

目錄

- 2 關於本報告
- 4 關於本集團
- 9 可持續發展管理方針
- 17 為客戶創造價值
- 25 為員工締造理想
- 32 為環境身體力行
- 52 為社區構建和諧
- 53 聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引



關於本報告



報告目的

兑吧集团有限公司(「兑吧」或「本公司」，連同其附屬公司，「本集團」或「兑吧集團」或「我們」)欣然發佈第六份《環境、社會及管治報告》(「本報告」)，披露由2025年1月1日至2025年12月31日期間(「報告期」)本集團的可持續發展理念、策略和環境、社會及管治(「ESG」)表現。

報告範圍

除非另有說明，本報告的報告範圍涵蓋我們位於中華人民共和國(「中國」)的總部辦公室、核心業務(i)用戶運營軟件即服務(「SaaS」)平台業務及(ii)互聯網廣告業務，與財務報告範圍一致。

報告準則

本報告乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄C2最新的《環境、社會及管治報告指引》(「ESG報告指引」)編製，並遵從ESG報告指引載列的重要性、量化、平衡及一致性作披露原則。本報告附註ESG報告指引的內容索引，方便各持份者查閱。關於本集團的企業管治，請參閱本公司截至2025年12月31日止年度報告《企業管治報告》一節。

報告原則

在編製過程中，本集團遵從以下四項報告原則。

原則	意思	本集團的回應
重要性	報告應涵蓋反映機構對ESG或對本集團持份者的評估及決定有重大影響的範疇。	透過與持份者溝通，識別當前重要的ESG議題。在此過程中會考慮內部和外部因素，例如本集團策略和持份者的關注，並於本報告中重點關注重要事宜。詳情請參閱本報告「持份者參與」章節。
量化	報告應以可以計量的方式披露關鍵績效指標，在適當情況下附有敘述、解釋、影響及比較數據。報告應訂下減少個別影響的目標(可以是實際數字或方向性、前瞻性的聲明)。	在可行情況下，通過計算及數據呈列披露關鍵績效指標。
平衡	報告應以客觀態度不偏不倚地描述每項議題，正面及負面信息均應於報告內呈報，以確保合理地反映整體績效。	本報告識別並闡述本集團的成就及所面對的挑戰，並披露量化的資訊，以全面反映本集團的可持續性表現及發展。
一致性	報告應採用一致的方式披露資訊，以便持份者分析及評估機構於不同時間的表現，並應就任何方法的變化作出解釋。	本集團已比較不同方面在目前及過去的關鍵績效指標及資訊，並採納一致的報告框架及統計方法，以便持份者對其表現作逐年比較，亦就報告範圍及報告方法的變動提供解釋。



關於本報告

獲取方式

本報告具備中文及英文版本，並刊載於聯交所以及本公司網站。如有任何抵觸或不相符之處，應以中文版本為準。

意見回饋

本集團重視持份者對我們可持續發展表現及方針的意見及反饋。我們鼓勵並歡迎閣下通過以下聯絡方式與我們分享意見：

中國主要營業地點： 杭州市西湖區
三墩鎮蘇振路100號
紫金港雲穀中心6號樓

香港主要營業地點： 香港銅鑼灣
勿地臣街1號
時代廣場二座31樓

電郵： ir@duiba.com.cn

關於本集團



本集團於2011年在中國杭州成立，是中國領先的線上業務SaaS供應商及領先的互聯網廣告平台運營商，專為金融、互聯網等行業的數萬家客戶提供用戶增長、活躍留存及流量變現的全周期運營服務。

用戶運營SaaS平台業務

我們的用戶運營SaaS平台旨在通過提供多種有趣且具參與性的用戶運營工具(包括積分體系運營、會員營銷運營、遊戲化用戶運營、銀行信用卡電商直播、透過微信企業營銷工具及金融行業直播等)以助力提升移動App用戶在App上的活躍度及參與度來幫助企業以具成本效益的方式吸引及留住線上用戶。我們最初以免費模式推出用戶運營SaaS平台以擴大我們的客戶群，並於2018年4月開始就用戶運營SaaS解決方案進行試點收費。我們已拓展用戶運營SaaS解決方案以服務線下企業，且在銀行客戶領域已獲階段成效。我們線下企業用戶運營SaaS業務的銷售及營銷戰略是積極發掘與零售、餐飲、銀行及新媒體等多個行業頂尖品牌的合作機會，在目前已合作的頭部客戶之間所積累的良好口碑，為我們當下的拓客提供了可複製、促轉化的經驗。



我們將升級用戶運營SaaS業務的核心服務，使其包括三個產品組合：基礎版、高級版及VIP定制版，以滿足不同客戶的不同需求；我們亦將為企業提供營銷產品及服務：持續創新及更具針對性的有效營銷策略及活動配置工具。未來我們仍將致力於不斷尋找產品的共需性，以提煉增量的通用服務模塊，提升未來標準產品的服務內容和套餐價格。我們將加大研發投資，從而為企業提供一站式用戶運營SaaS服務，以幫助其管理、活躍及獲取用戶。我們涵蓋線下企業(尤其是擁有龐大的用戶群及需要一站式用戶運營SaaS服務的銀行及保險公司)頂尖品牌，且我們認為其存在巨大的未開發潛力。

互聯網廣告業務

於2015年，本集團率先推出其互聯網廣告業務，聚合不同App場景流量、系統性地進行活動內容運營，並通過廣告實現大規模變現，從而實現廣告主、媒體供應商及用戶各方的共贏。先進的大數據分析及人工智能技術亦為我們互聯網廣告平台的創新及運營提供強有力的支持。我們通常根據廣告效果向我們的互聯網廣告客戶收費。本集團互聯網廣告模式以豐富有趣的高參與度活動吸引用戶，並為用戶提供娛樂及休閒。同時，廣告以折扣及優惠的形式呈現於登錄頁面上，以滿足及刺激用戶需求。本集團持續致力於提升其廣告技術能力，並通過媒體管理平台及智能廣告系統組成的互聯網廣告平台為內容分發渠道及廣告主提供線上自動化及定制化服務。



關於本集團



發展歷程

- 2014** • 本集團創立用戶運營SaaS平台。
- 2015** • 本集團率先推出互聯網廣告業務，聚合不同App場景流量、系統性地進行活動內容運營，並通過廣告實現大規模變現，實現廣告主、媒體供應商及用戶各方的共贏。
- 2016** • 推啊互動廣告平台上線。
- 2017** • 本集團首次實現盈利。
- 2018** • 本集團開始就用戶運營SaaS解決方案進行試點收費。
- 2019** • 本集團於聯交所上市，股票代碼1753。
- 2020** • 本集團開始為銀行及保險行業提供一套完整的專業直播內容生產規劃及直播支持產品。
- 2021** • 於擴大銀行客戶群方面持續取得突破。
- 2022** • 成立兌吧九九家族辦公室，首創全景式養老規劃理念。

可持續發展概覽

運營SaaS服務的付費客戶
580名

用戶運營SaaS平台新簽
合約數量達到**413**份，
新簽合約的總價值為
人民幣**111.3**百萬元

我們的業務系統穩定性高達
99.99%

研發部門的僱員人數為**120**名，
佔本集團僱員總數的**24%**

研發投入
人民幣**38.3**百萬元

506名員工，
100%為全職員工，
女員工佔員工總數**64%**

總培訓時數達
2,172小時

截至2024年12月31日，
已註冊**69**個內地及香港商標、
202個軟件著作權、
16個作品版權及
10個專利

平均培訓時數
女性僱員**2.5**小時，
男性僱員**2.8**小時

平均培訓時數
高級管理層**4.4**小時，
中級管理層**3.1**小時，
一般及技術人員**2.3**小時

溫室氣體排放總量
(範圍一、二及三)
584.41公噸二氧化碳當量

能源總耗用量
700.03千個千瓦時

總無害廢棄物量
56.89公噸

關於本集團



獎項及榮譽

獎項

浙江省總部企業

杭州市總部企業

科技創新潛力企業

頒發機構

浙江省經濟和信息化廳

杭州市總部經濟發展工作領導小組

翠苑街道

可持續發展管理方針

可持續發展願景及策略

我們本著成為企業的用戶運營合夥人的使命，致力為企業提供用戶增長、用戶留存及流量變現的全週期服務。我們積極採納負責任的經營管理模式，在業務發展的同時兼顧環境及社會效益，進一步提高企業的可持續發展。

為實現此願景，我們以「為客戶創造價值」、「為員工締造理想」、「為環境身體力行」及「為社區構建和諧」作為我們的四大可持續發展支柱，並透過訂立相應策略及目標貫徹我們的價值觀、確保將可持續發展元素融入營運各個環節和業務決策過程。有關本集團所制定的目標詳情，請參閱本報告各章節。



為客戶創造價值

策略： 從市場客戶價值出發，唯實、坦誠、開放。

目標： 為客戶提供最優質可靠的服務及產品，提升客戶體驗。



為員工締造理想

策略： 營造激勵與友愛扶持的工作氛圍，幫助員工實現夢想。

目標： 建立和諧共融、有活力的工作文化，照顧員工安康，鼓勵員工發揮才能。



為環境身體力行

策略： 減少對環境的影響，同時在我們的運營過程中推廣環保。

目標*： 有效運用資源及減少環境足跡，積極推廣低碳生活方式。

*有關我們的綠色目標，請參閱本報告「為環境身體力行」一節。



為社區構建和諧

策略： 組織各種社區活動，促進社會和諧。

目標： 支援弱勢社群，推動社會發展。

可持續發展管理方針



可持續發展管治

本公司董事會(「**董事會**」)對本集團的ESG策略及匯報承擔全部責任，並全面監督本集團的可持續發展策略、管理方針及表現，包括氣候相關風險和機遇的監督工作。本集團的可持續發展督導委員會(「**委員會**」)由董事會秘書擔任主席，並由本集團部門和主要業務單位的高級管理層及本公司公司秘書組成。委員會獲董事會授權監督本集團的可持續發展績效，並確保可持續發展因素已融入所有業務部門的決策過程中。委員會定期向董事會匯報，並評估本集團的可持續發展策略及檢討ESG相關目標的進度。

為確保委員會具備足夠的技能及勝任能力以監督氣候相關風險和機遇的策略，委員會每年評估其成員在可持續發展及氣候相關事宜的知識水平，並適時安排委員會成員參與氣候相關培訓或諮詢外部專家，以補充所需專業知識。

在重大業務決策或交易審批過程中，董事會亦會評估相關決策所涉及的氣候相關風險及機遇，包括考量不同行動方案之間的取捨，確保氣候因素納入業務策略審議的核心環節。董事會每年審查氣候相關目標(包括溫室氣體減排目標)的達標進度；如目標出現重大偏差，將要求管理層制定改善方案。就氣候相關考慮因素與薪酬政策的關連，詳情請參閱本報告「薪酬」章節。

