



北京迪信通商貿股份有限公司
Beijing Digital Telecom Co., Ltd.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)
股份代號：06188

2025 環境、社會及管治報告



目錄

關於本報告	1
董事會聲明	2
關於迪信通	3
1. 合規固本，行穩致遠	7
2. 品質立業，責任築基	20
3. 聚才育英，人本踐行	33
4. 綠色賦能，生態共建	46
5. 廉明立身，正氣興企	59
6. 同心築夢，家園共榮	62
附錄： 香港聯交所《ESG 報告守則》索引	65



關於本報告

本報告旨在回顧和總結北京迪信通商貿股份有限公司（「本公司」或「迪信通」）及附屬公司（統稱為「本集團」或「我們」）於2025年在環境、社會及管治（ESG）方面的表現，有關管治部分的內容建議與《北京迪信通商貿股份有限公司2025年報》（「《2025年報》」）所載《企業管治報告》章節一併閱讀。

報告匯報範圍

如無特殊說明，本報告的披露範圍與年報範圍一致，展示本集團直接運營和管理業務的ESG表現。本報告的時間範圍為2025年1月1日至2025年12月31日，部分內容可能超出此範圍。

報告編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）《上市規則》附錄C2所載《環境、社會及管治報告守則》（《ESG報告守則》）要求編製，遵循《ESG報告守則》有關「重要性」「量化」「平衡」「一致性」原則要求。

重要性：我們遵循《ESG報告守則》開展重要性評估工作，工作程序包括：i) 識別相關ESG議題，ii) 評估議題的重要性，及iii) 本公司董事會（「董事會」）審閱及確認評估流程和結果。本報告依據重要性評估結果對ESG事宜進行匯報，有關重要性評估工作的詳情參見後文「利益相關方參與」章節。

量化：本報告遵循《ESG報告守則》，參考適用的量化標準和慣例，採用量化的方法對適用的關鍵績效指標進行計量並披露。有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及／或計算工具、以及使用的轉換因子來源均已在相應位置進行了說明，有關環境目標在「推行綠色運營」章節中進行披露。

平衡：本報告客觀披露正面及負面信息，確保內容不偏不倚地呈報本報告期內公司的ESG表現。

一致性：本年度報告的編備方式與往年保持一致，若存在可能與過往報告作有意義比較的變更，均已在對應位置進行了說明。

資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於統計數據、相關文檔。本集團承諾本報告不存在任何虛假記載、重大性遺漏與誤導性陳述，並對其內容的真實性、準確性和完整性負責。

報告獲取及回應

本報告提供繁體中文版本和英文版本供讀者參閱，兩者如有任何歧義，概以繁體中文版本為準。報告電子版可於香港聯交所網站www.hkexnews.hk以及本公司網站<http://corp.dixintong.com>進行獲取。如閣下對本公司ESG管理方面有任何意見或建議，請通過電子郵件與我們聯繫，我們期待閣下的寶貴意見。



董事會聲明

董事會在ESG工作組的協助下，監督並負責本集團ESG相關事宜。董事會確認ESG管治架構，A級ESG工作組負責制定ESG相關管理制度、策略及執行計劃，並向董事會匯報；B級ESG工作組負責ESG事項日常管理，對具體工作進行監督和指導；C級ESG工作組負責各項ESG事宜的開展、落地及執行工作。本集團制定了ESG管理策略，董事會對ESG管理策略進行定期審閱，以檢討和確保與本集團發展策略一致。

本集團重視ESG相關風險和機遇可能對本公司產生的影響，董事會負責監督ESG相關風險和機遇的評估，並確保實行有效的ESG風險應對措施和監督機制。本集團對利益相關方關注的ESG議題進行了實質性分析，董事會參與了對重要ESG議題的評估、優次排列和管理。本集團已設立了與業務相關聯的環境目標，董事會對目標的設立進行了審閱及討論，並定期檢討目標的達成情況。

本報告已詳盡披露了ESG相關事宜，並已由董事會於2026年3月31日審閱批准。

關於迪信通

本公司成立於2001年，於2014年7月8日正式在香港聯交所主板掛牌上市（股票代碼：06188），並於2021年由珠海華發集團有限公司（「華發集團」）控股。經過二十餘年深耕，本公司擁有業內優質的供應鏈資源，是中國頭部手機廠商、潮品品牌和三大運營商重要的社會渠道合作夥伴，同時也搭建了與頭部電商緊密合作的全渠道科技新零售網絡。

截至2025年12月31日，本公司旗下擁有100多家附屬公司，在全國18個省份和4個直轄市開拓了超670多家直營和加盟門店。我們的線下門店包括綜合獨立門店、品牌專賣店、UP+門店¹、運營商廳店和商超店等，不同的門店具有不同的資源優勢。我們也整合了線上資源，通過各大電商平台賦能線下門店。

自成立以來，本集團始終致力於通過龐大的線下銷售渠道和線上銷售平台向消費者提供手機硬件及配件銷售、增值軟件服務、手機個性化服務及售後服務等一系列綜合服務。本集團持續加強治理體系建設，為完善國企管理體系築牢根基。為更好的調節內外新形勢下零售行業的發展環境，本集團通過多渠道運營體系及多維化服務模式，在聚焦主業的基礎上培育新動能，積極開展新零售業務及多元化商品銷售業務，以此穩固市場競爭力和品牌影響力。在夯實原有業務的同時，新能源業務的探索轉型、升級發展之路已取得初步成效。光伏供應鏈業務初具規模，戶用光伏代理業務成功實現多省市業務常態化運轉。

1. UP+門店集成全球科技優選、智能家居體驗、IOT融合供應鏈、自有產品等多維度產品品類，為顧客打造智慧潮玩的消費場景。



關於迪信通 (續)

榮譽獎項

榮譽獎項	頒獎單位
北京迪信通商貿股份有限公司	
消費電子行業客戶服務滿意單位	中國電子商會
束水攻沙獎	榮耀終端股份有限公司
同舟獎	OPPO 廣東移動通信有限公司
迪信通河南公司	
十強渠道合作夥伴獎	中國移動通信集團終端有限公司河南分公司
迪信通四川公司	
致遠獎	華為終端有限公司
迪信通重慶公司	
分公司代理商卓越獎—特等獎	中國電信股份有限公司重慶分公司
天翼終端2025年度優秀合作獎	中國電信股份有限公司重慶分公司
迪信通山西公司	
作戰先鋒獎	華為終端有限公司

關於迪信通(續)

榮耀「東水攻沙獎」



OPPO「同舟獎」



中國電子商會「客戶服務滿意單位」



關於迪信通 (續)

專題：穩舵奮楫，向光而行，以高質量發展深化綠色能源佈局

迪信通緊隨國家「雙碳」戰略，堅定深耕戶用光伏新能源賽道。2025年，我們面對行業政策與市場環境的深刻變革，以「以不變應萬變，穩紮穩打」為方針，不僅實現了業務規模的紮實增長，更在探索高質量發展路徑上邁出了關鍵步伐。我們持續深化與行業龍頭的戰略合作，業務已覆蓋山西、湖北、江蘇、安徽、雲南、河南、北京及陝西八省市。尤其在山西代縣，我們成功跑通的業務全流程模式，已成為在全國範圍複製的標桿。

過去一年，行業進入全面平價上網與加速市場化交易的新週期。迪信通深刻洞察到，在「全額保障性收購」政策調整、電價市場化改革深化的背景下，單純追求裝機規模的增長模式已面臨挑戰，精細化運營與收益穩定性成為核心。因此，我們積極調整策略，不僅專注於擴大代理業務基本盤，更著力「抓並網、提效率、控風險」，確保每一筆投資都能穩健獲益。

展望未來，迪信通將充分發揮國企的信用背書、全國網絡佈局及集團產業鏈協同的核心優勢。在堅守並深化戶用光伏代理業務的同時，我們正積極向產業鏈上下游及衍生服務拓展。我們將以科技賦能管理，以協同創造價值，為構建新型能源體系、繪就綠色發展新畫卷貢獻堅實力量。



01

合規固本
行穩致遠



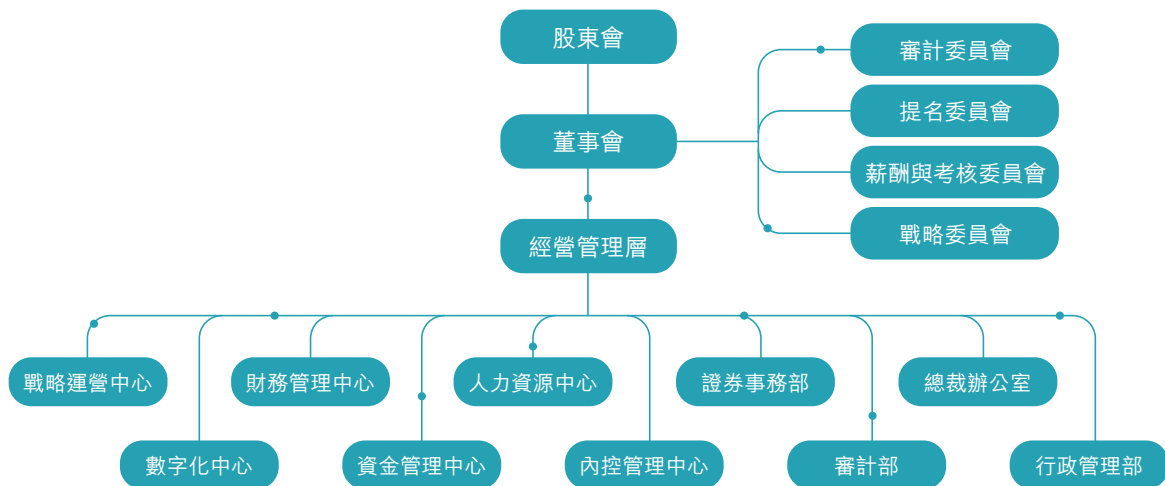
1. 合規固本，行穩致遠

本集團致力於持續提升公司治理與ESG管治水平，通過強化風險識別與管理、優化內控體系、踐行ESG發展理念，並切實保障利益相關方的合法權益，以助力集團達成長期可持續發展的戰略目標。

1.1 公司治理

本公司嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《上市公司股東會規則》《公司章程》等要求，規範公司治理架構，健全治理制度機制，實現規範運營。

本公司構建了由股東會、董事會和經營管理層協調運作的治理結構，形成了權責透明、協調運轉、有效制衡的治理機制。董事會是本公司的最高領導機構，由9名董事組成，包括4名執行董事，2名非執行董事及3名獨立非執行董事。其中，女性董事佔比達33.3%。董事會下設審計委員會、提名委員會、薪酬與考核委員會和戰略委員會四個專門委員會，各司其職，協助董事會推動本集團穩定發展。



公司管治架構

本公司董事會成員共9名，其中獨立非執行董事3名，佔比33.3%；女性董事3名，佔比33.3%。

2025年，本公司召開股東會2次，董事會會議4次。更多有關本公司治理的信息，詳情請見《2025年報》。

1. 合規固本，行穩致遠（續）

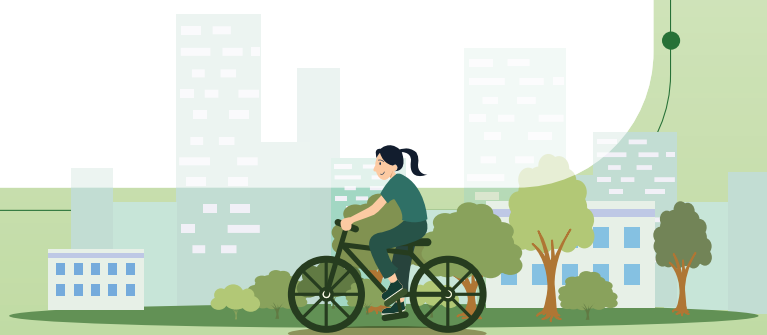
1.2 風險管理和內部控制

本公司高度重視合規運營，積極管理經營過程中的各類風險，並持續優化內部控制體系。董事會已授權審計委員會負責持續監督本公司的風險管理及內部控制系統，並對內控系統的有效性進行年度評估檢討，涵蓋財務監控、運營監控及合規監控領域。

在本公司的風險管理及內部控制架構下，本公司管理層負責設計、實施以及維護風險管理及內部控制系統，以確保i)已經設計和建立適當的政策和流程保障本公司的資產，以避免其被不恰當利用或處置；ii)遵守以及符合有關法例、規則或規定；以及iii)根據相關審核標準以及監管報告要求保存可靠的財務和會計記錄。

在報告期內，審計委員會檢討了本公司風險管理和內部控制系統的有效性。審計委員會並未發現任何對本公司風險管理及內部控制系統的有效性和足夠性有不利影響的重大問題。

更多有關風險管理和內部控制的信息，詳情請見《2025年報》。

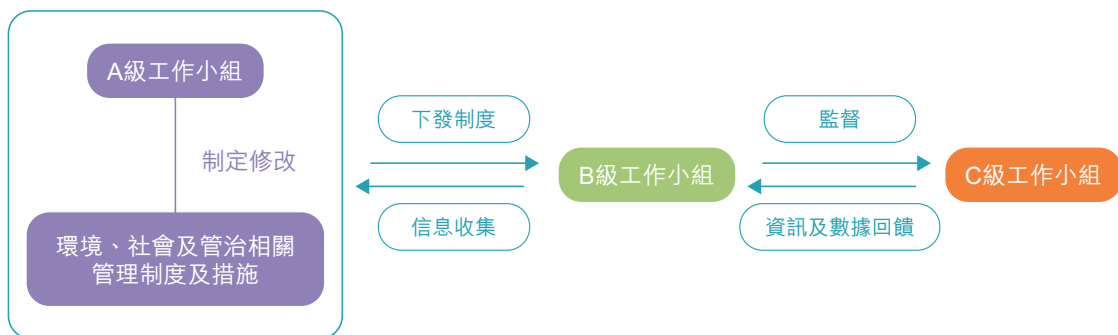


1. 合規固本，行穩致遠（續）

1.3 ESG 管治

本集團建立了涵蓋多層級、跨部門且覆蓋各附屬公司的ESG管治架構，並持續優化。董事會全面負責ESG事宜，每年至少召開一次ESG溝通會議，探討ESG重要事宜。董事會下設三級ESG責任工作組，協助董事會監督和管理本集團ESG相關事宜，負責協調和推進ESG工作，確保ESG相關政策與制度的有效實施與完善。其中：

