



得到美好事物
CAN'T STOP WON'T STOP

2024-2025 得物企业社会责任报告

2024-2025, DEWU Corporate Social Responsibility Report

北外滩
之夜
我的主场
2025FW ALLSTAR



得到美好事物
CAN'T STOP WON'T STOP



目录

— 关于报告	03	— 得物大事件	07
— CEO致辞	04	— 责任概要	09
— 关于得物	05	— 责任管理	10
— 企业文化	06		

01

责任专题：查验鉴别保障品质消费

— 共建的鉴别	12	— 普惠的鉴别	27
— 开放的鉴别	19	— 打造品质电商标杆	28
— 创新的鉴别	24		

02

打造品质用户体验

— 商品选品	30
— 用户体验	35
— 品质社区	41

03

助力生态伙伴成长

— 商家支持	50
— 社区创作者支持	56
— 服务商支持	58

Contents

04

社会和谐与环境责任

- 绿色低碳 61
- 公益 65
- 员工支持 69

05

平台治理

- 平台规则 77
- 知识产权保护 79
- 未成年人保护 81
- 综合安全 83

06

附录

- 附录一、为联合国可持续发展目标(SDGs)做出的贡献 85
- 附录二、GRI内容索引 86
- 附录三、实质性议题评估和利益相关者沟通 87

About Report

关于报告

本报告秉持完整全面、真实准确、易读易懂原则
重点披露公司2024-2025年在履行社会责任方面的实践行动及绩效表现



报告形式

本报告发布中文版本，包括印刷版和网络版。

信息说明

本报告的信息和数据主要来源于公司内部相关数据收集系统、工作报告及公开资料信息。
为便于表述,报告中”上海得物信息集团有限公司”也以”得物””公司”或”我们”进行指代。

编制原则

- 国际标准化组织《ISO26000-2010:社会责任指南》;
- 全球报告倡议组织(Global Reporting Initiative, GRI)《GRI可持续发展报告标准》(GRIStandards2016);
- GB/T36001-2015《社会责任报告编写指南》。

可靠性保证

我们保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述。

报告范围

本报告范围覆盖上海得物信息集团有限公司。
核心数据、报告内容及引用案例的时间范围为2024年1月1日至2025年12月31日。
为增强报告的可比性与前瞻性，部分内容超出上述时间范围。

联系我们

关于本报告的反馈与意见,请邮件至:liuyufeng@dewu.com
如需获取更多信息,请关注得物微信公众号或登录官方网站:www.dewu.com

CEO's Message

CEO致辞

“可靠的交付和卓越的体验，是得物社会价值最大的基本面。”

作为电商行业的一分子，身处近两年行业深刻的变化中，我们能愈发感受到这句话本身的分量和责任。

中国电商行业持续高速发展，在发展新质生产力、畅通经济循环、促进就业创业方面作用不可替代。但同时，高退货率、低质低价“内卷”问题日益暴露，也对电商生态的可持续性提出了挑战。“品质电商”作为一个新词，正在快速进入社会议题的中心。

实现供需匹配、推动产业升级，带动实体经济量的合理增长和质的有效提升，电商平台需要承担的社会责任，正在从单点实践上升为体系革新。得物始终把用户、商家、创作者和各利益相关方的满意和共同成长，视为驱动业务增长的“北极星指标”和源动力，始终追求长期可持续的、有质量的增长，拒绝伪、劣、Low，希望为中国品质电商的发展探新路。

鉴别是得物的立身之本，是我们对每一位用户的郑重承诺。我们持续打磨得物查验鉴别专业能力，与权威机构共建鉴别标准、深入鉴别空白领域，引领标准发布；推广鉴别能力普惠、面向大众普及鉴定知识，线上鉴定限时免费开放，功能上线以来已完成 12 亿+ 次鉴别服务。

得物坚信，真正的消费获得感源于全流程的安心与愉悦。从得物独有的白底图呈现、精细化商详情页设计，到 24 小时在线的专业客服响应、高效便捷的退换货服务，我们于细节处打磨服务体验，让每一次购物都“有保障、有承诺、有品质”。我们更以专项资金、流量补贴、智能运营工具多维度扶持品质商家，助力他们稳健增收。

潮流社区是得物的灵魂内核。我们以《社区公约》为行为准则，倡导“真诚表达、友善互助”的社区氛围，严厉打击抄袭搬运行为，全力扶持优质原创内容，让社区成为年轻人表达自我、交流成长的精神家园。从户外运动到艺术音乐，从国潮文化到理性消费，我们不仅致力于传递潮流风尚，更让年轻人收获精神的充实与成长。

我们持续深耕绿色低碳的经营模式：超级品质保障中心实现 90% 光伏铺设率，AI 箱型优化技术每年减少数百吨碳排放；积极探索循环经济，通过“95 分”平台让二手商品焕发新生，三年累计减少碳排放超 17 万吨。我们主动践行社会责任，“极光篮行动”为偏远地区孩子搭建梦想球场，“造浪计划”助力 18 个省市 100 多所高校学生提升就业技能。

展望未来，得物将继续以品质为核心、以用户为中心，持续深耕鉴别技术与服务能力，深化产业协同，引领潮流消费升级。我们的理念是脚踏实地，优先处理困难问题。长期来看，我们相信这种策略将有利于我们与时间为友，与各个利益相关方协同共生，推动更全面的可持续发展。

杨冰 YangBing
得物App创始人兼CEO
Founder and CEO of DEWU App



About DEWU

关于得物

满足年轻人 对美好生活的向往

6亿+

得物注册用户

DeWu
Registered Users

得物 App 于 2015 年在上海虹口创立，以“满足年轻人对美好生活的向往”为使命，行业首创“先鉴别、后发货”交易履约模式，保障消费者买到真货、好货，已成为国内年轻人最为聚集的正品电商平台和国内最大的线上潮流文化社区。目前得物注册用户已超 6 亿，其中 90% 是 90 后。

2025 年荣列中国互联网综合实力指数百强第 19 位，在参加排名的综合电商企业中名列第四。得物在上海、北京、广州、杭州、武汉、成都等 10 余个城市，以及美国、法国、意大利、韩国、中国香港等 9 个国家和地区设有办公机构，2025 年跨境进口交易额排名全国第四，并不断推动国潮出海。



Corporate Culture

企业文化



求真

Pursuit of Truth

求真是对待工作的基本态度，意味着诚实面对事实、面对问题、面对自己，不断思考本质，刨根问底，从根本上解决问题。

我们鼓励所有得物人讲真话、做真事，尊重事实。这能帮助我们穿越复杂，为用户创造真实的长期价值。

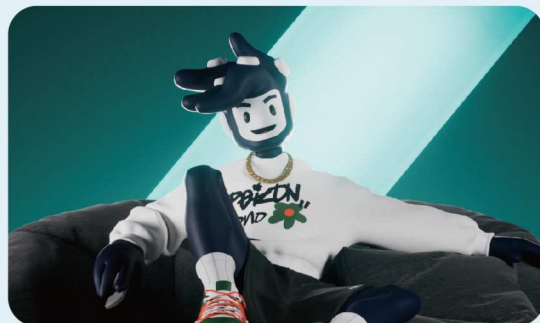


向前一步

Step Forward

向前一步是我们在创业过程中应该始终保持的心态，积极主动，永远对“能变得更好”充满信心。

在得物，“向前一步”包含两个维度：愿意持续追求自身成长和进步，不满足于现状；另外，我们还处于创业阶段，组织中会存在很多“真空地带”、“模糊地带”，鼓励大家能挺身而出，推动事情前进、共同推动组织变得更好。



拥抱变化

Embrace Change

拥抱变化是我们面对变化、面对环境的態度，它决定了我们在环境中生存的能力。

首先，变化始终在发生，我们要保持对外部的敏感度，看得见变化；其次，变化一定程度会伴随痛苦，我们能做的是调整心态、接纳变化。在此基础上，化被动为主动，推动让业务更好的变化发生。

DEWU Major Event

2024-2025得物大事件

2024.1

总建筑面积 12 万平方米的得物超级品质保障中心在上海嘉定竣工，获得“绿色建筑奥斯卡奖”LEED 金级认证。



2024.6

中共中央政治局委员、上海市委书记陈吉宁来到得物走访调研，勉励得物把优质和绿色这两个名片做得更响。



2024.9

得物荣获上海市质量金奖，成为全国唯一获得省部级质量金奖的消费互联网平台。



2024.11

中共二十届中央委员，市场监管总局党组书记、局长罗文来到得物走访调研。



2024.5

得物被授予 2023 年上海版权优势单位称号。

2024.7

2024 年上海市互联网企业信用评价，得物以 890 分排名第一。



2024.9

得物参展服贸会，荣获科技创新服务示范案例。



2024.12

得物荣获上海市首批“工赋链主”企业称号。

2025.1

国家市场监督管理总局举办“知识产权保护与市场监管创新发展”活动，7名得物资深鉴别专家受邀赴总局交流商品真伪鉴别技术。



2025.5

得物出席广东省电商助力内外贸一体化座谈会，启动“外贸优品扶持计划”。



2025.9

得物迎来创业十周年。



2025.11

得物亮相第八届进博会中国馆，向世界展示中国科创成果。



2025.2

全国电子商务工作会议在京召开，得物作为品质电商代表发言。



2025.5

得物发布“养品方法论”，助力超过 6200 商家实现年销售额翻番。



2025.7

得物自主研发的人工智能查验鉴别系统获得世界人工智能大会卓越人工智能引领者奖(SAIL)，李强总理参观得物世界人工智能大会国家馆展台。



2025.12

得物荣列中国互联网综合实力百强 19 名，首次进入前 20。

Responsibility Summary

责任概要

CSR理念

满足年轻人对美好生活的向往

CSR战略框架

基于”满足年轻人对美好生活的向往”的使命，得物从与利益相关方建立长期共赢关系出发，实现业务战略与社会责任战略的高度协同，并融入企业文化中。

得物通过三个方面实现**社会责任管理体系化**：

01

*

建立社会责任管理委员会，形成完整的管治架构

02

*

对利益相关方诉求进行全面识别，结合联合国的 17 个可持续发展目标，明确社会责任理念，融入业务战略和企业文化

03

*

发布企业社会责任年度报告，提高透明度，加强对外沟通





CSR管理架构

得物将可持续发展理念深入融进公司战略、管理制度和日常运营中，企业社会责任管理工作由CEO牵头，成立社会责任管理委员会，负责对社会责任整体工作方向进行决策与审批。下属社会责任联合工作小组由政府事务部统筹协调，负责指导社会责任工作的具体开展内容。联合工作小组下设社会责任工作组和社会责任专家组，社会责任工作组负责社会责任事宜的沟通、落地与执行，社会责任专家组为公司整体社会责任工作的开展提供建议、意见，并结合各利益相关方与国际社会所关切的议题，制定公司企业社会责任的工作目标与行动路径。

得物定期评估社会责任治理程序和治理效果。在每年一次的管理评审会中，都会设置社会责任议程，由社会责任管理委员会汇报、复盘公司和管理层社会责任相关关键绩效的执行情况，对CEO及高管的相关决策以及执行情况进行评价，形成改进的具体建议，向全公司传达重要变化。



Inspection Authentication

01 责任专题：查验鉴别保障品质消费

共建的鉴别

开放的鉴别

创新的鉴别

普惠的鉴别

打造品质电商标杆

得物始终追求长期的、有质量的增长，拒绝伪、劣、Low。作为电商平台，得物作出“假一赔三”的商品品质承诺，意味着承担起千钧重的用户期待和管理责任。我们和国家级权威机构共建商品查验鉴别能力，践行开放、创新、普惠的鉴别，矢志打造品质电商标杆。是数亿用户的宝贵信任，支撑我们走到今天。

Joint Authentication 共建的鉴别

什么是查验鉴别

得物在电商行业首创了“先鉴别、后发货”的交易履约模式：消费者在得物下单后，商品首先寄送到得物线下智慧仓储和查验鉴别基地，由得物对商品进行品质检验和真伪鉴别，确保是无瑕疵的正品、新品后，再发货给消费者。



权威机构合作

得物深知，保障正品、提升品质不是一家企业的独奏，需要社会各方力量。我们积极推动“共建的鉴别”，与权威机构、学界前沿展开深度合作，共同为消费安全与行业进步贡献力量。合作领域：鉴别研究、鉴别行业标准、专利合作、鉴别实验室技术创新、鉴别培训认证、系列课程、人才交流输送等。



执法部门战略合作

与中国海关科学技术研究中心成立鉴别合作研究基地



2025年6月

得物与中国海关科学技术研究中心签署战略合作协议并成立鉴别合作研究基地。海科中心是海关总署直属科研机构，专为中国海关提供科学技术研究及标准化体系建设研究。此次合作是中国海关科研机构首次与外部在鉴别专业领域开展深度合作。

海科中心专家团

“

希望通过与得物合作，共同成为鉴别研究‘先行者’，为消费者提供更加坚实的正品保障，助力美好生活升级。

”



2024年11月

得物被中国海关科学技术研究中心授予“奢侈品鉴别能力验证满意结果机构(A级)”资质认证，成为唯一获此认证的电商平台。并经过权威专家团评审，认定得物 App 在鉴别专业性、鉴别准确度等方面都达到“满意(A级)”，也是该认证中的最高等级。



2025年8月

得物与海科中心联合举办奢侈品鉴别现场能力验证。

国家级权威检测机构合作



中检集团

中国检验认证集团（简称中检）与得物共同成立国内首个消费品鉴别联合研究团队，中检首次对外官宣在鉴别专业领域的深度合作。中检是国务院批准设立的跨国检验认证机构，在政府、公检法、海关、工商合作的产品鉴定和司法鉴定，及消费品的鉴定服务中，积累了丰富经验。

1



中检专家团

“得物鉴别的理念严谨度和方式在世界范围内都非常先进和超前。”“得物鉴别提高了国内鉴别机构的标准，未来希望和得物共同制定统一的鉴别标准，一起为全国的鉴别行业树立标杆。”

广检集团

2025 年，广州检验检测认证集团与得物联合成立正品保障研究中心，双方将在鉴别研究、消费品鉴别、人才交流等方面深度合作，这是广检集团首次对外在该领域开展深度合作。

2



中纺标

2024 年，中纺标检验认证股份有限公司与得物共同成立了服装鞋靴品质保障中心。中纺标拥有国家纺织制品质量检验检测中心等多个国家、省级授权的检测服务平台，在检验检测领域具有高度权威性和公信力。

3



4



天纺标

2024 年，天纺标检测认证股份有限公司与得物成立联合质量实验室。天纺标由两家国家级检测中心和多家科研院所建立，在质量检验检测领域有 60 多年经验积淀，具备 CNAS、CMA、美国 CPSI 等检测认可资质。

