告不偏不倚地反映了公司在環境、社會和治理三個方面的表現。

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

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

香港聯合交易所網站(www.hkex.com.hk)

2025年，醫療健康行業在國家「健康中國2030」戰略、「數字中國」建設及「雙碳」目標的持續引導下，繼續向數字化、普惠化和綠色化方向發展。面對醫療健康行業發展趨勢與公眾健康需求升級，阿里健康始終堅持以「讓醫療健康普惠可及」為使命，將可持續發展理念融入公司戰略、「雲基建」「雲藥房」「雲醫院」三大核心業務和日常管理之中，持續探索醫療健康高質量發展的實踐路徑。

阿里健康持續完善企業管治架構，強化董事會對ESG相關議題的監督和決策職責，推動ESG理念融入業務決策和信息披露流程。公司不斷優化風險管理及內部控制體系，提升對合規經營風險的識別和應對能力。同時，阿里健康堅持廉潔合規經營，對貪污腐敗等違規行為保持「零容忍」態度，持續維護公開、透明、穩健的企業治理環境。憑藉在ESG各方面的優越表現，我們入選「恒生低碳指數」與「恒生科技指數」，並入選標普全球《可持續發展年鑑（中國版）》。

作為互聯網醫療健康服務平台，我們始終將品質和信任作為業務發展的重要基礎。我們持續完善覆蓋藥品、商家、服務和用戶體驗的質量管理機制，推動數字化能力在藥品流通、健康服務、供應鏈協同和平台治理等場景中的應用，提升服務效率和管理水平。與此同時，公司高度重視數據安全與用戶隱私保護，持續加強信息安全管理和技術防護能力，努力為用戶提供安全、可靠、便捷的數智化健康服務。

我們堅持以人為本，持續完善人才發展、績效管理、培訓培養、健康安全和員工關懷體系。我們通過完備的OKR (Objectives and Key Results)業務管理體系和績效管理模式以及多層次培訓資源，支持員工能力提升和職業成長。我們堅持構建多元包容、開放平等的工作環境，並開展多樣化企業文化與員工關愛活動，持續增強員工歸屬感和組織凝聚力，與員工共同推動公司長期穩健發展。

阿里健康積極響應國家「雙碳」目標，依據阿里巴巴集團減碳戰略目標，持續關注氣候變化對公司運營和價值鏈的影響，結合運營實際優化能源和資源使用管理，並探索智慧醫療新模式，在為用戶服務過程中以數智化為載體，融入綠色發展理念，助力醫療行業綠色可持續發展。

高管致辭

我們堅持將負責任科技融入商業實踐，提升醫療健康服務的可及性。在數字化供應鏈管理方面，公司通過AI驅動的「火眼系統」進行供應商風險的動態監測與預警，保障供應鏈合規水平。在科技普惠方面，公司充分發揮平台優勢，依託「互聯網+公益」的模式，積極開展「銀齡關愛·健康護航」「健康福利社」「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」「助聽行動」等公益活動，幫助更多有需要的群體獲得更加及時、可負擔、可信賴的健康支持。

展望未來，阿里健康將繼續堅持以科技創新回應時代需求，以責任經營服務社會民生，在醫療健康行業高質量發展的進程中持續發揮平台價值。我們將攜手用戶、商家、合作夥伴及社會各界，推動優質醫療健康資源更加普惠可及，共同建設更加智能、普惠、綠色、可持續的醫療健康生態。阿里健康將以長期主義精神，持續為健康中國建設和社會可持續發展貢獻力量。

本公司及董事會遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》要求，持續強化董事會對環境、社會及管治(ESG)事宜的參與和監督。董事會作為公司ESG工作的最高負責及領導機構，負責審議並決策ESG管理方針與策略，統籌監督ESG風險管理及目標推進情況，審閱ESG重大性議題評估結果及年度ESG報告，推動ESG理念融入公司日常運營。

在董事會領導下，阿里健康建立了高效的ESG日常管理和信息披露機制。公司ESG工作由首席執行官(CEO)及首席財務官(CFO)主導，各業務及職能部門負責落實相關工作要求，並定期向董事會匯報進展。內審部作為ESG信息披露負責部門，積極協同各業務及部門開展資料收集、內容核驗、報告編製及披露工作。

阿里健康重視利益相關方意見與期望，並結合管理層及ESG專家建議，通過國內外同行對標、媒體監測等方式，持續回顧和更新重大性議題。公司圍繞內外部利益相關方重點關注內容，梳理形成2026財年重大性議題矩陣，涵蓋綠色運營、合規運營、客戶／消費者維護等高度重要性議題。報告期內，阿里健康承接阿里巴巴集團設立的與業務運營相關的環境目標，並在本報告中披露本財年環境、社會及管治相關工作進展。本報告已由董事會於二零二六年五月十四日審批通過。

公司介紹

阿里健康 – 讓醫療健康普惠可及

企業概覽

阿里健康是阿里巴巴集團整合線上線下醫藥和健康行業資源，提供一站式醫療解決方案的旗艦平台。阿里健康秉持讓醫療健康普惠可及的初心，聚焦用戶需求，憑藉現有醫藥電子商務優勢，拓展業務板塊，探索互聯網醫療創新商業模式。阿里健康依託領先的互聯網數字技術和運營能力，積極推動平台生態與自營業務的雙核驅動，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。

業務介紹

阿里健康的主營業務包括醫藥電商業務、醫療健康及數字化服務業務、人工智能和公益。2026財年，「互聯網+醫療健康」行業在政策引導與技術創新的雙重驅動下持續深化發展，阿里健康緊隨行業趨勢，不斷發展品牌優勢與資源，打造了卓越的品牌影響力和資源網絡，提升用戶體驗，構建了線上線下一體化的醫藥健康品服務平台，積極承擔企業的社會責任。

醫藥電商業務

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

醫療健康及數字化服務業務

- 阿里健康持續升級醫療健康專業服務體驗，通過天貓、淘寶、支付寶、高德、釘釘、盒馬、夸克搜索等終端為用戶提供包括中醫、體檢、問診、疫苗、口腔、心理、視光、護理等線上線下為一體的醫療健康服務體系。基於領先的數字化能力，阿里健康自主開發的「碼上放心」追溯平台業務持續為藥品生產和批發企業提供高效低廉的追溯服務，為多家生產企業、批發物流企業、零售藥店以及二級醫療機構提供追溯合規服務。

人工智能戰略

- 2026財年，在醫療服務大模型應用領域，阿里健康通過AI技術實現全鏈路賦能。我們從流量、供給和服務承接等方面優化醫藥搜推模型、智慧供應鏈、商品運營及智能客服等場景，在更好地滿足用戶醫療服務需求的同時，顯著提升運營效率，並通過技術優化減少了能源與資源的消耗，助力公司實現低碳運營目標。本財年，阿里健康進一步將戰略重心延伸至醫療智能基礎設施的建設，推出了首個醫學垂直領域的大模型產品－氫離子。未來，我們將持續深化醫－藥－智的閉環生態，以技術推動醫療資源的普惠與精準可及。

公益

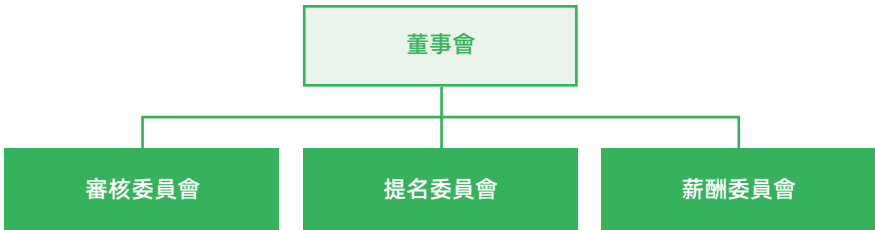
- 2026財年，阿里健康堅守「人人3小時」公益理念，積極投身公益領域，聯合多方發起公益項目。我們將社會責任融入企業發展中，組織一系列社會公益活動，如將「檸檬寶寶關愛行動」升級為「罕見病關愛行動」，推廣「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」及「銀齡關愛·健康護航」項目，以及「小鹿燈」兒童重疾救助公益項目等，以數字化優勢賦能本集團公益事業。

1 企業管治

阿里健康深知，穩健的企業管治視為維護公司長期可持續運營的根本。我們不斷完善公司管治架構，加強風險內控管理，積極貫徹廉正文化，著力提高公司管理水平。同時，我們與利益相關方密切溝通，評估ESG重大性議題並積極回應利益相關方期望，為可持續運營奠定堅實基礎。

1.1 管治架構

在嚴格遵循《中華人民共和國公司法》、香港聯交所《上市規則指引》《企業管治守則》等法律法規和條例的基礎上，阿里健康建立了自上而下、權責明確、科學高效的管理體系。報告期內，我們不斷優化以董事會為核心，審核委員會、提名委員會及薪酬委員會相互配合的管治架構。



圖：阿里健康企業管治架構

表：阿里健康各委員會及主要職責

委員會	主要職責
薪酬委員會	- 就本公司董事及高級管理層的全體薪酬政策和架構及其他薪酬相關事宜，及就設立正規而具透明度的程序制訂薪酬政策，向董事會提出建議； - 評估執行董事的表現、批准執行董事的服務合約條款以及向董事會建議個別執行董事及高級管理層的薪酬待遇，包括實質利益、退休金權利及賠償款項； - 就非執行董事的薪酬向董事會提出建議； - 參照董事會所訂企業方針及目標而檢討及批准管理層的薪酬建議； - 就阿里健康股份計劃審閱、提供意見及／或批准有關的事宜。

委員會	主要職責
審核委員會	- 就外聘核數師的委任、重新委任及罷免向董事會提供建議，批准外聘核數師的薪酬、聘用條款及處理任何有關外聘核數師辭職或辭退的問題； - 於核數工作開始前先與外聘核數師討論核數性質、範疇及有關匯報責任； - 在向董事會提交半年及年度財務報表、報告和賬目前，先進行審閱； - 監督公司財務匯報、風控及內控系統，確保其有效性與資源充足； - 與管理層討論風險系統有效性，確保財務資源、人員及預算充足，匯報業績審閱職責。
提名委員會	- 至少每年檢討董事會的架構、人數、組成及多元化層面，並就任何為配合本公司的公司策略而擬對董事會作出的變動提出建議； - 物色具備合適資格成為董事會成員的人士，探討提名政策，並就挑選提名有關人士出任董事或就此向董事會提供建議； - 評估獨立非執行董事的獨立性； - 就董事委任、重新委任或罷免以及董事（尤其是董事會主席及行政總裁）的繼任計劃向董事會提供推薦建議； - 支援本公司定期評估董事會表現； - 檢討和確認董事會多元化政策及獨立機制並提出建議。

1 企業管治

阿里健康制定並嚴格遵守《董事會多元化政策》。在董事會成員提名和任命過程中，我們綜合考量性別、年齡、專業領域、行業經驗、文化背景等多方面因素。截至報告期末，董事會包括7名董事，其中包含2名非執行董事和3名獨立非執行董事，佔董事總人數的71%，女性董事佔4名，佔比達57%。我們的董事會成員來自各行各業，專業領域覆蓋計算機、經濟、會計、設計、工商管理、醫療等。董事會成員背景詳見阿里健康《2026財務年度報告》。本財年，我們遵守香港聯交所《上市規則指引》，嚴格管控涉及關連交易、股權集資等其他影響上市地位的公司行動，保障公司董事會管治的有效性。

阿里健康優化股權激勵辦法，激勵範圍覆蓋本公司及附屬公司董事、員工、控股公司、同系附屬公司或聯營公司的董事及僱員，並設有調整機制，保障在面臨併購、資本重組等變動時維持方案連貫性，嚴格限制股權獎勵隨意轉讓，維護激勵的公正合規。

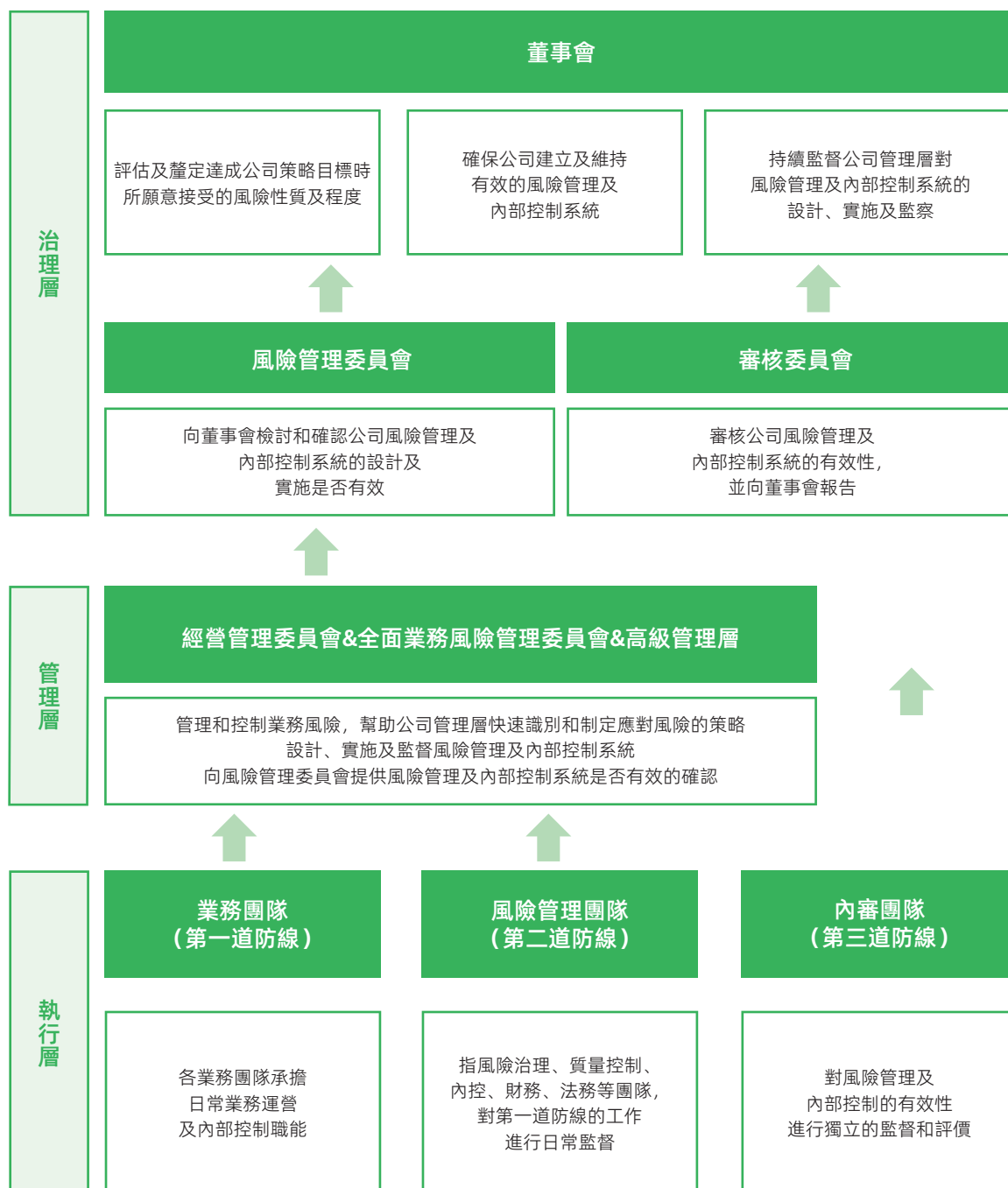
1.2 風險內控

阿里健康始終將風險內控作為維護企業管治的核心之一，積極完善覆蓋戰略、管理和運營三個層面的風險管理和內控體系。我們嚴格遵守風險管理相關法律法規，秉持「不斷優化集團的風險管理架構、能力與文化，確保集團業務穩定增長和持續發展」的風險管理戰略，建立適應本公司發展趨勢的風險管理目標，融合公司業務管理與風險管控工作，推動公司平穩運營與可持續發展。

