

2025

環境、社會及管治報告
ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT



途虎养车 TUHU Car Inc.

(於開曼群島註冊成立以不同投票權控制的有限公司)
(A company controlled through weighted voting rights
and incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

股份代碼 Stock Code: 9690



目錄

關於本報告	4
董事會聲明	5
關於公司	6
公司簡介	6
發展目標	6
公司文化	6
榮譽及亮點績效	7
2025年榮譽獎項	7
2025年ESG亮點績效	9
1. 治理為基，合規先行	14
1.1 公司治理	14
1.2 ESG治理	15
1.2.1 ESG治理架構	15
1.2.2 利益相關方溝通	16
1.2.3 重大性議題分析	17
1.3 風險管理	18
1.3.1 管理體系	18
1.3.2 流程與舉措	19
1.3.3 覆蓋範圍	22
1.3.4 文化建設	23
1.4 商業道德	24
1.4.1 管理體系	24
1.4.2 管理流程	25
1.4.3 舉報機制	26
1.4.4 審計監督	27
1.4.5 廉潔文化建設	28
1.5 信息安全	29
1.5.1 管理體系	29
1.5.2 基礎安全	33
1.5.3 數據安全	34
1.5.4 隱私安全	38
1.5.5 文化建設	41
1.5.6 信息安全認證	45
1.5.7 行業共建	46
1.6 負責任營銷	48
1.7 知識產權與公平競爭保護	48

TUHU CAR CARE WORLD
PUSAT SERVIS KERETA

途虎养车 正品
自营

目錄

2. 精進甄善，體驗為先	52
2.1 產品與服務體系	52
2.2 App體驗	53
2.3 商品體驗	55
2.3.1 產品供給豐富度	55
2.3.2 產品質量保障	59
2.3.3 質價比保障	69
2.4 物流體驗	71
2.4.1 區域倉運營	72
2.4.2 物流配送	73
2.4.3 前置倉佈局	74
2.4.4 上門履約能力	74
2.5 店內體驗	75
2.5.1 環境整潔	77
2.5.2 服務標準化	78
2.5.3 施工技術提升	78
2.5.4 客服滿意度與反饋機制	79
2.6 客服體驗	80
2.6.1 人工客服	82
2.6.2 智能客服	85
3. 生態共榮，價值共生	87
3.1 加盟商生態共建	87
3.1.1 助力創業	87
3.1.2 加盟商管理	89
3.1.3 加盟商賦能	92
3.2 技師成長共促	94
3.2.1 「招」：招募認證	94
3.2.2 「育」：培養發展	94
3.2.3 「用」：派單管理	96
3.2.4 「留」：多維激勵	97
3.2.5 「控」：服務質控	98
3.3 供應鏈永續管理	99
3.3.1 供應商准入	99
3.3.2 供應商管理	101
3.3.3 供應商溝通與賦能	102



目錄

4. 同心聚力，共築未來	104
4.1 人權保障	104
4.2 人才吸引與多元化	106
4.3 績效與薪酬	108
4.3.1 績效評估體系	108
4.3.2 薪酬激勵體系	108
4.4 培訓與發展	109
4.4.1 員工培訓	109
4.4.2 員工發展	117
4.5 福利與活動	120
4.5.1 法定福利	120
4.5.2 其他福利和活動	120
4.6 職業健康與安全	123
4.6.1 管理體系	123
4.6.2 職業健康	125
4.6.3 安全生產	126
5. 綠行致遠，共益同行	130
5.1 綠色運營	130
5.1.1 應對氣候變化	130
5.1.2 資源使用和運營效率	140
5.1.3 廢棄物與污染物管理	145
5.1.4 推動行業減碳	148
5.2 心系社會	150
5.2.1 行業發展	150
5.2.2 社會公益	155
附錄	158
ESG績效摘要	158
指標索引	161

TUHU CAR CARE WORLD
PUSAT SERVIS KERETA

途虎养车 正品
自營

關於本報告

概覽

本報告是途虎養車股份有限公司發佈的第三份《環境、社會及管治報告》(以下簡稱「ESG」報告)，面向公司各利益相關方，重點披露本公司在環境、社會及管治方面的管理、實踐與績效。

報告時間範圍

本報告覆蓋的週期為2025年1月1日至2025年12月31日(即「報告期」)，部分內容追溯以往年份或涉及2026年。

報告範圍及邊界

本報告以重要性原則為基礎界定組織範圍。除非特殊說明，本報告中所涉及的實質性內容均涵蓋途虎養車股份有限公司及下屬子公司，與年報披露範圍保持一致。

指代說明

為便於表述，途虎養車股份有限公司及下屬子公司在報告中也以「本集團」、「公司」、「途虎養車」或「我們」表述。

編製依據

本報告主要依據香港交易及結算所有限公司(簡稱「香港交易所」)《上市規則》之附錄C2《環境、社會及管治報告守則》及全球報告倡議組織(GRI)可持續發展報告標準2021版進行編製。

資料來源及可靠性保證

本報告披露的信息和數據來源於本公司統計報告和正式文件，並通過相關部門審核。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載或誤導性陳述，並對內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2026年3月20日獲董事會通過。

報告獲取

本報告分別以繁體中文及英文編寫，電子版刊物載於香港交易所披露易網站以及公司投資者關係網站。

聯繫方式

我們十分重視利益相關方的意見，歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將幫助我們進一步完善ESG披露並提升ESG表現。

郵箱：ir@tuhu.cn

董事會聲明

董事會責任

董事會作為公司的最高決策機構，全面領導並負責監管集團的ESG事務，對相關戰略規劃與風險管理承擔最終責任。董事會持續提升其在可持續發展領域的專業能力，以確保對ESG相關議題的深刻理解和前瞻決策。董事會定期評估並決策ESG策略的整體影響與機遇，確保公司在環境和社會層面的責任履行與業務目標相協調，有效促進長期可持續發展。

風險管理

董事會負責識別、評估與管理集團面臨的ESG相關風險，並確保建立適當且有效的ESG風險管理與內部控制制度。在董事會的監督下，我們系統識別並持續監測短期、中期及長期的氣候相關風險與機遇，並將相關氣候議題納入公司戰略、業務與財務規劃，推動其融入集團可持續發展進程。

重大性分析

本年度，公司持續深化重大性議題分析。董事會參與並指導關鍵ESG議題的評估、優先級判定與管理過程，定期審議公司的ESG理念、管理策略及目標進展，並審慎評估其對集團整體戰略以及利益相關方的潛在影響。同時，董事會密切關注外部ESG發展趨勢與監管要求，及時追蹤業界優秀實踐，確保公司的ESG管理與香港交易所守則及行業前沿保持同步，為長期可持續發展奠定堅實基礎。

目標追蹤

途虎養車目前已完成「到2025年底實現董事會成員中女性佔比達到30%」的多元化目標，並堅持「碳排放強度逐年下降」的長期減排目標。董事會負責對相關ESG戰略目標進行審閱與批准，並持續監督其執行進展與達成情況，確保目標有效落實。

關於公司

公司簡介

途虎養車作為中國領先的獨立汽車服務品牌，2023年9月，成功在香港證券交易所掛牌上市，股票代碼為9690.HK。途虎養車構建了一個連接車主、供應商、服務門店等多方的汽車服務平台。我們秉持以客戶為中心的理念，依託精簡高效的供應鏈體系以及標準化的門店管理體系，為用戶提供數字化、按需式的汽車服務體驗，滿足用戶多元化的產品與服務需求。

截至報告期末，公司在全球範圍內已設立8,008家途虎工場店，業務覆蓋中國幾乎所有省級行政區、300多個地級行政區，並深入超過1,900個縣級行政區。同期，我們的旗艦應用程式「途虎養車」及其在線平台累計註冊用戶已超過1.6億，全年交易用戶規模達到2,840萬名。

發展目標

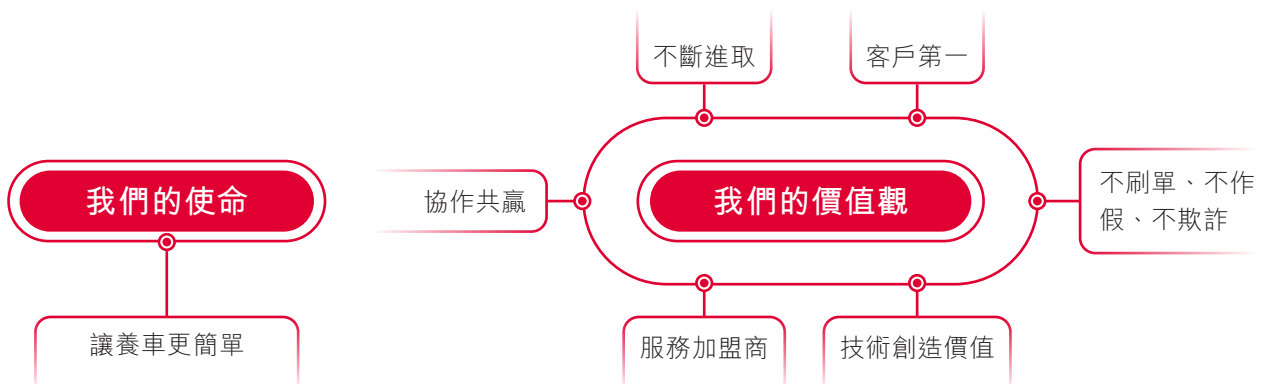
將零散的汽車服務需求整合到一個平台上

我們的平台能夠服務中國在售的大多數乘用車車型，全面覆蓋從輪胎更換到汽車保養、維修、美容等一系列汽車服務需求。相較於傳統線下汽車服務模式對本地化服務的高度依賴，我們通過整合零散的汽車服務需求於一個統一平台，顯著增強了用戶交互體驗，提升了服務效率。

標準化、數字化運營驅動用戶信賴

為向客戶提供正品汽車產品、卓越的服務以及極具吸引力的價格，我們精心打造了一套覆蓋商品採購、庫存管理、履約管理直至服務供應的全鏈條數字化解決方案，這一方案能夠精準優化供應鏈與服務鏈的每一個關鍵環節，為汽車服務行業樹立標準，並贏得客戶對我們平台的高度忠誠。

公司文化



榮譽及亮點績效

2025 年榮譽獎項

5月

Company	Sector	MarketCap	Rank	Weighted Score
BTD Co. (Mainland China)	Auto & Auto Parts	Overall	1	30
Development Group Holdings (Overseas China)	Auto & Auto Parts	Overall	2	28
Topco Car (Mainland China)	Auto & Auto Parts	Overall	3	25

2025年「亞洲最佳管理團隊」評選，
汽車領域「最受尊崇公司」

EXTEL

6月



2024年生活服務業連鎖企業
TOP100汽車養護維修業態榜首

中國連鎖經營協會

7月



廣東省「放心消費承諾單位」

廣州市消費者委員會



2024年度閔行區最具社會
責任企業

上海市閔行區企業聯合會
上海市慈善基金會閔行區代表處

榮譽及亮點績效

10月



**2025年度職業
信用卓越僱主獎項**

八方錦程

11月



**2025中國人力資源天狼星獎——
高新技術企業最佳僱主品牌獎**

Moka



**2025年上海市
軟件信息服務業百強**

上海市經濟和信息化委員會

12月



2025年上海市互聯網業綜合實力50強

上海市互聯網協會



**2025年度NFuture大學生
最喜愛僱主**

牛客網

榮譽及亮點績效

2025 年 ESG 亮點績效



治理為基，合規先行

治理架構多元化

- 董事會多元化持續提升，女性董事佔比達到1/3；
- 董事成員具備行業、財務及風險管理等多元專業背景，提升治理決策的專業性與獨立性。

風險管理深化

- 風險管理體系有效運行，覆蓋核心業務線的關鍵流程節點，並通過關鍵風險指標的動態監測進一步提升事前預防和事中控制能力；
- 優化業務風控模型，建立細分風險人群精準畫像，前置識別黃牛、刷單、惡意理賠等欺詐風險場景，防範業務風險的同時提升平台生態健康度。

商業道德夯實

- 構建覆蓋員工及合作夥伴的商業道德管理體系，通過協議約束、主動監控、舉報制度、以及在核心業務審計中納入商業道德合規審查等舉措，強化商業道德執行與問責機制。

信息安全強化

- 建立以信息安全管理委員會為核心的多層級治理體系。在數據安全方面推進全面數據權限治理；在個人信息保護方面，通過專項小組協作、定期自查及高頻第三方檢測，持續強化隱私合規水平。

公平競爭保護

- 對侵害公司合法權益的不正當競爭行為依法開展維權行動，通過法律手段積極維護公平競爭的市場環境。

榮譽及亮點績效



精進甄善，體驗為先

滿意度行業領先

- 通過完善App、商品、物流、門店服務等全流程的體驗，2025年全平台用戶滿意度超過96%；NPS位居汽車服務行業第一，且顯著高出第二名7個百分點。

App體驗優化

- 依託高時效與高覆蓋的適配數據庫、持續優化的交易鏈路及精細化推薦機制，持續提升用戶下單體驗，App支付轉化率提高2個百分點。

商品供給保障

- 持續拓展品牌合作與商品覆蓋，2025年銷售的產品覆蓋3,000多個品牌，交易SKU數同比增長20%；
- 通過嚴格供應商選擇和審核、風險導向的商品入倉質檢、銷售過程反饋監測、售後提供高於行業水平的質保等舉措，全鏈路貫徹質量保障，其中全年商品質檢總量超過415萬件；
- 通過將上游採購節省讓利消費者、積極參與行業促消費活動、豐富中低價位段自有自控產品供給等舉措，進一步提升質價比。

物流履約保障

- 31個區域倉、738個前置倉、268條自配送線路組成的全國物流網絡，疊加供應鏈算法優化，實現線上預約訂單當次日達率同比提升4個百分點至83%，線下進店訂單前置倉5公里30分鐘達／10公里1小時達率提升至98%；
- 廣州區域倉完成自動化升級，攬收及時率100%，錯漏發0%，雙十一期間單日峰值出貨量同比提升31%。

門店服務保障

- 在門店環境、服務標準化方面持續完善門店運營標準並配套升級質檢體系，並應用AI大模型推動質檢提效，在施工技術方面持續豐富知識庫並發起技術支持專項，2025年門店整體滿意度同比提升4.4個百分點至96.8%。

客服服務保障

- 通過嵌入指令式SOP等客服工作台升級以及培訓體系優化，提升人工客服服務效率和質量；
- 智能客服全面應用大模型能力，售前轉化率提升6%，問題解決率提升5%，用戶滿意度提升21%。

榮譽及亮點績效



生態共榮，價值共生

加盟生態穩健

- 加盟商體系持續擴大，合作加盟商超3,600名，其中多店加盟商佔比44%；推出「途虎新青年」計劃，為超過150名創業青年提供加盟途虎的創業扶持；
- 迭代加盟商准入規則和流程，以及經營與管理規則，進一步提高加盟合作效率以及加盟生態的健康度。

技師生態繁榮

- 依託遍佈全國的門店網絡，支持超過6萬個技師等就業崗位，助力技能型人才發展；
- 聚焦技師成長與發展，打造以「招、育、用、留、控」為核心的管理與賦能體系，持續提升技師專業技能與服務水平，整體技師留存率提升5個百分點。

供應鏈永續合作

- 秉承負責任採購理念，建立覆蓋准入、履約與績效考核的全流程機制，將ESG相關因素納入准入與合作評估，並實施分級分類與差異化風險管控，推動供應鏈長期穩定與可持續發展。

榮譽及亮點績效



同心聚力，共築未來

權益與多元保障

- 工會權益覆蓋100%員工，且工會新任委員中女性佔比超過40%；
- 持續推進多元化與反歧視文化建設，整體員工中女性佔比36%，其中研發崗位女性佔比37%。

薪酬與激勵優化

- 在績效導向的可變薪酬體系基礎上進一步優化薪酬結構，提高薪酬競爭力與激勵有效性；
- 將長期激勵覆蓋到更廣的一線崗位，股權激勵覆蓋員工比例提升2個百分點至18.5%；
- 包含工資薪金、福利開支、股份激勵開支在內的人均員工薪酬同比上漲17.6%。

培訓與發展提升

- 通過優化校招生帶教與培訓機制、一線員工招培一體機制、豐富數字化培訓內容、優化專崗培訓體系，人均培訓時長增長超過80%，整體培訓滿意度達97%；
- 提供充分晉升空間和內部流動與發展機會，晉升和轉崗對崗位滿足率分別達22%和16%。

健康與安全保障

- 建立覆蓋職場、物流倉庫、門店的正式員工、外包員工以及加盟商員工的全員安全管理體系；尤其在門店端，通過宣貫培訓與安全檢查機制落實工場店安全管理白皮書，並通過安全檢查數據看板實現對門店安全風險的實時監測和高效整改；
- 發生0起重大和較大安全事故，工傷起數與因工傷損失工作天數均下降。

組織健康度提升

- 員工整體流失率下降3.8個百分點，主動流失率下降1.2個百分點，其中高績效員工留存率也進一步提升。

榮譽及亮點績效



綠行致遠，共益同行

碳排放管理

- 持續落實節能減排原則，自營店均耗電量下降8%；倉庫運營通過自動化升級，優化單訂單的存儲和操作直接能耗；
- 識別主要範圍三碳排放來源，針對上游運輸、加盟活動等重要範圍三類別，逐步建立範圍三碳排放追蹤與管理機制。

廢棄物管理

- 建立統一管理的廢棄物規範回收體系，自營途虎工場店收集並移交合規回收約120萬升機油、30萬條輪胎以及6,000個蓄電池。

綠色物流

- 物流全鏈路持續推進資源節約與環境友好實踐，倉儲體系回收並二次利用超過70萬個舊紙箱，通過優化包裝適配推薦等舉措將保養單均耗材使用減少10%以上，超過70%的自配線路使用新能源車進行配送。

助力新能源車普及

- 構建面向新能源車主的多品類服務矩陣，涵蓋洗車美容、補胎換胎、混動專用機油、減速器油、車品、高壓部件維修等，為新能源車主售後提供專業支持。平台新能源交易用戶數增長至430萬，佔整體交易用戶比例達15%。

行業共建與公益參與

- 積極參與行業交流與標準共建，與中國汽車維修協會、中汽中心合作推動汽車服務行業規範與可持續發展；
- 在自然災害等突發事件中積極響應，通過物資與資金支持及門店志願服務等形式參與應急援助與社會公益活動。

1. 治理為基，合規先行

途虎養車致力於建立並持續完善企業治理體系，恪守商業道德規範，切實保障股東及各利益相關方的權益。我們通過持續優化公司治理架構、推進董事會多元化與獨立建設、系統化識別與應對關鍵風險，並不斷提升董事會治理效能，從而有效提升公司整體治理水平。

1.1 公司治理

途虎養車嚴格遵循《中華人民共和國公司法》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規及相關監管指引，將合規要求全面融入公司治理各環節。我們在此基礎上構建了權責清晰、運行高效的治理體系與組織架構，通過設立明確的決策、執行與監督機制，並配套系統的內部控制和合規管理制度，持續保障公司運營的合法性與規範性，切實維護所有利益相關方的權益及資本市場的長期信心。

我們建立了以董事會為核心的公司治理架構。董事會作為最高領導與決策機構，負責審議公司戰略、審定年度目標、決策重大事項，並統籌管理ESG相關事宜。董事會下設審計委員會、薪酬委員會、提名委員會及公司管治委員會。各委員會職責明確，在專業領域內行使監督、評估與建議職能，共同確保治理體系的專業性與有效性。

公司致力推進董事會多元化與獨立性建設，並將其作為提升治理效能與決策質量的重要基礎。依據香港交易所的《企業管治守則》《董事會及董事企業管治指引》等董事會治理政策和指引，我們持續優化董事會在性別、專業、行業及文化視野等多維度的結構，保障獨立董事的比例與其作用的有效發揮。通過強化董事會的多元構成與獨立運作，確保重大決策的科學性、前瞻性與公正性，為公司可持續發展奠定堅實的治理根基。

截至報告期末，公司董事會由6名董事組成，其中包括2名女性董事，3名獨立董事，專業覆蓋互聯網、汽車、物流等領域，為公司治理提供了更為多元且專業的視角與更加有效的制衡機制。

委員會角色							
董事會成員	性別	職位	審計委員會	薪酬委員會	提名委員會	公司管治委員會	專業及行業背景
陳敏	男	執行董事		成員			行業專家
胡曉東	男	執行董事			成員		行業專家、風險管理專家
姚磊文	男	非執行董事					行業專家
顏惠萍	女	獨立非執行董事	主席	主席		成員	行業專家、財務專家
周凌霏	女	獨立非執行董事	成員		成員	主席	行業專家
王靜波	男	獨立非執行董事	成員	成員	主席	成員	行業專家、財務專家

途虎養車董事會和委員會組成

1. 治理為基，合規先行

1.2 ESG 治理

途虎養車立足於自身業務特點與行業發展趨勢，將可持續發展理念系統性地融入公司治理與運營實踐中。我們不僅積極履行企業社會責任，更注重系統性地識別、評估並應對內外部環境、社會及治理相關風險與機遇，以此驅動長期價值的創造，支持公司的健康與可持續發展。

1.2.1 ESG 治理架構

途虎養車建立了以董事會為最高機構的三級 ESG 管理架構，該架構系統覆蓋了從公司頂層戰略規劃、目標設定，到具體執行、監督評估及持續改進的 ESG 工作全流程，確保各項可持續發展舉措有效落地並形成管理閉環。

董事會

- 作為 ESG 相關事宜最高決策機構、對相關工作負最終責任
- 負責審閱批准 ESG 戰略與目標、監督 ESG 表現與目標進展

ESG 委員會

- 負責制定中長期 ESG 目標與工作計劃
- 確保 ESG 體系運行與相關工作落地，為 ESG 工作的順利開展提供資源與有利支持

ESG 執行小組

- 由各職能部門 ESG 負責任共同組成，在 ESG 委員會的帶領下，負責執行與落實年度 ESG 工作計劃

途虎養車 ESG 治理架構

2025 年，董事會先後開展 ESG 專題會議，聽取了管理層關於 ESG 工作的匯報與討論，內容包括年度 ESG 報告審議，以及就香港交易所氣候信息披露新規研討公司應對策略等。

在董事會的監督與指導下，公司持續推進 ESG 治理的深化落地，將員工離職率等關鍵可持續發展指標納入管理層年度績效考核體系，以此強化管理責任、推動 ESG 目標與業務運營有效結合，實現從戰略審議到執行考核的閉環管理。

1. 治理為基，合規先行

1.2.2 利益相關方溝通

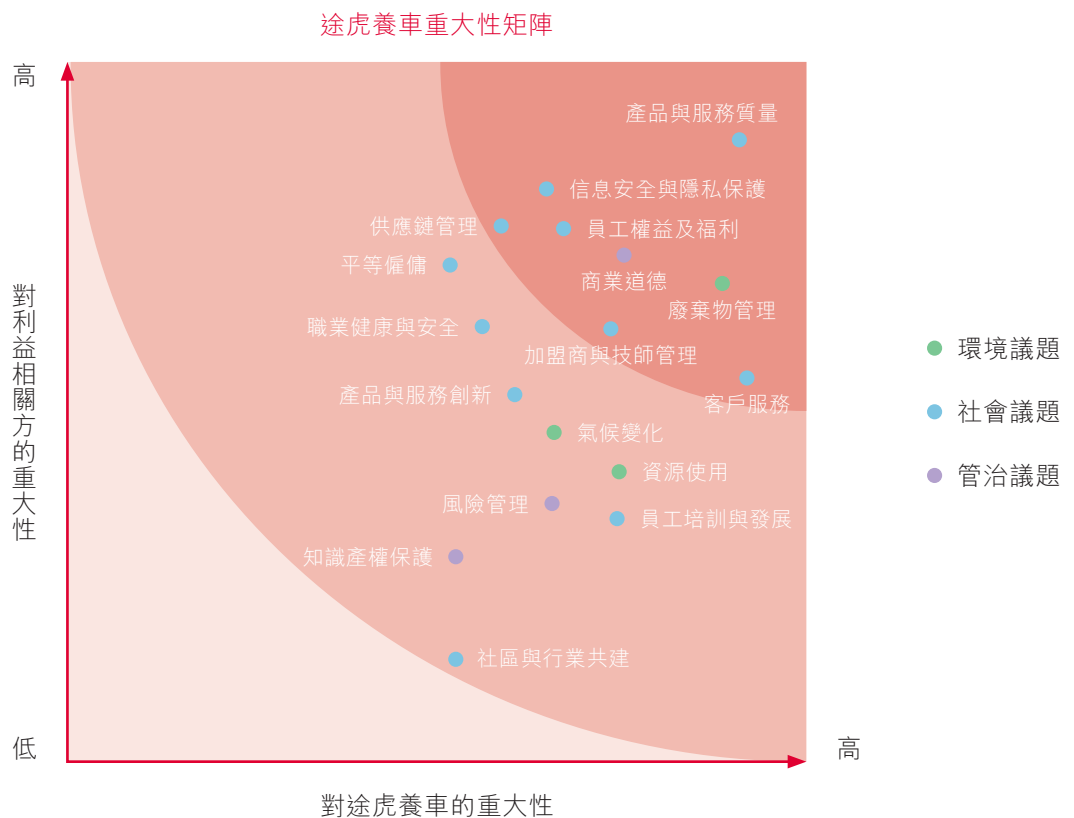
途虎養車致力於建立系統、透明的利益相關方溝通機制，與各方保持常態化交流。我們通過多元化的溝通渠道，定期披露經營與ESG進展，積極傾聽並回應各方關切，將相關期望融入公司決策與持續改進流程，以提升治理透明度與責任擔當。

利益相關方	重點關注內容	溝通渠道
 員工	<ul style="list-style-type: none"> 合法僱傭 多元化與包容性 培訓與發展 員工福利保障 職業健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> 員工滿意度調查 內部辦公系統 內部溝通會 線上／線下培訓活動 企業文化宣貫活動 員工關懷活動
 客戶	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 客戶服務與滿意度 數據安全與隱私保護 商業道德與反腐敗 	<ul style="list-style-type: none"> 官方App 客服熱線 線下門店 官方網站及社交媒體 用戶問卷調研
 股東與投資者	<ul style="list-style-type: none"> 合規治理與風險管控 數據安全與隱私保護 商業道德與反腐敗 產品質量與安全 加盟商與技師管理 多元化與包容性 	<ul style="list-style-type: none"> 線下及線上會議交流 官方網站及社交媒體 定期報告與公告 股東大會
 供應商及合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 客戶服務與滿意度 數據安全與隱私保護 商業道德與反腐敗 供應商管理 	<ul style="list-style-type: none"> 現場調研 官方網站及社交媒體 供應商交流與培訓 加盟商交流與培訓
 政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 合規治理與風險管控 數據安全與隱私保護 商業道德與反腐敗 氣候變化與節能減排 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露 日常溝通與匯報 來訪接待與調研考察
 媒體及公眾	<ul style="list-style-type: none"> 合規運營 環境保護 產品質量與安全 社區投入及發展 	<ul style="list-style-type: none"> 官方網站及社交媒體 新聞發佈會 媒體專訪
 社區	<ul style="list-style-type: none"> 社區投入及發展 環境保護 	<ul style="list-style-type: none"> 公益項目／志願者活動 團體／協會溝通

1. 治理為基，合規先行

1.2.3 重大性議題分析

途虎養車依據香港交易所《環境、社會及管治報告守則》及相關指引，結合宏觀經濟、行業趨勢、公司運營實際以及國內外ESG標準與實踐，通過系統化評估開展重要性議題分析。2025年，我們進一步融入來自投資者的持續反饋，包括受到高度關注的「加盟商與技師管理」議題，對ESG議題進行動態審視與優化，最終識別並確定了環境、社會與管治維度的17項重大性議題，繪製如下重大性矩陣，以聚焦對公司及利益相關方具有實質影響的可持續發展領域。



管治議題	職業健康與安全	高	員工培訓與發展	中
商業道德	信息安全與隱私保護	高	社區與行業共建	中
風險管理	供應鏈管理	高		
知識產權保護	員工權益及福利	高	環境議題	
	產品服務質量	高	廢棄物管理	高
	加盟商與技師管理	高	氣候變化	中
社會議題	產品服務創新	中	資源使用	中
客戶服務	平等僱傭	中		

途虎養車ESG重大性議題

1. 治理為基，合規先行

1.3 風險管理

為保障公司運營的穩健與可持續，途虎養車建立了完善的風險管理體系和標準化流程。通過定期對各類潛在流程和業務風險進行識別與評估，我們制定和落實相應的預防與應對措施，以實現風險的有效管控。

1.3.1 管理體系

途虎養車已建立系統化的風險管理體系，制定《途虎養車風險事件管理辦法》《途虎養車風險評估辦法》等內部制度，並構建風險管理「三道防線」，系統化、分層次地落實風險防範、監控與應對工作，確保風險管理全面覆蓋決策、執行與監督全鏈條。

第一道防線

各業務與職能部門

- 定期審查自身業務流程，識別潛在風險點並開展風險評估
- 基於風險評估結果落地相應的風險管理措施

第二道防線

風控小組（內控中心、信息安全中心、法務中心）

- 嚴格執行風險管理制度與流程控制，全面識別和評估公司各類風險，建立關鍵風險指標並持續跟蹤
- 制定並實施綜合風險應對策略，並確保風險管理措施的有效實施

第三道防線

內審中心和監察中心

- 內部審計及監察團隊高度獨立於業務經營
- 內審團隊負責評估風險管理及內部控制系統的成效，並監督管理層不斷完善風險管理及內部控制領域
- 監察團隊負責監督舞弊、腐敗等風險，並調查與打擊舞弊與腐敗行為

途虎養車風險管理「三道防線」

1. 治理為基，合規先行

1.3.2 流程與舉措

我們建立了貫穿事前、事中、事後的全面風險識別、評估與管理體系，通過制度化的流程規範開展風險的預防、監測與處置工作。同時，借助定期全面排查、多維度分析及常態化跟蹤等手段，我們得以及時識別並有效管理各類風險，持續提升組織韌性。



風險識別

公司建立了定期化、系統性的風險識別機制，覆蓋戰略、投資、運營、財務、法律、安全等關鍵領域，持續開展全面掃描與評估。通過對各業務與職能模塊的梳理，系統識別潛在風險，為後續研判與應對提供依據。



風險評估（形成風險矩陣與風險地圖）

公司建立了系統性的風險評估機制，由專門的風控小組對已識別的風險開展定性與定量相結合的綜合研判。報告期內，我們借鑑COSO、ISO 31000等國際標準，結合公司實際，採用綜合評估法，從流程固有風險和現有控制有效性兩個維度進行分析。依據風險發生可能性與影響程度，並綜合歷史數據、業務規模、戰略重要性等指標，構建量化模型，通過風險矩陣將風險劃分為「極高、高、中、較低、低」五個等級，形成可視化風險坐標圖。最終產出涵蓋風險矩陣、優先管控清單及應對措施的完整報告，為風險管理決策提供系統依據。

1. 治理為基，合規先行



風險應對與內控優化

根據評估結果，公司制定風險應對計劃並優化內部控制。具體而言，風控小組會推動相關部門制定整改計劃，並明確責任與時限，確保措施落地。



持續監測

公司建立了常態化、體系化的風險持續監測機制，通過多維度分析與定期評估，將風險識別與管控動作嵌入業務運行的全流程。

途虎養車風險管理流程

1.3.2.1 有效性評估

為持續提升治理水平，我們建立了規範化的年度審查機制，定期對風險管理及內部監控系統的有效性進行系統性評估。該項工作由內控部門牽頭組織，各業務及職能部門需就職責範圍內的關鍵流程、風險與控制活動開展年度自我評估。內控部門通過訪談、穿行測試與抽樣檢查等方式獨立驗證控制執行的有效性，並獲取充分、適當的證據。**2025年度審查結果表明**，本公司內部控制體系運行有效，為運營效率、財務報告可靠性及法律法規的遵循提供了合理保證。

