



优趣汇控股有限公司 UNQ HOLDINGS LIMITED

(incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

Stock Code 股份代號 : 2177



2024

環境、社會及管治報告

目錄

2	1. 關於本報告
2	1.1 報告標準
2	1.2 報告範圍
2	1.3 報告原則
3	1.4 意見反饋
4	2. 公司概况
5	2.1 業務佈局
6	2.2 核心價值觀、使命和文化
7	2.3 董事會聲明
8	2.4 企業榮譽
9	3. ESG管理
9	3.1 管理架構
9	3.2 風險管理
11	3.3 利益相關方參與
16	3.4 實質性評估
18	4. 合作夥伴，共築可持續價值鏈
18	4.1 雙向賦能，品牌合作共贏
21	4.2 以誠信為基石的負責任營銷
22	5. 可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞
22	5.1 嚴格的供應商准入及評價
23	5.2 智慧供應鏈管理
25	6. 創新驅動，鑄就優質卓越服務
25	6.1 產品責任，生產者與銷售者的共同責任
25	6.2 客戶至上，成就客戶卓越體驗
26	6.3 人工智能助力提升服務效率與體驗
27	7. 賦能員工，企業成功的基石
27	7.1 合規的員工僱傭
29	7.2 工時與假期
29	7.3 薪酬與福利
30	7.4 員工激勵
31	7.5 培訓與發展
33	7.6 民主溝通
34	7.7 團建活動
35	7.8 員工關懷
36	7.9 員工滿意度
36	7.10 安心的工作環境
37	8. 企業管治，堅持誠信穩步發展
37	8.1 信息安全和隱私保護
39	8.2 知識產權管理
40	8.3 打擊腐敗和賄賂
42	9. 公益，堅持做有溫度的企業
44	10. 環保，守護綠色低碳未來
44	10.1 綠色辦公室系統
46	10.2 環境保護活動
47	10.3 環境計劃和目標
47	10.4 我們的環境數據表現
49	附錄— ESG報告指引索引表



1. 關於本報告

优趣汇控股有限公司(「本公司」)致力於促進我們業務營運的可持續性。我們將環境、社會和管治(「ESG」)視為我們戰略業務計劃的核心組成部分，專注於為我們的利益相關方創造價值。本報告通過對我們的ESG績效進行定性和定量分析，突出了我們在可持續發展上的承諾和舉措。

1.1 報告標準

這是我們的第四份ESG報告(「報告」)，根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄C2所載的《環境、社會及管治報告指引》(「《ESG報告指引》」)編製。

1.2 報告範圍

本報告覆蓋本公司及其附屬公司(「优趣汇」、「本集團」或「我們」)。本報告總結了本集團在2024年1月1日至2024年12月31日期間(「報告期」或「2024年」)的ESG表現。

1.3 報告原則

在編製本報告時，我們遵循了以下報告原則：

報告原則	描述
重要性	本報告已在編撰過程中納入利益相關方溝通及實質性評估過程，作為釐定重要ESG議題的依據。
量化	本報告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(「KPIs」)，並附帶說明，以闡述其目的和影響。
平衡	董事會已確認其有責任監督本集團的可持續發展，並審查報告的真實性、準確性和完整性。本報告公正地介紹了本集團的表現。
一致性	為確保一致性，本報告遵循與上一年相同的方法、標準和報告範圍。這種方法實現了可比性，並促進了有意義的同比比較。

本報告可在聯交所「披露易」網站(<http://www.hkexnews.hk>)以及本集團網站(<http://youquhui.com>)瀏覽或下載。

1.4 意見反饋

在我們努力持續改進的過程中，我們非常感謝您對我們的ESG事宜的反饋和建議。如有任何諮詢或者建議，請隨時透過以下聯絡方式與我們聯繫：

地址：

中國上海市浦東新區向城路288號國華人壽金融大廈2505室

電子郵件：

info@myunq.com

電話：

+86-0571-28027569

2. 公司概況

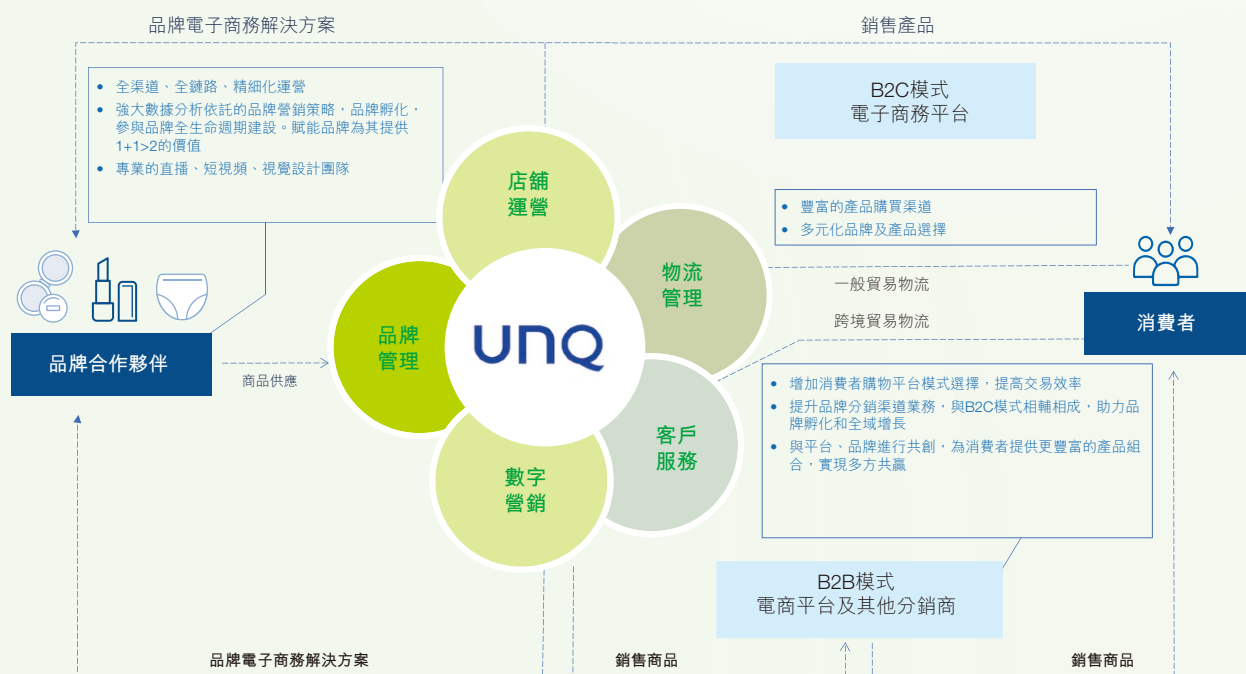
本集團成立於2010年，是中國領先的品牌電子商務運營服務商。我們專注於快速消費品，包括成人個人護理產品、嬰幼兒個人護理產品、母嬰、美妝、健康產品及其他等品類。

我們與包括尤妮佳集團蘇菲、Moony等品牌、菲婷絲集團FINO、水之密語、惠潤、可悠然、絲蓓綺等品牌、高絲集團KOSÉ Cosmeport品牌、小林製藥、太田胃散，大正製藥、安速等約60個品牌開展合作，為其提供全渠道、一站式、高增值的運營及定制化服務。

憑藉強大的市場洞察力、深厚的數智化電商運營經驗及完善的渠道佈局能力，我們開始尋求新的發展方向，通過和品牌進行深度共創及發展自有品牌，朝著電子商務運營服務商及自有品牌持有者雙輪驅動的戰略路線發展。



