



环境、社会 及治理报告 2025

京东集团



目录

前言

- 02 关于本报告
- 03 董事会主席寄语
- 04 董事会声明
- 04 关于京东
- 05 年度荣誉奖项

附录

- 77 附录一 重要法律声明
- 77 附录二 ESG 关键绩效指引表
- 81 附录三 京东与联合国可持续发展目标
- 82 附录四 第三方鉴证报告
- 83 附录五 温室气体核查报告声明
- 84 附录六 ESG 制度列表
- 86 附录七 报告指标索引

责任治理

01

- 07 年度关键绩效表
- 08 公司治理
- 17 商业责任

绿色行动

02

- 28 年度关键绩效表
- 29 环境管治与应对气候变化
- 37 绿色运营

美好生活

03

- 50 年度关键绩效表
- 51 以人为本
- 64 可持续供应链
- 68 服务消费者
- 73 回馈社会



关于本报告

编制依据



本报告的编制符合香港联交所《环境、社会及管治报告守则》要求，同时参考纳斯达克证券交易所《环境、社会及管治报告指引 2.0》、联合国可持续发展目标（SDGs）、全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的 GRI 准则、联合国全球契约十项原则（The Ten Principles of the UN Global Compact），以及可持续发展会计准则委员会（SASB）发布的行业准则。其中，应对气候变化的相关内容参考《国际财务报告可持续披露准则第 2 号（IFRS S2）——气候相关披露》、香港联交所《气候信息披露指引》及气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 建议。

信息说明



本报告的信息和数据主要来源于集团内部相关数据收集系统、工作报告及公开资料信息，例如企业年报和权威媒体发布信息。如无特殊说明，本报告所示金额均以人民币列示。为了便于表述和阅读，报告中“京东”“集团”“我们”均指代“京东集团”。

报告范围



本报告为年度报告，覆盖的时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（以下简称“报告期间 / 内”），为增强报告可比性及前瞻性，部分内容有所延伸。本报告披露口径以京东集团于美国纳斯达克证券交易所上市主体为边界。

汇报原则



本报告符合以下“重要性”“平衡”“量化”和“一致性”原则。

重要性原则

我们识别并评估了对于集团内部以及外部相关方的重点 ESG 关注议题。详细的重要性评估过程及结果，请参见[“利益相关方沟通”](#)与[“实质性议题”](#)。

平衡原则

本报告旨在不偏不倚地呈现我们在环境、员工、供应链、产品服务和社区等方面的表现。

量化原则

我们对包括环境、社会及治理范畴的量化关键指标进行了定期统计，并于本报告中进行汇总和披露。有关本报告中 ESG 量化数据的计算方法、参考标准及参数，详见本报告各章节。

一致性原则

本报告的编撰方式与往年保持一致，若存在可能影响与过往报告作有意义比较的变更，均已在对应位置进行了说明。

报告获取



本报告以中英文两种文字发布。当对两种文本的理解发生分歧时，以中文版本为准。报告电子版可在集团[投资者关系网站](#)获取。

本报告是京东集团股份有限公司发布的《2025 年环境、社会及治理报告》（简称“ESG 报告”或“本报告”），旨在展示京东集团股份有限公司及其列入年报范围的附属公司（下称“京东集团”）在环境、社会及治理方面的策略、管理和实践情况。

董事会主席寄语



刘强东
京东集团创始人、董事局主席

2025 年，全球技术创新突飞猛进，数字技术正深刻重塑产业结构与消费模式。面对新的时代机遇，京东集团始终追求“**技术为本，让生活更美好**”的使命，坚守“以供应链为基础的技术与服务企业”战略定位，以科技创新提升运营效率及推动产业升级，以责任治理推动企业长期可持续发展。

稳健治理是京东长期发展的重要基石。董事会作为京东 ESG 管理的最高决策机构，通过 ESG 委员会监督相关工作推进。京东强化风险治理，通过数字化平台实现风险识别、监测与处置的闭环管理。同时，京东不断加强信息安全与隐私保护治理，构建三级安全治理体系，并通过常态化安全测试及体系认证，持续提升数据安全能力，为用户和合作伙伴打造安全可信的数字生态。在 AI 蓬勃发展的浪潮中，我们主动制定《人工智能治理框架》，强调 AI 发展应尊重社会公德和伦理道德，引导向善应用。

绿色发展是京东长期发展的重要底色。京东持续推进环境与气候治理体系建设，并通过科学的情景分析识别气候相关风险与机遇，将环境责任融入企业运营与战略决策。通过持续优化用能使用、构建低碳运输体系和推动仓储智能化，京东不断推动运营活动向更加绿色、可持续的方向发展。京东产发旗下两座园区获得零碳园区或碳中和认证。京东物流自营新能源车从 2022 年的 5,418 辆增加到 14,000 多辆。我们持续推进绿电使用，并决定自 2026 年 1 月 1 日起在集团总部北京办公园区全面使用绿电。在零售领域，“青绿计划”继续发挥提升消费者认知、帮助产品宣传的作用，共建可持续消费。

社会责任是京东长期发展的不变担当。作为连接亿万消费者与产业伙伴的平台企业，京东始终重视员工与新就业群体的发展。公司成为首个为全职外卖骑手缴纳“五险一金”、签订正式劳动合同的平台，为推动全社会新就业形态劳动者权益保障迈出重要一步。我们注重员工发展，第九次登榜福布斯“全球最佳雇主”榜单。我们长期坚持助残，荣获助残领域国家级荣誉。我们持续推进可持续供应链建设，再次入选 Gartner 全球供应链 25 强榜单，排名较 2024 年提升 3 位。

展望未来，京东将继续坚持长期主义，深化技术创新与供应链能力建设，并以更加开放的姿态与产业伙伴携手合作，共同推动产业效率提升与绿色发展。我们相信，通过持续追求商业价值与社会价值的统一，京东能够在不断发展的时代中实现更加稳健的前行，为用户、伙伴与社会创造更加美好的未来。

董事会声明

京东集团董事会高度重视 ESG 事宜对于本集团可持续发展 and 风险管理的影响，严格遵循上市地交易所 ESG 报告指引要求，持续完善 ESG 管理机制和治理体系。集团董事会作为 ESG 事宜的最高负责和决策机构，统筹企业发展规划与 ESG 发展方向，定期审视外部行业发展趋势与内部管理现状，确保集团 ESG 管理机制得到有效实施。董事会授权 ESG 委员会审议集团 ESG 战略并监督相关工作进展。集团战略执行委员会（SEC）牵头 ESG 工作组，负责制定集团 ESG 战略和优先事项，将 ESG 风险管理纳入集团日常行为守则，统筹气候相关风险与机遇的识别与管理，并协调各子集团及业务体系的负责人，推动 ESG 工作在集团内部深入落实。

报告期内，董事会参与本集团开展的全面系统的利益相关方调研，识别并评估 23 项实质性议题及优先事项，最终形成实质性议题矩阵（详见本报告“ESG 治理”章节）。

本报告详尽披露了京东集团 2025 年 ESG 工作的进展与成效，获得了第三方的中度审验，并由董事会审议通过。

关于京东

京东集团始终秉持“客户为先、创新、拼搏、担当、感恩、诚信”的价值观，以“技术为本，让生活更美好”为使命，致力于成为全球最值得信赖的企业。

京东于 2004 年正式涉足电商领域。2014 年 5 月，京东集团在美国纳斯达克证券交易所正式挂牌上市，是中国第一个成功赴美上市的综合型电商平台。2020 年 6 月，京东集团在香港联交所二次上市，募集资金用于投资以供应链为基础的关键技术创新，以进一步提升用户体验，提高运营效率。

2025 年，京东集团深化“以供应链为基础的技术与服务企业”定位，强化供应链体系的智能化、协同化与韧性水平，持续打造高效、稳定、可靠的超级供应链能力。集团面向合作伙伴、品牌商及多元产业场景开放技术能力与基础建设，提供更加丰富和精细化的解决方案，推动产业链上下游协同创新与价值共创。在助力合作伙伴实现数智化跃迁与降本增效同时，京东持续发挥带头作用，为实体经济的全球化拓展与新质生产力的发展贡献核心动能。



年度荣誉奖项

2025 年主要 ESG 评级

明晟（MSCI）ESG 评级

AA

标普全球（S&P Global）ESG 评分

71¹/100

CDP 气候变化评分

B

¹ 分数基于截至 2026 年 4 月 30 日的评级结果。

² 自标普全球 2023 年发布《可持续发展年鉴（中国版）》以来，京东已连续四年入选。

连续四年（2023-2026）
入选标普全球《可持续发展年鉴》
(S&P Global Sustainability Yearbook)



连续四年²（2023-2026）
入选标普全球《可持续发展年鉴（中国版）》并获中国企业标普全球 CSA
2025 评分最佳 1%



连续三年（2023-2025）
入选道琼斯领先全球指数

连续四年（2022-2025）
入选《财富》“中国 ESG 影响力榜”

连续九年
入选福布斯“全球最佳雇主”榜单

连续十五年（2011-2025）
上榜《财富》“最受赞赏的中国公司”榜单

2025 年入选
福布斯中国“2025 中国 ESG 50 强”榜单

连续十年上榜《财富》“世界 500 强”榜单，
2025 年位列全球第 44 位

连续两年（2024-2025）入选 Gartner
全球供应链 25 强，2025 年位列第 22 位

荣获彭博绿金 2026 值得关注榜
“ESG 领军企业”



01

京东集团秉承“合规即发展”的理念，持续完善公司治理结构与内部控制体系，严格遵守商业道德与合规管理要求，强化信息安全与数据隐私保护，推动科技创新在产业升级和个人生活中的深度融合和应用。

责任治理



年度关键绩效表



³ 指中国大陆地区员工。



公司治理

企业治理

京东集团建立了以董事会为核心的企业治理架构，下设审计委员会、薪酬委员会、提名委员会及 ESG 委员会，围绕集团战略执行与业务运营开展分工协作的监督与指导，保障公司治理机制的规范运作与持续优化。其中，审计委员会由独立董事担任主席，成员均具备财务或风险管理背景；薪酬委员会及提名委员会均由独立董事组成并由独立董事担任主席。董事会成员构成、各董事资料及董事会及各委员的具体职权范围可在集团[投资者关系网站](#)及交易所网站查阅。

董事会多元化

集团充分考虑董事会成员的行业经验、学历背景、能力等因素，确保董事会符合独立性和多元化的要求，所有独立董事的任职与履职均符合《京东集团独立董事独立性标准》和《京东集团董事会多元化政策》。截至报告期末，董事会成员具备丰富的业务相关经验和多元化专业背景，涵盖法学、金融、财务、经济学、社会科学等众多领域，为集团的战略规划及多元业务提供专业支持。2025 年，集团董事会共由 9 名董事组成，其中包括 7 位独立董事，5 位女性董事。

董事会有效性

集团持续关注董事会运作的有效性。报告期内，通过发放自我评估问卷的方式，收集董事会成员对董事会整体表现的反馈意见，内容覆盖董事会结构、会议运作、决策质量等方面，持续优化董事会的运作效能。

风险治理

集团持续完善覆盖战略、经营与合规的风险管理与内部控制，明确董事会及管理层职责分工。集团强化风险文化建设、优化应对措施并修订《京东集团法律风险分级管理规范》，全面提升风险防控能力，保障集团经营稳健、合规运行。

风险治理体系

集团已构建职责清晰的风险治理架构，持续增强调查、处置能力，提升 CCO⁴ 体系风险细化管理能力和风险控制能力，主要关注监管、法律、运营和信息安全四大关键领域。



京东集团风险治理架构

集团持续推进以“超前识别、提前预警”为核心的风险管理模式，通过建立覆盖风险识别、事件研判、应对处置、隐患治理及成效评估的闭环管理机制，实现对各类风险的系统化管控。我们不断优化风险管理流程，提升风险识别的精准度和预警的时效性，增强对市场变化和潜在风险的应对能力，有效保障企业稳健运营与消费者合法权益。

京东集团构建权责清晰、决策高效的董事会治理架构，持续推动企业治理规范化。集团高度重视风险管理与内部控制，严格遵守商业道德与合规经营原则，健全合规管理体系，全面保障集团经营活动的合法合规。

⁴ Chief Compliance Officer，首席合规官。

风险评估

京东集团风险识别工作严格遵循 ISO 31000 风险管理标准流程，持续追踪风险源的根源起因，识别业务全链条中风险事件发生的具体场景和可能性，并前瞻性预判其对集团财务、运营、合规及声誉等维度的潜在后果影响。我们通过深度赋能数智化风控管理，实现风险合规的全面量化与可视化。集团合规平台集成跨业务线的风险数据，按照风险事件的性质、影响范围及严重程度进行分类，各级管理者通过实时识别和监控管理权限内的现有风险与潜在威胁，制定科学、有效的管理决策。

在流程机制方面，集团将风险管理与评估标准融入产品与服务的全生命周期，建立并执行严格的风险审查程序，要求在业务自评中识别潜在风险点，确保“早期识别，源头管控”。对于关键战略项目，我们实施定制化评估机制，通过深度扫描与专项压力测试，确保风险应对举措具有高度针对性和前瞻性。

集团每年定期开展风险审计工作。2025 年，我们基于每年业务发展情况、历史风险发现情况等，综合评估本年度审计重点事项，制定本年度审计计划，覆盖全公司各业务各条线和关键流程节点。对于审计过程中发现的重大风险事项，通过内部系统进行线上跟踪、提醒整改及后续跟进，确保已知风险被有效管理。

风险识别与应对

集团依托 COSO 企业风险管理框架，对潜在风险敞口进行系统性评估。治理体系全面覆盖战略风险、投资风险、市场风险、财务风险、法律合规风险、运营风险（含科技风险）、ESG 治理风险、声誉风险、廉洁风险九大领域。通过全方位的识别与专项应对，确保风险受控并强化经营韧性。

集团主动进行新兴风险的识别与应对，以下为我们识别的两项新兴风险及相应应对措施。



集团在每年“618”、“11.11”大促及重要节点前，统一部署并实施模拟测试、压力测试、备用预案响应等一系列技术演练，通过多层次评估持续完善系统容量规划和压力测试机制，健全应急预案处理体系，不断提升系统问题诊断和处理能力，保障关键活动稳健运营。

风险文化建设

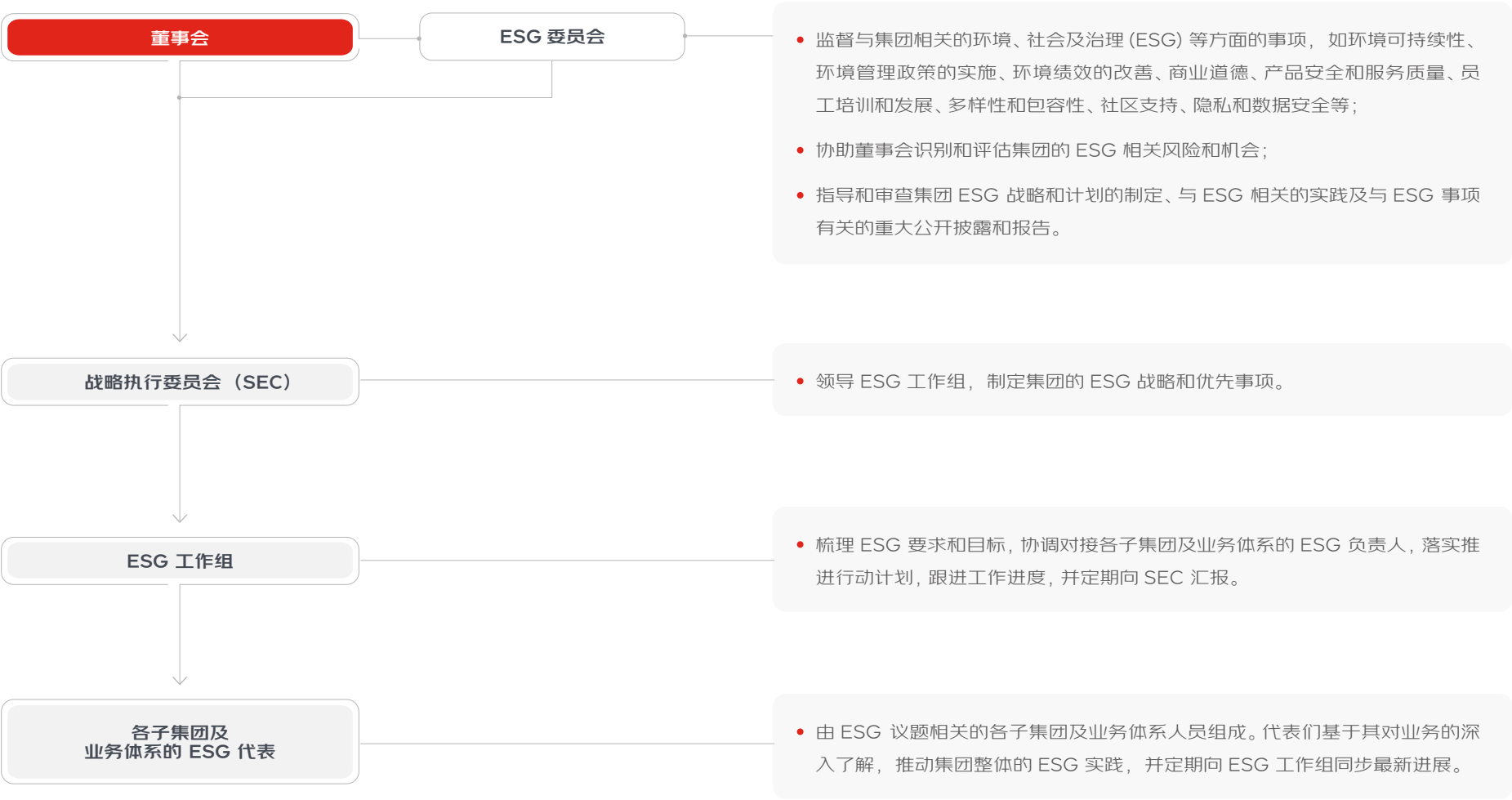
京东集团致力于构建“全员参与、高层担责”的风险管控体系。我们常态化开展MSA（管理自我评估）测试，实现对各业务线核心流程节点的动态监控。为强化风控治理的严肃性，集团建立了风险指标与高管绩效深度绑定的激励机制，各事业群负责人的年度考核得分与内控评估结果直接挂钩。风险自评与上报工作遵循“重大事项直报制度”，保障重大风险信息能够及时、充分地向管理层以上层级传达，并直达董事会及其下设委员会。

集团依托合规管理平台集成化的风险线索提报功能，全体员工可实现合规隐患的一键反馈，系统通过智能分发机制将风险线索自动触达对应职能负责人，确保处置过程全闭环、可追溯、可审议。

集团将风险意识培养视为组织能力建设的核心。2025年，集团通过案例教学、实操演练等多种形式，组织开展了40场专项风控培训，累计覆盖7,800余人次。

ESG 治理

集团建立并持续优化 ESG 治理架构，董事会负责全面监督公司 ESG 相关事宜。

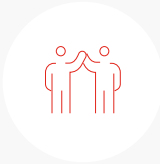
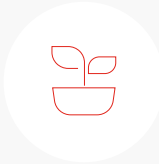


京东集团 2025 年 ESG 治理架构

利益相关方沟通

京东集团重视与利益相关方的沟通互动与协作，持续倾听并收集利益相关方的意见与反馈，并建立及时响应机制。通过识别和理解利益相关方的期望与诉求，集团将相关反馈有效融入战略规划与经营决策中。

利益相关方沟通

利益相关方	消费者 	员工 	股东与投资者 
沟通方式	- APP/ 网站 / 门店线上线下沟通渠道 7×24 小时客服热线 - 媒体传播 - 消费者调研	- 全员邮件、沟通会议、员工论坛、职工代表大会、培训活动和申诉机制 400 员工服务热线 - bigear@jd.com 电子邮箱 - 集团腐败举报渠道	- 电话、见面会议及公司拜访 - 企业发布的年报、季报与公告 - 路演 - 股东大会
利益相关方	政府与监管机构 	价值链伙伴 	社区与环境 
沟通方式	- 定期汇报沟通 - 不定期的行业论坛和会议 - 实地调研考察 - 签署合作协议、建立战略合作 - 答复监管机构上市公司的问询	- 日常采购、培训与评估 - 供应商大会 - 媒体传播 - 京点书院、京麦平台发布的公开信息	- 公益项目和募捐平台 - 参与媒体主办的相关活动 - 组织或参与行业论坛和活动 - 组织志愿者活动 - 填答各类 ESG 相关问卷

实质性议题

京东集团每年至少开展一次实质性议题识别与评估工作。2025 年，集团结合监管环境变化、行业政策导向及业务发展趋势，重点参考交易所最新披露要求、资本市场主流 ESG 评级框架及同行业对标情况，初步识别与筛选出 23 项重要议题。集团通过向内部管理层、员工及外部利益相关方发放问卷，对 23 项 ESG 议题开展系统性重要性分析与优先级排序，为集团战略规划及 ESG 管理提供决策支持。

实质性议题识别流程

实质性议题识别

依据 ESG 报告指引、资本市场评级要求及行业发展趋势等，通过同行对标和媒体监测等渠道，对议题进行梳理、归纳与更新。

利益相关方参与

面向政府与监管机构、股东与投资者、消费者、员工、价值链伙伴、社区代表、公益组织 / 非政府机构等及公司管理层开展实质性议题调研，共计回收有效问卷 2,995 份。

实质性议题确认与矩阵调整

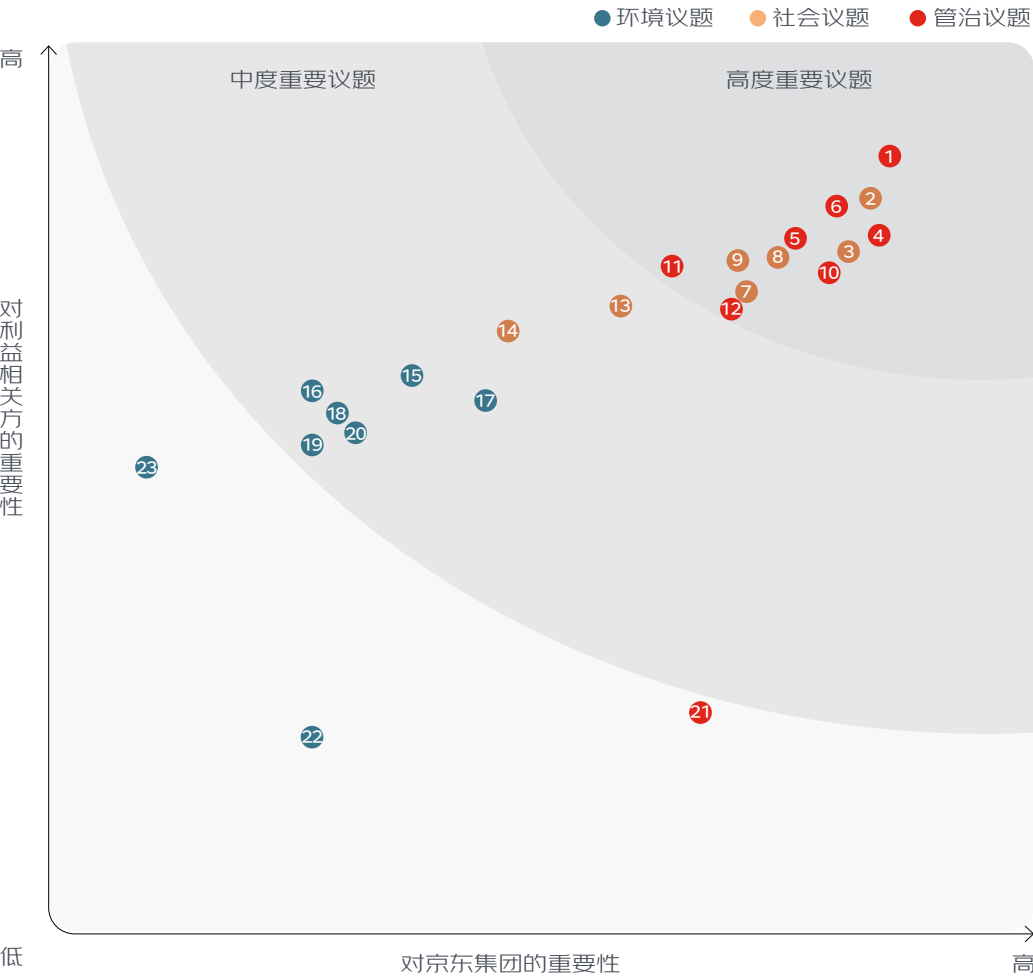
根据调查结果分析并绘制实质性议题矩阵。

结合行业发展趋势、同行对标、各利益相关方关注议题、集团发展战略等综合因素，对实质性议题进行调整和确认。

审核实质性议题矩阵

将调整后的关键议题及实质性议题矩阵提交至董事会 ESG 委员会审阅并确认。

京东集团 2025 年实质性议题矩阵



环境相关议题

- 15 可持续原材料

16 水资源管理

17 能源管理

18 废弃物管理
- 19 应对气候变化

20 产品碳足迹

22 包装管理

23 生物多样性

社会相关议题

- 2 产品与服务质量

3 消费者关系

7 员工发展与人才培养

8 员工雇佣与权益保障
- 9 职业健康与安全

13 公益与慈善

14 乡村振兴与共同富裕

管治相关议题

- 1 数据安全与隐私保护

4 商业道德与反贪污

5 风险管理

6 供应链管理
- 10 科技创新及可及性

11 负责任营销

12 公司治理

21 知识产权保护

作为以供应链为基础的技术与服务企业，京东集团将实质性议题纳入整体风险管理与战略决策体系，围绕核心业务板块，动态评估相关风险与机遇对公司价值创造的影响。本年度，集团围绕 ESG 核心议题，系统分析其对利益相关方及集团商业运营的影响。我们已将数据安全与隐私保护、产品与服务质量、供应链管理、环境管理等 ESG 目标及完成情况纳入考核范围，与管理层薪酬绩效挂钩。

企业重要性议题影响分析



企业重要性议题影响分析

实质性议题	影响描述	对企业商业运营的影响	影响类别	应对举措	目标及目标进展
供应链管理	风险 京东集团构建了行业领先的自营供应链体系，涵盖供应商管理、智能采购、仓储运营、物流配送及库存管理等核心环节。若供应链在供应保障、质量控制或物流协同方面出现问题，可能影响产品或服务的及时交付，增加运营成本，并对客户体验及品牌声誉产生不利影响。	供应链中断、供应商履约不稳定或关键物资短缺可能导致订单延迟、库存积压及客户满意度下降，增加运营成本并削弱收入增长能力。尤其在“618”、“11.11”等大型促销活动期间，供应链风险的影响可能显著放大，对公司销售收入、运营效率及财务绩效造成直接冲击。	成本	- 集团依托遍布全国的超 1,600 个仓库，以及在全球 25 个国家建立的近 200 个仓储设施组成的仓储网络，通过智能调度、动态库存管理和多仓协同机制，有效应对“618”、“11.11”及极端天气等高峰期订单激增与物流压力，保障了商品及时配送。 - 集团实施供应商资质准入、定期审核及绩效考核制度，确保关键供应商履约能力和合规性。 - 集团实施内部供应商 ESG 审核，持续推动供应商在环境、社会责任和治理方面的改善。通过定期发放评估问卷，量化考核供应商 ESG 治理水平，提升供应链整体韧性。	目标： 年度供应链中断事件发生数量为 0 进展： 2025 年，未发生供应链中断事件

外部利益相关方重大性议题分析

实质性议题	利益相关方	影响类型	利益相关方的相关性与重要性	输出指标	影响评估	影响指标
数据安全与隐私保护	消费者、价值链伙伴	正面影响及负面影响均有	- 加强信息安全与隐私保护，有助于保障消费者个人数据与资金安全，提升用户信任与平台黏性；同时保护商家及供应链伙伴的商业数据与交易信息，维护公平竞争环境，促进数字经济健康发展。 - 若信息安全管理不足或发生数据泄露，可能导致消费者隐私被滥用、财产损失及信任下降；同时引发商家数据泄露、商业纠纷甚至供应链风险，扰乱市场秩序，并对社会公众信任与行业稳定造成较大冲击。	发生的数据泄露事件次数	- 有效规避社会成本，包括潜在的数据泄露、系统入侵及相关法律纠纷成本，减少对用户、合作伙伴及社会信任的负面影响。 - 潜在损失 = 泄露事件中受影响的用户数量 × 单用户潜在损失	- 年度信息安全与隐私保护领域的违规事件数为 0 件 - 避免的社会成本 = 泄露事件中受影响的用户数量 (0) × 单用户潜在损失 = 0