1. 治理為基，合規先行

1.3.2.2 管理舉措

為增強風險管理的主動性與掌控力，報告期內公司從**機制與技術**兩方面同步升級**風控體系**。我們試點推行「**關鍵風險指標**」機制，強化跨部門風險協同與閉環處置；同時，針對業務與運營風險（如欺詐等），我們搭建了自主可控的本地化風控引擎，實現全鏈路實時判斷與毫秒級響應。二者結合，推動風控模式向主動預警、智能驅動持續演進。



針對公司整體風險的關鍵風險指標機制

2025年，公司試點推行「**關鍵風險指標**」管理機制，旨在突破傳統「**三道防線**」間割裂的管控模式。該機制通過持續追蹤關鍵指標、開展跨部門聯動檢查，推動風險信息實時共享與協同應對，逐步構建動態感知、閉環管理、智能驅動的風險治理體系，以提升事前預警與事中控制能力。



針對業務與運營風險的本地化風控引擎建設

2025年，通過搭建本地化風控引擎，我們擺脫對第三方黑盒服務的依賴，在本地完成實時特徵計算、策略運營維護以及風險判斷，實現了風控決策全鏈路的自主可控，提高了風控邏輯與業務邏輯的協同能力，保證在高併發、強實時業務場景的毫秒級風控響應需求。

途虎養車風險管理優化舉措

1. 治理為基，合規先行

1.3.3 覆蓋範圍

途虎養車的風險管理體系已全面覆蓋從營銷活動、下單、支付、物流、到售後服務的核心業務環節，對包括訂單生成、核銷及交易履約在內的關鍵流程節點實施持續監控。通過對這些**關鍵流程節點**的持續性監控與掃描，公司確保在業務運行的每一環節均具備風險感知與管控能力。在「識別－監督－管理－優化」全鏈路的閉環風控體系下，我們通過多維度數據整合、系統監控與定期審計，實現常態化風險識別與監督。

此外，針對**業務與運營風險**，我們在「用戶－行為－設備－關係」多維畫像基礎上，進一步針對各個業務風險場景優化風控模型，建立細分風險人群精準畫像，前置識別黃牛、刷單、惡意理賠等欺詐風險場景，有效管控業務風險，提升平台生態健康度與用戶信任。



案例：洗車業務刷單風控模型

報告期內，我們圍繞核心業務研發並部署了專項風控模型，加強對風險易發環節的監測與處置，實現了對業務全流程的風險管理。

比如，公司建立了專項的洗車刷單風險識別模型，有效監測並遏制門店利用系統或規則漏洞進行刷單、謀取不當利益的行為。該模型於2025年上半年正式投入運行，通過設定並監控多項關鍵行為指標（如同一門店在極短時間內連續核銷、同一用戶在短期內跨多省份核銷訂單等），精準識別異常交易模式。截至報告期末，模型已成功識別出300餘家存在刷單行為的門店，幫助公司及合作夥伴避免潛在經濟損失數十萬元，有力維護了平台交易環境的公平性與合規性。

1. 治理為基，合規先行

1.3.4 文化建設

途虎養車持續加強風險管理的培訓宣導力度，通過「以查代練」與定期專項培訓相結合的方式，推動風險管理在實踐中深化、在意識中紮根，逐步實現從被動處置向主動預防的轉變。

針對**流程風險**，報告期內，途虎養車持續推行「以查代練」的風險管理與宣貫機制，對全量工單流程開展了系統性審查與評估，覆蓋各大業務線及中後台支持部門。審查以現有流程為基礎，從流程的業務價值實現充分性、關鍵節點完整性、信息必要性以及執行效率等多個維度，對流程風險與潛在問題進行了綜合評估。在審查過程中，我們並識別出部分業務場景仍存在依賴線下手工操作的環節。針對這一現象，我們積極推進相關環節的線上化與自動化改造。此舉不僅有效降低了因人工操作導致的效率損耗與差錯風險，也顯著提升了流程執行的效率與數據的準確性，增強了流程管控的可靠性與一致性。

針對**業務風險**，我們則協調內外部資源開展專題培訓，如反欺詐培訓等，推動員工持續深化風險防範意識。

1. 治理為基，合規先行

1.4 商業道德

途虎養車始終恪守商業道德，堅持誠信經營。我們持續完善公司內部商業道德治理體系，系統性地加強監督與風險防控，穩步提升商業道德管理的專業化與精細化水平，以此築牢公司可持續發展的廉潔根基。

1.4.1 管理體系

途虎養車嚴格遵守《中華人民共和國監察法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等國家法律法規，並以此為基礎，系統性構建內部合規治理體系。

公司已建立清晰的反貪腐與商業道德**治理架構**，由董事會及其下設的審計委員會承擔最高監督職責，負責審定相關戰略與政策，並監督其執行。公司設立監察中心與內控內審中心作為主要執行與監督部門，具體負責對內部可能存在的貪腐、舞弊及違反商業道德的行為開展常態化監督、調查與處置。上述架構共同構成了權責明確、運行有效的內部監督與制衡機制，為公司的合規運營與可持續發展提供了堅實的治理基礎。

在此體系架構下，我們秉持「不刷單、不作假、不欺詐」的價值觀，制定並持續完善《途虎養車反貪腐政策》《途虎養車反貪腐及業務行為政策》等一系列**內部制度**，要求全體員工遵守《員工行為守則》並簽署《反商業賄賂承諾書》，與所有供應商簽署《廉潔誠信承諾函》《反商業賄賂、反腐敗協議》，明確禁止並嚴格防範賄賂、勒索、欺詐及洗錢等行為，堅決反對任何形式的腐敗與不正當競爭，以此維護公平、誠信的商業環境。

1. 治理為基，合規先行

賄賂性質行為	勸勉項	警戒項	紅線項
未經公司批准參加由合作夥伴買單的餐費超過公司標準的招待就餐。	人均消費 500元以下	人均消費 500元及以上	-
接受合作夥伴贈送的現金、現金等價物、實物禮品、娛樂、各種禮品券或門票等。	500元以下	500元及以上	1,000元及以上
包括但不限於以明示或暗示可以升職、加薪、調整崗位等為由向下屬索取利益，或以借款等其他合法形式掩飾其非法目的。			✓
利用職權、職務之便或利用職權、職務的影響力，直接或間接受他人財物和其它好處。			✓
變相接受賄賂的行為，包括但不限於以任何名義向合作方索取、收受財物。			✓
接受合作夥伴直接或間接提供的物質及精神上的不正當利益。			✓

途虎養車員工行為守則對賄賂行為的分類

1.4.2 管理流程

途虎養車致力於在事前及事中環節主動**識別**與管理風險。我們通過部署數據化監控工具，對關鍵業務流程及合作夥伴進行持續的風險掃描與評估，旨在實現風險的早期預警。同時，我們建立了多渠道的舉報平台，確保問題能夠被及時發現與受理。在此基礎上，我們進一步通過開展常態化業務審計識別經營過程中的合規與道德問題。

在識別相關商業道德風險或接獲舉報後，公司依據既定流程開展分級分類核查與**調查**，明確責任主體及事件性質，並根據調查結果及時採取相應的處置措施，包括但不限於整改糾偏、責任追究及合作關係調整等，以確保問題得到有效控制與妥善解決。

在商業道德事件識別並處理完畢後，我們深入進行溯源分析，審視管理流程與制度中的待改進環節，並推動相關業務及管理部門實施針對性**整改**。公司不僅處理個案，更注重將個案經驗轉化為組織能力，通過持續完善制度、優化操作流程、加強全員培訓，系統性地將糾正措施轉化為長效預防機制，從而持續鞏固商業道德與反腐敗治理體系的韌性與有效性。

1. 治理為基，合規先行

1.4.3 舉報機制

為健全商業道德監督機制，公司持續拓寬內外部**舉報渠道**，構建多元化、便捷且保密的反饋通路，鼓勵員工及各方共同參與公司治理，共建誠信、透明、公正的商業環境。

我們設立了包括專項熱線、舉報郵箱、藍虎App問卷等多種常態化運行的公開渠道，鼓勵員工、供應商等內外利益相關方積極反映與商業道德相關的違規線索。所有舉報信息均由監察中心這一獨立部門統一接收、保密處理，並確保及時響應與調查，保證反饋機制高效運轉。

為保障舉報人的個人信息與隱私安全，我們制定了《途虎養車舉報人隱私保護管理制度》。該制度保障了舉報人依法行使投訴舉報的權利，維護其合法權益，有效防範任何可能的打擊報復，從而切實消除舉報人的後顧之憂，鼓勵內部監督與誠信文化的建設。

收到舉報後，監察中心將於24小時內啟動初步**核實**。若核實情況涉及內部舞弊，則正式立案並開展全面**調查**。調查過程嚴格遵循規範程序，包括前期信息收集與數據分析、相關證據的調取與固定，以及對涉及人員（包括證人與被調查對象）的正式約談等環節。調查結束後，監察中心將形成完整的調查報告，明確事實認定與**責任判定**。該報告將提交至公司管理層及董事會進行審議，並依據公司制度及相關法律法規，最終決定相應的紀律處分或法律追責措施，確保處理結果的公正性與權威性。

舉報熱線：

021-31106900

電子郵箱：

jubao@tuhu.cn

問卷：

藍虎等App「廉潔舉報」
問捲入口

途虎養車商業道德舉報渠道

1. 治理為基，合規先行

1.4.4 審計監督

2025年，途虎養車將商業道德與合規審查全面融入常態化審計監督體系，形成覆蓋業務全鏈條的系統性監督機制。



常規與專項審計中納入商業道德審查

將商業道德相關審查系統化納入年度常規審計以及專項審計，重點審視合作洽談、合同簽訂及履約執行等關鍵環節的商業道德合規性。



強化費用與差旅報銷核查

對員工差旅、費用報銷等流程組織專項核查，加強廉潔風險管控，確保費用支出的真實性與合規性。

2025年途虎養車商業道德審查維度

報告期內，公司在審計與核查中未發現重大商業道德違規事件，但在制度宣導與流程執行細節等方面識別出持續優化空間。為此，我們上線並優化了禮品申報線上流程，從源頭提升透明度與運營效率；同時通過加強全員培訓、細化操作指引、完善系統控制、建立常態化復核機制等一系列措施，推動系統性整改。公司始終遵循「識別－改進－預防」的閉環管理邏輯，不斷夯實誠信經營的制度基礎與文化根基。

1. 治理為基，合規先行

1.4.5 廉潔文化建設

為持續深化廉潔從業建設，公司組織開展形式多樣的商業道德宣貫與培訓活動。我們通過制度化、場景化的教育，將合規準則與職業道德要求深度融入日常工作場景，着力營造風清氣正、誠實守信的內部文化氛圍。

公司致力於通過常態化、場景化的宣貫與培訓，全面提升全員合規意識與風險防控能力。報告期內，公司組織了面向關鍵崗位的7場**專項培訓**，覆蓋367人次，內容涵蓋制度解讀、案例警示、舉報機制通報等，推動合規要求深入業務場景。相關舉措進一步強化了員工行為規範與自律意識，形成了教育、監督與改進相結合的管理機制，為公司的穩健運營與可持續發展提供倫理基石。

除開設專項培訓外，公司依託企業微信「**廉潔途虎**」專欄，圍繞禮品報備、利益衝突申報等關鍵合規事項，定期向全員推送廉潔教育內容，持續強化制度宣導與日常警示。內容涵蓋制度解讀、案例分析與操作指引，旨在幫助員工清晰理解並落實規範要求，持續提升全員合規意識與風險防控能力。

TIPS:
如有任何关于礼品报备上缴流程的疑问，可咨询行政组—徐薇

温馨提示:
未按规定及时报备上缴礼品，将按《途虎养车员工行为守则》的规定进行违纪处分，请大家认真阅读，及时报备，规范处置。

廉洁举报途径

热线电话：021-31106900
邮箱：jubao@tuhu.cn
微信/企微：扫描右侧二维码



礼品报备上缴流程

升级啦

特别提醒：请大家遵守公司廉洁政策，拒收各类礼品、卡券、礼金或好处。如无法拒收或退还，则务必通过如下方法报备和上缴，规避违规风险，快快收藏吧！

途虎養車廉潔培訓推文

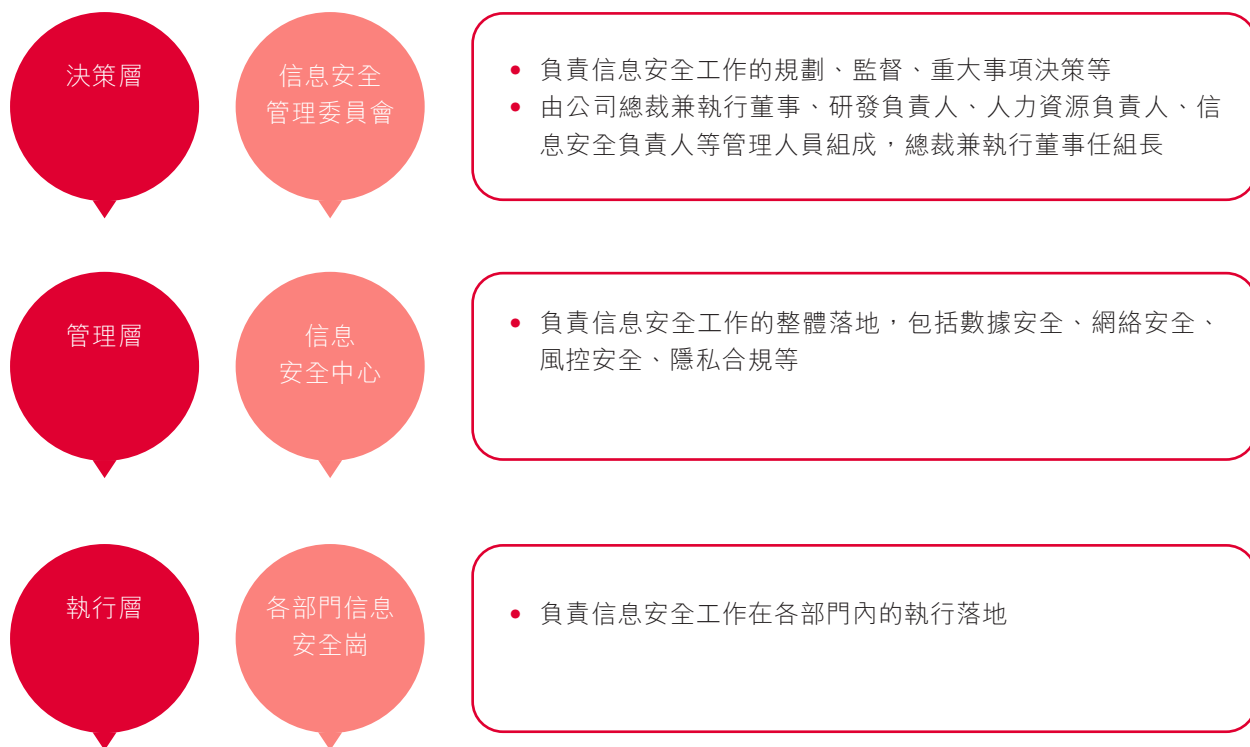
1. 治理為基，合規先行

1.5 信息安全

途虎養車致力於構建覆蓋管理、技術與運營的全鏈條信息安全防護體系。我們通過持續完善信息安全管理體系，強化內部監管機制、優化技術防護手段、嚴格實施數據分類分級與訪問控制等手段，系統化地落實信息安全主體責任，為用戶數據安全提供可靠保障。

1.5.1 管理體系

途虎養車設立了以信息安全管理委員會為最高決策機構的**三級治理架構**，全面統籌信息安全與數據保護工作。該委員會由擔任首席數據官(CDO)的公司執行董事直接領導，確保安全管理戰略與高層決策緊密結合，有效推動各項安全政策和措施的制定與實施。



途虎養車三級信息安全管治架構

1. 治理為基，合規先行

報告期內，我們細化了信息安全管理委員會中**各負責人分管職責**，確保職責清晰、銜接順暢，形成從決策、執行到監督的閉環管理，持續提升信息安全治理的精細化與有效性。

首席數據官(CDO)

由公司總裁擔任，統籌企業數據戰略與安全策略審批，協調資源推動企業數據與公共數據融合，促進數據要素市場發展，並保障數據安全工作有效落實。

網絡安全負責人

由研發部負責人(CTO)擔任，制定並監督執行網絡安全制度與流程，組織關鍵崗位技能考核、安全培訓與應急演練，開展安全檢查與事件處置，並按規定上報重大網絡安全事項。

網絡信息內容生態治理負責人

由平台產品運營部負責人擔任，制定網絡生態治理、平台運營及關鍵業務管理制度，落實信息內容管理要求，並組織對全平台、全鏈條信息內容進行審核把關。

數據安全負責人

由公司總裁擔任，制定並實施數據安全制度、操作規程及應急預案，組織定期風險監測、評估、演練與宣傳培訓，及時處置安全事件，並受理相關投訴與舉報。

個人信息保護負責人(PIPO)

由研發部負責人(CTO)擔任，全面負責組織內部個人信息安全工作，制定並落實保護計劃與政策規程，組織相關培訓，開展安全影響評估並提出改進建議，系統推進個人信息保護。

途虎養車信息安全管理委員會各負責人職責

1. 治理為基，合規先行

途虎養車全面遵守《中華人民共和國網絡安全法》《個人信息保護法》《數據安全法》《汽車數據安全管理若干規定（試行）》等法律法規，並在此基礎上建立了系統化的信息安全管理體系，落實了《信息安全管理體系運行策略》與《信息安全組織架構管理辦法》等制度。2025年，在信息安全管理委員會的統籌下，公司對內部管理制度進行了系列更新，其中依據《促進和規範數據跨境流動規定》新增《數據出境安全管理辦法》，同時對《辦公安全管理制度》《數據安全管理制度》《信息系統權限管理細則》等一系列核心制度進行了修訂與升級，重點強化了行為規範、數據權限管控及流程適配性，推動內部治理體系持續完善。

為保障信息安全管理架構始終與業務發展同步並能有效應對各類安全挑戰，我們建立了系統化的信息安全**審核與持續改進機制**。該機制通過定期評審、內部審計與專項評估，對現有策略、流程及控制措施進行審視與優化，確保信息安全體系持續適應內外部環境變化，實現管理的動態完善與提升。



內部審核機制

通過定期的內部審核評估信息安全管理體系的執行情況，確保各項安全措施得以有效實施



管理評審機制

定期對信息安全管理體系的整體運行進行評審和改進，確保體系的適應性與有效性

1. 治理為基，合規先行



有效度量機制

對信息安全管理體系的關鍵指標進行量化評估，從而確保各項措施的效果可持續監控與優化



糾正與預防施管理機制

確保在發現問題時能夠迅速採取糾正措施，並通過分析根本原因，防止類似問題的再次發生

途虎養車信息安全管理體系審核與持續改進管理流程

途虎養車建立了體系化的信息安全事件分級管理機制，依據《信息安全事件定級標準》將事件劃分為S1至S9級，並設定明確的管理目標。2025年，公司在基礎安全、數據安全、隱私安全等領域系統落實各項管控舉措，積極推動相關管理目標的達成。

事件分級	目標
S1：指對公司業務、數據、利益及公共利益構成 特別重大 威脅或已造成 特別嚴重 損害的最高等級風險。	不允許發生
S2：指對公司業務、數據、利益及公共利益造成 重大 損害的高等級風險事件。	
S3：指對公司業務、數據、利益及公共利益造成 中等程度 影響或損害的風險事件。	每季度允許 不超過一次
S4及以下：指對公司業務、數據、利益及公共利益造成 較小 影響或用戶無明顯感知的輕微風險事件。	

途虎養車信息安全事件分級與目標

1. 治理為基，合規先行

1.5.2 基礎安全

途虎養車構建了覆蓋主機、網絡、應用及可用性保障的縱深信息安全防禦體系。在基礎設施層面，我們對主機、網絡、應用及賬號等關鍵資產實施統一基線與最小權限管理，部署多層次技術防護與實時監控，覆蓋辦公與生產環境，並由安全部門持續開展檢測、跟蹤與閉環整改。此外，我們定期組織紅藍對抗演練主動識別風險、驗證並優化防護機制，以強化防禦韌性支撐業務長期穩定運行。

在**主機安全**領域，我們通過定期漏洞掃描、實時入侵檢測與全量日誌集中審計等多重技術手段，構建主動防禦體系，系統化識別、響應與修復安全風險，持續提升系統韌性，保障核心業務環境的安全穩定。

在**網絡安全**領域，則在平台出口部署應用防火牆與邊界防火牆，結合精細化的訪問控制與網絡入侵檢測，有效收斂攻擊面、攔截惡意流量，並將所有訪問日誌統一歸集分析。此外，通過常態化的攻防演練與機制優化，公司持續提升整體安全防護與應急響應能力。

在**應用安全**領域，公司通過設計並應用鑑權規則引擎系統化管控訪問權限，同時引入人工智能等先進工具輔助識別高風險漏洞。這些舉措有效提升了公司在身份認證、脆弱性管理等方面的系統化安全管控能力與動態威脅感知水平。



案例：構建以身份為中心的API安全治理體系

報告期內，信息安全中心聚焦身份與訪問控制(IAM)及API接口安全，通過建設網關級統一鑑權規則引擎，實現對不同身份、終端與應用接口訪問權限的系統化管控。該引擎通過維護身份、終端與應用間的映射關係，並配置訪問策略，從源頭防範越權風險。年內累計推動15個高風險系統接入鑑權引擎，完成5個自建賬號體系與統一IdP對接，並使接口越權類高危漏洞數量同比下降39%，有效強化了網絡接入層的基礎安全防線。

1. 治理為基，合規先行



案例：建設AI漏洞掃描引擎

2025年，公司分階段推進了AI安全漏洞自動化掃描與修復的一體化建設，借助AI技術提升漏洞挖掘效率、降低安全運營成本。年內已啟動AI漏洞掃描試點，針對新增接口開展自動化越權漏洞檢測，並於報告期末完成數個中高危漏洞的發現與修復。下一步，公司將着力強化AI掃描的核心能力，融合黑盒與白盒檢測技術實現全場景覆蓋，並構建閉環運營體系，實現從AI識別、漏洞分級到自動推送修復的全程自動化管理，持續提升安全防護的主動性與智能化水平。

途虎養車應用安全優化舉措

在**可用性**領域，公司構建了多層次、協同共進的保障體系。在架構層面，通過雙機房多活、多線路冗餘與負載均衡實現高可用部署，防範單點故障；在數據層面，依託自動化備份、定期恢復演練與雲端異地容災，確保極端場景下的快速恢復與業務連續。

1.5.3 數據安全

途虎養車建立了覆蓋數據**全生命週期**的**安全管理體系**，將安全要求貫穿於數據的採集、存儲、處理、傳輸、交換至銷毀的每一個環節。在此基礎上，我們建設了專門的數據安全審計平台，對全流程操作進行持續監測與審計，確保所有操作日誌留存時間不少於六個月，以便追溯與分析異常行為。同時，我們制定並執行《信息安全事件應急響應標準處置流程》，明確各類安全事件的定級標準、處置時限、責任分工與響應步驟，以系統化、規範化的機制保障數據安全事件得到及時有效應對。

1. 治理為基，合規先行

數據採集環節

公司依據《用戶信息採集審核規定》，遵循合法、正當、最小必要和目的限制原則，明確數據使用範圍與存儲期限。所有採集需求須經法務、信安等部門審批後方可實施。

數據存儲、處理、傳輸環節

公司構建了體系化的數據安全管理框架，涵蓋分級治理、權限管控、技術防護與審計監控。依據內部制度，我們對數據實施分類分級與加密存儲，建立嚴格的敏感數據訪問審批機制，並部署全鏈路技術防護措施，同時通過操作審計與展示脫敏實現閉環管理，確保數據在收集、存儲、使用與傳輸全流程中的安全可控。

數據交換環節

公司構建了嚴格的數據外發流程，對於存在敏感數據外發的場景，必須通過部門領導、法務、信息安全等部門的評估和審批，且外發渠道必須為官方指定渠道。我們也有針對合作方賬號、數據安全管理制度、保密協議約束等監督管理要求。

數據銷毀環節

公司明確建立了數據銷毀制度，明確銷毀對象、規則、流程和技術等要求，對銷毀活動進行記錄和留存。

途虎養車全生命週期數據安全管理舉措

1. 治理為基，合規先行

在數據安全管理中，我們堅持內外協同、全程管控的原則，系統構建覆蓋內部運營與外部合作的數據安全治理體系。內部管理中，我們持續完善全業務數據分類分級標準，推廣自動化打標以降低漏標率，統一敏感操作審批規則並落地字段級權限管控試點，同步構建統一審計與風險監控基座，全面提升數據安全管理的規範化與精細化水平。外部協同上，我們依據《途虎養車合作方數據安全管理規程》，對合作夥伴執行嚴格的准入審查與持續監督，通過日常巡檢與協同治理，確保數據在合作鏈路中安全合規流轉，共同構建可信、可控的數據生態。



內部管理

2025年，公司通過制度、技術與文化三位一體的方式，強化了內部數據安全治理：

- 更新數據與辦公安全制度，收緊敏感數據管理要求；
- 完成對137個管理端應用的權限巡檢，實現高風險問題100%整改與新增角色全合規；完善數據分類分級標準，推廣自動化打標平台且推動抽樣漏標率降至1%以內；建立敏感操作導出審批規則，統一敏感操作審批流程；構建統一審計與風險監控基座，實現數據全生命週期的精細化管控；
- 通過常態化宣貫培訓提升全員安全風險意識，築牢人文防線。

1. 治理為基，合規先行



外部要求

准入要求：

- 如合作涉及數據處理，應在個人信息主體授權範圍內進行，並與合作方簽訂協議，明確數據使用目的、範圍、安全責任、保障措施、數據刪除要求及違約責任，嚴禁超約定使用數據；
- 對處理重要或核心數據的合作方，需核驗其數據安全保護能力與資質，並開展風險評估。安全評估內容包括是否支持單點登錄(SSO)、雙因素認證、水印、會話超時登出等安全功能。報告期內，完成對涉及數據交互的5家供應商的安全評估。

日常巡檢要求：

- 每季度對合作方人員、服務器、數據庫等系統開展巡查，方式包括漏洞掃描、基線檢查、代碼審計等，發現問題督促整改，強化其防篡改、防洩漏、數據脫敏與審計能力，留存相關報告；
- 嚴格管控合作方對公司數據接口的訪問權限，確保權限必要、合理，合作結束時及時關閉；
- 要求合作方定期說明數據使用情況並留存記錄，確保符合協議與授權範圍；
- 合作方在機房操作時，需有我方員工全程在場監督，禁止未經授權連接外部設備；
- 建立合作方評估監督機制，定期評估，對存在數據洩露、濫用、越權共享等違規行為的，督促整改，情節嚴重者納入合作黑名單。

途虎養車數據安全建設

1. 治理為基，合規先行

1.5.4 隱私安全

途虎養車嚴格遵循《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規要求，並將隱私保護原則全面納入內部**管理制度**體系。公司在《途虎養車信息安全法律法規管理規範》《途虎養車數據安全管理規定》《途虎養車信息安全事件定級標準》《途虎養車信息安全應急響應預案》等一系列制度中，明確了隱私保護的執行標準與事件響應機制，並持續完善途虎養車App、途虎商戶版（藍虎）App等產品的《隱私政策》。

我們始終將客戶個人信息安全置於首要位置，鄭重承諾不會出於任何非法或未經授權的目的，向第三方提供客戶個人隱私信息。在個人信息處理的過程中，我們嚴格遵循**合法合規、先告知後收集、最短儲存時間**等原則，維護每一位客戶的隱私權益與數據安全。



合法合規原則

在授權範圍內收集、處理及使用用戶數據，並嚴格遵守內部政策，加密用戶數據



先告知後收集原則

我們於用戶在我們的移動應用程式註冊時訂立《隱私協議》，據此用戶授權途虎收集、處理及使用個人資料及服務過程中產生的相關數據



最短存儲時間原則

公司僅在實現既定處理目的所必需的期限內，並按照法律法規規定的保存期限保留個人信息。當用戶不再使用途虎的服務或通知途虎刪除其數據，公司將刪除該用戶的數據

途虎養車客戶信息隱私保護承諾

1. 治理為基，合規先行

報告期內，我們進一步完善了隱私保護的內部管理機制，建立了內置合規－內部自查－外部驗證相結合的隱私保護管理體系，將合規要求深度融入產品全生命週期。



內部自查

建立App發版評估小組

2025年，公司建立了以「發版評估小組」為核心的隱私合規管理機制，將評估工作貫穿產品全生命週期。小組協調信安、法務、研發等多部門資源，從需求設計階段即啟動個人信息安全影響評估，在開發測試中確認隱私方案，並於發版前執行二次審核，重大版本委託第三方檢測。通過跨部門協同、權責清晰的工作流程，提升了保護主動性與效率。

隱私合規內部審計與評估

公司建立了個人信息保護自查機制，同步開展合規審計(PIPCA)與影響評估(PIA)。合規審計由信息安全與內控部門聯合進行，覆蓋管理流程、權利保障、自動化決策等關鍵場景；影響評估則系統審視數據全流程安全風險。

針對內部審計和自評估識別出的問題項，我們制定並推進整改計劃，形成持續改進的閉環管理。

1. 治理為基，合規先行



外部監測

第三方機構檢測

公司引入第三方檢測機構，對途虎養車、途虎商戶版等App開展定期安全與隱私合規檢測。2025年合作的兩家機構按月對我們的C端App進行監測，按季度或半年度對我們的B端App進行檢測。

通過高頻檢測，我們及時對發現的問題進行整改並確保複測通過，持續提升隱私保護的實效性。

第三方機構審查

公司也定期完成外部認證機構的年度測評，並不定期接受網信辦等機構的審查。

途虎養車隱私安全管理舉措

經過一系列內外部的檢測、評估與審查，我們針對核心問題進行了重點整改，包括提高SDK透明度等，從而有效提升用戶隱私保護水平。

1. 治理為基，合規先行

1.5.5 文化建設

為全面構築主動防禦型信息安全文化，我們以常態化教育為基礎、實戰化演練為關鍵、理念內化為目標，系統推進能力建設。公司借助貼近業務場景的應急演練強化協同處置與快速響應能力，建立分層次、多維度的培訓體系提升全員安全素養，並持續開展覆蓋全员的制度宣導與案例警示，推動信息安全要求內化為員工行為習慣。

報告期內，我們持續開展常態化的信息安全攻防演練，內容覆蓋病毒攻擊、數據洩露、釣魚攻防及內容安全等多個關鍵風險場景。通過模擬真實威脅與組織專項對抗，有效檢驗並提升了公司的安全防護體系與應急處置能力。



案例：數據洩露事件應急演練

為提升數據安全事件協同處置能力，公司面向信息安全管理委員會成員、信息安全中心、客服部、以及業務部門負責人，針對訂單洩露引發的詐騙場景開展專項演練。在演練中，通過跨部門溯源與日誌分析，風險被成功定位至第三方物流環節。基於演練結論，公司修訂《第三方合作安全管理規範》，從准入審查、協議責任到持續監督等環節，系統加強對第三方數據安全風險的管控。



