



車市科技有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1490



環境、社會
及管治報告 2025

目錄

一、 關於本報告	2
• 本報告目的	2
• 報告範圍	2
• 報告原則	2
• 批准	3
• 環境、社會及管治治理架構／願景	3
• 利益相關者參與	4
• 重要性評估	4
二、 產品責任	5
• 數據保護	6
• 知識產權保護	7
• 廣告	7
• 與客戶的交流	8
三、 僱員關懷	8
• 公平招聘	8
• 僱傭常規	8
• 員工資料	9
• 流失比率	10
• 發展與培訓	11
• 員工福利與關懷	11
• 職業健康與安全	12
四、 社區投資	14
五、 環境保護	14
• 廢氣排放	14
• 氣候變化	15
• 策略	15
• 風險管理	18
• 管治	22
• 指標與目標	23
• 溫室氣體排放	24
• 廢棄物管理	26
• 節約資源	26
• 能源耗用	26
• 紙張使用	27
• 包裝材料	27
• 用水	27
六、 供應鏈管理	28
七、 反貪污	28
八、 環境、社會及管治報告指引的關鍵績效指標索引	29

一、關於本報告

本報告目的

車市科技有限公司（「本公司」，連同其附屬公司，統稱「本集團」或「我們」）謹此發佈我們的第六份環境、社會及管治報告。本報告應與我們於2026年4月24日於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）網站<http://www.hkexnews.hk>及本公司網站<http://ir.cheshi.com/>發佈的2025年度報告一併閱讀。

報告範圍

本報告提供本集團截至2025年12月31日止年度（「報告期」）的環境、社會及管治（「環境、社會及管治」）資料。本環境、社會及管治報告中披露的環境關鍵績效指標（「關鍵績效指標」）涉及於報告期我們在中國北京、上海、廣州及杭州的辦事處。

報告原則

本報告遵循《聯交所證券上市規則》（「《上市規則》」）附錄C2載列的《環境、社會及管治報告指引》（「《環境、社會及管治報告指引》」）編製，並按照該指引中「不遵守就解釋」的披露規定進行呈列。

本報告基於以下報告原則進行編製及呈列：

- **重要性**：我們通過重要性評估及利益相關者參與（已於本報告中披露）來識別本集團的關鍵環境、社會及管治議題。
- **量化**：本報告中已披露報告有關排放／能源消耗（如適用）所使用的標準、方法、假設及／或計算工具，以及所使用的轉換因素來源的資料。
- **平衡**：本報告已不偏不倚地呈報本集團的表現，且已避免可能會不恰當地影響讀者決策或判斷的任何選擇、遺漏或呈報格式。
- **一致性**：除非另有列明，披露、數據收集及計算方法與2024年的環境、社會及管治報告保持一致，以便於在不同時期進行比較。

環境、社會及管治報告

批准

據本公司董事(「董事」)會(「董事會」)所知、所信及所悉，本報告關注所有相關重大議題並公平呈列本集團的環境、社會及管治表現。董事會確認其已審閱及批准本報告。

環境、社會及管治治理架構／願景

由於我們不經營任何汽車製造、倉儲、展示、維護和維修設施，因此本集團不會承受重大的環境、社會及管治風險，但董事會謹記，以對環境和社會負責的方式經營業務將為其業務發展創造長期價值。

董事會通過監督本集團環境、社會及管治策略及事宜以及報告的實施，在監督本集團的環境、社會及管治努力中發揮主要作用並承擔總體責任，力爭讓本集團的業務對環境和社區的可持續發展產生積極影響。此外，本集團已成立一個環境、社會及管治工作組，負責評估、確定優先級及管理與環境、社會及管治有關的重大問題(包括與本集團業務有關的風險)。

環境、社會及管治工作組的架構如下：

角色	職責
董事會	<ul style="list-style-type: none">➤ 訂立環境、社會及管治目標；➤ 評估環境、社會及管治策略、計劃及結果；➤ 監督環境、社會及管治政策執行計劃的有效性；➤ 定期審核環境、社會及管治相關問題；及➤ 審閱年度報告及環境、社會及管治報告。
高級管理層	<ul style="list-style-type: none">➤ 確定本集團的環境、社會及管治重大主題及主要風險並向董事會報告；➤ 制訂環境、社會及管治工作計劃及策略；➤ 協調不同部門實施環境、社會及管治策略；➤ 向董事會提出關於本集團環境、社會及管治表現的改進建議；➤ 更新內部環境、社會及管治政策；➤ 收集本集團環境、社會及管治的量化數據；➤ 執行環境、社會及管治政策及策略；及➤ 監督本集團環境、社會及管治方面的日常營運。

