

2024 環境、社會及管治報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE REPORT



阿里健康

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

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

目錄

關於本報告	03
高管致辭	05
董事會聲明	07
公司介紹	08

1 企業管治 10

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

2 立標準，保品質 21

2.1 產品質量與安全	21
2.2 商家規範管理	24
2.3 客戶服務	26
2.4 信息安全管理	30
2.5 知識產權管理	36

3

多元文化與發展

38

- 3.1 合規僱傭 38
- 3.2 人才發展及培訓 40
- 3.3 員工健康與安全 43
- 3.4 員工關愛 45

4

綠色價值鏈

47

- 4.1 應對氣候變化 47
- 4.2 綠色運營 49
- 4.3 綠色物流 56

5

負責任的科技

58

- 5.1 供應鏈管理 58
- 5.2 企業公益 61

- ESG索引 70
- 讀者反饋表 76

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八份環境、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、社會及管治報告指引》編製。

報告期間

報告時間跨度為2023年4月1日至2024年3月31日，本報告中以「報告期」與「2024財年」指代報告期間。

報告邊界

本報告以阿里健康信息技術有限公司為主體，涵蓋公司所屬各管理支持部門。

指代說明

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

貨幣說明

如無特殊說明，本報告中的「元」指「人民幣」。

匯報原則

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

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

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

平衡性原則：本報告不偏不倚地反映了公司在環境、社會和治理三個方面的表現。

關於本報告

報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

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

香港聯合交易所網站(www.hkex.com.hk)

2023-2024年，在互聯網醫療行業高速發展、用戶需求急劇爆發的背景下，阿里健康理性洞見行業趨勢、用心沉澱企業價值，圍繞不斷更迭的用戶需求，致力於提供更全面、專業、便捷的健康服務新方式。作為全民健康消費首選平台，我們秉承長期主義價值，堅定「讓醫療健康普惠可及」的初心，貫徹落實《「十四五」全民醫療保障規劃》，依託領先的數字技術及運營能力，為全國用戶提供真正優質的醫療健康服務。

阿里健康不斷思考自身的影響邊界，肩負起互聯網醫療行業領軍企業的責任。我們致力於實現科學穩健的企業治理，將風險內控、廉正管理等議題整合到企業治理的核心框架中、將ESG因素內化於公司的日常管理中，構建了權責分明、科學高效的管治架構，保障公司長遠有力發展。我們入選「恒指低碳指數」與「恒生科技指數」，在低碳及綠色經濟轉型方面保持行業領先地位；截至2024財年末，明晟公司「MSCI」對阿里健康的ESG評級已連續三年保持A級，彰顯外部利益相關方群體對本集團長期以來ESG工作的高度認可。

我們堅持打造高品質的產品與服務，聚焦產品質量與安全，不斷加強客服體系建設，嚴格進行商家規範化管理，將優質的醫療健康服務作為公司業務發展的新引擎。我們緊跟國家政策發展趨勢，踐行《「健康中國2030」規劃》，在秉承行業高水位合規質控的前提下，緊密圍繞用戶健康醫療需求，依託阿里巴巴集團的品牌優勢和數字化運營經驗，持續拓展新用戶和新品類，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。我們搭建產品追溯平台，通過數字化能力助力提高藥品全生命週期管理能力和質量監管效率，提升企業智能化水平。

我們視人才為推動公司可持續發展的重要財富，通過制定完善的福利保障和職業健康安全管理制度，致力於打造多元、平等和包容的企業文化。我們堅決落實合規僱傭原則，建立有競爭力的薪酬激勵機制，並構建了完備的OKR (Objectives and Key Results)業務管理體系和績效管理模式，為員工提供平等且明確的晉升空間。同時，我們為員工搭建了系統、全面的人才培訓體系，設有「阿里健康學院」，為員工提供業務、研發和運營等多個方面的培訓和發展機會。

高管致辭

我們深入貫徹綠色運營理念，積極響應國家「雙碳」戰略政策號召，遵行阿里巴巴集團的減碳戰略規劃，著重降低自身經營活動對環境造成的影響。我們參照國際可持續準則理事會(ISSB)《國際財務報告可持續披露準則第2號 – 氣候相關披露》，識別和評估氣候變化風險，致力於協助價值鏈上下游全面減碳。我們亦積極探索智慧醫療新模式，不斷加強與數據、物流服務商的合作，加強綠色數據中心、綠色園區建設，推動綠色物流的應用和發展。

我們將企業發展與社會責任並重，在拓展自身業務的同時，重視對供應商的規範管理，致力於助力行業的健康發展，並持續發揮自身醫療健康能力，積極為社會慈善事業貢獻力量。我們不斷提升供應商准入門檻，設立嚴格的審核評估制度，通過阿里健康「火眼系統」，實時監測中高風險供應商並預警潛在風險，及時提供財務、法務等建議，推動供應商持續改進。2024財年，我們繼續積極回饋社會，加大了在重疾兒童救助、鄉村醫療衛生資源水平提升、聯動生態力量人人公益等方面的投入；依託互聯網技術、平台能力，推動優質醫療、醫藥資源服務更多有需要的群體，用公益的心態、商業的手法以及科技的力量，助力「人人參與，人人公益」的美好願景。

展望未來，阿里健康將始終圍繞「生命至上」的價值錨點，以互聯網數字化技術撬動用戶主動自我健康管理的巨大市場，更便捷、優質地滿足廣大用戶的健康服務需求，並攜手生態夥伴共探行業發展新趨勢，共同推動經濟增長、環境友好、社會和諧的可持續發展，向更加健康美好的生活邁進。

董事會聲明

本公司及董事會遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》要求，加強董事會對環境、社會及管治(ESG)有關事務的參與及決策。阿里健康董事會作為ESG事務最高負責及決策機構，負責決策公司ESG管理方針及策略，監督公司ESG發展戰略、目標及風險情況，審閱公司重大ESG議題評估結果及當年度ESG報告，並積極推動可持續發展理念及ESG要求與公司經營戰略的融合。

阿里健康已在董事會的領導下建立行之有效的ESG日常管理及信息披露機制。公司首席執行官(CEO)和首席財務官(CFO)負責主導ESG工作，各業務及部門分別落實ESG有關工作要求，並及時匯報ESG工作進展。內審部作為ESG信息披露負責部門，與各業務及部門溝通與合作，協同完成ESG報告的編製和披露。

阿里健康高度重視公司運營及ESG管理中各利益相關方的意見與期望，積極聽取管理層及專家建議，並通過國內外同業對標、媒體監測等方式，以內外部利益相關方的關注為篩選標準，對部分議題的重要性程度進行了回顧和調整，進一步梳理出2024財年重大性議題矩陣，包括綠色運營、合規運營、客戶／消費者維護等高度重要性議題。

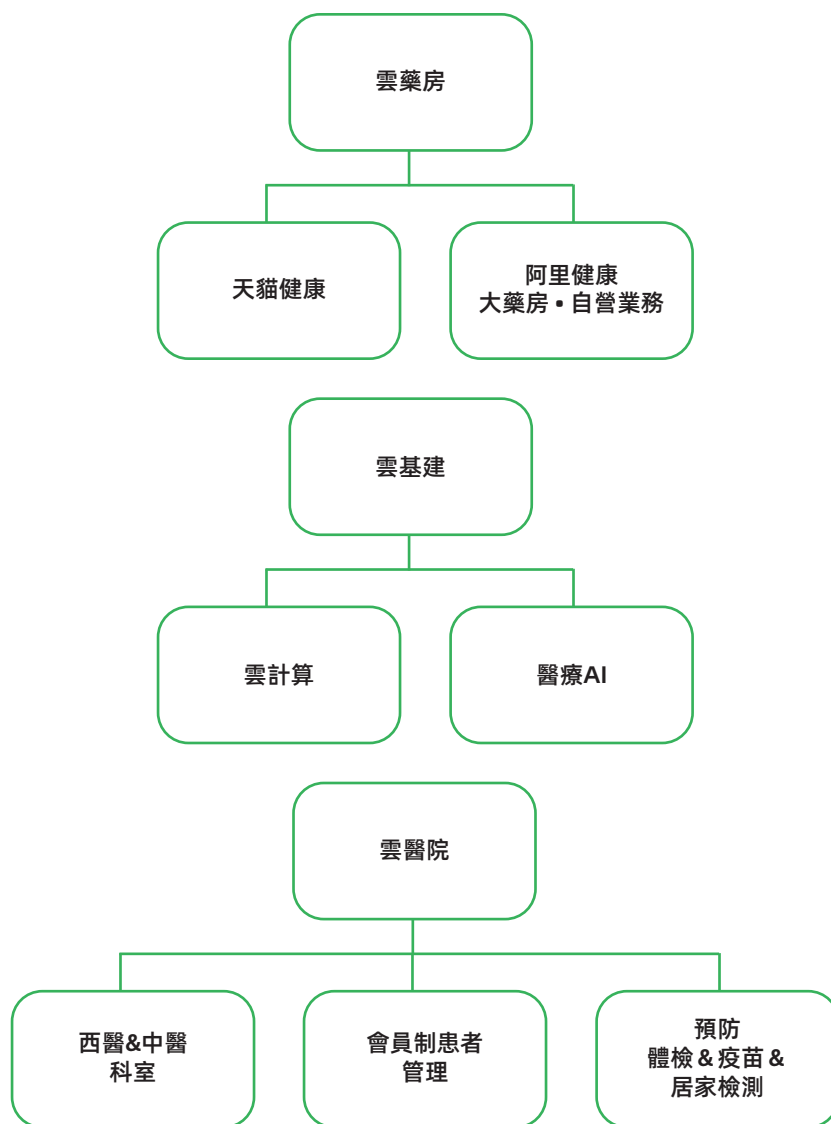
於報告期內，阿里健康承接阿里巴巴集團所設立的與業務運營相關聯的環境目標，本報告亦詳盡披露了阿里健康在本年度的環境、社會及管治相關事宜，並已由董事會於二零二四年六月二十八日審批通過。

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。本集團秉承讓醫療健康普惠可及的初心，在秉承行業高水位合規質控的前提下，持續在大健康領域鞏固夯實既有優勢業務基礎，同時圍繞客戶需求積極探索創新業務模式，發展產業板塊，著眼未來做好前瞻性佈局。依託領先的數字技術和數字運營能力，以「雲基建」為基礎、「雲藥房」為核心、「雲醫院」為引擎，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。



圖：阿里健康「三朵雲」戰略

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和公益。憑藉互聯網科技與數字技術領域的優勢，以及深耕多年的品牌優勢與資源，阿里健康在醫生、藥企商家及患者用戶間構築起解決供需關係的關鍵橋樑，打造出線上線下一體化的醫藥健康品服務平台，並不斷提升用戶體驗，持續履行公司的社會責任。

醫藥電商業務

- 阿里健康醫藥電商業務始終以用戶為核心，充分發揮深耕多年的品牌優勢與資源，借助電子商務、大數據和雲計算領域的優勢，以天貓健康電商平台、醫藥自營與電商廣告業務相結合的協同運營模式，積極拓展與全球藥企、滋補、保健品牌商和經銷商的合作，為有健康需求的用戶提供優質、普惠的醫療健康解決方案。

醫療健康及數字化服務業務

- 報告期內，本集團繼續升級醫療健康專業服務體驗，持續為來自天貓、淘寶、支付寶、高德、釘釘、夸克搜索等終端使用者提供包括中醫、體檢、檢測、問診、掛號、疫苗、口腔、心理、視光、護理等在內的線上線下一體的醫療健康服務。數字化服務業務包含追溯業務，本集團自主開發的「碼上放心」追溯平台業務保持穩定發展的節奏，拓展更多增值服務並進一步滲透到流通領域，提高對零售終端的覆蓋率。

企業公益

- 2024財年，本集團積極參與公益事業，進一步加大了在重疾兒童救助、基層醫療能力提升、聯動生態力量人人公益方面的投入。我們將企業發展與社會責任並重，從員工公益與生態公益出發，積極發起、組織並參與「檸檬寶寶關愛行動」、「小綠傘疫苗保護行動」等各類社會公益行動，依託互聯網技術，借助獨特的數字化醫藥和健康產業優勢回饋社會。

1 企業管治

阿里健康將風險內控、廉正管理等議題整合到企業治理的核心框架中，通過持續完善企業管理架構與治理機制保障公司發展行穩致遠，力求為員工、客戶等利益相關方創造可持續的長期價值。

