

**赤子城**

newborntown

# 赤子城科技有限公司

Newborn Town Inc.

股份代號：9911

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

2023

環境、社會及管治報告



## 1. 報告說明

### 1.1 關於本報告

赤子城科技有限公司及其附屬公司(以下簡稱「本集團」或「公司」或「我們」)依據香港聯合交易所(以下簡稱「聯交所」)《上市規則指引》(以下簡稱「上市規則」)附錄C2所載《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「《ESG指引》」)要求,編製2023年度環境、社會及管治(ESG)報告,並遵循《ESG指引》有關「重要性」、「量化」、「平衡」、「一致性」原則要求。

為向利益相關方披露其所關注的本集團2023年ESG方面的管理和成效,本集團開展了主要利益相關方及其關注ESG議題的識別工作,對利益相關方關注的ESG議題進行優次排列,根據其關注議題的重要性水平在報告中進行響應,並在本報告「利益相關方參與」章節做出了說明。

本集團採用量化數據的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」),使得關鍵績效指標可予以計量和驗證。關鍵績效指標的量化標準、方法、假設及/或計算工具、以及使用的轉換系數來源,均已在相應位置做出說明。本集團採取與往年一致的披露統計方法,個別變動之處均已在相應位置做出說明。

本報告旨在客觀、公允、平衡反映我們的2023年ESG表現,有關管治部分的內容建議與2023年年報所載《企業管治報告》一併閱讀。

### 1.2 關於本集團

作為一家專注全球泛娛樂社交的集團,我們聚焦視音頻等新興社交形式,打造了直播社交平台MICO、語音社交平台YoHo、遊戲社交平台TopTop、陪伴社交平台SUGO、多元人群社交平台Blued等多元化的社交產品,致力於提供創造性和互動性的生活方式,持續創造積極的情緒價值,從而讓世界各地的用戶享受豐富的社交娛樂生活。

### 1.3 報告時間

本報告涵蓋時間為2023年1月1日至12月31日(「**報告期**」),部分內容及數據適當追溯以往年份。

### 1.4 報告範圍

本報告的披露範圍包括本集團在中國主要運營地點直接運營和管理的業務的ESG表現。

本ESG報告完全符合《ESG報告指引》中「強制披露」規定及「不遵守就解釋」條文的披露要求,對不適用於本集團的披露要求進行了相應解釋。

### 1.5 資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於或取自統計數據、相關文檔。本集團承諾本報告不存在任何虛假記載與誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

### 1.6 獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文版本和英文版本，並僅於在線刊載（除非收到股東的具體要求），兩者如有任何歧義，概以英文版本為準。電子版可於香港聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)以及本集團網站<https://www.newborntown.com/>進行獲取。如閣下對本集團ESG管理方面有任何意見和建議，請通過電子郵件[ir@newborntown.com](mailto:ir@newborntown.com)與我們聯繫，我們期待閣下的寶貴意見。

## 2. 董事會聲明

董事會（「董事會」）對本集團ESG策略及匯報承擔全部責任。董事會對本集團ESG相關事宜進行監管，並負責監督ESG管理成效。本集團建立ESG工作委員會作為ESG管理層，對本集團ESG事項進行日常管理，指導ESG工作開展，向董事會匯報ESG工作進展。ESG執行小組作為ESG執行層，由各職能部門的ESG代表組成，負責各項ESG事宜的開展落地和執行工作。

本集團已制定ESG理念與管理策略，董事會對其進行定期審閱，確保ESG策略的有效執行。本集團重視ESG相關風險和機遇的潛在影響，董事會負責監督ESG相關風險和機遇的評估、以及確保設置了適當和有效的ESG風險管理和內部監督系統。本集團開展了利益相關方關注ESG議題的實質性分析，董事會參與了ESG重要性議題的評估、優次排序和管理。

本集團對氣候變化相關風險與機遇進行識別和評估，並制定氣候相關風險的應對措施，同時，本集團已設定與業務相關聯的環境目標，董事會對環境目標的進展情況進行定期檢討。

### 3. ESG理念與管理

#### 3.1 ESG理念

本集團以「創造美好情緒價值」為願景，深耕社交、遊戲領域，以全球化視野着眼海內外市場。自2009年成立以來，我們聚焦社交、遊戲和工具類產品領域，打造了十多款面向全球用戶的優質App。

我們在把豐富多元的社交體驗帶給全球各地用戶的同時，積極履行社會責任，持續推進ESG管理與日常運營的融合，從堅持合規運營、重視產品和服務質量、傾聽用戶聲音、保障信息安全、推行綠色辦公及專注社區投資等多個維度，不斷提升ESG績效表現，期望與各利益相關方共同攜手，助力行業和社會的可持續發展。

#### 3.2 ESG管理

為更好地踐行本集團的ESG理念和策略，提高本集團的可持續發展能力，我們搭建由「治理層－管理層－執行層」組成的ESG管治架構。我們制定ESG工作章程，明確工作職責，推進本集團ESG工作。

##### *治理層*

董事會是ESG事宜的最高決策機構，負責監督ESG事項並對本集團ESG策略承擔整體責任。

##### *管理層*

ESG工作委員會是ESG事項的管理機構，負責制定本集團ESG策略、框架、原則及相關政策、指導ESG實踐開展並審核ESG目標達成情況。

##### *執行層*

本集團各職能部門共同組成ESG執行小組，負責推進ESG管理策略落地及目標達成、開展ESG重要性評估與風險評估、組織培訓提升員工ESG意識、以及定期向公司管理層及治理層匯報。

### 3.3 利益相關方參與

本集團重視與利益相關方的交流與反饋，與利益相關方建立良好的溝通機制與多樣化的溝通渠道，並結合利益相關方之關注，持續優化ESG策略和實踐。

2023年，本集團持續對政府及監管機構、股東及投資人、員工、用戶、供應商等利益相關方所關注的ESG議題進行識別，並給予積極響應。我們根據利益相關方ESG關注點，對相關ESG議題的重要性進行分析，其結果如下。

利益相關方	溝通渠道	主要關注的ESG議題
政府及監管機構	公文往來、政策諮詢、監督檢查、信息披露等	產品責任、反貪污、氣候變化、僱傭
股東及投資人	股東大會、企業報告與公告等	產品責任、反貪污、資源使用、氣候變化
員工	溝通會議、企業內部公告、培訓活動、員工關懷活動、員工意見反饋機制、公司活動、員工申訴渠道等	僱傭、勞工準則、健康與安全、發展與培訓
用戶	客戶溝通及投訴渠道、用戶回饋活動、會員服務、展會活動、滿意度調查等	產品責任
供應商	供應商戰略合作談判、合作協議、定期溝通、商務會議等	供應商管理、反貪污
媒體及非政府組織	公司網站與社交平台、新聞發佈會、新聞採訪、廣告宣傳等	產品責任、氣候變化
社區	公益活動、促進就業、社區活動、扶貧項目等	社區投資、僱傭

本集團ESG議題的重要性評估矩陣如下所示：



#### 4. 環境保護

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等環保法律法規要求，積極承擔環境保護責任。我們推進落實多項資源節約及減排措施，踐行綠色辦公理念，提倡無紙化綠色辦公模式，倡導資源循環利用，提升員工環保意識，持續助力公司低碳轉型。

### 4.1 資源節約

本集團日常運營中主要的資源消耗包括電力、汽油、紙張和水。為提升資源使用效率，本集團詳細規定對於用電、用水、打印用紙等日常運營中所使用的主要資源的節約措施，以促進資源合理利用。2023年，我們落實多項資源節約舉措，降低辦公運營的資源消耗。

集團用水主要來自市政自來水，在求取適用水源上無問題。

#### 節約水資源

- 加強用水設備的日常檢查維護和管理，及時發現並處理水資源浪費現象。
- 所有新裝修的辦公區域均使用感應水龍頭，減少水資源消耗。

#### 倡導無紙化綠色辦公

- 使用線上辦公系統進行無紙化綠色辦公，倡導使用電子文檔進行文檔傳遞，減少紙張用量。
- 應用數字辦公系統及財務報銷系統，對勞動合同、財務報銷相關文件進行線上審核及管理。
- 開展辦公區域面積評估，依據評估情況設置多功能空間，靈活切換辦公、休閒等不同使用場景，提升空間利用率，減少辦公用電消耗總量。

