

目錄



<u>4</u>	關於本報告
<u>7</u>	關於本集團
<u>15</u>	可持續發展方針
<u>22</u>	為客戶創造價值
<u>30</u>	為員工締造理想
<u>37</u>	為環境身體力行
<u>41</u>	為社區構建和諧



關於本報告

報告目的

兑吧集團有限公司(「兑吧」、「兑吧集團」或「本公司」)，連同其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)欣然發佈第二份《環境、社會及管治報告》(「本報告」)，披露由2020年1月1日至2020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」)的核心業務(i)用戶運營SaaS平台業務及(ii)互動式效果廣告業務的運營辦公室，與財務報告範圍一致。





報告準則

本報告依據香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)《證券上市規則》附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》編製，並遵從該指引載列的重要性、量化、平衡及一致性作披露原則。本報告附註該指引的內容索引，方便各持份者查閱。關於本集團的企業管治，請參閱年報「企業管治報告」章節。

報告原則

在編製本報告的過程中，本集團秉持以下報告原則：重要性、量化、平衡及一致性。詳情請參閱下表。

原則	意思	本集團的回應
重要性	報告應涵蓋反映機構對環境及社會的顯著影響，或實質上影響持份者評估及決定的範疇。	透過持份者參與來識別當前的重大可持續發展議題。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。詳情請參閱「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。	在可行情況下，以量化方式提供資訊。
平衡	報告應以客觀態度持平地描述每項議題，無論屬於正面或負面，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，以便作出具透明度的趨勢比較。
一致性	報告應使用一致方式披露資訊，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。	本集團已比較不同範疇在目前及過去的關鍵績效指標及資訊，以便持份者對其表現作逐年比較。

關於本報告

獲取方式

本報告具備中文及英文版本，並刊載於港交所以及本集團網站。如中英文版本有任何抵觸或不相符之處，應以中文版本為準。

意見回饋

我們期望藉此報告促進本集團與持份者的溝通，並視之為讓我們不斷進步的動力。歡迎各持份者及公眾就本報告內容、報告方式和本集團在可持續發展方面的表現提供寶貴意見及建議，並通過以下聯絡方式與我們聯繫：



中國主要營業地點： 浙江省杭州市
西湖區文一西路
98號數娛大廈702室

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





本集團扎根於中國杭州，是一家中國領先的線上業務用戶運營SaaS供應商及互動式效果廣告平台運營商，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。

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、會員營銷運營及遊戲化運營）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。同時，我們拓展用戶運營SaaS解決方案至服務線下企業。我們積極發掘與零售、餐飲、銀行及新媒體等多個行業頂尖線下企業品牌的合作機會。我們將升級用戶運營SaaS業務的核心服務，包括三個產品組合：基礎版、高級版及VIP定製版，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。

此外，新型冠狀病毒肺炎（新冠肺炎）的爆發使直播活動進入公 意識提升的新時代。我們留意到自2020年4月起，銀行及保險行業產品週轉的週期明顯較慢，且客戶過份依賴銷售人員的指導，故我們開始為該等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。



關於本集團



於2015年，本集團率先推出互動式效果廣告業務，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動式效果廣告平台的研發創新及運營提供強而有力的支持。我們通常根據廣告效果向我們的客戶收費。本集團的互動式效果廣告模式以充滿娛樂性和休閒性的豐富活動提升用戶參與度，同時將折扣及優惠呈現於登陸頁面上，以滿足及刺激用戶需求。本集團將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動式效果廣告平台為內容分發渠道，並為廣告主提供線上自動化及定制化服務。



可持續發展概覽

互動式效果廣告平台已經為
7,220個媒體渠道
提供流量變現服務，
每日廣告頁面瀏覽數
超過**33**百萬次

為**3,902**個終端廣告主
提供了效果廣告投放服務，
使用我們收費用戶
運營SaaS服務的付費客戶
增至**832**名，增加**29.0%**

每名客戶的平均費用
增加**86.6%**至
人民幣約**125,000**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**424**名，
佔本集團僱員總數的**52.3%**

研發投入由2019年的
人民幣**106.6**百萬元
增加**21.5%**至2020年的
人民幣**129.5**百萬元

810名員工，
100%為全職員工，
女員工佔員工總數**45.7%**

總培訓時數達
16,063小時

截至2020年12月31日，
已註冊**64**個內地及香港商標、
80個軟件著作權及
16個作品版權

溫室氣體排放總量
439.02公噸二氧化碳當量，
對比2019年，減少**5.44%**

總能源耗量
568.62千個千瓦時，
對比2019年，減少**2.68%**

無害廢棄物處置量
17.50公噸，
對比2019年，減少**15.09%**

平均培訓時數
女性**12.2**小時，
男性**14.3**小時

平均培訓時數
高級管理層**12.9**小時，
中級管理層**5.2**小時，
技術人員**13.8**小時

關於本集團

獎項及榮譽

獎項及榮譽	頒發機構
2020年度最佳企業服務	蟬大師
傑出金融科技創新獎	領航中國
2020購物小程序創新獎項	阿里巴巴
2020年度最佳用戶運營SaaS平台	互聯網周刊
數字化營銷創新獎	零售銀行
2020年度最佳合作夥伴	銀聯浙江分公司





賦能企業用戶運營，兌吧榮獲「2020年度最佳企業服務」稱號

報告期間，由蟬大師主辦的「GMCA全球移動行業增長峰會暨第二屆蟬鳴獎頒獎盛典」在廣州香格里拉酒店隆重舉辦。兌吧憑藉為多家企業賦能用戶運營的優秀表現在眾多企業中脫穎而出，榮獲「2020年度最佳企業服務」稱號。兌吧受邀發言，為現場嘉賓分享在場景化霸屏時代下，企業服務如何打開營銷想像力。通過分析近期傳播營銷中最為聚焦的淘寶養貓事件，兌吧認識到場景化建設對於傳播營銷有著深刻的影響與作用。諸多互聯網企業也不斷加入到場景化搭建，例如拼多多的種樹活動，這些場景化搭建似乎與互聯網企業主營業務並沒有直接關聯，但是通過互聯網企業場景鋪設分發優惠與福利，引導用戶觸發核心行為從而達到用戶轉化的效果。這些場景化搭建在其中起著十分重要的作用。兌吧主營業務在於用戶運營，一直以來，兌吧致力研究如何為企業吸引更多活躍用戶，從而促進用戶更高的轉化，為企業運營賦能。

我們著重企業如何吸引用戶注意力、使用戶時間沉澱，從而觸發用戶核心行為。我們瞭解到用戶關注點在於「有形獎勵」或者「無形獎勵」，企業使用「有形獎勵」在於場景化搭建中進行鋪設是最為簡單的運用。「有形獎勵」相較「無形獎勵」更為重要。兌吧賦能企業營銷傳播主要在於探索如何使用戶幫助企業進行傳播，而非在於單一企業渠道投放。兌吧在企業賦能過程中一方面會深耕定制營銷企劃案，不斷進行探索與完善，從而創造出更加優化方案。另一方面基於與頭部企業合作沉澱下來的成功用戶運營經驗孵化出完整的SaaS工具置於SaaS後台供企業自行配置與使用。

現今，數字化已成必然趨勢，企業對於用戶運營卻有一大難點：互聯網流量的分散。而兌吧針對這一難點，基於多年用戶研究進行數據整合，當數據統一整合完成，兌吧將會為企業進行更為精準化的用戶運營，從而使得用戶最大化留存及轉化。兌吧作為國內用戶運營SaaS領域的領跑者，在用戶運營SaaS領域深耕六年，複合增長率超218%，積累了豐富的行業案例與實際經驗。在今後，兌吧也會持續為企業賦能精細化運營，不斷為客戶創造最大價值。



