

2020-2021

阿里巴巴集团社会责任报告

Alibaba Group / CSR

Social Responsibility Report



目 录

04 董事长致辞

06 2021财年大数据

08 从天猫双十一看阿里巴巴可持续发展实践

10 可持续发展：
行动就会改变

12 乡村振兴：在希望的热土上挥洒青春

28 疫情防控：技术助力疫情常态化防控

34 环境保护：绿水青山就是金山银山

40 人人公益：让公益
成为一种生活方式

42 人人3小时，公益亿起来

45 信任透明，构建爱的生态

49 数字有温度，社会更美好

60 公益传橙：带上
热爱，益起出发

62 每一次热心都因为热爱

72 我们的公司治理

74 与利益相关方共享价值

79 附录

79 结语与展望	84 关于阿里巴巴
79 关键绩效	85 关于本报告
80 指标索引	



董事长致辞

2020 年是极不平凡的一年。疫情所到之处，世界正在被深刻影响甚至重塑。中国科技抗疫的实践和如今取得的成果，让我们比任何时候都更深刻地体会到数字化的力量。阿里巴巴既是中国数字经济时代的参与者和建设者，更是受益者。我们对此充满感恩。我们认为，感恩的最好方式，就是能够参与解决全社会共同关切的问题，为推动社会的发展尽一份微薄之力。

2020 年也是中国全面建成小康社会的决胜之年。国家完成了脱贫攻坚的伟大壮举，进入了乡村振兴的新征程。在各地领导和合作伙伴的支持下，过去一年，阿里巴巴相继推出“爱心助农”、“春雷计划”助农板块等行动，为推动当地经济发展，走上致富道路做出一点贡献，发挥出平台的独特性。过去几年间，我们也持续派出“特派员”，通过这一创新的方式输出我们的能力，做好桥梁，为贫困地区带去崭新的互联网思维。

随着乡村振兴国家战略的深入推进，2021 年 5 月，阿里巴巴已将 2017 年成立的“阿里巴巴脱贫基金”升级为“阿里巴巴乡村振兴基金”，并同时发布了“热土计划”，围绕科技振兴、产业振兴和人才振兴三个方向，希望持续以扎扎实实的投入和探索，给乡村带去实实在在的帮助。如今，随着《中共中央、国务院关于支持浙江高质量发展建设共同富裕示范区的意见》正式发布，我们也希望在其中能为推动实现更共享、更普惠的社会，尽到我们的一份责任。

面向未来，阿里巴巴首先将全力投入数字新基建的建设，充分发挥阿里巴巴数字经济的基础设施优势，包括商业的力量、物流的动能、互联网金融的能力，促进整个社会经济在新发展阶段更快创新。2020 年，阿里巴巴决定，未来 3 年将投入 2000 亿元人民币，用于云操作系统、服务器、芯片、网络等重大核心技术研发攻坚，以及面向未来的数据中心建设。这是阿里巴巴对未来新基建发展的信心，也是我们用数字技术助力社会更美好的决心。同时，阿里巴巴非常独特的一点，就是如何做好桥梁，运用生态的力量，带动各行各业的合作伙伴共同走向未来。

绿色和可持续发展业已成为全球共识。阿里巴巴致力于通过技术创新推动绿色发展，并全力配合国家“碳达峰、碳中和”的目标顺利推进。多年的商业实践中，阿里巴巴一直持续探索可持续的发展路径。一张小小的电子面单，每年就可节省下几十万吨的碳排放。我们也相信，绿色是所有行业从业者应共同承担的责任。2020 年天猫双 11 期间，菜鸟联动海内外 500 多个商家，将原有塑料快递包装袋替换成生物基环保快递袋，实现减塑 7.9 万公斤。蚂蚁森林作为一款手机互动游戏，让 5 亿多人参与到种树的事业当中。菜鸟刚刚推出的“菜鸟海洋”，也意味着将我们在环保领域的探索从陆地拓展到海洋，带动更多社会力量保护海洋环境。不久前，阿里巴巴发布的《迈向零碳时代·2021 减碳账单报告》显示，2020 年，阿里云自建基地型数据中心交易清洁能源电量 4.1 亿千瓦时，同比上升 266%，减排二氧化碳 30 万吨，同比上升 127%。

阿里巴巴始终相信，任何一个企业、任何一个组织，如果不能持续参与解决社会问题，将注定无法实现长远发展。作为一个平台企业，我们致力于带动广泛的社会和生态力量参与公益。2021 财年，阿里巴巴公益平台累计产生公益捐赠 5.5 亿元，带动 5 亿消费者参与其中。我们尤其关注社会中相对弱势的群体，致力于用数字技术更好地帮助老年群体、儿童、青少年、残障群体等，获得平等的发展机会。

阿里巴巴能够发展到今天，得益于中国改革开放的大时代，得益于政府对企业的持续鼓励发展和创新的各种政策，更得益于背靠中国这个全球最大、最有活力的市场。阿里巴巴和社会的发展始终同频共振，同呼吸共命运。面向未来，共同富裕和绿色可持续，将是阿里巴巴公益和社会责任的核心组成。

如果说“让天下没有难做的生意”是阿里巴巴为中小企业提升商业效率、促进商业发展的使命，“人人参与、才是公益”则是阿里巴巴解决社会问题、创造社会价值的初心。只有效率与公平充分平衡，阿里巴巴才可以真正成为一家“活 102 年的好公司”。我们会更加积极学习和响应国家相应政策和法规，用更高的要求建设更为健康的平台经济。我们希望，整个国家和社会，会因为阿里巴巴的存在而多一份美好，多一份力量。我们也坚信，最终唯有社会好了，经济好了，人们的生活好了，阿里巴巴才会有更好的明天。



阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官

张勇

2021 财年大数据

自 2017 年 12 月阿里巴巴脱贫基金成立，至 2020 年底，832 个原国家级贫困县在阿里巴巴平台网络销售额已超过 2700 亿元。

2700亿_元

截至 2020 年底，菜鸟智能装箱计算累计减少 5.3 亿个包裹用材，相当于种下 393 万棵梭梭树。

5.3亿_个

阿里巴巴在全国落地 1000 个数字农业基地，建成 5 个数字化大型产地仓，1000 多个菜鸟县域快递共同配送中心，与全国各城市的销地仓，淘宝、天猫、盒马鲜生、大润发等线上线下销售渠道，共同形成一张数字化的仓配及分销网络，一年可将 100 万吨生鲜农产品直供全国餐桌。

1000_个

《阿里巴巴春雷计划 2020》实施半年，共有 20 个省市和 2000 个产业带，与阿里巴巴一起实现“数字化”突围，化免“疫”力为生产力，共同见证中国经济的韧性和活力。

20_个

2000_个

4982亿_元

2020 年天猫双十一的成交额达到 4982 亿元，吸引超过 8 亿消费者、25 万品牌、500 万商家共同参与。

2021 财年，员工总公益时 62.3 万小时；总申报次数 429 万人次；阿里巴巴合伙人“人人 3 小时”公益完成率 100%。

62.3万_{小时}

4.1亿_{千瓦时}

2020 年，阿里云自建基地型数据中心交易清洁能源电量 4.1 亿千瓦时，同比上升 266%，减排二氧化碳 30 万吨，同比上升 127%。

超过
90亿_笔

2021 财年，在阿里巴巴公益平台上，约 250 万商家、5 亿用户合力捐出超过 90 亿笔善款。

从天猫双十一看 阿里巴巴可持续 发展实践

助力 脱贫攻坚

2020 年天猫双十一期间，阿里巴巴设立 10 亿助农消费补贴，并为当时 52 个尚未脱贫摘帽的国家级贫困县打造专区，举办 110 万场助农直播，这些贫困县双十一期间成交额同比增长 107%。阿里巴巴平台累计销售 1406 个县域的 41 万款农产品，成交额达到 120 亿元，同比增长 22%，并创造了多个“第一次”：



- 第一次推出“价值超 10 亿”农产品地域品牌；
- 第一次为未摘帽贫困县设专区；
- 第一次全面启用农产品上行“高速公路”；
- 第一次展示完整的农产品数字化流通网络；
- 第一次“AI 养鸡”。



想了解更多关于阿里巴巴助力脱贫攻坚与乡村振兴的故事，请翻至 12 页。

助力 经济复苏

后疫情时代数字化生活方式逐渐成为新常态。其中，站在十二年拐点之上的天猫双十一凝聚的种种变化，直观展现了数字经济的先发优势和巨大潜能。2020 年天猫双十一购物季：



- 产生了 23.2 亿个物流订单，比十一年前增长了 9000 倍；
- 吸引超过 8 亿消费者、25 万品牌、500 万商家共同参与，是覆盖面最广、参与度最高的一届；
- 2000 个产业带、30 万个外贸工厂首次参加天猫双十一。



想了解更多关于阿里巴巴助力抗疫与经济发展的故事，请翻至 28 页。

2020 年的天猫双十一以 4982 亿元的交易额落下帷幕。疫情为这场全民的消费狂欢赋予了特殊的意义，天猫双十一成为疫后拉动内需、促进经济复苏、证明中国经济与社会发展韧性的良好契机，也是集中体现新时代阿里巴巴责任实践的最佳窗口。2020 年的天猫双十一，让人们感受到中国经济的跳动脉搏，看见中国发展的坚实底气，也让人们更坚定、更自信地迎接未来。

助力 环境保护



想了解更多关于阿里巴巴助力绿色发展的故事，请翻至 34 页。

2020 年，阿里巴巴积极践行绿色发展理念，联合内外部多方力量，在数据中心、物流、平台、商家和消费者共同参与下，合力打造了一场“绿色天猫双十一”。

绿色数据：2020 年天猫双十一的电商交易支付、物流等环节，由张北、乌兰察布、河源、南通、杭州等五大超级数据中心合力支撑。在新一代绿色“黑科技”的加持下，每一万笔电商交易的耗电量已经控制在 2 度电以内。仅天猫双十一一天，就能为社会节省超过 20 万度电的能耗量。

绿色包装：菜鸟供应链利用智能装箱算法，天猫双十一期间为 1200 万个包裹瘦身；天猫超市、零售通与菜鸟一起推广品牌原箱发货和旧箱回收利用，可实现 70% 的包裹发货不再用新纸箱；菜鸟联动海内外 500 多个商家，天猫双十一期间实现减塑重量达 7.9 万公斤。

绿色面单：联动快递公司使用“一联单”电子面单，天猫双十一期间节省纸张超过 22 亿张。

2020 年绿色天猫双十一：

为社会节省电的能耗量超过

20万度

实现减塑重量达

7.9万公斤

节省纸张超过

22亿张



可持续发展： 行动就会改变



可持续发展已成为全球共识，也是当前我国发展的主基调。在阿里巴巴，我们坚信对社会负责是我们商业模式的一部分。在可持续发展的时代背景下，无论是国家全面实施乡村振兴战略，还是新冠肺炎疫情防控成为常态化工作，或是践行“绿水青山就是金山银山”的理念，在生态文明建设上展现新作为，都让阿里巴巴对自身的责任有了更深刻的思考。我们发挥技术和生态协同力量，在巩固脱贫成果的基础上，助力乡村振兴；我们用数字化技术提升社会疫情防控能力，用数字新基建激发疫后经济发展活力；我们用科技“加码”减排减塑，通过自然教育唤醒更多人的环保意识，带动全民环保……我们希望将阿里巴巴的能力转变为助力可持续发展的动力，这是阿里巴巴的责任所归、价值所依。

乡村振兴
在希望的热土上挥洒青春

2020 年是一个值得被载入史册的年份。这一年，中国脱贫攻坚取得重大胜利，832 个国家级贫困县全部脱贫摘帽，农村绝对贫困人口全部脱贫，消灭了中华民族几千年的绝对贫困，取得了令世界瞩目的成就。

乡村脱贫攻坚是历史赋予的使命。回顾阿里巴巴二十余年的发展历程，见证了中国广大乡村从脱贫走向振兴，阿里巴巴也有幸参与到这一进程中，通过“把数字化带给老乡”，和老乡一起描绘“诗和远方”。

“我们希望和更多的合作伙伴一起，帮助广大的农民家庭，包括青少年、儿童，让他们能够跟我们一样因为有了互联网，有了技术，有了产业生态，共同创造更美好的生活，让周围的人更美好，让我们不仅能够幸福自己的小家，也能够将更多的幸福带给更广阔的家庭。”

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇在 2021 阿里巴巴乡村致富大会上的发言

“阿里巴巴从来没想过做插一根树枝就开花的业务。很多事情要坚持 8-10 年，你才能看到有一些根长下去，然后能够开出一些花来。”

——阿里巴巴集团合伙人、
阿里巴巴大农业办公室
主任 戴珊



外部评价

2021 年在全国脱贫攻坚总结表彰大会上，阿里巴巴获评“全国脱贫攻坚先进集体”。通过开淘宝店帮助贫困户脱贫的赵海伶、付凡平，带领村民在大山里造出“淘宝村”的刘廷洲等人，获评“全国脱贫攻坚先进个人”。

阿里巴巴被美国《财富》杂志评为“2020 改变世界的企业”，这也是阿里巴巴第六次上榜，理由是“阿里巴巴在疫情期间展示了其全球基础设施在危机中的灵活性，特别是淘宝直播平台在农村供应链受疫情阻断后，帮助农户触达到了新用户”。

行动

发布热土计划：
巩固脱贫成果，
助力乡村振兴

为更好地助力打赢脱贫攻坚战，2017 年 12 月 1 日，阿里巴巴脱贫基金正式成立，围绕教育、健康、女性、生态和电商五大方向，探索可持续、可参与、可借鉴的互联网脱贫模式。2019 年，阿里巴巴创新性推出“特派员”，根据乡村的实际情况，探索出真正能实实在在帮到乡村的资源供给、产业组织和未来规划。

随着国家脱贫攻坚战取得全面胜利，乡村振兴战略开启新篇章，2021 年 5 月 17 日，在阿里巴巴乡村致富大会上，阿里巴巴推出“热土计划”，并将阿里巴巴脱贫基金正式升级为阿里巴巴乡村振兴基金，继续推进教育、健康、女性、生态和电商五大脱贫方向，巩固乡村脱贫成果；同时围绕科技振兴、产业振兴、人才振兴三大方向推出 14 项具体措施，作为未来一年助力乡村振兴的具体工作目标。



▲ 在 2021 阿里巴巴乡村致富大会上，阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官张勇宣布，面向整个乡村振兴事业，阿里巴巴推出“热土计划”。



科技振兴

互联网的普及深刻影响了人们的生活方式，并不断推动消费升级。这将推动基础产品向更有附加值的产品转变，对产业发展提出更高的要求。阿里巴巴希望将科技的力量赋予到产业发展的大局中，用技术推动供给侧改革，为乡村振兴贡献力量。

阿里巴巴将投入专项资金、输出技术助力农业科技、智慧育种领域的数字化水平提升；利用蚂蚁链技术助力农产品溯源，提高农民收入与品牌美誉度，助力乡村资产增信和获得金融服务。阿里巴巴将用“科技加持热土”，让农业生产更智慧。



产业振兴

阿里巴巴认为，贫困县脱贫以后，要实现可持续发展、走向全面振兴，必须要大力促进核心产业的发展。因此，阿里巴巴将围绕当地的优势与资源，因地制宜地进行产业规划与产业链优化，并依托市场的力量、技术的力量，以及完善的基础设施，推动乡村产业发展。

阿里巴巴将重点打造 8 个“十亿级品牌农业产业带”，3 年助力打造 100 个县域生态农产品品牌，加速农产品品牌化；打造 10 个“乡村旅游标杆县”，培养百名乡村旅游本地主播和经营能人，打造 100 个美丽乡村县域品牌，用数字能力打造美丽乡村；在欠发达地区建设更多菜鸟共配中心和上行物流中心，进一步拓宽乡村产业发展的线上线下通路；辅助 10 个重点县域搭建基层治理平台，并联合平台商家，为 300 所乡村卫生室提供医疗设备，进一步助力提升乡村服务水平。



人才振兴

阿里巴巴相信，未来在数字经济的广袤土壤中会催生出更多的新兴岗位。把教育就业资源带进乡村，帮助乡村人才谋发展，将是我们持续高度重视的领域。

阿里巴巴将通过资助 1600 位乡村校长、教师与师范毕业生，为重点县域中职学校提供与信息化紧密相关的课程，助力打造职业人才培养示范模式；带领电商专家下乡，提供千门线上线下数字化培训课程，培养 100 万乡村电商从业者；为 300 家县域医院提供学习培训帮扶，提升 7000 名基层医生的专业诊疗能力；为欠发达地区建立 10 个优先照顾困境女性的数字产业基地，为欠发达地区的女性提供 10 万人次就业机会，助力乡村实现人才振兴。

模式——阿里巴巴特派员：到乡村最需要的地方去

2020 年 10 月 14 日，在全国第七个“扶贫日”重要活动“扶贫日系列论坛”上，阿里巴巴“特派员”模式被评选为“网络扶贫十大案例”。从 2019 年 5 月开始，两批共 11 位阿里巴巴资深员工驻扎到甘肃礼县、贵州普安、湖南城步、山西平顺、河北张北、河南民权、吉林汪清、甘肃渭源、江西寻乌、陕西宜君、河北巨鹿等 11 个原国家级贫困县，带去阿里巴巴农村数字化的一整套思考方式、数字技术与运营经验，同时围绕教育脱贫、健康脱贫、女性脱贫、生态脱贫、电商脱贫这五大方向，对乡村进行全方位助力。2021 年 5 月 17 日，在阿里巴巴乡村致富大会上，第三批 7 名“特派员”正式亮相，他们整装出发，到乡村最需要的地方。

帮助农村脱贫，最关键的是要找到制约农村发展的主要因素，针对当地发展的实际需求，提供定制化的解决方案。为此，阿里巴巴打造“特派员”模式，选派资深阿里人，到脱贫攻坚最需要的地方去，结合制约当地发展的“痛点”以及地区特色，实现当地需求与阿里巴巴资源的有效对接，以“定制化”的脱贫方案，帮助贫困地区脱贫致富。

特派员们与乡亲们同吃同住，跑遍了当地山山水水，把互联网接到了大山深处，把培训送到了田间地头，把不少原来手握锄头的大爷大妈变成了一键可与长三角市民同步的“数字农民”“直播达人”，让电商成为链接扶贫的有效工具。他们还协助当地建起智能物流中心，让产在深山的优质农产品不仅让人看得见，还能高效低价运出去，卖个好价钱。

