

阿里巴巴公益基金会 2019年度报告



天更蓝 心更暖



目录

理事长寄语 | 03

社会影响力 | 05

年度大事记 | 07

走进阿里巴巴
公益基金会 | 09

做好自己, 带动他人 | 11

3小时公益: 人人参与, 才是公益 | 13

脱贫基金: 要授人以渔, 更要造鱼塘 | 21

平台公益: 让“随手捐”的公益触手可及 | 29

环境保护: 唤醒每个人心中对地球的爱 | 37

因为相信, 所以看见 | 45

使命让公益之基更坚实 | 47

技术让公益有质有效 | 49

融合让公益影响更广泛深远 | 51

主要荣誉 | 53

财务信息 | 54

合作伙伴 | 55





“

‘公益的心态，商业的手法，技术的力量’，是我们对家、国和世界践行社会责任的最好方式。我们所带给社会的，不仅仅是一个个公益项目，更有对公益文化的传承与发扬，有对公益、产品、商业和技术的理解，以及对公众意识的唤醒。

”

阿里巴巴集团合伙人
阿里巴巴公益基金会理事长
阿里巴巴脱贫基金执行秘书长

孙利军

理事长寄语

急难有情，情有餘兮。2020年初，新型冠状病毒肺炎疫情的爆发牵动着所有人的心。面对疫情，阿里人立即响应，设立10亿元医疗物资供给专项基金，阿里巴巴公益基金会春节无休，联动阿里巴巴经济体搭平台、捐物资、供服务、惠商家，竭尽所能保障疫情防控下群众的生活，为打赢这场疫情防控阻击战和经济发展保卫战贡献力量。驱动这一切的，无关义务，无关KPI，而是深深融入阿里人血液中的公益文化。阿里巴巴公益基金会所传承的文化基因和社会担当也正源于此。

2019年，在延续环境保护板块的基础上，我们把3小时公益平台、脱贫中台、阿里巴巴公益平台也纳入基金会的业务范围。这不仅仅是业务的拓展，更是希望以阿里巴巴公益基金会为载体，融合更多业务，联动更多阿里巴巴经济体力量，做有结果、有效率、可持续的公益。

时至今日，公益已经成为阿里人的基因和生活方式，并影响着越来越多的社会大众。2019年，我们评选橙点公益榜，深化人人3小时的公益文化，用行动为社会带来了微小而美好的改变；我们用技术赋能有温度的公益，发布“链上公益计划”，以区块链技术助力解决公益领域的“信任危机”；“公益宝贝”出海、“团圆系统”受到联合国推介，为解决世界难题贡献了中国经验。在社会影响力不断扩大的同时，肩负的使命与责任也更加厚重。

人人参与，才是公益。我们越来越体会到，世界的改变最终还是需要人心的改变，唤醒就是最大的公益。而“公众参与”正是唤醒公众意识最重要的方法。2019年，通过“65环境日”和“95公益周”，联动多个阿里巴巴经济体事业群，结合商业产品场景，带动约9.3亿人次参与绿色狂欢，超18亿人次参与公益行动；发布《公益时评定准则》，链接公益时背后的权益，让公益成为一种很有意义、很值得骄傲的事……唤醒公众的公益意识，打造人人参与的公益，我们已经迈出了一大步。

肠深解不得，无夕不思量。我们竭尽全力，希望发挥优势去感动、触动、带动更多人行动，一起贡献于“天更蓝，心更暖”的美好愿景。做好自己，带动他人，不仅是深刻思考，更将是我们的坚持与行动。让我们携起手来，在唤醒善心、锻造善力、汇聚善能的路上，一起逐梦未来，不负韶华！

社会影响力

3 小时公益

截至 2019 年底，累计引进 **30,503** 个志愿服务项目，帮助 **1,803** 个公益机构，带动 **440,281** 人次参与志愿服务，共计 **249,588** 小时。

2019 年，超过 **4,891 万** 人次参与“益起来”捐步活动，实现年度捐步超过 **5,000 亿** 步，成功为 30 余所贫困地区乡村小学筹建到“阳光跑道”，为 52 所高原山区小学筹集体育包。

脱贫基金

2014 年以来，“马云乡村教育计划”直接资助 **500** 位乡村老师、**60** 位乡村校长、**200** 位乡村师范生，直接影响学生近 **11 万** 人。其中，**79%** 的入选者来自国家级贫困县，累计覆盖 **312** 个国家级贫困县。

截至 2019 年底，“顶梁柱健康扶贫公益保险”项目在阿里巴巴公益平台通过“公益宝贝”等互联网公益产品带动社会公众 **55 亿** 次捐赠，捐赠总额达 **2.2 亿** 元，覆盖 12 个省 80 个县，为 **835.94 万** 人次建档立卡贫困户提供健康保障。

截至 2019 年底，“加油木兰”项目覆盖 14 个省 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；“魔豆妈妈”累计培训女性 **21,300** 人次，覆盖全国 25 个省，带动超过 **28,000** 人实现就业。

截至 2019 年底，“蚂蚁森林”项目累计种树 **1.22 亿** 棵，参与用户数超过 **5 亿**，累计创造超过 **33 万** 人次的绿色就业岗位，实现劳务增收近 **5,000 万** 元。

2019 年，**832** 个国家级贫困县在阿里巴巴平台实现网络销售额 **974 亿** 元。

平台公益

2019 年，阿里巴巴公益平台累计捐赠 **98 亿** 笔，带动 **4.8 亿** 人参与，产生捐赠累计达到 **5.7 亿** 元。其中，“公益宝贝”所捐款项让至少 **800 万** 人次受益。

第三届“95 公益周”累计带动超 **18 亿** 人次参与公益行动，相当于平均每天带动公益行动近 **2 亿** 人次。

2019 年“天猫双 11”当天，超过 **2.86 亿** 笔订单产生公益捐赠，超过 **1.28 亿** 消费者、**105.9 余万** 商家参与“公益宝贝”的捐赠。

环境保护

截至 2019 年底，通过环境公益诉讼，撬动超过 **14.4 亿** 元的环境治理资金投入。

2019 年 6 月 5 日世界环境日，阿里巴巴与联合国环境署共同发起互联网环保行动，唤醒约 **9.3 亿** 人次的环保意识。

2019 年“中国自然教育周”期间“自然我来啦”话题获得超过 **4,200 万** 人次关注。

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** 所中小学校，带动 **120 多万** 学生和市民广泛参与。



年度大事记

1月28日

全国青少年毒品预防教育数字化平台(青骄第二课堂)承办全国青少年禁毒知识答题活动,带动全国1.6亿人次青少年学习禁毒知识。



2月26日

联合中国扶贫基金会启动“国际爱心包裹”项目。



6月1日-5日

阿里巴巴携手联合国环境署共同发起互联网环保活动,带动约9.3亿人次参与世界环境日活动。阿里巴巴公益基金会秘书长王瑞合被生态环境部授予2019世界环境日“特邀观察员”。



9月1日-10日

“95公益周”期间推出40余种线上公益参与方式,全国500余家志愿服务组织在线下130多个城市共同参与。



9月5日

发布“链上公益计划”,打造“全透明、全跟踪、全覆盖”的透明公益解决方案。



9月20日

获评2019年度全国脱贫攻坚组织创新奖,成为获评该奖项的唯一互联网企业。



10月24日

阿里巴巴“互联网+脱贫”模式在外交部发布的《中国落实2030年可持续发展议程进展报告(2019)》中成为首个入选的企业案例。



11月1日-4日

打造国内首个“中国自然教育周”,并主办“中国自然教育大会 第六届全国自然教育论坛”。



12月23日

发布国内首个系统衡量志愿服务时长和公益行为价值的标准——《公益时评定准则》。



走进阿里巴巴公益基金会

关于我们

阿里巴巴公益基金会（英文名“Alibaba Foundation”，以下简称“基金会”），由阿里巴巴集团及旗下子公司联合发起，是2011年12月在民政部注册成立的全国性非公募基金会。为更好地履行企业社会责任，建立长期稳定的公益资金投入机制，快速应对突发的自然灾害，不断扩大公益范围，阿里巴巴集团承诺每年将营业收入的千分之三用于公益事业（简称“千三公益基金”），此捐款为基金会的主要资金来源。

宗旨

传播公益理念，发展公益事业，促进人与社会、人与自然的可持续发展，推动社会美好进步。

愿景

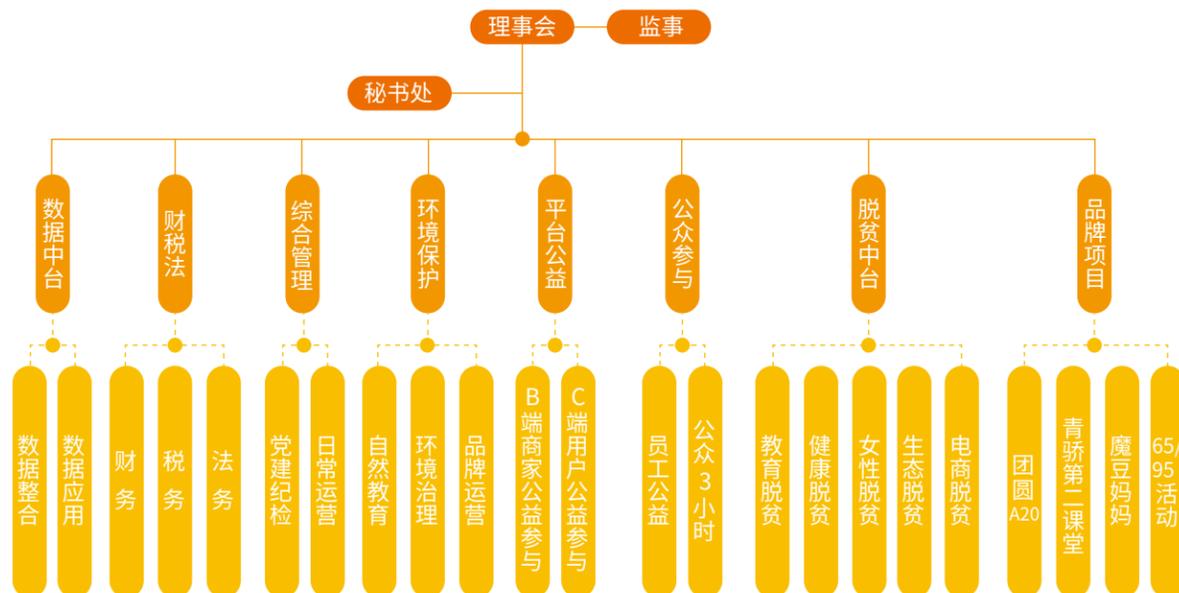
天更蓝，心更暖。

四大平台



组织架构

阿里巴巴公益基金会由理事会和秘书处两部分构成。理事会承担决策职能，由理事长定期召集并主持理事会会议，对基金会战略规划、年度计划、预算等重大事项进行审议和审批。秘书处为基金会执行机构，负责人为秘书长，主持秘书处日常工作。2018年12月28日，阿里巴巴公益基金会党支部成立，隶属于阿里巴巴集团党委，进一步强化了党在基金会的领导作用。