案例：挖礦木馬病毒事件應急演練

公司通過模擬挖礦攻擊面向信息安全中心、運維組等團隊開展演練，檢驗了全流程威脅處置能力，驗證了公司主機入侵檢測系統的有效性。基於演練結論，公司發佈了《挖礦木馬病毒處置程序》，規範處置步驟，並優化了服務器監控告警策略，建立安全檢測與資源監控相結合的雙維預警機制，提升對隱蔽威脅的實時發現與響應能力。

1. 治理為基，合規先行



案例：即時通訊(IM)釣魚攻防應急演練

公司面向財務、HR、客服、運營及門店人員等高風險崗位，組織釣魚郵件實戰演練，以評估人員安全意識與防護能力。演練結果持續被用於後續改進，包括推動門店終端安全軟件全覆蓋與合規使用，優化內部可疑郵件上報流程等，逐步構建「人防+技防」的綜合防禦體系。



案例：內容安全事件應急演練

公司針對黑產盜號風險，模擬盜取不活躍賬號批量發佈有害信息的場景，組織信息安全管理委員會成員、信息安全中心、客服部以及平台產品運營部開展應急演練，檢驗了監測、異常分析、處置到用戶溝通的協同流程。基於演練結果，公司將攻擊特徵錄入黑產庫以提升攔截能力，優化不活躍賬號的登錄監測，並建立內容、賬號與運營的常態化協同機制，以應對更複雜的混合攻擊。

途虎養車信息安全演習

我們建立並持續優化覆蓋全員的信息安全培訓體系，針對自有和門店員工的不同崗位特性與風險場景，設計並實施差異化的培訓方案，以系統化傳遞信息安全知識、提升實戰防護技能。同時，我們將培訓範圍延伸至供應商體系，推動信息安全意識與規範向生態合作夥伴傳遞，從而將信息安全文化深度融入公司運營與價值鏈的各環節。

1. 治理為基，合規先行



途虎養車信息安全培訓體系

1. 治理為基，合規先行



案例：工信部信通院專家培訓

2025年，公司邀請工信部信通院專家開展專項培訓，聚焦App隱私合規與大模型安全兩大板塊，解讀監管趨勢、風險防控及合規實踐，並通過案例解析與互動答疑探討SDK管理、AI協同等實務問題。培訓覆蓋App開發等關鍵崗位，並以專項考試鞏固成效，提升了團隊對隱私合規與新興技術安全的風險應對能力。



案例：加盟商防釣魚詐騙培訓

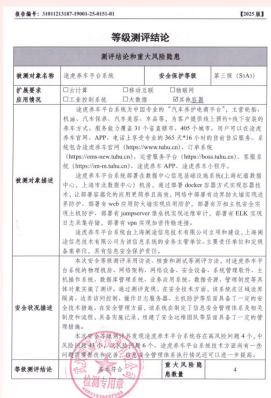
為防範社會工程學攻擊及線下詐騙風險，報告期內，公司基於歷史曾發生的門店員工企業微信賬號被釣魚盜用事件，面向全體自有及加盟門店員工，通過內部App推送專項警示短視頻。培訓內容結合真實案例，剖析詐騙手法，並明確預防與應急處置措施，旨在強化一線員工的安全意識與实操能力，切實保護客戶與門店利益。

1.治理為基，合規先行

1.5.6 信息安全認證

針對現有信息安全體系，我們定期開展複審與外部獨立評測，有效驗證現有控制措施的實施效果，識別出持續優化的關鍵點，以進一步鞏固公司信息安全治理的成熟度與運營韌性。

報告期內，公司順利通過了ISO 27001信息安全管理体系複審、網絡安全等級保護(三級)測評及通信網絡安全防護(三級)測評，並依據YD/T 3956-2024規範完成「浦江護航」數據安全專項風險評估。相關測評與評估結果均符合預期，印證了公司信息安全治理體系持續運行有效，整體防護能力穩健可靠。



途虎養車網絡安全等級保護測評證明



途虎養車通信網絡安全防護定級備案證明



途虎養車ISO 27001信息安全管理体系認證

途虎養車信息安全外部認證

1. 治理為基，合規先行

1.5.7 行業共建

我們積極回應社會各方對信息安全的高度關注，主動承擔行業責任，致力於通過分享最佳實踐、參與標準共建、倡導合規文化，與行業夥伴共同推動形成重視信息安全、共建可信數字生態的良好風氣。



案例：抵制非法「開盒」，共建清朗網絡空間

2025年，我們參與行業反「開盒」技術研討，並與多方共同發起行業倡議，堅決抵制非法個人信息披露行為，致力於共建清朗網絡空間。我們鄭重承諾將持續落實企業數據安全主體責任，切實保障用戶知情權與自主決定權，嚴格履行個人信息保護義務，不斷完善內部治理體系。同時，我們呼籲行業攜手推動自律協作，強化社會責任意識，並通過加強用戶教育與社會協同，共同築牢全民信息安全防線。

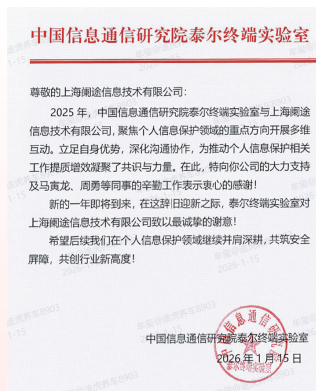


1. 治理為基，合規先行



案例：深化行業協作，共推個人信息保護

途虎養車與中國信通院泰爾終端實驗室持續深化在個人信息保護領域的溝通與協作，通過交流最佳實踐、研討前沿標準，共同推動個人信息保護工作效能提升。相關合作與貢獻獲得了實驗室的認可，並收到了其發來的感謝信。

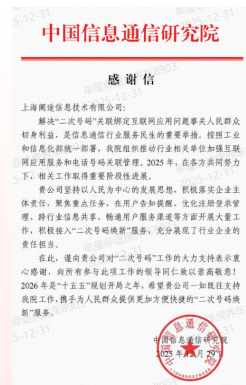


中國信通院泰爾終端實驗室感謝信



案例：接入行業平台，破解「二次號碼」用戶難題

針對長期困擾行業和用戶的「二次號碼」綁定互聯網應用難題，途虎養車積極響應工業和信息化部指導下的行業協同倡議，接入了由中國信通院碼號服務平台支撐的「二次號碼煥新」服務。該項目聯合電信運營商與互聯網企業，旨在從機制上解決用戶因使用「二次放號」的手機號碼而無法順利註冊或綁定應用的問題，是公司切實參與行業共治、提升用戶服務體驗與賬戶安全的具體實踐。



中國信息通信研究院感謝信

1. 治理為基，合規先行

1.6 負責任營銷

途虎養車始終將誠信經營與消費者權益保護置於營銷活動的核心，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國廣告法》等法律法規與商業道德底線，制定並實行《途虎養車營銷審核制度》等內部制度，嚴格規範營銷行為。在營銷宣傳中，我們堅持以真實、準確、清晰的信息與消費者進行溝通，營造透明、可信賴的市場環境。

為保障營銷活動的合規性與真實性，公司由法務中心牽頭，對所有在售商品（包括第三方品牌及自有自控品牌）的宣傳內容實施統一審核。我們通過智能審核平台進行初篩，並對系統識別出的高風險內容啟動人工複審，形成「機審+人審」的雙層校驗機制，從而確保平台所有發佈信息均符合法律法規與內部規範要求。

在建立常態化審核機制的同時，公司亦持續開展相關培訓提升，不斷升業務團隊的合規能力。2025年，公司每季度組織面向全體營銷相關崗位人員的專項培訓。培訓內容圍繞《廣告法》《消費者權益保護法》等法律法規的核心要求展開，結合日常物料製作與營銷活動設計中的實際場景進行解讀，並針對近期監管機構通報的重點案例組織針對性研討，以持續提升業務一線的合規意識與实操能力。

1.7 知識產權與公平競爭保護

途虎養車高度重視知識產權保護與公平競爭環境建設，通過完善品牌保護、知識產權管理和法律維權機制，積極維護企業創新成果及市場秩序。

在知識產權保護方面，我們堅持自主創新，將知識產權保護全面融入公司戰略與管理體系。我們嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，並依據《途虎養車知識產權管理規範》系統開展相關工作。通過持續完善內部管理機制、設立創新激勵、舉辦專項活動、強化全員意識，並系統推進專利佈局與風險防控，我們致力於構建健全的創新保護生態，為企業的可持續健康發展提供堅實支撐。

1. 治理為基，合規先行

我們在知識產權保護方面實施雙向管理機制：**對內**，我們通過制度約束、定期培訓與文化宣導，持續強化員工知識產權意識，防範潛在的侵權風險；**對外**，我們建立侵權監測與維權響應流程，積極採取投訴、交涉、法律訴訟等手段維護自身合法權益，以系統化方式構建涵蓋預防與應對的全週期知識產權保護體系。

報告期內，公司未發生知識產權侵權事件，完結4起對外維權的知識產權訴訟。



針對內部

為加強軟件合規使用管理，我們建立了系統化的管控機制。一方面，通過部署終端桌面管理系統等技術手段，有效防範員工擅自安裝或使用未經授權的軟件；另一方面，通過後台系統定期巡檢與監測，及時發現軟件授權到期情況並完成採購續期，確保所有軟件使用始終處於合法授權範圍內。



針對外部

- 線上：我們持續監測並打擊電商平台上的商標侵權與不正當競爭行為，通過投訴、發函及訴訟等方式主動維權。2025年針對多起違規使用「途虎」商標的商家提起訴訟，後續將推動常態化治理，維護線上品牌權益。
- 線下：針對實體門店商標侵權及攀附行為，我們採用向監管部門舉報與提起訴訟相結合的方式進行處理。國內已對「京貓虎養車」等典型侵權主體啟動法律程序，海外侵權則通過律師函等方式交涉。

途虎養車知識產權保護內外部舉措

1. 治理為基，合規先行

2025年，公司延續物質激勵與培訓支持並重的創新機制，並以豐富多元的文化活動營造開放、協作的技術氛圍，依託常態化的學習平台與專項培訓持續賦能員工專業成長。

員工激勵

通過設立專項基金，對形成軟件著作權、專利等具有實際價值的研發成果給予物質獎勵與榮譽表彰。此外，公司每年組織開展個人與團隊創新評優，設立「技術創造價值獎」，以現金激勵等形式對重要創新貢獻予以肯定，持續激發組織創新活力。

主題活動

公司定期舉辦黑客馬拉松、1024程序員節等主題技術活動，積極營造崇尚技術、樂於探索的文化氛圍，深化「技術創造價值」的核心價值觀，增強員工的技術認同感與團隊凝聚力。

培訓賦能

公司依託內部知識平台、專題工作坊及系列技術培訓，開展覆蓋全員的技術技能賦能。

途虎養車創新激勵舉措

1. 治理為基，合規先行

截至報告期末，公司共有273件軟件著作權、189件專利以及1,269件商標。

在持續完善知識產權管理體系、強化品牌保護與合規治理的同時，公司亦通過法律手段積極**維護公平競爭的市場環境**，對侵害公司合法權益的不正當競爭行為依法開展維權行動。



案例：途虎養車通過不正當競爭訴訟維護公平競爭環境

2023年起，某競爭平台在相關營銷活動中使用「震虎價」等宣傳表述，並傳播與公司經營情況相關的不實或誤導性信息。2024年初，公司依法向人民法院提起不正當競爭訴訟。2024年11月，經法院審理認定，上述行為構成商業詆毀及虛假宣傳的不正當競爭行為，判令相關方立即停止侵權行為、消除影響並賠償公司經濟損失人民幣500萬元。隨後該方提起上訴，2025年7月，二審法院維持原判，本案形成終審判決。

在黨中央強調「綜合整治『內捲式』競爭，規範地方政府和企業行為」的背景下，途虎養車通過主動維權與專業輸出，維護了企業合法權益與品牌聲譽。該案系全國首例確立「隱喻詆毀」裁判標準的典型案例，對於依法保護市場主體公平參與市場競爭具有重大意義。

2. 精進甄善，體驗為先

作為具備提供一站式汽車維保服務能力的企業，途虎養車始終將用戶體驗置於戰略核心，通過技術創新與服務標準化雙輪驅動，持續優化用戶全生命週期管理能力。我們通過數字化工具與標準化管理相結合，不斷優化交易鏈路與商品結構，強化供應商質量管理和質檢能力建設，完善投訴預警與整改機制，提升倉配時效與門店服務標準，推動線上線下協同發展，努力為車主提供更透明、更專業、更可靠的一站式汽車服務體驗。

2.1 產品與服務體系

作為線上線下一體化汽車服務平台，途虎養車長期以「正品、低價、專業」的一站式解決方案服務車主需求，通過線上選購、線下安裝與售後服務相結合的商業模式，為用戶提供覆蓋養車全流程的產品與服務支持。

在這一商業模式基礎上，我們持續優化用戶體驗關鍵觸點的管理與反饋機制。我們堅持把「真實體驗」作為產品與服務改進的起點，依託自主搭建了用戶體驗監測平台，將線上觸達、到店服務與售後反饋貫通起來，實現對用戶全旅程的持續跟蹤與改進。

平台通過訂單評價、客服記錄、門店檢查與用戶共創等多元渠道收集反饋信息，對關鍵環節的用戶體驗波動進行持續跟蹤，並將發現的問題反饋至質量、門店、物流與客服等相關環節，推動改進措施落地，保障用戶體驗穩定可控。通過這一方式，我們不斷提升產品與服務保障能力，使用戶體驗持續升級，**2025年全平台用戶滿意度超過96%**，同比進一步優化**1個百分點**。與此同時，根據我們於**2025年底開展的NPS調研**，在汽車服務行業，途虎養車的**NPS位居第一**，且顯著高出第二名**7個百分點**。

2.精進甄善，體驗為先

2.2 App體驗

途虎養車App結合智能交互與精準推薦，為用戶提供海量的汽車產品服務選擇。我們以「線上好用、下單順暢、服務可追溯」為目標，持續打磨途虎養車App的關鍵體驗點，讓車主在選品、下單、到店與售後各環節都能更省心，持續擴大用戶覆蓋與活躍規模，並將體驗優化聚焦在「適配更准、鏈路更短、推薦更懂車、管理更全程、智能更貼近」五個方向。得益於下單各鏈路環節的優化，報告期內途虎養車App的支付轉化率提升了2個百分點。



適配深度覆蓋：讓「選對」更簡單

途虎養車不斷優化「線上下單、線下服務」的一體化模式，推進App側的適配信息與門店履約能力協同，減少「買錯、裝不了、換來換去」的體驗成本。途虎養車App持續擴展車型與配件的適配能力，我們數據庫在車輛端覆蓋330多個品牌、4,500多個車系、8萬多個車型，在配件端覆蓋400多個品類的1,100多萬SKU，通過數字化技術實現用戶需求與服務資源的精準匹配，為不同車型用戶提供一站式解決方案。



交易鏈路優化：讓「下單」更順暢

我們持續優化從瀏覽到支付的關鍵路徑，提升信息呈現清晰度與下單效率。2025年，圍繞用戶高頻決策信息（如適配結論、核心參數、安裝與保障信息等），我們推進商品展示結構優化，比如在輪胎品類，我們在商品卡片重點展示對用戶決策更有用的車型適配、規格、載重指數速度級別等參數。同時，我們持續優化App內對交易關鍵節點的信息提示與引導，降低「看不懂、選不准」的不確定感，提升下單過程的連貫性與可理解性。例如，在快修品類，我們在確保車型適配的基礎上，圍繞用戶使用習慣，持續迭代下單頁面，提升交易效率。針對有明確訴求的用戶，我們直接提供類目貨架，且根據平台積累的車況數據，對用戶進行更換提醒；針對意識到故障表現的用戶，我們分車型羅列常見故障類型、提供故障講解並直接指引用戶選配相應的配件；針對不明確故障類型的用戶，我們則提供到店檢測的選項。

2. 精進甄善，體驗為先



推薦精細化：讓「適合」更明確

途虎養車App以用戶車輛信息為基礎，綜合考慮車型、車齡、原配特徵等因素，再將用戶歷史訂單等數據結合進算法模型，提升個性化推薦的準確度，幫助用戶更快找到適合自己車輛與用車階段以及消費偏好的方案。此外，我們還增加熱門車型車主選購榜單，為用戶提供更加客觀的推薦選項。



車輛全生命週期管理：讓「養車」更可追溯

我們推動App從「買一次」升級為「管全程」，讓用戶能夠建立車輛檔案、查看歷史服務並做出更有依據的養護決策。用戶可在App內完成車輛綁定，集中查看車輛基礎信息與養護記錄，按時間或項目分類回溯歷史服務，提升車輛狀態管理的可視性與連續性。通過「記錄沉澱－需求識別－服務建議」的方式，幫助用戶在不同用車階段更有計劃地安排保養與維修，減少臨時性、被動式的養護支出與時間損耗。



AI應用：讓服務更智能

我們積極探索AI在用戶服務鏈路中的應用，讓諮詢、推薦與售後自助更高效。途虎養車App推出「AI用車助手」功能，支持故障代碼解讀、保養知識問答及施工進度查詢，輔助用戶快速解決用車問題，提升服務透明度與用戶自主決策效率。

途虎養車App體驗優化「五個方向」

2. 精進甄善，體驗為先

2.3 商品體驗

圍繞車主在「選得全、買得准、用得久、價格划算」方面的實際需求，途虎養車持續優化商品豐富度、質量、性價比等多個維度，推動商品管理從單一採購管理向全鏈路體驗管理升級。我們以「豐富度保障選擇，以質量保障信任，以低價保障可負擔性」為主線，構建覆蓋商品引入、測試驗證、銷售監控與質保改進的全過程管理體系，並將與品牌和製造廠商深度合作關係帶來的採購優勢讓利給消費者，鞏固「正品、低價」的商品體驗。

2.3.1 產品供給豐富度

隨着汽車保有量結構變化、新能源車型佔比提升以及車齡分層趨勢加深，用戶對商品的需求呈現出更加多樣化與精細化的特徵。途虎養車持續優化多維產品矩陣，提升平台整體供給能力。

我們持續提升商品供給的廣度與結構合理性，讓用戶在一個平台內完成更高確定性的選購決策。報告期間，途虎養車銷售的產品覆蓋**3,000**多個品牌，橫跨輪胎、油液、濾清器、蓄電池、快修件、車膜及車品等多個核心品類，支撐用戶在不同用車階段的一站式維保需求，相比2024年，我們的交易SKU數同比增長了**20%**。我們在保持核心品類深度的基礎上，進一步優化結構層級，提升中高端、細分場景及新能源相關產品的覆蓋比例，使商品供給更貼近市場結構變化。

2. 精進甄善，體驗為先

新能源性能適配

- 混動專用油液：在已有混動機油供給的基礎上，進一步推出博世xEV系列、霍尼韋爾EREV增程混動機油等新品，為混動車主提供更豐富的選擇。
- 新能源加強輪胎：在強化靜音棉、自修補等特性的基礎上，進一步針對新能源續航需求推出升級產品，比如雷神輪胎通過鈦催化降低滾動阻力，助力新能源車續航提升。

分人群精細化供給

- 分車系、車況機油：針對德系、日系、美系等分車系車型的專用機油系列；針對長車齡推出高里程車輛專用機油。
- 大尺寸輪胎：針對中長尾的大規格型號，從原配保供、專供及自有自控開發等方面共同做功，大幅度提升對中長尾大規格尺寸需求的滿足度。

平價與高配兼得

- 已有產品性能升級：已有產品配方迭代升級，例如駕馳三大系列潤滑油產品完成4+5類基礎油配方的全面高端升級，並通過全球權威檢測機構SGS認證，為車主提供更好的產品保障；海格力斯隱形車衣升級基材與tu層技術，通過多輪極限測試，獲主機廠合作認證。
- 新品牌聚焦極致性價比：陸續推出長城輪胎、公牛輪胎、長江潤滑油等品牌，為用戶提供更多的性價比選擇。

2025年核心產品供給豐富方向

2.3.1.1 技術聯合開發

在不斷豐富商品供給的基礎上，途虎養車進一步把合作重點放在技術層面，與行業頭部品牌開展更深入的聯合開發。我們不僅引入成熟產品，更參與產品定位與結構設計，讓全球品牌的先進技術更貼近中國車主的實際使用場景。報告期內，我們通過聯合發佈、定向開發及測試驗證等方式，深化與國際知名品牌的合作關係，提升平台在高端產品與專業技術領域的佈局能力。

2. 精進甄善，體驗為先



案例：途虎養車與殼牌合作聯合開發賽道級用油

途虎養車與殼牌合作推出「殼牌超凡喜力•閃電紅」(法拉利F1車隊甄選)及「國家地理」系列，適配極端工况需求。「閃電紅」系列的研發過程中，途虎養車聯合殼牌將賽道上積累的尖端科技下放至民用潤滑油領域，讓車主於日常駕駛中也能感受到如同賽車般的澎湃動力體驗，真正實現了「賽道科技，民用普及」。該系列獲得了奔馳、寶馬、大眾等主機廠認證，可廣泛適配於奔馳、寶馬、奧迪等豪華車型。



案例：途虎養車與德國馬牌合作推出ExtremeContact XC7全新產品線

途虎養車攜手全球領先的輪胎製造商德國馬牌，於2025途虎養車輪胎節期間推出ExtremeContact XC7全新產品線。新品規格延續了該系列標誌性的濕地安全與靜音舒適基因，搭載德國馬牌第七代配方技術，以豐富的規格配置覆蓋多款豪華車型，進一步滿足高端車主對卓越駕乘體驗的追求。11月，途虎養車聯合德國馬牌，在中汽研鹽城測試場成功完成全球首創「輪胎紮釘後24小時高速耐力挑戰」。裝配紮釘的德國馬牌XC7 Pro Max輪胎，以100公里／小時平均速度連續行駛2,407公里，最終四輪均未漏氣，印證了XC7 Pro Max輪胎自修補技術的可靠性，更好滿足豪華車型用戶的高端需求。



2. 精進甄善，體驗為先

2.3.1.2 自有自控品牌創新

途虎養車也持續推動自有自控品牌升級。面對日益激烈的價格競爭環境，我們堅持在保證品質基礎上的價值創新，圍繞不同車型結構、使用環境與消費層級，精準定位細分場景，開發更具針對性的產品方案。自有自控品牌不以單純價格優勢為導向，而是在「用料紮實」「低價高配」「性能拉滿」的原則下，提升產品在特定場景中的實際表現。



案例：更耐磨—「雷神」輪胎

雷神輪胎在全系產品中添加稀土元素釹，應用於胎面膠配方，實現了性能突破。通過釹的催化讓順丁橡膠分子鏈排列更規整，大幅提升輪胎耐磨、抗老化性能，同時降低滾動阻力，適配新能源車輛續航需求。經過官方實測顯示，採用該材料的輪胎使用壽命可延長8,000公里，還能增強抗穿刺、耐衝擊能力。



案例：更清晰—「勝利」窗膜

勝利窗膜在中國航天第四研究院旗下的窗膜研發中心支持下，窗膜升級添加稀土釷元素，核心是利用稀土元素獨特的光譜選擇性，精準阻隔紅外熱輻射，實現高隔熱與高透光的理想平衡。能做到其前擋膜太陽能總阻隔率可達64%的同時，還能保持80%+的可見光透過率，解決了清晰視野與高效隔熱的行業難題。



2. 精進甄善，體驗為先



案例：更安全——「東風勝利」輪胎

東風勝利輪胎在雙星全球研發中心擺錘實驗室完成耐撞擊測試。產品胎側具備國標認證的高承載HL標識，可滿足新能源汽車自重較大的使用需求。測試依據GB/T 30195-2023《轎車輪胎耐撞擊性能試驗方法(擺錘法)》開展，規格為255/50R20的測試輪胎從380焦耳逐級提升至最高1400焦耳衝擊能量，經多輪衝擊後結構保持完好，體現出良好的承載與抗衝擊能力。該產品首次入選2025中汽嚴選「年度十佳輪胎」，並獲得「年度最佳舒適輪胎」稱號。



2.3.2 產品質量保障

我們與各大國際與國內汽配品牌的「**正品直供**」合作模式是平台所售產品質量保障的基石，在此基礎上，我們進一步與品牌聯合推出保障項目，強化質量背書。



案例：途虎養車協同品牌發起「正品機油守護聯盟」

2025年3月，為應對非正品機油流通風險，途虎養車聯合美孚、殼牌等6大國際潤滑油品牌發起「**正品機油守護聯盟**」，此後6月，聯盟道達爾、雪佛龍等作為第二批成員加入聯盟。聯盟通過原廠直供、假一賠十等核心舉措，從產品採購到售後保障全流程守護優質正品機油，讓消費者更安心。

2. 精進甄善，體驗為先

除了充分利用品牌的質量保障體系外，我們自身也建立了一套貫穿「引入－交付－銷售－售後」全流程的商品質量管理體系，通過供應商准入、入庫商品質檢、質量監控機制與質保服務升級，系統性強化商品質量保障能力，提升用戶對商品與服務的信任度。

報告期內，途虎養車的汽車零配件銷售獲GB/T 19001-2016及ISO 9001:2015認證。



途虎養車ISO 9001質量管理體系認證

2.3.2.1 供應商合作質量控制

我們把供應商質量管理作為商品質量的第一道關口，通過制度完善與審核優化，提升源頭穩定性。我們制定並遵守《產品質量問題處理流程》《供應商年度審核流程》《供應商質量專項檢查流程》《供應商質量准入審核流程》《早期供應商質量管理流程》等供應商質量管理內部制度。2025年，我們對供應商質量管理(SQE)流程進行系統梳理與優化，基於涵蓋供應商准入審核、年度審核、專項審核、早期管理、問題處理的工作流程，形成覆蓋供應商准入階段與合作期間的全週期質量管理框架，並以數據化方式加強對高風險商品與關鍵環節的監測和複盤，推動問題更早識別、更快糾偏。通過流程重構與動態優化，我們讓供應商質量管理標準更清晰、執行更一致、評估更聚焦關鍵風險。報告期內，我們完成了覆蓋輪胎、保養等6大業務線的69家新供應商的准入審核，54家高重要程度且高客訴風險供應商的年度審核，以及24次針對首次批量供貨或客訴問題供應商的專項審核。

在**准入階段**，途虎養車各產品業務線均採用汽車行業主流審核方法，從體系、過程與產品多維度評估潛在供應商能力。我們從資質、現場與體系三個層面開展審核，篩選具備穩定質量能力的合作方。資質審核重點核查供應商是否取得ISO 9001、IATF 16949、ISO 14001等相關體系認證；現場審核關注工廠生產過程的規範性與一致性；體系文件審核則評估其質量管理體系是否符合IATF 16949等行業標準要求。此外，在批量供貨前，我們還要求工廠進行小批量生產驗證，並開展現場生產批准放行審核，對尺寸、外觀、包裝及性能等進行確認，確保產品達到平台標準後再進入規模供貨階段。通過「小批量驗證+現場確認」的方式，我們降低了規模供貨前的質量波動風險。

2. 精進甄善，體驗為先

在**合作階段**，途虎養車通過「年度審核+專項複查+飛行檢查」的多層級管理方式，結合日常供貨表現開展持續評估，將供應商管理從單一准入延伸為持續質量監督與優化。具體而言，我們圍繞供貨穩定性、關鍵零部件性能驗證及問題複盤機制等方面開展持續管理。第一，我們基於供應商日常供貨質量表現，組織開展年度現場審核、專項審核及不定期抽查，動態評估其質量穩定性；第二，我們每年要求提供關鍵零部件的供應商完成型式試驗，驗證產品性能與途虎標準符合性；第三，根據零部件的關鍵度制定週期性驗貨計劃，協調供應商定期進行現場質量審核；第四，我們定期匯總並分析產品質量投訴數據，召開供應商質量會議，推動問題整改與持續改進。

2.3.2.2 供應商交付質量控制

公司嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國標準化法》《中華人民共和國計量法》等法律法規，並制定了《商品質量標準》《質量改善管理制度》等內部管理制度，明確途虎養車在售產品質量的相關標準。同時，我們制定《商品質檢帶教流程與制度》《商品質檢中心質檢員在職管理制度》《途虎商品質檢組獎懲條例》等內部產品抽查及質檢制度，並發佈了《輪胎外觀檢查作業標準書》等覆蓋輪胎、蓄電池等核心品類質檢作業指導書。

我們持續完善質量管理機制，並在商品進入倉儲與流轉環節設置**質量檢查節點**，確保交付商品符合平台標準。



2. 精進甄善，體驗為先

質量標準制定

各業務線依據國家標準、行業標準及平台內部要求，制定產品質量標準、門店施工規範及服務標準。

檢查標準制定

質量管理中心依據既定質量標準制定具體檢查項目、抽檢規則及判定口徑，並隨標準更新同步調整。

開展質檢

按檢查標準開展現場或遠程質檢，覆蓋倉儲抽檢、專項審核、飛行檢查等形式，並形成達標數據記錄；結合質檢歷史數據與現場操作評審，優化質檢員作業要求與作業節拍，在保證質檢質量的前提下提升整體作業效率。

數據分析與風險識別

基於質檢結果、售後客訴數據和理賠數據形成質量分析報告，識別波動較大或達標率偏低指標。

問題整改與持續改善

各業務線根據分析結果制定改善方案並推動落實，必要時聯動供應商開展專項整改或技術優化。

途虎養車產品質檢機制

2. 精進甄善，體驗為先

圍繞上述產品質檢機制，我們通過現場檢查、遠程抽檢與數據分析相結合的方式，對商品質量進行持續跟蹤，使質量問題能夠被及時發現並得到糾正。2025年，途虎養車持續優化商品質檢規則與作業要求，進一步提升檢查的針對性與準確性。

檢查範圍

結合售後客訴數據和理賠數據，將檢查重點調整至客戶更關注、也更易引發投訴的缺陷類型

抽樣規則

在抽樣規則上，結合歷史檢出率及主要缺陷類型複盤，將質檢重點進一步調整至更易發生缺陷的退庫、移庫後產品

檢查過程

通過總結歷史質檢信息和現場操作評審，優質檢員操作要求，適度放緩質檢節奏，進一步提升檢查準確率。以入庫質檢為例，單條商品平均質檢時長由原規則下約56秒提升至130-140秒

途虎養車產品質檢升級優化舉措

通過持續優化商品質檢重點與操作規則，我們進一步提升了質檢工作的針對性和準確性，為產品質量保障提供了支撐。報告期內，途虎養車全年商品質檢總量超過415萬件，其中輪胎質檢量近410萬件，輪胎質檢覆蓋率約23%。

2025年，我們的商品質檢主要聚焦於商品的外觀檢測，而性能檢測主要來源於供應商廠檢階段，與此同時，當出現爭議或需要進一步驗證時，我們會委託第三方專業機構進行檢測，例如在輪胎領域，相關產品可送檢至國家橡膠輪胎質量檢測中心進行技術鑑定。目前，我們也在計劃進一步升級質檢覆蓋內容，通過將全鏈路技術規範與市場主要客訴項和風險點相結合，定期委託三方質檢機構測試，從而實現對主要產品的性能、安全、耐久等表現指標的主動監控和評審，提前識別質量風險。

2. 精進甄善，體驗為先

質量標準的有效落地，依賴於一線質檢人員執行能力的穩定性。為此，我們在執行人員側建立了多層級**考核與培訓機制**，包括組長遠程視頻抽查與復核、負責人定期回放抽查結果、組長現場操作審核與指導，以及每月技能考核等。



案例：質檢新規專項培訓

通過規則優化與系統培訓，我們提升了質檢工作的標準一致性與執行穩定性，為大規模商品流轉提供了更可靠的質量保障。2025年，途虎養車啟動輪胎質檢新規則專項培訓，分批覆蓋全國20個主要倉庫、30名質檢人員。目前已完成兩輪培訓與試運行。培訓採用遠程集中講解與現場实操指導結合的方式，並通過每日數據上報與周度複盤推動問題改進。通過本次培訓，各倉質檢準確率明顯提升。