為協助董事會及時了解我們的ESG風險和工作，我們建立了可持續發展工作小組(「**工作小組**」)以開展具體工作，以更好地在本公司未來規劃和日常生產運營中納入有關ESG的因素。在獨立可持續發展顧問協助下，本集團亦進行了ESG相關風險評估，顧問根據行業分析、持份者的意見及ESG趨勢，識別對本集團業務有重大的ESG相關風險，包括氣候風險及供應鏈的ESG相關風險等，並透過評估各項ESG風險對本集團的可能性及重要性進行優次排序。針對較高級別的ESG風險，我們會制定相關應對措施，並定期審視該等措施成效及向董事會匯報，在有需要時亦會向董事會提出改善方案。

工作小組採用以下監控措施監督氣候相關風險及機遇：(i)定期追蹤業務所在地極端天氣事件及其對業務連續性的潛在影響；(ii)每年審閱與本集團業務相關的氣候政策法規變化，並評估潛在合規成本；(iii)持續監察本集團溫室氣體排放數據的變化趨勢及減排目標的達標進度。上述監控措施已與業務運營、行政管理及財務部門的相關流程整合，以確保氣候風險因素在日常運營及預算編製中得到充分考量。工作小組就氣候相關風險及機遇的監察情況，定期(每年至少一次)向可持續發展督導委員會匯報；委員會則就重大氣候風險及目標達標情況，定期向董事會提交報告，由董事會對委員會的工作方向及決策作出審議及指導。

工作小組成員來自兌吧和推啊(我們的互聯網廣告業務)業務線。工作小組為一個知識交流平台，推動整個集團ESG的管理和實踐，並向本集團上報相關風險、執行可持續發展政策，以及準備ESG披露的相關材料。工作小組直接向委員會匯報，並在兌吧各業務部和部門推行本集團各項相關舉措。

可持續發展管治架構



可持續發展管理方針



持份者參與

本集團深信持份者意見對制定可持續發展策略至關重要，因此我們始終與持份者保持緊密溝通聯繫，以了解他們的關注及期望。有見及此，我們設立了不同的溝通渠道，以便內部和外部持份者提供重要意見，為改善可持續發展績效打下穩固的基礎。

持份者群組	溝通渠道	關注重點	本集團的回應
客戶	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 行業峰會 ➢ 公司網站 ➢ 客戶訪談及工作會議 ➢ 前線日常溝通 ➢ 線上服務平台 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 產品質量 ➢ 客戶服務 ➢ 信息安全 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 加強質量管控 ➢ 完善客戶溝通機制 ➢ 網絡安全與權限設置
僱員	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 績效考核 ➢ 員工郵箱 ➢ 內部會議及員工見面會 ➢ 智能辦公平台 ➢ 培訓及工作坊 ➢ 團隊建設及員工活動 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 僱傭權益 ➢ 待遇及福利 ➢ 培訓及事業發展 ➢ 職業安全及健康 ➢ 平等機會 ➢ 友善工作間 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 依法保障員工權益 ➢ 建設人才培養通道 ➢ 加強職業健康和安全管理
股東及投資者	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 年報及定期報告 ➢ 股東大會 ➢ 通函及公告 ➢ 本集團網站 ➢ 與投資者會面 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 投資回報 ➢ 公司管治 ➢ 風險控制 ➢ 資訊透明度 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 提高盈利水平 ➢ 完善風險管理和內控體系 ➢ 定期信息披露
政府部門和監管機關	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 工作報告 ➢ 申請批覆 ➢ 會議交流 ➢ 監督查訪 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 合規經營 ➢ 依法納稅 ➢ 支持地方發展 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 加強反腐倡廉建設
商業夥伴／供應商	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 業務會議 ➢ 供應商評審 ➢ 實地視察 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 守信履約 ➢ 雙贏合作 ➢ 公平公正採購 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 審查、挑選與監察 ➢ 訂明《行為準則》
社區和公眾	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公益及慈善活動 ➢ 本集團網站 ➢ 社交媒體公眾號 ➢ 校園招聘 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 社區參與 ➢ 愛護環境 ➢ 工作機會 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 開展公益項目 ➢ 全面踐行綠色運營 ➢ 創造就業機會

重要性評估

為確保本報告能如實地呈現本集團的ESG表現，我們委聘了獨立可持續發展顧問不時協助本集團進行持份者問卷調查，收集持份者對於各ESG議題對本集團之重要性的評分，並進行優次排序，篩選出本集團及所有持份者共同關注的重要議題，從而調整資源投放，並使可持續發展議題的報告和溝通更具針對性。重要性分析分為以下四個階段實施：

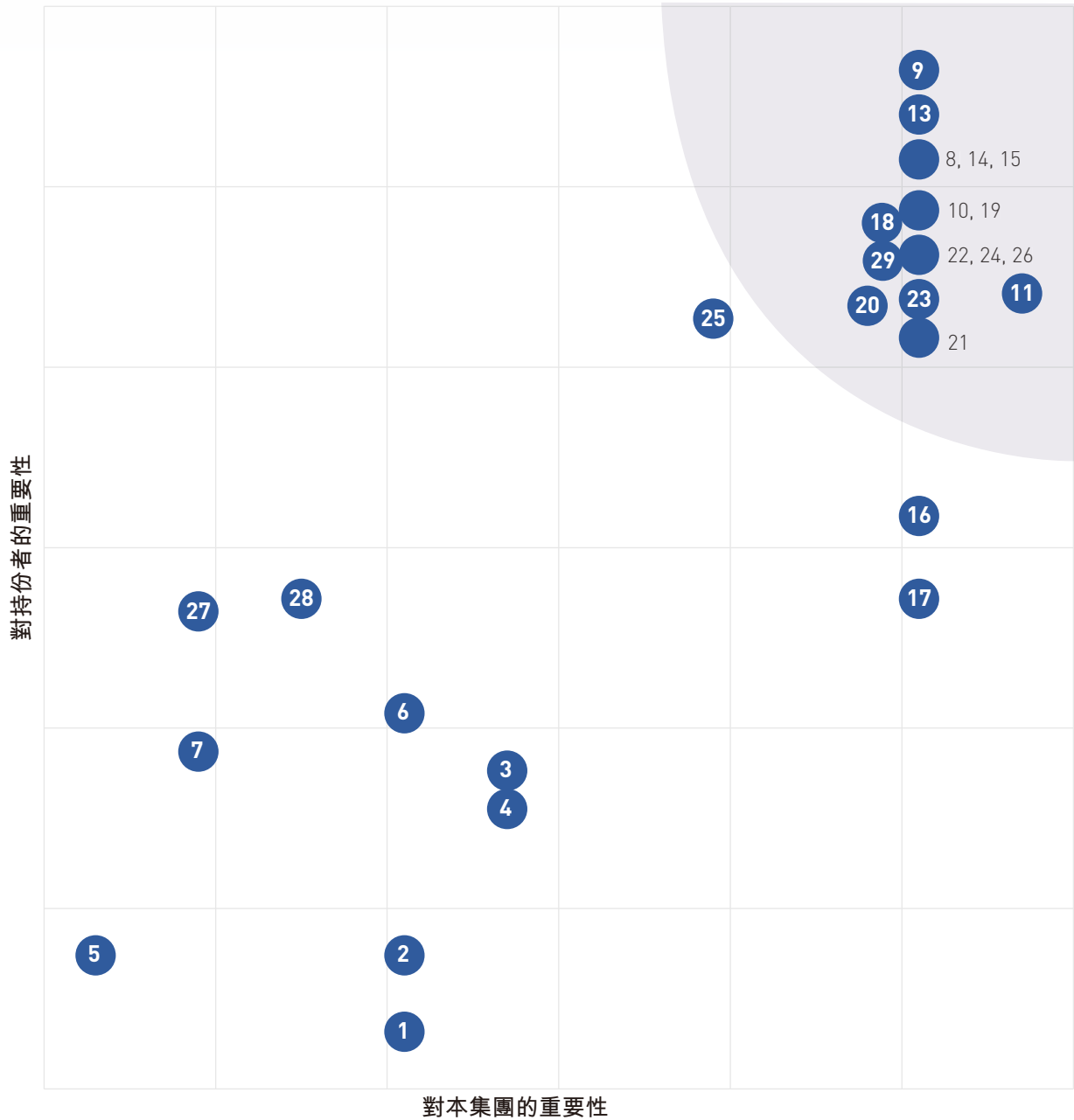
階段1 識別相關議題	<ul style="list-style-type: none">• 根據同業分析、業務特色、持份者溝通結果以及ESG報告指引，識別出29個ESG相關議題。
階段2 收集持份者回饋	<ul style="list-style-type: none">• 邀請各個範疇的持份者以網上問卷形式進行調查，就各項ESG相關議題的重要性評分。
階段3 識別重要議題	<ul style="list-style-type: none">• 根據持份者對ESG相關議題的重要性評分和其議題對本集團的重要性評分兩個參數，進行量化分析排序。• 以重要性矩陣表達，確定在兩個層面最為重要的ESG相關議題。
階段4 驗證	<ul style="list-style-type: none">• 重要ESG相關議題清單交由委員會審視，當中17項重要議題被確認為需要優先處理和重點匯報的ESG相關議題。

可持續發展管理方針



我們根據調查結果繪製了重要性矩陣，以確定可持續發展議題的優先順序。重要性矩陣結合內部和外部因素，包括本集團的整體策略、使命、資源以及持份者所關注的議題。

重要性矩陣



本集團及持份者所關注的事宜呈列於以上重要性矩陣，當中位於矩陣右上方的17個議題為此次分析中得出的重大議題。未來本集團將定期審視可持續發展政策，並以上述已辨識之重大議題作為重點事項，同時亦會於本報告就此作出更全面披露。

重要議題

編號	議題	相關章節	頁數
8	吸納人才和挽留員工	為員工締造理想－廣納及保留人才	26
9	僱員福利	為員工締造理想－廣納及保留人才	26
10	平等機會、多元化、反歧視	為員工締造理想－權益保障	27
11	職業健康及安全	為員工締造理想－職業健康與安全	30
12	2019新型冠狀病毒	為員工締造理想－職業健康與安全	30
13	員工發展及培訓	為員工締造理想－培訓及發展	28-29
14	僱傭關係及與僱員溝通	為員工締造理想－僱傭合規性／員工概況	25-26
15	僱傭合規性	為員工締造理想－僱傭合規性／權益保障	25, 27
18	技術研發	為客戶創造價值－技術研發	17
19	產品及服務質量	為客戶創造價值－質量保證	18
20	服務穩定性及事故應變	為客戶創造價值－信息保護及服務穩定性	19-21
21	產品及服務合規性	為客戶創造價值－產品及服務合規性／廣告	17
22	客戶溝通及滿意度	為客戶創造價值－客戶溝通及滿意度	22
23	顧客服務	為客戶創造價值－客戶溝通及滿意度	22
24	知識產權管理	為客戶創造價值－知識產權維護	22-23
26	反貪污	為員工締造理想－肅貪倡廉	31-32
29	數據保護與網絡安全	為客戶創造價值－信息保護及服務穩定性	19-21



