



优趣汇控股有限公司  
UNQ HOLDINGS LIMITED

(incorporated in the Cayman Islands with limited liability)  
(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
Stock Code 股份代號：2177

# 2025

## 環境、社會及管治報告



# 目錄

2	關於本報告
4	關於优趣汇
6	董事會聲明
7	1. 永續發展妥善治理
7	1.1. 管理架構
8	1.2. 利益相關方參與
9	1.3. 實質性議題識別與評估
10	2. 誠信管治行穩致遠
10	2.1. 風險管理與合規管理
10	2.1.1. 風險管理
11	2.1.2. 合規建設
12	2.2. 商業道德與反貪腐
13	2.3. 數據安全與隱私保護
14	2.3.1. 信息安全
15	2.3.2. 網絡安全
15	2.3.3. 數智安全
15	2.3.4. 隱私安全
16	3. 合作共贏價值共生
16	3.1. 品牌合作共贏
16	3.1.1. 嚴選佳品
19	3.1.2. 產品責任
21	3.1.3. 品牌賦能
23	3.2. 可持續供應鏈管理
23	3.2.1. 准入管理
24	3.2.2. 綠色供應鏈
27	4. 客戶為本品質為先
27	4.1. 提升客戶服務質效
30	4.2. 負責任營銷
31	4.3. 數字化工具應用
32	5. 賦能員工共創價值
32	5.1. 合規僱傭
32	5.1.1. 招聘錄用
34	5.1.2. 工時假期
34	5.1.3. 薪酬福利
35	5.1.4. 激勵政策
36	5.2. 培訓與發展
40	5.3. 員工關懷
40	5.3.1. 民主溝通
41	5.3.2. 團建活動
41	5.3.3. 員工滿意
41	5.3.4. 安全健康
42	6. 綠色發展低碳未來
44	6.1. 應對氣候變化
44	6.1.1. 治理
44	6.1.2. 戰略
45	6.1.3. 風險管理
49	6.1.4. 指標和目標
50	6.2. 綠色辦公
51	6.2.1. 節水節電
51	6.2.2. 無紙辦公
53	7. 社會公益責任同行
54	7.1. 匯聚慈善力量
55	7.2. 圓夢教育
57	附錄：ESG報告守則索引表





這是优趣汇控股有限公司(「本公司」)發佈的第五份環境、社會及管治(「ESG」)報告(「本報告」)，介紹优趣汇控股有限公司及其附屬公司(「优趣汇」、「本集團」或「我們」)於2025年在環境保護、社會責任及企業管治方面的政策、措施及相關行動與成果。

## 報告範圍

如無特別說明，本報告覆蓋本集團，覆蓋的時間範圍為2025年1月1日至2025年12月31日(「報告期」)。

## 報告標準

本報告遵循香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)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》」)。

## 報告原則

「重要性」	本報告已在編撰過程中納入利益相關方參與及實質性評估過程，作為釐定重要ESG議題的依據。
「量化」	本報告採用量化數據的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標(「KPIs」)，並附帶說明，以闡述其目的和影響。
「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。
「一致性」	本報告期內，依據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》對本集團溫室氣體進行核算。本報告其他內容與上一年遵循相同的方法、標準和報告範圍，日後可作有意義的比較。

## 報告獲取與意見反饋

本報告可在聯交所「披露易」網站(<http://www.hkexnews.hk>)以及本集團網站(<http://youquhui.com>)瀏覽或下載。

在我們努力持續改進的過程中，我們非常感謝您對我們的ESG事宜的反饋和建議。如有任何諮詢或建議，請隨時透過以下聯絡方式與我們聯繫：

地址：

中國上海市浦東新區浦明路1436號陸家嘴濱江中心MT座503室

電子郵件：

[info@myunq.com](mailto:info@myunq.com)

電話：

+86-0571-28027569



# 關於优趣汇

## 公司簡介

本集團於2010年開始開展業務，並於2019年正式成立优趣汇控股有限公司(02177.HK)。本公司於2021年7月12日在聯交所主板上市。作為品牌合作夥伴，优趣汇為品牌方提供覆蓋B2C/B2B的全渠道一站式電商運營服務，聚焦個護、健康、美妝等快速消費品領域，並與超過50個品牌建立長期合作關係，持續提升運營效率與消費者體驗。憑藉強大的市場洞察力、深厚的數智化電商運營經驗及完善的渠道佈局能力，我們開始尋求新的發展方向，通過和品牌進行深度共創、發展自有品牌及併購，朝著電子商務運營服務商及自有品牌持有者雙輪驅動的戰略路線發展。



优趣汇辦公佈局

## 業務模式

本集團定位為電子商務運營服務運營商，依託品牌管理、店鋪運營、數字營銷、物流管理及客戶服務等能力，為品牌合作夥伴提供一體化電商運營解決方案，並通過B2C及B2B渠道開展產品銷售與服務交付，提升消費者觸達與運營效率。

報告期內，本集團在鞏固既有品牌服務業務的基礎上，進一步探索自有品牌業務佈局。通過推進海外保健食品業務平台建設、完善相關商標佈局，並佈局海外零售渠道的收購整合，為自有品牌發展與海外業務拓展奠定基礎。

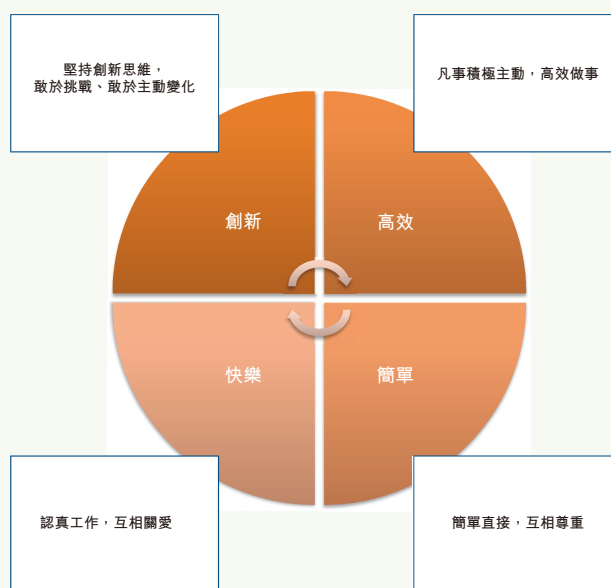
## 核心價值觀、使命和文化

本集團始終堅持以客戶需求為導向，持續優化產品與服務體驗，創新運營方案，積極回應消費趨勢與多元化需求。本集團營造積極企業文化，支援員工成長發展，在經營基礎上實現長期可持續發展。

### 使命

匯聚優質有趣商品，引領健康美麗生活

### 核心價值觀



### 企業榮譽

- 2025天貓生態認證五星經營服務商；
- 2025天貓生態認證服務超級體驗V-partner；
- 大正製藥海外旗艦店榮膺2025天貓國際紫藥箱內容營銷獎；
- UNQ JAPAN株式會社榮獲2025天貓國際紫藥箱直營優秀供應商；
- fino海外旗艦店榮膺2025年度阿裏店小蜜「蜂神榜」彩妝美髮領域銀獎；
- 蘇菲店小蜜獲2025年「618鋒芒獎」銅牌；及
- 第十屆智通財經上市公司評選「最具價值大消費公司」。



## 董事會聲明

本公司董事會(「**董事會**」)保證本ESG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

董事會為本集團環境、社會及管治工作的最高治理機構，負責對ESG相關事宜進行總體監督與指導。本集團已成立「董事會－可持續發展工作小組－執行層」的三級ESG管理體系，具體職責參閱本報告「永續發展妥善治理」章節。

本集團認同董事會成員多元化對實現良好的企業管治以及有效的董事會運作極具重要性，具體政策與措施參見本公司年報。

### 管理方針及策略

本集團結合業務特點及外部環境變化，通過利益相關方參與，識別並回應ESG相關關注點，開展重要性議題評估，確定本集團ESG重點議題並納入本公司戰略和運營承諾，同時在本報告相關章節披露相應的管理措施與執行進展。

### 目標檢視與持續改進

董事會定期檢視ESG目標及關鍵指標的進展情況，關注差距與改進機會，督促管理層持續完善制度與流程、提升數據與績效管理水準，以支持本集團長期穩健經營與可持續發展。

# 1. 永續發展妥善治理

本集團致力於通過完善的管治架構，推動本集團業務長遠及可持續發展的同時，為各利益相關方創造長遠的價值。本集團已構建了規範、完善的ESG管治架構與管理體系，負責管理ESG發展方針及表現。

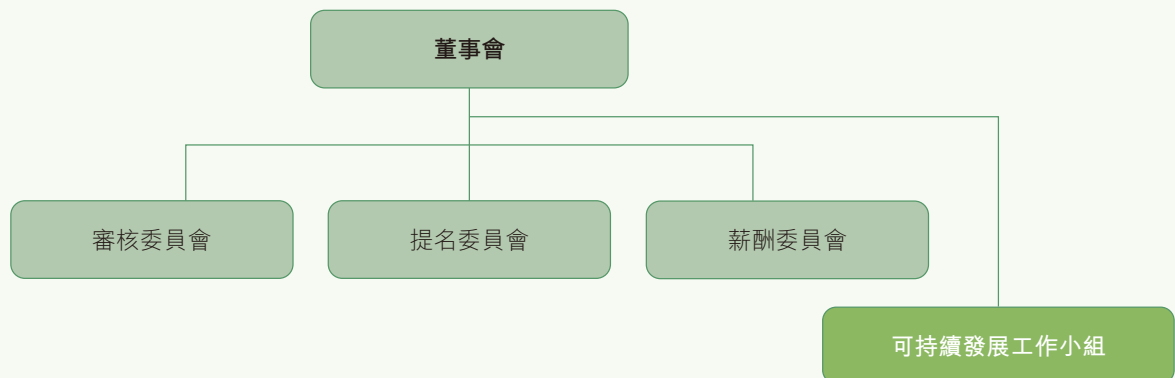
## 1.1. 管理架構

為推動本集團可持續發展戰略的落地，並將ESG理念融入各部門的具體工作中，本集團建立了「董事會－可持續發展工作小組－執行層」的三級ESG管理體系，推進ESG管理的體系化和科學化，具體職責如下：