作为乡村振兴的助力者和探索者，阿里巴巴希望通过“特派员”的模式，让乡村帮助我们更深刻地理解自己的责任，并帮助我们更好地找到把阿里巴巴的科技平台能力与乡村实际相结合的路径。“特派员”是一次模式的创新，他们依托阿里巴巴集团资源扎根县域为乡村振兴贡献一份力量，这是阿里巴巴在新时代履行社会责任的一种探索。



回顾

阿里巴巴脱贫

攻坚这三年

自 2017 年 12 月阿里巴巴脱贫基金成立开始，阿里巴巴将助力乡村确定为集团最重要的战略之一，从教育、健康、女性、生态和电商五大脱贫方向入手，探索可持续、可参与、可借鉴的乡村发展路径。2020 年，阿里巴巴平台农产品销售额 3037 亿元，全国县域商品销售额超过 1.2 万亿元，是“最大的农产品销售平台”和“最大的县域商品销售平台”，不仅帮助乡村商品卖得多，更让乡村特产卖出好品牌、好价格，成为推动农村产业发展的有效助力之一。

三年来，阿里巴巴集团和蚂蚁集团持续整合技术、产品、运营等方面的资源及优势，充分联动各级政府、知名企业、科研院所、公益机构、大众媒体以及平台商家、消费者等伙伴，为社会力量参与脱贫攻坚提供平台与入口，共同推动阿里巴巴脱贫模式覆盖更多的前深度贫困地区和特殊贫困群体。

阿里巴巴脱贫基金依托马云公益基金会、蔡崇信公益基金会，并整合大文娱、阿里云、钉钉、淘宝大学等资源，通过乡村教育计划和职业教育计划，为贫困地区的教育发展及人才培养提供立体化支持，帮助教师和学生开拓视野、提升能力，获得长远发展。



乡村教育计划

助力乡村教师发展

- 马云乡村教师计划：截至 2020 年底，共有来自全国 28 个省（自治区、直辖市）的 600 位乡村教师获奖。
- 马云乡村校长计划：截至 2020 年底，来自 18 个省（自治区、直辖市）的 60 位乡村校长入选。
- 马云乡村师范生计划：截至 2020 年底，来自 16 个省（自治区、直辖市）的 200 位师范生入选。

优化育人环境

- 马云乡村寄宿制学校计划：2020 年，马云公益基金会宣布向云南捐赠 1 亿元，持续推动云南少数民族乡村教育发展。截至 2020 年底，已完成 15 所寄宿制学校改造，让 11248 名儿童、585 名教师直接受益。
- “益起动”：截至 2020 年底，超过 2.4 亿人次参与“益起动”，累计捐步超过 2.9 万亿步，步数连接起来可绕地球 3.4 万圈，为四川、云南、河北、贵州、陕西、青海 6 省 90 多所贫困小学捐建阳光跑道和体育包。

培育乡村学生

- 松果公益：致力于挖掘、激发和培养乡村学生探索世界和学习知识的兴趣，全面提升乡村学生综合素养，2020 年被中央网信办和教育部推荐给全国最后脱贫的 52 个贫困县。
- 优课计划：由阿里巴巴技术公益委员会发起、阿里巴巴脱贫基金支持，旨在为乡村教师提供更多优质教学资源 and 教学工具，并提供数字化教学能力培训。截至 2020 年底，已覆盖山西省平顺县、江西省寻乌县、贵州省普安县、河北省巨鹿县、陕西省宜君县、河南省民权县、甘肃省礼县和渭源县，超过万名乡村学生受益。



雷应飞任教于云南宣威市西宁街道靖外明德小学，2018 年入选“马云乡村校长计划”。他在学校建了 120 亩“开心农场”，既让学生体会劳作快乐，也解决了餐食供应，全校师生一日三餐全免费，还供应给其他学校的 9000 名学生。



任宗毓任教于河南鲁山县赵村镇堂沟学点，是 2018 年“马云乡村教师奖”获得者。患小儿麻痹症的他，以代课教师的身份独自一人撑起一所学校。

职业教育计划

帮助职教老师

- 截至 2020 年底，蔡崇信公益基金会与淘宝大学、阿里数字乡村电商学院等专业培训机构合作，累计组织开设 7 期线下培训课程，为来自 71 个贫困县的 274 名中职学校教师提供培训，帮助教师系统性学习最新电商领域与影视后期制作专业知识，与市场实际需求接轨，同时提升学生管理等教师通用能力，帮助教师更好地为贫困地区中职学生提供辅导。

培养职教学生

- 截至 2020 年底，蔡崇信公益基金会组织开展 837 场次的职业教育学生培训，惠及 4798 人次。
- 截至 2020 年底，蔡崇信公益基金会分别在河北滦平县、武邑县、张北县、灵寿县，安徽金寨县，江西寻乌县 6 个县推出 9 个就业实训班，其中，影视后期制作专业优秀毕业生最高月薪已超过 8000 元，真正实现了“培养一个人，带动一个家”的目标。
- 蔡崇信公益基金会与专业培训服务商一起深度参与河南民权县、贵州天柱县职校电商美工专业共建，截至 2020 年底，专业共建共惠及职校学生 300 多人、职教老师 11 人。



▲ 一次与蔡崇信公益基金会职业教育计划影视后期实训班的相遇，让杨东亮从一个机械厂小工变成现在的电影工作者，从考不上高中的“差等生”到参与《金刚川》《流浪地球》《人潮汹涌》等热门院线电影的后期合成，累计票房超过 55 亿，实现了人生的蜕变。



打开淘宝、钉钉或支付宝扫一扫，了解更多蔡崇信公益基金会职业教育计划的故事。



李明燕
山西省长治市平顺县职业高级中学老师

“有幸参加了蔡崇信公益基金会组织的‘创新自我·心动力超级体验营’活动。活动中，不仅学生得到了历练成长，老师们也有很多收获。有时候我们老师需要放手，让学生自己去探索。蔡崇信公益基金会无偿组织活动，让我们有这样不一样的教育体验！”



健康脱贫
让贫困家庭重获
健康发展新生机

阿里巴巴先后开展顶梁柱健康扶贫公益保险项目、大地新芽母婴健康关爱行动、助力脱贫乡村医疗计划，改善乡村医疗环境。同时，通过“公益宝贝”等互联网公开募捐信息平台的公益产品带动社会力量广泛参与，实现健康脱贫工作广泛、有效的社会协同。2020 年，阿里巴巴进一步深化健康脱贫内涵，开展“消除耐多药结核病公益计划”项目和“医蝶谷一起学”医疗脱贫帮扶项目，配合政府完善县域医疗体系，降低因病致贫、因病返贫发生率，助力乡村医疗可持续发展。



顶梁柱健康扶贫
公益保险项目

截至 2020 年底，项目累计募集善款 34603.43 万元，投入 34172.29 万元，为全国 12 个省（自治区、直辖市）84 个县（市、区）1138.66 万人次建档立卡贫困户提供健康保障，累计获赠 136118 人次，累计理赔金额 21692.85 万元。



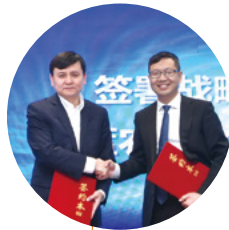
消除耐多药
结核病公益计划

与蓝农公益基金、复旦大学附属华山医院感染科主任张文宏教授合作开展，旨在帮助公共卫生基础薄弱地区进行耐多药结核病防控和规范治疗，搭建线上线下结合的结核病管理平台，为基层医生提供培训和指导，提升基层医生诊断、治疗能力。2020 年 12 月，落地云南省昭通市，并计划在 2021 年覆盖到昆明、西双版纳、个旧、昭通、文山、曲靖、保山等 10 余个市、州，帮助云南全年一半以上的新发耐多药结核病患者，实现在云南省消灭耐多药结核病关键的第一步。



大地新芽母婴
健康关爱行动

截至 2020 年底，项目已在全国 5 省 8 县开展，包括云南省红河县、元阳县、绿春县、芒市，四川省壤塘县，青海省大通县，贵州省岑巩县，甘肃省礼县，惠及约 59.2 万名育龄妇女。项目已为 28187 人次孕产妇提供健康检查，发放成人营养包 9785 份、婴幼儿营养包 20273 份、孕产家庭礼包 3143 份、乡村医生出诊访视工具 567 套，为基层医护人员提供能力培训 4895 人次，孕产妇科学营养管理知识普及 35180 人次。



张文宏
复旦大学附属华山医院感染科主任

“我们之所以与阿里健康合作，是因为阿里健康先进的互联网技术和对传统医疗领域的深刻理解。更重要的是，阿里健康的公益心与我们此次行动的初心不谋而合。”

聚焦基层医疗可持续发展

旨在通过爱心药包、村卫生室建设等，提升基层医疗卫生水平，让村民享受便捷医疗救助。截至2020年10月底，项目一期圆满结束，在甘肃礼县、湖南城步、贵州普安三县累计支持50所乡村卫生室建设，并为257所乡村卫生室提供基本医疗设备支持，共计37.46万人从中受益。新一期项目于2020年11月5日在“公益宝贝”平台上线，着重在陕西宜君、河北巨鹿、河北张北、河南民权、山西平顺开展以村卫生室为平台、村医为核心的农村社区医疗保健工作，完善农村三级医疗卫生服务体系，保障农村地区居民健康。

助力脱贫乡村医疗计划

“医蝶谷一起学”医疗脱贫帮扶平台

2020年8月和中国志愿医生等爱心医生组织联合发起，以基层专家工作站的形式，建立线上线下相结合的医疗脱贫帮扶平台，精准帮扶偏远地区县域医院。结合当地医疗人才发展难点，为基层医生提供线下义诊赠药、线上定制化的专科内容培训、远程病例讨论、远程查房等。截至2020年12月，项目走进了青海玉树、四川甘孜、陕西渭南、云南怒江、吉林长白山进行线下帮扶；线上平台已覆盖青海、四川、陕西、云南、贵州、新疆、广西等15个省（自治区、直辖市）30个城市的70个县医院，累计培训县域医院医生1704人次，为县域留下一支“带不走的医疗队”，让贫困地区群众在家门口享受到优质的医疗服务。



打开淘宝、钉钉或支付宝扫一扫，了解更多关于健康扶贫的故事。



▲ 乡村医疗计划在云南省梁河县勐养镇社区开设健康行现场



女性脱贫
让女性成为乡村振兴的中坚力量

阿里巴巴集团和蚂蚁集团聚焦于贫困地区女性的生活困境与发展需求，针对贫困女性普遍存在的“无保障、难增收、轻抚育”困难，发挥自身平台和技术优势，以提升人的能力为核心，为贫困地区女性加强基础保障、提供发展机会、倡导科学养育，提升贫困地区自立自强女性的安全感、成就感和幸福感，让女性真正成为乡村脱贫致富的生力军。

贫困女性保障

“加油木兰”项目：截至2020年底，已覆盖32个原国家级贫困县，为超过238.8万人次建档立卡贫困女性提供教育及健康保障。

困境女性多元发展支持

截至2020年底，项目累计培训超过31900人次，覆盖全国25个省（自治区、直辖市）。魔豆妈妈公益官方店入驻17名魔豆妈妈，打造女性励志品牌，引入75个脱贫公益产品。

截至2020年底，资助四批共40支女足队，合计200个乡村学校直接受益（含每个学校带动的周边4所学校），培训200名扎根乡村学校的足球教练员。



截至2020年底，已在贵州、陕西、山西、甘肃等地建立了8个产业扶贫孵化空间，孵化出多家人工智能标注扶贫企业，由阿里巴巴相关部门提供技术和订单支持，优先考虑为贫困地区女性提供就业机会。同时，AI豆计划还引入了审核员、云客服等多种职业。共培训近1300人，帮助超过800人次就业，稳定在岗的“人工智能训练师”平均工资达3000多元。

联合全国妇联，为以贫困地区为重点的广大城乡妇女提供生活服务类创业项目和就业岗位。2020年12月28日“她计划”落地贵州省，用数字经济助力贵州省妇联推动互联网+“锦绣计划”。

“养育未来”计划

截至2020年底，“养育未来”县域模式已落地陕西省宁陕县、陕西省清涧县、江西省寻乌县三个试点，建设30个养育中心、3个服务点，培训115名养育师和14名管理干事；累计服务0-3岁儿童2840人、照养4727人，开展一对一亲子课程57201节，举办集体活动4698场次。2020年世界教育创新峰会（WISE）全球颁奖典礼上，“养育未来”项目成为中国首个获得该奖项的婴幼儿早期发展项目。

“‘养育未来’项目填补了清涧县 0-3 岁婴幼儿照护服务的空白，经过回访，该项目的群众满意度达到 100%。2019 年以来，清涧县落地了‘养育未来’‘加油木兰’和‘AI 豆计划’等项目，对于阻断贫困代际传递、助力脱贫攻坚和推进乡村振兴具有长远意义。清涧县委县政府将会在稳步推进‘养育未来’项目的同时积极探索，力争在婴幼儿照护服务领域为全国贡献一个有特色、可持续、能借鉴的‘清涧样板’。”

——陕西省清涧县委书记 温江城

来自湖南省城步县的杨淑亭因车祸高位截瘫。作为“魔豆妈妈”的她通过电商创业带领村里残疾人和贫困户在家门口就业。在阿里巴巴设计师帮助下实现公司的品牌升级，打造出“七语七诗”潮牌包。如今，被称为“小四轮上的花仙子”的杨淑亭带领老乡走向致富。

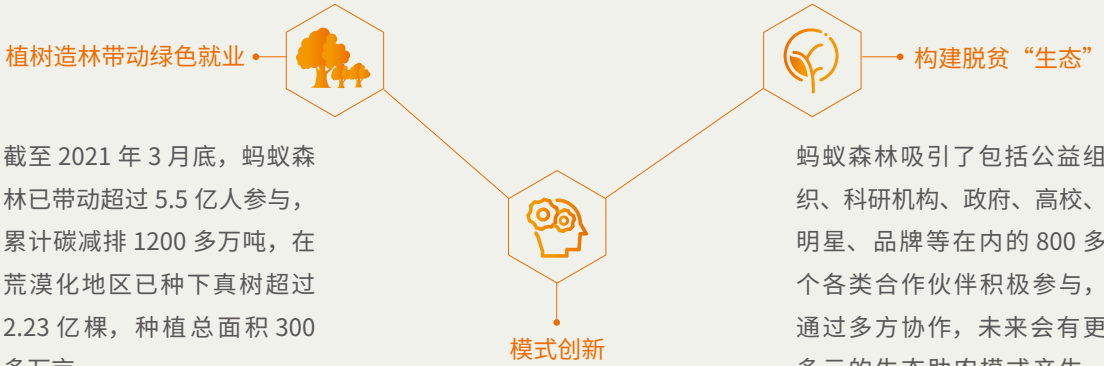


打开淘宝、钉钉或支付宝扫一扫，了解更多女性脱贫的故事。



生态脱贫
让绿水青山变成金山银山

阿里巴巴集团和蚂蚁集团不断探索生态脱贫新模式，用互联网思维和手法构建生态环境保护与生态产品开发新模式，通过金融、电商、社群等平台的跨界整合，以及线上线下的同步互动，带动用户和品牌共同参与，让生态价值转化为贫困地区老乡兜里的“真金白银”，实现生态保护和经济发展的良性循环。



截至 2021 年 3 月底，蚂蚁森林已带动超过 5.5 亿人参与，累计碳减排 1200 多万吨，在荒漠化地区已种下真树超过 2.23 亿棵，种植总面积 300 多万亩。

蚂蚁森林已累计创造 73 万人次的绿色就业岗位，带动劳务增收超过 1 亿元。

公益保护地：截至 2021 年 3 月底，蚂蚁森林在全国 9 个省份设立了 13 个公益保护地，通过“人人一平米”守护生物多样性，为濒危保护动物提供庇护所，守护面积超过 420 平方公里。

生态经济林：截至 2020 年底，蚂蚁森林种植沙棘面积超过 9 万亩，保护原生沙棘林 2 万亩。

蚂蚁森林吸引了包括公益组织、科研机构、政府、高校、明星、品牌等在内的 800 多个各类合作伙伴积极参与，通过多方协作，未来会有更多元的生态助农模式产生，包括经济树种拓展、保护地生态游、林下经济探索等。



赵方禄
“MA 沙棘”工厂设备清洁员

“我以前是种地的农民，靠天吃饭打粮食，一年也就挣 6000 多元。很幸运我来到了‘MA 沙棘’工厂当上了设备清洁员，一个月工资 3500 多，我感觉挺好的。这沙棘红色的，好看！我们的工服就是沙棘的颜色，也给我带来了福气。”



电商脱贫
帮助贫困地区的
优质农产品卖出去

阿里巴巴电商脱贫利用平台大数据分析市场供需关系，为当地产业决策提供专业建议；通过技术手段打造智慧农业，帮助贫困县域优化供应链；整合平台资源，形成电商脱贫资源矩阵，帮助贫困县产品提升销量及品牌影响力；通过村播计划、乡村致富班等项目，帮助贫困县域培育电商人才。三年来，电商脱贫逐步从“卖出去”发展为“走进来”，从“一县一品”升级为“一县一业”，从“直播模式”下沉到“村播模式”，帮助贫困地区打造品牌、提振产业、培养电商人才，实现脱贫致富。

平台模式

- 截至 2020 年底，阿里巴巴电商平台上开设的农产品专栏“土货鲜食”频道已覆盖 832 个原国家级贫困县的 16.8 万种农产品；
- 2019 年 7 月至 2020 年 6 月，全国共发现 5425 个淘宝村，1756 个淘宝镇。其中，119 个淘宝村位于原国家级贫困县，年交易额超过 48 亿元；
- 自 2017 年 12 月阿里巴巴脱贫基金成立以来，至 2020 年底，832 个原国家级贫困县在阿里巴巴平台网络销售额已超过 2700 亿元。

一县一业模式

- 通过优势产业培育带动县域整体脱贫的方法，树立县域标杆并复制推广，帮助更多贫困县域实现由“品”到“业”的全面升级。2020 年底，阿里巴巴“一县一业”模式已累计孵化品牌超过 50 个，覆盖县域超过 30 个；
- 阿里巴巴脱贫基金联动集团资源，打造“大型明星脱贫公益行动”系列活动——《益起追光吧》、“公益专线”、“寻找远方的美好”等项目，帮助贫困地区优质农产品品牌设计和推广。

直播模式

- 截至 2020 年底，共举办大规模“脱贫攻坚公益直播盛典”活动 7 期，各地小型公益直播数十场；
- 自 2019 年 3 月“村播计划”启动以来，超过 11 万农民主播在淘宝累计开展直播 330 万场，覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市）2000 多个县（市、区），带动农产品上行 150 亿元；
- 截至 2020 年底，“兴农脱贫学院”累计举办 12 场乡村致富班培训；累计开展 22 场线上直播培训，覆盖全国 10 个省的 30 个县，培训超过 15000 人次；联合“村播计划”走进县域直播培训，送课下乡培训覆盖 1200 余人。