1.1 管治架構

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國公司法》等有關法律法規和規範性文件要求，建立了權責分明、科學高效的管治架構。在報告期內，阿里健康遵守香港聯交所《上市規則指引》及相關守則條文，設有審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。



圖：阿里健康企業管治架構

委員會	主要職責
薪酬委員會	<ul style="list-style-type: none">就公司董事及高級管理人員的全體薪酬政策和架構及其他與薪酬相關之事宜，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；向董事會建議個別執行董事及高級管理層之薪酬待遇，包括實質利益、退休金權利及賠償款項，並就非執行董事之薪酬向董事會提供建議等；參照董事會所訂企業方針及目標而檢討及批准管理層之薪酬建議；就阿里健康股份計劃審閱提供意見及／或批准有關事宜。

委員會	主要職責
審核委員會	<ul style="list-style-type: none"> 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及聘用條款及處理任何有關該外聘核數師辭職或辭退該外聘核數師的問題； 於核數工作開始前先與外聘核數師討論核數性質及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以及年度及中期報告及賬目前先審閱該等財務報表以及報告及賬目； 監督公司的財務匯報制度、風險管理及內部監控系統，以及監察其有效性及確保其具備充足資源。
提名委員會	<ul style="list-style-type: none"> 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； 就董事委任、重新委任或罷免以及董事(尤其是董事會主席及行政總裁)繼任計劃向董事會提出建議； 物色具備合適資格成為董事會成員之人士，並就挑選獲提名人士出任董事職務進行遴選或向董事會提供推薦建議； 評估獨立非執行董事之獨立性。

為確保董事會組成的有效性並促進公司的多元化表現，我們制定了《董事會多元化政策》，由提名委員會負責每年檢討董事會的架構和人數組成，綜合考量各種多元化因素，包括但不限於行業知識、專業背景、經驗、性別和年齡。截至報告期末，阿里健康董事會由8名董事組成，其中包括4名女性董事。現任董事會成員來自於中國大陸境內和中國香港特別行政區的不同行業，專業領域覆蓋金融、經濟、會計、醫療、電腦與管理等。董事會成員背景詳情請參見本公司《2024財務年度報告》。

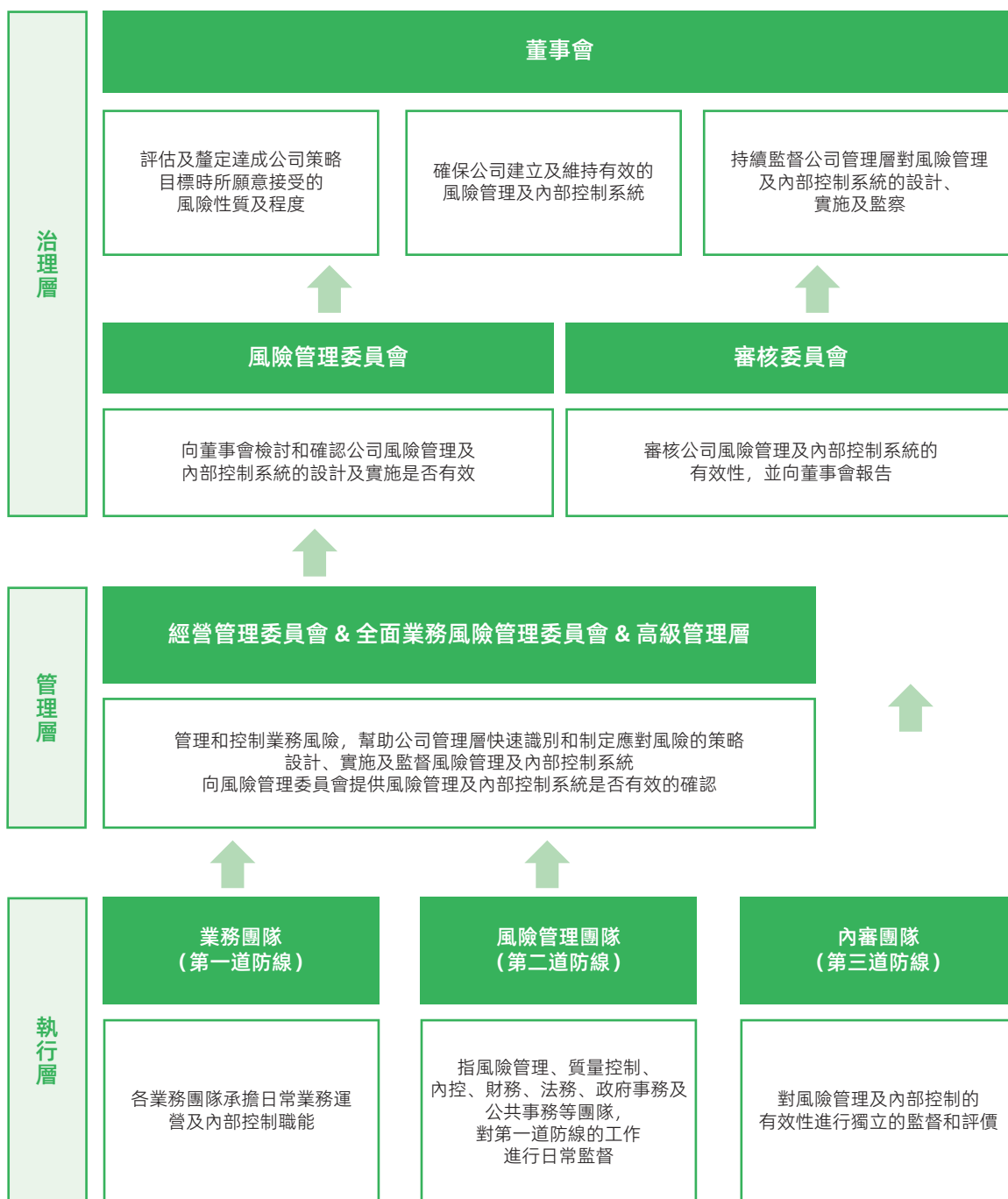
1 企業管治

1.2 風險內控

穩健的合規風險管理對於公司的可持續發展至關重要。阿里健康將風險內控視為經營管理活動和業務活動的核心內容之一，嚴格遵守適用的法律法規，建立了包含戰略、管理和運營三個層面的全面風險管理及內部監控體系。公司秉持「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，遵循穩健的風險偏好原則，將業務發展戰略與風險偏好有機結合，積極設立風險管理目標，促進公司健康經營與可持續發展。

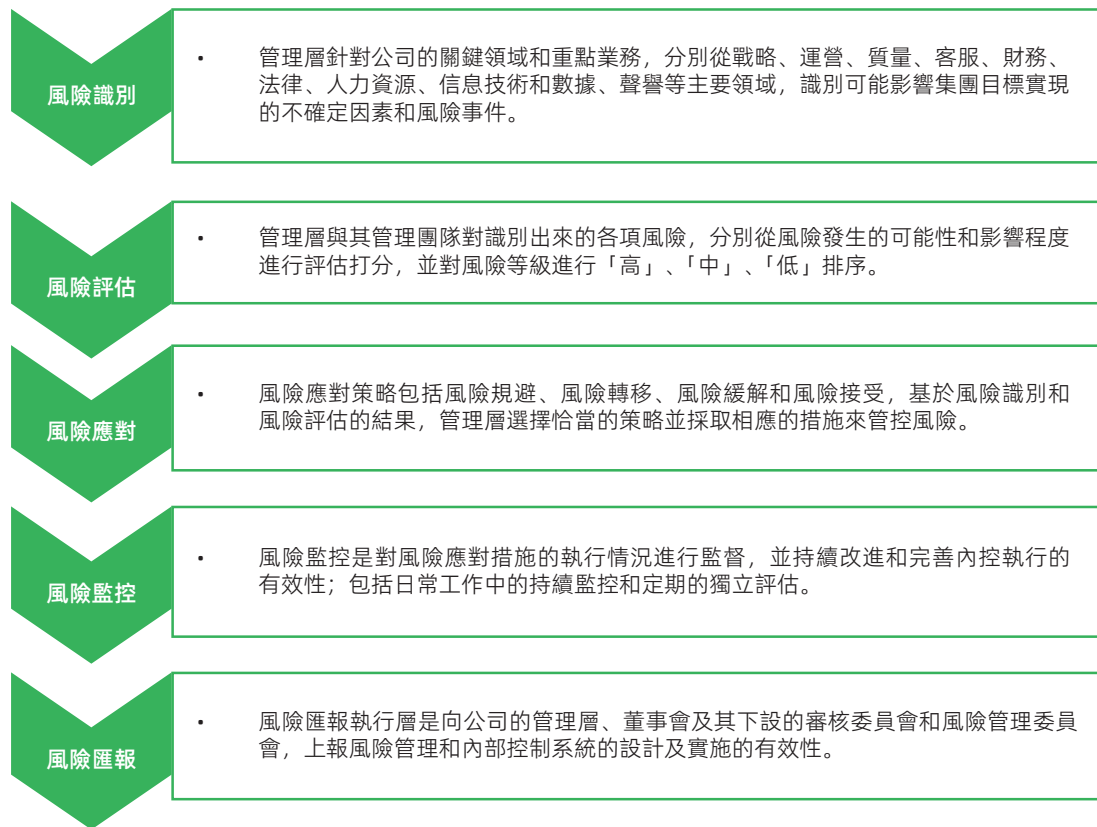
公司的風險管理組織架構分為治理層、管理層和執行層三個層級。其中，執行層通過「三道防線」的風險管控聯動機制，深化業務層面、風險管理和內審團隊的溝通合作，對重點領域的內外部風險進行識別，積極開展風險管理活動，持續優化企業風險管理實踐。

公司董事會之責任亦包括審查本集團風險管理制度之有效性，確保風險管理監控健全有效，務求時刻保障股東之投資及本集團之資產。就此而言，董事會於2016年11月23日成立風險管理委員會，以履行其監控及監察本公司風險管理之職責。



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

我們開展包括內控流程規範、風險考核機制以及風險意識培養等在內的一系列風險應對措施，於運營層面保障集團風險管理戰略的實施。

業務流程規範

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

風險管理績效考核

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

風險管理溝通及培訓

- 公司通過風險管理和內控相關的溝通及培訓，確保各類業務流程、制度規範和內控活動的落地實施。相關溝通培訓以集中培訓、研討會、即時溝通指導、視頻學習、內部郵件和線上測試等形式開展，培訓內容涉及法律法規、公司制度、內控、廉正和數據安全等方面。

圖：阿里健康風險管理保障機制

1.3 廉正管理

阿里健康對貪污腐敗行為持「零容忍」態度，堅持依法合規經營、恪守商業道德，以嚴謹的態度和高度的社會責任感開展商業行為。

阿里健康的合規體系參照阿里巴巴集團的標準設立，公司配置有專業的廉正、內控、審計、風控、法務和財務團隊。同時，阿里健康設立紀律管理委員會，由CEO、CPO、CFO、COO、CRO、法務負責人、廉正負責人組成，主要負責商業道德及反腐敗問題的日常監督，包括相關制度的修訂、員工處分複議及報備、日常廉潔風險的運營管理等。2023年12月起，阿里健康廉正團隊負責人向阿里巴巴集團的廉正合規負責人實線匯報，確保信息暢通和決策高效。

公司遵守《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，同時嚴格執行《阿里健康反商業賄賂合規政策》等內部制度，明確行為道德底線，為全體員工提供道德指引。

1 企業管治

報告期內，公司頒佈了《阿里健康禮品處理條例》《阿里健康員工參加第三方主辦的外部活動的指引》，並對《阿里健康商業行為準則》《阿里健康員工利益衝突管理細則及解析》和《員工紀律制度》等細則進行修訂，進一步完善了公司內部的反腐及合規政策體系，實現高效穩健運營。

表：阿里健康反商業賄賂合規政策核心內容

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

廉潔培訓

阿里健康重視廉正文化建設，致力於通過商業道德及反貪腐培訓活動推動形成誠信合規的企業文化氛圍。公司針對管理者、職能團隊、一線員工等不同種類的崗位，定製化開展商業行為準則、員工紀律制度及利益衝突細則等廉潔制度宣教活動。針對新人員工，公司設有專門的新人宣教機制，要求其在入職30天內機制性完成考試，並全員參加公司定期組織的線下專場培訓。

