

# 2023 環境、社會及管治報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT



# 目錄

關於本報告	03
高管致辭	05
董事會聲明	07
公司介紹	08

## 1 企業管治 10

---

1.1 管治架構	10
1.2 風險內控	11
1.3 廉正管理	14
1.4 利益相關方溝通	16
1.5 重大性議題判定	17

## 2 立標準，保品質 19

---

2.1 產品質量與安全	19
2.2 商家規範管理	24
2.3 客戶服務	25
2.4 信息安全管理	27
2.5 知識產權管理	31

## 3 多元文化與發展 33

---

- 3.1 合規僱傭 33
- 3.2 人才發展及培訓 35
- 3.3 員工健康與安全 39
- 3.4 員工關愛 41

## 4 綠色價值鏈 42

---

- 4.1 應對氣候變化 42
- 4.2 綠色運營 42
- 4.3 廢棄物管理 47

## 5 負責任的科技 48

---

- 5.1 供應鏈管理 48
- 5.2 健康救助 49
- 5.3 公益行動 53

- ESG索引 56
- 讀者反饋表 60

### 發佈週期

本報告為年度報告，是阿里健康信息技術有限公司連續發佈的第七份環境、社會及管治報告。

### 編製依據

本報告基於香港聯交所《上市規則指引》－附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(HKEX-ESG)編製。

### 報告期間

報告時間跨度為2022年4月1日至2023年3月31日(「報告期」)。

### 報告邊界

本報告以阿里健康信息技術有限公司為主體，涵蓋公司所屬各管理支持部門。

### 指代說明

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

### 貨幣說明

如無特殊說明，本報告中的「元」指「人民幣」。

### 匯報原則

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

量化原則：本報告中環境及社會範疇的量化關鍵披露指標為公司定期統計，並於財年年末匯總、披露。詳見本報告各章節。

一致性原則：本報告與公司往年ESG報告使用一致的披露統計方法。

平衡性原則：本報告不偏不倚地反映了公司在環境、社會和治理三個方面的表現。

---

## 關於本報告

### 報告版本與獲取

報告以網絡版形式發佈，您可以在下列網站瀏覽和下載報告：

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

香港聯合交易所網站([www.hkex.com.hk](http://www.hkex.com.hk))

越過殊為不易的2022年，阿里健康風雨兼程、努力拼搏，秉持「讓醫療健康普惠可及」的態度，將企業與社會的共融發展融入公司的發展戰略，不斷增強公司的內生動力，推進可持續發展，打造互聯網醫療領域的典範。我們不忘企業初心，積極踐行互聯網醫療行業領軍企業責任，貫徹落實《「十四五」全民醫療保障規劃》，將普惠的醫療健康服務帶給更廣闊的人群。

我們依託於阿里巴巴集團的數字化能力，積極運用阿里健康在互聯網技術、物聯網技術方面的長期積累能力和服務經驗，期望能夠在互聯網醫療這個領域內為用戶創造更長期的價值。同時，我們不斷思考自己的影響邊界，思考如何在為用戶提供高質量的醫療服務之外，能夠對更廣泛的利益相關方群體產生更為積極的綜合影響。我們以高度的透明度和負責任的經營理念來強化公司治理，嚴格遵守相關法律法規，確保公司決策的透明度和公正性，通過誠實、透明和負責任的行為，保持良好的企業形象。

我們將ESG戰略定義為阿里健康未來發展的重要基石，將ESG在公司管理工作中進行內化，董事會、管理層及工作部門分別承擔ESG的監管及日常執行職能，讓ESG的理念和要求，能夠在我們日常的一舉一動中得到體現。我們入選「恒指ESG增強指數」與「恒指低碳指數」，成為入選的唯一一家互聯網醫療公司；同時明晟公司「MSCI」對阿里健康的ESG評級保持A級，這是對我們長期以來ESG工作的肯定，也激勵我們更好地在未來以ESG為抓手激發公司更廣泛的社會價值。我們相信，積極應對ESG挑戰並完善ESG管理體系，將能夠實現更為可持續、更具有社會意義的商業模式和經濟增長。

過去一年，我們全力支持國家「雙碳」的戰略目標，全面貫徹「綠水青山就是金山銀山」的指導思想。作為互聯網醫療行業的代表，阿里健康積極響應政府號召，推動綠色發展理念，推出了一系列具有針對性的措施減少我們的環境足跡。阿里健康積極探索智慧醫療新模式，通過數字化醫療健康服務助力社會節能減排，推進高質量的綠色低碳服務。同時，我們不斷推進綠色數據中心的建設，提高能源效率和節約資源，進一步推動可再生能源的使用，並將積極探索各種降低碳排放的技術和方案。

---

## 高管致辭

阿里健康一直致力於提供高質量的醫療服務，通過一系列舉措，為醫療普惠服務作出更大的貢獻。我們加強技術研發，提高系統的響應速度和準確性，為廣大患者提供更為便捷的在線診療服務。在產品安全和質量方面，阿里健康遵守各項法律法規，在藥品儲存、銷售、運輸等全鏈條採取有效的質量控制措施，並成立了專門的質量控制團隊，採取全線業務管控機制，確保全生命週期的產品質量與安全。同時，我們進一步完善了醫療資源的跟蹤管理機制，以互聯網平台為主要載體，全方位搭建專業醫師、藥品及就診服務體系，讓醫療服務更加親民、可靠、實用。

阿里健康積極踐行「健康中國」戰略，憑著一顆有溫度、有深度的大愛之心，開展多項公益行動。例如，我們持續提供罕見病援助服務，打造全球首個「罕見病全球藥物信息平台」；以「早發現，早治療」為原則，搭建「小鹿燈」兒童重疾公益救助平台；縮小城鄉醫療資源的差距，開展高原醫生重症會診與基層醫生培訓等服務。

此外，我們重視企業多元文化與員工發展，通過制定完善的員工管理政策，保障每一位員工享有公開、公平、公正的機會。我們為員工提供了具有競爭力的薪酬和福利計劃，包括每年為所有員工新增7天陪伴假，為子女未滿3週歲的員工新增10天育兒假；將每週五設定為家庭日，鼓勵員工提早一小時下班與家人共進晚餐；為司齡兩年及以上的員工提供最高50萬元的父母健康專項保險等。

在這個充滿挑戰和機會的年代，我們將秉承「讓醫療健康普惠可及」的企業使命，堅定不移地追求科技創新，強化對產品品質與安全的保障，堅持員工與公司共同發展的經營理念，不斷完善公司治理和環境保護。在未來，我們將繼續堅持ESG承諾，不斷提高社會責任感，與各利益相關方攜手並進，共同推動經濟增長、環境友好、社會和諧的可持續發展，為實現全人類的健康願景，作出更大的貢獻！

阿里健康首席執行官

朱順炎

2023年5月23日

---

## 董事會聲明

本公司及董事會遵循香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》要求，加強董事會對環境、社會及管治(ESG)有關事務的參與及決策。阿里健康董事會作為ESG事務最高負責及決策機構，負責決策公司ESG管理方針及策略，確保公司內設立合適及有效的ESG風險管理系統，審閱公司重大ESG議題評估結果及當年度ESG報告，積極推動公司運營各環節融入ESG要求。

阿里健康已在董事會的領導下建立行之有效的ESG日常管理及信息披露機制。ESG工作由公司首席執行官(CEO)及首席財務官(CFO)牽頭，各業務及部門分別落實ESG有關工作要求，並及時匯報ESG工作進展。內審部作為ESG信息披露負責部門，每年度定期協同各業務及部門完成ESG報告編製及披露。

阿里健康深知各利益相關方的意見與期望對公司的運營與發展有著重要的影響。本公司通過管理層及專家建議、國內外同業對標、媒體監測等方式，以內外部利益相關方的關注為篩選標準，對重大性議題進行了回顧和調整，進一步梳理出2023財年重大性議題矩陣，包括合規運營、供應鏈管理和客戶／消費者保護等議題。

於本匯報年度內，阿里健康承接阿里巴巴集團所設立的與業務運營相關聯的環境目標，本報告亦詳盡披露了阿里健康在本年度環境、社會及管治的相關事宜，已經由董事會於二零二三年五月二十三日審批通過。



---

## 公司介紹

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

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

**醫藥電商業務：**阿里健康醫藥電商業務始終以用戶為核心，充分發揮深耕多年的品牌優勢與資源，借助電子商務、大數據和雲計算領域的優勢，以醫藥自營業務、天貓平台及新零售業務相結合的運營模式，積極拓展上游優質醫療、滋補、保健品牌商和經銷商合作，通過人、貨、物三項基本要素重構創新，為有健康需求的用戶提供全面的互聯網綜合健康管理解決方案。

**醫療健康及數字化業務：**阿里健康積極利用強大的科技創新能力、數字化與智能化能力、優化產業流程並提升服務效率的能力，依託優質豐富的醫生資源，積極應對與解決醫療行業遇到的核心問題：用戶的醫療信息不對稱性問題、醫療服務的可及性問題、醫療機構的數字化問題以及醫療服務的保障問題。我們致力於持續打造「醫鹿APP+支付寶醫療健康頻道」的在線平台，以及包括疫苗、體檢、核酸檢測、口腔、心理、護理等醫療健康服務相結合的線上線下一體的醫療健康服務體系，持續為來自淘寶、天貓、支付寶、醫鹿APP、夸克搜索等終端使用者提供多方面、多層次、專業便捷的醫療健康服務，穩步推進讓優質醫療資源走到基層。

---

## 公司介紹

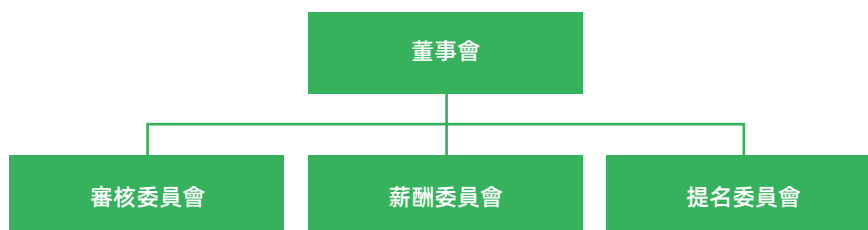
公益：阿里健康聯合阿里巴巴公益基金會發起「醫蝶谷一起學」基層醫生培訓項目，並與中國縣域醫院院長聯盟、中國紅十字基金會等深度合作，為欠發達縣域基層醫生提供免費的理論、技能培訓，提升基層醫生對常見病、多發病的規範診療能力、重病早篩的方法意識、和對急重症救治的能力。阿里健康聯合各級政府、知名醫療單位、醫療專家、權威公益機構聯合發起「小鹿燈」兒童重疾救助平台，為有困難的重疾患兒家庭提供就醫愛心通道，對接優質診療資源並提供診療費用援助，同時幫助減輕赴外地就醫帶來的出行及住宿負擔。

# 1 企業管治

阿里健康秉持高效穩健的企業管治理念，通過風險內控、廉正管理、利益相關方溝通等方式，持續深化公司管治水平，以實現高質量、可持續的長久發展。

## 1.1 管治架構

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國公司法》等法律法規，建立完善的企業管治架構，在董事會下設審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。



