



中国奇点国峰控股有限公司

China Qidian Guofeng Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1280



2025

環境、社會及管治報告

目錄

關於本報告	2
公司簡介	3
認證及證書	4
董事會聲明	6
可持續發展管理	7
環境保護篇	12
A1 排放物	12
A2、A3 資源使用	13
氣候變化	17
員工關懷篇	23
B1 僱傭	23
B2 健康與安全	29
B3 發展與培訓	30
B4 勞工準則	34
產品管理篇	35
B5 供應鏈管理	35
B6 產品責任	36
廉潔文化篇	41
B7 反貪污	41
社區公益篇	43
B8 社區投資	43
結語	48
附錄－《環境、社會及管治報告守則》內容索引	49
附錄－氣候相關披露指標索引表	55

關於本報告

報告範圍

報告組織範圍：本報告覆蓋中国奇点国峰控股有限公司及其子公司。

報告時間範圍：2025年1月1日至2025年12月31日。

報告編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司「聯交所」證券上市規則「上市規則」附錄C2《環境、社會及管治報告守則》進行編製。

報告發布形式

本報告以電子版形式發布，查閱本報告請登錄聯交所披露易網站(www.hkex.com.hk)或公司官網(www.qidianguofeng.cn)。

釋義

為便於表達，本報告中使用「本公司」指代「中国奇点国峰控股有限公司」，「本集團」、「奇點國峰」和「我們」指代本公司及其附屬公司。

聯繫方式

聯繫電話： 86-755-60845987

聯繫郵件： qidianir@guofengjiuye.com

聯繫地址： 中華人民共和國「中國」北京市朝陽區北苑東路19號院5號樓15層1504



公司簡介

本公司於2010年3月在聯交所上市(股份代號：1280)。奇點國峰2008年2月於中國成立，聚焦兩大核心業務：AI人工智能和醬香白酒。公司以AI人工智慧為創新業務，高質平價醬酒為新消費業務，致力於成為一家受人尊敬的科技與消費集團。堅持「AI + 醬香型白酒」雙業務驅動戰略，其中AI業務與算力業務形成「技術互補、生態協同」的算力產業佈局，以技術創新為內核、消費升級為契機，構建「科技賦能消費、消費反哺科技」的協同生態，實現兩大業務板塊資源互補、風險對衝與價值倍增。培訓行業受政策規範與市場需求收縮影響持續下行，經營環境顯著惡化；家電行業在國家以舊換新政策擴圍下實現結構性增長，手機、平板等數碼產品成為政策重點支持領域，行業向智能化、綠色化加速升級。本集團緊握產業趨勢，推動戰略聚焦與業務優化，為長期高質量發展奠定堅實基礎。

AI科技：智算板塊，公司為AI產業一體化基礎設施服務商，核心角色為「算力運營者」，緊跟國家綠色算力發展政策與「東數西算」國家戰略，為多領域客戶提供穩定可靠、高效低碳的算力設備及全生命週期算力資源服務。AI板塊，公司以「賦能智能未來，構建算力基石」為使命，專注於為客戶提供人工智能、雲計算、邊緣計算等前沿領域的軟硬件深度融合創新方案，致力於成為全球領先的高性能AI算力基礎設施與全棧解決方案供應商。

醬香白酒：2022年，奇點國峰佈局白酒賽道，在茅台鎮成立國峰酒業，深耕優質醬香白酒。旗下仁深國峰酒業(勝酒酒廠)源自1955年醬酒行業傳奇人物張元永先生指導建立的泰和燒坊。立足赤水河畔醬酒核心產區，匠心之作勝酒以「中國醬酒高質平價典範」為定位、「讓一億人喝上健康好醬酒」為願景。



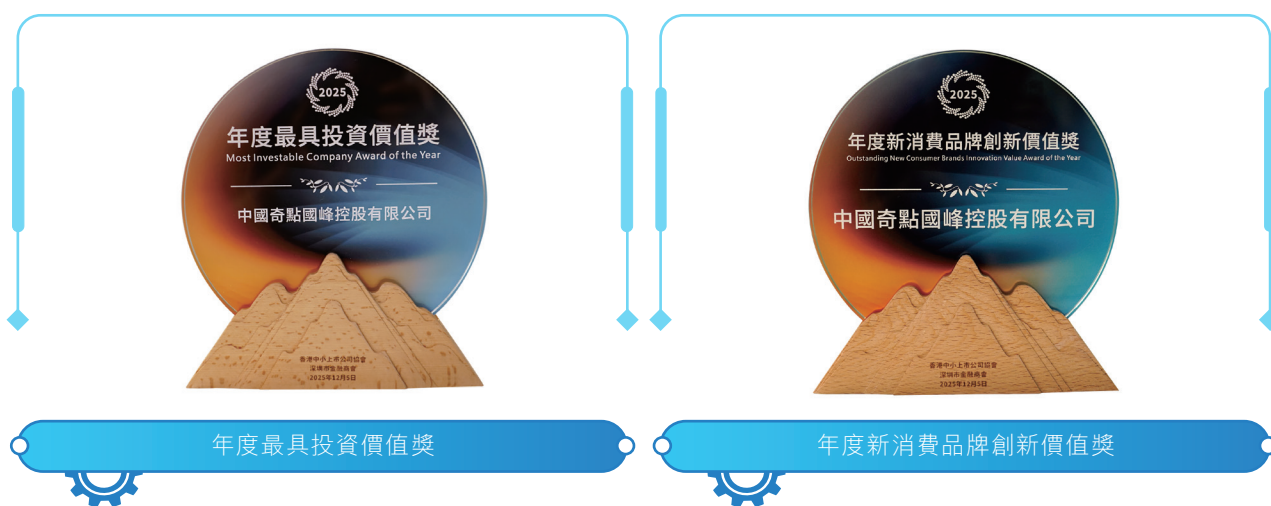
公司企業文化

認證及證書

報告期內，本集團及旗下品牌屢獲殊榮，充分體現了業界對我們綜合實力、創新能力及品牌價值的高度認可。

榮獲「最具投資價值大獎」及「年度新消費品牌創新價值獎」

2025年12月5日，在「AI賦能·科技自立——中小企業創新與機遇高峰論壇」的「中小公司卓越企業及最佳服務機構頒獎典禮」中，本集團榮獲「最具投資價值大獎」及「《奇點國峰》年度新消費品牌創新價值獎」。此次獲獎彰顯了本集團在業務佈局、戰略轉型及增長韌性方面的傑出實力。



勝酒榮獲「貴州精品酒」稱號

2025年9月，在第十四屆中國(貴州)國際酒類博覽會上，本集團旗下勝酒品牌榮獲貴州省酒業協會授予的「貴州精品酒」稱號。勝酒以「中國醬酒高質平價典範」的市場定位及符閣新國標《白酒質量要求》的硬核實力贏得認可。此次獲獎後，勝酒將亮相貴州省酒業協會官網及公眾平廳，納入「黔酒瀚海」等政府項目，繼續踐行「讓一億人喝上健康好醬酒」的願景。



認證及證書



贵州精品酒證書

勝酒榮膺「2025年度十大影響力品牌」，勝友薈斬獲「2025年度最具成長力項目」

2025年5月25日，在2025(第九屆)中國品牌博鰲峰會上，本集團旗下的貴州國峰酒業一舉斬獲兩項大獎：覈心品牌勝酒榮膺「2025年度十大影響力品牌」，創新模式勝友薈斬獲「2025年度最具成長力項目」。這一雙料殊榮體現了社會各界對奇點國峰創新力和市場價值的高度認可，更為中國酒企轉型提供瞭一條新路徑。



勝酒—2025年度十大影響力品牌



勝友薈模式—2025年度最具成長力項目

董事會聲明

董事會深知環境、社會及管治(ESG)對於滿足利益相關方日益變化的期望，以及提升本集團價值與長遠表現至關重要。因此，董事會與管理層攜手，在恪守法律法規、堅持誠實守信及合規經營的基礎上，持續完善科學合理的公司治理結構，明確職責權力，確保決策科學民主。董事會承擔評估及識別本集團ESG事宜相關風險的整體責任，並致力於在本集團內推廣環境保護及社會可持續發展文化，保障集團的長遠穩健發展。

作為ESG事宜的最高監督及決策機構，董事會負責監督及管理ESG相關工作(含氣候相關風險和機遇事宜)，並透過下設的ESG工作小組處理具體ESG事務，包括但不限於氣候相關風險與機遇的識別、評估及管理，推動各職能部門落實相關措施。各部門專員則負責相關具體事項的執行。同時，我們嚴格按照上市規則附錄C2所載之「環境、社會及管治報告守則」，全面、準確、及時地披露環境績效與社會責任履行情況，增強信息透明度，讓投資者、消費者、員工等利益相關方更好地瞭解本集團的可持續發展表現。

於本報告期內，本公司已遵守上市規則附錄C2所載之「環境、社會及管治報告守則」的「不遵守就解釋」條文，並根據實際情況作出匯報。

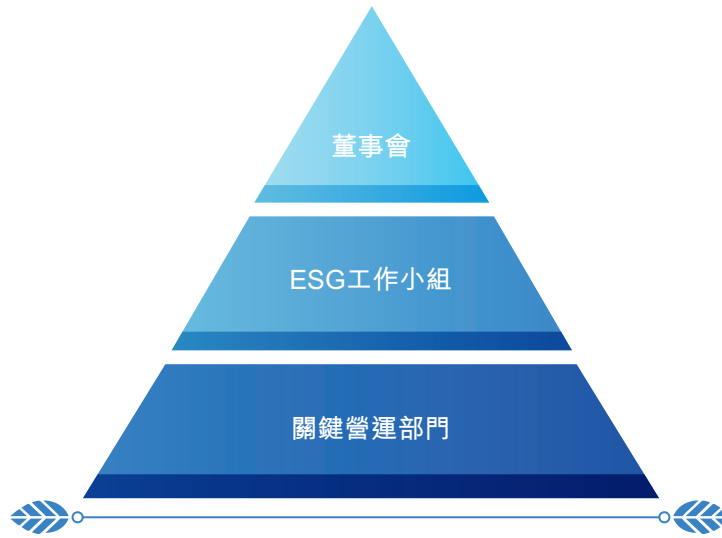
董事會確認其對確保本報告完整性的責任，經審閱後確認報告已記述所有重大事項，合理展示本公司的ESG表現及其影響。董事會重點關注本集團的長期發展與定位，並已於2026年3月31日審閱及批准本年度ESG報告。



可持續發展管理

管治架構

集團已成立以本公司董事會牽頭、ESG工作小組為推動力、關鍵營運部門為落實主力的多層次ESG管治架構，明確ESG管理和目標的責任落實。



層級	角色	職責
董事會	ESG事務的最高決策機構	<ul style="list-style-type: none"> 制定ESG實施方向，批准ESG及氣候戰略、目標和信息披露 監督ESG實踐和關鍵問題，監測目標實施進度，評估ESG績效表現 監督ESG及氣候相關風險的識別和評估，確保風險管理和內部控制系統的有效性
ESG工作小組	ESG事務的推動力	<ul style="list-style-type: none"> 協助董事會履行其決策和監督職責 制定ESG及氣候戰略框架，拆分目標及階段性工作計劃 組織與相關方的討論和研究，並為董事會制定戰略提供必要的信息支援 監督和評估ESG工作的實施和效果 評估ESG及氣候相關風險，確保董事會對風險管理和內部控制系統的有效監督
各營運部門	執行主力，由各關鍵部門的成員組成	<ul style="list-style-type: none"> 向ESG工作小組匯報 執行ESG及氣候戰略性倡議，推進目標的實現 制定並實施具體的ESG及氣候工作計畫 定期提供ESG及氣候相關績效資料和分析

可持續發展管理

利益相關方溝通

本集團高度重視與利益相關方的雙向溝通，透過多元渠道深入瞭解其訴求與期望，並將溝通結果作為推動本集團業務與運營可持續發展的重要依據。基於本集團業務範疇，我們識別出的主要利益相關方包括：投資者／股東、政府及監管機構、員工、供應商、消費者及社區居民。

