



2019-2020

阿里巴巴集团社会责任报告

Alibaba Group / CSR

Social Responsibility Report

目录

contents

02

董事长致辞	02
-------	----

04

追梦者	04
阿里巴巴二十年：初心不改	06
阻击疫情：吹响阿里集结号	12
脱贫攻坚：助力乡村走上振兴之路	20

30

造风者	30
成为商业转型的数字化“摆渡人”	32
技术有温度，生活更美好	38
人人参与，守护绿色星球	46

54

传橙者	54
新剑出鞘，阿里文化再升级	56
改变世界从改变自己开始	58
快乐工作，认真生活	69

70

附录	70
结语与展望	70
关键绩效	70
关于阿里巴巴	72
负责任管理	74
指标索引	78
关于本报告	82



董事长致辞

2019 年对阿里巴巴具有特殊的意义。这一年，我们二十岁了。二十年前，我们怀揣“让天下没有难做的生意”的使命而诞生。我们始终相信，“公益的心态、商业的手法、技术的力量”，正是为社会创造价值的最佳选择。拥有公益心和社会责任感，则是阿里巴巴成为一家“活 102 年、横跨三个世纪的好公司”所不可或缺的文化与担当。

自 2020 年初新冠肺炎疫情爆发以来，阿里巴巴集团联合蚂蚁金服集团，通过利用数字经济生态中的商业力量和技术力量，全方位地参与到中国乃至全球抗击疫情的战役当中。截至 3 月 31 日，阿里巴巴经济体实际投入抗疫已达 33.56 亿。其中，阿里集团累计投入 27.63 亿，蚂蚁集团累计投入 5.93 亿，相关投入仍在进行中。

在物资驰援方面，截至 3 月底，阿里巴巴已累计送达抗疫物资金额达 4.8 亿，将口罩、防护服、护目镜等 7315 万件急需的抗疫物资送达武汉等国内各地，并向全球多个国家、地区及国际机构捐赠防疫物资；在技术抗疫方面，阿里云支持全国 28 个省市快速建立数字防疫系统，达摩院向国内超 550 家医院免费开放了 AI 诊断技术；在助力经济复苏方面，网商银行行为商家提供免费的“0 账期”服务和贷款免息，保障小微企业在疫情期间稳定经营，累计已投入 4.39 亿……

经历了疫情这一历史性的特殊考验，我们真正感受到阿里数字经济体为社会担当的强大力量，感受到作为阿里人的骄傲，更感受到建设数字经济时代基础设施的历史责任。每个抗疫行动的背后，都是阿里人的温度、智慧与担当，我们和千千万万最需要帮助的人在一起，用阿里巴巴沉淀二十年的技术和平台力量，变阿里巴巴的能力为社会抗击疫情和发展经济的动力，抚平疫情给社会带来的伤痛。

脱贫是阿里巴巴多年来始终坚守的一份事业。为助力国家打赢 2020 脱贫攻坚战，2019 年开始，我们派出数位“脱贫特派员”远赴国家级贫困县，调动阿里巴巴经济体的力量和资源，全方位激活县域经济。在我们的努力下，2019 年，832 个国家级贫困县在阿里巴巴平台网络实现销售额 974 亿元，淘宝直播带动农产品成交额突破 60 亿，有 5 万新型农民成为农民主播。

我们也相信，伟大的企业必须解决社会问题，这也是阿里巴巴坚定不移的选择。阿里巴巴的商业发展始终与社会责任共进。2019 年，三分之一的中国人都在阿里巴巴平台上做公益，发生公益行为超百亿次，“剁手党”成为全球最大的公益群体。阿里巴巴携手联合国环境署，共同发起的“65 环境日”互联网环保行动，带动约 9.3 亿人次公众参与到绿色行动中来。“蚂蚁森林”则见证了低碳环保成为中国的流行趋势，截至 2020 年 5 月，“蚂蚁森林”累计种植和养护真树超过 2 亿棵，种植面积超过 274 万亩。“95 公益周”上，我们还发布了“链上公益计划”，致力于用技术力量推动公益行业的良性健康发展，让每一份善心都不被辜负；我们还联合多方共同发布国内首个公益时标准，让公益行为可被度量。

公益是阿里巴巴的内在基因，是阿里人之所为成为阿里人的独特所在。从最早的 18 个人到今天在世界各地拥有超过 11 万名员工，从湖畔花园的一间创业公司，到今天覆盖电商、云计算、物流、本地生活、文娱等多个领域的数字经济体，无论世界如何变化，我们始终不改初心，拥抱未来，让世界因为阿里巴巴而多一份温暖和亮色。

阿里巴巴集团董事会主席
兼首席执行官

张勇

追梦者

心有光芒，必有远方

“让天下没有难做的生意”这一使命，天然地蕴含公益基因，是每一位阿里人心中的光与热，也是支撑我们走向未来的力量。无论是回望阿里巴巴创立二十年的征程，还是阻击新型冠状病毒肺炎疫情的快速行动，亦或是致力于乡村脱贫致富的持续深耕，我们的初心不改，梦想不灭。

身处极具竞争和变化的时代，我们坚守成为一家活 102 年的好公司的梦想，在一次次逆境和挑战中，践行我们的使命与担当，将阿里巴巴的能力转化为推动社会发展的动力，用心中的光芒，点亮奔赴远方的路。

阿里土话：

到达远方的人一定有梦想

“梦想”是个很有趣的词，以梦为开端，却要在现实中完成一切。
没有梦想的人，就像一艘在海上飘荡的小船：没有方向，没有目标，
任何刮来的风，都会是逆风。
梦想不会发光，是每一个追梦的人会发光。
有了光，才有了远方。



阿里巴巴二十年 初心不改



1999 年，互联网在中国刚刚萌芽。活力、创新、机遇、梦想，“在城市上空飘扬”。在杭州西郊湖畔花园的一间公寓里，马云等 18 位年轻人，创立了阿里巴巴，怀揣“让天下没有难做的生意”的梦想，帮助上海创业潮中涌现出的一大批民营企业和个体工商户，把他们的贸易信息介绍给全世界。

2019 年，互联网已经成为公路一样的基础设施。阿里巴巴庆祝了 20 周岁生日，张勇接替马云成为阿里巴巴集团董事会主席，公司全面升级使命、愿景、价值观并公布了“新六脉神剑”，以文化、制度、人才为基石的企业传承机制已经初步形成。

二十年弹指一挥间，阿里巴巴已经从湖畔花园艰难起步的小公司成长为拥有 11 万员工和超过 1 万亿美元交易额的经济体。二十年外部环境在变化，管理层在更迭，战略与业务在调整，价值观也在升级，但是有一点始终不曾改变——那就是阿里巴巴的初心与责任内核，这也将成为支撑阿里巴巴走 102 年的源动力。

我们相信，任何一个企业创造的任何东西如果不能解决社会问题，就无法长期生存。阿里巴巴创立二十年来的战略选择与业务决策，也一直遵循着这个原则，用数字技术和家国情怀，帮助客户和合作伙伴走向数字经济时代，推动了中国经济与社会的重构，深刻地影响了人们的生活方式。



为客户创造价值是 阿里巴巴的价值所在

阿里巴巴始终坚持一个简单朴素的客户服务理念：与其挖空心思赚客户的钱，不如挖空心思帮助客户成功。2003 年，非典来袭，在全员居家办公期间，阿里人保持了对客户一如既往的服务。在此期间，我们推出淘宝网，帮助中小企业和个体创业者在困境中谋得新的发展出路。2009 年，为帮助中小企业渡过全球金融危机带来的经济寒冬，阿里巴巴启动“春雷计划”，与 4000 万家中小企业共进退。2020 年，时隔十一年后阿里巴巴重启“春雷计划”，充分利用二十年来沉淀的商业力量和技术力量，帮助中小企业共渡疫情难关。2014 年和 2019 年，阿里巴巴在纽约和香港上市时，敲响上市钟声的是我们的客户和合作伙伴代表。阿里巴巴相信，帮助客户与合作伙伴成功是我们为之奋斗的目标，也只有他们成功，阿里巴巴才能获得成功。

二十年来，阿里巴巴帮助了数以百万计的小商户创业，提供数以千万计的就业机会。草根创业者可以借助阿里巴巴的数字平台，自己给自己造饭碗，实现人生梦想。阿里巴巴的平台效应为创业者安上成长加速器，一大批阿里巴巴平台上的服务商、供应商成长壮大，甚至成为上市公司，让创业者最大限度地享受到互联网和平台经济的红利。

计划到 2036 年

服务消费者

20 亿

帮助中小企业盈利

1000 万 家

创造就业机会

1 亿

帮助社会中需要帮助的人

2006 年，为纪念身患绝症的淘宝店主周丽红坚强独立的精神，阿里巴巴发起“魔豆妈妈”项目，并成立“公益宝贝”计划，开创了互联网公益新模式。2010 年，阿里巴巴决定每年将营业额的千分之三用于公益，即使今天，也鲜有企业为公益付出如此大的投入。2015 年，“人人 3 小时”公益号召的提出，让“3 小时公益”成为阿里巴巴最独特的文化。

我们用技术与平台帮助社会中的弱势群体获得平等的发展机会，让人人享受社会发展与时代进步带来的美好。阿里巴巴相信，只有社会变得更好，阿里巴巴才会获得长远的发展。

与时代同呼吸共命运

互联网的蓬勃发展让阿里巴巴不断壮大，这一切都得益于中国的改革开放，没有改革开放就没有阿里巴巴。阿里巴巴将自身业务发展与时代和国家政策高度结合。在国家深入推进改革开放以及“一带一路”倡议的背景下，阿里巴巴也在坚定不移地实施全球化战略，通过搭建跨境贸易的各种基础设施和商家赋能体系，真正帮助消费者与中小企业拥抱数字化时代，实现经济全球化的普惠。在国家坚决打好脱贫攻坚战的背景下，阿里巴巴成立阿里巴巴脱贫基金，用互联网的思维和模式帮助贫困乡村从脱贫走向致富。2009 年，阿里巴巴率先在国内布局云计算业务，并在此后坚定推进大数据与云计算的战略，也助力了国家大数据战略的实施，为加快建设数字中国贡献力量。在新冠肺炎疫情肆虐的艰难时刻，阿里巴巴汇聚经济体力量，全力出击，助力国家坚决打赢疫情防控的人民战争、总体战、阻击战。

回顾二十年，阿里巴巴的诞生与壮大得益于国家改革开放的政策，阿里巴巴也在发挥自身力量为国家经济社会发展作出贡献，与国家和社会同呼吸、共命运。

阿里巴巴 二十年大事记

1999年

阿里巴巴在湖畔花园成立；在钱江晚报发布第一条招聘广告：if not now, when? if not me, who?（此时此刻，非我莫属），舍我其谁的使命感和责任感早已融入阿里人的血脉

2000年

举办首届西湖论剑，汇聚互联网界的商业和意见领袖讨论业界重要议题

推出“中国供应商项目”，把数万个不懂互联网的中小企业主手把手从线下拉到线上，成为阿里巴巴最早盈利的项目

2001年

订立使命及企业价值观“独孤九剑”，确认了“让天下没有难做的生意”的使命

2002年

马云提出要用一块布的思想去赚一块钱，与其挖空心思赚钱，不如帮助客户成功

2003年

非典期间阿里巴巴全员在家办公，阿里人保持了对客户一如既往的服务，甚至连家人也充当起了临时客服的角色

淘宝网上线，一种新的国人消费模式诞生，“小二文化”和“倒立文化”也在此期间应运而生

一位留学生在淘宝上购买了一个二手相机，付款时使用了支付宝，支付宝第一笔担保交易发生

2004年

武侠小说作家金庸访问淘宝，写下“宝可不淘、信不能弃”，“信用”成为阿里人的信条

价值观“独孤九剑”升级为“六脉神剑”

支付宝（中国）网络技术有限公司正式成立，交易从此变得简单，以信用为基石的社会诚信体系自此逐渐建立起来

2015年

在9月10日设立第一个客户日，阿里人始终坚持从客户中来，到客户中去，为客户服务，向客户学习

马云在全员邮件中号召每名阿里人每年完成至少三小时公益，希望通过做公益改变自己，进而改变世界

启动“马云乡村教师奖”，通过评选并支持优秀乡村教师，推动乡村教育发展

2016年

投资控股东南亚最大的电商平台 Lazada，输出中国的电商经验和运营方法，并通过商业和技术的力量，加速东南亚地区的发展和数字化变革

举办首届“淘宝造物节”，充分释放互联网时代年轻人的创造力

马云提出的eWTP倡议被纳入G20公报，次年3月，马来西亚数字自由贸易区在吉隆坡启动

马云在云栖大会主题演讲中表示，未来30年人类将迎来五大变革：新零售、新制造、新金融、新技术、新能源

正式筹建阿里巴巴文化娱乐集团，旨在与更多人分享快乐

2017年

加入奥林匹克全球合作伙伴赞助计划，阿里云将为奥运提供一流的云计算和人工智能技术

成立阿里巴巴达摩院，致力于探索科技未知，以人类愿景为驱动力，开展基础科学和创新性技术研究

投入100亿成立阿里巴巴脱贫基金，探索“互联网+脱贫”路径

2018年

倡议发起研究机构罗汉堂，携手全球社会科学家和实践者，研究数字技术对经济和社会的影响

张勇在首届中国国际进口博览会上宣布，阿里巴巴将集合数字经济体的力量，在未来5年实现全球2000亿美元的进口额

2019年

推出“阿里巴巴商业操作系统”，提供全方位的一站式解决方案，助力企业伙伴加快数字化转型步伐

推出“新六脉神剑”，在传承中全面升级使命、愿景、价值观

张勇正式接任阿里巴巴集团新一任董事会主席

重回香港联合交易所上市，10位来自4大洲8个国家的客户代表敲响上市锣声，也证明了阿里巴巴的全球化正迈出坚实的步伐

2009年

阿里巴巴十岁生日之际，102位阿里人及其家属、客户、合作伙伴手持“阿里真棒”，从湖畔花园接力跑到阿里巴巴第一个自有园区——滨江园区，“阿里真棒”凝聚了全球阿里人的梦想和初心，并提醒阿里人时刻不忘使命

在云计算不被相信和看好的情况下，成立阿里云，率先在国内布局云计算业务，并推动大数据驱动经济发展的理念成为共识

“双11”首次启动，并通过此后十余年的发展，为全球中小企业和品牌商创造最具活力的商业平台，以及帮助个体创业者实现商业模式升级和个人生活品质提升

2008年

淘宝网推出专注于服务第三方品牌及零售商的淘宝商城，希望提升淘宝商品品质和购物体验，为商家打造更好的经营环境，为消费者提供更好的商品和服务

汶川地震发生后，阿里巴巴第一时间投入2500万设立灾后重建基金，成立救灾小组，并成立“乐橙青川”公益项目，由员工驻扎在青川成立“阿里之家”，帮助孤儿、留守儿童，扶持当地电商发展，对青川的援助工作已持续十余年

