

bilibili

嗶哩嗶哩 2023  
環境、社會及管治報告



# 目錄

管理層致辭	02
亮點績效	03
獎項榮譽	04

## NO.1



### 共創社區價值 05

優質內容與技術創新	06
活躍社區與健康生態	11
信息安全與隱私保護	16
用戶溝通與關懷	20

## NO.2



### 提升行業價值 22

堅持創作者優先	23
人才保障與多元發展	29
與行業夥伴共發展	36

## NO.3



### 共建社會價值 39

環境友好與綠色理念	40
社區發展與社會責任	44

## NO.4



### 企業管治 51

責任管治	52
ESG 管治	55

### 關於本報告 58

### 附錄 59

附錄一：ESG 數據指標	59
附錄二：適用的主要法律法規清單	61
附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引	62
附錄四：氣候變化風險與機遇識別結果	65
附錄五：腳註	66

# 管理層致辭

去年三月份，在AIGC正值火熱之際，UP主「三月與阿狗」向ChatGPT提出了一個問題：「我7歲那年，媽媽去世了。你能當我的媽媽嗎？」

在四分鐘的視頻裡，ChatGPT的最後一個回答讓人動容：「我是你七歲那年，永遠年輕、永遠愛你的媽媽」。

這條視頻最終收獲了超200萬的播放量，我想，在這個視頻裡最打動人的並不是科技本身，而是隱藏在這背後人類最真摯的情感。

在B站，還有無數像這樣感性、溫暖、動人的故事，每天都在上演著。數百萬的UP主在B站分享自己的成長和生活的溫暖，向大家傳遞著溫暖和希望。我們也有幸成為他們成長與幸福的見證者、記錄者和參與者。

14年前，我們還是一個小小的個人網站，伴隨著新用戶不斷的加入，老用戶也在不斷的成長；去年下半年，B站日活用戶正式突破1億大關，四季度日均使用時長超過95分鐘，讓我們已經成為了中國主流的內容社區，這也給我們提出了更多的期待：

B站不僅僅是一家互聯網科技企業，還是一家文化公司，我們生產的不僅僅有商業價值，還應該有社會價值。

我們鼓勵有用、優質的視頻內容創作，希望用戶在B站不僅能收獲快樂，同時也能收獲成長。我們持續關注青少年健康發展，不斷優化青少年防沉迷功能，為他們的

成長保駕護航。我們堅持發展公益事業，持續投入鄉村教育，希望讓鄉村孩子無論出身，都能夠平等獲得教育的權利。

在B站，年輕人熱衷學習硬核知識，用動畫展示的高等數學《火柴人VS數學》成了最受歡迎的視頻之一；在這裡，年輕人向王德峰教授等名師大咖學習如何看待世界，看待自己；在這裡，年輕人通過《地球脈動》等優質紀錄片遊遍世界，增長見識。過去一年，共有2億多用戶在B站學習專業知識，平均每天有超2,000萬用戶在B站觀看科技、科普視頻，興趣愛好學習類視頻播放量高達超440億次。

平台上豐富的優質內容，讓B站成為了年輕人成長路上的好導師、好夥伴。大量行業頂尖名師大咖入駐B站，旨在打破學習的壁壘，用生動有趣的方式向年輕人分享知識。截至2023年末，共有3位諾貝爾獎獲得者、645位教授和學者入駐B站，科技類UP主達116萬。

過去一年，有的人完成了父母身份的轉變，在B站上分享育兒知識；有的人迎來了自己的第一個家，跟大家分享著喬遷的喜悅和裝修的心得；有的人迎來了自己的第一輛車，迫不及待地講起自己見證大好河山的故事；有的人第一次出門，手把手製作了如何買高鐵票的旅行攻略；有的人苦心鑽研，為獨臂玩家製作了專屬裝備；還有的人投身公益，為鄉村孩子們辦了一場時裝秀。這些創作者和用戶分享的有趣又有用的內容，讓B站內容生態進一步豐富。

我們相信，幫助UP主在B站獲得收入，就是對UP主最實在的服務。2023年，超300萬UP主在B站獲得了收入，我們已經形成了幫助UP主實現商業化的多元渠道。除了直播和廣告以外，有的UP主通過充電視頻收獲了超百萬的流水收入，也有的UP主通過自己製作的付費課程年入百萬流水，以自己擅長的方式讓創作才華得到回報。

溫暖、友善的社區氛圍是很多B站用戶和UP主選擇這裡的原因。我們通過自淨系統智能攔截負面互動，針對網暴、低質內容等重點問題進行專項社區治理。2019年以來，我們先後上線青少年模式、監護人綁定、親子平台等功能，不斷優化青少年防沉迷功能。我們還成立了「能量加油站」，為用戶提供情緒傾訴的入口，並且上線緊急干預功能。針對「開盒」、個人隱私洩露等網絡暴力現象，我們積極與有關部門配合，線上線下合力進行治理，保護風清氣正的社區環境。我們也始終重視信息安全與用戶隱私保護工作，是中國首家獲得CCRC APP安全認證的視頻平台公司。

我們還通過多種多樣的形式積極傳遞公益理念，號召年輕用戶參與公益事業。我們上線的「哔哩哔哩公益平台」是民政部指定的第三批慈善組織互聯網募捐信息平台之一。截至2024年3月上旬，平台共上線76個公益項目，帶動超80萬人次參與捐贈，籌集善款超1,700萬元。我們還將電子競技與文物保護相結合，發起了《守塔人公益計劃》，在電競賽事上線應援彈幕並組織公益助力賽，將線上應援互動轉化為捐款，為山西省600座古塔的守塔人們送去了裝備補給包，以支持守塔人們工作和生活境況的改善。

鄉村教育一直是B站公益事業的重點，我們希望為大山裡的孩子們提供公平的教育機會，讓他們能夠實現更好的成長。去年6月，我們在雲南大理賓川縣支持建設了「哔哩哔哩足球小學」。目前，B站共支持建設了6所鄉村小學。此外，我們還利用B站的特色資源，聯動UP主的力量，為孩子們製作高質量視頻課程，幫助孩子們在學習和生活中收獲快樂。在B站12周年的時候，我們成立了「哔哩哔哩快樂獎學金」，將社區的溫暖和快樂傳遞給鄉村孩子和老師們。截至2023年末，獎學金已累計發放超119萬元，為學校開展課外創新項目、興趣社團提供了支持。

我們始終相信，高質量內容本身就是價值。未來，我們會持續引導和支持高質量內容，讓更多的優質創作者創作出好內容，讓優質內容能夠觸達更多用戶。我們堅信，高質量內容最終將推動整個互聯網行業的高質量發展。同時，我們也將堅持以高標準推動ESG管治水平的提升，更積極地承擔企業社會責任，為社會的可持續發展貢獻自己的力量。

陳睿

董事會主席兼CEO

# 亮點績效



## 共創社區價值

### 用戶與社區

- 日均活躍用戶 **1億+**<sup>1</sup>
- 日均用戶使用時長 **97** 分鐘<sup>2</sup>
- 月均互動量 **150億+**次
- **2.3億** 通過社區考試的正式會員<sup>3</sup>

### 內容與技術

- 日均視頻播放量 **43億** 次
- PUGV<sup>4</sup> 及Story-Mode 豎屏視頻播放量佔比 **95%+**
- 發佈自研Index大語言模型，上線**AI輔助搜索**和**AI視頻小助手**

### 安全與關懷

- **80%+**業務獲得ISO信息安全管理體系認證<sup>5</sup>
- 獲得CCRC<sup>6</sup> APP安全認證的**首家**中國視頻網站
- 能量加油站幫助用戶進行情緒疏導 **7.3萬+**次



## 提升行業價值

### 創作者賦能

- 日均活躍UP主同比增長 **24%**
- **300萬+**UP主在B站獲得收入，同比增長 **30%**

### 人才保障

- 員工福利體系覆蓋 **100%**正式員工
- 完善培訓計劃，累計完成 **29萬**小時員工培訓
- 支持 **2,000+**員工自主開展興趣社團活動

### 行業發展

- 累計出品 **270+**部國創作品<sup>7</sup>
- 多元合作，共建**開源生態**



## 共建社會價值

### 綠色理念

- 明確全面溫室氣體排放核查計劃，逐步探索**減碳路徑**
- 環保相關視頻播放量 **126億**次

### 公益支持

- **80萬+**人次參與B站公益平台的愛心募捐<sup>8</sup>
- 支持建設 **6**所鄉村學校，**7,041**位鄉村學生就讀<sup>9</sup>

### 正向內容

- 興趣愛好類視頻播放量 **442億**次
- **2億+**用戶在B站學習知識
- **2億+**傳統文化愛好者聚集在B站

# 獎項榮譽

## 產品與服務領域

互聯網平台落實企業  
社會責任典型案例  
榮譽證書  
▲  
中央網信辦

上海市創新型企業  
▲  
上海市發展和改革委員會

OSCAR尖峰開源企業  
(開源合規領航者)  
開源獎項  
▲  
中國信息通信研究院  
中國通信標準化協會

最佳系列紀錄片入圍  
《眾神之地》  
▲  
上海電視節白玉蘭獎

金猴獎金獎  
《膠囊計劃第一季》  
▲  
中國國際動漫節

最佳作曲獎  
《未來漫遊指南》  
▲  
英國皇家電視學會

## 社會領域

上海市五一勞動獎狀  
▲  
上海市總工會

第十八屆人民企業社會責任獎  
築夢未來獎企業  
▲  
人民網

2023年度十大公益創意  
▲  
鳳凰網

2023年度新銳責任企業  
▲  
南方周末

全球人才吸引力僱主  
▲  
領英

2023年度中國最佳僱主百強  
最受大學生關注僱主  
▲  
智聯招聘

## 管治領域

2023年最佳ESG  
(亞洲區)  
▲  
《機構投資者》

上海傑出人才  
陳睿  
▲  
中共上海市委組織部

2023年最佳CEO(亞洲區)  
陳睿  
▲  
《機構投資者》

2023年福布斯  
中國100位傑出商界女性  
李旻  
▲  
《福布斯》

2023年30位年度影響力商界木蘭  
李旻  
▲  
《中國企業家》

2023年最佳投資者關係  
(亞洲區)  
▲  
《機構投資者》

NO.1

共創

社區價值



# 優質內容與技術創新

嗶哩嗶哩致力於為用戶提供豐富多元的視頻內容，希望通過高質量、正向的內容為用戶帶來更多獲得感。同時，我們重視技術研發，堅持通過技術升級為用戶優化產品體驗，並為UP主創作提供更加便捷高效的工具。

## 生生不息的內容生態

自2009年成立以來，我們持續為用戶提供豐富多元的高質量內容，吸引越來越多的用戶加入B站，留在B站，享受B站。2023年第四季度，B站日均活躍用戶規模突破1億，月均活躍用戶達3.36億。2023年用戶日均使用時長約97分鐘，日均視頻播放量約43億，同比增長25%。



伴隨著用戶的成長，他們的興趣和需求不斷地變化和發展，越來越多的內容品類從B站的土壤中破土而出，茁壯成長，滿足用戶不同的興趣愛好和多元的內容需求。2023年B站活躍用戶的平均年齡為24歲，隨著他們開始職場生涯，邁入成家立業的人生新階段，B站內母嬰親子、旅行、家居家裝、汽車、服飾時尚以及美容美妝等品類湧現出了眾多高質量的UP主，他們以乾貨滿滿的內容和獨具特色的風格收獲了大量用戶的喜愛。

我們通過不斷加深對用戶需求和興趣的理解，持續提升算法能力，向用戶更加精準地推薦感興趣的內容。同時，我們堅持以用戶正反饋<sup>11</sup>作為AI算法推薦的主要參數，持續為高質量的PUGV內容和UP主提供流量支持，讓更多優質內容和UP主被用戶看到。

**95%+**

PUGV及Story-Mode豎屏視頻播放量佔比

**499**位

新晉成為百萬粉絲的UP主



# 有獲得感的優質內容

我們相信好的內容應該是對用戶有用、有價值的，為用戶提供有獲得感的高質量內容是我們的一貫追求。我們堅持通過豐富多樣的視頻形式，將紮實的學科知識、前沿的科技探索以及實用的生活技能等優質內容呈現給用戶。

## 📌 分享專業知識

在B站，從專業資深的名師大咖，到立足實踐的一線從業者，UP主們用生動直觀的方式持續向用戶提供各類專業知識。我們以視頻為媒介，打破知識傳遞的障壁，推動形成「處處皆學問，事事可發問」的社區學習環境。

**217萬** UP主投稿泛知識類內容<sup>3</sup>

**2億+** 用戶在B站學習

## 📌 前沿科技洞見

B站持續吸引行業頂尖專家學者、科學家以及科技工作者通過視頻與用戶分享研究成果和專業見地。截至報告期末，共有645位教授和學者入駐B站，科技類內容UP主數量達73萬。

**850萬+** 科技科普類視頻數量<sup>3</sup>

**1,300萬+** 用戶每天在B站觀看科技科普視頻

## 📖 知識區UP主代表



**渤海小吏**  
粉絲數：302萬<sup>12</sup>  
歷史科普類UP主

- 2023年粉絲數增長最快的UP主



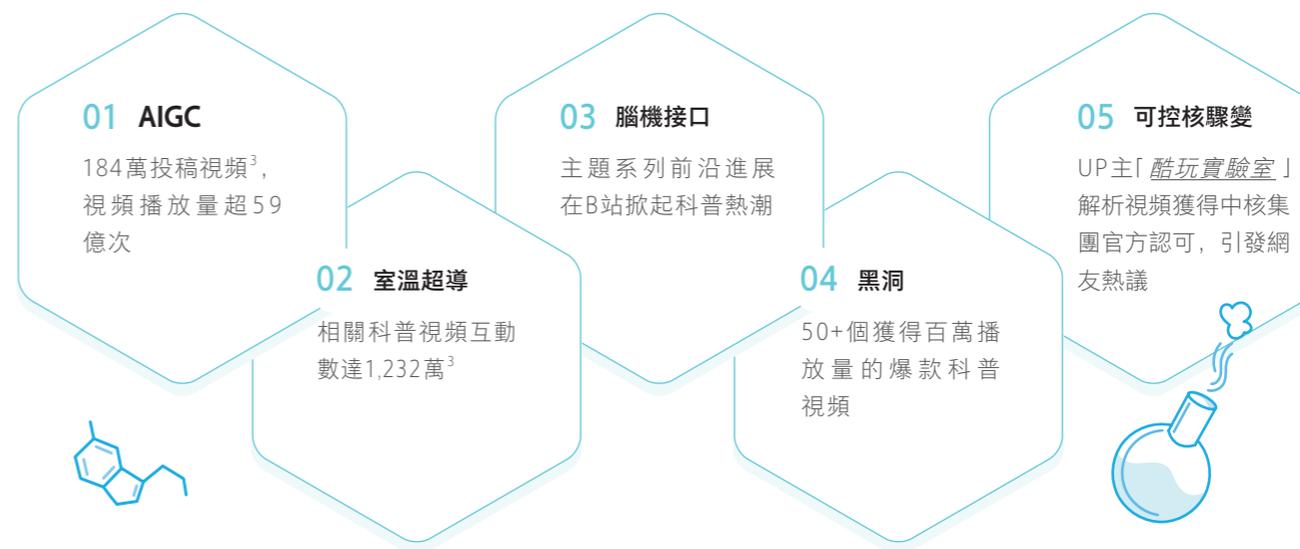
**宋浩老師官方**  
粉絲數：728萬  
知名數學UP主

- 2023年視頻播放時長最長的UP主
- 製作的《高等數學》播放總時長近30億分鐘<sup>3</sup>



**中氣愛**  
粉絲數：201萬  
氣候科普UP主

- 職業天氣報幕員
- 兼職科普極端天氣的預報分析與防災減災知識



B站2023年度五大科學焦點

## 🍎 提升身心健康

在B站，用戶不僅可以快速一覽科技前沿發展，同時也可以跟著UP主們的視頻一起強身健體，培養興趣愛好，充實精神世界，成為更好的自己。

### ▶ 健康生活

UP主們結合用戶的真實生活場景，利用自己的專業知識，打造出了豐富且具備实操性的視頻教程，帶領用戶一起鍛煉身體，保持健康的生活方式。

#### ★ 飲食及健身指南

UP主「[閔助奇](#)」在B站分享各種實用的飲食和鍛煉指南。他的視頻不光涉及減脂、增肌等傳統健身內容，同時也關注並幫助用戶改善其他健康問題，例如膝蓋疼痛、養護頭髮、肩膀疼、失眠等。



### ▶ 健康心理

B站關注年輕人心理健康，通過視頻探討當代年輕人在情感表達、親密關係處理、自我認知、人生道路選擇等方面的迷茫與困惑，傳達平等、尊重、自主等理念，為年輕人提供正向心理引導，幫助他們更好地面對生活中的挑戰和困難。

#### ★ 「哲學大佬」王德峰的哲學課堂

復旦大學哲學系的王德峰教授在B站講時代的大環境對人格的塑造，談社會標準對人命運的影響，以哲學視角解讀對失戀的看法，深受學生喜愛。



### ▶ 充實自我

B站為用戶提供各種有趣且實用的興趣內容，這些內容不僅豐富了用戶的閒暇時間，還為他們提供了精神上的滿足和成長。

#### ★ 一起讀好書

B站上有很多優秀的讀書區UP主，他們通過分享讀書心得、書評和推薦好書，展現出他們對閱讀的熱愛和獨特的見解，為喜歡讀書的用戶提供了豐富的閱讀資源。



**天真的和感傷的小說家** 粉絲數：134 萬

既有對經典文學作品的解讀，也有對網絡小說等新興文學形式的探討



**東興苟十三** 粉絲數：171 萬

以第一人稱對古代文人及其作品進行解讀，充滿了詩意和文化底蘊



**小說家 Puckio** 粉絲數：97 萬

創作風格多樣，出版的8部小說從懸疑推理到青春校園，都能夠展現她獨特的文學魅力

B 站讀書區 UP 主代表

1.26 億 用戶觀看過健身類相關視頻  
興趣愛好類的視頻播放量 442 億次

#### ★ 培養興趣愛好的陣地

B站目前成為了年輕人的「夜校」，越來越多的人通過B站培養興趣愛好，不斷豐富自己的精神世界。不論是喜歡唱歌、樂器，還是烘焙、化妝、手工，年輕人都能在B站滿足自己對各種興趣愛好的好奇心。