#### 推進回收循環

- 統一收集紙張，耗材包裝材料等可回收利用的資源，交由回收商進行回收處理。
- 建立辦公用品台賬以管理辦公用品取用，對於仍可利用的辦公用品繼續利用。
- 減少圓珠筆和一次性筆的使用量，在未損壞的情況下使用替芯。
- 倡導員工在打印時進行雙面列印，並鼓勵對紙張進行二次利用，減少辦公耗材用量。

#### 降低辦公能耗

- 改造辦公區域電路，在新裝修的辦公區域的電路增設一鍵總控系統，實現將室內照明定時開啟和關閉，有效節約能源，減少照明用電量及費用。
- 合理開啟和使用計算機、打印機、複印機等用電設備，下班時關閉設備電源，避免辦公設備長時間待機。
- 使用節能燈具，主張在辦公區域使用自然採光。

#### 員工意識培養

- 在日常工作中，對員工宣傳節約資源的優秀實踐，開展節約資源相關教育和活動，將資源節約理念融入員工工作實踐。

**關鍵績效指標<sup>1</sup>：能源及資源消耗<sup>2</sup>**

指標	2023年數據
綜合能源消耗量 <sup>3</sup> (兆瓦時)	<b>1,058.10</b>
能源消耗量密度(兆瓦時／平方米)	<b>0.054</b>
汽油消耗量(兆瓦時)	<b>63.37</b>
外購電力(兆瓦時)	<b>994.73</b>

**4.2 廢棄物管理**

在廢棄物管理方面，本集團制定《固定資產管理制度》及《IT資產管理辦法》等內部管理制度，在本集團行政組牽頭下，聯合各部門進一步優化廢棄物管理工作。

針對產生的無害廢棄物，我們交由辦公區物業統一處理，對於其中可回收再利用的部分，我們將通過物業進行收集、整理並轉移到指定位置進行二次利用。

對於電子廢棄物，我們建立辦公電子器材的評估與報廢處理標準流程，與第三方回收機構合作，將年份老舊、能耗超標的硬件類與耗材類資產進行報廢處理。對於產生的有害廢棄物，我們交由有資質的第三方進行回收及處理。

- 1 能源及資源消耗統計範圍涵蓋本集團位於北京、廣州等地的主要辦公場所，受收購藍城兄弟、新設辦公區域等經營活動影響，本年度能源及資源消耗相關數據統計口徑及結果較去年發生一定變化。
- 2 本集團能源消耗主要為辦公運營消耗的電力。能源及資源消耗統計範圍涵蓋本集團位於北京、廣州等地的主要辦公場所。本集團所使用水源主要為市政自來水和外購桶裝飲用水，本集團在求取適用水源上不存在任何問題。飲用水為滿足員工基本生活需要所使用，自來水的取用與其他公司共同使用公共設施，無法進行單獨用量統計。考慮重要性原則以及數據準確性，關鍵績效指標A2.2—總耗水量及密度於本報告中不進行披露。本集團運營不涉及實體產品生產，故關鍵績效指標A2.5—製成品包裝材料不適用於本集團，本報告中不予以披露。
- 3 綜合能源消耗量是基於本集團直接與間接能源消耗量，根據《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)換算因子計算得出的。

### 明確廢棄物處置管理職責

由行政組統籌負責廢棄物處置監管工作，對公司的回收和處置環節進行檢查，並在各部門指定專人負責廢棄物的核銷和交接工作，杜絕可能的違規事件。

### 規定廢棄物回收處置工作流程

各部門將廢棄物進行申報處理，經批准核銷的廢棄物由各部門的專門負責人通知行政組進行統一管理，行政組將廢棄物整理、鑑別後，將廢棄物交由有資質的第三方和供應商進行處置和回收利用。

### 公佈廢棄物處置情況

行政組負責對各部門廢棄物的回收處置情況進行統計並定期公佈，杜絕廢棄物隨意處置，增加廢棄物處置的透明度。

### 關鍵績效指標：廢棄物<sup>4</sup>

指標	2023年數據
有害廢棄物總量(噸)	0.045
有害廢棄物密度(噸/平方米)	0.000023
無害廢棄物總量(噸)	100.28
無害廢棄物產密度(噸/平方米)	0.0051

## 4.3 氣候變化

我們深知氣候行動的重要性，密切關注國家在應對氣候變化方面的政策頒佈及動態發展趨勢，積極識別氣候變化帶來的潛在風險與機遇，並制定應對措施，推動本集團的可持續發展。

### 4.3.1 氣候風險識別與應對

2023年，我們結合本集團的運營情況，依照氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)框架指引，對本集團面對的氣候變化風險和機遇進行識別與評估，考慮不同氣候風險對

<sup>4</sup> 廢棄物統計範圍涵蓋本集團位於北京、廣州等地的主要辦公場所，受收購藍城兄弟、新設辦公區域等經營活動影響，本年度廢棄物相關數據統計口徑及結果較去年發生一定變化。本集團涉及的無害廢棄物主要包括各辦公區產生的生活垃圾及廢棄電子設備。本集團的生活垃圾主要包括辦公垃圾，總量根據中華人民共和國國務院發佈的《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污系數手冊》進行估算，由物業管理公司進行統一處理，廢棄電子設備交由有資質的第三方和供貨商進行處置和回收利用。

本集團經營業務可能造成的影響，我們制定了相應的應對措施，為本集團的可持續發展提供戰略性指引。

	風險類別	風險描述	應對策略
實體風險	急性風險	氣候變化導致的極端天氣如洪水、暴雪、颱風等，對本集團業務連續性產生不利影響，對員工健康和 safety 造成挑戰。	建立極端天氣應急預案，當極端天氣發生時，將依據預案進行高效處理，使極端天氣造成的影響和損失降到最低。
	慢性風險	氣候變化導致的慢性風險如極端溫度、乾旱、氣候異常等情況，可能會造成辦公運營能耗增加，增加運營成本。	改善辦公環境，確保在極端氣候條件下仍能保持高效運轉。
轉型風險	政策風險	政策變化、市場需求轉變對業務模式和成本結構造成影響。	監測政策與市場動態，參與行業討論，積極響應全球低碳環保的發展趨勢，及時調整業務管理方法與舉措，確保業務策略的靈活性。
	市場風險		
	聲譽風險	公眾對氣候變化的關注日益增加，公司的環保管理透明度及環保舉措對品牌形象及聲譽有重要影響。	<p>保證本集團氣候相關管理與行動的公開度與透明度，提升品牌聲譽和形象。</p> <p>推行低碳運營管理措施，減少碳排放和資源消耗。</p> <p>在選擇供應商時，考慮其環保屬性。</p>

氣候變化帶來風險的同時也伴隨着機遇，本集團積極識別氣候變化帶來的潛在機遇，通過提升辦公運營過程中自然資源的使用效率，在節約業務成本的同時，不斷推動本集團的可持續發展。

機遇	機遇描述	應對策略
電力能源結構變化	在國家政策的支持與鼓勵下，電網中綠色電力的供電比例逐漸提升，有利於降低企業用電的單位碳排放量。	考慮推進應用綠色電力。
綠色低碳技術日趨成熟	綠電技術逐漸成熟，企業採購綠色電力的單位成本逐漸下降。	
投資者對企業減碳工作日益關注	投資者愈發重視企業減碳策略是否與國家、國際社會的氣候變化應對要求保持一致。	定期公開披露企業碳排放信息與氣候變化應對工作成果。 考慮制定碳減排相關承諾。

### 4.3.2 溫室氣體管理

在溫室氣體排放管理方面，本集團通過強化辦公設備能耗管理、培養員工節能意識，提升能源消耗管理水平等措施，降低溫室氣體排放。

**關鍵績效指標：溫室氣體排放<sup>5</sup>**

指標	2023年數據
溫室氣體排放量(範圍一與範圍二)(噸)	582.81
溫室氣體排放量(範圍一)(噸)	15.51
溫室氣體排放量(範圍二)(噸)	567.30
溫室氣體排放密度(噸/平方米)	0.030