報告期內，阿里健康共舉辦了8場廉正培訓活動，涵蓋了管理層、核心業務部門、生態員工以及新員工，幫助員工加深對商業道德和反腐倡廉的理解。同時，我們還開展了9場廉潔宣傳活動，覆蓋全體員工，進一步加強廉潔文化的傳播，促進誠信合規的企業文化。2024財年，公司針對全體董事與全體員工開展了商業行為準則考試，覆蓋率達到100%。在廉潔培訓方面，董事人均受訓時長為1小時，普通員工人均受訓3小時。

舉報管理

在商業道德管理有效實踐的基礎上，阿里健康已建立起公開透明的合規舉報體系，制定《廉正舉報制度》，規範公司在舉報的受理和調查、舉報人保護、禁止誣告等方面的原則和流程。公司建立多元化反腐舉報機制，開發移動端舉報系統，設置二維碼、舉報熱線、舉報郵箱等公開渠道，並於報告期內在釘釘APP中增設「廉正小蜜」功能，由專人負責舉報郵箱的管理以及舉報信息的分析以及分發工作。

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

阿里健康配備了專業的廉正調查員團隊，以確保在收到舉報後迅速進行嚴密評估，判斷舉報的真實性和相關性，並啟動相應的信息分析和調查程序。公司明確承諾對舉報人的身份信息和舉報內容嚴格保密，並嚴禁用任何形式對舉報人進行打擊報復，保護舉報人的合法權益不受侵犯。在報告期內，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

阿里健康秉持誠信採購原則，在採購過程中嚴格遵守《阿里健康反商業賄賂合規政策》，並不斷細化《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範V2.0》等管理規定，若合作供應商出現賄賂、不當謀利、圍標串標、發佈虛假信息等違反誠信義務的行為，我們將根據規定嚴肅處理，確保採購活動的廉潔和透明。

公司要求在入庫階段與全體供應商簽訂《廉潔誠信約定函》，明確規定對供應商在商業道德和反貪腐方面的要求，使供應商的可持續性評估更加規範。與此同時，我們積極暢通供應商申訴渠道，在門戶網頁、採購合同中明確舉報路徑，承諾對舉報人信息嚴格保密，以實現全方位的廉潔管理、提升供應鏈合規水平。報告期內，公司未發生採購腐敗事件。

1 企業管治

1.4 利益相關方溝通

阿里健康高度重視可持續發展戰略中各利益相關方的意見，與各利益相關方保持緊密聯繫，致力於暢通不同渠道以充分收集政府、投資者、消費者、員工、合作夥伴及公眾等利益相關方對公司有關環境、社會及管治方面的需求與期望，綜合提升公司社會責任表現。

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

1.5 重大性議題判定

阿里健康秉承「讓醫療健康普惠可及」的使命，在緊密圍繞用戶醫療健康需求的同時，結合公司內外部環境、社會及管治有關的發展趨勢，打造可持續管理四大核心支柱，保障業務長期穩健發展。



圖：阿里健康可持續管理四大核心支柱

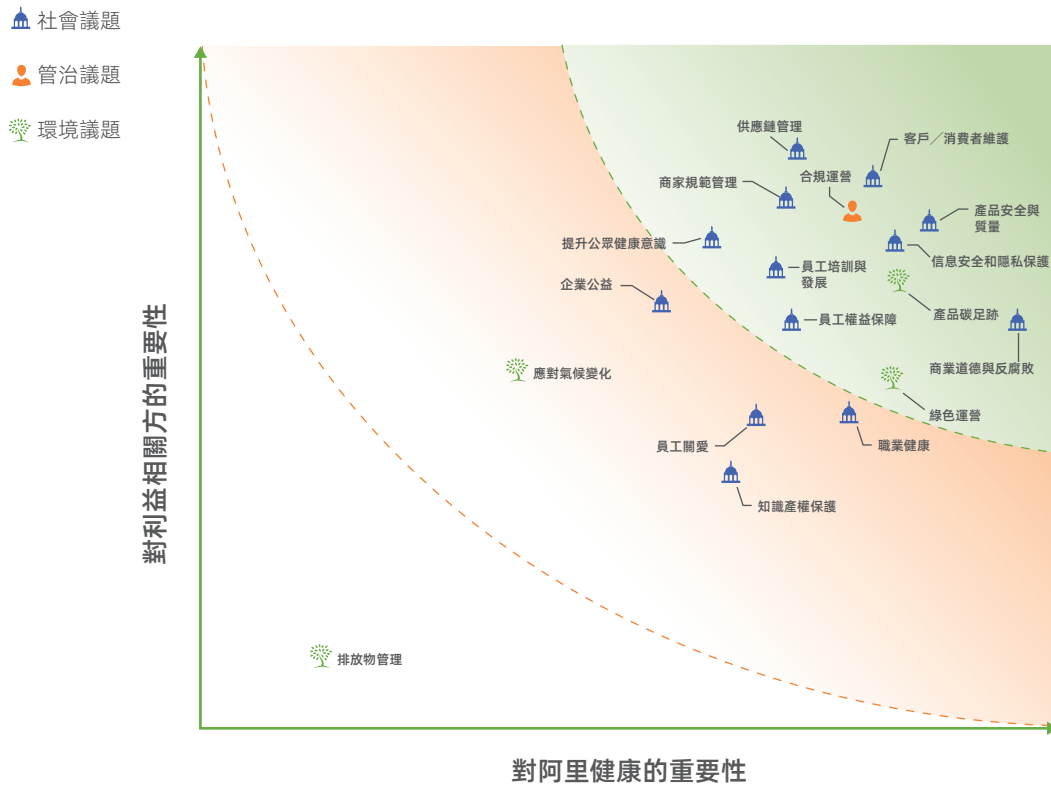
報告期內，阿里健康以利益相關方訴求為基礎，結合公司可持續發展支柱、行業趨勢和市場研究，制定ESG議題清單，並識別與篩選出對公司有重要影響的ESG議題，開展實質性分析，最終繪製出阿里健康2024財年環境、社會及管治重大性議題矩陣。



圖：環境、社會及管治重大性議題分析流程

1 企業管治

阿里健康2024年ESG重大性議題矩陣



圖：阿里健康2024財年環境、社會及管治重大性議題矩陣

2 立標準，保品質

阿里健康視品質為企業高質量發展的關鍵動力，我們高度聚焦產品質量與安全，嚴格進行商家規範化管理，提升客戶服務水平，全面強化信息安全與知識產權體系建設，打造線上線下一體化的醫藥健康品服務平台。

2.1 產品質量與安全

阿里健康始終堅守嚴格的質量標準，依託健全的規章制度和先進科技手段，確保產品的品質與安全得到堅實保障。我們嚴格遵守《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》《藥品網絡銷售監督管理辦法》及《藥品經營和使用質量監督管理辦法》等國家產品質量與安全相關法律法規，並按照《藥品經營質量管理規範》(GSP)要求進行經營管理和質量控制，持續打造全流程數字化品質管控體系。

表：2024財年阿里健康全流程質量管理

質量控制

- **全鏈條質控**：參照GSP標準在藥品儲存、銷售、運輸等全鏈條採取有效的質量控制措施，確保藥品質量。
- **質量管理制度**：依據最新法規及業務動態，對質量制度、操作規則及職責文件進行了全面修訂；在藥品風險控制、追蹤、儲存配送、不良反應處理及投訴舉報等關鍵環節中不斷完善網售藥品的管理內容，以適應新興業務模式的需求；引入藥學在線服務制度，並建立了網售藥品處方審核管理制度，提升藥品銷售的專業性與安全性。



2 立標準，保品質

產品檢測

- **檢測標準制定：**根據平台產品的細分情況，持續完善《阿里健康疫苗平台商品發佈標準》和《可食用類產品違禁添加技術規範》等內部標準文件，明確規定各產品添加物的使用，禁止違禁物的使用。
- **檢測方式：**依託內部「透明實驗室」及具備專業資質的第三方檢測機構進行產品檢測。
- **產品抽檢：**阿里健康平台秉持問題導向原則，全力維護用戶的合法權益，結合消費者投訴、店鋪品質退款率等多元數據對平台商品實施質量抽檢。報告期內，針對商家所售商品，阿里健康平台完成平台抽檢395批次，累計發現101個整改項，商家已100%完成整改，抽檢範圍覆蓋醫療器械、保健用品及食品、傳統滋補營養品、成人用品等多品類；針對自營產品完成2項預防性及對比測試，有效降低產品假貨風險。
- **技術推廣：**與消費者、政府等各方合作，分享公司的產品質量監測和管理技術，共同打擊市場中的假冒偽劣產品。



產品追溯

- **技術引進：**引進人工智能自動化鑑定和區塊鏈技術進行產品追溯，確保在整個供應鏈上實施有效的品質管理和監控。
- **產品追溯平台：**完善「碼上放心」第三方追溯平台的搭建，探索《藥品檢驗報告單》電子化流轉試點，通過數字化能力助力提高藥品質量監管效率，提升企業智能化水平。報告期內，阿里健康通過「碼上放心」平台上傳藥檢報告30,448份；
- **追溯合規服務：**根據國家政策的追溯標準和規範，為企業用戶和各級政府部門提供高效、可靠的產品生命週期追溯服務，涵蓋醫保控制費用與渠道治理、病患教育及藥品追溯等多元化功能，確保國內藥品流通在全生命週期內實現「來源可查、去向可追、責任可究」。



產品召回

- **召回流程**：持續完善產品召回管理制度、規範和標準，保障藥品召回效率。

依據《藥品查詢管理制度》《藥品投訴管理制度》《藥品質量信息處理制度》《藥品養護制度》構建藥品質量查詢、投訴、信息收集與處理機制，確保召回藥品信息的有效發現與識別。



遵照國家《藥品召回管理辦法》規定，制訂阿里健康自營大藥房《藥品召回管理制度》，確保8小時內響應監管部門及供應商的藥品召回信息，並按照GSP標準留存全過程處理記錄。



制訂《不合格藥品銷毀管理制度》，嚴格按照監管要求對召回藥品進行統一銷毀，並確保銷毀過程真實、完整記錄。

圖：產品召回全流程

報告期內，阿里健康未發生關於質量問題的警告事件，且自營業務未發生因產品健康與安全原因的召回事件¹。

¹ 阿里健康平台供應商（非自營）合計召回產品139次，召回原因主要為監管禁售召回及藥品上游供應商召回。

2 立標準，保品質

質量培訓

質量管理需要每一位員工的參與，阿里健康高度重視質量文化建設，開展多元化的質量培訓活動，持續引領互聯網醫療生態圈建設，為患者提供更具品質保障的產品及醫療服務。2024財年，我們針對質控審核、採購、運營等部門員工開展崗前培訓、系統操作培訓、供應商規則培訓、新品引入流程等培訓共計十餘場，參訓員工達百餘人。

表：阿里健康內部質量培訓

藥品培訓：	非藥品培訓：
<ul style="list-style-type: none">針對藥品客服團隊：結合線下和線上直播方式，開展了藥品內在質量投訴處理、藥品說明書解讀及常投訴場景釋疑兩場專題培訓；針對藥品質控團隊：開展藥品首營資料管理規範、質量信息處理規程培訓；針對倉庫運營團隊：開展藥品倉庫核心流程的質控規範、藥品倉庫效期錄入與檢核規範培訓。	<ul style="list-style-type: none">針對非藥品運營團隊，開展非藥首營規則及法規要求、滋補食品首營規則及法規要求、供應商處罰規則、錯漏發影響及處罰規則、紅線處罰商家通曬及易錯點、直發倉管理規範培訓。

2.2 商家規範管理

阿里健康持續優化全電商平台商家管理體系，制定了一系列嚴謹的管理規範手冊，內容涵蓋商家資質審核、管理準則及質量控制等多個方面。我們嚴格執行商家入駐、商品質量、廣告內容及產品抽檢等環節的監管措施，確保平台運營的規範與高效。同時，針對淘寶、天貓國際、天貓超市等不同業務線及商品類別，我們特別制定了針對醫療器械類、醫療服務類及消費醫療機構等特定平台商家的專項管理政策與控制措施，以深化商家精細化管理，提升平台整體運營水平。

2 立標準，保品質

醫療器械類商家

- 明確執行《醫療器械網絡銷售監督管理辦法》，建立了嚴格的資質審核和規範制度；
- 商家准入階段：要求商家提供醫療器械經營資質、醫療器械網絡備案憑證、營業執照等證明；
- 在商家運營階段：商家需按照阿里健康醫療器械商品發佈規範要求，在商品發佈之前提供醫療器械註冊證、備案證及醫療器械標籤信息等材料，確保資質審核的真實有效性。