理事会成员姓名	工作单位	在基金会任职
孙利军	阿里巴巴（中国）有限公司	理事长
王 帅	阿里巴巴（中国）有限公司	副理事长
金建杭	阿里巴巴（中国）有限公司	理事
邵晓锋	阿里巴巴（中国）有限公司	理事
骆筱红	自由职业	理事
张 爽	桃花源生态保护基金会	理事
于秀红	马云公益基金会	理事
王 兵	鼎天资产管理有限公司、爱佑慈善基金会	理事
刘振飞	阿里巴巴（中国）有限公司	理事
王瑞合	阿里巴巴（中国）有限公司	理事、秘书长
韩 敏	阿里巴巴（中国）有限公司	监事

做好自己 带动他人



公益在鼓舞阿里人为更美好世界不懈奋斗的同时，也以福报的形式帮助阿里人成为更好的自己。然而改变世界仅靠阿里人还远远不够，唯有做好自己，唤醒他人，带动他人，携手彼此的力量共同应对社会挑战，方能让世界因善心而倍感幸福。为此，阿里巴巴公益基金会以建立人人参与的公益文化为目标，用“公益的心态，商业的手法”搭建3小时公益平台，将公益参与嵌入人们的

日常生活；搭脱贫中台，让贫困地区的人们在脱贫的同时，走上致富小康路；搭阿里巴巴公益平台，为公众提供参与公益的实践机会；搭环境平台，唤醒公众环保意识，推动环境治理和自然教育。架舞台、搭平台，阿里巴巴公益基金会坚定昂扬地走在“天更蓝，心更暖”的道路上，用行动带动他人，诠释着对家、国、世界的责任与担当，让未来有心可依，有梦可期！



3小时公益 人人参与，才是公益

随着互联网技术的不断发展，人人参与的公益日益成为可能。3小时公益平台以“互联网+公益”的模式，借助阿里巴巴经济体平台优势和技术力量，先从员工入手，以“人人3小时”的倡议激励员工践行多样化的公益参与；再从伙伴入手，以赋能为重点助力公益机构开展公益创新；最后从社会公众入手，以嵌入在阿里巴巴经济体28个APP中的3小时公益平台，不断丰富公益参与的场景，让每个人都能随时随地参与到志愿服务和公益行动中来。2019年，3小时公益平台对外发布国内首个系统衡量志愿服务时长和公益行为价值的标准——《公益时评定准则》，有效解决公益“是什么”“做什么”“怎么做”等问题，为形成一个正向循环、人人参与的公益生态发挥着重要价值和积极作用。

搭建线上公益阵地 提供平台化员工公益服务

“

我们希望阿里人能通过‘每人每年3小时’公益理念的推动，在最基本的公益参与中产生自己对公益的理解和认识，进而结合自身专长或互联网技术，在未来的公益行动中做出更多赋能公益的尝试与创新。”

——阿里巴巴公益基金会副秘书长、3小时公益平台负责人 郑玥

3小时公益文化走过第五年，文化需要传承，更需要聚合。2019年9月，全体阿里人迎来了全新员工3小时公益门户。这一公益文化阵地集合了员工公益文化历史、公益机会、橙点公益孵化基金、橙点公益榜与幸福团等公益系统化内容，为阿里人了解公益提供了更好的渠道，也为更多热爱公益的阿里人保留了一展拳脚的空间。

案例

开启新员工的“人人3小时”之旅

文化传承的关键在于对文化的理解与认同。阿里巴巴将公益启蒙的种子融进了最重要的新人入门课程中。2019年，3小时公益平台联合“百年阿里”（阿里新人必修课），在员工门户特别开辟了一块新人版块，带领新员工了解员工3小时公益的起源和3小时的感动瞬间，并以讲故事的形式帮助新员工体会3小时公益文化。不仅如此，员工3小时公益平台还通过趣味游戏的创新，用打卡的方式邀请员工探索关于3小时公益的知识点。公益文化在一次次激励和分享间得以传承。



挖掘更多优质公益机会 创造有滋有味公益体验

“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。”

——阿里巴巴员工 胭朦

走心的公益机会，一定是经过细心的设计及综合的考量。更好的公益体验，加强了员工自身对公益的感知。2019年，3小时公益平台携手阿里巴巴经济体，创造出一系列线上线下双端口的公益机会。



案例

物色梦想家——脱贫公益设计大赛

2019年2月18日，3小时公益平台联合多个业务方共同发起“UCAN 2019 物色梦想家”计划，推出首届脱贫样板县品牌设计大赛。本次活动中，累计有120多名阿里巴巴设计师将专业技能赋能公益，用33组优秀的脱贫选品品牌设计，为贫困地区的 product 在设计包装上走出一条脱贫新路。其中，礼县苹果在本次大赛冠军设计作品的帮助下迎来新设计，换上新包装，并搭上淘宝、天猫、1688的在线通路，近一个月的时间里销售额突破100多万元，为2019年礼县苹果的畅销打下坚实基础。

为线下注入公益活力 让公益随处可见、可参与

“融合阿里巴巴经济体20周年年会的大氛围，将‘95公益周’带入阿里巴巴园区，联动14个Business Group和Business Unit，以及阿里巴巴公益、技术公益委员会共16个展位联袂呈现，覆盖全国7个园区，植入全国各园区刷脸系统，让阿里巴巴员工全方位感受和参与到‘95公益周’当中。”

——阿里巴巴公益基金会副秘书长
3小时公益平台负责人 郑玥

文化的传递需要强化，更要有直观的感受。让公益随处可见，让公益走进阿里人身边，成为2019年线下公益活动的一个重要目标。为营造线下良好的公益氛围，3小时公益平台积极发起线下主题公益嘉年华活动，以随处可见、可体验的公益互动，不断强化阿里人对公益的认知度。



案例

“95公益周”园区线下互动展

9月3日，阿里巴巴经济体7个园区共同推出“95公益周”线下嘉年华。这一天，通过打造线下沉浸式互动公益联展，引导阿里人穿梭于不同公益展位，体验公益的乐趣。与此同时，在每个展位都准备了一枚特制的“95公益周”专属冰箱贴，让阿里人在有趣的互动体验中，感受2019年每一个阿里巴巴公益行动背后的温暖与感动。



造公益年度高光时刻 为公益背后的阿里人搭舞台

“改变世界很难，但参与公益的目的是改变我们自己。也只有改变我们自己，这世界才会有一点点改变。”

——阿里巴巴公益基金会一号志愿者 马云

“公益的心态，商业的手法”是阿里巴巴公益基金会做公益的独特方式，也是阿里人为社会创造价值的独特方式。自2016财年起，阿里巴巴每年都会进行经济体的年度公益盛大盘点，鼓励那些坚持在公益一线，以“业务+公益”的模式做出特色公益的阿里人。无论是橙点公益榜，还是阿里日的集体婚礼等活动，阿里巴巴希望能够通过这些激励，不断扩大公益影响力，向内外发声，并邀请社会各界一同为有情有义的阿里人鼓掌喝彩，用阿里人的公益实践唤醒更多人对公益的思考。

阿里日的集体婚礼	橙点公益榜年度盛典	公益时脱贫林	大型活动志愿者之旅	102个小确幸内部员工公益榜样图文系列
公益时最高的2对新人优先入选	评选年度十佳项目、年度公益之星、特别贡献奖（组织方向）	获得一棵专属脱贫树	优秀志愿者可参与20周年公益林之旅、马云公益基金会年度颁奖礼志愿者之旅等	让优秀志愿服务故事走进员工生活

案例

阿里人的公益“奥斯卡”

2019年5月13日，当“我是阿里人，更是公益人”出现在大屏幕上时，第三届橙点公益榜正式发榜。现场来自阿里巴巴经济体内外700余位嘉宾以及线上观看直播的11万公众，共同见证橙点公益榜背后的故事，了解那些有智商、情商，又有爱商的阿里人，如何在业余时间以志愿服务的形式，为社会创造新价值，为世界带来新可能。

携手伙伴“益”路同行 为志愿服务创新开挂

“公益游学让我拓宽了视野，打开了思维，对志愿服务有了更深的理解，认识了更多的公益人，相互间可以多学习。我要把培训收获变成行动，更好地做志愿服务。”

——重庆邮电大学移通学院青年志愿者联合会指导老师 吴静

数字时代为志愿服务模式创新提供了沃土，也对公益机构提出更高的要求。2019年，3小时公益平台一方面以机构赋能为着力点，通过“藏经阁”公益游学、“自然教育周”观摩等活动为来自公益机构的伙伴们搭建学习沟通交流平台，共同探讨公益行业发展难题。另一方面以公益项目孵化为着力点，不仅与中国青年志愿服务项目大赛合作，为活动中涌现的优秀机构提供入驻3小时公益平台的机会，以及更广阔的项目发展空间，还携手中国公益慈善项目大赛组委会打造国内首个公益“科创板”，以互联网力量推动社会公众共同为公益事业创新发展注入新活力。

案例

“藏经阁”里藏经书，助力公益机构“练好内功”

2019年3月，3小时公益平台邀请平台活跃度前30强公益机构，开展第一期藏经阁公益游学，旨在创造一个平等交流、碰撞激发、教学相长的公益交流平台。在为期3天的游学旅途中，公益机构不仅有机会与阿里合伙人面对面交流，还能够倾听学习来自深圳市社会公益基金会、中国扶贫基金会、惠泽人公益发展中心等机构的公益专家的经验心得，在感受公益温度的同时，激发公益创新的火花。



案例

首提“科创板”概念，加强对公益领域的支持

2019年6月11日，在中国公益慈善项目大赛这一中国级别最高、参与最广、影响最大的公益慈善项目竞赛活动上，3小时公益平台作为大赛的战略合作伙伴，以及唯一合作的互联网公益平台，与大赛组委会联合提出“科创板”理念和标准，用于评选并赋能中国年度最具发展潜力的社会创新项目。“科创板”这一全国首创的概念脱胎于“科创板”，旨在让更多有发展潜力、有创新性，又符合国家战略发展的公益项目获得更多的资源和扶持，从而更好地成长。



将公益嵌入公众日常生活 降低公益参与门槛

“能够有新的志愿者加入，了解公益项目、公益组织，对于我们这种长期做公益的人来说，是一件特别不可思议和美好的事情，我很感激3小时公益平台。”