**4.4 環境目標**

本集團持續推進綠色辦公，提升能源使用效率，並結合自身辦公運營特點制定環境目標，2023年度的目標與目標達成進展如下：

環境目標	2023年度環境目標達成進展
鼓勵在辦公樓內進行100%垃圾分類	已完成 2023年，已在辦公樓內鼓勵進行100%垃圾分類。
在所有新裝修的辦公區域啟用智能燈光開關，統一管控照明時間	進行中 2023年，新裝修的辦公區域已安裝智能燈光開關。
在所有新裝修的辦公區域啟用感應水龍頭，減少水資源浪費	進行中 2023年，新裝修的辦公區域每層安裝4個感應水龍頭，根據季節變化實現冷熱水交替供應。
節能屬性燈具及節能標識空調採購率達到100%	本年度新設置的環境目標

本集團的溫室氣體排放主要源於辦公及運營的能源消耗，在已經訂立能源使用效益目標的基礎上2023年度不再單獨訂立減少溫室氣體排放的目標。

<sup>5</sup> 溫室氣體排放統計範圍涵蓋本集團位於北京、廣州等地的主要辦公場所，受收購藍城兄弟、新設辦公區域等經營活動影響，本年度溫室氣體排放相關數據統計口徑及結果較去年發生一定變化。

<sup>6</sup> 溫室氣體排放數據按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《關於做好2023—2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》及《IPCC2006年國家溫室氣體列表指南2019修訂版》規定計算。

<sup>7</sup> 溫室氣體範圍一：涵蓋由本集團運營直接產生的溫室氣體排放；溫室氣體範圍二：來自本集團內部消耗(購買獲得或取得的)電力所導致的「間接能源」溫室氣體排放。本年度中本集團溫室排放氣體為消耗電力導致的範圍二溫室氣體排放。

### 5. 責任運營

本集團以誠信和負責任的運營為企業發展的根本，持續為用戶提供優質和健康的產品，建立保護公司及用戶信息的安全管理體系，與供應商夥伴構建公平透明的合作關係，堅決杜絕任何貪污腐敗行為，打造誠信廉潔的經營環境。

#### 5.1 產品責任<sup>8</sup>

本集團持續關注並提升自身產品質量，嚴格確保產品內容健康。我們通過建立社群與用戶積極開展互動，瞭解用戶心聲，提升用戶使用體驗。我們保護本集團自身及他人知識產權，保障合規宣傳。同時，我們建立獨立於業務運營的數據分析團隊和算法團隊，旨在中立客觀地分析產品質量，並定期就產品表現與業務團隊溝通，持續優化產品質量。

##### 5.1.1 產品優化及創新

本集團持續優化產品與服務，重視用戶與市場需求，完善產品研發人才儲備，優化產品功能，為用戶提供更多創新玩法，提高用戶黏性。同時，我們優化產品廣告投放，提升產品本地化水平，並開展用戶調研，從多個維度優化和保障用戶的遊玩體驗。

###### (1) 遊戲類App

###### 開展用戶研究

定期向用戶發放問卷，構建用戶畫像，根據用戶對遊戲素材的偏好，進行產品合理改良，例如當識別到特定遊戲關卡頻繁發生用戶退出情況時，我們會對此關卡的難度設置進行重新考慮，以增加遊戲的可玩性，提升用戶體驗；我們的社群團隊通過Discord、Facebook、郵箱等途徑維護產品社群，增強用戶黏性；除針對特定用戶定期訪談外，團隊還面向核心付費用戶定期開展深度調研，了解用戶在遊戲中的痛點和訴求，確保遊戲開發符合核心用戶期望。

###### 分析市場趨勢

持續優化公司遊戲研發流程，根據公司遊戲類App發展戰略，定期分析市場流行趨勢，響應市場動態轉變賽道，發揮競爭優勢，形成完善的產品矩陣。

<sup>8</sup> 鑑於本集團運營不涉及實體產品生產，關鍵績效指針B6.1—已售或已運送產品數量中因安全與健康理由而須回收的百分比不適用於本集團，因此本報告中不予以披露。

### 強化人才儲備

保障遊戲研發團隊具備充足的設計研發能力和豐富的開發經驗，增加產品開發質量及效率，並對不同產品的可玩性等方面進行測試以保障產品研發質量；建立產品設計資源、美術素材資源、策劃資源等多方面內容的內部共享機制，有效提升溝通與共享效率；結合運營團隊豐富的用戶溝通經驗，從用戶視角創新遊戲設計，滿足用戶預期。

### 創新產品功能玩法

持續更新遊戲機制和玩法，建立社交互動系統，增強遊戲交互性，讓用戶在遊戲中找到歸屬感。在產品完成新版本開發後，我們會驗收產品功能體驗，進行二次把關；我們定期進行遊戲版本迭代，更新遊戲內容並修復已知問題，最大程度上提升用戶遊戲體驗。

### 優化廣告位利用效率

提高遊戲中推廣類素材與遊戲玩法、受眾群體、美術設計、產品故事的契合度，持續優化推廣素材的質量，保持素材的設置方式和核心元素隨產品迭代實時更新，製作有吸引力的廣告創意，提升推廣的有效性；平衡用戶體驗以及廣告位的有效利用，對廣告位的設置和廣告形式進行深入研究，設計更符合用戶體驗的廣告位，對可能影響用戶體驗的廣告進行及時屏蔽；分析目標受眾行為，選擇合適的時機進行廣告投放，以提高廣告的曝光率和點擊率，同時不影響用戶的正常遊戲體驗；定期分析廣告效果數據，了解廣告的點擊率、轉化率、投資回報率等指標，根據廣告效果數據及時調整廣告投放策略，避免過度投放導致用戶疲勞。

## (2) 社交類App

### 提升產品本地化水平

基於產品投放地區的文化和用戶社交方式偏好，因地制宜進行產品投放，並持續優化分發策略、提高用戶匹配效率，精準回應用戶的社交需求；結合各地節日舉辦特色活動，精細化本地運營，把更好的社交產品帶給全球用戶。

### 注重產品技術優化

保證產品穩定運行，提升用戶產品使用體驗；建立監控機制，在用戶網絡情況發生波動時進行預警，協助運營人員及時解決網絡異常問題；優化調整功能的使用細節和自由度，提升用戶社交體驗。

### 保持產品優勢

保持對行業發展趨勢的關注，分析學習市場優質社交產品運營模式和產品特點，並結合自身產品風格和特性，持續產出優質內容，優化自身產品。

### 重視用戶體驗

通過分析用戶在產品內的行為習慣和對產品功能的滿意度，驅動產品和運營的質量提升。新增「今日匹配」功能，用戶可與隨機匹配的用戶直接進入聊天，在雙方均表達好感後，產品雙向呈現個人信息，提升用戶交友匹配效率；上線「貴族」系統，擴展會員特權，提高直播用戶的付費體驗；通過持續多次優化推薦算法，我們為用戶精準推薦不同類型的主播，提高用戶黏性。

## 5.1.2 產品內容管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國未成年人保護法》等相關國家相關法律法規，持續強化產品內容審核，並優化產品與服務中的未成年人保護相關措施，抵制不良內容，確保內容健康安全。

### (1) 遊戲類App內容管理

#### 管理遊戲類型設置

遊戲類產品類型包括精品遊戲、休閒遊戲等，不涉及不健康的遊戲類型。

#### 滿足平台管理要求

識別並遵守產品投放平台遊戲類產品內容要求，在產品發佈時，我們借助Facebook、Gmail等第三方平台註冊信息評估用戶年齡，杜絕非適宜年齡段用戶使用產品，並定期評審產品內容與用戶年齡的匹配程度，根據評審結果調整產品內容。

#### 強化產品內部管理

上線產品質量標準規定，建立產品內容健康審核機制，規避不健康信息展示，提供高質量的遊戲體驗。

#### 提升素材與產品的匹配性

持續提升遊戲內使用的人物IP與遊戲主題的匹配性，並由法務部門審核IP的合規性，避免上線不適宜的IP內容。

### 明確廣告素材審核制度

嚴格遵守產品投放平台的廣告素材標準與素材建議，由業務部門對廣告素材的真實性、準確性及內容健康性等方面進行審閱。

## (2) 社交類App內容管理

### 遵守平台管理規定

識別並遵守產品投放平台社交類產品內容要求，定期更新產品管理政策並建立內容健康安全審核機制，明確不良內容定義，規範發現不良內容的處置方式。

### 提高產品審核質量

在人工審核方面，對用戶違規暱稱等信息加強審核力度；在機審方面，精細化審核指標，改進風控模型，持續完善審核機制；通過人工審核與機審相結合的方式，強化內容管理水平，杜絕血腥、暴力、黃色內容的產生。