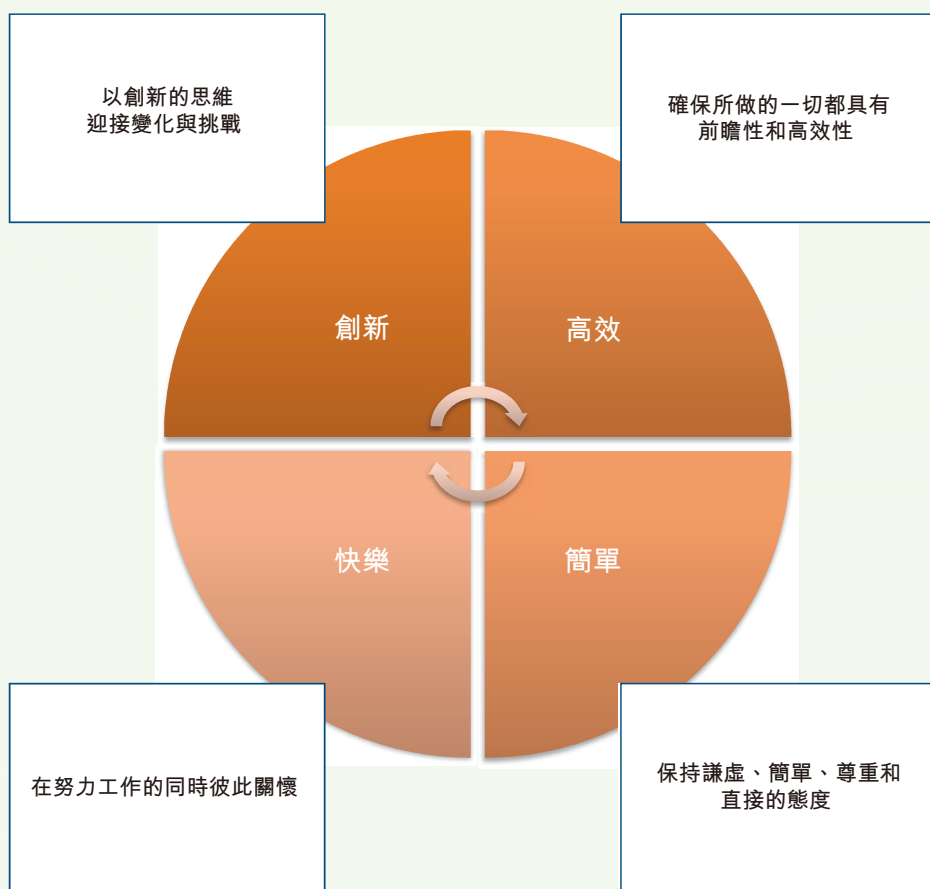
2.1 業務佈局



2. 公司概況

2.2 核心價值觀、使命和文化

我們堅定不移地提供卓越的產品、創新的解決方案和優質的服務，以滿足不斷變化的消費環境和客戶的要求。本集團致力以「彙聚優質有趣商品，引領健康美麗生活」的使命及「創新、高效、簡單、快樂」的核心價值觀為本，創造積極正面的企業文化，讓員工發展潛能，同時讓本公司實現長期可持續增長和成就。



2.3 董事會聲明

- **未來展望：**

深入了解董事會對未來推進ESG舉措的願景，包括進一步將可持續發展納入本公司業務實踐的計劃行動和優先事項。

- **對ESG的承諾：**

清楚地闡明董事會對維護ESG原則並將可持續發展納入本公司戰略和營運的承諾。

- **利益相關方參與：**

強調董事會與ESG問題上的主要利益相關方的互動，表明對透明度和對利益相關方關切的回應的承諾。

- **2024年ESG舉措的實現情況：**

強調本集團在2024年實施的ESG舉措所取得的成就。

- **持續改進：**

討論董事會對持續改進ESG績效的承諾，概述旨在加強可持續發展實踐的目標和舉措。

- **與戰略保持一致：**

強調ESG考慮因素如何與本公司的整體戰略保持一致，並有助於為股東和利益相關方創造長期價值。

2. 公司概況

2.4 企業榮譽

上海市商務委員會頒發的「2023-2024年度上海市電子商務示範企業」

2024年度影刀RPA數智金榜「RPA+AI技術創新獎」

蘇菲天貓官方旗艦店榮獲「2024年雙十一金牌售後」

京東全球購美妝個護2024年度優秀服務商

上海市電子商務行業協會頒發的「2024年上海市新質電商企業」

天貓「五星經營服務商」和「服務體驗超級V-partner」能力認證

2024年天貓國際金星服務商

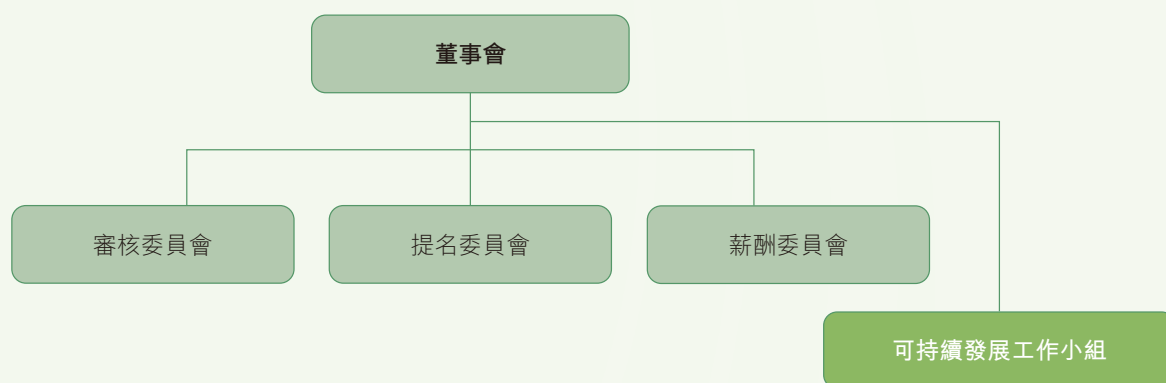
第九屆智通財經上市公司評選「最具價值大消費公司」

3. ESG管理

3.1 管理架構

為推動本集團可持續發展戰略的落地，並將ESG理念融入各部門的具體工作中，我們成立了可持續發展工作小組，推進ESG管理的體系化和科學化。為實現權責分明，我們制定了如下的各層級ESG管理職能：

- 由董事會負責評估及釐定ESG管理方針與策略，監管ESG事宜，對本集團的ESG策略及匯報全權負責，定期審閱ESG相關事宜並檢討ESG相關目標進度，審批年度ESG報告。
- 由可持續發展工作小組負責制定具體的ESG管理方針及策略、績效指標、年度ESG工作規劃，評估及釐定有關ESG事項的風險與機遇，確保本集團建立合適及有效的ESG風險管理系統，定期回顧ESG目標和承諾，並負責執行ESG管理政策，落實ESG政策方針，向董事會匯報ESG工作進展。



优趣汇ESG管理架構圖

3.2 風險管理

在充滿機遇和風險的動態商業環境中，本集團成立了內部監控團隊，以配合本公司的核心價值觀和使命，進行風險評估和管理。這包括制定本公司治理政策和定期審查，以有效識別和解決風險。

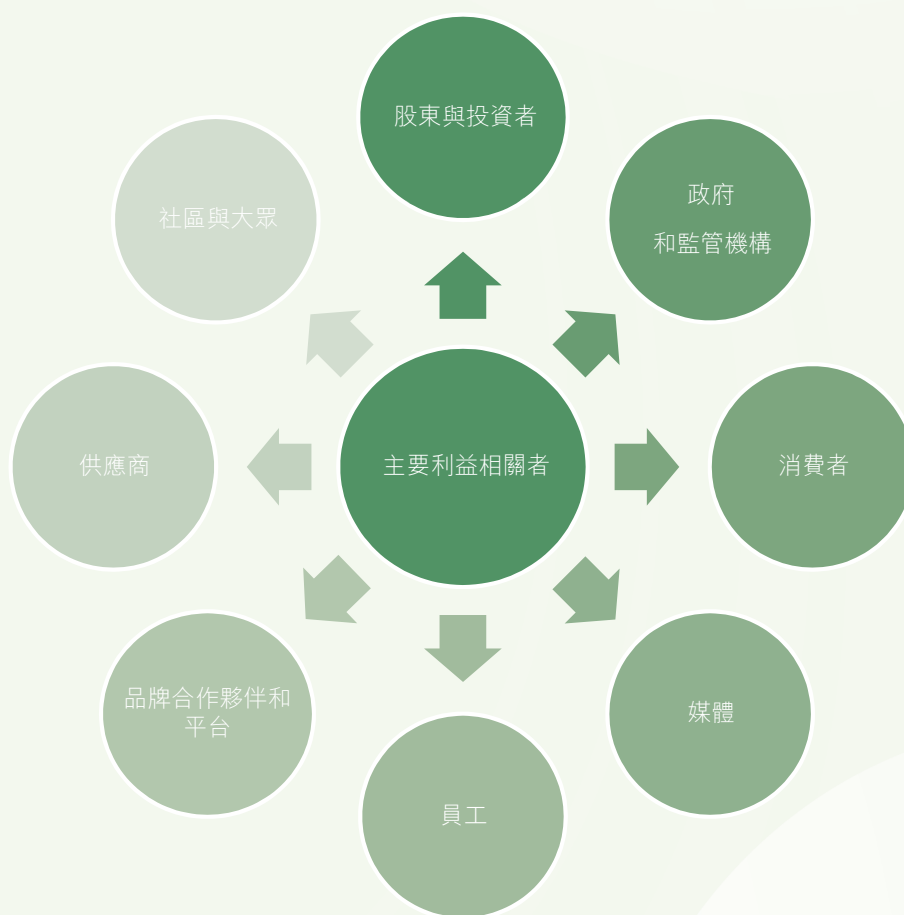
3. ESG管理

以下列出管理層認為對本集團有可能構成重大影響的ESG風險：

風險和影響	我們的回應
法律及法規風險	本集團定期評估法律法規的變化，並確保所有業務操作符合相關法律要求。
氣候實體風險(急性和慢性)	本集團實施可持續發展策略，以減少氣候變化的影響，並制定應急計劃應對極端氣候事件。詳細請參閱報告中的「環境計劃和目標」章節。
對外關係風險	本集團加強與利益相關方的溝通，建立穩固的合作關係，以降低潛在的外部風險。詳細請參閱報告中的「利益相關方參與」章節。
傳染病風險	本集團透過保持辦公室衛生來確保疾病的傳播，並會持續關注公共衛生指導，以保護員工和業務運作。詳細請參閱報告中的「安心的工作環境」章節。
信息技術安全和存取風險	本集團採用全面的先進的信息技術安全和存取措施，並遵循在線平台上的信息安全政策以確保信息系統的安全性和數據隱私。詳細請參閱報告中的「信息安全和隱私保護」章節。
招聘風險	本集團建立多元化的招聘策略，以吸引和保留優秀人才，並確保招聘過程的公平性。詳細請參閱報告中的「賦能員工，企業成功的基石」章節。
離職風險	本集團定期進行員工滿意度調查，提供不同的獎勵制度，以減少人才流失。詳細請參閱報告中的「員工滿意度」和「員工激勵」章節。
知識產權保護	本集團高度重視知識產權管理工作，避免侵犯商標權及其他知識產權的行為。詳細請參閱報告中的「知識產權管理」章節。
詐騙風險	本集團建立內部控制系統，定期進行風險評估，以識別和防範潛在的詐騙行為。詳細請參閱報告中的「打擊腐敗和賄賂」章節。

