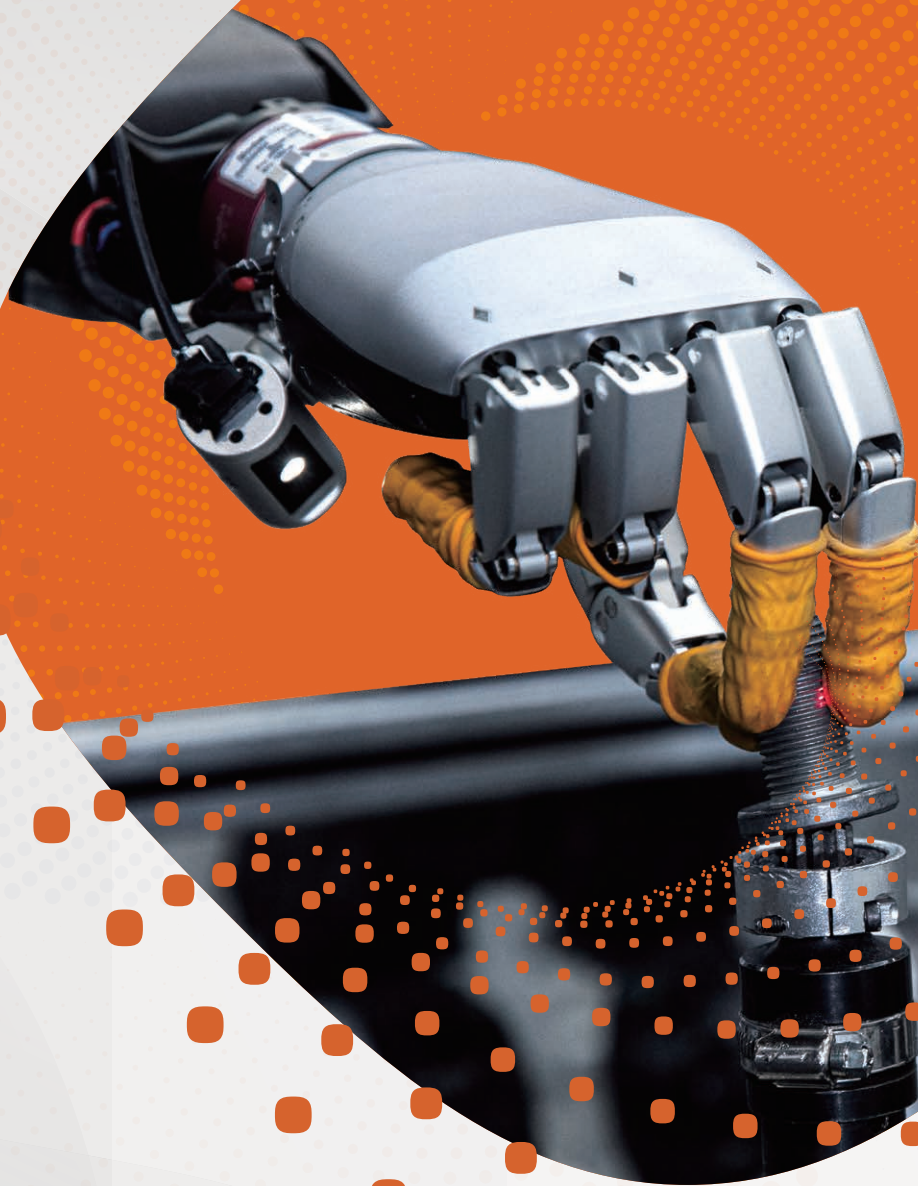


2025 小米集团

环境、社会及管治报告

执行摘要





关于小米

小米公司正式成立于 2010 年 4 月，并于 2018 年 7 月 9 日在香港联交所主板上市(1810.HK)。小米公司是一家以智能手机、智能硬件和 IoT 平台为核心的消费电子及智能制造公司。

创新与品质并重，小米不断追求极致的用户体验和运营效率。小米的使命是，始终坚持做“感动人心、价格厚道”的好产品，让全球每个人都能享受科技带来的美好生活。

小米是全球领先的智能手机公司之一。根据 Omdia 数据，2025 年，我们全球智能手机出货量连续第五年排名全球前三。同时，小米还建立了世界领先的消费级 AIoT (AI+IoT) 平台，截至 2025 年 12 月 31 日，我们 AIoT 平台已连接的 IoT 设备数（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）达到 10.79 亿。2025 年，我们的新车交付量达到 411,082 辆。

小米产品遍布全球 100 多个国家和地区。2025 年 7 月，小米连续 7 年上榜《财富》全球 500 强。

关于小米 ESG

小米相信，科技不止于突破性能边界，更在于以负责的创新，为每个人构建一个更安全、可信赖和可持续的未来。我们以智能手机、智能电动汽车与 AIoT 为支点，持续拓展硬核科技的应用场景，让每一次技术演进同时服务于用户体验、产业进步与长期价值创造。

依托于对硬核科技与创新、产品质量与安全、隐私保护与数据安全、负责任供应链、人才发展与气候韧性等 ESG 重要性议题的长期投入，小米正将“人车家全生态”战略愿景从构想带入现实。