**董事會：**評估及釐定ESG管理方針與策略，監管ESG事宜，定期審閱ESG相關事宜並檢討ESG相關目標進度，審批年度ESG報告。

**可持續發展工作小組：**制訂ESG方針策略、績效指標及年度計劃，識別並評估ESG風險與機遇，建立並完善ESG風險管理體系，定期回顧目標與承諾，推動政策落地執行，並向董事會匯報ESG進展。

**執行層：**由供應鏈、客服質控、法務、品牌、信息系統、風險控制、公益及人事行政等部門負責人組成，按董事會與工作小組要求在職責範圍內落實ESG政策與年度計劃，推動舉措執行與日常管理，並定期反饋進展。



优趣汇ESG管理架構圖



## 1. 永續發展妥善治理

### 1.2. 利益相關方參與

本集團持續完善多元化的利益相關方參與機制，識別各方在ESG方面的關注重點與管理期望，並將相關反饋作為本集團ESG管理與持續改進的重要依據。

利益相關方	關注議題	溝通方式
股東與投資者	投資回報 信息披露 風險管控	股東周年大會、股東特別大會 公告、新聞稿及定期報告 官方網站 路演、查詢熱線及電子郵件
政府及監管機構	合規經營 依法納稅 履行社會責任 增加就業機會	日常匯報溝通 答覆監管機構問詢 不定期巡查 研討會和交流會議
媒體及非政府組織	行業政策與合規要求 負責任營銷 商業誠信 社會責任	社交媒體 官方網站 新聞發佈會 會員通知與定期溝通
員工	員工權益保障 職業健康及安全 員工福利 平等機會及多元化	內部會議 績效溝通機制 CEO信箱 員工培訓
品牌合作夥伴和平台	遵守合同約定 行業發展趨勢與信息共用 誠信經營 長期夥伴關係	定期溝通 實地調研考察 行業峰會及論壇
消費者	可靠實惠的產品 保障服務質量 遵守契約 保障個人隱私	官方網站 客服熱線 消費者滿意度調查 社交媒體
供應商	提高供應鏈競爭力 公平競爭與誠信交易 互利共贏與長期合作	供應商考核與評估 業務溝通與合作
社區及公眾	公益慈善 社區參與	志願活動 公益組織合作

### 1.3. 實質性議題識別與評估

本集團開展實質性議題評估，以識別各ESG議題對本集團經營管理與利益相關方關切的重要性，並將評估結論作為完善ESG管理重點、制訂行動計劃及編製本ESG報告的關鍵依據。評估流程如下：

#### 步驟1 識別ESG議題

參照《ESG報告守則》相關要求，並結合本集團業務模式與行業特徵，本集團通過多種方式梳理並匯總利益相關方關注事項，形成17項ESG議題清單，確保覆蓋本集團現階段主要ESG實踐與管理範圍。

#### 步驟2 確認重要程度

本集團通過內部訪談與專題研討、徵詢外部專家意見等方式，從「對優趣匯的重要程度」及「對利益相關方的影響程度」兩項維度對各議題進行評分與排序，並據此形成實質性議題評估矩陣。

#### 步驟3 驗證評估結果

2025年，管理層結合政策、市場及經營實際，覆核2024年ESG實質性議題評估結果，經董事會確認仍適用於本集團。實質性議題評估結果在矩陣中列示。

本年度實質性議題矩陣如下：



優趣匯實質性議題矩陣



## 2. 誠信管治行穩致遠

优趣汇致力於打造誠信、公平的商業環境，通過構築健全的風險管理體系，堅決遵守商業道德，反對貪污腐敗，保障數據與隱私安全，強化知識產權管理，實現穩健經營發展。

### 2.1. 風險管理與合規管理

#### 2.1.1. 風險管理

本集團建立覆蓋財務、運營及合規的風險管理與內控體系並實行分層管理。董事會及審核委員會統籌監督並檢討有效性，將ESG風險納入全面風險管理。各部門開展風險識別控制與改進，管理團隊持續監測關鍵風險並向治理層匯報，保障穩健經營。

為進一步提升風險識別與應對的針對性，本集團結合內外部環境變化梳理主要風險事項，並制訂相應管控措施。其中，ESG相關風險及我們的回應如下表所示，其他財務與運營相關風險可參照本公司年報。

風險	我們的回應
合規與商業行為風險 法律及法規風險	定期評估法律法規變化，持續完善合規管理，確保業務運營符合適用法律要求。
知識產權保護風險	加強知識產權管理與合規審查，避免侵犯商標權及其他知識產權，降低爭議風險。
詐騙風險	完善內部控制體系，定期開展風險評估與宣導，識別並防範潛在詐騙行為。
信息安全與數據治理風險 信息技術安全和存取風險	採取信息安全與存取控制措施，遵循信息安全政策，保障系統安全與數據隱私。
數據可靠性風險	開發KPI數據自動抓取系統，提升數據獲取效率與準確性，強化數據質量管理。

### 風險

### 我們的回應

#### 人才與職業健康風險

##### 招聘風險

建立多元化招聘策略，提升人才吸引與獲取效率，確保招聘過程公平合規。

##### 離職風險

定期開展員工滿意度調研，完善激勵與關懷機制，降低人才流失風險。

##### 傳染病風險

落實辦公場所衛生管理並持續關注公共衛生指引，保障員工健康與業務連續性。

#### 環境與氣候風險

##### 氣候風險

推進可持續發展策略並制訂應急預案，提升對極端天氣及長期氣候影響的應對能力。

### 2.1.2. 合規建設

本集團將合規要求嵌入各項制度與業務流程，並通過合規文化建設提升員工合規意識與執行一致性。審核委員會定期檢視合規程序與相關系統，強化日常監督。本集團同時結合具體業務場景開展宣貫與提醒，將合規要求轉化為可執行的行為規範。針對發現的問題，本集團使用《整改跟蹤表》跟進整改進度與結果反饋，確保整改落實到位，形成閉環管理。



## 2. 誠信管治行穩致遠

### 2.2. 商業道德與反貪腐

本集團將商業道德與反貪腐作為公司治理重點，對腐敗行為零容忍，嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國公司法》等關於職務侵佔、防止賄賂、敲詐勒索、欺詐及洗錢的規定。報告期內，本集團未發現與賄賂、欺詐、敲詐勒索或洗錢相關法律法規的重大違規。

為強化制度化管理與執行落地，本集團已建立廉潔與合規管理制度框架，包括《反舞弊內控制度》《反洗錢和反恐怖融資內控制度》《利益衝突調查制度》《風險管理制度》《員工道德規範準則》以及《董監高管理手冊》，並將反貪腐要求嵌入合同及合作夥伴管理，在簽署環節要求關鍵崗位人員及合作夥伴簽訂《反商業賄賂承諾書》，強化准入與交易執行等關鍵環節管控。

本集團審核委員會負責監督相關制度執行情況，內部審計部門結合同體事項開展核查，並定期向管理層匯報。我們建立舉報機制，設立舉報電郵jubao@myunq.com並配套完善的受理與處理流程，支援員工及外部相關方反饋違規行為。

報告期內，本集團發現1宗員工違反商業道德與廉潔合規相關規定的事件，我們依法啟動訴訟程序，以強化對違法違規行為的追責與震懾。

### 案例：前員工違規對外經營引發訴訟與合規警示

2025年，本集團在內部合規審查中發現，一名已離職的前員工於在職期間，擅自以集團名義對外開展個人商業活動，違規銷售非本集團渠道的產品。該行為涉嫌構成不正當競爭，並嚴重違反了本集團員工行為準則及勞動合同項下的忠實勤勉義務等合規要求。為維護合法權益、嚴肅商業紀律，本集團委託專業律師依法啟動司法程序，向人民法院提起民事訴訟。

案件審理過程中，經法院主持協商，雙方最終達成和解協定並妥善處置了相關糾紛。本集團在依約獲得相應經濟賠償後，依法向法院申請撤回起訴。本次事件所涉個人具體信息及和解細節，因涉及隱私與商業秘密，依法不予披露。

本集團已將該案例轉化為內部合規培訓資料，在全集團範圍內進行了宣貫與警示教育，旨在明確員工職業道德與利益衝突的邊界，強化全員對商業行為紅線的認知，切實推動合規管理體系的有效運行與合規文化的深度植根。

本集團將商業道德與反腐敗納入入職培訓與年度宣貫安排，定期面向員工開展反貪腐培訓，持續提升員工合規意識與風險防範能力。有關於商業道德與反貪腐的相關制度均已通過管理層批准實施並不時修訂，通過辦公自動化(「OA」)系統推送給所有員工查看學習。

### 2.3. 數據安全與隱私保護

本集團嚴格遵守《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，並依據《信息安全管理制度》，對數據安全與隱私保護做出規範要求，持續提升信息安全管理水準。

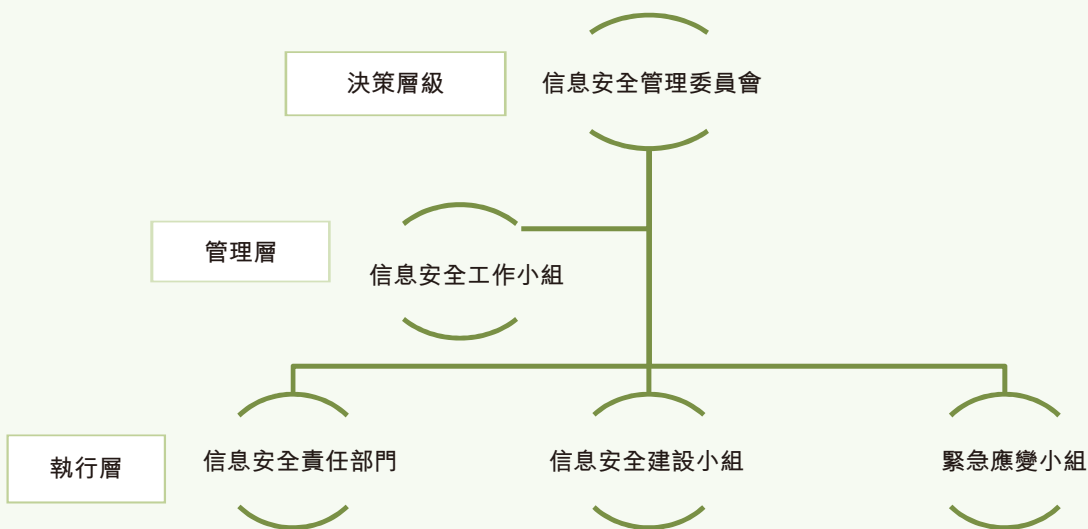


## 2. 誠信管治行穩致遠

### 2.3.1. 信息安全

本集團每年復審修訂《信息安全管理制度》，確保信息安全管理體系有效運行。2025年重點完善數據安全與數據出境合規要求，更新重要數據及個人信息定義，並明確涉及數據出境須遵守網信部門安全評估規定。針對對外數據交互與跨境傳輸，本集團明確向境外提供重要數據或個人信息需完成安全評估或滿足標準合同等路徑。同時，本集團亦補充敏感個人信息單獨同意要求，完善檢查及獎懲機制，並規定在重大法規或安全事件發生時啟動臨時修訂。