我們構建了職責明確的三層風險管理組織架構，其中執行層遵循「三道防線」的風控機制，連接業務團隊、風險管理團隊及內審團隊，推進三方風險溝通管理，對識別到的內外部風險進行管控，確保風控措施有效落地，促進公司的可持續運營。

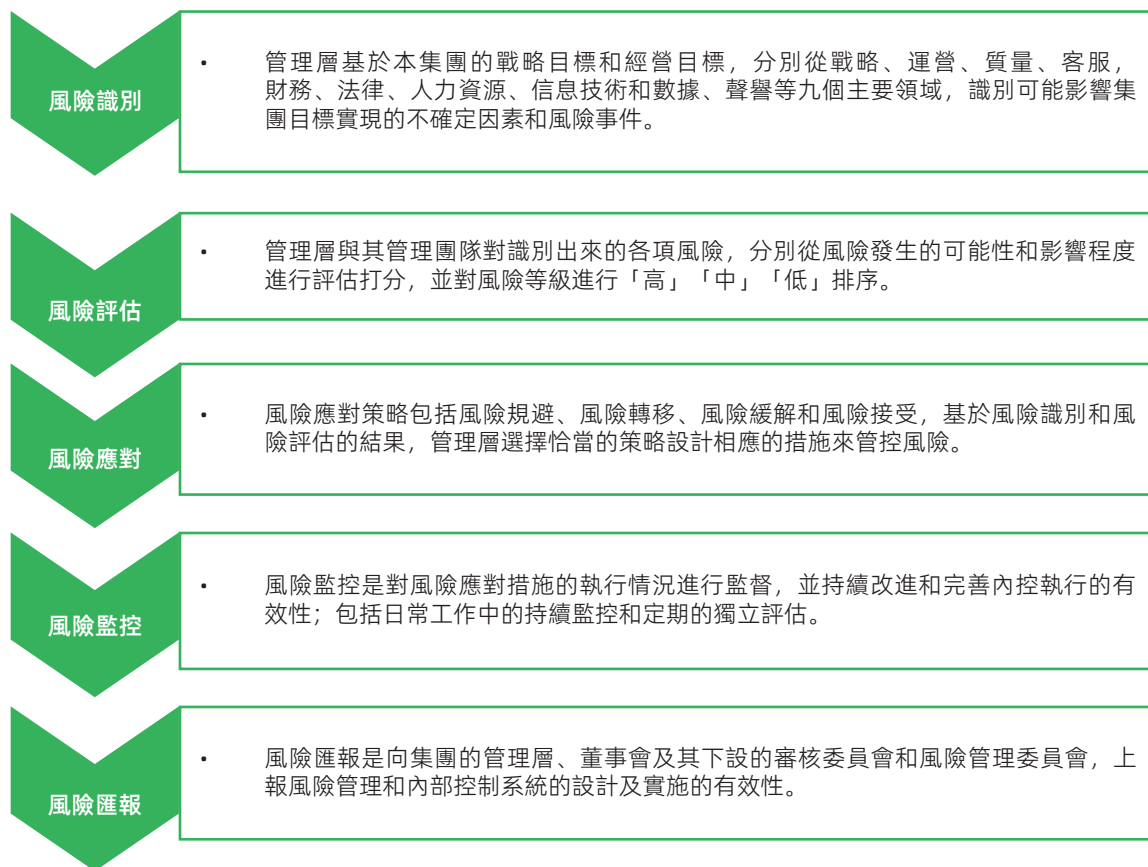
1 企業管治

治理層以董事會為核心，負責審查和確保本集團風險管理制度的有效性，保障股東和投資者權益，董事會於2016年成立風險管理委員會，以履行監控及監察本公司風險管理的職責。



圖：阿里健康風險管理組織架構

1 企業管治



圖：阿里健康風險管理流程

我們開展覆蓋業務流程規範、風險績效考核及風險意識培養等方面的風險應對措施，致力於預防和減少風險事件的發生，保障公司風險管理機制的健全完善與長效發展。

- 本集團應對風險的管理措施包括公司層面、業務層面、財務報告層面及IT系統層面的流程和內控活動，相關流程和內控活動均被寫入內控流程和制度規範里，並發佈到制度平台上供全員查閱和學習。同時，集團建立健康規則中心，對外公示對合作方及業務的管理規範和要求。
- 風險管理績效考核是風險管理實施的保障。本集團通過培養全員の風險意識、規範內控流程、實行全員問責機制，保障集團風險管理戰略的實施。

- 本集團通過風險管理和內控相關的溝通及培訓，保證各類業務流程、制度規範和內控活動的落地實施。溝通及培訓的形式包括：集中培訓、研討會、即時溝通指導、視頻學習、群發郵件和網上考試等。涉及的內容包括：制度規範和內控培訓、法律法規培訓、廉正培訓、數據安全培訓等。

1.3 廉正管理

阿里健康堅持合規運營，堅守商業道德紅線，對貪污腐敗持「零容忍」態度。我們致力於培養全體員工的廉正意識，切實維護各方權益，營造誠信透明的公司環境。

阿里健康積極響應阿里巴巴集團的廉正管理相關要求，成立專業廉正、內控、審計、風控、法務和財務團隊，推動廉潔體系落地實施。我們設立由CEO、CPO、CFO、法務負責人、廉正負責人構成的紀律管理委員會，負責商業道德與合規經營的日常監督，包括廉正制度修訂、員工廉正管理及日常廉潔合規運營等工作，並由廉正團隊負責人向阿里巴巴集團廉正合規負責人匯報，確保廉正合規體系持續有效運行。

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反壟斷法》等國家法律法規條例，制定了《阿里健康反商業賄賂合規政策》《阿里健康商業行為準則》《阿里健康員工利益衝突管理細則》等內部制度。本財年，我們修訂了《阿里健康員工利益衝突細則及解析》《員工紀律制度》，進一步規範了員工商業道德行為，降低貪污腐敗事件發生概率。

1 企業管治

表：阿里健康反商業賄賂合規政策核心內容

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

廉潔培訓

阿里健康持續推進廉潔文化建設，注重強化員工和董事的廉潔意識與職業操守，開展了一系列商業道德及反貪腐培訓。我們針對管理者、一線員工、新員工等不同類別、不同崗位的員工打造定製化培訓方案，覆蓋商業行為準則、員工紀律制度、利益衝突細則等方面，並設置相關考試以檢驗培訓效果。針對新員工，我們要求新員工在入職30天之內機制性完成新人宣教考試，並全員參與公司定期組織的線下專場培訓，築牢新員工的商業道德根基。

報告期內，阿里健康開展線上線下廉正培訓和宣傳活動超過25次，累計覆蓋超過15,000人次，覆蓋率達100%，提高了公司上下的合規意識和商業道德水平。

宣傳案例：阿里健康廉正義賣活動

2026年3月20日，阿里健康行政部門在杭州組織開展廉正義賣活動，共計100人參與，義賣獲得款項達3,563元，義賣款將全部投入「小鹿燈－無陷未來」出生缺陷兒童救助公益項目中。此外，為強化廉潔從業意識，活動同步開展了廉潔宣傳工作，重點向員工宣貫了商業活動中收到禮品的合規處理方式，在弘揚公益精神的同時，營造風清氣正的職場氛圍。



圖：阿里健康廉正義賣活動

表：阿里健康廉正培訓人數及時長

指標	單位	數據
員工參與廉正培訓人數	人	930 ¹
員工人均廉正培訓時長	小時	2
董事參與廉正培訓人數	人	7
董事人均廉正培訓時長	小時	2

¹ 涵蓋截至2026財年末參與培訓的在職員工

1 企業管治

舉報管理

2026財年，阿里健康持續優化《廉正舉報制度》，建立完善透明的舉報管理體系，規範舉報渠道和流程，以及時發現並處理違規行為。我們為全體員工及外部舉報人提供多元化舉報渠道，包括舉報二維碼、舉報熱線、舉報郵箱等，我們積極使用釘釘APP中的「廉正小蜜」功能，由專人負責舉報信息的查收及管理，及時開展分析處理。

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

阿里健康設立專職廉正調查員，接獲舉報投訴後第一時間進行核實評估，如確認情況屬實則立即啟動信息分析與調查流程，確保舉報處理的時效性。同時，我們在《商業行為準則》等制度中明確舉報人保護機制，嚴格保密舉報信息及內容，嚴禁任何形式的打擊報復，切實保障舉報人合法權益。報告期內，阿里健康未發生因舞弊或貪污而導致的訴訟事件。

廉潔採購

阿里健康堅信，誠信採購是公司維護可持續供應鏈的重中之重。我們嚴格遵守《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範V2.0》以及《阿里健康反商業賄賂合規政策》等制度，一旦發現合作供應商出現貪污賄賂、不當謀利、圍標串標、虛假宣傳等違反商業道德的行為，我們將根據規定判斷違規行為等級並進行嚴肅處理，減少對公司供應鏈發展的影響。

我們與全體供應商簽訂《廉潔誠信約定函》，明確規定供應商不得違反約定函所規定的商業道德及反貪腐要求，保障供應鏈可持續發展。同時，我們在公司門戶網頁、採購合同中明確舉報途徑，承諾對舉報信息嚴格保密，以實現全面廉潔管理，提高供應鏈商業道德水平。報告期內，公司未發生採購腐敗事件。

1.4 利益相關方溝通

阿里健康高度重視利益相關方的意見，積極與利益相關方保持常態化溝通，主動傾聽並回應利益相關方訴求，實現利益相關方與企業發展的協同雙贏。

利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
政府	遵守法律法規 響應國家政策 支持經濟發展 依法納稅	合規經營 執行國家政策 助力經濟發展 主動納稅
投資者	投資回報 業務與盈利增長 風險管理 信息披露	業績發佈會 股東大會 提升內控合規水平 定時披露經營信息
消費者	優質產品和服務 健康知識教育 保障隱私安全	高水平的醫藥健康服務 消費者滿意度調查 消費者信息保護
員工	維護員工權益 保障職業健康 健全發展通道 平衡工作生活	有競爭力的薪酬福利 開展員工健康培訓 完善職業發展通道 增進員工福祉
合作夥伴	行業共贏 陽光採購 誠信經營	行業項目合作 公開招標 依法履行合同
環境	節能減排 減輕對環境的負面影響	嚴格管理排放物 提升資源和能源使用效率 參與環保公益
社會和公眾	業務與公益結合 支持社區發展	公益慈善活動 志願者服務

1 企業管治

1.5 重大性議題判定

阿里健康牢記「讓醫療健康普惠可及」的使命，結合公司內外部ESG相關發展趨勢與用戶醫療健康需求，構建並持續夯實可持續管理四大核心支柱，致力實現基業長青。

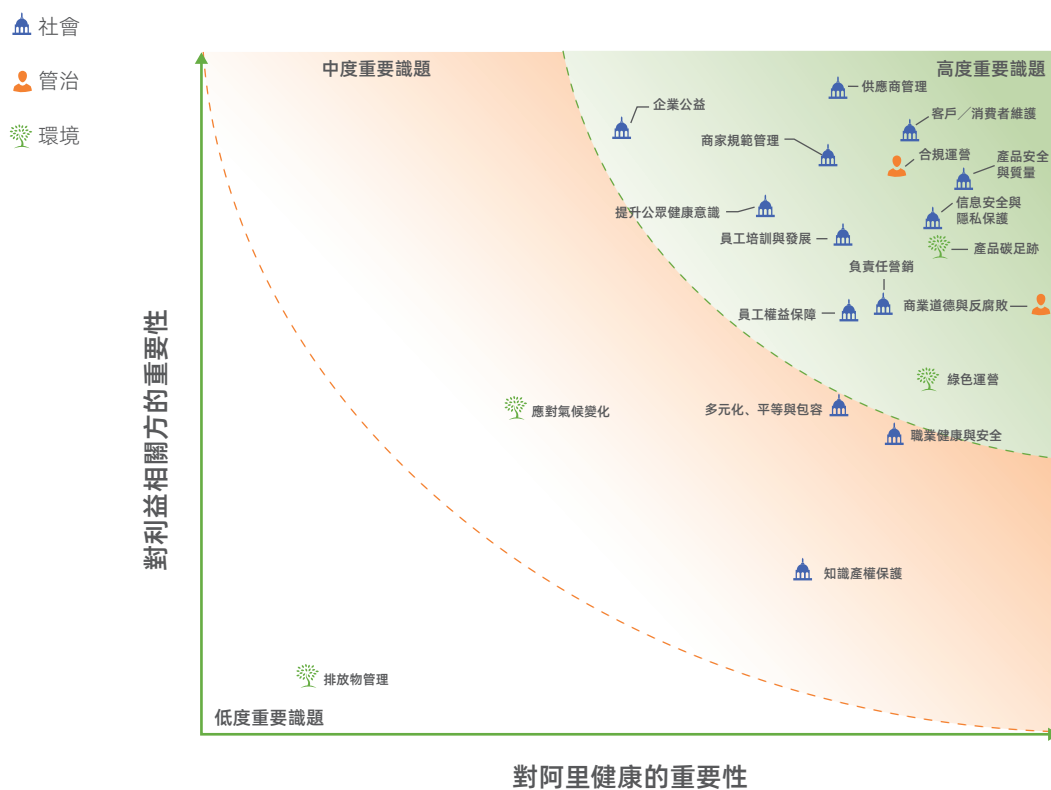


圖：阿里健康可持續管理四大核心支柱

本財年，阿里健康基於利益相關方訴求，結合行業和市場ESG趨勢與公司業務實際，仔細識別、分類與評估ESG議題，制定ESG議題清單，並開展實質性分析，最終形成阿里健康2026財年環境、社會及管治重大性議題矩陣。



圖：阿里健康環境、社會及管治重大性議題分析流程



圖：阿里健康2026財年環境、社會及管治重大性議題矩陣

2 立標準，保品質

阿里健康始終秉承「品質為先」理念，嚴格把控產品質量與安全，規範商家管理，為用戶提供高質量服務。同時，我們積極開展信息安全與隱私保護工作，完善知識產權體系建設，打造值得信賴的健康服務平台。