外部利益相关方重大性议题分析

实质性议题	利益相关方	影响类型	利益相关方的相关性与重要性	输出指标	影响评估	影响指标
产品与服务质量	消费者	正面影响及负面影响均有	- 高质量的产品与服务能够保障消费者安全与使用体验，减少质量问题带来的健康与财产风险，提升消费者满意度与信任度；同时推动商家提升产品标准与服务水平，促进市场良性竞争，对社会消费环境 and 经济高质量发展具有积极影响。 - 若产品质量不达标或服务不到位，可能导致消费者人身安全风险、经济损失及维权纠纷增加，削弱公众对平台及电商行业的信任；同时引发假冒伪劣、虚假宣传等问题，扰乱市场秩序，对社会整体消费信心造成不利影响。 - 在外卖业务领域，我们以“品质外卖”定位切入市场，通过更高的食品安全与配送品质标准保障消费者权益；同时为骑手提供五险一金及合理薪酬保障，推动平台经济劳动者权益保护，对改善行业用工环境和促进社会公平具有积极示范效应。	管理体系类认证数量	通过管理体系类认证，确保集团产品与服务质量持续合规，有效防范质量事故对消费者及社会的不利影响。	- 质量体系认证: ISO 9001 质量管理体系认证 - FSSC 22000 食品安全体系认证 - GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系认证
	价值链伙伴	正面影响及负面影响均有	- 依托京东物流自建的仓配一体化网络，完善的供应链管理有助于提升商家与供应商的协同效率，保障订单履约与物流时效，降低运营风险与成本；同时推动供应链透明化与规范化，促进公平交易与可持续发展，对行业稳定与社会资源高效配置具有积极意义。 - 若供应链管理不善，可能导致延迟交付、库存失衡及合作纠纷，影响商家经营与合作伙伴收益；同时可能引发产品质量失控或供应中断，扰乱市场秩序，降低消费者信任，对社会供应保障与经济稳定产生不利影响。	供应链中断事件数	- 有效规避潜在社会成本，通过有效管理供应链，防范供应中断、质量问题、合规违规等风险，削减经济损失与社会矛盾，降低对利益相关方的负面影响。 - 避免的社会成本 = 供应链中断事件数 × 平均客户损失 / 事件	- 年度供应链中断事件数 0 起 - 供应链中断导致的客户经济损失为 0 元 - 避免的社会成本 = 供应链中断事件数 (0) × 平均客户损失 / 事件 = 0

合规管理

京东集团坚持“**合规即发展**”的管理原则，构建以“**三道防线**”为核心的合规管理体系，围绕五大关键维度实施系统化管理。集团通过全面宣贯、连带问责及重点奖励等机制，持续推动合规管理工作落地，保障集团运营合法合规。



集团持续完善数据与算法合规管理体系，主动制定多项数据与算法相关的合规指引与操作手册，并将相关法律法规要求嵌入大模型及重点业务系统流程中，推动业务在算法设计与产品交互环节中系统融入数据安全、个人信息保护、内容安全及商业秘密保护等合规理念，实现业务自驱式合规评估与风险防控。

集团建立覆盖全员的合规培训机制，要求全体员工每年至少参加一次合规培训。集团进一步优化分层分类的合规培训体系，按照员工不同层级和岗位职责开展有针对性的培训，持续推动合规文化建设。2025 年，集团面向全体员工（包括实习生）开展线上合规培训与考试，培训内容涵盖法律安全合规、反腐倡廉合规、信息安全合规及反职场性骚扰等重点领域，培训完成率达 100%。同时，集团全年共组织开展线下现场合规培训超过 1,700 场，覆盖员工超过 15 万人次。

同时，集团持续运行 7×24 小时在线合规咨询服务，并通过具备自动应答功能的合规智能工具，实时响应员工在学习及实践过程中遇到的合规问题。集团借助线上学习系统对员工合规培训任务进行精准分配与到期提醒，动态监控学习进度并实施督导管理，持续提升合规培训的覆盖范围、执行效率与实际效果。

商业责任

商业道德

京东集团以诚信经营为原则，坚守商业道德底线，建立多层监督机制，对违反商业道德行为零容忍，并通过内部培训强化廉洁文化，践行高度社会责任的商业实践。

商业道德体系

集团恪守国内及国际法律法规，依法合规开展企业经营活动，制定并不断完善《京东集团反腐败条例》《京东集团举报人保护和奖励制度》《京东集团廉洁奖励办法》等内部制度。我们持续加强反腐败廉洁评估“三道防线”管理体系，授权监察部等部门作为专职部门全面负责开展腐败行为的不定期自查、腐败预防、调查与治理等工作，并直接向集团 CEO 汇报腐败事件调查结果，保障举报受理及核查过程的独立与客观。

2025 年，集团旗下获得 ISO 37001 证书的北京京东朝弘贸易有限公司与北京京东世纪信息技术有限公司已完成年审工作。同时，我们积极推动其他主体公司参照国际公认标准开展内部管理及自查，并鼓励更多子公司推进商业道德体系认证，不断提升整体合规与责任管理水平。

反腐败管理

集团要求所有正式员工签署《京东集团员工手册》及《京东集团反腐败承诺书》，2025 年，反腐败相关承诺书员工签署率（含实习生、顾问及其他劳务人员）⁵ 100%。同时，我们将反腐败管理与员工的薪酬激励挂钩，强化廉洁约束。对违反《京东集团反腐败条例》的行为，公司视情节对相关员工采取包括解除劳动合同、取消已授予期权及股票在内的严肃处理措施。

集团每年开展不定期反腐败内部审计。报告期内，集团共计完成 205 起贪腐案件调查（包括商业贿赂 194 起，职务侵占 11 起）、32 起利益冲突事件⁶的内部调查，另有 26 起由公司移交司法机关处理的员工贪腐案件（含往年移交案件）于报告期内审结。以集团为被告的贪腐诉讼案件数为 0。

报告期内，集团未发生任何内幕交易⁷事件。

竞争合规与反垄断

集团持续健全竞争合规管理体系，系统推进制度建设、团队配置与宣贯培训，致力于深化全体员工公平竞争意识，全面提升合规经营能力。

集团制定并持续完善涵盖竞争合规说明、平台规则、合同管理制度及员工手册在内的系列制度与规范，对反垄断等相关法律法规要求进行清晰阐释，以帮助业务人员准确理解合规边界。2025 年，我们依据《禁止垄断协议规定》《非横向经营者集中审查指引》等法规更新内容，及时修订《竞争合规手册》，明确纵向垄断协议的豁免条件及跨市场经营者集中的审查要点，确保制度与监管要求同步更新。

集团组建了专业性竞争合规工作团队，并引入外部专业律师提供评估支持，为业务开展提供及时的合规咨询与风险研判。同时，我们保持与反垄断领域专家的学术及实践交流，汲取专业意见，不断完善合规管理机制。

平台运营中，我们坚持公开透明的原则，通过明确的招商规则、商家入驻协议、费用标准及违规处理机制等规范，保障商家平等获取信息并合规经营。我们在员工手册中明确要求，全体员工须恪守法律底线，充分尊重客户与合作伙伴权益，严禁实施任何可能损害公司、客户或合作伙伴利益与声誉的行为。

在新开设的外卖业务中，我们坚持合规经营，遵守反垄断法规，拒绝参与“0 元购”等恶性补贴活动，保持合理补贴水平。我们严格治理价格欺诈等违规行为，要求商家提供价格依据以确保市场公平，保障消费者权益。通过完善规则体系和透明化管理，我们致力于推动外卖行业健康有序发展，维护良性市场竞争环境。

京东集团将负责任商业实践贯穿于企业发展的全流程，致力于构建诚信合规的商业道德管理体系、筑牢数据安全与隐私保护的坚实防线，并以创新科技驱动可持续发展，履行对用户、伙伴与社会的长期价值承诺。

⁵ 指中国大陆地区员工。

⁶ 利益冲突事件定义：个人或组织的私人利益与其职业责任或公司利益之间存在矛盾，导致决策或行为偏离公正原则，如违反竞业禁止义务、自我交易、因受请托作出人事决定等。

⁷ 此处指中国《证券法》、香港《证券及期货条例》、美国《证券交易法》所指的内幕交易。

反洗钱和反诈

京东集团将电信网络诈骗防控置于用户权益保护的重要环节，系统构建综合识别与处置能力。京东反诈中心依托技术研判与人工干预相结合的模式，覆盖诈骗行为发现、风险预警、系统治理及精准打击全流程，持续强化对各类诈骗活动的识别与阻断。2025 年，京东平台累计主动拦截风险交易，涉及金额超过 43.2 亿元，协助全国各地警方为受害者直接挽回损失 2.27 亿元。此外，我们开展多次反洗钱专项培训，持续提升全员合规意识与风险防范能力。

廉洁文化

集团采用线上线下相结合的方式推进廉洁文化建设，通过制度学习、案例剖析、典型表彰、公益拍卖等形式，强化全员廉洁风险意识。2025 年，集团开展廉洁合规主题活动 3 次，开发 2 门针对管理者的廉洁合规线上课程，实现公司管理层参训覆盖率 100%，人均参训时长 1 小时。

集团作为阳光诚信联盟的发起单位之一，持续积极参与并推动联盟相关工作，与各成员企业共同构建反腐败、反欺诈、反假冒的联合防线。2025 年，联盟联合专业机构发布《2025 年中国企业举报治理调研报告》，系统分析企业举报治理现状与改进路径，推动“以举报促监督、以监督防腐败”的机制有效落地。

举报渠道

集团设立腐败举报中心，系统构建多渠道举报受理机制，通过电话、邮件、信函及“廉洁京东”二维码等途径，为内外部相关人员提供便捷的违法违规行为反馈通道。我们定期开展廉洁宣讲，向员工及合作伙伴明确举报流程与渠道使用方式，发布《廉洁合作指南》及廉洁宣传视频，以场景化形式呈现协议条款，并通过短信向合作商家等推送廉洁政策与举报途径，覆盖超过 23 万人次。我们设立“京东 ME- 廉洁京东”平台专员，为内部员工提供实时咨询支持。我们对腐败行为坚持零容忍原则，一经查实将依法严肃处理，并对内部有效举报予以现金奖励；在外部合作中，如员工如实上报并核实供应商行贿行为，可获得行贿金额 50% 的奖励。

违规情况举报处理流程



公开举报渠道

- 电话举报: 400-601-3618
- 电子邮件举报: jiancha@jd.com
org.jdw.compliance1@jd.com
(海外)
- 信函举报: 北京市经济技术开发区科创十一街京东集团全球总部北京 1 号园区 A 座 - 监察部收
- 二维码举报: 
- 预约来访举报
- 举报人认为合适的其他形式

举报人保护

依据《京东集团举报人保护和奖励制度》，我们在举报受理、调查与处置全环节严格执行信息保密，切实保障举报人合法权益。制度允许匿名或化名举报，并对实名举报人纳入“特别保护名单”，对泄露信息或打击报复行为采取“零容忍”态度，依法追究责任。该制度亦将客户纳入监督体系，鼓励客户、供应商、合作伙伴及其员工与京东员工共同参与腐败及职务犯罪等违规行为的监督举报，协力共建诚信、透明的商业环境。

信息安全与隐私保护

京东集团高度重视公司信息安全与用户隐私数据保护，不断提升信息安全治理效能、完善技术防护体系，提升信息安全意识，坚决筑牢网络安全防线。

信息安全管理体系

集团持续健全信息安全与隐私保护管理体系，构建“安全与风控委员会—数据安全隐私合规工作组—安全执行工作小组”三级管理架构。安全与风控委员会作为最高决策机构，由首席合规官(CCO)担任负责人，各业务技术副总裁担任委员，统筹推进信息安全与隐私保护相关工作，并定期向董事会及战略执行委员会(SEC)汇报。

京东安全与风控委员会工作机制



同时我们依据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》及网信办《个人信息保护合规审计管理办法》《国家网络安全事件报告管理办法》等相关法律法规，共制定并实施 53 项专项制度与规范，全面覆盖消费者、客户及供应商等相关方。我们通过定期审查与动态更新机制，确保各项制度持续符合法律法规与行业监管要求，为各业务线的安全稳定运营提供制度保障。

针对涉及数据与系统对接的供应商等第三方合作伙伴，我们制定了专项管理要求，发布《京东集团供应链安全管理规范》《京东集团三方合作伙伴信息安全管理细则》等制度，对于供应商准入、供应商服务中安全管理、交付管理、日常安全管理、违规处罚、合同安全要求等方面提出明确安全要求，防范供应商组织及人员准入、交付、终止和变更等环节产生的风险。此外，我们成立国际信息安全组，依据 GDPR 及各业务所在国法律法规进行本地化适配，开展数据隔离等专项工作。我们采取准入安全评估测试、定期安全审计等措施，持续检验服务商的安全责任落实情况。

信息安全流程与措施

集团建立了常态化的信息安全评估机制，通过定期风险评估与审计确保防护体系持续有效运行。我们每半年组织一次全面的风险评估，系统识别并防范潜在安全隐患。同时，集团每年开展至少一次外部审计与一次内部审计，结合第三方专业机构与内部团队的双重监督，推动各项安全控制措施落实到位，为数据安全提供有力支撑。京东明确员工对漏洞或可疑活动等信息安全事件的上报流程，要求员工在工作中如遇疑似信息安全事件，必须立即向相关部门报告，确保事件得到及时、专业的响应与处理。

集团建立了覆盖网络流量、应用系统、基础设施及源代码等关键领域的安全监测机制，通过持续性脆弱性扫描实现隐患的及时发现与处置。依托京东安全应急响应中心，我们构建了专业的安全情报收集与研判能力，并采用安全众测等方式开展系统性脆弱性测试，2025 年共开展 11 次众测。针对识别出的中高风险漏洞，我们建立了闭环响应流程，确保及时启动修复程序，有效控制系统性风险。2025 年，我们建立了覆盖内外部安全事件的复盘机制，通过安全管理平台对安全事件进行根因分析并制定改进措施。

针对不同类型和影响程度的信息安全事件，我们制定了分级分类的应急响应预案，明确从事件发现、分析评估到处置恢复的全流程管理规范。通过建立科学的事件分级与闭环管理机制，确保各类安全事件能够获得及时、有效的应对。

京东信息安全监测体系



年度关键绩效表

公司治理

商业责任

京东持续推进信息安全与隐私保护领域体系认证，截至报告期末，ISO 27001 信息安全管理体系认证和 ISO 27701 隐私信息管理体系认证已覆盖集团 80% 以上业务板块。2025 年，京东集团信息安全与隐私保护领域的违规事件数为 0 件，与信息安全漏洞或其他网络安全事件有关的罚金总额为 0 元。

京东集团各主体所获信息安全体系认证



ISO 27001 证书



ISO 27701 证书



ISO 27799 证书



京东健康数据安全
管理认证证书



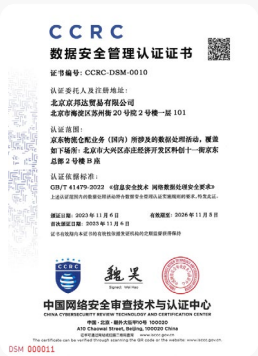
信息系统安全等级保护三级



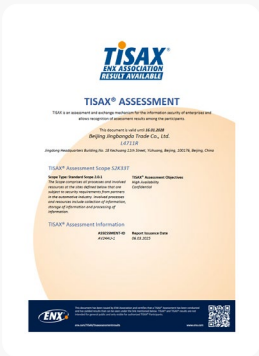
APP 安全证书



APP 隐私安全证书



京东物流数据安全
管理认证证书



TISAX 证书



京东物流 2025 年 DCMM 5 级证书

集团建立了全面的安全测试机制，包括强制性自动化工具测试机制、人工增强安全测试机制、定期应急演练等，2025 年共开展 27.2 亿次安全测试，持续优化整体安全防护能力。

京东集团安全测试体系



强制性自动化工具测试

集团依托自主研发的安全工具与 CI/CD 平台，构建了自动化的漏洞识别与强制检测机制，确保所有系统均须通过安全测试并完成漏洞修复后，方可准予上线。2025 年，我们共开展 583.5 万次白盒检测，开展 27 亿次黑盒扫描，均覆盖全集团业务系统。



人工增强安全测试

针对关键信息系统与特殊业务场景，我们配备了专业的安全测试团队，开展定向、深度的安全检测，以应对复杂业务环境下的特定风险。2025 年，我们共开展 1,396.7 万次逻辑越权专项检测，并开展 267 次人工渗透测试，覆盖全集团核心业务系统。



定期应急演练

我们建立了常态化的实战攻防演练机制，通过定期开展集团级内部攻防演练、等级保护测评，并积极参与监管部门组织的护网行动及第三方渗透测试，持续提升主动防御与实战对抗能力。2025 年我们共开展覆盖全集团范围的 10 次内部应急演练。

2025 年京东集团信息安全外部审计

国家信息中心开展渗透测试

安工检测服务（河北）有限公司开展渗透测试

北京市产品质量监督检验研究院开展漏洞扫描及渗透测试

集团持续推动信息安全与隐私保护领域的创新与实践，通过与行业伙伴、学术机构及监管部门开展广泛交流，共同探索技术发展路径与标准建设，助力构建更可信的数字生态。2025 年，京东安全团队组织并参与了多场行业交流活动，聚焦趋势洞察、合规实践与前沿技术等议题，汇聚了众多专家、学者与企业代表，共同促进行业知识共享与协作发展。通过京麒私享会、京麒沙龙、京麒 CTF 比赛和京麒白帽大会等不同形式，京东分别面向大咖、安全技术专家、校招人才与白帽子群体开展分层化运营，举办各类和社区合作活动超过 12 次。

→ 京东安全研究成果获国际顶尖会议认可

2025 年，京东安全獬豸实验室凭借在云原生安全等领域的创新研究成果，受邀在全球顶尖网络安全会议 Black Hat Asia 2025 与 DEF CON 上发表专题演讲。研究团队围绕企业广泛应用的容器编排平台潜在安全风险展开深度分析，并提出了一套系统性的风险检测解决方案，相关成果为行业提供了重要的安全实践参考，展现了京东在推动产业安全技术进步方面的专业能力与责任担当。

→ 京麒 CTF 赛事搭建网安人才交流平台

2025 年，京东集团主办第三届京麒 CTF 网络安全挑战赛，推动行业技术交流与人才培育。本届赛事吸引了来自清华大学、北京大学等 15 所顶尖高校的战队同台竞技，首次在国内赛事中引入大模型（LLM）攻防题型，聚焦前沿技术挑战。通过赛事与同期举办的技术论坛、人才交流会，京东为网络安全领域搭建了“赛 - 学 - 研”一体化平台，展现京东在安全技术领域的专业影响力，体现其履行社会责任、培育网安新生力量的企业担当。

信息安全文化建设

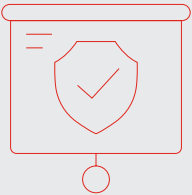
京东集团面向全体员工及供应商、承包商等合作伙伴每年组织开展信息安全与隐私保护培训与宣贯活动，持续培育信息安全文化。

京东集团信息安全与隐私保护培训体系



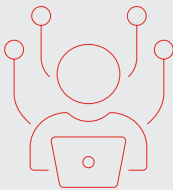
安全意识培训

推出面向管理者、普通员工和一线人员的多版本双语课程，推行覆盖全球员工的强制性培训考核机制并建立外包人员入职培训卡点，2025 年累计开展 174 场专项培训，学员累计培训总时长 60.5 万小时，参与考核 183.3 万人次，参与率 100%。



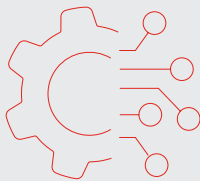
安全意识宣贯

通过网络安全周等主题活动提升员工安全意识。2025 年，我们开展安全意识知识竞赛，组织“每日一堂安全课”活动，广泛触达员工群体。



安全认证讲师团队运营

建设专业化内部讲师队伍，持续扩充认证讲师规模，全年完成多场授课。



标准化课程与资源迭代

持续升级培训资源与内容，新增开发多门标准化课程，扩充题库与实战案例库，保障培训内容持续迭代更新。

个人信息与用户隐私保护

集团建立了系统化的安全与隐私管理制度体系，切实履行用户个人信息保护责任。京东集团董事会及战略执行委员会高度重视隐私保护议题，直接参与相关事项策略规划、审查和重大决策。我们将信息安全与隐私合规要求纳入员工管理体系，作为绩效考核的重要组成部分，并针对违规行为建立了分级处理机制，根据情节轻重采取提醒、警告、记过直至解除劳动关系等纪律措施。对涉嫌违法的行为，我们设有快速响应程序，将依法启动调查并追究相应责任。

2025 年，我们在《京东集团信息安全管理制度》中明确了员工信息安全上报流程，并在全员合规培训内容中面向全体员工宣贯。我们将隐私影响评估全面嵌入集团

的风险与合规管理流程，对所有涉及用户个人信息的业务活动及研发测试环节实施严格评估，并开展常态化审计，形成清晰易懂的合规报告，为业务开展提供明确指导，持续提升隐私保护监管能力。

为解决数据流转至供应商或业务伙伴的安全性问题，保护用户个人信息安全性，京东推动隐私号服务，为用户订单中的手机号信息提供隐私保护，通过隐私号码联系用户，降低用户手机号泄露风险。针对商品包裹上粘贴的面单信息，京东推出微笑面单服务，对于面单中显示的姓名、手机号信息进行脱敏，降低面单信息泄露风险。



京东集团用户隐私保护机制

收集

- 用户有权查阅、更正和删除个人数据，以及注销账户；
- 我们遵循最小化和必要性原则，仅在必要时收集用户信息，并明确告知信息的性质及用途。

存储

- 建立数据分类分级制度、数据安全管理制度和数据安全开发规范等机制，确保个人信息的保密性；
- 根据所提供的服务和法规要求，确定用户信息留存期限不少于自交易完成日起三年，超出期限将依法进行删除或匿名化处理。

第三方数据管理

- 除完成交易和提供服务等必要场景外，京东不会与任何公司或组织共享用户个人信息；
- 与供应商等第三方合作伙伴签订数据保护协议，明确信息用途及双方在数据保护方面的责任与义务；
- 要求第三方合作伙伴每年至少开展一次内部信息安全与隐私保护审计，并配合京东的审计工作。京东保留对第三方信息安全管理情况进行抽检或审查的权利。

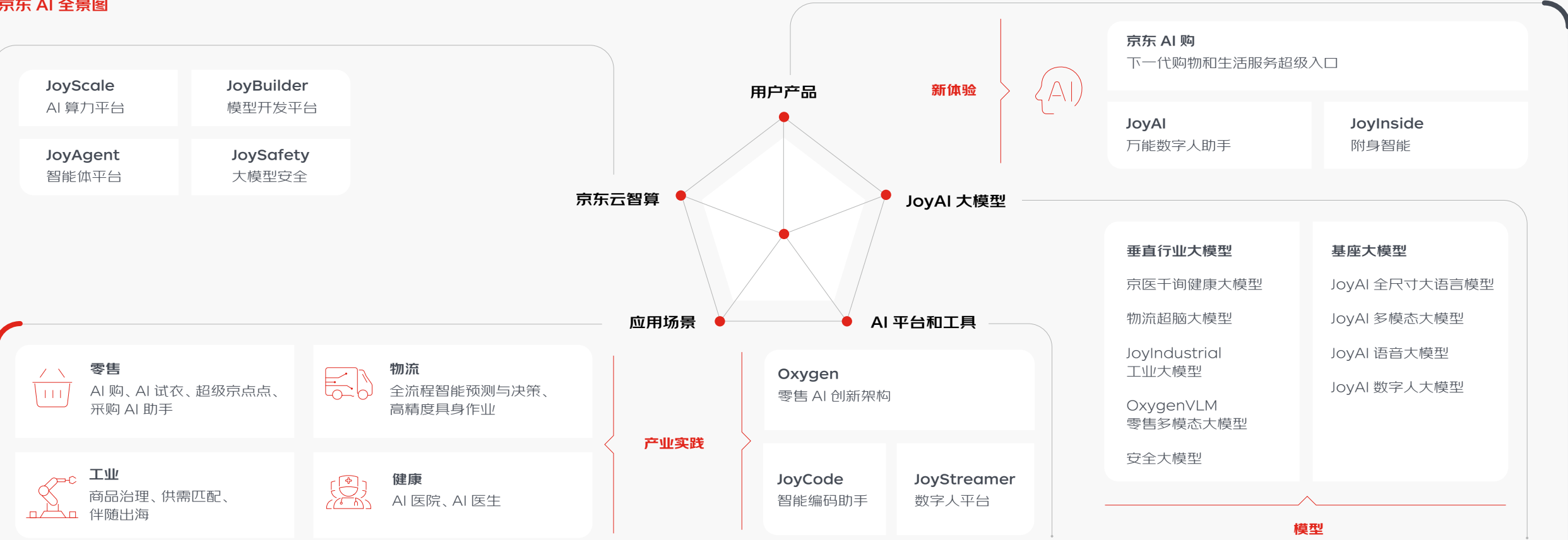
科技创新

京东集团持续深化科技创新战略，围绕人工智能等前沿技术推动研发突破与产业应用融合。集团发布 AI 全景图，展示集团在人工智能领域的整体战略布局。依托长期在供应链及多产业场景中的技术积累与创新能力，我们已在智算基础设施、模型、平台及产品层面形成完整的技术体系，并围绕升级后的大模型品牌 JoyAI 持续推动 AI 能力向产业与用户场景延伸。大会展示了 AI 在零售、物流、工业及健康等领域的深度应用，同时发布三大全新面向个人用户的 AI 产品及多个技术平台，进一步推动人工智能与产业场景融合发展。

集团已建立人工智能管理体系，我们云服务的基础设施服务商（京东云）已通过 ISO/IEC 42001 标准的外部认证。

2025 年，我们制定《人工智能治理框架》，旨在为 AI 技术的开发、部署和应用提供清晰的伦理指引，保障用户权益，促进社会公平。

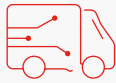
京东 AI 全景图





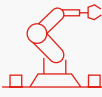
AI 赋能零售

京东发布电商创 AI 架构体系 Oxygen，依托 JoyAI 大模型能力整合多元化智能体，在电商购物、商品推荐及供应链管理等环节构建智能化应用场景，实现运营效率与用户体验提升。智能搜索推荐功能“爱购”结合生成式推荐模型 OxygenRec 与多模态理解模型 OxygenVLM，通过自然语言交互精准理解用户需求，为用户提供高效、个性化的购物体验。



AI 赋能物流

物流超脑大模型 2.0 实现“感控一体”的多模态能力，从辅助智能决策拓展至具身执行，通过多种智能设备协作优化作业效率。仓储环节，AI 自动指派仓内拣货任务，相较传统人工指派效率提升 10%。异狼具身智能机械臂作为自研“狼族系列”的创新成果，高效处理海量非标包裹，实现仓储作业效率与准确性提升。目前，“狼族”智能设备已在全球 500 余个仓库部署，覆盖存储、搬运、分拣全链路，为绿色高效供应链建设提供支撑。



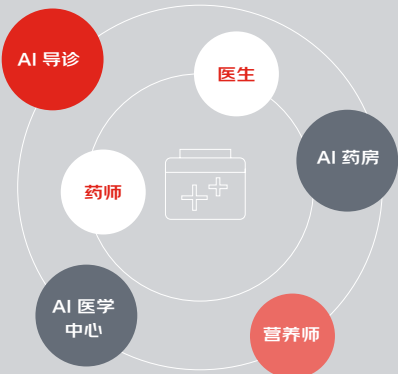
AI 赋能工业

工业供应链大模型 JoyIndustrial，以“数据 + 智能”驱动供应链效率提升，基于海量工业品 SKU 数据和多个细分行业积累训练，在京东工业内外部大量场景中落地应用，创造价值。联合国研大数据研究院发布的工业供应链万亿降本模型显示，数智化可为行业带来约 6.8 万亿元的潜在降本空间。京东工业推出汽车制造、能源电池及机器人等专属场景解决方案，推动工业数字化与智能化发展，为企业降本增效与可持续运营提供技术支撑。



AI 赋能健康

医疗大模型京医干询 2.0 可理解医学报告、听懂病情描述，严格模拟医生临床诊疗思维路径，深度融合医学知识体系，为复杂专病诊疗提供智能支持。承载新一代模型能力的京东健康 AI 医院 1.0 汇聚模拟医生、药师、营养师等多专业角色智能体及超千个专家医生智能体，为用户提供 AI 导诊、AI 药房、AI 医学中心等智能服务能力，推动医疗服务数字化与智能化发展。



面向个人用户的 AI 服务

京东集团将 AI 技术融入日常生活场景，提升用户体验与数字化服务能力。

京东 AI 购深度整合 AI 购物及生活服务，实现智能选品、顺畅结算及语音操作的全流程体验。基于自研 JoyAI 大模型的京东 AI 购，以对话式交互为核心，融合商品导购、外卖点单与智能推荐功能，打造“按需找货”的一体化 AI 生活服务平台。

“JoyAI”APP 内置数字人智能体“万能博士”，可回答各类问题、提供陪伴互动，并支持自建智能体及扩展至智能硬件设备，赋能个性化社交与生活服务。

“JoyInside”贴身智能面向机器人、AI 玩具、智能眼镜等设备，通过拟人化交互提升用户主动互动频次，并已接入多家头部品牌硬件及领先机器人产品，构建软硬一体化智能生态，实现 AI 技术在个人生活场景的深度落地与长期价值创造。