為明確各層級信息安全責任，本集團已設立信息安全管理委員會，負責信息安全規劃和策略制訂，具體職責分工如下：



优趣汇信息安全管理架構

2025年，本集團組織開展信息安全培訓，通過案例分享，解讀最新網絡安全相關法規要求，並結合本集團信息安全管理實踐進行宣貫，以提升員工的信息安全意識。針對新員工，本集團同步開展信息安全課程學習。2025年新員工已全部完成課件培訓，覆蓋41人次，平均單次學習時長約為26分鐘。

### 2.3.2. 網絡安全

本集團在《信息安全管理制度》中明確網絡訪問、上網行為與病毒防範要求，由專職網絡系統管理員負責服務器維護、安全檢查、病毒防控及故障處理，降低入侵與中斷風險。本集團持續推進域控系統建設，統一終端與賬號管理。截至2025年12月31日，杭州及上海辦公室設備已完成域控系統安裝，為辦公與業務系統穩定運行提供保障。

### 2.3.3. 數智安全

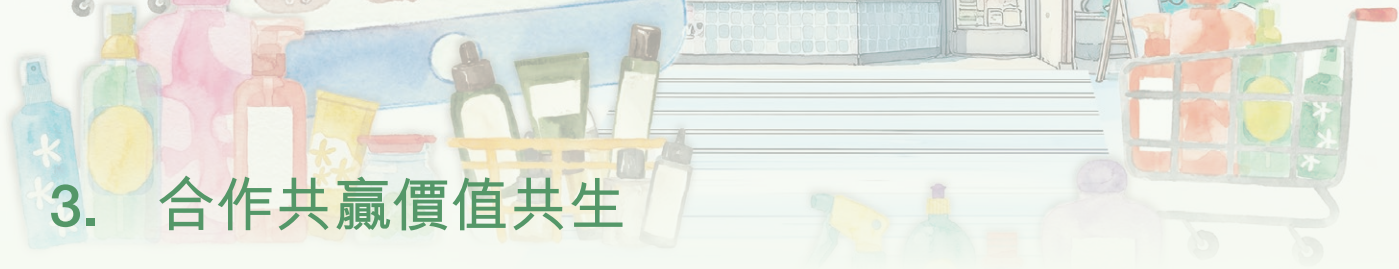
本集團完善數據安全管理，並結合培訓與獎懲推動員工規範處理數據。我們對信息資產實施分類分級管理，明確存儲與傳輸要求，完善保密等級調整與事件處置流程。隨著人工智能(「AI」)應用推進，本集團同步明確AI使用的數據邊界，禁止輸入高度敏感或過於私密信息，並將適時更新相關制度。此外，本集團落實數據備份與災備安排，明確備份頻率與處置流程，每年至少開展一次恢復演練，並對外部訪問加強監控，異地辦公須經虛擬專用網絡審批。另外，我們推進企業知識庫建設，將數據納入受控管理並通過智能問答提供查詢，減少非受控渠道存儲與傳遞，降低外傳風險。

### 2.3.4. 隱私安全

本集團嚴格遵守《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規要求，持續加強隱私保護管理，切實維護合作夥伴與消費者的隱私安全。我們要求員工在入職時簽署保密協議，並通過制度宣貫提升全員對隱私保護的合規意識與行為自覺。

本集團堅持最小化、必要性原則，不主動收集消費者個人信息。服務過程中接觸到的相關信息均由外部合作夥伴完成脫敏處理後再進入業務流程。對於具備數據導出權限的賬號，本集團實行專人專崗管理，並定期抽查平台操作記錄，識別並處置可疑或不符合規定的行為，保障客戶數據安全。

本集團對經營平台店鋪實施持續監測，對客服賬號實行分級授權管理，從而實現信息訪問隔離，降低數據濫用與隱私洩露風險。



### 3. 合作共贏價值共生

價值鏈夥伴是优趣汇重要合作夥伴。我們為品牌提供一體化全渠道高增值電商運營服務，引入新品牌賦能創新活力，同時建立科學供應商管理體系，共建可持續供應鏈。

#### 3.1. 品牌合作共贏

##### 3.1.1. 嚴選佳品

為從源頭保障產品合規與質量安全，优趣汇建立覆蓋品牌准入、資質審查、質量抽檢、供應鏈協同及數字化監控的全流程管理機制，持續引入符合高標準的合作夥伴。截至2025年12月31日，优趣汇已與53個品牌展開合作。

##### 一、 品牌篩選與分級評估

本集團依據《新品牌潛力評估表》，從「市場」、「產品」、「品牌」、「投入」四大維度對候選品牌進行分級評分，並將合規資質作為准入門檻。

評估維度	評估要點
市場潛力	品類規模、增長趨勢、競爭格局等，判斷增長空間
產品實力	配方、功效與差異化優勢，驗證是否匹配消費者需求
品牌美譽度	品牌歷史、全球聲譽與用戶口碑，降低聲譽風險
投入承諾	市場投入意願與供應鏈靈活性，確保資源匹配與長期運營
合規資質	生產許可、產品標準及資質文件完整性

#### 二、 資質檢查與准入管控

我們從企業和產品兩條線進行審核，建立年度復查機制，核驗授權鏈與進口文件，並確保上架產品完成NMPA(中國國家藥品監督管理局)註冊或備案及標籤合規，特殊功效宣稱具備必要測試或證明材料。

#### 三、 產品質量抽檢與過程監控

我們對入庫產品開展隨機抽檢並引入第三方檢測，若發現問題及時反饋品牌方，啟動排查和回收處置，必要時下架召回，並以整改閉環作為繼續合作的重要前提。

#### 四、 供應鏈質量協同管理

我們在倉儲物流環節落實環境監控與批次管理等要求，結合消費者評價與售後數據與品牌方協同改進，推動建立從生產到消費者的追溯機制。

#### 五、 數字化質量監控工具

我們通過BI(數字營銷)看板整合關鍵數據，結合NLP(自然語言處理)與輿情監測及時捕捉質量風險與投訴信號，動態跟踪監管政策變化，提升風險預警與回應效率。

我們兼顧合作品牌的市場與產品競爭力，將其可持續發展表現納入綜合評估，實現商業與可持續價值協同提升。



### 3. 合作共贏價值共生

#### 案例：攜手可持續品牌菲婷絲集團，合作共贏

优趣汇在品牌遴選中以產品安全與合規資質為底線，並將可持續表現納入評估，重點關注綠色生產與供應鏈管理、減碳包裝以及治理與信息披露等建設成效，優先與具備完善體系的夥伴深度合作。

與菲婷絲集團的合作中，优趣汇協同其旗下產品惠潤、絲蓓綺與可悠然，在選品、上新、內容傳播與售後等環節融入可持續要求，並持續跟踪合作夥伴的ESG實踐與成果。菲婷絲在中國市場持續推動替換裝推廣，替換裝已覆蓋其過半產品品類，單個產品相較同規格正裝最高可減少超過90%的塑料使用量，以可量化的方式帶動消費者共同參與減塑行動。2025年，菲婷絲旗下惠潤與可悠然等品牌先後上市了10款替換裝新品，結合中國消費者對「性價比」和「便捷性」的需求，菲婷絲還為不同產品設計了多樣化的包裝，持續探索「減塑與商業價值共生」的可行方案。2025年，菲婷絲集團在可持續發展方面表現突出，連續第三年在EcoVadis可持續發展評估中榮獲金獎，位列受評企業前5%，體現其在ESG方面的持續投入與實踐成效。



菲婷絲集團旗下品牌替換裝圖片



菲婷絲在EcoVadis可持續發展評估中獲金獎

#### 案例：健康導向選品

优越汇圍繞消費者腸道健康等需求優化選品，引入具備科研基礎與產品力的健康食品與功能性產品。2025年5月，本集團與諾和新元旗下高端原研益生菌品牌PrecisionBiotics達成戰略合作，面向高淨值人群的精細化腸道健康需求，推動健康食品品類向專業化與高端化升級。同期，本集團也完善功能性產品線佈局，如抗衰老相關產品，更好覆蓋多元健康需求，提升產品供給質量並助力公眾健康福祉。



諾和新元旗下品牌

#### 3.1.2. 產品責任

##### ◇ 產品責任管理

优越汇主營品牌運營與渠道服務，不涉及生產環節，不適用生產端質量管控，但高度重視產品責任管理。合作品牌產品若啟動召回，我們將積極配合落實渠道端停售、消費者通知等措施。對於自有品牌，我們委託第三方開展安全及功效測試，嚴控原料與成分，若出現質量缺陷，即刻採取停售下架、售後保障等措施維護消費者權益。



### 3. 合作共贏價值共生

#### 案例：功效透明與可驗證－麥角硫因產品

优趣汇推廣自有品牌Vanpearl麥角硫因膠囊，圍繞核心成分強化科研背書，以實驗數據驗證抗氧化性能，提升消費者對功效的認知。此舉回應消費者對產品安全與功效透明的關注，踐行負責任營銷，增強消費者信任與長期價值創造能力。



加拿大健康食品品牌Vanpearl

#### ◇ 知識產權保護

在重視產品質量與功效透明管理的同時，优趣汇亦將知識產權保護視為產品責任的重要延伸。本集團的知識產權保護主要覆蓋三個階段：

階段	做法
1. 主體資質及品牌接觸階段	在擬合作及合作初期，核驗品牌方資質，關注商標或作品侵權等風險，強化准入把關。
2. 業務洽談與合同階段	獲取品牌授權，在合同中明確知識產權條款，約定授權範圍、使用邊界與雙方責任，規範圖片、字體、商標等使用要求。採購環節要求供應商提供知識產權使用權證明。
3. 營銷與執行階段	對設計素材與傳播內容開展合規審查。涉及經銷時要求提供轉授權委託書並核對經銷資質，同時發出侵權自查說明書要求相關方開展發佈前自查。

