

2025

ANNUAL REPORT

環境、社會和公司治理
(ESG)報告

不同集團

不同
集團

BUTONG
GROUP
6090.HK

於開曼群島註冊成立的有限公司
Incorporated in the Cayman Islands with limited liability

Stock Code 股份代號: 6090

目錄

01	關於本報告	05
	(一) 報告簡介	05
	(二) 時間範圍	05
	(三) 報告範圍	05
	(四) 編制依據	05
	(五) 匯報原則	05
	(六) 資料來源及可靠性保證	06
	(七) 稱謂說明	06
	(八) 報告獲取	06
02	董事會聲明	07
03	走進不同集團	08
	(一) 公司簡介	08
	(二) 企業文化	09

01 企業管治 (Governance)	15
1.1 公司治理	15
1.1.1 董事會	16
1.1.2 投關管理與信息披露	17
1.2 合規風控	19
1.2.1 內部控制	19
1.2.2 風險管理	19
1.2.3 合規管理	20
1.3 ESG 治理	21
1.3.1 ESG 治理架構	21
1.3.2 利益相關方溝通	22
1.3.3 重要性議題分析流程	24
1.3.4 重要性議題矩陣	25
1.4 反腐倡廉	27
1.4.1 廉潔制度體系	27
1.4.2 舉報機制	27
1.4.3 廉潔文化建設	28
1.5 數據隱私與安全	29
1.5.1 消費者數據管理	29
1.5.2 信息安全未來規劃	30
02 產品質量與創新 (Products)	33
2.1 產品創新	33
2.1.1 研發管理	33
2.1.2 知識產權管理	35
2.2 產品質量與服務管理	37
2.2.1 產品質量管理	37
2.2.2 客戶服務管理	41
03 以人為本，共創美好未來 (Social)	44
3.1 厚植沃土，廣納賢才促發展	44
3.1.1 員工聘用與基本權益保障	44
3.1.2 人才培養與職業發展	48
3.1.3 員工福祉與關愛	49
3.2 守護社區，傳遞溫暖力量	55
3.2.1 兒童安全與產品責任	55
3.2.2 公益慈善與社區參與	56

04 綠色運營，守護未來 (Environment)	58
4.1 環境管理與氣候行動	58
4.1.1 環境管理體系	58
4.1.2 溫室氣體排放管理	59
4.1.3 應對氣候變化	62
4.2 綠色運營與資源循環利用	71
4.2.1 水資源管理	71
4.2.2 廢棄物管理	72
4.3 供應鏈環境管理與綠色採購	75
04 附錄一：法律法規列表	76
05 附錄二：關鍵績效列表	78
06 附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治守則》之內容索引	82

1 關於本報告

(一) 報告簡介

本報告是不同集團(以下簡稱「本集團」、「集團」、「公司」或「我們」)發佈的《2025年環境、社會及治理報告》(簡稱「ESG 報告」或「本報告」),旨在展示不同集團及其列入年報範圍的附屬公司(下稱「不同集團」)在環境、社會及治理方面的策略、管理和實踐情況。

(二) 時間範圍

本報告為年度報告,覆蓋的時間範圍為2025年1月1日至2025年12月31日,為增強報告的可比性及前瞻性,部分內容有所延伸。

(三) 報告範圍

本報告以「不同集團」為主體。如無特別說明,本報告的組織範圍覆蓋不同集團及其分子公司(具體詳見「不同集團2025年年度報告」)。

(四) 編製依據

本報告的編製符合《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》要求,同時參考聯合國可持續發展目標(SDGs)、全球可持續發展標準委員會(GSSB)發佈的GRI準則、可持續發展會計準則委員會(SASB)發佈的行業準則。其中,應對氣候變化的相關內容參考《國際財務報告可持續披露準則第2號(IFRS S2)一氣候相關披露》、香港聯交所《氣候信息披露指引》及氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)建議。

(五) 匯報原則

本報告符合以下「重要性」、「平衡」、「量化」和「一致性」原則。

重要性原則: 我們識別並評估了對於集團內部以及外部利益相關方的重點ESG關注議題。詳細的重要性評估過程及結果,請參見「重要性議題與利益相關方溝通」。

平衡原則: 本報告不偏不倚地呈現我們在環境、員工、供應鏈、產品服務和社區等方面的表現。

量化原則: 我們對包括環境、社會及治理範疇的量化關鍵指標進行了統計,並於本報告中進行匯總和披露。有關本報告中ESG量化數據的計算方法、參考標準及參數,詳見本報告各章節。

一致性原則: 本報告是我們發佈的第一份ESG報告,後續報告的編撰方式將與本報告保持一致。若未來編撰方式存在變更,將會在報告中進行補充說明。

(六) 資料來源及可靠性保證

本報告引用的全部信息數據均來自本集團正式文件、統計報告、財務報告及其他相關文件，經過集團統計、匯總與審核的各職能部門、各經營單位的內部數據及公開信息。同時，為了闡釋的完整性和連續性，我們在特定議題下回顧和延展了部分內容。本報告涉及的貨幣種類及金額，如無特殊說明，均以人民幣為計量單位。財務數據若與年報有出入，以年報為準。本報告已經由董事會審閱，並於2026年04月27日獲得董事會批准刊發。

(七) 稱謂說明

為了便於表述和閱讀，本報告將不同集團簡稱為「本集團」、「集團」、「我們」或「公司」。

報告中涉及的部分子公司全稱如下：

布童工廠：布童安全科技(寧波)有限公司

(八) 報告獲取

本報告以電子版形式發佈，您可以在我們的網站 (www.butong.com) 下載本報告電子文本，獲取更多集團信息。如對報告有疑問和建議，您可以發郵件至 (ir@butong.com) 或可致電 400-133-8081。

2 董事會聲明

不同集團董事會始終將ESG事宜視為影響集團可持續發展的關鍵因素，給予高度重視。董事會嚴格遵循香港聯交所關於ESG報告的指引及監管要求，持續推動ESG管理機制的優化與治理體系的完善，致力於構建與集團發展戰略相融合的ESG治理架構。

作為ESG事宜的最高負責及決策機構，不同集團董事會全面承擔ESG管理的最終責任。董事會統籌集團整體發展規劃與ESG發展目標的協同推進，定期審視外部行業演進趨勢、監管動態及內部管理現狀，確保ESG治理機制與資源保障得以有效落實。

報告期內，董事會積極參與本集團組織開展的系統性、全方位利益相關方調研，全面識別並評估重要性議題及其優先順序，最終形成具有指導意義的重要性議題分析矩陣，相關內容詳見本報告「ESG治理」章節。該矩陣為集團後續ESG戰略部署、資源配置及信息披露提供了基礎依據與方向指引。

本報告全面、詳實地披露了不同集團2025年在ESG領域的各項工作進展與階段性成效，報告內容已獲得董事會正式審議通過。未來，不同集團將繼續秉持負責任、可持續的發展理念，持續提升ESG治理水平，回應各利益相關方的期待與關切。

3 走進不同集團

(一) 公司簡介

不同集團(英文: BUTONG GROUP, 證券代碼: 6090) 是一家新興的全球精英家庭科技生活公司, 於2025年9月23日在香港交易所主板成功掛牌上市。

集團於2019年推出首個品牌BeBeBus, 鎖定「家庭CFO」高淨值人群, 秉承「AI賦能創造不同」的使命, 真誠原創, 堅持高品質、高顏值、高科技, 打造具有獨特用戶價值的產品, 為全球精英家庭生活帶來精緻愉悅的體驗。



不同集團的產品線主要涵蓋親子出行、寶寶睡眠、親子餵養及衛生護理四大核心場景。截至2025年12月31日, 集團已在全國範圍內與9家主流電商平台達成合作, 除了集團官網之外, 在各平台共運營18家自營店舖及1家平台代運營網店; 同期, 不同集團的SKU數量已達551個, 嬰兒護理類產品SKU數量已達331個, 確立了集團在家庭生活領域的穩固地位及強勁表現。



(二) 企業文化

我們的使命

AI赋能创造不同。

我們的願景

全球家庭生活AI科技應用領跑者。

我們的價值觀

用戶價值第一。



2025年，我們的發展圍繞「拓展全球業務、持續創新與產品升級、提升品牌形象、優化銷售渠道、加強數字化運營、擴大自有產能以及探索戰略投資與收購」七大核心策略展開。具體而言，我們將擴展至歐洲、北美及日韓等主要國際市場，通過亞馬遜等全球電商平台觸達境外消費者，並在北美設立辦事處、日韓設立合資公司，以實現本地化經銷。同時，我們進一步加大研發投入，拓展技術能力，強化知識產權組合，定期迭代升級旗艦產品，確保其始終處於市場前沿，並擴大產品線以應對更廣泛的「家庭CFO」場景。

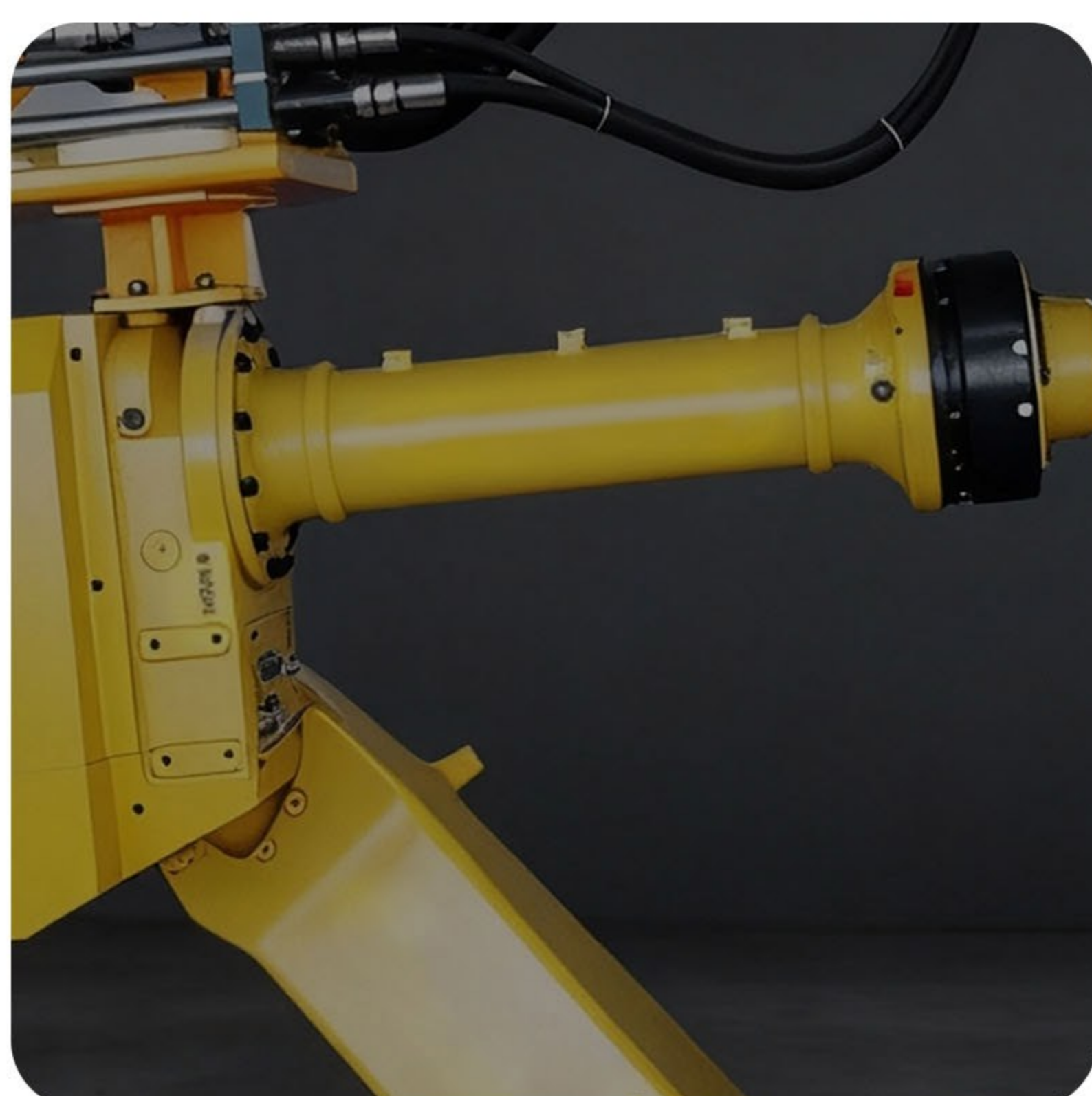




在品牌提升方面，公司計劃通過與其他品牌、IP和達人建立合作夥伴關係，打造聯名產品，擴大市場覆蓋範圍和影響力，同時完善營銷內容，針對各銷售渠道和用戶群體定制化內容，並強化會員計劃，舉辦更多現場活動。此外，我們致力於優化國內線上線下銷售渠道，通過創建更具吸引力的產品相關內容推廣公司產品，並在高端購物中心和其他高客流量商圈合作更多品牌形象店。



在數字化運營方面，我們計劃投資尖端硬件和引進資深技術人員，整合產品開發、銷售及運營流程，並升級會員服務體系，利用數字工具創建詳細的用戶檔案，洞察消費趨勢，為客戶提供更精準的服務。



為滿足日益增長的市場需求，我們進一步擴大自身的生產能力。我們已在寧波建設新的生產工廠，並購買新設備以升級生產流程，以確保高質量工藝和更高生產效率。新工廠預計2026年下半年正式投入使用。

最後，我們將繼續探索投資及收購具有增長潛力及協同效應的品牌，以增強現有產品組合的競爭力。通過以上策略的實施，我們將進一步鞏固其在市場的領導地位，推動持續成功與增長。



2026年，我們將把使命改為「AI賦能創造不同」，專注於AI技術在家庭場景中的應用，成為人工智能領域的領跑者。

我們計劃推進嬰兒車、汽車安全座椅、嬰兒床及嬰兒餐椅等四大核心品類的AI化升級，並將目標用戶群體從0-3歲擴展至3-12歲兒童及家庭。



我們將在寧波奉化新工廠全面推行數字化和智能化生產，推出包括智能牙刷、智能電吹風、智能旅行箱等在內的多種AI產品。我們計劃通過全球化戰略實現供應鏈、研發和市場的全面本土化，推動中國消費科技品牌穩健出海。

2025成果

2025年度榮譽獎項

母嬰用品質量追溯體系
規範參編單位



太空艙安全座椅

2025

天貓金嬰獎
年度最受歡迎出行用品獎



2025

克勞銳年度
社交影響力新品牌



2025

全球消費者
喜愛的品質品牌



2025

年度
新消費品牌



2025

年度最佳品牌升級
全新品牌主張



「少一步 更輕鬆」

2025

年度傑出
企業表現大獎



2025

年度全球開拓品牌
年度價值躍遷品牌



2025

深圳體驗行業協會體驗管理
專業委員會理事單位



2025

入圍2025年中國玩具和
嬰童用品行業升級和
創新產品建議名單



大白嬰兒床

2025

上海市時尚引領
標桿企業



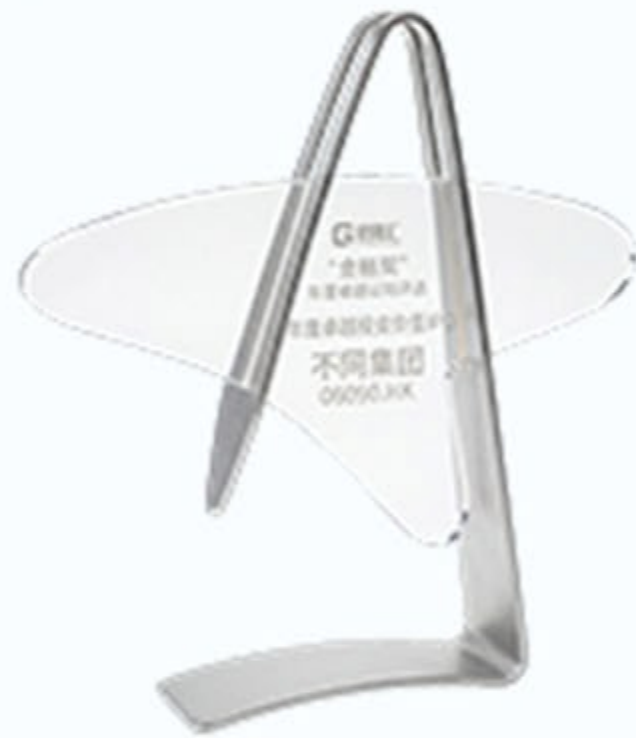
2025

最受投資者歡迎
新股公司



2025

年度卓越投資
價值 IPO



2025

新勢力消費
品牌企業



2025

最佳行業
突破品牌



2025

卓越年度
新銳公司



2025

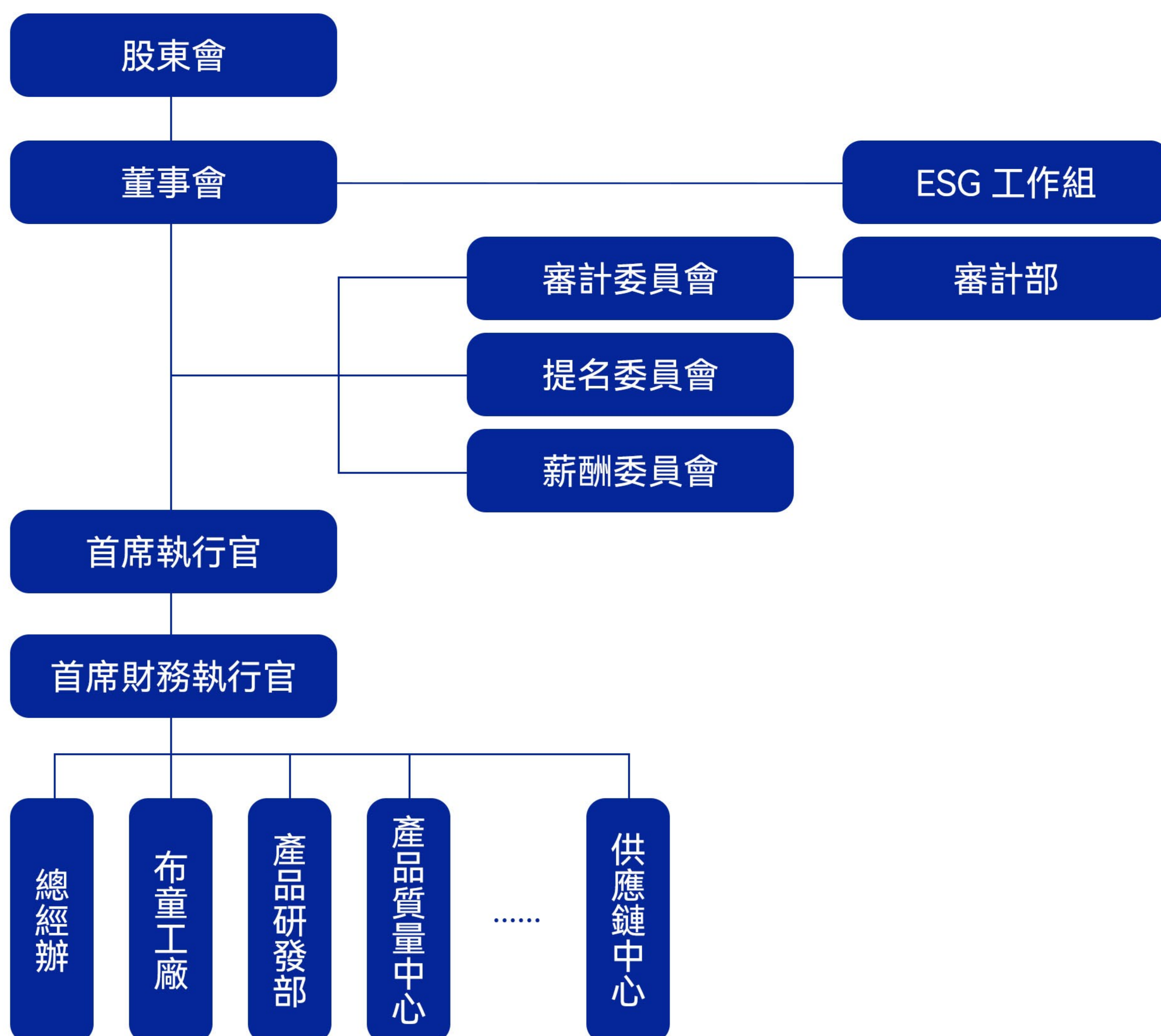
- 3月** ○ **獲評為年度社交影響力新品牌**
憑藉在小紅書、抖音等平台的持續深耕與內容影響力，獲得行業權威機構認可，品牌社交聲量持續領跑。
- 4月** ○ **行業首創Y型減壓背負科技-氣墊腰凳上市**
以技術創新突破行業同質化競爭，填補市場空白，強化BeBeBus「硬核科技」的產品力標籤。
- 5月** ○ **獲評為年度新消費品牌**
在內容營銷與達人生態領域的深度佈局獲得業界認可，品牌影響力從產品端延伸至內容生態端。
- 獲評為全球消費者喜愛的品質品牌**
取得國際消費者層面的品質認證，為品牌出海及全球化戰略提供重要背書。
- 聯營公司BeBeBus Korea在韓國正式註冊成立**
全球化戰略提速，本地化運營實體正式落地。
- 8月** ○ **7項產品獲得碳足跡證書**
積極響應全球ESG發展趨勢，以實際行動踐行可持續發展理念，提升品牌在國際市場的合規競爭力。
- 9月** ○ **BeBeBus 亮相德國科隆嬰童展**
登上全球最具影響力的嬰童行業國際舞台，向全球市場展示品牌產品實力與國際化視野。
- 不同集團香港主板上市**
集團發展重要里程碑，正式進入國際資本市場視野，並開啟以港股平台為依托的全球資本運營新階段。
- 10月** ○ **登陸韓國高端母嬰市場**
攜手韓國嬰童龍頭企業SONOKONG，加速韓國市場品牌滲透與商業落地。
- 11月** ○ **登陸日本高端母嬰市場**
進一步完善全球化佈局，提升品牌的國際影響力。
- 12月** ○ **資本與產業雙重背書**
榮獲「卓越年度新銳公司」、「新勢力消費品牌企業」等多項資本市場獎項，品牌成長潛力獲高度認可。

01 企業管治 (Governance)

1.1 公司治理

根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》、《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》等相關法律法規以及《公司章程》，我們持續優化公司的治理架構。公司最高權力機構為股東會，負責領導董事會的運作；董事會作為核心決策與監督機構，下設審計委員會、提名委員會和薪酬委員會，並統籌管理ESG工作組和審計部，其中審計部接受審計委員會的專業指導，履行獨立內審職能。在經營執行層面，董事會授權首席執行官全面負責集團日常經營管理。各權力、決策、監督及管理機構職責明確、運作規範，確保集團及股東的合法權益得到有效保護。