關於本集團

賦能銀行用戶運營，兌吧榮獲傑出金融科技創新獎

第五屆智能金融國際論壇暨2020金融界「領航中國」年度盛典啟幕，現場數百家金融機構的高管一起問道未來之路，共同探討創新、融合與共贏，追尋時代賦予的歷史機遇。在本次盛典上，憑藉服務170多家銀行保險等金融機構的豐富經驗，兌吧摘取「傑出金融科技創新獎」的榮譽。2020年是呼喚創新的年代。不日新者必日退，身處後疫情時代，誰勇於創新、善於創新，誰就能與時代齊頭並進。目前，世界正面臨百年未有之大變局，無論是應對複雜變局的考驗還是新冠肺炎疫情的衝擊，都離不開創新。

服務金融機構的金融科技更是如此。兌吧的「互動運營體系」經過六年打磨，推陳出新，得到眾多銀行客戶認可。兌吧運營團隊通過理解策略底層邏輯，精細數值管理，把握用戶心理來設計活動規則，行動策略和關鍵環節，通過遊戲化運營引導用戶持續進行經營指標轉化，以期為銀行提升APP活躍度、銀行最新產品信息的轉發量和銀行與客戶的粘結程度，幫助銀行建立更生動的品牌印象，提高產品購買率。例如，在為某國有大行設計的遊戲活動中，我們通過數據分析，發現活動的關鍵環節存在不足之處，比如用戶引導不足，玩法枯燥，缺乏動機等。通過兌吧設計的全新活動環節，觸達率提升350%，留存率最高達到72%。

兌吧之所以能獲得眾多銀行的認可主要憑藉三大優勢：

一、運營場景複雜性

兌吧的用戶運營SaaS底層架構及技術手段可以滿足各行各業用戶觸達場景的需求、提供多樣化的玩法適配，具備足夠靈活以適應不同客戶的需求或者同一客戶的不同需求。

二、支持高流量高並發

底層卓越的性能和架構設計，能承載瞬時高流量高並發。兌吧用戶運營SaaS服務的客戶包括頭部的互聯網公司APP以及線下的頭部銀行餐飲及消費品牌，當遇到雙十一或周年慶等活動時會爆發出極大的瞬時流量。從2014年至今，兌吧用戶運營服務尚未出現因短時高並發流量導致系統故障的情形，正是有賴於這一套底層架構設計，在兼顧服務器成本效益的同時可以保證服務的穩定。





三、高級別安全性

用戶運營SaaS業務所有數據混淆加密，第三方無法反向破解。相比常見的MD5加密方式，兌吧使用了一套混淆加密法，保證了客戶的數據安全性，也是我們能夠合作眾多金融銀行類客戶的基礎和准入門檻。

作為國內用戶運營SaaS領域的領跑者，為客戶創造價值的理念印刻在兌吧集團的每個觸角，兌吧在用戶運營領域已經深耕細作了六年，積累了豐富的行業案例和實際經驗，在今後兌吧也期許繼續為更多銀行賦能數字化轉型，更好的服務銀行業。

走進山西銀聯，暢談銀行業數字化轉型運營經驗

本集團在中國銀聯山西分公司舉辦了2020年銀行數字化轉型破局研討會，來自建設銀行、光大銀行、交通銀行、渤海銀行、晉商銀行、浦發銀行、平安銀行和廣發銀行等十多家銀行的專家出席了研討會。本次研討會圍繞「銀行數字化轉型的破局關鍵」，就如何實現銀行業線上經營生態化運營和互動化場景搭建展開深入的探討與交流。

本集團行政總裁陳曉亮分享了《兌吧SaaS業務及未來展望》主題演講，從宏觀市場、行業角度給嘉賓分享行業洞察和業務戰略。他指出當前中國發展成全球第二大經濟體，第三產業還有非常大的提升空間，而第三產業目前最大的機會就在於為各行各業進入瓶頸期的企業提質增效，這也是本集團對於整個社會的價值。為客戶創造價值的理念印刻在兌吧集團的每個觸角，因此目前兌吧服務了眾多行業內的頭部客戶，包括四大國有銀行、股份制銀行和各個城商行在內的超過170多家銀行保險等金融機構，在今後也期許繼續為更多銀行賦能數字化轉型。

隨後本集團銀行事業部總經理李佳圍繞「銀行數字化轉型破局」深入分析當前各銀行面臨的獲客成本激增、營銷成效難控的問題。李佳詳細闡述了兌吧近期服務某股份制銀行零售部門的線上直播，兌吧中台系統反饋開播1小時內，相關當地權益餐票卷的購買量激增，成交總額高達78萬。從而說明兌吧通過運營生態、互動運營場景搭建提升用戶的獲得感和體驗感，助力銀行實現低成本，高人效的營銷。

關於本集團

互動運營場景主要分為三大類：動植物、IP、經營。其組成的三個要素包括：用戶、虛擬對象、品牌方。在養成的過程中，品牌通過發起各種日常任務、娛樂活動、驚喜寶箱、組隊福利等形式，與用戶進行互動從而增加用戶粘性，保證用戶持續活躍。例如兌吧通過「八角行為法」創新設計一套遊戲框架，優先考慮並滿足用戶的心理動機及需求。從而真正的去激發用戶行為。例如，在為某國有大行設計的遊戲活動中，通過數據分析，發現活動的關鍵環節存在不足之處比如用戶引導不足，玩法枯燥，缺乏動機等。通過兌吧設計的全新活動環節，觸達率提升350%，留存率最高達到72%。

最後兌吧集團副總裁陸文分享了主題為《銀行裂變和增長》的思考，他介紹了兌吧運營團隊通過2014年以來用戶運營線上實戰經驗積累的策略底層邏輯，把握用戶心理，再來設計活動規則，行動策略和關鍵環節，最終通過遊戲化運營引導用戶持續進行經營指標轉化，以期為銀行提升APP觸達率，銀行最新產品信息的轉發量和銀行與客戶的黏結程度，幫助銀行建立更生動的品牌印象、提高產品購買率。

通過運營思維和經驗積累，兌吧提出「三端聯動」的運營理念，將微信公眾號等渠道的觸達率提升10倍，尤其是針對銀行領域的客戶經理營銷中台，通過客戶經理培訓，降低客戶經理對系統的使用門檻以及推動行方下發公告，增強銀行經理人動機以提升拉新效率。該管理後台能滿足銀行總行高效下發活動和考核的需要，降低溝通成本。

目前兌吧最新推出為銀行提供全鏈路的直播服務，其中包含相關的宣傳物料和模塊化裂變工具，助力銀行實現微信公眾號／短信／APP／客戶經理朋友圈／社群／一對一推廣，完成私域用戶觸達。兌吧直播解決方案幫助銀行、保險等需要長周期決策的行業通過直播提供的有效線索進行獲客和新產品展示。一場直播不僅能低成本達到比線下獲客更好的效果，還能協助管理者實現對客戶經理獲客能力的可視化數據考核，一舉兩得。





可持續發展願景及策略

我們的使命是成為企業的用戶運營合夥人，為企業提供用戶增長、用戶留存及流量變現的全周期服務。我們一直倡導並奉行負責任的發展理念，矢志兼顧環境、社會及經濟效益，以負責任的方式營運。

為實現此願景，我們通過「為客戶創造價值」、「為員工締造理想」、「為環境身體力行」、「為社區構建和諧」四個維度，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。



