



趣致集團  
Qunabox Group Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 0917



2024  
ESG報告

# 目錄

## Contents

### 01 關於本報告

---

- 報告編制說明 02
- 資料來源及可靠性聲明 02
- 報告時間及範圍 02
- 報告語言 02
- 編制依據 02

### 02 關於本集團

---

- 趣致集團概述 04
- 發展歷史與里程碑 04
- 集團榮譽 05
- 長期策略及展望 05

### 03 管治篇

---

- ESG治理 08
- 風險管治 12
- 商業道德 13

### 04 社會篇

---

- 產品及服務 16
- 供應鏈管理 23
- 行業合作與生態共建 26
- 員工 27
- 慈善公益 32

### 05 環境篇

---

- 資源使用 34
- 排放管理 36
- 綠色辦公 38
- 應對氣候相關風險與機遇 38

### 06 附錄

---

- 關鍵績效表 41
- 港交所守則指標索引 45



# 關於本報告

報告編制說明

資料來源及可靠性聲明

報告時間及範圍

報告語言

編制依據

# 01

## 報告編制說明

本報告是趣致集團（下稱「集團」）發佈的第一份《環境、社會及管治報告》（下稱「報告」）。報告旨在概述集團在履行企業社會責任方面所秉持的原則及可持續發展理念，讓持份者瞭解集團在財務業績及業務經營以外的環境、社會及管治（下稱「ESG」）方面的政策、舉措及表現，並分享集團相關的願景和承諾。

## 資料來源及可靠性聲明

本報告引用的數據、資料來自集團2024年度報告和內部統計。

## 報告範圍及時間

本報告涵蓋趣致集團所有財務報表合併實體公司自2024年1月1日至2024年12月31日（下稱「報告期」）實踐可持續發展，並履行企業社會責任的整體表現。報告範圍的選取原則遵循《如何編備環境、社會及管治報告-環境、社會及管治匯報指南》中的財務門檻原則，結合多維度數據指標，綜合評估趣致集團於本年度內的ESG表現。

## 報告語言

本報告以中文繁體及英文版本發佈。如有歧義，以中文繁體版為準。

## 編制依據

本報告按照《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》（下稱「《守則》」）的要求進行編制，遵循以下彙報原則：

<b>重要性</b>	<b>量化</b>
重點彙報對本集團及各類持份者產生重要影響的ESG議題。	關鍵績效資料須可予計量，並在適當情況下進行比較。
<b>一致性</b>	<b>平衡</b>
披露採用一致的披露統計方法，使ESG有關的數據可作比較。	客觀、真實地彙報本年度集團於ESG方面的表現。

# 關於本集團

趣致集團概述

集團發展與里程碑

集團榮譽

長期策略與展望

# 02

## 趣致集團概述

趣致集團是中國AI互動營銷服務的領導者，專注於消費品行業。在業務經營過程中，集團利用遍佈中國的廣泛AI互動營銷終端網絡，結合技術支持的線上平臺，能夠讓目標消費者在試用及獲取其所提供的消費品時獲得方便有趣的體驗，同時成功徵求及完成必要的互動和反饋。趣致集團始終秉持著“讓品牌孵化更簡單，讓用戶體驗更有趣”的使命，為品牌客戶提供以AI互動營銷終端為觸點、線上線下結合、適合多場景的全方位營銷解決方案。

## 集團發展與里程碑

2013

主要營運附屬公司**上海趣致網絡科技有限公司**在**上海**成立

2015

首次推出年度營銷活動“**99趣拿節**”，截至2024年末，該活動已成功舉辦**10屆**

2018

平臺註冊用戶突破**1,500萬**，AI互動營銷終端數量達**1,000台**

2021

榮獲“上海市科技創新行動計劃項目**科技小巨人**”稱號，AI互動營銷終端數量達**5,000台**

2023

平臺註冊用戶超**5,000萬**，AI互動營銷終端數量達**7,500臺**

2016

業務擴展至中國**14**個城市，並獲得“**高新技術企業**”認證

2020

上線**智能化運營平臺**，實現設備全網遠程化、數據化、可視化管控及自動化運維。

2022

榮獲“**上海市專精特新企業**”稱號

2024

趣致集團在**香港聯交所**主板上市

## 集團榮譽

報告期內，趣致集團贏得了資本市場和營銷行業的認可，榮獲多個獎項。

### 行業相關獎項



第八屆麒麟國際廣告獎  
銀獎



第六屆格隆匯金格獎  
年度卓越成長力IPO



第十二屆Topdigital  
創新營銷獎-銅獎



第八屆DMAA國際數字營銷獎  
銀獎

### 資本市場相關獎項



《彭博商業週刊/中文版》  
“新上市企業2024”大獎



第十屆金梧獎  
年度人工智慧物聯網營銷平臺

## 加速國際化戰略佈局

趣致集團將積極推進國際化的戰略佈局，加快**中東和新加坡市場**的開拓步伐，為更多國外品牌和消費者提供創新的AI互動體驗，推動跨地區的業務協同和促進。

## 加速多元化產業佈局

趣致集團基於生態體系啟動戰略性業務並購，進一步整合資源，擴大業務間的協同效應，實現高質量的多元化發展，構築全方位的品牌服務生態體系。

通過上述策略，趣致集團期望在實現趣致集團長期可持續發展的同時，也能促進行業的革新與發展，為集團的股東創造更大的價值。

## 長期策略與展望

展望2025年，隨著政策對消費行業支持力度的加大，以及以AI、工業機器人為代表的新質生產力對中國經濟賦能作用的日益顯現，這有望加速消費產業的優化升級，並為市場注入新的動能與增長潛力。營銷行業得益於此也有望獲得新一輪的發展機遇。

### 持續深耕AI交互

趣致集團作為**中國AI互動營銷服務的領導者**，將持續加大在**AI交互領域**的投入，來為全球品牌客戶提供更創新、高效的一站式營銷解決方案，同時也為全球消費者提供更多創新、有趣的AI互動體驗。

趣致集團期望通過這些努力，不僅促進趣致集團自身的快速發展，也為整個行業帶來更多的創新實踐。

# 管治篇

ESG治理

風險管治

商業道德

# 03

## ESG治理

### ESG整體目標

趣致集團重視ESG發展，秉持可持續發展理念，內部建立《可持續發展政策》等相關制度，以推動業務所在社區實現可持續發展，並為股東創造長遠價值。同時，趣致集團注重綠色環保，積極參與公益活動，致力於實現商業價值與社會價值的共生共贏。

### ESG具體目標

客戶	社區
<ul style="list-style-type: none"><li>• 聚焦客戶需求，優化服務矩陣，提升客戶滿意度。</li><li>• 保護用戶隱私數據，加強信息安全建設，防止用戶隱私數據洩露。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 積極組織參加多元化社區公益活動。</li><li>• 積極宣傳和推廣，提升雇員的公益理念，鼓勵員工參與志願者活動。</li><li>• 尊重運營地文化及生活習俗。</li></ul>
僱員	業務經營
<ul style="list-style-type: none"><li>• 致力於成為員工認可的優秀雇主，創造公平、公正、無歧視和受尊重的工作環境。</li><li>• 不斷完善培訓體系，為僱員提供適當的培訓，鼓勵員工參與可持續發展事務，提升可持續發展意識。</li><li>• 加強健康與安全管理，打造安全健康的工作環境。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 持續投入研發，提升技術能力，優化用戶體驗，提高運營效率，為客戶提供更高品質的產品與服務。</li><li>• 遵守相關的法律法規、監管要求和適當的行為守則。</li></ul>
環境	供應商和合作夥伴
<ul style="list-style-type: none"><li>• 秉持綠色環保理念，將營運對環境造成的影響減至最低。</li><li>• 深入貫徹節能減排理念，減少能源消耗，為“自2023年基準年起在未來三年內將每台AI互動營銷終端的年均用電量減少約10%”的目標持續努力。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 嚴格遵守商業道德，以負責的態度和嚴格的商業道德標準運營企業。</li><li>• 幫助供應商提升可持續發展的管理能力和理念，推動及鼓勵其採用對環境和社會負責的運營方式。</li></ul>

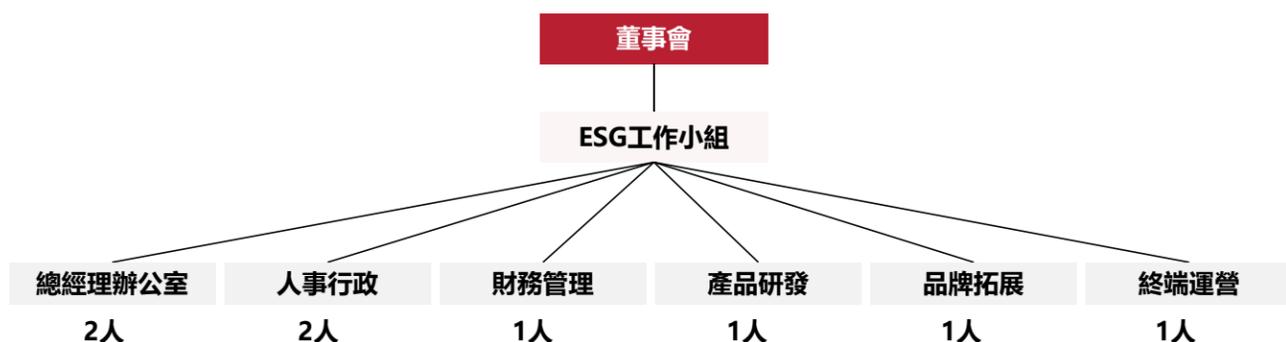
## ESG治理體系

為全面響應香港聯合交易所ESG新規要求並構築可持續發展競爭優勢，健全和規範集團ESG的機制和政策，根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》、《守則》以及國家其他有關法律、法規的規定，趣致集團構建ESG治理體系，並結合集團實際情況制定《可持續發展政策》、《可持續供應鏈政策》、《員工商業道德守則》、《品質、環境健康及安全管理政策》等多項制度，有力地保證了ESG戰略從理念到實踐的高效推進。

## ESG治理架構

董事會作為ESG治理的核心決策層，評估和確定ESG相關風險，定期聽取ESG工作彙報，參與重大ESG決策的監督與管理，確保集團有適當的ESG風險管理和內部控制體系。