公司的治理架構



報告期內，公司治理的關鍵績效指標如下：

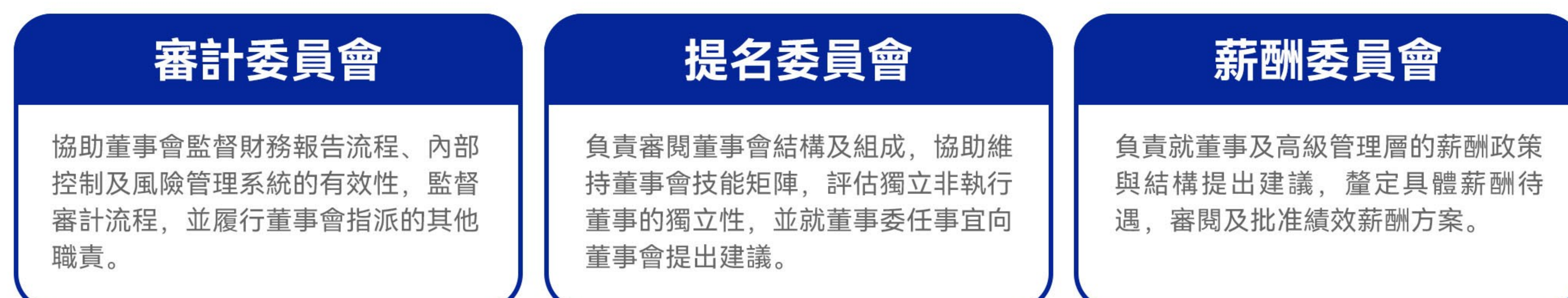


1.1.1 董事會

我們建立了以董事會為核心的企業治理架構，確保集團管理決策的專業性和系統性。董事會下設審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，共同對集團戰略執行和業務運營進行全面監督與指導。董事會成員構成、各董事資料及董事會及各委員會的具體職權範圍可在本集團投資者關係網站及交易所網站查閱。

我們充分考慮董事會成員的行業經驗、學歷背景、能力等因素，確保董事會符合獨立性和多元化的要求。截至報告期末，集團董事會共由6名董事組成，其中包括3位獨立董事，2位女性董事。董事會成員具備多元化的專業背景，涵蓋消費品品牌定位、銷售及市場營銷、法學、財務、工商管理等多個領域，為集團的戰略規劃和決策提供全方位的專業支持。

董事會專門委員會職責



1.1.2 投關管理與信息披露

為規範投資者關係管理工作，增進投資者對集團的了解與認同，我們依據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》、《證券及期貨條例》、《公司條例》及《公司章程》等相關法規，制定了《信息披露管理制度》，以確保信息披露的規範性和流程的嚴謹性。該制度嚴格遵循真實、準確、完整、及時披露信息的基本原則，向所有投資者公開披露相關信息，確保集團在法律法規框架下，能夠及時、準確、完整地向公眾、股東及監管機構披露重要信息，從而保障股東尤其是中小投資者的權益。此外，為加強不同集團的市值管理工作，維護集團、投資者及其他利益相關者的合法權益，契合監管要求，聚焦核心價值提升與股東回報，我們根據相關法律法規及《公司章程》有關規定，結合集團實際情況，制定了《市值管理制度》。我們實行「董事會主導、董事會秘書牽頭、全員協同」架構，精簡決策流程，明確核心職責。憑藉健全的信息披露機制和市值管理機制，我們顯著提升了溝通透明度，加深了市場對集團經營及財務狀況的認知與信任。這不僅確保了所有利益相關者的知情權和公平待遇，還促進了我們的長遠發展。

市值管理的基本原則

聚焦內在價值提升

堅持以用戶為中心，制定正確戰略規劃，發揮資源優勢，打造全球化運營體系，全面提高ESG水平，持續提升公司內在價值。

推動投資價值匹配

提升信息披露透明度，給予資本市場穩定預期，加強全球投資者關係管理，建立優質投資者基礎，增強國際市場認可度。

堅守合法合規原則

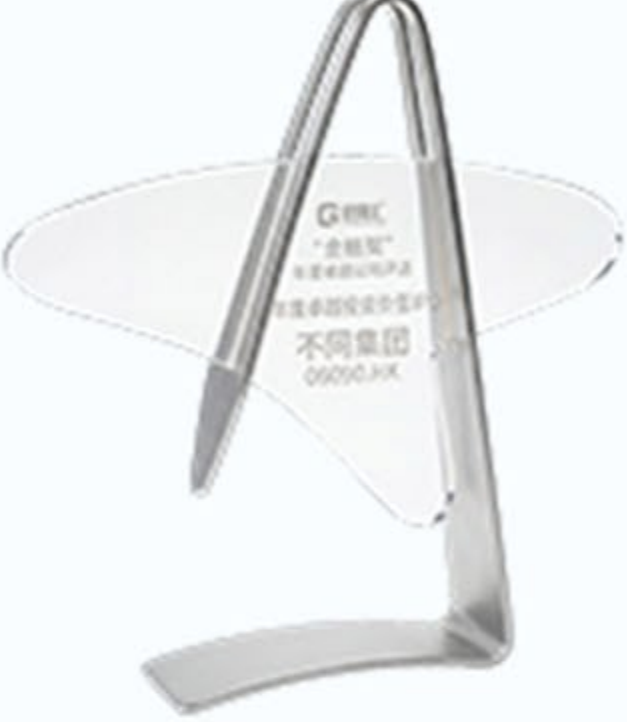
嚴格遵循法律法規及交易所規則，堅守底線，禁止內幕交易、市場操縱等任何破壞資本市場秩序的非法行為。

投資者溝通渠道

- 線上電話會議
- 定向路演
- 特定對象調研
- 接聽投資者電話
- 投資者接待

投資者關係榮譽

年度卓越投資
價值IPO



2025

新勢力消費
品牌企業



2025

最佳行業
突破品牌



2025

卓越年度
新銳公司



2025

最受投資者歡迎
新股公司



2025

報告期內，信息披露的關鍵績效指標如下：

共披露公告與非公告上網文件 **20**份

1.2 合規風控

我們一直將合規管理視為穩健發展的關鍵，並通過構建完善的內部控制體系和風險管理機制，確保各項業務操作符合外部的法規要求，並能夠及時發現和應對各種潛在風險，為企業可持續發展奠定了堅實的基礎，助力集團在複雜環境中穩步前進。

1.2.1 內部控制

我們嚴格遵守《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》，制定了《內控制度體系管理規定》、《內控問責及改進管理規定》、《內部審計監督管理規定》和《員工合理化建議管理辦法》並建立了完善的內部控制體系，規範各項業務操作，強化各級員工的責任意識，確保每個環節都符合法律法規要求。通過定期開展內部審計工作，我們全年共向審計委員會提交並完成了5項審計項目，涵蓋了銷售、費用、存貨、資產、運營等業務領域，覆蓋集團核心子公司。報告期內未發現重大缺陷/違規事項，所有發現的問題均與被審計單位溝通確認並落實整改。這些審計工作有效支持了集團各項業務流程的優化和風險管控，確保了企業運營的透明度和合規性。

1.2.2 風險管理

我們將風險防控融入經營管理的全業務流程，依托構建風險管理的「三道防線」實現了事前預警、事中管控和事後評估的動態治理閉環，形成了層層遞進、環環相扣的立體防控網絡，為集團的戰略穩健實施和業務持續發展提供了堅實的保障。

(1) 風險管理「三道防線」

01**第一道防線：業務部門（事前預警）**

職責：制度執行與落實、風險識別與評估、風險管理與監督

02**第二道防線：職能部門（事中監督）**

職責：統籌組織風險管理、監督審核業務流程、協助完善制度與體系

03**第三道防線：審計部（事後評估）**

職責：查漏補缺與整改、確保流程合規、開展專項審計、風險宣傳與教育

(2) ESG風險數據庫及風險評級

為了有效管控ESG相關的風險，集團建立了《ESG 風險數據庫》，設計了風險評估標準。通過充分識別環境、社會、治理維度下的內外部風險，以「一級風險-二級風險-三級風險」的風險分層架構為核心，明確了各個風險的定量指標、定性風險描述、控制部門、內部管控措施以及未來提升方向。同時，我們從風險發生的可能性及影響程度兩個維度出發，對於各項ESG風險開展了風險等級評估。

報告期內，風險評估結果如下：

風險類型	評估的風險數量	剩餘風險水平(H高)的數量	剩餘風險水平(M中)的數量	剩餘風險水平(L低)的數量
治理風險	13	1	5	7
環境風險	16	3	5	8
社會風險	17	0	2	15
匯總	46	4	12	30

1.2.3 合規管理

我們在2025年對管理層開展了合規管理培訓，並在培訓中特別強調了《上市公司防貪系統實務指南》和《廉正舉報調查管理規定》等規章制度的核心內容，旨在增強管理層的風險管理意識。培訓圍繞反貪污與反賄賂管理、利益申報、廉正舉報等合規治理要求展開，從國家政策和行業標準的角度進行了深入剖析，並詳細介紹了我們內部的合規體系建設及總體目標；強調了廉潔自律的重要性，旨在培養一支清正廉潔、高效執行的管理團隊。通過培訓，管理層對合規管理有了更加深刻的理解，並承諾將合規理念融入日常決策和運營中，確保集團的業務能夠在合法合規的基礎上穩健發展。

報告期內，風險管理的關鍵績效指標如下：

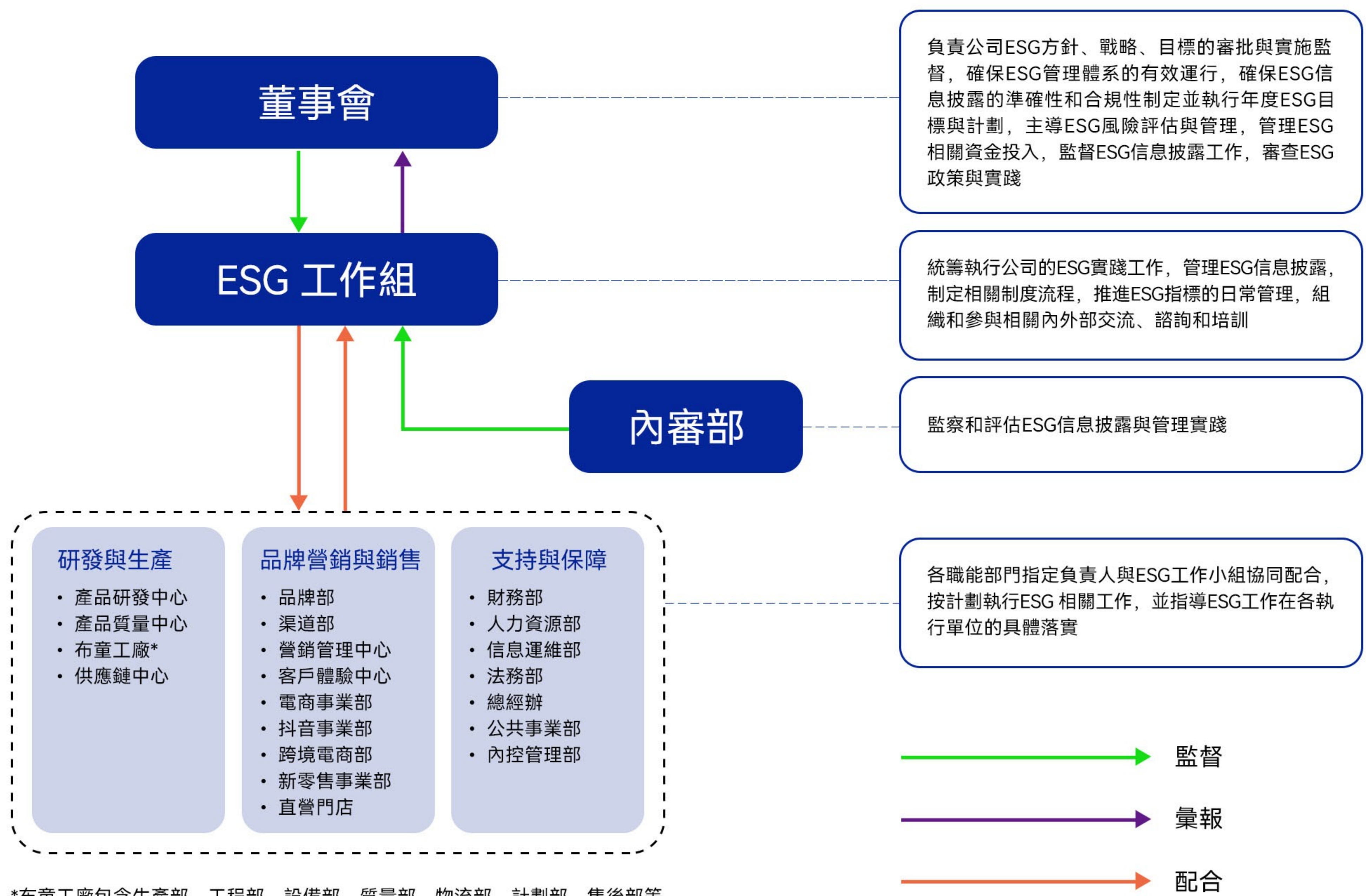


1.3 ESG 治理

我們高度重視環境、社會與治理(ESG)議題，涵蓋了供應鏈管理、員工關懷、企業治理、能耗控制以及廢棄物處理等多個方面。我們已根據歷史水平設定了具體的績效目標，還積極尋求在可能的情況下，幫助分銷商和供應商等合作夥伴提高他們的ESG標準。為了確保ESG工作的順利推進，我們構建了一個清晰且高效的ESG治理體系，旨在促進有效的管理機制、跨團隊的合作以及對可持續商業行為的嚴格監管。整個ESG治理結構中，各個崗位的職能和責任都被明確規定，確保了強有力的監督機制得以建立和運行。

1.3.1 ESG 治理架構

我們的ESG工作小組負責集團內部ESG工作的開展，該小組由涉及ESG管理的核心職能部門組成，各職能部門指定專門的ESG聯絡人，負責按照集團ESG戰略規劃和ESG信息披露指標安排，在ESG小組組長的帶領下，落實ESG的具體工作任務，並每年向董事會匯報ESG工作的落地實踐情況。此外，我們還加強了對員工的ESG培訓，在報告期間，對化學品使用規範、ISO14001管理體系和ISO45001管理體系等內容進行了培訓，提升員工ESG意識，以保障ESG目標的有效落實。



*布童工廠包含生產部、工程部、設備部、質量部、物流部、計劃部、售後部等。

報告期內，ESG培訓的關鍵績效指標如下：



1.3.2 利益相關方溝通

關於利益相關方的溝通，我們制定了《利益衝突管理制度》、《信息披露管理制度》、《員工合理化建議管理辦法》和《反洗錢及反恐怖融資管理制度》，並通過問卷調查、訪談或研討會等方式，與核心利益相關方(如員工、客戶、投資者、供應商、社區及監管機構等)進行溝通，了解他們對ESG相關議題的關注點和期望。

利益相關方	關注議題	溝通渠道/反饋方式
政府	<ul style="list-style-type: none"> • 合規與風險管理(對法律法規的遵守和企業風險管理) • 危險品管理(危險材料的管理、使用和處理) • 廢棄物管理(廢氣、廢水以及固體廢棄物的排放、處理、回收和再利用) • 溫室氣體排放(公司減少碳排放的承諾及實際行動) 	<ul style="list-style-type: none"> • 例行檢查與現場調研 • 書面說明和報告 • 組織會談
客戶	<ul style="list-style-type: none"> • 產品質量與安全(確保產品的安全性和質量) • 客戶服務質量(客戶服務水平和客戶滿意度) • 客戶隱私保護(對客戶數據隱私的保護措施) • 信息安全與數據保護(網絡安全和數據保護措施) • 消費者教育(向消費者普及產品安全和可持續消費理念) • 負責任營銷(真實、合規的營銷信息) 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常業務溝通與意見反饋 • 資質審核與現場調研 • 行業展會、訂貨會 • 客戶滿意度調查 • 建立會員體系 • 微信公眾號

利益相關方	關注議題	溝通渠道/反饋方式
經銷商	<ul style="list-style-type: none"> • 產品質量與安全(確保產品的安全性和質量) • 反腐敗與商業道德(反腐敗反賄賂政策和誠信經營) 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常業務溝通與意見反饋 • 書面報告、電郵 • 現場調研
供應商	<ul style="list-style-type: none"> • 產品質量與安全(確保產品的安全性和質量) • 反腐敗與商業道德(反腐敗反賄賂政策和誠信經營) • 負責任採購(供應商的可持續性和道德行為, 以及綠色原材料的採購) 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常業務溝通與意見反饋 • 年度供應商考核 • 現場調研
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 社區公益與幫扶(支持社區發展、鄉村振興、弱勢群體關懷) • 運營影響與安全(生產活動對社區居民的環境及安全影響) • 信息透明度與溝通(及時回應社區關注問題, 公開運營信息) 	<ul style="list-style-type: none"> • 社區公益活動 • 申訴熱線與郵箱 • 官網與社會媒體平台
股東	<ul style="list-style-type: none"> • 科研創新(推動技術和產品創新) • 董事會治理(董事會多元化和獨立性) • 利益相關方溝通(與投資者、供應商、客戶等的溝通與反饋機制) • 內部審計與監督(內部控制和審計機制) 	<ul style="list-style-type: none"> • 公告、新聞稿 • 股東大會 • 披露報告

利益相關方	關注議題	溝通渠道/反饋方式
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 危險品管理(危險材料的管理、使用和處理) • 員工健康與安全(為員工提供健康和安全的工作環境) • 員工權益(尊重員工合理行使權利，提供多元化、公平性和包容性的環境) • 員工培訓與發展(為員工提供適當的培訓和職業發展機會) 	<ul style="list-style-type: none"> • 團隊建設與員工福利/活動 • 內部培訓與反饋 • 員工面談 • 內部電郵

1.3.3 重要性議題分析流程

我們密切關注資本市場中的ESG評級指標，同時兼顧國家政策、行業趨勢以及集團戰略，分析集團面臨的可持續發展挑戰，並建立了一套重要性議題的識別機制。通過對內外部利益相關方的分析與調研，集團確定了年度重要議題並形成重要性議題矩陣。

這些議題涵蓋了環境保護、社會責任、公司治理等多個方面，旨在確保集團的決策和活動能夠積極回應利益相關方的期望和需求。重要性議題矩陣的建立，不僅有助於集團明確工作重點，還能有效提升資源利用效率，確保各項措施能夠精準落地，推動集團可持續發展目標的實現。

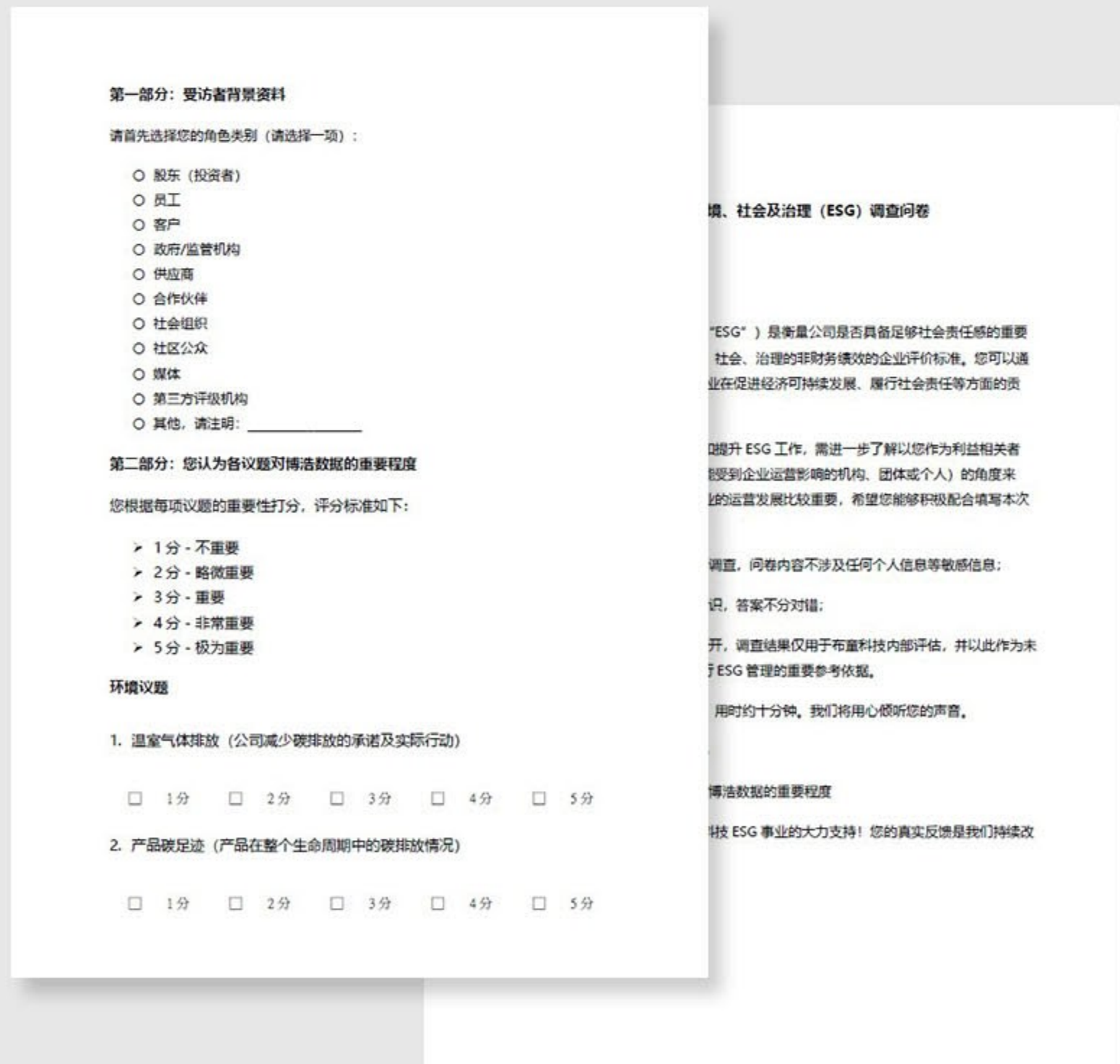
公司確定ESG重要性議題的過程：



- 1.利益相關方識別與溝通：集團通過問卷調查、訪談或研討會等方式，與核心利益相關方(如員工、客戶、投資者、供應商、社區及監管機構等)進行溝通，了解他們對ESG相關議題的關注點和期望。
- 2.內外部分分析：集團結合企業戰略目標、行業趨勢、法規要求及國際ESG標準(如《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》、GRI、SASB、TCFD等),識別與集團業務高度相關的ESG議題。
- 3.重要性評估：集團基於對利益相關方重要性和對財務重要性影響的雙維度分析，將ESG議題按優先級排序，確保重點議題能夠反映集團核心價值及對可持續發展的影響。
- 4.管理層審議與確認：集團將分析結果提交至董事會審議，確保重要性議題符合集團戰略方向，並得到管理層支持。
- 5.定期更新與披露：根據外部環境變化、業務調整及利益相關方反饋，集團定期更新ESG重要性議題，並在報告中披露評估過程及結果，以提升透明度和公信力。

1.3.4 重要性議題矩陣

ESG重要性議題問卷調查



我們的ESG工作小組對利益相關方進行了全面的識別與溝通，並邀請利益相關者(涵蓋客戶、員工、供應商等)通過問卷調查、訪談等方式進行了溝通，由他們為各個議題的重要性進行打分；同時，ESG工作小組也通過行業對標、業務分析等方式，對議題的重要性進行修正；最後提交至管理層審批確認重要性議題的評估結果，確保符合集團的戰略發展方向。