2025年，本集團與律師合作處理侵權案件6宗，其中2宗勝訴。報告期內新申請1項知識產權，期末累計擁有76項商標，並在上海市浦東新區2025年知識產權知識競賽中獲優秀組織獎。

#### 3.1.3. 品牌賦能

优趣汇以合作品牌需求為導向，依託全渠道運營能力與數字化工具，為品牌提供消費者洞察、定位策略與增長轉化支援，提升經營效率與競爭力。2025年，本集團品牌賦能工作主要聚焦三方面：

##### 一、 數據驅動運營

我們結合AIPL(認知、興趣、購買、忠誠)模型識別消費者階段，並用FAST(人群總量、人群加深率、超級用戶數、超級用戶活躍度)模型評估品牌健康度，支援目標客群定位與精細化運營。此外，我們通過數字營銷BI智能數據看板整合營銷、庫存與運營數據，疊加周轉分析與預測，協助優化採購與銷售計劃。

##### 二、 新品牌定位與孵化

优趣汇以畫像方法為基礎，匹配直播達人粉絲畫像與品牌人群，提升KOL(關鍵意見領袖)選擇效率與觸達質量，同時結合跨品類數據識別共性特徵，優化引入策略與產品溝通。

##### 三、 多平台增長

优趣汇通過「達人+」的資源模式，在淘寶、抖音、小紅書等平台進行了有效的達人資源整合與投放，並形成了聲量與銷量的雙轉化。



### 3. 合作共贏價值共生

#### 案例：「菲婷絲」四位一體，引爆新品

优趣汇通過多維度資源聯動，成功打爆0聲量新品芬濃「小銀彈」。圍繞專題活動，我們與品牌代言人協同推進傳播節奏，提升活動承接效率並加速新品曝光。同時，我們精準觸達抖音頭部KOL，通過優質內容擴散帶動品牌認知建立。結合新品賣點與消費場景，我們持續產出自製內容並形成內容矩陣，全年累計發佈近百條內容，單條最高播放量達到1,300萬，進一步沉澱可複用的品牌內容資產。在此基礎上，我們搭建並運營專業化直播間，通過精細化運營提升流量轉化效率，促進粉絲沉澱與長期運營。通過全年聯動配合，芬濃在抖音護髮類目排名進入前十，A4至A5核心人群規模提升超過40%。



芬濃「小銀彈」產品圖片

#### 案例：「大正製藥」數據驅動的多平台整合營銷

优趣汇通過深度挖掘消費需求，整合不同渠道用戶行為數據，憑藉ECRP(企業客戶資源管理系統)細化分析用戶消費習慣，結合新渠道平台內容的趨勢，精準投放高質量內容營銷，提高品牌曝光度以及銷售額。「雙十一」期間，成人感冒藥的銷售額實現了單連結12%的強勁逆增長，力保健、痔瘡膏、暈車藥的銷售額同比分別增長86%、49%、15%，助力大正製藥躋身天貓國際進口家庭藥箱店鋪榜Top10。

## 3.2. 可持續供應鏈管理

### 3.2.1. 准入管理

优趣汇認為服務質量與供應商的履約能力和合規水準密切相關。為評估新供應商與在冊供應商的業務能力與風險表現，我們通過准入審核、過程監督與評價管理，持續提升供應鏈穩定性與競爭力。

#### 供應商准入

优趣汇對供應商實行准入審核，重點核驗合法資質、履約能力與合規記錄，並排除存在利益衝突的物件。除零星採購外，供應商需完成背景調查並提交資質材料，涉及實物採購的須完成樣品確認。對重要採購項目，我們通過比價與跨部門評審提升遴選質量。准入通過後納入合格供應商名錄並與合同流程關聯，確保合作可追溯。

#### 供應商管理制度

优趣汇在合同及合作文件中落實反商業賄賂要求，簽署《反商業賄賂承諾書》明確行為準則，並將社會影響評估納入准入流程。我們與物流合作夥伴簽署《數據安全調查表》，識別並預防數據洩露風險。此外，优趣汇通過系統化工具持續跟踪工商、司法與輿情等風險信號，結合履約評價及時採取措施，形成閉環管理。

本報告期內，本集團供應商審核與整改跟進情況如下表所示：

供應商審核情況 指標	2025年
供應商審核數量	297
供應商審核比例	63%
需整改供應商數量	5
供應商淘汰數量	2



### 3. 合作共贏價值共生

2025年，我們共與406家供應商建立合作關係，本集團供應商地區分佈情況如下表所示：

供應商數目(家) 指標	2025年
<b>國內供應商</b>	
東北地區	2
華北地區	38
華東地區	274
華南地區	28
華中地區	13
西北地區	1
西南地區	6
<b>海外供應商</b>	
海外地區	44
總計	406

#### 供應商的環境考慮

优趣汇在供應商選擇與溝通中關注環境因素，優先考慮具備環境認證、可持續包裝實踐及相關環境管理能力的供應商，並識別討論環境風險以推動供應鏈持續優化。

#### 3.2.2. 綠色供應鏈

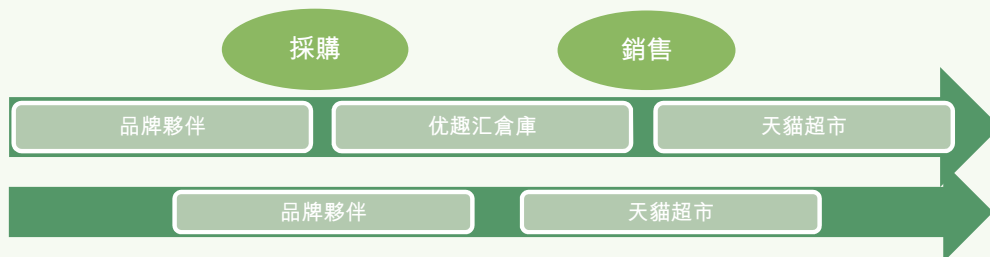
##### ◇ 綠色物流

為提升履約效率並降低運輸環節環境影響，优趣汇持續優化配送與合作模式，通過集中配貨、智慧分倉、跨境直送及海運拼櫃等方式提升運輸效率，並在庫容緊張及高峰期需求下推進採購直送，提升供應鏈穩定性與韌性。同時，我們在物流與履約環節優先選擇具備綠色能力的合作夥伴，協同推進環保包裝與綠色交付方案，推動包裝減量、運輸低碳化與回收利用落地。

#### 案例：B2B採購直送，提升物流效率並緩解庫容壓力

針對庫容緊張的問題，優趣匯推動由品牌方工廠或倉庫直接發貨的採購直送模式，減少大倉中轉與重複搬運。該模式以天貓超市訂單為驅動，將渠道訂單直接轉化為採購訂單，並由採購部門負責轉單、統計與反饋，協同平台及品牌物流完成對接與自提安排，保障流程穩定。該模式在「雙十一」等高峰期有效緩解庫容壓力，提高貨物流轉效率並降低中間成本。2025年累計直送量達1,800立方米。

#### 採購直送流程



採購直送流程圖

#### 案例：攜手「菜鳥」推進綠色物流

優趣匯與菜鳥等綠色物流夥伴協同，依託其覆蓋訂單、倉儲、包裝、運輸與回收的能力，在履約場景推動環保包裝、低碳運輸與回收循環等措施落地，並在保障效率的同時優化運營鏈路。菜鳥已提出明確的減排目標與時間表，包括2030年實現自身運營碳中和、範圍3溫室氣體排放強度較2021年下降50%，並承諾於2050年前實現溫室氣體淨零排放，體現其持續推進綠色運營與低碳供應鏈管理的方向與投入。通過引入此類合作夥伴，優趣匯完善綠色供應商選擇與綠色履約方案機制，持續提升物流與包裝方案的可持續標準一致性。



### 3. 合作共贏價值共生

#### ◇ 優化包材

优趣汇通過數字化包材管理提升使用效率，利用算法匹配更合適的箱型，減少空間冗餘與包裝浪費，2025年包材消耗量下降15%。同時提升箱裝銷售佔比，全年保持在35%及以上。我們在發貨環節推行智能訂單整合，在不影響時效與履約的前提下盡量合併包裹，減少重覆裝箱與輔材使用。

##### 案例：「蘇菲」訂單合包優化

优趣汇在蘇菲業務中推進合包策略，通過優化訂單結構與日常預包流程提升整合效率。2025年合包包裹數為216,189個，包裹比由合包前1.57降至最低1.44，最大下降幅度達到0.13，減少了約40噸包材消耗，並提升了發運效率。



合包前後包材圖片

報告期內，本集團包材使用量如下表：

業務模式	包材使用量	
	單位	2025年
跨境業務	噸	304.41
一般業務	噸	739.42



## 4. 客戶為本品質為先

优趣汇坚持以客戶為中心，持續完善客戶服務體系與流程管理，提升團隊專業能力與合規意識，確保服務穩定、透明、可追溯。我們在保障營銷與服務合規的基礎上引入數字化工具，提升回應效率與問題閉環，以消費者滿意度持續推動服務質量提升。

### 4.1. 提升客戶服務質效

#### ◇ 規範客服制度與流程

优趣汇完善客戶服務制度與數據管理要求，明確禁止客服通過個人微信、私人設備或截圖傳輸用戶信息，內部溝通統一使用釘釘，降低信息洩露風險。針對AI自動回覆，我們建立話術上線前「三重審核」機制，經AI訓練師、業務主管及品牌方法務審核後，方可納入知識庫使用。

#### ◇ 客戶體驗提升

优趣汇圍繞售後回應與閉環優化協同機制。我們在客戶退貨簽收後24小時內完成拆包上架，對超時或優質用戶訂單視情況提供先行退款。工單與供應鏈明確24小時與48小時閉環標準，超時自動提升優先順序。對於促銷理解偏差等高頻問題，我們統一宣傳話術並優化規則，必要時按活動機制辦理退差。

#### ◇ 輿情監控管理

优趣汇建立日常輿情監控與快速回應機制，覆蓋抖音、小紅書、微博等平台，發現負面內容及時聯動運營與品牌團隊處置。出現批量輿情時，我們聯動運營、品牌、法務等組成專項小組跟進應對。

