



2025

環境、社會及管治 (ESG) 報告

Environmental, Social and Governance Report

CONTENTS

驅動智能健身，共赴運動新境 14

- 15 一站式運動解決方案
- 32 驅動產品創新
- 39 提升產品質量與安全
- 44 保障客戶權益
- 48 建設可持續供應鏈

聯動長效治理，共築穩健基石 79

- 80 企業管治架構
- 81 恪守商業道德
- 85 保護信息安全與隱私

綠動高效運營，共塑低碳未來 52

- 53 應對氣候變化
- 57 踐行綠色運營

惠動全民健康，共促活力民生 90

- 91 守護非遺瑰寶
- 93 引領全民運動
- 97 匯聚愛心力量

悅動人才成長，共建包容職場 64

- 65 夯實員工權益保障
- 73 賦能員工職業發展
- 77 心系員工健康安全

前言

- 1 關於本報告
- 2 關於 Keep
- 9 可持續發展管理

附录

- 98 ESG關鍵績效指標數據表
- 102 指標索引表
- 115 讀者意見反饋

關於本報告

本報告是 Keep Inc. (下稱「Keep」「公司」或「我們」) (股票代碼: 03650.HK) 發布的第二份獨立ESG報告 (下稱「本報告」), 旨在客觀披露 Keep 2025年在環境、社會及管治 (以下簡稱為「ESG」) 領域開展的工作及已取得的成果, 有效回應利益相關方的期望和訴求。

報告範圍

本報告的匯報範圍為 Keep Inc.及其主要附屬公司, 時間範圍為2025年1月1日至2025年12月31日, 為保持信息的持續性, 報告中可能包括超出此時間範圍的事項。

編制依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司主板上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(以下簡稱「ESG報告守則」)、全球報告倡議組織標準 (下稱「GRI準則」)、聯合國可持續發展目標 (UN SDGs) 編制。

匯報原則

本報告在編制過程中, 依照《ESG報告守則》中有關「重要性」「量化」「平衡」「一致性」原則要求以界定報告的內容及呈現方式。

「重要性」原則 本報告已在編制過程中開展主要利益相關方參與及ESG重要性議題識別, 並根據議題重要性評估結果對相關內容進行披露。具體內容詳見本報告「利益相關方溝通」與「實質性議題分析」章節。

「量化」原則 本報告所披露的環境與社會層面的關鍵績效指標採用量化方式展現, 有關計量標準、方法、假設及計算工具, 以及使用的轉換係數來源, 均已在相應位置做出說明。

「平衡」原則 本報告確保內容不偏不倚地呈報報告期內 Keep 的ESG表現。

「一致性」原則 本報告的數據統計方法與本公司的其他公開披露信息保持一致。

信息來源與可靠性聲明

本報告涉及的資料和數據主要來源於2025年度本公司統計報告、正式文件及內部記錄。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載及誤導性陳述, 並對內容真實性、準確性、完整性負責。

報告獲取及回應方式

本報告以簡體中文、繁體中文、英文三種語言進行編制, 並以電子版形式發布, 若三種語言版本出現歧義, 請以簡體中文版為準。若您對本報告有任何疑問或意見, 可通過郵件發送至ir@keep.com。

關於 Keep

❖ 公司簡介

Keep 是中國最大的健身平台¹。我們是一個不斷發展並以交付為導向的平台，為用戶提供全面的健身解決方案，以幫助用戶實現其健身目標。我們通過人工智能輔助的個性化訓練計劃（涵蓋錄播課及互動直播課），提供廣泛及專業的健身內容，可根據用戶的運動水平、健身目標、日常鍛煉模式及飲食，動態調整課程內容及鍛煉強度。Keep 的內容輔之以各種智能健身設備、健身裝備、服飾及食品，使 Keep 能夠無縫連接物理與數字領域，創造沉浸式、一站式的健身體驗。



¹ 根據灼識諮詢報告，於2022年，按月活躍用戶及用戶完成的鍛煉次數計算。

❖ 發展歷程

2015

Keep App上線於2015年，圍繞用戶的「吃、穿、用、練」需求，提供一站式運動解決方案。通過 Keep App，用戶可享受包括操課、瑜伽、訓練等不同品類的線上內容，以及專屬的會員課程、定制計劃等增值服務。與此同時，Keep 還能夠為用戶提供包含智能硬件、包括裝備和服飾在內的配套健身產品，以及健康食品等，以服務用戶運動的全過程。

2023

2023年7月，Keep 成功登陸港交所，成為「運動科技第一股」。

2024

2024年3月，Keep 在成立九周年之際刷新了使命與願景，以「激發每一次運動，讓世界充滿活力」為新使命，並將「成為10億運動者的自由運動場」作為 Keep 的10年願景與目標。同時，Keep 升級App，通過擴充運動品類、提升服務品質，不斷降低運動門檻，打破運動的時間、空間和經濟條件的限制，以陪伴者和鼓勵者的角色幫助更多用戶更好地完成運動目標，助力全民健身，助推「健康中國」戰略落地。

2025

2025年3月，Keep 上線了首個AI教練卡卡 (Kaka)，可基於用戶需求，動態生成與調整訓練計劃。Keep 在2025年逐步構建了多智能體協同的主動式服務模式。截至2025年底，Keep 為超過130萬用戶生成個性化訓練方案，完成數千萬次AI技能交互測試，並持續推動運動健康領域數據標準化和自研運動大模型建設。

❖ 發展戰略

自 Keep 創立以來，我們通過內容驅動工具發展成為全球領先的健身平台和社區，成功構建了一個融合內容、用戶、數據和設備的全方位健身生態系統。面對日新月異的行業競爭、技術進步和用戶需求，2025年，Keep 堅守「運動領域的長期複利主義者」的初心，秉持「激發每一次運動，讓世界充滿活力」的使命，聚焦AI能力提升和自有品牌健身產品升級，深化從內容驅動向AI驅動的運動健康生態。未來，公司的發展將圍繞四大核心戰略展開：



All in AI



基於龐大用戶群的十年運動數據積累與沉澱，我們將加速推動線上健身從推薦走向生成，從「內容平臺」向「AI驅動的運動健康生態」躍遷，持續引領運動科技行業的技術變革和智能化發展。

發展以數據為核心的硬件生態



我們將加強數據互聯和分析、增強我們的數據基礎，並將逐步實現軟硬件相結合的運動 AI，以數據為核心鏈接用戶，跨越不同運動場景、類別，讓用戶享受更多運動樂趣。

讓 Keep 品牌走進運動多場景



我們將逐步從室內拓展至跑步、戶外等多元運動場景，為消費者提供更多優質、創新、智能的產品選擇，讓產品成為用戶情感記憶的載體。

拓展全球化版圖



我們將繼續以人工智能技術和自有品牌健身產品為載體，向全球傳遞東方運動哲學與智慧，助力全球用戶開啟健康運動新方式。

❖ 企業文化

使命願景

激發每一次運動，讓世界充滿活力。

核心精神

自律給我自由。



❖ 2025年亮點表現

➔ 共推數智創新

產品與服務



AI教練卡卡累計服務用戶

4,000萬+人次

官方App課程

9,000+節

AIGC課程佔官方課程約

16%

舉辦線上獎牌賽事

400+場

收錄全國專業馬拉松線下賽事

400+場

跨6座城市，舉辦「城市K馬」

10場

吸引報名參與

1.6萬+



知識產權



獲得馳名商標認定、AAA 級知名商標品牌評價

累計有效專利

556項

商標

1,453項

版權

671項

全年治理侵權商品

2.8萬餘件

侵權視頻課程

1萬餘個

→ 共促合規經營

質量與安全



未發生任何與安全和健康相關的產品召回事件

處置違規內容約

18萬條

永久封禁違規賬號

12,500餘個

通過 ISO 27001 信息安全管理體系、ISO 27701 隱私信息管理體系認證

商業道德



員工 100% 完成利益衝突申報，並簽署《廉潔自律承諾書》

商業道德培訓 100% 覆蓋所有員工

供應商 100% 簽署《反商業賄賂協議》

→ 共享成長價值

人才發展



員工平均培訓時長

48小時

員工受訓百分比

98%

福利體系覆蓋正式員工

100%

社區貢獻



發布兩支非遺傳統運動系列紀錄短片

設立「紅桃 K」專項公益基金，號召員工投身公益行動



❖ 榮譽獎項



虎嗅

「2025可持續品牌典範·企業合規獎」



每日經濟新聞

「2025上市公司口碑榜·大健康卓越競爭力上市公司」獎



第一財經

「2025金字招牌」獎



精練

「2025年度健康生活方式品牌」獎

❖ 評級表現²

Wind ESG

Wind ESG評級

AA

商道融綠
SynTao Green Finance

商道融綠ESG評級

A-

中誠信綠金
CCXGF

中誠信綠金ESG評級

BBB+

華證ESG

華證ESG評級

BBB

² ESG評級為截至2025年12月31日的平台查詢結果。

可持續發展管理



❖ 董事會聲明

董事會作為 Keep ESG事宜的最高責任機構，全面負責可持續發展戰略的制定與監督。報告期內，董事會聽取管理層關於ESG進展的專項匯報，重點關注監管政策變化、行業 ESG 發展趨勢及與公司業務相關的重大議題，並就年度ESG管理重點、資源配置及目標設定提供戰略性指導建議。

Keep 已構建由董事會領導的「治理層—管理層—執行層」三級ESG管理架構。董事會及審計委員會作為ESG管理的治理層，負責對ESG相關重要事宜進行監督、審議與決策；ESG工作指導小組作為管理層，統籌推進ESG管理工作；各職能部門及業務線作為執行層，依據職責分工落實相關管理措施。2025年，公司正式制定並實施《ESG 管理制度》，對ESG管理的組織架構、職責分工及工作流程進行規範，推動ESG管理向制度化、常態化轉型。

董事會對ESG議題管理及其變化情況進行年度評估，確保其準確反映公司經營實際與外部期望，並作為管理決策的核心依據。同時，董事會持續檢視綠色產品、數據安全、產品與服務質量、員工發展、社會公益等關鍵領域的目標設定與執行成效，確保目標設定符合公司發展實際的同時契合可持續發展要求。

本報告真實、準確、完整地披露了 Keep 於報告期內在環境、社會及管治方面的實踐與績效，已於二零二六年三月二十五日經董事會審閱批准。

❖ 可持續管理架構

Keep 已搭建由董事會領導的「治理層-管理層-執行層」的三級ESG管理架構。董事會作為ESG事宜的最高決策與責任機構，全面監督公司可持續發展戰略的制定與實施。審計委員會作為董事會層面統籌ESG相關事宜的機構，定期向董事會匯報。ESG工作指導小組負責落實ESG各項工作，並定期向審計委員會匯報，確保將各職能部門、業務線納入ESG管理體系，推動可持續協同管理。

2025年，公司正式制定併發布《ESG管理制度》，明確各級組織在ESG工作中的職責分工、管理內容與要求，為ESG工作的規範化推進和長期有效運行提供制度保障。

| Keep ESG管理架構



為支持董事會有效履行ESG監督職責，報告期內我們通過郵件向董事發送ESG監管更新、行業動態及典型案例，確保其及時掌握關鍵議題進展，提升可持續發展相關決策的專業性與前瞻性。

❖ 利益相關方溝通

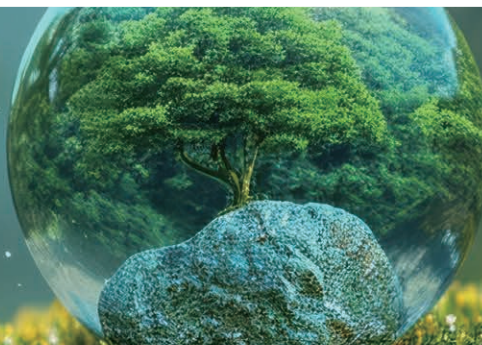
利益相關方的意見與期望是 Keep 持續改善ESG管理的重要動力與依據。我們通過多種渠道與利益相關方保持溝通，及時同步公司進展，並認真聽取、回應各方意見，將其轉化為實際的管理行動與提升舉措。

| Keep 利益相關方溝通機制

利益相關方	政府及監管機構	股東及投資者	公司董事	員工	合作夥伴及供應商	消費者	企業客戶	社區媒體
主要關注事宜	<ul style="list-style-type: none"> 遵守法律法規 政策落實情況 突出社會貢獻 	<ul style="list-style-type: none"> 企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> 員工權益 薪酬福利 發展及培訓 健全晉升通道 健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> 公開、公平、公正採購 商業道德 互利共贏 	<ul style="list-style-type: none"> 提供高質量產品與服務 保障信息安全與隱私 聽取用戶意見及建議 	<ul style="list-style-type: none"> 商業道德 提供高質量產品與服務 保障客戶信息安全 	<ul style="list-style-type: none"> 社會公益 社區投資 保護環境 公開透明的信息披露
主要溝通途徑	<ul style="list-style-type: none"> 備案或書面文件報送 視察接待 年度報告 	<ul style="list-style-type: none"> 股東大會 專題匯報 投資者會議及業績發布會 聯交所網站 本公司境內外官網 	<ul style="list-style-type: none"> 董事會會議 	<ul style="list-style-type: none"> 勞動合同 面對面溝通 員工培訓 績效考核及反饋 	<ul style="list-style-type: none"> 公開招標 供貨商質量協議 反商業賄賂協議 供貨商評估程序 供貨商會議 	<ul style="list-style-type: none"> 用戶服務熱線 日常運營及交流 滿意度調查 用戶投訴處理與反饋 	<ul style="list-style-type: none"> 實地考察 客戶溝通 行業交流 	<ul style="list-style-type: none"> 參與公益活動 志願者服務 訪談及郵件往來 本公司境內外官網

❖ 實質性議題分析

Keep 持續完善自身實質性議題管理及分析，以有效回應利益相關方關注的議題。我們定期通過調研問卷的方式收集利益相關方對ESG議題實質性的反饋意見，並開展實質性評估分析，相關步驟如下：



01

實質性議題更新

我們綜合參考可持續發展相關標準及披露框架、評級標準、同行關注議題，結合 Keep 自身業務發展需求，定期更新ESG議題庫。



02

實質性議題調研

我們通過線上問卷調查的形式邀請公司內、外部利益相關方對議題重要性進行評分，調研涵蓋政府及監管機構、股東及投資者、公司董事、員工、合作夥伴及供應商、消費者、企業客戶、社區媒體等8類利益相關方。



03

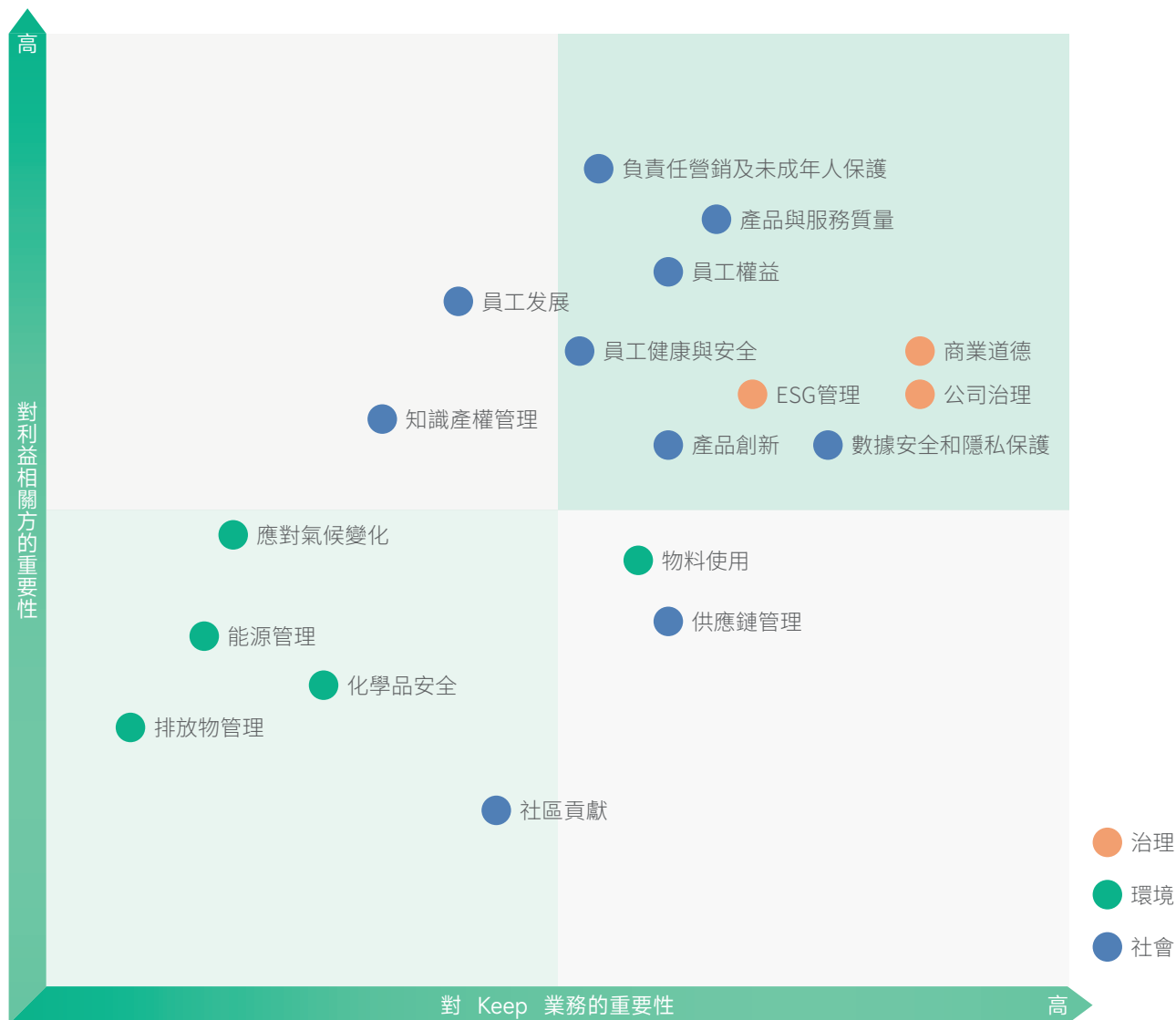
實質性議題分析

我們根據問卷打分情況進行分析，從「對Keep業務的重要性」和「對利益相關方的重要性」兩個維度評估各項議題的重要性，並按重要性進行排序，從而得出ESG議題重要性矩陣。



基於對行業ESG關注趨勢、政策導向及公司自身業務重點的持續跟蹤，我們判斷報告期內核心實質性議題未發生重大變化。為保持管理策略的連貫性與可比性，2025年議題重要性矩陣延續上一報告期的評估結果。

Keep 實質性議題矩陣



驅動智能健身 共赴運動新境



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 產品創新
- 知識產權管理
- 產品與服務質量
- 化學品安全
- 負責任營銷及未成年人保護
- 供應鏈管理

作為全球領先的運動科技公司，Keep 始終秉持「創新驅動、質量至上」的理念，以「成為10億運動者的自由運動場」為十年目標，致力於為用戶提供高效、科學的運動解決方案。2025年，Keep 深化產品創新與AI技術融合，通過有溫度的產品設計與嚴謹的質量管理，為每一位用戶的自由運動體驗提供堅實支撐。

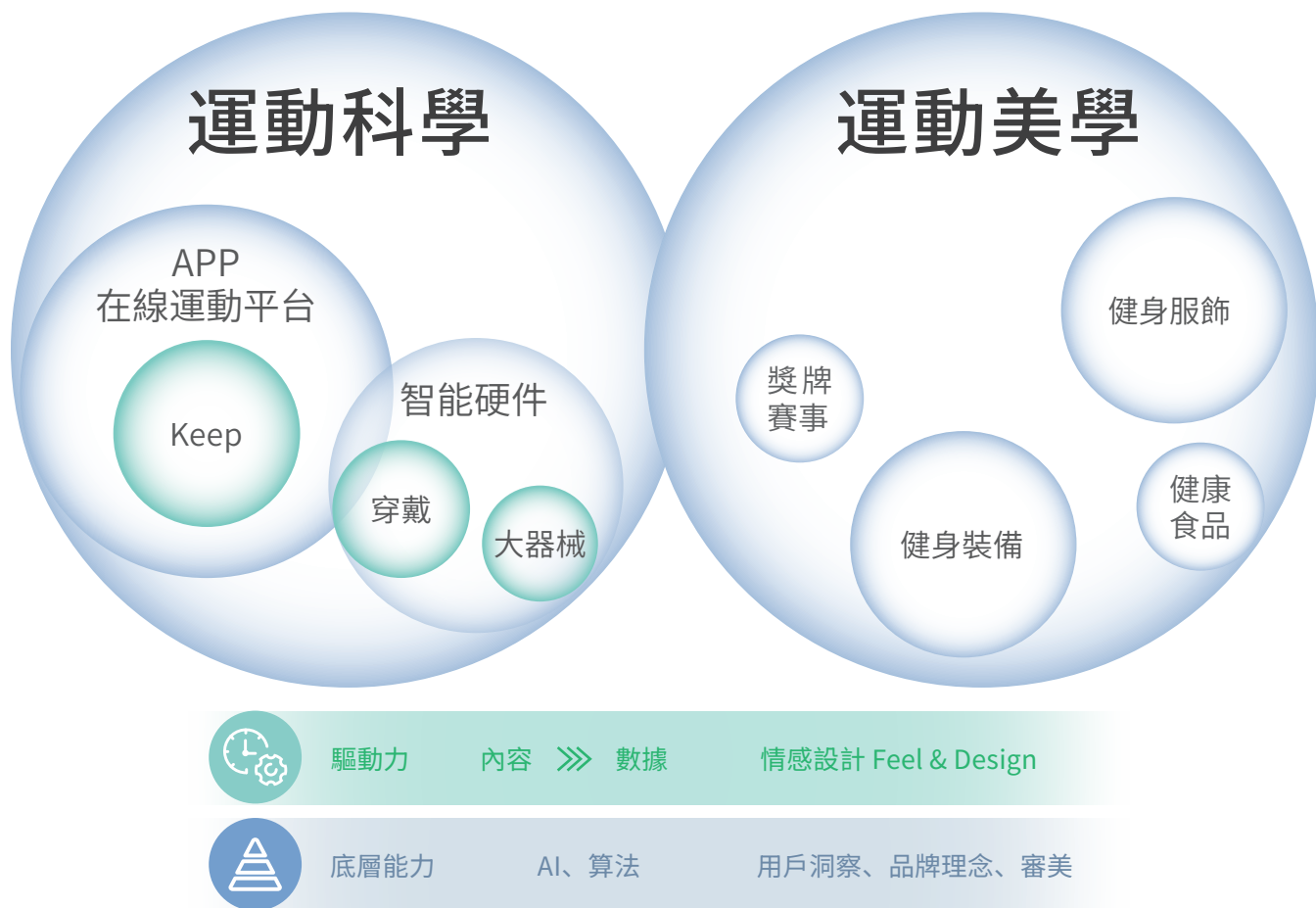


一站式運動解決方案

Keep 以「運動科學」與「運動美學」為雙輪驅動構建了一站式運動解決方案，通過AI賦能的專業服務、更高質價比的健身產品、集情感支持與社交互動於一身的多元體育賽事，持續提升用戶運動體驗。

