

2018年環境、社會及管治報告
Environmental, Social and Governance
Report



I 目錄

關於本報告 02
高管致辭 03

01 走進阿里健康 04

1. 公司介紹 04
2. 核心價值觀 04

02 社會責任管理 05

1. 與健康同行 05
2. 重大性議題 06

03 健康呵護 無處不在 07

1. 一站式健康生活服務 07
2. 可信賴的健康衛士 12
3. 全面呵護的健康管家 15
4. 智慧醫療助力產業進步 20

04 公益心 助力大健康 22

1. 阿里健康公益體系漸成型 22
2. 健康扶貧，情暖涼山 23
3. 讓天下沒有難找的藥 24
4. 給過期藥找個「好歸宿」 25
5. 六小時賑災「急行軍」 26

05 健康發展 合規運營 27

1. 運營慣例 28
2. 英才匯聚 33
3. 環境友好 37

香港聯交所ESG指標索引 39
讀者意見反饋表 42

關於本報告

於2017年度報告中，阿里健康信息技術有限公司首次披露環境、社會及管治信息。本報告為阿里健康信息技術有限公司發佈的第二本環境、社會及管治報告，未來將按年度定期發佈。

指代說明

為便於表述和方便閱讀，阿里健康信息技術有限公司在報告中的表述分別使用「阿里健康」、「公司」或「我們」。除特別說明外，本報告所使用的貨幣單位均為人民幣(元)。

時間範疇

本報告的時間跨度為阿里健康2018財年，自2017年4月1日至2018年3月31日，部分內容超出此時間範圍。

數據來源

除特殊說明外，本報告中的數據來自于阿里健康內部相關統計。數據統計以財年為跨度則表明「財年」，如「2018財年」，以自然年為跨度則表明「年」，如「2017年」；如無特別說明的數據均為財年數據。

編寫依據

本報告編制遵循香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「香港聯交所」)《環境、社會及管治報告指引》，並參考中國社會科學院《中國企業社會責任報告編寫指南》、國際標準化組織ISO《ISO26000:社會責任指南(2010)》。

報告獲取

為了節約用紙，保護環境，我們推薦您閱讀PDF格式的電子版報告，您可以通過訪問阿里健康官網(<http://www.irasia.com/listco/hk/alihealth/>)或香港聯交所官網(<http://www.hkex.com.hk>)下載獲取。若您需要紙質報告，或者對本報告由任何疑問、評論或反饋，可以通過電子郵件alihealth_info@alibaba-inc.com與阿里健康取得聯繫。

高管致辭

作為阿里健康的CEO，很高興在這裡與大家分享阿里健康這一年來在履行社會責任方面的成果和感想。

在阿里健康在互聯網健康行業摸索前行的這幾年裡，我們一直在思考，什麼是當下社會之所需，我們又能夠為社會做些什麼。

隨著經濟發展由高速增長階段轉向高質量發展階段，民眾對於健康的需求也在逐漸發生著變化，這種改變更是健康觀念的轉變，健康變成了一個家庭的必需品，正悄悄與幸福劃上等號，成為這一代中國人共同追求的生活目標之一。阿里健康，作為一家互聯網醫藥健康企業，最大的社會責任在於幫助更多的人在追求健康的過程中降低各種成本和門檻，讓更多的人可以更加便捷的擁有這種幸福的資產。這正是我們不懈追求的使命——讓健康觸手可得。

國民健康是促進人的全面發展的必然訴求，是經濟社會發展的基礎條件，是民族昌盛和國家富強的重要標誌，是廣大人民群眾的共同追求，也是中國可持續發展的根本之一。「健康中國」作為下一階段發展的重要戰略，正在帶動中國醫藥衛生體制改革持續向深化發展，醫藥行業政策持續規範和完善。

阿里健康積極響應國家「健康中國」戰略，不斷適應新時代下全民的健康需求，逐步形成以醫藥電商、互聯網醫療及個人健康管理平臺、智慧醫療及追溯業務為特色的業務板塊，並一如既往地重視對環境、社會的潛在影響。

在2017財年的基礎上，阿里健康的公益事業在2018財年進入體系化階段。一方面，我們繼續在業務層面貫徹「寓公益於商業」的原則，在開展業務活動時關注為民眾提供公平、普惠、可觸及的醫藥健康服務，履行社會責任；另一方面，我們成立了阿里健康公益委員會，鼓勵員工在工作之餘積極投身到包括環保、救助之類的公益活動中去，以喚醒更多人來一起做公益；此外，我們針對社會弱勢群體以及社會民眾在醫藥領域的一些迫切需求，結合自身業務能力，通過「全球找藥聯盟」、「過期藥回收聯盟行動」、「醫知鹿」醫學智庫等公益活動及產品，幫助到範圍更廣的社會人群。

阿里健康的可持續發展離不開生態環境的可持續。2018財年，我們除了在辦公場所採取多種能源和資源節約措施以踐行綠色運營理念外，在多個大型倉庫採用節能環保的製冷系統，大大降低了能源消耗量，進一步減輕了對環境的負面影響。

我們希望，阿里健康在社會責任方面的投入能夠面向全民之所需，並喚起全民的公益之心。展望未來，阿里健康將繼續堅定不移地向全民提供更為公平、普惠、可觸及的醫藥健康服務，將社會責任和我們的業務特點及商業模式深度融合，攜手各方，繼續在實現全民健康的道路上前行。

阿里健康CEO
沈滌凡



走進阿里健康

公司介紹

阿里健康是阿里巴巴集團控股有限公司(「阿里巴巴控股」)，連同其附屬公司統稱(「阿里巴巴集團」)「Double H」(「Health and Happiness」)戰略在醫藥健康領域的旗艦平臺，在香港聯交所上市，股票代碼為「00241」。

阿里健康積極響應黨的十八屆五中全會做出的「推進健康中國建設」的戰略決策，借助自身在互聯網、大數據技術領域的優勢和經驗，積極探索「互聯網+醫療健康」的應用，攜手合作夥伴積極打造健康生態圈。我們大力發展健康產品及服務銷售業務、積極打造互聯網醫療和個人健康管理平臺、利用人工智能和大數據分析技術探索智慧醫療，並繼續推進產品追溯業務。目前，我們已形成醫藥電商、互聯網醫療及個人健康管理平臺、智慧醫療及追溯業務四大業務板塊，通過健康科技創新和信息化服務建設，努力向國民普及健康生活理念，提供優質健康服務和保障。



核心價值觀

阿里健康的使命 | 讓健康觸手可得

阿里健康的願景 | 讓大數據助力醫療，用互聯網改變健康，為十億人提供公平、普惠、可觸及的醫療健康服務

我們相信，關注並努力協同提升國民健康水平是醫藥健康企業最大的社會責任。我們結合國家《「健康中國2030」規劃綱要》，圍繞「共建共享、全民健康」的健康中國戰略主題，為助力國家解決社會重大問題，逐步將阿里健康的健康生態圈和企業社會責任生態圈進行有效融合，更好地將企業與社會的共融發展融入阿里健康的發展戰略。我們充分理解社會需求，特別是國民不斷提高的健康訴求，同時我們也堅信企業社會責任應內生於企業的商業模式，力求將自身業務、行業責任和社會擔當三者有機結合，實現以滿足社會健康需求為主要導向的可持續性戰略發展。

社會責任管理

「我們希望有更多的人加入阿里健康的社會責任生態圈，與健康同行。」



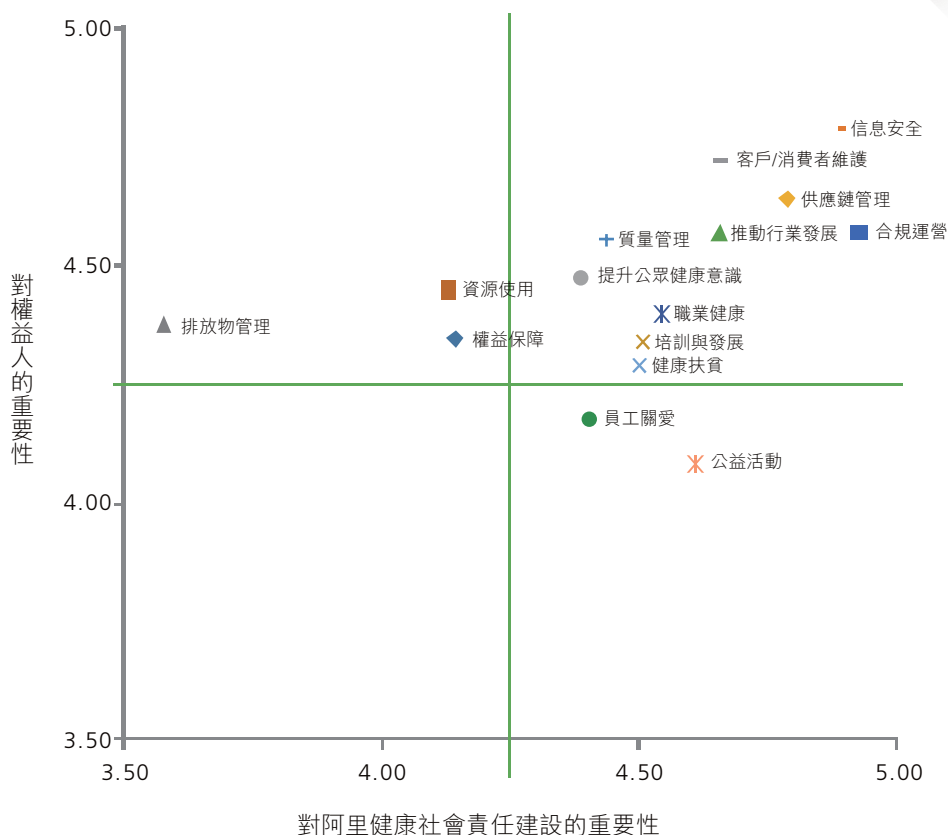
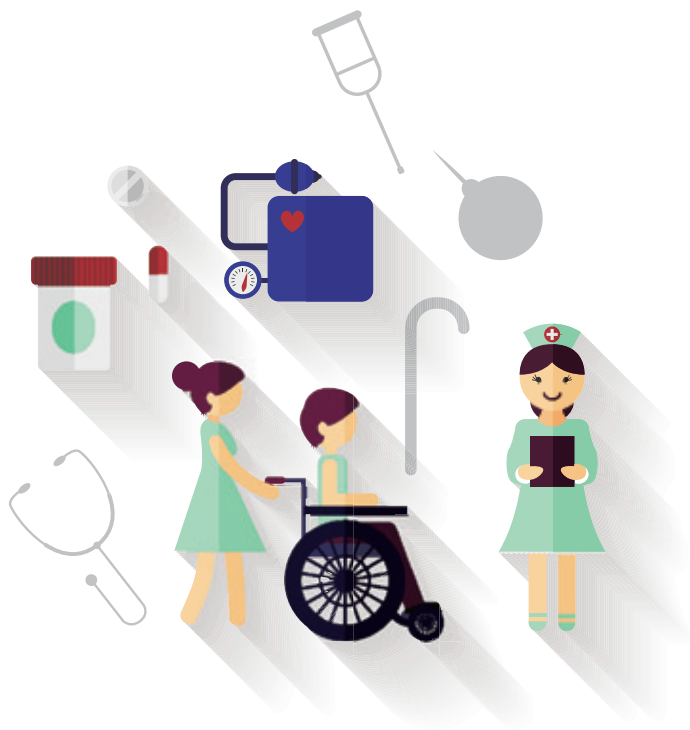
01 與健康同行