為客戶創造價值

長期奮鬥，與奮鬥者共創、共享、共擔；坦誠、信任，說到做到！



為員工締造理想

營造激勵與支撐的環境，幫助員工實現夢想。



為環境身體力行

減少對環境的影響，同時在我們的運營過程中推廣環保。



為社區構建和諧

組織各種社區活動，促進社會和諧。

可持續發展管治

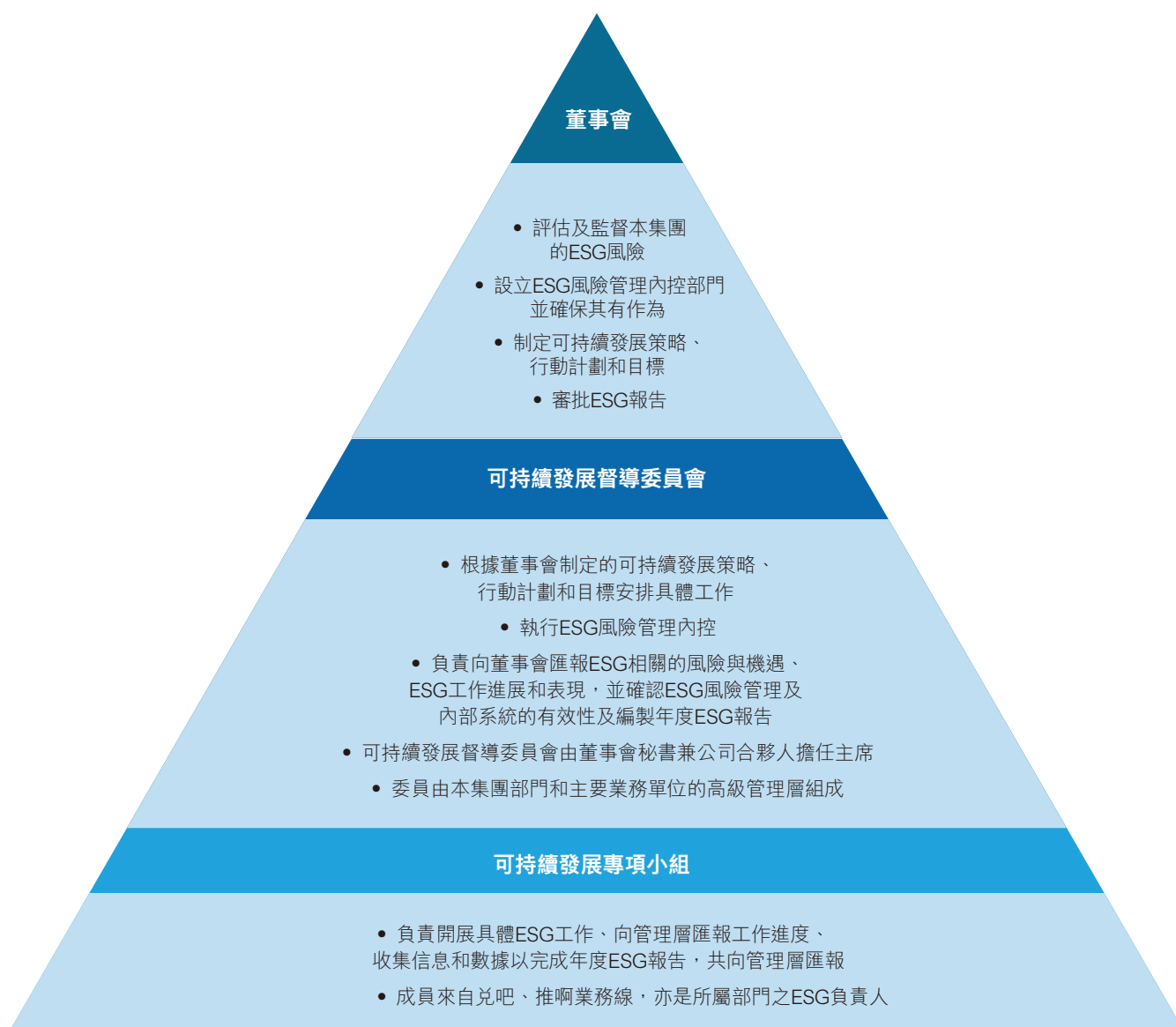
本集團的可持續發展督導委員會（「**委員會**」）由董事會秘書兼公司合夥人擔任主席，並由本集團部門和主要業務單位的高級管理層組成。委員會獲董事會授權監督本集團的可持續發展績效，並確保已將可持續發展因素納入所有業務部門的決策過程中。委員會定期向董事會報告，並評估本集團的可持續發展策略、目標和績效。

我們亦建立了可持續發展專項小組以開展具體工作，協助董事及時瞭解我們的環境、社會及管治的風險和工作，以更好的在公司未來規劃和日常生產運營中納入有關環境、社會及管治的因素。

可持續發展方針

本集團可持續發展專項小組成員來自兌吧和推啊業務線。專項小組為一個知識交流平台，推動整個集團環境、社會及管治的管理和實踐，並向本集團上報相關風險、執行可持續發展政策，以及準備環境、社會及管治披露的相關材料。該小組直接向董事會秘書兼公司合夥人匯報，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





持份者參與

我們重視持份者在我們的可持續發展旅程中的利益和參與。恆常的內部和外部持份者參與提高溝通的透明度，有助我們瞭解持份者的利益，並為改善可持續發展績效奠定基礎。

持份者群組	溝通渠道	關注重點	本集團的回應
客戶	- 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	- 產品質量 - 客戶服務 - 信息安全	- 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	- 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	- 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	- 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	- 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	- 投資回報 - 公司管治 - 風險控制 - 資訊透明度	- 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	- 工作報告 - 申請批覆 - 會議交流 - 監督查訪	- 合規經營 - 依法納稅 - 支持地方發展	加強反腐倡廉建設
商業夥伴／供應商	- 業務會議 - 供應商評審 - 實地視察	- 守信履約 - 雙贏合作 - 公平公正採購	- 審查、挑選與監察 - 訂明《行為準則》
社區和公眾	- 公益及慈善活動 - 本集團網站 - 社交媒體公眾號 - 校園招聘	- 社區參與 - 愛護環境 - 工作機會	- 開展公益項目 - 全面踐行綠色運營 - 創造就業機會

可持續發展方針

重要性評估

為辨別本集團的重大可持續發展風險及機遇，除了上述的常規溝通渠道，我們於報告期間委託了獨立可持續發展顧問協助進行持份者問卷調查，收集持份者對於各環境、社會及管治議題對本集團之重要性的評分，並進行優先排序，確定本集團及持份者最為關切的可持續發展議題，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。重要性分析的主要步驟如下：