2.1 產品質量與安全

阿里健康作為互聯網醫療行業的引領者，深知產品質量與安全是保障企業安穩運營的重要基石。我們構建完善的產品質量管理體系，涵蓋質量審計、質量管理流程及質量培訓等多方面內容，切實保障產品質量，築牢安全防線，守護消費者權益。

公司嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國藥品管理法》《中華人民共和國疫苗管理法》《中華人民共和國藥品管理法實施條例》《藥品經營和使用質量監督管理辦法》《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》等產品質量與安全相關法律法規，以《藥品經營質量管理規範》(GSP)為工作標準，開展包括藥品採購、儲存、運輸、銷售各環節的產品質量與安全管理工作。

藥品質量審計

阿里健康堅持品質是健康醫療服務的關鍵，我們開展了全方位的藥品質量審計工作，充分維護質量管理體系的連續性和有效性，為保障藥品質量安全打下堅實基礎。2026財年，公司已完成運營所在省、市、區等各級GSP飛行檢查。

2 立標準，保品質

表：2026財年阿里健康審計要求及工作情況

審計類型		審計內容
內部審計	全面內審	每年至少開展一次全面內審，審計範圍包括：組織機構、人員資質、崗位技能、培訓工作、體系文件、設施設備、計算機系統、業務經營活動、應急管理、票據管理等內容；本財年，阿里健康內部共開展了3次全面質量內審。
	專項內審	質量管理體系關鍵要素發生重大變化時開展專項內審，本財年，阿里健康完成了8次專項質量審計，覆蓋倉庫地址變更、經營範圍變更等內容。
外部審計		上游供應商或監管部門視情況對公司開展質量審計，公司按質量管理體系規定及法規要求對承運商或客戶開展定期質量審計。本財年，阿里健康開展外部質量審計共8次，包含對承運商及委託方的質量審計。

產品質量全流程管理

我們不斷深化質量管控體系，聚焦產品質量控制、產品檢測、產品追溯及產品召回四大關鍵節點，打造科學高效的質量管理全流程，確保產品質量風險的可控性。

表：2026財年阿里健康質量管理流程

質量控制
• 質量管理制度：依據GSP及相關法規要求和行業動態，系統性更新質量制度、操作規程及職責文件，針對性完善產品的風險控制、儲運、追溯及售後，以適應新興業務模式； • 全流程質控：參照GSP標準在藥品儲存、銷售、運輸等全鏈條實施嚴密的質量控制措施，確保各環節符合最高標準，全方位保障藥品質量安全與合規運營。



2 立標準，保品質

產品檢測

- **完善檢測標準：**平台依據國家標準、立足產品特性與細分領域需求，更新並完善《天貓健康商品品質抽檢規範》《可食用類產品違禁添加技術規範》等內部標準，構建覆蓋全品類、嚴控添加物的質量檢測檢查標準，明確規範各類成分使用邊界，堅決杜絕添加違禁物質，確保產品安全合規；
- **檢測方式：**平台抽檢送呈具備專業資質的第三方檢測機構檢測，確保檢測過程透明高效，檢測結果公正權威；
- **藥品抽檢：**2026財年，廣東省藥品監督管理局對阿里健康自營進行藥品現場抽檢，共涉及8個藥品，抽檢合格率100%；
- **非藥品抽檢：**阿里健康平台堅持問題導向原則，結合消費者投訴、品質退款率等多維數據，對平台商品實施常態化質量抽檢。同時，我們針對保健、滋補、美妝、食品等品類中的27個高風險商品開展外部測試和自營產品預防性測試，有效降低假貨風險；
- **技術推廣：**阿里健康積極與消費者、政府部門及行業夥伴聯手，共享產品質量監測技術與風控經驗，開展技術交流與合作，在助力各方提升質量監管效能的同時，合力打擊假冒偽劣產品，共同維護市場秩序。



產品追溯

- **技術驅動：**引入並逐漸完善AI自動化鑑定與區塊鏈技術，深度融合構建產品追溯體系，實現供應鏈全鏈路精準質控與透明化監管；
- **產品追溯平台：**持續優化「碼上放心」第三方追溯平台，通過賦碼追溯、數據互聯及智能分析，實現藥品全生命週期精準追蹤，保障從生產、流通、到末端使用全流程來源可查、去向可追，助力企業合規管控與藥品安全治理。目前該平台已為95%以上的生產企業和批發物流企業、74%以上零售藥店以及88%以上的二級醫療機構提供追溯合規服務，覆蓋4,600餘家生產企業，12,000家流通企業及80萬家醫藥零售終端。



圖：「碼上放心」追溯界面



2 立標準，保品質

產品召回

- **內部管理架構：**成立專職召回領導小組，負責召回過程的決策和異常情況處理。由專人負責召回信息的收集、傳達和跟進，確保召回工作的高效執行；質量管理部負責通知召回事項、制定召回計劃、監督執行，建立並記錄召回檔案；運營管理部、業務部門負責召回計劃的具體執行；
- **召回制度建設：**公司遵循國家藥品監督管理局《藥品召回管理辦法》《醫療器械召回管理辦法》及相關行政主管部門規定，對藥品、醫療器械、食品等商品制定召回管理制度和流程，嚴格按法規和流程執行醫藥健康商品的召回，建立真實、完整、準確的召回記錄和檔案，並確保全過程可控、可追溯；
- **藥品質量信息管理機制：**依據國家藥品監督管理局相關法規，公司制定《藥品查詢管理制度》《藥品投訴管理制度》《藥品質量信息處理制度》《藥品質量事故報告與處理制度》《藥品不良反應監測與報告管理制度》等相關質量信息管理制度並有效運行，確保公眾用藥安全。



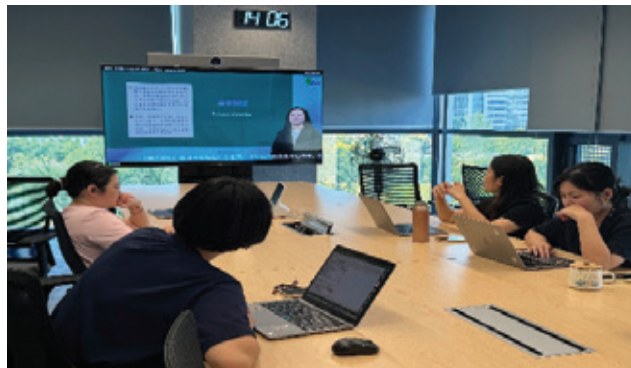
2 立標準，保品質

2026財年，阿里健康未發生監管機構公告的產品召回事件。

質量培訓

阿里健康高度重視員工質量意識培訓與質量文化建設，我們開展一系列質量培訓活動，向員工宣貫質量安全要求，為患者提供高品質的產品及醫療服務。我們嚴格遵守GSP要求，針對各崗位員工開展質量培訓與考核，培訓內容包括收貨、驗收、養護、幹細胞專管等方面。

2026財年，我們共計開展質量培訓28場，培訓類型涵蓋內培、外培及自學課程，全年培訓學時超過100小時，考核方式包括口試、筆試及問卷考試，共計1,387人次參與培訓，全面提升員工的質量合規意識與管理能力。此外，我們為外部供應商開展4次質量管理培訓，覆蓋598人次，一定程度上提高了供應質量。



圖：員工質量培訓會議

2 立標準，保品質

表：阿里健康內部質量培訓

藥品培訓	非藥品培訓
- 藥品客服團隊：通過線下與線上直播相結合的方式，內容涵蓋專管品種質量、藥品基礎知識、藥品相關制度、日常操作規範、藥品儲存運輸等場景，有效提高藥品客服人員的專業素養和問題解決能力； - 藥品質控團隊：開展了藥品相關質量管理制度和操作規程培訓，強化品控人員對藥品質量把控的規範和準確性，確保藥品質量信息的有效管理和操作合規； - 倉庫運營團隊：針對藥品倉庫的核心流程，進行了保管和運輸、儲存相關管理的培訓，加強倉庫運營人員在藥品儲運和管理方面的專業能力，保障藥品在倉儲環節的質量安全； - 供應鏈團隊：開展冷鏈藥品儲運管理培訓，強化GSP規範宣貫，規範收貨、驗收、儲存、養護、出庫及運輸全環節的操作流程，保障冷鏈藥品儲運質量與安全，為供應鏈穩定運行提供堅實支撐。	- 非藥品運營團隊：開展非藥、滋補食品首營規則及法規要求、供應商管理規則、錯漏發影響及管理規則、風險管理商家通曬及易錯點、直發倉庫管理規範等培訓，持續提升運營效率與質量管理； - 供應鏈團隊：開展醫療器械專業法規與知識培訓，詳細講解器械出入庫標準流程、在庫器械養護要求、風險控制等法規和質量管理體系要求，提升倉庫物流人員的实操能力與風險防範意識，全力確保醫療器械在倉儲物流各環節的質量與安全。

2.2 商家規範管理

阿里健康積極開展商家規範管理工作，不斷細化商家管理體系，制定並優化管理規範政策，從商家資質審核、風險管控、商品合規、質量控制等多方面進行管理與培訓，全面提高商家管理水平。

優化商家管理體系

阿里健康針對經營三品一械²的商家及其商品實施全生命週期閉環管理，從准入資質、多部門協同審核到年度績效汰換建立了嚴格的管控機制。在引入環節，我們依託阿里集團「火眼系統」，監測商家規模、社會影響力及行政處罰記錄，對風險商家及時識別並替換。同時，我們引入具有醫師、藥師背景的專業人員，搭建醫藥風控平台，對互聯網醫院／醫師／藥師資質、處方合規、處方點評等方面進行系統管理。

阿里健康對商家進行滾動審核，覆蓋資質審查、合同法律條款及渠道價格政策等全鏈路場景，並依據年度銷售額、供貨滿足率及集採履約表現進行優勝劣汰，確保商家管理體系的優質與穩定。本財年，我們針對淘寶、天貓國際、天貓超市等不同平台特性，為醫療器械、醫療服務、消費醫療機構等特定商家進行精細化管理，針對性地打造管理政策與控制措施，推動電商平台運營水平提升。

商品合規管理

阿里健康遵循國家《藥品經營質量管理規範》，對《天貓市場管理規範》《天貓藥品管理規範》等內部制度進行優化升級，保障商家正常經營權益。我們針對特定場景下商品發佈規則複雜的情況，平台深度優化了前端信息展示邏輯，構建清晰明確的違規預警與整改指引機制，大幅降低了商家諮詢成本與整改難度。同時，我們依託AI大模型和技術升級，優化實時直播風險識別體系，實現快速識別並精準過濾違規內容，在營造清朗交易環境的同時，全方位保障商家的合規經營。

² 三品一械：藥品、保健食品、特殊醫學用途配方食品、醫療器械。

2 立標準，保品質

表：平台商家管理工作

藥品及非藥類商家管理	• 准入階段：商家入駐時需提交營業執照、經營資質及網絡備案憑證等證明文件，綜合考量規模、行政處罰等要素後進行開戶； • 運營階段：商家商品發佈前須按平台規範提供註冊證、備案證及標籤信息等材料，運營過程中接受阿里健康的審核，確保資質真實有效； • 汰換階段：每年度續簽合同時開展審核，審核內容涵蓋銷售金額及供給滿足率等，如未滿足要求即接受汰換。
醫療服務類商家管理	• 針對醫療服務類商家構建標準化准入體系，制定《阿里健康醫療平台入駐標準》《阿里健康支付寶體檢／檢查機構招商管理規範》等專項規範明確入駐要求； • 對入駐的醫療機構及醫師實施資質初審，並通過中華人民共和國國家衛生健康委員會（簡稱「衛健委」）官網進行官方終審，確保醫療主體合規。
消費醫療機構管理	• 制定消費醫療機構招商規則、管理規範及審核流程，明確商家准入標準； • 准入階段：結合資質審核與實地抽查，全面評估消費醫療機構的管理、服務等資質文件，對實際運營情況進行不定期審查，確保信息真實準確。

2 立標準，保品質

平台商家溝通及培訓	- 通過釘釘群、郵件、電話等方式開展日常溝通，解決質量相關問題； - 如有年度協議政策洽談／高層互動／項目合作需求，與平台商家進行現場到訪和見面溝通； - 每年開展線上直播，對商家系統操作、質管資料、新法規要求、以及業務上需要商家配合事宜等內容進行覆蓋全體商家的培訓。
-----------	--



圖：阿里健康平台商家培訓直播

2.3 客戶服務

阿里健康始終堅持以客戶需求為導向，持續完善智能化客服管理體系，強化專業藥師團隊建設，提升在線問診與用藥諮詢服務體驗。同時，公司嚴格把控用藥安全、規範營銷與服務流程、電商平台服務、醫療健康及數字化服務。以專業、高效、可信賴的健康服務，持續守護用戶健康福祉。

2 立標準，保品質

客服管理

阿里健康秉持「客訴到我為止」的服務原則，制定並執行《客戶投訴管理操作規程》《質量投訴管理制度》《阿里健康客服外包供應商績效管理實施方案》，持續規範客戶投訴受理、反饋、跟進與閉環處理機制。公司建立覆蓋問題發生、信息反饋、責任跟蹤及問題完結的全鏈路管理流程，確保每一項客戶投訴均得到及時響應、有效處理和持續跟蹤。同時，我們不斷完善客戶服務管理體系，將客戶開發、客戶溝通、客戶投訴等關鍵服務環節納入統一管理，迭代了風險升級標準，切實保障客戶訴求響應效率與服務解決質量。

表：阿里健康客戶服務管理舉措

多渠道服務	阿里健康通過在線接待、熱線接待等多元化客戶溝通渠道，為客戶提供實時響應服務，本財年為超過16萬客戶提供諮詢服務。
問題跟蹤與回訪	針對尚未解決的客戶問題，公司通過線上消息、電話外呼、短信等方式及時反饋處理進展及結果，並開展後續回訪，推動客戶問題閉環解決。
數據分析與優化	公司持續分析客戶評價數據及VOC³問題場景，識別客戶滿意度較低的關鍵環節並開展重點優化。同時，我們通過專項培訓和質檢強化客服團隊執行能力，確保改進措施有效落地。
前置干預	公司結合日常投訴承接情況，系統分析可能涉及監管部門的投訴情形及高發問題特徵，通過多維度評估提前開展干預與化解工作，儘可能降低投訴發生率。

³ VOC：Voice of Customer，客戶之聲

2 立標準，保品質

客服人員培訓	- 公司持續面向客服人員開展多主題、分場景培訓，覆蓋店鋪客服、品牌、質檢、銷售、售後服務等內容，提升客服團隊專業能力與服務技巧。 2026財年，客服人員圍繞專業能力、銷售技巧、上崗前培訓、活動玩法、退款規範、冷鏈業務培訓等主題開展培訓總計1,042次，累計參訓14,817人次。
--------	---

2026財年，阿里健康大藥房堅持「件件有回應」原則，共收到投訴20.6萬起，並實現客戶投訴100%處理閉環。通過持續優化服務觸點、提升問題解決能力，大藥房客訴量較2025財年下降12.0%。同時，大藥房累計收到在線評價251.9萬條。其中，客戶滿意評價量達195.6萬條，整體滿意度維持在77.6%，反映出公司在持續迭代解決方案、深化客服能力建設方面取得穩健成效。

