

TALKING
TOM
& FRIENDS

环境、社会及公司治理报告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL
AND GOVERNANCE REPORT

(2025)



目录 / CONTENTS

关于本报告 01

走进汤姆猫

企业简介 02

公司发展战略 03

业务领域 03

重要议题识别与分析 04

可持续发展管理体系

企业文化 06

可持续发展管理理念 06

可持续发展治理架构 07

环境议题

应对气候变化 09

绿色办公 10

社会议题

产品研发与创新 12

产品和服务安全与质量 20

数据安全与客户隐私保护 25

供应商可持续管理与行业促进 32

员工雇佣与权益保障 35

社会公益 42

治理议题

公司治理 45

风险管理 49

反商业贿赂及反贪污 51

关键绩效指标 52



关于本报告

本报告是浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司向社会公开发布的2025年度环境、社会及公司治理（ESG）报告。报告遵循真实、准确、客观原则，向各利益相关方披露公司在可持续发展领域的理念、治理架构、管理方法及本年度的实践与绩效。

编制依据

本报告依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》并参照全球可持续发展标准委员会（GSSB）发布的《GRI可持续发展报告标准》（GRI Standards）等相关要求，结合公司的实际情况编写而成。

报告范围

本报告涵盖浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司（股票代码：300459.SZ）及其下属重要附属公司，包括 Outfit7 Investment Limited、广州金科文化科技有限公司、杭州嗜动网络科技有限公司、万锦商贸有限公司、浙江汤姆猫文化发展有限公司等。

报告周期

本报告为年度报告，时间跨度是2025年1月1日至2025年12月31日。

指代说明

如报告中无特别说明，下列词语具有如下含义：

释义项	指代	释义内容
公司、我们、汤姆猫、汤姆猫公司	指	浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司
Outfit7	指	Outfit7 Investment Limited
嗜动	指	杭州嗜动网络科技有限公司
雷迪森	指	绍兴上虞雷迪森万锦大酒店有限公司
汤姆猫亲子乐园	指	汤姆猫亲子主题乐园
报告期、本报告期、报告期内、本期	指	2025年1月1日至2025年12月31日
上期、上年同期	指	2024年1月1日至2024年12月31日

数据说明

报告中的营业收入、研发投入等数据来自上市公司年度报告，其他数据来自相关业务部门、职能部门的统计数据。

董事会声明

本报告经董事会审核发布，公司董事会审阅并确认公司年度可持续发展目标和计划，定期检视公司在可持续发展方面的进展和绩效，持续监督可持续发展方向及工作落实情况。

报告获取

本报告以网络电子版形式发布，可在深圳证券交易所网站（www.szse.cn）、巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）、浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司官方网站（<https://www.jinkeculture.com/>）查阅获取。

联系方式

若您在阅读过程中有任何意见或建议，请通过以下方式联系我们。
联系地址：浙江省杭州市萧山区钱江世纪城平澜路299号浙江商会大厦36层
公司邮编：311200
公司电话：0571-83822339
公司传真：0571-83822330
电子邮箱：zqb@jktom.com

走进汤姆猫

企业简介

浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司（证券简称：汤姆猫，证券代码：300459）成立于2007年，2015年在深圳证券交易所创业板上市。

公司是以“会说话的汤姆猫家族”为核心的全栖IP运营商，是一家线上与线下协同发展的互联网生态型企业。其中，线上通过移动游戏、动漫影视等优质内容的制作与发行满足移动用户的文化娱乐需求，线下通过开拓AI智能硬件、IP衍生品与授权业务、新商业服务业务等业态，打造汤姆猫家族IP亲子生活品牌。

作为全球化发展的移动互联网企业，公司总部坐落于杭州，在塞浦路斯、斯洛文尼亚、英国、美国、西班牙、中国广州、绍兴、香港等地设有子公司或分支机构。

公司旗下拥有全球著名互联网高科技企业——Outfit7，该公司是全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”的创造者、全球广告发行和互联网儿童早期教育应用开发者，业务覆盖欧盟、美国、中国、俄罗斯、巴西、印度等全球大部分国家和地区，与Google、Meta、Apple、IronSource、华为、TikTok等国际公司保持了长期稳定的合作伙伴关系。

自2010年上线第一款火爆全球的移动应用《会说话的汤姆猫》以来，公司及旗下子公司深耕移动优质内容十余年。汤姆猫家族系列游戏的全球累计下载量已超过260亿人次，最高月活跃用户达4.7亿人次；“会说话的汤姆猫家族”系列动画片的全球各地视频网站的点击量已超1300亿次。近年来，公司锚定“会说话”这一核心IP基因，深度融合人工智能技术，相继推出汤姆猫AI智能机器人、汤姆猫随身AI等智能硬件产品，致力于打造全球范围内“最会聊天的汤姆猫”，推动IP价值从数字内容向智能实体场景延伸。



公司发展战略

以汤姆猫家族 IP 为核心，线上线下协同，构建全栖IP运营生态。立足 IP 智能交互属性，通过AI等创新性技术升级产品体验、拓展应用场景，打造全世界最会聊天的汤姆猫，全方位覆盖用户娱乐需求。

业务领域

游戏研发与运营

公司围绕“会说话的汤姆猫家族”IP已先后研发上线了《会说话的汤姆猫》《我的汤姆猫》《我的安吉拉》《汤姆猫跑酷》《我的汤姆猫2》《汤姆猫英雄跑酷》《汤姆猫总动员》《我的安吉拉2》等20余款绿色健康、休闲益智的移动游戏，该等游戏在全球市场运营。经过多年的深耕，公司在全域虚拟宠物养成、跑酷等细分市场领域具有领先的市场地位，并在全球范围内积累了庞大的用户基数。

下载量

260亿+

全球累计

月活跃

4.7亿+

活跃用户

动漫影视业务

基于汤姆猫家族IP，公司已陆续开发系列动画片、短片及迷你剧等动漫内容，通过YouTube、Netflix、BBC、HBO、Disney、腾讯、优酷、爱奇艺等全球主流平台在 200 多个国家和地区播放。

业务领域

播放量

1300亿+

全球累计

YouTube

1.12亿+

订阅用户

线下娱乐场景

1、AI智能硬件

公司致力于以AI技术赋能新型交互，陆续上线了汤姆猫AI玩具、汤姆猫随身AI等智能硬件产品，系列产品融合了AI模型算法与软硬件集成等多项前沿技术，实现了家庭及户外等场景下不同年龄段人群的智能交互需求。

2、亲子主题乐园

汤姆猫亲子主题乐园是围绕全球知名IP“会说话的汤姆猫家族”打造的一体式、多元化亲子全景室内乐园，也是国内首家自持国际一线IP的儿童主题乐园。公司以“智创家庭幸福”为使命，以“亲子互动”“寓教于乐”为理念，致力于为亲子家庭打造线上线下沉浸式空间体验。汤姆猫亲子主题乐园集游乐、益智、运动、探

业务领域

险、互动、教育于一体，融入文化、艺术、科普等元素，使得无数大小朋友流连忘返。截至目前，公司以自营与城市合伙人双轮驱动模式，先后在浙江、江苏、广东、安徽、山东、新疆、内蒙古等地成功落地了多家汤姆猫亲子主题乐园。

3、IP衍生品与授权

公司先后携手阿里巴巴、腾讯、网易、麦当劳、吉野家、杭港地铁、开元酒店、喜马拉雅、恒安集团、韩国Chen等全球多个知名品牌，在教育、文化、交通、影视、餐饮、零售等消费领域开展了广泛的IP授权合作，推出了包含母婴日用品、有氧洗护、智能玩具、儿童教育产品等品类丰富的IP系列衍生品，通过具有价值观与生命力的IP文化，重构多元消费场景与互动场景。

业务领域

重要性议题识别与分析

一、议题重要性分析工作流程

汤姆猫依据《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》（以下简称“指引”）及《深圳证券交易所创业板上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制(2026年修订)》（以下简称“指南”）等相关规定，结合公司自身所处的互联网、游戏、AI应用等行业和经营业务的特点等情况，通过分析指引设置的每个议题是否预期在短期、中期和长期内对公司商业模式、业务运营、发展战略、财务状况、经营成果、现金流、融资方式及成本等产生重大影响（以下简称“财务重要性”），以及企业在相应议题的表现是否会对经济、社会和环境产生重大影响（以下简称“影响重要性”），最终形成重要性议题清单。

汤姆猫从“影响重要性”和“财务重要性”两个方面识别分析议题的重要性，采取了如下工作流程开展议题重要性分析：



二、议题重要性分析结论

汤姆猫根据议题重要性分析工作流程，对2025年度的经营活动情况进行了梳理，包括主营业务范围、市场分布、供应链结构、利益相关方关系等关键信息，对公司外部客观环境及内部运营现状进行全面评估，向各主要利益相关方群体开展调研与沟通，通过电话、电子邮件、线下交流等方式积极收集其关注的重点议题及其优先级反馈；同时结合监管要求和行业最佳实践，识别可能对公司长期价值创造产生实质性影响的可持续发展议题。

公司分别向政府及监管机构、股东/投资者、董事/高管、员工、客户/潜在客户、供应商/服务承包商/潜在供应商等主要利益相关方开展了调研，通过问卷调查、电话、电子邮件、线下交流等方式积极收集其关注的重点议题及其优先级反馈，利益相关方主要关注议题如下：

环境	社会	治理
应对气候变化 污染物排放 废弃物处理 生态系统和生物多样性保护 能源利用 水资源利用 环境合规管理 循环经济 绿色办公	乡村振兴 未成年保护 社会公益 创新驱动 供应链安全 平等对待中小企业 产品和服务安全与质量 数据治理 客户隐私保护 员工关怀 培训与发展 职业健康与安全 科技伦理	公司治理与合规经营 反商业贿赂及反贪污 反不正当竞争

针对上述各项议题，公司结合实际经营情况，从财务重要性和影响重要性进行了分析评估，最终形成如下的重要性议题矩阵：

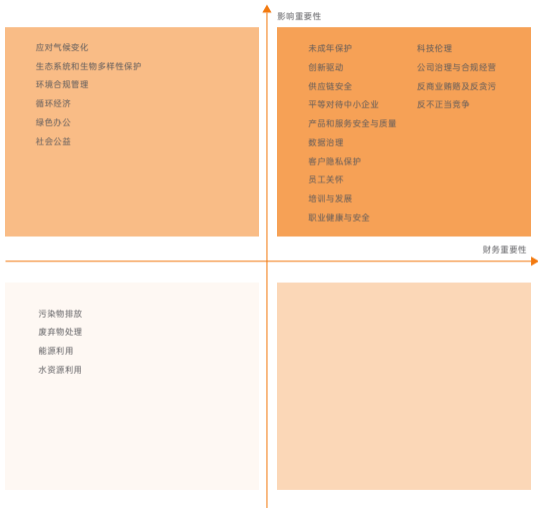
图例：

同时具有影响重要性
与财务重要性

具有财务重要性
但不具有影响重要性

具有影响重要性
但不具有财务重要性

既不具有影响重要性
也不具有财务重要性



可持续发展管理体系

企业文化

愿景：建设汤姆猫全栖IP生态，打造汤姆猫亲子生活品牌

使命：寓教于乐 智创家庭幸福

价值观：正心诚信 稳健精进 惠人达己 卓越创新

合作理念：创新互惠、创新开放、合作共赢

公司定位：AI时代最会聊天的汤姆猫、全球优秀数字文化内容原创者、全球

知名移动游戏开发商、全栖IP生态运营商

员工价值观：敬业爱岗、诚实守信、刻苦耐劳、团队合作、不断学习、追求进步

可持续发展管理理念

以“IP 为核、情感为基、科技为翼、责任共生”为核心，秉持“惠人达己，卓越创新”的企业价值观，将可持续发展全面融入战略规划、业务运营与治理体系，实现文化价值、经济价值与社会价值的长期统一。

一、IP 价值可持续

坚持 IP 长期主义，以“简单的快乐，通行全球”为理念，持续输出阳光健康、寓教于乐的优质内容、产品与服务。

注重 IP 赋能，在产品中融入优秀文化、可持续发展等正向价值观，让 IP 成为传递积极价值观的载体。

三、科技创新可持续

聚焦AI交互、大数据等前沿数字技术，推动“会说话的汤姆猫”向“最会聊天的汤姆猫”进行迭代，打造更具沉浸感、交互性的产品与服务，拓展IP在智能硬件、智慧教育等领域的应用场景。

坚守科技向善的底线准则，将内容安全、数据安全与隐私保护、未成年人保护嵌入内容创作、技术研发的全生命周期，让创新性技术在合规、安全、尊重用户的前提下健康发展。

二、情感链接可持续

对用户：延续“陪伴成长”的核心定位，深入洞察不同年龄段用户的娱乐需求，在现有APP、动漫内容基础上，拓展更多娱乐、成长场景。

对员工：打造有温度的工作氛围，让员工在创造陪伴价值的过程中获得归属感与成就感，实现个人与企业的同频成长，凝聚起传递温暖陪伴的核心力量。

对合作伙伴：坚持诚信共赢原则，围绕“会说话的汤姆猫家族”这一IP共建娱乐应用场景，建立长期稳定的战略协同机制，让汤姆猫的温暖、快乐惠及更多人。

四、社会责任可持续

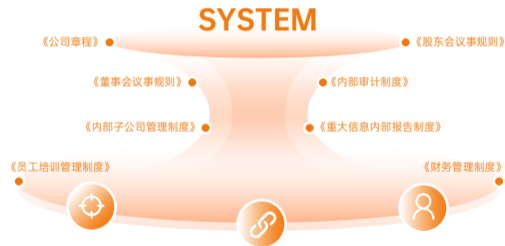
积极投身公益事业，创新“IP+公益”模式，开展教育帮扶、儿童关爱、生态保护等公益项目，引导用户与合作伙伴共同参与社会责任实践，传递企业温度。

