



Marketingforce Management Ltd 邁富時管理有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號 : 2556.HK)



目錄

關於本報告	3
董事長致辭	5
走進邁富時	7
關於邁富時	7
年度大事記	9
年度獎項與榮譽	11
年度ESG亮點績效	17
可持續發展管治	18

專題：AI驅動，引領行業革新

戰略轉型里程碑	23
產品智能升級	24
組織能效提升	28
客戶服務效能提升	30

01

治理築基，護航穩健發展

1.1 企業管治	33
1.2 風險管理	34
1.3 商業道德	35

02

產品賦能，創造可持續價值

2.1 卓越產品	39
2.2 優質服務	43
2.3 數據與隱私安全	51

03

綠色引領，共赴低碳未來

3.1 環境保護	57
3.2 應對氣候變化	63

04

以人為本，厚植人才沃土

4.1 員工權益	71
4.2 員工發展	76
4.3 員工關愛	79

05

生態共創，回饋社會價值

5.1 負責任供應鏈	85
5.2 行業發展	88
5.3 社區貢獻	92

附錄

附錄1：2025年ESG關鍵績效表	93
附錄2：ESG報告守則索引表	96

關於本報告

概覽

本報告是邁富時管理有限公司（「本公司」，股份代號：2556.HK）發佈的第二份《環境、社會及管治報告》（「本報告」或「ESG 報告」），面向本公司各利益相關方，披露本公司、其附屬公司及其綜合聯屬實體（「邁富時」或「本集團」或「我們」）在環境、社會及管治方面的管理、實踐與績效。

報告時間範圍

本報告覆蓋的週期為2025年1月1日至2025年12月31日（即「報告期」），部分內容追溯以往年度或延伸至2026年。

報告範圍及邊界

本報告披露的信息涵蓋本集團，除另有說明，報告範圍口徑與年報保持一致。

編制依據

本報告根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄C2所載的《環境、社會及管治報告守則》（「ESG 報告守則」）編制。

本報告按照識別和排列重要的利益相關方及ESG重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、根據資料編制報告和對報告中的資料進行檢視等步驟進行釐定，以確保報告內容的完整性、實質性、真實性和平衡性。

資料來源及可靠性保證

本報告披露的信息和數據來源於本集團統計報告和正式文件，並通過相關部門審核。本公司董事會（「董事會」）承諾本報告不存在任何虛假記載或誤導性陳述，並對內容真實性、準確性和完整性負責。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2026年3月26日獲董事會通過。

獲取及回應本報告

本報告設有中文和英文兩個語言版本，並以電子版形式供參閱。內容若有出入，請以中文版為準。

我們非常重視利益相關方的意見及建議，歡迎讀者通過電子郵件：IR@marketingforce.com 與我們聯絡。



董事長致辭

2025年，全球人工智能產業迎來從技術躍遷到產業深耕的關鍵轉折，AI應用正加速重塑企業數智化轉型的底層邏輯。2025年，是邁富時戰略轉型的里程碑之年，我們完成了從傳統SaaS服務商向AI原生應用平台的跨越。我們既實現了業務的穩健發展，更將可持續發展理念作為企業行穩致遠的戰略核心，它是連接技術創新、業務增長與社會價值的關鍵紐帶，是企業抵禦週期、贏得長期信任的堅實的護城河。

一、堅守初心深耕數智，踐行使命鑄就標杆

自創立以來，我們始終堅守「以客戶為中心、長期主義、團隊協作」的核心價值觀，踐行「聚焦人工智能，提供有競爭力的產品與服務，持續為客戶創造價值」的企業使命，以「創新、全速、專業、極致、誠信、感恩」的企業精神深耕數智化領域。截至2025年末，我們累計申請獲得AI及數智化領域軟件著作權與專利超800項，斬獲相關榮譽資質650餘項，已成功賦能超21萬家企業實現轉型增長，並與200餘家行業夥伴達成戰略合作。2022年與2025年兩會期間，邁富時作為數智化賦能標杆企業，兩次獲《中國新聞》兩會專刊及新華社官網特別報道，這份殊榮既是對我們技術實力與標杆地位的肯定，更是激勵我們踐行使命、再創佳績的強大動力。

二、AI原生驅動價值增長，賦能行業數智轉型

2025年，本集團的AI+SaaS業務已全面轉型為AI應用業務，成功將「場景+數據+平台+模型」四層架構全面跑通，AI應用效率與商業化價值持續釋放，推動業務收入高速增長。2025年，本集團總收入達人民幣28.2億元，同比增長80.8%。其中，AI應用業務收入達人民幣14.9億元，同比增長76.5%。

2025年，我們在行業中持續領跑：連續7年蟬聯「AI SaaS影響力企業」榜首，連續6年穩居「智能營銷50強」第一名，AI SaaS產品在中國營銷及銷售領域營收規模位列第一；同時，憑藉AI-Agentforce智能體中台與智能體一體機的創新突破，斬獲「2025中國AI營銷智能體第1名」、「2025智能體一體機TOP3」，並獲評「2025年中國品牌出海領軍企業」。

2025年我們還作為參編貢獻單位，參與制定了中國信通院營銷自動化(MA)系列標準，結合公司實踐經驗為完善行業標準提供了技術支撐與實踐參考。

人效提升

2025年，我們將自研AI工具全面應用於內部運營管理，人效同比提升了62.7%。AI工具的深度應用，實現了員工時間釋放與工作質量提升，驗證了AI技術在降本增效方面的實際價值。

國際化部署升級

2025年，我們繼續助力中國企業出海，客戶通過Eva、Nora等AI數字員工，使用支持49種語言版本的T雲外貿版產品拓展東南亞、中東、拉美等海外市場，降低運營成本。2025年我們的外貿業務收入達人民幣75.9百萬元，同比增長134%。在服務中國企業出海的同時，我們也開始直接服務海外本土企業。我們已在中國香港、美國、新加坡設立子公司，中國香港已簽約本地客戶。未來我們將進一步拓展海外市場版圖，計劃進入東亞、東南亞、中東及歐美等更多國家和地區。

三、深植ESG理念，構建可持續產業生態

我們始終將ESG理念融入戰略與運營全流程，堅持以技術創新為引擎、以責任擔當為底色，全力構建可持續產業生態。2025年，在董事會統籌引領下，我們以「AI驅動、治理築基、產品賦能、綠色引領、生態共創」為主線，紮實推進ESG實踐。環境層面，推進低碳運營與環境保護，強化氣候變化治理機制，聯動供應鏈夥伴實施環保管控，同時依託AI技術賦能綠色轉型，以數智化手段助力降碳增效，為「雙碳」目標貢獻力量；社會層面，嚴守數據安全與AI營銷合規底線，深化供應商賦能與合作共贏，通過簽署廉潔承諾書、反商業賄賂協議及供應商ESG考核等舉措共建行業合規生態，同時持續踐行社會責任，贊助科研與創新賽事舉辦、捐贈高校教學設備及資金，以實際行動支持教育事業、彰顯企業溫度；治理層面，優化供應商全生命週期管理，構建AB雙鏈保障體系與科學淘汰機制，推進全員合規培訓、健全內部舉報處理流程，築牢合規風控防線，同時完善ESG治理架構，確保可持續發展戰略從頂層設計到基層執行有效穿透。報告期內，萬得(Wind)發佈ESG評級報告，我們憑藉在環境、社會及治理領域的系統性實踐與卓越表現，成功榮獲Wind ESG A級評級。

未來，邁富時將繼續堅守商業道德與合規底線，深化ESG理念與業務戰略的協同，持續以AI技術賦能可持續發展，以更開放的姿態攜手股東、客戶、合作夥伴、員工及社會各界，共建安全、合規、綠色、包容的產業生態，將企業發展融入時代浪潮，將技術創新錨定社會價值，實現真正的長期增長，為行業高質量發展與全球數智化轉型貢獻力量。

走進邁富時 關於邁富時

本集團成立於2009年，是全球領先的AI應用平台。本集團秉承「以客戶為中心、長期主義、團隊協作」的核心價值觀，以深度的業務洞察和專業的解決方案能力，致力於成為企業擁抱和應用AI的最佳實踐夥伴。

邁富時以AI原生架構為底層支撐，在國內開創性研發了AI-Agentforce企業級智能體中台，提供覆蓋研發、生產、供應鏈、營銷、銷售、服務、經營決策、組織人才賦能等全鏈路的AI解決方案。邁富時聚焦人工智能，提供有競爭力的產品與服務，現已累計服務超21萬家企業，涵蓋零售消費、汽車、金融、B2B製造、醫藥大健康、企服、跨境電商等行業領域。

企業文化及價值觀



願景

成為AI原生時代
全球企業數智化最佳夥伴



使命

聚焦人工智能
提供有競爭力的產品與服務
持續為客戶創造價值



價值觀

以客戶為中心
長期主義
團隊協作

邁富時持續深耕AI技術、完善產品矩陣、優化組織形態，致力於成為AI原生時代全球企業數智化最佳夥伴。邁富時累計申請獲得AI及數智化領域軟著/專利800餘項，獲得國家科技進步二等獎，上海市科技進步一等獎，兩次作為數智化賦能標杆企業被中國新聞兩會專刊特別報道。



年度大事記

1月

邁富時受邀出席「千域聚力·全域增輝」騰訊智慧零售2024年度生態合作夥伴大會，斬獲騰訊智慧零售「千域計劃」三項大獎。

3月

邁富時在蘇州昆山發佈國內首家政企智能體一體機，以「軟硬一體、開箱即用」的創新解決方案，為政企數智化升級開闢出一條安全可控的智能辦公新路徑。

5月

江西省委常委、南昌市及贛江新區黨委主要領導會見邁富時董事長，邁富時就跨境電商產業園區建設、「一帶一路」數字貿易產學研簽署四大戰略合作項目。

邁富時出席高盛旗艦Technet科技大會，分享邁富時推動國產AI加速落地，以AI Agent帶動全場景降本增效。

7月

邁富時升級智能體一體機，深度融合智能體中台，以全棧國產化適配與新增信創版本為核心突破，為政企智能化注入「國產芯」，築牢「安全基」。

邁富時AI-Agentforce企業級智能體中台解決方案亮相世界人工智能大會，扎根業務場景，加速價值轉化。

9月

2025互聯網岳麓大會上，邁富時董事長趙緒龍分享「AI如何真正落地」的主題演講。

11月

邁富時參加第八屆中國進博會「AI賦能電商創新與發展論壇」，榮膺AI案例「價值貢獻獎」。

珍島雙十一全球企業數智化工具選品會鎖定合同金額突破1.83億元。

4月

邁富時受邀出席湖北省行業商協會未來創新大會，講解智能體技術在多場景的可應用路徑，為各行業提供可複製的智能化轉型解決方案。

邁富時出席2025天使投資大會「科創論道」論壇，分享AI重塑產業邏輯與科創生態的破局之道。

6月

邁富時和樂橙數健聯合主辦「第四屆保險健康嘉年華」，共同解鎖AI技術驅動行業變革的實踐路徑。

8月

邁富時亮相2025數博會·華為B2B企業節，以智能體中台共創企業數智新生態。

10月

邁富時受邀出席南京江北新區國際投資合作招商會，賦能當地政企擁抱AI Agent生產力。

邁富時受邀出席中國國際軟件博覽會，共同探索製造業「智造出海」新路徑。

12月

在江蘇省省長的見證下，邁富時全球研發總部落戶南京，舉行簽約儀式。

邁富時攜手全球科技巨頭HCL Tech發佈AI工業應用軟件及工業智能體一體機，以「全球生態+自主技術」雙輪驅動，為工業智能化轉型注入全球化新活力。

邁富時生態大會在南京召開，會上發佈了智能體中台3.0，並與百度、阿里雲、沐曦股份、Opentext、新浪、螞蟻集團OceanBase等國內外頂尖企業、南京多所優秀高校達成合作夥伴關係。

年度獎項與榮譽

「上海市模範集體」稱號
中共上海市委、上海市人民政府



**2025上海軟件和信息技術服務業
百強企業**
上海市經濟和信息化委員會



**2025上海民營企業
100強**



上海市企業聯合會、上海市企業家協會、解放日報社

**2025上海服務業企業
100強**



上海市企業聯合會、上海市經濟團體聯合會、上海市企業家協會、解放日報社

**2025上海民營服務業企業
100強**



上海市企業聯合會、上海市企業家協會、解放日報社

**2025上海百強成長企業
100強**



上海市企業聯合會、上海市企業家協會、解放日報社

**2025上海新興產業企業
100強**



上海市企業聯合會、上海市企業家協會、解放日報社

AI 創新

**AI SaaS 產品中國營銷及銷售領域
營收規模第一**
億歐智庫



**2025中國AI營銷智能體
TOP30-第1名**
中國科學院《互聯網週刊》、德本諮詢、eNet 研究院



**中國AI SaaS 影響力企業
TOP50-第1名
(連續7年蟬聯)**
德本諮詢(DBC)&中國科學院
《互聯網週刊》(CIW) & eNet
研究院

**2025智能營銷50強-
第1名
(連續6年蟬聯)**
中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院

**2025智能體一體機
TOP30-
第3名**
中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院

**2025中國AI智能體/
Agent Top30-
第3名**
德本諮詢(DBC)

**2025上海AI
人工智能企業
TOP150-第4名**
中國社科院信息化研究中心、
中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院

**2024 AI Agent 應用
TOP30**
中國社科院信息化研究中心、
中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院



數智信創

2025年中國信創產業年度榜單中國最佳信創廠商TOP50

第一新聲



2025加速國產化替代創新解決方案

2025中國信息技術應用創新峰會



2025中國軟件150強-TOP30

中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院

2025信創領軍企業30強

中國社科院信息化研究中心、
中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院

2025數字化轉型推動企業100強-TOP15

中國科學院
《互聯網週刊》

2025 CDI 優秀數字化技術服務商

CDIE 大會

2025年度數字化創新實踐TOP50

中國科學院《互聯網週刊》、
德本諮詢、eNet 研究院



行業實踐

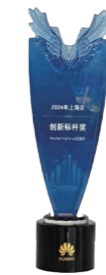
聚力成林 年度生態合作共贏獎

華為雲



2024年 上海雲創新標杆獎

華為雲



卓越認證夥伴

騰訊智慧零售與生活產業
「千域計劃」



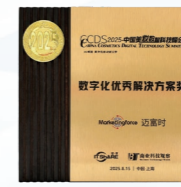
舍得酒業- 數智化營銷運營標杆

舍得酒業



2025 中國美妝 數智科技峰會-數字化 優秀解決方案獎

IT Share& 商業科技觀察



年度零售AI解決方案 創新獎

第十一屆全國消費品CIO大會



2025年上海商 業人工智能優秀案例 (電商與零售篇)-價值貢獻獎

上海市網購商會



2025上海硬核科技 企業TOP100

上海市產業技術創新促進會





AI 出海

2025年中國品牌出海領軍企業
品牌文化雜誌社



**2024年全球跨境電商
營銷優質服務商**
中國服務貿易協會



**第25屆IAI傳鑒
國際廣告獎-智慧營銷/AI-銅獎**
IAI傳鑒國際廣告獎執行委員會



**2025 創新勢能領先指數
先鋒企業**

中新社上海分社、
遠川研究所與臨港新片區



投資價值

**AI Agent 領域
最具商業合作價值企業**

數據猿、上海大數據聯盟



最具價值人工智能公司

智通財經



**港股最具投資潛力
上市公司**

2025上市公司口碑榜



**港股金智慧獎·
港股通價值公司**

數智國際、財聯社、慧悅財經



年度品牌傳播獎

財聯社



2025(行業)影響力品牌

CFS第十四屆財經峰會



年度 ESG 亮點績效



WIND ESG 評級獲評 A 級

環境

- 範圍一及範圍二的溫室氣體排放相較2024年度下降**22.41%**
- 通過ISO 14001環境管理體系認證的年度審核
- 實施智慧能源管理、照明系統升級、雲資源與系統能效提升、低碳出行等多維度的節能減碳舉措
- 公務用車中新能源車佔比達**90%**
- 積極倡導可再生資源回收利用，提升資源利用效率
- 健全氣候治理架構及機制，全面提升氣候韌性