健康生態圈和社會責任生態圈的有效融合離不開各方的共同努力。阿里健康與合作夥伴、員工、用戶、投資者、政府、媒體等權益人積極溝通和交流，尋求多種合作方式。通過彼此的相互信賴和影響，不斷強化阿里健康的社會責任管理。

權益人類別	需求與期望	溝通與回應方式
政府	依法納稅 遵守法律法規 支持經濟發展	合規管理 主動納稅 執行國家政策
投資者	投資回報 業務與盈利增長 風險管理 信息披露	定時披露經營信息 投資峰會 股東大會
用戶	提供高品質的產品和服務 為用戶創造價值 滿足用戶多元需求	創新產品 保障產品和服務質量 用戶滿意度調查 用戶信息保護
員工	維護員工權益 保障職業健康 健全發展通道 平衡工作生活	提供良好的薪酬福利 實施員工培訓 完善職業發展通道 提供健身設施及課程
合作夥伴	公開、公平、公正採購 信守合約	依法履行合同 公開招標 開展項目合作
環境	節能減排 保護生態	管理排放物 提升資源和能源使用效率 參與環保公益
社會和公眾	參與社區發展 支持公益事業	公益慈善事業 志願者服務

02 重大性議題

阿里健康參照香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》的要求，進一步完善界定報告內容的流程。我們通過多種方式加強與權益人的互動，並開展權益人問卷調查。問卷調查能夠幫助我們更加系統地瞭解各權益人對阿里健康社會責任相關議題的評價，識別關鍵社會責任議題並作出判斷，最終確定議題披露程度和邊界。同時，為保證問卷調查的整體性，我們討論確定了各權益人權重的劃分，且採取了線上端的權益人問卷調查方式，提供權益人接受問卷調查以極大的便利性，也減少了对環境的負面影響。2018財年我們的權益人問卷調查共回收了169份問卷，保證更準確、完整地披露運營管理相關信息，推動阿里健康社會責任建設的發展。





健康呵護 無處不在

「無論您身處何地，都有阿里健康為您提供觸手可及的健康產品和服務。」

在當今中國社會從「高速發展」轉變為「高質量發展」的進程中，阿里健康希望盡己所能，滿足社會和人民的健康生活理想，讓越來越多的健康商品和服務能夠以更便捷的方式觸及到更廣闊的人群。無論是年至耄耋的長者，還是咿呀學語的兒童，都能享受到安心、全面的健康呵護。

1 一站式健康生活服務

在阿里健康，我們希望讓「擁有健康的生活」變為一種觸手可得的現實。從消費者的個性化健康生活需求出發，我們整合優勢醫療服務及健康產品資源，探索新的技術手段，重構人、貨、場新零售模式，為消費者打造互聯網時代更為便捷的產品和場景，提供線上線下一站式的健康生活服務解決方案。

1 便捷豐富的醫藥健康商品消費

如今，消費者的健康意識不斷提升，健康需求激增的同時也更為多元化。市場上各種藥品、滋補保健品、醫療器械等健康產品也因此日趨豐富。通過阿里健康自營大藥房、天貓醫藥館及O2O (Online to Offline，線上到線下服務) 聯盟商家等不同的銷售平臺，阿里健康匯集海量的優質健康產品資源，充分滿足消費者之所需。

此外，我們還運用各種互聯網技術手段，通過打造新零售消費場景，為消費者提供更加便捷順暢的健康消費體驗。

> 阿里健康自營大藥房

藥品是醫藥保健中的重要類目，阿里健康自營大藥房為顧客線上購買OTC(非處方藥)提供了有效的解決方案。消費者可隨時根據自身用藥需求，通過PC端或手機客戶端向在線執業藥師進行諮詢，獲取專業購藥選擇意見，並在阿里健康自營大藥房上進行在線購買，享受送藥到家服務。

自2016年9月上線以來，阿里健康自營大藥房以豐富多樣的藥品選擇、專業高效的售前售後服務，贏得了平臺消費者的認可。截至2018財年末，阿里健康線上自營店的年度活躍消費者已超過1,500萬人。



10. 阿里健康大藥房

此生莫名地以說話為生，從此喉嚨成了全身最需要保護、保價的器官。平時在隨身的包裡常會備上一些潤喉生津的藥品，通常這些還能進行牙齒保健，保持口氣清新。用量如此之大，有了淘寶，直接在網上下單，有時送到家，有時送到單位，非常之方便。自然，藥房不易選時，送到真的頭疼驗時，還要想方設法。

「此生莫名地以說話為生，從此喉嚨成了全身最需要保護、保價的器官。平時在隨身的包裡常會備上一些潤喉生津的藥品，通常這些還能進行牙齒保健，保持口氣清新。用量如此之大，有了淘寶，直接在網上下單，有時送到家，有時送到單位，非常之方便。」

《主持人康輝：我最愛的十家淘寶店》
康輝 — 中央電視臺新聞聯播主持人



手机用户75588

6月9日 22:11 来自 小米Max

从去年八月开始喜欢上买药去阿里健康大药房，咨询过几位药师，药师们都很专业。

今天我要实名表扬阿里大药房药师3495，专业又贴心，希望马云爸爸可以给他(她)涨工资感谢阿里健康

「從去年八月開始喜歡上買藥去阿里健康大藥房，諮詢過幾回藥師，藥師們都很專業。」

今天我要实名表扬阿里大藥房藥師3495，專業又貼心，希望馬雲爸爸可以給他(她)漲工資」

〉 新零售

隨著移動互聯網、物聯網等技術革新不斷推進，國民消費理念逐漸發生變化，重構人、貨、場等商業元素的新零售模式正在一點一滴地改變著消費者的購物習慣。阿里巴巴正在各個領域踐行新零售，融合線上線下，實現數據共融互通，將向顧客提供跨渠道、無縫化的購物體驗。阿里健康緊隨其後，正在通過建立線上線下一體化的醫藥生態環境，以技術驅動和商業模式創新為用戶提供全方位、個性化的服務，逐步探索新零售模式。

智慧藥房，帶來健康服務新體驗

「在這個智慧藥房裡面，我不用向店員詢問每一種藥品的功用和區別，只要拿起一盒藥，就能立刻在貨架上顯示出這盒藥的信息，對於沒有太多醫藥知識的普通消費者來說真的是很方便！」

「這裡不光能買藥，還有很多健康檢測設備，可以在藥店裡面做很多方面的體檢檢查。有時候就算沒有想要買藥，也會想進店裡來逛一逛看看自己的身體情況有沒有什麼變化。」

「藥店裡經常會舉辦一些健康活動和活動的宣傳。有時候會帶著老人和孩子一起來，能讓家裡人都瞭解到正確的健康知識。」

當消費者來到阿里健康智慧藥房，所能體驗的不只是買藥和用藥諮詢服務，更能通過智能健康體檢設備、智慧貨架等新技術得到一體化的醫藥服務，體驗醫藥新零售模式，親身感受技術變革對醫藥服務環境帶來的提升。



天貓美瞳彩片虛擬試戴

2017年，阿里健康在天貓智能變妝魔鏡中推出了彩片虛擬試戴應用。消費者來到線下門店，對著變妝魔鏡，就可以在魔鏡中實現虛擬試戴美瞳彩片，實時觀察和體驗該款彩片戴上眼睛的變妝效果。用手輕觸魔鏡下方的觸摸鍵，還能隨時更換不同品牌、不同款式的彩片，解決了以往消費者只有購買彩色隱形眼鏡後才能體驗到佩戴效果的痛點。

該技術採用YunOS Face-AR技術，利用高性能、高精度人臉特徵和3D建模等技術，實現了彩瞳等實時繪製，達到了逼真、自然的人臉AR試妝效果。除基礎試妝服務外，基於該技術的「變妝魔鏡」還可實現視頻播放、拍照、掃碼分享、照片打印、同步商品線上評論數據等服務，用戶也可以掃碼直接在線購買商品。



➢ 中國醫藥O2O先鋒聯盟

- 吸納兩萬餘家藥房門店，通過線下藥店為中國一百多個城市的消費者提供醫藥O2O服務。

阿里健康在多個城市與區域大型連鎖藥房合作，為用戶展示附近藥店及藥品信息，並為公眾提供藥事諮詢、線上購藥、實體藥店自取或者送貨上門等便捷藥品服務，近百個城市的用戶可在1小時內收到所訂購的優質藥品，有效提升了用戶購藥效率。

同時，阿里健康致力於將各地的合作藥房打造為當地居民的社區健康服務中心，讓市民在購藥需求以外，也能享受到包括免費熬膠、免費中醫坐堂等附加服務。

MA小伍
突然發現現在在桂林也可以使用阿里健康APP買藥了，真方便。在家動動手頭就能實現1小時送藥上門！不僅如此還能上面尋醫問診小病小感冒再也不需要去醫院了。和我一樣比較懶的人這個真的值得一試。👍👍👍👍
2016-11-19 21:28 來自 360安全瀏覽器

「突然發現現在在桂林也可以使用阿里健康APP買藥了，真方便。在家動動手頭就能實現1小時送藥上門！不僅如此還能上面尋醫問診小病小感冒再也不需要去醫院了。和我一樣比較懶的人這個真的值得一試。」

忽呼大事 ★
杭州外面下著大雨，剛拔的智齒痛的要命，在@阿里健康上下了一單，居然一個小時才送到，但是心裡暖暖的。快遞小哥堅強的背影和說話打顫的口氣讓我覺得是在被人守候的。👍👍👍
2015-11-24 20:42 來自 iPhone 6 Plus

「杭州外面下著大雨，剛拔的智齒痛的要命，在阿里健康上下了一單，雖然一個小時才送到，但是心裡暖暖的。快遞小哥堅強的背影和說話打顫的口氣讓我覺得是在被人守候的。」

一州 🌟 57
這是我買過最快的快遞 20分鐘到家 同仁堂點贊 👍@同仁堂 @阿里健康 🇨🇳大藥 仁濟大藥院
2016-11-26 17:26 來自 iPhone 6s Plus

「這是我買過最快的快遞 20分鐘到家 同仁堂點贊」



2017年雙11期間，阿里健康組織線下藥店在30個城市為當地居民提供義診服務和現場阿膠熬製服務。



② 觸手可及的互聯網醫療服務

「健康中國」是中國下一階段發展的重要戰略，促進發展「互聯網+醫療健康」醫療服務體系已經成為國家醫療體系未來發展的關鍵環節。中國醫藥衛生體制改革持續深化，醫藥行業政策持續規範和完善。而公眾的健康需求也日趨廣泛，除了傳統的就醫需求以外，也希望獲得更多更為高效的醫療健康服務。在此背景下，阿里健康不斷創新，為病患提供觸手可及的醫療健康服務。

➢ 新型醫患互動平臺

阿里健康通過互聯網技術打破傳統醫療的局限，打造新型醫患互動平臺，讓醫療服務可以惠及更廣泛的用戶群體。2017年，阿里健康在廣州成立了阿里健康網絡醫院有限公司，並取得醫療機構執業許可證。基於阿里健康移動端、淘寶、天貓，及支付寶等客戶端，執業醫師、執業藥師等專業資質人員為用戶提供全方位的醫藥健康諮詢服務和指導，如圖文諮詢、電話諮詢、問答、名醫課堂等。