醫療服務類商家

- 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》等醫療服務類商家入駐規範；
- 對入駐平台的醫療機構和醫師進行資質初審，並通過中華人民共和國國家衛生健康委員會（簡稱「衛健委」）網站進行終審。

消費醫療機構

- 制定消費醫療機構商家招商規則、管理規範和審核流程；
- 商家准入階段：採用資質審核和實地考察相結合的方式，對消費醫療機構的管理、服務等資質文件及實際運營情況進行不定期審查，確保資質審核信息真實準確。

2 立標準，保品質

2.3 客戶服務

阿里健康積極圍繞客戶需求積極探索創新業務模式，提供便捷的在線問診、藥品購買、健康管理等服務，減少用戶就醫時間和交通成本，提升公眾獲得醫療健康服務的便利性。我們加快搭建客服溝通管理體系，妥善處理客戶投訴事件，提高用戶安全用藥風控能力建設，持續升級客戶服務體驗，為億萬家庭提供普惠便捷、高效安全的醫療健康服務。

客服管理

我們始終以客戶反饋為改進動力，不斷提升服務質量。我們制定《客戶投訴管理操作規程》和《質量投訴管理制度》等文件，並在報告期內推出《阿里健康客服外包供應商績效管理實施方案》，規範客戶開發、客戶溝通、客戶投訴等服務流程。

我們加強客戶服務體系建設，通過多元渠道收集客戶訴求與建議，持續完善平台功能，著力提升客戶用戶滿意度。我們提供在線接待和熱線接待客戶溝通渠道，平均每日為超過15萬位客戶提供實時服務，客戶可即時通過平台表達滿意程度。對於未解決的客戶問題，客服會通過線上消息、電話外呼、短信等方式將處理結果告知客戶，並進行回訪。我們深入分析客戶評價數據與VOC²問題場景，針對客戶滿意度較低的環節，進行重點優化，並通過專項培訓與質檢強化客服團隊執行力，確保改進措施有效落地。2024財年，通過深入挖掘客戶不滿意問題並循環實施專項改進措施，阿里健康客戶滿意度由80%提升到85%。

針對客戶投訴事件，我們制定「客訴到我為止」的原則，制定從問題發生、問題反饋、至問題完結全鏈路的責任跟蹤制度，有效提高客戶服務跟蹤時效。2024財年，我們接收到28.9萬起投訴，實現100%投訴處理，客服部門的投訴一次性解決率達到75%左右，同比2023財年提升約10%，客訴量同比2023財年下降20%。同時，公司客服部門結合日常投訴承接情景，分析可能涉及監管部門的投訴情形特點，通過多維評估加大前置干預及化解力度，最大限度地降低監管部門投訴的發生率。

² Voice of Customer

2 立標準，保品質

我們重視客戶服務人員素質的培養和提升，面向店舖客服開展了崗中、品牌、質檢及銷售等六類培訓課程，內容覆蓋《皮膚病鑑別診斷指導》《益生菌的功效區別與聯合用藥》《滋補高頻產品關聯銷售指導》等多元化主題，全方位提升客服人員的專業度及客服技巧。2024財年，我們共開展客服管理培訓422次，累計7,697人次參訓。

藥師服務

阿里健康不斷提升藥師團隊管理水平並完善平台服務體系。我們堅持嚴格的藥師准入審核制度，並通過持續優化問診服務，確保每位用戶都能得到及時、準確的購藥指導。在藥師團隊的建設上，我們採取了多項有效措施：

- 嚴格核實藥師的資格證書和執業證書，確保藥師信息的真實可靠；
- 定期舉辦專業培訓課程，涵蓋醫學知識和藥品注意事項等內容，以提升藥師團隊的專業素養；
- 設立月度金牌藥師評選機制，激勵藥師們不斷提升服務水平，為用戶提供更優質的服務。

截至2024年3月31日，與阿里健康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超過22萬人，較2023財年增加2萬餘人。報告期內，平台日均問診量(不含開方)增長至11,045次。

我們以專業的藥師團隊為支撐，不斷完善藥師服務體系，可提供7×24小時的專業藥師在線諮詢服務。我們為用戶提供售前及售後全鏈條的就診和用藥諮詢，並為處方藥慢性病福利計劃會員提供個性化的用藥指導。此外，我們還開發了用藥提醒和自動生成用藥方案等便捷工具，全方位滿足用戶的用藥需求。

就診體驗

阿里健康充分發揮在互聯網業務領域的優勢，並結合自身業務發展需求，成功構建了線上線下一體的醫療服務模式，旨在為消費者帶來更加便捷、舒適的就診體驗。

2 立標準，保品質

我們傾力打造集掛號、候診、遠程複診、送藥上門等功能的在線就診平台，通過大數據和人工智能技術的應用深入挖掘用戶數據，為用戶提供了全方位、一站式的就診服務。憑藉在技術、渠道及運營方面的深厚積累，我們為患者提供觸手可及的慢病綜合醫療服務，不斷提升醫療效率，優化服務流程，進一步擴大醫療服務的供給能力。通過在線問診、複診開方、優質藥品供應、精準健康教育、個性化隨訪、患者互助以及完善的售後保障等服務，我們為慢性病患者、醫生和藥企搭建起全新的服務通道。同時，我們提供可選疾病功能，方便用戶在醫師問診前描述並選擇本次預購藥品用於治療的疾病，減輕醫師的問診和診斷工作量。

阿里健康積極打造醫藥新零售系統，依託線上平台不斷擴展線下藥房資源，以拉近與用戶的距離。我們與線下藥房緊密合作，以滿足消費者多樣化的購藥需求。此外，我們從老年人的實際需求出發，通過適老化改造和線下場景適配，持續努力為老年群體提供周到、便捷、高效的數智化服務。

案例：阿里健康推出適老化服務

阿里健康聯合阿里巴巴公益發揮數字技術優勢，推出「大號字」、「能看又能聽」的藥品說明服務。該服務通過掃瞄藥盒上的追溯碼或「碼上放心」平台，點擊「藥品說明」，可以查找到大號字的藥品說明，用法用量、適應症、不良反應、禁忌症等信息。同時，用戶還能體驗語音播報功能，有效解決了老年人看不清、看不懂說明帶來的用藥安全問題。

截至報告期末，該產品功能已覆蓋近3.4萬個國藥准字藥品。

用藥安全

我們高度重視用戶用藥安全，採用風險分層策略依託合理診斷、合理問診及合理用藥三大功能，促進合理用藥水平提升。我們還實現了精準給藥功能，根據處方診斷、患者信息以及藥品情況，給出給藥建議，確保用藥的準確性和有效性。

2 立標準，保品質

案例：阿里健康開展用藥安全公益宣傳

阿里健康聯合AACA³醫藥行業工作組、綠網計劃⁴共同開展了一系列公益宣傳活動，旨在提升公眾對藥品安全的認識和重視程度。我們通過「萌萌鑒點啥」平台向公眾普及藥品驗證和存儲的正確方法，積極製作並上線了相應的科普視頻，避免因不當使用而導致的藥品安全風險。

針對禁售藥品及毒性中藥材存在的輿情和監管風險，綠網計劃在搜索、商品詳情頁面提醒以及購後提示等環節都設置了相應的安全提示內容，引導消費者正確使用藥品。截至報告期末，阿里健康累計進行了697次科普活動，顯著提升了公眾對藥品安全的認識和重視程度。



圖：「萌萌今天鑒點啥」公眾教育小課堂



圖：綠網計劃平台頁面示意圖

- ³ 阿里巴巴打假聯盟(AACA)，是阿里巴巴集團旗下的專業打擊假冒偽劣商品的平台，致力於保護消費者和品牌的權益，提升消費者信心。
- ⁴ 綠網計劃，是指2020年11月28日，在2020數字化治理高峰論壇上，阿里巴巴集團、百度攜手發起的公益項目，項目主要圍繞未成人、珍稀動植物等三大類目關鍵詞，在平台上線宣導頁面。

2 立標準，保品質

負責任營銷

阿里健康遵守《中華人民共和國廣告法》《藥品說明書和標籤管理規定》等法律法規，對客服團隊的營銷行為和風險進行嚴格管理，保證廣告的合規、正當和真實性，通過負責任的營銷建立消費者的信任。

我們建立了科學嚴謹的營銷材料審核和監督機制，對產品營銷策略進行嚴格的風險把控，確保鏈路整體內容的合規性。

- 在商品發佈前，我們根據《廣告審查表》對保健品、醫療器械、非處方藥等產品的宣傳材料進行合規審核，明確要求商家不得於平台投放處方藥及特醫食品廣告；
- 在商品發佈後，我們借助系統工具實時管控商品文字性宣傳信息，確保藥品、治療和服務信息的準確性。

同時，我們定期面向相關員工舉辦《廣告法》《藥品管理法》等相關的責任營銷法律培訓，並設置考試機制，有效提升員工對營銷合規的認識。

2.4 信息安全管理

我們高度重視公司信息安全與用戶隱私數據保護，不斷提升信息安全治理效能、完善技術防護體系，提升信息安全意識，堅決築牢網絡安全防線。

信息安全治理

安全管理制度是信息安全保障的重要基石，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，依照阿里巴巴集團內部《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》等信息安全管理制度，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》及《阿里健康個人信息分類分級操作規範》，對公司各子公司、業務場景以及合作方提出數據傳輸管理要求，加快健全內部信息安全合規管理機制。

阿里健康不斷完善信息安全管理組織架構，數據決策委員會作為最高決策機構對公司數據安全重大事宜進行審議，並對公司信息與數據安全進行管理與監督。數據安全決策小組負責制定數據安全戰略和原則，審批重大事項，確保公司數據安全策略與公司整體戰略保持一致。數據安全管理小組則負責數據安全政策的制定，並對數據安全和隱私措施的實施情況進行監督，保障各項措施的有效執行。數據安全執行小組重點負責數據安全事項執行、復盤和日常溝通，保障阿里健康公司數據、業務數據、個人隱私數據以及生態上下游數據的信息安全。

2 立標準，保品質



圖：數據安全管治架構

阿里健康所有基礎設施均由阿里雲提供，通過技術能力和運營管理等具體舉措，從物理層數據中心、硬件安全、虛擬化執行環境、操作系統以及容器等各個方面為客戶提供安全可信的平台環境，全方位保障隱私和數據安全。阿里雲管理舉措詳情請參見《2024 阿里巴巴環境、社會和治理(ESG)報告》。

信息安全運營

阿里健康全面打造數據安全策略，推進安全防護領域的關鍵技術研發，最大限度降低數據泄漏風險。我們建立了高效的信息系統管理模式和業務連續性保障機制，並採取脫敏，去標識化等加密防護措施，建立了從數據採集、數據傳輸、安全存儲、加密防護、授權訪問和使用到銷毀等全流程的數據管理流程。

同時，為快速響應可能出現的數據安全緊急事件，我們建立了詳細的應急預案，並定期執行數據恢復和演練活動，提升信息安全攻防能力。此外，我們每年開展數據安全審計工作，在內部測試的基礎之上聘請第三方單位進行信息安全評估，全方位提升自身信息保護水平。

2 立標準，保品質

表：阿里健康安全評估測試

內部測試：	外部測試：
<ul style="list-style-type: none">建立流程制度：APP小程序上線前隱私合規檢查研發相關工具：APP資產隱私合規巡檢、滲透測試	<ul style="list-style-type: none">通過與阿里巴巴集團共享專家庫 (https://security.alibaba.com/)，接受全球萬名以上安全專家的實時測試移動端APP按年度定期接受第三方合規性評估與審計

阿里健康積極開展信息安全管理體系認證工作，為信息安全服務管理提供了有力支撐。阿里健康、阿里雲、醫鹿問診系統、碼上放心平台均已通過國內外多項權威認證。其中，碼上放心平台已取得國內非銀行機構最高備案認證等級。

表：阿里健康信息安全認證情況

認證主體	認證體系
阿里健康	ISO 27000信息安全管理體系認證 ⁵
阿里雲	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明及ISO 27001信息安全管理體系認證
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