集团持续强化技术与产品研发团队建设，通过系统化培训、技术赋能及开放交流提升专业能力。零售产研实施《Tech新星计划》，覆盖研发与产品岗位新员工，覆盖率达 97%，通过导师带教、专业课程及经验分享显著缩短岗位上手周期并支撑业务发展。同时，产研员工 100% 完成 AI 专项课程，软件开发岗人员 100% 完成编程实战培训。此外还举办百余场技术交流活动，邀请高校及行业专家共享前沿技术与最佳实践，推动跨领域协作，提升企业技术创新能力与行业影响力。

→ 京东连续两年入选 Gartner 全球供应链 25 强榜单

2025 年 6 月，Gartner 发布 2025 年度全球供应链 25 强榜单。京东集团作为中国唯一零售企业再度入选，排名从 2024 年的第 25 名跃升至第 22 名。榜单以企业财务指标、环境社会治理（ESG）表现及行业专家评分综合排名，上榜企业主要是苹果、亚马逊、宝洁、联合利华、沃尔玛等国际公司，历年来国内仅有京东等三家企业入选。此次入选显示京东在供应链管理、数字化应用及 ESG 实践方面的持续改进和国际认可。



知识产权保护

京东集团持续完善知识产权管理体系，不断优化知识产权保护与管理流程，强化技术成果的系统性保护能力。2025 年，集团持续修订内部知识产权相关政策，为集团的技术创新与业务发展提供了更坚实的制度保障。

本年度，集团持续加强知识产权保护与协同创新体系建设，围绕大模型等前沿技术发展完善专利布局与技术成果管理机制，并重点围绕立影、京言、狼族机器人等创新项目强化专利申请、商标布局及技术成果保护。同时，公司积极参与行业组织与知识产权治理合作，加入中国知识产权研究会大数据与人工智能专业委员会、中华商标协会互联网商标品牌专业委员会及江苏省市场监管政企协作品牌维权联盟，与香港科技大学、清华大学等高校开展产学研合作，并通过专利池建设、专利托管等方式推动技术成果转化。



知识产权文化建设

集团持续加强知识产权文化建设，通过系统化培训机制提升员工知识产权保护意识与专业能力,营造鼓励创新、尊重成果的研发环境。围绕数据要素、人工智能及大语言模型等前沿技术领域，集团面向研发人员开展专利专题培训，系统讲解专利布局策略、技术成果保护及专利申请流程，持续提升研发团队的知识产权保护意识与实践能力。报告期内，集团累计开展专利培训近 40 次，覆盖各部门产研技术人员 1,300 余人。

同时，集团围绕商标、版权、域名及商业秘密等品牌与知识产权合规领域开展专项培训，面向产品经理、平台保护团队、平台审核团队及品牌团队等相关岗位，强化员工在品牌保护、内容合规及平台治理等方面的专业能力。报告期内，集团累计开展品牌培训 41 次，覆盖相关岗位员工 2,200 余人，进一步提升集团知识产权保护与品牌治理的整体水平。

为了进一步激发员工创新动力，集团持续完善知识产权激励机制。除发放常规专利奖金外，集团每年还举办年度专利奖的评选，鼓励和表彰对技术创新作出突出贡献的优秀发明人，并在知识产权活动月面向全集团进行宣传。2025 年，专利获奖人数近 9,000 人。

截至 2025 年底

京东集团境内外专利累计授权数

13,971 件

境内外专利累计申请数

26,220 件

02

京东集团充分认识环境与气候变化对企业经营与长期发展的重要影响，通过权责分明的治理体系和系统化的绿色运营持续降低运营活动对环境的影响。集团坚持以求真务实的态度推进气候议题管理，在运营、仓储、包装、运输及消费等关键环节深化绿色实践，协同产业链伙伴共创绿色未来。

绿色行动



年度关键绩效表

2025 年
京东集团共使用绿电

113,999,091 千瓦时

2025 年
京东产发自建光伏发电量

39,740,000 千瓦时

截至 2025 年末
“青绿计划”绿色低碳商品订单近

3 亿
参与用户近

2 亿

2025 年
京东集团旗下获得“零碳”或“碳中和”
认证园区

2 个

2025 年
北京总部 4 号园区新建 380 千瓦光伏发电
设备, 8 月启动后发电约

106,000 千瓦时
全部自行消纳

截至 2025 年末
京东物流自营新能源车辆超

1.4 万辆

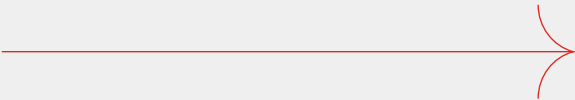
2025 年
北京总部办公园区新能源班车实现新能源使用

100%

2025 年
京东集团“以旧换新”项目累计回收大家电

911 万套

小家电
233 万台



环境管治与应对气候变化

2025 年，《联合国气候变化框架公约》缔约方会议第三十次会议（COP30）在巴西贝伦成功召开，在《巴黎协定》签署十周年的关键节点引导气候治理从“规则谈判”转向“行动落实”。

气候变化带来极端天气的频发，以及对自然资源和社会经济的深刻影响，正逐渐给企业运营带来更加复杂的适应和转型压力。面对全球气候变化和低碳转型的双重挑战，京东集团将自身发展与全球气候目标紧密对接，积极响应国家“碳达峰”“碳中和”战略及《巴黎协定》1.5 摄氏度温控目标。

集团参照《国际财务报告可持续披露准则第 2 号（IFRS S2）——气候相关披露》及气候相关财务披露工作组（TCFD）框架开展气候相关工作，对气候相关风险和机遇进行全面的识别、评估和管理，优化战略布局，增强气候韧性。

治理

京东集团已建立完善的环境与气候治理架构。环境与气候相关工作通过“董事会—战略执行委员会（SEC）—ESG 工作组”的自上而下管理模式，以及自下而上的汇报机制，确保环境与气候相关事务在集团决策和运营中始终得到贯穿与落实。我们已将提高用能效率等气候和环境相关绩效作为 ESG 绩效的重要组成部分，与管理层薪酬直接挂钩。

治理架构



战略

集团持续识别、评估气候相关风险和机遇对集团业务及价值链的潜在影响，基于国际主流情景开展情景分析与韧性评估，识别潜在风险点并针对性提高气候韧性。

气候相关风险和机遇

集团基于政府间气候变化专门委员会（IPCC）的 RCP 2.6（低温升情景）和 RCP8.5（高温升情景）对气候相关物理风险进行评估，并基于国际能源署（IEA）的 NZE（2050 年净零排放情景）、APS（已宣布承诺情景）和 STEPS（既有政策情景）对气候相关转型风险和机遇进行评估。情景分析覆盖短期（2030 年）、中期（2040 年）和长期（2050 年）⁸，评估范围覆盖集团境内外所有核心运营点，输入数据包括运营点地理位置、经营活动相关数据、所选情景相关参数等。

通过情景分析的方式，我们识别了 17 项与集团相关的气候相关风险和机遇，评估了这些风险和机遇的等级、对集团业务和价值链的潜在影响及影响周期。

⁸ 时间跨度的定义与集团的战略规划、资产周期及政策方向挂钩：短期主要匹配集团业务经营规划及近期政策方向，中期主要匹配仓储物流等核心基础设施的折旧与更新周期，长期对齐《巴黎协定》2050 年净零排放目标。

气候相关风险和机遇清单

类型	分类	气候风险与机遇	风险等级	潜在业务和价值链影响	影响周期
物理风险	急性风险 »»	暴雨及洪水风险加剧	主要	可能导致物流园区、仓储设施和线下门店发生门窗损毁、雨水倒灌等问题，造成库存商品受潮或损坏，进而增加存货减值风险并产生维修或置换设备的资本 / 运营支出；自有园区的租赁收入亦可能受到影响。 在受影响区域，线上零售与即时配送业务可能出现揽件与配送中断、运输效率下降等情形，进而导致客户退货率上升、客户满意度下降及订单与收入的减少。 经识别，集团业务活动易受台风影响的地区为中国广东省、海南省、台湾省、浙江省，美国，澳大利亚，越南，日本。	短、中、长期
		台风强度与频率上升	主要		
		极端高温事件频发	主要	持续高温会加速运输车辆与仓储设备的老化并提升故障率，缩短设备使用寿命，从而增加维修支出并提高折旧成本。 高温天气对一线作业人员的健康与安全构成风险，可能引发高温津贴及相关医疗支出上升，同时影响劳动生产率并推高运营成本。 极端高温影响的地域较为广泛，但对集团财务的直接影响有限。	中、长期
		干旱加剧	一般	可能导致部分农作物减产，造成依赖该类农产品的商品成本上升、产量减少，致使线上零售和线下门店相关品类供应不足、销售收入下滑。 干旱可能造成部分地区水资源紧张、水价上调，导致受影响区域的办公场所、物流园区及线下门店日常用水成本增加。	长期
		极端低温与暴雪周期性爆发	一般	极端低温与暴雪可能导致生鲜、液体类商品及部分电子产品（如电池）发生冻损或性能衰减，增加存货报废与质量补偿成本。 极端低温和积雪还可能对办公场所、物流园区和门店的建筑物结构与运营设备造成损害，提升维修保养支出；为保障运营亦可能需增加防滑、防冻及取暖等额外投入。	短、中期
	慢性风险 >	海平面持续上升	一般	沿海地区自建园区、物流枢纽可能被划入风险区域，导致资产估值下降、租金收入减少、保费和维修成本上涨。 长期海平面上升可能导致沿海低洼区域的自有建筑面临被淹没风险，建筑物结构受损甚至无法使用，导致资产减值。	长期
		全球平均气温持续升高	一般	持续高温可能使得冷链商品在储存和运输过程中制冷能耗持续增加，增加制冷成本。 办公场所、物流园区、线下门店及运输车辆对于电力、燃油等能源的需求持续上升，增加日常运营成本。	长期
转型风险	政策与法律风险 📄	碳定价机制实施与碳价持续上涨	主要	随着全球碳定价机制持续推进与碳价上涨，尤其是欧盟碳交易体系 EU ETS 2 将于 2027 年覆盖道路运输行业，若中国碳市场未来将交通行业纳入管控，集团物流业务可能面临显著的碳排放成本压力，直接影响运营支出与盈利能力。 为应对潜在的碳成本上升并支持“双碳”目标，集团可能需加速推进清洁能源替代与低碳技术应用，增加前期资本与运营投入。	短、中、长期

年度关键绩效表

环境管治与应对气候变化

绿色运营

类型	分类	气候风险与机遇	风险等级	潜在业务和价值链影响	影响周期
转型风险	政策与法律风险 📄	气候政策不断趋严	次要	全球气候信息披露政策趋严，港交所已正式要求上市公司按新规披露气候相关信息；欧盟 CSRD 则进一步扩大了穿透式监管范围，不仅涵盖当地大型企业，亦将符合条件的全球非欧盟母公司纳入强制合规范畴。 为满足上市地或运营地日益严格的气候披露要求，集团需持续投入人力与资源，升级碳核算与监测工具、开展气候风险评估及报告编制等各项工作，导致合规成本上升。	短、中、长期
		气候诉讼与处罚风险增加	一般	随着气候政策持续强化，若集团未完全符合气候相关法律法规及披露要求，可能面临诉讼或监管处罚，增加法务支出和罚款赔偿。 负面事件可能引发合作伙伴及客户信任危机，对业务合作稳定性造成冲击，影响市场声誉及投资者信心。	长期
	技术风险 🔧	低碳技术研发与投资加速	次要	推动低碳转型过程中，需持续投入新技术、新设备并创新运营模式，如增加绿色建筑、低碳运输设备（如氢能重卡）、绿色包装、绿色能源等应用场景。这些举措可能使集团面临较高的前期成本，包括研发成本、设备更新、绿色材料采购等各方面支出。 随着低碳举措推进，传统高碳资产（如燃油车辆、高能耗设备）可能面临加速淘汰，增加资产减值风险；若转型效果不及预期，不仅可能造成资源浪费、加重财务负担，还可能影响集团盈利能力和品牌形象。	短、中、长期
	市场风险 📈	客户与消费者低碳需求增加	次要	基于全球低碳转型加速及企业自身碳目标推进，越来越多的大型客户开始主动选择绿色供应链产品和低碳服务。如果集团无法满足客户对绿色商品、低碳供应链、绿色一体化解决方案等方面更高需求，可能面临客户流失的风险。 随着碳普惠理念的普及，消费者偏好向低碳产品转变，若集团未及时响应并满足消费者对碳标签、绿色配送、包装回收等方面的低碳要求，可能面临市场份额流失、收入下降。	短、中、长期
	声誉风险 🏆	利益相关方关注或负面反馈增加	一般	若集团在环保举措、气候行动方面表现不佳，可能导致 ESG 评级下降，影响投资者信心和集团声誉，增加融资成本及财务负担。同时，声誉受损将削弱品牌竞争力，影响客户及合作伙伴的合作意愿，间接影响业务增长。	中、长期
气候机遇	资源效率 📊	资源使用效率提高	次要	通过更换节能设备、包装减量化及推广循环包装等举措，可以在实现减排的同时，不断提高集团资源使用效率，减少运营支出，构建低碳成本优势。	短、中、长期
	产品和服务 👤	多元化低碳产品与服务优势	次要	随着消费者、客户及合作伙伴低碳意识不断增强，市场对低碳产品和服务的需求持续攀升。集团通过整合零售低碳商品、产发碳中和园区、物流新能源车队和绿色包装等一体化低碳服务，能够快速响应市场需求，为客户提供全场景绿色解决方案，进一步增强市场竞争优势，开拓新的业务增长点。	短、中、长期
	能源来源 🏠	可再生能源广泛使用	次要	通过建设屋顶光伏等可再生能源项目，积极探索绿色电力的开发与应用，不仅能够降低自身及客户能源成本，还可以带来供应链协同减碳效应，获取竞争优势。 集团部分办公及营业场所已被纳入地方碳市场重点排放单位，通过实施减排行动可产生富余配额，将有机会参与碳排放权交易，将减排成果转化为实际收益。 2025 年，集团共使用绿电113,999,091 千瓦时。	短、中、长期
	资本流动与融资 💰	绿色融资	一般	通过开展绿色建筑及碳中和园区等项目，集团可能获得更多的绿色融资支持，降低融资成本。	中、长期

气候相关风险和机遇应对举措

类型	分类		应对举措
物理风险	急性风险	>>>	- 制定并持续演练极端天气应急响应预案，落实物流设施防洪防风加固及应急物资储备。 - 在仓储与园区设计中采用“海绵城市”理念，增强基础设施韧性。
	慢性风险	>	- 针对持续干旱可能带来的生鲜、农产品的供应不稳定，加强库存管理，及时与供应商保持沟通。 - 面对均温升高的风险，持续升级冷链设备与温控技术，提升高温环境下的运行稳定性和能效表现；在配送层面通过路径优化与运输计划动态调整，降低对货物的影响。
转型风险	政策与法律风险	📄⚙️	- 密切追踪全球气候信息披露新规，系统性开展气候风险评估与信息披露。 - 积极推动绿色转型，全方位布局绿色运营、绿色物流、绿色仓储、新能源等多个环节。 - 积极应用数字运营平台，实现日常运营管理、节能减排的监督与赋能。 - 优化物流网络，采用更高效的运输和仓储设备，减少能源消耗和浪费。
	技术风险	🔧✂️	- 加大研发投入，与高校、科研机构 and 领先技术企业合作，共同推动低碳技术研发，分摊开发成本与技术风险。 - 推进低碳技术的试点应用，争取政府低碳政策下的资金补贴、税收优惠，降低成本压力。
	市场风险	📺📈	- 优化产品组合和供应链管理，提升绿色产品的附加值和市场竞争力。 - 加强市场调研和消费者洞察，提前布局绿色转型产品，灵活调整定价策略。 - 完善碳盘查监测体系，确保准确、及时地报告碳排放数据。
	声誉风险	🏆	- 提高 ESG 信息披露透明度，定期发布 ESG 报告，主动回应各界关切。 - 加强内部治理，确保绿色转型战略落地，并通过外部认证提升公信力。 - 建立多渠道沟通机制，积极与利益相关方互动，提升利益相关方信心。
气候机遇	资源效率	🔌📊	- 物流端逐步扩大原厂直发模式，推广循环保温箱与周转容器，降低物流全环节包装耗材与中间资源消耗。 - 门店与办公端落实精细化能耗管理，全面升级智能分区时控照明与 LED 光源。
	产品和服务	🛒👤	- 响应政策号召，推进绿色消费，承接消费品以旧换新国家补贴发放工作，为消费者提供高效便捷的一站式以旧换新服务。 - 倡导可持续消费，推出“青绿计划”并设置可持续消费专区，推广环境友好商品，落实碳普惠机制。
	能源来源	🏠☀️	- 大力开拓可再生能源装机规模，采用合同能源管理等多模式建设分布式屋顶光伏及配套储能设施。 - 持续扩大绿电使用规模，打造绿色运营标杆园区，降低集团自身及客户的碳排放与能源成本。
	资本流动与融资	🏦🔄	依托绿色金融工具，持续发掘与孵化具有低碳效益的资产，扩大绿色建筑与零碳 / 碳中和物流园区的认证规模以争取更多绿色融资支持。

气候韧性

当期财务影响方面，报告期内，京东集团未受到因气候相关物理风险和转型风险导致的重大损失。

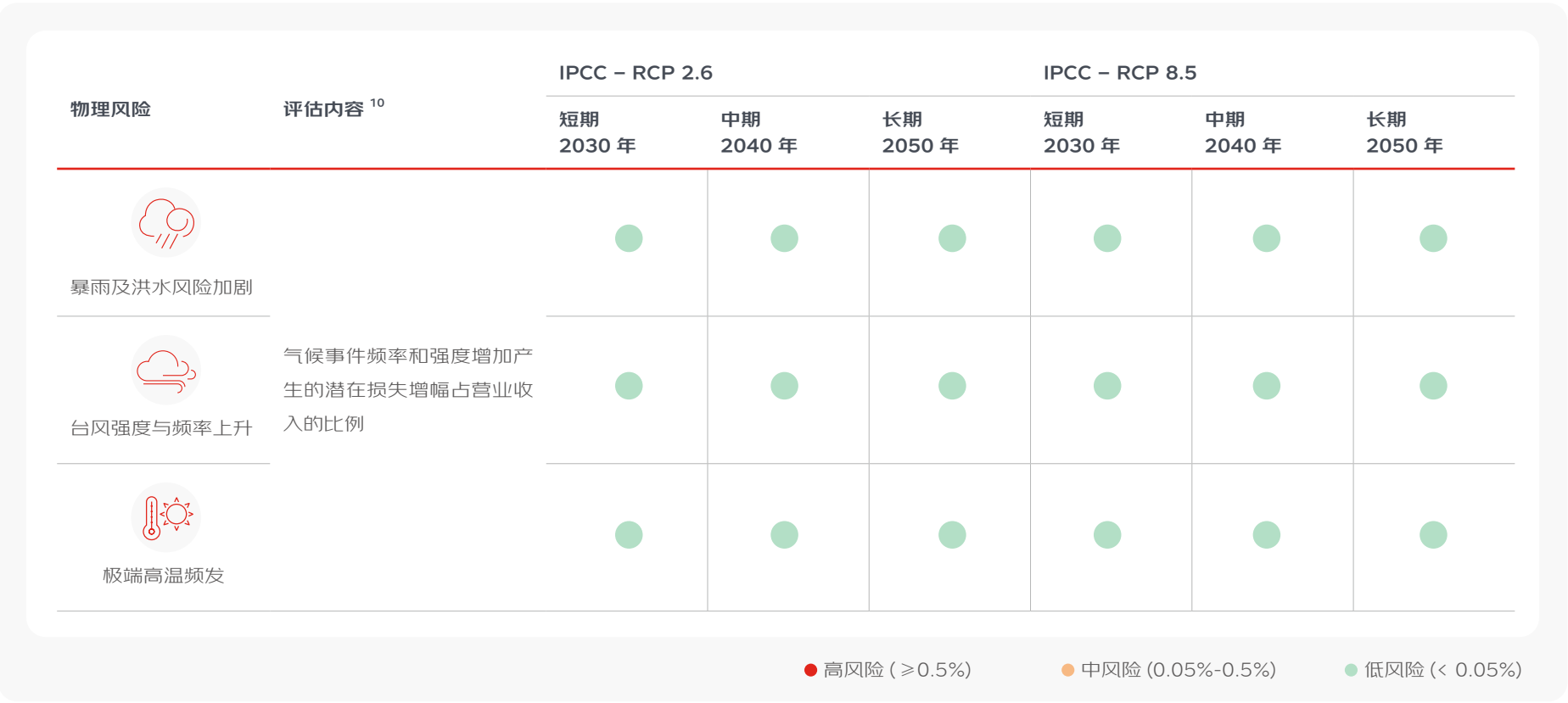
预期财务影响方面，经评估，集团不存在将导致下一汇报年度相关财务报表中的资产和负债账面价值发生重要调整的气候相关重大风险及机遇。

对重要风险的韧性评估⁹ 结果表明，在两种情景下极端天气事件对公司财务的影响程度随着时间的推移逐渐显著，但整体处于低风险水平。集团暂无显著易受转型风险影响的资产或业务活动。

策略和决策

为应对气候相关风险并把握低碳转型带来的机遇，集团将减碳策略融入从原材料采购、生产制造、物流运输到配送中心和门店等全生命周期过程中，实施一系列节能减排举措以推动产品全价值链减碳，并拓展绿色物流、可持续消费等具有绿色属性的业务。具体内容详见本章[节能源管理](#)、[可持续原材料](#)、[废弃物管理](#)、[包材管理](#)、[可持续消费](#)等小节。

重要物理风险的韧性评估结果

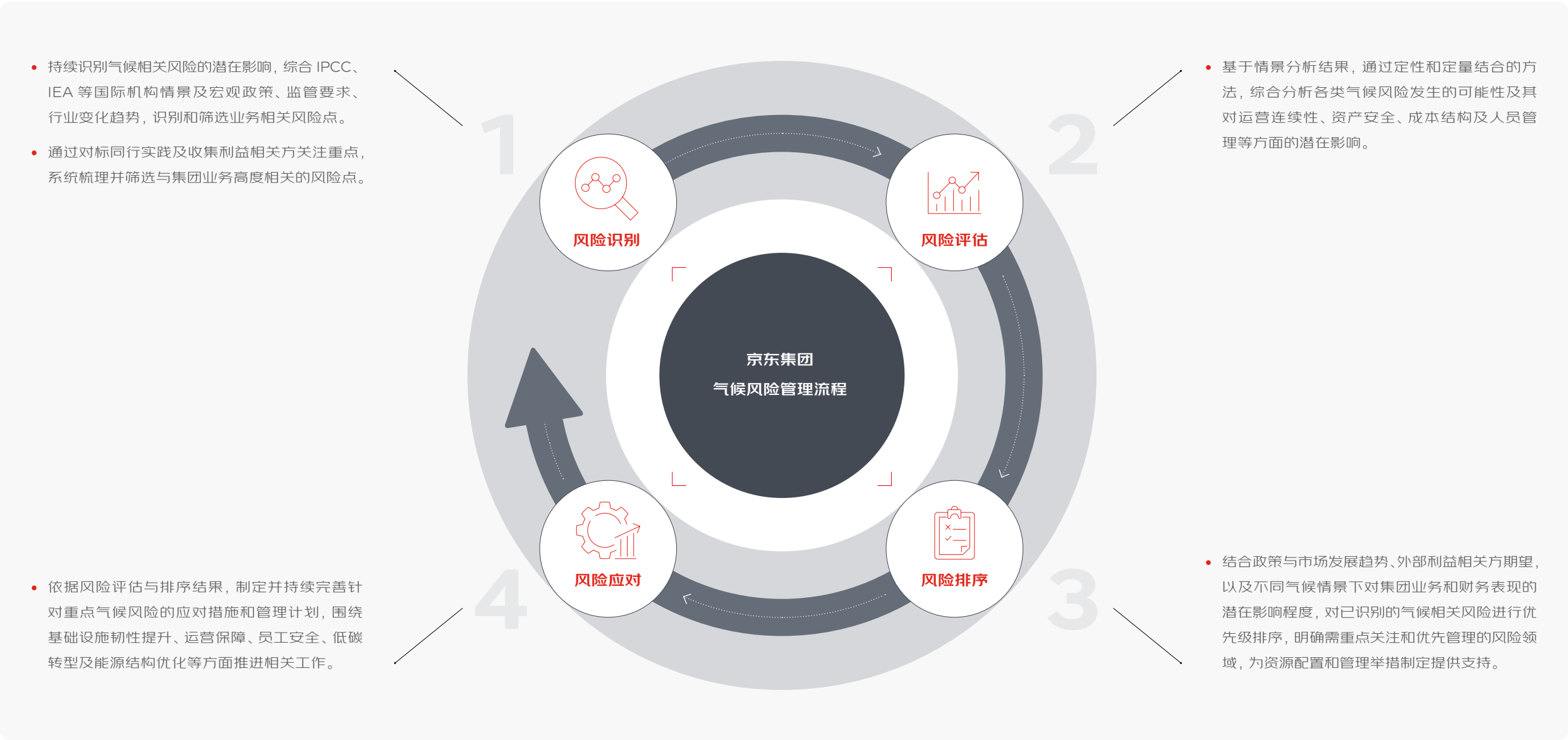


⁹ 本次评估及相关财务测算涉及宏观环境的长期预测，存在重大不确定因素。相关结论受限于底层气候数据库的完整性与精确度、情景假设与实际政策 / 气候演变路径的潜在差异，以及现有分析模型中部分参数的局限性。

¹⁰ 假设资产所在地、运营范围、员工人数及公司政策保持不变。

风险管理

京东集团持续关注客观气候条件变化、外部政策法规变化及市场环境变化，识别、评估并管理对集团战略、运营和财务表现可能产生影响的气候相关风险。集团已将气候相关风险管理纳入集团风险管理体系与内部汇报机制，相关识别结果、评估结论及应对进展通过集团治理流程进行汇报。



指标和目标

京东集团应对气候变化相关指标和目标

一级指标	二级指标		指标描述	目标设定
碳盘查和减排	开展全面的碳盘查工作		明确碳盘查工作的边界、范围与开展方法。	每年开展碳盘查工作并邀请第三方机构核查。
	建立集团层面的减排目标		制定并公开集团层面的碳减排目标。	- 推动核心业务板块制定碳减排目标，积极评估与制定集团层面的碳减排目标。 2026 年 4 月，京东物流的温室气体减排目标通过科学碳目标倡议（SBTi）¹¹ 的技术审验，正式获得批准。该目标承诺以 2024 年为基准年，到 2035 年范围一、二温室气体绝对排放量降低 63.0%，范围三中外购商品与服务、上游运输与分销温室气体排放强度（吨二氧化碳当量 / 公里）降低 66.33%；到 2050 年，范围一、二温室气体绝对排放量降低 90.0%，范围三温室气体绝对排放量降低 90.0%。该目标已经过京东物流董事会批准。
强化气候治理	建立治理架构		在现有 ESG 的治理结构基础上，强化对气候相关事项的重点关注与管理。	治理结构：董事会下设 ESG 委员会，负责监督和指导气候变化议题，由 ESG 工作组统筹气候目标在各子集团、业务单元中的推进与落实。
	建立内部碳定价机制		在现有减排策略的基础上，建立内部碳定价机制进行管理。	集团暂未使用内部碳定价，计划在三年内逐步试点并建立内部碳定价机制。
推动全生态场景减排	低碳运营	低碳办公	- 强化办公空间用能智慧化运维管理。 - 提高节能设施的使用。 - 鼓励绿色通勤、远程办公、远程会议等低碳工作形式。	- 持续推动废弃物减量及资源利用效率提升。 2025 年北京总部 4 号园区新建 380 千瓦光伏发电设备，8 月启动后发电约 106,000 千瓦时，全部自行消纳。 2025 年北京总部办公园区使用绿电 10,803,245 千瓦时。
		低碳数据中心	- 积极使用可再生能源优化运营，推进大规模分布式光伏发电系统。 - 建筑采用低能耗设计。 - 通过运维管理平台监控和管理能源消耗。 - 制定应急响应预案，增强气候韧性，有效抵御极端天气。	- 京东云自研的阿尔法智能算力模块，支持液冷系统一体化交付，PUE 控制在 1.15 以内。 - 基础设施能耗持续降低。新一代液冷服务器散热效能提升 50%，单机柜 20 千瓦年度省电 8,500 千瓦时。
		扩大低碳融资规模	- 依托绿色金融工具，推动低碳项目投资规模扩大。 - 识别和孵化更多绿色创新项目。	- 持续识别具有低碳效益的项目，逐步拓展绿色融资的应用范围和规模，以支持集团低碳转型相关投入。 - 关注并研究碳交易市场相关机制，结合业务特点探索开展试点性实践。
	低碳供应链	低碳运输	- 推广新能源车辆用于物流运输。 - 通过数智化技术优化物流路线和储运网络规划。 - 优化运输车辆安排，降低运输过程能源消耗。	不断提升新能源车辆占比，加强运输环节能耗管理。截至报告期末，京东物流自营新能源车辆超 1.4 万辆，较 2024 年增加超 4,000 辆。
		低碳物流园区	- 能源替代：最大程度使用现场可再生电力，例如分布式光伏及高效储能。 - 高效运营：自动化作业 + 园区用能全面电气化。 - 智能物流园区碳中和解决方案在线运维系统。	- 报告期内，经第三方机构核查，集团旗下 1 个园区获得碳中和园区认证，1 个园区获得零碳园区认证。 - 逐步提升光伏发电能力（2025 年京东产发自建光伏发电量 39,740,000 千瓦时，相当于减碳 32,877 吨¹²）。