中轻检验（国家食品质量检验检测中心）

2025年，中轻检验认证有限公司（简称“中轻检验”）与得物 App 共同成立了“酒类联合鉴别中心”。中轻检验拥有国家食品质量检验检测中心等多个国家级检测服务和技术创新平台，专业能力与权威性得到行业广泛认可。

程劲松：

国家食品质量检验检测中心副主任
中轻检验酒类特色检验检测中心负责人

“得物 App 在商品品质与正品保障领域深耕多年，有很高的技术水平，凭借持续的技术钻研与海量实践积累，在鉴别技术与模式创新方面，都走在了行业前沿。”



中国出入境检验检疫协会

2024年，经中国出入境检验检疫协会（中检协）审定，得物鉴别实验室能力符合“奢侈品规范鉴定机构”评审要求，获得中检协授牌。

2025年，中国海关科学技术研究中心联合中国出入境检验检疫协会奢侈品专业委员会主办年度奢侈品鉴别能力验证活动，得物奢侈品全类目资深鉴别师谭皓月任评审组成员，9位得物鉴别师获得中检协备案检测鉴定专家聘书。

张琛：

中国出入境检验检疫协会
奢侈品专业委员会会长

“看过很多国家级实验室，得物鉴别实验室有非常高的标准，是我考察过的机构里在鉴别领域做得最严谨的。像得物这样对品质的把控和投入，我在行业里第一次看到。”



学界专业机构合作

中国地质大学（北京）珠宝学院、中国地质大学(武汉)珠宝检测中心

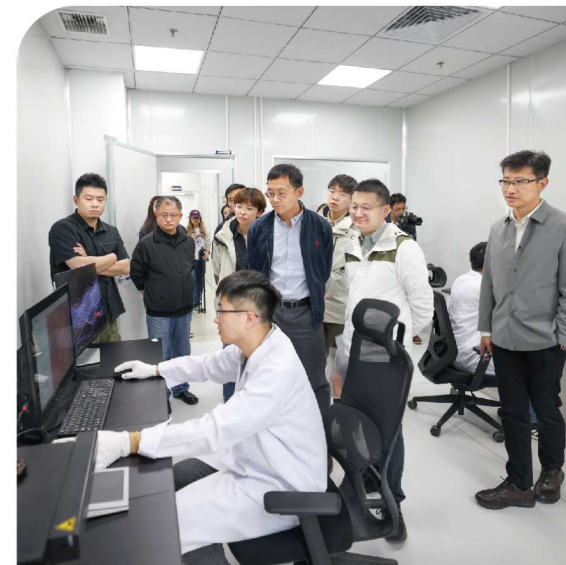
中国地质大学（北京）珠宝学院一直被誉为“珠宝界的黄埔军校”，2023年，地大（北京）珠宝学院联合得物成立鉴定联合研究中心，这是该学院首次对外成立的鉴定联合研究中心。2024年，得物成为中国地质大学（武汉）珠宝检测中心（GIC）珠宝鉴定合作单位。得物为多位鉴定专业优秀毕业生提供就业岗位，创造了高质量就业机会。

杨明星：

中国地质大学（武汉）珠宝检测中心（GIC）主任
前中国地质大学（武汉）珠宝学院院长



“得物鉴别有一套严格的标准体系，通过外观鉴别与实验室检测相结合，不仅检测珠宝的材质、成色、贵金属含量等，还会对制作工艺、外观包装等仔细比对，确保消费者买到货真价实的正品。得物的鉴别标准今后可以上升为团体标准、行业标准，甚至成为国家标准。”



华东理工大学化学与分子工程学院

2024年，华东理工大学化学与分子工程学院与得物成立国内首个化妆品鉴别研究基地。得物成为华东理工大学实践教学基地，在校开设化妆品鉴别研究课堂，由得物美妆鉴别团队作为讲师专业授课。

华东理工大学专家：

“一件化妆品有上百页的鉴别研究报告，真实感受到得物鉴别的严谨扎实，得物用科研级设备来辅助化妆品鉴别的方法，对化妆品鉴别的学术研究和科研实践都有启发意义。”



标准化

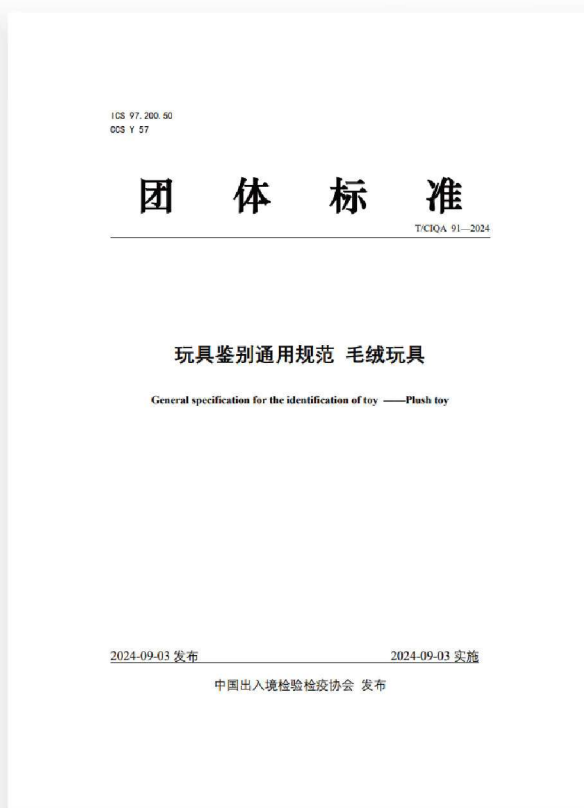
得物与行业协会、研究院所联动，及时把商品查验鉴别领域的最新研究成果进行沉淀，通过标准化建设，为行业健康发展贡献力量。

《玩具鉴别通用规范 毛绒玩具》团体标准

2024-2025 年，潮玩经济火热升温并在年轻群体中掀起消费热潮。LABUBU 在网络上经常能看到“一娃难求”的景象。但是也正因为过于热门，市场上各类型的仿品层出不穷，严重扰乱行业秩序。

得物敏锐洞察到潮玩市场正品鉴定标准缺失的行业痛点，积极推动标准体系建设。得物联合中国出入境检验检疫协会、中国玩具和婴童用品协会等权威机构，共同发布《玩具鉴别通用规范 毛绒玩具》团体标准。

该标准的出台具有里程碑意义，首次系统性明确了毛绒玩具鉴别的特征鉴别法、荧光效果对比法、材质对比法等核心方法，并针对 LOGO、产品本体、配套服装、吊牌、水洗标等关键维度，制定了清晰可落地的鉴别要点，填补了潮玩领域专业鉴定标准的空白。



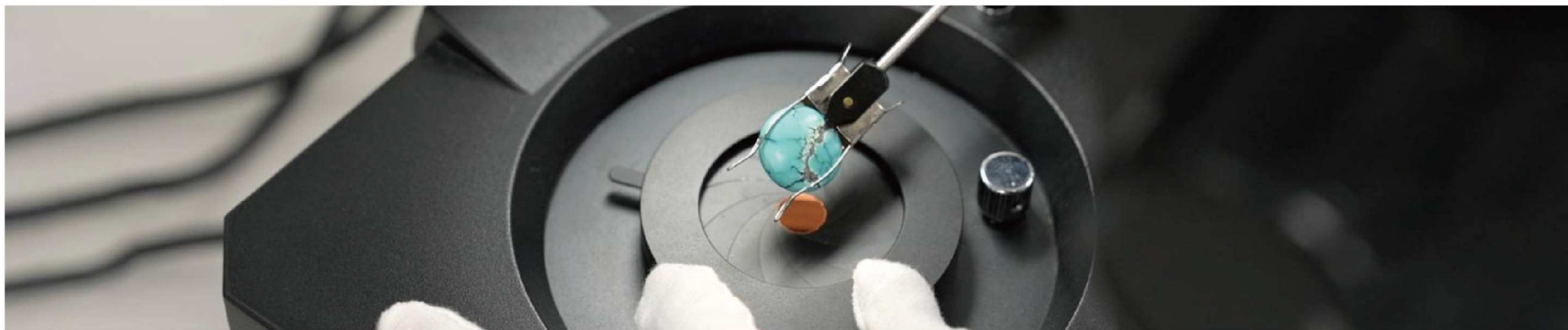
《热处理翡翠（红-黄色）鉴别及分类》团体标准

2024年10月18日,由得物牵头起草、中国地质大学(北京)珠宝学院和河北省产品质量监督检验院参与制定的《热处理翡翠(红-黄色)鉴别及分类》团体标准经中国出入境检验检疫协会审批,正式对外发布。该团体标准对如何对热处理翡翠鉴别和分类进行了标准化的说明,填补了国内在此领域的标准空白。

《运动跑鞋》团体标准

2024年11月7日,由上海市消保委牵头,上海市皮革技术协会具体组织,联合中外知名跑步鞋企业,以及鉴正、SGS等检测机构,针对跑鞋产品关注度高且存在标准缺失、规则不全等问题,发布《运动跑鞋》团体标准。得物成为该标准的正式起草单位之一,该标准填补了国内休闲跑鞋领域的技术标准空白。

未来,得物还将争取将鉴别服务相关标准上升到国家标准,以自身鉴别模式定义鉴别服务行业的流程规范,填补国内鉴别领域的标准空白。



Open Authentication 开放的鉴别

得物查验鉴别开放日

打开大门，直面关切

“鉴别是否只是主观判断？”
“每个商品都会仔细查验吗？”

“得物都是肉眼鉴别怎么靠谱？”
“珠宝玉石鉴别靠谱吗？”



得物到底怎么做查验鉴别，这个话题在很多用户心中存在真实的疑问，但答案却模糊不清，大量网络谣言对消费者造成了误导。

“百闻不如一见”，真正的信任来自于彻底的透明。为了保障得物用户的知情权，2024年起，得物启动“查验鉴别开放日”活动，邀请多批用户走进得物仓储与直验鉴别基地，到一线了解得物查验鉴别的工作全流程。

1 高规范化流程：一镜到底，全程可溯

在超过 17 个足球场大小的得物超级品质保障中心，超过 5000 个全流程追踪高清摄像头下，用户们看到，商品在拥有国家级资质的专业鉴别师手中，是如何完成鉴别的。鉴别区域严格隔离，毫米级的假货特征逃不过专业仪器和严谨的操作程序，一镜到底全程记录，双盲鉴别交叉验证，安静但高度标准化的流程让用户印象深刻。



@ 山菜:

“没想到是真的每个商品都查了！”



@KIM:

“全程多个机位的高清摄像头来记录，是每件都查，全部都会记录留档，不存在抽检漏检的情况。”

2 样本库：全球采购，只为每一次的精准判断

离开鉴别区域，一个占据了 7 个篮球场面积的仓库呈现在眼前，这里是得物商品样本库。

在得物，所有销售的商品，都要先进行鉴别研究并出具研究报告。而开展研究的基础就是真伪商品样本。为了确保鉴别的准确性，得物组建样品全球采购团队来采购样本。

例如，样本库存放 Supreme 藏品超 5000 件，价值超 600 万；为了一件 Champion T 恤，买手团队跑遍全球几十个城市，收集多达 1500 件样品，覆盖 14 个产地版本。一款大牌面霜，得物在全球 12 个国家 26 个城市，斥资 43 万采买了 560 件正仿样品，形成了该品牌 8 万字的鉴别研究报告，用于实际商品的鉴别比对分析。



@Isa:

“你们对待商品像孩子一样！”

3 权威认可：中检专家眼中的得物标准



@六六:

“得物不仅使用大型专业仪器，还聘请了大量科研工程师，这真的把我们‘打败了’。”

中检鉴别师

4 实验室：科研级检测仪器为鉴别加码

在全国电商唯一的 CNAS、CMA 认证鉴别实验室，参观者们不仅了解到了大量科研级鉴别知识，解答了心中疑惑；更感慨于如此大的交易规模下，只要有鉴别需求，商品都会上仪器检测。



@ 比巴布感叹：

“有些仪器我只在导师的研究院见过。”
“实验室里面有众多上百万的科研仪器，数码商品扫描之后是不是组装机一眼就能看出来。”

- 高倍显微镜
- 扫描电子显微镜
- X 射线荧光光谱仪
- 拉曼光谱仪
- 顶空气象色谱质谱仪
- 计算机断层扫描联用设备
- X 射线探测仪
- 显微红外光谱仪
- 3D 轮廓测试仪
- EDX 测金仪器
- 3D 超景深数码显微镜

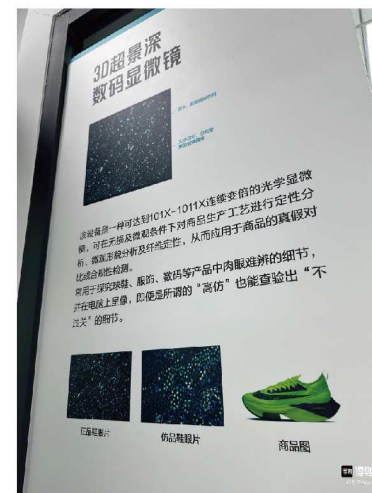
5 责任与展望：让透明成为最好的承诺



@ 汤汤：

“希望你们能让更多人看到这些真实的鉴别方式和流程。”
“整个流程参观完就能感受到得物在鉴别这块的实力真的是天花板级别的，完全不会担心商品质量和真假的问题。”

开放透明的鉴别，不仅是用户的期待，更是得物的社会责任。我们将继续坚持开放鉴别理念，以透明守护信任，用专业践行责任，推动电商行业向规范、品质的方向发展。



国家市场监督管理总局交流活动

2025 年，国家市场监督管理总局机关直属团委指导举办“知识产权保护与市场监管创新发展”活动，旨在增强总局青年干部对于知识产权保护在市场监管工作中的重要作用及创新实践的认识，得物受邀赴国家市场监督管理总局在活动中交流得物商品查验鉴别技术。

来自市场监管总局机关、中国标准院、代码中心以及市场监管报社的 70 余名青年干部代表参加活动，来自得物的 7 名资深鉴别专家，以球鞋、服装、奢侈品箱包、美妆等多个商品类目为例，进行现场讲解和实物鉴别互动，与青年干部们进行深入的交流与讨论，集中探讨消费者最为关注的商品真伪鉴别议题。