2007年

成立商业数字营销平台——阿里妈妈，为客户提供全链路的消费者运营解决方案，让商业营销更简单高效

2006年

推出淘宝大学课程，向买家和卖家提供电子商务培训及教育

发起“魔豆妈妈”项目，并成立“公益宝贝”计划，向身处困境的女性伸出援手

2005年

5月10日是阿里巴巴的第一个阿里日，纪念阿里人在抗击非典中凝聚出来的“果断、团结、敬业、互助互爱”的阿里精神

2014年

在纽约证券交易所上市，邀请客户和合作伙伴代表为阿里巴巴上市敲钟

蚂蚁金融服务集团正式成立，希望像一只蚂蚁一样，为世界带来微小而美好的改变

在感恩节第一次举办离职校友大会，感恩每一位为阿里巴巴奋斗的同行者

2013年

成立菜鸟网络，专注于物流网络平台服务，通过智能技术和高效协同，与合作伙伴一起搭建全球性物流网络，提高物流效率，加快商家库存周转，降低社会物流成本，提升消费者体验

推出“All in”无线战略，来往、手机淘宝、支付宝客户端应运而生，开启从PC时代向移动时代的转型

2012年

“数据分享平台”战略全面展开布局，并发布开放性电商云工作平台——聚石塔，帮助商家提高运营管理效率，降低成本

2011年

成立阿里巴巴公益基金会，致力于水环境保护及自然教育事业，让天更蓝、水更清、生活更美好

2010年

确定每年将营业额的千分之三投入公益，为阿里巴巴公益事业注入源源活水

阻击疫情

吹响阿里集结号



阿里巴巴抗疫纪录片《此时此刻》



截至 2020 年 3 月底

阿里巴巴经济体实际投入抗疫资金已达

33.56 亿元

为商家收货款提供免费“0 账期”服务，让商家发货就能现金入账，阿里巴巴垫付

2000 亿元

为淘宝、天猫上注册在湖北的商家及全国其他地区商家提供低息贴息贷款

200 亿元

让天下没有难做的生意，是阿里巴巴的使命，现在就是检验我们使命坚持的时刻，我们会和所有商家一起，共渡难关，帮助我们的用户，为全社会抗击疫情做更多贡献。

——阿里巴巴集团
董事会主席
兼首席执行官
张勇

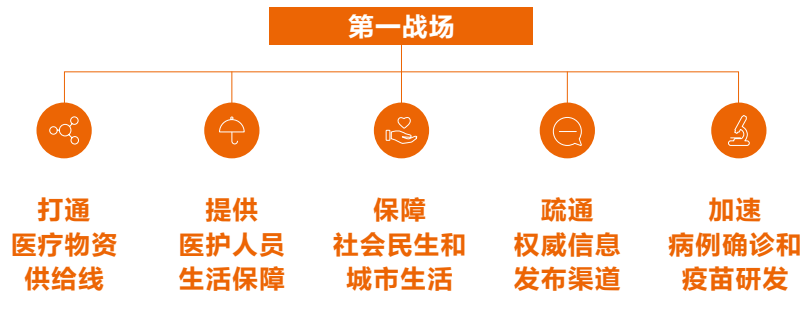
突如其来的新冠肺炎疫情，让人们迎来了一个非比寻常的 2020 年。阿里巴巴倾经济体之力，在抗击疫情、商家扶助和国际合作等三个战场，全面吹响阿里集结号，全力阻击新冠肺炎疫情。

如果说 2003 年非典时期的阿里巴巴是全力确保自己不被疫情打倒，那么在 2020 年新冠肺炎疫情中，阿里巴巴展现出厚积薄发的能量，从“自渡”到“渡人”，助力全社会共同抗击疫情。从物资采购、支援医护、科技抗疫到助力经济恢复，从驰援武汉到驰援全球，阿里巴巴发挥着数字经济体的商业力量和技术力量，和千千万万最需要帮助的人们在一起，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”，助力抗疫。

同时，在这场没有硝烟的战争中，全体阿里人展现了高度自觉自发的使命与担当。上至合伙人，下至普通的小二，阿里巴巴参与支援的力量是系统、上下贯通、全员发动的。虽然这些工作与 KPI 无关，但所有阿里人二话不说“就这么干了”。全员抗疫的背后，公益已经成为阿里人发光发热的内生源动力。

第一战场 果断行动，打响疫情防控阻击战

在第一战场中，阿里巴巴将防控疫情作为首要任务，让确诊的患者都得到有效的救治，让所有健康的人们远离病毒。



打通医疗物资供给线

疫情期间，防护服、医用外科口罩、N95 口罩、橡胶手套等医疗物资严重短缺，在疫情集中爆发的前期，全国需要捐赠物资的医院多达 140 家。阿里巴巴紧急发布驰援武汉的专项行动，通过设立 10 亿元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。

截至 2020 年 3 月底，阿里巴巴已累计送达抗疫物资金额达 4.8 亿元，将口罩、防护服、护目镜等 7315 万件急需抗疫物资送达武汉等国内各地。



这是最好的新年礼物。
——医务工作者收到防护物资

浙江省民政厅向杭州海关发函，将阿里巴巴公益基金会新增列入防控新型冠状病毒感染肺炎疫情进口捐赠物资受赠人名单。阿里巴巴公益基金会

提供医护人员生活保障

受疫情期间交通管制和餐饮停业等因素的影响，医护人员存在食宿困难和交通不便等问题。阿里巴巴通过成立湖北医疗救援队生活物资保障组，联动阿里巴巴经济体内的淘宝、天猫、口碑、饿了么等各方力量，保障医护人员三餐供应、安全出行和安全住宿，并设立医护人员“健康保障金”，全力解决在鄂及援鄂医护人员的生活问题。

截至 2020 年 3 月底，阿里巴巴联合全国 500 多家品牌商户，累计向 37 座城市、182 家医院送出近 50 万份爱心餐。

我们 24 小时随叫随到。

——高德武汉
“医护专车”司机

保障社会民生和城市生活

根据新冠肺炎疫情防控需要，许多地区采取严格的城市封控措施，城市生活供应保障也受到影响。阿里巴巴通过保障防护物资价格稳定，确保居民生鲜供应“不打烊、不涨价、不断货”，为居民生活物资配送开辟专门通道，开展心理健康援助，关注慢性病就医需求，为全国慢性病人送去救命药，保障全国消费者出行和观影退改权益等举措，为城市正常生活保驾护航。

坚持开业的盒马鲜生

为确保市民“菜篮子”“米袋子”等生活必需品的充足供应，阿里巴巴旗下盒马鲜生全国门店在疫情期间坚持不涨价、不打烊，补贴及捐赠共 1.27 亿元。通过基地直采模式加强产销衔接，全力保障货架充足，民生供应稳定。



只要进店的顾客看到我们一直在补货，就能感觉到我们的物资是不缺的，这样他们内心也会更踏实一些。
——盒马武汉门店员工

疏通权威信息发布渠道

疫情的不确定性和突发性为网络谣言提供了土壤。阿里巴巴通过联合国世界卫生组织和各地地方政府，上线“抗击新冠疫情专栏”，绘制“新冠肺炎疫情地图和发热门诊地图”，向公众提供最新权威疫情资讯，全力提升疫情期间权威信息发布效率。

抗疫应急阶段，已有 6 亿余人次在支付宝使用疫情信息查询、在线问诊、买菜送药上门、健康申报、改签行程、爱心捐赠、同行程查询等 10 大类、48 项服务。

加速病例确诊和疫苗研发

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。在 2020 年 2 月 23 日的统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上，习近平总书记再次重申“加快科技研发攻关”。阿里巴巴通过快速研发 AI 算法，将单个新冠肺炎 CT 影像诊断提速为 20 秒，缩短病例确诊时间，全球超 550 家医院采用达摩院医疗 AI 对疑似病例进行 CT 影像诊断；向全球公共科研机构免费开放一切 AI 算力，加速新药和疫苗研发；启动 1 亿元人民币新型冠状病毒研究与防治基金项目，向中国工程院、中国科学院、广东省钟南山医学基金会、广州呼吸健康研究院、哥伦比亚大学何大一院士团队、澳大利亚 Peter Doherty 感染与免疫研究所等机构提供资金支持，加速推进疫苗、药物研发和临床救治等工作；研发“智能疫情机器人”，提供网上智能问诊服务等举措，全力以赴支持科技研发攻关工作。



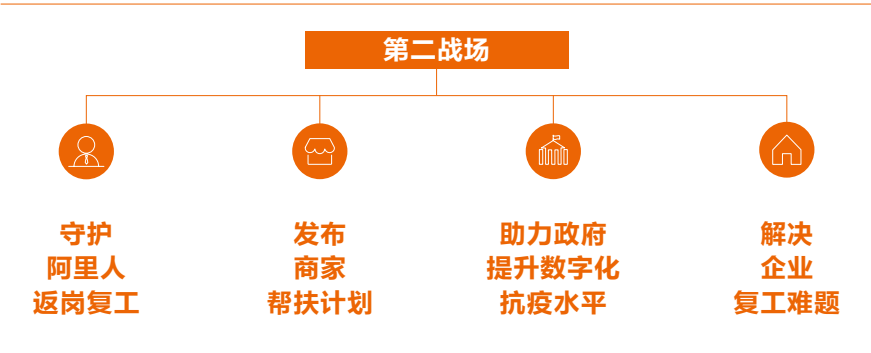
阿里云 AI 辅助助手产品经理在现场调试设备

保证信息畅通的重要性不亚于戴口罩。

——澎湃新闻

第二战场 共克时艰，打赢疫情中的经济仗

在第二战场中，阿里巴巴致力于让经济和商业的机器转起来，让物资生产出来、流通起来，让服务行业重整旗鼓，让资金到最需要的企业手里，让健康人通过各种方式，踏实地上岗、上班、上学。



守护阿里人返岗复工

2020 年 2 月 24 日起，为助力分布在全国甚至世界各地的阿里人顺利返工，阿里巴巴通过开展入园管控、就餐管控、车位管控、园区环境管控等数字化行政管控措施和无接触式服务，为员工创造安全健康的工作环境，最大限度地降低疫情传播风险。



为迎接阿里人返工做好准备

发布商家帮扶计划

在全球经济和社会生活因疫情影响出现重大不确定性的时候，阿里巴巴发布《阿里巴巴告商家书》，推出六大举措，设立 10 亿元物流专项基金，提供 10 亿元本地生活商家专项资金，支持和鼓励全国特别是湖北等疫情较严重地区的中小企业发展；发布《淘宝天猫帮扶商家细则 10 条》，通过免息贷、0 账期、免费用、助农业等措施，加快商家资金周转，降低商家成本；启动《阿里巴巴春雷计划 2020》，助力中小外贸企业出海和拓展内销市场；启动淘宝爱心助农计划，设立 10 亿元爱心助农基金，帮助滞销农产品打开销路，和全球中小企业同历风雨，共迎挑战。

截至 2020 年 3 月底，淘宝“爱心助农计划”已帮助全国超过 20 个省份的农民售出超 15 万吨滞销农产品。



疫情冲击下，海南农货的出岛通道陷于停滞，然而海南盛产的热带水果贮存期极短，快速销售的需求更加迫切。阿里巴巴深入原产地解决产能、运力、销售等困难，联合合作伙伴打通采摘、分装、仓储、营销、快递等全链路，建立“阿里爱心助农专线”，快速搭建起海南农产品销往全国的供应链。



智慧杭州，就是厉害！
——健康码申请者留言

助力政府提升数字化抗疫水平

国家卫生健康委办公厅发布《关于加强信息化支撑新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作的通知》，要求强化政务服务一网通办。阿里巴巴通过开发疫情防控健康信息码和免费社区智能防疫小程序，支持杭州市复工平台建设，搭建“数字防疫系统”，助力政府提升数字抗疫水平。

从 2020 年 2 月 9 日杭州市余杭区率先在支付宝上推出健康码，到 2 月 16 日国务院办公厅电子政务办指导支付宝加速研发全国统一的疫情防控健康信息码，支付宝健康码在 7 天内实现了从杭州市到浙江省，再到全国范围的全面应用。同时，阿里云支持全国 28 个省市快速建立数字防疫系统。

解决企业复工难题

为防止疫情进一步扩散，国家采取了武汉封城、假期延长、复工推迟等一系列措施，在因为疫情而被按下暂停键的城市中，各类企业也面临着复工困难、成本压力加大等难题。阿里巴巴首创“共享员工”模式，通过与餐饮行业开展合作，让滞留北京的待岗人员培训后在盒马临时工作，解决待岗人员就业和商超人力不足等问题。阿里本地生活“蓝海”就业共享平台，也通过灵活就近的短期用工形式，缓解中小商铺压力。同时，钉钉对 1500 万家企业组织发布了支持“在家办公”的全套免费解决方案，全面提升企业在线化和数字化运营能力，钉钉在家上课计划也为全国中小学生和人民教师，提供在线课堂服务。

抗疫应急阶段，“共享员工”合作涉及北京、上海、南京、西安、深圳、广州、昆明等多地，帮助 40 多家餐饮企业解决 5000 多名待岗人员收入问题；钉钉在家上课计划成为联合国教科文组织向全球 39 个国家和地区的 4.21 亿学生远程上课首推的在家上课平台。

第三战场 国际合作，与全世界“同担风雨”

在第三战场中，面对疫情向全世界蔓延的趋势，阿里巴巴紧急驰援 150 多个国家、地区和国际机构，参与到全球抗击疫情中。



捐赠医疗防护物资

阿里巴巴公益基金会、马云公益基金会和蔡崇信公益基金会总共向超过 150 个国家及地区捐赠了超过 2 亿件医疗物资，包括医用防护和 N95 口罩、核酸检测试剂和提取试剂、防护服和防护面罩、呼吸机、医用手套、护目镜、额温枪等几十个种类。其中，支援欧洲的防疫物资，将通过 eWTP 比利时列日枢纽，捐赠给各个疫情严重的国家。

搭建防治经验共享平台

马云公益基金会和阿里巴巴公益基金会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），在阿里云智能、阿里健康的共同支持下，为世界各地的一线医生和护士提供抗疫实战经验分享和在线交流协作平台，为海外华人同胞提供来自抗疫最前线医生的新冠防治咨询，并为医疗科研机构提供 AI 大数据和云计算的能力支撑。

截至 2020 年 4 月中旬，全球新冠肺炎实战共享平台共覆盖 229 个国家和地区，开展 27 场防治经验分享直播活动；浙江大学医学院附属第一医院数十位“抗疫”一线专家参与编撰的《新冠肺炎防治手册》已有 23 个语言版本，供免费下载；已有来自近 120 个国家和地区的近 3000 名医生志愿加入“在线健康咨询”平台，全球累计访问量近 3000 万。

疫情总会过去，生活终将有新的开始。阿里巴巴愿意发挥自己的能力和担当，变阿里巴巴的能力为中小企业的动力，让疫情带来的眼前的“危”，变成社会数字化转型的“机”，共同期待凛冽寒冬后的春日暖阳。

有很多餐饮企业表达了合作意愿，感谢大家相信盒马，共同面对疫情挑战！

——盒马全国
经营管理总经理

脱贫攻坚 助力乡村走上振兴之路

阿里巴巴在乡村振兴,尤其解决贫困地区农民就业和带动增收方面,其作用不可替代。所以我们乐见全社会有越来越多的像阿里巴巴这样的企业,使我们的农业、农民和农村得到全面发展,让农业更有奔头,农民更有干头,农村更有看头。

——农业部农村经济体制与经营管理司原司长 张红宇

★★★★★

阿里巴巴获评

2019 年度全国脱贫攻坚组织创新奖

阿里巴巴互联网脱贫模式入选首批

最佳“全球减贫案例”

作为首个企业案例入选

《中国落实 2030 年可持续发展议程进展报告（2019）》

中国是一个农业大国，农村发展问题关系到国民素质、经济发展，关系到社会稳定、国家富强，同时也是全面建设小康社会进程中的关键问题。阿里巴巴希望用互联网的方式为中国农村、农业、农民的进步贡献力量。

脱贫是阿里巴巴多年来坚守的一份事业。从扶持淘宝村以电商方式增加农民收入、带动返乡创就业，到 2014 年将农村战略作为集团未来发展方向之一，到 2017 年成立阿里巴巴脱贫基金探索“互联网 + 脱贫”路径，再到 2019 年选派“脱贫特派员”驻扎贫困县开展点对点帮扶，阿里巴巴持续加大人力、平台与技术资源投入，帮助农村实现脱贫致富，在推动城乡一体化发展、实现共同富裕中贡献力量。这背后是阿里巴巴普惠的本心，也是对“公益心态、商业手法”最深刻的诠释。

2015 年，美国顶级经济杂志《财富》首次发布“改变世界的企业”榜单，阿里巴巴凭借“为中国农村培养了数百万电商卖家，让数以亿计中国农民极大地拓宽了农产品销售半径，推动农民脱贫致富和农村经济繁荣”入选。时隔四年，阿里巴巴凭借“解决了中国城乡数字鸿沟难题”再一次入选“2019 改变世界的企业”榜单。未来，阿里巴巴将继续用技术的力量、创新的力量、市场的力量，全力以赴地投入到乡村振兴的事业当中，为中国乡村的发展持续贡献力量。