我们如何管理

利益相关方参与

我们将利益相关方参与视为构建ESG核心竞争力的基础。我们搭建了由董事会监督、管理层落实的多元沟通框架，通过官网、投资者日、供应商大会等渠道，持续识别并评估在短期、中期及长期内对集团业务模式、现金流量及资本成本具有显著影响的重大ESG风险与机遇。针对重要议题，我们搭建了完善的沟通框架与多元的交流渠道，确保管理层决策充分考虑利益相关方的意见和建议。

报告期内，利益相关方沟通结果进一步验证并强化了本集团的

ESG 管理重点。投资者及监管方反馈促使本集团进一步加强科技创新、气候适应及治理有效性披露；用户及社会公众反馈推动本集团持续提升产品质量、安全及隐私相关议题的管理优先级；价值链合作伙伴及员工反馈则进一步支持本集团将可持续供应链、产业共荣及人才发展纳入年度重点管理事项。

详情请见小米集团2025年度报告中“环境、社会及管治报告”附录“利益相关方沟通详情表”。

重要性议题评估

为有效应对不断演变的可持续发展要求，并将可持续发展因素更系统地纳入战略与经营决策，小米建立并持续优化重要性议题动态评估机制。该机制以“双重重要性”为核心方法论，结合定量阈值与定性判断，对ESG议题对社会与环境的影响，以及其对集团财务表现、战略执行和长期价值创造的影响进行综合评估，从而识别

本集团在报告期内的实质性议题，并为资源配置、风险管理及信息披露提供依据。

详情请见小米集团2025年度报告中“环境、社会及管治报告”重要性议题评估章节。

ESG 风险管理

我们通过ESG风险管理框架，对重大ESG议题开展识别、评估与管理，系统性统筹ESG相关风险与机遇，深化集团对ESG风险与机遇的认知，支撑科学决策，助力集团实现长期可持续发展。

我们通过定期内部审查、跨部门研讨，并结合主流可持续发展框架，对ESG相关风险与机遇进行识别与评估。相关风险与机遇按重要性开展评估与排序，以此确定重大ESG议题。

针对已识别的重大ESG风险，小米已制定并落地相应的管理及缓解措施，涵盖制度政策、流程规范与运营管控等方面。同时，我们建立ESG绩效指标与目标，对实施进展进行跟踪与监测，推动可持续发展工作不断优化。

有关年度ESG风险的管理举措，请见小米集团2025年度报告中“环境、社会及管治报告”各章节。

2025 重要性议题地图

报告期内，基于上述系统性的的重要性议题评估机制，我们形成了年度重要性议题结果。为了向投资者及各利益相关方清晰传达ESG要素如何融入业务价值链，我们针对每一项高度重要性议题，均从其对社会与环境造成的实质影响（Impact）、对集团业务稳健性构成的潜在风险（Risk）、以及带来的战略机遇（Opportunity）三个维度进行了深度复盘。各实质性议题的IRO分析结果分别载于小米集团2025年度报告中“环境、社会及管治报告”对应章节开首，并于报告中披露年度管理举措，以便读者查阅相关内容并综合评估本集团应对ESG议题的管理能力及长期价值创造表现。

智慧，为美好生活而生

G Impact+ Risk

研发投入总额	研发人员占比	全球专利授权超
331 亿元	45.03%	45,000 项

隐私，我们的第一准则

S Impact- Risk

自研 MiTEE 获 EAL5+ 证书	用户数据主体请求时效
	15 日

安全，融入产品的血脉

S Impact+ Impact-

CAQ 卓越绩效成熟度	Xiaomi YU7 Max IVISTA 测评	高阶驾驶培训覆盖
E6 最高等级	4G+ 评级	10,620 人

真诚，贯穿营销与服务

S Impact+ Risk

售后 NSS (中国大陆 / 境外)	72 小时有责客诉解决率
96.72%/80.55%	78.13%

扎根，与全球社区共成长

S Impact+ Opportunity

小米基金会已资助青年学者	工业旅游接待学生	小米公益月参与人数
1,082 名	674 人次	2,634 人

包容，让我们和而不同

S Impact+ Risk

整体女性员工占比	全年培训人次超	员工敬业率
29.32%	12 万人	91.97%

携手，打造责任供应链

S Risk Opportunity

一级供应商 CoC 等效文件签署率	智能手机业务冲突矿尽调反馈率
100%	98.8%

循环，从诞生到重生

E Opportunity Risk

手机以旧换新回收超	全年翻新设备超	Xiaomi YU7 系列整车循环材料
200 万台	16 万件	铝 14.2% / 钢 10.6%

低碳，预见地球未来

E Impact- Risk
Opportunity Impact+

可再生能源消纳量超	产品碳足迹核算款数超	单位能耗温室气体同比减排
54,000 MWh	20 款	↓ 7%

守正，以信任为底色

G Impact+ Risk

ISO 37001 覆盖集团业务	全年职业道德培训
100%	103 场

议题： E 环境 S 社会 G 治理

IRO: Risk Impact+ Impact- Opportunity

智慧，为美好生活而生

真正有价值的技术创新，应当同时满足两件事：足够领先，并且足够普惠。我们以长期主义为底色，坚定投入底层科学研究与开放创新合作，将AI与物理世界深度融合，把硬核科技转化为用户手中的极致体验，让更多人以可负担的方式享受科技带来的美好生活。