在「運動科學」領域，我們依託智能算法與AI技術實現從內容驅動向數據驅動、從APP到AI Agent的生態系統轉型，持續提高用戶健身方案的科學性。在「運動美學」領域，我們深入洞察用戶需求，從多元運動場景出發，推出結合品牌理念、具有設計感的健身產品，滿足用戶對穿搭外在美和健康內在美的協同追求。

| 運動科學與運動美學的雙輪驅動力



❖ 智能生態重構運動場景

作為數字健身領域的開拓者，Keep 始終致力於突破行業邊界，構建差異化的競爭優勢。在公司成立的第一個十年中，我們以內容為核心驅動了規模化增長，打造了覆蓋超25個運動垂類的全景內容庫，用戶規模居於行業領先。

在開啟第二個十年戰略的2025年，Keep 啟動「All in AI」戰略，從內容驅動平台全面轉型為以AI驅動的運動健康生態。通過深度融合人工智能技術，我們著力重塑運動健身體驗，將個性化服務融入家庭、社交、室內、戶外等多元場景，實現人、設備、內容與環境的無縫協同。

AI賦能教練服務

2025年，Keep 持續推進AI-native的自研模型體系建設，並聯合專業運動機構構建了面向運動健康場景的領域級Benchmark，定義運動健康領域模型能力邊界。



在業務場景層面，我們實現了AI教練主動服務能力，包括練前規劃、練中實時指導、練後分析解讀；同時在飲食、睡眠等健康領域也具備了精準記錄和分析指導能力。



在技術系統層面，我們圍繞AI教練構建多智能體（Multi-Agent）協作架構，形成規劃、執行、評估等角色分工，配套統一工具調用與能力編排體系；通過用戶長期運動與健康數據形成可持續演進的記憶與洞察機制；同時建立由算法評測、業務指標與運動專家共同參與的規範化評估流程與專家團，保障專業性與可信度。

我們於2025年3月推出首款AI教練卡卡（Kaka），並以其為核心，重構了運動服務的產品範式：從靜態內容分發，演進為具備長期記憶與持續優化能力的智能體服務。卡卡可圍繞用戶生命週期，動態生成與調整訓練計畫，並在運動及身體評估、個性化訓練計畫生成、語音導練、運動生圖等多場景中形成閉環，逐步實現從“響應式工具”向“主動式教練”的轉變。



AI教練卡卡

多維度數據記錄

「記錄數據」功能以多模態大模型為核心，融合圖像識別、自然語言理解與智能推理能力，支持用戶通過圖片或文字輸入飲食、體重、運動、身體圍度和生理期等健康信息，並通過語義校驗和邏輯推理，以對話形式確認、補充與修正內容，將非結構化輸入高效轉化為高精度結構化健康記錄。

2025年，卡卡協助用戶記錄和分析數據近**1,000**萬人次。



運動及身體評估

基於用戶在 Keep 積累的真實運動數據構建運動檔案，結合科學運動原理與用戶需求，提供個性化運動建議及能力狀態評估，並推出涵蓋身體、動作與健康的綜合評估服務，幫助用戶高效了解自身狀態、預防損傷。

2025年，卡卡提供的運動及身體評估服務逾**800**萬人次。



個性化訓練計劃生成

運用AI大模型能力構建Agent，基於用戶在 Keep APP的運動數據、身體狀態、目標及歷史行為，智能生成並動態優化個性化運動計劃，精準匹配適配課程，在降低決策成本的同時，提升訓練的安全性、匹配度與用戶的持續動力和成就感。

2025年，卡卡累計為超過**130**萬用戶生成個性化訓練計劃。



語音導練

在跑步及部分課程中，卡卡基於用戶授權數據，通過「實時語音」提供陪伴、反饋與引導，幫助用戶感知狀態、規避風險，在動態適配的節奏中獲得安全、高效且富有成就感的運動體驗。

2025年，卡卡的語音導練功能累計使用**2,300**萬人次。



運動生圖

基於用戶真實的運動數據，通過AI生圖技術可將用戶照片或運動軌跡轉繪為風格化海報，為用戶提供了更多樣的數據記錄與呈現形式，降低分享門檻，增強參與感與趣味性。

2025年9月上線以來，卡卡已生成近**10**萬張運動圖片。



AI賦能課程生產

2025年，我們基於用戶畫像及搜索記錄分析用戶需求，持續豐富、完善課程庫。為高效生成更貼合細分偏好與目標需求的課程，我們採用AIGC賦能的課程生產流程和評測體系，將具體需求匹配至相應的生課場景，並對應生成課程大綱、匹配動作庫，從而推動課程服務向精細化、個性化發展。

在垂直領域，我們持續深耕傳統品類課程，其中新增力量塑形類課程超過1,000節，完練次數超過100萬次。同時，我們圍繞細分人群推出更多專屬課程，其中為健身新手新增500餘節課程，完練次數超過60萬次。

截至2025年12月31日，Keep 擁有超過9,000節官方課程，AIGC課程佔比16%，覆蓋跑走騎、球類、室內、休閒、水中、專業運動及武術等多種運動場景。

2026年，我們將落地和優化運動健康大語言模型、AI 智能體（Agent）及 AIGC 的佈局，發佈運動健康養生蝦 KeepClaw，完成 Keep AI生態的全面佈局，以優化用戶交互，增強用戶參與，豐富內容生成，持續提升用戶體驗。

| AI 教練卡卡所獲獎項



❖ 健身產品服務運動生活

基於對多元用戶需求的深度洞察，Keep 為各類運動人群打造從入門級到進階選項的高質量產品，覆蓋「吃、穿、用、練」的運動生活全場景。2025年，Keep 持續優化產品質價比，積極拓展產品品類與應用場景邊界，將客戶群體從專業運動人群拓展到更廣的泛運動人群，將運動場景從室內延伸至戶外。



運動人群拓展

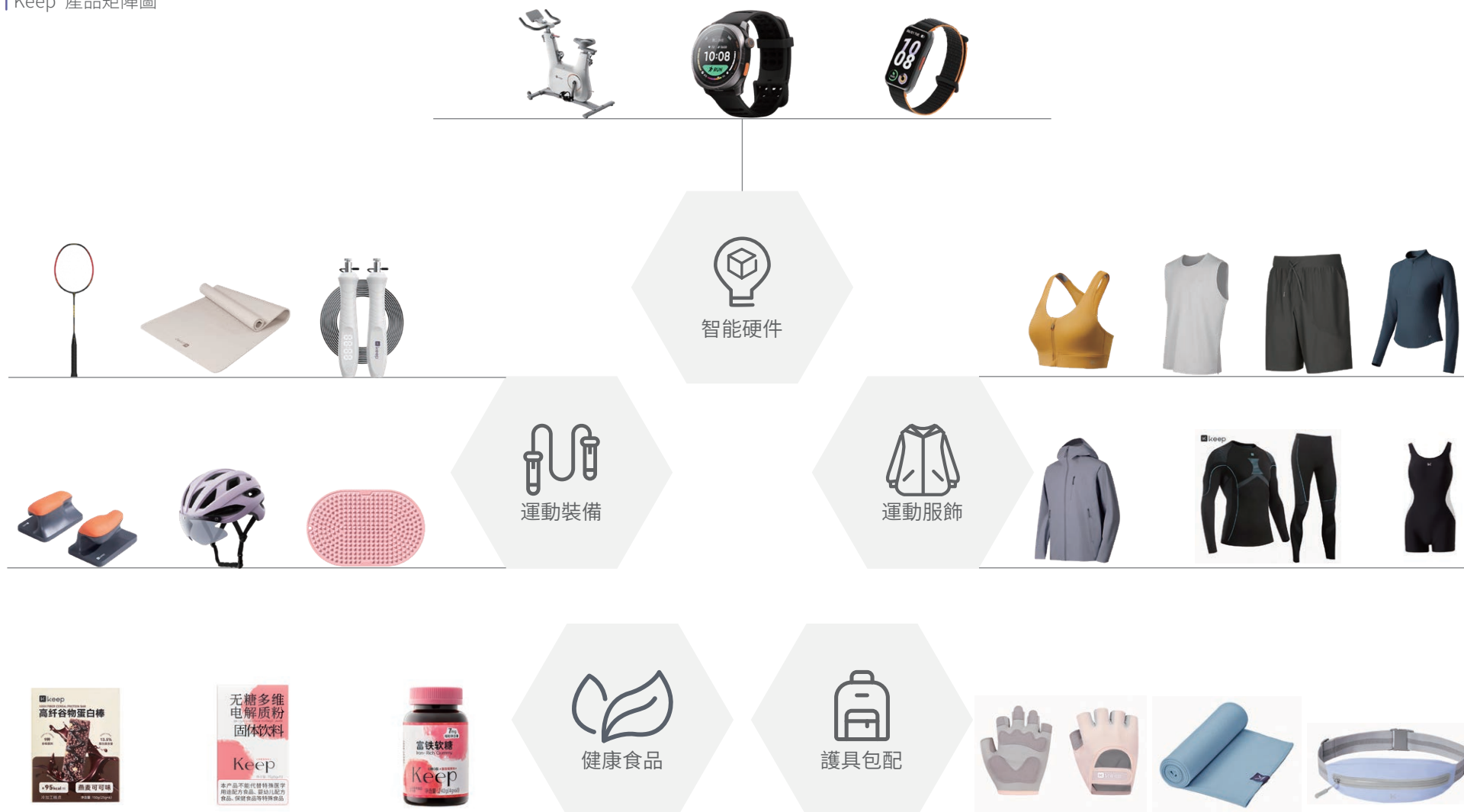
針對泛運動人群的健康需求，我們在2025年全新推出營養素補充產品，如富鐵軟糖和多維軟糖，並著力優化健康食品的口感與便攜性。

面向青少年體測需求，我們圍繞跳繩、跳遠、仰臥起坐等核心項目，打造了考試專用訓練產品，產品設計深度融合兒童使用習慣，以卡通化的友好形態，讓訓練更安全、更有趣。

運動場景拓展

2025年，Keep 在深化健身、瑜伽等室內運動場景的裝備和服飾產品技術迭代的同時，將產品版圖延伸至騎行、游泳、球類等運動領域，精準把握戶外運動市場熱潮，進一步提高對主流運動場景的關鍵產品覆蓋。

| Keep 產品矩陣圖



在持續探索產品創新的過程中，Keep 以用戶需求與體驗為核心，深度融合科學設計、低碳理念與AI技術，推動產品向更安全、更可持續、更智能的方向演進。

案例 | Keep Watch Pilot 1 智能手錶——以AI技術賦能運動管理

2025年，Keep Watch Pilot 1 智能手錶與 Keep App的AI教練互聯，將智能化的跑步訓練融入用戶的日常穿戴場景。

AI 教練通過跑步能力測試評估用戶的心肺素質與跑步能力，並結合用戶的目標生成專屬訓練計劃，同步至手錶端便於隨時開練。跑步過程中，AI 教練通過手錶實時監測心率、配速、跑姿等關鍵指標，並在手錶端實時反饋，幫助用戶高效達成目標。跑步結束後，AI 教練會全面分析用戶的訓練數據、訓練效果，量化累積訓練負荷，並動態更新運動狀態與恢復時間，幫助用戶合理安排後續訓練。

手錶還延續了App內的「AI 教練打招呼」功能，利用穿戴貼身的特性，讓用戶抬腕就能獲得及時、個性化的互動信息，並可直接開始運動或跳轉App獲取更多內容。



Keep Watch Pilot 1 智能手錶

案例 | 動感單車C3自發電版——將低碳理念融入每一次騎行

2025年，Keep 推出新款動感單車C3，集智能科技、人性化設計與環保理念於一體，打造兼顧卓越體驗與可持續理念的家庭健身解決方案。

C3車身搭載獨立彩屏及操作系統，實現開機即練，並全面接入 Keep 智能生態和Zwift等第三方專業應用，滿足從入門到競技的多元化需求。同時，C3創新的「5D魔術車身調節」系統，支持坐墊、車把多向精細調節，輕鬆適配不同身高與騎行習慣，確保全家每位成員都能找到舒適、安全的騎行姿態。

產品另一亮點在於其搭載KitMag 2.0自發電系統，通過將騎行過程中產生的動能高效轉化為電能，在達到特定踩踏頻率後即可實現整機免插電運行，有效降低產品使用階段產生的碳排放。



動感單車C3 自發電版

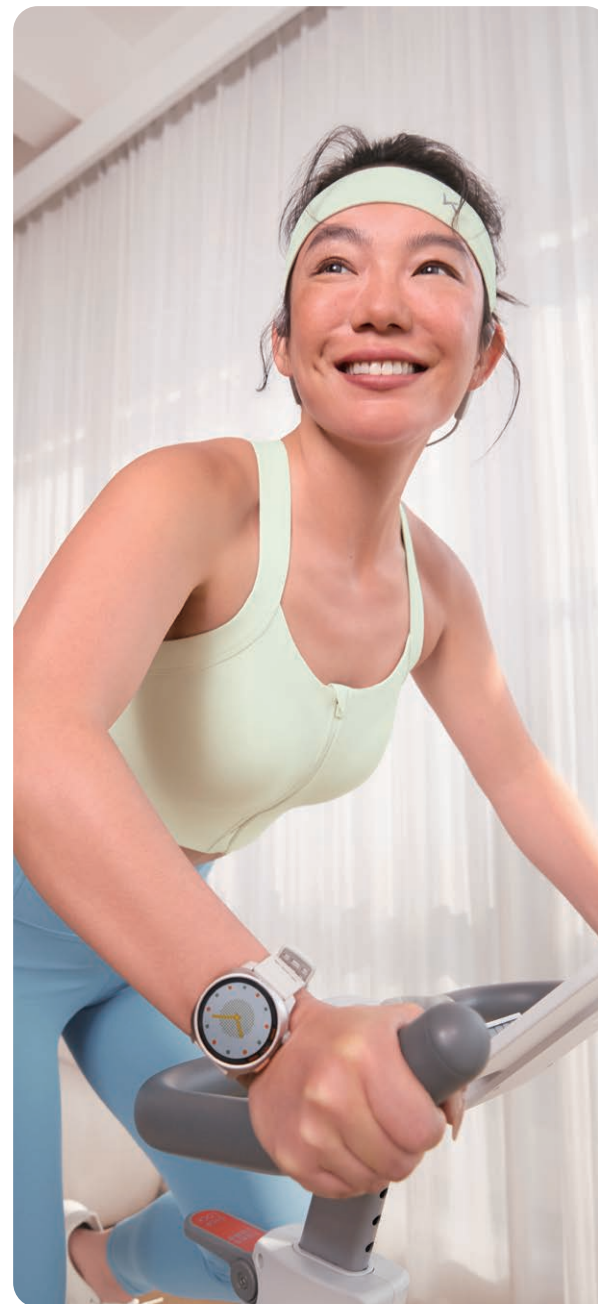
03 案例 | 人體工學俯臥撐架——以科學設計降低運動損傷風險

俯臥撐作為大眾健身的高頻基礎動作，其傳統支架常因設計缺陷導致手腕疼痛、手掌發麻，甚至增加TFCC（三角纖維軟骨複合體）損傷風險。為此，Keep 於2025年推出的人體工學俯臥撐支架，以科學設計系統提升了運動安全與訓練效果：

- 支撐面表面積較傳統產品提升2.3倍，有效降低掌心壓迫；支撐高度增加30%，支持更充分的胸肌拉伸與標準動作幅度，減少代償風險；
- 創新Hook鉤握結構貼合手部自然姿態，實現輕鬆抓握，緩解腕關節與小臂負荷，助力訓練效果提升；
- 配套連接杆、訓練墊與助力帶三類配件，引導用戶精準訓練、建立正確動作模式。



人體工學俯臥撐架



❖ 體育賽事豐富運動體驗

線上體育賽事

線上獎牌賽事

2025年，Keep 持續深化線上獎牌賽事的多元價值，結合熱門IP、中華文化、綠色出行等主題，不僅為用戶提供情感激勵和運動動力，亦弘揚傳統美學，同時倡導低碳生活方式。2025年，Keep 共舉辦469場線上獎牌賽事，吸引近300萬人次參與。

【IP聯名獎牌】蒼月草之約 | 葬送的芙莉蓮系列線上跑

獎牌靈感源自動漫《葬送的芙莉蓮》，浪漫唯美，高度還原原作劇情世界。趣玩設計支持拆卸作冰箱貼、磁吸吧唧託，內嵌流麻與隱藏鏡蓮華戒指，玩法豐富，驚喜十足，共吸引超14萬人參與。



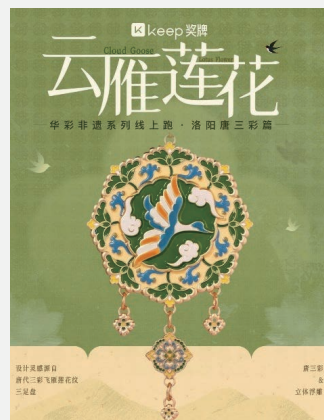
【歷史文物獎牌】金甌永固 | 歷史博物館系列線上跑

獎牌遵循金甌永固杯原物紋樣，融合回紋、纏枝花卉浮雕、夔龍圖案等特點，中心懸掛寶相花吊墜寓意諸事圓滿，並在背面刻有「1.741km」公里數，象徵藏品誕生年份。以此致敬文物背後的文化記憶，希望流失國寶早日歸家。



【非遺文化獎牌】雲雁蓮花 | 華彩非遺系列線上跑·洛陽唐三彩篇

獎牌設計靈感源自唐代三彩飛雁蓮花紋三足盤，複刻鴻雁穿雲、荷葉浪花等紋樣，採用立體浮雕與團花紋吊墜，盡顯唐代的自信昂揚、多元交融的氣韻風采。



【綠色騎行獎牌】湖光璀璨 | 絕美河山騎行賽

獎牌以湛藍湖水與星空為核心元素，搭配專業單車形象，倡導綠色騎行探索自然美景。獎牌正面複刻高山湖泊神韻，背面的高原山地自行車可拆卸作冰箱貼，並嵌入夜光藍色流麻設計，賦予獎牌神秘寧靜氣質。



► 獎牌材質拓展

2025年，我們推出水晶主題賽事以回應用戶對情緒調節、精神滋養與自我關懷的需求，並以經典冬季運動為靈感打造柔軟可愛的形象、推出毛絨主題賽事，鼓勵用戶享受冰雪運動的樂趣。

📖 案例 符風鈴 | 水晶系列線上運動挑戰

Keep 推出的水晶系列線上賽事，以冥想課程作為完賽挑戰。賽事獎牌「符風鈴」以風鈴為設計靈感，以冥想療愈為主題，將水晶與風鈴相結合，希望以自然取材的美學對象幫助更多人構建自己的節律與場域，剝離浮躁。在鈴與風的協奏中，釋放疲憊，靜心冥想，讓情緒得到舒緩，完成自我療愈。



📖 案例 冬季小夥伴 | 運動毛絨系列挑戰賽

本賽事以冰雪運動為靈感，將競技的活力與毛絨的柔軟巧妙融合。毛絨形象「好牛獎盃」是對堅持的禮贊，「多盔你」是勇往直前的守護，「大pro雙板/單板」詮釋著滑行時的自由與進階，「暈壺壺」凝聚專注與精準，「滑麗麗」則定格了冰上翩躚的優雅瞬間。這些設計旨在通過富有情感聯結的設計，在用戶日常生活中傳遞鼓勵與治癒。



► 社交互動玩法

2025年，Keep 進一步拓展賽事互動體驗，推出了19場含定制玩法的獎牌賽事，將用戶體驗從獨自運動完賽向社交互動延伸，強化運動中的陪伴感、趣味性與社群連接。

📖 案例 哈利·波特與魔法石 | 哈利·波特主題線上跑

Keep 將《哈利·波特》的魔法世界與運動融合，設計、打造了一款能「互動」與「講故事」的實體獎牌。獎牌在還原原作經典場景的同時，將「厄裏斯魔鏡」、「入學通知的抵達」等魔法時刻，通過旋轉鏡面、可拆卸浮雕、滑動配件等設計，轉化為用戶可以親手探索、把玩的真實體驗。

Keep 同步推出《哈利·波特》主題線上挑戰賽，設置「點亮魔法運動軌跡」「加入四大學院完賽」「集魔法人物卡兌換紀念幣」等任務。用戶在完成運動任務的同時，還能通過卡片收集與朋友交換互動，讓運動成為激發興趣共鳴、促進社交連接的沉浸式體驗。



哈利·波特與魔法石 | 哈利·波特主題線上跑

03 案例 看到太陽，成為光 | 孫穎莎 × Keep 系列賽事

2025年10月，Keep 正式宣佈乒乓球世界冠軍孫穎莎成為品牌代言人，並攜手推出「看到太陽，成為光」主題系列賽事，圍繞跑步與揮拍兩大運動類型設計專屬任務。用戶報名完成挑戰後，除獲得完賽獎牌及周邊外，還能通過多重定制化互動彩蛋獲得沉浸式陪伴體驗。