——恩派公益基金会市场筹资经理 倪琳琰

公益，不是一个人做很多，而是每个人都力所能及地做一点。2019年，3小时公益平台发布《公益时评定准则》。目前3小时公益平台已嵌入到淘宝、支付宝等28个APP中，以志愿服务、环保行动、互联网公益、“益起来”捐步等八大公益场景，让越来越多的人意识到，做公益原来可以如此简单。2019年，3小时公益平台已经成为全国最大、最活跃的互联网公益平台。

- 2019年
3小时公益平台
- 志愿者服务人数
363,173人次
- 志愿者服务时长
1,962,571小时
- 引进志愿项目
23,380个
- 引进公益机构
677个



案例 一起来做互联网时代的“雷锋侠”

无论是联合百所高校发起的“益起学雷锋，捐步建跑道”活动，还是郑元畅、郑恺等11位明星组建“益起来——超级战队”带动超过31万粉丝加入捐步战队，人们都在以自己的方式通过3小时公益平台为贫困地区的小朋友们贡献爱心。2019年，超过4,891万人次参与“益起来”捐步活动，年度捐步超过5,000亿步，成功为30余所贫困地区学校筹建“阳光跑道”，52所高原山区小学筹集体育包。

推广公益时标准应用 让公益价值也有统一“度量衡”

“只有公益时做到了规范化、科学化、标准化，社会各界、爱心企业才会更加认可，才能赋予公益时更多的价值和用户激励，让好人有好报，带动更多人参与到公益行动中。”

——阿里巴巴集团合伙人
阿里巴巴公益基金会理事长 孙利军

长期以来，如何科学记录并衡量公益的价值，鼓励人们积极参与到公益中来，是公益行业面临的难题。2019年，3小时公益平台发布《公益时评定准则》。这是国内首个系统衡量志愿服务时长和公益行为价值的标准。该标准创新性地以“公益时”将线下志愿服务及线上互联网公益进行统一的公益价值衡量，不仅实现公益行为的可记录、可分享、可激励，又实现更为重要的公益价值可衡量，从而帮助公益机构了解如何实现可持续发展，帮助人们更加科学地贡献自己的力量。

案例 为“互联网公益示范城”的建设加油

2019年12月，围绕《公益时评定准则》，阿里巴巴公益基金会与杭州市滨江区民政局签署“时间银行”合作备忘录，让公益时可存入“时间银行”，用于兑换未来的养老服务。同时，基金会与南京市网信办签署合作备忘录，共同打造“互联网公益示范城”，每年带动百万市民加入“人人公益3小时”行动，三年内将推动百家南京本地公益机构入驻3小时公益平台，让人人公益成为南京的内在属性，也为其他地区的公益建设提供优秀经验借鉴。

1 公益时

- “蚂蚁森林”种一棵树
- 敬老院关爱老人，公共场所文明引导1小时线下志愿服务
- 向互联网平台有效举报6条网络非法信息
- 10次“益起来”捐步（每次5,000步以上）
- ☑ 5次爱心捐款和5次善因购买
- 通过网络平台有效举报10条环境污染线索

4 公益时

- ☑ 在采血车进行1次无偿献血200ml



南京市“互联网公益示范城”建设模式

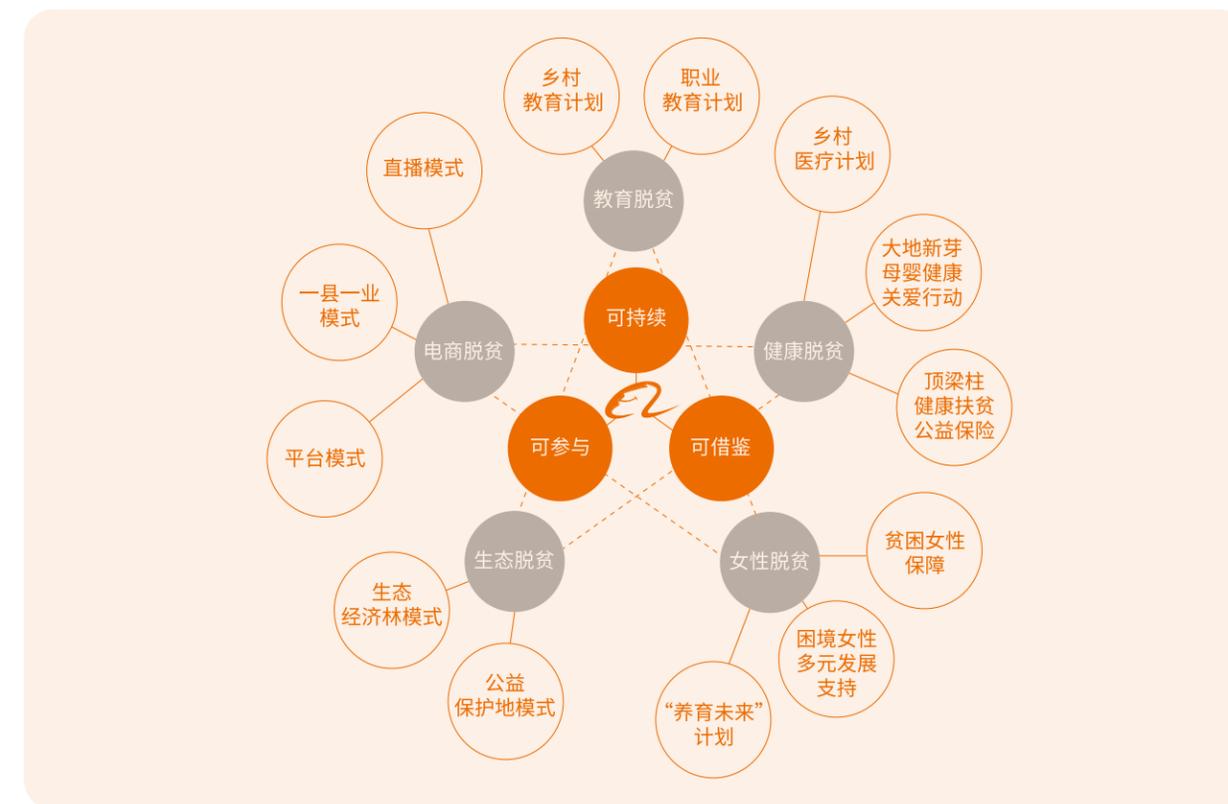


脱贫基金 要授人以渔，更要造鱼塘

脱贫攻坚对阿里巴巴而言不是一个项目，而是一份事业。当前贫困地区普遍面临着基础设施薄弱、产业发展乏力、人口结构空心化、抗风险能力弱等问题。阿里巴巴脱贫基金基于贫困地区现状，聚焦教育、健康、女性、生态、电商五大脱贫领域，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，探索出一套“可持续、可参与、可借鉴”的脱贫模式，不仅帮助贫困人群实现脱贫，更帮助他们具备自我“造血”能力，助力贫困地区走上可持续致富之路。

五大方向 以“互联网+”助力精准脱贫

自2017年12月成立至今，阿里巴巴脱贫基金始终坚持“给贫者以力量，给困者以希望”的工作使命，秉承“公益的心态，商业的手法”的工作理念，在教育脱贫、健康脱贫、女性脱贫、生态脱贫、电商脱贫五大方向上，整合技术、产品、运营等方面的资源及优势，充分联动各级政府、知名企业、科研院所、公益机构、大众媒体以及平台商家、消费者等阿里生态伙伴，为社会力量参与脱贫攻坚创造平台与入口，共同推动阿里巴巴脱贫模式覆盖更多的深度贫困地区和特殊贫困群体，持之以恒地探索“可持续、可参与、可借鉴”的互联网脱贫模式，实现“要脱贫、更要致富”的愿景。



案例

“脱贫特派员”的真情守望

“在（阿里巴巴）企业脱贫特派员的青年身上，我看到中国青年的无私无畏。在贫困面前，他们勇于开动脑筋，用自己的智慧将‘授人以鱼’与‘授之以渔’结合在一起，在广大贫困群众不了解网红、网络直播的时候，他们现身说法，通过一次次的活动将群众的困惑用互联网红利迅速消解。”

——北京第二外国语学院中华文化研究院教授 宋晖

为让更多贫困县了解阿里巴巴的脱贫理念与工作方法，帮助更多贫困县实现脱贫致富，“脱贫特派员”应运而生。2019年5月，4位司龄均超过12年的阿里巴巴员工主动请缨，作为阿里巴巴脱贫“先锋队”远赴山西平顺、湖南城步、甘肃礼县、贵州普安4个具有代表性的国家级贫困县，基于阿里巴巴脱贫五大方向，用互联网的思维及方法，帮助当地政府实施项目、培养人才，全方位深度激活贫困县经济，帮助贫困县域实现脱贫致富。

教育脱贫 让每个乡村孩子成为最好的自己

贫困地区的乡村振兴必先振兴乡村教育。

阿里巴巴教育脱贫着眼于乡村教育和职业教育两大领域，为乡村人才的培养提供立体化支持，助力教师和学生能力的整体提升，激活乡村脱贫致富的内生动力，阻断贫困的代际传递。

EV

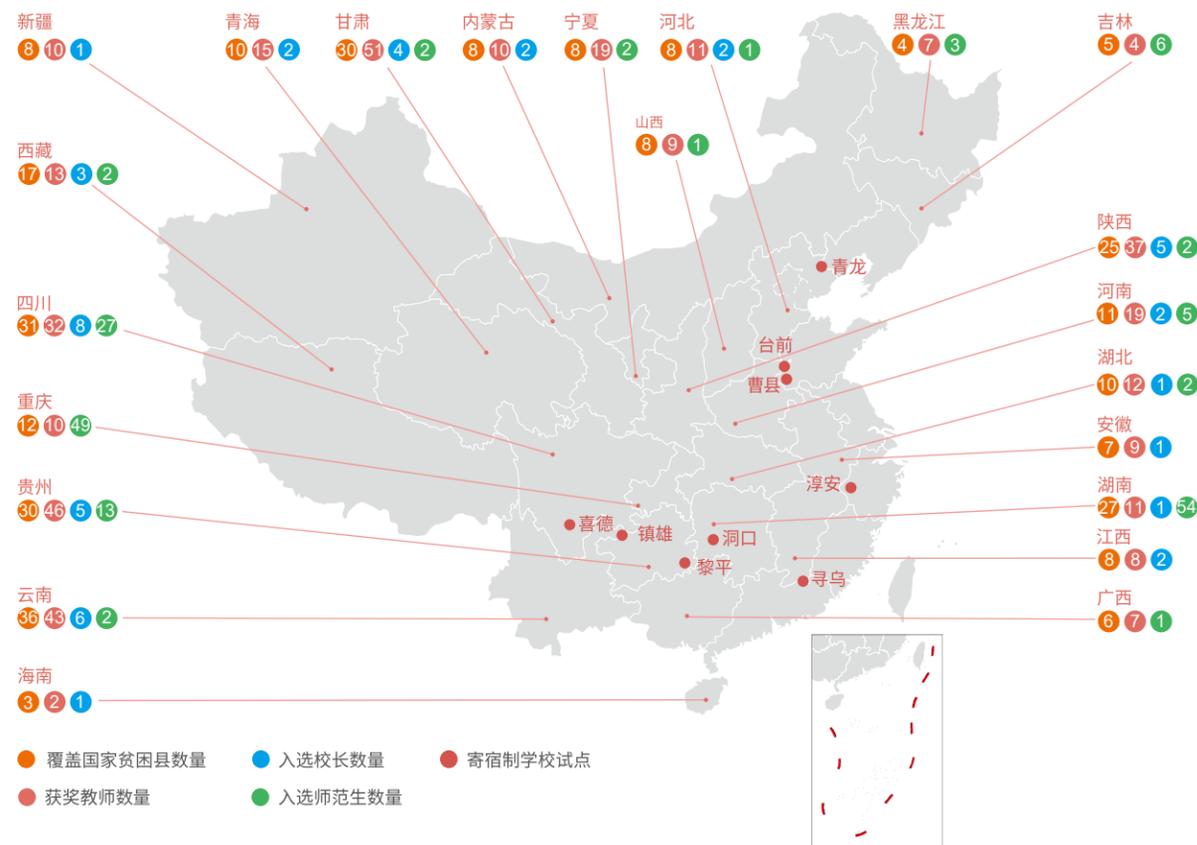
“‘马云乡村教育计划’让乡村校长、教师看到，做有根的乡村教育评价体系正在破土。这和国家振兴乡村教育的规划相契合。因此，如果这一计划能在倡导乡村教育形成新的价值理念和评价体系方面做出持续探索，那将是对我国乡村教育最重大、最宝贵的贡献。”