社會

- 推出AI-Agentforce企業級智能體中台3.0等創新產品與解決方案
- 全面深化AI技術應用，提升內部組織能效，加速行業升級
- 獲得ISO 9001質量管理體系認證
- 研發投入達**人民幣4.4億元**
- 報告期內取得軟件著作權**20項**，獲得專利授權**2件**
- 通過GB/T 27922-2011售後服務**五星級**認證
- 通過ISO 27001、ISO 27701、ISO 20000、ISO 27017、ISO 27018、ISO 27040等信息、數據及隱私安全相關管理體系認證的年度審核
- 制定並實施《多元化、平等與包容 (DE&I) 政策》

管治

- 輸出《2025年度風險評估報告》《2025邁富時風險審計工作報告》，為管理決策與風險防控提供堅實保障
- 反貪腐與商業道德專題培訓覆蓋率達**100%**
- 0起**貪污相關訴訟案件

可持續發展管治

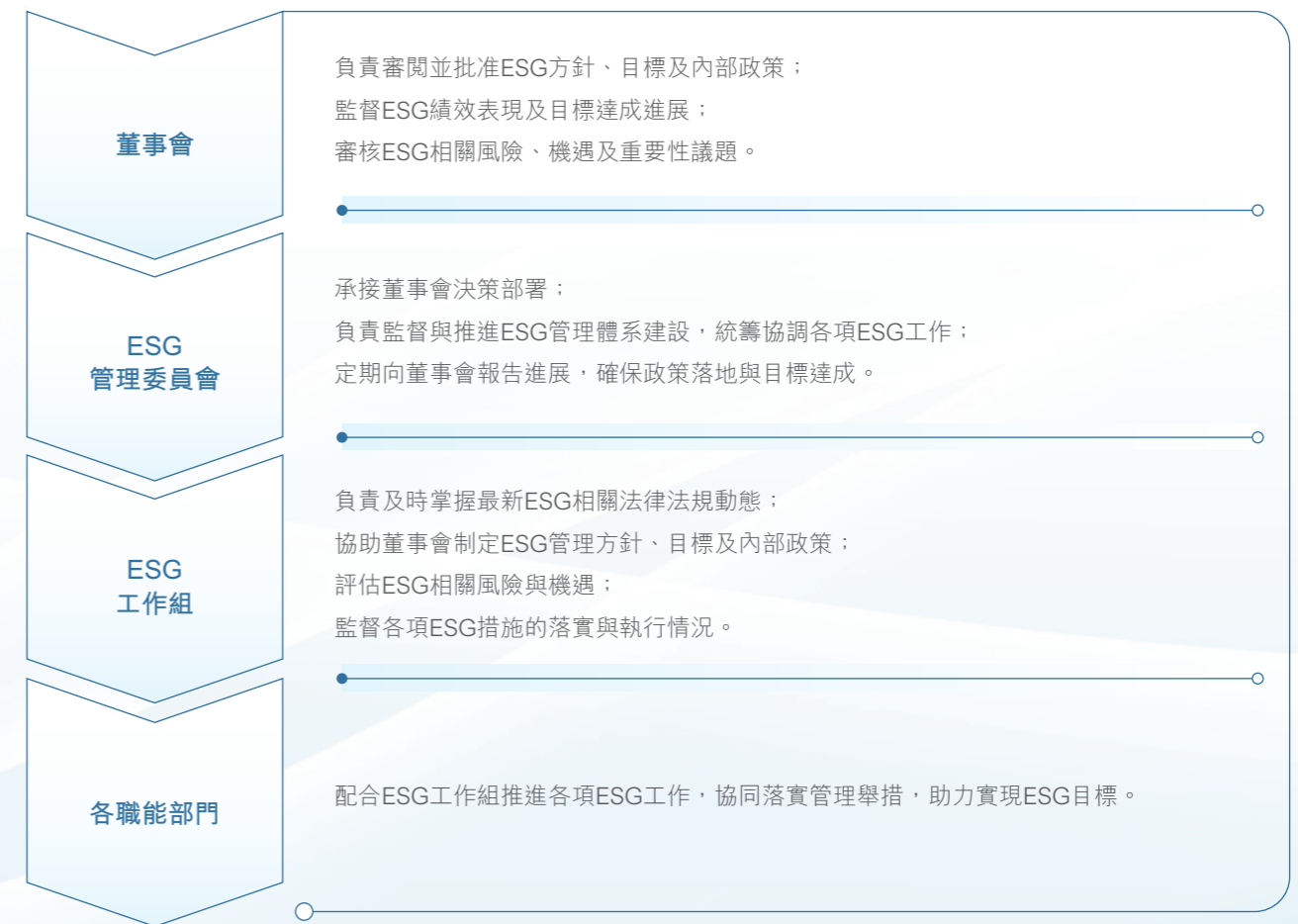
邁富時深知可持續發展對長期穩健經營的關鍵作用，致力於構建系統化的可持續管理體系，履行在環境保護、社會貢獻與治理優化方面的責任承諾，持續推動企業向綠色、高質量的發展路徑邁進。

ESG 治理

邁富時持續完善ESG治理體系，於報告期內設立ESG管理委員會，進一步強化治理頂層設計。我們已構建由董事會主導、ESG管理委員會統籌、ESG工作組推進、各職能部門協同參與的ESG治理架構，以保障ESG治理與管理事宜的有效落地。

我們制定《環境、社會及管治 (ESG) 制度》，建立職責明確的ESG管理框架，並將ESG管理要求融入企業運營與日常管理之中。

為進一步提升董事成員ESG治理知識儲備與管理實踐能力，報告期內，我們向全體董事發送ESG規則解讀資料，所有董事均已按時完成學習。



邁富時 ESG 治理架構

董事會聲明

董事會是集團ESG事宜的最高決策機構，負責ESG事宜的全面監督與戰略規劃，確保履行環境與社會責任承諾。我們支持通過管理ESG相關風險及建立有效的內部控制體系以減輕風險，並根據適用法律法規及政策定期評估風險，制定及調整策略與目標。同時，我們每年檢討ESG目標達成情況，並在必要時修訂策略。此外，董事會監察本集團與各持份者之間的溝通，並根據溝通結果調整管理方針以適應ESG市場趨勢。

我們積極識別及監察可能影響本集團業務、策略及財務表現的ESG相關風險及機遇，評估這些風險的短期、中期及長期影響的程度，並在制定業務策略時充分考慮該等事宜，視情況靈活調整特定運營地的經營策略，以適應不斷變化的外部環境，降低ESG相關風險的影響。

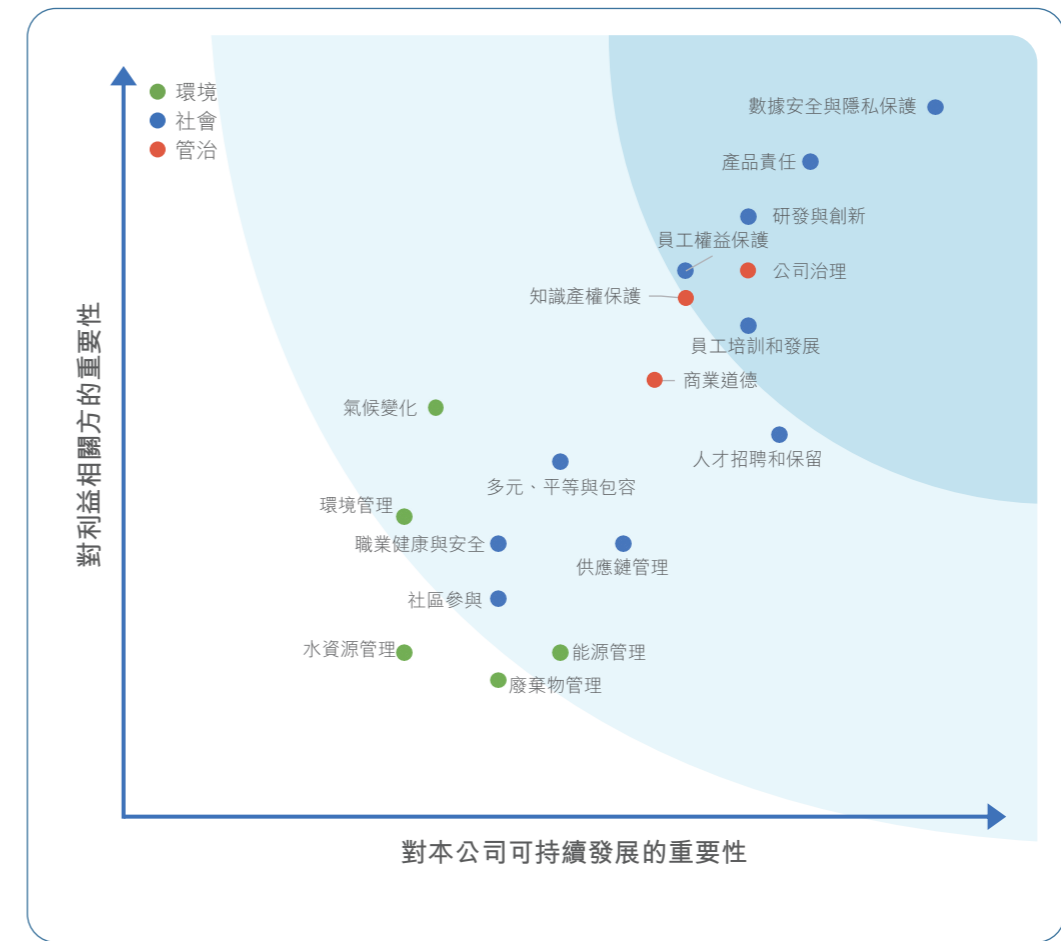
持份者溝通

邁富時高度重視與持份者的互動與對話，主動搭建多元溝通渠道，全面瞭解其關切與訴求，形成共建共治、協同發展的良性生態。

主要持份者	溝通方式
政府及監管機構	政策指示 工作匯報 信息報送 監督檢查
股東及投資者	股東大會 信息披露 投資者會議及路演 日常電話及郵件溝通
客戶	多種客服渠道 公司官網 社交媒體平台 產品平台
員工	內部通訊平台 員工交流及關懷活動
供應商及合作夥伴	招標會議 供應商評審流程 交流合作 行業論壇
社區公眾	社區活動 志願服務 公司官網 社交媒體平台

重要性評估

邁富時定期開展重要性議題的識別、評估與披露，為ESG戰略規劃與管理實踐提供參考。報告期內，我們結合外部趨勢、行業關注重點、資本市場關注焦點及自身運營情況，梳理並更新重要性議題矩陣，確保議題管理與內外部環境動態同步。



2025年邁富時重要性議題矩陣

專題

AI 驅動，
引領行業革新

- 戰略轉型里程碑
- 產品智能升級
- 組織能效提升
- 客戶服務效能提升

專題：AI 驅動，引領行業革新

在數字經濟與實體經濟深度融合的新時代，人工智能 (AI) 已從技術概念演變為驅動產業進化與組織重塑的核心引擎。作為深耕企業服務領域的先鋒，我們深刻洞察這一趨勢，將「AI First」提升至企業戰略高度，不僅致力於通過前沿技術賦能客戶實現智能躍遷，更以此為契機，驅動內部管理體系向高效、敏捷、智慧化蛻變，構築可持續發展的核心競爭優勢。

戰略轉型里程碑

2025年，邁富時成功將「場景+數據+平台+模型」四層架構全面跑通，完成了從傳統SaaS服務商向AI原生應用平台的跨越。



產品智能升級

我們的核心產品矩陣，包括全場景AI員工、AI原生平台及操作系統。



我們堅信，AI的價值根植於解決真實的業務挑戰、驅動可驗證的商業增長。為此，本集團確立「AI為先」的核心戰略，以自主研發的AI-Agentforce企業級智能體中台為技術中樞，構建覆蓋營銷、零售、銷售、政企等多場景的綜合賦能體系。

智能體中台全面升級：從功能構建到智能躍遷，賦能業務多維突破

我們的智能體中台自推出以來，實現了從基礎功能構建到高階智能躍遷的持續進化。報告期內發佈的3.0版本，標誌著平台在智能維度上的重要突破：通過全面引入多模態感知與理解能力，並結合自主任務規劃與執行框架，使得智能體不僅能夠處理結構化文本，更可融合圖像、語音等多源異構信息，在複雜業務場景中實現任務自主拆解與智能決策，其應用邊界與綜合效能得到顯著拓展。



AI-Agentforce 企業級智能體中台

同時，智能體中台創新推出自然語言構建Agent (NLA) 能力。用戶僅需通過自然語言指令描述業務需求，即可快速配置並生成定制化智能體，極大降低技術使用與部署門檻，真正實現AI賦能的簡易化、高效化，為各業務條線的智能升級提供了統一、敏捷、可靠的底層支撐。

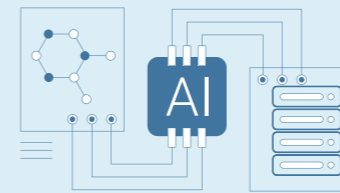
依託強大的智能體中台，2025年我們將AI能力深度注入各核心業務線，打造了一系列標杆性的場景化解決方案，實現從技術能力到商業價值的有效轉化。

營銷領域創新：構建AI原生營銷閉環，重塑品牌增長路徑

在營銷領域，我們致力於幫助企業構建面向未來的AI原生營銷能力。通過整合前沿的生成式AI技術與深厚的行業洞察，我們打造了從流量獲取、內容創造到效果优化的全鏈路智能營銷體系，助力品牌在變革中捕捉新機遇，實現品效協同的可持續增長。

GEO (生成式引擎優化)

構建從AI搜索流量捕獲、內容生成到轉化分析的全鏈路AI原生營銷閉環，助力企業在AGI時代搶佔流量新高地，沉澱品牌AI認知資產。



數字人及AIGC工具

推出「一鍵換包裝」、「照片數字人」等創新功能，並同步上線AI圖文生成、AI視頻智能拆解與混剪等工具矩陣，適配小紅書等社交平台的內容營銷與品宣需求，提升創意內容的生產效率與傳播效能。

Tforce營銷大模型

經過深度迭代並通過網信辦備案，具備強大的營銷全鏈路話術識別、關鍵詞精準抓取及多維度效果分析能力，為營銷策略的優化與效果提升提供了數據智能支撐。

零售領域創新：以數據智能驅動全景零售，激活增長新動能

面對零售行業全域融合與體驗升級的迫切需求，我們以數據為核心，構建貫通線上及線下的全景智慧零售解決方案。該解決方案旨在幫助零售企業打破數據壁壘，實現客戶資產的統一運營，並通過智能化的觸達與服務，在存量競爭中挖掘增量價值，打造無縫且個性化的消費體驗。