其他議題

編號	議題	相關章節	頁數
1	溫室氣體及廢氣排放	為環境身體力行－能源消耗及溫室氣體排放	33-36
2	廢棄物處置和管理	為環境身體力行－廢棄物及水資源管理	50-51
3	節約用電及用水	為環境身體力行－能源消耗及溫室氣體排放／廢棄物及水資源管理	33-36, 50-51
4	其他資源的可持續利用	為環境身體力行	32-51
5	氣候變化的風險	為環境身體力行－氣候相關策略	39-47
6	綠色採購	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
7	環保推廣	為環境身體力行	32-51
16	供應商之可持續性及社會責任	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
17	供應商評審	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
25	市場推廣及廣告	為客戶創造價值－廣告	24
27	慈善捐贈	為社區構建和諧	52
28	參與公益活動	為社區構建和諧	52



為客戶創造價值

本集團相信我們的產品及服務能夠有效協助企業提高經濟效益，在產業互聯網時代成為行業中的領導者。

策略：	從市場客戶價值出發，唯實、坦誠、開放。
目標：	為客戶提供最優質可靠的服務及產品，提升客戶體驗。

產品及服務合規性

我們視產品及服務合規性為本集團業務的核心。我們遵從包括《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《互聯網信息服務管理辦法》、《互聯網廣告管理辦法》等與我們業務適用的法例法規。我們已委派本集團的法務部及聘請外部顧問定期監察法律法規的最新情況，並為各部門的員工進行培訓及強化內部制度建設。於報告期間，我們並不知悉有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告及私隱事宜以及補救方法的方面存在任何重大違規行為。

技術研發

於2025年12月31日，我們的研發部門一共聘請了120名僱員，佔本集團僱員總數的24%。另外，我們2025年的研發開支為人民幣38.3百萬元。我們研發團隊不斷改進及優化我們的互聯網線上廣告相關算法技術。

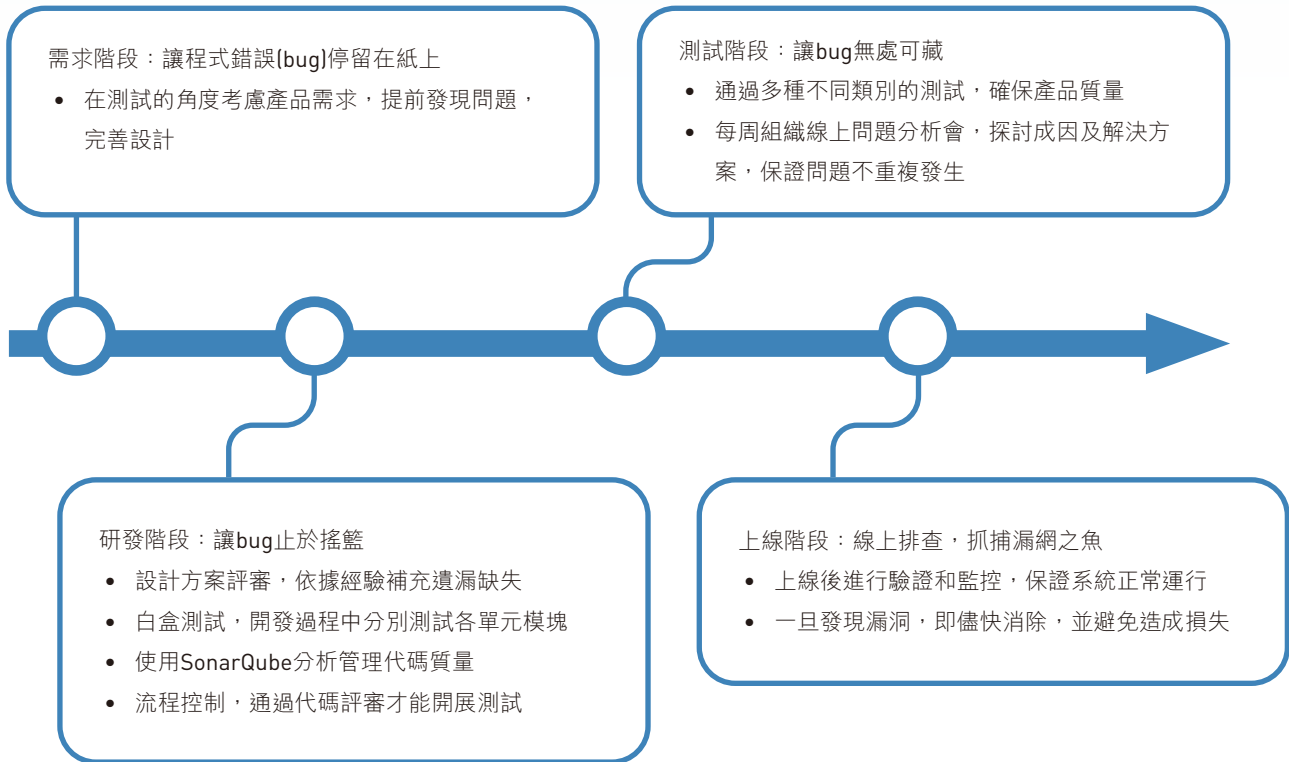
此外，截至2025年12月31日，我們已註冊知識產權共298項，其中69個內地及香港商標、202個軟件著作權、16個作品版權及11個專利。

為客戶創造價值



質量保證

本集團竭力為客戶提供優越的客戶體驗與優質的產品及服務，從而與尊貴客戶建立長遠而穩定的關係。為提高產品及服務，我們於以下各階段，包括需求分析、研發、到上線等均持續進行優化，務求能超出客戶預期。



信息保護及服務穩定性

基於我們的業務本質，本集團極度重視網絡及系統的穩定性及信息安全性，以確保互聯網服務的質素。

我們恪守《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》等與我們業務適用的法例法規，並於《隱私政策與法律聲明》清楚列明本集團存取客戶資料的用途及相關預防及保護措施。再者，由於終端用戶的個人敏感資料主要由商業客戶或媒體自行備存，相關個人資料於接入用戶到我們的服務平台時已進行過濾或隱匿，此舉能大大降低用戶隱私洩漏的風險。

常見的系統和數據安全的風險事件事故包括外部人為攻擊、天然災害(如火災及水災)、短時服務器承載超峰值、內部人員操作失誤及惡意破壞等。針對以上各項之事故，我們已採取以下防範措施，務求減少事故出現的機會及降低事故帶來的損失：

定期演習

針對外部攻擊或其他風險，兑吧會進行月度的演習，例如針對常見的網絡攻擊，我們會在測試環境中組織技術能力最強的工程師或者外部的技術公司模擬黑客攻擊系統，從而找到系統的程式錯誤，繼而進行優化和修復，並且對於沒有產生程式錯誤的員工予以激勵。此外，我們使用的雲服務器也協助我們阻斷大多數的分散式阻斷服務攻擊(DDoS)攻擊。

針對突發事件，我們也定期進行故障演練，包括斷電恢復、數據刪除恢復等場景進行演練。我們就上述演習制定了一套標準流程和應對規範，每次演習後都會完善這套規範，以提高其風險抵禦能力。從技術能力而言，如果出現生產數據庫被刪除的情形，我們可以在三十分鐘內恢復。



<p>規範操作</p>	<p>規範操作流程對於有一定數據量的大中型公司尤為重要，兑吧對於運維工作制定了詳盡的操作流程，生產環境和辦公網絡以及測試環境完全隔離，培養運維人員安全意識，禁止一切非流程化的操作。對於生產環境的變更需要走明確的審批流程，技術人員需要取得授權才能進行操作。</p>
<p>預警、監測和記錄</p>	<p>兑吧建立了一套規範化的預警，監測和記錄的機制，任何人員進入生產網絡都有詳盡的記錄，包括進入時間，操作的行為，操作的時間等，一旦出現違規操作，系統就會預警，技術團隊可以實現極短時間內的快速響應。</p>
<p>授權</p>	<p>我們相信，任何人操作的權限都不得大於該員工本身工作的需要。如任何生產環境操作超出員工一般權限，彼等均需要提出請求，將需要操作的事項詳細列出，交由相關負責人進行審批，負責人審批確認命令是否合理，審批通過後在交給專門的執行者進行操作。</p>
<p>職責分離</p>	<p>我們設有業務運維、網絡運維和數據庫管理三個不同部門，當中並不存在職責交叉的情況。同時，我們安排不同人員分別管理日常系統安全、網絡安全、代碼安全三個範疇，確保職責分離。</p> <p>在實際生產工作中，我們針對不同人員設置不同的登錄賬戶，針對不同環節的操作安排不同人員負責，如業務運維人員只能針對業務的相關進程和服務進行修改操作；運維人員只能對操作的權限進行調整，但是不能操作數據庫；數據庫管理員只能操作數據庫，但是不能修改其他服務的配置文件；負責生成數據庫的數據庫管理員和保存備份數據庫的數據庫管理員需要由不同的人員擔任；核心數據由研發團隊加密，數據庫管理員也無法隨意解密等等。</p>

預留伺服器承載水位	<p>預留伺服器承載水位可以讓系統在短時間內承受高訪問流量時仍能保持穩定。預留伺服器承載水位會根據不同的時間點，如「雙十一購物狂歡節」，11月11日在中國舉行的線上購物促銷活動，或者特定商家的周年慶等作出調整，確保高峰期伺服器使用率維持在一半以下，保證一倍的冗餘。</p> <p>過去兌吧未出現嚴重當機事件，我們的伺服器可用率維持在99.99%，即一年來的宕機時間只佔一小時左右。</p>
數據備份	<p>數據備份是應對風險的最後一道，也是最為重要的關口。我們將核心數據進行主從備份和實時同步；採取異地備份措施，即使杭州發生災害仍可以啟用其他地區的備份數據庫；進行跨賬號備份，即使一個員工刪除了其保管的數據，仍可以從其他員工的帳號取得備份。此外，目前我們主要使用的雲服務商是阿里雲，可以保留7天的實時數據備份。</p>
企業文化和人文關懷	<p>兌吧高度重視員工發展，並會為員工開展各類的培訓，包括工作技能、法律規範等，從而提升他們的技術和工作技能的，從最大程度減少人為錯誤的風險。同時，我們於《員工手冊》列明保密條款並要求重要或特殊崗位的員工簽署保密協議，規定他們不得泄露客戶資料及本公司機密。</p>

