

環境、社會及管治 (ESG) 報告

一、關於本報告

本報告旨在客觀披露 Keep Inc. (以下簡稱「Keep」或「本公司」或「我們」) 於2023年在環境、社會及管治 (以下簡稱「ESG」) 領域開展的工作及已取得的成果，公允地反映本公司2023年度ESG策略、管理和實踐情況。更多有關公司治理相關內容請參考本公司年報《企業管治報告》章節。

1. 報告範圍

本報告的彙報範圍為 Keep Inc. 及其主要附屬公司，時間範圍為2023年1月1日至2023年12月31日，為保持信息的持續性，報告中可能包括超出此時間範圍的事項。

2. 編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司主板上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「ESG報告指引」) 編製，並參考聯合國可持續發展目標(UN SDGs) 編寫。

3. 匯報原則

本報告在編製過程中，依照《ESG報告指引》中有關「重要性」「量化」「平衡」「一致性」原則要求以界定報告的內容及呈列方式。

- 「重要性」原則：本報告已在編製過程中開展主要利益相關方參與及ESG實質性議題識別，並根據議題重要性評估結果對相關內容進行披露。具體內容詳見本報告「利益相關方溝通」與「實質性議題分析」章節。
- 「量化」原則：本報告所披露的環境與社會層面的關鍵績效指標採用量化方式展現，有關計量標準、方法、假設及／或計算工具、以及使用的轉換系數來源，均已在相應位置做出說明。
- 「平衡」原則：本報告確保內容不偏不倚地呈報報告期內 Keep 的ESG表現。
- 「一致性」原則：本報告的數據統計方法與其他公開披露信息保持一致。

4. 信息來源

本報告涉及的資料和案例主要來源於2023年度本公司統計報告、正式文件及內部記錄。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載及誤導性陳述，並對內容真實性、準確性和完整性負責。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

二、 董事會聲明

Keep 高度重視本公司ESG管理，積極踐行可持續發展理念。本公司董事會為ESG事宜的最高負責及決策機構，對環境、社會及管治的策略和匯報負責，全面監督本公司環境、社會及管治事宜。本年度，董事會參與了ESG工作彙報會議，聽取並了解ESG發展趨勢、本公司年度ESG管理成效，以及下一年的ESG工作計劃等重要事宜，並對本公司ESG管理提出建議。

為更好地踐行ESG理念，本公司建立了ESG工作指導小組，以及覆蓋ESG相關業務部門的ESG協同辦公室，規範開展ESG實踐和管理工作。

本年度，我們通過問卷調研、現場訪談等形式，對環境、社會及管治議題進行重要性評估，具體評估過程和結果在「環境、社會及管治報告」中「利益相關方溝通」及「實質性議題分析」小節詳述，並由董事會審閱。本公司董事會全面識別了與本公司相關的重大ESG風險，包含產品與服務質量、員工權益、數據安全與隱私保護、商業道德、公司治理等議題，明確了ESG管治工作重點方向。

在董事會的監督下，本公司討論並設置了環境目標，並持續檢討目標的完成情況。2023年，董事會聽取了管理層關於環境目標設定情況的專項匯報，對下一年度與業務運營相關的環境目標進行了審閱及討論，包括優化能源使用效益、降低廢棄物排放量、降低水資源使用量等方面。

本報告亦詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於二零二四年三月二十八日審閱批准。

三、 ESG管理

1. ESG策略

本公司在業務營運及企業日常管理中不斷完善ESG策略，將提供優質產品、堅持綠色發展、攜手員工共同進步、加強供應鏈管理、實現責任經營及開展社區投資視為我們在管理體系中融入ESG元素的重要維度。本公司持續健全ESG管治架構，關注各利益相關方要求，積極履行企業社會責任，為用戶、行業及社會創造價值。

聯合國可持續發展目標(UN SDGs)旨在指引全球各國解決社會、經濟和環境三大領域的發展問題，並鼓勵社會各界積極貢獻自身力量實現可持續發展。我們基於本公司業務特點識別了相關的UN SDGs優先事項，並將其與我們的ESG策略融合，以指導ESG工作的開展。

責任產品



作為一家向社會提供全面健身解決方案的運動科技公司，我們希望通過科技和創新整合線上、線下健身體驗，讓健身變得更簡單、更普及。我們持續拓展產品矩陣，嚴格保障產品質量，開展App平台內容治理，保障用戶權益，未來十年致力於成為10億運動者的自由運動場。

綠色發展



我們積極響應國家「雙碳」目標，踐行綠色發展理念。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，持續加強環境管理體系，降低業務運營對環境的影響。

攜手員工



我們堅持為員工提供平等、和諧、穩定的工作環境。我們致力於維護員工合法權益，持續改善員工健康與福祉，支持員工發展，並引進先進的人力資源系統，努力為員工打造良好和幸福的職場辦公體驗。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

供應鏈管理



我們持續完善《供應商管理制度》，不斷規範和執行供應商准入、評估及退出相關流程。我們重視與供應商的合作與溝通，持續優化供應商選擇及供應商產品交付質量審核流程，圍繞供應商生產質量管理及產品研發等多維度提升供應商質量意識，並成立專業團隊對供應商在ESG重點風險管理領域的資質進行考核。

責任經營



我們堅持責任運營，重視用戶權益，積極遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等國家相關法律法規。我們在致力於為用戶提供高質量產品的同時，提高服務水平和信息安全保障能力，健全知識產權管理體系，踐行負責任營銷。

貢獻社會



以「激發每一次運動，讓世界充滿活力」為全新使命願景，我們始終致力於挖掘運動的正向價值，幫助更多群體從運動中收獲幸福與健康。我們積極投身公益事業，在倡導運動公平、關注環境可持續、傳遞社會關愛等領域開展多樣化的公益項目，攜手員工、用戶與公益合作夥伴，向公眾傳遞快樂和健康的生活方式，提升社會整體幸福感。

2. ESG管治架構

本公司ESG管治架構以公司治理結構和管控架構為基礎，包括治理層、管理層和執行層「三級架構」。董事會為治理層，全面負責本公司ESG工作，並對管理層工作進行監督。管理層為本公司ESG工作指導小組，負責統籌本公司ESG各項工作。執行層即ESG協同辦公室，負責本公司ESG具體工作的落實。



3. 利益相關方溝通

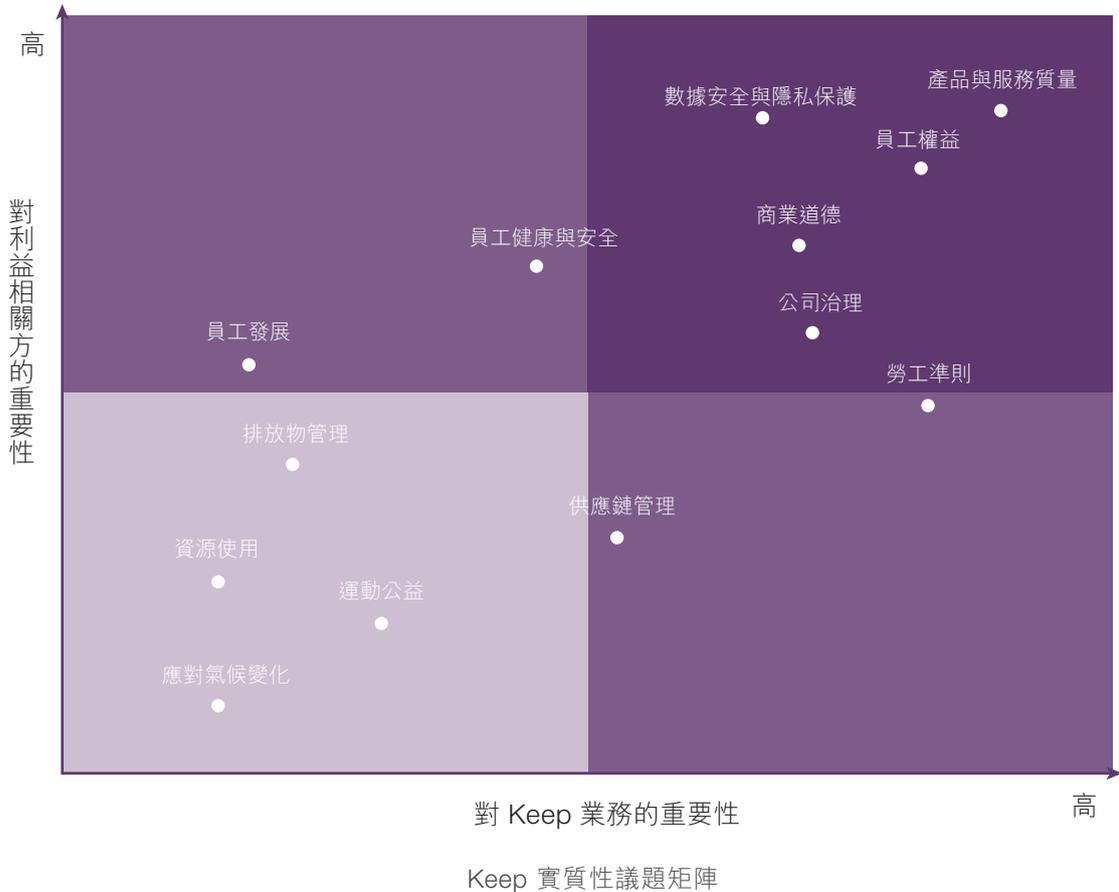
我們高度重視和利益相關方溝通，將其意見與要求作為推動我們持續改善ESG管理的重要動力。我們通過建立多元化的溝通渠道，與利益相關方開展互動交流，及時了解利益相關方需求並予以回應。本年度，我們識別出了本公司的重要利益相關方，收集了利益相關方的意見和期望。具體利益相關方如下表所示。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