3.3 利益相關方參與

我們通過各種渠道積極與利益相關方互動，以了解並及時解決他們對ESG的期望和需求。利益相關方的參與，突顯了我們努力致力於與利益相關方建立值得信賴、誠實和互惠互利的關係。



3. ESG管理

下表概述了我們利益相關方的主要需求和期望，以及我們在提高可持續發展績效的同時滿足這些期望的溝通渠道。

消費者

需求和期望：

- 符合產品描述和照片的服務和商品
- 售後服務及時回應，滿意度高
- 價格實惠、品質良好的商品
- 個人隱私保證

溝通方式：

- 在電子商務平台上進行評論和評級系統，例如天貓、拼多多、抖音等
- 電子商務平台上的客戶服務
- 社交媒體上的評論區，例如微信、小紅書
- 官方網站
- 客戶服務熱線
- 在線客戶滿意度調查

滿足需求和期望：

- 通過實施和維護品質管理體系來確保服務和產品的品質
- 跟蹤客戶體驗並加強售後服務，及時解決客戶反饋
- 全面了解消費者的需求
- 識別質量風險管理程序中的潛在風險
- 提高工作效率並降低成本，為客戶提供安全、高品質和具有成本效益的商品

供應商

需求和期望：

- 提高供應鏈的競爭力
- 與本集團維持長期、互利及穩定的關係

溝通方式：

- 供應商的評估和評價
- 供應商會議

滿足需求和期望：

- 鼓勵供應商改善ESG
- 優先考慮綠色採購作為選擇供應商的標準之一
- 建立公平的供應商合同，符合法律標準和法規
- 定期與供應商溝通，確保滿足供應標準

員工

需求和期望：

- 提供在行業中有吸引力的薪酬福利
- 維護安全的工作場所
- 擴大員工的工作曝光率
- 提高個人能力

溝通方式：

- 內部會議
- 績效溝通機制
- CEO信箱
- 員工培訓
- 團隊建設活動，例如Coffee Time

滿足需求和期望：

- 建立健全的激勵和晉升結構
- 營造積極的工作環境和文化，重視安全管理，提高員工士氣，維護員工權益
- 培養有利於學習的文化
- 制定全面的培訓計劃

股東和投資者

需求和期望：

- 獲得高投資回報
- 投資於一家營運和財務業績披露清晰透明的公司
- 評估公司的風險

溝通方式：

- 年度報告、中期報告、ESG報告及公告
- 官方網站
- 會議、路演及業績說明會

滿足需求和期望：

- 及時發佈財務報告、ESG報告和公告，同時確保遵守相關標準和法規
- 定期更新官方網站
- 定期召開投資者會議

3. ESG管理

政府和監管機構

需求和期望：

- 履行社會責任，遵守法律法規
- 增加就業機會，為經濟做出貢獻

溝通方式：

- 日常匯報溝通
- 對監管機構相關詢問的回應
- 實地調研考察
- 研討會和交流會議

滿足需求和期望：

- 確定並嚴格遵守適當的法律法規，以及行業規範、標準和其他要求
- 加快開拓當地新市場並增加銷售額
- 創造新的就業機會提高就業率

社區和公眾

需求和期望：

- 積極提升公益性、社區參與、環境保護和社會公益

溝通方式：

- 社區參觀
- 與公益組織合作

滿足需求和期望：

- 參與社區活動

品牌合作夥伴和平台

需求和期望：

- 提高電子商務解決方案的創造力和品質
- 遵守合同約定
- 緊跟電子商務趨勢
- 保持誠實和透明的業務關係

溝通方式：

- 定期溝通
- 行業峰會

滿足需求和期望：

- 定期與品牌合作夥伴和平台溝通，確保電子商務解決方案的要求
- 與我們的營銷團隊一起定期舉辦培訓課程，以確保他們的營銷技能和知識的專業性

媒體

需求和期望：

- 驅動行業發展
- 促進負責任的營銷
- 維護商業誠信
- 提升社會責任感

溝通方式：

- 社交媒體
- 官方網站
- 新聞發佈會
- 會議溝通

滿足需求和期望：

- 不斷更新我們的社交媒體
- 參加商務活動和頒獎典禮

3. ESG管理

3.4 實質性評估

在報告期內，我們通過內部訪談及研討進行實質性評估，目標是確定本集團最重要的ESG議題。該評估對制定有效的ESG管理策略以及為我們的報告和披露實踐提供信息至關重要。以下總結了實質性議題矩陣的驗證過程：



根據結果，我們確定了ESG議題的優先順序。該實質性議題矩陣說明瞭利益相關方認為最重要的ESG議題。右上角軸上顯示的主題對於集團來說具有最高重要性，需要我們優先關注。最新實質性議題矩陣如下：



優趣匯實質性議題矩陣

4. 合作夥伴，共築可持續價值鏈

供應鏈夥伴是优趣汇重要的合作夥伴。我們致力於成為「健康美麗」領域品牌資源的掌控者與用戶需求的深度洞察者，為品牌提供一體化、全渠道、高增值的電商運營綜合服務，並希望通過為平台不斷引入新品牌，挖掘品牌潛能，賦予品牌創新活力。

4.1 雙向賦能，品牌合作共贏

本集團嚴選優質且能給消費者帶來健康和美麗的商品。運用品牌運營的豐富經驗、數字化技術創新、產品及市場研究分析能力，我們為品牌夥伴提供品牌分析、店鋪運營、數字營銷、物流管理、客戶服務等一站式、全渠道的電商服務，協作共贏，強化品牌與消費者之間的連接。截至2024年12月31日，我們已與59個品牌展開合作。

4.1.1 嚴選佳品

為打造更優質的合作生態，我們制定了《新品牌潛力評估表》等文件，從「市場」、「產品」、「品牌」及「投入」四大維度對品牌進行評估，以分級評分的形式篩選出最受市場歡迎、產品物美價廉、品牌好評度高、投入領域前景好的品牌商，與其達成合作。同時，我們基於前沿市場數據挖掘消費者偏好與活躍領域，尋找品牌夥伴在選品、定價、綠色環保等方面的亮點，幫助品牌疊代運營策略，並在合作共創過程中不斷賦予產品可持續價值，滿足消費者多層次需求。

4. 合作夥伴，共築可持續價值鏈

助力尤妮佳舒蔻孵化可拉伸水綳帶化妝棉，向消費者傳遞綠色和環保

在全球可持續發展趨勢和消費者對環保產品需求日益增長的背景下，本集團積極與品牌合作，推動綠色產品的市場推廣。其中，我們助力推廣尤妮佳舒蔻品牌新研發的可拉伸水綳帶化妝棉，實現了產品功能性和環境保護，以環保理念引領美妝護理市場。

相較於傳統化妝棉，舒蔻可拉伸化妝棉從產品設計到供應鏈管理，均以可持續發展為核心，減少對環境的負擔，為消費者提供更加環保的護膚選擇。

- **可拉伸設計**：採用了可拉伸設計，能夠更好地貼合肌膚和提高化妝棉的使用效率，減少浪費。
- **高效吸水**：具有優異的吸水性能，能夠更均勻地分佈化妝水，減少浪費。
- **環保材料**：使用了可降解材料，減少對環境的負擔，符合現代消費者對綠色產品的需求；紙盒原紙擁有FSC認證。

該產品自上市以來，獲得消費者廣泛關注與好評，顯示市場對環保美妝產品的高度接受度。未來，我們將持續與品牌夥伴合作，深化綠色供應鏈建設，推廣更多創新型可持續產品，助力行業向低碳、環保方向發展。



4. 合作夥伴，共築可持續價值鏈

4.1.2 賦能品牌價值提升

我們積極發揮平台端的信息集成優勢，運用數據分析能力解決品牌營銷端、庫存端與運營端痛點，並通過商業智慧(BI)儀表盤對各端口數據分析結果進行整合與展示，實現了信息可視化分析呈現，助力品牌夥伴經營能力提升。