圖：阿里健康企業管治架構

委員會	主要職責
薪酬委員會	<ul style="list-style-type: none"><li>就公司董事及高級管理人員的全體薪酬政策和架構及其他與薪酬相關之事宜，及就設立正規而具透明度的程序制訂薪酬政策，向董事會提出建議；</li><li>向董事會建議個別執行董事及高級管理層之薪酬待遇，包括實質利益、退休金權利及賠償款項，並就非執行董事之薪酬向董事會提供建議等；</li><li>參照董事會所訂企業方針及目標而檢討及批准管理層之薪酬建議。</li></ul>
審核委員會	<ul style="list-style-type: none"><li>就外聘核數師的委任、重新委任及罷免向董事會提供建議、批准外聘核數師的薪酬及聘用條款及處理任何有關該外聘核數師辭職或辭退該外聘核數師的問題；</li><li>在向董事會提交半年及年度財務報表以及年度及中期報告及帳目前先審閱該等財務報表以及報告及帳目；</li><li>監督公司的財務匯報制度、風險管理及內部監控系統。</li></ul>

# 1 企業管治

委員會	主要職責
提名委員會	<ul style="list-style-type: none"><li>至少每年檢討董事會的架構、人數、組成及多元化層面，並就任何為配合本公司的公司策略而擬對董事會作出的變動提出建議；</li><li>就董事委任、重新委任或罷免以及董事（尤其是董事會主席及行政總裁）繼任計劃向董事會提出建議；</li><li>物色具備合適資格成為董事會成員之人士，並就挑選獲提名人士出任董事職務進行遴選或向董事會提供推薦建議。</li></ul>

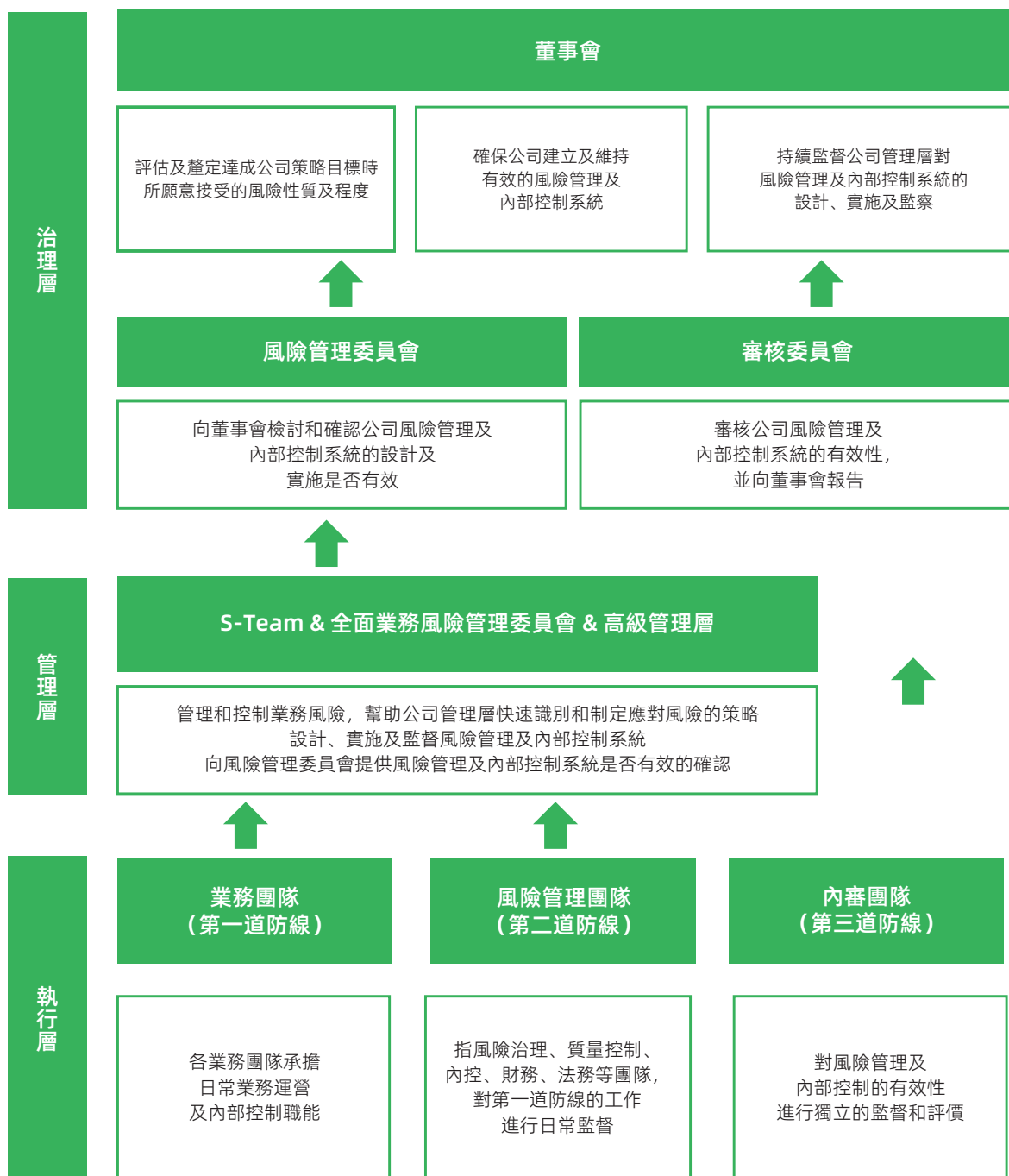
阿里健康制定《董事會多元化政策》，提名委員會負責每年檢討董事會的架構和人數組成層面，包括性別、年齡、文化和教育背景、專業經驗、技能以及知識等多元化因素，檢討公司董事會多元化相關目標及實施有效性，以促進公司的多元化表現。

截至報告期末，阿里健康董事會由7名董事組成，董事來自於中國境內和中國香港特別行政區的不同行業，專業領域覆蓋金融、經濟、會計、醫療、工程、審計與風險等。董事會成員背景詳情請參見本公司《2023年度報告》。

## 1.2 風險內控

阿里健康遵守適用的法律法規，持續健全風險管理體系，建立了治理層、管理層和執行層的三層風險管理組織架構。其中，執行層遵循「三道防線」的風險管控機制，負責日常業務運營中的風險識別、評估、控制和監督，並通過自下而上的匯報方式，確保治理層和管理層知悉公司的風險管理及內部系統運行情況，形成高效有序的風險管控機制。

# 1 企業管治



圖：阿里健康風險管理組織架構

風險管理流程	
風險識別	管理層基於公司的戰略目標和經營目標，分別從戰略、運營、質量、客服、財務、法律、人力資源、信息技術和數據、聲譽等九個主要領域，識別可能影響集團目標實現的不確定因素和風險事件。
風險評估	管理層與其管理團隊對識別出來的各項風險，分別從風險發生的可能性和影響程度進行評估打分，並對風險等級進行「高」、「中」、「低」排序。
風險應對	風險應對策略包括風險規避、風險轉移、風險緩解和風險接受，基於風險識別和風險評估的結果，管理層選擇恰當的策略並採取相應的措施來管控風險。
風險監控	風險監控是對風險應對措施的執行情況進行監督，並持續改進和完善內控執行的有效性；包括日常工作中的持續監控和定期的獨立評估。
風險匯報	風險匯報是向公司的管理層、董事會及其下設的審核委員會和風險管理委員會，上報風險管理和內部控制系統的設計及實施的有效性。

## 風險管理保障機制

- 風險應對措施：公司根據內控流程和相關制度規範，開展包括公司層面、業務層面、財務報告層面及IT系統層面的流程和內控活動，並將相關規範發佈到制度平台上供全員查閱和學習。同時，公司建立阿里健康規則中心，對外公示對合作方及業務的管理規範和要求。
- 風險管理績效考核：公司為保障風險管理實施的有效性，積極培養全員風險意識、規範內控流程、實行全員問責機制，保障集團風險管理戰略的實施。
- 風險管理培訓：公司通過風險管理和內控相關的溝通及培訓，保證各類業務流程、制度規範和內控活動的落地實施。相關溝通培訓以集中培訓、研討會、即時溝通指導、視頻學習、群發郵件和網上考試等形式開展，內容涉及制度規範和內控培訓、法律法規培訓、廉正培訓、數據安全培訓等。

# 1 企業管治

## 1.3 廉正管理

阿里健康將誠信廉潔視作公司可持續經營的立身之本，對貪污腐敗秉持「零容忍」態度。公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反壟斷法》等國家法律法規，結合自身業務出台了《反性騷擾行為準則》《禮品處理條例》《政府事務行為相關規定》《證券交易指引》《員工參加第三方舉辦的外部活動指引》等管理規定，並於報告期內更新完善《商業行為準則》《員工利益衝突管理細則》《員工紀律制度》三項管理制度，逐步形成了完備的廉正管理體系，從制度層面為公司廉正管理提供健全的指引和有利的支持。

報告期內，公司還制定了適用於董事、高管人員、全體正式員工及非正式員工（包括實習生、退休返聘人員、顧問及外包人員）的《阿里健康反商業賄賂合規政策》，明確阿里健康在預防賄賂等腐敗行為方面的義務與責任，並為員工提供行為規範和指引。

**表：反商業賄賂合規政策核心內容**

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

# 1 企業管治

阿里健康的合規體系參照阿里巴巴集團設置，公司配置有專業的廉正、內控、審計、風控、法務和財務團隊。阿里健康專門成立紀律管理委員會，CEO、CPO、CFO、COO、CRO、法務負責人、廉正負責人作為委員會成員，主要負責商業道德及反腐敗問題的日常監督，包括相關制度的修訂、員工處分複議及報備、日常廉潔風險的運營管理等。

報告期內，阿里健康開展了多項商業道德及反腐敗培訓活動，針對管理者、一線員工、新員工等不同種類的崗位，定製化開展商業行為準則、員工紀律制度及利益衝突細則等廉潔制度宣教活動。公司設有專門的新人宣教機制，新人需在入職30天內機制性完成考試，並全員參加公司定期組織的線下專場培訓。報告期內，公司針對包含董事在內的全體員工開展廉正培訓，包括商業行為準則、員工紀律制度、利益衝突細則等內容，普通員工人均受訓3.14小時，董事人均受訓1小時。

## 舉報管理

報告期內，阿里健康制定《廉正舉報制度》，從舉報的受理和調查、舉報人保護、禁止誣告等方面規範公司的廉正舉報流程。公司設置多元化公開反腐舉報渠道，開發上線移動端舉報系統，以及二維碼、舉報熱線等渠道，並於報告期內新增阿里健康舉報郵箱，由專人負責舉報郵箱的管理以及舉報信息的分析以及分發工作，保證客觀獨立性。

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

阿里健康設置廉正調查員，在接到舉報後第一時間評估舉報的有效性及其相關性，並進行信息切分和相應調查。公司明確提出針對舉報人的信息安全保護，承諾對舉報人的身份信息和舉報內容保密，並規定了打擊報復等行為的後果，保護舉報人的合法權益不受侵犯。