可持续发展治理架构

公司建立了“决策层-管理层-执行层”的可持续发展架构，其中董事会负责公司可持续发展工作的领导与决策，内设可持续发展工作中心，指派董事会秘书负责统筹管理，董事会秘书向董事会及公司管理层汇报。公司证券部、公共关系部、企宣部以及公司海内外子公司相关责任部门负责执行公司的可持续发展具体工作。



公司持续完善可持续发展治理机制，不仅搭建了较为完备的治理架构，还建立了覆盖经营管理全流程的制度体系。通过制定《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《内部审计制度》《内部子公司管理制度》《重大信息内部报告制度》《员工培训管理制度》《财务管理制度》等一系列规章制度，有效确保了公司治理的规范化、透明化及风险防控能力。



与此同时，为确保公司战略得以高效贯彻执行，公司在健全制度体系的基础上，进一步强化了执行与反馈机制：一方面，建立了常态化的经营分析机制，要求子公司及各部门通过月度总结、周例会等方式定期向管理层汇报战略落地及业务进展情况，确保战略目标层层分解、有效落实；另一方面，依托数字化沟通平台，构建了董事会、专门委员会及管理层之间的即时信息沟通渠道，以便第一时间掌握公司重大事项及突发事件的最新动态，并实施全流程的干预与管理，保障公司运营的稳健与高效。



· 应对气候变化

2025年度，公司深度践行国家“双碳”战略，以“战略引领、风险管控、创新驱动、价值共创”为核心，将气候变化应对纳入企业发展顶层设计。通过构建全价值链碳管理体系、推进能源结构转型、强化气候风险防控、深化供应链协同降碳等举措，系统性落实温室气体减排、气候适应性提升等工作，实现气候管理与经营发展的深度融合，为公司ESG评级优化、绿色融资拓展及可持续竞争力提升奠定坚实基础，彰显上市公司在应对全球气候变化中的责任担当。

公司全面推行“按需能用、错峰运行”机制，对办公能耗使用进行了严格规定，对空调、照明、办公设备等重点用能环节实施时分分区管控。海外子公司 Outfit7 积极响应绿色发展号召，2025年3月组织8名员工开展植树节公益活动，共计栽种树木45棵，以实际行动践行低碳环保理念，助力生态环境改善。

低能耗管理

公司积极倡导低能耗办公原则，杜绝电子产品待机能耗，办公设备启用“一键休眠”模式；公司各经营主体办公区域灯光照明使用保留必要开启，禁止不必要开启灯光照明，杜绝“长明灯”；空调严格执行夏季不低于26℃、冬季不高于26℃的标准，非工作时段自动断电。

一件休眠

办公设备“一件休眠”模式；禁止不必要灯光试用，杜绝“长明灯”。



合理用电

公司人走断电，空调严格执行夏季不低于26℃、冬季不高于26℃的标准，非工作时段自动断电。



污染物管控

公司加强污染物管控机制，规范办公废弃物分类管理，积极推行垃圾分类机制。对于员工出差实行绿色差旅管理机制，明确差旅审批、交通方式选择与住宿标准的低碳要求；优先选用高铁、地铁、公交车等低碳交通工具，减少工作带来的碳排放量。在公司酒店场所，公司严格落实酒店客房一次性用品“按需提供”制度，取消默认摆放，设置环保提示标识。

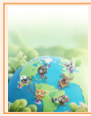
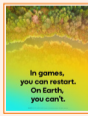
分类管理

公司加强污染物管控机制，规范办公废弃物分类管理，积极推行垃圾分类机制



绿色出行

明确差旅审批、交通方式选择与住宿标准的低碳要求；优先选用高铁、地铁、公交车



世界环境日期间，公司子公司于海外自媒体平台发布主题海报，号召“会说话的汤姆猫家族”游戏玩家共同关注生态环境保护、践行绿色低碳理念

· 绿色办公

2025年度，公司深入践行“绿色、环保、低碳”的经营工作原则与企业社会责任，严格遵循《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第17号——可持续发展报告（试行）》《深圳证券交易所上市公司自律监管指南第3号——可持续发展报告编制（2026年修订）》等相关能源利用、水资源利用、污染物排放等披露要求，以“降本增效、绿色转型”为核心目标，将绿色办公理念融入运营全流程。通过制度建设、技术升级、全员参与三大路径，系统性推进节能降耗、无纸化办公、绿色采购等工作，实现环境效益、经济效益与社会效益的有机统一。

杜绝资源浪费

公司全年推行无纸化办公，减少纸张消耗，全面推行线上审批与云文档协作平台，采购低VOCs打印耗材与环保再生纸，纸张打印推行“双面、黑白打印”政策，严格实行办公用品领用台账登记与季度用量分析。推广线上会议与混合会议模式，使用视频会议系统替代异地出差参会，线下会议全面采用电子投屏，取消纸质议程与资料分发。



绿色低碳办公

公司充分减少水资源浪费，尽可能循环利用水资源。公司全年开展办公区域水管、水龙头检修维护，杜绝“长流水”现象，在茶水间、卫生间设置节约用水标语。公司旗下酒店、商场物业严控水资源使用，通过安装智能水表、加装节水阀、推广感应式水龙头等技术手段，杜绝水资源浪费现象。



强化文化建设，凝聚全员共识

公司坚持“制度引领、文化浸润、行为养成”三位一体推进策略，将绿色办公理念深度融入企业价值观与日常行为规范。

宣传培训赋能：公司通过内部培训、线上宣导等形式，普及节能降耗、低碳环保知识，全年组织环保培训时长约38小时，环保投入约5.4万元。公司积极发布环保相关宣传海报、文案，倡导绿色低碳生活方式。

环保培训时长

38小时



环保投入

5.4万元





社会议题：

- ★ 产品研发与创新
- ★ 产品和服务安全与质量
- ★ 数据安全与客户隐私保护
- ★ 供应商可持续管理与行业促进
- ★ 员工雇佣与权益保障
- ★ 社会公益

· 产品研发与创新

议题治理

汤姆猫研发了20余款绿色健康、寓教于乐的休闲游戏产品以及系列高品质的动漫内容。在线下，公司融合前沿AI技术开发了汤姆猫AI童伴、汤姆猫随身AI等产品。十余年来，公司持续夯实研发根基，建立起覆盖创意策划、技术攻关、产品迭代的完善的研发治理体系，为公司的长远发展筑牢核心壁垒。



议题战略

公司对产品研发与创新领域识别出的风险与机遇、评估其影响以及应对策略如下表所示:

风险/机遇		影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
风险	产品合规风险	短中期	短期: 产品整改 中期: 产品下架	建立合规研发管理体系, 由全球法务、市场团队开展政策跟踪与合规研判; 实时关注并严格落实最新法律法规和行业政策、运营国家和地区的税收政策; 强化与行业监管部门及同行企业之间的交流与沟通; 定期为研发和运营等部门进行内容自审培训
	技术迭代风险	长期	产品竞争力下降 IP知名度下滑	持续投入研发, 制定核心技术发展路线图, 保障技术迭代的前瞻性与稳定性, 提升产品核心竞争力; 以自主创新为核心, 保障核心技术自主可控; 通过投资、联合研发、业务合作等多元形式绑定前瞻性技术型企业, 共享资源加速技术落地
	数据安全风险	短中期	短期: 用户数据下滑 中期: IP品牌力下降	构建了“组织保障+制度规范+技术防控+全球化适配”的保障体系:组织层面, 设立数据安全、信息安全等专职部门, 夯实管理基础; 制度层面, 制定《用户协议》《隐私政策》《儿童隐私保护声明》《应用权限说明》等完整制度体系, 对用户信息访问与收集范围、收集目的与方式、信息用途、安全保护措施、个人信息安全投诉机制及权限申请目的等关键环节作出详尽约定;合规层面, 搭建全球化合规研发体系, 动态适配不同地区隐私保护法规要求, 确保符合全球数据合规标准
机遇	市场机遇	中长期	业务增长带动收入、利润增加	深化用户需求调研, 通过游戏内问卷、AI产品体验官访谈、亲子场景焦点小组等多元方式, 精准挖掘家庭用户在儿童成长引导、教育等方面的核心需求;构建生态闭环与丰富产品矩阵, 打造“硬件+内容+服务”生态闭环;强化市场动态追踪: 配备专职产品经理, 聚焦核心市场区域开展实时监测, 跟踪行业趋势、竞品动态及用户需求变化, 及时反馈至研发端, 保障产品迭代与市场发展同频适配
	技术机遇	中长期	技术迭代带来效率提升、成本下降以及产品和服务升级	深度融合优质大模型、情感算法等前沿技术, 强化产品的情绪感知、长期记忆等核心能力, 提升汤姆猫IP的商业价值, 打造差异化竞争优势;实施“项目化+激励化”研发管理, 为核心技术创新项目组建专项团队, 配套专项研发资金与成果转化激励政策;强化外部技术协同, 通过联合研发、投资参股等方式绑定前瞻性技术企业, 共享技术资源, 加速技术机遇转化为产品竞争力
	政策机遇	短中长期	有助于行业的迅速发展进而带动公司、产品销量的提升 收入增长	紧跟国家产业政策, 加大“AI+娱乐”领域研发投入;主动对接地方产业扶持政策, 争取政策资金支持与应用场景资源

议题影响、风险和机遇管理

公司建立短、中、长期研发策略，短期内聚焦核心优势品类的研发、技术风险防控与场景创新机遇，快速更新迭代已上线游戏产品、推出便携式AI硬件产品等项目。中期聚焦游戏用户的新需求，在核心优势品类领域开发新玩法、开拓新品类，在AI应用方向推出多元场景的智能硬件与应用；长期深耕亲子生态构建，以技术创新推动产品与服务全生命周期的智能化、健康化与长效化，打造全球领先的可持续亲子数字文娱品牌。

在此战略下，公司海内外研发团队、数据分析团队、创意团队、运营团队根据市场需求变化与新兴技术的跟踪与了解，识别出风险与机遇，及时同步子公司管理层，子公司管理团队在开展详细调查的基础上，进一步反馈给上市公司管理层，并提出相应的应对与投入计划，经上市公司管理层批准后落实。

管理机制

建立“分层管控+全流程追溯”的研发创新管理体系

- 明确各团队权责边界，立项阶段需经市场、技术、财务多部门联合评审，明确项目目标、投入额度及风险阈值。
- 技术合作环节严格审核合作方资质，签订核心技术保密协议，防范技术泄露与依赖风险。
- 预算管控方面实行“年度预算+月度核算+月度调整”机制，确保研发资金专款专用，杜绝非必要开支。

管理措施

针对研发创新全流程，实施针对性管理措施

- 技术层面，建立“自研+合作”双轨管控，组建跨部门技术评审小组，不定期评估前沿技术成熟度，通过投资前沿科技企业、储备新兴技术等方式，分散研发风险。
- 市场层面，依托全球用户数据监测体系，实时跟踪用户偏好及行业竞争动态，快速调整研发方向，强化IP差异化优势。
- 财务层面，优化债务结构、拓展多元化融资渠道，优先保障核心研发项目资金需求，确保研发投入持续性。
- 合规层面，组建专项合规团队，梳理海内外监管差异，对研发成果进行全流程合规审核，规范信息披露与对外投资行为，确保研发与创新在合规体系内开展。

监测流程

搭建“日常跟踪+定期汇总+异常预警”的三级监测流程

- 日常由各团队指定专人同步研发进度、技术适配情况、测试数据及资金使用数据，按照日、周、月的频次更新工作台账。
- 每周由上市公司与子公司管理层组织例会，汇总监测信息，排查潜在问题。
- 每月向上市公司管理层提交总结报告，重点分析研发进度偏差、预算投入进度、技术风险苗头、市场需求变动等情况。
- 针对AI硬件开发、主力游戏项目推进等重点领域，设置专项预警指标，一旦出现技术突破不及预期、合规审核受阻、资金超支等问题，立即触发预警，第一时间同步至对应管理层。

议题目标

01 游戏业务

- 推进《金杰猫启蒙家园》《汤姆猫小镇》《汤姆猫总动员 2》等新产品的测试与上线等工作
- 与全球领先智能终端设备方保持良性互动与合作，不断拓展公司汤姆猫家族 IP 游戏产品的跨终端体验场景
- 研发内购变现产品，丰富游戏盈利模式

02 动漫内容

- 推出新一季动画内容，上线全球市场
- 创新短视频，持续传播中国文化

03 AI智能硬件

- 在应用场景上，公司将以首代AI智能产品为基石，推出便携式的、不同形态、或是搭载摄像头与运动功能的“能看”“会跑”的智能玩具，从桌面场景扩展至向户外、出行、家庭大空间等多元场景
- 在产品形象上，汤姆猫家族IP包含6个经典的IP角色形象，公司将推出不同IP形象的AI智能玩具，以满足不同用户对不同IP形象的喜爱需求
- 探索存算一体的AI端侧模型解决方案，前沿性布局数据安全、低延迟的端侧AI应用终端，强化公司在AI智能应用领域的长远竞争力