利益相關方	主要關注事宜	主要溝通途徑
政府及監管機構	遵守法律法規 政策落實情況 突出社會貢獻	備案或書面文件報送 視察接待 年度報告
股東及投資者	企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露	股東大會 專題匯報 投資者會議及業績路演 聯交所／本公司境內外官網
董事	企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露	董事會會議
員工	員工權益 薪酬福利 發展及培訓 健全晉升通道 健康與安全	勞動合同 面對面溝通 員工培訓 績效考核及反饋
供應商	公開、公平、公正採購 反貪污 互利共贏	公開招標 供應商質量協議 反商業賄賂協議 供應商評估程序 供應商會議
消費者	提供高質量產品與服務 保障信息安全與隱私 聽取用戶意見及建議	用戶服務熱線 日常運營及交流 用戶投訴處理與反饋
企業客戶	商業道德 提供高質量產品與服務 保障客戶信息安全	實地考察 客戶溝通 行業交流
社區	社會公益 社區投資 保護環境	參與公益活動 志願者服務

4. 實質性議題分析

本公司結合業務特點及與利益相關方溝通情況，通過調研問卷的方式收集利益相關方對ESG議題重要性的反饋意見，並對議題重要性程度排序進行梳理，了解利益相關方的期望與要求。ESG議題對利益相關方的重要性程度列示於下圖：



四、 責任產品

作為一家向社會提供全面健身解決方案的運動科技公司，我們希望通過科技和創新整合線上、線下健身體驗，讓健身變得更簡單、更普及。我們持續拓展產品矩陣，嚴格保障產品質量，開展App平台內容治理，保障用戶權益，未來十年致力於成為10億運動者的自由運動場。

1. 服務全民健身

我們通過豐富的運動課程選擇、智能個性化的運動體驗，努力降低健身門檻，讓健身不再受時間、地點、財力限制。我們旨在激發用戶的運動積極性，鼓勵更多人追求健康生活、享受運動快樂，進一步向全社會傳播健康、自信和自律的生活新方式。推動全民健身高水平發展，為構建大健康體系、推進健康中國建設蓄積合力。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

我們的在線健身內容主要包括錄播課和直播課，兩者均由內部開發或由第三方（如達人和其他健身內容提供商）創建。我們亦利用人工智能算法提供個性化的健身訓練計劃，即根據用戶的運動水平、健身目標、日常鍛煉模式和飲食習慣，動態調整課程內容和鍛煉強度，幫助用戶優化訓練效果。我們根據用戶見解不斷完善我們的內容，使我們能夠創造效率更高和效果更好的新課程。

同時，憑藉人工智能、自動化和社交互動等一系列創新功能，我們的智能健身設備（包括智能單車、手環、體重秤及跑步機）通過與在線健身內容協同配合，追蹤和分析健身行為，自動調整鍛煉難度和內容推薦，改善用戶整體健身體驗。此外，我們的智能健身設備可以互相連通，捕捉多個應用場景中的健身行為，從而形成更全面的用戶檔案，而我們可以藉此提供更精準的推薦，並動態調整健身訓練計劃，以實現效果最大化。

基於用戶規模的不斷增長與用戶積極反饋的正循環積累，我們識別用戶在不同場景中尚未滿足的需求。為此，我們還提供高質量的時尚運動產品，包括瑜伽墊、啞鈴、運動服、護具和其他健身配件，以進一步提升用戶的整體健身體驗，陪伴用戶培養運動習慣。我們亦提供廣泛的健康食品產品，如代餐、健身零食和營養補充品，為用戶提供將鍛煉和飲食相結合的一體化解決方案。根據用戶的健身目標，我們的平台能夠推薦定制的飲食計劃，並提供詳細信息，如建議的總熱量攝入、宏量營養素分析和其他健康小貼士。

我們的在線健身內容、智能健身設備、配套運動產品三條業務線相輔相成，打造出一體化的業務模式，覆蓋用戶的整個健身生命週期。

2. 升級產品質量

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，積極開展審核並加強產品質量管控，優化產品測試、檢驗與召回流程，並開展產品質量相關的內外部培訓，推動產品質量升級。

(1) 產品質量管控

Keep 重視產品質量管理，制定了《產品質量標準》《供應商質量協議》等制度與標準，並根據制度規定對產品研發、生產等環節開展審核。

在產品研發階段，我們對市場上的同類產品進行調研，總結產品相關改進建議，並應用到 Keep 產品設計中。我們還積極開展產品原材料質量與安全評估，確保開發產品使用材料達到國家品類標準，工藝版型符合內部設計開發要求。

在產品生產階段，我們對產品生產、包裝等過程進行監督，確保供應商產品生產工藝符合國家「三廢」排放標準，並按照質量協議上的出貨質量標準對出貨產品進行抽檢，若抽檢產品未滿足標準，我們將對該批次產品進行退貨處理，下批次產品達到檢驗標準後才可正常驗收。

在產品銷售階段，售後部門根據《產品常見瑕疵外觀判定標準》對產品瑕疵率進行統計，針對瑕疵率較高的產品，本公司會對其工藝提出改進建議，並應用於後續生產中。本公司還會跟進VoC(用戶之聲)反饋，並通過數據分析對用戶提出的產品質量相關問題進行歸因複盤，及時對產品進行迭代升級，形成產品質量閉環管理。

我們倡導員工和供應商重視產品質量，不斷開展企業質量文化宣傳工作。我們在本公司內部平台上傳了產品質量相關的系列培訓課程，幫助員工了解本公司產品質量標準及要求。

(2) 產品召回

為保證出貨產品質量，保障用戶權益，本公司制定了《不合格品召回流程》等與產品召回相關的制度和標準文件。一旦發現不合格產品，我們立即邀請研發、交付、物流、倉儲、供應商等相關人員參與緊急會議，對不符合品質標準或存在安全隱患的產品進行返工處理，並對無法返工產品進行統一報廢處理。2023年，本公司未發生任何與安全和健康相關的產品召回事件。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

3. 營造健康平台生態

我們重視平台內容管理，致力於打造積極健康的平台生態。根據《互聯網信息服務管理辦法》等法律法規，我們制定《社區用戶公約》《社區管理規範》《規則百科》《兒童個人信息保護政策》及《審核尺度標準》等管理規範，對公開傳播的內容進行嚴格審核，營造正能量的社區氛圍。

(1) 健身內容審核

我們嚴格把控在線健身內容的質量，鼓勵內容創作者發布健康、多元的優質內容。本公司內容質量審核部門負責核驗健身類內容生產達人在相關領域取得的資質證書，並依照運動內容委員會的標準，審核健身達人或其他內容提供商創作的健身內容的真實度與專業度。我們在確保健身內容不違反運動知識原理正確、表達有科學依據、訓練動作標準且不對身體造成傷害等原則後才會發布到平台上，以保證用戶在跟練過程中的科學性及安全性。我們還根據用戶反饋，對課程難度進行分級，優化用戶健身體驗，不同運動能力水平的用戶可根據難度分級選擇適合的健身內容進行學習跟練。

(2) 不良內容治理

本公司不斷完善內容治理流程，建立質檢團隊，通過機器審核、人工校準、賬戶信用評分等多種方式對用戶生成內容進行安全管理，全面檢查用戶發布的圖文、視頻及評論。本公司建立敏感詞庫，借助自然語言處理、敏感詞過濾等技術，判斷用戶發布的內容中是否包含不良信息，以及時進行自動屏蔽。此外，本公司對用戶上傳的內容設置準確率、健康率、機審召回率等多項量化指標，多維度識別用戶上傳內容。本公司還建立二次質檢機制，基於模型過濾條件，對熱點、精選內容進行二次人工審查。同時，本公司不定期開展模擬攻擊演練，監測內容審核時效，確保及時識別違規內容，並控制其傳播。

本公司設置不良信息舉報渠道，鼓勵用戶通過 Keep App、郵箱、電話等渠道舉報違規內容，並確保第一時間處理舉報線索。此外，本公司還開通官方治理賬號「Keep_大理寺」，公開發布周度治理報告，傳播反詐知識，鼓勵用戶共同維護平台健康。2023年，官方治理賬號累計發布治理及科普文章97篇。

為進一步提升內容審核能力，我們面向新員工、內容安全審核人員、運營人員、主播以及供應商等人員定期開展內容安全治理培訓。培訓內容包括互聯網法律法規、Keep 內容治理標準、內容安全相關社會熱點事件、敏感內容、直播運營安全注意事項等。為提高違規內容識別準確度，我們對供應商、內容安全審核團隊開展「公序良俗類」培訓，對廣告、色情、暴力、血腥等易出現違規的內容進行知識科普。2023年，我們累計開展安全相關培訓72次。

本公司積極履行產品內容治理責任，持續打擊各類網絡有害信息。2023年，本公司對性別歧視、封建迷信、地域歧視等多種違法違規內容進行專項治理，通過人工手段處置有害內容8萬餘條，永久封禁違規賬號3,000餘個，補充敏感關鍵詞組達1.89萬組。