年度举措

长期变革性科技投入

基座大模型：推出MiMo-V2-Flash开源模型，推理成本仅为同类闭源竞品的2.5%，生成速度提升至2倍；推出Xiaomi MiMo-V2-Pro基座模型，依托创新混合注意力架构与万亿参数能力，复杂任务处理能力进一步增强。

具身智能：发布业界首个打通自动驾驶与具身智能的跨域基座模型Xiaomi MiMo-Embodied；在通用认知的基础上进一步升级执行小脑，推出Xiaomi-Robotics-0，并在三大主流仿真基准测试中全维度刷新 SOTA。

AI应用（小米 XLA 认知大模型）：依托Xiaomi MiMo-Embodied的空间推理能力在潜空间内完成多步逻辑推演，提升推理效率，并引入更多模态信息输入，构建立体的环境感知，使辅助驾驶在复杂场景下依然保持稳定表现。

智能制造：小米智能家电工厂投产，依托小米澎湃智能制造平台建立完整的数字化与智能化运行体系，实现空调6.5秒下线一台，一次良率超99.8%。

丰富的技术文化氛围

构建“千万技术大奖+黑客马拉松+AI大赛”技术文化活动体系，覆盖超6万人次。

连续5年推进“青年工程师”计划，累计入选5,017名，逾1,300人成长为中层管理骨干。

AI大赛覆盖超5,000人次参赛，推动全员从AI工具使用向业务创新跨越。

“全民包容性提案计划”以无障碍为主题，收获242份有效提案，将多元需求转化为产品创新驱动力。

方向把控与负责任创新

将监管、伦理、法律与社会因素前置嵌入技术路线，实施算法与伦理双重评估机制。

制定《生成式人工智能服务管理制度》《AI大模型应用安全开发部署规范》等制度，覆盖研发、训练、部署到运营全流程。

坚持“芯片+模型”一体化协同设计，通过Xiaomi MiMo与玄戒芯片协同优化，降低技术路线偏差风险。

全年大模型研发团队于NeurIPS、ICCV等顶级学术会议发表论文37篇，以学术验证支撑技术方向可信度。

隐私，我们的第一准则

在“人车家全生态”战略深入推进的背景下，数据安全与隐私保护不仅是合规底线，更是用户信任的核心基础。我们将隐私保护深度融入产品设计、研发与运营全生命周期，以用户知情权、选择权与数据安全为优先，构建覆盖全场景、全链路的安全防护体系。

年度举措

精细化隐私防护

推出“安全访问控件”，权限授权从粗放管理走向精细化，将数据访问控制权交还用户。

跨端数据流转遵循“授权优先、端到端不留痕、同等防御、安全链路”四大原则。

自研可信执行环境操作系统MiTEE，获国内首张最高安全认证等级EAL5+证书，核心资产“不出端侧、不离设备”。

隐私安全能力跨业务复用

成立跨品类的全生态安全隐私工作组，以统一组织架构推动隐私治理能力跨业务复用。

以小米澎湃OS为底座，依托同源架构与自研安全内核，实现跨业务安全能力共用。

系统韧性与攻防演练

邀请17支顶级白帽子团队对Xiaomi YU7系列开展7天实战渗透测试，所有漏洞上市前100%修复关闭。

构建覆盖云端、车端与供应链的软件全链路智能监控系统，实现7×24小时风险监测响应。

全年开展季度制钓鱼攻防演练，小米汽车工厂实施两次专项强化演练。

用户透明度与权利保障

用户数据主体请求响应时效统一缩短至15日，显著快于欧盟GDPR规定的1个月时限，响应率100%。

小米社区构建直连研发闭环机制，确保用户反馈的数据安全漏洞、隐私优化建议得到有效解决。

小米汽车推出升级版“超级隐私模式”，支持一键切断车内外摄像头、麦克风及所有定位传感器。

全球合规体系建设

针对106个国家/地区动态维护数据保护法规义务清单，通过“出海排查系统”精准对接目标市场隐私法律要求。

完成个人信息保护法（PIPL）年度合规审计（覆盖小米商城、账号与应用商店）及多产品全维度GDPR内部审计。

本年度累计参与并推动发布信息安全与隐私相关标准10项，其中国家标准3项。

安全，融入产品的血脉

安全是前提、安全是基础、安全是一切。质量是小米的生命线，唯有以极致标准守护每一次使用，方能承载全球亿万用户的长期信赖。我们将产品质量与安全标准深度嵌入设计、研发、生产制造的全生命周期，从芯片到整车，从材料选择到召回透明度，以零妥协的态度守护全球用户每一次使用背后的安全与信赖。