#### ◇ 客服培訓與績效考核

优趣汇持續優化績效管理，新增個人層級考核並據此開展針對性培訓。對外部質檢整改，我們要求使用《質檢問題整改跟蹤表》形成《整改效果報表》，按月覆核整改成效，確保問題閉環。



#### 4. 客戶為本品質為先

我們開展的針對客服的培訓情況如下表：

客服培訓				
培訓項目	培訓內容	培訓場次 (次)	培訓人次 (次)	培訓頻率
在職人員能力提升 專項培訓	產品知識、SOP (售前售後標準操作流程)等	15	151	每月
新員工培訓	崗前培訓	6	40	新人隨到隨訓， 按入職時間安排
質檢案例分析培訓	收集客服團隊遇到的常見問題點或 典型案例，進行詳細講解和分析	18	360	每月
大促培訓	涵蓋「38節」、「618」、「雙十一」大促 (「大促」)的節奏、玩法及基礎規則	5	330	在「大促」期間進行
兼職人員培訓	系統實操、售前售後作業標準、 產品知識、大促節奏和玩法等	8	73	在「大促」期間進行

#### ✧ 提升售後處理效率

為提升售後處理效率，優趣匯推進退貨退款流程自動化，通過「班牛」與「旺店通」流程銜接減少人工作業，實現銷退流程自動閉環。

### ◇ 業務審批內控

优趣汇強化價格與業務審批內控管理。我們要求B2B銷售價格100%通過OA審批，減少系統手動修改帶來的風險。此外，我們將CPS(按成交付費)業務審批逐步納入OA流程管理，審批完成後可實現系統自動對接。

基於上述制度與流程優化，优趣汇進一步對客戶投訴與反饋進行統計分析與閉環管理，確保投訴事項全部得到及時處理。2025年，消費者滿意度達100%。

客戶投訴情況及客戶滿意度		
接受投訴的途徑	單位	2025年
工商消協	件	71
微博	件	0
平台店舖	件	36
<b>總計</b>	件	<b>107</b>
<b>客訴處理率</b>	%	<b>100</b>
<b>客戶滿意度</b>	%	<b>100</b>

在2025年，我們的品牌在各個平台上都取得了出色的表現，以下是部份店舖綜合體驗分清單：

平台	店舖	綜合體驗分
淘寶/天貓(淘系)	蘇菲官方旗艦店	5.0/5.0
	Moony旗艦店	5.0/5.0
	Silcot舒蔻旗艦店	5.0/5.0
	小林製藥官方旗艦店	5.0/5.0
抖音	fino海外旗艦店	100/100
	安速家居旗艦店	100/100
	KOSE高絲美妝海外旗艦店	100/100
拼多多	日淘優品海外專營店	5星/5星
	蕙本蕙美妝個護專營店	5星/5星
	思珀特衛生用品專營店	5星/5星
	優匯護膚海外專營店	5星/5星



## 4. 客戶為本質為先

### 4.2. 負責任營銷

优趣汇坚持以真實、準確、可核查的信息為基礎開展營銷管理，強化宣傳合規審核，降低誤導性宣傳風險，保障消費者合法權益。

#### 案例：強化廣告宣稱合規能力培訓

2025年，优趣汇組織1次廣告宣稱合規培訓，時長約2小時，面向全員開放，參訓74人，培訓滿意度9.85。該培訓結合典型案例講解常見禁用表述，梳理《廣告法》《消費者權益保護法》《食品安全法》《反不正當競爭法》等關鍵要求，並提示違規可能引發罰款、下架等後果。針對化妝品品類，培訓進一步明確普通與特殊化妝品管理差異，要求功效宣稱以註冊或備案信息為依據後方可對外發佈。

除培訓外，我們對重點店鋪開展合規核查，其餘店鋪實行日常自查並與法務聯動處理疑點，發現問題及時整改閉環。我們在宣傳內容的審核環節引入AI工具輔助識別違禁詞與風險表述，明確使用要求，並隱藏具體品牌信息以降低隱私與合規風險。

### 4.3. 數字化工具應用

优趣汇持續推進客戶服務與運營管理數字化升級，應用「店小蜜」、「班牛」、「影刀」、「客道雲」等工具，提升回應效率與工單閉環質量，並推動流程標準化、自動化與可追溯。

數字化工具	具體成效
「店小蜜」客服機器人	2025年，「店小蜜」接待量超100萬次，店鋪場景覆蓋率均值97%以上。結合業務建設自訂問題庫，單店問題超1,500條，分流高頻諮詢並提升體驗。
「班牛」自助服務系統	「班牛」用於售後自動化處理，秒退排查日常節省約1小時客服工時，大促預計日均節省約16小時。對在途僅退款訂單可在30分鐘內完成處理，支援7×24小時運行。
「影刀」RPA (機器人流程自動化) 自動批量留言	优趣汇引入「影刀」RPA推動重覆性操作的批量化與標準化。RPA覆蓋80餘個場景，全年執行超350萬次，累計節約4,112小時工時，提升處理穩定性與高峰承載。
「客道雲」評價管理	优趣汇使用「客道雲」統一歸檔多店評價信息，支援集中回覆與差評處理，減少切換成本並提升處理一致性。

#### 案例：自研AI大模型全鏈路應用

2025年，优趣汇自研AI大模型已應用於商品反向定制、智能定價與庫存預測等關鍵環節，推動運營由經驗驅動轉為數據驅動，提升決策效率。AI協同RPA優化流程管理，結合庫存預測結果推進庫存結構優化，有效減少商品積壓與報廢。該模型同步嵌入財務流程，不僅縮短了結賬周期、提升了資金使用效率，更帶動了綜合融資成本下降。



## 5. 賦能員工共創價值

优趣汇尊重並平等對待每一位員工，致力於維護員工合法權益。我們通過系統化培訓營造學習型組織氛圍，支援員工能力提升與職業發展，並持續關注員工身心健康，打造安全、包容與有溫度的職場環境。

### 5.1. 合規僱傭

优趣汇嚴格遵守《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，建立員工權益保障體系，並根據業務與法規變化定期修訂相關制度，確保僱傭管理合規、透明、可執行。

#### 5.1.1. 招聘錄用

优趣汇為應聘者提供公平的就業與競爭機會，通過媒體招聘、校園招聘、獵頭及內部推薦等渠道吸引並選拔人才。我們執行《勞務人員管理細則》，規範錄用流程，審查身份信息並建立人事檔案，明確禁止童工與強迫勞動，發現問題將依法糾正處置。2025年，我們更新《招聘管理制度》和《獎懲制度》，完善背景調查與審批機制，明確禁止歧視、體罰與騷擾等不當行為。在報告期內，本集團未發生與招聘解僱、工時休假、晉升機會、反歧視、多元化及童工等相關的重大違法違規。

## 5. 賦能員工共創價值

优趣汇持續推進多元與包容文化建設。截至2025年12月31日，共有員工192名，僱員人數及流失率詳見下表：

指標	單位	僱員結構	
		2024年	2025年
<b>員工總數</b>	人	217	192
<b>按性別劃分</b>			
男性	人	57	52
女性	人	160	140
<b>按年齡劃分</b>			
30歲以下	人	105	86
30-50歲	人	104	100
50歲以上	人	8	6
<b>按員工類型劃分</b>			
高層管理人員	人	13	13
中層管理人員	人	58	48
基層人員	人	146	131
<b>按地區劃分</b>			
上海	人	71	61
北京	人	13	12
杭州	人	125	112
海外	人	8	7



指標	單位	員工流失率	
		2024年	2025年
人員流失率	%	36.73	26.44
<b>按性別劃分</b>			
男性	%	42.42	27.78
女性	%	34.43	25.93
<b>按年齡劃分</b>			
30歲以下	%	41.99	31.75
30-50歲	%	31.58	20.63
50歲以上	%	20.00	33.33
<b>按地區劃分</b>			
上海	%	26.80	26.51
北京	%	23.53	20.00
杭州	%	41.31	26.80
海外	%	50.00	30.00

註：

員工流失率=報告期內離職人數/(報告期內離職人數+報告期末僱員總數)\*100

### 5.1.2 工時假期

优越匯執行《加班管理細則》與《考勤管理制度》，通過線上系統記錄考勤並規範管理工時，明確禁止強制勞動。若加班則按規定支付法定節假日加班費，其他情形以調休為主，並按制度報銷加班餐費和交通等必要支出。員工依法享有法定假期、年休假及婚育、病事、喪假等，年休假隨工齡遞增。報告期內，我們同步優化了部份假期審批流程。

### 5.1.3 薪酬福利

我們修訂《薪酬管理制度》和《績效管理制度》，調整考核周期與規則，增強激勵導向。我們提高部份崗位固定薪酬佔比，並統一職級體系，提升管理一致性。同時，我們為員工繳納社保與公積金並發放高溫津貼，並提供補充商業保險、婚喪慰問、節日與生日福利及員工關懷活動。

### 5.1.4 激勵政策

优趣汇設置多元激勵安排，覆蓋經營目標達成、項目拓展與流程優化等場景，包括利潤共用、項目引進、日常改善、年度評優及專項激勵等。同時，我們實施受限制股份單位計劃，用於肯定貢獻並吸引保留人才，增強組織凝聚力與長期競爭力。

优趣汇結合不同業務條線與崗位職責設置差異化激勵安排，具體信息如下表所示：

激勵政策	適用部門或對象	激勵內容
承包責任制超額獎勵	營運中心及新業務中心	以集團利潤目標為基準，針對超額完成部份設定利潤共用激勵，鼓勵業務提升經營貢獻。
新項目引進與 運營獎勵	除集團經營層以外的 全體員工	鼓勵員工引薦並促成全新品牌合作項目，並對項目引進及後續運營貢獻給予獎勵。2025年新增項目1個。
日常獎勵	全體員工或團隊	對流程優化、降本增效、營銷創新等帶來正向成果的改善行為給予即時激勵。2025年共實施8項，覆蓋財務、供應鏈、IT、設計及外部獲獎等多類成果。
年度評優	全體員工或團隊	評選並表彰在行為規範與業務成果方面具示範作用的個人與團隊。2025年設置新生力獎、新銳突破獎、內容營銷影響力獎、優秀管理獎等共6項。