在報告期間，我們的業務系統穩定性高達99.99%，全年系統無法運行的時間不超過5分鐘，我們亦不知悉任何有關資料泄漏的重大個案。

為客戶創造價值



客戶溝通及滿意度

為確保我們的服務質量，本集團極度重視客戶服務的質素及客戶的滿意度。透過主動聆聽客戶的意見，我們的業務團隊能有效地了解他們的需求及意見。當客戶於使用我們的平台產品時遇到任何疑問及困難，專責的客服團隊會透過在線電話諮詢服務，即時為終端用戶排解疑難。為優化我們的服務質素，我們歡迎客戶透過客服通道與我們溝通。同時，我們亦會委派運營及銷售團隊亦會定期走訪客戶，積極與客戶進行溝通。收集他們的意見，我們根據客戶投訴，訂立了以下三個原則處理：

重視用戶聲音	思考用戶聲音	解決用戶問題
開放投訴渠道，坦誠接受用戶的反饋。	針對不同類型的投訴制定清晰的處理機制及負責人，確保用戶得到最佳的解決方案。	以在24小時回應用戶為目標，及時解決用戶疑難。

2025年度我們接到的投訴數目為0宗*，反映我們優秀的產品質量及客服水準。

* 此投訴數量為因本集團的內部原因而造成的客戶投訴數量，合作方自身資源的商品、快遞、退換貨等客訴未被納入數量中。

知識產權維護

保護知識產權是發展創新科技的重要一環，因此我們極度重視保護自身的知識產權，並對侵犯第三方的知識產權採取零容忍的態度。本集團恪守包括但不限於《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國著作權法》及《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規。為加強知識產權的管理，我們已制定《商標使用管理制度》，有助進行內容監控篩查。我們相信此舉能協助我們有效防止他人利用我們的平台，並保障本集團的信譽及利益。另外，為防止素材被濫用或盜用，我們就有關商標等由商業客戶提供的素材制定了內部存取管理和審核制度，規定使用前必須取得合作方的授權。

我們已於辦公室的電腦安裝業務所需的正版軟件，並於《員工手冊》列明禁止員工使用盜版軟件。如有需要，員工可向部門負責人申請購買正版軟件。

其他有關保護本集團自身知識產權的措施，請參閱本報告「信息保護及服務穩定性」章節。

供應鏈管理

本集團致力於與供應商建立互助互利的合作關係，並希望供應商能與我們一起攜手秉持我們的道德價值觀及專業操守。作為互聯網廣告提供商，我們主要以媒體作為主要的供應商。為履行我們嚴格審查、挑選與監察合作的媒體及流量的要求，我們已制定嚴謹的機制和流程，並於以下簡述相關流程，本集團所有供應商亦有於報告期間通過上述機制及流程：



事前審查：
對媒體進行背景審查及資質調查，確保其運營合規，信譽可靠。



即時審查：
查核廣告行為的真實性，審查是否存在作弊行為，並記錄備存；以待用戶離線後，有需要時可作覆核。



事後審查：
我們設立了廣告主與廣告代理的反饋機制，若發現懷疑虛高流量，會覆查相關記錄，並在按月結算時作需要的糾正，必要時會把相關媒體列入黑名單。

為客戶創造價值



本集團已制定《業務合作行為準則》，訂明有關反腐敗賄賂、反歧視與反童工，以及保護環境的標準與措施，以鼓勵供應商履行社會責任，並共同推動和落實可持續發展。為確保供應商有效執行我們的行為準則，我們會定期與供應商溝通及進行實地巡查，了解供應商的最新情況，以確保商戶沒有任何違規行為或觸犯了我們的行為準則。除此之外，我們亦會要求供應商簽署我們的廉潔合作承諾書，並邀請我們的供應商參與廉潔指數調研，收集他們對於本集團反商業賄賂管理方面的意見，以攜手建立創建一個更陽光健康及公平公正的營商環境。

另外，我們已對本集團供應鏈進行ESG相關風險評估，當中包括識別本集團供應鏈中的潛在ESG風險，並向董事會匯報有關風險，定期檢討控制措施的成效及探索改善空間，進一步優化我們的供應商管理措施。

在揀選供應商時，我們會優先考慮使用環保產品及服務的供應商，以促使多用環保產品及服務。本集團亦於我們的《採購管理制度》加入綠色採購指引，要求員工在採購過程中揀選環保產品，以及盡量減少對環境帶來的負面影響，其中包括：以可重複使用或可回收的物品取代即棄物品、盡量減少或避免使用包裝、選擇含有可回收性高的物料等與環保相關的要求。截至2025年12月31日，我們已執行以上有關慣例的非媒體供應商數目為25家(2024年：28家)，全部來自中國。

廣告

有關本集團的互聯網廣告業務，我們恪守《中華人民共和國廣告法》及《廣告管理條例》等與我們業務適用的法例法規。我們委派內部員工仔細審核廣告內容，確保廣告內容與事實相符，以免出現誇大失實的情況。再者，我們於廣告上線後亦透過人手及人工智能兩種方式抽樣審核廣告內容。

本集團並不生產實體產品，所以產品標籤並不適用於本集團業務。

策略：	營造激勵與友愛扶持的工作氛圍，幫助員工實現夢想。
目標：	建立和諧共融、有活力的工作文化，照顧員工安康，鼓勵員工發揮才能。

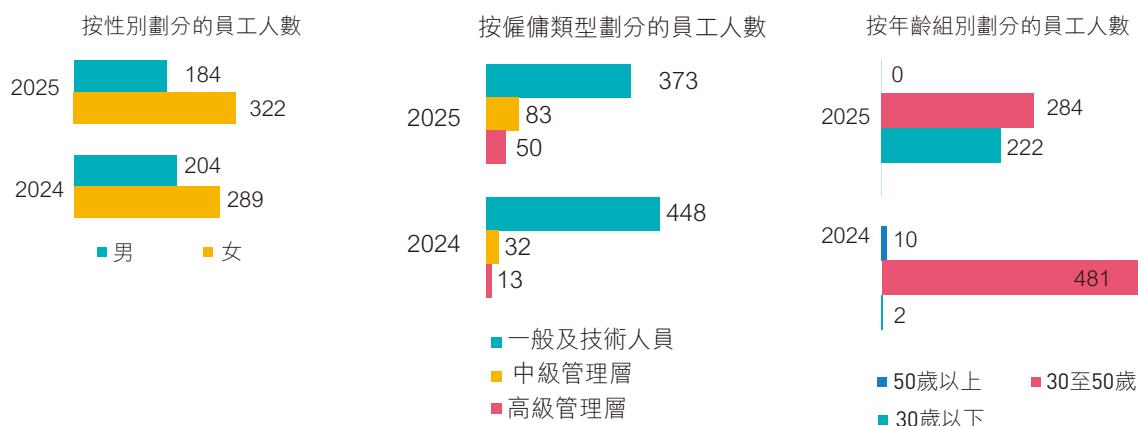
本集團的專業人才團隊是我們業務成功的關鍵。我們致力於提倡「結果導向、主動協作、創新、簡單、真誠、勇敢」的企業文化，持續完善人力資源建設，望能令員工在充滿挑戰性的工作環境成長，發展潛能。我們同時欣賞及尊重多元文化，高舉平等就業的理念，締造友善共融的工作環境。

僱傭合規性

為確保業務合規性，我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，制定並執行《兑吧集團員工手冊》等內部用工規章制度，依法與員工簽訂勞動合同。於報告期間，我們並不知悉有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時間、休息時間、平等機會、多樣性、反歧視以及其他待遇及福利等方面存在任何重大違規行為。

員工概況

截至2025年12月31日，我們共聘用了506名員工(2024：493名員工)，所有員工都是於中國內地工作的全職員工

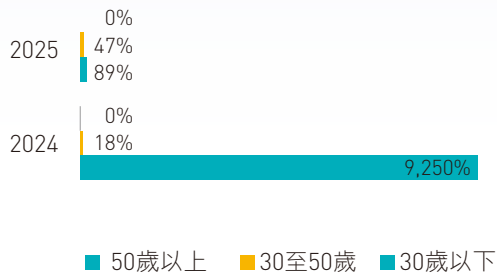


為員工締造理想

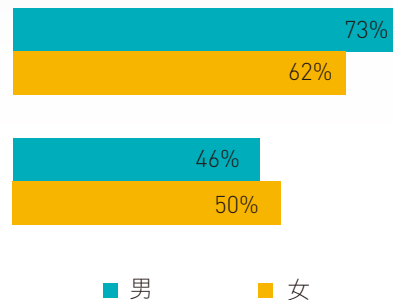


員工總體流失率為66.0%(2024：48.0%)，均為中國內地工作的全職員工。

按年齡組別劃分的員工流失率(%)



按性別劃分的員工流失率(%)



註：30歲以下流失率高主要受業務調整的影響。

廣納及保留人才

員工是本集團最寶貴的資產，他們的貢獻對業務成功十分重要。本集團注重人才儲備和可持續的企業文化。我們的項目管理團隊由在技術、產品、營運、設計、商務銷售等方面具有廣泛及深入經驗的資深成員組成。本集團通過多個渠道吸引各界精英，包括但不限於本地招聘、校園招聘及自身培養等方式不斷加強人才隊伍建設。員工的錄用以本集團實際需要為前提，我們會根據申請人的能力、經驗、專業知識、個性為基礎，尋求和挑選最佳素質的員工。在員工晉升方面，我們優先從內部挑選，並以員工的工作能力和表現作為衡量標準。

我們為員工提供多元化的待遇及福利，包括節假福利、午餐晚餐福利等。於本集團位於杭州的總部辦公室設有休閒區及圖書閣，供員工在忙碌的工作過後放鬆身心。

權益保障

本集團持續為員工提供公平公開的工作環境。我們的《員工手冊》涵蓋了有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、防止童工及強制勞動、以及其他待遇及福利等議題，確保員工在工作中不會因性別、年齡、種族、國籍、婚姻狀況等因素而受到任何形式的歧視。我們亦會根據員工的資歷、經驗、工作性質、表現以及市場情況，提供具競爭力的薪酬與福利，從而吸引高素質人才。若發現員工有違規行為，我們會確保已進行充足的調查，才按違規行為的影響或損失程度給予規勸、警告甚至將其停職或解除勞動合同等。本集團實行五天工作制，因工作需要加班的，我們要求員工需先獲得審批。本集團按照《全國年節及紀念日放假辦法》為員工提供法定假期。員工亦可按需要申請病假、婚假、喪假、產假、陪產假、產檢假及年假。

童工及強制勞工

本集團嚴格禁止任何童工及強制勞工，堅決不允許出現國際標準及相關國內法規所禁止的使用童工或強制勞工行為。

我們的人力資源部會定期舉辦童工及強制勞工預防培訓。在招聘過程中，人力資源部採取有效程序核實應聘者年齡，如檢查應聘者身份證等措施，以免聘用童工。如在本集團中發現未滿法定最低就業年齡的童工，我們嚴格按照《未成年人特殊保護規定》，立即與其解除勞動關係，將該名童工帶離工作場所和通知當地社福機構，並採取相關補救措施保護他們的權益，同時檢討招聘流程中存在的漏洞並在九十個工作日內進行整改。