脱贫特派员 使命驱动的阿里担当

到贫困县去，到脱贫攻坚最需要的地方去，是阿里人的家国情怀与社会担当，更是阿里巴巴在新时期承担社会责任的最好方式。为进一步助力国家打赢脱贫攻坚战，阿里巴巴“脱贫特派员”应运而生。2019 年 5 月，四位司龄均超过十二年的阿里巴巴员工主动请缨，作为阿里巴巴脱贫“先锋军”，远赴山西平顺、湖南城步、甘肃礼县、贵州普安四个国家级贫困县，针对地方发展实际需求，用互联网的思维和方法，发挥阿里巴巴经济体技术和平台优势，让更多的脱贫项目落地，让更多的人从中受益，全方位激活县域经济。

在贫困面前，“脱贫特派员”开动脑筋，用智慧将“授人以鱼”与“授之以渔”相结合。他们将直播带到贫困村，让贫困百姓摇身成为“网红主播”；他们组织当地干部和百姓参加电商培训，掌握实用技能；他们将优质教育资源引入乡村学校，更为贫困女性带去希望……他们身上有着阿里人无私无畏的担当，更体现了阿里巴巴解决社会问题、创造社会价值的决心。2020 年，阿里巴巴启动了第二批“脱贫特派员”招募活动，选派 7 位资深阿里人奔赴国家级贫困县开展脱贫工作。我们为贫困县带去的不仅仅是几位资深员工，背后更是阿里巴巴整个经济体的资源与力量。阿里巴巴的每一位员工都是社会中的一份子，我们有能力也有情怀为农村乃至国家的进步作出贡献。



阿里巴巴第一批“脱贫特派员”

贫困地区开展脱贫工作，建立可持续的模式很重要。例如，组织当地村民参加电商直播培训，我们会从中寻找标杆人物，并给予重点支持，通过发挥标杆人物的示范带动作用与经验分享，让更多人直观地感受到直播带货这种新销售模式的价值，让直播这种新模式能够真正持续下去并发挥价值。

——甘肃礼县
脱贫特派员
尹贻盼



阿里巴巴脱贫基金 要授人以渔，更要造鱼塘

“脱贫特派员”背后依托的是阿里巴巴脱贫基金的资源。阿里巴巴脱贫基金自 2017 年成立以来，通过技术赋能和平台赋能的方式，关注贫困地区教育、健康、女性、生态和产业发展，用新的技术重新改造传统的生产方式、生活方式和思维方式，帮助更多的贫困人口享受互联网发展带来的时代红利，让人人享有发展机会。2019 年，除了“脱贫特派员”的模式创新，阿里巴巴脱贫基金持续在五大脱贫方向发力，助力乡村从脱贫走向致富。



教育脱贫 让每个乡村孩子成为最好的自己

阿里巴巴教育脱贫依托马云公益基金会、蔡崇信公益基金会，并整合蚂蚁金服、大文娱、钉钉、淘宝大学等资源，通过乡村教育计划及职业教育计划，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。

马云乡村教育人才计划：着眼于乡村教师、校长和服务于乡村教育的师范生，通过激励、树立标杆、赋能等方式，培养一批“下得去、留得住、教得好、有发展”的新“乡村教育家”。

马云乡村寄宿制学校计划：聚焦乡村寄宿制学校的改造和运营，在生活空间、课余活动、生活管理、教师能力提升等方面探索和积累有效经验。

五年来，“马云乡村教育计划”资助培养获奖老师 500 人，入选校长 60 人，入选师范生 200 人，直接影响学生近 11 万人。其中，来自国家级贫困县的入选者占 79%，累计覆盖 312 个国家级贫困县。

乡村教育计划

职业教育计划

蔡崇信职校教师赋能计划：蔡崇信公益基金会和淘宝大学等行业领先培训机构合作制定系统性培训课程，为专业课老师提供企业实践机会，并通过技能大赛推动教师提升授课质量，引入素质拓展活动作为教师进行班级管理的重要工具，使中职学校教师拥有操盘课程体系、对接市场渠道的能力。

蔡崇信职校人才培养计划：以中职毕业班学生为对象，推出在 2 个省 5 所学校开设电商与影视后期制作专业的 7 个实训就业班，培训 288 名学生，派驻专业教师到学校开展为期 2-5 个月的培训；同时举办 17 所学校 1336 名学生参与的电商客服技能大赛，为实训就业班的全部合格学生和技能大赛中表现优秀的学生推荐实习就业机会。实训就业班学生平均工资提高 50%。

健康脱贫 让贫困家庭重获健康发展新生机

因病致贫、因病返贫成为部分深度贫困人口在脱贫之路上无法逾越的障碍。阿里巴巴健康脱贫依托技术的力量实现产品及模式创新，通过乡村医疗计划、大地新芽母婴健康关爱行动以及顶梁柱健康扶贫公益保险，推动乡村医疗环境改变，孕育家庭健康希望，增强贫困人口及地区对未来生活及发展的信心。

乡村医疗计划	大地新芽母婴健康关爱行动	顶梁柱健康扶贫公益保险
爱心药包：针对各村贫困居民的药物需求情况，为村卫生室配备一村一包的“爱心药包”，困难群众和家庭可以到村卫生室免费申领药包中的药物，减少困难群众在药费上的支出负担。 村卫生室建设：在无标准卫生室的项目村中建设 1 所“诊断室、观察室、治疗室、药房”四室分开、产权归集体所有的卫生室，并配备基本医疗设备。 截至 2019 年底，项目已支持 50 座乡村卫生室建设，并为 206 座乡村卫生室提供设备支持，覆盖 37.46 万贫困人口。	针对生命周期中最关键的孕育阶段——“生命最初的一千天”，通过为贫困孕产妇提供免费健康孕检、营养健康包，向县级妇幼保健院及乡镇卫生院捐赠医护设备、为乡村医生提供培训等项目内容，降低母婴健康风险，让更多贫困女性和婴幼儿都能够享有“健康”这一人生基本权利，打破因先天不足造成的贫困代际传递，促进贫困地区人口素质和综合能力的提升。 截至 2019 年底，项目已在全国 4 省的 7 个县市开展，惠及育龄妇女 46.9 万人。	依托区块链技术，打造全民参与、全透明全跟踪、便捷理赔、精准覆盖的模式，为贫困人口提供补充健康保障，切实减轻困难人群的医疗负担；以阿里巴巴公益和蚂蚁金服公益两大互联网公益平台为核心，带动商家、消费者、政府、企业、公益机构、媒体、保险公司等社会力量协同，实现全民共同参与健康脱贫工作。 截至 2019 年底，项目覆盖全国 12 省（自治区、直辖市）80 县（市、区），为 835.94 万人次建档立卡贫困户提供健康保障。



云南红河哈尼族彝族自治州红河县宝华镇的村医常乐妹（左）是“大地新芽”项目的一线执行者，她的工作是劝说孕妇做孕检，进行前期营养干预，减少异常发育，为处在“黄金 1000 天”的初生婴儿提供营养支持，防止出现智力发育迟缓、佝偻病等问题。

女性脱贫
让女性成为乡村振兴的中坚力量

贫困地区女性的生存条件较差，她们既要照顾家人又要负责耕种，自身的生理和心理健康缺乏关注与保障。阿里巴巴女性脱贫聚焦于贫困地区女性的生活困境与发展需求，针对普遍存在的“无保障、难增收、轻抚育”困难，依托阿里巴巴经济体的平台和技术优势，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、唤醒发展意识，提升贫困地区自立自强女性的安全感、成就感和幸福感，为乡村女性的发展持续赋能，让女性真正成为乡村脱贫致富的生力军。

贫困女性保障	困境女性多元发展支持	“养育未来”计划
由“蚂蚁好保险”项目升级而来的“加油木兰”项目，充分应用互联网公益保险和金融科技的力量，为项目合作县中所有的建档立卡贫困女性提供教育、健康保险，让贫困女性少有所学、病有所医，通过加强贫困女性的基础保障，提升其安全感。 截至 2019 年底，项目覆盖全国 28 个国家级贫困县，累计为 127.8 万贫困女性提供教育及健康保障。	通过开展“魔豆妈妈”“AI 豆计划”“追风计划”等公益项目，帮助贫困地区女性“积累信用、提升信心、延续信念”，为困境女性提供创就业等发展机会，为贫困乡村校园女足提供发展机会和资源支持，提升贫困地区女性的成就感，实现提升贫困地区造血能力和发展潜力的长远目标。 截至 2019 年底，“魔豆妈妈”项目累计培训女性 21300 人次，覆盖全国 25 个省（自治区、直辖市），带动超过 28000 人实现就业。	在贫困地区建立养育中心，招募和培养当地女性成为养育师，为 0-3 岁婴幼儿及其家庭提供科学育儿指导，持续为周围村镇幼儿及照顾人提供一对一亲子互动指导等服务，旨在帮助农村妈妈唤醒意识、科学育儿，让乡村地区 0-3 岁儿童的认知、运动、语言和社会情感得到充分发展，提升贫困地区女性幸福感。 截至 2019 年底，项目在陕西省宁陕县建成 20 个养育中心、3 个养育服务点，实现全县 0-3 岁儿童和家庭 100% 覆盖。



2019 年，支付宝公益基金会携手中国儿童少年基金会、人民日报等多家主流媒体、阿里体育等共同发起“追风计划”——乡村校园女足扶持项目，旨在支持贫困地区乡村校园女足发展，帮助更多热爱足球运动的女孩健康成长、成就梦想。

生态脱贫
让绿水青山变成金山银山

部分贫困地区由于缺少对于生态环境价值的科学认知及合理的开发渠道，导致环境保护与经济发展之间的关系难以平衡。阿里巴巴生态脱贫依托技术与模式创新，用互联网的方式，帮助贫困地区找到“靠山吃山”的新方法，实现生态保护和经济发展的良性循环。从 2018 年开始，阿里巴巴生态脱贫依托蚂蚁森林平台，通过“公益保护地”和“生态经济林”两种模式，探索脱贫致富新路径。



2019 年 12 月 19 日，首款依托“蚂蚁森林”开发的生态产品“MA 沙棘”饮料正式开售，100 多分钟销售 10 万件。每瓶“MA 沙棘”饮料的销售收入除去原料采收、厂商生产加工的成本，其余都将全部捐赠给中国扶贫基金会建立的专项基金，用于中西部地区的生态环境保护以及脱贫增收



★★★★★

世界银行高级经济学家罗徐蓓（音）在《中国农村电商扶贫：从基层发展到政府和社会资本合作》一文中称，

“农村电子商务已从基层发展演变为政府和社会资本合作开展扶贫的一种潜在工具。”

2019 年

全国有超过 800 个淘宝村分布在各省级贫困县；63 个淘宝村位于国家级贫困县，国家级贫困县的淘宝村年电商交易额接近

20 亿元

电商脱贫
帮助贫困地区的优质农产品卖出去

许多贫困地区虽然有原生态、无污染的农产品，但由于缺乏必要的物流基础设施和信息资源，导致优质农产品无法走出大山。阿里巴巴利用平台大数据分析市场供需关系，为贫困地区的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”、电商创业大讲堂、脱贫攻坚县域示范班、县域数字化转型培训计划等项目，帮助贫困县域培育电商人才，通过电商脱贫三大模式，帮助贫困地区打造品牌、提振产业、实现脱贫。

平台模式

整合聚划算、淘宝直播、兴农脱贫、优酷等平台资源，联动大农业、大食品等行业，帮助贫困县域培养更多的优秀商家，不断丰富县域电商生态；优化当地优质农产品的供应链，让更多的原产地“好货好品”具备“供”的能力；推动优质的平台商家对接贫困县域的优势产业，在提升消费者体验的同时，帮助当地产业实现快速发展。



2019 年 4 月，安徽舒城县正式摘帽脱贫，为舒城脱贫立下“汗猪功劳”的大别山土猪，正是从聚划算出道，走上全国消费者的餐桌。12 月，“聚划算卖空大别山土猪”项目一上线就被消费者抢购一空。舒城大别山土猪与聚划算的牵手，在给消费者带来平价、健康、安全的猪肉同时，更巩固了舒城脱贫成果，持续助力舒城当地农民致富奔小康

一县一业模式

针对具备优势产业的贫困县域，用“一县两商”的方式，通过技术赋能帮助贫困县域完善供应链体系，提升当地农业产业的科技化、标准化与市场化水平，并通过新零售渠道及营销资源，帮助贫困县域产品对接更广阔的消费市场，形成成熟的地域品牌；探索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。



2019 年 5 月，阿里巴巴与黑龙江海伦市正式启动电商脱贫项目，通过“互联网 + 订单农业”的方式，引入十大天猫分销商与海伦市政府签订价值 4000 万元的采购意向订单。截至 2019 年底，阿里巴巴平台已累计销售海伦玉米 800 万穗，带动 2107 户贫困户增收

直播模式

依托淘宝直播探索“直播脱贫”新模式，持续推动平台上的网红主播、明星名人积极参与脱贫攻坚，更联动社会多方力量共同参与，共襄助农扶贫盛举；开展农民主播培训，帮助贫困县域培养更多的直播人才，让田间地头都可以成为农民的直播间。



甘肃礼县 58 岁的张加成通过参加阿里巴巴电商直播培训，从曾经的“放羊娃”变成“淘宝主播”，将以前最远只能卖到邻县的苹果卖到了全国，成为礼县苹果“带货王”

2019 年 7 月 23 日，由浙江省商务厅、发改委、扶贫办和阿里巴巴联合主办，浙江省电子商务促进中心承办的“2019 脱贫攻坚公益直播盛典——电商扶贫浙里行”活动在杭州举行。活动以“同心扶贫”为主题，采用“1+1”的形式，即一场直播盛典 + 一场配套直播活动，通过发布电商扶贫案例、县长经验交流、公益明星主播带货等环节，展现浙江电商扶贫成果。3 小时内，超过千万网友同时在线观看贫困县域农产品直播销售，销售额突破 1600 万元。2019 年，阿里巴巴脱贫基金在浙江、北京、新疆、上海、重庆等地举办多场“脱贫攻坚公益直播盛典”，并在网络平台及各地卫视播出，以公益的方式集中推介全国各省市贫困县域的优质产品，在提升销售额的同时，助力当地品牌打造。

2019 年

直播覆盖全国 2000 多个县（市、区），带动农产品上行

线下定点培训村播学员

4000 人

60 亿元

数字助农 推动中国农业农村“换道超车”

长时间以来，农村在数字化方面发展缓慢，这也是制约三农发展的一大因素。2019 年，国家出台《数字农业农村发展规划（2019—2025 年）》，全面提升农业农村生产智能化、经营网络化、管理高效化、服务便捷化水平，用数字化引领驱动农业农村现代化，为实现乡村全面振兴提供有力支撑。

阿里巴巴希望能够成为国家乡村振兴数字引擎的一部分。2014 年，本着让农村生活更美好的初心，阿里巴巴成立乡村事业部并推出农村淘宝项目和“千县万村”计划，与各地政府深度合作，以电子商务平台为基础，通过搭建县村两级服务网络，充分发挥电子商务优势，突破物流、信息流的瓶颈，着力打通“网货下乡”和“农产品进城”的双向流通功能。

阿里巴巴脱贫基金做好脱贫致富工作的同时，还通过技术加强农业、商业、科技、金融、信息等农村基础设施建设，推动教育、医疗等社会公共事业发展，为中国农业农村的信息化、数字化、智能化进程助力。

2019 年，为进一步推动农业产业现代化发展，阿里巴巴成立数字农业事业部，通过建设数字农业基地，打造数字农业样本，助力构建数据驱动、开放共享的农业新型基础设施，让数字红利普惠广大农民。同时，我们在阿里巴巴经济体层面设立农业办公室，统筹构建数字助农网络。阿里巴巴将通过搭建全新的农业基础设施，对农业产业进行数字化升级，实现农业的集约化、科技化发展。