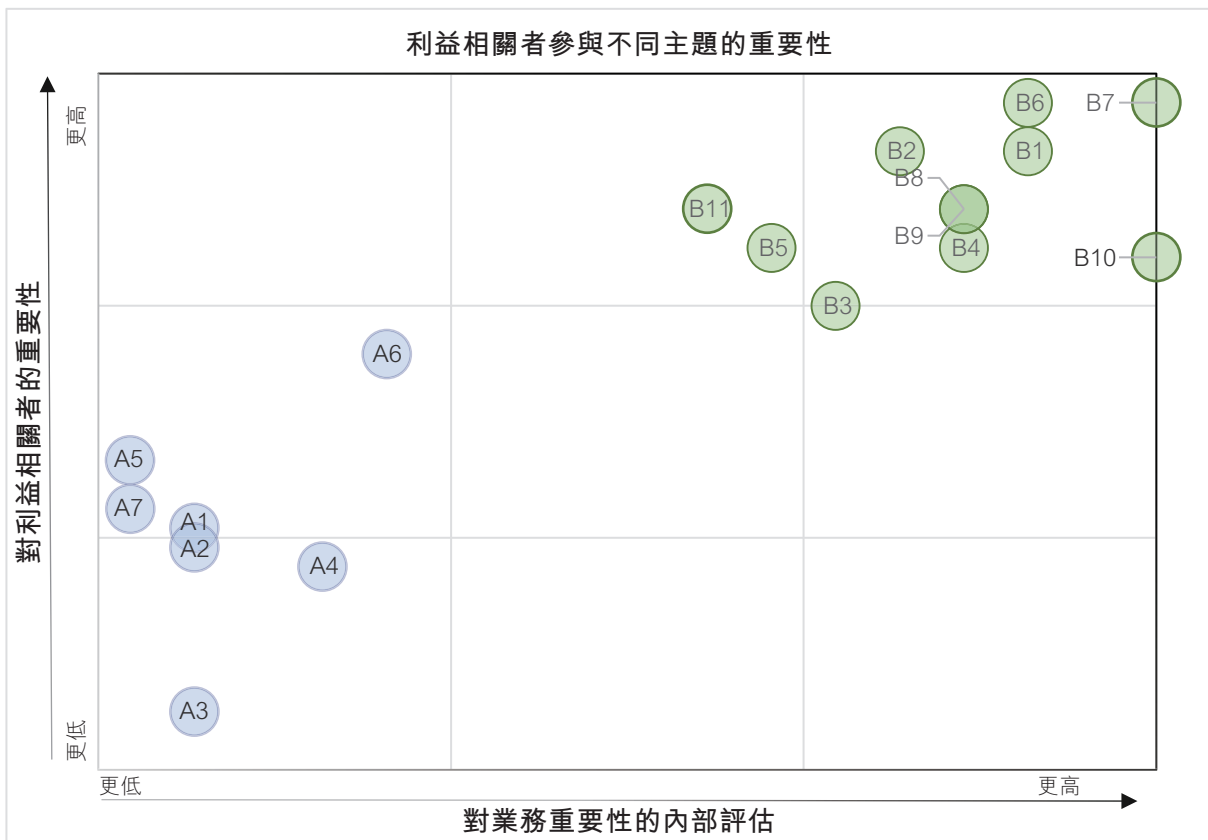
利益相關者參與

於報告期內，本集團特意委聘不同的利益相關者（即董事會、股東、高級管理層、一線員工、客戶及供應商），以獲取本集團業務上有關環境、社會及管治之重要議題及挑戰的見解。進行重要性評估時，利益相關者須對18項環境、社會及管治議題各自對本集團業務發展及可持續性以及對範圍更大社區而言的相關性及重要性，對有關議題進行排序。

重要性評估

重要性評估結果及主要範疇連同相關管理的綜合列表分別於以下矩陣、表格及章節呈列。

重要性矩陣



A. 環境		B. 社會	
1	能源	8	僱傭
2	水	9	職業健康與安全
3	廢氣排放	10	發展及培訓
4	廢棄物及污水	11	勞工準則
5	其他原材料消耗	12	供應鏈管理
6	環境保護措施	13	知識產權
7	氣候變化	14	數據保護
		15	客戶服務
		16	產品／服務質素
		17	反貪污
		18	社區投資

透過評估，本集團及其利益相關者已識別以下七大重大方面：

1. 數據保護
2. 反貪污
3. 知識產權
4. 僱傭
5. 客戶服務
6. 產品／服務質素
7. 能源

二、產品責任

本公司於中國運營多家提供全面及優質汽車資訊的線上汽車垂直媒體平台，該等資訊由我們的內部創作團隊製作並發佈於我們的自有平台（包括電腦網站、移動網站及移動應用程序）及超過1,000家業務合作夥伴平台。

數據保護

數據保護對我們的業務而言極為重要。我們於取得同意後收集設備特定數據（如設備ID及IP地址）以及部分有限的用戶個人信息（如法定名稱及個人身份證號碼）。我們的數據分析在技術層面上基於設備，且與可能為該等設備的實際使用者的真實個人無關。我們已實施以下數據保護措施，以確保所收集的數據不會被盜用或濫用：

網絡保護。我們的IT網絡已安裝兩層主要防護（包括數據庫及數據訪問層）以保護數據庫及服務器。數據庫層提供用戶識別及驗證以及用戶訪問權限控制，而數據訪問層使用網頁訪問防火牆以阻止攻擊、過濾數據及其他數據入侵事件。

訪問限制。我們已實施內部政策以阻止任何未授權的數據訪問。該政策載列（其中包括）系統管理員的責任和工作職責及密碼設置，應對黑客、病毒及網絡攻擊以確保數據安全的備份及安保措施。唯有我們的關鍵僱員可訪問我們收集的數據，其他僱員須獲得高級管理層授權方可訪問該等數據。

數據加密。機密數據經加密為無法直接識別的格式（密文），且該等數據以密文形式儲存及傳輸，以防止通過未經授權渠道對該等數據的訪問。

合規政策。我們已採取措施，以遵守中國有關數據保護及私隱的法律法規，例如《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》。我們已實施內部用戶個人數據使用及維護政策以防止個人信息遭濫用，要求我們的僱員使用授權密碼並登錄訪問我們的計算機系統，以及僅將用戶數據用於相關用戶先前同意的特定目的及範圍，不得將該等數據用於未經相關用戶事先書面同意的其他用途。

防禦計算機病毒及黑客對系統的攻擊。我們已就計算機病毒及系統攻擊實施保護及安全措施，並持續加強有關措施，包括防火牆、數據加密技術、訪問限制、數據備份及其他自動軟件保護措施。

私隱政策。我們會持續在官方網站上更新我們的用戶私隱政策，確保遵守相關法律法規。我們通常在合約中納入用戶數據及私隱條款，要求合約對手方遵守我們的私隱政策以及有關數據保護及私隱的相關法律法規。

於報告期內，我們已於所有重大方面遵守中國有關收集、使用、披露個人資料及確保其安全的適用法律及法規。

知識產權保護

我們已取得與業務營運有關的重要知識產權及所有權。我們的知識產權包括與品牌、服務及軟件著作權有關的商標及商標申請。我們通過中國大陸及其他司法管轄區的商標、專利、著作權及商業機密保護法、機密性協議及其他措施的聯合應用，尋求對知識產權資產及品牌的保護。本集團嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》、《計算機軟件保護條例》、《計算機軟件著作權登記辦法》、《中華人民共和國商標法》及《中華人民共和國商標法實施條例》以保護我們的資產。我們於評估相關需求後盡快註冊商標及軟件版權。我們亦關注具體的有效日期，並確保於到期前及時續期。我們的法律團隊及相關營運同事負責涉及域名、商標及軟件版權等法律事宜的日常管理。

廣告

我們確保我們在線上廣告業務方面符合《中華人民共和國廣告法》及《互聯網廣告管理辦法》。我們面向用戶創作汽車資訊，致力於在用戶從搜索（價格及車型比較）及挑選到購車的過程中為其提供幫助。由於我們只發佈符合我們內部指引方針和要求的汽車資訊，我們的主編指導汽車資訊的質量控制過程。我們的主編與創作團隊密切合作，利用彼等的專業知識及經驗並根據我們的標準化檢查程序，對所收集的數據及信息進行獨立驗證。我們的標準化檢查程序主要包括：(i) 直接向汽車製造商員工進行驗證；(ii) 對來自中華人民共和國工業和信息化部官方網站的車型配置相關公共資料進行交叉核對；及(iii) 進行試駕。負責查證程序的關鍵人員為我們的主編，彼擁有逾15年的編輯經驗。彼等努力確保該等數據及信息的準確性、一致性及時效性，並遵守法律規定。我們已採用內部指引，其中載有我們內容創造及發佈方面的標準及要求。

與客戶的交流

我們重視客戶對我們提供的廣告服務的反饋，並實行措施以有效處理投訴。我們的銷售團隊於收到客戶投訴後立即進行處理。倘投訴涉及質量問題或我們所投放廣告存在缺陷，我們的銷售團隊將該等投訴提交至管理層，以進行調查和糾正。我們認為，上述措施可增強對客戶的質量管理標準並逐漸加強客戶對我們廣告服務的信心。於報告期內，我們並未收到來自客戶或任何監管機構就我們所投放的廣告的任何與產品或服務有關且對我們的業務或經營業績有重大不利影響的投訴。此外，於報告期內，由於與本集團的業務性質無關，並無基於安全及健康理由而回收任何已出售或已付運的產品；亦無基於安全及健康理由的產品回收或服務投訴。鑒於本集團業務性質，本集團並不涉及銷售實體產品，因此，披露產品回收程序並不適用。

