

目錄

CONTENT

| | |
|--------|-----|
| 報告編製說明 | P03 |
| 關於趣致集團 | P04 |
| 商業道德 | P33 |
| 附錄 | P34 |

| | | |
|----------|-------|-----|
| PART. 01 | ESG治理 | P05 |
|----------|-------|-----|

| | | |
|----------|-------|-----|
| PART. 02 | 我們的產品 | P08 |
|----------|-------|-----|

| | | |
|----------|--------|-----|
| PART. 03 | 我們的消費者 | P21 |
|----------|--------|-----|

| | | |
|----------|-------|-----|
| PART. 04 | 我們的員工 | P25 |
|----------|-------|-----|

| | | |
|----------|-------|-----|
| PART. 05 | 我們的社區 | P30 |
|----------|-------|-----|

報告編製說明

本報告是趣致集團（下稱「趣致集團」、「本集團」或「我們」）發佈的第二份環境、社會及管治報告（下稱「ESG報告」），概述集團履行企業社會責任所秉持的原則及可持續發展理念，總結集團與主要持份者的關係，旨在讓持份者瞭解趣致集團在財務業績及業務經營以外的環境、社會及管治政策、舉措及表現，並分享對社會責任提出的願景和承諾。

編製依據

本報告已按照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》（下稱「《守則》」）中所規定的四項匯報原則（即：重要性、量化、平衡及一致性）進行編寫。

| 匯報原則 | 釋義 |
|------|--|
| 重要性 | 重點匯報對本集團及各類持份者產生重要影響的環境、社會及管治議題。 |
| 量化 | 關鍵績效數據須可予計量，並在適當情況下進行比較。 |
| 平衡 | 發行人應客觀和真實地匯報本年度於環境、社會及管治方面的表現。 |
| 一致性 | 本報告披露應採用一致的披露統計方法，令與環境、社會及管治有關的關鍵績效指標可以加以比較，以了解企業表現。 |



此外，本報告參考以下國際標準和框架編製：

《全球報告倡議組織（GRI）可持續發展報告標準》

《氣候相關財務披露建議（TCFD）》

《國際財務報告可持續披露準則（IFRS S1、S2）》

《聯合國可持續發展目標（SDGs）》

報告時間及範圍

本報告涵蓋自2025年1月1日至2025年12月31日（「報告期」）實踐可持續發展，並履行企業社會責任的整體表現。報告範圍的選取原則遵循準則中的財務門檻原則，結合多維度數據指標，綜合評估本集團於本年度內的環境、社會及管治表現。

報告語言

本報告以中文繁體及英文版本發佈。如有歧義，以中文繁體版為準。

資料來源及可靠性聲明

本報告引用的數據、資料來自集團2025年度報告和內部統計。



目錄

→ 報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

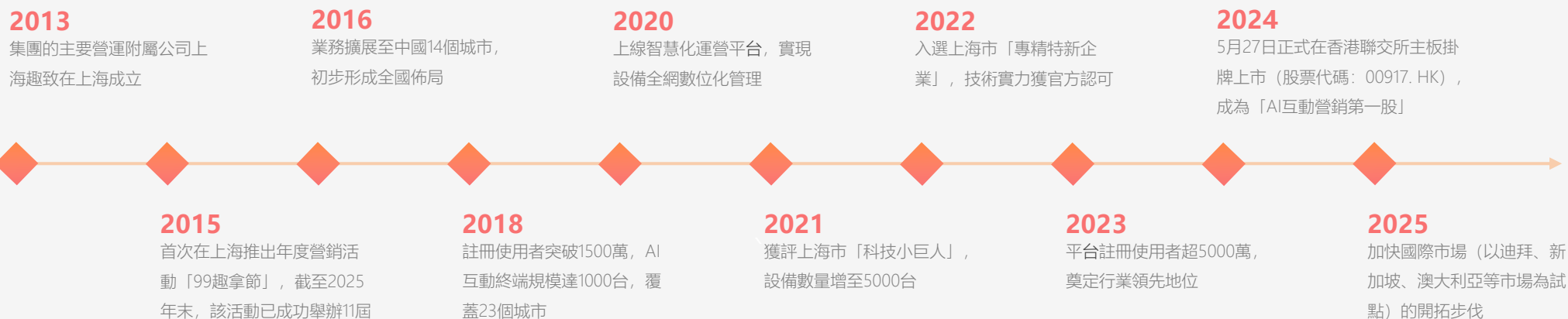


關於趣致集團

趣致集團是中國領先的快消品戶外營銷服務提供者，致力於通過技術驅動線上線下管道融合，為消費者打造趣味化體驗，同時為品牌方提供一站式、多管道的營銷解決方案。集團成立於2013年7月，總部位於上海，其控股公司於2021年6月15日在開曼群島註冊成立，並於2024年5月27日正式在香港聯交所主板掛牌上市（股票代碼：00917.HK），成為備受矚目的「AI互動營銷第一股」。創始團隊由董事長兼首席執行官殷女士及多位聯合創始人組成，憑藉豐富的行業經驗推動集團快速成長。

集團以智慧終端設備為核心載體，結合自主研發的數位化運營平台，構建覆蓋多個城市的線下營銷網路。通過「硬體+軟體+數據」的閉環系統，實現設備遠端管控、數據可視化及自動化運維，助力品牌精準觸達消費者，提升營銷效率。

發展歷程與里程碑



集團通過物聯網、大數據及自動化技術，打造高效運維體系，實現設備狀態實時監控、用戶行為分析及營銷效果追蹤，為品牌方提供數據驅動的決策支援。

作為中國快消品戶外營銷領域的標杆企業，趣致集團憑藉技術創新和規模化網路，榮獲多項政府資質認證，業務覆蓋全國核心城市，服務千萬級使用者，成為品牌方信賴的營銷合作夥伴。趣致集團圍繞「AI+生活方式」積極拓展新服務場景，並積極開拓對高品質、科技驅動型體驗式消費具備強勁需求的高潛力市場，目前集團正在積極推進迪拜、新加坡及澳大利亞等市場的開拓。為確保集團戰略的高效執行與精準推進，本集團已正式設立海外事業部，全面負責項目的戰略規劃、產品設計及商業化落地的全流程管理；同時，通過與當地長期合作夥伴的深度協作，加速海外業務的本土化進程與規模化擴張。

報告期內，集團目前首座AI室內娛樂空間已完成前期籌備並順利取得當地相關經營執照，海外專業團隊組建、產品設計優化、軟硬件系統集成及內容生態體系建設等核心任務均按計劃穩步推進。同時，本集團已完成與本地化模型驗證，以確保AI互動體驗在跨語言與跨文化環境下的精準呈現與卓越配適。



我有一朵小红花



扫码做好事
带上小红花

趣致集团携手湖南弘慧教育发展基金会，
致力于帮助乡村孩子有尊严有担当地融入社会，
通过企业参访与交流，激励困境乡村学子通过努力读书改变命运。



趣致集团夏令营

助力乡村孩子
推开世界的门

营地计划

云端茶话会



01

ESG治理



ESG治理

ESG治理體系

為健全和規範趣致集團的環境、社會及管治的機制和政策，以遵守聯交所對環境、社會及管治要求，並確保在集團上市時已符合相關要求，根據國家有關法律、法規、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》、附錄C2《環境、社會及管治報告守則》等規定，為確保上市合規性並提升可持續發展能力，趣致集團構建了ESG治理體系，並結合集團實際情況制定《可持續發展政策》、《可持續供應鏈政策》、《員工商業道德守則》、《質量、環境健康及安全管理政策》等多項制度，有力地保證了ESG戰略從理念到實踐的高效推進。作為中國AI互動營銷領域的領軍企業，趣致集團始終將ESG可持續發展理念深度融入企業發展戰略及日常經營實踐。集團堅持以技術創新為驅動，用技術提升商業與社會效率，致力於實現更高品質的ESG實踐，為社會、環境及所有持份者創造長遠價值。

持份者溝通

趣致集團高度重視與各利益相關方的溝通，致力於通過多元化的互動管道，傾聽並回應股東、客戶、員工、供應商、監管機構及社會公眾的訴求，確保各方權益得到有效保障，推動集團可持續發展。在具體實踐中，集團建立了系統化的溝通體系：

- 1 面向股東及投資者，通過年度報告、股東大會及投資者交流會等形式，及時披露經營狀況與財務數據，保障信息透明度；
- 2 針對員工，定期舉辦座談會與調研活動，搭建平等對話平台，瞭解職業發展需求；
- 3 對於品牌客戶，開展定期回訪與滿意度評估，及時回應反饋意見，針對消費者，通過問卷調查與客服管道收集用戶體驗與偏好資訊；
- 4 同時，引入第三方輿情監測機制，即時追蹤公眾與媒體觀點，為品牌形象管理提供支援。

