



同程旅行控股有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司
股份代號:0780

2025

環境、社會及管治報告

讓旅行更簡單、更快樂



CONTENTS

目錄

- 01 關於本報告
- 03 董事長致辭
- 05 關於同程旅行

- 79 未來展望
- 80 附錄 I：《環境、社會及管治報告守則》內容索引
- 83 附錄 II：聯合國可持續發展目標響應

01 同啟永續發展

ESG 治理體系	11
利益相關方溝通	13
實質性議題評估	14

02 同建高效治理

全面風險管理	17
嚴守商業道德	20
確保合規營銷	23
知識產權管理	24

04 同鑄卓越品質

精進供應商管理	33
關注用戶體驗	35
行業協同發展	40

06 同創幸福職場

保障員工權益	57
守護健康安全	64
助力人才發展	66
創造幸福職場	69

03 同守安全防線

信息安全管理	27
用戶隱私保護	29

05 同繪綠色藍圖

應對氣候變化	43
落實綠色運營	52

07 同擔社會責任

深耕社區公益	73
助力鄉村振興	76
深化文旅融合	77



關於本報告

報告說明

本環境、社會及管治（「ESG」）報告是同程旅行控股有限公司（「本公司」、「同程旅行」或「我們」）發佈的第八份 ESG 報告，旨在系統地展示我們於 2025 年度在產品責任、商業道德及反貪污、供應鏈管理、僱員管理、環境保護及社區投資等方面的管理措施和實踐。

報告範圍

本 ESG 報告所涵蓋的業務收入佔本公司、附屬公司及併表聯屬實體（「本集團」）收入比例 80% 以上。除另有說明，本 ESG 報告之社會範疇的披露範圍為本集團，本報告範圍不包含 2025 年 10 月份收購的萬達酒店管理（香港）有限公司；基於行業特性，環境範疇的 KPI 披露範圍為本公司運營過程中對環境具有實質性影響的辦公場所，即由公司直接運營的位於蘇州、合肥、北京、淮安及長沙的辦公場所。此外，參考《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004 年）》，本公司亦將位於淮安、合肥、長沙、海南、蘇州、海外具有運營控制權的場所納入溫室氣體排放披露範圍。報告時間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（「報告期」），部分內容超出上述時間範圍。

編寫標準

本 ESG 報告撰寫參照香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》（「《ESG 報告守則》」）及聯合國《2030 年可持續發展議程》。本公司已遵守《ESG 報告守則》中的強制披露條文和「不遵守就解釋」條文。

匯報原則

重要性	本 ESG 報告已在編撰過程中納入利益相關方溝通及實質性評估過程，作為釐定重要 ESG 議題的依據。當董事會釐定有關 ESG 事宜會對投資者及其他持份者產生重要影響時，我們即作出相應匯報。
量化	本 ESG 報告採用量化數據的方式展現環境、社會與氣候層面的 KPI，以及訂下的減少個別影響的目標（可能是實際數字或方向性、前瞻性的聲明），並附帶說明，以闡述其目的和影響。我們亦在報告裡提供了環境和社會範疇 KPI 的比較數據。
平衡	本 ESG 報告遵循平衡原則，不偏不倚地呈報我們的 ESG 表現，並避免可能會不恰當地影響報告讀者決策或判斷的選擇、遺漏或呈報格式。
一致性	本 ESG 報告與《2024 年 ESG 報告》使用一致的統計及 KPI 披露方法。

董事會聲明

本公司董事會及全體董事保證本報告內容不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對董事會的 ESG 監督及管理工作做出如下聲明：

- 管治框架
- 本公司董事會為本公司 ESG 方面的最高治理機構。本公司已成立董事會層面的「ESG 委員會」及公司層面的「ESG 和數據安全委員會」，協助董事會指導和監督本公司發展及落實 ESG 工作，確保本公司設立合適及有效的 ESG 風險管理及內部監控系統。本公司亦成立 ESG 工作小組負責執行本公司 ESG 策略及相關行動。關於管治框架的具體內容可參考本報告《同啟永續發展》章節。
- 管理方針及策略
- 本公司於 2018 年首次開展實質性評估，通過多種渠道與各利益相關方進行了廣泛深入的溝通，分析、識別、評估、排序並管理本公司 ESG 相關重點議題（包括對本集團業務的風險）。2024 年，我們根據「雙重實質性」的原則從「對同程旅行財務與業務的影響」和「對環境與社會的影響」兩個維度對實質性議題進行評估。本報告期內，本公司重新審視本公司實質性評估結果，對各重點議題的影響進行確認，並持續展開響應。
 - 針對保護用戶隱私、保證用戶安全、誠信合規經營、提供優質服務及保障網絡安全等重點議題，本公司董事會、ESG 委員會、ESG 和數據安全委員會已開展積極管理，並在本報告內對於上述議題的管理方式進行重點闡述。

- 目標檢討
- 本公司將可持續發展理念融入相關營運層面，並訂立了 ESG 策略及目標來審視和管理本公司的 ESG 影響。本公司 ESG 委員會定期覆核本公司 ESG 目標的相關工作進展及完成情況。

獲取渠道

本報告電子版本將發佈於本公司投資者關係網站（<https://www.tongchengir.com>）及聯交所網站（www.hkexnews.hk）。



董事長致辭



2025 年，中國旅遊業在復甦中展現出鮮明的結構性變革，非一線城市及縣域地區憑藉原生態自然稟賦與深厚文化底蘊強勢崛起，為行業增長添磚加瓦。這一趨勢也對我們提出了新的發展要求，即以可持續發展模式賦能下沉市場文旅產業提質升級。我們始終堅守「讓旅行更簡單、更快樂」的使命，將 ESG 理念深度融入本公司戰略與日常運營，以可持續發展引領公司高質量成長。



過去一年，我們積極應對氣候變化帶來的挑戰，邀請專家在公司內部開展氣候風險培訓，自上而下提高氣候風險管理意識。在可持續運營方面，我們依託數字化體系實現智能管理，以科技賦能綠色運營，在綠色辦公方面，我們通過集中管控、智能調控等舉措，有效降低辦公能耗，同時，我們全面推廣節水系統，致力於實現節能效益與運營效率的雙重提升。

在踐行社會責任方面，我們堅守初心，以多元行動傳遞溫暖、共建包容社會。2025 年，同程公益基金會正式成立，聚焦核心公益領域精準發力。面對華北地區洪澇災害、香港新界大埔屋邨宏福苑火災等突發狀況，我們第一時間啟動應急響應，火速調配物資、籌措善款馳援一線，用責任與速度為受災群眾送去溫暖。與此同時，我們以技術創新與產業協同為核心動力推動行業可持續發展。2025 年，我們升級推出「新旅人公益計劃 2.0」，以「共生·共成長」為核心，通過技術普惠、營銷賦能、人才培育三大維度，系統性支持中小酒店融入數字化浪潮。我們持續加大人工智能、大數據等領域研發投入，升級後的智能旅行助手 DeepTrip，已實現從旅遊諮詢、行程規劃到在線預訂的全鏈路服務閉

環，為行業數字化轉型注入核心動能。在此基礎上，我們深耕文化傳承與文旅融合，依託數字技術賦能非遺活化傳播，助力地方文旅產業升級與文化惠民，在創造商業價值的同時，為社會發展注入持久活力。

我們同樣注重以完善的治理體系為 ESG 實踐保駕護航，不斷優化 ESG 治理架構，將 ESG 表現與經營績效緊密掛鉤。憑藉扎實且持續的實踐成果，我們連續三年入選標普可持續發展年鑒，更實現 ESG 評級的跨越式提升，MSCI ESG 評級躍升至「AAA」級，躋身行業領先陣營，充分彰顯了我們在可持續發展領域的堅定決心與核心競爭力。

未來，我們將以更高標準推進 ESG 實踐，持續拓展文旅融合的廣度和深度，迭代科技賦能能力，助力行業可持續發展。可持續發展需多方攜手，我們呼籲所有利益相關方同心聚力，共建文旅行業可持續生態。

吳志祥

董事會聯席董事長兼執行董事

再出发就同程。 TOGETHER × LET'S GO!

關於同程旅行

公司業務

同程旅行是中國在線旅行行業引領者，由同程網絡科技股份有限公司及藝龍網信息技術（北京）有限公司於 2018 年合併而成。作為一站式綜合旅行平台，我們為用戶提供覆蓋全場景的創新產品與服務，涵蓋住宿預訂、交通票務預訂、景區門票預訂、酒店管理、度假產品、商務出行及各種增值配套旅遊產品與服務。同時，作為科技驅動型企業，我們依託大數據及人工智能技術，在賦能行業發展的同時，持續豐富和優化產品與服務，不斷提升用戶的出行體驗。

企業文化及願景

同程旅行始終以「讓旅行更簡單、更快樂」為核心使命，秉持「成為最值得信賴的旅行平台」的發展願景，持續為用戶打造優質多元的出行體驗。我們將「用戶第一、創新進取、正直誠信、合作共贏」作為核心價值觀，以開放姿態聯動各方夥伴，深度挖掘產業鏈價值，在賦能行業發展的同時，致力於為所有利益相關方創造長遠價值。

我們深知企業文化是企業發展的核心動力，更是品牌形象的重要基石。通過「行為導向、行為浸潤、行為滲透、機制保障」四大策略，我們將可持續發展理念融入運營全流程，構建起多元立體的文化體系。同時，基於公司使命、願景和價值觀，圍繞公司發展戰略與目標，同程旅行每年迭代、提煉文化理念內核，將公司文化融入業務和組織發展，力求保持公司自上而下對文化的一致認同。2025 年，我們基於公司長期戰略與年度業務目標提煉了三個文化關鍵詞「無畏」「敢為」「篤行」，通過「強化溝通」「激發熱情」「賦能踐行」三大路徑進一步發揮文化的力量，凝聚更強的戰鬥力。

行為導向

行為浸潤

行為滲透

機制保障



2025 年主要榮譽



中國民營企業
500 強

中華全國工商業聯合會

中國服務業民企
100 強

中華全國工商業聯合會

2025
「中國互聯網企業 100 強」

中國互聯網協會

2025
「中國旅遊集團 20 強」

中國旅遊研究院、
中國旅遊協會

Customer Experience
Gold（客戶體驗金獎）

亞太客戶中心協會聯盟

港股最具投資潛力
上市公司

《每日經濟新聞》

同程旅行旗下藝龍酒店科技
位列全球酒店集團第 19 位

《HOTELS》雜誌

同程旅行旗下藝龍酒店科技
榮獲中國酒店集團第八名

中國飯店協會

中國健康工作場所（CHW）
鑽石標準企業

人力資源智享會（HREC）

2025
大學生最喜愛僱主

前程無憂

2025
最具影響力僱主

海投網

2025 年績效亮點



同啟永續發展

- MSCI 評級升至 **AAA 級**
- 連續 **3 年**入選標普全球《可持續發展年鑑（中國版）》

同建高效治理

- 100%** 員工和董事會成員參與誠信廉潔培訓

同繪綠色藍圖

- 承諾以 2025 年為基準年，到 2030 年五大職場碳排放強度（tCO₂e/ 每百萬人民幣收入，範圍 1 和範圍 2）降低 **18%**
- 已獲得 **ISO 14001** 環境管理體系認證

同鑄卓越品質

- 已通過國際使用者服務標準化認證機構 COPC Inc. 認證
- 參與調查的用戶滿意度 **95.23%**

同守安全防線

- 已獲得 **ISO 27001** 信息安全管理體系認證，覆蓋 **80%** 以上的業務
- 同程旅行員工信息安全培訓覆蓋率達 **100%**

同創幸福職場

- 女性員工佔比 **51%**
- 管理層中女性佔比為 **53%**
- 員工心理援助計劃 (EAP) 累計心理諮詢小時數達 **192.5 小時**

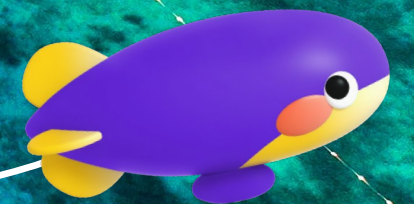
同擔社會責任

- 正式成立同程公益基金會
- 公益慈善捐款約人民幣 **3.11 百萬元**
- 公益志願時長 **2,194 餘小時**



01 同啟永續發展

同程旅行將可持續發展視為企業穩健運營與社會和諧共進的核心支柱。我們緊隨時代發展趨勢，在追求經濟效益的同時，始終兼顧環境責任與社會價值，為長遠發展夯實基礎。我們已建立四層級 ESG 治理架構，通過與利益相關方的常態化溝通，以實質性議題為導向，遵循雙重重要性原則精準識別關鍵議題，引導企業有的放矢地開展 ESG 管理。



ESG 治理體系

本公司董事會為公司環境、社會及管治方面的最高治理機構。同程旅行於 2021 年成立環境、社會及管治委員會（「ESG 委員會」），ESG 委員會成員由董事會委任公司董事組成，且均為獨立非執行董事；下設環境、社會及管治和數據安全委員會（「ESG 和數據安全委員會」），由執行董事兼首席執行官馬和平先生任主席，分管 ESG 各領域事項，具體職責請參考《ESG 委員會職權範圍》。



2026 年 3 月 24 日，同程旅行正式發布全新 ESG 戰略，明確將「點亮希望，照亮世界」確立為長期發展願景，以「智慧旅行、多元包容、生態共興」三大核心支柱為支撐，系統擘畫企業可持續發展的全新藍圖。此次 ESG 戰略升級，既是對同程旅行過往 ESG 實踐成果的系統梳理與全面昇華，也是企業立足旅遊業高質量發展的時代要求，主動踐行社會責任、引領行業可持續發展的重要戰略佈局。同時，同程旅行升級 ESG 治理架構，在 ESG 和數據安全委員會項下增設環境和氣候風險管理分會，為公司長期可持續發展築牢治理基礎。

同程旅行 ESG 管治架構職權範圍

- 董事會**
 - 負責監管 ESG 事宜，評估、優次排列及管理重要的 ESG 事宜，對本公司的 ESG 策略及匯報全權負責，定期審閱 ESG 相關事宜並審議年度 ESG 報告；
 - 2026 年 3 月的董事會上，董事會成員聽取了 ESG 委員會關於報告期內 ESG 相關事宜的匯報，審閱本公司的 ESG 績效，並審議 ESG 報告的相關披露事項，討論未來年度的 ESG 管理計劃。
- ESG 委員會**
 - 負責審閱本公司 ESG 相關表現，包括但不限於氣候變化應對及碳中和、用戶隱私及數據安全、用戶服務、員工權益及發展、商業誠信及廉正督察等一系列 ESG 重點議題；
 - 制定本集團的 ESG 願景、目標、管理方針及策略，定期覆核目標達成狀況並向董事會匯報及提出建議；
 - 識別、評估本集團 ESG 相關風險和機遇，及管理對本集團營運及／或其他重要利益相關方的權益構成重大影響的重要 ESG 事宜，並向董事會匯報及提出建議；
 - 審閱、檢討及必要時採納並更新本集團 ESG 相關政策，確保符合法律及監管的要求；
 - 監督並指導 ESG 和數據安全委員會，全面落實本集團 ESG 治理策略及相關行動。
- ESG 和數據安全委員會**
 - ESG 委員會下設環境和氣候風險管理分會、企業社會責任分會、公共政策和監管事務分會、數據安全分會四大板塊：
 - 環境和氣候風險管理分會主要負責管理並降低公司營運對環境和氣候帶來的影響，同時落實具體的措施推動低碳可持續發展；
 - 企業社會責任分會主要管理公司營運過程中對用戶、員工、供應商及社區等社會各界相關方帶來的影響；
 - 公共政策和監管事務分會主要負責兩方面的工作內容，一方面公司營運過程中 ESG 相關法規及政策帶來的影響，提升公司持續穩健運營的能力等，另一方面提升公司內部企業管治，如商業誠信、反貪腐等；
 - 數據安全分會主要負責管理公司營運過程中對數據如用戶隱私、信息等安全保護，強化信息安全化、完善安全機制；
 - 監督並指導 ESG 工作小組，開展落實 ESG 工作行動。
- ESG 工作小組**
 - 參與制定本公司 ESG 願景、目標、管理方針及策略，並就相關 ESG 工作向 ESG 和數據安全委員會提供建議；
 - 關注並分析社會及行業 ESG 趨勢及事宜，並向 ESG 和數據安全委員會提供建議；
 - 定期審視本公司的 ESG 政策及規範，以確保其符合適用的法律及監管要求；
 - 監察及回覆內部及外界對公司有關 ESG 工作的意見確保暢通的利益相關方溝通機制；
 - 編制本公司年度《環境、社會及管治報告》；
 - 對投資過程中的重大 ESG 風險進行監督管理，或提出建議；
 - 負責日常聯絡，籌備 ESG 和數據安全委員會會議，並執行 ESG 和數據安全委員會的有關決議。



利益相關方溝通

同程旅行高度重視與利益相關方的溝通，通過《利益相關方溝通政策》，構建了全面、系統的利益相關方識別、參與及溝通機制，涵蓋股東、投資者、監管機構、媒體、合作夥伴、用戶、員工及社區等利益相關方。我們通過多種渠道定期了解各方在 ESG 方面的期望和要求，並匯總分析各方反饋結果，開展利益相關方影響評估，評估公司運營對各方帶來的潛在影響，並將評估結果作為制定 ESG 策略的重要依據。

我們與利益相關方的溝通渠道包括但不限於線上線下會議、定期路演、網站公告等多種形式，並採用中、英雙語的形式消除語言障礙，保障溝通的有效性。我們定期識別和評估對利益相關方有潛在影響的項目或業務環節，調研利益相關方對公司發展戰略及運營情況的意見，並對負面反饋進行追蹤和改善，從而持續完善我們的 ESG 策略。我們逐步建立利益相關方參與計劃，並定期組織培訓等能力建設活動，以優化其利益相關方溝通質量與透明度。同時，我們將利益相關方溝通的指標表現與管理層績效考評掛鉤，並積極參與大型峰會、展會等活動，向各方傳遞公司戰略及業務動態。

利益相關方	要求	溝通方式
 股東與投資者	- 投資回報 - 信息披露 - 合規經營	- 年報、財務報表和公告 - 股東大會 - 公司投資關係網站 - 線上線下會議、路演及投資策略會 - 季度業績發佈會
 監管機構	- 合規經營 - 依法納稅 - 貢獻社會	- 面對面溝通 - 企業論壇 - 研討會和交流會議
 媒體及非政府組織	- 推動行業發展 - 保證合規宣傳 - 傳遞品牌價值	- 社交媒體 - 官方網站 - 新聞發佈會 - 會議溝通
 合作夥伴	- 公平公正 - 合作共贏	- 業務溝通 - 定期會議 - 實地考察 - 評估及考核
 用戶	- 保護個人隱私 - 保障服務質量 - 完美旅行體驗	- 應用程序、公司網站 - 客服熱線 - 顧客滿意調查 - 社交媒體
 員工	- 保障員工權益 - 職業健康及安全 - 改善員工福利 - 平等機會及多元化	- 事業群 HR - 工會 - 內部會議 - 績效考核
 社區	- 積極投身公益 - 傳遞正能量	- 公司網站 - 大眾傳媒 - 社交媒體

實質性議題評估

本公司已委任第三方專業機構依據雙重重要性原則開展實質性議題評估工作，並主動邀請各利益相關方參與問卷調研，從財務重要性及影響重要性兩個維度開展分析。報告期內，本公司再次對原有的 ESG 實質性議題進行了年度回顧，並對其影響進行確認。我們將實質性議題評估結果作為制定 ESG 管理戰略及編制 ESG 報告的重要參考，並納入公司整體的風險管理體系考量。