蘇菲新品早安褲，數據賦能產品運營，精準觸達目標人群

作為品牌的合作夥伴，本集團一直以來致力於圍繞品牌核心價值定位不斷創新。我們運用數據驅動的精細化運營策略，不斷提升品牌在市場上的影響力。蘇菲推出了新品早安褲，一款專為白天使用設計的褲型衛生巾，旨在解決女性在生理期白天活動時的衛生需求。早安褲採用開合式腰貼設計，方便更換，極大提升了使用便捷性。

我們通過大數據分析，精準鎖定並觸達了18-22歲的社會新少女和24-28歲的獨立女白領這兩大年輕女性群體為目標人群，助力蘇菲早安日安心褲榮膺2024年天貓38煥新週衛生巾新品榜TOP1。

通過數據賦能和精準營銷，蘇菲新品早安褲不僅迅速登頂品類榜，還進一步鞏固了品牌在褲型衛生巾細分領域的領先地位。這種創新的運營策略不僅提升了品牌影響力，也增強了消費者對品牌的信任感。



4.2 以誠信為基石的負責任營銷

我們遵照《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規要求，制定了《廣告宣稱合規細則》，對廣告宣稱的事前審批、事後監管以及違規應對做出規定，保障營銷內容的合規、真實及有效。為進一步加強營銷合規管理，我們採取「培訓、電子預警、反向監督」三大重點舉措，以「事前—事中—事後」的形式控制營銷風險。

- 培訓：圍繞廣告及促銷合規化，向員工普及營銷合規知識，在事前降低員工違規風險。
- 電子預警：根據違禁詞庫對頁面內文字及圖片進行抓取判定，發現違禁詞時進行預警，運營端根據實際情況進行整改。
- 反向監督：聯合外包客服團隊，通過日常巡查的方式對本集團進行反向監督，從而避免自查盲區，全面提升風險防範能力。

此外，我們在營銷過程中致力於向消費者傳遞正向、積極的價值觀念，將品牌的可持續發展行動作為宣傳重點內容，引導消費者綠色消費、健康消費、理性消費。

在報告期內，我們嚴格遵守有關我們產品和服務的廣告和標籤的相關法規，包括遵守《中華人民共和國廣告法》和《中華人民共和國商標法》。

5. 可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞

我們持續優化供應商質量管理體系，穩定優質供求關係，降低採購風險與成本，打造更高效的負責任供應鏈，提高企業核心競爭力。

5.1 嚴格的供應商准入及評價

我們深知我們的服務的品質與我們所選擇的供應商品質息息相關。因此我們付出了相當大的努力來確保他們符合我們的企業標準。為了評估新供應商和現有供應商的業務能力，我們建立了一個全面的供應商管理系統。



選擇供應商

我們對供應商進行嚴格的准入管理。我們的團隊評估供應商的業務能力並進行產品樣品檢查，評分從1-100(A到D)，標準包括包裝材料、品質管理、第三方檢測報告、營運績效、客戶案例和供應能力。

供應商管理制度

為了確保嚴格遵守禁止商業賄賂的法律和法規，維護共同利益並培養積極的關係，我們的《反商業賄賂承諾書》為供應商概述了道德和法律合規的重要指導方針和規定。通過執行該承諾書，我們的目標是提高供應商的道德意識並增強我們供應鏈的完整性。

此外，我們將社會影響評估整合到供應商准入流程中。我們與所有物流合作夥伴簽署了一份數據安全調查表，以管理和預防與信息安全相關的潛在風險，例如物流營運期間的數據洩露。



供應商的環境考慮

我們優先考慮將環境因素納入其營運的綠色供應商，包括其環境認證、可持續包裝實踐、數字化工作和其他環境因素。通過有效的溝通，我們識別並與供應商就環境因素和風險進行討論。

5. 可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞

2024年，本集團共與352家供應商建立合作關係。

供應商數目(家)	
國內供應商	
東北地區	5
華北地區	38
華東地區	232
華南地區	38
華中地區	10
西北地區	1
西南地區	12
海外供應商	
海外地區	16
總計	352

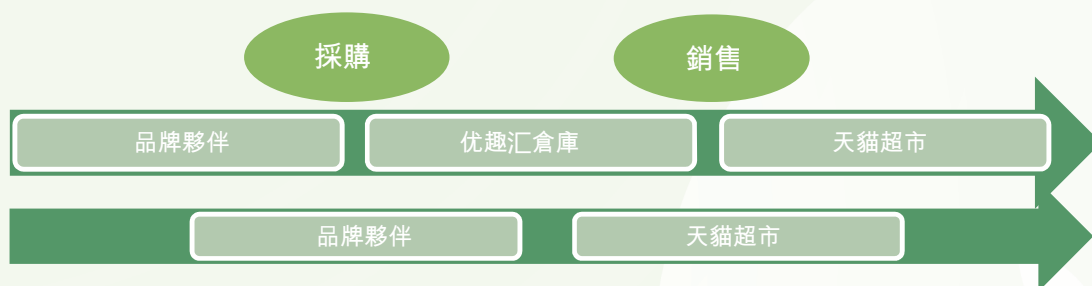
5.2 智慧供應鏈管理

為推動綠色供應鏈建設，我們積極推動產品原箱發貨。此外，我們通過集中配貨、智慧分倉、跨境直送、海運拼櫃等方式改進配送流程，提升物流效率，減少商品在供應鏈上的碳足跡。

B2B採購直送，提升物流效率

在B2B業務模式中，我們優化了供應鏈路線，從原先的品牌採購發貨至優趣匯倉庫再至平台改為品牌採購直送平台的採購直送模式，此舉極大提升了物流效率。同時，最大限度地減少運輸產生的浪費和環境成本。此策略取得了積極成果，全年累計直送量達到1,000立方米。

採購直送流程



5. 可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞

踐行數字化包材方案

為了提高包材的使用效率，我們採用了數字化包材實踐，利用演算法選擇最合適的運輸箱，最大限度地減少空間及包裝浪費。這一舉措使2024年包裝材料的消耗量減少15%。

同時，通過實施智能訂單整合策略，我們會在可行的情況下將多個小包裹合併為一個包裹。這種方法不僅可以降低物流成本，最大限度地減少我們的環境足跡，有助於建立更環保和可持續的供應鏈。



攜手供應商夥伴，打造綠色可持續供應鏈

作為我們在供應商管理中對環境可持續性承諾的一部分，我們與菜鳥等綠色物流合作夥伴合作，實施環保包裝和交付解決方案。菜鳥建立了全鏈路綠色物流解決方案，涵蓋從訂單生成到最終交付的所有階段。2024年，菜鳥的營運和價值鏈實現了**458,000**噸的總減排量。

通過和菜鳥合作，本集團加強了我們的綠色供應商管理框架，確保我們的物流和包裝解決方案符合可持續發展標準。通過整合數據驅動的效率和綠色供應鏈實踐，我們繼續減少對環境的影響，同時提高品牌合作夥伴和客戶的營運效率。

6. 創新驅動，鑄就優質卓越服務

6.1 產品責任，生產者與銷售者的共同責任

對於优趣汇運營的品牌產品，儘管我們不涉及產品生產，為保護消費者合法權益與健康和 safety，我們會積極配合品牌合作夥伴發起產品召回的相關流程由品牌確保及時實施消費者通知等相關措施，暫停銷售，確保召回流程的順利實施。

對於自有品牌，在產品研發階段，我們會根據國家相關法規的要求，委託第三方檢測機構對成分配方進行安全性和微生物測試，關注原料的安全性，禁止使用有爭議的成分，確保產品性能安全。對於產品生產品質的把控方面，我們會委託第三方檢測機構檢測產品的安全性及功效性。我們將持續完善產品召回機制，若發生產品品質缺陷事件，立即啟動產品召回方案，切實維護消費者權益。

6.2 客戶至上，成就客戶卓越體驗

我們重視客戶體驗，不斷提升客服人員專業水準，保障服務過程的合規順暢。此外，我們通過人工智能工具加持，賦予客戶服務新的價值內容，為客戶提供更高質量的服務體驗。

在2024年，我們的品牌在各個平台上都取得了出色的表現，以下是部分店鋪綜合體驗分清單：

平台	店鋪	綜合體驗分
淘系	小林製藥官方旗艦店	5.0/5.0
	蘇菲官方旗艦店	5.0/5.0
	Silcot舒蔻旗艦店	4.9/5.0
抖音	FINO芬濃官方旗艦店	99/100
拼多多	日淘優品海外專營店	5星／5星
	優選護膚海外專營店	5星／5星
	小林製藥意可邁專賣店	5星／5星
京東	資生堂集團海外旗艦店	4.9星／5星
	小林製藥海外旗艦店	5星／5星