通过得物鉴别师生动的讲解和即时的互动交流，青年干部们对商品鉴伪技术的认知与运用能力得到了显著提升，同时也促进了鉴别理论知识与市场监管实践的深度融合。



“知识产权保护与市场监管创新发展”活动

青年干部代表表示：

“得物在商品鉴定服务上有着丰富的经验，希望以后可以多联合开展此类活动，进一步了解得物的鉴伪技术，以及在鉴别师培养方面的内容。掌握商品真伪的鉴别知识和技巧，对于提升市场监管工作实践的能力和水平有重要帮助。”



鉴别公益分享

2024年9月

得物参加上海“质量月”高标准引领时尚纺织产业链供应链质量提升活动，分享得物作为时尚消费品产业链平台企业，在卓越绩效质量管理方面的实践经验和社会效果，突出得物以品质电商为核心定位，牵引商品质量管理和企业内部治理的成果。

2024年12月

开展市政府质量奖获奖组织参观交流，向上海40余家质量奖孵化企业现场分享介绍得物质量管理体系经验，并进行专家点评、学员交流。

2024年12月

得物鉴别作为特聘导师团队，受邀进入华东理工大学日化专业课堂，面向高校师生公开展示鉴别标准与鉴别方法，从鉴别要素、生产工艺、成分分析等角度，为应用化学专业学生教学一手美妆鉴别经验。

2025年4月

来自香港科技大学、城市大学、都会大学及近10所中学的30多名香港大中学生代表参访得物，参观企业展厅并参加由商研主办鉴别公开课。公开课氛围热烈，同学们通过现场体验球鞋、化妆品鉴别，增加了对得物鉴别的了解。

2025年6月

来自复旦大学、华东师范大学、华东政法大学、上海师范大学、上海理工大学等5所在沪高校的数十名名学生参观得物展厅，体验查验鉴别公开课。

2025年6月

得物在嘉定区特殊学校成佳学校举办了一场公益党建共建活动。得物党员代表给学生们送上玩具、得物周边产品等爱心小礼物，并与学生们就真假球鞋鉴别、虚拟试穿、AI技术体验等开展互动。通过对比真伪鞋标、触摸材质差异，学生们瞬间变身“小鉴别师”，让学生们感受保护知识产权，倡导品质消费的意义。

2025年9月

得物参加2025年上海市“质量月”系列活动——虹口区“质量开放日”首场活动，向市民代表分享电商企业经营模式和质量特点。



Innovative Authentication 创新的鉴别

全球领先的人工智能查验鉴别体系

2025年，备受瞩目的2025年世界人工智能大会（WAIC）上，得物人工智能查验系统亮相“中国人工智能产业创新成果展”，斩获大会最高荣誉“SAIL奖”TOP30。同时，得物作为科技企业代表参展亮相第八届进博会“中国馆”，向世界展示了中国消费服务领域的数字化创新能力。目前得物人工智能查验鉴别覆盖箱包、手表、鞋类、服饰、配饰、奢侈品、户外运动、美妆等众多品类，在主要品类的**鉴别准确率99.9999%**，应用规模和精度都在商品查验鉴别领域达到**全球领先水平**。

目前，得物已实现AI查验鉴别的企业级应用，面向全国全部省市的**6亿注册用户**，开放AI免费极速鉴别功能。面向未来，得物将逐步面向有合作意愿三方仓储基地和商业伙伴，探索在更大范围应用AI查验鉴别服务。同时探索在市场监管、海关、司法鉴定等场景落地，为国家治理体系和治理能力现代化添砖加瓦。



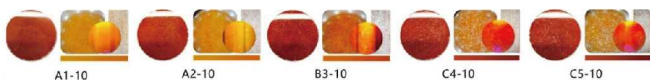
攻克“天花板级”难题，填补行业空白

黄花梨鉴别，长期被视为文玩领域的“天花板级”难题。由于国家鉴定标准存在空白，专业机构仅能评估树种，却难以综合料质新老、纹理特征、细分产地等关键价值维度。传统鉴别手段单一且具有破坏性，不仅导致鉴定费用高昂，更使文玩手串等物件在鉴别后价值受损，无法佩戴。目前，市场上仅海南黄花梨的常见仿冒品种就达近 200 种。

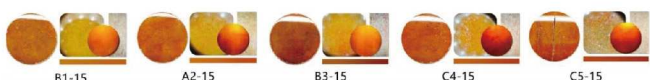
面对行业困境，得物鉴别研究团队深入产业一线，历时数月调研加工链条与仿冒工艺，成功研发出以“四维精准”为核心的全新鉴别标准，并开创性地引入基因检测技术，实现树种认定的非破坏鉴别。目前，相关技术已申请《一种基于 PCR 浸出液特征分析的降香黄檀和东京黄檀区分方法》等 2 项国家发明专利，发表 3 篇学术论文，开发出《海南黄花梨产地细分识别图谱》，被收录于国家艺术基金支持的高职教育专业教材。得物成为行业内唯一能够对海南黄花梨进行全维度鉴别的平台，填补了市场空白。



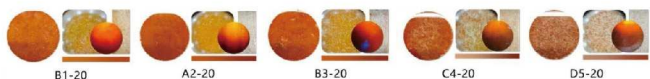
同批次料质10天热处理周期质量分级图谱



同批次料质15天热处理周期质量分级图谱



同批次料质20天热处理周期质量分级图谱



“热处理”通过高温加热等方式，改变翡翠颜色，不良商家用热处理翡翠冒充天然翡翠高价售卖。热处理翡翠鉴别难，是珠宝行业公认的“老大难”问题。

为了把热处理翡翠研究透彻，得物鉴别团队“暗访”了国内几大热处理翡翠“加工工坊”，深入生产一线，“吃透”了热处理翡翠的氧化原理和工厂的最新处理技术，通过网格化对比研究，形成 5 篇热处理翡翠鉴定领域的专业论文，开发了 4 套鉴别工具包和 5 项定级核心原则，相关成果已申请国家发明专利。



“美妆制假商不撞南墙不回头,我就是南墙。”

南墙（花名）是一位得物美妆鉴别师，也是华东理工大学化学与分子工程学院特聘讲师。面对不断升级的美妆制假技术，她与团队深入美妆假货流通链条，卧底社交平台、伪装买手、迂回下单，最终溯源至同一供货源头，阻断了该类美妆假货流入得物的可能。

为了彻底解决了假货贩子篡改批次的作弊行为，南墙团队运用气相色谱 - 质谱联用仪进行成分检测，与全球采购的不同版本正品反复验证，最终通过一个毫米级的发现成功破局，被迅速写入得物鉴别标准。

“美妆制假商不撞南墙不回头，我就是南墙。”——她的工作，是得物全体鉴别师职业精神的缩影。



Inclusive Authentication

普惠的鉴别

践行能力普惠

得物作为中国消费者协会“慧眼计划”的唯一合作企业，与中消协及各方共同建立的鉴别机制，服务于全国消费者权益保护组织。

慧眼计划将企业级的专业鉴别能力，规模化地应用于社会公共治理。消费者在通过各级消协组织维权时，有机会获得由得物提供的、与平台用户同等专业水准的真伪判定服务，为构建“放心消费”环境提供技术支撑。

广泛触达用户

得物不断拓展鉴别服务的覆盖范围。在得物，每天有超过 3 万来自全国各地的用户使用得物开放的线上鉴别、寄送鉴别服务。用户想确认通过各种途径购买的商品是真是假，只需要在得物 App 上简单操作，按要求上传商品的相关图片和信息，最快 3 分钟即可返回鉴别结果。

需要检测成分的商品，还可寄送至得物专业实验室或选择由中检和得物联合鉴别。现在，得物鉴别服务还可以鉴别家里“毛孩子”的品种和品相，得物专业宠物鉴别师会提供全面的分析。得物鉴别业务上线以来，累计已完成鉴别 12 亿 + 次。



Forge a premium e-commerce benchmark 打造品质电商标杆

2025年2月，全国电子商务工作会议在北京召开，得物作为品质电商代表，受邀以正式参会代表的身份全程参会，并做主旨发言。

2025年9月，“购在中国·2025数字消费嘉年华”启动仪式在浙江杭州举行，商务部副部长盛秋平等领导出席活动，得物受邀出席活动并上台发布品质电商行动计划。内容包括：强化商品真伪鉴别和质量查验全链路管控能力、面向用户和产业链上游持续开放鉴别服务和技术、投入10亿专项资金对品质商家提供费率减免、面向品质商家提供百亿免费流量支持等。



2025年9月，第六届中国质量大会在江苏南京开幕，中共中央政治局委员、国务院副总理张国清出席开幕式并讲话。

在当天举行的质量大会“全球产业链供应链质量发展与协作”专题会议上，得物打造的跨境电商智慧查验鉴别体系，凭借在质量管理与技术创新的融合成果，从152家企业(组织)报送的154个案例中脱颖而出，获评“国际质量管理融合创新”典型案例，成为全国仅25家获此殊荣的企业之一。



Premium User Experience

02 打造品质用户体验

商品选品

用户体验

品质社区

得物创新性采用“电商+社区”双轮驱动模式，打造数亿消费者信赖的购物平台，并通过全链路优化，持续打磨用户体验的每一处细节。在严守商品品质的核心前提下，得物不断拓宽商品供给维度，深度挖掘用户体验需求，持续聆听用户真实反馈，迭代优化App使用体验。与此同时，依托高品质社区的建设，打造丰富多元的生活场景内容，真正为消费者提供有价值的服务。

Product Selection 商品选品

得物始终以满足年轻人对美好事物的向往为使命，通过社区、交易等多元方式持续为用户传递幸福感与愉悦感。我们助力用户了解、筛选高质量好物，并帮助国产优质品牌成长。

得物既严守产品品质底线，也注重挖掘产品的精神价值。从品牌的风格调性，到商品承载的健康生活理念的把关，均设立了严格的得物标准。在产品供给层面，我们秉持长期主义原则，杜绝违背用户消费需求、有损于消费者身心健康的商品上架。



持续丰富类目

母婴/儿童品类产品的增长

得物发现，核心青年用户群体正逐步进入家庭生活、开启育儿新阶段。用户对母婴、儿童、青少年用品的品牌口碑与品质安全有着高要求，他们长期以来对得物平台全链路品质保障体系的高度信任，催生了在得物选购相关产品的明确需求。

基于该需求，得物针对母婴、儿童用品建立了高标准的审核机制——对产品成分实施全项检测，排查甲醛、重金属等有害物质；对儿童玩具等执行严苛的安全认证审核，确保符合国家标准；对母婴个护产品额外验证原料安全性与配方温和性。



陪伴青年户外运动装备升级

得物关注青年人群的健康成长需求，基于对户外运动潮流的深度洞察，精准捕捉到青年群体对户外装备的动态消费升级趋势——随着兴趣不断深入与收入水平稳步提升，青年户外消费呈现出持续迭代升级的鲜明特征。

为深度契合青年人的户外成长诉求，针对不同专业度用户，得物打造出兴趣进阶商品矩阵，全方位匹配其入门、进阶、专业等各阶段的装备需求。同时，依托平台优质社区内容生态，助力用户全面了解各阶段装备差异。

需求阶段	人群特点	户外用品需求	信息获取渠道	代表品牌
高阶	以职业、半职业玩家为主 参与专业赛事	专业级装备 对性能、可靠性、科技属性等需求高	社区专业教练、达人、赛事官方	
进阶	专业爱好者 参与俱乐部活动	对装备参数 特性有一定了解，对特定性能有需求	社区资深玩家、教练、 户外活动组织成员	
入门	小白体验为主	入门级别要求 对装备的性能、属性并不了解	社区同龄爱好者、校园达人	

国货引领

近年来，国货品牌越来越受青年人群的重视与喜爱。作为中国青年群体的聚集地，得物着力打造潮流文化与国货品牌深度融合的特色阵地，通过与大白兔、老凤祥、凤凰、花西子等知名国货品牌展开深度合作，推出大量国潮设计单品，不仅实现了国货“潮品”销售额的快速攀升，更推动时尚消费品产业链完成从“制造”到“创造”、从“产品”到“品牌”的关键转变。



得物助力国货品牌发展，借正能量运动员影响力触达青年群体，以“同款运动装备”拓宽国货传播边界。乒乓球运动员王楚钦同款潮流休闲鞋，在平台斩获亮眼市场表现。体育明星的积极影响力，既提升了国货声量，也带动用户在社区运动版块的深度互动，持续塑造年轻人的运动健康心智。

15万+

新品预约人数

238%

品牌搜索量环比上涨

143%

品牌订阅数环比上涨

2.3倍

溢价



非遗文化推广

非遗文化不仅承载着传承工艺的美好愿景，更积极拥抱年轻消费市场、寻求创新变革、焕发新生机。得物精准锚定传统与潮流的融合点，将非遗技艺与年轻人青睐的流行艺术形式相结合，为非遗好物赋予全新的时代诠释，有效挖掘其市场潜力。



得物定制

得物深度洞察年轻人对限量款的热衷，将小众定制理念深度融入平台生态，为年轻人提供更多个性化的选择，让每一份热爱都能找到专属表达。

得物定制业务从球鞋起步，历经 4 年深耕沉淀，已成长为国内 Remake（改造重塑）领域市场规模 TOP 级平台。为进一步升级用户体验，即使针对定制鞋品，仍开放“七天无理由退换货”服务，消除个性化消费的后顾之忧；同时，平台定制商品现货覆盖率达 60%，以满足送礼等即时需求场景。

14个

定制业务覆盖类目

1800

工作室

20万+

定制商品



首发活动

对首发新品的支持,本质上是对创新的溢价。**得物鼓励品牌推陈出新,通过有设计感,持续进步的新品**,在带给消费者更好的体验的同时,收获新品溢价。得物首页开辟了新品发售专区,集中展示平台全量新品信息。为了让用户提前了解新品的发售时间和具体信息,得物在新品发售专区内首创新品“发售日历”功能,通过日历形式展示本年度未来每月将发售和过去已发售的新品,方便用户及时了解 and 关注自己感兴趣的产品。

得物新品首发团队持续跟踪全球品牌新品信息,与国内外知名品牌建立常态化机制,推动品牌新品在得物首发。目前,众多知名国际品牌均把得物作为其在中国的新品首发阵地。

里夫斯中国行活动走进得物,里夫斯展示二代篮球鞋:
准者 RIGORER 里夫斯二代在得物提前亮相,并纳入得物首发,吸引大量球迷关注。

2025年8月18日-20日,NBA 传奇球星库里登陆重庆,
得物专属 booth 展台、独家专访、Curry Camp 训练营互动接连上演,惊喜不断。



User Experience

用户体验

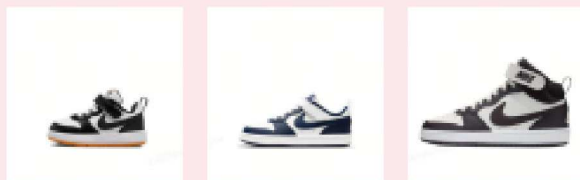
得物始终坚信,消费者在购物中感受到的获得感,从来不止于商品本身,更源于全流程中“有品质、有保障”的服务体验——从商品了解、挑选比对,到下单支付的便捷性,从物流运输的时效性与安全性,到开箱时的仪式感,再到售后问题的高效响应与分享交流的互动感,每一个环节的细节打磨,都是对消费者体验的深度重视。