藥師團隊建設

阿里健康持續完善藥師服務體系，為用戶提供7×24小時全天候在線諮詢服務，覆蓋售前諮詢、售後支持、就診指導及用藥諮詢等全鏈條場景。我們持續提升藥師團隊管理水平，不斷完善平台服務體系。公司堅持嚴格的藥師准入審核機制，保障藥師團隊的專業能力與服務質量，並通過持續優化問診服務流程，為用戶提供及時、準確的購藥指導。

2 立標準，保品質

表：阿里健康醫生及藥師團隊建設措施

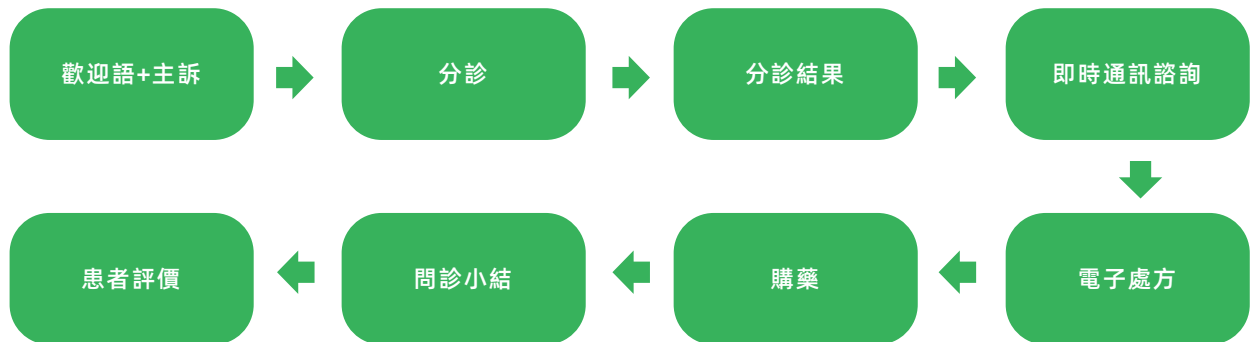
嚴格審核醫生資質	• 阿里健康互聯網醫院醫生團隊均由持證執業醫生組成，並具備三年以上獨立臨床經驗，三甲副高級及以上醫師佔比近30%，三甲主治及以上醫師佔比60%。 • 所有醫生均需通過實名認證及資質審核，確保執業資質真實、有效，為患者提供安全、可靠的醫療服務。
清退未達標的網院、醫生、藥師	• 公司通過嚴格的考核評估機制，持續保障團隊專業能力與服務質量。
開展系統化培訓	• 公司面向醫生及藥師開展覆蓋診療規範、用藥安全、患者溝通等多維度的專項培訓，持續提升其專業素養與服務能力。
優化醫生問診流程	• 公司持續規範處方管理流程，確保醫生在開具處方過程中充分了解患者病史及用藥需求，降低不合理用藥風險。
升級安全用藥引擎	• 持續提升用藥風險識別能力，實施分級管理機制，為患者提供個性化用藥指導，保障處方開具的合理性與安全性。

在醫療健康服務板塊，截至報告期末，與本集團簽約提供在線健康諮詢服務的執業醫師、執業藥師和營養師合計同比增長12.4%至近27萬人（包含小鹿中醫）。

問診服務體驗

阿里健康依託專業醫療服務能力與業務場景拓展，打造線上線下一體化就診平台，覆蓋預約掛號、在線問診、買藥／送藥、中醫服務、核酸檢測、健康保險、體檢／檢查、健康百科服務環節。我們持續提升醫療服務效率，打造全方位、一站式就診體驗。

2 立標準，保品質



圖：從醫到藥服務鏈路服務

公司不斷優化問診服務矩陣，推出極速問診、專家問診、小蜜醫生等多樣化服務。針對兒科中心，皮膚中心等特色門診訂單，我們設置診中快速客服入口和診後24小時電話隨訪機制，主動關注用戶病情變化，開展病情跟蹤與複診提醒，持續提升用戶服務體驗。

表：阿里健康問診服務矩陣

極速問診	7×24小時在線，60秒內接診，圖文諮詢30分鐘無輪次限制，醫生資質達到二甲及以上。
專家問診	提供圖文和電話諮詢，48小時內不限輪次，平均接診時間30分鐘，諮詢時長可達15分鐘，可開藥方，醫生資質達到二甲及以上。
特色專科	擁有兒科中心、婦科中心、男科中心、皮膚中心等15個特色專科以及急診服務。
小蜜醫生	擁有排班醫生，24小時在線，圖文15分鐘，平台強管理，服務可定製。
義診	圖文48小時，限時限量，新用戶體驗。

2 立標準，保品質

用藥安全

阿里健康始終將用戶用藥安全作為重要原則，圍繞合理診斷、合理問診、合理用藥三大核心環節，採用風險分層管理策略，持續提升合理用藥服務水平。同時，公司開發精準給藥功能，基於患者個體信息智能生成給藥建議，為醫生用藥決策提供參考。

負責任營銷

阿里健康嚴格恪守法律法規要求，依據《中華人民共和國廣告法》《藥品說明書和標籤管理規定》《食品標識管理規定》等相關規定建立了《天貓健康藥品質量安全管理制度》、《天貓健康醫療器械質量安全管理制度》等規章制度，對藥品、醫療器械和保健品的商品發佈資質審核、信息展示、風險提示等環節明確了具體要求。確保商品信息真實、合規，杜絕虛假宣傳與違規銷售行為。

同時，我們建立了《濫發信息的規則及實施細則》、《出售描述不符或品質存在問題的商品規則及實施細則》等平台規則制度，對藥品、醫療器械和保健品的經營行為進行全流程監管，強化商家主體責任，保障消費者權益。

- 商品發佈前：基於官方數據和平台沉澱的基準庫數據，對藥品、醫療器械、保健食品及特殊醫學用途配方食品的商品資質進行校驗，保障商品資質和發布合規。
- 商品發佈後：平台依託先進系統工具，對商品文字宣傳信息進行實時監測，持續核查藥品、治療及服務相關信息的準確性與合規性。

負責任營銷和廣告培訓

阿里健康於2026財年持續強化負責任營銷與廣告合規管理，圍繞《藥品管理法》《醫療器械監督管理條例》《電子商務法》等法律法規，面向平台商家、運營團隊及內部員工開展系統性合規培訓。公司通過線上宣導與線下培訓相結合的方式，組織《醫療器械網絡銷售質量管理規範》專項培訓、《藥械合規經營》專項培訓及「虛假宣傳風險」專題培訓等，並結合真實違規案例開展警示教育，進一步提升各方對合規要求的理解、風險識別能力與執行水平。

負責任營銷審計與監督

2026財年，阿里健康持續強化負責任營銷合規管理，建立覆蓋廣告內容、商品信息、商家資質及營銷活動全流程的專項審計與審核監督機制。

公司建立「前置審核+動態監控」雙軌機制，新增器械商品發佈前註冊證號校驗能力及藥品導購主圖的實時監聽回刷透明圖功能，強化商品資質與發布合規管理。同時，我們對商品信息頁面宣傳內容開展識別處置，重點覆蓋醫療疾病功效、保健食品功效、絕對化描述、極限詞描述等內容，並對涉及功效斷言的信息實行加重處置。

審計工作由風險管理部牽頭，每季度開展一次，並採用AI智能識別系統與人工抽查相結合的方式提升審計覆蓋面和風險識別效率。針對問題商品及店鋪，平台採取差異化處置措施，並將審計結果納入商家信用評價體系，作為店鋪運營權限調整的重要依據。同時，平台對處方藥、醫療器械等高風險類目實施重點監控與動態複審，確保營銷行為合法、透明、可追溯，切實保障消費者權益與行業健康發展。

2026財年，公司共完成4輪全面審計，累計審查商品頁面超15萬條，整改率達98%以上。

2 立標準，保品質

2.4 信息安全管理

在數字化發展的時代背景下，信息安全已成為企業穩定運營和社會公眾信任的核心支柱。阿里健康高度重視信息安全管理，堅持落實相關政策，紮實推進各項信息安全與用戶隱私保障措施，積極開展面向全體員工的信息安全培訓，持續保障用戶數據與信息安全。

信息安全治理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網安全保護技術措施規定》《通用數據保護條例》(GDPR)等法律法規，並已建立信息安全治理架構，明確各層級管理職責，以持續推動信息安全管理工作落實。

表：阿里健康數據安全管治架構

管理層級	職責
董事會	• 統籌公司信息安全管理工作，並作為最高管理機構監督並審議信息安全相關事務。
數據決策委員會	• 負責審議數據安全重大事項，並管理監督公司信息及數據安全工作。
數據安全決策小組	• 制定數據安全戰略和原則，推動數據安全工作與公司整體發展戰略保持一致。
數據安全管理小組	• 制定數據安全政策，監督數據安全和隱私措施落實情況。
數據安全執行小組	• 落實數據安全相關具體工作，開展覆盤和日常溝通，保障公司數據、業務數據、個人隱私數據以及生態上下游數據信息安全。

2 立標準，保品質

公司參照集團《阿里巴巴集團數據安全規範（總綱）》《阿里巴巴集團－對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》，制定《阿里健康數據安全規範（總綱）》《阿里健康數據資產分類分級管理規範》《阿里健康個人信息分類分級操作規範》等內部制度，並新增《阿里健康商業秘密數據安全管理規範》，以明確商業秘密數據安全管理人員職責、管理要求、安全措施等方面。公司信息安全相關制度全面覆蓋阿里健康及其管理公司。

阿里健康堅持對數據安全違規「零容忍」，持續落實《員工紀律制度（阿里健康版）》，將員工數據安全違規情況與晉升情況及績效年終獎掛鉤，提升員工數據安全責任意識。公司依據數據級別設置差異化處分措施，包括書面警告、記過及辭退等。在極為嚴重情節下，董事會或其授權委員會有權取消或追回相關股權激勵／長期激勵及其收益，以保障公司數據資產安全。同時，對於供應商與承包商，阿里健康通過保密協議或數據安全條款約束其行為，強化合作中數據安全管理要求。

阿里健康持續跟進自身與供應商信息安全管理體系認證工作，阿里健康、阿里雲、碼上放心平台、阿里健康問診系統均已通過國內外多項權威認證，保障公司信息安全管理體系規範化。

2 立標準，保品質

表：信息安全認證情況

認證主體	認證體系
阿里健康	ISO 27001信息安全管理體系認證 ⁴
阿里雲	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
碼上放心平台	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
阿里健康問診系統	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明

信息安全運營

阿里健康已構建數據安全策略，持續推進安全防護技術建設，並通過自主研發的供應鏈管理系統(SCM)和醫藥物流倉庫管理系統(WMS)，提升業務連鎖管理水平並保障數據安全。同時，公司採取數據脫敏、去標識化等安全措施，完善數據從採集到銷毀的全流程管理。

阿里健康建立安全事件與漏洞上報流程、數據泄露應急響應機制，並開展攻防演練，提升信息安全防護能力。2026財年，數據恢復過程中不存在故障。

表：阿里健康信息安全保障措施

漏洞上報	- 員工可通過安全服務中心或阿里安全應急響應中心(ASRC)反饋安全漏洞，並由相關團隊開展評估、跟進及處置； - 對員工超出職責範疇的漏洞上報，公司提供相應激勵；對於外部上報漏洞人員，公司給予現金獎勵。
------	---

⁴ ISO 27001信息安全管理體系認證覆蓋碼上放心藥品追溯平台軟件的研發、運行維護服務，覆蓋公司80%以上業務線。

2 立標準，保品質

應急預案	- 根據信息安全事件性質、影響程度及影響範圍等因素將事件分為三級，並通過事件評估、處置、覆盤及改進高效處理數據泄露事件； 2026財年，公司未發生實際信息安全數據泄露事件。
數據恢復與攻防演練	- 每月開展數據恢復活動； - 組織年度攻防演練，模擬辦公網、生產網等場景下的攻擊路徑，對已發現問題及時整改。

阿里健康通過內部測試與聘請第三方機構開展年度數據安全審計工作，識別信息安全相關風險並提升防控能力。

表：阿里健康信息安全評估測試

內部測試	- 針對待上線APP與小程序開展隱私合規檢查，確保產品用戶隱私方面合規性； - 每季度開展APP隱私合規巡檢，公司結合業務場景進行風險識別，並推動相關APP負責人完成整改及修復驗證。
外部測試	- 與阿里巴巴集團共享安全專家庫(https://security.alibaba.com/)，接受全球上萬名安全專家開展安全風險測試； - 移動端APP每年定期開展第三方合規審計，保障產品在信息安全與隱私保護方面符合行業最高標準。

2 立標準，保品質

信息安全培訓

阿里健康持續完善面向全體員工的信息安全培訓體系，結合不同層級及崗位特點，開展信息安全意識宣貫與專項培訓，內容涵蓋數據安全相關法律法規、內部制度要求、操作規範、管理方法、合規評估、應急演練及相關知識技能等多個方面，以提升員工信息安全意識與相關風險識別能力。2026財年，公司全體員工（包含正式員工及外包員工）信息安全培訓覆蓋率達100%。

表：2026財年阿里健康數據安全培訓活動

新入職員工	• 每季度針對季度內新進員工開展百年健康數據安全意識培訓
數據安全相關人員	• 針對數據安全事件，開展相關事件覆盤和培訓
技術崗員工	• 開展技術專崗紅線認證培訓與數據安全相關考試
大促活動人員和 外包人員	• 對大促活動和外包人員開展隱私與數據安全培訓
全體員工	• 線上推送數據安全 and 信息保密宣貫，組織全員安全培訓和測試



圖：百年健康數據安全培訓現場

隱私保護

阿里健康重視用戶隱私保護，防範用戶個人信息泄露風險，持續完善用戶信息保護機制。公司遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》，依據《阿里巴巴集團數據安全規範（總綱）》《阿里巴巴集團 - 對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》《阿里健康個人信息處理及保護管理要求》，制定並持續遵守《阿里健康隱私政策》《阿里健康個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範（試行）》《阿里健康個人信息保護合規審計的管理要求與操作規範（試行）》《阿里健康個人信息處理活動記錄與存檔的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息出境安全評估的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息保護影響評估的操作規範（試行）》《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範（試行）》等內部制度。

阿里健康已在官網及旗下多個產品中融入用戶隱私政策和功能，在用戶首次使用相關產品時，通過彈窗等方式提示用戶閱讀《隱私權政策》及《用戶服務協議》，保障用戶對數據處理規則及隱私權利的知情權以保障用戶隱私；在處方藥開方等涉及信息收集場景中，向用戶明確展示收集信息類別及相關隱私條款，在線獲取用戶授權。

2 立標準，保品質

表：阿里健康各平台隱私政策

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

阿里健康持續落實數據保護計劃和個人信息管理要求，明確用戶信息權限與第三方數據使用管理以及個人隱私泄露應急處理機制，規範個人信息保護與隱私合規工作。2026財年，公司未發生用戶隱私泄漏事件。