看到太陽，成為光 | 孫穎莎 × Keep 系列賽事

在跑步任務的不同節點，均設計了孫穎莎錄製的語音加油彩蛋，營造「她在身邊加油鼓勁」的臨場感，激發衝刺動力。在揮拍任務中，用戶通過AI識別手部動作，無需球拍即可參與，並且系統會隨機彈出孫穎莎的趣味卡通表情包，向用戶傳遞鼓勵，讓運動過程變得輕鬆有趣。所有完賽用戶還可解鎖專屬彩蛋視頻，感受孫穎莎的活力與拼搏精神。本系列賽事共吸引超過11萬人報名參賽。



完賽彩蛋

我們還同步推出「追光42天 | 孫穎莎 × Keep 線上運動挑戰賽」，配套上線由孫穎莎親自示範帶練的「元氣螃蟹步 | 孫穎莎 Keep 運動訓練課」，在為用戶提供專業指導的同時，鼓勵用戶通過運動累計打卡，助力健康習慣的養成。其中，「追光42天」挑戰賽參與人數約5.5萬人，「元氣螃蟹步」訓練課跟練達41萬人次。



追光42天 | 孫穎莎 × Keep 線上運動挑戰賽



元氣螃蟹步 | 孫穎莎 Keep 運動訓練課

合作馬拉松線上賽

隨著全民健身意識的提升，馬拉松賽事逐漸成為推動城市經濟發展和健康生活方式的重要載體。Keep 作為頭部運動科技平台，通過技術賦能和數字化服務，深度參與專業馬拉松賽事。2025年，Keep App收錄了全國400餘場專業馬拉松線下賽事，其中包括27場核心運營賽事。

我們為核心運營的專業馬拉松賽事提供多樣化的定制服務，例如：

▶ 備賽跟練計劃

Keep App可在賽前為用戶提供「備賽跟練計劃」，供用戶根據配速選擇合適的訓練方案，科學備賽。

▶ 賽道路書

馬拉松參賽者可在 Keep App上使用我們為賽事打造的「賽道路書」，獲取線上語音服務，提前了解賽道規劃，並在比賽當日獲得賽道指引。

▶ 實時數據服務

Keep App可與合作賽事的號碼簿晶片打通，從而為參賽者提供基於賽場實時數據的成績排行榜服務，並支持分享成績至社交媒體。

▶ 同步線上賽事

我們憑藉豐富的線上賽事運營經驗，為合作馬拉松打造同主題線上體育賽或挑戰賽並上線 Keep App，線上賽事根據用戶需求設置不同組別，號召更多人參與路跑運動，也彌補了部分跑者無法參與線下賽事的遺憾。



北京馬拉松合作線上賽



蘭州馬拉松合作線上賽

線下自有品牌IP賽事

作為 Keep 標誌性的線下自有路跑賽事IP，「城市K馬」歷經三年沉澱，憑藉涵蓋親子跑、螢光夜跑、5公里、10公里、半馬及30公里五大組別的「人生首馬」進階體系，構建起從大眾參與至專業競技的完整成長閉環，不僅滿足了專業選手的競技需求，也為大眾跑者打造了一個友好而有趣的舞臺，成為跑者心中「專業與溫度並存」的年度期待，是我們履行社會責任、推動全民健身深入發展的核心載體之一。

對新手而言，城市K馬是安全、友好的「人生第一次」馬拉松——依託專業級的賽道丈量、清晰指引、補給配置與醫療保障，幫助跑者在可靠的環境中完成首次突破；對資深跑者而言，它則是理想的「以賽代練」實戰平台，通過真實比賽環境檢驗訓練成果、優化備賽策略。



「城市K馬」完賽獎牌



「城市K馬」活動現場

不止於競技，城市K馬更成為連接人、城市與生活方式的紐帶，打造有陪伴、有認同、有歸屬的「跑步搭子」社群，詮釋「跑，就是答案」的當代運動理念。2025年，Keep 在北京、上海、深圳、重慶、鄭州、福州6座城市共舉辦10場「城市K馬」，吸引超16,000人報名參與，切實推動了當地體育文化事業的發展。

創新運營模式，提升賽事服務

「城市K馬」通過多維創新賽事體驗、沉浸式社交場景及全鏈路品牌聯動，打造出集健康生活方式與城市文化賦能於一體的標杆性體育盛事。2025年，我們以更專業的賽事平台、更貼心的跑者服務、更熱烈的賽場氛圍，賦能城市活力，共同見證每一位跑者超越自我的高光時刻。

「城市K馬」2025年創新運營模式

● 升級賽事平台服務

依託強大的數字化平台及技術能力，我們在2025年升級「城市K馬」系列賽事的線上支持，全新推出「Keep 城市賽」微信小程序，與 Keep APP互聯，實現報名、查詢一站式服務。同時，APP每月上線「城市K馬」PB線上挑戰賽，跑者可免費參賽，完賽後還可參與互動抽獎，2025年共吸引近60萬跑者積極參與，打破地域限制，讓運動無處不在。



「Keep 城市賽」微信小程序「城市K馬」PB線上挑戰賽

● 強化社交互動屬性

「城市K馬」支持組隊參賽，融入社交化體驗，呼應當下「找運動搭子」的社交趨勢。參賽者可共創口號、設計戰隊旗幟，在奔跑中相互激勵、並肩沖線。我們還按賽事與地區建立專屬微信社群，便於跑者獲取資訊、交流互動，持續豐富「城市K馬」的賽事生態。



「城市K馬」水槍大戰嘉年華



「城市K馬」4人組隊接力賽

● 塑造立體城市IP

2025年，「城市K馬」落地北京奧林匹克森林公園、上海世博公園、上海西岸穹頂藝術中心、上海靜安區大寧公園、深圳灣公園、重慶園博園、鄭州龍湖濕地公園、福州晉安湖公園，將賽道設計與自然景觀、城市文明完美融合，讓每一場奔跑都成為與城市對話的獨特體驗。



跑者打卡北京奧林匹克森林公園



重慶園博園「城市K馬」現場

● 提升女性跑者體驗

我們在「城市K馬」的起點區新增了「K馬妝造工坊」，為女性跑者提供專業的防水防曬妝容定制服務和潮流編發服務，同時部分賽事特設"女性力量攝影區"並配備專業燈光攝影團隊，記錄女性跑者運動之美。



「城市K馬」化妝補妝編發區



跑者定妝照

● 鼓勵殘障人士參賽

我們始終倡導包容性運動，鼓勵殘障人士參與賽事。在「城市K馬」的賽場上，輪椅跑者組成的團隊、與陪跑員並肩奔跑的視障跑者、依靠義肢完成比賽的刀鋒跑者，均憑藉頑強毅力和不屈精神，用奔跑衝破身體限制，生動印證了「跑，就是答案」的深層含義。



深圳輪跑團



黑暗跑團



刀鋒跑者

03 案例 | Keep 超跑節登陸上海，打造全民運動嘉年華新範式

2025年11月，城市K馬系列在上海推出年度跑步盛事「Keep 超跑節」，以「這一次，陪我跑」為主題，不僅延續了城市K馬系列賽事"專業、有趣、有溫度"的核心理念，更通過規模升級、體驗升級和互動升級，突破了傳統路跑活動的局限，構建了一個集運動、音樂、美食、娛樂、陪伴於一體的全民運動嘉年華，共吸引近5,000名跑者參與。

本屆超跑節全面上線「AI語音陪跑官」系統，跑者可在App中選擇吳豔妮、李美珍、姚妙、龐寬等四位嘉賓的專屬語音，在訓練和比賽過程中獲得個性化的實時指導與鼓勵。四位陪跑官也親臨現場，分別領銜風格各異的主題跑，包括「陪我跑個颯的」日落跑、「陪我跑個早午餐」晨光跑、「陪我跑個野的」半馬挑戰賽、「陪我跑個嗨皮」賽博派對跑，帶來了獨具特色的陪跑體驗。

作為2025年城市K馬系列的收官之作，在活動當晚的「超跑之夜」頒獎盛典上，Keep 正式發布了2026年「城市K馬」賽曆，我們的「科技賦能、體驗升級和生態拓展」戰略引發了現場跑者與合作夥伴的熱烈反響。



上海 Keep 超跑節活動現場

驅動產品創新

❖ 產品研發管理體系

Keep 堅持以創新引領產品研發，通過將技術進步與用戶需求洞察深度融合，持續優化健身產品，提升用戶健身體驗，助力全民健康目標的可持續推進。

研發戰略和機制

公司以市場趨勢、用戶需求及技術創新為研發工作的關鍵依據，通過前瞻性規劃與動態管理相結合的方式，構建與市場變化高度協同的研發戰略體系。

在戰略規劃層面，Keep 每年組織召開研發戰略會議，圍繞未來三年的行業發展趨勢、用戶需求變化及關鍵技術路徑開展系統分析，明確中長期研發目標及階段性任務。在執行管理層面，公司通過年度研發計劃與月度進展跟蹤相結合的機制，對研發進度和資源配置進行持續監控與適時優化，保障研發工作的有序推進與靈活響應。

為更高效、全面地識別用戶需求變化及市場發展動向，Keep 構建了覆蓋用戶、行業及內部協同的多渠道反饋體系，從不同維度為產品研發提供決策支持。



Keep 榮獲格隆匯「金格獎·年度創新力獎」

用戶洞察

我們通過雙月度用戶訪談、月度Voice of Customer（下稱「VoC」）報告及市場雷達追蹤，持續收集用戶反饋與行為數據，動態把握用戶使用體驗及需求變化。

行業研究

我們每月編制行業趨勢分析報告，定期舉辦內部市場分析分享會，幫助研發團隊及時了解行業發展態勢與競爭格局，提升對外部市場變化的敏感度。

跨部門協作

我們通過定期溝通與信息共享，加強研發、市場、客服等相關部門之間的協作，確保市場信息及時傳導至研發環節，支持研發方向的協同調整，提升產品創新與市場需求的匹配度。

知識產權管理

Keep 嚴格遵循《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》和《中華人民共和國著作權法》等法律法規，制定並持續完善《知識產權管理制度》《專利管理制度》《著作權管理制度》《商標管理制度》《商業秘密管理制度》等內部管理制度，逐步構建起覆蓋研發、運營及成果保護的一體化知識產權管理體系。Keep 建立了完善的知識產權保護與激勵機制，通過知識產權管理體系標準化、主動防範和依法應對侵權行為等方式，有效維護創新成果，激發員工創新活力，進一步鞏固公司的技術優勢與市場競爭地位。

2025年，Keep 獲得馳名商標認定，並通過AAA級知名商標品牌評價。同時，公司核心商標被納入《北京市重點商標保護名錄》，公司的體育器材通過了最新知識產權貫標認證審核，獲得知識產權合規管理體系認證。以上成果均體現了公司品牌聲譽與知識產權成果的權威認可，為預防侵權、維護品牌競爭力提供了有力支撐。



AAA級知名商標品牌評價證書



知識產權合規管理體系認證證書



北京重點商標保護名錄納入證明



知識產權管理流程

Keep 構建了全面的線上化知識產權管理體系，並根據不同產品與業務類型實施分級管理，圍繞風險防控、申請保護與日常運營管理三大核心環節開展系統化管理，通過規範化流程與數字化工具相結合，實現知識產權的有效保護與價值提升。



公司搭建數字化管理系統，對專利、商標、著作權實施全生命周期的精細化管理，並不斷優化系統中專利申請前、申請中、申請後的功能模組，有效控制風險、提質增效，為公司知識產權戰略規劃提供有力支撐。2025年，知識產權信息數據庫新增AI功能，用於專利風險排查與情報共享，進一步提升管理效率與風險識別能力。



知識產權激勵制度

Keep 設立了以專利成果為核心的知識產權激勵機制，充分肯定員工的研發貢獻，激發創新熱情。公司知識產權獎勵分為專利申請獎和專利授權獎，獎勵金額在公司內部公示並與員工薪資同步發放，保障激勵機制的及時性與透明度。此外，我們會在每年的世界知識產權日宣傳活動中，對上一年度的知識產權成果進行集中表彰，並向相關人員發放年度獎勵。2025年，公司累計授予知識產權相關獎勵107人次。

案例 | 2025年度「AI創新大賽」成功舉辦

作為運動科技行業的創新引領者，Keep 尋求在AI技術浪潮中主動進化，持續探索科技與運動的深度融合。

2025年，Keep 年度創新大賽全面升級，由傳統駭客馬拉松形式進化為主題聚焦的「AI創新大賽」，鼓勵員工運用前沿人工智能技術高效實現創新構想。本屆大賽共吸引17支團隊參與，開展為期48小時的集中創作，最終形成17個AI驅動的產品創意。經由公司內外部資深專家組成的評審團評選後，Keep 將為具備發展潛力的項目提供系統化的孵化支持、資源配置及業務落地通道，推動創新成果從概念走向可運行、可應用的產品實踐。



2025年度「AI創新大賽」

知識產權侵權打擊措施

2025年，Keep 持續加強自有知識產權保護工作，進一步升級線上侵權監測體系，提升侵權識別與應對能力，逐步擴大侵權監控覆蓋範圍，對主流電商平台及視頻平台開展常態化侵權線索監測與投訴處理，切實維護創新成果與品牌權益。2025年，公司知識產權監控範圍已覆蓋18個電商及視頻平台，對重點版權視頻課程的監測數量擴大至3,000節，累計投訴下線侵權消費品28,000餘個、侵權視頻課程超過10,000個。

同時，Keep 積極通過法律途徑維護商標權、著作權等知識產權合法權益，依法打擊不正當競爭行為。2025年，公司共辦結涉及著作權及商標權的知識產權維權案件共計39件。

案例 | 知識產權維權訴訟案件

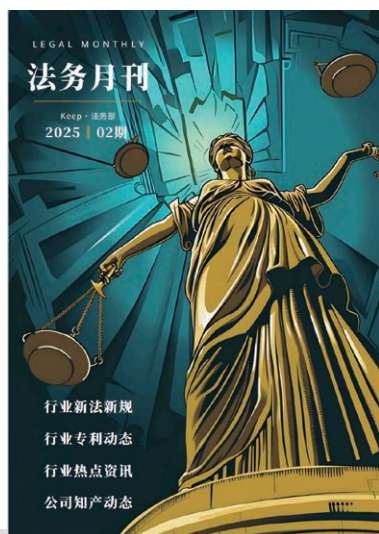
Keep 圍繞健身定制課程、健身產品製造、線下健身房運營等多個業務場景，持續加大知識產權侵權打擊力度，通過合法維權守護創新成果、保障消費者權益及行業公平秩序。

- 針對「達人帕梅拉定制課」遭侵權搬運問題，公司依法維權並勝訴，有效遏制盜版，淨化內容創作生態，保障會員合法權益。
- 針對健身器械啞鈴存在的商標侵權問題，公司成功打擊假冒偽劣產品，阻斷侵權產品流入市場，維護產品質量和品牌形象，保障消費者人身安全。
- 針對市場中出現的模仿 Keep 線下健身房品牌標識、店招及裝潢的不正當競爭行為，公司及時予以制止，維護了公平、有序的行业競爭環境。



知識產權宣貫

公司法務部每月發布《法務月刊》，持續向各部門傳遞行業新規、知識產權動態及行業典型案例等信息，通過構建常態化的合規信息共享機制，解讀行業監管趨勢、知識產權爭議解決路徑及其與商業決策的關聯，將風險識別與合規意識有效融入業務流程，支持公司在依法合規經營的基礎上實現可持續發展。2025年，公司深化開展「世界知識產權日」宣貫，組織開展了知識產權科普宣傳、有獎競答等系列主題活動，並充分利用公司內部電視、訂閱號及宣傳欄海報等多種線上線下渠道，持續營造尊重與保護知識產權的良好氛圍。



《法務月刊》



「世界知識產權日」活動

2025年，公司共组织开展8场知识产权专题培训：

培訓方	培訓主題	場次	培訓對象及參與人次
外部律師及學者	AI合規、AI成果知識產權保護、企業出海知識產權合規等	6場	全體員工累計超過400人次參與
公司法務部	專利風險防範及保護運用、軟件類專利保護等	2場	相關崗位員工累計約70人次參與

知識產權成果

2025年，Keep 在強化自有知識產權保護的基礎上，進一步加強對創新技術的挖掘，推動創新成果加速向專利、商標及版權等知識產權形式轉化，多項知識產權相關指標實現穩步提升，為公司核心競爭力的增強提供了有力支撐。

指標	單位	2025年	2024年
專利	項	556	507
商標	項	1,453	1,339
版權	項	671	657
軟件程序	個	66	65
域名	個	34	34

2025年，Keep 憑藉在知識產權管理體系建設及實踐方面的突出表現，榮獲北京知識產權保護協會頒發的知識產權管理類「典型案例」獎。



知識產權管理類「典型案例」獎



提升產品質量與安全

❖ 實物產品質量管理體系

Keep 嚴格遵循《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國食品安全法》等相關法律法規，持續健全實物產品質量管理體系，對各類產品實施覆蓋研發、生產、銷售等環節的全生命周期質量管理，致力於為用戶提供安全、健康、環保的產品體驗，切實履行企業社會責任，維護公眾健康與安全。



Keep 榮獲證券之星

「2025年度ESG新標杆企業評選·產品責任獎」

實物產品質量管控

公司制定了內部質量管理制度與相關標準，設立獨立的質量管控部門，明確各業務部門在產品質量管理中的職責分工與管控流程，確保質量管理工作有章可循、執行有據。

產品研發階段

- 公司系統梳理市場同類產品調研結果，識別並提煉產品質量痛點，作為產品設計與研發的重點關注方向。
- 公司嚴格開展原材料質量與安全評估，確保材料符合國家標準要求，工藝設計滿足內部設計規範。
- 公司設定產品質量測試標準，所有產品在研發階段均需通過多項可靠性與功能測試，確保設計方案滿足質量要求，從源頭防範產品質量風險。

產品生產階段

- 公司實施出廠檢測、內部抽檢、外部第三方專業機構送檢等多重產品質量管控機制，及時發現並整改生產問題，確保生產過程質量可控，產品外觀、尺寸及環保性能符合企業標準要求。

產品銷售階段

- 售後部門通過多渠道持續收集客戶反饋信息，根據《產品常見瑕疵外觀判定標準》統計瑕疵率，對高頻問題進行跟蹤分析，提出改進建議並應用於後續生產。
- 公司基於月度VoC報告開展數據分析，對產品質量問題進行歸因複盤，並與供應商就相關質量問題保持定期溝通與協同改進，持續推動產品迭代升級，形成閉環質量管理機制。

公司制定了召回管理制度，確保在發現質量問題時能夠迅速響應並妥善處置，切實保障消費者權益，持續提升客戶滿意度。2025年，公司未發生任何與安全和健康相關的產品召回事件。

化學品管理

Keep 構建了嚴苛的化學品安全管理體系。我們參照《消費品中重點化學物質使用控制指南》、歐盟 RoHS 指令、美國加州 65 號提案等國家標準和國際安全法規，強化產品全生命周期的物質監測，確保所有產品從原材料採購到生產加工，再到最終交付的各個環節，均符合公認的化學品管理標準，杜絕有害化學品風險，保障消費者健康和環境安全。

化學品管理流程及措施：



研發

我們依據企標、國標和國際安全規範，針對電子元件及配件，通過限制鉛、鎘、汞等有害物質含量，為用戶提供高標準的硬件安全保障。針對用戶高頻接觸的材質，我們強化了化學品安全性測試，包括可遷移元素和增塑劑分析、揮發性物質檢測等，確保設計方案從基材即符合安全標準。



選材

我們對供應商實行嚴苛的准入審核，要求供應商簽署《供應商化學品管控及環保聲明》，確保供應端交付的產品和材料中可遷移元素、增塑劑及其他化學物質含量不僅符合國標及國際環保準則，更達到 Keep 的高標準企業限值要求。



生產

我們要求所有材料和成品均需定期經由具備資質的第三方認證機構進行檢測，確保產品在製造與流通過程中的安全屬性持續穩定，保障用戶在各種運動場景下的物理接觸安全。



常態化管理

我們持續維護並動態更新管控化學品清單，結合不同產品的特性開展差異化檢測，包括金屬皮膚接觸測試、酒精測試、化學品測試等，全方位確保產品化學安全性。

❖ 平台內容質量管理體系

Keep 始終致力於營造積極、健康的平台生態，嚴格遵循《互聯網信息服務管理辦法》等法律法規，建立並實施《社區用戶公約》《社區管理規範》《規則百科》《兒童個人信息保護政策》《審核尺度標準》等管理制度，為用戶打造安全、友好的互動環境，持續推動平台生態的規範化與可持續發展。

平台內容質量管理

為保障平台內容的專業性與可靠性，公司制定了系統化的內容質量標準，重點關注內容的準確性、實用性、規範性以及創新性和吸引力。例如，在健身課程內容管理方面，平台要求課程須由具備相應專業資質的教練參與製作及評測，課程設計需符合科學運動原理，確保內容能夠有效支持用戶實現健身目標。

在內容合規管理方面，Keep 建立了智能化、多維度的內容審核機制，對平台公開傳播內容的安全性與質量進行嚴格把控。2025年，公司在原有「機器算法+人工覆核」的基礎上，引入AI能力，審核模式由「人工審核」轉向「人工質檢」，將內容風險優先順序、用戶等級等因素納入審核決策邏輯，實現對敏感辭彙和潛在違規內容更快速、更精準地識別與處理，平台不良內容審核效率顯著提升。同時，公司針對內容審核及AI問答功能新增敏感關鍵字組，持續優化機器審核與AI識別能力，提升平台內容治理的穩定性與準確性，營造健康、清朗的網絡環境。

▶ 內容安全培訓

為提升內容治理能力與風險防範水平，公司定期面向新員工、內容安全審核人員、運營人員、主播及供應商等相關人員開展內容安全專項培訓。培訓內容涵蓋互聯網法律法規要求、Keep 內容治理標準、內容安全相關社會熱點、敏感內容識別以及直播運營安全注意事項等。