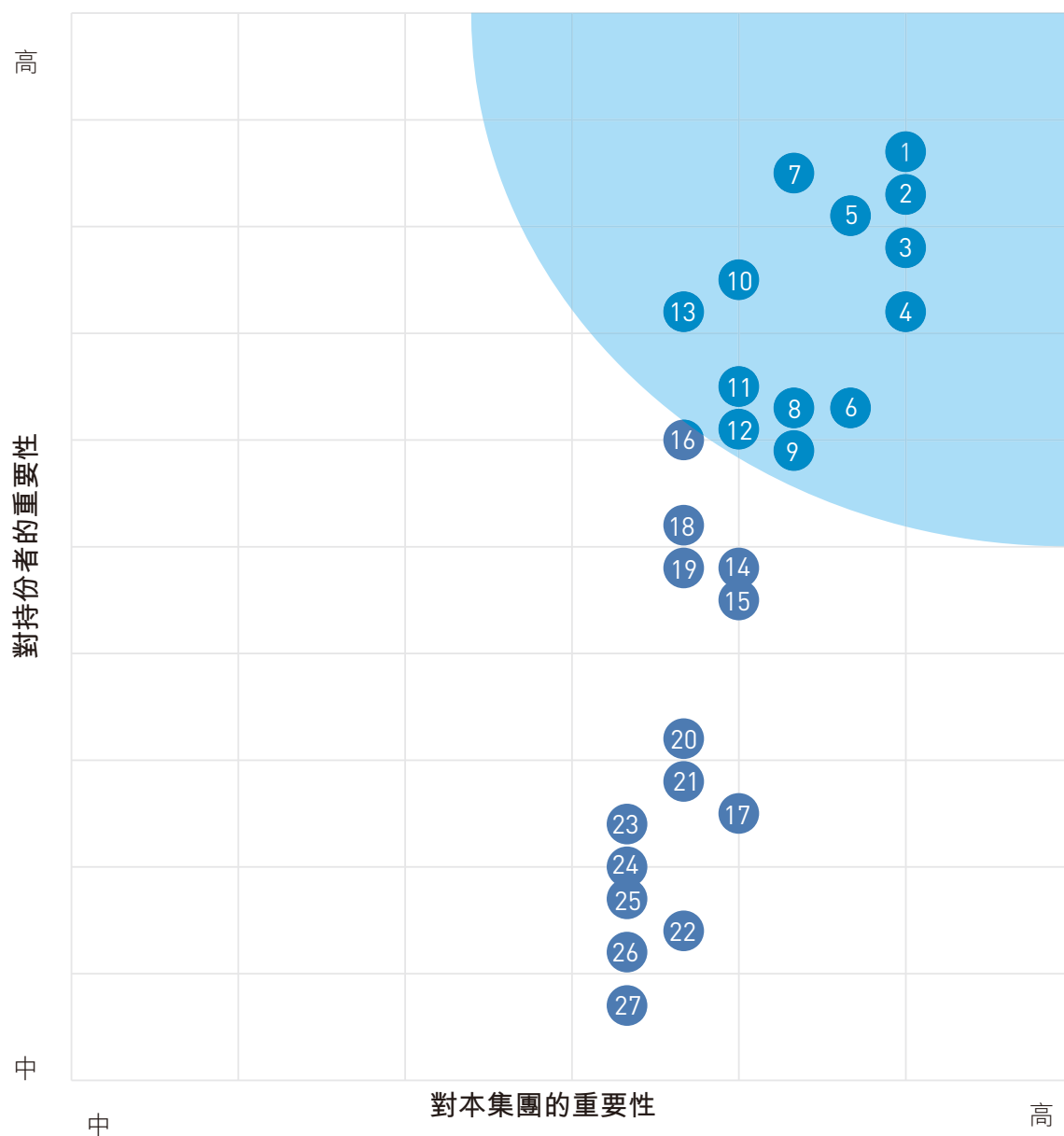
階段	行動
階段1 識別相關議題	根據過往和現有的持份者通結果以及聯交所《環境、社會及管治報告指引》，識別出27個ESG議題。
階段2 收集持份者回饋	邀請各個範疇的持份者以網上問卷形式進行意見調查，就各項議題評分。
階段3 識別重要議題	根據持份者對議題的重要性評分和議題對本集團的重要性評分兩個參數，進行量化分析排序，並以矩陣表達，從而確定在兩個層面最為重要的議題。
階段4 驗證	重要議題清單交由可持續發展督導委員會審視，該13項重要議題被確認為需要優先處理和重點匯報的議題。





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。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



可持續發展方針

於報告期間，我們得出的重要性分析結果載於上述的重要性矩陣，當中右上角部份的13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，同時亦會在本報告中對上述議題作詳細闡述。

重要議題

編號	議題	相關章節	頁數
1	產品及服務合規性	為客戶創造價值－產品及服務合規性及廣告宣傳	<u>22、29</u>
2	產品及服務質量	為客戶創造價值－質量保證	<u>23</u>
3	客戶溝通及滿意度	為客戶創造價值－客戶溝通及滿意度	<u>27</u>
4	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	<u>24</u>
5	用戶隱私及信息安全	為客戶創造價值－信息保護及服務穩定性	<u>24</u>
6	投訴處理	為客戶創造價值－客戶溝通及滿意度	<u>27</u>
7	技術研發	為客戶創造價值－技術研發	<u>23</u>
8	吸納人才和挽留員工	為員工締造理想－廣納及保留人才	<u>31</u>
9	僱員培訓及發展	為員工締造理想－培訓及發展	<u>34</u>
10	員工福利	為員工締造理想－廣納及保留人才	<u>31</u>
11	反貪腐(包括賄賂、勒索、欺詐及洗錢等)	為員工締造理想－肅貪倡廉	<u>36</u>
12	知識產權維護	為客戶創造價值－知識產權維護	<u>28</u>
13	職業安全及健康	為員工締造理想－職業健康與安全	<u>35</u>





其他議題

編號	議題	相關章節	頁數
14	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	<u>29</u>
15	供應商評審	為客戶創造價值－供應鏈管理	<u>29</u>
16	工作間多元化、反歧視及平等機會	為員工締造理想－權益保障	<u>33</u>
17	環保宣傳及推廣	為環境身體力行	<u>37</u>
18	預防童工及強制勞動	為員工締造理想－童工及強制勞工	<u>33</u>
19	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	<u>30</u>
20	綠色採購	為環境身體力行	<u>37</u>
21	參與公益活動	為社區構建和諧	<u>41</u>
22	慈善捐贈	為社區構建和諧	<u>41</u>
23	節約用電及用水	為環境身體力行	<u>37</u>
24	其他資源的可持續利用(例如用紙及包裝)	為環境身體力行	<u>37</u>
25	溫室氣體及廢氣排放	為環境身體力行	<u>37</u>
26	氣候變化的風險與機遇	為環境身體力行	<u>37</u>
27	廢棄物處置和管理	為環境身體力行	<u>37</u>

為客戶創造價值

我們致力成為產業互聯網時代可以代表行業的公司，相信通過我們的產品和服務可以真正幫助企業提高效益。

目標	方法
滿足並預測客戶的需要	持續創新
提供優質可靠的服務及產品	達到並超越服務表現目標
保護個人資料	實施私隱及個人資料政策
維持優質客戶服務	推動卓越客戶服務

產品及服務合規性

我們深明確保產品及服務合規性的重要性。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當競爭法》、《互聯網信息服務管理辦法》、《互聯網廣告管理暫行辦法》等與我們業務適用的法例法規。我們主要由內部法務部及外部顧問定期監察最新適用法律法規，並為相關部門的員工提供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、標籤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