表：阿里健康用戶隱私保護措施

數據保護計劃	制定覆蓋供應商及合作夥伴的數據保護計劃，定期對其開展業務風險合規評估與分類分級管理，規範合作夥伴數據處理與保護用戶隱私行為。
--------	--

2 立標準，保品質

個人信息全生命週期管理	• 依據《阿里健康個人信息收集操作規範》及《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範》，規範個人信息收集、使用、存儲、披露及刪除等環節管理，保障用戶對個人信息的查詢、補充、更正及刪除等權利； • 嚴格遵循最小化原則限制數據收集與保留，保證不向第三方收集個人數據； • 未經用戶授權，不將相關數據用於其他目的； • 承諾不將個人資料出租、出售或提供給第三方，在合規協議中詳細說明數據收集的明細及使用場景，僅在完成書面審查及取得授權情況下，按照「最小夠用」原則向第三方提供必要信息； • 僅授權相關人員訪問必要信息，對用戶信息訪問權限實施留痕管理，禁止數據安全相關賬號私自轉借。
個人信息泄露應急管理	• 依據《阿里健康個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《數據安全事件應急響應規範》《個人信息泄露事件對外報告規範》等制度，開展應急處置工作以應對個人隱私泄露情況。
隱私合規培訓	• 定期開展員工隱私合規培訓，內容涵蓋人員管理、流程管理及信息技術等方面，提升員工隱私保護意識與合規管理能力。

2 立標準，保品質

2.5 知識產權管理

阿里健康持續完善知識產權管理體系，通過制度建設、侵權打擊、專利管理及員工創新激勵，強化知識產權規範管理與合規運用，支持公司業務創新。

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等知識產權相關法律法規，並持續執行《對外合作項目知識產權指引（2021年修訂版）》《天貓品牌資產管理規範》《阿里健康創新提案及專利獎酬制度》《IP法務管理規則》《阿里健康品牌管理規範》等內部制度。2026財年，公司新增《阿里健康商標管理規範》，明確商標全週期管理要求，並建立商標分級保護、授權管理及閒置商標處置等機制，加強商標管理。

2026財年，公司持續強化知識產權保護工作，積極營造規範有序、合規誠信的經營環境。

表：2026財年阿里健康知識產權保護措施

打擊侵權行為	- 針對商品盜圖、賬號名稱及頭像侵權、平台入駐灰產、競價排名、虛假APP下載等風險場景開展監測與維權； - 加強社交媒體平台侵權治理，建立投訴機制以打擊假冒賬號； - 與電商平台協同治理「阿里健康」品牌濫用問題，落實定期產品化治理方案； 2026財年，公司推進9起品牌維權案件。
--------	---

2 立標準，保品質

AI侵權風險識別	• 依託多模態AI模型，建立品牌侵權智能識別機制，對商品文本語義、圖片特徵等進行全量掃描，識別變體字、諧音及局部遮擋等隱蔽侵權行為。2026財年，該機制已覆蓋100餘個核心品牌。
知識產權培訓	• 制度培訓：針對《阿里健康品牌管理規範》，開展員工培訓，提升員工品牌管理意識與規範性； • 常態化培訓：圍繞技術能力提升、創新成果分享及技術覆盤等內容開展持續培訓，並結合公司戰略與部門需求，指導各團隊明確知識產權產出的重點方向； • 個案支持培訓：提供點對點諮詢支持以解決員工在項目推進中遇到的專利申請、商標註冊、技術秘密保護等具體問題，並聯動外部專家，響應員工知識產權相關問題。
商標註冊	• 持續推進商標註冊工作，截至報告期末，阿里健康擁有771個註冊商標，覆蓋8個國家和地區。
助力商家	• 建立溝通與快速響應機制，通過聯動平台及商家共同處理商家經營中知識產權相關問題。

在專利申請流程管理方面，阿里健康設立專業評審委員會以評審創新提案，並持續實施專利分級管理策略，將專利劃分為戰略級、常規級和量能級，對關鍵專利嚴格把控申請質量並優先配置資源，推動員工創新轉化為知識產權資產。同時，阿里健康積極鼓勵員工參與發明創造活動，並依規向員工提供獎勵與報酬。報告期內，公司累計被授權專利128個，較去年增長25%，其中醫藥電商佔比34%、醫療AI技術佔比29%、互聯網醫療佔比23%、追溯碼技術佔比10%。

2 立標準，保品質

表：2026財年阿里健康知識產權創新成果

指標	單位	2026財年數據
年度申請專利	個	49
年度被授權專利	個	25
累計申請專利	個	374
累計被授權專利	個	128

3 員工僱傭與發展

阿里健康將人才視為推動可持續發展的重要力量，堅持平等僱傭原則，持續建設多元、包容的團隊環境。公司不斷完善職業發展體系，通過系統化培訓支持員工成長，並關注員工職業健康安全與心理健康，努力營造安全、平等、富有關懷的工作氛圍，幫助員工實現工作與生活平衡，在協同創新中充分發揮個人價值。

3.1 合規僱傭

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》等國家法律法規，並落實《阿里巴巴集團環路組織治理規範》《阿里巴巴集團二次僱傭管理政策》等內部制度要求，持續規範僱傭管理流程。公司建立內部轉崗平台，為員工提供公開、透明的崗位流動機會，促進內部人才有序流動與合理配置。同時，公司不斷完善《阿里健康內部推薦政策》，通過增加面向不同職級員工的內推獎金激勵，拓寬優秀人才引入渠道，持續提升人才吸引力。

公司始終堅持公平、公正的僱傭原則，嚴禁在錄用、考核等環節出現任何基於性別、年齡、種族、宗教信仰等因素的歧視行為，確保所有員工享有公開、平等的工作機會。公司嚴格遵循勞動用工規範，對入職人員開展詳實的背景調查與審核，並明確禁止僱傭童工及強制勞工。招聘中台持續開展崗位檢測與審查，如發現相關違規情形，將立即解除勞動關係，並積極協助未成年員工重返校園接受教育。

公司堅持薪酬公平原則，持續完善規範化薪酬管理體系，構建具有市場競爭力的激勵機制。通過年度調薪、績效獎金，以及覆蓋董事、高管和全體員工的股權激勵計劃，公司將短期激勵與長期價值創造相結合，激發員工與公司共同成長的積極性。

3 員工僱傭與發展

阿里健康充分尊重並依法保障員工合法權益，支持員工依據當地法律自願加入工會。公司保持開放溝通態度，與工會及員工代表建立良好溝通機制，通過平等對話和集體協商，共同維護和諧穩定的勞動關係。

表：2026財年阿里健康員工構成數量

指標		單位	2024財年	2025財年	2026財年
員工總人數		人	1,435	1,364	1,394
按性別劃分的員工人數	男員工	人	781	720	716
	女員工	人	654	644	678
按僱傭類型劃分的員工人數	全職	人	1,430	1,347	1,381
	兼職	人	5	17	13
按管理層級劃分的員工人數	高級管理者	人	31	22	24
	中層管理者	人	415	363	354
	初級管理層	人	/	357	32
	基層員工	人	989	622	984
按年齡劃分的員工人數	29週歲及以下	人	445	385	349
	30週歲-50週歲	人	987	970	1,036
	51週歲及以上	人	3	9	9
按地區劃分的員工人數	中國大陸	人	1,430	1,359	1,391
	中國港澳台	人	3	4	3
	海外地區	人	2	1	0

3 員工僱傭與發展

表：2026財年阿里健康新增員工與內部員工填補情況

指標		單位	2026財年
新僱員入職人數		人	428
社招新進僱員總數		人	393
校招新進僱員總數		人	35
招聘崗位被內部僱員填補數量		人	0
按年齡劃分的新僱員／ 內部員工填補人數	29週歲以下新僱員人數	人	209
	30週歲-50週歲新僱員人數	人	219
	50週歲以上新僱員人數	人	0
	29週歲以下內部員工填補人數	人	0
	30週歲-50週歲內部員工 填補人數	人	0
	51週歲以上內部員工填補人數	人	0
按職級劃分的新僱員／ 內部員工填補人數	高級管理層新僱員人數	人	4
	高級管理層新僱員內部員工 填補人數	人	0
	中級管理層新僱員人數	人	32
	中級管理層新僱員內部員工 填補人數	人	0
	普通職員層級新僱員人數	人	392
	普通職員層新僱員內部員工 填補人數	人	0
按性別劃分的新僱員／ 內部員工填補人數	男性新僱員人數	人	208
	女性新僱員人數	人	220
	男性新僱員內部員工填補人數	人	0
	女性新僱員內部員工填補人數	人	0

3 員工僱傭與發展

指標		單位	2026財年
按地區劃分的的新僱員／ 內部員工填補人數	中國大陸地區新僱員人數	人	428
	港澳台地區新僱員人數	人	0
	海外地區新僱員人數	人	0
	中國大陸地區內部員工 填補人數	人	0
	港澳台地區內部員工填補人數	人	0
	海外地區內部員工填補人數	人	0

表：2026財年阿里健康員工流失率

指標		單位	2024財年	2025財年	2026財年
員工主動流失率 ⁵		%	24.18	38.05	28.05
按性別劃分的僱員流失率	男員工	%	24.07	50.97	33.38
	女員工	%	24.31	45.34	31.12
按年齡劃分的僱員流失率	29週歲及以下	%	20.22	70.65	49.35
	30週歲-50週歲	%	25.84	39.69	25.00
	51週歲及以上	%	66.67	22.22	11.11
按地區劃分的僱員流失率	中國大陸	%	24.13	48.31	32.35
	中國港澳台	%	66.67	0	33.33
	海外地區	%	0	0	0

3.2 人才發展及培訓

阿里健康堅持「員工與公司共同成長」的理念，持續完善員工發展體系。公司進一步明確從新人到運營領導者的成長路徑，並針對不同發展階段匹配相應課程體系、關鍵歷練、輔導和發展機制，縮短運營人才培養週期，提升人才培養數量與質量。截至報告期末，我們實現全員培訓覆蓋，包括全職員工及生態用工人員在內的培訓參與率達100%。2026財年，阿里健康的員工培訓成本總投入超34萬元。

⁵ 2025及2026財年披露數據為員工主動流失率，2024財年披露數據為員工總體流失率(包含員工主動流失及被動流失)。

3 員工僱傭與發展

公司緊密結合業務發展需要，建立「最佳實踐萃取 – 專題訓練營實施 – 學習效果跟蹤」的閉環培養體系，持續提升培訓的針對性與有效性。我們構建「專業與管理雙通道並行」的發展路徑，為不同崗位、不同階段員工提供清晰的成長方向。針對醫藥電商業務校招員工，公司設置專屬晉升政策與加速通道，並面向新入職的員工覆蓋師兄帶教和輔導機制，幫助員工更快適應崗位要求。同時，公司根據員工發展訴求，提供輪崗歷練和內部競聘機會，支持員工拓展職業經驗與發展空間。

在能力建設方面，阿里健康持續迭代培養體系，滿足員工在不同成長階段的學習需求。新員工培養項目保持常態化運營，專業人才可依託「星火班」等發展項目提升專業能力。公司亦引入集團各序列專業課程資源，支持不同崗位員工持續學習。

在管理機制方面，公司全面推行以OKR為核心的目標管理體系，並要求管理者完成專業培訓認證，保障戰略目標有效分解與傳導。阿里健康開展半年度及年度績效考核，支持員工持續成長。員工如對績效結果存在異議，可在主管公佈結果後5個工作日內，通過考核平台或線下渠道發起績效複議。公司將對績效管理過程和考核依據進行覆核與溝通，推動考核結果更加合理、規範，及時解決分歧，提升員工對績效管理的滿意度與體驗感。

表：2026財年阿里健康員工培訓體系

適用對象	培訓內容
新員工	- 提供入職手冊，幫助新員工了解公司制度、工作流程及基礎信息，加快融入團隊。 - 為新員工匹配經驗豐富的員工作為師兄師姐，開展一對一輔導與支持。 - 組織系統化入職培訓，涵蓋公司業務、企業文化及行業知識，並促進新老員工之間的溝通交流。
中級管理層員工	- 設計OKR與績效提升相關課程，並結合實際業務場景開展教學，幫助員工提升目標管理與績效改進能力。 - 依託「功夫堂」平台分享優秀實踐案例，促進團隊經驗沉澱、學習交流與能力提升。 - 通過「健康學院」直播邀請行業專家分享實踐經驗，拓寬員工行業視野，並加強員工與管理者之間的溝通連接。
高級管理層員工	組織行業交流及管理會議，與國內外標桿企業管理者進行訪談交流，為高層管理者搭建交流學習平台。活動內容涵蓋管理方法、未來發展方向及目標制定等主題，通過分享先進管理經驗，助力公司長期穩健發展。

3 員工僱傭與發展

表：2026財年阿里健康亮點培訓案例

俠客行 – 一線管理者培訓

報告期內，阿里健康組織開展面向一線管理者的「俠客行」培訓項目，培訓週期為3天，共29名員工參與。項目邀請內外部講師圍繞領導者角色與職責、拿結果、建團隊、招聘解聘四大模塊開展專題授課，並通過遊戲體驗、現場演練、AI課題實戰等多元化培訓形式，幫助一線管理者理解阿里健康管理理念，提升不同業務場景下的管理能力，並掌握AI工具應用方法。



圖：俠客行 – 一線管理者培訓

3 員工僱傭與發展

「百年健康」新員工培訓

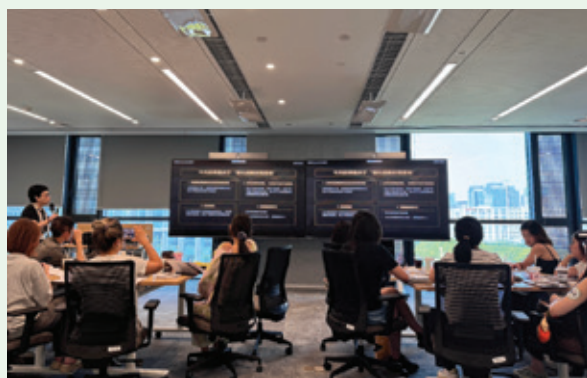
阿里健康開展「百年健康」新員工培訓項目，全年共組織3期，累計176名新員工參與，每期培訓週期為3天。培訓圍繞公司前世今生、業務發展脈絡、企業文化、廉正及數據安全政策等主題展開，幫助新員工系統了解公司文化、業務體系及合規要求。同時，項目通過系列互動活動促進新員工之間、員工與高管之間的深入交流，為後續溝通協作和團隊融入奠定基礎。



圖：百年健康新員工培訓現場

行業運營專業力培訓

2025年7月至8月，阿里健康開展行業運營專業力培訓，面向行業運營小二組織2期《消費者洞察訓戰營》，共11人參與。培訓邀請外部快消領域營銷專家，通過專題授課與課題實戰相結合的方式，幫助行業運營小二提升消費者洞察能力，並掌握趨勢品挖掘方法。