——21世纪教育研究院副院长 熊丙奇

乡村教育计划

“马云乡村教育计划”主要由“马云乡村教育人才计划”与“马云乡村学校计划”构成。前者着眼于乡村教师、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”；后者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。

“马云乡村教育计划”自2015年起在陕西、甘肃、宁夏、云南、贵州、四川6个省区开展，2016年扩大范围至中西部12个省市区及浙江省，2017年覆盖31个省市区，2018-2019年为精准助力教育脱贫，面向全国832个国家级贫困县开放申报。五年来，来自贫困县的获奖及入选者占79%，累计覆盖312个国家级贫困县。



职业教育计划

在贫困地区大力发展职业教育、提升区域职业教育水平，能够帮助贫困人口实现高效、高质量的就业，甚至带动整个家庭脱贫。阿里巴巴教育脱贫依托蔡崇信公益基金会，搭建“基金会+企业+职业学校”的校企合作方式，开展教师赋能培训、学生技能大赛、素质拓展、就业推荐等服务内容，帮助贫困县中职学校发展，为贫困县建立符合市场需求的职业教育体系，培养一批高质量的老师，培训具有正确价值观的高技能人才，促进高质量就业，树立优秀师生典范，助力脱贫攻坚和乡村振兴。

职校教师赋能计划

蔡崇信公益基金会与淘宝大学等行业领先培训机构合作制定系统性培训课程，邀请专业课老师走进企业实践学习，同时通过技能大赛推动教师回校后按照市场需求积极提升授课质量，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。

截至2019年底，蔡崇信公益基金会已在河北滦平、安徽金寨、山西平顺等10个省27个国家级贫困县开展职业教育脱贫工作，培训和服务1,200名老师，并将在2020年组织一批优秀教师赴德国学习交流。

职校人才培养计划

以中职毕业班学生为对象，与合作伙伴在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。同时举办了17所学校1,336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%以上。

开展素质拓展进校园活动和优秀学生外出游学活动，通过体验式学习、企业参观等活动帮助10所学校593名学生拓宽视野、树立自信，提升团队意识、抗压与沟通能力，建立职业目标，发展职业素养。

健康脱贫 让贫困家庭重获健康发展新生机

“‘顶梁柱公益保险’项目将有效降低贫困人口住院负担，能够成为健康扶贫工程的有益补充，为社会力量参与健康扶贫探索一条新路子。”
——国务院扶贫办政策法规司副司长 陈洪波

解决因病致贫、因病返贫问题是打赢脱贫攻坚战中的难中之难。2019年，阿里巴巴健康脱贫通过“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”等项目，持续改善乡村医疗环境，改善孕育家庭健康状况，增强贫困人口及地区对未来生活的信心。同时，借助互联网在贫困人口与社会公众之间建立有效连接，阿里巴巴健康脱贫还通过“公益宝贝”等互联网公益产品带动社会力量广泛参与，以社会协同助力健康脱贫工作的有效开展。

 <h3>乡村医疗计划</h3> <p>让村民享受优质医疗救助</p> <p>由阿里巴巴公益联合爱德基金会共同发起，旨在通过爱心药包、西部乡村义诊及健康知识宣传、村卫生室建设等，让更多村民享受到优质医疗救助。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 支持乡村卫生室建设 50 座 ● 为乡村卫生室提供设备支持 206 座 ● 覆盖贫困人口 37.46 万人 	 <h3>大地新芽母婴健康关爱行动</h3> <p>守护生命最初的希望</p> <p>由阿里巴巴公益与爱德基金会共同发起，针对最关键的孕育阶段——“生命最初的一千天”，通过为贫困孕产妇提供免费健康孕检、提供营养健康包等措施，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，促进贫困地区人口素质和综合能力的提升。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 “大地新芽”项目已覆盖全国 4 个省（自治区、直辖市） ● 7 个县（市/区）惠及育龄妇女 46.9 万人 	 <h3>顶梁柱健康扶贫公益保险</h3> <p>救助一个人，撑起一个家</p> <p>自 2017 年起，阿里巴巴公益、蚂蚁金服公益、蚂蚁金服保险与中国扶贫基金会联合发起“顶梁柱健康扶贫公益保险”项目，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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2017-2019 年 “顶梁柱”项目覆盖 12 个省（自治区、直辖市） ● 80 个县（市/区）为建档立卡贫困户提供健康保障 835.94 万人次
--	--	---

女性脱贫 让女性成为乡村振兴的中坚力量

“马山属于贫困县，很多女性必须出去打工。一个家庭没了母亲，孩子在家里是非常可怜的，连吃一餐热饭都很困难。所以我希望我做的这份工作，能够影响到我身边的贫困妇女，帮助她们在家附近就业。”
——“魔豆妈妈” 蓝淋

女性是务农和照顾家人的主要劳动力，也是家庭脱贫致富的关键所在。阿里巴巴脱贫基金聚焦贫困地区女性的生活困境与发展需求，着力解决“无保障、难增收、轻抚育”等困难，利用阿里巴巴经济体平台和技术优势，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，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。2019年5月16日，夏虹、黄银华、李娟、付凡平、杨淑亭五位“魔豆妈妈”被评为全国自强模范，受到习近平总书记的亲切接见。

<h3>安全感 加强保障</h3> <h4>贫困女性保障</h4> <p>经由“蚂蚁好保险”项目升级而成的“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，在为建档立卡贫困女性赠送教育健康保险，让贫困女性少有所学、病有所医的同时，通过“公益宝贝”“蚂蚁庄园”等互联网公益产品，带动更多公众参与。此外，阿里巴巴区块链、人工智能等新技术的应用，不仅实现了项目投保与理赔的便捷高效，而且保障了“捐给谁、捐多少、赔多少”等项目信息全程透明。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 “加油木兰”项目累计受益贫困女性 127.8 万人 	<h3>成就感 提供机会</h3> <h4>困境女性多元发展支持</h4> <p>“魔豆妈妈”项目通过创新运营“魔豆妈妈公益官方店”，以及与淘宝大学合作开设“魔豆妈妈公益电商学院”等方式，提升困境女性电商创业、就业能力。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 “魔豆妈妈”项目累计培训女性 21,300 人次 ● 覆盖全国省（自治区、直辖市） 25 个 ● 带动就业人数超过 28,000 人 <p>“AI 豆计划”由支付宝公益基金会、阿里巴巴人工智能实验室联合中国妇女发展基金会共同发起，在贫困地区培训 AI 产业孕育的新型职业人才，为困境女性提供居家就业创业机会。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 建立扶贫培训基地 2 个 	<h3>幸福感 提升意识</h3> <h4>“养育未来”计划</h4> <p>“养育未来”项目由阿里巴巴女性合伙人共同成立的湖畔魔豆公益基金会发起，在农村贫困地区建立养育中心，招募和培养当地的乡村女性成为养育师，为 0—3 岁婴幼儿及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的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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 截至 2019 年底 在陕西省宁陕县建成养育中心 20 个 ● 养育服务点 3 个 ● 全县 0—3 岁儿童和家庭覆盖率 100%
--	--	--

生态脱贫 让绿水青山变成金山银山

阿里巴巴生态脱贫依托技术与模式创新，运用互联网帮助贫困地区实现生态保护和经济发展的良性循环。2018年以来，“蚂蚁森林”项目通过“公益保护地”和“生态经济林”两种模式实施生态脱贫，于2019年12月获得了由联合国颁发的应对气候变化的最高奖项“灯塔奖”。

“通过‘蚂蚁森林’这样一个平台，全社会关注绿色环保的爱心人士，和我们这样一个偏远的山区连接在一起，真正帮助我们大山深沟里的‘金果子’变成了‘金票子’。”
——内蒙古清水河县县委书记 云霖琼

公益保护地模式

阿里巴巴生态脱贫在生物多样性丰富的贫困地区建立“公益型保护地”并在蚂蚁森林上线，通过投入专项资金，支持公益保护地的各项保护工作；同时，基于“一县一业”打造生态友好型产品，提升贫困地区生态品牌价值，持续帮助当地贫困户增收。截至2019年底，阿里巴巴共建立6个公益保护地，总计超过20万亩，其中5个保护地落地在国家级贫困县，占地19.3万亩；带动超过一亿人次参与认领。

生态经济林模式

遵守“因地制宜、适地适树”原则，在中西部贫困地区种植能够产生显著经济效益以及生态效益的树种，在改善环境的同时促进经济发展，实现可持续的脱贫。2019年，已有超过2,350万网友参与沙棘林的种植与保护，累计种植沙棘面积超过9万亩，保护原生沙棘林2万亩，累计创造近2万人次的绿色就业岗位，实现劳务增收近300万元。

案例

和沙棘一起走向C位人生

2019年12月19日，首款依托“蚂蚁森林”开发的生态产品“MA沙棘”饮料在开售后的100多分钟内销售10万件。作为首批上市的“MA沙棘”原料采摘地内蒙古清水河县境内的农民，郭润虎夫妇通过“蚂蚁森林护林员”帮扶，在一个多月时间里靠采摘沙棘果收益3万多元，是两人全年种地收入的8倍。