評估流程

步驟 1：識別 ESG 議題

本公司依據《ESG 報告守則》，識別與本公司相關的所有潛在可持續發展議題，包括 ESG 方面。確定這些議題是否符合雙重重要性的標準，即是否具有財務重要性和影響重要性。

步驟 2：確認重要程度

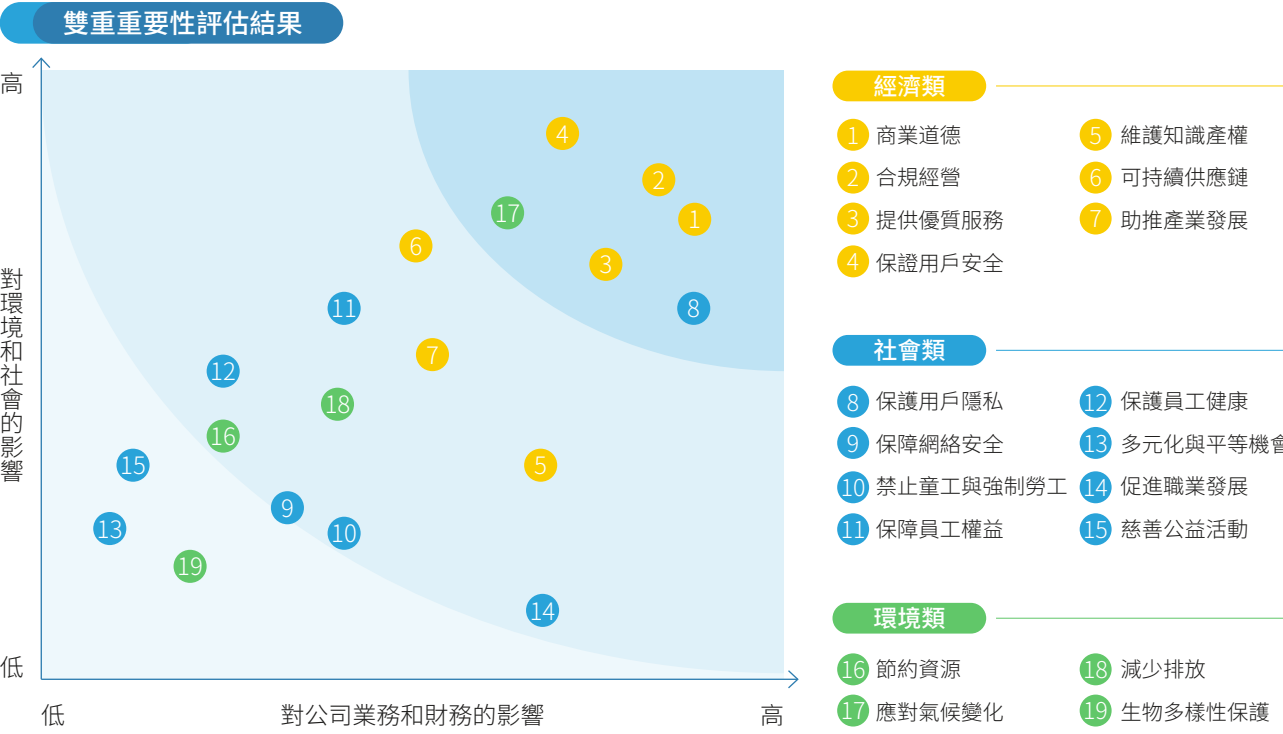
本公司通過對內、外部重要利益相關方發放問卷，同時通過內部訪談及研討、徵詢外部利益相關方意見等方式，採用雙重實質性議題評估方法，從財務重要性和影響重要性兩方面對各議題進行評估及調整，並根據調研的結果生成實質性評估矩陣。

步驟 3：驗證評估結果

董事會及 ESG 委員會審閱並確認評估結果。根據評估結果，本公司識別出對於本公司非常重要的議題，包括商業道德、合規經營、保證用戶安全、提供優質服務、保護用戶隱私及應對氣候變化。我們將在報告對應章節中針對重點議題展開針對性響應，以滿足各利益相關方的關注。

議題矩陣

通過分析公司自身業務活動、內外部客觀環境、可持續信息披露標準，本公司識別出 19 項可持續發展議題。



02 同建高效治理

同程旅行以「正直誠信：堅守底線，簡單正直」為核心價值觀，始終秉持「合規與效率並重」的經營理念，以此錨定企業發展方向。我們嚴格遵守運營所在國家和地區的相關法律法規，建立了完善的公司治理體系與風險管理機制，夯實企業高質量可持續發展基礎，並為用戶構建穩固的信任基石。



全面風險管理

風險管控體系

同程旅行採用 COSO 框架和 ISO 31000:2009 標準，建立了全面的風險管理體系。報告期內，我們修訂了《合規手冊》《內容安全管理制度》《同程旅行與第三方合作安全規範》等風險管理相關制度，為高效風險管理保駕護航。

同程旅行構建了治理層、管理層、執行層三級風險管理架構，形成閉環管控體系。治理層由董事會、審核委員會及 ESG 委員會構成，核心職責是監管與公司戰略適配的風險管理及內控系統；管理層主導制定控制標準，並全程監督風險管理執行情況；執行層則以「三道防線」為核心——業務團隊、職能團隊及內部審核與紀檢監察團隊協同履職。為強化風險管控效能，我們將風險管理指標納入薪酬績效考核體系：風險管理整體表現納入內部審核及紀檢監察團隊的績效考核，業務及職能團隊則對信息安全、合規、職業健康安全等專屬領域風險負責，其相關風險指標同步融入薪酬激勵考量。



風險管理流程

同程旅行在經營過程中對潛在風險進行了系統的梳理，並積極採取措施進行應對和規避。我們的風險管理流程遵循三個關鍵步驟：風險識別分析、風險評估以及風險控制，確保風險管理的全面性和有效性。具體風險識別結果及應對舉措請參見年度報告主要風險及不確定性章節。



新興風險識別與應對

同程旅行不斷監測和分析因內外部經營環境變化而產生的新興風險，並提前制訂應對措施，從而系統地管理相關風險。2025 年我們識別出的主要新興風險和應對舉措如下：

AI 算法治理合規風險

風險描述

人工智能（AI）技術的廣泛應用為公司帶來了運營效率的提升和業務模式的創新，但同時也伴隨著一系列風險，如數據依賴風險、算法偏見風險。

風險影響

隨著 AI 發展及大量資訊透過算法處理，AI 自動化決策更為普及，亦可能引發算法歧視，對特定群體或個人產生不公正對待。此風險可能會導致公司聲譽風險增加，用戶的投訴率增加，以及法律訴訟風險的增加。

應對舉措

為阻止並減緩算法歧視，同程旅行秉承「以人為本」的技術發展理念，嚴格按照行業技術倫理規範或算法倫理法則進行算法設計，督促算法平台或算法設計人員遵循內心的道德，強化算法倫理建設，提高職業和道德的基本素養，在追求技術帶來的便捷與利益的同時，兼顧社會公平正義，獲取合理合法的算法利益，不唯資本或利益論。

AI 引發的數據安全與隱私風險

風險描述

隨著人工智能訓練及大數據技術的廣泛應用，數據要素流轉日益頻繁，數據安全與隱私保護面臨更高複雜性。若數據管理措施不足，可能引發數據洩露、濫用或未經授權訪問等風險。同時，《個人信息保護法》《數據安全法》等監管要求不斷趨嚴，企業數據合規管理壓力及合規成本顯著提升。

風險影響

若發生數據安全或隱私保護事件，可能導致行政處罰、民事索賠及監管問責等法律後果，並對公司品牌形象與客戶信任造成不利影響，削弱市場競爭力。此外，為滿足持續提升的監管與技術要求，公司需加大在數據安全基礎設施、系統建設及專業合規資源方面的投入，短期內可能推高運營及管理成本。

應對舉措

- 我們將不斷完善數據安全與合規管理體系：
- 在技術層面：部署隱私計算、數據脫敏、加密存儲與傳輸、訪問控制等多重防護措施，強化數據全生命週期安全管理。
 - 在治理層面：明確數據權責分工，定期開展合規審計與風險評估，持續提升數據風險防控能力。

嚴守商業道德

夯實管理基礎

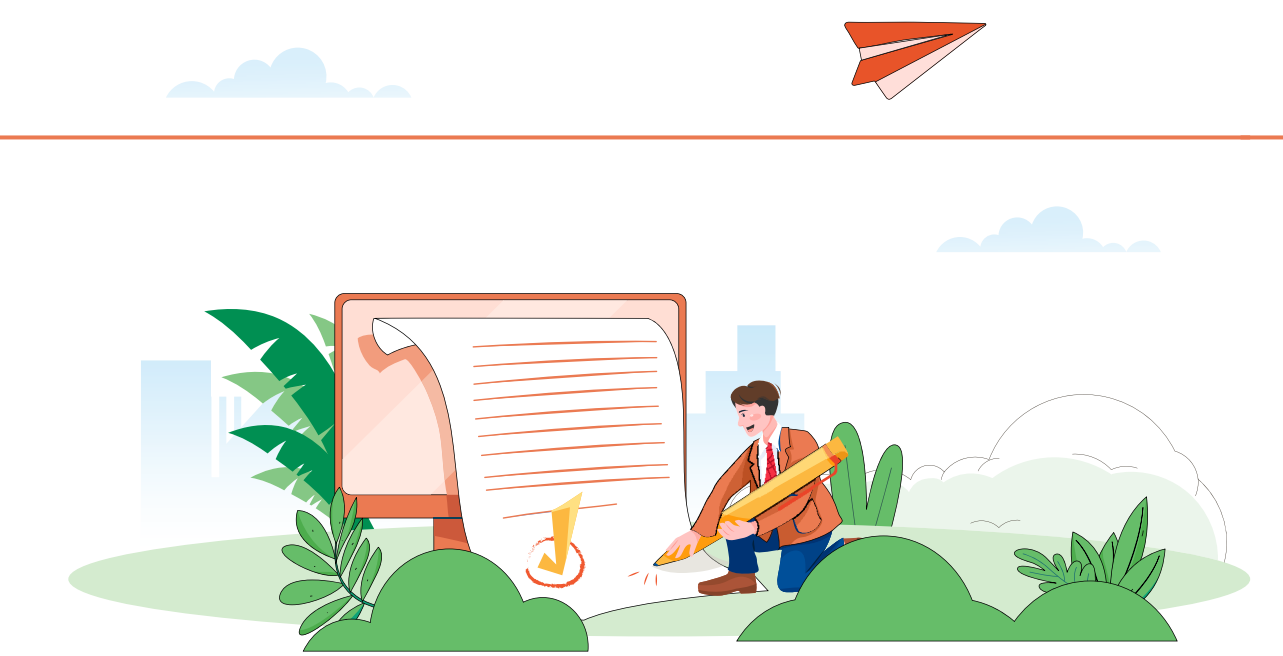
同程旅行堅守誠信經營的原則，對腐敗行為採取「零容忍」的態度。我們嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規要求，通過《同程旅行陽光行為準則》《紀檢監察委員會工作辦法》等覆蓋公司全體員工及業務條線的管理制度，明確杜絕員工弄虛作假、不當獲利、行為舞弊、收受賄賂、不當競爭、利益衝突、內幕交易和洗錢、洩露機密等行為。報告期內，我們在公司層面精簡優化制度，將原有 9 項制度整合為落地性更強的 5 項制度，同時在業務層面協助完善、優化各項細分制度共計 13 項，夯實制度保障基礎。

點擊鏈接了解：《同程旅行陽光行為準則》

我們構建了全面的廉正生態治理體系，成立了紀檢監察委員會作為主要執行機構，並在各個業務群設立了紀檢聯絡員，以協助紀檢監察委員會執行檢查工作。針對專項檢查、案件調查中發現的問題，我們出具書面的《整改通知書》，推動業務部門落實主體責任，進行系統性整改。我們還要求所有員工簽署《廉潔承諾書》，並建立了將員工績效與商業道德合規性掛鉤的評估機制。此外我們與執法機構建立了警企聯動機制，共同治理貪腐行為，以保障公司業務的合規性。

報告期內

本公司未發生重大¹貪污與腐敗、歧視與騷擾、利益衝突、洗錢和內部交易等違規事件。



註：1. 此處所述「重大」為對公司業務產生實質性影響。

反貪腐舉措

以完善的制度和治理體系為指引，我們通過系列反貪腐舉措，持續守護業務合規性。

商業道德與反貪污舉措

本公司設立了《舉報人、證人保護及獎勵辦法》對舉報人和證人提供必要的保護。本公司設立了紀檢監察委員會以監督舉報制度的正常運行。本公司通過將《舉報人、證人保護及獎勵辦法》公開掛網的方式向本公司全體員工及生態合作夥伴宣貫公司針對違反商業道德行為的舉報流程、對舉報人的保護措施及獎勵標準。



商業道德績效考核

- 同程旅行將商業道德合規性作為員工績效考核的核心指標之一，權重超過 50%。



預警機制

- 本公司通過整合集團的信息化資源，搭建自動化的風險預警模型，幫助識別潛在的舞弊風險。
- 通過模塊化風險類型劃分與大數據分析，對可能存在的舞弊行為進行預警；對識別出的潛在風險開展跟進分析、鎖定舞弊點，強化事中監督；同時，固定已發生舞弊事件的電子數據證據鏈，為事後調查和追責提供支撐。



舉報與保護機制

- 本公司已制定《舉報工作實施辦法》《舉報人保護和獎勵辦法》《紀檢監察委員會工作辦法》及《案件處理實施辦法》，建立了完善的舉報渠道和處理流程。
- 員工和外部人員可以通過電郵、電話等多種方式舉報違反職業道德的行為或事件。
- 本公司明確了舉報人的保護措施和獎勵機制，對舉報人和證人提供必要的保護，並嚴肅處理任何經核實的打擊報復行為。



處罰制度

- 如員工違反《同程旅行陽光行為準則》規定的商業道德行為，本公司將依據《同程旅行陽光行為準則》《違紀處罰實施細則》《利益衝突管理制度》等制度啟動調查程序，由公司紀檢部門牽頭組織專項調查，必要時聯合人力資源部、法務部及審計部門協同開展。本公司將堅持客觀、公正、保密原則調查案件，並將調查結果上報至公司紀檢監察委員會，根據調查結果，依法依規作出處理決定。情節嚴重的，將被認為嚴重違紀，本公司將對該員工作出免職或辭退的處理。
- 對於可能涉及違法犯罪的案件，本公司將移送公安機關處理，並在公司內部進行結果公示。



反舞弊審計

- 本公司每年對所有業務運營點及業務環節進行商業道德及反貪腐審計，主動篩查並查處貪腐相關訴訟案件。
- 報告期內，本公司共查處舞弊違規案件 10 起，並在集團層面予以通報，違規案件未對公司造成實質性影響。



提升改進

- 通過已調查的案件，本公司構建了舞弊風險地圖，並開展了堵漏建制工作。
- 對於高風險崗位及管理崗位，本公司實施了一對一的廉潔談話，以加強對高風險問題的自查自糾。截至 2025 年底，已面向員工開展常規談話、警示談話共計 120 餘次，面向供應商開展警示談話 12 次。

廉正文化建設

同程旅行致力於營造廉潔自律的企業文化，不斷強化員工「廉於心、修於身、正於行」的廉潔意識。我們將每年的 11 月 11 日定為「廉正自律日」，並通過發佈廉潔海報、發送廉潔提示郵件、製作宣傳視頻和推文等多種形式，宣導廉潔自律的價值觀。公司開展多層次廉潔培訓，包括對董事會成員的誠信廉潔培訓，以及職場專項廉潔培訓，通過以上率下、層層傳導的方式，形成全員廉潔意識的共同體。



▲ 同程旅行廉正自律日

報告期內

本公司反貪腐等商業道德培訓員工
覆蓋率達

100%



同程旅行就反貪腐形成行業共治與警企聯動，聯合外部機構建立了立體化的廉正防線。作為陽光誠信聯盟決策委員會成員，我們積極參與行業共治，2025 年，我們參與行業專題分享及培訓共計 4 次，陽光誠信聯盟來公司實地走訪調研交流 1 次，通過深化與行業內的交流與經驗分享，不斷提升專業能力。在警企聯動方面，我們與四川、蘇州等地警方保持良好溝通，並結合特定主題開展警示教育，強化員工廉正理念，提高廉正建設的效率。

廉潔採購管理

為打造廉潔透明的採購環境，同程旅行建立了《同程旅行供應商行為準則》《採購管理制度》等制度，規範供應商廉潔管理，並要求其主動建立商業道德原則與管理程序。本公司不斷加強與供應商合作關係中的廉潔自律要求，要求供應商簽署《反賄賂協議》及《反商業賄賂及保密協議》。

點擊鏈接了解：

[《同程旅行供應商行為準則》](#)

同程旅行對供應商實施全流程廉潔管控：事前通過資質審核、實地考察等方式評估供應商廉潔風險；事中參與招標審查、評標監督等工作，對存在廉潔風險的項目可作廢標處理；事後核查費用支付及協議合理性，問題供應商將被調查處理並納入黑名單。我們的商業道德審計覆蓋與外部供應商合作過程中的合規性評估，確保營造公平透明的行業價值觀。2025 年，我們在招采流程中新設監督員崗位，進一步增強採購過程廉潔監督。

此外，同程旅行定期對供應商及公司重點採購人員進行培訓，為通過培訓的人員頒發廉潔從業培訓合格證書。報告期內，公司對採購相關業務人員開展了 6 次風險管理培訓；結合重大舞弊事件，對 9 家項目相關供應商開展廉潔警示教育專項培訓。

確保合規營銷

合規宣傳

同程旅行嚴格依照《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規要求，通過《廣告發佈內部審核流程》《品牌推廣管理辦法》《媒體平台賬號運營管理辦法》等制度，確保廣告內容真實、準確傳達信息。2025 年，我們新制定並發佈《內容安全管理制度》，規範公司內容生產、發佈、傳播及處置行為，營造健康有序的平台生態，防範內容安全風險，保障利益相關方的合法權益。

我們積極推進引入新一代內容審核系統，與第三方專業服務商完成初步技術調研與方案測試，強化內容審核和內容生態治理能力。此外，我們對在運營的媒體賬號進行年度審查和評估認證，以確保在運營媒體賬號的合規性。我們還新成立品牌 IP 管理中心，制定 IP 的發展戰略，建立標準化的授權體系，為 IP 應用提供創意、內容支持及營銷賦能。

危機管理

同程旅行建立系統化的公共關係管理及輿情危機應對機制，以維護公司的正面形象並有效管理潛在風險，確保面對重大輿情時能迅速有效響應。我們持續完善了輿情治理體系，建立健全核心業務的重大輿情防範機制和預警機制及公共關係風險識別矩陣，並不定期開展業務風險識別和行業輿情複盤工作。

2025 年，我們進一步完善公關管理機制，強化風險管控與業務賦能。本公司建立多維公共管理預警與優化機制，涵蓋風險前置預警、典型案例回溯等，持續改進業務流程、優化業務風險，提高服務水平，並優化產品體驗。此外，我們每季度針對業務、客服人員進行政策和公共輿論的培訓，增強業務風險和輿情意識。

報告期內

本公司已組織政策和公共輿論相關培訓

2 次

培訓人次約為

5,000 人次

知識產權管理

保護知識產權

為不斷提升公司的核心競爭力，同程旅行高度重視技術創新和知識產權保護。我們嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國商標法》和《中華人民共和國專利法》等法律法規要求，建立了全面的知識產權保護機制。我們對外發佈知識產權保護承諾，明確侵權投訴流程，並建立知識產權專門投訴郵箱，在保護自身知識產權的同時避免侵犯他人知識產權。