阿里巴巴与亚洲开发银行签署谅解备忘录，将在数字农业、农村电商、农村物流、农村金融、农村环保、循环经济等领域展开合作

“基地模式”对农业产业进行全链路数字化升级

“基地模式”是阿里巴巴数字农业事业部的助农创新举措，也是“亩产一千美金”助农计划升级后的核心，从聚合消费能力到聚合供应链能力，对农业产业进行全链路数字化升级。“基地模式”打破中国传统的零散乱的小农模式，建立规模化的数字化农业基地；优质农货原产地直供，让消费者吃上更安全、更有品质的食品；数字化加持的供应链，助力农民提升农产品品质，提高流通、销售各环节的效率，最终实现“让消费者吃得好，让农民赚不少”。未来，阿里巴巴将建立产、供、销三大中台，在全国落地 1000 个数字农业基地。



2019 年，在哈尔滨召开的第二届中国·黑龙江国际大米节暨阿里巴巴双十新米节上，阿里巴巴宣布，与黑龙江 8 个大米地标品牌合作，建设标准示范基地，全程数字化品控追溯。让更多优质大米跨越山海关，走上全国民众的餐桌

造风者

合力创造一个美好的未来

阿里巴巴是造梦者。“因为相信，所以看见”，前行的道路从来不是坦途，我们却始终保有理想主义、使命和价值观，对明天充满期待。阿里巴巴也是造风者。造风不仅仅意味着不盲从、不跟风，意味着具有改变社会的能力与影响力，更代表着沉甸甸的责任与担当。阿里巴巴始终以“家国情怀”和“世界担当”为承诺，敏锐感知未来人类社会可能面临的商业、社会和环境挑战并采取行动，从做一个更好的自己开始，带动他人，合力创造我们共同的美好未来。

阿里土话：

不仅做被梦想激励的人，更要做造梦者

梦想本质是源于不断为客户、伙伴创造价值的自我驱动。要追梦，更要造梦，而不仅仅是被梦想激励的人。为什么要“造梦”？因为跟着人家的曲谱，弹出来的永远是别人的歌曲。敢造梦，才能拥有属于自己的乐章。

成为商业转型的数字化“摆渡人”

今天整个社会正大步进入到数字经济时代，云计算、大数据等新技术广泛应用，为人类的可持续发展注入新动能。面对所有商业要素都会全面走向数字化，进而走向智能化的未来，阿里巴巴的使命从未改变，我们希望在数字经济时代继续“让天下没有难做的生意”——基于阿里巴巴商业操作系统，将面向数字经济的商业、金融、物流、云计算等基础设施开放给所有客户和合作伙伴，不断升级消费者体验，服务各行各业完成数字化转型和升级。如此，既能够帮助成千上万的中小企业成长，也鼓励支持新的独角兽发展，实现大树下面既能长小草，同时也能让更多的小草长成参天大树。

让数据成为商业发展的新动能

经过二十年发展，阿里巴巴已经从成立之初的一家电子商务公司，发展成为横跨数字商业、数字金融、智慧物流、云计算大数据等领域的数字经济时代商业基础设施综合体，并由此形成了一个独特的数字经济生态。这一支持各行各业数字化转型的商业基础设施不仅仅是一种工具的输出，更是一种能力的分享、一种理念的分享，是一种创造。阿里巴巴希望通过这样的分享更好地助力中国数字经济发展，让更多人享受数字经济的红利。



浙江温州鞋企红蜻蜓的创办者钱金波眼中的“阿里巴巴商业操作系统”

赋能品牌商和中小企业的数字化转型之路

从成立之初的 B2B 服务，到淘宝、天猫、蚂蚁金服、阿里云、菜鸟，再到近几年面世和整合的高德地图、盒马鲜生、饿了么、口碑等，阿里巴巴逐步形成了以云智能和数据技术、金融服务、物流与供应链管理为基础的商家服务生态。品牌商和中小企业能够围绕消费者，通过数字化营销、渠道管理、数据驱动的产品创新、在线销售和分销，不断创造新价值。

在阿里云支持下，波司登库存中心的智能补货系统减少缺货损失 21%，售罄率同比增长

传统企业必须要解放思想。做得好的会被抢购，做得不好的就会压货，所以要利用数据分析。

——波司登创始人 高德康

10%

蒙牛与阿里云合作优化供应链，首次实现预测日销量，年度预测准确率提升到

关键是规划的时候，通过这种计算，几分钟就算出来了，本来要依靠一个人来算非常难。

——蒙牛乳业首席信息官（CIO） 张决

98%

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。从支付方式、组织方式到生产方式、贸易方式，阿里巴巴全面赋能中小企业数字化转型升级。其中，2019 年，在阿里巴巴本地生活服务公司下辖的饿了么和口碑两大平台中，中小商户数增长超 100 万家，成为本地生活服务支撑者；网商银行已联合 400 多家金融机构服务了 1700 万小微经营者，这一数字在全球银行中排名第一；钉钉企业组织已经突破 1500 万家，通过提供基于办公场景的“人、财、物、事”全链路数字化解决方案，赋能中小企业进入数字化时代。

诸暨袜业“入淘”迎来转型升级

淘宝天天工厂通过销售预测与行情预测，设立动态定价模型等智能措施完善 C2M（Customer-to-Manufacturer，用户直连制造）柔性供应链，帮助制造企业完成数字化升级。在产业转型呼声高涨的袜都诸暨，“厂二代”杨钢泽的袜子工厂就是第一批受益者。根据可量化的消费者反馈数据指标，杨钢泽改进袜子设计，比如袜子罗口高度缩短了 5 毫米、调整袜口的松紧程度，改造后的袜子除了更贴近消费者的需求，平均每双袜子还可以节约 7%-8% 的成本，3 天卖出 153 万双。

帮助全球创业者实现梦想

在赋能中小企业数字化转型升级的基础上，阿里巴巴建设 eWTP（Electronic World Trade Platform，电子世界贸易平台），搭建起一个市场驱动、多方参与的国际合作平台，促进全球普惠贸易和数字经济增长，帮助全球发展中国家和最不发达国家中的中小企业和年轻人融入全球贸易。

用电商打破马来西亚中小企业贸易壁垒

马来西亚是阿里巴巴 eWTP 第一个海外“试验区”，通过将马来西亚数字自由贸易区打造成物流、支付、通关、数据一体化的数字中枢，为当地广大中小企业提供了大量的出口机会，打开马来西亚中小企业通向世界的窗口，加速马来西亚和东南亚数字经济基础设施的建设。

除了提供大量的商品出口机会，阿里巴巴和马来西亚在通关、物流、支付、大数据、云计算等方面也开展了深入合作。2019 年，吉隆坡机场的数字通关，让 99.9% 的线上包裹实现秒级通关；Lazada 在马来西亚的本地卖家数量上升 45%；飞猪平台上到马来西亚旅游的中国游客人次同比增长 65%；支付宝和本地伙伴合作推出的 TnGD 电子钱包，已服务马来西亚 3000 多万人口中 500 多万用户。

马云公益基金会出资 1000 万美元成立“非洲创业者基金”，旨在十年内挖掘和培养 100 名非洲优秀创业者。2020 年 4 月，马云公益基金会宣布启动第二届非洲创业者大赛，面向非洲所有国家、所有行业的创业者、企业家开放报名。第二届非洲创业者大赛将加大投入、提高奖金来激励企业家精神，支持非洲企业家创造就业、抵御疫情。



2019 年，在首届非洲创业者基金总决赛上，来自尼日利亚的 Temie Giwa-Tubosun 以“生命骑手”的身份夺得冠军。她创办的 Life Bank 通过使用数据和技术帮助医护人员发展重要医疗产品，已在尼日利亚挽救了 5300 多人的生命

让信用成为商业社会的基石

诚信，是人类文明核心的价值观，是市场经济的基石。而在数字经济时代，互联网、云计算、人工智能等不断涌现的新技术，正在将数据转化为可见的信用，诚信体系不仅需要机制建设、生态共治，更需要强大技术的支撑和保障。作为连接亿万消费者和千万商家的平台，阿里巴巴在成立之初，就从“1688”的诚信通服务开始探索买卖双方信任关系的建立。如今，经过二十年的实践，阿里巴巴淬炼和沉淀出的新信用科技手段，可以赋能商家、助力监管部门，与社会各界共建一个信用良好的社会环境。

重视知识产权保护

2019 岁末，中共中央办公厅、国务院办公厅出台的《关于强化知识产权保护的意见》，是对近年间社会各界联合发出“像治理酒驾一样治理假货”呼声和不懈努力的回应。2019 年，阿里巴巴通过新技术和新模式，切实保护知识产权，保护创新，提升消费者和权利人对阿里巴巴平台的信赖感。

运用新技术。运用“阿里巴巴知产保护科技大脑”，将原本散落各地的假货商品特征、假货鉴定资源、制售假团伙特征聚集到一起，用系统化方式对制售假行为做深入分析，提升假货发现能力、协同能力、处置能力等。

2019 年
“阿里巴巴知产保护科技大脑”在由中央网信办、工信部、公安部联合指导，厦门市政府主办的首届中国人工智能峰会上获得

“人工智能创新之星”称号

2019 年

96% 的知产投诉在 24 小时内即被处理，与此同时，阿里巴巴知产保护平台的品牌权利人入驻量再增

20%

每万笔交易中仅有 1.03 笔为疑似侵权商品，这个数字 5 年间下降了

67%

开发新模式。阿里巴巴通过打假联盟（简称 AACA），将品牌权利人、执法机关、平台紧密连接在一起，实现了假货的全社会共治，极大地提高了品牌权利人线下打假效率。截至 2019 年，雀巢、苹果等国际品牌权利人先后加入 AACA，AACA 品牌权利人人数增长至 170 个，遍布全球 17 个国家。

探索“打假无疆”社会治理新模式

2019 年，阿里巴巴经济体内平台治理部、社会公益部、高德地图联合开发了“打假无疆”系统，用数字技术及社会共治模式，帮助权利人挖掘线下假冒门店、假冒商品及制售假窝点等侵权线索。

- ① 消费者在线下发现疑似侵权线索时，可以拍照并通过全民公益知识产权保护平台主动上传图片、位置等相关信息。
- ② 阿里巴巴运用知产保护科技大脑，对来自消费者的涉假信息进行比对、处理，并推送给品牌权利人进行鉴别、核验。
- ③ 提供随手拍举报有效信息的消费者，将在“3 小时公益”平台获得公益时。



阿里巴巴“打假无疆”系统

“打假无疆”社会治理新模式，通过融合“技术创新 + 模式创造 + 公益驱动”等元素，让广大消费者真正参与到打假中，让打假成为“点滴之间、举手之劳”的社会公益行动。



2019 年，阿里巴巴全新升级的阿里知识产权生态平台，不仅能够为电商从业者提供服务，还能为线下门店、红人、进出口贸易商提供适用于不同场景的知识产权服务。2019 年全年，知产服务市场已为用户提供各类知识产权服务超 1.5 万次

保护数据安全

数据安全是阿里巴巴的生命线。阿里巴巴通过成立阿里数据安全研究院，构建起前沿技术、产业实践和政策法规三方相互促进、支撑的互助机制。2019 年 9 月，由阿里巴巴等主体起草的《信息安全技术数据安全能力成熟度模型》在全国标准信息公共服务平台以国家标准正式对外发布。该标准旨在填补行业在数据安全能力成熟度评估标准方面的空白，为助力提升全社会、全行业的数据安全水平，提供科学依据和参考。

支付宝智能风控引擎“识破”支付异常

在一档电视节目中，三位来自杭州公安局刑侦支队的网络精英，假扮“黑客”，通过进入主持人手机系统并窃取相关信息，模拟攻击支付宝安全系统，在尝试破解支付密码，完成转账支付的过程中，支付宝成功“识破”支付异常，停止了转账交易。

在成功阻拦黑客攻击的背后，支付宝智能风控引擎通过时间、地点、设备、偏好、账户、环境、身份、行为、习惯等因素，考量用户支付行为，建立操作记录的分析数据，在这些数据分析中只要有一项操作在付款时规律异常，支付宝就会立即提高账户风险指数，并阻止交易。

技术有温度 生活更美好

阿里巴巴不仅为推动世界经济健康可持续发展作出努力和贡献，同时也将责任与初心拓展至更广泛的社会领域，“解决社会问题”是阿里巴巴始终贯彻的技术研发与产品开发逻辑，阿里巴巴不断通过普惠技术、数字平台及政企合作来改变和完善社会生活的方方面面，给社会带来微小而美好的改变。

阿里巴巴文化原浆来自于我们相信人和社会的美好，我们对这个时代充满感恩。我们的感恩越多，我们就应该为社会担当越多，我们希望能为社会不断创造价值，为社会承担更多责任。

——阿里巴巴集团董事会主席兼首席执行官 张勇

让互联网成为孕育新职业的沃土

互联网、大数据、云计算、人工智能等信息技术的发展打破了传统行业的壁垒，创造出新的岗位。阿里巴巴坚信数字平台经济潜藏的巨大发展潜力，投入大量的数字平台资源，努力创造更多的就业机会，营造公平、包容的就业环境。

在 2019 年人力资源与社会保障部发布的第一批 13 个新职业中，数字化管理师、人工智能工程技术人员等超半数类别的新职业都能在阿里巴巴找到。在新零售领域，诸如天猫新零售的智能导购、盒马鲜生的采购员、AI 训练师等新职业也层出不穷。这些生长于互联网的新职业，有的在创造性满足新消费需求的过程中诞生，有的在引领社会科技创新的领域中出现，还有绿色、脱贫事业带动的普惠型就业，成为传统就业的补充，反哺线下实体经济，不但为年轻人提供了更为多元化的就业选择，也从一定程度上突破了性别、地域以及年龄的限制，为女性、残疾人以及偏远地区的劳动人民创造出了更多普惠的就业机会。

阿里巴巴平台起到了就业蓄水池的作用，也创造出很多新就业机会。新就业是数字经济发展的必然趋势，既能扩大就业空间，又创造了许多过去没有的就业机会，赋予劳动者更大选择空间。

——中国人民大学劳动人事学院院长 杨伟国

数字化管理师

钉钉“数字化管理师”通过赋能人的数字化转型，帮助企业进行大数据决策分析、上下游在线化连接。

31 岁的黄祖胜成为钉钉数字化管理师后，用钉钉帮助企业搭建清晰的组织架构、人事结构和管理体系，例如调整目标计划方案，分解成有效的工作进度表，通过高层会议完成统筹管理工作等，在激发企业活力的同时，个人薪资也实现了倍数增长，收到 40 多家企业的 offer，成为名副其实的“香饽饽”。

人工智能训练师

人工智能训练师，也被称为 AI 标注员，通过对海量的文字、图片、视频等内容进行属性标注，帮助 AI 变得更加智能。比如，可以在复杂环境中识别人和车辆。“AI 标注”作为人工智能产业链上最基础的工作，催生了大量的“人工智能训练师”岗位。例如淘宝、天猫上的机器人智能客服——“店小蜜”就在人工智能训练师的帮助下，越来越懂得消费者。

贵州的张金红在“AI 豆计划”的培训帮助下，顺利成为一名 AI 标注师，不仅获得了收入补贴家庭，还能够陪伴孩子成长，通过接触电脑、互联网的工作也拓宽了两代人的眼界。

蚂蚁森林护林员

新职业并不意味着是年轻人的专属。为蚂蚁森林用户在内蒙古、甘肃等荒漠地区种下真树的种植员和护林员，全是当地牧民和农民，其中一半年龄超过四十岁。

内蒙古阿拉善，是蚂蚁森林的种植地之一，当地牧民聂玉胜是其中一位护林员。在此前因过度放牧，聂玉胜亲眼目睹羊群破坏了草场植被。2016 年，他承包了 2590 亩梭梭林地，开始在蚂蚁森林里种树，从牧民改行做了沙漠植树工。现在，他管理着 4 万多亩梭梭林，把荒漠一点点变回绿色。

2019 年

阿里巴巴经济体诞生了超过 100 种新职业，淘宝直播带动 400 万就业机会，农民主播已超过

5 万 名

在阿里巴巴的平台上，女性创业者占比

49.25%

淘宝平台的女性店主在 2018 年年均交易金额超

20 万 元

相比 2014 年增长超过 1 倍，比男性店主的增幅高出三成

截至 2019 年底

“AI 豆计划”建立培训基地 孵化出人工智能标注企业

2 个 2 家

“人工智能训练师”平均工资达到

3000 多 元

截至 2020 年 5 月

蚂蚁森林累计种树 种树总面积超过 274 万亩，同时守护着公益保护地超过 280 平方公里，累计创造绿色就业岗位超过

2 亿 棵

65 万 人次

像逛淘宝一样享受数字化政务服务

2019 年

阿里云城市大脑获得

浙江省科技进步一等奖

建设数字政府是推进政府治理体系和治理能力现代化的必由之路。大数据、云计算、人工智能等新兴信息技术对政府的管理模式、运行机制和治理方式提出了更高的要求，政府需要解决“管什么、如何管、管得好”的问题，为公众提供“一站式”和“一体化”整体服务。