04 程序化广告技术

- 设立独立的广告技术控股子公司，以自用广告技术平台为基础，利用海外子公司在广告业务上的知识、经验、技术储备、客户积累并引入最新的AI技术、机器学习算法、大数据分析，探索为第三方公司提供广告技术服务的可能性

虚拟宠物养成品类最新力作《汤姆猫总动员2》于2025年7月正式上线全球市场



产品创新:

- 装扮个性家园，从墙面色调到家具摆放，从窗帘纹样到地板材质，玩家可以为每个伙伴设计专属小屋、打造百变造型
- 炫酷玩法：操作无人机、挑战修理任务、规整房间、制作纸飞机.....
- 创新组队玩法：割草机竞速赛、睡衣派对、整蛊游戏等

市场表现:

- 7月上线初期强势登顶**全球游戏下载榜第六位**
- 上线后拿下美国、英国、巴西、墨西哥等41个国家/地区的游戏下载榜首，并**稳居70个国家/地区Google Play应用商店游戏下载榜前十**
- 8月热度再升，跃居**全球游戏下载榜第四**

首款模拟经营互动创意类游戏《汤姆猫小镇》2025年8月上线全球市场



产品创新:

- ★ 首款完全为儿童设计的数字游乐场
- ★ 与儿童发展专家开展合作，从玩法设计、视觉风格到互动模式，全方位打造一个可以随意塑造的开放世界
- ★ 高自由度玩法，没有压力、没有广告、没有固定路径
- ★ 高度重视儿童数据安全，该产品已获得PRIVO的认证，符合《儿童在线隐私保护法》，并获其颁发的 GDPRkids™ 隐私保障徽章

注释:

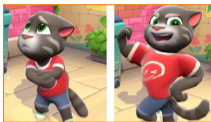
PRIVO: 经美国联邦贸易委员会批准的安全港认证机构，是一家独立的第三方组织。2001年成立于美国弗吉尼亚州，致力于保护在线收集的儿童个人信息。经过数十年发展，PRIVO 建立起全球领先的儿童数据合规认证体系，在未成年人隐私保护领域，PRIVO精通COPPA（美国隐私法）、GDPR（《通用数据保护条例》）等法规的合规框架，作为权威第三方认证组织，帮助企业及其产品满足 COPPA、GDPR相关法规要求。

GDPR: GDPR 是欧盟 (European Union) 的一项数据隐私与保护法律，全称为 General Data Protection Regulation，中文标准译名为《通用数据保护条例》。于2018年5月25日正式生效，适用于欧盟 (EU) 及欧洲经济区 (EEA) 内所有处理个人数据的组织，旨在保护对自身个人数据的控制权和隐私权，被公认为“世界上最严格的隐私与安全法”。

GDPRkids™ 隐私保障徽章: 即欧盟儿童隐私最高合规标准，是企业经过PRIVO全面审计、整改并验证后获得的官方信任标记，证明其网站、App、游戏或平台（尤其是面向儿童的信息社会服务）已符合GDPR针对未成年人的全部要求。



《会说话的汤姆猫（全新版）》于2025年10月正式上线全球市场



产品创新:

- 美术、IP形象全面升级，适配当下玩家的审美需求
- 加入全新动画以及对食物的意外反应、新鲜的语音滤镜等趣味互动



《汤姆猫总动员》于2025年9月正式上线Apple Arcade渠道

- 盈利模式为Apple Arcade平台的订阅制
- 支持iPhone、iPad、Mac、Apple TV及Apple Vision Pro
- 除《汤姆猫总动员+》之外，《我的汤姆猫+》《我的安吉拉2+》《汤姆猫游乐园》均已在Apple Arcade渠道上运营

全新动画《汤姆猫超能战队第一季》于2025年6月全网上线



- **国内:** 登陆国内优酷少儿、爱奇艺、腾讯视频、芒果TV以及全国IPTV（交互式网络电视）、OTT（互联网电视）、数字电视等上百家播放渠道
- **海外:** 已上线意大利动画电视频道Cartoonito Italia、英国 BBC 旗下的少儿频道；与俄罗斯、西班牙、东南亚等动画发行频道签署了发行协议
- 利用公司动画全球播放的优势，与汕头玩具产业建立了“IP+产业”合作新模式，双方已联合研发出系列高度还原动画角色、场景及剧情的玩具产品线

汤姆猫随身AI于2025年11月正式上线国内市场

产品创新:

- 接入豆包、deepseek、通义千问、讯飞星火等AI大模型，实现多轮对话、双语对话
- 内置4G网络，拥有定位系统
- 融合《汤姆猫超能战队》动画IP角色性格特征，开展IP角色个性化应答
- 超能连接功能：两台设备可结为伙伴，开启消息互动
- 拥有长期记忆功能
- 拥有古诗、儿歌、睡前故事等丰富的内容矩阵，可进行成语接龙、猜谜语、脑筋急转弯等语音互动游戏
- 无屏幕设计杜绝蓝光隐患



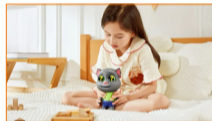
汤姆猫AI机器人市场表现以及荣誉奖项:

- 5月登顶抖音全平台玩具模型榜/商品榜玩具榜第一名
- 入选2025年度杭州十大“科技新特产”
- 相继被浙江电视台新闻频道、中央广播电视总台中国之声等权威媒体报道

汤姆猫AI机器人于2024年12月上线国内市场

产品创新:

- 接入豆包、deepseek、通义千问、讯飞星火等AI大模型，实现多轮对话、双语对话
- 拥有主动聊天功能
- 通过AI情感引擎识别用户情绪，并给予正向激励
- 头部传动装置可循声定位，实现120°自由转头；耳朵和嘴巴随活动动作自然活动
- 拥有20多种灵动表情，增强互动沉浸感



议题指标

研发人员占比 **27.82%**

有效专利数 **41**↑

2025年研发投入 **26,058.45万元**

有效软件著作权 **639**↑

占营业收入比重 **28.14%**

有效商标 **4,171**↑

· 产品和服务安全与质量

汤姆猫主要涉及线上内容、线下衍生周边产品以及线下亲子乐园等服务的安与质量管理。

议题治理

公司管理团队（总经理及核心业务分管高管）承担日常质量管控统筹与监督职责，牵头制定公司质量管控体系与核心标准，统筹质量资源配置；子公司业务负责人与各项目负责人为产品或服务质量第一责任人，负责质量管控要求的落地执行、全流程动态管控与问题闭环处置，严格落实质量标准与操作规范，组织开展质量自查、整改及复盘工作，对所辖业务、项目的产品及服务质量直接负责。



线上内容领域：在质量领域，公司海外子公司在采购环节、移动应用研发测试及在线运营环节均建立了完整、系统的质量控制体系，配备了专业的法务部门、质量控制Quality Assurance部门，覆盖分析设计需求、识别风险、产品开发所有阶段进行测试、游戏基础设施测试（产品技术稳定性、广告投放、内购付费、后端配置等）等质量控制工作。在项目开发过程中，质量控制团队将从创意策划阶段便明确内容质量标准（含合规性、教育性、趣味性等），在制作过程中开展多轮内部评审与外部测试，上线前完成稳定性、兼容性、用户体验等全维度测试，同时已上线产品的更新与迭代版本同样需经过产品质量控制组的检测才能上线。

线下衍生周边领域：由产品管理部门与IP监修部门负责质量管控，建立“合作伙伴筛选-设计、生产过程监修-成品验收-售后追溯”全流程机制。前期通过资质审核、样品测试、产能评估筛选优质合作方；合作期间组建专业监修团队，对生产环节进行抽检复核，重点把控材质安全、IP形象还原度及工艺标准；后期联动客服部门处理质量反馈，确保产品质量达标。



线下服务领域（亲子主题乐园、亲子酒店等）：由线下运营部门、安全管理部门牵头，制定硬件设施维护、服务流程规范、安全保障标准等制度，统筹工作人员培训（含亲子服务技巧、应急处理流程等）、现场体验优化及用户反馈处理等工作，确保线下服务质量稳定可控。各执行部门根据业务特点制定具体质量管控细则，明确各岗位质量责任，确保质量要求落地到每个环节。



各业务线指定专人作为客服对接人，处理专属领域的客户咨询与投诉，确保响应及时、处置闭环。子公司及项目负责人对所辖业务的客户服务质量及投诉处理效果承担连带责任，需定期复盘服务问题，推动业务端优化改进。

议题战略

公司对产品和服务质量领域识别出的风险与机遇、评估其影响以及应对策略如下表所示：

风险/机遇		影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
风险	内容合规风险	短中期	短期：产品整改 中期：产品下架	建立合规研发管理体系，由全球法务、市场团队开展政策跟踪与合规研判；实时关注并严格落实最新法律法规和行业政策、运营国家和地区的税收政策；强化与行业监管部门及同行企业之间的交流与沟通；定期为研发和运营等部门进行内容自审培训；对已上线产品建立常态化合规复盘机制，及时整改潜在风险点
	技术质量风险	短中期	短期：线上应用出现卡顿、闪退，AI硬件出现功能故障，引发用户投诉；中期：用户体验下滑，市场口碑恶化，影响产品复购与推广	构建技术质量测试体系，线上产品上线前完成多终端兼容性测试、高并发压力测试，AI硬件产品开展多场景稳定性测试与耐用性测试；建立核心技术自主可控机制，针对关键环节配备专业技术人员，保障技术质量稳定性；强化技术合作方质量管控，签订技术质量保障协议，明确故障责任划分与整改时限
	服务质量不均风险	短中期	短期：线下服务体验波动，引发用户投诉；中期：影响线下体验场景口碑传播，制约亲子乐园、酒店等业务扩张	制定全场景服务质量标准手册，统一线下服务流程、安全规范、应急处理机制，确保不同区域门店服务质量一致性；建立服务人员分级培训体系，涵盖亲子服务技巧、IP文化认知、安全保障规范等内容；搭建“线上问卷+现场调研+客服反馈”多渠道用户评价体系，实时跟踪服务质量动态；推行服务质量奖惩机制，将用户满意度、投诉处理率等指标纳入绩效考核，倒逼服务质量提升
机遇	品质消费升级机遇	短中长期	短期：满足用户高品质需求，提升产品溢价能力； 中期：扩大目标用户群体，增强市场竞争力； 长期：强化IP高端形象，赋能IP生态发展	深化用户需求调研，通过亲子场景焦点小组、AI产品体验官访谈等方式，精准挖掘家庭用户对内容品质、产品安全性、服务专业性的核心诉求；打造“品质标杆产品”，通过权威机构认证、品质奖项申报等方式，强化品牌品质认知
	IP生态质量协同机遇	中长期	构建质量驱动的IP生态壁垒	推动质量管控与IP运营深度融合，将“高品质”打造为汤姆猫IP核心标签，提升品牌辨识度与用户忠诚度；以IP形象一致性、质量标准统一性为核心，强化各业务线质量管控联动，确保用户在不同场景下获得连贯的高品质体验

议题影响、风险和机遇管理

公司围绕汤姆猫家族IP，始终坚持品质内容、长线运营的策略，以“寓教于乐，智创家庭幸福”为核心使命，线上内容绿色健康、益智有趣，线下服务坚守高品质底线，以专业、安全、精致的体验标准，打造与IP价值匹配的优质服务体系。在保障产品与服务的品质上，公司建立了“管理层统筹+执行层落地+监督层保障”的分层质量管控机制，明确各层级权责边界，确保风险有效防控、机遇充分利用。

产品质量管理机制

- 管理层：由公司总经理牵头，联合核心业务分管高管组成质量管控统筹团队，负责传达落实公司整体发展要求，审定质量管控体系与核心标准，统筹协调跨部门、跨区域质量资源，审议重大质量问题处置方案，定期听取质量管控工作汇报，确保质量管控与公司整体运营目标保持一致；
- 执行层：子公司及各业务部门成立质量专项小组，负责风险识别、机遇捕捉、应对策略落地，定期向管理层汇报质量管控进展；
- 监督层：内审部门、法务部门将质量管控纳入内部审计与合规审查范围，重点核查质量标准执行情况、风险应对有效性、合规要求落实情况，确保管理机制有效落地。

全流程追溯机制

- 立项阶段：所有新产品、新服务立项前，须开展质量风险与机遇评估，由市场、技术、合规等多部门联合评审，明确质量目标、风险阈值及应对预案，评估不合格不得立项；
- 实施阶段：线上内容制作、AI硬件生产、线下服务运营等环节，建立质量保证机制，实时记录质量数据、问题整改情况，确保全流程可追溯；
- 交付阶段：产品上线、服务落地前，须组织质量控制部门完成验收，验收合格方可交付；交付后建立质量跟踪机制，持续监控质量表现；
- 复盘阶段：定期开展产品与服务质量复盘，总结风险应对经验与机遇利用成效，优化质量管控体系与战略规划。针对异常情况，如内容违规率、产品故障率、数据安全事件等，一旦触发预警，立即启动应急响应，第一时间同步至对应管理层，快速处置。