○ 全景數據平台

整合線上商城、線下門店、小程序及第三方平台等全域數據，打破數據孤島，構建統一的「One-ID」客戶畫像，為精細化運營奠定基礎。

○ 智慧私域運營

通過小程序實現動態會員標籤管理與自動化營銷流程。線下「智慧導購」系統可實時調取客戶畫像，生成個性化商品推薦與追蹤鏈接，有效提升離店轉化率。同時，實現小程序「千人千面」的智能推薦，並對新客激活、沉默喚醒等八大核心場景進行自動化旅程設計。

銷售雲創新：AI 重塑銷售生產力，打造業績增長新引擎

我們將「銷售雲」定位為公司的第二增長曲線，依託AI深度重構銷售流程與管理模式。通過打通PaaS業務中台與AI-Agentforce企業級智能體中台，我們打造出一套貫穿營銷、銷售、客服全流程的AI工具矩陣，將銷售人員從繁瑣事務中解放出來，聚焦於高價值的客戶互動與關係深化，提升銷售團隊的科學決策能力與閉環轉化效率。

○ 銷售雲AI創新

營銷Agent：	實現AI客戶洞察、AI線索智能獲取與推薦、AI線索驗證，提升線索數量與質量。
銷售助理Agent：	輔助完成標書方案撰寫、合同風險智能審查等專業性工作，提升後台支持效率與風控水平。
銷售Agent：	覆蓋銷售全過程，提供拜訪前智能準備、拜訪中實時話術輔助、拜訪後自動生成總結與報告，並能進行AI商機贏率預測與深度洞察，助力商機高效推進。
客服Agent：	部署智能客服機器人，並具備話術質檢能力，提升服務標準化與客戶滿意度。

拓展產品國際化能力，構建全球AI生態

2025年，我們的AI原生CDP/MA國際版再升級，通過海外全渠道觸達矩陣升級與AI-Agentforce智能體中台的深度融合，為企業構建全球化營銷閉環系統，破解跨境運營中長期存在的渠道割裂與數據洞察不足等核心難題。



邁富時智能營銷自動化觸達系統

生態協同創新：共建開放AI生態，驅動產業融合共贏

我們堅持以開放共贏的理念，攜手全球領先產業夥伴共同構建數智化生態圈。2025年，我們深度推進生態協同戰略，圍繞共建AI雲原生服務、升級AI算力基礎設施、共創全鏈路AI場景三大方向，與夥伴實現技術底座、行業應用與商業生態的全面融合。

- 在AI雲原生服務領域，我們與合作夥伴聯合打造覆蓋智能信息管理與業務賦能的AI原生平台，推動可信數據向實時業務行動轉化。我們聚焦AI原生能力落地，實現技術底座與行業場景的精準對接，致力於為全球客戶提供安全高效的數智化解決方案。
- 在算力基礎設施層面，我們深度融合自研智能體架構與國產化算力硬件，支撐大模型高效訓練推理，為企業級數智化部署提供安全可控的底層基座。我們與國產芯片及算力企業展開深度合作，構建「算力—應用」閉環體系，聯合打造「國產芯+智能體」一體機，助力AI場景落地與企業數智化升級。
- 在全鏈路AI場景共創方面，我們聯動社交生態頭部平台，構建從內容生成、精準觸達到效果復盤的營銷閉環，攜手打造行業全鏈路AI解決方案。我們與行業智庫協同深耕零售、金融等垂直領域，以AI技術賦能產業資源鏈接與智能信息管理，實現流程優化、業務增長與風險管控的多維目標。

組織能效提升

在對外賦能行業數智化升級的同時，我們同樣堅持將AI技術深度應用於內部管理與運營支撐體系。通過前瞻性的技術架構革新與全方位的智能化系統部署，我們持續驅動組織向更高效率、更強協同、更優體驗進化，構建起支撐外部業務持續創新與快速迭代的堅實內核。

革新底層技術架構，提高研發效率

為支撐海量AI應用與複雜業務系統的穩定、高效運行與快速迭代，我們以前瞻視野持續推進底層技術架構的戰略性革新。通過領域驅動設計(DDD)重構，我們以業務邊界為核心對系統進行微服務化改造，降低模塊間耦合度，提升代碼可維護性與團隊開發自主性。同時，統一服務網格(Service Mesh)的落地，將服務通信、熔斷、限流、觀測等非業務能力下沉至基礎設施層，使開發人員更專注於業務邏輯創新，新服務上線效率提升達40%。

此外，我們推行API-first與契約驅動開發範式，所有服務均以標準化的API契約為先導，自動生成客戶端SDK與交互文檔，有效提升了內部跨團隊協作的流暢度以及與生態夥伴的系統集成體驗，為構建開放、協同的技術生態奠定了堅實基礎。

構建全週期HR智能系統，助力人才培養及管理

人才是公司最核心的資產。我們構建了貫穿「選、育、用、留」全週期的AI人力資源管理系統，將智能化融入人才管理的每一個環節。

- AI智能陪練系統通過生成高度仿真的業務劇本，為銷售等關鍵崗位新人提供沉浸式情境對練與客觀行為考評，加速其實戰能力的養成與轉化。
- AI智能考試官系統實現了考題的自動生成、個性化難度適配與標準化評分，有效提升了培訓考核的效率和精準度。
- AI做課系統能夠基於現有知識庫快速生成結構化課程講義與多語言字幕，並支持精細化編輯，助力體系化培訓內容的快速搭建與迭代。
- AI智能人才發展教練，則能基於多維度的員工測評數據，提供個性化的能力發展建議、面試輔導與成長激勵，實現人才管理的智能化診斷與人性化關懷相結合，持續激發組織活力。

邁富時HR智能系統

客戶服務效能提升

卓越的客戶服務是贏得長期信任的基石。在客戶服務側，我們應用AI技術構建了人機協同、高效智能的AI客服系統。AI客服實現了對服務全流程的智能化改造，有效提升服務效率與客戶體驗，使得客服人員能更專注於處理更具深度、更高價值的客戶需求。

在服務前端，AI客服能夠實時、準確地響應客戶關於產品操作、賬號設置等常規問題的自助問答，提供7x24小時的即時支持；對於產品定價、版本差異等標準化售前諮詢，AI客服可自動回復並精準推送資料，大幅減少了人工的重複性勞動。

在問題處理中台，客戶提交的售後工單能被AI客服自動識別類型（如功能Bug、操作指導等），並智能分派至最合適的業務小組，有效縮短了工單流轉與初次響應時間。

在服務閉環環節，AI客服能在服務結束後自動發放滿意度調研問卷，收集客戶反饋，為服務流程與質量的持續優化提供寶貴的數據洞察。

通過構建堅實的技術底座、深耕豐富的業務場景、並不斷將AI內化為組織的核心運營能力，邁富時在為客戶創造商業價值的同時，也在不斷提升面向未來的核心競爭力。

展望前路，我們將繼續深化AI技術創新與應用探索，與合作夥伴攜手，共同推動行業智能化變革，引領行業邁向更加高效、智能的新紀元。

01

|||||
治理築基，
護航穩健發展



- |||||
- 1.1 企業管治
 - 1.2 風險管理
 - 1.3 商業道德

1 治理築基，護航穩健發展

邁富時堅持誠信為本的經營理念，持續構建權責清晰、協同高效的治理結構。我們健全風險防控機制、加強商業道德建設，提升管理規範性與執行有效性，切實築牢可持續發展的治理根基。

1.1 企業管治

邁富時建立了協同高效的企業治理架構。董事會下設審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，其中審核委員會成員全部為獨立非執行董事，確保治理決策的獨立性與透明度。



我們積極推進董事會多元化建設並實施多元化政策，致力於吸納在性別、年齡、民族、種族、教育背景、職業經歷、地域來源及思維方式等方面具有多樣性的優秀人才，著力構建認知多元、結構均衡的董事會團隊。提名委員會負責持續監督並定期審查多元化政策的落實情況，並對其開展定期評估和優化，確保董事會構成的多樣性與治理效能的持續提升。

截至報告期末，董事會成員共6人，其中獨立非執行董事3人，執行董事3人，女性董事1人，獨立非執行董事佔比50.0%，女性董事佔比16.7%：

截至報告期末：

獨立非執行董事佔比：

50.0 %

女性董事佔比：

16.7 %

職位	姓名	性別	專業能力			
			行業經驗	運營管理	風險合規	財務治理
執行董事	趙緒龍	男	√	√	√	√
執行董事	趙國帥	男	√	√	√	√
執行董事	許健康	男	√	√	√	
獨立非執行董事	李英傑	女		√	√	√
獨立非執行董事	楊濤	男	√		√	
獨立非執行董事	陳晨	男		√	√	√

董事會成員信息表

邁富時定期通過郵件向董事會成員及高級管理層通報《上市規則》及《上市規則》附錄C1《企業管治守則》的最新修訂內容，確保其及時、全面掌握企業管治的監管動態，提升企業管治知識經驗儲備與能力。

1.2 風險管理

邁富時依據《中華人民共和國公司法》、《上市規則》及《企業內部控制基本規範》等法律和規定，結合自身運營實際，構建風險管理體系。我們制定《風險管理制度》，明確風險管理職責與管理流程，全面提升風險識別、評估與應對能力，築牢企業穩健運營防線。

邁富時風險管理架構	
董事會	負責審定公司整體風險偏好與風險容忍度； 全面監督管理層在風險管理和內部控制體系方面的設計、實施與運行情況。
審核委員會	負責監督公司風險管理體系與內部監控系統的建立與運行。
管理層	負責主導風險管理體系與內部控制機制的規劃、落地與日常運行，確保公司運營安全； 定期向董事會提交管理報告，反映體系運行成效。
內部審計部	獨立開展內部審計工作； 系統評估公司風險管理和內部控制體系的充分性、有效性與合規性。
公司各部門及業務單位	積極配合內部審計與風險管理要求，落實本部門風險識別與控制職責； 根據管理要求完善流程設計與執行機制。

我們已構建覆蓋風險識別、評估、緩解與監控全過程的管理流程，確保風險管理的系統性與全面性。



邁富時風險管理流程

報告期內，我們開展深度的風險評估，全面更新2025年公司面臨的戰略、市場、運營、財務及法律等關鍵風險，識別潛在影響與應對路徑，並制定針對性管理措施，形成《2025年度風險評估報告》。我們亦持續開展風險審計工作，年度內形成《2025邁富時風險審計工作報告》，為管理決策與風險防控提供有力支撐。

此外，為強化全員風險意識，我們統籌財務、法務、業務及研發部門，開展線下風險管理培訓，圍繞2025年風險評估與審計發現的宏觀政策、行業及運營風險點，講解風險成因與應對措施，提升員工風險意識。

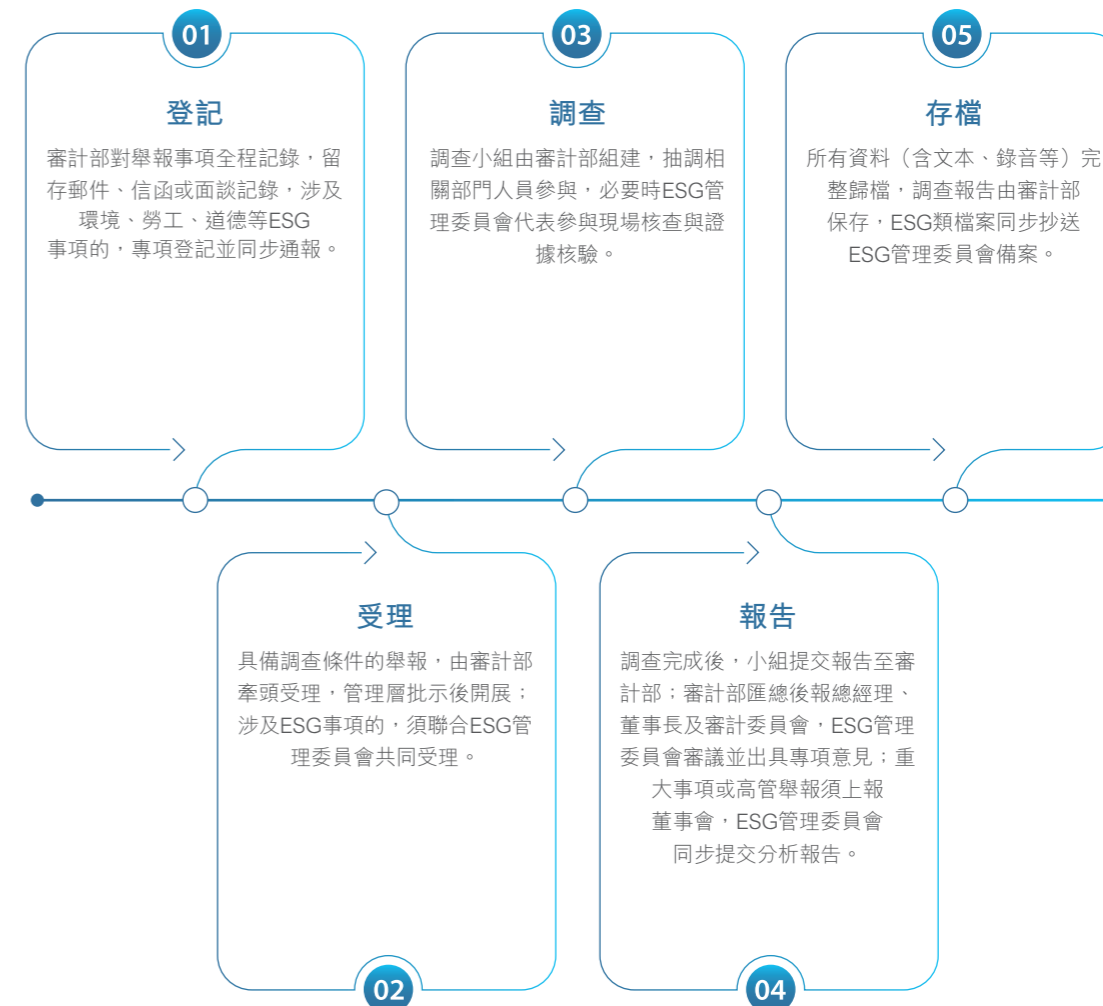
1.3 商業道德

邁富時嚴格遵循《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》等法律法規，對貪污腐敗、徇私舞弊、不正當競爭等行為堅持零容忍態度。我們制定《反賄賂管理制度》與《反舞弊與舉報制度》，明確相關行為準則、舉報流程與處置機制，全面規範員工的職業行為。報告期內，邁富時未發生貪污相關訴訟案件。

我們已建立明確的商業道德管理架構，其中ESG管理委員會負責商業道德制度的制定、執行監督與相關風險識別，並統籌開展商業道德宣貫與培訓，提升商業道德治理的協同性與執行力。

我們鼓勵全體員工及與公司存在直接或間接經濟關係的相關方，通過舉報郵箱、信函或當面舉報等方式，主動反映公司或員工涉嫌違規的行為，並暢通問題發現與反饋渠道，持續完善內部監督機制。

邁富時舉報渠道	
舉報地址	上海市靜安區江場路1401弄，8號樓珍島中心
舉報郵箱	110@marketingforce.com



邁富時舉報處理流程

我們亦明確舉報人權利與保護機制，保障其合法權益。我們嚴禁對參與調查的員工實施任何形式的歧視或報復行為；一經查實，將根據情節輕重嚴肅處理，確保舉報與申訴機制公開、公正、有效運行。