(3) 未成年人保護

本公司十分關注未成年人的健康與安全，致力於構築清朗網絡空間。為保護未成年人身心健康和個人信息權益，本公司在App內推出未成年人模式，關閉評論及私信等功能，並禁止未成年人進行直播。本公司還設立未成年人審核專區，通過圖片關鍵詞樣本庫及第三方模型策略，着重對涉及未成年人的網暴類、個人信息盜用類、低俗類等違法不良內容進行專項治理，從內容安全、業務安全、隱私安全三個領域完善未成年人網絡保護機制，在文本、圖片、視頻等多個業務場景中識別不良內容，守護未成年人身心健康。

我們專門設立未成年守護舉報電話，保障24小時接聽並處理相關舉報。我們還通過官方治理賬號「Keep_大理寺」開展未成年人保護宣傳工作，引導未成年人樹立正確價值觀。2023年，官方治理賬號共發布7篇涉及未成年知識科普教育、呼籲網民重視未成年保護的相關文章。

本年度，我們多次開展如「清朗 • 2023年暑期未成年網絡環境整治」等未成年保護專項行動，對網絡欺凌、網絡詐騙等有害行為，以及違規營銷、拜金炫富、低俗媚俗等有害內容進行治理。2023年，我們共計處置涉及未成年的有害信息1,000餘條，封禁賬號20餘個，有效防止不良信息對未成年人造成的傷害。

(4) 平台廣告管理

Keep嚴格審查本公司平台所展示的廣告內容，依照《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《互聯網廣告管理辦法》等法律法規，制定應用於不同行業廣告的《資質及內容規範》，明確廣告審核標準，避免存在虛假宣傳或涉及不良內容的廣告誤導用戶。

本公司不斷優化廣告合規管理工作，廣告業務部門、法務部門、品牌部門組成聯合工作組，登記廣告主信息、審核廣告主相關資質證明，以確認廣告主主體及廣告內容的合法性與真實性。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

4. 保障用戶權益

本公司嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《侵害消費者權益行為處罰辦法》等國家法律法規，持續提升運營及服務水平。為進一步提升用戶滿意度，本年度，我們對《會員退費標準》《AIoT軟硬件處理流程》《退換貨審核流程》《敏感及批量問題升級處理流程》等制度進行了完善。

(1) 用戶投訴及保障

Keep 不斷優化用戶服務體系，制定了《客服操作手冊》《客服日常工作規範》《客服部現場管理制度》《客服部保密制度及應急事件處理標準》等制度和規定，擴展投訴渠道，完善投訴處理流程，持續提高用戶投訴處理效率，保障用戶權益。

我們建立了多元化用戶反饋渠道。用戶可通過 Keep App、400熱線、公共郵箱等渠道直接向我們進行問題反饋，也可通過第三方平台渠道的客服熱線反饋相關意見和建議。為提高用戶投訴處理效率，我們建立了標準化的用戶投訴處理流程。接獲用戶投訴後，一線客服將對問題涉及的權責範圍進行判斷，及時提供相應解決方案並進行跨部門協同處理，在限定時間內為用戶需求提供有效反饋並進行追蹤。

為實現用戶反饋的標準化響應，提升投訴處理效率，我們定期對不同類別的用戶投訴進行複盤和場景還原，將投訴拆解為相關部門的具體問題並落實整改。以下為 Keep 客服團隊在不同場景下的客訴應對方法：

- (a) 平台活動：Keep 客服團隊已針對平台活動建立相應的反饋和風險評估機制，在平台活動開展前進行活動預演，盡可能降低缺貨問題對用戶體驗造成的負面影響；
- (b) 站外投訴：我們與第三方機構達成合作，監控和分析用戶在不同站外渠道上反饋的問題，並主動留言聯繫用戶處理問題；
- (c) 售後退換貨：針對退換貨問題，我們按照渠道、品類搭建退換貨監控報表。同時，我們建立了各品類售後處理流程，以滿足用戶不同的售後需求。

Keep 高度重視客服響應速度，要求客服團隊及時、高效解決用戶投訴。對於權責範圍內的投訴，一線客服團隊會進行實時處理；對於超出一線權責範圍、需要跨部門解決的項目，我們保證在24小時內解決相關問題並與用戶電話協商解決方法。

本年度，本公司接獲的關於產品及服務的投訴數目¹為2,109件。

2023年，本公司通過向用戶發放滿意度調研問卷的方式，開展用戶滿意度調查，共有17%的用戶²參與了調查。滿意度調查結果如下：

400熱線用戶滿意度³：目標92%，實際達成93%

在線諮詢用戶滿意度⁴：目標92%，實際達成92%

(2) 客服人員培訓

本公司重視客服團隊建設，積極開展各類客服培訓，以提高客服問題處理能力。客服團隊培訓主要分為崗前新人培訓、崗中全員培訓兩類，崗前新人培訓以本公司企業文化、本公司業務知識、作業流程等基礎知識為主；崗中全員培訓主要針對流程變更、新業務、新產品、App新版使用方法及既往客服工作中的高頻問題等進行培訓。我們採用線上、線下結合的方式進行授課，並通過考試、實操強化培訓效果。

2023年，我們共完成客服新人培訓11場，崗中培訓147場，累計有6,200多人次參與客服培訓。

(3) 用戶體驗優化

我們秉持「從用戶出發」的組織文化，致力於通過用戶服務工作成果為相關部門提供全面、準確的用戶需求和產品質量改進方案，以全面驅動用戶體驗提升，打造良好服務口碑。

我們建立了持續優化產品及服務的工作機制，切實落實用戶投訴與反饋內容。我們定期召開例會，對用戶反饋的問題進行分類，針對每一類問題制定相應改進方案。我們搭建了雙月VoC用戶線下分享機制，通過電話交流及線上問卷等方式尋找反饋率高、參與意向高的活躍用戶，並在開展內部評估後正式邀請用戶進行現場交流。交流過程中，用戶可以直接向相關業務線負責人反映產品使用過程中存在的問題，為我們發掘產品潛在優化點提供用戶視角。我們針對現場提出的問題及需求建立多維表格及內部VoC需求池，持續跟進並推動問題解決。

1 產品及服務投訴指本公司本年度收到的12345、朝陽市場監管局等監管平台的成文投訴。

2 用戶參與滿意度調查率公式：參加滿意度調研的人次／客服接待總人次。

3 400熱線用戶滿意度公式：對400熱線服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數／參與400熱線服務滿意度調查的總用戶數量。

4 在線諮詢用戶滿意度公式：對在線諮詢服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數／參與在線諮詢服務滿意度調查的總用戶數量。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

五、 綠色發展

本公司積極響應國家「雙碳」目標，踐行綠色發展理念，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，持續加強環境管理體系，降低業務運營對環境的影響。

2023年，本公司制定了如下環境目標：

- 節能：2024年，本公司總能耗較2023年降低3%
- 節水：2024年，本公司總用水量較2023年降低3%
- 減廢：2024年，本公司廢棄物排放總量較2023年減少3%

1. 應對氣候變化

本公司密切關注和評估氣候變化相關的風險和機遇可能對重點業務、企業戰略及財務表現造成的潛在影響。針對所識別的風險和機遇事項，本公司評估其潛在的影響程度並匹配應對措施，動態調整企業業務戰略和經營策略。

隨着公眾對可持續消費理念的認同度提高，我們加大低碳綠色產品設計投入，持續豐富低碳綠色產品組合，拓寬廣大消費者可選擇的產品和服務。此外，我們亦在生產、包裝、倉儲物流等各環節落實環保理念，打造全生命周期低碳綠色產品（詳見本報告「打造綠色產品」章節）。

本報告期內，本公司未識別到對本公司產生重大影響的氣候相關風險。未來，本公司將持續評估氣候變化相關的重要風險和機遇事項對本公司運營可能產生的影響，針對各項風險和機遇制定切實可行的應對措施和管理提升方案，切實為本公司的穩定高質量經營保駕護航。

2. 堅持綠色運營

我們致力於提高能源使用效率，推進低碳運營。通過制定並實施《節能降耗方案》《能耗設備運行規範》等內部政策，我們持續優化能源管理，將低碳理念落實到行動中。我們不斷改善辦公區域的節能措施，全面使用LED照明替代傳統燈具，並建立了四季照明規範，積極推進工作場所低碳運營。

本公司採取多種措施開展水資源管理工作，包括：

- 在洗手間安裝節水水龍頭、節水馬桶等節水設備；
- 定期安排維修人員檢查供水系統，嚴防滴、漏、冒等水資源浪費的情況發生；
- 不斷提升員工節水意識，促進水資源的節約使用。

報告期內，本公司在求取水資源方面並未遇到任何問題。

我們嚴格遵守各地生活垃圾管理條例及物業的垃圾分類要求，注重培養員工垃圾分類習慣。為減少辦公垃圾的產生，我們實行辦公用品領用登記與定額管理制度，並在所有打印區放置二次紙回收盒，鼓勵員工使用雙面打印。行政部亦日常在辦公區域宣傳欄張貼垃圾分類知識小貼士或推送垃圾分類相關要求，提升員工垃圾分類意識。