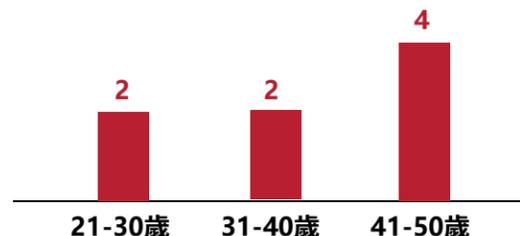
集團內部建立跨部門協作機制，設立由中高層管理人員構成的8人ESG工作組。工作組成員均為所在核心部門的主要負責人，全面涵蓋總經理辦公室、人事行政、財務管理、產品研發、品牌拓展、終端運營六大核心團隊，確保ESG工作在各個業務環節的全面推進。工作組定期召開會議，協調解決ESG相關問題，並分解目標至具體部門，推動ESG理念深度融入業務運營，持續提升治理效能。



ESG工作組性別結構



ESG工作組年齡結構  
(單位：個)



## 持份者溝通

趣致集團高度重視與各持份者的溝通，建立系統化溝通體系，通過多元化的互動渠道，傾聽並回應股東與投資者、客戶、社區公眾、僱員、政府部門及監管機構、供應商及合作夥伴的訴求，確保各方權益得到有效保障，推動可持續發展。

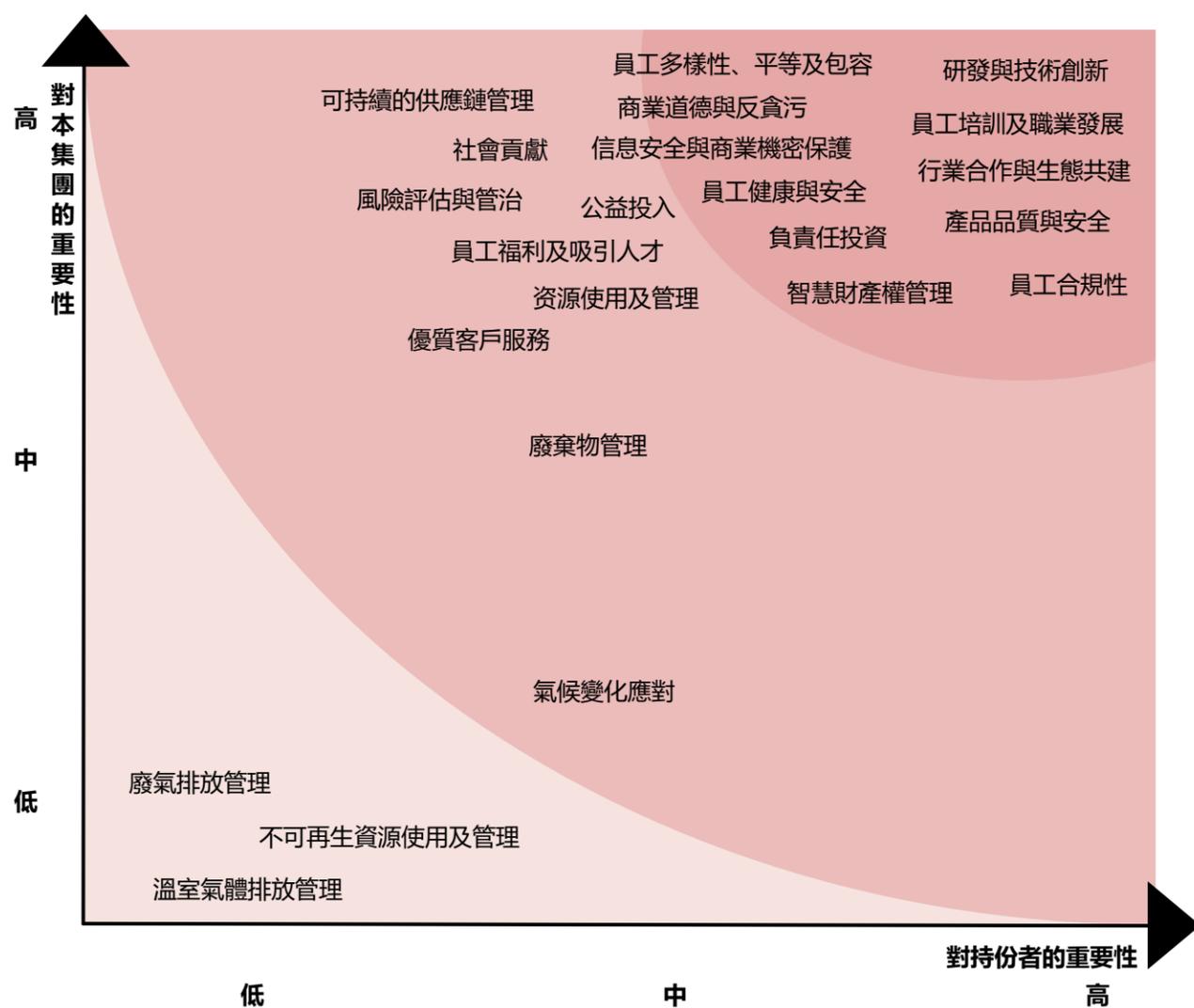
股東及投資者	客戶
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 公司治理結構、ESG合規性、氣候變化風險、投資者權益保護、信息披露、風險管理</li> <li><b>溝通方式：</b> 及時披露經營狀況與財務數據、股東會、投資者交流會、企業年報、公告等公開信息、投資者關係聯絡郵箱</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 產品質量與安全、環保措施、客戶體驗、商業道德、專業化服務、隱私安全</li> <li><b>溝通方式：</b> 線上線下相結合的品牌推廣機制、客戶售後服務機制、客戶熱線電話、線上客服等不同客戶反饋渠道、創新運營模式、產品全流程品質控制體系、可持續發展機制</li> </ul>
社區公眾	僱員
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 環境影響、社會貢獻、信息公開透明、媒體溝通</li> <li><b>溝通方式：</b> 積極參與社區公益活動、多方面推動綠色可持續發展、建立協力廠商輿情監測機制，積極回應輿論</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 薪酬福利、員工權益、職業發展機會、健康安全、工作環境的多元化和包容性</li> <li><b>溝通方式：</b> 員工培訓活動、員工福利活動、多元化發展機會、舒適工作環境</li> </ul>
政府及監管機構	供應商及合作夥伴
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 守法合規、依法納稅</li> <li><b>溝通方式：</b> 持續關注相關法律法規、嚴格依法納稅</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>期望及關注：</b> 信守承諾、反腐倡廉</li> <li><b>溝通方式：</b> 供應鏈管理機制、員工廉潔培訓、廉潔舉報郵箱</li> </ul>

## 重要議題識別

為了識別以及評估各項ESG議題對於趣致集團的優先順序，本集團開展重要性評估工作。

- 根據全球ESG發展趨勢和ESG主要報告標準，初步識別潛在相關的ESG議題的清單。
- 遵循監管要求，結合行業和自身情況，確認ESG議題清單。
- 根據確認的ESG議題清單，開展廣泛調研，徵詢收集各持份者的意見，深入洞察他們的訴求和關注點。
- 董事等相關人員開展會議，探討ESG議題優先度排序以及治理層對ESG策略的觀點與建議，通過重要議題矩陣分佈，最終確定各項ESG議題的重要性。

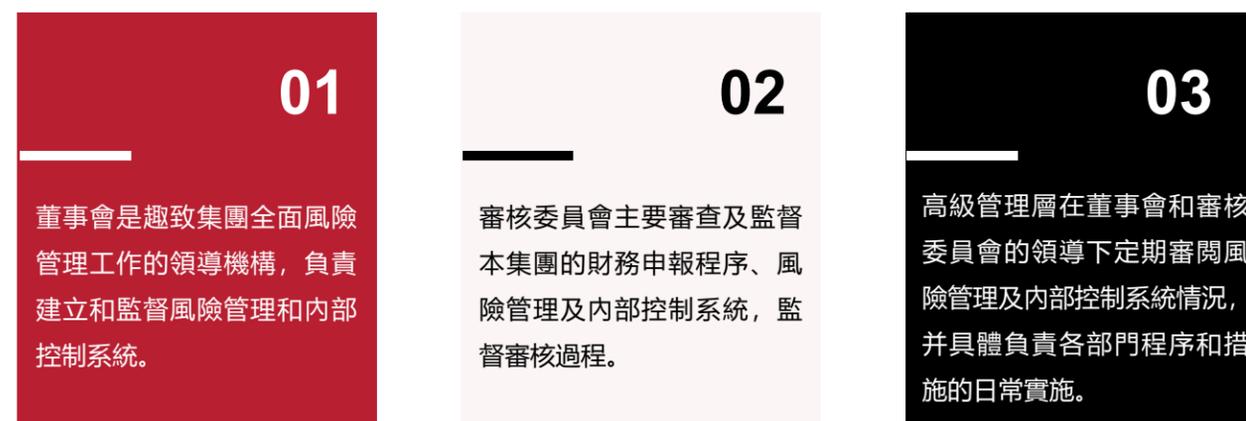
綜合考慮行業特點與持份者的期望，集團選定23項重要議題進行分析。



## 風險管治

趣致集團十分重視風險管理，建立具有全面風險管理意識的企業文化，致力於增強全體員工風險管理意識，樹立正確的風險管理理念，持續提升風險管理能力。趣致集團內部建立了健全的風險管理和內部控制制度，包括業務運營政策、程序和報告機制等，以持續識別、評估、評價和監測與戰略目標相關的關鍵風險，並定期進行審查，以適應市場情況和監管環境的變化及其對業務的影響。

### 風險治理架構



### 風險管理流程

趣致集團內部建立《企業風險管理制度》等相關制度，明確風險管理流程。

日常經營活動中，各部門持續收集內部、外部風險相關信息，定期進行分析辨識。

各部門整合風險清單並進行評估，針對重大風險設立相應重大風險應對方案並予以實施。

#### 收集分析相關信息

#### 構建風險管理框架

#### 設立重大風險應對方案

#### 跟蹤監督風險應對方案

趣致集團按照戰略風險、財務風險、運營風險、ESG風險等主要風險領域整理匯總，構建風險管理框架。

趣致集團對重大風險及應對方案的落實情況進行跟蹤監控，並在管理報告體系中進行報告。

## 風險監測與應對

趣致集團通過系統化的風險監測與應對管理機制，即時追蹤外部環境變化，快速識別並應對潛在風險，確保品牌聲譽與市場地位不受損害。報告期內，趣致集團未出現輿情危機的情況。

### 監測與預警

趣致集團與協力廠商建立了長期合作關係，委託其對主流媒體、競爭對手動態及股價異動等多維度進行監測。協力廠商合作夥伴每日提供監測匯總報告，涵蓋熱點新聞、集團相關輿論、行業動態及潛在風險點，並結合市場趨勢分析，幫助趣致集團及時掌握外部環境變化。