在質量檢查之外，我們同步關注產品在真實使用場景下的性能表現，通過與官方機構聯合開展**專項測試**方式，增強重點品類性能數據的透明度與可比性，為用戶選擇以及後續商品優化提供客觀依據。



案例：途虎輪胎「超級金牌評測」夏季專項測試

針對夏季高溫多雨環境對輪胎安全性能的挑戰，途虎養車於2025年8月延續行業首創的「超級金牌評測」IP，聚焦輪胎在暴雨緊急制動、高溫爆胎等場景下的表現，開展專項測試。測試圍繞高溫、多雨等典型用車環境，模擬濕地緊急制動等實際駕駛場景，由專業工程師進行操作和數據採集，並邀請外部專業人士共同見證與解讀測試過程。本次測試通過可視化、場景化的方式呈現不同輪胎產品在關鍵安全指標上的表現，為消費者在夏季用車環境下的輪胎選擇提供更直觀、可比較的參考依據。

2. 精進甄善，體驗為先



案例：中汽中心×途虎養車混動機油冬測項目

2026年1月，中汽中心聯合途虎養車發佈混動機油冬測結果，通過實車道路測試與台架測試相結合的方式，系統驗證冷啟動性能、抗乳化能力、抗磨耗表現及燃油經濟性等關鍵指標。測試由中汽中心品牌科技、天津大學無錫研究院及中科院院士團隊提供技術支持，選取北方極寒環境進行實車驗證，並同步通過台架模擬極端工況，最終形成覆蓋駕馳、出光APOLLOIL等品牌的性能報告。測試結果向全行業公示，推動混動機油行業標準新增「抗乳化指數」「長效抗氧化系數」等技術指標，相關產品復購率顯著提升。

2.3.2.3 反饋驅動的質量管理

我們將用戶反饋數據作為質量改進的重要來源。

在用戶實際使用場景中，投訴往往是問題暴露的第一信號。因此，我們執行**實時監測**、**及時響應**的產品質量投訴監控與整改機制，實現從質量問題識別到產品質量改善的快速反應，減少問題擴大或重複發生的可能性。報告期內，我們通過識別高頻問題與故障週期，反向優化質量標準，主要業務線通過對歷史投訴數據進行多維度分析，識別商品主要故障模式及安裝後至故障發生的時間區間，並對標OE產品及國際品牌測試表現，制定了更高的內部質量要求。

此外，通過對行業普遍產品痛點的分析納入日常運營與質量複盤流程，我們推動銷售服務管理從被動處理向**主動預防**轉變。2025年，途虎養車聚焦前置識別的問題開展專項改進，協同供應商通過技術攻關與流程再造實現關鍵品類質量突破，持續提升產品質量。

2. 精進甄善，體驗為先



案例：蓄電池端子燒焊工藝優化

報告期內，我們識別到蓄電池端子外觀相關的用戶反饋，通過協同廠商進行工藝細節優化與操作標準強化，顯著提升了產品外觀一致性與穩定性。

具體而言，針對端子燒焊不飽滿、雜質多等外觀缺陷，我們識別核心故障點並制定改進方案，在作業指導書中明確優化燒焊碳棒更換週期和使用過程碳棒清理標準，最終推動端子外觀合格率提升至99%，實現光亮飽滿無雜質。



案例：減振器連桿工藝升級

報告期內，針對行業普遍關注的減振器漏油問題，我們協同廠商通過工藝升級與自動化檢測，有效降低了關鍵零部件的質量波動風險。

具體而言，我們推動工廠進行工藝革新，將傳統酸洗工藝升級為剝皮工藝，減少連桿表面爛點缺陷，升級後，連桿外觀不良率降幅達24%。同時，我們導入影像檢測設備，對連桿外觀進行100%自動化全檢，進一步提供質量保障。

2. 精進甄善，體驗為先

2.3.2.4 服務保障升級

途虎養車將質保視為質量管理向用戶端延伸的重要環節。我們深度落實消費者權益保障機制，為用戶提供高於行業標準的質保服務，提升售後保障水平。

在供應商提供的質保條款基礎上，我們通過金牌質保項目為用戶提供額外保障。報告期內，我們圍繞重點養護項目持續**升級質保政策**，通過延長保障週期、擴大保障範圍等方式，讓用戶在購買與使用過程中獲得更清晰、更長期的保障。



案例：變速箱養護金牌質保升級

2025年4月，途虎養車聯合採埃孚、殼牌、福斯、勝牌、愛信等變速箱油品牌以及連順變速箱專修連鎖，對變速箱養護金牌質保服務進行升級。自2025年3月12日起，車主通過途虎養車平台購買指定品牌變速箱油產品並在工場店完成施工後，如在質保期內因變速箱油導致車輛出現變速箱頓挫、異響等問題，可享受免費更換變速箱油或維修變速箱服務。根據油品品牌不同，部分產品可享6年或12萬公里質保，其他產品可享3年或6萬公里質保。

2. 精進甄善，體驗為先



案例：隱形車衣產品提供10年質保

2025年6月，高端車膜品牌琥珀膜衣推出「埃菲爾」系列隱形車衣，並在途虎養車平台首發。該系列產品採用100%鑄造級TPU基材，具備較強的抗老化、防黃變和耐水解能力。消費者在途虎養車購買該產品後可享10年超長質保，為車身漆面提供長期保護。



案例：「底盤大師」項目推出長期質保

2025年11月，途虎養車與採埃孚售後聯合推出「底盤大師」項目，通過引入倫福德(LEMFÖRDER)和博格(BOGE)底盤產品，並結合工場店檢測與施工服務能力，為車主提供底盤養護解決方案。針對倫福德產品，雙方聯合推出10年或20萬公里的「大師質保」服務，為底盤類產品提供更長期保障。



2. 精進甄善，體驗為先

在完善產品質保服務的同時，我們也持續從服務保障與糾紛處理等方面提升消費者權益保護水平，讓用戶在使用產品和接受服務的全過程中都能獲得更加安心、透明的體驗。



案例：途虎養車連續10年保障「春節不打烊」

針對春節期間養車需求與商戶歇業的民生矛盾，途虎養車自2017年起連續10年推出「春節不打烊」服務，覆蓋保養、維修、換胎等核心場景。2026年春節，我們進一步明確「不漲價、不拒單」原則，並提供免費補胎、防凍玻璃水等便民舉措，通過全國工場店落地執行，切實解決車主用車高峰期間的養護難題，成為行業民生保障標桿案例。



案例：途虎養車加入商事調解「和」計劃

2025年1月，響應上海市司法局主導的商事糾紛調解倡議，本集團與星虹橋金融商事調解中心簽署合作協議，途虎養車加入「商事調解『和』計劃」。通過仲裁、檢測認證等高效途徑解決經營糾紛，降低解紛成本與週期，同時主動優化消費者關係管理機制，助力構建公開透明的營商環境。

2.3.3 質價比保障

我們重視車主在維保消費中的可負擔性與獲得感，通過政策補貼與平台讓利疊加，降低養車成本，讓優質服務更可及。我們把「買得放心」延伸為「用得划算」，在保障品質底線的同時，提升用戶對價格與價值匹配度的感知。

2025年，消費環境整體面臨壓力和調整，在此背景下，途虎養車**堅定執行性價比策略**，基於與供應商的深度合作以及規模優勢獲取上游採購端的節省，進而全部甚至超額轉移給用戶，以此為車主提供更負擔得起的汽車維保服務，激發汽車後市場的消費活力。

2. 精進甄善，體驗為先

與此同時，2025年，途虎養車積極響應國家的促消費政策，參與多地組織開展的「以舊換新」消費促進活動，推出覆蓋輪胎、機油等核心品類的以舊換新補貼計劃，將政府支持、平台讓利與用戶需求精準對接，推動汽車後市場消費提質擴容。通過以舊換新補貼等方式，我們讓車主在關鍵維保決策中兼顧品質與預算，提升消費體驗的一致性與可持續性。



案例：途虎養車參加汽車後市場產品政府補貼

2025年地方政府推出面向汽車後市場的以舊換新消費券及補貼政策，並由途虎養車依託線上線下一體化能力。途虎養車輪胎節期間，我們推動補貼高效觸達消費者，補貼覆蓋輪胎、機油、配件等多品類。



案例：途虎養車參與「五五購物節」，推出汽車煥新促消費活動

2025年，途虎養車積極參與上海市「五五購物節」，以「汽車煥新季」為主題推出系列促消費活動。活動期間，途虎養車聯合福斯、霍尼韋爾、道達爾能源、出光、博世等品牌推出多款汽車養護新品，並開展覆蓋輪胎、保養及汽車美容等全品類優惠活動。

在本次活動中，平台推出「真五折」促銷及多項補貼權益，預計發放總權益價值超過10億元。其中，輪胎、保養及車膜等產品均推出限時優惠，部分保養套餐價格低至99元起，同時疊加政府補貼及平台優惠，進一步降低用戶維保成本。



2. 精進甄善，體驗為先

2.4 物流體驗

高效、穩定的物流體系，是保障商品品質與服務承諾兌現的重要支撐。在商品供給與質量保障能力不斷提升的基礎上，我們持續優化倉配網絡結構與作業效率，通過算法升級、自動化改造與配送路徑優化，推動物流體驗從「準時送達」向「更快、更穩、更節能」升級，持續縮短用戶等待時間，降低因時效波動帶來的體驗不確定性。

截至報告期末，我們建立了覆蓋全國的物流網絡，包括31個區域倉、738個前置倉、268條自配送線路、以及嚴選的外部服務商。



途虎養車全國倉配網絡

2. 精進甄善，體驗為先

2.4.1 區域倉運營

區域倉是承載途虎所有庫存的核心倉儲基礎設施。我們在持續優化全國倉網佈局的同時，通過**備貨算法優化與自動化升級**提升庫存匹配能力與作業效率。

截至2025年12月31日，我們在全國運營了31個區域倉，分佈在幾乎全國所有省級行政區，總面積達48.7萬平方米，平均單倉面積1.6萬平方米。我們的區域倉平均單倉SKU數超過1.6萬個，充分保障了庫存可得性。

在全國倉配網絡高效運轉的基礎上，途虎養車進一步深化智能算法應用並推動倉儲設施自動化升級，通過技術賦能實現運營效率與環境效益的雙重突破。



案例：區域倉智能備貨算法應用

2025年，我們進一步迭代了區域倉的備貨算法模型，在輪胎的區域倉備貨模型上全面應用了智能備貨算法，基於歷史銷售數據及業務運營動作更準確地預測區域銷量，再結合安全庫存水平等因素，形成更優的備貨決策。

該智能備貨算法推動我們在滿足盡可能多的用戶需求的基礎上保持高的運營效率。2025年，我們在輪胎線上交易SKU數量增長22%的背景，實現周轉天數同比降低3.4%、本地發貨率提升3.2個百分點，極大提高了貨品的供給效率和履約時效。

2. 精進甄善，體驗為先



案例：廣州區域倉自動化升級

2025年，途虎養車在廣州增城建成並投用行業首個基於零售需求打造的輪胎自動化倉，通過全流程智能化改造，實現運營效率和服務體驗的顯著提升。

在穩定性方面，該倉投入運行後未發生一件錯發、漏發件，服務質量穩定可靠，推動物流相關客訴量同比下降約70%；在時效方面，該倉日常出庫及時率長期保持在100%，且雙十一大促期間表現突出，日出庫量峰值達到4.2萬條，同比提升約30%，在旺季壓力下展現出極強的履約能力保障。

自動化倉不僅提升物流效率和用戶體驗，也提升了安全效能。通過以設備替代高頻、重複及高風險的人工操作，自動化倉的使用大幅減少人員在高位存取、重物搬運等場景下的作業暴露，有助於降低人員安全風險並改善整體作業環境。

2.4.2 物流配送

我們的配送體系連接着全國的區域倉、前置倉以及途虎工場店，配送效率也是影響用戶體驗的關鍵環節。2025年，途虎養車持續優化配送效率和時效監控，進一步提升了物流環節的用戶體驗。

班車自配是我們配送體系的核心模式，我們每日通過專車對區域倉覆蓋範圍內的前置倉以及途虎工場店進行串點配送，保障履約時效。在訂單密度難以支撐班車自配的區域，我們則通過第三方快運和快遞服務商進行配送體系的補充。2025年，隨着訂單的不斷提升，我們進一步**提升自配線路覆蓋**，全年通過自配履約的訂單佔比超過50%。

此外，我們對**物流監控機制進行了優化**，減少因配送時效延遲或可裝時間不確定帶來的客戶體驗負面影響。通過完善配送節點監控與異常預警機制，我們提升了訂單狀態透明度，使用戶能夠更準確安排預約到店時間。

綜合區域倉運營以及配送環節的運營優化，2025年，對於線上預約訂單，我們的當次日達率同比提高了4個百分點到83%，用戶履約時效體驗進一步優化。

2. 精進甄善，體驗為先

2.4.3 前置倉佈局

為滿足線下進店場景中具有長尾特徵的商品需求，同時保持庫存周轉效率，我們建立了介於區域倉與門店之間的前置倉網絡。

2025年，跟隨着途虎工場店的快速拓張，我們的前置倉網絡佈局也進一步深化。截至2025年12月31日，我們共運營738個前置倉，覆蓋約80%的途虎工場店，平均每個FDC服務15公里半徑內約8家工場店。2025年，對於線下進店訂單，我們前置倉的5公里30分鐘達／10公里1小時達率進一步提升至98%的高水平。

與此同時，2025年，我們通過**優化前置倉鋪貨算法**，進一步提升線下貨品的滿足率以及周轉效率。



案例：前置倉智能鋪貨算法應用

2025年，我們在線下鋪貨場景應用智能鋪貨算法，覆蓋了佔線下銷售額87%的品類，包括機油、剎車盤、蓄電池、減振器等。

基於歷史銷售數據及業務運營動作，算法模型能夠更準確地對門店銷量進行天維度的動態預測，再結合產品庫存成本和配送成本等因素，綜合作出更優的門店和前置倉鋪貨決策。

在此鋪貨算法的應用下，2025年，途虎養車機油品類的線下有貨率提升至99%的同時，周轉天數下降了19%；剎車盤品類的線下有貨率提升超過8個百分點的同時，周轉天數下降了10%。

2.4.4 上門履約能力

途虎提供的汽車產品與服務中，蓄電池是較為特殊的一個品類，因大部分更換蓄電池的場景為非計劃性，且用戶存在上門的需求。因此，在常規的倉配履約體系以外，我們通過遍佈全國的蓄電池服務商搭建了上門履約體系。

2025年，通過**優化服務商佈局與考核機制**，途虎養車進一步提升了蓄電池的履約穩定性，期望安裝時間的填寫覆蓋率同比增長11個百分點至84%，而對期望時間的滿足率則同比優化0.3個百分點至87%。

2. 精進甄善，體驗為先



新拓展服務商，提高覆蓋

2025年，途虎新增100餘個蓄電池服務商，截至年末接單服務商量增長至400餘個，尤其是下沉市場的覆蓋率實現了顯著提升。



上線夜間閃送服務，拓寬服務響應窗口

2025年6月，蓄電池業務在上海、北京、廣州、深圳等19個城市率先推出夜間上門安裝服務，將最晚服務時間由20:00延長至23:00。此項服務目前已覆蓋全國39.2%的用戶，有效拓寬了服務響應窗口，提升了用戶服務可及性與體驗滿意度。



優化服務商覆蓋、培訓與考核機制

推動本地服務商覆蓋本地市場，實現時效提升；強化日常服務考核與節假日激勵規劃，提升履約主動性。

蓄電池履約體驗提升舉措

2.5 店內體驗

門店是用戶感知服務質量最直接的場景。我們圍繞「環境更整潔、服務更規範、施工更專業」的目標，持續優化門店管理與執行能力，使線上承諾在到店環節得到真實兌現。2025年，途虎養車從環境管理、服務標準、技術施工等多個維度推進改進，並通過數字化工具提升檢查頻率與覆蓋範圍。門店整體滿意度指標持續提升，體現出體驗改善的實際效果。

我們通過《門店標準與管理規則》實現對途虎工場店的標準化管理，涵蓋營業管理、品牌管理、服務履約、技術施工、人員與安全管理等模塊，並通過實時攝像頭、系統流程管控、現場和遠程檢查、AI輔助分析以及閉環處罰機制確保規範的落實。

2. 精進甄善，體驗為先

實時攝像頭監控

門店平均安裝十餘個攝像頭，覆蓋場區貨架、收銀台、店門口、扒胎區、施工工位，並須保持24小時在線

系統流程管控

要求門店使用藍虎系統，系統中各節點流程環環相扣，無法跳過。包括建單項目需關聯檢查結果、線上推送報價單時需經客戶確認等、履約環節逐步完成途虎八步標準等

人工檢查

督導人均覆蓋~10家店，店月均被訪~4次；質檢以月度或季度的頻次進行遠程和現場檢查，共100多條檢查項

AI輔助分析

通過AI對上檢照片的識別，校驗技師檢查結果；通過AI對攝像頭內容的識別，提高檢查的覆蓋度、實時性和效率

處罰機制

管理規則分為常規項、關鍵項和紅線項，違反對應的規則將面臨流量降權、罰款、甚至清退的處罰。此外，針對非紅線項，若門店在此後連續3個月不復犯，則返還對應違規處罰金額

落實《門店標準與管理規則》的管理舉措

2. 精進甄善，體驗為先

2.5.1 環境整潔

良好的門店環境是用戶信任感建立的第一步。途虎養車在既有檢查機制基礎上，完善標準、擴大檢查範圍，並引入智能化工具提升管理頻率。

為全面監督管理門店環境，我們擴大門店營業環境檢查範圍，從原有客休區、通道、店門口檢查，延伸至工位、設備及衛生間等區域；檢查內容也從地面清潔擴展至垃圾桶滿溢、異味管理等場景。同時開展老舊設備專項整治，對舉升機、扒胎機、洗美格柵等存在掉漆或損耗情況的設備集中整改，提升整體環境觀感。通過標準升級與整改推動，2025年用戶對門店環境滿意度提升1.7個百分點至96.1%，其中12月達到98.1%。

同時，為提升門店環境管理的覆蓋頻率與效率，我們在2025年引入大模型輔助門店環境檢查。



案例：AI輔助門店環境衛生檢查

2025年年中，我們在對門店環境的質檢環節引入AI大模型，通過算法訓練讓大模型自動抓拍門店的衛生情況並對衛生問題進行初篩，再由人工進行重點復核，實現高頻次、規模化監督。

AI的應用顯著提升了檢查密度的同時，大幅降低了質檢的人力投入。與此同時，問題發現的及時性推動門店及時整改，從而實現用戶對門店環境體驗的提升。2025年下半年，途虎養車的洗車美容和輪胎保養服務的環境滿意度分別環比優化了1.5和2.2個百分點。

2. 精進甄善，體驗為先

2.5.2 服務標準化

途虎養車以客戶需求為核心，通過完善標準體系與優化服務流程，持續提升服務一致性與可靠性。我們通過細化規則、擴大檢查覆蓋範圍等舉措，推動用戶對服務專業性與穩定性的認可度顯著提升，為品牌長期發展奠定信任基礎。

2025年初，我們進一步迭代了《門店標準與管理規則》中的服務相關要求，將「禁止拒絕服務」和「禁止過度推銷」升級為紅線項，通過更嚴格的標準解決汽修行業中普遍存在的用戶痛點。

與此同時，我們對門店的質檢檢查項增至**120項**，從而強化門店對施工規範的遵守。此外，我們擴大標準化檢查途徑，通過增加用戶反饋來源檢查與遠程資源投入，改善偏遠地區覆蓋不足問題。報告期內，途虎養車開展服務標準質檢檢查項次31萬次，同比增長191%。此外，2025年，我們進一步迭代對門店服務的質檢策略，將質檢人力投入聚焦到更多風險場景，從而在實現對影響門店服務體驗的重點環節進行治理以及後續針對性改善。

2.5.3 施工技術提升

施工質量直接影響用戶對專業能力與安全性的判斷，是門店體驗的核心環節。我們針對主要服務項目均制定了施工標準和指導文檔，並在2025年重點補充了複雜維修項目標準以及新能源相關項目指導文檔。與此同時，我們強化了施工過程檢查與AI輔助質檢應用，並通過技師培訓與專項複盤提升实操能力。

在**技術施工標準**方面，2025年，我們圍繞新能源車維修、傳統車型核心項目新增36項技術標準，涵蓋OBD系統檢測、空調冷凝器更換、特斯拉電動空調壓縮機維修等場景。截至2025年底，我們已制定了250餘個技術施工標準，實現對門店大多數服務的施工流程的有效管理。在此基礎上，我們製作了覆蓋不同車型和服務項目的**施工指導文檔**，使得門店在提供安裝維修服務時有實時可查詢參考的數據庫，2025年我們新增文檔超過2,000篇，單項的安裝指導全量車型覆蓋率達到84%。

同時，我們通過**分層培訓與技術支持**，系統性提升技師專業施工能力。

2. 精進甄善，體驗為先

日常學習

通過門店技師每日考核、易錯點專項學習，夯實施工知識基礎

專家支持

技術專家遠程指導複雜項目操作，降低实操風險

專項培訓

針對重點維修項目開展課程培訓與实操帶教，提升技師專業能力

途虎養車技師施工技術提升體系

2.5.4 客戶滿意度與反饋機制

在店內體驗環節，途虎養車通過多維度、全鏈路的用戶反饋體系，面向全體用戶開展滿意度調查，持續跟蹤用戶在門店履約全過程中的真實感受，為服務質量優化提供精準依據。



履約過程反饋：在服務節點即時收集意見

為更及時了解用戶在不同服務環節的體驗感受，我們在履約過程中嵌入問卷反饋機制。

用戶可通過途虎App或小程序查看服務進度。當進入服務進度頁面時，系統會根據用戶當前所處的服務節點，隨機推送對應環節的問卷問題。例如，在接車環節，用戶可能收到關於上一環節「到店取號及迎賓體驗」的問卷。

在題目設計上，每個服務節點的問卷均圍繞服務態度、技術表現與環境體驗三個維度設置問題，並採用隨機抽題方式進行推送。通過節點化、隨機化問卷設計，我們在不增加用戶負擔的前提下，提高了反饋樣本的覆蓋度與代表性。

2025年履約中反饋問卷回收率53%。

2. 精進甄善，體驗為先



訂單完成評價：形成結構化評分結果

在訂單完成後，用戶可在取車一小時後至評價截止期限內，對本次服務進行評分。

評價維度包括門店服務、技術施工、環境體驗，評分範圍為1星至5星，系統分別記錄各維度得分。

與履約過程問卷相比，訂單評價更側重於整體體驗結果，為門店改進提供結構化數據依據。

2025年訂單主動評價率10%。



客訴記錄：納入滿意度監測體系以提升視角全面性

除主動評價外，每一單用戶進線投訴均會根據主訴內容與系統投訴分類進行匹配。在滿意度統計中，不區分投訴分類類型，而根據投訴最終處理結果納入指標記錄。

通過將投訴數據納入滿意度分析，我們使負向反饋同樣成為改進依據，避免僅依賴主動評價數據。

途虎養車門店滿意度調查機制

2025年，隨着我們在環境整潔、服務標準化和施工技術等方面持續推進系統性優化，門店整體滿意度（綜合以上三大反饋來源）持續提升，同比增長4.4個百分點至**96.8%**。其中，服務滿意度**96.7%**，同比增長**5.0**個百分點；技術滿意度**97.6%**，同比增長**5.3**個百分點；環境滿意度**96.1%**，同比增長**1.7**個百分點。

2.6 客服體驗

客服體驗是用戶感知服務質量的關鍵環節，直接影響品牌信任度與長期價值。途虎養車圍繞用戶實際需求，持續優化人工客服與智能客服體系，確保用戶從諮詢到售後的每一步體驗更高效、更專業。

2. 精進甄善，體驗為先

此外，2025年，我們圍繞「用戶流程自助化、內部判責更清晰」，進一步從用戶體驗路徑以及內部歸責機制兩端同步優化，通過場景化路徑與標準化協作鏈路，實現用戶滿意度與響應效率的雙重提升。

用戶端：標準化與引導式售後體驗

- 憑證場景模板化：針對高頻問題，建立標準化憑證上傳鏈接與話術模板，引導用戶一次性提交必要材料，減少來回溝通成本。
- 服務場景流程化：根據不同故障類型設計差異化處理路徑，提高處理效率與明確度，主要包括：
 - 線上憑證模式：適用於輪胎等可通過圖片、視頻快速判斷的問題，實現線上快速審核與處理。
 - 到店檢測模式：適用於保養等需專業檢測的場景，引導用戶至門店進行標準化檢測與處理，確保專業判斷。

內部協作側：判責標準精細化與管理閉環化

- 在內部管理層面，我們系統梳理並統一了商品故障類與門店施工服務類的判責標準，形成清晰、可執行的責任認定規則，減少因口徑差異導致的重複溝通或處理延遲。
- 針對商品故障類問題，我們搭建了「五環節判責鏈路」，在關鍵節點通過標準化流程將任務精準分派至對應業務部門、適配組或技術中心等責任單元，實現問題定位與責任確認的快速流轉。

途虎養車客服流程優化

通過一系列客服全流程標準化建設，途虎養車實現用戶問題精準識別、標準化自助售後以及內部協同高效處置，有效提升用戶體驗並降低服務爭議升級風險。報告期內，途虎養車全平台的萬單客訴率進一步同比下降**11.6**，客訴問題解決率**100%**。

2. 精進甄善，體驗為先

2.6.1 人工客服

途虎養車通過升級客服系統工具，面向人工客服開展週期性培訓與考試，夯實服務基礎能力，持續提升用戶交互體驗。

2.6.1.1 客服流程

我們圍繞用戶問題受理、核實、處理與反饋的全過程，建立了清晰的**投訴處理流程**，推動客服響應更及時、責任判斷更明確、解決方案更可追溯。

創建服務單

客服在每次接線服務完成後，及時創建服務單，客觀記錄用戶反饋信息並收集必要資料。

- 服務單需準確反映用戶問題；
- 信息記錄需完整、無遺漏。

釐清問題

在承諾回覆時效內聯繫用戶，核實問題背景及現狀，明確用戶核心訴求。

- 主動溝通，避免信息偏差；
- 聚焦問題本質，區分責任歸屬。

核實定責

通過內部或外部協作核實問題原因，根據客訴類型及核實結果明確責任歸屬。

- 多部門協同驗證問題根源；
- 定責結果需與問題性質及核實情況匹配。

提供方案

根據責任方制定解決方案（如解釋安撫、補發換貨、理賠等），與用戶協商達成一致。

- 方案需合法合規且具可行性；
- 用戶不認可時，按升級審核流程調整方案。

兌現方案

按協商一致的方案執行，包括解釋說明、服務補救或賠償措施，確保用戶知悉並接受。

- 執行過程需透明高效；
- 用戶確認方案已完全落實。

關閉服務單

在規定時效內完成問題解決，用戶確認無異議後關閉服務單。

- 服務單關閉需用戶認可為前提；
- 閉環管理確保投訴處理全流程可追溯。

途虎養車客戶投訴處理閉環流程

2. 精進甄善，體驗為先

在建立標準化的客戶投訴處理閉環流程基礎上，我們在系統層面推動客服能力的持續升級，迭代客服工作台功能，提升客服對用戶問題的理解與解決能力，進一步增強諮詢與投訴處理的穩定性與效率。

流程更清晰

將關鍵場景的處理步驟沉澱為可執行指令，降低因個人經驗差異造成的處理波動，減少誤判與反覆溝通。

響應更高效

通過指令式標準操作流程(SOP)推動標準流程線上化，在高頻場景中提升處理速度與一致性；以「要求退換貨」為例，SOP上線後平均處理時長降低10.2%，場景滿意度提升4%。

能力可擴展

在既有覆蓋基礎上，公司進一步擴展SOP線上化覆蓋範圍，以覆蓋更高比例的在線會話場景，為旺季與高峰期服務穩定提供支撐。

途虎養車客服工作台優化措施

2. 精進甄善，體驗為先

2.6.1.2 客服培訓

在工具與流程優化的同時，我們持續完善人工客服培訓體系。2025年，我們實現了核心業務流程和工具培訓課程的標準化與線上化，並提高培訓內容的客戶適用性，再結合敏捷培訓、實操考試等機制，提升人工客服的服務質量與效率。



核心業務與工具全流程課程建設

完成退貨退款、輪胎週期等關鍵場景的全流程課程開發，配套線上學習資源，確保100%客服覆蓋培訓，降低操作差異引發的客訴風險。



圍繞新工作台、指令式SOP、AI助手及智能創單等關鍵工具的上線，完成專項課程的配套，有效提升工具使用熟練度與操作準確性。



高諮詢型產品知識可視化

針對輪胎、保養、蓄電池等高互動產品，將專業知識轉化為圖文解析、短視頻講解及產品對比卡等形式，幫助客服以更貼近用戶語言的方式解答問題，增強專業表達與銷售轉化能力。



2. 精進甄善，體驗為先



週期培訓與實戰賦能

每周組織質檢校準會，針對高頻問題（如「機油漏液應急處理」）動態開發實戰課程，形成「問題識別－培訓落地－效果驗證」閉環，確保培訓貼合業務需求。



培訓－考試－一體化機制

將學習與測評嵌入客服工作台，實現培訓過程可追蹤、效果可量化；未達標人員需補訓，確保服務標準落地。通過融合線上微課預習與線下实操驗收，形成「練－考－用」一體化的賦能閉環。

途虎養車客服培訓體系優化舉措

2.6.2 智能客服

在人工服務能力提升基礎上，我們持續推進智能客服升級。2025年，公司將大模型技術全面應用於智能客服體系，實現從傳統規則機器人向「AI智能顧問」的轉型。

報告期內，綜合售前以及售中售後智能客服的升級，在線智能轉人工率下降了**7.2%**，智能客服的問題解決率同比提升了**5.3%**，用戶對智能客服的滿意度同比提升了**21.1%**。

2. 精進甄善，體驗為先

2.6.2.1 售前智能導購助手

在售前環節，途虎養車圍繞產品推薦、對比及優惠諮詢等場景，構建了具備多模態理解與綜合推理能力的智能導購助手，為用戶提供個性化產品建議，推動2025年售前轉化率同比提升5.6%。

多維度信息融合

綜合處理用戶問話、產品信息、對話上下文、用戶上傳的圖片識別(如車輛部件照片)、以及知識庫數據，進行深度思考後回覆

精準推薦

結合用戶車型、產品真實銷售與評價數據，生成關聯性強的產品建議

擬人化交互

基於真實銷售與評價數據生成推薦話術，支持打斷、分段回覆與多意圖理解，優化對話流暢度，更接近真人顧問

途虎養車售前智能導購核心特徵

2.6.2.2 售中及售後服務智能體

在售中和售後環節，途虎養車圍繞物流查詢、退貨退款、預約與安裝、售後問題處理等高頻場景，通過服務智能體動態調用業務工具解決高頻問題，構建「問題－決策－檢索－回覆」的交互鏈路閉環。該服務智能體利用大模型的深度語義理解能力與動態流程工具調度，實現問題精準定位與處理。

此外，針對大模型可能出現的「答非所問」問題，我們搭建RAGAS評估系統，對決策、檢索、回覆及幻覺環節進行評分與監控。通過低分案例分析與提示詞優化迭代，幻覺率由9%下降至4%。