- A級工作組：負責制定、完善或更新ESG管理制度及具體措施，評估ESG工作開展效果並整理數據，向董事會或其下屬委員會匯報。A級工作組成員由本集團總部人力資源中心、戰略運營中心、供應鏈中心、內控管理中心、財務管理中心的負責人組成。其中，人力資源中心負責人負責勞務層面的治理，戰略運營中心、供應鏈中心及內控管理中心負責人共同負責供應鏈、產品及環境資源層面的治理，人力資源及財務管理中心共同負責社區投資層面的治理；
- B級工作組：負責定期收集環境、社會層面的相關數據，並對C級工作組的具體工作進行監督指導。由跨區域的20位附屬公司總經理組成；及
- C級工作組：負責落實具體ESG工作任務，及時反饋工作情況。C級工作組由附屬公司總經理分別指定的1-3名責任人組成。



ESG 管理流程圖

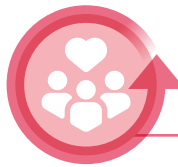
1. 合規固本，行穩致遠（續）

ESG 策略

本集團秉持「在企業發展中兼顧環境與社會責任」的ESG核心原則，系統構建並持續優化ESG實施策略。我們將ESG理念全面融入業務運營與治理體系，重點關注綠色運營、員工成長、供應鏈管理、客戶服務以及社區共建等關鍵領域，致力於通過整體性的ESG實踐，促進企業與社會、環境的協同發展，落實可持續目標。



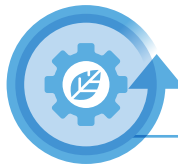
推廣綠色包裝，在實現本集團經營目標的同時減低環境影響



關愛員工，支持員工發展



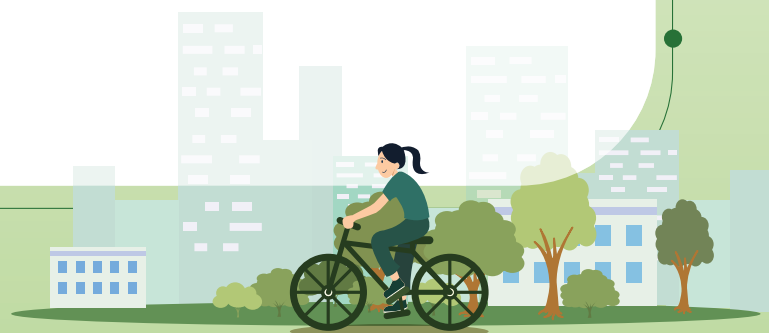
與供應商達成可信賴夥伴關係，共創企業社會價值



嚴控商品質量，用「心」提供服務，保障消費者權益





主動瞭解周邊社區需求，倡導並踐行公益奉獻精神



1. 合規固本，行穩致遠（續）

ESG 工作與聯合國可持續發展目標

本集團積極響應聯合國可持續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），結合行業特點與企業實際，將環境、社會及經濟效益全面融入管理與運營體系，持續推進綠色低碳、資源節約、員工關懷、社區共建及供應鏈可持續等運營實踐。我們重視利益相關方的訴求與意見，通過系統評估明確SDGs重點方向，並圍繞以下關鍵領域深化行動，攜手各方共同為SDGs的達成貢獻力量。



聯合國可持續發展目標	ESG 策略方向	我們的行動
 <p>5 性別平等</p>	合規固本，行穩致遠	<p>構建完備的公司治理與ESG管治架構，確保治理機制權責清晰、運行協同、制衡有效；</p> <p>倡導董事會成員結構多元化，確保成員具備多元背景與充分的履職能力，以支持董事會高效運作；及</p> <p>構建並完善風險管理機制與內部控制體系，以系統化防範和應對企業經營風險。</p>
 <p>16 和平、正義與強大機構</p>		

1. 合規固本，行穩致遠 (續)

聯合國可持續發展目標	ESG策略方向	我們的行動
<p>12 負責任消費和生產</p> 	<p>品質立業，責任築基</p>	<p>開展負責任的銷售與運營活動，建立健全產品質量監控體系，全力保障所售產品的品質與健康安全；</p>
<p>17 促進目標實現的伙伴關係</p> 		<p>秉持以用戶為中心的導向，積極傾聽並回應消費者訴求，切實維護消費者合法權益；</p> <p>構建並完善供應商管理體系，系統識別並持續管控供應鏈中的ESG相關風險；</p>
		<p>嚴格執行廣告宣傳與標識使用規範，強化知識產權保護意識與措施；及</p> <p>高度重視信息安全與用戶隱私，持續完善內部信息系統建設，並通過加強宣傳教育與管控力度，切實保障消費者數據安全與隱私權益。</p>



1. 合規固本，行穩致遠（續）



聯合國可持續發展目標	ESG 策略方向	我們的行動
 <p>3 良好 健康與福祉</p>	聚才育英，人本踐行	<p>持續拓展新業務領域，積極引進並多元吸納優秀人才，致力於為社會創造更多高質量的就業機會；</p> <p>不斷完善人力資源管理體系，始終堅持保障員工合法權益，並提供具備競爭力的薪酬與福利待遇；著力營造公平、包容、多元、健康且具備發展前景的工作環境與成長平台；</p> <p>強化員工健康管理與職場安全防護，切實關注並維護員工身心健康；及</p> <p>並為員工的職業晉陞、個人發展與持續學習提供系統化支持與優質資源。</p>
 <p>8 體面工作和 經濟增長</p>		
 <p>10 減少不平等</p>		

1. 合規固本，行穩致遠（續）

聯合國可持續發展目標	ESG策略方向	我們的行動
 <p>13 氣候行動</p>	綠色賦能，生態共建	<p>推行綠色辦公理念，加強低碳環保宣傳，減少運營中廢棄物產生，降低環境影響；</p> <p>提升資源使用效率，節約資源消耗，有效減少溫室氣體排放；</p> <p>強化全員環保意識，加大低碳宣傳力度，倡導員工綠色出行與綠色辦公實踐；及</p> <p>主動評估氣候變化相關風險和機遇，設定並審閱環境目標，並落實應對氣候變化的有效措施。</p>
 <p>16 和平、正義與強大機構</p>	廉明立身，正氣興企	<p>塑造廉潔誠信的企業文化，堅持合規經營與廉潔從業準則；及</p> <p>定期開展反腐敗自查與核查工作，完善舉報受理與處置機制；推行陽光採購制度，加強對供應商的審核與管理。</p>



1. 合規固本，行穩致遠（續）

聯合國可持續發展目標	ESG 策略方向	我們的行動
 <p>3 良好 健康與福祉</p>	同心築夢，家園共榮	依托覆蓋全國的門店網絡，積極構建與社區的良性互動關係，參與並支持社區公益事業，開展愛心志願服務，組織物資捐贈與資金援助。
 <p>11 可持續 城市和社區</p>		

1.4 利益相關方參與

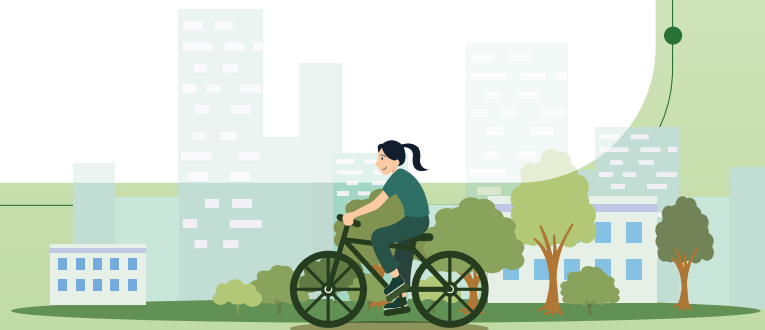
本集團高度重視與利益相關方的溝通與互動，致力於建立開放、透明的溝通機制，並通過多元化渠道傾聽各方意見，及時響應相關訴求，以精準回饋其期望。我們深知，利益相關方的關注與反饋不僅是企業運營與戰略決策的重要依據，更是驅動我們在環境、社會及治理領域持續改進、提升表現的核心動力。通過深化與利益相關方的互動，我們得以更全面評估ESG實踐成效，動態優化戰略部署，為企業實現長期可持續發展奠定堅實基礎。

本年度，本集團持續與股東與投資者、供應商、消費者、社區代表、員工、政府及監管機構等利益相關方群體保持常態化溝通。

1. 合規固本，行穩致遠 (續)

利益相關方溝通

主要利益相關方	利益相關方說明	主要關注內容	主要溝通與反饋渠道
股東與投資者	對本集團進行投資的自然人或企業法人	產品質量 服務質量 數據安全 廉潔建設 知識產權保護	股東會 企業年報、中期報告及公告 公開郵箱 投資者關係主頁
供應商	直接向本集團提供手機、配件等商品及相關服務的企業及其分支機構	供應鏈管理 服務質量 廉潔建設	採購活動 供應商服務體系 戰略合作談判
消費者	從本集團線上平台或零售門店購買、使用商品或接受服務的社會成員	產品質量 服務質量 供應鏈管理 廣告合規 知識產權保護	消費者滿意度調查 消費者回饋活動 日常運營／交流 服務投訴與回應機制
社區代表	本集團辦公場所及店鋪駐地社區的社會成員	社區貢獻 排放物管理 資源使用	社區活動 公益活動 社會事業支持項目 日常運營／交流
員工	與本集團存在勞動關係的各種僱傭形式人員，包括正式員工、兼職員工以及實習生	員工權益保障 員工培訓與發展 員工安全及職業健康 服務質量 廉潔建設	員工意見調查 員工內部溝通會議 企業內部公告 員工意見反饋機制 工會



1. 合規固本，行穩致遠（續）

主要利益相關方	利益相關方說明	主要關注內容	主要溝通與反饋渠道
政府及監管機構	政府機構或對本集團執行監管職能的機關單位	員工權益保障 數據安全 產品質量 服務質量 廉潔建設 知識產權保護 廣告合規	信息披露 公文往來 實地視察 相關會議

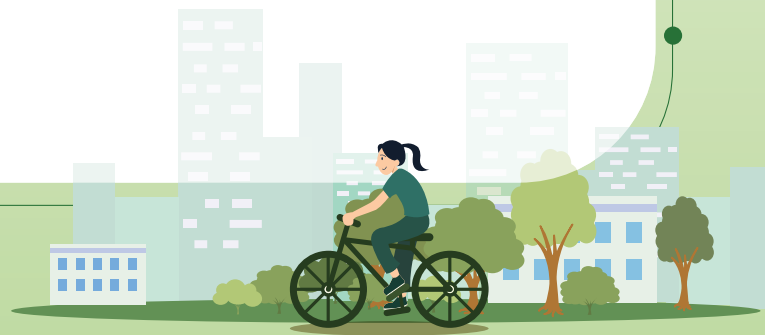
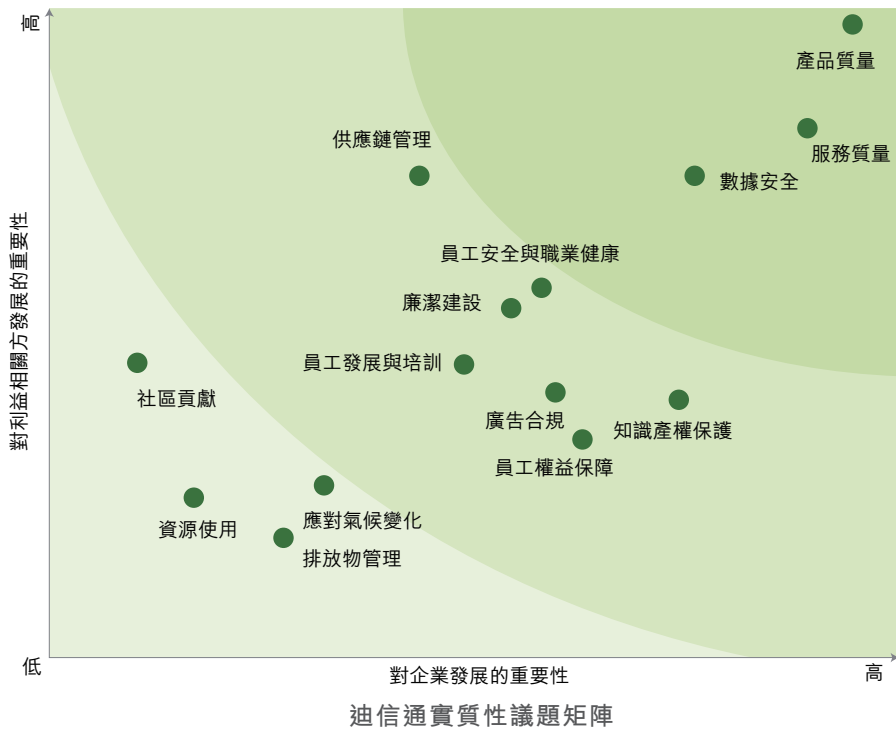
實質性議題分析