如發現強制勞工，本集團會為涉事的員工安排體檢，確認其身心健康狀況，充分了解其處境。我們亦會立刻調查人手安排上存在的問題，在九十個工作日內採取改善措施。於報告期間，我們並不知悉本集團違反任何有關童工及強制勞工的法律及法規。

為員工締造理想



培訓及發展

本集團致力透過積極為員工提供培訓及發展機會，使員工能在工作中發揮所長，推進本集團與員工共同發展及共享成果。為了持續加強員工的技術及知識，我們提供充足的資源和多元化的培訓機會，務求將行業及專業知識傳授給員工，提高他們的工作技能。於報告期間，我們的總培訓時數達2,172小時(2024：1,629小時)，受訓僱員百分比為98.4%(2024：60.0%)。



業務培訓

女性僱員培訓百分比 ▶

63.9%

(2024: 55.9%)

◀ 男性僱員培訓百分比

36.1%

(2024: 44.1%)

女性僱員平均培訓時數 ▶

2.5小時

(2024: 2.0小時)

◀ 男性僱員平均培訓時數

2.8小時

(2024: 2.6小時)



高級管理層培訓百分比

10.0%

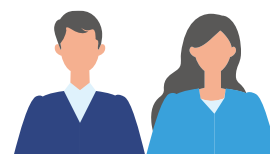
(2024: 2.7%)



中級管理層培訓百分比

16.7%

(2024: 5.0%)



一般及技術人員培訓百分比

73.3%

(2024: 92.3%)



高級管理層平均培訓時數

4.4小時

(2024: 1.9小時)



中級管理層平均培訓時數

3.1小時

(2024: 5.6小時)



一般及技術人員平均培訓時數

2.3小時

(2024: 2.0小時)

附註：

- (1) 培訓數據包括於報告期間離職員工的相關培訓數據，以反映本集團在培訓方面投入資源的規模及其資源應用程度。
- (2) 受訓員工百分比=(按相關類別劃分的僱員/受訓僱員總數)*100%
- (3) 員工受訓平均時數=該類別受培訓員工總時數/(該類別報告期末的員工總數+該類別報告期內總離職員工人數)

為員工締造理想



職業健康與安全

本集團一直視員工的安全及福祉為首要考慮，並嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《中華人民共和國職業病防治法》等與我們業務適用的法例法規。我們每年會為員工定制體檢計劃，並按照《中華人民共和國職業病防治法》完善應急預案，保障本集團財產和人員的安全。我們亦制定《意外及災害事故應急預案》，每年對應急救援人員進行應急救援培訓，並每年舉辦重大險情的演練，評價演習結果以制定改進措施。我們會定期檢查火災應急設施的配備情況，確保應急器材配備充足完善。於報告期間，我們有1名員工因交通意外工傷事故而損失的工作日為2天(2024：0天)，而在過去三年(包括報告期間)皆無發生任何因工作而造成的死亡事故(2024：無)，亦並不知悉報告期間任何重大違反有關健康與安全的法律及法規的情況。

肅貪倡廉

我們高度重視廉潔文化建設，並嚴格遵守《中華人民共和國刑法》及《中華人民共和國反洗錢法》等與我們業務適用的法例法規，制定合適的內控和風控政策和制度，堅決打擊任何形式的腐敗行為，積極營造廉潔文化氛圍。

本集團的內部制度，包括《員工手冊》、《員工反賄賂反腐敗行為準則》及《禮品管理制度》，已詳細列明我們對員工專業操守的要求。除此之外，我們亦透過持續宣傳教育和協議簽署等措施減低貪污及其他違規風險。我們歡迎僱員通過電子郵件向本集團舉報任何疑似違法行為，亦可以以匿名身份透過舉報電話及信件作出舉報。本集團保護員工對任何違法、違紀、違規行為的舉報，嚴格規定舉報信息及檔案的接觸權限，並要求接觸舉報信息的人簽署附加的保密協議。我們隨後將會就舉報事件進行深入調查，並及時採取跟進行動，藉以維持良好企業管治環境。

針對我們的廣告業務，我們定期監察，以防止廣告代理商提供不當利益。若有大額廣告主遷移廣告代理，我們會先作評估，檢視情況有否異常。我們亦把反商業賄賂條款加進與業務合作方簽訂的協議，期望彼等與本集團共同締造廉潔的營商關係。

為加強反貪實踐與董事及員工對利益衝突及誠信事宜的警覺性，我們亦設有合規安全學習平台，讓董事及員工能隨時隨地透過學習平台，了解與業務營運相關的法律法規，學習平台的知識庫亦包括我們的禮品管理制度，以加強對廉潔工作的監督管理。於報告期間，我們為360名員工提供了反貪污常規培訓，培訓總時數為360小時。除此之外，我們亦會要求供應商簽署我們的廉潔合作承諾書，並邀請我們的供應商參與廉潔指數調研，收集他們對於本集團反商業賄賂管理方面的意見，共同創建一個更陽光健康及公平公正的營商環境。

於報告期間，我們並不知悉本集團涉及任何有關貪污、勒索、賄賂、欺詐或洗黑錢等重大不合規事宜，以及並不知悉有任何對我們或僱員提出或審結的貪污訴訟案件。






為環境身體力行



策略：	減少對環境的影響，同時在我們的運營過程中推廣環保。
目標：	有效運用資源及減少環境足跡，積極推廣低碳生活方式。

本集團積極管理其業務之環境足跡，致力在節能、廢物管理、資源使用，以及綠色資訊及通訊科技解決方案方面，採取多項減緩及改善措施，協助應對氣候變化的威脅，實現低碳經濟。

為持續提升我們在環保方面的表現，我們的《兌吧集團環境保護政策》已明確列明一系列的環境友善措施，減少在營運中對環境的污染。作為互聯網服務公司，本集團主要使用資訊科技，在辦公室營運網上平台；基於此業務性質，我們並無對環境造成重大影響。儘管如此，本集團於報告期間制訂以下的綠色目標，希望能進一步推動環保工作執行。

綠色目標	方法
 <p>排放物</p> <p>減少空氣污染物排放及溫室氣體排放</p>	<p>管制空氣污染物排放及溫室氣體排放源頭</p> <p>有關更多詳情，請參閱本報告「能源消耗及溫室氣體排放」章節。</p>
 <p>廢棄物</p> <p>推廣負責任的廢物管理及減少廢棄物產生量</p>	<p>推廣回收</p> <p>有關更多詳情，請參閱本報告「廢棄物及水資源管理」章節。</p>
 <p>能源使用</p> <p>改善能源效益及減少能源消耗</p>	<p>實施節能措施</p> <p>有關更多詳情，請參閱本報告「能源消耗及溫室氣體排放」章節。</p>
 <p>用水</p> <p>減少浪費食水及加強用水效益</p>	<p>提倡水資源循環使用及提高用水效益</p> <p>有關更多詳情，請參閱本報告「廢棄物及水資源管理」章節。</p>
 <p>員工參與</p> <p>協助員工建立更環保的生活方式</p>	<p>實行綠色辦公</p>

環境合規性

本集團嚴格遵守包括《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等與環保相關的法律法規。於報告期間，我們並不知悉本集團涉及任何違反有關環境保護法例法規的情況。

能源消耗及溫室氣體排放

作為負責任的企業公民，我們積極通過提升能源效益及管制優化溫室氣體排放源頭，竭力減少營運的能源消耗和溫室氣體排放。本集團不涉及工廠生產，沒有重大的污染物排放。電力為本集團的主要耗能和溫室氣體排放來源，用於運作管理公共區域和辦公室的照明、空調和辦公室設備。我們在辦公場所實施多項節能減排措施，包括採用智能設備及監測燃料用量等，竭力減少我們在營運中的溫室氣體排放。

為了有效監控溫室氣體排放，我們會安排專業機構定期進行溫室氣體排放的測量、統計和分析。本集團的行政部門亦會定期評估和審核本公司內部主要能源的使用量和類型，制訂優化方案，提高使用效率和效果，定期向工作小組進行匯報，並在歸納後向董事會匯報。除此之外，我們亦採取了一系列的節能減排措施，以推動低碳經濟，措施包括以下：

- 辦公室優先考慮採購能源效益高的電器；
- 透過智能化應用程式，提醒員工在非工作時段關閉電腦；
- 鼓勵及安排員工每晚巡視辦公室，確保打印機和空調等閒置設備已關掉；
- 以油電混能車作代步之用，協助改善路邊空氣質量；及
- 將使用本公司車輛的審批程序嚴謹化，減低本公司汽車使用次數。

為環境身體力行



關鍵環境績效指標

2025年

2024年

單位

溫室氣體排放

範圍1及範圍2總排放量

364.55

346.75

公噸二氧化碳當量

範圍1：由集團擁有或控制的來源產生的

直接溫室氣體排放

33.31

30.85

公噸二氧化碳當量

範圍2：為供集團使用而購買或獲取的電力、

蒸汽、熱力或製冷而產生的間接

溫室氣體排放(地域為基準方法)

331.24

315.90

公噸二氧化碳當量

範圍1及2總排放密度

79.90

91.59

公斤二氧化碳當量/平方米

範圍3總排放量：集團價值鏈中產生的

間接溫室氣體排放

219.86

不適用

公噸二氧化碳當量

類別5：營運中產生的廢物

0.48

不適用

公噸二氧化碳當量

類別6：公務差旅

219.39

不適用

公噸二氧化碳當量

範圍3總排放密度

48.19

不適用

公斤二氧化碳當量/平方米

溫室氣體總排放量

584.41

346.75

公噸二氧化碳當量

溫室氣體總排放密度

128.09

91.59

公斤二氧化碳當量/平方米

廢氣

氮氧化物(NO_x)

9.19

8.67

公斤

硫氧化物(SO_x)

0.18

0.17

公斤

懸浮顆粒物(PM)

0.68

0.64

公斤

能源

總耗用量

700.03

623.41

千個千瓦時

電力

580.82

517.78

千個千瓦時

汽油

119.20

105.63

千個千瓦時

總耗用量密度

153.43

164.66

千瓦時/平方米

註1：數據包括本集團位於中國的主要營業地點。

註2：基於四捨五入，總計未必為所示數字的準確總和。

註3：2025年的溫室氣體排放根據《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(2004年)》計量。

註4：範圍1包括流動燃燒源的溫室氣體排放(車輛使用)，排放系數來源為自跨行業工具的《溫室氣體核算體系》排放系數。

註5：範圍2包括集團購買電力的能源間接排放，使用地域為基準方法計算，根據《溫室氣體核算體系：溫室氣體核算體系範圍2指引(2015)》計量，排放系數來源為跨行業工具的《溫室氣體核算體系》。