# AI技術賦能產品優化

B站不僅僅培育了一個生生不息的內容生態，同時也在不斷探索新的技術、優化產品，旨在為用戶和創作者帶來最優的使用體驗。我們自主研發的Index大語言模型目前已經能夠高效地執行文本分類、實體標註、創意寫作等複雜的自然語言處理任務。我們將自研的Index大語言模型應用到多種產品場景和功能升級中，不僅可以為用戶帶來更好的產品體驗，也能夠幫助UP主們提高創作效率。

## AI賦能用戶體驗

B站將自研大語言模型應用在視頻理解、內容搜索以及直播等用戶常用的功能中，幫助用戶更精準、便捷地找到自己喜歡的內容，同時更直觀、快速地了解視頻的內容和亮點，以此不斷優化用戶的產品體驗。

### AI搜索助手

通過自研大語言模型對視頻內容的深度理解和學習，我們能夠針對用戶的提問提供更加直接、概括性的回答，並精準推薦相關視頻。該功能不僅有效提升了用戶的搜索體驗，而且也為用戶探索B站海量中長尾寶藏內容提供了新場景和新渠道。



AI搜索助手

### AI視頻小助手

通過自研的大語言模型，我們上線的AI視頻小助手可以幫助用戶完成視頻內容總結與高能時刻空降提醒，滿足用戶對信息整理和查詢的需求，降低用戶的學習成本，更好地發現和分享有價值的知識和信息。



AI視頻助理之視頻總結

### AI字幕

我們將AI技術應用於無障礙直播間，通過升級實時數據、AI字幕等功能，讓視障和聽障用戶都能獲得更好的沉浸式直播體驗。在英雄聯盟S13比賽期間，超百萬用戶在直播間體驗無障礙字幕觀賽和實時數據功能，沉浸式無障礙觀賽，感受賽事魅力。



無障礙直播間的AI字幕

## 🍎 AI賦能內容創作

B站也將大語言模型應用在文字、圖像、語音生成等場景中，優化創作工具，讓UP主能夠便捷的進行創作，助力他們更好地表達創意和想法。

B站堅持規範應用人工智能技術，嚴格遵循《生成式人工智能服務管理暫行辦法》等相關法律法規，在算法設計、訓練數據選擇、模型生成和優化、提供服務等過程中尊重並遵守社會公德和倫理道德，保護知識產權，履行網絡信息安全義務，確保使用具有合法來源的數據和基礎模型，並合規的將其應用在相應的產品當中。

### ▶ AI故事生成

基於生成式AI技術，我們的AI故事玩法能夠自動對用戶上傳的素材進行理解和分析，並提供22種迥異的視頻風格供用戶選擇。根據用戶所選風格，該功能能夠自動匹配特效、配音、字幕、背景音樂等，自動生成完整的視頻內容。AI故事功能能夠降低視頻製作門檻，讓創作更便捷，幫助越來越多的用戶邁出自己創作的第一步。



### ▶ AI語音生成

我們積極探索AI語音識別和生成技術。目前我們是中國首家實現在TTS<sup>13</sup>中具備60餘種細膩情感控制、重音(弱音)、語速、音調控制等AI語音技術能力的公司。我們結合自研的語音識別技術，以及大語言模型自由對話的能力，將AI語音生成技術應用於視頻、直播、紀錄片等多種場景。

#### ★ 虛擬歌手洛天依與AI語音的交響

2023年7月12日，虛擬歌手洛天依在自己的11周年生日會上，首次使用B站自研AI語音生成技術進行配音，並完成了與觀眾的直播互動。粉絲們對於AI生成的語音表示驚嘆，認為其不僅表達流暢、語氣靈動，而且高度還原了洛天依的虛擬音色。



### ▶ AI數字分身

通過對真人素材採集並訓練大語言模型，B站能夠幫助UP主構建等比複製的數字人形象。通過該技術，UP主輸入文案即可生成實拍級真人出鏡的視頻效果，既節省了成本又提高了創作效率。該功能尤其能夠幫助歷史、科技、財經等品類中以文案創作為核心的知識型UP主。

#### ★ 「大象放映室」利用數字分身進行創作

人文歷史UP主「大象放映室」採用了我們的數字分身技術，大幅提升了內容生產的效率與穩定性。通過不斷的技术迭代，目前其數字分身的動作、語音、神態都已經達到十分自然的狀態。該UP主表示這種新穎的創作工具助力她打破了創作瓶頸，讓更新來的更快。



# 活躍社區與健康生態

社區的健康發展離不開和諧的社區氛圍和高效的內容安全保障。B站通過技術賦能、團隊建設、完善內部制度等手段保證內容安全與商業生態合規。同時，我們注重青少年保護，持續完善相關保護機制，並通過舉辦相關活動來提升公眾認知。

## 社區氛圍和諧

「鼓勵共識，而不是製造爭端」是我們一直堅持的社區管理準則。2023年我們進一步完善社區公約，明確社區共識，持續推動管理規則的透明化，並積極引導正向社區氛圍，打造包容、多元和友善的社區環境<sup>14</sup>。2023年，B站社區月均互動量超150億次，同比增長14%。

月均互動量

# 150 億+次



### 🔴 強化社區共識與規範

我們相信，用戶對社區理念及規範的認可和共識是社區健康運行的基石。我們積極倡導正向的社區價值觀和文化。2023年4月，我們上線了**新版社區公約**，進一步明確了社區共識，鼓勵大家認真創作、友善交流和擁抱創新。

 **認真創作**

創作過程中，我們鼓勵以認真的態度創作內容，基於真實的信息表達觀點，杜絕抄襲和捏造，避免有意誤導和歪曲事實。

 **友善交流**

交流溝通中，我們鼓勵用戶在表達個人觀點的同時尊重他人，倡導友善交流，不引戰、人身攻擊，不詆毀、辱罵他人，避免製造分裂和對立，交朋友而不是製造敵人。

 **擁抱創新**

個性表達中，我們鼓勵創新，讓創新成為社區內容保持生機的源泉，同時倡導尊重他人個性，包容多樣性。

嗶哩嗶哩社區共識

我們開設了**社區公約科普課堂**，邀請UP主解讀新版社區公約，生動再現社區中常見的問題場景，社區規則相關的宣傳和講解視頻總計播放量超1,340萬。

#### ★ 社區新任管理員 - 羅翔老師

新版社區公約上線後，羅翔老師對案例進行深入淺出的講解，通過生動的語言和形象的比喻幫助用戶更好地理解社區公約條文和背後的邏輯，鼓勵社區裡的小夥伴們保持敬畏，共同守護社區。



《新版社區公約上線了！看小黑屋新任管理員羅翔如何「辦案」》

### 🔴 正向氛圍引導

- ✓ 通過考試的正式會員<sup>15</sup>數量達2.3億，同比增長18%。
- ✓ 通過對高質量評論設置「妙評」標籤等技術手段，引導用戶正向評論，營造正面的社區氛圍。
- ✓ 2023年新增熱點**日報**社區特刊，滿足用戶對高熱彈幕、評論的需求。
- ✓ 2023年針對反網絡暴力開展了一系列專項行動，維護平台安全，提升社區反網暴意識。

#### ★ 社區共創詩集：《不再努力成為另一個人》

在我們多元、包容、鼓勵正向表達的社區中，用戶可以自由分享自己的看法和體驗。近年來，用戶和UP主們在評論、彈幕和動態中留下了數以萬計的詩歌，我們從中精選出132首，整理成一本詩集，集中展現了B站年輕人看待世界的獨特視角，引發社區共鳴。



## 內容安全保障

保障內容安全是社區健康發展的重要基石，B站在優化社區管理能力的同時，持續加強內容審核能力，以提升審核效率與質量。

### 🍎 技術賦能效率提升

2023年，我們持續優化包含AI智能審核和人工團隊審核在內的雙重審核機制<sup>16</sup>。利用人工智能技術，我們對內容審核模型進行了升級迭代，提升機器審核的準確率和覆蓋範圍，同時針對高風險內容優化審核通道，進一步提高整體審核效率與質量。

#### 機審能力建設

我們通過系統區分內容形態，持續迭代文本、ASR、聲紋、圖像等多維度機審模型，實現將模型準確率提升了55%，並進一步擴大對低俗、色情等有害內容的識別範圍。

#### 互動內容審核

應用大語言模型能力，結合語義背景、判定規則和典型案例，我們實現了對彈幕、評論等互動內容的自動審核與處理。

#### 審核通道優化

2023年新增了低俗、暴恐、版權等專審通道，提高違規內容審核準確性。

### 🍎 審核團隊建設

我們持續加強對審核團隊的能力建設，2023年審核團隊針對不同資歷的員工開展青苗計劃、UP計劃等定製化發展項目。同時，我們積極參與各級主管部門組織的各類互聯網信息安全培訓。

審核團隊部門級以上培訓

**2,000場+**

審核員工的培訓覆蓋率

**100%**



# 健康商業生態

B站嚴格遵循包括《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》在內的法律法規，確保廣告符合營運所在地的合規要求。與此同時，我們積極優化內部商業機制，不斷改善商業生態。

## 廣告准入優化

我們建立了線上廣告審核標準及准入流程<sup>17</sup>，並根據行業相關法律法規及平台反饋，及時復盤並更新相應標準。2023年，我們對審核系統覆蓋面及算法做出提升優化，實現審核系統後台對新增商業資源的全面覆蓋。



B站廣告准入流程

## 帶貨選品規範

隨著B站視頻和直播帶貨業務的發展，我們進一步細化帶貨商品的准入規範，強化對帶貨選品的流程管理和質量把控：

- ✓ 成立商品審核專門團隊，對候選商品進行商業化專項審核
- ✓ 將電商平台的評分體系納入參考範圍，以更加嚴格的要求校驗商品資質

## 用戶體驗提升

### 完善回查機制

回查團隊對已經通過的廣告創意進行複查，確保上線的廣告內容均安全合規。

### 形成處理閉環

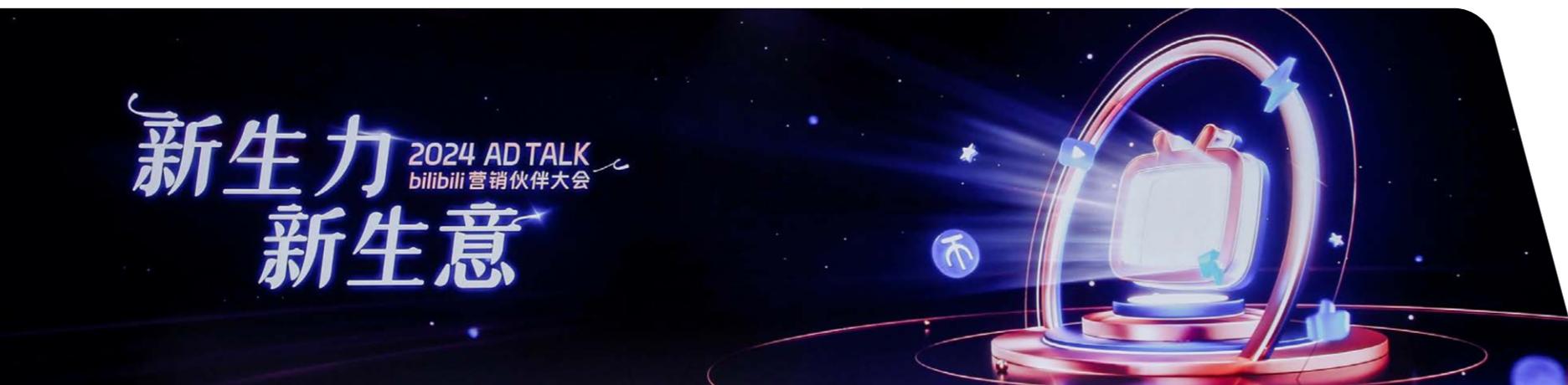
客服在線收集廣告問題反饋，相關部門快速介入，及時響應並處理，共同給予解決方案。

### 優化推送算法

對於近期對廣告內容有負向表達的用戶，我們基於其反饋問題及觀看興趣，持續調整推送算法，並優化廣告內容。

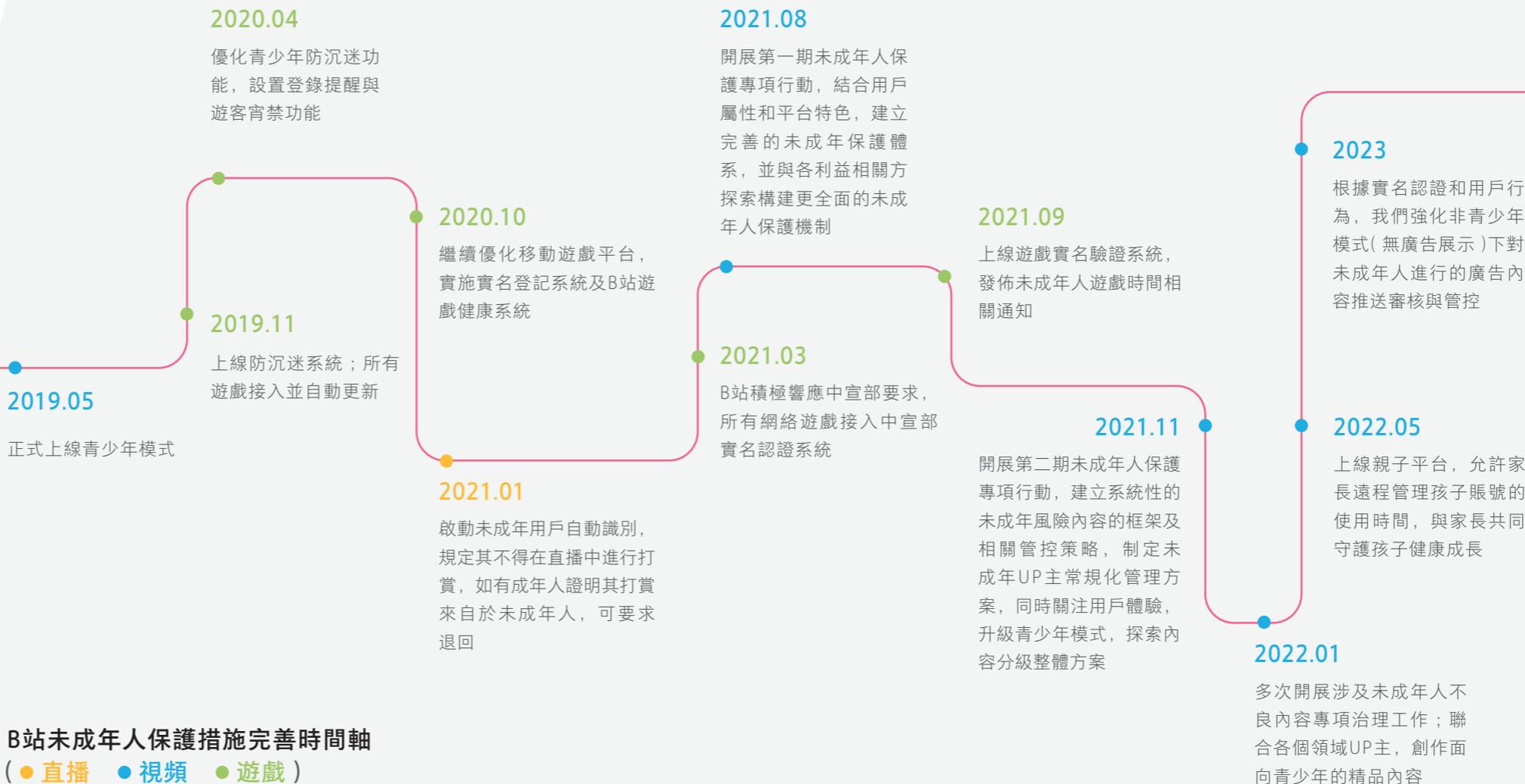
廣告准入相關培訓覆蓋

**100%** 商業內容審核相關員工



# 青少年保護

B站嚴格遵守《中華人民共和國未成年人保護法》和相關法律法規的要求，持續加強青少年保護體系建設，致力於為年輕人構建一個安全、健康的網絡社區。通過嚴格的內容審核機制、有效的防沉迷措施以及積極的社區引導，我們努力確保青少年用戶能夠在B站享受到有益、積極的內容，促進青少年的健康成長。



B站未成年人保護措施完善時間軸  
(●直播 ●視頻 ●遊戲)

B站高度重視青少年保護，不僅推出並持續優化防沉迷機制<sup>18</sup>和親子平台，而且積極發揮社區優勢，聯動線下活動，和UP主一起進行相應宣傳，分享經驗，提高大眾對青少年保護的意識。

★ 嗶哩嗶哩「護苗行動」

B站積極響應上海市「護苗聯盟」倡議，於2023 Bilibili World活動中推出社區小管家和護苗IP，吸引逾萬名活動參與者和知名UP主的支持，為提升社區治理認知和未成年人保護意識做出積極貢獻。



★ UP主「王驍Albert」作為B站代表參加聯合國主題邊會

2023年10月，UP主「王驍Albert」代表B站參加聯合國人權理事會第54屆會議「中國防治網絡欺凌問題的實踐」主題邊會，介紹B站如何利用人工智能檢測和處理有害兒童的不良信息，以及通過正向內容引導兒童健康發展的相關實踐和經驗。



UP主「王驍Albert」

代表B站參加聯合國人權理事會第54屆會議



# 信息安全與隱私保護

B站始終重視信息安全與用戶隱私保護。基於完善的信息安全管理架構及流程，我們通過網絡安全技術創新、數據風險評估及網絡安全培訓等方式提升網絡安全管理意識和能力，為用戶打造安全、放心的數據環境。

## 安全管理體系

B站堅守信息安全紅線，深度貫徹營運所在地相關的法律法規及行業標準要求。我們三級信息安全管理架構<sup>19</sup>，自上而下開展信息安全管理，確保信息安全制度覆蓋100%業務。報告期內，我們參照國際通用漏洞評分標準CVSS 3.1修訂了安全漏洞管理規範，對漏洞基礎評分規則及修復時間要求進行了優化。同時，我們主動邀請獨立第三方機構開展數據安全審計，並配合相關監管部門的檢查，確保信息和數據的安全及合規性。