信息安全宣貫

為增強員工信息安全意識，阿里健康面向全體員工分級開展定向信息安全意識宣貫與技能培訓活動，內容涵蓋數據安全法律法規、制度要求、實操規範、管理方法、合規性評估、應急演練、知識技能等各個方面，不斷提升公司內部安全風險識別與應對水平。阿里健康已形成完善的分級培訓體系，以增強全體員工的安全意識和技能。

⁵ ISO 27000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

阿里健康數據安全分級培訓體系

- 新入職員工：開展數據安全培訓；
- 專場培訓：開展大促、外包年度數據安全培訓；
- 數據安全事件相關人員：針對數據安全事件，開展復盤和培訓；
- 包括實習生與外包員工在內的全體員工：對數據安全、信息保密相關內容進行全員宣貫，並開展全員安全培訓和測試。

隱私保護

阿里健康始終堅守安全紅線，致力於為用戶提供安全、可靠的信息服務，全方位保護用戶隱私。我們嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等國家法律法規，及《阿里巴巴集團數據安全規範（總綱）》《阿里巴巴集團 – 對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》《阿里健康個人信息處理及保護管理要求》等內部制度，制定《阿里健康數據安全規範（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》。同時，我們在各平台制定法律聲明及隱私權政策，確保有效落實用戶隱私保護要求。

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》
醫鹿平台	《法律聲明及隱私權政策》
支付寶醫療健康頻道	《法律聲明及隱私權政策》

公司採用業界廣泛認可的隱私保護方法和實踐，通過對客戶數據採取分類分級、數據權限控制、最小化收集等舉措，嚴格加密獲取的用戶數據，不斷提升隱私風險識別和削減效率。報告期內，阿里健康未有客戶隱私洩漏事件發生。

2 立標準，保品質

阿里健康用戶隱私保護管理措施

- 制定《阿里健康個人信息收集操作規範》，明確收集和使用用戶個人信息的範圍，承諾妥善保管用戶隱私數據，對個人信息及數據不得擅自洩漏及使用，不向第三方收集個人數據，最小化數據的收集和保留；
- 嚴格管理用戶信息的訪問權限，僅允許具備相關權限的數據管理人員對信息進行訪問，並對訪問過程進行數據留痕，明確要求涉及數據安全的賬號不允許私自轉借他人，防止用戶信息被竊取洩漏；
- 承諾不將個人資料出租、出售或提供給第三方，並在合規協議中說明收集數據的明細及使用場景，僅在已通過書面披露審查的情況下，按照「最小夠用」原則，將所必須的用戶信息向有告知授權的第三方進行披露；
- 制定《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範》，為用戶提供查詢、補充、更正、刪除個人信息的權利；
- 制定《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》等管理規範，當發生個人隱私或數據泄露等突發狀況時，依照規範採取應對措施，將事件影響最小化；
- 制定涵蓋全體涉及信息安全的供應商及相關合作夥伴的數據保護計劃，對其業務風險定期進行合規評估和分類分級管理；
- 定期持續向員工提供隱私合規培訓，包括人員管理、流程管理以及信息技術等相關培訓，提升員工隱私保護意識及能力。

2 立標準，保品質

2.5 知識產權管理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作法》等法律法規以及《對外合作項目知識產權指引(2021年修訂版)》《阿里健康品牌管理規範v1.0》《天貓品牌資產管理規範》等內部制度中的相關要求進行知識產權管理，並在報告期內對《阿里健康創新提案及專利獎酬制度》《IP法務管理規則》進行了更新，有效管理公司在各環節中的知識產權創造、保護和運用。

我們加強公司自主創新氛圍，設立評審委員會對創新提案進行及時評審，持續推進專利申請流程的系統化、規範化管理。同時，我們實施專利分級管理，將專利分為戰略級、常規級、量能級三個級別，優先保障重要案件的資源投入和質量控制，協同提升專利申請的審核效率和質量。我們鼓勵所有員工積極參與發明創造，按照規定給予員工獎勵和報酬，並努力識別有專利保護價值的創新，為產品和服務構建競爭優勢。

表：2024財年阿里健康知識產權保護措施

打擊侵權行為	<ul style="list-style-type: none">• 依託集團供應商池，通過專業第三方機構抓取或線索掃描等方式識別公司知識產權被侵權情況；• 報告期內，我們已發現217條線索，維權197個案件，其中已成功維權172個。
知識產權培訓	<ul style="list-style-type: none">• 主題培訓：在世界知識產權日及集團合規日，組織專題培訓並面向全體員工推送相關信息；• 常態化培訓：公司為員工提供常態化培訓，內容涵蓋技術能力輸出、技術內部創新分享、不定期技術復盤及品牌等；• 不定期培訓：針對知識產權侵權等緊急情況，基於案例或實際需求向各部門推送專項培訓材料。

2 立標準，保品質

內部協同管理	<ul style="list-style-type: none">部門協同合作推進知識產權線上流程管理，有效提升商家知識產權保護意識，並協助品牌商家開展維權，保障其合法權益。
品牌保護	<ul style="list-style-type: none">「阿里健康」醫療服務類文字商標歷時多年完成爭奪並註冊；放心勾logo商標(阿里健康新logo)圖形在藥品、ap、醫療器械、藥品批發及零售、醫療服務類5個核心類別成功爭奪並完成註冊。
專利保護	<ul style="list-style-type: none">依據阿里巴巴集團知識產權保護平台通知，及時排查並合理處置相關權利人的知識產權投訴。
外部行業合作	<ul style="list-style-type: none">跟隨阿里巴巴集團持續推進與浙江知識產權保護中心、杭州保護中心數字經濟產業知識產權保護中心合作，獲取專利審核加快渠道，加快公司專利資產授權週期。

報告期內，公司累計被授權專利30個，較去年增長57%，其中醫藥電商佔比37%、互聯網醫療佔比23%、醫療AI技術佔比20%、追溯碼技術佔比10%。

表：2024財年阿里健康知識產權創新成果

指標	單位	2024財年數據
年度申請專利	個	40
年度被授權專利	個	30
累計申請專利	個	265
累計被授權專利	個	66

3 多元文化與發展

阿里健康堅信人力資源是可持續發展的重要基礎。公司重視多元化優秀團隊的建設，持續完善員工管理制度，提供充足的培訓資源，保障員工應得福利、人身安全和心理健康，致力於創造良好的工作環境。

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》等法律法規，依據現有《阿里巴巴集團環路組織治理規範》《阿里巴巴集團員工轉崗政策》《阿里巴巴集團二次僱傭管理政策》《阿里巴巴集團員工內部推薦政策》等制度，落實員工的利益保障。公司堅決落實平等僱傭原則，杜絕因性別、年齡、種族、宗教信仰等原因造成錄用考核不平等。阿里健康嚴格執行規範的勞動用工制度，仔細核查個人信息與背景調查，並嚴厲禁止童工錄用或強制勞動，如發現該類事件，公司立即終止僱傭，並鼓勵受影響兒童重返學校。

公司倡導薪酬平等，遵守內部薪酬管理制度，建立有競爭力的薪酬激勵機制，以吸引並保留優秀員工。在年度調薪、獎金、績效授予等基礎上，公司設立了覆蓋從董事、高管、員工的股權激勵政策，激勵員工投身公司長遠發展的同時，將公司的發展成果與員工共享。

我們構建多樣化的員工福利機制，根據運營地標準為全體員工繳納五險一金、住房公積金與購買補充醫療保險等商業保險，並提供豐厚的養老金。同時，公司給員工提供帶薪年假、婚假、喪假、育兒假等福利，讓員工感受到溫暖，提高員工的凝聚力、幸福感。

我們尊重結社自由，尊重員工按照當地法律選擇是否加入工會的權利，與工會或員工代表開展友好的對話和集體協商。

3 多元文化與發展

表：2024財年阿里健康員工構成數量

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

3 多元文化與發展

表：2024財年阿里健康員工流失率

	指標	單位	2023財年 ⁶	2024財年	
員工流失率	員工總流失率	%	32.56	24.18	
	按性別劃分的 僱員流失率	男員工	%	33.72	24.07
		女員工	%	31.12	24.31
	按年齡劃分的 僱員流失率	29週歲及以下	%	48.20	20.22
		30週歲- 50週歲	%	24.63	25.84
		51週歲及以上	%	16.67	66.67
	按地區劃分的 僱員流失率	中國大陸	%	32.52	24.13
		中國港澳台	%	100	66.67
		海外地區	%	0	0

3.2 人才發展及培訓

阿里健康堅信員工成長與公司發展和衷共濟，設立完善的培訓體系並為員工規劃清晰的晉升路徑，提供多方面的培訓和考評，幫助員工產生自驅力，實現員工和公司共同進步。

阿里健康構建OKR (Objectives and Key Results)為核心的業務管理體系，要求所有管理者參與OKR培訓和考試，深化管理者對公司使命的理解，從而實現組織協作效率和業務質量的顯著提高。2024財年，阿里健康持續開展OKR的績效管理模式，通過全員分佈式溝通，實現全體員工100%OKR制定。同時，公司每半年度對員工績效展開考核工作，精準識別績效優異員工並為其每年提供2次晉升機會，助力員工實現自身價值，進而打造卓越的人才團隊。

⁶ 2023財年為員工主動流失率。

3 多元文化與發展

公司搭建了系統、全面的人才培訓體系，提供全面的培訓計劃，從而幫助員工找到適合自己的學習內容和目標。我們借助阿里巴巴集團的培訓體系，鼓勵員工參與「俠客行」領導力管理培訓等其他內部、外部和在線培訓，以增強他們的日常工作能力和成長潛力，為公司的長期發展奠定基礎。2024財年，阿里健康培訓覆蓋率達到100%，包含全職員工、生態用工等。

此外，我們還設有「阿里健康學院」，邀請行業和集團內的業務和行業專家進行專題講座和經驗分享，涵蓋業務、研發和運營等多個方面，加深員工對公司業務和行業的理解。

表：阿里健康員工培訓體系

適用對象	培訓內容
新員工	<ul style="list-style-type: none">提供新員工入職培訓手冊安排在職員工成為新員工的一對一導師組織封閉式迎新培訓，全面介紹公司業務及公司文化，提供行業專業知識，讓新員工與在職員工和管理層進行深度交流
中級管理層員工	<ul style="list-style-type: none">針對不同的人群開展專項培訓，提升管理者在輔導和教練技術、基本功等方面的能力針對OKR、績效和晉升等設計了管理者的操作手冊或在線學習課程，並結合具體的場景進行推送，幫助管理者在實際操作中提高管理能力萃取來自不同團隊在基本功方面的最佳實踐，通過「功夫堂」平台進行傳播和分享，促進員工間的學習和交流通過「健康學院」採取直播的方式，邀請高管、行業大牛開展行業前沿、業務和管理經驗的實戰分享等，建立員工與高層管理者或行業大牛的鏈接和交流
高級管理層員工	<ul style="list-style-type: none">通過國內外標桿企業的走訪交流和學習、行業專家的交流，以及開展管理月會、管理季度會等活動，為高級管理層創造多次交流機會，活動涵蓋管理方法論研討，未來發展方向與目標制定，管理經驗分享等主題，為公司長期發展賦能。

3 多元文化與發展



圖：阿里健康培訓現場

3 多元文化與發展

表：2024財年阿里健康員工培訓情況

		指標	單位	2023財年	2024財年
		員工培訓總人次	人次	5,577	6,644
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%
	按性別劃分的受訓 僱員百分比	男員工	%	100%	100%
		女員工	%	100%	100%
	按僱員類型劃分的 受訓僱員百分比	高級管理者	%	100%	100%
		中層管理者	%	100%	100%
		基層員工	%	100%	100%
		員工人均培訓小時數	小時	33.27	32.71
按性別及僱員類別劃 分，每名僱員完成受 訓的平均時數	按性別劃分的僱員 受訓平均時數	男員工	小時	34.15	31.20
		女員工	小時	32.18	35.98
	按僱員類型劃分的 僱員受訓平均時數	高級管理者	小時	75.25	72.38
		中層管理者	小時	30.14	33.67
		基層員工	小時	33.03	30.25

同時，我們制定員工轉崗政策，設立內部轉崗平台，為員工提供開放、透明的轉崗機會，鼓勵內部人才的良性流動，幫助員工獲得更多發展。

3.3 員工健康與安全

阿里健康致力於保障員工的職業健康和 safety，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》等法律法規，建立並執行內部應急事件管理制度，積極創造一個健康、安全、舒適的工作環境。