此外，我們高度重視商業道德文化培育。我們面向全體員工在內部培訓平台「德學堂」開展反貪腐與商業道德專題培訓，結合法律法規解讀與典型案例分享，強化員工法律意識與合規「紅線」意識，規範職業行為。針對董事會成員，我們將反貪腐與商業道德培訓資料以郵件形式定向推送；全體董事均已按要求完成全部學習內容，有效提升治理層的合規履職能力。

02

產品賦能，
創造可持續價值

- 2.1 卓越產品
- 2.2 研發創新
- 2.3 數據與隱私安全

2 產品賦能，創造可持續價值

邁富時以質量管理體系為基礎，將「AI為先」戰略融入創新實踐，以領先的智能技術持續驅動產品與服務升級。我們始終踐行負責任營銷理念，倡導真實、透明、可驗證的價值傳遞。同時，我們高度重視數據安全與隱私保護，保障客戶信息資產的全流程安全，與客戶及合作夥伴共建開放、可信、可持續的數字生態。

2.1 卓越產品

邁富時堅持「創新引領發展」的核心理念，將創新視為驅動企業可持續發展的核心動力。我們通過構建完善的質量保障體系，持續深化研發創新並全面加強知識產權保護，為客戶提供高質量的數字化解決方案，助力企業與客戶實現協同發展、共同成長。

2.1.1 質量保障

我們完善並落實《產品研發標準流程與規範》《研發中心標準研發流程與制度》《產研交付過程管理工作規範》等內部制度規範，建立起覆蓋需求、開發、測試、驗收及上線全週期的質量管理體系。2025年，邁富時順利通過ISO 9001質量管理體系認證年度審核，持續鞏固質量管理的系統化、標準化能力。



為全面構建覆蓋全鏈條的質量管理體系，我們建立了「董事會—產品委員會—產品線—執行層—PMO（項目管理辦公室）」質量管理架構，形成從戰略決策到執行落地的閉環管控機制。



邁富時質量管理架構

為持續優化產品研發過程管理，我們完善並強化PMO職能，進一步明確產品全流程的關鍵管控節點與標準，覆蓋從產品評審、需求澄清到設計、測試、驗收及最終審核的全部環節。同時，我們建立相關考核指標，以確保各項管理要求切實落地。

我們亦著力優化客戶反饋閉環機制，建立覆蓋問題歸集、分析、修復、驗證、關閉及知識沉澱的全流程管理標準，持續提升客戶反饋的響應效率與處理質量。

為培育全員質量文化，公司構建「專項能力培訓+質量意識培訓」雙維度培訓體系，採用分層分類、線上線下結合、理論實操並重的培訓模式，全面覆蓋產品、研發、測試等全崗位人員。同時，我們將培訓考核與個人績效掛鉤，有效推動質量意識提升與質量管理水平持續增強。

代碼規範化與工程效能培訓

報告期內，我們面向全體研發與測試人員開展以「代碼規範落地與工程效能提升」為主題的專項培訓，通過「線上理論+線下實操+項目演練」相結合的模式，解讀公司《前端/後端代碼規範手冊》，並圍繞代碼重構、單元測試、Git 流程及結對編程等內容進行實操訓練。培訓後，新項目代碼規範符合率顯著提升，代碼評審效率提高30%以上。

質量意識與流程培訓

報告期內，我們圍繞「質量責任與流程規範落地」主題開展專項培訓。培訓面向低代碼平台產研與交付團隊約100名員工，通過「線上視頻學習+線下案例研討」結合的形式，系統講解產品可測試性設計、質量反饋流程、典型案例復盤及第一責任人制度等內容。培訓後，交付團隊在PaaS平台問題反饋的準確率提升40%，產品需求可驗證性明顯增強，有效減少因需求模糊引發的質量問題。

2.1.2 研發創新

邁富時以「AI為先」為核心戰略，聚焦AI智能體技術研發與場景化應用，推動從技術探索向規模化、產業化應用的戰略轉型。我們逐步構建覆蓋營銷、零售、銷售、政務等多個關鍵領域的AI解決方案，持續提升產品競爭力，鞏固行業引領地位，以科技賦能負責任、可持續的業務增長。

我們持續推進研發體系的系統化建設，於報告期內成立人工智能研究院、智能體中台部門、一體機研發部，構建了從前沿探索、平台支撐到產品實現的全鏈路創新架構。同時，我們組建了規模逾50人的專業AI研發團隊，聚焦AI大模型、智能體技術與多模態應用等核心領域，為企業的持續技術創新提供堅實的人才與組織保障。

此外，我們持續推進AI研發基礎設施建設，重點推進領域驅動設計（DDD）、統一服務網格（Service Mesh）等技術架構的重構與落地，為研發創新提供堅實的技術支持。報告期內，我們的研發投入達人民幣4.4億元，主要用於關鍵技術攻關、系統研發和高端人才引進，有力推動研發戰略的落地與成果轉化。

我們注重培育企業創新文化，通過優化激勵機制、強化技術賦能、搭建實踐平台和完善表彰體系等舉措，構建激發全員持續創新的長效運行機制。



報告期內，邁富時在質量管理與產品創新方面獲得行業廣泛認可，並榮獲多項權威獎項，詳見本報告「走進邁富時—年度獎項與榮譽」。

2.1.3 知識產權保護

邁富時基於「可行、實效、系統、準確、簡明」的指導原則，制定《知識產權管理手冊》與《知識產權程序文件匯編》等知識產權相關制度規程，構建涵蓋管理體系與職責分工、資源配置、基礎管理、實施運行、審核改進等內容的知識產權管理規範，保障知識產權在創造、管理、運用與保護全鏈條中的規範運作。

報告期內，我們開展知識產權內部審核，全面覆蓋產品研發工具、中間件軟件著作權等核心知識產權領域。針對審核中發現的主要問題，我們已推進多項改進措施，包括完善知識產權保護相關規章制度及名單指導目錄、引入IOA（知識產權在線審核）工具、建立常態化的季度盤點機制等，以進一步強化知識產權申請與管理流程的規範性和執行力。

在持續完善知識產權管理體系的基礎上，我們著力推進知識產權保護文化建設，通過系列專項培訓提升全員知識產權保護意識與規範操作能力。報告期內，公司未發生知識產權侵權事件。

知識產權保護與規範應用專項培訓

2025年，我們採用線上直播、線下答疑與案例教學相結合的形式開展了「知識產權保護與規範應用專項培訓」，內容涵蓋法律法規解讀、公司知識產權制度、專利申請與軟件著作權保護實務及風險防範等方面，覆蓋研發、管理及相關關鍵崗位約150名員工。

2025年，我們取得軟件著作權20項，並獲得專利授權2件，進一步充實核心技術儲備。

2.2 優質服務

邁富時秉持「以客戶為中心」的價值觀，致力於成為全球企業數字化與智能化的最佳夥伴。我們以「聚焦數字化與智能化，提供有競爭力的產品與服務，持續為客戶創造價值」為使命，通過構建高效的客戶服務體系、設立完善的服務渠道、踐行負責任營銷，確保以卓越品質為客戶提供全流程、一站式的優質服務體驗。

2.2.1 客戶服務

我們已建立標準化的服務管理體系，制定《客戶旅程》等內部制度文件，以用戶激活當日為起點，圍繞產品全生命週期內的關鍵場景與功能觸點，規劃並落實全面的服務流程。報告期內，邁富時已通過GB/T 27922-2011售後服務五星級認證，標誌著公司售後服務體系完整性及規範性達到行業領先標準。

客戶溝通與反饋

我們建立多元渠道以傾聽與響應客戶訴求，並通過電話熱線、電子郵箱及一線銷售等多渠道收集反饋客戶意見。我們以「全面覆蓋、精準觸達」為原則，對重點客戶實現100%覆蓋，並圍繞服務專業度、方案適配性、溝通協同效率、合規保障及增值服務價值五大維度，每月通過電話、視頻或現場等方式與客戶進行常態化復盤溝通。針對重點項目，我們提供「專屬團隊駐場+全流程陪跑」的深度融合服務模式，由跨職能專項團隊深入客戶業務場景，圍繞客戶關鍵營銷節點，實現從規劃到復盤的全週期協同與價值共創。

為持續提升服務質量與產品體驗，我們面向長期合作客戶定期開展滿意度調研，覆蓋產品功能、系統易用性、交付體驗、支持響應及整體合作感受等多維度。我們對調研結果進行系統分析，將共性建議納入產品與服務優化規劃，個別問題按照服務機制及時跟進。我們以「持續改進」為原則，將調研反饋與日常溝通、項目復盤相結合，推動內部流程與協同機制不斷完善，從而提升客戶體驗與合作價值。

我們高度重視並妥善處理各渠道客戶反饋。我們制定《客戶投訴流程管理》《投訴處理SOP》等內部管理文件，明確客戶投訴分類處置標準與時限，並建立了從項目組、部門、管理層到公司層面的四級投訴升級與協同響應機制，確保客戶訴求可追溯、可評估、可改進。

投訴成立 > 上報責任部門 > 制定處理方案 > 執行處理方案 > 確認客戶反饋 > 部門經理確認 > 結束流程並錄入台賬

邁富時客訴處理機制

報告期內，我們共接獲各類客戶投訴75起，投訴解決率達100%。

客戶服務提升

我們圍繞外部客戶賦能與內部團隊提升兩大核心方向，持續優化客戶服務質量。在面向客戶的賦能方面，我們通過直播與沙龍等形式，圍繞AI賦能企業出海、外貿實務、短視頻營銷、大模型應用等熱點主題，在全國12個城市舉辦系列沙龍，並保持每週不少於2場的線上直播，有效增強客戶黏性與品牌專業形象。

在內部能力建設方面，我們建立起常態化的產研交付對接機制，通過月度例會拉通售前、交付與產品團隊，將一線客戶需求、競對動態及項目反饋轉化為產品迭代計劃，推動產品持續優化。同時，為全面提升客戶服務質量與專業能力，我們持續構建並完善內部客戶服務培訓體系，通過線上線下相結合、理論實操相融合的方式，提升團隊綜合服務能力與客戶支撐水平。

「抖音／騰訊生態營銷方案精準適配與效果優化」專題培訓

報告期內，我們開展「抖音／騰訊生態營銷方案精準適配與效果優化」專題培訓。培訓採用「理論精講+實操教學」模式，覆蓋營銷策劃、客戶服務及廣告運營等相關團隊人員。培訓內容聚焦「平台特性-客戶需求-內容形式」三維匹配方法，重點講解高轉化文案撰寫、素材設計技巧與數據復盤工具使用等內容，並深入廣告投放邊界與風險規避要點，有效提升團隊在跨平台營銷中的方案設計與效果優化能力。

跨境出海客戶專項服務集訓

報告期內，我們針對跨境出海業務特點，組織跨境出海客戶專項服務集訓。培訓圍繞跨境行業特性、海外市場環境、多平台運營規則、跨文化溝通及風險應對等內容展開，通過案例解析、場景模擬與工具演練，有效提升服務團隊在跨境業務場景下的專業支持與客戶協同能力。

2025年，我們在客戶服務領域持續獲得行業與客戶的高度認可，榮獲多項獎項與榮譽，詳見本報告「走進邁富時—年度獎項與榮譽」。

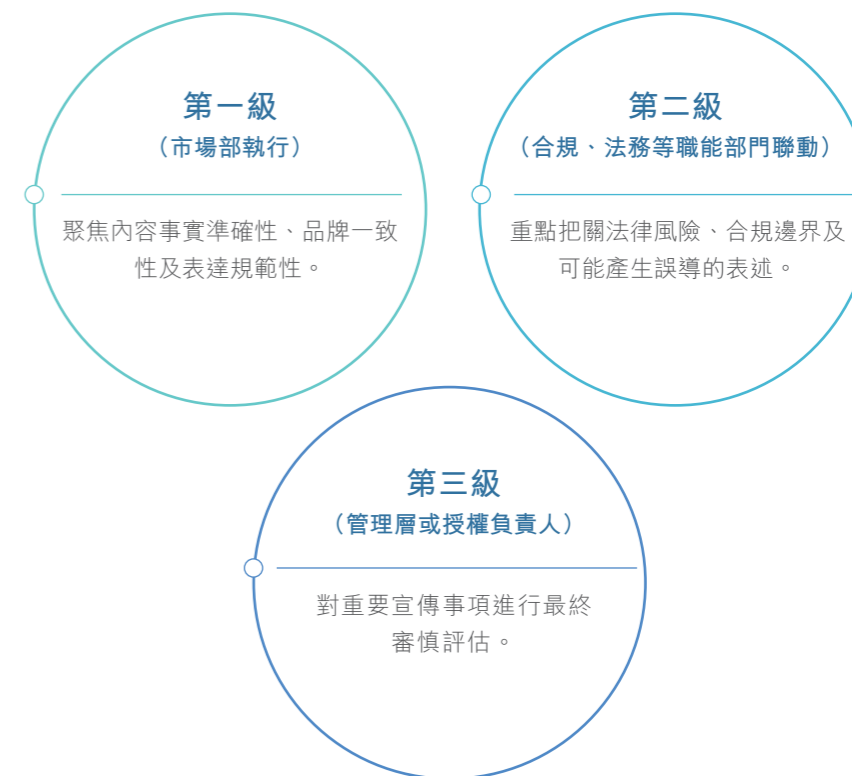
2.2.2 負責任營銷

邁富時堅持以誠信與透明的原則開展市場營銷活動。我們嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》等法律法規，制定並完善包括《邁富時營銷合規管理制度》《邁富時品牌管理與傳播制度》《廣告業務承接登記、審核、檔案管理制度》等在內的管理制度，對廣告主資質審核、宣傳內容審核等環節提出明確管理要求，確保各項對外宣傳活動規範運行。

負責任營銷審核

我們持續完善以「三級審核」為核心的內部審查機制，確保所有對外宣傳材料在發佈前均通過合規性校驗。該機制明確不同層級的審核重點，在提升審核效率的同時，強化對潛在風險的識別與控制能力。

針對廣告投放可能面臨的潛在風險，我們建立「事前預審—事中巡查—事後處置」的閉環管理體系，同步構建「垂直匯報與橫向協同相結合」的匯報路徑與機制，確保各類違規風險得以快速響應與處置，保障廣告素材投放的合規率。



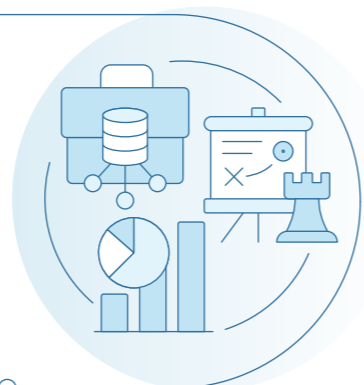
負責任營銷三級審核機制

報告期內，我們進一步將三級審核前置至市場傳播各環節，確保所有對外內容發佈前均完成相應層級的審批，將合規與責任導向融入市場傳播全過程，保障公司品牌聲譽與長期穩健。

我們亦在負責任營銷領域持續推進多項配套管理舉措，以鞏固審核成效、提升管理能效。

推行標準化管理

統一對外傳播模板、品牌視覺規範及物料標準，從源頭降低因執行差異引發的合規風險。



強化跨部門協同

在重要營銷或傳播項目策劃階段，提前引入合規、法務及輿情管理等多維視角，提升整體風險的前瞻性預判與應對能力。

建立復盤優化機制

定期對審核中發現的關鍵問題與共性風險進行總結，並據此反向優化相關制度與操作指引，實現管理的持續改進。



負責任營銷審核重點管理舉措

此外，我們對AI生成內容實施「機審+人工」雙重審核，確保AI生成的營銷與廣告內容合法合規。報告期內，我們上線新一代內容審核平台，對營銷推廣素材進行自動化審核，並對高危內容進行自動提醒和攔截；針對機器無法準確判斷的內容，則轉由人工進行覆核，確保審核的全面性與準確性。