▶ 不良信息舉報

公司建立了不良信息舉報機制，鼓勵用戶通過 Keep App、電子郵件及電話等多種渠道對違規內容進行舉報，並對相關線索採取快速響應。在用戶註冊環節，公司主動向新用戶推送社區規範，引導其了解並遵守平台內容管理要求。同時，我們通過官方治理賬號「Keep_大理寺」定期發布治理週報、普及反詐知識，倡導用戶共同參與平台治理。

2025年，

公司累計處置違規內容約

18萬條

永久封禁違規賬號

12,500余個

新增敏感關鍵字組

3,000組

開展內容安全專項培訓

4次

官方治理賬號累計發布治理及科普類內容

91篇

平台運動生態共建

Keep 以「科技賦能運動」為核心，通過連接院校、企業與用戶群體，持續拓展多元化運動參與場景，推動形成共建共享、積極向上的平台運動生態，助力全民健身理念落地。

案例 | 高校運動圈合作

2025年，Keep 與清華大學、北京理工大學、遼寧大學等多所高校開展官方運動圈合作。運動圈活動依託 Keep 的平台、技術及活動策劃能力，以學生群體為核心，通過教師、學生會及學生社團等組織渠道開展，形成校園內穩定、可持續的運動參與機制。代表性活動包括北京理工大學卡路里消耗挑戰賽、清華大學「重跑南仁東學長路線」活動、遼寧大學一站式學生社區健康跑等，有效激發了在校學生的運動熱情，提升了校園體育活動的參與度和趣味性。截至報告期末，平台累計入駐院校18所，舉辦活動超過20場，累計參與人數超過8,700人次。



高校運動圈活動

案例 | 企業運動圈合作

為關愛新就業形態勞動者、倡導健康生活方式並探索創新服務模式，2025年，Keep 與順豐同城聯合打造「騎士健康」運動圈示範項目。通過為順豐同城騎士搭建專屬運動圈，策劃組織運動活動並匹配多樣化課程內容，引導騎手在高強度工作後進行科學拉伸與放鬆，幫助其緩解身體疲勞、提升身心健康水平，探索行業跨界協同的新模式。該項目有效提升了騎手群體的運動參與度和健康意識，累計吸引約35,000人次參與。



順豐同城「騎士健康」運動圈項目

03 案例 | 官方AI賬號互動

2025年，Keep 在App內探索賬號互動新模式，通過具有明確標識的官方AI賬號，結合用戶發布的動態內容，對符合平台質量標準的內容提供正向評論、運動健康指導及數據總結等互動反饋，增強內容正向激勵與情緒價值輸出，促進形成平台良性互動氛圍和社區生態。報告期內，AI賬號在動態詳情頁累計發布評論300萬餘條，並帶動用戶交流顯著提升，用戶動態評論互動率同比增長72%。



官方AI賬號

未成年人保護

Keep 高度重視未成年人網絡保護工作，在App內設立未成年人專區，結合未成年用戶的使用特點，通過系統規則、AI識別與人工審核相結合的多維度信息篩選機制，為青少年營造健康、安全的網絡環境。2025年，公司持續完善未成年人內容質量與安全審核機制，在原有24小時未成年人舉報專線基礎上，新增設立未成年人舉報專區，並在App前臺明確公示，同時在後臺安排專人專項負責處理相關事項，提升未成年人風險識別與響應效率，切實防範不良信息對未成年人造成影響。

2025年，我們封禁涉及未成年有害信息和行為的賬號共139個，處置涉及未成年有害信息2,000餘條；通過官方治理賬號「Keep_大理寺」向公眾發布了14篇涉及未成年人保護的知識科普教育文章，提高未成年人保護意識。

保障客戶權益

❖ 客戶服務管理

Keep 嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》《侵害消費者權益行為處罰辦法》等法律法規，高度重視客戶權益。我們持續優化客戶服務管理體系，制定並實施《客服操作手冊》《客服日常工作規範》《客服部現場管理制度》《客服部保密制度及應急事件處理標準》等製度文件，不斷提升客戶服務水平。

2025年，公司持續優化用戶服務流程，推動各業務條線客服團隊利用調研機器人和平台工具開展服務支持，為用戶提供更及時、專業的響應，提升客戶對產品的認知與使用體驗。同時，公司在客戶服務管理中積極探索並應用AI能力，持續提升服務效率。



客戶服務及投訴處理

Keep 始終將用戶體驗視為產品與服務管理的核心，秉持「與用戶在一起」的理念，建立多渠道、常態化的客戶意見反饋與溝通機制，確保用戶訴求能夠高效傳遞至相關業務部門，推動產品與服務的持續改進，提升整體客戶滿意度。

公司通過熱線電話、Keep App線上客服，以及天貓、京東、抖音、拼多多、小紅書等主流電商平台線上客服，構建多元化客戶溝通渠道，滿足用戶在不同使用與消費場景下的溝通需求，保障客戶問題得到及時響應與有效解決。

為持續提升用戶投訴處理效率與服務體驗，公司在既有標準化用戶投訴處理流程的基礎上，結合平台能力與AI技術應用不斷優化客戶服務機制。在接收用戶投訴後，一線客服團隊對問題類型及權責範圍進行初步判斷，並依託系統化AI工具及時提供解決方案；對於需要跨部門協同處理的事項，通過內部聯動機制推進問題閉環解決。以下為 Keep 客服團隊在不同業務場景下的客戶訴求響應方式：

平台活動

針對平台活動場景，公司在既有反饋與風險評估機制的基礎上，進一步應用AI技術能力，對活動期間可能出現的用戶問題進行動態識別與輔助處理，降低活動高峰期對用戶體驗產生的潛在影響。



站外投訴

公司與第三方平台協作，並加強對站外AI能力的應用實踐，開展各大平台用戶反饋監測，在催拍、催付、商品推薦及用戶行為跟蹤等場景中提升問題識別與處理效率，保證用戶在不同外部平台獲得及時支持。



售後退換貨

公司按照渠道、品類搭建退換貨監控報表和對應的售後處理流程，持續優化售後服務體系，在保障服務規範性的同時提升售後處理效率。



公司高度重視客戶服務響應速度與處理質量，引入AI輔助處理機制，持續提升客服團隊與系統協同能力。2025年，公司收到關於產品和服務投訴³數目共1,313件，均已及時處理並解決。

³ 產品和服務投訴指本公司本年度收到的12345、朝陽區市場監管局等監管平台的成文投訴。

客戶服務培訓

公司持續完善客戶服務培訓體系建設，圍繞服務質量管理、VoC管理、新業務與新流程、新產品知識及服務技能提升等內容，定期對客服團隊開展系統化培訓，持續提升團隊的專業能力與服務水平。2025年，我們持續更新客服雲課堂，提供可隨時播放的錄製課程，支持培訓任務佈置與員工學習進度跟蹤，幫助客服人員及時掌握最新業務與服務要求，強化培訓效果。

2025年，

客服雲課堂新增發布

21節雲課程

現有雲課堂共

53節

客服完成率達

100%

開展客戶服務培訓

305場

累計完成培訓

4,700人次

培訓總時長約

126小時

客戶滿意度管理

為切實落實客戶滿意度管理要求，公司設定年度客戶滿意度目標，並將相關目標分解至各責任部門。2025年，我們通過向用戶發放滿意度調研問卷的方式開展客戶滿意度⁴調查，約有13%的用戶參與調查，調查結果顯示，所有客戶滿意度目標均已達成。

2025年，

400熱線用戶滿意度⁵：

目標為

95%

實際達成

99%

線上諮詢用戶滿意度⁶：

目標為

95%

實際達成

95%

首次解決率⁷：

目標為

91%

實際達成

92%

未來，Keep 將持續優化服務流程，提升員工服務能力，完善產品與服務體驗，不斷增強客戶滿意度，推動客戶體驗管理水平的持續提升。

⁴ 用戶參與滿意度調查率公式：參加滿意度調研的人次/客服接待總人次。

⁵ 400熱線用戶滿意度公式：對400熱線服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數/參與400熱線服務滿意度調查的總用戶數量。

⁶ 線上諮詢用戶滿意度公式：對線上諮詢服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數/參與線上諮詢服務滿意度調查的總用戶數量。

⁷ 首次解決率公式：客服首次接待完結人次/客服接待總人次。

❖ 負責任營銷管理

為確保營銷推廣活動依法合規開展，Keep 嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《互聯網廣告管理辦法》《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》《規範促銷行為暫行規定》《廣告絕對化用語執法指南》等法律法規，並結合過往廣告監管處罰案例，形成適用於不同行業的《資質及內容規範》。相關規範覆蓋食品、美妝、金融保險、教育培訓、醫療保健、衛生消毒等多個領域，為廣告策劃、內容製作及素材投放等環節提供明確合規指引。公司還建立了完善的營銷內容審核機制，並通過開展相關培訓進一步規範營銷行為，降低合規風險。

負責任營銷審核及應對

Keep 持續完善營銷審核與風險防控機制，通過一系列嚴格的預防及檢查措施，確保營銷活動依法、合規開展。

第三方審核合作

公司與具備專業資質的第三方審核機構保持長期穩定合作，在營銷內容發布前開展合規審查，提前識別並防範潛在違規或風險內容。

多層內部審核

公司圍繞廣告業務，建立由廣告業務部門、法務部門及市場部門等多方參與的協同審核機制，通過多部門聯合審核，確保廣告主資質齊全、廣告內容真實合法，避免出現虛假宣傳等誤導消費者的內容，切實維護消費者合法權益。

定期抽檢審查

公司定期抽檢商品信息，覆蓋主要消費品品類。針對抽檢中發現的營銷宣傳風險問題，公司會及時整改，並通過內部案例分享等方式進行員工合規宣貫，以防範類似風險再次發生。2025年，公司累計抽檢商品信息近700個，整改問題40餘項。

公司持續完善營銷傳播違規事件的應對機制，形成事前預防、事中響應及事後整改的閉環管理流程。當出現潛在違規風險時，能夠迅速啟動響應程序，制定針對性的處置方案，並對相關業務開展全面排查與整改，防止類似問題再次發生，切實維護消費者合法權益。2025年度，公司未發生營銷傳播違規事件。

負責任營銷培訓

公司通過多樣的營銷相關培訓與宣貫，不斷提升員工的合規意識與專業判斷能力。除定期通過內部訂閱號開展全員合規宣貫外，2025年公司共組織開展3場負責任營銷專題培訓，培訓內容圍繞風險行業廣告合規、醫美廣告合規及消費品促銷合規等領域，結合相關法律法規要求與典型案例進行解讀，幫助員工準確理解廣告合規邊界，降低潛在法律合規風險。

建設可持續供應鏈

Keep 持續完善並執行《供應商管理制度》，不斷規範供應商准入、評估及退出相關流程，對供應商進行分級管理，將ESG風險管理融入供應商全生命周期管理流程。我們重視與供應商的合作與溝通，持續優化供應商選擇及供應商交付質量審核程序，在成本、質量與交期考核的基礎上，增加對環境、社會及治理表現的綜合評估，從多維度提升供應商質量意識，建立風險共擔、能力共建的合作夥伴關係。

❖ 供應商管理

供應商准入

Keep 制定並實施《供應商准入及退出制度》《供應商資質評估表》《驗廠報告》等制度與標準文件，規範化供應商准入流程。公司通過嚴格的資質審核與實地驗廠工作，篩選具備合規資質與穩定履約能力的優質供應商，為產品質量與供應鏈穩定性提供堅實保障。

公司供應商准入審核工作主要包括以下環節：

供應商基本信息收集

供應商管理部門收集並整理供應商的基本情況，包括工廠規模、合作品牌、報價水平、產能情況、擅長品類及投資意願等信息，並填寫《供應商基本信息表》，以全面掌握供應商概況，為後續評估提供基礎依據。

資質審核

供應商管理部門收集供應商營業執照、消防驗收報告、企業資質證明、開戶許可證等材料，提交法務及財務部門進行審核，確保供應商資質合法合規，避免潛在的法律和財務風險。

樣品評估

供應商管理部門要求供應商提供產品樣品，由產品、質量及採購等相關職能部門對樣品的工藝水平、質量表現及報價合理性進行綜合評估，確保其符合 Keep 的品牌標準及質量要求。

現場審核

供應商管理部門組織開展驗廠審核，由採購、交付、質量、研發等部門對供應商現場進行檢查，覆蓋展廳、生產車間、檢驗與包裝工序、原材料倉庫及成品倉庫等。審核內容包括食品安全管理、質量保證體系、原料可追溯性、產品防護措施、有害生物防控、生產環境及操作規範等方面。

在供應商准入階段，公司從環境保護、勞工管理以及產品質量與安全等維度，對供應商開展評估，並組建專業團隊對供應商在ESG重點風險管理領域的相關資質進行審核，持續推動供應鏈向更加規範、可持續的方向發展。

公司在同等條件下，優先選擇ESG管理表現較為成熟的供應商開展合作。在具體實踐中，我們關注其生產環節的可持續性（如車間自動化、電氣化水平），並重視原材料的環保屬性（如採用全天然原料或通過FSC認證的紙質包材）。

| 供應商准入審核主要考量要求



環保資質與承諾

我們要求供應商提供ISO 14001環境管理體系認證等環保資質，並簽署《供應商化學品管控及環保聲明》，確保其生產經營活動符合環保標準。同時，我們鼓勵供應商優化生產工藝、提高綠色能源使用比例、減少廢棄物和污染物排放。



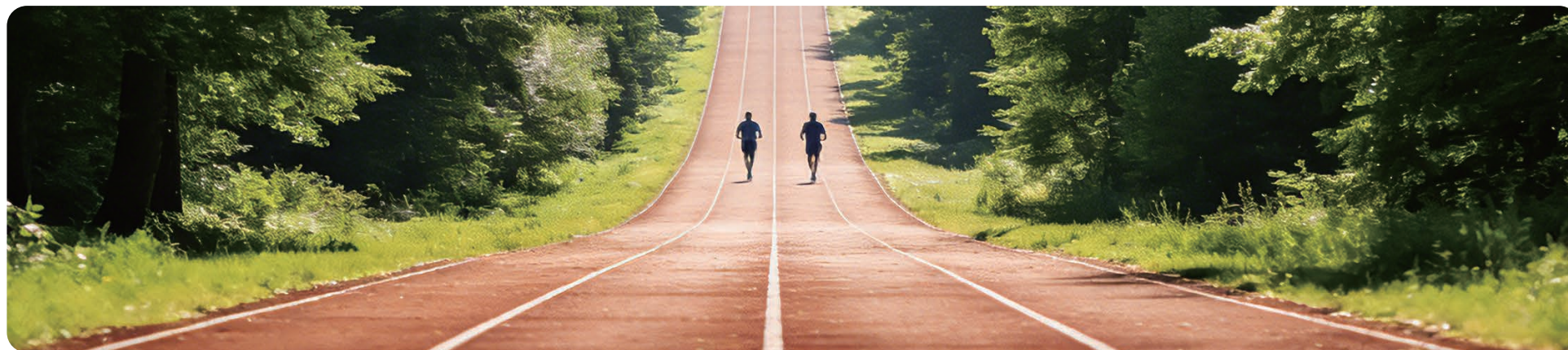
勞工管理

我們嚴格要求供應商遵守《中華人民共和國勞動法》，評估其勞工管理情況，包括提供合理的工資、工作時間和勞動條件等內容，確保不存在童工或強制勞動等違法行為，保障勞動者職業健康與合法權益。



產品質量與安全

我們要求供應商提供ISO 9001質量管理體系認證等資質文件，並就生產環境、操作規範、食品安全、化學品安全及材料可追溯性等方面提出明確要求，以保障產品質量穩定性與安全性，降低供應鏈質量風險。



供應商日常管理

公司制定並實施《供應商考核及評級制度》，針對交付質量、供應鏈文化匹配度、環境及社會風險等方面對供應商進行績效考核與分級管理。同時，公司將「長遠管理」理念貫穿於供應商合作全過程，建立供應商獎懲機制，持續引導供應商提升綜合管理水平。對於考核表現優秀的供應商，公司在同等條件下給予優先合作、擴大合作規模等支持政策；對於績效評級連續處於較低水平，或存在資質造假、重大環境風險、社會風險及商業道德風險的供應商，公司將根據情節嚴重程度，採取縮減合作規模、終止合作、納入供應商黑名單、永久禁止合作等不同程度的懲罰措施。

公司供應商日常管理工作主要包括以下方面：

定期考核

公司按季度和年度對供應商開展綜合評價，涵蓋經營狀況、產品質量以及 ESG 表現等方面。評價結果用於實施分級管理，並據此匹配相應的合作策略和管理要求。

現場稽核

針對不同等級的供應商，公司每半年或一年組織開展現場稽核，實地檢查供應商的工作環境、操作流程及產品交付能力等情況。稽核中發現的問題將及時記錄並反饋，督促供應商在規定期限內完成整改，並通過覆核確認整改成效。

產品抽檢

公司制定年度產品抽檢計劃，對供應商交付產品的外觀、性能及安全性等關鍵指標進行抽查。對抽檢不合格的產品，公司將進行標識和隔離處理，並要求供應商立即整改，同時持續跟蹤整改落實情況。

供應商分佈

指標	單位	2025年	2024年
供應商總數	家	403	366
中國（包括港澳臺地區）供應商數量	家	403	366



供應商培訓與溝通

Keep 持續開展供應商培訓與溝通，提升供應商在質量管理與可持續發展方面的能力，保障合作流程的穩定、高效運行。

- 我們建立了多元化的供應商溝通渠道，促進雙方高效溝通與協作。公司與供應商定期召開會議，共同審視合作進展、識別潛在問題並協商解決方案，確保雙方在目標與執行層面保持一致。同時，公司設立供應商反饋渠道，確保供應商在合作過程中能夠及時反映問題並高效解決，持續鞏固合作關係。
- 我們定期為供應商組織相關培訓，圍繞環境保護、社會責任以及質量保障等內容進行宣貫，幫助供應商充分理解公司的管理要求與合作標準。通過各類培訓，我們持續引導供應商遵守環境保護相關法律法規，改進生產實踐，重視員工福利與勞動權益，並嚴格落實反商業賄賂、信息透明等治理要求，推動可持續發展理念在供應鏈中落地。

❖ 陽光採購

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國招標投標法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，秉持公開、公平、公正、透明的陽光採購原則，致力於營造誠信與透明的供應鏈環境。

公司將廉潔與合規原則融入採購實踐，在合同簽署階段，要求所有供應商簽署《反商業賄賂協議》，明確採購流程的道德紅線，防範商業賄賂及不正當競爭等行為。同時，Keep 定期對採購人員開展商業道德與合規培訓，強化廉潔自律和風險防控意識，確保採購活動依法合規、公正開展，切實維護公司合法權益。

2025年，

簽訂《反商業賄賂協議》的供應商共

403家

簽訂率

100%



綠動高效運營 共塑低碳未來



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 排放物管理
- 物料使用
- 能源管理
- 應對氣候變化

為響應國家「雙碳」目標，並積極踐行全面綠色轉型與促進綠色消費的宏觀政策導向，Keep 將低碳理念全面融入公司運營發展。我們通過推行綠色包裝、優化物流能效、建立資源循環體系等措施，持續減少自身運營的環境影響，並協同價值鏈夥伴，共同探索業務增長與環境效益相協同的可持續發展路徑。



應對氣候變化

氣候變化是關乎未來的時代命題。Keep 深知我們需要凝聚價值鏈上下游的每一份力量，以實現「碳中和碳達峰」的目標。我們基於業務本質與行業前瞻，構建並持續完善氣候治理架構，主動管理氣候相關風險和機遇，不斷增強企業韌性，將應對氣候變化挑戰轉化為驅動品牌可持續發展的新機遇。

❖ 氣候治理架構

公司現已建立自下而上的ESG治理架構，系統推進包括氣候變化在內的各項可持續發展議題管理工作。具體管理機制請見「可持續發展管理」章節。

❖ 氣候風險與機遇

為應對氣候變化帶來的潛在的短期、中期、長期⁸的重大生產經營影響和財務影響，Keep 基於GRI準則、UN SDGs目標和聯交所ESG報告守則，結合政策動向、法律法規、市場趨勢和公司業務戰略，識別與評估氣候變化相關風險和機遇，並將其納入公司風險與機遇管理閉環，以提升公司應對氣候變化能力，赋能公司可持續發展。



⁸ 短期、中期、長期的時間範圍界定為：短期（1年以內）、中期（1至5年）、長期（5年以上）。

風險類型	風險描述	風險應對措施
實體風險		
急性風險	<ul style="list-style-type: none"> 極端高溫、極端降水、河流洪水、沿海洪水等極端天氣可能導致公司辦公場所和倉儲設施損壞、物資損毀及運營中斷，從而增加額外的資本支出和運營支出； 極端天氣或導致供應商生產斷供、設備和原料受損及物流受阻，影響公司採購效率和成本，從而增加公司運營支出。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們在生產運營中前置考慮氣候影響，通過維護與調節空調系統等室內環境來保障辦公場所設施設備的穩定運行，降低極端天氣對公司日常運營的負面衝擊； 我們提前了解供應商的電力保障與降溫措施，根據運營地氣候特點調整生產排期，如將秋季新品生產任務適度提前，避開夏季用電高峰；建立核心產品安全庫存，以緩衝供應中斷風險； 我們運用自建訂單管理系統 (OMS) 的同倉發貨合單功能，靈活應對物流波動；優化物流供應商組合，提升關鍵環節運輸效率和質量；推動供應商與倉儲的地域多元化佈局，從根本上分散區域性氣候風險； 我們評估一級供應商的特定氣候風險（如颱風、洪水），與供應商協同採取防禦措施，及時補充風險倉儲物資，並定期演練倉儲防災方案。
慢性風險	<ul style="list-style-type: none"> 水短缺及乾燥趨勢推升能源與水資源需求及相關成本，成本壓力會傳導至公司及供應商，增加公司運營支出，影響經營穩定性。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們制定能源及水資源節約制度，採用高效節能節水設備，並對全體員工開展節能節水培訓宣貫和能力建設活動； 為保證供應鏈穩定性和安全性，我們依據《工廠導入審核報告》《工廠交付能力審核報告》等標準，開展供應商培訓，提升供應商在氣候風險識別和管理方面的專業能力。