阿里巴巴运用云计算在快速业务部署、弹性伸缩、安全等方面的优势，将二十年积累的数据化运营能力转化为社会资源，帮助政府全面提升面向公众的便捷服务能力，提升数字化治理水平，让城市治理更智能、更贴心。

阿里巴巴已经和 30 个省、直辖市、自治区达成了合作，覆盖全国 442 个城市，涵盖 1000 多项服务，累计服务 9 亿人次。2019 年阿里云在全国数字政府大数据市场排名第一。



2019 年 7 月，阿里巴巴宣布升级服务数字政府战略，整合阿里云、支付宝、钉钉、高德等面向政府端的技术、产品、服务和资源，用系统化能力服务政府数字化升级，共建数字政府 2.0

数字政府服务的 2.0 时代已经来临，老百姓办事不仅不需要跑多个线下窗口，在线上也只需要点击一个窗口，这背后是数据化运营和政府部门的流程再造。今后，阿里巴巴将用自己 20 年积累的数字化技术能力，全面升级服务数字政府战略，提升老百姓的办事体验。

——阿里巴巴集团副总裁、阿里云智能数字政府事业部总裁 许诗军

助力杭州“亲清在线”数字平台建设

2020 年 3 月，为帮助杭州市委市政府统筹推进疫情防控和经济社会发展“双线作战”，固化提升“企业复工数字平台”和杭州健康码工作成果，阿里巴巴整合政务钉钉、支付宝、云仰科技等资源，依托城市大脑中枢系统，推出政商“直通车式”在线服务系统——“亲清在线”数字平台，疫情期间杭州惠企政策将陆续通过“亲清在线”平台实现在线兑付。

运用“亲清在线”的理念，让政商关系更加扁平化，数字化思维管理模式让权力运行轨迹可视化，以公开促公平、以透明保廉洁。

——杭州市纪委监委 主要负责人

作为全国最大的移动出行平台，高德利用海量交通大数据和大数据分析技术搭建智能城市交通管理平台，通过对城市交通状况进行实时、自动化分析与预判，辅助交警部门优化资源配置、降低成本，实现城市交通高效治理。在武汉，借助高德提供的相关拥堵指数、通行速度、突发状况、支小路分析等实时动态数据，城市交通治理效率提升，交通状况得以改善，武汉拥堵排名从 2014 年的全国第 7 位，降到了 2019 年的第 39 位。



让每个人平等享受科技带来的便利

要实现幼有所育、学有所教、劳有所得、病有所医、老有所养、住有所居、弱有所扶的社会，就必须多谋民生之利、多解民生之忧。阿里巴巴用有温度的情怀和技术，关注儿童、老年人、妇女、残障人士等群体的处境，尽力为其创造公平、包容的发展平台，也通过技术赋能弱势群体，让他们也能享受技术进步和社会发展带来的红利，过上有尊严、有自信、有梦想的生活。

守护儿童健康成长

儿童是国家的未来和民族的希望，阿里巴巴用技术与爱为儿童健康成长保驾护航。

阿里巴巴和公安部刑事侦查局打拐办共同发起创立公安部儿童失踪信息紧急发布平台——“团圆系统”，运用科技力量建构“人网、技网结合”模式，实现警民有效协同、快速发现线索和落地办案。“团圆系统”不仅提高了走失儿童的找回率，还在很大程度上震慑了犯罪，也提升了社会、家庭对儿童的教育防范意识。“团圆系统”通过技术的力量和全民参与，助力实现天下无拐。

截至 2019 年底

“团圆系统”累计发布儿童走失信息

4343 条

找回走失儿童

4263 名

找回率

98.2%



“团圆系统”已接入多个“国民级”App，覆盖 9 亿多智能手机用户

为让青少年远离毒品阴影，阿里巴巴联合国家禁毒办打造“青骄第二课堂”，有效解决了青少年禁毒教育分散化、碎片化、有效性无法评估的问题，用技术手段实现全国范围内各类学校和各级禁毒教育的高效组织和管理。截至 2019 年底，“青骄第二课堂”覆盖全国 21 万所学校，注册学生超过 8600 万人，注册教师超过 170 万人，学生完成在线自学课时超过 1.91 亿课时。



扫一扫，进入“青骄第二课堂”



2019 年，“青骄第二课堂”承办了全国青少年禁毒知识答题活动，有效带动全国 1.6 亿人次青少年通过互联网学习禁毒知识

为老年人提供智能安全保障

当前，我国老龄化形势严峻，老人照料的需求巨大。阿里巴巴用科技为养老提质增效，让科技为老人带来便利和温暖，让老人真正老有所依。

针对失智老人，阿里巴巴工程师研发出一套远程看护解决方案——阿尔兹海默症远程看护系统。该系统基于阿里云智能人居平台搭建，可接入多种物联网设备，通过非侵入、无感知的技术，对老人的起居、吃药、出入、跌倒、生命体征、出行定位等进行全方位看护，实现了身在远方也能实时守护家中的亲人。

阿里巴巴还将智能技术与养老服务深度结合，助力打造社区 AI 智慧养老空间。2018 年年初，由阿里巴巴试点打造的全国首个智能养老院在北京普乐园爱心养老院启用。2019 年 5 月，阿里巴巴升级版 AI 智慧养老在江苏省宿迁市试点，让科技提升老人的幸福指数。

2018 年 6 月至 2019 年 5 月，阿里巴巴电商平台共有残疾人网店

17.41 万 家

三年创造销售额近

300 亿 元

阿里巴巴达摩院与清华大学共同开发的盲人手机膜（Smart Touch）成为

全球 25 个科技创新类最佳案例之一

淘宝、支付宝客户端在第二届科技无障碍发展大会上入选

最新科技产品信息无障碍优秀案例

让残障人士平等地享受科技带来的便利

无障碍标准是推动整个社会人文关怀发展，帮助有特殊需求的人群更有尊严的工作和生活的一个重要抓手。

——阿里巴巴标准化部负责人
朱红儒

长期以来，我国的信息无障碍发展存在社会意识薄弱、信息无障碍相关产业链不够健全、缺乏信息无障碍标准等问题。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。2019 年，阿里巴巴技术公益基金成立，信息无障碍建设是其三大战略之一。阿里巴巴已成功在淘宝、天猫、闲鱼、飞猪、支付宝、高德、UC、饿了么、钉钉、阿里云等 10 个平台上为视障人士铺就“互联网上的盲道”，致力于让 1000 万以上视障人群平等地享受 AI 技术等互联网新科技。



2019 年 10 月 15 日国际盲人节，钉钉携手信息无障碍技术标准联合工作组、中国残疾人信息和无障碍技术研究中心、深圳市信息无障碍研究会、浙江省盲人学校、阿里巴巴集团标准化部等五大机构发起全球首个致力于智能办公硬件无障碍的组织——智能办公硬件无障碍联盟，以研究制定智能办公硬件无障碍标准为首要任务，填补该领域的空缺

有爱技术让科技更有温度

阿里健康在贵州试点的全国首个疫苗全流程追溯平台，通过“一物一码”、云计算、大数据等追溯技术，覆盖了全省各级疾控中心和预防接种单位，实现了对疫苗全流程的追溯，确保来源可查、去向可追。来接种的民众可以通过手机扫描追溯码查看疫苗流向信息，实现接种疫苗流通环节的透明。平台还可将孩子信息与所接种疫苗实现关联，一旦发现疫苗有问题，将会在第一时间精准追溯到人，最大限度减少损害。



贵州龙里县居民用支付宝扫描疫苗盒上的追溯码查询疫苗流向信息

阿里健康人工智能实验室研发的“癫痫脑电分析引擎”，搭载有 AI 引擎的视频脑电监测设备，可以自动标注出脑电图上的各类异常放电，为医生判断提供参考，从而大幅提升医生的读图效率。据测算，在颞叶癫痫等实际场景下，阿里健康的 AI 引擎只需 5 分钟即可处理完成两小时的脑电图数据，再经过医生核查，一份分析报告 10 分钟内即可完成。



脑电中心的工作人员正在操作搭载“癫痫脑电分析引擎”的视频脑电监测设备，并指导患者配合检查

我们希望孩子接种的每一支疫苗都来路清楚，去向明白，用技术保障大家的疫苗接种安全。

——阿里健康
追溯业务总监
严仕斌

脑电图监测是癫痫诊断和治疗的必要手段，受到读图人才和监测数据量庞大的限制，专业的脑电监测并不是很普及。人工智能引擎将有效地提高医生判读脑电图的效率，服务更多患者。

——首都医科大学
宣武医院
神经内科主任
王玉平

人人参与
守护绿色星球

阿里巴巴在缔造商业文明的同时，也发挥整个经济体的力量，帮助地球减负。我们相信，想要环境得到彻底改变，需要每一个人的参与。因此，阿里巴巴发挥平台与技术优势，唤醒公众意识，号召公众，特别是充满活力与责任感的青年群体参与到环境保护当中，让人人都主动成为环境守护者，共同保护地球家园。

65 环境日，阿里巴巴绿色行动的缩影

在 2019 年 6 月 5 日世界环境日之际，阿里巴巴携手联合国环境署，共同发起“65 环境日”互联网环保行动，公众在淘宝、天猫、支付宝、饿了么、菜鸟、盒马鲜生等阿里巴巴旗下 20 个 App 搜索“绿色”，就可以参与到守护野生小伙伴、一人回收一纸箱、叫外卖无需餐具、绿色观影人等丰富多彩的活动和场景中，成为“阿里巴巴绿色星球”环保达人，带动约 9.3 亿人次公众参与到绿色行动中。

“65 环境日”中阿里巴巴经济体的绿色协同是阿里巴巴多年来绿色行动的缩影。阿里巴巴将绿色环保理念融入各业务、工作与生活场景，经过多年探索与实践，构建起一套可持续的绿色发展模式。

阿里巴巴荣获

“蚂蚁森林”获得

菜鸟“绿色行动”的“回箱计划”获评由生态环境部、中央文明办联合颁发的

2019 年联合国最高环境荣誉“地球卫士奖”

并入选

联合国环境署年度 环保实践案例

“美丽中国，我是行动者”十佳公众参与案例奖



阿里巴巴经济体
在“65 环境日”的绿色行动

绿色包装

菜鸟网络将“绿色包裹”引入物流业，通过智能打包算法精准匹配箱型可减少15%的包材使用，仅2020财年，该算法应用于超过7.4亿个包装箱；联手“1688”开辟绿色包装专区，吸引上下游供应商入驻，为广大买家提供便捷的绿色采购通道，共同保护绿色环境。

2019年6月，菜鸟网络携手中通、韵达、百世、申通、圆通等合作伙伴，对电子面单进行“大瘦身”，面积缩小近一半，从两联单变为一联单，更加绿色环保。菜鸟电子面单推出以来，累计服务1000多亿个包裹，为快递物流业节约成本达100多亿元，节省纸张4000多亿张，帮助全网揽签时效从平均4天提速到2.5天，推动中国快递业进入了数字化快车道。

绿色物流

在绿色仓配上，菜鸟网络创新智能分仓、前置备货、门店发货等模式，提升城市物流网络的效率。在试点城市，单个包裹配送距离可从 700 公里缩短至约 400 公里，通过城市仓发出的包裹距离可减少至 100 公里，门店发货则可在 3 公里范围内实现“分钟级配送”，大大缩短配送距离，提升配送时效，有效减少能源消耗、降低碳排放。

在运输路径上，菜鸟“一横两纵”战略中的其中一条纵线，就是为中小企业提供智慧供应链解决方案。通过数字化的技术，为商家提供销售预测、库存供应、调货补货、不同平台和销售渠道间的库存共享，有效降低了备货比，提高了库存周转效率。

绿色消费

2019年“天猫双11”为消费者提供了绿色消费的平台。“天猫双11”当天带动超2亿人次参与绿色消费等环保行动，超过2000万人次成为“绿色合伙人”，垃圾分类、可降解、节水等绿色关键词搜索数量呈现极大地增长，绿色消费受到越来越多消费者的关注和认同。



2019 年“天猫双 11”绿色消费检索关键词

“菜鸟电子面单项目”获得
邮政行业最高技术奖项

科学技术奖一等奖

菜鸟“打造共建共享智慧平台 创新电商物流供应链服务”成为

首批全国城乡高效配送典型案例

2019 年

天猫双 11 热卖绿色商品
分类垃圾桶同比增长

183%

环保建材涂料同比增长

80%

绿色回收

菜鸟网络联合圆通、中通、申通、韵达、百世等快递公司，共同发起“全国纸箱回收日”，在北上广深杭等城市的部分社区设立快递包装集中回收点。菜鸟驿站建立了“快递公共服务站 + 智能快件柜 + 包装回收站”绿色共享末端服务体系，消费者可以通过取件码、高拍仪等技术实现自助取件，无需人工辅助。取走商品后把纸箱留下，免费提供给其他人寄件，促进纸箱循环使用。初步测算，每循环利用一个纸箱可以减少 37 克碳排放。2019 年天猫双 11 期间，全国 4 万个菜鸟驿站和 3.5 万个快递网点成为纸箱绿色回收点。

2019 年

截至 2020 年 3 月

用户通过闲鱼回收获得蚂蚁森林能量累计达

盒马绿色盒区居民已回收塑料瓶

8199.8 吨

35.1 万只

相当于种下梭梭树

塑料制品超过

45.8 万 棵

26.9 吨

帮助解决荒漠化问题

9161 亩



2019 年 5 月 28 日，菜鸟网络联合申通、韵达、圆通、中通、百世，及中华环境保护基金会、阿里巴巴公益基金会，共同发起绿色快递日，将在全国铺设 5 万个绿色回收箱。

绿色数据

数据中心产生的碳排放占全球总排放量的 2%，日益成为全球共同面临的环境挑战之一。数据中心的运转产生大量热量，传统的冷却系统是消耗能源的“大户”。阿里巴巴张北云计算数据中心采用浸没式液冷技术，将服务器浸泡在特殊的绝缘冷却液里，运算产生热量可被直接吸收进入外循环冷却，全程用于散热的能耗几乎为零。其热传导效率比传统的风冷要高百倍，节能效果超过 70%。该技术与市电直供、新风自然冷却等高效节能技术结合，使得阿里巴巴张北云计算数据中心年均 PUE（Power Usage Effectiveness，数据中心总能耗）达到 1.18，对比同区域数据中心平均水平节能 15% 以上。



阿里巴巴张北数据中心全景图

根据工业和信息化部、国家机关事务管理局、国家能源局三部门联合印发的《关于加强绿色数据中心建设的指导意见》，其中要求到 2022 年全国新建大型、超大型数据中心 PUE 需达到 1.4 以下。而阿里巴巴所有自研数据中心平均 PUE 已经低于 1.3，是国内首个达成该目标的公司。

绿色办公

为提升办公场所空间利用效率，减少新建空间的需求，阿里巴巴在西溪园区试点打造创新办公空间，打破原先工位、会议室、项目室单一功能模块的隔断，提供复合场景的工作环境，使空间利用更灵活、更高效。创新空间和共享工位的设计不仅增加了 20%-30% 的空间承载力，同时也有利于鼓励阿里人的交流与碰撞，滋养、传播阿里文化。

借助钉钉平台的绿色低碳办公工具和服务应用，阿里巴巴帮助更多中小企业数字化转型，实现低碳办公。钉钉代表性的低碳办公应用场景包括线上办公、电子审批、无纸化办公、电话会议、视频会议等，通过交通替代、纸张替代，节约大量纸张和实物耗材，减少资源消耗及废弃物处理过程中的碳排放。截至 2019 年 12 月 31 日，钉钉绿色办公已累计减少了 317217 吨碳排放量（其中 2019 年度减少碳排放 102709 吨），相当于种植了 1772 万棵树，全部栽种后的面积可以覆盖 27 个西湖。