¹¹ 该目标覆盖所有涉及的温室气体，科学碳目标参照的行业方法：SBTi Standards Land Transport Document。

¹² 电力排放因子来自生态环境部 2025 年发布的《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》。

年度关键绩效表

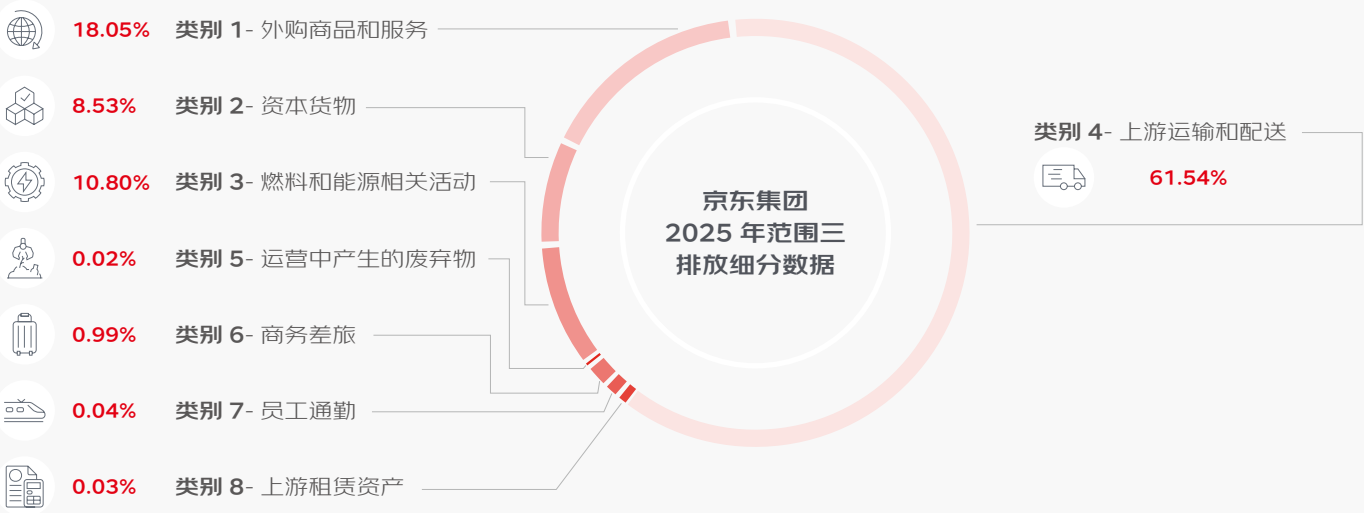
环境管治与应对气候变化

绿色运营

一级指标	二级指标	指标描述	目标设定
推动全生态场景减排	低碳供应链 低碳包装	• 推广循环包装。 • 开展包装减量化项目。 • 开展绿色包装研发创新。 • 数智化技术应用。 • 上下游协同践行绿色包装使用。 • 建设循环包装社会化共享与回收体系。	• 持续扩大原厂直发模式的应用，推广循环保温箱等包装方案，减少一次性包装材料的使用。 • 规模化投用笼车、围板箱等循环周转容器，降低物流过程中的包装材料消耗。 • 推进京东物流包装实验室的相关研究工作，通过技术与方案创新，持续优化包装结构与材料应用。2025 年，京东物流包装实验室获得国际安全运输协会 ISTA 认证以及中国合格评定国家认可委员会 CNAS 认证。
	供应商协同降碳	• 促进供应商共同参与制定减碳目标及应对计划。	• 加强能源消耗、行驶里程等数据的台账记录，持续评估供应商减碳潜力，携手推进价值链减排。
	价值链减排 促进低碳消费	• 参与国家低碳产品标准制定。 • 扩大低碳产品供给。 • 加强低碳消费与绿色生活方式的引导。	• 通过“青绿计划”打造绿色电商平台，倡导绿色消费，鼓励消费者选择低碳、环保的产品和服务。2025 年我们通过碳普惠项目减排 731 吨二氧化碳当量。
	推动产业低碳发展	• 通过大数据、云计算、人工智能等技术推进数智技术与传统行业的融合，推进传统行业数智化减碳。	• 通过科技赋能实体企业低碳转型，持续挖掘集团新的业务模式和盈利模式。
信息披露	开展年度气候相关信息披露	• 对气候相关风险和机遇开展识别、评估、管理，并每年进行披露。 • 每年就设定的气候目标及完成进展进行披露。	• 每年于 ESG 报告设定应对气候变化小节，披露相关进展和绩效。 • 2025 年已开展系统性的气候风险和机遇评估及财务影响分析，并于本小节战略部分披露。

京东集团 2025 年温室气体排放量

类别	单位	2025 年排放量
范围一排放量	吨二氧化碳当量	2,636,078.04
范围二 ¹³ （基于位置）排放量	吨二氧化碳当量	1,434,649.11
范围三 ¹⁴ 排放量	吨二氧化碳当量	8,644,512.75
总排放量（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量	4,070,727.15
温室气体排放密度（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	3.11



绿色运营

能源管理

京东集团制定《能源跟踪表》和《楼宇用能基准值》，将能源管理提升落实到业务运营的各个环节，包括绿色办公、绿色园区、绿色门店、绿色物流，并通过积极推广低碳办公、绿色建筑、部署分布式光伏、建设零碳物流园区等方式全面提高集团能源管理水平和使用效率。

绿色办公

2025 年办公场所节能举措

办公设施用品

- 使用办公区智能照明系统和直饮水设备。
- 采用高效采暖系统和温度湿度传感器，实现高效自动调节。
- 优化安保巡视路线，实施公共区域电器设备定点断电，减少不必要的电力损耗。
- 办公区所有 A4 纸张来自具有碳中和认证的厂家。

宣传及倡导

- 设置“随手关灯”标识，提升员工节能意识。
- 提倡自带水杯，减少一次性纸杯使用。
- 参与“地球一小时”活动，组织全国职场关闭跑马灯，泛光照明、室内灯，节电 1,000 千瓦时。

数智化管理

- 实施智能建筑管理系统（IBMS），根据建筑特性与监控数据精细化调整电气配置，实时监控能耗数据，快速识别并应对高能耗区域。
- 制定“会议 333 原则”，限制会议 PPT 页数、时长和讨论轮次，减少资源消耗。
- 推行线上协同工具和电子签名，减少纸张使用和文件邮寄，优化物理空间，降低能耗。

绿电使用

- 2025 年北京总部办公园区使用绿电 10,803,245 千瓦时，其中 4 号园区已率先实现全绿电运营。自 2026 年 1 月起，集团进一步扩大绿电采购覆盖范围，将绿电全面应用于北京总部所有办公园区。
- 2025 年，北京总部 4 号园区新建 380 千瓦光伏发电设备，8 月启动后发电约 106,000 千瓦时，全部自行消纳。

绿色出行

- 2025 年，北京总部办公园区新能源班车达到 237 台，实现 100% 新能源使用。
- 与线上出行平台合作，提供拼车服务，使用清洁能源车辆，降低出行碳排放。2025 年通过拼车方式实现超 37 万人次绿色出行。

京东集团将低碳与可持续理念全面融入原材料采购、运营管理、仓储物流、包装使用、运输配送及消费等核心业务环节，系统推进清洁能源应用、提升资源使用效率并完善废弃物管理，持续降低运营对环境的影响，推动企业经营与环境责任的协同发展。

绿色园区

京东集团积极推广绿色园区与绿色建筑建设，贯彻“被动优先、主动优化”¹⁵原则，以绿色低碳、生态优先、功能复合、人文科技融合、可持续运维为核心整体要求，持续推进园区可再生能源建设与生态设计，降低园区能源消耗。报告期内，经第三方机构核查，集团旗下 1 个园区获得碳中和园区认证，1 个园区获得零碳园区认证，同时新增 7 个物流园区按照绿色建筑标准设计，12 个物流园区采用海绵城市设计，8 个园区使用装配式建筑模式¹⁶。2025 年，集团在北京与武汉园区增设无人值守智能电站系统，实现能源分析及能耗管理系统智能化，有效提升园区能源管理水平与利用效率。

集团不断加大可再生能源的应用，在多个园区安装总计超 1,000 个充电桩，采用合同能源管理的形式，与华能电力、中国核电、国电投等公司共同建设光伏电站，并网园区累计达 61 个。发电量优先供给自身能源需求，多余电量上网进行销售。2025 年，集团 13 个园区完成国家能源局绿证核发交易系统核发，交易绿证超 50,000 张。

集团积极参与低碳行业标准的制定与推广，主动参与低碳领域关键标准制定，参编由中国建筑科学研究院主编的《零碳园区评价标准》（T/CABEE 103-2025），并深度参与《绿色工业建筑评价标准》编制工作，持续推动低碳理念与实践在行业层面的规范化与推广应用。

京东集团楼宇建设环节节能降碳措施

使用的绿色建筑策略，综合考虑前期造价与后期效益。

安装可持续能源系统（日光调节系统、高效节能灯）和高性能建筑表皮（屋顶绿化、自然通风窗、垂直绿化、保温隔热墙体、遮阳百叶）。

在楼立面设置开启扇及幕墙通风装置，有效提升办公空间能效。

楼宇设计中所选用荧光灯具均采用高品质、节能型、高显色荧光灯管，均配用高效能的电子镇流器或节能型电感镇流器。

室外照明路灯、庭院灯、草坪灯等采用照度自动开灯或定时的控制方式，地灯、泛光照明等采用定时的控制方式。

配备智能化建筑管理系统，实时监控空调、照明插座、动力、特殊用电情况等，使用能数据可视化，实现用能纵横向对标管控，实时监测建筑能耗。

空调、通风等设备均选择符合国家能耗和性能指标的优良产品。

采用超低噪声冷却塔，冷却塔置于屋顶，可减少对环境的影响。

宿迁客服园区分布式光伏发电项目

为推动园区能源结构优化、降低用能成本并落实节能减排要求，京东集团在宿迁客服园区实施分布式光伏发电项目。项目利用园区闲置屋顶及停车场资源建设光伏发电设施，预计年发电量超过 500 万千瓦时，每年可实现电费节约超过 200 万元。

京东产发凭借在绿色仓储设施方面的建设与低碳运营实践，获评中国仓储与配送协会 2025 年首批“仓储配送绿色低碳典型案例”

绿色门店

京东集团持续采用高效节能技术并积极购买绿电，推动线下门店节能减排。我们在京东七鲜超市、华冠超市等门店全面实施能源管理优化，推动业务的绿色转型。

在运营端，门店全面推广低耗 LED 光源与冷链变频技术，升级智能照明与分区时控系统以实现精细化能耗管理；同时积极优化能源结构，2025 年已在 6 家华冠核心门店落地绿电采购。

2025 年，在存量门店已全面完成节能改造的基础上，京东七鲜对新开门店全面实施节能设计要求，照明系统 100% 采用智能控制与 LED 高效光源，冷链系统全面应用变频技术，有效提升门店整体能源利用效率。

¹⁵ “被动优先、主动优化”是一种建筑设计理念，强调首先利用建筑本身的特性来减少能源需求，然后通过主动的系统和设备来进一步提高能源效率。

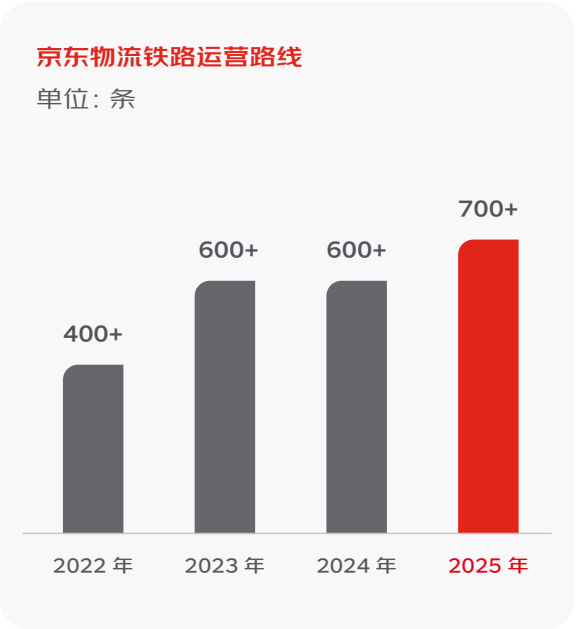
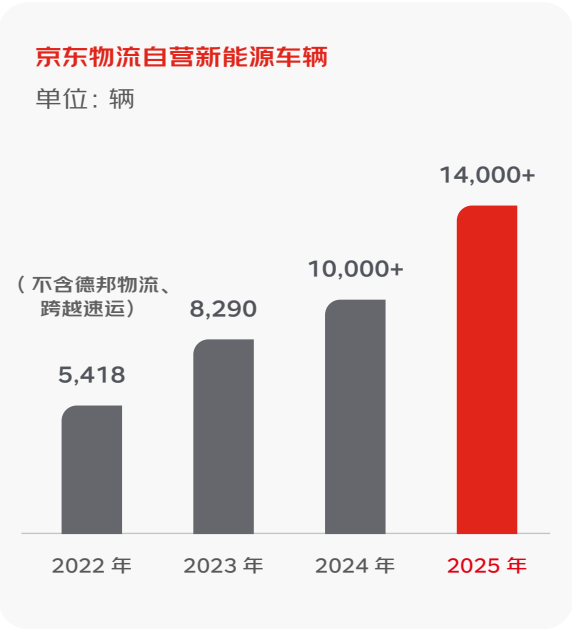
¹⁶ 依据《绿色建筑评价标准》和《绿色工业建筑评价标准》。

绿色物流

绿色运输与公铁联运模式创新

公路运输方面，集团基于 5G、人工智能、大数据、云计算和物联网等技术，持续优化运输流程与路线，提升物流效率。我们以干线运输、区域转运和末端配送等核心环节为重点，持续推进清洁能源车辆的规模化投放，并通过优化运力结构、提升车辆与应用场景的匹配度，同步完善充换电等配套基础设施，逐步打造覆盖国内及海外业务的绿色公路运输网络。截至报告期末，京东物流自营新能源车辆超 1.4 万辆，较 2024 年增加 4,000 多辆。

为降低运输过程碳排放，我们在全国范围规划综合物流枢纽，推出“公转铁”“空转铁”¹⁷ 物流解决方案与“专属 ESG 产品服务”，提升铁路运力资源使用率，大幅降低碳排放。截至 2025 年底，京东物流合作铁路路线超 700 条，涵盖高铁快运、集装箱班列、行李车、电商班列等多种模式；推出低碳物流产品“T9”，并拓展了跨省次晨达场景，推动绿色与效率协同发展。



京碳惠平台与碳管理创新

京东物流推出的碳管理 SaaS 平台——京碳惠（SCEMP），是物流领域唯一集成 ISO 14064、ISO 14083、ISO 14068 及欧洲智慧货运中心（Smart Freight Centre）GLEC 四大标准认证的数字化供应链碳管理产品。该平台通过 IoT 技术、机器学习与大数据模型，精确核算供应链全生命周期的碳足迹，不仅填补了零担物流碳足迹核算的空白，还基于区块链技术打造了分布式碳账簿，确保每一笔碳排放都能透明、准确地记录。

京碳惠 2025 年获奖情况：

- 京碳惠 MRV-T 技术入选国家发展改革委等八部委《绿色技术推广目录（2024 年版）》
- 京碳惠作为物流行业首个 MRV-T 减碳技术选入工信部《国家工业和信息化领域节能降碳技术装备推荐目录（2025 年版）》
- 京碳惠物流行业数字化减碳技术被纳入《国家工业和信息化领域节能降碳技术应用指南与案例（2025 年版）》
- 京碳惠成为首个上线国家级绿色技术交易中心的供应链碳足迹技术
- “基于 MRV-T 技术的供应链上下游协同降碳”项目荣获联合国 WSIS Prizes 2025 提名奖



¹⁷ “公转铁”与“空转铁”指将原本通过公路（货运卡车）或航空运输的货物转由铁路运输，旨在利用铁路的大运量、低能耗优势降低物流碳足迹。

绿色仓库

京东集团在仓储全生命周期中深入贯彻绿色低碳理念，从选址、设计、建设到运营各环节系统推进节能运营与能源转型。我们的部分仓库管理实施非作业时段断电、分区照明、叉车动力源 100% 电动化等措施，结合精细化管理、智能控制系统与分布式光伏发电系统有效提升仓库能效。

截至报告期末，集团 18 个仓库被授予“绿色仓库”标识，其中一级（三星）绿色仓库 11 个，二级（二星）绿色仓库 7 个。

→ 天津分拣中心节能柜应用项目

针对物流分拣中心设备集中、用电负荷较高且交流电存在三相不平衡、谐波等电能质量问题的情况，京东集团在天津一散货分拣中心引入节能柜设备开展试点应用。该项目通过稳定电压、平衡三相电流及消减谐波等技术手段，改善用电质量并降低电能损耗。本次试点共部署 2 台节能柜，节电率目标为不低于 8%（±1%），为同类型物流场景的节能措施提供实践参考。

指标和目标

2025 年办公节能目标及达成情况

较上一年减少电力使用¹⁸

2%

已完成

2025 年可再生能源使用目标

进一步提高光伏电站在物流园区的覆盖率，持续降低客户运营成本

2025 年 ISO 体系认证情况

2025 年，京东产发、京东物流、京东工业¹⁹等多个主体已取得 ISO 14001 等国内外领先的环境管理体系认证

京东产发、京东工业部分主体取得 ISO 50001 能源管理体系认证

2025 年物流园区绿色进展

获得“零碳”或“碳中和”认证的物流园区数量

2↑

截至 2025 年底，京东产发运营下已安装充电桩的园区

79↑

2025 年，京东产发自建光伏发电量

39,740,000 千瓦时

充电桩

1,022↑

相当于减碳

32,877 吨

京东集团 2025 年能源使用情况

指标	单位	2025 年数据
直接能源消耗量	兆瓦时	10,009,211.49
间接能源消耗量	兆瓦时	2,721,181.53
综合能源消耗量	吨标煤	1,564,506.95
综合能源消耗密度	吨标煤 / 百万元营收	1.20

¹⁸ 该数据为北京 1 号园区、北京 2 号园区、北京 4 号园区同比数据（不含 2024 年新投入使用的北京 1 号园区 D、E、F 座）。

¹⁹ 京东工业取得的认证以京东工业品为认证主体。

包材管理

京东集团持续推进绿色包装发展，通过材料创新与精细化运营，降低包装对资源与环境的影响。

物流端包装管理

集团以“减量、复用、可降解”为方向，系统推进物流环节绿色包装转型，将制度规范、技术创新与规模化应用相结合，持续降低包装材料消耗和环境影响，并通过量化管理不断提升绿色包装成效。2025 年，京东物流包装实验室获得 ISTA（国际安全运输协会）认证以及 CNAS（中国合格评定国家认可委员会）认证。



减量

以算法驱动包装精细化管理，通过不断优化智能装箱算法，实现包裹空隙率下降 **7%**，有效降低了包装材料使用量

全面推广轻量化结构的 X 系列纸箱，实现单箱原料用量降低 **5%~25%**，全年累计减少纸张消耗约 **2 万吨**，碳减排 **2.26 万吨**

推出 X 系列防水袋，在保持性能前提下减少 **20%** 原料用量，年度快递袋替换率达 **99.4%**，减少塑料使用近 **1 万吨**，实现碳减排 **3.08 万吨**

在辅材方面，通过将胶带缩窄至 40 毫米，全年实现碳减排 **1,810 吨**

降解

2025 年，我们在快递揽收等环节投放可降解包装袋超过 **1,800 万个**，并同步引入可降解胶带，逐步替代传统塑料制品。在不同区域和业务场景中，我们持续探索使用可降解填充材料，并以气泡枕等方案替代传统气泡膜，持续降低单包裹塑料用量，推动包装材料向可降解、环境友好方向转型

复用

纸箱二次回收再利用

- 专人专岗推进二次纸箱筛选与回收，鼓励一线优先使用回收纸箱，2025 年累计实现二次纸箱回收再使用**超过 3 亿次**，相当于减少碳排放 **2.9 万吨**
- 针对部分行业场景的大件运输，以循环包装替代传统木架、水箱等一次性包材循环包装

循环包装

● 生鲜冷冻品

已在 **18 个城市**规模化投放循环保温箱及配套冷链微仓**超 90 万个**，全年循环使用次数达 **8,936 万次**，实现碳减排 **7.6 万吨**

→ 京东物流“618”启用 50 万循环保温箱

2025 年世界环境日暨“青流计划”启动八周年之际，京东物流在“618”期间投入 **50 万个**新型循环保温箱，创下行业一次性投放规模纪录。保温箱主要用于生鲜商品包装，采用食品级 PP 材料，单箱可循环使用 **300 次**，并通过“一箱一码”与射频识别技术（RFID）实现全流程闭环追溯与高效回收。经测算，该保温箱单次循环可减碳 **850 克**，该批保温箱预计全生命周期累计减碳约 **12.7 万吨**



京东物流新型循环保温箱

● 常温小件商品

推广按目的地集中打包与周转箱集运模式，替代传统纸箱与填充材料，全年通过周转箱完成 **4,109 万个**包裹运输

● 循环容器应用场景扩展

在医药、家具等领域逐步扩大覆盖，2025 年循环容器寄递数量**超过 1.3 亿次**，缠绕膜月均消耗降低**超 60%**，托盘月均消耗降低**超 70%**

产品端包装管理

京东集团不断探索可持续包装材料的使用，持续减少包材使用量。集团在项目执行过程中对商品包装的抗跌落性能开展系统性评估，并据此建立内部包装标准优化机制，在保障运输安全的同时，有效实现资源节约目标。

2025 年，京东自有品牌聚焦于 800+ 款 SKU 商品，通过创新包装方案，如使用自营防水袋替换传统纸箱发货，减少包装使用量，实现耗材成本降低 172 万元。

京东旗下部分产品包装已获得 FSC²⁰ 认证，确保包装原材料来源于可持续经营的森林资源，并通过定期索证管理及第三方检测，持续保障合规性。在包装设计环节，集团优先采用可回收、可堆肥材料替代传统塑料，并通过优化包装结构设计，进一步减少材料使用量，提升包装环节的资源利用效率。

²⁰ Forest Stewardship Council，森林管理委员会。

可持续原材料

原材料的生产可能给自然资源、水、土地等方面带来负面影响，我们充分认识到采购具有可持续认证的海产品、木材纸张、棕榈油、棉花等，对从源头降低环境资源负面影响的重要意义。我们引导供应商提升原材料合规与可持续管理水平，鼓励他们取得各类认可度高、标准完善和要求严格的负责任原材料第三方资格认证。

为系统提升原材料生产与供应环节的合规管理水平，集团结合不同产品及原材料的特性，开展材料准入确认、抽检管理、上市后质量验证管理的全流程监控，对原材料追溯管理机制持续进行优化与完善。针对京东七鲜超市、华冠超市及自有品牌经营的肉类、奶制品等重点品类，集团对相关检疫合格证明、进口肉类报关文件以及分装生产企业的法定生产资质开展严格核查，并在验厂时收集原材料认证相关证明材料，完整评估种植基地、生产加工供应商、物流运输、入库、配送和门店销售全流程。通过强化准入审核与过程管控，确保供应商符合相关法律法规及环境管理要求，保障原材料来源透明、规范、可持续。

京东七鲜超市生鲜溯源系统基于商品批次码管理，通过打通经营管理平台、供应商后台、质量管理体系、七鲜 APP 与小程序，实现产品从供应端到销售端全链路可追溯。截至 2025 年 12 月 31 日，七鲜累计上线可溯源商品 735 个，占生鲜品类动销商品的 58%。

供应端

供应商 / 生产方资质检测、基地端土壤检测证明与水质检测证明、产品第三方检测报告、批次出厂检验报告、有机认证、绿色认证

仓端

中心仓库入仓检测报告、实验室检测报告

销售端

门店产品抽检报告、门店食安巡检报告



生鲜肉禽类产品溯源信息展示

京东七鲜超市积极深化与属地农户及农业合作社的合作机制，持续推进“产地直供”模式，通过缩短供应链路径实现源头直采，让田间地头到餐桌的速度更快。



七鲜超市源头直采

此外，我们引入第三方专业机构，面向采购相关员工组织开展原材料采购专题培训，内容涵盖原材料溯源、管理、采购与使用的风险识别与评估等重点领域，加强采购人员对原材料可持续管理的理解与实践能力。

京东集团 2025 年可持续原材料采购情况

纸张

京东自有品牌纸品类供应商部分获得 FSC 认证。

茶叶

京东自有品牌的 20 款茶叶（占在售茶叶的 80%）已通过超 100 余项农残权威检测。

京东自有品牌的茶饮、坚果、干货、海参、奶粉、谷物饮品等产品部分获得有机认证。

废弃物管理

在《关于加快构建废弃物循环利用体系的意见》《再生材料应用推广行动方案》等国家政策和规范指引下，京东集团将废弃物管理纳入企业绿色运营重点工作，系统推进垃圾分类和规范处置。集团持续完善废弃物管理体系、优化管理流程，根据废弃物的类别进行分类管理，针对废弃物产生量较高的业务领域开展处理资质与回收规范的审查，落实减量化、资源化措施，不断提升运营环节废弃物运输、处理过程中的能源效率以及整体管理绩效水平。

集团已制定废弃物与排放物管理目标，致力于持续推动废弃物源头减量、分类管理、资源化利用及合规处置。报告期内，集团产生的废弃物及排放物均已合规处置或实现达标排放。



办公区域

在办公运营环节，集团对有害与无害废弃物实行分类管理，将废弃硒鼓墨盒、餐厨垃圾等交由具备资质的专业机构或送至当地政府指定处理设施进行规范处置。对不可回收废弃物，集团严格遵循政府相关要求，交由专业机构统一实施焚烧或填埋处理。

此外，集团结合废弃物实际使用与损耗情况，探索二次利用路径，最大限度减少废弃物产生。办公区域内设置绿植领养与交换机制，引导员工认领淘汰绿植，有效减少闲置浪费。



消费者参与

集团积极引导消费者参与家电、家居及 3C 电子产品回收，通过“以旧换新”等激励机制，提升废弃物回收率与资源循环利用效率，2025 年累计回收大家电 911 万套、小家电 233 万台。此外，京东联合生态合作伙伴，围绕二手电子产品回收场景，不断拓展多品类、多渠道的回收服务能力，通过延长产品使用周期、减少资源浪费，推动可持续消费理念落地。

在外卖场景，为减少不必要的资源消耗与塑料使用，京东外卖启动“简化餐具包”项目，基于用户调研和使用场景分析，优化默认餐具配置，将原有包含多种一次性用品的餐具包精简为一双竹制筷子和一张防油餐垫纸。相关餐具采用可回收或可降解材料，有效减少一次性塑料使用，推动降低外卖场景下塑料废弃物的产生。

2025年，京东物流与中国再生资源集团围绕废旧家电、3C 电子产品、产业资源、废旧汽车及动力电池等回收利用场景，探索建立覆盖“回收—运输—拆解—高质化利用”的协同模式。依托京东物流在逆向物流网络、末端回收触达、物流路径优化及碳足迹管理方面的能力，叠加专业拆解与资源化处理体系，推动废弃物从终端回收向规范化、规模化资源利用转化，减少因回收不畅导致的废弃物进入填埋或其他处理渠道，提升再生资源利用率，降低环境影响。



线下经营场所

京东集团旗下各线下经营场所依据废弃物属性实施分类管理，并统一交由具备相应资质的国家指定机构或运送至当地政府指定的垃圾处理设施进行规范处置。



项目建设

在项目建设与施工管理中，集团围绕工程废弃物管控与排放控制制定内部管理制度与操作流程，明确绿色施工及资源节约要求。施工过程中，重点加强废弃物分类、回收、再利用管理，并安排专人负责全过程统计与监督。同时，集团强化扬尘治理等环境管控措施，降低施工活动对周边环境的影响。

为提升废弃物管理的整体成效，集团通过开展员工内部培训宣传、加强供应商协作与能力建设，并与政府部门、社会组织及专业机构开展合作，持续强化相关方的减量化与资源化意识，推动废弃物管理由单一环节向系统化、协同化方向发展。

粮食管理

保障粮食资源与食品安全是京东集团与合作伙伴共同的责任。集团与供应链上下游合作伙伴协同发力，在采购、储存、加工及销售等关键环节持续推进粮食节约与减损举措，推动粮食资源的高效利用。