風險類型	風險描述	風險應對措施
轉型風險		
政策法規	<ul style="list-style-type: none"> 在「雙碳」目標影響下，日趨嚴格的碳排放與能耗管控政策，可能導致公司和供應商的用電成本上升，從而從用電成本和原材料採購成本兩個角度推高公司運營支出。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們密切跟蹤碳排放政策動向並評估其對 Keep 生產經營活動的影響，通過安裝和升級節能設備、淘汰高耗能資產及倡導綠色辦公等方式降低能耗與排放； 我們通過常態化溝通及專業團隊評估，將ESG風險管理深度融入供應商管理，以保障供應鏈合規與穩定。
市場	<ul style="list-style-type: none"> 下游市場對產品低碳設計、環保材料與綠色包裝的偏好和要求正形成明確趨勢，這將直接增加公司在原材料與產品開發與採購方面的成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們深化綠色產品設計，將低碳環保理念貫穿於產品選材、包裝、倉儲物流的每一環節，實現產品全生命周期的低碳管理。
聲譽	<ul style="list-style-type: none"> 公司的碳減排表現直接影響來自監管部門、投資者和用戶的評價與信任。不斷加強減排力度和保持信息透明度是維護企業良好社會形象、保持投資者信賴的必要投入。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們參照聯交所《環境、社會及管治報告守則》、GRI可持續發展報告標準、聯合國可持續發展目標編制和發布年度ESG報告，並自2024年起通過 Keep 官網「可持續發展」專欄⁹，常態化披露企業管治、產品創新、綠色發展、供應鏈管理、責任產品、貢獻社會、責任經營、攜手員工、可持續發展動態等信息，以滿足各利益相關方信息訴求，提升公司ESG管理信息透明度和溝通主動性。

Keep 氣候風險識別與應對措施

⁹ Keep 官網「可持續發展」專欄網址：https://www.calorietech.com/sustainableDevelopment?lang=zh-CN&open_in_browser=true

機遇類型	機遇描述	機遇应对措施
市場	<ul style="list-style-type: none"> 根據《中國電子商務綠色發展報告》顯示，我國超過70%消費者優先選擇綠色、環保的產品或品牌，低碳消費理念逐步深入人心，綠色運動也正逐步成為潮流。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們通過推出自發電智能單車、自發電划船機、自發電橢圓機等自發電智能硬件產品，使用再生材料、生物基材料開發運動服飾和裝備產品等措施，滿足用戶的綠色消費需求； 我們通過組織馬拉松賽事，推廣步行、騎行、戶外跑等天然低碳運動課程，打造差異化綠色品牌形象，構建高活躍度的「綠色運動」社區。
資源效率	<ul style="list-style-type: none"> 通過在產品的全生命周期管理中嵌入循環利用與低碳理念，可有效減少廢棄物產生及資源消耗，降低原材料採購成本與碳排放。推動廢舊產品回收、翻新再利用或材料拆解回用，不僅有助於延長產品使用壽命、減少環境污染，更能實現資源高效流轉，在降低企業運營成本的同時提升供應鏈韌性，增強品牌長期競爭力。 	<ul style="list-style-type: none"> 我們將退換貨的廢舊產品進行分揀處理，可再使用的產品通過內部認購的方式處理，減少廢棄物產生的同時降低物流及報廢成本。對於賽事獎牌、瑜伽墊等具有回收價值的物品，則與專業回收機構合作，實現金屬、橡膠等材料的再利用。

Keep 氣候機遇識別與應對措施

Keep 作為互聯網運動科技公司，對氣候相關風險和機遇的暴露程度較低，報告期內公司財務狀況未受到氣候相關風險或機遇的顯著影響。未來，公司將結合實際營運情況逐步推進情景分析、減排目標設定等工作。

❖ 氣候指標績效

為支持可持續發展，Keep 將氣候行動納入企業發展戰略，通過綠色設計、生產與運營系統性降低碳排放。2025年，我們根據業務運營實際情況，將環境數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個地區職場。

績效指標	單位	2025年
溫室氣體排放總量 ¹⁰ (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量	476.74
人均溫室氣體排放量 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量/人	0.70

踐行綠色運營

Keep 將綠色低碳理念融入公司運營流程。我們持續推進綠色包裝、倉儲與物流等環節的低碳轉型，與合作夥伴協同踐行可持續發展。我們還不斷深化內部綠色運營，倡導綠色辦公，提升全員環保意識。報告期內，我們未發生任何環境相關違法違規事件。

❖ 綠色包裝與物流

我們在產品包裝與物流倉儲環節貫徹低碳理念，積極與第三方夥伴探索綠色包裝與物流合作，協作降低價值鏈上下游的資源消耗與環境影響，助力綠色運營和可持續發展。



¹⁰基於運營特性及重要性原則，本報告期內公司主要氣體排放為外購電力產生的溫室氣體排放。公司的溫室氣體排放清單主要包括二氧化碳，溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列。排放計算系數參照生態環境部和國家統計局《關於發布2023年電力二氧化碳排放因數的公告》的全國電力平均二氧化碳排放因數。由於公司業務運營調整，2025年的溫室氣體排放數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個職場租賃的辦公樓。

綠色包裝

為踐行可持續發展承諾，Keep 將包裝環節作為價值鏈低碳轉型的重要抓手，通過產品原包裝發貨、採用環保材質、包裝單一材質設計、包裝輕量化、包裝材料回收利用等方式，充分踐行「綠色化、減量化、可循環」的包裝材料使用原則。

在源頭選擇上

我們優先為自有品牌健身產品採購符合 FSC¹¹ 認證要求的紙質包材和可回收、低厚度的塑膠包裝，從採購端奠定環保基礎。



在設計優化上

我們以大包裝整合替代小包裝，取消包裝塑封，並以紙盒、紙箱等環保方案替代塑膠搖搖瓶、塑膠信封袋等部件，持續推行包裝輕量化。同時，我們積極推動產品包裝與物流運輸包裝的一體化設計，提升產品原包裝發貨比例，以減少流通環節的二次包裝材料使用。

在過程減污上

我們將彩盒印刷逐步替換為單色印刷，有效減少了油墨使用與相關污染。



| Keep 2025年包裝材料使用情況

包裝材料使用指標	單位	2025年
包裝材料使用總量	噸	839
單位銷售量包裝材料使用量	噸/萬件產品	0.36



¹¹ FSC (Forest Stewardship Council), 指森林管理委員會，成立於1993年，其認證可確保原木、木漿、橡膠等森林產品均源自可持續管理的森林。已獲FSC認證的產品的生產過程需遵守若干嚴格要求，以符合FSC環境適宜、社區有益、經濟可行的認證標準。

低碳倉儲與物流

Keep 攜手踐行低碳理念的第三方物流供應商，協同深化綠色倉儲與物流體系建設，推動價值鏈低碳轉型。我們持續優化自建訂單管理系統（OMS）與運輸網絡，遵循「大倉發貨、就近優先」原則，實施集中配送與智能調度。同時，我們採用供應商代發、鄰近供應商合併發貨等方式，有效提升了物流效率與資源利用率，減少了倉儲物流環節的能耗與碳排放。

| Keep 綠色倉儲與物流亮點舉措

優化運輸網絡管理

- 智能訂單管理系統能自動合併收貨地相同的訂單，減少發貨次數，節約包裝耗材與運輸能耗
- 持續優化運輸網絡，優先與使用電動接駁車等低碳設備的物流商合作，減少幹線運輸碳排放

完善綠色倉儲營運

- 對智能健身大器械等大件商品，在工廠旁建立自有倉庫集中發貨的模式，減少中轉；對配套健身產品，推廣一件代發倉模式，直接由工廠向用戶配送商品，避免二次運輸
- 租賃倉庫已全面採用電動叉車，降低場內作業能耗

推動包材全鏈路減量

- 使用一聯環保面單和可循環編織中轉袋，同時優化物流包裝箱配材，在保證包裝強度的前提下，減少用紙量
- 建立倉儲餘料回收流程，將富餘包材二次利用於售後運輸等環節

❖ 綠色辦公

Keep 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》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規要求，通過提升能源效率、減少資源如紙張及能源、水資源的耗用，來降低運營過程中的碳排放和對環境及天然資源的影響，貫徹綠色發展理念。

能源管理

我們高度重視能源與碳排放管理，根據公司戰略發展和生產運營實際，制定節能降耗控制方案，我們通過各項措施及能力建設不斷提升內部能源管理水平，提高員工節能減碳意識，打造綠色職場。我們的能源消耗主要來自於日常運營，包括辦公樓空調、照明、電腦、排風扇、茶水間熱水竇、大堂轉門等設備設施的電力消耗等。

2025年，我們繼續推進節能減排進程，通過靈活調整辦公區域用電設備運行狀況、調節空調使用方式、進行巡查巡檢等多項節能措施，優化辦公效能，降低日常運營活動中的碳排放。報告期內，北京職場能源消耗強度下降8%，完成2025年節能目標。2026年，公司目標保持整體能耗水平基本持平，在業務穩步發展的同時持續提升能源使用效率。

| Keep 2025年能源管理重點舉措

照明設備

- 使用節能環保型照明燈具，及時更換公共區域走廊的舊筒燈，以降低能耗
- 推行照明精簡化改造，在保障合理照度的前提下，移除公共區域部分冗餘燈具及會議室照明燈帶
- 遵循自然光照時間規律，動態調節LOGO廣告燈開啟時間
- 要求關閉無人辦公區域的照明設備，防止電能空耗

空調設備

- 根據季節與室外溫度，靈活調節空調運行時間、製冷和製熱溫度
- 在夜間及休息日統一關閉樓內空調，如遇加班情況，按需啟用局部區域的空調

其他設備

- 在夜間及休息日晚10點後，統一關閉各樓層衛生間、茶水間的排風扇等設備
- 依據外界實際溫度，靈活開關茶水間熱水竇，實現節能降耗
- 規定大堂轉門營運時間

報告期內，

公司能源消耗總量¹²

898.49兆瓦時

人均能源消耗量

1.32兆瓦時/人

水資源管理

Keep 用水主要為飲用水、衛生間用水等。我們不斷提升精細化用水管理水平，新增或更換節水型設備，提升水利用效率；積極開展節水倡導，培養員工節水意識；建立巡查制度，定期安排維修人員檢查供水系統，及時杜絕浪費用水和跑冒滴漏等現象發生。報告期內，我們在水資源取用方面未遇到任何問題。

2025年，公司實現用水量不高於2024年的目標，並設定2026年全國各職場用水量不超過2025年水平的年度管控目標。

報告期內，

公司水資源消耗量¹³

6,940立方米

人均水資源消耗量

10.16立方米/人



¹² 基於運營特性及重要性原則，本報告期內公司消耗的主要能源為外購電力。由於公司業務運營調整，2025年能源消耗數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個職場租賃的辦公樓。

¹³ 由於公司業務運營調整，2025年水資源消耗數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個職場租賃的辦公樓。

廢棄物管理

Keep 廢棄物主要為感光鼓、墨粉盒、電池和生活垃圾。我們根據《固體廢棄物管理規定》等製度文件，綜合考慮廢棄物的危險性和可回收利用性，對日常辦公運營中產生的生活垃圾等無害廢棄物，以及感光鼓、墨粉盒、電池等少量有害廢棄物，設置了不同的分類處置和回收方式，確保所有廢棄物均得到妥善處置。

報告期內，公司實際有害廢棄物排放量、無害廢棄物排放量分別較2024年減少9%、20%，順利完成2025年固體廢棄物減排3%的目標。在此基礎上，我們設定了2026年全國各職場固體廢棄物排放量不高於2025年水平的目標，以持續推動固體廢棄物的減量化、無害化和資源化處置。

| Keep 2025年廢棄物分類處置和回收舉措

有害廢棄物處置

公司委託具有專業資質的第三方物資回收供應商處置和回收感光鼓、墨粉盒、電池等有害廢棄物

無害廢棄物處置

公司所租賃的辦公樓宇物業負責分類處置生活垃圾等無害廢棄物

| Keep 2025年廢棄物排放情況

廢棄物管理指標		單位	2025年
有害廢棄物 ¹⁴	排放總量	千克	10.40
	排放密度	千克/人	0.02
無害廢棄物 ¹⁵	排放總量	噸	59.66
	排放密度	噸/人	0.09



¹⁴ 公司涉及的有害廢棄物主要包括廢棄感光鼓、廢舊墨粉盒、廢舊電池等。由於公司業務運營調整，2025年有害廢棄物排放數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個職場租賃的辦公樓。

¹⁵ 公司涉及的無害廢棄物主要包括生活垃圾、辦公耗材、辦公設備。由於公司業務運營調整，2025年無害廢棄物排放數據統計口徑調整為北京、上海、廣州、深圳、杭州五個職場租賃的辦公樓。

Keep 致力於從源頭減少廢棄物產生，並通過建立回收與再利用機制，釋放資源的二次利用價值。2025年，公司優化退換貨及廢舊產品管理流程，在降低環境影響的同時，提升資源使用效率。



退換貨價值回收

通過優化分揀流程及標準、搭建銷售渠道，使可用產品通過內購渠道二次流通，減少報廢產品數量。



金屬材料回收利用

與專業回收機構合作，對廢舊獎牌進行回收冶煉，實現鋅合金等金屬材料的資源化再生與循環利用。2025年，公司共回收獎牌約3萬塊，回收鋅合金約6噸。



營銷產品回收複用

打通展陳產品的回收分揀流程，倡導多次使用，減少一次性消耗浪費。2025年，公司回收營銷展出產品近1,800件，價值超過30萬元。



悅動人才成長 共建包容職場



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 員工權益
- 員工發展
- 員工健康與安全

Keep 堅持合規僱傭，全力保障員工權益，提供全面的福利與健康安全的工作環境。我們致力於打造多元、平等、包容的職場氛圍，拓寬員工溝通渠道，並實施系統化的培訓、考核與激勵機制，以支持員工職業發展，增強職場歸屬感，實現個人與企業的共同成長。



夯實員工權益保障

Keep 秉持「公平篩選、唯才是舉、竭能服務、注重質量」的僱傭理念，全力保障員工權益。我們在確保招聘流程合規的基礎上，為員工提供完善的薪酬福利體系和人才培育機制，積極營造公平、安全、和諧的工作環境，確保每位員工的合法權益得到尊重和保障，賦能每位員工的職業發展。

❖ 合規僱傭

Keep 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》以及各運營所在地的勞動法律法規，嚴格把控日常運營用工環節的合規性，主動預防人權風險。公司制定《員工手冊》《招聘管理制度》等一系列內部規章制度，規範人才招聘與管理流程，持續優化僱傭體系，以保障合規運營並提升管理效能。公司建立了健全的監督與違規處理機制，對於任何違反用工政策與法規的行為，將依據規定嚴格追究責任，並及時向受影響人員提供必要的補救措施。截至報告期末，公司未發生任何僱傭童工或強制勞工的負面事件。



| Keep 合規僱傭管理舉措

嚴格篩選與核驗候選人身份



- 在員工聘用環節，公司通過結構化面試流程對候選人資歷背景進行詳細核查
- 在錄用前核驗候選人身份證和畢業證或學生證等有效證件，確保年齡、學歷等信息的真實性與用工合規性

秉持公平無歧視原則



- 公司僅以崗位所需的專業能力為選才考量，不因年齡、種族、性別、國籍、身體條件等因素影響錄用結果或有差別待遇

堅持入職雙向選擇



- 對於經選拔符合錄用標準的候選人，公司恪守雙向選擇、公平對等的原則，在雙方協商一致的基礎上辦理正式入職手續並簽署勞動合同，從根本上杜絕強制勞動，確保個人意願得到充分尊重

提供合規薪酬福利待遇



- 我們按照員工所在地區的勞動法例要求，給予其應得的薪酬福利與假期，確保每一個加入 Keep 的人都享有合規的薪酬福利待遇

一级指標	二级指標	單位	2025年
員工總數		人	683
按性別劃分的員工總數	女性員工	人	384
	男性員工	人	299
按年齡劃分的員工總數	30歲及以下的員工	人	252
	30歲以上的員工	人	431
按地區劃分的員工總數	中國（包括港澳臺地區）員工	人	683
	其他國家及地區員工	人	0
按員工類別劃分的員工總數	正式員工	人	645
	其他員工	人	38
員工總流失率 ¹⁶		%	12.16
按性別劃分的員工流失率	女性員工	%	10.41
	男性員工	%	14.01
按年齡劃分的員工流失率	30歲及以下的員工	%	12.85
	30歲以上的員工	%	11.81
按地區劃分的員工流失率	中國（包括港澳臺地區）員工	%	12.16
	其他國家及地區員工	%	0

2025年員工僱傭情況

¹⁶ 員工流失率計算公式：報告期內主動離職的正式員工人數 / （報告期末正式員工人數 + 報告期內離職的正式員工人數）。

❖ 員工薪酬和績效管理

公司建立健全與公司戰略和經營發展相匹配的薪酬體系，在運營所在地實施具有市場競爭力的員工薪酬，實施員工股權激勵和績效考核，有效激勵員工價值貢獻，充分激發公司持續發展的內在動力，切實支持業務成長與發展。

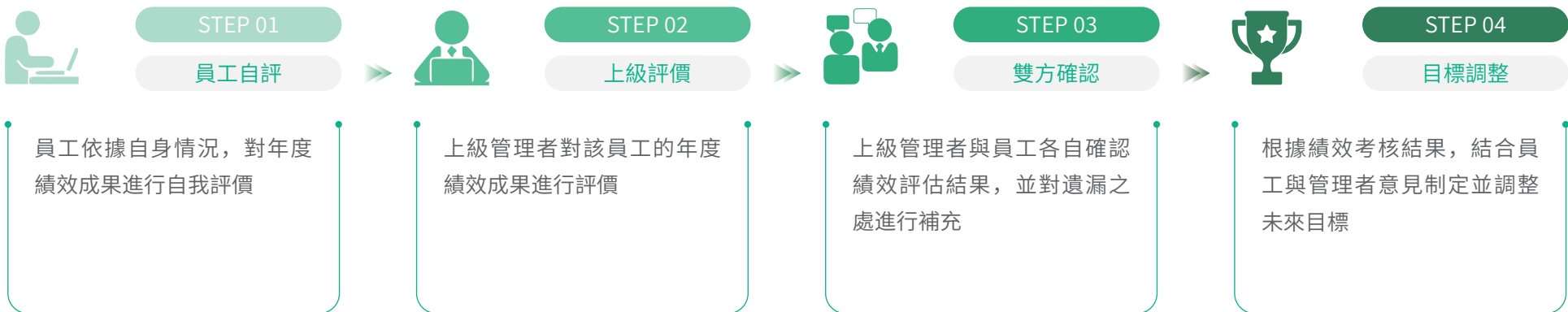
薪酬管理

Keep 依據《薪酬福利管理制度》，根據不同崗位屬性與行業特性，設置差異化的薪酬結構，為員工提供兼具市場競爭力與內部公平性的整體薪酬。公司通過定期市場薪酬調研，動態優化薪酬策略，確保員工薪酬水平始終居於同行業領先水平，充分體現員工的價值與貢獻。同時，為保留與激勵核心人才，我們對高績效、高潛力的骨幹員工實施股權激勵計劃，激發員工工作熱情，以共享發展成果，激發長期動能。

績效考核

為有效承接公司戰略，Keep 持續優化績效管理機制。在制度層面，我們於報告期內修訂《績效管理制度》，細化績效等級，進一步明確績效標準。在流程層面，自2025年起，公司調整為在每年年末對員工績效進行系統性評估，將績效考核結果與員工晉升、獎金分配及薪酬調整直接掛鉤。我們採用「員工自評 - 上級評價 - 雙方確認 - 目標調整」的標準化考核流程，並依據崗位特性調整評估指標。考核結束後，公司為員工提供一對一的績效反饋溝通渠道，確保績效考核過程透明公正，保障組織效能持續提升。

| Keep 績效考核流程



❖ 員工溝通

Keep 系統化構建員工反饋機制，以確保溝通暢通與組織健康。我們設立了多元化的員工常規溝通渠道，強化管理者聆聽機制，以持續收集員工意見與訴求，提升員工滿意度。2025年，公司舉辦CEO面對面溝通會，發送CEO全員信，並新增「心聲直達」員工匿名反饋通道，加強CEO、高管團隊與員工之間的雙向交流。

此外，公司每年委託第三方獨立機構進行匿名組織能力調研，就戰略能力、組織能力、員工敬業度等維度廣泛徵集員工意見，相關調研結果為公司的戰略迭代與管理優化提供了重要參考依據。

| Keep 管理者溝通機制



「心聲直達」匿名直通車海報

案例 | Keep 上市兩周年暨上半年盈利目標達成慶功會

為促進CEO與員工直接溝通，凝聚共識、共享成果，Keep 於上市兩周年並且達成上半年盈利目標之際，舉辦專項慶功會。該活動作為文化傳遞、戰略對齊與團隊激勵的重要場合，設置「KipNess自由挑戰賽」「小王面對面」「勝利慶祝茶歇」三大核心環節：

- KipNess自由挑戰賽：通過平板支撐耐力賽、俯臥撐速度賽、波比跳極限賽等三個挑戰項目，鼓勵員工用運動精神凝聚力量，用自我挑戰實現突破；
- 小王面對面：CEO與員工直接對話，現場總結公司十年發展成果並提出新階段戰略展望，明確Keep 未來十年將以數據、算法、AI大模型為核心競爭力，圍繞運動科學和運動美學兩個核心邏輯，以健康、快速的態勢持續發展；
- 勝利慶祝茶歇：用精緻茶點與飲品，犒賞員工的努力與付出，搭建跨部門交流慶祝的場地，為將來的合作共創積蓄力量。



「小王面對面」活動現場

公司對任何形式的職場歧視與騷擾秉持「零容忍」態度，在《員工手冊》中明確將此列為嚴重違紀行為。公司建立了完善的申訴與舉報機制，員工可通過舉報郵箱、專用電話等方式向人力資源部和風控部實名或匿名舉報違紀事件。收到舉報後，人力資源部和風控部將及時對舉報事項開展獨立、公正的調查核實，並依據公司制度處理，切實維護每一位員工的合法權益，捍衛健康、平等、受尊重的職場環境。