為提升員工知識產權保護意識，我們持續開展知識產權培訓及宣貫。我們建立業務部門負責人雙周專項溝通機制，就業務執行過程中出現的與知識產權相關問題協同分析，以提升業務部門負責人知識產權保護意識和能力提升。我們還建立專利激勵機制，鼓勵員工不斷創新。截至報告期末，我們共獎勵 60 餘人，投入獎勵人民幣 31 萬餘元。此外，同程旅行還積極參與行業標準制定，包括《自駕遊線路產品設計與質量要求》行業標準等，並參與編寫《蘇州市知識產權保護與促進條例》，推進行業及社會知識產權保護。

截至報告期末

我們共獎勵

60 餘人



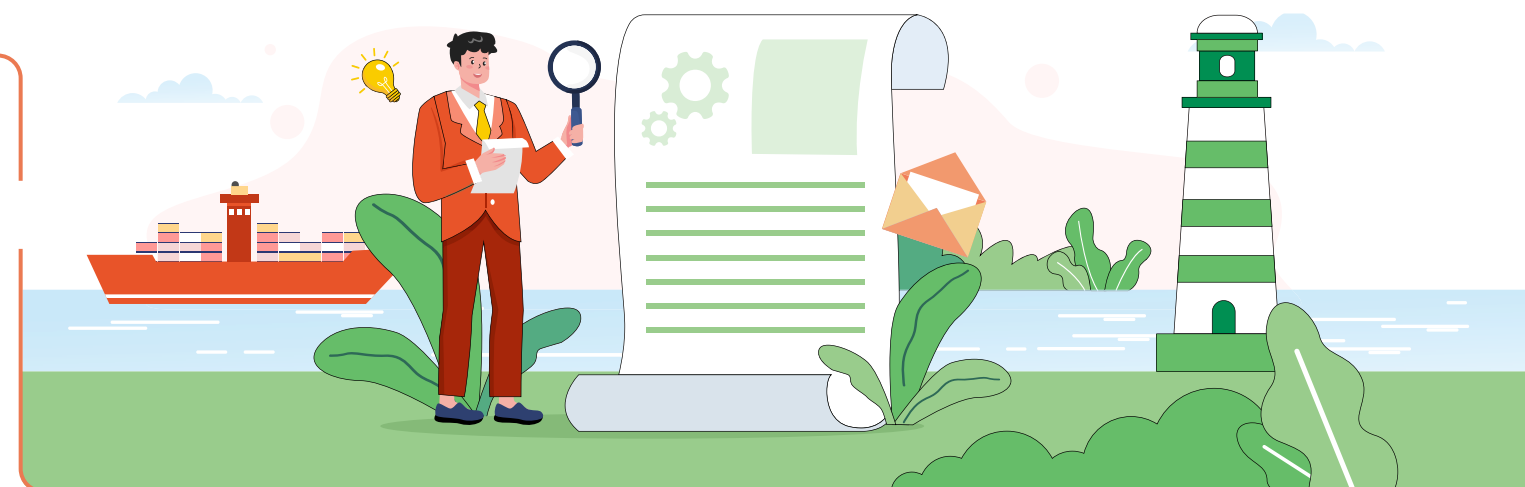
投入獎勵人民幣

31 萬餘元



強化出海知識產權管理

為配合本公司產品出海戰略，同程旅行積極開展海外商標和域名的管理，並建立完善的管理機制。在商標管理方面，我們對海外商標佈局進行了全面摸排，並建立了商標監測預警體系，以實現對海外商標和市場的動態監控。此外，同程旅行對集團的商標實施了統一管理，包括審核、備案、簽署授權文件等，定期更新商標信息，確保商標的合理合規使用。在域名管理方面，我們基於公司數據安全管理要求，嚴格落實各項管理權限及溝通同步規則，同時優化域名託管服務商的選擇和備份。我們還通過組織內部會議、參加行業交流活動等形式，不斷提升知識產權保護能力，為進一步提升國際競爭力打下堅實基礎。



03 同守安全防線

同程旅行深諳信息安全的重要性，敏銳洞察數字化發展與技術迭代的雙重影響。我們構建了全方位信息安全防護體系，取得 ISO 27001 和 ISO 27701 管理體系認證，嚴格防範信息安全風險，為業務穩定運行築牢堅實屏障。



信息安全管理

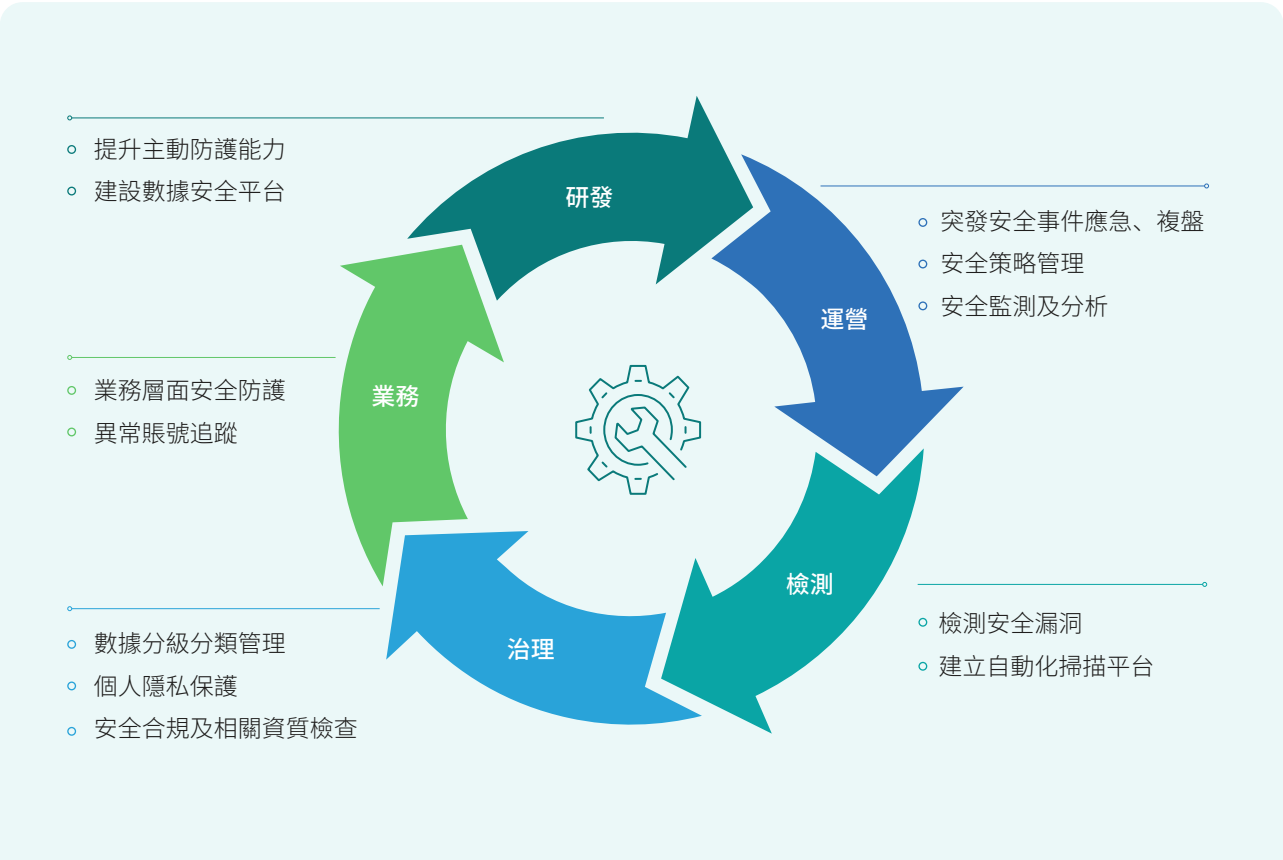
管理體系建設

同程旅行嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等相關法律法規，構建完整的信息安全管理體系。報告期內，我們修訂《信息安全管理規定》《數據安全管理制度》《同程旅行與第三方規範》等信息安全管理制度，新增 AI 數據安全等信息安全前沿問題管理規定，築牢信息安全管理制度基礎。

我們已自上而下形成完善的信息安全管治架構。在董事會層面，我們設立 ESG 委員會，對信息安全及隱私保護負最高管理責任；在管理層層面，我們成立 ESG 和數據安全委員會，全面對數據安全進行監管，並不斷完善安全機制。

在體系認證方面，我們已取得 ISO 27001 信息安全管理體系認證，並通過獨立第三方機構的年度審核。同時，我們依據公安部等印發的《信息安全等級保護管理辦法》開展信息系統安全等級保護備案，已通過網絡安全等級保護三級測評認證，確保網絡安全與數據安全。

我們從研發、運營、檢測、治理及業務等角度全面提升信息安全管理能力，同時建立全員信息安全責任制，將相關部門員工的績效考核與其信息安全方面的合規性掛鉤，所有員工合同也包含保密相關條款要求，以提升全體員工信息安全意識。2025 年，對於新併入的業務，我們制定信息安全管理檢查清單，用於了解業務安全現狀，並提供針對性方案，提升全集團信息安全管理水平。



保障網絡安全

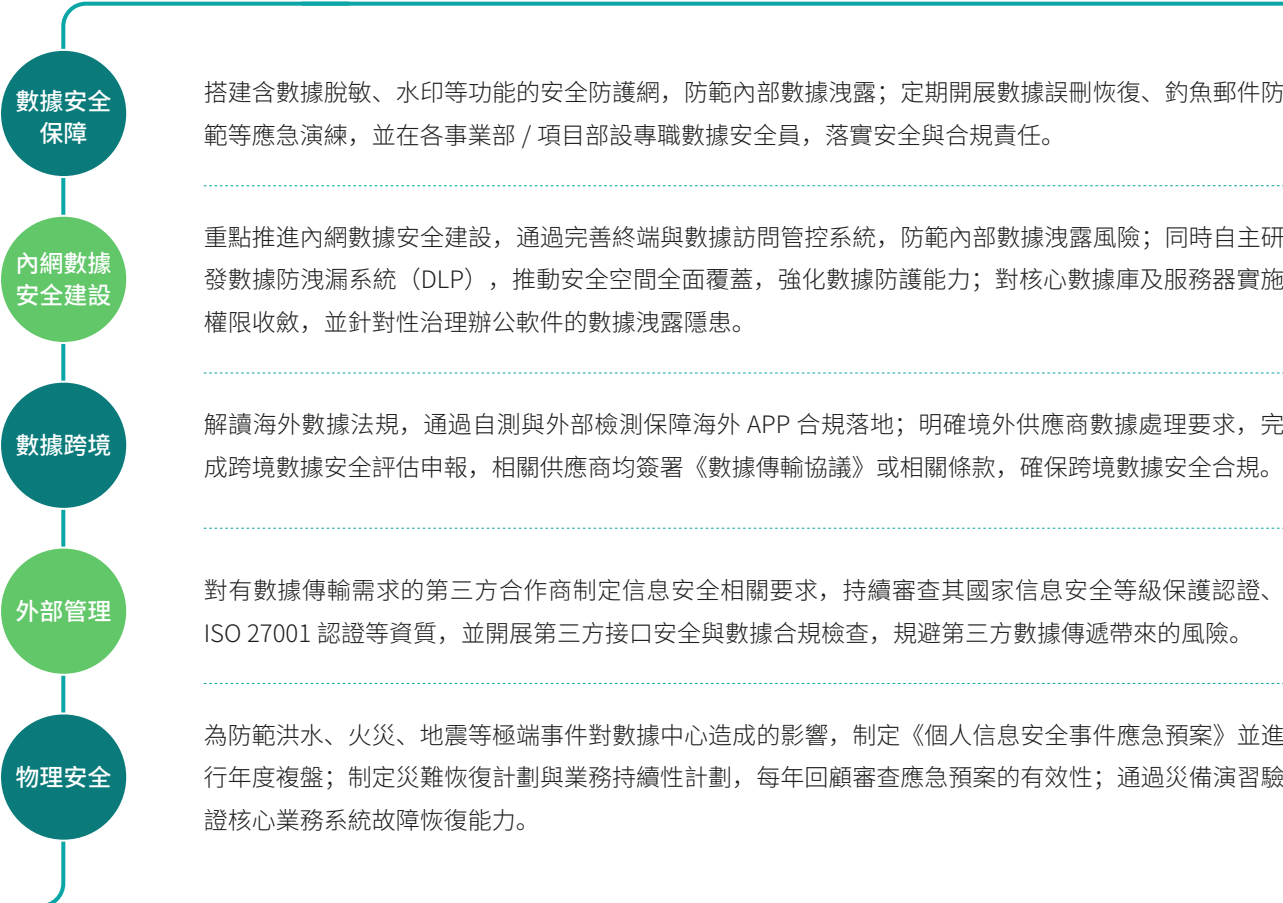
我們建立完善的網絡安全保障機制，通過遵循安全編碼規範、進行安全威脅建模、執行安全代碼審計、管理漏洞以及提供培訓等一系列措施，全面加強研發和運維階段的安全實踐。在主動防禦策略層面，我們部署了白盒檢查、數據加密、權限隔離、訪問控制、安全運營中心和態勢感知技術等措施，並結合入侵檢測系統、防火牆和雲盾應用等被動防禦措施，全面降低線上業務的安全風險。2025 年，我們自研 AI 應用防火牆，加強治理高危漏洞、高危端口以及弱密碼，進一步提升網絡安全保障水平。

在 APP 安全管理領域，同程旅行通過《移動應用安全管理辦法》《APP 及平台產品上線推廣流程規範管理辦法》等內部制度，並依託 APP 合規小組內部審查與外部機構定期檢測，持續開展安全漏洞修復工作，保障應用開發、發佈全流程安全。

同時，我們還建立了安全應急響應中心，提升威脅處置效率。我們公開徵集漏洞信息，由專業團隊負責處理、修復與複查，並根據風險等級為報告者提供積分獎勵與回饋。

守護數據安全

同程旅行構建了全面的數據安全治理體系，通過《數據安全管理制度》《數據安全風險評估規範》，明確數據安全管控的原則、組織架構及數據分級標準，對數據生命週期中的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開等各環節實施規範、精準的管控。同時，我們明確了包括服務上線、數據出境、業務邏輯變化等各類數據安全風險評估場景，防範潛在的數據洩露風險。



定期安全演練

同程旅行以實戰化演練築牢信息安全防線，多維度提升風險防控能力。報告期內，我們邀請外部專業安全廠商開展紅藍模擬對抗演練，精準發現潛在問題並完成及時整改。我們還面向全體員工組織釣魚演練，針對未識別釣魚郵件的員工，開展後續專項培訓與考核，強化全員安全意識。此外，依據相關法律規範及主管單位要求，我們還開展了數據洩露應急演練，嚴格遵循應急響應規範，實現突發事件高效處置，有效提升了安全應急水平。

創建安全文化

同程旅行已建立完善的信息安全文化宣貫體系，以分層分類舉措築牢全員安全意識防線。我們要求關鍵崗位員工簽署《用戶個人信息保護承諾書》，定期聘請內外部專家開展覆蓋全體員工（包括全職員工、外包員工、實習生等所有類型／用工形式的員工）的數據安全培訓，營造良好的信息安全文化氛圍。我們強化不同層級員工的信息安全宣貫，開展高職級員工專項宣貫、業務部門專項安全培訓，同時，在全體員工每季度文化價值觀考試中，納入信息安全模塊，以考促學。我們還邀請外部專家，開展關於移動應用個人信息保護要求的專項培訓。

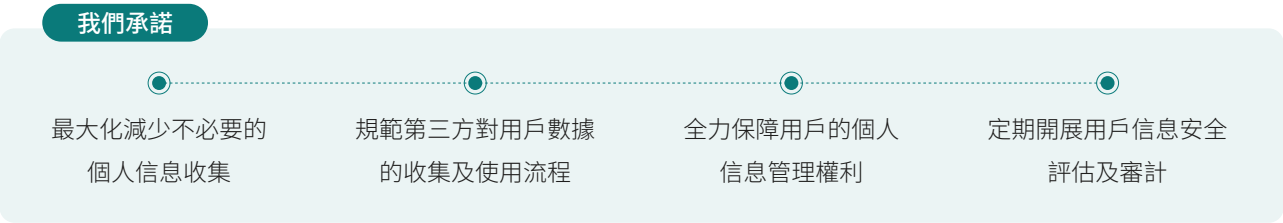
同時，同程旅行已設立信息安全投訴舉報渠道（同商業道德舉報渠道），鼓勵員工及時反饋信息安全不合規事件。

用戶隱私保護

用戶隱私管理體系

同程旅行高度重視用戶個人隱私保護，嚴格遵循《中華人民共和國個人信息保護法》等相關法律法規，將用戶隱私管理體系融入公司整體合規性管理架構中，實現用戶隱私全生命週期的防護。報告期內，我們已獲得 ISO 27701 隱私信息管理體系認證。

我們已制定適用於同程旅行所有業務線和合作供應商的《同程旅行用戶隱私政策》，向用戶介紹其個人信息在收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開及主體權利的管理方法。我們對任何違反用戶隱私政策的行為持「零容忍」態度，一經發現將採取嚴格的處置措施。同時，我們定期對隱私政策和信息傳輸範圍進行內外部審計，最大程度限制收集使用用戶個人信息範圍，保障用戶個人隱私的合規收集和使用。



報告期內

同程旅行員工信息安全培訓覆蓋率達

100%

重大數據安全保護違規事件數量為

0

受重大數據安全事件影響的用戶總數為

0

點擊鏈接了解：

[《同程旅行用戶隱私政策》](#)

全生命週期隱私守護

同程旅行致力於在個人信息收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開的全生命週期中，保障隱私安全。

信息收集

我們已建立完善的用戶權利保障機制，通過《服務協議及隱私政策》《同程旅行用戶隱私政策》《同程旅行兒童隱私政策》《業務預訂協議》《數據處理協議》等文件規範數據保留與使用，遵循個人信息收集「最小必要原則」，明確收集和使用的必要範疇且不用於非服務目的，在信息收集階段會向用戶充分告知收集信息的性質、目的、方式和範圍並取得其同意，用戶信息將不會被使用於次要目的。報告期內，我們邀請第三方機構對公司面向用戶的應用產品開展個人信息保護專項檢測，覆蓋 APP 及各類小程序等應用形態，並依據檢測結果針對隱私協議、權限申請、個人信息採集等方面進行調整，確保個人信息能夠得到有效保護。

同時，我們高度重視未成年人個人信息及隱私保護，僅在符合法律法規規定、具備業務必要性、並已取得其父母或監護人明確同意，或為保護未成年人合法權益確有必要的情況下，依法對未成年人的個人信息進行收集、存儲、使用、傳輸。

信息存儲與銷毀

我們遵循個人信息「為實現處理目的所必需的最短保存期限」原則，用戶依法享有個人信息的查詢、更正、刪除、賬戶注銷、授權及授權撤回等管控權利，最大限度減少不必要的個人信息留存。同時，個人信息的處理情況記錄將嚴格遵循《個人信息保護法》的規定保留至少 3 年。

信息調用

我們在安全辦公網絡環境中處理用戶個人信息，對信息調取實施分類分級審批、日誌備份及定期檢查，並通過安全方式傳輸數據。同時，我們已建立關鍵信息脫敏機制，開展數據加密專項工作，對個人信息加密並持續預警監控。我們亦限制非必要場景下敏感數據向外部傳輸，並定期核查各業務線供應商的個人信息保護合規性。