基於與利益相關方的溝通，並結合本集團業務發展特點，我們識別出14項ESG實質性議題，並將其作為報告編製及信息披露的重要參考因素。我們的主要工作步驟及內容如下：

主要步驟	工作內容
識別與本集團業務相關的ESG議題	基於本集團當前業務特點及未來業務發展方向，參考可持續發展熱點，識別出主要相關的ESG議題。
評估及分析議題重要性	本集團通過在線問卷等形式，邀請主要利益相關方評估ESG議題的重要性；及 參考實踐及與利益相關方的溝通，由本集團管理團隊評估和分析各議題的重要性。
匯報重要ESG議題	基於利益相關方分析結果，識別本集團重要的ESG議題，並將其作為本報告編寫及本集團下一步工作方向的參考。

1. 合規固本，行穩致遠 (續)

基於分析，我們識別並確認了當前階段的核心關注議題。其中，高度重要議題主要包括：產品質量、服務質量、數據安全；一般重要議題涵蓋：員工權益保障、供應鏈管理、知識產權保護、廣告合規、員工發展與培訓、員工安全與職業健康、廉潔建設；相對不重要的議題涉及：資源使用、社區貢獻、應對氣候變化及排放物管理。本報告將就上述各項議題展開詳細討論與說明。



02

品質立業
責任築基



2. 品質立業，責任築基

本集團始終將保障產品質量與提升服務水平視為企業可持續發展的基石，並將消費者體驗置於業務運營的核心位置。在致力於提供優質產品與服務的同時，我們恪守負責任採購準則，嚴格執行廣告標識合規管理，切實保護消費者信息安全與個人隱私，以全面履行企業產品責任。

2.1 嚴選商品質量

本集團嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國產品質量法》等相關法律法規及行業標準，持續完善內部管理制度與監督機制，對產品質量實施全流程管控。我們對供應商資質進行嚴格審核，並在合作中明確訂立產品質量保證條款，確保所售商品符合國家安全與質量標準，致力於為消費者提供優質可靠的購物保障。

本集團已制定《7天無理由退換機細則》，明確承諾並要求各門店嚴格執行，同時設立消費者投訴與反饋渠道，切實維護消費者合法權益，持續提升購物安心體驗。

7天閃電退還

在本集團銷售渠道購買手機（非蘋果品牌產品、運營商產品、需激活產品）的消費者，自購機之日起七日內，如對價格、機型、功能、顏色等不滿意，且手機無人為損壞的，可享受免檢測退換機服務。

免費維修

消費者所購手機在保修期內出現非人為故障，本集團將提供免費維修服務，消費者可通過官網預約或親臨門店進行維修登記。

交通補助

若因產品質量或服務問題導致消費者返回門店處理，本集團將向消費者補償人民幣 30 元交通費用。

服務投訴獎勵

如銷售服務過程中給消費者帶來不佳體驗，可撥打服務熱線進行投訴。經核實後，本集團將為提出有效建議的消費者發放人民幣 300 元投訴激勵金。



2. 品質立業，責任築基（續）

《7天無理由退換機細則》規定，如有符合條件但因店面拒絕執行此制度而引發的投訴，且經核實後屬實，本集團將對涉事的附屬公司進行處罰。

此外，本集團已建立健全產品召回機制，若發現並確認在售商品存在安全隱患或可能對消費者健康構成重大風險，本集團將立即協同供應商啟動召回程序，並全面下架同批次、同型號產品，以有效控制潛在風險與損失。

2025年，本集團未有因安全與健康理由而被召回的商品。

2.2 提升服務體驗

本集團始終秉持「由心而發為消費者創造價值」的理念與「善念讓美好發生」的核心價值觀，致力於為消費者營造舒適的服務環境，持續優化服務品質，積極傾聽消費者心聲，以優質的服務與體驗不斷提升消費者滿意度。

優化購物環境

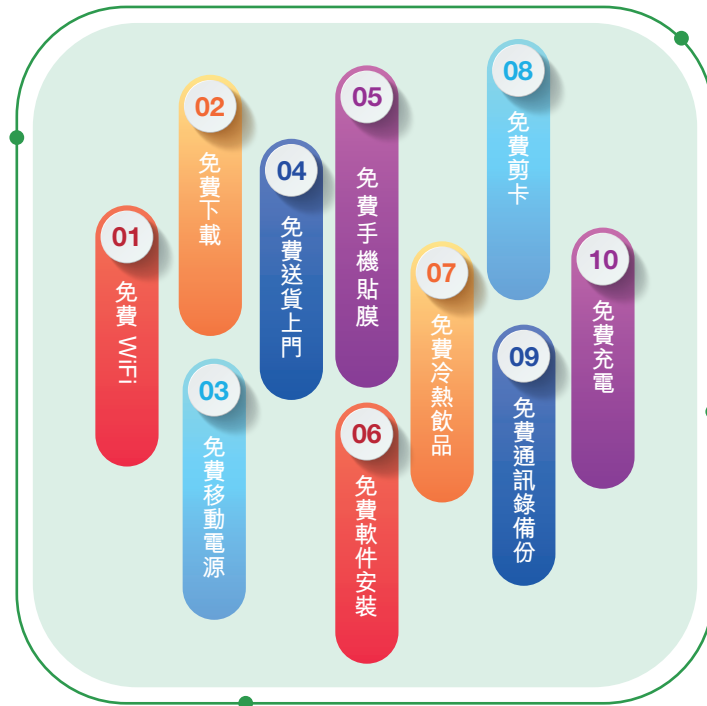
本集團已實施《北京迪信通商貿股份有限公司門店裝修制度》並持續完善相關內容，確保所有門店的環境標準與消防安全均嚴格遵循國家法規要求。在此基礎上，我們對門店裝修及裝飾材料實行嚴格管控，並委托第三方專業機構進行室內環境檢測，致力於為消費者營造健康、安心的購物環境，不斷優化其購物體驗。

提高服務標準

本集團積極踐行「心」服務理念，通過為消費者提供十項「到店即享」免費服務—包括免費充電、剪卡、貼膜、Wi-Fi及通訊錄備份等，以及免費冷熱飲供應與送貨上門服務，我們致力於構建覆蓋產品售前、售中、售後全流程的服務體系，持續提升服務品質與標準。

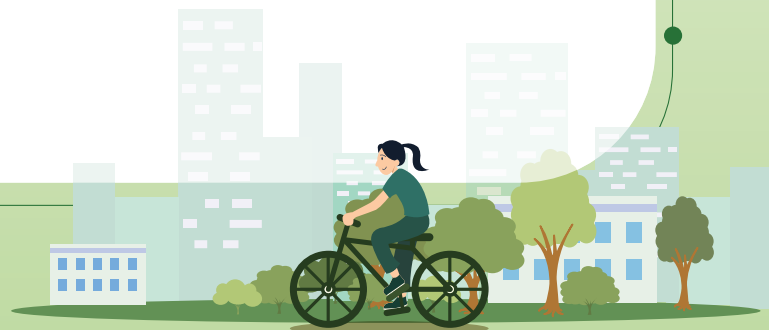
2. 品質立業，責任築基（續）

十大免費服務



為持續優化消費者體驗，本集團著力加強員工服務能力建設，通過定期開展專項培訓、在內部信息共享平台設立服務課程專區，便於員工隨時查閱與複習。同時，集團建立了覆蓋全員的「心」服務工作交流群，每日推送服務流程與標準要求，不斷增強一線及管理人員對「心」服務的認同感與使命感，助力門店服務品質提升。截至目前，「心」服務已推行十年，有效促進了各級管理人員和一線員工服務意識與專業水平的整體提高。

本集團不斷優化線下門店佈局，完善門店服務流程，對部分門店購機的消費者新增贈送三個月碎屏保障服務。同時，我們依托線下門店廣佈的優勢，積極與線上購物平台合作，聯合抖音在線下門店實施全城配送，部分門店下單後一小時內即可送達，進一步縮短消費者等待時間，提升消費者的購物體驗。



2. 品質立業，責任築基（續）

為提升銷售、門店及客服人員的專業能力，我們持續圍繞新上市產品特點，組織一線員工開展產品性能、核心賣點及服務標準專項培訓，並對全國門店相關人員進行了抽查與考核，以切實保障消費者獲得更優質的服務體驗。

回應消費者訴求

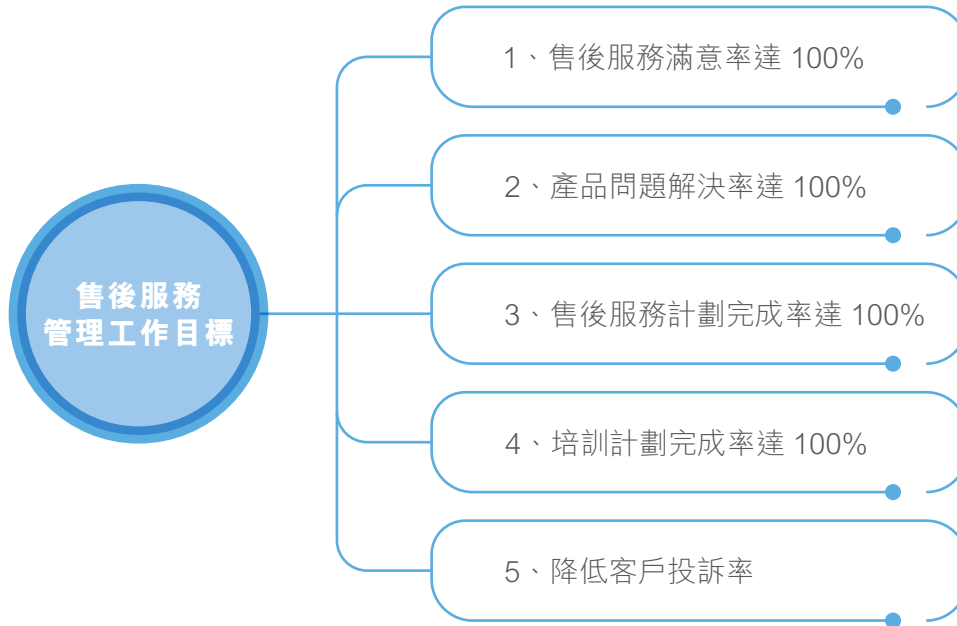
本集團始終重視與消費者的溝通，已建立多元、暢通的反饋渠道，認真傾聽並及時回應消費者訴求，積極吸收合理建議，以此推動服務水平的持續提升。我們通過線上與線下雙路徑搭建溝通及投訴受理體系，並嚴格依照《消費者權益保護法》，配套制定了《迪信通投訴服務管理》《「心」服務三條紅線管理制度》《新400周投訴反饋改進規定》等內部制度，不斷完善和規範投訴響應與處理機制，確保消費者權益得到切實保障。

投訴渠道：

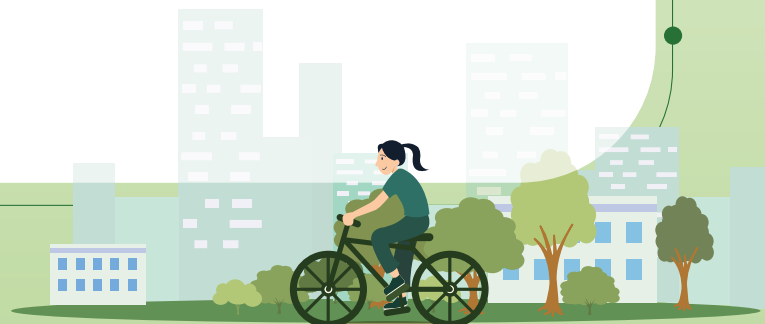
- 線下門店消費者來訪與投訴接待；
- 撥打總部服務熱線+86-400-700-8800；及
- 官網（含小迪說說、小迪社區等）、官方微博、官方微信公眾號、百度（含貼吧、知道）、質量萬里行等平台。

2. 品質立業，責任築基（續）

為及時有效地處理投訴，本集團提出「首問負責、積極配合、情緒穩定、承諾兌現」等原則，並對來自各個渠道的消費者投訴處理流程進行了明確的規定。售後客服處理目標如下：



我們的接訴人員將根據投訴的原因，如質量問題、服務問題、業務問題等對投訴進行分類，並在接到投訴的2小時內及時與消費者聯繫，瞭解投訴內容與訴求，安撫消費者的同時承諾解決的時限。本集團規定相關責任人員必須在24小時內處理結案，並回復總部呼叫中心處理結果。如果遇到較難處理的投訴，相關人員可以在向總部報備且徵得消費者同意的情況下，在72小時內處理結案。



2. 品質立業，責任築基（續）

分類	等級	響應時效	解決時效	說明
客戶諮詢	一般	即時	1小時內	客服自行解決
客戶投訴	一般	即時	2小時內	客服自行解決
客戶投訴	中等	即時	24小時內	售後主管解決
客戶投訴	嚴重	即時	1個工作日	分管總監或分公司副總解決
客戶投訴	緊急	即時	24小時內	售後主管解決
相關售後	全稱跟蹤	即時	2小時內	客服接待、售後經理全流程監管

客服分級與處理時效表

每月初，各附屬公司需向集團總部呼叫中心提交《投訴處理報告》。總部呼叫中心在收到報告後24小時內完成對消費者的回訪，核實投訴處理進度，並確認消費者對處理結果的滿意度。基於月度回訪反饋，我們系統梳理各渠道響應消費者投訴的情況，識別服務過程中的主要問題，並將相關問題及時反饋至相應職能部門或附屬公司。同時，我們定期組織溝通技巧專項培訓，持續強化各層級服務水平，確保消費者始終享有優質服務體驗。

2. 品質立業，責任築基（續）

本集團已將消費者投訴處理情況納入總部及各附屬公司的績效考核體系，覆蓋總部客服投訴部門、附屬公司總經理及投訴對接人、門店相關人員等層級，以進一步完善客戶投訴管理體系，推動相關制度有效落實。

此外，本集團建立了直播客服支援機制，並配置線上諮詢專職服務人員。我們將基於諮詢時段規律分析，動態調整並延長客服人員的出勤與值班安排，並動員直播團隊全員在諮詢高峰期間及時響應消費者問詢，以切實滿足消費者需求，持續提升諮詢服務體驗。