用户投诉与反馈机制

- 公司各业务线均制定了用户反馈、投诉接收及响应机制。其中，游戏业务设有7×12小时线上咨询服务，用户可通过客服支持网页 (<https://talkingtomandfriends.com/support>)、邮箱 (support@outfit7.com)、服务热线 (中国: 400 020 9800、美国: +1 (256) 203-9712) 等多个渠道联系我们，此外，公司汤姆猫家族IP系列多款游戏内置客服/反馈入口，用户可直接在游戏内提交问题，从而实现端内快速触达；线下亲子乐园业务设有现场+线上双服务通道，现场设置服务台，线上开通电话、企业微信咨询入口；服务人员需实时响应现场客户需求，客服中心对非现场投诉经核实后24小时内响应。
- 公司客服团队将用户投诉与反馈开展定期的汇总，分析投诉处理满意度、问题重复发生率等数据，及时上报潜在风险（如群体性投诉、负面舆情），捕捉产品优化或升级的机遇。

议题目标

年度内无产品和服务的安全与质量重大事件；
定期开展产品与服务质量、安全等相关的员工培训；
年度内客户服务投诉响应及时率 > 98%

议题指标

2025年针对员工

开展客户服务质量培训次数

60次

2025年针对员工

开展客户服务质量培训覆盖人数

321人

2025年针对员工

客户服务质量培训总时长

73小时

2025年

产品或服务违法违规次数

0次

2025年内

客户服务热线接听次数

4,050次

2025年内

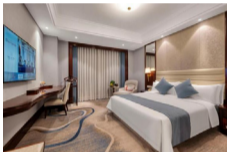
投诉处理率

100%

得益于高品质的游玩体验，汤姆猫亲子乐园湖州店于2025年获评“大众点评必玩榜”



上虞雷迪森万锦大酒店集餐饮、旅居、会议、康乐功能于一体，是公司旗下的五星级酒店；2025年1月，上虞雷迪森万锦大酒店多个部门开展全面、深入的地毯式消防安全大检查，确保节假日期间酒店稳定运行



公司汤姆猫AI童伴售后服务卡详细约定了换货、维修、故障排查等核心服务条款以及联系方式。线上官方旗舰店支持7天无理由退货。



公司子公司Outfit7关于汤姆猫家族IP系列游戏、动漫等内容的客服支持页面 (<https://talkingtomandfriends.com/support>)



用户投诉与反馈渠道

★ 汤姆猫游戏业务

客服支持网页: <https://talkingtomandfriends.com/support>

客服邮箱: support@outfit7.com

客服服务热线: 400 020 9800 (中国)

★ 汤姆猫亲子主题乐园

总部手机号: 19906719505

乐园官方微信公众号: 汤姆猫亲子乐园

乐园官方抖音账号: 汤姆猫亲子乐园

★ 汤姆猫AI智能产品

AI童伴App内: 【我的】 【咨询客服】

· 数据安全与客户隐私保护

议题治理

公司在全球市场深耕优质内容与亲子文娱服务十余年，高度重视数据安全与客户隐私保护，尤其是未成年人权益保护领域。公司严格遵守各种国际隐私法规（如欧盟的GDPR、美国的COPPA儿童在线隐私保护法、中国的个人信息保护法、巴西的LGPD等），持续将数据安全和用户隐私保护纳入核心治理体系，通过“制度体系-技术规范-第三方认证”的全链条治理架构，确保数据安全与用户隐私保护工作贯穿业务全流程。

1

公司管理层牵头统筹数据安全与客户隐私保护工作，主导数据安全防护体系、客户隐私合规管理、未成年人权益专项保护等核心制度的顶层设计，明确数据安全与客户隐私保护工作的核心方向、关键目标与资源投入优先级，确保相关工作与公司可持续发展战略深度契合，并对数据泄露、未成年人权益保护等重大风险事项进行专项决策部署。

2

数据安全与隐私保护工作贯穿公司总部、各职能部门及子公司，形成全域协同的管理格局。在总部层面，公司建立了完善的制度保障体系，通过《信息系统内部控制制度》《内部信息保密制度》《内幕信息知情人登记管理制度》《保密及知识产权归属协议》等一系列规章制度，从流程规范、权限管控、责任界定等多维度筑牢数据安全防线。在产品层面，公司在全球制定并持续优化了移动应用产品涉及的《用户协议》《隐私政策》《儿童隐私政策》《应用权限说明》等用户权益保护制度。

3

公司采取了符合业界标准、合理可行的物理、电子和管理方面的必要安全措施，进而保护用户的个人信息不会被泄露、毁损或丢失，包括但不限于在数据交换过程中使用TLS1.2或更高版本的加密协议、使用加密技术保障数据的安全性、采用受信赖的保护机制防止数据免遭恶意攻击等。

4

在监督执行层面，公司建立了多层次、常态化的跟踪机制：管理层通过周例会、月度专项汇报等形式，对数据安全防护措施落实进度、隐私合规执行效果进行动态跟踪，及时协调解决推进过程中的难点问题；内审部门将数据安全与隐私保护纳入年度内部审计核心范畴，重点核查数据收集、存储、使用、传输、销毁全生命周期的合规性，以及相关制度的实际执行有效性；法务部门定期开展全面合规自查与专项风险排查，针对未成年人权益保护、用户隐私等重点领域实施强化审核，确保全链条治理机制落地见效。

议题战略

公司对数据安全与客户隐私保护领域识别出的风险与机遇、评估其影响以及应对策略如下表所示:

风险/机遇	影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
跨境数据传输合规风险	短中期	短期: 业务开展受限; 中期: 面临监管处罚、品牌声誉受损	搭建全球化跨境数据合规体系, 动态适配不同国家/地区数据跨境相关法规要求; 租用当地云服务器存储本地化数据; 定期清理用户数据, 仅保留极少的、用于产品开发用的数据
未成年人权益保护违规风险	短中长期	短期: 产品整改; 中长期: 产品下架、用户信任度下降、IP品牌力下降、面临合规处罚	严格遵守全球各地的监管法规, 持续完善未成年人权益保护机制; 接入权威的未保系统/平台以确保产品合规; 采取可靠措施鉴别儿童身份, 严格限制消费与数据收集; 聘请权威第三方机构对儿童相关产品进行专项数据安全测评, 获得权威第三方认证
技术漏洞导致的数据安全风险	短中期	短期: 产品整改 中期: 用户信任下降、IP声誉受损、面临合规处罚	通过外部合作+自行开发技术工具防止数据丢失、未授权访问、篡改或泄露, 定期开展网络安全漏洞扫描、渗透测试, 升级数据加密、访问控制等防护技术; 开展外部合作时, 要求并监督第三方服务商采取同等安全措施; 制定数据安全事件应急预案, 明确应急响应流程、责任分工及用户告知机制, 降低风险扩散影响
隐私保护信任溢价机遇	中长期	提升用户忠诚度、强化IP和品牌竞争力、形成口碑传播	将隐私保护优势融入产品差异化竞争策略, 吸引注重数据安全的用户; 对外公开数据安全防护措施与合规认证成果, 树立“健康”“益智”“安全”的品牌形象; 隐私保护体系透明化, 通过产品内隐私政策清晰展示、用户隐私偏好自主设置等功能, 增强用户信任
数据安全技术创新机遇	中长期	优化数据管理效率、降低合规成本、拓展产品应用场景	通过联合研发、技术合作等方式, 引入先进的漏洞检测、入侵防御、数据脱敏等技术, 提升防护体系先进性; 强化对各个地区的数据安全、个人信息保护相关产业政策了解, 依托合规优势, 拓展教育、亲子等对隐私保护要求较高的业务领域

议题影响、风险和机遇管理

公司长期深耕“安全+隐私”友好型生态构建，以技术创新推动数据安全与业务发展深度融合，打造全球领先的隐私保护标杆企业，强化用户信任与品牌价值。在该战略下，公司产品开发团队、法务团队、运营团队、数据安全团队、内审部门、公共关系等部门持续跟踪行业监管政策变化、前沿安全技术发展及用户隐私需求变动，识别潜在风险与机遇，及时反馈至管理层；管理层在开展详细调研后，制定针对性的应对方案组织落实。

(一) 管理机制

明确各部门权责边界，数据处理环节需经数据安全、负责数据合规的法务团队联合审核，明确数据安全责任主体与风险阈值；在产品合作环节，审核合作方数据安全资质，合同中明确数据处理权限与保密义务；建立数据全生命周期管理台账，对数据收集、存储、使用、传输、销毁等环节进行全程记录，确保可追溯、可问责；对可能接触到用户个人信息的员工采取了严格的管理，包括但不限于根据其岗位的不同采取不同的权限管理、同其签署保密协议、监控其操作情况等。

合规层面：组建海内外合规团队，梳理海内外数据安全与隐私保护法规差异，形成合规指引；不定期为产品、研发、运营等部门开展合规培训，提升全员隐私保护意识；聘请外部权威开展第三方认证，对新产品、新功能开展合规评审，确保上线前符合相关法规要求；定期开展信息系统外部审计；坚持最小必要原则，只在支撑游戏运营服务的最小需求范围内收集用户个人数据；收集的个人信息均被匿名化处理，公司无法用于识别、确认或关联用户的真实个人身份。

青少年用户保护：

公司根据用户所提交的实名认证及年龄等信息，对应用程序的某些功能进行年龄限制，以确保对年幼用户进行隐私保护；

若未达到年龄要求，公司产品将关闭针对该用户的设备ID而收集并分享个人身份信息的潜在功能，以此保护未成年人隐私；

公司不保存用户的出生年份，仅用于判断用户的年龄是否达到年龄限制的要求；

若公司收集了年龄不满13岁儿童的个人身份，公司将第一时间采取措施将其删除。

(二) 监测流程

日常由技术团队实时监测数据访问行为、系统安全状态，及时发现异常登录、违规操作等风险苗头。

用户层面：建立透明化的用户沟通机制，通过产品内弹窗、官方公告等方式，清晰告知收集哪些用户数据以及使用目的；设立投诉反馈通道，及时响应并处理用户相关诉求；一旦发现数据泄露，将及时通知用户和监管机构。

(三) 管理措施

技术层面：采用合规库、数据加密、访问控制、行为审计等技术，搭建全方位隐私保护与数据安全防护矩阵；定期开展技术升级与安全测评，确保防护能力适配业务发展与技术迭代。

应急层面：发生数据安全事件时，严格按照“快速响应、如实告知、及时止损、妥善善后”的原则，降低对用户、公司以及产品的影响。

自研合规库 (Compliance Library)

用户须先同意隐私条款才能使用，且用户在同意用户协议与隐私之前，公司产品不会进行任何SDK的初始化；

完全离线运行，无需联网就能弹出隐私同意页面；

运行在手机内置的WebView (小浏览器) 里，确保隐私不外泄；

支持随时远程更新，即使法律法规发生变更也不用更新整个游戏，而只需要更新合规库文档；

100%兼容老手机 (安卓5+、iOS10+) ；

基于Vue2框架写成插件，开展模块化设计，不同国家法规模块分开。

议题目标

- 持续完善合规体系
- 年度内无重大数据安全与隐私合规违规事件，轻微违规整改完成率100%
- 新产品，尤其是面向未成年人的产品，通过 PRIVO 等权威第三方隐私合规认证
- 定期开展数据安全与隐私合规员工培训

海外子公司 Outfit7 制定了《全球游戏隐私政策》《中国应用隐私政策》《主机版（游戏机）隐私政策》《儿童游戏隐私政策》《网站隐私政策》等各种专门的、细分的隐私政策，相关政策均遵守 **GDPR（欧盟通用数据保护条例）、COPPA（美国儿童在线隐私）、CCPA/CPRA（加州隐私法）** 等全球严苛的用户数据保护法律法规。

奥飞特七中国儿童游戏隐私政策

(最后更新于2025年07月01日)

关于我们和本隐私政策

奥飞特七深知儿童个人信息和隐私安全的重要性。为了更好地保护您所监护儿童的个人隐私，除《奥飞特七主要隐私政策》外，我们还制定了《奥飞特七中国应用隐私政策》、《奥飞特七中国游戏隐私政策》、《隐私政策》。我们将通过《奥飞特七中国应用隐私政策》、《本政策》向您说明奥飞特七会如何收集、存储、使用、维护、共享及传输儿童个人信息，并说明您作为监护人应享有的权利。

本政策是《奥飞特七中国应用隐私政策》的重要组成部分。如本政策条款与隐私政策条款不一致的，以本政策为准。本隐私政策中，“奥飞特七”、“我们”或“我们们”指的是奥飞特七网络科技有限公司，以下简称“奥飞特七”或“我们”。

本政策中的“儿童”是指不满十四周岁的未成年人。儿童的个人隐私属于敏感个人信息。在使用我们的游戏服务时，请儿童的父母或监护人（“您”）务必仔细阅读并理解本政策，特别是与您所监护的儿童相关的部分。您应确保儿童充分理解并同意本政策。我们会对所监护儿童隐私信息进行严格保护。一旦您所监护的儿童开始使用我们的游戏，即视为您已充分理解并同意本政策。

CHILDREN'S PRIVACY

We consider ourselves to be family oriented and we take the privacy and safety of players below the age limit as required by the applicable data protection legislation ("Children/Child") under special consideration. This is why we have decided to voluntarily implement higher protection standards for Children. We do not knowingly collect personal information from Children, with the exception of allowed online identifiers (as allowed by the applicable legislation and relevant rules).