在獲得用戶許可前，我們嚴格禁止將個人信息提供或轉讓給第三方主體，且用戶有權查詢獲得信息授權的第三方清單。同時，我們嚴格遵守相關法律法規及監管要求，並評估第三方收集信息的合法性、正當性與必要性，並制定第三方合作手冊，保障用戶信息的安全。公司不會出於完成服務以外的目的向第三方共享個人數據。

信息安全演練和申訴

我們依據《個人信息安全事件應急預案》，每年至少開展 1 次應急響應培訓及演練，並推動相關員工參與外部專項認證，截至報告期末，已有 3 名員工取得《個人信息保護工程師》證書。同時，我們已建立用戶隱私申訴與反饋機制；若發生數據安全違規事件，將依據《數據安全管理制度》嚴肅處置，最高可予辭退，涉嫌違法的員工將被依法追究民事或刑事責任。

報告期內，本公司未發生涉及隱私保護的重大違規事件。

04 同鑄卓越品質

卓越的服務品質是贏得用戶信任、實現公司長期發展的根本保障。同程旅行始終遵循《中華人民共和國旅遊法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，通過整合產業鏈資源，與優質的旅遊服務供應商建立深度合作關係，不斷推出創新產品和服務，持續為用戶創造更大價值。



精進供應商管理

完善體系建設

同程旅行已建立完善的供應商管理體系，通過《供應商管理制度》《採購管理制度》《採購招投標規範》等制度，實現供應商管理的線上化、標準化與流程化。報告期內，我們修訂了《採購管理制度》，增加採購總體原則，加強頂層制度建設。同時，我們進一步規範採購需求管理，增加違紀處罰條款，並引入採購合規專員，加強採購全流程監督。

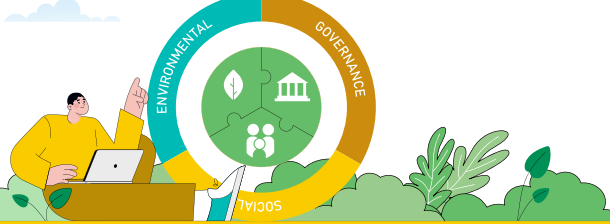
我們已建立完善的供應鏈關係管理系統（SRM），實現對招標項目的全過程進行線上監督和風險控制。報告期內，我們增加供應商引入前的評審工作，並在供應商引入前增設多維度的風險核查機制，有效防範採購風險。此外，我們在業務板塊完善供應商入駐流程和資質合規審查，並精細化供應商資源和服務質量考核，更新供應商准入條款和考核規則，進一步完善供應商閉環管理機制。

引領責任採購

同程旅行積極關注供應鏈各環節的環境及社會風險，強化供應鏈 ESG 管理。我們建立了《供應商行為準則》，由公司 ESG 和數據安全委員會擔任最高問責決策機構，並定期審核採購過程中實踐的合規性及相關供應商是否遵守《供應商行為準則》。報告期內，在供應商績效考核標準中，我們增加了對社會責任指標（如勞工權益保障、健康與安全、社區貢獻等）的評估考核，以進一步提升供應鏈 ESG 管理水平並強化供應商 ESG 意識。

對於公司集團層面採購的供應商，我們基於供應商運營地所在的國家、所屬行業和業務類別建立了具有針對性的篩查指標，並定期對所有供應商的 ESG 風險及其業務相關性展開評估，特別關注 ESG 高風險地區、行業或業務類別的供應商，進而最小化供應鏈 ESG 風險。我們通過案頭評估和現場評估兩類工作方式對供應商的 ESG 風險進行評估，並協助評估不合格的供應商開展線上或線下的糾正與提升舉措，幫助其在最短時間內滿足要求。通過系統填報、信息收集等形式，我們要求供應商提供有關其 ESG 各項指標相關的信息和支持證據，並對相關信息進行審核、核實與分析，最終形成供應商的 ESG 評估結果。如經過二次評估後，供應商仍最終無法達成公司的最低 ESG 要求，我們將採取處罰甚至終止合作等舉措。

供應鏈 ESG 指標示例



積極推進綠色採購

同程旅行不斷提升綠色採購水平。我們旗下的藝龍酒店科技將綠色低碳理念深度融入供應鏈管理，修訂《藝龍酒店科技供應鏈管理制度》，新增「綠色低碳原則」，並將 ESG 管理績效納入供應商准入評估及年度評審核心指標，優先合作已建立或承諾限期建立 ESG 管理體系的供應商，要求關鍵物料供應商定期披露能耗、水耗、主要污染物排放及溫室氣體排放等環境數據，嚴禁採用落後生產工藝與設備。同時，在行政類採購方面，我們選擇與擁有「中國環境標誌認證」的供應商優先合作，並持續租賃使用擁有「中國環境標誌認證」的打印機產品。

在供應商支持方面，我們為內部採購人員與供應商提供培訓、宣貫、溝通等形式的交流方式，幫助其了解公司 ESG 指標的管理要求與相關舉措，並為其分享行業領先同行的實踐，從而幫助其提升自身 ESG 指標表現水平。同時，我們定期開展核心品類供應商面談，以增強對供應商實際交付能力的了解，並針對 ESG 要求對供應商進行宣貫。此外，我們成立優質供應商俱樂部 TE-Club，對優秀供應商進行激勵反饋，特別是 ESG 表現良好的供應商。

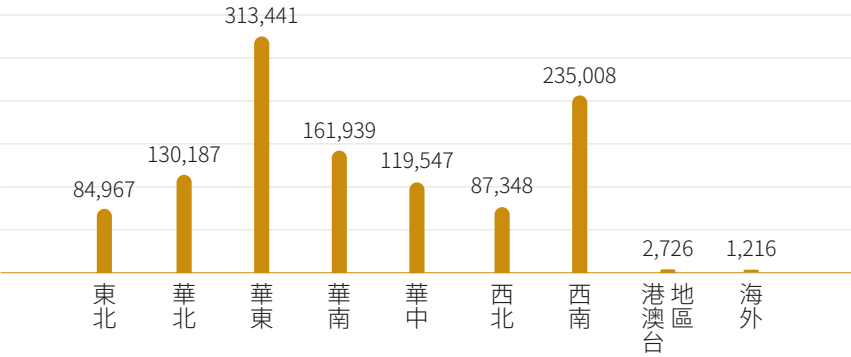
供應商年度績效

報告期內

我們共與
1,136,379 家供應商建立合作關係



供應商數目



註：1. 由於本公司並不在經營活動中生產實體產品，不滿足觸發產品召回的相關條件，故 KPI 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）及 KPI B6.4（描述質量檢定過程及產品回收程序）不適用本公司，故在本 ESG 報告中不作披露；
2. 我們已建立嚴格的供應商准入資質審核和管理機制，不與未符合標準的供應商建立合作關係。供應商數據包含截至報告期末，處於合作有效期內的住宿服務供應商、交通出行類、旅遊度假類供應商及行政類採購類供應商。

關注用戶體驗

同程旅行始終秉持「用戶第一——為用戶創造價值」的核心價值觀，深植「讓用戶的選擇更簡單」的服務理念，從精準預測出行需求、科學輔助決策判斷、提供省心客服體驗等多個維度持續發力，以不斷迭代的服務質量，讓每一位用戶的旅途都更便利、愜意與愉悅。

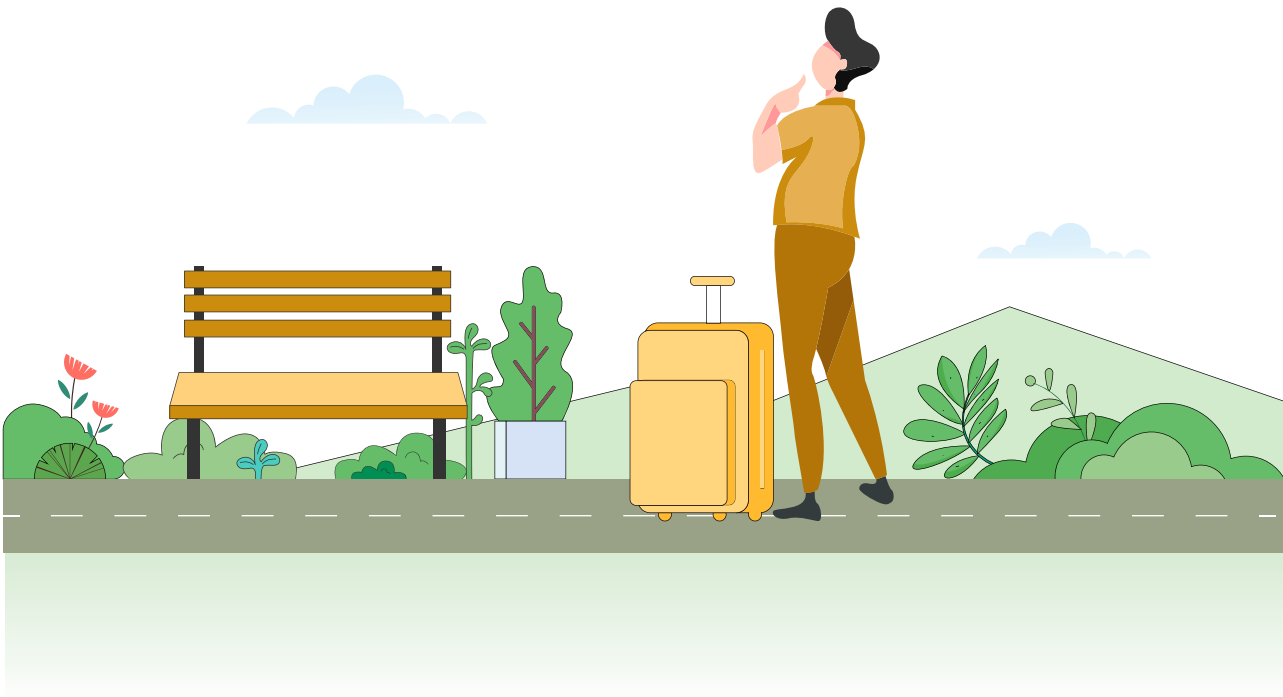
升級服務品質

精細化服務運營

同程旅行在嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規的基礎上，不斷開拓創新、整合產業鏈資源，滿足用戶不斷變化的出行需求。我們自主研發的旅遊專屬大模型「程心 AI」可為用戶提供智能行程規劃、酒店、交通、景點的推薦、旅遊問答等智能服務，提供「AI + 實時預訂」服務。2025 年，我們積極擁護 AI 技術變革，推出服務國內及國際遊客的 AI 行程規劃智能體 DeepTrip，為用戶提供更加精細、智能的決策服務，持續用 AI 技術賦能用戶旅行體驗。

● DeepTrip 智能體提升用戶體驗

DeepTrip 是同程旅行於 2025 年 3 月推出的 AI 行程規劃智能體，聚焦提升用戶「全流程、個性化、跨場景」的旅行體驗。它支持用戶以自然語言描述出行需求，快速生成適配的行程方案，並整合機票、酒店、門票等實時資源，從而實現從「AI 推薦」到「AI 決策執行 + 預訂執行」的閉環；同時還能生成帶 AI 手繪圖的行程頁或網頁版方案，方便用戶分享。此外，針對入境遊「旅遊信息獲取難」的問題，DeepTrip 可支持多達 17 種語言，為國內外遊客提供中國行程規劃服務，助力入境遊市場發展。



全方位優化用戶體驗



直擊用戶需求



便捷用戶體驗



保障極速退改

智能推薦方案

整合各交通運力，提供 AI 智能中轉聯程解決方案

預售酒店產品

推出預售酒店產品，用戶購買後隨時可約，不約可退，提升旅遊方案靈活性

特色與增值服務

根據新客、學生、親子等不同群體的出行需求，精準設計開發符合其出行習慣與偏好的特色機票產品與增值服務，同時積極探索「機票 +X」組合權益模式

「首乘無憂」服務

針對首次乘機的旅客，通過線上線下聯動為其解決乘機流程不熟悉的痛點，並提供其他增值服務和權益，累計服務首乘旅客已超 13.9 萬

產品界面展示優化

基於「讓用戶的選擇更簡單」的服務理念，將用戶核心關注的信息以更直觀的方式呈現

降低操作複雜度

國內機票通過搭建前端自助服務降低用戶操作複雜度，減少手動操作成本

航司駐場服務

拓展駐場服務覆蓋航司範圍，高效處理包含退改簽、出票等 30 餘項場景服務

全程無憂服務

為酒店預訂用戶配備專屬服務群，群內多名管家實時響應，提供全方位諮詢服務

酒店門票組合訂

打通門票及酒店資源庫存，綜合精選酒店和景區進行自動化組合打包推薦，為用戶提供更多便捷的旅行解決方案

升級出行體驗

打造「特惠出行權益卡」，串聯用戶交通 + 遊玩 + 住宿服務，提供一站式出行遊玩便捷服務

航變取消

機酒聯訂用戶遇航變等不可抗力導致的延誤 / 取消時，快速高效介入處理應對並控制用戶損失

一鍵理賠

遇不可抗力時，協助用戶變更 / 取消行程，並為已購險用戶提供理賠協助

退改提速

機票、住宿業務持續提升國際訂單退改速度；火車票業務縮短用戶退款的等待時長

賠付監控系統

退款失敗時系統自動預警，快速介入處理，降低用戶等待時長

● 推進「AI+ 大數據」酒店場景應用

同程旅行以「數智百寶箱」為核心載體，將 AI + 大數據深度融入酒店場景全生命週期，構建覆蓋運營、服務、收益的數智化解決方案。我們旨在打造「會思考的 PMS」，通過 AI 賦能簡化訂單查詢、排房等流程，助力酒店運營綜合提效。入住期間服務環節，我們依託 AI 技術為客人提供個性化旅遊規劃與出行攻略，同步搭配「藝秒住」自助機實現 10 秒快速入住，大幅提升用戶體驗。同時，我們借助大數據與 AI 模型開展市場預測，構建專業收益管理體系，有效助力合作門店提升單房收益與運營彈性，為酒店行業數智化轉型提供實踐標杆。

優化客服體驗

同程旅行秉持「一站式、快響應、暖服務」的服務理念，嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國電子商務法》等適用的法律法規，通過《客服中心標準作業程序》等制度，建立完善的客戶服務管治架構。我們構建內部 PMP（項目管理專業人士資格認證）管理模式，以客服中心服務委員會為主要責任部門，並將客戶服務質量相關的指標納入相關高管人員的薪酬考核評估維度中，確保管治的有效性。通過科學完備的用戶管理體系，我們已通過國際用戶服務標準化認證機構 COPC Inc. 的認證，並獲得中國最佳客戶聯絡中心等榮譽。

我們已搭建新質檢模式，通過全檢、抽檢、專題監測等多種模式發現問題，並借助信息共享、共同探討、賦能培訓等多種方式，共同對服務質量進行檢驗、監控和改進。新質檢模式業務覆蓋率達 100%。同時，我們重新梳理現有跨團隊溝通機制，及包含業務、PR、法務等特殊事件的預警機制，搭建快速解決高風險訂單途徑，該風險預警模型業務覆蓋率已達 92%。

針對用戶投訴，我們建立投訴閉環管理體系，加強用戶溝通，並提供實時高效的用戶服務。我們亦收集日常投訴原因，分析、挖掘集中性問題，並進行專項優化改善，以持續提升用戶服務。我們建立了用戶投訴處理解決率保持 100% 的長期目標。報告期內，我們共計收到用戶有效投訴共 14,311 宗¹，處理解決率達 100%。目標進程達到 100%。

我們還以技術創新驅動客戶服務升級，依託自研大模型及 AI 技術，在多場景實現效率提升與體驗優化。在智能客服核心場景，我們通過「程心 AI」大模型的強語義理解能力重構服務模式，解決傳統諮詢場景的人力成本高、答非所問等問題，針對活動類諮詢場景，AI 識別準確率與自助解決率分別提升 17% 和 10%。我們亦積極推廣 AI 於智能總結方面的應用，為一線客服人員減負，智能小結 3-5 秒生成高準確率服務記錄，有效節省工單處理時間。同時，我們優化語音客服渠道，構建語音傳輸技術的可視化互動模式，進一步完善服務體系，實現用戶體驗與成本控制的雙重優化。

報告期內

我們持續開展用戶滿意度、NPS 專項調查，
2025 年用戶滿意度調研結果為

95.23%



用戶滿意度邀評率

74.91%²



註：1. 本數據為第三方監管機關投訴平台口徑數據。
2. 用戶滿意度邀評率指在通過電話、線上平台等方式諮詢服務的用戶中，參與滿意度調查的用戶數量的比例。

開展創意營銷

同程旅行持續通過年輕好玩的營銷內容，通過賽事贊助、娛樂營銷、社媒傳播等多種途徑，並結合業務產品，輸出品牌「好玩又能省」的品牌認知。報告期內我們的營銷項目榮獲 25 屆 IAI 傳鑒國際廣告獎 娛樂營銷 - 優秀獎、2025 年 DTA 創新營銷賽道 - 卓越獎等多項榮譽。

「玩轉全球青春派」系列營銷活動

同程旅行精準錨定年輕群體需求，聯合各地文旅部門打造系列年輕化推廣項目，實現品牌與年輕群體的深度共鳴。

在江西，我們以「四個一」模式開展「全球學子嘉遊贛」活動，通過優惠政策、線上答題、惠遊禮包及高校創意大賽組合拳，發放近千萬元優惠，覆蓋超百萬學子，總曝光超 5.9 億次。

在山東，我們攜手當地文旅廳推出「Passion 山東 青春之旅」活動，走進五所高校以「美食體驗 + 文化互動」打造沉浸式齊魯文化場景，吸引數萬人次參與，總曝光超 6,000 萬次，強化「好客山東」品牌影響力。

在浙江海寧，我們以「Hi 遊海甯 青春 π」國際青年探城計劃為載體，組織外籍留學生組成「探城體驗館」，通過定制化路線體驗與跨文化內容創作，將海甯潮文化、非遺技藝等特色資源推向國際，為海甯文旅注入全球傳播動能。



▲ 「Hi 遊海甯 青春 π」國際青年探城計劃



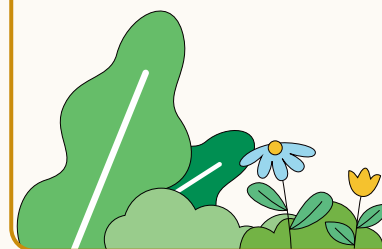
▲ 「Passion 山東 青春之旅」活動



▲ 全球學子嘉遊贛

● 聯合藝術家打造潮玩 IP

為構建年輕態品牌形象並深化與新生代用戶的情感連接，同程旅行以潮玩 IP 普及為契機，攜手現當代藝術家黎貫宇打造旅行潮玩 IP 《F·lan》。該 IP 融合品牌自有「Firmon 飛兒萌」與藝術家原創「lan 蘭」形象，是品牌藝術跨界的里程碑，構建了與年輕用戶溝通的新語言。圍繞此 IP 開發的限量手辦、藝術家簽名版畫等周邊產品已登陸海南消博會、嘉德藝術中心版畫展等高端平台展覽售賣。在實現品牌曝光與用戶觸達雙重突破的同時，《F·lan》以潮玩這一年輕群體認同的符號為橋樑，為品牌注入充滿想像空間的長期活力。