ESG治理架構

趣致集團董事會對本集團的ESG策略及匯報承擔全部責任。董事會負責評估及釐定本集團的ESG風險（包括氣候相關風險），並確保設立合適的有效ESG風險管理及內部監控系統。董事會定期聽取跨部門ESG工作組的匯報，深度參與重大ESG議題的評估、優先順序排序及管理過程。董事會已全面審視本集團在溫室氣體排放、廢棄物管理、能源消耗及水資源使用方面的表現，並參與制定相關的環境及社會目標。董事會將每年定期檢討相關目標的達成進度，並根據業務發展及外部監管環境的變化動態調整ESG策略，以確保可持續發展目標的順利實現。在董事會多元化方面，截至本報告日期，集團董事會由7名成員組成（包括3名執行董事、1名非執行董事及3名獨立非執行董事），成員擁有工程、計算機、股權投資管理及財務等多元化專業背景。在此基礎上，集團設立跨部門ESG工作組，直接向董事會匯報，成員涵蓋各業務核心團隊，通過定期會議協調資源、分解目標至具體部門，推動ESG理念深度融入業務運營，持續提升治理效能。為全面支撐集團2025年加速國際化佈局的重大戰略，集團進一步優化了ESG跨部門協作機制，對ESG工作組進行了擴編與升級。目前，集團設立了由中高層管理人員構成的10人ESG工作組（較2024年新增2人）。工作組成員均為所在核心部門的主要負責人，全面涵蓋總經理辦公室、人事行政、財務管理、產品研發、品牌拓展、終端運營，以及為回應出海戰略全新加入的海外業務部共七大核心團隊。此次海外業務負責人的加入，有效確保了集團在開拓國際市場時，能夠將當地的環境監管要求、社會文化包容性及合規管治標準在專案初期即納入綜合考量。工作組定期召開會議，協調解決國內外各業務環節的ESG相關問題，推動可持續發展理念深度融入全球化業務運營，持續提升治理效能。在監督本集團策略、資源配置、海外拓展、供應鏈管理及營運決策時，董事會及管理層在相關情況下會參考營運數據、監管發展及業務規劃，將氣候相關因素納入考慮。本集團目前未有將氣候相關績效指標納入薪酬政策。

ESG具體目標

| 維度 | 目標 |
|------|--|
| 客戶 | 保護使用者隱私數據，加強資訊安全建設；聚焦客戶需求，優化服務矩陣，提升客戶滿意度。 |
| 員工 | 致力於成為員工認可的優秀僱主；不斷完善培訓體系；加強健康與安全管理。 |
| 環境 | 秉持綠色環保理念，將營運對環境的影響減至最低；持續推進每台AI互動營銷終端年均用電量的減排目標。 |
| 社區 | 積極組織多元化社區公益活動；提升員工公益理念；尊重運營地文化及生活習俗。 |
| 業務經營 | 持續投入研發，提升技術能力；遵守相關法律法規與監管要求。 |
| 供應商 | 嚴格遵守商業道德；幫助供應商提升可持續發展的管理能力和理念。 |

重要性議題識別

2024年度，為了科學識別及評估各項ESG議題對於趣致集團的優先順序，我們曾聘請獨立的第三方專業顧問開展了全面的重要性評估工作。當時的評估嚴格遵循了識別潛在議題、開展多方深度訪談與調研（涵蓋客戶、員工、監管機構、供應商、董事及投資者等），並最終通過構建重要議題矩陣確定了各項ESG議題的優先順序排序。

2025年度，隨著集團業務的穩健發展及全球化佈局的推進，集團ESG工作組及管理層結合當前的行業巨集觀環境、全球可持續發展趨勢以及主要報告標準的最新要求，對既有的ESG重要性議題進行了深度的重新審視與內部評估。經過全面審慎的評估，我們認為本集團在報告期內的核心業務模式、主要利益相關方訴求以及面臨的關鍵可持續發展挑戰未發生重大偏移。因此，2024年確定的各項ESG重要性議題及其優先順序排序在2025年依然適用且具有高度代表性，本年度的重要性議題結果保持不變。

| 序號 | 類別 | 重要性議題 | 對本集團的重要性 | 對利益相關方的重要性 | 序號 | 類別 | 重要性議題 | 對本集團的重要性 | 對利益相關方的重要性 |
|----|----|-------------|----------|------------|------|----|-------------|----------|------------|
| 1 | 環境 | 廢氣排放管理 | 低 | 低 | 12 | 產品 | 產品品質與安全 | 高 | 高 |
| 2 | | 溫室氣體排放管理 | 低 | 低 | 13 | | 風險評估與管治 | 高 | 中 |
| 3 | | 廢棄物管理 | 中高 | 中 | 14 | | 負責任投資 | 高 | 中高 |
| 4 | | 能源使用及管理 | 高 | 中 | 15 | | 智慧財產權管理 | 高 | 中高 |
| 5 | | 不可再生資源使用及管理 | 低 | 低 | 16 | | 優質客戶服務 | 高 | 中 |
| 6 | | 氣候變化應對 | 中低 | 中 | 17 | | 可持續的供應鏈管理 | 高 | 中 |
| 7 | 員工 | 員工福利及吸引人才 | 高 | 中 | 18 | | 行業合作與生態共建 | 高 | 高 |
| 8 | | 員工培訓及職業發展 | 高 | 高 | 19 | | 商業道德與反貪污 | 高 | 中高 |
| 9 | | 員工健康與安全 | 高 | 中高 | 20 | | 資訊安全與商業機密保護 | 高 | 中高 |
| 10 | | 員工合規性 | 高 | 高 | 21 | | 研發與技術創新 | 高 | 高 |
| 11 | | 員工多樣性、平等及包容 | 高 | 中高 | 22 | | 社會 | 社會貢獻 | 高 |
| | | | | | 公益投入 | 高 | | 中 | |

ESG治理



02

我們的產品

我們的產品

創新運營模式

趣致集團以無人化、數位化為核心，構建了一套高效、低成本的創新運營模式，通過多感官交互體驗與數據驅動的精準營銷，顯著提升了用戶體驗與運營效率，同時形成了獨特的市場競爭優勢。

無人化與數字化運營

集團通過智慧終端設備實現使用者自助體驗與購買，減少傳統營銷中的人力與時間成本。例如，用戶可通過終端設備完成新品試用與反饋，無需人工干預，極大提升了效率。此外，數位化運營貫穿供應鏈與倉儲管理，依託大數據與演算法驅動的後台系統，精準預測銷量、優化庫存並自動生成配送路線，降低物流與人力成本。

數據驅動的精準營銷

集團利用大數據技術深入分析使用者行為與市場趨勢，實現精準營銷。通過即時收集用戶反饋數據，動態調整產品與服務策略，滿足市場需求。同時，數千台智慧終端設備構成的網路即時向品牌方反饋數據，助力優化生產計劃與市場策略，形成閉環管理。

多感官交互體驗

終端設備集成了視覺、聽覺、觸覺及嗅覺等多感官交互功能，為使用者提供真實、全面的產品體驗，顯著提升參與度與滿意度。這種創新模式不僅增強了使用者對產品賣點的直觀理解，還提高了購買轉化率，成為區別於傳統營銷的重要亮點。

模組化設計與低功耗硬體

終端設備採用模組化設計，延長使用壽命並降低維護成本。自主研發的攝像模組、聽覺模組等硬體模組，兼具高性能與低功耗特性。模組化設計不僅提升了設備可維護性，還通過局部更換降低了整體運營成本，進一步增強了市場競爭力。

涉及商品

趣致集團的產品線涵蓋多個類別，主要包括快消品、食品飲料、化妝品、日化用品、計生用品及情趣用品等。其中，食品飲料類產品包括蜂蜜水、果酒等；化妝品類涵蓋護膚品、彩妝等；日化用品則涉及洗滌劑、衛生紙等日常必需品。

在採購與產品開發過程中，集團積極響應國家環保政策，逐步提升環保材料的使用比例，例如增加鋁罐和玻璃瓶的採用率。這一舉措不僅減少了对環境的影響，也進一步提升了企業的社會責任形象。例如，集團推出的玻璃瓶裝蜂蜜水和果酒等產品，正是其在可持續包裝領域的積極探索與實踐，體現了對綠色消費趨勢的積極回應。

通過將環保理念融入產品設計與供應鏈管理，趣致集團致力於為消費者提供更可持續的消費選擇，同時推動行業向綠色發展方向邁進。此外，趣致集團積極回應消費者日益增長的健康生活需求。在集團新零售業務的飲料品類中，

我們主動優化選品矩陣，優先引入運動、健康相關的產品。2025年度，此類健康導向產品的售賣數量及其在該商品類別中的佔比已超過**80%**，切實通過零售終端向廣大消費者宣導健康、積極的生活方式。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

技術研發

趣致集團作為AI互動營銷的開創者與領導者，長期致力於AIoT（人工智慧物聯網）核心技術的研發與應用，已構建涵蓋多感官AI互動、智慧終端管理、數據驅動營銷及供應鏈優化的完整技術體系。這些技術廣泛應用於智慧零售、AI營銷及數據分析等領域，並具備持續深化研發的能力，為集團業務發展提供強勁動力。

研發投入

為持續保持研發競爭力，集團每年對研發進行重點投入。報告期內，集團研發開支為人民幣**16,016**萬元。

近年研發投入呈現顯著增長態勢：2022年為人民幣3,011萬元，2023年為人民幣6,325萬元，2024年為人民幣9,154萬元，2025年為人民幣16,016萬元。



現有技術研發方向與成果

AIoT智慧終端技術

技術研發方向

- 計算機視覺（人臉識別、手勢識別、物體識別及行為分析）
- 語音識別（智慧語音交互與AI語音助手）
- 物聯網（IoT）（遠端設備管理、實時數據監控及智慧補貨）
- 嗅覺類比（氣味播放技術，增強品牌沉浸式互動）
- 智慧支付（掃碼支付與無接觸結算）

技術成果

第五代AIoT智慧終端支援多感官互動（視覺+語音+嗅覺）；智慧節能管理技術採用AI功耗優化演算法，降低設備能耗20%。

AI大數據分析與營銷演算法

技術研發方向

- AI智慧推薦（基於用戶數據的精準商品與廣告推薦）
- 廣告投放優化（個性化廣告分發與用戶行為分析）
- 智慧定價系統（結合市場數據動態調整商品價格，提升銷售轉化率）
- 用戶畫像與數據建模（基於AI深度學習提升廣告轉化率）

技術成果

數據驅動營銷引擎結合使用者購買行為與廣告點擊數據，優化品牌營銷ROI；智慧選品演算法基於使用者喜好調整終端商品庫存，提升快消品銷量；AI動態定價系統根據時間、使用者偏好及商品需求智慧調整價格，提高收益。