在粮食损失与浪费管理方面，集团建立了防止粮食浪费的管理策略，持续跟踪食品类商品损耗率，并将相关数据作为制定后续产品生产与采购计划的重要依据，确保粮食管理要求贯穿业务全流程。

在商品效期管理方面，集团应用先进的仓库管理系统，对商品生产日和到期日进行精准采集与动态记录，实现库存商品的精细化监控。针对临近保质期的商品，集团通过灵活定价、折扣销售及促销活动等方式，引导消费者及时购买，在降低库存损耗的同时提升运营效率。

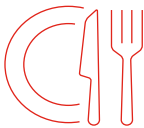
同时，集团与供应商保持紧密协作，对无法通过促销方式消化的库存商品，依据相关约定实施退货安排，提升供应链整体运行效率，促进资源的合理配置。此外，集团通过开展内部宣传和配套激励机制，引导员工树立节约粮食、反对浪费的意识，践行节约粮食理念。

2025 年，京东华冠超市制定年存量门店业务损耗目标低于 2.1%。

京东集团减少粮食损失与浪费举措

减少门店粮食损失与浪费

- 结合销售预测，制定精准的生产下单计划，通过采取少量、高频次相结合的订货方式，以减少商品滞销所产生的产品浪费。
- 规范收货及仓储管理流程，严格执行仓库收货标准，定期开展保质期排查，确保商品按照“先进先出²¹”原则有序流转。
- 强化冷链管理与运输协同，合理控制冷库温度，并与供应链合作伙伴协同优化运输及储存条件，最大限度保障食品新鲜度，降低运输环节损耗。
- 严格落实标准化流程加工生产，避免因加工操作不达标造成的原材料损耗和食品浪费。
- 加强消费者信息提示，向消费者清晰说明产品的储存方式及保质期要求。
- 完善临期商品管理机制，建立打折促销管理制度和临期商品预警机制，依据食品有效期限提前实施价格调整，并设置临期商品专区，以合理价格引导消费，减少因过期造成的浪费。
- 倡导理性消费与节约用餐，在餐饮区域设置节约粮食提示标识，并在点餐环节引导消费者合理点餐，营造珍惜粮食、减少浪费的良好氛围。



降低食堂产生的粮食损失与浪费

- 优化供应商配送频次管理，与供应商约定每周配送 1~2 次，降低库存积压风险，减少因囤积造成的食品过期和损耗。
- 要求社会品牌餐饮供应商下调单份出餐克重，并设置大小份套餐，合理控制餐食分量设计。
- 通过标注餐品热量信息、在食堂配置体重秤及张贴节约粮食宣传标语，提倡健康少食。
- 开展节约激励行动，持续推进“光盘行动”，对积极参与的员工给予适当激励，鼓励形成节约用餐的良好习惯。



降低线上售卖产品的粮食损失与浪费



上游环节

通过与供应商建立协同管理机制，明确要求其提供符合质量与保质期要求的商品，并持续优化供货节奏与商品周转效率，缩短仓储存放周期，从源头降低商品损耗风险。



下游仓储环节

严格落实“先进先出”管理原则，对库存积压情况实施实时监控与预警机制，有效防范商品过期风险，减少商品流转过程中的资源浪费。



外卖业务

通过在下单页面提示适量点餐、自营七鲜小厨上线小份餐，帮助消费者按需点餐避免浪费。

²¹ 先进先出：最早收到的货物优先发出 / 使用。

水资源管理

京东集团持续构建涵盖用水监测网络、周期性评估机制的水资源管理体系，推动水资源管理向数据化、系统化和智能化方向发展。集团重点加强对主要用水环节的数据监测，通过在线监控系统与数据分析工具，实时掌握用水状况，及时识别并纠正潜在的水资源浪费问题，提升整体用水效率。此外，集团将节水理念融入日常运营管理，通过开展节水意识宣传、专业技能培训及相关激励措施，持续提升员工节水意识与实践能力，鼓励全体员工共同参与水资源可持续管理。

京东集团 2025 年节水举措

优化办公用水设施配置

- 通过调整总部职场办公楼卫生间水龙头出水量，调控整体用水量。

应用节水型卫浴设施

- 在办公及园区范围内全面采用感应式水龙头和节水型马桶，有效降低卫生间用水强度。

引入智能化节水技术

- 配置自动喷灌、滴灌等高效节水设备，并结合土壤湿度感应器及雨水自动关闭装置，实施精细化、智能化的水资源管理。

减少园区绿化用水

- 优先选用耐旱型植物，减少长期灌溉需求，实现园区绿化节水。

推进雨水回收与循环利用

- 对园区收集的雨水进行处理并加压后回用，用于地下车库清洗、绿化浇洒及道路冲洗等场景。

加强节水意识宣传

- 在经营与办公区域张贴节水提示并设置宣传标识，引导员工在日常工作中养成节约用水的良好习惯。

搭建雨水收集与排放系统

- 在新园区建设过程中，集团积极应用下凹式绿地、透水铺装等海绵城市技术，滞蓄、引导雨水入渗，提升水资源循环利用率并减少日常灌溉用水量。

雨水花园美化景观，提升雨水利用

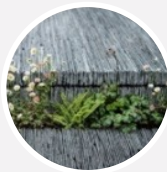
集团在总部 2 号园区周边打造雨水花园，选用耐涝、耐旱植物，设计下凹式绿地、透水铺装及分层基质结构，有效收集并引导地表径流进入雨水花园系统，减少雨水外排压力，有效将“海绵城市”理念融入园区景观设计，在提升景观效果的同时实现雨水的自然积存、渗透与净化利用。



柳叶白菀



狼尾草



页岩



黑山石



宿根亚麻



大父玉簪



大花滨菊

京东集团总部 2 号园区雨水花园

生物多样性与森林保护

京东集团生物多样性保护举措

平台保护机制

京东集团已制定禁止违规销售野生保护动植物及部分捕猎工具的要求，对相关商品开展定期巡检，并建立审核机制，加强对违规商品的拦截。若发现存在违规商品，我们立刻下架并根据平台规则处置违规商家。

我们在商品详情页与商品评价中心设置举报窗口，由专人对用户举报内容进行处理，及时响应并排查其他类似商品。此外，对于部分关键词增加普法宣贯内容，用户在APP端搜索“象牙”“虎骨”“砵磙”等内容时自动跳转普法页面，增强公民守法意识。

科学绿化与生态提升

集团依据《公园设计规范 (GB 51192-2016)》等相关标准，科学开展植物配置与景观营造，通过提供食物、遮蔽空间、繁殖条件和栖息环境，提升项目周边区域的物种丰富度与生态功能。

集团遵循“适地适树”原则，优先选用适应本地土壤和气候条件的植物品种，保障其生态适应性和可持续生长。在实施过程中，我们合理搭配不同种类与形态的植物，构建多层次的园林生态群落，增加园区植物丰富度，为鸟类、昆虫等提供微型栖息空间。同时，集团积极参与城市公共绿地的认建认养，通过资金与资源投入，改善城市自然空间，为动物、植物及微生物群体提供稳定的生存环境。

绿色施工与过程管控

在项目实施阶段践行绿色施工原则，降低施工活动对环境的影响：

- 采用封闭式施工管理，并使用绿色生态防护网，减少扬尘与污染扩散；
- 加强施工现场建筑垃圾和生活垃圾的分类收集与规范处置；
- 要求施工现场车辆符合相关排放标准；
- 合理设置屋顶绿化及施工周边绿化区域，缓解施工对周边生态环境的扰动。

生物多样性风险评估

参考《昆明-蒙特利尔全球生物多样性框架》，并结合全球生物多样性信息机构（GBIF）提供的生物多样性数据，基于地理位置对集团运营场所及周边区域面临的生物多样性风险进行识别与分析，并将相关风险及影响管理系统性纳入集团整体风险管理流程。

京东对依法需开展环境影响评价的项目，严格履行环境影响评价程序，严格履行环境影响评价程序，重点分析动植物栖息地、生态保护红线、生物依赖性等关键生物多样性要素，评估开发活动对水源保护区、土壤环境及濒危动植物等生态指标的潜在影响。依据评估结果，我们优化项目方案并制定针对性的生物多样性保护措施，确保开发活动与生态保护目标相协同。

→ 深圳总部项目候鸟友好型照明管理

深圳总部项目毗邻深圳湾及华侨城国家湿地公园，处于重要候鸟迁徙与越冬通道。集团在项目规划及运营阶段即将“候鸟友好型照明”作为生态保护重点，通过系统优化夜间照明管理，降低对候鸟迁徙、觅食及停歇行为的干扰。

在实施过程中，项目重点控制光源类型、亮度及照射时段，避免使用对鸟类具有干扰性的高强度照明形式，并结合生态节律与实际运营需求，动态调节照明强度与范围。同时，引入智能控制系统及低干扰照明技术，有效减少光溢散与光入侵。



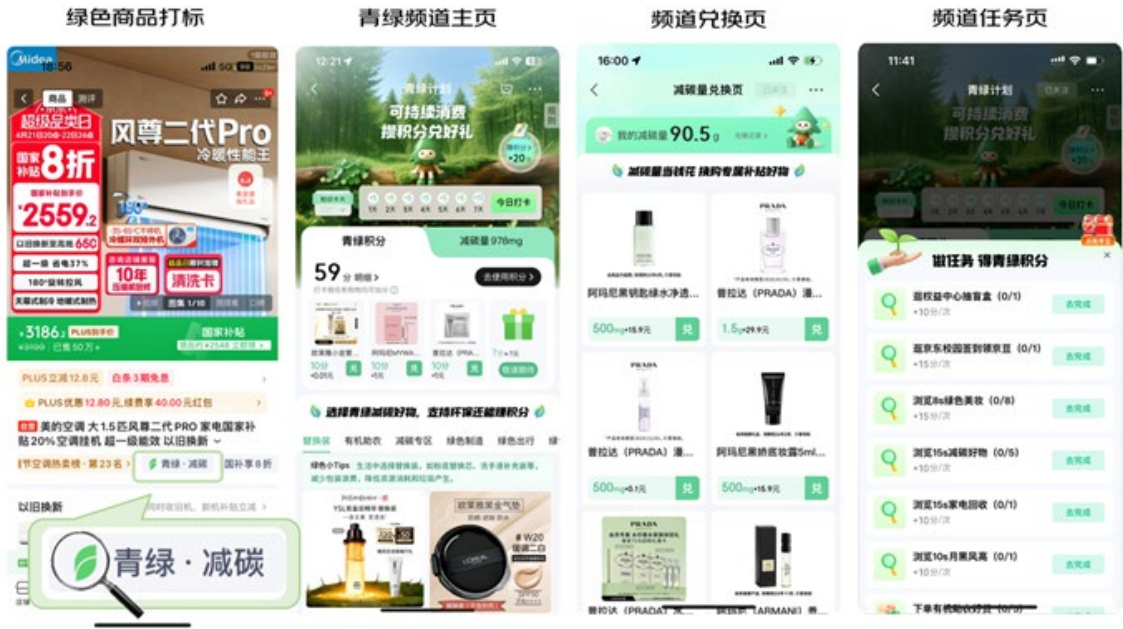
京东北京总部园区的昆虫屋

可持续消费

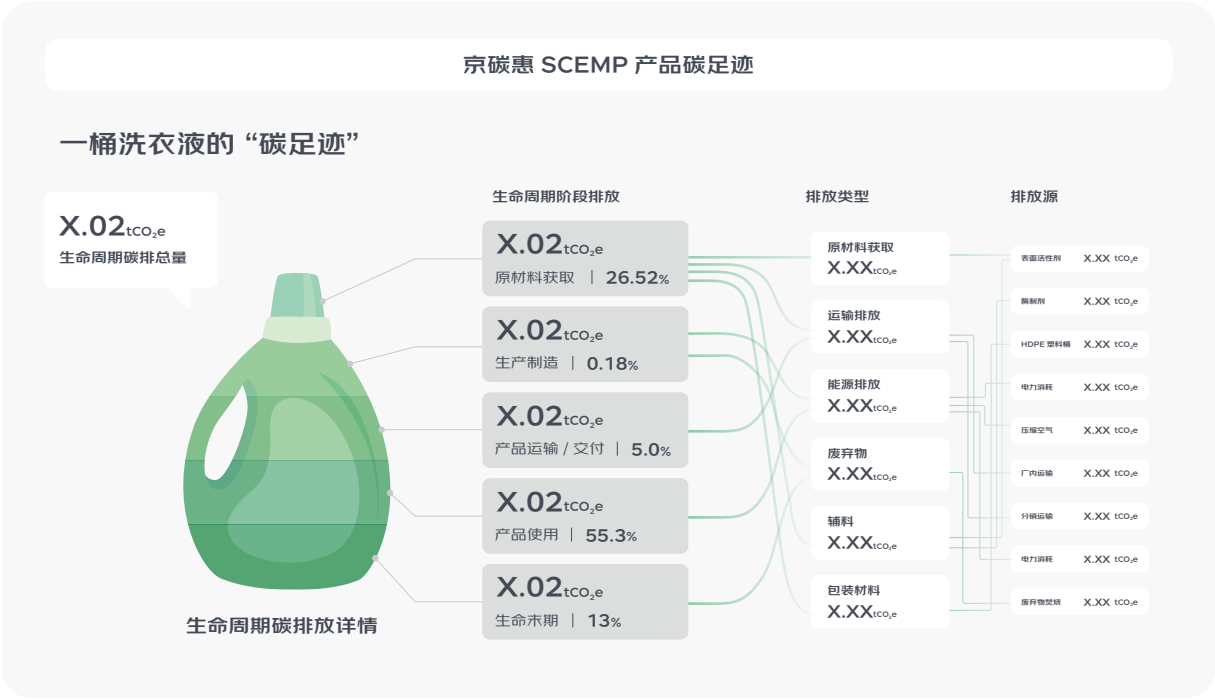
“青绿计划”是京东集团 2022 年推出的可持续消费项目。2025 年“青绿计划”再升级，积极落实商务部等九部门联合发布的《绿色消费推进行动》主旨，对符合条件的绿色低碳商品进行打标，开发多元减排场景，并给予消费积分等绿色激励。在世界地球日、世界环境日等开设多场绿色营销活动，促进商家和消费者更多了解和支持可持续消费。2025 年产生近 3 亿张绿色订单，参与用户近两亿。

“青绿计划”还持续推动电商消费场景下消费者参与的碳普惠机制。2025 年，平台服务品牌超过 1,000 个，并新增“美妆产品无礼盒”“家电回收”等场景的减碳量计算，引导消费者减少废弃物、参与循环回收。碳普惠累计减碳 731 吨，其中家电回收场景减碳 11.33 吨二氧化碳，相当于使用 1.9 万千瓦时绿电。

在产品碳足迹方面，依托京碳惠全新推出 AI 产品碳足迹技术，实现产品碳排放数据的快速建模、智能核算与动态更新，为某品牌洗衣液完成了符合 ISO 14067:2018 及 GB/T 24067-2024 标准的产品全生命周期碳足迹认证，并经第三方机构必维（Bureau Veritas）独立核查。该洗衣液的碳绩效信息已在其产品详情页面公开展示。



“青绿计划”推广实践



京碳惠产品碳足迹示例

03

京东集团秉持“技术为本，让生活更美好”使命，将自身发展深植于更广泛的社会价值创造之中，助力员工从“就业”到“乐业”价值提升，促进就业质量与民生保障水平升级，坚持技术开放与生态协同，通过产业赋能与生态合作，助力行业实现高质量且可持续进步。

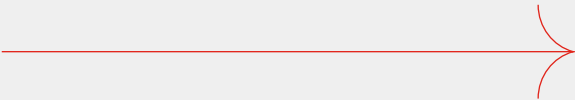
美好生活



年度关键绩效表

员工培训覆盖率达 100% 员工平均培训时长达 37.2小时	截至报告期末 京东集团集体合同员工签署比例为 100% 	京东公益基金会 2025 年对外捐赠共计 7,508.5万元	连续庆祝“一线员工日” 10年
	京东集团供应商²²《反商业贿赂协议》签订率已达 100%	“星光传递”公益项目自启动以来，已捐赠图书近 10万册 约 6 万中小學生受益 	连续开展“我在京东过大年”福利保障 13年 
			连续开展“一线楷模出国游”项目 13年

²² 除严格执行相应审批程序豁免的情况外。



以人为本

促进高质量就业

京东集团坚持以实业赋能就业，通过零售、物流、外卖等业务布局及供应链生态延伸，依托实体业务与数字技术融合，持续创造高质量就业岗位。集团持续探索新业态，创造增量性就业，启动“百县十万人招募计划”，在全国百县招募 10 万名保洁师，业务覆盖家电清洗、日常保洁等，带动农村劳动力就近就业。2025 年 2 月京东开通外卖业务后，3 月起成为首个与全职骑手直接签订劳动合同并为其缴纳“五险一金”且全额承担个人缴纳部分的平台，并针对兼职骑手推出“意外险 + 健康医疗险”组合保障，覆盖工作期间人身安全与疾病风险，极大增强骑手群体社会保障与职业稳定性。

在青年人才培养方面，集团通过持续提供实习实践机会、规模化校园招聘、精细化人才培养体系及多元化成长赋能机制，助力解决青年就业结构性矛盾，培育具备实践能力与创新精神的高素质复合型人才。在 2025 年校园招聘中，我们共提供 3.5 万个岗位，其中面向应届毕业生校招岗位 2 万个，面向在校生实习生岗位 1.5 万个，岗位遍布零售、科技、物流、健康、产发、工业、创新零售、国际等业务，300 多种岗位类型可供校招生选择，并为校招生量身打造“五年成长计划”等系统化培养方案。

→ 产教融合促进高质量就业

2025 年，京东集团与北京劳动保障职业学院等院校合作成立家政服务人才定向班（覆盖超 200 名学生），与北京科技职业大学等职业院校成立机器人人才定向培养班（覆盖超 100 名学生），通过定制化课程体系，精准对接产业需求，为青年提供“入班即入企、毕业即就业”的高质量就业通道。

京东集团坚持“先人后企”发展理念，探索具有行业前瞻性与人文温度的管理实践，积极落实国家关于深化产业工人队伍建设改革的部署要求，持续升级员工权益保障标准，健全民主参与及赋能机制，提供清晰职业发展路径，并持续拓宽其知识与能力边界，多维度提升员工幸福指数与归属感，实现员工从“谋生计”到“谋幸福”升级。

→ 赋能残疾人就业创业，荣获“全国残疾人工作先进集体”称号

2025 年 5 月，京东集团凭借在扶残助残领域的长期深耕与突出贡献，在第七次全国自强模范暨助残先进表彰大会上荣获“全国残疾人工作先进集体”称号。

自 2005 年首次聘用残疾员工以来，京东在各级残联指导和帮助下，依托自身业务优势，构建“就业安置 + 创业赋能 + 科技助力”全链条支持体系。截至报告期末，京东累计安置残疾人就业超 4,000 人，同时通过免费培训、运营指导、推广补贴等举措，间接带动数十万残疾人实现就业创业与稳定增收。

2013 年，京东成立由残疾人士组成的“阳光天使”客服团队，并计划通过“阳光天使”项目将招聘范围拓展至快递员、外卖骑手、保洁师等，为更多残疾人士提供多元化稳定就业机会。

2024 年 6 月，京东与中国残联就业服务指导中心签署助残就业合作协议，依托“春晓计划”推出电商助残专项，通过绿色入驻通道、选品铺货指导、运营推广补贴、AI 工具赋能等，已累计为超 10 万名残疾人提供相关技能培训，助力残疾人电商创业。



京东荣获“全国残疾人工作先进集体”称号

员工薪酬与激励

京东集团建立由固定薪资与短中长期激励构成的薪酬结构，全员实行以业绩贡献为核心的可变薪酬机制，综合考量岗位性质、个人能力、绩效表现及合规表现等多维度因素，以保障内部公平性与外部竞争性。我们结合不同岗位业务属性与发展需求，将差异化可持续发展相关指标纳入激励体系，为符合条件的员工提供股权激励，推动业务发展与社会责任深度融合，与员工共享发展成果。

在“Big Boss”战略引领下，京东以“结果第一”为导向，在业务单元推行“Boss奖金激励计划”，通过业绩导向的奖金机制充分释放经营管理活力。在充分授权各业务单元Boss经营管理自主权基础上，京东明确规范业绩激励奖金分配原则与合规底线，强化“以员工业绩价值创造贡献为核心”的分配导向，确保激励分配结果公平合理且有据可依。此外，我们严格遵守国家法律法规及地区最低工资标准，高度关注整体薪酬水平合理性，评估不同地区员工生活成本与工资标准，确保员工薪资水平高于当地最低工资标准，切实保障员工薪资能够满足其食物、衣物等基本生活需求，筑牢员工基本生活保障底线。

历年来，集团坚持提高员工薪酬待遇，稳步提升员工薪资水平与绩效激励，提升劳动报酬权益保障、获得感与幸福感。

2021 年 7 月 1 日至 2023 年 7 月 1 日

京东历经两年时间将员工平均年薪由 14 薪逐步涨至 16 薪。

2024 年 1 月 1 日起

京东采购等一线业务人员的年度固定薪酬大幅上涨近 100%，2024 年初京东零售全员平均加薪不低于 20%。

2024 年 2 月 1 日起

超 2 万名京东一线客服员工实现全年平均薪酬上涨超过 30%。

2024 年 7 月 1 日起

通过一年半时间，京东采购年度固定薪酬由 16 薪提升至 20 薪。

2024 年 10 月 1 日起

京东零售集团及职能体系将用两年时间实现 20 薪，其他部门随后也将陆续启动加薪计划。

我们秉持“结果第一”的绩效管理导向，制定了科学高效且系统灵活的多维绩效评估机制，协助员工围绕为客户创造价值设定有挑战性的目标，根据岗位性质设置季度、半年度、年度的考核周期，综合评估员工个人及其团队绩效，全面且客观地衡量员工的工作贡献和业绩表现。为提升绩效管理的高效性与科学性，各管理者与员工保持紧密沟通与协作，为其提供更具针对性的指导与支持，助力员工个人成长与目标达成。

绩效评估机制



员工培训与发展

京东集团构建多元化和开放式学习网络与多维度融合的人才培养体系，驱动员工成长与组织可持续发展。2025 年，京东被列入《全国总工会 2025 年企业深化产业工人队伍建设改革助推计划》，成为全国总工会确定的 10 家 2025 年产改助推企业之一。

人才发展体系

集团推进专业人才发展体系，开展成长地图建设与落地应用，明确各岗位各职级角色定位、核心职责、关键成果及能力要求，形成完整序列成长地图，为产研人才专业能力纵深提升及跨岗位、跨序列横向发展提供清晰依据。基于产研序列成长地图，京东建立配套人才评价与发展机制，为员工晋升发展、内部流动、培训培养及发展项目设计提供核心输入，推动人才内部培养与组织能力持续进化。

集团持续优化员工晋升机制，将人才序列成长地图应用于晋升评估环节，为晋升评价提供科学有效依据，同时为员工职业发展指明方向和强化正向牵引。在晋升程序方面，我们依托两级管理者与 HR 联合提名及合议机制，通过扩大提名范围与标准对齐，保障晋升决策公平性。此外，我们强化高职级晋升评审会主持与评委赋能工作，要求相关人员必须参与专项学习并通过考核，保障晋升评审工作专业性与严谨性。

此外，京东持续优化内部人才流动体系，打破部门与职能壁垒，推动内部经验共享与能力复合化发展。在制度层面，我们进一步放宽人才流动准入条件，扩大机制覆盖范围，为更多员工提供跨部门、跨领域职业发展通道。在系统化建设上，我们推进“活水”线上平台迭代升级，通过流程优化、操作简化及减少非必要审核环节，提升员工流动效率与体验。

多维人才培养

集团构建多维度融合人才培养体系，通过技术社区、主题论坛、夜校等形式，打造线上线下相融合学习模式，为全职及兼职员工提供系统性培训支持，促进知识分享与跨部门协作，助力员工实现个人价值与组织战略协同成长。为强化全球业务背景下人才协同，京东针对外派员工开展跨文化沟通与教育，帮助外派团队快速融入当地环境，保障国际化运营顺畅与合规。

在竞争激烈的人才市场中，集团将职场初期的职位招聘和发展作为优先事项。针对校招生，我们将培养起点前置至入职前，通过推出《走近京东》系列文化课，向拟入职学生系统阐述业务概况、社会责任与成长路径。校招生入职后，新员工培训项目帮助新员工快速融入企业文化并提升职业能力。此培训项目采用为期一周的线下集中学习模式，课程体系全面覆盖企业文化、商业价值观、合规意识等核心领域。我们以线上线下相结合的方式，通过案例研讨、业务参访等环节，帮助新员工深入理解京东的价值观与文化内核，为践行“正道成功”的理念奠定坚实基础。针对校招新员工，京东统一增设职场转身课程，帮助学生快速融入。针对核心岗位校招生，采取 1+1 模式，在一周集训的基础上，增加一周专业力培训，助力新员工快速掌握岗位基础技能，加速专业能力提升。

人才选拔与任用评估机制



京东集团人才培养体系

专业力

成立技术、产品及职能等专业通道委员会，搭建覆盖六大专业序列课程体系，并创新采用“1+X+N”模式（1 门角色认知课程、X 门关键能力必修课、N 个主题分享活动）。

通用力

通过 JDTalk（认知·创新·变革）及《一张画布重塑职业思维》《结构性思考》等 CareerUp 系列课程，系统提升员工在认知突破、沟通表达与工作效率等方面的通用素养。

数字化能力

为适配数字化转型与可持续发展战略需求，全面升级 AI 及数字技术赋能体系，培训深度融入物流、客服等核心业务场景，相关课程由各业务线专家委员会针对性设计，涵盖行业前沿动态分享与实用应用工具两大类，学习形式融合线下专家讲座与线上视频课程。2025 年，京东针对 AI、数字化相关主题，累计上线 166 门在线课程，举办线下培训 212 场，累计学习人次达 58.4 万人。

领导力

围绕管理者“传承企业文化、促进团队成长、创造卓越业绩”三大核心使命，通过鹏远班、雄鹰班及 Pilot 等专项领导力培训项目，整合线上学习、线下集训、案例研讨、热点研判等多元培训形式，分享管理实战经验，提升管理者战略思维、团队协同及领导力。

→ 多维度领导力赋能项目

后浪项目 +Pilot 项目——年轻高潜人才项目

后浪项目作为集团战略级年轻人才培养项目之一，以“新生力量，未来领袖”为导向，面向毕业3年的京东集团新星计划（JD STAR）和毕业5年的校招生开展选拔培养，目的是给优秀JDS和社招生提供更多发展机会和平台，激励更多年轻人为集团长期发展贡献力量，实现多样化的领军人才供给。

Pilot项目自2019年正式启动，经过评鉴后筛选高潜人才，围绕“塑文化、提能力、拓视野、强链接”开展年度系统培养。2025年，Pilot项目覆盖100余位未来领军人才，并通过二次转训累计影响2,831人次，有效推动年轻人才在“创造业绩、发展团队、传承文化”中发挥核心价值。

2025年，后浪项目+Pilot项目实现“结营1期+培养1期+选拔1期”，全年培养470名人才，培养规模较2024年提升至1.7倍。



后浪项目

“雄鹰班”——经理级赋能项目

“雄鹰班”项目针对经理层级管理者实施精细化分层培养，通过“基础班”与“进阶班”双路径设计，覆盖角色认知、传承文化、发展团队与创造业绩等核心主题，采用“线上自学 + 线下深度研讨”的混合模式，有效融合理论学习与实战演练。2025 年，“雄鹰班”项目覆盖 2,654 名经理，覆盖率达 83%，推动学员平均知识掌握度提升 50%，并驱动 85% 学员在管理行为上发生积极改变，同时通过“向下转训”间接赋能超 2.1 万名员工，显著强化中坚管理力量与文化渗透力。



“雄鹰班”项目

“鹏远班”——总监级发展项目

“鹏远班”项目专注于培养总监层级人才战略视野与组织领导能力，围绕战略、组织、人才、文化与创造业绩等维度，通过案例研讨与场景模拟等形式，促进深层认知转变。2025 年，“鹏远班”项目覆盖 823 名总监，知识掌握度提升 23%，并实现 100% 部门转训，将战略与文化理念传递至超 6,000 名员工，有效提升组织协同效率与战略一致性。



“鹏远班”项目

→ “京东夜校” 赋能青年人才加速成长

“京东夜校” 是京东集团内部打造的实战型经验分享与学习平台，系统化沉淀组织智慧，并构建可持续学习型文化，促进知识在组织内部高质量流转与共享。

2025 年，京东夜校聚焦于校招生、实习生及校招生导师等核心人才群体，围绕业务大促实战、标杆案例分享及组织时令节点等关键维度，常态化开展专题学习活动，全年累计举办 26 期夜校活动，覆盖超 3.2 万人次，通过导师经验输出与学员实战演练的双向互动模式，有效缩短校招生与实习生的成长周期。