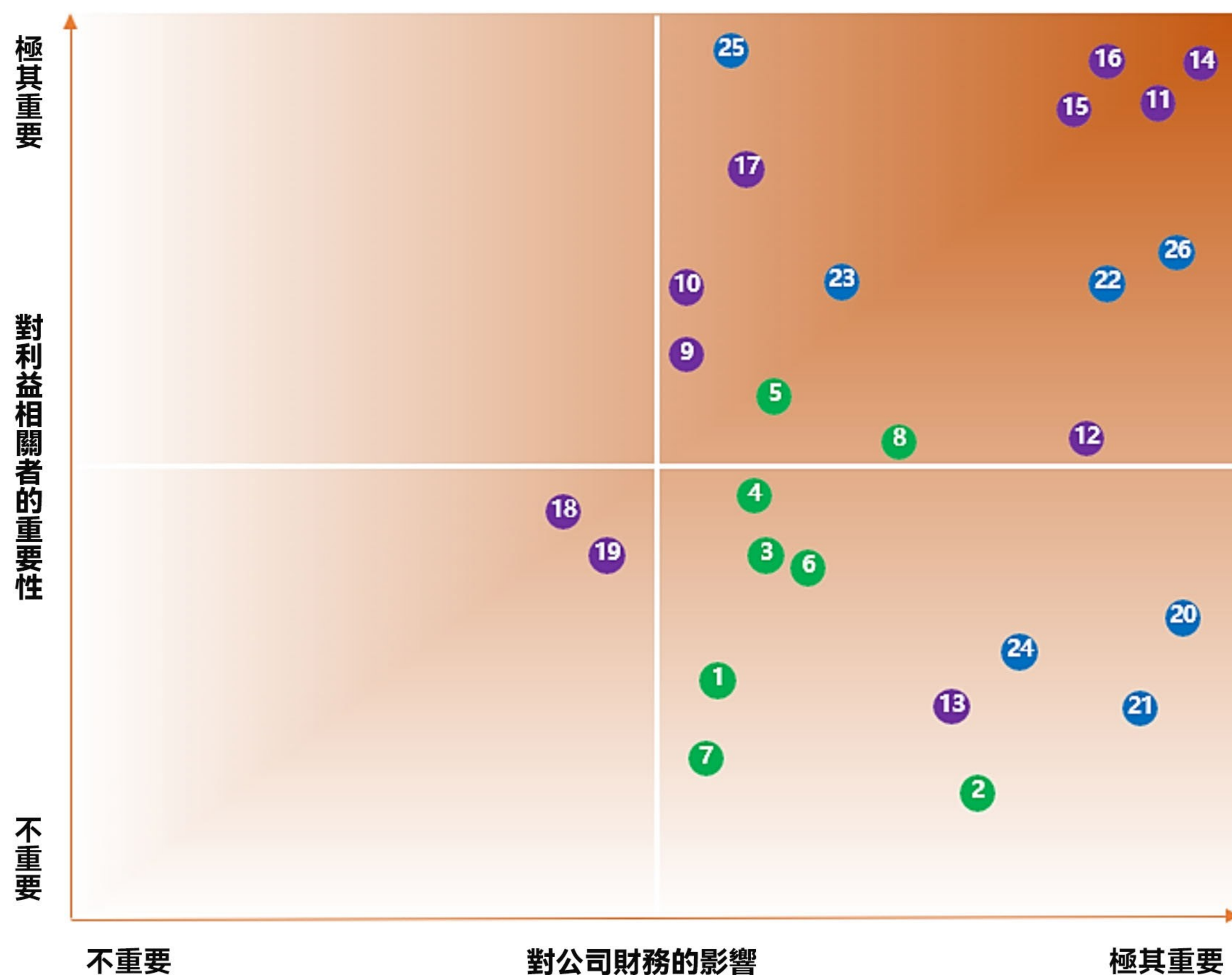
2025年，我們共識別出**26**項重要性議題，其中包括**8**項環境議題，**7**項治理議題，**11**項社會議題。

ESG重要性議題矩陣

我們梳理了ESG重要議題，並對照同行業以及集團關注的議題，根據議題重要性程度從「對利益相關方的重要性」及「對財務的重要性」兩個維度形成重要性議題矩陣。



*上述以加粗形式呈現的議題為基於重要性矩陣的評估結果，在「對利益相關方的重要性」與「對公司財務影響」兩個維度中均具有較高重要性的關鍵議題。



1.4 反腐倡廉

我們堅定不移地推進反腐倡廉工作，致力於營造公平、公正的商業氛圍，確保所有經營活動秉持透明度和誠信原則，通過嚴格執行相關法律法規與內部規範，保障集團與合作夥伴、供應商之間的平等競爭。我們反對任何形式的不正當競爭行為，強化內部紀律，嚴厲打擊腐敗現象，為各方提供一個公平、透明的商業合作平台。

1.4.1 廉潔制度體系

我們嚴格遵守反貪污反賄賂相關法律法規，制定了《反洗錢和反恐怖融資管理制度》以規範員工的自律行為，確保廉潔從業。為進一步加強管理，我們出台了《廉正舉報調查管理規定》，明確禁止員工要求或接受與本集團存在或有潛在業務關係的公司及個人提供的酬金、返利、借款、個人費用報銷、貴金屬、奢侈品等利益輸送。

為了加強與商業夥伴的廉潔管理，我們要求所有合作夥伴簽署《保密協議》、《框架合作協議》和《委託加工合同》，並在這些協議中明確規定了雙方必須遵守的信息保密、利益衝突以及反商業賄賂條款。協議詳細定義了保密信息、利益衝突以及商業賄賂的行為和形式，以及舉報機制。我們設定了專用郵箱以接收合作方的投訴，並且對所有信息提供者及所提供的全部資料實行嚴格保密。如果合作方有任何不當行為，包括利益衝突，我們有權立即終止合作，並要求高額賠償，甚至追究刑事責任。此外，合作方的不當行為會導致其被列入黑名單，永久失去與集團合作的機會。集團持續與合作夥伴交流廉潔理念，推廣規範管理，通過這些措施致力於構建公平、正當、廉潔的「商道共贏」合作環境。

1.4.2 舉報機制

我們嚴厲打擊各類違背廉正精神的行為，並設立專用的舉報通道，供集團內外部人員提供各類舞弊證據及線索，舉報人可採用匿名或實名的方式，通過以下形式具體舉報：

- 1、電子郵件舉報：jubao@bebebus.cn;
- 2、預約來訪舉報：聯繫審計部;
- 3、舉報人認為合適的其他形式。



我們設有嚴格的舉報受理和調查流程，舉報可採取實名或匿名方式。舉報人隱私將受到我們的嚴格保護，舉報內容需具體明確，並提供相應證據。我們對惡意攻擊、造謠等行為將予以處罰。審計部負責接收和初步調查舉報信息，並將結果直接向董事長匯報。調查組會保密、公正地進行調查，並妥善保存所有資料。對於隱瞞舉報、妨礙調查或打擊報復舉報人的行為，我們會按照規章制度追究相關人員和部門領導的責任。

1.4.3 廉潔文化建設

我們規定所有員工（包含董事）在入職時均需簽訂《廉潔協議》，協議要求員工在工作和業務活動中嚴格遵守集團的廉潔自律規定，禁止任何形式的利益輸送、非法侵佔集團資產、濫用職權、虛報費用、利益衝突等行為。同時，所有員工在入職時均需接受入職培訓，由人力資源部對行為準則、獎懲等內容進行宣貫。



我們在2025年對管理層開展了合規管理培訓，重點圍繞廉潔從業的相關注意事項及違規違紀可能帶來的負面影響進行了宣貫。培訓特別強調了《上市公司防貪系統實務指南》和《廉正舉報調查管理規定》的核心內容，並通過實際案例分析，使員工深刻理解廉潔從業的重要性。通過培訓，員工們的廉潔自律意識得到了進一步增強，他們承諾將廉潔理念融入日常工作，共同維護公司的廉潔形象和良好聲譽。

報告期內，反腐倡廉的關鍵績效指標如下：

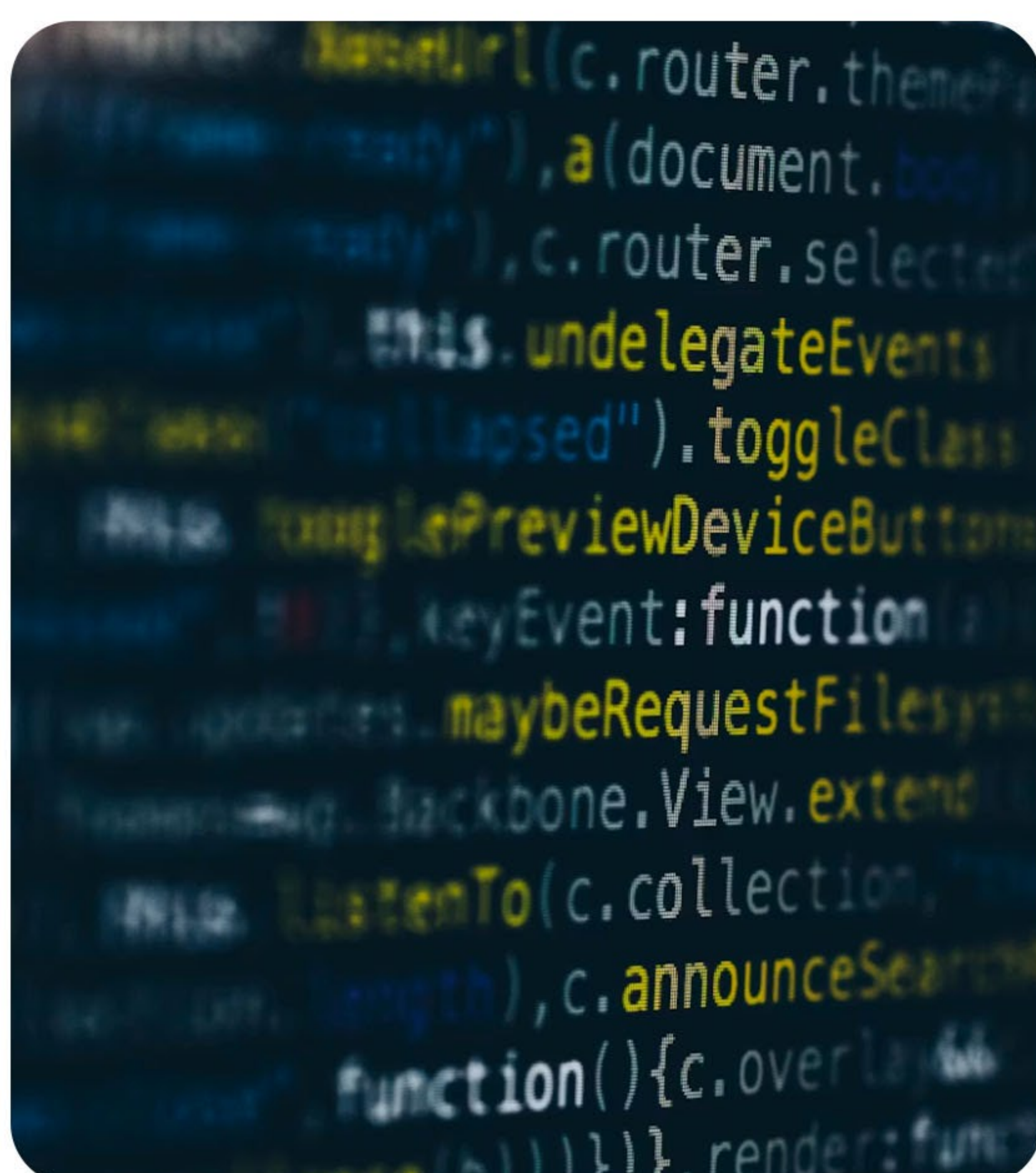


1.5 數據隱私與安全

為保障信息安全，我們建立了《信息安全控制管理規定》、《員工電腦使用管理規定》、《IT系統賬號及權限管理規定》、《IT系統變更管理規定》、《網絡安全培訓管理規定》等制度，構建覆蓋全生命週期的數據安全管理體系，實現了風險預防、過程監控與事後追溯的閉環管理。本年度我們已對BeBeBus APP系統進行了第二級信息安全等級保護測評，且測評結果為有效，展現了信息安全管理的有效成果。

1.5.1 消費者數據管理

我們僅在必要情況下通過移動應用程序和私域平台收集消費者信息，並嚴格遵守數據安全法規。我們採用了先進的信息安全技術和嚴格的訪問控制及監控機制，以確保數據的完整性和安全性。



數據保護措施：

- 嚴格遵守數據安全及個人信息保護的法律法規；
- 採用數據加密、災難備份機制；
- 建立嚴格的訪問控制和監控機制；
- 定期進行審核和培訓；
- 雲服務器配備先進防火牆和災難復原系統。



第三方合作管理:

- 與第三方服務供應商(如訂單管理系統、物流服務、第三方支付渠道等)簽署數據保護協議;
- 要求客戶信息管理系統供應商對個人及敏感數據進行加密、數據遮蔽及二次驗證。

1.5.2 信息安全未來規劃



我們將根據公司的業務戰略，持續調整信息技術，以適應信息安全形勢的變化。

2025年，我們以「IT技術賦能業務」為核心抓手，從集團、國內營銷、工廠、產研、跨境五大維度全面推進數字化戰略。通過全鏈路數字化升級，驅動公司各業務板塊協同高效發展。

- 集團層面：我們構建了高效的數據體系，完成了公司官網與中台管理系統的建設，實現了業財一體化，並築牢了信息化安全防線，以提升整體運營效率。
- 國內營銷層面：我們聚焦於KA 經銷商管理、追溯和防偽系統的落地、樣品與品牌費用管理等領域。通過競品數據接入和AI數據分析，以及績效自動計算等手段，賦能業務增長。
- 工廠層面：我們圍繞設備、實驗室、模具及工程變更流程實現了精細化管理。
- 產研層面：我們上線了智能安全座椅的自主APP，完善了用戶體驗與項目管理流程的建設。
- 跨境業務層面：我們將完成海外電商對接平台與獨立站的建設，支撐全球化業務拓展。



2026年

我們將堅持以「IT技術持續賦能業務」為核心，從集團、國內營銷、工廠、產研、跨境五大板塊出發，深化數字化戰略。通過全維度數字化升級，為公司各業務板塊的高效協同與持續增長提供堅實的技術支撐。

- **集團層面：**我們將持續優化數據體系與中台管理系統，推進新業務的業財一體化，保障信息化安全，進一步提升集團運營效率。
- **國內營銷層面：**我們將深耕 KA 經銷商管理，新品與大件追溯、防偽系統的落地，持續優化和建設中台管理系統，以提升業務增長與效率。
- **工廠層面：**我們將上線立體倉庫、物流、車間管理等系統，打通新工廠園區的信息化，實現生產全鏈路精細化管理。
- **產研層面：**我們將迭代自主APP，增加商城及更多智能產品的功能，持續優化用戶體驗並完善項目管理全流程，驅動產品與服務創新。
- **跨境業務層面：**我們的海外電商平台將持續對接新平台，建設新的海外獨立站，並打通業財一體化，支撐全球化業務拓展。

信息安全培訓

2025年，我們組織了全體員工參加的信息安全培訓會。培訓的重點包括信息安全規章制度的解讀、典型案例分析以及實用的安全建議分享。培訓詳細解釋了信息安全的相關法律法規和行業標準，明確了公司的合規要求。通過分享真實發生的信息安全事件，提高員工對潛在風險的認識，並提供一系列實用的防護措施，幫助員工在日常工作中有效防範信息洩露和網絡攻擊。培訓的目標旨在建立完善的安全管理體系，增強員工的安全意識，共同構建數字時代的信息安全防線。

報告期內，信息安全的關鍵績效指標如下：

重大數據外洩、丟失或未經授權使用消費者個人信息的情況

0 起

信息安全培訓

1 次

02 產品質量與創新 (Products)

2.1 產品創新



基於品牌理念，我們始終以核心用戶(家庭 CFO) 洞察為原創設計的起點，用簡約、鮮明、充滿創造力且具有獨特識別性的現代美學風格去結合材料、科技創新及結構工藝等的實驗性突破，為孩子創造實用貼心、高設計美感的母嬰用品，以新生兒護脊四大件為核心，覆蓋親子出行、寶寶睡眠、親子餵養以及衛生護理四大場景。這使我們在市場上脫穎而出，並推動我們的產品開發不斷前進。

2.1.1 研發管理

我們建立了規範的研發管理體系，並根據業務發展的需求制定了完善的研發管理制度和工作流程。通過持續的研發投入和創新，圍繞用戶推出具有競爭力的服務，為集團的長期發展奠定了堅實的基礎。



產品開發團隊

在創始人的領導下，我們已成立由致力於用戶研究、工業設計、結構設計、視覺設計及成型工程的多個團隊組成的研發部門。截至2025年12月31日，我們的研發部門由100名員工組成，且其中眾多人士均為擁有豐富的行業及產品開發經驗的行業資深專家。截止2025年12月31日，我們已開發超過50款新產品。

產品開發全生命週期



- **用戶研究：** 我們分析育兒產品從交付到日常使用的全過程，重點關注用戶選擇、記憶點、核心技術、國家/行業/企業標準，確保產品符合高標準。
- **產品立項：** 在創始人和高級管理層領導下，由跨部門團隊組成的立項委員會審查產品需求文件並執行可行性審查，審查後啟動項目，採用「5W」模型選擇目標細分市場。
- **產品設計及評估：** 多學科團隊負責設計和生產，涵蓋工業設計、結構設計、AI電氣化、模具驗證及試生產驗證，確保高質量產品。設計多個指標評估候選產品，創建樣品模型進行測試。
- **產品測試與調整：** 利用內部設施快速生產和測試樣品，執行可用性測試、模具評估及灰度測試，收集反饋並進行改進。
- **商業化：** 成功通過測試的產品將進行小規模生產和初步銷售。我們監控消費者反饋並完善產品功能，逐步過渡到批量生產和銷售。
- **與專家戰略合作：** 自2023年3月起，與「德美化工」合作成立聯合實驗室，專注於棉質睡眠場景產品的開發，提升產品質量，簡化生產流程。

產品
5W

1

客戶為什麼在眾多的產品中選擇我們的產品？

2

用戶使用體驗過我的產品後能記住什麼？

3

我的產品的第一技術或功能是什麼？

4

我的產品用一句話怎麼推廣？

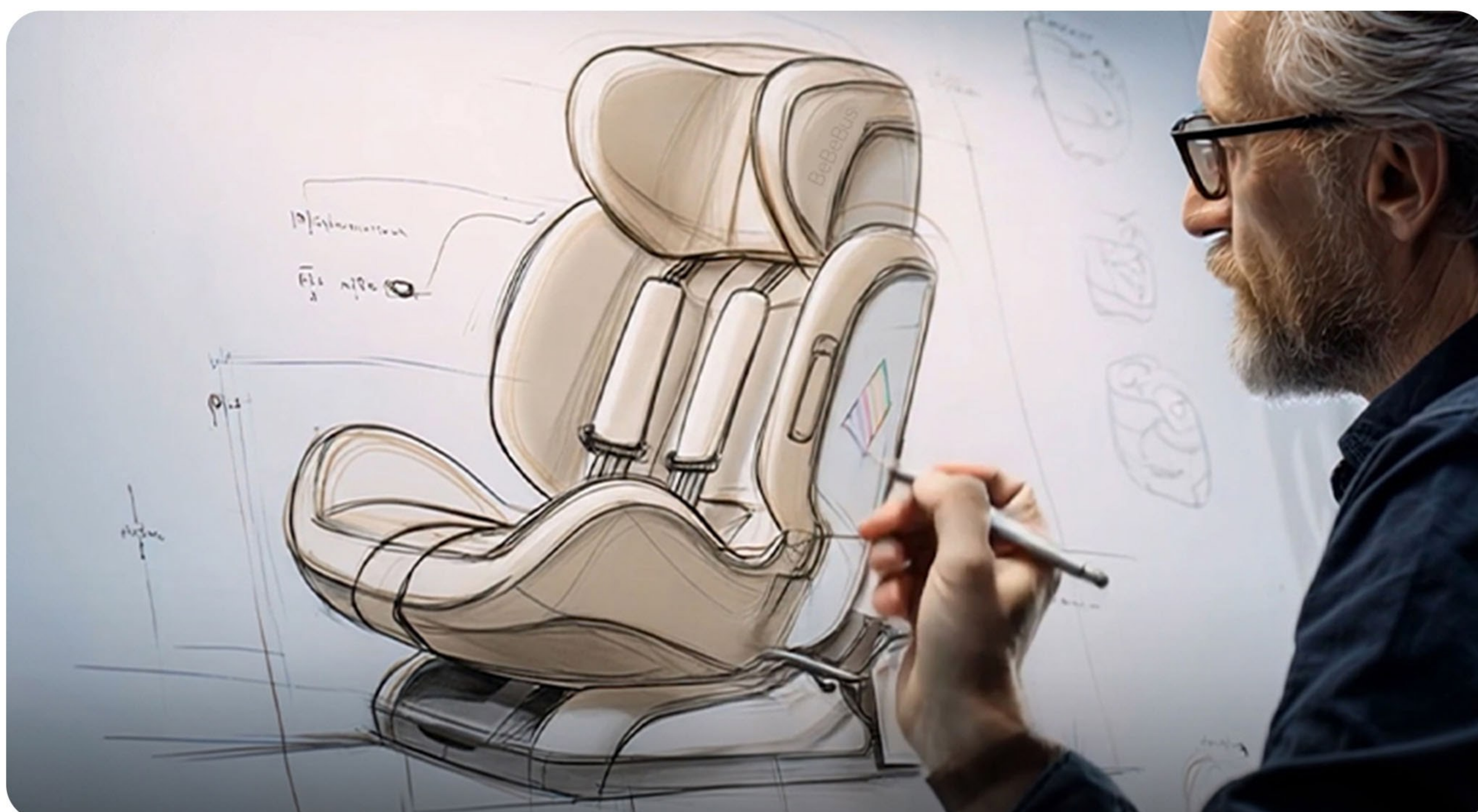
5

我的產品外號是什麼？

報告期內，產品創新的關鍵績效指標如下：



2.1.2 知識產權管理



我們高度重視知識產權，包括商標、專利、版權及域名的管理。我們持有三種不同種類的專利，即發明專利、實用新型專利及外觀設計專利。為保護集團商業秘密及合法權益，確保科技開發、技術創新、知識產權，營銷資源等所屬集團的商業或技術秘密免受損失和侵犯，我們根據相關

法律法規並結合集團自身的情況制定了《知識產權管理規定》和《保密管理規定》，對國內及境外市場對知識產權進行了有效管理、維護及保護。目前，專利部負責統籌知識產權管理，規範知識產權管理的流程及要求，提供相關法律諮詢；負責商標權、專利權、著作權的權利獲取、權利維持及權利保護等工作；負責域名的權利獲取和權利保護。信息運維部負責域名權的部分權利維持和權利運營，包括續費，網站搭建，服務器配置等工作。

知識產權侵權管理

我們對侵犯知識產權及偽造我們產品的任何事宜進行積極防治。我們在監測偽造、防止假冒方面保持高度警惕，並通過與我們的分銷商及其他公司保持合作關係，以檢查可疑產品的方式查出偽造產品。一旦查出偽造產品，我們會尋求最高管理層支持並投入資源，以維護我們的權利。