註6：範圍3溫室氣體排放根據《溫室氣體核算體系》：《計算範圍3排放的技術指引(2013)》設定計量方法和營運邊界。

註7：類別5：營運中產生的廢物的溫室氣體排放來自集團棄置的廢物，排放系數來源為中國生態環境部發佈的《國家溫室氣體排放因子數據庫》。

註8：類別6：公務差旅的溫室氣體排放來自僱員乘坐飛機出外公幹所引致間接溫室氣體排放，排放系數來源為「Travel Impact Model」。

註9：廢氣包括流動燃燒源的空氣污染物排放(車輛使用)，乃按照香港環保署的汽車排放計算模型計算。

註10：氣油的能源轉換當量計算使用國際能源署發出的能源數據手冊(Energy Statistics Manual)。



溫室氣體排放計量方法

我們的方法

所使用的標準	《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(2004年)》 《溫室氣體核算體系企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準(2011)》
計量方法	營運控制，因為可查閱營運資料
營運邊界	本集團的營運邊界涵蓋以下辦公室及核心業務： 辦公室地點 <ul style="list-style-type: none"> • 位於浙江省杭州市的總部辦公室 • 位於浙江省杭州市及上海市的辦公室 核心業務 <ul style="list-style-type: none"> • 用戶運營軟件即服務(SaaS)平台業務 • 互聯網廣告業務

範圍3報告邊界

範圍3活動	選擇依據	是否包括在內？
類別5：營運中產生的廢物	處置及處理我們營運(包括總部)中所產生的廢物	是
類別6：公務差旅	商務相關活動的航班交通	是
類別7：員工通勤	與員工通勤及出行相關的排放	否

取得的進展

於2025年度，集團在15個類別中識別出集團的範圍3溫室氣體排放。在範圍3的15個類別中，集團確定了價值鏈上3個與我們業務相關的類別，這些類別佔大部份範圍3溫室氣體排放量。其他類別不包括在內，因為它們與集團的業務無關，或數據不可用且對於量化而言並不可靠。集團還披露了選定類別(即類別5及類別6)的範圍3溫室氣體排放。

氣候相關目標

本集團已制定氣候相關目標，以監測其在實現可持續發展戰略目標方面的進展。在設定上述目標時，本集團以《巴黎協定》(2015年)的目標及相關國家政策承諾為指導，包括中國的國家自主貢獻(NDC)所訂明的爭取於二零三零年前實現碳達峰、二零六零年前實現碳中和之「雙碳目標」。本集團亦參考了政府間氣候變化專門委員會(IPCC)第六次評估報告(AR6)關於將全球升溫控制在工業化前水平以上1.5°C的科學依據。上述目標適用於本集團在中國大陸的核心業務(SaaS平台業務及互聯網廣告業務)。

溫室氣體排放絕對量削減目標(範圍1、範圍2及範圍3)

本集團目標於2035年或之前，將範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量(絕對值)相對於2025年基準年減少10%，並設定中期目標，於2030年或之前減少5%。

披露要素	詳情
目標所用指標	範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量(公噸二氧化碳當量)
目標目的	減緩氣候變化：減少本集團整體價值鏈的溫室氣體排放，支持中國「雙碳目標」，並與《巴黎協定》將升溫控制在1.5°C的目標保持一致
目標適用範圍	適用於本集團整體，涵蓋在中國大陸的核心業務(範圍1及範圍2)，以及本集團價值鏈上下游活動(範圍3)，佔本集團總收入的87.8%
目標適用期間	基準年2025年至目標年2035年；長遠目標為2060年 2025年度
進展計量基準期間	範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量合計約584.41公噸二氧化碳當量，其中範圍1及範圍2合計約364.55公噸二氧化碳當量，範圍3約219.86公噸二氧化碳當量
里程碑或中期目標	於2030年或之前，相對於2025年基準年將範圍1、範圍2及範圍3排放總量減少5%
絕對目標或強度目標	絕對目標
與最新國際氣候協議的關聯	目標以《巴黎協定》及中國NDC為依據；中國NDC承諾於2030年前碳達峰、2060年前碳中和。本集團亦參考IPCC AR6之科學建議，以支持1.5°C升溫控制路徑
所涵蓋的溫室氣體	二氧化碳(CO ₂)、甲烷(CH ₄)、氧化亞氮(N ₂ O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)、六氟化硫(SF ₆)及三氟化氮(NF ₃)(根據《京都議定書》)
所涵蓋的排放範圍	範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放
總量或淨量目標	總量溫室氣體排放目標
行業脫碳方法	本目標並非採用行業脫碳方法釐定。
碳信用	本集團目前不計劃使用碳信用以實現本目標。

為環境身體力行



目標設定及審查方式

為對應2025年度新增的氣候相關披露，本目標於2025年度訂立。因為於2025年度新增範圍3的類別5：營運中產生的廢物及類別6：公務差旅動的溫室氣體排放；所以為了未來能有效監察及比較指標，本集團將基準年定為2025年。如日後對目標作出任何修訂，本集團將連同修訂原因一併披露。

本目標及其設定方法論尚未獲獨立第三方驗證。本集團將視乎業務發展及監管要求，適時考慮尋求第三方驗證。

本集團董事會每年就整體可持續發展管治程序，對氣候相關目標進行一次審查。審查內容涵蓋最新科學證據、監管要求的變化，以及本集團的營運及財務表現。進展透過以下指標進行監測：

- 範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量
- 各範圍排放量的按年變動百分比

對目標的表現

本集團2025年度範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量約為584.41公噸二氧化碳當量，相較2024年度的346.75公噸二氧化碳當量增加約69%。有關增加主要歸因於2025年度新增範圍3的類別5：營運中產生的廢物及類別6：公務差旅動的溫室氣體排放；由於2025年為本目標的基準年，本集團將由下一報告期起逐年追蹤並披露達標進展。

下表載列本集團就範圍1、範圍2及範圍3溫室氣體排放總量絕對量削減目標的表現：

	範圍1 (噸二氧化碳 當量)	範圍2 (噸二氧化碳 當量)	範圍3 (噸二氧化碳 當量)	總量 (噸二氧化碳 當量)	相對基準年 (2025年) 總量的變動	相對上一年度 (2024年) 總量的變動
基準年(2025年)	33.31	331.24	219.86	584.41	不適用	增加約69%
中期目標(2030年)	不適用	不適用	不適用	555.19	減少約5%	不適用
目標年(2035年)	不適用	不適用	不適用	525.97	減少約10%	不適用
上一年度(2024年)	30.85	315.90	不適用	346.75	減少約41%	不適用

氣候相關策略

氣候相關風險與機遇

本集團的業務涵蓋用戶運營軟件即服務(SaaS)平台業務及互聯網廣告業務，主要在中國大陸及香港運營，以輕資產、數字化為核心業務模式。本集團的現金流、運營效率及聲譽可能受氣候相關因素影響。本集團參考氣候相關財務資訊披露工作組(TCFD)框架，識別以下氣候相關風險與機遇。

本集團對短期、中期及長期之定義如下：

- 短期：1至3年
- 中期：3至10年
- 長期：10年以上

氣候相關風險與機遇概覽

類型	具體風險／機遇	物理／ 轉型風險	業務板塊	時間範圍	對業務模式的影響	對價值鏈的影響
急性物理風險	颱風、暴雨、 洪澇等極端天 氣事件導致辦 公室停運或員 工無法正常出 勤，影響業務 連續性	物理風險	SaaS平台業務、 互聯網廣告業 務、總部辦公 室	短、中、長期	辦公室停運或員工出勤受 阻導致業務中斷，影響 客戶服務質量及系統維 護能力，可能影響服務 穩定性承諾(SLA)	影響面向客戶的服務交付 環節，極端天氣期間運 維響應能力下降，或引 發客戶投訴及合同違約 風險
急性物理風險	極端天氣事件導 致數據中心或 互聯網基礎設 施中斷，影響 SaaS平台服務 穩定性	物理風險	SaaS平台業務、 互聯網廣告業 務	短、中、長期	服務可用性下降(目前穩 定性達99.99%)，影響 客戶留存及訂閱合同續 約；可能需臨時採購備 援雲端資源，增加運營 成本	依賴外部雲計算及內容 傳遞網路服務商，若其 基礎設施受極端天氣影 響，可能透過服務供應 鏈傳導至本集團

為環境身體力行



類型	具體風險／機遇	物理／ 轉型風險	業務板塊	時間範圍	對業務模式的影響	對價值鏈的影響
慢性物理風險	極端高溫增加辦公室能耗(暖通空調)；推高運營成本	物理風險	總部辦公室	中、長期	辦公室能耗成本持續上升，對本集團的運營支出造成慢性壓力；員工在高溫環境下工作效率亦可能受影響	作為主要管理職能的樞紐，辦公室效率下降可能對各業務板塊的內部支援服務質量產生間接影響
轉型風險— 政策及法規	監管機構加強對科技企業的碳排放申報及ESG合規要求，增加合規成本	轉型風險	SaaS平台業務、 互聯網廣告業務、總部	短、中期	需投入額外資源建立完善的ESG數據管理系統及合規匯報框架，增加管理成本；不合規可能影響企業聲譽及上市合規狀態	監管要求向上游供應商(如廣告媒體、技術服務商)延伸，可能提升供應鏈整體合規管理難度
轉型風險— 市場	投資者及融資機構對ESG表現要求提升，影響本集團整體融資成本及資本市場形象	轉型風險	總部	中、長期	若本集團ESG評級相對同業落後，可能導致融資成本上升或融資渠道收窄，影響業務擴張及資本部署	資本市場環節受ESG評級影響，機構投資者對投資標的的ESG標準日趨提高，影響本集團股票流動性及估值

類型	具體風險／機遇	物理／ 轉型風險	業務板塊	時間範圍	對業務模式的影響	對價值鏈的影響
轉型風險— 聲譽	客戶及業務夥伴對供應商可持續發展要求提升，本集團ESG表現不達標可能影響業務合作機會	轉型風險	SaaS平台業務、 互聯網廣告業務	中、長期	若本集團未能滿足大型企業客戶(尤其是銀行及金融機構)的供應商ESG盡職審查標準，可能失去相關合同機會	在業務拓展及合同續簽環節，ESG合規能力成為部分大客戶的篩選標準，影響客戶關係管理
機遇—產品 及服務	企業客戶加速數字化轉型及低碳轉型，對SaaS平台的用戶運營工具需求增加	機遇	SaaS平台業務	中、長期	客戶推動低碳轉型，加速業務數字化，帶動對本集團SaaS平台服務的新增需求，有助擴大客戶群及提升合同價值	本集團可藉助SaaS平台賦能客戶推進線上化運營，減少實體業務中的碳排放，形成集團在ESG服務定位上的差異化優勢
機遇—運營 效率	通過推廣視像會議及遠程辦公，減少商務差旅開支及碳排放，同時提升運營效率	機遇	總部辦公室	短、中期	視像會議及遠程工作模式降低差旅成本及相關碳排放，同時提升跨地域協作效率，有助減少範圍3公務差旅排放	減少員工出行可降低交通相關排放，同時使本集團在客戶推廣可持續數字化工作模式方面具備示範效果