### 識別產品不當使用對象

對產品使用者的頭像、年齡、第三方平台註冊信息等方面進行分析判斷，對未成年用戶進行識別和阻攔；基於輿情收集分析、賬號特徵識別、黑名單特徵庫攔截、用戶行為分析、內容安全識別技術等手段對違規賬號、違規內容進行綜合管控。

### 增強圖像內容審核水平

針對圖片、視頻類內容，使用專業圖像鑑別軟件對產品內視頻內容和圖像進行分析和鑑別，識別到有違規風險的內容採取人工審核，及時去除不良內容，保障內容的健康安全。

### 提升文字內容審核水平

針對聊天、實時互動類內容，進行文字信息關鍵詞檢索，過濾和封禁廣告鏈接、垃圾消息等不良內容；引入第三方AI審核工具及AI翻譯系統，審核多語言場景下的廣告、色情、騷擾、暴力場景，定期訓練升級審核模型，提升AI審核系統的識別效率。

### 完善不良內容舉報功能

促進用戶進行互相監督，被舉報多次的內容將被限制傳播，並由客服及運營團隊對舉報進行及時處置，持續完善用戶反饋和舉報系統，提升用戶問題反饋的處理效率。

### 開展員工培訓

對我們的員工進行產品內容健康和安全方面的培訓，堅守運營底線，為用戶提供健康安全的產品使用環境。

### 5.1.3 信息安全管理

當前各利益相關方越發重視信息安全及隱私保護議題，多個國家和地區相繼出台相關法律法規，例如歐盟的《一般數據保護條例》(General Data Protection Regulation, GDPR)等。作為全球化的開放式社交公司，我們將保護用戶信息安全視為重要使命。

我們遵守中華人民共和國的《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《信息安全管理体系要求》《信息系統安全等級保護基本要求》《App違法違規收集使用個人信息行為認定方法》和《信息安全技術個人信息安全規範》，美國的《兒童在線隱私保護法》《聯邦貿易委員會法案》《加州消費者保護法》，以及歐盟的《一般數據保護條例》等法律法規，並積極響應本集團主體所在地區、產品發佈地區監管要求以及產品投放平台的管理要求。本集團於產品研發地區設置法務團隊，與專業律師顧問團隊合作，持續關注各國信息安全和隱私保護相關法律法規動態及政策更新。在發生法律法規變動時，我們及時與相關業務部門進行溝通協作，適時做出應對調整，保障合規運營。

在業務發展的同時，本集團持續強化信息安全和隱私保護管理能力，明確內部組織架構，形成自上而下的信息安全及隱私保護文化氛圍。本集團制定《信息安全管理辦法》《數據安全制度管理》《個人數據保護制度》《針對GDPR保護個人數據的具體措施》《保密管理制度》等內部信息安全管理及用戶個人隱私保護制度，持續加強對內部人員及用戶的數據保護工作，對敏感信息進行加密處理，定期審查和更新安全措施，規範公司處理用戶信息的要求，保障用戶信息安全，確保本公司各類信息資產的完整性、保密性與可用性。我們通過完善機制、優化途徑、提高時效等方式方法響應用戶對於個人隱私安全的訴求，並採取多項措施提升公司信息安全保護水平，包括：

### (1) 信息安全風險管理

#### 數據合規

設置專人負責數據合規事項，由其制定數據合規管理制度，協調建立數據合規技術保障措施，牽頭做好數據風險識別、風險評估、風險處置等工作。組織或協助管理部門、業務部門等開展數據合規教育培訓，向管理層和各部門員工提供數據合規諮詢。

#### 訪問控制

進一步強化對不同安全等級系統之間訪問的隔離控制措施，從物理層、網絡層、傳輸層、應用層等進行隔離提升，並細化訪問控制策略、安全登錄規程、口令管理等要求，防止人員對未授權系統和信息的非法訪問。

#### 應急響應

相繼出台制定危機事件管理辦法以處理信息安全相關的應急事項，制定不同級別的發現、響應和處理程序，不斷完善安全事件應急響應機制。

#### 洩露補救

在發生或可能發生信息洩露、損壞、丟失情況時，通過《安全漏洞處置管理辦法》及時、妥善處理相關事件。對已經發生的洩漏事件，立即採取補救措施，查找信息洩露原因，降低事件產生的負面影響，並按照相關法律法規要求告知用戶，在必要時向有關主管部門匯報。

### (2) 信息安全保障措施

#### 隱私政策

依據法律法規要求產品中配置隱私政策，針對不同產品多次適時進行用戶協議／隱私政策的更新及優化，包括用戶可通過app對個人資料進行註銷並將賬號數據永久性刪除，其賬號、手機號、賬號相關行為數據、支付相關敏感身份等數據將被及時註銷。本集團的隱私政策還包括如何處理未成年人提供的個人信息。

### 數據處理

踐行最小化數據收集原則，用戶在使用產品過程中可直接使用遊客身份登錄，本集團不會收集用戶的敏感信息，如果需要收集用戶信息時將預先獲得用戶的授權與同意；為用戶提供個人數據的處置權，明確告知用戶公司及其他相關信息處理者在處理用戶個人信息時的情形，並將適用於相關處理活動的個人信息保護規則告知用戶；除法律或監管機構要求外，未經用戶許可，本集團不會將用戶隱私數據透露給任何第三方。

### 信息公示

在產品和平台上公示《隱私政策》《用戶協議》《社區公約》等規則；在產品啟動頁設置用戶協議和隱私政策彈窗，充分保證用戶的知情權和隱私權。

### 意識宣貫

要求所有接觸用戶信息的員工、承包商和代理商等嚴格遵守其合同中規定的保密義務。

### 數據加密

使用加密技術確保用戶數據在傳輸過程中的私密性。

### 防火牆保障

建立防火牆以抵禦潛在攻擊。

### 權限管理

要求員工在非辦公網絡下需通過VPN(虛擬專用網絡)接入公司網絡，防止未經授權的人員訪問本集團系統。

### 設備管理

淘汰帶有個人信息的設備時，設置專人統一進行數據清理。

### (3) 信息安全意識宣貫

本集團注重提升員工信息安全意識與能力，通過多種形式定期開展宣傳和培訓。

- 我們要求所有員工入職時均需接受信息安全培訓，包括保密信息和信息安全的概念、研究案例、信息安全風險及員工如何履行保密義務等內容；
- 通過公司內部訂閱號「赤子學法」和「法務說」向全體員工發送提高保密意識的相關文章，通過內部郵箱向全體員工定期發送信息安全月報；
- 組織員工參加信息安全知識和技能培訓，並在培訓後開展試題考核和實戰演練；
- 與政府聯合舉辦信息安全競賽活動，提高員工的信息安全知識水平。於2023年度，本集團未發生重大信息安全事件。

#### 5.1.4 用戶反饋和反饋管理

建設專業的用戶服務團隊，搭建暢通的用戶溝通渠道，旨在積極傾聽用戶聲音並提供及時反饋。2023年，本集團補充細化「投訴定義與分類」「及時回覆和解決」「反饋與改進」「學習和培訓」四大板塊。藍城兄弟上線自研機器人系統，該機器人基於自研AI技術支撐，通過語義識別獲取匹配答案，模擬在線客服對話邏輯，高效完成客戶詢問答疑，不斷提升客服效率。

持續拓寬用戶反饋渠道。用戶可通過App內的反饋入口、App發佈平台後台留言、應用商店評論反饋、郵件和在線客服等方式進行投訴和意見反饋。同時，我們針對性設計引導反饋評價的場景，使用戶反饋更加便捷。此外，我們設置專員每日查看並回覆產品投放平台上的用戶反饋，以此實現關注用戶每一個投訴、主動服務、承諾兌現的理念。

持續優化客戶投訴處理流程。我們積極聆聽用戶訴求、安撫用戶情緒，根據投訴嚴重程度、用戶等級等條件給予合理補償。我們根據投訴類型預判處理時長，告知用戶投訴回覆時間點，在時間點前主動聯繫用戶告知處理進度，客服團隊與業務團隊協作討論最終解決方案，並與客戶溝通最終方案直至達成一致。用戶投訴案例關閉後十分鐘內，我們通過郵件或在線對話等方式向用戶發送回訪信息，包括用戶對投訴處理過程、結果的服務滿意度等內容，旨在不斷優化用戶投訴處理流程。