行業協同發展

同程旅行秉持開放協同理念，積極投身行業交流與合作，通過資源整合、經驗共享與生態共建助力旅遊業高質量發展。

行業合作上



我們以平台資源為紐帶，構建多元合作生態。我們牽頭並聯合蘇州大學、川北幼兒師範高等專科學校等高校與企業，成立全國銀髮康養旅居行業產教融合共同體，深度參與行業標準制訂、人才聯合培養與生態集成創新，為銀髮經濟發展注入動能。在航空領域，我們與多家機場集團達成戰略合作，強化「航空 + 旅遊」資源協同。同時，我們跨界攜手順豐達成戰略合作，共同打造「物流 + 旅遊」新模式，拓展產業融合發展空間。

行業交流中



我們聚焦核心業務與品牌發展需求，參與第五屆中國國際消費品博覽會（海南）、2025 年國際機場博覽會，2025 首屆國際旅行服務大會等多個行業大會，進一步提升行業影響力。此外，我們還攜手環球旅訊參與中國旅遊史商業紀錄片《潮水》系列策劃，以行業觀察者視角傳遞產業發展脈絡與價值。

成果輸出方面



我們依託大數據與產業洞察優勢，發佈多項專業研究成果。報告期內，我們發佈了《同程旅行研學旅遊探索報告》《2025 年長三角旅居雲南市場報告》《同程旅行的「三核引擎」與目的地創新增長實踐報告》等研究報告，為文旅業態創新提供參考。我們亦聚焦消費趨勢，發佈《2025 城市青年旅行消費報告》，精準呈現新一代旅行者需求特徵。此外，我們積極助力政府文旅決策，2025 年累計為各級政府機構提供十餘份文旅數據趨勢分析報告，促進地方文旅發展。



05 同繪綠色藍圖

同程旅行將綠色理念貫穿在企業運營的全流程中。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，制定《節能管理辦法》等環境管理制度。我們已獲得 ISO 14001 環境管理體系認證，並積極開展碳盤查行動。報告期內，本公司未發生環保違規事件。



應對氣候變化

氣候變化的影響持續加劇且範圍不斷擴大，應對氣候變化已成為全球共識。同程旅行積極響應國家「碳達峰」「碳中和」戰略及國際社會低碳轉型趨勢，發佈《同程旅行氣候變化政策》，不斷完善氣候韌性管理，致力於適應氣候變化對業務運營的影響，同時降低業務運營對氣候變化的影響。

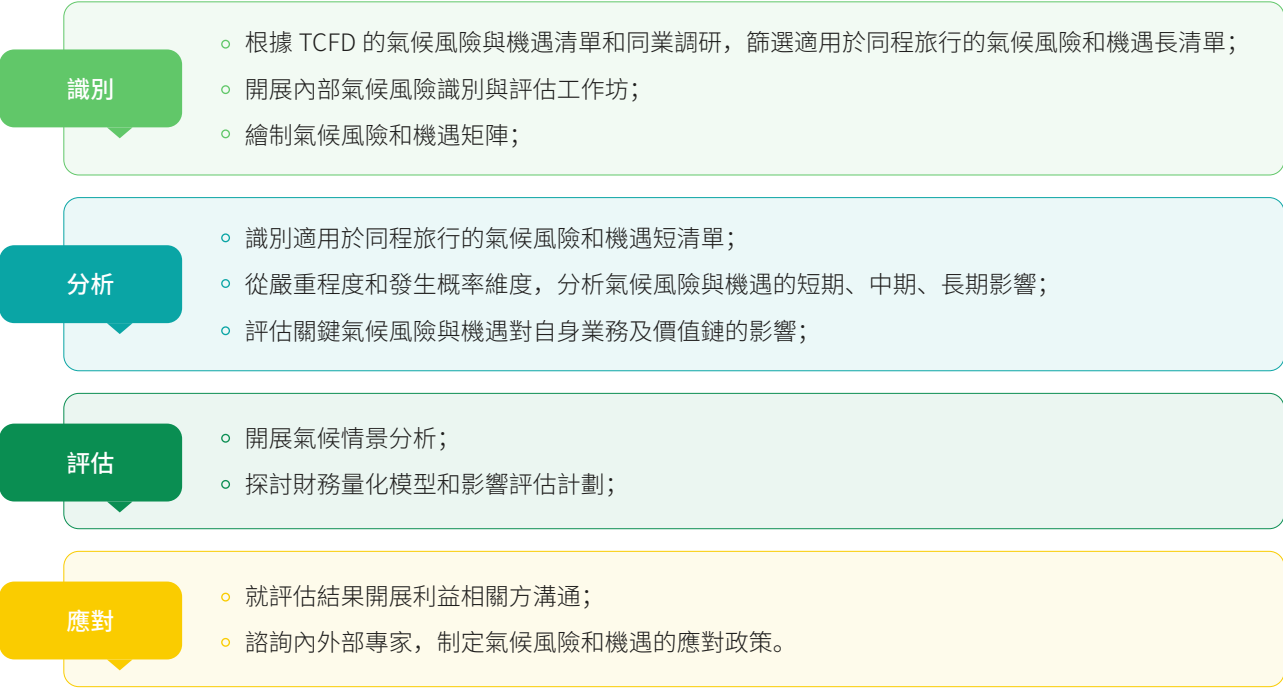
管治

我們建立了自上而下的氣候變化風險與機遇管理機制，在董事會層面成立 ESG 委員會負責評估本集團氣候相關風險與機遇，監督氣候行動的落實，並審視氣候變化相關目標的進展；於管理層層面成立 ESG 和數據安全委員會，定期評估國際上針對企業氣候管理的主要趨勢和監管要求，年度定期識別和分析氣候相關風險和機遇，並定期修訂本公司氣候政策；在執行層，環境和氣候風險管理分會主導並協調 ESG 工作小組成員共同落實本公司氣候策略及相關行動。ESG 委員會每年至少一次開展氣候變化相關議題審議。

為不斷提升董事會及其他氣候管治機構氣候應對能力，我們定期邀請外部專家，針對董事會成員及相關管理層，開展關於應對氣候變化的專項培訓及知識普及活動，確保董事會成員具備充分的氣候風險履責能力。此外，同程旅行已制定《董事薪酬管理制度》，將氣候變化應對納入在董事績效和激勵獎金評估因素中。

策略

為全面提升氣候相關風險應對能力，我們對關鍵氣候風險與機遇進行了識別，通過情景分析、內外部利益相關方溝通、專家諮詢、內部工作坊等方式對氣候風險與機遇的影響以及本集團的氣候韌性進行了評估，並制定了針對性的氣候風險應對計劃，反映在本公司的氣候相關戰略中，主要步驟如下：



氣候風險和機遇分析

本公司參考各利益相關方及外部專家意見，共識別出適用於公司業務的 7 項氣候風險與 4 項氣候機遇。報告期內，我們根據業務運營情況、國際趨勢、政策法規變化等對已識別的風險及機遇進行回顧。回顧結果表明，同程旅行面臨的氣候風險和機遇類型、及其影響程度和影響週期較去年無變化。

綜合考慮本公司業務規劃和運營所在地區或國家的氣候政策要求，我們確定了短期（1~3 年）、中期（4~10 年）及長期（10 年以上）的時間跨度與關鍵節點。

類別		風險、機遇類型	風險、機遇對業務的影響程度			價值鏈
			短期	中期	長期	
 物理 風險	急性風險	R1 颱風	 中	 中	 低	○ 供應鏈 ○ 自身運營 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
	急性風險	R1 洪水	 中	 中	 低	○ 供應鏈 ○ 自身運營 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
	慢性風險	R2 海平面上升	 低	 中	 中	○ 供應鏈 ○ 自身運營 ○ 旅遊及度假產品運營
 轉型 風險	政策與法律	R3 強化排放量披露義務	 低	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 自身運營 ○ 旅遊及度假產品運營
	政策與法律	R4 出行受限	 中	 中	 高	○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
	市場	R5 消費者行為變化及偏好轉變	 中	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
	聲譽	R6 企業聲譽影響	 低	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
 機遇	產品和服務	O1 開發和 / 或增加低碳商品和服務	 低	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營
	韌性	O2 提高供應鏈的可靠性和業務彈性	 低	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營
	市場	O3 進入新市場	 中	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶
	市場	O4 消費者行為變化及偏好轉變	 低	 中	 高	○ 供應鏈 ○ 旅遊及度假產品運營 ○ 用戶

風險和機遇		風險和機遇的描述	運營及財務影響評估
 物理風險	R1 颱風	◦ 出行受限：極端天氣增加出行限制和安全風險。 ◦ 供應鏈中斷：極端天氣中斷供應鏈，影響旅遊服務。 ◦ 管理難度增加：應對極端天氣的管理要求和難度提升。	◦ 出行受限：極端天氣影響用戶和員工出行，退改訂單增加，影響營收。 ◦ 供應鏈中斷：供應鏈產品供應受阻，影響營收。
	R1 洪水		
	R2 海平面上升		
 轉型風險	R3 強化排放量披露義務	◦ 披露要求增加：氣候相關信息披露要求提升。 ◦ 政策趨嚴：碳排放相關披露政策加強。	◦ 披露成本：信息披露義務增加，成本增加。 ◦ 節能減排成本：加大節能減排投入，成本增加。
	R4 出行受限	◦ 監管限制：旅遊產品和運營地因監管受限。 ◦ 線路關停：線路關停導致產品和人員調整。	◦ 產品變更：旅遊線路和產品調整，影響運營規模。 ◦ 管理成本上升：協調管理增加人力資源，成本上升。
	R5 消費者行為變化及偏好轉變	◦ 消費者偏好轉變：消費者偏好向綠色低碳旅遊產品轉變。 ◦ 產品定價改變：資源不符合市場需求，需調整定價。	◦ 研發成本增加：開發新的旅遊及服務產品，成本上升。 ◦ 消費者流失：固有消費者改變出行方式，影響營收。 ◦ 員工結構調整：業務運營變化對員工提出新要求，成本增加。 ◦ 資源採購與系統升級：採購新資源或優化系統，成本上升。
	R6 企業聲譽影響	◦ 氣候風險披露不足：未能充分披露氣候風險，導致投資者不信任，損害企業聲譽。 ◦ 極端天氣事件：極端天氣導致旅遊服務中斷，影響企業聲譽。	◦ 業務中斷與收入損失：極端天氣中斷旅遊服務，營收下降。 ◦ 市場競爭力與財務成本：應對氣候風險表現不佳，市場競爭中處於劣勢。
 機遇	O1 開發和 / 或增加低碳產品和服務	◦ 創新服務變化：創新服務需適應綠色低碳要求。 ◦ 低碳產品開發：開發低碳旅遊產品和服務，提升能效。 ◦ 綠色旅遊線路：開發綠色旅遊線路，獲得更多政策支持。	◦ 消費者偏好：消費者青睞綠色低碳產品，推動營收增長。 ◦ 成本優化：綠色旅遊產品採用經濟環保能源，降低運營成本。 ◦ 政策支持：獲當地政府和政策扶持，增加資金支持。 ◦ 產品多元化：多元化服務與產品吸引更多消費者，提升營收。
	O3 進入新市場		
	O2 提高供應鏈的可靠性和業務彈性	◦ 供應商優化：引入綠色低碳供應商，優化供應鏈。 ◦ 供應商管理優化：供應鏈精細化管理，增質提效。 ◦ 共同發展：攜手供應商推動行業低碳進程。	◦ 產品多元化：多元化服務與產品吸引更多消費者，提升營收。 ◦ 供應商合作：與綠色低碳供應商合作，吸引更多消費者，提升營收。 ◦ 合作效能提升：與優質高效供應商合作，提高合作效能，降低成本。 ◦ 品牌力提升：與綠色低碳供應鏈合作推廣公益活動，提升品牌力和資產價值。 ◦ 業務彈性增強：增加業務彈性，降低運營成本。
	O4 消費者行為變化及偏好轉變	◦ 消費者偏好增加：消費者對綠色品牌和低碳出行的偏好增加。	◦ 綠色轉型優勢：綠色轉型的酒店和旅遊運營地吸引更多消費者，增加營收。 ◦ 可持續發展績效：可持續發展績效優於同業，提升市場競爭力和營收。 ◦ 產品和服務競爭力：得益於可持續產品和服務競爭力提升，增加營收。

註：1. 同程旅行在短期和中期未識別出任何可能對財務狀況、財務表現及現金流量產生重大影響的氣候風險或機遇。
2. 在評估預期財務影響量化分析時，因有關影響無法單獨識別以或評估這些影響的計量方式不確定性太高，所以對於氣候相關風險和機遇的預期財務影響量化分析採用「財務影響寬免」。

氣候策略和決策

我們認識到，通過積極採取行動應對氣候變化將有助於減少氣候相關風險對我們的負面影響，加強我們的氣候韌性，同時也能幫助我們抓住氣候相關機遇，提升業務運營表現。我們的氣候變化應對策略包括氣候適應、氣候緩解以及氣候創新三大維度。

氣候適應措施

用戶側，為有效防範颱風洪水等極端天氣引發的災害，本公司各業務板塊已建立針對性災害保障應對流程與響應機制，明確業務方、合作方、客服等多方應急職責。我們及時向用戶發送極端天氣和次生災害風險提示，確保信息同步與快速處置，最大限度降低自然因素對業務運營的影響，保障用戶出行安全便捷。

在運營側，本公司已發佈《應急預案管理手冊》，明確災害應對的組織架構、人員責任、分級分類管理體系、處置流程及獎懲機制。為強化員工災害應對能力與業務連續性，我們還建立突發事件和自然災害考勤特殊處理機制，涵蓋彈性調休、彈性考勤、居家辦公等措施，全力保障員工健康安全。此外，我們編制了極端天氣預防性巡檢表，對相關場所進行定期檢查，並開展極端天氣安全培訓，以減少極端天氣對業務的負面影響。

氣候緩解措施

我們加大光伏等新能源使用，積極推動能源結構轉型。我們已在北京辦公樓安裝太陽能光伏板，並計劃推廣至其他具備應用條件的辦公地。2023 年，我們在北京辦公樓投資人民幣 58.3 萬元，建設年發電量達 150 兆瓦時的光伏儲電項目，並於 2024 年 5 月正式投入運轉。2025 年，北京光伏項目發電量為 146,012 千瓦時，較 2024 年增長 9.9%。此外，為踐行綠色運營承諾，我們對數據中心實施精細化溫控管理。通過將夏季基準運行溫度從 22°C 上調至 26°C，在確保服務可靠性的同時，顯著降低了空調系統的能耗。該舉措有效減少了我們的碳足跡，是公司利用技術創新推動環境效益的具體實踐。

我們還採用數字化、智能化能源管理系統，不斷優化照明、空調等設施運行狀態，以實現節能減排。通過大設備高能耗開發集控平台系統，我們集中設置辦公區域採暖、空調調控溫度，並在非工作時間多檔次設置定時關閉措施，實現空調用電量較上一年度降低 5%。

此外，我們的酒管業務板塊也在酒店設計指導手冊中，要求在相應條件下使用空氣源熱泵系統、太陽能進行熱水供應，以增加清潔能源使用比例，降低溫室氣體排放。

氣候創新舉措

除氣候變化緩解與適應措施外，本公司亦推出創新的旅遊產品，創新的旅程和減碳積分模式等。現階段同程旅行尚未擬定氣候相關轉型計劃。



運營氣候韌性

同程旅行依據《ESG 報告守則》D 部分氣候相關披露以及《國際財務報告可持續披露準則第 2 號—氣候相關披露》（IFRS S2）建議，分別選擇低排放與高排放兩種氣候情景進行評估：

低排放情景 | 具有雄心的氣候行動使全球變暖幅度被限制在 1.5°C 以內或遠低於 2°C；

高排放情景 | 氣候變化應對不利，本世紀末全球變暖幅度超過 4°C。

低排放情景（1.5°C 或遠低於 2°C）

隨著可持續發展意識的不斷提高，全世界意識到積極應對氣候變化的重要性，全球各個國家和地區均加大氣候行動力度，設定減排目標，推出嚴格的排放政策，以期將本世紀末全球變暖幅度控制在 1.5°C 以內或遠低於 2°C。低碳領域的加大投入將促進能源效率、新能源應用等技術的進步，加快低碳轉型。此外，消費者將更傾向於選擇綠色低碳的產品和服務，進一步促使企業的綠色轉型。我們選擇此情景以評估為了實現《巴黎協議》1.5°C 或遠低於 2°C 目標而進行的具有雄心的氣候行動的影響。我們的情景參數主要參考 NGFS 的 Net Zero 2050 情景即通過具有雄心的氣候行動將全球變暖被限制在 1.5°C，部分發達國家到 2050 年實現碳中和，以及 IPCC 的 SSP 1-2.6 情景，即以清潔能源為主的可持續發展型社會，出臺氣候政策將全球變暖控制在遠低於 2°C。

高排放情景（大於 4°C）

全世界尚未意識到氣候變化的嚴峻性，各國沒有採取有效的行動來緩解氣候變化，化石能源依然是最主要的能源來源，溫室氣體排放量繼續增加，大氣溫室氣體濃度不斷升高。隨著時間的推移，氣候變化帶來的物理影響顯著加劇，到本世紀末全球平均氣溫上升超過 4°C，極端天氣變得更加頻繁，惡劣程度亦不斷上升。我們選擇此情景以評估由於缺乏有效的氣候行動或氣候行動失敗而導致的氣候變化加劇的影響。情景參數主要參考 NGFS 的 Current Policies 情景，即維持當前狀況，沒有額外政策限制溫室氣體排放，以及 IPCC 的 SSP 5-8.5 情景，即經濟發展依賴於化石能源，溫室氣體排放持續提高，沒有額外的氣候政策。

我們的氣候情景分析表明，同程旅行在不同氣候情景下面臨不同程度的轉型風險及物理風險，且不同的風險對業務部門及價值鏈的影響不同。根據過去的運營經驗，本公司從未出現因為天氣災害導致運營或供應鏈中斷，且我們已針對氣候相關風險制定了充分的應急預案，因此本公司已具備了一定程度的氣候韌性。

同時，我們認識到應對氣候變化是一項長期工作，氣候風險及機遇均受國內外形勢影響，對本公司業務的影響存在較大不確定性。同程旅行將密切關注我們運營所在地政策、行業動態及氣候數據、模型等信息的最新更新，並結合業務戰略動態調整氣候策略，持續增強經營韌性。在氣候韌性評估中對於不同排放情景下的氣候韌性量化分析，因需要付出極大成本才可獲得一切合理且有依據的資料，所以對於氣候韌性量化分析採用「合理資料寬免」。

風險管理

我們已制定《同程旅行氣候變化政策》，針對全部運營範圍，建立完善的氣候風險管理流程，並將氣候風險融入企業整體風險管理流程中。我們在開展氣候風險和機遇識別的基礎上，根據重點風險涉及的業務領域，制定相應的風險應對策略，圍繞相關業務的運行情況開展風險管理監察工作，保障氣候風險應對相關工作的有效性。我們通過開展實質性議題調研，就氣候相關風險和其他風險進行優先排序。和上一財年相比，我們的氣候風險管理流程沒有變化。



指標與目標

同程旅行將降低溫室氣體排放作為企業應承擔的社會責任。為減緩溫室氣體排放帶來的負面影響，我們制定並實施適用於全部運營範圍的溫室氣體減排管理系統與減排目標。自 2021 年以來，伴隨本公司業務持續擴張、運營邊界不斷拓展，為更好適配本公司發展戰略與經營實際，確保減排目標的科學性、適用性與可執行性，本公司對溫室氣體減排目標進行系統性優化與更新，穩步推動減排舉措落地，持續提升氣候治理水準與可持續發展能力。我們承諾以 2025 年為基準年，至 2030 年五大職場範圍 1 和範圍 2 碳排放強度（tCO₂e/ 每百萬人民幣收入）降低 18%。