同時，阿里健康不斷加強對線上醫師等專業資質人員的互聯網服務培訓，提升醫療在線服務品質，逐步建立和提升消費者利用互聯網平臺進行健康諮詢的認同感，使互聯網醫療在服務質量、服務能力、普及程度等方面得到有效改善，構建醫生、實體醫院、互聯網醫院三個層面的醫療服務體系，為公眾提供公平、普惠、可觸及的醫藥健康服務。

截至2018財年末，阿里健康簽約提供在線健康諮詢服務的執業醫師、執業藥師和營養師合計已將近23,000人，日均諮詢量已超過50,000次。

➢ 依託實體醫院建立線上線下一體化醫療健康服務

在一些地區，掛號難、看病難至今仍然是一個沒有完全得到解決的問題。為了更好地解決看病難問題，阿里健康積極嘗試與實體醫療機構合作，向患者提供線上線下一體化的醫藥健康服務，打造更為完整和流暢的就醫通道，推動互聯網技術與診療服務的進一步融合。患者在線下完成首診後，還可以回到阿里健康的線上互聯網醫院平臺，享受如用藥諮詢、購藥、慢病管理等一系列後續服務，使公眾接受健康諮詢服務的方式更加多樣化。

阿里健康還致力於為消費者提供日常護理及專業診療後的後期複診等多元化醫療健康服務，為消費者提供線上線下一體的全鏈路醫療健康服務，滿足消費者的個性化、定制化健康服務需求。



「真心覺得很方便，對一些常見的小問題不需要去醫院，通過問診和圖片就可以清楚治療辦法。希望可以越來越好，為我這種懶癌晚期的人謀了大福利」



「每次哪哪不舒服就去求助阿里健康醫生...太貼心了...」

2 可信賴的健康衛士

對普通消費者而言，食品藥品安全是保證個人及家庭健康安全的核心。隨著加強食品藥品安全監管的呼聲日益高漲，阿里健康採用新型技術手段實現了從食品藥品生產源頭、流通到銷售過程的可追溯，為消費者提供了可以查詢到食品藥品生產源頭的有效工具，保障了消費者的知情權。

與此同時，阿里健康注重且不斷提昇平臺產品的安全性管理，通過各種質量檢測措施提昇平臺上銷售產品的整體品質，為用戶的健康消費構築堅實的保障基石。

01 看得見的保障 · 透明實驗室

隨著人們對亞健康問題愈發關注，公眾對於保健食品、膳食營養補充劑、滋補食品等產品的需求日益高漲。在需求提升的同時，如何從眾多渠道、產品中篩選安全、優質的滋補品則成為消費者面臨的難題。

阿里健康高度關注平臺上的商品品質，一直以來採用「神秘抽檢」、第三方質檢等方式對商品進行檢測，將質量不達標的商品排除在平臺之外。2018年1月，阿里健康建立「透明實驗室」，對各類網售滋補產品進行檢測。未來，阿里健康將針對食品藥品監督管理部門、平臺日常檢驗發現的問題以及消費熱點產品進行專項檢測。

「我們做的，是法律以上，良心以內的工作。」

當我們看到在市場上仍然流通著許多存在質量問題的醫藥產品及保健品時，都會深深地擔憂。絕大多數消費者並不具備鑒別醫藥產品質量的經驗和知識，很多時候都是依靠著對銷售人員和銷售平臺的信賴進行選購，如果購買的產品具有質量問題，輕則全無見效，重則加重病情。我們希望能夠不負客戶信賴，替客戶多把一道關，將不合格產品全部清除，建立起一道消費者和不合格產品之間的「防火牆」。

經過前期試運營，透明實驗室已採購紫外分光光度計、酶標儀、電熱恆溫培養箱、超聲波震盪提取器、高速萬能粉碎機、生物安全櫃等儀器設備，目前能對微生物、農藥殘留、非法添加物等做快速檢測。



截至2018年4月18日，透明實驗室已對阿里健康自營藥房經營的枸杞、蜂蜜、減肥類保健食品三大類別共計85個產品實現批批檢測，累計完成143批次產品、171個項目的檢測。

「法律之上，良心之內」，是我們打造透明實驗室的初衷。通過種種「法律之上」的檢測與監督措施，實現一個「有良心的」醫藥平臺，讓用戶在其之上的每一筆消費都更加安心。

■ 「年度網紅」枸杞歷險記

枸杞有一定營養價值，也是當前流行的養生標配。市場上售賣枸杞商家眾多，但到底質量如何、是否存在食品安全問題，則為公眾在選購上增添了一道關卡。而充斥各大新聞平臺的「以次充好」、「發黴長蟲」、「農藥殘留」、「硫磺薰蒸」等問題，在讓消費者們徒增疑慮的同時，也似乎需要他們練就一副火眼金睛，才能不讓「養生」變「傷身」。

2018年1月初，在杭州的阿里健康透明實驗室裡，一場關於枸杞質量的「辨真」正悄然進行。阿里健康透明實驗室分別從北京、杭州當地菜市場及超市，以及寧夏、電商平臺等渠道採購來13個樣品，用客觀的實驗測評數據帮助大家分辨枸杞的優劣：

顆粒數、面積與水分測試

針對消費者關心的枸杞大小問題，測評通過自製成像系統，對枸杞計數，不僅僅可以得到枸杞的粒度信息，更可以通過圖像軟件分析得到每個枸杞的投影面積及枸杞的長短軸比，可以更為精細的分析枸杞的大小等信息，快速有效地鑒別枸杞的均一性。

二氧化硫成分測試

針對劣質枸杞可能存在的二氧化硫染色問題，對樣品進行了二氧化硫檢測及紫外可見光譜掃描分析，通過二氧化硫的殘留量來判斷是否為薰蒸枸杞。紫外光譜可以從光譜學的角度鑒別枸杞中是否含有色素。

農藥殘留測試

把樣品的浸泡溶液與酶進行孵育，根據酶抑制劑法來檢測枸杞，記錄各個枸杞的酶抑制率結果，如果酶活性降低了，證明該樣品中含有農藥。



02 健康無憂·啄木鳥計劃

網購已經成為常見的消費模式，但由於中國現存的不同網購平臺對於質量管控的能力和水平不一，使得消費者們對於網購產品的品質和服務時有疑慮，而健康產品的銷售及服務體驗則尤顯重要。

針對這一現象，阿里健康在2017年推出「啄木鳥」計劃，希望通過升級所運營的天貓醫藥館的服務品質標準，提出影響消費者網購體驗的「害蟲」，像啄木鳥保護樹木一樣，為公眾的健康消費提供保障。

臨期產品禁售

雖然依照國家法規，保質期內的食物均可銷售，但是現在很多消費者仍沒有養成檢查藥品食品保質期的意識，當買到臨保藥品食品後，很容易出現忘記檢查保質期就服用的情況，帶來健康隱患。

阿里健康始終將消費者的利益放在第一位，為了充分保護消費者權益，公司啟動了「啄木鳥」計劃，對臨保期商品提出了更高標準要求，即「在保健食品/膳食營養補充食品類目、傳統滋補營養品類目下的普通食品，不區分國產還是進口，保質期只要剩餘時間小於保質期的五分之一，就被禁止銷售。」阿里健康為保證這一要求在平臺上的貫徹實行，會通過線上監控和實物抽檢的方式，加強商家品控規範，並採取一系列有效措施確保用戶權益，如：

- 通過系統檢索商品頁面保質期和生產日期數據，對臨保食品做「下架」處理。
- 商家點擊發貨時檢驗，若系統發現商品剩餘保質期不滿足要求，也將視為違規對商品下架。
- 在對實物抽檢排查過程中，一經確認實物違反臨保禁售規則，商家將因「描述不符」而被平臺規則處罰。
- 消費者一旦買到臨保商品，平臺將按規則支持退款。

出臺成人用品質量標準

無論是成人情趣玩具還是潤滑劑，在當前都缺少國家標準，因而用戶在發現質量問題時難以維權。阿里健康聯合威凱認證檢測有限公司、深圳市計量質量檢測研究院等機構共同制定了《成人情趣玩具產品技術規範》、《人體潤滑劑技術規範》等成人用品質量技術規範，填補了國內成人用品行業質量標準的空白。

成人用品質量技術規範經過公示後，於2017年12月1日起作為阿里健康平臺的強制性質量標準。我們也對劣質商品進行清理，要求只有符合該標準的成人用品才能在阿里巴巴旗下平臺上線銷售，消費者發生購物糾紛時也將有據可依。同時，阿里健康也歡迎成人用品生產企業，直接按照這套質量標準來進行生產，從源頭確保產品質量過關。



03 食藥放心購·全流程追溯

藥品、食品的質量與安全向來是消費者關注焦點。作為普通消費者而言，瞭解藥品、食品品質來源真實性、流通渠道等信息都存在一定的難度，而互聯網技術的發展應用則使藥品、食品流通過程透明化成為可能，也讓消費者得以通過手機就可以輕鬆查詢瞭解產品的各種信息。

阿里健康自2016年起建立「碼上放心」第三方追溯平臺，在進一步完善藥品追溯體系同時，將提供追溯服務的範圍拓展到食品、滋補保健品等領域，通過實現上述商品從生產、流通、使用的整個生命週期的「來源可查、去向可追、責任可究」，從而最大限度地確保食品、藥品安全，保護公眾健康。

憑藉先進的追溯碼技術，阿里健康的「碼上放心」平臺已成為國內頗具影響力的第三方追溯服務平臺。截至2018財年末，已有超過7,500家企業與阿里健康簽署協議，入駐「碼上放心」追溯平臺，覆蓋食品、酒類、滋補保健品、化妝品等20個行業，其中入駐的藥品生產企業數量已超過中國藥品生產企業總數的百分之八十。

同時，伴隨國內消費升級和進出口貿易的擴大，阿里健康還拓展了跨境產品追溯服務。商家從海外原產地直接採購，並採集由原產地機構提供的貨源和檢測報告信息，同時對產品的進口流通過程中的重要節點進行追溯記錄，以確保產品產地真實。

指尖上的安心

2017年11月28日，全球領先的生物製藥公司賽諾菲和阿里健康攜手推出「指尖上的安心」安全用藥與疾病管理項目。該項目搭載於阿里健康「碼上放心」平臺之上，整合了產品溯源、疾病科普、疾病管理三大功能。患者只需通過手機淘寶、支付寶或阿里健康客戶端掃描藥盒上的條形碼，就可以輕鬆獲得藥品信息，掌握疾病和健康管理知識。

「指尖上的安心」安全用藥與疾病管理項目首先面向社區衛生中心進行推廣，致力於成為患者身邊的「全科醫生」。利用線上線下相結合的溝通形式，提高患者健康意識，疾病管理意識和疾病管理能力，為廣大患者和他們的家庭提供科學、專業的醫藥健康服務。



攜手輝瑞打假

輝瑞製藥有限公司的產品萬艾可(枸橼酸西地那非)自2000年進入中國市場以來，假冒偽劣產品十分氾濫，假萬艾可在生產製作流程中缺乏有效的安全監控流程，原材料配比不當，購買者服用容易產生嚴重副作用，甚至可能導致猝死。