2025年，總部400呼叫中心共接到消費者電話諮詢反饋12,781單，投訴39單，其中有效投訴37單，投訴結案率100%，消費者滿意度達100%。

2025年，投訴結案率100%，消費者滿意度達100%。



2. 品質立業，責任築基（續）

2.3 負責任採購

本集團秉持負責任採購原則，已將可持續發展要求融入供應商准入、審核、採購及合作的各個環節，高度重視供應鏈中的ESG風險，建立並嚴格執行相關管理機制，致力於與供應商夥伴共同構建可持續的合作關係與商業生態，推動供應鏈可持續發展。

供應商准入

本集團已制定並實施《供應商管理制度》，持續完善供應商准入標準、流程及分級審核機制，從商品質量、材料安全性、價格合理性、環境與社會表現等多維度對供應商進行綜合評估，嚴格規範准入條件。我們建立了供應商「白名單」機制，強化對環境合規、勞工權益保障、反商業賄賂等方面的管理要求，明確經風險委員會審核通過的供應商方可納入「白名單」。對符合准入條件的供應商，本集團將嚴格審查其相關資質文件，並簽訂合作協議，協議中清晰界定採購流程、產品質量標準及爭議解決機制等內容。

作為零售企業，我們的合作供應商多為行業領先的手機及配件品牌廠商。在選擇商品供應商時，我們在嚴格執行採購審批流程的基礎上，重點關注手機及配件材質的環保性與安全性，要求供應商必須遵守國家及地區法律法規、合規經營，並具備相應的供貨資質證明。在選擇設備與服務供應商時，我們將環保表現納入評估體系，在質量與服務相當的前提下，優先採購能耗更低、更環保的設備設施與辦公用品，如節能燈具、低能耗電腦等，並積極與供應商溝通，推動其主動採用環保型產品與服務。

2. 品質立業，責任築基（續）

供應商管理與審核

為識別和關注供應商的環境及社會風險，判斷其商品質量和服務效果，本集團制定了供應商審核制度，並定期對供應商進行審核與評估。我們從產品質量、環保效益、廉潔從業、勞工管理等方面開展績效評價，關注其環境及社會風險。我們與績效表現良好的供應商進行長期合作，並淘汰長期無法滿足可持續發展需求的供應商。2025年，我們對全部供應商（共1,507家）進行了審核評估。目前，建立合作關係的供應商100%通過本集團供應商准入和審核要求。

2025年，我們對全部供應商進行了審核評估。

此外，本集團依托數字化技術，已搭建高度整合的供應鏈管理系統，實現對門店的銷售及庫存數據的實時監測，為制定採購計劃與優化庫存分配提供支持，顯著提升運營效率。

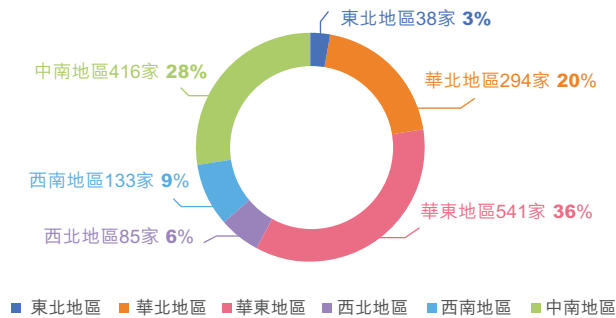
2025年，我們不定期與供應商溝通交流，及時傳達採購政策及相關要求的最新動態，並與供應商開展協作活動，共同搭建可持續供應鏈。目前，我們已與三大運營商、國內頭部手機品牌形成共贏共創的戰略合作關係。



供應商合作對接會



2. 品質立業，責任築基（續）



2025年本集團主要供應商數量

2.4 廣告與標識管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國商標法》等法律法規，秉持負責任營銷原則，系統識別廣告宣傳與標識使用中存在的合規風險，持續加強監督並不斷規範相關管理與使用標準，堅決杜絕一切虛假及不實宣傳行為。

根據實際業務需求，本集團制定了嚴格的管理規定，以確保在重大市場活動中，宣傳文案和各類公司標識使用合法合規。我們採用統一的《商標許可使用授權書》模板，並在模板中對授權許可商標名稱註冊號類別、許可期限、許可地域範圍、授權使用事項等進行描述，規範線下門店廣告與標識使用，明晰授權避免授權不清晰。為提高合規意識，避免侵權行為發生，我們定期對總部品牌管理部門以及仿冒本集團商標高發地區所在地的附屬公司開展商標權保護的相關培訓，指導各級人員合規使用標識的同時，也能夠合法、有效地應對商標被侵犯的行為。如發現本集團商標被侵權的情況時，我們會及時固定相關侵權行為的證據，並根據侵權事實情況，選擇向工商部門舉報或向人民法院起訴。2025年，我們時刻關注公開信息中的廣告與商標使用，持續跟進可能發生的侵權行為並及時維權，對即將到期的商標進行維護管理，確保商標的合法所有權。

2. 品質立業，責任築基（續）

本集團嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《知識產權認證管理辦法》等法律法規，制定並不斷完善《迪信通知識產權管理辦法》，保護自身知識產權，並定期組織面向一線員工及總部職能部門的知識產權培訓，強化員工的知識產權保護法律意識，避免潛在的侵權風險，確保合規運營。

2.5 信息與網絡安全

本集團遵循《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規，持續完善內部信息安全管理體系，制定並不斷優化《系統操作規範》《系統用戶賬號權限管理辦法》《信息技術專員崗位管理規範》《分公司系統職能管理規範》等相關制度，進一步明確系統管理職能範圍、職責分工與協同機制，並要求所有附屬公司配備專職信息技術專員，並通過信息化系統實現協同管理，以確保本集團系統職能管理工作的合規開展，構建安全可靠的信息環境。

2025年，為持續優化數據安全管理體系，提升數據安全管控能力，我們新出台《數據安全管理規範》，對數據採集傳輸、存儲、處理、交換共享等作出了詳細的操作規範及要求，確保有效降低數據安全風險發生的概率。



2. 品質立業，責任築基（續）

我們還在各場景積極採取保護措施，加強對消費者隱私信息的保護：

- 在產品銷售中，我們與消費者簽訂三方保密協議，並嚴格落實。
- 在內部運營中，我們建立內部會員信息系統對消費者隱私與數據實施有效管理，持續提升網絡安全領域的信息技術能力，包括設立高等級的技術防火牆，嚴格監控數據的流轉過程，設置不同層級員工的查閱、使用權限等，以避免消費者資料洩露與濫用。
- 在員工培訓中，我們強調信息與隱私保護的意識，組織學習相關政策制度與執行細則，要求員工在未經有效許可的情況下，不得向任何第三方透露消費者信息。

2025年，本集團內未有任何重大消費者信息洩露事件發生。

03

聚才育英 人本踐行



3. 聚才育英，人本踐行

本集團始終秉持「以人為本」的核心理念，致力於吸引並留住優秀人才。我們在切實保障員工合法權益的基礎上，高度重視員工的職業健康與安全，並結合不同崗位類型及員工職業發展需求，設計並實施具有針對性的培訓體系，以推動員工與企業共同成長、協同發展。

3.1 重視優秀人才引進

為增強企業競爭力，基於傳統業務開展與新業態佈局的需求，本集團打通多元招聘渠道，採取公平、公開、透明的招聘策略，在積極引進行業內資深業務與管理人才的同時，注重儲備和培養新生力量，不斷夯實人才基礎。

在人才引進過程中，本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，並及時更新完善《招聘管理制度》。本集團重視招聘流程的透明性和公平性，在面試與評估環節充分體現關注與尊重，並提供清晰的職位說明與薪酬待遇信息。針對應屆畢業生及管理培訓生，我們為其打造明確的晉陞通道和培訓體系，建立具有競爭力的薪酬體系，為人才儲備與選拔創造良好條件。

此外，本集團積極踐行企業社會責任，為弱勢人群提供工作崗位，助力解決其就業問題。

截至2025年12月31日，本集團共有2,615名僱員。

關鍵績效指標：員工僱傭及流失率

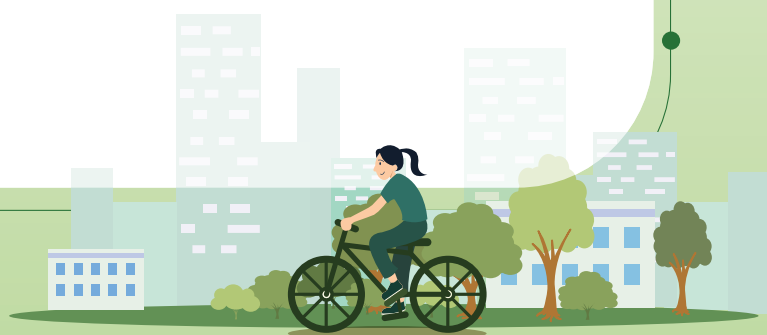
指標		2025年	2024年
按性別劃分的員工人數(人)	男性	1,037	1,148
	女性	1,578	1,585
按年齡劃分的員工人數(人)	30歲以下	706	957
	30歲至40歲(不含)	1,026	1,093
	40歲至50歲(不含)	682	547
	50歲(含)以上	201	136

3. 聚才育英，人本踐行（續）

指標		2025年	2024年
按僱傭類別劃分的員工總數（人）	勞動合同制	2,366	2,479
	勞務派遣制	249	254
按學歷劃分員工總數（人）	大專學歷（含）以下	2,056	2,186
	本科學歷	511	492
	碩士及以上學歷	48	55
按層級劃分的員工人數（人）	高級管理層	10	11
	中級管理層	79	89
	基層員工	2,526	2,633
按地區劃分的員工人數（人）	華東地區	622	705
	華南地區	126	87
	華中地區	440	546
	華北地區	687	711
	西北地區	128	137
	西南地區	331	328
	東北地區	281	219
	女性員工	16%	14%
按性別劃分的員工流失比率（%）	男性員工	15%	13%
	女性員工	16%	14%
按年齡劃分的員工流失比率（%）	30歲以下	22%	12%
	30歲至40歲（不含）	16%	13%
	40歲至50歲（不含）	9%	14%
	50歲（含）以上	6%	19%
按地區劃分的員工流失比率（%）	華東地區	13%	12%
	華南地區	27%	15%
	華中地區	17%	12%
	華北地區	16%	13%
	西北地區	13%	11%
	西南地區	18%	13%
	東北地區	15%	16%

1. 高級管理層指副總裁及以上級別員工，中級管理層指總經理、副總經理、總監和副總監級別員工；

2. 2025年，高級管理層中的女性員工數量為4人，佔比為40%。



3. 聚才育英，人本踐行（續）

3.2 保障員工權益

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《女職工勞動保護特別規定》《職工帶薪年休假條例》《最低工資規定》等相關國家及地方法律法規，並緊跟政策更新趨勢，充分保障員工權益。2025年，結合本集團發展目標和戰略規劃，我們進一步完善和優化了目標和績效管理、幹部管理和儲備人才培訓培養、人力資源信息化建設等方面的人力資源管理體系和機制，進一步保障僱傭工作的合規性和高效性。同時，我們對考勤休假、入離職、薪酬福利等相關制度和流程進行了優化，切實保護員工的合法權益。

本集團已建立完善的績效管理制度，在目標制定、溝通反饋、考核管理和考核結果應用方面形成閉環管理，將考核結果與員工業績獎金掛鉤，並定期對在各項工作中表現優異的員工進行表彰，在推動公司實現業務目標的同時，切實提升員工自驅力。2025年，我們制定分總經營責任制管理辦法，落實關鍵幹部經營管理責任，盤點關鍵崗位幹部履職情況，調整部分關鍵崗位，提升各業務單元負責人能力；制定分公司財務負責人績效管理機制，完善考核維度。



金牌銷售表彰

3. 聚才育英，人本踐行（續）

本集團依法與錄用員工簽訂正式勞動合同，為其提供社會保險、住房公積金等基本保障，並確保薪酬水平高於各地區最低工資標準。我們致力於營造多元包容的職場環境，堅決杜絕基於種族、性別、籍貫、年齡、學歷、宗教信仰、身體狀況等因素的歧視行為，切實維護員工合法權益。

本集團對招聘僱傭童工及強迫勞動行為持「零容忍」立場。在招聘過程中，我們嚴格審核應聘人員的身份證明文件，確保錄用人員均已達到法定工作年齡且為自願參與勞動。如發現僱傭童工或強迫勞動情況，我們將立即聯繫相關部門及外部機構依法處理，並與員工本人及其法定監護人進行溝通，妥善安排童工及被強迫勞動者的後續安置。

本集團嚴格監控員工工作時間，已全面實施考勤打卡制度，確保員工工作時長符合國家法定要求，並責成相關負責人合理調配團隊工作負荷，保障員工工作時間處於合規的範圍。

本集團已建立暢通的員工溝通渠道，致力於營造積極、和諧的工作氛圍。員工可通過意見箱、電子郵件、企業微信等多種線上、線下途徑向管理層反饋意見建議。同時，集團管理層定期組織召開員工座談會，各級員工可自願參與，與管理層進行面對面交流。管理層認真聽取員工心聲，並及時予以回應與反饋。

2025年，本集團未發生違反勞工相關法律法規、侵犯員工權益並對集團產生重大影響的事項，亦未受到有關員工權益保障方面的處罰。



3. 聚才育英，人本踐行（續）

3.3 培訓培養模式迭代升級

本集團已建立系統化的培訓管理體系，根據市場要求和社會環境變化對培訓內容和形式適時進行更新，幫助員工實現個人與職業同步發展。為進一步推動集團戰略落地，助力員工成長與業務發展深度融合，2025年，本集團持續圍繞零售本質與一線實戰需求，對培訓管理體系進行全面夯實與系統升級。我們堅持以實戰歷練為核心，以員工職業發展為主線，在鞏固既有體系的基礎上，著重強化新零售環境下的銷售戰力鍛造、規範化管理能力提升及人才梯隊建設，通過更精準、更貼近業務場景的設計，促進組織經驗沉澱與人才效能釋放，為集團戰略目標的實現提供堅實、可持續的人才支撐。