2020 财年

阿里巴巴通过钉钉召开远程会议

140 余万 场次

参会达

676 万 人次

总时长约

570 万 小时



阿里巴巴西溪四期设计图—绿色开放空间

绿色园区

2019 年，阿里巴巴北京总部园区、阿里巴巴西溪园区五期启动施工，阿里巴巴西溪园区四期项目进入施工后期阶段。阿里巴巴将可持续发展的核心理念融入园区的规划设计、施工与运营环节，项目建成后，这些综合性智慧办公园区将为阿里人提供鼓励交流共创、注重绿色与人文关怀的室内外空间，也为周边打造高效、环保、生态的平衡环境。

规划设计

● 以绿色建筑标章认证为目标

西溪五期项目以美国绿色建筑委员会 LEED NC 金级认证 - 单体建筑（办公楼 + 访客中心）、LEED ND 金级认证 - 总体规划为目标。北京总部园区项目以中国绿色建筑三星认证、美国 LEED 金级认证为目标，满足标章设计要求后，预计每年每平方米可减少二氧化碳排放 3.5 千克，减少耗电量 4.8 千瓦时。

● 采用绿色节能设计

布局园区建筑时，充分考虑周边风向、日照等气候环境，营造通风、采光的怡人体验，且结合日照分析模拟，通过立面遮阳的设置，降低日照产生的耗能。

● 关注园区内人的健康舒适体验

坚持以人为本的原则，打造有利于身心健康的园区环境，例如设计视野开阔的开放办公环境，配备新风空调保证室内清新空气，搭建室内外运动空间及其他生活休闲区域等，让阿里巴巴员工及访客都能感受到良好体验及人文关怀。

● 响应海绵城市理念

为提升园区适应环境变化、应对雨水带来的自然灾害等方面的能力，在园区景观中利用透水铺装地面、下凹式绿地、绿化屋面、雨水回用系统、蓄水池、其它辅助调蓄设施等设计，加强对雨水资源的再利用，减轻城市排水负荷。

施工

北京总部园区、西溪五期项目在施工过程中，实施施工过程废弃物管理，制定了回收 75% 不含有害成分废弃物的目标。实施空气质量管理，采用健康材料、隔离扬尘区域等方式，保护施工人员及后续使用人员的健康，减少非必要的能源消耗。

运营

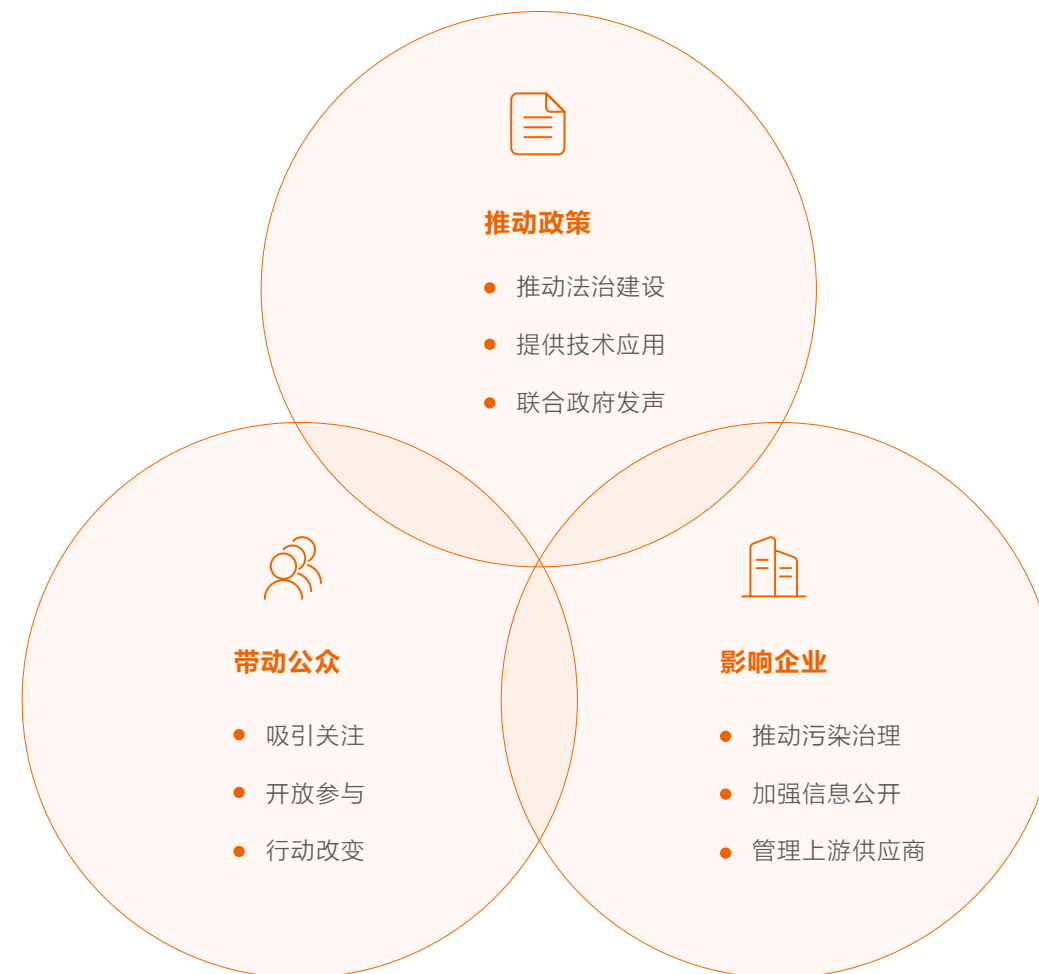
西溪四期、五期和北京总部园区建成运营后，将具备环境健康监控报警、室内环境品质管控等智慧系统控制，其中北京及西溪五期设置了集中式能源中心等设备，满足不同时态的弹性办公需求，也能提升运营能耗的使用效率。

唤醒公众的环保意识

2011 年，阿里巴巴公益基金会成立，致力于促进人与社会、人与自然的可持续发展。阿里巴巴公益基金会自成立起，深耕环保领域，通过意识唤醒和科技赋能，让环境保护成为整个社会的大协同，努力打造一个人与自然友善共存的绿色星球。

环境建设要靠每个人对环境的捍卫，只有拥有了环保意识，天空才会真正变蓝，这一点非常重要。这也是我们对孩子的责任，希望他们能够生活在一个健康的环境中。

——阿里巴巴集团合伙人、阿里巴巴公益基金会理事长
孙利军



2019 年阿里巴巴公益基金会在环保领域的重点实践

伙伴赋能

2019 年，阿里巴巴公益基金会与 23 家环保公益机构合作，持续开展“清源行动”，并将资助重点从“扶持培育”为主，转向注重“行动成效”。2019 年，“清源行动”累计资助资金 1215 万元，资助伙伴覆盖全国省市自治区 14 个。

XIN 伙伴

- 在法律与政策倡导、环境大数据应用、志愿者网络建设、社会组织培育等领域集中发力、协同推进

清源伙伴

- 共同推进重点环保项目的开展与落实，推动环保相关法律法规的建立与完善
- 推动和监督企业在技术创新、标准研发和应用等方面改善环境表现
- 引导公众环保理念、提升公众环保行动能力

水滴伙伴

- 在环保一线开展监督、保护和宣传行动，帮助企业提升环境意识、改善环境表现
- 唤醒和提升公众环保意识和行动能力

意识唤醒

阿里巴巴公益基金会致力于推动自然教育事业的发展，通过自然教育，建立人与自然的连接，唤醒每个人心中的环保意识，为环境保护凝聚更多力量。



自然教育周期间，《自然教育武汉共识》正式发布，进一步明确自然教育“是什么”“为何做”“怎么做”等一系列问题，对推动我国自然教育健康有序发展产生深远影响

2019 年，阿里巴巴公益基金会携手中国林学会、全国自然教育网络、湖北省林业局在武汉举办“中国自然教育大会 第六届全国自然教育论坛”，并联合社会各界在武汉、杭州等地同步开展多城“自然嘉年华”“中国自然好书奖”等活动，共同打造一个全社会广泛参与的“中国自然教育周”，呼吁形成自然教育共识。

2019 年，阿里巴巴公益基金会通过建立的桃源里自然中心，整合植物园、公益机构、中小学、高校等资源，鼓励公众接近自然、走近自然，也为环保公益机构的交流合作、人才培养、公益创新提供更广阔的平台。桃源里自然中心已形成“绿马甲”“小河长”“自然嘉年华”等丰富的品牌项目。

创新水源地保护模式，带动人人参与环保

“千岛湖水基金”是阿里巴巴公益基金会、民生人寿保险公益基金会共同发起，由万向信托股份公司作为受托人，大自然保护协会（TNC）作为科学顾问的水源地保护项目。阿里巴巴公益基金会创新性地在千岛湖探索建立“水源地保护 + 自然教育基地 + 带动当地经济可持续发展”的保护模式。千岛湖水基金与当地旅游体育局、安阳乡人民政府合作，举办“千岛湖丰收节”“守望千岛湖音乐会”和“千岛湖马拉松赛”等环保主题活动，带动全国各地环保热心人士，以及合作方企业员工 30 多万人参与线上线下活动。

桃源里自然中心入选生态环境部宣教中心的

国家自然学校能力建设项目

2019 年，桃源里自然中心开展 995 场自然体验活动，带动参与自然课程、自然体验活动的公众达到近

10 万

名

2019 年

武汉自然教育系列项目让武汉 32 座城市公园、100 多个绿色驿站开放成为自然教育基地，影响 800 多所中小学，带动参与的学生和市民共达

120 多万

名

“全国自然嘉年华”
 获评由中国林学会颁发的
 “第八届梁希科普奖”



传橙者

探寻 102 年背后的 价值坚守

自诞生那天起，普惠就是流淌在阿里巴巴血液中的 DNA。它引领着阿里巴巴从一家普通的电商公司走向了数字经济体。阿里巴巴的成长也在于我们对使命和价值观的坚守与传承。阿里巴巴的灵魂就是我们的使命、愿景、价值观，这是我们组织在一起的根本目的。这一路走来，我们始终想要做改变世界的事情，要让世界变得更加美好，我们的成就感也源于此。我们用公益改变自己，影响他人，进而改变世界。我们也在快乐工作和认真生活中传承乐观向上的阿里文化。

阿里土话：

理想是一群人把每个人的梦想变成共同的理想

追逐梦想的道路上，不要孤军奋战。

你要找到一帮人和你共享这个梦想，或者找到有共同梦想的一帮人。

你们在一起，把每个人“我的梦想”变成“我们的梦想”“我们的理想”。

只有这样一帮人走在一起、相互支持，不断为他人创造价值，

为未来创造价值的时候，才走得久、走得长、走得远。



新剑出鞘 阿里文化再升级

阿里巴巴历史上所有重大的决定，都跟钱无关，都跟价值观有关。

——阿里巴巴集团创始人兼董事马云

文化是阿里巴巴的根和魂，也是引领阿里巴巴从零走到今天的驱动力。无论世界如何变化，只有坚守初心，才能面向未来持续前行。从 2001 年正式提出的由“激情、创新、教学相长、开放、简易、群策群力、专注、质量、服务”九大价值观构成的“独孤九剑”，到 2004 年确定的“六脉神剑（客户第一、团队合作、拥抱变化、诚信、激情、敬业）”价值观，再到 2020 年，在成立二十周年之际，阿里巴巴全面升级了面向未来的使命、愿景、价值观，提出“新六脉神剑”。阿里文化酝酿出的独特“阿里味儿”，始终是每一位阿里人心中的灯塔。

“新六脉神剑”的出炉

“新六脉神剑”历经了自上而下、自下而上反复开放讨论，听取不同意见，凝聚文化共识而形成。

2018 年 8 月，合伙人北海道会议正式启动了文化价值观的升级讨论。此后，历时 14 个月，我们举行了 5 轮合伙人专题会议，累计 467 名组织部成员参与了海内外 9 场讨论；对全球各事业群不同司龄、岗位、层级、年龄的员工进行调研，得到近 2000 条建议反馈。从一个字到一个标点符号，“新六脉神剑”修改过 20 多稿，最终正式出炉。

这是阿里文化原浆面向未来的一次传承、完善和升级。“新六脉神剑”将帮助我们在茫茫人海中识别出志同道合的伙伴，也将引领我们不断用新的实践赋予使命新的时代内涵。



阿里巴巴“新六脉神剑”

“新六脉神剑”的传承

阿里巴巴“新六脉神剑”的修订是在原有基础上的传承、完善和升级，而非另起炉灶。“新六脉神剑”的内核不变，是一次“阿里味儿”的传承，通过改变价值观表述形式，采用“阿里土话”，传递阿里巴巴文化，帮助阿里人更形象地感知和理解每一条价值观的具体内涵。同时，通过培训考核制度和合伙人制度，让“新六脉神剑”在每一个阿里人心里生根发芽。

培训与考核制度，让价值观从“墙上的东西”变成“行为的准则”

阿里巴巴通过一套与“使命愿景价值观”等核心理念配套的培训与考核制度，形成一种有效的约束机制和文化力量。每一个进入阿里巴巴的新人，都要接受为期 10 天到 1 个月不等的培训，其中很大一部分内容就是价值观，针对其内涵、解释、案例等进行分解。同时，阿里巴巴从第一版价值观开始就实行严格的考核制度，价值观和业绩指标各占 50%，获得同样的权重。而考核方式从 1-5 打分的“通关制”，到“ABC”制，再到“新六脉神剑”中，拒绝中庸的“0-1”打分制，体现着阿里巴巴坚信考核本身不是最终目的，而是促进管理者和员工进行对话和沟通，达成共识的过程，是为了促进每个人更好的成长。

合伙人制度，让使命保持鲜活动力至少 102 年

阿里巴巴梦想为使命奋斗至少 102 年，但任何人都不可能陪伴阿里巴巴走过三个世纪。因此，阿里巴巴历经多年探索，于 2009 年觅得了让使命“保鲜”的制度保障，即阿里巴巴合伙人制度。合伙人制度筛选出一批又一批心怀同一使命的管理者来带领阿里人在践行使命的道路上披荆斩棘、勇往直前。

阿里巴巴的合伙人制度之所以在全球公司治理中是独一无二的，很大程度是因为它独特的角色定位与筛选机制。阿里巴巴合伙人既是公司股东、公司的运营者、业务的建设者，更是阿里巴巴使命、愿景、价值观最忠实的拥护者和捍卫者。

阿里巴巴合伙人筛选机制

在阿里巴巴工作 5 年以上，具备优秀的领导能力

每一位新成为合伙人的公司成员，一般都要经过长达 3 年的考察，还需获得 75% 现任合伙人的支持

高度认同阿里巴巴的公司使命、文化和价值观

阿里巴巴合伙人现有 36 人，女性合伙人达到 13 人，超过三分之一。阿里巴巴通过吸纳新的合伙人，在坚守核心信念和保持开放性之间保持平衡，确保整个经济体和运营机制始终面向未来、不断演进更新。

价值观如果不被考核，一定会慢慢落成很虚的东西，挂在嘴上，贴在墙上的东西。虚的东西一定要做实，怎么实？考核。

——阿里巴巴集团创始人兼董事马云

改变世界 从改变自己开始

公益是阿里巴巴的基因，员工公益是阿里巴巴最为独特的文化。阿里人以公益文化点燃自己，同时将公益的理念传递给社会，在社会中营造公益氛围，并不断用技术和平台优势为公益赋能，聚合更多力量，让世界更美好。

人人 3 小时：做公益，发现更好的自己

对阿里人而言，公益是一种福报，能够有资源、有机会去帮助他人，是一件快乐的事。自 2008 年汶川地震起，阿里巴巴就发起“乐橙青川”志愿活动，鼓励员工自愿参与青川援建工作。阿里巴巴在内部还发起员工公益组织——公益幸福团，凝聚公益之路上志同道合的伙伴，一起做有温度的事。2015 年，马云在公司内部提出“人人 3 小时”的公益号召。时至今日，公益已经融入阿里人的血液，成为阿里人在日常业务和生活中的重要组成部分。