營銷風險管理

我們制定《客戶准入分層管理制度》，依據客戶所屬行業、合作動機等維度進行自動化風險初評，並為不同風險等級的客戶配置差異化的合同條款、服務流程及監控機制。對處於「試跑期」的新客戶，我們實施全流程監測與高頻復盤，在確認其營銷活動完全合規後，開展正常合作。

在內容合規方面，我們建立清晰的違規內容分級標準與處置機制，對不同級別的違規行為制定差異化應對策略，確保在內容合規風險發生後能夠迅速響應、精準處置，持續降低違規內容對品牌與運營的潛在影響。

我們亦構建動態化的平台規則適配機制，形成「實時追蹤—快速解讀—落地適配」的全流程響應體系，確保業務運營與平台政策同步。報告期內，針對某平台強化站內閉環生態、限制外鏈跳轉的政策變化，我們及時調整相關營銷服務模式，優化落地頁的加載速度與移動端適配體驗，確保跳轉頁面與廣告描述一致性，有效規避誘導點擊風險。

我們持續將品牌宣傳與市場傳播活動全面納入常態化內部審計與管理復盤體系。審核範圍覆蓋新聞稿、行業稿件、活動素材及線上內容等各類對外傳播事項，重點檢視其內容合規性、品牌規範性、審核流程執行情況以及物料版權與視覺規範的遵循程度。針對審核中發現的問題，我們堅持以改進為導向，通過完善審核要點、優化審批流程、加強內部培訓等方式進行系統性優化，為後續管理提升提供支持。

負責任營銷培訓

我們高度重視全員負責任營銷意識的培養與提升。通過專項通知機制，公司管理層對負責任營銷提出明確要求，內容涵蓋對外宣傳口徑、標準物料使用、內容審核流程、知識產權合規等方面，以此強化「先審核、後發佈」的傳播紀律，保障公司對外宣傳在品牌、信息及知識產權方面的長期合規。

2025年，通過線上宣導、專題分享、制度解讀、案例復盤等多種形式，公司面向市場部及所有與對外傳播密切相關的協同部門員工組織培訓，並在新品發佈、法規變更等重點節點，針對高管與關鍵崗位人員開展定向提示與專項宣導，確保制度要求在全公司範圍內「可理解、可執行、可追溯」。



負責任營銷培訓五大板塊

2.2.3 輿情管理

為有效管理品牌聲譽與輿論風險，邁富時持續完善涵蓋組織協同、技術支撐與動態響應的輿情管理機制，致力於通過制度化、流程化的運作，為公司可持續經營與治理水平提升提供堅實保障。

報告期內，我們成立由市場部牽頭，協同證券事務部、法務部及相關管理層組成的專項輿情工作組，建立貫穿「監測—研判—溝通—應對—復盤」的全流程輿情管理體系，確保輿情信息實現常態化匯總、動態化研判與及時化反饋。

在技術層面，我們正式啟用公司自研的VOC輿情監測系統，對主流新聞媒體、社交平台、行業社區及投資者溝通渠道開展常態化監測，為品牌、產品及關鍵治理議題相關風險的早期識別提供有效數據支持。

我們依據輿情事件的性質與潛在影響程度，建立結構化的分級響應機制。



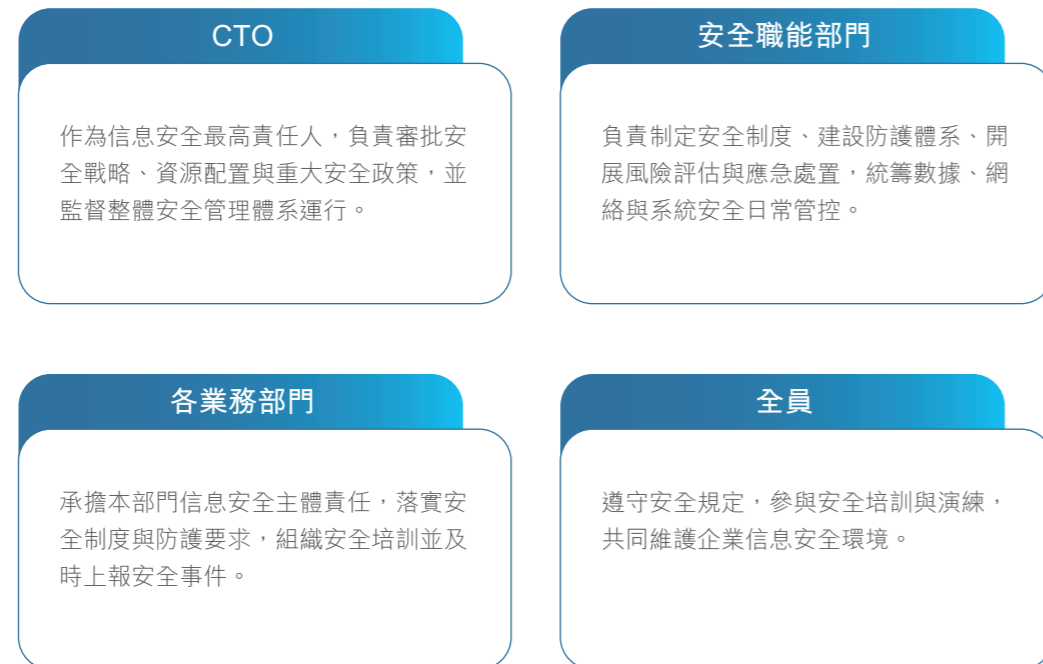
我們完整記錄對所有輿情的應對與處置過程，並將其納入階段性復盤體系，從而持續優化監測規則、響應流程與內部協作機制，推動輿情管理從被動應對向主動預防、系統治理穩步演進。

2.3 數據與隱私安全

邁富時將保護數據與隱私安全作為企業治理與運營的核心責任。我們嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規，並制定《隱私信息安全策略》《數據安全管理規範》《信息系統數據安全管理規程》《網絡安全管理規程》《系統重大突發事件應急預案》等內部制度，建立覆蓋客戶數據全生命週期的保護體系。

2.3.1 信息安全管理體系

為構建權責清晰、協同聯動的信息安全管理機制，我們設立了以CTO為最高負責人的四級信息安全管理架構。



邁富時信息安全管理架構

我們始終以高標準推進信息安全與隱私保護體系建設。截至報告期末，我們已取得下列信息安全與隱私保護相關體系認證。



ISO 27001信息安全管理体系認證



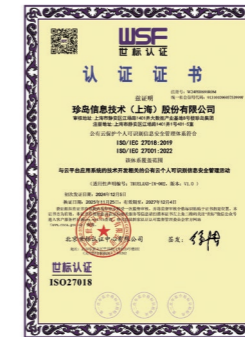
ISO 27701隱私信息管理体系認證



ISO 20000信息技術服務管理体系認證



ISO 27017雲服務信息安全管理体系認證



ISO 27018雲隱私安全管理体系認證



ISO 27040數據存儲安全管理体系認證

2.3.2 數據安全管控

我們在數據全生命週期管理中嚴格遵循合法、正當、必要的原則，實施覆蓋獲取、使用、存儲到註銷的閉環管控。



在信息獲取環節，我們通過登錄彈窗與會員單獨授權等方式獲取用戶同意，明確告知數據用途。



在使用過程中，我們借助隱私協議等渠道向用戶說明信息使用範圍與目的。



在留存與處置階段，我們依據數據類型設定差異化保存期限，並在用戶註銷後按時完成數據清理，確保數據管理的合規性與透明度。

在技術防護方面，我們構建了覆蓋基礎設施、訪問控制、研發流程與數據生命週期的多層次安全體系，全面強化信息安全管理能力。



為持續驗證並提升公司信息安全管理的有效性，我們每年委托第三方開展信息安全審計。此外，我們制定《網絡和信息安全突發事件應急預案》，建立數據分級洩露響應機制，並明確三級響應流程與應急領導小組職責。報告期內，公司未發生數據與用戶隱私洩露相關安全事件。

我們重視全員信息安全意識培育，於報告期內開展「基礎通識+崗位專屬」分層培訓，內容覆蓋數據分類、釣魚防範、隱私保護等關鍵方面，並組織季度釣魚模擬測試與案例復盤，提升全員安全防護意識與实操能力。我們亦將培訓結果與員工績效掛鉤，推動信息安全行為規範在組織內部有效落地。

在供應鏈信息安全管理方面，我們制定並執行《供應鏈安全管理制度》，在合作合同中明確信息安全責任條款，涵蓋保密義務、數據保護與合規要求。在合作過程中，我們基於「最小必要」原則實施精細化權限管控，要求供應商落實加密存儲、訪問控制等技術保障措施，並通過定期現場審核與風險評估，實現合作全流程的安全監督與持續管控。

03

綠色引領，
共赴低碳未來

- 3.1 環境保護
- 3.2 應對氣候變化

3 綠色引領，共赴低碳未來

邁富時將環境責任納入企業長期發展考量。我們健全環境管理體系，系統推進能源管理、水資源管理與排放控制，不斷深化氣候治理與風險緩解，以積極應對氣候變化挑戰，全面提升氣候與資源約束下的綜合韌性。

3.1 環境保護

邁富時嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等法律法規，並制定《環境管理政策》，構建起完善的環境管理體系。我們構建由董事會引領、ESG管理委員會統籌、ESG工作小組推進、各職能部門協同落實的環境管理架構，確保環境管理有效落地。報告期內，邁富時已通過ISO 14001環境管理體系認證的年度審核。

為持續降低運營活動對環境的影響，我們在現有管理基礎上，結合行業趨勢、監管要求及業務實際，於2025年進一步完善環境管理目標體系，並將其融入日常運營與管理實踐。

邁富時環境管理目標

能源效率

推進信息系統架構優化與雲資源高效配置，提升軟件運行效率；

加強日常辦公節能管理，提升業務運營的能源使用效率；

構建智能能耗監測平台，優化數據中心冷卻系統能效，研發輕量化算法降低數字服務能源消耗密度。

廢棄物排放

嚴格實行無害固體廢棄物（如辦公生活垃圾）分類投放，實現100%清運處理；

開展有害固體廢棄物（如廢棄硒鼓、墨盒等）集中收集，實現100%交由具備資質的第三方機構合規處置。

資源使用

制定生態友好的水資源管理策略，持續提升用水效益；

持續推動配置節水設施、倡導綠色辦公等各類節水措施，提升水資源使用效率。

3.1.1 能源管理

邁富時遵循《中華人民共和國節約能源法》，全面推進辦公運營各環節的節能降耗工作。我們重點聚焦辦公場所與數據中心的節能管理及雲資源的效能提升，持續優化能源結構與節能管理水平，助力自身低碳轉型。

日常管理

• 低碳辦公選址

我們在辦公場地選址中，將綠色低碳因素納入綜合評估體系，優先選擇配備新能源充電樁的園區。在租賃決策中，我們重點考察物業在能源使用、基礎設施配置、垃圾分類管理及綠色出行配套等方面的落實情況。同時，我們持續與物業管理方溝通，關注其環保管理措施的執行進展，推動辦公環境整體綠色水平提升。

• 辦公區智能溫控管理

我們部署智能傳感網絡，實時採集各空間的環境數據，並結合空間使用特徵，動態優化溫度調控策略。我們於夏季實施分區域、分時段溫度梯度管理，避免過度製冷；高頻使用區域採用預冷啟動與智能巡航模式，間歇性區域則通過移動端聯動系統精準識別使用狀態，及時關閉或調低設備運行，有效避免無效能耗，提升整體能效水平。

• 照明系統升級

我們持續進行辦公照明系統改造升級，全面替換使用高效LED節能燈具，降低照明能耗。

• 節能意識宣貫

我們以可視化方式將節能理念嵌入辦公環境，通過牆面提示、電子屏播放、情景化標籤等多元載體，發佈節能提醒，持續強化全員節能意識。

雲資源與系統能效管理

雲資源集約部署

在系統規劃與技術選型中，我們優先選用雲計算等共享型基礎設施，減少對自建數據中心的投入，有效避免重複建設與長期閒置。

雲資源動態配置

我們根據業務實際需求，動態調整雲資源的規模與使用模式，避免過度配置或空置浪費，實現資源按需分配、高效運行，提升整體資源使用效率。

系統能效優化

我們持續優化系統部署方式與軟件架構，提升程序運行效率與資源調度能力，減少冗餘計算與存儲開銷，從軟件層面有效控制能源消耗密度。

低碳出行

公務與員工低碳用車

我們長期倡導綠色出行文化，持續推進公務用車、員工出行用車綠色低碳轉型。

截至報告期末

90%
公務用車中新能源車比例

約 **90%**
員工新能源車使用比例

邁富時能源消耗數據如下表所示¹：

指標	單位	2024年	2025年
直接能源消耗總量	千瓦時	65,342.61	20,252.91
間接能源消耗總量	千瓦時	3,613,027.80	3,109,094.39
綜合能源消耗總量	千瓦時	3,678,370.41	3,129,347.30
綜合能源消耗密度	千瓦時/人民幣百萬營收	2,360.05	1,110.48

3.1.2 水資源管理

邁富時珍視一切自然資源，嚴格遵循《中華人民共和國水法》等法律規定，規範開展水資源管理，並將節水理念融入日常辦公與運營。我們秉持節約用水、高效利用的原則，持續推進精細化、可持續的水資源管理與節水舉措，降低業務運營對水資源的依賴。

我們的水資源消耗以辦公用水為主，全部來源於市政供水。報告期內，我們持續推進設備升級改造，並加強員工節水意識倡導，多措並舉提升用水效率。

節水設備改造

我們在公共用水區域部署智能感應裝置，通過動態調節水流強度與使用時長，實現按需供水、精準控水，並在洗手區全面啟用自動感應水龍頭，從硬件層面提升用水效率，減少水資源浪費。

節水意識宣貫

我們在茶水間設置節水操作指引動態屏顯，並張貼節約用水提示標識與海報，並鼓勵員工提出節水建議。優秀提案被納入管理實踐，推動形成全員參與的節水文化，實現環境效益與員工認同感的協同提升。

¹ 能源消耗計算方法參考《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)。我們的運營活動所消耗的直接能源主要為汽油，間接能源為外購電力。

邁富時水資源消耗數據如下表所示：

指標	單位	2024年	2025年
水資源消耗總量	立方米	15,627.50	12,826.85
水資源消耗密度	立方米／人民幣百萬營收	10.03	4.55

3.1.3 排放管理

邁富時依據《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規，積極推進廢棄物規範化管理，確保各類廢棄物依法依規分類、收集、貯存與處置。

基於行業特性，我們的業務以軟件與數字化服務為主，運營活動不涉及工業廢氣與工業廢水排放。我們在日常運營中產生的廢棄物以生活垃圾等無害廢棄物為主，同時也包括少量的廢棄硒鼓和墨盒。我們對所有廢棄物均實行分類收集和管理，以降低環境影響。

○ 廢棄物種類及處理方式

無害廢棄物

我們嚴格執行生活垃圾分類管理，構建標準化流程，在辦公區及公共區域設置清晰統一的分類標識，規範投放行為，並安排物業進行分類收集與清運；餐廚垃圾由專業機構依法合規處置。我們亦持續推進無紙化辦公，實現公文流轉與電子簽章全面覆蓋，配套推行綠色打印管理與辦公設備共享機制，減少紙張使用，有效控制無害廢棄物產生。