策略及決策

本集團已採取及計劃採取以下措施，以應對已識別的氣候相關風險並把握相關機遇：

SaaS平台業務及互聯網廣告業務：

- 加強業務連續性計劃(BCP)，確保在極端天氣事件下能維持關鍵SaaS服務及互聯網廣告系統的穩定運作，包括制定遠程辦公應急預案及雲端備援機制，以維護服務可用性承諾
- 定期評估本集團所依賴的外部雲計算及互聯網基礎設施服務商的氣候韌性，識別因極端天氣事件引致的供應鏈中斷風險，並適時引入多雲部署策略以降低單一服務商依賴
- 持續強化本集團在ESG合規方面的能力建設，包括建立完善的ESG數據收集及申報系統，以符合監管機構日趨嚴格的合規要求

業務拓展及客戶關係：

- 積極提升本集團的ESG信息披露水平及透明度，以滿足大型企業客戶(尤其是銀行及金融機構)在供應商篩選中的ESG盡職審查標準，維護核心客戶關係
- 探索將可持續發展及低碳轉型場景融入SaaS產品功能設計，協助企業客戶推進數字化用戶運營，把握企業綠色轉型帶來的業務增長機遇

本集團整體：

- 推進辦公室節能措施，重點管控杭州總部及香港辦公室的暖通空調能耗，減少因慢性氣候變化引致的運營成本上升
- 在可行情況下優先採用視像會議替代實體出行，並為無法避免的公幹安排直飛航班，以降低公務差旅的碳排放
- 持續提升管理層及員工對氣候風險的認識及應對能力，將氣候風險意識納入新員工培訓及定期員工培訓課程

本集團目前尚未制定正式的氣候轉型計劃。本集團將結合業務特性持續評估制定轉型計劃的必要性，並於適當時候匯報進展。上述各項措施所需資源由本集團現有的運營預算支持。

氣候相關的財務狀況、財務業績及現金流

本報告期財務影響(定性披露)：

- SaaS平台業務及互聯網廣告業務：本集團業務以輕資產、數字化為主，直接氣候暴露相對有限。本報告期內，未出現因重大極端天氣事件導致業務系統嚴重中斷的情況，現有業務連續性安排有效維護了服務穩定性。
- 辦公室運營：本報告期內，辦公室能耗方面未出現因氣候因素導致的異常支出，而本集團已推行多項節能措施。
- 融資及資本成本：本報告期內，本集團尚未識別到因ESG評級或氣候相關因素對融資條件造成重大不利影響的情況。

本集團判斷，於下一年度報告期內，現有氣候相關風險不存在需要對資產或負債賬面值作出重大調整的顯著風險。

預期財務影響(定性披露)：

- 短期至中期：監管機構對科技企業ESG合規要求的提升，可能增加本集團在建立ESG數據管理系統及合規匯報方面的運營成本；辦公室能耗成本若因氣候變化持續上升，將對本集團的整體運營支出造成壓力
- 中期至長期：若投資者及融資機構對ESG表現要求進一步提升，本集團融資成本或受影響；與此同時，企業客戶加速數字化轉型及低碳轉型，有望為本集團SaaS平台帶來新的業務增長機遇，對財務業績產生積極影響

由於上述影響目前難以獨立量化，本集團暫以定性方式披露，並計劃隨內部能力建設逐步提升定量分析水平。



氣候情景分析及關鍵參數

本集團於本報告期(2025年)內進行下述情景分析，分析範圍涵蓋本集團用戶運營SaaS平台業務、互聯網廣告業務及總部辦公室運營。分析採用定性為主、輔以行業數據參考的方法，與本集團現有技術能力、資源及數據可獲取性相稱。本集團計劃隨能力建設逐步提升情景分析的定量化水平。

本集團參考以下三個國際公認的氣候情景框架，建立內部情景分析，用以評估氣候風險與機遇對本集團業務及長期發展的影響：

- 聯合國政府間氣候變化專門委員會(IPCC)《第六次評估報告》(AR6)——從科學及學術角度評估五種情景所採取的氣候應對措施，專注於氣候變化的物理科學，但亦應對與氣候變化相關的轉型風險，情景時間範圍至2100年
- 國際能源署(IEA)全球能源與氣候模型2022——從能源系統角度探索各種情景，專注於轉型風險及機遇，情景時間範圍至2050年
- 綠色金融網絡(NGFS)第四階段情景——由各中央銀行及監管機構匯集一批全球統一的轉型路徑、氣候變化的實際影響及經濟指標，涵蓋中國內地及香港特別行政區的區域數據，情景時間範圍在2050年之前每五年一次，最遠可提供2100年的資料

三大情景概述	中性情景	正面情景	理想情景
IPCC AR6對應情景	非常高溫室氣體排放情景 (SSP5-8.5)/高溫室氣體 排放情景(SSP3-7.0)	中溫室氣體排放情景 (SSP2-4.5)/低溫室氣體 排放情景(SSP1-2.6)	非常低溫室氣體 排放情景(SSP1-1.9)
IEA對應情景	不適用	既定政策情景(STEPS)/ 承諾目標情景(APS)	2050年淨零排放情景(NZE)
NGFS對應情景	政策維持現狀情景	2°C以下情景/延遲轉型情景/ 國家自定貢獻(NDC)情景	2050淨零排放情景/低需求情景
升溫路徑	本世紀末升溫超過3°C	本世紀末升溫介乎1.5°C至3°C 之間	本世紀末升溫控制於1.5°C以下
政策假設	維持現行政策，無重大新增 氣候措施，物理風險顯著上升	各國逐步落實國家自定貢獻目標 及已宣佈氣候承諾，數字化及 綠色政策持續支持	全球大幅加速低碳轉型，碳定價 機制全面推行，數字經濟與綠 色轉型深度融合
分析時間範圍	短、中、長期(1至50年)	中、長期(3至50年)	中、長期(3至50年)
分析業務範圍	SaaS平台業務、互聯網廣告業 務、總部辦公室	SaaS平台業務、互聯網廣告業務	SaaS平台業務、互聯網廣告業務

本集團預計，從中性情景至正面情景再至理想情景，**物理風險**的發生概率及影響程度逐步降低，而**轉型風險**的發生概率及影響程度則逐步上升。因此，本集團在**中性情景**下識別主要**物理風險**參數，在**正面及理想情景**下識別主要**轉型風險**參數。

為環境身體力行



關鍵情景參數

物理環境參數(主要適用於中性情景)

參數	與本集團業務的關聯	數據來源
主要辦公城市(杭州、上海)年均極端天氣事件天數(颱風、暴雨、高溫等)	極端天氣影響辦公室正常運作及員工出勤，同時可能透過外部雲端及互聯網基礎設施供應鏈間接影響SaaS服務穩定性	中國氣象局發布的極端天氣歷史統計
全年極端高溫天數(超過35°C)	影響辦公室暖通空調能耗，直接增加本集團的電力消耗及運營成本	中國氣象局歷史數據
全球及中國平均氣溫升幅趨勢	作為長期氣候基準，評估未來能耗成本走勢及業務運營環境的長期演變	IPCC AR6；中國氣象局氣候公報

社會經濟及監管環境參數(主要適用於正面及理想情景)

參數	與本集團業務的關聯	參數
中國及香港對科技企業ESG信息披露及碳排放申報的監管要求演變	影響本集團在ESG合規體系建設及數據匯報方面的投入成本，並可能影響業務資質維護及市場准入	中國及香港對科技企業ESG信息披露及碳排放申報的監管要求演變
機構投資者及大型企業客戶對供應商ESG標準的要求提升	影響本集團在SaaS及廣告業務的客戶拓展及合同談判中的競爭地位	機構投資者及大型企業客戶對供應商ESG標準的要求提升
企業客戶數字化轉型及低碳轉型的市場需求增長	為本集團SaaS平台業務帶來新增市場需求，有望提升客戶數量及合同價值	企業客戶數字化轉型及低碳轉型的市場需求增長
中國碳排放交易市場擴展至科技行業的可能性及碳價走勢	若碳交易市場擴展覆蓋科技行業，將直接影響本集團未來的運營成本結構	中國碳排放交易市場擴展至科技行業的可能性及碳價走勢

氣候韌性評估

情景分析結果顯示，本集團業務模式在各情景下均具備基本韌性：

- **中性情景下：**主要物理風險為極端天氣影響辦公室正常運作及依賴的互聯網基礎設施穩定性，可能對SaaS平台服務可用性造成短暫衝擊。本集團現有的業務連續性安排(包括雲端備援及遠程辦公機制)可有效應對上述風險；惟長期持續的高溫及極端天氣趨勢將對辦公室能耗成本造成慢性壓力，本集團需持續推進節能措施
- **正面情景下：**監管機構對ESG合規要求的提升及大型客戶對供應商ESG標準的強化，將構成轉型風險。本集團需適時加大在ESG數據管理及合規系統方面的投入；另一方面，企業客戶加速數字化轉型的趨勢有望帶動SaaS平台業務的新增需求，部分抵銷合規成本的上升
- **理想情景下：**低碳轉型全面加速，數字化與綠色轉型深度融合，有助強化本集團SaaS平台在協助企業推進低碳數字化用戶運營方面的市場定位；與此同時，碳定價機制的全面推行若未來延伸至科技行業，本集團需提前建立碳排放管理及應對能力

本集團在短至中期具備充足的策略調整能力；長期而言，業務發展方向將視數字經濟監管政策走向、ESG合規要求演變及客戶市場的低碳轉型需求而定。本集團將持續優化氣候風險管理框架，並隨業務發展及監管要求適時更新相關策略。

氣候風險識別、評估及監控流程

氣候風險識別

管理層透過監測氣候政策動態(包括中國及香港針對科技及互聯網企業的ESG信息披露監管要求演變，以及相關節能降碳政策)、行業最佳實踐及持份者意見，持續識別與本集團各業務板塊相關的氣候風險與機遇。本集團參考TCFD框架，將風險區分為物理風險(急性及慢性)及轉型風險(政策法規、市場及聲譽)兩大類別，並結合SaaS平台業務及互聯網廣告業務以輕資產、數字化運營為主的業務特性進行針對性分析。



氣候風險評估

就每項已識別風險，以定性方式評估其發生可能性(高/中/低)及對本集團財務及運營的潛在影響程度。SaaS平台業務及互聯網廣告業務方面，重點評估極端天氣事件(颱風、暴雨、洪澇等)對本集團主要辦公地點(杭州及上海)正常運作及員工出勤的影響，以及對外部雲端及互聯網基礎設施服務供應鏈穩定性的間接傳導風險；慢性物理風險方面，特別關注極端高溫氣候趨勢對辦公室能耗成本的長期影響及對員工生產效率的間接影響。監管轉型風險方面，重點評估中國及香港監管機構對互聯網及科技企業ESG合規要求提升所帶來的額外合規成本及業務運營影響。