## 5. 賦能員工共創價值

激勵政策	適用部門或對象	激勵內容
立項獎	營運中心	圍繞銷售、利潤等關鍵業務目標設立專項項目，對超額達成目標的項目團隊給予激勵。2025年共立項15個。
案例大賽	全體員工或團隊	面向業務突破與流程優化的優秀實踐開展評選，搭建內部學習與經驗分享平台。2025年共報名10個，評選獲獎5個。

### 5.2 培訓與發展

优趣汇為員工提供平等、多元的成長通道，建立與崗位需求匹配的培養體系以提升員工能力與集團凝聚力。我們的培訓體系設置「領導力」「通用力」「專業力」「新生力」四大層級課程及「分享會」，覆蓋管理能力、通用技能、崗位專業與新員工融入等方向，培訓滿意度平均達9.84。此外，我們鼓勵員工擔任內部講師，按課程質量、學員滿意度及參訓人數發放動態授課津貼，並設置最高1萬元專項獎勵及專屬節日福利。2025年，优趣汇共有12名認證內部講師。

培訓類型	培訓對象	培訓主題	2025年參加情況
領導力	主管級、經理級	中層拓展	場次：2場； 人次：54人次； 時長：742.5小時
通用力	全體員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025管報規則解讀；</li> <li>人事制度宣貫；</li> <li>IT系統培訓</li> </ul>	場次：4場； 人次：241人次； 時長：128.5小時

## 5. 賦能員工共創價值

培訓類型	培訓對象	培訓主題	2025年參加情況
專業力	需要的專業技能， 如運營和設計等 崗位員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 運營專業力：管報規則解讀2.0、 供應鏈物流費解讀；</li> <li>• 法務專業力：廣告法宣稱培訓；</li> <li>• 設計專業力：即夢AI、動態海報、 修圖技能；</li> <li>• 財務專業力：稅務師外訓</li> </ul>	場次：9場； 人次：265人次； 時長：264小時
新生力	社招或校招的 新員工	日訓、周訓、萌新訓練營，包括高管面 對面、文化體驗等	場次：40場； 人次：220人次； 時長：234.5小時
分享會	全體員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 通用AI普及課；</li> <li>• 案例大賽系列課程；</li> <li>• 商務談判主題的大咖分享</li> </ul>	場次：9場； 人次：314人次； 時長：616小時



## 5. 賦能員工共創價值

### 案例：中層戈壁徒步拓展

优趣汇組織「敦煌戈壁徒步挑戰賽」中層拓展，強化領導力與跨團隊協作。該活動遵循安全、綠色、互助準則，27名員工歷時4天3晚完成約60公里徒步，100%完賽。我們以極限環境模擬協作場景，在挑戰中訓練意志執行、情緒管理與團隊韌性，並通過賽後復盤沉澱可複製的協作方法。在徒步過程中，我們結合完成率、耗時與突發事件應對等數據評估與復盤，最終頒發最強團隊賽、獵豹獎、沙克爾頓獎等榮譽，參與者獲完賽獎牌。



活動主KV

### 案例：「商務談判和演講技巧」培訓

优趣汇面向品牌、渠道及B2B運營團隊開展「商務談判和演講技巧」專項培訓，提升對外溝通與商務轉化能力。我們邀請森馬集團高管授課，引入行業實戰方法與工具模型，通過角色演練與即時反饋促進快速落地。此次培訓覆蓋53名核心業務骨幹，課程滿意度9.38，推動外部經驗轉化為內部能力，提升協同效率與業務競爭力。

### 案例：「榜樣的力量」經驗分享

优趣汇持續運營「榜樣的力量」專欄，並結合日常激勵發文，組織經驗豐富的優秀員工開展互動分享。通過案例復盤與經驗交流，促進跨團隊溝通協作與知識沉澱，同時為員工提供在崗位職責之外的學習與成長機會，營造積極向上的組織氛圍。



「榜樣的力量」專欄

2025年，本集團按性別及僱員類型等統計的受訓僱員人數、受訓僱員百分比以及平均受訓時數如下表所示：

2025年优趣汇員工培訓數據			
指標	受訓僱員 人數	受訓僱員 百分比(%)	平均受訓 小時數
合計	166	79.4	7.41
男性	41	74.5	7.88
女性	125	81.2	7.24
高層管理人員	9	69.2	15.69
中層管理人員	45	84.9	12.77
基層人員	112	78.3	6.44



## 5. 賦能員工共創價值

### 5.3 員工關懷

优趣匯堅持以員工為本，關注員工溝通參與、職場尊重與團隊凝聚力，並通過滿意度調研、團建活動及健康安全管理等舉措，持續營造安全、包容、積極的職場環境，提升員工獲得感與組織韌性。

#### 5.3.1 民主溝通

為暢通員工表達與管理層溝通渠道，优趣匯建立常態化民主溝通機制，並通過定期主題交流活動提升信息觸達與互動效率。

##### 案例：Coffee Time活動

优趣匯定期開展Coffee Time活動，搭建員工與管理層面對面溝通渠道，提升溝通的平等性與可觸達性。2025年，我們共舉辦4次活動，累計51人參與，重點圍繞承包責任制討論及公司戰略方向等主題開展交流，說明員工理解重點事項並形成共識。活動的信息與要點回顧通過郵件同步，整體閱讀率保持較高水準，體現員工對本集團動態與關鍵議題的持續關注。



Coffee Time現場圖片

### 5.3.2 團建活動

為增強團隊凝聚力與員工歸屬感，优趣汇結合綠色理念、興趣互動與節日關懷，組織多樣化團建與文化活動，促進團隊協作交流與文化認同。

團建活動類型	詳細信息
綠色公益活動	圍繞綠色主題開展月度公益行動，通過線上線下結合的方式提升參與度，宣導低碳生活與環保理念融入日常工作和生活。
員工趣味活動	組織輕鬆互動的趣味活動，豐富員工文化生活。活動由員工提案、票選並參與組織落地，提升協作效率與團隊歸屬感。
節日活動	在女生節、中秋節等節日開展關懷活動，傳遞尊重與關注，營造溫暖的職場氛圍，增強員工幸福感與團隊聯結。

### 5.3.3 員工滿意

优趣汇每年開展員工滿意度與敬業度調研，用於瞭解員工體驗與組織健康度，並將結果用於管理改進。調研涵蓋關鍵敬業行為、多維度題項與開放式反饋，過程遵循保密原則。

2025年，优趣汇整體敬業度80.83%，較上年提升6.03個百分點。其中，員工對團隊協作氛圍認可度較高，同事經驗分享、團隊氛圍與溝通協同等題項滿意度分別為91.8%、90.6%與89.9%。

根據調研結果，优趣汇推動激勵機制與任職資格體系優化，並與培訓、項目機會及薪酬管理形成聯動，持續推進改進落實。同時，优趣汇保持意見反饋與申訴渠道暢通，員工可按流程向人力資源部門反映問題，我們將依規核查處理並落實相應紀律措施。



## 5. 賦能員工共創價值

### 5.3.4 安全健康

优趣汇將職業安全與健康納入日常運營管理，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國消防法》等法規，推動形成覆蓋全員、全流程、全場景的安全健康風險管理體系。

我們營造安全、尊重的職場環境，對職場性騷擾零容忍，一經查實即解除勞動合同。在辦公區域，我們配備完善的消防系統，並在報告期內組織參加2次大型消防演練。依據《員工體檢制度》，我們為全體員工提供入職前體檢及每年一次健康檢查。本集團近三年未發生因工亡故事件，報告期內因工傷損失工作日數如下：

指標	工時損失 單位	2025年
因工傷損失工作日數	天	88

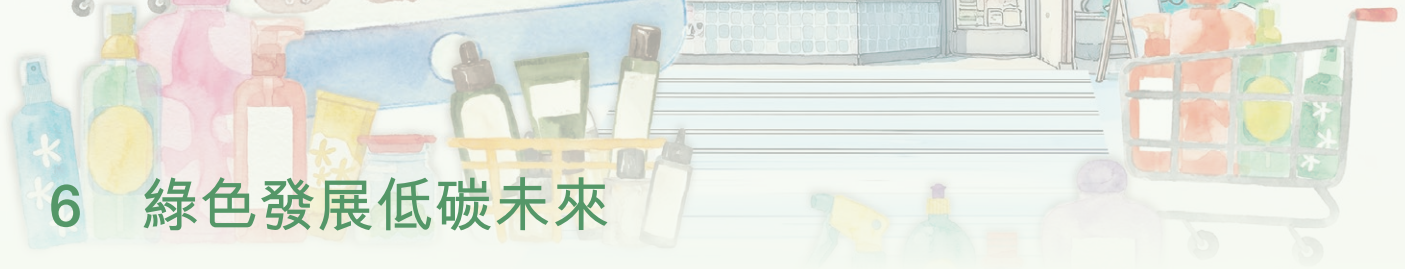
优趣汇為提升員工健康管理意識並增強團隊凝聚力，將職業健康從制度宣貫延伸至可參與、可量化的主題活動，通過數據管理與團隊互動引導員工形成更健康的生活方式，並營造積極的職場氛圍。

案例：健康減脂主題月

2025年，优趣汇以「主動健康管理」為主題開展「健康減脂主題月」活動。該活動以員工健康數據為基礎，引導員工持續關注BMI(身體質量指數)等指標並養成自我管理習慣。該活動共吸引69名員工自願參與，累計減重136.7公斤，人均減重2.0公斤，形成177篇健康打卡筆記。



健康減脂大賽活動圖片



## 6 綠色發展低碳未來

优趣汇堅持綠色運營與低碳發展，關注自身經營活動對環境的影響，並通過持續評估與改進，將環保要求融入日常運營管理，穩步降低環境足蹟，推動環境管理水準提升。

### 6.1 應對氣候變化

全球氣候變化加劇極端天氣與政策轉型壓力，影響企業運營穩定性、供應鏈韌性與合規要求。作為電商運營與品牌服務企業，优趣汇的直接環境影響主要來自辦公用能與日常運營活動，氣候相關風險與機遇更多體現在價值鏈環節，如倉配物流穩定性、包裝與履約成本，以及平台規則與監管對低碳合規的要求等。本集團持續跟蹤氣候政策、監管與平台規則變化，並將氣候議題納入ESG治理與風險管理體系。