報告期內，阿里健康產生1起因舞弊引發的訴訟案件，我們及時處理並積極配合司法要求及流程，案件現已妥善處理，未對本公司業務產生影響。



# 1 企業管治

## 廉潔採購

阿里健康踐行誠信採購，在入庫階段與全體供應商簽訂《廉潔誠信約定函》，要求供應商不從事欺瞞、欺詐等不誠實行為。公司制定《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範V2.0》管理規定，當合作供應商出現賄賂、謀取不當利益、圍標串標、弄虛作假等違反誠信廉潔義務的行為時，我們將根據規定判斷違規行為等級並嚴肅處理。

我們在供應商門戶網頁、採購合同中明確舉報路徑，承諾對舉報人信息嚴格保密，以實現全方位的廉潔管理、提升供應鏈合規水平。報告期內，公司未發生採購腐敗事件。

## 1.4 利益相關方溝通

阿里健康將利益相關方的關注和訴求視作ESG管理的重要驅動力之一。公司健全政府、投資者、消費者、員工和合作夥伴等利益相關方的溝通機制，積極採納各利益相關方的意見和建議，並將其融入公司的ESG管理戰略之中，與利益相關方共享價值。

利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
政府	遵守法律法規 響應國家政策 支持經濟發展 依法納稅	合規經營 執行國家政策 助力經濟發展 主動納稅
投資者	投資回報 業務與盈利增長 風險管理 信息披露	業績發佈會 股東大會 提升內控合規水平 定時披露經營信息
消費者	優質產品和服務 健康知識教育 保障隱私安全	高水平的醫藥健康服務 消費者滿意度調查 消費者信息保護

# 1 企業管治

利益相關方	需求與期望	溝通與回應方式
員工	維護員工權益 保障職業健康 健全發展通道 平衡工作生活	有競爭力的薪酬福利 開展員工健康培訓 完善職業發展通道 增進員工福祉
合作夥伴	行業共贏 陽光採購 誠信經營	行業項目合作 公開招標 依法履行合同
環境	節能減排 減輕對環境的負面影響	嚴格管理排放物 提升資源和能源使用效率 參與環保公益
社會和公眾	業務與公益結合 支持社區發展	公益慈善活動 志願者服務

## 1.5 重大性議題判定

阿里健康秉承「讓醫療健康普惠可及」的使命，結合自身業務實際，打造公司可持續管理四大核心支柱，積極踐行企業社會責任，推動實現全社會健康發展的美好願景。



圖：阿里健康四大核心支柱

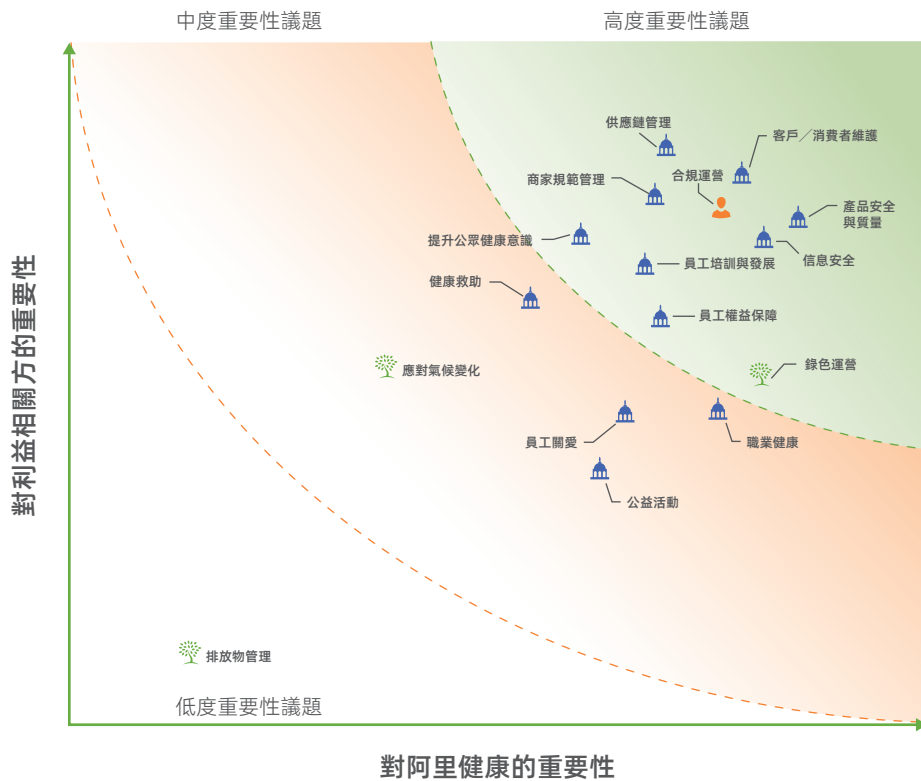
阿里健康結合公司可持續發展支柱、利益相關方訴求及行業共同關注，制定ESG議題清單，並從中識別出了對公司有重要影響的ESG議題，開展實質性分析，確保全面回應公司和利益相關方關注的重點議題。

# 1 企業管治

## 環境、社會及管治重大性議題分析流程



- 社會議題
- 管治議題
- 環境議題



圖：阿里健康2023年環境、社會及管治重大性議題矩陣

---

## 2 立標準，保品質

阿里健康始終將品質視作健康醫療服務的關鍵，我們重視產品質量、規範商家管理、保障服務水平、強化信息安全與知識產權管理，以高標準、嚴要求的態度，打造互聯網醫療標桿，使阿里健康的優質品牌形象不斷深入人心。

### 2.1 產品質量與安全

確保藥品的安全與質量，是互聯網醫療秩序發展的重要組成部分。阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國食品安全法》《中華人民共和國藥品管理法》《中華人民共和國疫苗管理法》《中華人民共和國藥品管理法實施條例》《藥品經營許可證管理辦法》及《互聯網藥品交易服務審批暫行規定》等法律法規，按照《藥品經營質量管理規範》(GSP)進行質量控制，建立了包括質量控制、產品檢測、產品追溯、產品召回在內的全流程質量管理體系。

## 2 立標準，保品質

表：2022年阿里健康全流程質量管理

	<p style="text-align: center;"><b>質量控制</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>全鏈條質控</b>：參考GSP，形成藥品儲存、運輸、銷售等全鏈條的質量控制措施。</li><li>• <b>質量管理制度</b>：根據最新法規及業務現狀修訂質量制度、質量操作規則和質量職責文件，在藥品風險控制、藥品追蹤、藥品儲存配送、藥品不良反應及投訴舉報處理等制度中增加了網售藥品管理內容，並新增藥學在線服務制度及網售藥品處方審核管理制度。</li></ul>
	
	<p style="text-align: center;"><b>產品檢測</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>檢測標準制定</b>：根據細分的平台產品，制定《阿里健康疫苗平台商品發佈標準》《可食用類產品違禁添加技術規範》等標準文件，明確規定各產品添加物的使用，禁止違禁物的使用。</li><li>• <b>實驗室搭建</b>：使用「透明實驗室」進行公司內部產品檢測。</li><li>• <b>產品抽檢</b>：阿里健康平台堅持以問題為導向，為保障阿里健康用戶的合法權益，結合消費者投訴、店鋪品質退款率等多維度數據分析，針對商家在阿里健康所售商品進行質量抽檢。報告期內，阿里健康平台通過國內外權威第三方檢測機構，抽檢範圍覆蓋醫療器械、保健用品及食品、傳統滋補營養品、成人用品等多品類，完成平台商品抽檢395批次，累計發現101個整改項，商家已100%完成整改。</li></ul>
	
	<p style="text-align: center;"><b>產品追溯</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>產品追溯平台</b>：建立「碼上放心」第三方追溯平台；</li><li>• <b>追溯合規服務</b>：基於國家政策的相關追溯標準和規範，為藥品生產和流通企業提供追溯合規服務，確保國內藥品流通在全生命週期內做到「來源可查、去向可追、責任可究」。</li></ul>
	
	<p style="text-align: center;"><b>產品召回</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>召回流程</b>：完善召回管理體系，確保藥品召回全過程及時、合規、可追溯。</li></ul>

## 2 立標準，保品質



圖：產品召回全流程

- **召回事件**：報告期內，阿里健康自營平台未有產品召回事件發生<sup>1</sup>。
- **產品退貨率**：報告期內，阿里健康平台退貨的比例為0.1003%。

<sup>1</sup> 報告期內，國家藥監局要求召回部分假劣藥，阿里健康無對應批次藥品庫存；平台供應商（非自營）主動召回不合格藥品24次。

## 2 立標準，保品質

### 質量培訓

為客戶提供高質量產品是阿里健康的核心追求，公司致力於提高全體員工及平台供應商的質量責任意識，針對不同業務團隊及供應商提供多樣化產品安全與質量控制培訓，攜手供應商建設高品質、可信賴的互聯網醫療平台。

#### 內部質量培訓

##### 藥品培訓：

- 針對藥品客服團隊，結合線下和線上直播方式，開展了藥品內在質量投訴處理、藥品說明書解讀及常投訴場景釋疑兩場專題培訓，覆蓋員工約130人；
- 針對藥品質控團隊，開展藥品首營資料管理規範、質量信息處理規程培訓；
- 針對倉庫運營團隊，開展藥品倉庫核心流程的質控規範、藥品倉庫效期錄入與檢核規範培訓。

##### 非藥品培訓：

- 針對非藥品運營團隊，開展內容分別為非藥首營規則及法規要求、滋補食品首營規則及法規要求、紅線五要五不要制度、錯漏發影響及處罰規則、紅線處罰商家通曬及易錯點、直發倉管理規範共6場培訓。

## 2 立標準，保品質

### 供應商質量培訓

- 針對大藥房&旗艦店供應商，開展文描合規<sup>2</sup>、非藥首營填寫規範及首營資料提取培訓，培訓時長約150分鐘；
- 針對內部運營，開展運營內容合規培訓，培訓時長約90分鐘；
- 針對滋補和食品供應商，開展食品商品發佈和文描標準培訓，培訓時長約90分鐘；
- 針對器械&隱形眼鏡商家，開展器械&隱形眼鏡商品發佈和文描標準培訓，培訓時長約90分鐘；
- 針對美妝洗護商家，開展美妝洗護商品發佈和文描標準培訓，培訓時長約70分鐘；
- 針對食品類目新品引入，開展新品引入操作SOP – 首營資料培訓，培訓時長約79分鐘；
- 針對非藥全量商家新品引入，開展新品引入操作SOP – 首營資料培訓，培訓約57分鐘。

<sup>2</sup> 文描合規是指在線銷售商品的商品詳情頁文字描述需符合國家法律法規要求。



---

## 2 立標準，保品質

### 2.2 商家規範管理

阿里健康持續提升商家管理的規範化水平，針對醫療器械類、醫療服務類及消費醫療機構等不同類型的平台商家，我們制定了嚴格的准入、審核及退出機制，篩選出優質的商家和產品。我們對已經入駐的商家進行常態化管理和監督，竭力為客戶提供安全、放心的服務。