3. 生態共榮，價值共生

途虎養車持續深化與加盟商、技師群體及供應鏈夥伴的協作機制，構建穩定、透明且互信的長期合作與發展關係。通過統一服務與管理標準，推動資源共享與能力共建，促進各方在經營運營、服務質量及風險管控等方面協同提升，實現優勢互補與效率優化。在此基礎上，公司進一步強化產業鏈協同與責任共擔，推動加盟生態與技師成長體系良性循環，持續創造多方價值。

3.1 加盟商生態共建

在以加盟模式為主的途虎養車門店體系中，加盟商既是我們網絡規模擴張的核心載體，也是途虎品牌標準落地與終端服務質量實現的關鍵執行者。途虎養車通過建立嚴格、規範的加盟商管理制度，並配套實施系統化的支持與賦能計劃，持續夯實與加盟商之間的長期合作關係。在統一標準與規範管理的基礎上，公司依託品牌、供應鏈、技術及數字化資源，為加盟商提供全方位運營支持，使得門店穩定輸出一致、高質量的服務體驗，提升門店經營能力與服務質量，2025年12月，開業6個月以上的盈利門店佔比約90%。通過平台賦能與門店規範運營的良性互動，我們實現品牌價值與經營效能的雙向提升，形成平台與加盟商協同共進的發展格局，截至報告期末，多店加盟商佔比44%。

3.1.1 助力創業

途虎養車圍繞創業賦能持續完善加盟商生態體系，持續推進加盟商網絡佈局優化與規模穩步拓展。截至報告期末，公司合作了3,600餘名加盟商，為廣泛且穩固的全國門店網絡夯實了基礎。

2025年，公司重點實施「途虎新青年」計劃，面向青年創業群體提供差異化政策支持，通過經營指導、資源對接及運營賦能等方式，降低創業初期經營壓力，助力加盟商提升門店經營能力與長期穩定經營水平。此舉不僅為青年群體提供了寶貴的創業機會，也為社會創造了更多就業機會，推動了青年群體的創新精神和社會活力。

3. 生態共榮，價值共生



案例：「途虎新青年」項目助力青年創業

2025年4月，途虎與共青團中央直屬——中國青年創業就業基金會聯合發起「青年汽車服務人才創業支持計劃」，共同為青年汽車服務人才提供創業支持，以百萬級創業基金助力青年實現創業夢想，推動汽車服務行業創新發展。該計劃除了為青年汽車服務人才提供百萬級創業補貼資金外，還將提供創業培訓、導師輔導等一系列創業支持服務。為了推動計劃落實，途虎養車特別推出「途虎新青年」項目，進一步為參與「計劃」的青年創業者提供技術培訓與數字化支持、品牌與營銷支持、客戶服務與運營支持等方面的幫助。

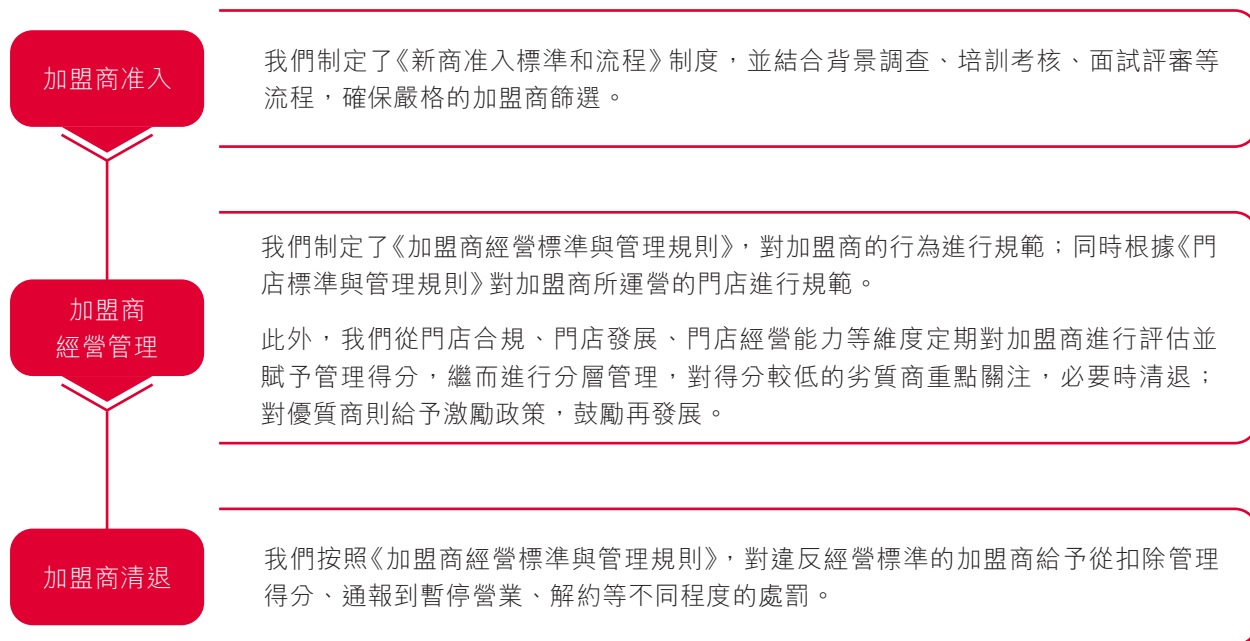
2025年10月，中國青年創業就業基金會在北京組織召開「青年汽車服務人才創業支持計劃」創業青年座談會。會上，五位來自不同區域的「途虎新青年」創業代表圍繞創業經歷、發展需求及項目優化建議等方面進行了交流分享。代表們表示，專項扶持政策有效降低了行業准入門檻，緩解了創業初期經營壓力；同時，途虎養車標準化運營體系進一步提升了門店經營效率，使創業流程更加便捷。相關支持為創業者實現創業發展目標、獲得穩定經營收益提供了有力保障。

截至2025年12月底，「途虎新青年」項目共扶持了超過150名青年創業。

3.生態共榮，價值共生

3.1.2 加盟商管理

途虎養車對加盟商開展全生命週期管理，圍繞准入、日常經營及清退機制建立了系統化管理體系。在准入階段我們設定嚴格標準與規範流程，確保加盟商資質與能力符合要求；在運營過程中，通過常態化監督與考核機制，督促加盟商嚴格執行統一的服務標準與作業流程，保障服務質量的穩定與一致；在日常運營過程中違反紅線管理規則的加盟商則會被清退。



途虎養車加盟商管理體系

3. 生態共榮，價值共生

3.1.2.1 准入管理

2025年，公司迭代升級了《新商准入標準和流程》，對新加盟商的背景調查、資本充足度等方面提出更為嚴格的要求，從源頭強化風險管控，保障加盟商網絡實現可持續、穩健擴張。與升級的標準相匹配的是更高效的流程，2025年，我們將AI技術結合到加盟商面試流程，推動加盟商審核流程向智能化、標準化與高效化轉型。



案例：AI面試助力加盟商准入審核提效

2025年，我們通過構建全流程在線面試平台，引入數字人面試官與智能評估體系，實現了從預約、問答到評分的自動化閉環。該系統基於對業務場景的深度理解，依託動態題庫與多維評估模型，精準識別並防範潛在經營風險。同時，全程可回溯的面試記錄為流程透明與持續優化提供了堅實保障。

自上線以來，新系統顯著提升了運營承載能力與審批效率，實現了人力節約與流程加速，助力公司在規模化發展中持續夯實新商質量基礎。未來，我們將繼續推進技術與業務的深度融合，以智能工具驅動管理升級，攜手合作夥伴共建高效、可信、可持續的商業生態。

3.1.2.2 經營管理

途虎養車將加盟商的合規經營視為合作的基礎，通過明確的行為準則規範加盟商商業活動，並建立對應的約束與處罰機制，以強化制度執行力。在此基礎上，我們進一步圍繞加盟商門店的日常運營細化管理規則，推動加盟商逐步實現精細化運營，持續提升服務的一致性與整體可控性。

為確保**加盟商合規經營**，公司制定《加盟商經營標準與管理規則》，明確守信經營、用工合規及禁止賄賂與腐敗等要求，並對違規行為設定相應處罰措施，強化制度約束與執行力度。2025年，公司迭代完善該制度，進一步細化管理要求與檢查標準，推動各項行為準則在加盟商端有效落地。

3.生態共榮，價值共生

誠實守信

公司要求加盟商嚴格遵守各項管理政策及運營規則，恪守商業道德底線，堅決杜絕偽造經營資質、私下交易轉單等違規行為。

用工合規

公司要求加盟商依法簽訂勞動合同並嚴禁僱傭童工，同時嚴厲打擊拖欠工資、剋扣獎金或阻礙正常離職等損害勞動者權益的行為。

商業道德

公司嚴禁加盟商通過不合理加價、以次充好、虛假維修或縮減材料等欺詐手段獲利，維護消費者合法權益。

《加盟商經營標準與管理規則》部分要求

在合規的基礎上，為進一步保障**加盟商所經營門店的經營質量**，公司制定《門店標準與管理規則》，構建起覆蓋門店環境管理、服務執行與技術規範的全流程加盟門店管理體系，具體規則及落地情況可參考2.5小節「店內體驗」。在門店規模持續擴張的背景下，確保加盟門店提供高質量且一致的服務，以規模效應強化品牌認知與市場影響力，實現公司與門店的協同共進。

綜合加盟商對《加盟商經營標準與管理規則》的遵守情況以及其所經營門店對《門店標準與管理規則》的遵守情況，再結合加盟商開店增長情況及其所經營門店的店均滿意度情況、門店盈利比例等核心經營指標，我們基於《加盟商管理分賦分制度》對加盟商進行季度評估與賦分並採取相應的獎勵與處罰舉措，該**分層運營機制**也有效激勵加盟商持續優化經營水平。

3. 生態共榮，價值共生

3.1.3 加盟商賦能

依託品牌、供應鏈及數字化系統的協同效應，途虎養車持續賦能加盟商增強內生發展動力。通過完善支持機制，公司在推動門店服務水平與用戶體驗同步提升的基礎上，協助加盟夥伴實現更高的商業價值，進而在規模擴張中鞏固品牌優勢，實現平台與加盟商的互惠共贏。

加盟商加入途虎體系後，可在貨品、物流、客流、系統、門店管理等門店運營的各個環節獲得全方面的賦能，進而促進門店經營能力持續提升。

貨品支持

- 途虎養車通過與廣泛上游汽配品牌的直接合作，搭建起正品低價的全品類貨品供應鏈；並結合用戶洞察和行業趨勢，推出更具性價比的自有自控品牌
- 加盟商借助途虎的供應鏈，為用戶提供豐富、有質量保障、且價格實惠的產品服務選擇，且無需墊資

物流支持

- 途虎養車搭建了由31個區域倉、738個前置倉、268條自配送線路以及外部承運商構建了覆蓋全國的物流網絡
- 通過這一物流網絡，線上預約訂單的貨品超過80%可於次日到店，線下進店訂單的貨品已前置鋪貨到店或可於30-60分鐘內由前置倉配送到店

客流支持

- 途虎養車體系內擁有超過1.6億註冊用戶，2800多萬年交易用戶，且用戶的年復購率維持在60%以上
- 在獨立汽車服務行業佔據第一品牌心智的基礎上，通過持續的線上獲客以及線下推廣活動，為門店帶來持續增長的進店客流

系統支持

- 途虎養車基於自研的途虎商戶App和Web端，實現了施工及服務流程系統化、門店經營診斷數字化、對店技術支持智能化等全場景的系統支持，助力加盟商輕鬆實現門店運營的標準化與高效管店

運營支持

- 途虎養車通過總部支持團隊以及分佈在全國的本地督導團隊，為加盟商提供日常運營與技術支持，確保加盟商落實經營規範，並幫助加盟商持續提升運營水平和技術能力

途虎養車加盟商賦能體系

3.生態共榮，價值共生

2025年，途虎對門店在各個環節的支持均進一步深化，其中在運營和系統支持上，我們在門店技術以及用戶轉化效率方面進一步賦能門店實現提升。



案例：門店技術能力提升賦能

2025年，途虎養車持續強化門店技術能力提升賦能機制。

針對新開業門店，公司技術督導團隊在開業2個月內實施駐店培訓，並在後續4個月內通過遠程數據分析與技術指導持續提供支持，使新店技術能力穩步提升並達到老店平均水平。

與此同時，我們也針對技術弱店開展了專項技術賦能。自2025年6月起，我們選取了約300家技術能力相對薄弱的老店開展專項提升計劃，採用6個月駐店培訓與遠程技術輔導相結合的方式，推動技術弱店能力水平（以核心服務有效率衡量）到12月同比提升了6個百分點。



案例：門店用戶轉化賦能

2025年第四季度，我們在藍虎App上線了智能推薦功能，針對到店車輛畫像和檢出問題為技師提供精準推薦建議。該功能通過更科學的推薦邏輯，在控制過度推銷風險的前提下，為技師提供更具轉化潛力的推薦。

2025年末，我們在控制臂類目測試該功能，測試門店相比非測試門店的轉化率提高0.3個百分點。

3. 生態共榮，價值共生

3.2 技師成長共促

途虎養車將技師視為服務體系中的關鍵基礎資源，技師的專業能力、作業規範及服務水平直接關係門店運營質量與客戶體驗。公司圍繞技師成長與發展，構建以「招」「育」「用」「留」「控」為核心的技師管理與賦能體系，持續提升技師專業水平與服務能力，推動企業與技師實現協同成長。

3.2.1 「招」：招募認證

依託遍佈全國的門店網絡，途虎養車為全國各地的中青年群體創造了大量**就業機會**，截至報告期末，途虎門店體系內支持的技師等就業崗位已超6萬個。

途虎養車將加盟門店技師納入**統一認證管理**體系，從源頭把控服務能力標準。公司實施項目級「勳章認證」制度，要求工場店技師必須通過理論知識、实操技能及服務禮儀等多維度考核，認證合格後方可上崗作業，實現工場店技師100%「持證」服務。而未經相應認證的技師，不得參與接單作業，確保服務質量規範化與標準化。

3.2.2 「育」：培養發展

途虎養車通過完善技師培訓體系，提升服務標準化水平。公司通過**系統化技能培訓**、明確的**職業分級**與發展路徑，支持技師提升掌握核心服務項目技術能力，實現專業能力與職業價值的持續提升。

技師培訓體系以知識庫為基礎，以日常考核為牽引，依託線上技術支持與線下培訓指導雙輪驅動，推動技師專業能力與服務質量的持續提升，保障門店施工規範與客戶滿意度，並為技師在工作各階段提供靈活、及時的技術輔助。

3.生態共榮，價值共生

操作規範與指南知識庫

- 通過構建知識庫體系，為技師提供可隨時查閱的「在線作業指南」，涵蓋產品安裝指導、施工流程規範及常見問題解決方案等內容。
- 截至報告期末，公司已沉澱安裝指導類知識文檔約6萬篇，覆蓋67個施工項目。

日常學習檢驗

- 通過「藍虎」App開展每日「微考核」推送，圍繞全國門店需重點掌握的內容，設計簡明易學的日常考題。通過以考促學的方式，持續強化技師知識儲備，促進形成常態化學習習慣。
- 2025年覆蓋100%途虎技師，平均每人考試82次。

遠程技術支持

- 技師在施工過程中遇到技術難題時，可通過藍虎App向技術專家發起遠程問詢，專家實時查看現場情況並指導操作，快速解決門店突發技術問題，降低施工失誤風險，保障作業效率與安全。
- 2025年累計遠程回覆技師技術問題超過4.5萬個。

現場技術培訓

- 組織技術專家開展培訓課程，深入講解複雜車型與新技術。通過实操訓練，使技師掌握門店尚未覆蓋的核心類目施工方法，並針對客戶轉化率較低的技師及店長開展演練，提升服務能力與轉化效果。

途虎養車技師培訓體系

3. 生態共榮，價值共生

此外，對於入職90天內的新技師，在已有的培訓體系外，我們還會針對安全生產、技師行為準則、施工流程標準、客戶服務流程等模塊額外提供強化培訓，2025年覆蓋6,000餘名新技師。

在此基礎上，為進一步激勵工場店技師持續學習更複雜的維修技能，公司建立了清晰的**技師等級認證體系**，並區分不同等級技師的能力要求，形成初級、中級、高級及特級技能培訓體系，確保認證內容與培養目標相匹配。從初級到特級，覆蓋的服務能力依次從基礎上崗流程、常規輪胎保養服務、到發動機和底盤的一般維修項目以及複雜維修項目。基於分層的能力要求，我們開發了67門技師崗位等級認證課程，並結合線上考試與視頻認證／訂單檢核／線下实操考核作為認證的前置要求。

報告期內，等級認證培訓覆蓋技師超過10萬人次，全量學員人均日學習時長9.4分鐘。截至報告期末，途虎的機修技師中，獲中級和高級認證的比例達到85%。

3.2.3 「用」：派單管理

途虎養車持續推進數字化運營與精細化服務管理，通過智能調度與分級作業機制，優化技師資源配置，提升服務協同效率與質量穩定性，支撐門店網絡的高效運營。

智能派工

公司持續推進智能化用工調度管理，通過綜合分析技師技能特徵、作業效率及工位使用狀態等信息，提升工單分配的精準性與效率。

分級用工

在具體作業安排中，根據技師能力水平實施分級任務匹配，使技師能夠承擔與自身技能相適應的工作內容，從而降低作業過程中的風險，整體提升服務質量與運營效率。

途虎養車派單管理機制

3.生態共榮，價值共生

3.2.4 「留」：多維激勵

途虎養車制定科學的技師激勵與留存方案，將技師收入與服務單量及服務質量水平緊密掛鉤，通過「質量+效率雙導向」，有效實現技師激勵的同時保障服務質量。

此外，在日常提成收入基礎上，公司進一步通過設置紅包激勵以及年度金牌技師評選等多元化激勵措施提升技師工作積極性與歸屬感。



案例：途虎養車春節技師紅包激勵

2025年1月，為保障春節期間服務供給並提升技師履約積極性，途虎養車在各業務線開展技師激勵活動，通過多種形式鼓勵技師春節期間接單服務，增強技師留存與服務保障能力。報告期內，春節技師激勵活動累計向技師發放紅包超過2,600萬元。



案例：途虎養車金牌技師評選活動

途虎養車也通過排行榜、挑戰賽、金牌技師評選等方式，激勵門店技師持續提升自我。其中，我們從2024年發起並持續開展的年度金牌技師評選是提升技師榮譽感的重要活動，該活動從技術能力、服務質量及職業素養三個維度對技師進行綜合評價，最終在全國範圍內評選出400名金牌技師，並給予現金、工具箱、定製工服、榮譽證書和App身份標籤等激勵。2024年評選出來的金牌技師，在2025年的留存率也明顯高於其餘技師。

報告期內，途虎養車技師隊伍穩定性持續提升，整體技師留存率較上年同期提升5個百分點，體現了公司在技師成長支持與職業發展保障方面的管理成效。

3.生態共榮，價值共生

3.2.5 「控」：服務質控

途虎養車持續強化技師服務質量的全過程管控，通過構建標準化與數字化相結合的質量監督機制，確保核心服務環節運行規範穩定，推動服務質量水平整體提升。

公司依據《門店標準與管理規則》，為技師行為規範和施工流程提供規則指引，並通過系統和質檢機制確保服務流程的規範性。此外，針對質檢不合格的場景，我們按照嚴重程度與違規風險劃分為常規項、關鍵項和紅線項，並針對不同類別匹配差異化管理與約束措施，從而推動技師形成規範化的質量執行標準體系。

對核心項目實施「技師自檢+ 交叉複檢+ AI質檢」的多重質量驗證流程，推動施工過程及質檢結果實現自動記錄與歸檔管理，確保服務記錄具備可追溯性與規範性，支持質量管理持續優化。

作業質量
管控

質量責任
管理

針對未達到質量標準要求的作業情形，建立相應的質量責任管理機制，對相關責任技師實施規範化處理措施，保障服務過程符合平台統一質量標準。

途虎養車技師服務質控體系

在不放鬆質量管控的基礎上，我們也持續優化處罰規則。2025年，針對新技師的違規項，我們新建立了懲罰豁免機制，並提供針對性的技師學習指導以提升其規範性和服務能力，這也進一步提升了新技師在途虎平台的體驗。報告期內，新技師違規豁免累計超過150人次。

3. 生態共榮，價值共生

3.3 供應鏈永續管理

途虎養車的供應商橫跨汽車服務價值鏈的各個環節，包括上游產品供應商、中游物流履約供應商等。途虎養車持續完善供應商管理制度體系，構建覆蓋准入評估、履約監督與績效考核的全流程管理機制，系統識別並有效管控供應鏈各環節風險。在此基礎上，公司通過常態化溝通與能力賦能，推動供應商提升質量管理與安全生產水平，進一步增強供應鏈整體的穩定性、可持續性與抗風險韌性。

3.3.1 供應商准入

途虎養車制定了《供應商准入管理細則》《尋源報價與供應商選擇管理辦法》等制度，並持續優化供應商引入與管理流程，確保穩定提供優質產品與服務。

途虎養車已建立覆蓋供應商信息徵集、初期評估及准入審核的全流程管理體系。公司通過邀請、推薦及自薦等多元渠道徵集信息，並依據准入標準對供應商的資信、聲譽、質量及交付能力進行綜合評估，確認合格後方可將其納入供應商庫。

供應商信息徵集

供應商信息徵集方式包括但不限於邀請徵集、內部推薦、外部推薦、供應商自薦等

供應商初期評估

根據供應商准入標準對供應商資質、聲譽、往績表現、價格、質量和交貨的及時性和準確性進行評估

供應商准入審核

通過對潛在供應商進行初期評審、現場審核等措施，對風險進行管控，在確認合格後納入准入項目供應商庫

途虎養車供應商准入篩選流程

3. 生態共榮，價值共生

我們遵循**負責任採購**的原則，在准入標準中，公司將ESG因素納入了供應商准入與合作評估體系，重點關注商業道德、質量資質、環境保護、信息安全等關鍵維度，推動合作夥伴共同踐行可持續發展理念，實現價值共享與責任共擔。

廉潔合規准入

我們通過與所有供應商簽署《廉潔誠信承諾函》《反商業賄賂、反腐敗協議》《保密承諾書》等方式來明確合作中的商業道德和商業秘密保護要求，相關協議簽署率已達到100%

產品品質把關

質量是我們首要關注的供應商能力指標，也是保障我們向用戶交付的產品和服務的基礎，我們通過現場審核等各種方式實現對供應商質量的篩選，相關內容詳情請見2.3小節「商品體驗」的「供應商合作質量控制」部分

多元責任考核

在供應商選擇與合作過程中，公司優先選用環保產品及服務，例如自配供應體系中優先選用新能源運力供應商，相關內容詳情請見5.1小節「綠色運營」中的「綠色配送服務」部分
對於信息技術服務類供應商，我們的准入評估還包括信息安全資質要求以及必要的安全評估，相關內容詳情請見1.5小節「信息安全」

途虎養車供應商准入中ESG相關標準

3. 生態共榮，價值共生

3.3.2 供應商管理

3.3.2.1 供應商評估與考核

對於公司各業務線產品供應商的評估與考核，請詳見2.3小節「商品體驗」的「供應商合作質量控制」部分。此外，公司在物流、門店軟裝、包耗材等各類非產品成本項的採購品類中也建立了系統化的履約與質量評估與考核機制，對供應商履約完成率及服務質量進行持續監督。

物流自配供應商

實施日常績效監測，重點考核當日訂單完結率、萬單投訴率等關鍵績效指標(KPI)，強化履約效率與服務穩定性管理。

包耗材供應商

據不同產品類別設定差異化的合格率要求，確保產品質量符合使用要求，保障門店運營穩定與安全。例如，纏繞膜的檢驗項目包括斷膜、膜面凹凸及壓痕線斷裂等，紙箱則重點檢驗紙芯的凹凸及內徑大小等指標。

途虎養車對部分非成本類供應商的評估標準列舉

3.3.2.2 供應商分級管理

途虎養車實行供應商分級分類管理機制，對供應商實施差異化管理與風險分層管控。根據履約表現、合規情況及合作穩定性，將供應商劃分為合格供應商名單、灰名單及黑名單，並配套明確的限制與退出機制。

3. 生態共榮，價值共生

合格供應商名單

通過公司准入審核，具備投標、報價資格的供應商名單

灰名單

存在一般性履約問題或主動或被動退出合作，在一定期限內限制其參與特定業務招標的供應商

黑名單

觸犯公司紅線（行賄、嚴重違約行為等）的供應商，永久或長期禁止合作。列入黑名單的供應商將禁止參與資材所有項目，已合作的其他項目也將逐步退出

途虎養車供應商分級管理機制

3.3.3 供應商溝通與賦能

途虎養車在供應商合作過程中，持續強化溝通協同與能力賦能機制，通過精準的前期溝通和全流程質量管理，確保供應鏈的可靠性、效率和持續穩定運作，支撐起高質量的服務與產品供應。

3.3.3.1 供應商溝通

公司建立了與各類供應商的常態化溝通機制，通過多形式的信息交流與問題反饋渠道，促進雙方對業務需求和運營標準的充分理解，提升合作效率與執行質量。

3.生態共榮，價值共生



案例：途虎養車與自配以及客服供應商的溝通與幫扶

我們在自配項目招投標階段，分別於發標後、首輪回標前組織線上答疑會議，針對供應商圍繞線路規劃、配送模式及操作規範等問題進行集中解答，幫助其充分理解業務現狀與管理要求，提升投標質量與匹配度。

在客服外包項目完成定標後，新供應商上線試運行期間，公司建立每日溝通複盤機制，聯合業務方與供應商圍繞客服接通率、人員招聘進度及項目管理情況等關鍵指標進行分析與改進，及時解決運營問題，推動服務能力快速達標。通過前置溝通與持續協同，公司不斷提升供應商理解能力與執行能力，夯實合作基礎，實現合作共贏。

3.3.3.2 供應商賦能

在標準化篩選、檢測驗證及動態評估和風險監控等管理舉措之外，我們也通過數據洞察與專業經驗，為供應商提供產品定義或優化建議，並定期召開質量提升會議，共同提升產品質量與服務表現。



案例：途虎養車協同輪胎供應商進行產品優化

2025年第三季度，我們上線了輪胎新品牌神翼shenyi，該品牌產品的設計深度參考了途虎的數據洞察，上線後也實現了銷量快速爬坡。

具體而言，在產品定義期間，我們的輪胎業務線基於近年的輪胎銷售趨勢等數據，提出了結構強度提升意見並推動供應商落地實施。比如，針對20寸以上的輪胎商品，神翼升級為雙層胎側，從而提升輪胎的結構強度，也受到用戶廣泛歡迎。

4. 同心聚力，共築未來

途虎養車堅持「以人為本」的價值觀，將人才視為企業發展的核心驅動力。我們堅持營造平等開放、多元包容、安全健康的工作環境，重視員工權益保障與職業成長。我們持續完善績效與薪酬激勵，並為員工提供系統的發展平台與清晰的成長路徑。我們不斷健全職業健康與安全管理機制，強化安全生產保障，確保員工在安全、穩定的環境中充分施展才能。

4.1 人權保障

途虎養車恪守公平、多元、合規的僱傭原則，在招聘與僱傭過程中都始終堅持公平公正、非歧視原則，保障員工合法勞動權益，致力於為所有員工營造一個尊重人權、機會平等的工作環境。

在招聘過程中，公司嚴格遵守相關國際公約與國內法律法規，制定並嚴格執行《面試、定薪與錄用審批規則》，堅決禁止任何形式的僱傭童工與強迫勞動行為。公司通過依法核驗候選人身份與年齡信息，持續完善用工合規體系，系統防範僱傭風險，切實保障員工基本權益。報告期內，途虎養車未發生任何僱傭童工及強制勞工事件。在此基礎上，公司進一步貫徹公平、公正的招聘原則，倡導公平競爭、擇優錄用，杜絕任何與崗位任職要求無關的偏見或歧視，致力於為所有候選人提供平等、透明的就業機會。

在僱傭過程中，途虎養車嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等法律法規，建立並持續完善標準化的內部僱傭管理制度。途虎養車鄭重承諾：我們尊重和關懷每一位員工，不因年齡、性別、婚姻、種族、國籍、宗教、身體缺陷、政治立場等而有不公平的對待，努力營造一個反歧視、反騷擾、包容、平等的工作環境。

4. 同心聚力，共築未來

反歧視

- 《員工行為守則》明確反歧視要求，監察中心負責對疑似違規行為進行初查與線索收集，員工到崗配合調查，由監察中心或人力資源部通知並下發《協助調查通知函》。如經證實發生觸及紅線的行為，監察中心將依據規定提請人力資源部門立即對相關違規員工予以停職處理，並收回其全部工作權限。
- 加入公益項目《苔花公約》，承諾作為用人單位，將協同全國工場店為殘障人士提供公平的就業機會；作為公共服務提供者，將持續為殘障人士提供力所能及的支持與幫助。

同工同酬

- 秉持男女同工同酬、性別薪酬平等的基本原則，不根據性別調整薪酬政策與規則，從實際結果看，管理序列女性平均薪酬為男性的1.07倍，專業序列男性平均薪酬為女性的1.10倍，此差異由崗位性質導致。

生活 工資標準

- 保障員工整體薪酬標準在互聯網公司間具備競爭力。

工會權益

- 公司遵守《中華人民共和國工會法》及相關章程規定，尊重員工依法加入、組建或不加入工會的權利，禁止以任何形式干涉員工組織或集體協議的建立、運作及管理，並切實履行包含集體協議在內的各項工會權益，維護員工合法利益。
- 公司於2022年成立途虎養車工會，截至報告期末，工會權益覆蓋100%員工。報告期間，公司組織召開了第二屆會員代表大會並順利完成委員會的換屆選舉，新當選委員中女性佔比達到44.4%，進一步提升了工會組織的代表性與履職效能，體現了公司在民主治理與多元發展方面的持續推動與落實。

途虎養車員工權益保障舉措

4. 同心聚力，共築未來

4.2 人才吸引與多元化

途虎養車始終將人才引入置於首要位置，並且保持多元化的職場環境。

2025年，我們通過多渠道招聘，全年新入職全職員工人數**1,443人**，同比增長**20%**。其中校招入職**130人**，第一學歷名校率**84%**，對外部人才的吸引力持續提升。報告期間，我們重點挖掘AI方面的人才，成功引進多名大模型中高端人才，並在校園招聘中加大對大模型算法領域應屆畢業生的招聘投入，持續儲備該前沿方向的頂尖青年人才。



案例：途虎養車加強高校合作

報告期內，公司在校園招聘中持續深化校企合作，通過分層、定向的模式提升人才引進質量。

我們與上海交通大學網絡安全空間學院共建了實習基地，並與浙江大學、復旦大學、同濟大學、華東師範大學、南京大學、華南科技大學等重點院校開展招聘雙選合作。

此外，在客服等崗位，我們還與武漢軟件工程職業學院、湖北生物科技職業學院、武漢國土資源職業學院、華中農業大學等院校合作開展定向實習生項目，促進校企協同，精準輸送專業人才。

4. 同心聚力，共築未來

截至2025年底，途虎養車共僱傭員工4,657人，其中女性佔比36%。其中研發職能員工861人，女性佔比37%。

員工人數統計	單位	截至2024年 12月31日	截至2025年 12月31日
整體			
全職員工總人數	人	4,491	4,657
按地域劃分			
內地員工數量	人	4,478	4,620
— 華東地區	人	2,074	2,113
— 華南地區	人	343	331
— 華北地區	人	253	309
— 華中地區	人	985	993
— 西南地區	人	386	419
— 西北地區	人	231	233
— 東北地區	人	206	222
港澳台員工數量	人	13	19
海外員工數量	人	0	18
按性別劃分			
男性	人	2,849	2,986
女性	人	1,642	1,671
按年齡段劃分			
< 30歲	人	2,685	1,822
30 – 50歲	人	1,785	2,813
> 50歲	人	21	22
按類別劃分			
高級管理層	人	13	15
中級管理層	人	140	131
一般管理層	人	371	340
普通員工	人	3,967	4,171