三、僱員關懷

公平招聘

我們的招聘策略積極吸納全球多元人才，確保合格專業人士享有平等機會，不受地域限制，以培育包容性的多元文化團隊。我們為所有僱員提供平等的機會而不論性別、種族、宗教、身體特徵和國籍。

僱傭常規

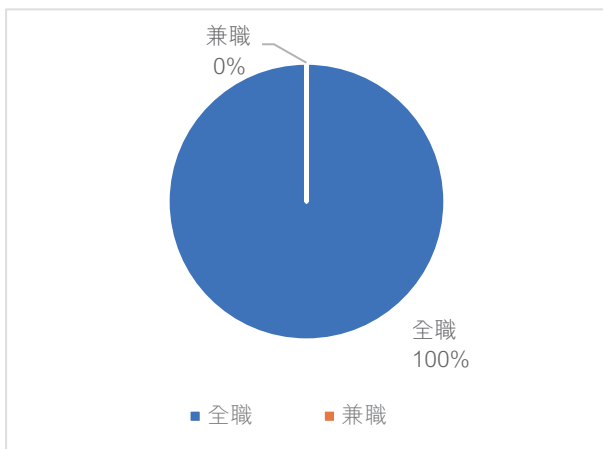
就僱傭事宜而言，本集團遵守所有相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國未成年人保護法（2024年修訂）》及《中國禁止使用童工規定》。於報告期內，本集團並無嚴重違反相關法律法規的僱傭問題。

每位求職者均須提供有關其教育背景、資格和工作經驗的資料，以供本集團人力資源部審查。此舉令本集團能夠根據職位要求僱傭合適的候選人，避免僱傭童工及強制勞工。本集團亦定期審閱其僱傭常規，避免使用童工及強制勞工。於報告期內，本集團並無發現嚴重違反防止童工及強制勞工相關法律法規的情況。倘發現使用童工或強制勞工，則會根據適用法律及程序進行處理。