智慧供應鏈與物流優化

技術研發方向

- 智慧補貨系統（實時監測庫存並自動觸發補貨指令）
- 物流路線優化（AI計算最優配送路徑，減少碳排放）
- 庫存管理（預測性庫存管理，降低存貨積壓）

技術成果

智慧庫存監測系統自動計算商品銷量趨勢，減少不必要補貨；物流優化演算法通過AI計算最優補貨路徑，降低配送成本。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

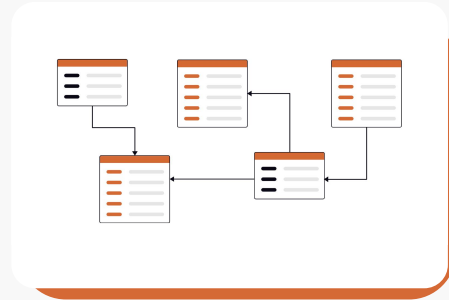
技術體系構建

集團已建立完整的AIoT智慧營銷技術體系，涵蓋以下核心模組。這些技術已形成可持續研發體系，並可進一步擴展至垂直場景，如全感官互動營銷、智慧機器人自動補貨及大模型驅動的「小趣」AI數位人互動等未來方向。



AIoT智慧終端

人臉識別、手勢識別、語音交互、嗅覺類比及生成式AI大模型，應用於智慧零售與品牌營銷互動



AI大數據營銷

用戶畫像分析、精準廣告投放及智慧推薦演算法，服務於品牌廣告投放與個人化購物體驗



供應鏈優化

智慧補貨、庫存預測及物流路徑優化，提升快消品供應鏈管理效率

未來可持續深入研發方向

- **AI人機交互升級：**研發智慧語音助手與AI視覺互動技術，增強用戶體驗；
- **全自動智慧補貨：**結合機器人技術與AI預測演算法，實現無人化補貨；
- **海外市場技術適配：**優化AI廣告演算法，以符合海外市場數據隱私法規（如GDPR）；
- **低能耗AIoT終端：**研發超低功耗智慧終端，支援可再生能源供電，推動綠色零售發展。

通過持續的技術創新與應用拓展，趣致集團不僅鞏固了在AI互動營銷領域的領先地位，還為行業提供了可複製的技術實踐範例，助力新質生產力的形成與推廣。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

節能降耗舉措與成效

趣致集團通過技術創新與運營優化，積極踐行節能環保理念，從硬體設計、包裝材料到物流管理等多方面入手，推動綠色可持續發展。

報告期內，本集團AI互動營銷終端共消耗電能**7,740.35MWh**，按2025年度適用的全國電網平均排放因數計算，範圍二溫室氣體排放量相當於**4,106噸**二氧化碳當量。

| ESG指標 | 單位 | 2025年 | 2024年 |
|--------|--------------|--------------|--------------|
| 範圍一排放量 | 噸二氧化碳當量 | 0 | 0 |
| 範圍二排放量 | 噸二氧化碳當量 | 4,106.00 | 4,253.46 |
| 電力淨購入量 | 千瓦時 (KWh) | 7,740,350.31 | 7,926,693.67 |
| 總耗電密度 | KWh/百萬元人民幣收入 | 4,653.15 | 5,917.65 |

註：於報告期內，本集團的範圍1溫室氣體排放為零，原因為本集團並無營運用於發電、供暖或蒸汽生產的固定燃料燃燒源，亦無自有車隊。

本集團尚未完成本報告期的完整範圍3溫室氣體盤查。於報告期內，本集團注意到，物流承運商使用新能源車輛，較傳統運輸安排估計可減少約652噸二氧化碳當量排放。本集團將持續完善範圍3溫室氣體排放的數據收集及評估流程。

本集團於2024年制定了自2023年基準年起在未來三年內將每台AI互動營銷終端的年均用電量減少約**10%**的目標。截至報告期末，單機年均耗電量已從2023年的986KWh降至2025年的916KWh，累計降幅為**7.1%**。

水資源管理與效益提升

本集團的日常運營及智慧終端設備並不涉及大量水資源的消耗，用水主要來自辦公區域及倉儲中心的日常員工生活用水。本集團在求取適用水源上並無遇到任何困難。儘管如此，我們仍積極推行節水措施，包括定期檢查及維護供水管道及潔具以防止滴漏。我們將持續監控人均用水量，並設定了未來維持或穩步降低人均用水量的方向性目標。上述舉措不僅體現了集團對綠色發展的承諾，也為行業提供了可複製的節能實踐範例。

綠色辦公

為積極響應國家節能減排號召，集團在辦公區域推行了一系列綠色措施：

- 1.水電節約：**辦公區照明已全面更換為LED節能燈；採用智慧開關實現照明自動控制，避免長明燈現象；定期開展節水節電宣傳活動。
- 2.紙張使用優化：**建設企業NAS系統、電子郵件系統、CRM、WMS等數位化管理系統，內部文件優先採用電子形式存儲和共用，大幅減少紙張消耗；對必須列印的文檔，提倡雙面列印。
- 3.辦公用品管理：**優先採購可重複使用的白板筆、可降解資料夾等環保辦公用品；設立辦公用品使用規範和簽字領用制度，避免一次性耗材浪費。

環保包裝與物流優化

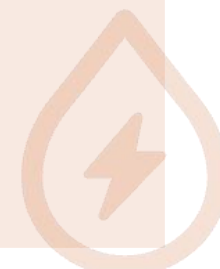
在包裝方面，集團採用生物降解材料，減少快消品包裝浪費，並推廣物流包裝的重複使用，降低資源消耗。在物流端，通過精細化運營優化單機補貨貨品與數量，同時規劃高效配送路徑，減少運輸過程中的碳排放，實現綠色物流。

無人化與數字化運營

集團研發低功耗硬體方案，優化設備能耗管理。通過智慧待機模式，在設備閒置期間自動降低螢幕、燈光等部件的能源消耗。同時，採用溫度感測器結合環境溫度實現製冷系統的自動控制，優化總體製冷能耗，進一步提升能效水準。

智慧補貨演算法

基於AI大數據分析，優化商品配送路線，降低單件商品物流成本，減少至少50%不必要的運輸能耗。



食品安全監管

為確保食品安全與產品品質，趣致集團建立了從供應商准入到終端銷售的全流程品質控制體系，嚴格遵循國家相關法規與行業標準，保障消費者權益。報告期內，本集團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為**0%**，未出現任何產品召回的情況。報告期內，本集團並無收到來自客戶的關於產品及服務的任何重大投訴。

產品安全管理與召回程序

為確保產品安全及消費者權益，趣致集團建立了嚴格的產品安全風險應對機制。在收到運營部門關於某貨品的安全問題反饋後，集團立即啟動以下流程：



< STEP 1 >

緊急回應與下架

將下架並召回有問題的產品及其同批次商品，同時核查產品及供應商詳情。若發現安全隱患，集團將通報並消除風險；若未發現問題，再行重新安排產品上架銷售。



< STEP 2 >

分級召回機制

根據《食品召回管理辦法》將召回分為三個等級：

- 一級召回（嚴重）：24小時內完成
- 二級召回（一般）：48小時內完成
- 三級召回（輕微）：72小時內完成



< STEP 3 >

召回執行與後續處理

對可能引發健康危害的產品，在法定期限內完成召回工作；對未明確標識特定風險成分的產品，通過公告等方式補救；對不符合安全標準的產品，提供換貨或退貨服務。

報告期內，本集團未出現產品召回的情況。

全環節品質控制

集團在採購和運營過程中，針對食品安全有嚴格的監管措施。從供應商入倉的商品檢查到倉儲交接接收，再到補貨人員的再次檢查，都有完整的流程來確保食品安全。

有效期管理

聯合國可持續發展目標 (SDG 12.3) 明確呼籲減少全球糧食與食品浪費。本集團依託廣泛覆蓋的智慧終端網路，構建了「源頭高標準—中端智慧流轉—末端精準攔截」的數位化效期管理閉環，在保障絕對食品安全的前提下，最大程度減少商品損耗與資源浪費：



嚴控源頭採購，拉長流轉視窗

集團制定了嚴苛的入庫驗收紅線，要求所有採購商品在入庫時須保留充足的剩餘保質期，確保商品從入倉到終端銷售的全流轉週期內始終處於最佳品質狀態。這一前置壁壘為終端的精細化流轉留足了時間緩衝。



全盤數位化追蹤與動態折價

龐大的在營機台網路已全面接入雲端效期追蹤系統。當系統精準捕捉到某貨道商品進入「臨期安全視窗」時，將自動觸發動態折價機制，通過極具性價比的促銷策略，以市場化手段加速庫存去化。



跨終端智慧調撥機制

針對折價後仍未售出的臨界商品，我們引入了行業領先的庫存調度演算法。系統根據各機台的LBS位置與歷史銷售畫像，將商品智慧調撥並換機投放至流轉率更高、客流量更大的核心點位進行二次銷售。通過物理空間的「接力流轉」，極大提升了臨期商品的存活率，將過期銷毀概率降至最低。



零容忍安全熔断

當商品觸達臨期紅線（非過期），系統即刻啟動熔断機制自動鎖死貨道，徹底杜絕過期商品流入消費端，實現商業向善與消費者保護的統一。

供應商考核與淘汰機制

集團對供應商進行定期考核，包括實地考察與現場檢查，對不符合食品安全標準的供應商實行淘汰制。同時，內部嚴格執行收貨安全、在庫管理及出庫管理等操作流程，確保每個環節均符合食品安全規範。通過上述措施，趣致集團構建了嚴謹的食品安全管理體系，為消費者提供安全、可靠的產品，同時持續提升企業社會責任形象。