❖ 員工福利

公司致力於構建多樣化的員工福利保障體系，在嚴格遵守運營地法律法規、為全員足額繳納五險一金的基礎上，我們提供更為豐富的員工福利，從基礎保障、經濟補貼、健康支持等多個維度，提升員工的歸屬感與幸福感。

| Keep 員工常規福利

▶ 經濟補貼

公司提供交通補助、餐飲補助、帶薪年假、帶薪病假、結婚禮金、生育禮金、轉正福利商城券、生日福利商城券等多元化福利補貼



公司倡導健康、可持續的工作方式，支持員工在職業發展與個人生活之間實現平衡。我們在職場所在地設立了24小時開放的健身房，方便員工隨時進行鍛煉。2025年，公司依託 Keep App平台，為全體員工創建了專屬運動社區「Kippies俱樂部」，全年共開展8場運動活動，包括520團隊預熱挑戰賽、十周年挑戰賽、她力量三八節活動、連續運動21天挑戰賽等，豐富員工業餘生活。此外，我們還向全體員工發放了特別設計的中秋禮盒，內含定制帆布袋、防水雙肩包、可收納漁夫帽、輕量跑步腰包及速乾冷感巾等一系列實用且高質量的運動裝備，既傳遞了節日祝福，也鼓勵大家踐行積極健康的生活方式。

▶ 健康關懷

- 公司為員工購買補充醫療保險，並開放以優惠價格為其配偶、子女及父母加購補充醫療與商業保險的渠道
- 公司新增體檢方案類別，根據不同員工群體高發疾病和重點關注疾病細化員工體檢方案
- 公司額外提供上門醫生問診與線上線下心理健康諮詢等專業服務，全面守護員工及其家庭的健康，切實降低醫療負擔



📌 案例 | Keep 成立十周年活動

為慶祝 Keep 成立十周年，公司於2025年2月策劃開展了十周年挑戰賽與「10光的故事」文化展覽。挑戰賽包括「漫步十年」「奔跑十年」「輪動十年」三項10公里運動挑戰，員工可在規定時間內選擇上述三項運動之一、累計運動達到10公里即可完賽並獲得相關獎勵。與此同時，公司在職場內佈置了「10光的故事」主題展覽，以六大板塊全景式地呈現了 Keep 的十年歷程，分佈在辦公區的不同位置。本次十周年活動通過運動挑戰和文化展覽的結合，讓員工沉浸式感知公司十年的步履與精神，深化對公司文化的理解與認同。



Keep 十周年挑戰賽海報



Keep 十周年展覽

案例 | 520 Kippies Day 運動音樂節

2025年，我們全面升級「520 Kippies Day」。活動前期，我們通過「Kippies俱樂部」發起520團隊預熱挑戰賽，鼓勵員工以團隊形式完成5.20公里行走、跑步或騎行任務，通過打卡分享、積分比拼激發跨部門協作與社區互動。5月20日當天，公司升級打造融合運動、音樂與慶典的「520運動音樂節」，設置熱力拔河賽、「團隊版」5.20km跑等趣味競技。我們首次引入「音樂狂歡秀」和「用戶之聲」環節，為員工準備展露音樂才華的舞臺，並邀請用戶登臺分享與Keep的故事。整個「520 Kippies Day」系列活動，從線上挑戰延伸到線下盛會，以運動和音樂為紐帶，深化團隊協作，激發內部凝聚力與文化認同感。



520團隊預熱挑戰賽海報



520運動音樂節



「團隊版」5.20km跑

公司重視女性員工權益，依法為員工提供產假、哺乳假，設置母嬰室，為哺乳期員工提供便利。2025年婦女節之際，我們以「熟練她力量」為主題，舉辦知識分享會和關愛市集，同時發布主題線上挑戰賽，旨在通過多元文化活動，感謝女性員工在職場中的傑出貢獻，並鼓舞每一位女性在事業與生活之間找到屬於自己的平衡與精彩。



案例 | 「熱練她力量」系列活動

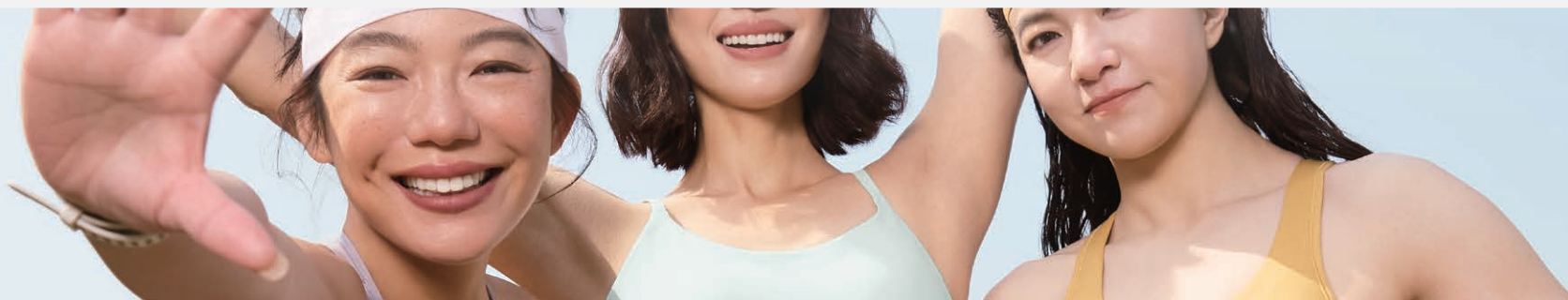
2025年三八婦女節期間，Keep 推出「熱練她力量」2025女生節線上耐力挑戰賽，設計了靜心（瑜伽冥想品類）、爆發（燃脂搏擊品類）、協調（韻律操課品類）三類時長38分鐘的專屬耐力挑戰，以運動之名定制專屬於 Keep 女性員工的能量賽場。報名參賽的女性員工任選其一完成，即可獲得「38°熱練」虛擬勳章、美妝禮品等獎勵。此外，我們組織了一場主題為「她力量，走進力量區，重寫身體敘事」的K sharing分享會，邀請專業教練系統講解了力量訓練對女性的多元價值，並聚焦如何科學設計訓練計劃，讓鍛煉更高效、更安全。通過這些活動，我們希望鼓勵女性員工在挑戰中釋放活力、關注身心平衡。



「熱練她力量」2025女生節線上耐力挑戰賽海報



「她力量」K Sharing內部分享活動海報



2025年，Keep 在僱主品牌建設方面獲得多項認可，榮獲獵聘「2025客戶成功獎」與脈脈「2025年度職得去僱主」兩個獎項，標誌著公司在人才吸引、培養與保留方面的持續投入已取得顯著成效，並獲得了員工與市場的積極反饋。



獵聘「2025客戶成功獎」



脈脈「2025年度職得去僱主」

賦能員工職業發展

Keep 將人才梯隊建設置於組織發展的核心，構建系統化的人才培養與晉升機制，通過多元化的員工培訓項目與清晰的職業發展路徑，為員工提供持續的學習資源與明確的成長階梯，助力員工實現長期職業發展目標，構建一支能力全面、高效協作的員工隊伍。

❖ 人才晉升

公司制定並完善員工晉升管理制度和措施，以保障員工晉升的公平性與公信力，充分反饋員工的貢獻與付出。公司每年組織一次集中晉升評審，符合晉升條件的員工可通過內部晉升平台統一參與晉升評審。為確保評估的客觀性與公正性，公司組建不同專業職能的晉升評審委員會，從服務年限、績效表現、專業能力、通用能力及發展潛力等多個維度對候選人進行綜合評議。最終的晉升名單將提報公司管理層審批，通過後正式生效。

❖ 職業發展與培訓

Keep 堅信員工成長是組織前進的重要引擎，並為此構建了與公司戰略及個人發展深度耦合的員工培訓體系。我們基於員工層級、崗位職能及職業發展路徑，提供新員工培訓、管理層培訓、業務線培訓、內部分享等培訓項目，以持續拓寬團隊的專業視野。同時，公司通過搭建線上學習平台和工具、促進跨部門交流，積極營造開放共進的學習生態，全面賦能員工成長與職業發展，為個人與組織的共生共長注入持久動力。

| Keep 員工培訓體系

新員工培訓

- 公司為新人提供「線上自學平台+線下新人之旅」的混合學習模式，使其快速了解公司概況、發展歷程、文化故事、管理原則、業務板塊等
- 針對校招生，我們設計了「通識教育+專業賦能」的培養路徑，助力其從校園到職場的平穩過渡與快速成長



業務線培訓

- 各業務線根據自身職能與業務特點，組織線上或線下的部門學習項目，內容涵蓋合規要求、行業前沿趨勢與內部優秀實踐，以持續提升團隊的專業能力與業務視野



管理層培訓

公司為管理層提供分層級的領導力培訓項目：

- 基層管理者：聚焦管理基本功訓練，通過課程系統性地實現從管理意識到關鍵行為的轉變與提升
- 中高層管理者：通過KBA項目，從商業領導力與組織領導力雙維度提升戰略與組織能力
- 高管團隊：引入專業高管團隊教練，持續修煉其個人的團隊領導能力



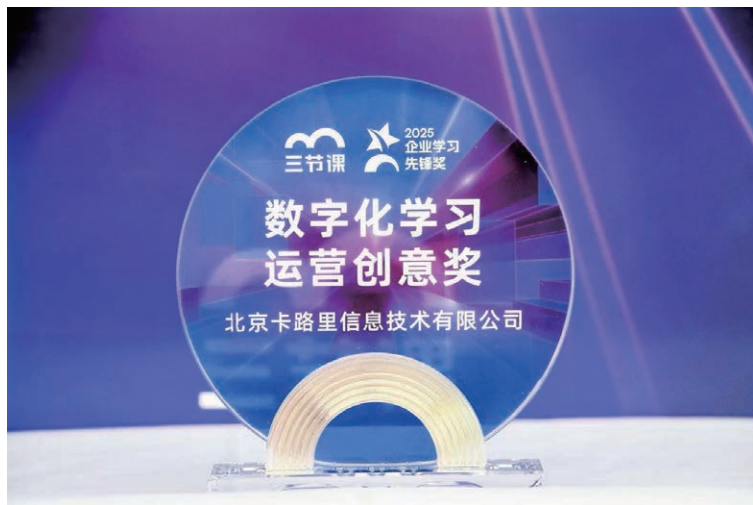
通用學習平台

- 通過「三節課」線上學習平台，提供涵蓋AIGC、數據分析、技術開發等各領域超7,000門專業課程，總時長超過30,000小時，滿足員工在職業各階段的學習需求
- 建立K Sharing優秀實踐分享平台，邀請優秀員工分享內部業務經驗和外部優秀實踐及背後的深度思考與行業洞察，促進經驗沉澱，啟發集體智慧



2025年，Keep 構建員工AI能力培養體系，旨在賦能全員擁抱人工智能變革。在培訓項目方面，公司開設面向中高層管理者的KBA課程《AI商業創新與能力建設》，鼓勵各業務線推出結合自身業務特點的AI相關課程，並圍繞大模型應用、AI生圖等主題，組織多場K Sharing優秀實踐分享活動。同時，我們線上學習平台開設AIGC應用和AI大模型智能營銷應用等專題課程，並開發了兩款AI Agent工具：領導力教練AI Koach能夠通過實戰應用場景為管理者提供個性化領導力輔導與行動指南，解決管理難題；AI學習應用助手能夠為全員提供系統的AI轉型學習資源庫與前沿資訊，助力AI能力在日常辦公中的轉化與應用，提升員工辦公效率和質量。

2025年，公司憑藉線上學習平台的多樣化運營，獲得三節課「2025企業學習先鋒獎 - 數字化學習運營創意獎」，標誌著我們在數字化學習賦能員工發展方面的實踐已取得顯著成效。



三節課「2025企業學習先鋒獎 - 數字化學習運營創意獎」



員工培訓相關指標		單位	2025年
員工培訓總人數		人	670
員工平均培訓時長		小時	48
按性別劃分的受訓百分比	男性員工受訓百分比	%	98
	女性員工受訓百分比	%	98
按性別劃分的受訓平均時長	男性員工受訓平均時長	小時	48
	女性員工受訓平均時長	小時	48
按僱員類別劃分的受訓百分比	管理層 ¹⁷ 員工受訓百分比	%	80
	非管理層員工受訓百分比	%	100
按僱員類別劃分的受訓平均時長	管理層員工平均受訓時長	小時	45
	非管理層員工平均受訓時長	小時	48
員工培訓相關指標			

¹⁷ 管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體，非管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體以外的正式員工。

心系員工健康安全

❖ 職業健康與安全管理體系

Keep 始終心系員工職業健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《公共場所衛生管理條例》《工傷保險條例》《用人單位職業健康監護監督管理辦法》等法律法規，持續優化職業健康與安全管理體系。為了明確工作中各相關部門在職業健康與安全管理中的職責和權限，確保工作全面落實，Keep 成立了專門的安全管理委員會，並制定了包括《安全生產責任制度》《安全生產檢查制度》《突發事件處理規程》《安全生產獎懲制度》在內的一系列完善的職業健康與安全管理制度，保障員工的身心健康與工作環境安全。



2025年

報告期內公司因工傷損失工作日數

0天

報告期內工傷事故數

0件

過去三年因工亡故人數

0人

❖ 職業健康與安全管理措施

Keep 一貫重視辦公環境的安全管理。公司為確保及時發現並整改安全隱患及衛生問題，工作日每2小時在全國各職場組織開展巡視檢查，以保證辦公環境符合安全衛生標準。公司在全國各職場均配備了公共藥箱及自動體外除顫器（AED），同時每半年檢查AED設備、每週檢查藥箱備藥情況。消防安全方面，Keep 為各地職場配置消防器械，推行滅火器月度檢查。針對樓層較高的職場，公司配備了防煙面具。

Keep 亦致力於保障員工職業健康。公司為員工額外購置了商業保險及補充醫療保險，同時在常規年度體檢的基礎上進一步細化了體檢方案，幫助員工識別潛在健康風險。在心理健康方面，公司擴大了心理健康諮詢的覆蓋範圍，每月邀請資深全科醫生及心理諮詢師提供上門輔導服務，為員工解讀體檢報告、指導家庭成員用藥、解答管理情緒壓力及處理家庭關係等方面的問題，保障員工身心健康與活力。

❖ 職業健康與安全文化建設

公司根據各地職場實際情況分別制定應急預案，並定期組織應急演練，提升員工在緊急情況下的自我保護能力和團隊協作能力。此外，員工及樓宇服務人員（包括保安、保潔）定期接受公司組織的安全培訓，提升緊急情況處置能力。除線下安全培訓，公司還通過內部訂閱號持續普及安全知識，提升企業安全文化建設與員工的安全意識。



聯動長效治理 共築穩健基石



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 公司治理
- 商業道德
- 數據安全與隱私保護

Keep 始終將規範透明的公司治理作為可持續發展的重要基石。公司搭建完善的治理架構，持續強化合規管理與風險防控，在經營全過程中落實商業道德與廉潔準則；同時，不斷夯實信息安全與隱私保護體系，構建安全可信的運營環境，為企業長期穩健發展提供堅實保障。

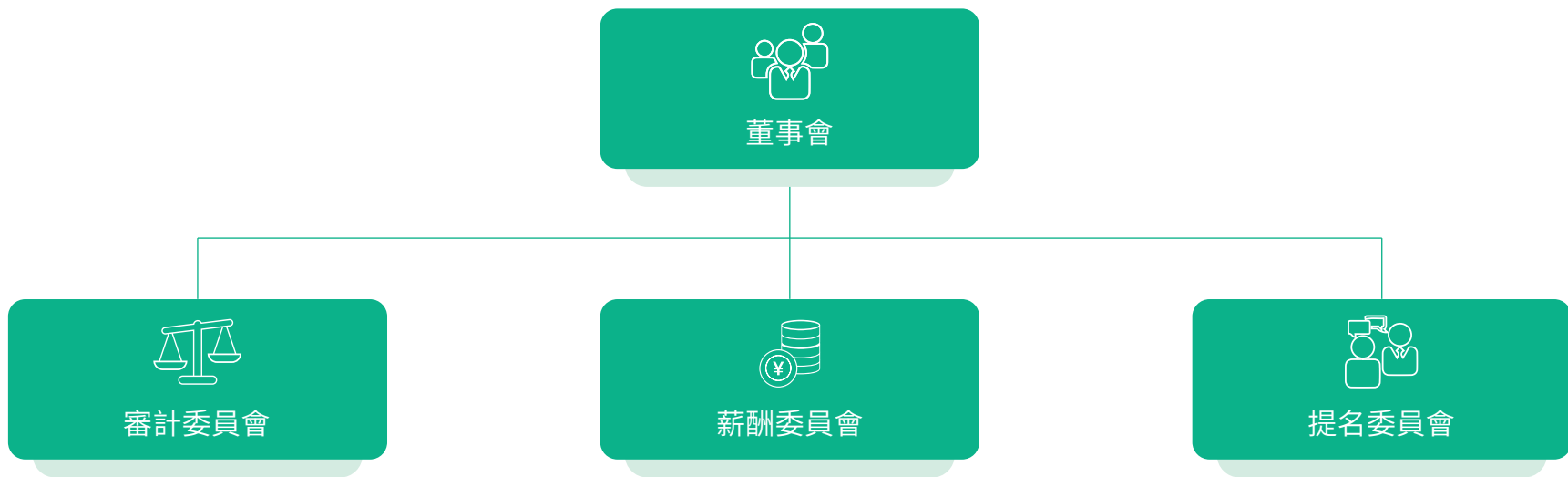


企業管治架構

Keep 嚴格遵循《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規和監管要求，建立健全公司管治體系和規範制度，持續優化治理架構，夯實穩健經營基礎。

公司董事會下設審計委員會、薪酬委員會及提名委員會三個專門委員會，各委員會按照職責分工獨立運作，協助董事會履行監督與決策職能。各專門委員會持續發揮專業作用，勤勉盡責開展工作，為公司穩健經營和長期發展提供支持。有關公司 2025 年企業管治工作的詳細內容，詳見 Keep 2025 年報「企業管治報告」章節。

公司治理架構



Keep 持續完善董事會治理結構，致力於構建具備多樣性、獨立性與專業性的董事會體系，不斷提升公司治理水平，為可持續發展奠定堅實基礎。在董事選任過程中，公司綜合考量性別、年齡、文化背景、教育經歷及專業經驗等多項因素，秉持公平、公正原則選舉董事，確保董事會成員具備多元視角與履職能力，為公司科學決策和風險應對提供有效支持。

截至報告期末，Keep 董事會由6名董事組成，包括3名獨立非執行董事，其中1名為女性。董事會成員在專業知識背景和從業經驗方面具備較高的多元性，相關領域涵蓋計算機科學、信息科技、機械電子工程、工商管理及會計等，為公司戰略決策和治理實踐提供專業支撐。

恪守商業道德

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反洗錢法》等相關法律法規，持續完善商業道德管理體系，營造公平、公正、廉潔的經營環境，堅決防範和杜絕各類貪污腐敗行為。

❖ 商業道德準則

Keep 制定並嚴格落實《反腐敗制度》《利益衝突管理制度》《員工手冊》《廉潔自律手冊》《商業秘密管理制度》等商業道德管理制度，明確員工應遵循的基本行為規範，並對腐敗風險的預防、調查及處理流程做出清晰規定。2025年，公司更新《員工手冊》，進一步細化日常行為規範指引。所有製度文件均在內部辦公平台公開發布，確保全體員工可隨時查閱，保障制度執行的規範性與可操作性。

公司風控部門統籌負責商業道德相關工作的制度建設、風險審計、舉報受理與調查處理，以及廉潔文化宣貫與培訓，並與業務部門及相關職能部門協同配合，形成職責清晰、分工明確的「三道防線」機制，持續提升反腐敗管理體系的有效性。

| 風險管理「三道防線」

➔ 第一道防線

業務部門

承擔業務風險管理的首要責任，負責在事前、事中及事後對業務活動中的風險進行識別、控制與管理。



➔ 第二道防線

相關職能部門

從各自專業職能角度開展業務審核與風險提示，對業務風險進行專業支持與監督。



➔ 第三道防線

風控部

從獨立檢查與監督角度識別潛在風險，完善內控機制，防止風險事件發生。



❖ 商業道德管理舉措

為有效防範商業道德風險，公司定期對各業務部門、員工及商業夥伴開展風險掃描，識別潛在風險點及違規行為。在此過程中，公司進一步篩選風險較高的商業夥伴進行商業道德審計，及時發現並糾偏不當行為，從而保障業務穩健運行。

公司高度重視內部廉潔管理，制定並嚴格執行《利益衝突管理制度》，常態化推進全員利益衝突申報工作。2025年，全體員工均完成利益衝突申報並簽署《廉潔自律承諾書》，有助於公司系統識別並防範潛在利益輸送風險，持續夯實廉潔合規基礎。

在外部合作管理方面，公司積極與合作夥伴共建廉潔、規範的商業環境，將廉潔合規要求融入日常管理全過程。公司在與供應商簽署的合同中統一附加《反商業賄賂協議》，明確禁止利益衝突、商業賄賂等行為，並向合作方提供舉報渠道。同時，公司要求新供應商在現場准入審核階段簽署《供應商現場審核誠信聲明》，幫助其在合作初期充分了解並遵守公司《反腐敗制度》等相關要求，共同維護合作過程中的商業道德標準。對於發生貪污腐敗等嚴重違反廉潔要求行為的供應商，公司將其納入黑名單並終止合作。

❖ 商業道德舉報機制

Keep 對賄賂、勒索、欺詐等不當行為堅持零容忍態度。公司建立了覆蓋內部員工及外部合作夥伴的舉報管理機制，設置電話、郵箱、信函及線上通訊平台等多種舉報渠道，並通過員工手冊、供應商平台及公司官網進行公開，確保舉報途徑暢通。