4. 同心聚力，共築未來

4.3 績效與薪酬

為持續激發組織活力、實現人才價值與公司發展的共贏，途虎養車構建了以績效為導向、與貢獻緊密關聯的全面薪酬激勵體系。我們通過科學合理的績效管理機制，精準識別與評估員工價值創造，並在此基礎上，設計具有外部競爭力和內部公平性的薪酬結構，確保激勵資源有效配置，驅動員工與公司共同成長。

4.3.1 績效評估體系

我們建立了系統性的**個人和團隊績效評估體系**，以季度回顧與半年度考核相結合的機制對全體員工以及部門組織進行績效評估。績效評估體系由績效指標、價值觀、管理能力等維度構成。我們將業績產出的客觀績效指標與評估結果強關聯，並依據不同層級及分管部門的業務特點設置差異化指標維度，保障考核的適當性和公平性。對於核心高管，重點績效指標包括財務銷售額、毛利額、淨利潤、每一元人力成本產生的銷售額等；對於各個部門的管理層和員工，則設置核心業務指標作為主要績效指標，比如物流部的履約時效和成本、門店運營部的單店管理成本和標準化體系建設水平、客服部的客服滿意度等。此外，2025年，針對一線崗位員工，我們進一步提高了績效指標在績效評估中的權重，通過以客觀業績產出為主導的體系進一步提升績效評估的客觀性和公平性。

除績效考核體系外，公司還建立了系統化的**素質能力評估體系**。該體系圍繞堅韌性、客戶服務導向、團隊合作、學習能力、成就導向、影響力、思維能力、人際理解、信息搜集、關係建立、主動性、創造力這12項核心素質指標構建，並針對不同崗位序列差異化設置關鍵能力詞條，以科學評估員工的綜合發展潛力。基於此素質能力評估體系，公司在報告期內面向各級崗位人員開展了360度潛力評估，評估結果為人才選拔、培養與發展等相關決策提供了客觀、有力的支持。

4.3.2 薪酬激勵體系

為深化人才發展與激勵體系建設，途虎養車持續優化以績效為導向的薪酬與激勵組合。

在**短期激勵**方面，途虎養車向全體員工實行基於績效的可變薪酬體系，通過設定與績效評估結果關聯的獎金制度激發各類人才活力。通過薪酬與績效掛鈎的薪酬管理體系，我們貫徹「以績付薪」的激勵導向，以此保障組織目標的落地與員工貢獻的合理回報。報告期內，我們進一步完善了可變薪酬體系，通過優化主要業務線和中後台部門員工的薪酬結構和提高獎金系數上線，強化薪酬競爭力。

4. 同心聚力，共築未來

在**長期激勵**方面，公司依託人才九宮格模型，持續對高績效、高潛力、高穩定員工授予長期激勵，從而有效保留核心人才，驅動公司業務持續發展。報告期內，我們進一步擴大了長期激勵的覆蓋範圍，加強了對一線核心崗位的關注，將表現優異的城市經理及督導納入授予範圍，以強化對市場強競爭崗位人員的激勵與保留。2025年，公司新授予股權激勵的人數同比增長15%，截至2025年末，長期激勵覆蓋的在職員工數佔在職員工總數的18.5%。

基於以上優化舉措，**2025年**，包含工資薪金、福利開支、股份激勵開支在內的人均員工薪酬同比上漲**17.6%**。

4.4 培訓與發展

途虎養車始終將員工成長與人才培養置於戰略核心位置，堅持員工與企業共同發展的理念。公司持續優化培訓體系，增強其多樣性、科學性與實效性，並不斷拓寬職業發展通道，通過多元化激勵方式激發員工潛能，全方位支持員工能力提升與職業發展。

4.4.1 員工培訓

途虎養車構建了系統化、科學化且具有前瞻性的員工培訓體系，旨在通過多元培訓渠道與資源，持續提升員工的專業能力與綜合素養。公司採用線上線下相結合的培訓模式，圍繞新員工培訓、通用培訓及領導力培訓三大核心維度展開，系統化地培養專業人才與管理梯隊，為公司可持續發展奠定堅實的人才基礎。

4.4.1.1 新員工培訓

途虎養車的新員工培訓體系覆蓋不同群體，包括面向新總監級員工的「再攀登」項目、面向新經理及以下員工的「新起點」項目，以及面向新招應屆畢業生的「新動力」項目。我們通過分層的新員工培訓體系，持續提升新員工融入體驗，全年組織融入滿意度達4.9分（滿分5分，下同），為新員工快速適應提供有效支持。

4. 同心聚力，共築未來



案例：校招生培訓與帶教

2025年，途虎養車對面向校招生的「新動力」計劃進行了系統性優化，構建了線上線下融合、導師帶教與標準化工具並行的綜合培養體系。

線上，重新梳理《文化制度應知應會》課程內容，梳理了覆蓋行業知識、企業文化、職業發展與合規制度等關鍵模塊的清晰學習路徑。

線下，在常規集訓中創新融入汽車主題實踐環節—造車活動、熱點互動及工場店參訪等環節，強化業務感知與團隊協作。

同時，公司為每名校招生嚴格配備一對一業務導師，導師從人員穩定、績效優良的團隊中遴選，並圍繞「文化融入引領」、「業務實戰帶教」與「持續關懷溝通」三大維度，依託標準化培養工具包開展系統帶教，確保了培養質量。

「新動力」計劃系統性優化後，線上課程學員滿意度達4.91，較上年提升0.18；線下集訓整體滿意度達4.82，較上年提升0.12；季度導師評分4.88，年度導師評分提升至4.80，較上年提升0.06。



4. 同心聚力，共築未來



案例：「新起點」培訓

2025年，途虎養車面向328名新加入的員工開展了10期「新起點」培訓，幫助新員工知曉文化制度等應知應會，加強組織融入感。參訓學員人均學習時長6.5小時，對培訓項目的滿意度達4.94分，同比提高0.14分。



途虎養車常規新員工培訓項目

此外，途虎養車持續深化一線員工的「招培一體」培養模式，將招聘、系統化培訓與崗位實踐深度融合，為員工規劃了從入職適應、技能提升到崗位勝任的清晰發展路徑。該模式不僅幫助新員工快速掌握業務技能、縮短上崗週期，還通過持續的帶教輔導與職業發展支持，助力一線員工實現長期成長，為業務穩定運營與人才梯隊建設提供了可持續的支撐。

4. 同心聚力，共築未來



案例：督導見習專項培訓

針對督導崗位，途虎養車通過「1個月集中面授集訓+ 1個月在崗驗收定崗」的培養模式，系統講授涵蓋門店服務流程、施工標準、數據分析、溝通技巧等約20個核心模塊的專業與管理課程，並進行崗位實操。

2025年督導見習專項培訓覆蓋209人，累計培訓時長1,760小時。



案例：客服坐席專項培訓

針對客服崗位，途虎養車通過「2周集中面授集訓+ 2周崗位帶教」的培養模式，系統講授汽車產品知識、客服系統操作及標準化服務流程等核心內容，幫助學員快速掌握崗位所需技能。

2025年客服坐席專項培訓累計開展91期，覆蓋1,588人(含自有與外包員工)，累計培訓時長約89,000小時。



途虎養車「招培一體」培訓項目

4.同心聚力，共築未來

4.4.1.2 通用培訓

途虎養車面向全體員工提供覆蓋**技能**、**業務知識**等方面的通用培訓，2025年，我們在持續優化自研培訓體系的基礎上，進一步拓展了培訓內容的廣度與深度。在通用技能方面，新增了包括結構化思維、AI工具應用等前沿實用課程，特別是通過系統性AI工具應用培訓，助力員工掌握新時代下的數字化工作方法與創新能力；同時，圍繞業務發展需要，系統擴展了業務知識普及培訓的主題範圍，強化員工對行業與公司業務的整體認知。



案例：AI工具辦公提效培訓

為幫助員工認識並借助AI工具提升辦公效率，公司通過公眾號長圖文形式持續推出系列培訓內容《DeepSeek使用指南》《AI輔助編寫函數公式》等系列培訓內容，累計覆蓋3,955人次。



读报告、比方案、理结构...途虎同事用AI三分钟搞定
4大职场真实案例，教你把AI用到工作里，带你告别低效与重复



AI学习（第1期）| 如何用好DeepSeek?

【有讲就有奖】文末分享你的职场AI使用经验，即可领取途虎周边奖品一份🎁

4.同心聚力，共築未來



案例：結構化思維培訓

為培養員工的結構化思維，掌握寫作與表達的底層邏輯，公司通過公眾號長圖文形式發佈了《金字塔原理》《10分鐘寫周報》等系列培訓內容，累計覆蓋2,162人次。



案例：途虎業務知識科普培訓

為幫助員工了解公司業務模式與發展現狀、提升全局認知，公司通過線下集訓面授與公眾號推文相結合的形式，圍繞輪胎、蓄電池、快修、物流倉儲、途虎AI、數據分析等業務開展了6場集訓並發佈了4篇總結推文，線上線下累計覆蓋4,044人次。



途虎養車通用技能培訓項目

4. 同心聚力，共築未來

4.4.1.3 領導力培訓

途虎養車同樣高度關注員工的管理能力培養，我們一方面通過線上課程和文章推送為全體員工提供圍繞管理塔能力的培訓，另一方面針對管理層級員工提供專項的「新銳計劃」培訓項目，旨在為員工提供面向實際業務場景的管理能力進階與領導力提升支持。



案例：「新銳計劃」培訓

報告期內，公司面向新招及新晉經理及以上的員工開展了「新銳計劃」管理培訓，在自研體系基礎上引入外部優質課程，圍繞《領導梯隊－管理他人》《途虎組織與人才發展》等核心內容，通過線下集訓面授形式，幫助管理者系統掌握行業先進的管理方法與實踐，強化組織與人才發展理念，提升其在選、用、育、勵、汰等方面的綜合管理能力，助力管理者吸收先進方法與實踐經驗。

2025年該培訓的學員滿意度達4.74分。



2025年，途虎養車在培訓覆蓋與投入方面，全年參訓員工總數達4,474人；人均受訓時長大幅提升至14.83小時，同比增長87%；培訓平均滿意度達到4.85分（即97%），較2024年提升0.11分，體現了培訓實效與員工認可度的同步提升。

4. 同心聚力，共築未來

培訓與發展指標	單位	2024年	2025年
整體			
培訓與發展投入	元人民幣	/	535,202
培訓覆蓋全職員工數	人數	4,419	4,474
培訓總小時數	小時	35,528	69,073
受訓員工百分比	%	98.4%	96.1%
員工人均受訓總時數	小時	7.91	14.83
按性別劃分			
受訓員工百分比			
— 男性	%	/	96.9%
— 女性	%	/	94.6%
員工人均受訓總時數			
— 男性	小時	8.69	13.14
— 女性	小時	6.56	17.80
按僱員類別劃分			
受訓員工百分比			
— 高級管理層	%	/	100.0%
— 中級管理層	%	/	93.9%
— 一般管理層	%	/	97.1%
— 普通員工	%	/	96.1%
員工人均受訓總時數			
— 高級管理層	小時	0.7	1.5
— 中級管理層	小時	7.7	3.7
— 一般管理層	小時	2.2	1.4
— 普通員工	小時	8.5	16.3

4. 同心聚力，共築未來

4.4.2 員工發展

途虎養車致力於為員工提供廣闊的職業發展空間，構建多元化的成長路徑，幫助員工在不同階段實現個人價值。通過構建公平透明的縱向晉升體系與靈活暢通的橫向轉崗機制，我們系統性地打通了員工職業發展的雙通道。這一雙通道發展模式不僅幫助員工拓展職業邊界、提升綜合競爭力，也為公司關鍵崗位輸送了複合型人才，有效增強了組織的人才活力與業務韌性，持續推動個人與組織的共同成長。**2025年途虎養車通過縱向晉升和橫向轉崗滿足的崗位比例分別達到22%和16%。**

4.4.2.1 縱向晉升

我們為員工每年提供兩次基於績效與能力的明確晉升窗口，着力構建規則清晰、成長可見的良性發展環境。為持續激發組織活力並暢通人才發展通道，公司在報告期內對員工**晉升制度進行了系統性優化**。本次優化聚焦多維評價、閉環反饋與規範流程，具體舉措包括取消低職級員工述職要求、提升360度評估覆蓋範圍、推動晉升流程全面線上化，並加強對評委評審一致性的復核機制。

多維評價體系

綜合運用業績報告、現場述職與360度評估等多種評審方式，多維度、多視角驗證員工表現。

閉環反饋機制

將評審產生的積極性評價與建設性建議系統性地反饋給員工本人，並提供清晰的發展指引。

規範晉升流程

堅持公平、公正、公開原則，定期開放晉升窗口；

推動流程線上化、標準化，確保規則延續、過程可追溯。

途虎養車縱向晉升體系

4.同心聚力，共築未來

晉升流程線上化

推動從提報、審批、評審、唱票到結果公佈的晉升流程全環節線上化運行，減少人為偏差與疏漏，確保全公司評審標準與執行流程的高度一致、可追溯，從而顯著提升員工對內部機會公平性的信任度。

提高360度 評估覆蓋面

在晉升環節進一步擴大360度評估的覆蓋範圍，收集更多平級反饋作為評委評價的輸入依據，從而為評委提供更豐富、多元的視角(如協作、影響力、團隊貢獻等)，使晉升決策更全面、立體。

2025年360度測評覆蓋人員佔晉升評審總人數的66%，較2024年上升53個百分點。

取消低職級 員工述職

針對低職級員工，取消現場述職，推行線上模式。評委結合崗位熟練度、工作投入度、績效等客觀信息數據以及與360度評估報告進行獨立評判，從而減少現場表現干擾，更聚焦實質業績。

落實後，晉升推薦與實際通過人員一致性約80%，與述職評審有效性相當，與此同時單人次平均評審耗時從50分鐘降至26分鐘，評審效率顯著提升。

提升評審質量

晉升評審結束後，系統收集評委評審一致性、停留時長等關鍵過程數據，用於分析評審質量與偏差，並向評委提供個人評審報告。對一致性較低的評委，暫停其下一輪評審資格，從而強化評審過程的公信力與規範性。

2025年晉升評審結果的一致性達到83%，較上年提升了2個百分點。

4. 同心聚力，共築未來

4.4.2.2 橫向轉崗

在完善縱向晉升體系的同時，公司積極推動員工的橫向流動發展。我們鼓勵員工結合個人職業規劃與組織需求，主動探索跨部門、跨職能的轉崗機會，以拓寬職業路徑、提升綜合能力。

公司建立了系統化的內部人才流動機制，定期開放內部崗位申請，員工可通過轉出意向溝通與轉入面談評估等環節，在業務需求匹配且通過雙方部門綜合評審的基礎上，實現有序流動。此外，公司為轉崗員工提供針對性的技能培訓與適應支持，助力其順利融入新角色、發揮新價值，確保轉崗員工能夠順利融入新崗位，實現職業發展的多元化。

4.4.2.3 持證激勵

此外，途虎養車針對叉車操作、危險品運輸、電工等崗位人員提供持證激勵，鼓勵員工在職業技能方面進行自我提升。

新能源業務領域專業技能

為提升新能源「三電」維修技術能力，公司不定期組織技師員工參加外部實操培訓，以重點強化新能源核心技術的維修操作能力。

物流倉儲崗位職業資格支持

在物流倉儲板塊，公司圍繞不同工種的上崗要求與安全規範，為員工提供了崗前培訓及相關職業資格證書（如安全員、叉車操作證、電工證等）考取的費用支持。

門店崗位內部技能認證體系

公司持續完善內部技能學習與認證體系，結合技師與店長的崗位任職要求，開展如二星店長認證、中級技師認證等項目，以支持員工在職業發展中持續提升專業能力，更好滿足業務發展需求；2025年，相關學習與認證覆蓋店長超過10,000名、技師超過35,000名。

途虎養車持證激勵類型

4. 同心聚力，共築未來

4.5 福利與活動

途虎養車致力於為員工提供富有競爭力的福利待遇，構建了一套兼具外部競爭性與內部公平性的福利體系。在確保法定福利全面落實的基礎上，公司持續提供多元化的人文關懷福利，並組織豐富的員工活動，以保障員工的付出獲得相匹配的回報與關懷。

4.5.1 法定福利

途虎養車嚴格遵循國家法律法規，始終將保障員工合法權益置於首位。公司依法為全體全職員工足額繳納五險一金，並全面落實帶薪年休假等法定福利，為員工構築堅實可靠的基礎保障，充分體現企業責任與人文關懷。

自2026年1月1日起，途虎養車面向全體正式員工新增子女陪護假來更好地幫助員工平衡工作與家庭生活。員工在其父母因病住院需要護理時，可依據當地政策申請該假期，最早可從父母住院當日開始休假。

4.5.2 其他福利和活動

途虎養車在全面落實法定福利的基礎上，每年持續為員工提供多樣化的非薪酬福利並組織豐富的文化活動，內容涵蓋職業健康、文娛生活及日常關懷等多個維度，以全方位關注和促進員工的身心健康。

職業健康

- 年度體檢：為全體員工提供免費年度體檢，保障員工身體健康；
- 心理諮詢：為全體員工免費提供7*24小時心理諮詢熱線（EAP員工關愛熱線），為員工心理健康保駕護航；
- 女性關懷：提供職場母嬰室。

文娛生活

- 提供多樣化文化娛樂福利，包括周年慶典活動、大促節點活動、節日關懷禮包、專項團建經費等，覆蓋全體正式員工、外包員工等。

日常關懷

- 在員工日常生活方面提供補貼，包括晚餐券或夜宵券、職場間通勤報銷、晚歸交通費報銷等。

特殊員工福利

- 針對長期需要出差等特定工作性質的員工，我們提供意外保險、技能補貼、外派津貼、一次性搬家費、高溫津貼、夜班補貼等。

途虎養車特別福利和活動

4.同心聚力，共築未來



案例：途虎工會職場羽毛球大賽

為持續營造健康、活躍的職場文化，途虎養車工會將職工羽毛球大賽定位為年度重點文體項目予以積極推進。2025年，為進一步擴大活動覆蓋面和參與度，賽事首次設立上海、武漢雙賽區。在賽制方面，工會同步開設「新手趣味賽」與「專業競技賽」雙通道，並創新引入「盲盒組隊」機制，有效打破了部門壁壘，促進了跨業務單元的交流與融合。本屆賽事共吸引104名員工踴躍參與，參賽人數較往屆增長20.9%，在提升員工歸屬感、增強團隊凝聚力方面取得了顯著成效。



案例：大促節點員工關懷

在各種大促節點以及業務高峰關鍵期，途虎養車於全國各職場統一設立「能量補給站」，面向一線奮戰員工提供包含零食、水果、熱餐等在內的多樣化能量補給。該舉措深度融合線上線下互動活動，在為員工提供及時、暖心物質支持的同時，有效傳遞了企業的關懷與認可，實現了對業務高峰期間員工精神狀態與團隊士氣的重要支撐。



4. 同心聚力，共築未來



案例：夏季外勤員工高溫補貼

在夏季高溫期間，途虎養車開展了專項關懷行動，通過差異化物資配置精準保障員工健康與安全。一方面，公司面向全國近7,000家門店統一發放共計40,500份「夏日補給品」(含掛脖風扇、運動水杯)，實現基礎防暑降溫覆蓋；另一方面，針對一線外勤員工及重點高溫城市門店，特別定制併發放了7,365份「夏季清涼禮包」(內含花露水、收納包、冰袖等實用防暑物資)，有效應對戶外及高溫環境作業需求。該行動切實改善了員工在高溫作業條件下的工作體驗，體現了公司對一線員工安全健康的高度重視與細緻關懷。



案例：中秋職場文化活動

在中秋節期間，途虎養車為全體員工發放了定制中秋禮包，並於全國各職場同步舉辦「虎樂中秋」主題文化活動。活動現場設置了投壺、手繪月球燈、DIY養生香囊等富含傳統文化元素的體驗環節，並同步開展線上互動遊戲，有效增強了節日的儀式感與文化互動性。該活動在傳遞節日祝福的同時，營造了溫馨、團圓的組織氛圍，進一步提升了員工的歸屬感與文化認同。



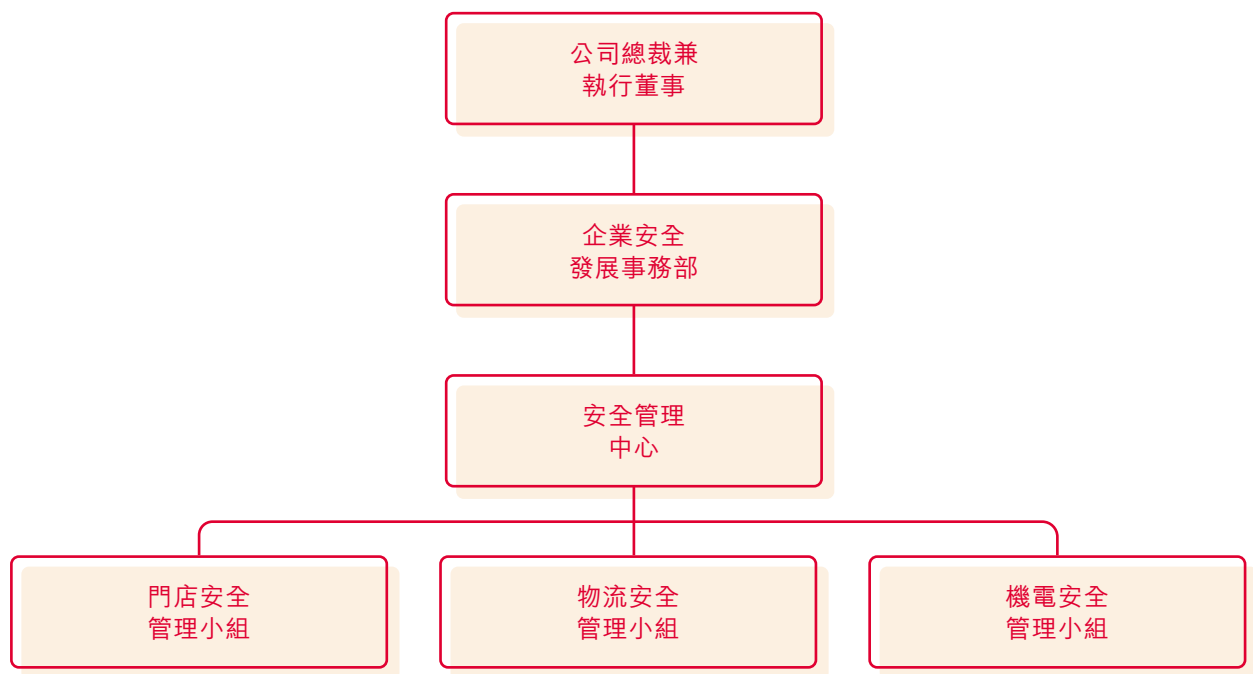
4.同心聚力，共築未來

4.6 職業健康與安全

途虎養車始終將員工的職業健康與安全視為業務運營的重中之重。在持續完善物理環境與作業流程安全管理體系的同時，公司同樣關注員工的心理安全與健康。我們致力於在日常運營的各個環節系統提升安全管理水平，為員工營造安全、健康、可持續的工作環境。

4.6.1 管理體系

途虎養車嚴格遵循《中華人民共和國職業病防治法》《職業健康檢查管理辦法》等國家法律法規，並參照《企業安全生產標準化規範》(GB/T 33000)及《職業健康安全管理体系》(ISO 45001)的相關標準，系統性構建了職業健康與安全管理體系。該體系明確以總裁兼執行董事為最高責任人，並以安全管理中心為專職執行機構，形成權責清晰的治理架構。在此組織保障下，公司已將安全管理全面融入日常經營流程，確保職業健康與安全工作的系統化、常態化落實。



途虎養車職業健康安全治理架構

4. 同心聚力，共築未來

為保障職業健康安全管理體系的有效運行與持續優化，途虎養車採用「標準化－執行－檢查－改進(SDCA)」循環管理方法，系統強化體系的適用性與執行效果。同時，公司充分發揮互聯網技術優勢，聚焦安全管理的核心風險，通過數據分析深入追溯事故根源，並落地針對性解決方案。此外，我們以產品運營和技術創新為雙輪驅動，持續提升安全管理效能與本質安全水平，推動安全管理向智能化、精細化方向演進。

標準制定

- 通過實地考察、業務對齊、試運行校驗和異常修訂等管理手段，確保管理標準的合理性和可落地性
- 目前已制定《途虎養車安全生產責任制》《途虎養車安全檢查及安全隱患治理制度》《途虎養車職業衛生管理制度》《途虎養車生產安全事故應急預案》等內部制度，覆蓋管理制度、操作規範、應急預案等方面

- 依託全量透傳、集中培訓和日常答疑等方式，確保制度能夠高效推行並深入落實

執行落地

檢查

- 通過三方聯合檢查、檢查隊伍對標等機制，實現對檢查團隊能力的有效把控，同時確保檢查覆蓋所有關鍵場景

- 充分發揮技術優勢，依託易行、藍虎等自研在線平台，構建涵蓋「檢查、整改、驗證」的全鏈路線上安全管理流程，以提升職業健康安全管理的死循環管控能力

改進

途虎養車職業健康安全管理體系

報告期內，公司未發生員工因工死亡事件；全職員工共發生8起工傷事件，因工損失工作日數127天，較2024年明顯下降。

4.同心聚力，共築未來

4.6.2 職業健康

途虎養車始終切實履行僱主責任，在身體和心理健康方面為員工提供及時、有效的職業健康保障，促進員工身心健康均衡發展的同時，推動了員工與企業在健康、可持續的軌道上共同成長。

員工日常管理與風險識別由業務部門與人力資源業務合作夥伴(HRBP)協同負責。業務部門負責主體責任，常態化關注員工表現與工作場景安全；HRBP提供專業支持，協助落實規範、開展風險預警與員工諮詢。如遇職業健康安全突發事件，業務部門須立即啟動應急響應，聯動員工服務與關係組進行評估，並依法依規制定專項方案，確保事件妥善處理，保障員工權益。

身體健康保障

- 年度體檢
- 商業意外險
- 僱主責任險

心理健康支持

- 員工幫助計劃(EAP)

途虎養車職業健康保障舉措



途虎養車EAP員工關愛項目

為系統關注員工心理健康，途虎養車面向全體員工免費提供7 * 24小時心理諮詢熱線(EAP員工關愛熱線)，支持通過電話或視頻形式獲得專業諮詢師一對一、全保密的服務。服務內容涵蓋情緒疏導、壓力管理、職場適應、人際關係及家庭支持等常見議題，旨在為員工提供及時、專業的心理支持。

2025年，為提升EAP服務的知曉度與使用率，公司通過內部公眾號、職場宣傳欄等渠道持續推送服務指南及心理健康科普內容，幫助員工增強自我調適意識與能力，積極營造關注心理福祉、包容互助的組織氛圍。



4. 同心聚力，共築未來

4.6.3 安全生產

途虎養車在持續關注員工身心健康的同時，也高度重視日常生產運營中的安全防護。針對職場、門店及倉庫等不同辦公與業務場景，公司制定了差異化的安全生產舉措，系統保障公司正式員工、外包員工以及加盟店員工在工作環境中的健康與安全，為公司的穩健運營構築了堅實可靠的安全防線。

4.6.3.1 職場安全

途虎養車始終將職場安全置於運營管理的重要位置，通過系統化的安全佈防、常態化的安全檢查與定期化的安全演練，構建起全方位、多層次的職場安全防護體系，持續築牢員工安全工作環境的基礎防線。

安全佈防

- 各樓層配置滅火器、消火栓等消防器材

安全檢查

- 保安每2小時進行樓層安全巡檢；節假日前開展安全專項檢查
- 每月進行消防月檢；定期進行消防測試，確保現場消防設施設備正常運行

安全培訓與演練

- 面向安全應急小組，進行突發事件應急預案和處置流程培訓
- 面向現場保安、保潔，定期進行消防安全培訓

途虎養車職場安全舉措

4.6.3.2 倉庫安全

我們遍佈全國的區域倉也是重要的工作現場，為建立系統化的倉庫安全保障體系，途虎養車從定期檢查、閉環整改與培訓演練三方面系統推進相關工作。

途虎養車在與倉儲類供應商的合作合同中明確增設安全管理條款，強化外部協同；與此同時，公司實施「總部+現場兼職安全員」的雙邊管理機制，對各類倉庫進行定期安全檢查。

4.同心聚力，共築未來

日常檢查

- 上班前檢查叉車、輪胎打包機等設備的安全狀態
- 下班前檢查倉庫用電設備關閉情況以及打烊情況等

月度檢查

- 全量檢查倉庫的存儲安全、電氣安全、環境安全、設備安全、消防安全、作業安全

專項檢查

- 春節等特殊期間，值班小組開展每日檢查並由安全部門通報結果，確保電氣安全

途虎養車倉庫安全檢查舉措

在閉環整改方面，公司構建安全改善閉環機制，系統整合來自輿情監測、門店設備與人員安全事故上報、保險理賠等多渠道信息，對安全事故與隱患進行統一歸因分析和優化處理。依據分析結果，公司進一步推動針對性整改措施落地，持續完善安全管理體系，實現從風險識別到治理提升的全流程優化。

在培訓演練方面，公司於2025年組織開展了5場安全管理專項培訓，涵蓋倉庫安全檢查標準&考核標準、電動地牛安全、春保安全、叉車安全使用、倉庫安全事件緊急上報管理制度等主題；與此同時，我們在全國區域倉輪流開展應急演習。培訓和演練的落實有效提升了倉庫端的安全管理能力與風險防控水平。

4. 同心聚力，共築未來



案例：途虎養車區域倉消防演習

2025年，途虎養車共開展了32場線下消防演練活動，覆蓋全國區域倉，由倉庫負責人和核心員工參加，提升應急響應和應急處置能力。



4.6.3.3 門店安全

截至2025年底，我們全國的工場店體系支持了超過6萬名就業崗位，因此保障工場店內的安全生產也是我們安全管理體系的核心。我們構建了「標準、培訓考核、監督、整改」的管理閉環，旨在推動安全規範從制度文本向「每個工位」有效落地。

報告期間，途虎養車系統整合了工場店各維度的安全管理要求，編製並發佈《工場店安全管理白皮書》，對作業、用電、消防、環境及設備安全等方面作出**系統化、標準化規範**。

為切實推動《工場店安全管理白皮書》落地，確保各項安全管理要求得到有效貫徹與執行。我們通過藍虎平台發佈並組織工場店全員學習，同時將安全知識考試作為員工上崗的必要前提。報告期內，途虎養車工場店安全**培訓覆蓋率**和安全培訓合格率均為100%。

同時，依託區域督導巡查與數字化平台監控，我們形成常態化的安全**檢查與監督**機制。報告期內，我們對工場店的安全檢查覆蓋率達到100%，檢查記錄超過160萬條，關鍵檢查項達標率超過90%。

4.同心聚力，共築未來

針對檢查發現的安全問題，我們即時推進門店**整改**，並通過「整改效率漏斗」與「逾期未整改清單」持續跟進整改過程。檢查與整改情況與門店評級、派單調度等核心運營指標掛鉤，形成強有力的執行約束與激勵，系統性提升了安全管理的穿透力與實效性。