融入血液的公益基因

做公益已成为阿里人的工作习惯和生活习惯。多年来，阿里人用键盘敲下代码，为公益插上科技的翅膀；用创意装点爱心，开启一扇扇崭新的公益大门。

公益合伙人制度是阿里巴巴独特的公益制度，每三年由全体阿里人选出员工代表，成立阿里巴巴员工公益委员会，来决定公益基金的用途。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 财年

阿里巴巴员工总公益时

39.9 万 小时

阿里巴巴合伙人人均公益时

43.89 小时

总申报次数

120.4 万 人次

公益幸福团：为幸福抱团

阿里巴巴公益幸福团诞生于 2010 年。在此之前，阿里人都是利用业余时间各自在外面寻找志愿服务的机会，他们更希望能够带动身边的同事一起做公益。但是凭借小部分人的力量做公益，无论在资源还是在经验方面都有一定的困难和局限。

为此，2010 年 10 月，阿里巴巴在公司内部发起员工公益创业大赛——“幸福抱团”，通过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即可获得“公益活动组织经费”“核心成员的公益能力培养”“年度优秀幸福团的评选”等荣誉、资源和机会。截至 2019 年底，阿里巴巴已成立超过 50 个“幸福团”，共组织各类活动 1750 余次，当中也涌现出一批优秀的公益项目。



成立于 2014 年的“阿里顺风车”公益幸福团，不仅用互联网思维为节能减排出力，更营造了一种顺风车公益文化。每年高考期间，阿里人自发发起高考顺风车接送考生。



“到大自然里去”幸福团旨在通过组织自然教育公益活动，号召阿里巴巴志愿者参与到环保教育的科普和践行当中，进而带动更多的社会公众走进自然，建立与自然的深度链接。

时间/TIME
10.26-10.27

城市/CITY
杭州植物园

Nature Carnival

用专业贡献社会价值，是再开心不过的一件事

胭朦是来自阿里云的UED（User Experience Design，用户体验设计）小二。2019年3月，她报名参加“物色梦想家脱贫设计大赛”，为甘肃礼县苹果设计新包装。通过全新的包装和品牌设计，礼县苹果近一个月的销售额突破100余万元。

作为阿里巴巴设计师用设计做公益，用专业贡献社会价值，是再开心不过的一件事。

——阿里云UED小二 胭朦



甘肃礼县苹果设计包装图

6 万人挥挥手，不留下一点垃圾

2019年9月10日，阿里巴巴二十周年庆典在杭州奥林匹克中心——“莲花碗”落幕。在阿里巴巴“随手清洁一平方”的公益倡议下，6万人庆典中的6万只手环，6万个福袋，12万支助威棒，12万瓶矿泉水，12万根牛肉棒，在散场时没有被留下一片垃圾。现场所有阿里人在离场时，都主动收拾自己身边的垃圾有序离场。做公益已成为阿里人随手的一个小习惯。“临时下岗”的奥体保洁不由感慨“这群年轻人真有素质”。



橙点公益文化：我是阿里人，更是公益人

2015年，马云在公司内部发起“人人3小时”公益号召，做公益成为阿里人的工作方式和生活方式。在“人人3小时”公益号召的践行中，公司内部涌现出一大批优秀的公益项目和为公益做出杰出贡献的个人。为了表彰这些优秀项目和优秀个人，“橙点公益榜”应运而生。“橙点公益榜”是阿里巴巴为员工举办的一场公益“奥斯卡”，是阿里巴巴经济体员工公益的最高荣誉。自2017年以来，阿里巴巴已经连续举办四届“橙点公益榜”，评选出蚂蚁森林、团圆系统等多个国民级公益产品。

在2020财年“橙点公益榜”颁奖典礼上，阿里巴巴宣布设立全球首个员工公益专项基金——“橙点公益孵化基金”，首批投入1亿元，希望以商业创投的模式激发员工创造出更多、更优秀的公益项目，为社会创造价值。“橙点公益孵化基金”将以“创新力、唤醒力、可持续性、社会价值”作为公益项目的入选门槛和核心指标，为对公益有热情、有想法的阿里人提供更有力的资金支持和更大的舞台，以充分发挥出阿里巴巴经济体的商业优势、技术优势解决社会问题。



“橙点公益文化”发展历程

2020 财年 “橙点公益榜” 十佳项目介绍



扫一扫，带你感受 2020 财年“橙点公益榜”颁奖典礼现场

钱盾反诈机器人

Smart Touch 项目

高德旅游扶贫地图

共治家园智慧轻公益

垃圾分类和回收

用技术传递阿里温度，钱盾反诈机器人让成千上万的 家庭免遭电信诈骗。能力越大，责任越大。公益需要这样的科技英雄。

覆盖 5 种高发诈骗类型，累计预警 43.3 万人次，挽回百姓损失超过 2.1 亿元，劝阻成功率超 97.7%。

Smart Touch 项目致力于让视障人士和普通人一样，享受互联网带来的便利。不抛弃，不放弃，科技因为有爱而更动人。

为 2019 年全国 1700 万的视障用户接触移动互联网世界打开一扇窗，打开他们新的人生之路。

一张流动的地图，一份沉甸甸的希望，高德旅游扶贫地图，以温情赋能贫困地区旅游事业，造就科技时代特有的公益范儿。

以河南省旅游扶贫地图为例，项目覆盖河南省 53 个贫困县的 2032 个景点，1800 万人次对这些贫困县景点进行搜索查询。

“共治家园智慧轻公益”让越来越多的志愿者参与到城市治理中。共享共治让城市更智慧，智慧城市让生活更美好。

共治家园的首个项目已在北京市西城区落地，辐射西城区的 20 万市民志愿者。并与南京、郑州、九江、海口等 20 个城市初步达成合作意向。

如果说垃圾分类是一次全民大考，那么支付宝打造的“环保+扶贫”垃圾分类和回收新模式，无疑交出了一份高分答卷。

使用垃圾识别服务近 1 亿人次，已有 3000 万人在支付宝上“卖垃圾”。分类回收可在 100 多个城市提供预约上门回收的服务，贡献碳减排量 2000 多吨。

最受大众欢迎的项目 “乐居橙色阳光行动”

运用物联网 LoRa 传输技术和传感器，以及支付宝小程序，为独居老人提供实时、高效、智能化的看护和预警服务，有利于降低独居老人的意外风险。



链上公益

松果公益

淘宝直播村播计划

星海计划

豫见后来

几乎所有关于公益的质疑，最终都可归结于“信任缺失”四个字。“链上公益”用技术让公益信任不再是奢侈品。

以助学项目为例，原来最乐观的发放周期为 30 天。链上公益自动拨付只要公益机构输入发放计划，受益学生通过扫脸核验身份后实时发放到学生支付宝账号。

兴趣是最好的老师，可兴趣也最昂贵。松果公益立志为乡村孩子播下兴趣的种子，让每个孩子变得独一无二。

松果公益已在 11 个省份 97 个贫困地区推广，覆盖 708 所中小学校，超过 35 万余名师生受益。

不会带货的主播不是好县长。手机变成新农具，数据成了新农资。脱贫攻坚，淘宝直播村播计划打开了新脑洞。

“村播计划”启动三个月，已覆盖全国 31 个省市自治区、270 个县，共开展村播近 5 万场，参与用户超过 2 亿。

电信诈骗、P2P 爆雷、套路贷，统统走开。星海计划用最接地气的方式，在波诡云谲的金融江湖筑起一道坚实的堤坝。

目前，全网教育覆盖人次超过 2.3 亿人次，共传递金融知识和防骗知识点 42 条，曝光金融风险案例 36 个。

用文娱声音讲述公益故事，让团圆系统走进更多人视野。《豫见后来》记录的是失孤者的故事，却可以从中听到时代的脉搏。

《豫见后来》节目累计覆盖人群达 10873 万，相关短视频播放量达 500 万，登微博综艺话题榜 TOP11，阅读量高达 1264.8 万。

阿里巴巴合伙人：公益带头人

在阿里巴巴，我们的集团合伙人也是公益带头人，尽管工作繁忙，但公益之路上他们从未缺席。除了集团层面的基金会，阿里巴巴合伙人也纷纷成立公益基金会，在不同领域发挥带头作用，引领阿里巴巴的公益事业如火如荼发展。

马云公益基金会 由阿里巴巴一号志愿者马云发起成立，关注企业家精神、教育、女性领导力、医疗环保四个领域，致力于让天更蓝、水更清、身体更健康、思想更阳光。
蔡崇信公益基金会 由阿里巴巴集团合伙人蔡崇信发起成立，致力于通过教育、体育来激励年轻一代追求自身的健康和全面发展，使其有能力掌握技能与树立正确的价值观，摆脱贫困，成为社会发展的积极贡献者。
真水无香公益基金会 由阿里巴巴集团秘书长邵晓锋及妻子发起成立，怀揣对警察职业的敬重和热爱，希望为保障城市平安、甚至为此牺牲生命的警察及其家属提供帮助，并在社会中弘扬真善美正能量。
云栖科技创新基金会 由阿里云创始人王坚发起成立，计划每年通过“2050 候鸟计划”为 100 名来自不同国家的年轻人提供参会的差旅支持，并为 10 位“2050 青年奖”获奖者提供每人 1 万美元的奖励。
湖畔魔豆公益基金会 由阿里巴巴 12 位女性合伙人在 2017 年发起成立，致力于帮助困境儿童和困境母亲，陪伴农村家庭践行科学养育，实现农村儿童平等发展。

人人参与，才是公益

在阿里巴巴看来，公益的本质是唤醒善良。除了在经济体内部开展丰富的公益活动，阿里巴巴更将唤醒公众公益意识、营造社会公益氛围作为自身义不容辞的责任，一方面搭建互联网公益平台，让随手公益成为可能；另一方面用技术赋能公益行业，推动整个公益生态得到健康、可持续发展。

降低参与门槛，让公益触手可及

阿里巴巴在二十年的互联网探索与实践的同时，将公益理念扎根于经济体的各类业务与产品中，依托互联网平台和技术，形成了独具“阿里味儿”的互联网公益模式，开启了全民参与的互联网公益时代。

阿里巴巴“3 小时公益”平台：自成立以来，一直践行“让天下没有难做的公益”的使命，通过搭建人人可参与、公益档案可增值的互联网公益平台，让公益成为人们的一种生活方式。目前，“3 小时公益”平台覆盖阿里巴巴经济体 28 个 App 入口，接入 1500 余个公益机构，将公益机会融入各个生活场景，让公益触手可及。

国内首个公益时标准，量化爱的价值

2019 年，阿里巴巴联合公益行业与标准化领域专家共同制定并发布《公益时评定准则》，创新性地将线下志愿服务及线上互联网公益进行统一的公益时价值衡量，为公益行为价值提供了统一的标准参考。这是国内首个衡量志愿服务时长和公益行为价值的标准，对于形成一个正向循环的公益生态具有重要价值和作用。

2019 年 12 月 23 日，杭州市滨江区民政局与阿里巴巴公益基金会签署“时间银行”合作备忘录，公益时可存入“时间银行”用于兑换未来的养老服务。南京市网信办与阿里巴巴公益基金会签署“网络公益示范城市建设”合作备忘录，将南京打造成“互联网公益示范城”。依托 3 小时公益平台，南京市将每年带动百万市民加入“人人公益 3 小时”行动，三年内推动百家公益组织入驻 3 小时公益平台。南京城市治理、环境保护、卫生健康等民生领域公益项目，将接入公益时体系，获得公益时的南京市民可以得到免费或以折扣价游览文化旅游景点等权益。



2019 年

“3 小时公益”平台志愿者服务人数

36.32 万人

志愿者服务时长

196.26 万小时

引进志愿服务项目

23380 个

引进公益机构

677 个



阿里巴巴联合中国扶贫基金会、爱德基金会分别发起“阳光跑道”和“圆梦体育包”公益项目，通过“网友捐步 + 网商捐赠”的方式，为贫困地区学校修建操场，为孩子们添置运动器材。截至 2019 年底，超过 5000 万人次参与“益起来”捐步，成功为四川、云南、河北、贵州、陕西 5 省 30 余所贫困小学筹建阳光跑道，为贵州、青海 52 所山区小学捐赠体育包。

公益宝贝：淘宝平台卖家自愿把店铺里正在出售的商品设置成“公益宝贝”并设置一定的捐赠比例，在商品成交后，按照设置比例捐赠一定数目的金额给特定公益机构或公益项目。

公益网店：为公益机构搭建的自运营品牌筹款阵地，一方面鼓励公益组织以阿里巴巴平台为入口，更多地和消费者进行沟通交流；另一方面，让消费者通过公益网店，更直接、更深入地参与到公益中。

阿里巴巴公益平台：依托公益宝贝、公益网店，基于自身的商业模式和业务专长，帮助公益组织通过电子商务等手段，实现其资金、品牌等自身发展需求，并为网商、消费者创造更多公益实践可能性，以此建立可信赖的、人人参与的公益文化。2019 年，阿里巴巴公益平台聚焦扶贫助困、儿童关怀和生态保护等领域，通过公益宝贝的迭代，淘小学、童话镇等公益产品和公益互动的创新，持续提升平台用户的公益参与度，带动更多用户关注和支持公益项目。阿里巴巴公益平台的公益项目几乎覆盖全国各地，并延伸至东南亚、非洲和“一带一路”沿线地区，在公益出海方面取得新的进展。



赋能公益行业，重建公众信任

长期以来，信息不对称、不透明是公益行业面临的痛点问题。公益机构缺钱缺资源却不知道资源在哪儿，手握资源的一方有意行善却不知道资源该给谁。而公益善款使用的不透明也影响了社会公众对公益行业的信任，制约了公益行业的可持续发展。

为解决公益行业面临的痛点问题，在 2019 年“95 公益周”上，阿里巴巴正式发布“链上公益计划”，通过打造以区块链技术为底层的开放平台，为公益组织和公益项目提供公开透明的系统化解决方案，实现善款可上链、过程可存证、信息可追溯、反馈可触达、多端可参与。更重要的是，这套体系将对公益机构免费开放，即便公益机构没有技术人才，也能基于这套体系让公益项目轻松上链。未来，该体系还将逐步对其它社会公益组织、审计机构等相关角色开放，真正实现公益的透明开放、人人参与、共同监督。

阿里巴巴链上公益计划将区块链技术运用在公益上，解决了公益项目透明难题，提升了公益行业的公信力，也促进公益机构的流程优化，是公益行业一次技术革新！

——中国扶贫基金会
执行副理事长
王行最

“新未来高中生助学计划”

“新未来高中生助学计划”是阿里巴巴公益平台上的一个资助项目，由中国扶贫基金会发起，旨在为贫困地区家庭经济困难的高中生提供经济资助，并辅以能力培养的帮助。该项目是阿里巴巴“链上公益计划”第一个落地的项目。项目上链后，善款拨付周期从至少 1 个月缩短至 3 天，且每一笔善款的去向均可追溯，保障了资金的安全。同时，整个捐赠过程的透明可追溯也极大地提升了捐赠人对项目的信任，让捐赠成为一种持续的行为，保障了助学善款的可持续性。



一个人做很多不是公益，很多人做一点点，才是真正的公益。95 公益周就是希望创造更多的公益交流机会，搭建创新公益的平台，让公益真正成为社会公众普遍接受的新生活方式。

——阿里巴巴集团合伙人、阿里巴巴集团党委书记 邵晓锋

融合行业力量，让公益没有边界

随着互联网平台影响力的增强，传统慈善的链条正被“互联网+”公益生态所赋能，公益的影响力在公众心中不断扩大。阿里巴巴融合行业的力量，携手行业伙伴，打破公益藩篱，共同为爱发声。

2019 年，阿里巴巴 95 公益周全面升级，首次提出“联合做公益”，在线上、线下创新融合形式，联合多家互联网公司 & 公益机构，并集结经济体的力量参与公益，打破疆界，共同推动互联网公益行业融合创新，让公益无门槛。