年度举措

质量体系与卓越交付

全业务线获ISO 9001质量管理体系认证；

小米汽车安全相关团队规模超过3,500人，致力于打造性能可靠、功能冗余的全域安全体系。

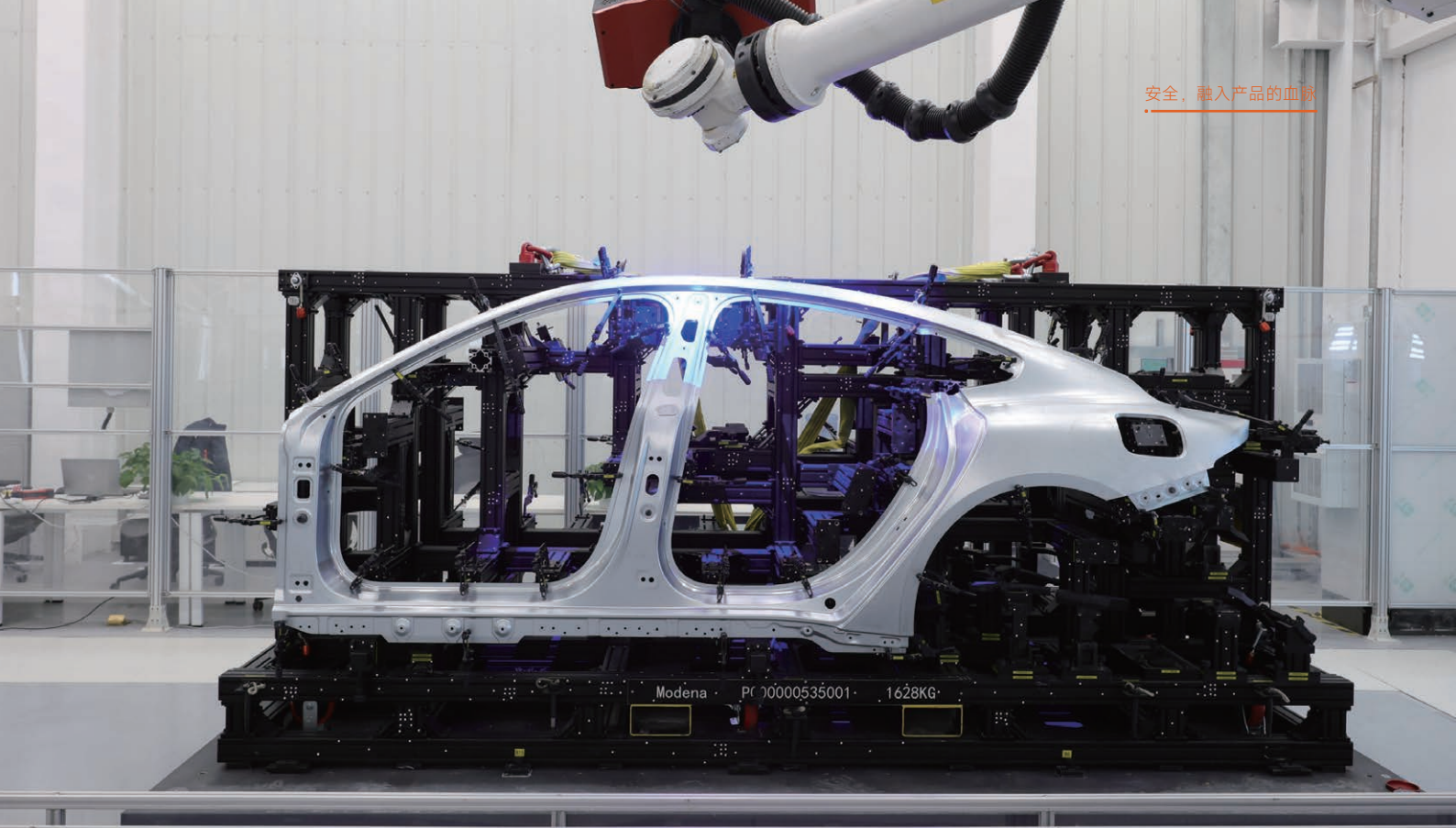
智能手机硬件产品出厂检验合格率达99.97%，用户质量投诉率同比下降18.2%。

小米汽车关键工艺实现100%自动化，自研X-Eye AI质检（X光探伤）准确率超过99.9%。

主被动安全升级

主动：智能手机方面，升级SBMS安全算法，新增内短路、析锂、鼓包三大隐患监测预警，热损类安全事件100%闭环处置；智能电动汽车方面，全系完成Xiaomi HAD增强版OTA升级，新增AEB/LAEB/RAEB/AES等主动安全功能；引入强化学习与世界模型，覆盖晴雨雪雾等复杂场景训练，提升复杂路口理解与防御性减速能力；并推出“高阶驾驶培训”项目，已覆盖9座城市，累计助力10,620位学员结业，以用户能力提升作为主动安全的最后一道防线。

被动：汽车电池构建18层物理防护，55°C高温满电场景下无热扩散、无起火爆炸；此外，Xiaomi YU7系列/新一代SU7系列采用自研2,200MPa超强钢，前后门承载能力较1,500MPa防撞梁分别提升52.4%与37.6%；智能家电与穿戴方面，大家电升级双重防漏电与过载保护；可穿戴设备采用6A级天然蚕丝表带，从源头降低肌肤敏感风险。