為保障消費者的用藥安全，打擊假冒偽劣產品，2018年3月9日，阿里健康與輝瑞中國攜手將萬艾可納入阿里健康「碼上放心」平臺，為消費者提供一個查詢藥品真偽和男性健康知識的新路徑。消費者只需通過手機淘寶、支付寶或阿里健康APP掃描藥盒上的條形碼，就可獲得藥品真偽查詢、用藥信息以及在線疾病管理等服務。



跨境商品追溯

隨著人們生活水平的日益提高，「消費升級」成為了許多新時代消費者的消費新選擇。為了滿足消費者更廣泛、更多元化的商品需求，我們引進高質量的進口商品。進口食品相對於其他進口商品，面臨著更高的質量控制要求。進口食品從原產地、海關再到消費者的餐桌上所經歷一系列的流通環節中，如何保證商品的真實性和安全性，是消費者普遍關注的問題。我們為了提升消費者對跨境商品品質的信心，對跨境商品提供追溯服務。阿里健康利用一物一碼追溯技術以及大數據跟蹤進口商品全鏈路，為天貓國際提供追溯技術，匯集生產、運輸、通關、報檢、第三方檢驗等信息，給每個跨境進口商品打上「身份證」。

以冰島海參為例，在北京盒馬鮮生銷售的每盒冰島海參上均賦有「碼上放心」二維碼。消費者用阿里健康、手機淘寶、天貓或支付寶APP掃碼，便可顯示海參的打撈海域、生產日期、口岸信息、檢驗檢疫單號、報關單號、檢驗報告等一系列信息。一方面確保消費者買到來源真實的產品，另一方面也保證了企業優質產品的品牌形象。此外，追溯碼還可以通過消費者手機掃碼後的結果頁，讓品牌企業和消費者之間建立互動的通道。



3 全面呵護的健康管家

個人健康管理不只是生病以後的疾病治療和防範，更重要的是將健康意識融入每天日常生活中的方方面面，長期保持健康的身體狀態。然而，健康管理並不是一蹴而就的，我們每個人都首先要有能力全面、及時瞭解自己的身體狀況，並從意識上重視和掌握各類健康知識，從而能夠第一時間瞭解自身出現的問題，並採取有效的干預措施防範疾病發生。

阿里健康深入瞭解公眾健康管理所需，全面考慮用戶健康管理的個性化需求，利用人工智能、大數據等前沿技術為用戶打造健康管理平臺和權威健康知識內容平臺，並提供完善的解決辦法，為公眾個人健康與疾病之間築起一座高牆。

01 您的健康管家·個人健康管理平臺

而今，公眾已開始逐漸意識到健康管理不能僅僅依靠患病以後的疾病治療，以「防未病」為目標的更多高頻、剛需、個性化的衍生需求也隨之而來，如體重管理、孕期跟蹤、兒童健康、血壓血糖檢測等，經常需要大眾對自己的健康情況進行日常跟蹤管理。秉持「成為每個人的健康管家」為出發點，阿里健康基於用戶授權的線上線下健康生活習慣分析，並整合第三方健康管理應用，自動生成個人健康檔案和健康指數，為用戶提供個人或家庭的個性化醫療服務和全健康週期管理。

阿里健康不斷完善個人健康管理平臺的數據分析深度和信息完善程度，以滿足對個人健康有更精細化管理的用戶需求，為這部分用戶提供更專業的健康建議。在個人健康管理平臺上，用戶可以一目瞭然地查看自己的健康指數，掌握自己的身體情況。以減重管理為例，用戶可以對自己的減肥過程進行管理。管理平臺上聚合了多種食物的熱量和營養信息，自動計算用戶每日攝取的卡路里，為用戶提供專業的營養建議和定制化的運動計劃，幫助用戶科學、有計劃地減肥，實現更好地自我管理。



苏小小正

2个小时前

讲真，阿里健康的减肥卡片还蛮好用的~有记录食物功能和完整的运动视频，控制好饮食+迈开腿，跟着三分练七分吃，很快就瘦到我的理想体重啦~

「講真，阿里健康的減肥卡片還蠻好用的~有記錄食物功能和完整的運動視頻，控制好飲食+邁開腿，跟著三分練七分吃，很快就瘦到我的理想體重啦~」

性价比巨高!!! 有每天的减肥食谱，运动计划，减肥课程，营养师管家小姐姐也跟得很紧，有什么不清楚的都可以问她，回复的超快! 希望在她的监督下，28天能有一个大的改变! 开始入口的确不好找，用了两次之后就驾轻就熟了，希望以后入口能更明显些就好了~



06:10

「性價比巨高!!! 有每天的減肥食譜，運動計劃，減肥課程，營養師管家小姐姐也跟得很緊，有什麼不清楚得都可以問她，回復的超快! 希望在她的監督下，28天後能有一個大的改變! 開始入口的確不好找，用了兩次之後就駕輕就熟了，希望以後入口能更明顯些就好了~」

截至2018財年末，個人健康管理平臺的活躍用戶數達2,800萬。



02 從源頭守護健康 · 疾病預防

在疾病預防的關鍵因素中，疫苗接種無疑是最直接最有效的方法之一。面對中國成人疫苗接種程度不高、公眾疫苗接種意識普遍缺失的狀況，阿里健康以宮頸癌疫苗首次在國內上市這一契機為突破口，以提升疫苗接種意識為目標，與各類醫療衛生服務機構、全球頂尖的疫苗廠家GSK、MSD、中國生物技術股份有限公司(以下簡稱「中國生物」)等合作，共同構建疫苗服務平臺，面向公眾提供包含疾病預防知識教育、在線諮詢、就近預約等一站式疫苗O2O服務；用戶可以在線查看就近的疫苗接種機構電話、地址、工作時間等信息。

截至2018財年末，疫苗服務平臺已覆蓋中國境內百城千家疫苗接種服務點，宣教覆蓋近2億人。

● 疫苗服務平臺大事記

2017年11月

宮頸癌疫苗在線預約接種服務擴大至全國100多個城市的800多家社區衛生服務中心，包括北上廣深杭在內的女性都可以實現在線預約接種。

2017年
12月21日

中國最大的疫苗企業——中國生物正式入駐阿里健康疫苗服務平臺。

2018年1月

默沙東與阿里健康合作，在原有疫苗服務平臺的基礎上進一步合作，以推動成人疫苗接種的基礎設施建設。

- **全方位疫苗服務模式**

用戶只需打開手機淘寶，搜索「疫苗」，就可以進入阿里健康疫苗服務平臺。在這個平臺上，用戶可以查看十種成人疫苗的相關接種知識以及對應疾病預防知識。同時，用戶可以在線查看附近的疫苗接種機構的電話和地址等信息。

- **平臺技術服務**

預約給疫苗廠家公眾宣教，各接種機構疫苗庫存管理的一站式解決方案。

- **線上諮詢回復、線上疫苗服務**

減輕接種機構的諮詢工作量，提升接種工作效率。

- **公眾宣教及一站式諮詢到預約服務**

提升中國公眾對疾病預防的認知，提升國民疫苗接種率，進而提升整體健康水平。



瑞至 — 成人疫苗服務系統

2017年8月15日，GSK中國與阿里健康聯合打造的戰略合作項目「瑞至 — 成人疫苗服務系統」(簡稱「瑞至項目」)正式啟動。作為利用互聯網技術在國內提供成人疫苗服務的新嘗試，該項目將為廣大用戶提供在線疾病教育與諮詢、成人疫苗線上預約等服務，悉心打造從線上到線下便捷的疾病預防和疫苗接種諮詢體驗。全國提供接種服務的社區衛生服務中心可以通過此項目合理地管理疫苗接種諮詢需求，提高服務效率，有效降低成本和工作量，達到優化公共衛生機構資源的目的。



中國生物入駐疫苗服務平臺

2017年12月21日，阿里健康疫苗服務平臺上線，中國最大的疫苗企業——中國生物技術股份有限公司(簡稱中國生物)正式入駐該平臺。依託中國生物的專業支持，疫苗服務平臺已接入甲肝、乙肝、流感、傷寒、乙腦、水痘、肺炎等多款疫苗基本信息、疾病百科、常見問題解答等宣教內容。未來，阿里健康將與中國生物共同探討疫苗行業全鏈路的信息化技術服務，通過互聯網、大數據提升行業運營效率。



向宮頸癌說不

宮頸癌是目前人類所有癌症中惟一可以通過早期預防和治療消滅的癌症，而高危型HPV(人類乳頭瘤病毒)持續感染則是宮頸癌的主要危險因素。極少數情況下，高危型HPV沒有被人體內免疫細胞清除，會逐漸影響宮頸細胞直到形成癌腫。而在感染HPV前，採用疫苗干預則能使身體對一些高危型HPV產生免疫力，從某種程度上避免「宮頸癌」入侵。向中國女性普及HPV疫苗知識，推動更多女性接種HPV疫苗，提高中國女性的健康水平，成為我們的一項重要服務目標。

2018年1月，阿里健康與默沙東中國啟動「向宮頸癌說不」戰略合作項目，通過整合雙方在醫藥健康和大數據領域的資源優勢，運用移動互聯網、人工智能等技術，深入瞭解中國女性的健康需求，為其提供定制化、個性化的宮頸健康預防性管理服務，普及疫苗接種預防理念。

用戶僅需在手機淘寶上搜索「向宮頸癌說不」便可進入服務頁面，查尋宮頸癌相關知識、HPV疫苗接種知識，以及各地的接種點信息，還可與智能機器人在線實時互動諮詢。

狂犬疫苗接種服務

2018年4月，阿里健康攜手成都康華生物，在狂犬病預防、知識科普、疫苗預約接種等領域展開深度合作。康華生物攜「人二倍體細胞狂犬病疫苗」入駐阿里健康疫苗服務平臺，為消費者提供在線預約狂犬疫苗接種服務，此外，消費者還能在阿里健康疫苗服務平臺上通過「狂犬病」關鍵字搜索，查看病因、症狀、治療以及預防的一些科普知識，並可查找附近犬傷門診以及獲得免費專業諮詢。

第一步	第二步	第三步
打開手機淘寶或者手機天貓APP，搜索「疫苗服務平臺」，進入阿里健康疫苗服務平臺。	選擇「狂犬病」，進入狂犬病專區，即可查看狂犬病的傳染源，感染途徑，高危人群及預防措施等科普知識。	點擊人用狂犬病疫苗(人二倍體細胞)後方的「瞭解詳情」，可瞭解該疫苗相關信息，查找附近能提供該疫苗接種的狂犬病預防處置門診。點擊「免費專業諮詢」，與智能諮詢機器人互動，解答疑惑。

03 知識傳遞健康·健康教育

醫療健康領域中，健康知識對於個體的重要性是不言而喻的。令人難過的是，當前不同信息渠道上的醫學和健康知識內容零散缺乏關聯性，且質量參差不齊，甚至有錯誤信息混雜其中，一旦對患者及其家屬形成誤導，後果十分嚴重。阿里健康在幫助公眾享受便捷高效的醫療服務的同時，也將普及醫療健康知識、提高公眾健康素養作為自身所需要承擔的社會責任。

阿里健康以公益、客觀、權威、專業的醫學健康知識為核心，通過各種傳播平臺，有針對性地向精準人群提供健康知識查詢工具和健康教育內容。無論是逐漸開始注重養生的90後、中老年人或者是特殊群體，阿里健康都針對他們的關注點，開展各類健康教育科普項目，以便公眾可以獲得更為專業權威、客觀有效的健康知識。