电商脱贫 帮助贫困地区的优质农产品卖出去

“阿里巴巴是用长远的眼光把产业做大做强，是来做事业的，不是做生意的，这是阿里和别人最大的区别。”
——甘肃礼县副县长 李元明

脱贫的核心是“造血”。阿里巴巴电商脱贫针对贫困县的产业实际，利用自身业务和技术优势，整合平台资源，逐步形成以“平台模式”“一县一业模式”“直播模式”为代表的电商脱贫三大模式，帮助贫困地区打造品牌、提振产业、实现脱贫。2019年，832个国家级贫困县在阿里巴巴平台实现网络销售额974亿元。



平台模式
助力县域对接
平台资源

持续整合聚划算、淘宝直播、兴农脱贫、优酷等平台资源，联动大农业、大食品等行业共同参与，帮助贫困县域培养更多的优秀商家。在优化当地优质农产品供应链的基础上，推动优质平台商家对接贫困县域优势产业。



一县一业模式
助力县域
产业升级

运用技术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，通过优势产业培育带动县域整体脱贫。



直播模式
助力县域电商
人才培养

凭借“县长+主播+明星”的方式，让贫困县域的优质农产品通过淘宝直播平台触达更多消费者，同时推动模式下沉，培养农民主播，带动地方文化、特色旅游等第三产业的发展，让互联网成为贫困县域经济发展的新机遇和新动能。



《益起追光吧!》是由阿里巴巴脱贫基金、优酷、淘乡甜共同发起的明星脱贫公益计划，通过公益节目带动明星深入基地和产区推介农产品，借助公众人物的影响力，让贫困县产品触达更多消费者。



甘肃礼县永兴镇龙槐村的普通果农张加成，通过互联网直播将自家苹果卖向全国各地。仅2019年秋天就实现线上销售苹果3万斤。



平台公益 让“随手捐”的公益触手可及

“互联网+公益”模式为公益事业发展提供了新的机遇，也为公众参与公益实践提供了新的路径。阿里巴巴希望借助公益平台的搭建，通过互联网公益的方式，不断迭代创新公益产品，帮助公益机构实现资金、品牌等自身发展需求，并为网商和消费者创造更多公益实践可能性，建立可信赖的、人人参与的公益文化。阿里巴巴公益平台是民政部指定的首批慈善组织互联网募捐信息平台。平台公益在运营该平台的过程中，通过迭代公益产品、创新公益互动、支持公益伙伴、发布“链上公益计划”，推动公益事业实现从线下募捐到线上捐助、从低频捐赠到有源活水、从被动捐赠到快乐捐赠、从信息不对称到全透明等多项转变，矢志让“随手捐”的公益触手可及。

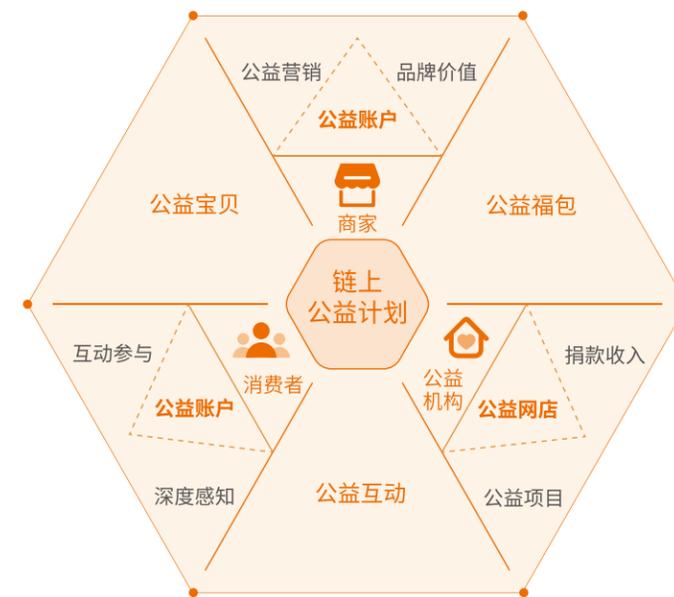
借区块链技术 夯实公益生态基础



“这一次做得非常细，能知道每一笔资金的流转，每一笔开销都可以查询。比如你捐的100元到底给了谁，那个人有没有拿到，什么时候拿到的，这些信息都能知道。”

——阿里巴巴经济体区块链首席产品架构师 徐惠

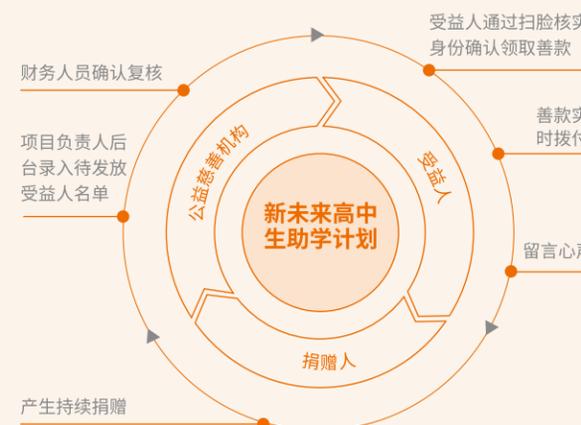
可持续的公益生态模式既是阿里巴巴平台公益的要求，也是建立可信赖的、人人参与的公益文化基本保障。作为实现可持续的公益参与模式的重要因素，“信任”每向前迈进一步，对平台公益的蓬勃发展都有着决定性影响。2019年，平台公益持续完善平台生态，正式发布“链上公益计划”，以区块链技术夯实平台公益生态的信任基础。该计划既能有效解决诸如诈捐、骗捐等公益“前半段”问题，又能解决“后半段”善款的发放、使用流程以及最终受益人权益保障等问题，为打造“全透明、全跟踪、全覆盖”的公益解决方案给予有力支持。截至2019年底，在阿里巴巴公益平台的募捐善款中，已有超2亿资金体量实现上链。



平台公益生态模型

案例

“新未来高中生助学计划”上链后的激情飞驰



2019年9月，作为“链上公益计划”的第一个落地项目，“新未来高中生助学计划”不仅实现善款可上链、过程可存证、信息可追溯、反馈可触达、多端可参与等多项目标，还将原先善款拨付的整个周期从至少1个月时间减到3天，有效缩短打款流程及周期，优化了签收流程，保障了资金的安全。

迭代募捐产品 打造多元公益场景

“‘公益宝贝计划’在全球互联网公益转型中提供了一个中国范例，也是对公益捐赠模式的一次标志性创新。”
——北京师范大学《公益宝贝社会价值研究报告》

建立可信赖的、人人参与的公益文化离不开丰富的公益场景及充分的公益实践机会。如何以有滋有味的公益产品，吸引人们参与公益，始终是平台公益思考的问题。2019年，平台公益聚焦扶贫助困、儿童关怀和生态保护等领域，从海量参与、深度参与、持续参与的三个阶段入手，通过“公益宝贝”的迭代，“淘小学”等公益互动产品创新，持续提升平台用户的公益参与度和黏性，带动更多用户关注和支持即时同步、海量小额、便捷高效、快乐共享的公益项目。同时，平台公益的公益项目基本覆盖全国各地，并进入东南亚、非洲和“一带一路”沿线地区，在公益出海方面做出了新的探索与实践。



案例

“公益宝贝”项目视野国际化打开公益出海新场景

2019年2月26日，阿里巴巴公益平台对“公益宝贝”支持的公益项目开始拓展国际化领域，并联合中国扶贫基金会正式启动“国际爱心包裹”项目，在改善全球孩子们学习生活条件的同时，打造新的公益场景，为人们参与公益提供新的选择。截至2019年底，“国际爱心包裹”已覆盖缅甸、尼泊尔、埃塞俄比亚、柬埔寨、老挝、蒙古国、乌干达、纳米比亚、津巴布韦、巴基斯坦等十国，受益人数达到339,107人。

案例

用轻松低门槛的方式让公益更有趣

如今，贫困地区小学课外读物匮乏的不再是数量，而是质量。适龄读物的匮乏始终困扰着偏远地区贫困小学的师生。2019年，阿里巴巴公益平台将用户互动与公益进行有机结合，创新性地推出独具趣味的“淘小学”公益互动产品。在“淘小学”的游戏互动中，用户不仅可以帮助偏远地区的贫困小学解决适龄读物匮乏的问题，还能够通过游戏任务的完成，进一步了解“公益宝贝”“公益网店”等公益产品的的相关信息，逐步引导用户从海量参与向深度参与、持续参与转变。淘宝“双12”期间，仅“全民寻宝——行路捐书”活动就成功为贫困地区的60所小学募捐到亟需的书籍，让学校的师生感受来自千万网友的爱心。

开展专项培训 支持伙伴能力提升

“阿里巴巴公益平台以持续性、常态化的公益机构入驻服务，解决公益机构在发展过程中的实际问题，实现彼此协同发展。”

——阿里巴巴公益基金会副秘书长
平台公益负责人 明宏伟

互联网的出现为爱心奉献提供了新的渠道，然而在“互联网+公益”的新模式下，如何实现资金和品牌自身的发展，对于传统的公益机构来说仍然较为陌生。2019年，阿里巴巴公益平台投入大量资源，积极帮助公益机构解决诸如“公益宝贝”“公益网店”等公益产品的专业运营管理问题，为商家和消费者提供更多的公益实践机会。



入驻服务

与线下宣讲会、培训相结合的线上客服、教程一对一辅导



多元培训

针对筹资运营、项目管理、平台规划等需要，组织专项系统化培训



智能协作

依托钉钉建立入驻机构智能化服务平台，满足机构的实时协作需求



深度沟通

通过机构拜访、会议等形式，保持与公益行业长期有效的沟通和互动

案例

打造“公益网店”的“黄埔军校”

2019年5月，阿里巴巴公益平台为有效提升公益伙伴的专业运营能力，启动“公益网店”系列培训计划，特邀专家针对伙伴在网店运营及筹款中所遇到的问题，提供可行性方案，帮助伙伴获得公益发展上的新突破。在集中化线下培训的同时，阿里巴巴公益平台还保持一个月至少一次的线上培训及答疑课程。

借力平台活动 带动社会点滴力量

“大家在剁手的同时也能多献出一点爱心就好了，与阿里巴巴公益基金会一起动手在淘宝上搜搜吧。”

“不知不觉中，也做了好多次公益。”

——点滴爱心背后的网友

在阿里巴巴公益基金会看来，建设人人参与的公益文化，离不开公益对公众的触动。只有触动公众了解公益，才能感动并带动公众参与到公益中去。丰富的平台活动，正是触动人人了解公益、参与公益的最好媒介。如何以融合创新的方式，将平台活动与公益进行有机结合，调动起社会力量，使他人能够因公益而感动，也因感动而参与，是阿里巴巴公益平台不断探索的方向。2019年，阿里巴巴公益平台创新开展“小95”“95公益周”等多种形式的公益活动，且连续两年以公益赋能的形式参与“天猫双11”，迎来单日超过2.86亿笔的公益捐赠。