報告期內，本集團持續與各方保持互動，並總結歸納出各利益相關方對於ESG事宜的主要關注情況如下：

利益相關方	溝通與回應主要渠道	主要關注層面
投資者／股東	股東大會； 年報與中期報告； 公告	公司內部管治； 遵守法律法規要求； 商品與服務質量
政府及監管機構	主動拜訪； 公文往來； 相關會議； 信息披露	遵守法律法規要求； 反貪污； 環境保護； 消費者權益保護； 員工基本權益保護及員工福利待遇
員工	員工意見調查； 員工內部溝通會議；	有關薪酬及僱傭、招聘及晉升等的平等機會、 多元化政策； 員工基本權益保護及員工福利待遇； 員工發展與培訓； 員工健康與安全
供應商	供應商管理制度； 相關會議； 戰略合作談判	供應商准入、評價等管理制度及其落實情況； 供應商管理的公平透明機制
消費者	消費者滿意度調查； 消費者回饋活動； 服務投訴與回應機制	產品質量與服務質量； 投訴及處理機制； 消費者權益及隱私保護
社區居民	社區活動； 公益活動； 社會事業支持項目	社區投資投入資源及成果； 環境保護及資源使用



可持續發展管理

重要性評估

我們參考可持續發展會計準則委員會(SASB)《可持續發展會計準則》對於利益相關關注的各項議題進行識別和評估。通過運營分析、利益相關者參與和反饋，我們收集了來自各方的多元觀點和意見，為集團ESG戰略優化、工作實施和表現管理提供有力支援。我們每2-3年進行一次ESG重要性評估。



2025年重要性矩陣

可持續發展管理

2025年重要性議題

編號	議題名稱	重要程度	範疇
1	產品責任	高度重要	社會
2	客戶服務	高度重要	社會
3	員工健康與安全	高度重要	社會
4	排放物	高度重要	環境
5	氣候變化	高度重要	環境
6	環境及天然資源	一般重要	環境
7	資源使用	一般重要	環境
8	數據安全與隱私保護	一般重要	社會
9	僱傭管理	一般重要	社會
10	發展與培訓	一般重要	社會
11	勞工準則	重要	社會
12	合規治理	重要	管治
13	供應鏈管理	重要	社會
14	商業道德	重要	管治
15	社區投資	重要	社會



可持續發展管理

本年度，基於本集團在環境、社會及管治方面的利益相關者的訴求以及集團業務特點，我們甄選出5個高度重要的環境、社會及管治層面議題，並對相關議題設立針對性的目標與工作方向，引導公司未來發展與運營。

高度重要議題	目標及工作方向	受影響的利益相關方					
		投資者或股東	員工	消費者	供應商	社區居民	政府及監管機構
員工健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 為員工提供安全健康的工作環境，持續改善職業健康安全管理体系； 加強員工健康安全教育與培訓，提升安全意識； 定期進行安全檢查與風險評估，預防工傷事故。 	√	√				√
產品責任	<ul style="list-style-type: none"> 確保產品質量與安全，符合相關法規標準； 建立完善的產品追溯與召回機制，及時響應產品問題； 加強產品信息披露，保障消費者知情權。 	√		√	√		√
排放物	<ul style="list-style-type: none"> 嚴格遵守排放標準，持續監測並減少廢氣、廢水、廢棄物排放； 持續推動內部環保理念宣講，營造綠色辦公環境； 加強廢棄物分類與回收利用，減少環境影響。 	√		√	√	√	√
氣候變化	<ul style="list-style-type: none"> 識別並管理氣候變化相關風險與機遇，提升氣候韌性； 推動節能減排，逐步減少溫室氣體排放； 倡導低碳運營，鼓勵員工與供應商共同參與氣候行動。 	√		√	√	√	√
環境及天然資源	<ul style="list-style-type: none"> 合理利用自然資源，推動資源節約與循環利用； 加強環境管理体系建設，持續提升環境績效； 關注業務活動對生態的影響，最大限度減少對環境的負面影響。 	√		√	√	√	√

環境保護篇

環境保護篇

作為多元化企業，本集團持續深耕家電板塊，積極佈局醬酒及培訓業務，並將節能環保理念融入社會責任實踐。

在上游方面，本集團與供應商建立戰略合作，共同引導綠色生產與綠色消費。經營層面，本集團對各門店及辦公場所能耗進行常態化監督，推動綠色理念貫穿運營全流程。下游方面，本集團透過門店場景優化與空間升級，引導用戶走進綠色生活空間，積極推廣節能低耗產品，從消費觀念、方式到產品選擇，多維度踐行綠色消費理念。

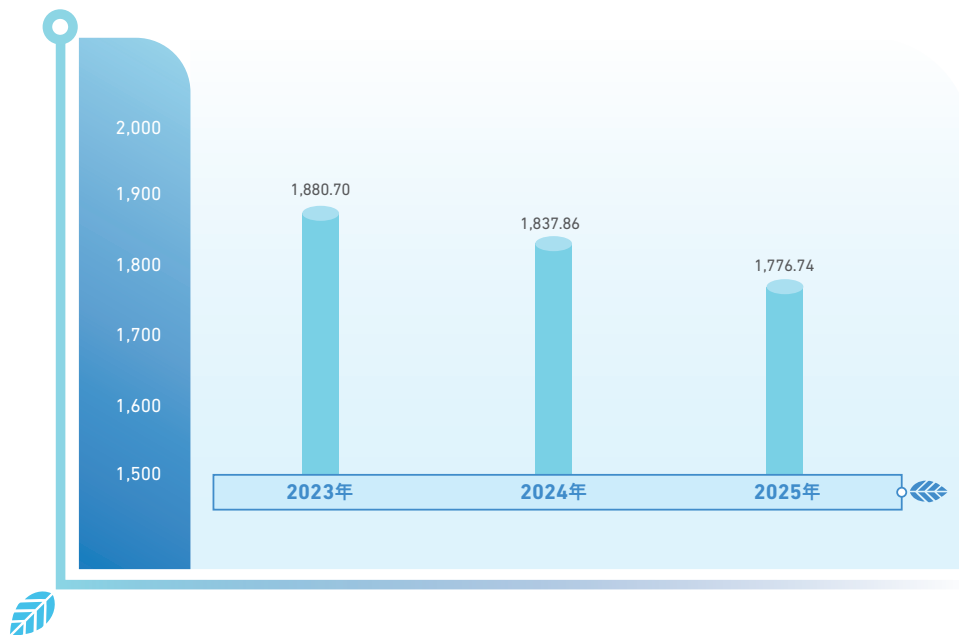
A1 排放物

本集團主要業務集中於中國內地，涵蓋家用電器銷售、進口商品及醬酒產品的零售業務，同時通過自有APP拓展線上銷售渠道，並穩步推進培訓業務。由於本集團業務聚焦於商品流通與服務環節，並未涉及生產製造，故無生產製程相關之直接排放物或污染物；惟本集團設有公務車輛，其運作仍會產生少量空氣污染物排放。2025年，我們由公務車輛使用產生的氮氧化物排放為3.94kg，硫氧化物為0.40kg，顆粒物排放為0.29kg。

在日常運營過程中，本集團因使用電力、汽油等資源而間接產生排放。儘管如此，本集團持續推動節能減排工作，透過智慧物流優化、節能減排等一系列舉措，積極降低運營對環境的影響。本報告期內，本集團的資源消耗以及碳排放較去年同期出現小幅下降。

由於本集團注重控制碳排放量，2025年碳排放為1,776.74噸二氧化碳當量，相比於2024年的1,837.86噸二氧化碳當量減少3.33%。

範圍1及範圍2碳排放量(噸二氧化碳當量)



本年度，我們首次對範圍3中的類別6商務差旅產生的碳排放進行核算和披露。2025年，本集團範圍3碳排放82.81噸二氧化碳當量，範圍1、2和3碳排放合計為1,859.55噸二氧化碳當量。

A2、A3 資源使用

一、節約能源與資源

節約用電

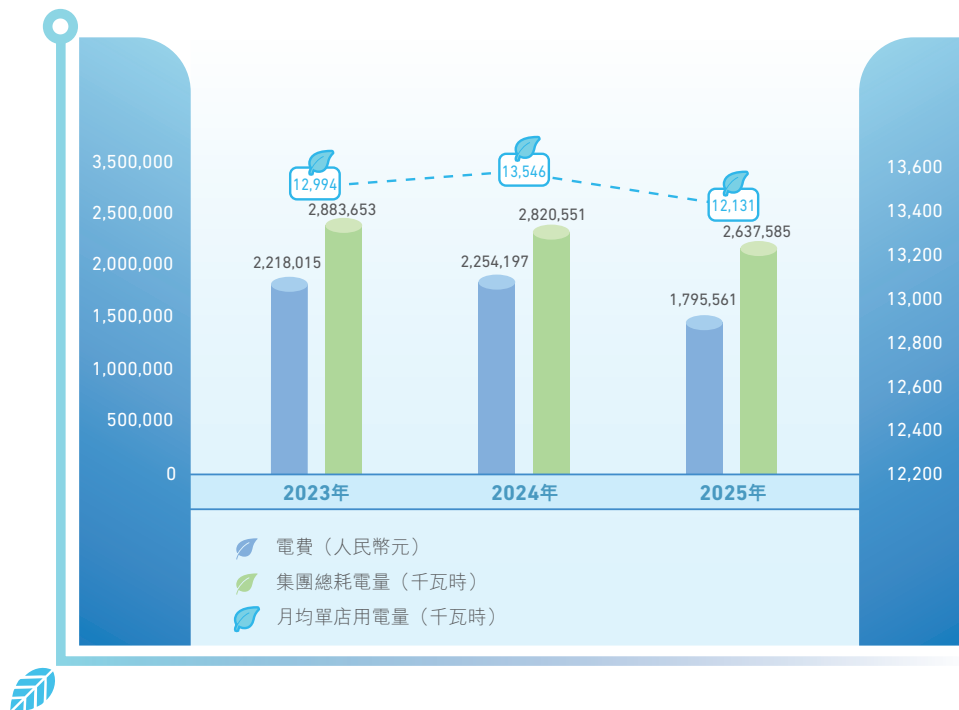
本集團持續遵循「節能減排，綠色運營」的方針策略，在日常經營中積極降低能耗與運營成本，針對電力使用實施了以下具體管控措施：

- 大面積使用綠色照明產品，現有門店及辦公地點的照明產品均為LED燈；
- 在門店擴張和改造過程中，主要推行和使用節能燈；
- 在工作時間以外，沒有重要事務的情況下，嚴禁使用主燈照明；及
- 在辦公過程中，嚴禁使用非必要的高耗電產品；在下班後及時關閉照明燈、飲水機、打印機等耗電設備。