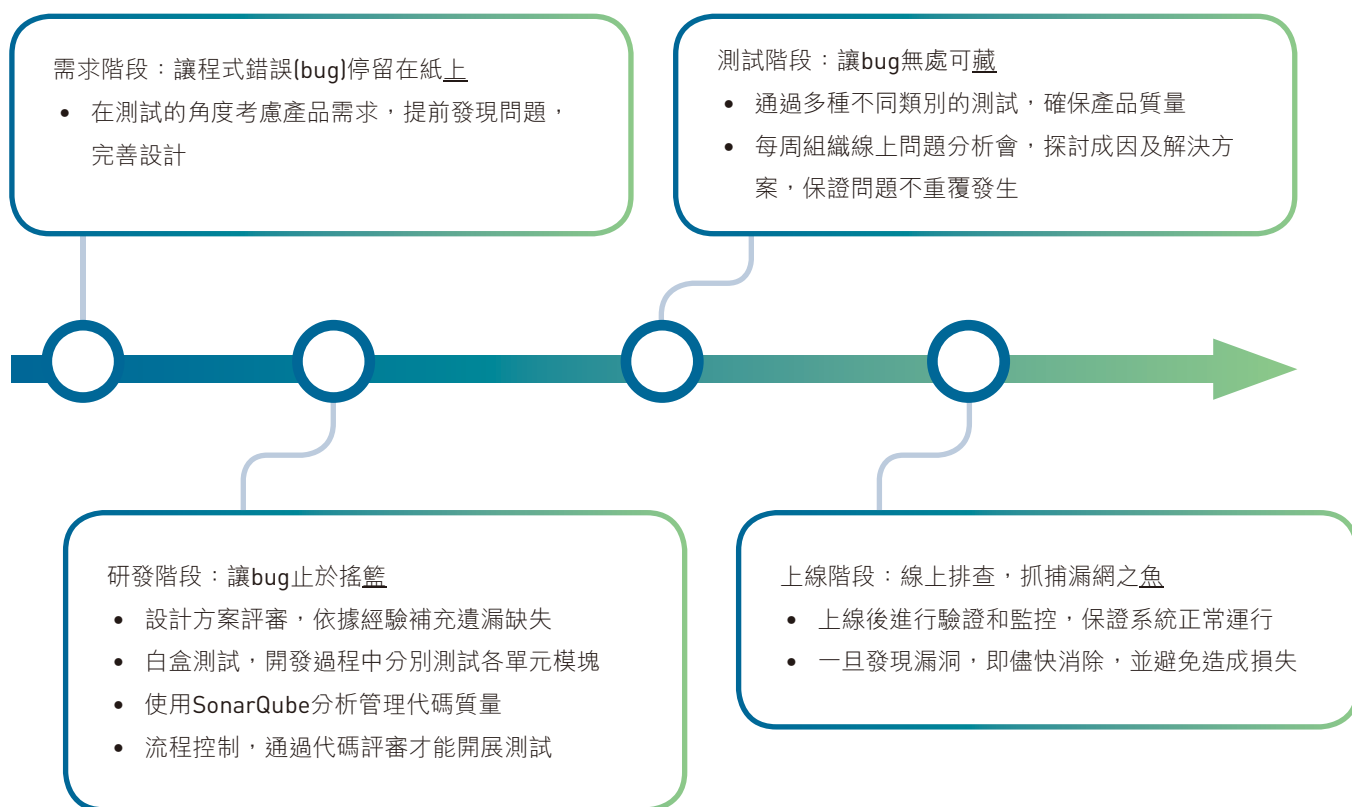
本集團繼續加大研發投資。於2020年12月31日，研發部門的僱員人數為424名，佔本集團僱員總數的52.3%，本集團的研發開支亦由2019年的人民幣106.6百萬元增加21.5%至2020年的人民幣129.5百萬元。為改進及優化我們的算法，我們於2020年4月1日任命陳秀義先生為首席技術官，其對互聯網線上廣告相關算法技術的應用擁有豐富經驗。

此外，截至2020年12月31日，我們已於中國內地及香港註冊64個商標、80個軟件著作權及16個作品版權。

質量保證

本集團致力提供卓越的客戶體驗和優質的產品及服務，與客戶建立長期關係。我們從需求分析、研發、到上線階段均精益求精，務求讓客戶能享受前所未有的操作體驗。

為客戶創造價值



信息保護及服務穩定性

作為互聯網服務提供者，網絡及系統的穩定性及信息安全性對我們的業務極為重要。

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，在接入用戶到我們的服務平台時，重要的隱私信息大多已被過濾或隱匿，因此本集團對用戶隱私泄漏的風險相對較低。儘管如此，我們嚴格遵守《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》。提供予客戶的《隱私政策與法律聲明》清楚說明我們使用客戶資料的指定用途，以及保護此等資料的措施。

針對外部人為攻擊、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常見的系統和數據安全的風險事件事故，兌吧採用一系列的防範措施，以降低風險發生的概率或者降低發生風險後的損失：





定期演習	無論是外部攻擊或者其他的風險，兌吧都有定期的演習機制，一般是一個月一次。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給予一定激勵。此外我們使用的雲服務器也可以幫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，比如斷電恢復、數據刪除恢復等場景進行演練。我們就上述演習形成一套標準流程和應對規範，每一次演習後都會完善這套規範使其能夠應付絕大多數的風險。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30分鐘內恢復。
規範操作	規範操作流程對於有一定數據量的大中型公司尤為重要，兌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，養成運維人員安全意識，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。
預警、監測和記錄	兌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。

為客戶創造價值

授權	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，彼等均需要發起請求，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。
職責分離	我們設有業務運維、網絡運維和數據庫管理3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。 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。
預留服務器承載水位	預留服務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。預留服務器承載水位會根據不同的時間點，如雙十一或者特定商家的周年慶等作出調整，確保高峰期服務器使用率維持在一半以下，保證一倍的冗餘。 過去兌吧未出現嚴重宕機事件，我們的服務器可用率維持在99.99%，即一年來的宕機時間只佔1小時左右，高於行業99.9%的水平。





數據備份	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。
企業文化和人文關懷	兌吧高度重視員工發展，不定期給員工開展各類的培訓，包括工作技能及法律規範等，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公司機密。

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。

客戶溝通及滿意度

客戶服務及滿意度是衡量我們服務質量的核心指標。我們業務團隊聆聽客戶的意見，瞭解他們的服務需求。我們有專門的客服團隊，為終端用戶提供在線電話諮詢服務，解答使用如積分商城等平台時遇到的問題和疑難。客戶使用我們的平台產品後，也可以利用客服通道直接聯繫我們。我們的運營及銷售團隊亦會定期走訪客戶，與客戶交流，收集他們的意見，令我們的服務質素更上一層樓。面對客戶投訴，我們根據以下三個原則處理：

為客戶創造價值

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。

2020年度我們接到的投訴只佔整體諮詢的0.75%，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佔比，合作方自身資源的商品、快遞、退換貨等客訴未被納入佔比中。

知識產權維護

我們深明知識產權對創新科技的重要性，故我們十分著重保護自身的知識產權，同時絕不容許侵犯第三方的知識產權。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。我們透過制定《商標使用管理制度》，加強知識產權的管理，對內容監控篩查，防止他人利用我們的平台，保障本集團的信譽及利益。對於例如商標等由商業客戶提供的素材，我們設有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，防止素材被濫用或盜用。

為提高員工對保護知識產權的意識，本集團已在辦公室的電腦安裝業務上需要的正版軟件，並在《員工手冊》明令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。