得物优化消费者细节体验	对比	网购常见问题
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 简单白底图, 清晰展示商品 	<ul style="list-style-type: none"> 图片宣传 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 以夸张, 非真实图片吸引流量
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 清晰呈现每一款型号、配色、尺寸的最低价格 	<ul style="list-style-type: none"> 价格呈现 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 以配件, 小样价格进行诱导
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 先鉴别后发货, 先一步保障正品心智 	<ul style="list-style-type: none"> 品质保障 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 低资质小店售卖伪劣产品后闭店, 难维权
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 详细标注商品版本、材质、工艺等信息, 让消费者一目了然 	<ul style="list-style-type: none"> 商品信息展示 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 模糊标注商品版本、材质, 混淆消费者
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 统一官方客服, 专业的潮流商品客服团队, 快速响应且能精准解答商品相关疑问 	<ul style="list-style-type: none"> 客服服务 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 不同店铺客服响应速度参差、解答不专业
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 退换货流程清晰简便, 且针对潮流商品有专业的售后鉴别支持 	<ul style="list-style-type: none"> 售后服务 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 售后流程复杂、退换货困难
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 90% 以上流量均为自然流, 确保为消费者提供真实需求的商品 	<ul style="list-style-type: none"> 真实流量 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 商业化售卖首页位, 推荐大量广告商品
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 一品多商, 卖家无刷单动机; 基于社区平台用户真实反馈, 购买参考价值更高 	<ul style="list-style-type: none"> 商品评价 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 商品评价刷单刷量以提高店铺数据
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 极光蓝包装, 防伪 5 件套 	<ul style="list-style-type: none"> 线下履约 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ 包装简陋, 节省成本

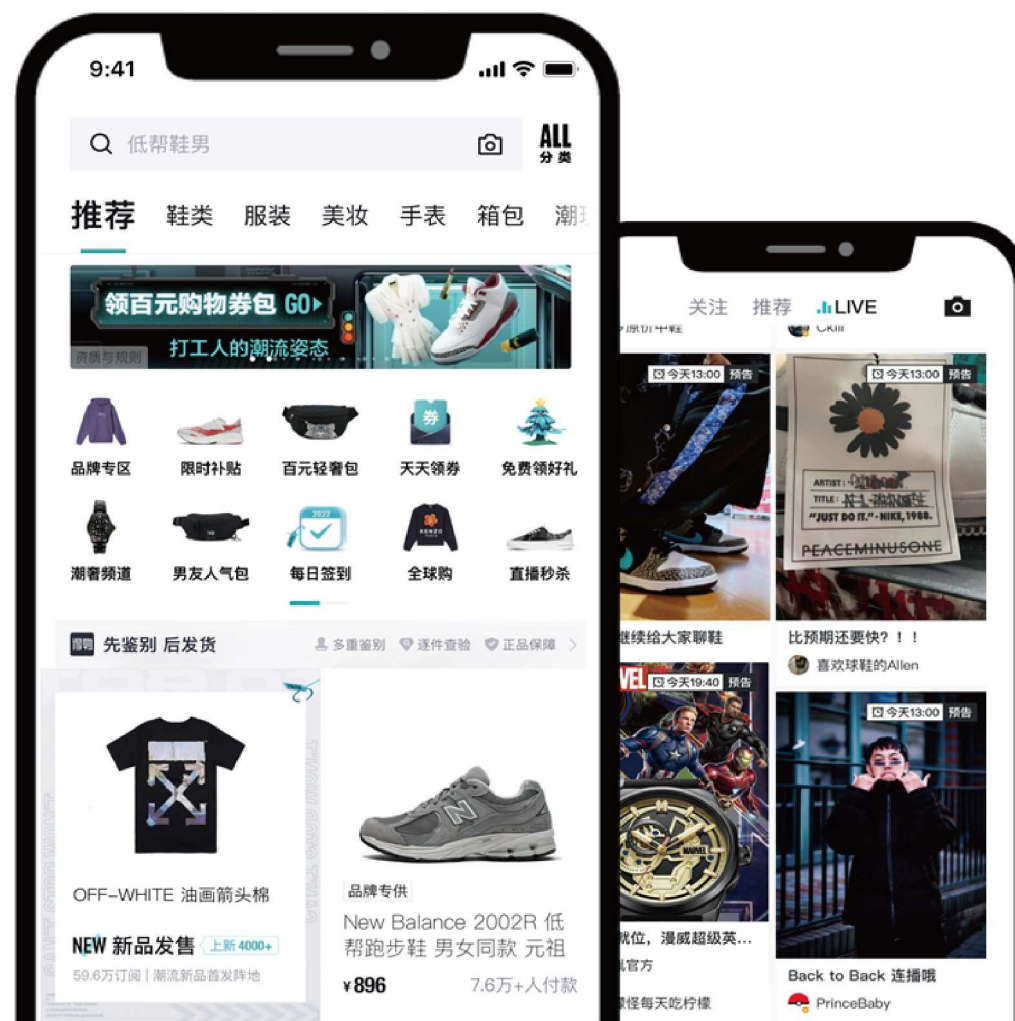
更好的信息呈现

得物的商品均以白底图展示，每件商品的图片都会精心调整大小与摆放位置；对于赠品、搭售物品的图形呈现样式，也有严格规范。这一设计能保障用户在快速浏览时，既能感受到页面的规整统一，又能一眼看清商品本身特征，不受杂乱背景干扰。通过 AI 助手，得物已实现对大部分商品白底图的自动化制作、排版、优化；针对特殊商品特性（如皮革反光、织物纹理）的精确展示需求，得物则会聘请专业摄影师进行科学布光与多角度拍摄，以更好地展示商品细节。

得物根据不同商品进行差异化展示，调整商品大小比例，让用户挑选时更直观，如下图，从左至右分别展示儿童、青年、成年三年龄段球鞋，能够直观感受到白底图展示比例差异，易于用户辨认。



得物杜绝利用视觉误导制造信息差，避免消费者因商品展示不清而购买到不符合预期的产品。如针对上装与裙子分开的商品，平台明确要求单独分开展示，杜绝因合图呈现导致消费者误将其认作连体衣的情况。



更好的信息呈现

得物的商详情页由平台强运营。

这种中心化的管理模式，满足了消费者购买不同品类商品时的需求差异。

美妆

与官方资源合作引入护肤品的成分和功效介绍。引导消费者选择适合皮肤特性，满足护肤核心诉求的产品。

运动器械

将用户对运动器械最关心的内容整合为核心参数(如重量,材质)、使用感受、产品细节三大维度。

潮玩

把“逛盲盒的惊喜感”和“找潮玩的效率感”揉进细节：通过嵌入一番赏等潮玩特色交易玩法，增加爱好者在线“开盲盒”的体验感。

配饰

聚焦年轻人购买配饰时寄托的美好寓意，从而传递商品更深层的精神寄托，放大其情绪价值，让用户体验更完整。



直面用户需求

客服是直面用户的一线部门。无论是解决投诉问题,还是主动收集用户原声,得物致力于持续洞察用户需求,不断提供更高品质的服务。

得物客服搭建了 VOC 管理平台,依托算法对海量用户原声进行解析聚类,并通过结构化数据看板开展问题分析与预警;平台发现问题后,可自动流转分发至对应业务部门。目前,VOC 平台每日捕捉超过 50 万条用户声音,借助 VOC 运营机制,客服体验团队能快速联动上游业务部门协同改善问题,最终实现用户体验的优化提升。

用户投诉原声的精准解决:

巴黎世家做旧工艺被疑二手

用户原声

在得物买巴黎世家鞋,收到脏鞋、鞋跟疑似瑕疵,疑似质量有问题。

问题定位

1 个月内投诉 11 例(涉该品牌 27 商品), 巴黎世家部分商品有做旧工艺, 但做旧与瑕疵难区分, 商详无提示, 致用户误认二手。

解法

商详页增加做旧工艺科普; 供应链建立工艺做旧与瑕疵的区分标准。

效果

上线相关投诉情量降至 0。

得物获得2024年国家电子商务售后服务领域“企标领跑者”称号。

99.6%

问题解决率

反馈个例体验问题 3738 个, 已解决 3723 个

85%

48H 问题解决率

注: 数据截至 2025 年 11 月 30 日

得服体验

得服体验是得物客服中心搭建的促进用户和平台沟通的桥梁,通过定期组织各部门成员来客服部门听音和交流,让业务直面用户真实诉求,制定解决方案,优化解决各类流程服务、产品功能等问题。

2024年-2025年,得物体验累计完成15场,开展时长82小时。300+人次的听音输出,解决多个用户侧、流程侧、业务侧的痛点问题,问题解决率达100%,确保了用户体验不断提升。

夜间客服优化用户夜间购物体验

得物关注到大量年轻用户“夜猫子”的属性,每晚凌晨后仍有大量用户浏览平台、咨询商品。得物夜间用户咨询量日均达1.7万,其中约3000次问题咨询无法被机器人有效解决。为了更快更好地满足用户在夜间的咨询需求,客服中心启动了夜间服务(01:00-08:00),保证人工客服7*24h在线。夜间咨询开启后,人工客服回复的下单转化率为26.3%,较机器人高出8%。同时,夜间客服的快速响应,更能获得用户好感度,满意度也比白天高出3%。



智能客服

得物智能客服系统通过大模型技术创新，构建了电商领域智能化服务新范式。针对早期智能客服多轮对话能力弱、知识更新滞后等痛点，项目基于垂直领域大模型底座，整合知识图谱、多模态交互和 RAG 增强技术等，开发了智能机器人、多轮对话导购系统、坐席辅助决策平台、全量质检系统和用户原声洞察平台。技术突破体现在大模型上下文理解、覆盖商品图像信息的视觉问答、拟人化交互等创新应用。系统可帮助金融、电信、制造业等跨领域智能化转型，验证了其在降本增效、用户体验升级和产业协同创新方面的示范价值，为现代服务业数字化转型提供可复制技术路径。

持续提升机器人客服准确性：

售前问答识别准确率提升至 90% 以上；视觉问答识别准确率提升至 90% 以上；机器人解决率提升 5%，机器人满意度提升 10%。机器人应答能力优化 1.7 万余次，服务满意度环比提升 175%，82% 以上用户咨询可通过在线智能服务在 2 分钟内快速得到解决，每年约 1.1 亿人次在线咨询体验得到改善。

建设智能工单审核机器人：

经过 4500 多次迭代优化，售后平均审核时效从 20 小时缩短至 3 小时内，部分审核几分钟即可完成。

实施自动化优化退货审核流程：

得物通过“专审 + 机器人”模式，快速审核消费者的退货需求。瑕疵 / 质量场景切片覆盖率 $\approx 70\%$ ，无责退货机器人覆盖率 100%，整体时效 $< 4\text{H}$ 。



Quality Community 品质社区

得物是国内最大的潮流文化内容社区。2025年5月在得物“全明星日”上，《得物社区公约》隆重推出。

核心原则

社区用户应做到

「真诚表达、友善互助」

品牌与商家应践行

「真实体验、诚信经营」

对创作者的要求

- 鼓励创作者以真实体验为出发点，创作对他人有帮助、有价值的内容，拒绝虚假营销，坚守诚信经营。
- 尊重原创，反对抄袭搬运，平台对抄袭搬运内容采取严厉打击措施。
- 强调真实体验，鼓励真人出镜分享消费心得，反对诱导、夸张、猎奇、过分美化等不良营销手段。
- 不得发布、传播诱导未成年人违法、犯罪和不良嗜好，危害未成年人身心健康的内容。

平台的管理措施

- 平台将「真人」「有用」作为流量分配核心标准，通过流量和商机分配，扶持有信息量、有真人感、画风美观的优质内容，打击营销感过强、搬运抄袭、单一同质的劣质内容。
- 对遵循《公约》要求的社区用户、品牌与商家，平台将动用一切可以动用的资源，给予鼓励，包括但不限于：收益激励、流量推送、商业合作等。
- 对违背《公约》要求的，平台将动用一切可以动用的手段，加以调控和限制，包括但不限于：降低流量、删除内容、注销账号等。

对品牌与商家的要求

- 商业合作基于真实体验，避免过度干预作者，确保合作内容基于真实体验，避免盲目铺量。
- 维护平台商品评分与评价的公信力，鼓励真实体验发布商品评分与评价。
- 保障消费者知情权，尊重友商商品，不攀附、不贬低。

@ 杨冰：

“得物的核心价值始终不变：要让大家每次打开得物，都能感受到这里的真诚、真实、品质和可信赖。希望 10 年后，我们还能始终像最开始一样——不忘初心、行事正当。”

得物创始人兼 CEO



得物社区坚持认为,消费内容必须回归价值本质,尊重原创、反对抄袭搬运、反对诱导、夸张、猎奇、过分美化。

得物希望从源头上保障消费者接触到真实、原创的产品信息。

这种社区氛围背后,是我们对当代青年消费观的更深层的思考。得物始终倡导自主、健康、责任的消费原则,为广大青年提供清晰且积极的消费指引。

不盲从于潮流和营销,对外部信息保持清醒,只为自己的认同买单。
消费是自我风格的表达工具,而非跟社会标准或寻求认同的标签。
消费应由自己的真需求来决定,量入为出。

自主,以真实有用的信息为基础

穿搭线上测评官

@ 香蕉黄呀

以实际体验作为衡量标准,坚持测评上身穿、讲细节。每一期内容都专注真实的穿着体验。那些在网购时无法触碰实物的疑虑,你总能从他的内容里找到实实在在的答案。他不仅关注单品的外观质量,更在意用户的每一分花费是否值得。他清晰讲解差异,不做主观强推,只做客观展示,带你穿越营销迷雾。



自主，是不攀比、不盲从

得物设计了引导理性决策的社区机制，营造反攀比氛围。平台通过算法推荐，将更多关注产品实用性和性价比的内容推送给用户。帮助青年消费者根据自己的实际需求和预算做出选择，而不是盲目追求高端配置或最新款式，让青年消费者专注于产品本身的品质与价值，而非盲目追求品牌或攀比消费。