本公司日常運營中產生的有害廢棄物以感光鼓、墨粉盒為主，均交由此類耗材的原廠提供商進行合規處置。

本公司對環境及天然資源的影響主要在於辦公樓日常運營產生的排放及以外購電力、市政供水為主的資源使用。報告期內，本公司未發現對環境及天然資源造成重大影響的事件。

3. 打造綠色產品

為向用戶提供全面的健身解決方案，本公司產品涵蓋了用戶的整個健身生命周期，包括線上健身內容、智能健身設備和配套運動產品。在低碳理念的驅動下，本公司在產品設計、選材、生產、包裝的全流程中踐行低碳環保原則，致力於打造綠色產品，推動綠色轉型。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

(1) 低碳設計

我們充分考慮產品在生產和使用過程中的減碳潛力，將環保理念融入產品設計。例如本年度，我們積極開發能夠自發電的單車以及劃船機，消除產品在使用過程中的碳排放。

- Keep 自發電智能單車C1 Mini+搭載動能回收系統，可以實現邊騎行邊儲能。當單車使用狀態達到35踏頻⁵以上時，即可向單車供電，實現使用過程零能耗、零碳排放。在產品機身噴塗過程中，我們採用噴粉方式替代噴漆，避免使用有害溶劑及排放VOC(揮發性有機化合物)，有效減少污染物。



Keep 自發電智能單車C1 Mini+

⁵ 踏頻指騎行時踏板每分鐘的轉數。

- Keep A1 劃船機自帶2,000mA鋰電池，並搭載電機自發電技術。當用戶使用劃船機，且槳頻⁶達到20以上時，劃船機即可通過自發電技術對機器供電，實現產品使用階段的零碳排放。



Keep A1 劃船機

(2) 綠色材料

本公司堅持選用綠色材料，充分挖掘資源的循環使用價值，減少材料消耗。

- Keep 創新TPU⁷瑜伽墊以環保材質為基礎，採用物理發泡一體成型工藝，無膠水黏合，生產過程中不會產生苯化合物、甲醛等有害物質，避免對環境造成負面影響。
- Keep 彈力帶產品原材料選用種植5年以上的泰國橡膠樹所提取的天然乳膠，對人體及環境無害。該天然乳膠可經微生物作用降解，降解過程及降解副產品對土壤和空氣的污染較小，有效降低產品淘汰與回收階段對於環境的負面影響。

6 槳頻指用戶使用劃船機時每分鐘劃槳的次數。

7 TPU (Thermoplastic Polyurethane)，指熱塑性聚氨酯彈性體橡膠，是常溫下具有橡膠的彈性，高溫下具有可塑化成型的彈性體。TPU材料不含有害物質，如重金屬、鹵素化合物等，符合環保要求。TPU材料在生產過程中不使用氟利昂或氯化物等有害物質，相對於PVC和其他塑料製品而言，生產過程中產生的有害物質較少。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

- Keep 「無限循環」系列獎牌主體由「回收汽車橡膠輪胎」和「回收木料」製成，呼籲社會重視資源回收利用，減少廢料污染、促進資源循環。



Keep 「無限循環」系列獎牌

- Keep 運動冷感巾是與具備GRS⁸環保認證的供應商合作開發的產品，100%由可回收冰絲涼感紗線製成，降低對於新原料的使用，減輕生態環境負擔。

(3) 綠色包裝

本公司重點關注產品包裝的環保屬性，致力於優化包裝材料和包裝使用過程。

- 本年度，本公司服飾產品紙質吊牌、不乾膠標籤均採用符合FSC⁹認證的環保紙。我們還計劃於2024年將運動裝備產品包裝用紙升級為符合FSC認證的紙張，包裝袋升級為可降解材料。
- 2023年，本公司運動裝備產品包裝紙盒及紙箱均採用可回收用紙，除紙盒表面的啞膜材料以外，包裝物可回收率超過99%。並且，本公司運動裝備產品包裝袋均為可回收材料，並印有可回收標誌。
- 本公司採用商品包裝與快遞包裝一體化設計，持續提升產品原廠箱發貨比例，實現原廠箱的多次循環利用，減少商品在寄遞環節使用額外的包裝物。2023年，本公司瑜伽墊與啞鈴產品原廠包裝發貨比例達99%。本年度，本公司共節省約120萬個包裝箱。

8 GRS (Global Recycled Standard)，指全球回收標準，是國際化、自願性的、針對完整產品的環保標準，對供應鏈廠商在產品回收或再生成分、監管鏈管控、社會責任和環境規範，以及化學品管理等方面進行規範，並由第三方認證機構進行認證。

9 FSC (Forest Stewardship Council)，指森林管理委員會，成立於1993年，多年來一直致力於改善全球的森林經營狀況。FSC認證可確保森林產品，包括原木、木漿、橡膠及更多產品，均源自可持續管理的森林。產品上的FSC標識，意味著其生產過程遵守了一系列嚴苛的要求，符合環境適宜、社區有益、經濟可行的標準。

4. 構建綠色倉儲與物流

我們積極與踐行低碳倉儲、物流理念的第三方供應商開展合作，共同探索綠色倉儲及配送模式。為減少物流環節產生的碳排放，我們自建訂單管理系統(OMS)，對收貨信息相同的訂單進行合併發貨，減少包裝箱使用以及物流環節的能源消耗。截至2023年末，合併訂單共減少包裹數約98.8萬個。

- 我們配套運動產品運輸盡可能採用供應商代發模式，直接由供應商向用戶配送商品，有效減少產品運輸至本公司倉庫所產生的碳排放。
- 包裹運輸過程中，我們使用一聯環保面單，並與使用可循環編織中轉袋、電動接駁車的物流供應商合作，減少物流環節碳排放。
- 我們租賃的倉庫中，全部叉車均為電動叉車，有效降低揀貨過程中的能源消耗。

5. 環境類關鍵績效

以下為本公司的主要環境績效指標。除另有說明外，下列數據涵蓋本公司北京地區職場¹⁰。本公司無自建辦公室、工廠、倉庫以及數據中心。本公司所租賃的其他地區辦公室(包括杭州、深圳、上海、海南、廣州)、倉庫以及數據中心的排放物、資源及能源消耗均由相關運營商負責，該等數據暫未包含在本公司披露範圍內。

¹⁰ 北京地區職場是公司運營規模最大的辦公職場。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

環境相關指標	單位	2023年
溫室氣體排放總量(範圍一、範圍二) ¹¹	噸二氧化碳當量	388.22
人均溫室氣體排放量(範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量／人	0.49
能源消耗總量 ¹²	兆瓦時	680.73
人均能源消耗量	兆瓦時／人	0.86
有害廢棄物排放總量 ¹³	千克	9.80
人均有害廢棄物排放量	千克／人	0.01
無害廢棄物排放總量 ¹⁴	噸	72.56
人均無害廢棄物排放量	噸／人	0.09
自來水消耗總量	立方米	5,275
人均自來水消耗量	立方米／人	6.68
包裝材料使用總量 ¹⁵	噸	1,387
單位銷售量包裝材料使用量	噸／萬件產品	0.41

六、 攜手員工

Keep 堅持為員工提供平等、和諧、穩定的工作環境。Keep 致力於維護員工合法權益，持續改善員工健康與福祉，支持員工發展，並引進先進的人力資源系統，努力為員工打造良好和幸福的職場辦公體驗。

1. 保障員工權益

(a) 僱傭與勞工準則

本公司秉持「公平篩選，唯才是舉，竭能服務，注重質量」的僱傭理念，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》等法律法規，制定了《員工手冊》《招聘管理制度》等內部規章制度，規範人才管理工作，提升招聘效率，推進僱傭體系持續優化與完善。截至報告期末，本公司共僱有987名員工。

11 基於運營特性及重要性原則，本報告期內本公司主要氣體排放為外購電力產生的溫室氣體排放，源自在北京租賃的辦公樓。公司的溫室氣體清單主要包括二氧化碳。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《關於做好2023 - 2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》進行核算。

12 基於運營特性及重要性原則，本報告期內本公司消耗的主要能源為外購電力。

13 本公司涉及的有害廢棄物主要包括辦公打印設備產生的廢棄感光鼓、墨粉盒等。

14 本公司涉及的無害廢棄物主要包括生活垃圾、辦公耗材、辦公設備。

15 本公司涉及的包裝材料主要包括瓦楞紙箱及塑料信封袋。

我們充分尊重員工，避免任何員工因年齡、種族、性別、國籍、身體條件等差異受到歧視或不平等對待，確保每一個加入 Keep 的人都擁有公正的機會和待遇。我們對歧視、騷擾行為持零容忍態度，在《員工手冊》中明確規定對任何同事的騷擾均屬於嚴重違紀，並已開通舉報通道，確保職場騷擾案件得到及時、妥當地處理。

本公司堅決貫徹合規用工，嚴禁僱傭童工和強制勞工的事件發生。為維護未成年人合法權益，在候選人面試階段，本公司會詢問其資歷背景；候選人通過面試後，本公司會確認其身份證及畢業證或學生證，以核實其資歷的真實性，確保用工年齡合規。對於通過核查查的被錄用人員，本公司在雙方協商一致的基礎上簽訂入職材料，充分尊重候選人意願，杜絕任何形式的強制勞工行為。若發現違規僱傭的情況，本公司將嚴肅處理相關人員，並向受影響各方提供適當的補救措施。截至報告期末，本公司未發現任何童工或強制勞工的情況。