根據用戶反饋不斷改進產品。我們基於數據統計分析識別高頻用戶反饋內容，梳理不同反饋意見共性，匯總報告至各相關業務團隊，以用戶需求推動業務改進，降低用戶投訴類似問題概率。2023年，本集團新增用戶反饋閉環流程，客服團隊實時記錄並跟進落實用戶提出的產品建議，從根本上解決用戶問題，提升產品易用性，增加用戶滿意度。

此外，我們制定培訓材料，對客服全員定期開展投訴處理與應對技巧的培訓，內容涉及有效投訴溝通技巧、投訴處理流程、內部案例分享等，幫助員工更好地應對各種投訴情況，提升用戶體驗。

### 關鍵績效指標：客戶投訴

指標		2023年數據
客戶投訴	客戶投訴總數量(件)	34,777
	客戶投訴結案率(%)	99.92
客戶滿意度	客戶投訴處理總體滿意度(%)	99.73
	客戶整體滿意度(%)	99.09

### 5.1.5 知識產權保護

本集團深刻了解知識產權是企業的重要資產，視知識產權為業務基石，嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等知識產權保護的法律法規。截至2023年底，本集團擁有知識產權1,048個，其中商標權625個，著作權397個，專利權26個。

#### 健全管理制度

為有效保護本集團知識產權並尊重他人知識產權，我們制定《知識產權保護管理制度》《專利管理辦法》及《專利獎勵制度》，對知識產權的管理職責、範圍、歸屬以及獎酬等相關事宜進行明確規定。我們持續開展知識產權規範化管理，在保持本集團知識產權保護相關管理制度良好運行及知識產權許可嚴格規範的情況下，推動企業創新、激發產品研發活力，並將知識產權保護措施落實至各個業務部門和運營維度。

#### 保護自有知識產權

本集團設立知識產權管理崗位，由知識產權專員協助制定本集團知識產權戰略和總體佈局，建設覆蓋維護和運行等方面的知識產權保護流程體系。為進一步提高員工的知識產權風險意識，我們面向全體員工定期開展知識產權相關培訓。

本集團積極開展業務產出內容評估工作，進行商標和專利的申請註冊或著作權登記，及時保護公司的知識產權。同時，本集團委託專業知識產權代理機構及外部律所出具侵權風險分析報告，保障知識產權保護類申請的及時性與準確性，避免他人侵犯知識產權。

2023年，我們強化職能部門與業務部門在知識產權管理方面的協作，管控本集團旗下產品知識產權的合規使用，並及時、嚴厲打擊產品遭仿冒的情況，更有力地保護公司合法權益。同時，我們圍繞專利基礎知識、遊戲設計及知識產權侵權風險及行業動向，組織設計、研發、策劃、運營等多個業務部門，開展線上培訓和線下交流活動。

### 尊重他人知識產權

我們致力於使用正規渠道採購軟件及設備，在保障我方合法權益的同時，避免侵犯他人知識產權。我們確保所有業務活動和與公司合作的第三方遵守知識產權法律法規，使用加密技術和訪問控制來保護本集團的電子版權和專利資料。在發現知識產權侵權行為時，我們及時採取法律行動進行維權。

### 5.1.6 廣告合規管理

本集團嚴格遵守中國《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理暫行辦法》《互聯網彈窗信息推送服務管理規定》和美國《聯邦貿易委員會法》等產品發佈地區廣告相關法律法規。本集團持續完善和執行內部《廣告投放政策》，對本集團廣告宣傳內容進行管理控制，規避含有欺騙性、誤導性或不準確的信息。同時，我們進一步優化內部審核流程，確保廣告內容的準確性和合規性。

本集團採取多項廣告合規管理措施，包括：

- **追蹤投放規則，響應政策變動：**持續深入學習並追蹤跟進產品發佈所在平台公佈的廣告投放規則和政策，根據政策變動第一時間調整廣告投放策略，確保廣告活動及時響應市場和法規的變化。
- **優化管理機制，提升審核要求：**持續優化廣告管理機制，強化審核團隊人員配置，加強數據支持團隊建設，與投放平台緊密聯繫。廣告發佈前，發佈部門對廣告用語進行內部審核，若對廣告用語使用不確定，則遞交法務部進行二次審核。廣告推廣中，建立簽訂肖像授權協議素材庫，依據廣告投放平台規則和廣告內容要求進行審核。
- **管理廣告內容，保證宣傳合規：**提前判定觸達用戶的展示平台，避免對非適宜年齡段用戶展示不恰當的內容。在與廣告合作商簽訂的合約中，明確約定廣告授權範圍、廣告授權媒體、廣告形式、廣告推廣等要求，確保我方及合作方提供的宣傳材料數據完整、真實、準確，避免出現違反法律法規及平台規則的行為。要求廣告合作商簽署保密協議，保證其不外洩公司敏感信息，避免使用用戶隱私信息。定期識別市場上盜用公司廣告素材的情況，並將識別結果及時與法務部門溝通。

- **開展合規培訓，強化員工意識：**通過郵件定期向員工發佈廣告語使用、廣告投放風險點及合規措施等內容的合規提示文章。2023年，我們邀請專業律師面向全員進行廣告合規相關培訓，法務部在培訓結束後通過「赤子學法」訂閱號對會議內容進行梳理，再次向全員宣傳包括內容合規、廣告合規在內的相關合規要求。

### 案例：藍城兄弟廣告策劃案獲「2023年度TBI傑出品牌創新獎」

本年度，本集團旗下藍城兄弟聯合某知名品牌開展營銷活動，鼓勵用戶參與品牌活動，並將用戶的創作內容用於廣告宣傳。該活動成功提高廣告效果、廣告投資回報率、用戶參與度和忠誠度，並為公司帶來更多口碑和社交媒體曝光，提高公司市場競爭力 and 品牌形象。本次廣告策劃案獲得「2023年度TBI傑出品牌創新獎」。



「2023年度TBI傑出品牌創新獎」獎項照片

## 5.2 供應商管理

本集團致力於與供應商建立互利互惠、廉潔透明的長期合作關係，帶動產業鏈共同進步。我們對全球範圍內的供應商採取一致的責任運營標準，持續關注與監督各運營地供應商的責任運營表現。本集團建立覆蓋全體409個供應商的准入與考核制度，將環境與社會風險管理績效的評估納入供應商評估考核範疇。在供應商的選擇過程中，我們對供應商的服務質量和過往服務經驗實施盡職調查，要求各級供應商具有專業資質，關注供應商的商譽口碑以及商業行為準則，考慮供應商的社會責任履行情況。

為保護本集團利益、創造公開透明協作環境，本集團要求供應商簽署保密協議，明確供應商行為準則及用戶信息保護等要求，並對潛在的信息安全風險予以管控，以最大程度規避信息洩露風險。本集團在與供應商合作時保證採購過程的公開透明，遵守公平競爭的原則，堅決杜絕一切商業賄賂行為。

本集團主要的供應商為雲服務供應商和設備供應商。本集團秉承綠色採購理念，對於雲服務供應商，我們在服務器租用的過程中對供應商的服務穩定性、網絡覆蓋情況、售後支持能力等方面進行考核，並着重考慮其信息保護方面的能力和表現。對於設備供應商，我們優先選擇環境友好的產品及服務，在採購電腦、顯示器、手機、打印機、網絡設備等電子設備時，我們會參考設備的能耗等級，在產品質量、功能相近的情況下優先採買能耗等級較低的設備。

2023年，本集團的供應商共計409個，其中中國大陸地區318個，港澳台地區62個，境外國家和地區29個。

### 5.3 反貪污

本集團致力於打造誠信廉潔的經營環境，嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等反貪污、反洗錢、反商業賄賂及反不正當競爭相關法律法規要求。2023年，我們持續強化對於本集團主體所在地區、產品發佈地區反貪腐相關立法情況的關注，積極追蹤和識別與各地業務運營相關的法律法規變化。

本集團制定《反舞弊及舉報機制管理制度》，明確定義舞弊及舞弊行為的概念和反舞弊的責任歸屬，建立並實施各項反舞弊程序，修改並更新反舞弊行為範圍及舞弊行為的處理規定。反舞弊工作小組負責組織、執行跨部門間的反舞弊工作，各業務部門承擔各自部門的反舞弊工作，以有效防範舞弊風險。