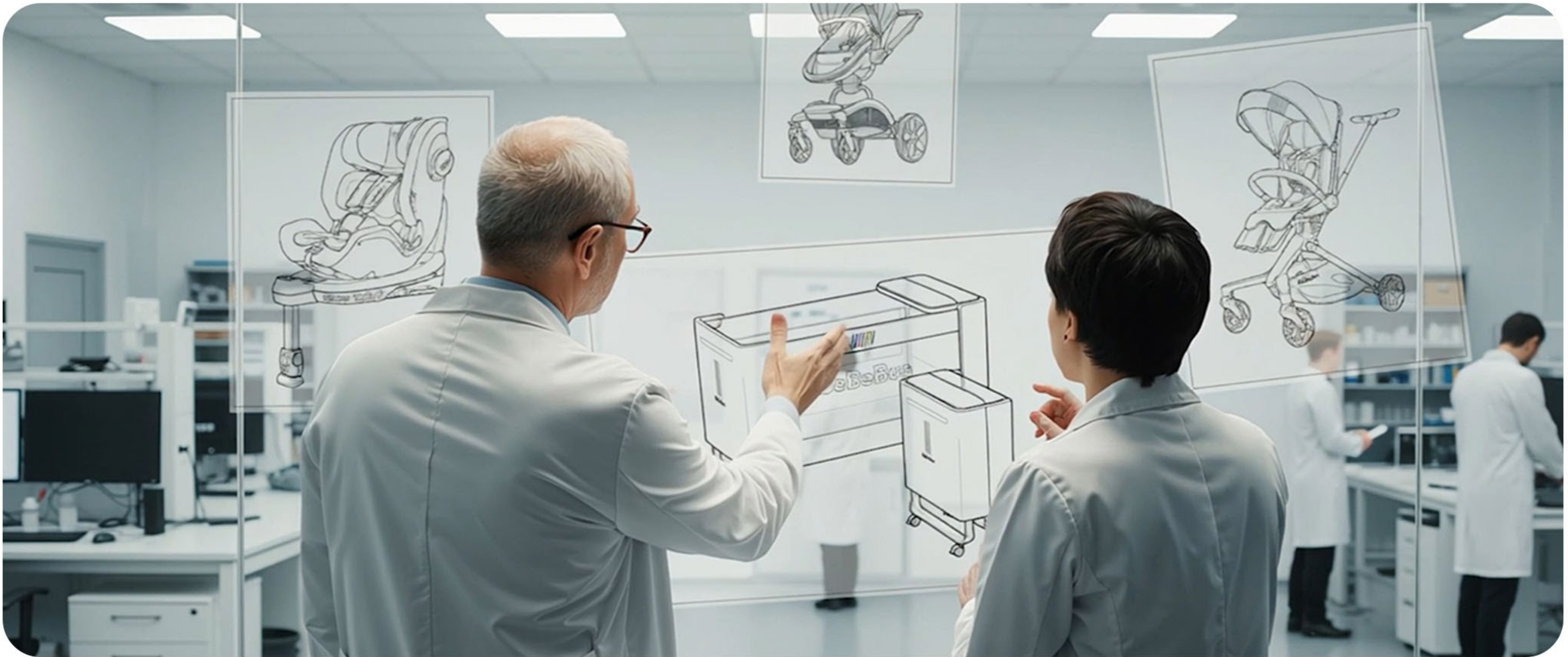


報告期內，產品創新的關鍵績效指標如下：

累計擁有知識產權	專利	版權	商標
中國	223	55	676
國際	19	0	123
新增知識產權	專利	版權	商標
中國/國際	47	19	76

2.2 產品質量與服務管理

2.2.1 產品質量管理



我們深知產品質量是長期成功的關鍵。為此，集團在產品整個生命週期(從設計開發到採購、生產、儲存和交付)中進行全面測試和驗證，確保符合國家標準和消費者期望；並通過嚴格的供應商篩選、原材料檢驗、生產監控、成品檢測及售後服務，建立全方位的品質管理體系，以確保我們的產品符合國家標準及消費者期望。

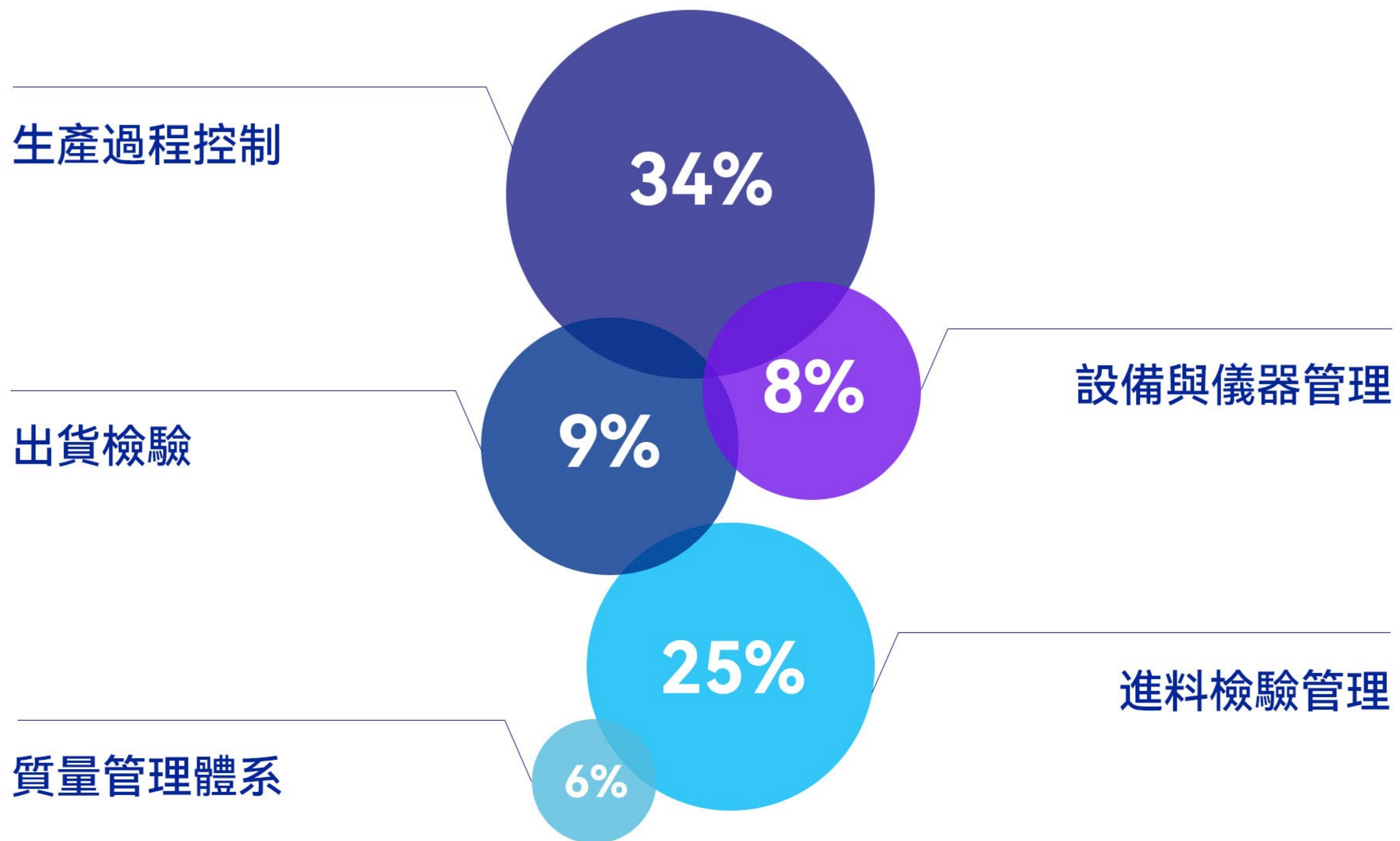
我們設立了專門的質量控制團隊，分別駐於寧波的生產工廠和上海的辦事處。我們的專責質量控制團隊，負責監督我們的整體質量策略並確保最大限度降低與既定程序的偏差。他們亦隨時了解最新的標準和政策，以確保我們符合相關規定。

我們制定了詳細的質量保障全流程制度，包括《產品檢驗控制程序》和《不合格品控制程序》等。從供應商供貨品質監控到上架產品後的用戶反饋收集、分析及產品改善的全流程，嚴格控制產品質量；設立質量部門年度KPI指標，指標分解到月/季度，並按月/季度考核部門達成情況，確保各項標準均嚴格達標。

供應商的嚴格篩選和定期評價

我們建立了嚴格的供應商管理規定(如《產品及包材類供應商管理規定》、《倉儲物流供應商管理規定》、《品牌宣傳類供應商管理規定》)，涵蓋了產品及包材、倉儲物流、品牌宣傳等多種類型的供應商。我們通過明確的歸口管理部門和審批流程，確保所有供應商在經過准入評審後被錄入系統。同時，我們每年對核心供應商進行審核評估，並實施淘汰機制，以保障供應商的質量和服務水平，降低業務中斷風險，確保業務穩定運行。

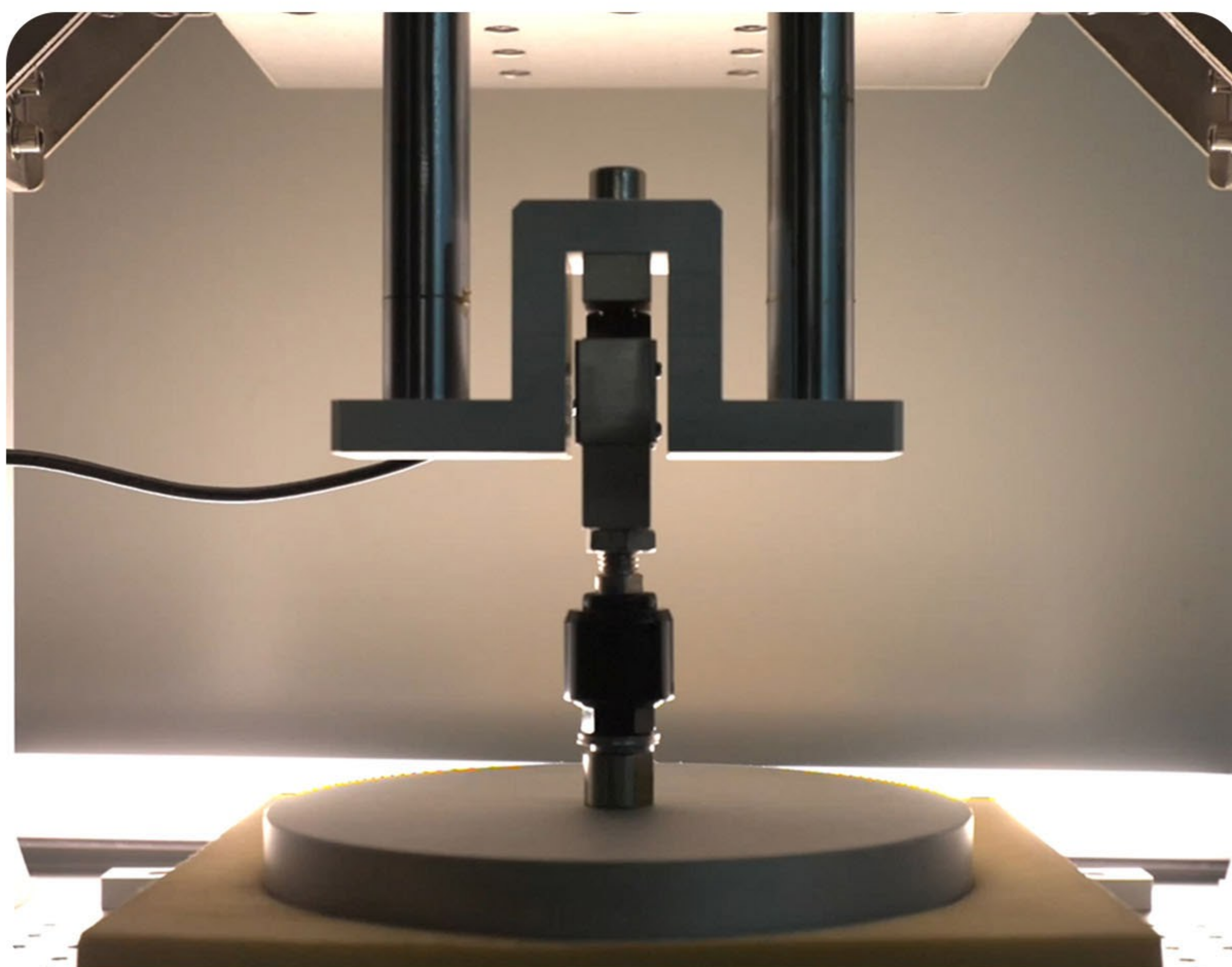
供應商審核標準以及關鍵權重



生產過程中的質量管控

為在生產過程中保障高質量標準，我們已實施詳細的質量控制程序，旨在盡量降低劣質產品進入市場的風險。我們的寧波生產工廠已獲得IATF16949體系及ISO9001體系認證，而該認證反映了我們對最高質量標準的執着追求。對於我們在寧波生產設施生產的各類產品，我們通過抽樣，對所有原材料、在製品以及半成品進行檢測，並對每條生產線安排全面檢測。

對於外包生產的產品，我們與第三方生產商密切合作，為他們提供明確的規格及質量標準要求。這些生產商每年接受嚴格的績效評估，評估內涵蓋產品質量、生產效率及交貨時限等維度。



產成品檢驗

在產品正式出售之前，我們以及第三方抽檢機構會對其進行抽樣檢測。對於任何瑕疵品，我們會採取返工或銷毀等措施，以防止其進入市場。

產品召回

對於已經出售的產品，我們已建立產品召回程序，以最大程度地保護客戶的合法權益。在收到產品召回信息後1小時內，質量工程師提交《緊急召回申請表》並凍結相關庫存，經質量經理審覈及總經理批准後正式啓動召回流程。隨後，銷售負責人在4小時內通過郵件及電話方式通知客戶停止銷售，並執行產品召回。若生產商未能達到我們的期望，或持續出現質量問題且未進行必要的改進，則該等生產商會從我們的合格供應商名單中被移除。



生產中斷

為了有效應對生產中斷的風險，我們制定了《生產中斷管理辦法》，旨在通過系統化的應急措施，在突發事件(如質量問題、設備故障、停電、物料供應中斷、人員短缺及IT安全事件等)發生時迅速、有效地響應，最大限度地減少生產中斷對公司造成的損失。

產品質量與服務管理的關鍵績效指標如下：

已售或已運送產品因安全與健康理由而須回收

0%

接獲關於產品及服務的投訴數目*

249起

投訴佔比
(佔全年訂單總數)

0.0029%

*投訴數目統計口徑為最高等級投訴，包含外部平台發帖及工商類投訴。

供應商	華東地區	華南地區	華中地區	華北地區	總量
數量	133	30	3	1	167

2.2.2 客戶服務管理

我們制定了「以用戶為中心」的服務戰略。品牌的受眾是追求質量的家庭，重視優質產品及個性化服務。我們的首要任務是在與客戶交互的各個環節均提供優質的服務及支持。我們對用戶的承諾體現在我們內部育兒專家提供的協助以及我們售後、交付及質量保證服務範圍。



為了完善客戶服務管理體系，我們已建立了針對大件用戶的VIP服務流程和聊天服務標準操作程序 (SOP)，並成立了專門的質量檢驗小組、顧問等級管理機制和定期培訓計劃。每週，質量管理人員和各顧問小組組長會對顧問與客戶的溝通記錄進行抽查和評分，以確保為客戶提供滿意的服務和支持。

客戶服務

育兒顧問服務

為提升消費者體驗，培養品牌忠誠度，我們實施分級會員制度。我們的會員每次購物都可獲得積分，並可隨着級別的提升享受更多優惠。我們還為會員提供免費的育兒諮詢服務，以滿足他們不斷變化的育兒產品需求，並幫助父母解決在育兒方面遇到的問題和挑戰。我們已建立一支由40多位育兒專家組成的專門諮詢團隊。通過制定會員計劃，我們加強了與消費者的聯繫，同時也了解了消費者的偏好及具體需求，這有助於完善我們的營銷策略、支持產品開發，並推動銷售增長。

交付服務

可靠及時的交付是購物體驗的重要一環。我們利用第三方物流提供商運送在線購買的產品。通過與這些提供商的合作，我們擴大了地理覆蓋範圍，使我們能夠在在線訂單下達後的七天內，將產品交付予消費者。



售後處理

售後服務

我們負責管理直接銷售或通過分銷商銷售的所有產品的售後服務，為消費者提供符合監管規定的退貨、換貨及維修選擇。在中國內地天貓、京東及抖音平台官方旗艦店，未使用的產品通常可自購買日起15天內退回(除若干產品必須包裝完好外)。如果包裝受損，消費者可支付包裝費用來退貨。瑕疵產品通常可自購買日起30天內退回、更換或維修。該等服務可通過授權服務中心或郵寄至我們的維修機構獲得。郵寄維修通常在7個營業日內處理，我們的客戶服務團隊在整個過程中提供最新信息。





保修政策

我們為產品提供有限的配件及人工保修。對於兒童安全座椅，最長質量保證期為自購買日起七年。對於其他產品，如嬰兒推車、嬰兒床及餐椅，我們提供1到2年的質量保證。在北美、歐洲和日韓等國際市場，我們遵守當地法律，要求生產商在法定期間內提供保修。在該等地區銷售的大部分產品均有至少12個月的質量保證期。

第三方製造商的質量保證

我們與第三方製造商簽訂的協議中涵蓋了質量保證條款。據此，第三方製造商須維修、替換或接受有質量問題的任何產品的退貨，以防止不合格的產品進入市場。此外，其須就協議所界定的重大質量問題所導致的任何損失對我們進行賠償。若出現質量問題，我們保留「要求立即整改或者暫停合作」的權利，直至問題解決。

報告期內，服務管理的關鍵績效指標如下：



*投訴數目統計口徑為最高等級投訴，包含外部平台發帖及工商類投訴。

03 以人為本，共創美好未來 (Social)

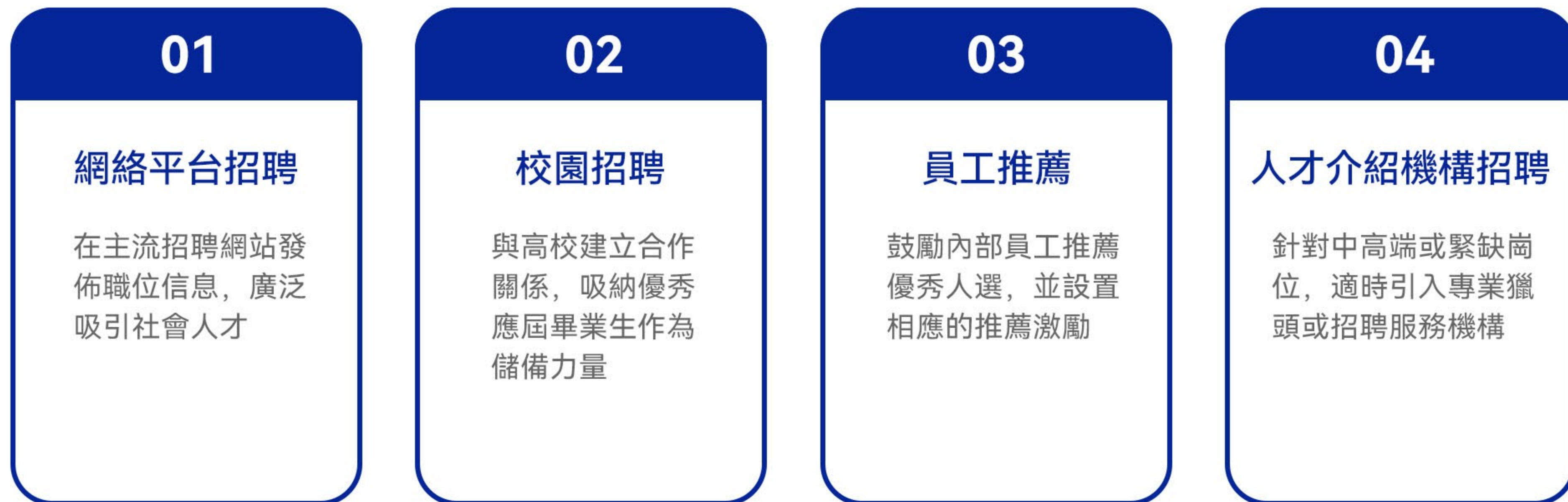
在不同集團，我們始終相信，企業的可持續發展離不開員工的付出、客戶的信賴以及社會的支持。因此，我們堅持「以人為本」的核心理念，逐步構建起覆蓋員工發展與關懷、客戶服務與責任、以及社區共建與公益實踐的社會責任體系。我們致力於打造一個多元、平等、包容的職場環境，用匠心產品與貼心服務守護每一個親子家庭；同時，我們積極回饋社會，傳遞溫暖與善意，圍繞「少一步，更輕鬆」的品牌主張，通過持續的產品創新與設計整合，幫助客戶簡化繁瑣的育兒流程，為家庭生活帶來更多便捷。

3.1 厚植沃土，廣納賢才促發展

不同集團堅持「以人為本」的理念，致力於為員工提供一個公平、健康、且充滿機遇的成長平台。我們遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《禁止童工使用規定》等業務所在地相關法律法規，保障員工的基本權益，並通過多元化的用工模式、完善的薪酬績效體系以及無微不至的員工關愛，激發每一位員工的潛能與歸屬感，實現員工與企業的共同成長。

3.1.1 員工聘用與基本權益保障

我們堅持公平僱傭的原則，反對任何形式的歧視和強迫勞動，通過制定《招聘管理辦法》對人員招聘渠道進行了明確規定，形成了內部競聘與外部招聘相結合、線上線下互補的立體化引才網絡，確保人才選拔的科學性與透明度。內部競聘由人力資源部根據職位說明書發佈內部招聘公告，通過公告欄等方式傳達至每一位正式員工。符合條件且經本部門負責人及總經辦同意的員工均可提出應聘申請，通過面試評審及試崗後實現崗位轉換。外部招聘採用多樣化的外部招聘方式，包括：



在招聘過程中，我們唯才是舉，為所有人提供平等的就業機會。招聘人員根據職位要求對簡歷進行甄選，並通過初次面談考察應聘者的工作態度、求職動機及綜合能力。初試合格者由用人部門負責人參與面試，重點評估崗位專業技能、學習能力、團隊合作精神等；管理崗位及核心崗位須經總經辦最終面試。面試通過後，人力資源部對擬錄用人員進行經歷及背景核實，杜絕弄虛作假。

另外，集團對使用童工採取零容忍態度。嚴格遵守《禁止使用童工規定》及國際勞工組織相關公約，在招聘環節設置嚴格的年齡審核機制。錄用基本條件中明確要求「應聘者須年滿18週歲」，人力資源部在簡歷甄選及入職資料核驗階段，必須查驗應聘者身份證件，確保其年齡符合法定勞動年齡。對於任何疑似使用童工的情況，一經發現立即終止聘用或解除勞動關係，並依法妥善處理。此外，我們定期對招聘人員進行相關政策培訓，提升其識別與防範童工風險的能力，確保招聘流程的合規性。

同時，集團對任何形式的強迫勞動亦持零容忍立場。我們明確規定所有工作必須基於自願原則，嚴禁使用囚工、債務勞動、抵債勞動或任何形式的非自願勞動。在招聘與用工過程中，集團確保員工保留個人身份證件原件，享有自由離職權利。如發現任何疑似強迫勞動行為，集團將立即啓動內部調查程序，暫停相關人員工作，解除勞動合同。

我們視員工為事業發展的重要基石，依法保障每一位員工的合法權益。集團為所有簽訂勞動合同的正式員工繳納社會保險（包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險）及住房公積金，確保員工在養老、醫療、失業、工傷、生育等方面享有社會保障。對於退休返聘人員、實習生及兼職人員，集團根據其用工特點簽訂相應協議，並購買商業保險(如僱主責任險、意外傷害險)，有效防範用工風險，體現對員工的關懷與保護。

同時，集團嚴格執行國家工時制度，保障員工休息休假權利，並通過完善的考勤與加班管理，合理安排工作任務。為促進員工工作與生活的平衡，我們在國家法定節假日和帶薪年休假基礎上，建立了一套涵蓋婚喪嫁娶、生育養育、健康關懷等多元化需求的假期福利制度。員工可根據自身需求，通過HR系統申請婚假、產假、陪產假、哺乳假、育兒假、病假、事假及喪假等各類假期，並出具相關證明文件（如結婚證、出生證明、醫院診斷證明等），即可享受相應假期待遇。我們嚴格遵循國家及地方政策，確保假期天數不低於法定標準，讓員工在人生重要階段可以免除後顧之憂。病假期間，員工依法享有病假工資，切實保障員工健康權益。