外部评价

商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇认为，阿里巴巴的电商扶贫模式对其他互联网企业有启示意义。“如何把技术与当地农村、农业、农民结合起来，需要结合当地实际，必须与当地政府、农民进行深入合作，充分沟通，这对利用数字技术促进农业转型升级非常重要。”



▲ 在“特派员”尹贻盼（右）的帮助下，来自甘肃礼县的果农张加成学会了直播卖货，通过直播将苹果卖到了全国多地。他的愿望是拉上村里“60 后”到“80 后”这批人做直播，把村子打造成直播村，让大家一起富起来。

探索
全方位创新
乡村实践

除了在教育脱贫、健康脱贫、女性脱贫、生态脱贫、电商脱贫五大方向精准发力外，阿里巴巴各个业务板块还结合自身业务特点和优势，开展了各具特色的探索与实践，例如建设数字化农业基地、“假发社区工厂”、“客服县”等，让贫困群众就近就业、稳定增收，助力乡村发展。

产地仓助力临洮农业数字化升级

甘肃省定西市临洮县是农业大县，百合是这里的优质农产品之一。临洮电商已形成不错的产业氛围，但受限于物流、人才等因素，农产品上行速度和质量依然有待提高。2021 年 1 月，阿里巴巴在西北区域设立的第一个数字乡村县域产地仓落地临洮。这个产地仓解决的就是农产品上行中最难的“最先一公里”。



▲ 阿里巴巴数字乡村临洮产地仓

在我国，农业生产、流通的标准化程度低，且农产品保质期短，导致农产品采摘后商品化难度更高。临洮产地仓采用“前店后仓”模式，整合当地已有的仓储、园区等场地资源进行数字化改造，店内用于商品展示，仓内可以集货、质检、分拣甚至做直播。临洮产地仓帮助当地商家提高发货效率，降低供应链成本，将农产品以集约化优势变成农产品，打通产业链的“最先一公里”，增加了产品附加值和市场竞争力。

阿里巴巴已在全国落地 1000 个数字农业基地，建成 5 个数字化大型产地仓、1000 多个菜鸟县域物流共同配送中心，与全国各城市的销地仓，淘宝、天猫、盒马鲜生、大润发等线上线下销售渠道，共同形成一张数字化的仓配及分销网络，一年可将 100 万吨生鲜农产品直供全国餐桌。



▲ 陕西宜君县假发社区工厂

假发工厂托起贫困留守妇女致富梦

在一些经济欠发达地区的留守妇女，她们文化水平不高，也缺少赚钱养家的专业技能，适合她们的就业机会比较少，孩子、丈夫、公婆、锅碗瓢盆，成了她们人生的全部。

一边是留守妇女缺少合适的就业机会，另一边是企业存在巨大的用工缺口。在阿里巴巴旗下速卖通平台，假发一直是热销品类，平均每两秒就会卖掉一顶。但受新冠疫情影响，部分海外生产环节尚无法完全复工复产，中国假发行业也面临产业链断裂风险。在假发生产中，手钩环节无需大型厂房和复杂设备，工人经过简单培训之后即可在家完成。

2020 年，速卖通联合阿里巴巴脱贫基金，发起“产业扶贫万里行”行动，组织中国假发产业带商家深入经济欠发达地区，寻找假发产业链急需的手钩人才。由此建立的假发社区工厂，不仅打通了假发产业链的“内循环”，稳定企业的生产和经营，而且解决了欠发达地区无法外出务工的贫困劳动力就业增收需求，尤其是留守妇女就业难题。2020 年 9 月，阿里巴巴脱贫基金和速卖通联合河南许昌假发产业带在陕西宜君开设了假发产业项目社区工厂，邀请专业指导老师对招聘人员进行免费的岗前技能培训，帮助贫困女性实现家门口就业。

客服县实现小镇青年家门口就业梦

收入低、发展机会少让很多发展中国地区的青年选择背井离乡，外出打工。这造成农村青年劳动力短缺，农村空心化形势日趋严峻，农村留守儿童、留守老人等问题日益凸显。青年是新时代乡村振兴的中坚力量，让青年留下来建设乡村，乡村振兴才有希望。

2020 年，受疫情影响，部分小镇青年在家待业，无法外出打工，这让他们失去了收入来源。在此背景下，阿里巴巴探索出“客服县”模式，为小镇青年提供“家门口的数字就业”。“客服县”由政府提供拎包入住的基础设施，阿里巴巴提供技能+实践结合的专业培训和就业机会，合作共建县域客户体验中心，为县域培养数字化人才、为“乡村数字新基建”夯实人才基础。

自 2020 年 7 月首个“客服县”落地江西寻乌以来，“客服县”模式已累计实现拉动县域直接就业约 2000 人，其中超过半数的是大专及以上学历人才，返乡的青年占比超过 51%，部分表现优异者已实现月入过万。在这股返乡大潮中，青年们追寻的不仅是一份工作，还是与新经济的接轨、自我价值的实现，以及生活和工作的平衡。

截至 2021 年 3 月，阿里巴巴客户体验事业群已在江西、安徽、江苏、河南、河北、山东六省 17 个县域开设了客户体验中心。2021 年，“客服县”模式规模将翻番，陆续推动更多县域客户体验中心开业和运营。未来，“客服县”还将与直播、电商等产业联动，与院校联动，培养更多专业技能人才，更深入地助力地方人才培养和县域经济发展。



▲ 阿里巴巴客服“寻乌一班”培训现场，学员何莉娜正在接听消费者热线。

结语

阿里巴巴相信在中国大地之上的广袤农村蕴含着无限可能，而数字技术是让“可能”变成“现实”的有效方式。在过去三年里，结合数字技术，阿里巴巴与生态伙伴在脱贫攻坚领域所做的探索和努力，取得了一点点成绩，更收获了很多经验。接下来，在党和国家乡村振兴的战略指引下，阿里巴巴将把更多的新科技、新模式和新想法，更扎实、更深入地扎根在乡村，生长在乡村。结合阿里巴巴乡村致富大会上发布的“热土计划”，阿里巴巴将持续以扎扎实实的投入和探索，给乡村带去实实在在的帮助。

疫情防控
技术助力疫情常态化防控

即使到今天，新冠肺炎疫情的全球蔓延，仍然给整个世界带来很多不确定性。任何一个组织、任何一个市场主体都无法独善其身，这是人类面对的共同挑战。不管是疫情发生初期还是进入常态化疫情防控的今天，阿里巴巴通过 20 年来沉淀下来的力量，创造新供给，激发新需求，促进新贸易，变阿里巴巴的能力为社会抗击疫情的动力，用“有温度的技术”，助力疫情防控。

抗击疫情回顾：数字技术提升社会疫情防控能力

快速行动：
此时此刻，非我莫属

疫情发生后，阿里巴巴紧急发布驰援武汉的专项行动，通过设立医疗物资供给专项基金，开通救援物资免费运输“绿色通道”，搭建防疫直采全球寻源平台和上线“武汉加油”公益项目，协调海内外资源，向武汉及湖北地区的医疗机构援助诊疗物资和设备，解决医疗物资紧缺问题。

设立医疗物资供给专项基金

通过全球救援绿色生命线从 39 个国家和地区向国内送达救援物资数量超过

向全球 148 个国家和地区送出救援物资超过

10 亿元

7000 万件

4000 万件

全面驰援：
从驰援武汉到驰援全国

疫情期间，如何保障群众日常生活也是一项巨大挑战。为此，阿里巴巴通过电子商务、精准物流、大数据等方式完善跨区域物资调度，为城市基本生活提供保障。

战胜疫情，是人类与病毒的较量，也是一场科研与时间的赛跑。为此，阿里云向全球公共科研机构免费开放一切 AI 算力，加速推动新药和疫苗研发。

阿里巴巴实际投入
抗疫资金已达

将支付宝健康码从杭州市到浙江省，再到全国范围应用的时间缩短到

由阿里云支持建立的数字防疫系统已覆盖

33.56 亿元

7 天

28 个省市

短短几行代码，一段家国记忆：健康码代码被纳入国家博物馆藏品

支付宝团队研发的健康码系统的第一行代码、阿里云研发的全国健康码引擎第一行代码以及阿里巴巴达摩院研发的新冠肺炎 CT 影像 AI 辅助诊断产品第一行代码和开发人员签名一起被国家博物馆收藏。国家博物馆收藏的不只是几行代码，更让人们看到了数字化的无限可能。健康码通过数字技术，实现疫情精准防控，数字化帮助人类更加精准地发挥、拓展潜能。

中国国家博物馆向阿里巴巴集团、蚂蚁集团，阿里巴巴公益基金会和马云公益基金会颁发“援助抗击新冠疫情实物捐赠证书”。



搭建平台：
搭建防治经验共享平台

全球新冠肺炎实战共享平台覆盖的国家和地区数量已达到

229 个

支持国内外科研机构研发抗新冠病毒药物和疫苗的捐赠金额已达到

1 亿元

春雷计划：
全力帮扶中小企业

新冠肺炎疫情在全球范围内蔓延，给世界经济带来了更多不确定性，扩内需、稳外贸、助农兴农迫在眉睫。阿里巴巴时隔 11 年再次启动扶助中小企业特别行动——“春雷计划 2020”，从外贸升级线上突围、助力外贸开拓内销、打造数字化产业带、智慧网络助农兴农、金融支持再扶一把五大方面采取 16 条具体措施，发挥阿里巴巴数字化能力，帮助中小企业“渡过眼前的‘危’，找到面向未来的‘机’”。

面对疫情向全世界蔓延的情况，阿里巴巴通过搭建全球新冠肺炎实战共享平台（Global MediXchange for Combating COVID-19，简称 GMCC），为全球医务工作者及需要帮助的人群提供抗疫实战经验分享和在线交流协作平台。

“中国专业医护人员通过 GMCC 平台对一线抗疫经验、技术、资讯的慷慨分享，将对上合组织各国抗击疫情起到至关重要的积极作用。疫情凸显了互联网医疗的巨大价值，中国医疗专家通过 GMCC 向上合组织国家中的同行举办抗疫研讨会，分享了无数宝贵的诊疗方案。”

——上海合作组织秘书长 诺罗夫·弗拉基米尔·伊马莫维奇

疫情“常态化”防控：
数字基建激发疫后经济
发展活力

“常态化”是中国疫情防控迎来的一个新阶段。习近平总书记在 2020 年 4 月 8 日召开的中共中央政治局常务委员会会议上特别强调，“要坚持在常态化疫情防控中加快推进生产生活秩序全面恢复”。常态化意味着持久战，防控需要新思维。

阿里巴巴始终坚信，以大数据、人工智能、云计算等数字技术为代表的一系列响应方式，不仅在应急阶段成为疫情防控的“神兵利器”，更在“后疫情时代”显著提高社会应对公共卫生事件的能力，激发疫后经济发展活力。因此，阿里巴巴通过加快“新基建”进度，一方面促进消费，弥补传统基建与消费人群需求错位的现象，另一方面运用 AI、5G、云计算等一套组合拳，实现精准感知、在线处理和智能决策，助力企业的提质增效，创新商业模式。

“疫情之后，让我们继续努力。为了我们身边的消费者和客户，为了我们认识或不认识的人，用我们的商业力量、技术力量、创新的思维，为他们服务得更多一点、服务得更好一点。”

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇

外部评价

阿里巴巴在由武汉市委、武汉市人民政府、品牌联盟共同主办，以“赋能与重振”为主题的 2020（第十四届）中国品牌节年会中，获评“抗疫致敬品牌企业奖”。

提升中小企业
竞争力

中小企业是社会经济的原子细胞，中小企业活，则社会经济活，中小企业兴，则社会经济兴。面对疫情的冲击，阿里巴巴协助中小企业从支付方式、组织方式到生产方式、贸易方式，全面运用数字工具提高市场响应能力，实现数字化转型升级。



“春雷计划 2020”成绩单

为帮助中小企业化解疫情之危，阿里巴巴全面开放沉淀了 20 年的数字化能力。“春雷计划 2020”实施的半年，从外贸到农业、从工厂到商家，是中小企业全力实现数字化突围的半年。

截至 2020 年 9 月底

- 20 个省市和 2000 个产业带，与阿里巴巴一起实现“数字化”突围，化免“疫”力为生产力；
- 全国超过 145 个产业带、120 万商家入驻淘宝特价版；
- 超过 2 万外贸企业享受天猫减免年费政策，获多项营销支持；
- 37 万外贸工厂通过 1688 拓展国内市场；
- 淘宝直播产业基地在全国落地开花，从农村走出 10 万农民主播。

犀牛智造，打造数字化智能化的制造平台

2020 年初，新冠疫情席卷全球，犀牛智造平台迎来了订单小高峰——新制造帮助商家迅速调整产量，在不确定的环境下渡过难关。

阿里巴巴新制造的初衷是希望帮助中小企业解决生产供应链中的一系列痛点，比如预售预测难、快速反应难、消化库存难等，犀牛智造平台运用阿里巴巴的云计算、IoT、人工智能技术，为工厂赋予“智慧大脑”，连通消费趋势洞察、销售预测和弹性生产，构建云、端、智、造融合的新制造体系，从而让中国服装制造业实现智能化、个性化、定制化的升级。

阿里巴巴相信，工厂的制造能力有一天可以像云计算一样被调用，实现生产的云端化，让服装纺织业变得更加灵敏，不仅是中小型的服装生产企业，全国的创业者、主播、设计师也将从新制造中受益。



阿里云为制造业打造防疫复工数字化方案

为帮助企业复工，学生复学，钉钉发起“在家上课”计划，向 1000 万家企业免费开放全套“在家办公”系统。疫情期间，“在线课堂”功能免费向全国大中小学开放，可支持上百万名学生同时在线上课，并覆盖广大农村地区学校。同时，上线钉钉企业复工平台，帮助企业管理者一站式完成员工健康情况每日收集。

创造更多就业机会

疫情加快了全社会数字化转型，数字基建成为中国经济增长新引擎，一批因数字基建而生的工作岗位迎来了时代机遇。在阿里巴巴数字生态中，以蚂蚁集团、菜鸟、阿里云、钉钉等互联网金融、物流、科技和企业数字化管理平台为主的互联网基础设施，带动了成千上万的就业机会。同时，数字科技的进步，从工作便利化、工作流程改善、产业数字化、用工灵活化、技能赋能和信用体系六个方面，将人从重复性生产中解放出来，极大改善了劳动者的就业质量。例如，菜鸟电子面单让物流人员告别“靠肉眼识别地址”，语音机器人帮快递小哥每天拨打百万个电话，阿里健康的“癫痫脑电分析引擎”帮医生自动分析癫痫脑电图等。

构建互联网 + 医疗健康生态系统

新冠疫情促使各界了解到互联网 + 医疗健康对于传统医疗卫生系统的补位和助力。在此背景下，阿里巴巴发布阿里大健康数字基建大图，该新基建大图是基于阿里云计算，以互联网支付和信用体系、数据中台、医疗云等行业应用为基础平台，衍生出医疗卫生大健康领域多种应用服务的系统总称。

其中，由云计算、大数据、人工智能、物联网等元素构成数字技术基础设施的“底座”；建立在该底座之上的，是内生于阿里巴巴生态，落地于医疗健康行业现状的行业应用基础平台，包括互联网支付和信用体系、区域医疗云、数字医共体、各类码引擎和医疗数据平台等一系列特色产品和服务；在上述两个层面的基础上，是阿里大健康的数字健康服务系统，不仅提供针对患者的互联网医疗、医药电商、在线医学科普平台、电子医保卡及电子健康档案等产品和服务；也提供针对行业的追溯系统、医疗人工智能、院内在线管理系统等。

数字技术基础设施	行业应用基础平台	数字健康服务系统
 大数据  人工智能  5G  物联网  区块链	 互联网支付和信用体系  区域医疗云  数字医共体  各类码引擎  医疗数据中台	 C 端服务： 互联网医疗·医药电商 在线医学科普平台 电子医保卡·电子健康档案  B/G 端服务： 追溯系统·医疗 AI 疫情应急管理系统·云 HIS 院内在线管理系统

▲ 阿里大健康生态体系，除了阿里健康，还包括阿里云、达摩院、钉钉等阿里巴巴各相关平台与医疗健康相关的业务部分。平台、技术、内容、产品和应用共同构成了阿里大健康生态系统。

结语

疫情让人们从根本上重新思考我们和世界的关系，也让我们在生活和工作等方面培养了全新的数字化方式。线上交易、远程办公、在线教育，云服务无处不在。从流动人员健康监测，到疫情态势研判，大数据应用身手不凡。数字技术的普及运用，让人们愈发感受到托举产业数字化、数字产业化的新型基础设施的重要性。

在疫情“常态化”防控过程中，阿里巴巴将结合数字技术等多方力量，积极投身和应对疫情防控，加快推进生产生活秩序的全面恢复。

环境保护

绿水青山就是金山银山

“绿色是最重要的事，阿里巴巴为社会提供的服务一定要绿色环保。”

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇

“零塑”生活： 守护我们 赖以生存的 陆地和海洋

外部评价

2021 年 3 月，商务部、国家邮政局印发通知，向全国推广快递物流典型经验。菜鸟在快递包装绿色治理方面的一系列举措入选，成为全国物流行业绿色行动的标杆。

打造青山常在、绿水长流、空气常新的美丽家园，“让居民望得见山、看得见水、记得住乡愁”，是习近平总书记对绿色发展的美好期许。在习近平总书记生态文明思想的指引下，绿色低碳发展理念已逐渐深入人心，2021 年首次被写入政府工作报告的“碳达峰、碳中和”也正在成为全社会的共识。

阿里巴巴集团认为“碳中和”是名词更是动词，积极探索绿色低碳发展模式，聚焦减塑减碳和自然教育，发挥平台与技术优势，重视并信任广大商家、消费者等合作伙伴的力量，带动更多个体践行绿色理念，走可持续发展之路。

随着国家“限塑令”的不断升级，塑料污染的危害已逐渐被公众所认知。作为中国快递物流行业中最早发起绿色行动的企业，菜鸟率先联合中华环境保护基金会设立了菜鸟绿色联盟公益基金，持续探索物流行业的可持续发展路径，联手合作伙伴，形成了从订单生成到包裹送达的全链路绿色方案，让数百亿个快递包裹“绿”起来。

据统计，每年约有 800 多万吨塑料垃圾进入海洋，上万只海洋生物因为误食、缠绕而死。为净化海洋环境，减少“白色恶魔”危害，2021 年，阿里巴巴集团和菜鸟网络正式启动“菜鸟海洋”项目，消费者可以通过完成任务积累能量，帮助净化海滩。