### 信息安全認證

B站積極推進信息安全相關認證工作，80%以上的公司業務已獲得ISO信息安全體系認證<sup>5</sup>，包括ISO 27001信息安全管理体系認證、ISO/IEC 29151個人身份信息保護管理體系、ISO/IEC 27701：2019隱私信息管理等國際認證。

憑藉全面的網絡安全保障機制，2023年，B站榮獲CVERC<sup>20</sup>頒發的APP安全證書與信息安全證書；2024年1月，B站通過CCRC<sup>6</sup>的APP安全認證，成為國內首家獲得該認證的視頻網站。



嗶哩嗶哩APP CCRC安全認證書



嗶哩嗶哩APP安全證書



嗶哩嗶哩APP信息安全證書

### 信息安全審計

2023年，B站依據監管要求及行業標準，邀請外部獨立第三方機構開展數據安全審計，包含數據安全組織架構、數據安全體系制度建設、數據安全生命週期管理等方面。報告期內，我們共計開展4次信息與網絡安全內部審計，並配合監管部門開展了13次合規檢查。

**100%** 公司業務受信息安全制度覆蓋  
**80%+** 公司業務獲得ISO信息安全體系認證<sup>5</sup>

# 安全管理舉措

B站持續加強安全技術研發，有序推進安全管理流程優化工作，並通過深化相關人員安全管理意識，顯著提升公司處理、應對乃至規避信息安全風險的能力。

## 📌 流程優化

我們針對營運過程中存在的風險敞口較大的潛在漏洞建立了多個安全整改專項，保障公司穩定營運。同時，公司制定了一系列數據安全管理機制和流程<sup>21</sup>，為數據處理平台、系統運行及員工工作提供指引。

2023年，我們搭建了海外業務線數據洩露應急響應機制，並成立應急響應小組，進一步優化數據安全監管佈局。

## 📌 安全意識宣貫

B站圍繞釣魚、數據保護責任、數據使用、數據安全等級、數據分享、法律要求、法律責任7個維度，通過釣魚郵件演練、員工安全意識培訓、安全知識考試等多元化方式，開展面向包括實習生、外包員工在內的全體員工培訓與網絡安全宣導。

### ★ 網絡安全宣傳周系列活動

2023年，B站開展「網絡安全宣傳周」系列活動，在靈活多元的宣傳活動中普及數據安全知識，幫助全體員工識別並應對工作過程中可能出現的數據安全風險場景，為數據安全工作的合規開展夯實意識基礎。



2023網絡安全宣傳周

## 📌 第三方信息使用要求

我們不斷完善《合作方數據安全管理制度》，嚴格規範包括供應商在內的合作方數據處理行為，要求100%合作方簽署數據安全相關協議或承諾函。在向合作方傳輸數據前，必須填寫《第三方數據安全盡職調查問卷》，並通過信息安全小組複核。公司定期對合作方的數據保護制度進行審查，確保其合規性。

# 100%

合作方簽署數據安全相關協議或承諾函

2023年，B站通過全方位、全流程的信息安全防範機制，全力保障英雄聯盟賽事、Bilibili World及Bilibili Macro Link售票等重大活動開展期間的網絡安全。



# 隱私保護

B站重視數據隱私保護，建立了隱私保護八項原則，並從制度合規性、用戶權益性及技術全面性三大維度入手，踐行隱私保護原則，為用戶打造安全放心的使用環境。此外，我們也致力於保護UP主隱私，堅持雙重個人信息保護機制<sup>22</sup>，通過針對個人信息與隱私保護的投訴舉報處理專項渠道，為UP主提供閉環式的全方位保護。

<b>合法、公正和透明</b>	確保以合法合規、公正透明的方式收集和使用個人信息
<b>問責原則</b>	確保發生數據與信息安全事件的追責有章可循
<b>用戶知情、同意與控制權</b>	確保用戶在充分了解與知情的前提下自願、明確做出同意，並及時響應用戶需求，維護用戶權益 充分尊重用戶知情權及決策權，通過算法推薦個性化內容時進行明確告知 保護用戶對個人信息的訪問權、更正權和刪除權
<b>優化用戶體驗</b>	向用戶直接簡便地提供權限授予與撤銷的開關、註銷賬號等自助功能，並制定了更嚴格的針對未成年人的信息保護措施，全面保障用戶權益
<b>數據最小化</b>	確保數據與信息的獲取遵循「最小必要」的原則，在數據及信息獲取及處理過程中，嚴格遵循《嗶哩嗶哩隱私政策》中明確的授權範圍，在獲得用戶授權的產品與服務相關範圍內進行數據收集與使用
<b>數據準確性</b>	確保用戶的電子檔與紙質檔信息保存文件均處於加密及保護狀態，以防止信息篡改，保障其準確性
<b>數據儲存限制從嚴</b>	確保在為用戶提供產品和服務目的所必需且最短的期間內儲存保留個人信息(例如《中華人民共和國電子商務法》規定：商品和服務信息、交易信息保存時間自交易完成之日起不少於三年)，在儲存期限屆滿後對用戶信息進行刪除或匿名化處理
<b>數據完整性和機密性</b>	使用符合業界標準的安全防護措施以及安全技術措施保護用戶個人信息，最大程度保障數據安全

隱私保護八項原則



# 技術賦能安全保障

B站自研了一系列用於保障信息安全的監控、測評以及賦能平台，確保各類安全事件得到及時、有效的應對和處理，實現更為全面、高效、智能化的安全保障。

## 🍎 SDLC<sup>23</sup>平台

- 該自研平台主要用於B站各業務應用研發全生命周期的安全評審、代碼審計、漏洞掃描、組件依賴掃描、線上安全掃描的自動化調度、串聯和管理。
- 我們通過SDLC平台記錄與展示項目不同階段安全工作的內容及結果：在研發階段，我們將數據安全和隱私保護措施納入產品和服務的開發中，從源頭保障數據和信息安全；在產品上線後，SDLC平台幫助我們根據應用變更進行自動化安全測試，及時生成安全檢測報告，實時監控數據安全。

## 🍎 威脅情報平台

- 我們自研的威脅情報平台主要用於收集互聯網公開的IP黑名單、CVE漏洞<sup>24</sup>、數據洩露等威脅情報，並進行安全事件統一管理，包括情報發現、排查記錄、閉環處置流程等。
- 該平台為我們提供多種類型的威脅情報，用於內部安全平台告警檢測、漏洞應急以及入侵與攻擊模擬，提升我們對安全突發事件的主/被動防禦能力，以及事件發生後的協同處理能力。

## 🍎 安全大語言模型

- 我們集成開源本地化模型以及B站自研的大語言模型，將其應用於SDLC平台和TIP平台當中，優化我們對於安全威脅情報的分析研判，為研發過程中的安全評審，以及安全檢測中的漏洞修復提供更好的建議。

2023年，B站憑藉行業前沿的隱私保護和數據安全能力，積極參與國家及行業信息安全標準制定，協助完成關於《廣播電視和網絡視聽統計調查制度》的意見徵詢工作，以豐富的數據安全管理經驗反哺行業發展。



# 用戶溝通與關懷

B站堅持用高質、高效、安全的產品及服務回饋用戶，通過自助化服務系統及高水平的客服團隊與用戶保持良好溝通。同時，我們通過**能量加油站**及時地洞察用戶的特殊需求，為用戶提供情緒疏導和心理關懷。

## 提升溝通能力與效率

B站始終將用戶需求放在首位，通過完善自助服務系統、加強客服團隊建設等一系列舉措，不斷升級服務水平，提升用戶反饋處理效率。2023年我們的客服團隊<sup>25</sup>接收了共計27萬用戶投訴，投訴解決率達到100%。此外，我們增設的客服電話熱線為用戶提供了更加直接的溝通渠道，2023年電話熱線累計接待超14萬用戶反饋，單個反饋平均辦結時間僅不到9分鐘。

### 🔥 優化自助化服務系統

2023年，B站進一步強化客服系統自助化能力，提升智能客服的穩定性，幫助用戶縮短反饋周期，有效提升用戶在自助問答交互過程中獲取精確解答的效率，提高問題解決率，為用戶帶來良好的服務體驗。

#### 加強自助化能力

- 針對用戶常見問題，建立自動答案推送機制。
- 推進自助渠道建設，新增賬號自助找回、視頻/評論/直播自助舉報和申訴、稿件打回自助申訴等5個自助化功能。

#### 流程優化

- 強化用戶溝通渠道和反饋處理的閉環管理機制，提升問題解決效率。

### 🔥 賦能客服團隊

B站圍繞業務發展方向、員工服務能力、個人規劃方向等維度開展各類培訓及能力提升項目，全方位賦能客服團隊。報告期內，B站客服部高質、高效響應並反饋用戶意見，獲得工信部「全國用戶滿意電信服務明星班組」榮譽表彰<sup>27</sup>。

客服全渠道用戶反饋量

2,394萬

其中用戶投訴<sup>26</sup>

27萬

投訴解決率

100%



# 能量加油站

B站以**能量加油站**為載體，深入用戶，尤其是青少年用戶的內心世界，為用戶構築舒緩情緒及壓力的出口。報告期內，能量加油站幫助B站用戶進行了7.3萬餘次的情緒疏導，平均每月接待超6,000名用戶。

能量加油站悉心打造專業化團隊，100%的線上心理疏導服務團隊成員均具有心理學學歷背景且具備心理諮詢或心理教育方面的工作經驗，及時對需要幫助的小夥伴進行點對點的情緒輔導。

能量加油站主播「海勒姐姐」和助播「站站」以直播為載體，通過聊天互動、連麥答疑等方式，向小夥伴們分享心理學專業知識、解讀熱點社會現象，並提供一些應對情緒問題實用性較強的建議，獲得了大量觀眾的喜愛與感謝。

能量加油站幫助用戶進行情緒疏導

月均接待諮詢用戶數

具有心理學學歷及工作背景的線上心理疏導服務團隊成員比例

7.3萬+次

6,000+

100%

## 通過直播、視頻傳遞關懷

2023年，能量加油站積極探索直播、科普視頻等新形式，鼓勵用戶大膽傾訴工作、生活中遇到的困擾，分享自己的成長故事。報告期內，能量加油站累計創作科普視頻33個，開展直播近100場，觸達用戶超過370萬人次。

## 加強各方合作

我們與上海團市委下屬公益心理熱線——12355上海青春在線青少年公共服務中心、上海市精神衛生中心以及上海心理熱線962525志願者團隊開展合作，一起傾聽用戶心聲，為用戶提供更加專業且容易獲取的心理諮詢服務，為年輕人提供更堅實的保障。

To 海勒姐姐：

見字如晤。

我可能不像別的海小寶，給姐姐和站站留下深刻的印象，但加油站已經深深地刻在了我的腦海中。我是小A(化名)，高三時，由於曾經家庭變故，感情不順，一直被賦予重望的我成績大幅下滑，我陷入了至暗時刻。在我點開b站搜索框搜索想要離開時，「能量加油站」印入了我的眼簾。起初，我在私信裡傾訴我的心聲，我太想要幫助了，後來，我無意中點進了直播間，我的每一個疑惑和不快，姐姐都會認真看，並給我建議，高考結束後，我和姐姐進行過一次連麥，受益匪淺，但後來由於個人原因，我不常去直播間，那第一次連麥，也成了最後一次連麥。聽聞海勒姐姐因學業問題要離開直播間，我沒有去全程聽最後一場直播，就當.....姐姐還沒有離開吧。姐姐是無可替代的，我不會忘記姐姐耐心地為我們答疑解惑，我衷心為姐姐高興，祝姐姐學業有成，也感謝姐姐、站站和一直在幕後的工作人員的付出，直播間一直以來是我的避風港。

此致

敬禮

小A(化名)

2023.8.6夜

《給海勒姐姐的一封信》

NO.2

提升

行業價值



# 堅持創作者優先

B站的發展離不開用心的UP主和好的內容。我們不忘初心，把為UP主做好服務，為他們提供更寬廣的創作舞台，幫助他們不斷拓寬商業化渠道作為最重要的工作之一。

# POWER UP



## UP主畫像

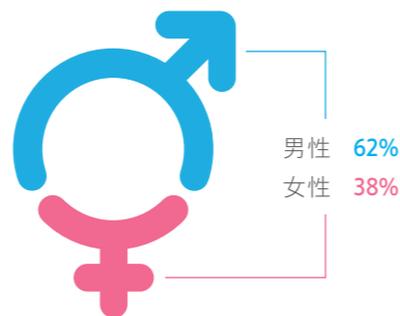
多年以來，UP主們以獨特多樣的視角、無窮無盡的創意和深邃的思考，賦予B站內容生態以蓬勃生命力。2023年越來越多來自不同地域、具有不同背景的UP主都在B站自由地展示自己的才華與創意。2023年日均活躍UP主數量同比增長24%，月均視頻投稿量達2,150萬，同比增長46%。

月均視頻投稿量  
同比增長

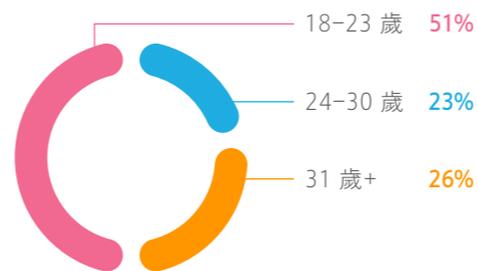
46%

日均活躍UP主數量  
同比增長

24%



活躍UP主按性別分佈比例<sup>3</sup>



活躍UP主按年齡分佈比例<sup>3</sup>



北京  
湖北  
天津  
浙江  
江蘇

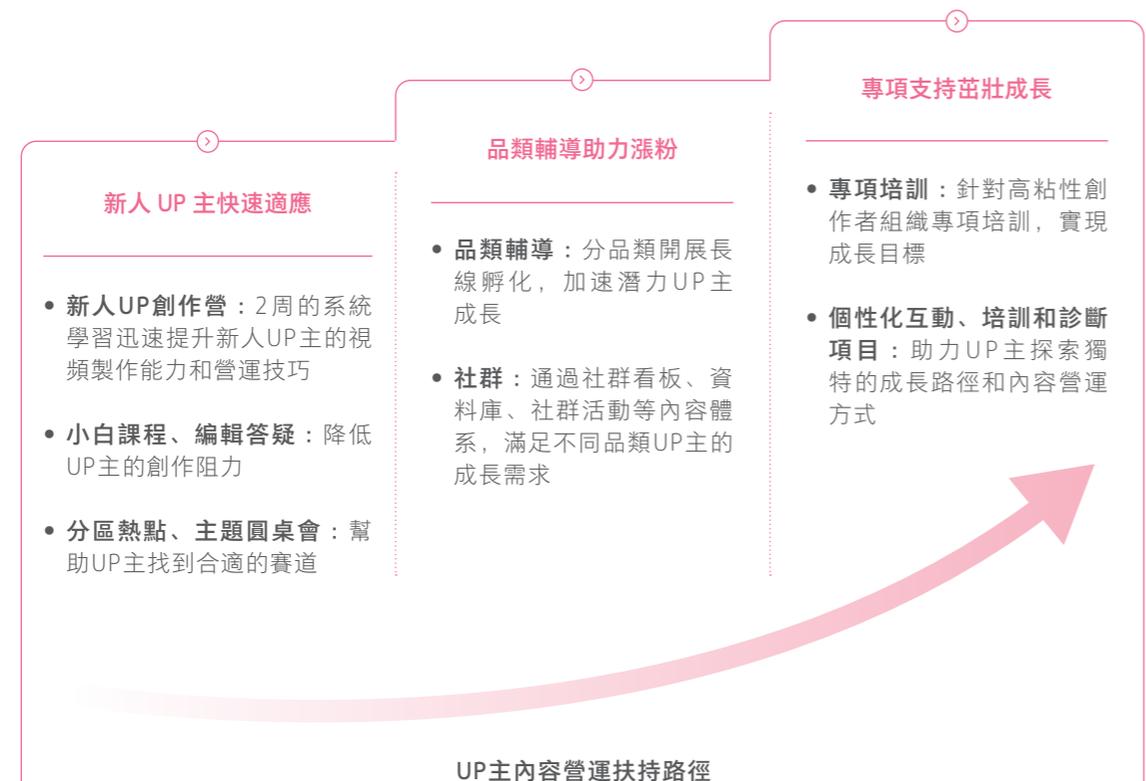
新增UP主數量同比增速最快的TOP5省份

# UP主支持

B站從內容營運支持、創作支持及權益保障三個方面賦能UP主創作，同時為UP主提供暢通高效的交流溝通渠道，支持更多UP主持續將自己的創意變成高質量內容。

## 內容營運支持

我們重視優質內容，始終鼓勵高質量創作。基於UP主不同成長階段的目標，我們不斷完善對UP主內容營運的支持和輔導體系，支持不同層級的UP主在創作、文案、營運等方面的技能提升，持續助力UP主成長。



B站給予堅持創作、不斷創新的UP主充分肯定和認可。我們連續6年開展BILIBILI POWER UP百大UP主評選，從創作的專業性、影響力、創新性三個維度評選出當年最具代表性的優質UP主，給予平台認可。

### BILIBILI POWER UP 2023百大UP主

2023年在常規獎項之外，我們增設了更加多元的獎項，鼓勵UP主們突破自我，勇敢嘗試新的內容創作形式，探索適合自己的商業變現路徑。

#### 年度直播黑馬



UP主「棋手戰鷹」是一位圍棋職業二段選手，她將自己的圍棋專業融入視頻和直播創作，憑藉在直播間裡天然可愛的表現，讓數百萬B站網友了解、喜愛圍棋這項運動。

#### 年度商業影響力及年度商業新勢力獎



該獎項頒發給了「小潮院長」及「Coco啾啾」等16位在優質內容基礎上取得顯著商業突破的UP主。通過該獎項，我們旨在鼓勵UP主們積極通過B站提供的變現渠道，實現商業化成果。



### UP主創作支持

我們為處於不同成長階段的UP主提供持續的創作支持。報告期內，我們通過升級創作工具，為UP主提供豐富的創作資源，強化創作學院與創作中心的服務能力，持續為UP主提供全方面的創作支持。