此外，我們建立員工關懷與反饋渠道。當員工在工作和生活中遇到問題需要幫助或對員工福利項目提出意見和建議時，可通過「員工福利和員工關懷郵箱」進行反饋。人力資源部進行核實調查，並及時調解，若存在特殊情況調解不暢時，及時向人力資源部負責人進行匯報，由高級管理層參與進行調解，確保員工在權益受侵時能夠及時尋求幫助，營造和諧、公平的勞動關係。

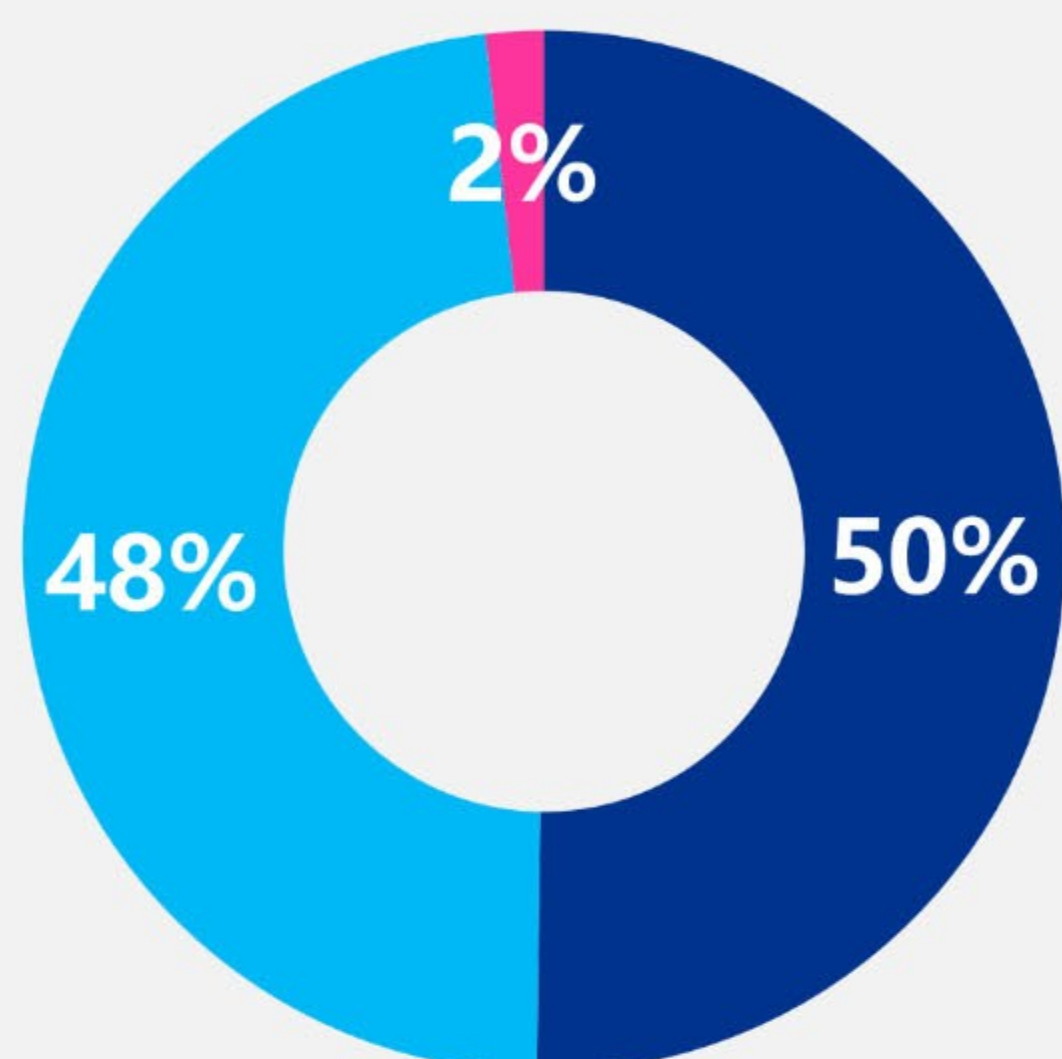
報告期內，員工僱傭的關鍵績效指標如下：



*員工流失率=當期離職總人數÷報告期末員工總數×100%

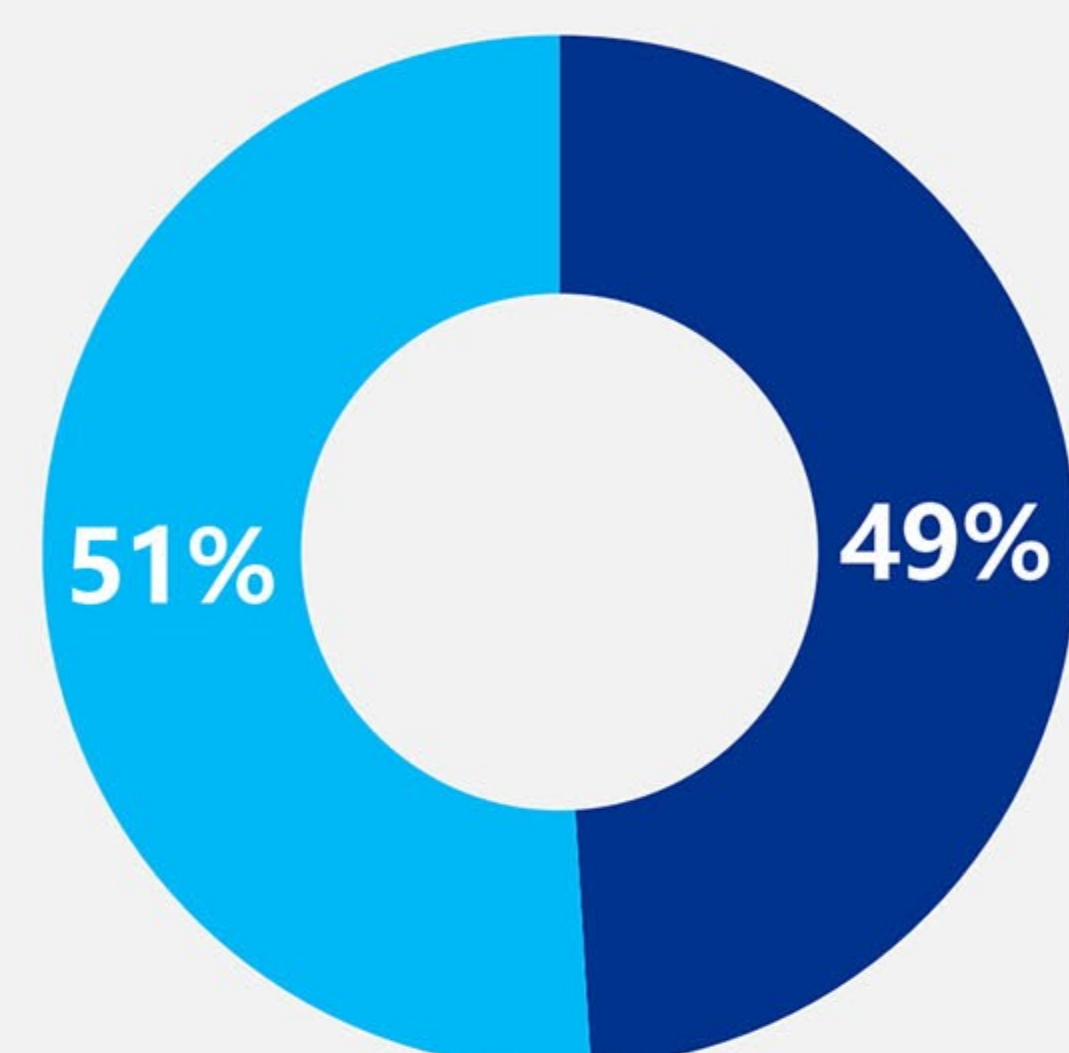
員工人數-按年齡劃分

■ 30歲以下 ■ 30-50歲 ■ 50歲以上



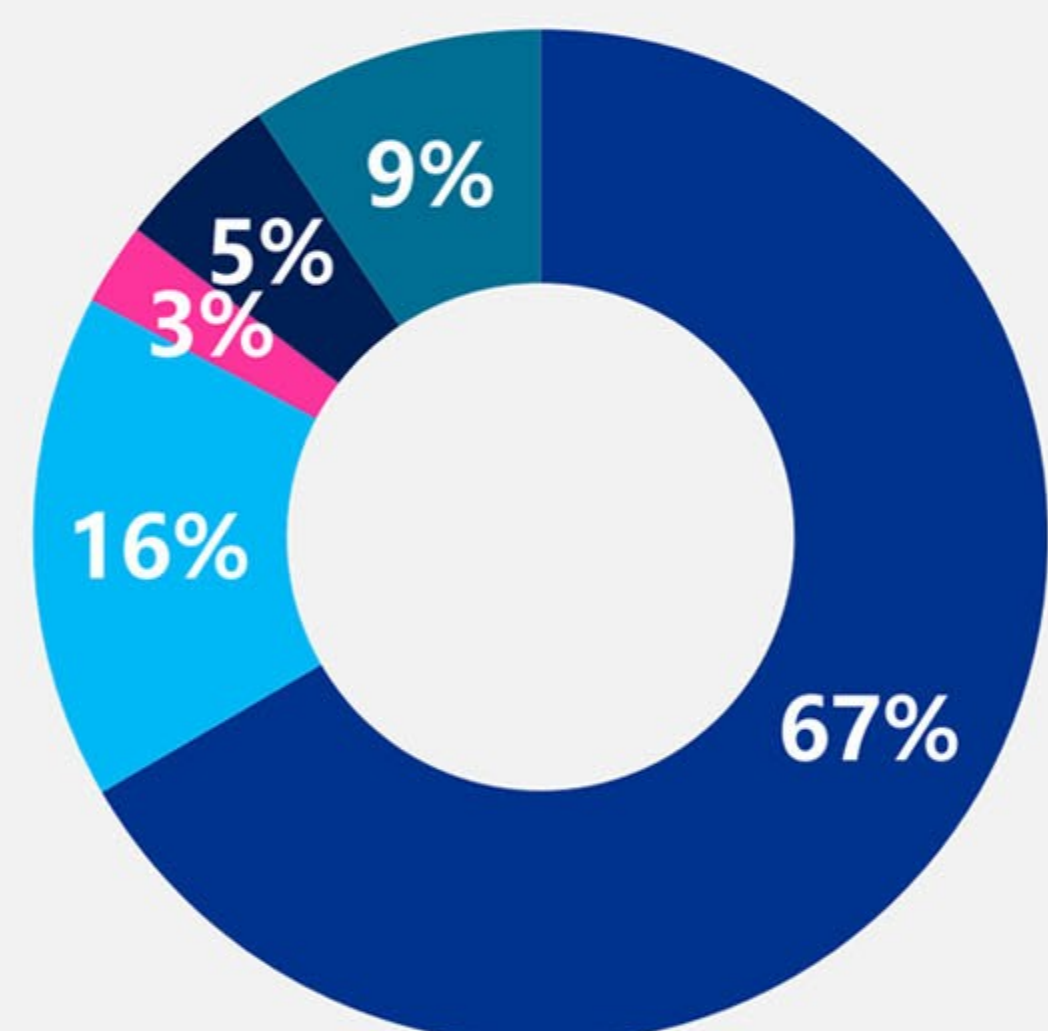
員工人數-按性別劃分

■ 男性 ■ 女性



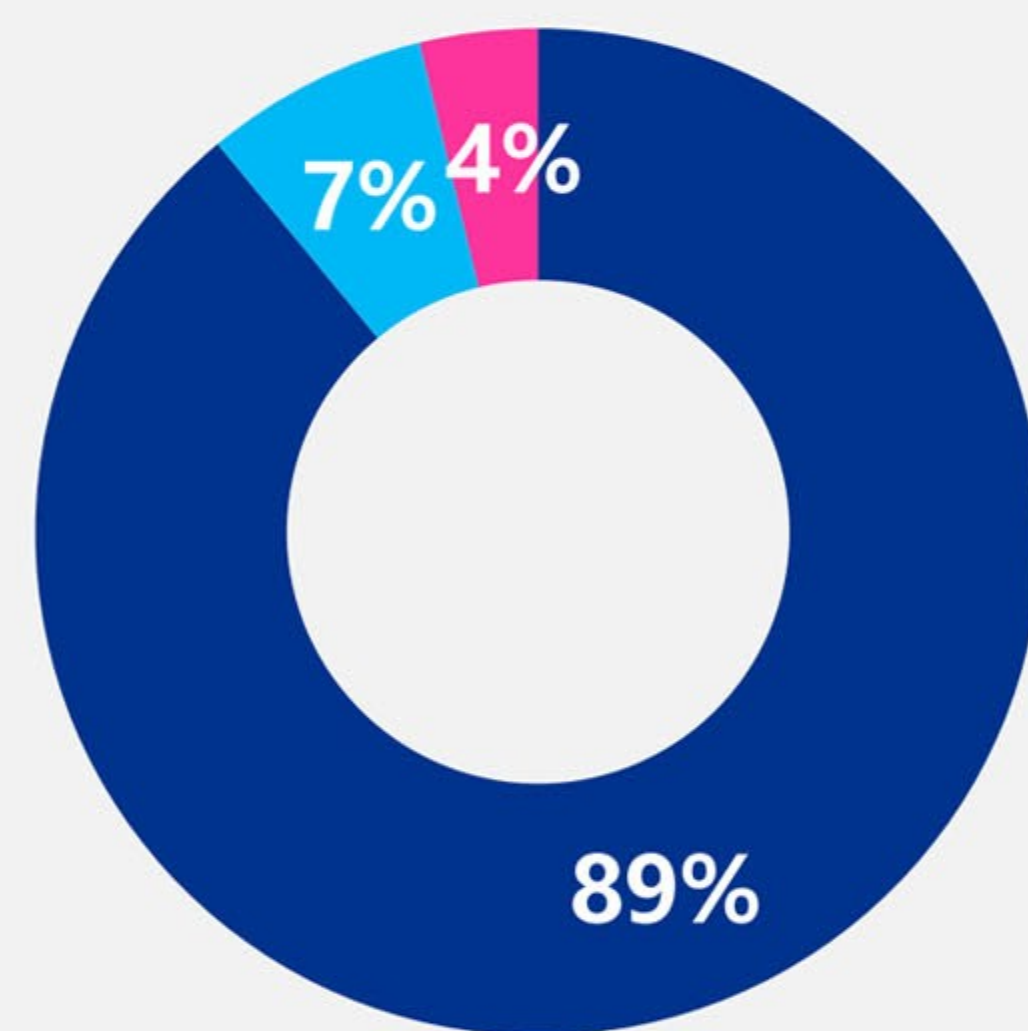
員工人數-按專業技能劃分

■ 銷售 ■ 技術 ■ 財務
■ 行政 ■ 其他



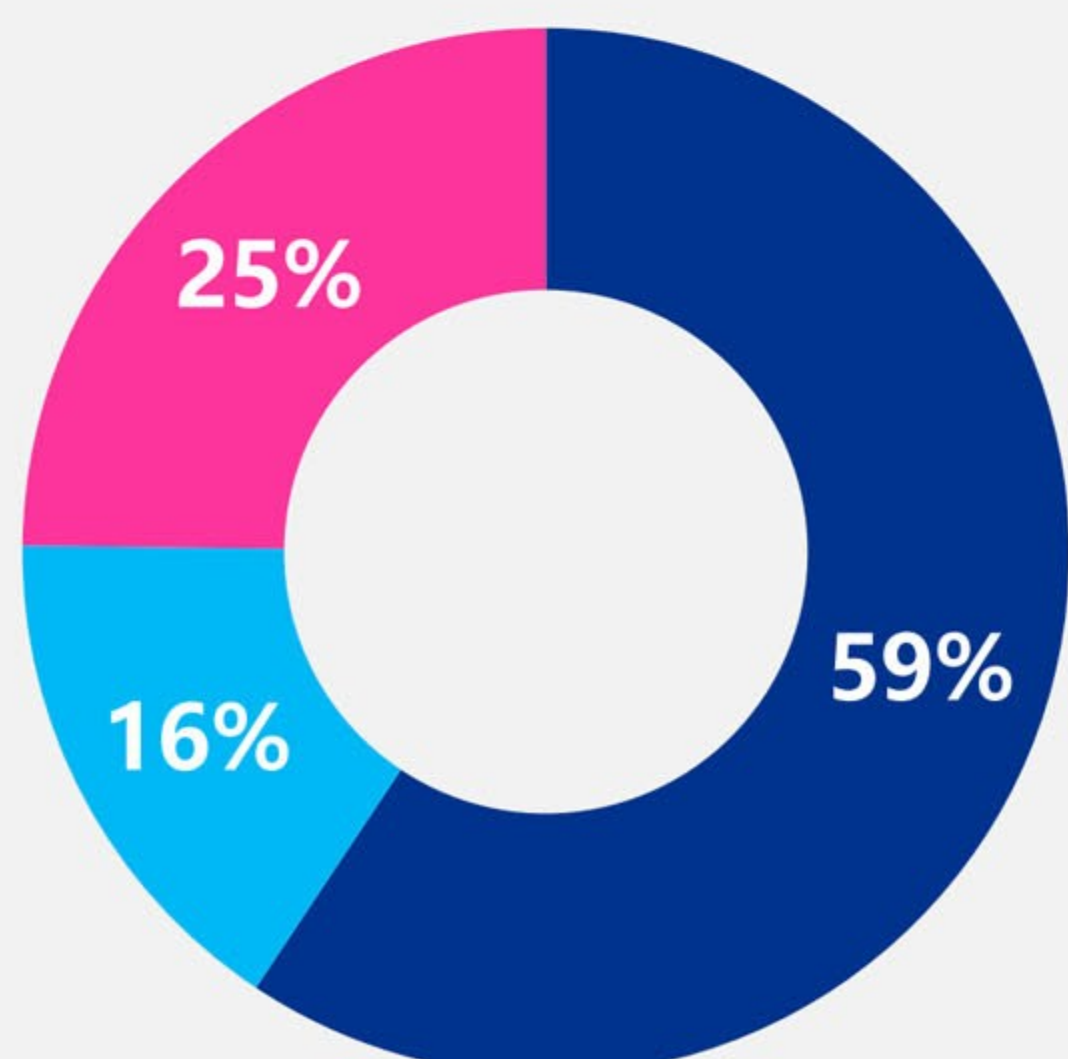
員工人數-按員工級別劃分

■ 普通員工 ■ 中層管理人員
■ 高層管理人員



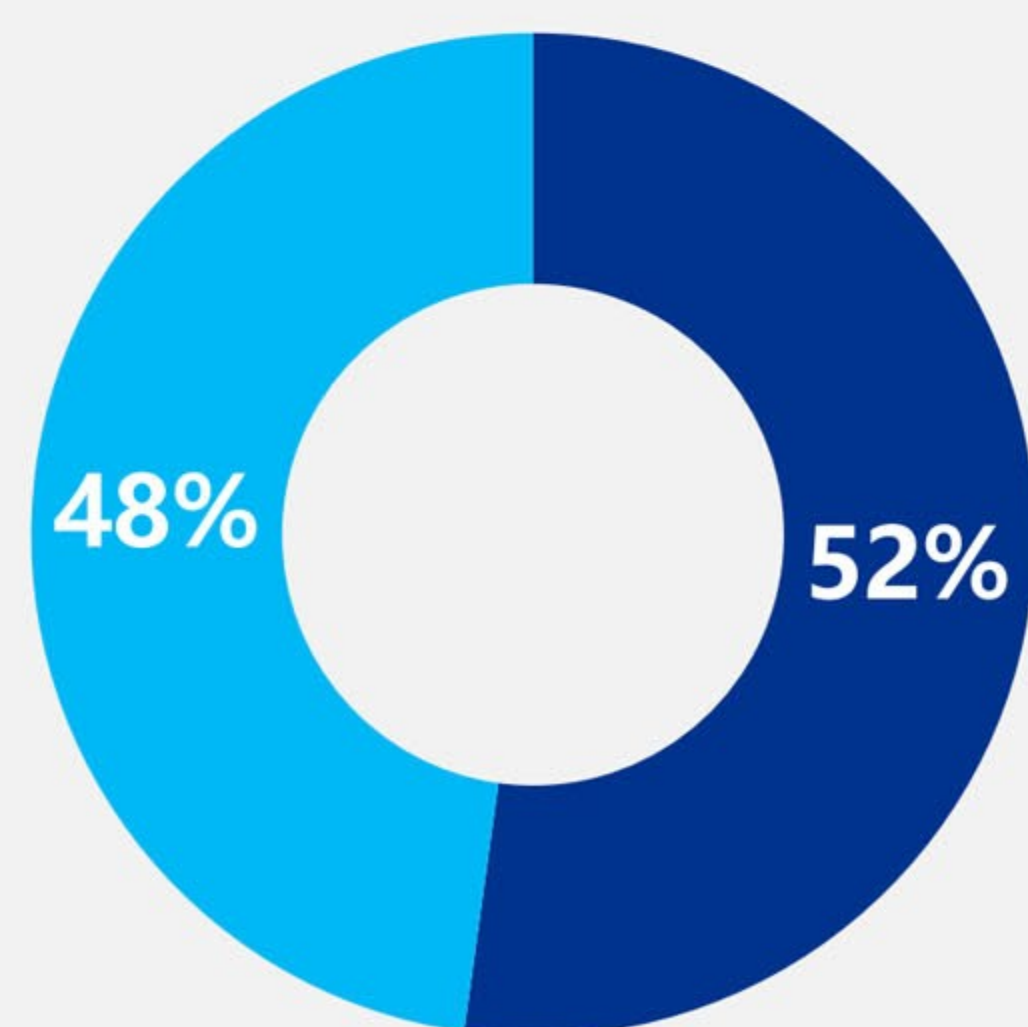
員工人數-按地區劃分

■ 寧波 ■ 上海 ■ 昆山



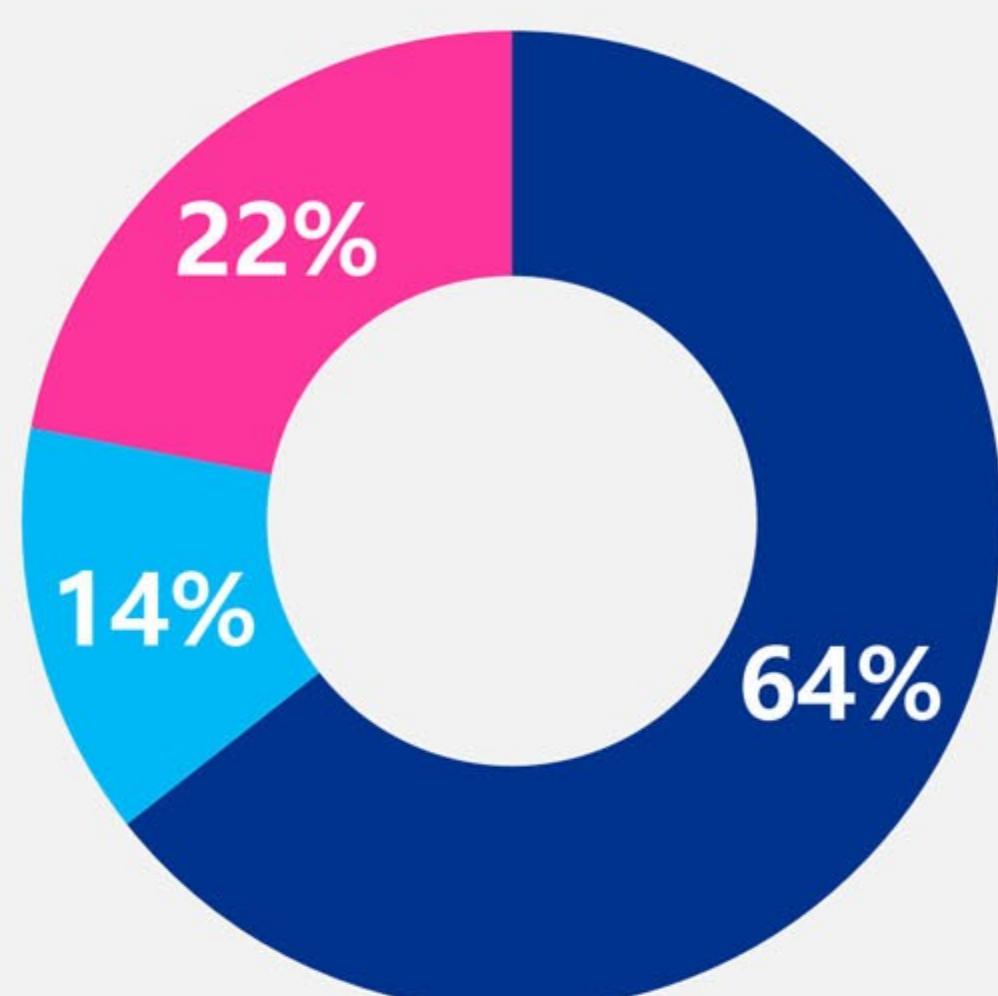
員工流失人數-按性別劃分

■ 男性 ■ 女性



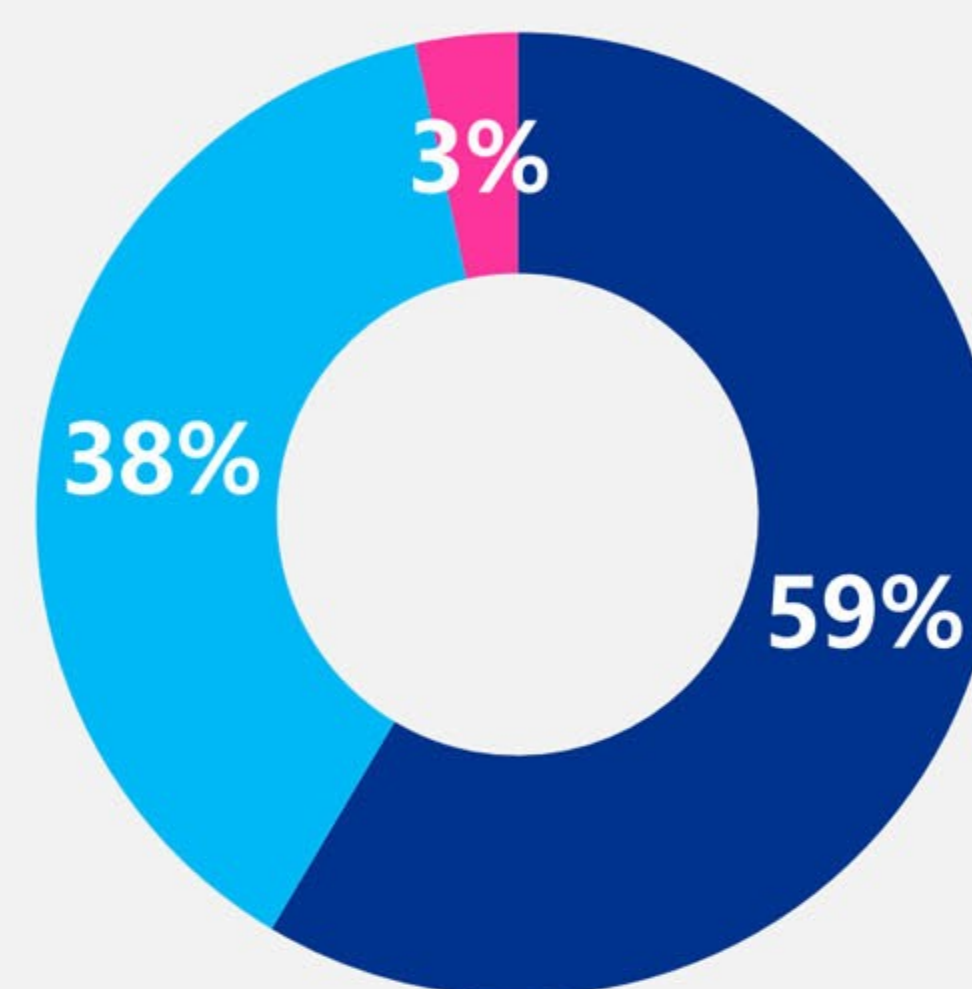
員工流失人數-按地區劃分

■ 寧波 ■ 上海 ■ 昆山



員工流失人數-按年齡劃分

■ 30歲以下 ■ 30-50歲 ■ 50歲以上

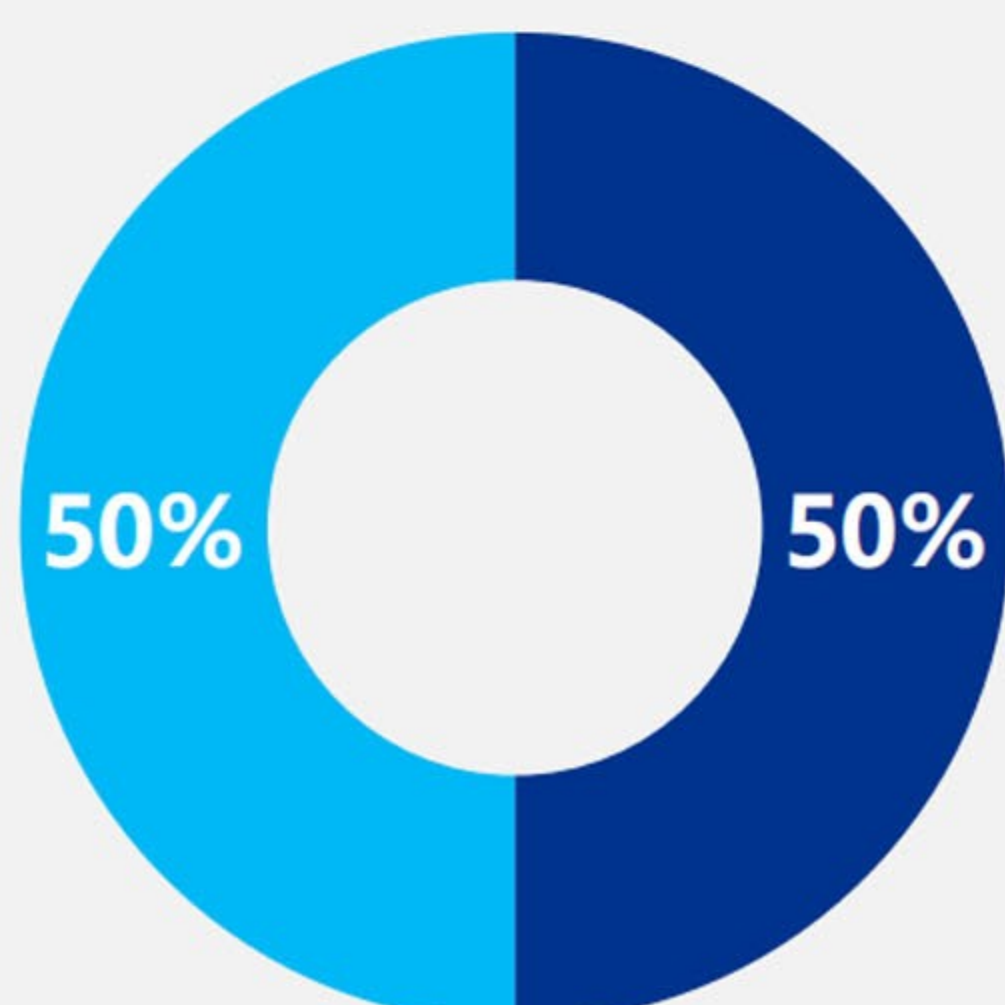


3.1.2 人才培養與職業發展

我們通過制定《培訓管理辦法》，建立了覆蓋全員、貫穿職業生涯全週期的培訓體系。通過系統化的學習與實戰演練，持續提升員工的專業素養與綜合能力。根據崗位要求與員工發展需求，將培訓課程劃分為新人培訓、技能提升培訓、管理能力培訓、專業能力培訓及通用能力培訓五大類別，並採用課堂授課、互動沙龍/工作坊、案例研討分享、直播連線、視頻微課、自主研修、項目實戰、線邊培訓及外部培訓等多元化形式，線上與線下相結合、理論與實踐相融合，確保培訓內容的有效傳遞與轉化。人力資源部統籌制定年度培訓計劃，並建立培訓檔案，記錄員工學習軌跡與考核成績，作為職業發展的重要參考。同時，我們鼓勵員工參與外部專業培訓及資格認證，並按規定提供相應支持，助力員工持續提升專業競爭力。

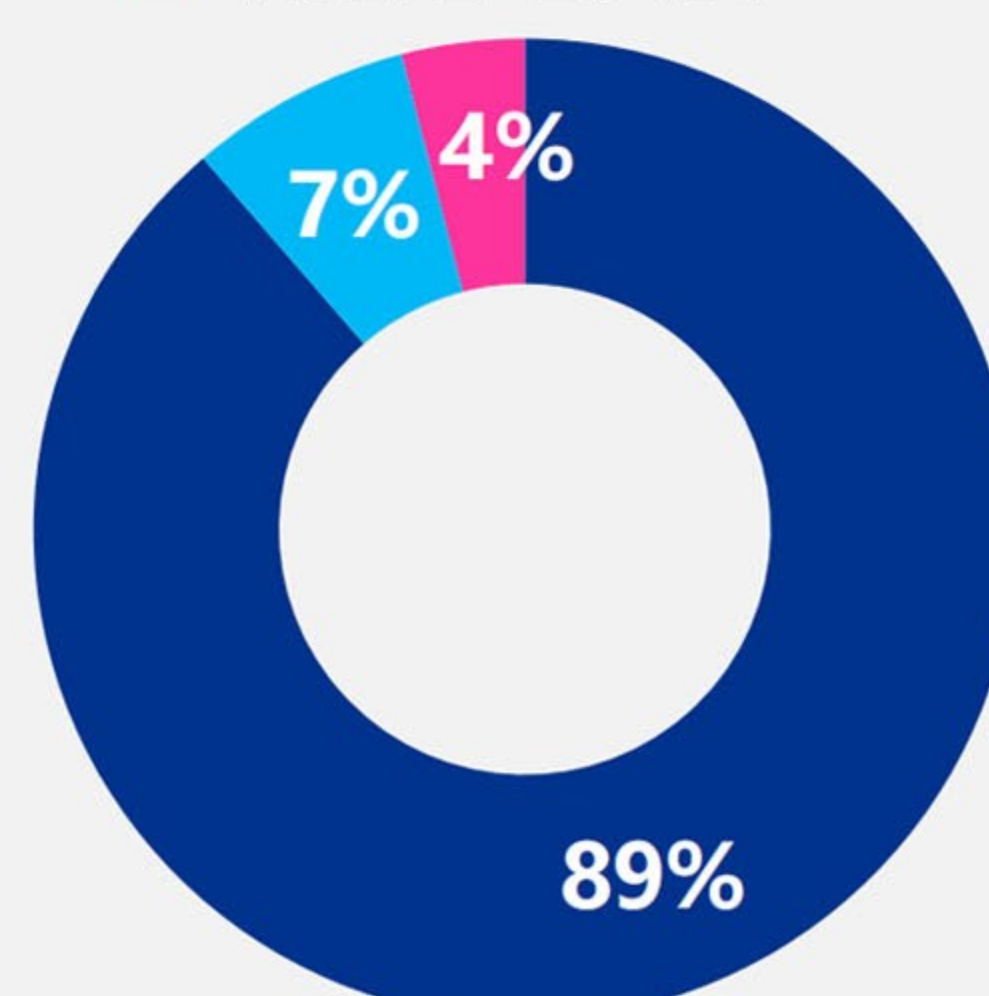
培訓員工人數 - 按性別劃分

■ 男性 ■ 女性



培訓員工人數 - 按僱員級別劃分

■ 普通員工 ■ 中層管理人員 ■ 高層管理人員



報告期內，員工培訓相關績效指標如下：



我們實施以戰略為導向的績效管理體系，制定了《績效獎金管理辦法》，將組織目標層層分解至個人，確保員工工作方向與集團發展保持一致。績效考核採用定量與定性相結合的方式，圍繞關鍵績效指標 (KPI) 進行多維度評價。考核週期分為月度、季度及年度，流程包括員工自評、上級評價、部門審批及人力資源覆核，確保評價過程的客觀公正。考核結果與績效獎金直接掛鉤，依據考核分數對應不同獎金系數（最高1.2，最低0）。年度考核平均分達到90分以上的員工可參與年度優秀夥伴評選，獲得榮譽激勵。對於考核結果存在異議的員工，可在規定時間內向人力資源部提出申訴，申訴無法解決時可提交首席執行官最終裁決，保障員工合法權益。

每年績效考核結束後，各部門負責人依據員工年度績效表現及綜合能力確定擬晉升人員名單。擬晉升員工需參加由人力資源部組織的述職評審，圍繞工作業績、能力素質及發展潛力進行綜合匯報，經評審團評分通過後，通過人事系統發起調動申請，逐級審批後正式生效。規範的晉升機制不僅為員工提供了清晰的成長方向，也確保了人才選拔的公平公正，有效激發組織活力。

3.1.3 員工福祉與關愛

我們始終將員工的身心健康與幸福體驗置於企業發展的重要位置。我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國消防法》等法律法規要求，建立健全職業健康安全管理體系，持續改善工作環境，防範職業傷害，同時通過多元化的福利與關懷，讓每一位員工感受到歸屬感與溫暖。

職業健康安全管理體系



職業健康宣傳教育

人力資源部每年制定職業健康培訓計劃，組織新員工接受廠級、車間級、班組級三級教育，簽署《安全生產責任書》，介紹崗位存在的職業危害因素及防範要求。在崗員工通過定期培訓、公告欄等方式，學習操作規程及新設備、新工藝的防護知識。崗位調動或外來臨時人員須接受針對性培訓後方可上崗。所有培訓均建立記錄檔案，內容包括時間、地點、內容、講師及參訓人員簽名，由人力資源部統一存檔。



職業病危害告知與警示

我們將職業危害告知作為勞動合同簽訂的必備環節，與員工簽署《職業病危害因素告知書》，如實告知可能接觸的危害因素、防護措施及待遇。在產生職業病危害的工作場所，集團按規定設置公告欄，公佈防治制度、操作規程及應急救援措施。

針對「可能帶來嚴重危害」的崗位，須在醒目位置設置警示標識和中文警示說明，明確危害種類、後果及應急救治措施。標識類型包括禁止標識、警告標識、指令標識、提示標識和警示線，覆蓋粉塵、噪聲、高溫、化學品、放射等各類風險場景，且須定期檢查更換，確保清晰完整。



職業健康監護

我們嚴格執行入職、在崗及離崗全週期的職業健康體檢制度。新員工擬從事接觸職業病危害崗位的，須在入職前完成體檢，體檢報告出具前不得安排上崗。

在崗期間，依據《職業健康檢查項目與週期》，定期對接觸粉塵、噪音、電焊煙塵等職業危害的員工進行上崗中的健康體檢，並根據檢查結果對存在健康損害的員工，調離原工作崗位並妥善安排。員工離崗前必須進行職業健康體檢，未完成體檢者不得解除勞動合同；對不願配合的員工，集團通過電話、郵件、信函等方式履行告知義務並留存記錄。



職業危害檢測

我們定期委託具備資質的專業機構對生產環境進行職業危害因素檢測，至少每三年開展一次全面檢測，涵蓋粉塵、噪聲、化學毒物等關鍵指標。對於新、改、擴建項目，須在項目啟動前完成職業危害評價，從源頭識別並控制風險。

經檢測發現不符合國家標準的區域將立即組織整改並閉環跟蹤，確保作業環境持續達標。檢測結果及整改情況納入《管理層季度合規報告》，接受內部監督。

職業健康安全管理體系



防護設施與防護用品管理

職業危害防護設施包括排風裝置、除塵設備、廢氣處理設施及降溫系統等，由使用部門負責日常管理，設備部定期檢修維保，確保設施始終處於良好運行狀態。