我們向全體員工公佈反舞弊制度和舉報渠道，設立匿名舉報系統以嚴格保護舉報人相關信息，鼓勵員工在遇到任何腐敗、騷擾、不公平行為，及其他有損員工利益或本集團利益的行為時，及時通過電子郵箱進行舞弊案件舉報。我們將根據舉報涉及的內容協調公司法務部、人力資源部等部門共同開展後續調查，並將調查結果及時向舉報人進行反饋。

為增進員工對反貪污的理解和重視，在簽署勞動合同時，我們與每位員工簽署《反商業賄賂協議》，在協議中對商業賄賂、財物、回扣做出了詳細釋義，明確要求員工應當堅持誠信、廉潔的原則，不得以任何方式給予、索要或收受回扣、佣金、有價證券、禮品、實物等一切經濟利益。對於違反相關約定的員工，本集團有權單方面終止與該員工的勞動合同，對於構成犯罪的行為，本集團向司法機關報案，追究該員工的法律責任。2023年，我們對公司員工手冊進行修訂，在違紀處分原則中添加嚴禁行賄受賄的相關規定，並在線分發給所有員工，方便其隨時查閱和學習。此外，我們在員工手冊中載列職業道德規範及防止欺詐和腐敗的指導方針，旨在規範員工商業道德行為。

為進一步調動員工參與廉潔建設的積極性，本集團定期組織包括反腐敗、反洗錢等主題的廉潔培訓。我們開展涵蓋管理層和普通員工的全員反貪污培訓，介紹反貪污相關案例、場景、法律法規以及如何識別和預防貪污行為。針對新入職員工，我們在其入職培訓中介紹員工應當履行的行為規範，並要求其接受本集團誠信要求，從而保證其持續維護本集團廉潔自律的文化價值觀。針對高級管理人員和關鍵決策者，我們提供更深入的培訓，強調他們在預防和處理貪腐問題中的領導作用。同時，我們定期開展反貪污培訓的評估工作，結合員工反饋對培訓內容進行改進，以確保內容的有效性和相關性。

本集團定期在公司內部舉行反貪腐和廉潔宣傳周，內部普法宣傳號「赤子學法」定期分享行業內最新的司法案例、宣傳公司各項反貪污制度，並通過內部訂閱號的形式發送相關宣傳文章，強調誠信和透明的工作環境的重要性，推進全體員工廉正教育，不斷提高管理層及員工的反舞弊、反貪腐的意識。同時，我們定期向全員發送反商業賄賂的相關郵件，邀請專業人士對管理層和董事開展反商業賄賂的講座，以此不斷提升員工及高管的反商業賄賂的意識，杜絕貪污、賄賂或舞弊等現象的發生。2023年，本集團未發生貪污訴訟案件。

### 6. 員工關懷

員工是企業實現可持續發展的重要推動力量，我們視員工為最寶貴的財富，深知員工是企業可持續發展的核心動力。我們堅守合法公平僱傭原則，優化薪酬福利體系，拓展員工溝通渠道，持續完善培訓體系，營造平等、多元、健康、舒適的職場環境，助力員工在廣闊的發展平台上實現職業成長。

#### 6.1 僱傭

本集團堅決貫徹合法公平的僱傭原則，保障平等僱傭，反對歧視，致力營造公平和多元化的工作環境，保障員工健康與安全，高度重視員工的成長與發展，積極與員工進行交流，了解員工心聲。

##### 6.1.1 合法僱傭

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《禁止使用童工規定》《中華人民共和國未成年人保護法》等相關法律法規，保障員工合法權益，避免僱傭童工和強制勞工。

我們依據相關法律法規制定《員工手冊》，規範員工聘用、離職、工作時數、薪酬、福利、假期、晉升等方面的管理流程，並在勞動合同中對員工的工作時間、工作內容、薪酬福利、勞動條件等進行了明確的約定。在員工聘用過程中，我們不因求職者的種族、年齡、性別、婚姻狀況、社會階層以及宗教信仰等進行區別對待，保障僱傭的公平性。

我們在員工入職前對其身份信息進行核實，以避免招聘童工。我們充分尊重員工的意願，保障員工在自願的基礎上參加工作，避免強制勞工。在員工離職階段，我們遵循相關法律法規為其辦理相關離職手續。此外，我們根據相關法規及內部制度的要求，制定如出現僱傭童工和強制勞工情況時的補救措施和改進流程。

##### 6.1.2 薪酬與福利

本集團為員工提供具有競爭力的薪酬，建立系統化的薪酬制度。我們持續細化管理層績效考核維度，加強考核的科學合理性，並提高績效獎金激勵力度。在員工個人薪酬層面，我們採用以績效評估為基準的薪酬制度，分別於每半年度和每年度對員工績效表現進行綜合性評估，考核因素包括工作態度、業績結果、任務完成度、企業文化

認可度等。在團隊績效管理層面，我們推行覆蓋全體員工及管理層的OKR(跟蹤目標及其完成情況的管理方法)制度，幫助各業務團隊適應目標動態變化，提高員工參與度，鼓勵員工挑戰自我、積極創新，優化企業整體工作管理方式。

本集團為表現優秀的員工和團隊提供即時激勵和年度評優等多項激勵獎項。我們為全月滿勤的員工提供全勤獎，每季度評選優秀個人或團隊為「季度之星」。此外，我們設置智慧夥伴獎、業績貢獻獎、優秀新人獎等優秀個人獎項，從工作態度、價值觀念、成果產出等多個維度評估員工表現，激勵員工成長。

本集團為員工繳納五險一金，並提供額外的商業醫療保險、意外傷害險和子女醫療保險，以保證員工享受更好的商保福利。對於員工差旅在外的情況，本集團為其購買保險，為員工差旅安全提供保障。此外，我們提供覆蓋員工父母的商業體檢，為員工及員工家人的健康安全提供保障。

本集團注重員工工作生活的平衡，持續優化員工考勤管理制度，設置員工上、下班時間的彈性區間，實現對員工工作時間的人性化、彈性化管理。我們為員工提供多元化的福利及假期。員工享有年假、帶薪病假、產假及其他法規要求的法定假期。我們設置新年福利假，即員工可在法定春節假期開始之前提前三天休假。同時，我們向員工提供包括員工入職週年福利、重大節日福利、生日福利、加班餐食補貼、下午茶等多項福利，同時設置「婚禮金」、「生育禮金」專項福利。2023年，我們新增重病慰問金和喪葬慰問金，給予員工充足的人文關懷。我們尊重、關懷女性員工，為女性員工提供全薪專項假期，設立母嬰室，積極呵護女性員工特殊時期的身心健康。我們關注員工的多元需求，為全體員工提供產假和「育兒假」<sup>9</sup>。

<sup>9</sup> 產假按照國家和當地政策執行，公司還為非異性戀員工養育子女提供3個月養育假。

### 6.1.3 員工活動

我們重視企業文化的宣貫，致力於營造輕鬆的企業氛圍，幫助員工舒緩工作中的身心壓力。我們積極開展系列企業文化活動，結合企業文化和業務特色，製作文化勳章周邊作為活動獎品，使員工在娛樂放鬆的同時，加深對企業文化的理解及認同。

本集團每月定期組織運動健身等豐富的集體活動，充實員工的業餘生活，促進員工間的交流，提升公司凝聚力。2023年，本集團組織包括羽毛球、籃球、網球、飛盤、爵士舞等文體活動及運動比賽，並在元宵節、端午節、中秋節、七夕節、三八婦女節、程序員節等節日開展相關活動。同時，本集團每年舉辦徒步、年會等大型活動，為員工設置多種趣味遊戲項目和大量獎品，為員工帶去關懷及鼓勵。

本集團設立團建基金，激勵各部門開展豐富多樣的團建活動，積極促進部門內部團結，活動包括聚餐、旅遊、觀電影等，以增進員工凝聚力。此外，我們提供免費的午餐、健身房、圖書借閱區、咖啡供應及周邊商家優惠折扣等員工福利。



員工活動現場照片

### 6.1.4 員工溝通

本集團持續拓寬員工溝通渠道，積極傾聽員工的意見與建議。我們設有電子郵箱、社交媒體和溝通會等多種溝通渠道，並在員工晉升、績效評估等重要節點開展員工一對一溝通，及時對員工的意見、建議與要求進行反饋。我們打造「赤子圈」線上社區，並設置「吐槽建議」模塊，收集員工對於自身發展及工作體驗等方面的看法及建議，同時設有匿名反饋平台和產品收集箱，旨在打造暢通無阻的員工溝通路徑。