2021 年 3 月，“菜鸟海洋”发起“千校环保行动”，带动了 3000 所高校的 50 万大学生，共计完成减塑任务 152 万次，认领净滩 3.5 万平方米。“菜鸟海洋”还与上海仁渡海洋公益发展中心合作，把每位用户线上净化的海滩面积落地成真实的净滩拾废面积。在试运行期间，“菜鸟海洋”在 58 个城市开展了 200 多场净滩活动，清理海岸线长度超过 120 公里。

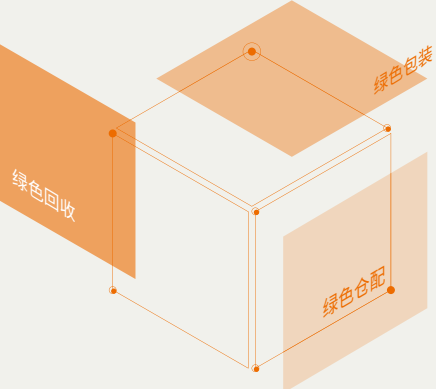
携手伙伴打造塑料循环经济的“绿色引擎”

2020 年 11 月，联合利华与阿里巴巴共同发布可持续发展项目——“清塑行动”，基于阿里巴巴商业操作系统（ABOS）的跨业务多场景消费者运营，形成从消费者购买商品、使用商品、废弃物回收、积分激励到再次购买的运营闭环，结合数字化的回收设备、回收物流供应链和二次制造使用，帮助企业实现可持续的减塑环保链路。

阿里巴巴与联合利华共同打造国内首个可规模化的 AI 闭环塑料回收体系，消费者用支付宝扫描机器屏幕的二维码，就开启了塑料瓶的回收利用循环。被投递的塑料瓶经过 AI 自动分类收纳，再运送至再生塑料处理中心，优质的塑料在处理、加工后得以再次使用。阿里巴巴为 AI 智能回收设备提供多个线下应用场景，包括天猫校园店、天猫小店、支付宝城市数字生活合作社区和行政服务中心等。消费者完成塑料瓶投递即可收获蚂蚁森林 1g 绿色能量，以及联合利华多种商品优惠券。

截至 2020 年底，“清塑行动”在上海和杭州投放 20 台 AI 智能回收设备，打造塑料循环示范社区和街道。未来，该行动还将覆盖更多场景，辐射更多城市。

- 智能装箱算法通过人工智能深度学习的算法系统自动推荐最优的装箱方案，减少“过度包装”，能平均减少 15% 的包材使用；
- 联动商家将原有塑料快递包装袋替换为生物基环保快递袋，每个包裹可减少 20% 塑料消耗；
- 倡导采用拉链式无胶带纸箱，用纸质拉链助力减塑环保；
- 推出“一联单”形式的电子面单取代原有的“五联单”，联动快递公司对电子面单进行“瘦身”，面单面积缩小近一半，节省纸张消耗。



- 联合快递公司，在数万个菜鸟驿站和快递网点铺设绿色回收箱，通过“回箱计划”推动快递纸箱、塑料包材分类回收、二次利用，每年预计可以循环再利用上亿个快递纸箱。
- 创新智能分仓、前置备货、门店发货等模式，提升物流效率；
- 单个包裹配送距离从 700 公里缩短至 400 公里；
- 从城市仓发出的包裹距离可减少 100 公里；
- 门店发货在 3 公里范围内实现分钟级配送。

▲ 菜鸟全链路绿色方案



低碳未来：每个人都能让生活更“绿”一点

绿色发展行动

阿里巴巴一直相信科技发展能为更绿色、更美好的生活提供充足的动力，一直坚持运用技术创新的手段为可持续发展添砖加瓦，一直努力和多方伙伴共同创造充满动力、生态友好的未来，全面加快低碳前沿技术研究，像保护眼睛一样保护自然和生态环境。

绿色智能：云计算的出现使传统机房的数量大幅下降，运用弹性的云计算，可以节约 30% 至 90% 的能源成本。据估算，阿里云用户通过使用云产品和服务，1 年节省的人力、电力和土地资源相当于减少约 400 万吨碳排放。阿里云协助攀钢开发“钢铁大脑”后，每生产 1 吨钢较之前节省 1.28 公斤铁，每年可节省 1700 万元炼钢成本；阿里云协助垃圾焚烧发电企业瀚蓝环境提升了 23% 的燃烧稳定性，减少了资源消耗。

绿色数据中心：绿色是高质量发展的底色。阿里云多年来一直积极探寻数据中心碳减排路径，在建设规划、电力利用、运营维护等全链路环节，通过外部清洁能源、模块化数据中心、巴拿马电源、天巡智能运维机器人等方式，推动“碳中和、碳达峰”的数字新基建解决方案，取得了明显成效。其自建的超级数据中心均达到国家绿色数据中心标准，过去 3 年省下的电相当于一个中型水电站一年的发电量，交易清洁能源电量与碳减排量均居全国互联网行业首位。

全球最大的液冷数据中心——阿里云杭州数据中心，将服务器浸泡在一种特殊的绝缘冷却液里，运算产生的热量可被冷却液直接吸收进入外循环冷却，散热全程无需风扇、空调等制冷设备，整体节能超过 70%，年均 PUE（数据中心消耗的所有能源与 IT 负载消耗能源的比值，越接近 1 能效水平越好）低至 1.09。与传统数据中心相比，阿里云杭州数据中心每年可省电 7000 万度，相当于西湖周边所有路灯连续点亮 8 年的耗电量。

因地制宜，在年均气温仅为 2.3℃ 的张北数据中心，阿里巴巴工程师设计了大型新风系统，直接用凛冽的北风代替传统制冷系统，制冷能耗可降低 59%，余热通过回收系统用于工作人员的生活采暖。广东河源数据中心则采用深层湖水制冷，2022 年将实现 100% 使用绿色清洁能源，成为阿里巴巴首个实现碳中和的大型数据中心。

在不断提升自身减碳水平的同时，阿里巴巴还向社会开源了整套规范，涵盖数据中心的设计、施工、部署、运维等各个环节，助力新建数据中心避开弯路，直接驶入高效、清洁、集约的绿色发展道路。



全民参与的绿色生活平台

结合阿里巴巴商业操作系统，打通线下场景，阿里巴巴正在让环境保护变得更简单、人人可参与，通过产品创新和意识唤醒，让更多人关注并参与到环保行动中来，畅享绿色公益新生活。在绿色办公、绿色出行、绿色消费、绿色回收等方面，阿里巴巴持续带动生态伙伴及公众参与到绿色行动中，形成可持续的绿色发展模式。

绿色办公：作为数字化时代的智能移动办公平台，钉钉的广泛运用助推了在线办公。根据北京环境交易所开发的碳减排计算方法测算，截至 2020 年底，全社会通过钉钉实现的绿色办公已累计减少碳排放 1100 万吨，相当于固化 6300 平方公里荒漠。

绿色出行：高德与北京交通委共同发布了国内首个绿色出行一体化服务平台，为市民提供行前智慧决策、行中全程引导、行后绿色激励等全流程、一站式的出行服务，实现了覆盖公交、地铁、自行车、步行全绿色出行方式。

绿色消费：饿了么联合商家推出“无需餐具”，2020 年“无需餐具”订单超过 2 亿单，相当于减少砍伐 66700 棵大树。

绿色回收：闲鱼用户已达 3 亿，从回收开始践行绿色生活方式，已经成为越来越多人的生活写照。共享、租赁、分享闲置的消费习惯正在慢慢形成，从“无闲置社区”到“无闲置城市”再到“无闲置社会”的图景，正逐步展开。自 2017 年至今，闲鱼回收旧衣 5 万多吨、旧书 2370 万本、手机 366 万台、大家电 145 万台。2020 年，银泰喵街全年累计回收空瓶 20000 多个，通过收银无纸化、发票小票电子化，节省 1600 吨纸。



▲

2020 年，《闲鱼 APP：从浪费到消费，从闲余到盈余》被北京大学管理案例研究中心正式收录，该案例指出“（闲鱼模式）超越了经济行为，演化为集物品交换、消费主张、契约精神、圈层社交、环保公益等价值于一身的新社会伦理，为当代社会生活留存了一个有代表性、高活跃度的样本。”



人物故事

践行环保理念，从“无需餐具”做起

近四年来，浙江大学学生汪子逸每次在饿了么平台点外卖时，都会选择“无需餐具”。2021 年 2 月，他获得了饿了么为他颁发的 15000 元奖金。汪子逸除了习惯于点餐时注明无需餐具外，即使是餐厅老板给他送来了餐具，他也会要求外卖小哥将餐具原样带回去。他认为，“如果不送回去，虽然我没有使用，但实际上还是同样的浪费。”

2021 年，获得饿了么奖励的不止汪子逸，还有来自北京大学、上海交通大学、复旦大学、浙江大学和中山大学等高校的学生，他们同样获得了免去两年无餐具订单全部费用的奖励。饿了么希望能够号召更多人选择“无需餐具”，促进公众环保意识的养成。

自然教育：
唤醒公众环保意识

阿里巴巴认为，自然保护不只是用一些技术、手段去改变环境，更重要的是要唤醒公众的环保意识，培养对自然的感恩和敬畏之心。2020 年，阿里巴巴凝聚社会各界多方力量，通过线上线下联动，建立人与自然的联结。

在线上，阿里巴巴公益联动各业务部门的力量，不断创新环保公益产品，全年带动约 2500 万人次公众深度参与环保公益。2020 年，阿里巴巴携手联合国环境署、生态环境部发起“云探访”濒危动物公益直播等一系列绿色公益行动；开发上线国内首个自然教育互动平台——人人 3 小时公益平台“野生小伙伴”，还联合支付宝、达摩院、钉钉等，为公众提供自然趣味答题、自然万物识别、线上自然课程及丰富多彩的自然教育活动。

为了让自然可听见，阿里巴巴公益、高德地图联合《中国国家地理杂志社》旗下《博物》杂志，推出“聆听大自然”系列科普语音讲解。公众在高德地图或支付宝上搜索“野生小伙伴”可收听杭州植物园、武汉解放公园、北京动物园、上海动物园、南京红山森林动物园等 10 多个城市公园的科普讲解，所有讲解语音均可永久免费收听。



在线下，阿里巴巴公益携手合作伙伴，开展丰富的环保公益活动，带动公众走进自然。2020 年，阿里巴巴公益联合全国自然教育网络等合作伙伴，带动 300 多家自然教育机构，开展 500 多场活动，带动超过 10 万人次公众参与。同时，阿里巴巴在杭州和武汉打造自然教育基地，覆盖 140 多所学校，近 50 个公园，近百个社区，带动公众近百万人次走进自然、保护环境。其中，桃源里自然中心“绿马甲文明公益行动”获得“第五届中国青年志愿服务项目大赛”全国赛金奖，成为“杭州市精神文明建设十件大事”之一。



2020 年 6 月 5 日世界环境日期间，阿里巴巴公益联动支付宝、淘宝、高德、优酷、饿了么、闲鱼、菜鸟、UC、天猫、零售通、银泰、考拉、盒马、钉钉、阿里动物园等 20 个平台，带动近 5000 万人次参与环保公益，获得生态环境部、联合国环境署认可。其中，与淘宝直播、优酷直播、快手等 20 个平台联合开展的“云守护最萌伙伴”特别公益直播，倡导人们关注并保护东北虎、大熊猫、河马、考拉、大猩猩、雪豹、丹顶鹤等 7 大濒危物种。

2020 年 95 公益周期间，为了让更多人参与到生物多样性保护中来，支付宝“蚂蚁森林”带动超过 3656.7 万网友参与，认领 3777.6 万平方米青海嘉塘、云南芒杏河等地的保护地，共同保护自然环境，成为国内生物多样性保护社会公众参与人数最多的项目之一。

结语

绿色是最重要的事，在与各可持续发展领域的伙伴共同为绿色奋斗的路上，阿里巴巴感动于他们的热情与真诚，也看到了他们发展的困难与瓶颈。为此，2021 年 2 月，阿里巴巴集团发行 10 亿美元的 20 年期可持续债券，专门用于支持可持续发展相关项目，包括绿色建筑、能源效率、新冠肺炎危机应对、可再生能源、循环经济等领域。通过为可持续发展领域的相关项目提供融资支持，助力联合国可持续发展目标（SDGs）的实现。作为亚洲互联网公司中首家发行可持续债券的企业，阿里巴巴面向未来，希望能通过这样的方式，让更多活水进入可持续发展领域，让更多人投身到可持续发展中来，让更多山绿起来，海蓝起来，让更多孩子看到因绿色而美丽的世界。

阿里巴巴可持续
债券应用领域：

• 绿色建筑

• 能源效率

• 新冠肺炎危机应对

• 可再生能源

• 循环经济

3 良好
健康与福祉

7 经济适用的
清洁能源

8 体面工作和
经济增长

9 产业、创新和
基础设施

11 可持续
城市和社区

12 负责任
消费和生产

13 气候行动

2 人人公益：让公益成为一种生活方式



从 2017 年 95 公益周开始，阿里巴巴联合国内多家公益机构、企业等，向社会发出“人人 3 小时，公益亿起来”的倡议，并正式上线“人人 3 小时”公益平台。这份倡议是阿里巴巴将人人公益的理念推向全社会的一种努力。在阿里巴巴看来，公益不是一个人做很多，而是很多人做一点点。阿里巴巴秉持“人人参与、才是公益”的理念，打造数字化公益基础设施，将“人人参与公益，人人因公益而受益”作为“人人 3 小时”公益平台的美好期待，以期唤醒更多人的善意、善心和善行，让每个人都能用点滴行动为世界带来微小而美好的改变。

人人 3 小时公益亿起来

在“人人 3 小时”公益平台上

2021 财年每天带动
100万人做公益

2021 财年“益起来”系列

公众参与人数
3380万

乡村体育教育环境
受益儿童
34000名

截至 2021 财年，全国
志愿服务机构入驻数量
3457家

每一份善意 都有处释放

自 2017 年正式上线，经过 3 年多的发展，“人人 3 小时”公益平台上形成了 8 大公益场景，包括“志愿服务”“无偿献血”“环保公益”“公益传播”“公益捐赠”“善因购买”“互联网公益”“公益直播”，为公众提供了参与门槛更低、更融入大众生活，方式更加多元化的选择。“人人 3 小时”公益平台已经接入了淘宝、支付宝、高德地图、闲鱼等 20 多个阿里巴巴生态内的 APP 入口。通过和各个 APP 的协同合作，把人人参与的公益理念逐步渗透到了更广泛的用户当中。2020 年，95 公益周期间，阿里巴巴打造了丰富、多场景的公益形式，在线上、线下带动 2.36 亿网友直接参与，让公益成为年轻人的生活方式。



▲ 青海省治多县治渠乡寄宿制小学收到钉钉“益起动”圆梦体育包

“益起来”关注亚运

2020 年 8 月 8 日是我国第十二个“全民健身日”。阿里巴巴“人人 3 小时”公益平台和杭州亚组委合作，打造了一个互联网公益阵地——“寻找 2022 个亚运梦想·杭州亚运益起来”线上公益集成阵地，为社会公众提供多场景、多维度、多平台的公益参与方式，倡导公众通过参与运动健身“捐步”、为杭州亚运梦想公益林“浇水”、购买亚运特许商品等方式，参与亚运公益行动，在践行绿色健康生活方式的同时，用公益行动支持杭州亚运会。相比传统的电视、报纸宣传，互联网带动了更多的公众来支持亚运、关注亚运。积极参与“益起来”项目的公众，还可能优先获选 2022 杭州亚运会火炬手。



携手百丈，共建公益小镇

百丈镇位于浙江省杭州市余杭区。近年来，百丈镇紧紧围绕打造以大文创产业为主导的“好竹意小镇”总体目标，积极践行“绿水青山就是金山银山”的理念，加快推进绿色发展步伐，大力发展农文旅产业，社会经济得到快速发展。

随着生活水平的提高，村民参与志愿服务的热情也水涨船高。2020 年 12 月，百丈镇牵手阿里巴巴“人人 3 小时”公益平台，拉开绿色行动的序幕。阿里巴巴员工余杭志愿服务基地、浙江大学公益创新创业实验室实践基地落地百丈，杭州青荷公益基金会百丈“人人 3 小时”公益专业基金正式成立。百丈镇通过与“人人 3 小时”公益平台共同联手，集聚各类社会资源，互通有无，取长补短，形成相互理解、相互支持的良性互动，共同呼吁人人公益 3 小时，不断壮大公益志愿服务力量，打造公益小镇，促进公益事业发展的同时，有力助推乡村振兴。



每一颗善心
都值得肯定

爱虽无价，但人的善心应当被认可，这有助于培育“人人为我，我为人人”的良好社会氛围，形成一种鼓励公益的正向循环。自 2019 年发布国内首个公益时标准以来，阿里巴巴持续深入推动公益时评定标准的应用，让志愿服务时长和公益行为价值有了可被衡量的标准。

2020 年 95 公益周期间，“人人 3 小时”公益平台全面升级，用户参与购买“公益宝贝”“公益捐赠”或“志愿服务”等公益行为都可以在平台上实现可记录、可分享。同时，阿里巴巴进一步深化公益时标准的应用范围，联合支付宝公益、帮帮公益、轻松公益、易宝公益等互联网公益平台开始共同使用《公益时评定准则》，经过用户授权，在以上平台进行公益捐款，每捐款一次可获得 0.1 个公益时。

如今，有越来越多的政府机构、爱心企业与“人人 3 小时”公益平台开展合作，将公益时与权益相结合，探索更多公益时应用场景。2020 年，“人人 3 小时”公益平台与浙江团省委合作，开展“美丽浙江·青春‘三’小时”计划，旨在引导青少年关注生态和环保，青少年通过公益活动累计的公益时可作为青少年入团、团员日常教育管理

的标准之一，以及各级团组织评奖、评优的参考依据。

阿里巴巴希望人人都能收获做公益带来的快乐与成就感，让每一个善行都被记录，让爱的痕迹能被沉淀为“公益人生”的足迹。2021 年伊始，“人人 3 小时”公益平台相继推出“公益用户成长体系”和“公益手账”，用户线上线下的公益行为，经参与者主动发起、通过相关机构认证后，将基于区块链技术记录，成为用户的公益记录永久保存在自己的“公益账户”里。同时，善行的成果和善款的使用去向等信息也将被精确记录。在“人人 3 小时”公益平台上，用户可以通过区块链技术，查询到自己每日所捐步数具体为哪所学校铺就了跑道。“公益账户”中还收录了受助人的反馈，让用户直观感受到“赠人玫瑰，手有余香”的快乐。