通過上述措施，本集團在保障日常運營的同時，持續推動節能降耗目標的落實。

在耗電量方面，2025年本集團的耗電總量約為2,637,585千瓦時，相比於2024年的2,820,511千瓦時減少6.49%。

耗電量



環境保護篇

節約用水

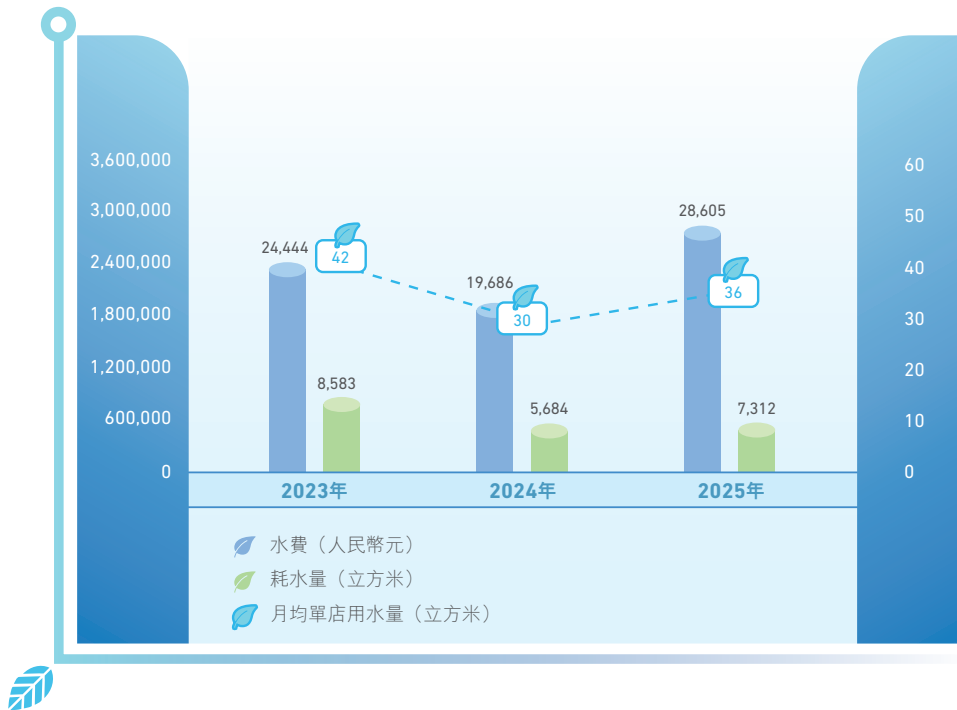
本集團除關注電力消耗外，亦高度重視水源管理，尤其在門店節水方面落實多項舉措，具體措施如下：

- 根據各門店面積大小和員工數量多少，實施額度監控；
- 加強日常巡查和監督，防止漏水、滴水和跑水的現象發生；
- 在洗漱間張貼「節約用水」等宣傳標語，強化節能意識；及
- 將各門店水龍頭均換成感應水龍頭，實施節水舉措。

報告期內，本集團在求取適用水源方面未出現任何困難。

2025年，本集團總用水量約為7,312立方米，相比2024年的5,684立方米增加了28.65%，主要係2025年度夏季持續高溫影響，集團用水量上升，加上揚州辦公大廈供水管網破損，導致水資源額外流失。相關設施已及時完成修繕，用水情況隨即恢復正常。

耗水量





節約用紙

本集團積極踐行綠色辦公理念，在日常運營中持續推動節紙減耗，主要通過以下措施節約紙張，減少資源浪費，保護生態環境：

(一) 多舉措節約用紙

支持紙張正反面打印；

設立環保紙取用盒，優先使用可以二次打印的環保紙張。

(二) 大範圍實施無紙化運作

電子優惠券：針對本公司的會員或消費者，在節假日進行促銷時，通過微信、微商城、抖音號等APP或小程序發放電子優惠券，或憑積分，通過APP或小程序購買產品即可應用，減少紙張的浪費。

電子發票：把原來的紙質發票替換為電子發票，電子發票不僅方便保存，而且方便查詢和報銷，減少打印發票的用紙。

推行辦公自動化系統：集團目前已推行OA(Office Automation)辦公自動化系統，同時升級財務NC管理系統，增設一體化資金管控系統，全面預算管理系統：所有的合同、賬單支付、管理流程、蓋章等均將實現無紙化辦公，最大程度地減少紙質浪費。

物流管理

本集團持續優化物流管理體系，致力於提升運營效率與環境績效。2025年，集團持續對物流管理系統進行優化，一方面，繼續大力發展智慧物流，通過GPS對物流的運輸路線進行合理佈局規劃，降低無效行駛，以改善送貨過程，提升消費者購物體驗；另一方面，持續優化現有物流網絡、倉庫及分銷中心的物流管理，以應對日益增長的業務營運。

此外，本集團制定並執行公務用車管理制度，在非緊急或非重要事務的情況下，鼓勵員工優先選乘公共交通工具，以降低單位公務用車頻次，減少油耗及碳排放，將綠色出行理念融入日常運營。

2025年集團油耗量達到27,019公升，相比於2024年的25,823公升增加了4.63%，主要係因外勤及出差活動增加，車輛使用頻率上升，帶動整體用油量相應成長。

環境保護篇

耗油量



包裝物料

鑑於本集團業務主要聚焦於產品銷售環節，並不涉及生產製造，因此在日常運營中並不產生大量包裝材料消耗。然而，本集團始終秉持綠色環保理念，積極推動包裝材料的可回收與可重複利用，致力於減少一次性消耗品的使用。為此，我們在業務執行過程中明確規定禁止過度包裝，並持續開展包裝物的回收工作，提升資源循環利用水平。對於廢舊物資及無法重複利用的包裝與耗材，則統一集中處理，以最大限度減少對環境的影響。

廢棄物管理

本集團業務聚焦於家電銷售、進口商品及醬酒零售等環節，不涉及生產製造，因此運營過程中未產生相關有害廢棄物。在日常辦公方面，所產生的生活垃圾統一交由市政環衛部門集中處理；對於廢電池等辦公廢棄物，本集團實行分類存放，並委託物業管理單位進行統一處置。鑒於本集團目前產生的有害及無害廢棄物數量有限，暫未設定具體減量目標。未來若業務模式發生變化導致廢棄物排放量顯著增加，我們將重新審視相關影響，並適時考慮設定相應的管理目標。

二、綠色銷售

銷售節能產品

伴隨國家發佈實施大規模設備更新和消費品以舊換新政策的通知，提出加力支持家電產品以舊換新以來，本集團一直以實際行動積極響應國家政策，以普惠的方式引導消費者購買符合國家質量標準的電視機、冰箱、洗衣機、空調、熱水器、抽油煙機、空氣淨化器等節能家電。同時，本集團積極力行舒適家理念，通過產品選代助推家電產業節能升級，甄選家電產品，推動高能效產品的推廣和應用，以帶動全民實行節能環保。



氣候變化

隨著氣候變化帶來的影響日益顯著，全球各地正面臨嚴峻挑戰。本集團深知作為負責任的企業，必須以可持續方式使用自然資源，盡力減輕對環境的負擔。為此，我們明確堅定對氣候變化的立場，承諾透過銷售綠色環保家電產品等一系列措施，盡可能減少日常營運中產生的溫室氣體排放。

作為經濟活動的積極參與者，本集團深刻認識氣候變化對經濟及社會的深遠影響，已著手識別氣候相關風險與機遇，並依照香港聯交所《ESG 報告守則》D 部分「氣候相關披露」要求，並參考國際可持續準則理事會 (ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 2 號——氣候相關披露》，圍繞治理、戰略、風險管理、指標與目標四大核心維度，系統性地構建了氣候風險管理機制。

未來，本集團將繼續在甄選綠色節能產品、推動綠色家電銷售等方面發力，全力支持國家環保號召，助力清潔能源發展。

管治

集團董事會作為集團治理的最高決策機構，對氣候變化相關事宜承擔最終責任。為確保 ESG 管理工作的有效實施，董事會授權由 ESG 工作小組全面負責 ESG 及氣候相關風險的評估和管理工作，重點事項包括但不限於：協助董事會完成 ESG (包括氣候相關事宜) 戰略與目標管理；ESG 及氣候相關表現的績效監督與改進；ESG 及氣候相關風險和機遇的識別與分析。

報告期內，本集團已向董事會及管理層提供氣候相關專題學習材料，開展內部自學，並推送氣候變化領域最新政策指引與行業實踐案例，協助其掌握氣候變化領域最新監管要求與應對方向，強化氣候治理相關專業素養與管理能力。本集團目前尚未將氣候相關考量因素納入薪酬政策。未來，本集團將持續加強董事會及管理層的氣候相關能力建設，逐步完善氣候風險管理機制，並適時研究將氣候相關績效指標納入薪酬體系的可行性，持續推動企業低碳與可持續發展。

有關集團的氣候管治架構的詳細職責，請參閱「可持續發展管理」章節。

策略

本集團持續監測外部宏觀環境變化，動態審視與更新氣候相關戰略，確保管理方針的前瞻性與有效性。本集團採用多時間維度分析方法，從短期(3年以內)、中期(3至5年)及長期(5年以上)三個時間範疇，系統識別對集團財務表現具有重大潛在影響的氣候相關風險與機遇，並針對性地制定應對措施，以最大限度降低負面效應，把握綠色轉型所帶來的發展契機。

鑑於聯交所寬免安排(包括合理資料寬免、能力寬免及財務影響寬免)，本報告在財務影響及氣候相關情景分析方面暫不披露細節，而是以定性描述為主。此外，我們尚未落實氣候相關轉型計劃。本集團承諾持續提升相關能力，並在未來報告中逐步完善。

氣候變化

作為一家以家電銷售為核心、多元化佈局的企業，本集團的氣候策略重點圍繞門店運營、物流配送、供應鏈管理及產品結構優化展開。我們深知，氣候變化既帶來實體運營挑戰，也孕育著綠色消費轉型的市場機遇。以下是本集團識別的主要氣候相關風險與機遇，以及對應的策略應對措施：

風險類型	氣候風險	時間範圍	潛在的財務影響及機遇	重點應對措施
實體風險	急性	短期	極端天氣事件(如颱風、暴雨、洪澇)頻發，可能導致門店受損、物流中斷、庫存損失，影響正常營運，增加維修及保險成本，並對員工通勤安全構成挑戰。	<ul style="list-style-type: none"> • 建立極端天氣應急預案，密切關注氣象預警，提前做好門店防護與庫存轉移。 • 加強物流車輛安全管理，惡劣天氣期間適時調整配送計劃，確保人員與貨物安全。 • 定期檢查門店及辦公場所的電力、排水設施，及時排查安全隱患。
	慢性	長期	全球升溫導致的平均氣溫上升及極端高溫天氣增多，可能導致門店及辦公場所空調能耗上升，推高營運成本；同時可能影響部分家電產品(如空調、冰箱)的能效表現與使用壽命。	<ul style="list-style-type: none"> • 持續推動門店及辦公場所節能改造，推廣使用高效節能空調及照明設備。 • 優化門店能源管理系統，根據客流與天氣情況動態調節溫控設定。 • 在產品採購中優先選擇高能效等級的空調、冰箱等產品，引導消費者選購節能家電。



氣候變化

風險類型	氣候風險	時間範圍	潛在的財務影響及機遇	重點應對措施
過渡風險	政策與法律	中短期	國家碳達峰、碳中和目標的推進可能帶來更嚴格的能效標準與環保法規，對產品準入門檻提出更高要求；若未能及時合規，可能面臨處罰或市場準入限制。	<ul style="list-style-type: none"> 密切跟蹤國家及地方相關環保法規、能效標準的更新動態，確保經營合規。 加強與監管部門的溝通，積極參與行業交流，及時調整產品結構與運營策略。 落實聯交所氣候信息披露要求，提升報告透明度。
過渡風險	市場	中短期	消費者環保意識提升，對綠色、節能家電產品的需求持續增長；若未能及時調整產品結構，可能錯失市場機遇，導致市場份額下降。	<ul style="list-style-type: none"> 積極響應國家以舊換新政策，加大節能家電產品的推廣力度。 敏銳捕捉消費趨勢變化，引入更多符合綠色標準的健康智能產品。 透過門店場景化展示與線上渠道宣傳，引導消費者形成綠色消費觀念。
過渡風險	聲譽	中期	利益相關方(尤其是投資者與消費者)對企業氣候行動的關注度日益提升，若本集團未能展現足夠的氣候責任擔當，可能影響品牌形象與投資信心。	<ul style="list-style-type: none"> 積極履行企業社會責任，持續披露本集團在節能減排、綠色運營方面的成效。 透過官網、報告等渠道加強對外溝通，傳遞集團的氣候行動承諾與實踐成果。 倡導綠色辦公與低碳生活，提升員工及社會公眾的環保參與感。
過渡風險	技術	中期	家電產品能效技術持續迭代，新技術的應用可能帶來採購成本上升；但同時也為產品升級與差異化競爭提供了契機。	<ul style="list-style-type: none"> 加強與上游供應商的戰略合作，共同探索高效節能技術的應用與成本優化。 關注行業技術發展動向，適時引進符合市場需求的創新產品。 建立新產品引入後的評估機制，確保投資決策的合理性與有效性。