- 對於醫療器械類商家：我們嚴格遵守《醫療器械網絡銷售監督管理辦法》，對醫療器械商家資質和產品資質建立嚴格的審核及規範制度。在商家准入階段，我們要求商家滿足醫療器械經營資質、醫療器械網絡備案憑證、營業執照等證件要求。在商家運營階段，我們要求商家遵守阿里健康醫療器械商品發佈規範，在平台發佈醫療器械類商品前上傳醫療器械註冊證或備案證，以及醫療器械標籤信息，並其審核資質的真實性和有效性。
- 對於醫療服務類商家：我們制定《阿里健康醫療平台入駐標準》《阿里健康支付寶體檢／檢查機構招商管理規範》等招商入駐規範，初步審核平台入駐的醫療機構和醫師的資質，並通過中華人民共和國國家衛生健康委員會（簡稱「衛健委」）網站最終確認。
- 對於消費醫療機構：我們制定消費醫療機構相關的平台招商規則、管理規範和審核流程。在機構入駐階段，我們通過資質審核和實地考察相結合的方式，不定期考察機構的管理、服務等資質文件及實際運營情況，確保機構信息真實準確。

### 2.3 客戶服務

阿里健康充分發揮「互聯網+醫療」的優勢，以互聯網平台為主要載體，全方位搭建專業醫師、藥品及就診服務體系。同時我們採用「線上+線下」深度融合的合作模式，拓展線下就診渠道，將服務鏈條延伸至更廣泛的消費者群體，為更多消費者提供便捷、優質的就診新選擇。

#### 藥師服務

阿里健康致力於打造高水平的藥師團隊和健全的平台服務體系，我們嚴格審核藥師准入資質、不斷優化藥師問診服務，確保能夠及時準確地滿足各類用戶的購藥需求。

公司建立嚴格的准入審核機制，結合培訓與激勵機制，打造專業的藥師服務團隊：

- 嚴格核實入駐藥師的資格證書和執業證書，確保藥師信息的真實性和準確性；
- 定期為藥師團隊舉辦醫學知識、藥品注意事項等方面的專業培訓課程，提高藥師團隊的專業能力；
- 每月評選金牌藥師，激勵藥師不斷改進自身的服務能力，為用戶提供更妥切的服務。

截至2023年3月31日，3,390名執業醫師、執業藥師和營養師可在我們的平台上為用戶提供在線健康諮詢服務，日均在線問診服務量達6.4萬次。

公司以專業的藥師團隊為基礎，持續優化藥師服務體系，搭建7×24小時的專業藥師在線諮詢服務。我們為消費者提供售前及售後各個環節的就診及用藥諮詢服務，並為處方藥慢性病福利計劃會員提供針對性用藥指導。平台開發用藥提醒及自動產生用藥方案等便捷工具，全方位滿足消費者的用藥需求。針對客戶對於產品服務的投訴事件，我們根據《客戶投訴管理操作規程》《質量投訴管理制度》等流程制度文件，要求客服部門依照規定流程對客戶投訴、退換貨請求、退款請求等情況進行處理，並根據客戶反饋不斷提高服務質量，報告期內我們接獲27.03萬投<sup>3</sup>，投訴處理率100%。

<sup>3</sup> 萬投=(投訴量/訂單量)\*10,000。

## 2 立標準，保品質

### 就診體驗

阿里健康借助集團的互聯網業務優勢，結合自身的業務發展需要，打造了線上就診及線下零售雙途徑，構建線上線下一體化的智慧醫療服務網絡，為消費者提供更加便捷舒適的就診體驗。

阿里健康推出集掛號、候診、遠程複診、送藥上門與一體的在線就診平台，為用戶提供全鏈條一站式就診服務。我們憑藉自身積累的技術、渠道及運營優勢，為患者提供觸手可得的慢病綜合醫療服務。公司以阿里健康互聯網醫院為載體，充分利用技術優勢提升醫療效率，優化服務流程，放大醫療供給能力，通過在線問診、複診開方、優惠好藥、靶向式教育、精準隨訪、同伴互助、售後保障等服務內容的展開，為慢病患者、醫生和藥企搭建服務的新通路。截至報告期末，我們服務的慢病用戶人數已近900萬，同比增長35%，人均用藥時長同比快速攀升。

阿里健康打造醫藥新零售系統，依託在線阿里健康平台，不斷開拓線下藥房資源，拉近與用戶最後一百米的距離，我們與線下藥房合作提供7×24小時的急用藥／急送藥服務，匹配消費者靈活的購藥需求。

### 案例：阿里健康聯合夥伴推出掛號預約服務平台，為使用者提供優質中醫服務

2022年8月，阿里健康與北京廣播電視台聯合推出中醫掛號、康養科普、（線下活動）問題徵集三位一體的「首都名中醫掛號預約服務平台」。平台集合近30家三甲醫院的300多位中醫專家，包括17位北京市中醫管理局認證的名中醫，讓優質中醫服務觸手可及。



圖：中醫服務平台

## 2 立標準，保品質

### 負責任營銷

阿里健康堅守市場規範，踐行責任營銷。我們遵守《中華人民共和國廣告法》《藥品說明書和標籤管理規定》等相關法律法規，積極管理各個環節的營銷合規風險，確保公司的誠信經營。我們定期開設《廣告法》《藥品管理法》等相關的法律培訓，並針對培訓內容設立考試機制，有效增強員工營銷合規意識。

我們嚴格把控產品營銷策略，規避相關風險，保證全鏈路內容合規。

- 在商品發佈前，我們明確要求商家不得投放處方藥及特醫食品等相關產品的廣告，並依據《廣告審查表》對保健品、醫療器械、非處方藥等產品進行審核；
- 在商品發佈後，我們利用系統工具對商品文字描述信息進行實時管控，保證向患者傳遞真實準確的藥品和治療信息，築牢合規營銷的堅實底座。

## 2.4 信息安全管理

阿里健康在推進數字化醫療的同時，確保消費者的信息與隱私安全不受侵犯，通過完善信息安全管理架構和制度體系、提升安全技術能力、強化日常有效的管理等方式，構建起堅實的信息安全屏障。

### 信息安全治理

公司嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《互聯網安全保護技術措施規定》《通用數據保護條例》(GDPR)等法律法規，遵循阿里巴巴集團的《阿里巴巴集團數據安全規範(總綱)》《阿里巴巴集團 - 對外數據披露細則》《阿里巴巴財務數據安全管理制度》等覆蓋公司各子公司、業務場景以及第三方合作夥伴的信息安全管理制度，健全內部信息安全管理機制，規範個人數據傳輸管理要求，提升公司及合作夥伴的信息與數據安全合規水平。

## 2 立標準，保品質

阿里健康建立信息安全管理組織架構，由董事會風險管理委員會負責公司信息與數據安全的日常監督與最高決策，召開定期會議與突發事件臨時會議。公司首席風險官(Chief Risk Officer, CRO)及CRO團隊負責數據安全的管理與維護，CRO每年向風險管理委員會匯報數據安全工作總結，CRO團隊則負責定期召開會議覆盤數據安全事項和日常溝通事宜，確保公司員工數據、阿里健康自身應用數據以及生態上下游數據等全鏈條的信息安全。



圖：信息安全管理架構

### 信息安全運營

阿里健康不斷完善信息安全保護機制，推動安全防護技術提升，將信息安全風險降至最低。我們搭建完備的信息系統管理規範和業務連續性保障機制，並採取加密防護措施，建立了從數據採集、數據傳輸、安全存儲、加密防護、授權訪問和使用到銷毀等全流程的數據管理流程。

在日常運營中，我們建立應急預案以應對突發的信息系統中斷情況，並定期執行災難恢復計劃和演練活動，提升信息安全的風險抵禦能力。同時，我們不定期邀請第三方進行信息安全評估與審計，通過內外部安全評估測試等方式提升自身的信息安全防護能力。

## 2 立標準，保品質

表：阿里健康安全評估測試

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

我們定期開展信息安全相關認證，以進一步強化阿里健康數據安全和信息保護工作。阿里健康、搭建醫療行業數據服務的阿里雲、阿里健康醫鹿問診系統、阿里健康碼上放心平台均已獲得多項權威認證，其中，碼上放心平台信息安全已取得國內非銀行機構最高備案認證等級。

表：阿里健康信息安全認證情況

認證主體	認證體系
阿里健康	ISO 27000信息安全管理體系認證 <sup>4</sup>
阿里雲	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
醫鹿問診系統	公安部信息系統三級信息安全等級保護備案證明
碼上放心平台	公安部信息系統三級信息安全等級保護認證

### 信息安全宣貫

阿里健康建立信息安全培訓制度，制定培訓計劃並開展各類信息與數據安全保護活動。公司培訓內容主要包括數據安全法律法規、制度要求、實操規範、管理方法、合規性評估、應急演練、知識技能等方面。根據公司制定的數據安全應急計劃與演練，設計出不同的突發情況以測試安全風險應對能力，不斷提升安全風險識別與控制水平。

在數據安全培訓方面，阿里健康已形成完善的分級培訓體系，以增強全體員工的安全意識和技能。

<sup>4</sup> ISO 27000信息安全管理體系認證覆蓋碼上放心藥品追溯平台軟件的研發、運行維護服務，覆蓋公司80%以上業務線。

## 2 立標準，保品質

- 新入職員工：開展數據安全培訓，針對倉儲系統安全進行專場數據安全培訓；
- 數據安全事件相關人員：針對數據安全事件，開展覆盤和培訓；
- 數據安全管理專職人員：根據制度要求，專職人員年度參與課程培訓不少於10小時；
- 包括實習生與外包員工在內的全體員工：對數據安全、信息保密相關內容進行全員宣貫，並開展全員安全培訓和測試。

### 隱私保護

阿里健康高度重視客戶隱私保護，嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等相關法規條例，制定《阿里健康法律聲明及隱私權政策》《阿里健康個人信息處理及保護管理要求》、醫鹿平台的《法律聲明及隱私權政策》、支付寶醫療健康頻道的《法律聲明及隱私權政策》等相關產品的隱私保護政策，切實落實客戶信息管理機制，保障客戶隱私。我們定期開展針對全員的數據安全與保密相關的培訓，開展包括人員管理、流程管理以及信息技術等相關培訓，規範隱私安全保護工作，更好地保護客戶的個人隱私安全。報告期內，阿里健康未有客戶隱私洩漏事件發生。

公司從客戶信息管理和信息權限管理等方面加強客戶隱私保護。我們對客戶數據採取分類分級、數據權限控制、最小化收集等一系列管理舉措，嚴格保護公司運營過程中存儲的用戶數據。

- 我們制定《阿里健康個人信息收集操作規範》，明確收集和使用客戶個人信息的範圍，承諾妥善保管平台相關隱私數據，對個人信息及數據不得擅自洩漏及使用，不向第三方收集個人數據，進行最小化數據的收集和保留；
- 我們嚴格管理客戶信息的訪問權限，只允許有相關權限的數據管理人員接觸客戶信息，並對訪問過程進行數據留痕，明確要求涉及數據安全的賬號不允許私自轉借他人，避免客戶信息被竊取洩漏；