目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

供應商選擇與准入機制

截至2025年末，集團共有供應商2163家，其中有24家來自境外，廣東省、上海市和北京市分別為集團第一、第二及第三大供應商地區來源。趣致集團在供應商選擇與准入環節建立了嚴格的審核與評估體系，確保供應商在資質、成本及環保等方面符合公司標準，為產品品質與可持續發展提供堅實保障。

| 省份 | 數量 | 省份 | 數量 |
|-----|-----|-----------|-------------|
| 廣東省 | 485 | 湖北省 | 50 |
| 上海市 | 462 | 河南省 | 48 |
| 北京市 | 220 | 江西省 | 5 |
| 山東省 | 191 | 河北省 | 4 |
| 江蘇省 | 167 | 西藏自治區 | 3 |
| 浙江省 | 137 | 廣西壯族自治區 | 2 |
| 福建省 | 67 | 遼寧省 | 1 |
| 陝西省 | 64 | 海南省 | 1 |
| 天津市 | 59 | 湖南省 | 1 |
| 四川省 | 58 | 貴州省 | 1 |
| 安徽省 | 58 | 海外 | 24 |
| 重慶市 | 55 | 總計 | 2163 |

資質審核

集團對供應商的營業執照、運營執照及技術資訊等資質文件進行嚴格審核。針對食品類商品，供應商還需提供產品品質檢測報告、安全生產證明及食品流通許可證等文件，確保其合規性與產品品質可靠性。



成本控制

在初步篩選階段，集團根據供應商提報的成本資訊評估其是否符合公司成本要求。對於滿足成本標準且能夠穩定供應的供應商，進入合同簽訂環節，確保供應鏈的經濟性與穩定性。



包裝材料與環保要求

集團優先選擇使用環保包裝材料的供應商，並逐步提高可回收材料的使用比例。例如，逐步增加玻璃瓶裝商品的比例，以減少對環境的影響，踐行綠色採購理念。通過上述機制，趣致集團不僅確保了供應鏈的高效運作與成本優化，還推動了環保理念在供應鏈環節的落地，為可持續發展目標的實現奠定基礎。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

海外專案《趣致集團供應商行為準則》

趣致集團堅信，合法、合規且對環境與社會負責的供應鏈是企業持續成功的基石。隨著集團2025年加速開拓海外市場（以迪拜、新加坡、澳大利亞等市場為試點），全球化業務帶來的供應鏈複雜性與地緣合規風險顯著上升。特別針對海外專案在國際貿易合規（如經濟制裁與出口管制）、嚴苛的人權標準（如防範現代奴隸制）、跨國商業道德及不同地域的ESG監管差異等特殊情況，我們全面升級了供應鏈管治體系，出台並嚴格推行了《趣致集團供應商行為準則》（以下簡稱「《準則》」）。我們要求海外專案的重要供應商、分包商及其代表在簽署商業合同前，必須閱讀、簽署回執並嚴格遵守，確保集團的出海戰略在安全、合規的軌道上穩健推進。

全方位的供應商行為規範

我們的《準則》圍繞商業道德、人權保障、合規運營及ESG實踐四大核心支柱，對供應商提出了明確的期望與紅線要求：

- 1** 恪守商業道德與廉潔底線：供應商必須避免利益衝突，嚴禁參與任何形式的商業賄賂、回扣及內幕交易。在禮品與招待方面需嚴格符合商業慣例與法律法規，並確保帳目記錄真實準確。
- 2** 捍衛勞工權益與人權：集團對現代奴隸制和童工採取「零容忍」態度。供應商必須嚴格禁止任何形式的強迫勞動或僱用童工，並在招聘、薪酬、晉升等環節杜絕因性別、年齡、種族或信仰等產生的歧視與騷擾，保障員工尊嚴。
- 3** 資訊安全與知識產權保護：供應商須妥善保護趣致集團的資產、技術資源與保密資訊，嚴禁未經授權的數據披露與濫用，並尊重和維護集團的智慧財產權。
- 4** ESG盡職調查與環保倡導：我們將ESG績效納入供應商評估體系。集團可能要求特定供應商參與ESG盡職調查，提交其在可持續發展、用工條件及公司治理方面的資訊。同時，在採購端，我們優先選擇使用環保、可回收包裝材料的供應商，推動供應鏈的綠色轉型。

嚴格的評估、監督與分級處罰機制

為確保《準則》不僅流於形式，集團建立了一套基於風險的動態評估與「四級違規處罰機制」。我們通過定期審查、評估及要求提供誠信證明等方式對供應商進行監督：

輕微與一般違規（一至二級）：針對程式性疏漏或首次違反核心條款，集團將採取書面警告、扣除年度評價分數、要求提交整改報告，乃至全集團範圍內暫停合作至少12個月並扣除違約金等措施。

嚴重與重大違規（三至四級）：對於觸碰法律或道德紅線（如商業賄賂、侵犯人權、使用童工、系統性造假等）的惡劣行為，集團將立即終止所有合同，將其列入永久合作黑名單，公開違規事實，並保留向監管及執法機關舉報、追究供應鏈連帶責任及啟動全面法律訴訟的權利。

暢通的溝通與舉報管道

趣致集團鼓勵全員監督。若任何人發現供應商存在疑似非法、不當行為或違反《準則》的情況，均可通過集團設立的專屬合規郵箱（jubao@zzss.com）進行舉報。集團承諾對舉報人信息嚴格保密，並確保如實報告不當行為不會對合規供應商的業務關係產生負面影響。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

供應鏈物流

趣致集團通過完善倉儲管理體系、深度協同綠色物流及應用智慧化技術，構建了高效、安全且可持續的供應鏈物流網絡，為業務運營與環保目標提供雙重保障。

物流體系

集團建立了覆蓋運輸、倉儲等環節的物流體系，確保物流過程的可控性與安全性，同時提升運營效率。



智慧推薦系統

依託大數據與人工智慧技術，集團對銷售數據進行分析，優化商品配置與庫存管理。通過智慧推薦系統，精準匹配供需關係，減少庫存浪費，提升銷售效率與資源利用率。

通過以上措施，趣致集團在保障供應鏈高效運作的同時，積極推動綠色物流轉型，為行業可持續發展提供了實踐範例。



新能源車應用

交通運輸是零售行業間接溫室氣體排放的關鍵來源，本集團深知高頻補貨帶來的間接環境影響。我們積極踐行「綠色供應鏈」理念，將環境績效納入第三方物流供應商的准入、考核與激勵機制中，明確鼓勵並優先採購具備新能源運輸能力的物流承運商服務。

報告期內，在集團外包的終端補貨業務中，承運商使用新能源物流車輛的比例已高達82%。通過深度的上下游協同，我們有效引導了物流生態的低碳轉型。相較於傳統燃油運輸模式，這一綠色運力網路為集團避免了約652噸的二氧化碳（範圍三）當量排放。未來，我們將持續深化與核心物流夥伴的戰略合作，探索數位化城配減碳方案，進一步壓降範圍三的排放總量。



廣告管理

趣致集團在廣告內容的策劃與呈現過程中，建立了嚴格的審核流程，確保信息的真實性、準確性及合規性，進一步提升品牌公信力與消費者信任度。

廣告內容審核流程

每一項廣告內容均需經過多部門聯合審查，包括市場部、法務部及產品部。審核重點涵蓋商品描述、價格資訊及優惠活動的準確性，確保廣告內容真實無誤，避免誇大宣傳或誤導消費者。通過這一系列嚴格的審核流程，集團保障了廣告的透明度與可信度。

MCN及KOL合作管理

趣致集團嚴格遵守有關直播推廣活動的法律法規，確保與MCN及KOL的合作合法合規。在合作過程中，集團依據服務供應商選擇標準對MCN機構進行嚴格篩選，並要求MCN選擇聲譽良好的KOL。同時，集團自行對所選KOL進行公開搜索和背景調查，若發現任何KOL存在可能損害品牌形象的負面資訊，將要求MCN尋找替代人選。此外，集團協助品牌客戶與KOL進行溝通，確保直播計劃和腳本符合品牌要求及《中華人民共和國廣告法》規定，並對直播內容進行審查，以確保其合法合規性。

截至2025年末，本集團沒有因發佈不當、非法或令人反感的廣告內容而受到相關主管部門的處罰或消費者索賠。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

輿情監測與預警

集團2025年未出現輿情危機的情況，趣致集團通過系統化的輿情監測與風險管理機制，實時追蹤外部環境變化，快速識別並應對潛在風險，確保品牌聲譽與市場地位不受損害。

輿情監測與預警

集團採用線上輿情監測工具，對社交媒體、投訴平台及新聞媒體進行全天候資訊追蹤，並設立預警機制，確保及時識別潛在風險。此外，集團與皓天傳媒建立了長期合作關係，委託其對主流媒體、社交媒體、競爭對手動態及股價異動等多維度進行監測。

皓天傳媒每日提供輿情監測匯總報告，涵蓋熱點新聞、品牌相關輿論、行業動態及潛在風險點，並結合市場趨勢分析，幫助集團及時掌握外部環境變化。

標準化應對流程

針對監測到的敏感資訊或潛在風險，集團制定了標準化的應對SOP（標準操作流程），包括分級響應機制（一般輿情、敏感輿情、危機輿情）。在風險發生時，市場部、公關部、法務部及相關營業單位聯合進行研判，迅速制定溝通策略與處置方案，避免輿情升級。

持續優化與提升

集團定期復盤輿情應對案例，總結經驗教訓，不斷優化監測與回應流程，進一步提升品牌風險管理能力與危機應對效率。通過上述機制，趣致集團實現了輿情風險的全面監控與高效應對，為品牌聲譽的長期穩定提供了堅實保障。

知識產權保護

集團高度重視知識產權的獲取、管理、保護及侵權防範，並建立了一整套規範化流程，以確保集團在技術、品牌、產品內容等方面的知識產權安全：

知識產權獲取方式

在技術創新方面，集團鼓勵自主研發，並通過軟體著作權登記及專利申請等規範化措施，切實保護核心技術成果與競爭優勢。截至2025年末，集團在知識產權積累與佈局上取得顯著成果：