本集團目前的主要培訓項目包括：

新員工培訓

為助力新員工高效融入組織並系統構建職業素養與專業技能，本集團構建了「發展式評估+混合式學習+輔導反饋」三位一體的培養體系。在新員工入職培養階段，我們設計多維度的培訓課程，涵蓋商業模式解讀、企業文化宣導、合規意識強化及職業發展規劃等內容，幫助新員工系統建立對企業環境與運營體系的認知，加速實現從校園到職場的角色轉換。此外，本集團每年組織往屆優秀校招員工經驗分享會，旨在構建人才互助共進的成長生態，持續優化長效人才發展機制。

「星火」管培生計劃

2025年7月，我們啟動2025管培生專項培養項目。該計劃旨在系統性選拔與培養未來業務骨幹與管理後備軍，設計「集中培訓、輪崗實踐、課題攻堅與教練輔導」的復合培養模式。培養計劃分為鑄魂、淬煉、發展三個階段，鑄魂階段通過開營導入、文化制度學習、高管座談、門店實習及紅色研學，快速建立對公司理念與職業精神的認同；淬煉階段賦予管培生具體的業務改進課題或小型項目管理任務，在實戰中錘煉問題解決與創新能力；發展階段在定崗後持續關注，納入後備人才庫，提供進階管理與專業培訓，實現持續跟蹤培養。

3. 聚才育英，人本踐行（續）

案例：「迪·星火」管培生計劃

「迪·星火計劃」作為本集團人才儲備體系的重要組成部分，致力於打造一批認同文化、精通業務、敢於擔當的青年後備力量，為集團可持續發展注入持續鮮活的新生動力。



「迪·星火」管培生計劃

管理層實戰歷練

針對不同層級的管理者，我們結合層級特點和需求，設計不同的培養方案，切實提升員工領導力。對中高層管理者，我們組織行業趨勢研討、戰略解碼會及對標學習，提升商業洞察與戰略規劃能力；對新晉／後備中高層管理者，聚焦目標分解、跨部門協作、過程監控與人才培養，通過「帶著實際問題來，帶著解決方案走」的工作坊形式開展；對於基層管理者，重點培訓門店日常運營管理、團隊激勵、銷售數據分析與業務復盤等實戰技能。



3. 聚才育英，人本踐行（續）

銷售鐵軍鍛造計劃

為持續打造專業、高效的銷售團隊，本集團全面實施「銷售鐵軍鍛造計劃」，通過系統化的訓練機制與敏捷化的賦能體系，不斷強化一線作戰能力。本計劃以實戰為導向，圍繞流程標準化、知識同步化、經驗共享化三大維度展開，致力於將優秀個案轉化為團隊通識，確保銷售策略與業務變化同頻落地，最終推動整體業績與服務質量的協同提升。

- 標準化銷售流程復盤與演練：每月更新典型案例，組織全國門店通過晨會、周會進行情景模擬與話術通關。
- 新產品／新業務即時培訓：針對即時零售、新品上市等業務變化，建立「總部－區域－門店」24小時內快速響應的培訓傳達機制，確保信息與技能同步一線。
- 銷售比武與經驗萃取：每季度舉辦銷售技能競賽，並邀請業績冠軍進行全國巡迴經驗分享，將優秀實踐轉化為可複製的培訓素材。

3. 聚才育英，人本踐行（續）

內部知識與技能共享平台建設

為構建系統化、可持續的內部賦能體系，本集團積極推進知識與技能共享平台建設，著力將個人經驗轉化為組織智慧，以數字化手段與常態化機制相結合的方式，營造全員學習、共同成長的組織氛圍。

- 「金牌內訓師」隊伍擴編：大力選拔一線績優員工與優秀管理者成為內訓師，並為其提供課程開發與授課技巧培訓，將個人經驗轉化為組織資產。
- 「微課大賽與案例庫」：鼓勵員工錄製銷售技巧、客戶服務、門店管理等主題的短視頻微課，豐富線上學習資源庫，供全員隨時隨地學習。
- 常態化「經驗分享會」：定期以線上直播或線下沙龍形式，組織各業務條線骨幹進行專題分享，促進跨區域、跨部門的知識流動。



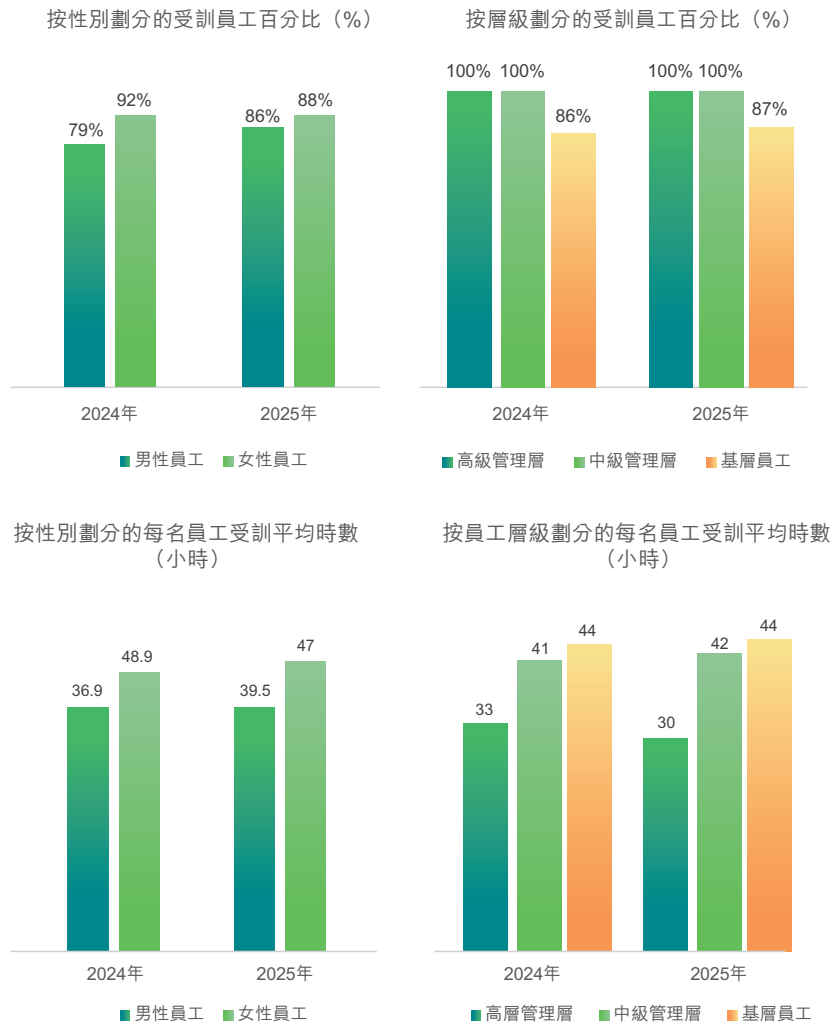
員工培訓現場

2025年，本集團提供了40個培訓項目，共有2,275名員工參與培訓，受訓員工佔比達87%，員工人均參與培訓時長為44小時。



3. 聚才育英，人本踐行（續）

關鍵績效指標：員工培訓



1. 高級管理層指副總裁及以上級別員工，中級管理層指總經理、副總經理、總監和副總監級別員工。

3. 聚才育英，人本踐行（續）

3.4 關注身心健康

本集團高度重視員工健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國職業病防治法》《工傷保險條例》等職業健康安全相關法律法規，制定並落實有效的員工健康與安全管理制度，致力於為全體員工營造安全、舒適的辦公環境，倡導健康平衡的工作方式，保障員工身心健康發展。

健康管理

本集團已建立完善的工傷保障體系，為全體員工配置醫療保險與工傷意外險，每年組織全員健康體檢，並不定期邀請相關領域專家開展職業健康知識講座與培訓，幫助員工及時識別、關注並管理個人健康問題。同時，本集團亦重視員工心理健康，通過定期組織戶外拓展、心理沙龍等活動，協助員工緩解工作壓力，培養積極健康的心態。

本集團高度關注辦公場所建材對員工健康的潛在影響，依據《工作場所職業衛生管理規定》等相關法律法規，制定並執行《北京迪信通商貿股份有限公司門店裝修制度》，規範門店裝修及裝飾材料選用標準，確保所有材料符合國家相關規範與安全標準，切實保障員工健康。

此外，員工如因故需住院治療，本集團將及時派代表進行慰問與關懷。



3. 聚才育英，人本踐行（續）

安全防護

本集團持續完善《北京迪信通商貿股份有限公司「一線三排」責任制度》《北京迪信通商貿股份有限公司安全生產檔案管理制度》等工作環境安全管理規章，不斷優化健全迪信通安全生產責任體系，加強安全生產標準化建設，並與員工簽訂安全責任書，將安全生產責任明確納入全員職責範圍。同時，為幫助員工熟悉相關內部制度，我們提供詳細的操作指引，確保安全防護措施有效落實。

本集團不定期聯合物業單位開展安全隱患排查，及時識別並消除工作環境中存在的安全風險，從源頭上預防工傷事故發生。我們亦會根據天氣、季節等變化，向全體員工發佈消防安全通知或出行安全溫馨提示，提醒員工加強安全防護。

針對不同業務與崗位的職業特點，我們有針對性地開展員工安全知識技能培訓與模擬演練，提升員工的安全防護意識。同時，本集團不定期組織消防安全培訓，向員工普及消防安全常識與應急救援基礎知識，切實增強員工的應急響應與處置能力。

當發生工傷時，我們通過採取快速有效的反應機制，確保傷員得到及時救治。

**2022-2025年間，本公司因工亡故的員工人數及比率均為零。
2025年，工傷事件為零，因工傷損失工作日數為零。**

3. 聚才育英，人本踐行（續）

身心平衡

本集團高度重視員工幸福感和歸屬感，通過開展多元的員工關懷活動，致力於為員工打造有溫度的職場氛圍。

日常工作中，我們始終將員工關懷落到實處，通過多元化的福利體系與溫馨的組織活動，切實傳遞企業對每一位員工的重視與愛護。我們不僅提供節日慰問、內部優惠等普惠性福利，也為有需要的員工安排免費宿舍，竭力為員工營造便捷、安心的工作與生活環境。2025年，集團持續開展包括節日關愛、職工運動會在內的各類文化活動，旨在豐富員工精神生活、促進同事間情感交流，進一步增強團隊凝聚力與合作精神。這些人性化的關懷舉措，讓員工在奮鬥的同時，也能共享企業發展的成果，感受到來自企業大家庭的溫暖。



職工運動會活動



女神節活動



團建活動



04

綠色賦能 生態共建



4. 綠色賦能，生態共建

本集團積極響應國家「雙碳」戰略，將節能減排與低碳發展理念融入企業運營全過程，嚴格履行環境責任，通過綠色實踐積極應對氣候變化，以實際行動支持綠色家園建設。

4.1 加強排放管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國環境影響評價法》《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等國家及地方法律法規，加強污染物排放管理，努力降低本集團運營過程對生態環境的負面影響。2025年，本集團未發生由於環境污染導致的行政處罰或相關訴訟。

本集團的溫室氣體排放主要源於日常運營中的能源消耗，如汽油燃燒和外購電力消耗。為減少排放，集團在辦公區和門店實施了多樣化節能措施，如隨手關燈、使用節能燈具、優化空調使用等。同時，為響應國家「雙碳」戰略，集團減少了公務車數量，淘汰高耗能老舊車輛，並將部分門店的專職司機配送改為物流發貨，有效降低了車輛使用率。本集團制定《迪信通車輛管理制度》，對新購入公務用車的使用管理進行了明確規定，通過優化車輛使用效率、減少非必要出行以及推廣低碳環保型車輛，進一步助力降低碳排放。此外，我們還倡導員工提前規劃出行計劃，優先選擇高鐵等綠色出行方式，共同推動綠色出行理念的實踐。

4. 綠色賦能，生態共建（續）

本集團在日常運營中產生的固體廢棄物主要包括生活垃圾、廢棄紙張及廢舊辦公耗材等。為從源頭上減少廢棄物產生，我們積極倡導綠色辦公理念，持續推進無紙化辦公及OA電子化系統應用，有效降低紙張消耗。在辦公區域打印機旁設置醒目提示標識，提醒員工打印前仔細核對文檔，避免因錯誤打印造成紙張浪費，並優先採用雙面打印模式，進一步節約用紙。此外，我們加強線上宣傳推廣力度，減少紙質傳單印刷使用，同時積極推進廢紙回收與二次利用，提升紙張使用效率。

針對日常運營中產生的無害生活垃圾及廢紙品，我們統一委托專業第三方回收商進行處理，確保資源循環利用。對於廢棄硒鼓、墨盒等具有潛在危害的廢棄物，則由合作的打印機廠商進行專業無害化處理，防止環境污染。

在垃圾分類管理方面，本集團建立嚴格的內部考核制度，設專門的垃圾分類立專項工作小組，明確責任人及各單位宣傳員，制定詳細實施方案，並向全體員工普及生活垃圾分類知識。在辦公場所，我們按廢棄物類型設置分類收集容器，並安排清潔人員負責後續分類回收與規範處置，確保全程符合環保要求。

我們亦對經營過程中可能產生的噪音污染建立了完善管理機制。各門店在宣傳促銷活動中減少擴音設備使用，轉為電子屏等低噪方式，確保噪聲排放合規，降低對周邊企業與居民的影響。