3 多元文化與發展

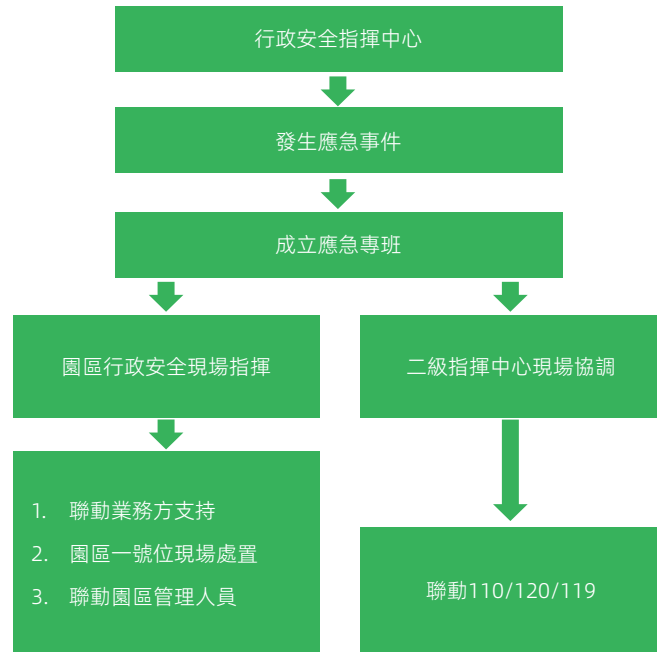
我們開展了一系列科普活動，其中包括健康講座、身心放鬆、孕婦學校、健康集市，緩解工作帶來的壓力，進而保障員工的身體健康。我們提供專業的第三方心理諮詢，幫助解決員工在家庭、成長和人際關係中所遇到的困惑，維護員工的心理健康。

我們還為員工提供定期體檢，為員工與其父母提供「康乃馨」體檢套餐，此關愛項目於2021年入選中國互聯網協會《平台企業關愛勞動者倡議書》典型示範案例。該項目為員工與其父母制定個性化的健康管理方案，幫助他們及時了解自己的健康狀況，建立健康、和諧的工作生活環境。截至報告期末，「康乃馨」體檢套餐可預約機構已覆蓋108個城市，累計服務1,190位員工父母。

表：2024財年阿里健康因工傷亡情況

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

公司採用現有的多級聯動、靈活高效的應急處置機制和指揮協調體系，保障應對突發事件的能力，更好地保護員工的身體健康和生命安全。公司還配備專業的應急設備，能夠迅速應對員工可能遇到的各種突發傷病或電梯失靈等緊急情況，進行及時和妥善的處理。此外，我們發起了「急救俠」招募活動，鼓勵員工參與成為急救志願者並為參與者提供安全急救培訓和專業資格認證，以增強他們的應急處理能力和自救互救意識。



圖：阿里健康應急事件處置機制

3.4 員工關愛

阿里健康高度重視員工的價值和貢獻，並持續加強對員工的人文關懷，旨在幫助員工實現工作與生活的平衡，提升他們的幸福感和歸屬感。我們組織多樣的文體活動，如「阿里日」和節日慶祝活動，在工作之餘豐富員工的文化生活。我們亦在端午節、中秋節等重大傳統節日舉辦慶祝活動並發放節日禮品。對入職滿3年和5年的員工，我們展開「三年醇」「五年陳」員工表彰儀式，進而加強員工忠誠度。公司為有需要的員工提供家長會假與長路途假，並特別關注女員工便利保障，提供孕婦哺乳室、休息室、食堂孕婦專座以及孕婦服等貼心服務。

3 多元文化與發展



圖：阿里健康「五年陳」員工表彰儀式現場

阿里健康亦積極聽取員工的意見和反饋，營造信息透明、樂於互動的溝通氛圍，並定期進行員工調研與滿意度調查，以便及時了解員工需求並採取改進措施，與員工共建企業文化與工作制度。

阿里健康貫徹可持續發展理念，制定應對氣候變化戰略規劃，強化綠色運營、綠色物流、綠色包裝及廢棄物管理，致力於構建環保的綠色價值鏈。

4.1 應對氣候變化

阿里健康響應循國家「碳達峰碳中和」目標，持續完善氣候風險戰略體系，全力履行處於「雙碳」時代的社會責任與使命。公司積極執行阿里巴巴集團的減碳戰略規劃，實施相應舉措，努力實現自身運營碳中和並協助價值鏈上下游全面減碳。

阿里巴巴集團碳中和承諾⁷：

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

2024財年，阿里健康積極開展減碳工作，遵循集團年度碳目標強度達到1.5噸二氧化碳當量／百萬元，並積極開展碳抵消相關舉措，階段性達成阿里巴巴集團減碳目標。

氣候變化風險識別

阿里健康高度重視氣候變化議題，參照國際可持續準則理事會(ISSB)《國際財務報告可持續披露準則第2號 - 氣候相關披露》，對各類氣候變化風險進行識別，並制定針對性的應對措施，從而減少氣候變化對公司業務帶來的負面影響。

⁷ 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

表：阿里健康氣候風險識別與應對措施

風險類型	風險描述	風險應對措施	
轉型風險	政策及法規風險	日益收緊的碳排放披露和排放要求影響合法合規	<ul style="list-style-type: none"> 密切關注最新政策要求和自身碳排放量 採用智能化能耗管理系統，提升辦公區域能源使用效率 督促門店實行綠色運營，減少運營中的碳排放
	技術風險	低碳技術轉型滯後導致的經營成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 持續完善循環物流體系，提升綠色物流佔比與運輸效率 積極投入綠色包材研發，加速實現包材轉型
	市場風險	客戶行為隨環保意識提升而改變	<ul style="list-style-type: none"> 積極開展產品偏好調研，增加環境友好包裝的使用佔比 逐步加大綠色包裝使用，減少塑料與紙張使用
	聲譽風險	公眾對公司氣候風險應對表現的質疑	<ul style="list-style-type: none"> 持續向客戶傳遞企業環保價值觀，展示為實現低碳環保採取的各項舉措 完善可持續供應鏈管理體系，對供應商的表現進行嚴格把關，避免環境負面事件的發生

風險類型		風險描述	風險應對措施
物理風險	急性風險	高溫、極寒、颱風等極端天氣導致的設備損害、業務中斷及員工人身安全等影響	<ul style="list-style-type: none"> 制定自然災害應急預案 制定藥品儲備、運輸保障應急預案 設置遠程辦公工作機制
	慢性風險	海平面上升、自然資源匱乏導致的運輸受阻及資源能源缺失風險	<ul style="list-style-type: none"> 選址時將氣候風險評估和地理位置納入考量因素 增加循環水用量，減少對水資源依賴

4.2 綠色運營

阿里健康切實貫徹環境保護理念，持續提升綠色數據中心效能，建立智慧綠色園區並推行綠色辦公倡議，最大程度減輕給自然環境帶來的不利影響。

綠色數據中心

為加速推進數字化轉型，阿里健康結合阿里雲數據中心的技術優勢，採取優化硬件性能、提高資源利用率以及增強散熱效率等多方面舉措，達到高能效與低排放並存。公司亦通過採用清潔能源、液冷技術以及資源循環利用等措施，讓自身綠色節能技術實現質的提升。2024財年，雲智能自建數據中心的清潔電力佔比較2023財年從53.9%上漲至56.0%。數據中心電力使用效率PUE (Power Usage Effectiveness) 較2023財年從1.215下降至1.200，在亞洲持續保持領先水平。2024財年，阿里巴巴雲計算數據中心被工業和信息化部辦公廳列入年度50家國家綠色數據中心名單。

4 綠色價值鏈

表：2024財年阿里雲節能環保類獎項清單

獲獎時間	獲獎主體	頒發機構	獎項名稱／圖片
2023年11月	阿里雲數據中心 創新團隊	聯合國工發組織 (UNIDO) Global Call 2023	 <p>UNIDO Global Call全球一等獎</p>
2023年4月	阿里雲數據中心 創新團隊	日內瓦國際發明展	 <p>日內瓦國際發明展銀獎</p>
2023年8月	阿里雲數據中心 創新團隊	中國算力大會組委會	 <p>中國算力大會最佳學術論文</p>

4 綠色價值鏈

獲獎時間	獲獎主體	頒發機構	獎項名稱／圖片
2023年12月	阿里雲數據中心 創新團隊	南方週末	 <p>全行業「年度低碳解決方案」</p>
2024年3月	阿里雲計算	中國電子學會	 <p>中國電子學會科技獎三等獎</p>
2023年5月	阿里雲計算	中國信息通信研究院	 <p>「新綠杯」信息通信行業賦能碳達峰 碳中和創新大賽一等獎</p>

4 綠色價值鏈

綠色園區

阿里健康打造綠色可持續園區，積極踐行循環發展模式，利用物聯網和大數據分析技術，有效改良照明和空調系統。例如，我們主動運用獨立的淨水系統、安裝充電樁停車位、安裝分佈式光伏、鼓勵使用自然光照與自然風循環等，有效減少資源使用並實現低碳運營。

阿里健康節能技術改造項目

- 採用自主研發「設備大腦」，通過對中央空調系統，照明系統，閒時設備設備進行數字化改造，結合園區運營管理經驗和大數據分析，實現各園區三大系統能基於氣象變化、人數、環境等參數的負荷預測智能控制，確保應關盡關，避免人走設備未關閉等浪費現象，在保證舒適度的同時大幅降低能耗；
- 採用LED照明燈管實現能耗降低30%；
- 對商場穹頂進行遮陽改造，減少高溫暴曬導致的室溫升高，整體能耗下降5%；
- 對園區內冷機群控，空調主機系統能耗下降10%。

綠色辦公

阿里健康遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，依託現有的《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》，制定能耗量和用水量目標，落實綠色辦公理念。

公司建立行政工程運營中心，持續優化樓宇控制系統，針對人員、天氣和溫度等變量因素，實現辦公場所照明和空調設備按需運行，成功降低夜間能耗10%。

4 綠色價值鏈

公司運用內部OA辦公系統，有效地規範辦公場所用水、用電及辦公用品管理，落實節能辦公與無紙化辦公。公司通過海報、廣告和辦公群宣傳推廣環保倡議，加強員工的環保意識和參與度，共建綠色辦公環境。

表：2024財年阿里健康綠色辦公亮點舉措

辦公管理	<ul style="list-style-type: none">低耗物品放入自助櫃、文具角，按需自行領用(如筆、本、膠棒、曲別針等)；高耗物品需線下登記領用多位新員工入職或培訓會等單次需求量較大時，採取掃碼登記批量領用建立「有心好行為」積分平台，幫助員工自發地減少用紙量會議室配備紅外感應設備，通過後台系統監測會議室使用情況，及時釋放無人會議室資源全面推行無紙化辦公，使用電子簽署代替紙質簽署
能源管理	<ul style="list-style-type: none">應用智能控制照明運用低耗能茶水設備，並設置定時關閉安裝遮陽窗簾從而減少空調能耗
員工出行管理	<ul style="list-style-type: none">提倡員工綠色出行提供共享單車與停放點
塑料使用管理	<ul style="list-style-type: none">園區餐廳推行使用可降解餐盒替代不可降解的塑料餐盒，並對一次性餐盒收費以減少過度使用

4 綠色價值鏈

表：2024財年阿里健康資源消耗與溫室氣體排放情況

指標	單位	2023財年	2024財年 ⁸
外購電力	千瓦時	1,482,187.78	3,787,579.62
人均用電量	千瓦時/人	986.15	2,639.43
綜合能源消耗量 ⁹	噸標煤	182.16	456.49
人均綜合能源消耗量	噸標煤/人	0.12	0.32
溫室氣體排放總量 ¹⁰	噸二氧化碳當量	845.29	2,160.06
人均溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量/人	0.56	1.51
用水量	噸	11,128.26	25,146.58
人均用水量	噸/人	7.40	17.52
紙張使用量	噸	1.10	1.86
人均紙張使用量	噸/人	0.001	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	

廢棄物管理

阿里健康恪守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《北京市生活垃圾管理條例》等環保法律法規，制定《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》等內部制度，落實廢棄物管理工作。公司亦建立嚴格的廢物管理體系，加強垃圾分類工作，對廢舊硒鼓墨盒和廢舊燈管進行無害處理，合規處理回收的廢舊藥品，確保環境不受影響。同時，我們安裝裝配式牆面、裝配式衛生間以及模塊化會議室等工業部品，