### 標準化應對流程

針對監測到的敏感信息或潛在風險，趣致集團制定了標準化的應對SOP（標準操作流程），包括分級回應機制（一般輿情、敏感輿情、危機輿情）。在風險發生時，市場部、公關部、法務部及相關業務部門聯合進行研判，迅速制定溝通策略與處置方案，避免輿情升級。

### 持續優化與提升

趣致集團定期複盤輿情應對案例，總結經驗教訓，不斷優化監測與回應流程，進一步提升風險管理能力與危機應對效率。

## 商業道德

### 合規經營

趣致集團高度重視合規性，建立《銷售合規管理制度》等制度，確保業務運營符合相關規則和法規。

趣致集團推崇誠信、正直的價值觀，並深植於員工的日常行為和工作態度中，通過適當的培訓將合規文化植入員工的日常工作中，並對員工在合規方面的工作表現提出了各種期望。趣致集團內部制定《員工商業道德守則》、《有關僱員就可能發生的不正當行為而提出關注的政策》等制度，要求員工遵守商業道德，明確禁止腐敗，對違規行為進行設立嚴格處罰，以確保經營活動的合規性。

### 反不正當競爭

法律法規	內部措施
<ul style="list-style-type: none"> <li>趣致集團嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，在經營活動中遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，不實施擾亂市場競爭秩序、損害其他經營者或者消費者的合法權益的不正當競爭行為。趣致集團未發現品牌客戶和商品銷售業務之間存在任何潛在不正當競爭。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>趣致集團持續監察不同品牌客戶的內部政策發展，包括其對供應商及業務合作夥伴的限制。</li> <li>趣致集團與客戶建立密切聯繫，不定期對品牌客戶進行例行訪問及諮詢，以瞭解其偏好及政策，防範其進行不正當競爭。</li> </ul>

## 反貪污管理

趣致集團建立了完善的反貪污體系，通過員工培訓、內控機制及舉報機制等多重措施，有效預防和遏制腐敗行為，確保運營的合規性與透明度。報告期內，未發生有關趣致集團或僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

針對反貪污管理，趣致集團明確各組織機構的相關職責：

董事會	管理層	審核委員會
<ul style="list-style-type: none"> <li>督促管理層建立集團範圍內反貪污文化環境，建立健全包括預防貪污在內的內部控制體系。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>負責建立健全並有效實施包括貪污風險評估和預防貪污在內的反貪污程序和控制並進行自我評估。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>負責反貪污行為的指導工作，對反貪污工作進行持續監督。</li> </ul>
審計部	全體僱員	
<ul style="list-style-type: none"> <li>負責集團範圍內的反貪污日常持續監督的實施，具體包括：組織貪污案件的調查；向管理層、董事會報告；組織集團各職能部門、子公司進行年度貪污風險評估與自我評估。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遵守集團行為準則、道德規範及國家、行業所涉及的法律、法規。腐敗行為應通過正當管道向審計部舉報。</li> </ul>	

針對反貪污管理，趣致集團內部採取一系列措施：

#### > 內部制度建設

趣致集團內部設立《反貪腐政策》、《反舞弊管理制度》、《反洗黑錢、反恐融資和識別受制裁國家業務往來的管理制度》等制度，涵蓋不正當行為表現形式、案件處理流程及措施等內容。同時，趣致集團依據相關法律法規，及時更新反腐敗和反賄賂相關合規政策，確保企業運營合法合規、管理高效有序。

#### > 相關內控機制

趣致集團設立反貪污內控機制，包括設立舉報投訴管道以防範和發現貪污行為，實施控制措施以降低貪污發生的機會，並採取適當有效的補救措施以減輕由此造成的損害。趣致集團設立舉報郵箱 jubao@zzss.com，以便員工及外部合作夥伴監督舉報，確保貪污行為得到及時查處並妥善處理。

#### > 相關員工培訓

趣致集團定期開展反貪污相關的培訓，旨在提升全員反腐意識與合規能力。



# 社會篇

產品及服務

供應鏈管理

行業合作與生態共建

員工

慈善公益

# 04

## 產品及服務

### 食品品質與安全

趣致集團在採購和運營過程中，針對食品安全有嚴格的監管措施。趣致集團內部制訂了針對商品流通全環節的流程操作檔，並組織內部員工定期培訓，確保操作部門人員熟悉商品操作流程，規範商品流通操作，從流程上開展合規操作，規避商品出現臨期、過期，衛生問題等不符合趣致集團價值觀的異常品質問題發生。

#### 產品品質安全制度體系

為確保食品安全與產品品質，趣致集團建立了《食品安全規章制度》、《銷售合規管理制度》、《倉庫及存貨管理》、《化妝品經營品質安全管理制度》、《醫療器械經營品質管理制度》，集團嚴格遵循國家相關法規與行業標準，保障消費者權益。

為確保商品在流通環節的品質安全，趣致集團建立了完善的制度管控與組織管控雙重機制，通過嚴格的考核制度和分權管理體系，實現全流程品質監督與責任追溯。

趣致集團對商品流通操作部門實行嚴格的績效考核制度，明確規範操作流程，確保品質管控措施有效執行。

#### 01

**流程規範考核：**對未按標準流程操作的人員，納入績效考核，並要求立即整改；



#### 02

**品質問題追責：**對因人為因素導致的過期、臨期、衛生不合格等品質問題，實行責任倒查，追究相關人員及管理責任；



#### 03

**持續優化機制：**定期複盤品質問題及相關事項，更新操作規範，提升管控標準。



為避免單一部門權力集中導致的品質管理漏洞，趣致集團採用分權制衡的組織架構。

各部門獨立彙報、互相監督，形成“**採購-物流-客服**”三環品質管控鏈，並通過跨部門協作機制，確保品質問題快速回應與閉環解決。

#### 01

##### 採購部

負責供應商管理及採購合規性，無權幹預到貨品質檢驗，確保質檢獨立性。

#### 02

##### 物流部

負責倉儲與物流環節的品質管控，確保商品存儲、運輸符合標準。

#### 03

##### 客服部

作為後端監督部門，負責收集消費者回饋，對流通環節品質問題提出改進建議

## 產品安全管理與召回

為確保產品安全及消費者權益，趣致集團建立了嚴格的產品安全風險應對機制。在收到運營部門關於某貨品的安全問題反饋後，趣致集團立即啟動以下流程：



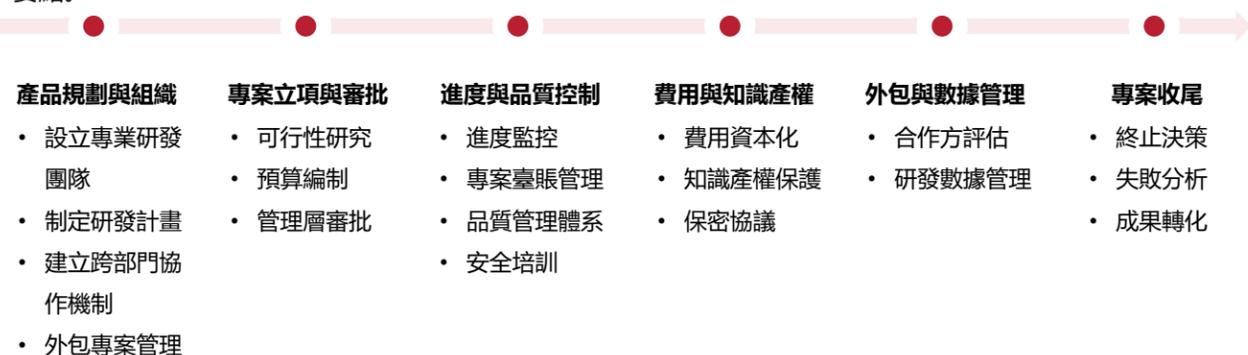
趣致集團通過上述機制，持續強化產品全生命週期安全管理，切實保障消費者權益，履行企業社會責任。報告期內，趣致集團未出現產品召回的情況。

## 研發與技術創新

趣致集團始終將技術創新視為核心競爭力，致力於通過持續的研發投入和技術升級，提升產品和服務品質，鞏固市場領先地位。

### 技術創新治理

趣致集團制定了《研發管理制度》，涵蓋了研發從產品規劃與組織、專案立項與審批至專案收尾的各環節及要點。



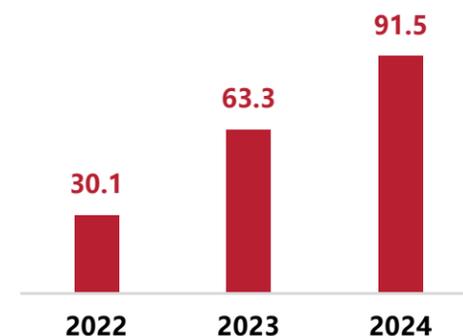
## 研發投入

為持續保持研發競爭力，趣致集團每年對研發進行重點投入。

從近年數據來看，趣致集團研發投入呈現顯著增長態勢：2022年研發開支為3,011萬元；2023年研發支出增至6,325萬元；2024年研發開支為9,154萬元，2022年到2024年年均复合增长率为74%。

增長主要是由於AI互動營銷終端所配備的與交互有關的技術研發投入增加和支持本集團日益擴大的業務規模。

趣致集團2022年-2024年研發支出  
(人民幣百萬元)



## 知識財產權保護

在專利和著作權方面，趣致集團取得了顯著的成果。報告期內，在中國登記的**軟體著作權增至127項**，**新提交的專利申請達10項**，為趣致集團構築了堅實的技術壁壘，進一步提升市場競爭優勢。

趣致集團高度重視知識產權的獲取、管理、保護及侵權防範，趣致集團制定了《知識產權管理制度》，並建立了一套規範化流程，確保採用的技術、方案、設計、商標、軟體工具等，不侵犯協力廠商知識產權；同時，研發部門定期關注趣致集團的知識產權未被其他廠商所侵權，保障集團在技術、品牌、產品內容等方面的知識產權安全。

01

### 知識產權獲取

- 在技術創新方面，趣致集團鼓勵自主研發，並通過軟體著作權登記、專利申請措施來保護核心技術成果，確保競爭優勢。
- 在品牌建設方面，趣致集團對涉及品牌進行商標註冊，確保品牌資產安全。
- 在內容創作方面，趣致集團採用自主設計、與專業設計機構合作等方式，確保所有物料符合知識產權法規。