→ “现代骑手学院” 赋能一线劳动者职业发展

2025 年，京东集团与广东省联合成立全国首家“现代骑手学院”，通过政企校深度合作，系统性提升骑手职业能力与长期发展权益。“骑手学院” 将依托于广东院校的场地、设施、师资等资源，打造“技能 + 学历” 双提升通道，通过基础操作、安全规范、英语沟通、心理健康等课程及短期脱产培训，强化骑手职业能力，并对接国家高职扩招和专升本等政策，提供报考辅导与资源支持，助力骑手学历进阶。

同时，“骑手学院” 设立无人机培训基地，推动符合条件的骑手向仓储管理、智能配送等技术岗位转岗，并联合共建骑手权益与发展研究中心，开展用工合规、职业发展、AI 配送技术应用等课题研究，推动权益保障的合规化与标准化。

此外，京东集团面向全体在职员工（涵盖所有全职员工、兼职员工、承包商员工）及其家属，持续性推行“我在京东上大学”“我在京东读硕士”“我在京东读博士” 继续教育项目，并配套提供丰富学习资源与毕业激励措施，促进员工拓宽知识领域，提升专业素养与综合能力。

京东集团学位认证项目

我在京东

上大学

- 与国家开放大学合作高中同等学力起点报考专科学历项目以及专升本项目；
- 与北京外国语大学合作专升本项目；
- 2025 年，京东已支持超过 100 名员工正式入学，为员工发放毕业激励约 10 万元。

我在京东

读硕士

- 与中国人民大学合作在职硕士项目；
- 2025 年，京东新增与北京外国语大学和对外经济贸易大学合作在职硕士项目，并联动对外经贸为攻读双证硕士项目员工提供专属奖学金。

我在京东

读博士

- 与中国人民大学“英才计划” 合作，面向在职员工招收意向读博人员。

员工权益与关怀

京东集团持续完善员工权益保障体系，建立平等且开放的员工沟通机制，多维度关怀员工工作与生活，提升员工安全感，增强组织整体凝聚力与可持续发展韧性。

保障员工权益

集团成立由工会、法务顾问、员工关系专家及一线职工代表组成的工会劳动法律监督委员会，针对用工与劳动关系中可能出现的合规问题，制定解决方案并推动整改，通过主动提示与监督纠正机制，从组织与制度层面提升员工权益保障水平。

集团明确禁止雇佣童工及任何形式强迫劳动，坚决反对基于性别、年龄、民族、地域、宗教、身体状况等任何因素的歧视、骚扰或不当行为，并严格要求供应商与其他合作伙伴遵循相关劳动法规及合约条款。在招聘录用环节，我们秉持公开公平原则，严格审核应聘人员信息，确保候选人年龄满 16 周岁且符合阳光诚信联盟等录用标准。如发现违规行为，我们将立即启动调查并采取纠正措施，依法依规严肃处理。

集团依据实际业务运营，科学设定员工每周工作时长上限，合理调控工作负荷，通过多种举措减少不必要加班与额外工作时间。针对超过规定工时员工，我们会及时提示并介入，同时依法足额支付加班报酬，要求供应商与其他合作伙伴遵守法律法规关于工作时长要求。此外，我们定期开展员工性别薪酬差异分析，全面落实同工同酬原则，与全体员工共同营造公平、包容与和谐的工作环境。报告期内，京东集团未发生任何用工歧视、雇佣童工或强迫劳动事件。

集团持续完善民主管理与集体协商机制，通过推进集体协议签订，尊重员工结社自由与集体协商权益。我们每年定期召开职工代表大会，与职工代表共同讨论并审议工作条件、生产安全、员工手册等涉及职工利益的制度与事项。2025 年，我们通过职工代表大会审议通过了《京东集团员工手册》（2025 修订版）等 7 项涉及员工利益的规章制度，并在 2 月召开了第二轮京东集团集体协商会议，形成了《京东集团集体合同（草案）》《京东物流集体合同（草案）》，并在国家人社部指导下完成备案，为维护员工权益发挥作用。截至报告期末，京东集体合同员工签署比例为 100%。

为畅通员工意见反馈渠道，集团构建 400 员工服务热线、bigear@jd.com 及员工反馈专栏等多元化申诉与举报机制，持续优化违规事件的处理原则、响应时效、职责分工与操作流程，保障专人快速响应与客观公正处理员工投诉，并依据违规情节严重程度对相关责任人实施对应处罚。

投诉事件处理原则



京东针对自身运营评估潜在的人权风险，采取相应的风险缓解和补救行动。报告期内，集团面向全体员工开展涵盖同工同酬、集体谈判权、结社自由、禁止使用童工与强迫劳动、反骚扰与反歧视等评估。针对评估中发现的违规行为，我们建立明确分级响应与补救机制，采取公开道歉、职务调整、解除劳动关系、追回已授予股权激励等多项补救措施。对于涉嫌违法犯罪行为，我们将依法移交司法机关处理，并对受影响员工提供必要心理疏导与人文关怀，以减轻其身心负担。此外，集团每年开展职场性骚扰防治专项培训，系统阐释职场性骚扰行为界定、表现形式及应对措施，增强员工自我保护与权益维护意识，共同构建相互尊重与安全和谐工作场所。



人权风险识别与预防机制

▶ 风险识别预评估

通过数据复盘人员入职、转岗、调离等各环节，识别并评估招聘合规性、绩效考核公平性、薪酬公正性及反馈渠道畅通性等方面的潜在人权风险。

▶ 制度化审计监督

通过独立内部审计，定期核查制度与流程的执行情况，识别执行偏差并提出整改要求，确保制度落地。

▶ 常态化流程内控

将监督要求纳入关键管理制度，明确责任主体定期开展自查，重点监测投诉响应时效、员工言论自由、薪酬公平等环节，实现风险前置识别与动态管理。

员工沟通与互动

京东建立涵盖线上诉求表达、线下走访调研、困难问题解决及劳动争议调解四个维度的员工沟通与反馈机制，并通过工会热线、bigear@jd.com、实名制员工论坛、内部社群及投诉信箱等多元化渠道，收集并及时响应员工意见，持续提升与员工间沟通效率与互动质量。此外，京东自主研发并推行“物流之声”（MOV）线上系统，实现员工反馈与诉求全流程数字化追踪与限时督办。针对一线员工集中反映工作流程、薪酬福利等事项，京东设立专项工作小组，持续跟进问题整改并定期复盘优化。

疑难事件解决不超过

7 个工作日



3 个工作日

闭环解决



24 小时

响应



员工反馈与问题处理机制

为持续监测并提升组织健康水平与员工体验，集团通过每日一题与季度问卷等方式，面向全体员工开展员工满意度调研，内容覆盖工作满意度、工作幸福感、工作价值认知、工作目标、工作压力和困扰等多个维度，调研完成后将系统分析结果，在管理会议上同步关键问题并推进专项整改。2025 年，我们面向集团办公室员工、一线员工开展满意度问卷调研，全年覆盖 114 万人次，年度调研结果为 4.55 分。

京东集团不同岗位序列满意度调研维度

针对集团办公室员工

- | | | | |
|-----------|-----------|----------|-------------|
| • 目标管理 | • 制度与流程 | • 组织文化 | • 权责分工 |
| • 直接上级领导力 | • 人才引进与保留 | • 员工成长发展 | • 员工敬业度与活力值 |
| • 团队氛围 | • 激励机制 | | |

针对物流一线员工（不含跨越速运、德邦以及国际物流）

- | | | | |
|--------|--------|--------|--------|
| • 工作标准 | • 个人发展 | • 管理团队 | • 员工敬业 |
| • 设备环境 | • 薪酬激励 | • 文化氛围 | |

针对国际员工

- | | | | |
|--------|---------|--------|-----------|
| • 组织机制 | • 组织文化 | • 留任意愿 | • 直接上级领导力 |
| • 薪酬福利 | • 成长与发展 | • 团队氛围 | |

员工福利与关怀

京东集团实行“以全员普适性为基础，稀缺资源向核心人才倾斜，尽最大努力提升一线员工福利”的非薪酬福利体系，给予员工力所能及的关怀与帮助，提供员工基础社会福利保障之外的福利机制。我们搭建适用于全体员工的福利体系，覆盖员工身心健康、衣食住行、幸福家庭、假期福利、文化关怀、政策福利 6 个场景，在严格落实法定节假日、带薪年假、产假、陪产假及哺乳假等基础福利假期的同时，我们专为有子女员工设立家长会假等特色福利假期，并鼓励员工体完其应享有带薪年假，助力员工平衡工作与家庭责任。此外，我们尊重并响应员工个性化需求，推行不定时工作制、居家办公等灵活且人性化工作模式，持续优化员工工作体验。



此外，京东持续完善针对女性员工及家庭权益保障体系，严格遵守国家及所在地法律法规，为生育女员工提供不少于 158 天带薪产假，男性职工凭生育证明可享有 10-30 天带薪陪护假，育儿员工每年可享有 5-20 天带薪育儿假，切实减轻员工育儿家庭负担²³。针对孕产期女性员工，我们在职场内配置母婴室、专用工牌及专属停车位等人性化设施，并在北京全部线路班车升级安心座椅，持续优化相关便利服务，为其营造温馨便捷的工作环境。

京东集团女性员工福利体系

- 根据年龄、婚姻状态等量身定制女性员工年度体检方案
- 额外提供涵盖 5,000 元额度的商业生育保险
- 配备内设沙发、冰箱、储物柜等设施的母婴室
- 总部设有托幼中心和儿童活动中心
- 准妈妈享有优先排队、优先停车权利
- 各种便捷服务及设施，比如吹风机、卫生巾、班车孕妇专座等

→ 多场景员工关怀活动

一线员工日

2025 年 4 月，在第十个“一线员工日”来临之际，京东在北京举办“第十届 428 一线员工日暨新业态劳动者集中入会活动”，现场为超 15,000 名快递、分拣、仓储、司机、客服等岗位员工颁发“一线荣耀标杆”“群星闪耀奖”等荣誉，为新晋 5 年和 10 年司龄一线员工代表颁发定制金银纪念品与司龄证书，并联动国内外 7 个会场，通过直播连线共同见证荣耀时刻。



一线员工日十周年活动



一线楷模出国游

京东“一线楷模出国游”项目自2013年启动以来已覆盖马尔代夫、迪拜、巴厘岛、新加坡等多国多地。2025年，我们组织100名一线员工赴吉隆坡交流体验，并将外卖骑手纳入其中，让一线员工在辛勤付出的同时共享企业发展成果。

→ 传递京东文化

京东文化

2025 年，京东文化重点打造“燃”和“美好生活的传递者”系列，分别聚焦办公室员工和一线员工，讲述“普通人可做不凡之事”的故事，让他们被更多人“看见”。



京东文化宣传海报



²³ 除极个别运营地，因当地法律规定而与前述的假期天数有差异。

→ 赋能安居乐业，守护家庭幸福

JDY SPACE

2025 年，京东北京总部 JDY SPACE 实习生公寓正式投入使用，分批次开放实习生免费入住，公寓家电家具等设施完备，可实现拎包入住。园区内配备超 5,000 平方米的商业空间，以及咖啡店、便利店、理发店、轰趴馆等各种配套业态，并通过配备智能安防系统、24 小时安保及专属管家服务，全力保障实习生居住安全与体验，有效缓解其从校园到职场的过渡压力与异地通勤负担。

此外，京东综合运用租赁、自建及住房保障基金支持等多种模式，已在全国 145 个城市为一线员工提供“小哥之家”住房 2.8 万套。



JDY SPACE 实习生公寓

员工救助基金

2010 年，我们设立员工救助基金，专项用于为遭遇重大疾病或意外的员工提供及时经济援助，有效缓解其燃眉之急。至今已累计投入超 1.66 亿元，帮助数千名一线员工渡过困难。

“我在京东过大年”

自 2014 年起，我们已连续 13 年开展“我在京东过大年”福利保障。2025 年，京东持续升级“我在京东过大年”福利保障，总投入超 7 亿元，提供一系列超国家法定标准的福利补贴，不仅涵盖法定加班费、春节红包补贴，还设置年夜饭等一系列文化关怀和新春慰问活动，并且延续子女团聚补贴福利，鼓励留守员工在保障安全的情况下，将子女接到工作地一同欢度春节，并提供 3,500 元团聚补贴，覆盖快递员、仓储员、分拣员、司机、客服等一线岗位及其他春节在岗员工。

住房保障基金

截至报告期末，京东集团住房保障基金项目申请员工中一线员工申请占比高达 77%，10 年间已有上万名一线员工在该政策的支持下买房。

子女高考激励计划

2025 年，我们推出针对一线员工子女的高考奖励计划，覆盖全职骑手、快递员、分拣员、客服人员等岗位，对子女考入 985、211 及双一流高校的员工作家庭提供高考贺喜金，以及 3 天带薪送学假和免费“校园寄”行李服务，切实减轻员工家庭负担。同时，京东承诺为员工子女提供实习、校招及同等条件下优先录用的机会，形成从学业支持到职业发展的长效赋能机制。

此外，京东推动员工工作与生活平衡发展，通过开展运动季、健康日、家庭日等多元化文体与家庭关怀活动，全方位促进员工身心健康，深化员工间的沟通协作与团队凝聚力，进一步增强员工的组织归属感与职业幸福感。

2025 京东运动季：以“活力职场”赋能员工可持续发展

2025 年，京东举办覆盖全国十大赛区的运动季活动，吸引来自各业务体系 97 支队伍、超 3,000 人次参与，利用业余时间完成 1,272 场线下赛事，规模创历史新高。

线下赛事在延续篮球、足球、羽毛球等传统项目基础上，北京赛区首次增设乒乓球项目，并开展覆盖全球员工的线上攒蛋等智力竞技项目。此外，本届运动季创新设立“健康赛道”，通过健康知识问答、健康餐分享等形式，持续传递“快乐工作、健康生活”的理念。



运动季活动



京东家庭日：以“家庭联结”强化员工归属感

2025 年，家庭日活动每季度在北京、宿迁、成都三地举办，到场参与员工及家属逾 3,000 人。



家庭日活动

京东美食节：以“健康膳食”赋能员工福祉

2025 年，京东通过“京东美食节”系列活动，联动京东健康专业营养师，在餐厅推出控糖餐、减脂餐等健康餐，全年累计售出约 4.4 万份，覆盖超 2.9 万人次员工参与，并开展营养咨询活动。

员工健康日：关爱员工身心健康

京东连续 2 年举办“春意盎然 健康随行”员工健康日主题活动，向员工普及健康知识、传递健康生活理念，有效提升员工健康意识与自我健康管理能力。



员工健康日活动

职业健康与安全

京东集团始终把安全健康工作条件作为首要原则，严格遵守国内外职业健康与安全（OHS）相关法律法规及行业标准，结合内部实际运营与典型案例，构建覆盖全体员工及供应商等合作伙伴的OHS管理体系，并通过定期纳入职工代表建议，持续优化管理体系，确保其合理性与实效性。同时，我们将OHS标准及合规要求纳入采购合同，推动供应链上下游协同落实安全健康管理责任。

为保障OHS管理工作有效推进，京东设立职业健康与安全（OHS）委员会作为OHS治理最高决策机构，定期向董事会汇报管理进展与实践成果。OHS委员会由集团首席人力资源官（CHO）担任主席，各业务单元首席执行官（CEO）担任委员代表，下设职业健康与安全工作组及各业务单元专项执行小组，构建起权责清晰、协同高效的OHS组织治理架构。OHS委员会统筹规划职业健康与安全战略布局，指导各业务线结合自身运营特点与实际需求，制定可量化且可落地的健康安全目标并明确目标实施优先级和行动计划，通过定期考核和评估，监测与复盘目标完成情况，将考核结果纳入相关管理人员绩效考核体系，以保障各项战略部署与目标有效落地和执行。

截至报告期末，京东零售和京东工业已成功通过 ISO 45001 职业健康与安全管理体系统认证，为OHS 治理规范化和标准化奠定基础。



京东不断深化 OHS 风险管控机制，搭建工伤亡故线上数据看板，实现安全数据实时统计与可视化分析，并通过案例沉淀与数据分析，系统识别各类安全风险典型诱发因素和薄弱环节，联动各责任部门针对性优化安全防护措施，强化员工警示教育。针对新增业务场景及骑手等群体融入，我们构建覆盖骑手岗前、岗中、岗后全链条配送安全管理与保障体系，通过数字化赋能、规范化管控、专业化培训、人性化关怀，系统推进全流程风险防控，并持续优化工伤亡故事件处理指引，强化标准化应对程序，以最大程度降低风险发生概率及影响。

为提升职场安全保障水平与突发事件响应效率，京东成立应急救援专项小组，制定覆盖综合及专项场景的安全事故应急预案，并明确各层级人员在突发事件中职责分工与处置流程。我们定期开展安全风险识别与隐患排查，识别和评估职场设施、设备及作业环节中潜在危险源，依据影响程度划分为不同等级，并依据《突发事件处理指引》等内部制度，实现风险前置预防与处置动作规范统一。若现场人员及事故责任人发现安全事故，需第一时间上报责任单位负责人并启动应急响应程序，快速采取处置措施控制事态发展，最大限度降低事故造成的人员伤害与财产损失。

健康与安全管理体

标准化处理流程

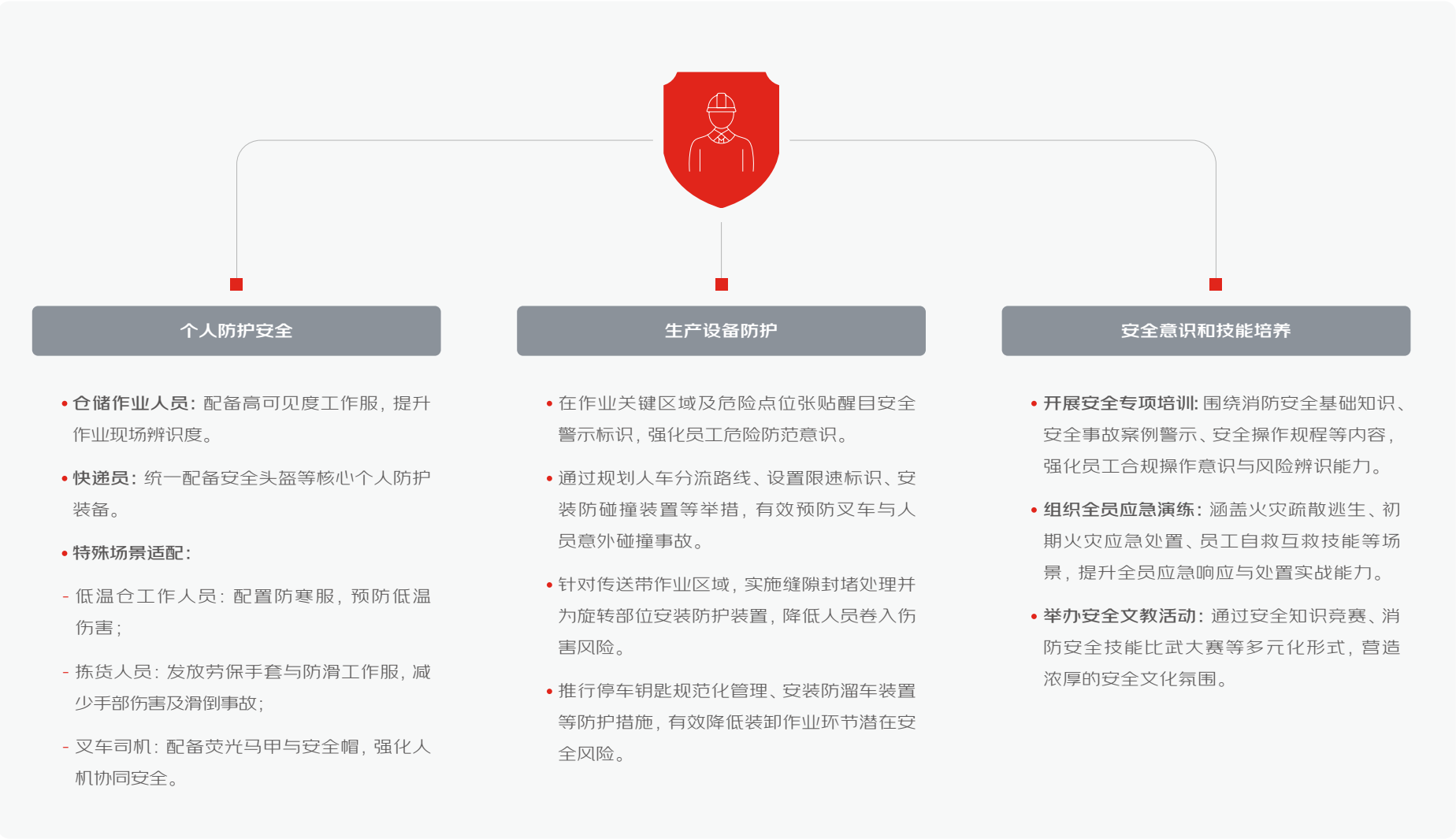
- 推行标准化作业流程与应急预案，预先识别并系统防范各类运营风险，确保在意外事件发生时，能够依据处理程序迅速启动响应。

风险监测与持续改进

- 建立系统性风险监测机制，通过数据分析平台与常态化安全检查，前置性地识别风险场景；
- 针对典型案例深度复盘与分析，以此持续洞察作业流程与日常管理中隐患，并针对性优化管控措施。

此外，京东结合不同岗位作业性质，完善生产设备安全防护体系，为员工配备符合标准的个性化防护装备，并通过“理论 + 实践”相结合的方式，定期开展安全培训与应急演练，强化员工合规操作意识与风险辨识能力，有效降低安全事故发生风险。2025 年，京东开展覆盖全体员工的职业健康与安全培训。

安全防护机制



为保障员工饮食健康与安全，京东餐厅配置 9 个轻食健康餐档口，推出超过 200 种符合低脂、低盐及高纤维标准的健康餐品，满足员工多元化饮食需求。同时，我们日常委托第三方专业机构对后厨操作区等进行季度审核，保障员工用餐安全。

此外，我们持续完善员工心理健康支持体系，在充分尊重并保护员工隐私的前提下，深化与专业第三方机构合作的 EAP（Employee Assistance Program）员工援助项目，所有员工均可通过“京东 ME”平台便捷预约，获取专业心理咨询与支持。

2025 年心理健康运营机制优化维度

- 优化线上线下载资源配置，实现线上咨询常态化服务，有效支持员工个人成长与压力缓解。
- 升级危机干预机制，建立 24 小时响应服务，并将资源覆盖拓展至全国重点城市，确保突发情况下能快速对接专业支持。
- 持续更新平台内容，定期普及心理健康知识，并迭代推出员工线上测评工具。
- 积极洞察员工需求，举办心理嘉年华等互动活动，参与人数与满意度持续提升。

可持续供应链

负责任采购

京东集团持续推进负责任供应链的建设，优化供应商管理流程。我们将 ESG 理念深度融入供应商管理体系，在供应商合同中明确纳入 ESG 条款，要求供应商严格遵守《京东集团供应商行为准则》等内部政策并参照准则做出具体承诺。京东集团对供应商承诺履行情况进行定期绩效考核与管理，并设置专项得分。

2025 年，我们进一步完善供应链管理体系，将海外工程安全与合规、可持续商品采购、数据安全与低碳物流、供应链人权尽责调查等全球业务拓展中面临的关键 ESG 议题全面纳入政策框架。同时，为进一步提升采购治理与运营透明度，我们修订了采购事项管理流程，系统界定了采购行为准则、部门职责、常规流程及特殊场景处置原则，推动供应链管理迈向精细化、场景化与国际化。此外，我们面向全体采购及相关员工组织开展常态化的制度培训与流程宣贯，确保各项规范要求在具体业务操作中切实执行。

集团致力于强化供应链 ESG 风险管控，对供应商开展环境保护、劳工管理和原材料溯源等方面的评估与识别，将供应商 ESG 管理水平作为采购决策的重要考量因素并融入供应商筛选考核体系，持续提升供应商的 ESG 管理水平。

集团面向供应商、自营商家和合作伙伴开展商业道德与合规培训，推进供应链廉洁文化建设。2025 年，集团供应商²⁴《反商业贿赂协议》签署率已达 100%。

京东集团着力营造公开透明、运转高效的供应链生态环境。我们致力于将可持续发展的理念深入传达至供应链上下游企业，与供应商携手共建透明、共赢且负责任的供应链体系，共同推动行业的可持续发展。

环境保护

集团积极响应国家绿色发展战略，制定《京东集团采购供应商管理办法》，将环境保护等要求明确纳入供应商管理体系，确保环保理念贯穿供应链管理全过程。我们引导供应商优化生产方式，推动绿色升级，鼓励供应商不断提升环境管理效能，共同减少供应链的生态影响。

报告期内，北京京东工业品贸易有限公司已获得 GB/T 33635 绿色供应链管理体系认证。

劳工准则

集团明确要求供应商遵守《中华人民共和国劳动法》等法律法规，严格审查供应商的合规情况，坚决杜绝雇佣童工、强迫劳动等违法行为。对于存在严重违规情节的供应商，我们采取零容忍处理，将其列入黑名单并永久终止商业合作关系。

健康与安全

集团对所有合作供应商开展全面评估，优先选择职业健康安全管理体系到位、表现优秀的供应商，并对相关认证进行全面审核，确保其符合国家法规及行业标准，切实履行主体责任。

针对重点品类供应商，我们进一步要求其建立覆盖全员的安全责任体系与完备的安全生产制度，严格落实安全防护措施。通过持续改善安全生产条件、健全风险防控机制，我们与供应商共同筑牢安全生产防线，推动责任全面落实。



²⁴ 除严格执行相应审批程序豁免的情况外。

供应链 ESG 评估与发展

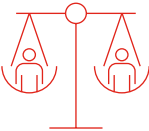
京东集团严格实施内部供应商 ESG 审核，持续关注并推动供应商在环境、社会责任和治理方面的表现。我们针对在审核中存在问题的供应商提出整改建议与纠正方案，动态跟进其整改进展，推动供应链合作伙伴不断优化改进，进一步增强供应链韧性。

同时，为进一步提升供应商 ESG 管理透明度，我们定期向合作伙伴发放调研问卷，围绕 ESG 披露与获奖情况、环境管理、员工管理、职业健康和安全、商业道德五个维度进行评估。该评估结果将直接纳入供应商绩效评价体系，并影响其最终得分。2025 年，我们已完成“关键供应商圈定 - 调研问卷发放 - 问卷回收”，对全部 877 家关键供应商发放问卷。我们同时加强对内部采购人员的尽责管理，通过制度规范与行为检查，推动采购端与供应端协同落实京东集团采购实践的 ESG 标准。

集团持续关注供应商的 ESG 绩效表现，对评分优异的合作伙伴进行深入调研，系统梳理其在 ESG 领域的先进经验，形成可推广的优秀实践案例。通过组织专题分享会等形式，我们将成熟经验向表现一般的供应商传导，促进供应链整体 ESG 能力协同提升。对于 ESG 评分偏低或风险较为突出的供应商，我们建立专项跟进机制，定期评估其改进措施的实施效果，并提供针对性指导与支持。我们建立了完善的供应商纠正行动计划（CAP）机制，2025 年共有 93 家供应商正在执行纠正改进流程。同时，2025 年已有 15 家供应商在有效落实改进措施后解除合作限制，恢复为正常合作伙伴。

京东集团供应商内部 ESG 审核内容

劳工权益



- 合法合规雇佣
- 禁止雇佣童工
- 禁止歧视、骚扰和虐待
- 符合法定工资要求
- 支付加班费用
- 员工培训

健康安全

- 职业健康安全政策
- 职业健康安全培训
- 工作环境安全
- 应急预案
- 员工体检 / 职业病防治



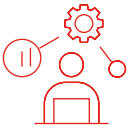
环境保护

- 环境管理制度
- 环境管理体系认证
- 填报 CDP 气候变化问卷
- 减排举措
- 废弃物管理



公司治理

- 商业道德相关制度
- 商业道德相关培训
- 举报机制



ESG 管理

- 加入联合国全球契约等外部倡议
- 建立 ESG/ 可持续发展管理体系
- 建立可持续发展委员会



京东集团供应商绩效评估细则



供应商绩效评估采用 5 分制，
对符合以下条件或有类似良好表现的供应商可加 0.2 分：



- 供应商正式且公开地签署可持续发展倡议或计划（如联合国全球契约组织）



- 供应商发布企业社会责任报告或 ESG 报告



- 供应商至少有一个场所进行过关于企业社会责任的现场审计



- 供应商过去三年获得过与企业社会责任或 ESG 相关的外部奖项和荣誉



- 供应商建立可持续发展管理体系



- 供应商建立董事会级别或高管级别的可持续发展委员会



- 供应商有可持续采购政策



集团持续强化供应链 ESG 能力建设，通过举办供应商交流大会及开展内部专项培训，系统性构建可持续发展的供应链伙伴关系。我们以政策传导与案例共享促进理念共识，以专业培训提升执行能力。