小95

每月以“专题推荐”+“专场募捐”的形式，为公益项目的募捐需求带动平台流量

95公益周

在中华慈善日到来之际发起“95公益周”活动，以丰富的公益活动、创新的公益项目，营造人人公益的良好氛围

天猫双11

为“天猫双11”赋予公益的属性，让人们在享受购物狂欢的同时，唤醒和带动更多人参与公益，2019年“天猫双11”带动

剁手党表彰大会

为所有通过“公益宝贝”捐赠的消费者和商家颁发专属公益奖状

● 带动公益行动超

● **18亿**人次

平均每天带动公益行动近

● **2亿**人次

● 产生公益捐赠的订单超过

● **2.86亿**笔

参与“公益宝贝”捐赠的消费者超过

● **1.28亿**人

参与“公益宝贝”捐赠的商家

● **105.9余万**家

● 获得奖状的“剁手党”超

● **4.7亿**人

获得奖状的商家超

● **252万**家

案例

为“剁手党”发奖状

为感谢“剁手党”长期以来对公益事业的支持，2019年12月26日，阿里巴巴公益平台携手淘宝APP共同为超过4.7亿消费者和252万家商家开展了一场史上最大的表彰大会——“剁手党表彰大会”，让每个“剁手党”都能获得属于他们的小骄傲，也让人们能够在“剁手党”带领下为更多有需要的人一起“剁手”。



优化风险内控 保障平台合规运营

在阿里巴巴平台的电商交易业务中，每4笔购买就有1笔与公益相关。大量交易背后潜藏的平台风险不容忽视。2019年，为梳理平台募捐流程的规则现状、进行运营风险速盘、识别关键控制点，阿里巴巴公益平台协同阿里巴巴经济体内控和财务专家根据《慈善法》《慈善组织公开募捐管理办法》《公开募捐平台服务管理办法》等相关条例，针对人员保障、权责界定、数据信息、项目内容、证照资质、展示内容、资金安全、监管配合八个方面进行风险盘点和专项梳理工作。



评估入驻机构 提升资金管理能力



“当前，我们面临着一个重要且持续的课题，即督促慈善组织提高善款使用效率，保证资金的使用能对得起捐赠人的信任与托付。”

——阿里巴巴公益基金会副秘书长、平台公益负责人 明宏伟

尽职调查

对申请平台入驻的公益机构进行尽职调查，对于问题较多、风险较大的机构，在总体评估后不予考虑上线。

协助整改

针对尽调中发现存有微小瑕疵的机构，根据相关法律法规及工作规范，由第三方合作机构基于资金管理规范给出整改建议，经过整改确认后推进后续工作。

随着平台资金规模的快速增长，如何更好地管理平台上慈善组织募捐项目的善款使用质量，对平台提出了巨大的挑战。2019年，阿里巴巴公益平台进一步扩大尽调监测对象范围，从联合公益挂靠筹资的慈善组织扩大至全平台重点及首次入驻的慈善组织。同时，建立了110人的阿里巴巴公益宝贝全国范围财务服务群，邀请行业内的财务、法务、审计专家入群，为平台合作组织提供规范性指导，促进合作组织互相学习，实现行业自律。

案例

持续完善“公益宝贝”财务管理规范性

阿里巴巴公益平台的“公益宝贝计划”自创立之初即重视公益项目财务管理的规范性和专业性。2019年阿里巴巴公益平台积极与行业第三方财务监测机构展开合作，持续完善财务监督审查机制，以及制定针对入驻项目的《公益宝贝募捐项目财务规范建议》，推动公益机构财务管理规范运营。

财务信息披露

- 对“公益宝贝”资金的收入和支出进行独立核算
- 在官网、年报中披露“公益宝贝”捐赠及执行情况
- 按照要求提交预算详表、预决算对比表

严惩违规操作

- 从“公益宝贝计划”中予以清退
- 在阿里巴巴公益平台予以公示
- 相关情况上报有关管理机构

第三方财务监管

- 对合作项目开展尽调、监测、穿行测试或审计等抽查工作



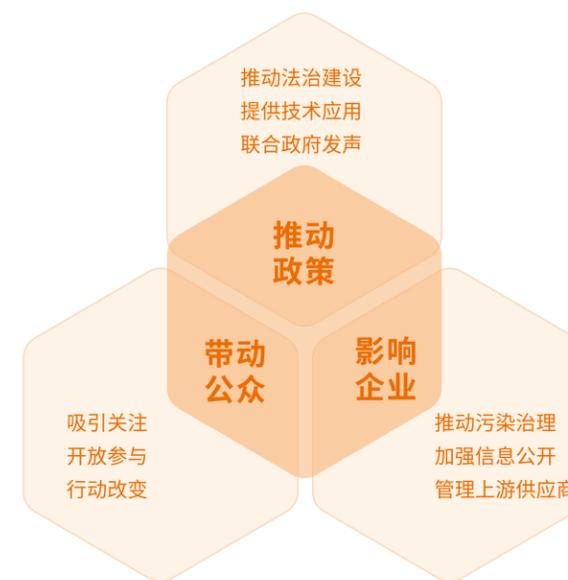


科技赋能环保 共建绿色生态系统

“用我们自己的技术和平台做一些有意义的事，让天更蓝心更暖，是阿里最有意义、最有价值的事情。天蓝水清，是一代人的生存保障，更是每个人的中国梦，让我们为这同一个梦想，一起加油！”

——阿里巴巴集团合伙人
阿里巴巴公益基金会理事长 孙利军

当国家发出“绿水青山就是金山银山”的声音时，环境保护不再是一群人的奋斗，而是一个国家、一个民族的责任与使命。2019年，阿里巴巴公益基金会从唤醒更多公众环保意识出发，带动公众、影响企业、推动政策，用点滴行动汇聚成建设美丽中国的时代洪流，为公益事业发展探索可持续之路。



法治建设

环境保护离不开法律制度，我国目前环境保护相关的法律法规众多，出台时间前后跨度大，归口管理部门多，体系复杂，亟需借鉴国际上成熟的环境法典化经验。阿里巴巴公益基金会在2019年继续以资金资助为主要形式，支持伙伴全面开展环境法典翻译、环境立法、环境公益诉讼支持网络及案件发起等相关活动，为推进我国环境保护的法治建设和治理现代化进程贡献积极力量。

环境保护 唤醒每个人心中对地球的爱

2009年，阿里巴巴从钱塘江北面搬到南岸，组织了一场名为“阿牛渡江”的员工接力。横渡钱塘江这一棒的员工上岸时，附着在身上五颜六色的塑料袋和各种各样的残渣，让全场震惊。那天起，阿里巴巴在思考一个问题：如果世界不够好，企业发展得再好，都没有意义。阿里人必须有所行动！因此，“打造一个与自然友善共存的绿色星球”，成为了阿里巴巴公益基金会的环保使命。基金会成立以来，始终以阿里巴巴经济体为坚实后盾，持续推动绿色战略实践，携手社会共同为中国经济的绿色化转型、中国生态文明建设、唤醒人类环保意识提供有力支持。

案例

助力环境公益诉讼事业开启新征程

在阿里巴巴公益基金会的资助下，自然之友在2019年推动我国首单基于环境公益诉讼赔偿资金设立的“长安慈·大气保护”慈善信托成功备案，解决环境公益诉讼资金的归属和使用问题，标志着我国环境公益诉讼资金的管理难题取得历史性的突破。同时，自然之友还积极参与我国环境法律法规及政策建设，全年参与立法、法律法规修订共9项，提交两会提案、建议9项。



案例

走向全国可参与的河流治理与创新

湖南本土民间环保公益组织“绿色潇湘”推出的“巡河宝”产品不仅使人们能够便捷地记录河流信息、分享巡河行动，还能以巡河成果分析，迅速发现问题、解决问题。除对“绿色潇湘”进行持续资助外，阿里巴巴公益基金会还通过技术支持，利用平台经验进行引导，使巡河宝的影响力走出湖南，扩至全国，实现河流保护的公众参与与创新。截至2019年底，巡河宝实现124,569名用户的访问，有6,923名用户通过实地巡护对河流问题进行标记；1,074人对家乡的河流完成认领；记录与上传河流图片318,927张；标记点累计覆盖23个省，287个市，1,014个区县。



机构赋能

为协助环保公益伙伴突破其发展瓶颈、开展互助协作，共同应对宏大环境议题，阿里巴巴公益基金会在2019年与23个机构合作持续开展“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（合同金额）

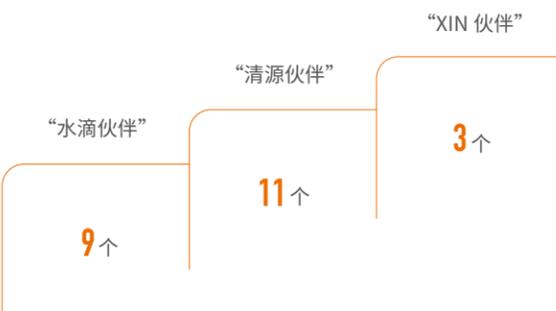
1,215万元

资助伙伴覆盖全国省市自治区

14个

共资助机构

23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，推动环保相关政策法规的建立与完善
- 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

案例

从0到1的突破与变革

2019年阿里巴巴公益基金会在水滴伙伴招募的尽职调查中发现，青岛市黄岛区清源环保公益服务中心未采用《民间非营利组织会计制度》进行财务核算，合规性有待提高。在了解情况后，基金会邀请工蚁坊创始人郭小华，以“导师”结对帮扶的形式，帮助青岛市黄岛区清源环保公益服务中心完善《财务管理制度》，并从0到1地制定出《项目管理机制》《员工管理制度》等规范，促使机构整体能力迭代优化，极大地提高了机构伙伴开展公益行动的积极性和主动性。



“非常感谢郭小华老师在百忙之中，帮助我们解决发展过程中遇到的问题。这不仅让我们机构实现更加规范的成长，还让我们这些公益人看到了更多希望。”

——青岛市黄岛区清源环保公益服务中心 程世功

水源地保护

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，始终是阿里巴巴公益基金会重视的探索与实践。基金会致力在实现水源地保护的同时，帮助当地村民和环境友好产业实现收益最大化，从而形成水源地保护良性循环，促成可持续发展的水源地保护机制，为更多水源地保护提供优秀的经验借鉴。