## 2 立標準，保品質

- 針對第三方信息披露，我們在已審核通過書面披露審查的情況下，按照「最小夠用」原則，將所必須的客戶信息向有告知授權的第三方進行披露，我們承諾不會將個人資料出租、出售或提供給第三方，並在合規協議中說明收集數據的明細及使用場景；
- 我們制定《阿里健康個人信息存儲與刪除操作規範》，為客戶提供查詢、補充、更正、刪除個人信息的權利，報告期內，醫鹿APP新增用戶註銷功能，數據轉移註銷和銷毀功能；
- 阿里健康制定《阿里健康個人信息安全事件與應急響應的管理要求與操作規範》《數據安全事件應急響應規範》《個人信息泄露事件對外報告規範》等規範，當發生個人隱私或數據泄露等突發狀況時，我們遵循計劃採取相應措施，將事件影響降至最低。

公司還制定了涵蓋供應商及相關合作夥伴的資料保護計劃，對所有涉及資訊系統的供應商進行識別和分類分級管理，形成資訊系統供應商清單，並定期對清單中的供應商進行資訊安全評估與檢查，保障客戶隱私不受侵犯。

### 2.5 知識產權管理

阿里健康嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等法律法規以及阿里巴巴集團《商業行為準則》中知識產權相關的制度要求，保障自身知識產權不受侵犯，同時充分尊重他人的知識產權。報告期內，阿里健康出台《專利資產分層分類管理策略》，從醫藥電商、互聯網醫療、知識圖譜和智能化中台四個核心技術方向佈局，識別可投入的知識產權並引導高質量專利產出。公司還重新推出了《阿里健康品牌管理規範v1.0》，保障自有品牌不受侵犯。我們要求員工嚴格遵守知識產權相關法律法規及公司規定，合法使用他人名稱、商標、數據或軟件。

公司規範專利申請流程，並制定獨立的專利激勵政策，針對內部創新、核心技術和專利申請三部分制定逐層遞增的激勵機制，以此激發員工的創新熱情，助力產品更新迭代。報告期內，公司採取多樣化手段強化知識產權保護，本年度專利授權較去年增長233%，其中互聯網醫療佔比50%、醫藥電商佔比30%、智能化中台佔比20%，著作權總量共192個。



## 2 立標準，保品質

表：報告期內阿里健康知識產權保護措施

打擊侵權行為	加入集團統一供應商池，通過專業機構抓取或線索掃瞄等方式識別公司知識產權被侵權情況。報告期內，我們已發現204條線索，維權72個案件，其中已成功維權33個。
知識產權培訓	<ul style="list-style-type: none"><li>• 主題培訓 在世界知識產權日及集團合規日，公司與集團合作組織相關培訓，並為全體員工進行信息推送。</li><li>• 常態化培訓 公司為員工提供常態化培訓，培訓內容包括技術能力輸出、技術內部創新分享、不定期技術覆盤及品牌月報培訓。</li><li>• 不定期培訓 當知識產權侵權等負面情況時，公司會基於情況或相關案例向各部門推送簡要培訓。</li></ul>
內部協同管理	由多部門協同實現知識產權線上流程管理，同時提升商家知識產權保護意識，協助品牌商家維權行為開展。
外部行業合作	獲得2022年杭州市專利試點企業榮譽，並與浙江知識產權保護中心、北京知識產權保護中心合作，取得部分專利加快名額，縮短專利審查時間。

## 3 多元文化與發展

阿里健康始終堅持以人為本的經營理念，深信員工的貢獻是集團可持續發展的成功關鍵，注重組建多元化和領先業界的工作團隊。我們通過不斷改進員工管理實踐，更好地滿足員工的工作需求，提高員工的滿意度和忠誠度，建立一個健康、安全、公正、透明和包容的工作環境。

### 3.1 合規僱傭

阿里健康始終恪守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》《住房公積金管理條例》等相關國家法律法規，制定《阿里巴巴集團環路組織治理規範》《阿里巴巴集團員工轉崗政策》《阿里巴巴集團二次僱傭管理政策》《阿里巴巴集團員工內部推薦政策》等相關內部制度，確保員工的權利和利益得到充分保障。阿里健康通過規範執行勞動用工制度，認真核查個人信息，杜絕僱傭和使用童工，以及各種形式的強制勞工，避免違規情況發生。如有濫用童工情況，阿里健康將立即終止僱用，並鼓勵受影響兒童重返學校。同時我們尊重所有員工與申請人的性別、民族、婚姻狀況、殘疾和其他受法律保護的因素，確保所有員工享有公開、公平、公正的工作和晉升機會。

阿里健康遵守內部的薪酬管理制度和激勵政策，提供了具有競爭力的薪酬和福利計劃，包括年度調薪、獎金、績效授予和晉升股票授予等方式，以吸引、留住和激勵優秀的員工。此外，我們對於阿里健康的董事、僱員，或董事會釐定之對公司作出或將作出貢獻的相關人員均設立股權激勵政策。

我們除了保障員工的五險一金、法定節假日、員工商業保險等基本權益外，還為員工及其父母提供各項福利措施，為員工創造良好的生活和工作條件，以便能更好地平衡工作與生活。

基本福利	<ul style="list-style-type: none"><li>• 社會保險：養老保險、醫療保險、生育保險、失業保險、工傷保險</li><li>• 住房公積金</li><li>• 帶薪年休假</li><li>• 法定婚喪、生育等假期待遇</li></ul>
其他福利	<ul style="list-style-type: none"><li>• 公司內配備有哺乳室</li><li>• 為家中有未成年子女的員工提供家長會假</li><li>• 為遠距離回家的員工提供路途假</li><li>• 為員工及其父母提供「康乃馨」體檢套餐</li><li>• 為員工及其父母提供百萬醫療保險</li></ul>

### 3 多元文化與發展

#### 案例：阿里健康為員工及其父母提供定製的「康乃馨」體檢套餐

2023財年，阿里健康持續為員工及其父母提供了綜合性的健康體檢服務 – 「康乃馨」體檢套餐，此項目已於2021年成功入選中國互聯網協會《平台企業關愛勞動者倡議書》典型示範案例。「康乃馨」體檢覆蓋項目齊全，旨在幫助員工及其家屬早發現、預防疾病。同時，我們配備有健康諮詢服務，由專業的醫護團隊答疑解惑，為員工及其家屬提供個性化的健康建議和管理方案，進而打造一個健康、和諧的工作生活環境。截止2023年3月31日，康乃馨體檢項目可預約的機構已經覆蓋115個城市，已累計安排父母體檢1,211人次。

表：2023財年阿里健康員工構成數量

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

### 3 多元文化與發展

表：2023財年阿里健康員工(主動)流失率

指標		單位	數量	
員工流失率 (主動)	員工總流失率	%	32.56	
	按性別劃分的僱員流失率	男員工	%	33.72
		女員工	%	31.12
	按年齡劃分的僱員流失率	29週歲及以下	%	48.20
		30週歲-50週歲	%	24.63
		51週歲及以上	%	16.67
	按地區劃分的僱員流失率	中國大陸	%	32.52
		中國港澳台	%	100
		海外地區	%	0

#### 3.2 人才發展及培訓

阿里健康堅信每個人都有無限潛能，堅持員工與公司共同發展的經營理念，持續優化員工培訓的相關制度。我們通過完善的培養體系與豐富的職業發展路徑，拓寬員工晉升渠道，培養行業先鋒，實現公司與員工的共同成就。

阿里健康始終積極推廣OKR(Objectives and Key Results)管理工具，搭建以OKR為中心的業務經營管理體系。為提高從核心管理者及全體員工對於企業使命的理解，全員管理者需參加OKR相關培訓課程及考試，極大增強了組織協作效率和業務質量。2022年，阿里健康全面導入OKR的績效管理模式，通過全員分佈式溝通，各管理者明確基礎認知和目標要求，實現全體員工100%OKR制定。

### 3 多元文化與發展

阿里健康的培訓計劃包括內部培訓、外部培訓和在線培訓，旨在幫助各層級員工找到合適自己的培訓內容和學習目標。公司依靠阿里巴巴集團的培訓體系，鼓勵全體員工參加集團的培訓活動，例如「俠客行」等基礎管理培訓活動，以促進員工在日常工作中的表現和成長，為公司的可持續發展打下堅實基礎。同時，我們設立有「阿里健康學院」，積極邀請行業內或阿里巴巴集團內部的業務精英和行業大咖進行關於業務、研發、運營等方面的專題講座和經驗分享。

表：阿里健康員工培訓體系

適用對象	培訓內容
新員工	<ul style="list-style-type: none"><li>發放員工入職培訓手冊。</li><li>為每名新員工配備「導師」，幫助員工快速融入新的工作氛圍。</li><li>針對所有新員工提供為期三天的封閉式迎新培訓，全面介紹公司業務及公司文化，提供健康業務組織的專業知識及經驗，與前輩及領導進行工作內容分享。</li></ul>
中級管理層員工	<ul style="list-style-type: none"><li>開展「俠客行」領導力提升培訓，通過體驗管理者實操模擬，對管理者職責、團隊建設等方面進行深度學習，全方位覆蓋新晉管理的學習目標。</li><li>開展「管理夜話」管理能力提升培訓，圍繞招聘、績效、晉升三個專項主題，結合相關案例，與高級管理者共同探討研學。</li><li>針對阿里健康全體管理者，開展在線直播，明確管理者的價值主張，提出管理者工作要求，使管理者具備完善的工作方法論。</li></ul>
高級管理層員工	<ul style="list-style-type: none"><li>通過管理者培訓、管理月會、管理季度會等活動，聚焦創新的管理方法論，交流探討公司未來發展方向與目標，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。</li></ul>

此外，為加強組織人才的梯隊建設，每半年度對員工績效展開考核工作，針對優秀員工每年提供晉升機會，以促進人才的識別、任用和發展，為公司打造一支可持續、高質量的人才隊伍。

### 3 多元文化與發展

表：2023財年阿里健康員工培訓情況

指標		單位	數量	
按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比	員工培訓總人次	人次	5,577	
	員工培訓總佔比	%	100%	
	按性別劃分的受訓僱員百分比	男員工	%	100%
		女員工	%	100%
	按僱員類型劃分的受訓僱員百分比	高級管理者	%	100%
		中層管理者	%	100%
		基層員工	%	100%
按性別及僱員類別劃分, 每名僱員完成受訓的平均時數	員工人均培訓小時數	小時	33.27	
	按性別劃分的僱員受訓平均時數	男員工	小時	34.15
		女員工	小時	32.18
	按僱員類型劃分的僱員受訓平均時數	高級管理者	小時	75.25
		中層管理者	小時	30.14
		基層員工	小時	33.03

### 3 多元文化與發展

#### 案例：阿里健康新人入職培訓

「百年健康」作為阿里健康針對新入職員工的培訓課程，旨在傳遞阿里健康的公司發展願景和企業文化，分享與傳承阿里健康的工作精神。同時，該項目提供機會讓新員工與管理者進行交流，使新員工能夠更清晰的理解公司業務、文化和組織。2023財年，「百年健康」培訓共覆蓋員工160人。