→ 京东集团举办供应商交流大会

京东集团于 2025 年 3 月举办以“合作共赢共建未来”为主题的供应商交流大会，秉持合作共赢、价值共创的理念，聚焦廉洁合规与绿色供应链建设开展专题研讨，1,120 家供应商代表参与政策解读与实践案例交流。大会通过制度建设与案例分享的双向沟通，助力京东集团与广大供应商伙伴共同构建共生共赢的供应链生态系统。

→ 可持续供应链管理培训

2025 年 12 月，京东集团面向采购及供应链相关部门组织开展了供应商 ESG 计划专项培训，以线上形式覆盖 322 名相关岗位人员和内部利益相关方。培训围绕欧盟及香港联交所最新可持续发展法规解读、ESG 要求在不同采购场景中的系统嵌入方法以及国际先进实践借鉴等重点内容展开。

→ 筑牢供应链廉洁防线

2025 年，京东集团通过线上 + 线下立体化宣导机制，将廉洁合规管理延伸至供应链生态。我们线下组织供应商开展反腐败和反贿赂专题宣讲，覆盖超 2,000 人次；线上依托京麦平台开设“廉洁京东园地”课程并嵌入业务直播，累计观看量突破 5 万人次。我们同步推出《廉洁合作指南》及 AI 数字人系列视频，以场景化方式呈现合规要求，并通过多渠道推送廉洁政策与举报途径，覆盖合作伙伴超 23 万人次，实现廉洁教育在合作全流程的触达。

供应商管理

京东集团持续完善供应商管理体系，不断完善《京东集团供应商行为准则》等内部制度，健全覆盖准入、考核及退出环节的全流程管理机制，落实供应商的分类分级管理举措。

京东集团供应商全生命周期管理体系



集团在供应商管理中充分考虑业务相关性，系统评估供应商所在国家 / 地区、行业及商品特性等多重因素，确保供应链韧性。

业务相关性

评估供应商在各核心业务中的采购占比与可替代性，判断供应中断对京东业务的影响。

国家 / 地区特定风险

评估与供应商所在国家 / 地区的政治稳定性、法律法规环境、社会经济活动等相关的负面 ESG 风险。

行业特定风险

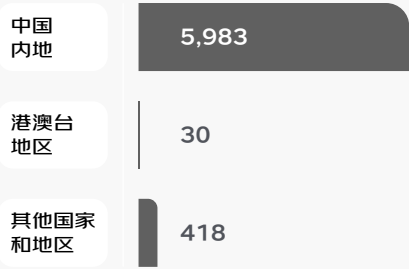
评估供应商所在行业的特定负面 ESG 风险（例如能源使用、污染排放和劳动力管理等）。

商品特定风险

评估供应商产品在质量、安全性、环保性等方面的负面 ESG 风险。

为持续增强供应链稳定性，我们将重大活动与促销期间的物资保障机制纳入常态化管理体系。我们围绕大促前、中、后各阶段开展全品类运营部署，系统提升采购工作的规范性、计划性与全局统筹能力。针对重点采购项目，我们制定备选供应商预案，应对潜在的供应波动风险。通过全流程执行监控，我们保障了重点采购任务的顺利推进与关键物资的稳定交付。截至报告期末，我们有供应商²⁵ 6,431 家。

按地区划分的供应商数量（家）



按类型划分的供应商数量（家）



通过 ISO 认证的供应商数量（家）



²⁵ 供应商数量统计口径：在磐石采购平台“京东集团”组织下注册，且在 2025 年有中标的供应商。

服务消费者

产品质量保障

京东集团建立了覆盖全链条的产品质量管理体系，以严格的标准全面保障产品质量与食品安全。

质量管理体系

准入管理



京东集团始终秉持“客户为先”的核心理念，持续关注用户权益与消费体验。我们通过严格的质量管控机制、诚信透明的品牌沟通，以及持续优化的服务响应能力，致力于为每一位消费者构建可信赖、有温度的高质量服务。

2025 年，我们在质量管理、食品安全、商品售后服务与信息技术服务等多个领域完成了标准化体系认证。

ISO 9001 质量管理体系认证	FSSC 22000 食品安全体系认证	GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系认证	ISO 20000 信息技术服务管理体系认证
----------------------	------------------------	---------------------------------	---------------------------

质量管控

京东集团将商品品质与安全视为企业可持续发展的生命线与社会责任的核心构成，致力于构建一套集健全质量管理体系、智能化数据监控与创新型管理工具于一体的综合性质量保障体系，确保从源头到售后全链条的商品品质可控、可靠、可追溯。



→ “安心品质” 心智构建项目

伴随消费升级，消费者对商品品质关注度持续提升，但市场上商品品质参差不齐、优质属性难辨，既让消费者陷入选择困境，也让坚守高品质的商家难以凸显差异化优势，优质商品价值无法充分释放。为破解这一行业痛点，兼顾消费者对安心品质的核心诉求和商家对品质价值变现的需求，京东开展“安心品质”项目。依托品类行业特性，制定差异化质检标准，引导商家对具备权威检测证明或认证证书的商品申请“安心品质”专属标识，通过平台将质检报告、证书等向用户端精准透传，助力消费者快速识别，帮助商家强化品质标签、提升品牌公信力与商品竞争力，实现消费者安心消费、商家增收增效双赢，推动平台生态向高品质发展。

截至 2025 年底，“安心品质”已出具“防滑耐磨、无甲醛、草饲牛奶、高钙、抗菌、原研工艺”等多项品质信息，涵盖服饰、鞋靴、食品、家具、电器、医药等超 2,000 类目、逾 400 万商品。未来我们将提供更多优质品质标签库，为品质消费缔造良好环境。

京东集团积极开展质量管理培训，持续强化员工与合作伙伴的质量意识与专业能力。

→ 推动产品数字标识，构建质量追溯新体系

2025 年，京东积极配合国家市场监管总局“网售重点产品质量安全标识核验”试点工作，助力提升产品质量安全。重点产品实现“一物一码”，消费者通过扫码可查看产品生产企业名称、执行标准、检验报告等关键质量信息。该体系将碎片化的质量信息整合为跨企业、跨平台、跨监管的信任基础设施，推动电商对问题商品从“事后处罚”转向“事前预防 + 事中控制”的治理范式。对行业而言，为构建“来源可查、去向可追、责任可究”的现代供应链提供技术底座。

作为首批试点企业，京东携手中国物品编码中心核验商品的重要资质信息，核验通过后京东在 APP 的该产品页面展示其“产品数字标识”。

质量管控与召回

京东集团持续完善产品不合格应对与召回管理机制，推动集团严格落实并完善《产品召回控制程序》等制度要求，通过加强质量检测与健全召回流程，系统提升产品质量管控水平，切实保障消费者权益与品质体验。

集团建立产品召回应急预案机制，用于高效响应潜在召回事件。一旦启动召回程序，我们将迅速开展事件调查与根因分析，并制定和落实纠正及预防措施，以防范同类问题再次发生。2025 年，京东自有品牌未发生因健康安全问题的产品召回事件。

对于缺陷产品，我们建立了产品质量投诉机制，通过官方 APP 为客户提供便捷的投诉渠道。客户可通过电话和在线两种方式进行投诉反馈，相关入口在 APP 内清晰可见，确保用户问题能够及时有效地得到响应和处理。

2025 年京东集团产品质量检定举措

◆ 京东自有品牌

建立了基于质量风险评估的供应商分级管理体系，通过对供应商开展准入审核及定期复审，并结合生产过程跟产检查、产品验收抽检及不定期飞行检查等多维度质量控制手段，对发现的质量问题要求供应商限期整改，对存在严重风险的供应商实施淘汰机制。

◆ 京东七鲜超市

全面启用质量管理体系，实现品质排查任务智能推送，使基础数据如检查数量、不良率、不良照片等实现留存、分析、复用。在全国门店推行“果蔬到货品质每日排查机制”，门店品控人员每日根据系统提示，重点排查涉及客户投诉的果蔬商品，一旦发现品质异常，立即下架处理。排查问题同步仓验收端与供应端，推动前端加严验收与货源改善，形成从发现问题到源头调整的闭环管理。

2025 年七鲜超市累计完成超过 600 个 SKU 和超过 60 万件果蔬商品的系统排查，年度果蔬类商品整体品质投诉率同比下降 10.96%。

外卖食品安全

2025年，我们在拓展外卖配送服务业务版图的同时，将食品安全置于首要位置。我们严格遵循《中华人民共和国食品安全法》等法律法规及行业标准，制定并实施了《京东秒送平台食品安全问题处理规范》《食品安全自查制度》《食品商户经营行为抽查监测规范》《食品安全违法行为制止及报告规范》《食品安全投诉举报规范》等专项制度。通过建立覆盖商户准入审核、经营行为动态抽查、风险行为快速制止与报告、用户投诉响应及食品安全事件应急处理的全链条管理机制，系统性构筑外卖业务的食品安全防护体系，切实保障消费者权益与平台服务品质。

集团围绕外卖食品安全构建“严格准入 + 供应链保障”双重体系。京东外卖在商家入驻阶段实施证照核验及 LBS²⁶ 即时视频核验，确保门店资质真实、地址一致，并通过“堂食餐厅”标签提升透明度。依托供应链能力，京东推出七鲜小厨，与中粮、金龙鱼、正大等头部供应商合作，食材经净菜工厂标准化处理后全程冷链直送，结合炒菜机器人和全流程食安管理，实现食材可追溯、制作可监督、品质可验证，推动外卖行业食品安全标准提升。

在商户准入环节，我们首创行业最严准入标准，实施严格的“三审三核”机制，即全面审核商户的营业执照、食品经营许可证及门店实景照片等资质证明，并采用视频验真、线下实地巡检和全民监督等多种方式进行交叉验证。通过层层把关，2025年门店入驻审核通过率控制在 40%，从源头上确保了平台商户的合规性与经营质量，为消费者构建了坚实可靠的食品安全第一道防线。

在配送环节，京东外卖积极响应行业监管要求，于 2025年推出“食品安全计划”，率先在行业内建立餐箱“三重消杀”机制，通过超声波雾化喷淋、75%医用酒精细致擦拭、UVC紫外线照射杀菌三道专业程序，实现空箱内灭菌率达到99.99%，并经由CMA资质机构检测认证。同时，针对试点站点的全职骑手餐箱，我们将消毒全过程通过视频形式向消费者开放，用户可在符合条件的订单页面查看消毒视频及检测报告，实现了配送环节的全程可溯、透明可视，为行业树立食品安全配送新标准。

此外，京东外卖推行减负政策与专项扶持计划，为品质商家提供保障。平台已制定并发布《京东外卖商家规则目录》，确保合规经营。同时，我们推行“0佣金”政策，并启动“双百计划”，投入超百亿元通过流量扶持、爆品运营、优质配送和专属售后等5A级服务体系，助力品质商家提升线上经营能力。

²⁶ LBS是指以位置为基础的服务。

责任营销

京东集团遵守《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》，实施负责任的营销策略，致力于为客户带来更加真实化和透明化的服务。

营销与广告管理

集团建立并持续完善营销与广告管理体系，通过制度规范与流程管控保障商品信息的准确性与合规性。我们严格执行品牌管理与商品标识使用标准，确保广告内容真实、准确、合规，维护市场秩序并保护消费者权益。

京东集团对外营销原则

- 提供真实、准确的产品 / 服务信息，避免欺骗和误导消费者；
- 拒绝夸大产品 / 服务对社会和环境的作用和影响；
- 关注对细分人群的保护，尤其是本身获取商业信息有困难的群体,例如: 儿童、老人、残疾人等；
- 拒绝诋毁、抹黑竞争对手的行为。

在广告内容管理方面，我们采用智能化管理系统，通过预设禁投类目与敏感词库实现违规广告的自动屏蔽。我们建立人机协同审核机制，结合技术筛查与人工复核双重保障广告合规，并组建专业团队开展动态巡查，及时识别并处置违规内容。

为加强广告主能力建设，我们依托京点书院、京麦等线上平台，通过直播、图文及视频等多种形式开展广告合规与责任营销培训。同时，我们建立定期调研机制，持续收集广告主对审核服务的反馈，并优化管理流程与服务效能。

未成年人保护

集团严格遵守相关法律法规，持续加强涉及未成年人身心健康内容的治理力度。我们建立未成年人保护机制，采取多项措施有效识别、拦截并处置有害内容，切实保障青少年在平台接触的信息环境健康。

京东零售未成年人保护措施

商品管理



- 严格约束未成年人服饰类商品发布的展示形式，详细规定穿着、姿势及拍摄角度要求；
- 严禁发布涉及未成年人违法、欺凌等不良信息内容，持续强化商家合规经营意识。

技术防控



- 基于有害样本分析、挖掘舆情信息等手段，持续完善黑库样本，提升不良内容拦截能力；
- 针对重点品类实行每日专项巡检，对违规商品采取下架、屏蔽等处置措施，并通过案例复盘持续优化敏感词库与黑库。

商家管理



- 通过平台公告、规则提示等方式，推动商家开展内容自查与整改；
- 定期组织内容合规专项培训，提升审核人员的合规管理能力；
- 优化用户举报通道与处理流程，在商品详情页和评价中心设置举报窗口，安排专人处理举报信息，并追溯处置同类违规行为，对违规商家实施扣分等处罚措施。

优质客户服务

京东集团秉持“技术为本，让生活更美好”的使命，持续推进客户服务体系升级，以用户需求为中心构建更高效、便捷、有温度的服务体验。

优化服务管理

集团持续优化客户服务体系和响应机制，超 2 万人的专业客服团队为消费者提供 7×24 小时客户服务，确保用户与商家问题获得及时响应与高效解决。对客户要求帮助或者给予反馈的，京东设有 AI 聊天机器人、线上客服、专用电邮、专线电话和当面接待（线下门店）等渠道。对客户投诉，京东会向客户确认收悉，并根据内部处理流程，向客户承诺处理时效。2025 年，京东客服在用好大模型同时，基于多智能体（Multi-Agent）范式，全面升级客服产品，实现跨场景一站式任务处理，服务体感全面智能化与拟人化，用户满意度、用户服务处理时长、客服处理效率均大幅改善。京东主站消费者 NPS 在 2024 年行业领先的基础上提升 2.9 分。

京东客服团队始终秉持“客户问题到我为止”的服务宗旨，不断夯实专业力。集团以提升客户满意为导向，强化专业服务能力建设，持续夯实客服对产品的学习及深度理解，考核通过率达 100%。在智能化背景下，集团前瞻性布局新岗位新技能（如 AI 训练师），通过 AI 工具应用、垂直领域知识强化与考核认证，持续优化智能客服应答效率与服务精度，推动员工向多元岗位转型，组建适配智能服务的专业团队。同时，集团针对不同用户群体的特殊需求，设立专项服务团队，提供精准服务，不断完善服务能力体系。

→ 银发族专属客服体系

针对老年用户群体，京东设立长辈专属客服团队，2025 年累计承接咨询 258 万次，体验达成率达 93%，收获用户表扬超 2,000 次，同比显著提升。在 2025 年重阳节期间，团队深入河南鹤壁乡村开展公益活动，为留守老人捐赠智能手机并教授使用技巧，帮助老人与远方子女实现视频联络，切实解决数字鸿沟问题，体现京东对老年群体的人文关怀。



银发客服重阳节特别活动

→ 京东 APP 上线“助残专区”

2025 年 5 月，京东 APP 正式上线“助残专区”，围绕残疾人各类生活场景和实际需求，开设残疾人辅助器具、残疾人劳动产品、智能化健康服务三大板块，持续完善包容性服务生态。

回馈社会

京东集团始终积极履行企业社会责任，致力于推动经济发展与社会进步协同共生，通过持续行动汇聚向善力量。集团依托行业优势与技术能力，积极赋能社区发展，在公益慈善、灾害响应、乡村振兴及共同富裕等领域持续开展行动，以责任担当汇聚社会合力。

公益慈善与灾害响应

集团以京东公益基金会及京东公益平台为载体，在健康、教育、环保等重点领域持续开展多项创新公益项目,并通过员工志愿参与机制,持续强化公益文化传播。在灾害响应方面，集团依托完善的供应链网络与数字化能力，为受灾地区提供快速、高效的应急物资支持和服务保障。

报告期内，京东公益基金会对外捐赠共计 7,508.5 万元，京东员工志愿者投入时间 28,549 小时。

公益慈善

集团持续加大慈善公益投入，积极践行企业社会责任。我们完善多层次助残公益帮扶体系，助力残疾人就业创业，开展儿童关爱行动，持续开展“星光传递”公益项目，获得 CSR 中国教育榜“年度最受公众认可项目”和“SDGs 可持续优秀项目”。为响应国家推动建设生育友好型社会的号召，我们发起“京东健康生育友好计划”，免费发放多种类型的母婴营养礼包，开展公益捐赠及科普倡导活动，荣获 2025 年度“华夏公益·创益者”等荣誉。

→ “星光传递”计划——走进湖南石门县蒙泉镇夏家巷完全小学

京东公益项目“星光传递”计划由京东公益基金会的荣誉理事长章泽天女士发起，聚焦改善乡村儿童的阅读条件，为乡村儿童打造多维度、全方位、高水平的阅读支持体系，助力乡村儿童“有书读”“读好书”“会读书”，最终养成终身受益的阅读习惯。自 2018 年至今，“星光传递”计划已捐赠近 10 万册图书，覆盖范围包括河北、甘肃、贵州、湖南等 11 省 23 市县的 300 所中小学，约 6 万中小學生受益。

2025 年 6 月，“星光传递”走进湖南石门县蒙泉镇夏家巷完全小学，通过建设“星光读书角”、开设公益课程和智慧教室等方式，系统提升乡村儿童阅读条件与学习体验，帮助孩子养成良好阅读习惯。



“星光传递”计划走进湖南石门县蒙泉镇夏家巷完全小学

→ 京东公益、京东家政开展“亮居计划”，改善残疾人家居环境

2025 年 10 月，京东公益基金会联合京东家政启动“亮居计划”，通过专业化、组织化的家政志愿服务，改善“一户多残”家庭居住环境。项目启动以来，京东家政助残志愿服务队已吸引近 400 名专业保洁师参与，为北京市 6 个区的 100 户家庭提供上门保洁服务，切实提升了特殊家庭的生活质量。

“京东助残，亮居有爱”公益活动启动仪式



→ 京东集团启动“首届京东助老公益节”

2025 年 10 月，京东公益基金会携手中国老龄事业发展基金会启动“暖阳助老公益行动”及首届京东助老公益节，以供应链优势推动适老化产品与服务升级，为老年群体提供约 200 万元市场价值的适老物资与专业设施支持，扩大适老商品供给、优化客服与递送服务体验，并通过线下体验区、专题活动与公益内容传播，构建多维度助老生态，助力满足老龄化社会需求。



→ “京东护航计划”呵护儿童成长

2025 年六一儿童节，京东公益联合京东服饰、京东物流及中国社会福利基金会爱小丫基金共同发起“京东护航计划”，走进重庆市万州区四所学校，为 2,000 余名乡村儿童提供健康支持。项目通过开展青春健康科普课程并发放涵盖发育期内衣及护理用品的“成长能量包”，将健康教育与物资帮扶相结合，汇聚多方社会资源，持续助力乡村儿童身心健康与自信成长。

开展专业科普课



→ “罕见之光 携手聚力”罕见病关爱行动

我们持续关注罕见病患者需求，发挥京东健康平台纽带作用，联合政府部门、公益组织及医药企业，共建罕见病患者管理与服务生态。截至 2025 年底，通过“医心驿站”医务社工公益项目，累计为 3.7 万人次罕见病患者提供就诊支持，“京东健康罕见病关爱计划”累计援助罕见病患者 810 人次。同时，在国际罕见病日期间开展公益跑、儿童绘画展、摄影展等公众倡导活动并发起联合倡议，持续提升社会认知度，推动医疗资源协同与服务能力提升。

→ 京东健康生育友好计划

为助力生育友好型社会建设，我们联合 20 余个爱心品牌发起“京东健康生育友好计划”，免费发放母婴营养礼包，开展公益捐赠及科普倡导活动。该计划荣获 2025 年度“华夏公益·创益者”等荣誉。

灾害响应

京东集团创始人、董事局主席刘强东先生在公司内部规定，“全国任何地方发生灾难，集团临近库房的管理者都无须汇报，即有权捐出库房里灾区所需要的物资”。同时，依托专项保障机制和数智化物流调度，我们同步启动应急响应机制，迅速组建专项保障团队，统筹物流资源，通过专车专线等方式，高效、精准地将救灾物资送达灾区。2025 年，集团积极驰援西藏定日县地震、甘肃榆中洪灾、贵州榕江特大洪灾、香港大埔火灾等，为应急救援贡献力量。

→ 香港大埔火灾灾后应急物资与重建支持

2025 年 11 月 26 日，香港新界大埔发生五级火灾，京东集团第一时间成立专项小组，于火灾当晚首家首批将救援物资运送到现场。京东并依托遍及大湾区的仓储网络和一体化供应链，第一时间从香港 1 号仓以及广东省的自营仓加急调拨应急生活物资，安排京东物流专车运送。



京东物流运送救援物资抵达指定位置

乡村振兴与共同富裕

集团积极响应国家乡村振兴、强村富民的政策号召，通过消费帮扶、带动农民就业等多种方式参与乡村振兴实践，助力提升农村产业发展与农民增收。

京东超市农特产购物节是京东助力乡村振兴的重要支撑点，2025 年举办第四届农特产购物节，覆盖生鲜、粮油、茶叶等 600 余个农产品品类，联动近万商家和数十个地方政府，并投入 30 亿元专项补贴支持农特产品销售，持续推动农特产品上行与农民增收。

2025 年，我们持续推进“京东基地计划”，在核心产区联合建设超 100 个特色产业带基地，深度参与生产全流程管控，确保保真溯源。

此外，利用开设“中国特产馆”模式，推动县域特色农产品上行，帮助偏远地区和欠发达地区的农产品、手工艺品等拓展销售渠道，助力品牌打造。已累计开设特产馆、助农馆、农特产馆超 2,300 家，覆盖全国 31 个省、240 个市、800 多个县，有效带动 2 万余个就业岗位。

为促进乡村消费提振，支持“国补”战略进乡村，集团通过营销推广、物流履约、服务能力建设等，一方面为广大乡镇消费者带去国家补贴与京东补贴的多重福利和海量商品，另一方面拉动市场消费活力，助力当地经济高质量增长。集团一系列乡村助力举措给乡镇及以下区域的消费带来显著增长。2025 年，乡镇及以下地区京东订单量同比增长 64%，用户数同比增长 38%。



京东快递车开进田间地头，在原产地揽收橙子

京东：
“美好生活的传递者”

在广袤的中国大地，仍有无数地广人稀之处。为这里的人们服务，往往意味着要千里奔波、穿越山林或忍受高海拔。在京东，就有这样的一群人，克服千难万阻、坚持服务顾客，让大家“生活更美好”。

→ 藏地追光者

常驻西藏拉萨的新能源车充电桩工程师，工作半径极广，要覆盖远在 1,200 多公里外的阿里地区，远途出行 1-2 天才能完成 1 单。面对客户对充电桩的认知不足，他耐心沟通，匠心施工，让新能源车能够更好地在世界屋脊跑起来，保护这片脆弱的土地。



→ 新疆边陲地区的快递员

在地广人稀的边陲地区送快递，路不好走是常有的，骑马送快递也是常有的，大雪封冻时也钻过“冰墙”，只为了把快递送到顾客家门口。



→ 神农架的“极限维修工程师”

去神农架的路途又远又险，林区特殊环境使维修难度大（林区湿度高造成主板腐蚀、鼠虫筑巢和咬断线路），利润微薄甚至亏本。但“客户为先”，有需要就该有服务，“别人去不了，京东得去”。



附录

附录一 重要法律声明

本报告所涵盖的信息包含《1995 年美国私人证券诉讼改革法案》界定的前瞻性陈述，包括有关我们的环境、社会和公司治理目标、指标、承诺、战略和举措的陈述。这些前瞻性表述可以通过“将”“预计”“预期”“未来”“打算”“计划”“相信”“估计”“有信心”等术语和类似表述来识别。前瞻性陈述涉及固有风险和不确定性。许多因素都可能导致实际结果与任何前瞻性声明中包含的内容有实质性差异，包括我们向美国证券交易委员会提交的文件和香港证券交易所网站公告中包含的风险。本报告中的前瞻性陈述仅涉及本报告作出陈述之日的事件或信息，并基于当前的预期、假设、估计和预测。除非适用法律另有规定，否则我们没有义务更新任何前瞻性陈述，以反映陈述作出之日以后的事件或情况，或反映意外事件的发生。

本报告并未涵盖有关我们业务的所有信息。本报告中提及的信息不应被解释为此类信息对我们的财务业绩或美国证券法的重要性。有关我们的业绩和运营的更全面信息，包括可能对我们的运营业绩和财务状况产生不利影响的风险，请参阅我们向美国证券交易委员会提交的年度报告和其他文件，以及香港证券交易所网站上的公告。

本报告中的数据反映了使用被认为合理和准确的方法及假设做出的估计。这些估计、方法和假设将来可能会因为新信息或后续发展而发生变化。

附录二 ESG 关键绩效指引表

治理绩效					
指标名称		单位	2025 年	2024 年	2023 年
商业道德	贪污、腐败事件	贪污、腐败相关案件数目	205	221	190
		已审结案件数目	26	20	6
	商业道德及反腐败培训覆盖率	董事	100	100	100
		管理层	100	100	100
		其他员工	100	100	100
	供应商培训	供应商反贪腐培训覆盖率	17.4	40	26
		供应商参与反贪腐培训的总数	1,120	2,150	1,173
		开展供应商反贪腐培训的场次	1	1	3
信息安全	信息 / 网络安全违规事件		0	0	0

环境绩效					
指标名称		单位	2025 年	2024 年	2023 年
温室气体排放	总量 (范围一 + 范围二 ²⁷)	吨二氧化碳当量	4,070,727.15	3,463,009.72	2,908,508.00
	范围一排放量	吨二氧化碳当量	2,636,078.04	2,266,323.15	1,815,861.75
	范围二 ²⁷ 排放量	吨二氧化碳当量	1,434,649.11	1,196,686.57	1,092,646.25
	范围三排放量	吨二氧化碳当量	8,644,512.75	6,980,973.82	6,680,172.71
	温室气体排放密度 (范围一 + 范围二 ²⁷)	吨二氧化碳当量 / 百万元营收	3.11	2.99	2.68
废水	废水排放量	吨	12,967,018.02	10,577,887.88	9,642,571.66
	废水排放密度	吨 / 百万元营收	9.91	9.13	8.89
废气	废气排放量	吨	14,170.18	14,598.15	12,056.58
	废气排放密度	吨 / 百万元营收	0.011	0.013	0.011
	氮氧化物排放量	吨	13,192.15	13,589.69	11,214.14
	硫氧化物排放量	吨	26.39	12.80	21.37
	颗粒物排放量	吨	951.64	995.66	821.07
废弃物	总量	吨	88,573.01	77,471.75	109,777.06
	总废弃物密度	吨 / 百万元营收	0.07	0.07	0.10
	有害废弃物	吨	71.16	45.43	24.48
	有害废弃物密度	千克 / 百万元营收	0.054	0.039	0.023
	无害废弃物	吨	88,501.85	77,426.32	109,752.58
	无害废弃物密度	吨 / 百万元营收	0.07	0.07	0.10
	废弃物回收 / 循环使用量	吨	26,555.14	33,304.28	24,956.59
	废弃物填埋量	吨	2,204.07	2,561.59	5,808.32
	废弃物焚烧量	吨	59,812.84	41,605.46	78,990.16
	废弃物其他处理方式量	吨	0.96	0.42	21.91

环境绩效					
指标名称		单位	2025 年	2024 年	2023 年
能源使用	综合能源消耗量	吨标煤	1,564,506.95	1,322,563.38	1,079,859.59
	综合能源消耗密度	吨标煤 / 百万元营收	1.20	1.14	1.00
	可再生能源消耗量	兆瓦时	114,486.09	69,168.74	42,501.10
	不可再生能源消耗量	兆瓦时	12,730,393.02	10,761,698.22	8,786,817.51
	直接能源消耗量	兆瓦时	10,009,211.49	8,489,645.73	6,825,646.43
	间接能源消耗量	兆瓦时	2,721,181.53	2,272,052.49	1,961,171.08
	外购电力	兆瓦时	2,576,017.69	2,117,320.24	1,813,075.25
	外购热力	吉焦	522,513.53	557,039.24	533,176.67
	汽油	吨	50,925.68	82,019.91	72,159.79
	柴油	吨	631,285.96	577,558.72	481,999.11
	航空煤油	吨	62,742.88	40,895.60	15,866.80
	天然气	立方米	6,704,552.47	3,750,299.39	3,826,300.42
水资源使用	液化天然气	吨	76,297.60	8,712.55	1,086.00
	氢气	千克	948.96	155,928.51	/
水资源使用	新鲜水使用量	吨	16,605,737.03	13,233,479.43	12,053,214.58
	用水密度	吨 / 百万元营收	12.68	11.42	11.11
包装材料使用	塑料类	吨	115,827.19	116,387.41	113,549.35
	纸类	吨	291,434.23	260,199.34	285,461.92
	其他类	吨	118,141.77	81,507.80	117,016.85
	包材使用量	吨	525,403.19	458,094.55	516,028.12
	包材使用密度	吨 / 百万元营收	0.40	0.40	0.48
塑料包材回收使用 ²⁸	可回收塑料包装总量	吨	69,621.22	70,972.43	69,621.22
	来自回收材料的塑料总量	吨	4,036.06	5,206.51	4,036.06
	可堆肥塑料包装总量	吨	2,325.47	3,277.90	7,076.78