防護用品分為一般防護用品（工作服、手套、水鞋等）和特殊防護用品（防毒面罩、護目鏡、防塵口罩、耳塞、安全帶、絕緣鞋等），行政部依據《防護用品崗位配置明細表》統一採購發放，採購渠道須具備正規資質，用品須符合《個體防護裝備選用規範》要求。

員工須接受防護設施/用品的使用培訓，正確佩戴防護用品，使用後整理清潔，損壞或過期及時更換。對人為損壞公用防護用品的，按規定予以處理。



應急救援與事故處置

我們按照《應急管理程序》每年至少組織一次職業危害應急演練，參與率不低於90%,涵蓋中毒、洩漏、火災等突發場景，提升員工應急處置能力。各車間配備應急通風裝置及急救物資，若發現異常情況，則第一時間上報人力資源部，啟動應急預案，必要時調整工藝或封存物料，最大限度降低危害影響。事故發生後，行政部牽頭開展調查，形成整改措施並推動落實。

2025年12月30日，不同集團在布童安全科技(寧波)有限公司廠房及緊急集合點組織消防應急演練，模擬突發情況下的應急處置流程。現場員工快速響應、協同配合，按照預案完成通風、人員疏散等關鍵環節，整個過程組織有序、操作規範；並在演練後指導全體員工操作應急設備進行心肺復蘇及人工呼吸等急救方式。此次演練進一步檢驗了應急預案的实操性，提升了員工面對突發事件時的應對能力。



報告期內，員工職業健康的關鍵績效指標如下：

指標	2025 年	2024 年	2023 年
因公死亡人數	0 人	0 人	0 人
因公受傷人數	5 人	7 人	1 人
因工傷損失工作日數	152 天	40 天	3 天

集團致力於為員工提供有溫度、有獲得感的福利保障，依據《員工薪酬管理辦法》建立涵蓋法定福利、節日關懷、員工慰問、工作保障、健康守護及企業文化六大維度的福利體系，讓關愛融入員工工作與生活的每一天。

- **法定福利：**我們為所有符合條件的正式員工繳納養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金，個人承擔部分由公司代扣代繳，員工享有社會保障權益。
- **節日福利：**三八婦女節為全體女性員工精心準備節日活動與禮物，傳遞對女性夥伴的尊重與關愛；兒童節當天，我們為員工組織慶祝活動，體現對員工的溫暖關懷；春節開工當日，我們為按時到崗的員工發放開工紅包，寓意新的一年攜手同行、共創佳績。



- **員工關懷：**員工達到法定婚齡結婚的，可享受結婚禮金，隨婚假申請當月工資發放；員工生育子女的，我們贈送母嬰慰問品，若夫妻雙方同在集團或生育多胞胎的，則可申領多份，讓新生命的喜悅加倍傳遞；我們每月為當月過生日的員工發放生日禮品或組織集體慶祝活動，營造溫馨的團隊氛圍，員工因病或意外住院時，我們將發放慰問金或禮品，由直屬上級或人力資源部安排探望，讓關懷直達病榻。



- **工作保障：**集團關注員工日常工作中的實際需求，提供便利的後勤支持。員工加班可享受免費加班晚餐；辦公區域設有茶歇區，提供零食、咖啡等供員工免費取用，營造輕鬆愉悅的工作氛圍；加班員工可免費打車回家，由公司直接支付，讓深夜歸途更安心。



- **健康保障：** 集團高度重視員工健康，建立覆蓋員工整個職業生命週期的健康守護機制，為所有新入職的員工安排入職體檢；每年9月至10月，我們統一組織年度健康體檢，幫助員工及時了解身體狀況；辦公區域常備健康醫藥箱，提供常用藥品供員工應急使用；休息區設有娛樂器材，鼓勵員工勞逸結合，保持健康活力。

- **企業文化福利：** 集團注重營造積極向上、團結協作的文化氛圍。每年我們發放團隊建設費至各部門，由部門內部統籌用於組織團建活動，增強團隊凝聚力；員工入職週年紀念日當月，集團將發放定制紀念品，感謝員工一路相伴與付出。



3.2 守護社區，傳遞溫暖力量

企業的成長離不開社會的滋養。因此，秉承「為孩子創造不同」的初心，我們將社會責任融入發展基因，在關注兒童的安全與健康成長的同時，積極參與社區建設，通過多元化的公益行動回饋社會，讓溫暖與希望在更廣闊的土地上生根發芽。

3.2.1 兒童安全與產品責任

不同集團深耕家庭親子生活場景，始終將兒童安全視為產品設計與生產的生命線。集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國未成年人保護法》等相關法律法規，構建覆蓋產品全生命週期的質量與安全管理體系，持續提升產品的安全性與可靠性。

在產品層面，不同集團堅持原創設計與高標準研發。以兒童汽車安全座椅為例，產品採用獨創的橄欖球式動力側防技術，有效擴大側邊防護範圍；搭載Cobra 記憶棉專利材料，實現高能抗震緩沖；結合360°智能感應旋轉設計，全面提升使用便捷性與安全防護能力，多維度守護兒童出行安全。同時，嬰兒車、嬰兒床等核心產品嚴格遵守國內及國際安全標準，並相繼榮獲德國紅點獎、當代好設計獎等國際權威認可。



集團擁有行業內唯一通過IATF16949體系認證的創新驅動型工廠，並與德美化工共建聯合實驗室，圍繞產品線拓展與定制化研發持續開展合作，從源頭加強原材料質量管控。秉持「用戶價值第一」，不同集團將用戶研究前置於產品開發環節，基於用戶反饋梳理產品功能賣點與安全使用場景。通過產品說明書、官方社交媒體、客服諮詢等多元渠道，持續向消費者傳遞科學、規範的產品安全使用知識，不斷提升家庭安全意識。



3.2.2 公益慈善與社區參與

集團積極履行企業公民責任，聚焦婦女兒童身心健康、教育公平等公益領域，攜手專業公益組織，以實際行動傳遞品牌溫度。

2022



BeBeBus聯合沙漠郵局發起「有心聲，就有回聲」主題活動，聚焦產後抑鬱媽媽群體的心理健康。活動通過明信片互動形式，邀請公眾傾聽產後媽媽群體的真实心聲，並以溫暖回應給予支持與關懷，幫助社會建立對產後抑鬱的正確認知，鼓勵相關群體勇敢表達自我。

這一創新性的公益實踐，搭建起社會公眾與產後媽媽之間的情感橋梁，讓「被聽見」成為療愈的起點。

2024



BeBeBus聯合彩虹圖書館計劃專項基金，在內蒙古東烏珠穆沁旗第一中學捐建公益圖書館。該圖書館採用可持續環保材料建設，累計捐贈圖書3965冊以及多媒體教學設備，助力當地課堂向智能化發展，為邊疆地區的孩子們搭建起通往知識與未來的「彩虹橋」。

此次公益行動不僅有效改善了當地學生閱讀與學習條件，也將綠色環保理念融入校園建設，讓可持續發展的種子在孩子們心中生根發芽。

2026

BeBeBus計劃聯合小紅書「早知道大會」IP、壹心理、明星媽媽代表、心理專家及婦聯兒童基金會組織等資源，共同發起《BeBeBus關愛產後抑鬱公益》年度專題活動。項目將通過免費提供心理測評、孕產心理諮詢課程、產後修復課程、線下快閃活動及心理療愈禮盒等多元形式，為產後媽媽群體提供切實支持。

通過這一系列公益行動，BeBeBus希望呼籲更多社會各界關注產後抑鬱人群，傾聽媽媽們被忽視的真实心聲，看見她們在孕產期面臨的真实困境，進一步凝聚社會支持的力量，共築產後抑鬱群體的溫暖之橋。