「醫知鹿」醫學智庫

加強健康教育，提升國民醫療健康知識水平是國家大健康戰略規劃中不可或缺的一環。2018年，阿里健康與政府部門、醫療機構和權威媒體聯合組建「醫知鹿」醫學智庫，通過結合循證醫學、醫療健康大數據和人文關懷理念，為用戶提供疾病健康速讀百科與深度指南手冊、專家知識講解視頻及動畫講解視頻、最新醫學資訊與臨床研究信息等豐富多樣的知識內容，幫助社會大眾以更便捷的方式獲取到中立、公益、權威、準確，並且經過可讀化創編更適合大眾閱讀和理解的醫療健康知識，以及前沿資訊。

「醫知鹿」作為一款手機上就可以方便查詢使用的醫學知識圖譜應用產品，在保證內容科學嚴謹的基礎上，從患者視角出發，將醫學知識和治療方案通過患者易懂、實用的方式進行解讀。公眾可以通過搜索疾病名稱，方便地看到由專家團隊編寫審核通過的疾病健康知識內容，從疾病預防、症狀判斷、治療方案、全國權威醫院就診指南到康復時的日常護理，進一步延伸到營養飲食調理等泛健康領域知識，為患者提供了疾病預防和治療的全流程參考意見。「醫知鹿」還創新性地在疾病知識中加入了科室分佈、常見症狀分佈、治療費用等關鍵信息，助力解決治療過程中患者及家屬的實際疑問。

目前，阿里健康已聯合全國頂級醫學專家組建專家委員會，多家國內頂級醫療機構和近400位醫學專家共同參與；一期上線的疾病知識庫收錄了近百個常見疾病的百科知識，針對12個高發實體腫瘤及罕見病專門製作了深度指南手冊，全面呈現疾病相關知識細節。在2019年，「醫知鹿」將計劃擴展至全學科、全病種和大健康領域，將收錄超過2,500種疾病、症狀、醫學檢查、藥物的知識，並形成知識之間的相互連通。此外，阿里健康承諾，將會把這款工具開放給阿里系內外更多的渠道，讓更多的病患可以在更多的渠道上明白白瞭解醫學知識，積極配合參與治療。



萬物滋養

在中國的傳統文化中，滋補養生一直是不可或缺的部分。阿里健康聯合央視共同出品《萬物滋養》紀錄片，選取六種典型環境(森林、海洋、旱地、田野、江湖、高山)中具有代表性的滋補食材，以它們為主角，配合周邊物種，來講述這種環境的生態特點、萬物的生存智慧和人們的滋補哲學。《萬物滋養》通過挖掘中國傳統文化中豐富的健康知識和智慧儲備，向公眾講述中國傳統滋補品的效用，並同時展現東方自然觀、健康觀，讓公眾在理解養生知識的同時，也建立起保護環境，尊重自然的情感。

阿里健康春節送健康

--《有健康放肆浪》

阿里健康於2018年春節期間與淘寶、天貓一起為全國人民送健康，基於春晚及阿里平臺，為全國超過1億用戶拜年送健康。此外，該項目還通過阿里平臺活動形式，及站外16大互聯網渠道向公眾傳播健康知識。

《急診科醫生》

+阿里健康醫院傳播急診知識

2017年11月，阿里健康邀請《急診科醫生》主演王珞丹參與阿里健康互聯網醫院在線問診及急診常識傳播。我們不但邀請王珞丹為阿里健康醫院錄製視頻，在優酷+明星+阿里健康+淘寶平臺進行多平臺傳播，還邀請醫生為用戶輸出急診科常見的科學知識內容，為用戶提供在線義診。



4 智慧醫療助力產業進步

在健康產業領域，阿里健康始終致力於實現產業整體的進步和發展。我們深知運用科技力量助力醫療技術水平提升的重要性和必要性。阿里健康借助阿里巴巴集團在雲計算、物聯網、人工智能等技術領域多年的深耕，搭建國內頂級的醫療人工智能實驗室，通過與國內權威醫療機構的合作，開發領先的人工智能產品並落地應用，為當今醫療健康產業提供有效的技術支持。

新興技術在各行各業的發展應用有力地促進了各行各業的創新和升級，而對於醫療行業而言，積極應用移動互聯網、物聯網、雲計算、人工智能等新技術，將與醫療衛生服務相關的人員、信息、設備、資源連接起來，並實現良性互動以保證人們及時獲得預防性和治療性的醫療服務，解放醫療資源，提升醫療效率，將成為未來醫療行業的發展趨勢，使醫療服務逐漸走向智能化、信息化。

2018年，阿里健康在智慧醫療領域開展了多個項目，在互聯網醫聯體、醫學科研平臺、醫學教育情景模擬平臺、臨床輔助決策系統、遠程影像雲平臺等領域都獲得一定進展。如與醫療機構合作建立的科研數據平臺、通過脫敏病例和數據生成「虛擬病人」，並用浸潤式的方式來做醫學教育情景模擬平臺；打造包括慢病管理、影像檢測、語音識別等系列引擎在內的醫療AI「Doctor You」等，堅持以大數據、醫療AI、醫聯體等快速迭代的前沿技術的研發為核心，為增強重大疾病防治和健康產業發展提供科技助力。

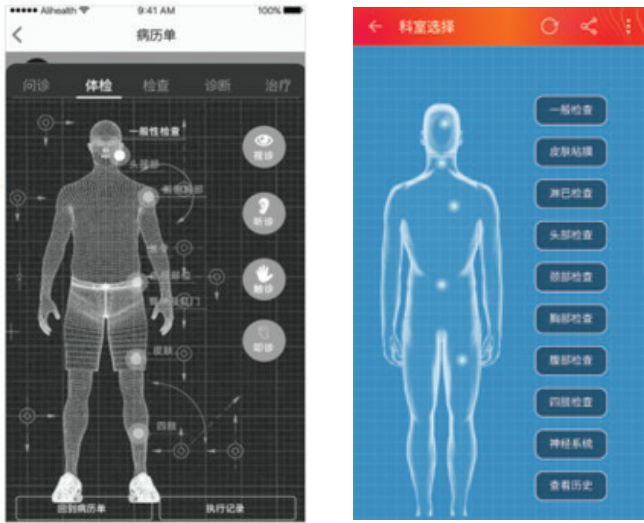
01 大數據助力醫療發展·大數據科研平臺

隨著醫院信息化建設程度越來越高，院內的業務系統、管理系統也將不斷完善。醫院的信息中心將會在信息建設與管理、輔助醫生提高醫療服務質量、促進和提升臨床學科建設，以及提高臨床科研水平等方面發揮重要作用。如何在有效保護用戶隱私的基礎上，讓醫院和各科室在運營中積累的大量多類型的醫療數據，跟上時代的步伐，滿足越來越多樣的應用需求，挖掘其潛在的價值，並用於未來的醫療技術開發，已經成為迫切需要解決的問題。

阿里健康與浙江大學第一附屬醫院共同開發了基於數據生命週期和科研應用的科研平臺，打破信息孤島，助力臨床科研一體化，提升病歷搜集和數據管理的效率，對醫療機構確定科研方案、信息收集、數據篩選、分析和管理等方面起到支撐作用。

02 醫療培訓走入虛擬時代·醫學教育情景模擬平臺

在大數據技術推動下，醫院可以對多年來積累的海量病歷信息進行挖掘和分析，讓這些過往信息和數據重新發揮價值，助推未來醫療技術發展，為醫生提供更全面、更深入的參考信息。阿里健康與浙江大學醫學院附屬第二醫院合作開發了基於人工智能的醫學教育情景模擬平臺，用以提升醫師培訓的質量與效率。系統從病歷中挖掘疾病的臨床路徑並自動構建虛擬病人，醫生可在模擬場景中對虛擬病人進行診療，並從中獲取醫學知識，規範診療操作，提高臨床思維。



3D模型及虛擬病人

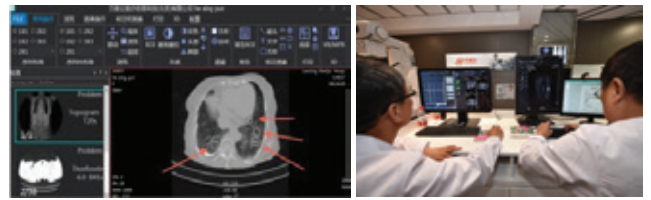


03 構建AI醫療未來·打造智慧醫療

「期望在十年內用醫療AI幫助醫生減輕一半的工作量。」2017年7月，阿里健康研發的醫療AI「Doctor You」正式對外發佈，涵蓋了影像檢測、糖尿病、腦電等智能引擎。

CT肺結節智能檢測引擎是「Doctor You」上線的第一款產品，由阿里健康的算法引擎團隊和阿里巴巴iDST的視覺計算團隊共同打造。通過對大量CT影像進行智能檢測和識別學習，CT肺結節智能檢測引擎能夠輔助醫生高效識別患者的肺結節，極大地減少了醫生閱片及診斷的時間，提高工作效率，降低誤診率和漏診率。通過人工智能幫助醫生「減負」，一定程度上，還可以避免醫生在高強度的工作環境下受到疲倦甚至負面情緒的影響。

目前，阿里健康的CT肺結節檢測引擎在性能和雲服務能力上，都達到了世界一流水平。



2018年5月，由中國工程院院士、上海交通大學醫學院附屬瑞金醫院副院長、國家代謝性疾病臨床醫學研究中心主任甯光團隊，與阿里健康人工智能實驗室共同研發的「瑞寧助糖」人工智能醫生成功上線，「Doctor You」開始在慢病管理領域得到應用。該人工智能醫生即將進入國家標準化代謝性疾病管理中心（MMC，代謝中心）落地試用，為全國超過100家代謝中心提供標準化糖尿病用藥建議，未來將有望惠及超過1,000萬糖尿病患者，使他們在家門口的基層醫院就能享受到標準化、專家級的診療服務。





公益心 助力大健康

「在這個追求全民大公益的時代，我們在思考如何走出一條屬於阿里健康的特色公益之道，以公益的心態，為大健康助力。」

以企業之力，服務於社會所需，是阿里健康始終堅信的企業價值之所在。堅守「健康」理念，讓社會更溫暖、更美好，是阿里健康不斷踐行公益項目的初心。希望通過我們的點滴行動，讓未來的社會充滿正能量。

1 阿里健康公益體系漸成型

在阿里巴巴集團的社會公益觀指導下，阿里健康不斷找尋業務模式和社會公益之間的結合點，發揮自己在健康醫藥與大數據方面的獨特優勢，洞悉社會需求，開展諸多公益活動，開發公益產品，並鼓勵員工積極投身公益，將點滴公益帶給需要幫助的人，將公益正能量帶給這個社會。以阿里健康的實際行動，喚起全民公益之心。

2017年8月8日，阿里健康成立了首屆阿里健康公益委員會，通過組織越來越多的公益活動，喚醒每一名阿里健康員工的公益之心，帶動更多的人用自己的志願服務，帶給個人及整個社會的大改變。

2018財年，阿里健康共729人次參與到各項公益活動之中，總服務時長達1,103.6小時。

阿里健康各業務團隊還結合自身業務特點和能力，通過「全球找藥聯盟」、「過期藥回收聯盟行動」等公益活動及產品，幫助解決社會弱勢群體、以及社會民眾在醫藥領域的一些迫切需求。