氣候變化

機遇類型	氣候機遇	時間範圍	潛在的財務影響	重點應對措施
資源效率	門店及辦公場所節能改造與智慧能源管理	中短期	透過LED照明全面覆蓋、空調系統優化及能耗監控，可顯著降低單位面積電費支出；智慧電網應用有助於削峰填穀，進一步節省能源成本。	<ul style="list-style-type: none"> 持續推動既有門店節能改造，新建門店優先採用綠色建築標準。 擴大綠色能源使用范圍，提升資源利用效率。
	綠色節能家電需求增長	中短期	消費者對高能效、低碳足跡家電產品的偏好持續上升，有助於提升高毛利產品銷售佔比；以舊換新政策紅利可帶動營收增長。	<ul style="list-style-type: none"> 擴大節能家電產品線，優先採購一級能效及具備環保認證的產品。 強化門店節能產品專區展示，結合以舊換新政策加大促銷力度。 透過線上線下渠道加強消費者教育，傳播綠色消費理念。
市場韌性	供應鏈低碳轉型帶來的競爭優勢	中期	與供應商協同推動綠色物流與低碳包裝，可降低運輸成本與包裝耗材支出；低碳供應鏈有助於提升品牌形象，吸引重視ESG的投資者與合作夥伴。	<ul style="list-style-type: none"> 與主要物流供應商合作推廣新能源配送車輛，優化運輸路線減少碳排放。 推動供應商採用可回收、減量化包裝，建立包材回收機制。 將低碳表現納入供應商評估體系，引導供應鏈上下游共同減碳。

本集團將積極把握氣候變化帶來的轉型機遇，透過資源效率提升、產品結構優化及供應鏈韌性建設，在應對氣候挑戰的同時，為集團創造長遠的競爭優勢與可持續價值。



風險管理

集團 ESG 工作小組定期評估、審查可能對公司運營構成重大影響的 ESG 相關風險和機遇(包括氣候相關風險和機遇)，構建 ESG 及相關風險識別與應對機制，系統梳理與風險分析，綜合考慮風險發生的可能性及其對財務和業務的影響程度，從而進行科學的風險評級。以下為集團現有的風險管理流程：

- 風險識別

定期開展風險識別工作，聯合外部顧問分析外部政策及行業發展趨勢，識別與集團相關的氣候相關風險與機遇。透過內部溝通會議，確定氣候相關風險與機遇清單。

- 風險評估

評估風險的可能性及影響嚴重程度，使用風險矩陣確定綜合風險等級，從而確定氣候變化風險的優先級，並識別重大風險。

- 風險應對

針對已識別的重大風險，開展氣候風險制定應對舉措，消除、減少或轉移風險。

- 風險監控

持續監控氣候風險與機遇，定期更新氣候風險與機遇清單，確保管理層得到定期氣候相關風險和機遇的匯報。

本報告期內，集團並未識別到重大的氣候相關風險，風險管理流程也未因新增氣候風險而發生變動。

氣候變化

指標及目標

本集團積極響應國家「3060」雙碳戰略號召，已正式設定明確的氣候相關量化目標，將應對氣候變化提升至戰略層面進行系統化管理。集團聚焦節能減排關鍵績效指標，積極探索門店運營能耗管理、物流運輸效率提升及清潔能源應用等舉措，系統性降低營運過程中的溫室氣體排放強度，促進各項環保目標的穩步達成。同時，本集團充分發揮業務特點，透過銷售綠色節能家電產品，引導消費者形成低碳消費習慣，從需求端助力社會整體減碳進程。集團高度關注員工環保意識與能力的培育，將綠色理念融入企業文化建設。透過推行節能減排策略與綠色辦公行動（如無紙化辦公、節能行為規範、資源循環利用等），引導全員參與氣候行動，為綠色轉型奠定堅實的文化基礎。

集團目前暫未無有關氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額且未實施內部碳定價機制。對於其它跨行業指標，我們決定採用合理資料寬免，暫不披露易受氣候相關風險和機遇影響的資產或業務活動金額及百分比。未來，集團將持續關注國內外氣候政策與行業趨勢，積極探索內部碳定價的可行性與適用路徑，為全球氣候行動貢獻企業力量。

有關集團的排放數據，請參閱「環境保護篇」對應的內容。我們對先前設定的目標進行檢討，在本報告期內的實際達成情況如下：

維度	目標	報告期內進展
用電	2025年較2021年下降2%	已達成目標，實際達成為減少了13.30%
用水	2025年較2021年減少5%	已達成目標，實際達成為減少了38.38%
二氧化碳排放	2025年較2021年下降5%	已達成目標，實際達成為減少了6.81%

同時，基於業務發展規劃及國家雙碳戰略指引，我們設定新的減排目標如下：

維度	單位	至2030年減排目標
用電強度	千瓦時／人民幣百萬元營收	5%
用水強度	立方米／人民幣百萬元營收	5%
二氧化碳排放強度	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元營收	5%

本報告期內，集團的氣候相關目標未採用行業脫碳方法得出，亦未使用碳信用抵消溫室氣體排放。

員工關懷篇

員工關懷篇

本集團嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《職工帶薪年休假條例》等相關法律法規，切實保障員工的合法勞動權益。在薪酬管理方面，集團建立公平合理的薪酬制度，確保員工享有公正、透明且具競爭力的薪酬福利待遇。同時，集團持續完善招聘、培訓及績效考核體系，保障所有求職者與員工在入職、培訓及職業發展方面享有平等機會，透過科學的績效機制激勵員工持續成長與晉升。此外，本集團高度重視企業文化建設，積極營造和諧友愛、團結協作的工作氛圍，關注員工的職業生涯規劃與發展，定期組織與不定期開展各類職業技能培訓，助力員工穩步實現職業目標，實現個人與企業的共同成長。

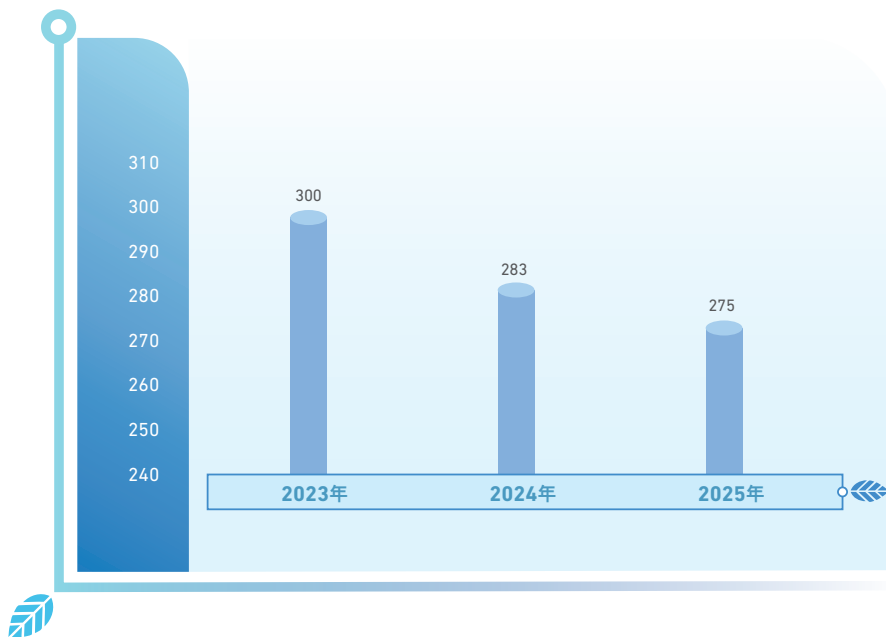
B1 僱傭

一、人才引進

本集團在人才引進與僱傭管理方面，始終堅持公平、公正、公開的原則，堅決杜絕任何基於種族、性別等方面的歧視行為。員工的薪酬福利、工時安排及假期制度均嚴格遵守相關法律法規及公司內部制度，確保全體員工享有平等、公正的工作環境與發展機會。員工的晉升與加薪均以品行、能力及工作業績為依據，保障激勵機制的客觀性與透明度。

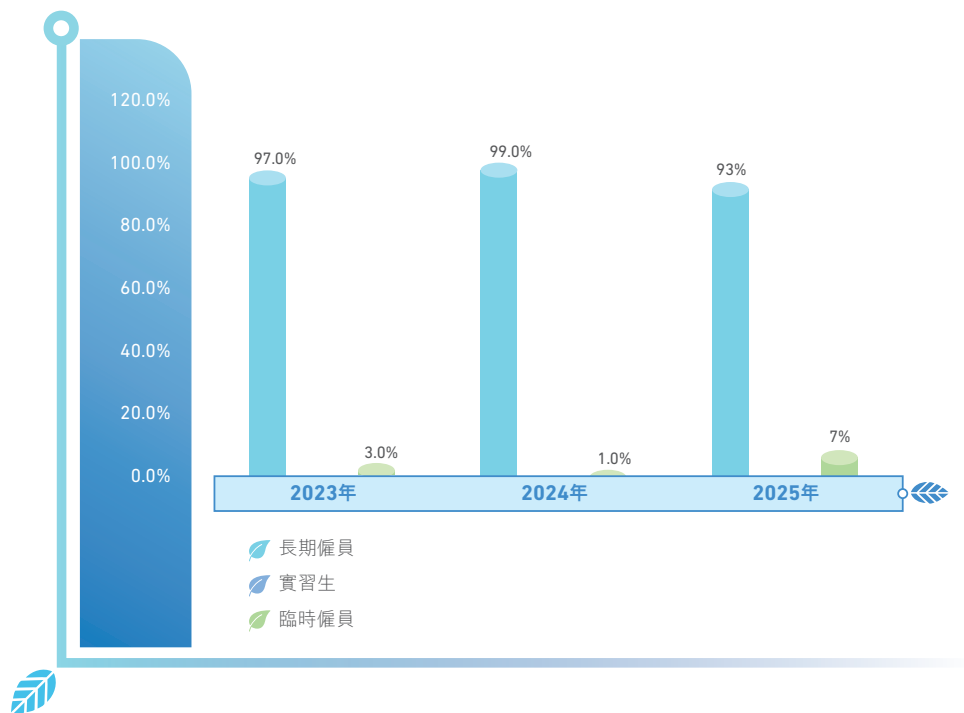
報告期內，本集團持續優化人力資源管理體系，對各崗位的職能職責、任職要求及績效考核指標進行系統梳理，同時加強專業人才的引進力度。截至報告期末，本集團員工總人數為275人，較2024年減少2.83%。與此同時，本集團持續關注員工結構的多元化發展，積極引進少數民族員工及殘障員工，報告期內該類員工佔比達0.73%，充分體現了本集團在推動包容性就業、履行社會責任方面的積極作為。