线上	线下
首创公益无界，平台打通，形式创新 - 线上会场与多个平台打通，网友参与其他平台互动，会随机获得 95 公益周线上会场超能卡，用于淘宝平台公益项目捐赠 - 推出“淘小学”等多个公益互动产品，以 40 多种创新方式带动公众参与公益	联合发起人人公益倡议，打造“公益双十一” - 携手中央网信办、生态环保部、团中央、中国美院等相关部门及多家互联网公司联合发起人人公益倡议，号召全社会开放、透明、共享、联合做公益，共同带动人人参与 - 联合 500 多家公益机构在 130 多个城市开展丰富多彩的公益活动，打造线下“公益双 11”



快乐工作，认真生活

阿里文化充满活力与创造力，这让阿里人在履责之路中更善于创新与合作，也成为阿里人快乐工作、认真生活的源泉。

5·10 阿里日 纪念阿里精神

为纪念阿里人在 2003 年抗击非典过程中所体现出来的果断、团结、敬业、互助友爱的阿里精神，并感恩家人对我们的支持，阿里巴巴将每年的 5 月 10 日定为“阿里日”。每年的这一天，阿里巴巴都会举办庆祝活动，举行集体婚礼。这一天也是阿里巴巴的“亲友日”，阿里人的亲属和朋友都能走进阿里巴巴，感受阿里精神。



阿里十派 释放阿里人的活力

阿里十派是阿里人自发组织的兴趣爱好团体。阿里十派的名字源于刚成立时有十个“门派”。随着越来越多阿里人的加入，阿里十派已超过四十个“门派”，包括“篮球派”“剑道派”“太极派”“电影派”“天文派”“摄影派”“精武门”“单身派”等。在阿里十派，阿里人因为兴趣爱好聚集在一起，没有部门、层级之分，只有一颗颗认真生活、快乐工作的心。



阿里土话 阿里人对待世界的态度

“阿里土话”是阿里人自己的“方言”。它们是阿里人在日常工作中的点滴体会，也是阿里人对于梦想、努力、极致以及成长的追问和答案，是阿里人对待世界的态度，对于阿里巴巴文化、价值观的引导、团队激励和管理方式，都有着极为重要的意义。



附录

结语与展望

不忘初心，胸怀梦想，二十年再出发

阿里巴巴诞生在一个互联网刚起步的时代。在成立之初，我们就定下一个重要使命——“让天下没有难做的生意”，这个简单而朴实的梦想背后蕴含了阿里巴巴普惠的本心，也诠释了我们对社会、国家和世界的爱。二十年来，无论外部世界如何变幻，阿里巴巴的使命和初心始终没有改变。这是我们的文化与价值观，也是全体阿里人共同笃定和坚守的信念。

阿里巴巴在二十年的发展中，将这种信念扎根于各种业务场景中，用“公益心态、商业手法”打造有温度的产品，用有温度的产品为世界带来美好的改变。这种内生于商业模式的责任感是阿里巴巴与生俱来的特质。我们通过不断探索，建立起以使命、愿景、价值观驱动的独特文化和良将如潮的人才体系，为公司传承打下坚实的制度基础。我们相信，只有坚守初心，才能面向未来持续前行。

过去二十年的努力让阿里巴巴拥有了最好的人才、技术和资源，这是社会给予我们的巨大的信任。我们感恩信任、感恩社会、感恩时代，而最好的回馈就是用行动给社会带来更多的惊喜。二十岁的阿里巴巴正值青春，未来我们将继续怀揣让世界更美好的梦想，用我们的人才、技术和资源，让世界更加普惠、更加可持续发展。同时，也让这个世界变得更加柔软与温暖。

关键绩效

指标名称	单位	2020 财年	2019 财年	2018 财年
营业收入	百万人民币	509711	376844	250266
营业收入增长率	%	35	51	58
交易额	十亿人民币	7053	5727	4820
交易额增长率	%	23	19	28
总利润	百万人民币	140350	80234	61412
中国零售市场活跃消费者	百万人	726	654	552

阿里巴巴的未来，不是要证明能赚102年的钱，而是要证明愿意担当102年的责任。

——马云在阿里巴巴成立二十周年之际对全体阿里人的寄语

我们相信，阿里巴巴要立足成为“一家活102年的好公司”，就要不断为社会创造价值，承担起社会责任。

——2020年张勇致全体阿里人的家书

Alibaba

关于阿里巴巴

集团简介

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能更接近实现 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。

阿里巴巴全面回应 17 个联合国可持续发展目标（SDGs）

对应 SDGs 目标	阿里行动	对应 SDGs 目标	阿里行动
	魔豆妈妈女性脱贫公益，加油木兰，养育未来乡村养育师，顶梁柱健康扶贫公益保险项目，蚂蚁森林生态脱贫，淘宝兴农扶贫，淘宝大学电商扶贫学院，阿里云 ET 农业大脑，青橙计划，高德旅游扶贫地图，马云公益基金会乡村教育系列（乡村教师、乡村校长、乡村师范生、乡村寄宿学校），淘宝直播村播计划		菜鸟物流网络，天猫母婴室，阿里科技推动中国 IPv6 技术大规模应用，A100 计划，青骄第二课堂
	世界饥饿地图		阿里巴巴云客服就业平台，大众评审，阿里巴巴技术公益委员会信息无障碍研究，盲人手机膜 Smart Touch
	公益宝贝，公益店铺，公益福包，顶梁柱健康扶贫公益保险项目，盲人手机膜 Smart Touch，阿里巴巴推动无障碍标准，阿里巴巴技术公益委员会信息无障碍研究，虾米音乐养虾米帮扶听障儿童，蚂蚁庄园，高德地图一路护航，蚂蚁好保险，阿里健康疫苗快查，阿里云智能家居关爱特殊人群		闲鱼图书公益回收，旧衣公益回收，闲鱼环境治理——青藏绿色驿站公益活动，蚂蚁公益设计师，阿里巴巴国际 UED 公益设计师，阿里云码上公益，共治家园智慧轻公益，垃圾识别和回收
	马云公益基金会乡村教育系列，蔡崇信公益基金会职业教育项目，青骄第二课堂，养育未来，青橙计划，魔豆妈妈电商公益学院，钉钉教育平台，淘宝普惠教育平台，蚂蚁庄园，答答星球，阿里鱼“IP Love”，支付宝“一书”，“益起读书”公益大篷车，银天书院，松果公益兴趣教育		大众评审公益模式，阿里健康码上放心，阿里打假联盟（AACA），钉钉绿色办公，蚂蚁森林-绿色减碳系列，菜鸟绿色行动回箱计划，饿了么蓝色星球计划
	魔豆妈妈女性创就业公益，阿里巴巴女性创业者大会，阿里鱼“IP Love”公益计划，加油木兰		65 环境日大型公益活动，清洁能源计划
	清源行动，千岛湖水基金		旅行青蛙公益之旅，野生小伙伴
	阿里云率先达成国家绿色数据中心标准，阿里巴巴绿色数据中心，清洁能源计划		蚂蚁森林，旅行青蛙公益之旅，野生小伙伴
	阿里巴巴 eWTP，本地生活，新零售，天猫小店弯弯超市，菜鸟城市超人计划		安全响应中心统一平台（ASRC），云反诈公益之明月镜行动，钱盾反诈机器人
			世界饥饿地图，团圆科技打拐系统，A20 全球关爱儿童社会领导力，A100 计划，B200 计划

负责任管理

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。

合规治理

阿里巴巴在与客户、合作伙伴、股东等相关各方的业务关系中，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。

基于管理复杂性和前瞻性的考虑，阿里巴巴集团于 2012 年成立以廉政体系建设和预防腐败为主体职能的部门——廉正合规部，坚决推动公司内部的体系化预防，并用系统性措施持续打击腐败问题。

作为公司治理的重要部分，阿里巴巴廉洁治理体系的搭建也是紧扣文化价值观，将诚信文化要求贯穿于合规制度建设、廉正机构设置、反腐防控策略制定、业务决策、管理标准与行动、绩效管理等，并确保传递到整个经济体的每个组织肌体。

员工责任

平等雇佣举措

阿里巴巴严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律法规，坚持平等雇佣原则，公平、公正对待不同民族、性别和文化背景的员工，保护女性员工的合法权益，不雇佣童工，并抵制一切形式的强迫和强制性劳动。

职业健康与安全

阿里巴巴重视员工健康与安全，通过开展员工职业健康管理和各类安全教育培训，提升员工安全意识，守护员工安全健康。

薪酬保障与福利

阿里巴巴将阿里人视为企业长青的基石，通过建立“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，为员工提供有温度的福利。

自 2011 年启动至今，iHome 项目已为近 10000 名员工家庭提供了首付无息贷款，放款总额超 25 亿元人民币；蒲公英互助计划从 2009 年、彩虹计划从 2011 年项目启动至今，共援助超过 900 位员工及家庭，累计援助超过 8000 万元。

员工沟通渠道

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。

“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

阿里巴巴集团员工沟通渠道		
邮箱类	OPEN 信箱	所有阿里员工与公司核心管理团队直接交流的平台
	菜鸟 OPEN 信箱	菜鸟员工和管理团队的交流平台
	天猫 OPEN 信箱	天猫员工和管理团队的交流平台
圆桌会和其他沟通渠道	帕特纳有约 蚂蚁 - “约妈” 天猫 - 总裁有约 CCO 吐槽大会	蚂蚁 OpenDay 菜鸟 - 天地会面对面 淘宝管理者面对面

2020 财年

全集团共开展培训

3930 场

线上和线下参训学员共

304936 人次

包含课程 4191 门，内部讲师 3543 人

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训体系		
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 在经济体范围传承阿里管理理念，夯实基本功，培育干部梯队，成就良将如潮的阿里巴巴
	全球化	海外 OD、全球化百年阿里、全球化侠客行、AGTD 包括 ASK（全球化团队应知应会）+3D 培养体系（Dream 文化线 +Dare 管理线 +Domain 专业线）
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 ... 等	

供应商责任

集团颁布《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。

集团每年组织年度供应商大会，各采购中心根据业务情况不定期与供应商交流；为供应商开通专用的咨询热线协助解决与采购业务相关的问题。

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 · 提供电子商务培训 · 建设诚信体系 · 平台工具支持和资源共享 · 建立阿里安全体系 · 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 · 绩效回顾 · 主办或参与行业研讨会 · 推动诚信网规体系建设 · 招投标大会 · 诚信约定函 · 参与理论研究，研究行业发展趋势 · 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	· 严格遵守各项法律规范 · 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 · 绿色消费 · 绿色数据 · 绿色园区 · 绿色物流 · 绿色回收 · 绿色办公 · 环保公益

指标索引

目录	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
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	目标 1: 无贫穷 目标 3: 良好健康 与福祉	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 6.8.5 就业创造和技能 开发 6.8.8 健康
追梦者 · 心有光芒，必有远方					
阿里巴巴 二十年： 初心不改	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 G1.2 企业社会责任理念 或口号	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 5.10.3 社区发展	102–12 外部倡议 102–16 价值观、 原则、标准 and 行 为规范 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 3: 良好健康 与福祉 目标 8: 体面工作 和经济增长 目标 11: 可持 续 城市和社区	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 6.7.3 公平营销、真实 公正的信息和公平的 合同实践 6.7.9 教育和意识 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 6.8.8 健康
阻击 疫情： 吹响阿里 集结号	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	5.1.4 利益相关方合作 5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.4.4 安全与健康保障 5.7.4 供应链可持续发展 5.8.2 产品 / 服务与质量 5.9.2 信息与舆论影响 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	目标 3: 良好健康 与福祉 目标 11: 可持 续 城市和社区	6.4.6 工作中的健康与 安全 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 6.8.8 健康 6.8.9 社会投资 6.8.3 社区参与
脱贫 攻坚： 助力乡村 走上振兴 之路	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 S4.12 助力精准扶贫	5.1.4 利益相关方合作 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	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 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

目录	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
造风者 · 合力创造一个美好的未来					
成为商业 转型的 数字化 “摆渡人”	G6.1 识别和回应利益 相关方诉求 M2.13 客户信息保护 M3.1 诚信经营 M3.5 尊重和保护知识 产权 M3.6 助力行业发展 M3.7 公平贸易	5.2.2 技术创新 5.2.3 应用创新 5.6.5 尊重产权 5.8.3 消费者权益	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 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 目标 12: 负责 任 消费和生产 目标 16: 和平、正 义与强大机构 目标 17: 促进目标 实现的伙伴关系	6.6.5 公平竞争 6.6.7 尊重产权 6.7.7 消费者信息保护 与隐私 6.8.5 就业创造和技能 开发
技术 有温度， 生活 更美好	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 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	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	/	目标 3: 良好健康 与福祉 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 11: 可持 续 城市和社区 目标 16: 和平、 正义与强大机构 目标 17: 促进目 标实现的伙伴关系	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
人人 参与， 守护 绿色星球	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 E2.1 绿色设计 E2.3 提高能源使用效率 E2.19 绿色包装 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	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 5.10.4 社会公益	102–12 外部倡议 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 304–3 受保护 或 经修复的栖息地	目标 6: 清洁饮水 和卫生设施 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	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	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
传橙者·探寻 102 年背后的价值坚守					
新创 出鞘， 阿里文化 再升级	G1.1 企业使命、愿景、价 值观 G1.2 企业社会责任理念 或口号	5.1.2 融入管理	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	/	/
改变世界 从改变 自己开始	S4.6 公益方针或者主要 公益领域 S4.7 建立企业公益基金 / 基金会 S4.8 捐赠总额 S4.9 打造品牌公益项目 S4.10 支持志愿者活动 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 社区公益	302-4 减少能源 消耗量	目标 1: 无贫穷 目标 4: 优质教育 目标 5: 性别平等 目标 6: 清洁饮水 和卫生设施 目标 8: 体面工作 和经济增长 目标 10: 减少不 平等 目标 11: 可 持 续 城市和社区	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
快乐 工作， 认真生活	G1.2 企业社会责任理念 或口号 S2.17 生活工作平衡 S4.2 员工本地化政策	5.3.4 员工发展	/	目标 8: 体面工作 和经济增长	/
附录					
结语 与展望	A1 未来计划: 公司对社 会责任工作的规划	/	/	/	/
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	/	/

目录	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
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 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 S4.1 社区沟通和参与 机制 S2.14 员工培训体系 S2.15 年度培训绩效 S2.16 职业发展渠道 S2.17 生活工作平衡	5.1.4 利益相关方合作	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 102-21 就经济、 环境和社会议题 与利益相关方进 行的磋商 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	/	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 6.5.3 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 6.6.5 公平竞争 6.6.6 在价值链中促进 社会责任 6.7.3 公平营销、真实 公正的信息和公平的 合同实践 6.8.3 社区参与 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
负责任 管理	M2.13 客户信息保护 E3.1 绿色办公措施 E3.2 绿色办公绩效 S2.2 平等雇佣 S2.3 劳动合同签订率 S2.4 民主管理 S2.5 女性管理者比例 S2.10 薪酬与福利体系 S2.11 职业健康管理	5.1.2 融入管理 5.3.2 规范用工 5.3.3 员工参与 5.3.4 员工发展 5.4.3 工作环境 和 条 件 管理 5.4.4 安全与健康保障 5.6.2 诚信理念 5.6.4 反腐败和反欺诈 5.7.2 供应商选择与评价 5.7.3 供应商沟通与协作	102-8 关于员工 和其他工作者的 信息 102-9 供应链 102-35 报酬政策 205-2 反腐败政 策和程序的传达 及培训 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	6.3.6 处理申诉 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 6.4.7 工作场所中人的 发展与培训 6.6.3 反腐败 6.6.6 在价值链中促进 社会责任
指标索引	A5 参考索引: 对本指 南要求披露指标的采用 情况	/	102-55GRI 内 容索引	/	/
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 12 份企业社会责任报告。该报告包含部分关联公司如蚂蚁金服等内容。

参考依据

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《ISO26000：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/T36001-2015）、香港联合交易所有限公司《环境、社会及管治报告指引》（ESG）、《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（征求意见稿）》。

时间范畴

本报告的时间跨度为阿里巴巴集团 2020 财年，自 2019 年 4 月 1 日至 2020 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集团招股说明书、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“2020 财年”；以自然年为跨度则标明为“年”，如“2019 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



本报告采用环保纸张印刷