圖：消費者洞察訓戰營現場

3 員工僱傭與發展

表：2026財年阿里健康員工培訓情況

指 標			單 位	2024財年	2025財年	2026財年
員工培訓總人次			人次	6,644	9,385	9,703
按性別及僱員類別 (如高級管理層、 中級管理層等)劃分的 受訓僱員百分比	員工培訓總佔比		%	100	100	100
	按性別劃分的 受訓僱員百分比	男員工	%	100	100	100
		女員工	%	100	100	100
	按僱員類型劃分的 受訓僱員 百分比	高級管理者	%	100	100	100
		中層管理者	%	100	100	100
		基層員工	%	100	100	100
員工人均培訓小時數			小時	32.71	30.60	24.50
按性別及僱員類別 劃分，每名僱員完成 受訓的平均時數	按性別劃分的 僱員受訓平均時數	男員工	小時	31.20	27.90	22.20
		女員工	小時	35.98	33.90	26.90
	按僱員類型劃分的 僱員受訓平均時數	高級管理者	小時	72.38	59.40	20.20
		中層管理者	小時	33.67	33.70	20.00
		基層員工	小時	30.25	28.90	27.40

3.3 員工健康與安全

阿里健康始終高度重視員工健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》等法律法規，並建立內部應急事件管理制度，持續完善職業健康安全管理機制。公司通過定期開展健康講座、養生理念活動等健康促進項目，幫助員工提升健康管理意識，全方位守護員工身心健康。公司持續完善辦公場景下的健康支持設施，杭州、北京部門於本財年採購血壓計及體測儀，為員工開展日常血壓監測和身體健康檢測提供便利，進一步將員工健康關懷融入日常工作環境。同時，我們關注員工心理健康，提供免費的心理諮詢服務熱線，支持員工緩解因生活困擾、工作壓力、個人情緒及人際關係等因素帶來的壓力與焦慮。

2026財年阿里健康員工健康與安全活動案例

三伏天活動

2025年7月，公司舉辦三伏貼主題活動，順應三伏時令特點，倡導健康養生理念。活動現場設置中醫問診、按摩推拿、耳穴壓豆、中藥手鍊DIY等體驗環節，幫助員工了解傳統中醫養生知識，提升健康管理意識。



圖：三伏天活動

3 員工僱傭與發展

阿里膏方節活動

2025年12月，公司舉辦膏方節活動，結合冬季養生需求，邀請中醫開展現場問診、中醫按摩及體態康復服務，幫助員工緩解常見職業不適。活動還設置泡腳包DIY、壓力水平監測及呼吸檢測等環節，支持員工了解自身健康狀態，提升日常健康管理意識。



圖：阿里健康膏方節活動

康復訓練講座

2026年1月，公司舉辦康復訓練講座，邀請康復治療專家開展現場分享，將理論講解與實踐指導相結合，為員工提供日常可堅持、易操作的鍛鍊方法，幫助緩解職業相關不適，提升員工自我健康管理能力。

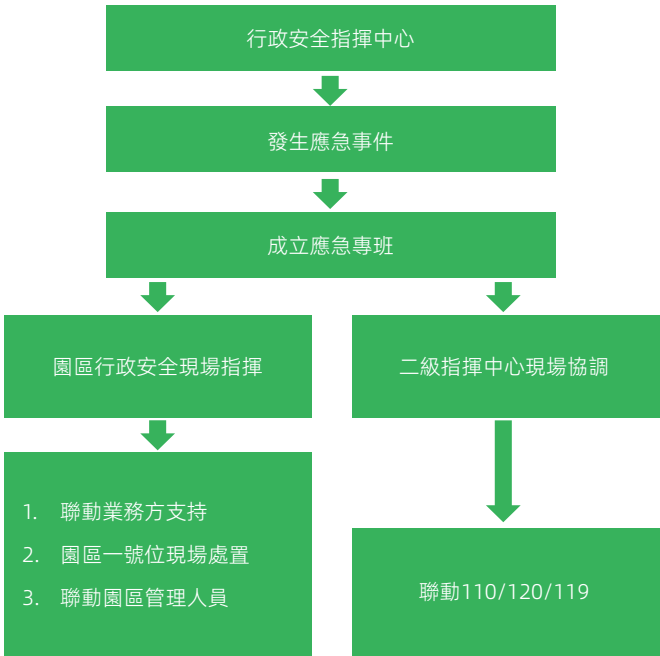


圖：康復訓練講座

表：2026財年阿里健康因工傷亡情況

指標	單位	2024財年	2025財年	2026財年
過去三年每年因工亡故的人數	人	0	0	0
過去三年每年因工亡故的比率	%	0	0	0
因工傷損失工作日數	天	22	0	0

公司建立應急管理系統，依託多級聯動機制和高效指揮協調體系，確保突發事件能夠得到及時響應和妥善處置。公司配備專業應急設備，並針對突發傷病、設備故障等緊急情況制定專項預案，切實保障員工安全。為進一步提升應急處置能力，公司推出「急救俠」志願計劃，為參與員工提供專業急救培訓及資格認證，幫助員工掌握急救技能，增強全員安全意識，構建互幫互助的安全防護網絡。



圖：阿里健康應急事件處置機制

3 員工僱傭與發展

3.4 員工關愛

阿里健康持續完善員工福利體系，關注員工身心健康、工作體驗與家庭陪伴需求，努力提升員工幸福感、歸屬感和團隊凝聚力，讓員工切實感受到公司的關懷與溫度。公司依法為全體員工足額繳納五險一金及住房公積金，並提供補充醫療保險等商業保險保障。為體現公司對員工家庭健康需求的持續關注與支持，我們設立「康乃馨」父母體檢計劃，為員工及其父母提供個性化健康管理服務，該計劃同時入選中國互聯網協會優秀案例。

我們於2025年7月為員工發放健康幣，以供阿里健康員工靈活配置自身保障，可用於兌換自費商業保險，體檢自費加項等。並於同年12月份上線健康平台，員工可通過完成健康任務獲取健康幣，用健康幣兌換所需保障產品，產品新增健康器械類產品，讓員工實現養成健康習慣，兌換產品，再堅持健康習慣的循環。

在假期福利方面，公司為員工提供年假、七天陪伴假、十天育兒假、全薪病假及路途假等多元化假期支持。外包員工同樣享有團建、法定節假日的加班費與調休福利，幫助員工在工作之外獲得充分休息並兼顧家庭生活。同時，阿里健康面向全體員工推行「Happy Friday」，員工可在每週五完成工作後提前下班，與親友共享更多陪伴時光。

公司在支持員工職業成長的同時，持續完善人文關懷與健康支持體系，圍繞員工身心健康和職業相關不適，多樣化健康關懷活動，幫助員工提升健康管理意識，營造溫暖、積極、互助的工作氛圍，不斷增強員工幸福感與組織歸屬感。

3 員工僱傭與發展

表：2026財年阿里健康健康關懷活動

阿里健康運動季

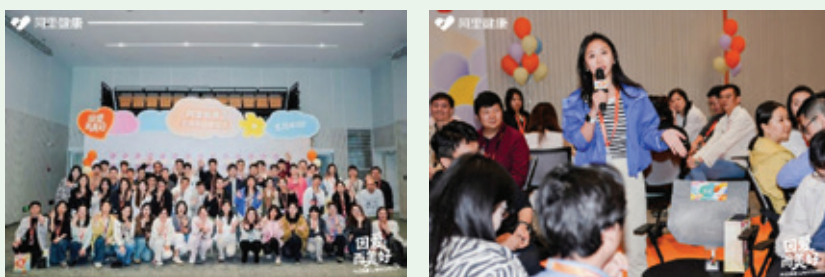
2025年8月至10月，公司開展健康季活動，基本覆蓋各大業務團隊，共868名員工參與體測。活動通過減脂增肌賽道、團隊挑戰及運動打卡等形式，提升員工對自身健康狀況的關注，並有效激發員工參與運動健身的積極性。



圖：阿里健康運動季

「因愛而美好」五年陳授戒儀式

2026年4月，阿里健康舉辦「因愛而美好」五年陳授戒儀式，為入職滿五年的員工授予象徵熱愛與堅守的戒指。活動通過高年級授戒、小組交流、信物分享、寄語傳承等環節，傳遞「讓醫療健康普惠可及」的使命信念。這場儀式既肯定了員工過去五年的擔當，也激勵他們帶著初心奔赴下一個五年，在技術與健康融合的過程中持續踐行責任。



圖：「因愛而美好」五年陳授戒儀式

3 員工僱傭與發展

第二屆阿里健康快樂節

2025年6月27日阿里健康發起了第二屆快樂節，這是一場全員參加的大團建，當天實現了全員100%參與率。全員分成6大戰隊，活動分成個人賽7項，團隊賽3項，共同爭奪18萬團建金，凝聚了阿里健康員工的集體歸屬感。



圖：第二屆阿里健康快樂節

2026財年，公司面向全體正式員工開展滿意度調研，共回收有效問卷152份，調研內容涵蓋員工福利、薪酬服務、股權服務等方面。整體滿意度評分為4.92分（滿分5分），較去年提升0.06分，反映出公司員工關懷與服務體系持續獲得員工認可。

3.5 多元包容

阿里健康持續營造多元、平等、包容的工作環境，尊重每位員工的差異與價值，倡導公平發展機會和相互尊重的組織文化，支持員工充分發揮個人潛能，實現自身成長與職業價值。

針對女性員工，阿里健康持續完善職業保護與關懷機制，提供產假制度、哺乳期支持及職業發展保障等措施。同時，公司堅持同工同酬原則，確保女性員工在薪酬待遇和職業發展機會方面享有平等權利。

3 員工僱傭與發展

表：2026財年阿里健康女性員工關懷

為孕期員工提供孕檢假支持，協助員工錯峰完成孕檢，並在各園區設置孕媽媽休息室，保障員工在孕期及哺乳期獲得必要休息。
在女性員工商業保險中納入生育責任保障，幫助降低員工在生育相關事項中的費用負擔。
每年三月八日舉辦女神節活動，為女性員工送上節日關懷與溫暖。
在2026財年，女性員工累計使用育兒假500天，陪伴假2,673.5天，體現了公司對女性員工家庭照護需求的持續支持。

表：2026財年阿里健康按職級及職位劃分的女性員工人數／佔比

指標	單位	2026財年
管理層中女性僱員總數	人	154
管理層中女性僱員佔比	%	37.56
高級管理層中女性僱員總數	人	7
高級管理層中女性僱員佔比	%	29.17
中級管理層中女性僱員總數	人	125
中級管理層中女性僱員佔比	%	35.31
初級管理層中女性僱員總數	人	23
初級管理層中女性僱員佔比	%	71.88
創收業務部門僱員總數	人	767
創收業務部門女性僱員總數	人	372
創收業務部門女性僱員佔比	%	48.50
STEM相關職位僱員總數	人	475
STEM相關職位女性僱員總數	人	142
STEM相關職位女性僱員佔比	%	29.89

3 員工僱傭與發展

此外，公司尊重少數民族員工的文化習慣與差異，並根據實際需求提供相應支持。在殘疾人僱傭方面，公司持續完善無障礙辦公環境，結合崗位特點定製個性化工作安排，並配套開展職業培訓，支持殘疾員工更好融入職場。

表：2026財年阿里健康殘疾人及少數民族僱傭情況

指標	單位	2026財年
殘疾僱員總數	人	3
男性殘疾僱員數量	人	1
女性殘疾僱員數量	人	2
少數民族僱員總數	人	63
漢族員工管理層總數	人	385
漢族員工管理層佔比(漢族管理層／漢族總人數)	%	30.53
少數民族管理層總數	人	23
少數民族管理層佔比(少數民族管理層／少數民族總人數)	%	36.51

阿里健康持續助力國家「雙碳」目標與阿里巴巴集團碳中和目標，圍繞氣候變化應對、綠色運營、綠色倉儲及廢棄物管理等重點領域推進低碳實踐，持續降低運營過程中的環境影響，為綠色可持續發展貢獻力量。

4.1 應對氣候變化

阿里健康積極響應中國「2030碳達峰、2060碳中和」目標，遵守並落實阿里巴巴集團減碳戰略規劃，持續識別氣候變化對公司運營的影響，完善能源管理措施，提升氣候變化應對能力，穩步推進溫室氣體減排工作。

氣候變化風險識別

為應對氣候變化帶來的挑戰與機遇，阿里健康依照國際可持續準則理事會(ISSB)《國際財務報告可持續披露準則第2號－氣候相關披露》，識別為公司業務發展帶來影響的各類風險，制定相應措施，完善運營策略並優化配置資源，以增強公司氣候風險應對韌性。

4 綠色價值鏈

表：阿里健康氣候風險識別與應對措施

風險類型		風險描述	風險應對措施
轉型風險	政策及法規風險	碳排放披露及減排監管要求趨嚴，可能提高公司合規管理要求	- 持續跟蹤碳排放相關政策法規變化，完善碳排放監測體系； - 應用智能化能耗管理系統，提升辦公區域能源使用效率； - 推動門店綠色運營，減少運營環節碳排放。
	技術風險	低碳技術轉型進展不及預期，可能增加運營成本	- 完善循環物流體系，提高綠色物流在業務運營中的比例； - 強化綠色包材應用，推動包裝可持續化轉型。
	市場風險	綠色消費偏好提升，可能影響客戶需求及產品選擇	- 開展市場需求調研，提升環保材料包裝產品佔比； - 逐步減少塑料及紙張佔比，推廣可降解材料使用。
	聲譽風險	氣候風險應對表現未達利益相關方期待，可能影響公司聲譽	- 強化企業環保理念傳播，提升氣候行動與低碳舉措信息透明度； - 持續完善可持續供應鏈管理，評估供應商環保表現。

4 綠色價值鏈

風險類型		風險描述	風險應對措施
物理風險	急性風險	氣候變化引發的極端天氣事件如高溫、極寒、颱風等可能導致斷電、設備損害、業務中斷及危害員工人身安全等影響	- 制定藥品儲備應急預案； - 制定自然災害應急預案，如每天檢查空調機組，及時疏通排水溝，並配備備用機組； - 建立遠程辦公機制，保障業務連續性。
	慢性風險	海平面上升和自然資源匱乏可能影響運輸、能源及水資源使用	- 在選址評估中納入慢性氣候風險因素； - 提高循環水利用率，降低運營過程對外部水資源依賴。

氣候變化目標與進展

2026財年，阿里健康積極響應阿里巴巴集團碳中和承諾，開展多項節能降碳工作，通過實施碳抵消項目支持集團階段性減碳進展。

阿里巴巴集團碳中和承諾⁶：

- 不晚於2030年，阿里巴巴實現自身運營碳中和（範圍1和2）；
- 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%（範圍3）；
- 自身運營和價值鏈之外，阿里巴巴承諾用平台的方式，通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（範圍3+）。

⁶ 來源：《阿里巴巴碳中和行動報告》Alibaba Group Carbon Neutrality Action Report_20211217_SC_Final.pdf