員工總人數

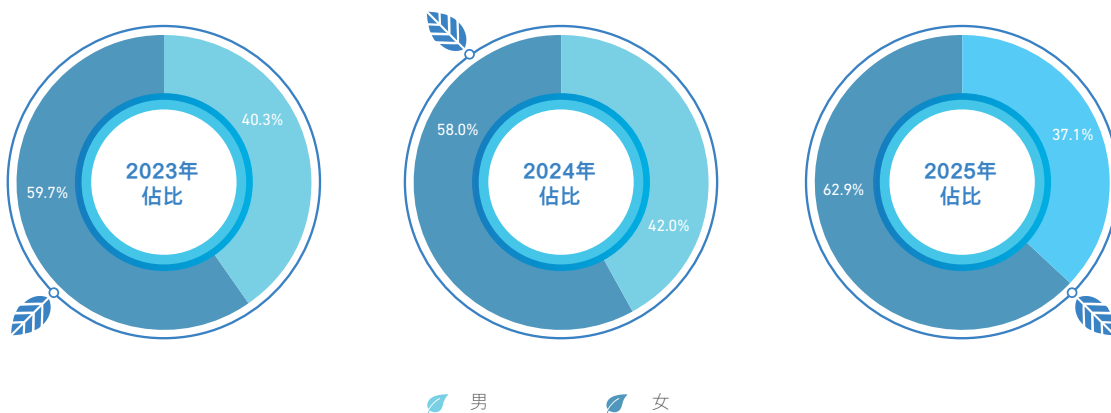


員工關懷篇

在僱傭類型方面，2025年僱傭類型仍然保持多樣化特性，全職員工與臨時僱員的比重如下。



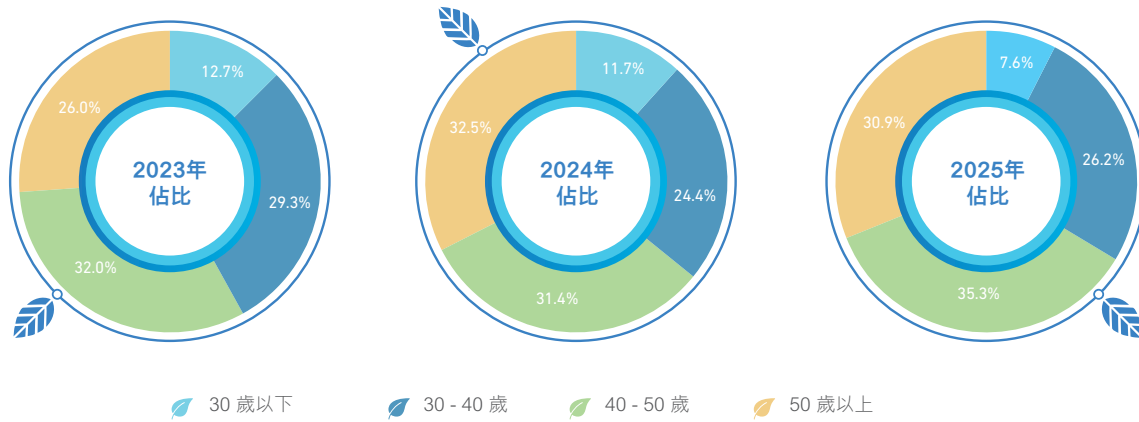
在性別方面，本集團在報告期內的男性佔比37%，女性佔比63%。在人員流失率方面，本報告期內，受業務發展戰略規劃升級，集團進行架構調整和優化，人員流失率較2024年出現一定幅度的增加。



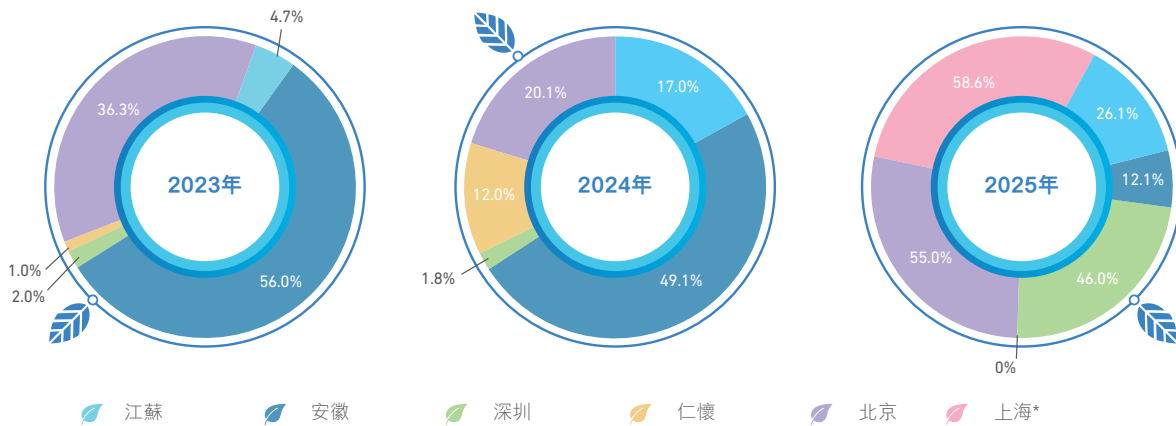


員工關懷篇

在年齡方面，2025年本集團持續進行人才結構優化，30-50歲人才所佔比例較上年基本持平，這兩個年齡層段，具有更加穩定的特徵，以及更加豐富的經營、管理及營銷等經驗，有利於集團健康與穩定發展。



在地區方面，由於戰略調整和開展業務整合，2025年本集團安徽市場市場的人才流失率出現下降，北京市場出現上升。



* 2025年度新增

員工關懷篇

本年度與上年度，本集團員工流動率如下：

	2024年	2025年
按性別劃分		
男性	1%	33%
女性	2%	27%
按年齡劃分		
30歲以下	1%	50%
30-40歲	1%	41%
40-50歲	1%	17%
50歲以上	1%	21%
按地域劃分		
安徽	—	12%
北京	2%	55%
貴州	—	—
江蘇	—	26%
深圳	—	46%
上海	—	59%
其他區域	1%	—

註1：月均流失比率 = 離職人數 / (離職人數 + 僱員總數) / 12

註2：2025年本集團因辦公場所搬遷及業務結構轉型調整，導致按地域劃分的員工人數分佈較2024年出現較大波動。為提升信息披露的準確性與可比性，本年度我們對相關統計口徑進行了細化，以更真實地反映集團人力資源的實際分佈情況。



二、員工福利

本集團高度重視員工權益與福祉，持續完善福利保障體系，為員工提供涵蓋法定福利與一般福利的多層次關懷，具體如下：

法定福利

本集團嚴格遵循《中華人民共和國社會保險法》等相關法律法規，按時、足額為全體員工繳納養老保險、失業保險、工傷保險、醫療保險、生育保險及住房公積金，切實保障員工的基本權益。

一般福利

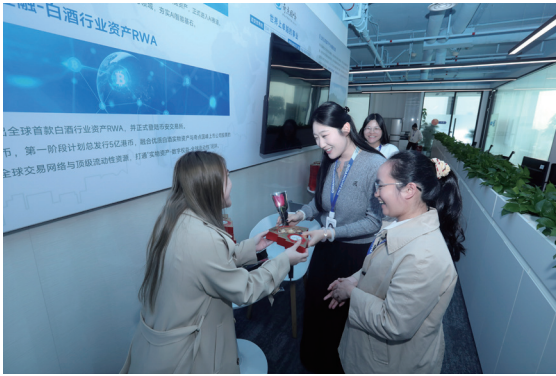
在法定福利基礎上，本集團積極為員工創造更加溫馨、健康、富有成長性的工作環境，具體措施包括：

- 多元化津貼補助：為員工提供工作餐補助、通訊補貼、交通補助等多項日常津貼，減輕員工生活成本，提升工作幸福感。
- 年度健康體檢：每年年末組織全體員工進行全面健康體檢，關注員工身心健康，做到疾病早預防、早發現、早治療。
- 職業培訓與發展支持：針對新入職員工及在職員工，定期組織各類專業技能與綜合素質培訓，幫助員工拓展知識視野、提升工作能力，為其實現職業生涯規劃目標奠定堅實基礎。
- 企業文化與團隊建設：在傳統節日及重要節點組織開展形式多樣的員工活動，豐富員工業餘文化生活，營造和諧、積極、向上的團隊氛圍，進一步增強企業凝聚力與歸屬感。

專項福利

公司除了按照《職工帶薪年休假條例》及《全國年節及紀念日放假辦法》為員工提供年假、婚假、病假、喪假、產假、工傷假、哺乳假外，本集團亦為工作卓越、表現突出的員工提供旅遊等專項福利，以及為部分高管人員提供筆記本電腦等辦公配置。

員工關懷篇



三八婦女節



季度優秀員工



年度優秀員工



三、員工晉升

本集團始終秉持「人盡其才、才盡其用」的原則，致力於為員工構建公平、透明、科學的晉升體系。我們充分尊重每位員工的職業發展意願，通過客觀的績效考核與能力評估，挖掘員工潛能，確保晉升決策完全基於工作業績與個人能力，而非親屬關係、性別或其他與工作無關的因素。

本集團建立了完善的晉升制度，保障每位員工享有平等的發展機會。透過科學的評價機制與選拔流程，我們致力於讓每一位在職員工都能在適合的崗位上發揮所長，實現個人價值與企業發展的共贏。

常規晉升

本集團透過定期的門店評比、員工評比及管理幹部評比，持續發掘表現優異的員工骨幹與管理人才。對於績效考核持續達標、符合晉升條件的員工，將其納入後備人才庫，並安排至目標崗位進行為期一般不少於三個月的見習鍛煉。見習期滿後，經綜合考評確認勝任崗位要求的，可正式提拔為基層管理人員或中高層管理人員。

破格晉升

為適應集團快速發展階段對高素質管理人才的迫切需求，本集團建立破格晉升通道。對於在工作中表現特別積極、為公司作出重大貢獻(如業績突破、模式創新等)的員工，可由公司領導層推薦，經高層管理團隊集體評審，圍繞其關鍵能力、領導潛質及崗位匹配度進行綜合打分。通過評審者，可不受常規晉升年限限制，予以破格提拔。

本集團將持續優化人才選拔與晉升機制，既保障常態化的人才梯隊建設，也為優秀人才提供脫穎而出的快速通道，為集團長遠發展注入持續動力。

B2 健康與安全

一、職業健康

本集團高度重視員工的身心健康，致力於營造安全、健康、和諧的工作環境。在工作環境方面，我們為員工提供符合職業健康安全標準的辦公及作業空間，最大限度避免工傷意外與職業傷害的發生。在心理健康方面，本集團透過組織形式多樣的員工活動，幫助員工釋放工作壓力，促進工作與生活的平衡，讓職業生涯更加充實與豐富。此外，本集團每年為員工提供健康體檢福利，倡導健康生活方式，從身體到心理全方位守護員工健康。

員工關懷篇

二、職業安全

本集團嚴格遵循中國職業健康與安全相關法律法規及行業標準，制定並實施《安全操作規範》，對各崗位工作安全進行統一指導與監督。以服務人員為例，在提供安裝、維修等上門服務時，必須對用戶家中的電源、接地線、電線走向、水管、水閥、氣閥、水壓、氣壓等進行全面安全檢查，及時發現並提出安全隱患整改意見，防止意外事件發生。

報告期內，本集團未有發生因工作關係而死亡的事件(2023及2024年：無)，亦未發生因工作關係發生工傷的時間(2024年：2人)。

B3 發展與培訓

一、員工發展

作為中國華東地區零售行業的領先企業，本集團始終將人才培養視為企業可持續發展的核心動力。我們已建立起涵蓋營銷、營運、財務、管理等多個領域的系統化培訓體系，並與多家優質企業建立長期合作關係，為員工提供多元化的學習與發展平台。

員工入職培訓

每位新入職員工均須參加崗前培訓，其中各地新員工需集中前往總部接受統一培訓。培訓內容主要包括兩方面：一是由人力資源部介紹公司的發展歷程、業務構成、部門架構及未來規劃，幫助新員工快速融入企業；二是講解公司管理制度、儀容儀表、禮貌禮節等行為規範，強化新員工的主人翁意識與服務意識。

績效提升培訓

本集團的每位員工在各自的崗位上，針對本部門的業務技能及公司的發展需求，每個部門每兩周必須組織一次學習，並在其後對各部門的學習收獲情況進行一次檢查。溫故而知新，不斷吸收新的知識的同時，鞏固原有的知識結構，在提高業務技能的同時，形成良好的思維方式和行為習慣。另外，公司還通過集團高管帶隊分管門店，進行動員培訓，給予工作提醒和指導，以提升員工士氣和工作績效。

企業合作培訓

本集團高度重視與供應商的戰略協同，與海爾、美的、康佳、松下等國內外知名品牌建立了深入的培訓合作機制。透過聯合培訓、產品知識交流等形式，不僅幫助員工更全面地掌握產品特性與市場動態，提升業務專業能力，也進一步鞏固了集團與合作夥伴之間的戰略關係，為未來更深層次的協作奠定基礎。