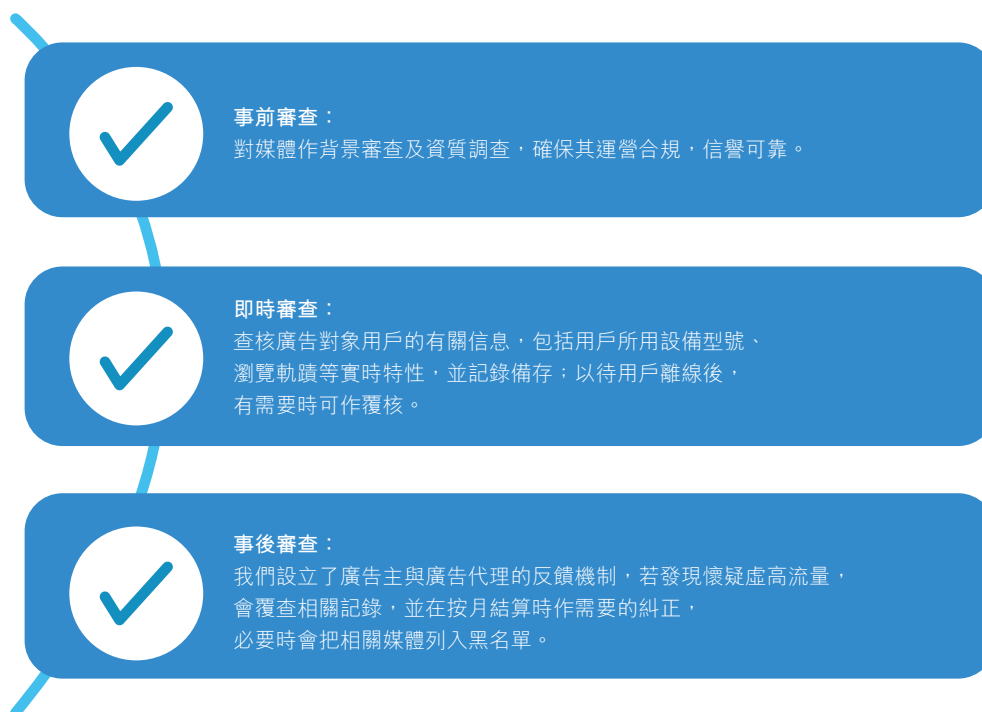
其他有關保護本集團自身知識產權的措施，請參閱「信息保護及服務穩定性」章節。





供應鏈管理

為了與供應商創造一個雙贏的局面，我們矢志將我們的道德價值觀及專業操守延伸到供應鏈。作為互動式廣告提供商，我們主要以媒體作為主要的供應商。截至2020年12月31日，我們共與中國7,220家媒體合作，每日廣告頁面瀏覽數超過33百萬次。我們已制定嚴謹的機制和流程，以審查、挑選與監察合作的媒體及流量：



本集團的《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，以鼓勵供應商履行並共同提高供應鏈的可持續發展表現。

廣告宣傳

針對我們的互動式效果廣告業務，我們恪守《中華人民共和國廣告法》及《廣告管理條例》等，仔細審核廣告內容，確保合規才放行上線，以杜絕誇大失實的宣傳。廣告上線後，我們還會以人手及人工智能兩種方式，抽查廣告內容。本集團並不生產實體產品，所以產品標籤的法規對我們並不適用。

為員工締造理想

本集團的成功有賴於我們優秀的人才隊伍，為了讓員工在具挑戰性的工作環境中茁壯成長，本集團秉持「結果導向、主動協作、創新、簡單、真誠、勇敢」的企業文化，持續改善人力資源策略，協助員工在工作和生活之間取得平衡。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。

目標	方法
建立高效、有活力的工作文化	完善薪酬和福利制度，激勵並挽留人才
照顧員工安康	制定職業健康及安全制度，建設健康安全的職場
支持員工發展，留住合適的人才於本集團持續發展	完善晉升制度和培訓體系
加強員工與管理層溝通，增強歸屬感	建立雙向溝通機制，安排恆常員工活動，促進各部門聯繫

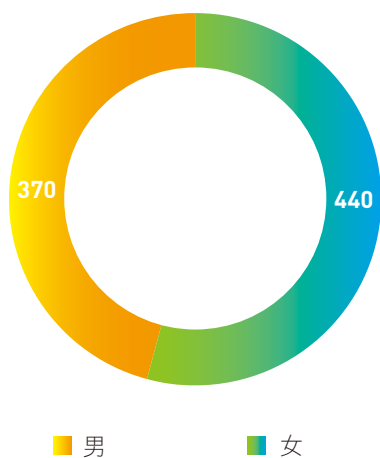
僱傭合規性

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。

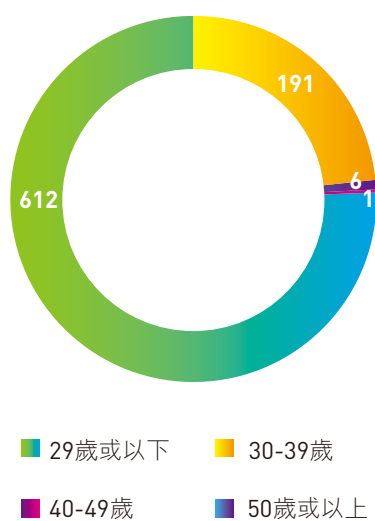
員工概況

截至2020年12月31日，我們的業務單位共聘用了810名員工，所有員工都是於中國內地工作的全職員工。

按性別劃分的僱員人數



按年齡組別劃分的僱員人數





員工總體流失率為34%，均為中國內地工作的全職員工。

按性別劃分	男： <u>37%</u>	女： <u>30%</u>		
按年齡劃分	29歲或以下： <u>34%</u>	30-39歲： <u>35%</u>	40-49歲： <u>43%</u>	50歲或以上：0%

廣納及保留人才

人才是企業之本，也是企業發展最重要的核心資源之一。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。為吸引和培養各界精英，我們通過本地招聘、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，以申請人的能力、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、入職周年禮物、午餐福利等。於本集團位於杭州的總部辦公室設有健身室及圖書閣，供員工在忙碌的工作過後放鬆身心。



發放給員工的「夏日大禮包」

為員工締造理想

2020 兑吧集團第二屆馬拉松

第二屆兑吧集團馬拉松於十一月一個星期在湘湖定山廣場燃情開跑。儘管冽冽冬日，肅肅祁寒，仍擋不住參賽選手們的熱情。我們相信每一位兑吧的參與者能盡情在職場上追逐奮鬥都離不開家人們的支持與鼓勵。故此，除了10公里和5公里的賽事，我們更設有3公里親子跑，讓員工與家中摯愛在跑道上享受天倫之樂。

作為一個奮鬥者，始終堅信有付出一定有收穫。在比賽完成之後，由兑吧總裁為比賽前三名參賽選手頒發獎品，此次比賽的獎品十分豐厚，獎品有平板電腦、音響、投影機等。在比賽當天，不僅僅只是參賽人員十分努力，我們的工作人員一直稟著超認真的態度，為大家做好充足的賽前賽後保障，每一個補給站都有志願者為每一個參賽選手奉上薑茶和小蛋糕為選手補充體能，更有元氣滿滿的拉拉隊吶喊加油。大家在這裏不是一場速度的比拼，而是相互幫助，互相鼓勵，一起加油跑下去。一個人可以跑的很快，但一群人可以跑得更遠，就如兑吧一樣，需要依靠整個團隊的互相合作和奮鬥，才能茁壯成長。





權益保障

本集團的《員工手冊》涵蓋了關於薪酬及解僱、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。我們提倡公平公開的文化，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。本集團實施公平及具競爭力的薪酬福利制度，薪酬乃根據員工的資歷、經驗、工作性質、表現以及市場情況計算釐定。本集團不會無理解僱員工。如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