環保意識宣傳海報

4. 綠色賦能，生態共建（續）

廢棄物回收

本集團對環境和自然資源的影響主要來源於辦公樓及門店的電力、水，以及打印紙張與包裝材料的使用。在持續加強能源與資源管理的同時，我們積極推進電子廢棄物、外賣餐盒、廢棄包裝及飲水瓶等的分類收集與規範處置，以降低其對生態環境的潛在影響。

我們積極拓展回收業務，在線下門店推出以舊換新服務，回收廢舊電子產品，並深化與專業第三方回收商的合作。目前，回收業務已覆蓋所有迪信通運營所在省市的附屬公司，不僅為消費者提供了便利，也助力生態環境改善，有效促進了循環經濟的發展。

關鍵績效指標：排放物¹

指標	2025年	2024年
無害廢棄物（噸） ²	50.07	51.53
人均無害廢棄物產生量（噸／人）	0.02	0.02
有害廢棄物（噸） ³	0.24	0.23
人均有害廢棄物產生量（噸／人）	0.00009	0.00008
廢棄硒鼓墨盒	0.23	0.22
廢螢光燈管	0.01	0.01

1. 本章節所提供的環境數據涵蓋本集團總部、附屬公司的辦公場所、總庫及部分地區的門店；
2. 無害廢棄物均交由垃圾清運單位進行處理，主要為辦公區產生的廢棄紙張、廢棄辦公文具及食品垃圾；及
3. 有害廢棄物均交由有資質的第三方回收商進行處理，主要包括廢硒鼓，廢墨盒及廢螢光燈管。



4. 綠色賦能，生態共建（續）

4.2 優化資源利用

本集團嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，積極倡導綠色辦公理念，推行系列節能降耗措施，持續提升資源利用效率。

用電管理

為節約電能並提升用電效率，本集團制定了一系列管理辦法，優先採購和使用節能設備，加強對員工的節能指導，推動資源合理利用，持續優化能源管理水平。在辦公場所裝修及設備更新過程中，我們全面採用節能燈具，並在日常運營中監督員工用電行為，要求員工切實執行公司節能措施，如離開辦公室時及時關閉燈光、空調、電腦等設備，減少電器待機時長。此外，為增強員工節能意識，我們在主要辦公區域及大型用電設備周圍張貼節能減排標識，通過視覺引導幫助員工養成良好節能習慣。



節電、節能宣傳海報

4. 綠色賦能，生態共建（續）

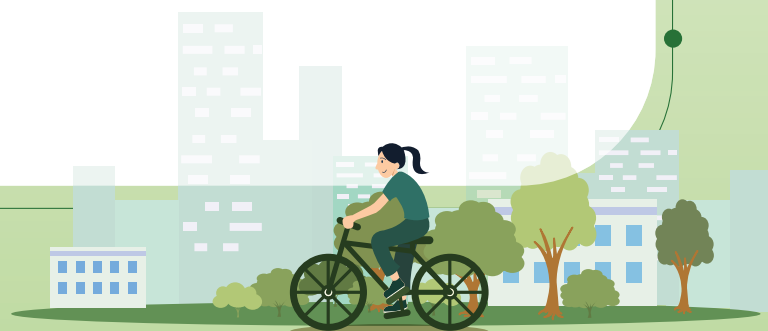
用水管理

為節約水資源，本集團加強用水設備日常維護管理，定期檢修水龍頭等設施，杜絕長流水現象。同時，我們著力提升員工節水意識，在用水處張貼節水提示，倡導全員踐行綠色生活方式。

關鍵績效指標：能源及資源使用

指標 ¹	2025年	2024年
能源消耗總量（兆瓦時） ²	2,724.25	2,016.81
能源消耗強度（兆瓦時／平方米）	0.20	0.15
能源消耗強度（兆瓦時／人）	1.04	0.74
直接能源消耗（兆瓦時）	964.87	951.92
汽油（兆瓦時）	893.50	885.14
柴油（兆瓦時）	71.37	66.78
間接能源消耗（兆瓦時）	1,759.39	1,064.90
電力（兆瓦時）	1,759.39	1,064.90
耗水量（噸） ³	4,593.11	6,060.75
人均耗水量（噸／人）	1.76	2.22
打印紙張使用量（噸）	8.26	7.52
包裝物（噸） ⁴	15.15	28.16
每萬台手機銷售包裝物使用量（噸／萬台） ⁵	0.04	0.06

1. 本章節所提供的環境數據涵蓋本集團總部、附屬公司的辦公場所、總庫及部分地區的門店；
2. 能源消耗量數據根據電力及燃料的消耗量和中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則（GB/T 2589-2020）》中有關換算因子計算；
3. 本集團使用的水源主要為市政自來水和外購桶裝飲用水，在求取適用水源上不存在任何問題；
4. 基於業務特點，包裝物主要包括銷售手機過程中我們提供給消費者的紙袋、塑料袋、無紡布袋等包裝物，不包含所銷售產品供應商提供的產品自帶包裝物。包裝物數據已覆蓋所有附屬公司；及
5. 每萬台手機銷售包裝物使用量即指平均銷售1萬台手機消耗的包裝物。



4. 綠色賦能，生態共建（續）

4.3 應對氣候變化

氣候變化是當今全球面臨的最嚴峻挑戰之一，對企業的運營和發展產生深遠影響。作為負責任的企業公民，迪信通深刻認識到應對氣候變化的重要性，積極採取行動減少溫室氣體排放，提高資源利用效率，同時把握氣候變化帶來的業務機遇，推動企業可持續發展。

治理

本集團建立了完善的ESG管治架構。董事會負責全面監督本集團氣候相關風險和機遇的管理工作，具體職責包括：審批集團的氣候相關策略與目標，確保其與整體業務策略保持一致；每年至少召開一次ESG會議，審閱氣候工作進展及目標達成情況；評估氣候相關風險和機遇對業務的影響，並指導管理層制定相應的應對措施；監督氣候相關目標的設定與實施進度；同時審閱並批准年度ESG報告中涉及氣候議題的披露內容。董事會下設三級ESG責任工作組，協助董事會監督和管理本集團氣候相關事宜：

A級ESG工作組：負責氣候相關事宜的日常管理和執行，具體職責包括：制定和完善氣候相關管理制度及具體措施；識別和評估氣候相關風險和機遇，並向董事會匯報，確保將氣候相關風險和機遇納入決策考慮；制定和推動實施溫室氣體減排目標和行動計劃；

B級ESG工作組：負責收集氣候相關信息和數據，監督C級工作組落實氣候相關措施；

C級ESG工作組：負責執行具體氣候相關工作，落實節能減排措施，反饋執行情況。

董事會成員具備多元化的專業背景，包括企業管理、財務、法律及行業經驗，能夠有效理解和監督氣候相關風險和機遇。本集團定期為董事及管理層提供氣候相關培訓，內容涵蓋最新政策法規、行業最佳實踐及氣候變化對企業的影響等，以提升其在氣候相關領域的專業知識和決策能力。

4. 綠色賦能，生態共建 (續)

戰略

本集團持續關注氣候相關風險對公司業務與財務的潛在影響與機遇。我們已開展全面的氣候相關風險和機遇的識別、分析和評估工作，覆蓋公司自身運營的主要業務，以及公司價值鏈上下游關鍵環節。

我們識別的主要氣候相關風險、機遇與應對策略如下表所示。在可合理預期的政策環境、經濟形勢、自然因素和技術條件等前提假設下，公司基於實際情況，綜合考慮自然環境、政策、市場、技術等重大不確定因素，參考與氣候變化國際協議相一致的政府間氣候變化專門委員會第六次評估報告 (IPCC AR6) 中共享社會經濟路徑 (SSP) 情景和綠色金融網絡 (NGFS) 情景，評估公司戰略、商業模式等方面在短、中、長期對氣候物理風險與轉型風險的適應性。

風險類型及描述			不同情景假設下的風險敞口						應對策略	當期及預期財務影響
			高排放情景組合			低排放情景組合				
			2030	2050	2060	2030	2050	2060		
實體風險	急性風險 (短期) ²	業務運營 因暴雨洪澇、極端高溫、颱風、冰雪凍雨、沙塵暴等極端天氣事件，可能導致門店暫停營業、設備損壞、倉庫貨物受損或人員受傷等情況。	低	低	低	低	低	低	<p>為有效管理氣候相關物理風險，本集團將其全面納入門店選址、設計和投資決策流程；同步制定了《安全生產風險分級管控管理制度》《安全生產教育培訓制度》及針對極端天氣的應急預案；安全生產委員會在颱風、暴雨等極端天氣發生前及時發佈預警通知，指導門店落實防範措施；定期組織災害天氣應急演練、防洪演練等活動；提升實際應對能力；並通過購買相應的商業保險，進一步轉移和降低潛在風險損失。</p> <p>當期財務影響方面，為應對可能影響珠海的颱風等極端天氣，公司於2025年購買了防汛物資，相關支出共計約人民幣4,000元，與2025年年報「管理費用」科目相關聯。</p> <p>預期財務影響方面，未來三年內，公司預計將投入約數十萬元，用於添置沙袋、對空調設備進行改造維修、加裝防風抗爆膜等一系列防災減災措施，以提升應對極端天氣災害的防禦能力。</p>	

² 綜合考慮公司核心業務規劃及外部參考信息，我們將氣候相關風險影響的時間範圍設定為報告期結束後1年以內 (短期)，報告期結束後1年至5年 (中期)，報告期結束後5年以上 (長期)。



4. 綠色賦能，生態共建（續）

風險類型及描述			不同情景假設下的風險敞口						應對策略	當期及預期財務影響
			高排放情景組合			低排放情景組合				
			2030	2050	2060	2030	2050	2060		
轉型風險	政策及法律 風險（短期、 中期、長期）	價值鏈上下游 根據相關ESG監管要求，公司需要細化其中的氣候相關信息披露內容，提升信息透明度，進一步加強ESG相關機制建設。此外，公司可能需要聘用第三方機構開展信息披露或數據鑒證，以確保數據的準確性和報告的可靠性。	低	低	中	低	低	低	為提升可持續發展治理水平，積極應對氣候變化，公司將主動披露已制定的氣候風險與機遇管理策略、環境目標及具體行動，並持續加強與利益相關方的溝通交流。	當期財務影響方面，為滿足ESG監管合規要求，公司於2025年聘請第三方諮詢機構，相關支出共計的人民幣17萬元，與2025年年報「管理費用」科目相關聯。 預期財務影響方面，若公司的氣候應對行動及成效未達相關方預期，公司的合規成本可能會增加，導致收入下降。
主要氣候相關風險與應對策略										

4. 綠色賦能，生態共建（續）

機遇類型及描述		不同情景假設下的風險敞口						應對策略	當期及預期財務影響
		高排放情景組合			低排放情景組合				
		2030	2050	2060	2030	2050	2060		
產品和服務 (短期、中期、 長期)	業務運營 中國發佈「2030年前實現碳达峰， 2060年前實現碳中和」目標，為迎 合國家「雙碳」目標，迪信通可以 通過投資光伏業務，拓展收入來 源。	低	低	中	中	高	高	本集團充分發揮國企的信用背書、全國網絡 佈局及集團產業鏈協同的核心優勢。在堅守 並深化用戶用光伏代理業務的同時，積極向產 業鏈上下游及衍生服務拓展。	當期財務影響方面，2025年，公司光伏設備 銷售收入人民幣67,264.30萬元，詳情請見 2025年報財務報表附註「收入、其他收入 及收益」。 預期財務影響方面，未來光伏業務持續發展， 有助於持續提高公司收入。
主要氣候相關機遇與應對策略									

分析結果表明，本集團的業務模式具有一定的氣候韌性。報告期內，上述氣候相關風險未對本集團財務狀況、財務表現及現金流產生重大影響，且預計下一報告期內也不會對資產和負債賬面價值產生重大影響。通過積極拓展新能源業務、提升運營效率、加強風險管理，本集團能夠有效應對不同氣候情景下的挑戰，並把握相關機遇。上述部分內容屬於前瞻性陳述，並非對未來情況的保證、預計或預測。本集團在這一過程中，考慮了諸多不確定性因素，包括經濟、法規、市場、地緣政治、氣候模式等。這些不確定性因素會受到數據來源和評估方法的局限，也會被其他未被觀測到的不確定性因素和主觀判斷所影響。後續，本集團會持續關注相關風險和機遇，並在業務模式、情景假設出現重大變化後，對情景分析結果進行更新。此外，基於上述不確定性，綜合考慮單獨識別預期財務影響的可能性，合併其它氣候相關風險和機遇進行綜合財務影響披露的可行性，以及本集團當前的能力與資源，本集團決定暫採用定性的形式披露包括氣候變化在內的可持續風險和機遇的預期財務影響。



4. 綠色賦能，生態共建（續）

風險管理

本集團持續關注氣候相關風險對公司業務與財務的潛在影響與機遇。我們已開展全面的氣候相關風險和機遇的識別、分析和評估工作，覆蓋公司自身運營的主要業務，以及公司價值鏈上下游關鍵環節。針對識別出的氣候相關風險和機遇，我們綜合考慮其發生的可能性、對業務、財務的影響程度，對風險和機遇進行優次排序，並制定針對性應對措施。

詳見本報告「風險管理與內部控制」以及「實質性議題分析」章節。

指標和目標

氣候相關風險指標方面，本集團面臨的主要氣候相關物理風險為颱風、暴雨洪澇等急性風險。公司門店廣泛分佈於全國18個省份和4個直轄市，地理分散有效降低了單一區域氣候事件對整體運營的衝擊。預計氣候相關物理風險對本集團當前及未來業務活動的影響金額佔總營收比例較低。