高校深造培訓

為提升核心高管團隊的戰略視野與管理能力，本集團定期選派優秀高管赴清華大學、北京大學、長江商學院等知名高等學府深造，參與MBA、EMBA及DBA等高階研修課程。透過系統化的理論學習與業界交流，幫助高管拓展人脈資源、提升決策能力，從而增強集團的內部治理水平與外部擴張能力。

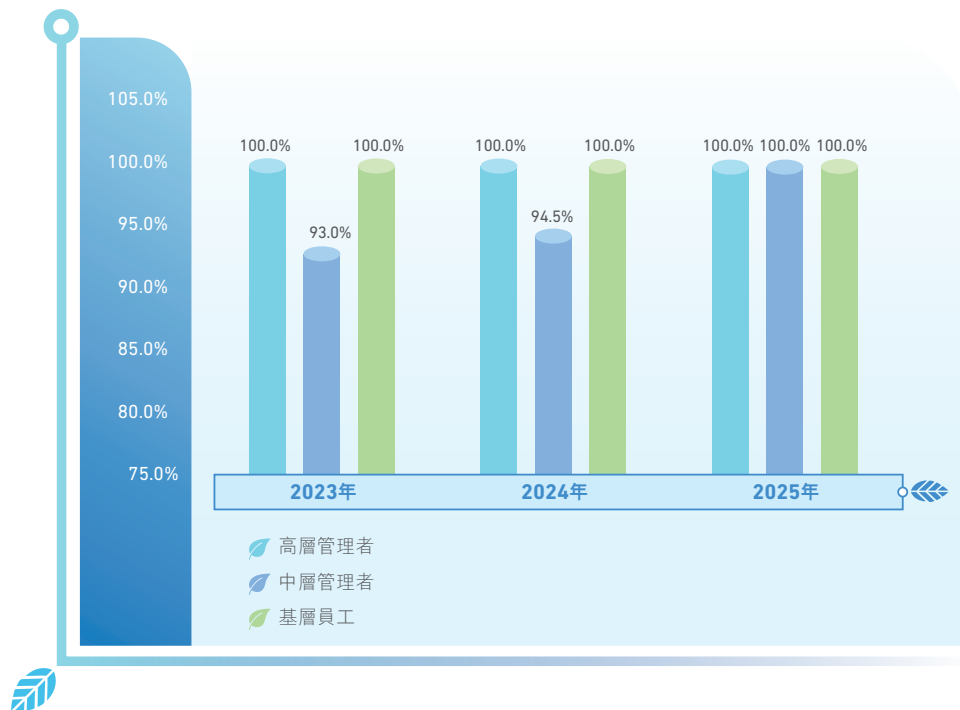
本集團將持續優化人才培養體系，為員工提供覆蓋職業全週期的學習與發展機會，助力員工成長的同時，為集團長遠發展注入源源不斷的人才動力。

二、人才發展通道

本集團非常關注每個層級關鍵員工的培養與發展，並構建了分層級的梯隊人才培養體系。通過公司人力資源戰略規劃與員工職業生涯規劃的擬合，形成管理路線和技術路線的晉升通道。使得公司每一位員工都有明確的職業生涯發展目標，最大化地實現員工的人生價值。

按僱員類別劃分的培訓方面，2025年持續注重員工的培訓情況，使得高、中、基層員工的培訓體系更加均衡。

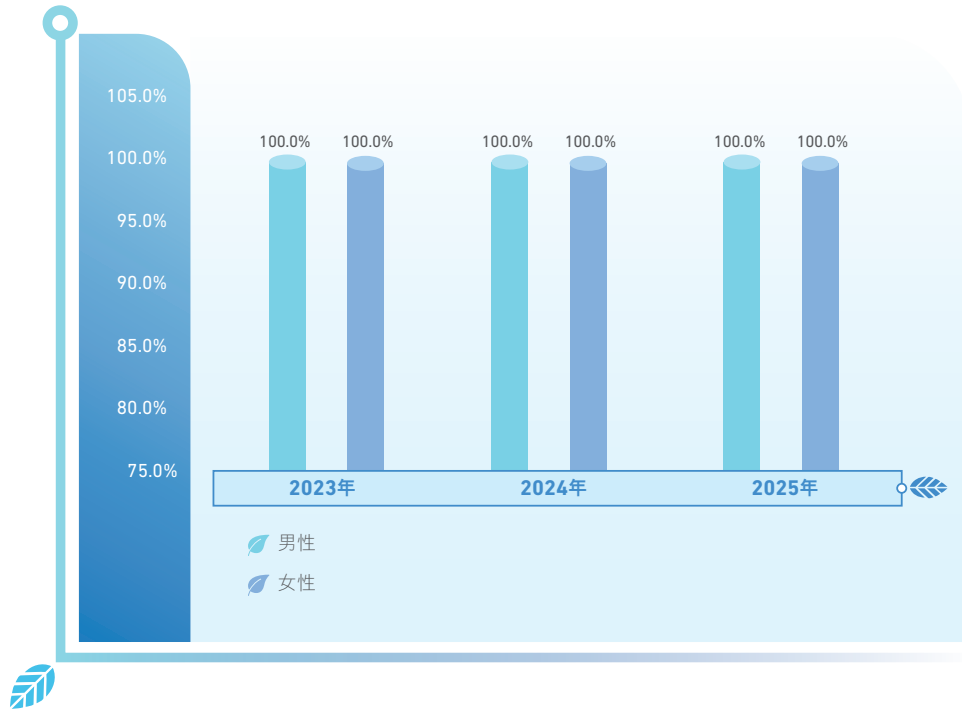
按僱員類別劃分僱員受訓百分比



員工關懷篇

在按性別劃分的培訓方面，2025年女性受培訓比例與男性受培訓比例持平。

按性別劃分僱員受訓百分比



在按僱員類別劃分的培訓方面，報告期內因新入職人員數量下降，整體培訓時數相應減少，基層員工的平均受訓時數同比減少。公司會繼續加大培訓力度，使得在各個工作層面的員工得到充分的知識儲備和工作技能，進而提高運營效率和工作效率。

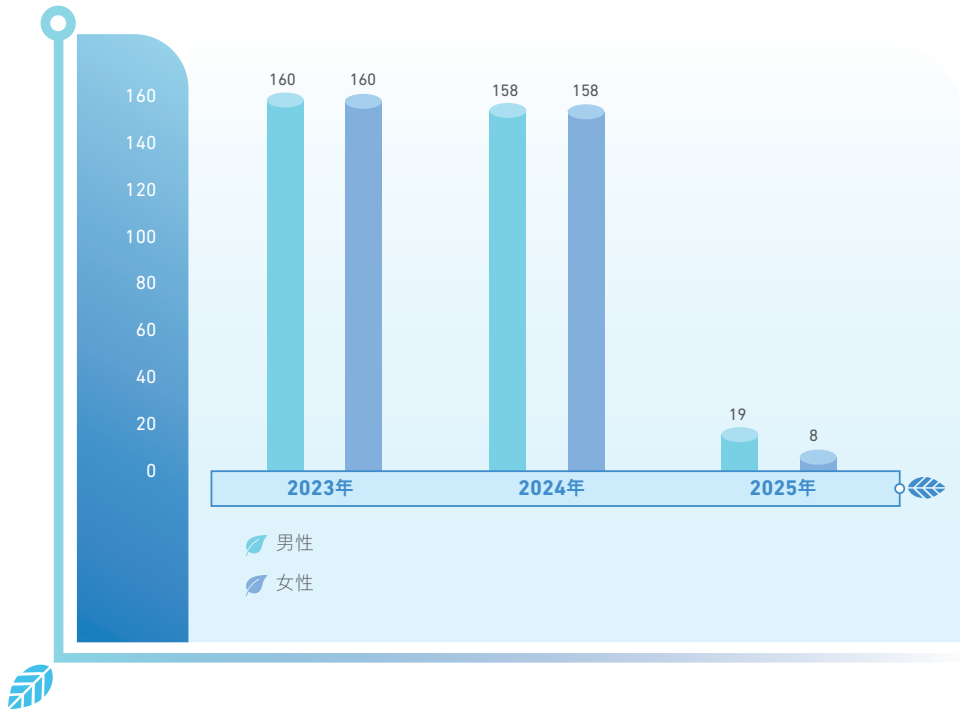
按僱員類別劃分平均每名僱員受訓小時數



在按性別劃分方面，在報告期內因業務調整，男性及女性的受訓小時數有所下降。集團將持續優化培訓資源配置，確保員工職業發展與技能提升得到有效保障。

員工關懷篇

按性別劃分平均每名僱員受訓小時數



B4 勞工準則

防止童工、強制勞工

本集團嚴格遵守國務院令第364號《禁止使用童工規定》及各營運所在地相關法律法規，在招聘環節嚴格執行身份核驗程序，嚴禁招用未滿16周歲的未成年人，並禁止為任何不滿16周歲者介紹就業。同時，本集團定期組織人力資源團隊開展相關法律法規培訓，增強員工法律意識，從源頭上杜絕童工招聘的可能性。

在防止強制勞工方面，本集團嚴格執行《職工帶薪年假條例》等規定，倡導高效工作理念，鼓勵員工在正常工作時間內完成任務。如確因工作需要安排加班，須按規定流程提交申請並經上級領導審批後方可執行。加班後，員工可根據實際加班時間申請調休，充分保障員工的休息權益，堅決杜絕強制勞動與不合理加班文化。

報告期內，本集團未發生任何僱用童工或強制勞工的案例。



產品管理篇

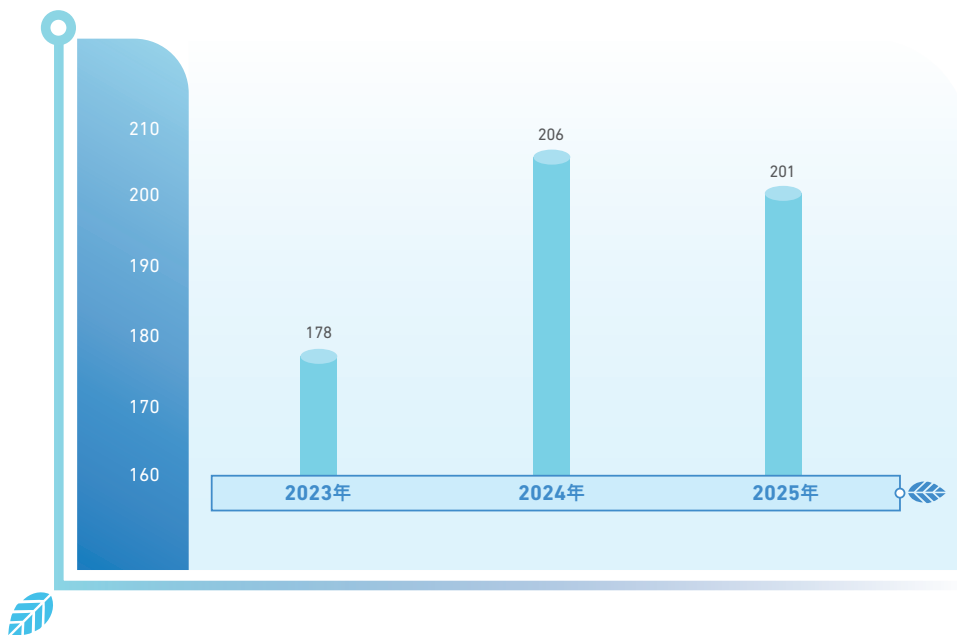
產品管理篇

本集團始終致力於供應鏈能力的建設並不斷創新，在運營的過程當中，本集團一方面嚴格篩選供應商，以保證銷售產品和服務的質量，另一方面鼓勵供應商提供低能耗的綠色環保產品，為節能減排與環境保護貢獻一份力量。

B5 供應鏈管理

本集團遵循公開、公平及透明的準則甄選供應商，制定並執行《採購管理手冊》，詳細列明採購及招標程序與規定、供應商的考核與甄選標準，系統評核供應商在價格、品質、成本、貨運及售後服務等各方面的表現。根據各部門的物資需求計劃及所需物資種類，本集團主要採用詢比價、定點採購等方式進行物資採購，通過質量與價格的綜合評估篩選合適的供應商。