#### 原創認證自動保護

我們上線了原創保護功能：為UP主提供平台主動監測盜版侵權、一鍵維權的能力，該功能保障站內原創UP主權益、為原創UP主在站內的持續投稿保駕護航。

#### 稿件分析數據復盤

我們升級了數據分析服務：增加了影響流量推薦的關鍵指標，細化遊客、粉絲的數據分析，增加轉粉分析，幫助UP主定位稿件流量及漲粉問題；同時上線賬號周報、月報分析總結及稿件對比功能，提供賬號提升思路，幫助UP主解決賬號成長經營問題。

#### 創作學院課程更新

我們全新上線結合實際創作場景的創作課程，包括視頻製作、賬號營運、內容變現、開播學院等多個模塊，幫助UP主增強核心競爭力。

#### 原創保護及數據中心



### UP主權益保障

我們持續優化UP主版權保護計劃、UP主維權工單與音樂版權功能等UP主權益保障體系及工具，充分保護UP主在音樂和視頻、肖像及名譽等多方面的權益。

#### UP主版權保護計劃

上線熱門原創版權保護、賬號舉報等功能，支持UP主維護自身合法權益。截至報告期末，共有超6.5萬UP主加入相關計劃，累計下線侵權鏈接超98萬個。

#### UP主維權工單

面向全體UP主開放，客服全流程跟進UP主維權事宜，必要時將通過法律手段幫助UP主維護其權益。

#### 音樂指紋功能

為站內原創音樂人提供更好的權益保護和版權變現基礎，包括支持音樂人作品站內使用檢測、創作授權、音樂使用結算以及長期的站內用戶反饋追蹤等。

### 打造分享交流平台

我們通過組織線下的UP主交流活動，為UP主提供面對面的溝通場景，讓他們可以更便捷地分享創作心得，碰撞出新的創意火花。

#### UP主線下交流活動

2023年8月16日，B站聯合中科院物理研究所，在北京邀請知識科技區學生UP主參與線下交流活動。在活動現場，UP主們分享了上學期間兼顧學習和視頻創作的心得，我們的營運團隊也為大家分享了科學類視頻的發展前景。



# UP主商業化

2023年B站在持續為UP主打造自由展現才華舞台的同時，進一步幫助UP主拓寬收入渠道。在創作激勵計劃的基礎上，我們努力讓越來越多不同類型的UP主可以發揮自身所長，通過我們提供的多種形式獲得收入。2023年全年有超300萬UP主在B站獲得收入，同比增長30%，其中超180萬UP主通過直播獲得收入，超95萬UP主加入各種廣告計劃。同時我們的視頻和直播帶貨、付費課堂、UP主工房以及升級的充電計劃也讓更多不同類型的UP主找到了適合他們內容特性的變現渠道。



UP主多元商業化渠道

**300萬+** UP主在B站獲得收入

同比增長 **30%**

其中：

**180萬+** UP主通過直播獲得收入

**95萬+** UP主加入各種廣告計劃<sup>3</sup>



### 🔥 花火-UP主商單平台

花火平台是B站服務UP主和品牌方的官方商業合作平台。通過花火平台，UP主的創意和廣告主的需求能夠實現高效配對，讓UP主通過原生廣告的方式，將自己對粉絲的影響以及無限的創作才華轉化為收入。

### 🔥 視頻及直播帶貨

自上線視頻和直播帶貨以來，我們成立了專門的帶貨營運團隊，指導並幫助更多UP主開展視頻帶貨和直播帶貨。我們針對UP主定製帶貨教程，並通過與外部購物平台合作、優化直播間基礎功能等方式，打破高質量內容與優質商業能力之間的壁壘。

通過視頻及直播帶貨獲得收入的UP主數量同比增長

# 133%

#### ★ UP主「盜月社食遇記」攜手威蘭達

UP主「盜月社食遇記」攜手知名汽車品牌威蘭達共同推出了《超級外賣員》第二季，一起為山區孩子和足球教練準備了特殊大餐。該視頻獲得超百萬次點讚，溫暖了整個B站社區，也幫助威蘭達成功塑造品牌形象。



#### ★ UP主「Mr迷瞪」實現小眾品類破圈變現

UP主「Mr迷瞪」專業有深度的家裝家電產品測評獲得了大量用戶的青睞。2023年「Mr迷瞪」將自己專業的選品能力應用在直播帶貨當中，為用戶挑選最具性價比的家裝家電單品。2023年雙十一期間，「Mr迷瞪」家裝節在全渠道實現累計支付金額16.8億，同比增速400%。



#### ★ UP主「鸚鵡梨」見證B站女性消費力

UP主「鸚鵡梨」通過視頻分享最新時尚趨勢、個人穿搭心得、化妝品評測等內容，以獨特的視角和風格吸引了大量女性觀眾。她通過直播帶貨為粉絲推薦的時裝搭配，滿足了不同身材女性用戶的真實需求。她在2023年雙十二期間直播帶貨的GMV突破了5,000萬。



### 直播

越來越多的UP主們在B站嘗試通過直播變現，在與粉絲進行實時互動的同時，獲得直播打賞的收入。我們為新人主播提供了詳細的開播指南及一系列開播工具，包括視頻、遊戲、語音、虛擬四種不同的直播形式，滿足各類主播不同的直播風格與偏好。同時，通過有特色的活動營運，我們不斷提高直播社區的活躍度，並幫助主播實現長期的粉絲留存與營運。

日均有收入的活躍主播數量同比增長 **50%**

#### ★ 虛擬UP主「折原露露」，從唱山歌到唱遊戲概念主題曲

2023年，UP主「折原露露」通過虛擬形象在直播間為大家帶來不同風格的歌曲改編與翻唱，累計近300萬用戶觀看過她的直播，通過直播獲得的累計收入突破100萬人民幣<sup>3</sup>。



「折原露露」直播間

### 充電計劃升級

2023年我們對充電計劃進行升級，為UP主開啟了充電專屬視頻功能。該功能打通了用戶為UP主精心製作的優質內容進行付費的通路，驅動UP主能夠持續創作具有深度的優質內容。

**240萬** UP主開通充電功能<sup>3</sup>      **276萬** 用戶為UP主進行充電付費

#### ★ UP主「食貧道」充電專屬視頻《迷失東京》大獲成功

作為一部人文紀實紀錄片，UP主「食貧道」創作的充電專屬視頻《迷失東京》帶給B站網友的不僅僅是獨特的視角和專業的製作，更是背後議題引發的深思。該視頻自2023年11月30日上線後累計獲得超過400萬<sup>3</sup>來自充電計劃的流水收入。UP主從中獲得的收益不僅覆蓋了製作成本，而且能夠支持他開啟第二期充電專屬視頻的拍攝之旅。



「食貧道」充電專屬視頻《迷失東京》

### 工房

「工房」是B站為UP主打造的專業原創作品交易平台。心靈手巧的UP主們可以通過平台向用戶出售或定製相關原創作品，包括繪畫、手工、模型、知識服務、虛擬周邊等多種類型。

**13.6萬+** UP主和畫師入駐「工房」<sup>3</sup>

### 付費課堂

「付費課堂」為B站近萬名<sup>3</sup>具有專業知識和技能的UP主提供了變現的有效渠道，UP主可以通過將自己的專業、技能、興趣等知識內容製作成付費課程進行售賣。該功能拓展了UP主們新的變現途徑，給予了他們持續創作優質內容的動力。

**200+** UP主在B站「付費課堂」獲得超百萬流水<sup>3</sup>



UP主「源媛」《一門給年輕人的戀愛成長課》課程獲超1,000萬收入

年度甄選課程《一門給年輕人的戀愛成長課》

# 人才保障與多元發展

B站為每一位志同道合的小夥伴提供多元包容的職場環境、清晰的職業發展路徑及充滿人文關懷的福利體系，攜手員工共同實現可持續發展的目標。

## 合規僱傭

我們始終依照《中華人民共和國勞動法》《禁止使用童工規定》等法律法規，以及《國際勞工組織關於工作中基本原則和權利宣言》等國際人權慣例的指引開展員工招聘及僱傭工作。我們充分尊重員工的結社自由，堅決杜絕使用童工和強迫勞動，如發現類似情況，公司將根據相關法律法規及內部管理制度，進行嚴肅處理。同時我們允許員工有靈活的工作時間。公司制定了殘疾人平等僱傭政策，並進行了無障礙辦公環境設計，保護殘障人士權益。

2023年，為保障招聘和用工過程中的合規與公平，實時追蹤員工合同動態，我們進一步優化了內部人事合同證明管理平台，有效提升人力資源管理效率。

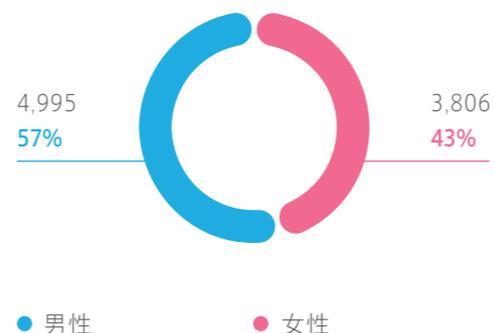
我們堅定且持續的將校園招聘作為人才梯隊建設的重要來源之一，通過開展「尋找有O人」等校園宣講活動，加深高校學生對B站企業文化的了解與認同，源源不斷地為公司注入新鮮血液。2023年，我們持續與高校保持良好溝通與合作，被上海對外經貿大學評為就業工作最佳僱主，並被復旦大學管理學院評為卓越合作典範。



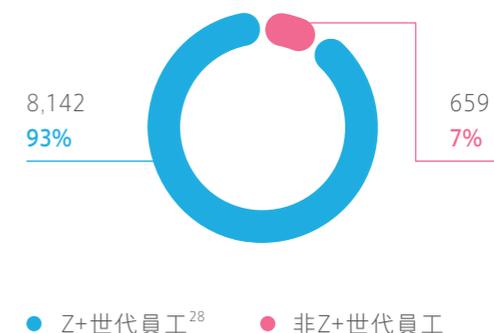
2023年B站校園宣講

截至2023年12月31日，B站員工總人數達8,801人，各類別員工具體情況如下所示：

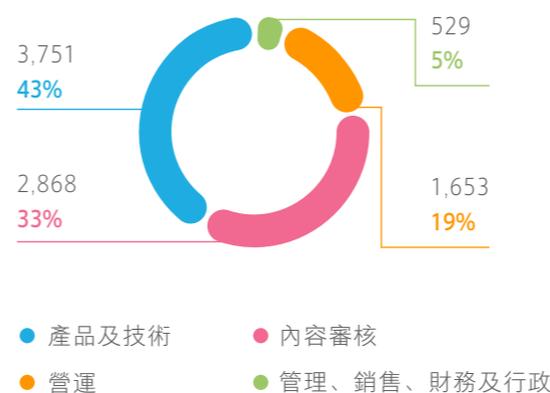
按性別劃分的員工人數(人, %)



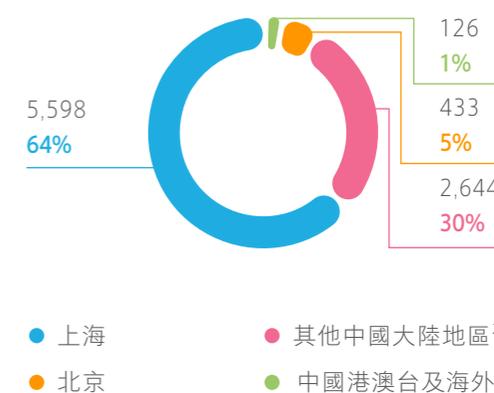
按年齡劃分的員工人數(人, %)



按業務類型劃分的員工人數(人, %)



按地區劃分的員工人數(人, %)



# 員工發展

B站不斷優化人才發展培養體系，為不同崗位、不同發展階段的員工成長提供個性化的支持和展現才華的舞台，讓高質量的人才成為B站發展的源動力，也讓每一位員工可以在B站發揮出最大的潛能。

## 完備的人才培訓體系

2023年，B站聚焦「Z世代」校招生與年輕幹部群體，從通用力、專業力和領導力三大模塊出發，組織開展了本年度「B-STAR」校招生培養項目及「UP計劃」基層管理者發展項目，多角度培養優質人才。



### ★ 「UP計劃」基層管理者發展項目

我們面向不同業務板塊的管理者，打造了「UP計劃」基層管理者發展項目，旨在幫助基層管理者拉齊管理認知，有效提升基層管理者「有專業、會帶兵、拿結果」的能力。截至報告期末，B站已開展4期基層管理者發展項目。

### ★ 「B-STAR」校招生培養項目

為幫助校招生快速融入崗位、滿足校招生長期發展需求，B站結合校招生入職後0-24個月內不同階段成長特徵及崗位需求設置成長培養目標，持續推進「B-STAR」校招生培訓計劃，為我們識別、留存、培養高潛年輕預備軍提供支持。

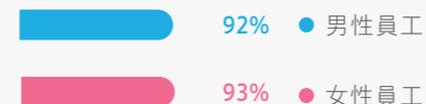


## 專業教育及考試支持計劃

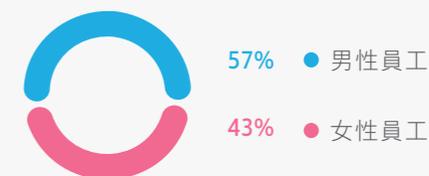
2023年，B站持續支持全體員工獲得教育機構頒發的官方學位、學歷和外部資質與專業證書，包括日語等級考試、雅思、托福及托業考試。同時我們還為財務等專業條線同學提供CPA等專業考試激勵。達到相應要求的員工可憑藉相應等級證書報銷考試費並獲得激勵。

報告期內，B站培訓項目覆蓋92%的員工，員工人均受訓時數<sup>39</sup>達32小時。

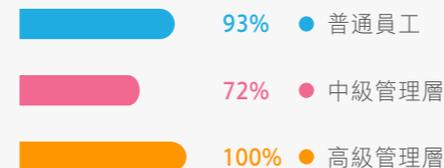
### 按性別劃分的全員培訓比例<sup>40</sup>



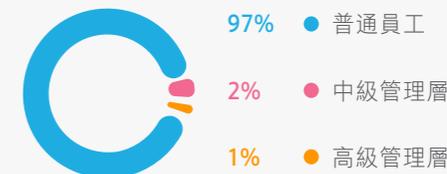
### 按性別劃分受訓員工佔比<sup>41</sup>



### 按職級劃分的全員培訓比例<sup>40</sup>



### 按職級劃分受訓員工佔比<sup>41</sup>



# 薪酬與晉升

B站深度踐行「以功定績、以級定薪、以績定獎」的績效考核及薪酬原則，定期開展員工績效考核工作並公示評估結果，確保人崗匹配。我們對員工一視同仁，堅持同工同酬的相關勞動法律法規原則，不以行唄、種族、民族等差異評定薪酬，男性和女性員工之間不存在重大薪酬差異。同時，我們持續通過股權激勵計劃，與員工分享公司發展成果。2023年，我們根據不同業務特點配備差異化的目標管理方式，通過OKR<sup>42</sup>及可量化績效目標管理工具，最大限度激發員工的主觀能動性，攜手員工共同進步。

我們遵循「以能定級」的晉升理念，通過縱向晉升與橫向發展兩大方向，為全體員工構築起管理、專業序列雙晉升通道<sup>43</sup>，並為晉升員工提供線上培訓課程，竭力打造具有高從業水平、高職業素養的人才團隊。

以能定級 + 管理判斷

&

縱向晉升與橫向發展相結合

B站晉升原則



2023年，B站依法合規處理員工離職相關事宜，通過與離職員工面談了解他們離職的原因，持續優化和改善我們的人力資源管理能力。同時，我們堅持推進「活水計劃」，為希望嘗試新方向、新發展的員工提供通路，幫助員工在符合公司戰略的情況下，找到內部新崗位，實現相應轉崗。



「活水計劃」流程

# 健康與安全

B站始終將員工的健康和安全放在首要位置，依法合規開展安全管理工作，最大程度上降低風險、規避事故，為員工日常工作提供堅實的安全保障。

## 健康防護

B站將對健康與安全的承諾根植於企業文化中，持續推進安全文化宣貫工作，守護員工職業健康安全。

### 員工福利項目

為幫助員工了解自身健康狀況，我們不僅每年為員工提供福利體檢項目，同時也提供包括口腔健康、心理健康等多方面健康支持類員工福利項目。



年度員工體檢



口腔健康關懷



「久坐危害」健康分享會



「保持發量」健康分享會



「心理健康」分享會

### 2023 獻血季

2023年11月開展「獻血季」活動，我們為獻血成功的員工送上關愛慰問品、1天獻血福利假、以及當日精緻早餐等福利。



## 應急響應

B站基於完善的突發事件處理機制，針對營運過程中可能存在的健康安全風險制定相關應急響應計劃，盡最大可能降低安全風險對B站生產經營活動造成的影響。

### 消防演習

為有效防範化解消防安全風險，提升員工安全應急防護及逃生自救技能，2023年11月，B站在上海部分辦公樓開展全員參與的消防演習。



### CPR&AED急救技能培訓

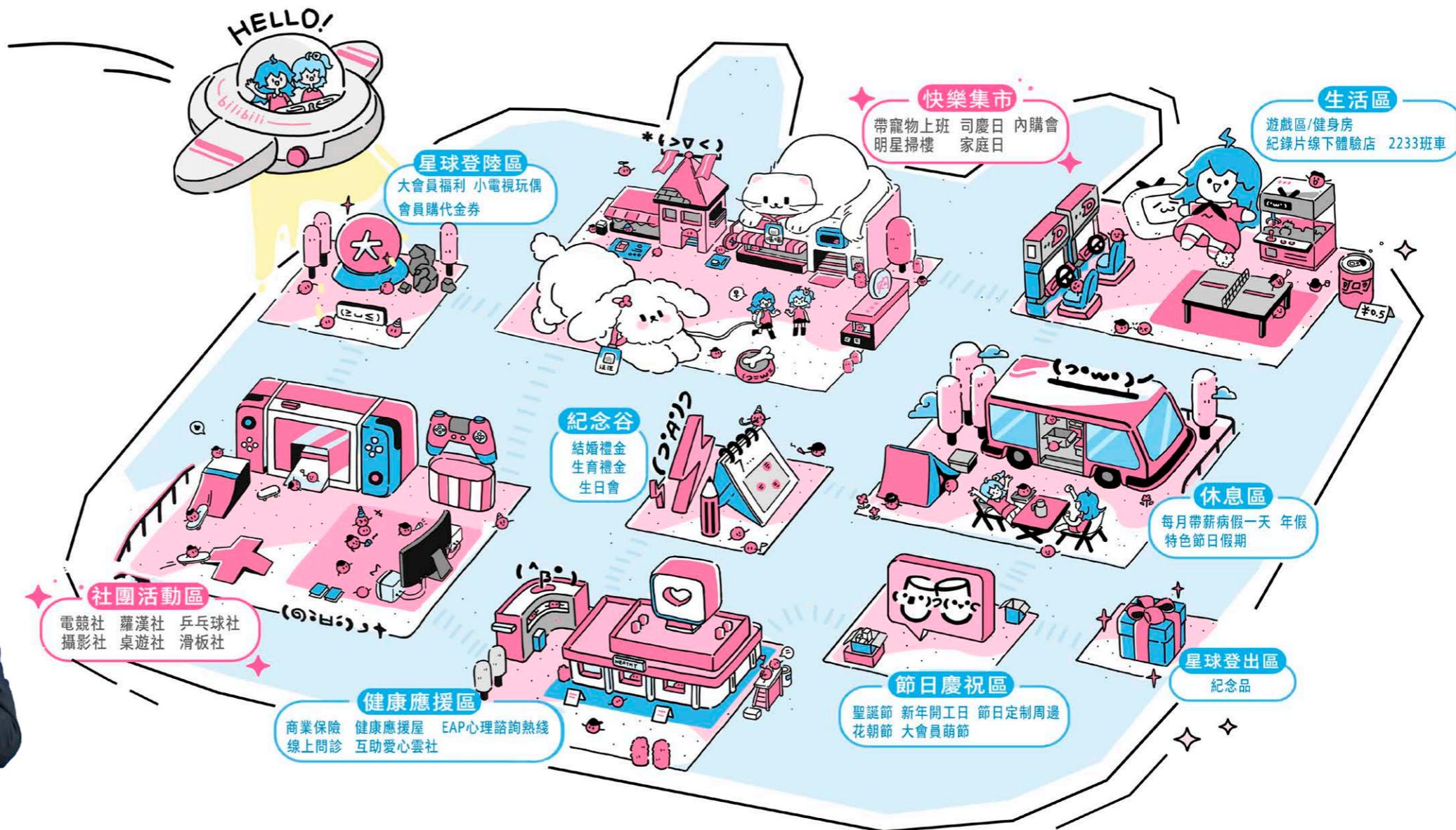
開展員工CPR&AED<sup>44</sup>急救技能培訓，幫助員工掌握基本的應急救護知識，提升員工應急處置能力，提升安全應急水平。