If we learn that we have collected personal information, other than online identifiers, of Children, we will take all reasonable steps to delete the information as soon as possible. If you become aware that your Child has provided us with personal information without your consent, please contact us at privacy@outfit7.com.

Learn more

The features enabling potential collection and sharing of personally identifiable information, except for online identifiers, are disabled for Children. For example, advertisements selected by Children are never shown to teenagers to protect their privacy. Such features are safeguarded by either age gate or parental gate, depending on the Game.

Outfit7官网清晰展示中英文《儿童隐私政策》

中文: <https://talkingtomandfriends.com/customs-privacy/o7-networktech-privacypolicy-children/zh>

英文: <https://talkingtomandfriends.com/privacy-policy-games/en>

因为公司的产品适用的群体主要是小孩和家庭，我们的产品面向全球，所以必须严格遵守各种国际隐私法规和儿童权益保护。公司子公司网站、汤姆猫家族系列游戏产品均经过了海外权威第三方认证机构Privo认证，并获得了GDPRkids™ 隐私保障徽章以及COPPA 安全港认证标志。公司相关网页、产品获第三方认证情况如下：

序号	产品/网页	所获认证
1	 Outfit7官网 (Outfit7 Website)	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
2	 会说话的汤姆猫家族官网 (My Talking Tom Friends Website)	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
3	 会说话的汤姆猫家族TV (Talking Tom and Friends TV)	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
4	 《我的安吉拉》My Talking Angela	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志

序号	产品/网页	所获认证
5	 《我的安吉拉2》 My Talking Angela2	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
6	 《我的汉克狗：海岛》 My Talking Hank: Islands	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
7	 《我的汤姆猫》 My Talking Tom	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
8	 《我的汤姆猫2》 My Talking Tom 2	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
9	 《汤姆猫总动员》 My Talking Tom Friends	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志

序号	产品/网页	所获认证
10	 《汤姆猫总动员2》 My Talking Tom Friends 2	GDPRkids™ 隐私保障徽章
11	 《会说话的安吉拉》 Talking Angela	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
12	 《会说话的狗狗本》 Talking Ben the Dog	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
13	 《会说话的金杰猫》 Talking Ginger	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
14	 《会说话的金杰猫2》 Talking Ginger2	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志

序号	产品/网页	所获认证
15	 会说话的鹦鹉皮埃尔 Talking Pierre the Parrot	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
16	 《会说话的新闻》 Talking Tom & Ben News	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
17	 《汤姆猫小镇》 Talking Tom & Friends: World	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
18	 《汤姆猫炫跑》 Talking Tom Candy Run	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
19	 《会说话的汤姆猫》 Talking Tom Cat	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志

序号	产品/网页	所获认证
20	 《会说话的汤姆猫2》 Talking Tom Cat 2	GDPRkids™ 隐私保障徽章
21	 《汤姆猫跑酷》 Talking Tom Gold Run	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
22	 《汤姆猫英雄跑酷》 Talking Tom Hero Dash	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
23	 《汤姆猫摩托艇2》 Talking Tom Jetski 2	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志
24	 《汤姆猫时光快跑》 Talking Tom Time Rush	GDPRkids™ 隐私保障徽章 COPPA 安全港认证标志

注释：



COPPA 安全港认证标志，即经Privo第三方审计与认证，相关网站、应用程序、产品和/或服务在儿童隐私保护方面符合美国《儿童在线隐私保护法》(COPPA) 的规定。该项认证获官方机构美国联邦贸易委员会 (FTC) 的认可。是目前业内公认的最权威儿童隐私合规路径之一。在审计和认证程序上，除每半年进行一次评估外，PRIVO还对相关网站、应用程序、产品和/或服务定期进行合规性监控。



GDPRkids™ 隐私保障徽章，即经Privo第三方审计与认证，相关网站、应用程序、产品和/或服务在儿童隐私保护方面符合欧盟《通用数据保护条例》(GDPR)的规定。该认证被很多国际儿童品牌面向欧盟用户时采用，作为展示合规上的重要信号。

议题指标

I 2025年

数据安全类事故

0次

I 2025年内

违反未成年人保护相关法律法规事件次数

0次

I 2025年针对员工

开展数据安全相关的培训次数

14次

I 2025年针对员工

开展数据安全相关的培训覆盖人数

21人次

You asked him
about Ginger so
many times his
ears turned orange



· 供应商可持续管理与行业促进

议题治理

公司根据国内外的法律法规制定了《采购与付款内部控制制度》《供应商及业务伙伴行为准则》等制度，建立“分层负责、跨部门协同”的供应商可持续管理治理架构，明确各主体职能，确保供应商管理合规、可持续且贴合公司战略方向。

治理架构	管理职能
公司管理层	批准供应商可持续管理领域的相关制度、重大供应商合作决策、审核供应商管理重大风险解决方案
业务团队	制定供应商准入、评估、日常管理及退出流程；牵头筛选符合公司制度标准的供应商；推动供应商协同创新；对接战略供应商等；监督供应商产品/服务质量与可持续标准执行情况
法务合规部	审核供应商合作协议中的合作条款，合作协议包含附件《供应商及业务伙伴行为准则》，详细约定了供应商及合作伙伴在劳工权益、合法经营、隐私保护、SDK监控、知识产权保护、环境保护等ESG领域的责任与义务；处理供应商合规纠纷
内审团队	监督供应商准入、评估、合同签署、合作开展、付款等全流程合规性

议题战略

公司在供应商可持续管理与行业促进领域识别出的风险与机遇、评估其影响以及应对策略如下表所示：

风险/机遇	影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
核心 供应商 依赖 风险	短中长期	供应商内部机制变动、价格变动，进而造成公司的成本增加或收入减少	推动供应商多元化，降低单一供应商依赖；与核心供应商签订“长期合作框架”；建立核心供应商备选库

风险/机遇		影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
风险	供应商 合规与 质量风险	短中期	短期：可能面临监管处罚、 产品召回或下架； 中期：损害公司 ESG 声誉， 影响品牌形象	签署附则《供应商及业务伙伴行为准则》，明确供应商的责任与义务；通过现场考察、产品或服务质量核验等方式确保供应商提供的产品和服务质量达标；基于供应商合作规模、战略匹配度、合规与质量表现、交付能力及风险等级，建立供应商分级清单
	优质 供应商 协同 创新机遇	短中长期	加速公司战略落地；提升产品市 场竞争力	

议题影响、风险和机遇管理

公司建立了全方位的供应商管理机制，以合规管控为核心，兼顾合作质量与行业协同，推动供应商体系规范化、优质化发展，具体如下：

准入管控机制

- 通过内部规则明确供应商准入标准，覆盖业务资质核查、数据保护、合规性、SDK监控、许可等核心领域，从源头筛选符合公司要求的合作伙伴，筑牢合作基础，同时助力行业合规生态建设。

合同约束机制

- 与合作伙伴签订具备法律效力的合同，以合同义务明确合作双方权责，要求合作伙伴遵守高标准的数据保护和数据保护规定，尤其针对广告变现合作伙伴，明确其作为数据控制者不得与数据处理方合作，规避责任风险。

风险导向管理机制

- 结合作伙伴运营实际，动态评估合作风险，针对不同风险等级实施差异化管理措施，若监测发现合作伙伴的SDK存在合规风险，立即采取针对性处置措施，首要采取SDK禁用措施；若风险无法整改、情节严重，将合作伙伴从公司应用程序中彻底移除，终止合作关系，杜绝风险扩散。

尽职调查机制

- 针对存在奴役和人口贩卖风险的供应商，建立专项尽职调查流程，其中针对主要消费品授权合作伙伴，设计涵盖现代奴隶制、人口贩运等合规主题的专项问卷，要求合作伙伴在签订合同前如实填写，强化专项风险管控。

为确保供应商持续符合合作标准，防范合作过程中的各类风险，公司建立了常态化、全流程的供应商监测流程，实现对合作全周期的动态管控：

- 日常合规监测：对合作伙伴的运营行为、合作履约情况进行常态化监测，重点核查合规性、数据保护执行情况，及时发现潜在风险隐患；
- SDK专项监测：针对合作伙伴接入的SDK实施持续监控，重点排查SDK存在的合规风险、安全隐患，建立实时监测预警机制，确保SDK使用符合公司规则及行业标准；
- 风险核查监测：基于风险导向原则，对运营过程中发现存在风险迹象的供应商，启动专项监测流程，收集其运营信息、资质文件等相关资料，核实其合规资质及运营合法性，进一步明确风险等级。

议题指标与目标

截至2025年底全球供应商总数

2002家

2025年内供应链环节中重大风险与影响的事件数量

0次

截至2025年底逾期未支付采购款项的金额

0元

- 2025年10月，海外子公司参加2025欧洲品牌授权展，分享关于游戏原创IP如何成长为多平台发展动力源以及公司与合作方在合作过程中的IP规范、产品质量把控等方面的实践经验。



- 2025年7月，公司与深圳市奋达科技股份有限公司、浙江福莱新材料股份有限公司在绍兴上虞举行战略合作签约仪式，三方正式携手，计划利用各自的资源，在消费级AI智能机器人等终端硬件业务上，开展从研发生产到销售渠道、从人才引进与培养到资本合作等方面的全方位深度合作。



- 2025年3月，公司和上海光羽芯辰科技有限公司达成合作意向。双方计划利用各自优势技术及专业能力，开发高性能、低功耗且适配多场景应用的AI端侧大语言模型软件及硬件应用，并对双方初步分工及阶段性安排作出了规划。



· 员工雇佣与权益保障

议题治理

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规以及国际劳工组织核心公约等相关要求，将“平等雇佣、合规用工”作为招聘与用工核心准则。坚决杜绝基于性别、年龄、民族、国籍、宗教信仰或其他社会及个人因素的歧视行为，确保所有员工及候选人能够获得平等的就业机会，严厉禁止使用童工，保障招聘过程合规、公平、透明。除此之外，公司海外子公司分布于英国、塞浦路斯、斯洛文尼亚等地，其员工招聘与权益保护需遵守当地及欧盟的劳动法、员工数据保护法及相关的就业法规。在员工招聘与权益保护上，公司制定了完善的治理架构与管理体系。

治理架构	管理职能
公司管理层	批准用人计划及录用
人力资源部	制定招聘计划；组织招聘活动；筛选简历；综合素质面试和测评；组织专业技能面试和测评；协调业务模块招聘过程；执行背景调查；分析招聘有效性、成本、人才市场状况等因素，不断优化招聘流程
用人部门	综合考虑人员编制、人员成本，提出招聘需求，沟通招聘细节（例如工作职责、能力要求等），实施专业技能面试和评估，面试结果输出，推荐是否录用，薪资建议等



议题战略

公司在员工雇佣与权益保护领域识别出的风险与机遇、评估其影响以及应对策略如下表所示：

风险/机遇		影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
风险	核心人才流失风险	短中长期	制约创新能力提升，削弱核心竞争力	搭建了平台化的人才管理机制，通过完善晋升通道、提升绩效、落实员工持股计划等多种方式激励优秀员工；打造包容、平等的工作环境，给予员工更大的施展空间和创作自由度；建立核心人才储备库，搭建内部晋升通道，强化梯队联动与传承；签订保密协议与竞业限制协议，明确离职后数据安全责任
	工会化与集体谈判风险	短中期	短期：劳资关系紧张，员工可能发起罢工，导致项目延期； 中期：决策效率下降，集体谈判可能延缓公司战略执行	建立人事部、管理者与员工之间的常态化沟通机制，设置员工匿名投诉或举报邮箱；完善薪酬福利、职业发展、劳动保障等体系，保障员工合法权益，提升员工归属感与认同感；加强企业内部文化建设，传递企业发展愿景与员工成长强关联
	劳动合规风险	短中期	短期：面临劳动仲裁、行政处罚 中期：损害公司声誉，影响人才吸引力	组建专业的人事团队和法务团队，定期梳理国内外劳动法规，确保雇佣全流程合规；安装、定期检查工作场所安全防护设施，确保员工生命财产安全；保障员工个人信息安全，建立透明化的员工数据管理机制
机遇	人才梯队建设带来的创新机遇	中长期	中长期：有助于企业吸引优秀人才，最大限度发挥人才的积极性和能动性，生产力提升，推动企业创新发展	搭建“校招新人-骨干员工-核心人才-管理人才”梯队培养体系，针对性提供成长资源；设立创新项目孵化平台，鼓励员工参与跨部门项目，释放创新潜力；打造有竞争力的薪酬体系；组织员工开展职业培训活动，提高员工专业素能
	雇主品牌升级机遇	中长期	中长期：有助于吸引优质人才加盟，降低招聘成本；提升员工自豪感与忠诚度，强化团队凝聚力	公开员工权益保障举措与成效，通过官网、社交媒体传播雇主形象；鼓励员工分享工作体验，形成口碑传播