報告期內，我們的能源使用數據如下：

能源使用	2025	2024	2023
能源消耗總量（兆瓦時） ^{1, 2}	30,049.02	16,069.06	13,526.74
直接能源消耗總量（兆瓦時）	3,085.97	418.60	665.04
其中：汽油（兆瓦時）	428.64	285.27	662.56
其中：柴油（兆瓦時）	2,074.50	0	2.48
其中：天然氣（兆瓦時）	436.82	/	/
其中：可再生能源（兆瓦時） ³	146.01	133.3	0
間接能源消耗總量（兆瓦時）	26,963.05	15,650.46	12,861.70
其中：外購電力（兆瓦時）	26,963.05	15,650.46	12,861.70
能源消耗密度（以營業收入計） （兆瓦時／百萬元人民幣）	1.55	0.93	1.14
平均 PUE ⁴	1.25	1.65	1.32

註：1. 基於運營特性，本公司的廢氣排放主要由公司商務車輛的汽油和柴油消耗產生，不涉及大規模廢氣排放，無實質影響。故 KPI A1.1（排放物種類及相關排放數據）有關廢氣排放在本 ESG 報告中不作披露。
2. 2025 年，公司新增辦公場所及運營場所納入能源消耗量披露範圍，導致能源消耗量顯著上升。
3. 可再生能源消耗量是來自於使用自有太陽能發電系統的電量使用量。
4. 數據中心平均 PUE 值是根據數據中心總設備的全年能源消耗量與 IT 設備的全年能源消耗的比值計算所得。該數據是評估數據中心能源效率的指標，2025 年數據統計範圍覆蓋本公司全部自有數據中心。

報告期內，我們的溫室氣體排放範圍 1、範圍 2 數據如下：

範圍 1 和範圍 2 溫室氣體排放	2025	2024	2023
溫室氣體排放總量（範圍 1 及範圍 2）（噸二氧化碳當量）	17,065.14	8,472.17	7,497.57
直接溫室氣體排放（範圍 1）（噸二氧化碳當量）	2,868.08	74.13	162.54
能源間接溫室氣體排放（範圍 2- 按地域）（噸二氧化碳當量）	14,197.07	8,398.04	7,335.03
溫室氣體排放密度（以營業收入計）（噸二氧化碳當量／百萬元人民幣）	0.88	0.49	0.63

報告期內，我們的溫室氣體排放範圍 3 數據如下：

範圍 3 溫室氣體排放	單位	2025	2024
類別 1 - 外購商品和服務	噸二氧化碳當量	130,204.29	99,482.92
類別 3 - 燃料和能源相關活動	噸二氧化碳當量	303.91	269.63
類別 6 - 商務旅行	噸二氧化碳當量	10,847.11	11,060.70
類別 7 - 員工通勤	噸二氧化碳當量	2,166.50	2,545.33
總計	噸二氧化碳當量	143,521.81	113,358.58

在計算特定跨行業指標特別指標的「容易受氣候相關物理及轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比」「氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比」，因需要付出極大成本才可獲得一切合理且有依據的資料，所以採用「合理資料寬免」。

同程旅行現階段未制定內部碳定價。

報告期內

同程旅行職場用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額超人民幣

90 萬元

註：1. 2025 年，公司新增辦公場所及運營場所納入溫室氣體排放披露範圍，導致排放量顯著上升。
2. 基於《ESG 報告守則》要求和核算標準適用性，範圍 1 和範圍 2 排放計算參考《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004 年）》（GHG Protocol）。範圍 1 排放主要來自於公司車輛汽、柴油燃燒、天然氣燃燒、以及空調冷媒，滅火器等逸散排放。範圍 2 排放主要來自於外購電力排放。其中，國內外購電力排放採用生態環境部發佈的《關於發佈 2022 年電力二氧化碳排放因子的公告》文件中 2022 年的排放因子以及《關於發佈 2023 年電力二氧化碳排放因子的公告》文件中 2023 年的排放因子計算，海外運營場所外購電力排放採用國際能源署（IEA）公佈的排放因子（2024）計算。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列。
3. 範圍 3 排放計算參考《溫室氣體核算體系：企業價值鏈（範圍三）核算與報告標準》，依據重要性和資料可得性的原則進行識別和梳理。
4. 範圍 3 排放計算的其他類別及範圍 3 總量，因需要付出極大成本才可獲得一切合理且有依據的資料，所以對於範圍 3 排放計算其他類別採用「合理資料寬免」。

落實綠色運營

同程旅行嚴守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國水法》《中華人民共和國水污染防治法》等法規紅線，於報告期內制定並發佈《環保管理制度》，明確各級人員權責、環境保護工作日常管理要求。我們積極投身於綠色運營實踐，減少水資源消耗，提升水資源利用率，同時加強廢棄物的管理，積極開展環保宣貫，不斷提升員工綠色環保意識。

無紙化辦公

- 大力推行電子簽約、電子支付、電子發票，減少紙質票據數量，提升業務效率並減少環境負面影響；
- 提倡雙面打印、複印及紙張循環再利用，避免紙張浪費。

節約用水

- 對用水設備定期進行檢查及維護，避免發生跑、冒、滴、漏現象；
- 在辦公區域張貼溫馨提示，提高員工節水意識，鼓勵員工在日常工作中節約用水。

水資源回用

- 升級改造雨水回收系統，月均雨水收集量超 1,200 立方米，用於綠化灌溉；
- 開展廢水回收試點，加強水資源回收利用。

循環經濟

- 採購二手辦公桌、辦公椅、文件櫃等辦公用品，實現資源循環利用；
- 員工端午禮盒包裝使用生物可降解材料。

環保宣導

- 定期組織相關節能減排主題培訓及活動，培養員工節約資源的意識；
- 針對減少廢棄物方面開展培訓與宣貫活動，結合無紙化辦公、回收利用、光盤行動等實踐提升員工對廢棄物減量化的意識水平。



同程旅行綠色運營宣傳海報

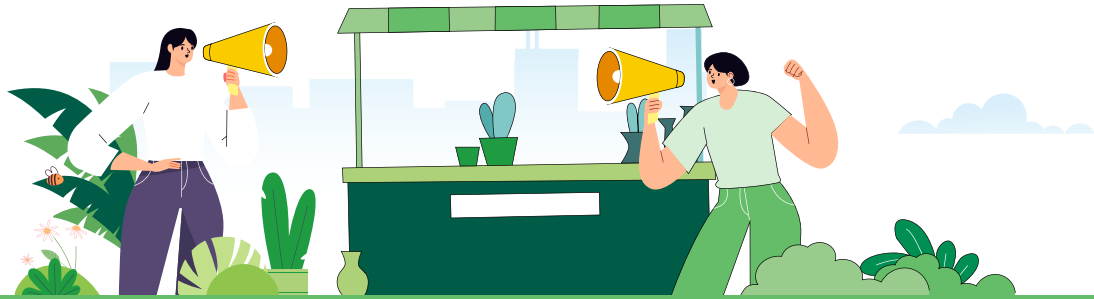
● 藝龍酒店科技多維度推進環保型酒店建設

我們旗下的藝龍酒店科技深耕綠色發展實踐，從材料、用品、科技、設備四大維度構建環保型酒店生態。材料端推廣 SPC 牆板、碳晶板等可回收利用材料，並在改造項目中推廣快裝模式；客房用品端，旗下美豪、美豪麗致等品牌將牙具套裝拆分包裝，牙具、剃鬚刀等選用生物降解秸稈材料，護理包精簡內料並改用紙質 / 竹制棉簽棒，踐行循環經濟；設備端選型聚焦節水，將中國水效標識認證的智能虹吸馬桶納入標準配置，以務實舉措踐行可持續發展理念。此外，科技賦能方面，藝龍酒店科技通過「物聯網 + 區塊鏈」技術搭建佈草數字化管理體系，客房佈草植入 RFID 芯片實現全生命週期溯源。

同程旅行致力於共同降低整個產業鏈的碳足跡，在公司內部推行環保措施的同時，我們也積極擴大環保影響力，鼓勵合作夥伴、用戶、員工以及其他利益相關方參與減碳行動。報告期內同程旅行開展參與「環保快閃市集」、節電挑戰賽等多個環保項目，傳播環境保護的理念，倡導節能減排的生活方式。

● 開展創意環保宣傳活動，深化綠色理念宣貫

同程旅行以豐富的環保創意活動為載體，積極推進環保理念落地，多維度踐行綠色發展。2025 年 4 月，我們在成都落地「EHS 環保快閃市集」，圍繞「種植、閒置、市集」主題組織農場報名、發放種子與分配土地，同步開展商品團購、閒置物品售賣交換及線上資源互換渠道搭建，並於 5 至 6 月持續開展「開心農場」線下種植活動。華西區域同步強化小微職場節能意識，除常規宣導外，以職場為單位開展人均能耗降低排名，還啟動了「節電先鋒」行動計劃，通過職場節能榮譽戰（省電冠軍團隊獲全員電子嘉獎）與個人節能傳播者兩種比賽模式，充分調動員工環保積極性。



排放物

報告期內，我們的排放物相關數據如下：

排放物	2025	2024	2023
廢水排放量（噸）	99,739.43	99,996.56	79,265.86
無害廢棄物總量（噸） ^{1, 2}	1,025.12	803.53	493.91
無害廢棄物排放密度（以營業收入計）（噸／百萬元人民幣）	0.05	0.05	0.04

註：1. 本公司在日常運營過程中產生的無害廢棄物包括生活垃圾、隔油池廢物及餐廚垃圾等，均交由物業統一處理，由政府指定的機構負責轉移需要做填埋處理的廢棄物。有害廢棄物為辦公打印設備產生的少量廢棄硒鼓及墨盒，均由供應商回收處置，無實質影響。故 KPI A1.3（所產生有害廢棄物的總量及密度）在本 ESG 報告中不作披露。
2. 基於數據統計方式變化，對 2024 年無害廢棄物總量及密度進行重述。

資源使用

報告期內，我們的水資源使用數據如下：

水資源使用 ^{1, 2}	2025	2024	2023
自來水用量（噸） ³	117,566.64	116,025.28	88,073.18
自來水使用密度（以營業收入計）（噸／百萬元人民幣）	6.06	6.69	7.40

註：1. 由於本公司的運營中不涉及包裝材料的使用，故 KPI A2.5（製成品所用包裝材料的總量）對本公司不適用，故本 ESG 報告內不作披露。
2. 基於行業特性，本公司的運營中不涉及其他的環境及天然資源，因此 A3 層面（環境及天然資源）及 KPI 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）不適用，故本 ESG 報告內不作披露。
3. 經評估，基於行業特性，本公司在運營過程中不存在任何求取水源的問題，不存在大規模工業用水情況，產生的廢棄物排放對環境不存在實質性影響，且能源使用效益與碳排放情況相關聯。故本報告僅披露本公司已訂立的碳排放目標，不披露 KPI A1.6（所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟）、KPI A2.3（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）及 KPI A2.4（所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟）。



06 同創幸福職場

同程旅行始終以「以人為本」為核心理念，視人才為企業發展的核心動能。我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國未成年人保護法》《禁止使用童工規定》等法律法規要求，全力保障員工合法權益。我們致力於打造公平多元、安全健康的職場環境，構建完善人才發展體系，助力員工與企業共生共贏。

3 良好健康與福祉

4 優質教育

5 性別平等

8 體面工作和經濟增長

10 減少不平等

獎項	頒發機構
中國健康工作場所（CHW）鑽石標準企業	人力資源智享會（HREC）
「2025 大學生最喜愛僱主」	前程無憂
「2025 最具影響力僱主」	海投網



保障員工權益

同程旅行致力於建立多元、平等與包容的職場氛圍，堅決反對任何形式的歧視，包括基於種族、膚色、性別、年齡、家庭背景、宗教信仰、身體素質和國籍等因素，確保員工在公平、和諧、被尊重的氛圍中工作和發展。

多元招聘

我們堅持「公開、平等、競爭、擇優」的招聘理念，制定《招聘管理辦法》《內部推薦管理制度》等制度，通過校園招聘、社會招聘和內部推薦等多種渠道廣納賢才。我們持續保障招聘工作的標準性和透明度，通過利用自動化系統排查未超過 16 周歲的未成年人，確保不使用童工和強迫勞工。在多年的運營中，本公司未發生錄用童工事件。

報告期內，我們持續優化招聘渠道，上線面試官工作平台，推進 AI 技術在招聘領域的應用，持續提升招聘環節效率和精準性。

招聘效率提升舉措

擴展招聘渠道
打造科學有效的招聘資源矩陣，新增獵頭合作供應商，拓展線上直播和新媒體招聘渠道，以吸引更多潛在候選人

通過多渠道進行核心戰略性人才儲備，針對稀缺人才、未來關鍵崗位人才建立儲備資源庫

大數據輔助決策
在校招環節，根據地區、院校、專業等多重維度，對不同的崗位進行合理的人才定位

為一線客服崗位定制了人才畫像，幫助選擇高適配度的客服人才，同時提升候選人的面試體驗

AI 招聘應用
開發 AI 招聘助手，與招聘場景有效融合，解決招聘高頻問題，有效提升招聘效率

面試官工作平台
新上線面試官工作台，幫助面試官一站式處理各項招聘面試工作，並及時關注應聘者對於個人面試的有效反饋

招聘月報系統
通過招聘月報系統，統籌管理並分析每個業務線的招聘數據

我們也高度重視員工活水機制建設，對公司活水規則進行更新與優化，並建設內部活水計劃平台，促進人才的內部流動和組織的健康發展。2025 年，公司活水平台員工訪問量超 12,000 次，130 多位員工與崗位負責人進行了有效溝通，112 位員工實現成功轉崗。

此外，我們積極推進校企合作，助力公司儲備人才隊伍建設與行業可持續發展。

持續深化校企合作

我們將「校企合作」作為人才培養與產業創新的重要抓手，深度構建「產學研融合、政企校協同」的發展生態。我們高度重視產學研結合對旅遊業發展的核心價值，搭建專業化合作平台，充分挖掘高校智力資源優勢，與清華大學管理學院、南開大學旅遊與服務學院等多所知名院校在案例教學、課題研究、產研報告撰寫等領域開展深度合作。另外，我們建立健全校企合作機制，通過委託培養、聯合培養等模式與數十所大專院校達成穩定合作，基於旅遊行業前沿實踐共同制定人才培養計劃，打造產教融合示範基地，推動旅遊職業教育與一線業務運營深度銜接，同時為在校學生提供優質實習實踐平台。



權益保障

同程旅行以打造「以人為本、利益兼顧、互利共贏、共同發展」為目標，致力於促進員工權益持續提升的同時，為本公司的健康發展提供堅實基礎。我們發佈的《同程旅行人權聲明》涵蓋了《國際勞工組織關於工作中基本原則和權利宣言》《聯合國全球契約十項原則》以及《聯合國商業與人權指導原則》中的基本原則，明確反對任何形式騷擾，並鼓勵員工、合作夥伴及其他利益相關方共同推動人權保障工作。

我們針對童工和強制勞工等人權事項開展審查，在員工入職階段通過身份檢查等確保僱傭合法合規，並持續追蹤進展，一旦發現存在人權相關問題，我們將終止僱傭程序。2025 年此類定期審查覆蓋同程旅行及其附屬公司、並表聯屬實體，及全部運營地，評估覆蓋率達到 100%，未識別出存在人權風險。

點擊鏈接了解：

[《同程旅行人權聲明》](#)



在性別平等方面

我們根據《中華人民共和國婦女權益保障法》和《女職工勞動保護特別規定》等法律法規，編制了《女職工權益保護專項集體合同》，並委派女性職工簽訂，明確規定了女職工權益保護措施，包括承諾同工同酬、提高女性員工在職工代表大會中的比例、保障女性員工結婚生產期間的權益等。



在工作時間方面

我們根據相關法律法規制定了《考勤管理制度》，根據不同崗位特性實行標準工時制、綜合工時制和不定時工作制，規範最長工作時長，禁止強制勞動，並鼓勵員工在保證工作進度和質量的前提下勞逸結合。我們要求員工在加班前事先溝通並獲得上級許可，上級根據實際情況審核，並安排補休或支付加班工資。我們通過內部數據平台監測勞工權益風險，並定期組織診斷，對於出現過度加班等異常情況，及時進行干預並改進。



在休息休假方面

我們為所有員工提供國家法定節假日、帶薪法定年休假、帶薪補充年休假、事假、病假、產假、難產假、流產假、護理假、哺乳假、育兒假、探親假、喪假等假期。我們亦貫徹落實各地產假與陪產假政策，為女性員工提供最長時限可達 158 天的帶薪產假與男性員工 15 天的陪產假福利，並於內部平台上線產假與陪產假流程，便利符合條件的員工自行提交休假申請。

此外，同程旅行持續關注員工的身心健康，定期組織覆蓋全員的免費年度體檢及體檢報告解讀活動，並為員工家屬提供體檢優惠和便捷的體檢渠道，確保員工能在一個健康、和諧的環境中工作和發展。

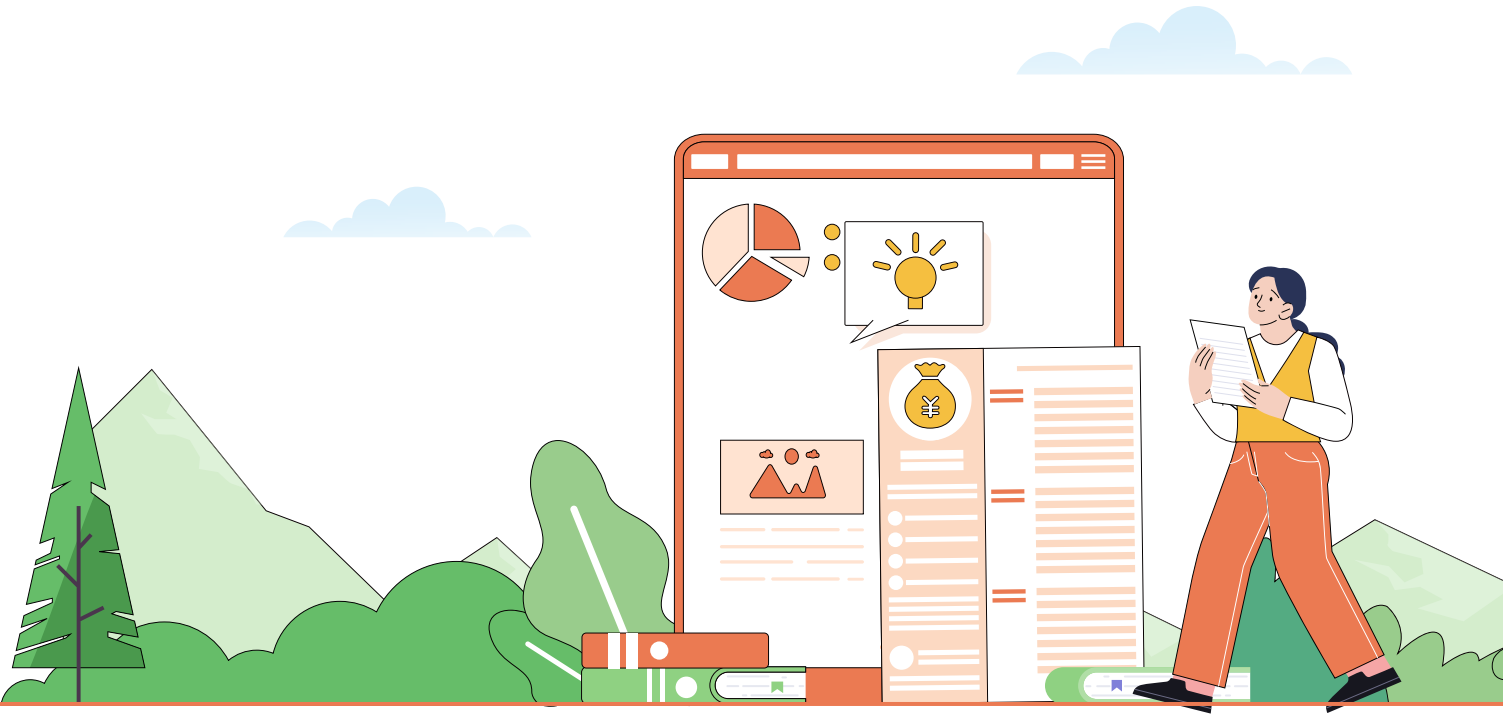
薪酬激勵

薪酬績效管理

同程旅行依據《薪酬管理制度》和《績效管理制度》，建立短、中、長期相結合的薪酬激勵體系。我們承諾遵循公平工資網絡（Fair Wage Network）及國際勞工組織標準，向所有員工支付公平工資，確保員工及其家庭的食物、住房、衣物等基本需求得到滿足。此外，我們建立溝通機制，定期就工作條件與職工代表進行溝通，及時了解員工需求並完善薪酬管理體系。