■ 「我們會在未來繼續依託我們的健康業務特色，希望我們的健康公益活動，能帶給這個社會更多溫暖和改變」

阿里健康公益委員會主席曹禹：

「公益，是阿里健康成立以來一直在做的事。我們認為每一個企業在這個社會中都有自己應該擔當的角色，我也很願意擔當起阿里健康的社會公益責任。今年，是阿里健康大健康公益的起步之年，我們緊跟集團的腳步，成立了公益委員會。依託阿里健康的健康業務，我們開展了多項有針對性的健康公益活動，收穫了一些效果和反響。公益，是細水長流。我們會在未來繼續依託健康的業務特色，用健康的公益活動，帶給這個社會更多微小而美好的改變。」



2 健康扶貧，情暖涼山

貧困和疾病似乎總是相伴相隨。

提起大涼山，很多人並不陌生。金沙江大拐彎以北、四川盆地以南的地區統稱大小涼山，這一地區海拔高、自然條件惡劣，長期貧窮落後。四川省涼山彝族自治州就是位於這地區的一個既內陸而又邊緣的革命老區，也是中央重點支持脫貧攻堅的深度貧困地區和艾滋病疫情嚴重的地區。在涼山，艾滋病已成為當地群眾因病致貧、因病返貧的重要原因之一。多年來，涼山地區一直受到社會各界的各種援助，但是貧窮的面貌一直沒有得到改變。

脫貧和健康一個都不能落下。為助力涼山州艾滋病防治與健康扶貧攻堅工程，中國疾病預防控制中心和阿里健康共同啟動了涼山州艾滋病防治和健康扶貧攻堅支持項目，集中優勢資源和運用現代技術，通過四大工程減輕艾滋病的健康損害，實施健康扶貧。

防艾工作互聯網溝通管理平臺工程

通過在地區部署互聯網溝通工具，提升扶貧工作溝通和協同效率，向各級人員進行技能培訓，實現疾病知識宣傳移動化。

防治艾滋病能力提升工程

設立艾滋病防治宣傳教育平臺、專科醫生培訓平臺，通過簡單易懂的疾病與健康問題指南手冊和動畫視頻幫助患者瞭解掌握艾滋病相關知識，並提升醫生臨床能力。

阿里健康「碼上放心」助力涼山州精準脫貧工程

推行「新電商+扶貧」模式，通過「碼上放心」平臺，幫助涼山州發展和推廣當地食品及特色產業。通過阿里電商、物流、金融等生態資源，聯合涼山州政府及相關部門將脫貧工作落到實處，實現「政」、「企」、「戶」聯動，踐行扶貧戰略，助力涼山州脫貧攻堅。

艾滋病防治扶貧資金支持工程

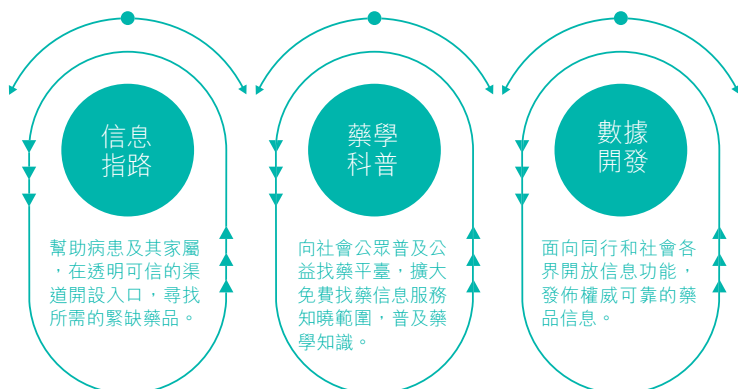
為艾防員工作、感染者和病人激勵工作提供資金支持，推動防艾扶貧工作順利開展。

希望貧窮和艾滋病的困擾能逐漸在大涼山這個地區消失，以後當人們再次聽到大涼山時，都只記得聞名遐邇的火把節和彝族的故鄉。

3 讓天下沒有難找的藥

「藥品流通信息不對稱」現象，隨著大眾健康需求的提升日益顯現出來，特別在獲取稀缺藥方面表現的尤為明顯。

雖然罕見病對應的稀缺藥是低頻需求，但對病人來說卻是刚需，關乎著一個個需要它們的生命。阿里健康本著公益初心，以「讓天下沒有難找的藥」為終極目標，聯手公益組織、醫療機構、藥品廠商、互聯網應用和媒體，建立「全球找藥聯盟」，主動承擔起「找藥隊長」的職責，為社會公眾提供更好地用藥找藥公益信息服務。「找藥隊長」通過以下三方面，將「全球找藥聯盟」積極有效地運作起來。



「找藥隊長」一期產品於2017年7月26日在阿里健康APP、手機淘寶、支付寶等平臺正式上線，消費者可在尋藥頁面通過藥品通用名或商品名進行檢索。截至2018年3月31日，「找藥隊長」服務人數已超過160萬人。對於無法檢索到的藥品，阿里健康也提供人工找藥服務，每天受理多達100多份人工找藥需求，超過90%消費者的手工找藥需求都能通過我們在48小時內獲得反饋。同時，對於一些短缺的藥物，阿里健康通過與合作廠家的及時溝通，促成了藥物在短期內的量產，保障了藥物在後續能有一個比較好的供應狀態。

阿里健康在「全球找藥聯盟」項目上投入大量資源，希望讓這個純公益平臺可以借助到更多社會化的力量，讓患者和家屬不用再為尋找稀缺藥、救命藥而四處發文、奔波，實現「讓天下沒有難找的藥」的目標。

「我弟弟是一名罕見病(肝豆狀核變性)患者，需要終身服藥，這個藥是主要的排銅藥，非常難買。」
「尋求治療帕金森的一種貼劑，在中國做臨床實驗時母親用的很好，後來沒能在中國上市，斷了藥非常痛苦！希望能找到！謝謝！」

「強直性脊柱炎有十年了，9月22號在301醫院就診，醫生開的這個藥，離北京太遠，特尋求幫助。」



4 給過期藥找個「好歸宿」

家庭過期藥品是重要的環境污染源之一，已經被明確列入《國家危險廢物名錄》，如果作為生活垃圾處理，會對空氣、土壤和水源環境造成嚴重的環境污染。此外，過期藥如果流入不法商販或不法醫療機構手中，將會對社會和國民健康造成嚴重危害。

2018年3月13日，阿里健康攜手廣藥集團，協同菜鳥網絡，聯合醫保全新大藥房、九州通、同仁堂、桂龍、以嶺、振東、健民、采芝林、千金等國內醫藥行業龍頭企業，發起國內首個「全國家庭過期藥品回收聯盟」，嘗試以技術力量驅動環保與公益，給躺在百姓家中的過期藥找到一個「好歸宿」，更好地推進綠色發展，建設美麗中國。

阿里健康通過追溯碼技術，向上連接藥品生產企業，向下連接廣大消費者，承擔起企業、品牌方與廣大消費者兩端溝通的橋樑作用。「過期藥回收聯盟行動—建設綠色中國」活動在全國指定的17個城市，採取菜鳥直接快遞上門取過期藥的方式回收，統一運送到廣藥廣州指定倉庫，最後經由聯盟指定、具有回收資質的工廠進行統一無害化銷毀。

家庭過期藥回收任重道遠，我們考慮通過建立長效機制將「過期藥回收聯盟行動」項目運營下去，逐步喚醒公眾對過期藥回收的重視，同時也期待更多的人能夠參與阿里健康的公益活動。



「過期藥回收要從生活中一點一滴做起，正當處理過期藥品對個人，乃至整個社會環境都有著重要意義。」

「全國家庭過期藥品回收聯盟」成員，北京同仁堂科技發展集團營銷公司醫藥電商部總監張玲：

「阿里健康的過期藥回收活動與我們同仁堂的理念是相同的，這是一次很有意義且很值得推廣的活動。此次過期藥回收活動，讓居民深刻瞭解到過期藥品不但治不了病，而且還有可能引起過敏，甚至嚴重影響到人的生命安全。通過持續開展過期藥回收活動，能夠有針對性地防止家庭過期藥品流入社會，遏制非法收購過期藥品的不法行為，減少隨意丟棄過期失效藥品對環境的污染，維護廣大群眾用藥合法權益。同仁堂將會繼續與阿里健康整合資源，以更多樣化的形式開展公益活動，共同探索線上線下相結合的醫藥健康服務領域。」

「全國家庭過期藥品回收聯盟」成員，廣藥集團市場部主管，廣藥集團營銷俱樂部副秘書長李范：

「廣藥集團從2003年開始建設線下的過期藥回收站，但線下回收要求客戶拿著藥到現場排隊辦理，因此影響一直沒有很大。和阿里健康進行合作以後，這項活動通過線上渠道覆蓋了更多樣化的客戶群體，對客戶進行了很好的意識提升和引導，大大促進了過期藥回收行動，取得了很好的效果。我們期望在未來能夠進一步擴大聯盟規模，促進更多醫藥廠商共同參與到這項有意義的行動中來。」

5 六小時賑災「急行軍」

2017年8月8日21時19分46秒，四川省北部阿壩州九寨溝縣發生了7.0級地震。一方有難，八方支援。阿里健康當晚緊急成立公益項目組，通過公司內外部6個多小時的緊急溝通協調，召集四川周邊5個大藥房商家成立阿里健康商家賑災團，通過菜鳥物流和驛站合作，向九寨溝災區第一時間運送捐贈了包括醫用紗布、創可貼、體溫槍、止血噴霧、藿香正氣液等醫藥物資。

第二天，我們向平臺入駐的全國知名心理醫生發出「英雄帖」，呼籲免費為震區傷員和歷險者提供心理干預服務。我們在得到近百名醫生響應後開通災後心理諮詢綠色通道，為災區心理求助者提供一對一的心理援助與疏導。我們希望最大限度地發揮我們的能力，減輕災難對災區群眾造成的焦慮、緊張、恐懼等急性心理創傷，防止他們留下無法彌補的長久心理創傷，幫助地震親歷者儘快重塑信心，走出陰影。



「我相信這次「急行軍」般的賑災公益活動激發了每一位親歷者心中的善念，對每一位親歷者來說都是一次難忘的感動」

阿里健康賑災一線員工宗晦：

「這是我第一次真正意義上參與的賑災公益活動，感觸很深。地震發生當天，我在成都，是最快能抵達一線進行賑災工作的人。從物資籌備到物資調撥，整個過程只用了短短的6個多小時，參與的各方包括各大藥房商家、菜鳥物流和驛站、運送物資的貨車司機等都急切地想貢獻一份自己的力量，直到第二天早上醫藥物資順利運送進災區後，我們才慢慢平復焦急的心情。我相信這次「急行軍」般的賑災公益活動激發了每一位親歷者心中的善念，對每一位親歷者來說都是一次難忘的感動。阿里健康就像是力量的發起源，帶動大家貢獻一份力量，扛起社會擔當。」



健康發展 合規運營

我們堅持道德誠信經營，關愛員工成長與發展，健全員工福利體系，踐行節能環保、綠色發展，不斷優化自身運營和管理，致力於實現企業與利益相關方在經濟、社會與環境方面的共同發展。

保證企業的合規運營，是阿里健康實現可持續的長遠發展的堅實基礎。我們深入審視企業日常經營中的每一環節，以最嚴格的要求設計並實施各項管理舉措，控制各項運營風險，讓員工得以專注於自身的成長與發展。