穿搭线上测评官

@ 苹苹 velpro

是「不费力穿搭」的代名词——无需刻意堆砌，便能将不同风格揉成自带松弛感的造型。她主张穿搭应该服务自己、愉悦自己，不是追求大牌新款来博人眼球。在她率性与松弛的穿搭哲学里，没有被定义的标签，只有不断解锁的新可能。



自主，来自于真实、真诚的分享

美妆达人

@ 炫炫大口吃肉

会专门关掉美颜滤镜，只为给用户提供最真实的测评意见，减少容貌焦虑。分享粉底液时，她不仅会展示自己使用前后的对比，还会详细说明适合的肤质、不同场景下的表现等。这种真实的分享方式无疑让青年消费者更客观地了解产品的优缺点，避免被过度美化的宣传所误导。



穿搭达人

@Wengg_

总是以最真实的普通男生状态出境，以“拿来就能用”的构图技巧 + 万能姿势组合，教男性用户们一步步摆脱僵硬，找到属于自己的镜头感。陪着大家一起，在每一次快门的积累中，悄悄变自信。



挑战普通男生学习
穿搭博主拍照的第n天

健康生活

伴随政策、赛事、品牌和设施的综合推动，中国户外运动在过去十余年迎来快速发展期，参与者以年轻群体为主，他们精力充沛，热衷尝试，对户外运动有高度兴趣。在他们当中，约70%会通过内容社区来了解户外运动资讯。而得物以从创业伊始就形成的浓厚运动氛围，汇聚了一大批优秀运动达人，带动无数 Z 世代探索健康生活。

@ 跑者小艺博士

铁人三项大众健将用镜头记录着她在运动中的不断突破：烈日下骑行时飞扬的车轮轨迹、夜幕中奔跑的呼吸节奏，充满张力的画面，总能引起用户的感叹，甚至燃起了很多用户运动的热情。她没有奥林匹克的光环，却以一步步真实的汗水与进步，点燃无数人的运动渴望。



@Shaw 的跑步计划

从中国城市街头跑到德国柏林的世界赛道，不曾停下脚步的记录了他的马拉松之旅。他不仅是马拉松爱好者，更是值得信赖的线上教练。他的热心分享为初跑者提供了科学可行的训练范本，用系统训练和细节指导陪伴一大批 Z 世代从零起步，无伤奔向第一个终点。



@7777 阁楼

作为一名 Z 世代的体育专业大三学生，将课堂所学的运动人体科学、运动生物力学等理论知识，与球场上的真实穿着体验深度融合，构建了一个既严谨可靠、又极具说服力的测评体系，满足了运动爱好者对“技术干货”的渴求。



得物线上内容社区倡导年轻人追求健康生活方式，打造健康体魄。组织健身、骑行、户外、跑步等众多运动，让青年用户在学习工作之余“快乐运动”。

得物通过内容社区组织各类健康活动，如早起挑战、跳绳挑战等等，并鼓励用户分享拉伸技巧、体态改善经验等内容，让大批年轻人开始关注日常生活中的健康小事。



2025年，得物首个大型户外IP——「得物野人30项」启幕。从玉龙雪山脚下到拉市海畔，从白天的徒步攀岩到夜晚的篝火观星，近两百位明星“野友”和创作者齐聚，共同打造真实、纯粹的户外野营+公益环保活动，2天时间，6条路线，24项挑战，覆盖徒步、骑行、越野跑、飞拉达等多项运动。





为年轻用户搭建一个

感知美、表达爱、激发创造力的舞台

在得物，我们倡导身心共进，以热爱滋养内心。艺术、音乐等内容备受关注。得物不仅会重点推荐优秀国内艺术家、海内外艺术展馆，还会向用户深入解析艺术风格，让表现主义、未来主义这些看起来深奥的学术内容成为用户信手拈来的知识。

得物还会定期推荐艺术主题风格好物，让人文的美好成为年轻人触手可及的生活方式，鼓励青年消费者丰富自己的精神生活，从内心深处感受健康消费带来的愉悦。

在得物，音乐不仅是律动的节拍，更是青春的共鸣与情感的载体。我们通过「夏日音浪计划」、「我的歌词故事」、「乐器达人养成记」等一系列丰富多彩的音乐活动，为年轻用户搭建了一个感知美、表达爱、创造力的舞台。

我们鼓励用户深入音乐的内核，从单纯的“听”进化到“玩”、到“懂”、到“创造”，在旋律中沉淀思考，在歌词里体悟人生，从而涵养一份从容的审美与丰沛的情怀。



弘扬中华优秀传统文化

得物通过连续五年的国潮相关活动，在促进国货“潮品”消费、推广首发首秀商品、助力精品国潮品牌发展和传播中华优秀传统文化方面积累了丰富的经验。

2024年11月15日至17日，得物成功举办了“2024 国潮集结”游园会。同时，本次活动充分联动得物线上社区和交易板块，相关话题线上发布达11万条以上，参与用户超过2.1万人次，站内“2024 国潮集结”话题下内容曝光总量达8.3亿次。活动充分发挥了国际消费中心城市高水平消费促进活动的联动效应，活动带来全国范围的国货“潮品”交易转化达2.7亿元。



低碳轻生活

在可持续时尚方面，得物在潮流文化传播中融入环保理念，推出“旧物改造潮流案例”“可持续材质潮品推荐”等，引导青年消费者关注环保，践行绿色消费。例如，得物平台上有一位手工达人 Mike，他擅长将废旧的衣物改造成时尚的包包和饰品。他在平台上分享自己的旧物改造过程和作品，吸引了很多青年消费者的关注。

许多消费者受到他的启发，开始尝试将自己闲置的衣物进行改造，不仅减少了衣物的浪费，还创造出了独一无二的时尚单品。此外，得物还推荐了一些采用可持续材质制作的潮品，如使用再生塑料制成的运动鞋、有机棉制成的服装等。通过这些推荐，让青年消费者了解到可持续时尚的概念，鼓励他们在消费时选择更加环保的产品，为保护环境贡献自己的力量。

Empowering Quality Ecosystem Partners

03 助力生态伙伴成长

商家支持

社区创作者支持

服务商支持

品质电商的繁荣，源于生态伙伴的同行与坚守。我们反对“内卷”，助力品质商家降成本、多赚钱，促进品牌实现长效增长；以多元支持守护创作者初心，让优质内容获得应有尊重与回报；持续优化物流、仓储、维保服务商合作环境，筑牢品质与效率的双重保障。

Merchant Support 商家支持

在青年消费需求向情绪共鸣与价值认同深度演进的当下，得物始终坚持与商家共同成长，携手捕捉青年需求趋势，构建深度协同的品质商家成长生态，为商家提供差异化的营商体验：助力品质商品挖掘青年消费市场机会，通过持续拓展高品质商品矩阵、精准捕捉用户真实需求，与商家共同推出真正解决消费痛点、满足情感期待的优质好物。

2024年

32[↑]

十亿级赛道

6120[↑]

商家销售额同比翻倍

90%

以上中小商家



低门槛入驻

得物广阔的青年消费用户市场，向全品类商家开放：

得物平台观察到，大量中小卖家拥有敏锐的市场洞察力，能精准捕捉消费需求、并匹配优质货品。

为满足中小卖家创业诉求，得物推出“低门槛、高灵活、强保障”的专项支持政策，降低其经营成本与风险，打造电商创业就业的标杆平台：



零负担入驻

0 保证金政策，无需占用启动资金，大幅降低创业起步门槛，让有想法、有货源的创业者快速入局。

01



灵活销售模式

现货模式无需囤货，降低库存与资金风险；入仓模式享35天免仓租，适配不同经营场景，灵活适配业务需求。

02



短周期结算

7天无理由订单买家确认收货后即结算，非7天无理由订单平台查验发货后即结算，加速资金周转，支撑业务拓展。

03



售后无忧保障

开通售后无忧服务，平台提供专业代销服务协助处理客退订单，让卖家专注核心经营。

04



多元变现

质检未通过商品可转95分平台、分销等多渠道销售，减少经营损耗，最大化货品收益。

05

助力商家成长

得物通过丰富的政策工具，为平台商家打造优秀的营商环境：



线上经营培训：得物为小白商家免费提供经营培训课程，并陪伴新商社群，社群内设有专业讲师每日答疑，每周3次直播课程讲解，帮助商家快速快速理清得物平台营商逻辑；

经营培训课程
3次直播课程讲解

第一周

《得物整体运营链路串讲》《平台交易模式》
《品牌直发全流程》《出价操作》

第三周

《数据中心》《客服与售后管理》
《优质案例》

第二周

《履约发货及售后》《新品打爆》
《得物内容社区》《得物活动运营》

线下新商孵化营：为帮助商家与得物运营专家更近距离交流，快速助力商家成长，邀请得物授牌专业讲师，通过线下“小班实操”的形式免费助力新商成长，在全国商家集中城市落地。

数智化经营工具

自动化工具助力商家效率提升

- 得物提供 AI 工具助力商家高效完成新品上架,可减少 90% 的信息填写量。
- 依托 AI 能力实现快速审核,新品审核上架平均仅需 3 小时。
- 针对商家出价时面临的多商竞价激烈,人力成本高,量价难平衡的问题,得物通过自动化算法,为商家提供高效的出价托管工具。
- 针对平台白底图与商品详情页的高标准要求,得物配备了智能工具及模板,商家借助这些工具能够快速合规生成白底图等物料,大幅降低拍摄与制作成本。

深度洞察助力商家把握商机

- 得物提供流量看板,不仅全方面拆解商品流量来源,更提供直观行业对比,让商家清晰了解自身商品优劣势,并给出最直观的行动建议。
- 得物的商机雷达功能,能够抓取平台时下热销商机,并拆解搜索 / 转化 / 成交热度的指标走势,及时为商家提供调优定价以及库存策略。
- 得物推: 借助算法能力,在商家可投放商品的范围内,为商家提供更加科学准确的选品推荐; 同时缩短广告创建流程,帮助商家节省更多时间和人力。

商机推荐

7天/30天/90天趋势预测 →
短中长线备货无忧



市场榜单

商品/热搜词/买家求购榜 →
深挖得物独家趋势



得物卖家AI机器人上线

2025 年, 得物卖家 AI 机器人小助手是得物推出针对平台卖家的智能经营助手; 通过规范模式的问答可以快速解决开仓、上架和找人等问题, 节省卖家 80% 的运营时间。

引导商家走向品质发展

很多中小商家入局电商运营，往往深陷价格战泥潭，还承受着高昂营销投流压力。得物始终坚信，唯有引导并助力商家提供高品质商品，以长远眼光搭建可持续发展的平台，为优质商家营造更完善的营销生态，才能帮助商家破解短期经营难题，发展出长期品质与品牌竞争力，推动平台商家迈向品质电商的发展道路。

在得物，我们让真正满足消费者需求的商品被看见、获得成长：

01

更好的口碑

更好的口碑、利润带来更多品牌研发、生产投入

03

更多的成交额

更多的成交额、正向反馈与社区宣传



02

更好的品质

更好的商品品质、原创设计与科技创新呈现于商详情页

04

更多的流量

更多的流量与更精准的消费者匹配



“得物是生意增长新的机会点，也是和年轻人建联的新方式”



“入驻得物5年多，最省心的平台之一，商品启动爆发快”



“得物是一个能让你[上新即爆发]的奇迹之地”



“得物紧跟专业美妆工具趋势，是品牌首选的宝藏平台”



“得物平台氛围好，用户活跃，让品牌能更快触达到核心消费群体”

携手品牌把握青年需求

BKT 工学椅：精准命中青年人群的久坐痛点

得物平台内大量学生党与青年白领用户存在久坐引发的腰部劳损问题。针对这一市场机遇，BKT 借力得物社区，打造出现象级种草案例——单条内容曝光量突破 30 万+，直接为商品详情页带来 10 万+ 精准访问量，大幅缩短用户从“认知”到“兴趣”的决策路径，为后续转化筑牢核心流量基础。

作为护腰坐姿椅品类的开创者，BKT 深耕人体工学研发，斩获多项国际大奖、专利认证及产品功能认证；通过得物社区的精准种草，BKT 顺利完成从“专业品类标杆”到“年轻群体首选”的心智跃迁，最终实现品牌影响力与市场份额的双重跃升。



Potdemiel 蜂蜜罐：官方联名助力潮玩IP孵化

潮玩已成为当代年轻人追捧的潮流新宠，面对这一潜力巨大的市场，得物依托平台生态优势，为高品质潮玩品牌搭建起增长快车道。Potdemiel 蜂蜜罐是一家以潮流毛绒玩具、布袋为核心，集多元化 IP 设计、研发、销售于一体的综合性专业潮玩品牌。

该品牌深度合作迪士尼 IP 草莓熊，借助得物的精准曝光与深度运营，成功打通品牌与用户的沟通链路。得物基于对平台年轻用户潮流及送礼心智的深度洞察，推出得物联名平台专供款产品，融入得物极光蓝元素，并结合星愿森林等祝福寄语活动，赋予产品更强礼赠属性，助力新品上线首月即斩获 48 万元销售额，以平台力量推动潮玩品牌实现快速破圈。



图：Potdemiel 蜂蜜罐品牌销售数据可视化

Community Creator Support 社区创作者支持

- 过去 3 年,社区新兴品类阅读占比从 32% 提升至 65%。
- 过去 1 年,得物社区每个月新上传的动态数超过 525 万条,日均新增内容发布量同比增长 154%,日均活跃创作者同比增长 143%,有现金收入创作者数 83 万人。
- 2024 年,创作者总收入同比增长 89%,有现金收入的创作者人数也增长了 161%。
- 2025 年一季度,全明星创作者人均收入增加 54%。

“全明星主场计划”创作者扶持计划

2025 年,得物社区正式推出“全明星主场计划”,面向符合《社区公约》的优质创作者,12 个月投入超过 300 亿曝光、30 万件免费商品和 5 亿现金。

对新手创作者,得物社区每月免费发放超 3 万件商品,支持其内容创作;打造作者成长体系,给不同阶段的创作提供“如何经营”的系统指导,每月发放超过 200 万优惠券激励创作。

对进阶创作者,得物 App 社区为 10000 名创作者提供 10 亿流量、价值 5000 万货值的跑鞋、数码、美妆等行业尖货优先体验,参与 VOGUE、F1 上海站、马拉松赛事、NBA 球星中国行等影响力合作。

@pika_pika

1998 年的女生 @pika_pika 大学期间就在得物社区成为一名内容创作者。她喜欢穿搭,大一便在得物社区通过参与「得物女孩」评选积累了一两万粉丝。2022 年,她开始尝试视频拍摄,目前每个月都能接到约 20 个商业化合作,收获比同龄人更高的收入。她表示,最开心的就是能够赚钱带妈妈去旅游:“我还教她用相机,她的改变也挺大的,天天跟我出去摄影,找到了自己喜欢的事情。”