#### 6.1.1 治理

本集團ESG工作小組積極識別本集團在氣候變化方面所面臨的風險與機遇，並定期向董事會匯報。本集團定期邀請外部專家面向董事會成員及相關管理層開展氣候變化專項培訓與知識普及，提升履責能力。本集團董事會至少每年一次對氣候相關風險與機遇的應對措施進行審閱。<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 現階段优趣汇暫未將氣候相關考慮因素納入薪酬政策。

### 6.1.2 戰略

報告期內，本集團按照香港聯交所氣候信息披露相關要求，開展氣候相關風險與機遇的識別與評估，主要步驟包括：

- **識別：**開展同業與監管趨勢研究，結合本集團業務模式與運營現狀，初步梳理氣候相關風險與機遇清單；
- **分析：**組織管理層與部門代表開展研討，從發生概率與影響程度兩個維度評估短期、中期、長期影響，並進行優次排序；
- **評估：**結合公開氣候情景假設，從高排放與低排放兩類情景出發，評估氣候因素對運營連續性、履約與供應鏈穩定性、成本結構及客戶體驗的影響；
- **應對：**將情景分析結果與現有管理舉措對照，評估業務韌性與應對措施有效性，並形成後續行動方向。

#### 情景定義

高排放情景定義：參考IPCC的氣候情景，本世紀末全球變暖超過4℃

低排放情景定義：依據《巴黎協定》，全球變暖被限制在1.5℃或遠低於2℃

#### 時間框架<sup>2</sup>

短期：0-3年  
 中期：3-10年  
 長期：10年以上

<sup>2</sup> 依據本集團業務規劃、節能減排目標與策略以及運營點所在國家或地區的氣候相關政策定義。



## 6 綠色發展低碳未來

通過以上流程，本集團識別的重大氣候相關風險及機遇如下：

		氣候風險／機遇	業務與財務影響 <sup>3,4</sup>	影響時間	應對措施
風險	物理風險	颱風、洪水等極端天氣	極端天氣可能造成倉配受阻與時效波動，退換貨及工單增加，帶來履約補償、加急轉運等額外成本。	短、中期	建立極端天氣預警與分級回應機制，落實業務連續性安排與跨部門聯動。對關鍵業務準備替代方案並完善應急溝通，必要時協調合作方調整倉配與履約方案，降低中斷與服務波動。
	轉型風險	供應鏈穩定性下降	合作方供貨或履約波動可能導致缺貨與延遲交付，影響銷售與庫存周轉，並推高替代採購、調撥及運費成本。	短、中期	強化供應鏈風險識別與重點品類保障，優化庫存與補貨節奏。與關鍵合作方建立異常溝通機制，高風險節點提前制訂備選方案，提升交付穩定性與韌性。

<sup>3</sup> 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」。

<sup>4</sup> 优趣汇在短期、中期以及長期均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。基於《ESG報告守則》附錄D「不遵守就解釋原則」，优趣汇無需評估當前財務影響量化分析。

	氣候風險／機遇	業務與財務影響 <sup>3,4</sup>	影響時間	應對措施
機遇	提升資源及能源使用效率	通過辦公用能管理與流程自動化提升效率，可降低能耗與運營成本，減少重覆作業與資源浪費，提升管理透明度。	短、中期	推進節能辦公與資源管理措施，結合數字化工具優化流程與協作，提升數據驅動管理能力，持續降本增效。
	穩定供應鏈管理	提升供應鏈協同與標準化管理可增強交付確定性與客戶體驗，提高協作效率，形成更可持續的價值鏈競爭力。	中、長期	與品牌方及服務夥伴完善供應鏈協同與信息共用機制，將合規與可持續要求逐步納入合作與日常運營，提升價值鏈透明度與穩定性。

本集團不涉及大規模工業製造，氣候相關影響主要體現在運營連續性與價值鏈協同。報告期內未發生因極端天氣導致的重大資產損失或重大停運事件，亦未對本集團的財務產生重大影響。



## 6 綠色發展低碳未來

本集團持續跟踪氣候政策與極端天氣趨勢，定期開展風險評估與策略回顧，提升業務韌性與可持續經營能力<sup>5</sup>。為推動氣候治理落地，我們同步加強員工對氣候風險與機遇的認識，並推進披露能力建設與供應鏈韌性提升<sup>6</sup>，相關實踐如下：

### 案例：披露能力建設

2025年，優趣匯參與香港品質保證局(HKQAA)綠色和可持續貢獻培訓，結合技術指南、工作坊及配套工具開展學習與實踐，提升識別與應對氣候相關風險與機遇的能力，並為後續氣候相關財務信息披露做好準備。報告期內，優趣匯獲可持續相關財務信息披露先導計劃金章，反映我們在推進可持續披露與提升透明度方面的階段性進展。



優趣匯獲HKQAA綠色和可持續貢獻金章

<sup>5</sup> 優趣匯已通過節能目標及相關措施應對氣候變化，詳見本報告「綠色辦公」章節。鑒於本集團不涉及生產製造環節，報告期內未制訂氣候相關轉型計劃。

<sup>6</sup> 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」。

#### 案例：供應鏈氣候韌性

為降低極端天氣對倉配與履約的影響，優趣匯建立應急機制，以智能分倉路由作為調度核心，並以品牌協同倉網作為彈性備份。優趣匯佈局五大區域分倉網絡，與品牌方多區域倉庫系統打通，形成可快速啟用的備用倉網與庫存池。該系統接入天氣預警後可提前分流訂單，若某倉受阻則自動切換至可用倉庫。此外，該系統在必要時可以啟動庫存調配或品牌方緊急直發的預案，聯動「菜鳥」等物流夥伴協調運力，保障交付穩定。

### 6.1.3 風險管理

本集團將氣候相關風險納入企業風險管理與內部控制體系，定期開展識別、評估、應對與監督改進。每年度由風險管理相關職能組織協調各部門執行風險管理流程，收集風險初始信息，開展風險評估並制訂應對策略，推動措施落地與效果跟蹤，並定期向管理層及董事會相關機構匯報，確保氣候相關風險在組織內得到持續、規範管理。



## 6 綠色發展低碳未來

### 6.1.4 指標和目標

优越匯以降低溫室氣體排放為目標，優先從可控的運營環節入手，持續提升能源使用效率，並逐步完善氣候相關信息披露能力<sup>7,8</sup>。

報告期內本集團溫室氣體排放KPI數據<sup>9</sup>如下表所示：

指標	溫室氣體排放量		
	單位		
溫室氣體排放總量(範圍2，按地域)	噸二氧化碳當量	2024年 153.9	2025年 110.7
溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量/人	0.71	0.58

註：

1. 環境範疇關鍵績效指標覆蓋本集團位於上海、杭州及北京的辦公區域，日本辦公區域交由物業統一管理，無法單獨測量；
2. 基於《ESG報告守則》要求和核算標準適用性，溫室氣體排放計算參考《溫室氣體核算體系：溫室氣體核算體系》(GHG Protocol)。本集團沒有與燃料燃燒、車輛等相關的排放，因此沒有產生直接排放(範圍1)；本集團溫室氣體排放均為外購電力產生的能源間接溫室氣體排放(範圍2)，排放量按二氧化碳當量呈列，電網排放因數來自中華人民共和國生態環境部發佈的電網排放因數；
3. 因需要付出極大成本才可獲得一切合理且有依據的資料，本集團對於範圍3排放採用「合理資料寬免」。

<sup>7</sup> 本集團目前未在投資決策、轉移定價或情景分析中應用內部碳定價機制，亦未設定用於評估溫室氣體排放成本的每公噸碳價。

<sup>8</sup> 未來，本集團將在監管要求、業務發展及內部準備情況的基礎上，持續關注氣候相關披露要求的變化，並適時檢討相關披露安排。

<sup>9</sup> 在計算特定跨行業指標「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」。

## 6.2 綠色辦公

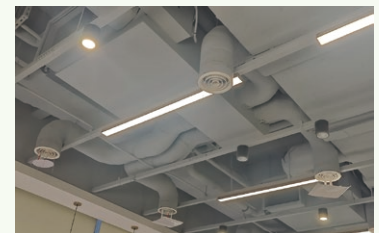
优趣汇將資源節約與效率提升融入日常運營管理，持續推進綠色辦公實踐，圍繞用水、用電和紙張使用等重點環節開展改進。我們通過張貼現場提示、設備優化與日常巡檢推動節能節水常態化執行，並同步推進無紙化辦公，減少紙張消耗，提升協作效率與文件管理安全。

### 6.2.1 節水節電

2025年，优趣汇以上海、杭州、北京三地辦公點為管理單元，設定耗水量和耗電量較去年均下降10%的目標。我們在飲水機和洗手台張貼節水提示，並對接待用礦泉水剩餘水進行回收再利用，減少浪費。此外，我們在會議室設置隨手關燈和空調溫度提示，安裝空調擋風板和智能控制器，降低非必要能耗。行政與保潔人員每日巡查辦公區域，及時關閉無人會議室的照明、投屏等設備，減少空置能耗。



辦公室黏貼節能標籤及下班關燈提示



安裝空調擋風板



## 6 綠色發展低碳未來

報告期內，三地耗電量較2024年下降17.31%，用水量較2024年下降24.5%，報告期內本集團的資源使用KPI數據如下表所示：

指標	資源使用量		
	單位	2024年	2025年
<b>能源使用</b>			
間接能源消耗量(外購電力)	千瓦時	252,251	<b>208,585</b>
能源消耗強度	千瓦時/人	1,167.83	<b>1,086.38</b>
<b>水資源使用</b>			
總耗水量	噸	249	<b>188</b>
水資源消耗強度	噸/人	1.15	<b>0.98</b>

註：

- 由於本集團不涉及產品生產，生活廢水均排入市政管網，本集團無法對排放量進行計量，因此KPIA 1.1(排放物種類及相關排放數據)在ESG報告中不作披露；
- 本集團運營過程中產生的有害廢棄物為少量廢墨水匣等，且均由有資質的回收商進行回收循環利用，對環境所產生的影響較小，因此KPI A1.3(所產生有害廢棄物的總量及密度)在ESG報告中不作披露；
- 本集團的無害廢棄物均為運營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按照規定進行分類投放，並交由大樓物業統一處理，垃圾處理費亦納入物業管理費中統一交給物業公司，本集團對垃圾產生量無法進行單獨計量。因此KPI A1.4(所產生無害廢棄物的總量及密度)在ESG報告中不作披露；
- 由於本集團位於北京辦公區域的用水為市政管網用水，水費亦納入物業管理費中統一交給物業公司，本集團對北京辦公區域的用水量無法進行計量，因此ESG報告中披露的總耗水量數據來自本集團位於杭州與上海的辦公區域；
- 本集團在運營過程中不涉及大量使用不可再生能源、森林資源，或影響生物多樣性等問題，且根據實質性評估，KPI A3(環境及天然資源)對本集團的重要程度較低，因此在ESG報告中不進行披露；
- 2025年度，本集團售出產品均由品牌方原箱發貨，物流環節的包裝由第三方物流公司承擔，因此不涉及額外包裝材料使用。故KPI A2.5(製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量)在ESG報告中不作披露。