在2024年，我們的客戶服務滿意度達到95.31%，較2023年顯著提高2.11個百分點，優於行業均值91.62%。我們的客服響應時長也顯著提高，平均響應時間為14.04秒，比2023年減少了2.87秒，遠優於行業均值20.21秒。我們的客戶服務團隊嚴格遵守我們的「24小時」政策，我們致力於在一天內及時解決客戶的投訴和詢問。

6. 創新驅動，鑄就優質卓越服務

我們過去一年的客服滿意度有顯著的提升，得益於我們充分利用「店小蜜」、「自動退款系統」、「影刀」(機器人流程自動化工具)及「班牛」等自動化智能工具提高客戶服務效率，為問題自動登記提供了便利，極大減輕了客服壓力，安撫了客戶等待情緒。我們持續與店小蜜保持高度服務共創，多次登上店小蜜「蜂神榜」。

「店小蜜」客服機器人

2024年，店小蜜客服機器人自訂場景覆蓋完善率達99.8%，較行業平均水準62.1%高出37.7個百分點；滿意度達92.6%，較行業平均水準36.8%高出了55.8個百分點。

「影刀」RPA自動批量留言

2024年，影刀RPA自動批量留言已覆蓋超70個場景，自動化處理執行數量130萬+條信息，節省時效6,337個小時，節省約792個客服的工作量。

「班牛」自動服務大廳

班牛主要服務於客服中台資料沉澱，在客服離線時間段實現客戶問題自助登記，客服上線後會主動排查所登記的問題，減少客戶等待時間。2024年，班牛系統節省客戶等待時間約786,200分鐘。

6.3 人工智能助力提升服務效率與體驗

人工智能(AI)驅動業務創新和發展，是未來變革潛力。AI提效滲透到我們各個業務流程和板塊中。通過AI模型和本集團自研的匯智AI平台的結合，我們設計部門在繪製短視頻、製圖等方面提效顯著。

2024年設計AI應用案例
3,955個

本公司AI普及率
100%

7. 賦能員工，企業成功的基石

本集團致力於促進員工的職業發展，改善他們的工作條件，並保障他們應得的權利。我們的目標是始終如一地營造一個培養、有益和鼓勵的工作環境，促進員工的個人和專業成長，與本集團的整體發展相協調。

7.1 合規的員工僱傭

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》等相關法律法規，建立了完善的員工權益保障體系，並定期修訂相關制度文件，確保員工權益得到充分尊重與保護。

僱員結構		2024	2023
員工總數		217	296
性別	男性	57	79
	女性	160	217
年齡群組	30歲以下	105	191
	30歲至50歲	104	96
	50歲以上	8	9
地理區域	中國內地	209	281
	上海	71	81
	北京	13	17
	杭州	125	183
	海外	8	15
員工類型	高級管理層	13	20
	中級管理層	58	32
	基層員工	146	244

7. 賦能員工，企業成功的基石

我們致力於為所有應聘者提供公平合理的就業和競爭機會。我們鼓勵員工通過內部競聘與內部推薦選擇心儀崗位。同時通過媒體招聘、校園招聘、獵頭招聘、內部推薦等多元化招聘渠道吸引優秀人才。此外，我們嚴格審查每一位錄用者的身份信息，建立員工人事檔案，在《招聘、錄用及合同規則》中明確禁止錄用童工與強迫勞動，若發現僱傭童工或強迫勞動事件，將依據法律法規採取相關舉措，以確保員工權益不受侵害。2024年，本集團未發生僱傭童工與強迫勞動事件。我們新制定了《員工晉降級管理細則》，為員工提供清晰的職業發展路徑，同時確保本公司的人力資源配置與業務目標相匹配。

我們重視職場的多元化和包容性，截至2024年12月31日，本集團共有217名員工，具體僱員人數及流失率情況如下：

員工流失率		2024	2023
人員流失率 ¹		36.73%	34.39%
性別	男性	42.42%	36.29%
	女性	34.43%	34.64%
年齡群組	30歲以下	41.99%	37.17%
	30歲至50歲	31.58%	32.87%
	50歲以上	20.00%	0%
地理區域	中國內地		
	上海	26.80%	24.30%
	北京	23.53%	39.29%
	杭州	41.31%	40.20%
	海外	50.00%	0%

¹ 員工流失率 = 報告期內離職人數 / (報告期內離職人數 + 報告期末僱員總數) * 100

7. 賦能員工，企業成功的基石

7.2 工時與假期

為保障員工休假權利，我們制定了《加班管理細則》和《考勤管理制度》，並通過線上系統進行員工考勤，規範工時管理。我們禁止強制勞動，提倡員工在保障工作進度和質量的前提下勞逸結合。若因工作需要而產生加班，我們支付法定節假日加班費用，其他情況下我們將予以調休，且按規定對加班餐費與交通費進行報銷。我們於《考勤管理制度》中規定各類假期管理細則，明確員工享有各種假期，包括國家法定假期、年休假、婚育類假期、病假、事假、喪假等，並規定員工年休假根據工作年限逐年遞增。同時，我們為員工提供額外假期，包括於春節假期前提前三天放假，以及育兒假期以減輕員工育兒壓力。

7.3 薪酬與福利

我們持續優化薪酬結構體系。在2024年期間對《績效管理制度》進行更新，確保其與企業戰略目標和外部環境的變化保持一致，同時更好地激勵員工、提升組織效能。我們建立的「承包責任制」標誌著我們組織方法的關鍵轉變，強調問責制和績效驅動的結果。在此框架下，成功完成預設目標後，員工有資格獲得獎金及超額獎勵，以證明他們的奉獻精神和成就。在2024年，我們實施了與該制度一致的加薪，為表現出色並超越目標的員工提供約5%的加薪。這種激勵措施的戰略整合不僅獎勵個人和集體的 effort，而且還在我們的員工隊伍中培養了一種卓越、積極和持續改進的文化。

為進一步提升員工歸屬感，我們制定《員工福利制度》，明確員工享有的各項福利政策。



7. 賦能員工，企業成功的基石

7.4 員工激勵

我們持續完善員工激勵機制，在2024年原有「年度評優表彰」、「案例大賽」、「日常獎勵」、「立項激勵」、「新項目引進與運營激勵」的基礎上，我們新增了「承包責任制超額獎勵」的板塊，同時優化了「日常獎勵」。

即刻榮耀計劃征集令
多项现金大奖等你来拿

看规则 → 提报项目 → 赢奖金

提报时间
7/3-7/10

报名路径: ITT → EHR → 员工自助 → 我的任务 → 即刻荣耀计划申报入口

日常奖励运营中心立项项目规则

- 《日常奖励规则》：参照HR每年7月1日修订、发布的最新版《日常奖励规则》实施；
- 《运营中心立项项目》：参照运营中心每年年初制定立项项目规则实施；

重点即时项目规则

- 时间：2024年1月1日后发布的，且6月1日以后达到30w以上曝光量的视频；
- 数据源：以千川后台为主，若有抖加，可累计抖加曝光量；若有自然流，可累计计算自然流曝光量。

1.3.1 重点即时项目运营奖励入围：单个视频曝光量 > 300w；

1.3.2 重点即时项目奖励规则：

(1) 曝光量：

	曝光量	奖金/元
1	30w-100w	1000
2	100w-300w	2000
3	300w-500w	4500
4	500w, +∞	6000

(2) ROI：该视频曝光1个月内的全店ROI > 近3个月内的全店ROI。
ROI = (退货GMV / 智能优惠券) / 消耗；

达成 (1) 曝光量目标后，立即兑现奖金的50%；
若同时达成 (2) ROI目标，则立即兑现剩余奖金的70%（可提现）。

unq
燃点·即刻榮耀
菲婷丝短视频营销6月战报

单条最高
曝光量

68w+

爆款视频标题

错过真的太可惜了，
别手搓一整一年的量就在fino直播间赶紧抢

68w+

掌握了头发的补水开关之后才发现，
原来养出水润顺滑的仙女发是这么简单！

62w+

fino发膜！烫染受损一步搞定，
头发又顺又滑，还持久留香~

45w+

还有人不知道因在fino发膜
一百多出头到手三大箱的活动吗！

38w+

流量解码战队成员

戚甜甜 钟戈竣 方姣姣、张金鹏 张秉龙
编导 拍摄 剪辑 投放

再接再厉 再创巅峰！

7.5 培訓與發展

本集團的目標是向員工倡導核心價值觀，以促進集團內部的凝聚力。為達致此目標，我們投入大量資源進行員工培訓及發展。我們為員工搭建開放包容的特色培訓體系，根據不同崗位需求設置了「領導力」、「通用力」、「專業力」、「新生力」四大層級培訓課程。同時，我們鼓勵員工成為內部講師，為其提供講師費用，為員工提供鍛煉和成長的舞台。截至2024年12月31日，我們已培養企業內部講師33人。