# 員工福利體系

長期以來，B站高度重視員工身心健康，致力於打造包容、自由、支持多元的工作環境，通過細緻入微的溝通機制和多样化的員工活動增強幸福感與歸屬感。同時我們通過彈性工作制、穿衣自由、寵物友好、員工社團等福利，滿足年輕員工的個性化需求。獨特的企業文化和工作氛圍也讓B站成為年輕人最向往的公司之一。

B站員工福利體系覆蓋

100% 正式員工



B站部分特色福利

(完整的員工福利體系請見《2022年嗶哩嗶哩環境、社會與管治報告》第30頁)

### 🍎 個性化員工活動

B站鼓勵員工發展各類興趣社團，為社團活動提供支持。

同時，我們策劃並實施了一系列具有B站特色的文化活動，倡導多元開放文化，助力員工實現快樂工作、快樂生活。

2023年B站自主社團在社總人數

**2,000+**人

2023年開展的公司級員工活動

**600+**場

新年開工禮



花朝節



社團招新



母親節



14周年慶



七夕節



家庭日



程序員節



萬聖節



聖誕禮物互換



新春年會



## 🍎 員工關懷

### ▶ 員工工會與愛心雲社<sup>45</sup>

B站工會為會員提供醫療重疾保險、法律援助、工會維權、療休養等一系列服務與福利，維護員工權益。同時，愛心雲社持續為有需要的員工提供幫助，截至報告期末，共計有5,664名員工加入愛心雲社。

### ▶ 心理健康

我們高度重視員工心理健康，通過24小時健康心理熱線、心理健康分享會等各類服務幫助員工調節身心狀態，緩解身心壓力。

我們開設的心理健康諮詢熱線，由取得國家二級心理認證並長期從事EAP<sup>46</sup>相關工作的人員幫助員工緩解負面情緒，傳遞愛與關懷。截至2023年9月，熱線累計為員工開展心理健康諮詢92小時，涵蓋情緒困擾、家庭情感、職場困惑等多個方面。

### ▶ 安居支持

面對年輕員工在上海等大城市「住房難」的問題，我們積極與保租房供應商合作，為員工提供經濟實惠且有長期保障的租房選擇。2023年，B站獲上海城投寬庭「年度助力人才安居 - 優秀合作夥伴」獎項。

## 🍎 員工溝通<sup>47</sup>

B站高度重視員工對公司發展的參與感，廣泛傾聽並響應員工需求。我們圍繞公司設施、環境、服務、文化、福利等常識性問題，持續優化內部HR TalentVerse門戶，系統化展現企業HR政策及「有問必答」等各類實用手冊，為員工日常工作提供指引。2023年，我們增設「哔哩哔哩文化陣地」小程序，系統化地展現B站文化、規章制度及最新資訊，以趣味生動的方式加深B站員工對企業文化的了解。



## 🍎 重視員工反饋

我們針對極速入職流程和指引等HR工作環節開展了滿意度調查及分析工作，及時地為員工在工作中遇到的問題和具體需求提供幫助。

2023年8月，我們的行政服務部門對公司重點員工服務項目展開調研，旨在就寵物友好、小物業服務、萬事屋、深夜食堂等項目收集員工反饋並加以整改。截至報告期末，共收集反饋1,178份，超過80%的員工對整改後的效果表示滿意。



# 與行業夥伴共發展

B站與有能力、有潛力的合作夥伴共同探索行業價值，踐行知識共享，積極促進合作與創新，推動行業的進步與繁榮，實現協同發展。

## 可持續供應鏈

我們高度重視與供應商之間的合作關係，秉持負責任的採購原則，落實對供應商的全生命周期管理。截至報告期末，我們的供應商數量共計11,559家，按地區劃分情況如下：



按地區劃分的供應商數量



### 環境風險管理：

積極管控供應鏈環境風險，對數據中心供應商的PUE<sup>48</sup>水平做出要求。2023年進一步落實獎懲機制，同時通過AI調優等技術，持續探索更低PUE的技術路徑，落實數據中心節能減碳。



### 商業道德管理：

要求100%供應商<sup>49</sup>簽訂和遵守我們擬定的《商業道德承諾書》，加強供應商商業道德與合規管理，若出現違規行為，立刻終止合作並錄入供應商黑名單。



### 勞工風險管理：

與供應商共同遵守《國際勞工組織關於工作中基本原則和權利宣言》，提供安全和公正的工作環境，保障勞工權益。

我們不斷完善《供應商管理制度》，報告期內新建採購管理規範，進一步優化供應商管理標準，針對供應商准入、供應商庫的維護與更新、供應商考核、供應商交流管理、供應商淘汰等方面進行規定細化。

B站使用高效的採購平台進行供應商分級分類管理及分類維護，類別包括註冊供應商、合格供應商、優選供應商、戰略供應商及淘汰供應商。我們對供應商全生命周期各個環節嚴格監督和審核。截止報告期末，供應商年審覆蓋範圍佔比技術類採購執行金額的80%以上。



# 探索合作共贏

B站通過資源分享與扶持，與供應商建立互惠互利的合作關係，推動合作雙贏和可持續發展。我們持續進行OGV<sup>50</sup>內容供應商扶持，挖掘和助力優秀內容創作人才，共同推進行業發展。

## 紀錄片

B站發起「探照燈計劃」與「恒星計劃」兩大計劃，持續打造優質紀錄片內容，挖掘更多的創作產能與新穎題材。

### 探照燈計劃

針對紀實內容，我們開放提案徵集計劃，篩選優質選題，扶持優質紀錄片方案。於2024年1月，哔哩哔哩探照燈計劃第二季完美收官。通過該計劃，B站攜手中國國家地理共同出品了《生命奇觀》系列紀錄片，填補了國內自然科普紀錄片市場的空白。

### 恒星計劃

我們與國內外各類專業機構合作，打造以專業性、深度性為核心的優質紀錄片內容。2023年B站啟動了中國首部聚焦人類情緒的心理醫療類紀錄片《是壞情緒啊，沒關係》的籌備，獲得了上海市精神衛生中心的合作支持，為需要情緒或心理問題幫助的人提供鏡鑑。



此外，我們已與BBC Distribution、CGTN、香港PCCW、馬來西亞最大的中文電視台Astro等機構達成合作，將《不止考古：我與三星堆》《超時空鑑定》《眾神之地》等優秀紀錄片推廣至英國、法國、中國香港、馬來西亞、新加坡、塞爾維亞、意大利等國家和地區，受到當地觀眾的歡迎。

## 國創

自2021年起，B站開啟「哔哩哔哩尋光計劃」，下設三大子計劃，為不同階段的動畫創作者提供技術指導、資源、資金、發行等全方位扶持，支持國創動畫的全面發展。

2023年9月，我們舉辦了第6屆國創動畫作品發佈會。我們始終關注原創內容，為動畫創作者提供成長空間和支持。截止2023年底，B站累計出品國創作品超270部，其中原創作品超70部。

### 哔哩哔哩尋光計劃



### 《膠囊計劃》第二季

《膠囊計劃》是哔哩哔哩尋光計劃下，針對專業國創動畫人的扶持項目，該項目邀請來自各行業、具有成熟動畫製作經驗的專業團隊，不限形式、風格地完成獨立短片創作。2023年12月，《膠囊計劃》第二季原創動畫系列短片開播，獲得用戶高度評價，總播放量超1,800萬次，豆瓣評分8.1分<sup>3</sup>。



## 建設開源社區

B站一直秉持開源的理念，致力於與廣大用戶和開發者共同構建一個繁榮的技術生態。我們與行業夥伴一起合作開展開源項目，積極通過多種渠道分享技術研發經驗和成果，持續推動行業技術發展。

### 🍎 合作研發項目

⚡ 發佈 *Kratos* 微服務框架開源項目，鼓勵開發者共同參與項目的開發、維護和貢獻

⚡ 與騰訊北極星(Polaris)和阿里雲服務治理(OpenSergo)集成服務治理能力

⚡ 與騰訊日誌(CLS)和阿里雲日誌(SLS)集成日誌採集能力

### 🍎 分享研發成果

B站在提升自身研發實力的同時關注行業發展，積極開展直播分享，參與行業交流，分享和學習新技術，提升外部影響力，並通過嗶哩嗶哩技術微信公眾號及嗶哩嗶哩技術B站官方賬號等渠道推動技術傳播。與此同時，我們也積極參與各類行業峰會與行業交流活動，分享技術解決方案與優秀實踐，展示最新成果和未來發展方向。



進擊的像素：「超高清」離我們到底還有多遠？



B站大數據體系建設的技術選型與落地實踐



SECon全球軟件工程創新峰會進行嘉賓分享

NO.3

共建

社會價值



# 環境友好與綠色理念

我們主動擁抱氣候變化帶來的機遇與挑戰，努力踐行綠色辦公，以降低營運過程中對環境的負面影響。同時，我們堅持用優質內容倡導綠色理念，與用戶和社區攜手邁向低碳、可持續的美好未來。



## 應對氣候變化

在當今，氣候變化問題對全球構成了巨大挑戰，成為全球共同面對的重要議題。B站積極響應國家「雙碳」目標，遵循氣候相關財務披露工作組(TCFD)的相關披露建議，開展氣候變化的風險和機遇的識別與評價<sup>51</sup>。我們不斷探索應對氣候變化的行動方案，通過自身行動帶動產業鏈上下游共同應對挑戰。

### 🔥 治理

我們高度重視氣候變化管治工作，搭建了由董事會、ESG委員會、ESG工作組組成的氣候變化管治架構，分別負責對氣候變化的日常工作進行監督、統籌和落實。同時，氣候變化相關的成果作為ESG工作組的考核指標納入其薪酬體系，以確保氣候相關風險和機遇的識別及評估工作順利、有序地開展。

### 🔥 戰略

我們通過對氣候相關風險和機遇展開分析，持續調整、回顧和更新業務發展戰略，建立應對氣候變化的短期、中期和長期管理策略和行動舉措，助力集團更好地應對氣候變化所帶來的潛在風險。



### 🔥 風險管理

B站將氣候風險納入集團風險管理體系中，識別、評估和管理與氣候變化相關的風險和機遇。報告期內，我們識別了不同時間維度的實體風險和轉型風險，以及與能源、產品和服務有關的機遇，其中，實體風險包括急性和慢性風險，轉型風險包括政策、法律、技術、市場和聲譽風險<sup>51</sup>。



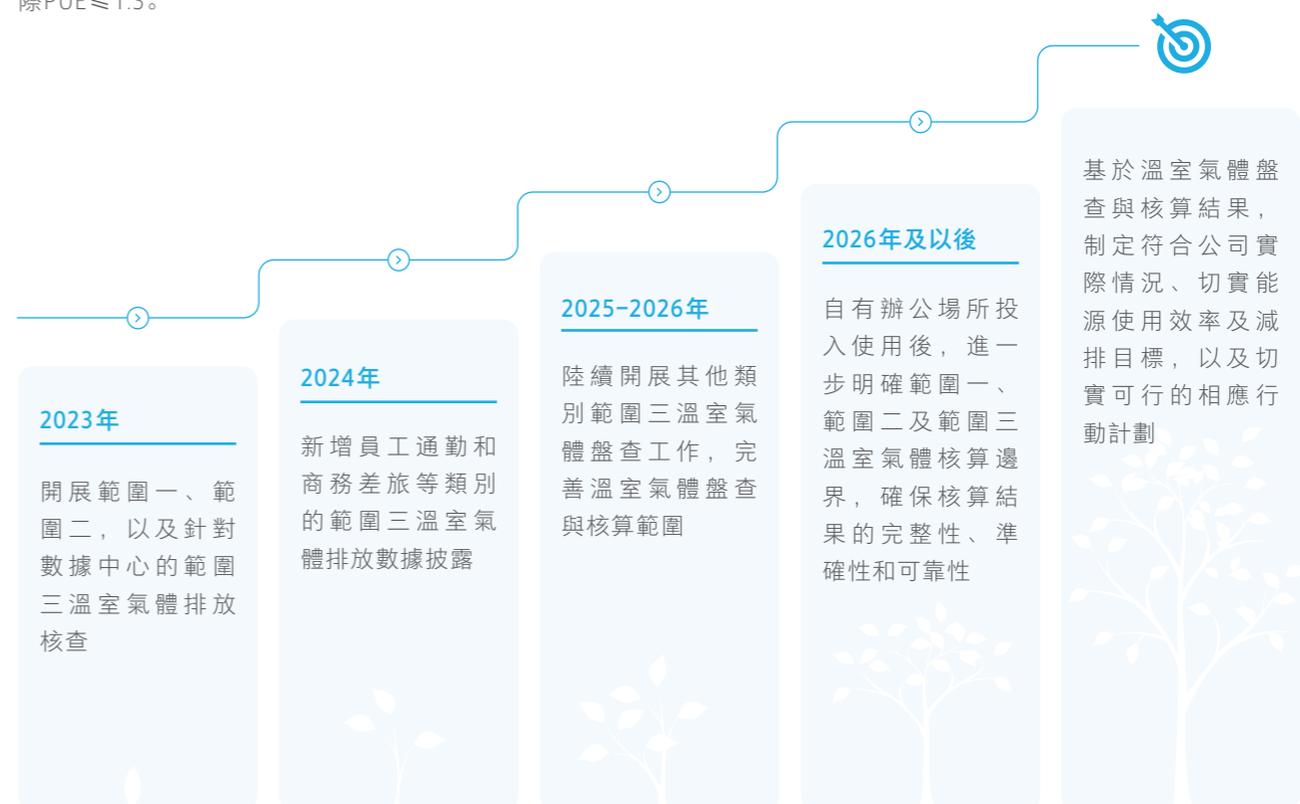
## 🍎 指標和目標

作為非生產型企業，我們不涉及汽油、柴油、天然氣等直接能源的使用，因此並無直接(範圍一)溫室氣體排放，僅有辦公營運過程與會員購業務中產生的間接(範圍二與範圍三)溫室氣體排放。報告期內，本公司主要能源、資源消耗與碳排放相關數據如下：

	外購電力(千瓦時)	綜合能耗(噸標煤)	綜合能耗密度(噸標煤/平方米)
能源使用 <sup>52</sup>	<b>12,520,580</b>	<b>1,539</b>	<b>0.01</b>
	溫室氣體排放總量(噸二氧化碳當量)	溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量/平方米)	
溫室氣體排放 <sup>53</sup>	<b>7,140</b>	<b>0.05</b>	
	水資源使用(噸)	水資源消耗密度(噸/平方米)	
水資源使用 <sup>54</sup>	<b>92,265</b>	<b>0.69</b>	
	包裝材料使用總量(噸)	包裝材料使用密度(噸/萬元 GMV)	
包裝材料使用 <sup>55</sup>	<b>3,275</b>	<b>0.02</b>	

我們挖掘業務營運中的自身及上下游的減排潛力，有序開展碳排放核查與分析工作，為國家「雙碳」目標及全球應對氣候變化貢獻B站力量。2023年，哩哩哩參考《溫室氣體核算體系－企業核算與報告標準(修訂版)》(GHG Protocol)標準，啟動對自身業務和供應鏈上下游相關環節的碳盤查規劃，進一步梳理溫室氣體排放情況，為持續探索最符合B站實際情況的減排方案奠定堅實基礎。

報告期內，我們開展對數據中心的範圍三溫室氣體排放核算，了解到其溫室氣體排放量為50,371噸二氧化碳當量。我們的數據中心主要供應商均廣泛使用清潔電力，並通過先進的能效管理技術降低運營過程中的碳排放。我們100%掌握所有租賃的數據中心的實際使用能耗情況及可再生能源的使用情況比例。2023年，我們所有租賃的數據中心的平均實際PUE≤1.3。



## 堅持綠色營運

B站堅守對環境保護的承諾，嚴格遵守營運地區的相關環保法律和法規，並對環境保護工作採取規範化管理措施。截至2023年，我們的上海總部及廣州分部的辦公樓均已通過ISO 14001環境管理體系認證及綠色建築LEED鉑金級認證。