我們實施了自上而下的公司、組織、個人多維度績效鏈管理，以營造公平公正的績效考核環境。我們定期開展月度、季度和年度績效評估，確保所有正式員工的可變薪酬與其績效掛鉤。鼓勵員工與直屬領導開展敏捷對話，主動設定考核目標，增強員工對組織目標的認同，提升員工對個人價值的認知。報告期內，我們持續升級個人薪酬績效體系，與組織績效聯動，並進一步提升考核精準度；同時為個人績效管理系統新增數據可視化功能，充分結合績效考核各場景，以提升管理效能。

為保證績效評估的公平性，我們持續實施組織績效熔断保護機制及個人績效保護機制，根據市場、政策調整等實際情況動態調整績效結果應用策略；亦設立創新業務績效保護機制，為新業務設定半年的組織績效保護期，助力創新組織的成長及人才的保留。我們不斷優化員工申訴渠道，確保員工有足夠的時間和便捷的途徑表達對績效評估的意見，保障績效管理的透明度和公正性。



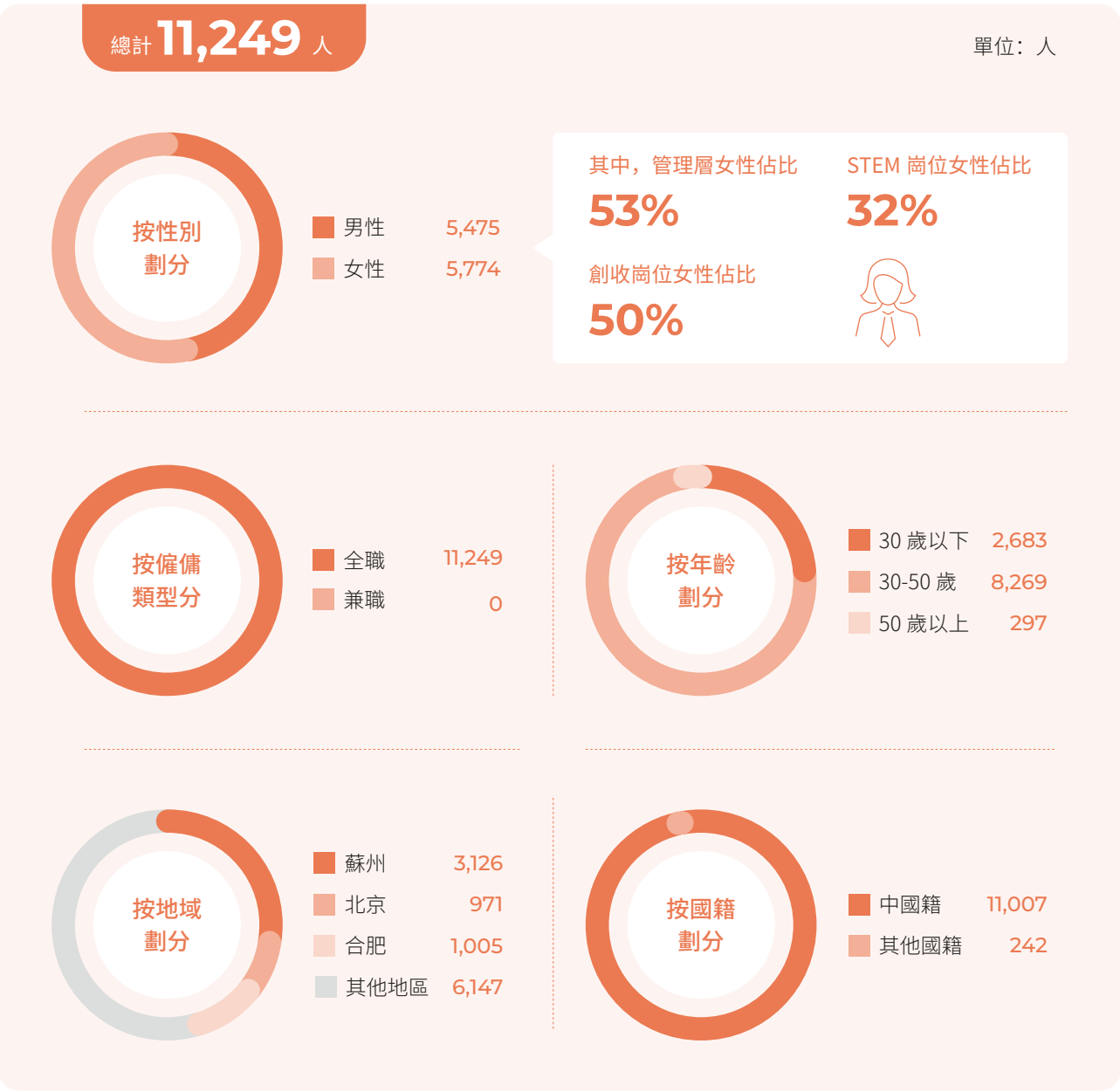
員工激勵

我們依據《同程旅行組織激勵管理制度》，實施針對性的激勵措施，覆蓋公司戰略專項、利潤突破、組織成長、技術迭代、創新以及服務體驗等多個關鍵領域。報告期內，我們面向全體員工實施「千萬獎勵計劃」，通過業務會戰和超目標利潤分享等方式，激發組織和個人潛力，累計發放獎金近人民幣 3,100 萬餘元。同時，我們還面向核心骨幹實施「恆星計劃」。

同時，我們完善了《同程旅行榮譽激勵管理制度》，構建多維度的激勵和表彰體系。每年年底，我們會評選年度十佳幹部 / 員工等重要個人榮譽獎項，以此樹立學習榜樣，激發員工工作熱情，提升個人成就感。

截至報告期末，本公司共有 11,249 名全職員工，其中男女員工佔比分別 49% 及 51%，漢族及少數民族員工佔比分別為 93% 及 7%，管理層中男性及女性佔比分別為 47% 及 53%。

僱員結構



新進員工結構



同程旅行依據勞動合同及相關法律法規，制定並動態更新《員工入轉調離管理制度》，持續優化離職流程以保障員工與公司雙方合法權益。我們嚴格落實離職員工經濟補償相關規定，通過開展主動離職員工意見調查，收集對公司及崗位的建議，整合反饋並響應員工關切，不斷提升人才引入與留用水平。

報告期內，我們的員工流失率¹為 15.35%，其中主動流失率 10.44%。

僱員流失率結構



註：1. 本公司使用的僱員流失率計算公式為：僱員流失率 = 報告期內流失人數／（報告期內流失人數 + 報告期末人數）*100%

守護健康安全

安全管理體系

同程旅行高度重視員工的健康和安全，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》《中華人民共和國消防法》等相關的法律法規，制定《同程旅行職業健康安全政策》《安全生產管理制度》等安全管理制度。報告期內，我們將《人員安全管理規範》《場地安全管理規範》《資產安全管理規範》《應急預案管理手冊》作為附件併入《安全生產管理制度》，並修訂部分條款，以強化安全頂層制度建設。

為保障職場安全，我們已建立 EHS+C（環境 Environment、健康 Health、安全 Safety + 合規 Compliance）委員會，並建立各職場安全負責人制度，確保安全管理的全面覆蓋。我們通過了 ISO 45001 職業健康安全管理體系認證。此外，我們還取得中國健康工作場所（CHW）鑽石標準企業、樓宇安全管理先進單位等榮譽稱號。

我們設立了員工健康安全目標，確保 2025 年職業健康與安全風險現場評估的整改完成率達 100%，截至報告期末，職業健康與安全風險現場評估的整改完成率為 100%。我們亦將職業健康安全相關的指標納入相關高管人員的薪酬考核評估維度中，確保建立有效的管治體系。

點擊鏈接了解：
[《同程旅行職業健康安全政策》](#)

落實安全保障

我們從「人」、「場」、「物」三個核心維度出發，制定了年度職業健康與安全推進計劃和目標，並通過應急救護培訓、場地風險源的檢查與糾正、應急預案演練等措施積極推動目標實現。同時，我們建立了完善的工傷處置流程，並通過制度的形式發佈給全體員工。一旦員工反饋給 HRBP 任何工傷事件，我們將迅速啟動應急預案，授權相關負責團隊推進就醫、保險理賠等舉措。如果屬發生在工作地點，且因工作原因受到事故傷害的，我們將開展事故分析調查，確保消除工作場所的風險因子，降低再次發生該事故的可能性。

我們已建立完善的三級安全巡檢機制，一級由集團統籌專業人員每年年中、年終開展全國職場巡檢，二級由當地職場負責人每月帶隊巡檢，三級則由各崗位人員每日執行巡檢。消防安全方面，我們在辦公區域內配置了完備的消防系統，並確定了消防安全責任人。我們定期進行消防自查、安全隱患排查，並在各地職場分別舉行消防演習，針對關鍵崗位員工開展月度消防安全培訓。在應急管理方面，我們持續開展五大片區 15 個職場的應急預案宣貫及考核，並落實防洪防汛演練、食物中毒演練等工作。



▲ 同程旅行開展消防應急演練

過往三年內，本公司未發生因工亡故事項。報告期內，因工傷損失工作日數為 328 天，員工工作日損失率（LTIFR）為 2.94。

基於「急救志願者成長計劃」，同程旅行成立了同程急救志願隊，為員工提供專業急救培訓，並為通過考核的員工授予專業急救資格證書。報告期內，我們共開展急救培訓 12 場，覆蓋 9 個城市，授證 481 人。

● 同程旅行急救 lite 體驗營

圍繞 2025 年世界急救日，同程旅行創新推出「急救 lite」急救營，以趣味形式深化員工急救認知。活動現場設置 12 項特色任務，涵蓋應急救護知識問答、心肺復蘇+AED 使用等 7 項急救操作，滅火器使用等 3 項安全技能，及「尋找身邊的 AED」等 2 項趣味任務，真正實現「玩中學、學中會」。本次活動得到多方支持，20 名醫護及紅十字會人員、9 名同程公益急救隊員與 60 名志願者組成專業服務團隊，蘇州、合肥等六大職場近 700 人參與，有效提升了員工應急能力，強化了職場安全感與歸屬感。



▲ 同程旅行急救 lite 體驗營

關注心理健康

同程旅行將員工心理健康作為企業關懷的重要組成部分，積極開展多層次、多形式的心理健康宣導與支持工作。我們進一步深化員工心理援助計劃（EAP），通過專業機構為員工提供免費心理諮詢服務，2025 年累計提供諮詢時長達 192.5 小時。此外，我們每月定期發佈《心理健康月刊》，內容涵蓋心理健康知識科普、情緒管理技巧、實用案例分享及專業心理援助資源推薦等，為員工提供全面且實用的心理健康支持。

● 關懷客服員工心理健康

客服中心為員工構建了線上線下聯動的全方位的心理支持體系。線下將特色文化項目「解壓妙妙屋」拓展覆蓋職場範圍，使心理關愛服務人群覆蓋率提升 30%，為員工提供了便捷的線下情緒疏導空間。線上創新性打造「線上快樂老家」項目，以每季度 1-2 期的頻次推出緊扣熱點且融合工作價值的主題活動，已累計推出 11 場話題活動，瀏覽量超 9,000 次、互動留言 600 餘條，有效實現了線上心理支持的即時互動。



▲ 「線上快樂老家」平台

助力人才發展

同程旅行致力於營造公平競爭的工作環境，重視員工成長發展，既為員工提供施展才能的舞台，也為其職業發展提供堅實保障，構建積極健康的工作氛圍。

優化晉升渠道

同程旅行致力於搭建多元公平的職業發展平台，通過設立職業發展委員會，統籌規劃員工職業發展的管理方針、核心策略及關鍵決策，為職業發展工作提供方向性指引。我們制定並實施《幹部職業發展管理辦法》《專業序列職業發展管理辦法》等制度，構建起幹部線與專業線並行的雙晉升通道，打破職業發展壁壘。同時，各職級的晉升條件、流程均公開透明公示，晉升結果同步建立專屬反饋機制，確保員工職業發展路徑清晰、機會均等。在 2025 年兩個晉升季中，共計 800 餘名員工得到職級晉升。



三重評價體系

- 績效
- 上級評價
- 能力評審



人力規劃體系

- 「排兵佈陣」計劃
- 定期進行幹部及核心崗位的人才盤點

為支撐本公司戰略落地，同程旅行 2025 年系統性開展人才盤點項目，核心聚焦管理幹部人崗匹配，實現了對 960 名管理幹部的全面覆蓋。我們結合崗位戰略重要度與幹部業績表現，將其分類落位至「九宮格」評估模型；再對照管理幹部勝任力標準完成深度評估，最終輸出分析報告，明確幹部適配優勢與待提升方向，為後續人才決策及戰略執行提供有力支撐。

豐富培訓體系

同程旅行致力於構建多元平等、內容豐富的學習生態，通過深度整合內外部優質資源，為全體員工提供全方位的培訓，助力員工與企業實現共生共長。圍繞員工全職業週期發展需求，我們已搭建起覆蓋領導力培養、專業技能提升、新員工培養等維度的完善人才培養體系，精準匹配不同崗位、不同職業階段員工的發展需求。客服中心亦針對客服人才建立了管理條線和專業條線的培訓體系，以支持員工的職業發展。

我們通過「同程學堂」、「同程樂享」等線上學習平台，同時結合線下主題研討和分享會等形式開展培訓活動。對於「同程學堂」，我們圍繞用戶體驗、運營管理、內容拓展和多渠道觸達等方面開展優化升級工作，持續提升員工

學習體驗。報告期內，「同程樂享」平台新增知識文檔 2,500 個，新增課程數量 640 個，為員工提供豐富的學習資源。

我們還積極引入新型學習形式，鼓勵混合式學習。我們通過同程學堂聯合中歐商業等外部資源，推出系統思考、團隊管理等特色訓練營。訓練營以線上課程、專家分享、社群互動為核心模式，覆蓋多業務線員工與管理者，既實現個人能力提升，也沉澱了豐富的實踐經驗與管理方法。

為了支持和鼓勵員工提升學歷或工作技能，我們持續推進《同程旅行助學獎勵計劃》，旨在打造學習型組織氛圍。報告期內，我們經過內部評審共發放助學獎金約人民幣 88 萬元，以資助員工的學習和成長。

培養體系	培養項目	培養內容
------	------	------

領導力培養	中高層管理者領導力：騰龍計劃	為現任各級管理者提供定制化領導力培訓，課程內容覆蓋行業趨勢、業務實戰、管理工具、場景實踐等
	基層管理者領導力：育龍計劃	為普通員工晉升管理崗及新晉管理者提供領導力培訓，課程內容覆蓋管理理論、管理方法論及管理實踐等，助力夯實管理基礎
	儲備與新晉管理者領導力：潛龍計劃	為普通員工提供通用培訓，涵蓋領導力培養相關內容，提升員工個人影響力與主觀能動性
	新晉人才超車道：躍龍計劃	有夢想、有鬥志的高潛力人才通過導師帶教形式知識賦能和業務歷練，培養儲備管理者
專業技能提升	管理圓桌派	邀約優秀的中高階管理者和高級別專家，通過對話分享，探索績效管理、行業研究、業務創新等話題
	產品、運營、商務談判等主題培訓	
	項目經理認證	根據技術線、客服線、業務線、職能線等不同專業崗位設置不同的專業課程，提升不同條線員工的專業技能，助力員工成長
	結構化思維、數據分析、AI 工具等能力培訓	
新員工培養	星程計劃	為社招新人開展崗前培訓，圍繞公司文化、制度流程與職業分享等核心課題，助力員工角色轉變
	程星計劃	為實習生提供培訓學習課程，激發實習生潛力

● 深化 AI 應用能力建設

在 AI 發展浪潮下，同程旅行通過開展體系化課程與創新賽事，構建起「人才培養 - 技術轉化 - 價值落地」的閉環，以實際行動推動 AI 賦能業務。在 AI 應用能力建設方面，我們打造了聚焦「理論夯實 - 工具應用 - 場景創新」三級目標的課程體系，內容涵蓋大模型應用、AI 業務解決方案設計及數據安全等方面。該課程採用「線上精講 + 線下實訓」模式，全年開展培訓 18 場次，覆蓋內部員工及合作夥伴 800 餘人次。我們還特邀外部 AI 專家分享 DeepSeek 應用，線上線下累計覆蓋超 300 人次。

創新賽事方面，我們以「AI 賦能業務」和「創新驅動成長」為主題，舉辦兩期特色賽事，發佈 3 個業務痛點賽題，吸引超 180 名員工參與，並徵集 40 個創新作品。我們還通過同程管家虛擬賽事展廳，全年展示 AI 大賽項目，沉澱項目經驗，以提升決策效率並加速創新落地。



▲ 2025 年 AI 產品創新大賽

報告期內，同程旅行約 91.5% 的員工接受了培訓，員工年人均學習時長達到 9.9 小時。

指標		2025 年
受訓員工百分比 (%) ¹	總計	91.5
	按性別劃分	
	男性	91.8
	女性	91.1
	按僱傭類型劃分	
	高級管理層	74.3
	中級管理層	91.0
	基層員工	91.6
人均培訓小時數（小時） ^{2, 3}	總計	9.9
	按性別劃分	
	男性	9.4
	女性	10.6
	按僱傭類型劃分	
	高級管理層	7.4
	中級管理層	5.2
	基層員工	10.0

註：1. 本小節數據披露範圍僅涵蓋本公司人力行政中心所組織的員工培訓，該系統覆蓋率為 78%。
2. 員工百分比 = 受訓員工／員工總數 *100%; 按相關類別劃分的員工百分比 = 該類別受訓員工數／該類別員工總數 *100%。
3. 每名員工平均受訓時數 = 總受訓時數／員工總人數; 相關類別員工平均受訓時數 = 特定類別員工的總受訓時數／特定類別的員工人數。

創造幸福職場

暢通溝通渠道

同程旅行以「透明溝通、賦能成長、智能服務」為核心理念，構建高效、關懷且智能化的員工溝通體系。我們遵循《企業勞動爭議協商調解規定》，建立工會組織和職工（代表）大會制度，成立勞動爭議調解委員會。報告期內，我們中國大陸境內的正式員工集體協議簽署率達 100%。我們通過與員工簽署勞動合同以及屬地化的員工手冊等統一制度保障，確保所有員工的知情權、參與權和表達權得到充分尊重。