我們建立員工與管理層溝通交流的渠道，持續開展CEO面對面溝通活動，由CEO直接解答員工工作生活中遇到的各類問題，讓員工自上而下地了解公司動態及關鍵信息。同時，我們舉辦新員工融入活動，在新員工試用期內，管理層人員定期與新員工進行溝通交流，傾聽員工心聲，了解員工困難，切實為員工解決急難愁盼問題。

我們不斷提升員工滿意度，定期進行覆蓋全體員工的滿意度調研活動，了解不同職級、部門以及崗位員工對公司的滿意度，從而進行針對性的員工體驗優化工作。

## 關鍵績效指標：僱傭

指標		2023年數據
員工總人數(人)		1,465
按僱傭類型劃分員工人數(人)	勞動合同制員工	1,416
	合約人員及其他	49
按性別劃分員工人數(人)	男	902
	女	563
按年齡劃分的員工人數(人)	年齡30歲以下	678
	年齡30歲至39歲	734
	年齡40歲至49歲	49
	年齡50歲及以上	4
按地區劃分員工人數(人)	中國內地	1,462
	港澳台地區	2
	其他國家及地區	1
員工總流失率 <sup>10</sup> (%)		22.32
按性別劃分員工流失率(%)	男	19.61
	女	26.31
按年齡劃分員工流失率(%)	年齡30歲以下	26.62
	年齡30歲至39歲	18.44
	年齡40歲至49歲	14.04
	年齡50歲及以上	20.00
按地區劃分員工流失率(%)	中國內地	22.36
	港澳台地區	0.00
	其他國家及地區	0.00

<sup>10</sup> 員工流失比率={統計期內離職員工人數/(統計期內離職員工人數+統計期期末在職員工人數)}\*100%

### 6.2 員工健康與安全

本集團致力於為員工提供健康安全的工作環境，提升員工對職業健康的意識水平，全方位保障員工職場身心健康。

本集團重視辦公環境的健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規要求，制定職業健康與安全管理政策，對辦公場所職業健康安全事宜進行規定。我們在日常運營中關注工作區域安全用電、用水及消防等事宜。我們對辦公區進行消防安全檢查，有效減少安全隱患。本集團定期進行安全意識培訓，為全體員工分享消防培訓課件，主題包括職業病危害和工作環境安全等，並進行日常安全知識普及和宣傳。我們注重提升員工對突發安全事件的應急意識，每年進行2次消防演練和多次消防測試。此外，我們在辦公室裝修過程中選用環保材料，採購符合人體工學的桌椅，並打造開闊視野的休閒區。我們聘請專業設計團隊，搭配家具顏色以減輕員工在辦公區域內的視覺壓力，舒緩員工的工作情緒，為員工提供舒適的辦公環境。



消防演習現場照片

本集團倡導健康生活理念，我們每年為全體員工提供免費的體檢，同時提供心理諮詢、專業健康諮詢、急救培訓等。我們在工作場所配備愛心藥箱，保障職場內的醫療物資需求。我們鼓勵員工參與戶外運動，每年9月組織員工參與戶外徒步活動，在保障員工安全的基礎上，倡導員工鍛煉身體、放鬆身心。同時，我們在流感季節提供熱姜茶及預防感冒藥品，為員工的健康提供保障。

本集團過去三年（包括本年度）未發生因工亡故事故。本年度發生3起工傷<sup>11</sup>，因工作原因受傷人數3人，因工傷損失工作日數為266天。

### 6.3 發展與培訓

本集團持續完善人才培養體系，為員工規劃清晰的職業發展路徑，提供優質的職業發展環境。我們搭建包括從入職通識、知識技能到職業發展的系統化培訓體系，為員工量身定制一系列培訓課程，同時，我們面向高層管理者、基層管理者、員工、新員工等打造多層次的培訓，旨在不斷增強員工的職業技能、職業素養及領導力，幫助員工提升職場競爭力。同時，我們構建全流程培訓管理系統，通過在培訓前期進行需求調研，培訓過程中由專人負責組織策劃，培訓後發送反饋問卷進行更新迭代，保障培訓的完成效果。

本集團為不同業務部門、員工類型的員工設置多樣化的培訓模式，為員工獲取不同方面的知識提供便利。針對新入職員工，本集團建立新員工培訓項目，採用輕鬆活潑的培訓方式，通過小組遊戲的形式使新員工熟悉企業文化，了解本集團制度、福利等，幫助新員工建立歸屬感、快速融入工作崗位；針對管理層，本集團開設管理技能培訓，旨在提升管理層人員的綜合能力，從而帶領團隊高效完成工作；針對各業務部門，本集團設置專業技能提升培訓，提升員工專業能力。我們在培訓中強調信息安全與隱私保護的重要性，以提升員工的信息安全意識，有關我們本年度提供的信息安全培訓內容請參閱本報告「責任運營－信息安全管理」章節。

<sup>11</sup> 2023年可記錄工傷事件數中有1起為員工工作午休期間外出發生交通事故骨折，1起為員工上班通勤途中發生交通事故骨折，1起為員工工作期間樓梯滑倒骶骨骨折。

我們完善員工的晉升體系，給員工提供寬廣的職業發展空間與豐富的資源，為員工保駕護航。公司採用雙通道雙晉升路徑，分為專業序列P，管理序列M，高職級員工根據個人意願與個人能力選擇在專業序列深造或轉向管理隊伍，我們對P轉M的人員進行管理轉型培訓。此外，公司付費為核心管理者提供在職讀MBA的機會，以更好的提升其管理技能及業務能力，為設計、技術團隊購買專業課程，如3D專業課程，Blender設計工具課程、版式設計課程、midjourney (AIGC)等。



員工培訓現場照片

**關鍵績效指標：員工培訓**

指標		2023年數據
按性別劃分的員工受訓百分比(%)	男	85.48
	女	79.04
按員工層級劃分的員工受訓百分比(%)	管理層員工	71.43
	其他員工	83.06
按性別劃分的員工人均受訓時長(小時)	男	5.11
	女	4.97
按員工層級劃分的員工人均受訓時長(小時)	管理層員工	54.80
	其他員工	4.85

我們推進校企合作，為搭建創新教育方式提供堅實基礎。通過系列活動和深度協議，本集團在拓寬學生就業渠道的同時，促進企業在相關領域的高質量發展，為產學研合作描繪新發展軌跡。

### 案例：「知行•觀瀾」企業行系列活動

本年度，赤子城集團與中央財經大學國際經濟與貿易學院通過「知行•觀瀾」企業實地調研系列活動展開深度校企合作，並正式簽署戰略合作及實習實訓協議，旨在通過產教融合培養高素質人才，拓寬學生就業渠道，助力本集團的高質量發展。

2023年10月31日，赤子城集團副總裁李永傑先生受邀到中央財經大學國際經濟與貿易學院進行「中國音視頻社交出海的發展與實踐」主題分享，加深學院學生對跨國企業全球化經營戰略的認識。



赤子城集團工作人員帶領學院師生參觀集團現場照片

## 7. 回饋社會

本集團在尋求自身發展的同時，充分關注社區需求，積極回饋社會並履行社會責任。我們與運營所在地社區保持長期聯繫，結合當地社區需求開展多樣化的公益活動，為社區和諧發展貢獻力量。

### 7.1 公益捐贈

在持續完善自身產品，優化用戶服務的同時，我們積極投身公益慈善事業，通過多種方式傳遞正向的社會價值，積極開展幫扶弱勢群體、助力鄉村振興等多項公益實踐。

2023年6月，本集團向內蒙古烏蘭察布市卓資縣捐贈價值15萬元的辦公設備，包括筆記本電腦10套、台式電腦5套和圖書48本，擴充當地辦公系統設施。

2023年8月，在京津冀地區遭遇強降雨的危急時刻，本集團號召員工捐款，將募集到的2萬餘元善款用以購買食物、礦泉水等生活保障物資及救生衣、雨靴、手電筒、鐵鍬等救災物資，為受災群眾的生活與安全增添保障。



本集團為北京地區捐贈救災物資

2023年9月，本集團舉辦14週年徒步活動，並啟動「赤子少年守護計劃」，將員工在徒步活動中的捐贈步數折算為愛心捐款，為世界各地困難兒童購買新鞋。本次活動募集慈善基金約12.84萬人民幣，為埃及開羅，越南胡志明市、得樂、嘉萊、峴港、芹苴、南定，以及中國北京、甘肅、新疆等地的兒童累計捐出2,799雙新鞋。



赤子城集團14週年大徒步活動



赤子少年守護計劃－埃及站



January, 16 2024

To: Newborn Town Inc,

RE: Tennis Shoes Donation

On behalf of African Hope Learning Centre (AHL) staff and students, we would like to give a special Letter of Appreciation to you, Newborn Town Inc, for your kind and generous donation of 418 pair of tennis sneakers.