4 綠色價值鏈

4.2 綠色運營

阿里健康將可持續發展理念融入運營管理，從日常運營環節減少資源消耗與環境影響，使辦公環境與園區更加綠色環保。

綠色辦公

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，依據《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》，結合運營實際制定碳排放和用水管控目標，並通過智能化節能管控，引導員工綠色出行和綠色理念宣貫等多項措施提升員工環保意識，促進辦公環境可持續發展。

表：阿里健康綠色辦公亮點舉措

節能管控	- 設立專業化行政工程運營中心，依託智能樓宇控制系統精細化管控照明、空調等設備，結合人員密度、天氣狀況等按需供給，有效降低夜間能耗； - 通過物聯網感知系統與大數據能效分析平台，加強基礎設施智能化節能管理； - 採用低能耗飲水設備，並設置定時關閉； - 安裝遮陽窗簾，降低空調運行負荷與能耗。
------	--

辦公管理	- 分類管理辦公用品，員工按需自行領取低能耗物品(如筆、本子、膠棒、曲別針等)，登記領取高能耗物品； - 在活動需求較大時，如新員工入職、培訓會等場景，需登記批量領取； - 使用「有心好行為」積分平台，引導員工減少紙張使用； - 會議室配有紅外感應設備，應用後台系統監測會議室使用情況，及時釋放無人會議室，減少額外空間與設備需求； - 使用OA辦公系統推行無紙化辦公，並用電子簽名替代紙質簽名。
員工出行管理	引導員工乘坐火車替代飛機、多人拼車、搭乘員工巴士和搭乘地鐵，並為員工提供共享單車停放點。

表：阿里健康資源消耗與溫室氣體排放情況

指標	單位	2024財年	2025財年	2026財年
天然氣消耗量	立方米	/	/	95,573.01
外購電力	千瓦時	3,787,579.62	3,338,831.65	3,120,072.73
人均用電量	千瓦時／人	2,639.43	2,447.82	2,238.22
綜合能源消耗量	噸標煤	456.49	410.34	499.48
人均綜合能源消耗量	噸標煤／人	0.32	0.30	0.36
範圍一(直接排放)排放量	噸二氧化碳當量	/	/	208.94
範圍二(間接排放)排放量	噸二氧化碳當量	2,160.06	1,940.14	1,674.23
自身運營溫室氣體排放量 ⁷	噸二氧化碳當量	2,160.06	1,940.14	1,883.17

⁷ 阿里健康2026財年溫室氣體排放總量包含範圍一與範圍二，2024財年與2025財年溫室氣體排放總量包含範圍二。

4 綠色價值鏈

指標	單位	2024財年	2025財年	2026財年
人均自身運營溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量／人	1.51	1.42	1.35
範圍三類別1：購買的產品和服務 ⁸	噸二氧化碳當量	/	/	17,292.45
範圍三類別13：租賃資產（下游） ⁹	噸二氧化碳當量	/	/	432.19
範圍三（間接排放）排放量	噸二氧化碳當量	/	/	17,724.64
用水量	噸	25,146.58	23,701.05	29,058.40
人均用水量	噸／人	17.52	17.38	20.85
紙張使用量	噸	1.86 ¹⁰	3.39 ¹¹	2.08 ¹²
人均紙張使用量	噸／人	0.001	0.002	0.001
製成品所用包裝材料的總量	噸	阿里健康的業務不涉及直接為成品提供包裝材料，因此該指標不適用。		

綠色園區

阿里健康持續推進綠色智慧園區建設，從節能管理、水資源利用、一次性用品減量及生物多樣性保護等方面完善綠色運營體系，推動園區運營向低碳化可持續發展。

⁸ 範圍三類別1統計範圍包括阿里健康主要藥品倉與非藥品倉，菜鳥物流託管倉未納入統計範圍；購買的產品和服務包括倉用電、倉製冷劑、倉滅火器、運輸、包材。

⁹ 範圍三類別13統計範圍包括阿里健康主要下游租戶。

¹⁰ 2024財年紙張使用量統計口徑包括北京、廣州職場辦公室。

¹¹ 2025財年紙張使用量統計口徑包括北京、廣州、杭州、石家莊職場辦公室。

¹² 2026財年紙張使用量統計口徑包括北京、廣州、杭州、石家莊職場辦公室。

表：阿里健康綠色園區亮點舉措

節能管理	- 採用分佈式光伏發電系統和清潔電力交易機制，推進清潔能源使用和電氣化改造； - 推進源網荷儲一體化虛擬電廠實踐，增強園區綜合能源管理能力； - 引入高效中央空調和鍋爐系統，並在會議室部署毫米波雷達以優化環境狀態感知能力； - 定期從設施、環境、管理等維度開展資產健康度評估，保證設施設備高效運行； - 搭載AI驅動的「設備大腦」平台，構建智慧能源管理系統，精細化管理園區能源； - 將園區接駁巴士更換為新能源車輛，並配套建設充電設施； - 鼓勵員工綠色低碳行為與低碳差旅，並開展EHS培訓以提升員工對日常行為與園區能耗關係的認知。
一次性用品減量	在園區餐廳推廣使用可降解餐盒，替代不可降解的塑料餐盒，並對一次性餐盒收費。
水資源管理	- 在園區設計建設階段使用透水性鋪裝材料，並建設雨水收集系統，循環利用雨水； - 在園區運營階段構建智慧化水資源管理體系，實現水資源監測、節水及回用全流程管理； - 循環利用直飲水廢水及空調冷凝水，並部署智能水錶系統及一級水效設備。
生物多樣性保護	- 在園區選址及建設階段開展環境影響評價，減少建設過程對自然環境和生物多樣性的影響； - 在園區運營過程中，使用本土物種、豐富植被層次、打造生態廊道並努力減少光污染和噪音污染等。

4 綠色價值鏈

阿里健康持續推進綠色園區建設，積極開展綠色建築及環境管理體系認證。2026財年，杭州園區西溪A區已獲得LEEDv4.1既有園區鉑金認證，杭州園區西溪C區已獲得LEEDv4金級認證，北京望京B座及阿里中心(廣州)園區LEED金級認證持續有效。截至報告期末，杭州園區西溪A區、C區、雲谷園區及阿里中心(廣州)園區已獲得ISO 14001環境管理體系認證，杭州園區西溪A區與阿里中心廣州園區已獲得「碳中和園區」認證。

綠色數據中心

阿里健康攜手阿里雲數據中心，通過智能化能耗管理及清潔能源利用等措施，優化數據中心能效，持續降低PUE¹³，推進節能降碳。2026財年，阿里雲自建數據中心PUE平均值降低至1.187，繼續保持行業領先水平。

表：阿里雲節能降耗亮點舉措

方面	舉措
硬件	• 阿里雲通過將供電架構由交流轉變為高壓直流，提升轉換效率，並採用液冷方式，降低GPU運行能耗。
運維	• 阿里雲引入AI算法優化溫控策略，通過數字化運維提升冷卻系統運行效率。
清潔能源轉型	• 阿里雲自建數據中心部署分佈式光伏，積極年度電力交易和長期購電協議，持續提升清潔電力使用佔比。

¹³ Power Usage Effectiveness，用於衡量數據中心能源使用效率的指標。計算方法是比較數據中心的總能耗與用於計算設備（如服務器、存儲設備等）的實際能耗來評估能源的利用效率。數值越接近1，意味著能源基本都用於核心IT設備，效率越高。

4 綠色價值鏈

阿里雲在建設與運營數據中心過程中，結合不同地區水資源條件動態平衡WUE¹⁴和PUE。在缺水地區，數據中心優先採用風冷方案，以適度PUE取捨換取更低用水需求；在水資源充足地區，採用水冷方案，提升能源使用效率。報告期內，阿里雲自建數據中心WUE平均值為1.198升／度。阿里雲在保障設備安全穩定運行的前提下，通過優化機房濕度控制和改造冷卻塔設備，提高冷卻水利用率。同時，阿里雲提高冷卻水中電離子濃度的設定值，減少廢水排放，持續推進數據中心高效循環用水管理。

4.3 綠色物流

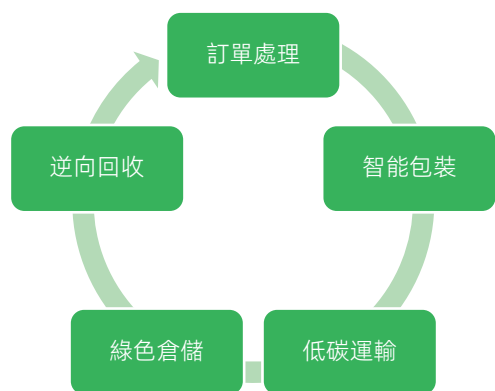
阿里健康持續探索綠色物流發展模式，將綠色物流基礎設施與數字技術深度融合，推動物流運輸、倉儲管理、包裝、零售等環節協同發展。

公司與菜鳥物流共同推進智能循環物流體系建設，並參與行業循環包裝標準制定，促進包裝減量化和資源高效利用。依託數字化技術應用、精細化運營管理及跨領域生態協作，阿里健康已構建覆蓋訂單處理、智能包裝、低碳運輸、綠色倉儲及逆向回收環節的全鏈路環保解決方案。截至2026財年，該物流模式已覆蓋公司全部零售終端及區域配送中心。

同時，阿里健康通過正向配送與逆向回收網絡的協同運行，推動線上線下渠道資源循環利用。依託數據共享與協同平台，持續提升各環節銜接效率，促進生產商、經銷商及消費者共同參與綠色物流實踐，推動物流價值鏈綠色轉型。

¹⁴ Water Usage Effectiveness, 用於衡量數據中心水使用效率的指標。計算方法是將用於數據中心加濕或冷卻的水量(以升為單位)除以用於運行數據中心核心IT設備的年度總電量。

4 綠色價值鏈



圖：循環物流體系

阿里健康堅持打造可持續發展的綠色倉儲與貨品追溯模式，持續推進綠色倉儲建設，通過優化倉儲設施、提升作業效率和加強運營過程管理，推動倉儲環節降本增效與碳排放降低。同時，阿里健康積極了解並跟進集團綠色運輸實踐進展，持續深化綠色物流與清潔能源應用方面的認知。

表：阿里健康綠色倉儲亮點舉措

黑燈工廠	在倉儲區域採用自動化設備，依託掃碼定位技術運行，無需開啟照明設備。
分揀設備優化	在分揀卡口安裝檢測光電裝置，實現「有貨運行、無貨待機」。
智能路徑規劃	有效規劃並縮短揀貨人員移動距離，減少無效行走與重複搬運，提高作業效率，並降低不必要設備運行與資源消耗。
智能監控	倉庫中配有溫濕度監控與視頻監控，保障倉儲環境恒溫恒濕，並助力倉儲環節精細化能耗運營管理。
光伏設備	規模化鋪設分佈式光伏設備，減少對化石能源依賴與碳排放。

4 綠色價值鏈

公司應用PDA掃碼提升倉儲出庫準確性，實現貨品精準識別和全過程追溯，減少錯發、漏發導致的退換貨和逆向物流需求，從而降低二次運輸能耗和重複包裝材料消耗，助力綠色物流建設。

綠色包裝

公司持續推進包裝環節智能化、減量化管理，應用自動化打包設備和智能算法，結合商品規格推薦適配包裝箱尺寸，減少過度包裝情況和包裝材料浪費。同時，公司持續使用電子面單，減少傳統紙質單據使用，降低紙張消耗，並提升物流信息識別和流轉效率。

綠色運輸與零售

依託阿里巴巴集團綠色物流技術積累，阿里健康在物流環節中應用集團相關能力，推進低碳運輸體系建設。在末端配送中，阿里健康通過智能路徑規劃算法整合分散訂單為單據配送，降低運輸車輛數量與行駛距離，減少重複運輸產生的碳排放。在長途配送中，與頭部航空運輸供應商合作，推進大型機應用以降低空運碳排放。在跨境物流方面，結合不同運輸方式特點，探索海陸空鐵多式聯運的低碳路徑。在零售終端，阿里健康實施智慧能源管理系統，推動用電和製冷等環節節能降耗，並通過智能化的正向配送與逆向回收網絡實現線上與線下閉環資源循環。

4.4 廢棄物管理

阿里健康遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《北京市生活垃圾管理條例》等相關法律法規，持續落實《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》等內部制度要求，採取多元化廢棄物管理舉措，推進廢棄物規範化管理與資源循環利用。

4 綠色價值鏈

表：阿里健康廢棄物管理舉措

減量化	- 設立廢棄物減量目標，實施全流程精細化管理； - 採用裝配式建築工藝，以標準化施工減少建築垃圾產生。
分類與合規處置	- 以廢棄物100%合規處置為原則，選擇具備相應資質的供應商合作，並追蹤和記錄廢棄物最終處理情況以保證合規； - 在辦公區域統一配置分類垃圾桶，並由專業清潔團隊每日開展2次及以上垃圾清運工作； - 推行垃圾二次分揀制度，確保可回收物與不可回收物準確分類存放； - 設置2處有害垃圾專項回收點，專項回收過期藥品、含汞製品等危險廢棄物，並由專業部門直接回收IT設備耗材則。
循環利用	- 在辦公園區內開展廚餘垃圾循環再利用； 2026財年，北京自用園區已實現100%廚餘垃圾回收並且經生物發酵處理轉化為有機肥。
數字化管理	持續推進「園區－街道－回收商」協同管理機制，並通過垃圾處理數字化追蹤系統，實現生活垃圾全流程可追溯管理。

表：阿里健康廢棄物排放情況

指標	單位	2024財年	2025財年	2026財年
有害廢棄物	噸	0	0	0
人均有害廢棄物產生量	噸／人	0	0	0
無害廢棄物	噸	172.81	226.27	195.04
人均無害廢棄物產生量	噸／人	0.12	0.17	0.14
廢舊藥品處置	噸	120.4	79.07	75.41

阿里健康依託科技能力與平台資源，持續深化與供應鏈夥伴的長期戰略協作，在互信共贏基礎上推動產業協同發展。同時，公司充分整合互聯網醫療領域的專業能力和社會資源，積極開展具有行業特色的公益實踐，持續履行企業社會責任，與各方共同創造可持續的共享價值。

5.1 供應鏈管理

阿里健康持續推進負責任供應鏈建設，不斷健全供應鏈管理體系，優化供應商全流程管理機制。公司嚴格遵守《中華人民共和國政府採購法》《中華人民共和國招投標法》《藥品經營質量管理規範》等法律法規，並遵循集團供應商管理規範《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範》，持續完善《阿里健康供貨管理制度》《阿里健康 - 站外媒體渠道投放的結算驗收管理規範》等內部制度，管理範圍覆蓋供應商准入、日常管理、退出淘汰等關鍵環節。