有害廢棄物

我們建立有害廢棄物標準化管理制度，設置專用回收點，與有資質的第三方機構建立定向回收機制，確保全過程可追溯、合規可控。行政部門統一收集、登記廢棄硒鼓、墨盒等有害廢棄物，並委托專業機構無害化處理。

在實施合規管理的基礎上，我們亦積極推進廢棄物源頭減量與廢舊資源利用，有效減少廢棄物產生，在降低廢棄物末端處置壓力的同時，助力構建循環經濟模式。

○ 廢棄物減量舉措

推進無紙化辦公

我們推動全流程線上化與數字化管理，在市場運營相關活動中優先採用電子資料與數字展示，減少紙質物料使用；同時，我們的招聘、審批、合同簽署等環節全面實現電子化流轉，支持在線面試、電子簽批與集中歸檔，減少紙張消耗與資源浪費。

我們亦推進企業級數字中樞建設，集成電子簽批、雲端協作與智能歸檔功能，減少紙質文件流轉。

倡導辦公用品回收利用

我們倡導資源節約與循環利用理念，在辦公管理中推行重複使用與集中管理原則，鼓勵在條件允許的情況下開展廢舊物資回收。同時，我們通過與外部合規機構協作，積極推動可再生資源回收利用。

邁富時廢棄物排放數據如下表所示：

指標	單位	2024年	2025年
有害廢棄物產生總量	噸	0.014	0.128
有害廢棄物產生密度	噸／人民幣百萬營收	0.00001	0.000045
無害廢棄物產生總量	噸	260.50	255.80
無害廢棄物產生密度	噸／人民幣百萬營收	0.17	0.09

3.2 應對氣候變化

我們充分認識到氣候變化對自身業務運營的深遠影響。我們深化氣候治理，健全氣候風險與機遇識別、評估與常態化管理體系，並不斷優化氣候應對策略，全面提升氣候適應能力與韌性。我們參考氣候相關財務信息披露工作組 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 及國際可持續準則理事會 (International Sustainability Standards Board, ISSB) 的指引，圍繞管治、策略、風險管理與指標及目標四大維度，持續完善氣候管理與披露框架，著力探索符合自身業務特點的氣候行動路徑。

3.2.1 管治

我們已建立「決策監督—統籌協調—執行落地」三級氣候治理架構，推動氣候變化管理與企業運營決策的深度融合。

董事會負責審批氣候變化的總體戰略、專項政策，定期跟蹤和檢討氣候目標，並對重大氣候風險與機遇事項進行決策。董事會定期向ESG管理委員會和管理層發起問詢，通過每季度問詢、年度專項審議、臨時即時問詢等方式，常態化瞭解氣候風險治理進展，關注氣候風險變化動態，並聽取關於氣候風險與機遇管理的專題匯報。

在董事會領導下，ESG管理委員會統籌協調氣候治理工作，負責更新和修訂氣候變化政策，監督ESG工作小組開展氣候風險與機遇的識別、評估及監測，並定期向董事會匯報相關進展。

ESG工作小組負責執行氣候風險與機遇的識別評估，組織制定應對措施，並推動各項行動的落地實施與日常監測，形成上下協同、閉環管理的治理機制。

3.2.2 策略

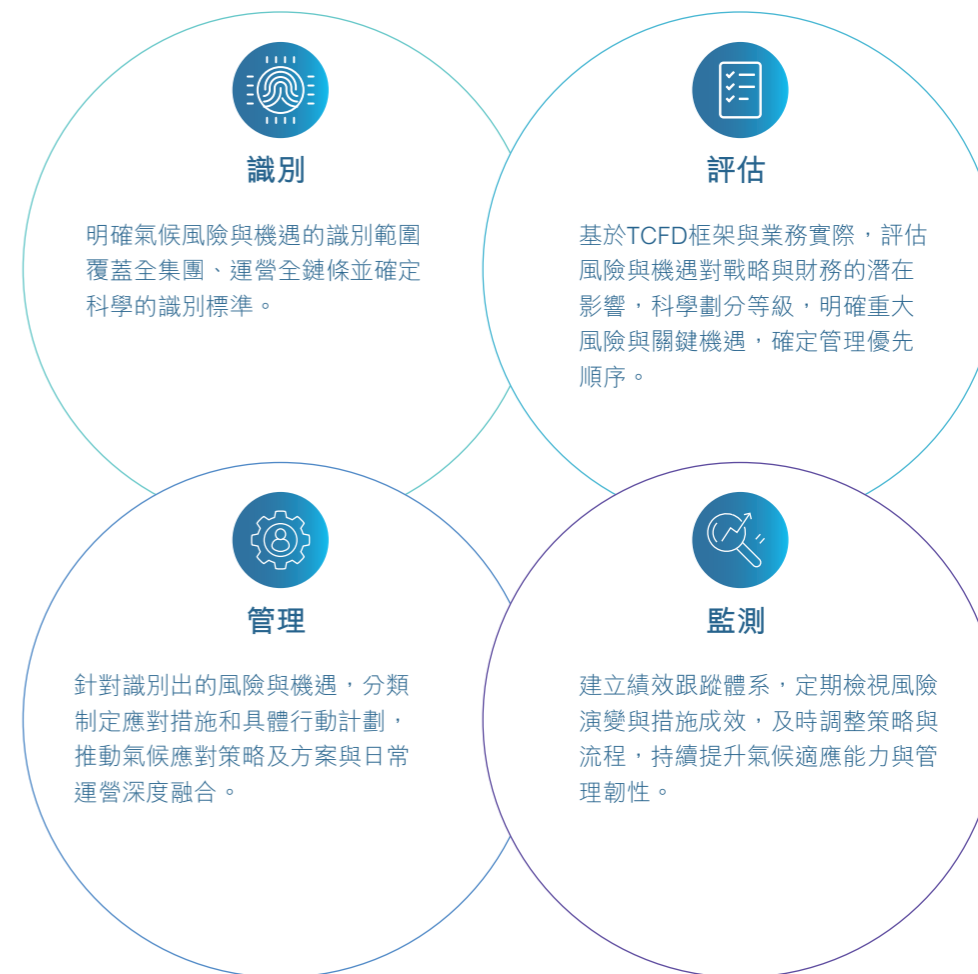
我們針對運營活動可能面臨的氣候風險與機遇開展主動識別，定期對風險與機遇進行動態評估、調整及優先級排序。報告期內，我們進一步完善氣候風險與機遇清單，強化氣候風險應對舉措，有效提升氣候治理深度與風險響應能力。儘管我們面臨氣候變化實體風險及轉型風險，但現階段我們認為，以我們現有的應對舉措，我們的業務運營在可預見的時間未受到氣候風險的重大影響。

風險和機遇	潛在影響	時間維度 ²	應對舉措
實體風險			
急性風險	颱風(熱帶氣旋) / 洪澇(暴雨)	短期、中期、長期	實時響應氣象預警，提前發佈風險提示；結合天氣情況靈活推行彈性辦公與遠程辦公，減少員工出行風險。
	極熱/極寒	短期、中期、長期	優化系統架構與雲資源配置，減少對物理機房的依賴；持續關注極端天氣預警，強化與服務商及園區對於用能設備的協同管理；同時關注員工健康，提供防暑降溫物資與應急支持。
慢性風險	平均氣溫變化	短期、中期、長期	推行AI賦能的能源管理平台，實時監控與優化辦公與數據中心能耗；推動綠色建築改造與雲資源高效配置。

風險和機遇	潛在影響	時間維度 ²	應對舉措
轉型風險			
政策與法規風險	氣候披露政策與法規要求趨嚴	短期、中期、長期	嚴格遵循監管機構所發佈的氣候相關披露指引與準則，並對氣候管理舉措、成效進行及時且合規的披露。
市場風險	市場關注/客戶偏好變化	中期、長期	持續開發具有節能減碳模塊、屬性的產品與解決方案，助力全價值鏈減碳；聯合行業夥伴共創低碳轉型支持方案。
技術風險	低碳技術開發	中期、長期	加大綠色技術創新投入，並酌情評估新技術、新設備的可行性；推動低碳技術在產品與運營中的應用，並通過合作研發與資源整合，提升技術轉化效率，有效應對研發與運營成本壓力。
聲譽風險	企業聲譽	中期、長期	主動回應利益相關方關切，強化氣候議題溝通與信息披露，提升可持續形象與資本市場信任度。
機遇			
產品與服務	低碳產品與服務	中期	將碳管理能力融入AI應用等核心產品服務，推出可量化、可追蹤的節能增效解決方案，增強客戶粘性與營收增長動能。
資源效率	能源效率提升	中期、長期	推動能源精細化管理、提升辦公場所與數據中心能源使用效率，將有助於降低能源採購成本。

3.2.3 風險管理

為有效推進氣候變化風險與機遇的常態化管理，提升氣候風險應對能力，我們已建立「風險識別－風險評估－風險管理－風險監測」全週期管理流程，並將其融入日常管理與運營決策，推動風險與機遇應對策略的有效執行與持續優化。



邁富時氣候風險與機遇管理流程

² 氣候風險與機遇的影響時間範圍定義為：短期（1年內）、中期（1-5年）和長期（5年以上）。

3.2.4 指標與目標

邁富時持續完善溫室氣體排放管理與績效跟蹤體系，設立明確的短期、中期減排目標，以目標為導向推動節能降碳舉措落地實施，助力氣候轉型。

短期目標		以2025年為基準，到2027年：
辦公運營		辦公區域綠電使用率≥80%； 電子簽批、無紙辦公滲透率≥98%； 辦公環節碳排放總量降低10%。
雲服務		優先選用綠色雲服務商； 核心業務系統遷移至綠電支撐節點； 雲服務器碳排放密度較基準年下降5%。
市場營銷		線上營銷佔比提升至90%； 縮減線下展會頻次，減少營銷紙質物料消耗； 優先採用綠色場館與低碳搭建方案； 營銷活動碳排放總量降低10%。
中期目標		以2025年為基準，到2030年：
運營碳達峰		辦公及雲服務碳排放實現100%綠電覆蓋； 實現運營層面碳達峰。
供應鏈協同		將低碳要求納入合作方篩選標準； 推動第三方廣告與物料供應商較基準年減碳5%。
產品賦能		創新升級核心產品功能； 新增客戶碳足跡管理模塊； 形成集成電子物料替代方案。

邁富時溫室氣體排放數據如下表所示：

指標	單位	2024年	2025年
範圍一 ³	噸二氧化碳當量	16.95	5.14
範圍二 ⁴	噸二氧化碳當量	2,115.79	1,649.69
範圍三 ⁵	噸二氧化碳當量	/	951.34
溫室氣體排放總量 ⁶	噸二氧化碳當量	2,132.74	2,606.17
溫室氣體排放密度 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量/ 人民幣百萬營收	1.37	0.59

³ 範圍一溫室氣體排放量計算方法及因子選取參考國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》。

⁴ 2025年電力溫室氣體排放因子選取自中華人民共和國生態環境部、國家統計局發佈的《關於發佈2023年電力二氧化碳排放因子的公告》中表1 2023年全國電力平均二氧化碳排放因子：0.5306 kgCO₂/kWh。

⁵ 範圍三溫室氣體排放涵蓋燃料和能源活動、運營過程中產生的廢棄物及商務旅行三大類別。

⁶ 2025年新增納入範圍三溫室氣體排放核算，故溫室氣體排放總量有所上升。

04

以人為本，
厚植人才沃土

- 4.1 員工權益
- 4.2 員工發展
- 4.3 員工關愛

4 以人為本，厚植人才沃土

邁富時致力於構建平等、多元、可持續的職業發展生態。我們為員工提供清晰的職業成長路徑，並高度關注其工作與生活的平衡，通過完善的福利體系與全方位的健康支持，助力員工在創造價值的同時，實現個人成長與生活品質的協同提升。

4.1 員工權益

邁富時圍繞合規僱傭、人才引進、多元包容及績效激勵等維度，持續完善員工權益相關制度體系與管理機制，致力於構建公平、透明、規範的就業環境。

4.1.1 合規僱傭

我們始終堅持合規僱傭，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，持續完善《員工手冊》等內部制度，堅決禁止任何形式的強制勞動、僱傭童工、薪酬歧視、侵犯員工自由結社及集體談判權等行為。我們亦構建「多渠道、零障礙、全閉環」的反歧視與反騷擾管控機制，全面保障員工各項合法權益。

我們對招聘全流程實施嚴格管控，從源頭杜絕僱傭童工與強制勞動等行為。在入職環節，員工需按要求提供身份證、學歷證書及體檢報告等文件，確保其與簡歷信息一致並符合崗位要求。報告期內，我們引入OCR（光學字符識別）與人臉識別技術，實現AI身份驗證，推動數字化合規審查全面升級。針對實習生、兼職等高風險聘用環節，我們開展特殊審查，要求應聘者提供學校在讀證明等相關材料。

為強化全員合規意識，我們組織用人部門負責人簽訂《合規用工責任書》，將招聘合規納入年度績效考核指標，並對相關人員進行定期培訓。一旦發現疑似違規行為，我們將於24小時內響應：由人力資源與法務部門聯合介入調查，實施包括暫停工作、提供必要保護在內的臨時措施，並在必要時報告並配合勞動監察部門處理，確保事件得到及時的處置。

4.1.2 人才招聘與保留

為支撐公司戰略發展，我們持續開展人才規劃與評估工作，密切結合業務發展實際需求，積極應對人才結構變化，致力於構建覆蓋不同層次、打通多元渠道的人才引進與培養體系。

校園招聘

- 我們與國內多所高校建立深度合作關係，通過校園宣講會、專場招聘會等多種形式精準吸引優秀畢業生。報告期內，我們進一步升級校企合作模式，從傳統招聘延伸至「課程共建—實習基地—定向培養」的全鏈條聯訓體系，實現人才選拔與前置培養的深度結合。

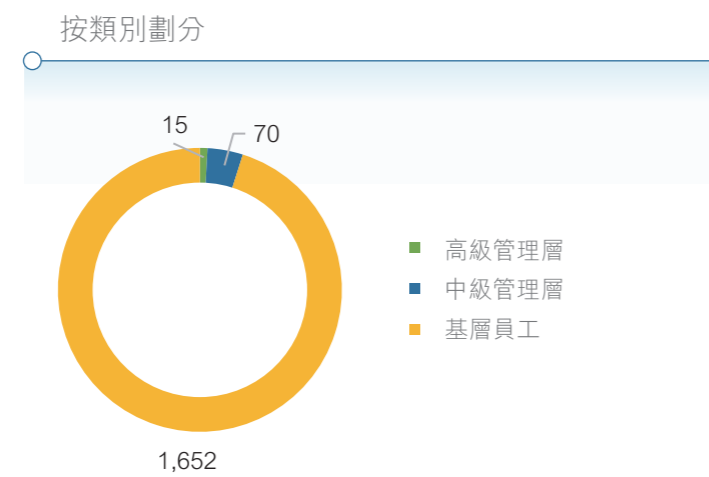
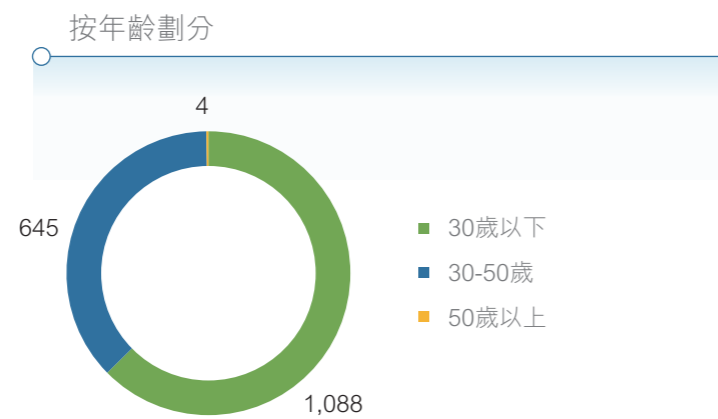
社會招聘