軟體著作權：累計登記總量達到**173**項，其中2025年度新增登記**46**項。

專利授權與儲備：累計獲得授權專利**22**項（其中2025年度新增授權**8**項）。同時，集團保持著強勁的創新研發勢頭，目前已提交且正處於審批流程中的專利申請數量高達**133**項，為未來的技術壁壘構築了堅實的儲備。

在品牌建設方面，集團對涉及的品牌進行商標註冊，確保品牌資產安全。在內容創作方面，集團採用自主設計或與專業設計機構合作等方式，嚴格審查，確保所有視覺、廣告、宣傳素材均符合知識產權法規。

知識產權管理

集團建立了知識產權資料庫，集中管理專利、商標、版權等資訊，並定期更新、維護。在合同管理方面，與供應商、合作方簽訂知識產權保護條款，明確權利歸屬，避免潛在糾紛。內部建立知識產權審核流程，對外發佈的宣傳內容、廣告素材等均需經過品牌與法務部門審核，確保符合合規要求。

防範侵權與應對侵權

通過輿情監測與市場調研，定期排查是否存在第三方未經授權使用公司知識產權的情況。加強字體使用的合規性管理，所有對外設計均要求使用正版授權字體或公司自有字體，並對歷史存量內容進行梳理，規避法律風險。在應對侵權方面，集團一旦發現任何外部侵權行為為集團法務部門將立即啟動維權預案，第一時間進行證據保全與研判。集團將視侵權性質與嚴重程度採取分級應對策略，包括但不限於：向相關平台發起侵權投訴、發送正式律師函勒令停止侵權並堅決保留及啟動後續民事或刑事訴訟程序的權利，以「零容忍」的態度切實捍衛集團的核心資產與合法權益。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

→ 我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

包裝與廢棄物管理

趣致集團高度重視產品生命週期及運營過程中的環境影響，將包裝材料的綠色轉型與廢棄物資源化作為可持續發展的重要環節：

包裝材料的綠色轉型

本集團積極推進包裝材料的可持續化。報告期內，我們對旗下AI 互動終端售賣商品的包裝材質進行了全面盤查。數據顯示，具有較高回收價值的材料佔據主導地位，而難回收材料佔比極低。

| 包裝材料類別 | 佔比 (%) | 環境屬性與管理策略 |
|-----------|--------|--|
| 金屬罐 (鋁/鋼) | 58.3% | 高回收價值：作為無限可迴圈材料，是我們優先選擇的包裝形式。 |
| 塑膠瓶 | 36.1% | 可回收：重點關注PET瓶的回收鏈路，並鼓勵供應商使用rPET (再生塑膠)。 |
| 紙基包裝 | 3.2% | 可降解/可再生：優先選用FSC認證或可降解紙材。 |
| 其他 (玻璃等) | 2.7% | 難回收/高碳排：屬於重點減量目標，通過採購替代逐步降低該比例。 |

為進一步降低包裝廢棄物對環境的負擔，我們正積極落實可持續包裝策略，持續向上下游合作夥伴宣導綠色理念，鼓勵優先選用環保、易回收或可降解的包裝材料。未來，我們將通過優化商品採購結構，逐步降低並淘汰玻璃瓶等低回收率包裝的比例。



倉儲廢棄物迴圈利用

在倉儲與日常運營端，我們嚴格推行廢棄物減量化與資源化。2025年，公司各倉庫的紙箱二次利用比例（如廢舊紙箱用於二次物流轉運包裝等）已超過30%。針對無法二次利用的廢舊紙箱及包裝物，集團確保100%出售給專業回收商進行再生利用，實現了倉儲核心廢棄物的「零廢棄」與「零填埋」。由於集團終端流通的商品SKU種類繁多、迭代極其頻繁，且初級包裝的具體重量數據屬於各品牌方的供應鏈數據，集團在客觀上難以對每一款SKU的包裝進行單獨拆解與精準稱重統計。因此，本報告暫不披露包裝材料的總絕對重量（以噸計算）。

電子廢棄物管理

資源優化與模組化設計

趣致集團將循環經濟理念融入設備生命週期管理。通過推行模組化設計方案，實現核心元件的獨立替換與升級，顯著延長了設備整體使用壽命，從源頭削減電子廢棄物產生。在設備更新過程中，集團嚴格執行電子廢棄物回收與處置規範，確保廢舊設備流向合規，最大限度降低環境足跡，提升資源綜合利用效率。

2025年度回收績效

集團對廢棄物流向實施精細化數量管理。2025年度，集團實現電子零部件回收共計998件，報廢222件，綜合回收率達81.8%。

關鍵零部件回收資料概覽：

| 零部件 | 回收數量 (個) | 報廢數量 (個) | 回收比例 (%) |
|------|----------|----------|----------|
| 工控機 | 234 | 11 | 95.5% |
| 壓縮機 | 192 | 1 | 99.5% |
| 顯示器 | 291 | 26 | 91.8% |
| 觸摸框 | 14 | 16 | 46.7% |
| 電源模組 | 28 | 17 | 62.2% |
| 燈模組 | 55 | 38 | 59.1% |
| 感應器 | 139 | 89 | 61.0% |
| 通信模組 | 45 | 24 | 65.2% |
| 合計 | 998 | 222 | 81.8% |

註：因集團現行管理體系以「件」為統計口徑，暫未進行重量測定，故暫不披露有害廢棄物總重量。

應對氣候變化

趣致集團深刻認識到氣候變化對全球經濟及企業運營帶來的潛在影響。本集團已開始逐步識別和評估氣候變化帶來的實體風險（如極端天氣對線下智慧終端設備及物流運輸的影響）與轉型風險（如更為嚴格的低碳環保法規）。為減緩上述風險，我們積極推進綠色物流、優化設備能耗，並提升供應鏈的氣候韌性。未來，集團將進一步完善氣候風險應對機制，並探索制定溫室氣體減排的具體量化目標。

就氣候相關評估而言，本集團將短期界定為一年內，中期界定為一至三年，長期界定為三年以上。本集團的主要氣候相關實體風險包括可能影響終端營運、倉儲及物流的極端天氣，而主要轉型風險則包括與能源效益、排放、包裝及氣候相關披露有關的要求及市場期望日趨嚴格。氣候相關機遇主要包括低功耗終端升級、節能技術、綠色物流及較環保的採購。管理層及ESG工作小組參考營運數據、監管發展、供應鏈資訊及業務規劃考慮該等風險及機遇，並將其納入本集團整體ESG及風險管理流程。目前，氣候相關事項可能主要透過電力、物流、設備維護、包裝調整及合規成本影響本集團。本集團尚未就氣候相關風險及機遇的當前或預期財務影響作出單獨量化，原因是相關方法及數據收集流程仍在持續完善。於報告期內，本集團已參考其中國主要營運及海外試點市場，就其氣候韌性進行初步定性評估，並認為其業務模式於短中期內整體上仍具一定韌性。

溫室氣體排放與廢棄物管理聲明

本集團在日常運營中，沒有使用燃燒煤炭、燃油或天然氣等固定式燃料來發電、供熱或產生蒸汽，也沒有擁有任何自有車隊。因此，本集團未產生範圍一的溫室氣體直接排放。本集團的溫室氣體排放主要源自AI互動營銷終端及辦公場所消耗電能所產生的範圍二（間接）排放。



廢棄物數據統計聲明

本集團的有害廢棄物主要為電子廢棄物（電子零部件），無害廢棄物主要為產品運輸過程中產生的紙箱包裝物。由於集團的電子零部件廢棄及紙箱回收均按照「件數/個數」進行逆向物流管理，客觀上無法進行精準稱重，因此本報告未披露產生廢棄物的具體總重量密度。





03

我們的消費者

我們的消費者

目標客戶群體畫像

趣致集團的核心目標客戶群體為18至45歲之間的年輕白領使用者，這一群體具有高消費能力、品牌意識及強烈的社交分享意願。以下是具體分析：

年齡與職業分佈

- 目標客戶主要集中在**18至45歲**之間，這一年齡段的使用者普遍具備較高的消費能力與品牌認知度。
- 職業分佈以**白領**為主，他們對品質生活有較高追求，且對品牌忠誠度較強。



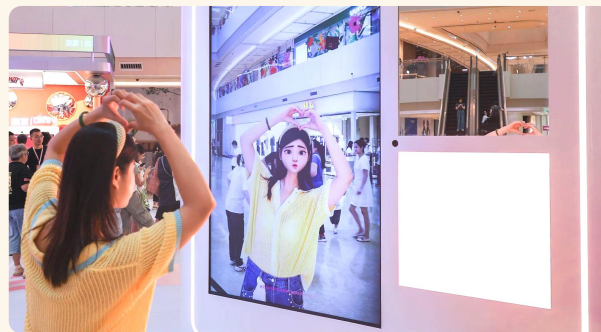
消費習慣與行為特徵

- **快消品偏好**：目標客戶對快消品的更新反覆運算接受度高，樂於嘗試新產品與新品牌，並熱衷於分享使用體驗。
- **線上線下互動**：用戶通過線上APP與線下智慧終端設備參與品牌營銷活動與產品體驗，這種雙向互動模式顯著提升了用戶參與度與品牌粘性。
- **品牌忠誠度**：忠誠用戶頻繁使用智慧終端設備，並積極在社交媒體分享體驗，表現出較高的復購率與參與度。



使用者需求與偏好

- **新穎性與趣味性**：年輕使用者對新穎、有趣的產品及互動形式充滿興趣，品牌需持續創新以滿足其對新鮮感的需求。
- **社會責任**：年輕使用者日益關注品牌的社會責任與環保理念，品牌需在推廣中強調其對環境保護與社會公益的貢獻，以提升使用者好感度。