員工僱傭相關指標		單位	2023年
按性別劃分的員工總數	女性員工	人	493
	男性員工	人	494
按年齡劃分的員工總數	30歲及以下的員工	人	451
	30歲以上的員工	人	536
按地區劃分的員工總數	中國(包括港澳台地區)員工	人	987
	其他國家及地區員工	人	0
按員工類別劃分的員工總數	正式員工	人	955
	其他員工	人	32
員工總流失率 ¹⁶		%	10.42
按性別劃分的員工流失率	女性員工	%	11.86
	男性員工	%	9.15
按年齡劃分的員工流失率	30歲及以下的員工	%	12.98
	30歲以上的員工	%	8.47
按地區劃分的員工流失率	中國(包括港澳台地區)員工	%	10.42
	其他國家及地區員工	%	0

16 員工流失率計算公式：報告期內主動離職的正式員工人數 / (報告期末正式員工人數 + 報告期內離職的正式員工人數)。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

(b) 員工薪酬與福利

我們持續加強員工薪酬福利的規範化體系建設，發布《薪酬福利管理制度》《員工關懷費管理制度》，明確內部薪酬福利管理機制，吸引、激勵和保留人才。

我們為員工提供有競爭力的薪酬，每年開展兩次員工績效評估，將績效評價結果作為重要依據來調整員工獎金方案，以激發員工工作積極性。對於績效優秀且具有發展潛力的骨幹員工，我們亦為其提供股權期權激勵計劃。

本公司實行標準工時工作制，嚴格按照運營所在地法律法規為員工繳納五險一金，確保所有員工均享受法定假期，並額外提供交通補助、餐飲補助、帶薪年假、帶薪病假、結婚禮金、生育禮金、轉正福利商城券、生日福利商城券等福利。為保障員工的育兒權益，本公司依法給予員工產假、陪产假、哺乳假，並設置母乳室，為哺乳期女員工提供便利。本公司員工均享有補充醫療福利，以及以優惠價格為其配偶、父母、子女購買補充醫療產品、商業保險產品等彈性福利。

我們關注員工工作與生活平衡，在北京職場為員工提供工作時間外全天可用的專屬健身房，亦在其他各職場設置健身區域，並每月向員工下發Keepland優惠券。我們亦設置了十餘個不同類型的員工社團，以豐富員工的業餘生活。此外，我們定期舉辦「5•20員工日」、「10•24程序員日」、內購會等活動，在為員工提供放鬆身心的機會之餘，有效增強團隊凝聚力，提升員工的歸屬感和幸福感。

5•20「Kippies Day」活動

每年5月20日，我們舉辦「Kippies Day」全員活動，以運動、熱血和團隊作為核心關鍵詞，鼓勵員工享受運動、激發熱愛、創造快樂。活動項目包括5.20公里跑、拔河競技及多種挑戰賽，參與員工不僅得以鍛煉體能，還增強了團隊協作精神。同時，我們亦舉辦潮流市集，匯集各類娛樂、美食和音樂元素，使員工在工作之餘享受輕鬆愉快的時光。



5•20「Kippies Day」活動現場

2. 支持員工發展

Keep 始終秉承「讓現在的人成為未來的人」的人才理念，致力於為本公司未來發展奠定堅實的人才基礎。為此，Keep 制定了可應用於招聘面試、績效考核、晉升評審等多個環節的「四力通用能力模型」，該模型涵蓋員工的四個關鍵通用能力，即自驅力、成長力、協同力和實現力，並為不同角色層級提供了具體行為描述，指引員工不斷成長為適應本公司發展需求的人才。

(a) 員工晉升

我們深知職級晉升不僅是一個選拔過程，更是激勵員工成長的關鍵手段。因此，我們致力於通過晉升選撥具備前瞻性的優秀人才，使他們能夠在 Keep 實現更大的價值。我們始終關注員工的成長與進步，努力為他們提供更廣闊的發展空間和舞台。

本公司的員工晉升窗口期每年開放一次，符合晉升提名條件的員工可參與晉升答辯及晉升評審會評估流程。為確保不同崗位的員工均能獲得與其崗位特點相匹配的長期發展路徑，本公司將職級體系劃分為適用於大部分員工的專業發展路徑和主要面向一線專業技能人群的專業技能發展路徑，並針對不同通道設計了不同的層級、職級以及明確的職級要求，為員工提供了清晰的職業發展路徑。

基於本公司業務特性，我們亦為教練提供定制化的發展路徑，明確具體能力要求，形成教練職級體系，為教練提供專業縱深、跨運動品類的發展路徑。同時，我們還為教練提供跨職能的橫向發展通道，涉及專業通道、管理通道等多元方向，為教練的長期職業生涯發展提供更多的可能性。

(b) 員工績效管理

為使員工績效表現與 Keep 發展目標結合統一，本公司制定了《績效管理制度》以明確績效管理規範，促進員工能力的持續提升，助力本公司健康發展。本公司根據業務需要，針對不同崗位建立相應的考核內容和考核方式，並將績效結果應用於薪酬、晉升等環節，作為人力資源工作的重要參考標準。

本公司每年開展兩輪績效管理閉環及人才盤點工作。績效管理採用多視角結合的方式，包括目標設定、自評和上級評價等，以支持員工完成工作複盤和個人規劃。通過績效管理，本公司為員工提供全方位的支持、輔導和反饋，幫助他們設定並達成績效目標。為提升評估過程的公平和開放度，本公司引入了重點崗位的多維度評價機制，以幫助員工全面了解同級、下級同事的多維度反饋。對於績效評估結果，管理者將進行一對一反饋溝通，激勵員工持續成長。

通過人才盤點，本公司旨在識別組織內的高績效、高潛力員工，人才盤點結果不僅用於發展激勵，還應用於人才梯隊建設等不同場景。人才盤點為本公司提供了全面了解員工能力和潛力的機會，幫助本公司在關鍵時刻選拔合適人才，為 Keep 的整體發展提供了有力的人才保障。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

(c) 員工溝通

本公司關注員工的意見和建議，致力於為其創造一個更加開放、透明的工作環境，使員工能夠積極參與本公司的決策和發展。本公司每年委託第三方獨立機構開展組織能力調研，員工通過匿名的方式表達對工作體驗、文化價值觀、公司戰略及長遠發展等多方面的看法和建議，為本公司的戰略制定提供重要參考意見。

此外，為了提升組織運轉效率，我們還實施了一系列管理者溝通機制。在日常工作中，我們鼓勵員工與上級進行定期的一對一溝通，員工亦可通過飛書、郵箱或面對面方式向管理層提出問題或建議。每年度，員工會對管理者進行向上反饋，幫助管理者了解自己的工作表現，並為其提供改進建議。在本公司的年慶活動中，CEO亦會與全體員工進行面對面溝通，為員工提供與高層領導直接交流的機會。

(d) 員工培訓

我們針對不同崗位人群、不同發展需求，設計了多樣化的學習發展項目，不斷完善內部培訓體系建設，為員工提供豐富的自我提升機會，助力員工職業發展。

我們為新員工提供新人培訓，通過線上自學和線下新人之旅的形式，使新員工學習了解本公司概況、發展歷程、文化故事、管理原則、業務板塊等。我們還特別為校招生設計了通用及專業知識學習課程，通過多種學習形式相結合，將知識輸入轉化為應用實踐。

為培養符合組織發展需求的領導力人才，我們針對管理層推出了分層級培訓項目，助力各類別管理者更好地履行其管理職責：

1. **基層管理者學習項目**是管理者的管理基本功課程，幫助管理者從意識到行為的不斷打磨提升；
2. **中高層管理者學習發展項目**（即內部**Mini MBA**項目）從商業領導力、組織領導力兩個維度，不斷提升中層管理者的戰略及組織能力；
3. **高管學習發展項目**為高管人群提供高管團隊教練，不斷修煉高級管理層的個人領導力及團隊領導力。

同時，本公司日常開展面向全員的內部分享，分享最佳實踐的沉澱和背後的思考洞察，實現共同學習、共同成長。

我們亦向教練提供一系列培訓計劃。在新教練入職培訓之外，我們每季度組織學習，以確保教練們熟悉 Keep 的業務和規範。為進一步提升教練專業水平，我們還專門設立了教練學院，甄選並培養內部教練培訓師，並根據不同的運動品類和專業技能主題，定制化設計教練培訓課程。

員工培訓相關指標 ^{17、18}	單位	2023年
管理層員工受訓百分比	%	100
非管理層員工受訓百分比	%	89
管理層員工平均培訓時長	小時	28.0
非管理層員工平均培訓時長	小時	38.7

(三) 呵護員工健康與安全

本公司重視保障員工的健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《公共場所衛生管理條例》《工傷保險條例》《用人單位職業健康監護監督管理辦法》等法律法規，持續完善職業健康與安全管理體系，致力於為所有員工提供安全、健康的工作環境。過去三年（包括2023年），本公司未發生經當地人力資源與社會保障局認定的工亡事件。報告期內，本公司因工傷損失工作日數為0天。

我們採取一系列有效措施以避免工作場所的潛在職業健康與安全風險，包括但不限於：制定明確的應急預案，並以季度為周期開展培訓和演習活動，確保員工在緊急情況下能夠迅速、準確地採取行動；每天進行安全巡檢，及時發現並處理安全隱患；在職場配置消防器械與自動體外除顫器(AED)，每周進行滅火器檢查，並定期開展職場急救培訓；以圖文或視頻的形式，定期對員工進行消防知識宣導，提高員工的消防安全意識。此外，Keep 總部大樓的每一層茶水間均備品類齊全的公共藥箱，供員工有需要時取用。