培訓類型	培訓對象	培訓主題	2024年參加情況
領導力	主管級、經理級	財報解讀	人數：77人次 時長：116小時
通用力	全體員工	ChatGPT-AI超級個體入門課、Excel、策略性商務談判、探索AI智能助手的奧秘、2024年人事制度宣貫、榜樣的力量－優秀案例分享、旺店通系統培訓	人數：440人次 時長：391小時
專業力	各崗位所需要的專業技能，如運營／運營助理、設計／設計助理等	「爆品」打造策略－安速、blender-ai修煉計劃、好生意人&好經營者、合同法律風險及防控、會員運營診斷及策略分享、強化日銷策略－蘇菲、如何製作抖音商業化爆款短視頻、銷售和利潤跟進及應用	人數：478人次 時長：557小時
新生力	社招、校招新員工	萌新應知應會、萌新創造營、U等生計劃	人數：277人次 時長：289小時

7. 賦能員工，企業成功的基石

2024	受過培訓員工的 人數及百分比(%)	平均培訓時數
培訓		
性別分類		
男性	50 (93.75%)	4.63
女性	150 (87.72%)	4.90
員工類別		
高級管理層	7 (53.85%)	2.50
中層管理員	56 (96.55%)	3.99
基層員工	137 (93.84%)	5.29

此外，我們經常由經驗豐富的優秀員工組織進行互動分享會。通過分享，我們不僅加強了團隊成員之間的工作交流，還創造了在日常工作職責之外的個人成長和充實的機會。



7. 赋能员工，企业成功的基石

7.6 民主沟通

我們通過定期的Coffee Time形式和老闆面對面平等暢通地溝通。2024年，我們共進行了5次Coffee Time活動，共有40人參與。每次Coffee Time會議都有不同的主題，從「承包責任制」的討論、到本公司的戰略方向。



7. 賦能員工，企業成功的基石

本集團每年舉辦一次「產品品鑒會」，旨在加深員工對我們品牌的熟悉程度。2024年，我們有50多名員工參加了品鑒會。



品鑒會活動

7.7 團建活動

我們的團建活動包括一年一度的旅行、日常團建和團隊聚餐等。這些活動對增強本集團內部的歸屬感和培養合作精神具有重要的作用。



團隊海外旅行

7. 賦能員工，企業成功的基石



戶外露營



團隊聚餐

7.8 員工關懷

我們優先考慮員工的福祉，提供滿足他們需求的必需日常用品，包括提供各種類型的藥物、口罩和衛生護墊，以確保每個人都感到關愛和照顧。此外，我們了解母親在工作場所面臨的挑戰，並努力為她們提供一個安全和溫馨的環境。因此，我們創建了一個私人育嬰室，滿足女性員工哺乳期母乳儲存的需求。



藥品供應



衛生護墊



育嬰室

7. 賦能員工，企業成功的基石

7.9 員工滿意度

2024年，我們進行了員工滿意度調查。我們收集員工的回覆，根據三個關鍵要素分析他們的反饋和滿意度：1) 推廣本公司的意願；2) 留下的意願；及3) 渴望做出貢獻。員工滿意度問卷圍繞員工敬業度、行為表現和驅動因素等概念構建。我們共收到來自本集團員工的161份匿名回覆，員工滿意度平均值為81.2%，員工敬業度平均值為74.8%。我們為這些結果感到自豪，並繼續致力於關注員工的滿意度和需求。

為了保護我們員工的權利，我們建立了員工投訴機制。任何不公平待遇的情況，例如無理拒絕休假申請，都可以向人力資源部門報告。持續違反本公司規章制度的員工可能會面臨紀律處分，包括解僱。

7.10 安心的工作環境

我們明白，員工和合作夥伴的健康和安全非常重要。因此，我們在上海和杭州辦公室進行了全面的消防演習，也會每週定期在北京辦公室進行消防自查，以加強應急準備並降低與火災相關的風險。



消防演習

除了消防安全管理外，我們還為員工提供基本藥物和口罩，並在病毒爆發期間定期進行辦公室消毒，以確保為所有人提供安全健康的工作環境，防止疾病在工作場所內傳播。

於報告期內，本集團遵守有關工作場所健康及安全的法律及法規，包括《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》、《中華人民共和國特種設備安全法》及《中華人民共和國應急處置法》。在過去三年(2022-2024)，本集團沒有發現任何關於職業健康與安全的違規案例、與工作相關的死亡或因工傷而損失的天數。本集團的重大安全事故也為零。

8. 企業管治，堅持誠信穩步發展

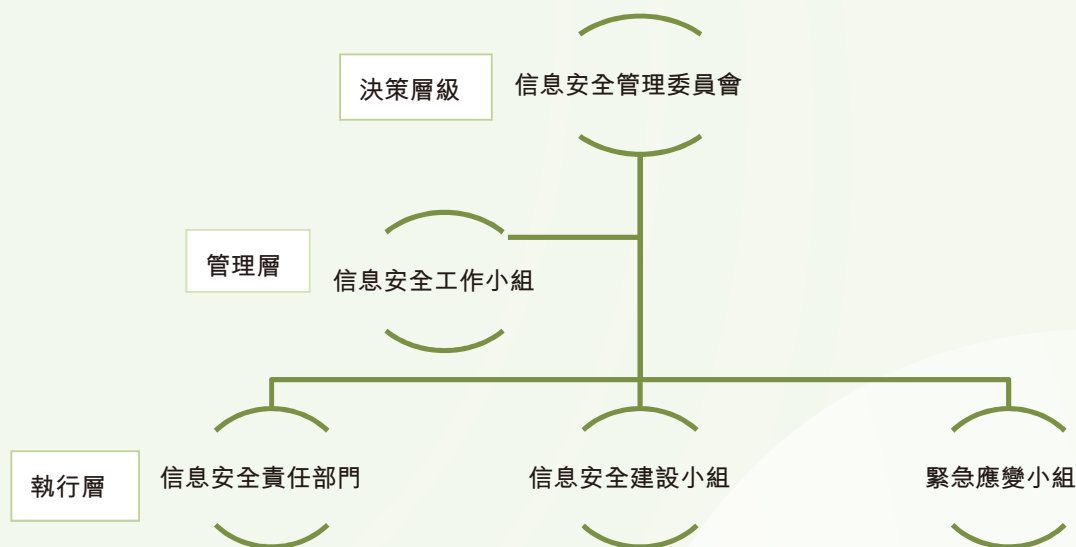
优趣汇致力於打造誠信、公平的商業環境，通過優化自身治理體系，構築健全的權責機制，堅決反對貪污腐敗，保障數據與隱私安全，強化知識產權管理，遵守商業道德，實現穩健經營發展。

8.1 信息安全和隱私保護

我們遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》和《中華人民共和國個人信息保護法》等法律規定。我們制定了《信息安全管理政策》以規範及指導數據安全、隱私權保護、設備使用、存取管理、網路安全及安全事故處理。

8.1.1 信息安全管理架構

我們每年年初都會檢閱和修訂所有與信息安全相關的政策，以確保信息安全管理系統的有效性。為了明確各層級的信息安全職責，我們成立了信息安全管理委員會，負責信息安全的規劃與策略制定，其詳細職責如下：



2024年，本集團進行了信息安全培訓，培訓分享了信息安全洩露案例，普及了最新的信息與網絡安全法規和本集團信息安全管理實務，並設置了課後測試環節，以此有效提升員工的信息安全意識。截至2024年12月31日，培訓課程的線上點擊率達156次。

8. 企業管治，堅持誠信穩步發展

8.1.2 網路安全

在信息安全管理政策中，我們提供詳細的網路安全規定，例如訪問指南、上網行為規範和病毒預防等詳細規定，以確保員工上網裝置和上網行為的安全。同時，我們設置網路管理員負責維護網路服務器、定期檢查及分析安全記錄、設計病毒防控措施、處理網路故障等。通過及時處理網路故障，將網路入侵的可能性降至最低。

我們積極推進本集團域控制系統的安裝工作。截至2024年12月31日，上海和杭州的賬戶和域控制系統已全部安裝完成。域控制系統由域賬戶管理員進入，控制對共享數據和其他網絡活動的訪問，並配合網路存取控制系統及網路行為管理系統稽核終端網路存取記錄，確保網路安全。

8.1.3 數據安全

我們依據獎懲政策，促進員工對數據安全規範的了解，降低員工使用數據的風險。同時，我們制定了「數據備份與災害恢復方案」，明確了數據庫備份週期和故障排除計劃，規定每年至少進行一次數據復原測試，及時排除故障，預防風險。

我們也對信息資產進行分類和分級管理。我們統一了機密等級修訂和解密的工作流程，規範了信息資產標籤管理，明確了信息資產的處理和保護要求，以及洩密的分類和程序要求。

我們嚴格監控外部來源的訪問，限制本集團數據在內部網絡驅動範圍內的活動。同時，我們將員工帳號與網域控制系統整合，使員工在離開本集團時不再有存取權。為了保障員工在異地辦公時的數據安全，我們建立了遠程訪問虛擬私人網路（「VPN」）。為了集團信息資產的安全，員工使用VPN遠端存取本集團網路必須申請許可。

8. 企業管治，堅持誠信穩步發展

8.1.4 隱私安全

我們嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》，將隱私被侵犯和洩露的風險降到最低。我們致力於保護合作夥伴和消費者的隱私。我們也要求所有員工在入職時簽署保密協議，以提高員工的隱私保護意識。