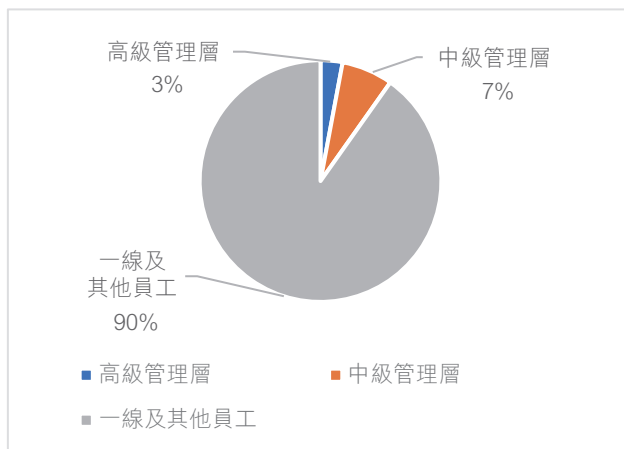
員工資料

截至2025年12月31日，本集團共有102名僱員（包括本集團的內部僱員及外包僱員），均來自中國。有關本集團員工組成詳情，請參閱下文圖表1-4。

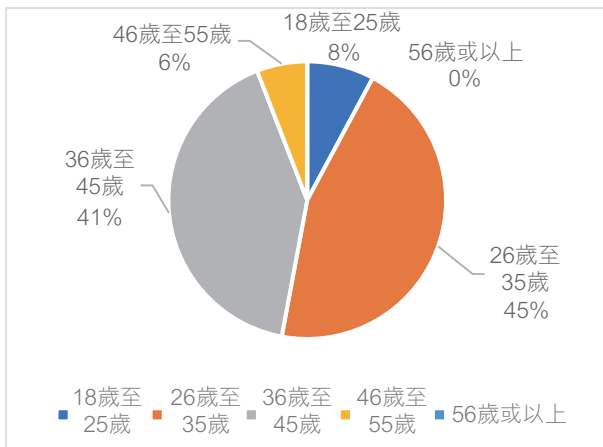
圖表1按僱員類型劃分的員工總數



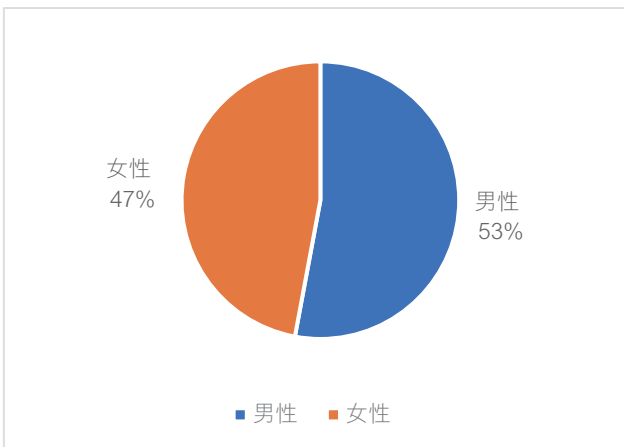
圖表2按僱傭類別劃分的員工總數



圖表3按年齡群組劃分的員工總數



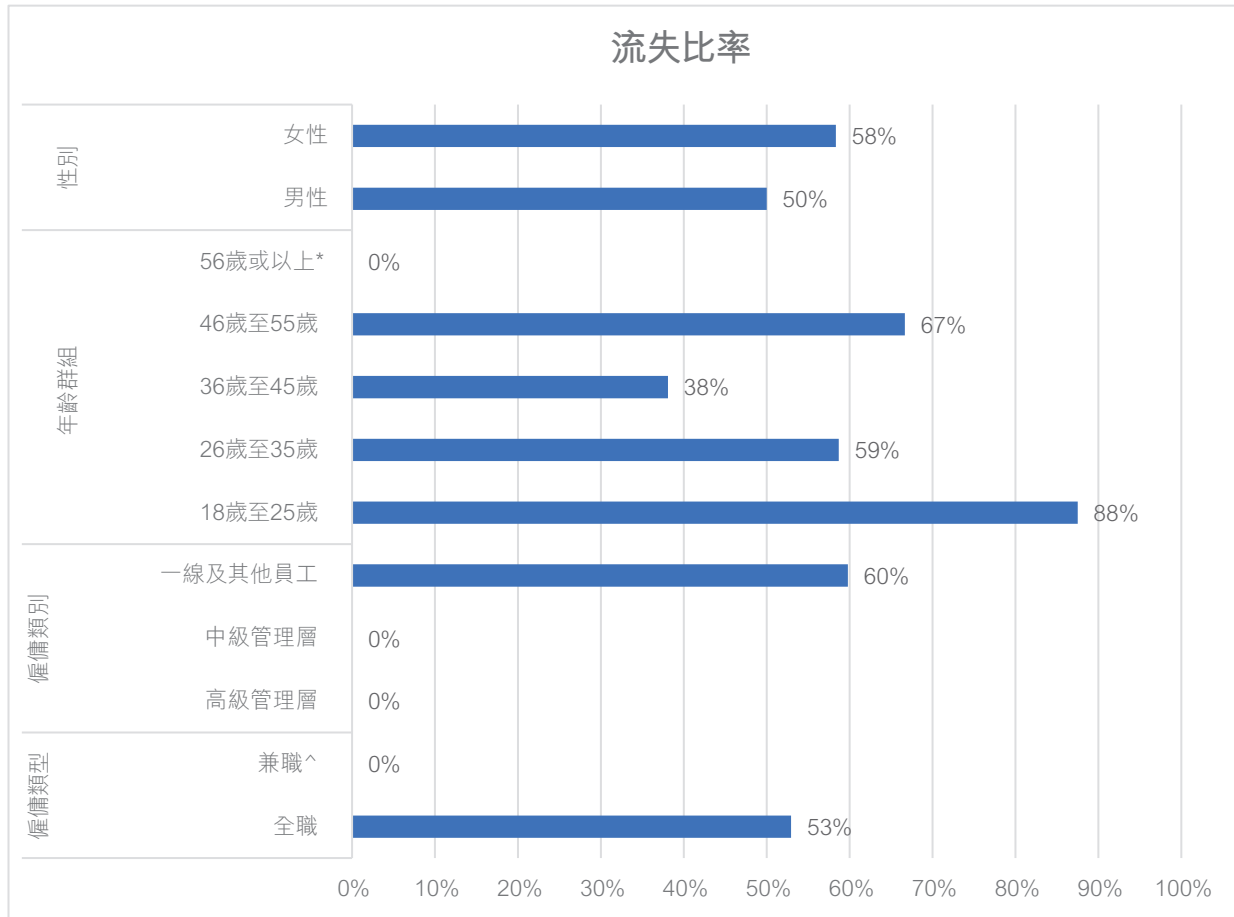
圖表4按性別劃分的員工總數



流失比率

於報告期內，本集團共有55名僱員離職，均來自中國，流失比率¹為54%。

圖表5 按年齡群組劃分的流失比率



* 於報告期內，就年齡組別為「56歲或以上」的員工錄得1宗員工離職記錄；然而，由於本集團於報告期末並無任何屬於「56歲或以上」年齡組別的員工，因此並無相應的離職率。

¹ 流失比率乃指於報告期內的員工總離職人數／截至2025年12月31日的員工總人數*。

[^] 於報告期內，就僱傭類型為「兼職」的員工錄得1宗員工離職記錄；然而，由於本集團於報告期末並無任何屬於「兼職」僱傭類型的員工，因此並無相應的離職率。

發展與培訓

我們已向僱員分配足夠的資源，以保持他們的競爭力和專業化。

於報告期內，本集團僱員培訓總時長為1,090小時。每名僱員平均培訓時長為10.7小時。

按性別劃分的培訓百分比 男性：100% 女性：100%	按性別劃分的平均培訓時長 男性：10.7小時 女性：10.6小時
按僱員類型劃分的培訓百分比 一線僱員：100% 中級管理層：100% 高級管理層：100%	按僱員類型劃分的平均培訓時長 一線僱員：10小時 中級管理層：15小時 高級管理層：20小時

本集團為僱員安排若干培訓課程。課程包括新員工入職培訓、一般培訓、專業培訓及管理培訓。培訓內容根據市場和業務需求定期更新。通過參加這些培訓課程，僱員可提高一般及專業技能。

員工福利與關懷

本公司嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》規定，並為員工提供行業內具有競爭力的薪酬。同時，本公司為員工提供基於國家法律法規和市場慣例的基本福利制度，並依照《員工補貼管理辦法》提供額外的福利，包括但不限於每年一次員工體檢、節假日禮品卡和各項補貼等。

本公司為員工提供便捷、舒適、人性化的辦公環境，辦公樓均設有茶水間、休息區和閱讀區等基本設施，除了優質便利的辦公環境外，本公司為員工提供了多種促進身心健康，溫暖貼心的業餘活動，如員工生日會及公司下午茶等。



閱讀休息區



生日及節日禮物

職業健康與安全

我們高度重視員工的職業健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國職業病防治法》等職業健康相關的法律法規。為確保遵守適用法律法規，以提供安全的工作環境並保護僱員不受職業危害，我們的人力資源部將不時（如需要及經諮詢我們的法律顧問）調整我們的人力資源政策以適應有關勞動安全法律法規中出現的重大變動。我們致力於為僱員提供安全的工作環境並關心僱員的健康狀況，在公司層面建立了職業健康安全管理體系，實施職業健康管理措施，創造良好的工作環境，並定期監察僱員工作環境的安全性：

環境、社會及管治報告

- * 根據不同僱員的需求，實施差異化的體檢策略，提供入職體檢，保障員工健康；
- * 為全體僱員購買商業意外險，為僱員提供額外保障；
- * 為女性僱員提供法定產假，並於2025年婦女節為每位女性僱員送上節日禮物；
- * 為僱員提供健康、宜人的辦公環境，並在辦公室配置空氣淨化器及綠植。

由於我們並未經營任何汽車製造、倉儲、展示、保養及維修設施，我們並未面臨重大健康、工作安全、社會或環境風險。於報告期內，本集團無因工傷、因工死亡損失工作日數。

於過往三個年度各年（包括報告期）本集團發生的與工作有關的死亡事件數目及比率如下：

職業健康與安全數據			
	2025年	2024年	2023年
殉職事故	0	0	0
殉職事故率	0%	0%	0%
工傷事故>三天	0	0	0
工傷事故≤三天	0	0	0
因工傷損失工作日數	0	0	0

四、社區投資

本集團深知，參與其經營所在的社區是一項重要的企業責任。因此，本集團鼓勵員工積極參與活動，回饋社會。日後會考慮參與有助社會的活動和機構。

五、環境保護

鑒於本集團的業務性質，我們所消耗的自然資源及產生的廢棄物對環境的影響微乎其微。然而，作為業內領先的互聯網公司之一，我們認識到環境保護的重要性並在業務營運中節約自然資源。我們已實施多項節能措施，以減少溫室氣體排放量。環境因素為我們的主要優先事項之一。

廢氣排放

本集團的廢氣排放歸因於公司自有車輛。以下為本集團於報告期內的廢氣排放明細：

廢氣排放	2025年
氮氧化物(公斤)	17.32
氧化硫(公斤)	0.01
顆粒物(公斤)	1.61

氣候變化

氣候變化是當前全球重大議題和挑戰之一，本集團理解氣候變化的影響與日俱增。隨著全球暖化加劇，本集團的業務將面臨越來越多的風險，包括但不限於極端天氣事件對日常營運及供應鏈造成的中斷、氣溫上升導致的能源與維護成本增加，以及隨著汽車產業向新能源汽車轉型所帶來的客戶營銷預算的潛在變動。在可預見的未來，氣候變化無疑將成為本集團以及整個汽車數字服務平台行業日益關注的問題；因此，本集團致力識別氣候變化對業務營運帶來的風險和機遇以及相應的策略，以緩減風險和把握出現的機會。考慮到這一點，本集團亦同意政府間氣候變化專門委員會關於氣候變化的最新科學研究結果。