舉報信息由風控部監察組獨立接收、調查和處理，並定期向審計委員會直接匯報，保障舉報處理過程的獨立性與客觀性。公司鼓勵實名舉報，並對舉報人信息嚴格保密，嚴禁任何形式的打擊報復行為。經調查確認屬實的違規行為，公司將依據相關制度採取包括警告、解僱在內的紀律處分；涉嫌違法犯罪的，將依法移送司法機關處理。

Keep Inc. 商業道德合規舉報渠道

✉ 舉報郵箱：jubao@keep.com

📍 通訊地址：北京市朝陽區望京街9號萬科時代中心D座 Keep 風控部

2025年，未發生對本公司或員工提出的涉及貪污舞弊的重大違規事件。

❖ 廉潔文化建設

Keep 持續推進廉潔文化建設，通過開展商業道德培訓與宣貫活動，引導董事、高級管理層、員工以及供應商和合作夥伴深入理解並自覺踐行公司的廉潔理念，營造風清氣正的企業文化氛圍。2025年，我們通過多種方式進行培訓，確保覆蓋率及培訓效果。

公司通過定期匯報及召開內部審計委員會會議等方式，向董事及審計委員會成員傳達反舞弊相關制度要求，確保公司治理層對廉潔標準保持充分認知與高度重視。為確保員工了解並遵守商業道德管理規範，公司在員工入職環節統一要求簽署《員工手冊》《公司規章制度確認函》及《廉潔自律承諾書》，並通過持續開展廉潔合規培訓和文化宣貫活動，將廉潔要求融入員工日常行為規範之中。

2025年，

針對董事開展商業道德培訓

3次

參與董事人數

6人

覆蓋率

100%

針對員工開展商業道德培訓

3次

參與員工

600餘人次

覆蓋率

100%

《廉潔自律承諾書》員工簽訂率

100%



廉潔合規培訓

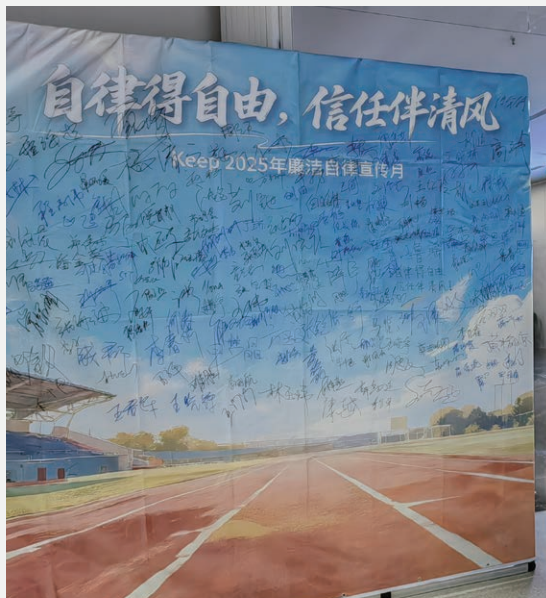
2025年，公司圍繞商業道德與反舞弊主題，組織開展新員工入職培訓，並舉辦了覆蓋全體員工的「廉潔自律宣傳月」系列活動，強化全員的風險防範與合規履職能力，進一步鞏固廉潔建設成果。

案例 | Keep 開展「廉潔自律宣傳月」活動

2025年，Keep 面向包括正式員工和實習生在內的全體員工開展「廉潔自律宣傳月」活動。活動以「自律得自由，信任伴清風」為主題，採用「任務集卡+抽獎」的趣味互動形式，在北京、杭州、深圳三地舉辦線下麵對面培訓，並線上上推出必修廉潔自律考試，全體員工100%參與。活動結束後，員工積極在簽名牆簽名，以示對廉潔自律的承諾。



「廉潔自律宣傳月」培訓現場



廉潔自律承諾簽名牆

廉潔文化宣貫

公司依託辦公平台訂閱號「清風道」，不定期向全體員工推送廉潔合規相關內容，倡導正直、自律的價值理念。2025年，公司持續加強對「Keep 廉正4條紅線」的宣貫，重點圍繞利益衝突、侵佔財物、商業賄賂及弄虛作假等四類行為，明確紀律邊界，強化員工行為約束。



「Keep 廉正4條紅線」宣貫海報

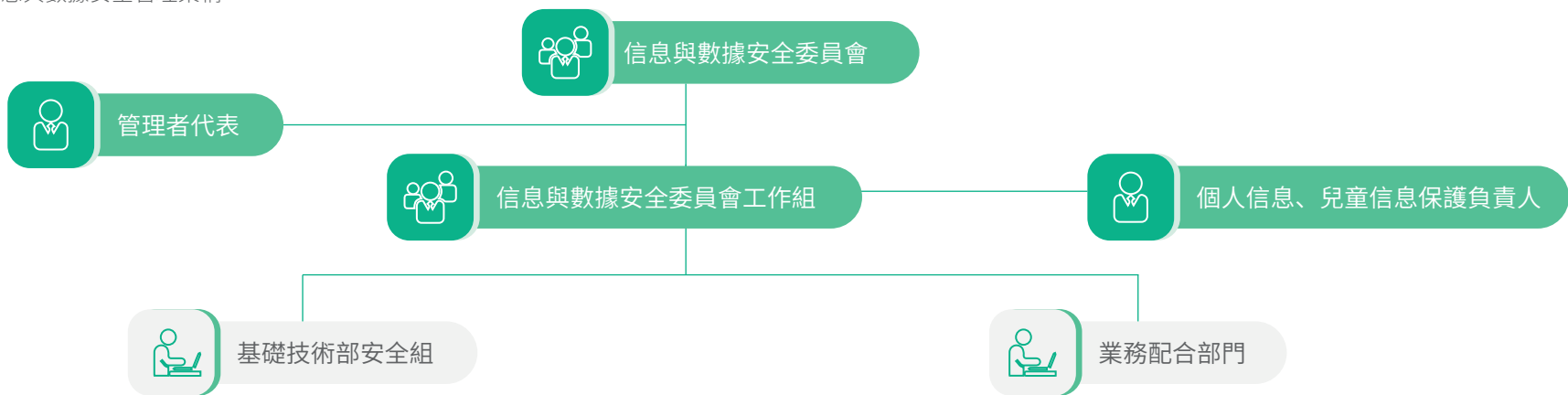
保護信息安全與隱私

Keep 將信息安全與個人隱私保護視為履行企業責任、保障業務長期穩定運行的重要基礎。公司嚴格遵守《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》《App 違法違規收集使用個人信息行為認定方法》等相關法律要求，持續推進信息安全與隱私保護體系建設，不斷強化技術與管理措施，致力於構建安全、可信的數字環境，為用戶信息安全和隱私權益提供堅實保障。

❖ 信息與數據安全管理體系

Keep 設立信息與數據安全管理委員會，由董事會主席兼首席執行官牽頭，統一領導和協調信息安全與隱私保護相關工作。委員會下設工作組，負責具體落實委員會的指導方針和決策部署。公司同時設立個人信息和兒童信息保護負責人，專門負責個人信息及未成年人信息保護措施的執行與監督。公司安全部門與相關業務部門及職能部門建立協同聯動機制，共同推進信息安全與隱私保護要求在各業務環節的落地實施，保障各業務單元的長期安全運行。

| Keep 信息與數據安全管理架構



公司定期對信息安全與隱私保護相關政策的適用性和有效性進行評估，並結合運營所在地法律法規變化及產品功能迭代情況，及時對相關制度進行修訂和完善。我們制定並執行《隱私政策》¹⁸《未成年用戶協議》¹⁹《青少年守護協議及監護人須知》《兒童個人信息保護政策及監護人須知》²⁰《數據安全管理制度總綱》《數據使用規範》等制度文件，對個人信息保護、未成年人信息保護及數據使用行為進行系統規範。

¹⁸《隱私政策》：<https://m.gotokeep.com/fd-page/document/show?param=privacy>

¹⁹《未成年用戶協議》：<https://show.gotokeep.com/minors>

²⁰《兒童個人信息保護政策及監護人須知》：<https://show.gotokeep.com/children>

2025年，Keep 系統通過網絡安全等級保護三級複測，新增官網系統和企業團系統通過網絡安全等級保護二級測試。同時，公司還通過了ISO 27001信息安全管理體系年度審核，並完成新版ISO 27701隱私信息管理體系認證，相關管理體系100%覆蓋 Keep 軟件開發、系統運維以及智能硬件的設計、製造、管理與銷售等關鍵業務環節。



ISO 27001信息安全管理體系認證證書



ISO 27701隱私信息管理體系認證證書

依據國家互聯網信息辦公室等監管機構聯合發布的《互聯網信息服務算法推薦管理規定》與《互聯網信息服務深度合成管理規定》，Keep 截至報告期末，已完成兩個算法備案：(1) 個性化推送類算法：Keep 傳媒信息推薦算法，網信算備110105748807002240015號；(2) 生成合成類算法：Keep 運動助手算法，網信算備110105748807001240019號。

作為智能運動領先者，Keep 積極參與信息安全相關國家標準、行業標準和團體標準的制定工作。2025年，公司作為「數字化工作委員會」「電信終端產業協會」及「TC260中國信息安全標準委員會」的成員單位，參與數據安全相關標準的制定與評審，在不斷提升自身合規管理水平的同時，推動行業信息安全治理能力的整體提升。

❖ 信息與數據安全建設

個人信息保護

為持續提升數據安全保障水平，Keep 不斷加大在信息安全領域的資源投入，完善網絡安全技術體系，並落實數據全生命周期管理要求。公司通過部署Web應用防護、主機安全異常監測、數據加密與脫敏、網絡准入控制以及終端安全防護等多項技術措施，構建多層次防護體系，全面提升信息安全防禦能力，有效降低數據洩露等風險。

Keep 嚴格遵守相關法律法規要求，依據「合法正當、目的明確、選擇同意、最小夠用、全程可控、動態控制、權責一致」的原則，持續完善數據採集與使用規則，加強數據安全風險防範，切實保障信息安全與用戶隱私。2025年，公司對數據資產開展全面盤點和加密處理，加強防護水平。

在用戶權利保障方面，Keep 充分尊重並保護用戶對其個人信息依法享有的查詢、更新、變更、導出、刪除、撤回同意及賬戶註銷等權利。公司通過公開隱私政策清晰告知用戶相關權利內容，並在App內設置個人信息訪問、查詢和更正入口。同時，設立feedback@keep.com、privacy@keep.com郵箱，及時受理並響應用戶關於個人信息保護的請求，保障用戶合法權益。

Keep 持續健全覆蓋數據全生命周期的信息安全管理體系，明確個人信息在採集、傳輸、存儲、使用、共享及銷毀等各環節的管理原則和安全要求，構建信息安全防護屏障。

數據採集



公司向用戶清晰說明數據採集的範圍、用途及相關安全管理措施，規範數據採集的渠道、標準、流程和方式，確保數據採集活動合法合規。

數據傳輸



公司通過防火牆等安全技術手段並結合加密算法，保障數據在傳輸過程中的網絡與工具安全。同時，我們制定《數據分類分級指南》，對不同等級數據採取差異化傳輸方式，降低數據丟失或篡改風險。

數據存儲



公司綜合考慮數據安全等級、重要性、規模及使用頻率等因素，對數據實施分域、分級存儲，並通過加密技術和權限控制等措施，保障數據存儲安全。

數據使用



公司在數據使用環節綜合考慮主體角色、業務需要及時效性要求，遵循最小化原則明確訪問權限，並通過實名認證、訪問控制等方式，保障數據在訪問和導出過程中的安全性。

數據共享



公司承諾不會向第三方共享、轉讓或未經授權公開披露用戶個人信息，法律法規另有規定或經用戶事先授權同意的除外。

數據刪除及銷毀



公司對用戶主動註銷或刪除的個人信息及時進行刪除，並建立數據銷毀效果評估機制，定期開展抽樣核驗，降低信息殘留和洩露風險。

信息與數據安全事件應對

針對潛在的數據安全風險，Keep 已建立較為完善的信息安全事件應對機制，並制定了《信息安全事件管理制度》《網絡突發事件應急預案》《數據安全事件應急響應預案》以及專項《數據洩漏應急預案》，用於規範不同類型信息安全事件的處置流程，提升整體應急管理水平。

公司每年至少組織兩次信息安全應急演練，對應急預案和處置措施的有效性進行檢驗，並持續提升對突發數據安全事件的響應和處置能力。Keep 設立有SRC（安全應急響應中心），並定期與外部安全專家開展協作，對系統和數據安全風險進行評估。一旦出現敏感數據洩露風險，公司將第一時間啟動應急響應機制，迅速定位問題來源，分析事件成因，及時修復系統漏洞，並採取針對性措施，防止類似事件再次發生。

2025 年，公司安全部門聯合相關業務及職能部門開展數據安全事件應急演練，以用戶數據洩露、第三方違反保密協議等情形作為仿真場景，進一步強化各部門應急處置能力，提升網絡安全管理的專業化水平和重點崗位的數據安全風險防範意識。

信息與數據安全審計

Keep 持續健全信息安全風險防控體系，定期開展信息安全相關的內部與外部審計工作，從合規性、網絡安全、數據安全、業務系統可用性及穩定性等多個維度，對 Keep App 及相關應用系統進行綜合評估，並根據審計結果及時推進整改。2025 年，公司共實施信息安全內部審計1次、外部審計2次，審計過程中識別的相關風險均已完成整改並落實到位。

類型	措施	次數	覆蓋範圍
內部審計	根據體系要求和國標要求，開展數據安全風險專項評估，進行系統化風險梳理，重點檢查內部制度規範落地情況和數據生命周期內的數據安全情況。	1	Keep 系統（包含上下游支撐的信息服務系統）和數據
外部審計	由第三方機構進行系統性信息安全審計，包括網絡等級保護二級/三級測評、ISO 27001、ISO 27701等認證審核。	2	

2025年

公司開展數據洩露與安全事件應急演練

28次

未發生任何數據安全和用戶隱私洩露事件



供應商信息安全管理

Keep 依據《供應商安全管理制度》，對供應商實施覆蓋全合作周期的信息安全管理，確保從供應商准入、合作執行到服務終止各環節的信息安全風險均處於可控狀態。

准入階段：我們通過《供應商信息安全審核表》對供應商進行評估，重點審查其是否取得ISO 27001、ISO 27701等相關管理體系認證，以及信息安全管理架構和制度措施的完整性與有效性，並據此進行綜合評分，確保其符合公司信息安全合規要求。

服務開始前：我們要求供應商簽署《數據處理協議》《保密協議》等約束性條款，明確雙方在數據處理、使用及保護方面的權利與義務。

服務終止階段：我們在供應商服務終止時，及時關閉所有相關第三方人員賬號和訪問權限，全面保護公司及用戶的數據安全。

合作執行期間：我們嚴格控制供應商賬號權限與網絡准入，並定期評估其信息安全風險。

信息安全培訓與宣貫

Keep 持續完善《數據安全培訓管理制度》，構建分層分類的信息安全培訓體系，面向不同崗位、職能及工作經驗的員工提供有針對性的培訓內容，推動信息安全與隱私保護要求在公司內部的全面落實。

| Keep 信息安全培訓體系

新員工入職培訓



我們在新員工入職時開展基礎信息安全知識培訓，明確公司信息與數據安全、隱私保護方面的基本要求和行為規範，幫助其樹立合規意識

全員培訓



我們以線下、線上培訓的方式，面向全體員工宣講敏感數據識別、高敏數據使用規範、權限管理要求及數據防洩漏等信息安全重點內容

專崗培訓



我們採用「培訓+考試」的形式，針對核心開發、運維及部分業務支撐崗位開展專項培訓，內容涵蓋數據安全運維管理、敏感數據操作規範、高敏數據防洩漏及數據安全審計等要求

日常宣貫



我們通過內部訂閱號定期發布文章，持續向員工傳遞數據安全、辦公網絡安全、郵件與雲文件使用安全、AI使用安全等重點領域注意事項，並結合典型案例進行提示與警示

惠動全民健康 共促活力民生



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 社區貢獻

Keep 秉持「激發每一次運動，讓世界充滿活力」的使命願景，積極履行社會責任。我們通過文化傳承、健康倡導與公益實踐三大方向，融合運動精神與社會價值，在行動中啟動文化生命力、傳遞健康理念、凝聚向善能量。



守護非遺瑰寶

2025年，Keep 積極響應國家文化戰略，與中國非物質文化遺產保護協會達成戰略合作並成為協會理事單位，以「運動+非遺」為特色路徑，策劃並開展系列跨界融合項目。我們聚焦詠春、醒獅等非遺內容，通過紀錄片、線上課程及跟練視頻等形式，推動傳統文化在健身場景中實現活態傳承，為品牌賦予獨特的文化內涵，也為非遺保護注入創新活力。

❖ 弘揚詠春文化

2025年4月，Keep 推出首支非遺傳統運動系列紀錄短片《詠春消失的女兒》，以大學生郭子瑜的詠春傳承故事為切入點，展現傳統武術文化中的堅韌力量，也體現了年輕一代在非遺傳承中的積極作用。配合紀錄片上線，Keep 同步推出詠春跟練課程，將中國傳統武術轉化為大眾可參與的運動形式，在傳播非遺文化的同時，促進了運動的多元化。



Keep 成為中國非物質文化遺產保護協會理事單位



詠春紀錄片宣傳圖

❖ 推廣醒獅習俗

2025年8月，Keep 上線非遺傳統運動系列第二支紀錄短片《獅子開路》，鏡頭聚焦廣西師範大學龍獅隊女子高樁組合黎月蘭與韋春婉，通過展現二人在挑戰高樁舞獅過程中的勇氣與堅持，彰顯了新世代對傳統文化的熱愛和傳承。配合紀錄片發布，Keep 同步上線醒獅燃脂操等訓練課程，將舞獅轉化為用戶可參與的訓練內容，促進傳統醒獅文化獲得大眾的認同及延續。



醒獅紀錄片宣傳圖

❖ 非遺文化獎項

2025年，Keep 憑藉非遺運動系列宣傳片，榮獲「中國廣告協會中國廣告業大獎·2025公益廣告黃河獎」銀獎及「品牌星球 | 2025星球獎·人文內容榜單」獎項。這些榮譽是對 Keep 公益傳播能力的高度認可，也彰顯了公司在非遺文化傳承領域的持續投入與積極貢獻。



「中國廣告協會中國廣告業大獎·2025公益廣告黃河獎」銀獎獎盃、
「品牌星球 | 2025星球獎·人文內容榜單」獲獎證書

引領全民運動

Keep 積極響應「健康中國2030」戰略規劃與國家衛生健康委《「體重管理年」活動實施方案》號召，於2025年與多地政府及專業機構展開合作，共同舉辦多場聚焦科學健身、體重管理及健康生活方式的活動，有效提升公眾的運動健康意識。

❖ 助力鄉村體育

為了推動體育強國與鄉村經濟建設共同發展，Keep 聯合相關政府部門推出線上村跑挑戰，以線上賽的方式吸引更多跑者線上參與活動、了解當地鄉村風貌，帶動大眾對鄉村經濟的關注度。

📌 案例 | 24KM 茶香漫跑挑戰|村跑雅安名山站

2025年5月11日，在農業農村部農村社會事業促進司指導，體育總局群眾體育司、四川省體育總局支持下，Keep 作為賽事合作方參與「大地流彩·2025年全國和美鄉村健康跑（村跑）」雅安名山站活動，開啟了一場融合體育、生態與文化的鄉村健康之旅。

活動同期，Keep 在App端推出「24KM 茶香漫跑挑戰|村跑雅安名山站」線上賽，吸引更多跑者「雲端」穿越四川雅安的萬畝茶園，以腳步丈量二十四節氣。Keep 結合比賽舉辦地的非遺元素與活動特色，設計了精美的完賽徽章與證書，比賽共吸引9萬餘人報名參與。



雅安村跑活動海報與說明

❖ 關注體重管理

Keep 充分發揮運動科技平台的智能健康管理能力，聯動相關協會開展體重管理活動，帶動企業職工養成科學健身習慣，通過科學運動、體重管理、團隊互動等形式，提升企業的健康意識。

📌 案例 | 深圳市南山區體重管理PK賽

2025年6月，由南山區金融發展服務中心上市辦發起，南山區資本市場協會聯合 Keep，面向轄區企業發起「夏日體重管理計劃暨南山區‘上市杯’體重管理PK賽」，並上線線上燃脂挑戰賽，通過團隊減重PK、燃脂挑戰等豐富的比賽形式有效提升了企業員工參與積極性與內部凝聚力。憑藉專業線上運動平台的技術優勢，Keep 為參與企業提供運動數據記錄、進度跟蹤等支持，幫助員工逐步養成科學的運動與健康管理習慣。本次活動共吸引30支隊伍近千人參加。