為進一步強化門店安全保障，報告期內，公司針對舉升等門店高風險場景，重點落實了安全管理升級舉措。

舉升作業安全專項

- 重發技師強化質檢
- 違規技師再培訓
- 重發技師強化質檢

舉升設備安全專項

- 專業加固支持：提供整改方案與供應商資源，協助門店完成設備安全隱患整改
- 集中驗收管理：由安全管理中心統一進行整改驗收，確保執行合規有效
- 雙周閉環跟進：建立不合格門店清單，每雙周同步整改進度，並設立大區對接人與專項群組進行過程支持
- 標準結果反饋：以質檢合格為整改完成標準，並每雙周向大區反饋合格明細

自營店設備升級

- 自營技術中心及高端店全部進行扒胎機、動平衡的設備升級，新設備通過自動識別、智能輔助、一次性操作、優化輪轂保護器等功能，顯著降低了技師的操作難度與勞動強度，從而降低了操作中的安全風險。

途虎養車門店安全專項強化舉措

除了門店方面優化舉升作業及相關設備外，公司積極運用**AI大模型等智能化工具**，進一步增強對安全風險的主動識別與預警能力，及時指導門店整改提升。比如，途虎養車智慧火災預警系統，途虎養車依託AI與物聯網技術，構建了覆蓋全國工場店的智慧火災預警系統。該系統能夠對火焰、煙霧及異常溫升進行7×24小時不間斷智能監測，並通過「App推送+語音電話+短信」的多級聯動預警網絡，實現險情秒級觸達相關責任人，形成從風險實時感知、快速預警到應急響應的全流程閉環管理，顯著提升了工場店的火災防控能力與應急處理效率。

5. 綠行致遠，共益同行

途虎養車堅信，企業的長遠發展必須與行業進步及社會福祉深度融合。我們將綠色運營貫穿業務全鏈條，積極履行社會責任，通過技術培訓、社區服務、道路安全倡導等公益行動回饋社會。同時，我們攜手合作夥伴共建行業標準與生態，推動汽車後市場向着更環保、更公平、更可持續的方向進化，實現商業價值與社會價值的共贏。

5.1 綠色運營

途虎養車將綠色運營理念深度融入企業發展的核心戰略，積極探索並實踐與汽車服務行業特點相結合的可持續發展路徑。我們致力於構建更具氣候韌性的運營體系，通過持續優化資源使用效率、提升整體運營效能，並系統化管理廢棄物與污染物。

5.1.1 應對氣候變化

途虎養車積極識別並應對氣候變化可能帶來的各類風險，在氣候變化日益成為全球嚴峻挑戰的背景下，持續開展相關應對工作。我們參照氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)的建議框架，對氣候相關的風險與機遇進行了系統化識別，並制定了相應的應對舉措，以進一步提升公司在氣候轉型背景下的氣候韌性。

5.1.1.1 管治

途虎養車已建立並持續完善覆蓋全維度的氣候變化管治體系，確保相關工作穩健有序開展。在治理層面，董事會作為最高決策機構，統籌指導ESG委員會開展氣候相關風險的識別、評估與管理，並監督相關內控制度的有效運行，明確氣候戰略方向與管理要求，推動風險與機遇識別機制向常態化、制度化邁進。在管理層面，公司高級管理層負責跨部門協同與策略落實，定期向董事會匯報進展與績效，確保氣候治理工作的持續優化與高效運行。

5.1.1.2 策略

業務模式、價值鏈、策略和決策

途虎養車協同公司的戰略規劃、財務以及各業務部門，結合政策導向、行業趨勢及企業運營特點，對氣候相關風險與機遇進行了識別，並開展了對業務模式和價值鏈的影響分析及相應的策略和決策制定。

5. 綠行致遠，共益同行



物理風險

急性風險：極端天氣事件（如颱風、洪水等）的嚴重程度和頻率增加

影響

極端天氣下客戶當日進店量會明顯下降，並可能會導致門店運營中斷，人員安全受威脅、財產受損。

此外，極端天氣將導致物流運輸中斷、供應鏈中斷，對交付時效產生重大影響。

時間範圍

短期

應對舉措

我們基於數據模型搭建重大災害的監控和預警能力，健全暴雨與颱風分級預警機制，為門店和倉庫提供及時災害預警；並且為門店和倉庫覆蓋財產險。

門店端，我們制定災害應對指引以及《颱風天氣門店營運指南》，為員工科學應對極端天氣提供更具針對性的指引，進一步強化人員安全保障與物資供應穩定性。

倉庫端，我們持續優化《倉庫防颱風防汛應急預案》，進一步強化倉庫風險防控與應急處置能力，包括事前強化倉庫防護措施並開展人員安全培訓；事中及時調整訂單配送策略，保障客戶履約效率；事後快速開展設施設備修復工作，推動運營秩序盡快恢復。此外，我們持續完善物流供應鏈應急機制，強化多路徑調配與協同保障能力，確保極端天氣條件下物流運輸的穩定性與時效性。

5. 綠行致遠，共益同行

慢性風險：慢性氣候變化（如平均氣溫上升、降雨量上升與海平面上升）

影響

平均氣溫升高導致蓄電池、橡膠件等配件壽命縮短，引起潛在質量投訴風險。

此外，氣溫及降雨量的緩慢變化可能導致運營地及原材料供應地區的員工通勤和工作受阻，增加人力成本。

時間範圍

長期

應對舉措

我們協同供應商持續優化產品質量和性能。

我們不斷優化氣象預報定時監測機制，結合天氣變化動態調整線下運營人手配置、員工通勤安排及物流應急措施，進一步提升業務運營的靈活性與安全保障水平。



轉型風險

政策和法律風險：對現有產品及服務的強制性監管

影響

限制燃油車配送等潛在監管要求影響履約服務。

時間範圍

短期

應對舉措

我們持續推進綠色物流建設，逐步推動自配送線路向新能源車輛配送方式轉型。

5. 綠行致遠，共益同行

市場風險：客戶行為變化

影響

客戶對綠色產品及低碳性能需求提升，若無法及時調整產品和服務，會導致客戶流失。

客戶對綠色及低碳性能的新能源車的需求提升，若無法及時推出面向新能源車的產品和服務，會導致客戶流失。

時間範圍

長期

短期

應對舉措

我們積極加強與品牌方的合作，推廣其推出的綠色低碳產品，例如採用可持續材料生產的環保型輪胎等產品應用。

我們積極推出服務於新能源汽車的產品與服務，涵蓋油電共用的輪胎、底盤、車膜、車品等品類，以及新能源車型特有的電池、電機、電控及減速器油相關品類。

聲譽風險：消費者情緒和投資者偏好的變化

影響

如未能有效降低環境影響，可能導致客戶信心下降、聲譽受損，進而影響市場競爭力。

時間範圍

長期

應對舉措

我們努力降低運營過程中的碳排放水平，包括通過積極採用新能源車輛運輸及循環利用物流包裝等舉措持續推進綠色物流實踐。

5. 綠行致遠，共益同行

能源來源機遇

- 可再生能源利用：已制定光伏建設計劃，將按時間表逐步推進在自建倉中用綠電替代市電的應用，持續優化能源結構。

資源使用效率機遇

- 回收與再利用：持續推進包裝材料循環使用措施，並鼓勵門店及服務商對廢舊輪胎、廢舊蓄電池等廢棄物進行規範化回收處理。
- 減少資源使用：推行綠色辦公，節約辦公過程中的能耗、用水及用紙；同時計劃通過智能箱型推薦系統，進一步降低包裝材料的使用量。
- 採用更高效的運輸方式：通過優化倉儲網絡規劃，並逐步將自營配送線路切換為新能源車配送，從而提升整體配送效率。

市場與產品機遇

- 進入新市場：抓住新能源汽車銷售與保有量高速增長的機遇，積極拓展與之配套的保養、維修及專項服務，構築在新能源汽後服務領域的領先優勢。

途虎養車氣候變化機遇識別與適應

財務影響

針對已識別的氣候相關風險和機遇，我們以應對相關風險所發生的支出佔總收入的比例或相關風險導致的已有收入下降，以及相關機遇帶來的成本費用節省佔收入的比例或相關機遇帶來的增量收入佔比的提升幅度，作為核心量化評價指標，對財務影響進行綜合評估。

依據公司內部風險管理分級標準，若該比例低於0.1%，則認定財務影響程度為「可忽略」；若比例在0.1%（含）至1%之間，則認定財務影響程度為「低」；若比例在1%（含）至5%之間，則判定為「中」；若比例達到或超過5%，則視為「高」。

按照上述指標和標準，公司構建了氣候相關財務影響的系統性分析框架，並基於此開展了2025年氣候相關財務影響定量分析。

5. 綠行致遠，共益同行

氣候變化風險	財務影響分析	當期（2025年）財務影響
物理風險－急性風險	為應對極端天氣事件而發生的支出和由於極端天氣而導致的損失（包括保費、設備、庫存和門店補貼等支出等）佔公司總收入的比例	<0.1%
物理風險－慢性風險	由於平均氣溫上升導致的用電成本佔公司總收入的比例的增長	<0.1%
轉型風險－政策和法律風險	為滿足監管要求而發生的額外支出（包括強化溫室氣體核查等）佔公司總收入的比例	<0.1%
轉型風險－市場風險	更高的新能源汽車保有量導致來自燃油車的保養收入的下降	不適用，2025年公司來自燃油車的保養收入仍在穩健增長
轉型風險－聲譽風險	由於市場對公司在應對氣候變化方面的負面反饋導致的用戶信任度下降以及總收入的下降	0

氣候變化機遇	財務影響分析	當期（2025年）財務影響
能源來源機遇	通過積極進行能源轉型（包括鋪設光伏等清潔能源發電等）帶來的能源費用佔總收入的比例的下降以及相關外部收入的增長	0
資源使用效率機遇	通過提高資源使用效率（包括自配中使用新能源車隊、循環使用物流紙箱等）帶來的相關費用佔總收入的比例的下降	0.1-1%之間
市場與產品機遇	通過進入新能源車服務市場（包括積極為新能源車主提供涵蓋美容、保養、輪胎底盤、高壓部件維修在內的全生命週期的維保服務），帶來的相關收入佔總收入的比例的提升	1-5%之間

途虎養車氣候變化財務影響分析

5. 綠行致遠，共益同行

氣候韌性

報告期內，我們首次開展氣候情景分析工作，以進一步識別和評估氣候相關風險在不同氣候情景下對公司運營與業務表現的潛在影響，並綜合評估公司整體氣候韌性水平。

在情景設定方面，公司選取聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)代表性濃度路徑RCP 2.6¹和RCP 8.5²作為物理風險分析情景，並從短期(0-5年)、中期(5-10年)、長期(10年以上)三個時間維度，對氣候變化對公司業務運營及財務表現的潛在影響進行評估。

在具體分析過程中，公司結合各運營地的地理位置與氣候特徵，參考世界自然基金會(WWF)等權威氣候風險數據庫，從極端天氣事件發生的頻率與嚴重程度兩個維度，對不同運營場所的物理風險暴露水平進行系統評估，並將風險等級劃分為高、中、低三個級別。在不同氣候情景下，被識別為高風險的運營地佔比如下：

物理風險類別		洪水	颱風	海平面上升	平均氣溫上升
RCP2.6	短	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	中	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	長	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
RCP8.5	短	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	中	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	長	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

不同物理風險情景下途虎養車高風險運營地佔比

¹ 代表的是一種低溫室氣體排放、高強度減排的未來情景。在第五次國際耦合模式比較計劃(CMIP5)的模擬中，該情景為到2100年將全球變暖控制在2°C以內的目標提供了約三分之二的實現概率。

² 代表的是一種高溫室氣體排放情景，它描述了在缺乏應對氣候變化政策的情況下，大氣中溫室氣體濃度將持續並保持增長的趨勢。

5. 綠行致遠，共益同行

情景分析結果表明，在RCP2.6與RCP8.5兩種情景下，隨着時間推移，公司整體面臨的物理氣候風險呈上升趨勢，但不同風險類型的影響程度與緊迫性存在顯著差異。其中，平均氣溫上升相關風險呈現更高的確定性與持續性，在中長期情景下高風險敞口明顯擴大；而洪水、颱風及海平面上升等風險對公司整體資產與運營的影響相對有限，未構成重大系統性風險。

總體來看，公司現有業務模式與戰略在不同氣候情景下展現出較為穩健的基礎韌性。儘管情景分析結果表明，在中長期維度下，公司在平均氣溫上升等慢性物理風險方面的風險暴露將逐步提升，但相關風險在報告期內尚未對公司的運營及成本結構產生實質性影響，因此當前財務影響仍處於較低水平。這主要體現了此類風險具有一定的滯後性，其影響尚未完全傳導至經營層面。

基於上述分析結果，公司已系統識別重點風險領域，並制定針對性的緩釋與適應措施，相關舉措正逐步納入公司可持續發展戰略及全面風險管理體系之中。未來，公司將持續關注氣候相關風險的演變趨勢，包括物理風險變化、政策環境及技術路徑發展，並逐步將相關潛在財務影響納入中長期戰略規劃與日常經營決策中，在戰略與運營層面保持動態調整能力，以進一步提升公司的運營韌性與長期適應能力。

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.1.3 風險管理

途虎養車已將應對氣候變化深度融入公司整體風險管理體系中，並進一步優化了氣候風險管理流程。通過構建精細化的氣候變化風險與機遇識別清單，並開展常態化的系統性評估，我們更加科學且高效地研判了氣候相關因素的潛在影響。基於風險識別的最新結果，公司動態調整並落實針對性的應對舉措，積極佈局氣候轉型中的發展機遇，在有效降低業務風險的同時，進一步穩步提升了應對氣候變化的系統韌性。



途虎養車氣候變化風險管理流程

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.1.4 指標與目標

途虎養車始終秉持並積極踐行可持續發展理念，現已建立起一套更趨系統化的環境管理目標及關鍵績效指標追蹤機制。報告期內，我們進一步梳理了範圍三的排放來源，並識別了重要性程度高的類別，建立了相關排放指標的監測體系。公司通過深化的量化管理手段與持續的流程優化，穩步加速企業自身的綠色轉型進程，並致力於引領汽車服務行業向更高效、綠色的方向實現產業升級。

指標	單位	2024年	2025年 ³
溫室氣體排放總量(範圍一與範圍二)	噸	7,042	8,716
— 直接溫室氣體排放量(範圍一)	噸	4	10
— 間接溫室氣體排放量(範圍二)	噸	7,037	8,707
單位營收溫室氣體排放量 (範圍一與範圍二)	噸/百萬元人民幣	0.48	0.53
溫室氣體排放量(範圍三)	噸	/	653,498
— 類別一：採購商品與服務	噸	/	457,226
— 類別三：燃料和能源相關活動	噸	/	726
— 類別四：上游運輸和分銷	噸	/	6,864
— 類別十四：特許加盟	噸	/	188,682

途虎養車溫室氣體關鍵績效指標

途虎養車溫室氣體減排目標

持續加強溫室氣體排放管理，系統推進各項減排措施，努力推動自身運營碳排放強度逐步下降。

³ 2025年範圍一與範圍二溫室氣體排放總量的增長主要由於能源消耗總量的增長以及電力二氧化碳排放因子的更新(2025年數據使用的是生態環境部於2025年12月31日發佈的全國電力平均二氧化碳排放因子(不包括市場化交易的非化石能源電量))。

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.2 資源使用和運營效率

途虎養車將綠色運營融入公司治理和日常經營的每一個環節，通過構建並持續完善涵蓋能源、水及包材資源的精細化管理體系，將資源效率與循環利用置於決策中心。在運營層面，我們系統性地提升能源使用效率，優化水資源循環與回收，最大限度降低資源消耗。與此同時，我們積極發揮行業紐帶作用，將科學的資源管理實踐與標準向供應鏈及合作夥伴延伸，協同推進全產業鏈的資源可持續利用，共同塑造資源節約、環境友好的行業生態。

5.1.2.1 能源與用水管理

途虎養車嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國水法》等法律法規，並依據《門店標準與管理規則》的具體要求，建立了覆蓋全部門店的環境與能源管理體系。通過深化監督、檢查與宣貫，有效保障了節能節水舉措的常態化落地，致力於實現綠色、可持續的運營目標。

職場側

途虎養車積極踐行節能節水理念，通過系統性的宣傳教育和制度保障，將綠色運營融入日常。公司通過張貼主題海報營造全員參與的氛圍，並定期組織制度宣貫培訓。通過多層次引導，確保員工及相關方理解、認同並落實節水節能舉措，共同推動環境管理體系的紮實運行與持續優化。

用水管理

通過制度宣貫及保潔定期檢查等方式，加強用水行為管理，提升員工節約用水意識。

用電管理

安裝探測器或溫度計並設置合理溫控範圍，提升能源使用效率；同時在辦公場所張貼節能提示標識，持續倡導綠色環保理念。

途虎養車職場側資源使用管理舉措

5. 綠行致遠，共益同行

門店側

途虎養車積極推行門店內的節能設備應用，在新建門店的工程標準中深度整合環保要求，並在部分門店加裝節水設備。

中國大陸地區

在新建門店的工程設計中，依據店面識別(SI)要求，優先規劃並選用高光效、低能耗的LED照明產品，從硬件源頭落實節能基礎。

香港地區

在香港地區的新建門店工程中，我們全面落實隔油池、防滲地面等基礎環保設施建設，並積極推行光伏發電、雨水回收系統與節能建築設計等先進措施。

途虎養車門店側資源使用管理舉措

此外，途虎養車制定並執行《門店水電費費控規則》，要求門店提報月度水電費消耗並對費用進行監督和管控，對於異常的水電費不予確認，從而有效引導門店關注水電資源使用，推動門店節約有序運營。**2025年**，我們自營工場店的店均用電量下降了**8.4%**。

倉儲側

途虎養車在倉庫側同樣貫徹落實節能節水舉措，包括採用一級節能設備、使用紅外感應出水裝置、配置智能電控設備等。

報告期內，我們完成了廣州區域倉的自動化升級，通過引入高密度存儲體系、自動化分揀、搬運等設備，顯著提升倉儲空間利用率與作業處理效率，有效降低單位訂單的直接能源消耗，系統性推進運營環節的低碳化轉型。

5. 綠行致遠，共益同行



案例：廣州自動化倉推動訂單存儲和處理的直接能耗下降

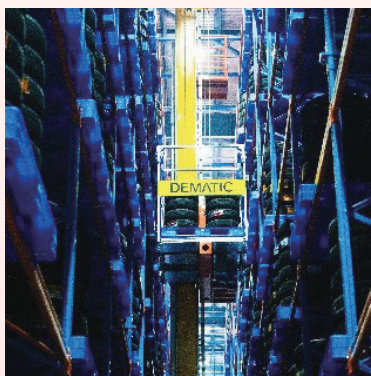
2025年6月，正式投入使用廣州增城輪胎自動化倉，是汽車後市場首個基於零售需求打造的自動化倉。該倉不僅顯著提高了倉儲運營效率，也在環境效益方面具備優勢。

一、提升倉儲坪效，降低單位倉儲面積的碳排放強度：自動化倉採用高密度立體存儲模式，其存儲坪效約為人工高位倉庫的3.7倍。通過在相同土地資源下實現更高的存儲能力，有效提升單位倉儲面積的利用效率，從而降低單位存儲能力對應的碳排放強度。

二、提升單位時間作業效率，降低單訂單能耗水平：自動化倉實現輸送、分揀、搬運、上架全流程自動化作業，單均作業時長縮短約1/3，顯著降低單位訂單的直接作業能耗。全線搭載智能節能電控系統，在低負載或停產期間可通過設備休眠等方式降低約90%非必要用電，有效適應波峰波谷作業節拍，實現系統化節能。

三、降低作業錯誤率，減少因錯漏發產生的額外能耗：通過自動化作業流程及多環節掃碼校驗機制，自動化倉顯著降低人工操作帶來的差錯率，提高出庫準確性。自下半年投入運行以來，未發生因設備或系統原因導致的錯發、漏發情況，從源頭減少了返工、二次運輸等額外能耗。

該自動化倉投入使用以來高效運行，為汽車後市場倉儲升級提供了可複製的效率提升和綠色轉型路徑。



5. 綠行致遠，共益同行

指標	單位	2024年	2025年 ⁴
綜合能源消耗總量	兆瓦時	12,034	14,323
— 直接能源消耗總量	兆瓦時	17	40
— 間接能源消耗總量	兆瓦時	12,017	14,283
單位收入能源消耗	兆瓦時 / 百萬元人民幣	0.82	0.87

途虎養車能源消耗關鍵績效指標

指標	單位	2024年	2025年 ⁵
用水總量	噸	143,767	173,265
用水強度	噸 / 百萬元人民幣	9.74	10.53

途虎養車水資源使用關鍵績效指標

途虎養車節電目標

我們將持續提升能源使用效率，並通過優化能源結構，穩步提升整體低碳能源利用水平。

途虎養車節水目標

我們將持續加強用水管理，並通過優化節水設施和舉措，不斷強化用水效率。

- ⁴ 2025年單位收入能源消耗提升主要由於1) 2025年公司所銷售產品的客單價明顯下降，導致收入增速慢於訂單量增速，而倉庫和門店的能源消耗主要與訂單量相關；2) 倉儲相關用電由於自動化倉的投入，雖然自動化倉推動單訂單的直接能耗明顯降低，但全鏈路的自動化設備改造導致總用電會有明顯提升，預期隨着自動化倉的產能利用率持續提高，單均用電量將被持續攤薄。
- ⁵ 2025年用水強度提升是由於公司洗車業務的高速增長，但洗車訂單對公司總收入的貢獻較小，因此用水量與總收入的比例提高。

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.2.2 包裝及耗材管理

途虎養車始終致力於在業務全鏈路中貫徹循環經濟理念，將資源節約與高效利用作為綠色運營的重要基石，為此我們已制定《途虎保養倉移庫發貨流程》《途虎養車保養倉產品包裝規範》等內部制度，持續推進包裝材料循環回收利用，落實正逆向包裝管理要求，提升資源利用效率。

在自身運營方面，途虎養車於報告期內深度優化了倉儲物流環節的資源利用效率，通過技術創新與流程改進，顯著降低了包裝耗材的消耗。

托盤使用優化

非輪胎商品使用的托盤從塑料托盤切換為木托盤，以提升托盤的可回收性與循環利用效率，2025年覆蓋40%的非輪胎商品件數。

包裝耗材節省

輪胎方面，通過工藝設計和材料選型，將單條輪胎的纏繞膜使用量降低33%；

非輪胎方面，盡量用纏繞膜代替紙箱包裝，同時通過系統自動匹配箱型減少紙箱以及填充物使用，推動單均耗材使用量降低10%以上。

紙箱二次利用

鋪貨場景使用體系內產生的舊紙箱，報告期內，覆蓋70%的非輪胎包裹量，節省超過70萬個紙箱。

無紙化交接

推行無紙化交接流程，報告期內，年使用紙張數下降60%，同時交接效率顯著提高。

途虎養車倉儲環節包裝及耗材管理舉措

5. 綠行致遠，共益同行

在價值鏈協同方面，途虎養車與供應商深度合作，持續優化並簡化包裝結構設計，從源頭減少耗材投入；與客戶達成共識，共同推進紙箱二次利用等環保舉措。公司旨在實現全鏈條包材用量降低，提升資源利用效率。

指標	單位	2024年	2025年
成品物流用包裝材料使用量	噸	1,763	1,939

途虎養車包裝及耗材消耗關鍵績效指標

5.1.3 廢棄物與污染物管理

途虎養車深刻認識到，廢棄物與污染物的科學管理是履行企業環境責任、守護生態環境安全的核心環節。在合規運營的基礎上，我們系統構建了覆蓋廢棄物與污染物產生、流轉及終端處置的全鏈路管理體系，不僅嚴格遵循法規要求，更以超越合規的審慎態度優化處理流程，力求從源頭到終端實現環境風險的最小化，築牢企業可持續發展的安全底線。

5.1.3.1 廢棄物管理

途虎養車持續強化廢棄物規範化管理，將廢棄物處置納入環境管理體系的重要環節。公司嚴格遵守相關危險廢棄物環保法律法規，要求門店與具備專業資質的機構簽訂危險廢物處理服務協議，並建立危險廢物管理台賬，確保廢棄物在收集、運輸及處置全過程的合規性與安全性。

危險廢棄物

途虎養車已建立覆蓋全業務流程的危險廢物管理體系，制定並執行《危險廢物管理制度》。

在門店開業準備階段，我們即納入危廢處理合規要求，確保所有門店均須與持有正規資質的回收單位簽訂《危險廢物處理服務合同》並通過公司合規審核後方可開展經營。其中針對自營工場店，則由總部直接招標並統一管理合規回收商。

在門店運營階段，我們在《門店標準與管理規則》中特別增設《遵守危廢管理規範》章節，確立了清晰的管理準則。具體而言，所有門店必須設置規範的危廢貯存區、張貼明確標識，同時必須建立詳實的危險廢物出入庫管理台賬，精確記錄種類、數量及流向，實現從產生到移交的閉環追溯。

5. 綠行致遠，共益同行

危廢間要求

- 門店需建立獨立存放或隔斷存放的危廢間，具備防風、防雨、防曬、防滲、防腐的作用；
- 危廢間地面須作硬底化處理，耐腐蝕，無裂痕；
- 危廢間要張貼危險廢物的貯存場所的識別標誌；
- 《危險廢物管理制度》需要張貼在危廢間房間內。

危廢貯存要求

- 廢油桶應存放在具有防漏功能的器具內，必須防止機油洩漏；
- 廢油桶需貼危廢物的儲存容器的識別標誌；
- 收集廢油的大桶，每次收集完應當蓋上蓋子。

危廢處置要求

- 門店管理計劃、轉移計劃備案；
- 門店需要委託有資質單位處理，與有資質的危廢運輸和處置單位簽訂危廢運輸合同，處置合同；
- 建立危廢貯存台賬，並如實和規範地記錄危廢貯存情況；
- 門店施工完成後的油液瓶體，門店均需要在施工區域監控可視範圍內對瓶體或瓶蓋上的二維碼、完成破壞使其不可使用但不可穿透瓶體，並當面向客戶展示，以避免正品油桶被不正當回收利用。

危廢間衛生要求

- 危廢間油桶托盤：廢機油桶無外洩廢油、油桶托盤內無大量廢油；
- 危廢間物品：分類堆放不得混放，並分別標明危險廢物名稱；每個堆間留有搬運通道，搬運通道保持通暢乾淨；禁止將危廢混入非危險廢物中貯存。

途虎養車門店《遵守危廢管理規範》要求

5. 綠行致遠，共益同行

為推動上述標準落實，途虎建立了內外結合的**監督檢查機制**。內部層面，我們的安全管理體系要求門店進行定期自查與接受區域督導的不定時抽查。此外，我們採取數字化手段，通過篩選產生危廢的訂單名錄，系統預估產生量，並與通過門店危廢轉運聯單識別的實際處理量交叉驗證，針對存在明顯誤差的門店進行系統預警，安全管理部門介入跟蹤調查，調查結果納入門店考核，確保門店日常危廢處置合規；外部層面，門店必須無條件配合地方生態環境部門的現場執法檢查，該檢查會重點核查台賬記錄、貯存狀況及合同票據的真實性，並將結果作為門店運營合規的關鍵評價依據。

依託這一管理標準與舉措，公司實現了對門店的危險廢棄物從產生、收集、貯存到轉運處置的閉環監管，確保各門店在危廢管理的全生命週期內嚴格合規。

此外，針對廢蓄電池等具備較高回收經濟價值的危險廢棄物，我們的門店與服務商一般直接將其交給具備合規回收資質的回收商，其中自營門店同樣需要對接公司統一招標的回收商，着力提升資源的再生利用效率。

報告期內，我們的自營工場店體系共計收集並移交合規回收了約**120萬升廢機油**、**6,000個蓄電池**。

一般廢棄物

途虎養車嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，建立了一套嚴謹的一般廢棄物管理流程，確保各項管理要求在實際運營中得到有效落實。

對於常規廢棄物，公司落實分類標準，統一分類收集後交予物業處理。

對於運營過程中產生的廢舊托盤、纏繞膜及廢紙箱等廢舊物資，公司依託各倉庫進行統一收集，並採取按月集中的模式移交專業回收機構，實現了廢舊物資的規範化流轉，進一步提升了資源的綜合回收利用水平。

對於廢輪胎等具備回收利用價值的一般廢棄物，公司也不斷提升回收體系的運轉效能，精細化處理環節，全力推動資源再生與高效利用。其中針對自營工場店，公司也建立統一管理的廢輪胎回收體系。報告期內，我們的自營工場店體系共計收集並移交合規回收了約**30萬條廢輪胎**。

5. 綠行致遠，共益同行

指標	單位	2024年	2025年 ⁶
無害廢棄物總量	噸	305	2,669
無害廢棄物排放強度	噸／百萬元人民幣	0.02	0.16
有害廢棄物總量	噸	750	1,251
有害廢棄物排放強度	噸／百萬元人民幣	0.05	0.08
廢棄物總排放強度	噸／百萬元人民幣	0.07	0.24

途虎養車廢棄物排放關鍵績效指標

途虎養車廢棄物減排目標

途虎養車將持續完善廢棄物排放管理體系，強化合規處置流程，並積極探索廢棄物減量化路徑，穩步降低廢棄物排放強度。

5.1.3.2 污染物管理

針對廢水及其他污染物，途虎養車建立了嚴格的環保管理制度，要求全國各門店嚴格執行所在地區的環保排放標準。具備洗車服務功能的門店，須按規範建設並維護三級沉澱池等污水處理設施，並取得相應的污水排放許可證。在此基礎上，公司通過制定並執行常態化的監督機制與專項檢查計劃，對門店的污水處理系統運行情況進行定期評估與現場核查，確保設施持續有效運轉、排放達標，從而系統性落實企業環保責任，推動綠色運營的深化實施。

5.1.4 推動行業減碳

途虎養車始終致力於將綠色發展理念由自身運營延伸至整條價值鏈。除優化自身業務流程外，公司積極協同合作夥伴，在價值鏈層面深度開展綠色管理與可持續實踐。通過構建全方位的新能源汽車售後服務矩陣，我們打破了車主購後的維保門檻，助力出行行業的能源結構轉型。同時，公司通過數字化物流調度與綠色運力佈局，顯著提升了供應鏈的周轉效率並降低了物流碳足跡。以實際行動賦能上下游生態，攜手供應商與用戶共同構建低碳、高效的綠色汽車後市場。

⁶ 2025年公司將自營工場店的廢棄物納入集中管理，數據準確程度更高，而原先由門店自主處理並上報，可能存在部分遺漏，因此2025年的統計數據較2024年差異較大。

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.4.1 助力新能源車普及

2025年，新能源車在中國新車銷售中佔比突破50%，新能源車在中國乘用車保有量中的佔比也持續提升，帶動售後維保需求不斷增長，途虎則以專業、便捷的售後服務體系保障新能源車主用車無憂，切實助力新能源汽車推廣。

我們依託覆蓋全國的工場店網絡，構建了涵蓋洗車美容、補胎換胎、混動專用機油、減速器油、車品、高壓部件維修等在內的面向新能源車主的多品類服務矩陣，為新能源車主提供專業、便捷的用車保障。報告期內，途虎養車平台的新能源交易用戶數已增長至430萬，佔公司整體交易用戶比例提升至15%。