根據TCFD關於氣候相關財務披露的建議，本集團應基於策略、風險管理、管治以及指標與目標這四個核心要素披露其氣候相關資料。

策略

本集團已識別相關氣候相關風險，並評估了其潛在財務影響。影響本集團的已識別氣候風險、其時間範圍、可能性、嚴重性以及對業務及供應鏈的潛在財務影響如下表所示：

	氣候風險	時間範圍	可能性	嚴重性	對業務的潛在影響	對供應鏈的潛在影響
實體風險	急性	短期	高	中	極端天氣事件可能中斷日常辦公室運作，延誤員工通勤，並影響本集團提供線上廣告及內容服務的能力。	干擾本集團自身的運營，並可能中斷客戶（汽車製造商及經銷商）的線下營銷活動，影響線上廣告活動的時效與效果。
	慢性	長期	高	中	氣溫上升增加辦公室製冷能耗，導致營運成本及設備維護費用提高。	增加本集團辦公空間的營運成本。 亦可能間接影響受長期氣候變遷嚴重影響地區之客戶的營銷預算。
過渡風險	技術	長期	中	低	轉向低排放技術可能需要預先投資於更具能源效率的IT基礎設施及辦公設備。	採用雲計算與節能技術，可降低本集團長期的營運碳足跡與成本。
	政策與法律	中長期	低	中低	實施更嚴格的環保法規、對氣候揭露的嚴格要求以及碳定價制度，可能會增加營運成本。政府與監管機構要求企業減少能源消耗與碳排放，並揭露碳資訊。若未能遵守，可能使企業面臨監管風險。	可能要求對產品供應鏈依法進行盡職調查管理，並要求使用一定比例的可持續或認證材料，從而提高本集團及其供應商的營運成本。
	市場	長期	低	高	於過渡期間，若本集團無法推出符合市場對可持續發展期望的創新產品，可能會面臨市場需求下降，從而導致收入與客戶群損失。	客戶預算配置的變化可能影響本集團的廣告收入。上游內容創作與技術平台合作夥伴，可能會因本集團不斷變化的客戶結構而面臨需求波動。
	聲譽	中長期	中	低	若本集團處理氣候變化應對措施不當，利益相關者對本集團氣候相關議題的關注可能會損害本集團的聲譽。	若本集團未能維持良好聲譽，可能失去與重視可持續發展之客戶的業務機會，並對本集團吸引關注環境、社會及管治之投資者的能力產生負面影響。

環境、社會及管治報告

考慮到上述風險的時間範圍，本集團將其戰略決策分為三個階段：

- **短期 (<1年)：**此階段涵蓋本集團應對即時實體風險（例如：針對極端天氣實施遠程工作應急計劃）並開始優化營運效率的期間。重點在於透過現有措施減少能源消耗及商務出行碳排放。
- **中期 (1至5年)：**在此期間，本集團將整合其氣候風險管理，深化低碳營運實務對整體業務營運的影響，並積極調整其商業模式以因應汽車產業的低碳轉型，例如拓展新能源汽車客戶群及開發低碳數字營銷解決方案。
- **長期 (5年以上)：**此階段延伸至系統性變革，包括氣候政策與市場偏好的潛在大規模轉變。本集團將專注於長期的韌性，例如進一步投資綠色技術，並使其業務策略與中國「3060」碳中和目標保持一致。

然而，本集團不僅僅將氣候變化視為一種風險；在氣候相關風險中，本集團亦發現與氣候相關的機遇。例如，汽車產業的數字化與低碳轉型帶來了新的發展領域。本集團可運用其數字化解決方案，開發低碳營銷數據產品、建立新能源車主社群，並為汽車客戶提供碳管理諮詢服務。此外，透過優化辦公能源使用（如LED照明、智慧電力管理）及推廣遠端協作以減少商務出行，本集團可降低營運成本、提升資源效率，進而增強盈利能力與環境、社會及管治評級。

本集團將這些視作應對氣候變化帶來的機遇的關鍵步驟。

隨着氣候相關風險與機遇持續增加，本集團預期於未來數年將穩步加大在氣候適應及緩解措施方面之資本投資，以減低對本集團之潛在影響。於報告期內，本集團尚未就氣候相關工作分配專項預算，但已透過內部現金流提供資金，對節能設備及視頻會議系統進行了營運投資。本集團已就報告期間採用能力豁免，以披露氣候相關風險與機遇之預期財務影響，並將於未來提供可量化的財務資料。

為評估本集團針對與氣候相關的變化、發展及不確定性所制定的策略，本集團進行了與氣候相關的情境分析，以評估其氣候抵禦力。本集團已考慮香港聯交所¹建議的兩種可能的情境：

氣候情境	全球平均氣溫升幅	主要影響
Turquoise	預計到2060年上升約1.7°C，到2100年上升約1.8°C。	<ul style="list-style-type: none"> — 新能源汽車製造商對數字營銷服務的需求增加。 — 開發低碳數據產品的機會增長。 — 對能源效率及綠色辦公實務的關注提升。
Brown	預計到2060年上升約2.4°C，到2100年上升約4.4°C。	<ul style="list-style-type: none"> — 極端天氣事件導致營運中斷的風險升高(例如：辦公室關閉、IT基礎設施損壞)。 — 商務航空出行及能源使用的碳定價導致營運成本增加。 — 面臨轉型壓力的傳統汽車製造商可能削減營銷預算。

本集團已就報告期間對其策略及業務模式應對氣候相關變化、發展及不確定性的深入評估與分析採用能力寬免，並將在未來進行詳細的氣候相關情境分析。

風險管理

本集團的風險管理流程旨在以綜合方式識別、評估、優先排序及監察氣候相關風險與機遇。下文概述了已實施的具體流程及相關政策。

(a) 氣候相關風險的流程

識別：本集團透過多種方法識別氣候相關風險。輸入數據及參數包括：(i)分析涵蓋本集團營運的內部數據，包括其在中国大陸的辦事處；(ii)審閱外部氣候預測科學報告，包括政府間氣候變化專門委員會的報告；(iii)透過政府網站及行業協會監察監管動態；及(iv)與主要利益相關者(包括僱員及供應商)溝通，以了解其風險敞口及關注事項。

¹ 香港交易及結算所有限公司於2021年11月發佈的氣候信息披露指引：https://www.hkex.com.hk/-/media/HKEX-Market/Listing/Rules-and-Guidance/Environmental-Social-and-Governance/Exchanges-guidance-materials-on-ESG/guidance_climate_disclosures_c.pdf