02

### 知識產權日常管理

- 趣致集團建立了知識產權資料庫，集中管理專利、商標、著作權等信息，並定期更新、維護。
- 在合同管理方面，與供應商、合作方簽訂知識產權保護條款，明確權利歸屬，避免潛在糾紛。內部建立知識產權審核流程，對外發佈的宣傳內容、廣告素材等均需經過品牌與法務部門審核，確保符合合規要求。

03

### 風險防範與應對

- 通過輿情監測與市場調研，定期排查是否存在外部廠商未經授權使用趣致集團知識產權的情況。
- 加強字體使用的合規性管理，所有對外設計均要求使用正版授權字體或趣致集團自有字體，並對歷史存量內容進行梳理，規避法律風險。
- 若發現侵權行為，趣致集團第一時間發出律師函要求停止侵權，並保留訴訟權利。

## 消費者保障

### 投訴管理

為保障客戶權益並持續提升服務品質，趣致集團制定了《消費者爭議解決規則》，建立了系統化的投訴管理機制，涵蓋投訴處理流程與數據監控兩大核心環節，確保問題高效解決並推動運營優化。趣致集團有專門的客戶服務部門來處理客戶的詢問和投訴，並為趣致集團的客戶服務人員提供全面的培訓，以確保一致和高質量的服務。此外，趣致集團制定了《七天無理由退換貨規則》，消費者在簽收或取到商品之日起七天內，對支持七天無理由退貨並符合完好標準的商品，可發起七天無理由退貨申請。

### - 投訴處理流程

趣致集團設有熱線電話、微信公眾號及微信小程序來回答客戶的問題和投訴，並制定了標準投訴處理流程。

#### > 接收與核實

趣致集團設有專業客服團隊，負責接收客戶投訴並詳細記錄問題內容，同時進行初步核實，確保信息準確性。

#### > 問題分類與處理

根據投訴性質，客服人員將問題分類並採取相應措施。例如，針對食品安全問題，迅速聯繫相關部門進行調查與處理，確保問題及時回應。

#### > 回饋與解決

問題確認後，客服人員及時向客戶回饋處理結果，並根據具體情況提供解決方案，如退款或更換商品，確保客戶滿意度。若處理方案超出客服許可權，會及時回饋給上級領導，由上級領導進行確認後，再給予用戶相應的處理答復。

趣致集團針對商品相關客訴、機器故障問題及體驗建議等不同類型的反饋存在標準化的處理步驟和具體措施。

回饋類型	處理步驟	具體措施
商品相關客訴	安撫用戶	表達歉意，理解用戶情緒
	核對反饋真實性	核實問題是否存在及具體情況
		請用戶提供相關證據，如照片、視頻等
	首次反饋處理	核實屬實後，一般進行退款處理
	嚴重問題協商	用戶不接受退款時，協商其他補償方式，如補發優惠券等
超出許可權回饋	及時回饋上級領導，確認後給予用戶處理答復	
機器故障問題	安撫用戶	及時回應，安撫用戶情緒並承諾解決
	首次解決	嘗試通過IOT架構遠程解決故障
	後續解決	遠程無法解決時，儘量在24小時內解決故障
體驗建議	及時回應	將用戶反饋的具體信息傳達給城市運營人員
	評估合理性	將反饋內容列入月度運營改進規劃

### - 投訴數據監控

#### > 數據收集與分析

趣致集團通過系統化工具收集並分析投訴數據，識別問題發生的頻率與嚴重程度，為改進提供數據支援。

#### > 改進措施制定

基於數據分析結果，趣致集團制定針對性改進措施。例如，針對高頻問題，調整採購標準或加強品質控制，從源頭減少問題發生。

通過上述機制，趣致集團不僅實現了投訴的高效處理，還通過數據驅動的持續改進，不斷提升服務品質與客戶滿意度，為品牌長期發展奠定堅實基礎。報告期內，趣致集團並無收到來自客戶的任何重大投訴。

### 用戶隱私保護

趣致集團高度重視消費者數據安全和隱私保護，嚴格遵循《中華人民共和國個人信息保護法》（PIPL）、《中華人民共和國數據安全法》、《移動互聯網應用程式信息服務管理規定》等國內法規，並符合《歐洲通用數據保護條例》（GDPR）、《加州消費者隱私法案》（CCPA）等國際標準。集團制定了《網路安全制度》、《數據安全制度》，確保消費者數據的合法合規收集、存儲、使用和保護。報告期內，趣致集團未發生重大客戶隱私洩露事件。

趣致集團建立了完善的數據隱私與信息安全管控體系，通過組織架構、內部政策、員工管理和技術保障等多方面措施，確保用戶信息的安全。

趣致集團已設立信息化工作委員會，並下設信息安全小組，負責統籌實施網路安全、數據安全、個人信息保護相關工作。



此外，趣致集團從內部管理政策、員工管理及信息傳輸管控三個角度共同保障消費者隱私。

#### > 內部管理政策

趣致集團已制定網路安全、數據安全、個人信息保護相關內部管理政策和操作規程。

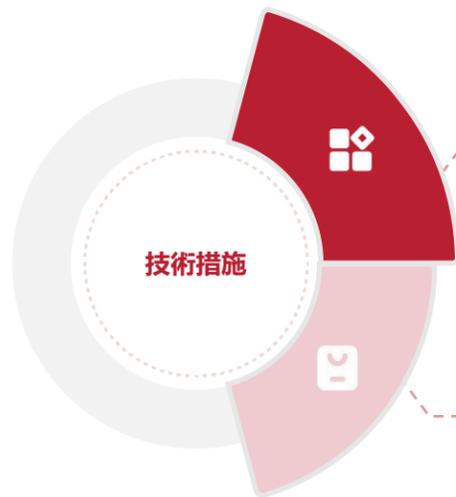
#### > 員工管理

趣致集團與員工簽署了保密協議，並開展了網路安全、數據安全及隱私保護相關培訓，以提升其安全意識。

#### > 信息傳輸管控

趣致集團向品牌客戶傳輸消費者產品數據摘要，但絕不會違反法律規定向第三方傳輸或出售任何個人信息。

趣致集團從數據收集、存儲、使用三個環節，詳細制定了AI互動營銷終端在保障用戶數據安全與隱私方面的具體措施和保障機制。



**信息存儲管控：**趣致集團將用戶個人信息存儲在由知名協力廠商雲服務提供商運營的雲存儲中心內，並採購該雲服務提供商提供的高級別安全工具。趣致集團採用加密、防火牆保護、漏洞掃描、訪問控制等多種安全措施，全方位保護數據安全，有效防止未經授權的訪問和惡意攻擊。

**安全技術保障：**趣致集團已取得信息系統安全等級保護三級備案證明，並採取數據加密、數據備份、堡壘主機監控、日誌記錄等安全技術措施，防止網路數據未經授權的訪問以及數據洩露、竊取、篡改或丟失。

環節	具體措施	保障機制
數據收集	<ul style="list-style-type: none"> <li>僅在獲得用戶明確授權後收集個人信息，如掃碼購買記錄、廣告互動數據等。</li> <li>去標識化處理，確保數據無法直接關聯個人身份。</li> <li>遵循最小化原則，僅收集必要信息，如交易數據、用戶偏好，而非敏感個人信息。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶知情同意機制，確保消費者瞭解數據用途。</li> <li>匿名化、去標識化處理，降低數據洩露風險。</li> </ul>
數據存儲	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用AES-256高級加密演算法對用戶數據進行加密存儲。</li> <li>採用分佈式存儲架構，防止單點數據洩露。</li> <li>訪問許可權嚴格分級，僅授權人員可訪問敏感數據。</li> <li>防火牆與入侵檢測：伺服器部署安全監測系統，即時檢測異常訪問行為。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>端到端加密，確保數據傳輸安全。</li> <li>訪問控制（RBAC），避免內部濫用數據。</li> </ul>
數據使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>AIoT數據僅用於優化消費者體驗、廣告推薦、智慧補貨，不得用於其他用途。</li> <li>數據脫敏處理後進行大數據分析，不涉及具體個人身份。</li> <li>用戶可自主管理數據，查看、修改或刪除個人信息。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>隱私政策透明化，用戶可隨時查閱數據使用情況。</li> <li>嚴格審查協力廠商數據共用，確保合規性。</li> </ul>

## 負責任營銷

趣致集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理辦法》《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》等相關法律法規的規定，並建立了《廣告業務管理制度》，確保廣告內容的真實性、合法性和合規性，並在負責任營銷方面採取了多項措施，取得了顯著成果。

### 線上及AI互動營銷終端螢幕/外殼廣告及展示廣告審查

趣致集團高度重視線上及AI互動營銷終端螢幕/外殼廣告及展示廣告的合規性，建立了全面的廣告內容審查機制，確保所有廣告活動符合《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規的要求。

- 法務部門作為核心審查主體，負責對所有與專案相關的廣告內容進行嚴格審查，確保其內容的真實性、合法性以及合規性。在審查過程中，如發現疑似違法違規情形，法務部門會及時向專案團隊發出風險提示，並提供專業指導，幫助團隊規避潛在的法律風險。
- 法務部門還定期監察與營銷活動相關的法律法規動態，確保集團能夠及時回應政策變化，並編制相應的培訓材料，組織全員培訓，提升員工的合規意識和法律素養，確保每一位員工都能在日常工作中嚴格遵守相關法律法規。



### MCN及KOL合作管理

趣致集團嚴格遵守《網路直播營銷管理辦法(試行)》等有關直播推廣活動的法律法規，確保與協力廠商媒體資源(下稱「MCN」)及KOL的合作合法合規。

在合作過程中，趣致集團依據服務供應商選擇標準對MCN機構進行嚴格篩選，並要求MCN選擇聲譽良好的KOL。同時，趣致集團會自行對所選KOL進行公開搜索和背景調查，若發現任何KOL存在可能損害品牌形象的負面信息，將要求MCN尋找替代人選。

此外，趣致集團協助品牌客戶與KOL進行溝通，確保直播計畫和腳本符合品牌要求及《中華人民共和國廣告法》規定，並對直播內容進行審查，以確保其合法合規性。通過以上措施，趣致集團有效降低了合作風險，保障了品牌形象和廣告活動的合規性。

截至2024年末，趣致集團沒有因發佈不當、非法或令人反感的廣告內容而受到相關主管部門的處罰或消費者索賠，趣致集團並未發佈任何不當、非法或令人反感的廣告。

## 供應鏈管理

趣致集團的主要採購內容包括AI互動營銷終端設備、MCNI以及商品採購等。為確保供應鏈的品質可靠及可持續發展，取值集團制定了《採購管理辦法》，明確了採購流程各環節的具體要求。採購業務主要由終端運營部和採購部負責，依據市場推廣計畫及AI互動營銷終端銷售預測，制定採購計畫。此外，趣致集團還制定了《可持續供應鏈政策》，鼓勵供應商在依法合規的基礎上，積極履行社會責任。趣致集團宣導以人為本，落實安全生產，注重環境保護，通過這些措施為供應鏈持續創造價值提升。