圖：「百年健康」培訓課程現場圖片及合影

#### 案例：阿里健康「管理夜話」培訓

阿里健康通過線上直播的方式，以當月管理的焦點議題作為主題，開展「管理夜話」培訓，培訓內容涵蓋績效管理、晉升安排、領導力等。我們以分享式對話、講師式培訓、管理者工作透傳方式進行專業的內容輸出，提供給管理者們互相交流和學習的平台，極大地提高了工作效率。2023財年，「管理夜話」培訓項目共覆蓋員工1,128人。



圖：阿里健康「管理夜話」培訓宣傳海報

## 3 多元文化與發展

### 案例：阿里健康「俠客行」新管理者培訓課程

2022年11月，阿里健康通過為期3天的「俠客行」培訓，帶領新管理者們進行實操模擬培訓。本次培訓全面覆蓋了新管理者們需要學習的各類專項主題，包括職責理解、團隊建設以及領導力等，使新管理者們掌握高效的溝通、管理技巧，進而幫助他們更全面地管理團隊，提升團隊的工作效率。



圖：阿里健康「俠客行」現場圖片

### 3.3 員工健康與安全

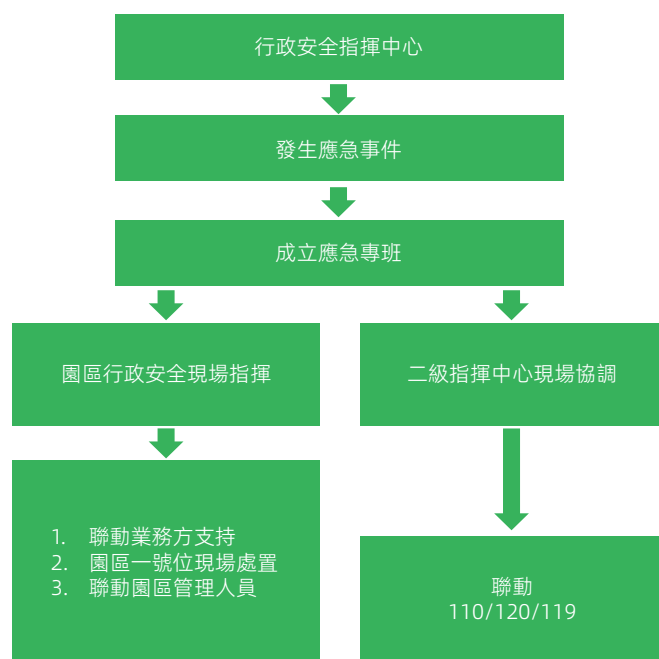
阿里健康高度重視員工的職業健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》等與員工及工作場所安全有關的法律法規，並強化內部應急事件處置機制的建設和實施，積極營造健康安全、舒適、完善的工作環境。我們為員工提供全方位的健康安全保障，在醫療、工傷保險等基礎保險之外，還為全體員工提供補充醫療保險，實現員工各項社會保險與多層次補充保障的覆蓋。同時，為了讓員工能及時的了解自己的健康狀況，公司面向全體員工開展體檢工作。

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



### 3 多元文化與發展

為提高公司應對突發事件的應急能力，更好地保障員工的身體健康和生命安全，我們建立了多級聯動、高效靈活的應急事件處置機制和指揮協調體系。同時，公司還配備了專業的應急設備，針對員工可能出現的各類突發狀況，如突發傷病、被困電梯等情況進行快速響應和妥善處置。除此之外，我們積極與員工合作，發起「急救俠」招募活動，面向全體員工招募參與急救志願者，並對報名員工進行安全急救培訓和專業資格認證，以提高員工的應急處置能力和自救互救意識。



圖：阿里健康應急事件處置機制

## 3 多元文化與發展

### 3.4 員工關愛

阿里健康深知員工在日常工作中的付出和創造的價值，因此我們一直致力於持續加強對員工的人文關懷，鼓勵員工實現工作與生活的平衡，以提升員工的幸福感和歸屬感。

為了讓員工能夠充分的放鬆身心，我們為員工提供豐富多彩的文體活動，以節日、紀念日活動為載體促進員工交流互動。每年的「阿里日」和節日慶祝活動為員工提供了展示自我和增強溝通的平台；在端午節、中秋節等重大節日舉辦集體慶祝活動並發放精美禮品；公司還為入職滿3年、5年的員工分別舉辦「三年醇」、「五年陳」主題員工儀式，表彰員工對公司的忠誠度和貢獻。同時，我們面向女員工提供貼心的關懷和服務，例如在各園區配置專門的孕婦休息室、食堂配置孕婦專座、提供孕婦服等。

此外，我們非常重視員工的滿意度和意見，積極營造信息透明、樂於互動的溝通氛圍和文化，鼓勵員工及時反饋各項需求。阿里健康積極參與由阿里巴巴集團統籌發起的管理者快照，基於領導力要求對全體管理者的管理行為進行調研，鼓勵員工及時給予真實的意見回饋，推動管理者深入反思並快速成長，實現員工與管理者共贏的局面。2023財年，阿里健康向員工發放1,840份管理者快照問卷，回收1,572份，其中「90度打分」(下級給管理者打分)平均分為89.2分，「360度打分」(包含上級、下級、合作方綜合環評)平均分為84.7分<sup>5</sup>。

<sup>5</sup> 管理者快照問卷滿分均為100分。

## 4 綠色價值鏈

阿里健康秉承綠色發展理念，積極應對氣候變化，高度重視綠色運營、綠色物流及廢棄物管理，貫徹落實「綠水青山就是金山銀山」，致力於促進可持續發展，打造綠色價值鏈。

### 4.1 應對氣候變化

伴隨氣候變化而來的系列風險日益加劇，應對極端天氣帶來的惡劣影響系列行動已經刻不容緩。在國家宣佈的「2030碳達峰」和「2060碳中和」的目標背景下，阿里健康響應國家政策，貫徹落實阿里巴巴集團的減碳戰略規劃，開展系列碳中和行動，積極承擔「雙碳」背景下的責任與使命。

#### 阿里巴巴集團碳中和承諾<sup>6</sup>：

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

公司明確意識到氣候變化的緊迫性，基於行業特點，運營情況等多項因素，通過主動識別、評估各類氣候變化帶來的風險，積極應對氣候變化對公司業務帶來的影響。阿里健康通過設置遠程辦公等工作機制以應對由於颱風、暴雨、沙塵暴等極端天氣給公司帶來的惡劣影響，竭力保護公司運營設備及員工的安全。同時，為應對極端天氣下患者用藥困難的問題，公司制定應急預案，幫助患者解決出行不便的難題，高效、及時地滿足患者用藥需求，為患者的安全保駕護航。

### 4.2 綠色運營

阿里健康積極踐行綠色運營理念，通過成立綠色數據中心、倡導員工綠色辦公、形成綠色園區等多樣化的行動，切實落實助力國家戰略。

#### 綠色數據中心

阿里健康積極響應國家政策，依託阿里雲數據中心，通過提升硬件效率、計算利用率、散熱效率等多種方式，加快數字化升級，實現減碳增效的目標，降低企業運營給環境帶來的負面影響。

<sup>6</sup> 來源：《阿里巴巴碳中和行動報告》[Alibaba Group Carbon Neutrality Action Report\\_20211217\\_SC\\_Final.pdf](#)

## 4 綠色價值鏈

我們結合低碳選址、清潔能源、液冷技術、資源回收等措施與AI技術融合，進一步加速綠色節能技術的迭代，以最大限度地節能降耗，在發揮公司技術優勢的同時，逐步擴展阿里雲數據中心的範圍與效能。此外，阿里雲數據中心採用風電、光伏等綠色能源，部署國內雲計算數據中心規模最大的沉浸式液冷集群，數據中心的電源使用效率已達到國際領先水準。阿里雲數據中心將持續致力於綠色數字基礎設施的建設，實現阿里巴巴集團在2030年實現「範圍三」的碳中和目標，為形成一朵綠色的雲夯實基礎。

表：2023財年阿里雲節能環保類獎項清單

獲獎時間	獲獎主體	頒發機構	獎項名稱
2022年10月	單相全浸沒式液冷	中國工程建設標準化協會	2022數據中心科技成果獎
2022年11月	10kV交流輸入的直流不間斷電源系統	工信部辦公廳	2022國家信息化領域節能技術裝備推薦目錄
2022年11月	單相全浸沒式液冷	工信部辦公廳	2022國家信息化領域節能技術裝備推薦目錄
2022年12月	10kV交流輸入直流不間斷電源技術	生態環境部辦公廳	國家重點推廣的低碳技術目錄（第四批）
2023年3月	阿里巴巴浙江雲計算仁和液冷數據中心	工信部辦公廳	2022國家新型數據中心

### 綠色辦公

阿里健康嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，並制定《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》內部制度，制定園區碳排放及用水量目標，規範綠色辦公體系。

為實現對園區內用電情況的集中化與精細化管理，我們設立行政工程運營中心，不斷完善並升級樓宇控制系統，結合人員數量、天氣及溫度等因素，按需管控園區內照明、空調等用電設備。同時，我們對夜間照明及空調設備進行巡檢及控制，實現應關盡關，夜間能耗下降率達10%。

阿里健康通過成立內部OA辦公系統，規範辦公區域內用水、用電、空調使用及辦公用品的管理，並實現高效無紙化辦公。公司積極倡導員工踐行低碳生活理念，通過海報宣傳、廣告機、群推送等方式宣貫，向員工宣導綠色辦公理念，提升員工的綠色環保理念及參與度，與員工攜手共同打造綠色辦公環境。

## 4 綠色價值鏈

表：2023財年阿里健康綠色辦公亮點舉措

辦公用品管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 按需領用低耗物品，包括筆、本、膠棒、曲別針等；</li> <li>➢ 線下登記領用高耗物品，包括5號/7號電池等；</li> <li>➢ 批量領用單次需求量大的辦公物品；</li> <li>➢ 建立「有心好行為」積分平台，鼓勵員工通過使用雙面打印減少紙張使用量。</li> </ul>
能源管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 設定智能控制系統照明燈開啟與關閉時間；</li> <li>➢ IT機房空調選定製冷模式運行；</li> <li>➢ 設置茶水角小廚竈於每年11月至次年4月時段運行，並調整溫度至低溫狀態；</li> <li>➢ 直飲水機安裝定時器，在非設定運行時間內關閉；</li> <li>➢ 夏季利用遮陽窗簾降低室內溫度，以減少空調能耗。</li> </ul>
員工出行管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 倡導員工使用公共交通工具，低碳通勤和出行；</li> <li>➢ 辦公樓周邊設置共享單車及停放點。</li> </ul>

表：2023財年阿里健康能源消耗情況<sup>7</sup>

指標	單位	數據
外購電力	千瓦時	1,482,187.78
人均用電量	千瓦時/人	950.12
綜合能源消耗量 <sup>8</sup>	噸標煤	182.16
人均綜合能源消耗量	噸標煤/人	0.12
溫室氣體排放總量 <sup>9</sup>	噸二氧化碳當量	845.29
人均溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量/人	0.54
用水量	噸	11,128.26
人均用水量	噸/人	7.13
紙張使用量	噸	1.10
人均紙張使用量	噸/人	0.001
製成品所用包裝材料的總量	噸	阿里健康的業務不涉及直接為成品提供包裝材料，因此該指標不適用