案例

“千岛湖水基金”项目

“千岛湖水基金”由阿里巴巴公益基金会、民生人寿保险公益基金会共同发起，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。“千岛湖水基金”创新性地引入慈善信托架构，并创建了“金融+环保”的资金管理模式，实现“农业-环保-经济”三赢的可持续农业面源污染治理。项目旨在保护流域环境的同时发展生态产业，探索流域农业面源污染治理的长效创新模式。通过绿色消费带动蜂蜜、茶叶、茶油、稻米等农产品的生产方式改进，使农户在少用农药化肥的同时，经济收益也有所保障。

助力农户增收

- 水稻试验田迎来丰收，同地区高产农户亩产1,100-1,200斤，项目试验田亩产1,278斤；
- 通过2年示范，识别出包括绿肥种植、稻鱼共生、生态防控等水稻田最佳护水实践措施清单，并和建德市世行办、农业农村局合作，向全流域种植大户推广1,230亩。

带动人人参与

- 与淳安县文化和广电旅游体育局、安阳乡人民政府等合作，成功举办“千岛湖丰收节”“守望千岛湖音乐会”和“千岛湖马拉松赛”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，活动还被人民日报海外版关注、报道。



汇聚资源力量 助力自然教育发展



“我们越来越体会到，环境的改变最终还是需要人心的改变、环保意识的提升。自然教育就是唤醒公众环保意识的一条非常有效的途径。”

——阿里巴巴公益基金会秘书长 王瑞合

每个人只有热爱自然，才会成为环境的守护者。阿里巴巴公益基金会深耕自然教育领域已有八年。2019年，基金会凝聚社会各界多方力量，通过“桃源里自然中心”和武汉自然教育系列项目的创新，建立人与自然的联结，激发公众的环保意识。同时，还与全国自然教育网络共同发布《自然教育行业自律公约》，鼓励自然教育机构、从业人员参与签署全国性自然教育行业公约。截至2019年9月，签署目标数量已达到1,000个。

中国自然教育周

2019年11月，阿里巴巴公益基金会联合中国林学会、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”等系列活动，共同打造一个社会广泛参与的“中国自然教育周”，呼吁形成自然教育共识。

自然我来啦：线上邀请霍尊、徐娇等20多位演员、歌手作为自然体验官，以分享大自然小趣闻的方式邀请公众走出家门，深入自然。该话题获得超过4,200万人次关注。



中国自然好书奖：评选以自然为写作主体，在传递自然知识、传播人文价值、践行社会责任等方面具有卓越成绩的公益性图书奖项。第二届“中国自然好书奖”颁奖活动期间，线上直播点击量总计达162.8万人次，线下参与人数达3万余人。

武汉自然教育系列项目

2019年，阿里巴巴公益基金会与武汉园林和林业局、武汉市教育局在之前自然研学的合作基础上，将“自然教育”系列项目进行全面升级，教育对象从青少年扩展至社区居民、市民等老中青大众群体，并在70个社区、30所学校营建了100个绿色驿站，开展“小湖长、小树长、小园长”“梦想农场”“我家住在花园里”等活动，鼓励社区参与、在地关怀。同时，武汉自然教育系列项目还以“公园+学校+社区”为基点，通过构建城市绿地系统多层次、立体化的自然教育全阵地，逐步形成“自然教育武汉模式”，有力助推中国自然教育从小众到大众的转变。

“五个一”绿色生态研学模式

- 形成一套具有武汉特色的公园自然教育专业教材
- 培养一支具有专业水准的自然导师及志愿者队伍
- 打造一批有能力对接学校和公园的专业自然教育机构
- 出版一本中小学生自然笔记优秀作品集
- 探索一个政府支持、机构参与、公益性普惠公众的自然教育“城市模式”，向全国推广

- 成为中小学生学习自然研学基地的城市公园 **32座**
- 成为中小学生学习自然研学基地的绿色驿站 **100多个**
- 影响中小学校 **800多所**
- 参与的学生和市民 **120多万人**

案例

《自然教育武汉共识》——自然教育的里程碑

2019年11月，在阿里巴巴公益基金会联合中国林学会、全国自然教育网络、湖北省林业局举办的“中国自然教育大会 第六届全国自然教育论坛”上，与会代表就如何推动自然教育健康有序发展、提高自然教育质量、实现全民参与等议题达成的《自然教育武汉共识》正式发布。《自然教育武汉共识》通过十条共识，进一步明确自然教育“是什么”“为何做”“怎么做”等一系列问题，将对推动我国自然教育健康有序发展产生深远影响。



自然嘉年华：通过嘉年华的形式，让更多人走进自然、了解自然，并为自然教育领域从业人员提供与公众更多交流的机会。2019年，该活动带动全国420家机构，近12万人次了解自然教育，并荣获中国林学会颁发的第八届梁希科普奖。



2019年，桃源里自然中心

开展自然体验活动

995场

进入幼儿园、中小学校

82所

进入当地社区

89个

开发自然教育精品课程

28个

参与自然课程等活动的公众近

10万名

桃源里自然中心

自然保护，不只是用一些技术、手段去改变环境，更重要的是唤醒公众的环保意识，培养年轻人的感恩和敬畏之心，这也是阿里巴巴公益基金会推动自然教育的初衷与态度。基金会希望能够通过桃源里自然中心的成立，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。

案例

绿马甲文明公益行动

为让更多公众参与到自然保护的行动当中，阿里巴巴公益基金会、桃花源生态保护基金会、杭州日报科学松鼠会共同发起“绿马甲文明公益行动”，培训合格的“绿马甲”志愿者，全年向公众提供包括景区免费自然导赏线路服务在内的多种自然教育志愿服务，范围覆盖杭州全城。截至2019年底，已有630名来自学校、社区、景区的志愿者正式注册加入“绿马甲”，共计开展793场活动，直接服务34,309人次。



平台网络联动
打造绿色供应链

“阿里巴巴从来没有让我睡不着觉，让我睡不着觉的是我们的水不能喝了，我们的食品不能吃了，我们的孩子不能喝牛奶了……不管你挣多少钱，如果得不到沐浴阳光的享受，是很大的悲哀。”
——阿里巴巴公益基金会一号志愿者 马云

在实现快速增长的同时，每一个负责的物流企业都在思考如何结合自身业务推动环保事业，用技术力量为环保赋能。身为菜鸟绿色联盟公益基金的一员，阿里巴巴公益基金会不断推动电子面单、装箱算法等绿色行动，让数百亿个快递包裹绿起来，助力中国物流业的“轻装简行”。

菜鸟电子面单 5年累计节约 4,000亿张纸	菜鸟装箱算法一 年“瘦身”2.9亿 个包裹	天猫超市50% 以上的包裹不 再二次包装	绿色成为四 通一达“董 事长工程”	中国快递引领世 界“绿色名片”	超2亿人次参与 天猫、菜鸟发起 的“绿色双11”
联合快递公司 进一步“瘦身” 电子面单，面 积缩小一半， 更绿更环保	通过优化纸箱 型号和推荐合 理的装箱方案， 减少“大材小 用、过度包装” 的现象	推广原箱发货 和回收纸箱发 货，大幅减少 纸箱和包装材 料使用	联合中通、圆 通、申通、韵达、 百世成立绿色 公益委员会， 委员定期向董 事长汇报绿色 物流工作	联合圆通、中 通、申通、韵达、 百世共同发起 “绿色快递日”， 并宣布将在全 国铺设5万个 绿色回收箱	“天猫双11” 期间，发起“绿 色双11”，打 造全民响应、 人人可参与的 绿色行动



因为相信 所以看见



阿里巴巴公益基金会始终肩负“家国情怀、世界担当”，在公益领域倾心耕耘。这些责任和担当的根源是对世界、自然、家庭、每个群体的热爱。阿里巴巴公益基金会坚信服务和利他的精神，会使我们变成更好的自己，相信

“公益的心态、商业的手法”，能够让公益更加可持续。阿里巴巴公益基金会也希望能够向社会各界传递服务和利他的善念，共创美好未来。

使命让公益之基更坚实

阿里巴巴公益基金会公益行为的背后，离不开多年的公益文化积淀和组织保障。公益，不仅深深嵌入阿里巴巴的商业模式，更融入到每一位阿里人的思维方式与日常生活。在阿里巴巴，不论是满怀公益热情、勇做公益先行者的基金会理事，还是通过民主选举出来的公益布道官“公益委员”，又或者是为成就他人的幸福而抱团的员工组织“幸福团”，这群满怀使命感的阿里人始终带着对世界的爱心，用小事情和大情怀将阿里巴巴的公益正能量与对世界的热爱表现得淋漓尽致，也为阿里巴巴公益基金会的成长壮大汇聚着无穷力量。

2020 财年 (2019.4.1-2020.3.31)

阿里巴巴全体员工

总公益时 (个)	申报人次 (人次)	阿里巴巴合伙人人均公益时 (个)
39.9万	120.4万	43.89



阿里巴巴志愿者

责任导向的价值观管理下是一群饱含使命感的阿里人。在阿里巴巴，不论是合伙人、管理层，还是普通员工，人人都是公益的参与者，人人都是社会责任的主动担当者。在阿里巴巴公益基金会的支持下，全体阿里人正携手外部公益机构、社会公众等利益相关方，合力推动公益事业走向人人参与的新未来。

员工公益委员会

2012年3月，阿里巴巴公益基金会一号志愿者马云向所有阿里人发起了一个号召，希望通过民主选举的方式，由全体阿里人选出10位员工代表，成立员工公益委员会，由他们共同决定阿里巴巴每年公益基金如何使用。截至2019年底，已经选举产生3届员工公益委员会。

幸福团

“幸福团”是阿里人自发组建的员工公益团体。员工可以根据自己的兴趣和资源自行申报各类公益项目，项目通过审核并且顺利实现首期试运行后，即可得到阿里巴巴提供的资金支持和专业辅导资源。截至2019年底，“幸福团”的志愿服务区域已经覆盖杭州、宁波、义乌、北京、青岛、上海、广州、深圳、成都、重庆和香港等城市。



技术让公益有质有效

随着大数据、人工智能、区块链、物联网等新技术纷至沓来，如何有效利用这些新技术，使之上向善是阿里巴巴公益基金会一直在思考的问题。“疫苗快查”帮助妈妈们对疫苗溯源缓解信息焦虑，“一路护航”帮助急救人员打开救援绿色通道，“智能人居”帮助阿尔兹海默症老人不再离开家人的视线……阿里巴巴公益基金会正充分展现技术对公益的理性赋能，在促进公益降本增效、降低公益参与门槛的同时，用技术实现社会资源更高效的调度和配置，体现科技向善的价值观，并以巨大的力量推动公益生态乃至整个世界的不断进步。

团圆系统：用科技为走失儿童照亮归家路

“千里寻儿”“万里找女”的悲剧背后是信息零散、真假难辨、信息不对称、时间滞后等问题汇聚成的一道道门槛。公安部刑事侦查局打拐办和阿里巴巴共同发起创立“公安部儿童失踪信息紧急发布平台”——“团圆系统”，建立儿童失踪信息权威发布的统一平台，运用科技力量构建“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，解决儿童走失问题。