1 運營慣例

道德誠信經營是企業可持續發展的重要基礎。阿里健康持續加強員工反腐敗意識，尊重知識產權，保障數據安全，嚴控銷售產品質量，提升客戶服務品質，優化供應鏈管理水平，逐步推進負責任採購，為公司穩健運營打下堅實基礎。



01 完善質量管控

阿里健康根據自身業務特色，建立了完善的質量管控機制，針對實物商品質量管控和客戶服務質量管控均制定了完善的管理規範和操作流程。針對自營藥品銷售，公司嚴格遵循《藥品經營質量管理規範》(GSP)來約束運營，在藥品流通的每一個環節遵守相應的操作規程。對於不合格藥品、過期藥品、藥品召回均制定了嚴格的管理制度。對於平臺電商業務，公司沿用阿里巴巴集團成員天貓對於實物商品質量管控的管理規範，對於商家的入駐、商品信息發佈，日常運營中的商品展示和宣傳，商品價格等行為進行監管，對於有違規行為的商家進行處罰。針對平臺商品，公司日常會通過集團「神秘購買」機制對商品質量進行抽查，即邀請第三方購買平臺商品後送到外部檢測機構檢測商品質量，對於不合格商品進行下架處理、對商家進行相應處罰。公司日常通過系統設定規則監測平臺電商虛假誇大宣傳和消費者投訴，識別高風險商品，對其資質、進貨渠道等進行覆核，對不合格商品進行相應處理。此外，公司自建「阿里健康透明實驗室」不定期對自營平臺銷售的特定保健品、滋補品等進行質量檢測，並對外公開檢測過程和檢測結果，本報告期內，共對85個產品實現批批檢測，累計完成143批次產品、171個項目的檢測。

針對藥師和醫生的諮詢服務質量的管控，在藥師和醫生入住時，需經過一套標準審核流程，包括專業考試，電話面試，崗前培訓，資質證照的審核等。在日常工作中，公司制定了藥師和醫生為客人提供諮詢服務的標準化服務流程(Standard of Procedure, SOP)，要求藥師和醫生嚴格遵循。每天有專人跟進服務訂單的服務情況，包括是否及時回復、回復質量是否遵循SOP，如果發現緊急情況及時聯繫服務醫生解決，出現因為醫生個人情況不滿意時，小二會及時給用戶提供補償。對服務完成的用戶會定期抽查做回訪。每月有質檢團隊對服務人員開展服務質量檢查，平均每個人抽檢至少3條對話記錄，並檢查所有差評。最終根據抽檢結果評估服務人員服務質量分數，並直接與績效和工資掛鉤。

針對商品質量投訴，阿里健康制定了《客戶投訴管理操作規程》和《質量投訴管理制度》，規定了客戶投訴的處理流程以及退換貨處理流程。針對醫療諮詢服務的投訴，阿里健康制定了《阿里健康醫生諮詢平臺用戶投訴、退款處理流程》，包含投訴處理流程、退款情形和處理流程。

本報告期內，阿里健康客戶投訴數量共4,917件。因安全與健康理由，我們為客戶辦理退貨比例為0.069%。

02 保障信息安全

阿里健康高度重視網絡安全及信息保護，通過了ISO27000信息安全管理体系認證和ISO9000質量管理体系認證。阿里健康通過建立體系化的防控手段應對數據安全風險，從組織保障、制度流程、技術手段、人員能力等多個層面實現數據安全保障。

阿里健康設立了專門的數據安全團隊，並在各業務部門均設有專職數據安全保障人員，形成了一套較為完整的、覆蓋所有業務部門的數據安全保障體系。公司在員工手冊中要求員工保障數據安全，並使用阿里巴巴集團風險預警工具對高危行為進行預警，由數據安全負責人協助主管、HR和內控部門來確定事件等級，對相關員工做出相應的警告或處罰。

在日常運營中，阿里健康沿用《阿里巴巴集團數據安全總綱》等數據安全執行規範，將各類數據根據風險等級，實行分級管理與權限審批。涉及到高風險等級的數據類別時，除了需要由一般數據字段歸屬人審批之外，還必須由數據安全接口人審批。對於醫療數據、用戶隱私信息等高度敏感信息，使用密文檢索技術進行特殊加密處理，對數據的使用會遵循更為嚴格的規定和控制流程。

阿里健康不定期針對全體員工組織網絡安全相關培訓，解讀最新法律法規，介紹網絡安全監管重點，分享國際先進技術和經驗，提高全員數據安全保障意識。

阿里健康還致力於推動行業數據安全標準化工作。本報告期內，公司參與了全國信息安全標準化技術委員會關於健康醫療信息安全國家標準制定項目的啟動階段的相關工作，並計劃在未來持續參與該標準的制定工作。

03 尊重知識產權

阿里健康尊重他人的知識產權，沿用阿里巴巴集團《商業行為準則》中關於知識產權的有關規定，要求員工必須嚴格遵守與集團簽訂的任何適用的專有信息和發明協議當中的條款。在如需使用他人的名稱、商標、標誌、資料或軟件，必須根據適用法律和知識產權所有人的授權適當使用。本報告期內，未發生知識產權相關重大訴訟案件。

04 供應鏈管理

阿里健康主營業務採購內容主要包括自營大藥房藥品、保健品、醫療器械等。針對自營藥品，公司嚴格依照GSP要求，從藥品收貨、驗收、儲存、養護、出庫、運輸、退貨各個環節，對供應商和物流商提出了明確質量管控要求，對客戶投訴和突發事件提出了明確的處理流程。2017年，公司專門梳理了B2B (Business to Business)和B2C (Business to Customer)業務藥品倉儲物流各操作環節風險點，對5項制度進行了完善和更新，包括藥品質量管理程序(對藥品的採購質量控制，對供應商的審核環節均有著明確的管理程序)、近效期藥品/銷退/不合格品/滯銷品的管理規範等。

入庫環節

首先，從貨物入庫開始，核實運輸方式是否符合要求，並做到票、帳、貨相符；其次，逐批驗收，核實供貨單位、生產廠商、藥品通用名稱等內容；最後，驗收規定，對每次到貨藥品進行逐批抽樣驗收，對實施追溯的藥品，進行藥品追溯碼掃碼並及時將數據上傳至碼上放心追溯平臺。



發貨環節

出庫時對照銷售記錄進行覆核，發現破損、污染、異響、滲漏、標籤脫落、超出有效期、實物不符等異常不得出庫。藥品出庫覆核建立記錄，包括購貨單位、藥品的通用名稱、劑型、規格、數量、批號、有效期、生產廠商、出庫日期、質量狀況和覆核人員等內容。對實施追溯的藥品，在出庫時進行追溯碼掃碼並將數據上傳至碼上放心追溯平台。

退貨環節

對退貨入庫整個流程進行嚴格把控，從包裹簽收到內容物驗視核對、入庫上架時效、不合格退回商品處理等環節，均有品質管理介入。針對自有倉庫管控制度，需提供文件名稱及主要內容，如果是遵循國家監管單位的規定流程，也需提供簡要文字說明。針對第三方倉儲的管控制度，需提供文件名稱及主要內容，如果適用阿里集團的政策制度，也需提供該政策制度。

01 風險監控管理制度

與國有大型物流商合作或行業壟斷性承運商合作控制運營風險，與運輸商合作控制批量貨物風險，承運商招標引入，對風險進行有效監控。

02 現場作業規範

在提貨前進行車輛和人員安全檢查；現場作業需確保作業人員安全、保證作業秩序、保護環境衛生；規範現場操作人員儀容儀錶著裝，確保消防安全措施到位；確保承運商及提貨司機的現場調度工作、倉庫與承運商的貨物交接和承運商操作人員裝車堆垛規範。

03 物流配送時效監控

對第三方物流服務商配送時效進行整體監控已保證顧客體驗；對發生異常的訂單及時發現並妥善處理，要求每天和每週提報數據；對第三方物流服務商的服務水平進行評估。



阿里健康非主營業務採購內容主要包括公司的辦公耗材、廣告、法律服務、營銷、裝修等。公司制定了《阿里健康供應商管理制度》，規範供應商入庫、供應商信息錄入等流程，設立供應商評級體系以及供應商考核和淘汰機制。公司還制定了《阿里健康非主營採購流程》，界定了非主營業務採購的涵蓋範圍，明確了採購需求發起及審批流程、不同採購方式的適用範圍、規範了合同審批流程以及接收、驗收和付款流程。公司通過以上制度，對非主營業務供應商進行管理，確保採購活動合法合規。

供應商數目

主營業務供應商(線上、線下)	463
主營業務海外供應商	20
非主營業務供應商	86

阿里健康重視採購過程中的社會責任管理，積極踐行可持續採購。由於公司舉辦的大型活動，線上宣傳等活動均圍繞醫療健康的主题開展，對於此類活動的供應商，公司對於其宣傳內容的真實性和可靠性尤為注重，除了對其宣傳的內容進行審核，還會邀請醫療行業專家對此類活動進行監督指導，確保公司對外宣傳的內容，特別是與醫療健康相關的內容，是科學可靠的，做到對廣大公眾負責。對於物料採購，公司在篩選供應商時會考慮其生產、製造、運輸、儲存過程是否會產生較大的環境影響，並優先選擇採購節能家電、環保傢俱等綠色產品，降低自身運營產生的環境影響。

04 從業廉潔

阿里健康傳承阿里巴巴集團的核心價值觀，沿用《阿里巴巴集團-阿里巴巴商業行為準則(Alibaba Group Code of Business Conduct)》，實現100%的員工入職現場培訓與年度全員商業行為準則的在線認證，攜手高級管理層共同倡導廉潔自律。

2017年，阿里健康成立阿里健康廉正團隊，開展廉正建設和廉正文化的傳播，結合公司業務發展，聚焦員工紀律和業務規範，摸索與搭建阿里健康廉正合規的基礎保障設施與模型。

本報告期內，公司未發生因舞弊或欺詐引發的訴訟案件。員工參與廉正培訓共400人次，人均廉正培訓時長為2小時。

阿里健康開展多場廉正培訓，營造廉潔公司環境。

2017年阿里健康成立廉正團隊，開展廉正培訓，推動公司廉正建設，營造廉潔反腐的良好公司環境。本報告期內，公司共開展綜合性廉正培訓14場，針對對制度條款進行解讀，對典型案件與風險事件進行及時預警。通過培訓將風險預防能力潛移默化的植入員工心裡，提升員工的風險事件應對能力。此外，本報告期內公司還積極推動廉正文化教育進業務活動，向各業務部門進行點對點的個性化輔導與強化教育，全年共開展個性輔導與強化教育活動共7場。



“ 員工是企業最寶貴的財富。阿里健康保障員工基本權益，健全員工培訓與發展體系，關愛員工身心健康，為員工創造輕鬆愉快的良好工作氛圍，努力實現員工與企業的共同成長。 ”

2 英才匯聚

01 專業的人幹專業的事

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，禁止僱傭童工以及強制勞工，招聘工作堅持公開平等原則和反歧視原則，切實保障員工權益。截至2018年3月31日，阿里健康擁有員工484人，其中女員工佔比45.5%。

員工結構情況(單位：人)

按管理層級劃分的員工人數	高級管理者	12
	中層管理者	37
	基層員工	435
按年齡劃分的員工人數	29周歲及以下	165
	30周歲-50周歲	319
	51周歲及以上	0
按性別劃分的員工人數	男員工	264
	女員工	220