我們從辦公營運、配送運輸和業務開展等環節入手，積極開展節能降碳行動舉措。



### 綠色辦公

- 上線物業管理系統，將物業管理、行政服務、設備維護等進行集成化、一體化管理，提升效率，降低營運碳排放
- 增設辦公區域之間的接駁車，減少員工私家車使用，降低通勤過程中產生的碳排放
- 優先選用如節能空調和採暖設備等高效能源設備
- 建立能耗監控系統，每月追蹤和管理各營運地點的能耗



### 綠色包裝

- 開發專用於會員購業務的紙箱尺寸優化工具，並採用輕質、環保、可再生的包裝材料，減少配送過程中的碳排放
- 通過促進資源的節約和回收再利用，進一步降低廢物處理環節的碳足跡



### 綠色算力

- 通過節能技術改造和精細化營運管理降低數據中心PUE和單位算力能耗，例如建設光伏設施、優化柴油發電機水套加熱運行裝置及末端空調運行等
- 深度參與綠色數據中心技術標準及白皮書編寫工作，為新一代綠色技術的普及和應用提供指導與支持
- 開展範圍三中數據中心的碳盤查工作，為制定系統溫室氣體減排計劃提供基礎、客觀的數據和信息支撐



## 傳播綠色理念

B站充分利用自身平台影響力及視頻內容特色，以更容易被年輕人接受的方式傳遞尊重自然、愛護自然的綠色理念。2023年全年，B站與「環保」、「低碳」、「垃圾分類」等相關的視頻播放量已達126億次，同比增長34%。

與綠色環保相關的視頻播放量 **126** 億次

### ★ 同UP主去沙漠種樹

B站邀請「央視農業」等知名UP主製作系列公益視頻，共同前往阿拉善，在沙漠邊緣種下一片梭梭林，相關視頻在CCTV17《中國三農報道》播出，提升公眾對環保公益的認知。

### ★ 呼籲關注沙漠化防治

B站與虛擬偶像男團「LASER」合作創作綠色公益特別曲《最後的森林》，呼籲共同關注荒漠化防治。

### ★ 愛心義賣助力環保

B站聯合百大UP主「籽岷」進行愛心義賣活動，將拍賣所得善款全部捐贈給中國環境保護基金會在B站公益平台上發起的「與我共助低碳生活」公益項目。



《央視主播體驗 如何科學種樹防沙》



公益曲《最後的森林》



《籽岷團隊義賣 上海靜安世界咖啡文化節》

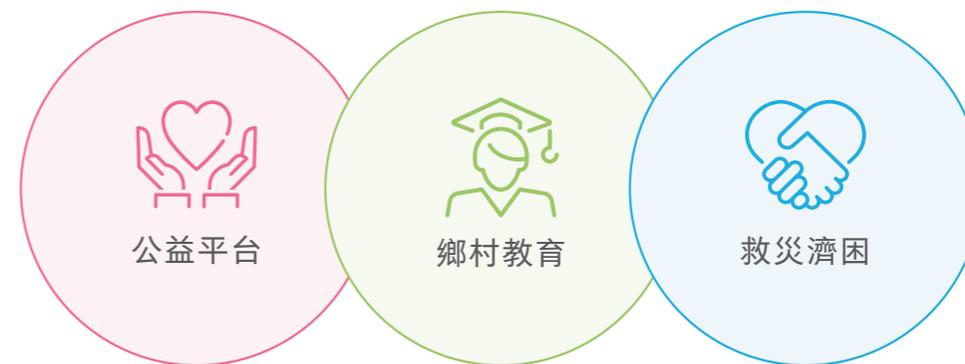
# 社區發展與社會責任

我們相信，盈盈之火可照曠野，點點星河蔚成汪洋。B站積極開展公益事業，同時發揮內容影響力，幫助困境群體發聲，展現正向內容的文化力量，努力將溫暖、希望與快樂傳遞給更多的人。

B站公益以「助力Z世代成為有理想、有本事、有擔當的年輕人，讓公益成為他們生活的一部分」為使命願景，聚焦公益平台、鄉村教育和救災濟困三大板塊。

## 嗶哩嗶哩公益使命願景

「助力Z世代成為有理想、有本事、有擔當的年輕人，  
讓公益成為他們生活的一部分」



# 打造公益平台

哩哩哩公益平台作為民政部指定的第三批慈善組織互聯網募捐信息平台，為年輕用戶群體與公益機構提供了真誠溝通的橋樑。平台聚焦教育助學、濟困救災、人文自然和特需關愛等領域，並不斷拓展新的公益議題。2023年，平台引入女童保護、反對家庭暴力等公益項目，策劃和製作多項公益內容，為慈善組織提供支持，將公益向善理念播種在每一個用戶的心中。

對每個上線哩哩哩公益平台的籌款項目，我們均嚴格執行三審三查制度，定期審核公益項目營運情況，確保捐贈善款的使用情況公開透明和可追溯。此外，我們也針對公益機構的資質進行定期審核與監督，確保執行機構的合規與安全，增強公益機構的公信力。

**平台累計數據<sup>8</sup>**

- 幫助過的公益項目 **76個**
- 歷史善款總額 **17,454,084.94元**
- 歷史捐款人次 **808,369次**

**支持罕见病群体 点亮不凡生命色彩**

**“谢谢你请我吃饭”**  
68,185人次捐款

**免費午餐，小善大愛**  
中國社會福利基金會  
籌款目標 **1,359,753.83元 / 1,500,000.00元<sup>8</sup>**

**女生加油計劃(第三期)**  
中國社會福利基金會  
籌款目標 **809,604.80元 / 809,600.00元<sup>8</sup>**

**助力鄉村她力量**  
廣東省綠芽鄉村婦女發展基金會  
籌款目標 **113,923.50元 / 120,000.00元<sup>8</sup>**

## 《守護無暴力的未來》公益項目 實時公佈善款支出和財務進展

**守護無暴力的未來**  
執行機構 **愛德基金會**  
收款機構 **愛德基金會**

**善款支出**

进度	16.63%	累计筹款	129,254.62 元
		支出金额	21,500.00 元
		剩余金额	107,754.62 元

执行进展 | **财务进展**

2024-01-12 10:24:06

**2023年7月-12月财务进展**

支出金额	21,500.00元
支出时间	2023-07-03 至 2023-12-31
帮扶地区	全国
帮扶数量	法律服务16人
物资发放	0

[查看详情 >](#)

# 37個

知名公益機構入駐<sup>8</sup>

# 76個

公益項目上線<sup>8</sup>

# 80萬+

愛心用戶參與捐贈<sup>8</sup>

# 1,700萬元+

累計募集善款總額<sup>8</sup>

# 聚焦鄉村教育

我們相信人才教育是鄉村建設的基石。我們專注於支持鄉村教育公益事業的發展，打造了特色的「資源+人才+文化」發展模式，努力為城鄉教育鴻溝構建一座橋樑。

## 📌 建設鄉村小學

自2019年我們支持建設嗶哩嗶哩美麗小學起，我們對鄉村教育的支持已經走進第六個年頭。截至報告期末，我們共計支持建設了6所鄉村學校，為這些學校提供包括但不限於硬件、師資、比賽資源、優勝獎金等多方面支持。目前共計有7,041位學生就讀於B站支持建設的鄉村學校<sup>9</sup>。

### ★ 嗶哩嗶哩足球小學

2023年，B站聯合北京立德未來教育助學基金會，在雲南省大理州賓川縣國營賓居華僑農場支持建設了嗶哩嗶哩足球小學，並招募了4名具備足球和專業教育背景的支教老師助力孩子們的多元發展。嗶哩嗶哩足球小學已經孕育出了濃厚的社區足球氛圍，僅200多名學生就已培養出了一支省級比賽女足冠軍隊。學生們在足球小學也實現了全面、多元的發展。



《一所魔幻現實的鄉村小學！》

## 📌 提升鄉村教學質量

鄉村教師是鄉村振興和人才培養的重要支撐。報告期內，我們開展鄉村教師創新項目，為學校引入公益機構等外部資源，支持本地教師成長。我們聯合上海師範大學在雲南省麗江市華坪縣開展教師培訓活動，幫助華坪縣構建了完善的教育人才支持體系。

### ★ 第一屆支教老師線下交流會

2023年5月，B站籌辦了第一屆支教老師線下交流會。老師們積極分享了教學成果中的點點滴滴，並回顧了具有創新性的支教項目，例如快樂博物館、英語戲劇社、DIY標本、魔法袋等。通過分享會，老師們相互學習，共同收穫、分享了與學生們的溫情。



《青年節，我和丁老師一起被小朋友包圍了》



B站支持建設的鄉村學校分佈

## 🎬 打開世界的大門

我們堅信，每個孩子都應該享有平等的關愛和教育機會。為此，B站設立了「[哔哩哔哩快樂獎學金](#)」，旨在支持鄉村學校開設興趣社團、支教老師開展課外創新項目和購買硬件設施，讓鄉村孩子們發展興趣愛好、開拓眼界、快樂成長。截至2023年底，哔哩哔哩快樂獎學金已累計發放119萬餘元的資金。

同時，我們在社區內鼓勵UP主積極參與到幫助鄉村孩子們看世界的公益項目當中來，分享寓教於樂的視頻內容，為孩子們的成長道路提供更多可能性。

哔哩哔哩快樂獎學金已累計發放資金

# 119萬元+



### ★ 帶領孩子們用鏡頭發現美好

2023年4月，哔哩哔哩美麗小學攝像小組的孩子們與UP主「[影視颶風](#)」團隊走出校門，來到巍山古城展開拍攝活動。手持相機，孩子們更加細緻地觀察自己身邊的人和事，他們在路途中記錄下邊帶娃邊做操的媽媽、正在努力工作的甲馬技藝傳承人爺爺、以及巍山餌塊的製作過程等各種生動的畫面。

### ★ 街舞少年逐夢之旅

在「哔哩哔哩快樂獎學金」的支持下，哔哩哔哩美麗小學的陳同學參加了由雲南少兒頻道主辦的《嗨，舞動未來》少年街舞比賽，不負家人、老師們的期望，在保山站的比賽中順利晉級，榮獲「分賽區最佳作品」獎項並勇奪昆明站冠軍。



# 幫扶困境群體

B站聚焦社會中困境群體的真实處境和需求，幫助他們發聲，使更多人關注、理解、並尊重他們。同時我們通過人文關懷，溫暖困境群體，鼓勵他們自信勇敢地面對生活。

## 🍎 關注女童保護

我們在女童保護領域引入了一系列公益項目，呼籲大眾關注女童保護，共同支持女孩們在陽光下健康成長，綻放美麗。

### ★ 聯合發佈女童守護項目

嗶哩嗶哩公益平台與中國社會福利基金會等關注女童保護的公益基金會合作，上線「女生加油計劃」、「春柳計劃關愛留守女童」、「讓兒童免於被性侵」等多個女童守護項目，並聯動多位UP主製作與公益內容結合的視頻，引導用戶關注女童保護領域。2023年婦女節活動期間<sup>56</sup>，這些項目共募得16萬餘元善款，用於發放生理衛生物資等，助力女孩們健康成長。



《用8分鐘，給小小的她們加油！  
【B站婦女節特別企劃】》

## 🍎 救助困境兒童

困境兒童往往缺乏基本的物質支持、教育機會和心理健康護理，因此外界的幫助對於他們的健康成長至關重要。我們借助強大的社區影響力，積極倡導用戶增強對困境兒童問題的社會意識。

### ★ 「兒童節，送你一顆糖」主題活動

6月1日，B站以「兒童節，送你一顆糖」為主題發起活動。邀請「譚喬」、「GenJi是真想教會你」、「可媽可嗎」等14位UP主參與相關稿件的發佈，共同為困境兒童發聲，號召用戶關注並捐款。兩周內<sup>57</sup>，為困境兒童募集超26萬元善款。



《佔用兩分鐘，官宣一件事！》

## 🍎 幫助殘障夥伴發聲

我們鼓勵困境群體的UP主分享自己的故事和經歷，並通過紀錄片記錄他們的真實生活，讓社會大眾可以更多地看到他們，聽到他們，讓他們可以更容易獲得大眾的理解和支持。他們展現出的積極向上、堅韌不拔的精神不斷地鼓勵著更多人勇敢地面對生活的挑戰。

### ★ 為視障人群點亮一盞燈

UP主「董麗娜的聲音世界」是全國首位視障播音碩士畢業生，她在B站積極分享自己作為視障人士的成長經歷和心路歷程，並為大家講解在生活中如何更好地幫助視障群體。目前她已經收獲超25萬粉絲。她用自己的親身經歷，激勵著更多的人去克服困難和挑戰，實現自己的夢想。



《畢業演講太激動啦！》

### ★ 看見聽障人群心聲

2023年9月國際聾人節，嗶哩嗶哩公益平台聯動紀錄片《今天忙啥呢？》發出公益倡導，製作「看見聲音」節目內容，帶領觀眾走入聾人及手語翻譯者的日常生活，看見他們所面臨的困境，呼籲公眾對聽障人群的關注和理解，為聽障人群爭取尊重和支持。



《今天忙啥呢？第1集：看見聲音》

# 傳播正向能量

B站致力於通過視頻內容展現正向文化力量，反映社會熱點議題，讓多元的UP主都能夠用自己的方式帶給用戶有溫度、有力量的優質內容。

## 弘揚傳統文化

B站UP主們深入挖掘中華優秀傳統文化寶庫，以新視角吸引更多年輕人了解、喜愛傳統文化。截至報告期末，國風類視頻投稿超過745萬，B站的傳統文化愛好者總數達2.2億。

### UP主「渾元Rysn」用全新方式演繹中國傳統樂器嗩吶

UP主「渾元Rysn」可以用嗩吶將各種曲子演繹出或磅礴的氣勢，或細膩的情感，他還與其他音樂區UP主一起聯動，巧妙融入古典、電子、秦腔等不同風格的音樂類型，不僅大幅提升了嗩吶的音樂表現範圍，也讓我們看到了民樂的無限可能。



《你這樣吹Beat it?！傑克遜知道嗎？》

## 助力文物修復

保護文物是傳承中華文明的重要方式，B站關注文物修復，不僅在2021攜手中國鄉村發展基金會，向龍門石窟進行捐款支持石窟修復工作，同時積極利用自己內容平台的影響力，全程跟蹤，用鏡頭記錄文物修復過程。

### 龍門石窟保護修復項目

B站支持的龍門石窟保護修復項目於2023年4月完成修復工作。與此同時，我們與龍門石窟研究院合作拍攝的紀錄片《守護龍門》，講述保護龍門石窟的動人故事，號召大家共同守護文物，守護中華民族璀璨的文明。



龍門石窟研究院



《震驚！耗時60天！B站手工娘用68個易拉罐仿製整套苗族頭飾》



### 🍎 展現女性力量

在B站，大量優秀的女性UP主在各個領域展現出卓越的才華，以獨特的方式傳遞著女性的力量。

#### ★ 中國女性的百年變遷

女性UP主「[朵朵花林](#)」製作的一系列《中國女性百年變遷》視頻，以精緻考究的服化道高度還原了中國女性在歷史長河中的不同面貌，總播放量超4,700萬次<sup>8</sup>，她的視頻不僅展現了不同時代的女性之美，而且為女性自由發聲，打破刻板印象，喚起大眾對女性的智慧和才華的尊重和關注。



《從頭看她1920-2020，中國女性髮型的百年變遷》

### 🍎 助力鄉村振興

通過B站平台，富有創意的UP主們也實現了改變家鄉、改變農村的願景。UP主們通過視頻帶領我們的用戶看到了現代農村的新風貌，同時也助力當地特色農產品的銷售轉化，實現帶動鄉村經濟振興。

#### ★ UP主「[小陳總啊](#)」帶動有機農產品銷售

UP主「[小陳總啊](#)」通過自己的視頻和直播進行助農，推廣有機農產品的銷售。2023年底，他驅車往返近2000公里，來到地處於秦嶺山脈深山裡的觀音寺鎮，聯合村辦企業將優質的山林土雞蛋帶出大山。



《開車來回近2000公里，來到觀音寺鎮...》

### 🍎 紀錄社會縮影

我們始終相信真實的力量，堅持通過紀實視角觀察和展示最真實、最動人的社會故事，引發用戶對社會熱點問題的深度思考。

#### ★ 兒童醫院裡的人間百態

B站自製紀錄片《閃閃的兒科醫生》以兒科醫生的工作生活為縮影，圍繞不同兒科科室，講述新生兒、學習困難、單親帶娃、心理問題等育兒熱點，將故事輻射到社會生活的各個層面，帶領觀眾感悟人生百態。



《閃閃的兒科醫生》

NO.4

# 企業管治

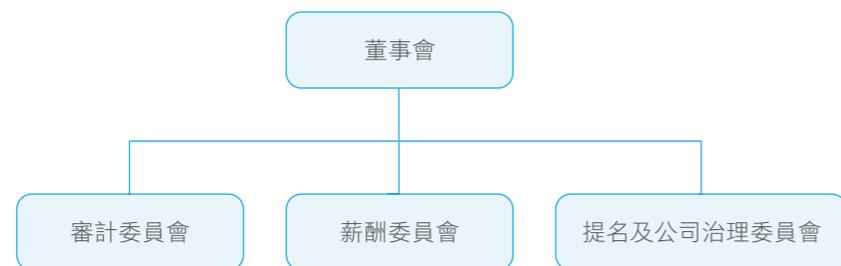


# 責任管治

B站建立了全面且高效的治理架構，持續完善風險管理和內部控制框架，積極履行公司責任，為相關利益方持續創造價值。

## 治理架構

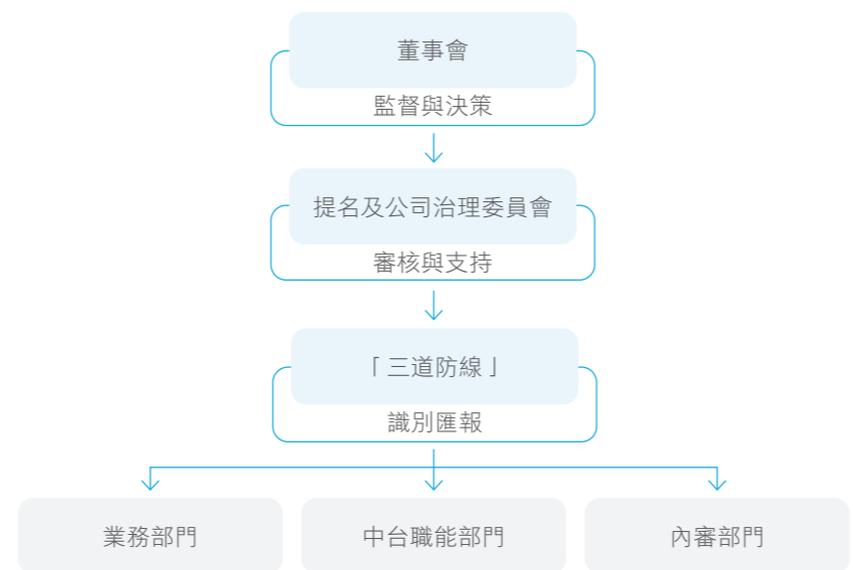
董事會作為B站的最高決策機構，具備高度的獨立性和專業性，為B站發展的各個階段提供準確且權威的指導。董事會下設審計委員會、薪酬委員會和提名及公司治理委員會<sup>58</sup>，進一步加強了治理的全面性和透明度。