召回透明与用户信任

2025年发起3次公开召回（2次汽车产品OTA召回+1次充电宝产品召回）。

2次汽车OTA召回平均进展超97%；建立“调查—评估—优化—验证—再验证”安全提升闭环。

eCall紧急呼叫60秒响应率提升至100%，7×24小时全天候事故智能监测实现重度碰撞100%覆盖。

有害物质管控

严格限制溴化阻燃剂（PBBs & PBDEs）、六价铬、铅、汞、镉及其化合物的使用，持续深化全氟化合物（PFCs）、挥发性有机化合物（VOCs）等物质的专项管控。

汽车内饰零部件全面使用环保型胶水、低散发PVC和PP粒子、水性阻尼涂料LASD等环保材料，从材料端降低挥发性有机化合物（VOCs）释放，确保车内空气清新自然。

参编中国RoHS首份强制性国标《电器电子产品有害物质限制使用要求》（GB 26572）。



真诚，贯穿营销与服务

我们以“真诚、透明负责、长期主义”为营销传播与服务交付的共同底线。从产品宣传到售后响应，我们拒绝信息不对称与短期博弈，致力于通过每一个触点积累用户信任。

年度举措

知情决策与用户信任建设

落地负责任营销三条红线（安全/真实/道德），以“一票否决”方式执行，杜绝虚假宣传与误导性表述。

OTA升级内容与风险提前透明告知；开展“小米汽车答网友问”专栏，全年96次集中回复公众关切。

推进小米澎湃OS Beta公测，邀请150万+用户参与共创，收集意见3万余条，用户反馈指数（UFI）改善32.49%。

制度化VOC月度机制与“听音计划”，管理层直接听取用户反馈并纳入改进闭环。

服务及时性与专业性

“一单到底”机制打通客服/工程师/物流协同，问题处理时效由24h压缩至4h内。

AI赋能客服意图识别与自动工单生成，全年客服满意度提升52%。

建立非常规服务时效的分级响应机制，全年实际平均响应时长为0.44小时，响应率达99.18%。

全球认证维修工程师达95,903人。

本地化营销与服务能力

负责任营销培训覆盖23个国家、涵盖13种语言，累计参与22,400人次，相关岗位人员100%覆盖。

争议事件标准化响应机制：第一时间响应、全流程透明、用户权益优先，全年营销类应急事件闭环率达95.7%。

截至报告期末，全球运营门店超18,450家，境外（含港澳台）售后服务网络覆盖83个国家和地区。

MiCare服务因地制宜：欧洲新增盗抢险、日本推出“只换不修”方案。



扎根，与全球社区共成长

我们认为，真正的品牌成长不仅需要商业布局，更需扎根于每一个社区的生活脉络之中。社区融入是我们践行责任、深化信任的核心路径。唯有以尊重之心响应在地文化，以科技之力呼应真实需求，我们才能超越产品本身，成为全球用户生活中可持续、有温度的一部分。

年度举措

全球新零售

小米之家是我们与全球用户交互最高频的触点，也是本地融入最应切实发生的场景。我们在保持全球品牌调性统一的同时，主动将本地文化融入门店运营的每一个环节：

西班牙首家小米之家开业，以当地代表性文化标志“宫娥”形象设计专属赠礼，联结本地社群。

印尼、马来西亚、阿联酋等市场为拉马丹等传统节日提供定制化节庆视觉与陈列方案。

全球统一数字化零售系统实现商品、库存与销售数据实时可视化，支撑本地高效决策。

社区公益与科技普惠

小米基金会累计规划捐赠达17.8亿元，支持285项青年基础研究项目、1,082名小米青年学者及超16,000名奖助学金获得者。

连续十年开展“小米图书馆”项目，累计投入物资超660万元。

在秘鲁、智利携手当地NGO为偏远山区学生提供设备，助力远程教育计划，推动教育平权。

举办“共生”+地影像邀请联展，开展摄影师驻留计划，以影像技术介入乡村振兴与地方记忆等公共议题。

在云南普洱澜沧认领250亩扶贫咖啡园，制成咖啡礼盒经全国2,000余家小米之家免费赠送，连接乡村与用户。

品牌体验与工业旅游

小米汽车工厂推出“科普大讲堂”，将智能制造生产现场转化为青少年研学教学场景，构建集参观、授课与实践于一体的工业旅游科普体系。

通过“小小汽车涂鸦师”亲子活动与“童心同创”绘画大赛，将产品设计与色彩哲学转化为儿童可感知的创意体验，让品牌与用户家庭从小建立真实连接。

包容，让我们和而不同



体面工作

员工是小米创新与长期成功的基石。我们致力于为每一位员工提供安全、公平、有尊严的工作环境，通过完善的薪酬保障、安全管理与员工关怀，守护每一位员工的身心健康与生活品质。

年度举措

薪酬福利与生活保障

坚持同工同酬与绩效公平，以透明考核机制保障薪酬合理性。2025年，授予11,322名员工股权激励。

商业保险覆盖71,342名员工及23,594名员工子女；通过员工帮助计划（EAP）提供789次心理咨询，线上平台服务超3,220名员工。

陪产假、育儿假优于当地法定标准，支持灵活分次休假。2025年，4,548名员工休育儿假，返岗率100%。

安全生产

成熟运营业务实现ISO 45001认证全覆盖；手机智能工厂全年整改隐患1,047项，汽车工厂整改1,874项，整改完成率均达100%。

全年未发生四级及以上安全事故，职业病病例零发生。

畅通员工沟通渠道

建立多元申诉机制，在法国、哈萨克斯坦、越南等市场推进本地化社会对话机制。

集团整体敬业度得分91.97%，各业务部门敬业度同比均有提升。

平等发展

我们相信，公平的发展机会是组织长期韧性的根基。无论职级、性别与文化背景，每一位员工都应拥有清晰的成长通道与充分的能力支撑。我们以体系化的培训、多元包容的文化与公平透明的晋升机制，让人才与公司战略共同进化。