造浪计划助力高校学生创新创业

得物积极响应国家关于深化产教融合、促进高校毕业生就业创业的政策号召,2025年,联合全国18省101所高等院校推出得物造浪计划实训课程。

得物造浪计划充分拆解平台业务真实经验,创新采用“理论+实战”双轮驱动模式,围绕“潮流社区内容创作”“品质电商运营”“商品鉴别体系”三大核心板块构建实践体系,为学生全方位搭建“从课堂到产业”的认知桥梁,助力其深度理解电商商业逻辑、精准掌握行业发展趋势,真正实现从校园到企业的无缝衔接。

造浪计划

得物造浪计划是针对高校学生推出的校企联合实训课程。重点围绕高校专业人才培养、实习实践、求职就业等内容深入设计,通过专项培养与实践指导,助力学生实现高质量就业创业。

18省

造浪计划落地省份

101所

造浪计划合作院校



Service Provider Support 服务商支持

在构建责任商业生态的进程中，得物始终坚信，服务商伙伴是企业价值链中不可或缺的重要一环。他们不仅是业务的支持者，更是与我们并肩前行的同行者。

助力物流伙伴协同发展，共筑高效稳定供应链

得物通过切实行动，帮助合作物流伙伴实现更高质量、更具韧性的运营。针对顺丰等核心物流服务商，得物确保服务费用及时、足额支付，保障合作伙伴健康的现金流。同时，得物自主研发并全面推广使用的高强度环保纸箱，凭借高标准的抗压与耐破损性能，显著降低了商品在复杂物流周转环节中的外包装破损率。这一举措，直接减少了物流商因包裹破损而产生的额外处理成本、理赔支出及客户投诉压力，从供应链源头提升了整体运营效率与品质。

深化仓储合作纽带，彰显峰值时段关怀

对于紧密协作的三方仓储服务商，得物在关键节点对合作伙伴及一线员工给予更多关怀，建立了常态化的伙伴激励与关怀机制。如每年春节期间，当多数三方物流体系面临用工紧张、运营压力倍增时，得物会在既有合同框架基础上，额外向合作仓配伙伴提供专项春节运营激励基金。2024年，得物面向约10家三方仓储服务商，投入数百万激励基金。此笔资金专项用于激励春节期间坚守岗位、保障得物订单顺畅出库的一线仓储与分拣员工，以实质性的奖励感谢他们的辛勤付出。这一举措不仅有效稳定了大促及节假日期间的合作运营质量，更传递了得物对供应链每一位劳动者尊重，巩固了长期互信的战略合作关系。



建立常态化关怀机制，提升维保人员满意度

得物深知，一线维保员工的稳定与满意度，直接关系到服务品质与用户体验。

得物突破传统甲乙双方关系的局限，将服务商员工视为“延伸的同事”，建立起一套常态化的关怀与激励机制。

节日温情传递：

在春节、中秋等传统佳节，我们为表现优异的维保员工精心准备节日礼包，传递来自得物的感谢与祝福，让他们在辛勤工作之余，感受到浓厚的节日氛围与人文关怀。

荣誉体系激励：

我们设立年度优秀服务商员工评选机制，公开表彰那些在专业技能、服务态度、工作责任心等方面表现突出的维保人员。通过荣誉授予与物质奖励相结合的方式，肯定他们的付出，激发整个团队的工作热情与争先创优的意识。

人文点滴浸润：

我们关注员工的日常福祉，定期为维保团队举办生日庆祝活动，送上定制生日祝福与礼物。这些细微之处的用心，旨在营造被尊重、被珍视的工作体验。

特别关爱行动：

对于家庭遭遇重大变故、突发疾病或其他特殊困难的维保员工，我们启动“特别关爱基金”机制，及时为其发放专项补助金。这笔资金虽无法解决大问题，但承载着“一家人”的温暖信号，帮助他们暂渡难关。

@ 保安 老田

“得物很平等，把我们都看作自己人来对待。”



Social Harmony and Environmental Responsibility

04 社会和谐与环境责任

绿色低碳

公益

员工支持

企业应是生态未来与社会福祉的共建者。面对气候变化的全球性挑战，我们视减排为必须履行的承诺，从运营优化、绿电覆盖到供应链协同，系统性降低碳排放。我们以平台力量滋养社区，关切乡村发展与青少年成长；我们向内深耕，构建平等、成长、健康的工作土壤，让每位员工与企业同心同行。得物相信，商业的美好，终将落脚于对自然的敬畏和对人的关怀。

Green and Low-Carbon 绿色低碳

温室气体减排

气候变化已成为全球持续面临的严峻挑战，对人类社会的长远发展构成深远影响。为积极承担应尽责任，得物将进一步剖析气候变化的根源与其多维影响，明确自身在应对进程中的角色与潜力。我们将持续推进生产与消费环节的能源效率提升，降低资源依赖与废弃物产生；增强对气候相关灾害的防范与响应能力；同时深化与可持续时尚领域的协作，共同推动消费品行业向绿色、可持续方向转型，助力可持续发展目标的实现。

得物积极响应国家“3060”双碳政策，助力碳中和目标的达成。2024-2025年，得物的温室气体排放总量同比分别下降12%、5%，超计划完成年度任务。

2024年得物的自身运营范围内温室气体排放总量 13,674 吨

12% 同比降低



2025年得物的自身运营范围内温室气体排放总量 12,928 吨

5% 同比降低



注：得物自身运营范围包括平台运维及供应链，温室气体排放全部来自于范畴二，范畴一无温室气体排放。

除范畴一和范畴二外，得物自2022年起，逐步深入关注范畴三的碳排放影响，并通过与供应商的协作，主动推进减少范畴三的碳排放量。

得物自身运营范围内温室气体排放的持续下降，主要得益于 LEED 金级认证的得物超级品质保障中心在绿色运营方面的持续深耕：

一、支持低碳绿色出行	二、可持续设计原则	三、减少能源排放	四、优质室内环境质量
五、环保再生利用	六、实施绿色清洁计划	七、生产设备利旧措施	

绿电覆盖

2024-2025年,得物超级品质保障中心响应嘉定新建地块光伏铺设号召,光伏铺设率达90%,铺设面积达4万平方米,高于政府指导标准。光伏设施覆盖后,每年有能力产生绿色电力3200万千瓦时,相当于每年可减少温室气体排放近2万吨,在高峰期可满足仓库日间70%以上的运营能耗。

本项目的建设能充分利用当地丰富的太阳能资源;对减少温室气体排放、缓解气候变化有促进作用,符合国家节能减排政策;有利于优化当地的能源结构,缓解当地的用电压力。

AI箱型优化

多年来,得物致力于通过箱型优化、包装推荐、耗材优化等举措减少包材消耗,充分利用物流车辆空间,减少物流能耗。为了给复杂订单匹配最优包材,找到物流运输最佳空间方案,得物AI团队运用运筹学方法,通过建立整数规划模型,精准描述商品间的空间位置关系与包装约束条件(如不可重叠、重心稳定等),在数百万种可能的排列组合中,快速锁定最小外接包装尺寸。

模型上线后,复杂订单的包材匹配准确率均提升至92%以上,合并发(即同一个用户多个订单一起打包发货)的准确度提升了35%。这一新算法目前日均覆盖12万条复杂订单,每年减少包材使用产生的碳排放数百吨,包装满箱率提升至88%,减少了运输破损等相关负向反馈。



循环经济探索：95分

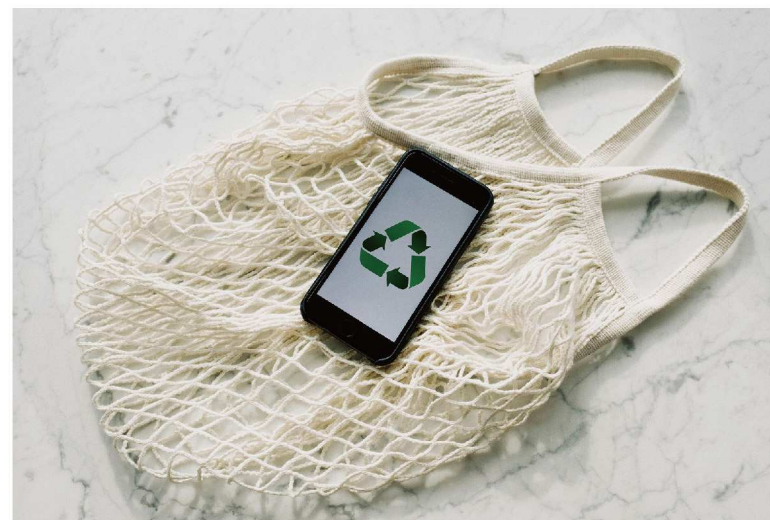
得物电商业务并不销售二手商品，但为了满足 Z 世代日益增长的时尚消费品二手买卖需求，得物单独开辟了买卖闲置版块，并独立命名为 95 分。依托得物成熟的商品查验鉴别能力，95 分打造了全国领先的全品类二手商品查验鉴别体系，是国内唯一提供全品类商品查验鉴别、成色定级的二手电商平台，并在全国二手电商中首先实现了多品类 72 小时无理由退换货服务。

目前，95 分在球鞋、服装等二手商品类目上处于市场领先地位。同时，为了更好地释放消费潜力，“95 分”通过洞察年轻人对潮玩手办、小众孤品、品牌中古的喜好，不断优化品类供给、丰富商品种类，目前已覆盖潮鞋、服装、配饰、箱包、数码、手表等数十个品类，并积极探索二手商品竞拍等新业务形态。



95 分秉持绿色环保、循环经济理念，不仅降低了新品生产对资源的消耗，也减少了因商品废弃而产生的环境污染。据统计，生产一双新的跑步鞋将释放出 13.6 千克的碳排放，相当于一盏 100 瓦的灯泡点亮一周所释放的二氧化碳，而每双鞋循环使用 1 次，能减少碳排放 9.3 千克，为绿色环保贡献了实际力量。2022 年至 2024 年期间，95 分通过出售二手商品，总计达成减少温室气体排放超过 17 万吨，大约相当于种植 315 万棵树在三年生长周期内吸收的温室气体总量。

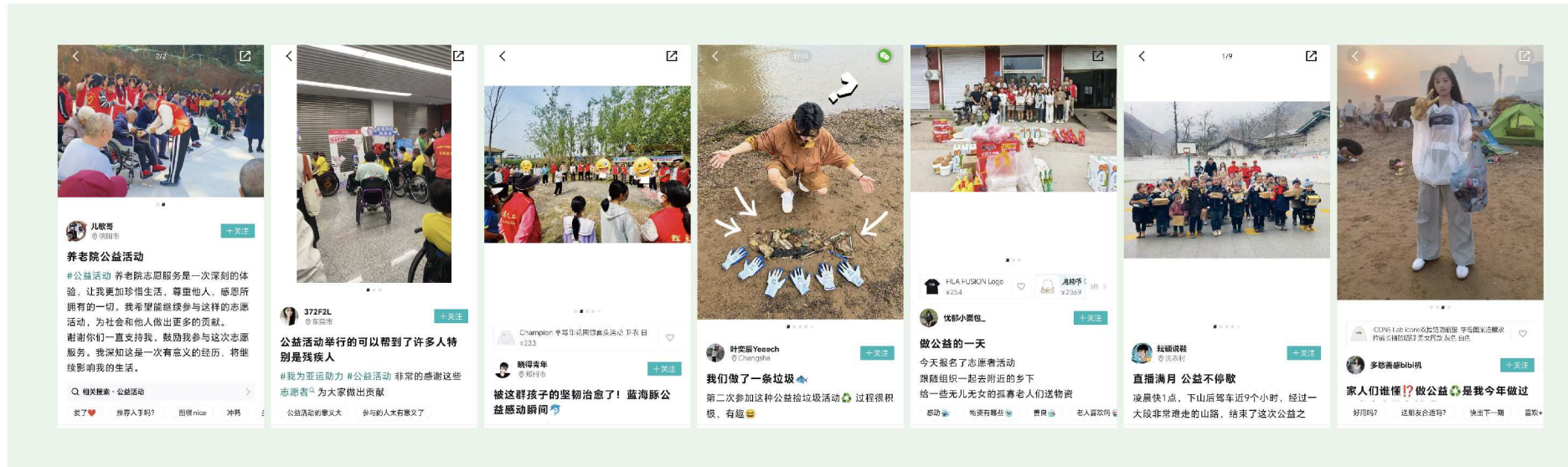
此外，95 分开发可持续包装及替代方案，从源头保护环境。95 分当前使用的所有纸箱均为可循环再使用材质，通过回收、循环利用的方式达到绿色环保减排。同时在 2023-2024 年，95 分致力于通过细分箱型、对箱型“减脂”30-110g 不等的优化，以及坚持使用可回收纸箱，减少温室气体排放 3780 吨。



Public Welfare

公益

得物始终秉持“商业向善”的核心理念，持续深耕公益领域、开展多元化公益活动。公司主动拓宽社会责任边界，聚焦社会和谐共建、乡村振兴、生态环境保护、特殊人群就业扶持等领域，持续贡献平台力量。



极光篮行动

在被称作中国“天空之城”的云南绿春县，海拔近 2000 米的云海与梯田交织处，坐落着一所特殊的龙丁小学。这里的学生大多是留守儿童，除了日常上学、帮家里摘茶叶、放牛，篮球是他们最执着的热爱——即便这份热爱，曾长期囿于匮乏的条件而难于施展。

学校没有标准篮球场，仅有一块使用了二十余年的老旧操场：地面布满宽度超一指的裂缝，孩子奔跑时稍不注意就可能摔倒；没有正规篮筐，他们使用轮胎、垃圾桶、竹竿、板凳等手边材料自制“篮筐”，一遍又一遍练习投篮动作；篮球更是稀缺资源，全校仅存几个，多个班级无法同时使用，只能轮流体验；球鞋同样是“奢侈品”，不少孩子一年到头穿着凉鞋打球，甚至光脚奔跑在粗糙的地面上。

即便条件艰苦，孩子们对篮球的热情从未熄灭。他们组建了自己的篮球队，取名“雄鹰少年”，用奔跑与跳跃诠释着对篮球的赤诚。

为守护这份纯粹的爱，让孩子们能安全地追逐篮球梦想，得物代表平台用户伸出援手：为龙丁小学搭建起一座色彩明快的“极光篮球场”，彻底告别裂缝满地的旧操场；捐赠全新的篮球与合脚的球鞋，让孩子们不用再光脚打球；还为“雄鹰少年”篮球队设计了专属队服，让他们拥有属于自己的团队标识。