- 通過招聘網站、社交媒體與人才市場等多渠道，我們廣泛吸納社會人才，並針對高管、骨幹及基礎崗位構建分層引才策略，通過「獵聘+AI背調」、定向人才社區運營及主流平台品牌維護等方式，持續提升人才匹配效率、優化招聘體驗。

營銷科技未來領袖計劃

我們持續推進校企合作模式的深度創新。2025年，公司正式啟動「營銷科技未來領袖計劃」，從全國高校遴選30名優秀畢業生，為其提供為期6個月的定制化培養。培訓內容涵蓋前沿技術、行業實戰與職業素養三大模塊，學員在完成培養後直接匹配至公司核心崗位。報告期內，該渠道入職的應屆生試用期留存率達到67%，較傳統校招渠道高出2%，實現了人才引進與培養的有機銜接。

截至報告期末，邁富時在職員工共計1,737人，全部為全職員工，按不同類別劃分的具體數據如下：



我們關注員工的流失情況，持續優化公司文化和工作環境，以加強人才保留。報告期內，邁富時總體員工流失率為43.09%，按不同類別劃分的具體數據如下：

指標	單位	2025年
按性別劃分員工流失率		
男性	%	43.58
女性	%	42.55
按年齡劃分員工流失率		
30歲以下	%	51.63
30-50歲	%	28.64
50歲以上	%	0
按地區劃分員工流失率		
華東地區	%	35.06
華南地區	%	63.78
華中地區	%	49.67
華北地區	%	69.57
西北地區	%	0.00
西南地區	%	27.03
東北地區	%	0
中國港澳台地區	%	18.18
海外地區	%	0

4.1.3 多元、平等與包容

我們堅決反對並致力於消除工作場所中一切形式的歧視與騷擾。報告期內，我們制定並實施《多元化、平等與包容 (DE&I) 政策》，將尊重差異、機會平等、包容發展的理念融入公司文化與管理實踐。

我們持續開展反歧視與反騷擾政策與意識的常態化宣貫，並在《員工手冊》中明確規定將騷擾、侵害等侵犯人格尊嚴及違背公序良俗的行為界定為嚴重違紀，一經查實，將給予解除勞動合同處理。

為切實保障員工權益，我們建立「多渠道、零障礙、全閉環」的反歧視與反騷擾管控與申訴機制，員工可通過以下方式進行舉報：

線上獨立舉報郵箱：設立人事專用保密郵箱 (hr@marketingforce.com)，由董事會下設的 ESG 管理委員會直接管理，由專人在工作日內 24 小時內查收並響應，確保信息嚴格保密。

線下保密面談渠道：指定人事總監 (負責員工權益事務) 作為線下對接人，員工可預約進行一對一保密面談，面談地點可選在公司外部中立場所，所有記錄材料密封後直接提交 ESG 管理委員會。

有關員工申訴受理流程，詳見本報告「員工溝通」小節。

4.1.4 績效激勵

邁富時建立常態化的薪酬數據分析與監測機制，確保員工的付出得到相應的回饋。我們構建涵蓋固定薪酬、績效浮動薪酬、提成及獎金激勵在內的薪酬方案，形成與人才貢獻相匹配的激勵體系。報告期內，我們進一步完善《績效管理辦法》，明確各績效等級對應的薪酬兌現係數，推動薪酬管理向更加科學化的方向發展。

我們通過公正、透明的績效管理體系激發員工潛能，以實現對員工貢獻的認可與激勵。在績效週期啟動階段，我們與員工共同制定個人及團隊績效目標，並可根據業務實際與員工訴求進行動態調整。我們每月對績效目標達成情況開展評估，圍繞業績達成、崗位履職、指令性工作完成情況以及綜合表現四大維度展開，確保考核過程全面、評價結果客觀。

我們亦建立績效溝通與反饋機制，幫助員工充分理解考核機制並明確個人改進方向，鼓勵雙方共同推動績效目標的實現。此外，我們設立績效申訴渠道，確保員工意見得到及時、公正的處理。

4.2 員工發展

邁富時持續關注員工在不同職業階段的成長需求，動態優化崗位職級體系與職業發展路徑，增強員工發展的自主性與組織人才結構的靈活性。

我們不斷細化人才發展策略，致力於創造員工與企業協同成長的平台。我們構建以德學堂、入職培訓、專業力培訓、領導力培訓為核心的多元融合培訓體系，助力員工專業素養與實戰能力的提升，為企業的長期穩健發展提供有力保障。

類別	培訓項目	覆蓋員工	培訓內容
德學堂		所有員工	涵蓋從認知構建到實戰應用的員工成長全生命週期學習服務平台。截至報告期末，累計上線 1,657 節課程。
入職培訓	星光訓練營	新員工	圍繞企業文化認知、崗位職責理解、行業背景知識、工作方法與技巧等，助力新員工快速適應組織節奏。
	新星啟航		圍繞業務實操、客戶溝通與團隊協作等核心能力，設計場景化課程與實戰演練，強化員工系統思維與實戰能力。
	師徒帶教		實行「雙導師」機制，技能導師助力專業能力提升，直屬領導給予價值觀引導，夯實員工職業發展基礎。
	新兵營	實習生	通過結構化培養方案與項目實踐機會，幫助實習生深入理解業務邏輯，熟悉工作模式，積累實戰經驗。

類別	培訓項目	覆蓋員工	培訓內容
專業力培訓	蓄水池計劃	銷售崗位 相關員工	聚焦產品知識、服務體系、工具應用、客戶管理等內容開展多維培訓，提升員工專業服務能力，有效支持客戶數字化升級需求。
	精英訓練營		聚焦產品價值塑造、面談思路、高額談單策略、新產品介紹及報價方案等內容開展多維培訓，提升員工實戰能力與客戶轉化效率。
	珍薪英雄訓練營		聚焦客戶開發、行業背景、產品知識與銷售技巧等內容開展多維培訓，助力員工快速適應崗位要求。
領導力培訓	黑馬訓練營	外聘儲備幹部	涵蓋產品知識、面試技巧、管理能力等多維度課程，旨在快速提升外聘儲備幹部的戰略思維、管理能力與業務協同力。
	颶風營	中基層管理層	涵蓋產品理解、管理策略與認知升級等多維度課程，旨在強化銷售管理層的實戰應用能力，助力業務發展。
	將帥營	高級管理層	涵蓋繞AI工具、高效團隊管理、戰略目標梳理等多維度課程，旨在強化高級管理層的領導、決策與執行能力，助力組織與個人的協同發展。
外部教育機構合作培訓		管理層及 相關崗位人員	構建實戰型外部培訓體系，提升員工專業能力與業務水平，並將培訓成果納入績效考核，激發員工發展潛能。



颶風營



將帥營

我們高度重視員工專業技能水平與職業資質提升，並通過「費用報銷+專項獎勵+績效考評」多維度激勵機制，鼓勵員工在職獲取相關專業資質或認證，助力員工實現個人職業成長。

報告期內，邁富時員工職業發展培訓覆蓋率100%，平均受訓時長達50.96小時。員工受訓按不同類別劃分的數據如下表所示。

指標		單位	2025
按性別劃分受訓員工			
男性	男性佔比	%	52.45
	受訓人數	人	911
	受訓覆蓋率	%	100
	平均受訓時數	小時	60
女性	女性佔比	%	47.55
	受訓人數	人	826
	受訓覆蓋率	%	100
	平均受訓時數	小時	41
按職級劃分受訓員工			
高級管理層	人員佔比	%	0.86
	受訓人數	人	15
	受訓覆蓋率	%	100
	平均受訓時數	小時	117.8
中級管理層	人員佔比	%	4.03
	受訓人數	人	70
	受訓覆蓋率	%	100
	平均受訓時數	小時	86.54
基層員工	人員佔比	%	95.11
	受訓人數	人	1,652
	受訓覆蓋率	%	100
	平均受訓時數	小時	48.85

4.3 員工關愛

邁富時高度重視員工身心健康及工作和生活品質，通過豐富的關懷行動、全方位的福利支持及高效的雙向溝通機制，致力於與員工共同構建彼此成就、長期共贏的發展夥伴關係。

4.3.1 員工福利

邁富時持續完善員工福利體系，依法為全體員工足額繳納五險一金，保障員工合法權益。我們設置差異化薪酬結構、股權激勵計劃、健康管理及節日關懷等薪酬與福利體系，激發員工積極性與歸屬感。此外，我們定期開展部門團建、週年慶典等員工關懷活動，助力員工實現工作與生活的良好平衡。

「客戶智上，縱橫巴海，與AI同行」慶典活動

我們重視員工身心健康與團隊建設，致力於構建多元、協作的組織環境。報告期內，我們以「客戶智上，縱橫巴海，與AI同行」為主題開展19週年暨AI-Agentforce中台發佈儀式，豐富員工文化生活，增強團隊凝聚力與歸屬感。



員工戶外活動



旅遊團建



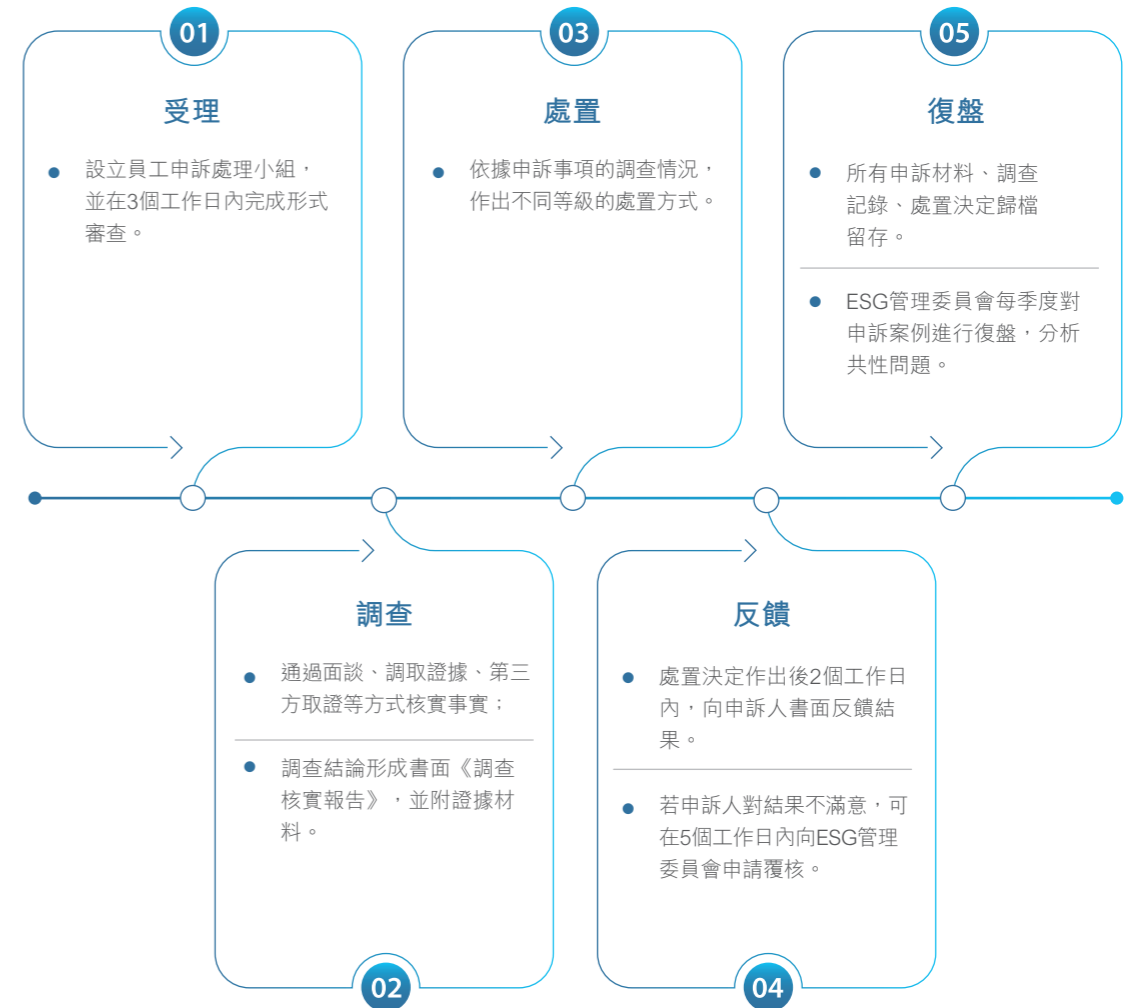
團建活動



4.3.2 員工溝通

邁富時不斷優化員工溝通與反饋機制，設立HR郵箱，專門接收員工在薪酬福利、職業發展、勞工權益、職場環境、ESG等方面的建議。我們通過高管面對面交流、部門溝通會等形式，持續強化信息透明與雙向溝通。

我們亦建立「受理—調查—處置—反饋—復盤」的員工申訴受理機制，保障員工訴求得到充分回應。報告期內，我們未收到來自員工的有關勞工權益、工作條件等相關的申訴事件。



邁富時員工申訴處理流程

4.3.3 健康與安全

邁富時嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，制定並實施《員工手冊》等內部規章制度，規定員工健康與安全管理要求。通過強化應急準備、定期安全巡檢及常態化安全教育等方式，我們不斷增強員工安全意識與應急處理能力。

報告期內，邁富時未發生因工亡故事件，因工傷損失工作日數為178天。

強化應急準備， 守護員工安全

- 我們在辦公區域配備基礎急救設備和應急物資，用於應對突發情況，並定期檢查相關設備的可用性。同時，我們結合氣候變化及實際情況予以員工關懷，在高溫天氣期間提供防暑物資，在極端天氣期間實施彈性辦公，為員工生命安全提供有力保障。

定期安全巡檢， 築牢消防防線

- 我們嚴格落實消防安全管理要求，定期開展消防安全巡檢與安全事項宣傳，在夏季等火災高發期會提升宣傳力度和宣傳頻次。此外，我們定期對消防設備設施進行維護保養，切實保障員工生命安全。

深化安全意識， 規範行為準則

- 針對節假日等事故易發時段，我們通過企業郵箱推送安全提示郵件，加強員工安全防範意識。

職場安全重點管理舉措



在辦公場所配備自動體外除顫器
與消防設備



針對節假日事故高發的特點，通過企業郵箱向全體員工發送安全宣貫郵件，持續強化公司安全文化

本公司高度重視員工身心健康與職業健康管理，持續完善員工關懷體系與休閒運動保障。企業內部配套24小時健身運動空間，全天候向員工開放，滿足碎片化健身鍛煉需求；同時為員工提供專業羽毛球場館免費預訂福利。通過豐富運動選擇、營造健康活力的工作氛圍，來引導員工養成規律運動習慣，有效緩解工作壓力，全方位保障員工身心健康，夯實健康友好的職場環境。



健身房



羽毛球福利

05

生態共創， 回饋社會價值

- 5.1 負責任供應鏈
- 5.2 行業發展
- 5.3 社區貢獻

5 生態共創，回饋社會價值

我們構建負責任的供應鏈體系，通過制度化、標準化管理強化供應商全週期合作，攜手共建可持續的產業生態。我們亦積極推動行業經驗共享與技術協作，助力數字化產業的高質量發展，並主動參與社會公益事業建設，以實際行動為社會創造價值。