年度举措

职业发展与技能培育

建立“小米人才培养三级火箭”人才发展机制，并推行“专业+管理”职业发展双通道。

开展培训课程552门，培训近12万人次，人均培训时长21.6小时。

推出16门AI生产力课程，覆盖近万名员工，课程完成率73%，助力员工适应人车家+AI战略转型。

多元包容

整体女性占比29.32%；海外员工本地招聘比例约87%。

通过标准化融入项目帮助海外员工理解并融入小米文化，全年参与人数达1,080人。

荣获“全国三八红旗集体”及“全国就业与社会保障先进民营企业”称号。

人才吸引与雇主品牌

秋季校园招聘录用意向接受率75%；实习生转正率95%，累计储备优秀候选人677人。

斩获包括2025福布斯全球“最佳雇主”、2025福布斯中国“年度最受员工欢迎雇主”在内的13项雇主品牌荣誉。

携手，打造责任供应链

供应链的长期稳定性取决于整个生态价值链的协同进化。小米通过全球统一的合规基准与多业务情景化落地的分层治理架构，确保在不确定性时代锁定确定性的全球准入能力与供应韧性，与合作伙伴共同推动公正转型——让每一份交付都建立在责任与可持续的基础之上。

年度举措

治理与风险管理

董事会对供应商ESG合规保障及整改提升项目的实施与监督，行使最高决策权。

一级供应商行为准则、廉洁协议或等效协议签署率保持100%，筑牢负责任采购底线。

供应链风险评价维度主要包括地缘与监管稳定性风险，技术壁垒或市场波动风险，信用与司法风险以及财务风险，并依托系统化的风险触发与资料核验模块，保持对法律合规及声誉风险的实时监控。

2025年，小米智能手机业务在行业内率先同步获得ISO 28000（供应链安全管理）与ISO 22301（业务连续性管理）两项国际认证，并获得ISO 31000风险管理符合性声明。

针对整改进度滞后的供应商，提供专家团队专项辅导支持，全年开展60余次定向沟通对接，协助供应商制定《欧盟市场禁止强迫劳动产品条例》等复杂合规要求的落地路径，推动供应链合规能力协同提升。

供应韧性与地缘风险对冲

应用AI Agent智能体集成复杂操作流程，实现订单增减模拟与前端需求识别。依托算法引擎自动完成供需匹配评估，有效规避需求波动引发的原材料积压或供应断供风险。

将法规政策、国际贸易及地缘政治因素全面纳入供应链风险管理体系，对触发风险的物料、供应商及生产区域及时开展影响识别与穿透式排查；此外在智能汽车业务推行“Local for Local”策略，持续强化供应链韧性与风险对冲能力。

负责任矿产溯源

智能手机业务将重点管控矿种在原有3TG（锡、钽、钨、金）、钴、云母基础上，新增锂、镍、天然石墨、铜四类关键矿产，实现对手机电池及核心电子元器件的全覆盖管控。

持续开展至Tier-3层级的冲突矿产尽职调查，2025年智能手机供应商责任矿产溯源反馈率达98.8%，共识别来自72个国家和地区的1,045家上游冶炼厂/精炼厂。

小米汽车涉及该议题的核心供应商中，约40%供应商已接受负责任采购相关第三方审计，约60%供应商向小米汽车提供了关键材料冶炼厂或精炼厂信息。

供应商能力共建与公正转型

向供应链伙伴输出小米澎湃智能制造平台与先进数字化制造能力，本年度已有35家汽车业务核心供应商与小米开展深度协同，显著提升交付效率与生产稳定性。

依托同步工程与工业化赋能模式，组建跨专业影子团队，推动3家关键零部件供应商落地穿透式协同管理，提升研发与量产匹配效率。

针对大家电供应链中高温等高风险作业场景，指导供应商建立作业环境监测机制，配齐安全防护设施与定期开展应急演练，并要求其为员工建立职业健康监护档案，确保供应链劳工体面工作权利。

运用保理、融资租赁等多元化供应链金融工具，切实降低中小制造企业综合融资成本，助力生态链供应商稳健经营、提质增效。



循环，从诞生到重生

绿色产品设计

真正的绿色不是事后补救，而是从设计源头开始的系统性选择。我们将资源效率与低碳理念深度嵌入材料选择、结构与能效管理，让绿色成为产品的内在能力。

年度举措

绿色设计驱动差异化竞争力

手机引入生物基轻质尼龙与生物基环氧树脂，推动轻量化与结构优化；多款量产手机压铸中板100%使用回收铝。

联合高校院士团队，通过自研AI模型赋能材料创新，成功研发并量产全球领先的2,200MPa超强钢，突破强韧性技术边界，在构筑车身“堡垒级”安全防护的同时，助力整车轻量化，实现安全与续航的双重突破。