氣候相關機遇指標方面，氣候變化推動能源轉型，為本集團拓展戶用光伏業務帶來重要機遇。我們積極響應國家「雙碳」戰略，大力拓展新能源業務，已在山西、湖北、江蘇等8個省市開展戶用光伏業務，為實現清潔能源轉型貢獻力量。截至報告期末，本集團光伏設備銷售收入人民幣67,264.30萬元，佔2025年本集團總收入的4.07%。

資本運用方面，本集團用於氣候相關風險和機遇的資本開支主要包括：節能設備採購、門店環保改造、戶用光伏業務拓展等。

4. 綠色賦能，生態共建（續）

為深入落實節能減排理念，提高資源利用效率，助力實現節能降碳目標和生態環境的持續改善，我們制定了明確的環境目標，並將持續跟蹤和監督這些目標的實施進展。

節能減排目標：	目標達成情況：
<ul style="list-style-type: none"> 採購達到一級能耗要求的辦公室電子設備；及 使用LED節能燈。 	<ul style="list-style-type: none"> 2025年，各項環境目標均已達成；及 2026年，本集團將繼續以此為目標，開展節能節水、減排減廢工作。
節水目標： <ul style="list-style-type: none"> 辦公區域用水設備全部使用節能水龍頭。 	
減廢目標： <ul style="list-style-type: none"> 督促員工實現生活垃圾100%分類； 提高紙張使用效率，逐年減少紙張使用量；及 設立有害垃圾專用放置區，實現塑料包裝、印刷耗材等廢棄物100%回收與專項消納。 	

本集團積極響應國家「雙碳」目標，穩步推進氣候目標管理工作。目前，制定具體量化的短期減排目標仍存在一定挑戰，但我們已確立方向，承諾嚴格遵循中國雙碳路徑設定並實現氣候目標。現階段，本集團以溫室氣體排放強度為核心跟蹤指標，覆蓋本集團全部營運範圍。我們計劃在未來尋求第三方驗證溫室氣體數據，並建立由各級ESG責任工作組監督下的年度目標審核機制，依託排放數據、能效提升等指標持續監察進展，並將根據國家政策、技術進步或業務變化及時調整目標，確保始終與國家碳中和戰略保持一致。



4. 綠色賦能，生態共建（續）

關鍵績效指標：排放物¹

指標	2025年	2024年
溫室氣體排放總量（範圍一及範圍二）（噸二氧化碳當量） ²	1,197.85	840.67
溫室氣體排放強度（噸二氧化碳當量／平方米）	0.09	0.06
溫室氣體排放強度（噸二氧化碳當量／人）	0.46	0.31
直接排放（範圍一）（噸二氧化碳當量）	248.02	244.64
汽油	228.68	226.54
柴油	19.34	18.10
間接排放（範圍二）（噸二氧化碳當量）	949.83	596.03
外購電力	949.83	596.03
間接排放（範圍三）—類別7：員工通勤（噸二氧化碳當量）	758.35	/

1. 本章節所提供的環境數據涵蓋本集團總部、附屬公司的辦公場所、總庫及部分地區的門店；及

2. 本集團依據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準（2004年）》（GHG Protocol）計量和披露溫室氣體排放。溫室氣體清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮，主要源自外購電力、汽油及柴油使用。溫室氣體排放根據中國生態環境部刊發的《2023年電力二氧化碳排放因子》及聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）刊發的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南2019年修訂版》進行核算，並按二氧化碳當量呈列。

05

廉明立身
正氣興企



5. 廉明立身，正氣興企

本集團始終將誠信廉潔作為企業穩健運營的基石之一，我們恪守合規底線，堅決杜絕任何違反職業道德與商業倫理的行為，致力於營造風清氣正、公平透明的商業環境。

我們遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等國家與地方法律法規，結合公司實際運營情況，制定了從防範到控制、懲處的相關管理制度，包括《合規管理制度》《廉潔自律管理制度》《廉潔制度》《反賄賂條例》《反貪污政策》《舞弊處理程序與辦法》《迪信通採購監控制度》等。本集團搭建以合規管理工作委員會監督，內控管理中心牽頭的合規管治架構，對一切形式賄賂和貪污採取「零容忍」的態度，並定義了各類違規行為，規定了舉報、調查程序、檢討等機制，聲明禁止職務侵佔和商業賄賂、禁止擅自披露商業秘密，促進依法經營。本集團明確並採取具體獎懲措施等廉潔從業行為規範，督促全體員工誠信從業，強化全體員工誠信從業的職業操守。

為預防腐敗、賄賂、勒索、欺詐、洗錢等違反商業道德的行為，本集團已建立完善的內部審計及風險控制體系，並設立由財務、審計及法務等多部門人員組成的內部審核團隊。內部審核團隊負責每年對各附屬公司進行反腐敗審查，確保其合同管理、財務收支等是否符合本集團的內部控制政策。若發現異常行為，內部審核團隊將及時啟動臨時調查，並跟蹤記錄調查過程及結果，同時提出內控體系優化建議並呈報高級管理層。管理層負責評估反腐敗措施的有效性與內控體系的完善程度，並作出相應的改進決策。本集團總部財務部門也會定期檢查附屬公司的現金流，及時覆核和跟進存疑交易。對於較為敏感的採購部崗位，我們實施差異化輪崗制度，以預防業務營運中的潛在腐敗情況。此外，若有必要時，我們會引入外部第三方專業人士參與合規審計調查，以確保調查結果客觀公正。2025年，董事長、本集團中高級管理層及員工簽署《合規承諾書》，表明對違法違規行為的零容忍態度。

2025年，本集團及員工未發生貪污、賄賂、欺詐及洗錢方面的重大違規行為，
未有關於貪污的訴訟案件。

5. 廉明立身，正氣興企（續）

為了搭建誠信廉潔的合作夥伴關係，本集團已實行嚴格的供應商合作流程。在建立新的合作關係前，業務部門必須就供應商背景進行盡職調查，確保報價與實際採購價符合市場行情。除非獲得適當授權，採購員不得通過個人銀行賬戶進行採購，且不得向供應商要求預先結算開支。此外，本集團與供應商簽訂的採購合同中，均列示供應商應遵守反賄賂與反洗錢相關法律法規的明確條款，並明確了陽光採購和廉潔誠信承諾等條款，對商業賄賂的形式進行範圍界定，將違反條款的情況定性為違約。

宣傳培訓

為了加強誠信廉潔制度建設，提高員工職業道德水平，本集團在總部層面開展晨會宣貫，並定期在管理例會上進行匯報。我們每半年向全體員工及董事提供反腐敗、反欺詐、反洗錢等商業道德相關的法律政策培訓，培訓內容包括近期影響較大的同行業反腐敗案例、反貪腐相關法律法規解讀、本集團反腐敗政策宣貫等，不斷增強員工與董事的法律合規意識。2025年，我們為董事和高級管理層提供了相關法律更新的培訓，重點介紹經修訂的《企業管治守則》及相關《上市規則》條文、進一步擴大無紙化上市機制，以及環境、社會及管治框架下氣候信息披露的指引，案例分析及其實踐應用等，以確保公司始終維持高效、科學的董事會體系，助力高級管理層在決策和執行過程中始終保持高度的法律合規性。

舉報與處理

本集團致力於構建便捷高效的溝通平台，系統收集內部管控潛在風險信息，以便及時識別並處理與腐敗、欺詐等相關的違法違規行為。若員工發現任何實際或疑似違反集團政策或法律法規的行為，均可依據舉報政策規定的渠道與流程進行報告。目前，本集團開放的匿名舉報渠道包括電話、郵箱、微信公眾號及「匿名舉報平台」等形式，以確保員工、合作夥伴及消費者在隱私安全的前提下，便捷地反映問題或提出建議。收到舉報後，本集團將迅速組建專項調查小組，負責推進後續核查工作，並對相關責任人依法依規嚴肅處理。上述機制為各方提供了暢通有效的反饋途徑，並顯著提升了舉報處理效率。



06

同心築夢
家園共榮



6. 同心築夢，家園共榮

本集團積極履行企業公民責任，持續開展公益實踐，致力於增進社會福祉，攜手各方共建可持續社區。2025年，我們積極響應政府、員工及社會公眾對建設美好家園的期待，以多樣化形式參與社區共建，切實貢獻社會價值。

志願助鄰，情暖社區

2025年，迪信通廣東公司參加「志願廣東青年先行大東街2025年學雷鋒志願服務集市」。公司攜手大東街道多個集體單位，共同設立服務攤位，為社區居民提供了多樣化的便民志願服務。其中，公司結合自身業務優勢，特別推出了手機免費貼膜、運營商業務辦理諮詢、以舊換新政策宣傳等服務，切實解決了居民在日常通訊與數字生活中遇到的實際問題，將便捷與實惠送到了群眾家門口，以實際行動踐行雷鋒精神，傳遞企業溫度，助力營造和諧友善的社區氛圍。



學雷鋒志願服務集市活動現場

6. 同心築夢，家園共榮（續）

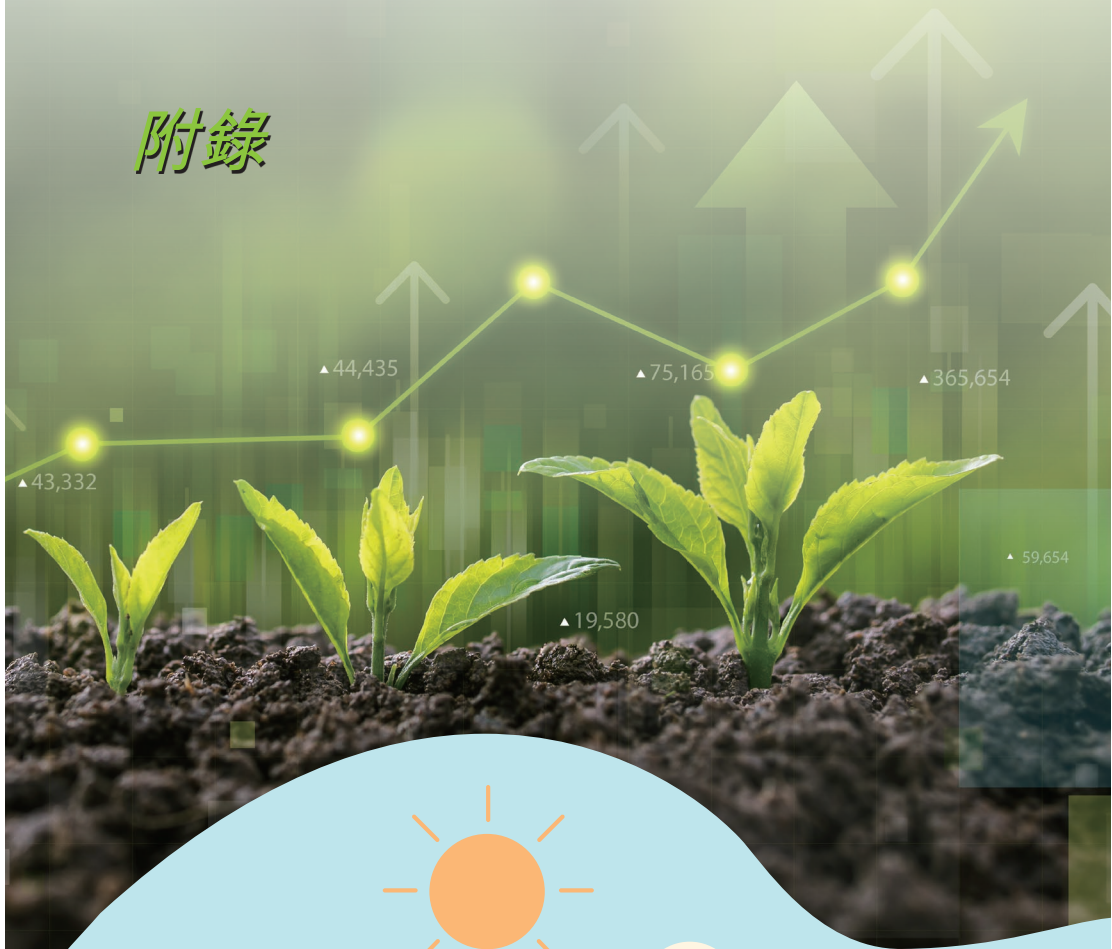
助力高考，暖心護航

每年高考期間，本集團在全國近千家門店同步設立愛心驛站，線上、線下聯動開展為期三天的專項服務，免費提供礦泉水、扇子等物資，全方位助力廣大考生及陪考家庭。同時，我們面向考生推出專屬優惠，憑準考證即可享受購機減免，以實際行動傳遞對學子的關懷與美好祝願。



愛心服務助力高考

附錄



附錄

香港聯交所《ESG 報告守則》索引 強制披露規定

強制披露規定內容	對應章節
<p>管治架構</p> <p>由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：</p> <p>(1) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管；</p> <p>(2) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及</p> <p>(3) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。</p>	董事會聲明
<p>匯報原則</p> <p>描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：</p> <p>重要性：環境、社會及管治報告應披露：(i) 識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii) 如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。</p> <p>量化：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。</p> <p>一致性：發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	關於本報告
<p>匯報範圍</p> <p>解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。</p>	關於本報告

附錄 (續)

「不遵守就解釋」條文

範疇	議題	披露要求	對應章節
環境	A1 排放物	<p>一般披露：有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：</p> <p>(1) 政策；及</p> <p>(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	4.1 加強排放管理
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.1 加強排放管理
	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）。	4.1 加強排放管理
	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）。	4.1 加強排放管理
	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。	4.1 加強排放管理 4.3 應對氣候變化
	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。	4.1 加強排放管理 4.3 應對氣候變化