我們不會主動收集消費者信息，在服務過程中收到的所有信息都已由外部合作夥伴進行脫敏處理。在客戶關係管理系統中，我們透過外部平台與客戶聯繫。基於平台的隱私權規定，我們不再下載客戶的私人信息。我們有專人負責具有資料匯出授權的帳號；我們會定期抽查平台操作記錄，以判斷是否有任何可疑或不符合規定的行為。因此，我們確保客戶資料的安全。

我們嚴密監控本集團經營的平台商店的開店工具，同時對客服帳戶權限採取分級管理措施。具體來說，主店鋪帳戶只供極少數從事營運、客服管理、財務等工作的人員使用，而子帳戶的使用權限則按崗位進行分類，只保留查看等基本權限給指定人員使用，從而實現信息查看或使用權限的隔離，將資料濫用和隱私洩露的風險降到最低。

8.2 知識產權管理

本集團高度重視知識產權管理工作。我們的知識產權合規管理共包含三個階段：

- **第一階段：主體資質及品牌接觸階段**

本集團審閱擬合作或合作品牌方是否有作品或商標侵權情況。

- **第二階段：業務洽談合同階段**

本集團獲取品牌方授權，並在合同中約定知識產權條款，對知識產權設定內容進行約定。

8. 企業管治，堅持誠信穩步發展

• 第三階段：營銷階段

審查設計有否字體圖片侵權、主播使用品牌方提供資料有否侵權行為；如若涉及經銷，要求提供轉授權委託書、核對對方經銷資質。我們在合同中加入知識產權保護條款，規範合作雙方及可能涉及到的第三方在圖片、字體、音頻、視頻、商標、功能變數名稱等方面的產權使用行為。

在採購過程中，我們要求供應商出具知識產權使用權證明，做好前置風險把關，避免侵犯他人知識產權。

我們積極開展商標與著作權等專利申請。2024年，我們成功申請6項知識產權。截至2024年12月31日，我們累計擁有62項商標及43項著作權專利。

8.3 打擊腐敗和賄賂

本集團致力於在其所有營運中維護法律合規性和誠信。這些法規為我們的員工在商務工作中的行為提供了明確的指導方針。我們對腐敗採取「零容忍」政策，嚴禁一切形式的腐敗、敲詐勒索、賄賂、欺詐和洗錢。

在整個報告期內，我們進行了反腐敗培訓。該培訓涵蓋賄賂、利益衝突、欺詐行為、內部控制、風險管理等主題。在2024年，總共有38位員工出席反貪污相關培訓，每次培訓平均約一小時。我們還將商業道德和反腐敗納入我們的入職培訓，確保我們的普通員工充分了解反腐敗策略。

我們與合作夥伴建立起誠信規範機制，嚴禁業務過程中任何商業受賄、行賄、不正當競爭等違規違法行為，並要求所有關鍵崗位人員及合作夥伴簽訂《反商業賄賂承諾書》，以確保業務運營全過程符合商業道德標準。

8. 企業管治，堅持誠信穩步發展

為了恪守道德標準，我們建立了反舞弊內控制度，以保護股東利益、確保合法經營、規範內部控制，並增強舞弊意識。該機制由審核委員會和內部審計部門監督，內部審計部門進行特定的反欺詐檢查。

為了鼓勵問責制度，我們建立了一個舉報系統，用於舉報員工和合作夥伴的可疑不當行為。員工及外部相關人員可透過檢舉郵箱jubao@myunq.com檢舉違反商業道德行為或相關事件。該系統包括電子報告渠道，供員工報告欺詐事件，確保及時記錄並向總經理報告。違反我們政策的人將面臨紀律處分，而違反協議的供應商可能會被終止合同，嚴重的情況會報告給執法部門。

我們嚴格遵守一系列反腐敗法律法規，包括《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國公司法》以及其他關於職務侵佔、防止賄賂、敲詐勒索、欺詐和洗錢的法律法規。在2024年，本集團未發生腐敗事件。在報告期內，本集團未發現任何與賄賂、欺詐、敲詐勒索或洗錢相關的適用法律和法規的重大違規行為。

9. 公益，堅持做有溫度的企業

創業以來，优趣汇堅持做一家有溫度的企業，始終積極踐行社會責任，並基於社會的真實需要，從身邊做起、從細微做起，做力所能及之事並持之以恆，盡可能將自身優勢最大化地與社會公益志願活動相結合。

本集團發起「U益之心」公益專案，持續開展多維度的公益慈善活動，以實際行動向社區和社會傳遞优趣汇的關愛和溫暖。我們的慈善項目主要聚焦於社區需求、教育公平與環保公益領域。在實際行動中，我們保持著「企業帶頭，全員參與」的公益理念，發展內部慈善先鋒小組，建立榮譽體系，致力於擴展公益參與人群，普及「人人可公益」的行動方針。同時，我們與社會公益組織建立長期幫扶共建關係，積極關注新增社會需求與公益新動向，致力於建立持續長久的公益體系，擴大公益行動的社會影響力。2024年，公司共計捐贈約人民幣279,708元，累計志願服務時長300小時。

於2024年6月，本集團的志願者訪問了上海市長寧區輔讀學校，為學生們組織了一場難忘的10歲生日慶祝活動，希望通過奉獻綿薄之力，帶動更多人加入到關愛特殊青少年群體的行動中。



生日派對

9. 公益，堅持做有溫度的企業

在三八國際婦女節前夕，我們為新疆阿克蘇地區的女孩們捐贈了3萬包價值人民幣240,000元的蘇菲衛生巾。這項「粉紅暖心包」活動旨在幫助年輕女孩養成良好的生理習慣，讓她們更從容自信地應對青春期的變化。



於2024年8月，本集團參加了由上海市婦女聯合會指導，上海市兒童基金會主辦的「上海市兒童基金會幸福藝+1愛心公益市集」，向上海市兒童基金會捐贈了兒童濕巾、牙刷、牙膏等兒童用品，以支持孤獨症兒童項目。



10. 環保，守護綠色低碳未來

本集團致力於保護環境並促進可持續發展。我們將環保實踐融入我們的運營，確保我們排放最小量的碳足跡。通過持續的評估和改進，我們努力推動環境管理，為地球健康做出積極貢獻。

10.1 綠色辦公室系統

本集團已實施綠色辦公室系統，旨在減少日常營運中廢物的產生。這些指導方針旨在提高員工意識並促進本集團的資源節約。我們定期進行審查，以確保所有部門都履行其對廢物分類和材料回收的責任。本集團在日常辦公活動中主要使用汽車燃料(汽油)、電、水和紙張。以下，我們將重點介紹控制這些領域能源使用的關鍵措施：

能源



- 在考慮價格的同時，優先考慮購買節能電器
- 將辦公室的室溫保持在節能水準（空調為攝氏26度，暖氣為攝氏20度）
- 盡可能利用自然採光和通風
- 展示標牌，提醒員工關掉閑置的燈和辦公設備
- 以新的高能效型號替換舊設備以減少電力消耗
- 鼓勵員工使用公共交通工具而不是私家車
- 安裝空調擋風板以有效改善空調系統的性能
- 使用應用程序和節能空調控制器遠程監控和控制會議室中的空調

10. 環保，守護綠色低碳未來

為推動節約資源，我們鼓勵員工注意對水和其他資源的使用。於報告期內，用水量在一年中逐漸減少。我們的總用水量為249噸，相較於2023年的270噸，整體減少了7.8%。

我們的人力資源部門每年都會確定辦公空間的環境因素，為關鍵環境因素建立控制措施並評估這些措施的有效性。於報告期內，本集團未發現任何違反有關氣體排放相關法律法規的行為，或未發現任何有害及無害廢棄物排放到水中及陸地的情況。本集團遵守適用的國家環境法律和法規，包括《中華人民共和國環境保護法》。

水



- 鼓勵使用無磷洗滌劑和可降解的清潔產品
- 展示標牌，提醒我們的員工在裝水、洗手和餐具時有責任節約用水

其他材料

- 採用電子應用程序進行內部通信，推動無紙化辦公室
- 鼓勵使用雙面列印和重複使用單面列印的紙張、回收紙張
- 將信件和包裹合併在一起進行郵寄
- 回收紙盒以供二次使用



10. 環保，守護綠色低碳未來

10.2 環境保護活動

我們於2024年4月20日至2024年5月20日舉行了「U益之心|春啟益行征途有你」的行走捐步植樹活動。近200位員工歷時一個月，共捐出步數3,840萬步，向北京市企業家環保基金會捐款人民幣30,000元，為阿拉善地區種植3,000棵梭梭樹，固定3萬平方米荒漠，為沙漠環境的治理貢獻出屬於全員的一份力量。

本集團在杭州、上海和北京開展了環保徒步活動。在這些城市的自然美景中，參與者與他們的朋友和家人一起沉浸在7小時、9公里的徒步旅行中，從清理垃圾到在散步時欣賞自然環境，與保護大自然產生共鳴。本集團每向前邁出一步，我們都會重申要保護環境。