议题影响、风险和机遇管理

管理制度：筑牢合规根基，明确权责边界

(一) 招聘管理专项制度

公司依据《劳动法》《劳动合同法》，制定了《招聘管理办法》《总部入职管理规范》《总部试用期管理规定》《员工档案管理制度》《离职管理制度》等完善的人员招聘制度，明确录用、试用期、转正、辞退全流程操作规范，覆盖全体正式员工、试用期员工及劳务派遣人员，确保招聘录用工作的及时、准确和有序性，也为公司人才梯队建设与人才储备筑牢坚实的制度基础。

其中，公司《招聘管理办法》《试用期管理规定》等制度全力保障招聘流程的合规透明，有效防范应聘者资质造假、信息不实等风险。根据公司制度，招聘对象须通过人力资源、用人部门等多轮面试方可做出录用建议，人力资源部门开展筛选简历、综合素质面试和测评、组织专业技能面试和测评以及执行背景调查等工作，以确保应聘者学历、工作经历、职业资格等情况的真实性并匹配岗位需求；用人单位实施专业技能面试和评估，聚焦岗位核心职责与任职要求，重点考察应聘者的专业技术能力、实操经验、项目落地成果及岗位适配性，全面验证应聘者专业技能与岗位需求的契合度，同步评估其职业素养、团队协作意识及与公司文化的匹配度。经录用后的应聘者还需通过试用期考察，完成试用期考核计划的人员方能正式入职。

(二) 员工权益保护制度体系

公司制定了《员工手册》《新员工入职培训制度》《公司薪酬制度》《考勤与休假管理办法》《绩效管理办法》等，涵盖薪酬发放、社保参保、健康安全、奖惩规则等内容，保障员工合法权益的同时，还为员工提供商业保险、通讯补贴、餐补、交通补贴、健康体检以及生日福利、节日福利、休假福利等丰富多样的福利体系。针对外省及外籍引进人才，提供落户咨询与协助服务，为外籍核心人才专项开通工作签证办理、居留许可申请等服务通道，全方位解决员工工作与生活后顾之忧。

HR 直通车

HR
consultancy

专人对接咨询

打造“一站式”人力资源服务

Be your good friends

薪酬福利

- 薪酬管理:工资、奖金、绩效工资、个税
- 福利管理:就餐补贴、高温补贴、通讯补贴、交通补贴、节假日福利、年度体检
- 五险一金:养老、工伤、医疗、失业、生育、公积金
- 证明开具:收入证明、在职证明
- 退休管理

人才服务支持

- 入离职管理、考勤管理
- 员工信息管理:信息更新、查阅、调取等
- 劳动协议签订:劳动合同、实习协议、兼职协议等
- 员工福利:商业保险报销、生日福利、团建费
- 杭州政策支持:员工居住证、杭州落户政策、市民卡、个人档案调转
- 员工成长支持:职称申报管理、专业技术资格考试管理
- 外籍人才支持:外籍人才工作签、外籍员工申报

监测流程：动态跟踪风险，快速响应诉求

（一）风险识别与排查机制

- 组建人力资源与法务联合合规团队，不定期开展招聘合规风险排查，重点核查学历资质验证、劳动合同签订、社保参保等关键环节，建立风险清单。开展权益保护风险专项识别，覆盖薪酬发放、试用期管理、辞退流程、健康安全等领域，重点关注高风险岗位劳动保护、跨境员工权益适配等问题。

（二）动态跟踪与监督流程

- 公司人力资源部门及法务部门持续跟踪国家及地方劳动法规修订动态，同步更新内部制度中涉及工资标准、社保参保政策等相关适用条款，确保制度内容与法规要求实时对齐，保障其时效性与合规性。
- 搭建“人力资源自查 + 财务协同核验 + 内审专项监督”的多层级监督体系：人力资源部日常开展常态化核查，重点关注招聘流程合规性、薪酬发放、社保缴纳及时性；财务部协同核算薪酬核算的准确性与发放合规性；内审部将人力资源管理合规性纳入日常审计范畴，重点监督人力资源部及各业务部门在用人全流程（招聘、录用、薪酬福利、考勤休假等）中对规章制度的执行情况，确保各项用人操作规范落地。
- 畅通员工诉求反馈渠道，通过试用期面谈、离职面谈、意见箱、邮箱等方式，收集员工对招聘公平性、工作环境满意度、权益保障等方面的意见建议。

（三）内部调查

- 收到违规线索或员工诉求后，人力资源部3个工作日内启动核查，联合财务部、法务部、用人部门等必要调查人员。调查过程中，要求小组成员严格遵循公司既定流程规范，全程尊重员工合法权益与个人隐私，履行严格的保密义务，严禁泄露调查细节、员工个人信息及相关敏感内容。
- 经核查明确问题成因、责任主体及影响范围后，针对发现的问题制定整改及相应警示措施。整改完成后，由专项调查小组开展复核验收。整个调查及整改过程始终将员工隐私保护与合法权益保障作为核心原则，所有环节均严格执行保密要求，杜绝信息泄露风险。

汤姆猫员工手册

内部申诉

公司认同相互沟通的意义和益处。当员工对公司的做法持不同意见或有委屈、抱怨时，公司希望员工能按以下申诉程序向所属公司反馈，处理分歧和解决问题。

步骤1：

一旦发生问题，请尽快与自己的直属主管讨论本人所要申诉的问题。如员工认为处理不当或不同意，可以向再上一级经理申诉，即开始采取步骤2。

如员工的申诉与直属主管有关，那么，可以直接采取步骤2。

步骤2：

再上一级经理和/或人力资源部负责人与员工进行一次正式的面谈，核实所要申诉的问题及已经经历的申诉过程，通过双方充分讨论问题，建议解决方案。若再上一级经理和/或人力资源部负责人认为申诉事宜性质严重，再上一级经理和人力资源部将立即通知所属公司的主要负责人，直至通知公司总经理，以便跟进。

步骤3：

所属公司的主要负责人再次核实所申诉的问题及已经经历的申诉过程，并提交解决方案，由公司总经理或者公司更高负责人跟进及做最终决定。

如果员工对此章节有疑问或想了解更多政策信息，请向相关人力资源业务伙伴咨询。

管理措施：强化执行落地，兼顾风险应对与机遇挖掘

（一）招聘管理精细化措施

- 严格执行录用流程，应聘者需提交完整资质材料，经人力资源部门初审、关键岗位主管复核后方可上岗，杜绝资料不全或资质造假者入职。
- 实施分层级入职培训，人力资源部安排专门的培训讲师讲解公司业务基本情况、公司制度、社保参保、员工福利制度以及办公系统、组织架构、员工手册等情况，培训时长为3小时，用人部门则在一定时间内完成岗位职责、操作规范等岗位培训。
- 规范试用期与转正管理，按法定标准设定试用期，通过《试用期考核表》从业绩、态度、技能维度开展考核，核心岗位需经多层次审批，确保人才适配性。

（二）权益保护全方位落地

- 保障劳动报酬权益，每月按时足额发放工资，试用期工资足额兑现，经济补偿严格按工作年限核算，不低于《劳动合同法》法定标准。积极落实社会保障责任及福利待遇，员工入职3日内办理社保参保登记，确保社会保险及时、合规、足额缴纳。
- 强化健康安全保护，对涉及设备操作的岗位开展专项安全培训，完善作业场所防护设施；为员工额外购买商业保险，包括重大疾病、意外伤害、门诊住院等；日常开展办公区域巡检，及时发现各类设备的潜在风险；组织全员开展年度健康检查。
- 规范辞退执行流程，经合规审核后与员工面谈沟通，出具书面通知，按规定办理工作交接、社保停缴及档案转移手续。

（三）风险应对与补救措施

- 针对招聘合规风险，发现资质造假、流程违规等问题时，立即暂停录用或解除劳动关系，留存书面证据避免法律纠纷。
- 应对劳资纠纷风险，建立“协商优先”的纠纷解决机制，对员工诉求及时回应，通过调解、仲裁等合法途径化解争议，避免纠纷升级。
- 若出现违规情形，第一时间启动专项整改，修订相关制度流程，对责任部门及人员追责，同时向员工做好解释说明，减轻负面影响。

（四）机遇挖掘与价值提升

- 依托完善的招聘体系，精准吸纳高精尖人才，匹配公司“AI+IP+Agent”战略发展需求，构建高素质人才梯队。
- 通过规范的权益保护措施，提升员工归属感与忠诚度，降低离职率，结合全球化业务布局，打造跨境人才合规管理标杆，增强国际人才吸引力。
- 将员工成长与公司发展深度绑定，通过清晰的转正晋升通道、合规的薪酬福利体系，激发员工创新活力，实现企业与员工双向共赢。

议题目标

构建系统高效的人才管线，打造人才全生命周期发展体系

完善兼具竞争力与人文温度的福利体系，建立全方位员工关怀机制

打造清晰顺畅的职业晋升通道，拓展多元化员工职业发展空间

培育多元、平等、包容的企业文化，筑牢员工归属感与组织凝聚力

内部培训



2025年3月，公司AI团队为总部职能部门、海内外子公司组织了一场AI硬件的内部培训，多位技术负责人为员工系统性讲解AI大模型、AI智能硬件市场现状、汤姆猫AI童伴及竞品对比以及公司AI智能硬件团队构成等情况。本次培训内容兼具专业性与实用性，技术负责人的讲解深入浅出、条理清晰，让各岗位参训员工对公司AI智能硬件业务的核心布局、市场竞争力及团队专业实力形成了全面且深入的认知。参训员工均表示收获颇丰，不仅丰富了AI领域专业知识、拓宽了业务视野，更进一步坚定了对公司AI智能硬件业务发展前景的信心，有效凝聚了跨部门、跨区域团队的业务共识与协作向心力。

2025年9月，公司证券部联合浙江京衡律师事务所为公司职能部门及子公司开展了“上市公司合规——内幕信息”培训活动。本次培训结合最新资本市场监管政策、内幕信息管理典型案例，以及上市公司日常经营中的实操场景进行系统讲解，并针对各部门工作中易出现的合规风险点展开重点剖析，同时与参会人员开展现场互动答疑，精准解答实操过程中的各类合规疑问。此次培训也进一步强化了公司全员的合规底线思维，完善了公司内幕信息管理体系建设。

丰富多彩的员工活动

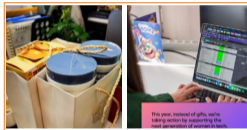
- ▶ 子公司为入职新员工开展服务技能培训



- ▶ 2025年9月，海外子公司Outfit7为职工家庭组织一年一度的暑期学校活动，职工家庭中的青少年子女可参加公司组织的该项计划，计划中包含游乐、编程、乐高托管服务，以此减轻员工的暑期看护压力。



- ▶ 2025年3月，公司发放三八妇女节福利。海外子公司别出心裁为女性员工开展“女孩学编程”活动，以实践学习赋能女孩探索编程

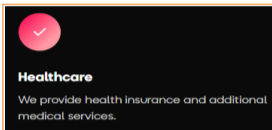


- ▶ 2025年12月，公司海外子公司为员工家庭的孩子们精心准备了一场圣诞Party



员工健康与安全

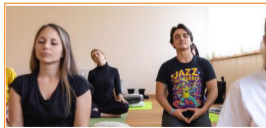
- ▶ 公司及海外子公司均为员工提供年度健康体检及额外的商业保险



- ▶ 公司子公司上虞雷迪森万锦大酒店开展消防知识培训



- ▶ 海外子公司为员工提供瑜伽课、按摩服务或健身房折扣，鼓励员工保持活跃，预防久坐带来的健康问题



议题指标

2025年

员工总人数

974人

2025年

劳动合同签订率

100%

2025年

董事&高管女性占比

50%

性别结构:

男性员工占比 49.9%

女性员工占比 50.1%

2025年

员工年度体检覆盖率

100%

年龄结构:

30岁以下员工占比 30%

30-50岁员工占比 60%

50岁以上员工占比 10%

2025年员工

员工培训次数

308次

员工人均培训时长

1.22小时

地区结构:

中国大陆员工占比 59.4%

港澳台及海外员工占比 40.6%

员工培训覆盖人数

742人次



· 社会公益

议题治理

由公司管理团队牵头，负责制定公司公益战略方向、统筹公益资源配置（如资金、人力、IP 资源），审议重大公益项目方案（如跨区域捐赠、海外公益合作），确保公益行动与公司“寓教于乐，智创家庭幸福”的核心使命一致。

子公司与公共关系部、企宣部为公益行动执行主体。其中，各子公司结合业务开展情况，组织或参与国内外公益项目；公共关系部及企宣部聚焦国内公益组织、地方政府以及行业协会相关公益活动的参与与落地。

议题战略

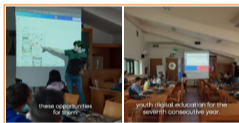
风险/机遇	影响时间	对公司的影响	应对策略与方法
风险 公益项目落地效果不佳风险	短中期	短期：资源浪费，受益人群未达预期 中期：财务负担加重，影响品牌公益形象	实施公益项目“分阶段监控”，设置关键节点（如物资捐赠到位、活动现场执行），安排专人跟进； 项目结束后开展受益方满意度调研，开展复盘，优化后续项目流程
机遇 IP + 公益协同机遇	短中长期	短期：提升公益活动趣味性 with 用户参与度； 中长期：强化 IP“温暖、负责任”的品牌形象	结合汤姆猫家族IP线上线下业务设计特色公益活动，挖掘公益与业务的联动； 推出IP公益周边，强化公益品牌认知； 邀请用户共同参与IP公益活动共创，反馈公益成果，增强用户归属感