本集團對使用童工及強制勞工採取零容忍態度，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。

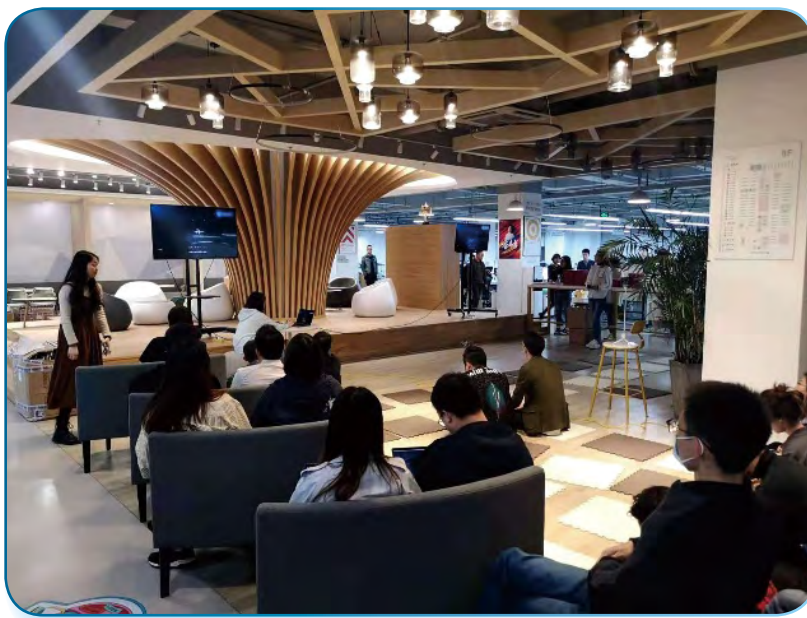
人力資源部門會定期進行童工及強制勞工預防培訓。在聘用任何應聘者前，人力資源部採取有效程序核實應聘者年齡，如檢查應聘者身份證等措施，以免聘用童工。如在本集團中發現未滿法定最低就業年齡的童工，我們嚴格按照《未成年人特殊保護規定》，立即與其解除勞動關係，將該名童工帶離工作場所和通知當地社福機構，並採取相關補救措施保護他們的權益，同時檢討招聘流程中存在的漏洞並在90個工作日內進行整改。

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，充分瞭解其處境。我們亦會立刻調查人手安排上存在的問題，在90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。

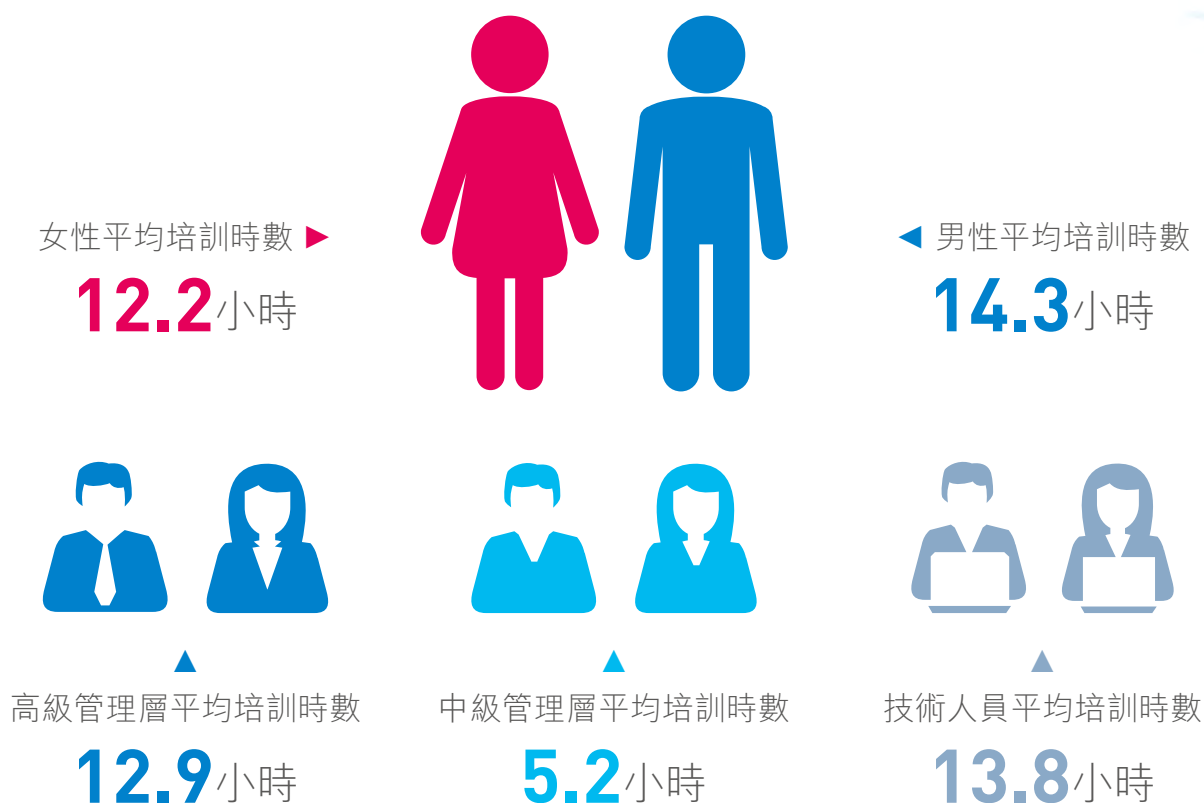
為員工締造理想

培訓及發展

我們深信人力資源建設是企業戰略管理的基石，發揮每個員工的潛力對本集團業務長遠發展更是舉足輕重。為推進本集團與員工共同發展及共享成果，本集團積極投入於人力資源，透過為員工提供多元化的培訓，旨在有效傳遞行業及專業知識，從而提高員工技能。於報告期間，我們的總培訓時數達16,063小時，受訓僱員百分比為100%。



SaaS培訓



* 員工平均培訓時數=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)

職業健康與安全

為了保障員工的職業健康與安全，本集團每年為員工定制體檢計劃。我們亦按照《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。我們亦制定火災演練計劃，按時組織演練，並評價演習結果以制定改進措施。我們亦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。

為員工締造理想

同心抗擊新冠肺炎

針對2020年新冠肺炎疫情，本集團採取積極措施，保障員工的安全。在疫情最嚴峻的時期，員工可以留在家中進行遠程辦公。回到辦公室時，我們定期發放口罩、維他命C並開通員工公交專線。我們在入口設有防控台，讓員工測量體溫和用酒精消毒雙手，並確保員工已配戴口罩。



肅貪倡廉

我們竭力維護的本集團廉潔文化。我們嚴格遵守《中華人民共和國刑法》及《中華人民共和國反洗錢法》，制定合適的內控和風控政策和制度，加強反貪實踐與員工對利益衝突及誠信事宜的警覺性。

《員工手冊》、《員工反賄賂反腐敗行為準則》及《禮品管理制度》等內部制度已詳細說明我們對員工專業操守的要求，我們亦透過持續宣傳教育、協議簽署和開放舉報電子郵箱等措施減低貪污及其他違規風險。

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。

為了加強員工的廉潔意識，本集團於報告期間分部門為員工安排了兩次廉潔工作相關內容培。

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、欺詐或洗黑錢的重大案件。



本集團一直致力令業務更符合可持續發展原則，協助應對氣候變化的威脅。我們已在節能、廢物管理、可持續地使用資源，以及綠色資訊及通訊科技解決方案方面，採取了多項減緩及改善措施，以助實現低碳經濟。

保護環境是企業社會責任的重要一環，亦是全球大勢所趨。本集團作為互聯網服務公司，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，我們仍致力於保護環境，並已制定《兌吧集團環境保護政策》，實行環境友善的措施，以減低排放及減少消耗資源。

目標	方法
減少能源消耗及溫室氣體排放	管制優化溫室氣體排放源頭
推廣負責任的廢物管理	推廣回收
協助員工建立更環保的生活方式	實行綠色辦公

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》、《大氣污染防治法》、《水污染防治法》、《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法例法規的個案。

為環境身體力行

氣候變化及溫室氣體排放

氣候變化加劇了極端天氣事件的風險和頻率，對我們的人身安全和環境都造成潛在風險。作為負責任的企業公民，我們積極提升能源效益，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。為了有效減排，我們致力管理溫室氣體排放的源頭，安排專人落實溫室氣體排放的測量、統計和分析。行政部門定期評估和審核企業內部主要燃料的使用數量和類型，制訂優化方案，提高使用效率和效果，定期向可持續發展小組進行匯報，並在歸納後向董事會匯報。