本公司還為員工購買了額外的商業保險和補充醫療保險，並開展年度體檢，幫助員工及時發現潛在的健康風險。作為一家幫助更多人通過運動實現健康生活方式的企業，我們亦採取多種措施鼓勵員工「動起來」，包括向員工提供健身產品優惠價格、健身內測課程、產品器械測試以及運動傷痛專業問答服務等，促進員工健康與活力。

本公司十分重視員工的心理健康，為員工提供「幸福聊天室」「解憂雜貨舖」等心理健康諮詢服務，本公司還發起了員工心理關愛計劃(EAP)，聘請專業的心理健康諮詢師為員工提供諮詢指導，在過程中確保員工個人隱私安全。此外，本公司還通過年度心理測試和減壓活動為員工提供心理健康評估和有效的心理疏導，並每月提供全科醫生與心理諮詢師共同上門諮詢服務，進一步滿足員工身心健康需求。

17 管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體，非管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體以外的正式員工。

18 因本公司在向員工提供培訓時均不會按性別篩選培訓對象，也未對參訓員工性別信息進行收集，因此尚無法統計按性別劃分的員工受訓百分比及平均受訓時長。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

七、 供應鏈管理

Keep 持續完善《供應商管理制度》，不斷規範和執行供應商准入、評估及退出相關流程，對供應商進行全生命週期管理。我們重視與供應商的合作與溝通，持續優化供應商選擇及供應商產品交付質量審核流程，圍繞供應商生產質量管理及產品研發等多維度提升供應商質量意識，並成立專業團隊對供應商在ESG重點風險管理領域的資質進行考核。

1. 供應商准入

我們要求供應商在准入前填寫《供應商資質評估表》，將環評合格等環境指標及無強制性用工、不使用童工等社會指標作為所有供應商准入考核必需項，一旦供應商未滿足上述任何一項，本公司一律不將其納入准入考慮範圍內。我們還對供應商在勞工管理、環境影響、產品質量等方面表現進行評估打分，優先選擇管治架構清晰、環保管理制度完善、社會風險較低的供應商。我們十分關注並倡導供應商加強對污水處理、廢氣處理、噪聲抑制、固體廢棄物處理、化學品處理等方面的管控。

本公司堅持貫徹綠色採購理念，並重視供應商生產產品的綠色屬性。與供應商合作前，我們會對其環保資質進行審核，並在包裝耗材類採購合同中提出環保條款。我們要求包裝紙箱耗材與信封袋供應商使用環保油墨、可循環回收紙箱等環保材料，並出具《建設項目環境影響評價資質證書》、ISO體系認證等環保資質。

在達成合作協議後，我們要求供應商簽署並執行《反商業賄賂協議》等相關協議，協議中對供應商反賄賂、反利益衝突等方面進行了規定。2023年，本公司全部供應商均簽署了《反商業賄賂協議》。

截至2023年12月31日，本公司供應商數量及分布地區如下：

供應鏈管理相關指標 ¹⁹		2023年
按地區劃分的供應商數目	中國（包括港澳台地區）	304
	其他地區	0
供應商總數目		304

19 供應商數量指供應商管理系統中保留的合作中的供貨商數量，地區指供應商註冊地。

2. 供應商評估與管理

本公司制定了《供應商考核及評級制度》，針對交付質量、供應鏈文化匹配度、環境及社會風險等方面對供應商進行分級管理和績效考核。我們還將「長遠管理」理念貫徹落實在與供應商的合作流程中，制定整改、通報、優秀供應商表彰機制。對於資質造假，或存在重大環境、社會風險的供應商，我們會將其納入黑名單，永久禁止合作。

為提高與供應商協作能力，增強供應鏈管理效能，本公司依照《工廠導入審核報告》《工廠交付能力審核報告》等標準，為供應商提供各類培訓。我們積極協助供應商進行排產²⁰培訓，識別排產過程中的低效環節並給予其改進建議，確保供應商任務按時交付。我們還對供應商進行品質檢驗、確認訂單、送貨、同步實時庫存及返廠等操作流程培訓，加強與供應商的溝通有效性和信息透明度。

為助力供應商準確理解我們的質量要求與戰略目標，我們定期開展品質研討會，並圍繞核心品類供應商研發能力、品質能力及生產交付能力等開展供應商績效複盤和培訓。2023年10月31日，本公司運動產品供應鏈部門組織並召開線上宣貫會議，對供應商開展企業文化及供應商績效考核標準宣傳，供應商參會率達86%。

八、 責任經營

我們堅持責任運營，在致力於為用戶提供高質量產品的同時，提高服務水平和信息安全保障能力，健全知識產權管理體系，踐行負責任營銷。

1. 遵守商業道德

我們積極遵守《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，在公司發展中恪守高水平的道德標準。

(a) 商業道德體系

本公司致力於營造廉潔、公開、誠信的工作氛圍，對包括但不限於貪污腐敗的任何商業違法行為持零容忍態度。本公司制定了《反腐敗制度》《員工手冊》《廉潔自律手冊》等內部反腐敗相關管理制度，並定期進行審閱，根據法規更新和業務發展進行必要的修訂，以確保政策的合規性和適應性。報告期內，本公司發布《利益衝突管理制度》，並進一步修訂完善《反腐敗制度》，明確對商業賄賂、欺詐造假等行為的處理準則，以強化反腐敗管理機制建設。

20 排產指安排生產計劃的程序，以確定每個工藝工序的工件產出數量及其出廠時間，從而保證本公司的產品出貨供應正常。



Keep 廉潔自律手冊

Keep 已形成業務與職能分工合作、全方位保障的「三道防線」風險管理體系，亦有效支撐了本公司反腐敗防控體系建立和實施：

風險管理三道防線

風險防線	業務	職責
第一道防線	業務部門	承擔首要風險管控職責，負責事前、事中、事後全面把控業務風險。
第二道防線	相關職能部門	負責從不同的專業領域執行專業審核、風險提示。
第三道防線	風控部	負責從檢查角度封堵業務漏洞和避免風險發生。

我們還加入了「陽光誠信聯盟」，並擔任決策委員會成員。我們積極倡導企業誠信經營，推廣廉潔與合規的文化，共同營造陽光、透明的商業環境。

(b) 商業道德舉報機制

本公司建立並持續完善舉報程序，採用公開的多渠道舉報方式，包括電話、郵箱、信函、在線通訊平台等，並於本公司官網公示，保證員工及其他相關方匿名或實名舉報渠道暢通。本公司鼓勵舉報人留下聯繫方式以便跟進調查，同時確保舉報人信息受到嚴格保密，並禁止任何針對舉報人的報復行為。通過內外部舉報、內審內控及其他篩查方式，本公司及時發現潛在舞弊風險，並由監察組對疑似案件進行獨立調查。對於查明屬實的情況，本公司將執行包括但不限於警告、解僱等相應紀律處分，涉嫌犯罪者移送司法機關追究法律責任。

Keep Inc. 商業道德合規舉報渠道

舉報郵箱：jubao@keep.com

通訊地址：北京市朝陽區望京街9號萬科時代中心D座 Keep 風控部

報告期內，本公司未發生涉及貪污舞弊的重大違規事件。

(c) 廉潔文化建設

本公司致力於防範賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢等不正當行為，要求員工在簽署勞動合同的同時簽署《員工手冊》和《公司規章制度確認函》，確保每一位員工了解本公司在反貪污方面的要求。

為確保員工行為合規、加強廉潔文化建設，本公司通過多種形式對包括正式員工、實習生在內的全體員工進行反貪污培訓，包括入職培訓、違規案例分享、製作宣傳海報、發布訂閱號文章等。本公司要求每一位新員工線上學習《新人風控指南》並完成相應考試，並要求新員工參與線下反貪腐培訓。本公司亦通過發送商業道德培訓材料的方式向董事傳達本公司反舞弊相關制度要求，以確保董事了解本公司廉潔標準。

報告期內，本公司開展了全員利益衝突知識學習與利益衝突申報工作，實現全體員工簽署《廉潔自律承諾書》及《規章制度簽收確認函》。本公司還進行了合規知識宣講與全員合規知識考試，考試參與率與及格率均達100%。

我們將廉潔合作的態度引入日常合約管理，在與供應商簽訂的合同中附加《反商業賄賂協議》，包含商業賄賂、利益衝突等內容，並明確舉報渠道。我們要求新供應商在現場准入審核階段簽訂《供應商現場審核誠信聲明》，以使其在合作前即了解《反腐敗制度》等本公司規章制度，有效維護雙方道德行為標準。任何出現貪污腐敗等觸及廉潔底線行為的供應商都將被納入供應商黑名單，取消服務資格。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

2. 守護信息安全

本公司高度重視信息安全及用戶隱私保護，嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》及《App違法違規收集使用個人信息行為認定方法》等法律法規，完善信息安全管理體系，不斷提升信息安全技術、審計及應急管理水平，全力守護用戶隱私。