供應商數量(家)



報告期內，本集團的供應商數目基本與去年持平。

為確保供應商在質量保證、安全、環保及其他環境管理等方面的綜合能力，本集團對重點供應商進行現場調查，對其生產能力、技術水平、質量保證、供貨能力、產品環保性能及安全環境管理資質等方面進行實地考察，以確保供應鏈的優質與安全。在合理及實際可行的情況下，本集團會優先考慮擁有相關環保標籤、能夠有效運用資源並減少產生有害及無害廢棄物的產品及服務。

產品管理篇

B6 產品責任

本集團始終將產品質量與消費者權益置於首位，嚴格遵守營運所在地相關法律法規，建立健全產品全生命週期管理體系，致力於為消費者提供安全、優質、可靠的產品與服務。

一、質量控制

本集團嚴格依照《中華人民共和國產品質量法》等相關法律法規，建立並執行嚴格的進貨檢查驗收制度。所有上架產品均須驗明產品合格證明及相關標識，確保符合國家質量標準，嚴禁銷售國家明令淘汰、失效變質或假冒偽劣產品。所售產品的標識內容嚴格符合法律規定，杜絕偽造產地、冒用他人廠名廠址及認證標誌等行為。

為系統化管控產品質量，本集團制定並實施《採購管理制度》《入庫管理制度》《倉庫盤點制度》《殘次品管理制度》等一系列內部規章，對產品採購、入庫、存儲及出庫等環節進行全流程把關，確保不以假充真、不以次充好，杜絕因產品質量問題引發的安全事件。報告期內，本集團未發生任何產品召回事件。

本集團始終堅持「質量第一」的原則，在產品選擇上優先引進格力、松下、海爾、美的等國內外知名品牌，以過硬的產品品質贏得消費者信賴，為當地居民的高品質生活貢獻力量。

二、產品信息與標識

本集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》及相關產品標準，確保所有產品的標識信息真實、準確、完整。針對不同品類產品，執行對應的行業標準：

家用電器：符合家用和類似用途電器的安全標準，按GB4706系列標準進行標識標註；

白酒產品：符合行業執行標準，按GB/T 26760-2011、GB/T 10781.4-2024等標準進行標識標註。

本集團通過嚴格的進貨檢查驗收制度，逐一核驗供應商提供的產品合格證明及標識信息，確保銷售產品的質量與安全符合法定要求。



三、廣告與宣傳

本集團嚴格遵照《中華人民共和國廣告法》的規定行事，從事廣告活動過程中，遵守法律、法規，誠實信用，公平競爭。

對廣告中對商品的性能、功能、產地、用途、質量、成分、價格、生產者、有效期限、允諾等或者對服務的內容、提供者、形式、質量、價格、允諾等有表示的，必須表述準確、清楚、明白。廣告中表明推銷的商品或者服務附帶贈送的，一定要明示所附帶贈送商品或者服務的品種、規格、數量、期限和方式。法律、行政法規規定廣告中應當明示的內容，必須顯著、清晰地表示。本集團通過上述措施，切實維護消費者的合法權益。

四、信息安全與私隱保障

本集團高度重視消費者個人信息保護，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》及相關法律法規。在收集、使用消費者個人信息時，遵循合法、正當、必要的原則，明確告知收集、使用信息的目的、方式與範圍，並徵得消費者同意。本集團及全體工作人員對收集的消費者信息嚴格保密，嚴禁洩露、出售或非法向他人提供。同時，本集團採取必要的技術手段與管理措施，確保信息安全，防止信息洩露、丟失。一旦發生或可能發生信息洩露事件，將立即啟動應急預案並採取補救措施。未經消費者同意或請求，或消費者明確表示拒絕的，本集團絕不向其發送商業性信息。

隨著集團旗下AI業務的快速發展，我們進一步完善了數據隱私與安全治理體系，具體舉措如下：

數據安全與隱私政策

本集團將消費者數據安全與隱私保護作為ESG管理的核心責任之一，建立健全數據全生命週期管理體系，確保數據收集、存儲、使用、傳輸、銷毀等各環節合法合規、安全可控。我們嚴格遵循「合法、正當、必要、誠信、透明」五大原則，通過APP、小程序等顯著方式明確告知數據收集範圍、目的及權益保障途徑，並為主體提供便捷的查詢、更正、刪除及撤回同意渠道。

在執行層面，建立數據分類分級管理制度，對敏感信息實行加密存儲與最小權限訪問，部署全方位技術防護體系，定期開展安全排查。同時，我們成立專項工作組，常態化進行合規檢查與審計，設立匿名舉報渠道，確保隱私政策有效落實。

產品管理篇

數據洩露應急預案

為有效應對數據洩露風險，本集團制定《數據洩露應急響應預案》，明確應急組織架構與處置流程。一旦發生洩露事件，立即啟動研判、遏制、通報、整改及複盤機制，確保快速阻斷洩露、固定證據，並按法規要求在72小時內上報監管部門，及時告知受影響主體。我們定期開展應急演練，持續優化預案。報告期內，本集團未發生重大數據洩露事件。

算法倫理審查

本集團在算法研發與應用全流程中堅守倫理底線，明確公平公正、透明可解釋、隱私保護、安全可控及社會責任五大原則。建立「事前審查、事中監控、事後複盤」全流程審查機制，由倫理審查小組對算法邏輯、決策依據及公平性進行全面評估，未通過審查不得上線。對推薦、審核等敏感算法實行更嚴格的審查標準，定期開展合規檢查，主動接受監管與公眾監督，確保算法應用符合倫理要求。

AI平台業務反饋記錄

本集團高度重視客戶及主播的反饋意見，搭建多元化反饋渠道，建立標準化記錄台賬與閉環處理機制，確保每條反饋及時響應、妥善解決。

本報告期內，我們共收集相關反饋41萬餘條，處置完成率100%，反饋主體滿意度達96.8%。針對高頻問題，已完成多項優化，如精簡數據收集項、強化數據使用說明、優化AI推薦算法等，持續提升平台服務質量與用戶體驗。



五、售後保障

本集團建立了完善的售後服務體系，致力於為消費者提供高效、便捷、可信賴的服務體驗。

售後服務

本集團設有專業的售後服務中心及售後人才培訓中心，並與數十家廠家維修定點機構建立合作關係，憑藉多年服務積累，為消費者提供專業、可靠的售後保障。此外，本集團搭建物流計算機管理網絡，並在鄉鎮設立物流中轉站及售後服務站，有效縮短送貨週期，提升上門服務響應速度，確保客戶獲得及時、便捷的售後服務體驗。

投訴處理機製

本集團設有 24 小時服務熱線，隨時受理消費者投訴與諮詢，確保客戶訴求第一時間得到回應。同時，我們建立由客服主管、業務主管及業務副總裁組成的投訴處理工作組，根據投訴問題的嚴重程度與影響範圍進行分類處置、逐級跟進，嚴格落實首問負責制與限時辦結機制，確保每宗投訴均得到及時回覆與妥善解決。

針對客戶對產品不滿意或對處理結果仍有異議的情況，本集團設立專門覆核機制，由上級主管介入重新核實事實、評估處理方案，提供更為合理的解決措施，包括但不限於更換產品、退貨退款、補償方案或後續服務升級，切實保障消費者合法權益。

客服人員全程跟進處理進度，主動告知客戶階段性處理情況，耐心做好溝通安撫與解釋工作，全力提升客戶滿意度。此外，本集團定期對購買產品的客戶進行電話回訪與滿意度調查，全面了解產品使用體驗、服務感受及意見建議，及時發現並解決潛在問題，同步將客戶回饋納入服務優化與品質提升機制，持續完善服務流程、改進服務細節，不斷提升整體服務水平與客戶信任度。

報告期內，本集團售後服務中心共接獲 1 宗線下客戶投訴，已按上述機制妥善處理。未來，本集團將持續優化投訴處理全流程，以更高效率的回應與更完善的解決方案，進一步提升消費者滿意度與品牌信任度。

產品召回計劃

本集團制定完善的產品召回計劃，一旦確認產品存在缺陷，將立即啟動召回程序，明確召回範圍、召回措施、時間表及預期效果，並及時向消費者發布召回信息，說明召回產品的處理方式，最大限度保障消費者權益與公共安全。

產品管理篇

六、知識產權

本集團高度重視知識產權的保護與管理，制定並持續完善《知識產權管理辦法》，成立專門的知識產權部門，明確各業務部門的職責分工，系統規範商標、專利及軟件著作權的創造、管理、保護與運用工作，持續健全知識產權保護體系。

內部管理與員工保護

在內部管理方面，本集團透過勞動合同及《知識產權管理辦法》，明確規定員工在職期間的發明創造歸屬於公司，從制度層面保障企業知識產權權益。同時，與核心員工簽署《保密與競業限制協議》，防止知識產權無意或惡意外洩。此外，本集團定期組織全員參與知識產權相關培訓，提升員工的知識產權保護意識與合規能力。

對外合作與合同約定

在對外合作中，本集團與供應商及合作夥伴簽訂的合同均包含明確的知識產權歸屬條款，內容涵蓋定義與範圍、授權條件、費用與支付、雙方權利義務、知識產權歸屬、陳述與保證、保密義務、違約責任及協議終止等關鍵要素。透過完善的合同約定，既有效保護本集團的知識產權，亦尊重並維護合作夥伴的合法權益。

行業動態監控與風險應對

本集團設立專門團隊，系統跟蹤行業知識產權動態、競爭對手的產品及市場信息，及時識別潛在的知識產權風險。一旦發現可能存在的侵權情況，本集團將積極與相關方進行溝通協商，尋求妥善解決方案，最大限度降低法律風險與商業影響。

報告期內，本集團未發現任何侵犯他人知識產權的案例，亦未涉及相關知識產權糾紛。



廉潔文化篇

廉潔文化篇

B7 反貪污

本集團深信，廉潔文化是企業可持續發展的基石，誠信、透明、公正的價值觀貫穿於公司治理與日常運營的方方面面。廉潔從業不僅是本集團對全體員工的基本要求和道德底線，更是每一位員工不可推卸的責任與義務。本集團對任何形式的貪污、受賄、敲詐、舞弊及洗黑錢等行為採取零容忍態度，致力於營造風清氣正的企業氛圍。

一、廉潔教育

本集團將廉潔教育納入員工培訓體系的核心內容，定期組織員工學習《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》等相關法律法規，明確禁止受賄、敲詐、舞弊、洗黑錢等違法違規行為。同時，結合職務犯罪典型案例開展警示教育，幫助員工深刻認識廉潔從業的重要性，引導全體員工樹立誠實守信、遵紀守法的職業道德與行為規範。

二、廉潔制度

本集團制定並持續完善《反舞弊與舉報管理制度》，明確各級管理人員及員工在日常運營中的行為準則與廉潔要求。該制度每年根據公司戰略調整與管理理念更新進行補充與修訂，確保其與時俱進、切實可行。在對外合作方面，本集團在與供應商、合作夥伴簽訂業務合同時，同步簽署《廉潔協議》，明確雙方在商業往來中的廉潔義務，共同維護公平、誠信的商業環境，有效防止商業賄賂及不正當競爭行為的發生。

本集團透過年度自我審查機制，系統檢討道德守則及相關規定的執行情況，確保廉潔要求貫穿於運營管理與業務實踐的各個環節，切實杜絕貪污舞弊行為，維護本集團與利益相關方的共同利益，為建立長期合作夥伴關係奠定堅實基礎。

廉潔文化篇

三、 廉政舉措

本集團設立獨立的監察部門，制定並實施完善的監察制度，形成覆蓋全面、權責清晰的內部監察機制。一方面，透過內部監察預防及控制本集團發生貪污或不道德行為；另一方面，本集團設立反舞弊郵箱及反舞弊匿名熱線，向集團內外公佈，接受來自內部員工及供應商、代理公司、固定客戶等外部合作夥伴的投訴與舉報，並配置專人對投訴、舉報案件進行妥善記錄與保管。