我們加強員工溝通渠道的體系化管理，打造了「一站式服務大廳」，通過 OA 系統、iOA 應用及企業微信為員工提供三種諮詢服務通道。2025 年，針對新員工群體，我們已舉辦 6 次「新人融入與成長」主題培訓座談會，邀請業

務高潛能人才及管理層面對面分享經驗、提供職業發展指導，營造開放真誠的溝通氛圍，助力新員工快速融入企業。同時，我們積極運用 AI 技術賦能溝通服務，引入「小貼心」7*24 小時智能問答系統，覆蓋入職流程、薪資福利等各類日常事務諮詢，為員工提供便捷精準的智能化服務支持。

為深入了解員工的工作態度和滿意度，我們每年面向全體員工開展員工敬業度調查，涵蓋員工留存意願、為公司開展努力的意願、工作舒適度與自由度、壓力程度、對工作環境和公司管理的滿意度等維度。報告期內，同程旅行員工敬業度達 86%。我們也榮獲「蘇州市勞動和諧關係先進會員單位」和「蘇州市勞動保障 5A 級單位」等外部獎項。

完善福利關懷

在法定要求的職工基本保障之上，同程旅行致力於為全體員工（包括全職員工、外包員工、實習生等所有類型／用工形式的員工）提供額外的非工資性福利與關懷，我們的福利政策覆蓋健康保障、補貼、內購福利、家庭支持和興趣培養等多個方面，覆蓋全體員工，全面照顧員工的不同需求。此外，我們特別關注哺乳期女性的需求，設立了「媽媽驛站」母嬰室，滿足女性員工在工作中兼顧哺乳期嬰兒的各項需求，並保障私密性。我們非常注重員工及家屬健康，報告期內，我們全面升級體檢服務，進一步提升體檢專業性與精準性，我們亦為員工家屬提供折扣價體檢套餐。

同程旅行員工福利體系¹

健康保障

體檢套餐、補充商業保險、EAP 心理健康支持、健康講座

補貼福利

助學勵計劃、通訊補貼、住宿及管理服務、節日禮盒、結婚生育禮金



家庭與個人支持

帶薪補充年假、靈活辦公時間、居家辦公選擇、哺乳室

興趣愛好培養

團建活動、節日活動、健身課程、樂室和圖書室

內購福利

新員工福利、購商城、福利助手

註：1. 我們鼓勵員工豐富個人發展途徑，允許員工在本職工作之餘發展與公司業務無競爭關係的副業。

多彩員工活動

我們不定期組織興趣社團、年會、運動會等多樣的團隊活動，豐富員工的業餘文化生活，讓員工在工作之餘能夠追求個人愛好、積極參與體育活動，增強身體素質、提高團隊凝聚力。

●「全民健康運動月」活動

2025 年，同程旅行舉辦了兩次「全民健康運動月」活動，以豐富多元的福利舉措助力員工健康管理。活動推出瑜伽、足球、八段錦等多類免費運動課程，精準匹配不同員工的運動需求，為職場生活增添活力。同時，我們聯動食堂定制並推出「低卡控能輕食餐」，將科學膳食與運動健身相結合，為員工提供全方位的健康支持。



▲ 福利運動課程

●「程二代」歡樂假期營

為解決員工子女暑期的看護問題，自 2016 年起我們連續 9 年面對公司內部所有 3-10 歲年齡段的職工子女開設了「程二代」歡樂假期營。假期營涵蓋幼兒班、啟蒙銜接班及小學班，內容包括興趣培養、能力提升與社交互動，為員工子女創造一個安全、快樂的成長環境。此外，我們還精心定制了專屬暑期親子遊路線，員工可享受優惠福利，攜孩子共同探索草原與海濱的雙重體驗，感受自然之美與親情之樂。



▲「程二代」歡樂假期營



▲ 春節「築夢同行·蛇躍新程」系列活動



▼ 女神節「悦己至上·好好綻放」女性關愛周



▼「重五安康」端午奇妙遊園會



▲「向月亮許下星願」中秋有（圓）人派對



▼「拼在此刻」2025 同程旅行 OPEN FEST 活動



07 同擔社會責任

同程旅行積極投身公益事業，以實際行動踐行「立足公益、自願無償、公開透明、誠實守信」的公益實踐原則。我們制定《同程旅行社會公益與慈善事業政策》及公益行動戰略，在社區共建、鄉村振興、文旅融合等領域持續開展公益活動，報告期內，我們累計投入公益資金人民幣約3.11百萬元¹，有400餘名志願者參與慈善公益活動，累計志願服務時長達2,194餘小時。



註：1. 該數據統計僅涵蓋報告期內本公司所參與的不具營利及營銷目的的社會公益項目。



深耕社區公益

同程旅行心系社區，以實際行動為社區居民送去關懷和溫暖。2025 年 3 月，同程公益基金會正式成立。基金會圍繞扶弱濟困、資助鄉村振興人才培養、應急救災三個主要方向展開工作，致力於創造更創新性、可持續性的公益慈善實踐，成為美好社會的建設者。報告期內，我們持續建設同程小站，並開展關愛孤獨症兒童、愛心獻血、反詐宣傳、救災助困等公益活動。

香港獎學金



水災物資捐贈

反詐宣傳



公益獻血

公益獻血

同程旅行與血之緣公益基金會攜手在 6 個運營地先後舉辦了獻血活動，共有 96 位程裡人參與獻血，獻血共計 28,100 毫升，傳遞安心與溫暖。

救災助困

- 2025 年 7 月下旬，華東、華北、東北多地因強降雨引發洪澇災害。同程公益基金會第一時間啟動應急響應，調配 1,000 箱飲用水、500 把雪鏟、2,000 提衛生紙等物資。救援小組於 8 月 1 日火速送抵災區，助力群眾渡過難關。
- 2025 年 11 月，香港新界大埔屋邨宏福苑多棟住宅樓發生火災，造成重大人員傷亡。為響應救援需求，同程旅行以同程公益基金會名義捐贈 100 萬港元，並聯合旗下在港企業 HopeGoo、藝龍酒店科技兩大平台，火速籌集價值 100 萬港元的洗漱用品、生活物資等救援品送往災區，用於受災民眾的生活應急及災後重建工作。

反詐宣傳

- 2025 年暑運及國慶黃金周期間，同程旅行響應共青團號召，聯動上海鐵路局團委、公安刑偵大隊及場站派出所，開展反詐、防猥褻宣傳志願服務，同步為線上購票困難用戶提供微信訂票指導，切實助力旅客高效出行。

同程旅行獎學金

- 同程旅行在香港大學、香港科技大學設立為期三年的「同程旅行獎學金」，以支持大數據、互聯網、人工智能方向的優秀本科和研究生。報告期內，同程旅行已捐贈 2 百萬港元。

同程小站送溫暖

「同程小站」愛心酒店聯盟由同程旅行於 2022 年發起，秉持「讓酒店融入社區，讓城市更有溫度」的理念，推動酒店積極參與社會公益服務。項目針對特殊場景與群體，先後落地「高考能量站」「暴雨守護計劃」等公益行動，以有意義且有溫度的服務，持續深化品牌公益價值，構建起覆蓋面廣的公益服務網絡。

2025 年高考季，「同程小站」在全國 20 多個城市推出近 150 家面向考生及家長的「高考能量站」，覆蓋本集團旗下藝龍酒店科技 100 多家酒店，以及數十家同程旅行門店，累計觸達及服務合計約 3 萬人次。高考期間，「高考能量站」可提供應急文具包、免費休息、臨時充電、免費打印、行李寄存等服務，住店考生及家長還可享受靜音提醒、免費早餐及延遲退房等特別服務，彰顯了同程旅行一如既往對客戶及社區居民的關心和關懷。



高考能量站

● 「星芽計劃」 關愛孤獨症兒童

同程公益基金會於 2025 年 5 月 31 日正式發起「星芽計劃」，旨在通過創新模式幫助孤獨症兒童及家庭更好地融入社會。該計劃依託林渡暖村的自然環境與文化資源，打造天然成長課堂，採用農育、美育、體育多維干預方案，以每月主題實踐活動為核心開展。啟動儀式當天，「不一樣的兒童節」主題活動順利舉辦，孩子們在志願者陪同下參與「一粒米的成長」農育課堂，繪制趣味草帽、體驗插秧勞作，並於 2025 年度分別開展「星星瓜農」「稻田小當家」「手作唐果」「稻田麥香」「星星烘焙」等 5 期「星芽計劃」活動。截至報告期末，該活動累計陪伴孤獨症兒童 90 人次，共有 40 名專業老師及志願者參與其中。項目通過豐富的實踐活動，漸進式提升了孤獨症兒童的社會融合能力與生活技能，讓孩子們在愛與陪伴中綻放光彩。同時，活動增進了社會對孤獨症群體的認知與理解，推動形成包容友善的社會氛圍。



▲「星芽計劃」發佈



▲「星芽計劃」第四期趣豐收



● 「新旅人公益計劃 2.0」賦能中小酒店

2025 年 11 月，同程旅行啟動「新旅人公益計劃 2.0」，在 2022 年推出的初代公益計劃基礎上升級，秉持「共生·共成長」核心理念，從技術、營銷、人才三大維度賦能中小酒店，攜手從業者探索住宿產業高質量發展之路。截至 2025 年 12 月 4 日，該計劃已惠及國內數千家酒店。

技術上，我們依託同驛科技「住哲」「金天鵝」等系統提供普惠舉措，降低中小酒店數智化接入門檻，助力中小酒店降本增效、縮小技術鴻溝。此外，我們提供免費課程同步系統迭代，解決經營者操作難點，相關視頻課程累計觀看超過 2 萬人次。營銷端，我們借「速賣房」「微訂房」等賦能工具，搭建「公域+私域」流量通道，為 2,800 餘家中小酒店提供了多維度營銷賦能。同時，我們致力於人才培養，升級直播課堂，設「新旅人成長營」及專家在線問診，全方位賦能中小酒店成長。



助力鄉村振興

同程旅行始終關注鄉村振興，推出「同程千村計劃」，以打造具有本地特色、定制化的古鎮旅遊項目，助力當地經濟發展，促進村民回流。我們打造創新賽事、關注鄉村教育、推廣鄉村旅遊、開展產業助農項目，助力鄉村可持續發展。



鄉村教育

配合「為愛黔行——貴州大山音樂教室」活動，在貴州黔東南山區落地同程音樂教室，為貴州山區小朋友提供免費樂器等相關教學物資。



援疆旅遊

推出「舞動南北疆」援疆旅遊產品，以「雪蓮號」為載體，面向湖北省中老年群體推廣，為中老年人搭建社交旅遊平台，助力新疆發展。

開展「冰雪勝境 魅力伊犁」文旅援疆活動，以平台整合與補貼激活市場。潮玩卡帶動文旅消費人民幣 1.47 億元，吸引 58.96 萬遊客，助力民生增收與旅遊興疆。



產業助農

在雲南保山設 500 畝生豆基地，以「企業+合作社+農戶」模式，年訂 50 噸咖啡生豆帶動標準化種植，基地 10 餘戶農戶畝產增收達人民幣 6,000 元。

● 鄉村振興創意大賽

為響應鄉村振興國家戰略，破解鄉村文旅資源開發難題，同程旅行發起 2025 年大學生鄉村振興創意大賽，旨在以青年創意激活鄉村文旅活力。活動覆蓋全國 74 所高校，吸引 263 人組建 181 支隊伍參賽，實現小紅書話題瀏覽量超 5 萬次、直播觀看達 3.2 萬人次的傳播效果。賽事產出 13 份優秀方案及 4 份高可行性決賽方案，涵蓋親子研學、非遺文創、銀髮康養等多元方向。其中「五感療愈產品」「營銷造節」等方案為鄉村文旅運營提供了直接參考，以青春智慧搭建起鄉村需求與市場價值的橋樑。



▲ 鄉村集體調研

深化文旅融合

同程旅行深化文旅融合共建，以數字化手段賦能地方旅遊，打通消費鏈路，激活目的地資源價值。我們聚焦非遺文化傳承，將非遺元素融入旅遊產品創新，同時專注地方文化旅遊資源挖掘，以年輕化表達推動文化遺產活態延續，實現地方旅遊提質與文化傳承的雙向賦能。

● 鄉村振興創意大賽

同程旅行以「文化賦能旅行」為核心理念，通過資源整合與創新，成為非物質文化遺產傳承的重要推動者，讓非遺在旅行場景中煥發活力。在福州，我們聯合當地文旅局推出「旅行造夢計劃」，將福州脫胎漆器髹飾技藝、傳統妝束技藝與自有 IP「飛兒萌」結合，打造非遺聯名文創，整體曝光達 730 萬。在蘇州，我們與蘇州博物館合作推出《同程姑蘇》禮盒，傳遞蘇州文化魅力；同時，聯合北京畫院打造《齊白石花好年豐馬年禮盒》，以「齊白石在山東」項目為依託聯結京魯文脈，為非遺傳承拓展路徑。

此外，為響應文化和旅遊部 2025 年「519 中國旅遊日·錦繡山河美好旅程」主題活動，同程旅行聯合玉溪、安順、黔西南、吐魯番、聊城、泉州、大同、蘇州、伊犁等九大目的地，推出中國旅遊日主題營銷活動。活動以九城非遺文化為核心，深度推動非遺與旅遊融合，匠心打造極具地域特色的非遺文旅盛宴。



▲「519 中國旅遊日」非遺推廣

● 數字化技術構築文旅融合新生態

同程旅行以「全域通」智能體為核心抓手，憑藉數字化技術優勢，為文旅融合注入新動能。「全域通」覆蓋行前規劃、行中服務、行後管理全場景，通過 AI 應用構建等能力，為文旅企業提供一站式 AI 服務。在衢州，「全域通」技術賦能「衢州一碼游」平台建設運營，構建「賽事 + 文旅」聯動體系，承接票務服務的同時，聯動蘇州企業拓寬衢州特產銷路。同程旅行整合衢州文旅資源，借熱點策劃主題活動，線上線下全域曝光次數超 1 億，累計用戶突破 78 萬。「全域通」已助力全國 20 多個城市落地 AI 應用，以數據流通與智能服務，推動文旅產業從「服務響應」邁向「文化共鳴」。



▲ 衢州一碼遊

● 世界的「香格里拉」文化旅遊節

同程旅行深度參與第三屆世界的「香格里拉」文化旅遊節，助力這場文旅盛宴實現文化惠民與區域協同的多重價值。在文化惠民方面，我們協助舉辦「百市千縣」中（藏）醫藥文化惠民活動，提供義診服務，並宣傳健康知識。在區域協作方面，我們聯動推廣金沙江旅遊經濟帶推介活動，助力麗江、楚雄等周邊州市實現文旅協同。我們還在 APP 與小程序上線專題頁面，整合酒店預訂、特色路線等服務，完成「種草 - 預訂 - 消費」全鏈路銜接，為遊客提供便捷體驗。同時，我們以直播、短視頻形式呈現「舞動香格里拉」大巡演，將雲南 16 個州（市）的民族舞蹈與非遺展演傳遞給全國網友。同程旅行已連續三年參與世界的「香格里拉」文化旅遊節，持續擴大世界的「香格里拉」品牌影響力，並帶動當地文旅產業發展。



▲ 第三屆世界的「香格里拉」文化旅遊節





未來展望

展望未來，同程旅行將持續構建「技術賦能 + 責任共生」的可持續發展新生態，以 AI 與大數據深化服務革新，讓智能體驗貫穿旅行全鏈路。同時，我們將堅守低碳承諾，秉持共生理念，聯動產業鏈夥伴提升協同價值，將社會責任融入鄉村振興、社區公益等領域，以可持續發展能力築牢核心競爭力，引領文旅行業高質量前行。

附錄 I：《環境、社會及管治報告守則》內容索引

C 部分內容索引

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	章節名稱
A1	排放物	
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排汙、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	落實綠色運營
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	落實綠色運營
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）。	/
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）。	落實綠色運營
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。	落實綠色運營
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	/
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。	應對氣候變化 落實綠色運營
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）。	應對氣候變化
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	落實綠色運營
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	/
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	/
A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	/
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。	/
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。	/
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。	保障員工權益
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。	保障員工權益
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	保障員工權益
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。	守護健康安全
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	守護健康安全

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	章節名稱
B2.2	因工傷損失工作日數。	守護健康安全
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	守護健康安全
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。	助力人才發展
B3.1	按性別及僱傭類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	助力人才發展
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。	助力人才發展
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。	保障員工權益
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	保障員工權益
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	保障員工權益
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。	精進供應商管理
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	精進供應商管理
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目以及相關執行及監察方法。	精進供應商管理
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法	精進供應商管理
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	精進供應商管理
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。	關注用戶體驗
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。	/
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	關注用戶體驗
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權管理
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	/
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	用戶隱私保護
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。	嚴守商業道德
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。	嚴守商業道德
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	嚴守商業道德
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	嚴守商業道德
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。	深耕社區公益
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）。	深耕社區公益
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	深耕社區公益

D 部分內容索引

治理	描述	章節名稱
19 (a)	負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他同等治理機構）或個人的信息	應對氣候變化
19 (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	應對氣候變化
策略	描述	章節名稱
20	氣候相關風險和機遇	應對氣候變化
21	業務模式和價值鏈	應對氣候變化
22、23	策略和決策	應對氣候變化
24、25	財務狀況、財務表現及現金流量	應對氣候變化
26	氣候韌性	應對氣候變化
風險管理	描述	章節名稱
27	風險管理	應對氣候變化
指標和目標	描述	章節名稱
28、29	溫室氣體排放	應對氣候變化
30	氣候相關轉型風險	應對氣候變化
31	氣候相關物理風險	應對氣候變化
32	氣候相關機遇	應對氣候變化
33	資本運用	應對氣候變化
34	內部碳定價	應對氣候變化
35	薪酬	應對氣候變化
36	行業指標	/
37-40	氣候相關目標	應對氣候變化
41	跨行業指標及行業指標的適用性	應對氣候變化

附錄 II：聯合國可持續發展目標響應

目標	報告章節	本公司響應
3 良好健康與福祉	同創幸福職場	確保健康的生活方式，促進各年齡段人群的福祉
4 優質教育	同創幸福職場 同擔社會責任	確保包容和公平的優質教育，讓全民終身享有學習機會
5 性別平等	同創幸福職場	實現性別平等，增強女性權益
6 清潔飲水和衛生設施	同繪綠色藍圖	為所有人提供水和環境衛生並對其進行可持續管理
7 經濟適用的清潔能源	同繪綠色藍圖	確保人人獲得負擔得起的、可靠和可持續的現代能源
8 體面工作和經濟增長	同創幸福職場	促進持久、包容和可持續經濟增長，促進充分的生產性就業和人人獲得體面工作

目標	報告章節	本公司響應
9 產業、創新和基礎設施	同守安全防線 同鑄卓越品質	建設具有適應力的基礎設施，促進包容性和可持續的工業化，推動創新
10 減少不平等	同創幸福職場	減少國家內部和國家之間的不平等
11 可持續城市和社區	同擔社會責任	通過志願服務、社會救助、支持教育等公益活動，為窮困及處境脆弱的群體提供幫助
13 氣候行動	同繪綠色藍圖	採取緊急行動應對氣候變化及其影響
16 和平、正義與強大機構	同啟永續發展 同建高效治理	創建和平、包容的社會以促進可持續發展，讓所有人都能訴諸司法，在各級建立有效、負責和包容的機構
17 促進目標實現的夥伴關係	同鑄卓越品質	加強執行手段，重振可持續發展全球夥伴關係