2023年，Keep 系統通過信息系統安全等級保護三級的複測、ISO 27001信息安全管理體系與ISO 27701隱私信息管理體系的年度審核，其中ISO認證覆蓋 Keep 軟件開發、運維及智能硬件的設計、銷售。2023年2月，我們還成為中國信通院「卓信大數據計劃」的成員單位之一，參與行業數據安全治理。

(a) 信息安全管理

本公司成立信息與數據安全管理委員會，全面統籌和推進本公司信息安全管理工作，並由本公司董事會主席兼首席執行官擔任委員會組長。委員會下設信息與數據安全委員會工作組，負責落實委員會指導意見。本公司還設置個人信息和兒童信息保護負責人，統籌實施本公司個人信息安全及未成年人信息保護工作。

本公司持續完善內部數據安全與隱私保護政策，制定《隱私政策》²¹《未成年用戶協議》²²《青少年守護協議及監護人須知》《兒童個人信息保護政策及監護人須知》²³《數據安全管理制度總綱》及《數據使用規範》等制度，規範個人信息保護、未成年人信息保護等方面的管理。

本公司制定《供應商安全管理制度》，明確供應商准入及考核的流程與標準。准入階段，本公司要求網絡安全相關供應商在准入階段填寫《供應商安全審核表》；開展服務前，本公司要求供應商簽署數據處理協議及保密協議；開展服務後，本公司定期評估供應商的信息安全風險，以保障本公司及用戶的數據安全。

(b) 用戶隱私保護

為提升數據安全保障能力，我們持續加大資源投入，優化網絡安全技術體系，落實數據全生命周期管控策略。我們通過Web用戶防護、主機安全異常監測、數據加密與脫敏、網絡准入控制、終端安全防護等多種技術，提升信息安全防護能力，降低數據洩露風險。

21 《隱私政策》：<https://m.gotokeep.com/fd-page/document/show?param=privacy>

22 《未成年用戶協議》：<https://show.gotokeep.com/minors>

23 《兒童個人信息保護政策及監護人須知》：<https://show.gotokeep.com/children>

本公司每年開展信息安全內、外部審計，從合規情況、網絡安全水平、數據安全水平、業務可用性及其可靠性等不同維度對 Keep App及應用系統進行風險評估，並及時開展整改工作。2023年，本公司共開展2場內部、3場外部信息安全審計。

Keep 嚴格按照相關法律法規要求，遵循「合法正當、目的明確、選擇同意、最小夠用、全程可控、動態控制及權責一致」原則，及時更新數據採集規則，防範和抵禦數據安全風險，最大限度地保護用戶隱私。

我們尊重用戶合法權利，保障用戶對其個人信息的查詢、更新、變更、導出、刪除、撤回同意及註銷賬戶的權利。我們在App內為用戶提供自行訪問、查詢和更正個人信息的渠道，同時設立feedback@keep.com、privacy@keep.com郵箱，對用戶請求做出回應，充分保障用戶權益。

Keep 持續完善數據生命周期安全管理體系，明確用戶个人信息在採集、傳輸、存儲、使用、共享、銷毀等各環節的具體原則，構築安全屏障。

- **數據採集**：本公司向用戶公開說明數據採集的範圍、目的及安全管理措施，規範數據採集的渠道、標準、流程及方式，保證數據採集的合規性。
- **數據傳輸**：我們利用防火牆等多種安全技術，應用加密算法，切實保障數據傳輸過程中工具及網絡的安全性。同時，我們制定《數據分類分級指南》，對不同分級的數據採取不同的傳輸方式，降低數據丟失或被篡改的風險。
- **數據存儲**：我們根據安全級別、重要性、量級及使用頻率等因素，將數據分域、分級存儲。同時，我們採用加密技術、權限控制等手段，確保數據存儲的安全性。
- **數據使用**：本公司綜合考慮主體角色、業務需要和時效性等因素，按最小化原則明確數據訪問權限，通過實名認證、訪問控制等手段保障數據在訪問、導出等使用環節的安全。
- **數據共享**：我們承諾不會向第三方共享、轉讓或未經授權擅自公開披露用戶的个人信息，除非經過用戶本人事先授權同意。
- **數據刪除及銷毀**：本公司及時刪除用戶主動註銷或刪除的个人信息，並建立數據銷毀效果評估機制，定期對銷毀效果進行抽樣認定，降低信息洩露風險。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

針對可能發生的信息洩露事件，本公司建立安全事件管理制度，不斷提升突發事件的處理能力。2023年，本公司未發生任何數據安全和用戶隱私洩露事件。

- **事前預防：**我們制定《信息安全事件管理制度》《網絡突發事件應急預案》《數據安全事件應急預案》和專項《數據洩漏應急預案》，以半年為周期開展安全應急演練，持續加強突發事件的應對能力。我們建立 Keep SRC (Keep 安全應急響應中心)，定期與外部安全人員合作，開展數據安全風險評估。
- **事中處理：**一旦發現敏感數據洩露，我們將第一時間追溯洩露問題點，分析事件原因，排查並修復系統問題，杜絕類似事件再次發生。

本公司依照《安全培訓管理制度》，制定年度安全培訓計劃，提高產品人員、技術人員、管理人員以及外包員工的信息安全意識與技能。2023年，本公司共開展7次信息安全類培訓。

- **新員工培訓：**在入職培訓中為全體新員工提供基礎安全知識培訓。
- **全員培訓：**以線上宣貫為主要方式，不定期向全體員工講解重點數據安全事件。
- **專崗培訓：**以「培訓+考試」的形式，面向核心開發、運維及部分業務支撐人員開展專項數據安全意識培養、法規解讀、技術提升培訓。

3. 負責任營銷

本公司積極踐行負責任營銷，重視合規宣傳管理，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《互聯網廣告管理辦法》等法律法規，制定《廣告審核工作準則》等管理規範。本公司在廣告設計、素材選取、投放宣傳等方面進行嚴格審核，確保廣告及營銷內容的真實性與合規性，避免出現任何誤導用戶的廣告宣傳與產品說明。

Keep 嚴格遵守《GB/T 8685-2008紡織品維護標籤規範符號法》等行業標準，要求 Keep 產品在產品標識中如實傳遞產品信息，保證標籤信息透明、規範。

我們還定期面向業務部門開展廣告宣傳培訓，以提升員工廣告合規意識。我們以月刊和訂閱號宣導等形式向業務部門宣傳相關法律法規知識、解析行業新規和業務合規要點、分享行業熱點案件等，幫助員工明確公司廣告審核義務範圍。同時，我們針對廣告業務部門員工開展特殊行業廣告合規要求的季度性培訓，並對營銷相關部門開展消費品宣傳與促銷活動等內容的合規培訓。

4. 保護知識產權

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等法律法規，制定並不斷完善關於專利、商標、著作權審核、侵權投訴處理等各項管理制度，包括《知識產權管理制度》《專利管理制度》及《商標管理制度》等，逐步建立一體化知識產權策略。

我們將知識產權管理貫穿到本公司的各個經營環節中，積極加強知識產權管理，組織知識產權宣傳和培訓活動，在維護公司自有知識產權與合法權益的同時，尊重第三方知識產權成果。

本公司注重產品技術創新與創新成果應用，將知識產權保護作為企業的一項長期發展戰略。本公司已逐步建立包括專利、商標、著作權、域名、商業秘密、數據安全與隱私保護等在內的多領域一體化、立體組合式知識產權管理體系。

我們注重保護自有知識產權，以積極、審慎的態度維護本公司合法權益。我們綜合運用軟件著作權和商業秘密等多種方式，對算法成果予以保護。作為內容產出公司，我們已對自有課程、原創IP、獨創設計等進行登記保護，積累了大量優質的原創知識產權資產。

截至2023年末，本公司累計擁有專利440項，其中，本年度新增專利95項。在商標管理方面，本公司根據產品目標市場所在國家或地區，在產品立項之初即開展商標保護方案，在計劃進行產品推廣的地區進行商標註冊。目前，本公司在海外多個國家和地區均有商標註冊。本年度，本公司新增商標140項，累計擁有商標總數達1,167項。

知識產權相關指標²⁴

指標	報告期內新增(項)	報告期末累計(項)
專利	95	440
商標	140	1,167
版權	139	555
軟件程序	3	60
域名	1	31

我們每月在本公司內部平台發布《法務月刊》，刊登行業法律法規動態、行業專利申請動態、行業IP熱點資訊以及 Keep 知產新動態等內容。2023年4月，我們開展了「世界知識產權日」系列活動，以優秀個人表彰及有獎競答等方式宣傳知識產權保護重要性。為提高全體員工的知識產權保護意識與創新熱情，我們還在2023年6月組織了《從維權視角看專利布局》的專利培訓。

24 數據來源：公開可查詢數據、招股書、計算機軟件著作權登記證書及作品登記證書。

環境、社會及管治 (ESG) 報告

本公司建立了內部反饋機制和外部巡檢相關制度，引入電子存證平台對原創作品進行記錄，監控各電商平台、視頻平台中侵犯本公司知識產權的行為，通過平台投訴、司法訴訟等手段對此類行為進行打擊，維護本公司品牌形象。