议题影响、风险和机遇管理

聚焦未成年人关怀，精准回应青少年成长需求：公司精准贴合汤姆猫家族IP的家庭用户核心受众，聚焦未成年人关怀领域的公益行动，重点传递“温暖、负责任、守护成长”的品牌理念，进一步强化“寓教于乐”的品牌标志。

- ▶ 公司海外子公司Outfit7连续第七年开展青少年数字教育，对新洛文尼亚的弱势群体家庭的孩子开展数字化培训

2025年参与的青少年儿童一共**40**名
七年累计覆盖儿童数量**280**名



- ▶ 公司海外子公司Outfit7连续第五年开展“回馈社会”项目。2025年9月，子公司员工重返德贝利尔蒂奇，翻新了五年前建造的室外游乐场所，并增添了海盗船、感官体验步道等设施，供周边社区及家庭用户使用。



- ▶ 2025年9月，海外子公司Outfit7开展一年一度的人才营计划Talent Camp Program，帮助对游戏行业感兴趣的年轻人开展实战训练从而了解游戏开发全过程

2025人才营计划员工参与人数**10**人
2025人才营计划覆盖志愿者人数**14**人
2025人才营计划时长**3**个工作日

2023-2025年人才营计划累计覆盖志愿者人数**74**人



2025“回馈社会”项目志愿者参与人数**50**人
2025“回馈社会”项目投入金额**65000**欧元

- ▶ 2025年1月，海外子公司Outfit7员工参加音乐活动，帮助慈善组织Botrstvo共同筹集善款以资助斯洛文尼亚弱势儿童

Botrstvo慈善活动参与员工人数**23**人

Botrstvo慈善活动员工投入时间共计**57.5**小时

Botrstvo慈善活动Outfit7员工筹集资金**2124**欧元

欧元

Botrstvo慈善活动资助儿童人数**7**人



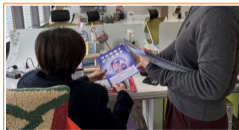
- ▶ 汤姆猫AI机器人入驻新华书店，用AI技术为未成年人客群提供趣味阅读引导、安全知识答疑、公益科普讲解等贴心服务，依托IP亲和力和智能交互优势，让未成年人在沉浸式体验中感受阅读乐趣、学习成长知识

扎实推进基础公益落地，形成多方位公益布局：公司紧密配合行业协会、社区组织等相关单位的公益部署，有序开展各类公益工作，为特殊人群提供全方位关爱与支持，依托自身优势推动优秀文化出海，在多领域扎实推进基础公益落地实施。

- ▶ 2025年4月，公司携手元岗街社工站，精心策划“福寿相逢，共庆生辰”活动，为社区孤寡长者打造了一场难忘的生日盛宴



- ▶ 2025年3月，公司证券企宣部通过海报展示、宣传册发放、视频播放等多种方式宣传防范金融诈骗知识



- ▶ 2025年3月，由浙江省青绿公益服务中心等多家机构主办的第二届社会组织创新大比武圆满落幕。此次活动秉持“社会组织进村社·解决问题活自己”理念，吸引全国各地800余位公益人齐聚。汤姆猫带着衣物、水杯等物资送往杭州市富阳区花开岭公益基地，为此次活动贡献企业力量





治理议题：

- ★ 公司治理
- ★ 风险管理
- ★ 反商业贿赂及贪污

· 公司治理

公司治理是企业ESG可持续发展的核心基石，是保障利益相关方权益、实现长期价值创造的制度保障。2025年，公司基于《公司法》《证券法》等法律法规，严格遵守《上市公司治理准则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等规定要求，建立、完善公司治理结构及组织架构，规范公司日常经营运作，建立健全内部控制制度，持续提升公司治理水平，维护公司及全体股东利益。对于各项经营活动的决策、执行与监督，公司严格遵循权责清晰、制衡有效、运行规范的原则，根据不同事项的情况，公司分类设定决策层级与审批权限，明确界定股东会、董事会、经理层及专门委员会的权责边界，确保决策科学、执行高效、监督有力。

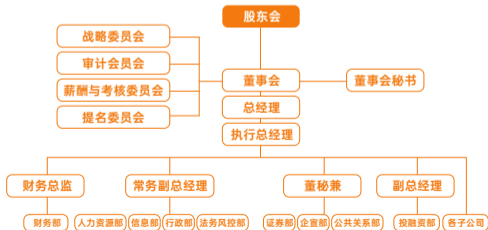


报告期内，公司根据《中华人民共和国公司法》（2023年修订）、《上市公司章程指引》（2025年修订）、《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》等相关规定，为进一步完善公司治理体系，规范公司运作，并结合公司实际情况，公司对现有治理结构进行了调整完善，调整后公司不再设立监事会及监事，原监事会职权由董事会审计委员会行使。此举既精简了治理层级，又强化了董事会审计委员会对财务报告、内部控制、风险管理及合规事务的统筹监督职能，确保监督权责统一、运行高效。

同时，公司对《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《总经理工作细则》《独立董事工作制度》《对外担保决策制度》《对外投资管理制度》《关联交易决策制度》等二十余项内部控制制度进行了修订完善，新设立《董事及高级管理人员离职管理制度》，进一步健全了董事及高管履职尽责、离任交接与责任追究的全流程管理机制，废止了《监事会议事规则》，并同步更新《董事会审计委员会议事规则》，明确其承接监事会职权后的具体职责边界、议事程序、表决机制及履职保障要求，确保监督职能无缝衔接、权责清晰、执行有力。

► 组织架构

公司治理架构由股东会、董事会、管理层及董事会下设各专门委员会构成，其中董事会审计委员会作为核心监督机构，全面承接原监事会职权。公司股东会依法行使重大事项决定权，董事会负责战略决策与监督管理，管理层及各职能、业务部门聚焦执行各项经营活动的落实工作。各层级权责分明、协同高效，形成“决策—执行—监督”闭环治理体系。



▶ 三会运作

2025年度，公司股东会、董事会及董事会专门委员会、监事会（现由董事会审计委员会承接）严格依照《公司章程》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号——创业板上市公司规范运作》等相关规定履行相应职责，规范召开三会会议。

股东会

股东会是公司最高权利机构，公司严格按照《公司章程》《股东会议事规则》等规章制度要求，规范股东会的召集、召开和表决程序，充分保障全体股东依法享有知情权、参与权及表决权。

2025年

公司召开股东会

5次

2025年

审议议案数量

16项

各届次会议均使用网络投票表决和现场投票表决相结合的形式召开，让中小投资者充分行使自己的权利。同时，公司聘请律师出席见证了股东会会议的召集、召开和表决程序的合法性，维护股东的合法权益。

董事会

公司依据《公司法》《证券法》及相关法律法规，建立具备公司特征的治理制度。为加强保障股东权益、保障董事会高效、尊重利益相关方权益，公司建设了《董事会议事规则》等完善的制度，规范董事会内部机构、议事及决策程序，保障董事会有序运作。对于独立董事，为促进公司规范运作，维护公司整体利益，保障全体股东特别是中小股东的合法权益不受损害，公司根据中国证监会《上市公司独立董事管理办法》等法律、法规、规范性文件 and 公司章程的有关规定，制订并修订完善了《独立董事工作制度》。

1、董事会组成

公司董事由股东会选举或更换，董事每届任期三年，任期届满可连选连任。2025年，公司董事未发生变动，公司董事会成员共有5名，包括2名独立董事，3名非独立董事，共有2名女性董事。董事专业背景多元化与性别多元化，既能为公司董事会决策提供更加丰富的专业知识、行业经历及创新性思维，还能够更全面地评估各种风险，从而制定更为科学合理的风险管理策略。

独立董事人数占全体董事会成员的比例高于三分之一，且均为会计专业人士，充分发挥独立董事在日常治理中的作用，推动董事会运作的独立性、公正性、透明性和客观性，提高公司内部控制效率。

姓名	性别	职务	背景
朱志刚	男	董事长	研究生学历，经济师、工程师职称，浙江工业大学兼职教授
邓春华	女	独立董事	管理学硕士，中南财经政法大学教授
蒋贤品	男	独立董事	会计学教授，浙江工业大学管理学院教师
张维璋	男	董事	法学专业背景，历任公司董事会秘书、副总经理等职务
朱恬	女	董事	经济学专业背景，硕士研究生学历

2、董事会履职

2025年

公司召开董事会会议

7次

2025年

审议通过议案共计

32项

各届次会议的召开、审议程序符合相关法律法规及公司内部制度规定，全体董事均出席各次会议，未出现缺席情况。

3、监事会及审计委员会

监事会是公司的监督机构，以公司内部控制、公司财务监督为核心，维护上市公司和股东的合法权益。监事会由股东会选举产生，受股东会委托，对公司的经营管理活动以及董事会和高级管理人员实施监督，对股东会负责，公司监事会由3名监事组成，设监事会主席1名。

2025年

召开监事会会议

2次

2025年

审议通过议案共计

14项

鉴于公司于2025年9月完成监事会职能整合工作，正式撤销监事会建制，其全部监督职责由董事会审计委员会依法依规承接。2025年9月起，公司不再召开监事会会议。

4、董事会专门委员会

为完善公司治理运作，董事会设置审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会以健全董事会运作，强化公司竞争力，同时制定并修订完善了《提名委员会议事规则》《薪酬与考核委员会议事规则》《战略委员会议事规则》《审计委员会议事规则》等规章制度保障专门委员会运行。

第五届董事会专门委员会	组成人员
审计委员会	邓春华(召集人)、将贤品、朱志刚
薪酬与考核委员会	将贤品(召集人)、邓春华、张维璋
提名委员会	邓春华(召集人)、将贤品、朱志刚
战略委员会	朱志刚(召集人)、邓春华、张维璋

2025年度，公司董事会下属审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、战略委员会共召开会议7次，审议通过议案共计13项。全体成员均出席各次会议，未出现缺席情况。各委员会会议均严格遵循《公司章程》及各专门委员会工作细则，其中审计委员会全年召开4次，重点覆盖财务报告审阅、内控评价报告、重大风险事项监督等核心监督职能，切实履行对财务信息真实性、内部控制有效性及重大风险防控的监督职责。

► 信息披露

公司通过分级责任体系、标准化披露流程、严格保密机制及联动内控措施，构建了全面的信息披露管理体系。以合规为底线，以风险防控为核心，通过明确权责、规范操作、强化监督，确保信息披露的及时性与透明度，保护投资者权益，维护公司资本市场信誉。公司根据《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，制订并修订完善了《信息披露事务管理制度》。



公司通过中国证监会指定创业板上市公司信息披露媒体对外披露公告及相关文件合计136篇，包括4篇定期报告全文，2篇定期报告摘要，81篇临时公告，49篇非公告文件。全年的信息披露工作呈现“零更正、零处罚、零补充”成果，持续彰显信息披露工作的规范性与专业性，所有公告均严格履行内部审核与外部披露双流程，未发生任何重大遗漏或敏感信息泄露事件。

▶ 2025年合计披露公告等文件**136**篇：

2025年披露

定期报告全文

4
篇

2025年披露

定期报告摘要

2
篇

2025年披露

临时公告

81
篇

2025年披露

非公告文件

49
篇

2025年召开

股东会

5
次

2025年举行

业绩说明会

1
次

2025年参加

投资者交流会

40+
次

2025年回复

投资者提问

147
个

2025年接听

投资者来电约

400
通

2025年覆盖

机构投资者

200+
家

▶ 投资者关系维护

2025年度，公司进一步规范和加强公司与投资者之间的信息沟通，促进投资者对公司的了解，保护投资者合法权益，公司根据《公司法》《证券法》等相关法律、法规及《公司章程》的规定，制订并修订了《投资者关系管理制度》。投资者可以通过股东会、业绩说明会、投资者交流会、互动易、投资者来电等方式与公司进行沟通。

2025年度，公司合计召开5次股东会，1次业绩说明会，40多次投资者交流会。在资本市场关系维护层面，本年度公司贯彻维稳、正向的交流方针，积极、妥善维护公司与机构、个人投资者、财经媒体等市场参与者的关系，适时开展对外路演活动，路演足迹遍布北京、上海、深圳、广州等地，覆盖机构投资者200多家。及时回复2025年深交所互动易平台投资者提问共147个，接听投资者来电约400通。全年开展的投资者交流活动沟通均秉持客观、公正、透明原则，未出现误导性陈述或选择性披露情形，所有回应均基于公司公开信息与经营实际，有效提升了市场对公司战略、业绩及治理水平的认知认同度。

· 风险管理

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《企业内部控制基本规范》《企业内部控制评价指引》等相关法律法规及相关规定的要求，建立完善的风险管理体系，严格执行上市公司内部控制相关制度，加快推行内控规范体系建设，提高经营管理水平和风险防范能力。公司构建全面风险管理架构，分别设置了由董事会及审计委员会、内部审计部及各业务部门组成的风险管理三道防线。内审部在董事会及其下设审计委员会的监督和指导下对内部控制的有效性 & 风险管理机制进行检查和完善。