我們採納多元措施來減減少耗能，促進環境效益的同時，亦降低了營運成本。措施包括：

- 受疫情影響，停止中央空調的使用；
- 辦公室採購優先考慮能源效益高的電器；
- 使用智能應用程序提示員工晚上關閉電腦；
- 倡導員工及安排人員每晚巡視辦公室，關掉打印機和空調等閑置設備；
- 以油電混能車作代步之用，協助改善路邊空氣質量；及
- 將使用公司車輛的審批程序嚴謹化，減低公司汽車使用次數。





關鍵環境績效指標	2020	2019	單位
溫室氣體			
排放總量	439.02	464.28¹	公噸二氧化碳當量
直接排放(範圍1)	10.54	2.91	公噸二氧化碳當量
間接排放(範圍2)	428.47	461.37¹	公噸二氧化碳當量
每平方米樓面面積的			
溫室氣體排放量(範圍1及2)	79.11	91.48¹	公斤二氧化碳當量／平方米
空氣污染物			
氮氧化物(NO _x)	3.29	0.58	公斤
硫氧化物(SO _x)	0.06	0.02	公斤
懸浮顆粒物(PM)	0.24	0.06	公斤
能源			
總耗用量	568.62	584.26	千個千瓦時
電力	532.53	573.42	千個千瓦時
汽油	36.10	10.84	千個千瓦時
每平方米樓面面積的能源消耗量	102.46	115.12	千瓦時／平方米

註1：以上數據只包括本集團位於杭州的主要營業地點。

註2：報告期內本集團新增公務用車，故用油量及所產生的排放量亦有所增加。

¹ 我們參考了香港聯交所刊發的《如何準備環境、社會及管治報告》中最新所補充的中國內地外購電力排放系數，並對我們2019年度的範圍二(間接排放)數據作重新計算。

為環境身體力行

廢棄物及水資源管理

我們的業務營運不涉及工廠生產，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。我們的資源使用與棄置，主要是辦公室用水及垃圾。辦公室使用市政的供水系統，沒有求取適用水源的問題。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最新的垃圾分類標準，並設於員工坐位旁，方便員工分類棄置垃圾。《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，期望他們為環保盡一分力。

我們同時實施了以下舉措，改善環境：

- 及時維修和更換有滲漏的水龍頭與管道等衛生設施，減少浪費食水；
- 在辦公室栽種植物，綠化辦公室；
- 來訪客人餘下的飲用水，作澆灌植物之用，減少浪費水資源；及
- 通過網絡和電子科技營運，盡量實行無紙化辦公。

關鍵環境績效指標	2020	2019	單位
無害廢棄物			
無害廢棄物總量	29.50	32.41	公噸
無害廢棄物處置量	17.50	20.61	公噸
無害廢棄物回收量	12.00	11.80	公噸
每平方米樓面面積的無害廢棄物量	5.31	6.39	公斤／平方米
用水			
總耗水量	4,721.00	4,729.08	立方米
每平方米樓面面積的耗水量	0.85	0.84	立方米／平方米

註3：以上數據只包括本集團位於杭州的主要營業地點。



本集團秉承「服務人民回饋社會」的理念，積極尋求機會回報社會，以期為當地社區創造更好的生活環境。

目標	方法
支援弱勢社群	積極參與社區服務
推動行業發展	舉辦行業活動

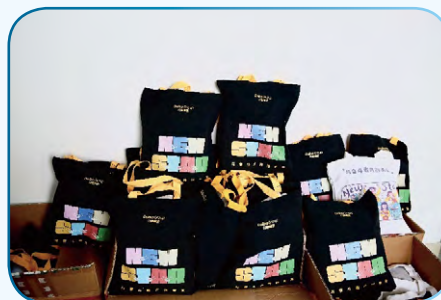
新冠肺炎疫情期間，本集團通過自有渠道採購物資後，向中國紅十字會捐助包括口罩，消毒水，醫用手套等共價值12,250元人民幣的物資。另外，本集團響應國家號召，扶持山村支教，「燭光」支教小分隊攜帶支教物資前往浙江省寧波市寧海縣深馴鎮馬壩小學，與學生進行十四天的交流，並建立了深厚的友誼。本集團相信，社區活動的參與對本集團的長期發展起重要作用。通過不同活動，本集團可培養參與社區工作及回饋社會的文化。本集團會一直關注有需要人士，並不遺餘力推動本集團業務所在社區的發展、教育及建設活動。



為社區構建和諧

傳遞溫暖感人心－老人公寓慰問活動

為進一步弘揚中華民族敬老、愛老、尊老的傳統美德，兑吧集團黨支部在冬天來臨之際，前往古蕩老人公寓開展「愛心慰問暖人心」主題活動，為古蕩老人公寓的老人們送上兑吧集團「溫暖禮袋」，內有禦寒物品，讓老人們感受到社會溫暖。



眾星雲集，兑吧集團2020技術沙龍成功舉辦

報告期內，本集團於杭州總部舉辦了一次技術沙龍分享活動。活動邀請了六位來自阿里巴巴、網易及有贊的技術專家，現場分享各自領域中積累的技術經驗和前沿技術。除了本集團的員工，我們還邀請了Zoom，婚禮紀，快手等同行一同交流。本次沙龍基於「開放，共創」的理念，兑吧作為溝通橋梁讓對相關技術感興趣的人士能夠聚集起來，共同交流與分享，期待大家能有所收穫，有所啟發。





香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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	<u>37-40</u>
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－ 氣候變化及 溫室氣體排放	<u>38-39</u>
關鍵績效指標A1.2	溫室氣體總排放量及密度。	為環境身體力行－ 氣候變化及 溫室氣體排放	<u>38-39</u>
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量及密度。	本集團的營運並無產生 重大的有害廢棄物	不適用
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量及密度。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	<u>40</u>
關鍵績效指標A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	為環境身體力行－ 氣候變化及 溫室氣體排放	<u>38-39</u>
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	<u>40</u>

香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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	<u>37-40</u>
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度。	為環境身體力行－ 氣候變化及 溫室氣體排放	<u>38-39</u>
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	<u>40</u>
關鍵績效指標A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	為環境身體力行－ 氣候變化及 溫室氣體排放	<u>38-39</u>
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	為環境身體力行－ 廢棄物及水資源管理	<u>40</u>
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量。	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	<u>37-40</u>
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





香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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 (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－ 廣納及保留人才、 <u>僱傭合規性及</u> 權益保障	<u>30-33</u>
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、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	<u>30-31</u>
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	<u>30-31</u>
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	<u>35-36</u>
關鍵績效指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	於報告期內並無發生	不適用
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	於報告期內並無發生	不適用
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	<u>35-36</u>

香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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	<u>34-35</u>
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	<u>未於報告期間進行披露， 本集團計劃於明年 提供相關數據</u>	<u>不適用</u>
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	<u>34-35</u>
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	<u>33</u>
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	<u>33</u>
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	<u>33</u>
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。		<u>為客戶創造價值－ 供應鏈管理</u>	<u>29</u>
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	<u>為客戶創造價值－ 供應鏈管理</u>	<u>29</u>
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、以及有關慣例的執行及監察方法。	<u>為客戶創造價值－ 供應鏈管理</u>	<u>29</u>





香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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	<u>22-29</u>
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	<u>27-28</u>
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	<u>28</u>
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	為客戶創造價值－質量保證	<u>23-24</u>
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	<u>24-27</u>

香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

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	<u>36</u>
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。	於匯報期內並無對我們或僱員提出或審結的貪污訴訟案件	不適用
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	<u>36</u>
社區			
層面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。		為社區構建和諧	<u>41-42</u>
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	<u>41-42</u>
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	<u>41-42</u>