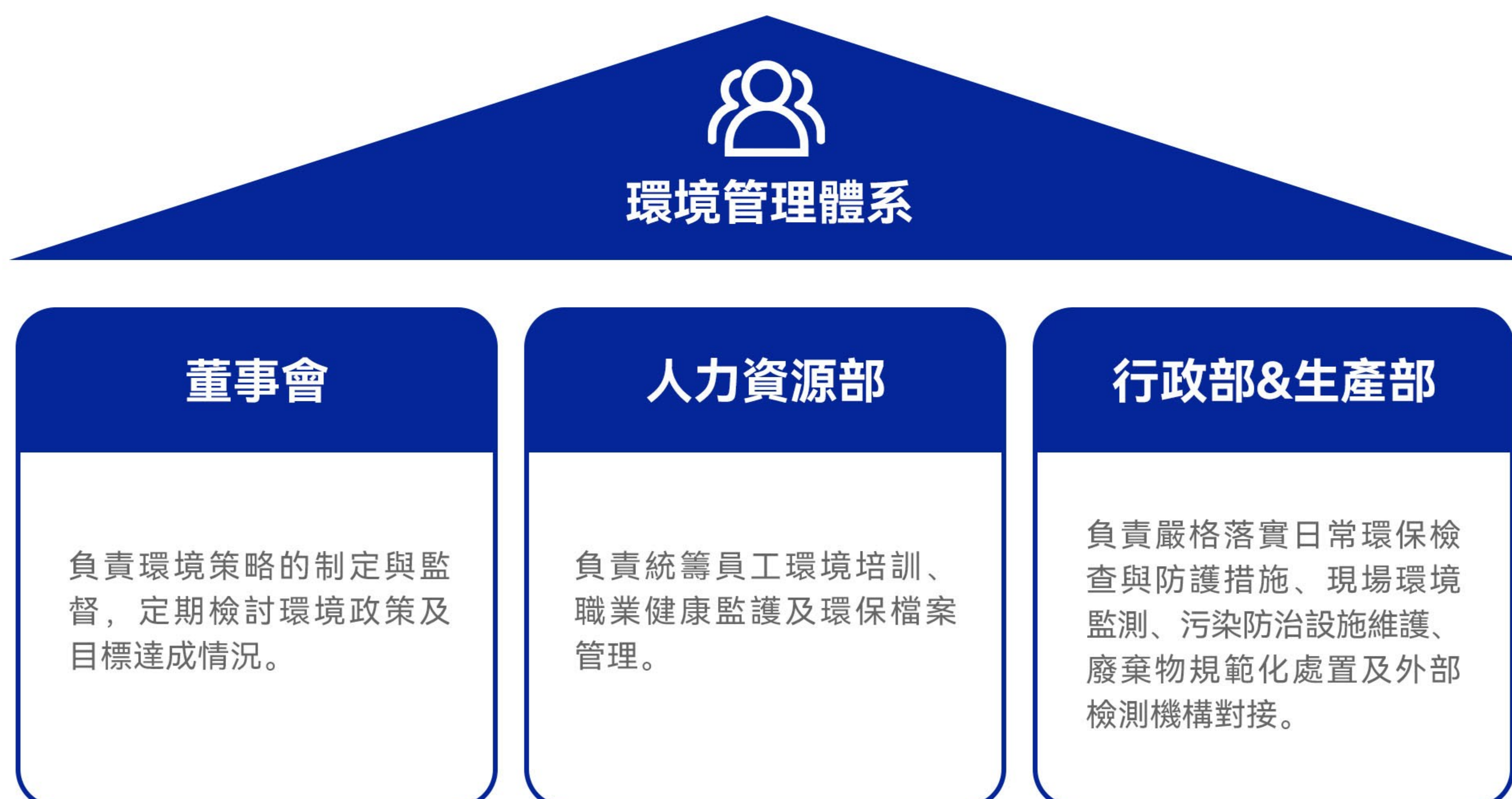
04 綠色運營，守護未來 (Environment)

本集團深知良好的生態環境是孩子們健康成長的基礎。我們積極響應國家「雙碳」戰略，將綠色發展理念融入產品設計、生產運營及供應鏈管理的全鏈條，致力於減少自身運營對環境的影響，攜手上下游夥伴共同構建可持續的產業生態，為下一代守護綠水青山。

4.1 環境管理與氣候行動

4.1.1 環境管理體系

集團建立了結構清晰的環境管理架構，將環境責任落實到各職能部門。



集團寧波工廠已通過EATNS碳管理體系評定，獲得《碳管理體系評定證書》（證書編號：2300341000001），覆蓋範圍包括碳排放管理體系及碳中和管理體系。我們以此為抓手，推動碳管理工作規範化、專業化，為綠色低碳高質量發展賦能。未來集團將持續完善碳管理體系，推動減碳工作全面融入生產經營，打造綠色、低碳、可持續的運營模式。

為進一步量化並降低產品對環境的影響，集團主動對核心產品開展碳足跡核查，依據ISO14067:2018國際標準完成從原材料獲取至產品出廠的全過程碳足跡評估，七款主力產品(包括大白嬰兒床、天文家Pro智能版兒童安全座椅、天文家Pro兒童安全座椅、太空艙智能版兒童安全座椅、花瓣學坐餐椅、太空艙兒童安全座椅、探月家Pro兒童安全座椅)均已獲得產品碳足跡認證。基於核查結果，集團已識別出「原材料採購階段」是產品碳排放的主要貢獻環節，並啟動針對核心供應商的綠色採購協同計劃，優先選用低碳足跡材料，同時在產品設計端探索輕量化、可回收等減碳路徑。通過建立「設計-採購-生產」全鏈條碳管理閉環，我們將低碳理念從工廠內部延伸至價值鏈上游，為消費者提供更具環境友好屬性的高品質母嬰產品。



4.1.2 溫室氣體排放管理

集團圍繞自身運營「零碳排放」的長期願景，系統推進範圍一、範圍二溫室氣體排放的核算與披露。我們建立了碳排放數據監測與統計機制，定期盤查各類排放源，識別減排機會，並通過能源結構優化等措施持續降低排放強度，旨在提高能源效率及減少不必要的消耗。2026年我們的目標是碳排放強度（包含範圍一及範圍二）相對於2025年減少2.8%。我們已將2023年至2029年定義為碳減排階段，並將2029年至2059年定義為碳中和階段，上述舉措契合中國「2060」碳中和目標，即2059年前全面實現碳中和。

與此同時，我們計劃降低能源消耗，具體目標如下：

- 用水強度由2023年的0.34立方米/萬元產值降至2026年的0.33立方米/萬元產值；
- 用電強度由2023年的50.45千瓦時/萬元產值降至2026年的49.04千瓦時/萬元產值。

另外，我們計劃每年將單位產值的廢棄物及包裝材料降低5%。

直接排放（範圍一）管理：主要包括公司擁有或控制的排放源，如車輛燃油、柴油叉車燃燒等。

我們採取以下減排措施：

- 通過部門監督減少車輛使用；
- 逐步從柴油叉車過渡到電動叉車，降低與燃燒相關的排放。

間接排放（範圍二）管理：主要包括外購電力、熱力等產生的排放。

我們採取以下減排措施：

- 提高工作效率以減少不必要的加班，並在非工作時間完全關閉燈光和設備；
- 在不同的照明區域安裝可獨立控制的照明開關，並在公共區域使用動作感應器或聲控照明；
- 將空調溫度維持在不低於24°C；
- 升級設備、優化流程及採用太陽能光伏系統增加可再生能源的使用。



節能標語



光伏鋪設

能源消耗相關績效指標如下：

- **範圍一：** 2024年為38.6噸二氧化碳當量，2025年為32.5噸二氧化碳當量；
- **範圍二：** 2024年為482.7噸二氧化碳當量，2025年為562.8噸二氧化碳當量；
- **範圍三：** 2026年我們將繼續完善供應商管理體系，並逐步擴充覆蓋範圍至其他供應商，為範圍三碳排放披露奠定基礎；到2027年，我們的目標是利用數字工具來加強對供應商ESG及碳減排風險的管理；
- **溫室氣體排放總量及排放密度*：** 2024年排放總量為521.3噸二氧化碳當量，排放密度為0.05噸二氧化碳當量/萬元產值；2025年排放總量為595.3噸二氧化碳當量，排放密度為0.07噸二氧化碳當量/萬元產值。

*受2025年持續高溫天氣影響，製冷設備運行時長顯著增加，導致用電強度上升，範圍二排放總量上升；此外，公司於2025年1月正式投產的新產品「大白床」因工藝複雜度較高，導致單位產值的排放量上升。

數據計量方法與工具：

- 1、溫室氣體排放數據按二氧化碳當量呈列，並根據《聯合國政府間氣候變化專門委員會（Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC）2006年國家溫室氣體清單指南》規定計算。電力排放因子來自生態環境部2025年發布的《關於發布2024年電力二氧化碳排放因子的公告》。
- 2、溫室氣體排放總量是通過直接與間接能源消耗量，根據中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則》（GB/T 2589-2020）換算因子計算得出。
- 3、範圍一：涵蓋由公司營運直接產生的溫室氣體排放，主要包括汽油及柴油；範圍二：來自公司內部消耗（購買取得或取得的）電力及外購蒸汽所產生的間接能源溫室氣體排放。

4.1.3 應對氣候變化

面對日益嚴峻的全球氣候挑戰，集團將氣候相關議題納入可持續發展及風險管理體系，並按照香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》的要求開展氣候風險的識別、評估、應對與監控工作。董事會對氣候相關事宜承擔最終監督責任，定期審議氣候風險與機遇的評估結果、相關目標及執行進展；管理層負責組織落實具體管理工作，將氣候因素納入日常經營決策和內部報告中。

我們認識到，氣候變化不僅影響環境責任履行，也可能對業務連續性、供應鏈穩定性、資產安全及財務表現產生影響。基於集團運營實際，我們參考公開氣候信息、歷史氣象資料、政策變化趨勢及經營場景，圍繞主要運營環節、重點區域、關鍵資產及價值鏈，對氣候相關物理風險與轉型風險進行了系統識別和評估。同時，結合短期（2-3年）、中期（3-5年）及長期（5-10年以上）的時間維度，分析各類風險對戰略規劃、業務運營及財務狀況的潛在影響。

為了反映風險的影響程度，集團將評估結果劃分為「低、中、高」三個等級。影響程度「低」，表示相關風險對業務經營和財務表現的潛在影響相對有限，現有管理措施基本能夠應對風險；影響程度「中」，表示相關風險可能對部分運營環節、成本控制或交付穩定性帶來一定壓力，需持續優化管理並加強風險應對；影響程度「高」，表示相關風險一旦發生或加劇，可能對業務連續性、資產安全、合規經營、市場競爭力或財務表現造成較為顯著的不利影響，需重點關注並採取更有針對性的應對措施。

在指標與目標管理方面，集團正逐步完善氣候相關績效管理體系，持續跟蹤溫室氣體排放、能源使用效率等關鍵指標，並結合業務發展規劃推進相關目標的設定與優化。未來，集團將結合數據基礎、管理需求及外部監管要求，持續提升氣候風險評估與信息披露的精細化和透明度，增強企業氣候韌性。

物理風險

物理風險是指因氣候變化引發的急性極端天氣事件或長期氣候趨勢變化，對企業資產、運營場景、供應鏈及人員安全造成影響的風險。結合集團的運營佈局與業務特點，我們已識別並評估熱帶氣旋、洪水、強降水、持續高溫、海平面上升等急性及慢性物理風險，並針對不同的氣候相關情景擬定相應的預防、響應及措施。具體識別結果及應對措施如下：

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響程度	潛在影響	緩解措施
急性物理風險	熱帶氣旋	形成於熱帶或副熱帶海域、具有明顯低壓中心和強烈旋轉特徵的天氣系統，通常會帶來強風、強降雨及風暴潮等影響。	短期-中期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·可能導致生產、倉儲及辦公場所局部受損，影響正常運營安排和現場安全管理； ·設施修復、設備維護及受損存貨處置可能帶來額外成本支出； ·物流受阻或短時停工可能影響訂單交付進度，並對客戶滿意度造成一定影響。 	<ul style="list-style-type: none"> ·建立氣象預警跟蹤和分級響應機制，提前落實停工、停運、轉移等安排； ·對屋面、門窗、排水設施及戶外設備開展加固檢查，減少風雨直接衝擊； ·完善應急物資儲備、人員疏散和災後恢復安排，降低業務中斷時間。
	冰雹	強對流天氣形成的固態降水，可能對屋面、幕牆、車輛、光伏設施及其他戶外設備造成直接衝擊損害。	短期-中期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·可能損壞建築外立面、運輸工具及戶外設備，影響場地使用和運營安全； ·維修、更換及保險理賠處理可能增加成本支出； ·戶外物資受損可能導致局部庫存損失，並影響發運安排。 	<ul style="list-style-type: none"> ·對車輛、設備及露天物資採取遮擋、防護或入庫措施，減少直接損失； ·事後及時開展設施檢查、損失評估和修復處置，盡快恢復運營。

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響程度	潛在影響	緩解措施
	河流洪水	由持續強降雨、上游來水增加或流域排洪條件變化引發，可能造成沿河區域漫溢、倒灌及設施受損。	短期-中期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·可能影響沿河或低窪區域的場地安全、倉儲條件及日常運營連續性； ·基礎設施修復、防洪加固及災後清理可能增加資本性和運營性支出； ·停工停運或交付延誤可能對客戶滿意度造成一定影響。 	<ul style="list-style-type: none"> ·建立水位監測和預警響應機制，提前落實重點區域防護措施； ·對排水系統、防洪設施及底層物資擺放進行優化，降低進水風險； ·完善停工、轉移、恢復和外部協調預案，提升洪水事件應對能力。
慢性物理風險	海平面上升	全球變暖背景下的長期氣候變化趨勢，可能加劇沿海地區浸水、侵蝕、鹽水倒灌及資產暴露風險。	長期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·可能提高沿海設施、倉儲節點及相關資產的長期運營和維護壓力； ·防護加固、設備遷移或選址調整可能帶來較大資本支出； ·資產使用壽命、價值評估及長期佈局安排可能受到不利影響。 	<ul style="list-style-type: none"> ·持續評估沿海資產暴露水平，將海平面變化納入長期規劃和選址考慮； ·結合實際情況推進防洪排澇、圍護加固及關鍵設備轉移安排； ·完善保險、應急及中長期適應方案，降低長期資產和運營風險。

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響程度	潛在影響	緩解措施
	持續高溫	高溫天氣在較長時期內頻繁出現或持續存在，可能影響人員健康、設備效率及能源消耗水平。	長期	中	<ul style="list-style-type: none"> ·可能降低戶外或高溫環境下的作業效率，並增加員工健康與安全管理壓力； ·製冷、防暑及設備散熱相關支出上升，帶來額外運營成本； ·設備過熱故障和局部停機風險上升，可能影響生產及交付節奏。 	<ul style="list-style-type: none"> ·優化作業時間安排，避開高溫時段並完善現場防暑降溫措施； ·加強通風、製冷和設備巡檢維護，降低高溫對人員和設備的影響； ·完善員工健康監測、應急藥品和異常情況處置機制，保障作業安全。
	強降水	在較短時間內出現顯著高於常年水平的降雨過程，可能引發內澇、積水、滲漏及排水系統超負荷等問題。	中期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·可能導致場地積水、倉儲受潮及局部電氣設施受影響，干擾日常運營； ·排水搶修、設備維修和受損物資處置可能增加成本支出； ·物流通行效率下降可能影響發貨安排和客戶交付時效。 	<ul style="list-style-type: none"> ·定期檢修排水系統、集水設施及重點點位防滲能力，提升承壓水平； ·在預警期間及時轉移低位物資、封閉重點入口並配置抽排設備； ·完善降雨期間的巡查、斷電、搶修和恢復機制，降低損失擴大風險。

轉型風險

轉型風險是指在向低碳經濟轉型過程中，由政策法規、技術變革、市場偏好、聲譽變化等因素帶來的經營和財務風險。集團結合行業特徵、監管趨勢及市場變化，已對法律與政策、技術、市場及聲譽等方面的轉型風險進行識別與評估，並同步提出管理優化和應對舉措，以支持業務穩健轉型。具體識別結果及應對措施如下：

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響評估	潛在影響	緩解措施
法律與政策層面 轉型風險	加強排放報告的義務	假定外部監管部門對於排放單位在碳排放報告真實性、完整性、準確性提出更高要求。	中期	低	<ul style="list-style-type: none"> ·披露口徑、數據管理和內部復核流程提升，可能增加管理複雜度； ·數據收集、核查及外部鑒證等合規投入可能增加運營成本； ·如披露不充分或不準確，可能帶來監管、聲譽及融資方面的不利影響。 	<ul style="list-style-type: none"> ·完善排放數據收集、核查和留痕機制，提升披露數據質量； ·明確職責分工並加強跨部門協同，確保信息口徑一致、流程可追溯； ·持續關注監管要求變化，適時優化披露管理和內部復核流程。
	面臨訴訟	假定對於未能有效履行自身對氣候變化應付責任的個體和企業將面臨來自環保組織或政府組織的訴訟。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> ·相關事件可能佔用管理層精力並影響外部合作與品牌信任； ·法律諮詢、訴訟應對及整改支出可能增加，影響經營成本； ·爭議事件還可能引發聲譽壓力，對融資、客戶關係及市場估值造成不利影響。 	<ul style="list-style-type: none"> ·完善合規管理、信息披露和內部審查機制，降低爭議發生概率； ·對識別出的薄弱環節及時整改，並形成責任落實和跟蹤閉環； ·建立法務與公關協同響應機制，提升事件處置及時性和透明度。

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響評估	潛在影響	緩解措施
技術層面 轉型風險	對新技術的投資不成功	假定在短時間內，光伏組件材料研發取得全新突破，新產品的光電轉換率對比企業目前已佈置的光伏組件大幅度提升，且成本大幅下降。	中期	中	<ul style="list-style-type: none"> · 技術路線選擇失誤可能影響項目推進、資源配置及業務轉型節奏； · 研發投入、試點成本及專用設備投資可能難以及時收回，影響利潤表現； · 技術實施效果不佳還可能削弱市場競爭力和後續投資信心。 	<ul style="list-style-type: none"> · 在技術投入前開展充分論證和分階段驗證，控制一次性投入規模； · 建立試點、復盤和退出機制，及時調整不符合預期的項目安排； · 關注外部技術發展和合作機會，提升技術選型與實施成功率。
	向低排放技術轉型的成本高	假定對既有及在建的資產進行節能升級改造，向低碳轉型的成本大幅增加。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> · 技術改造可能對現有運營、產能安排及資源配置帶來壓力； · 設備更新升級及員工培訓將增加資本支出和運營費用； · 轉型初期可能導致效率下降，進而影響成本控制、利潤率及現金流。 	<ul style="list-style-type: none"> · 制定分階段實施計劃，統籌投資節奏，評估業務承載能力； · 優先推進節能降耗效果明確、回報較清晰的改造項目，提高投入效率； · 加強預算管理、項目評估和員工培訓，降低轉型實施風險。

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響評估	潛在影響	緩解措施
市場層面 轉型風險	消費者偏好的轉變	假定租賃客戶考慮消費者的綠色消費因素而對目前已租賃的廠房或倉庫的綠色低碳性能不滿意。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> · 消費偏好的變化可能加快產品更新，影響原有銷售策略； · 產品調整、市場推廣及庫存調整可能增加費用支出； · 若未及時匹配消費者偏好，可能導致銷量下滑、存貨減值或品牌吸引力下降。 	<ul style="list-style-type: none"> · 持續開展消費者洞察和渠道反饋分析，及時優化產品與品牌策略； · 將綠色、安全和低碳理念納入研發與營銷，提升產品的市場適配度； · 加強銷售預測和庫存管理，降低需求切換帶來的庫存積壓風險。
	原材料成本增加	假定用於資產建設的建材和人工價格因低碳環保因素影響大幅增加。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> · 採購成本上升可能影響生產和交付環節，增加成本控制壓力； · 若價格傳導不及時，可能壓縮毛利率並影響盈利表現； · 供應商切換、替代材料測試及質量驗證可能增加管理和研發投入。 	<ul style="list-style-type: none"> · 優化採購策略和詢比價機制，提升關鍵原材料成本管理能力； · 推動供應商多元化和長期合作，增強採購韌性； · 結合產品設計和工藝改進，探索替代材料方案，緩解成本上升壓力。

風險大類	風險名稱	解釋及附加信息	時間維度	風險影響評估	潛在影響	緩解措施
聲譽層面 轉型風險	行業被污名化	假定工廠及倉儲物流因應對氣候變化不善以及大量未被控制的溫室氣體排放而備受污名化。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> · 行業負面認知可能削弱客戶及投資者對公司的信任； · 聲譽修復、溝通管理和品牌維護可能增加管理及營銷成本； · 外部評價下降還可能影響融資條件、業務合作機會及人才吸引力。 	<ul style="list-style-type: none"> · 加強ESG管理與氣候行動的溝通，及時、透明地對外披露管理進展和改進舉措； · 主動回應市場關注點，提升與投資者、客戶及合作夥伴的溝通質量； · 持續推進減排、合規和風險管理工作。
	利益相關者的擔憂或利益相關者的負面反饋增加	假定投資者、客戶及政府監管部門對於企業目前的氣候風險應對不善表示極度擔憂，並收到大量相關投訴。	中期	高	<ul style="list-style-type: none"> · 負面反饋上升可能增加溝通協調工作量，並影響內外部關係穩定性； · 投訴處理、專項核查及改進落實將佔用管理資源並增加管理成本； · 若應對不當，可能進一步影響市場信任、員工士氣及資本市場表現。 	<ul style="list-style-type: none"> · 建立常態化溝通和反饋處理機制，及時識別並回應關鍵問題； · 對重點問題開展原因分析、整改跟蹤和結果反饋； · 持續提升信息披露質量和透明度，增強利益相關方信任。

隨着全球低碳轉型推進，氣候變化在帶來風險的同時，亦在資源利用、能源結構優化及產品升級等方面為企業創造新的發展機遇。結合政策導向與市場趨勢，我們在識別氣候風險的基礎上，對相關機遇進行了梳理，以更好把握綠色轉型中的經營改善空間與業務發展潛力。

資源效率機遇

優化資源配置、提升資源使用效率，具體措施包括：

- 持續優化生產流程及管理安排，降低原材料、能源及其他資源的單位消耗；
- 在包裝環節推進輕量化、減量化及循環利用，提升包材使用效率；
- 在新建或改造設施中逐步引入節能照明、自然通風等節能設計，降低能耗並提升運作效率。

綠色能源機遇

持續探索能源管理及能源結構優化的新機會，具體措施包括：

- 結合廠區、倉儲等適用場景，持續評估光伏等可再生能源項目的應用空間；
- 根據實際用能情況及營運需求，逐步優化能源結構，提升可再生能源或低碳能源使用比例；
- 在設施建設、設備更新及技術改造過程中，統籌考慮節能及能源替代方案，提升整體用能效率。

產品和市場機遇

積極關注綠色消費帶來的新需求，具體措施包括：

- 進一步評估開發低碳及綠色產品的經濟效益，探索符合高端市場趨勢的產品升級方向；
- 持續評估環保材料、可再生材料及其他替代材料的應用可行性，提升產品的安全與環境友好屬性；
- 結合利益相關者對於可持續發展的要求，提升產品競爭力，回應消費者對品質與責任的雙重期待。