趣致集團供應鏈可能面臨供應商違約、合作終止、不可控事件等風險，可能導致供貨延遲、成本上升、品質失控等問題。為應對風險，趣致集團已強化供應商管理，優化產品選擇，提升物流管理及倉庫管理，保障業務連續性，實現供應鏈安全運營。

### 供應商准入

#### 資質審核

集團對供應商的營業執照、運營執照及技術信息等資質檔進行嚴格審核。趣致選擇的供應商都具有商品流通許可證的一般納稅人做為合作夥伴，規避一般商品品質風險。針對食品類商品，供應商還需提供產品品質檢測報告、安全生產證明及食品流通許可證等檔，確保其合規性與產品品質可靠性。

#### 成本控制

在初步篩選階段，集團根據供應商提報的成本信息評估其是否符合趣致集團成本要求。對於滿足成本標準且能夠穩定供應的供應商，進入合同簽訂環節，確保供應鏈的經濟性與穩定性。

#### 環保要求

##### > 供應商ESG政策

- 集團制定了供應商ESG政策，作為所有供應商須遵守的最低標準。該政策涵蓋環境、負責任的採購、童工、強迫勞動、薪酬和工作時間、投訴機制、健康與安全、歧視、欺凌和騷擾、賄賂和腐敗以及舉報等議題。

##### > 碳足跡低供應商優先

- 集團優先選擇產品和服務環保且碳足跡低的供應商，或者產品和服務能夠幫助集團盡量減少對氣候和環境的不利影響的供應商。集團優先選擇使用環保包裝材料的供應商，並逐步提高可回收材料的使用比例。

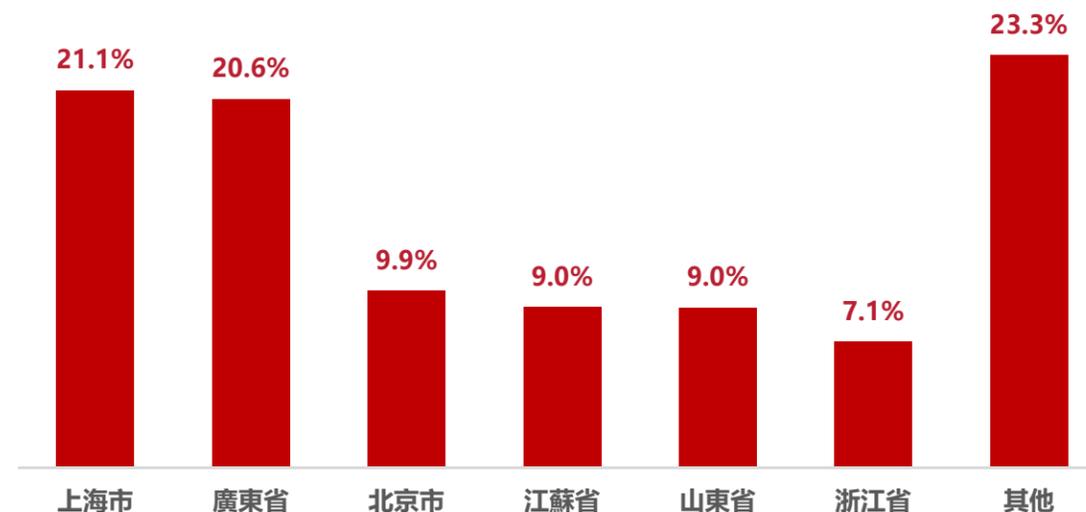
##### > 供應商考核與淘汰機制

- 集團對供應商進行定期考核，包括實地考察與現場檢查，對不符合相關標準的供應商實行淘汰制。

## 供應商數量與分佈

截至2024年末，集團共有供應商2433家，上海市、廣東省和北京市分別為集團第一、第二及第三大供應商地區來源，分別有514位、502位和241位供應商。

2024年趣致集團供應商分佈  
(百分比/%)



## 產品選擇

### > 有效期管理

- 趣致集團只採購商品效期不超過三分之一的國內商品。
- 針對進口商品，趣致集團採購的商品效期不超過二分之一。
- 所有採購食品必須符合國家食品安全標準，並且在庫存管理上採取先進先出的原則，確保食品的新鮮度。



### > 環保的包裝材料

- 趣致集團十分注重包裝材料的環保性，因此推廣了如鋁罐、玻璃瓶包裝的產品。
- 2024年趣致集團使用了鋁罐、玻璃瓶相關產品的銷售比例在8.1%。



## 物流管理

趣致集團未配備自有運輸車隊，而是採用外包物流模式。在合作的外包運輸車隊中，集團積極鼓勵供應商引入新能源車輛。同時，借助集團自主研發的物流優化演算法，構建了高效、安全且可持續的供應鏈物流網絡，為業務運營與環保目標提供雙重保障。

### 新能源車應用

為減少碳排放，趣致集團逐步提高新能源汽車在物流車隊中的使用比例。新能源車的比例占總物流車輛的24%，這部分車輛相比傳統燃油車節省100%的燃油且基本不存在碳排放。這一舉措標誌著趣致集團向綠色供應鏈轉型的重要一步，體現了對可持續發展的承諾。



### 物流優化演算法

在物流端，趣致集團通過精細化運營優化單機補貨貨品與數量，同時規劃高效配送路徑，減少運輸過程中的碳排放，實現綠色物流。基於AI大數據分析，優化商品配送路線，降低單件商品物流成本，減少不必要的運輸能耗，降低配送成本。



## 倉庫管理

### 全流程管理準則

趣致集團高度重視倉庫管理的規範性和安全性，集團制定了《倉庫及存貨管理》，從收貨、在庫、出庫到上機檢查的每一個環節都制定了嚴格的管理規則，確保商品品質安全可控，為消費者提供新鮮、優質的商品。

#### > 收貨安全

- 趣致集團嚴格按照商品採購標準來收貨，凡不符合要求的商品，一律拒收，且同步強化供應商管理，從源頭上管控商品品質風險。

#### > 在庫管理

- 趣致集團嚴格執行在庫管理規範，對商品效期執行動態管理，凡效期剩餘較短的商品，轉入到臨期品管理，不再對外銷售。

#### > 出庫管理

- 趣致集團倉庫端嚴格執行先進先出規範，確保先採購到貨的商品先出庫上機銷售，和前端供應商管理要求同步，以最新鮮的狀態提供給到消費者。

#### > 上級檢查

- 趣致集團倉庫分揀和物流補貨人員實行交接制度，出庫實行三級檢查，倉庫人員實行兩級檢查，交接給到物流人員後，物流人員實行第三級檢查，確保出庫的商品品質、衛生、效期和批次均符合品質要求，同步在機商品實行定期檢查和補貨時全檢，確保機器商品效期、品質在安全範圍內。

### 智能庫存優化

趣致集團依託大數據與人工智慧技術，對銷售數據進行深度分析，優化商品配置與庫存管理。趣致集團的運營系統能夠即時監控存貨水準、SKU動態等信息，並在中央運營系統中保存商品和存貨數據，據此獲取各AI互動營銷終端中每個SKU的每日平均銷量和存貨水準。

### 食品飲料精細化管理

趣致集團特別關注食品飲料產品，對於貨架期較短的商品，會提前與品牌客戶協商分批供貨，防止存貨過剩。當商品剩餘貨架期少於35天（貨架期在180天內）或45天（貨架期在180天以上）時，倉庫管理人員會及時提醒。不符合相關法律法規規定的商品將被及時處理。

### 定期盤點與檢查

趣致集團每月進行例行檢查，每半年進行全面審查，以確保存貨的準確性和安全性。

## 行業合作與生態共建

趣致集團積極與多個行業的合作夥伴攜手，共同構建繁榮的生態體系。具體合作對象包括技術服務提供商、AI互動營銷終端製造商、媒體服務提供商、場地提供方、消費品供應商、運維服務提供商與場地提供方。

通過與各方的深度合作，集團與合作夥伴實現資源共用與優勢互補，推動整個生態的持續發展與創新，為合作夥伴創造更多價值，共同迎接市場機遇。

### 技術服務提供商

趣致集團通過與協力廠商軟體開發趣致集團合作，優化資源配置，強化自身核心競爭力。集團將非核心模組、UI/UX設計、部分軟體開發、測試及獨立應用專案外包，從而專注於核心技術開發與營銷設計運營。在選擇合作夥伴時，集團嚴格篩選具備強大研發能力、良好合作經驗和合理成本結構的企業，確保功能模組快速反覆運算更新。

### AI互動營銷終端製造商

趣致集團通過與優質製造商合作，打造了敏捷的硬體供應鏈體系，為業務拓展提供堅實保障。合作中，集團秉持柔性生產理念，依據不同應用場景對硬體進行定制化設計，涵蓋隔間結構、支付模組和交互介面等，確保設備契合品牌需求，為用戶提供高性能、穩定的購物體驗。

### 媒體服務供應商

趣致集團通過與MCN機構等媒體資源方合作，構建了去中心化的營銷資源池，滿足品牌方多樣化推廣需求。集團以平臺化思維整合營銷資源，拓展線上管道，通過創意內容和互動活動吸引用戶，提升平臺流量與活躍度。同時，根據品牌需求靈活選配MCN與KOL，避免對單一管道過度依賴，分散流量風險。在內容管理上，借助法律顧問審核，確保符合法規，明確責任邊界，避免虛假宣傳風險。

### 消費品供應商

與飲料、食品、日用品等消費品品牌合作，豐富終端產品的種類，滿足用戶多樣化需求，同時借助品牌資源提升平臺影響力。

### 運維服務提供商

趣致集團通過輕資產物流模式優化運營，聚焦核心的倉儲與設備運維環節，將物流配送外包，有效降低成本並支持生態發展。集團委託專業團隊負責設備日常維護與技術支持，保障終端網路高效運行。在物流環節，採用分層合作模式：品牌方與供應商負責產品入倉，協力廠商配送服務商完成運輸，消費者自提模式進一步降低終端配送壓力。這種模式使資源能夠集中投入到高附加值環節，如優化設備網路密度、提升消費者體驗等。