環境、社會及管治報告

以情境分析輔助識別：本集團所進行的氣候相關情境分析直接有助於其風險識別。如「策略」章節所述，本集團已考慮香港聯交所建議的「Turquoise」與「Brown」情境。這些情境結果被用作透鏡，以識別本集團營運及價值鏈中具體且可能發生的風險，例如未來碳定價可能導致商務出行成本增加，或極端天氣事件可能造成營運中斷等潛在風險。

性質、可能性及程度評估：本集團根據兩個維度（可能性與影響）評估每項已識別風險的性質、可能性及程度，並將其分為高、中、低三個級別。該等風險等級的定義如下：

風險等級	整體風險等級定義
高	此等級的風險可能會產生嚴重後果，極有可能對本集團造成一定影響，阻礙本集團達成策略目標。
中	此等級的風險可能會產生嚴重後果，但發生機率較低。相反，後果可能較輕微，但發生機率較高。
低	此等級風險對本集團達成策略目標的危害及後果有限，且發生機率較低。

相對於其他風險的優先排序：隨後將風險進行優先排序，並劃分為整體風險等級。此優先排序流程已整合至本集團的企業風險管理系統中，氣候相關風險與其他策略、營運及財務風險一併排序並向上級呈報。該優先排序結果用於指導資源配置及管理層關注的重點。

	氣候風險	整體風險等級	管理方針
實體風險	急性	高	<ul style="list-style-type: none"> — 針對極端天氣事件制定應變策略，例如遠程工作安排。 — 實施數據備份及站外伺服器災難復原措施。
	慢性		
過渡風險	政策與法律	低	<ul style="list-style-type: none"> — 透過環境、社會及管治專責小組持續監控最新的氣候相關法規與趨勢。 — 推廣視頻會議以減少對商務航空出行的依賴。
	技術	中	<ul style="list-style-type: none"> — 採用雲計算服務以降低IT基礎設施的碳足跡。 — 在未來IT設備採購中優先選擇節能型號。
	市場	中	<ul style="list-style-type: none"> — 持續拓展新能源汽車製造商客戶。 — 開發針對電動化與智慧化趨勢的營銷解決方案。
	聲譽	低	<ul style="list-style-type: none"> — 在環境、社會及管治報告中加強氣候相關揭露。 — 透過員工培訓推廣低碳辦公室文化。

監察：環境、社會及管治專責小組負責持續監察氣候相關風險。此監察工作透過正式會議進行，每年至少兩次，會中討論氣候相關風險與機會的最新識別及評估結果，以及本集團碳排放數據收集的進展。監察流程包括審閱最新的監管動態，並評估本集團在減緩措施（例如能源效率倡議及商務出行減量）方面的進度。此監察結果將直接向董事會匯報。

流程變動：於報告期內，本集團用於識別、評估、優先排序及監察氣候相關風險的流程並無重大變動。本集團保持一貫的方法，以確保資料隨時間推移的可比性。

在實體風險方面，本集團認為氣候變化帶來的極端天氣事件對其業務構成短期及長期的風險。

短期而言，颱風、暴雨或熱浪等極端天氣可能日益常見。這些不穩定的條件可能中斷員工通勤、迫使辦公室暫時關閉、降低遠程工作效率，並可能損壞IT基礎設施（例如伺服器），對本集團造成營運及財務損失。

環境、社會及管治報告

長期而言，氣候變化可能導致慢性實體變化，例如平均氣溫與海平面上升。這將增加本集團辦公設備（如空調）的能源消耗及維護成本，從而使本集團的營運支出隨著時間推移而增加。

本集團已制定多項策略，以減輕這些已識別實體風險所造成的損害。本集團已建立一套應變機制，用於決定面對極端天氣事件時的最佳行動方案，包括遠程工作應急計劃，以及確保數據備份與服務器韌性。此外，本集團已在辦公室實施節能管理措施（例如設備省電設定、下班後關閉電源），並採用節能照明，以降低單位面積能耗，並減少因慢性實體風險而導致成本上升的影響。

在過渡風險方面，隨著氣候變化加劇，本集團預計市場情緒可能會轉而偏好具有環保形象的企業的產品與服務。對於本集團在汽車產業的客戶而言，公眾對氣候變化的意識不斷提高，可能會導致不同的車輛購買選擇，傾向於選擇新能源汽車而非傳統內燃機汽車。若本集團未能調整其客戶組合與服務項目，可能面臨來自傳統汽車製造商的廣告收入減少的風險。

此外，向低碳經濟轉型可能帶來政策與法律風險。中國引入碳定價系統可能直接增加本集團商務航空出行的成本，從而提高營運成本。

本集團已制定多項策略，以減輕這些已識別的轉型風險所造成的損害。為降低聲譽與市場風險，本集團正積極擴展新能源汽車製造商客戶群，開發針對電動化與智慧化趨勢的數字營銷解決方案，並強化數據分析能力以提供精準營銷服務。為降低政策與法律風險，本集團推廣以視頻會議替代商務出行，並優化差旅管理，優先選擇低碳交通方式（例如以高鐵取代短程航班），旨在控制其範圍3排放的增長。

(b) 氣候相關機會的流程

識別：機會透過多種管道識別：(i)針對汽車產業轉向新能源汽車及低碳轉型趨勢的市場分析；(ii)對本集團自身營運及服務發展計劃的洞察；(iii)針對新興節能監管激勵措施的分析；及(iv)本集團對社區投資及綠色辦公室倡議的承諾。

評估與優先排序：一旦識別出機會，環境、社會及管治專責小組與董事會根據其策略契合度、潛在財務影響、可行性及所需投資進行評估。例如，本集團認為公眾環保意識的提升以及汽車產業的低碳轉型，為開發低碳營銷數據產品及新能源車主社群開闢了新的市場機遇。此外，本集團將營運效率的提升（例如LED照明升級、能源監控系統）視為降低長期成本的一個切實機會。

監察：本集團透過其治理架構監察捕獲氣候相關機會的進展。環境、社會及管治專責小組負責制定環境、社會及管治及氣候目標，供董事會每年審議，同時亦檢視本集團達成上一財政年度目標的進度。

(c) 融入整體風險管理流程

氣候相關風險管理已被納入本集團更廣泛的風險管理體系中。上述用於識別、評估、排序及監察氣候相關風險與機會的流程，已完全整合至本集團的整體風險管理框架。氣候風險評估的產出（包括已排序的風險概況）會與其他企業風險一同提交給執行領導層及董事會，確保氣候考量能夠為高層策略決策及整體業務策略提供依據。

本集團尚未制定正式的氣候相關轉型計劃。董事會擬於適當時候制定轉型計劃，並將在未來報告期間內披露進一步詳情。

管治

本集團深明能源消耗、溫室氣體排放和氣候變化均為環境保護的重要方面，對其營運產生重大影響，因此董事會和高級管理層已成立環境、社會及管治專責小組，針對氣候變化可能產生的任何風險或機遇制定對策和策略。環境、社會及管治專責小組由董事會成員、財務總監、人力資源總監及投資總監組成，負責協調本集團的氣候相關策略與工作，並直接向董事會匯報。