### 6.2.2 無紙辦公

2025年，优趣匯設定用紙量較上年降低15%的目標，並通過流程電子化與數字化管理減少紙張消耗。我們依託OA系統推進審批線上化，電子發票無需列印即可完成報銷與歸檔。此外，我們將證照等重要數據集中存儲於OA知識庫，支援多人同步訪問，減少郵寄或傳真帶來的時間成本，並提升文件管理安全性。同時，我們推廣電子簽應用，進一步提升流程效率並降低資源消耗。

報告期內，本集團用紙量較2024年下降9.09%，紙張使用數據如下表所示：

指標	單位	紙張使用量	
		2024年	2025年
耗紙量	噸	22	20



## 7. 社會公益責任同行

优趣汇以長期主義踐行社會責任，將公益融入日常經營與員工文化，圍繞社區關懷、教育支持與環保行動持續開展實踐。本集團發起「U益之心」公益項目，形成「企業引導、員工參與」的運作機制，並通過內部志願者組織與激勵機制，推動公益成為可持續的日常行動。

优趣汇與多家公益機構建立長期合作關係，由一次性捐贈逐步轉向持續陪伴與協同共建。2025年，我們共計捐贈約人民幣156,856元，累計志願服務時長324小時。

### 7.1 匯聚慈善力量

#### 案例：「U益之心」檢約與梭梭樹生態修復行動

每年3至4月是优趣汇的環保主題月，活動重點圍繞荒漠化治理持續推進梭梭樹生態修復項目。我們聯合微信公益開展行走捐步活動，將員工步數轉化為阿拉善地區梭梭樹種植，並同步組織員工開展戶外「檢約」環保行動，在行走過程中開展垃圾清理與環境維護。2025年，近200名員工累計捐出3,840萬步，種植梭梭樹3,000棵，修復約3萬平方米荒漠區域。

在員工參與之外，优趣汇通過環保基金持續支持生態修復項目。報告期內，我們向北京市企業家環保基金會捐贈人民幣30,000元，用於支持一億棵梭梭項目，並保障公益資金透明與可追溯。



檢約活動照片



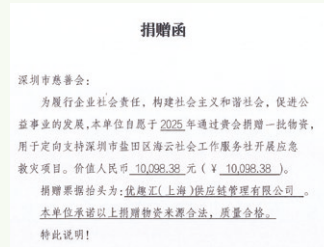
捐贈證書

案例：緬甸地震應急捐贈

2025年3月28日，緬甸發生7.9級地震。優趣匯通過深圳市慈善會捐贈價值人民幣10,098元的救援物資，定向支持深圳市鹽田區海雲社會工作服務社開展應急救援與社會服務工作，為受災群體提供及時支持。



捐贈物資圖片



捐贈函

7.2 圓夢教育

優趣匯圍繞教育公平與兒童青少年成長支援，持續開展志願服務與教育資源幫扶。我們通過線下陪伴與物資捐贈相結合的方式，回應特殊群體與偏遠地區學校的實際需求，以持續行動為教育發展貢獻力量。

案例：上海市長寧區輔讀學校志願活動

2025年6月，優趣匯志願者走進上海市長寧區輔讀學校，為學生組織生日活動與陪伴互動，通過持續陪伴回應特殊青少年群體在成長與情感支持方面的需求，推動更加包容的社會環境建設。



活動現場照片



## 7. 社會公益責任同行

### 案例：貴州惠水教育幫扶捐贈

优趣汇持續關注偏遠地區教育資源供給。報告期內，我們向貴州省惠水縣關心下一代工作委員會捐贈圖書4,000冊、電腦15台及女生生理衛生用品430餘份，用於改善當地中小學學習與生活條件。此外，我們聯動相關社會力量共同參與，以協同方式為山區教育提供更持續的支持。



捐贈物資合照



优趣汇捐贈愛心圖書



榮譽證書

# 附錄：ESG報告守則索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>A 環境</b>		
<b>層面A1</b>	<b>排放物</b>	綠色發展低碳未來—應對氣候變化
<b>一般披露</b>	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： (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。	綠色發展低碳未來—應對氣候變化
<b>A1.1</b>	排放物種類及相關排放數據。	綠色發展低碳未來—應對氣候變化
<b>A1.3</b>	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)。	不適用，本集團運營過程中產生的有害廢棄物為少量廢墨水匣等，由合資格回收商回收，對環境影響較小
<b>A1.4</b>	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)。	不適用，因為本集團的無害廢棄物為經營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按規定分類擺放並交由大廈物業統一處理，垃圾處理費也已納入物業管理費。產生的廢物量無法單獨衡量
<b>A1.5</b>	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	綠色發展低碳未來—應對氣候變化
<b>A1.6</b>	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。	不適用，因為本集團的無害廢棄物為經營過程中產生的廢紙、快遞填充物、包裝等生活垃圾，按規定分類擺放並交由大廈物業統一處理，垃圾處理費也已納入物業管理費。產生的廢物量無法單獨衡量



## 附錄：ESG報告守則索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>層面A2</b>	<b>資源使用</b>	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>一般披露</b>	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。  註：資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>A2.1</b>	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)。	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>A2.2</b>	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>A2.3</b>	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。	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>A2.4</b>	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。	綠色發展低碳未來－綠色辦公
<b>A2.5</b>	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	不適用，因為本集團銷售的產品使用品牌商的原箱發貨，物流環節的包裝由第三方物流公司承擔，因此不涉及額外的包裝材料
<b>層面A3</b>	<b>環境及天然資源</b>	不適用，因為本集團的運營地點以辦公室為主，對環境不會產生重大影響
<b>一般披露</b>	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	不適用，因為本集團的運營地點以辦公室為主，對環境不會產生重大影響
<b>A3.1</b>	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，因為本集團的運營地點以辦公室為主，對環境不會產生重大影響

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>B 社會</b>		
<b>層面B1</b>	<b>僱傭</b>	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>一般披露</b>	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。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>B1.1</b>	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>B1.2</b>	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>層面B2</b>	<b>健康與安全</b>	賦能員工共創價值－員工關懷
<b>一般披露</b>	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。	賦能員工共創價值－員工關懷
<b>B2.1</b>	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	賦能員工共創價值－員工關懷
<b>B2.2</b>	因工傷損失工作日數。	賦能員工共創價值－員工關懷
<b>B2.3</b>	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。	賦能員工共創價值－員工關懷



## 附錄：ESG報告守則索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>層面B3</b>	<b>發展及培訓</b>	賦能員工共創價值－培訓與發展
<b>一般披露</b>	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。  註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	賦能員工共創價值－培訓與發展
<b>B3.1</b>	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。	賦能員工共創價值－培訓與發展
<b>B3.2</b>	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	賦能員工共創價值－培訓與發展
<b>層面B4</b>	<b>勞工準則</b>	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>一般披露</b>	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。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>B4.1</b>	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>B4.2</b>	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	賦能員工共創價值－合規僱傭
<b>層面B5</b>	<b>供應鏈管理</b>	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理
<b>一般披露</b>	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理
<b>B5.1</b>	按地區劃分的供應商數目。	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理
<b>B5.2</b>	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。	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>B5.3</b>	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	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理
<b>B5.4</b>	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。	合作共贏價值共生－可持續供應鏈管理
<b>層面B6</b>	<b>產品責任</b>	客戶為本品質為先－負責任營銷
<b>一般披露</b>	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： <ul style="list-style-type: none"> <li>(a) 政策；及</li> <li>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</li> </ul>	客戶為本品質為先－負責任營銷
<b>B6.1</b>	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。	不適用，因為本集團的經營活動不涉及產品生產
<b>B6.2</b>	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	客戶為本品質為先－提升客戶服務質效
<b>B6.3</b>	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	合作共贏價值共生－產品責任
<b>B6.4</b>	描述質量檢定過程及產品回收程序。	合作共贏價值共生－產品責任
<b>B6.5</b>	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。	誠信管治行穩致遠－數據安全與隱私保護



## 附錄：ESG報告守則索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露章節
<b>層面B7</b>	<b>反貪污</b>	誠信管治行穩致遠－商業道德與反貪腐
<b>一般披露</b>	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。	誠信管治行穩致遠－商業道德與反貪腐
<b>B7.1</b>	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。	誠信管治行穩致遠－商業道德與反貪腐
<b>B7.2</b>	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	誠信管治行穩致遠－商業道德與反貪腐
<b>B7.3</b>	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	誠信管治行穩致遠－商業道德與反貪腐
<b>層面B8</b>	<b>社區投資</b>	社會公益責任同行
<b>一般披露</b>	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。	社會公益責任同行
<b>B8.1</b>	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	社會公益責任同行
<b>B8.2</b>	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	社會公益責任同行

## D部份：氣候相關披露

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)或個人的資訊。	綠色發展低碳未來－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。	綠色發展低碳未來－應對氣候變化

策略	描述	章節名稱
20	氣候相關風險和機遇	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
21	業務模式和價值鏈	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
22、23	策略和決策	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
24、25	財務狀況、財務表現及現金流量	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
26	氣候韌性	綠色發展低碳未來－應對氣候變化

風險管理	描述	章節名稱
27	風險管理	綠色發展低碳未來－應對氣候變化



附錄：ESG報告守則索引表

指標和目標	描述	章節名稱
28、29	溫室氣體排放	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
30	氣候相關轉型風險	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
31	氣候相關物理風險	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
32	氣候相關機遇	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
33	資本運用	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
34	內部碳定價	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
35	薪酬	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
36	行業指標	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
37~40	氣候相關目標	綠色發展低碳未來－應對氣候變化
41	跨行業指標及行業指標的適用性	綠色發展低碳未來－應對氣候變化