### 場地提供方

集團與商場、寫字樓、學校等場地提供方合作，確保AI互動營銷終端的廣泛覆蓋，觸達更多潛在用戶。

## 員工

趣致集團嚴格遵守國家法律法規，切實維護員工權益，構建規範化用工管理體系。集團堅持平等僱傭，消除歧視，確保招聘流程公開透明；建立科學薪酬架構與多元化福利體系，保障員工物質與精神需求；推行員工培訓與職業發展相結合的機制，助力人才成長進階；加強安全與健康，保障員工福利；搭建溝通平臺，滿足員工需求，營造公平、公正、和諧的發展環境。

### 多元平等的聘用政策

趣致集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》等相關規定，尊重和保障每一位員工的合法權益。

#### > 未發生過僱用童工及強迫勞工事件

- 為避免僱傭童工事項發生，趣致集團內部制定《人力資源管理制度》，明確不得聘用未滿18周歲者。入職當天，趣致集團要求新員工出示身份證、學歷證書以核實其年齡和身份。此外，人事行政部聯合法務人員將通過定期內部檢查和培訓的方式確保不存在強迫僱員進行超出正常勞動範圍或勞動標準的工作的情況。

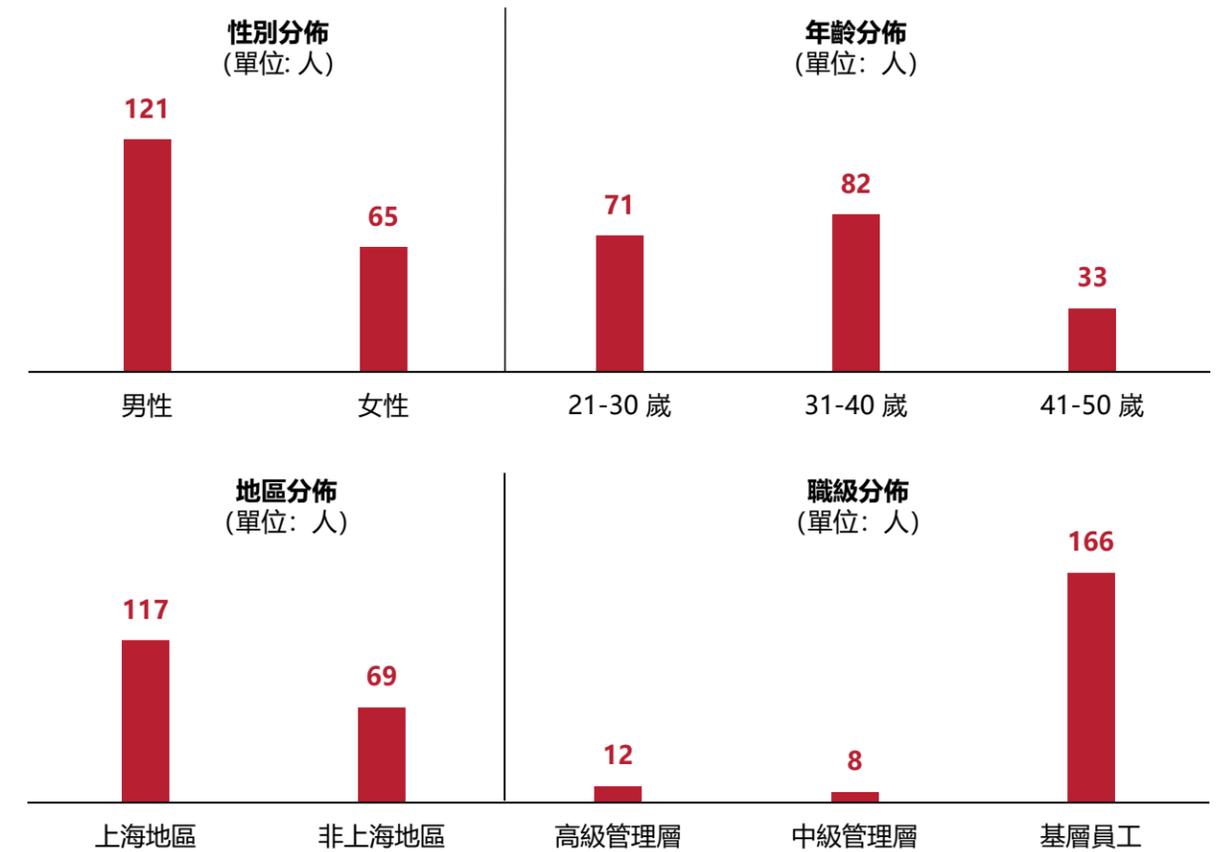
#### > 為殘障人士提供就業機會

- 趣致集團培育包容性組織文化，讓不同背景的优秀人才都能獲得發展平臺與歸屬感，形成多元共融的人才生態體系，為可持續發展注入活力。趣致集團員工包含殘障人員共2人，占員工數的1%。

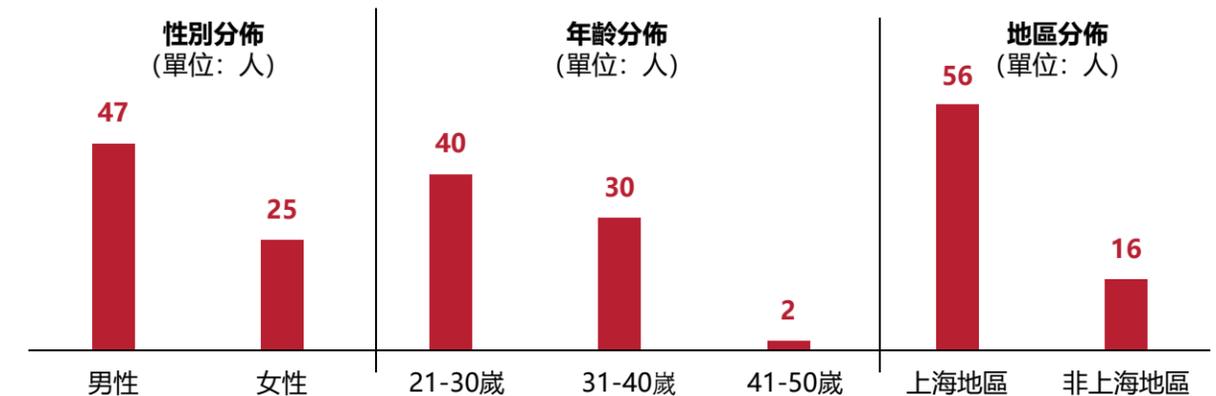
### > 為不同性別、年齡及背景的人才提供平等機會

- 趣致集團秉持多元、平等的用人理念，在招聘過程中堅持公平公正原則，構建無偏見的選拔機制，持續完善平等就業機會保障制度。

截至2024年12月31日，趣致集團共**186名**員工，均為全職僱傭。



2024年度，趣致集團流失員工**72**人，員工流失率為**38.7%**。



## 薪資福利

趣致集團建立員工福祉保障體系，通過制度性保障與人性化設計相結合，全方位維護員工權益，持續增強團隊凝聚力與歸屬感，彰顯企業人文關懷核心價值。

趣致集團充分肯定員工的付出與努力，內部建立《績效管理與績效考核制度》等制度，構建完善薪酬績效管理體系。

## 股權激勵計畫

為了吸引及留住最佳可用的人才，促進業務成功，趣致集團實行股權激勵計畫，進一步增強員工的工作積極性與忠誠度。

## 平等溝通

趣致集團秉持平等溝通理念，設立開放包容溝通機制，鼓勵員工積極建言獻策，員工可以通過線上線下多管道進行回饋。

## 員工津貼

趣致集團員工依法享受法定節假日、育兒假等假期。趣致集團每月為每位員工提供購物補貼，每季度向部門員工發放津貼用於團建活動，促進團隊協作與凝聚力。

## 團建活動

2024年趣致集團層多次組織體育活動、團建活動等，豐富了員工的業餘生活，提升了團隊歸屬感。



(團建活動)

## 職業發展路徑

趣致集團對標市場成熟晉升體系，為員工設計清晰、透明的職位晉升通道，並營造一個鼓勵員工通過合法晉升管道追求晉升和薪資提升機會的環境。趣致集團致力於為員工提供多元化的發展機會，助力員工實現職業成長與個人價值提升。

**案例：**原人力資源部薪酬人員生育後轉崗至招聘領域，取得顯著成績，通過集團支持與自身努力，最終成為人事主管。靈活的跨崗位發展機制啟動內部人才池，為員工提供了更多職業選擇，同時也促進關鍵崗位複合人才孵化，推動組織效能持續提升。

## 培訓體系

趣致集團高度重視員工的職業發展與技能提升，鼓勵員工持續學習，通過系統化的培訓體系與多樣化的學習機會，助力員工成長與企業發展。

## 入職培訓

趣致集團為新員工提供全面系統化入職培訓，涵蓋人事行政制度、崗位專業技能等面，幫助其快速融入工作環境。

## 分享會

趣致集團開展不同類型分享會，以滿足員工的專業與興趣發展需求。

### > 技術分享會

技術部門組織定期的技術內容分享會，旨在提升員工的專業技能與行業認知，助力員工構建複合型能力模型。

### > 興趣分享會

由人事行政部門根據員工需求與興趣組織，內容涉及攝影技巧等，豐富員工的業餘技能與興趣愛好，構建員工個性化發展路徑，持續增強團隊凝聚力。

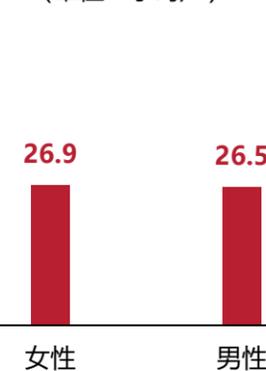
### > 反饋與改進機制

培訓前趣致集團對員工培訓內容需求進行調研，精準定位員工專業提升與興趣發展訴求，確保培訓內容貼合員工實際需求。

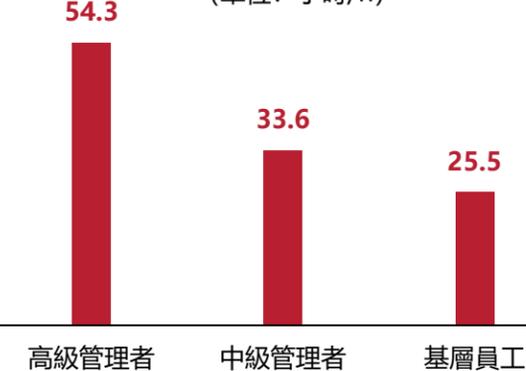
培訓結束後，趣致集團收集員工回饋意見並進行深度分析與總結，基於評估結果改進培訓課程，確保為員工提供豐富的學習資源與發展機會，助力員工與集團共同成長。