我們在董事會的提名及委任上融入多元視角，綜合考量包括性別、年齡、專業背景、行業經驗、職業技能等多方因素，以提高公司決策質量和創新力。

## 風險管控<sup>59</sup>

B站持續完善全面、協同、敏捷的風險管理框架，強調全員參與，確保靈活應對內外部風險，保障各利益方的權益。



我們與獨立第三方審計機構緊密合作，每年定期開展外部審計工作，確保審計範圍涵蓋公司所有業務線；同時，基於業務體量、公司戰略發展重點、系統依賴程度等因素，開展內部風險專項識別，形成《專項風險清單》並以專項報告形式提報業務負責人，專項審計完成後定期追蹤完善情況，形成風險管控閉環。



# 商業道德

B站嚴格遵守營運所在地的法律法規，例如《中華人民共和國反不正當競爭法》及《聯合國反腐敗公約》等國際倡議，並形成了完善的公司商業道德管理體系。同時我們嚴格加強外部供應商管理，使全業務範圍內的商業活動保持高水平的道德標準。

2023年，我們繼續面向全公司開展商業道德風險常規識別與自查工作，針對新增業務進行重點審查，確保對商業道德制度體系的回顧與審計覆蓋100%業務範圍。

## 🔥 細化內部制度

我們建立了以《嗶哩嗶哩商業行為與道德守則》為核心的商業道德制度體系，明確了針對反貪腐、知識產權保護、反歧視和騷擾、公平交易等領域的管理辦法，通過《反腐敗合規政策》《反舞弊和監察制度》《政策聲明實質性非公開信息與防止內幕交易》等一系列內部制度進一步規範員工行為。2023年，我們頒佈了《業務招待費管理辦法》，對商務活動中的招待費使用以及禮品贈送進行了全面規範。同時，自律委員會協同會員購部門，修訂並發佈了《bilibili會員購廉政守則2.0版》，進一步細化會員購業務中的廉政要求。為了方便員工查閱廉政制度和守則，我們在企業微信端推出「廉政制度」小程序，增強員工對反腐合規政策的認知與理解。



## 🔥 加強內部意識

2023年，我們面向全體員工(包括兼職、外包、實習生等)開展多項商業道德教育，並針對董事會成員開展專項培訓。對於業務中涉及的對外、採購等場景，我們組織了有針對性的制度宣講，引入實景案例分析，加強員工在實際工作中對商業道德紅線的判斷能力，並設置結業考試環節，檢驗培訓效果。為確保新員工對公司制度的了解，我們將商業道德內容納入新員工的培訓必修課程。

## 🔥 規範外部管理

我們根據《供應商管理制度》中的廉潔管理條例對供應商做出商業道德方面的明確約束。在准入階段實現供應商100%簽署《商業道德承諾書》的同時，於採購系統中開發前置第三方工具，有效降低外部違規行為的影響。

為進一步落實《嗶哩嗶哩商業行為與道德守則》，杜絕違規行為，我們建立了形式多元的投訴和舉報機制。我們強調舉報人保護機制，為員工和利益相關方提供安全且易用的渠道，對每一項舉報，我們都致力於及時、透明、公正的調查，並採取相應的糾正和改進措施。

### 舉報渠道安全易用

在線平台

匿名郵件

電話熱線

### 舉報信息多方受理

業務、職能部門負責人

嗶哩嗶哩「合規官」

自律委員會

### 舉報人員身份保護

嚴格保密舉報信息

規範限制內容權限

積極協助備份取證

# 知識產權保護

知識產權是公司創新引擎的核心驅動力。2023年，B站嚴格遵守《中華人民共和國專利法》等營運所在地的法律法規，不斷完善知識產權管理體系。

## 開源許可

新增《哔哩哔哩開源許可證使用指南》，為員工在使用、參與或主導開源項目過程中，可能遇到的風險提供指引，規範開源合規流程。

## 著作登記

對《哔哩哔哩著作權登記流程手冊》進行優化，增加首次公開證據固定流程，以防止因時間過長和人員變動等導致證據喪失。

## 資源管理

新增《授權發明專利評級標準》《授權外觀設計專利評級標準》，多角度綜合評估公司已授權的發明和外觀專利；同時制定《哔哩哔哩專利代理資源管理指引》，明確代理資源監督評估依據。

## 🔥 擴大技術創新激勵範圍

我們結合《專利管理及獎勵制度》，推出了整合後的《哔哩哔哩技術成果管理及獎勵制度》，將獎勵範圍由專利申請擴展至了包括項目開源、論文發表及競賽獲獎等多個場景。制度明確了各種場景下獲得技術成果獎勵的條件、相應獎勵數額以及獎勵申請和發放的流程，激勵員工參與技術創新與保護工作。

## 🔥 加強原創知識產權保護管理

### • 商標管理和資產轉化：

建立內部的閒置商標數據庫，集中管理閒置商標，規避商標侵權、撤銷等風險，保持商標的穩定性。

### • 專利分析：

建立專題專利數據庫和預警平台，以保護創新成果並規避技術風險。

## 🔥 增強知識產權保護意識

B站高度重視員工的知識產權文化培養。我們採用線上線下、內外部相結合的方式，充分融入獨特的視頻文化特色，為全體員工提供通俗易懂且貼近日常工作的知識產權培訓。



## 2023年B站知識產權大事件

- 🏆 榮獲中國版權保護中心「十大著作權人」國家級獎項
- 🏆 獲評上海市2023年度知識產權優秀維權項目單位
- 🏆 「bilibili」商標認馳案入選中國新文娛十大影響力案例
- 🏆 榮獲「OSCAR尖峰開源企業(開源合規領航者)」開源獎項
- 🏆 北京高院年度商標授權確權司法保護十大案例
- 🏆 成為國際商標協會會員單位(INTA)
- 🏆 榮獲2023年上海市企事業專利工作示範單位
- 🏆 入圍「World Trademark Review (WTR) Industry Award 2023」
- 🏆 順利通過2023年第三方知識產權管理體系貫標再認證
- 🏆 作為創始成員單位參與成立「數據資產管理與處理生態系統」專利池

截至報告期末，我們擁有總計1,281項專利，2,768項版權和8,693個商標。報告期內，我們的各類知識產權授權情況如下：

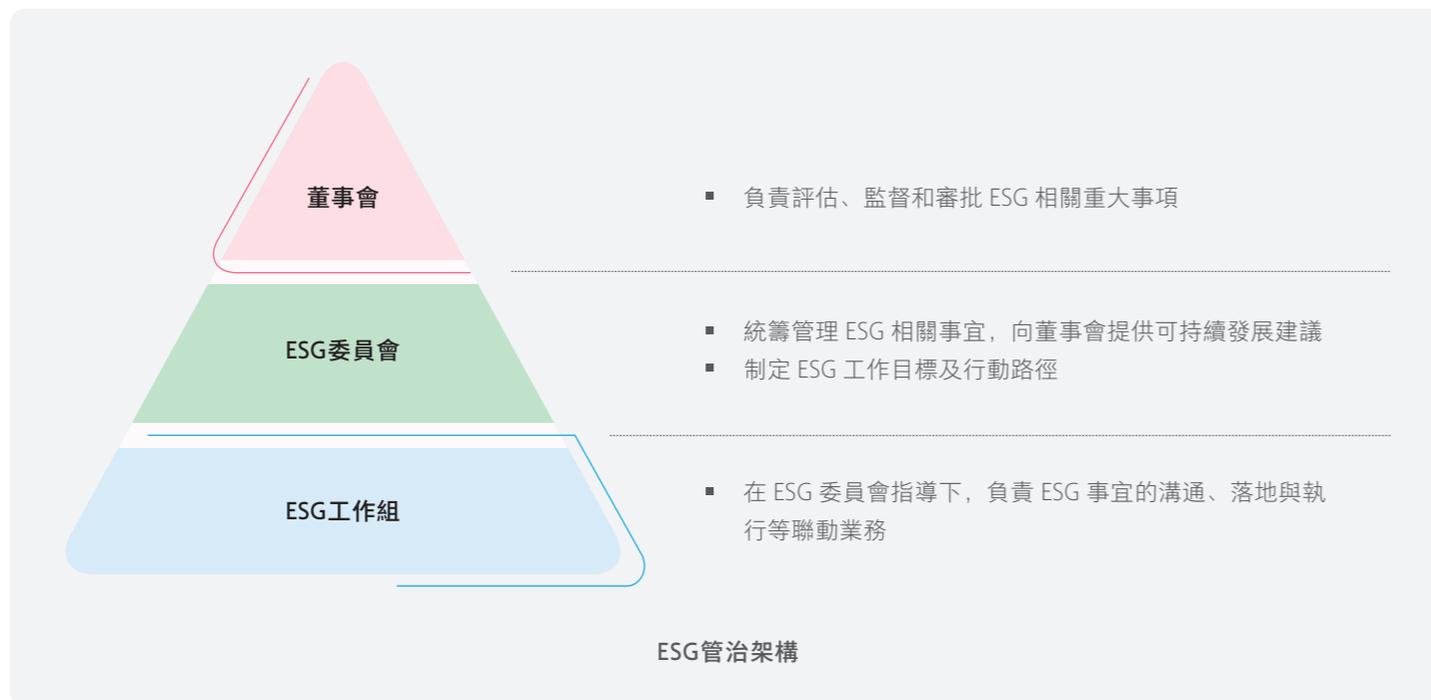
	項目	2022年	2023年
專利	授權專利總量	985	1,281
	年度新增授權專利數量	252	296
版權	登記版權總量	1,847	2,768
	年度新增登記版權數量	905	921
商標	註冊商標總量	8,154	8,693
	年度新增註冊商標數量	2,726	539

# ESG管治

2023年，B站持續深化可持續發展理念，通過完善的ESG治理架構，將ESG議題緊密融入業務決策與執行過程中。我們積極回應利益相關方的關切，共同創造可持續發展價值。

## ESG治理架構

我們建立了三級ESG治理架構。董事會監督、支持與決策ESG事宜，並授權ESG委員會統籌管理ESG工作進展。ESG委員會結合利益相關方與國際社會所關切的議題，制定工作目標和行動路徑，由ESG工作組具體執行。為了將可持續發展目標深度地融入B站的發展戰略中，我們將ESG相關指標納入ESG工作組成員的績效與薪酬考核體系。



### ESG董事會聲明

#### 董事會肩負總體責任

董事會對ESG策略及表現承擔最終責任，設立ESG委員會，定期召開會議識別ESG相關風險和機遇。ESG委員會主導制定公司的可持續發展戰略、目標和管理方針，同時負責為可持續發展目標的實施落地協調資源。

#### ESG風險識別

ESG委員會與內外部利益相關方保持密切溝通，通過識別和評估重要的ESG風險議題，制定公司可持續發展戰略。委員會緊密關注國際可持續發展趨勢和同行表現，定期審查和優化ESG工作，以合理配置資源。

#### ESG目標監督

ESG委員會秉承企業可持續發展的理念，結合各利益相關方和國際社會的關切議題，制定公司的ESG工作目標和行動路徑，並對目標完成進度進行監督與定期檢討。



## 利益相關方溝通

我們通過多種渠道同各利益相關方保持密切溝通，積極響應並滿足各方的期望與訴求，明確ESG管理工作的指導方向。

利益相關方	利益相關方關注的議題	溝通與回應方式	頻率/次數
 股東和投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續穩定的業務增長</li> <li>合規營運</li> <li>企業管治與風險管控</li> <li>能源管理和碳排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東大會</li> <li>定期報告與公告</li> <li>投資人交流日</li> <li>投資者郵件及會議溝通</li> <li>投資者關係網站及微信小程序</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期股東大會</li> <li>4次季度業績溝通會及1次投資人日活動</li> <li>參加全球投資者峰會29場</li> <li>股東/投資人現場調研溝通超300場</li> <li>股東/投資人線上溝通超200場</li> <li>投資者關係網站及微信小程序實時更新</li> </ul>
 政府和監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>合規營運</li> <li>數據與隱私保護</li> <li>信息安全</li> <li>能源管理和碳排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>信息披露</li> <li>項目合作</li> <li>監督檢查</li> <li>來訪接待</li> <li>安全事件匯報</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常溝通與匯報</li> <li>不定期現場監督檢查</li> </ul>
 用戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶體驗</li> <li>信息安全</li> <li>數據與隱私保護</li> <li>產品質量</li> <li>負責任營銷</li> <li>青少年防沉迷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶反饋渠道</li> <li>公司網站及社交媒體互動</li> <li>管理政策及用戶協議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>實時反饋溝通</li> <li>不定期更新管理制度及相關措施</li> </ul>
 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工權益保障</li> <li>員工健康安全</li> <li>員工培訓和發展</li> <li>多元平等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>內部辦公系統</li> <li>內部溝通會</li> <li>定期調研反饋</li> <li>線上線下培訓活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工面談一年不少於四次</li> <li>每月至少一次員工關愛活動</li> <li>員工與高級管理層的全員交流一年不少於四次</li> </ul>
 供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>互利共贏</li> <li>公平競爭</li> <li>供應商賦能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>邀標/商務競價</li> <li>項目採購</li> <li>合同與協議</li> <li>實地考察</li> <li>公司間拜訪交流(線上及線下)</li> <li>行業大會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>依據業務類型開展多次業務溝通、專項討論會議及實時問題探討</li> <li>基於採購項目的溝通場次總計超1,200場</li> <li>非項目制的泛化溝通與交流活動超150場</li> </ul>
 社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源管理和碳排放</li> <li>公益項目</li> <li>社區投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社區活動</li> <li>公司網站及社交媒體活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專職公益部門負責鄉村公益教育項目</li> <li>社區活動包括聯動社區參與義工活動、自發組織的公益活動等，一年不少於一次</li> <li><a href="#">B站公益官方賬號</a>定期更新</li> </ul>

# 重大性議題判定

B站基於內外部利益相關方溝通、公開信息收集、資本市場ESG關注議題和國內外行業最佳實踐參考，共識別出19項ESG議題。本報告聚焦以上議題，突出展示了B站2023年在環境、社會和管治方面的表現。未來，我們將持續追蹤各利益相關方的關切，及時而有力地回應各方訴求。



經濟



社會



環境

<ul style="list-style-type: none"> <li>1 內容質量與安全</li> <li>2 隱私保護與信息安全</li> <li>3 合規營運</li> <li>4 企業管治與風險管控</li> <li>5 社區氛圍</li> <li>6 知識產權保障</li> <li>7 供應商管理</li> <li>8 負責任營銷</li> <li>9 產品創新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>10 員工健康安全</li> <li>11 員工權益保障</li> <li>12 員工多元平等</li> <li>13 員工培訓與發展</li> <li>14 社區公益</li> <li>15 青少年防沉迷</li> <li>16 青少年保護</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>17 氣候變化風險</li> <li>18 能源管理與碳排放</li> <li>19 生物多樣性保護</li> </ul>
---	---	--

重大性議題列表



重大性議題矩陣



# 關於本報告

## 報告說明

本報告是哔哩哔哩股份有限公司(簡稱「哔哩哔哩」或「公司」或「B站」)(美國納斯達克交易所股票代碼：BILI；香港聯合交易所股票代碼：9626)發佈的第四份年度環境、社會及管治報告(簡稱「ESG」報告)，旨在分享我們在ESG方面取得的進展和成果。

為增加報告可讀性，突出本公司在報告期內的亮點和進展，既往報告中已提及的公司制度、管理規範及架構等內容，如在本報告期內未發生重大變化，則不在本報告正文中進行重複描述，可通過本報告中的腳註指引進行相應查看。

## 報告範圍

本報告業務範圍覆蓋哔哩哔哩股份有限公司及其全部子公司(簡稱「我們」或「公司」或「B站」)，時間範圍覆蓋2023年1月1日至2023年12月31日(簡稱「報告期」)的信息和數據，部分信息超出此範圍將另行說明。

## 編制依據

本報告遵守香港聯合交易所有限公司《證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(「《ESG指引》」)，參考與回應聯合國可持續發展目標(SDGs)和全球領先評級機構MSCI(明晟指數)ESG評級關注的議題進行編寫。

## 資料來源

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

## 確認及批准

本報告經管理層確認後，於2024年3月27日獲董事會通過。

## 報告獲取

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

## 聯繫方式

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

郵件：ir@bilibili.com

電話：+86 (0) 21 2509-9255

# 附錄

## 附錄一：ESG數據指標

### 環境指標<sup>60</sup>

ESG指標	單位	2023年	2022年	
<b>排放物</b>				
溫室氣體排放 <sup>53</sup>	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	7,140	7,237
	溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量/平方米	0.05	0.05
<b>資源使用</b>				
水資源 <sup>54</sup>	水資源使用	噸	92,265 <sup>61</sup>	79,421
	水資源消耗密度	噸/平方米	0.69	0.51
能源	外購電力	千瓦時	12,520,580	12,681,767
	綜合能耗 <sup>52</sup>	噸標準煤	1,539	1,559
	綜合能耗密度	噸標準煤/平方米	0.01	0.01
包裝材料	包裝材料使用總量	噸	3,275	5,300
	包裝材料使用密度 <sup>55</sup>	噸/萬元GMV	0.02	0.02