⁸ 環境數據收集範圍為北京中國尊、杭州西溪堂、杭州阿里巴巴B園區及廣州辦公室。2024財年阿里健康更換了辦公運營地，現運營地能耗較往年有一定增長。

⁹ 綜合能耗依據《綜合能耗計算通則GB-T2589 2020》計算得出。

¹⁰ 阿里健康不涉及直接溫室氣體排放量（範圍一）。間接溫室氣體排放量（範圍二）來自外購電力的耗用，外購電力排放因子參考中華人民共和國生態環境部於2023年2月7日刊發之《關於做好2023-2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》。

4 綠色價值鏈

達成標準化施工從而減少工業垃圾等固體廢棄物產生，並提高回收利用率。公司制定廢棄物減量目標，對廢棄物進行精細管理，並且公司日常運營對環境或自然資源不造成重大影響。

表：2024財年阿里健康廢棄物管理亮點舉措

- 園區每層辦公區域均設置分類垃圾桶；
- 設置專業垃圾清運人員，針對分類垃圾桶進行每日至少2次的清運清理工作；
- 收集的全部垃圾進行二次人工分揀，將可回收垃圾／不可回收垃圾分揀，分類清理至指定垃圾房；
- 設有兩處處理同學需求的有害垃圾回收處，例如過期藥物、水銀溫度計等物品；其餘廢舊硒鼓、墨盒等IT側有害垃圾，由IT部門直接回收處理。
- 與政府和供應商合作，探索「園區 - 街道 - 回收供應商」的三方合作方式，同時建設園區廢物處置的數據化管理系統，以實現生活垃圾的全程追蹤。

案例：廢棄瓶罐回收助力公益心願

2024財年，阿里健康在廣州辦公區設置廢棄瓶罐回收箱，倡導員工參與回收工作。回收瓶罐的變賣經費用於阿里公益平台心願便利店項目，目前已利用變賣經費完成公益心願平台上4個心願。

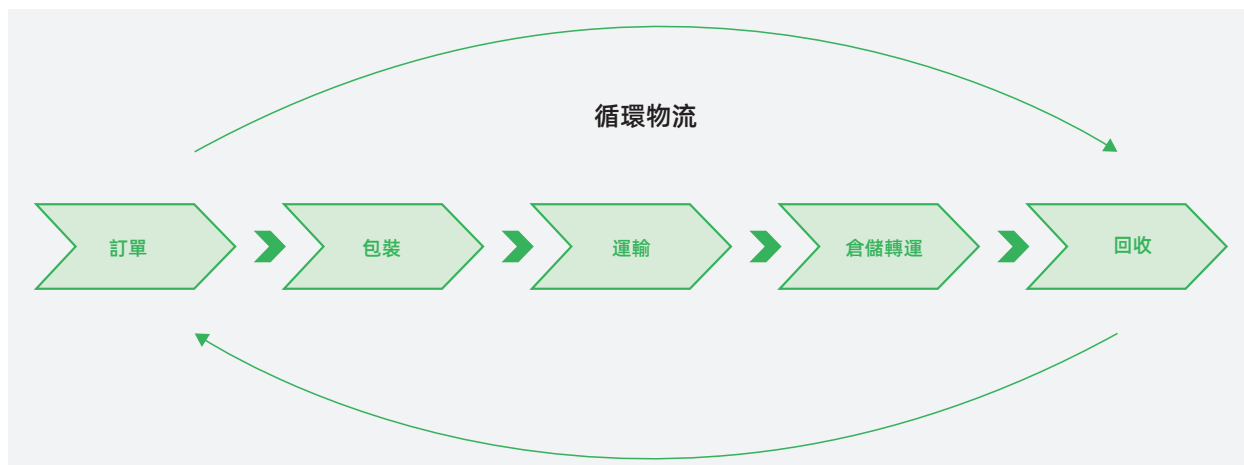
表：2024財年阿里健康廢棄物排放情況

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

4 綠色價值鏈

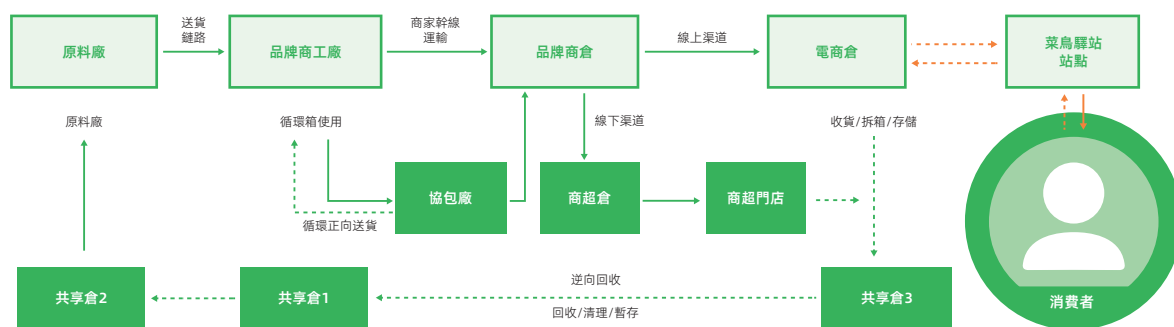
4.3 綠色物流

阿里健康致力於成為綠色物流的建設者。公司與菜鳥包裹共同構建循環物流體系，並參與行業生態循環箱公制標準制定，旨在帶動行業實現包裝材料循環利用和減量使用。我們通過科技創新、資源合理利用和綠色合作，不斷優化物流運營，實現從訂單處理到包裝、運輸、倉儲到回收的全方位覆蓋。2024財年，阿里健康循環物流應用於公司業務範圍內所有商店和配送中心。



圖：循環物流體系

公司持續開發全鏈路智能管理系統，採用物聯網技術與RFID芯片植入，達到對箱體位置和狀態的實時追蹤，大幅提升循環箱的智能化管理效率。



圖：全鏈路智能管理系統

4 綠色價值鏈

我們配合阿里巴巴集團積極採用電動貨運車、試點採用氫能貨運車、拓展換電平台、擴張低碳跨境運輸，並配合搭建供騎手使用的換電平台，幫助騎手方便快捷地找到充換電站，從而推動更多騎手在運送藥品時使用電動交通工具。我們結合用戶的實際需求，採用非航空的低碳跨境運輸方式，增加非航空的包裹運輸量。此外，我們研發智能路徑規劃算法並在多環節投入運用，包括車輛配送、倉庫揀選、末端配送等。同時，我們通過智能合單形式，將多個包裹合單發貨，有效降低了物流運輸的碳排放，2024財年阿里健康大藥房合單率由4.44%提升至5.29%。

表：2024財年阿里健康智能路徑規劃算法

環節	算法優化成果
車輛配送	有效降低車輛使用數量、車輛行駛距離，平均能節省5%的運輸里程
倉庫揀選	有效降低揀選人員的行走距離
末端配送	幫助外賣配送員規劃配送路線實現提效

綠色包裝

阿里健康十分重視包裝材料使用對環境帶來的負面影響。公司通過三個維度的使用資源方式轉型，實現減少可能產生的塑料污染。我們從源頭上進行包裝減量、使用後包裝再循環利用、使用環境友好的材料替換塑料材料三個方向入手，和價值鏈夥伴、平台生態夥伴共同行動和創新。

5 負責任的科技

阿里健康憑藉卓越的科技實力，與供應商構築了長期且穩固的誠信合作紐帶，實現共贏發展。此外，公司充分發揮在互聯網醫療領域中的深厚專業積累與廣泛社會資源，矢志不渝地投身於公益事業，以實際行動積極承擔社會責任，為社會福祉貢獻力量。

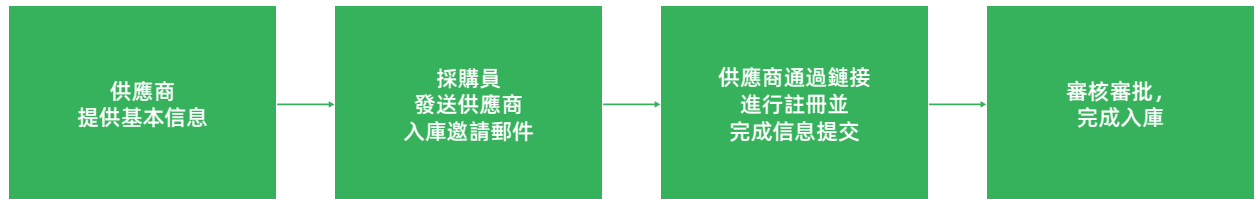
5.1 供應鏈管理

阿里健康不斷提高採購質效和審核監管力度，大力防範採購風險，攜手供應商夥伴共同打造綠色供應鏈。阿里健康嚴格遵守《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》等所在運營地適用的法律法規，持續完善並貫徹《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範》和《阿里健康供貨管理制度》《阿里健康 - 站外媒體渠道投放的結算驗收管理規範》等內部供應商管理制度，構建全面細緻的供應商管理體系，覆蓋供應商准入、管理、淘汰等各流程環節，確保所有採購行為的合法合規。

阿里健康重視供應商質量管控，規範供應商的篩選、分類、監督、評價等管理流程，穩步提高供應商產品質量，建立與其長期穩定的戰略關係。我們的供應商涵蓋外包採購、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／節目製作、IT服務、差旅、IDC/CDN等類目。我們制定供應商管理責任制，明確供應商准入環節中的審核與評估要點，包括認證資質、違規案件與處罰、反賄賂風險等。同時，我們根據不同類目供應商的特點，對供應商實行分級分類管理，持續優化供應商准入管理流程與效率。

5 負責任的科技

公司不斷提升供應商准入門檻，嚴格執行新合作供應商的首營資質審核流程，核查企業營業執照、年報等核心材料，對於未通過審核的供應商，一律不予合作；對於直發模式供應商，引入第三方機構對其倉庫進行全面審核。截至報告期末，已有515家供應商通過資質審核，約180個倉庫完成實地審核，11個不達標倉庫經整改後需再次驗倉或視情況終止合作。截至報告期末，我們已實現了供應商准入審核流程的100%覆蓋。



圖：阿里健康供應商准入流程

阿里健康對供應商實施嚴格的審核評估制度，公司不僅為自營倉庫的OEM(原始設備製造商，Original Equipment Manufacturer)產品制定了各環節的考核制度，包括收貨、驗收、儲存、養護、出庫、運輸、退貨等，還定期對已准入供應商的自營倉庫和OEM生產工廠進行全鏈路複核，確保商品質量達標。同時，公司還從創意評估、執行品質、服務能力等多維度對供應商進行全方位審核，輔以現場走訪和後驗收服務評分，確保供應商滿足各項資質要求。針對客服外包類目的供應商，我們通過QBR(季度營運會議，Quarterly Business Review)服務資料進行交付質量、站點健康度等多個維度的重點考核評估，確保供應商服務的優質和高效。針對供應商質量問題，我們對不同級別的供應商分別制定了科學的應急預案。對於一級、二級供應商，我們按照國家法規配合上游供應商執行召回；對於三級供應商，我們作為經銷商根據上游供應商召回指令配合執行。若召回事件持續發酵，我們將根據被召回商品的危害性、輿情熱度等因素酌情評估處理。同時，質控部門每日監控政府公告，同步召回信息至相關部門，實施下架、禁採禁售措施，並通知採控退單清退。

5 負責任的科技

公司亦將環境及社會等要求納入供應商管理之中，確保供應商以負責任的方式開展相關業務活動。我們要求供應商遵守國家和地方環境保護法，鼓勵供應商採取節能減排的生產方式，如使用可再生能源、採用環保材料等。同時，我們對供應商開展包括產品質量、商業道德、環境影響等方面的風險識別與評估，全面識別供應鏈中的ESG相關風險，持續提升供應商ESG管理水平。

我們利用阿里健康「火眼系統」，實時監測中高風險供應商並預警潛在風險，及時提供財務、法務等建議，推動供應商持續改進。針對違規事件，我們使用四個不同等級判定供應商違規行為類型，並根據合同或誠信約定函相應採取列入黑名單、淘汰、凍結、警告、停單等措施，嚴格規範供應商行為。