警方接到报警信息，第一时间在平台上发布儿童失踪信息，并通过学习强国、新华社、手机淘宝、支付宝、高德地图、钉钉、新浪微博等 28 个“国民级”APP（覆盖 9 亿多智能手机用户），推送至儿童失踪地周边人群，充分发动社会大众力量来提供线索帮助找到失踪儿童。同时，借助钉钉界面的微应用，全国 6,000 多名基层刑警能即时沟通信息，有效解决公安部“协同办公”难题；依托高德地图“滴血寻亲”功能，通过线上精准定位，帮助更多没有找到家人的孩子与父母，就近找到警方 DNA 免费采集点，及时采血并将 DNA 信息录入库中，充分发挥 DNA 技术和大数据优势帮助儿童寻找亲生父母。“团圆系统”所具备的权威发布、精准定位、高效协同三大功能，不但有效提升走失儿童找回率，还在很大程度上震慑了犯罪，减少拐卖案件，也提升了社会、家庭对儿童的教育防范意识。2018 年 10 月，在《联合国打击跨国组织犯罪公约》第九届缔约方大会期间，“团圆系统”作为中国“科技打拐神器”亮相国际平台，为让“天下无拐”贡献中国经验。



截至 2019 年底，“团圆系统”累计

- 发布儿童走失信息
- 4,343 条
- 找回走失儿童
- 4,263 名
- 走失儿童找回率
- 98.2%



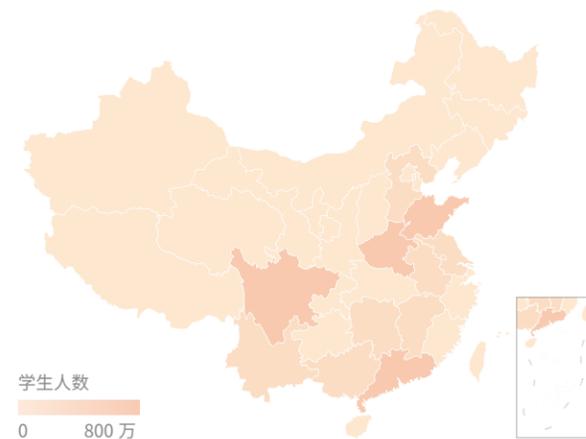
青骄第二课堂：“互联网+禁毒教育”的全新实践

为解决禁毒教育分散化、碎片化、有效性无法评估等问题，国家禁毒办联合阿里巴巴，打造“青骄第二课堂”，通过“互联网+禁毒教育”的创新模式，向全国 2 亿青少年提供科学系统的毒品预防教育知识。阿里巴巴从技术的角度出发，充分发挥阿里云高性能服务、分布式数据库系统、云视频点播技术等核心优势，实现支持千万级用户同时在线访问的技术目标，并首次引入钉钉即时通讯工具，用技术手段实现全国范围内的部、省、市、区县各类学校各级禁毒教育的高效组织和管理。

2019 年，由于技术的高效与稳定，“青骄第二课堂”承办全国青少年禁毒知识答题活动，有效带动全国 1.6 亿人次青少年以互联网的方式学习禁毒知识。同时，还为全国近 21 万所中小学校、超过 8,600 万的中小学生提供优质在线课程。阿里巴巴正以技术不断为平衡教育教学资源、实现教育均衡发展贡献积极力量。

截至 2019 年底，“青骄第二课堂”累计

- 覆盖全国学校近
- 21 万所
- 注册学生超
- 8,600 万人
- 注册教师
- 170 余万人
- 学生完成在线自学课时超
- 1.91 亿课时





融合让公益影响更广泛深远

阿里巴巴公益基金会认为，公益除了善心、善力，更要有善能。所谓善能，就是能够把大家聚集在一起。基金会一直在努力探索开发相对成熟的公益项目，融合社会各界的力量，携手做公益，同时也在努力通过技术赋能和商业手法应用，实现社会公益的创新与突破，让参与公益变得简单，从而汇聚微爱，让公益项目更有影响力，爆发更大能量，推动社会的发展进步。

“95 公益周”打破公益藩篱，为爱共发声

为唤醒和带动更多人参与公益，让公益更有效率，阿里巴巴在每年9月5日中华慈善日都会发起“95 公益周”活动。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、线下都创新了融合形式，联合多家互联网公司及公益机构，共同推动互联网公益行业融合创新，让公益无门槛。“95 公益周”活动期间，累计带动超 18 亿人次参与公益行动，相当于平均每天带动公益行动近 2 亿人次。而这 18 亿人次公益行动背后，是融合、创新的力量。



“65 环境日”，一场搜遍全世界的“绿色”狂欢

为了唤醒更多人的环保意识，促进公众广泛参与环保公益活动，在 2019 年 6 月 5 日世界环境日之际，阿里巴巴与联合国环境署共同发起互联网环保行动，公众在淘宝、天猫、支付宝、饿了么、菜鸟、盒马等阿里巴巴旗下 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环境绿色活动和场景中，成为“阿里巴巴绿色星球”环保达人。此外，阿里巴巴公益基金会还创新性地将 APP 的场景巧妙融入公众的 24 小时生活，首次全景开放绿色生活体验，让公众在轻松愉快的氛围中享受绿色健康生活。截止活动结束，“65 环境日”共计唤醒约 9.3 亿人次的环保意识。



主要荣誉

- 

☑ 2019年6月
阿里巴巴公益基金会秘书长王瑞合被生态环境部授予 2019 世界环境日 “特邀观察员”
- 

☑ 2019年6月
“蚂蚁森林” 获评联合国环境署年度环保实践案例
- 

☑ 2019年6月
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“美丽中国，我是行动者” 十佳公众参与案例奖
- 

☑ 2019年9月
“蚂蚁森林” 获评联合国环境署“地球卫士奖”
- 

☑ 2019年9月
阿里巴巴获评 2019 年度全国脱贫攻坚组织创新奖，成为唯一获评该奖项的互联网企业
- 

☑ 2019年11月
“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”
- 

☑ 2019年11月
“小河长青少年护水计划” 项目荣获联合国大学“2019年 RCE 杰出项目” 称号
- 

☑ 2019年12月
阿里巴巴荣获联合国应对气候变化最高奖项“灯塔奖”
- 

☑ 2020年1月
“魔豆妈妈” 公益项目荣获 2019 年度第六届“CSR 中国文化奖” 最杰出贡献奖

财务信息



本年度捐赠收入情况



本年度总支出情况



合作伙伴

(按拼音首字母排序)

序号	组织机构	序号	组织机构
1	阿拉善 SEE 公益机构	29	广州市海珠区流溪生态保护中心
2	阿里巴巴影业集团	30	贵阳黔仁生态公益发展中心
3	阿里研究院	31	海南成美慈善基金会
4	阿里云	32	海南智渔可持续科技发展研究中心
5	爱德基金会	33	杭州日报科学松果会
6	爱佑慈善基金会	34	杭州市余杭区青山乡村志愿者服务中心
7	安徽省长江环保协会	35	杭州植物园
8	安康市绿色秦巴环保公益服务中心	36	合肥市庐阳区深蓝环境保护行动中心
9	北京春晖博爱儿童救助公益基金会	37	合肥市善水环境保护发展中心
10	北京环丁环保大数据研究院	38	盒马
11	北京惠泽人公益发展中心	39	合一绿学院
12	北京教学植物园	40	黑龙江省环境保护志愿者联合会
13	北京天使妈妈慈善基金会	41	湖畔魔豆公益基金会
14	北京新阳光慈善基金会	42	济南市绿行齐鲁环保公益服务中心
15	蔡崇信公益基金会	43	金华市绿色生态文化服务中心
16	菜鸟	44	聚划算
17	长沙绿色潇湘环保科普中心	45	康奈尔大学
18	长沙市曙光环保公益发展中心	46	快手
19	成都城市河流研究会	47	联合国环境署
20	成都市锦江区绿氧生态环境保护中心	48	联合国可持续发展教育区域专业中心
21	大自然保护协会	49	娄底市环保志愿者协会
22	钉钉	50	绿色浙江
23	饿了么	51	蚂蚁金服
24	福建省绿色科技文化促进会	52	马云公益基金会
25	福建省绿行者环境保护公益中心	53	南京市建邺区绿石环境教育服务中心
26	高德地图	54	农村淘宝
27	公众环境研究中心	55	青岛市黄岛区清源环保公益服务中心
28	广州绿网	56	青赣环境交流中心

序号	组织机构	序号	组织机构
57	衢州市科学技术协会	85	武汉市公园协会
58	全国自然教育网络	86	武汉市教育局
59	三联生活周刊	87	武汉市园林和林业局
60	三联中读	88	芜湖市生态环境保护志愿者协会
61	沙坡头北斗星社工服务中心	89	无锡灵山慈善基金会
62	上海辰山植物园	90	无锡灵山慈善基金会绿行太行专项基金
63	上海道融自然保护与可持续发展中心	91	扬帆计划
64	上海联劝公益基金会	92	一个地球自然基金会
65	上海闵行区青悦环保信息技术服务中心	93	壹基金
66	上海浦东新区恩派公益基金会	94	优酷
67	上海益社公益文化发展中心	95	岳阳市东洞庭生态保护协会
68	绍兴市朝露环保公益服务中心	96	云南省绿色环境发展基金会
69	深圳国际公益学院	97	浙江省妇女儿童基金会
70	深圳市红树林湿地保护基金会	98	浙江省绿色科技文化促进会
71	深圳市龙越慈善基金会 - 老兵回家	99	支付宝公益基金会
72	深圳市绿源环保志愿者协会	100	中国妇女发展基金会
73	深圳市桃花源生态保护基金会	101	中国扶贫基金会
74	深圳市越众文化传播有限公司	102	中国公益慈善项目大赛
75	生态环境部宣教中心	103	中国公益慈善项目交流展示会
76	石家庄市植物园	104	中国国家地理图书
77	世界自然基金会	105	中国林学会
78	苏州工业园区绿色江南公众环境关注中心	106	中国青年志愿者协会
79	淘宝	107	中国志愿服务联合会
80	淘宝大学	108	中华社会救助基金会
81	淘宝直播	109	中华思源工程扶贫基金会·新浪扬帆公益基金
82	桃源里自然中心	110	中科院武汉植物园
83	天津绿领（天津滨海环保咨询服务中心）	111	中日友好环境保护中心
84	天猫	112	自然之友

阿里巴巴公益基金会

地 址：浙江省杭州市余杭区文一西路969号西溪园区
邮 编：311121
官 网：www.alijinhui.org
邮 箱：alifoundation@alibaba-inc.com