2021 年，杭州的城市信用体系“钱江分”和“人人 3 小时”公益平台打通，公益行为将成为杭州市民社会信誉系统“钱江分”的依据之一，当“钱江分”达到一定分值，不仅可以加速落户，还可以获得停车优惠、享受舒心就医、网约车 9 折、健身场馆免费使用、机场贵宾厅使用等诸多权益。

培育“爱商”，从小做起

2021 年，“人人 3 小时”公益平台与支付宝小宝账号打通，推动家长带领孩子开展亲子志愿服务活动。通过互联网科技 + 公益的方式，全方位打通个人公益时记录，为孩子从小记录公益时。通过发掘一批适合亲子共同参与的优质公益志愿服务活动，打造公益志愿春节与寒假，让更多孩子从小参与到公益志愿服务中来，培养孩子善心、善意与善能，在孩子心中种下责任的种子。

信任透明，构建爱的生态

基于现代互联网技术的公益模式，是对“积沙成塔，集腋成裘”这一古老哲学最好的诠释。“互联网 + 公益”有科技驱动、人人行动、方便快捷的特点，其聚合效应和关系链分享都是善与爱的传递通道。阿里巴巴探索将全民参与的公益模式融入自身商业模式，以数字化公益基础设施为载体，打造可持续的公益参与路径，让人人都能轻松参与公益，实现卖家、买家、公益机构多方共赢。借助互联网优势，公益早已不再是有钱人的专利，越来越成为全民的举手之劳。



长时期以来，筹款难是公益组织面临的一大挑战，缺少可持续的资金来源也是公益行业的一大痛点。对于社会公众而言，有钱有资源却没有可信任的途径捐赠。阿里巴巴深耕电商领域多年，平台上汇聚了海量的商家、消费者资源，通过“公益宝贝”“公益网店”等创新的互联网公益模式，将商家、消费者、公益组织链接在一起，以商业的方式建立了可持续的公益参与模式，解决公益组织筹款难题，也带动社会资源参与公益。

2020 年的新冠肺炎疫情对经济带来一定的冲击，居民消费购买力、企业组织生产和投资的能力等都受到影响。但通过阿里巴巴电商平台上“公益宝贝”的数量、交易额等数据可以看到，公众参与公益的热情并没有受到影响。2021 财年，“公益宝贝”上产生爱心捐赠参与超过 90 亿人次，产生的爱心商家约 250 万家，带动 5 亿消费者参与，捐赠总额超过 4 亿元，累计帮扶 800 万人次。这些亮眼的数据让我们看到，“随手捐”的公益已经成为一种新的生活方式和新的社会文明风尚。2020 年 9 月，“公益网店”通过“新品、新店、新营销”的全新升级，从消费者实际需求出发，推出公众喜闻乐见的公益文创产品，增强更多用户对公益的感知，带动更多人通过“以买代捐”的方式参与公益。



2020 年，阿里巴巴公益平台上产生的公益捐赠惠及超过数百万人次的受益人，例如：

- “顶梁柱”项目为贫困户提供了 300 万 人次健康支持；
- 200 余所乡村学校的 12 万 师生用上了净水装置，喝上了健康饮用水；
- 近 150 所乡村学校的 10 万 名乡村学童拥有了专业的音乐教室。

阿里巴巴公益平台的发展见证了平台商家公益意识的觉醒。越来越多的商家由最初带有盲目性的简单捐款转变为自己去设计新的公益项目，更积极更主动地参与到公益的进程中，更多地成为公益事业的主体，跟慈善组织、平台机构一道整合资源，推动公益事业的发展。在阿里巴巴公益平台上，百万商家在开拓事业的同时还可以通过便捷的方式为公益作出贡献，数以亿计的消费者能在日常购物场景中不断与公益邂逅。对于阿里巴巴来说，每一个或大或小的公益机构与项目入驻，都会使我们异常雀跃。因为这代表着，来自商家与消费者四面八方的爱，将会通过阿里巴巴公益，再通过公益机构或项目，飞向那些需要帮助的人的心里。

外部评价

国际电信联盟 (ITU) 举行的 2020 年信息社会世界峰会 (The World Summit on the Information Society) 颁奖盛典上，阿里巴巴“公益宝贝”从全球各国 360 个提名项目中脱颖而出，荣获优胜奖，中国互联网公益模式获得世界认可。

用 2 分钱的“公益宝贝”为留守儿童建立“童伴之家”

“童伴妈妈”项目通过“一个人·一个家·一条纽带”的模式，以“童伴妈妈”为抓手，以“童伴之家”为平台，建立村级留守儿童监护网络模式，并探索农村留守儿童福利与权益保障的有效途径。

2019 年，天猫母婴频道与中国扶贫基金会深度合作，联动平台母婴商家，在“公益宝贝”平台为“童伴计划”项目上线筹款活动——“2 分钱童伴之家”，消费者购买具有“童伴计划 × 天猫亲子节”标识的商品，商家会从每笔订单中捐赠约 2 分钱，支持项目发展。为了确保项目的长期性和系统性，项目中涉及的每个童伴之家，天猫母婴频道商家将定期资助三年，以切实改变留守儿童的陪伴问题。项目上线两年来，通过“公益宝贝”平台，共筹集捐赠金额超过千万元，支持创办超过 200 个童伴之家，使近 17 万名乡村儿童受益。

2021 年 4 月 15 日，天猫母婴亲子行业牵头数十万爱心商家启动“中国妈妈公益计划”，将联动中国扶贫基金会、爱德基金会、春晖博爱儿童救助公益基金会等机构，致力于解决欠发达地区孕期母亲和 -1 至 14 岁儿童群体的关爱和救助，“大地新芽”“养育未来”“春晖妈妈”等多个儿童关爱类公益项目将通过阿里巴巴公益平台直接携手天猫商家打造联合公益项目。



助力公益伙伴
实现可持续发展

阿里巴巴鼓励公益组织进入公益生态圈，以阿里巴巴平台为入口，更多地和消费者进行沟通交流，更多地和网商合作，进而做各种商业化的尝试以实现可持续的运作。阿里巴巴不仅为公益机构、公益项目提供募集资金的平台，更帮助“公益宝贝”“公益网店”等解决专业管理问题，帮助公益机构、公益项目实现资金与品牌双提升。

阿里巴巴公益以“公益网店”为依托，为取得慈善组织资质和公募资质的公益机构提供普遍化的运营工具、产品支持，以及培训、辅导，帮助更多的公益机构获得成长和发展。例如，淘宝对公益机构官方身份开设的网店，会进行专门的“公益店”认证并配套公益支持政策。“公益宝贝”针对公益机构，开展组织管理、网店运营等方面的专业培训，帮助公益机构更好地适应互联网环境，并借助互联网的力量提升品牌影响力。

2021 年 3 月底，阿里巴巴联合支付宝公益和国内百余家公益机构发布“XIN 益佰计划”，聚焦大健康、儿童领域和应急响应三大议题，共同打造 100 个更高效解决社会问题的公益好项目。被列入“XIN 益佰计划”的公益项目不仅能得到相关技术支持、运营培训、更多商家资源的对接，还将被纳入阿里巴巴公益跨越全年的整体推广计划当中。

“XIN 益佰计划”的提出，旨在回归公益初心，通过价值共建，获得社会信任，从而形成一个健康有序的公益环境和社会氛围，把公益行业从简单的“透明”拉升到“价值共建”的层面。同时，“XIN 益佰计划”倡导生态共建，基于精准的社会议题，联动平台型公募基金会支持更多好项目通过平台进行公开募捐，带动更多商家和消费者参与——既支持大型公益组织向平台化方向发展，也助力一大批“草根”公益组织的优秀项目成长。



▲ “XIN 益佰计划”发布现场

打造未来透明公益的基础设施

“有了链上公益之后，我们整个链条就变得非常简单了，我们实现了把助学金直接从基金会拨付到学生的支付宝账号里，零等待、秒到账。而且老师们可以通过链上公益的小程序，随时和我们分享新未来项目在学校的执行情况、疫情期间学生的学习情况、疫情过后老师们去走访学生的情况、各个自强班高考的成绩……除了让我们反馈更加透明之外，其实链上公益为我们带来最大的改变是让我们和每个新未来学子的距离更加近了。”

——首个“上链”项目“新未来高中生助学计划项目”
负责人 张云霞

在全民公益浪潮下，公益平台及公益组织如何不辜负这些爱心和信任是必须要解决的“公益之难”。借助科技能力，实现业务创新、组织更迭、行业升级，是当前公益行业实现转型的重要手段。阿里巴巴关注公益行业的健康发展，通过推动区块链技术发展，破解公益行业的信任难题。同时推动公益区块链标准化，助力公益行业数字化转型。

2020 年 95 公益周期间，阿里巴巴公益基金会提出并联合起草的《公益链技术和应用规范》团体标准正式发布，这是国内首个公益区块链团体标准。这份标准涵盖了公益项目存证上链所需要的技术要求、公益组织及项目执行各相关方应用要求、信息保护要求等三大类共十余项具体执行标准，能够帮助公益组织更快更好地实现上链，进而提升公益项目的执行效率及公开透明度。此外，阿里巴巴公益平台和支付宝公益平台还联合推出“透明度数字化建设”专项行动，共建公益项目评价体系。

截至 2021 年 3 月，阿里巴巴公益平台上的每一个公益项目与每一笔公益捐赠已全部上链，实现“捐赠—实施—拨付—签收—反馈”的全链路透明化。有了区块链的加持，公益信任的难题迎刃而解。



▲ 凭借首创用区块链技术实现公益项目全链路公开透明，助力公益行业升级，阿里巴巴链上公益计划从全国 772 个参赛项目中脱颖而出，成为唯一入选金奖的互联网公益项目。

数字有温度，社会更美好

在中国，有近 2 亿需要被关怀的人群，其中包含 1.5 亿 65 周岁以上的老年人、1700 万视障人士和大量的认知障碍人群。他们生活在有网络的地方，却因生理功能受限，不能顺畅地使用互联网。

作为一家互联网公司，阿里巴巴相信数字技术的本质是普惠，经济社会数字化过程中不应有人被遗忘。我们关注社会中的弱势群体，并成立阿里巴巴技术公益委员会，用“公益”的初心为代码赋予温度，用“公益的心态，商业的手法，技术的力量”践行对家、国和世界的社会责任，让社会变得更加柔软和温暖。

“当数字新基建变得越来越普惠，工程师可以有更多创新，每个小的问题都能够得到解决，越来越多的个体需求能得到尊重和照顾。”

——阿里巴巴集团首席技术官 程立

让“银发”群体畅享数字生活

互联网和数字技术让人们的生活变得更年轻、更便捷，但年轻的生活方式不应只属于年轻人。2020 年，疫情的突发加速了数字经济的发展进程，我国人口老龄化步入边富边老与数字经济加速发展叠加期。如何能在重度老龄化时期到来之前，利用数字技术做好准备，成为全社会关注的议题。

2020 年，国务院办公厅印发《关于切实解决老年人运用智能技术困难实施方案的通知》，希望通过政策引导，在全社会的共同努力下，有效解决老年人在运用智能技术方面遇到的困难，让广大老年人更好地适应并融入智慧社会。

阿里巴巴在推动数字技术适老化改造上不遗余力，努力让各个年龄的群体都能平等地共享数字信息世界的缤纷多彩。

淘宝针对老年用户使用中的需求点、难点，上线了“拍立淘”功能，让老人们在看到心仪的衣服时，通过图片搜索就可以一键找到同款。“亲情账号”的上线则构建了全新的家庭关怀模式，用户可以通过添加亲情账号，连接家中长辈，实现流畅沟通和便捷支付。

夸克关注老年人在听力、视力、记忆力等方面的年龄特点，针对调查中反映的智能手机输入困难、看不清屏幕、信息选择困难等问题，推出“语音交互搜索”功能，让老年人以语音输入的方式搜索资讯，同时智能过滤低质内容与虚假广告，为老年人搭建信息安全的保护网。2020 年，夸克联合阿里健康，推出无虚假广告的常见病症查询，提供 24 小时在线问诊、挂号、买药、病友讨论等功能。

全国首个“关爱老年人数字生活”企业专项行动——小棉袄计划

2020 年 9 月，阿里巴巴推出全国首个关爱老年人专项行动——“小棉袄计划”。该计划联合国家开放大学老年大学、公安、社区等机构，旨在通过专属热线、视频课程、线下课堂、实体手册、上门帮办等线上线下相结合的形式，帮助老年人学习和提升智能手机使用能力，掌握数字购物、数字出行、数字健康医疗、网络防诈骗等互联网知识和技能，帮助老年人跨越“数字鸿沟”。

截至 2021 年 2 月，“小棉袄计划”已为老人打出 3000 多通一对一服务电话，线上直播课堂影响 3 万多人，短视频被学习 500 多万次，线下课堂覆盖四个城市。2021 年，“小棉袄”线下课堂将走进 10 余个城市，开展 2000 余场线下课堂，为老人普及数字生活知识。同时，线上视频课程将持续开发，并联合公益机构和国家开放大学老年大学普及推广包括短视频、数字生活手册等知识类内容。

“‘小棉袄计划’为老年人带来了登上互联网生活的船票，是阿里巴巴作为平台型企业的社会责任感，也代表了人类科技发展的趋势，这个趋势，就是价值观。企业、社会、客户之间是共生、共存、共享、共荣的一种辩证互动关系，不是一种零和博弈。开放共享是互联网精神的本质。”

——上海社科院原副院长、研究员 何建华

用心守护儿童健康成长

儿童是社会、国家、世界的未来和希望，然而在全世界各个角落，都有儿童面临着暴力、虐待、忽视等问题。阿里巴巴持续关注儿童保护，通过互联网技术的发展，搭建互联网平台，汇聚多方力量，让人人参与儿童保护工作成为可能。

“团圆系统”五周年，让“天下无拐”梦想成真

为配合国务院《中国儿童发展纲要》，用科技协助公安部实现“全民参与，天下无拐”目标，2016 年 5 月 15 日，公安部刑侦局打拐办与阿里巴巴共同研发的“公安部儿童失踪信息紧急发布平台（团圆系统）”正式上线，这个全国唯一官方权威的互联网打拐平台，被公众称为“科技打拐神器”，开创了全民打拐的新时代。

2017 年 9 月 5 日，公安部物证鉴定中心与高德地图共同发布“寻亲地图”，“团圆系统”升级增加“滴血寻亲”功能，寻亲家庭可通过高德地图搜索“寻亲”，一键导航至附近的警方 DNA 免费采血点，将血样录入 DNA 系统，通过血样比对，帮助更多失散的孩子和父母团聚。

2019 年 11 月 15 日，面向公众的“团圆小程序”上线支付宝，小程序开发的“一键报警”“预防走失”“滴血寻亲”等功能，帮助失踪儿童的家长快速报案，帮助新生儿童家庭预防儿童走失，帮助离散多年的家庭运用 DNA 技术免费“滴血寻亲”，全方位为寻亲家庭提供贴心服务。

截至 2021 年 5 月 15 日，“团圆系统”共发布 4801 条儿童失踪信息，找回 4707 名儿童，找回率为 98%。另有 7500 多个失散多年的家庭通过公安部 DNA 库实现团圆梦。

2021 年 1 月，为了彻底解决民生需求，公安部部署全国公安机关开展“团圆行动”，全面查找一批改革开放以来失踪被拐儿童。阿里巴巴和团圆志愿者们将持续投入公益力量，助力早日实现“天下无拐”。

“五年前一个偶然机遇，让我们有幸参与并见证‘团圆系统’的技术能量。五年前我们确定的最终目标，就是希望把‘团圆系统’做没了，期待‘天下无拐’那一天早日到来。”

——团圆公益项目负责人 魏鸿 & 52 位功勋志愿者



公安部儿童失踪信息紧急发布平台（团圆系统）



▲“团圆系统”三驾马车：团圆小程序、寻亲地图、团圆公益大家庭



▲“青骄第二课堂”平台

为了让全国青少年都能接受到统一、标准、生动有趣的禁毒知识，远离毒品的“魔掌”，阿里巴巴联合国家禁毒办开发了全国青少年毒品预防教育数字化平台“青骄第二课堂”。截至2021年5月26日，青骄第二课堂全国接入学校超过23万所，全国注册教师178万名，全国注册学生1.06亿名。

专题 用爱扫除障碍，数字技术让人人体面生活与工作

阿里巴巴致力于用爱让天下无“碍”。为此，阿里巴巴成立信息无障碍委员会，希望通过技术手段，让任何人在任何场景下，都能平等、自由地获取信息和使用信息，同时帮助行业降低支持门槛，提升效率。



▲ 阿里巴巴信息无障碍发展历程

生活无碍

创造无差别的生活体验

人物故事

看不见也能上淘宝购物

拥有 5 年“淘龄”的郑锐是一名视障人士，虽然眼睛看不见，但他完全可以依靠自己的力量上网购物，这得益于阿里巴巴在淘宝上为视障群体铺设的“盲道”。

早在 2011 年，淘宝就开始了信息无障碍优化工作。当时一位视障卖家打来一通电话，反馈说淘宝的改版导致他无法通过读屏软件操作淘宝，店铺无法经营。这通电话让淘宝的技术人员第一次意识到障碍群体用户体验的重要性。很快，“淘宝无障碍实验室”成立，网页淘宝的无障碍改造之路自此开始。

随着手机淘宝的推出，无障碍化改造又从 PC 端转到移动端，并在此后的时间里一路延伸到钉钉、高德、天猫、饿了么、闲鱼、盒马鲜生等多个产品，阿里巴巴通过搭建网络“盲道”，为障碍人士打造无差别的互联网体验。

信息无障碍化给郑锐带来的最大便利之一就是生活质量的提高。这极大地提升了郑锐的自信和自尊心，让他觉得自己不再是家人的累赘。现在郑锐不仅拥有了自己的事业，还做起了短视频博主，和上万网友分享自己作为视障人士在生活中遇到的各种困境，在帮助推动无障碍进步的同时，也在为消除大众对视障群体的固有偏见做出努力。

无障碍消费	无障碍出行	无障碍搜索
借助“读光 OCR(光学字符识别)”，视障用户在淘宝购物时，原本存在于图片里的文字都能通过 OCR 进行语音转化，用户只要手指划过相关页面和商品，手机就会准确地读出信息，实现“听图购物”。 闲鱼修建了一条“技术盲道”，上线安卓和 iOS 系统的无障碍版本，优化了首页、搜索、详情、交易、发布等各个链路，坚持每月进行无障碍适配测试与问题修复，帮助视障用户独立完成登录、搜索、浏览、发布、聊天、交易等操作，顺利完成闲置物品的交易。	高德地图推出无障碍电梯等设施标注功能，也是中国第一家专门为视障人士开发“视觉障碍模式”，以方便视障人士了解实时路况信息的地图公司。 飞猪运用无障碍服务，使用户在看不见的情况下也可以购买机票、火车票或预订酒店，实现便捷出行。	夸克上线无障碍版本，优化客户端中每一个按钮的朗读内容，保证整个产品互动区 100% 可被系统朗读，帮助视障人士“听”网。