總裁辦公室及人力資源部負責反舞弊相關信息的收集整理、分析、傳遞與交流，以及反舞弊處理結果的執行、跟進、發布與備案。監察風控組定期對反舞弊工作進行監督檢查，確保各項舉措落實到位。

對於投訴、舉報案件，根據被舉報人在集團的崗位職級啟動相應調查程序：集團中層以下管理人員由集團辦公室及人力資源部直接調查處理，經集團反舞弊小組審批後實施處理；集團中層以上(含)管理人員由集團反舞弊小組直接調查處理，經最高管理層審批後實施處理。本集團對所有投訴、舉報均採取嚴格保密措施，切實防範投訴人或舉報人的人身及合法權益受到侵害。

此外，本集團董事會轄下審核委員會定期聽取內審部門關於當期內控工作的匯報，及時瞭解集團廉潔建設情況，並向董事會呈報相關事項，確保反貪污工作得到高層充分重視與有效監督。

本報告期內，本公司未發生任何員工或公司腐敗案件。



社會公益篇

社區公益篇

多年來，本集團堅守公益初心，堅持踐行公益活動，解決當地居民就業，依法納稅，承擔企業公民的社會責任。同時，作為華東地區領先企業，本集團利用自身品牌優勢，積極參與組織各公益活動，成為推動社會公益不斷前進的動力。

B8 社區投資

本集團始終秉持「取之於社會，用之於社會」的理念，積極履行企業社會責任，透過多元化的社區投資與公益實踐，與經營所在地建立和諧共融的夥伴關係，致力於為社區發展貢獻力量。

一、社區服務

本集團高度重視與社區的良性互動，持續關注弱勢群體需求，積極參與助學、助困等公益項目，以實際行動傳遞企業溫暖。報告期內，本集團累計捐助現金人民幣超180萬元，主要聚焦於困難學生、孤寡老人等群體，透過多元化的公益項目，為構建和諧社會貢獻力量。

除直接捐贈外，本集團亦積極鼓勵員工及合作夥伴投身志願服務。我們組織員工深入社區，在四川中江、渠縣，重慶萬州，湖南嶽陽，山西呂梁，貴州黔東南，安徽六安等地開展助學支教、敬老助殘等多元志願活動。本年度，共計開展志願活動58次，累計參與679人次，志願服務時數達11,115小時。

社會公益篇



愛心志願活動



二、社區發展

本集團旗下控股子公司安徽四海多年來一直努力擴大經營規模，積極發揮帶頭作用，牽頭成立淮南市家電行業協會，帶動更多本土企業進步發展，同時培養了一批精幹優秀的商貿行業從業人才，為推動淮南商貿行業的蓬勃發展貢獻自己的力量。

在深耕地方市場的同時，本集團亦積極拓展行業視野，以技術創新與產業協同為抓手，推動更高層次的行業共建與發展。

深化行業合作，共創AI新格局

2025年3月，本集團與邁富時公司簽署戰略合作協議，雙方將共同重點探索人工智能在本集團白酒業務領域的應用場景，合作共建白酒行業的AI垂直大模型。此次合作旨在透過技術創新推動業務迭代與發展，助力白酒行業加速人工智能化進程，為傳統產業注入新質生產力。



邁富時 x 奇點國峰達成戰略合作



社會公益篇

民建南山區前海支部來訪交流

2025年12月14日，民建深圳南山區前海支部會員蒞臨本集團開展指導活動。本次參訪以「AI科技與算力產業」為主題，會員們實地參觀了本集團的AI算力實驗室及產品展示區，並圍繞產業應用場景、技術發展趨勢等議題與本集團進行了專題交流。此次活動是民建服務會員企業、聚焦科技創新的一次專題調研，亦體現了本集團在人工智能領域的探索成果獲得社會各界關注與認可。



民建前海支部各位會員蒞臨指導

當選中國酒類流通協會常務理事單位

2025年12月，在中國酒類流通協會第八屆二次理事會暨30週年主題活動上，本集團憑藉在酒類流通領域的卓越表現、創新實踐及良好口碑，成功當選為中國酒類流通協會第八屆常務理事單位。這一身份不僅標誌著奇點國峰的綜合實力獲得行業權威認可，更賦予我們參與行業標準共建、引領發展方向的重要責任。未來，本集團將積極履行常務理事職責，與行業夥伴攜手推動酒類流通領域的高質量發展。



中國酒類流通協會第八屆常務理事單位

三、社區就業

作為多元化發展企業，本集團持續為社區創造就業機會。在家電板塊，我們不斷拓展下沉市場，在滿足消費升級需求的同時，為當地居民提供穩定就業崗位；在白酒及培訓業務方面，我們積極探索新的業務增長點，創造更多就業機會。未來，隨著多元化業務的持續發展，本集團將繼續加大招聘力度，為社區就業做出更多貢獻。

結語

結語

本報告全面回顧了奇點國峰在環境、社會及管治(ESG)領域的實踐與績效，系統展現了我們在可持續發展道路上的思考與行動。作為一家秉持長期主義的多元化企業，我們深刻認識到，良好的ESG治理不僅是企業合規運營的基礎，更是實現高質量發展、創造長遠價值的核心驅動力。

於報告期內，本集團始終恪守「環境保護、社會責任、企業管治」三位一體的理念，致力於實現企業與環境、社會的和諧共融。在業務層面，我們積極響應消費升級趨勢，力行舒適家理念，持續推動綠色、環保家電產品的銷售，助力低碳消費；同時穩步佈局醬酒及培訓業務，探索多元化發展路徑，為集團注入新的增長動能。在利益相關方層面，我們注重平衡股東、員工、客戶、供應商及社區等各方訴求，持續優化溝通機制，攜手共建可持續的生態圈。在社會責任層面，我們積極投身公益慈善，關愛弱勢群體，以實際行動踐行企業公民的責任擔當。

本報告嚴格遵循上市規則附錄C2所載之《環境、社會及管治報告守則》，注重「重要性」「量化」「平衡」及「一致性」四大匯報原則，力求真實、客觀、全面地呈現本集團的ESG表現。我們深知，ESG工作是一項持續精進的系統工程，報告期內的各項進展離不開全體員工的共同努力、合作夥伴的鼎力支持以及社會各界的關心指導。

展望未來，本集團將繼續以可持續發展為指引，不斷深化ESG治理體系，提升信息披露質量，優化中長期發展戰略，致力於為投資者創造長期穩健回報，為社會貢獻更大價值，與各方攜手共創綠色、和諧、繁榮的美好未來。



附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
環境	A1 排放物	<p>一般披露：</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、對水及土壤的排污、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>A1.1 排放物種類及相關排放數據</p> <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> <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> <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> <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>	<p>環境保護篇</p> <p>環境保護篇</p> <p>環境保護篇</p> <p>A1 排放物</p> <p>不適用</p> <p>不適用</p> <p>氣候變化</p> <p>A1 不適用</p>

附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
	A2 資源使用	一般披露：	A2、A3 資源使用
		有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	A2、A3 資源使用
	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)	一、節約能源與資源
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	節約用水
	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	A2、A3 資源使用
	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	A2、A3 資源使用
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量	不適用
	A3 環境及天然資源	一般披露：	A2、A3 資源使用
		減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	A2、A3 資源使用
	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	A2、A3 資源使用



附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
社會	B1 僱傭	一般披露：	員工關懷篇
		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	B1 僱傭
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B1 僱傭
		B1.1 按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	B1 僱傭
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	B1 僱傭	
	B2 健康與安全	一般披露：	B2 健康與安全
		(a) 政策；及	B2 健康與安全
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B2 健康與安全
		B2.1 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	B2 健康與安全
B2.2 因工傷損失工作日數		B2 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	B2 健康與安全		

附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
	B3 發展與培訓	<p>一般披露：</p> <p>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。</p> <p>B3.1 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比</p> <p>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</p>	<p>B3 發展與培訓</p> <p>二、人才發展通道</p> <p>二、人才發展通道</p> <p>二、人才發展通道</p>
	B4 勞工準則	<p>一般披露：</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</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>B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工</p> <p>B4.2 描述在所發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟</p>	<p>B4 勞工準則</p> <p>B4 勞工準則</p> <p>B4 勞工準則</p> <p>B4 勞工準則</p> <p>B4 勞工準則</p> <p>不適用，未發生此類現象</p>



附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節		
B5 供應鏈管理		一般披露：	B5 供應鏈管理		
		管理供應鏈的環境及社會風險政策。	B5 供應鏈管理		
		B5.1 按地區劃分的供應商數目	B5 供應鏈管理		
		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、以及有關慣例的執行及監察方法	B5 供應鏈管理		
		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	B5 供應鏈管理		
		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	B5 供應鏈管理		
		B6 產品責任		一般披露：	B6 產品責任
				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	B6 產品責任
				(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	B6 產品責任
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	一、質量控制				
B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	五、售後保障				
B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例	六、知識產權				
B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程式	五、售後保障				
B6.5 描述消費方資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法	四、私隱保障				

附錄一《環境、社會及管治報告守則》 內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
	B7 反貪污	一般披露：	B7 反貪污
		有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	
		(a) 政策；及	二、廉潔制度
		(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規定的資料。	B7 反貪污
		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	B7 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	B7 反貪污
		B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓	B7 反貪污
	B8 社區投資	一般披露：	B8 社區投資
		有關以社區參與來瞭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。	
		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)	B8 社區投資
		B8.2 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	B8 社區投資



附錄一 氣候相關披露指標索引表

類別	子類別	描述	對應本報告章節
管治		負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構	氣候變化 管治
管治		管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色。	氣候變化 管治
策略	氣候相關風險和機遇	<p>描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。</p> <p>就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理或與氣候相關轉型風險。</p> <p>就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍(短期、中期或長期)。</p> <p>解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。</p>	氣候變化 策略

附錄一 氣候相關披露指標索引表

類別	子類別	描述	對應本報告章節
策略	業務模式和價值鏈	<p>描述氣候相關風險和機遇對發行人的業務模式和價值鏈的當期和預期影響。</p> <p>描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關風險和機遇集中的地方(例如，地理區域、設施及資產類型)。</p>	氣候變化 策略
策略	策略和決策	<p>有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候重大風險及機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。</p> <p>有關發行人當前及將來計劃如何為根據已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候重大風險及機遇的行動提供資源。</p>	氣候變化 策略
策略	財務狀況、財務表現及現金流量—當前財務影響	<p>氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量。</p> <p>當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大風險時，關於氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量識別的氣候相關風險和機遇的資訊。</p>	氣候變化 策略



附錄一 氣候相關披露指標索引表

類別	子類別	描述	對應本報告章節
策略	財務狀況、 財務表現及 現金流量－ 預期財務影響	<p>發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務表現在短期、中期及長期內將如何變化。</p> <p>基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，並預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期內將如何變化。</p>	氣候變化 策略
策略	氣候韌性	<p>發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估。</p> <p>如何及何時進行氣候相關情景分析</p>	氣候變化 策略
風險管理		發行人用於識別、評估氣候相關風險和機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策。	氣候變化 風險管理
風險管理		發行人用於識別、評估氣候相關風險和機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程(包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊)。	氣候變化 風險管理
風險管理		氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。	氣候變化 風險管理
指標及目標	溫室氣體排放	發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量(以公噸二氧化碳當量表示)，並分為：範圍1溫室氣體排放；範圍2溫室氣體排放；範圍3溫室氣體排放。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	氣候相關轉型風險	發行人須披露容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	氣候變化 指標及目標

附錄一 氣候相關披露指標索引表

類別	子類別	描述	對應本報告章節
指標及目標	氣候相關物理風險	發行人須披露容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	氣候相關機遇	發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	資本運用	發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	內部碳定價	發行人可有及如何在決策中應用碳定價(例如投資決策、轉移定價及情景分析) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價；或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	薪酬	發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	行業指標	本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。	氣候變化 指標及目標
指標及目標	氣候相關目標	發行人須披露其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標及法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。	氣候變化 指標及目標