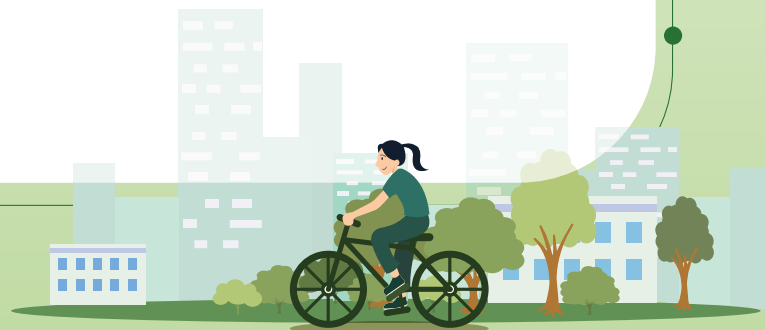


附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
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。	4.2 優化資源利用
	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）。	4.2 優化資源利用
	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	4.2 優化資源利用
	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。	4.2 優化資源利用 4.3 應對氣候變化
	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。	4.2 優化資源利用 4.3 應對氣候變化
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量	4.2 優化資源利用
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。	4.1 加強排放管理
	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。	4.1 加強排放管理

附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
社會	B1 僱傭	一般披露：有關薪酬及解雇、招聘及晉陞、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：	3.1 重視優秀人才引進 3.2 保障員工權益
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
		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。	3.1 重視優秀人才引進
		B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	3.1 重視優秀人才引進
		B2 健康與安全	一般披露：有關提供安全工作環境及保障員工避免職業性危害的：
	(1) 政策；及		
	(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		
	B2.1 過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	3.4 關注身心健康	
	B2.2 因工傷損失工作日數。	3.4 關注身心健康	
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。	3.4 關注身心健康		



附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
B3	發展與培訓	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。	3.3 升級培養模式
	B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	3.3 升級培養模式
	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。	3.3 升級培養模式
B4	勞工準則	一般披露：有關防止童工或強制勞工的：	3.2 保障員工權益
	(1)	政策；及	
	(2)	遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	3.2 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。	3.2 保障員工權益

附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
B5	供應鏈管理	一般披露：管理供應鏈的環境與社會風險政策。	2.3 負責任採購
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	2.3 負責任採購
	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。	2.3 負責任採購
	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。	2.3 負責任採購
	B5.4	描述在選擇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。	2.3 負責任採購



附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
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：	2.1 嚴選商品質量
			2.2 提升服務體驗
	(1) 政策；及	2.4 廣告與標識管理	
	(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.5 信息與網絡安全	
	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。	2.1 嚴選商品質量
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.2 提升服務體驗
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.4 廣告與標識管理
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1 嚴選商品質量
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.5 信息與網絡安全	

附錄 (續)

範疇	議題	披露要求	對應章節
B7 反貪污		一般披露：有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	5. 廉潔從業揚清風
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
	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。	5. 廉潔從業揚清風
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	5. 廉潔從業揚清風	
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	5. 廉潔從業揚清風	
B8 社區投資		一般披露：有關以社區參與來瞭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。	6. 家園美好共守護
	B8.1	專注貢獻範圍（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	6. 家園美好共守護
	B8.2	在專注範圍所動用資源（如金錢或時間）。	6. 家園美好共守護



附錄 (續)

氣候相關披露

披露要求		索引	
管治	管治	19. 發行人須披露有關以下方面的資料： <ul style="list-style-type: none"> a. 負責監督氣候風險及機遇的治理機構（可包括董事會、委員會或其他等同治理機構）或個人的資訊； 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—治理 氣候相關考慮因素暫未納入薪酬政策。
策略	氣候相關風險和機遇	20. 發行人須披露其資訊，以讓人理解其合理預期可能在短期、中期或長期影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須： <ul style="list-style-type: none"> a. 描述合理預期可能在短期、中期或長期影響發行人的現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇； b. 就發行人已識別的每項氣候相關風險，解釋發行人是否認為該風險是與氣候相關物理風險或與氣候相關轉型風險； c. 就發行人已識別的每項氣候相關風險和機遇，具體說明其合理預期可能影響發行人的時間範圍（短期、中期或長期）；及 d. 解釋發行人如何定義短期、中期及長期，以及這些定義如何與其策略決定規劃範圍掛鉤。 	應對氣候變化—戰略

附錄 (續)

披露要求

索引

- | | | |
|----------|--|-----------------|
| 業務模式和價值鏈 | 21. 發行人須披露讓人瞭解氣候相關風險和機遇對其業務模式和價值鏈的當前和預期影響的資訊。具體而言，發行人須作如下披露： | 應對氣候變化—戰略 |
| | a. 描述氣候相關風險和機遇對發行人的業務模式和價值鏈的當前和預期影響；及 | |
| | b. 描述在發行人的業務模式和價值鏈中，氣候相關風險和機遇集中的地方（例如，地理區域、設施及資產類型）。 | |
| 策略和決策 | 22. 發行人須披露讓人瞭解氣候相關風險和機遇對其策略和決策的影響的資訊。具體而言，發行人須披露： | 應對氣候變化—治理 |
| | a. 有關發行人已經及將來計劃在其策略和決策中如何應對氣候相關風險和機遇的資訊，包括發行人計劃如何實現任何其所設定的氣候相關目標，以及任何法律或法規要求達到的目標； | 本集團暫未有氣候相關轉型計劃。 |
| | b. 有關發行人當前及將來計劃如何為根據第22(a)段披露的行動提供資源。 | |
| | 23. 發行人須披露先前各匯報期內按照第22(a)段披露計劃的進度。 | 應對氣候變化—戰略 |



附錄 (續)

披露要求

索引

財務狀況、 財務表現及 現金流量	<p>當前財務影響</p> <p>24. 發行人須披露以下定性和量化資料：</p> <p>a. 氣候相關風險和機遇如何影響發行人在匯報期的財務狀況、財務表現及現金流量；及</p> <p>b. 當存在將導致下一匯報年度相關財務報表中的資產和負債帳面價值發生重要調整的重大風險時，關於第24(a)段中識別的氣候相關風險和機遇的資訊。</p>	應對氣候變化—戰略
	<p>預期財務影響</p> <p>25. 發行人須披露以下定性和量化資料：</p> <p>a. 發行人經考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略後，並考慮到以下各項，預期其財務表現在短期、中期及長期內將如何變化：</p> <p>(i) 其投資及處置計劃；及</p> <p>(ii) 其為實施策略所需的資金的計劃資金來源；及</p> <p>b. 基於發行人管理氣候相關風險和機遇的策略，其預計其財務業績及現金流量在短期、中期及長期的變化。</p>	應對氣候變化—戰略

附錄 (續)

披露要求

索引

氣候韌性	<p>26. 在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露資訊，使他人瞭解發行人的策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性。發行人須按與其情況相稱的做法，使用與氣候相關的情景分析來評估其氣候韌性。提供量化資訊時，發行人可披露單一數額或區間範圍。具體而言，發行人須披露：</p> <p>a. 發行人截至匯報日對其氣候韌性的評估；</p> <p>b. 如何及何時進行氣候相關情景分析。</p>	應對氣候變化－戰略
風險管理	<p>27. 發行人須披露以下資訊：</p> <p>a. 發行人用於識別、評估氣候相關風險，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程及相關政策；</p> <p>b. 發行人用於識別、評估氣候相關機遇，以及釐定當中輕重緩急並保持監察的流程（包括發行人可有及如何使用氣候相關情景分析來確定氣候相關機遇的資訊）；及</p> <p>c. 氣候相關風險和機遇的識別、評估、優次排列和監察流程，是如何融入發行人的整體風險管理流程，以及融入的程度如何。</p>	應對氣候變化－風險管理

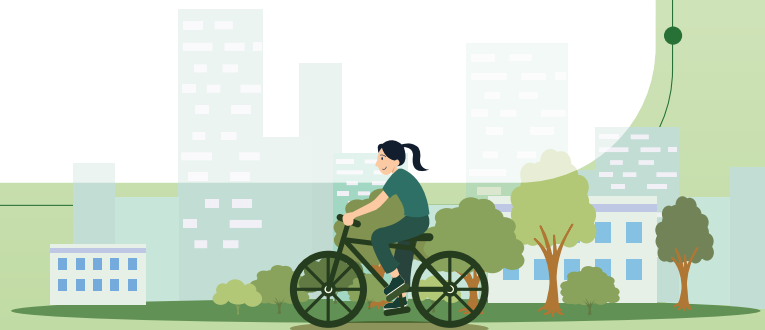


附錄 (續)

披露要求		索引
指標及 目標	溫室氣體 排放	<p>28. 發行人須披露匯報期內的溫室氣體絕對總排放量(以公噸二氧化碳當量表示), 並分為:</p> <p>a. 範圍1溫室氣體排放;</p> <p>b. 範圍2溫室氣體排放; 及</p> <p>c. 範圍3溫室氣體排放。</p> <p>29. 發行人須:</p> <p>a. 除非管轄機關或發行人上市之另一交易所另有要求, 否則發行人須根據《溫室氣體核算體系: 企業核算與報告標準(2004年)》計量其溫室氣體排放;</p> <p>b. 披露其用於計量溫室氣體排放的方法;</p> <p>c. 就根據28(b)段披露的範圍2溫室氣體排放, 披露其以地域為基準的範圍2溫室氣體排放, 並提供有助於瞭解該排放的任何所需合約文書的資訊; 及</p> <p>d. 就根據28(c)段披露的範圍3溫室氣體排放, 根據《溫室氣體核算體系: 企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準(2011年)》所述的範圍3類別披露發行人計量範圍3溫室氣體排放中包含的類別。</p>
		<p>應對氣候變化—指標和 目標</p> <p>應對氣候變化—指標和 目標</p>

附錄 (續)

披露要求		索引
氣候相關 轉型風險	30. 發行人須披露容易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	本集團在報告中未對氣候相關轉型風險的跨行業指標提供解釋，原因是相關合理數據在匯報日難以獲取，且獲取所需成本或努力超出必要範圍，故使用《ESG報告守則》下的合理資料實施寬免。
氣候相關 物理風險	31. 發行人須披露容易受氣候相關物理風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	本集團在報告中未對氣候相關物理風險的跨行業指標提供定量信息，原因是相關合理數據在匯報日難以獲取，且獲取所需成本或努力超出必要範圍，故使用《ESG報告守則》下的合理資料實施寬免。
氣候相關 機遇	32. 發行人須披露涉及氣候相關機遇的資產或業務活動的金額及百分比。	應對氣候變化—指標和目標
資本運用	33. 發行人須披露用於氣候相關風險和機遇資本開支、融資或投資的金額。	應對氣候變化—指標和目標
內部碳定價	34. 發行人須披露如下： a. 闡釋發行人可有及如何在決策中應用碳定價（例如投資決策、轉移定價及情景分析）；及 b. 發行人用於評估其溫室氣體排放成本的每公噸溫室氣體排放量定價； 或適當的否定聲明，確認發行人沒有在決策中應用碳定價。	本集團暫未在決策中應用碳定價。



附錄 (續)

披露要求	索引	
薪酬	<p>35. 發行人須披露氣候相關考慮因素可有及如何納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。</p>	氣候相關考慮因素暫未納入薪酬政策。
行業指標	<p>36. 本交易所鼓勵發行人披露與一項或多項特定的業務模式和活動有關的行業指標，或與參與有關行業常見特徵有關的行業指標。</p>	本集團暫無特定行業指標。
氣候相關目標	<p>37. 發行人須披露(a)其為監察實現其策略目標的進展而設定的與氣候相關的定性及量化目標；及(b)法律或法規要求發行人達到的任何目標，包括任何溫室氣體排放目標。發行人須就每個目標逐一披露：</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 用以設定目標的指標； b. 目標的目的（例如減緩、適應或以科學為基礎的舉措）； c. 目標的適用範圍（例如目標是適用於發行人整個集團還是部分（如僅適用於某個業務單位或地理區域））； d. 目標的適用期間； e. 衡量進度的基準期間； f. 階段性目標或中期目標（如有）； g. 如屬量化目標，其屬絕對目標還是強度目標；及 h. 最新氣候變化國際協議（包括該協議產生的司法承諾）如何幫助發行人設定目標。 	應對氣候變化—指標與目標

附錄 (續)

披露要求

索引

- | | | |
|-----|---|--|
| 38. | 發行人須披露其設定及審核每項目標的方法，以及其如何監察達標進度，包括： | 應對氣候變化—指標與目標 |
| a. | 目標本身及設定目標的方法是否經第三方驗證； | |
| b. | 發行人審核目標的程序； | |
| c. | 用於監察達標進度的指標；及 | |
| d. | 任何修訂目標的內容及原因。 | |
| 39. | 發行人須披露有關每項氣候相關目標的績效的資訊以及對發行人績效的趨勢或變化分析。 | 應對氣候變化—指標與目標 |
| 40. | 就按第37至39段披露的每一項溫室氣體排放目標，發行人須披露： | 應對氣候變化—指標與目標 |
| a. | 目標涵蓋哪些溫室氣體； | 本集團未採用行業脫碳法得出溫室氣體排放目標，且暫未計劃使用碳信用抵銷溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。 |
| b. | 目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3溫室氣體排放； | |
| c. | 此目標是溫室氣體排放總量目標還是溫室氣體排放淨額目標。如為溫室氣體排放淨額目標，發行人須另外披露相關的溫室氣體排放總量目標； | |
| d. | 目標是否是採用行業脫碳方法得出的；及 | |
| e. | 發行人計劃使用碳信用抵銷溫室氣體排放以實現任何溫室氣體排放淨額目標。 | |
| 41. | 在編製披露內容以符合第21至26及37至38段的規定時，發行人須參考(i)跨行業指標(見第18至35段)及(ii)行業指標(見第36段)並考慮其是否適用。 | 應對氣候變化—策略，指標與目標 |

跨行業指標
及行業指標
的適用性





北京迪信通商貿股份有限公司
Beijing Digital Telecom Co., Ltd.