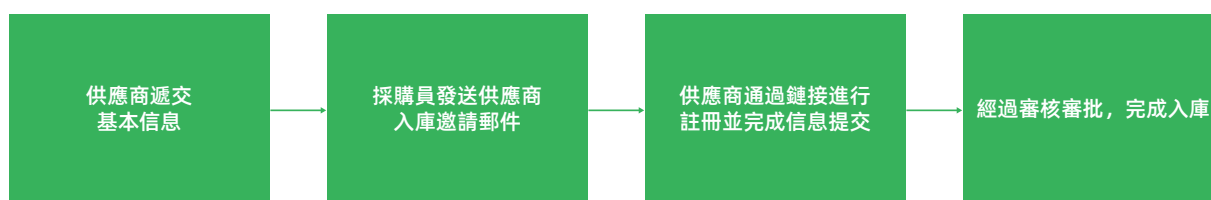
阿里健康持續加強供應商質量管理，依託標準化的篩選、分級、監督與評估機制，系統提升供應商產品與服務質量，並與優質供應商建立長期互信的戰略合作關係。公司明確供應商管理責任，重點加強准入階段的審核評估，覆蓋認證資質、違規案件與處罰記錄、反賄賂風險等關鍵內容。同時，阿里健康結合不同業務類別供應商特點，實施分級分類管理，持續優化供應商准入機制，提升供應鏈管理效率與風險管控能力。

表：2026財年阿里健康供應商類型

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

5 負責任的科技

公司持續完善供應商准入管理機制，嚴格落實標準化資質審核流程，對所有新增合作供應商開展首營資質審查，重點核驗營業執照、年度報告等核心資料，對資質不符合要求的供應商不予合作。針對非藥模式供應商，公司引入第三方機構開展倉庫全面審計，並對審計未達標倉庫採取整改複驗或終止合作等措施，持續強化供應鏈質量與合規管理。2026財年，阿里健康對非主營業務類的供應商完成資格預審217家，覆蓋比例100%。同時，公司持續強化供應商行為準則約束，要求所有供應商100%簽署《廉潔誠信約定函》，保障合作過程的公平性與公開性；並通過《供應商ESG行為準則規範》，推動供應商共同踐行勞動權益、人權保護、環境責任和商業道德等方面的高標準要求，持續提升供應鏈合規與責任管理水平。



圖：阿里健康供應商准入流程

阿里健康建立並持續執行嚴格的供應商審核評估機制，依據不同採購類型實施分類管理。公司從創意評估、執行質量、服務能力等維度對供應商開展綜合考核，並結合現場走訪及後期驗收評分，確保供應商持續符合相關資質與合作要求。同時，阿里健康嚴格遵循醫療器械、食品及健康產品相關標準操作規程，制定並實施《阿里健康非藥倉檢查表》，作為飛行檢查的重要審計依據。2026財年，我們對非藥品供應商實施了全面的質量管控，新引入300多家供應商，新增97個庫房，並對現有供應商中的5個倉庫進行覆核，全年累計完成400餘次倉庫驗收及飛行檢查。

表：2026財年阿里健康供應商審核評估管理舉措

採購類型	管理舉措
商業採購	- 公司建立藥品、醫療器械、食品等分類供應商准入評估汰換機制：依據《藥品管理法》、《醫療器械監督管理條例》、《食品安全法》等相關法規要求，建立了從供應商分類審核標準、准入審核、動態評估、分級管控、退出機制等完整的供應商質量管理機制並有效運行； - 針對自營倉庫的OEM¹⁵產品，公司建立覆蓋原料入倉、生產流轉、倉儲管理至終端配送的閉環質量管控機制，並定期對供應商生產基地開展全鏈路覆核，持續保障產品質量與供應穩定性。
非商採購	- 通過MBR¹⁶對供應商進行量化評分並公示排名，結算系數與排名直接掛鉤； - 對客服外包供應商持續進行月度／季度評估並進行排名，根據得分情況進行結算金額獎罰，評估覆蓋比例100%； - 通過QBR¹⁷服務資料，從交付質量、站點健康度等多個維度對供應商開展重點考核與評估，並結合評估結果制定針對性改進計劃，持續提升供應鏈服務質量與運營水平； - 公司結合全年評估結果，動態調整供應商合作條款及新增需求的份額分配，推動供應商持續提升服務質量與履約能力。

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

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

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

5 負責任的科技

阿里健康持續推進可持續供應鏈建設，將環境與社會風險管理貫穿供應商管理全流程，並將ESG理念融入供應商准入、評估與日常管理環節。公司要求供應商嚴格遵守國家及地方環保法規，優先選擇環保表現良好、環境管理體系及相關政策健全的供應商，並鼓勵供應商主動採取節能減排與環境保護措施。同時，公司持續開展供應商安全管理、商業道德等方面的風險評估，推動供應商不斷提升ESG管理水平。

阿里健康針對供應商違規行為，公司建立分類評估機制，並依據合同條款及誠信承諾，採取列入黑名單、終止合作、業務凍結、書面警告、暫停訂單等分級管控措施，持續強化供應商行為規範管理。對於存在風險或不符合合作要求的供應商，公司由採購部門聯合需求方、需求方主管、財務及內控等相關部門共同評估並形成終止合作決策，並與相關供應商開展溝通談判，在雙方協商一致後終止合作。

阿里健康供應商溝通體系

- 書面溝通：通過電子郵件、信函等方式與供應商開展日常書面溝通，及時傳遞合作信息與管理要求。
- 定期遠程會議：依託電話、視頻會議等形式保持日常聯繫，並建立月度及季度定期線上線下溝通機制，持續加強業務協同。
- 實地交流互動：通過組織供應商現場考察、參與行業展會及研討會等方式開展面對面交流，深化合作與經驗共享。

5 負責任的科技

阿里健康重視與供應商的協同成長，通過專項培訓、供應商大會等多種形式，持續支持供應商能力建設。公司結合不同業務場景制定針對性培訓計劃，在供應商入駐階段圍繞質控職責、操作規範、處罰規則等內容開展系統培訓。在日常運營過程中，及時組織新規解讀與合規要求宣導，在大促等關鍵節點，進一步強化質量風險意識與服務保障要求。通過持續賦能，阿里健康不斷提升供應商管理能力與合規意識，推動供應鏈合作效率和協同質量穩步提升。

表：2026財年阿里健康按地區劃分的供應商數量

按地區劃分	自營業務	非自營業務	總數量
中國大陸	1,931	545	2,476
港澳台及海外	315	3	318

同時，阿里健康秉持開放合作理念，持續構建公開、透明的供應商溝通機制，通過多元化渠道加強與供應商的日常聯絡與協同交流，不斷鞏固穩定互信的合作關係。

5.2 健康救助

阿里健康始終將守護公眾健康作為企業責任，持續關注罕見病患者及基層群眾等群體的健康需求，依託醫藥健康行業資源與平台鏈接能力，協同公益機構、醫療機構及愛心企業開展公益行動，推動藥品援助、醫療資源下沉、患者關愛與健康管理服務落地，以切實行動助力提升醫療健康服務可及性，為建設更加普惠、可持續的健康公益生態貢獻力量。

5 負責任的科技

案例：罕見病關愛行動

2026財年，阿里健康將「檸檬實實¹⁸關愛行動」升級為「罕見病關愛行動」，聚焦罕見病患者「用藥難、用藥貴」等問題，依託平台鏈接能力，協同公益機構、醫療機構等生態夥伴，構建「篩查－診斷－治療－康復管理」一體化服務中心。項目聯合權威專家，面向全國新生兒篩查體系超900名醫護人員開展臨床技術培訓，並向1,300多名遺傳代謝類罕見病患兒發放罕見病關愛小包，提升區域診療與家庭照護能力。

同時，項目設立專項公益基金，建立「企業幫一點、公益捐一點、患者付一點」的多方共付機制，聯合十餘家愛心企業，為患者提供特醫奶粉、左卡尼汀等數十種剛需產品的專項公益優惠供給服務，並對困難家庭進行補助。截至報告期末，該行動已覆蓋18種罕見病，超過2,500名患者通過「罕見病關愛平台」獲得援助，通過愛心企業專項支持，累計為患者減免醫療費用支出近700萬元，在此基礎上，項目累計投入公益資金1,076萬餘元，切實提升疾病診斷、治療水平，減輕患者綜合經濟負擔。



圖：阿里健康罕見病關愛卡發佈現場

¹⁸ 檸檬實實是甲基丙二酸血症和丙酸血症這兩種遺傳代謝性罕見病的昵稱

案例：小鹿燈兒童重疾救助公益項目

阿里健康持續關注鄉村兒童健康，不斷推進小鹿燈兒童重疾救助公益項目的深化落地。報告期內，「小鹿燈－愈見未來」浙里兒童健康守護計劃榮獲第八屆「浙江慈善獎」，小鹿燈項目獲評2025中國公益慈善項目大賽一類資助項目，並先後在內蒙古敖漢旗、四川嘉陵區、雲南瀾滄縣、四川蒼溪縣、陝西清澗縣、河北青龍縣開展「小鹿燈無陷未來出生缺陷兒童救助公益項目義診」，為當地大病兒童帶去優質醫療資源和公益援助。截至報告期末，小鹿燈項目已在全國16個省59個重點縣域開展主動救助，援助大病兒童2,662人，累計投入公益資金5,400餘萬元。



圖：小鹿燈兒童重疾救助公益項目義診

5 負責任的科技

案例：小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目

阿里巴巴公益、阿里健康公益聯合中國出生缺陷干預救助基金會持續開展「小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目」，通過公益保險、定期產檢和健康教育等方式，保障孕產婦健康。截至報告期末，項目已為四川康定、貴州雷山等地12.6萬名育齡女性投保，專班管理超過5,700名建卡孕婦，為超700位孕產婦提供檢查費用理賠，累計投入公益資金近200萬元。

項目已實現目標縣域鄉鎮村宣傳全覆蓋，在超過149個村開展500餘次線下專項宣傳活動，並通過超聲帶教、專家義診和健康科普宣傳，提升孕產婦產檢意願與健康意識，助力降低重症出生缺陷患兒出生率。



圖：小鹿媽媽孕產婦健康保障公益項目

5.3 公益行動

阿里健康積極履行企業社會責任，持續回應社會民生與健康需求。公司持續完善公益管理體系，圍繞員工公益參與和生態協同賦能兩大方向，支持並推動多元化社會公益行動。2026財年，阿里健康累計投入社會公益項目18,766.8小時，公益捐贈金額合計人民幣147.68萬元。

阿里健康始終踐行「人人3小時」公益理念，鼓勵全體員工積極參與公益行動。公司通過提供內部自營主題公益機會、發佈外部公益活動信息，並依託線上線下渠道持續傳播公益文化，增強員工公益參與意識。阿里健康不斷完善員工公益參與機制，將志願服務與社會需求有效連接，推動員工善意轉化為持續、可感知的社會價值。

案例：阿里健康公益林二號林

2025財年，阿里健康宣佈員工每完成3小時志願服務，公司將代表員工捐種一棵樹，並正式啟動「阿里健康公益林」。2026財年，阿里健康持續將員工的志願服務轉化為綠色行動。2025年4月，員工代表在內蒙古敖漢旗種下「阿里健康公益林」二號林及多個公益項目榮譽林，一、二號林共計3,820棵山杏樹不僅助力防風固沙，更見證有愛的阿里健康人和優秀的公益項目在此成長。



圖：阿里健康捐種公益林二號林

5 負責任的科技

案例：銀齡關愛·健康護航」項目

2025年7月8日，阿里健康攜手中國老齡事業發展基金會以及多家愛心藥企共同發起「銀齡關愛·健康護航」項目，通過「藥品捐贈」「專家下沉」「人才孵化」三大舉措，支持鄉村老人健康保障，並向清澗縣衛生健康局捐贈諾華、赫力昂、羅氏等藥企提供的老年人常見慢病及感染性疾病相關藥品。



圖：「銀齡關愛·健康護航」項目

案例：「健康福利社」公益雲藥房行動

2025年12月26日，「健康福利社」公益雲藥房行動落地陝西省佛坪縣。項目通過「以需定捐」方式，向佛坪縣基層醫療機構精準捐贈1,330盒急需藥品，並推動優質醫療資源下沉，服務鄉村健康「最後一公里」，直接惠及超過4萬名基層群眾。



圖：健康福利社公益雲藥房受助對象，佛坪縣沙坪村村醫汪博

案例：「助聽行動」公益項目

幫助老年聽障群體應對健康挑戰，阿里健康聯合阿里巴巴公益、中國老齡事業發展基金會共同發起「助聽行動」公益項目，面向聽障老人提供科普宣傳、社區聽力篩查與義診服務，並為經濟困難老年人提供聽力就醫檢查補助，旨在實現早發現、早診斷、早干預，防範老人聽力損失加重及認知衰退風險。2026財年，該項目在杭州富陽正式啟動，並設立首個為老年人提供聽力篩查、諮詢的公益服務點。



圖：首個老年聽力篩查、諮詢公益服務點啟動

ESG 索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 註： 廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	4.4廢棄物管理
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.4廢棄物管理
	A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4廢棄物管理
	A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.4廢棄物管理
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.1應對氣候變化
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.4廢棄物管理

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。 註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	4.2綠色運營
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.2綠色運營
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.2綠色運營
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.2綠色運營
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.2綠色運營
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	4.2綠色運營
A3：環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4.2綠色運營
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	4.1應對氣候變化 4.2綠色運營 4.3綠色物流 4.4廢棄物管理

ESG 索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	3.1 合規僱傭
	B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的員工總數。	3.1 合規僱傭
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	3.1 合規僱傭
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	3.3 員工健康與安全
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	3.3 員工健康與安全
	B2.2	因工傷損失工作日數。	3.3 員工健康與安全
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	3.3 員工健康與安全
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	3.2 人才發展及培訓
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	3.2 人才發展及培訓
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	3.2 人才發展及培訓

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	3.1 合規僱傭
	B4.1	檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	3.1 合規僱傭
	B4.2	在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	3.1 合規僱傭
B5：供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	5.1 供應鏈管理
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	5.1 供應鏈管理
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	5.1 供應鏈管理
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	5.1 供應鏈管理
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	5.1 供應鏈管理

ESG 索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1 產品質量與安全
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	2.1 產品質量與安全
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.5 知識產權管理
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1 產品質量與安全
	B6.5	消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.4 信息安全管理
B7：反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3 廉正管理
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.3 廉正管理
	B7.2	防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3 廉正管理
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3 廉正管理

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	5.2健康救助 5.3公益行動
	B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)	5.2健康救助 5.3公益行動
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	5.2健康救助 5.3公益行動

讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

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

選擇性問題（請在相應位置打「√」）

1. 對於阿里健康，您的身份是？

☐政府 ☐投資者 ☐員工 ☐客戶 ☐供應商／承包商 ☐合作夥伴

☐同行 ☐社區和公眾 ☐媒體 ☐非政府組織 ☐其他（請註明）

2. 您認為阿里健康整體ESG表現：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

3. 您對報告的總體印象是：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

5. 您認為報告結構：

☐很合理 ☐較合理 ☐一般 ☐較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

☐很好 ☐較好 ☐一般 ☐較差

7. 您對阿里健康ESG工作有哪些期待？



阿里健康信息技術有限公司

Alibaba Health Information Technology Limited

公司地址:香港銅鑼灣勿地臣街1號時代廣場1座26樓

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

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

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