綜上所述，趣致集團的目標客戶群體以年輕白領為主，他們注重品質、追求新奇，並具有較強的社交分享意願。品牌將通過持續創新、保障產品品質及踐行社會責任，滿足使用者需求，進一步提升用戶滿意度與忠誠度。

多元化營銷與客戶關係管理策略

趣致集團通過線上線下結合的多元化營銷策略與系統化的客戶關係管理，持續提升品牌知名度、用戶參與度及客戶忠誠度，為業務增長提供強勁動力。

在社交媒體營銷方面，集團通過發佈趣味性強的內容吸引使用者關注，同時策劃線上抽獎、問答等互動活動，增強用戶參與感與品牌粘性。

在線下推廣領域，集團通過新品發佈會、展覽及贊助活動等形式提升品牌曝光度，並在商場、機場等人流密集區域設置品牌展示終端，強化品牌可見度。同時，積極參與公益活動，傳遞品牌社會責任理念，提升品牌美譽度與社會認可度。

在客戶關係管理方面，集團注重售後服務質量，通過高效、專業的服務解決客戶問題，提升滿意度與忠誠度。會員制度的建立進一步增強了客戶粘性，通過積分、優惠等激勵機制促進複購與口碑傳播。此外，集團系統化收集客戶反饋意見，及時優化產品與服務，持續提升用戶體驗，為品牌長期發展奠定堅實基礎。



消費者隱私保護

趣致集團高度重視全球消費者的數據安全和隱私保護。隨著2025年集團業務向海外市場的深入拓展，我們在嚴格遵循中國《個人信息保護法》(PIPL)的基礎上，全面對標新加坡《個人數據保護法》(PDPA)以及中東地區(如阿聯酋等)日益嚴格的數據合規標準。同時，公司已獲得國家資訊安全等級保護(等保)三級認證，這是國內非銀行機構能夠獲得的最高級別的資訊安全認證，表明公司在數據安全管理、技術防護、合規運營方面達到了國家標準，確保消費者數據的合法合規收集、存儲、使用和保護。針對海外專案，集團已建立符合國際標準的數據合規與當地語系化存儲機制，確保涉及海外用戶畫像、行為分析及廣告互動的數據在收集、處理和跨境傳輸中完全符合屬地監管要求。

| 環節 | 具體措施 | 保障機制 |
|------|---|--|
| 數據收集 | 僅在獲得使用者明確授權後收集個人資訊，如掃碼購買記錄、廣告互動數據等。去標識化處理，確保數據無法直接關聯個人身份。遵循最小化原則，僅收集必要資訊。 | 使用者知情同意機制，確保消費者了解數據用途。匿名化、去標識化處理，降低數據洩露風險。 |
| 數據存儲 | 採用AES-256高級加密演算法對用戶數據進行加密存儲。採用分散式存儲架構，防止單點數據洩露。訪問許可權嚴格分級，僅授權人員可訪問敏感數據。 | 端到端加密，確保數據傳輸安全。訪問控制(RBAC)，避免內部濫用數據。 |
| 數據使用 | AIoT數據僅用於優化消費者體驗、廣告推薦、智慧補貨，不得用於其他用途。數據脫敏處理後進行大數據分析，不涉及具體個人身份。使用者可自主管理數據。 | 隱私政策透明化，用戶可隨時查閱數據使用方式。嚴格審查第三方數據共享，確保合規性。 |

- 目錄
- 報告編製說明
- 關於趣致集團
- ESG治理
- 我們的產品
- 我們的消費者**
- 我們的員工
- 我們的社區
- 商業道德
- 附錄

投訴管理

為保障客戶權益並持續提升服務品質，趣致集團建立了系統化的投訴管理機制，涵蓋投訴處理流程與數據監控兩大核心環節，確保問題高效解決並推動運營優化。

投訴處理流程



接收與核實

集團設有專業客服團隊，負責接收客戶投訴並詳細記錄問題內容，同時進行初步核實，確保資訊準確性。報告期內，集團總共接收到449項產品及服務的投訴。



分類與處理

根據投訴性質，客服人員將問題分類並採取相應措施。

例如，針對食品安全問題，迅速聯繫相關部門進行調查與處理，確保問題及時回應。



反饋與解決

問題確認後，客服人員及時向客戶反饋處理結果，並根據具體情況提供解決方案，如退款或更換商品，確保客戶滿意度。

對於複雜或重大客訴，集團已建立高效的跨部門內部升級機制，由高級管理人員介入進行專項評估，確保為消費者提供妥善、公正的解決方案，並於規定時效內完成閉環反饋。

投訴數據監控

數據收集與分析

集團通過系統化工具收集並分析投訴數據，識別問題發生的頻率與嚴重程度，為改進提供數據支援。

改進措施制定

基於數據分析結果，集團制定針對性改進措施。例如，針對高頻問題，調整採購標準或加強品質控制，從源頭減少問題發生。

通過上述機制，趣致集團不僅實現了投訴的高效處理，還通過數據驅動的持續改進，不斷提升服務品質與客戶滿意度，為品牌長期發展奠定堅實基礎。



04

我們的員工

我們的員工

截至2025年末，集團共有201人，均為全職僱傭。其中男員工為133人，女員工為68人。按年齡劃分，31歲至35歲的員工佔比最高，佔比29%，26歲至30歲的員工佔比為25%，排名第二。按地區劃分，來自上海的員工最多，達到135人，非上海地區員工人數為66人。

性別分佈



男員工

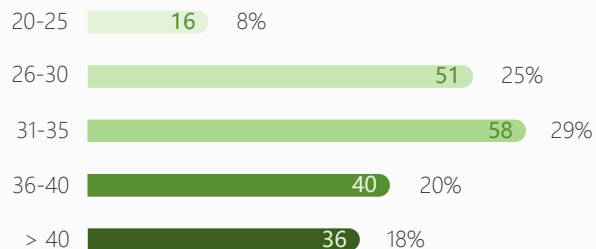
133人 66%



女員工

68人 34%

年齡分佈



地區分佈表（僱傭）

| 地區 | 人數 | 佔比 |
|----|-----|--------|
| 上海 | 135 | 67.16% |
| 廈門 | 24 | 11.94% |
| 南京 | 8 | 3.98% |
| 北京 | 7 | 3.48% |
| 廣州 | 6 | 2.99% |
| 合肥 | 3 | 1.49% |
| 深圳 | 3 | 1.49% |
| 西安 | 3 | 1.49% |
| 濟南 | 2 | 1.00% |
| 武漢 | 2 | 1.00% |
| 鄭州 | 2 | 1.00% |
| 重慶 | 2 | 1.00% |
| 成都 | 1 | 0.50% |
| 寧波 | 1 | 0.50% |
| 青島 | 1 | 0.50% |
| 天津 | 1 | 0.50% |

2025年度，集團員工流失人數為63人，整體員工流失率為31.3%。為全面檢視人才保留情況，我們對流失數據進行了多維度監控：

從流失人數的構成來看：按性別劃分，男性流失佔比為54%，女性為46%；按年齡劃分，26-30歲員工流失佔比最高（37%）；按地區劃分，上海地區流失佔比為83%。

從各維度的具體流失率來看：男性員工流失率為25.6%，女性為42.6%；按年齡劃分，20-25歲員工流失率為93.8%，26-30歲為45.1%，31-35歲為19.0%，36歲以上為18.4%；按地區劃分，上海地區員工流失率為38.5%，非上海地區為16.7%。

地區分佈表（流失）

| 地區 | 人數 | 佔比 |
|----|----|-----|
| 上海 | 52 | 83% |
| 成都 | 2 | 3% |
| 廣州 | 2 | 3% |
| 南京 | 2 | 3% |
| 深圳 | 2 | 3% |
| 安吉 | 1 | 2% |
| 寧波 | 1 | 2% |
| 天津 | 1 | 2% |

多元平等的聘用政策

趣致集團秉持多元平等的用人理念，在招聘過程中堅持公平公正原則，為不同性別、年齡及背景的人才提供平等機會，打造包容性強的工作環境。

集團在招聘中對男性和女性求職者一視同仁，無性別偏好。例如，財務部門全部由女性員工組成，而研發崗位則根據實際需求進行招聘，確保人才選拔以能力為導向。

趣致集團始終踐行「多元、平等與包容」（DEI）的僱傭原則，致力於打造充滿活力與凝聚力的人才隊伍。在人才梯隊建設上，集團員工結構呈現顯著的年輕化特徵，20至30歲青年員工佔比最高。這不僅為企業的持續創新注入了強勁動力，更彰顯了集團對青年人才儲備與長效培養的高度重視。

在推動職場平等方面，集團積極拓寬多元化就業管道，致力於弱勢群體的融合就業。2025年度，集團成功吸納殘障人士加入團隊，在此期間，我們通過精準的崗位適配與無障礙辦公設施的支援，全力協助其發掘潛能並順利融入職場環境（該員工後因個人職業發展規劃平穩離職）。未來，趣致集團將繼續依託公平公正的聘用機制，持續深化包容性職場建設，以多樣化的人才生態提升員工歸屬感，全面賦能企業的長期可持續發展。



勞工準則與權益保障

趣致集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國未成年工保護法》及業務所在國家/地區的相關僱傭法律法規，堅決捍衛人權，對僱用童工及任何形式的強制勞工抱持絕對的「零容忍」態度。

在人員招聘與入職環節，集團人力資源部制定並執行了嚴格的身份核驗標準作業程序（SOP）。我們通過查驗應聘者身份證件原件、比對學歷證明及開展必要的背景調查等方式，確保所有錄用員工均已達到法定最低就業年齡。同時，集團的人力資源管理系統已內嵌年齡校驗邏輯，在錄用資訊錄入階段自動攔截未成年人員，從源頭切斷誤招童工的風險。