截至報告期末，董事會尚未建立正式的流程來評估或發展其成員的氣候相關技能及能力。董事會成員目前接受一般合規培訓，但此培訓並未包括針對性的氣候相關培訓、持續專業發展課程或主題專家簡報。提名委員會在評估董事候選人時，並未將氣候相關專業知識作為特定標準。董事會認識到在管治層面具備氣候能力的重要性，並計劃採取以下步驟：(i)將氣候及可持續發展能力納入董事會的技能矩陣；(ii)為董事會成員引入定期的氣候相關簡報或培訓，借鑒環境、社會及管治專責小組的內部專業知識，並在適當情況下借助外部顧問；及(iii)將氣候相關知識及經驗作為提名委員會評估未來董事會任命人選的標準之一。本集團將在未來的環境、社會及管治報告中匯報進展情況。

環境、社會及管治報告

於報告期內，董事會並未進行任何以氣候相關因素為主要考慮的重大交易（包括重大投資決策、資本開支承擔、合併及收購或重大合約）。然而，由於氣候相關風險管理已納入本集團更廣泛的風險管理體系，董事會在監督戰略決策時會考慮氣候相關風險及機遇。氣候風險評估的結果（包括優先風險概況，例如極端天氣帶來的急性實體風險，以及商務航空出行可能面臨的碳定價所帶來的政策風險）會與其他企業風險一併提交給執行領導層及董事會，確保氣候考量能為高層戰略決策及整體業務策略提供依據。

指標與目標

本集團為衡量其氣候相關風險水平及帶來的影響，監測各項指標和指示，以確保進行有效的定量評估。本集團定期監測及檢討其範圍1、範圍2、範圍3溫室氣體排放量（以噸二氧化碳當量計）、溫室氣體排放總量（以噸二氧化碳當量計）及溫室氣體排放密度（每平方米營運面積及每名員工）。溫室氣體排放數據列示於本報告「A1.排放」一節。

本集團亦將減少碳足跡作為其長期目標之一，承諾減少其營運過程中的溫室氣體排放。具體而言，本集團已設定以下氣候相關目標：

- **溫室氣體排放強度目標：**以2025年為基準年，按每名員工或每平方米為單位，逐年降低範圍1及範圍2的排放強度。
- **商務出行減量目標：**透過推廣視頻會議及優化差旅管理，逐年減少商務航空出行所產生的範圍3排放。

本目標乃參考最新之國際氣候變化協議（包括旨在限制全球暖化之《巴黎協定》）以及國家於2060年實現碳中和之目標而制定。本目標尚未經第三方驗證。此乃屬總量減排目標，未將任何可能進一步降低淨影響之抵銷措施納入考量。儘管本集團無需依賴碳信用以達成其目標，但若未來實施相關措施，將可進一步降低其影響。

溫室氣體排放

於報告期內，本集團的溫室氣體排放來自以下方面：

- 範圍1 – 本集團擁有或控制的業務產生的直接排放；
- 範圍2 – 本集團內部購買或獲得的電力、供暖、冷卻和蒸汽消耗所產生的「能源間接」排放；及
- 範圍3 – 本集團以外產生的所有其他間接排放，包括上游和下游排放。

本集團在選取其溫室氣體排放計算之計量方法、數據輸入及假設時，乃以與既有監管框架及權威資料來源保持一致為原則，以確保披露的一致性、可比性及可靠性。所採用的方法旨在：

1. **符合監管期望：**本集團主要參考香港聯交所載列之方法及排放因素，包括主板上市規則之附錄C2及其所引用的相關文件，以確保遵循本地披露要求，並在適當情況下促進有效比較。
2. **採用國際公認標準：**就範圍3排放而言，本集團之報告編製乃與《溫室氣體盤查議定書企業價值鏈（範圍3）核算與報告標準(2011)》保持一致，該標準為全球公認之價值鏈排放核算框架。本集團亦參考溫室氣體盤查議定書發佈之《範圍3排放計算技術指南（版本1.0）》以計算其範圍3溫室氣體排放。
3. **採用具公信力及地理相關性之資料來源：**在聯交所已發佈因素無法取得之情況下，本集團採用與其主要營運地區（中國大陸）相關之權威資料來源。此等來源包括：中華人民共和國生態環境部（提供中國國家電網購電之排放因子）、政府間氣候變化專門委員會（「IPCC」）之全球暖化潛勢數值，以及國際民航組織（「ICAO」）之碳排放計算器（用於商務航空出行排放）。該等資料來源因其科學可信度、公開可得性及與本集團營運情況之相關性而被採用，從而提升排放盤查的準確性。

環境、社會及管治報告

於報告期內，本集團業務活動排放71.13噸二氧化碳當量（「噸二氧化碳當量」）的溫室氣體（「溫室氣體」），主要為二氧化碳、甲烷及一氧化二氮。

溫室氣體排放範圍	排放源	溫室氣體排放量 (2025年) (噸二氧化碳當量)	溫室氣體排放量 (2024年)	溫室氣體排放量 (2023年)
範圍1				
直接排放	燃料燃燒	2.70	2.70	8.34
範圍2				
能源間接排放	購買電力	12.05	31.20	43.40
範圍3				
其他間接排放	政府部門／第三方用於處理淡水的電力	0.01	0.01	0.02
	政府部門／第三方用於處理污水的電力	0.01	0.01	0.01
	商務航空出行	56.38	70.09	60.23
合共		71.13	104.01	112.00
溫室氣體排放密度（每平方米建築面積）		0.07	0.08	0.03
溫室氣體排放密度（每名僱員）		0.70	1.02	0.67

附註：

- 除另有表明外，排放因素乃參考聯交所載《上市規則》附錄C2及其參考文件。
- 本集團商務航空出行二氧化碳排放量乃根據國際民用航空組織碳排放量計算器進行報告。
- 根據中華人民共和國生態環境部的資料（2025年）：2025年中國國家電網外購電力所用的排放因子為0.5777噸二氧化碳當量／兆瓦時；2024年中國國家電網外購電力所用的排放因子為0.5366噸二氧化碳當量／兆瓦時；2023年中國國家電網外購電力所用的排放因子為0.5703噸二氧化碳當量／兆瓦時。
- 由於四捨五入原因，排放總額可能與各排放源之總和或分項小計略有出入。

報告期內溫室氣體總排放量較去年減少32%。

本集團認定工作場所的電力消耗及商務航空出行為溫室氣體排放的主要來源。我們的目標是以2022年為基準年在2031年前減少10%的溫室氣體排放，並繼續鼓勵僱員實現此目標，包括在不使用電燈及空調時關閉電源。我們亦提倡使用公共交通工具並以視頻會議代替商務出行。若有中國內的必要商務出行，我們鼓勵僱員選擇以高鐵出行代替航空出行。

於報告期內，本集團並不知悉任何與廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生有關而對本集團有重大影響的不遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》及其他有關標準、規則及法規的事項。