<sup>7</sup> 環境數據收集範圍為北京綠地中心B座、北京中國尊、杭州西溪堂、杭州阿里巴巴園區B區及其廣州辦公室，較上一財年新增杭州西溪堂、杭州阿里巴巴園區B區。

<sup>8</sup> 綜合能耗依據《綜合能耗計算通則GB-T2589 2020》計算得出。

<sup>9</sup> 阿里健康不涉及直接溫室氣體排放量（範圍一）。間接溫室氣體排放量（範圍二）來自外購電力的耗用，外購電力排放因子參考中華人民共和國生態環境部於2023年2月7日刊發之《關於做好2023-2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》。

## 4 綠色價值鏈

### 綠色園區

阿里健康積極探索園區內循環的發展模式，利用物聯網及大數據分析技術，優化園區內照明及空調系統運行。同時，我們通過成立獨立的淨水系統減少運營足跡、改造商場穹頂等多項舉措，落實園區內多項節能技術改造項目，促進園區內能源環境的共生。

#### 阿里健康節能技術改造項目

- 改造園區內中央空調系統，實現根據氣象、環境、人流變化的自動化及智能化運行；
- 改造園區內照明設備，通過調整為LED照明燈管實現照明能耗降低30%；
- 改造空調末端智能化控制，實現根據人流數據自動化運營，實現空調全年能耗下降10%；
- 改造對外經營商場的穹頂，增強遮陽能力，實現空調能耗下降5%；
- 改造園區內冷機進行群，實現空調主機系統能耗下降10%。

#### 案例：阿里健康綠色園區案例

阿里健康秉承「環境、科技、人本」的理念，遵循可持續發展的設計規劃，以鼓勵低碳通勤、生態多樣性、防範極端氣候及節約用水等方面作為設計維度，實現綠色園區的設計與建設。我們通過大面積地運用「裝配式」裝修技術，植入裝配式牆面、裝配式衛生間、模組化會議室等標準化工業部品，減少施工使用的固體廢棄物，並提高裝修組建部品的回收利用率。

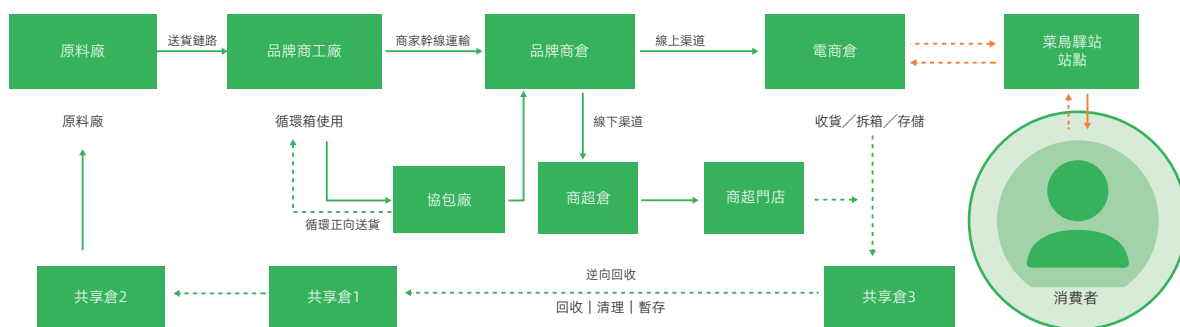
我們在園區內設置充電樁停車位、使用一級用水效率潔具、佈置自動傳感照明設備以及引入自然光照與自然風迴圈等。同時，我們推進低碳出行、水資源節約、能源節約及廢棄物管理，積極踐行綠色園區的建設工作。

## 4 綠色價值鏈

### 綠色物流

綠色物流體系是形成綠色低碳循環經濟至關重要的一個環節。阿里健康通過與菜鳥聯合開展低碳供應鏈減排項目，增加新能源及無人車的數量，促進新能源汽車在能源轉型融合領域的快速發展。同時，我們建立健全的循環快遞包裝使用體系，基於行業特點，制定行業生態循環箱公制標準，通過公司的力量帶動行業共同實現包裝材料使用降低的最大化。此外，我們與主流服務商簽訂循環運營協議，共同打造綠色物流。

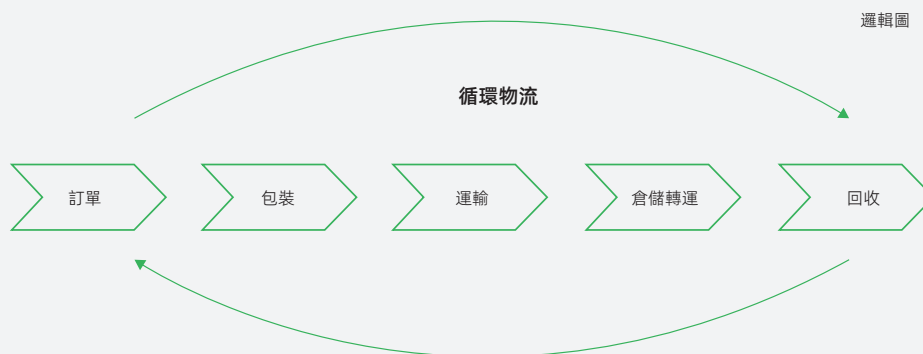
公司持續開發循環體系全鏈路智能管理方案，使用物聯網技術，通過對箱體植入RFID(射頻識別)芯片天線，實現對箱體狀態及位置的追蹤，以及對循環箱事務的高效、智能管理。



圖：全鏈路智能管理系統

### 案例：阿里健康開展物流減排項目

為減少消費及生產物流帶來的碳排放，阿里健康聯合菜鳥推動循環物流建設，覆蓋訂單、包裝、運輸、倉儲及回收的物流全鏈路。我們採取科技創新、轉變資源使用方式、推動供應商和消費者共同實踐綠色低碳等多種舉措，持續優化運營。此外，我們從包裝減量、裝箱優化、包裝循環及包裝回收等多個維度作為抓手，通過開發符合不同倉、不同品類的包材規劃與演算法優化，廣泛使用循環箱以及引導消費者共同參與循環經濟等方式，共同推動減少物流平台包裝材料的使用。



圖：循環物流邏輯示意圖

## 4 綠色價值鏈

### 4.3 廢棄物管理

阿里健康嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《北京市生活垃圾管理條例》等法律法規，制定《阿里健康綠色辦公、節能降耗管理制度》等樓宇相關垃圾分類及清理制度，推動實現廢棄物環保處理規劃，踐行社會責任。

為減少由於運營過程產生的廢棄物對環境造成惡劣影響，阿里健康嚴格依據法律法規建立健全的廢棄物管理體系，對廢舊硒鼓墨盒、廢舊燈管等進行妥善處理，並號召員工基於垃圾分類標準共同參與垃圾分類工作，助力於公司完成垃圾二次人工分揀。此外，公司依法對回收的廢舊藥品進行無害化處理，避免對環境造成影響。

表：2023財年阿里健康廢棄物管理亮點舉措

- 園區內設置兩處有害垃圾回收處，回收包括過期藥物、水銀溫度計等物品。
- 對園區內全部垃圾進行二次人工分揀，分揀為可回收垃圾與不可回收垃圾，並清理至指定垃圾房。
- 聯合政府和供應商探索「園區 - 街道 - 回收供應商」的三方合作模式，同時建立園區廢棄物處置資料化管理系統，實現生活廢棄物的全鏈路可追溯。

表：2023財年阿里健康廢棄物排放情況

廢棄物種類	單位	數據
有害廢棄物	噸	0
人均有害廢棄物產生量	噸/人	0
無害廢棄物	噸	251.36
人均無害廢棄物產生量	噸/人	0.16
廢舊藥品處置/回收量	噸	46.73



## 5 負責任的科技

阿里健康始終將社會責任視為企業發展的重要環節，不斷優化和健全供應鏈管理，與各供應商協同進步促進可持續發展。同時，公司積極投身於公益，利用自身醫療健康方面的資源優勢，通過各類形式和活動回饋社會。

### 5.1 供應鏈管理

為提高採購效率的同時確保採購的公正性，阿里健康全面推行陽光採購，致力於建立負責任的供應鏈。阿里健康高度重視供應鏈管理工作，嚴格恪守《中華人民共和國政府採購法》《中華人民共和國招投標法》《藥品經營質量管理規範》等相關法律法規，持續完善《阿里巴巴集團採購指引之供應商管理細則規範》和《阿里健康供貨管理制度》等內部制度，包括供應商的尋源、審核、入庫、績效管理、份額分配、汰換等全流程管理舉措，確保採購行為的合法合規。2023財年，我們更新了供應商管理責任制、供應商認證資質要求並且重新明確了供應商評估規則。

阿里健康的主要業務涉及自營大藥房的藥品、保健品和醫療器械等相關品類，非經營性的採購包括但不限於行政綜合品類，工程品類、外包服務品類、專業服務品類、HR服務品類、IT軟／硬件品類、設備等品類。針對各採購品類的供應商資源池，我們制定了具體品類的供應商管理方案，對供應商進行分級管理，採購平台入庫審核率達到100%，保證採購工作的合法合規。

阿里健康還為自營倉庫的OEM(Original Equipment Manufacturer)產品在收貨、驗收、儲存、養護、出庫、運輸、退貨等各個環節都提出了明確的質量要求並制定了考核制度。對於已經准入的供應商，公司會定期對自營倉庫和OEM生產工廠進行全鏈路的覆核，以確保自營商品的質量符合標準。阿里健康有完善的黑名單供應商處理流程，由公司管理層和「火眼系統」甄別違規事件和供應商，使用4個不同等級判定違規行為類型，根據合同或誠信約定函進行處罰和淘汰。

同時，公司對供應商進行全方位審核評估，包括創意評估、執行品質、服務能力等方面，並進行現場走訪，根據品類服務要求執行後驗收服務評分，以確保供應商滿足阿里健康的各類資質要求。同時，我們開發「火眼系統」，實時監測中高風險合作供應商並發出預警，及時提供財務、法務等建議，進一步規避相關風險。

## 5 負責任的科技

我們與供應商建立了良好的合作關係，以實現共同的可持續發展目標。我們要求供應商遵守國家和地方環境保護法，鼓勵供應商採取節能減排的生產方式，使用環保產品和服務，如使用可再生能源、採用環保材料等。同時，我們對供應商開展包括產品質量、商業道德、環境影響等方面的風險識別與評估，全面識別供應鏈中的ESG相關風險，持續提升供應商ESG管理水平。

此外，我們注重和供應商溝通，每季度均會通過拜訪面談和線上分享會等方式進行開展重點項目階段性覆盤，並進行年度審閱及溝通，提高了交流的及時性和有效性。我們定期開展供應商培訓，每年對自營業務的供應商開展培訓10餘次，覆蓋100%供應商，主題包括商品／商家首營規則及要求、供應商管理制度要求、倉庫管理規範以及質量問題案例講解等。