YUN DONG ZHU TI YUE 春日公益计划 ×运动主题月



U益之心 | 春啟益行 征途有你

时间：4月20日——5月20日



10.3 環境計劃和目標

為了盡量減少對環境的影響，我們致力於有效地管理我們的排放。我們的環境計劃包括承諾根據我們的環境目標跟蹤我們的環境績效。這種持續的監測使我們能夠確定需要改進的領域，並相應地調整我們的環境策略。本集團設定的2025年能源和水資源效率目標概述如下：

效率目標	2024年用量	2025年效率目標
用電總量	252,250.94千瓦時	實現用電總量減少10%
總耗水量	249.00噸	實現總耗水量減少10%

在2025年，我們的目標是為我們的員工舉辦環境培訓課程，以提高本集團的環保意識和知識。此外，我們將在本公司內部引入更多注重環境的政策和舉措，以加強我們的可持續發展。

未來，本集團將要準備氣候方面的數據。我們計劃未來進行氣候情景分析和評估，以識別潛在的風險和機遇。為了設定目標和制定碳減排計劃，我們始終如一地監控我們的碳足跡。本集團致力於減少碳排放，以減輕我們對氣候的影響。

10.4 環境數據表現

報告期內的環境KPI數據如下表所示：

指標	單位	排放物	
		2024年	2023年
溫室氣體排放總量(範圍2)	噸二氧化碳當量	153.90	147.57
溫室氣體排放量強度	噸二氧化碳當量／人	0.71	0.50

10. 環保，守護綠色低碳未來

資源使用				
指標	單位	2024年	2023年	
能源使用				
間接能源總耗量(外購電力)	千瓦時	252,250.94	258,764.96	
能源消耗強度	千瓦時／人	1,167.83	874.19	
水資源使用				
總耗水量	噸	249.00	270.00	
水資源消耗強度	噸／人	1.15	0.91	

1. 環境範疇關鍵績效指標覆蓋本集團位於上海、杭州及北京的辦公區域，日本辦公區域交由物業統一管理，無法單獨測量；
2. 本集團沒有與燃料燃燒、車輛等相關的排放，因此沒有產生直接排放(範圍1)；
3. 由於本集團不涉及產品生產，運營過程中不產生廢氣排放；生活廢水均排入市政管網，本集團無法對排放量進行計量，因此KPIA 1.1(排放物種類及相關排放數據)在ESG報告中不作披露；
4. 本集團運營過程中產生的有害廢棄物為少量廢墨盒等，且均由有資質的回收商進行回收循環利用，對環境所產生的影響較小，因此KPIA 1.3(所產生有害廢棄物的總量及密度)在ESG報告中不作披露；
5. 本集團的無害廢棄物均為運營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按照規定進行分類投放，並交由大樓物業統一處理，垃圾處理費亦納入物業管理費中統一交給物業公司，本集團對垃圾產生量無法進行單獨計量。因此KPIA 1.4(所產生無害廢棄物的總量及密度)在ESG報告中不作披露；
6. 2024年度本集團溫室氣體排放均為外購電力帶來的範圍二：能源間接溫室氣體排放，排放量按二氧化碳當量呈列，核算方法和轉換因子來自中華人民共和國生態環境部發佈的《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》中的全國電網平均排放因子；
7. 由於本集團位於北京辦公區域的用水為市政管網用水，水費亦納入物業管理費中統一交給物業公司，本集團對北京辦公區域的用水量無法進行計量，因此ESG報告中披露的總耗水量數據來自本集團位於杭州與上海的辦公區域；
8. 本集團在運營過程中不涉及大量使用不可再生能源、森林資源，或影響生物多樣性等問題，且根據實質性評估，KPI A3(環境及天然資源)對本集團的重要程度較低，因此在ESG報告中不進行披露；
9. 2024年度，本集團售出產品均由品牌方原箱發貨，物流環節的包裝由第三方物流公司承擔，因此不涉及額外包裝材料使用。故KPI A2.5(製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量)在ESG報告中不作披露。

附錄一 ESG 報告指引索引表

KPI	描述	解釋／參考章節
層面A1： 排放物	一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (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。 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。 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。 有害廢棄物指國家規例所界定者。	環保，守護綠色低碳未來－我們的環境數據表現；環保，守護綠色低碳未來－環境計劃和目標
關鍵績效 指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	環保，守護綠色低碳未來－環境數據表現
關鍵績效 指標A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	環保，守護綠色低碳未來－環境數據表現
關鍵績效 指標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)。	不適用，本集團運營過程中產生的有害廢棄物為少量廢墨盒等，由合資格回收商回收，對環境影響較小
關鍵績效 指標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)。	不適用，因為本集團的無害廢棄物為經營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按規定分類擺放並交由大廈物業統一處理，垃圾處理費也已納入物業管理費，交由物業管理公司處理。產生的廢物量無法單獨衡量

附錄－ESG報告指引索引表

KPI	描述	解釋／參考章節
關鍵績效指標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。	環保，守護綠色低碳未來－環境計劃和目標
關鍵績效指標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。	不適用，因為本集團的無害廢棄物為經營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按規定分類擺放並交由大廈物業統一處理，垃圾處理費也已納入物業管理費，交由物業管理公司處理。產生的廢物量無法單獨衡量
層面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。	環保，守護綠色低碳未來－綠色辦公室系統
關鍵績效指標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)。	環保，守護綠色低碳未來－環境數據表現
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	環保，守護綠色低碳未來－環境數據表現
關鍵績效指標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。	環保，守護綠色低碳未來－綠色辦公室系統；環境保護－環境計劃和目標
關鍵績效指標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。	環保，守護綠色低碳未來－環境計劃和目標
關鍵績效指標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，因為本集團銷售的產品使用品牌商的原箱發貨，物流環節的包裝由第三方物流公司承擔，因此不涉及額外的包裝材料

KPI	描述	解釋／參考章節
層面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。	環保，守護綠色低碳未來－綠色辦公室系統
關鍵績效 指標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。	環保，守護綠色低碳未來－綠色辦公室系統
層面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。	環保，守護綠色低碳未來－環境計劃和目標
關鍵績效 指標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。	環保，守護綠色低碳未來－環境計劃和目標
層面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： (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。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭
關鍵績效 指標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。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭
關鍵績效 指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭

附錄－ESG報告指引索引表

KPI	描述	解釋／參考章節
層面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： (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。	賦能員工，企業成功的基石－安心的工作環境
關鍵績效 指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	賦能員工，企業成功的基石－安心的工作環境
關鍵績效 指標B2.2	因工傷損失工作日數。	賦能員工，企業成功的基石－安心的工作環境
關鍵績效 指標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。	賦能員工，企業成功的基石－安心的工作環境
層面B3： 發展及培訓	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。 註： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	賦能員工，企業成功的基石－培訓及發展
關鍵績效 指標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。	賦能員工，企業成功的基石－培訓及發展
關鍵績效 指標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。	賦能員工，企業成功的基石－培訓及發展

KPI	描述	解釋／參考章節
層面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。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭
關鍵績效 指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭
關鍵績效 指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	賦能員工，企業成功的基石－合規的員工僱傭
層面B5： 供應鏈管理	一般披露有關管理供應鏈的環境及社會風險政策。	可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞－智慧供應鏈管理
關鍵績效 指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞－智慧供應鏈管理
關鍵績效指 標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。	可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞－智慧供應鏈管理
關鍵績效指 標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。	可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞－智慧供應鏈管理
關鍵績效指 標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。	可持續供應鏈，從理念到戰略的傳遞－智慧供應鏈管理

附錄－ESG報告指引索引表

KPI	描述	解釋／參考章節
層面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。	合作夥伴，共築可持續價值鏈－以誠信為基石的負責任行銷
關鍵績效 指標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，因為本集團的經營活動不涉及產品生產
關鍵績效 指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	創新驅動，鑄就優質卓越服務－客戶至上，成就客戶卓越體驗
關鍵績效 指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	企業管治，堅持誠信穩步發展－知識產權管理
關鍵績效 指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	創新驅動，鑄就優質卓越服務－產品責任，生產者與銷售者的共同責任
關鍵績效 指標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。	企業管治，堅持誠信穩步發展－信息安全和隱私保護

KPI	描述	解釋／參考章節
層面B7： 反貪污	一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (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。	企業管治，堅持誠信穩步發展－打擊腐敗和賄賂
關鍵績效 指標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件的數目及訴訟結果。	企業管治，堅持誠信穩步發展－打擊腐敗和賄賂
關鍵績效 指標B7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	企業管治，堅持誠信穩步發展－打擊腐敗和賄賂
關鍵績效 指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	企業管治，堅持誠信穩步發展－打擊腐敗和賄賂
層面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。	公益，堅持做有溫度的企業
關鍵績效 指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	公益，堅持做有溫度的企業
關鍵績效 指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	公益，堅持做有溫度的企業