優先排序

根據可能性與影響程度的綜合評分進行優先排序。本報告期內，以下事項被列為優先管理：

- SaaS平台業務及互聯網廣告業務面臨的**急性物理風險**(極端天氣影響主要辦公地點正常運作及互聯網基礎設施供應鏈穩定性，可能導致服務中斷，影響客戶服務質量及違約風險)
- 本集團整體面臨的**監管轉型風險**(中國及香港對科技及互聯網企業ESG信息披露及碳排放申報合規要求持續提升，增加合規運營成本)
- 本集團面臨的**市場轉型風險**(機構投資者及大型企業客戶對供應商ESG表現要求強化，影響客戶關係維護及業務拓展競爭力)

監控流程

管理層每年至少一次全面檢視氣候風險清單，並在重大政策變化或極端天氣事件發生後進行即時評估。監控過程包括定期追蹤本集團主要辦公城市(杭州及上海)的極端天氣事件頻率及影響，以及審閱中國及香港監管機構發布的ESG相關政策動態。相關評估結果透過可持續發展工作小組定期匯報予可持續發展督導委員會，再向董事會匯報，確保董事會充分掌握對本集團業務及可持續發展具潛在重大影響的氣候風險動態。

整合至整體風險管理

氣候相關風險已納入本集團整體企業風險管理框架，作為年度風險評估的組成部分。為對應本年度新增的氣候相關披露，本報告期氣候風險識別及管理流程框架與上一報告期相比有重大變更。本集團正積極探索將氣候因素更系統地納入業務連續性規劃及供應鏈管理流程，以全面提升氣候風險管理水平。

跨行業指標及氣候相關財務量化披露說明

氣候相關轉型風險(第30段) — 「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。」

本集團謹援引港交所《環境、社會及管治報告守則》第30段項下的合理信息寬免。本集團業務以輕資產數字化模式運營，固定資產規模有限，主要轉型風險集中於監管合規成本及市場競爭地位兩個維度。本集團目前尚未建立將個別業務活動與特定轉型風險相對應的量化分類框架，在不付出過高成本或努力的情況下，無法就易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動提供可靠的量化數字。本集團就已識別的轉型風險所涉及的業務範疇已於本報告氣候相關策略章節作定性披露，並計劃逐步建立相關量化能力，以於未來報告期提升披露水平。

氣候相關物理風險(第31段) — 「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。」

本集團謹援引港交所《環境、社會及管治報告守則》第31段項下的合理信息寬免。本集團的業務運營依賴外部雲端及互聯網基礎設施服務商，SaaS平台及互聯網廣告業務的持續運作主要受服務供應鏈穩定性影響；與此同時，極端天氣事件可能直接影響辦公室正常運作。然而，本集團現有的資產管理及業務數據系統尚未建立以氣候物理風險暴露程度為基礎的資產或業務活動量化分類方法，在不付出過高成本或努力的情況下，無法就易受物理風險影響的業務活動範圍提供相關量化數字。本集團已將建立氣候風險相關數據基礎設施列為優先工作，以支持未來報告期的量化披露。

氣候相關機遇(第32段) — 「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。」

本集團謹援引港交所《環境、社會及管治報告守則》第32段項下的合理信息寬免。本集團識別的主要氣候相關機遇包括：企業客戶加速數字化轉型及低碳轉型帶動的SaaS平台業務新增需求，以及配合機構客戶ESG合規需求所帶來的業務拓展潛力。惟上述機遇目前尚未形成可量化的規模，相關業務機遇的財務影響難以從整體業務表現中獨立剝離及計量。在缺乏標準化氣候機遇分類框架及相關數據的情況下，本集團無法在不付出過高成本或努力的情況下就與氣候機遇相關的業務活動範圍提供可靠的量化數字，並計劃隨業務發展逐步完善相關披露。

資本部署(第33段) — 「發行人須披露用於氣候相關風險和機遇的資本開支、融資或投資的金額。」

本集團目前尚未建立識別及追蹤就應對氣候相關風險及機遇而特定部署之資本開支、融資及投資金額所需的系統及方法。因此，本集團暫未就此作出定量披露。本集團已於本報告氣候相關策略章節就氣候相關風險及機遇的應對措施作出定性披露，包括持續推進辦公室節能措施、加強業務連續性安排及加大ESG信息披露投入等。本集團計劃逐步完善相關內部數據收集及追蹤機制，以支持未來報告期的量化披露。

為環境身體力行



內部碳價格(第34段)

本集團目前並無在任何決策過程(包括投資決策、採購決策及情景分析)中採用內部碳價格機制，亦未就每公噸溫室氣體排放量設定任何內部碳價格。本集團將視乎業務規模發展、監管要求演變及行業最佳實踐，適時評估引入內部碳價格機制的必要性及可行性。

薪酬(第35段) — 「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。」

本集團目前尚未將氣候相關績效考核正式納入高級管理層及董事的薪酬政策框架。然而，本集團的可持續發展督導委員會由董事會秘書擔任主席，負責監督整體ESG表現(涵蓋氣候相關目標的執行進展)，相關表現間接納入管理層的整體績效評估考量。本集團計劃隨氣候風險管理能力的提升，適時考慮將具體氣候相關績效指標與薪酬機制掛鉤，以強化管理層對氣候風險管理的積極性。

廢棄物及水資源管理

本集團致力透過實施辦公室減廢措施，推廣負責任的廢物管理，並通過提升用水效益及循環用水，以達致節省用水。我們的資源使用與棄置主要來自辦公室用水及垃圾。由於我們的業務不涉及工廠生產，我們在營運過程中並不會使用大量天然資源，不會產生有害廢棄物，亦不涉及產品包裝。於報告期間，本集團的營運並無產生重大的有害廢棄物。本集團的用水源自市政供水系統，於報告期間，我們在求取適用水源上並無任何問題。另外，我們在辦公室提倡分類回收，垃圾分類收集箱按照杭州市垃圾分類標準，並於辦公區域內配備垃圾分類及回收設施，以便員工進行垃圾分類。《員工手冊》和員工的入職培訓中，均清楚說明垃圾需分類棄置，推動員工為本集團環保工作出一分力。

我們同時實施了以下舉措，改善環境：

- 及時修理漏水的水管或裝置和更換水龍頭等衛生設施，減少浪費食水；
- 在辦公室栽種植物，綠化辦公室；
- 將訪客飲剩的飲用水，作澆灌植物之用，減少不必要的水資源浪費；及
- 以電子渠道取代紙張，提倡實行無紙化辦公。

關鍵環境績效指標

	2025年	2024年	單位
無害廢棄物			
總無害廢棄物量	56.89	54.03	公噸
無害廢棄物處置量	35.87	34.21	公噸
無害廢棄物回收量	21.02	19.82	公噸
總無害廢棄物量密度	12.47	14.27	公斤／平方米
無害廢棄物			
總無害廢棄物量	0.0317	不適用	公噸
無害廢棄物處置量	0.0000	不適用	公噸
無害廢棄物回收量	0.0317	不適用	公噸
總無害廢棄物量密度	0.0069	不適用	公斤／平方米
用水			
總耗水量	3,646.00	3,560.00	立方米
總耗水量密度	0.80	0.94	立方米／平方米

註1：數據包括本集團位於中國的主要營業地點。

為社區構建和諧



策略：	組織各種社區活動，促進社會和諧。
目標：	支援弱勢社群，推動社會發展。

本集團積極履行企業社會責任，致力秉承「服務人民回饋社會」的理念，與社會共同邁進更好的生活環境。於報告期間，本集團向以下團體或活動作出捐贈：

- 杭州市西湖區慈善聯合總會－西善助新活動
- 宿遷市慈善總會－沭陽一起捐項目
- 杭州師範大學－支援教育物資捐贈
- 杭州電子科技大學－教育發展基金會

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
A. 環境			
層面A1：排放物			
一般披露 有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、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。		為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	為環境身體力行－ 能源消耗及 溫室氣體排放	33-36
關鍵績效指標A1.2	[於2025年1月1日刪除]	為環境身體力行－ 能源消耗及 溫室氣體排放	33-36
關鍵績效指標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)。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	50-51
關鍵績效指標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)。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	50-51
關鍵績效指標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。	為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標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。	為環境身體力行	32-51



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
層面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。		為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標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)。	為環境身體力行－能源消耗及溫室氣體排放	33-36
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	為環境身體力行－廢棄物及水資源管理	50-51
關鍵績效指標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。	為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標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。	為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	本集團的營運並無重大包裝材料使用。	不適用
層面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。		為環境身體力行	32-51
關鍵績效指標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。	本集團的營運並無對環境及天然資源產生重大影響。	不適用
層面A4：氣候變化			
[於2025年1月1日刪除]		為環境身體力行－氣候相關策略	39-47
關鍵績效指標A4.1	[於2025年1月1日刪除]	為環境身體力行－氣候相關策略	39-47

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
層面B1：僱傭			
一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		為員工締造理想	25-31
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如主職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	為員工締造理想—員工概況	25-26
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	為員工締造理想—員工概況	25-26
層面B2：健康與安全			
一般披露 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		為員工締造理想—職業健康與安全	30
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	為員工締造理想—職業健康與安全	30
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	為員工締造理想—職業健康與安全	30
關鍵績效指標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。	為員工締造理想—職業健康與安全	30



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
層面B3：發展及培訓			
一般披露 有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。		為員工締造理想－培訓及發展	28-29
關鍵績效指標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。	為員工締造理想－培訓及發展	28-29
關鍵績效指標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。	為員工締造理想－培訓及發展	28-29
層面B4：勞工準則			
一般披露 有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		為員工締造理想－童工及強制勞工	27
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	為員工締造理想－童工及強制勞工	27
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	為員工締造理想－童工及強制勞工	27
營運慣例			
層面B5：供應鏈管理			
一般披露 管理供應鏈的環境及社會風險政策。		為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
關鍵績效指標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。	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
關鍵績效指標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。	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24
關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	為客戶創造價值－供應鏈管理	23-24

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
層面B6：產品責任			
一般披露 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		為客戶創造價值	17-24
關鍵績效指標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。	本集團並沒有涉及產品生產。	不適用
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	為客戶創造價值－客戶溝通及滿意度	22
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	為客戶創造價值－知識產權維護	22-23
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及回收程序。	為客戶創造價值－質量保證 本集團的業務並無涉及產品回收。	18
關鍵績效指標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。	為客戶創造價值－信息保護及服務穩定性	19-21



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
層面B7：反貪污			
一般披露 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。		為員工締造理想一 肅貪倡廉	31-32
關鍵績效指標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。	為員工締造理想一 肅貪倡廉	31-32
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	為員工締造理想一 肅貪倡廉	31-32
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	為員工締造理想一 肅貪倡廉	31-32
社區			
層面B8：社區投資			
一般披露 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。		為社區構建和諧	52
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	為社區構建和諧	52
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	為社區構建和諧	52