我們尊重知識產權，主動避免侵犯第三方相關權益。產品研發初期，我們通過綜合使用商業和官方的專利數據庫系統對產品使用技術或素材的專利歸屬情況進行檢索，並為產研部門提供規避設計意見，有效降低產品技術的知識產權侵權風險。在使用合作方圖片、音樂、視頻、字體、專利技術、商標前，我們會與其簽署相關協議，獲得知識產權許可。我們在與供應商簽署的《保密協議》中要求其在獲得第三方知識產權許可的情況下，使用第三方的圖片、字體等，以保證供應商不侵犯任何第三方知識產權和合法權益。我們還對外部平台的線上視頻與消費品開展定期監控排查，本年度總計下架侵權視頻2,000餘部，處理侵權消費品²⁵12,000餘個。

2023年，Keep 獲授「北京市知識產權示範單位」及「ALB通商十五佳新科技公司法務團隊」。

九、 貢獻社會

以「激發每一次運動，讓世界充滿活力」為全新使命願景，我們始終致力於挖掘運動的正向價值，幫助更多群體從運動中收獲幸福與健康。我們積極投身公益事業，在倡導運動公平、關注環境可持續、傳遞社會關愛等領域開展多樣化的公益項目，攜手員工、用戶與公益合作夥伴，向公眾傳遞快樂和健康的生活方式，提升社會整體幸福感。本年度，我們積極梳理並推進社區參與政策的制定工作，確保公益項目充分滿足社會需求。

為統籌推進社會責任工作，我們建立了規範的公益運營模式，科學推動各類公益項目的策劃與執行。我們自2016年起設立「紅桃K」專項公益基金，將員工茶水間零食消費、義賣活動的收入統一用於對外捐贈，鼓勵員工加入到公益行動之中。2023年，員工參與「紅桃K」項目約72,172人次。

本年度，Keep 獲得第十三屆中國公益節「2023年度教育公益貢獻獎」及「2023年度公益項目獎」。2023年，Keep 社區投資總金額達人民幣44萬元。

25 侵權消費品指侵權電商信息和侵權課程搬運。侵權電商信息指未經 Keep 授權許可，使用與 Keep 相同或近似的標識售假或其他損害 Keep 品牌及商譽的商標侵權行為；侵權課程搬運指未經 Keep 授權許可，擅自傳播、發布、複製 Keep 權利作品的著作權侵權行為。

1. 倡導運動平等

「讓每一個人都能平等地享受運動的快樂」是我們始終踐行的理念。我們持續關注所有群體的運動需求，幫助欠發達地區兒童、殘障人士等缺乏運動條件的群體享受運動的快樂。我們還致力於鼓勵 Keep 用戶參與公益活動，搭建用戶與鄉村兒童之間的橋樑。

我們關注鄉村凹凸開裂、堅硬的水泥運動場地對兒童運動造成的健康危害，於2016年首次實施「夢想運動場」公益計劃，旨在通過該項目幫助貧困偏遠地區完善基礎運動設施建設，讓更多兒童在現代化的操場上強身健體。截至2023年末，我們已在青海、新疆、重慶、四川、廣西、雲南等地建成11個夢想運動場，該項目惠及5,000餘名鄉村兒童。

打造「夢想運動場」，助力鄉村兒童實現運動夢想

2023年6月24日，我們與《原神》聯名上線《助跑！衝刺！冒險開始！》主題「公益線上跑」活動，在遊戲內設置獎勵並為用戶頒發聯名獎牌，鼓勵用戶參與跑步活動。本次活動共吸引了近130萬名用戶的報名參與。通過本次活動，我們向偏遠地區兒童捐贈了多功能運動場及運動器材包，打造了線下活動與線上捐贈相結合的公益模式。我們於2023年8月21日在貴州省六盤水市鍾山區大灣鎮開化小學建成了第十一個夢想運動場，該項目改善了當地約300餘名學生的運動條件。



大灣鎮開化小學夢想運動場建成前後對比

環境、社會及管治 (ESG) 報告

捐贈鄉村體育教室，助力運動普惠事業

我們積極利用智能硬件推動運動公平和普惠事業進步，彰顯科技的溫度。2023年12月，我們向貴州省大方縣興隆苗族鄉興隆小學捐贈 Keep Station體感運動主機兩台、配套跳舞毯兩件、Keep電子計數跳繩600條，打造當地首個鄉村體育教室。體育教室的建設為興隆小學585名同學提供了更為豐富的體育課內容與更加專業的運動指導，為偏遠地區體育教育提供了新的發展方向。



Keep 在興隆小學建立的鄉村體育教室

2. 投身低碳公益

作為低碳發展的踐行者和賦能者，我們始終秉持綠色運動、節能生活的理念，積極響應綠色低碳發展倡議。我們號召用戶以步行、跑步、騎行等方式實現綠色出行，倡導低碳、環保、健康的生活方式。

倡導綠色出行，向地球「比心」

我們積極參與社會綠色環保事業，通過「減脂帶動減碳」的創新理念，號召用戶融入自然、綠色出行。2023年4月22日，我們在世界地球日來臨之際，聯合中國國家地理 • 營地發起「比心地球2 • 地球日低碳騎行挑戰賽」，鼓勵用戶報名騎行訓練並參與線下騎行賽事，養成低碳的出行習慣。本次活動共吸引6,781名 Keep 騎行用戶騎行28,616公里。

打造循環利用鏈條，實現運動場換新

2023年，我們發起「運動場換新計劃」，鼓勵運動愛好者捐贈閒置瑜伽墊用於運動場建設。我們對活動中收集的瑜伽墊進行篩選，並交由專業機構進行質檢、清潔、切割、打碎加工，最終將其改造為符合新國標質量標準的籃球場。2023年6月，以閒置瑜伽墊為原材料的「夢想運動場」在貴州省大方縣興隆苗族鄉興隆小學落成，在為兒童提供運動設施的同時，提高資源的利用效率。



用戶於Keepland線下門店參與「運動場換新計劃」



以回收瑜伽墊為原材料的籃球場

環境、社會及管治 (ESG) 報告

3. 傳遞社會關愛

我們持續拓展公益範圍，將用戶運動消耗的卡路里以及本公司員工的愛心行為轉化為公益捐贈金額，在公益行動中傳遞愛、力量與希望。

小手套暖冬公益挑戰，傳遞運動的愛與溫暖

我們開展「小手套暖冬公益挑戰」，每當 Keep 用戶通過運動消耗熱量達到既定目標，我們便攜手公益夥伴先後向中國青少年發展基金會和深圳壹基金公益基金會捐款購買手套等保暖物資，為農村小學兒童送上冬季溫暖。截至2023年末，活動共吸引近65萬名用戶參與，為6所學校的2,660名學生送去暖意。



Keep 2023年躍冬禮包發放儀式



哈爾濱阿城區玉泉中心小學校捐贈現場

十、 聯交所ESG指標索引表

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 披露位置或備註

強制披露規定

管治架構	<p>由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：</p> <p>(i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管；</p> <p>(ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及</p> <p>(iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度、並解釋它們如何與發行人業務有關連。</p>	<p>ESG管治架構</p> <p>董事會聲明</p>
------	--	-----------------------------

匯報原則	<p>描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用下列匯報原則：</p> <p>重要性：環境、社會及管治報告應披露：(i)識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行持份者參與，已識別的重要持份者的描述及發行人持份者參與的過程及結果。</p> <p>量化：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。</p> <p>一致性：發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	匯報原則
------	--	------

環境、社會及管治 (ESG) 報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 披露位置或備註

匯報範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	報告範圍
------	--	------

「不遵守就解釋」條文

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：	綠色發展
------	-------------------------------------	------

(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。

關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	環境類關鍵績效
------------	---------------	---------

關鍵績效指標A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	環境類關鍵績效
------------	---	---------

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）。	環境類關鍵績效
------------	---	---------

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）。	環境類關鍵績效
------------	---	---------

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
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。 堅持綠色運營
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。 綠色發展 堅持綠色運營
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。 堅持綠色運營
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）。 環境類關鍵績效
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）。 環境類關鍵績效
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。 堅持綠色運營
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。 堅持綠色運營
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）每生產單位估量。 環境類關鍵績效

環境、社會及管治 (ESG) 報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
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。 堅持綠色運營
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。 打造綠色產品 構建綠色倉儲與物流
層面A4：氣候變化	
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣 候相關事宜的政策。 應對氣候變化
關鍵績效指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關 事宜，及應對行動。 應對氣候變化
B. 社會	
僱傭及勞動常規	
層面B1：僱傭	
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平 等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： 保障員工權益 支持員工發展
	(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。

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
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。	保障員工權益
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。	保障員工權益
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。	呵護員工健康與安全
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。	呵護員工健康與安全
關鍵績效指標B2.2 因工傷損失工作日數。	呵護員工健康與安全
關鍵績效指標B2.3 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法。	呵護員工健康與安全
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。	支持員工發展
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。	支持員工發展
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。	支持員工發展

環境、社會及管治 (ESG) 報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
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。
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。
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。
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。
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。
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。
關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。
	供應商評估與管理
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。
	供應商准入

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：	升級產品質量
	(a) 政策；及	負責任營銷
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	保護知識產權
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。	升級產品質量
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。	保障用戶權益
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。	保護知識產權
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	升級產品質量
關鍵績效指標B6.5	描述用戶資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	守護信息安全

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：	遵守商業道德
	(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。	

環境、社會及管治 (ESG) 報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備註
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。 遵守商業道德
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。 遵守商業道德
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。 遵守商業道德
社區	
層面B8：社區投資	
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。 貢獻社會
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)。 貢獻社會
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。 貢獻社會