深圳市南山區體重管理PK賽海報

❖ 號召公眾健身

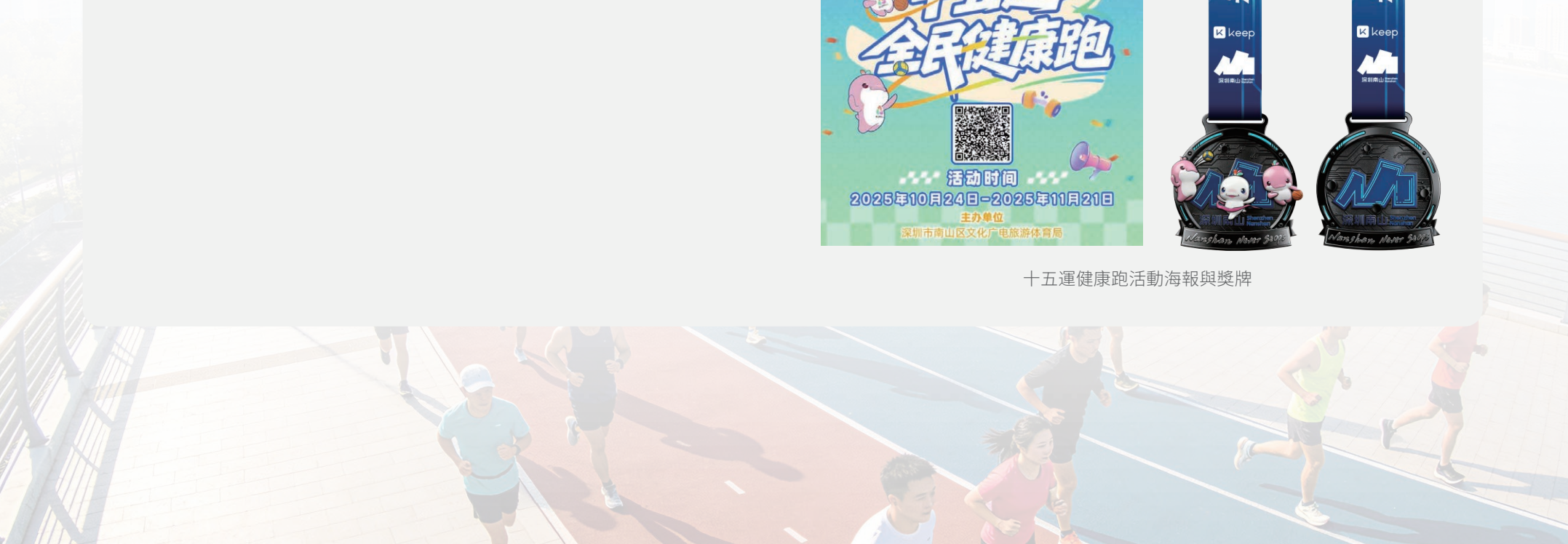
為持續貫徹實施全民健身國家戰略，本年度 Keep 聯合深圳市南山區文化廣電旅遊體育局舉辦了多次健康跑、歡樂跑等活動。系列活動覆蓋了全年齡段人群，使參與者在收穫健康體魄的同時，還定格了溫馨的親子時光，為城市注入源源不斷的健康活力。

03 案例 | 共迎十五運全民健康跑

2025年10月24日至11月21日，為迎接第十五屆全國運動會，Keep 攜手深圳市南山區文化廣電旅遊體育局共同發起「共迎十五運，全民健康跑」線上跑步挑戰賽，完賽選手可獲得一枚精美的定制獎牌。該賽事成為了連接大眾與十五運的情感紐帶，讓體育盛會的氛圍線上上線下同步升溫，累計吸引超過21萬名用戶報名參與。



十五運健康跑活動海報與獎牌



案例 | 歡樂跑系列活動

2025年，Keep 聯合南山區文化廣電旅遊體育局舉辦了4場歡樂跑系列活動，總計近千人參與。活動以親子跑為核心，採用溫馨的賽制設計及友好的路線安排，倡導「無壓力參與、全民共享」的運動理念。Keep 為活動提供了全程軌跡記錄與成績認證的技術支持，讓家庭在輕鬆、歡樂的氛圍中享受運動，助力全民健身理念深入家庭場景。



南山區歡樂跑系列活動照

匯聚愛心力量

自2016年起，Keep 正式啟動「紅桃K」愛心計劃，至今已持續開展9年。我們設立專項公益基金，並制定《「紅桃K」公益愛心基金管理流程》，建立了規範高效的運營模式。我們整合員工茶水間零食消費、個人捐贈及義賣活動等收入，將其投入物資捐贈、愛心支教等項目，廣泛動員員工參與公益行動。

03 案例 | 為留守兒童捐贈物資，給孩子們一個溫暖的快樂童年

2025年，Keep 派出多名員工代表前往山西省臨汾市堯都區土門學校，聚焦當地留守兒童的生活現狀與身心成長，為孩子們送去冬季關懷。Keep 向學生捐贈了140份「溫暖包」，內含棉衣、文具等13類物資，以滿足孩子們的冬季生活與學習需求。此外，Keep 特別提供了140條兒童跳繩和專業兒童體適能課程，鼓勵孩子們在運動中增強體質、培養積極向上的生活態度。

除物資支持外，Keep 員工代表還在校內開設《快樂兒童的七個習慣》主題公益課，通過繪本故事、課堂互動等形式，幫助孩子們培養時間管理意識、學會情緒表達、養成良好行為習慣。活動後期，Keep 員工代表實地走訪部分留守兒童家庭，送去米、油等生活物資，更通過面對面的交流與傾聽，讓單純的物資捐贈昇華為心與心的溫暖陪伴。



「紅桃K」公益活動現場

ESG關鍵績效指標數據表

ESG指標	單位	2025年
A1排放物		
有害廢棄物排放總量	千克	10.40
有害廢棄物排放密度	千克/人	0.02
無害廢棄物排放總量	噸	59.66
無害廢棄物排放密度	噸/人	0.09
A2資源使用		
能源消耗總量	兆瓦時	898.49
人均能源消耗量	兆瓦時/人	1.32
自來水消耗量	立方米	6,940
人均自來水消耗量	立方米/人	10.16
包裝材料使用總量	噸	839
單位銷售量包裝材料使用量	噸/萬件產品	0.36
B1僱傭		
員工總人數	人	683
按性別劃分	女性員工	384
	男性員工	299

ESG指標		單位	2025年
按年齡劃分	30歲及以下的員工	人	252
	30歲以上的員工	人	431
按地區劃分	中國（包括港澳臺地區）員工	人	683
	其他國家及地區員工	人	0
按員工類別劃分	正式員工	人	645
	其他員工	人	38
員工總流失率		%	12.16
按性別劃分	女性員工	%	10.41
	男性員工	%	14.01
按年齡劃分	30歲及以下的員工	%	12.85
	30歲以上的員工	%	11.81
按地區劃分	中國（包括港澳臺地區）員工	%	12.16
	其他國家及地區員工	%	0
B2健康與安全			
因工作關係死亡人數		人	0
工傷次數		次	0
因工傷損失工作日數		天	0

ESG指標	單位	2025年
B3發展及培訓		
員工培訓總人數	人	670
男性員工受訓百分比	%	98
女性員工受訓百分比	%	98
管理層員工受訓百分比	%	80
非管理層員工受訓百分比	%	100
員工受訓平均時長	小時	48
男性員工受訓平均時長	小時	48
女性員工受訓平均時長	小時	48
管理層員工受訓平均時長	小時	45
非管理層員工受訓平均時長	小時	48
B5供應鏈管理		
供應商總數	家	403
中國（包括港澳臺地區）供應商數量	家	403
B6產品責任		
因安全與健康理由而回收的產品的百分比	%	0
投訴數目	件	1,313

ESG 指標	單位	2025年
B7反貪污		
反貪污培訓董事參與人數	人	6
覆蓋董事百分比	%	100
反貪污培訓員工參與人次	人次	600+
覆蓋員工百分比	%	100
D部分:氣候相關披露		
溫室氣體排放量 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量	476.74
人均溫室氣體排放量 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量/人	0.70

指標索引表

❖ 聯交所ESG指標索引

強制披露規定	頁碼
<p data-bbox="217 759 325 786">管治架構</p> <p data-bbox="648 612 1479 938">由董事會發出的聲明，當中載有下列內容： (i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管； (ii) 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 (iii) 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。</p>	<p data-bbox="1798 759 1834 786">P9</p>
<p data-bbox="217 1114 325 1141">匯報原則</p> <p data-bbox="648 1114 1386 1141">描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用匯報原則。</p>	<p data-bbox="1798 1114 1834 1141">P1</p>
<p data-bbox="217 1362 325 1390">匯報範圍</p> <p data-bbox="648 1318 1479 1437">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。</p>	<p data-bbox="1798 1362 1834 1390">P1</p>

層面	指標編號	層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
A. 環境			
A1排放物	一般披露	有關廢氣排放、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。	P60-63
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	P60-62
	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）。	P62
	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）。	P62
	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。	P62-63
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及減少目標和為達到這些目標而採取的步驟。	P62-63
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。	P57-61
	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）。	P61

層面	指標編號	層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
A2資源使用	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	P61
	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。	P60
	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。	P61
	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。	P58
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。	P57-63
	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。	P57-63
B.社會			
僱傭及勞工常規			
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。	P65-73
	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。	P66
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	P66

層面	指標編號	層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
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。	P77-78
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	P77
	B2.2	因工傷損失工作日數。	P77
	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。	P77-78
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。	P73-75
	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。	P76
	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。	P76
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。	P65
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P65
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P65

層面	指標編號	層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
運營管理			
B5供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	P48-51
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	P50
	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。	P48-49
	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。	P48-51
	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	P48-49
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。	P39、47
	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。	P39
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P45
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	P33-38
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	P39-40

層面	指標編號	層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
B6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。	P85-89
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。	P81
	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。	P82
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	P81-82
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	P83-84
社區			
B8社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解運營所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	P97
	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）。	P91-97
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P91-97
D部分：氣候相關披露			P53-57

GRI標準索引

議題標準	披露項	章節索引
GRI 2: 一般披露	2-1 組織詳細情況	關於 Keep
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	關於本報告
	2-3 報告期、報告頻率和聯繫人	關於本報告
	2-4 信息重述	/
	2-5 外部鑒證	/
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	關於本報告 建設可持續供應鏈
	2-7 員工	夯實員工權益保障
	2-8 員工之外的工作者	夯實員工權益保障 建設可持續供應鏈
	2-9 管治架構和構成	企業管治架構
	2-10 最高治理機構的提名和遴選	企業管治架構
	2-11 最高治理機構主席	企業管治架構
	2-12 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	可持續發展管理 企業管治架構
	2-13 為管理影響的責任授權	可持續發展管理 企業管治架構

議題標準	披露項	章節索引
GRI 2: 一般披露	2-14 最高治理機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展管理
	2-15 利益衝突	恪守商業道德
	2-16 關鍵問題的溝通	可持續發展管理
	2-17 最高治理機構的共同知識	可持續發展管理
	2-18 對最高管治機構的績效評估	企業管治架構
	2-19 薪酬政策	夯實員工權益保障
	2-20 確定薪酬的程序	夯實員工權益保障
	2-21 年度總薪酬比率	/
	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	可持續發展管理
	2-23 政策承諾	詳見各章節
	2-24 融合政策承諾	詳見各章節
	2-25 補救負面影響的程序	詳見各章節
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	詳見各章節
2-27 遵守法律法規	詳見各章節	

議題標準	披露項	章節索引
	2-28 協會的成員資格	詳見各章節
	2-29 利益相關方參與的方法	可持續發展管理
	2-30 集體談判協議	/
GRI 3: 實質性議題	3-1 確定實質性議題的過程	可持續發展管理
	3-2 實質性議題列表	可持續發展管理
	3-3 實質性議題的管理	可持續發展管理
GRI 101: 生物多樣性	101-1 阻止和扭轉生物多樣性喪失的政策	/
	101-2 生物多樣性影響的管理	/
	101-3 獲取和惠益分享	/
	101-4 確定生物多樣性影響	/
	101-5 具有生物多樣性影響的地點	/
	101-6 生物多樣性喪失的直接驅動因素	/
	101-7 生物多樣性狀況的變化	/
	101-8 生態系統服務	/

議題標準	披露項	章節索引
GRI 201: 經濟績效	201-1 直接產生和分配的經濟價值	詳見年報
	201-2 氣候變化帶來的財務影響和其他風險和機遇	應對氣候變化
	201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃	夯實員工權益保障
	201-4 政府給予的財政補貼	詳見年報
GRI 202: 市場表現	202-1 按性別劃分的標準起薪水平工資與當地最低工資之比	/
	202-2 從當地社區僱傭的高管的比例	/
GRI 203: 間接經濟影響	203-1 基礎設施投資和支持性服務	引領全民運動 匯聚愛心力量
	203-2 重大間接經濟影響	詳見年報
GRI 204: 採購實踐	204-1 向當地供應商採購的支出比例	/
GRI 205: 反腐敗	205-1 已經進行腐敗風險評估的運營點	恪守商業道德
	205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓	恪守商業道德
	205-3 經確認的腐敗事件和採取的行動	恪守商業道德
GRI 206: 反競爭行為	206-1 針對反競爭行為、反託拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	恪守商業道德

議題標準	披露項	章節索引
GRI 207: 稅收	207-1 稅務方針	/
	207-2 稅收治理、控制和風險管理	/
	207-3 利益相關方參與和管理與稅收有關的問題	/
	207-4 國別報告	/
GRI 301: 物料	301-1 所用物料的重量或體積	踐行綠色運營
	301-2 所用循環利用的進料	踐行綠色運營
	301-3 再生產品及其包裝材料	踐行綠色運營
GRI 302: 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	踐行綠色運營
	302-2 組織外部的能源消耗量	/
	302-3 能源強度	踐行綠色運營
	302-4 減少能源消耗	踐行綠色運營
	302-5 產品和服務的能源需求下降	踐行綠色運營
GRI 303: 水資源和污水	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	踐行綠色運營
	303-2 管理與排水相關的影響	踐行綠色運營
	303-3 取水	踐行綠色運營

議題標準	披露項	章節索引
	303-4 排水	踐行綠色運營
	303-5 耗水	踐行綠色運營
GRI 305: 排放	305-1 直接（範圍 1）溫室氣體排放	踐行綠色運營
	305-2 能源間接（範圍 2）溫室氣體排放	踐行綠色運營
	305-3 其他間接（範圍 3）溫室氣體排放	/
	305-4 溫室氣體排放強度	踐行綠色運營
	305-5 溫室氣體減排量	/
	305-6 臭氧消耗物質（ODS）的排放	/
	305-7 氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx）和其他重大氣體排放	/
GRI 306: 廢棄物	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	踐行綠色運營
	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	踐行綠色運營
	306-3 產生的廢棄物	踐行綠色運營
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	踐行綠色運營
	306-5 進入處置的廢棄物	踐行綠色運營
GRI 308: 供應商環境評估	308-1 使用環境評價維度篩選的新供應商	建設可持續供應鏈
	308-2 供應鏈中的負面環境影響以及採取的行動	建設可持續供應鏈

議題標準	披露項	章節索引
GRI 401: 僱傭	401-1 新進員工僱傭率和員工流動率	夯實員工權益保障
	401-2 提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	夯實員工權益保障
	401-3 育兒假	夯實員工權益保障
GRI 402: 勞資關係	402-1 有關運營變更的最短通知期	/
GRI 403: 職業健康與安全	403-1 職業健康安全管理體系	心系員工健康安全
	403-2 危害識別、風險評估和事故調查	心系員工健康安全
	403-3 職業健康服務	心系員工健康安全
	403-4 職業健康安全事務：工作者的參與、意見徵詢和溝通	心系員工健康安全
	403-5 工作者職業健康安全培訓	心系員工健康安全
	403-6 促進工作者健康	心系員工健康安全
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	心系員工健康安全
	403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者	心系員工健康安全
	403-9 工傷	心系員工健康安全
	403-10 工作相關的健康問題	心系員工健康安全






議題標準	披露項	章節索引
GRI 404: 培訓與教育	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	赋能員工职业发展
	404-2 員工技能提升方案和過渡援助方案	赋能員工职业发展
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	赋能員工职业发展
GRI 405: 多元性與平等機會	405-1 管治機構與員工的多元化	企業管治架構 夯實員工權益保障
	405-2 男女基本工資和報酬的比例	/
GRI 406: 反歧視	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	夯實員工權益保障
GRI 407: 結社自由與集體談判	407-1 結社自由和集體談判權可能面臨風險的運營點和供應商	夯實員工權益保障 建設可持續供應鏈
GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	夯實員工權益保障 建設可持續供應鏈
GRI 409: 強迫或強制勞動	409-1 具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	夯實員工權益保障 建設可持續供應鏈
GRI 410: 安保實踐	410-1 接受過在人權政策或程序方面培訓的安保人員	/
GRI 411: 原住民權利	411-1 涉及侵犯原住民權利的事件	/

議題標準	披露項	章節索引
GRI 413: 當地社區	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	引領全民運動 匯聚愛心力量
	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	/
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	建設可持續供應鏈
	414-2 供應鏈中的負面社會影響和採取的行動	建設可持續供應鏈
GRI 415: 公共政策	415-1 政治捐助	/
GRI 416: 客戶健康與安全	416-1 評估產品和服務類別的健康與安全影響	提升产品质量与安全
	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	提升产品质量与安全
GRI 417: 營銷與標識	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	保障客戶權益
	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	保障客戶權益
	417-3 涉及營銷傳播的違規事件	保障客戶權益
GRI 418: 客戶隱私	418-1 涉及侵犯客戶隱私和丟失客戶資料的經證實的投訴	保護信息安全與隱私



UNSDGs標準索引

目標	回應章節	我們的行動
 <p>3 良好 健康与福祉</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 一站式運動解決方案 · 提升產品質量與安全 · 夯實員工權益保障 · 心系員工健康安全 · 引領全民運動 · 匯聚愛心力量 	<ul style="list-style-type: none"> · 提供科學智能的運動解決方案、覆蓋全場景的高質量產品以及多元包容的體育賽事，促進各年齡段人群享受運動帶來的身心健康 · 推進平台運動生態共建，與高校、企業開展運動圈合作，助力全民健身 · 構建多樣化員工福利保障體系，從基礎保障、經濟補貼、健康支持等維度提升員工福祉 · 構建系統化的職業健康與安全管理體系，切實保障員工身心健康與工作環境安全
 <p>4 优质教育</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 賦能員工職業發展 · 匯聚愛心力量 	<ul style="list-style-type: none"> · 為員工提供多種培訓項目、線上學習平台、工具與培訓資源，賦能員工成長與職業發展 · 為鄉村兒童提供素質教育資源與平台，減少教育不平等
 <p>5 性别平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 夯實員工權益保障 	<ul style="list-style-type: none"> · 倡導性別平等，為不同性別、宗教信仰的個人提供就業平台
 <p>6 清洁饮水和 卫生设施</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 踐行綠色運營 	<ul style="list-style-type: none"> · 強化後勤保障，營造清潔衛生的辦公環境 · 踐行節水理念，採用節水設備，逐步降低水資源消耗
 <p>8 体面工作和 经济增长</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 夯實員工權益保障 	<ul style="list-style-type: none"> · 建立健全公司薪酬體系，為員工提供具有市場競爭力的薪酬及績效激勵
 <p>9 产业、创新和 基础设施</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 驅動產品創新 	<ul style="list-style-type: none"> · 持續推進研發創新，強化創新成果保護體系
 <p>10 减少不平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 夯實員工權益保障 · 引領全民運動 · 匯聚愛心力量 	<ul style="list-style-type: none"> · 為員工提供平等、和諧的工作環境，確保每一個員工擁有公正的機會和待遇 · 通過覆蓋全運動人群的產品矩陣與包容性賽事設計，為不同年齡、能力的運動愛好者提供平等參與機會，減少因地域、經濟等原因所造成的不平等

目標	回應章節	我們的行動
 <p>11 可持續 城市與社區</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 一站式運動解決方案 • 踐行綠色運營 • 引領全民運動 	<ul style="list-style-type: none"> • 推動綠色運營與低碳物流，打造可持續的運動產品全鏈路，並通過包容性的線上和線下賽事及合作開展的科學健身活動，助力構建可持續、有活力的城市和社區
 <p>12 負責任 消費和生產</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 提升產品質量與安全 • 保障客戶權益 • 建設可持續供應鏈 • 踐行綠色運營 • 保護信息安全與隱私 	<ul style="list-style-type: none"> • 建立產品質量管理體系與化學品安全管理體系，杜絕有毒化學品風險，保障消費者安全與使用體驗 • 建立營銷內容審核與抽檢機制，確保向消費者傳遞準確、透明的產品信息 • 將ESG風險管理納入供應商准入與考核體系，為產品質量與供應鏈穩定性提供堅實保障 • 與第三方夥伴探索綠色包裝與物流合作，協作降低價值鏈上下游的資源消耗與環境影響 • 持續完善信息安全與隱私保護體系，構建安全、可信的數字環境，保障用戶信息安全和隱私權益
 <p>13 氣候行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 應對氣候變化 • 踐行綠色運營 	<ul style="list-style-type: none"> • 構建並持續完善氣候治理架構，主動管理氣候相關風險和機遇 • 踐行綠色包裝與低碳倉儲物流理念，降低價值鏈上下游碳排放
 <p>16 和平、正義與 強大機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 建設可持續供應鏈 • 企業管治架構 • 恪守商業道德 	<ul style="list-style-type: none"> • 堅持陽光採購原則，要求供應商簽署《反商業賄賂協議》，設立供應商溝通渠道，保障採購過程公平透明 • 建立負責任、透明、有效的公司管治體系，提升公司決策效能力與風險防控能力 • 制定商業道德準則，建立舉報機制，推進廉潔文化建設
 <p>17 促進目標實現的 夥伴關係</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 建設可持續供應鏈 • 保護信息安全與隱私 • 引領全民運動 • 守護非遺瑰寶 	<ul style="list-style-type: none"> • 完善供應鏈管理機制，持續優化供應商管理水平，推進供應鏈在勞工、商業道德、綠色生產方面的發展 • 參與信息安全相關國家/行業/團體標準的制定，攜手公共部門和行業協會，推動行業信息安全治理能力的提升 • 攜手企業、機構、政府部門共同推進體育文化建設與社會發展

讀者意見反饋

感謝您閱讀《Keep 2025年環境、社會與管治（ESG）報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進 Keep 提升ESG管理能力和水平，本公司衷心歡迎您對報告提出意見建議，並通過郵箱:ir@Keep.com反饋給本公司。

1. 您屬以下哪類利益相關方？

- 客戶 政府及監管機構 員工
 股東/投資人 合作夥伴（如供應商/承銷商） 媒體
 社區 公益組織/行業協會 其他 _____

2. 您認為本報告是否全面反映了 Keep 在環境、社會及管治方面的表現？

- 是 一般 否

3. 您認為本報告是否能夠全面地響應 Keep 利益相關方的期望和要求？

- 是 一般 否

4. 您認為本報告的定量信息披露是否客觀、真實、有效？

- 是 一般 否

5. 您認為本報告的文字表述是否條理清晰、通俗易懂？

- 是 一般 否

6. 您認為本報告的版式設計是否有助於您對相關信息的理解？

- 是 一般 否

7. 您希望了解但未在本報告中披露的內容：

8. 您對 Keep 的ESG管理工作和ESG報告還有哪些意見和建議？