Xiaomi YU7系列整车循环铝应用占比14.2%，循环钢应用占比10.6%，白车身轻量化系数低至1.397，达同级领先水平。

小米空调首创家用双毫米波雷达模组，间歇使用场景节能率突破70%。

耐用性与可维修性提升

Xiaomi 17系列率先引入有序介孔硅碳负极材料，电池容量提升约12%，超2,000次充放电后仍保持80%以上容量。

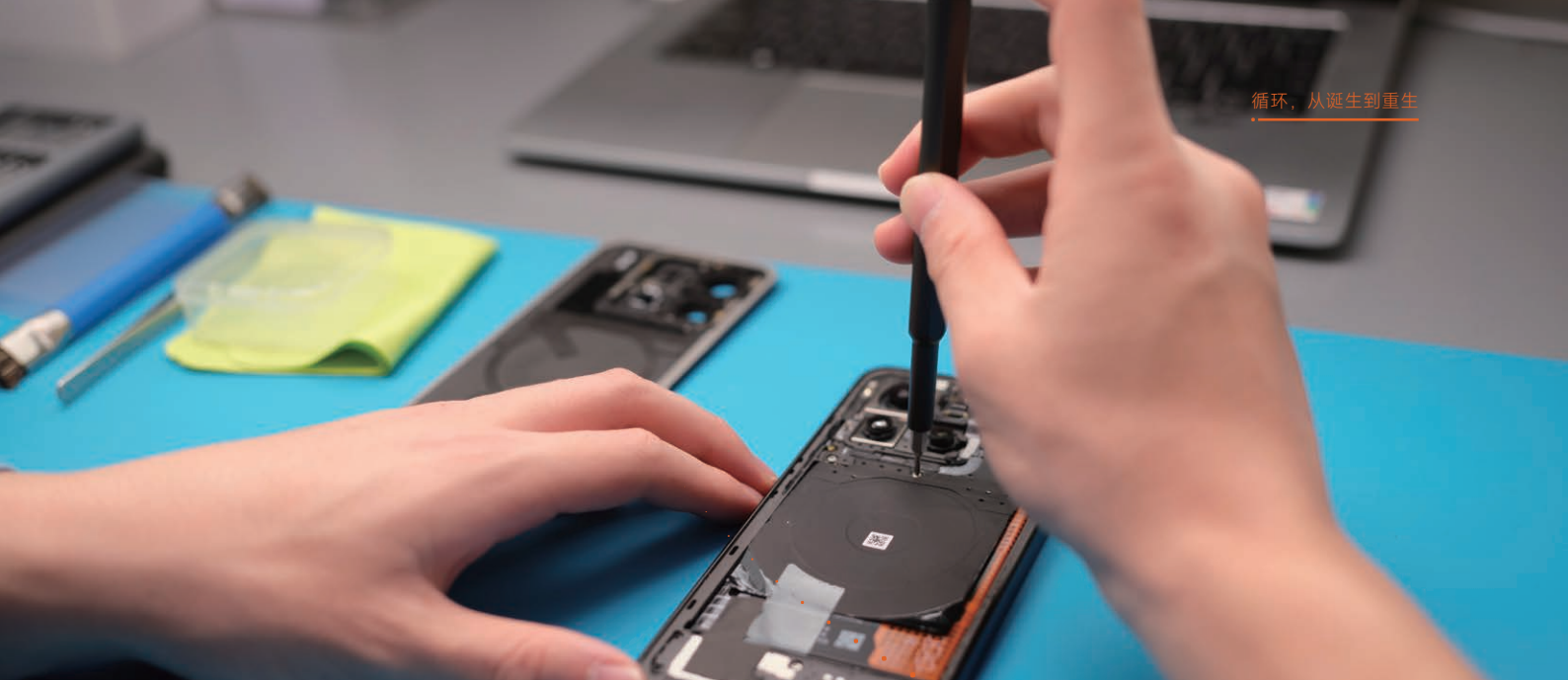
在汽车产品设计阶段即引入易拆卸与易回收原则，优先采用螺栓、卡接等低拆解难度连接方式，提升报废阶段回收可行性。

Xiaomi YU7系列整车可再利用率达92.6%，可回收利用率达98.8%；其中，铝合金循环利用方案荣获中汽数据“ELV易回收性设计典型案例”奖项。

循环材料供应链质量管控

建立材料数据库，识别数十种低碳与循环材料，对前20种关键材料开展物料清单层级碳排放追踪。

循环材料资质经第三方验证或小米审厂确认，确保质量标准与合规性一致。



生产者责任延伸

产品的责任不止于售出，更延伸至使用终结后的每一个环节。我们以生产者责任延伸（EPR）为核心理念，通过成熟的逆向物流体系、合规的回收网络与透明的废弃物管理，推动废弃产品实现规范化回收与资源化再生。