工作无碍

有能力也有机会去工作

人物故事

盲人不是只能做按摩

蔡聪渠是宁波视障云客服基地的创始人之一，同时也是一名视障人士。一次偶然机会，蔡聪渠了解到低视力群体可以借助读屏软件承担线上云客服工作，他立即着手创业，尝试插件开发。2019 年，在阿里巴巴的帮助下，蔡聪渠在宁波成立了视障云客服基地。2020 年，阿里巴巴针对视障云客服，联合无障碍团队推出“微光计划”，打造视障云客服专属工作台，蔡聪渠成为第一名试用者。他惊喜地发现，这个工作台不仅支持声纹登录，还具有“专注模式”、模拟客户声音、精准智能读图等多种实用功能，可以让他们的耳朵减轻负担，工作更有乐趣。

蔡聪渠是第一个，但绝不是唯一一个使用上无障碍工作台的视障云客服。科技给了他们看见世界的眼睛，而像阿里巴巴“微光计划”项目组一样的人们，又用爱为他们擦亮眼睛。每一套视障云客服专属工作台的鼠标里，都在电路板上刻着“with love”，这是阿里人的承诺，也是他们的期待，与爱同行，让世界更温柔。



▲ 蔡聪渠（左）和视障同事一起试用无障碍工作台和鼠标。

携手同心，“读光计划”正远行

2020 年 12 月 3 日，中国盲文图书馆、浙江大学、阿里巴巴携手发起“读光计划”，旨在促进数字化能力与社会应用场景相结合，为 1732 万视障人群创造更友好的数字生存环境。“读光计划”的首批成果包括：

智能家居体验馆

阿里云、浙江大学与中国盲文图书馆联合共建智能家居体验馆，并捐赠天猫精灵智能音箱，帮助视障人士语音控制各类家居电器。

阳光读屏 OCR

达摩院联合浙江大学，向中国盲文图书馆输出最新的读光 OCR 技术。

无障碍电影

优酷与中国盲文图书馆共建无障碍影视网络视听平台，计划三年内共计推出 100 部无障碍电影。

打造无障碍的工作场所

在饿了么外卖骑手中，超过 2000 位骑手是残障人士。2020 年 5 月，饿了么专门为残障骑手上线无障碍沟通系统，方便他们和商户、用户沟通。此外，饿了么用智能调度系统根据残障骑手的身体状况和活动能力建立数学模型进行路径规划，让他们在身体允许的情况下用最短的时间，跑最短的路程，送更多的单。在符合国家安全标准的前提下，饿了么平台持续为残障人士开拓就业岗位。依靠自身奋斗，再加上技术力量支持，这些残障骑手中的很多人通过这份职业成家立业，甚至成为青年人奋斗的榜样。



过去视障人士长期缺乏方便应用的移动办公平台、缺乏与健全人士共享的高效沟通工具，视障群体中兼职员工多，协同办公中以手工统计为主，效率低，各种办公资料查找、存档分享困难。钉钉打造无障碍移动办公平台，20 余款智能硬件实现了办公场景的全覆盖，让更多人享受到无障碍办公的便利与高效。

“很多劳动者倾向于通过平台就业这种灵活方式就业增收，淘小铺的一键创业模式就提供了全新机遇。”

——人力资源和社会保障部副部长 游钧

推动残障群体创就业

阿里巴巴电商平台为残障群体提供了低成本、高效率、多方式的创业机会，依托电商平台，实现对残障群体从“帮扶”到“创富”。为了帮助残障群体更好地通过电商平台创业，阿里巴巴推出了残障人士网络创业绿色通道与扶持政策，残障人士提供旺铺专业版优惠等服务。仅 2020 年 4 月，通过淘宝旗下“淘小铺”实现增收的残疾人数量就比 3 月涨了 600%。

“凡星计划”助力残障人士实现开店梦想

为帮助更多残障人士自主脱贫，扩展残障人士就业空间，降低新冠肺炎疫情给残障人士带来的就业影响，2020 年 4 月，阿里巴巴公益基金会、淘宝淘小铺携手中国残疾人福利基金会、中国肢残人协会以及全国各地残联共同启动公益助残扶贫项目——“凡星计划”。残障人士在淘宝淘小铺平台开通自己的店铺，进行好物分享，当有人通过分享链接购买时，残障人士即可获得一定的收益，整个过程残障人士不需要付出成本，也不需要操心发货。

阿里巴巴还联合中国残疾人福利基金会“集善乐业项目”，在“凡星计划”的基础上推出“集善乐业凡星计划残疾人淘小铺扶贫项目”，由中国残疾人福利基金会“集善乐业项目”运营团队为通过项目加入的残障人士提供包括线上培训、绿色掌柜通道、运营支持等扶持，力求通过互联网为残障人士提供一键开店、创业的机会，解决残障人士就业难题。

除了开网店，阿里巴巴还为残障人士提供了更多选择机会和发展空间，包括云客服、字幕翻译、编程、美编等在线工作岗位。以残障云客服为例，截至 2020 年底，阿里巴巴为超过一万名残障人士提供了云客服就业机会，最高月收入纪录 17709 元，由河南的一名残障云客服创造。通过互联网，他们可以凭借自己的劳动获得一份体面的收入，重新找回更有尊严的生活方式。2020 年 10 月，阿里巴巴宣布，将与社会组织合作，加大包括视障群体在内的公益云客服岗位招募力度。



董素佳
视障云客服

“穿着汉服做客服让我心情特别好，就能快速给出让客户满意的解决方案。”



扫一扫，
了解更多残障云客服
的温暖故事。

行业协同
携手共建
友好社会

“阿里巴巴在信息无障碍上持之以恒的坚持和投入，是国内一线大厂社会责任和价值担当的体现。”

——浙江大学研究生院副院长、浙江大学软件学院常务副院长卜佳俊教授

作为中国信息无障碍产品联盟的发起人与轮值主席，阿里巴巴联合行业伙伴打造网上助残基础设施，推进互联网和软件领域的信息无障碍。同时，阿里巴巴积极参与互联网信息无障碍标准建设，并向社会各界人士、各行业进行无障碍倡导呼吁，调动更多社会力量和资源，共同为残障群体建设更加友好的社会。

联合伙伴，共推动残标准制定

自 2013 年以来，阿里巴巴通过发起信息无障碍产品联盟等方式推动多个互联网产品的信息无障碍化，并作为首批受邀成员单位，参加国家信息无障碍技术标准联合组，为无障碍标准化讨论输出来自企业的实践经验。2021 年 3 月 5 日，阿里巴巴参与全国信标委组织召开的信息无障碍标准化专家座谈会，持续为无障碍标准化输出阿里经验。

开放能力，实现技术资源共享

阿里巴巴将无障碍技术能力与资源向社会开放共享，提升整个社会在信息无障碍领域的能力。途明平台汇聚了阿里巴巴多个产品团队 9 年以来的信息无障碍实践经验，于 2020 年双十一前夕向全社会开源，其目标是提供一站式信息无障碍解决方案，让更多的企业能低成本地开发信息无障碍功能和产品，共建互联网盲道。

公益带动，聚合更多助残力量

助残工作需要更多社会力量的参与。阿里巴巴依托“公益宝贝”“公益网店”等平台，不断开发更丰富的信息无障碍产品，搭建起社会助残的基础性平台，让商家、消费者、公益机构、生态企业等力量都能在阿里巴巴平台上找到助残工作的参与机会，形成社会助残的大协同。通过阿里巴巴公益平台，多个公益机构开设“公益网店”，关爱残障人士。通过“公益宝贝”筹款渠道，阿里巴巴公益平台支持了瓷娃娃、听障、自闭症、麻风病、脊柱畸形、视障、重症肌无力、脑瘫、血友病等一大批不同类型的公益项目。

夸克搜索针对自身平台技术优势，打造与声音主题相关的长期性全民公益平台——“益起读”。用户可以通过朗读书籍段落实现公益捐赠的互动行为，通过声音这一最具个人标签的载体，建立一套让社会关注公益、参与公益的循环模型。用户朗读的声音可以在筛选后作为盲校学生及视障人士的阅读资料，同时用户还可以“捐献自己的声音”，在夸克为乡村儿童捐赠虚拟书籍。随着捐赠数量的增多，公益组织和阿里巴巴生态伙伴们会在现实中建立一座以用户命名的实体图书角。

阿里巴巴除了用有温度的技术关注弱势群体外，还探索性地运用 AI 技术帮助古籍焕发新生。“汉典重光”项目由阿里巴巴公益基金会、四川大学、美国加州大学伯克利分校、中国国家图书馆、浙江图书馆合作开展，旨在寻觅流散海外的中国古籍，并将其数字化、公共化，让普通人也能亲近古籍，通过古籍与先贤对话，与优秀传统文化对话。2021 年 5 月 18 日，“汉典重光”海外古籍数字化回归发布会在中国科技馆举行，一批珍藏于加州大学伯克利分校的中文古籍善本，以数字化的方式回归故土，落地汉典重光古籍平台。借助阿里巴巴达摩院的技术，首批 20 万页古籍已完成数字化，并沉淀为覆盖 3 万多字的古籍字典，公众可通过汉典重光平台翻阅、检索古籍。



结语

阿里巴巴致力于将“人人 3 小时”打造成为一个人人可参与的公益开放平台，为全社会服务。未来，阿里巴巴将全面加强科技对公益的提升作用。大数据、云计算、区块链等技术将更深入地运用于公益开放平台中，让每一个善行都被记录，好人留有姓名；让每一笔善款不仅被清晰记录去向，而且要用数字化的方法，使每一笔善款都去到最需要的地方，帮助最需要的人；也让每一个好的公益项目能够更精准地找到参与者。“人人 3 小时”公益平台不属于阿里巴巴，而属于全社会，我们希望更多人拿出一段时间去关爱身边的人，关心身边的环境……凭一己之力积极参与到社会问题的解决之中，一起让“天更蓝，心更暖”，生活更美好。

3 公益传橙： 带上热爱，益起出发



阿里巴巴创立伊始，就确定了富有激情和梦想的使命、愿景和价值观，并以创业者的状态，来应对瞬息万变的互联网行业。作为一家使命驱动型企业，阿里巴巴坚持通过公益文化的培育与传承，凝聚一群有情有义的人，并和客户、合作伙伴等一起做有价值有意义的事情。



每一次热心都因为热爱

萌芽
唤醒每个人的公益之心



在阿里巴巴，人人都是公益的参与者和主动担当者。从唤醒每一个人的公益之心开始，我们将公益的火种播撒在每一个阿里人的心中，渐渐让公益的善行从一个人变成一群人，唤醒和点燃更多人一起参与其中。我们相信，每一颗公益的种子，在经历着萌芽、成长、发光、传承之后，都会迸发出更加顽强的生命力，我们更加相信，个人的力量或许微小，但将这些微小的力量汇聚在一起，就能释放巨大的能量。

阿里巴巴的公益基因，源于成立之初“让天下没有难做的生意”这一使命，始终指引着阿里巴巴的业务发展，也凝聚了一群志同道合的员工，一起做有意义的事情。追溯阿里巴巴的公益轨迹，从帮助困难母亲创业的“魔豆妈妈”开始，到鼓励员工自愿参与青川援建工作的“乐橙青川”志愿活动，一路走来，做公益已经融入阿里人的血液，是阿里人在工作和生活中的重要组成部分。

新人入职后，阿里巴巴会通过“百年阿里”体系帮助他们融入公司，让他们了解阿里巴巴的使命、愿景和价值观，及其形成过程和意义，同时，新人也会了解到，公益是阿里人的基因，也是阿里巴巴最独特的文化。2015 年 9 月 10 日，阿里巴巴公益 1 号志愿者马云在公司 16 岁生日当天向全体员工发出了“每人每年完成 3 小时公益”的倡议。随后，“3 小时公益”便成为了阿里人每年实现的公益约定。五年多来，阿里人通过大大小小的公益参与，用实实在在的公益时付出，从自身出发，让自己更美好，也为社会创造美好。

员工公益是阿里巴巴第一大公益。我们坚信，对于人的成长来说，除了情商和智商，还要有爱商。爱商意味着担当。我们希望通过公益文化培育有爱商的员工，让每一个阿里人都能成为有担当的人。“人人 3 小时”的公益号召为阿里人打开一扇门，最重要的，是在做公益的过程中激发善心，培养善能，最终带着善良的心，回到工作中去做有温度的事，让自己成为参与公益最大的受益者。

为了提升更多阿里人对公益的感知，2020 年 8 月，阿里巴巴推出公益爱豆项目，阿里人在公益场景里的每一个小小足迹，都可以变成一个个小“爱豆”，通过捐赠“爱豆”，可以为更多公益项目助力。公益爱豆项目推出短短半年的时间，平均每 10 个阿里人中，就有一个人捐出了自己公益足迹积攒下的“爱豆”，用于支持不同的乡村图书馆援建项目。

◀ 阿里巴巴公益爱豆项目

打破文化边界，培养下一代拥有国际视野的社会创业者

王婧是阿里巴巴的一名海外员工，在美国旧金山国际传讯部担任商业分析师。王婧希望能够有一个平台，让中美的青少年真正做到面对面交流，打破偏见。在阿里巴巴公益文化的启发下，她利用业余时间创建了“中美童梦”，致力于引导中美青少年以社会创业的方式协力解决社区问题，从而搭建起中美年轻一代的友谊桥梁。

“在参加‘中美童梦’之前，我不太了解社会企业家精神。但每周的讲座和跨国团队合作让我有了新的认识，我很想进一步延伸社会创业的想法，并和我的朋友们分享。”

——“中美童梦”项目参与者 婷婷

“我虽然一直在学校学习中文，但参加项目前从未接触过来自中国的学生。在这里我有了和中国青年直接接触、沟通的机会，更深入地了解来自大洋彼岸的中国青年朋友，而不是仅听新闻里是怎么说的。”

——“中美童梦”项目参与者 Jack

当找“救命药”成了习惯，她在业务中注入公益力量

自 2016 年入职阿里健康，槿惠就一直负责医药电商的 B2B 和 O2O 的业务，日常需要和 200 多家药房和药企打交道。也正是工作的原因，她常常会接到帮忙找特效药的请求。面对很多重症患者急需特效药，却不知道在哪里能买到的困境，槿惠和自己所在的团队通过与合作的药企一起梳理现有特效药的名录，并邀请他们开拓线上销售渠道，制定特效药上线流程，帮助商家便捷地进驻淘宝，解决部分药品需要冷链输送的问题，逐步探索运用 O2O 业务，让更多人在淘宝平台也能方便买药。

2020 年 9 月，特效药搜索服务正式在淘宝上线，武汉和石家庄两地的患者可以通过搜索特效药的名字，快速获取到相关信息。如果看到有现货，患者就能直接下单，通过同城配送当天就能收到药品。如果这种特效药暂时缺货，患者也能预约购买，减少因找不到药带来的焦虑。

成长
让公益之行
从一个人
变成一群人

公益文化是阿里巴巴最独特的文化，是支持阿里巴巴走 102 年最重要的基石。如果说“人人 3 小时”的公益号召是唤醒每个阿里人心中的公益热情，那么“幸福团”等一系列公益组织和形式则是聚合一群人的力量，让公益的星星之火可以燎原。为了激励更多阿里人参与到公益行动中，阿里巴巴不断健全公益机制、创新公益形式、拓展公益机会，用员工喜闻乐见的方式营造浓厚的公益氛围。

“今年是我在阿里巴巴第 14 年，我最深的感受就是要做一个正直、善良、有同情心、有爱心的阿里人，给身边伙伴温暖，为国家和社会有更多担当，这是我们走向未来的主基调。”

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇

幸福团：
为公益抱团，
也是阿里人的幸福

一个人做公益，无论是能力还是资源都有限，一群人做公益，则会创造出 1+1>2 的价值。幸福团是阿里巴巴员工自发、自主在公司内部发起的公益社团。员工自发召集志同道合的伙伴，选择自己喜欢的公益方向，制定年度公益活动计划，最终通过公司审核的幸福团，可获得公益活动组织经费、核心成员的能力培养等支持。

从 2010 年第一个幸福团诞生到现在，幸福团发展已有十年的历史。如今，幸福团涵盖了自然环保、动物保护、老人 / 社区、弱势群体关怀、儿童教育、利他 / 互助等领域，还有基于区域和业务部门的综合幸福团，越来越多的阿里人为公益抱团。近三年来，幸福团的数量、活动数、参与人数、申报公益时数等都呈明显的上升趋势。特别是在 2020 年新冠肺炎疫情的影响下，阿里人的公益热情不减反涨，全年阿里巴巴公益幸福团共发起 640 次志愿服务活动，参与人次达 6332 次，产生 12850 个公益时。自 2010 年至 2021 年 4 月，阿里巴巴一共成立过 60 多个幸福团，5000 多位志愿者活跃在公益一线，志愿服务的区域已经覆盖全国甚至海外。

阿里急救先锋幸福团，成立后 2 个月内组织了 12 场急救培训，参与人数超 750 人，有 539 名阿里人被授予红十字会急救证。未来将带领阿里急救侠们走向社区，把急救、社区安全知识带给更多人。



▲ 阿里巴巴 3.7H 幸福团，专注于杭州动物园、浙江图书馆、浙江自然博物馆等志愿服务项目，共发起 18 款公益活动，调动近 3000 人次参与公益。

人物故事
茹瓷与“爱之家”的十年

“爱之家”是一个聚焦于动物保护的幸福团，茹瓷是“爱之家”幸福团的团长，她与“爱之家”的缘分可以追溯到 2012 年。当时，阿里巴巴联合亚洲动物保护协会发起公益探访活动，茹瓷和同事们前往四川成都，看到了那些经历过“活熊取胆”后被救下来的棕熊。已经出现抑郁和刻板行为的棕熊让茹瓷十分难过，她希望能够为动物保护做些什么。在同事的建议下，她加入了“爱之家”，并在 2012 年底成为“爱之家”的第二任团长，这个职位一当就是十年。

在这十年当中，茹瓷将“爱之家”的活动方向由做义工转变为动物救助，并不断学习动物救助模式，将“爱之家”打造为既能提供医疗救助指导，又能起到寄养作用的中间站，同时通过培养幸福团团员科学救助和科学养宠的能力，为救助更多动物而努力。