2024年度，共**2,146人次**受訓，覆蓋**100%**員工。2024年員工受訓總小時數**5,930h**（含離職受訓人員參與）。

員工平均受訓時長性別分佈  
(單位：小時/h)



員工平均受訓時長職級分佈  
(單位：小時/h)



## 職業健康安全

趣致集團始終將員工的健康與安全放在首位，為員工營造安全、舒適的工作環境。含報告期在內的過去三年中，集團均實現了員工零傷亡的目標，無因工傷損失的工作日數，展現了集團在健康與安全管理方面的卓越成效，為員工安心工作提供了堅實保障。

### 健康管理

#### > 健康檢查

- 趣致集團高度重視員工的身體健康，每年為物流人員安排強制性健康檢查，費用由集團全額承擔；其餘員工發放健康檢查補貼確保員工健康狀況得到及時監測與保障。

#### > 體育活動

- 報告期內，趣致集團多次開展體育活動，鼓勵員工積極參與，培養員工健康運動習慣，強化員工歸屬感與凝聚力。



#### > 舒適環境

- 趣致集團辦公區域綠植覆蓋率高，並配備空氣淨化器，有效調節溫度、濕度，淨化空氣污染物，為員工提供了舒適的工作環境。



### 安全管理

趣致集團內部制定《品質、環境健康及安全管理政策》、《操作安全管理制度》等制度，建立完善的安全管理規章制度，為有效開展安全管理活動提供制度支撐。

#### > 職業安全培訓

- 趣致集團嚴格執行“先培訓，後上崗”的規定，針對倉庫物流人員，提供系統化的職業安全培訓，要求所有操作嚴格按照視頻教程執行，並定期對其進行抽查巡檢，確保每個環節符合安全標準，最大限度降低職業風險。

#### > 排查安全隱患

- 趣致集團制定明確的監控機制，定期檢查安防工作，進行室外電源巡檢、室外機器擺放位置的安全性巡檢等工資，及時排查安全隱患，發現問題，及時採取措施解決。
- 同時，趣致集團開展安全應急演練，確保員工在緊急情況下能夠迅速、有序、高效地應對。

#### > 消防安全培訓

- 趣致集團重視對員工的安全教育，定期組織消防安全培訓，邀請消防部門專業人員到集團進行現場教學，培訓內容涵蓋消防知識等，提升員工的消防安全意識與應對能力。



## 慈善公益

趣致集團始終關注社會發展和民生改善，並積極投身於各類公益活動，通過持續參與公益事業助力更多需要幫助的人。趣致集團致力於成為向善力量的宣導者與實踐者，與社會各界攜手共築美好未來。

### 社區公益活動

趣致集團始終秉持高度的社會責任感，將社區公益活動視為集團發展的重要組成部分。

#### 久久公益節

- 趣致集團設立慈善公益點位，吸引超過**6,000名**消費者駐足，共籌集善款30萬元以上。同時，品牌提供價值25萬元的公益服務權益包，為社區的可持續發展作出了積極貢獻。



### 慈善捐款

趣致集團積極參與慈善捐款，履行社會責任，提升品牌形象。

#### 香港交易所慈善基金

- 報告期內，趣致集團參與股份代號慈善計劃項目向香港交易所慈善基金捐款**港幣300萬元**。



### 志願者服務

趣致集團始終秉持高度的社會責任感，將社區公益活動視為趣致集團發展的重要組成部分。

#### 弘慧基金會

- 趣致集團與弘慧基金會合作，開展山區兒童走訪企業的志願服務活動。帶領30多名來自山區的學子參觀企業的AI互動裝置，並安排職業規劃講座，為學生們解答了關於未來職業發展的疑問。此次志願服務累計投入人力20餘人，總服務時長超過200小時。



# 環境篇

資源使用

排放管理

綠色辦公

應對氣候相關風險與機遇

# 05

## 資源使用

趣致集團始終將環境保護視為企業發展的核心責任，秉持著對自然與生態的敬畏之心，積極踐行可持續發展理念。為此，趣致集團制定了《生物多樣性保護政策》與《品質、環境健康及安全管理政策》，從多維度規範環境保護要求，為綠色運營築牢根基。**總體而言，趣致集團的業務活動對天然資源不產生重大影響。**

展望未來，趣致集團將通過技術創新與設備管理優化，逐步降低AI互動營銷終端的用電量，減少能源消耗；同時，持續優化水資源管理，逐步降低用水量，提高水資源利用效率；在廢棄物管理方面，積極推行減量化、無害化原則，減少廢棄物的產生與排放。

### 能耗優化與節約用電

趣致集團運營過程中主要耗用的能源為AI互動營銷終端耗用的電能。趣致集團計劃自2023年基準年起在未來三年內將每台AI互動營銷終端的年均用電量減少約10%。

報告期內，趣致集團積極研發低功耗硬件方案，優化設備能耗管理。通過智慧待機模式，在設備閒置期間自動降低螢幕、燈光等部件的能源消耗。同時，採用溫度感測器結合環境溫度實現製冷系統的自動控制，優化總體製冷能耗，進一步提升能效水平。

截至2024年底，通過階段性節能措施的實施，趣致集團已將AI互動營銷終端的單機年均耗電量降至963KWh。

年份	單機年均耗電量 (KWh)
2024	963
2023	986

### 核心節能措施及實施路徑

為實現目標，集團擬定以下策略方案，未來在不影響綫下機器運營前提下，從多方面進行節能，如設備分時關停、智能製冷控溫、物流補貨流程優化等。

#### -設備分時關停策略

針對低流量時段以及非營業時間，對於EIT3系、EIT5系（50/51/53/70/60機型），在每日22:00-06:00期間，對其關閉頂燈、倉展燈、層展燈、取物口燈及大屏，僅保留觸摸屏運行，這一措施在EIT3系單臺日均可節電**0.22kWh**，EIT5系（60機型）單臺日均節電**1.13kWh**。

在商場、博物館、景區等有固定營業時間的點位，非營業時段（日均11小時）內，將小屏、頂燈、倉展燈、層展燈、取物口燈及大屏全部關閉，EIT5系（53/70機型）通過此措施單臺日均節電可達**1.49kWh**。

每年3月最後一個星期六參與“地球一小時”活動，全國範圍內的AI互動營銷終端統一關閉非必要設備1小時。

### -智能溫控與製冷系統優化

在冬季，對位於供暖點位的設備，自動關閉功率為43W的層展燈；換季時，依據晝夜溫差動態啓停製冷模式，單臺設備日均可節電**1.03kWh**。

建立定期維護製冷系統的機制。每年4月和7月對製冷器進行清潔，並調整壓縮機負荷，機齡大於1年的設備需清潔灰塵，大於2年的則要更換製冷劑，經實踐驗證，通過此維護措施單臺日均節電**2.63kWh**。

### -物流補貨流程節能改進

對於EIT5系，在物流補貨操作方面進行規範優化。通過流程改進、縮短機門開啟時間，從而減少倉內溫度波動。在全國範圍內統一執行《物流補貨操作培訓概要》，對相關操作人員進行培訓，確保流程的嚴格執行，以此實現單臺日均節電**0.24kWh**。

### 執行保障機制

#### 01 動態調整策略

- 趣致集團緊密結合IoT數據以及人工反饋，按照淡季、暖季、旺季的不同特點，對節能措施的執行時段進行差異化調整。如在淡季，適當延長設備的休眠時間；在暖季，根據溫度變化更精準地控制智能溫控系統。

#### 02 自動化與人工協同

- AI互動營銷終端設備的休眠、溫控等節能策略通過系統自動觸發，確保執行的準確性和及時性。針對像“地球一小時”這樣的特殊活動，則通過運營端推送通知，保證所有相關人員知曉并能準確執行。

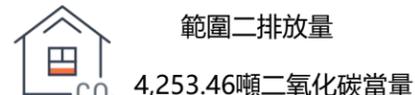
#### 03 效果監測

- 趣致集團每季度對節電數據進行匯總分析，根據實際節能效果，對執行進行優化。如發現某區域的終端節能效果未達預期，通過分析數據找出原因，可能是設備老化或者操作不規範，進而針對性地採取措施。

### 用電總量

趣致集團報告期內AI互動營銷終端共消耗電能7,926.69MWh，範圍二溫室氣體排放量相當於4,253.46噸二氧化碳當量。

碳排放的計算標準和方法與符合溫室氣體核算體系，報告碳排放的排放因數來源於2024年中國生態環境部公佈的年度全國電網平均排放因數，即2022年全國電力平均二氧化碳排放因數0.5366 (kgCO<sub>2</sub>/kWh)。



### 未來目標與時間規劃

為順利達成自2023年基準年起在未來三年內將每台AI互動營銷終端的年均用電量減少約10%的目標，趣致集團計劃加大研發力度，採取技術升級（如智能溫控、IoT 監測）、流程優化（涵蓋物流規範、時段管理）以及設備維護三位一體的節能策略。憑藉該策略，趣致集團有信心從系統層面降低 AI 互動營銷終端的能耗。根據趣致集團的統計，2023 年末AI互動營銷終端的單機能耗為 986KWh，2024 年末單機能耗降至 963KWh，為達成既定目標，集團計劃在 2025 年節約電能 12.7%，2026 年節約電能14.5%。

年份	關鍵措施
2024年	設備分時關停、智能溫控升級等
2025年	進一步擴大製冷系統維護的覆蓋率，確保更多設備能通過定期維護實現節能；計劃以AI賦能節能減排，深化智能化管理，優化系統算法，從整體上提升AI互動營銷終端的能源利用效率。
2026年	深度優化AI功耗优化算法，如在低流量时段自动降低设备的亮度和运行频率，顯著降低AI互動營銷終端的能耗。

趣致集團加大對操作人員的培訓力度，確保各項節能措施能夠長期有效地執行下去，為可持續發展貢獻力量。

### 水資源使用

趣致集團秉持綠色發展理念，高度重視水資源節約。為此，趣致集團已開展了一系列相關舉措，包括定期檢查和維護用水設施，以確保設備的高效運行并減少水資源浪費；同時，積極開展節水宣傳活動，提升員工和相關方的節水意識，推動水資源的合理利用與節約。

趣致集團主要用水為辦公場所日常用水，用於員工辦公、清潔、綠化等基本需求，營運過程中不涉及生產、加工等需要水資源使用的業務，**不存在關於取水方面的問題**。辦公場所用水由物業公司統一管理，負責供水系統維護、水費繳納及用水設施管理，因此趣致集團無法具體統計用水量。