在新球场的启动仪式上，“雄鹰少年”们第一次踏上专业的篮球场地，完整打完了一场真正的比赛。他们兴奋地说：“现在打篮球再也不怕受伤了，甚至能在操场放心地滚来滚去，特别开心！”

除了改善硬件条件，得物还关注到孩子们对篮球、学习与生活的好奇与疑问。我们将这些问题“搬”进得物社区，很快引发成百上千位得物用户的热情响应——大家不仅耐心解答疑问，更向远方的“雄鹰少年”送上真挚的祝福与鼓励。

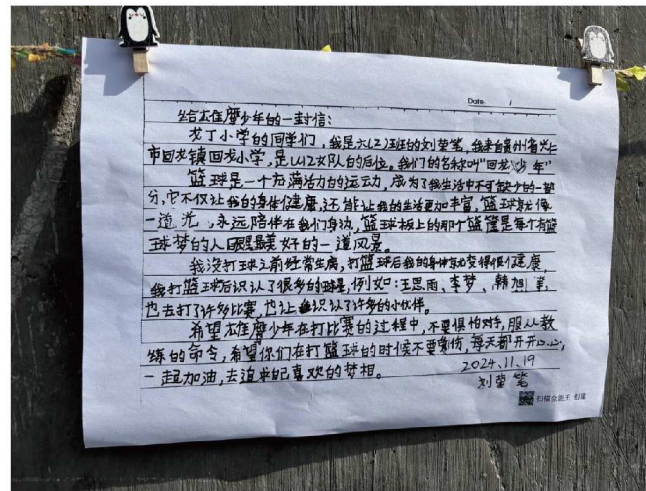
“极光篮行动”公益项目捐赠操场



二十余年的老旧操场



2023年，得物正式启动“极光篮行动”公益项目，核心目标便是为偏远地区热爱篮球的孩子搭建梦想平台，助力他们实现篮球与成长的心愿。截至目前，该项目已在四川、贵州、云南等省份落地生根，为多地乡村学校带去专业的篮球设施与温暖的关怀。未来，得物将继续深耕这一公益领域，让更多大山里的“篮球少年”，能在专业的赛场上尽情追逐热爱、绽放光芒。



美好传递小站

对偏远地区的孩子们而言，玩偶与运动器材从来不止是一件玩具，更是孤独时光里默默陪伴的伙伴、睡前故事中并肩冒险的朋友，寄托着他们对美好世界的无限憧憬。得物始终心系这份纯真的期待，依托“美好传递小站”公益项目，定期发起公益内购、爱心捐赠等系列暖心活动，让满载得物人真挚祝福的潮流玩偶、运动物资与生活好物，跨越山海阻隔完成温暖迁徙，为孩子们的童年注入更多色彩与欢笑。

得物十周年“美好传递”成绩单：

- 覆盖得物 19 个职场 + 仓端点位的爱心接力
- 240 套生活物资、303 件潮玩 + 运动用品完成从工位到课桌的温暖迁徙

偏远地区的孩子们

“哥哥姐姐们寄来的‘伙伴’，让我开心了好久好久…”



Employee Support 员工支持

得物始终坚信，人才是企业发展的根本，只有与员工共同成长，为每一份热爱与专长提供自由舒展的土壤，才能构筑起企业长远发展的根基。得物坚持扁平化管理机制，打破层级壁垒，让每一位员工的声音都能被听见、被重视；我们鼓励真实表达与求变探索，支持员工在瞬息万变的市场浪潮中主动破局、持续精进，在创造价值的过程中实现自我突破与人生理想。

女性员工占比 44%

44%

累计开展 2863 场培训，满意度高达 96.5%

96.5%

每月灵活通勤假期

5次



保障员工权益

得物严格遵守《劳动法》《劳动合同法》等相关法律法规,员工录用程序规范、透明,劳动合同签订率达到 100%。制定并执行《得物薪酬管理制度》《得物福利管理制度》《得物假期管理制度》《反性骚扰管理规定》,确保所有员工能够获得与其劳动、职务水平相对应的合理薪酬以及福利,及相关权益不受侵犯。

坚持平等雇佣

公司在招用、薪酬、福利、晋升等方面无性别歧视、民族歧视、种族歧视等,严格执行国家劳动相关法律法规,亦严格执行杜绝使用童工及不得安排未成年人从事禁忌劳动工作等强制性规定。坚持多元平等的招聘原则,确保应聘者 and 员工在招聘和晋升过程中不因种族、民族、性别、宗教信仰、性取向以及生活方式等因素受到区别对待,杜绝一切形式的职场歧视、强迫劳动、雇佣童工和职场性骚扰。

1万+

10000+员工数量,办公地点遍布11个国家

515名

515名少数民族员工,覆盖苗族、满族、傣族、回族等26个少数民族

90名

积极为特殊群体提供适合的工作机会,2025年为90名残疾员工提供岗位

13.6%

得物积极开展党建工作,2025年得物党员占比13.6%

丰富的激励制度

得物以公平规范的绩效评估体系为基础,鼓励员工主动承担更多挑战,并配套与之对应的激励力度。同时,得物强调团队协同,将公司目标逐层拆解落地,协助员工对齐团队目标、并及时跟踪与复盘,推动个人价值与组织目标深度契合,精准识别员工综合价值产出。

绩效激励

2025 年得物进一步加大对 高产出且高投入 的激励力度,让卓越贡献者获得更丰厚的回报。

晋升管理

得物给与勇于接受新挑战,承担更多职责的员工充分的晋升空间,倡导良性的个人持续进步,职级主要用于自我对比、衡量与过去的进步,而非横向比较。在晋升考核上,秉持“求真”原则,不按资历论先后,更关注实际工作中展现的能力。

内部转岗

得物活水计划为员工职业发展规划提供更多灵活性,鼓励员工按照自己意愿主动发起内部应聘和调动的流程机制,帮助员工在公司内部找到最能充分发挥自身优势的舞台。活水计划发布后,成功转到新岗位的正式员工累计达数百人,成功活水的人员覆盖专业岗、管理岗、以及一线人员。



职业培训

2024 年 Q2-2025 年 Q3 得物落地开展 2863 场线下培训，为员工的持续成长助力。人均学习时长 **9.78 小时**，培训**满意度 96.5%**。

新人 landing	通过邀请各部门负责人与新人进行面对面交流，帮助新人认知公司文化、了解业务优势、开拓成长视角。
履约参访	帮助各团队以及相关管理人员对线下履约各环节的认识有更多的了解。
Next- π	针对校招生定制的培养项目，帮助其完成职场角色转换。2025 年，Next- π 人均总培训时长 20.6 小时。
BOOST 管理培训	帮助新晋管理者高效实现从“专业”到“管理”的理念和身份转变”。2024 年 Q2-2025 年 Q3，累计培训时长达到 211.5 小时，参与人数达 240 人，培训费用近 40 万。



AI技能培训:

得物鼓励员工积极学习掌握先进的 AI 工具，持续开展 AI 技能培训，结合业务场景开展应用解析与场景化实战教学。得物 GPT2024 年 12 月上线，半年内，内部用户已接近 7000 人，对话次数超过 65 万，月度活跃人数稳定保持在 4500+。



潮人研习社-在线学习平台:

潮人研习社是面向全员的线上学习平台，为员工提供各类线上学习资源为不同员工定制的培训项目，截至 2025 年 9 月 30 日，课程总量达 2015 节，累计学习人次超 250 万，累计学习时间 268 万小时。每日有超过 1700 名员工通过研习社进行线上学习。

高效沟通

得物重视员工反馈，不断优化并完善内部沟通机制，努力倾听员工心声，以确保管理层信息得到充分理解。通过多元化、常态化的沟通渠道，确保管理层与员工之间的信息高效传递与双向反馈。



e-NPS调研

2024年初和2025年初，公司两次面向全体正式员工发放e-NPS问卷，均回收5000+份，公司NPS（推荐度）同比上年分别提升了2.8%、3.11%。

CEO直播间

2024年4月和2025年3月举办CEO全员直播。场均吸引约7,000名员工观看。

CEO圆桌会

员工直接与CEO同桌探讨业务发展、管理优化、个人发展等各类议题。自2024年启动以来，已成功举办30场专题交流会，覆盖公司近80%的部门。

投诉直通车

跨层级、跨部门的日常沟通网络。2024年-2025年，累计收到并成功处理近200件来自员工的投诉反馈。

员工福利

得物为员工打造舒适的工作环境。从平等开放的办公空间到丰富的文体娱乐，再到全面的福利体系，让每一位员工都能感受到公司的关怀与支持。

2025年10月，考虑到员工周末异地回家、家长会等需求，公司新增每月5次的弹性通勤假，允许员工更灵活安排工作时间，平衡工作生活节奏，传递公司对“家庭责任”的尊重与支持。2024-2025年，全公司假期使用实现100%人员覆盖。

此外，公司提供租房 / 晚餐 / 通勤补贴，为公司所有员工发放生日礼 365 元无门槛优惠券，并为员工积极办理落户业务、申请各类人才补贴。



丰富的文娱活动

公司鼓励员工依个人特长爱好自发创建俱乐部，组建了篮球、脱口秀、读书等8个官方俱乐部及10余个员工自主成立的定向业余交流社群，营造了积极健康活动的企业内部文化氛围。



女性友好的办公环境

公司在职场设有母婴室，充分考虑哺乳期员工的体验与需求，提升员工幸福感与归属感。妇女节期间，得物围绕女性员工的需求与喜好，精心策划了一系列丰富有趣的专属活动，让大家在轻松愉悦的氛围中舒缓工作压力、感受节日温情。同时，结合女性员工的日常偏好与实际需求，针对性挑选兼具实用性与心意的妇女节礼物，传递着对女性员工的关怀与敬意。



员工健康

定期年度体检

公司为员工提供定期福利体检，搭建便捷体检预约通道，提供一对一答疑服务。此外还会统一组织团检活动，保障员工健康。

急救AED

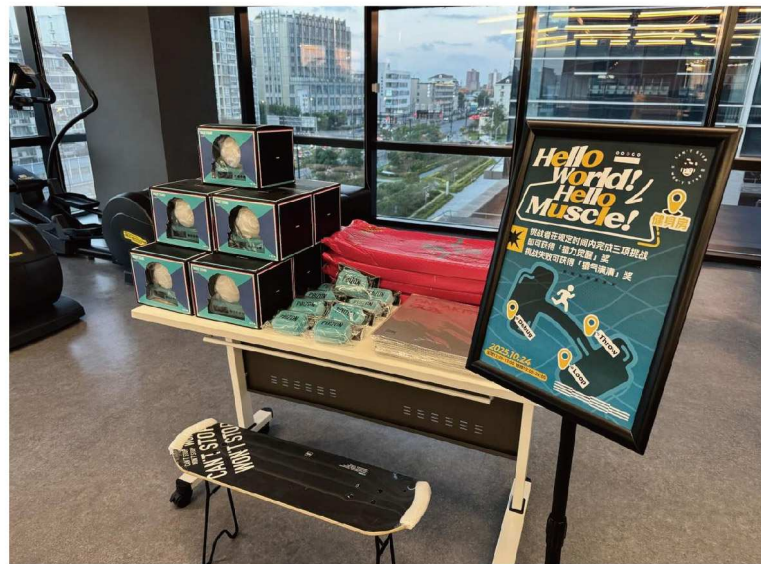
公司配备 7 台 AED 急救设施，并成立了急救小分队，建立了急救 SOP，创建 SOS 值班号，应对职场突发健康事件。

舒适锻炼环境

得物为员工打造便捷舒适的锻炼环境，提供免费健身房，开设多样化团课。得物会定期组织趣味活动，鼓励员工走出工位、积极锻炼，全方位守护员工的身心健康。

岗前培训

特定岗位员工在入职时，会进行三级安全教育(公司级、车间级、班组级)，完成考试后方可上岗作业。同时公司每月还会有专项的安全培训，通过班前会的方式，将消防安全、电气安全、应急预案等安全知识，有效传递给每一名员工。



Platform Governance

05 平台治理

平台规则

知识产权保护

未成年人保护

综合安全

得物将平台规则视为共建公平、可持续生态的“信任契约”，通过主动承担更多责任，平衡消费者、商家与创作者等多方权益。我们聚焦四大核心领域：打造负责任可持续的平台规则、坚定维护原创品牌知识产权、守护未成年人健康成长、筑牢网络安全与个人信息保护屏障，构建一个尊重规则、安全可信、激励创新的可持续生态。

Rules 平台规则

得物制定平台规则的底层逻辑,是构建和维护一种公平、可持续的信任机制。在设计平台规则时,得物通过主动承担更多责任,让消费者、商家、社区创作者等各相关方的利益都在规则框架下得到更好的保护。

如,《用户协议》和《买家须知》中,约定了“先鉴别,后发货”的交易流程,将订单流、物流、资金流的流转逻辑透明化,确保查验鉴别流程的流畅度和可信度。查验鉴别不通过时,平台有权关闭交易订单并将商品退还商家,货款退还给买家,并给买家一定补偿。得物把鉴别能力向消费者开放,拟定了专门的补充协议《鉴别须知》,详细说明操作方式。得物承诺对鉴别结果负责,因为消费者自己拍摄照片质量的因素,以及无法接触实物因素,如果出现鉴别失误,得物赔偿双倍鉴别服务费。



面向消费者

规则明示：由于商品入仓查验鉴别，如果出现延迟发货、延迟送达，平台为消费者提供体验补偿；平台推出安心购服务，查验未通过时，得物可自动匹配同款商品，形成新订单；为消费者设置购物冷静期，发货前可自主取消订单，减少冲动消费。推出无责赔付，在平台无责情况下，针对用户体验问题得物也设计了赔付机制，每年无责赔付金额达到上亿元。

面向商家

规则中也明确了消费者对商家的若干义务。如，消费者退货时应保证品质功能完好，如符合质量标准且无其他退货退款依据的，商家可不受理；由于商品单价较高，消费者需使用指定物流公司退货等等。

平台规则，是我们交付好体验、规避低价内卷、维持可持续商业生态的关键手段。



Intellectual Property Protection 知识产权保护

我们始终坚信，得物知识产权工作在保障业务运营之外，更要保护在得物经营的第三方品牌的创新优势，通过领先的制度体系、覆盖前中后端的全链路保护体系以及共治体系，切实保护品牌知识产权，杜绝打版抄袭，为设计品牌营造敢创新、能赚钱的经营环境。

极光设计联盟

得物 App 联合 3000 家国内外原创品牌成立“极光设计联盟”，并搭建“原创设计数据库”，以保护原创品牌的设计与知识产权。这标志着其品质保障体系从商品真伪、质量进一步延伸至原创性维度。