十年时间里，茹瓷与“爱之家”经历了不少挫折，但让她欣慰的是，这些年来，随着“爱之家”团队规模的日益壮大，学会科学救助的成员也越来越多，救助的流浪猫狗数量已经达到上万只。出于对小动物共同的喜爱和责任，“爱之家”幸福团的成员建立起深厚的革命友谊，在流浪动物救助这条路上披荆斩棘，努力让每一个小生命都能被呵护。

公益合伙人：
公益文化布道官

阿里巴巴不止有合伙人，也有在员工当中影响深远的“公益合伙人”——这就是从2012年伊始的公益委员制度。每三年由全体阿里人选出员工代表，成立阿里巴巴公益委员会，担当起在集团内部公益布道和影响带动的职责。如今，公益合伙人已成为阿里巴巴“3小时公益”文化布道官，让更多人参与到公益中。

2020年，阿里巴巴第三届公益委员发起了以发展员工公益为主题的公益创造营，旨在打磨出接地气又实用的公益课程，用好玩的形式培育公益火种，发掘更多有滋有味的公益项目。有滋，就是要有故事，要有温度，有感动；有味，要有自己的特色。公益创造营在为期3周的时间中，设计了一系列线上

和线下相结合的综合课程体系，通过戏剧化的手法、舞台感的设计、公益达人体验课、合伙人分享等，为学员们创造了一个可以一起听课，一起参与公益体验，一起创造一些可能和不可能游乐场，让学员们一起换个角度看世界。每一位学员，都是阿里巴巴公益文化的火种，创造营就是他们点燃自己心中的火种，并持续发光发热，照亮和带动更多阿里人参与公益的开始。

截至2020年底，创造营共培育公益火种24位，创造新员工公益项目4个，包括提升“老漂族”生活质量和亲子关系的“老杭漂之家”项目；提升老兵归属感、存在感、价值感，影响身边人关注退役老兵群体的“光荣的老兵”项目；帮助老年人学会智能手机的“活到老学到老”项目；优先以线上课程的制作输出，丰富乡村学生精神世界的“开眼有益”项目。



我是实习生：
一次触及心灵的公益之旅

感动，才可能有行动。2021财年，阿里巴巴发起“我是实习生”项目，通过组织以合伙人为主的管理人员，利用3-4天的时间，从体验各类公益项目的实习生基础岗位开始，让参与者去“看见”社会最真实的需求，去“感受”最本源的公益初心，去“创造”用心公益带给每个个体和社会的价值。

“我是实习生”项目第一期的主题是“我是实习养育师”，通过深入陕北农村进行田野调查，了解当地发展以及乡村0-3岁婴幼儿家庭养育现状，并与家长建立关系，陪伴孩子互动，对养育师的一线工作产生真实体验。

“公益除了日常的小小善行，更有意义的是，我们能让很多的不可能变成可能。用一个个家庭、一个个县城的小小改变，去唤起全社会对0-3岁孩子教育成长重要性的关注，撬动更大的投入与更多的创意。”

——第一期“我是实习养育师”项目参与者 鲁肃



▲我是实习养育师

第二期的主题是“我是实习村播”，以实习村播的身份，深入贫困县，走近乡间，走访贫困户、滞销农户，了解新农人在当地的生存现状以及他们背后的故事，从实习村播这个最基础的岗位开始一天的实习工作，帮助老乡们做一场公益农产品直播带货，帮助滞销的赣南脐橙走出大山。

“寻乌作为贫困县，一些产业得到了很大的发展，开始走向富裕。脱贫，这真是一件非常伟大的工程。阿里人积极参与到这个历史进程中，贡献着自己的一点力量，用爱和善意汇集的点点星光也能让整个夜空璀璨！”

——第二期“我是实习村播”项目参与者 天霞



▲我是实习村播

“短暂的实习并没有结束，大凉山公益之旅其实才刚刚开始，我们还需要思考做些什么对于这群孩子最有帮助，类似这样的孩子们能够成长为社会上的栋梁，我们所处的社会就会有更良性的发展，我们每个人也会从中受益。”

——第三期“我是实习生活老师”项目参与者
淇彬

第三期的主题是“我是实习生活老师”，以实习乡村教师的身份，深入乡村寄宿制学校开展调研，深入了解大凉山地区乡村教育现状，观察并发现存在的问题，同时关注乡村孩子们的健康成长。



▲ 我是实习生活老师

发光
每一个用心
做公益的人都值得被看见

2016 年底，在“人人 3 小时”公益号召发起后一年多的时间里，集团内部涌现出一批优秀的公益项目，为了肯定和鼓励阿里人主动利用业余时间发起公益项目，阿里巴巴特地开展了首届“公益琅琊榜”评选活动。此后，这项公益评选与表彰活动经历了从“公益琅琊榜”向“橙点侠益榜”再到“橙点公益榜”的更名，并成为阿里人最高规格的公益荣誉、全体阿里人的“公益奥斯卡”。在这个过程中，涌现出许多非常具有社会影响力的公益项目，例如“团圆系统”“蚂蚁森林”“阿里健康疫苗快查”“淘宝直播村播计划”等。这些公益项目背后，是阿里人对社会问题与需求的深刻洞察，也是阿里人用“公益的心态、商业的手法、技术的力量”解决社会问题的最好诠释。也正因为如此，很多评选出来的公益项目经过多年的发展依然保持着鲜活的生命力，并持续释放社会影响力。

如今，“橙点公益榜”已走过五年的时间，在这五年中，参评的公益项目数量越来越多、评选规则与方式越来越规范化、活动机制越来越成熟、阿里人参与的热情也越来越高。我们期望，通过营造一种公益的高光时刻，让真正用心做公益的人被看见、被认可、有回报，从而鼓励并带动更多的阿里人行动并参与到公益当中，让阿里巴巴的公益文化土壤更加肥沃。

“橙点公益榜”发展历程



2020 年底，阿里巴巴启动新一财年的“橙点公益榜”评选。新冠肺炎疫情影响下，虽然面临较大的业务压力，但有公益使命的阿里人依旧在努力用自己的专业能力解决各种社会问题。2021 财年“橙点公益榜”的获奖项目表现出对社会问题洞察越来越深，以及更加关注弱势群体和特殊人群的特点。例如，“守护生命”项目的志愿者们开发出一套防自杀干预机制，守护那些在淘宝下了异常订单想要结束生命的用户；“寻找远方的美好”的一群设计师整合设计能力，为贫困县进行农产品设计包装，助力脱贫，帮助守护、传承并发扬扎根于乡村的中国传统文化；“1m² 温暖爱心驿站”为户外工作者提供了一个小小的休息空间，带来片刻温暖……这些公益项目不但帮助弱势群体走出困境，也让阿里人收获了真情与感动。

同时，今年新增设的“橙点特别奖”，面向全体已经从阿里巴巴毕业的校友（指从阿里巴巴离职的前同事）开放，阿里巴巴坚信“聚是一团火，散是满天星”，离开阿里巴巴并非终点，最重要的是能继续践行公益之路，把阿里巴巴公益精神带到更远的地方，创造社会价值。



▲ 2021 财年“橙点公益榜”公益之星获奖伙伴



▲ 第五届“橙点公益榜”年度十佳项目

传橙

从星星之火到星辰大海

阿里巴巴的公益文化，深深影响着每一位阿里人，也包括从阿里巴巴毕业的校友（指从阿里巴巴离职的前同事）。二十年来，从阿里巴巴毕业的很多人带着阿里巴巴的公益底色，投身于各行各业。离开阿里巴巴并非终点，很多校友们始终践行着公益之路，把阿里巴巴公益的火种带到更远的地方，创造社会价值，解决社会问题……从星星之火走向星辰大海。

人物故事 阿里和汶川是我公益之心的起源

马辉(花名道长)是“知行教育基金会”的理事之一，从 2006 年到 2015 年，在阿里巴巴工作了 9 年的同学。 2008 年汶川地震，阿里巴巴紧急组建了许多援助小队，马辉加入其中，参与捐助物资的筹集工作，那是他第一次接触公益事业。2009 年，马辉的几个朋友在香港创办了“YES WE DO”知行教育基金会，他也受邀担任基金会理事一职。

基金会开展的第一个项目，叫做“知行夏令营”，通过让高校的大学生们走进贫困山区，开设画脸谱、皮影戏、音乐、棒球、团队拓展等素质教育课程，带给孩子们一个不一样的夏令营。如今，已有超过 400 名大学生志愿者参与了这个项目，为 3000 多名贫困地区的学带去了许多新奇生动的课程。随着“知行夏令营”的运作逐渐成熟，基金会还推出了“知行课堂”，旨在帮助学校邀请一批从事音乐、体育、美术、书法、舞蹈等素质教育的教师。“知行课堂”已顺利开展了 6 个学期，超过 1 万名孩子参与其中。

“2015 年，我离开了阿里巴巴，但无论去往哪里，从事什么工作，在阿里的那颗公益心永远都在。”

——阿里巴巴校友 马辉

结语

公益是阿里巴巴的基因，员工公益文化是阿里巴巴最为独特的文化。阿里人以公益文化点燃自己，从用心呵护每一颗公益的种子开始，不断将公益的理念传递给社会，并不断结合技术和平台优势参与公益，聚合更多力量，让世界更美好。

我们的公司治理

阿里巴巴董事会、董事会委员会、阿里巴巴合伙人制度、高级管理层共同构成集团治理团队。通过这种治理结构，阿里巴巴致力于追求自身战略目标的同时，追求集团内外的可持续发展目标。

“发展和治理监管永远是相互促进、相互依托的关系，让平台型企业不仅能够自身发展好，同时能够服务于整个社会的可持续健康发展，带来更多百花齐放的创新，这不仅是国家的要求，也应该是每个有社会责任感企业的自我要求。”

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇

合规治理

完善廉正
合规体系

阿里巴巴将廉正合规问题上升到公司文化、价值观层面，探索出一套以坚持公司诚信文化和价值观为基石的合规制度设计和腐败风险治理体系，逐步建立起特色鲜明的廉正合规体系。通过制定年度廉正合规管理策略，和每年的全员合规认证考试，阿里巴巴将廉正合规教育和宣传贯穿了员工进入阿里巴巴后的每个职业节点。

阿里巴巴在与客户、合作伙伴、股东等各相关方的业务关系中，致力遵循最高标准的商业行为规范。为了恪守承诺，阿里巴巴在业务活动中遵循所有相关法律法规以及《阿里巴巴集团商业行为准则》的要求，并要求员工在与外部合作伙伴进行业务往来时体现诚信的价值观，绝不容忍任何不道德或不合法的行为。

阿里巴巴会谨慎处理所有咨询与举报，并在法律法规许可范围内竭尽全力确保咨询与举报的保密性，所有的调查将以合法合规为基础，并严禁他人对任何善意地就涉嫌不道德或不合法行为提供信息或协助调查的人士，进行报复或惩罚。

加强知识
产权保护

创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新。2020 年，阿里巴巴响应国家号召，在知识产权保护上持续创新，不断投入，未曾止步。突如其来的疫情，没有影响阿里巴巴与合作伙伴们在知识产权保护上的探索与努力。

疑似侵权链接一上线即被封杀的比例为

96 %

消费者举报删除的疑似侵权链接量比前一年下降

33 %

知识产权侵权投诉在 24 小时内被处理率

98 %

权利人入驻量比去年增长

40 %

每万笔交易中仅有疑似假货

1.08 笔

阿里巴巴既是知识产权保护工作的践行者，更是国家保护知识产权政策的受益者。2020 年，阿里巴巴深耕知识产权保护智能化、信息化，坚持技术驱动，为国家知识产权保护基础设施建设添砖加瓦。

打假核心技术知产保护科技大脑专利数从前一年的 180 个增至 262 个；探索图片侵权问题新解法的 AI 模特“塔玟”、汇聚平台山寨商标治理经验的 AI 商标机器人“造芒”投入运行。

将线上线下打假相融合的无疆系统覆盖全国 30 个省份，点亮了超 2 万家品牌授权店，近 3 万名志愿者参与举报。

区块链存证成功应用于侵权诉讼并获法院认可。

从源头入手探索图片侵权新解法，阿里巴巴上线 AI 模特“塔玟”

2020 年 8 月，阿里巴巴在调研中发现，有商家因请模特拍图成本高，不得不从第三方网站下载无授权照片，这对于图片使用者和图片作者来说是“双输”的局面。阿里安全通过算法技术在目标人脸模块基础上，生成 AI 虚拟模特图，来帮助商家减少非恶意侵权问题，同时也帮助商家降低商品上新的人力与财力成本。这项自研技术被命名为“塔玟”，该产品上线一个月即有超过 800 家大中小商家店铺主动申请账号测试。

“在了解到公司内部有虚拟模特实拍图项目，银泰天猫运营方立马申请参与项目，只要提供商品的平铺图，就能得到一系列商品模特图，能够更立体地展示服装。”

——银泰官方旗舰店

拥抱监管

为了保障互联网和数字经济更为有序健康的发展，国家有关部门正在就平台经济领域的政策和法规征求意见，我们认为这是非常及时和必要的，中国的数字经济能够发展到今天，走在全球的前列，并且涌现出一批优秀的互联网公司和平台型企业，这是得益于中国改革开放的大时代，得益于政府鼓励发展和创新的各种政策，也得益于中国这个全球最大的市场。

监管让平台型企业不仅能够自身发展好，同时能够服务于整个社会可持续的健康发展，带来更多百花齐放的创新。这不仅是国家的要求，也应该是每一个有社会责任感的企业的自我要求。阿里巴巴深知，只有永不停步地顺应时代和国家发展，永不停步地倾听、了解、服务好成千上万的商家和消费者，永不停步地追寻技术创新，才是我们的生存之本。未来，我们将积极学习和响应国家的政策和法规，坚决维护公平竞争的市场环境，推动平台经济高质量发展。

与利益相关方
共享价值

阿里巴巴密切关注利益相关方的期望和要求，通过多元渠道与利益相关方沟通互动，回应利益相关方关注的问题，并为他们创造可持续价值。

利益相关方沟通

利益相关方	利益相关方期望	阿里巴巴回应方式
客户	· 完善的平台服务 · 经营能力提升 · 公平安全的交易环境 · 便利的购物平台	· 客户服务体系建设 · 平台工具支持和资源共享 · 提供电子商务培训 · 建立阿里安全体系 · 建设诚信体系 · 建设用户体验团队
员工	· 基本权益保障 · 民主管理 · 良好的办公环境 · 良好的工作氛围	· 遵守相关法律法规 · 圆桌会议、阿里味儿、OpenDay 等沟通平台 · 办公环境改造 · 推进企业文化在公司内部的传播和融入
股东	· 了解公司经营现状 · 基本权益保护	· 股东大会 · 定期报告和公司公告 · 加强风险监控、防范和应对
市场	· 公平竞争 · 能力提升 · 成熟的商业生态圈 · 引领电子商务发展 · 更多专业的电子商务人才	· 供应商大会 · 招投标大会 · 绩效回顾 · 诚信约定函 · 主办或参与行业研讨会 · 参与理论研究，研究行业发展趋势 · 推动诚信网规体系建设 · 淘宝大学线上线下课程
政府	· 守法合规 · 推动经济发展和转型 · 促进社会就业 · 共建电子政务	· 严格遵守各项法律法规 · 促进农村电子商务发展 · 与政府部门合作探讨创新执政模式 · 合作特色中国项目 · 积极响应政府各项政策
社会	· 促进就业 · 促进社区发展 · 扶贫救灾	· 提供创业平台 · 为残疾人赋能 · 支持公益组织发展 · 提供公益平台 · 参与公益活动
环境	· 减少环境污染 · 保护生物多样性 · 减少能源消耗 · 改善环境的行动	· 绿色包装 · 绿色物流 · 绿色消费 · 绿色回收 · 绿色数据 · 绿色办公 · 绿色园区 · 环保公益

客户第一是价值观，
客户体验的持续
提升是关键目标

阿里巴巴始终坚持“让天下没有难做的生意”，将“客户第一”作为全集团各条线一以贯之的价值观，致力为广大阿里巴巴用户提供更为专业的服务和更优的用户体验。客户体验事业部多年来持续推进用户体验计划，包括新产品体验、用户研究、产品试用、参与设计和用户交流会等内容，解决用户使用产品过程中的相关问题。

数字化时代的全面到来，数据成为了越来越重要的竞争要素，这也将更为考验平台方面对数据诱惑时的定力，如何正确使用数据，如何保护用户隐私内容，使得权限不肆意妄为，都将成为平台方的考验所在。阿里巴巴恪守平台操守，坚定维护自身对数据保护的承诺，不断提升数据安全和用户隐私守护能力，为构建安全健康的网络生态贡献自身的力量。

2020 年，阿里巴巴推出犀牛智造平台，为中小企业提供端到端的全链路数字化解决方案，享受由需求驱动的定制化生产服务。犀牛智造在发展初期确定以服装业为起点，缩短 75% 的交货时间、降低 30% 的库存，甚至减少 50% 的用水量，助力小企业在快速发展的时尚和服装市场获得竞争力。

未来，阿里巴巴将进一步强化客户价值、聚焦客户体验，并继续出台一系列降平台经营门槛、减平台经营成本的措施，为所有商家与合作伙伴创造更开放、更公平、更高效、共享发展成果的平台环境。

梦想和使命
由每一位
员工传承

阿里巴巴严格遵守国家相关法律法规，向劳动者提供平等的就业机会，坚决反对就业歧视，公平、公正地对待不同国籍、种族、年龄、性别、宗教信仰和文化背景的员工。

阿里巴巴重视员工健康与安全，为员工提供职业健康培训、安全教育培训、重大疾病绿色就医通道等支持保障。

薪酬保障与福利

阿里巴巴将对员工的关爱落在生活的各个方面，坚持落实“全橙爱”综合福利计划，从财富保障、生活平衡、健康医疗三个方面，“全程”呵护员工及其家人的身心健康，让员工感受到阿里巴巴的温度。

“全橙爱”综合福利计划	
财富保障	
	社保：根据当地政策为员工提供五险一金
	商业保险：为员工提供全面综合的保障计划
	iHome：帮助员工缓解初次置业时首付上的压力
	iHope：彩虹计划建立扶危救困平台，扶助经济特困员工
生活平衡	
	iLove：为员工提供集体婚礼、开展阿里日庆祝活动、举行 1/3/5 周年庆
	iBaby：为员工子女提供系统的入学信息
	假期：为员工提供充足、灵活的假期安排
	iEasy：为员工的生活刚需提供便利的优惠活动
健康医疗	
	iHealth：提供保障员工身心健康的健康知识、资源及工具
	年度体检：为员工提供健康体检
	康乃馨父母体检：为每个员工的父母提供 2 个体检名额 / 定制体检套餐
	iHelp- 蒲公英互助计划：为参与计划的员工及家庭提供重疾互助金