4.2 綠色運營與資源循環利用

集團將綠色理念貫穿於日常運營的各個環節，從水資源管理、廢棄物處理到辦公模式，全方位踐行節能減排，推動資源的高效循環利用。

4.2.1 水資源管理

集團始終將水資源的節約與保護置於環境管理體系的核心地位，致力於通過全生命週期的精細化管控，持續降低運營水耗並提升用水效率，確保廢水「合規零風險排放」；針對「員工生活用水」及「發泡車間模具冷卻水」這兩大關鍵耗水源，我們實施了針對性的技術優化與循環改造，同時將節水理念深度融入企業文化，通過節水標識宣貫與日常培訓，培養員工節水意識，以實際行動守護水生態環境的可持續發展。

報告期內，本集團在求取適用水源方面未遇到任何重大問題。所有運營點用水均來自市政供水系統，水源供應充足穩定，水質符合國家及地方相關標準，能夠充分滿足日常運營及生產需求。



報告期內，水資源管理相關績效指標如下：



4.2.2 廢棄物管理

廢棄物分為危險廢棄物及一般廢棄物。集團制定了《廢棄物管理辦法》，對生產經營活動中產生的廢棄物進行分類、收集、貯存、運輸、處置和變賣等進行管控，促進廢棄物的減少和再生利用。人力資源部定期選聘有資質的回收企業變賣可回收廢棄物，並登記在《廢品變賣登記表》中，實現資源循環利用。

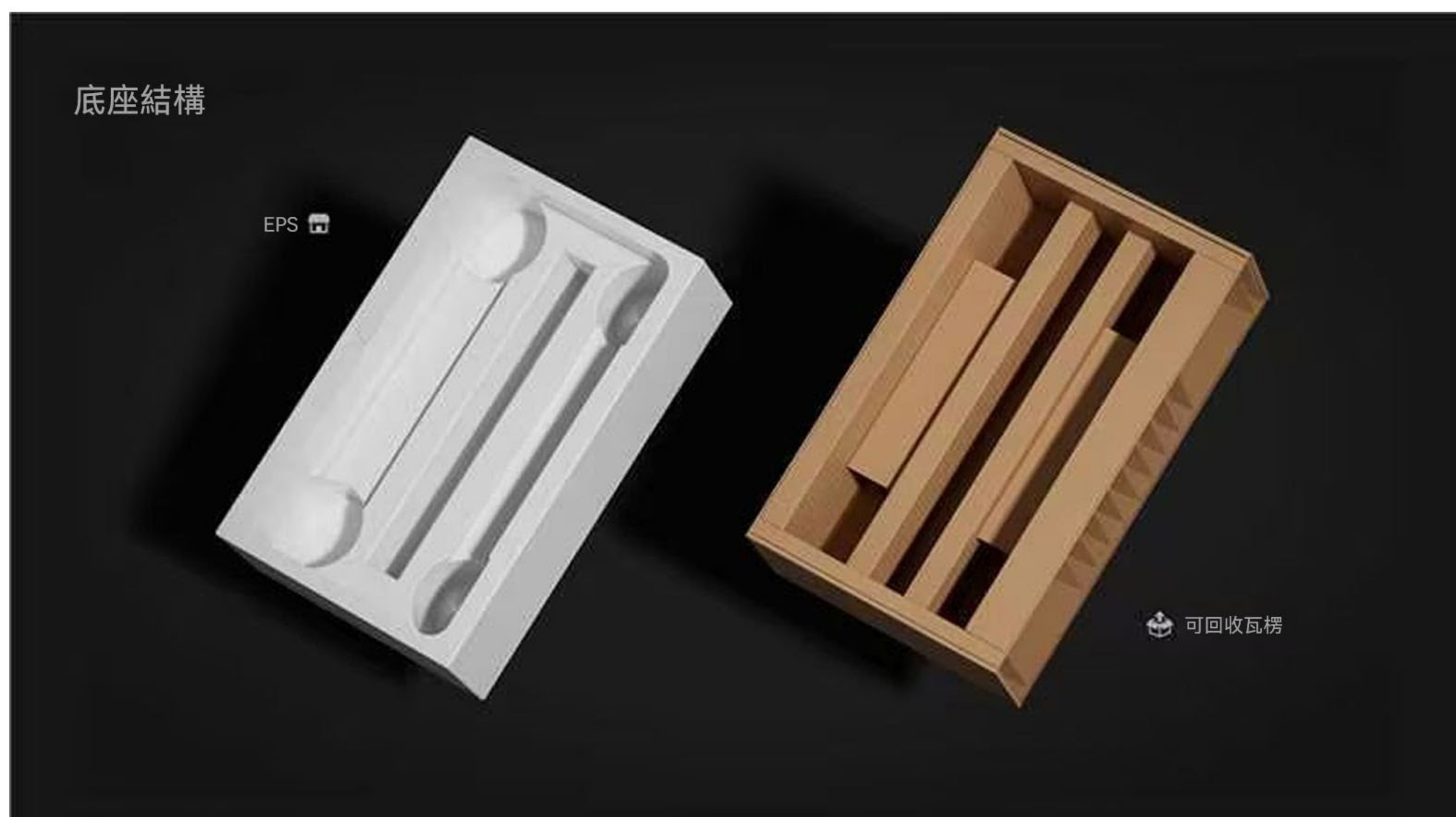
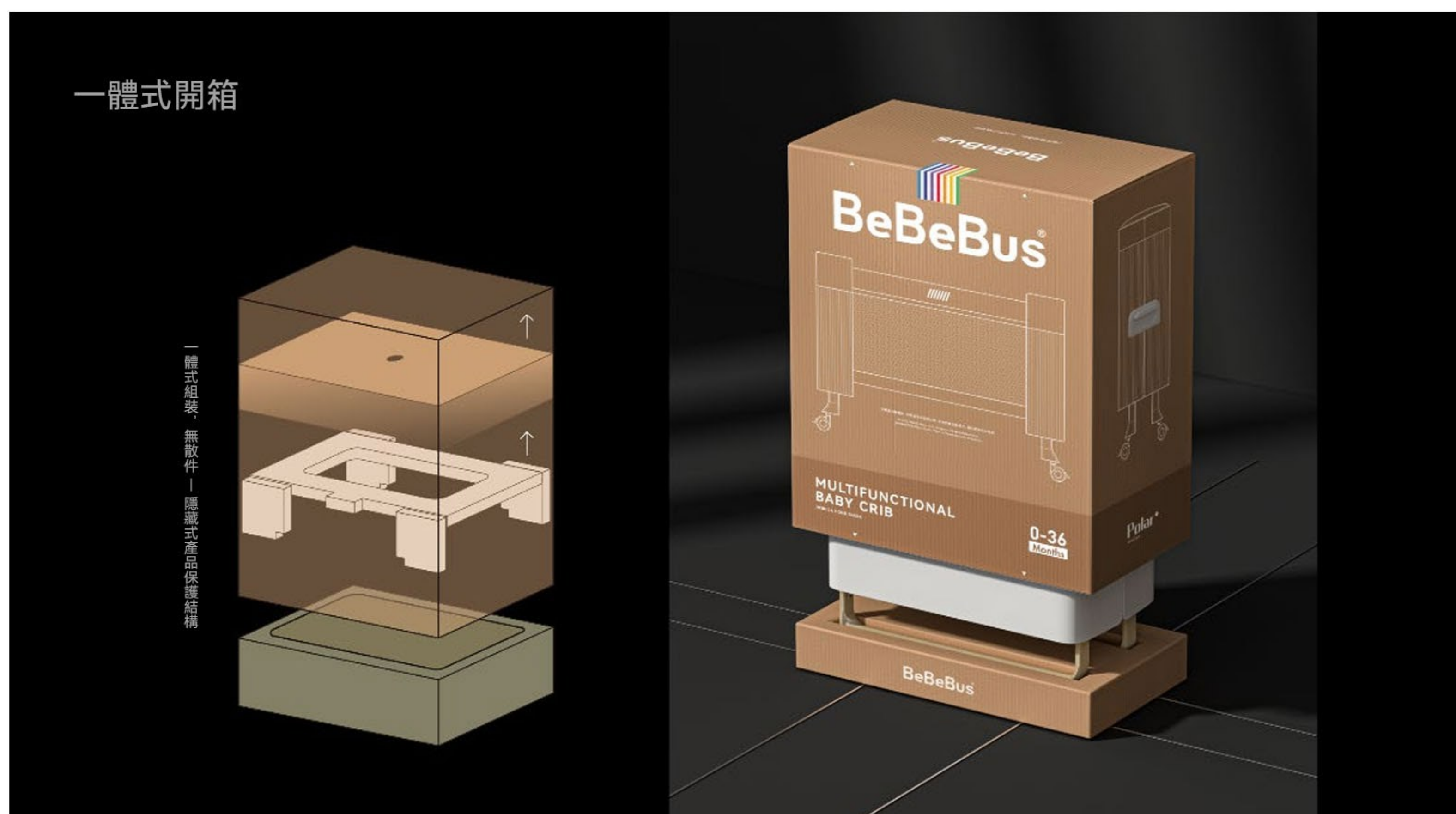
具體廢棄物分類與管控方式如下：

- **危險廢棄物：**指具有毒害、腐蝕、爆炸、燃燒、助燃等性質，對人體、設施、環境具有危害的廢棄物，包括化學品使用後的空桶容器、化學品殘渣/過期化學品、化學品污染後的擦拭布等。集團制定了《化學品管理辦法》，對危險化學品及危廢物進行全流程管理。針對危險化學品，從採購、入庫、存儲、領用、使用到廢液/空桶處置等環節，均有嚴格規定。化學品倉庫要求配備MSDS、安全標籤、個人防護用品、消防設施、警示標識。使用部門按需領用防護設備，分裝須使用專用容器，使用過程中須佩戴防護用具，使用區域安裝洗眼器並每月點檢。每日產生的危廢物分類收集於指定容器，每週移交至危廢倉庫，危廢倉庫由人力資源部或授權人員管理。當危廢存儲重量臨近3噸或存儲時間臨近一年，人力資源部選聘有資質的第三方進行運輸和處置。

- **一般廢棄物：**指除危廢物以外的所有廢棄物，包含一般工業廢棄物及生活垃圾和建築垃圾等。一般工業廢棄物由生產部明確分類原則，負責生產區域內廢棄物的分類、收集和臨時貯存，並運送至工廠指定集中貯存點。產生部門進行現場管理，防止廢棄物擴散、流失，做好生產區整頓、清掃、整理工作。生活垃圾和建築垃圾分為「可回收」及「不可回收」兩類。可回收垃圾需分類存放，並由人力資源部委託外部供應商進行回收，集中貯存點採取防雨、防滲、防漏、防揚散等措施；不可回收垃圾須存放至公共收集處，由政府統一處理。

在產品包裝與綠色物流方面，我們將環保理念貫穿於包裝設計、材料選擇及全流程回收再利用等各環節，致力於減少包裝廢棄物對環境的影響，推動資源高效循環利用。

集團從產品研發前端入手，積極選用可降解、可再生的環保包裝材料，以瓦楞紙、卡紙、牛皮紙等紙質材料作為主要包裝基材，內襯輔料優選PP（聚丙烯）材質，替代PVC等高污染、難回收的傳統材料，有效降低包裝全生命週期的生態足跡。同時，集團推行輕量化設計與清潔生產工藝，通過優化包裝結構減少材料用量。以嬰兒床包裝為例，研發團隊創新採用環保可回收的紙結構底座，替代傳統的EPS發泡內襯，在保證產品防護性能的前提下，大幅減少塑料泡沫的使用，從源頭削減包裝廢棄物產生，切實履行生態環境保護責任。



與此同時，集團制定並嚴格實施《倉庫廢舊包材再利用操作SOP》，建立覆蓋發貨與退貨環節的廢舊包材回收管理體系。發貨打包過程中產生的紙箱、隔板、快遞袋等包裝物料，由打包員即時歸集、初步分類，投放至專用回收容器；退貨拆包時，輕拆輕放，對完整無污的包材進行剝離整理，分類存放。

倉庫設置專屬回收區域，由專人每日多批次歸集整理，對回收包材進行精細化二次分揀，將乾淨完整的紙箱、快遞袋等分類存放，優先用於倉庫內貨品周轉、退廠中轉箱或再次發貨打包，實現包材的多次復用。對於破損無法復用的紙質、塑料類包材，統一交由專業回收公司處置，杜絕隨意丟棄、填埋或焚燒。倉庫主管每月組織SOP培訓與巡查，將回收執行情況納入績效考核，對規範崗位予以獎勵，確保回收流程落地見效。通過這一閉環管理體系，不僅從源頭減少了包裝浪費與資源消耗，也有效降低了運營成本，推動倉儲物流環節的綠色精細化管理。



廢棄物及包裝材料管理相關績效指標如下：

類型	2025年總量 (噸)	2025年密度 (噸/萬元產值)
有害廢棄物	2.07	0.00023
無害廢棄物	14.11	0.0016
包裝材料	1343.63	0.15

4.3 供應鏈環境管理與綠色採購

集團將環境管理要求延伸至供應鏈上下游，攜手供應商及合作夥伴共同構建綠色、可持續的產業生態，拓展綠色影響力的邊界。我們致力於與優質供應商建立長期合作夥伴關係，並執行嚴格的質量與環境控制標準，以有效降低供應鏈中的ESG風險。

為降低供應鏈中的ESG風險，我們實施了以下控制措施：

- 在供應商篩選及准入階段優先考慮獲得ISO體系認證的合作夥伴，確保其環境管理、質量控制及職業健康標準符合集團可持續發展要求；
- 同時，我們大力推行綠色採購策略，在評審過程中詳細記錄並核查供應商的環境認證資質（如ISO14001認證），以確保供應鏈上下游符合可持續性標準。



04 附錄一：法律法規列表

議題	須遵循的重要法律法規
環境	《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》
	《中華人民共和國水污染防治法》
	《排污許可管理辦法》
	《中華人民共和國噪聲污染防治法》
	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》
	《排污許可管理條例》
	《危險廢物轉移管理辦法》
	《危險廢物經營許可證管理辦法》
	《國家危險廢物名錄(2025年版)》
	《入河排污口監督管理辦法》
	《中華人民共和國節約能源法》
	《中華人民共和國可再生能源法》
	《中華人民共和國清潔生產促進法》
	《碳排放權交易管理暫行條例》
	《重點用能單位節能管理辦法》
	《中華人民共和國能源法》
	《中華人民共和國電力法》
	《電力設施保護條例》
	《節約用電管理辦法》
	《中華人民共和國水法》
	《十四五全國清潔生產推行方案》
《企業溫室氣體排放核算與報告指南》	
社會	《中華人民共和國勞動法》
	《中華人民共和國勞動合同法》
	《中華人民共和國未成年人保護法》
	《勞務派遣暫行規定》
	《中華人民共和國勞動爭議調解仲裁法》
	《中華人民共和國勞動合同法實施條例》
	《職工帶薪年休假條例》
	《企業職工帶薪年休假實施辦法》

議題	須遵循的重要法律法規	
	《國務院關於職工工作時間的規定》	
	《女職工勞動保護特別規定》	
	《最低工資規定》	
	《工資支付暫行規定》	
	《中華人民共和國工會法》	
	《中華人民共和國社會保險法》	
	《社會保險費徵繳暫行條例》	
	《住房公積金管理條例》	
	《工傷保險條例》	
	《企業職工患病或非因工負傷醫療期規定》	
	《失業保險條例》	
	《生育保險辦法》	
	《基本養老保險基金投資管理辦法》	
	《社會保險基金行政監督辦法》	
	《中華人民共和國職業病防治法》	
	《中華人民共和國安全生產法》	
	《安全生產培訓管理辦法》	
	《用人單位職業健康監護監督管理辦法》	
	《工作場所職業衛生管理規定》	
	《生產安全事故應急條例》	
	《中華人民共和國民法典》	
	《禁止使用童工規定》	
	《中華人民共和國刑法》	
	《非法用工單位傷亡人員一次性賠償辦法》	
	《建設工程安全生產管理條例》	
	《職業健康檢查管理辦法》	
	產品質量 與創新	《中華人民共和國商標法》
		《中華人民共和國商標法實施條例》
《馳名商標認定和保護規定》		
《中華人民共和國著作權法》		
《中華人民共和國著作權法實施條例》		
《中華人民共和國專利法》		

議題	須遵循的重要法律法規
	《中華人民共和國專利法實施細則》
	《計算機軟件保護條例》
	《中華人民共和國產品質量法》
	《產品質量監督抽查管理暫行辦法》
	《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》
	《中華人民共和國進出口商品檢驗法》
	《缺陷消費品召回管理辦法》
	《中華人民共和國網絡安全法》
	《中華人民共和國電子商務法》
	《中華人民共和國個人信息保護法》
	《網絡數據安全管理條例》
	《兒童個人信息網絡保護規定》
	《常見類型移動互聯網應用程序必要個人信息範圍規定》
	《中華人民共和國廣告法》
	企業管治
《中華人民共和國公司法》	
《企業內部控制基本規範》	
《中華人民共和國反不正當競爭法》	
《中華人民共和國反洗錢法》	
《國家工商行政管理局關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》	
《防止賄賂條例》(香港)	

05 附錄二：關鍵績效列表

議題	績效編號	指標名稱	指標單位	2025年
環境	A1.1	氮氧化物(NOx) 排放量	克	7,791.21
	A1.1	硫氧化物(SOx) 排放量	克	218.19
	A1.1	顆粒物 (PM) 排放量	克	573.65
	A1.3	有害廢棄物總量	噸	2.07
	A1.3	有害廢棄物密度	噸/萬元產值	0.00023
	A1.4	無害廢棄物總量	噸	14.11
	A1.4	無害廢棄物密度	噸/萬元產值	0.0016
	A2.1	汽油使用總量	兆瓦時	125.66
	A2.1	柴油使用總量	兆瓦時	4.30

議題	績效編號	指標名稱	指標單位	2025年
	A2.1	電力使用總量	兆瓦時	974,256.46
	A2.1	直接(範圍1)溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	32.5
	A2.1	間接(範圍2)溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	562.8
	A2.1	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	595.3
	A2.1	溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量/ 萬元產值	0.07
	A2.2	水資源消耗總量	立方米	3072.97
	A2.2	水資源消耗密度	立方米/萬元產值	0.34
	A2.5	包裝材料總量	噸	1343.63
	A2.5	包裝材料密度	立方米/萬元產值	0.15
	社會	B1.1	員工總人數	人
B1.1		新進員工總人數	人	173
B1.1		按僱員類型劃分的員工人數		
		全職	人	667
		非全職	人	2
B1.1		按性別劃分的員工人數		
		男性員工	人	328
		女性員工	人	341
B1.1		按年齡劃分的員工人數		
		30週歲以下	人	336
		30-50週歲	人	321
		50週歲以上	人	12
B1.1		按僱員類別劃分的員工人數		
		普通員工	人	593
		中層管理人員	人	49
		高級管理人員	人	27
B1.1	按地區類別劃分的員工人數			
	寧波	人	397	
	上海	人	106	
	昆山	人	166	
B1.2	員工流失總人數	人	205	
B1.2	按性別劃分的員工流失人數			

議題	績效編號	指標名稱	指標單位	2025年	
		男性員工	人	107	
			百分比	52.20	
		女性員工	人	98	
			百分比	47.80	
	B1.2	按年齡劃分的員工流失人數			
		30週歲以下	人	120	
			百分比	58.54	
		30-50週歲	人	78	
			百分比	38.05	
		50週歲以上	人	7	
			百分比	3.41	
		B1.2	按地區類別劃分的員工流失人數		
	寧波		人	132	
			百分比	64.39	
	上海		人	28	
			百分比	13.66	
	昆山		人	45	
		百分比	21.95		
	B2.1	因公死亡人數 (2025年)		人	0
		因公死亡人數 (2024年)		人	0
因公死亡人數 (2023年)		人	0		
B2.1	因公受傷人數 (2025年)		人	5	
	因公受傷人數 (2024年)		人	7	
	因公受傷人數 (2023年)		人	1	
B2.1	因公傷亡比率 (2025年)		百分比	0.75	
	因公傷亡比率 (2024年)		百分比	1.32	

議題	績效編號	指標名稱	指標單位	2025年
		因公傷亡比率 (2023年)	百分比	0.25
	B2.2	因工傷損失的天數	天	152
	B3.1	培訓員工總數	人	570
	B3.1	培訓總小時數	小時	5629
	B3.1	培訓覆蓋率	百分比	85.20
	B3.1	按性別劃分的培訓員工人數		
		男性員工	人	285
			百分比	50.00
		女性員工	人	285
	百分比		50.00	
	B3.1	按僱員類別劃分的培訓員工人數		
		普通員工	人	518
			百分比	90.88
		中層管理人員	人	36
			百分比	6.31
		高級管理人員	人	16
	百分比		2.81	
	B3.2	按性別劃分的培訓平均時數		
		男性員工	小時	9.88
		女性員工	小時	9.88
	B3.2	按僱員類別劃分的培訓平均時數		
		普通員工	小時	9.88
		中層管理人員	小時	9.86
		高級管理人員	小時	9.81
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目		
		華東地區	個	133
		華南地區	個	30
		華中地區	個	3
		華北地區	個	1
		總計	個	167

議題	績效編號	指標名稱	指標單位	2025年
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康而須回收的百分比	百分比	0
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目	件	249
	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	件	0

06 附錄三：香港聯交所《環境、社會及管治守則》之內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		對應章節
A.環境		
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。	4.1.2溫室氣體排放管理 4.2.2廢棄物管理
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.1.2溫室氣體排放管理
關鍵績效指標A1.2	於2025年1月1日刪除	/
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)	4.2.2廢棄物管理

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		對應章節
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)	4.2.2廢棄物管理
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。	4.1.2溫室氣體排放管理
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。	4.2.2廢棄物管理
A2: 資源		
一般披露	有效使用資源(包括能源，水及其他原材料)的政策。	4.2.2廢棄物管理
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)。	4.1.2溫室氣體排放管理
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)	4.2.1水資源管理
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。	4.1.2溫室氣體排放管理
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。	4.1.2溫室氣體排放管理
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。	4.2.2廢棄物管理
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。	4.1.1環境管理體系 4.1.3應對氣候變化
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。	4.1.1環境管理體系 4.1.3應對氣候變化
A4: 氣候變化		
一般披露	於2025年1月1日刪除	/
關鍵績效指標A4.1	於2025年1月1日刪除	/
B. 社會		

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		對應章節
僱傭及勞工常規		
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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障 3.1.3員工福祉與關愛
關鍵績效指標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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障
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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障
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。	3.1.3員工福祉與關愛
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。	3.1.3員工福祉與關愛
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	3.1.3員工福祉與關愛
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。	3.1.3員工福祉與關愛
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。	3.1.2人才培養與職業發展
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。	3.1.2人才培養與職業發展
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。	3.1.2人才培養與職業發展
B4: 勞工準則		

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		對應章節
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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障
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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障
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。	3.1.1員工聘用與基本權益保障
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。	2.2.1產品質量管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	2.2.1產品質量管理
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。	2.2.1產品質量管理
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管理，以及相關執行及監察方法。	2.2.1產品質量管理
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。	2.2.1產品質量管理
B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全，廣告，標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.2.1產品質量管理 3.2.1兒童安全與產品責任
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。	2.2.1產品質量管理
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。	2.2.2客戶服務管理
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。	2.1.1研發管理 2.1.2 知識產權管理

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		對應章節
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.2.1產品質量管理
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	1.5.1消費者數據管理 1.5.2信息安全未來規劃
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。	1.4.1廉潔制度體系
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。	1.4.1廉潔制度體系
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。	1.4.2舉報機制
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.4.3廉潔文化建設
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。	3.2.2公益慈善與社區參與
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)。	3.2.2公益慈善與社區參與
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	3.2.2公益慈善與社區參與

不同
集团 | BUTONG
GROUP
6090.HK

*本报告包含的AI图形图像均由nano banana大模型生成。