年度举措

逆向物流与回收网络建设

以旧换新能力覆盖全球24个国家/地区，2025年实现54,811台新机转化，同比增长135%。

中国大陆电子废弃物回收覆盖全国100%的区县，回收单量达21.3万单，同比提升19.7%。

全球6家翻新工厂，全年累计翻新设备超16万件，同比增长22.27%；所有翻新产品100%抽检出厂。

电子废弃物合规管理

严格遵循《巴塞尔公约》，明确承诺不向非OECD国家出口电子废弃物。

回收合作伙伴须具备当地处理白名单资质，并优先与获取R2、WEEE等国际认证的回收处置商建立合作。

与中国市场监管方公布的电池回收白名单企业合作，积极响应并全面落实动力电池编码、数字身份证及信息报送等要求，切实履行生产者延伸责任。



低碳，预见地球未来

能源管理

气候变化是我们这个时代最深刻的系统性挑战。我们以《巴黎协定》将全球升温限制在1.5°C的努力方向为参照，基于气候科学持续推进运营及价值链减排，并为全球用户提供更具气候适应能力的科技产品与服务。

年度举措

运营减碳与绿色制造

手机智能工厂与汽车工厂已通过ISO 50001能源管理体系认证；智能家电工厂搭建四级能源管理体系，实现能源管理精度覆盖至单台设备层级。

汽车工厂投用蓄热式热氧化系统（RTO），全年可回收热量38,333 GJ；依托Xiaomi HyperCasting一体化压铸技术优化产线集约化布局，实现年节约用电约182万kWh。

持续优化物流结构，推动航空运输向海运及铁路运输方式切换，相关优化措施于2025年实现减排约2,471吨 CO_{2e}；同时引导承运商加大可持续航空燃料（SAF）使用比例，相较传统航空燃料降低约30%碳排放。

碳数据合规与能源建设

完成20余款代表性产品全生命周期碳足迹核算，持续积累产品层面碳数据。

紧密跟踪欧盟CBAM、欧盟电池法规等国际新兴政策合规要求，将相关约束性条款前置嵌入产品研发设计环节，规避市场准入风险。

在自有厂区规模化布局分布式光伏，本年度汽车工厂屋顶光伏已实现绿色电力消纳1,334万千瓦时，对应减排约8,000吨CO₂；智能家电工厂同步推进“屋顶光伏直连+绿色电力交易”组合模式，提升绿电自给能力。

推动大家电供应链清洁能源转型，委托制造工厂可统计光伏项目年预计发电量约3,188万千瓦时，每年可减少碳排放约2.64万吨。

气候韧性

极端天气频发、电动化竞争加剧——气候变化正从外部重塑我们的经营环境。我们不只是被动应对，而是将气候韧性主动融入产品布局、供应链设计与运营决策，让小米在气候不确定性中保持稳健前行。

年度举措

电动化转型

持续加大产业链关键技术布局，重点投向车规级轻量化材料、高效热管理系统等低碳核心技术。

针对电动汽车冬季续航痛点，开发AI智能热管理系统，实现98%的低温能源利用效率，有效缓解寒冷气候下的里程焦虑，助力纯电动汽车在更广区域普及推广。

极端天气供应链韧性

对核心零部件实施多区域、多供应商布局，分散地域集中风险，降低极端天气引发的供应中断可能。

针对沿海生产与仓储枢纽建立“气象预警—库存前置—物流路由切换”联动机制，常态化应对台风等极端天气冲击。

电动化竞争韧性

持续深化“人车家全生态”差异化定位，以智能座舱、辅助驾驶与全生态联动构建竞争壁垒。

持续迭代辅助驾驶能力，发布小米XLA认知大模型，推动智能驾驶从“数据驱动”向“认知驱动”升级，以技术领先性巩固产品竞争力。

气候适应性产品与市场布局

随着智能电动汽车、高效智能家电、低功耗终端及绿色供应链产品需求持续增长，小米预计相关产品创新、市场拓展及效率提升将为收入增长、产品溢价能力及长期资产价值提供支撑。

优化全球仓储与物流网络，重点强化欧洲、东南亚等核心市场的供应链抗风险能力，确保极端天气下稳定交付，抢占市场先机。



守正，以信任为底色

诚信是小米最重要的商业资产。我们以零容忍、全覆盖、无禁区为原则，将道德行为规范深度融入经营全流程——从反腐败到反垄断，从知识产权保护到举报人保障，让信任成为每一次商业决策的底色。

年度举措

反腐败体系建设

通过ISO 37001反贿赂管理体系审核，更新《反贿赂管理指南》；设立四项高压线，坚守零容忍原则。

建立覆盖招聘、入职及在职全流程的利益冲突管理机制。

举办103场线下职业道德培训；100%新入职员工完成线上廉洁合规课程学习及考核。

全球合规管理

在中国大陆、欧洲、东南亚、非洲、中东等区域组织51场反垄断及反不正当竞争培训，超16,000人次参与。

开展60余个项目的反垄断风险常态化审查；在土耳其组织突击检查模拟演练，检验内部应对机制。

严格遵守新修订《反洗钱法》，更新内部制度，完善客户身份识别与可疑交易管理机制。

清理侵权链接超126万条，查扣涉案假冒商品超35万件。

举报与申诉保障

建立自上而下廉洁举报机制，举报渠道面向员工、商业伙伴及消费者全面开放。

设立举报人奖励基金，全年共计对6起有效重大举报案件的举报人予以奖励。