一、内部控制制度完善

2025年9月，为进一步完善公司治理体系，规范公司运作，提升公司管理水平，公司根据《中华人民共和国公司法》（2023年修订）、《上市公司章程指引》（2025年修订）、《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》等相关规定，并结合公司实际情况对《公司章程》相关条款进行修订，同时对于公司内部控制制度进行了系统性的修订、完善。具体如下：

序号	制度名称	变更类型
1	《公司章程》	修订
2	《股东会议事规则》	修订
3	《董事会议事规则》	修订
4	《对外担保决策制度》	修订
5	《关联交易决策制度》	修订
6	《对外投资管理制度》	修订
7	《独立董事工作制度》	修订
8	《总经理工作细则》	修订
9	《控股子公司管理制度》	修订
10	《内部审计制度》	修订
11	《董事会秘书工作细则》	修订
12	《募集资金使用管理制度》	修订
13	《投资者关系管理制度》	修订
14	《信息披露事务管理制度》	修订

序号	制度名称	变更类型
15	《防范控股股东及关联方占用公司资金制度》	修订
16	《累积投票制实施细则》	修订
17	《内幕信息知情人登记管理制度》	修订
18	《董事会提名委员会议事规则》	修订
19	《董事会薪酬与考核委员会议事规则》	修订
20	《董事会战略委员会议事规则》	修订
21	《董事会审计委员会议事规则》	修订
22	《董事及高级管理人员离职管理制度》	制定
23	《监事会议事规则》	废止

修订后的全套内部控制制度更符合法律、法规的要求，契合公司当前的经营发展现状及未来可持续发展的规划，为公司稳健运营与合规治理提供了坚实保障。

二、监事会职能改革工作

随着新《公司法》的颁布实施以及资本市场对公司治理效能要求的不断提升，为构建更加简洁、高效、与国际接轨的治理架构，公司于2025年启动了“监事会职能向审计委员会过渡”的治理结构改革工作。本次改革的核心目标并非简单的机构裁撤，而是通过资源整合与职能优化，强化审计委员会的监督独立性与专业性，构建“决策-执行-监督”更高效制衡的单层制治理模式。



公司于2025年9月召开董事会、股东会，审议通过了监事会职能改革的相关议案，同步修订了公司《董事会议事规则》、《董事会审计委员会议事规则》及《独立董事工作制度》，重点明确了审计委员会在财务信息监督、内控评价、外部审计机构选聘等方面的职权，并强化了独立董事在审计委员会中的占比与作用。后续在公司董事会的统筹领导下，各相关部门协同配合，已按计划完成了制度修订、职能移交、人员调整及过渡期衔接等核心工作，目前审计委员会已全面承接原监事会涉及财务监督、内控合规及关联交易审查等核心监督职能，运行平稳有序。

三、内部审计

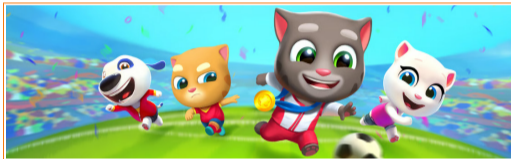
公司通过独立审计架构、标准化流程、重点领域覆盖及动态风险管理，构建了闭环式内审体系。以制度合规为根基，以风险防控为核心，通过事前计划、事中审查、事后整改及信息披露联动，实现内部控制的持续优化，保障公司战略稳健推进及股东权益。公司依据国家《审计法》《审计署关于内部审计工作的规定》和《公司章程》的有关规定，持续修订完善《浙江金科汤姆猫文化产业股份有限公司内部审计制度》。该制度适用于对公司各内部机构、控股子公司以及具有重大影响的参股公司与财务报告和信息披露事务相关的所有业务环节所进行的内部审计工作。



公司董事会下设立审计委员会，审计委员会成员全部由董事组成，并拥有两名会计专业人士。审计委员会下设立内控责任部门，在审计委员会指导下独立开展审计工作，并向审计委员会报告工作。为保障独立性，内控责任部门独立于财务部门，经费预算由公司保障，相关工作人员保持客观公正，严禁利益冲突。公司对内部审计工作人员的工作进行监督、考核，以评价其工作绩效。若发现内部审计工作存在重大问题，公司将按照有关规定追究责任，处理相关责任人，并及时向监管部门报告。公司及相关人员违反审计制度的，视情节轻重给予相应处分。

四、风险防范机制

公司将风险防控机制建设作为规范运营的核心抓手。为防范及识别相关运营风险、维护公司利益，公司在三会合规运作的基础上，建设了体系化风险管理机制。其中公司法务风控部通过建立“辨识-评估-应对-落实-评价”的管理闭环，对重大风险实施严格管控，有效维护公司合法权益，在运营实践中持续完善事前预防、事中控制、事后追溯的全周期风险管理体系。



公司通过《对外投资管理制度》建立了分级审批机制，根据投资规模由股东会、董事会或总经理办公会决策，确保权责匹配。投资流程涵盖前期调研、可行性分析及中介机构尽职调查，实施后由投资部、证券部与财务部等多个部门协同执行，审计委员会与内控责任部门全程监督，并定期跟踪项目进展及审计。公司明确退出条件（如经营不善、不可抗力），严格履行清算或转让程序，同时要求关联交易额外履行独立董事审批程序，以保障合规性与风险可控性。

公司依据《控股子公司管理制度》，通过委派董事、监事及高管参与子公司治理，确保战略协同与合规运作。子公司需遵循母公司统一的财务政策，定期报送报表，重要事项（如投资、担保、资产处置）须经母公司审批。母公司通过定期审计、绩效考核及重大事项报告机制监督子公司运营，同时要求子公司制定人事制度并报备管理机构设置，实现权责明晰与资源统筹，防范经营偏离风险。

子公司须第一时间向母公司报告重大事项，由董事会秘书上报董事会，并开展披露信息等相关工作，确保透明度。此外，通过责任追究机制（如解聘、赔偿）强化人员问责，形成风险识别、应对与反馈闭环。

· 反商业贿赂及反贪污

2025年度，公司严格遵守《反不正当竞争法》《公司法》及上市公司监管要求，以零容忍、全覆盖、重预防、严查处为原则，一体推进不敢腐、不能腐、不想腐，全面落实反商业贿赂与反贪污责任，完善内控体系、强化监督执纪、深化廉洁教育，有效防范廉洁风险，保障公司合规经营与资本市场信誉，未发生重大商业贿赂及贪污违规事件。

一、健全制度体系，筑牢合规根基

公司对内控制度进行了修订，重点完善优化了《内部审计制度》《对外投资管理制度》《关联交易决策制度》《对外担保决策制度》等重要事项决策、管理制度，进一步细化了审批权限、流程节点与责任追究机制，确保关键业务环节权责清晰、全程留痕、可溯可查。

嵌入业务流程：将廉洁合规审查嵌入招标采购、销售回款、投资并购、费用报销、关联交易等关键环节，实行事前审核、事中监控、事后复盘。

二、强化监督执纪，保持高压震慑

拓宽举报渠道：开通线上线下匿名举报、邮箱、热线等多渠道，严格保护举报人信息，建立线索闭环管理机制。

严肃查处问责：对查实的违规行为依规严肃处理，涉及违法的移交司法机关；建立行贿人黑名单，清退违规合作方，形成有力震慑。



三、深化风险防控，提升管控效能

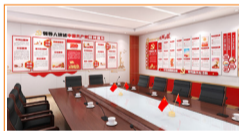
强化资金管控：规范费用报销、备用金、采购付款流程，严控大额现金支付与异常资金流转，杜绝虚报冒领。

推进数字化监督：运用内控系统、费控系统对异常数据自动预警，实现穿透式、可追溯监管。

四、加强教育培训，厚植廉洁文化

合规培训：开展反商业贿赂、反贪污、上市公司合规专题培训，覆盖高管、关键岗位及新员工。

营造廉洁氛围：通过内部宣传、廉洁承诺、文化活动等，倡导诚信廉洁价值观，推动廉洁理念融入日常经营。



五、配合监管要求，规范信息披露

严格按照证监会、交易所规定，及时准确披露内控建设、反商业贿赂、违规查处等相关信息，主动接受监管与社会监督，维护上市公司透明度。

关键绩效指标

▶ 环境绩效

指标	单位	2025年度	注释
电力消耗量	kwh	4,273,723	
水资源消耗量	吨	77,157	
水耗强度	吨/百万营收	83	
汽油消耗量	升	24,679	注释1
柴油消耗量	升	3,600	注释2
采购绿色电力证书张数	张	0	注释3
环保投入	人民币元	54,000	注释3
环保培训总时长	小时	38	
2025年度因环境事件受到生态环境等有关部门重大行政处罚的处罚金额	人民币元	0	

注释1: 公司自有汽车2025年度消耗汽油量。

注释2: 公司旗下酒店业务2025年度消耗柴油量。

注释3: 公司主营业务为移动互联网内容的研运业务,属于轻资产、低能耗、低排放的数字服务行业,整体经营活动对环境资源依赖度低,业务经营对环境影响较小。

▶ 社会绩效

员工雇佣与权益保障

指标	单位	2025年度	注释
员工总数	人	974	
其中:男性	人	486	

指标	单位	2025年度	注释
女性	人	488	
其中:30岁以下	人	292	
30-50岁	人	589	
50岁以上	人	93	
其中:劳动合同制人数	人	739	
劳务派遣人数	人	205	
实习生人数	人	30	
临时工人数	人	0	
其中:中国大陆人数	人	579	
港澳台及海外人数	人	395	
劳动合同签订率	%	100	
管理层员工人数	人	28	注释4
管理层女性员工比例	%	25	
员工流失率	%	22.6	
发生劳动纠纷次数	次	5	
员工培训次数	次	308	
员工培训覆盖人数	人	742	
员工培训覆盖率	%	76	
员工人均培训时长	小时	1.22	
员工体检覆盖率	%	100	
发生工伤事故数	件	1	
员工工伤保险投入金额	人民币万元	54.70	
员工工伤保险覆盖率	%	100	
开展安全检查次数	次	20	
开展应急演练次数	次	3	
享受育儿假期员工人数	人	44	

注释4:包括高级管理人员和中级管理人员

企业研发与创新

指标	单位	2025年度	注释
研发投入	人民币万元	26,058.45	
研发投入占营收比重	%	28.14	
研发人员数量	人	271	
研发人员占比	%	27.82	
截至2025年底有效发明专利数	个	41	
2025年新增获批发明专利数	个	1	
截至2025年底有效软件著作权数量	个	639	
2025年新增获批软件著作权数	个	5	
截至2025年底有效商标数量	个	4,171	
2025年新增注册商标	个	70	
开展各类知识产权专题培训次数	个	22	

产品责任与安全

指标	单位	2025年度	注释
产品或服务违法违规次数	次	0	
违反未成年人保护相关法律法规事件次数	次	0	
客户服务热线接听次数	次	4,050	
投诉处理率	%	100	
针对员工开展客户服务质量培训次数	次	60	
针对员工开展客户服务质量培训覆盖人数	人次	321	
针对员工开展客户服务质量培训时长	小时	73	
发生信息安全事故次数	次	0	

指标	单位	2025年度	注释
发生信息安全事件被处罚金额	人民币元	0	
因泄露消费者信息受到投诉的次数	次	0	
因泄露消费者信息事件被处罚金额	人民币元	0	
针对员工开展数据安全相关的培训次数	次	14	
针对员工开展数据安全相关的培训覆盖人数	人次	21	
针对员工开展数据安全相关的培训时长	小时	28	

供应链管理

指标	单位	2025年度	注释
供应商总数	个	2,002	
其中：			
(1)中国大陆供应商数量	个	1,142	
(2)港澳台供应商数量	个	1	
(3)海外供应商数量	个	859	
截至2025年底逾期未支付采购款项的金额	人民币元	0	
供应链环节中具有重大风险与影响的事件数量	件	0	

社会贡献与公益责任

指标	单位	2025年度	注释
参加志愿者活动场次	次	7	

指标	单位	2025年度	注释
员工投入志愿活动时长总计	小时	436	
公益捐赠物资金额	人民币元	673,367	注释5

注释5：海外子公司Outfit7对外捐赠以欧元为记账本位币，此处根据2025年欧元兑人民币平均汇率进行换算

► 治理绩效

公司治理

指标	单位	2025年度	注释
股东会召开次数	次	5	
股东会审议议题个数	个	16	
董事会召开次数	次	7	
董事会审议议题个数	个	32	
监事会召开次数	次	2	
监事会审议议题个数	个	14	
专门委员会召开次数	次	7	
专门委员会审议议题个数	个	13	
披露公告个数	个	136	
业绩说明会召开次数	次	1	
投资者交流次数	次	46	
接听投资者来电次数	个	397	
覆盖机构投资者人数	人次	200+	
互动易平台回复投资者提问个数	个	147	
董事、高管人数	人	8	

指标	单位	2025年度	注释
其中:女性成员占比	%	50	
董监高合规培训时长总计	小时	56	
董监高反腐败培训时长总计	小时	2	
董监高ESG培训时长总计	小时	2	

反商业贿赂及反贪污绩效表

指标	单位	2025年度	注释
公司发生商业贿赂、贪污等违规事件次数	次	0	
经营违规事件给公司带来的损失合计	人民币元	0	
因公司不正当竞争行为导致诉讼或重大行政处罚的涉案金额	人民币元	0	
面向员工和重点岗位人员开展廉洁合规培训次数	次	1	

TALKING
TOM
& FRIENDS