表：2023財年阿里健康按地區劃分的供應商數量

按地區劃分	自營業務	非自營業務	總數量
中國大陸	1,220	299	1,519
海外及港澳台地區	216	3	219

### 5.2 健康救助

阿里健康堅持以良好地運用自身能力解決醫療問題作為公益理念，積極踐行健康中國戰略，通過開展多種救助方式為社會提供健康服務，為醫療產業貢獻自身力量。

我們持續向社會提供醫藥援助服務，結合社會資源，打造面向罕見病患者的一站式服務平台，以更加便捷的線上平台來幫助患者解決尋藥就醫難題，實現藥物費用、各地醫保報銷費用等信息的可視化，我們搭建「小鹿燈」兒童重疾公益救助平台，與當地醫療機構合作，展開重疾兒童公益義診，緩解重疾兒童家庭的醫療經濟負擔。同時，我們深刻踐行對社會的關愛，通過基層醫生培訓及鄉村醫療問診服務等多種形式將健康救助落到實處，減輕患者疾病負擔，增強治療信心。

## 5 負責任的科技

### 案例：阿里健康發佈罕見病就診地圖，構建罕見病患者的「求醫指南」

報告期內，阿里健康針對罕見病患者面臨「診療難、用藥難、支付難」的三大難題，以患者需求為中心，持續升級罕見病患者一站式信息服務平台，確保為罕見病患者及時提供更多智慧化的醫療解決方案。同時，我們根據中華人民共和國國家衛生健康委員會發佈的罕見病目錄，針對其中121種罕見病，聯合各級政府、病痛挑戰基金會、藥企、及醫療機構發佈首個罕見病就診地圖，大力幫助罕見病群體縮短就醫路徑，提高罕見病患者就診的便利性和準確性。



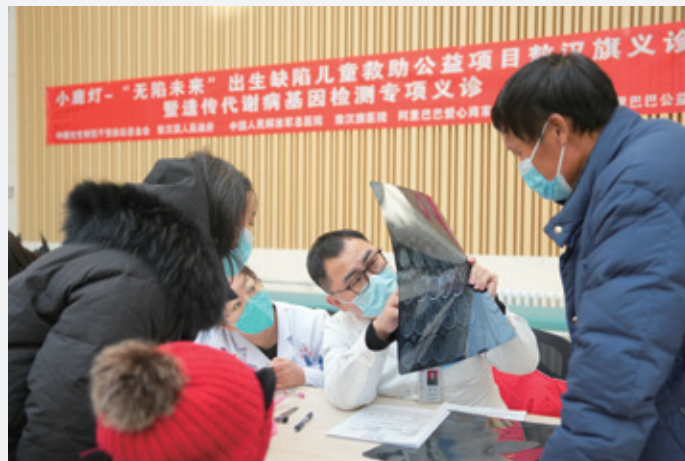
圖：阿里健康罕見病資訊服務平台功能簡介

## 5 負責任的科技

### 案例：「小鹿燈」兒童重疾公益救助平台

2023財年，阿里健康以「早發現，早治療」為原則，搭建「小鹿燈」兒童重疾公益救助平台，在青海、四川、貴州、海南等多地開展「小鹿燈 - 無陷未來」項目。我們通過暢通就醫愛心通道、提供優質診療資源及費用支持等方式，幫助患有先天性心臟病、白血病、地中海貧血症等其他重大疾病的兒童及家庭解決就醫困境。「小鹿燈」項目獲得2022年企業社會責任與創新案例「年度CSR行動者」、「2022健康中國創新實踐典型案例」及第十二屆公益節2022年度公益項目獎等多個殊榮。

截至2023年3月31日，「小鹿燈」健康救助項目在全國經濟欠發達的15個省份和31個區域開展了37場義診，累計通過義診篩查、進校園篩查、縣里上報、基金會各層級醫院上報兒童共計14,000餘名，援助符合條件的患兒共計886名，撥付救助資金共計1,700餘萬元。



圖：阿里健康「小鹿燈」公益項目義診現場

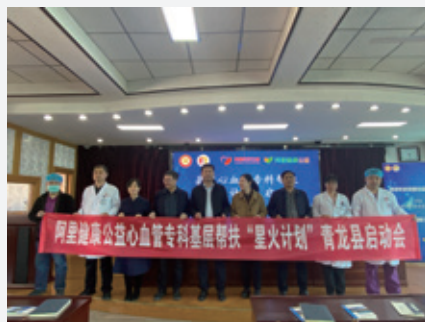
## 5 負責任的科技

### 案例：基層醫生培訓賦能

阿里健康聯合阿里巴巴公益搭建基層醫生學習平台，向欠發達地區的基層醫生提供優質的醫學培訓內容、線上交流機會及遠端會診等幫助，旨在提升基層醫療人才的專業能力。同時，為提升欠發達地區對常見心血管疾病的診療能力，阿里健康公益聯合縣域醫院院長聯盟，開展線上線下結合的心血管介入專科培訓，為患者及時、有效治療提供保障。截至2023年3月31日，參與培訓的基層醫生共計14,002人，其中心血管介入中心培訓參與人數共計3,744人。



圖：阿里健康公益基層醫生培訓會議現場



圖：阿里健康公益心血管專科項目啟動會

### 案例：鄉村醫療問診服務

為緩解農村地區因地域廣、人口多等原因引起的醫療資源緊缺問題，阿里健康聯合人民日報新媒體發起7×24小時的鄉村醫療義診平台，以保證會診通道的暢通。我們聯合相關機構、專家開展醫療培訓，錄製並普及醫療知識相關視頻，為奮鬥在鄉村醫療服務一線的基層醫生和醫護人員，提供專業的在線醫療健康服務支持，共同攜手守護鄉村居民的健康。



圖：阿里健康24小時免費義診平台

### 5.3 公益行動

阿里健康積極投身於社會公益行動，制定完善的內部公益管理制度，開展多樣化的公益舉措，以自身資源優勢回饋社會。我們通過組織公益音樂會、聯合商家為喪失聽力的老人配置助聽器、開展系列視障人士公益項目等多種方式，帶動員工、商家共同踐行公益活動，以推動「人人公益」為己任，助力公益事業的蓬勃發展。2023財年，阿里健康投身於社會公益項目共計38,605.6小時，共計1,032名員工參與社會公益項目，捐贈金額共計3,159,263.08元。

#### 案例：公益音樂會為愛吶「罕」

2023年2月，阿里健康聯合病痛挑戰基金會、阿里巴巴公益發起以「一切只為你 Sing For Rare」為主題的罕見病公益音樂會，組織罕見病患者組成樂隊共同演唱，感受生命的力量。同時藉此音樂會，啟發員工思考，提升對罕見病患者的關注度。



圖：罕見病公益主題音樂會

## 5 負責任的科技

### 案例：「做你世界的光」－視障人士公益項目

阿里健康秉承「生命至上，健康普惠」的品牌價值主張，通過對中國1,700萬視障人士的健康問題關注，設計了全球首個具有中文－盲文－生僻字拼音即時轉譯功能的字形檔－阿里健康體。我們積極回應《中華人民共和國無障礙環境建設法》，為藥品資訊盲文應用提供工具應用基礎。阿里健康體可以說明提升在產品的包裝設計、藝術創作等多個場景中盲文應用的便捷性，為視障人士與世界溝通搭建橋樑，並結合公益展覽、包裝應用、公眾傳播、國際創意獎評選等形式進行傳播。2023財年，我們利用「阿里健康體」字形檔設計發佈帶有盲文的便攜藥盒，並將4,000個首批盲文便攜小藥盒，全部捐贈給中國盲人協會。此外，「阿里健康體」在2023年6月獲得法國夏納創意節銅獅獎。

2023年3月，阿里健康策劃並聯合阿里巴巴公益、北京當代藝術基金會及丹麥文化中心聯合舉辦阿里健康體公益展，向社會傳遞阿里健康生命至上的價值主張。公益展採用藝術與包裝設計案例的形式，展現盲文在日常生活方方面面應用的解決方案，在為視障人士搭建分享彼此故事平台的同時，呼籲社會加強對視障人士的關注。視障人士公益項目開幕儀式受到中國盲人協會、聯合國教科文組織、丹麥大使館、荷蘭大使館、芬蘭大使館、希臘等各國文化和公益構的參與機並獲得全網傳播量超10億次。



圖：阿里健康體現場合影



圖：阿里健康體公益展開幕儀式



圖：阿里健康體宣傳海報

## 5 負責任的科技

### 案例：聯合專業品牌，發起「助聽行動」

為幫助聽力受損老人緩解健康問題，阿里健康聯合助聽器商家、阿里巴巴公益發起「助聽行動」，通過線上線下聽力檢測諮詢和科普傳播，呼籲社會提高對老人聽力問題的關注度。我們幫助老人借助助聽器鍛鍊聽覺神經，借助科技的力量幫助老人掃除與家人溝通、朋友社交的阻礙，提高喪失聽力老人的生活品質。



圖：阿里健康助聽行動宣傳



## ESG 索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
<b>環境</b>			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無 害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	43, 47
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	44, 47
	A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸 計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	44
	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)。	47
	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)。	47
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	42
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢 目標及為達到這些目標所採取的步驟。	47
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。	43
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量 (以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施 計算)。	44
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	44
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取 的步驟。	42-44
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效 益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	42-44
	A2.5	製成品所用包材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單 位佔量。	44

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
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。	43
	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。	43-47
A4：氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	42
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	42
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	33
	B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	34
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	34
B2：健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	39
	B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	39
	B2.2	因工傷損失工作日數。	39
	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。	39-40
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	36
	B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	37
	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。	37

## ESG 索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	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。	33
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。	48-49
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	49
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及相關執行及監察方法。	48-49
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	49
	B5.4	描述在揀選供貨商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	48-49
B6：產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	19
	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。	21
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	25
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	31-32
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	20
	B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	30-31

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在頁碼
B7：反貪污	一般披露	有關防治賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	14
	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。	15
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	15
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	15
B8：社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	49, 53
	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)。	49, 53
	B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	53

---

## 讀者反饋表

尊敬的讀者：

您好！

感謝您閱讀本報告。我們真誠地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見以便我們持續改進工作，提高環境、社會及管治工作的能力和水平！

選擇性問題(請在相應位置打「√」)

1. 對於阿里健康，您的身份是？

- 政府  投資者  員工  客戶  供應商／承包商  合作夥伴  同行
- 社區和公眾  媒體  非政府組織  其他(請註明)

2. 您認為阿里健康整體ESG表現：

- 很好  較好  一般  較差

3. 您對報告的總體印象是：

- 很好  較好  一般  較差

4. 您認為報告中所披露的ESG信息質量：

- 很好  較好  一般  較差

5. 您認為報告結構：

- 很合理  較合理  一般  較不合理

6. 您認為報告版式設計和表現形式：

- 很好  較好  一般  較差

7. 您對阿里健康ESG工作有哪些期待？



阿里健康信息技術有限公司

Alibaba Health Information Technology Limited

公司地址:香港銅鑼灣勿地臣街1號時代廣場1座26樓

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

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

電子郵件/Email:[alihealth\\_info@alibaba-inc.com](mailto:alihealth_info@alibaba-inc.com)