多元化沟通渠道

阿里巴巴集团和各业务系统建立起多元化的收集意见和建议的渠道，倾听员工的心声和想法。

阿里巴巴集团员工沟通渠道	
邮箱类	
	OPEN 信箱：所有阿里巴巴员工与公司核心管理团队直接交流的平台
	其他 OPEN 信箱：阿里巴巴部分业务板块也开通了自己的 OPEN 信箱，包括天猫淘宝、B 类事业群、本地生活、云智能、菜鸟、客户体验事业部（CCO）、高德、灵犀互娱、飞猪、CTO、同城零售事业群等，方便员工与核心管理团队直接交流
圆桌会和其他沟通渠道	
	集团 - 帕特纳有约：阿里巴巴合伙人定期与员工面对面交流的场合
	淘宝天猫 - 管理者面对面系列：蒋凡线季度工作沟通会（涵括阿里妈妈）、“TT 小饭桌” “去明天” “TT 聊聊吧”
	MBC：“姗姗而来” “听见 - 总经理 TED”
	云智能：行癫直播间（线上 + 线下）、90 后下午茶、“我要我觉得”杯吐槽大会，及各业务线一号位的咖啡 time、午餐会等
	本地生活：“昆阳面对面” “昆阳班” “跨级沟通会” “圈子运营”
	同城零售事业群：“甜橙圆桌派” “师兄有话说”
	进出口事业群：“季度管理大会” “88 青年营” “总裁 1:1 午餐会”
	文娱：“老樊和你聊聊天”
	飞猪：“南瓜派”
	菜鸟：“管理层面对面” “万霖下午茶” “总裁直播间”
	CTO：“奇点同学荟” “YU 你同行”
	高德：“高见（季度场）” “百人团” “大飞哥的小饭桌”
	互娱：“糖水会”
	CCO：总裁和一线员工的面对面交流的场合

人才培育与发展

阿里巴巴湖畔学院致力于成为阿里人才培养的中枢，打造有未来观、全球观和全局观的阿里人才梯队；致力于探索面向未来的阿里生态组织，营造有情有义有温度的组织土壤；致力于构建服务全体阿里人的知识分享平台，打造有体系有层次有路径的生态学习氛围，为阿里人的成长提供沃土。



阿里巴巴集团人才培养体系		
集团湖畔学院	文化传橙	百年阿里、百年湖畔 传承阿里文化，加快新人融入
	专业发展	产品大学、运营大学、技术大学、数据大学、市场大学、设计大学、风险管理大学、客户体验大学 分别由各专业委员会开发相关课程
	领导力	梯队培养、侠客行、功守道、管理者应知应会、领导力发展等 在集团范围传承阿里管理理念，夯实基本功，培育干部梯队
	全球化	全球化培训系列、全球化产品系列、全球化测评系列、海外 OD、AGTD 培养系列包括 Dream 文化线、Dare 管理线、Discover 跨文化沟通协同；产品系列包括新人时令（Newcomer Landing Roadmap）、管理者应知应会（Management Must-Know）、全球化线上品牌号（Go Global）
业务系统	天猫龙门客栈、CTO 线技术大学、COO 线服务大学、菜鸟大学、京橙学堂……	

同合作伙伴一道，
一心一力，
共向未来

阿里巴巴颁布《阿里巴巴集团采购指引》，设立严谨的采购制度流程，通过采购系统对供应商认证、采购申请、询比价、合同、PO、验收、付款进行风险控制。

过去一年，阿里巴巴集团采购联盟紧密协同，共建透明、高效、可分享的合作生态体系。我们持续推进采购数字化建设，构筑采购智能风控能力，推动数据智能在智能决策、履约自动化端的更多场景应用，构建供应商数字化评估及权益体系，创新合作模式。

阿里巴巴坚持通过年度大会加强与供应商的联结与交流，2020 阿里巴巴采购联盟供应商大会于 9 月 16 日在杭州举行，邀请了来自全球数百家重点供应商的高层领导、行业精英共同出席。

附 录

结语与展望

心怀感恩，心存敬畏，坚定行责任之路

阿里巴巴在成立之初，就以“让天下没有难做的生意”为使命，以“服务”和“普惠”精神为公益基因，在社会责任实践的过程中逐渐形成“公益的心态，商业的手法”的履责路径。阿里巴巴相信，只有坚守使命和初心，走责任之路，才能真正实现可持续发展，这是阿里巴巴的文化与价值观，也是全体阿里人共同笃定和坚守的信念。

在过去的发展过程中，阿里巴巴始终感恩于商家、消费者、合作伙伴以及投资者给予的信任和包容，站在“两个一百年”历史交汇点上，阿里巴巴将继续心怀感恩、心存敬畏，坚持客户第一，为社会创造更多长期价值，为人类共同的家园添砖加瓦，与各个利益相关方携手并肩，走向更绿色、更美好的未来。

关键绩效

指标名称	单位	2021 财年	2020 财年	2019 财年
营业收入	百万人民币	717289	509711	376844
营业收入增长率	%	41	35	51
交易额	十亿人民币	8119	7053	5727
交易额增长率	%	15	23	19
总利润	百万人民币	143284	140350	80234
中国零售市场 活跃消费者	百万人	811	726	654

指标索引

目录	《中国企业社会责任报告指南》 (CASS-CSR4.0)	《中国电子信息行业社会责任指南》 (SJ/T16000-2016)	《GRI 可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	联合国可持续发展目标 (SDGs)	《ISO 26000：社会责任指南 (2010) 》
董事长致辞	P2.1 履行社会责任的形势分析与战略考量 P2.2 年度社会责任工作进展	/	102-14 高级决策者的声明 102-15 关键影响、风险和机遇 203-1 基础设施投资和支持性服务	目标 1：无贫穷 目标 3：良好健康与福祉 目标 13：气候行动	6.5.6 环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复 6.6.6 在价值链中促进社会责任 6.8.8 健康
可持续发展：行动就会改变					
乡村振兴： 在希望的热土上挥洒青春	G1.1 企业使命、愿景、价值观 G1.2 企业社会责任理念或口号 S1.5 带动就业 S1.6 报告期内吸纳就业人数 S2.2 平等雇佣 S4.5 支持社区妇女、土著居民、农户、牧民和渔民的发展 S4.7 建立企业公益基金 / 基金会 S4.12 助力精准扶贫	5.1.3 能力建设 5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.5.5 生态保护 5.10.2 社区参与 5.10.3 社区发展 5.10.4 社会公益	102-12 外部倡议 203-1 基础设施投资和支持性服务 203-2 重大间接经济影响	目标 1：无贫穷 目标 2：零饥饿 目标 4：优质教育 目标 5：性别平等 目标 8：体面工作和经济增长 目标 9：产业、创新和基础设施 目标 10：减少不平等	6.3.9 经济、社会和文化权利 6.5.3 防止污染 6.5.4 资源可持续利用 6.8.4 教育和文化 6.8.5 就业创造和技能开发 6.8.6 技术开发与获取 6.8.7 财富与收入创造议题
疫情防控： 技术助力疫情常态化防控	P3.1 社会责任重大事件 P3.2 社会责任重点议题进展及成效 G1.1 企业使命、愿景、价值观 G6.1 识别和回应利益相关方诉求	5.1.3 能力建设 5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.7.4 供应链可持续发展 5.8.2 产品 / 服务与质量 5.9.2 信息和舆论影响 5.10.2 社区参与 5.10.3 社区发展 5.10.4 社会公益	102-16 价值观、原则、标准和行为规范 203-1 基础设施投资和支持性服务	目标 3：良好健康与福祉 目标 11：可持续城市和社区	6.7.4 保护消费者健康与安全 6.7.6 消费者服务、支持和投诉及争议处理 6.7.8 基本服务获取 6.8.3 社区参与 6.8.8 健康 6.8.9 社会投资
环境保护： 绿水青山就是金山银山	M2.12 倡导可持续消费 E1.3 环保技术研发和应用 E1.6 建设绿色供应链 E1.7 支持绿色低碳产业发展 E2.3 提高能源使用效率 E2.19 绿色包装	5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.5.2 污染防治 5.5.3 资源的可持续利用 5.5.4 减缓和适应气候变化 5.5.5 生态保护 5.8.4 支持可持续消费的能源需求 5.10.2 社区参与 5.10.4 社会公益	102-12 外部倡议 203-1 基础设施投资和支持性服务 301-3 回收产品及其包装材料 302-4 减少能源消耗量 302-5 降低产品和服务的能源需求 304-2 活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	目标 7：经济适用的清洁能源 目标 11：可持续城市和社区 目标 12：负责任消费和生产 目标 13：气候行动 目标 15：陆地生物	6.5.3 防止污染 6.5.4 资源可持续利用 6.5.5 减缓并适应气候变化 6.5.6 环境保护、生物多样性和自然栖息地恢复 6.7.5 可持续消费 6.7.9 教育和意识 6.8.4 教育和文化

目录	《中国企业社会责任报告指南》 (CASS-CSR4.0)	《中国电子信息行业社会责任指南》 (SJ/T16000-2016)	《GRI 可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	联合国可持续发展目标 (SDGs)	《ISO 26000：社会责任指南 (2010) 》
可持续发展：行动就会改变					
环境保护： 绿水青山就是金山银山	E2.21 绿色运输 E3.1 绿色办公措施 E3.2 绿色办公绩效 E3.6 环保公益活动				
人人公益：让公益成为一种生活方式					
人人 3 小时，公益亿起来	G1.2 企业社会责任理念或口号 G6.1 识别和回应利益相关方诉求 S4.9 打造品牌公益项目	5.1.4 利益相关方合作 5.2.3 应用创新 5.10.2 社区参与 5.10.4 社会公益	/	目标 4：优质教育 目标 10：减少不平等	6.8.3 社区参与
信任透明，构建爱的生态	G1.2 企业社会责任理念或口号 G2.3 推动社会责任融入企业发展战略与日常经营 G6.1 识别和回应利益相关方诉求 S4.9 打造品牌公益项目 S4.10 支持志愿活动的政策、措施	5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.10.2 社区参与 5.10.4 社会公益	/	目标 3：良好健康与福祉 目标 4：优质教育 目标 6：清洁饮水和卫生设施 目标 10：减少不平等	6.6.6 在价值链中促进社会责任 6.8.3 社区参与
数字有温度，社会更美好	G1.2 企业社会责任理念或口号 G6.1 识别和回应利益相关方诉求 S1.5 带动就业 S1.6 报告期内吸纳就业人数 S2.8 多元化和机会均等 S4.5 支持社区妇女、土著居民、农户、牧民和渔民的发展 S4.6 公益方针或主要公益领域 S4.9 打造品牌公益项目	5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.8.2 产品 / 服务与质量 5.10.2 社区参与 5.10.3 社区发展 5.10.4 社会公益	203-2 重大间接经济影响 405-1 管治机构与员工的多元化	目标 1：无贫穷 目标 5：性别平等 目标 8：体面工作和经济增长 目标 9：产业、创新和基础设施 目标 10：减少不平等	6.3.7 歧视和弱势群体 6.8.3 社区参与 6.8.5 就业创造和技能开发 6.8.7 财富与收入创造议题

目 录	《中国企业社会责任报告指南》 (CASS-CSR4.0)	《中国电子信息行业社会责任指南》 (SJ/T16000-2016)	《GRI 可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	联合国可持续发展目标 (SDGs)	《ISO 26000：社会责任指南 (2010) 》
公益传橙：带上热爱，益起出发					
每一次热心都因为热爱	G1.2 企业社会责任理念或口号 S4.6 公益方针或主要公益领域 S4.9 打造品牌公益项目 S4.10 支持志愿活动的政策、措施 S4.11 员工志愿者活动绩效	5.1.3 能力建设 5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.7.4 供应链可持续发展 5.10.2 社区参与 5.10.4 社会公益	102-16 价值观、原则、标准和行为规范 102-17 关于道德的建议和关切问题的机制 102-20 行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任 102-23 最高管治机构主席 102-26 最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用 405-1 管治机构与员工的多元化	目标 4：优质教育 目标 10：减少不平等	6.8.4 教育和文化
我们的公司治理	G6.2 企业主导的社会责任沟通参与活动 M1.1 规范公司治理 M1.3 反腐败 M3.5 尊重和保护知识产权	5.1.2 融入管理 5.6.2 诚信理念 5.6.4 反腐败和反欺诈 5.6.5 尊重产权	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	/	6.3.6 处理申诉 6.6.3 反腐败 6.6.5 公平竞争 6.6.7 尊重产权 6.7.3 公平营销、真实公正的信息和公平的合同实践
与利益相关方共享价值	G1.1 企业使命、愿景、价值观 G6.1 识别和回应利益相关方诉求 G6.2 企业主导的社会责任沟通参与活动 M2.1 提升产品 / 服务可及性 M2.13 客户信息保护 M3.10 供应商社会责任日常管理机制 S2.2 平等雇佣 S2.8 多元化和机会平等 S2.10 薪酬和福利体系 S2.11 职业健康管理	5.1.4 利益相关方合作 5.3.2 规范用工 5.3.3 员工参与 5.3.4 员工发展 5.4.4 安全与健康保障 5.7.2 供应商选择与评价 5.7.3 供应商沟通与写作 5.8.2 产品 / 服务与质量 5.8.3 消费者权益	102-8 关于员工和其他工作者的信息 102-9 供应链 102-21 就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商 102-35 报酬政策 102-40 利益相关方群体列表 102-42 利益相关方的识别和遴选 102-43 利益相关方参与方针 102-44 提出的主要议题和关切问题 401-2 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利 405-1 管治机构与员工的多元化	目标 8：体面工作和经济增长 目标 10：减少不平等 目标 12：负责任消费和生产	6.3.7 歧视和弱势群体 6.3.8 公民权利和政治权利 6.3.10 工作中的基本原则和权利 6.4.3 就业和雇佣关系 6.4.4 工作条件和社会保护 6.4.5 社会对话 6.4.7 工作场所中人的发展与培训 6.6.6 在价值链中促进社会责任 6.7.7 消费者信息保护与隐私 6.8.7 财富与收入创造议题 6.8.8 健康

目 录	《中国企业社会责任报告指南》 (CASS-CSR4.0)	《中国电子信息行业社会责任指南》 (SJ/T16000-2016)	《GRI 可持续发展报告标准》 (GRI Standards)	联合国可持续发展目标 (SDGs)	《ISO 26000：社会责任指南 (2010) 》
与利益相关方共享价值	S2.13 员工心理健康援助 S2.14 员工培训体系 S2.15 年度培训绩效 S2.17 生活工作平衡				
附录					
结语与展望	A1 未来计划：公司对社会责任的规划	/	/	/	/
关键绩效	A2 关键绩效表：企业年度社会责任关键数据的集中展示	/	201-1 直接产生和分配的经济价值	/	/
指标索引	A5 参考索引：对本指南要求披露指标的采用情况	/	102-55 GRI 内容索引	/	/
关于阿里巴巴	P4.2 组织架构及运营地域 P4.3 主要产品、服务和品牌 P4.4 企业规模与影响力	/	102-1 组织名称 102-2 活动、品牌、产品和服务 102-3 总部位置 102-4 经营位置 102-5 所有权与法律形式 102-6 服务的市场	/	6.6.6 在价值链中促进社会责任
关于本报告	P1.1 质量保证 P1.2 信息说明 P1.3 报告体系	5.1.5 信息披露	102-1 组织名称 102-46 界定报告内容和议题边界 102-50 报告期 102-52 报告周期 102-53 有关本报告问题的联系人信息	/	/



关于阿里巴巴

阿里巴巴集团由曾担任英语教师的马云为首的 18 人，于 1999 年在中国杭州创立。从一开始，所有创始人就深信互联网能够创造公平的竞争环境，让小企业通过创新与科技扩展业务，并在参与国内或全球市场竞争时处于更有利的位置。阿里巴巴集团及其关联公司经营领先业界的批发平台和零售平台，以及其他多项基于互联网的业务，其中包括广告和营销服务、电子支付、云端计算和网络服务、移动解决方案等。阿里巴巴确定了全球化、内需、大数据和云计算三大战略，并以此形成电商、金融、物流、云计算、全球化、物联网和消费者媒体七大核心业务板块。同时，还在影业、健康、体育、音乐、本地生活等方面进行布局。

随着业务不断扩展，阿里巴巴已进化为一个独特的、充满活力与创新的数字经济体。我们设立五年目标，到 2024 财年底，我们的中国消费者业务将服务超过 10 亿的年度活跃消费者，并实现超过人民币 10 万亿元的年度消费额。我们相信五年目标能够使我们更接近实现 2036 年的愿景：服务全世界 20 亿消费者，帮助 1000 万家中小企业盈利以及创造 1 亿就业机会。

关于本报告

本报告是阿里巴巴集团（简称“阿里巴巴”“集团”“公司”或“我们”）对外发布的第 13 份企业社会责任报告。该报告包含部分关联公司如蚂蚁集团等的的内容。

编写依据

本报告编制参考全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）、联合国可持续发展目标（SDGs）、国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》、社会责任国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）、《中国电子信息行业社会责任指南》（SJ/T16000-2016）、中国社会科学院《中国企业社会责任报告指南（CASS-CSR4.0）》以及《第三方电子商务交易平台社会责任实施指南》（GB/T 39626-2020）。

时间范畴

本报告的时间跨度为阿里巴巴集团 2021 财年，自 2020 年 4 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日，部分内容超出此时间范围。

数据来源

除特殊说明外，本报告中的数据来自阿里巴巴、内部报表和相关统计。数据统计以财年为跨度则标明为“财年”，如“2021 财年”；以自然年为跨度则标明为“年”，如“2020 年”。如无特别说明的数据均为财年数据。

货币

除特别说明外，本报告所使用的货币单位均为人民币（元）。

报告获取

为了保护环境，我们推荐您阅读 PDF 格式的电子版报告，您可以通过访问阿里巴巴公益基金会网站（<http://www.alijinhui.org/category/104>）下载获取。

您可以通过阅读以往社会责任报告和 ESG 报告了解我们的社会责任历程：

我们从 2007 年起持续发布社会责任报告，披露社会责任理念、实践和绩效。同时，我们通过发布 ESG 报告，披露阿里巴巴在环境、社会及管治方面的举措及成效。此外，我们设立专门的阿里巴巴公益基金会网站作为对外沟通平台，与利益相关方开展沟通。



扫一扫，
阅读阿里巴巴集团
历年社会责任
报告。



扫一扫，
阅读阿里巴巴集团
ESG 报告。



阿里巴巴公益官方微博



阿里巴巴公益微信公众号