We would like to extend our deepest gratitude for your generous donation. Your act of kindness will make a significant impact on the lives of our students and teachers, providing them with comfort and a renewed sense of HOPE.

In times of uncertainty, your support serves as a beacon of compassion, reminding us that there are caring individuals and organizations like yours dedicated to making a positive difference in the world.

Please know that your generosity is more than just a donation of tennis shoes; it is a gesture that speaks volumes about the power of empathy and solidarity.

African Hope Learning Centre provides a better today and brighter future to African refugee children living in Egypt. This is a safe place of learning for more than 150 refugee children, from kindergarten up to Grade 8, with students from over 9 different African nations. It is here where students receive instruction in core subjects, character training, have access to basic health care and are guaranteed a nutritious, hot meal each day.

In order to keep our students school fees on an affordable minimum, we rely heavily on donations. Your generous donation to AHL is warmly received and greatly appreciated by all of us, and will certainly help contribute to the alleviation of poverty in Africa.

With sincere thanks,

Emeka Nwagbue - Leoluca Richardson

African Hope Learning Centre Team

Email: [ahlc@ahlc.org](mailto:ahlc@ahlc.org)

[www.africanhope.org](http://www.africanhope.org)

**THANK YOU**



赤子少年守護計劃－越南站



赤子少年守護計劃－北京站



赤子少年守護計劃－新疆站



赤子少年守護計劃－甘肅站

2023年11月，本集團向四川省通江縣光輝希望學校捐贈近10萬元的愛心食品，用愛心點燃希望，溫暖孩子們的冬天。



捐資助學活動

### 7.2 公益志願

本集團自成立以來積極承擔社會責任，持續開展各項公益志願活動，推動社會公益發展。

#### 青春零艾滋

2023年11月，本集團與中國預防性病艾滋病基金會淡藍公益專項基金共同主辦第十屆「青春零艾滋」活動。此次活動圍繞2023年「世界艾滋病日」主題「凝聚社會力量，合力共抗艾滋」開展，邀請防艾領域的知名人士、機構及眾多志願者參與，共同向青年人群普及艾滋病防治相關信息。



第十屆「青春零艾滋」活動

### 溫暖傳遞計劃

2023年4月，本集團啟動「溫暖傳遞計劃」，通過參加豐富多樣的社會公益項目，帶領員工積極履行社會責任，主動擔當作為，向社會傳遞愛與溫暖。本計劃已連續開展六期，服務對象為高齡老人、困難學生、社區居民和流浪動物。



溫暖傳遞計劃－敬老愛老



溫暖傳遞計劃－犬貓領養



溫暖傳遞計劃－掃雪鏟冰

### 7.3 公益出海

本年度，除積極拓展海外業務與服務外，本集團持續在海外公益事業發力，進一步提升在公益領域的影響力。

2023年2月，土耳其、敘利亞兩國遭遇強震，數萬民眾遇難。災情發生後，本集團快速響應，向當地慈善組織捐款以支持當地救災工作，並在本集團旗下社交平台中設立募捐渠道，鼓勵全球各地用戶向受災群眾提供幫助。



本集團捐款支援土耳其、敘利亞救災工作

2023年，本集團旗下平台YoHo在中東發起系列慈善活動，通過搭建中東文化展示平台、為當地癌症患兒捐贈玩具以及生活用品等舉措，投身當地公益慈善，創造社會價值，獲得當地媒體、合作夥伴以及受捐者的一致認可。



YoHo平台在中東發起系列慈善活動

附錄

範疇	層面	對應內容	披露章節
管治架構	-	披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管；	2. 董事會聲明
		董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜(包括對發行人業務的風險)的過程；及	1.1 關於本報告 2. 董事會聲名 3. ESG理念與管理
		董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。	2. 董事會聲明
匯報原則	-	描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：	1.1 關於本報告
		重要性：環境、社會及管治報告應披露：(i)識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。	1.1 關於本報告
		量化：有關匯報排放量／能源耗用(如適用)所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。	1.1 關於本報告
		一致性：發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更(如有)或任何其他影響有意義比較的相關因素。	1.1 關於本報告
匯報範圍	-	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	1.4 報告範圍

範疇	層面	對應內容	披露章節
環境	A1 排放物	<p>一般披露：</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、對水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註： 廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	<p>4.2 廢棄物管理</p> <p>4.3 氣候變化</p>
		A1.1 排放物種類及相關排放數據。	<p>4.2 廢棄物管理</p> <p>4.3 氣候變化</p> <p>關鍵績效指標：排放物</p>
		A1.2 直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量及(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<p>關鍵績效指標：排放物</p>
		A1.3 所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<p>關鍵績效指標：排放物</p>
		A1.4 所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<p>關鍵績效指標：排放物</p>
		A1.5 描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	<p>4.4 環境目標</p>
		A1.6 描述處理有害及無害廢棄物的方法及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	<p>4.2 廢棄物管理</p> <p>4.4 環境目標</p>

範疇	層面	對應內容	披露章節
	A2 資源使用	一般披露：有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。  註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	4.1 資源節約
		A2.1 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	關鍵績效指標：能源及資源消耗
		A2.2 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	不適用
		A2.3 描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.1 資源節約 4.4 環境目標
		A2.4 描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.1 資源節約 4.4 環境目標
		A2.5 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量	不適用
	A3 環境及天然資源	一般披露：減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4. 環境保護
		A3.1 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	
	A4 氣候變化	一般披露：識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	4.3 氣候變化
		A4.1 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	

範疇	層面	對應內容	披露章節	
社會	B1 僱傭	一般披露： 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：	6.1 僱傭	
		(a) 政策；及		
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
		B1.1 按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。		關鍵績效指標：僱傭
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	關鍵績效指標：僱傭		
	B2 健康與安全	一般披露： 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：	6.2 員工健康與安全	
		(a) 政策；及		
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
		B2.1 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。		6.2 員工健康與安全
		B2.2 因工傷損失工作日數。		6.2 員工健康與安全
B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。		6.2 員工健康與安全		

範疇	層面	對應內容	披露章節
	B3 發展與培訓	一般披露：  有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。  <i>註： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</i>	6.3 發展與培訓
		B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	關鍵績效指標：員工培訓
		B3.2 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	關鍵績效指標：員工培訓
	B4 勞工準則	一般披露：  有關防止童工或強制勞工的：  (a) 政策；及  (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	6.1 僱傭
		B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	6.1 僱傭
		B4.2 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	6.1 僱傭

範疇	層面	對應內容	披露章節
	B5 供應鏈管理	一般披露： 管理供應鏈的環境與社會風險政策。	5.2 供應商管理
		B5.1 按地區劃分的供應商數目。	5.2 供應商管理
		B5.2 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	5.2 供應商管理
		B5.3 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	5.2 供應商管理
		B5.4 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	5.2 供應商管理
	B6 產品責任	一般披露： 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：  (a) 政策；及  (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	5. 責任運營
		B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	不適用
		B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	5.1 產品責任
		B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	5.1 產品責任
		B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	5.1 產品責任
B6.5 描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	5.1 產品責任		

範疇	層面	對應內容	披露章節
	B7 反貪污	一般披露： 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	5.3 反貪污
		(a) 政策；及	
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
		B7.1 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案的數目及訴訟結果。	5.3 反貪污
	B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	5.3 反貪污	
	B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	5.3 反貪污	
	B8 社區投資	一般披露： 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	7. 回饋社會
B8.1 專注貢獻範圍(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。		7. 回饋社會	
B8.2 在專注範圍所動用資源(如金錢或時間)。		7. 回饋社會	