作为“原创保护计划”的新进展，该联盟已吸引 ANGEL CHEN 等国内知名设计师品牌加入，旨在共同构建原创保护生态，推动中国原创设计健康发展。

得物自启动该计划后，已对入驻商品开展阶段性核查，清退近百个存在“打版”问题的品牌，实现行业首次对此类问题的高标准专项治理。目前，原创性审核已纳入选品常态机制，涵盖入驻前审核与定期回查，并开通用户举报通道，形成包含“先鉴别，后发货”在内的完整品质保障体系。

业内人士认为，得物从清退打版商品到成立品牌联盟的一系列举措，体现了保护原创的决心，有助于从消费端推动产业高质量发展，符合行业长远利益。



得物构建了“制度层 - 能力层 - 共治层”三位一体的三方知识产权保护机制。

保障业务运营，巩固创新优势，保护品牌知产

<p>共治层 协同多元共治生态</p>	<p>联合首批 3000 家国内外品牌成立“极光设计联盟” 2023 年虹口区知识产权局《虹口区电子商务平台知识产权保护指引工作平台》 2024 年,市场监管总局执法稽查局《电子商务平台经营者提升知识产权保护水平自律公约》签约 重点行业诉源治理初始成员 2025 年,在上海市知识产权局指导下,签订《上海市互联网企业加强知识产权保护联合倡议书》</p>		
<p>能力层 前中后端 全链路保护体系</p>	<p>前端：业内领先的真伪鉴别和审核体系</p> <ul style="list-style-type: none"> 保障商品正品属性,杜绝打版抄袭 交易商品逐件查验鉴别 七大保障机制,全程视频监控 全球最大鉴别师团队和样本库 全国电商唯一 CNAS、CMA 双 C 认证实验室主导、参与标准 60 余项,多家权威机构合作 对违规商品保持高压治理,坚决清退 	<p>中端：全天候、多维度侵权防控网络</p> <ul style="list-style-type: none"> 单日扫描商品超百万,基于 50 余项风险指标建立动态预警模型 多级响应机制:高危自动下架、冻结账户;中低危限流、提示整改 定期日常巡检,通过商品源头定位侵权团伙 “监测 - 预警 - 处置 - 溯源”闭环治理 	<p>后端：纠纷多元应对及处置机制</p> <ul style="list-style-type: none"> 上线得物知识产权保护平台 应对普通投诉、紧急投诉以及重大案件,建立三级响应制度 2024 年受理权利人知识产权投诉 11958 起,48 小时内覆盖率超 90%,处置时效提升 15% 引入虹口区知识产权局专业调解机制
<p>制度层 “1+4+N”制度体系建设</p>	<p>《得物平台知识产权保护管理办法》 《公司商标管理办法》《公司专利管理办法》 《公司著作权管理办法》《公司商业秘密管理办法》 《得物商家入驻规范》 《商品准入知识产权审查标准》 《侵权投诉处理规程》等</p>		

Protection of minors

未成年人保护

得物关注未成年人的健康成长和个人信息保护，坚持落实《未成年人保护法》《未成年人网络保护条例》等法律法规要求。2025年，我们进一步强化未成年人网络保护，主动接入未成年人保护模式，给未成年人提供安全、健康、绿色的网络环境。同时，我们积极参与未成年网络安全公益宣传活动，努力为未成年人的健康成长和信息安全保驾护航。

未成年模式

得物高度重视保护未成年人个人信息安全和隐私。通过制定专门的《得物未成年人个人信息保护规则》，以显著、清晰的方式告知未成年人用户及其监护人未成年人个人信息处理规则。

得物设立专门的安全部门和数据安全流程保障未成年人信息安全。我们采取严格的数据使用和访问制度，确保只有授权人员才可访问，并适时对数据和技术进行安全审计。同时，得物会采取加密措施及其他技术手段存储未成年人个人信息，确保未成年人信息安全。

- 时间限制：未成年人模式下，夜晚 22:00- 次日早 8:00 不能使用得物 App，且每日累计使用时长默认不得超过 40 分钟。
- 密码设置：开启和关闭青少年模式的密码由监护人设置并掌握。
- 功能限制：限制未成年人使用首页社区、直播功能。“未成年人模式”开启时，得物只会向未成年人推荐适龄内容。
- 社区内容优化：得物 App 设置了未成年人专属内容池，引入了不同赛道的优质内容，以打造知识与趣味并存、适合未成年人发展的社区环境。
- 畅通的举报投诉通道：在未成年人模式页面增加举报举报电话和邮件地址，帮助未成年人快速解决问题。

安全与价值观宣传

得物社区通过抵制互联网黑话、作业代写、危险玩具等，为未成年用户树立健康的价值观与生活方式。



2025年3月21日，得物联合虹口网信办、虹口区人民检察院、虹口区文明办在和平书院共同举办了“清朗浦江·2025”网络生态治理旬行动网站开放日活动，本次活动邀请了网络安全领域专家开展专题讲座，结合真实案例，解析当前互联网存在的风险点，传授安全上网的实用小技巧，避免未成年人被不良网络信息诱导。



Comprehensive Security

综合安全

得物深知网络安全、数据安全与个人信息保护的重要性，视其为赢得用户信任的基石和企业可持续发展的生命线。得物以“全方位守护用户托付”为安全理念，通过系统化、标准化与智能化的安全治理体系，为用户构建安全、可靠、放心的网购环境。截至 2025 年底，得物在网络安全领域**零负面通报、零处罚**。

安全保障体系

制度层

设立专门的信息安全管理委员会，统筹负责网络安全、数据安全与个人信息保护的制度建设和监督执行。

组织层

组建专业的网络安全团队，由公司 CTO 直接领导，下设安全运营、风险管控、应急响应等多个专业小组，确保安全防护措施的有效实施。

技术层

构建覆盖应用安全、业务安全、数据安全、隐私安全、内容安全、终端安全和账号安全等八大领域的技术安全生态建设体系，确保安全防护无死角。



2024 年“中国青年好网民”荣誉称号

2024 年、2025 年蝉联上海市数据安全“十大巾帼”奖项

2024 年、2025 年蝉联上海市委网信办互联网信息服务领域企业信用评价 AAA 评级（最高评级）

权威认可

2024-2025 年间，得物在网络安全、数据安全与个人信息保护领域的努力与成效获得了多项国家级权威认可。

网络安全领域

2025 年，在上海市通信管理局联合市委网信办、市经信委、市公安局等部门组织的“铸网 2025”暨“磐石行动”网络安全实战攻防活动中，得物安全技术团队被评为“优秀蓝方队伍”，“龙榜”历年累计总积分排名第二，展现了得物在实战环境下的网络安全防护与应急处置能力。

数据安全与个人信息保护方面

2025 年 1 月，得物风险管理部荣获上海市通信管局颁发的“2024 年度网络和数据安全工作成绩突出集体”。得物联合中国信通院开展了“个人信息保护影响评估”专项工作，取得了多项“PIA 标识”二星级标识企业资质。

网络安全普及

得物在筑牢自身安全防线的同时，积极践行社会责任，持续推动信息安全与反诈知识普及。

多维度开展信息安全宣导 筑牢安全意识防线

得物定期开展各类安全培训活动，通过线上线下多种渠道进行信息安全宣导，提升公司整体信息安全意识。

聚焦用户安全教育 打造多元化学习场景

在用户安全教育方面，得物通过安全中心的安全课堂、反诈专栏以及得物社区官方账号“得物风控安全助手”等方式普及诈骗手段，进行用户安全教育。同时，得物 App 安全团队持续走进校园，为高校师生进行网络安全培训，帮助更多人建立安全意识。

积极参与反诈公益 助力构建安全环境

2024 年 6 月，得物承办了上海市电信和互联网行业反诈公益行暨“让网络购物更安全”主题宣传集市活动，通过趣味互动、案例讲解等形式，向市民传递反诈知识，有效支撑了上海市通信管理局的反欺诈宣传工作。同月，得物受邀参加杨浦区公安分局发起的“反诈 Y 基因联盟”启动仪式，成为首批成员单位。

附录一、为联合国可持续发展目标（SDGs）做出的贡献

序号	SDG目标		对应章节
1		良好健康与福祉 确保健康的生活方式，促进各年龄段人群的福祉	责任专题 打造品质用户体验
2		优质教育 确保包容和公平的优质教育，让全民终身享有学习机会	打造品质用户体验
3		性别平等 实现性别平等，增强所有妇女和女童的权能	社会和谐与环境责任
4		经济适用的清洁能源 确保人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源	社会和谐与环境责任
5		体面工作和经济增长 促进持久、包容和可持续经济增长，促进充分的生产性就业和人人获得体面工作	助力生态伙伴成长 社会和谐与环境责任
6		产业、创新和基础设施 建造具备抵御灾害能力的基础设施，促进具有包容性的可持续工业化，推动创新	责任专题 助力生态伙伴成长
7		减少不平等 减少国家内部和国家之间的不平等	助力生态伙伴成长 社会和谐与环境责任
8		负责任消费和生产 采用可持续的消费和生产模式	社会和谐与环境责任
9		气候行动 采取紧急行动应对气候变化及其影响	社会和谐与环境责任
10		和平、正义与强大机构 创建和平、包容的社会以促进可持续发展，让所有人都能诉诸司法，在各级建立有效、负责和包容的机构	责任专题 平台治理
11		促进目标实现的伙伴关系 加强执行手段，重振可持续发展全球伙伴关系	责任专题 平台治理

附录二、GRI内容索引

披露项	披露项标题	报告中的位置
GRI 101	基础	关于报告
GRI 102	一般披露	关于报告、CEO致辞、关于得物、责任概要、责任管理
GRI 103	管理方法	责任概要
GRI 201	经济绩效	CEO致辞、责任专题、助力生态伙伴成长
GRI 202	市场表现	责任专题、打造品质用户体验、助力生态伙伴成长
GRI 203	间接经济影响	责任专题、打造品质用户体验
GRI 204	采购实践	助力生态伙伴成长、绿色低碳
GRI 205	反腐败	责任专题、平台治理
GRI 206	不正当行为	责任专题、平台治理
GRI 301	物料	绿色低碳
GRI 302	能源	绿色低碳
GRI 303	水资源	绿色低碳
GRI 305	排放	绿色低碳
GRI 306	污水和废弃物	绿色低碳
GRI 307	环境合规	绿色低碳
GRI 308	供应商环境评估	助力生态伙伴成长、平台治理

披露项	披露项标题	报告中的位置
GRI 401	雇佣	员工支持
GRI 402	劳资关系	员工支持
GRI 403	职业健康与安全	员工支持
GRI 404	培训与教育	员工支持、助力生态伙伴成长
GRI 405	多元化与平等机会	品质社区、员工支持、助力生态伙伴成长
GRI 406	反歧视	品质社区、员工支持
GRI 407	结社自由与集体谈判	员工支持
GRI 408	童工	员工支持
GRI 409	强迫或强制劳动	员工支持
GRI 410	安保实践	服务商文持、平台治理
GRI 412	人权评估	品质社区、员工支持
GRI 413	当地社区	品质社区
GRI 414	供应商社会评估	助力生态伙伴成长
GRI 415	公共政策	责任专题、打造品质消费体验、助力生态伙伴成长
GRI 417	营销与标识	知识产权保护
GRI 418	客户隐私	综合安全
GRI 419	社会经济合规	责任专题、平台治理

附录三、实质性议题评估和利益相关者沟通

实质性议题评估

实质性议题分析有助于强化得物对利益相关方期望与诉求的理解。

2024-2025年，得物通过社会责任报告问卷调查反馈、行业洞察与交流、媒体信息、企业内部风险评估、企业内部访谈交流等形式开展实质性议题调研，得出了需要我们重点关注的实质性议题列表。

结合社会责任管理委员会的年度综合分析，我们调整了2024-2025年得物的实质性议题矩阵。在外部经济、社会环境的变化下，“用户体验”“气候变化”“合作伙伴关系”在得物发展过程中的重要性显著提高，与此同时，得物在“培训与能力建设”议题上已形成非常成熟的体系，利益相关方关注度有所降低。

得物 2024-2025 年实质性议题矩阵



利益相关方沟通

得物乐于与互联网行业内外的利益相关方进行公开对话和合作，通过多种渠道定期与各相关方沟通，了解他们对公司社会责任的期望。我们相信，与不同的观点接触，接受新的建议与挑战能让我们做得更好，加速创新思维的进发。和谐的伙伴关系也能帮助我们比单独行动更快地实现社会责任目标，并在我们自己的价值链之外产生更多积极的影响。

得物主要的利益相关方包括

政府、员工、消费者、社区、行业专家、商业合作伙伴等。2024-2025年，我们与利益相关方的沟通与实践如下：

沟通对象	沟通方式	沟通内容	沟通效果
员工	员工大会、企业内部公开公示、员工代表提案、投诉邮箱、举报电话、值班机器人、线上服务台	企业发展改革、生产经营重大决策	员工福利、安全生产等涉及员工切身利益等落实员工的知情权、参与权和监督权，广泛搜集员工意见和建议，为企业发展和决策提供意见
	会议、文件资料、网络、CEO 直播间、圆桌会、内部群组、企业微报、业务快讯、内部交流、满意度调查	维护员工合法权益，促进企业发展等有关文件精神	使员工紧跟形势的发展，及时掌握和了解企业动态及各种信息。
商业合作伙伴	交流会、领导会面、企业宣传册、网站、业务洽谈交流	企业核心价值观、理念等企业文化、各种业务需求、企业需求	供方及合作伙伴了解、认同企业价值观和发展方向，达到共赢
	质检、技术培训、参观、交流会	售后服务和支持、先进的管理与技术、优质的产品 & 供方合作伙伴	了解和吸纳先进的管理和技术等信息
用户	电话、网站、走访、现场参观、主动跟踪服务、订货交流等	服务理念、服务承诺、业务、产品相关知识	使用户了解企业产品服务的各方面信息，提高用户满意度
	体验调研、用户满意度调查、回访、反馈意见等	用户感受、用户意见及建议	促进企业改进、提高用户满意度
政府及监管机构	会议、文件资料、电子网站、新闻媒体	法律法规、行业政策、企业发展动态等	落实相关法律法规、提升品牌、产品服务 etc 社会形象
行业专家	行业论坛交流 标准合作共建 体系建设引导	标准、倡议等	与互联网同行、行业协会、高校院所及多方利益相关者共同应对系统性的挑战
社区	线上交流、线下活动	文化传播、公益项目、用户体验等	通过内容和活动，为社会正向发展创造积极影响



得到美好事物
CAN'T STOP WON'T STOP