「互聯網+醫療」是信息時代互聯網在醫療領域的新應用。基於這種新型商業模式，公司大力引進具有互聯網行業或健康行業背景的人才，以互聯網為載體和技術手段，提供醫藥電商、互聯網醫療及個人健康管理平臺、智慧醫療及追溯業務等多種形式的健康醫療服務。經過多年的不懈努力與磨合，公司已逐漸形成了一支專業的「互聯網+醫療」高素質團隊。

阿里健康注重員工綜合素質培養，為員工提供豐富的培訓機會，不斷提高員工的學習動力，促進員工的職業成功。公司針對自身業務發展特點，建立了多元化、立體式的培訓體系，對員工在團隊工作、靈活性、洞察力、系統性思維及創造力等方面進行全面培養，不斷提高員工工作能力；同時依託阿里巴巴集團培訓平臺，為員工提供線上線下培訓機會。阿里健康每半年度對員工績效進行考核，每年提供2次晉陞機會，激勵員工不斷實現自我提升和職業發展。

公司對所有新入職的員工提供為期三天的「阿健迎新」培訓，宣貫公司價值觀和企業文化，全面介紹公司業務，發放員工入職培訓手冊，幫助員工快速融入新的工作氛圍。公司針對中層員工(帶領業務線和團隊的核心人才)設計了兩類培訓，一是專業培訓，根據員工所屬專業不同，將培訓體系分成產品派和技術派兩類，對員工開展定期培訓、交流和討論活動，並不定期邀請外部行業專家分享先進行業經驗；二是對全體中層員工統一開展領導力、管理能力提升的培訓和經驗分享活動。公司高層管理者通過管理者培訓、管理月會等活動，討論公司未來發展方向，分享各自的管理經驗，提升團隊的凝聚力和戰略領導力，為公司長期穩定發展夯實基礎。

與此同時，公司充分利用阿里巴巴集團完善的培訓體系，支持員工參與集團培訓，或邀請集團大咖來公司舉辦培訓。員工可根據需要，報名參與集團「三板斧」等培訓活動，平時也可使用阿里巴巴集團的線上學習平臺自主學習。公司對全體員工定期開展「健康夜校」培訓活動，邀請阿里巴巴集團的業務精英在公司業務、研發、運營、政策等方面進行專題講座。本報告期內公司「健康夜校」開展的培訓內容包括區塊鏈、互聯網知識產權保護、「雙十一」大促法律風險等。

本報告期內，超過600名阿里健康員工參與培訓，人均培訓76小時。

阿里健康高中基層員工培訓數據

	受訓百分比	平均受訓小時數
高級管理層	100%	36
中級管理層	100%	144
基層員工	100%	58

02 創造良好的工作環境

阿里健康堅持以人為本，尊重和保護所有員工的各項合法權益，嚴格遵守國家相關法律法規和阿里健康員工招聘管理政策，堅持平等僱傭，禁止一切形式的就業歧視和強迫勞動，持續提供平等就業機會及合理勞動報酬；依法簽訂勞動合同，按時為員工繳納社會保險，切實保障員工的合法權益，努力構建負責任的就業與僱傭關係。

阿里健康關心員工職業健康與安全，為全體員工提供養老、醫療、失業、工傷、生育等保險和社會保障住房公積金等福利，並額外購買補充醫療保險。公司每年為員工安排免費體檢，幫助員工及時瞭解身體健康狀況。公司為懷孕女員工提供帶薪假期，為哺乳期女員工提供哺乳室、為有未成年子女的員工提供家長會假，為節日回老家路途遙遠的員工提供路途假。公司還為員工提供餐補、免費班車，為加班員工提供免費滋補品、加班回家交通費報銷等各種福利。

阿里健康延續阿里巴巴集團「快樂工作、認真生活」理念，為員工打造輕鬆、愉悅、而又不失人文關懷的工作氛圍。公司為在職滿一年、三年、五年的員工組織年陳儀式；在婦女節、端午節、中秋節、聖誕節等節日以及員工生日組織集體慶祝活動並發放各種小禮物；每年開展「雙十一」戰役系列活動，鼓舞團隊士氣，打造快樂工作氛圍；每年舉辦年會，三地員工齊聚一堂，回顧過去一年取得的成績，分享成功的喜悅。每年5月10日的阿里日，員工可參與阿里巴巴集體婚禮活動；每年年末，員工家屬將收到表達感謝的「阿里家書」等禮物。





AliHealth

公司為員工舉辦「一年香」、「三年醇」、「五年陳」紀念活動

公司延續阿里巴巴集團的傳統，每月月末為在職滿一年的員工舉辦慶祝活動，授予「一年香」徽章、「三年醇」玉墜。本報告期內，公司還3次安排在職滿五年的員工參加阿里巴巴集團五年陳紀念，授予「五年陳」戒指，邀請在職十年以上的阿里合夥人分享在阿里巴巴工作的心得體會，開展豐富多彩的互動活動，加深員工對企業的歸屬感和認同感，維繫員工與企業的和諧關係。

3 環境友好

阿里健康積極應對氣候變化，注重生態環境保護，將綠色運營理念融入自身運營的各個環節，採取各種有效措施減少對生態環境產生的影響。

阿里健康重視能源和資源節約，踐行綠色辦公。公司安裝使用LED節能燈，優先採購節能環保設備和辦公室裝修材料；平時加強巡視，及時關閉不必要的照明和電器設施，不定期通過消息群向員工發送節約用電溫馨提示。2017年公司增加了視頻會議室系統建設，實現所有會議室均可進行視頻會議，有效減少不必要的差旅。本報告期內，阿里健康總部共召開視頻會議1,353次。在節約用紙方面，公司所有名片使用再生紙印刷；在辦公區域設置廢紙回收箱，回收單面打印紙並進行二次利用；2017年公司還實現了行政表單電子審批，節約了大量紙張使用。除了降低自身能源和資源消耗，公司每年還參與世界自然基金會發起的地球一小時環保公益活動，關掉不必要的電燈和耗電設備一小時，積極支持減緩全球氣候變化行動，激發公眾保護地球的責任感。

本報告期內，集團涉及的能源使用主要包括電、汽油、外購熱力，資源使用主要包括市政供水和辦公用紙等。

阿里健康2018財年能源和資源消耗量¹

指標	消耗量	密度(每位員工產生量)
電(千瓦時)	350,469	724.11(千瓦時/人)
水(噸)	5,341.7	11.04(噸/人)
辦公用紙(噸)	0.949	0.00196(噸/人)

阿里健康產生的排放物主要包括能源消耗產生的溫室氣體排放和辦公生活污水排放，產生的廢棄物主要是廢舊硒鼓墨盒、廢燈管、廢電池、廢紙等辦公耗材和其他生活垃圾。在2017年內，我們通過門店廢棄藥品回收箱共收集5公斤廢棄藥品，同時處置了1.705噸廢棄藥品。

本報告期內，阿里健康共產生溫室氣體排放353.7噸二氧化碳當量²。所產生的生活污水全部通過市政污水管網排放到市政污水處理廠處理。阿里健康產生的有害固體廢棄物(廢舊硒鼓墨盒、廢燈管、廢電池等)定期交由有資質的外部機構統一合規處置，其他一般廢棄物由物業公司定期收集清理。

¹ 耗電量、耗水量和辦公用紙消耗量統計僅包含阿里健康科技(中國)有限公司、中信二十一世紀(中國)科技有限公司和阿里健康大藥房醫藥連鎖有限公司。

² 溫室氣體排放量僅包含耗電和耗水產生的間接溫室氣體排放。耗電量和耗水量統計僅包含阿里健康科技(中國)有限公司、中信二十一世紀(中國)科技有限公司和阿里健康大藥房醫藥連鎖有限公司。碳排放因子取自國家發改委公佈的最新碳排放計算指引提供的區域電網排放因子2015版。



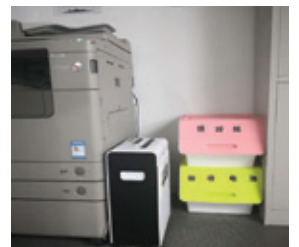
阿里健康多個大型倉庫採用節能環保製冷系統

製冷系統作為倉庫能耗的重要總要組成部分，已經越來越受到阿里健康倉儲物流運營團隊的重視。公司多個大型倉庫均採用集中製冷系統控制倉庫溫度，有效提高空間利用率，進而提高製冷效率。同時，這種製冷系統採用冷水取代傳統製冷劑作為冷源，該冷水循環系統可取代傳統壓縮式製冷機，減少電能消耗。通過採用自然冷源集中供冷系統為倉庫供冷，全年可實現節電約30%-40%。與此同時，由於使用水作為冷源而非傳統人工製冷劑，也可以避免人工製冷劑逸散對環境產生的影響。



阿里健康設置回收箱，鼓勵員工回收舊電池和循環紙

為減輕日常辦公產生的環境影響，公司在打印室設置了多個回收箱，回收廢舊乾電池和單面打印紙。對於廢舊乾電池，公司聯繫有資質的第三方環保公司，定期進行收集和處置。鑒於許多員工反映自家產生的舊電池較難自行處理，公司也鼓勵員工將家中舊電池帶到公司一併進行回收處理。對於回收的單面打印紙，公司收集到一定數量時，將其製成手工筆記本，供員工取用。



香港聯交所ESG指標索引

指標	指標描述	索引位置
A. 環境		
A1 排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、有害及無害廢棄物的產生等的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	37-38
A1.1	排放物種類及相關排放數據	37
A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	37
A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	37
A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	37
A1.5	描述減輕排放量的措施及所得成果	37-38
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減輕產生量的措施及所得成果	37
A2 資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	37-38
A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	37
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量、每項設施計算)	37
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果	37-38
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果	37
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位占量	不適用
A3 環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	37-38
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	37-38

B. 社會		
B1 僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	33-34
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	34
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	—
B2 健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業化危害的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	35
B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	—
B2.2	因工傷損失工作日數	—
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	35
B3 發展與培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	34
B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比	34
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	34
B4 勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	33
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	33
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	—
B5 供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	32
B5.1	按地區劃分的供應商數目	32
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法	29-32

B6 產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	28
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	28
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	28
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	29
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程式	28
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	29
B7 反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	32
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	—
B7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法	32
B8 社區		
一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	22
B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)	22-24
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	22-26

尊敬的讀者：

您好！十分感謝您閱讀《阿里健康2018年環境、社會及管治報告》。我們非常重視並期望聆聽您對阿里健康社會責任管理、實踐和報告的反饋意見。您的意見和建議，是我們持續推進企業社會責任管理和實踐的重要依據。期待您的回復！

選擇性問題（請在相應的位置打✓）

1. 您認為本報告是否能反映阿里健康對經濟、社會和環境的重大影響？

是 一般 否

2. 您認為本報告識別出的權益人及其與阿里健康關係的分析是否準確、全面？

是 一般 否

3. 您認為本報告提供的信息是否全面？

是 一般 否

4. 您認為本報告提供的信息是否具有可讀性？

是 一般 否

開放性問題

您對《阿里健康2018年環境、社會及管治報告》的其他意見與建議，歡迎提出。

您的聯繫方式

姓名：

工作單位：

工作職務：

聯繫電話：

電子郵件：

傳真：



阿里健康信息技術有限公司

Alibaba Health Information Technology Limited

公司地址：香港銅鑼灣勿地臣街1號時代廣場1座26樓

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

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

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