此外，阿里健康建立了透明開放的供應商溝通機制，通過多種渠道與供應商進行有效溝通，維持長期穩定的合作關係。

阿里健康供應商溝通體系：

- 正式書面溝通：電子郵件、信函
- 電話／視頻會議：日常溝通、按月和季度開展定期會議
- 面對面會晤：現場訪問、行業展會／研討會

我們每季度均通過拜訪面談和線上分享會等形式對重點採購項目進行階段性復盤，並開展年度審閱及溝通，確保雙方對合作情況有清晰的了解。我們每年為自營業務的供應商開展培訓活動，內容包括商品首營規則、供應商管理制度、倉庫管理規範以及供應商系統操作宣貫培訓，並協助供應商提升其質量能力，在互利共惠的基礎上與供應商形成更穩固的合作關係。同時，我們面向非經營性業務供應商積極開展培訓，2024財年共計開展了6次非經營性業務供應商培訓，有效推動與供應商的深入交流和互相賦能。

5 負責任的科技

表：阿里健康供應商質量培訓

- 針對非藥供應商：開展「雙十一」大促前處罰規則培訓，培訓的內容包含處罰規則、處罰TOP模塊的案例分析及優化建議等，參訓人員超過500人；
- 針對新入駐供應商：開展供應商基本管理規範宣導，共涉及14個供應商，培訓參與度達100%，考試參與度達76%；
- 針對全量非藥供應商：開展非藥文描標準迭代培訓，培訓參與度達59%；開展非藥處罰規則培訓，考試通過率達68%；開展新品首營規則變更培訓，對新增《生產廠家委託協議》進行詳細介紹說明；
- 系統變更培訓：在品牌授權產品化功能上線之前，對品牌授權的過期和超鏈路問題進行再次強調，參訓人數達1,157人。

表：2024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	非經營性業務	總數量
中國大陸	1,267	342	1,609
海外及港澳台地區	263	2	265

5.2 企業公益

阿里健康堅持以業載善、以善興業，積極響應國家「實施健康中國戰略」，將企業發展與社會責任並重，積極發起、組織並參與各類社會公益行動，借助獨特的數字化醫藥和健康產業優勢回饋社會。

5 負責任的科技

我們構建了全面的公益管理機制，從員工公益與生態公益出發，持續推進兒童重疾救助、罕見病患者關愛項目，並借助自身的醫療健康能力助力基層醫療水平提升，並聯動平台商家、公益組織等社會力量共同助力公益行動。在2024財年，阿里健康投入社會公益項目共計35,503小時，捐贈金額共計人民幣147萬元。

員工公益

阿里健康鼓勵每一位員工為公益而行動，面向管理層、資深員工及新人月度提供自營主題性公益機會、日常發佈外部公益活動信息，並通過線上線下多種渠道渲染公益文化氛圍。2023年9月，阿里健康發出「踐行人人公益3小時」全員信，倡議每一位員工堅守「每人每年3小時志願服務」的公益約定，尤其鼓勵並倡導在醫療健康領域開展公益活動。



圖：阿里健康「踐行人人公益3小時」全員倡議

我們發起並參與了多項健康醫療公益項目，借助自身在醫療健康領域的資源優勢，為社會提供多層次醫療健康服務及援助。我們整合互聯網技術、平台能力，推動優質醫療、醫藥資源服務觸達更多困難群體，踐行「讓醫療健康普惠可及」的使命與責任。

我們搭建「小鹿燈」兒童重疾公益救助平台，與當地醫療機構合作，展開重疾兒童公益義診，緩解重疾兒童家庭的醫療經濟負擔。

5 負責任的科技

案例：「小鹿燈」兒童重疾救助公益項目

為了幫助患有重大疾病的兒童及其家庭，阿里巴巴公益和阿里健康公益攜手知名醫療專家和權威公益機構，共同發起了「小鹿燈兒童重疾救助平台」。該項目通過搭建「縣－鄉／鎮－村」三級網絡，通過主動救助的模式，致力於為有困難的重疾患兒家庭提供醫療支持，包括提供就醫渠道、對接優質診療資源，並提供診療費用援助。

截至2024年3月31日，「小鹿燈」項目共投入人民幣3,900餘萬元，在全國16個省份的57個欠發達縣域及浙江山區縣開展了186餘場義診，援助符合條件的患兒1,967名，榮獲第十八屆人民企業社會責任評選「年度案例獎」，並成為中華人民共和國民政部第十二屆「中華慈善獎」獲獎項目「出生缺陷干預救助項目」中的「主動救助」亮點。



圖：「小鹿燈」公益項目獲多項殊榮

我們持續向社會提供醫藥援助服務，結合社會資源，打造面向罕見病患者的一站式服務平台，以更加便捷的線上平台來幫助患者解決尋藥就醫難題，實現藥物費用、各地醫保報銷費用等信息的可視化。

5 負責任的科技

案例：檸檬寶寶關愛行動

2023年9月，阿里巴巴公益、阿里健康公益聯合病痛挑戰基金會發起「檸檬寶寶關愛行動」。項目以幫助檸檬寶寶困難家庭為目標，通過整合罕見病領域資源，提供專業醫療援助，推動罕見遺傳代謝類疾病保障政策落地，改善患者家庭生活質量。

「檸檬寶寶」是罕見遺傳代謝疾病甲基丙二酸血症和丙酸血症的統稱，該類罕見病是常染色體隱性遺傳疾病，可導致體內有害的代謝產物異常積蓄，引起機體損傷。由於僅食用母乳和普通奶粉會引起酸中毒，患兒必須定量食用特殊醫學用途配方奶粉。

由於國內存在特醫奶粉購買困難問題，本次關愛行動聯動基金會反向收集中國患兒的奶粉需求聯動特醫奶粉企業安排生產，經由阿里健康打通物流和報關等環節，最終在阿里健康大藥房海外旗艦店上架，有效幫助解決供貨問題。同時該行動通過批量採購降低成本，並開展公益援助，降低患兒家庭經濟負擔。



圖：檸檬寶寶關愛行動

案例：檸檬寶寶關愛行動

於第17個國際罕見病日來臨之際，我們再次舉辦罕見病公益音樂會，聯合美贊臣中國、聖桐特醫等奶粉企業共同發出罕見病特殊醫學用途配方奶粉關愛倡議，持續推進「檸檬寶寶關愛行動」，共同解決甲基丙二酸血症和丙酸血症患者面臨的特醫奶粉「購買難、負擔重」問題。



圖：「一切只為你·Sing for Rare」罕見病公益音樂會

我們深刻踐行對社會的回饋，通過基層醫生培訓賦能等多種形式將健康救助落到實處，減輕患者疾病負擔，增強治療信心。

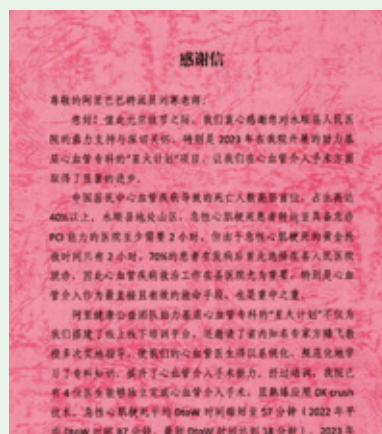
5 負責任的科技

案例：基層醫生培訓公益項目 - 「星火計劃」

阿里巴巴公益和阿里健康公益持續關注欠發達地區基層醫療能力薄弱的問題，開展助力基層心血管專科的「星火計劃」項目，通過搭建線上學習平台、聯動線下培訓基地、整合行業專家資源，為基層醫生和管理人員提供便捷高效的學習工具和優質的培訓內容。截至2024年3月，相關線上培訓平台已累計培訓心血管介入醫生4,200餘名，項目多次組織專家赴永順縣、青龍縣實地指導，帶領基層醫生系統化、規範化學習專科知識，提升心血管介入手術能力。



圖：基層胸痛中心培訓現場



圖：永順縣人民醫院感謝信

案例：愛豆·康復健康小屋公益項目

自2023年5月起，阿里巴巴公益和阿里健康公益聯合北京凌鋒公益基金會在河北阜平、巨鹿兩縣共落地了20個愛豆·康復健康小屋，為每個小屋捐贈了16種健康管理和康復服務的醫療設備，並組織上級醫生長期幫扶村醫，為鄉村的慢病患者、卒中後遺症和殘疾人等人群在家門口提供免費的健康管理和康復服務。2024財年，阜平和巨鹿的20個小屋全部實現了100%的活躍運營，已累計服務當地居民50,347人次。



圖：康復健康小屋為老人提供健康服務

生態賦能

阿里健康始終以推動「人人公益」為己任，充分利用醫藥健康行業資源及平台優勢，帶動商家、社會公益組織等多方力量賦能公益活動，推動公益融入社會生活。

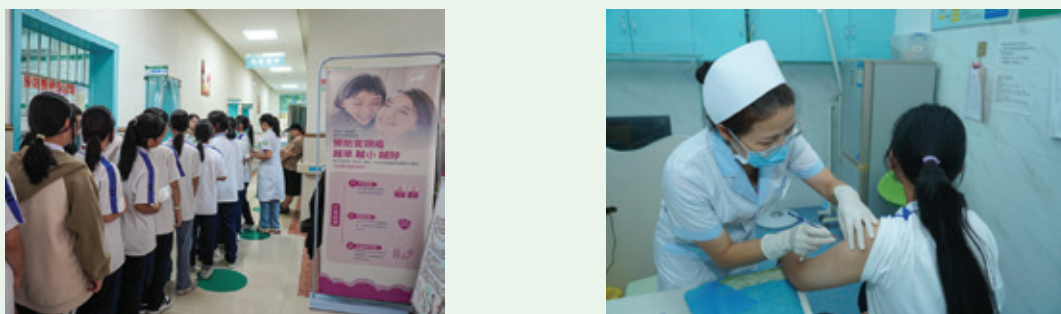
2023年6月，阿里健康發佈全球首款帶有「盲文 - 中文」轉化功能和文字注音功能的定製字庫 - 「阿里健康體」，讓所有不懂盲文的人都可以通過拼音來輕鬆拼寫盲文，呼籲社會增加對視障群體的關愛。2023年11月，「阿里健康體」第2期在中國國際版權博覽會正式推出，讓盲文注音字庫有了中譯英、校對等能力，同時面向全社會開放免費商用下載。阿里健康體在國內外獲得了多個獎項，包括第八屆中國設計智造大獎(DIA)。

5 負責任的科技

2024財年，我們聯合多方發起了「小綠傘疫苗保護行動」和「不扎手指行動」，為公眾的日常健康提供切實保障。

案例：小綠傘疫苗保護行動

2023年9月，阿里健康疫苗、阿里健康公益聯合中國婦女發展基金會、阿里巴巴公益基金會、以及平台愛心商家發起「家庭支持行動 - 保護宮頸贏在第一時」公益行動，為困境家庭女童提供宮頸癌預防服務。12月7日，該行動升級為「小綠傘疫苗保護行動」，已聯合阿里健康疫苗全平台商家，持續推進宮頸癌防治工作，為更多女性提供健康保障。



圖：疫苗保護行動接種現場

案例：阿里健康發起「不扎手指行動」

2023年6月，天貓健康、阿里健康公益與中國初級衛生保健基金會、三諾生物攜手發起了「不扎手指行動」。通過150天血糖監測公益活動、動態血糖儀免費試用、血糖健康專科諮詢三項舉措，我們為職場糖尿病患者提供便捷、舒適的血糖監測服務，減輕控糖負擔、改善生活質量。



圖：不扎手指行動宣傳海報

ESG索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
環境			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無 害廢棄物的產生等的： (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。	47、54
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	54-55
	A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸 計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	54
	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)。	55
	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)。	55
	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。	47
	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。	54-55

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
A2：資源使用	一般披露	有效使用資源(包括能源, 水及其他原材料)的政策。	52
	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)。	54
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	54
	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。	52-53
	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。	52-53
	A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	54
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。	47
	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。	47-57
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。	47
	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。	48-49

ESG索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
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。	38
	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。	39
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	40
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。	43
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	44
	B2.2	因工傷損失工作日數。	44
	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。	44-45
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。	40-41
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	43
	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。	43

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	38
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	38
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	38
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。	58
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	61
	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，以及相關執行及監察方法。	59
	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。	58-60
	B5.4	描述在揀選供貨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。	60

ESG索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	21-23
	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。	23
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	26
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	36-37
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	21-23
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	30-35
B7：反貪污	一般披露	有關防治賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	15-16
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	17
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	17
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	16

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	62、67
	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)。	62、67
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	62

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