### 社會指標

ESG指標	單位	2023年	2022年	
<b>僱傭</b>				
僱員人數-性別劃分	男性	人	4,995	6,530
	女性	人	3,806	4,562
僱員人數-僱員類型劃分	全職	人	8,801	11,092
	兼職	人	0	0
僱員人數-年齡劃分	Z+世代員工	人	8,142	10,277
	非Z+世代員工	人	659	815
僱員人數-地區劃分	上海	人	5,598	6,530
	北京	人	433	642
	其他中國大陸地區 <sup>29</sup>	人	2,644	3,828
	中國港澳台及海外	人	126	92
僱員人數-業務類型劃分	產品及技術	人	3,751	4,614
	內容審核	人	2,868	3,874
	營運	人	1,653	2,035
僱員流失率 <sup>62</sup>	管理、銷售、財務及行政	人	529	569
	總流失率	%	22	31
僱員流失率-性別劃分	男性	%	22	32
	女性	%	22	29

ESG指標	單位	2023年	2022年	
僱員流失率-年齡劃分	Z+世代員工	%	23	32
	非Z+世代員工	%	21	16
僱員流失率-地區劃分	中國大陸地區	%	22	31
	中國港澳台及海外	%	39	28
<b>健康與安全</b>				
過去三年因工亡故人數	人	0	1	
因工傷損失工作日數	天	98	80	
<b>發展及培訓</b>				
全員培訓比例 <sup>40</sup> -性別劃分	男性	%	92	94
	女性	%	93	94
全員培訓比例 <sup>40</sup> -職級劃分	高級管理層	%	100	100
	中級管理層	%	72	82
	普通員工	%	93	98
受訓員工佔比 <sup>41</sup> -性別劃分	男性	%	57	59
	女性	%	43	41
受訓員工佔比 <sup>41</sup> -職級劃分	高級管理層	%	1	1
	中級管理層	%	2	11
	普通員工	%	97	88
平均受訓時數 <sup>39</sup> -性別劃分	男性	小時	34	39
	女性	小時	31	51
平均受訓時數 <sup>39</sup> -職級劃分	高級管理層	小時	43	34
	中級管理層	小時	37	14
	普通員工	小時	32	43
<b>供應鏈管理</b>				
按地區劃分供應商數目	中國大陸	家	10,835	12,094
	中國港澳台及海外地區	家	724	1,046

ESG指標	單位	2023年	2022年	
<b>產品責任</b>				
因安全健康而召回的產品	個	0	0	
關於產品及服務的投訴數目 <sup>26</sup>	萬起	27	43	
<b>知識產權保護</b>				
專利	授權專利總量	項	1,281	985
	年度新增授權專利數量	項	296	252
版權	登記版權總量	項	2,768	1,847
	年度新增登記版權數量	項	921	905
商標	註冊商標總量	項	8,693	8,154
	年度新增註冊商標數量	項	539	2,726
<b>隱私保護</b>				
客戶對侵犯隱私的投訴事件	起	0	0	
公司公開的數據保護政策的覆蓋範圍	%	100	100	
<b>信息安全/網絡安全</b>				
數據安全培訓覆蓋率	%	100	100	
信息安全審計工作(頻率)	次/年	4 <sup>63</sup>	12	
<b>反貪污</b>				
已審結與貪污訴訟相關的案件數量	起	0	0	
反貪腐相關培訓	員工培訓覆蓋率	%	100	100
	董事會培訓覆蓋率	%	100	100
<b>社區投資</b>				
公益小學項目	累計建設公益學校數量	個	6	5
	累計快樂獎學金發放	萬元	119	70 <sup>64</sup>

## 附錄二：適用的主要法律法規清單

於本報告期間，公司已遵守下述對其有重大影響的主要法律法規：

《中華人民共和國產品質量法》

《中華人民共和國標準化法》

《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例》

《中華人民共和國專利法》

《中華人民共和國著作權法》

《中華人民共和國專利法實施細則》

《中華人民共和國環境保護法》

《中華人民共和國環境影響評價法》

《建設項目環境保護管理條例》

《中華人民共和國水法》

《中華人民共和國水污染防治法》

《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》

《中華人民共和國大氣污染防治法》

《大氣污染物綜合排放標準》

《中華人民共和國節約能源法》

《中華人民共和國電力法》

《中華人民共和國勞動法》

《中華人民共和國勞動合同法》

《中華人民共和國婦女權益保障法》

《禁止童工使用規定》

《中華人民共和國社會保險法》

《中華人民共和國工會法》

《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》

《中華人民共和國網絡安全法》

《中華人民共和國未成年人保護法》

《互聯網信息服務管理辦法》

《計算機信息網絡國際聯網安全保護管理辦法》

《中華人民共和國計算機信息系統安全保護條例》

《計算機信息系統國際聯網保密管理規定》

《中華人民共和國廣告法》

《中華人民共和國價格法》

《中華人民共和國反不正當競爭法》

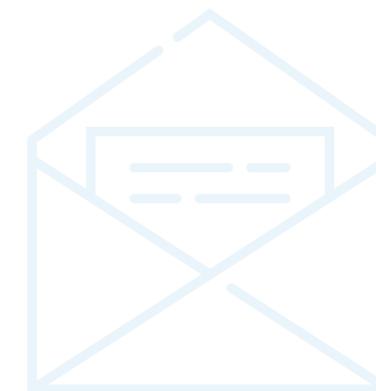
《中華人民共和國消費者權益保護法》

《中華人民共和國電子商務法》

《中華人民共和國反壟斷法》

《互聯網廣告管理辦法》

《生成式人工智能服務管理暫行辦法》



## 附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023 環境、社會與管治報告
<b>A. 環境</b>		
層面 A1	排放物	
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	不適用
關鍵績效指標 A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念，附錄一
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	不適用
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	不適用
關鍵績效指標 A1.5	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。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，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。	不適用

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023 環境、社會與管治報告
層面 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。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念，附錄一
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念，附錄一
關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念，附錄一
層面 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。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念
關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	共建社會價值 – 環境友好與綠色理念

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023 環境、 社會與管治報告
層面A4	氣候變化	
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	共建社會價值 - 環境友好與綠色理念, 附錄四
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜, 及應對行動。	附錄四
<b>B. 社會</b>		
層面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) 對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展, 附錄一
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	附錄一
層面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) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023 環境、 社會與管治報告
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	附錄一
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	附錄一
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施, 以及相關執行及監察方法。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
層面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。培訓指職業培訓, 可包括由僱主付費的內外部課程。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	附錄一
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分, 每名僱員完成受訓的平均時數。	附錄一
層面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) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	提升行業價值 - 人才保障與多元發展

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023環境、社會與管治報告
層面B5	供應鏈管理	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	提升行業價值 – 與行業夥伴共發展
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	提升行業價值 – 與行業夥伴共發展
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	提升行業價值 – 與行業夥伴共發展
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的管理，以及相關執行及監察方法。	提升行業價值 – 與行業夥伴共發展
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的管理，以及相關執行及監察方法。	提升行業價值 – 與行業夥伴共發展
層面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、私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	共創社區價值 – 活躍社區與健康生態
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	附錄一
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	共創社區價值 – 用戶溝通與關懷
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	企業管治 – 責任管治

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2023環境、社會與管治報告
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	不適用
關鍵績效指標B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	共創社區價值 – 信息安全與隱私保護
層面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) 遵守對我們有重大影響的相關法律及規例的資料。	企業管治 – 責任管治
關鍵績效指標B7.1	於匯報期內對我們或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	附錄一
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	企業管治 – 責任管治
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	附錄一
層面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。	共建社會價值 – 社區發展與社會責任
關鍵績效指標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)。	共建社會價值 – 社區發展與社會責任
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	共建社會價值 – 社區發展與社會責任

## 附錄四：氣候變化風險與機遇識別結果

風險類型	風險描述	時間維度	應對策略
實體風險	急性風險 颱風、洪水、乾旱、極端高溫和寒冷氣候等極端天氣事件可能威脅員工通勤安全、服務器物理安全和辦公場所安全。	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>開展極端天氣應急演練，保障員工安全，減少危害員工安全事件發生。</li> </ul>
	慢性風險 氣溫與降雨量的變化，海平面上升等影響可能會增加公司基礎公用設施的營運成本。	長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定應急預案以應對突發天氣事件對數據中心和辦公營運地的影響。</li> </ul>
	政策和法律 政府對企業節能降碳提出新要求，排放量報告義務及合規要求可能會造成公司的營運成本增加。	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>形成常態化的數據收集和披露體系，建設完善的能源及碳排放數據管理機制。</li> </ul>
	技術 減碳技術日趨成熟與市場化，環保節能設備、綠色數據中心建設等會帶來前端投入增加。	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>優化數據中心能源結構，積極使用可再生新能源，提高綠色能源使用佔比。</li> <li>支持並探索綠色數據中心建設。</li> </ul>
轉型風險	市場 用戶的綠色和環保理念的傾向可能會需要公司提升綠色品牌文化屬性。	中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>有意識的將視頻流量向環保主題傾斜，鼓勵UP主創作綠色低碳主題的內容。</li> <li>積極推動B站遊戲、視頻、紀錄片等內容與綠色和環保教育之間的聯動。</li> </ul>
	綠色供應鏈的需求可能會造成供應商數量減少或公司採購成本增加。	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>分析原材料價格變化趨勢，通過與供應商交流及資源整合，有效管理採購成本上漲風險。</li> <li>強化控制數據中心供應商的PUE水平，通過設置獎懲機制鼓勵供應商使用清潔能源，發展節能技術。</li> </ul>
	聲譽 綠色消費新趨勢可能會造成公司需要開拓新的綠色產品與低碳創新模式。	中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>開展用戶偏好調研，及時了解用戶對於產品環保屬性的需求。</li> <li>加強對於現有產品供應商的環保要求，避免使用高能耗和高污染材料。</li> <li>增加B站公益平台上與環境保護相關的項目。</li> </ul>
	企業利益相關方越來越意識到和關注全球變暖和由此產生的氣候變化的影響，公司在零碳轉型方面的良好表現將可能提升自身品牌形象。	中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>加強關注可持續發展及氣候變化相關披露要求，在確保合規的基礎上，優化企業社會責任對外傳播渠道。</li> <li>持續關注並參與認可度高或適用性強的國際和國內綠色環保活動，提升行業競爭力。</li> </ul>

機遇類型	機遇描述	時間維度	應對策略
能源來源	新技術興起。	短期	<ul style="list-style-type: none"> <li>為了應對將來傳統能源市場不穩定等因素，B站將增加可再生能源的使用量(例如：建立綠色數據中心)，以保障業務連續性。</li> </ul>
產品和服務	通過建立公司綠色低碳形象形成市場競爭力。	長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著全球氣候變化加劇，年輕一代用戶越來越傾向於使用環境友好的產品和服務，並且對於公司的低碳文化與形象提出更高要求，B站將持續提升綠色理念傳播水平，並開展低碳相關公益項目，提升用戶信任度，形成企業競爭力。</li> </ul>

## 附錄五：腳註

- 2023年第四季度
- 本報告中的數據和信息，覆蓋的範圍時間為2023年1月1日至2023年12月31日；如有超出此範圍的信息或數據將另行說明
- 截至2023年12月31日
- PUGV：即Professional Users Generated Videos，指具有創意以及一定的專業製作和編輯能力的用戶生成的視頻
- 以ISO信息安全認證覆蓋的業務的年度總營業收入計算
- CCRC：即China Cybersecurity Review Technology and Certification Center，中國網絡安全審查技術與認證中心
- 截至2023年11月
- 截至2024年3月19日下午6時
- 截止2023年秋季學期結束
- 用戶總使用時長：指日均活躍用戶數量乘以單個用戶日均使用時長
- 用戶正反饋：包括一鍵三連、正向的彈幕和評論
- 本報告中各UP主粉絲數量統計截至時間為2024年3月21日上午12時
- TTS：即Text to Speech，從文本到語音
- B站建立的完善社區管理機制包括公示與復盤、過程管控、社區共識與准入三大模塊，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第25頁及《哩哩哩2022年環境、社會與管治報告》第12頁
- 正式會員：指通過考試的用戶，可以使用彈幕、評論等互動社區功能；考試包括社區禮儀問題及自選興趣問題
- 關於B站雙重審核機制及多重回查機制的更詳細內容，請參考《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第24頁
- B站線上廣告審核標準及准入流程與要求：包括廣告准入標準與審核流程和巡檢回查處理機制，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第26頁
- 更詳細的B站青少年防沉迷功能和機制相關內容，請參考《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第36頁
- 三級信息安全架構：包括董事會、管理委員會以及工作小組，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第28頁
- CVERC：即National Computer Virus Emergency Response Center，國家計算機病毒應急處理中心
- 2023年新制定的流程包括外包人員數據平台准入審批流程、離職人員數據操作通知機制、數據輸出風險預警、責任書簽署流程
- 內外雙重UP主個人信息保護機制：包括內部數據保護和外部數據隔離，更多詳情請見《哩哩哩2020年環境、社會與管治報告》第26頁
- SDLC：即Software Security Development Life Cycle，軟件安全生命周期，是指軟件從規劃設計產生直到報廢的生命周期內有問題定義、可行性分析、總體描述、系統設計、編碼、調試和測試、驗收與運行、維護升級等階段
- CVE漏洞：CVE即Common Vulnerabilities & Exposures，通用漏洞披露
- 我們的客服團隊嚴格遵循《客服標準操作流程》和相應準則，更多詳細內容請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》
- 用戶投訴不僅限於對B站會員購及大會員銷售的產品的投訴，更多來自用戶的稿件申訴以及對社區內容疑似違規的舉報
- 截至2023年12月31日，B站用戶滿意度為86.3%
- Gen Z+：指35歲以下員工
- 其他中國大陸地區：包括武漢、南京、廣州和蕪湖
- Leading UP：指面向高層管理者的發展項目
- Keeping UP：指面向中層管理者的培養與發展項目
- UP計劃：指面向基層管理者的培養與發展項目
- Ready UP：指面向後備基層管理者的培養與發展項目
- 超級電磁波項目：面向企業全員的專業力精品系列課程，旨在拓展企業內部不同專業條線間的橫向交流及專業力的跨部門培訓
- 中子星項目：面向企業設計條線同學的經驗分享計劃，旨在促進設計團隊內部交流和共同進步
- FID：即Future Interaction Design，面向公司全體設計師的年度創意設計大賽
- IMI我是面試官：指為公司所有具備面試官身份的員工打造的培訓項目
- 學園充電站：面向企業全員的通用力培養計劃，旨在幫助學員掌握核心通用力知識體系及方法論，通過練習更好的解決核心工作場景問題，提升個人績效與團隊績效
- 平均受訓時數：計算口徑為該類員工接受培訓的總時長/該類員工總數
- 全員培訓比例：計算口徑為接受培訓的該類員工/該類員工總數
- 受訓員工佔比：計算口徑為接受培訓的該類員工/接受培訓的員工總數
- OKR：即Objectives and Key Results，目標與關鍵成果
- 人才發展雙通道：包括管理通道和專業通道，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第51頁
- CPR：指心肺復甦術；AED：指自動體外除顫儀
- 愛心雲社：B站建立的員工互助基金組織，旨在幫助在職期間因發生重大疾病、意外而陷入困境的員工緩解經濟壓力，其資金池可用於對捐贈人本人或他人的經濟幫扶，員工可選擇自願參與或退出
- EAP：即Employee Assistance Program，指指員工關愛計劃，是B站通過專業心理諮詢機
- 構為員工提供的員工關愛系列服務，旨在幫助員工共同解決職場、人際、生活中遇到的問題，擺脫情緒困擾，快樂工作，快樂生活
- B站完整的員工溝通渠道：包括分渠道溝通和分層級溝通，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第53頁
- PUE：即Power Usage Effectiveness，電源使用效率水平
- 100%供應商：指全部中國大陸供應商範圍內
- OGV：即Occupationally Generated Content，公司製作或聯合製作的內容，以及向第三方製作公司購買的授權內容
- 氣候變化風險與機遇識別結果請見本報告第65頁；附錄四：氣候變化風險與機遇識別結果。涵蓋風險類型、機遇類型、相關描述、時間維度及相應對策略
- 綜合能耗：根據《綜合能耗計算通則》(GB/T2589-2020)計算
- 溫室氣體排放：B站不涉及自有車輛及自有食堂，數據不包括如汽油、柴油、天然氣等直接能源，此處溫室氣體僅為員工辦公場所外購電力產生的間接(範圍二)溫室氣體組成。電力排放因子計算參照中華人民共和國生態環境部發佈的《關於做好2023-2025年企業溫室氣體排放報告管理相關重點工作的通知》
- B站的水資源主要是通過向物業購買的生活用水來獲取，公司的節水策略和舉措在本報告期內未發生改變，更多詳情請見《哩哩哩2021年環境、社會與管治報告》第59頁
- B站包裝材料使用均用於會員購電商業務，因此包裝材料密度計算使用IP衍生品即其他業務的營收額
- 2023年3月8日-3月23日
- 2023年6月1日-6月15日
- 董事會下設委員會職權範圍及各董事背景資料於公司投資者關係網站及交易所網站刊登，更多關於董事會治理架構、具體職責以及董事委任相關內容，請參考2023年哩哩哩年度報告
- 更多關於公司風險管控的詳細內容，請參考2023年哩哩哩年度報告
- B站無自有行政用車，且不涉及生產製造業務，除生活用水以外不產生廢氣、廢水等污染物，且生活用水統一排放至市政管網處理，無實質影響，故KPIA1.1在本報告中不作披露；B站的無害廢棄物包括生活垃圾，均交由物業統一處理，有害廢棄物為辦公打印設備產生的少量廢棄硒鼓及墨盒，均由供應商回收處置，無實質影響，故KPIA1.3及KPIA1.6在本報告中不作披露
- 2023年水資源使用數據變動主要因為辦公場所調整及2022年受到新冠疫情影響
- 為反映員工基於對公司的認可、競業等綜合考量因素的判斷決策，僱員流失率的統計範圍包括自願離職而解除僱傭關係的僱員，未包括試用期內離職的僱員
- 2023年部署了多種自動化監控工具，實時進行自動監控網絡和信息安全，實現問題出現即時糾正，故整體減少內部相關審計次數
- 截至2023年1月31日



**你感興趣的視頻都在 B 站**