集團致力於為每一位員工營造自由、尊嚴、公平的工作環境。我們與所有員工均在平等自願、協商一致的基礎上簽訂合法有效的勞動合同。

集團設立了暢通的員工申訴與內部審計管道，定期對僱傭常規進行審視。若在內部審查或日常管理中發現任何疑似違規僱用童工的情況，集團將立即啟動最高級別的補救回應程序：

- 1.立即停止該未成年人的任何工作安排，並將其安置於安全場所；
- 2.出資安排其進行的全面的身體健康檢查；
- 3.足額清算並結清其在此期間的勞動報酬；
- 4.主動聯繫其法定監護人，並派專人護送其安全返鄉交由監護人妥善照料；
- 5.主動向當地勞動行政執法部門如實上報情況，並對違規招聘的相關責任人進行嚴肅追責及內部處罰。

針對強制勞工的舉報，一經查實，集團將立即糾正相關違規行為，保護受害員工權益，並對涉事管理人員予以開除處理，觸犯法律的將移交司法機關。

報告期內，本集團概無發生任何與僱用童工或強制勞工相關的違規事件或勞資訴訟。

薪資福利

趣致集團建立了以基本工資和績效工資為核心的薪酬體系，集團還實行股權激勵計劃，範圍覆蓋68位以上的員工，對於高管和核心人員，集團還提供期權與獎金等長期激勵措施，進一步增強員工的工作積極性與忠誠度。

在福利方面，集團為每位員工每月提供人民幣200元的購物補貼，並每季度向部門發放人民幣300元津貼，用於團建活動，促進團隊協作與凝聚力。此外，集團2025年組織多次體育活動，並已形成每週的常態化體育活動機制。不僅豐富了員工的業餘生活，也提升了團隊歸屬感。集團還特別關注女性員工的福利待遇，例如在三八婦女節期間，為每位女員工精心準備節日禮盒，表達對女性員工的關懷與尊重。



我們的員工

培訓體系

趣致集團高度重視員工的職業發展與技能提升，通過系統化的培訓體系與多樣化的學習機會，助力員工成長與企業發展。2025年度，集團共安排2,237人次受訓，實現員工100%覆蓋（按性別劃分，男性員工受訓百分比為100%，女性員工受訓百分比為100%。按職級劃分，高級管理者、中層管理者及基層員工的受訓百分比均為100%），全年員工受訓總小時數達6,130小時（含離職受訓人員參與）。在受訓時長方面，女性員工平均受訓時長為31.1小時，男性員工為30.2小時；按職級劃分，高級管理者平均受訓時長達66.0小時，中層管理者為50.6小時，基層員工為27.1小時。這些數據充分體現了集團對各層級、各性別員工持續發展的重視。

入職培訓

集團為新員工提供全面的入職培訓，涵蓋人事行政制度與部門專業技能，說明其快速融入工作環境。在試用期內，人力資源部門會定期開展新員工深度訪談，密切關注其適應情況並傾聽反饋。轉正階段，集團通過結構化的試用期述職評估，幫助員工系統總結階段性成果，並為其未來的職業發展規劃提供建設性指導。



分享會

集團通過兩類分享會滿足員工的專業與興趣發展需求：

技術分享會：由技術部門定期舉辦，內容涵蓋前沿技術、工具使用及行業趨勢，旨在提升員工的專業技能與行業認知。

興趣分享會：由人事行政部門根據員工需求與興趣組織，內容涉及攝影技巧、Photoshop操作等，豐富員工的業餘技能與興趣愛好。



反饋與改進機制

在培訓安排前，集團通過電子化調研方式了解員工需求與興趣，例如採用匿名投票確定培訓主題，確保內容貼合員工實際需求。每次培訓結束後，集團會進行總結與評估，收集員工反饋意見，持續優化培訓內容與方法，提升培訓效果。通過上述體系，趣致集團不僅為員工提供了豐富的學習資源與發展機會，還通過反饋機制不斷改進培訓品質，助力員工與企業共同成長。



職業發展路徑

趣致集團為員工設計了清晰的晉升通道與多元化的發展機會，助力員工實現職業成長與個人價值提升。

職級晉升體系

集團設置了從基礎崗位到專員、技術員、高級崗位等多條晉升通道，確保員工在不同職業階段都能找到明確的發展路徑。在設計職級與晉升機制時，集團結合行業最佳實踐與自身業務特點，構建了科學、公平、透明的績效評估與晉升體系，確保人才選拔標準客觀、量化，激勵員工不斷提升專業能力與績效表現。

多元化發展機會

集團鼓勵員工通過跨部門挑戰拓寬視野與能力邊界。例如，一位負責薪酬的人事主管在生育後轉崗至招聘領域，通過自身努力與公司支持，最終在招聘領域取得顯著成績。這種靈活的跨部門發展機制不僅為員工提供了更多職業選擇，也增強了企業的內部人才流動性。通過上述機制，趣致集團為員工打造了廣闊的職業發展平台，助力員工實現個人成長與企業目標的共贏。

職業健康安全

趣致集團始終將員工的健康與安全放在首位，通過系統化的健康管理、安全培訓及心理支援，為員工營造安全、舒適的工作環境。

健康管理

集團高度重視員工的身體健康，每年為所有物流人員安排強制性健康檢查，費用由集團全額報銷，確保員工健康情況得到及時監測與保障。

職業安全培訓

針對倉庫物流人員，集團從入職當天起即開展系統化的職業安全培訓，要求所有操作嚴格按照視頻教程執行，確保每個環節符合安全標準，最大限度降低職業風險。

消防安全培訓

集團定期組織消防安全培訓，邀請消防部門專業人員到公司進行現場教學。培訓通常在可容納至少20人的培訓教室進行，內容涵蓋消防知識、應急處理等，提升員工的消防安全意識與應對能力。

工作環境優化

辦公區域綠植覆蓋率高，並配備空氣淨化器，確保空氣品質，為員工提供舒適的工作環境。通過上述措施，集團在2025年度實現了員工零傷亡的目標，展現了在健康與安全管理方面的卓越成效，為員工安心工作提供了堅實保障。由此，含報告期在內的過去三年中（即2023年、2024年及2025年），集團均實現了員工因工亡故人數為零的目標，且年內無因工傷損失的工作日數，展現了在健康與安全管理方面的卓越成效。





05

我們的社區

我們的社區

社區公益活動

集團在2025年積極投身社區建設，通過在品牌舉辦的活動中設立結合騰訊公益活動的智慧終端回饋社會。

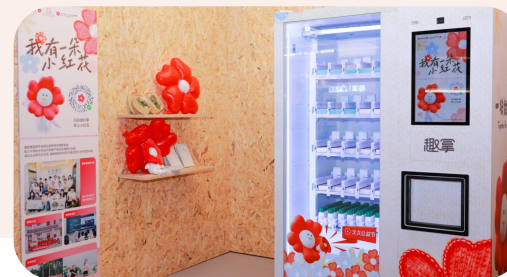
創新「行為公益」，低碳賦能鄉村教育（公益徒步）

2025年6月，趣致集團聯合湖南弘慧教育發展基金會及騰訊公益發起「益起築夢·趣步傳情」行動。集團創新探索「行為公益」模式，將數千名用戶捐贈的低碳行走步數兌換為公益金，全額資助鄉村兒童成長專案。同時，我們通過線下徒步挑戰與AI互動，為高考後的鄉村學子提供職業啟蒙與精神陪伴。此舉將綠色出行與精準助學深度結合，實現了環保與社會責任的雙向賦能。



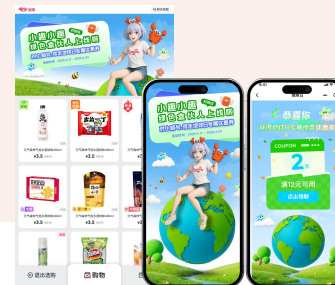
踐行綠色展會，商業反哺社會價值（99趣拿節公益）

2025年9月，趣致集團在上海「99趣拿節」中攜手公益夥伴打造專屬展區。我們在運營中全面落實環保理念，展區物料均採用可降解環保材料，並創新設立可降解公益牆。通過整合線上捐款與線下AI互動，集團將ESG理念具象化為「環保體驗+公益捐贈」，引導消費者在參與商業互動的同時便捷助力鄉村教育，成功打造了商業影響力與社會效益相融合的可持續發展樣本。



推進節能減排，宣導全民低碳消費（地球日特派企劃）

為踐行綠色運營承諾，趣致集團在2025年世界地球日期間，於全國超百個終端上線「綠色盒夥人」計劃，以數字化優惠券激勵公眾踐行低碳消費。同時，集團發起「節能1小時」行動，在指定時段將全國終端畫面統一調至低亮模式，切實降低設備能耗。趣致集團依託自身網路優勢，以輕量化互動廣泛傳遞環保理念，在降低自身運營碳足跡的同時，積極帶動社會共築綠色生態。



志願者服務

集團高度重視志願服務，積極為社區和社會貢獻力量。

2025年7月趣致集團與多年的公益合作夥伴弘慧教育基金會深度合作，開展「以青年之名-薪火相傳」線上活動。依託數位化平台，活動邀請優秀鄉村出身的清華校友以及趣致集團多名優秀中青年骨幹作為志願者與鄉村學子展開「雲端茶話會」。通過分享真實成長經歷，以榜樣力量激勵青年學子樹立遠大志向。此次活動打破物理空間壁壘，為鄉村學生提供了寶貴的精神指引，彰顯了趣致集團在鄉村教育長效賦能與人才振興領域的長期投入與深切人文關懷。

情系香港與社會回饋

作為一家在香港聯交所上市的企業，趣致集團始終心系香港社會的民生福祉與安全。2025年11月26日，香港大埔宏福苑社區突發重大火災事故，對當地居民的生命財產造成了嚴重威脅。災情牽動著趣致集團全體員工的心。