5.1 負責任供應鏈

邁富時實施供應鏈全生命週期管理，將商業道德等ESG相關要求貫穿供應商准入、評估與合作全過程，強化合規管理與可持續績效，推動構建透明、綠色、負責任的供應鏈體系。

5.1.1 供應商管理

邁富時已建立完善的供應商管理制度體系。報告期內，我們修訂《採購管理制度》，在強化供應商准入、評估、審核及分級管理的基礎上，新增供應商淘汰機制，進一步完善全生命週期管理閉環，有效防範並降低供應鏈風險。

截至報告期末	
204 家 供應商總數	
182 家 中國大陸供應商	22 家 中國港澳台及海外供應商

供應商引入

- 在准入評估中，綜合考量物資重要性、交付時效性、商務風險及市場環境等因素，重點審核供應商資質與試用產品表現，評估其風險管控與履約能力；
- 報告期內，邁富時執行《新增供應商准入評估表》，從財務狀況、運營能力、技術實力、ESG表現及綜合競爭力等維度，對供應商進行全方位評估。

供應商評估

- 根據供應商合作規模與業務重要性，劃分為核心戰略、常規及備選三類，差異化設定評估頻次與標準，對核心供應商實施重點審核；
- 定期對供應商進行績效評估，覆蓋交付、質量、服務等關鍵指標；對關鍵供應商開展現場審核，全面評估其商務、技術、質量、安全與環保能力；
- 在評估中兼顧可量化指標（如交付時效、質量達標率、合規履約率）與定性維度（如合作配合度、售後服務、ESG踐行意願）。

供應商審核

- 評估供應商對公司業務的匹配程度，以及在技術迭代與業務發展中的協同創新意願；
- 重點考察供應商的服務質量，包括交付履約率、交貨及時性、售後響應效率等關鍵運營指標；
- 從環境、社會與治理三方面開展審查，涵蓋碳排放管理、廢棄物處置、勞工權益、數據安全及商業道德等關鍵議題。

供應商淘汰

- 建立「預警—整改—淘汰」階梯式退出機制，明確淘汰標準，對問題供應商實施凍結或退出管理，強化風險防控與全週期監管。

供應商交流與賦能

- 對考核發現問題逐一反饋供應商，明確改進方向、責任主體和完成時限，內審部全程跟蹤整改進度；優秀供應商納入核心庫並優先合作，整改不達標的暫停新增合作並啟動優化替換；
- 針對供應商薄弱環節，開展專項培訓，提升其業務適配能力與ESG管理水平，強化合作協同。

供應商全生命週期管理

5.1.2 可持續供應鏈

邁富時已將ESG相關因素納入供應商全生命週期管理流程，持續識別並降低商務採購中的現有及潛在ESG風險。我們優先選擇在環保產品與服務方面表現突出的供應商，並積極推動供應商商業道德建設與廉潔文化落地，構建可持續、負責任的供應鏈合作生態。

我們亦持續關注並評估供應商在環境管理、職業健康安全及商業道德方面的表現。我們要求供應商簽署反商業賄賂協議、供應商承諾函及廉潔承諾書，明確反貪腐政策、合規要求及舉報渠道，強化合作過程中的合規約束與責任落實。同時，我們每年開展商業道德培訓，強化供應商合規意識，推動形成廉潔、透明、負責任的協作關係。

○ 供應商商業道德培訓

2025年，邁富時以「普及職務犯罪相關法規與典型案例警示」為主題，面向全部核心供應商及主要常規供應商開展線上商業道德培訓。該培訓系統宣貫反商業賄賂、反不正當競爭相關法律法規及公司合規準則，明確合作中的禁止性條款與責任邊界；並結合典型違規案例，深入剖析行為後果與防控要點，強化風險識別與合規意識，提升供應商的 legal 認知與行為自律能力。

5.2 行業發展

邁富時始終秉持「創新驅動，合作共贏」的理念，以開放姿態積極融入產業生態，與各方夥伴攜手探索行業發展新路徑。我們致力於推動技術協同與資源共享，深化產業鏈協作，持續為行業進步與價值共創注入動力。

2025年，我們積極參與人工智能與產業數字化領域的行業交流活動，包括世界人工智能大會、全球數字營銷峰會及騰訊全球數字生態大會等大型盛會，深入探討技術趨勢與產業協同路徑，推動生態共建與價值共享。

○ 邁富時亮相2025世界人工智能大會

2025年7月，邁富時亮相2025世界人工智能大會（WAIC2025），攜7月初重磅發佈的AI-Agentforce企業級智能體中台升級版本，圍繞企業智能化轉型的前沿實踐開展深度分享。作為大會重點展示企業之一，邁富時聚焦AI技術在產業場景中的落地應用，系統呈現智能體中台在提升組織效率、優化業務流程與驅動創新方面的核心價值。



邁富時受邀出席第十一屆GDMS全球數字營銷峰會

2025年9月，邁富時攜手百位營銷行業先鋒，共同開啟第十一屆GDMS全球數字營銷峰會。在「AI實踐」專題論壇上，我們發表題為《AI-Agentforce企業級智能體中台：驅動營銷銷售全鏈路增長革新》的主題演講，深入剖析企業在AI Agent落地過程中面臨的共性挑戰，分享AI-Agentforce智能體中台在營銷與銷售全鏈路中的可落地實踐路徑。



邁富時受邀出席華為雲生態大會2025

2025年4月，作為華為雲的緊密合作夥伴，我們受邀出席華為雲生態大會2025，並就「大模型及智能體時代，企業營銷戰略如何重構？」等當下備受關注的議題發表《數字人+AI Agent 賦能數智營銷》主題演講。本次大會上，我們與華為雲合作提出「數字人+AI Agent for 數智營銷」解決方案，以期共同探索AI-Native 數智營銷新業態，打造企業增長新勢能。



同時，我們積極推進產學研協同，深化校企合作，持續為行業培養高素質研發人才。2025年，我們在產教融合與產學研協作取得實質性進展，多項合作項目落地實施，有效促進技術轉化與人才共育。

- 我們設立院士專家工作站，引進華東師範大學數據科學學院專家團隊，開展人工智能技術研發與行業應用等課題研究，搭建產學研深度融合的合作平台，通過項目協作、共建實習基地等方式，深化與高校的人才培養合作。
- 我們與上海大學簽訂校企合作簽約儀式。



- 我們與西安電子科技大學簽訂校企合作戰略協議，深化產學研合作，賦能區域產業發展。



- 我們與貴州電子商務職業技術學院合作共建數字電商產業學院，與貴州輕工職業大學合作共建供應鏈大數據與數字經濟研究院。



- 我們與江蘇省無錫技師學院合作共建數字商業產業學院，與江蘇農牧科技職業學院合作共建數字化賦能中心。



- 我們與暨南大學、廣州城建職業學院牽頭成立全國數智營銷行業產教融合共同體。



- 我們與江西師範大學等院校合作共建「一帶一路」數字貿易產學研協同創新中心。



此外，我們積極投身行業標準建設，深度參與中國信息通信研究院營銷自動化(MA)系列標準的制定工作。依託自身在智能營銷技術領域的實踐積累，我們為標準的設計與規範提供切實可行的參考建議，助力推動行業技術規範化與高質量發展。

我們的行業貢獻實踐獲得外部廣泛認可，榮獲多項權威獎項與資質認定，充分體現我們在技術創新方面的綜合實踐能力與行業引領價值。相關獎項詳見本報告「年度獎項與榮譽—行業實踐」。

5.3 社區貢獻

邁富時主動鏈接社會需求，持續開展富有實效的公益行動。我們通過精準對接不同群體的現實關切，以實際行動踐行企業社會責任，助力構建更有溫度的社會生態。

我們積極履行企業社會責任，持續投身區域科創發展、青年人才培育與行業學術建設事業。圍繞創新賽事舉辦、產業交流研討、前沿科研研究等領域，通過賽事贊助、行業活動支持、科研機構公益捐贈等多種形式，報告期內累計公益捐贈及專項支持資金達2,350,000元，助力高素質人才培養、產業生態協同發展與科研創新能力提升。除此之外，報告期內我們還向揚州工業職業技術學院捐贈了教育設備與相關資源，總價值450,000元，用於支持電商相關專業建設，助力培養高素質技術人才。

附錄

附錄1：2025年ESG關鍵績效表

類別	指標	單位	2024年	2025年
環境				
溫室氣體	範圍一溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	16.95	5.14
	範圍二溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	2,115.79	1,649.69
	範圍三溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	/	951.34
	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	2,132.74	2,606.17
	溫室氣體排放密度 (範圍一、二)	噸二氧化碳當量/ 人民幣百萬營收	1.37	0.59
廢棄物	有害廢棄物產生總量	噸	0.01	0.13
	有害廢棄物產生密度	噸/人民幣 百萬營收	0.00001	0.000045
	無害廢棄物產生總量	噸	260.50	255.80
	無害廢棄物產生密度	噸/人民幣 百萬營收	0.17	0.09
能源	直接能源消耗量	千瓦時	65,342.61	20,252.91
	間接能源消耗量	千瓦時	3,613,027.80	3,109,094.39
	綜合能源消耗總量	千瓦時	3,678,370.41	3,129,347.30
	綜合能源消耗密度	千瓦時/人民幣 百萬營收	2,360.05	1,110.48
耗水量	水資源消耗總量	立方米	15,627.50	12,826.85
	水資源消耗密度	立方米/人民幣 百萬營收	10.03	4.55
社會				
員工總數		人	1,563	1,737
員工總數/按性別劃分	男性員工	人	819	911
	女性員工	人	744	826
員工總數/按僱傭類型劃分	全職員工	人	1,563	1,737
	兼職員工	人	0	0
員工總數/按年齡劃分	30歲以下	人	996	1,088
	30-50歲	人	563	645
	50歲以上	人	4	4

類別	指標	單位	2024年	2025年
員工總數/按地區劃分	華東地區	人	949	1,099
	華南地區	人	356	337
	華中地區	人	213	238
	華北地區	人	11	12
	西北地區	人	0	0
	西南地區	人	31	43
	東北地區	人	0	0
	中國港澳台地區	人	3	8
	海外地區	人	0	0
員工總數/按類別劃分	高級管理層	人	15	15
	中級管理層	人	68	70
	基層員工	人	1,480	1,652
員工流失率	員工整體流失率	%	42.47	43.09
員工流失率/按性別劃分	男性員工	%	42.51	43.58
	女性員工	%	42.44	42.55
員工流失率/按年齡劃分	30歲以下	%	43.60	51.63
	30-50歲	%	40.46	28.64
	50歲以上	%	0	0
員工流失率/按地區劃分	華東地區	%	39.39	35.06
	華南地區	%	46.62	63.78
	華中地區	%	45.57	49.67
	華北地區	%	72.73	69.57
	西北地區	%	0	0
	西南地區	%	55.56	27.03
	東北地區	%	0	0
	中國港澳台地區	%	0	18.18
	海外地區	%	0	0

類別	指標	單位	2024年	2025年
工傷及工亡	員工因工死亡人數	人	0	0
	員工因工死亡率	%	0	0
	因工損失工作日數	天	29	178
員工受訓總人數	員工受訓總人數	人	1,563	1,737
員工受訓比例／按性別劃分	男	%	52.40	52.45
	女	%	47.60	47.55
員工受訓比例／按類別劃分	高級管理層	%	1.00	0.86
	中級管理層	%	4.40	4.03
	基層員工	%	94.60	95.11
員工受訓平均時數／按性別劃分	男	小時	60.31	60.00
	女	小時	40.69	41.00
員工受訓平均時數／按類別劃分	高級管理層	小時	106.03	117.80
	中級管理層	小時	80.17	86.54
	基層員工	小時	49.07	48.85
按地區劃分的供應商數目	中國大陸地區	家	177	182
	中國港澳台及海外地區	家	10	22
客戶投訴	產品及服務投訴	起	71	75
	安全及健康導致的召回百分比	%	0	0
信息安全與數據保護	信息安全審計次數	次	1	1
	數據洩露事件數量	件	0	0
社會公益	公益資金投入	人民幣元	407,300	2,800,000
管治				
商業道德	已審結的貪污訴訟案件數目	件	0	0

附錄2：ESG 報告守則索引表

C 部分 「不遵守就解釋」條文

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標 (KPI)			所在章節
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。	3.1 環境保護
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	3.1 環境保護
	A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	3.1 環境保護
	A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度。	3.1 環境保護
	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。	3.1 環境保護
	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。	3.1 環境保護
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。	3.1 環境保護
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量及密度。	3.1 環境保護
	A2.2	總耗水量及密度。	3.1 環境保護
	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。	3.1 環境保護
	A2.4	描述求取適用水源可有任何問題，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。	3.1 環境保護
A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	基於邁富時業務現狀，該指標不適用	
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。	3.1 環境保護
	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。	3.1 環境保護

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標 (KPI)			所在章節
社會			
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： 政策；及 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.1 員工權益
	B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	4.1 員工權益
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	4.1 員工權益
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： 政策；及 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.3 員工關愛
	B2.1	過去三年每年因工亡故的人數及比率。	4.3 員工關愛
	B2.2	因工傷損失工作日數。	4.3 員工關愛
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。	4.2 員工發展
	B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比。	4.2 員工發展
	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。	4.2 員工發展
B4：勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的： 政策；及 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	4.1 員工權益
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	4.1 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。	4.1 員工權益

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標 (KPI)			所在章節
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。	5.1 負責任供應鏈
	B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	5.1 負責任供應鏈
	B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	5.1 負責任供應鏈
	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。	5.1 負責任供應鏈
B6：產品責任	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。	5.1 負責任供應鏈
	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： 政策；及 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	2.1 卓越產品 2.2 優質服務
	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。	基於邁富時業務現狀，該指標不適用
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.2 優質服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.1 卓越產品
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	基於邁富時業務現狀，該指標不適用	
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。	2.3 數據與隱私安全	

環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標 (KPI)			所在章節
B7：反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策；及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	1.3商業道德
	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。	1.3商業道德
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	1.3商業道德
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	1.3商業道德
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。	5.3社區貢獻
	B8.1	專注貢獻範疇。	5.3社區貢獻
	B8.2	在專注範疇所動用資源。	5.3社區貢獻

D 部分 氣候相關披露

氣候相關披露規定	索引	
管治	／	
策略	氣候相關風險和機遇	3.2應對氣候變化
	業務模式和價值鏈	3.2應對氣候變化
	策略和決策	3.2應對氣候變化
	財務狀況、財務表現及現金流量	報告期內，氣候變化相關風險與機遇未對邁富時財務狀況、財務表現與現金流量造成顯著影響。
	氣候韌性	3.2應對氣候變化
風險管理	／	
指標及目標	溫室氣體排放	3.2應對氣候變化
	氣候相關轉型風險	報告期內，氣候風險與機遇未對邁富時的資產和業務活動造成顯著影響，故未作專項披露。
	氣候相關物理風險	
	氣候相關機遇	
	資本運用	在目前邁富時業務與碳排放特徵下，公司暫無應用碳定價的必要性。
	內部碳定價	
	薪酬	基於氣候風險與機遇評估現狀，邁富時暫未將氣候因素納入薪酬政策。
	行業指標	3.2應對氣候變化
氣候相關目標	3.2應對氣候變化	
跨行業指標及行業指標的適用性	不適用	