廢棄物管理

本集團的業務營運並不涉及產生任何重大有害廢棄物。因此，本報告不呈列該等資料。

本集團的業務經營並不涉及產生任何重大無害廢棄物，因此，本報告不呈列該等資料。

節約資源

本集團持續識別從辦公室運營中發現的所有可能的環境污染源，評估環境影響的程度。本集團執行有目標性的切實可行措施並對若干重要環境指標設定減排目標，以顯示我們對環境保護的決心。

能源耗用

我們明白照明及空調設備等對維持營運而言至關重要，因此本集團會定期提醒僱員節約能源。我們的目標是以2022年為基準年在2031年前減少10%的能耗。我們致力研究探索盡力提高工作場所的空調、照明及電氣裝置以及其他辦公設備等電器設備的能源效率的方法。

環境、社會及管治報告

為實現上述目標，我們確保所有僱員離開辦公室前關燈。僱員於日間盡量使用自然光。我們更多使用LED燈，於照明充足的區域減少照明設備。我們亦要求員工離開辦公室時關閉電腦及辦公設備，使用空調時關好窗戶。工作場所保持舒適的溫度，以鼓勵節能減排。就此而言，本公司已參考國務院辦公廳建議的相關標準，夏季將空調溫度設定為26.0°C，以減少過度空氣調節。我們鼓勵辦公時間之外在家工作，如需要。我們定期檢查電氣及發電設備，以確保安全及運作效率。我們鼓勵通勤及參加外部會議時拼車。我們採納線上會議交流，盡可能減少差旅及能源消耗。僱員養成上述良好的日常習慣後，我們便可有效節省電力資源。於報告期內，本集團辦公室耗電及燃燒汽油為29,800.76千瓦時（「**千瓦時**」），密度為每平方米27.95千瓦時及每名僱員292.16千瓦時。

報告期內能源總消耗量較去年減少56%。

紙張使用

我們鼓勵重複利用或循環使用塑料或紙袋以及紙箱等包裝。我們採用辦公數字化，以減少過度印刷。我們亦按照個人資料私隱條例的規定，盡可能重複利用打印紙張。我們教育僱員在打印任何郵件前三思，並在郵件底部附上有關提醒，以提醒收件人。我們密切監管每年印刷的年報數量，以免浪費。

包裝材料

本集團的營運並不涉及任何包裝材料的日常使用。因此，本報告不呈列該等資料。

用水

我們理解從源頭上減少浪費是維持綠色業務營運的最佳方案。我們的目標是以2022年為基準年在2031年前減少10%的耗水量。於報告期內，我們主要在洗手區執行下列措施進行用水管理。我們教導僱員離開前關緊水龍頭。為提高僱員的節水意識，我們於洗手區張貼節水相關提示。於報告期內，本集團各辦事處共消耗28.45立方米淡水，密度為0.03立方米／平方米及0.28立方米／僱員。於報告期內，在求取適用水源上並無任何問題。

報告期內的總耗水量較去年增加1%。

六、供應鏈管理

我們的供應商主要包括品牌推廣、信息技術、展覽推廣及線下活動推廣服務供應商。我們的供應商提供的服務通常包括推廣本公司品牌、我們所參與展覽的推廣策劃及展位設立、我們所組織的線下活動的推廣策劃以及互聯網技術支持。我們要求所有新供應商提供相關資質並對其進行背景調查，以降低環境及社會風險。影響挑選供應商的因素包括聲譽及資質、營運全面合規（如並無賄賂及貪污）、環保及對社會負責。在選擇供應商時，我們在採購過程中踐行綠色環保理念，採購及使用可回收的辦公用品。於報告期內，我們要求僱員在購買辦公用品時須購買環保的辦公設備。選定供應商後，我們將與他們訂立服務合約，亦會制定服務驗收的標準程序。供應商須達致我們規定的標準，倘驗收不合格則須及時整改。我們定期與供應商溝通，進行有效管理並建立良好關係，以便供應商能夠持續為我們提供優質的服務。

於報告期內，本集團共有280名供應商，269名來自中國大陸，以及11名來自香港。

七、反貪污

我們意識到保護合法權益及規管不當商業行為對促進可持續及穩健發展至關重要。除嚴格遵守（但不限於）《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》外，我們已制定內部政策，如《反舞弊與舉報機制管理辦法》，旨在加強監察可疑交易和建立標準舉報流程。我們已為所有員工（包括董事）引入報告機制及定期進行利益衝突申報，並定期提供有關貪污及賄賂防範的培訓。於報告期內，僱員及本集團概無涉及任何與勒索、賄賂、欺詐及洗錢有關的法律案件。於報告期內，概無有關貪污行為針對本集團或其僱員之已審結的訴訟案件。本集團全體董事於上市前或入職時均接受本集團提供的企業管治培訓，以便董事清楚了解自己的責任並妥善行使其受託責任。本集團為新員工提供入職培訓，其中包括與員工基本道德規範有關的培訓，如反貪污。本集團將密切關注監管動態，必要時為員工及董事安排相關的反貪污培訓。

此外，我們已制定反欺詐及舉報制度，有關制度概述了多種舉報渠道及舉報人保護措施，向全體僱員及供應商／業務合作夥伴傳遞關於我們對欺詐行為零容忍的信息。我們鼓勵僱員及供應商／業務合作夥伴通報對任何違規行為或潛在欺詐行為的疑慮。我們保護舉報人的安全，確保彼等在舉報過程中不會受到任何不公平待遇或任何形式的報復。

八、環境、社會及管治報告指引的關鍵績效指標索引

層面	描述	頁碼
A.	環境	
A1	<p>排放物</p> <p>有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p><i>附註：廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。有害廢棄物指國家規例所界定者。</i></p>	14-26
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	14
A1.2	於2025年1月1日廢除	
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）。	26
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	26
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。	26
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，以及描述減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	26

層面	描述	頁碼
A2	資源使用 有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。 <i>附註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。</i>	26-27
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)。	26
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	27
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。	27
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及用水效益舉措及為達到這些目標所採取的步驟。	27
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	27
A3	環境及天然資源 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	14-23
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。	14-23
A4	氣候變化 於2025年1月1日廢除	
A4.1	於2025年1月1日廢除	

層面	描述	頁碼
B.	社會	
	僱傭及勞工常規	
B1	<p>僱傭</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	8-13
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。	9
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	10
B2	<p>健康與安全</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	12-13
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	13
B2.2	因工傷損失工作日數。	13
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。	12-13

層面	描述	頁碼
B3	<p>發展及培訓</p> <p>有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。</p> <p><i>附註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</i></p>	11
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。	11
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。	11
B4	<p>勞工準則</p> <p>有關防止童工或強制勞工的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	8
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	8
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	8

層面	描述	頁碼
營運慣例		
B5	供應鏈管理 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	28
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	28
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。	28
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	28
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。	28
B6	產品責任 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	5-8
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。	8
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	8
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	7
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	8
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。	6

層面	描述	頁碼
B7	<p>反貪污</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	28
B7.1	於報告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。	28
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	28
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	28
社區		
B8	<p>社區投資</p> <p>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。</p>	14
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）。	14
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	14