5.1.4.2 綠色配送服務

途虎養車圍繞運營全過程持續推進運輸鏈路減碳，通過優化配送組織與提升新能源運力佔比，降低物流環節能源消耗與碳排放強度。

配送路線優化

我們持續優化配送線路規劃，通過智能路順算法降低行駛里程的同時保障配送時效，從源頭降低配送環節的資源消耗與碳排放。

報告期內，我們在上海測試改算法，推動配送路程同比下降2.3%，與此同時當日15點的到達率提升1.1個百分點。

新能源運力切換

我們在自控配送路線中優先引入新能源運力供應商，持續加大綠色能源車輛的佔比。

截至報告期末，使用新能源車的配送路線約**200**條，在總體自配線路中的佔比超過**70%**。

途虎養車綠色配送服務措施

5. 綠行致遠，共益同行

5.1.4.3 推廣環保產品

作為中國最大的汽車服務平台，途虎養車積極推動具有強環保屬性的汽車配件產品銷售，包括環保材料製成的輪胎等。與此同時，我們還積極推廣具有間接環保屬性的產品，包括具備低滾阻性能的輪胎、低溫性能優異的機油、具備高隔熱性能的窗膜等，從而推動乘用車降低燃油消耗和空調能耗。



案例：途虎養車推動環保輪胎的銷售

報告期內，途虎與主要國際輪胎品牌深化合作，積極引入以可持續材料生產或具備超低滾阻配方技術的環保型輪胎產品。

報告期內，我們已在平台上架銷售米其林e•PRIMACY (e聆悅)、米其林浩悅五代(PRIMACY 5)、倍耐力P Zero™ E、馬牌ContiRe.Tex技術系列、固特異e銳乘綠色版等十餘款環保輪胎產品系列。這些產品亦或通過提升生物基、回收材料等可持續材料佔比實現生產環節的碳排放下降，亦或通過「低滾阻+長壽命」的技術提高燃油經濟性並減少輪胎更換頻率，從而實現更低的環境影響。

通過持續探索綠色材料的產業化路徑，我們致力於與合作夥伴共同推動環保產品的市場普及，助力全產業鏈的綠色轉型與可持續發展。

5.2 心繫社會

途虎養車在追求商業成功的同時，始終積極履行企業公民責任，致力於創造更廣泛的社會價值。我們通過廣泛的公益實踐回饋社會，並以開放協作的姿態參與行業生態共建，將可持續發展理念延伸至更廣闊的社會維度，推動實現商業價值與社會效益的和諧統一。

5.2.1 行業發展

途虎養車秉持開放、協同、共贏的理念，將行業合作視為驅動創新、促進行業健康發展的重要途徑。我們積極與產業夥伴、標準組織及行業平台展開多層次、實質性的協作，通過技術共研、標準共建、生態共治等方式，共同應對行業共性挑戰、共享發展成果。在此過程中，我們始終以提升消費者體驗為核心，將合作成果轉化為更便捷、透明、可靠的汽車養護服務，推動構建規範有序、可持續的行業生態，為實現整體價值鏈升級與便民、利民的消費環境貢獻力量。

5. 綠行致遠，共益同行

5.2.1.1 行業共建

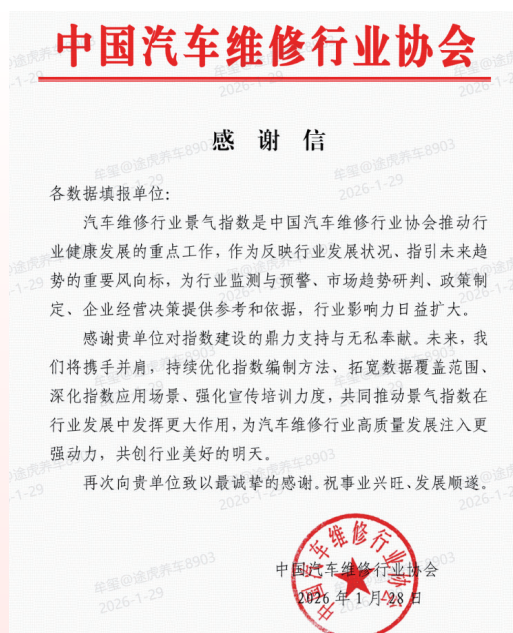
在行業共建方面，我們持續深化行業內的交流與合作，通過聯合研發與技術標準共建，在促進自身創新突破的同時，也積極推動行業共同利益的維護與良性生態的構建。我們致力於攜手各方，共同推進行業整體向更高水平升級與轉型，為合作夥伴、業內企業及廣大消費者奠定可持續、可信賴的長期價值基礎。



案例：途虎養車參與共建「汽車維修行業景氣指數」

在中國汽車維修行業協會的指導下，途虎養車持續參與共建「汽車維修行業景氣指數」，該指數是客觀反映汽車維修行業整體發展態勢的綜合性指標，也是指引未來趨勢的重要風向標，為推動汽車維修行業轉型升級和高質量發展提供有利支撐。

通過積極參與數據填報，支持指數編製，公司持續推進以數據能力推動行業透明化、可持續發展的長期承諾。



中國汽車維修行業協會感謝信

5. 綠行致遠，共益同行



案例：途虎養車與中汽中心共建產品測評、質量標準體系

途虎養車積極推動行業質量共治與透明消費環境的構建。2025年9月，公司與中汽信息科技(天津)有限公司達成戰略合作，雙方將整合在汽車後市場服務、行業研究及標準制定等領域的優勢，在產品測評、新能源服務、主機廠協同等方面深化合作。

本次合作的重點之一是共同運營「超級金牌測評」等行業測評IP，已對輪胎、潤滑油等核心配件開展涵蓋極端場景的專業測評，並通過公開發佈結果，為消費者提供客觀、科學的選購參考。未來，雙方計劃擴大測評品類、細化場景，並聯合研究制定如靜音棉輪胎性能檢測等行業標準，致力於以更公開、透明的產品信息推動行業質量升級與消費者權益保護，踐行企業行業共建的責任。



途虎養車與中汽中心戰略合作

5. 綠行致遠，共益同行

5.2.1.2 放心便民服務

我們積極傾聽並回應社會各界的期望與建議，將公眾需求深度融入服務設計與運營改進中，致力於為更廣泛的用戶群體提供安全、可靠、便捷的服務體驗，創造企業社會價值。



案例：響應放心消費承諾，共建透明服務生態

公司積極響應並深度參與廣東省「放心消費承諾」活動，將其作為踐行消費者權益保護、共建高質量服務生態的重要舉措。截至報告期末，公司在廣州、深圳、佛山等多地累計推動近400家工場店完成申報並獲得官方授牌，其中廣州169家門店已全部完成標識在主流導航平台的線上露出，方便消費者識別與選擇。此舉不僅系統性地提升了服務透明度與消費安全感，也進一步增強了品牌公信力與用戶信賴，體現了公司推動行業標準建設、促進可持續消費環境的切實努力。



案例：融入「一刻鐘便民生活圈」，以專業服務踐行社區民生承諾

2025年11月，途虎養車積極響應國家關於「城市一刻鐘便民生活圈」建設的號召，主動融入地方民生服務體系建設。在廣州市政府牽頭、市商務局開發的「幸福半徑」便民小程序正式上線後，公司作為首批且唯一的汽車維保品牌入駐該平台。截至報告期末，途虎養車在南沙行政區的所有門店已全部完成系統接入，後續將逐步覆蓋全市範圍，為居民提供便捷、可靠、一站式的汽車養護服務。此舉是公司踐行社區服務嵌入、助力城市公共服務網絡完善的具體行動，體現了我們以業務專長服務民生需求的持續承諾。

5. 綠行致遠，共益同行



案例：獲《中國消費者》雜誌社致謝，認可消費者權益保護實踐

報告期內，途虎養車在消費者權益保護與滿意消費環境共建方面的持續投入，獲得了權威機構的積極認可。公司榮獲《中國消費者》雜誌社發來的感謝信，信中對途虎養車在過去一年依法履行保護消費者權益義務、積極配合消費維權宣傳與社會監督工作予以充分肯定，並感謝公司為營造良好市場與消費環境所做出的貢獻。

《中国消费者》杂志社

感谢信

上海途虎信息技术有限公司：

2025年是“十四五”规划收官之年，中国消费者杂志社始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届历次全会精神，按照市场监督管理总局新闻宣传工作部署，围绕中国消费者协会“共筑满意消费”年主题，倾听消费者心声，传递维权正能量，做了大量富有成效的工作——品质健康、金融消费、消费责任对话、消费科普教育等活动成功举办，融媒体系建设日臻完善，杂志质量不断提升，多篇报道得到了国家市场监督管理总局和中国消费者协会的肯定，获得了社会各界的广泛赞誉。

过去一年，贵单位依法履行保护消费者权益的义务，积极配合中国消费者杂志社的工作，为营造良好的市场环境和消费者权益保护做出了应有的贡献。

2025年，《中国消费者》杂志创刊30周年，感恩三十载同行，敬祝每一分信任。在此，杂志社全体员工向贵单位致以崇高的敬意和衷心的感谢！我们期待在2026年继续与贵单位加强合作，携手共进，以报道“提升消费品质”年主题为重点，共同开创消费者权益保护宣传工作的新局面，为全力打造更加安全、放心的消费环境，不断提升消费者的获得感、幸福感、安全感，构建全国统一大市场建设贡献力量。

《中国消费者》杂志社 公司
2025年1月1日

《中國消費者》雜誌社感謝信

5.2.1.3 前沿探索

我們持續探索產業發展新模式，聚焦數字化轉型、供應鏈協同及模式創新，將技術迭代與行業洞察轉化為可落地、可持續的服務能力，以創新驅動服務體驗升級，為消費者提供更可靠、更具價值的優質服務。



案例：途虎養車與新石器無人車深化產業協同創新

2025年5月，途虎養車與新石器無人車達成戰略合作，雙方圍繞「專業服務+數字化」展開深度協同。新石器將以其L4級無人駕駛物流技術，為途虎提供智能配送解決方案，提升運營效率；途虎則依託全國工場店網絡及專業新能源維保能力，為新石器車隊提供標準化、全週期的售後服務保障。

此次合作實現了科技與服務的雙向賦能，不僅為用戶帶來更高效、智能的體驗，也為無人駕駛產業的規模化發展提供了堅實的售後支持。未來，雙方將持續推動無人車應用落地與後市場標準共建，共同構建智慧、可持續的產業生態。



5. 綠行致遠，共益同行

5.2.2 社會公益

途虎養車積極承擔社會公益責任，將公益行動系統地融入公司日常運營與管理體系。在社區關懷、應急救災等領域中，我們積極調動企業資源，通過物資支持、技能幫扶、志願服務等多種形式，切實回饋社會，助力解決社會關切問題，傳遞向善力量，致力於成為負責任的社會公民。

報告期內，途虎養車在社會公益捐贈方面持續投入，累計金額超過600萬元。



案例：途虎養車緊急響應極端天氣守護車主安全

2025年汛期，颱風等極端天氣頻發。途虎養車依託全國服務網絡與數字化能力，建立了系統化、常態化的災害天氣應急響應機制。面對「韋帕」「竹節草」「楊柳」「米娜」等多輪颱風及多地特大暴雨，公司均在第一時間啟動預案，向華東、華南等受影響區域的用戶定向推送安全提醒與用車指南，並同步上線緊急救援熱線及免費車輛檢測服務。全年累計覆蓋上海、浙江、廣東、海南等十餘省份超百個城市，提供包括拖車救援、涉水檢查、殺菌消毒等多項應急支持。這一系列迅速、精準的行動，體現了公司將社會責任融入運營、以專業能力保障民生的持續承諾。



案例：途虎養車緊急捐款助力香港火災救援與災後重建

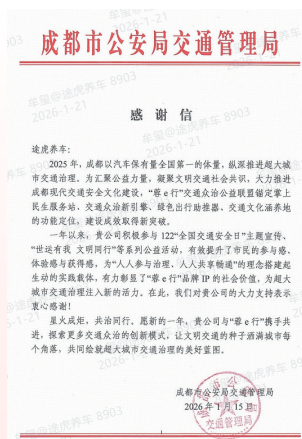
2025年11月，香港大埔地區發生嚴重火災，導致重大人員傷亡和財產損失。途虎養車對此高度關注，秉持企業公民責任，迅速啟動應急響應機制，向受災地區捐贈300萬港元。該筆捐款將專用於緊急救援、受災居民臨時安置、基本生活物資保障及災後恢復重建等工作，以切實行動支援當地社區共渡難關。

5. 綠行致遠，共益同行

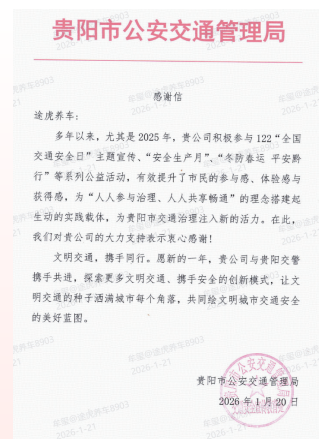


案例：途虎養車聯動交管部門開展安全宣傳，助力公眾出行安全

途虎養車積極配合各地公安交通管理部門，通過線上線下一體化的方式，深度參與交通安全公益宣傳。公司以專業車輛安全檢測與養護知識為載體，圍繞節假日出行、冬季用車等場景，協同交警部門向公眾普及行車安全常識、車輛隱患排查及養護要點。相關活動有效提升了車主的主動安全意識與預防性養護理念，並獲得了多地公安交通管理局的感謝與認可。



成都市公安局感謝信



貴陽市公安局感謝信

案例：途虎養車攜手殼牌喜力發起「守護可可西里巡山車隊」養護計劃

2025年10月，途虎養車聯合殼牌喜力、三江源國家公園可可西里管理處，在可可西里當地的途虎養車工場店設立「專屬養護站」，為巡山車隊免費提供機油保養、換輪胎等車輛養護服務。

這一養護計劃旨在共同守護三江源生態環境，也體現了途虎養車與行業夥伴一道，在為車主出行保駕護航的同時，以實際行動履行社會責任，為行業和社會做出積極貢獻的承諾。

5. 綠行致遠，共益同行



案例：途虎養車加盟商開展節前慰問，傳遞社區溫暖

2025年春節前夕，途虎養車陝西漢中的加盟商夥伴主動發起公益行動，工作人員深入當地鄉村，走訪生活困難老人家庭，為他們送上包含過年物資與慰問紅包的節日關懷，助力老人們度過一個溫暖、祥和的春節。此次行動體現了途虎養車與加盟商夥伴共同踐行社區關懷、回饋當地社會的責任意識，將企業溫度傳遞至需要的角落。



案例：途虎養車員工踐行大愛，捐獻造血幹細胞點亮生命希望

2025年3月，途虎養車員工駱勇與江蘇一名血液疾病患者造血幹細胞配型成功，並順利完成捐獻，成為上海市第695例、閔行區第42例造血幹細胞捐獻者。公司高度讚賞並支持員工投身公益、奉獻社會的善舉，此次捐獻不僅為患者帶去了重生的希望，也生動詮釋了途虎養車「尊重生命、關愛社會」的企業價值觀。我們將持續鼓勵員工參與公益事業，以實際行動傳遞溫暖，履行企業公民責任。



員工捐獻榮譽證書

附錄

ESG 績效摘要

環境績效	單位	2024年	2025年
廢棄物排放與處理			
有害廢棄物總量	噸	750	1,251
有害廢棄物密度	噸／百萬元人民幣	0.05	0.08
無害廢棄物總量	噸	305	2,669
無害廢棄物密度	噸／百萬元人民幣	0.02	0.16
溫室氣體排放			
範圍1溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	4	10
範圍2溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	7,037	8,707
溫室氣體排放總量(範圍1+範圍2)	噸二氧化碳當量	7,042	8,716
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬元人民幣	0.48	0.53
能源管理			
直接能源	兆瓦時	17	40
間接能源	兆瓦時	12,017	14,283
能源消耗總量	兆瓦時	12,034	14,323
能源消耗密度	兆瓦時／百萬元人民幣	0.82	0.87
資源使用			
用水量	噸	143,767	173,265
用水密度	噸／百萬元營收	9.74	10.53
成品物流用包裝材料使用量	噸	1,763	1,939
包裝材料使用密度	噸／百萬元人民幣	0.12	0.12

附錄

社會績效		單位	2024年 全年或截至 2024年末	2025年 全年或截至 2025年末
員工人數				
全職員工總數		人	4,491	4,657
按性別分	男性	人	2,849	2,986
	女性	人	1,642	1,671
按類別分	高級管理層	人	13	15
	中級及初級管理層	人	511	471
	普通員工	人	3,967	4,171
按年齡劃分	30歲以下	人	2,685	1,822
	30-50歲	人	1,785	2,813
	50歲以上	人	21	22
按地區分	中國(含港澳台)	人	4,491	4,639
	海外地區	人	0	18
員工流失率				
整體流失率		%	32.08	28.25
按性別分	男性	%	34.64	28.80
	女性	%	27.40	27.00
按年齡劃分	30歲以下	%	37.78	33.30
	30-50歲	%	28.78	24.80
	50歲以上	%	23.26	23.30
按地區分	中國大陸地區	%	32.14	28.07
	港澳台地區	%	0.00	93.75
	海外地區	%	NA	0.00
主動流失率		%	18.57	17.36

附錄

社會績效		單位	2024年 全年或截至 2024年末	2025年 全年或截至 2025年末
員工培訓				
受訓僱員人數		人	4,419	4,474
受訓僱員佔總僱員百分比		%	98.40	96.07
按性別分	男性	%	/	96.90
	女性	%	/	94.60
按類別分	高級管理層	%	/	100.00
	中級管理層	%	/	93.90
	一般管理層	%	/	97.10
	普通員工	人	/	96.10
僱員受訓總時數		小時	35,527.92	69,073.00
僱員平均受訓時數		小時	7.91	14.83
按性別分	男性	小時	8.69	13.14
	女性	小時	6.56	17.80
按類別分	高級管理層	小時	1.02	1.50
	中級管理層	小時	7.70	3.70
	一般管理層	小時	2.20	1.40
	基層員工	小時	8.47	16.30
產品責任				
發生的信息或隱私洩露事件數量		件	0	0
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而必須回收的百分比		%	0	0
職業健康與安全				
因工傷造成的死亡人數		人	0	0
因工亡故比率		‰	0.00	0.00
損失工時工傷起數		起	13	8
因工傷損失工作日總數		天	196	127
損失工時工傷事故率		損失工時工傷起數／百萬總工時	1.41	0.87
損失工日率		損失工作日數／20萬總工時	4.25	2.78

附錄

指標索引

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
A1：排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢物的產生等的：	5.1綠色運營
		(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。	
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。		5.1綠色運營 ESG績效摘要
關鍵績效指標 A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		5.1綠色運營 ESG績效摘要
關鍵績效指標 A1.4	所產生無害廢物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。		5.1綠色運營 ESG績效摘要
關鍵績效指標 A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。		5.1綠色運營
關鍵績效指標 A1.6	描述處理有害及無害廢物的方法，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。		5.1綠色運營

附錄

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
環境			
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。	5.1 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.1 綠色運營 ESG績效摘要
	關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	5.1 綠色運營 ESG績效摘要
	關鍵績效指標 A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	5.1 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	5.1 綠色運營
	關鍵績效指標 A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	5.1 綠色運營 ESG績效摘要
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。	5.1 綠色運營
	關鍵績效指標 A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	5.1 綠色運營

附錄

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
B1：僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱，招聘及晉升，工作時數，假期，平等機會，多元化，反歧視以及其他待遇及福利的： (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。	4.2人才吸引與多元化
關鍵績效指標 B1.1		按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	4.2人才吸引與多元化
關鍵績效指標 B1.2		按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	4.2人才吸引與多元化
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。	4.6職業健康與安全
關鍵績效指標 B2.1		過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	4.6職業健康與安全
關鍵績效指標 B2.2		因工傷損失工作日數。	4.6職業健康與安全
關鍵績效指標 B2.3		描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	4.6職業健康與安全

附錄

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
B3：發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	4.4培訓與發展
關鍵績效指標 B3.1		按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	4.4培訓與發展
關鍵績效指標 B3.2		按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	4.4培訓與發展
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。	4.1人權保障
關鍵績效指標 B4.1		描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	4.1人權保障
關鍵績效指標 B4.2		描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	4.1人權保障
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。	3.3供應鏈永續管理
關鍵績效指標 B5.1		按地區劃分的供應商數目。	NA
關鍵績效指標 B5.2		描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	3.3供應鏈永續管理
關鍵績效指標 B5.3		描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的管理，以及相關執行及監察方法。	3.3供應鏈永續管理
關鍵績效指標 B5.4		描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	3.3供應鏈永續管理

附錄

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)		所在章節
社會		
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。
關鍵績效指標 B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	ESG績效摘要
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.6 客服體驗
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	1.7 知識產權與公平競爭保護
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.3 商品體驗
關鍵績效指標 B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	1.5 信息安全

附錄

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI)			所在章節
社會			
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。	1.4 商業道德
關鍵績效指標 B7.1		於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	1.4 商業道德
關鍵績效指標 B7.2		描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.4 商業道德
關鍵績效指標 B7.3		描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.4 商業道德
B8: 社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	5.2 心系社會
關鍵績效指標 B8.1		專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）	5.2 心系社會
關鍵績效指標 B8.2		在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	5.2 心系社會

附錄

氣候相關披露要求

章節

- | | | |
|--------|--|----------|
| (l) 管治 | 1. 發行人應披露以下信息： | |
| | (a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括負責治理的董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的資訊。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下資訊： | |
| | (i) 該機構或個人如何釐定當前或將來是否有適當的技能和勝任能力來監督應對氣候相關風險和機遇的策略； | 5.1 綠色運營 |
| | (ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率； | 5.1 綠色運營 |
| | (iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序及相關政策的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估； | 5.1 綠色運營 |
| | (iv) 該機構或個人如何監督有關氣候相關風險和機遇的目標制定並監察達標進度（見第19段至第22段），包括是否將相關績效指標納入薪酬政策以及如何納入（見第17段）；及 | 5.1 綠色運營 |
| | (b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控措施及程序中的角色，包括以下資訊： | |
| | (i) 該角色是否被委託給特定的管理層人員或管理層委員會以及如何對該人員或委員會進行監督；及 | 5.1 綠色運營 |
| | (ii) 管理層可有使用監控措施及程序協助監督氣候相關風險和機遇；如有，這些監控措施及程序如何與其他內部職能部門進行整合。 | 5.1 綠色運營 |

附錄

氣候相關披露要求

章節

(II) 策略

氣候相關風險和機遇

2. 發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須：

(a) 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇； 5.1 綠色運營

(b) 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險； 5.1 綠色運營

(c) 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍（短期、中期或長期）；及 5.1 綠色運營

(d) 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。 5.1 綠色運營

業務模式與價值鏈

3. 發行人須披露能夠讓人了解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。具體而言，發行人須作如下披露：

(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人業務模式和價值鏈的當前和預期影響；及 5.1 綠色運營

(b) 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關的風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）。 5.1 綠色運營



附錄

氣候相關披露要求

章節

策略和決策

4. 發行人須披露讓人了解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。具體而言，發行人須披露：
 - (a) 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標。具體而言，發行人須披露以下資訊：
 - (i) 因應氣候相關風險和機遇而在當前及預期將來對發行人業務模式（包括資源配置）作出的變動； 5.1 綠色運營
 - (ii) 已經或預期將進行的任何適應或減緩工作（直接或間接）； 5.1 綠色運營
 - (iii) 發行人任何與氣候相關轉型計劃（包括制定轉型計劃時使用的主要假設的資訊，以及該計劃所依賴的因素），或若發行人並未有這樣的計劃，則作適當的否定聲明； 5.1 綠色運營
 - (iv) 發行人計劃如何實現第19至22段所述的任何氣候相關目標（包括任何溫室氣體排放目標（如有））。 5.1 綠色運營
 - (b) 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第4(a)段披露的行動提供資源。 5.1 綠色運營
5. 發行人須披露先前各匯報期內按照第4(a)段所披露計劃的進度。 5.1 綠色運營

附錄

氣候相關披露要求

章節

財務狀況、財務表現和現金流量

當前財務影響

6. 發行人須披露以下定性和量化資料：

- (a) 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量；及 5.1 綠色運營
- (b) 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債賬面價值發生重要調整的重大風險時，關於第6(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。 5.1 綠色運營

財務狀況、財務業績和現金流量

預期財務影響

7. 發行人須披露以下定性和量化資料：

- (a) 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務狀況在短期、中期及長期內將如何變化：
- (i) 其投資及處置計劃；及
- (ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源；及
- (b) 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化。

經審慎評估，由於評估預期影響的計量方式不確定性較高，公司目前相關氣候風險與機遇的量化預期影響資料難以獲得。公司擬在未來逐步深化財務影響量化工作，並酌情披露相關數據。

附錄

氣候相關披露要求

章節

氣候韌性

8. 在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人了解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。具體而言，發行人須披露：

(a) 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估，其有助於了解：

- (i) 發行人的分析結果對其策略和業務模式的影響（如有），包括發行人需要如何應對氣候相關情景分析中確定的影響； 5.1 綠色運營
- (ii) 發行人對氣候韌性的評估中考慮的重大不確定因素的範疇；及 5.1 綠色運營
- (iii) 發行人根據氣候發展調整其短期、中期和長期策略和業務模式的能力。 5.1 綠色運營

附錄

氣候相關披露要求	章節
(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：	
(i) 使用的輸入數據，包括：	5.1 綠色運營
(1) 發行人在分析中使用的氣候相關情景及其來源	
(2) 分析是否涵蓋多種不同的氣候相關情景	
(3) 分析所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關物理風險有關	
(4) 發行人在其情景中是否使用了與最新氣候變化國際協議相一致的情景	
(5) 發行人為何認為所選擇的氣候相關情景與評估其氣候相關變化、發展或不確定性的韌性相關	
(6) 發行人在分析中所使用的時間範圍	
(7) 發行人分析所涵蓋的營運範圍（例如分析所涵蓋的營運地點及業務單位）：	
(ii) 發行人在分析中所作的關鍵假設；及	5.1 綠色運營
(iii) 進行氣候相關情景分析的匯報期。	5.1 綠色運營

附錄

氣候相關披露要求

章節

(III) 風險管理

9. 發行人須披露以下資訊：

(a) 發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策，包括有關以下方面的資訊：

(i) 發行人使用的輸入數據及參數（例如資料來源及程序所涵蓋的業務範圍）； 5.1綠色運營

(ii) 發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險； 5.1綠色運營

(iii) 發行人如何評估有關風險的影響的性質、可能性及程度（例如發行人可有考慮定性因素、量化門檻或其他所用標準）； 5.1綠色運營

(iv) 發行人可有及如何就氣候相關風險相對於其他類型風險的優次排列； 5.1綠色運營

(v) 發行人如何監察其氣候相關風險；及 5.1綠色運營

(vi) 與上一個匯報期相比，發行人可有及如何改變其使用的流程。 5.1綠色運營

(b) 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊）；及 5.1綠色運營

(c) 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。 5.1綠色運營

附錄

氣候相關披露要求

章節

(IV) 指標及目標

溫室氣體排放

10. 發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量(以公噸二氧化碳當量表示)，並分為：

- | | |
|-----------------|---------|
| (a) 範圍1溫室氣體排放； | 5.1綠色運營 |
| (b) 範圍2溫室氣體排放；及 | 5.1綠色運營 |
| (c) 範圍3溫室氣體排放。 | 5.1綠色運營 |

11. 發行人須：

- | | |
|---|---------|
| (a) 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求，否則發行人須根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(2004年)》計量其溫室氣體排放； | |
| (b) 披露其用於計量溫室氣體排放的方法，包括： | |
| (i) 發行人用於計量其溫室氣體排放的計量方法、輸入數據及假設； | 5.1綠色運營 |
| (ii) 發行人為何選擇該計量方法、輸入數據及假設計量溫室氣體排放；及 | 5.1綠色運營 |
| (iii) 發行人在匯報期對計量方法、輸入資料及假設進行的任何變更以及變更原因； | 5.1綠色運營 |
| (c) 就根據第10(b)段披露的範圍2溫室氣體排放，披露其以地域為基準的範圍2溫室氣體排放，並提供有助於了解該排放的任何所需合約文書的資訊；及 | 5.1綠色運營 |
| (d) 就根據第10(c)段披露的範圍3溫室氣體排放，根據《溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準(2011年)》所述的範圍3類別披露發行人計量範圍3溫室氣體排放中包含的類別。 | 5.1綠色運營 |

附錄

氣候相關披露要求

章節

氣候相關轉型風險

12. 發行人須披露易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。

氣候相關物理風險

13. 發行人須披露易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。

氣候相關機遇

14. 發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。

資金運用

15. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本支出、融資或投資的金額。

內部碳定價

16. 發行人須披露如下：

- (a) 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價（例如投資決策、轉移定價及情景分析）；及
- (b) 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價；或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。

基於氣候情景分析結果，氣候變化在當期及可預見期間內不會對公司業務運營或資產價值產生重大財務影響。故本報告期末作專項披露。

本公司目前尚未採用內部碳定價機制。公司將持續關注相關政策發展及行業實踐，並在適當情況下評估引入該機制的可行性。

附錄

氣候相關披露要求	章節
<p>薪酬</p> <p>17. 發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。這可能構成根據第1(a)(iv)段作出的披露的一部分。</p>	<p>本公司目前尚未將氣候相關考慮因素納入薪酬政策，故未做專項披露。</p>
<p>行業指標</p> <p>18. 本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。在決定披露哪些行業指針時，本交易所鼓勵發行人參考《〈國際財務報告可持續披露準則S2號〉行業披露指南》和其他國際環境、社會及管治報告框架規定的行業披露要求所述的與披露主題相關的行業指標，並考慮其是否適用。</p>	<p>經審慎評估，目前相關行業指標對本集團的適用性有限，故未作專項披露。</p>
<p>氣候相關目標</p> <p>19. 發行人須披露(a)其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標；及(b)法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露：</p> <p>(a) 用以設定目標的指標；</p> <p>(b) 目標的目標（例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措）；</p> <p>(c) 目標的適用範圍（例如目標是適用於發行人整個集團還是部分（如僅適用於某個業務單位或地理區域））；</p> <p>(d) 目標適用期間；</p> <p>(e) 衡量進度的基準期間；</p> <p>(f) 階段性目標或中期目標（如有）；</p> <p>(g) 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及</p> <p>(h) 最新氣候變化國際協議（包括該協議產生的司法承諾）如何幫助發行人設定目標。</p>	<p>5.1 綠色運營</p>

附錄

氣候相關披露要求

章節

20. 發行人須披露其設定及審閱每項目標的方法，以及其如何監察達標進去，包括：
- (a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證；
 - (b) 發行人審核目標的程序；
 - (c) 用於監察達標進度的指標；及
 - (d) 任何修訂目標的內容及原因。
21. 發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析。
22. 就按第19至21段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露：
- (a) 目標涵蓋哪些溫室氣體；
 - (b) 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3的溫室氣體排放；
 - (c) 此目標是溫室氣體排放總量目標還是溫室氣體排放淨額目標。如為溫室氣體排放淨額目標，發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標；
 - (d) 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及

5.1 綠色運營

附錄

氣候相關披露要求

章節

(e) 發行人計劃使用碳信用抵消溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。關於使用碳信用的計劃，發行人須披露：

(i) 依賴使用碳信用以實現任何溫室氣體排放淨額目標的程度及方式； 不適用

(ii) 該碳信用將由哪些第三方計劃驗證或認證； 不適用

(iii) 碳信用的類型，包括相關抵消是否是基於自然還是基於科技的碳消除，以及相關抵消是通過減碳還是碳消除實現；及 不適用

(iv) 為讓人了解發行人計劃使用的碳信用的可信度和完整性所必需的任何其他重要因素（例如，對碳抵消效果的假設）。 不適用

跨行業指標及行業指標的適用性

23. 在編製披露內容以符合第3至8及19至20段的規定時，發行人須參考(i)跨行業指標（見第10至17段）及(ii)行業指標（見第18段）並考慮其是否適用。

經審慎評估，目前相關跨行業指標及行業指標對本集團的適用性有限，故未作專項披露。

途虎养车
TUHU Car Inc.