²⁷ 本报告所披露的范围二温室气体排放数据均采用基于位置法进行核算。

²⁸ 本年度我们对于塑料包材回收使用相关数据进一步完善核算颗粒度。经溯源后对历史数据进行小幅调整。

社会绩效						
指标名称			单位	2025 年	2024 年	2023 年
员工人数	员工总人数 ²⁹		人	773,009	570,270	515,022
	新进员工总人数		人	315,142	286,723	252,203
	内部候选人填补空缺职位总人数		人	138,703	159,279	195,333
	残障员工人数		人	7,264	4,522	4,067
	少数民族员工人数		人	55,199	37,553	32,888
	按雇员类型划分	全职	人	773,009	570,270	515,022
		非全职	人	7,738	7,275	7,539
	按性别划分	男性员工	人	626,579	451,009	407,046
		女性员工	人	146,430	119,261	107,976
	按年龄划分	30 周岁及以下	人	218,041	206,643	202,239
		31-50 周岁	人	545,194	356,740	307,879
		51 周岁及以上	人	9,774	6,887	4,904
	按地区划分	中国内地	人	770,355	568,939	514,380
		其他地区	人	2,654	1,331	642
	按雇员类别划分	管理层	人	36,614	30,659	34,350
		非管理层	人	736,395	539,611	480,672
女性员工占比	女性员工占比		%	18.9	20.9	21.0
	管理岗位（含初、中、高级管理层）中占比		%	15.4	14.7	15.8
	初级管理岗位中占比		%	12.9	14.0	14.8
	高级管理岗位中占比		%	34.6	26.9	25.1
	收入创造职能管理岗位中占比		%	15.7	13.8	14.8
	STEM ³⁰ 相关岗位中占比		%	22.4	23.0	17.1

社会绩效						
指标名称			单位	2025 年	2024 年	2023 年
员工流失率	员工流失比例 ³¹		%	17.9	14.5	15.4
	按性别划分	男性员工	%	18.2	14.4	15.4
		女性员工	%	16.7	15.0	15.2
	按地区划分	中国内地	%	17.9	14.5	15.4
		其他地区	%	11.7	10.6	10.6
	按年龄划分	30 周岁及以下	%	26.2	19.2	19.3
		31-50 周岁	%	14.3	11.2	12.3
		51 周岁及以上	%	7.6	6.1	5.9
人才发展	人才发展培训	覆盖员工比例	%	100	100	100
		人均投入金额	元	99.4	108.8	118.1
员工人均培训时长	按雇员类别划分	管理层	小时	47.4	51.6	56.8
		非管理层	小时	36.7	40.4	39.6
	按性别划分	男性员工	小时	32.1	34.4	38.1
		女性员工	小时	59.4	66.2	50.8
	按管理层划分	高级管理层	小时	55.6	45.7	41.5
		中级管理层	小时	65.9	81.0	42.7
		初级管理层	小时	46.5	50.3	44.0
	按职能类型划分	技术类员工	小时	52.0	53.4	47.6
		生产类员工	小时	33.1	37.5	37.2
		其他员工	小时	57.7	63.3	67.4
员工培训比例	按雇员类别划分	管理层	%	100	100	100
		非管理层	%	100	100	100

²⁹ 员工总人数及关于员工性别、年龄及职能等维度统计数据仅针对京东集团直接管理业务的全职员工。

³⁰ STEM 由科学（Science）、技术（Technology）、工程（Engineering）和数学（Mathematics）四部分的首字母组成，通常 STEM 职位包括计算机程序员、web 开发人员、统计学家、工程师、物理学家、科学家等。

³¹ 员工流失率比例相关数据以员工自愿离职口径统计。

社会绩效						
指标名称		单位	2025 年	2024 年	2023 年	
员工培训比例	按性别划分	男性员工	%	100	100	
		女性员工	%	100	100	
	按管理层划分	高级管理层	%	100	100	
		中级管理层	%	100	100	
		初级管理层	%	100	100	
		技术类员工	%	100	100	
	按职能类型划分	生产类员工	%	100	100	
		其他员工	%	100	100	
满意度调查	员工满意度调查	员工满意度	/	4.55/5	4.58/5	
		有效问卷回收率 ³²	%	81	74	
		参与调查人次	人次	114 万	109 万	
人力资本	平均雇佣成本		元	646	748	
	人力资源总支出		元	1,572 亿	1,161 亿	
结社自由	结社自由	集体合同覆盖员工比例	%	100	100	
员工健康与安全	因工死亡人数		人	39	36	
	因工死亡比例		%	0.005	0.006	
	因工伤损失工作日数		日	129,750	77,804	
	损失工时工伤发生率 (LTIFR)		因工受伤人次 / 百万工时	1.57	1.78	
	LTIFR 统计覆盖的员工比例		%	100	100	

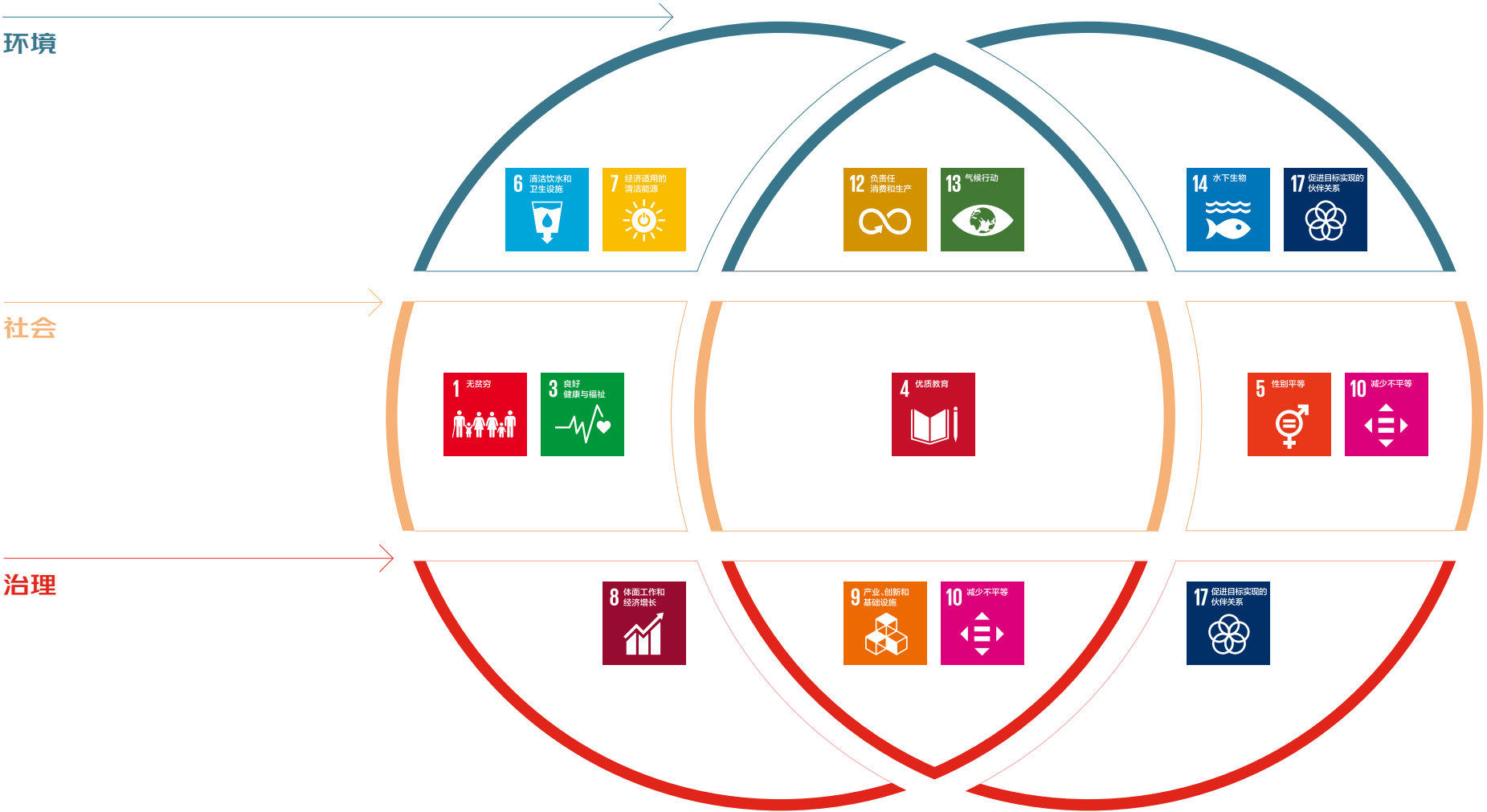
社会绩效						
指标名称		单位	2025 年	2024 年	2023 年	
产品质量	自有品牌产品召回	产品召回次数	次	0	0	
		产品召回总计数量	个	0	0	
		已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比	%	0	0	
		因产品召回产生的费用	元	0	0	
公益投入	公益慈善投入总资金		万元	7,508.5	6,897.55	
	员工公益参与总时长		小时	28,549	28,490	

³² 京东集团员工满意度调查覆盖全体员工，此项数据代表满意度调查问卷有效回收率。

附录三 京东与联合国可持续发展目标

联合国全球契约组织由联合国秘书长于 2000 年发起成立，是当今全球最大的推进企业可持续发展的国际组织。京东自 2021 年 9 月加入以来，持续承担着作为联合国全球契约组织签约成员的责任，致力于使其运营及准则更加符合 UNGC 的十项原则。有关京东的 UNGC 进展情况通报（CoP）的信息，请见[此处](#)。

京东的环境、社会和公司治理举措包括直接及间接支持联合国可持续发展目标（SDGs）的活动。



附录四 第三方鉴证报告

鉴证声明

关于京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》中可持续发展活动的鉴证报告

鉴证/验证的性质和范围
SGS通标标准技术服务有限公司（以下简称“SGS-CSTC”）受京东集团的委托，对其《京东集团2025年环境、社会及治理报告》中文版涵盖2025年1月1日至2025年12月31日期间的内容进行独立鉴证。

鉴证声明的使用者
本鉴证声明意图提供给所有京东集团的利益相关方。

责任声明
京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》中的信息及呈现方式由其ESG管治机构和管理层负责。SGS-CSTC并未参与该报告任何材料的准备。

我们的责任旨在基于充分且适当的客观证据，在鉴证范围内表达对文本、数据、图表和声明的意见。

SGS-CSTC 对于任何由于使用本报告中的信息而引起的直接或间接损失不承担责任。

鉴证标准、类型与保证等级
本报告的鉴证依据AA1000审验标准（AA1000AS v3）开展。该标准在全球范围内被广泛用于为各类组织提供关于可持续发展相关信息的鉴证服务，包括对组织遵循审验原则（AA1000AP，2018）的程度和方式的评估。

本报告的鉴证依据下列鉴证标准开展：

鉴证标准	鉴证等级
AA1000AS v3（类型2）	中度

鉴证范围和报告标准
鉴证范围包括对《京东集团2025年环境、社会及治理报告》中的绩效信息的质量、准确性和可靠性进行评估，以及对以下报告标准的遵循情况进行评估：

报告标准
AA1000 审验原则（2018）
香港交易所上市规则附录 C2《环境、社会及管治报告守则》
GRI Standards 2021（参照）

可持续发展绩效
本次对京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》的实质性议题评估流程及可持续发展绩效信息的准确性和可靠性进行鉴证，重点绩效数据如下：

环境类指标	• 可再生能源消耗总量 • 不可再生能源消耗总量 • 废弃物回收/循环使用量 • 废弃物填埋量 • 废弃物焚烧量 • 废弃物其他处理方式量 • 新鲜水使用量 • 包装材料使用量——塑料类 • 包装材料使用量——纸类 • 包装材料使用量——其他类
-------	--

社会类指标	• 因工死亡人数 • 损失工时工伤发生率 (LTIFR) • LTIFR 统计覆盖的员工比例 • 供应商总数 • 一级供应商数量 • 关键一级供应商数量 • 正在执行纠正改进流程的供应商数量 • “有效落实改进措施后解除合作限制，恢复为正常合作伙伴”的供应商数量 • 考核供应商数量 • 考核不合格供应商数量 • 拉黑供应商数量
-------	--

鉴证方法
鉴证包括鉴证前调研、现场采访位于北京市经济技术开发区科创十一街18号京东集团总部的相关员工，以及进行必要的文档和记录审查和确认。本次鉴证未对下属机构进行所有原始数据的溯源。

鉴证局限性
从独立审计的财务报告中提取的数据，及根据财务数据计算所得的强度/密度数据，并未作为本鉴证流程的组成部分与来源数据进行核对。

《京东集团2025年环境、社会及治理报告》中温室气体排放相关数据直接采用独立第三方核查数据，本次审核未重复验证。

本次鉴证只对相关部门主管和部分员工进行访谈和查阅相关文件。

独立性与能力
SGS集团是检验、检测和认证领域的全球领导者，在多个国家/地区开展业务，SGS-CSTC是其附属机构。SGS-CSTC申明与京东集团为完全独立之组织，对该机构、其附属机构和利益相关方不存在偏见和利益冲突。

本次鉴证团队由具备与此项任务有关的知识、经验和资质的人员组成。

发现与结论

鉴证/验证意见
基于上述鉴证方法及已执行的鉴证工作，我们认为，纳入本次鉴证范围的特定绩效信息准确、可靠且公允列报。京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》符合AA1000四项原则的要求。

我们认为，该组织针对其报告现阶段披露需求，选取了恰当的鉴证等级。

《AA1000审验原则》（2018）遵循情况

包容性
《京东集团2025年环境、社会及治理报告》已展现该组织识别了其利益相关方，收集了利益相关方的期望和诉求，确定了利益相关方沟通与参与的方式，并采取不同方式进行沟通和交流。

实质性
《京东集团2025年环境、社会及治理报告》根据确定的利益相关方的关注议题，合理的披露了对利益相关方的评价和决策有实质性影响的重要议题和指标，反映了组织对经济、环境和社会的重要影响。

回应性
《京东集团2025年环境、社会及治理报告》展现了与利益相关方互动的渠道，充分回应其诉求和期望，并就实质性议题进行了一定程度的透明回应。

影响性
《京东集团2025年环境、社会及治理报告》呈现了对与环境，社会 and 治理有关主题的主要活动影响的监视和测量。

特定绩效信息的质量与可靠性
基于上述鉴证方法及已执行的鉴证工作，我们对管理文件、人力资源系统数据、凭证单据、会议纪要、ISO认证证书等相关资料实施了核查程序。经核查，我们认为，纳入本次鉴证范围的特定绩效信息，及部分延伸至2026年的内容，在中度审验水平的核查标准下，具备合理的可靠性，可满足京东集团相关披露需求。

GRI Standards 2021遵循情况
鉴证团队认为，京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》参照了GRI Standards 2021的要求。

香港交易所上市规则附录C2《环境、社会及管治报告守则》遵循情况
鉴证团队认为，京东集团《京东集团2025年环境、社会及治理报告》符合香港交易所上市规则附录C2《环境、社会及管治报告守则》的要求。

建议
对于鉴证过程中发现的良好实践、可持续发展活动及其管理过程中的建议，均与京东集团的相关管理部门进行了沟通，供其持续改进的参考。

签字：



代表通标标准技术服务有限公司

David Xin
Sr. Director – Business Assurance
北京市阜成路73号世纪裕惠大厦16层

2026年05月06日
WWW.SGS.COM

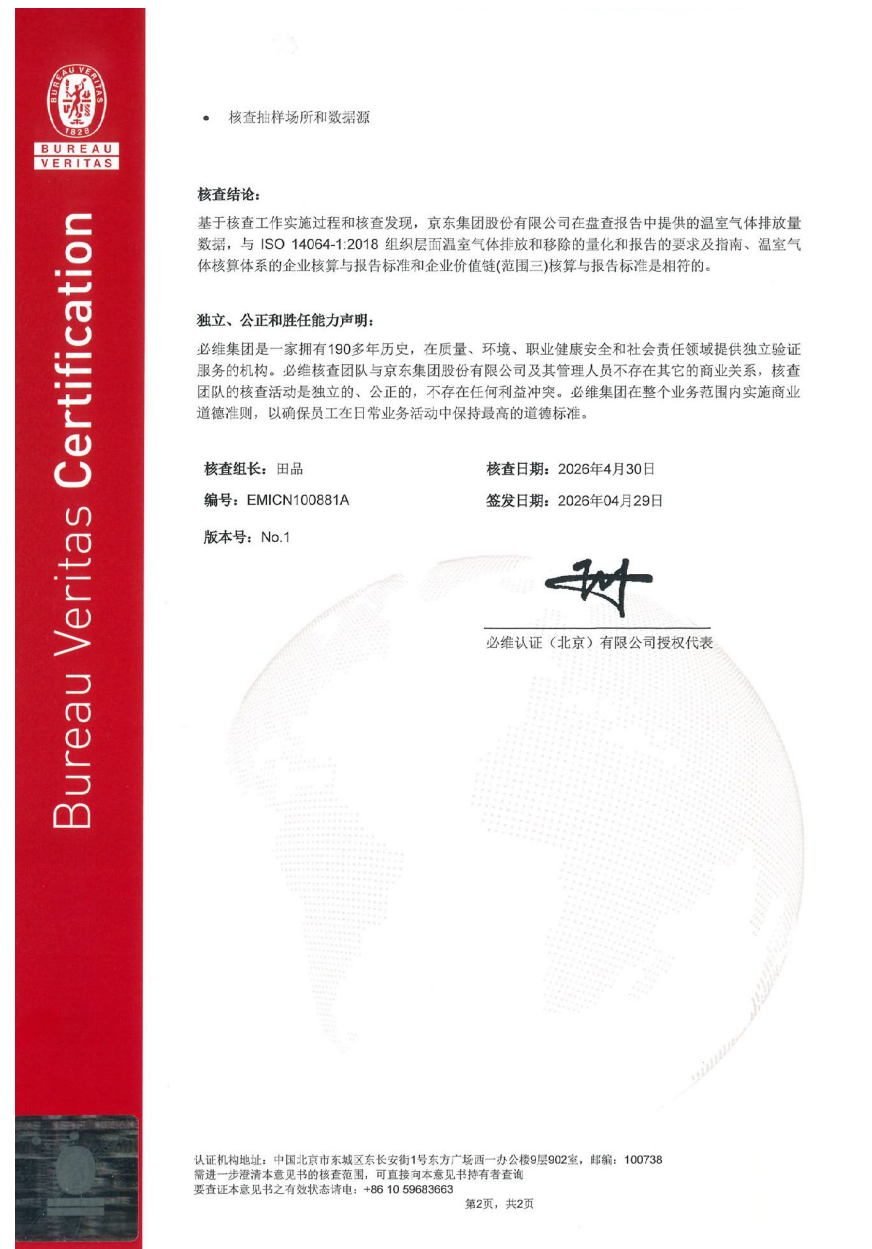


CN26/0000332



AA1000
Licensed Report
000-8/V3-ITQZU

附录五 温室气体核查报告声明



附录六 ESG 制度列表

以下清单列举了本报告披露议题所涉及的对本集团存在重大影响的法律法规，以及本集团针对相关议题所制定的内部管理政策制度。

报告章节		遵守法律法规	制定内部政策
责任治理	公司治理	《中华人民共和国公司法》 《中华人民共和国证券法》 香港联交所《上市规则》 香港联交所《企业管治守则》 纳斯达克证券交易所《企业管治守则》 《中华人民共和国电子商务法》 《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国消费者权益保护法》 《中华人民共和国反垄断法》 《中华人民共和国反不正当竞争法》 《中华人民共和国网络安全法》 《中华人民共和国数据安全法》 《中华人民共和国安全生产法》 香港联交所《环境、社会及管治报告守则》 纳斯达克证券交易所《ESG 报告指引 2.0》 《中华人民共和国个人信息保护法》	《京东集团独立董事独立性标准》 《京东集团董事会多元化政策》 《提名和公司治理委员会章程》 《ESG 委员会章程》 《京东集团法律风险分级管理规范》 《京东集团合同管理制度》 《京东集团商业秘密管理办法》 《京东集团印章管理制度》 《京东集团资质证照工作管理办法》 《京东物流安全生产管理制度》 《京东集团数据与隐私安全管理规范》 《京东物流安全生产管理制度》

报告章节		遵守法律法规	制定内部政策
责任治理	商业责任	《中华人民共和国网络安全法》 《中华人民共和国数据安全法》 《中华人民共和国个人信息保护法》 《个人信息保护合规审计管理办法》 《国家网络安全事件报告管理办法》 《中华人民共和国科学技术进步法》 《生成式人工智能服务管理暂行办法》 《互联网信息服务算法推荐管理规定》 《中华人民共和国专利法》 《中华人民共和国商标法》 《中华人民共和国著作权法》 《禁止垄断协议规定》 《非横向经营者集中审查指引》	《京东集团反腐败条例》 《京东集团反腐败承诺书》 《商业行为与道德守则》 《京东集团廉洁奖励办法》 《反商业贿赂协议》 《竞争合规手册》 《京东健康商务宴请管理制度》 《廉洁合作指南》 《京东集团举报人保护和奖励制度》 《京东集团隐私政策与合规要求》 《京东集团供应链安全管理规范》 《京东集团三方合作伙伴信息安全管理细则》 《京东集团应用开发安全生命周期管理规范》 《京东集团数据与隐私安全管理规范》 《京东集团网络安全管理规范》 《京东集团数据分类分级指南》 《京东集团信息安全事件定级管理要求》 《京东集团安全监控及响应规范》 《京东基本功能隐私政策》 《京东算法安全管理制度》 《京东集团专利管理办法》 《京东集团商标管理办法》 《京东集团著作权管理办法》 《京东集团域名管理办法》 《京东集团商业秘密管理办法（试行）》 《专利工作手册》 《专利代理机构工作规范指引》 《京东集团开源软件使用风险防范指引》 《京东集团源代码对外输出指引》 《人工智能治理框架》 《京东集团信息安全管理制度》

报告章节	遵守法律法规	制定内部政策
绿色未来	环境管治与应对气候变化	《中华人民共和国环境保护法》 《温室气体自愿减排交易管理办法》 《京东集团环境管理政策》
	绿色运营	《中华人民共和国环境保护法》 《中华人民共和国节约能源法》 《中华人民共和国噪声污染防治法》 《中华人民共和国水法》 《中华人民共和国水污染防治法》 《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》 《中华人民共和国大气污染防治法》 《中华人民共和国循环经济促进法》 《中华人民共和国野生动物保护法》 《中华人民共和国渔业法》 《中华人民共和国土地管理法》 《中华人民共和国森林法》 《关于加快建立产品碳足迹管理体系的意见》 《中华人民共和国植物新品种保护条例》 《关于加快构建废弃物循环利用体系的意见》 《再生材料应用推广行动方案》 《京东集团自有车辆管理规定》 《京东集团班车乘坐管理规范》 《京东集团商务车辆驾驶员管理规定》 《京东集团员工打车管理规定》 《二次纸箱回收利用管理制度》 《京东物流包材质量管理制度》 《周转箱模式商品出库包装标准》 《京东开放平台禁发商品及信息管理规范》
	以人为本	《中华人民共和国劳动法》 《世界人权宣言》 《国际劳工组织公约》 《中华人民共和国劳动合同法》 《中国工会章程》 《中华人民共和国工会法》 《中华人民共和国职业病防治法》 《中华人民共和国安全生产法》 《京东集团人权政策》 《京东集团员工手册》 《京东集团防治职场性骚扰管理办法》 《京东集团集体合同》 《京东物流集体合同》 《京东集团职业健康安全管理政策》 《突发事件处理指引》 《京东集团荣誉激励管理制度》 《京东集团绩效管理制度》

报告章节	遵守法律法规	制定内部政策
可持续供应链	《中华人民共和国食品安全法》 《中华人民共和国产品质量法》	《绿色采购管理规定》 《采购业务管理制度》 《采购供应商管理办法》 《供应商绩效考核管理细则》 《供应商质量及履约问题管理细则》 《京东集团供应商行为准则》 《重大事件运营保障机制》 《反商业贿赂协议》 《京东集团采购供应商管理办法》
		《京东自有品牌质量风险分级管控规范》 《京东开放平台招商基础资质标准》 《京东自营供应商资质管理规则》 《京东开放平台商品品质抽检规范目录总则》 《京东自营供应商商品品质抽检规范目录总则》 《京东开放平台商家违规积分管理规则》 《京东供应商违规管理规则》 《京东零售集团假货事故问责管理条例》
美好生活	《中华人民共和国广告法》 《中华人民共和国未成年人保护法》 《未成年人网络保护条例》 《互联网广告管理办法》 《中华人民共和国消费者权益保护法》 《中华人民共和国老年人权益保障法》	《产品召回控制程序》 《京东工业召回与撤回管理程序》 《京东开放平台保质期商品管理规则》 《京东集团品牌管理规范》 《京东开放平台商品标识标志抽检规范》 《京东自营供应商商品标识标志抽检规范》 《京东平台广告审核规则》 《京东集团客户服务与体验管理指引》 《京东自有品牌客诉管理机制》 《京东秒送平台食品安全问题处理规范》 《食品安全自查制度》 《食品商户经营行为抽查监测规范》 《食品安全违法行为制止及报告规范》 《食品安全投诉举报规范》
回馈社会	《中华人民共和国慈善法》	/

附录七 报告指标索引

报告章节	HKEx ESG 守则	GRI	SDGs
关于本报告	段落 5、段落 11、段落 14、段落 15	2-2、2-3	
董事会主席寄语	段落 12	201-1	
董事会声明	段落 10、段落 13	3-3	
关于京东		2-1	
责任治理			
公司治理	段落 7、段落 13	2-6、2-9、2-10、2-11、2-12、2-13、2-14、2-16、2-17、2-18、2-22、2-23、2-24、2-25、2-26、2-27、2-29、3-1、3-2、3-3、405-1	5、16、17
商业责任	B6、B6.3、B6.5、B7、B7.1、B7.2、B7.3	205-1、205-2、205-3、206-1、416-1、418-1	9、16、17
绿色行动			
环境管治与应对气候变化	段落 13、A4、A4.1、D 部分 ³³	201-2、302-4、305-1、305-2、305-3、305-4、305-5	7、9、12、13、14、15
绿色运营	A1、A1.1、A1.5、A1.6、A2、A2.3、A2.4、A3、A3.1	101、302-1、302-4、303-1、303-2、306-1、306-3、306-4、306-5	2、6、7、9、11、12、13、14、15、17
美好生活			
以人为本	B1、B2、B2.3、B3、B4、B4.1、B4.2	2-7、2-19、2-20、2-21、2-30、202-1、401-1、401-2、401-3、402-1、403-1、403-2、403-3、403-4、403-5、403-6、403-7、403-8、403-9、403-10、404-1、404-2、404-3、405-1、405-2、406-1、407-1、408-1、409-1、410-1	3、4、5、8、10
可持续供应链	B5、B5.1、B5.2、B5.3、B5.4	2-8、204-1、308-1、308-2、409-1、414-1、414-2	3、6、9、10、11、16、17
服务消费者	B6、B6.1、B6.2、B6.4、B8、B8.1、B8.2	2-28、416-1、416-2、417-1、417-2、417-3	3、12、16、17
回馈社会	B8、B8.1、B8.2	203-1、203-2、413-1、415-1	1、2、3、4、9、10、11、16、17

报告章节	HKEx ESG 守则	GRI	SDGs
附录			
附录一 重要法律声明	段落 11		
附录二 ESG 关键绩效指引表	A1.1、A1.3、A1.4、A2.1、A2.2、A2.5、B1.1、B1.2、B2.1、B2.2、B3.1、B3.2、B5.1、B6.1、B7.2、B7.3、B8.2、D 部分	2-7、2-30、302-1、302-3、303-3、303-4、303-5、305-1、305-2、305-3、305-4、305-7、306-3、306-4、306-5、401-1、403-9、403-10、404-1、405-1、416-2	6、7、12、13
附录三 京东与联合国可持续发展目标		2-23、2-24、2-28	5、17
附录四 第三方鉴证报告	段落 9	2-5	
附录五 温室气体核查报告声明	段落 9	2-5	
附录六 ESG 制度列表	A1、A2、A3、A4、B1、B2、B3、B4、B5、B6、B7、B8	2-23、2-24、2-27	

³³ D30-32: 鉴于目前业务系统数据质量尚未成熟，现阶段精确核算易受气候风险及机遇影响的资产或业务活动金额与百分比及资本运用需付出不必要的成本及努力，本集团使用合理数据宽免，暂不作定量披露。

D40(e): 本年度内，本集团未采购碳信用额度。