面對突發災難，集團迅速啟動應急響應機制，緊急撥款1,000,000港元專項資金，全力支援香港大埔火災的救援行動及受災同胞的災後過渡。在此，本集團對火災事故中的遇難者及英勇殉職的消防人員表示最深切的哀悼，並向所有在災害一線奮戰、守護市民生命安全的消防及醫護人員致以崇高的敬意。

趣致集團深知企業的長遠發展離不開所在社區的繁榮與安定。我們期望通過此次實實在在的資金援助，為受災居民提供及時、妥善的生活支持，幫助他們早日渡過難關，重建穩定家園。未來，趣致集團將繼續秉持「同舟共濟」的信念，在社會最需要的地方貢獻企業力量。

ESG榮譽認可

2025年7月18日，在上海舉辦的第四屆國際綠色零碳節暨2025 ESG領袖峰會中，趣致集團憑藉在環境、社會及公司治理（ESG）領域的卓越表現，榮獲由組委會頒發的「2025 ESG典範企業獎」，體現了社會各界對集團踐行可持續發展的高度認可。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

附錄

商業道德

反貪污、反壟斷、反洗錢

趣致集團高度重視企業廉潔文化建設，建立了完善的反貪污制度，通過員工培訓、內控機制及舉報機制等多重措施，有效預防和遏制腐敗行為，確保企業運營的合規性與透明度。

反貪污制度建設

集團明確禁止員工參與任何形式的腐敗行為，並制定嚴格的罰則，對違規行為進行嚴肅處理。同時，設立舉報機制，鼓勵員工及外部合作夥伴監督舉報，確保貪污行為得到及時查處。

員工培訓與高管教育

集團定期開展員工廉潔培訓，提升全員反腐意識與合規能力。針對高管團隊，每年邀請外部專家進行專項培訓，強化其廉潔自律意識與風險管理能力。

針對負責海外專案的高管與核心業務團隊，集團引入了包含《美國反海外腐敗法》（FCPA）、《英國反賄賂法》（UKBA）及當地反貪腐法律法規的專項合規培訓。此外，我們嚴格規範海外專案在獲取政府許可、海關清關、終端設備落地等環節的政商交往尺度，要求海外團隊充分瞭解並尊重當地政商文化邊界，堅決杜絕任何形式的跨國商業賄賂與利益輸送，確保海外擴張始終在陽光下運行。

內控機制與風險評估

通過建立內控機制，集團對關鍵業務流程進行監督與審查，確保制度執行到位。同時，定期評估ESG風險，監控政策實施情況，及時發現並預防潛在的貪污行為。通過上述措施，趣致集團構建了全方位的廉潔管理體系，為企業可持續發展提供了堅實的制度保障。報告期內，本集團概無發生任何針對本集團或本集團員工的已結案貪污訴訟案件。

本集團目前未有於決策、投資評估、轉移定價或情景分析中採用內部碳定價。



目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

→ 商業道德

附錄



| 環境指標 | | |
|---------------|---------------------|--------------|
| 指標 | 單位 | 趣致集團2025年排放量 |
| 廢棄物排放 | | |
| 有害廢棄物總量 | 噸 (t) | / |
| 有害廢棄物密度 | 噸/百萬元人民幣收入 | / |
| 無害廢棄物總量 | 噸 (t) | / |
| 無害廢棄物密度 | 噸/ 百萬元人民幣收入 | / |
| 溫室氣體排放 | | |
| 範圍一排放量 | 噸二氧化碳當量 | 0 |
| 範圍二排放量 | 噸二氧化碳當量 | 4,106.00 |
| 能源使用 | | |
| 直接能源 | | |
| 汽油消耗量 | 噸 (t) | / |
| 柴油消耗量 | 噸 (t) | / |
| 間接能源 | | |
| 電力淨購入量 | 千瓦時 (KWH) | 7,740,350.31 |
| 總耗電密度 | 千瓦時 (KWH) /百萬元人民幣收入 | 4,653.15 |
| 熱力淨購入量 | 吉焦 (GJ) | / |
| 水資源使用 | | |
| 總耗水量 | 噸 (t) | / |
| 總耗水密度 | 噸/百萬元人民幣收入 | / |
| 廢水排放量 | 噸 (t) | / |

| 社會指標 | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|
| 供應商區域分佈 | 地區 | 數量 (個) |
| 華東 | 上海市 | 462 |
| | 江蘇省 | 167 |
| | 山東省 | 191 |
| | 浙江省 | 137 |
| | 安徽省 | 58 |
| | 福建省 | 67 |
| 華南 | 江西省 | 5 |
| | 廣東省 | 485 |
| | 廣西壯族自治區 | 2 |
| 華北 | 海南省 | 1 |
| | 北京市 | 220 |
| | 天津市 | 59 |
| | 河北省 | 4 |
| | 山西省 | 0 |
| 西南 | 四川省 | 58 |
| | 重慶市 | 55 |
| | 貴州省 | 1 |
| | 西藏自治區 | 3 |
| 華中 | 湖南省 | 1 |
| | 河南省 | 48 |
| | 湖北省 | 50 |
| 東北 | 遼寧省 | 1 |
| 西北 | 陝西省 | 64 |
| 境外 | 境外 | 24 |
| 產品責任 | 單位 | 數量 |
| 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 | % | 0 |



▲ 續

| 員工分佈 | 單位 | 數量 |
|-------------|----------|------------|
| 性別 | | |
| 男性 | 人 | 133 |
| 女性 | 人 | 68 |
| 職級 | | |
| 高級管理者 | 人 | 11 |
| 中級管理者 | 人 | 11 |
| 基層員工 | 人 | 179 |
| 僱傭類型 | | |
| 全職 | 人 | 201 |
| 兼職 | 人 | 0 |
| 年齡 | | |
| 21-30歲 | 人 | 67 |
| 31-40歲 | 人 | 98 |
| 41-50歲 | 人 | 36 |
| 地區 | | |
| 上海地區 | 人 | 135 |
| 非上海地區 | 人 | 66 |
| 員工總數 | 人 | 201 |

| 員工流失 | 單位 | 數量 |
|---------------|----------|-----------|
| 性別 | | |
| 男性 | 人 | 34 |
| 女性 | 人 | 29 |
| 年齡 | | |
| 21-30歲 | 人 | 38 |
| 31-40歲 | 人 | 18 |
| 41-50歲 | 人 | 7 |
| 地區 | | |
| 上海地區 | 人 | 52 |
| 非上海地區 | 人 | 11 |
| 員工流失總數 | 人 | 63 |

▲ 續

| 員工健康與安全 | 單位 | 數量 |
|--------------------|----|------|
| 因工亡故人數 (本年度及過去三年內) | 人 | 0 |
| 因工受傷人數 | 人 | 0 |
| 因工傷損失工作日數 | 天 | 0 |
| 員工受訓比例 | | |
| 性別 | | |
| 男性 | % | 100 |
| 女性 | % | 100 |
| 職級 | | |
| 高級管理者 | % | 100 |
| 中級管理者 | % | 100 |
| 基層員工 | % | 100 |
| 員工平均培訓時長 | | |
| 性別 | | |
| 男性 | 小時 | 30.2 |
| 女性 | 小時 | 31.1 |
| 職級 | | |
| 高級管理者 | 小時 | 66.0 |
| 中級管理者 | 小時 | 50.6 |
| 基層員工 | 小時 | 27.1 |



| 層面 | 指標 | 不遵守就解釋 | 回應 |
|------------------------|---------------------|---|--|
| A1: 排放物 | A 1.1 | 排放物種類及相關排放數據。 | P19-P20 |
| | A 1.3 | 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）。 | P19 |
| | A 1.4 | 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）。 | P19 |
| | A 1.5 | 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。 | P19-P20 |
| | A 1.6 | 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。 | P19 |
| | A2: 資源使用 | A 2.1 | 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）。 |
| A 2.2 | | 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。 | P34 |
| A 2.3 | | 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。 | P12, P20 |
| A 2.4 | | 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。 | P12 |
| A 2.5 | | 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。 | P19 |
| A3: 環境及天然資源 | A 3.1 | 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。 | P12 |



B 社會

| 層面 | 指標 | 不遵守就解釋 | 回應 |
|-----------|-------|--|---------|
| B1: 僱傭 | B 1.1 | 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。 | P26,P35 |
| | B 1.2 | 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。 | P26,P35 |
| B2: 健康與安全 | B 2.1 | 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。 | P29 |
| | B 2.2 | 因工傷損失工作日數。 | P29 |
| | B 2.3 | 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。 | P29 |
| B3: 發展及培訓 | B 3.1 | 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。 | P28 |
| | B 3.2 | 按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。 | P28 |
| B4: 勞工準則 | B 4.1 | 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。 | P27 |
| | B 4.2 | 描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。 | P27 |
| B5: 供應鏈管理 | B 5.1 | 按地區劃分的供應商數目。 | P15 |
| | B 5.2 | 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。 | P15-P16 |
| | 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。 | P15-P16 |
| | B 5.4 | 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。 | P15-P17 |
| B6: 產品責任 | B 6.1 | 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。 | P13 |
| | B 6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。 | P24 |
| | B 6.3 | 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。 | P18 |
| | B 6.4 | 描述品質檢定過程及產品回收程序。 | P13 |
| | B 6.5 | 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。 | P23 |
| B7: 反貪污 | B 7.1 | 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。 | P33 |
| | B 7.2 | 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。 | P33 |
| | B 7.3 | 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。 | P33 |
| B8: 社區投資 | B 8.1 | 專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。 | P31 |
| | B 8.2 | 在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。 | P31 |

目錄

報告編製說明

關於趣致集團

ESG治理

我們的產品

我們的消費者

我們的員工

我們的社區

商業道德

➔ 附錄



趣致集團

Qunabox Group Limited

中國領先的AIoT (人工智慧物聯網) 營銷平臺