### 排放管理

趣致集團始終秉持綠色發展理念，將生態環境保護置于企業戰略的核心地位，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》等國家法律法規，通過研發模塊化AI互動營銷終端，以及積極回收包裝物等途徑，不斷優化各類排放。

### 模塊化AI互動營銷終端

趣致集團將廢棄物排放作為可持續發展的重要環節，通過研發模塊化AI互動營銷終端與電子廢棄物規範化處理，有效減少資源浪費與環境污染。

#### 設備壽命顯著延長

- 模塊化設計顯著提升了設備的使用壽命，在應對零部件老化或損壞問題上表現卓越。當零部件出現老化或損壞情況時，僅需精準定位并更換損壞零件，設備即可迅速恢復正常運行狀態。

#### 報廢率大幅降低

- 傳統AI互動營銷終端存在因單一零部件損壞而導致整機報廢比例較高的問題。本款模塊化AI互動營銷終端通過零部件更換的方式，極大減少了因局部故障造成的整機淘汰，有效降低報廢率。

#### 環保效益突出

- 模塊化AI互動營銷終端在環保方面具有顯著優勢。該產品應用有力推動了電子垃圾的減量化。由於減少了整機報廢量，降低了電子垃圾對環境的污染風險，為綠色發展貢獻了積極力量。

## 廢棄物回收

趣致集團的有害廢棄物為主要電子廢棄物，無害廢棄物主要為產品運輸過程中產生的包裝物。

### 電子廢棄物

在設備更新換代過程中，趣致集團嚴格遵守電子廢棄物回收規範，確保舊設備得到合規處理，減少環境污染。此外，設備採用模組化設計，各模組可單獨替換升級，延長設備使用週期，減少電子模組浪費，進一步提升資源利用效率。2024年度，趣致集團共報廢了電子零部件246個，回收零部件758個。由於集團按照數量進行報廢和回收，客觀上無法進行稱重，由此無法估計有害廢棄物的重量。

零部件	回收數量 (個)	報廢數量 (個)	回收比例 (%)
工控機	276	6	97.9
壓縮機	45	15	75.0
顯示幕	49	37	57.0
觸摸框	12	9	57.1
電源模組	12	2	85.7
燈模組	80	60	57.1
感測器	235	98	70.6
通信模組	49	19	72.1
<b>合計</b>	<b>758</b>	<b>246</b>	<b>75.5</b>



### 回收成效顯著

2024年集團共報廢電子零部件246個，回收零部件758個，回收比率為**75.5%**，其中中控機的回收比例為**97.9%**，電源模組的回收比例為**85.7%**。

### 包裝物

趣致集團營運過程中涉及的包裝材料為商品製造商使用的包裝材料及機器製造廠商使用的包裝材料，多為紙箱。趣致集團回收99%以上的各類倉庫紙箱，其餘的不足1%的部分會作為商品上貨的承載工具重複進行使用，由於各類紙箱回收質量不均，客觀上無法準確估量紙箱（無害廢棄物）的重量。

## 廢水及廢氣排放

在日常運營中，趣致集團主要涉及設備開發、貨品採購、場地租用、營銷服務等環節，這些環節均不存在廢水與廢氣的排放。

## 溫室氣體排放

### 範圍一溫室氣體排放

趣致集團在日常運營中，沒有使用燃燒煤炭、燃油或天然氣等固定式燃料來發電、供熱或產生蒸汽，也沒有擁有任何汽車。因此，趣致集團的AI互動營銷終端，沒有產生範圍一的溫室氣體排放。

### 範圍二溫室氣體排放

2024年，趣致集團的AI互動營銷終端共消耗了7,926.69兆千瓦時的電能。根據溫室氣體核算體系計算標準，這些電能消耗產生的溫室氣體排放量相當於4,253.46噸二氧化碳當量。

報告期內，趣致集團的辦公用電由物業公司統一管理，因此無法統計相關數據。

ESG 指標	單位	趣致集團2024年排放量
範圍一排放量	噸二氧化碳當量	/
範圍二排放量	噸二氧化碳當量	4,253.46

## 綠色辦公

為積極回應國家節能減排號召，踐行綠色發展理念，趣致集團在辦公區域積極推行了一系列節能減排措施，并取得顯著成效。

### 01 水電節約方面

- 照明系統升級：辦公區照明已全面更換為LED節能燈，有效降低能耗。
- 節能意識提升：定期開展節水節電宣傳活動，鼓勵員工養成隨手關燈、減少高能耗辦公設備使用的習慣。
- 智能控制應用：採用智能開關，實現辦公區域照明的智能自動控制，避免長明燈現象。

### 02 紙張使用優化方面

- 無紙化辦公推廣：建設企業NAS系統、電子郵件系統、CRM、WMS等數位化管理系統，內部檔優先採用電子形式存儲和共用，大幅減少紙張消耗。
- 雙面打印宣導：對必須打印的文檔，提倡雙面列印，進一步減少紙張使用量。

### 03 辦公用品管理方面

- 環保採購：優先採購可重複使用的白板筆、可降解檔夾等環保辦公用品，減少環境污染。
- 規範管理：設立辦公用品使用規範和簽字領用制度，避免一次性耗材浪費，提高物資利用率。

## 應對氣候相關風險與機遇

趣致集團在運營中面臨多種風險與機遇。在物理風險方面，極端氣候、颱風、地震等自然災害可能影響設施安全和運營效率，而全球氣溫上升則可能增加冷卻和保存成本。轉型風險包括政策法規風險、技術風險和市場風險。隨著科技發展，創新技術和節能舉措也為集團帶來了新的發展機遇。

## 物理風險

在物理風險方面，趣致集團可能面臨急性風險和慢性風險，急性風險如極端氣候、颱風、地震等自然災害可能對設施安全和運營效率造成直接影響，慢性風險如全球氣溫上升的長期趨勢可能導致趣致集團在冷卻和保存方面的成本有所增加，趣致集團開展了一系列的應對措施，包括定期對設備進行檢查維護，確保其性能完好，加大研發投入，降低設備用電量以節約能耗。

### 案例：應對颱風天氣

趣致集團已具備應對急性風險的成熟經驗。以颱風天氣為例，此類極端氣候事件是趣致集團運營過程中面臨的主要急性風險之一。在強風作用下，室外設備存在被吹倒的風險，這不僅可能導致設備損壞，還可能危及行人安全。為有效防範此類風險，趣致集團迅速採取針對性措施，對室外設備的底輪進行了加固處理，顯著增強了設備在強風環境下的穩定性，有效降低了設備滑動的可能性，從而保障了設備的正常運行以及周邊人員的安全。

## 轉型風險

在轉型風險方面，趣致集團可能面臨政策法規日益嚴格、技術更新換代以及市場需求快速變化的挑戰。為應對這些風險，集團及時跟蹤政策法規變化以確保合規運營，加大研發投入并定期升級設備以保持技術領先，并建立市場調研機制以滿足消費者多樣化需求。

## 轉型機遇

在轉型機遇方面，趣致集團通過應用節能措施降低經營成本，并借助創新技術提升服務水準和顧客滿意度。趣致集團將繼續重視節能減排，並明確新技術發展戰略，以推動可持續發展。

# 附錄

關鍵績效表

港交所ESG守則指標索引

# 06

## 關鍵績效表

環境指標		
指標	單位	趣致集團2024年排放量
<b>廢棄物排放</b>		
有害廢棄物總量	噸 (t)	/
有害廢棄物密度	噸/百萬元人民幣收入	/
無害廢棄物總量	噸 (t)	/
無害廢棄物密度	噸/百萬元人民幣收入	/
<b>溫室氣體排放</b>		
範圍一排放量	噸二氧化碳當量	/
範圍二排放量	噸二氧化碳當量	4,253.46
<b>能源使用</b>		
直接能源		
汽油消耗量	噸 (t)	/
柴油消耗量	噸 (t)	/
間接能源		
電力淨購入量	千瓦時 (KWH)	7,926,693.67
總耗電密度	千瓦時 (KWH) /百萬元人民幣收入	5,917.65
熱力淨購入量	吉焦 (GJ)	/
<b>水資源使用</b>		
總耗水量	噸 (t)	/
總耗水密度	噸/百萬元人民幣收入	/
廢水排放量	噸 (t)	/

社會指標		
供應商區域分佈	地區	數量 (個)
<b>華東</b>	上海市	514
	江蘇省	219
	山東省	218
	浙江省	172
	安徽省	79
	福建省	63
	江西省	6
<b>華南</b>	廣東省	502
	廣西壯族自治區	2
<b>華北</b>	北京市	241
	天津市	72
	河北省	4
	山西省	1
<b>西南</b>	四川省	70
	重慶市	69
	貴州省	1
<b>華中</b>	湖南省	57
	河南省	54
	湖北省	4
<b>東北</b>	遼寧省	67
<b>西北</b>	陝西省	1
<b>境外</b>	境外	17
<b>產品責任</b>	<b>單位</b>	<b>數量</b>
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	%	0

(續)

員工分佈	單位	數量
<b>性別</b>		
男性	人	121
女性	人	65
<b>職級</b>		
高級管理者	人	12
中級管理者	人	8
基層員工	人	166
<b>雇傭類型</b>		
全職	人	186
兼職	人	0
<b>年齡</b>		
21-30歲	人	71
31-40歲	人	82
41-50歲	人	33
<b>地區</b>		
上海地區	人	117
非上海地區	人	69
<b>員工總數</b>	<b>人</b>	<b>186</b>

(續)

員工流失	單位	數量
<b>性別</b>		
男性	人	47
女性	人	25
<b>年齡</b>		
21-30歲	人	40
31-40歲	人	30
41-50歲	人	2
<b>地區</b>		
上海地區	人	56
非上海地區	人	16
<b>員工流失總數</b>	<b>人</b>	<b>72</b>

(續)

員工健康與安全	單位	數量
因工亡故人數 (本年度及過去三年內)	人	0
因工受傷人數	人	0
因工傷損失工作日數	天	0
<b>員工受訓比例</b>		
<b>性別</b>		
男性	%	100
女性	%	100
<b>職級</b>		
高級管理者	%	100
中級管理者	%	100
基層員工	%	100
<b>員工平均培訓時長</b>		
<b>性別</b>		
男性	小時	26.5
女性	小時	26.9
<b>職級</b>		
高級管理者	小時	54.3
中級管理者	小時	33.6
基層員工	小時	25.5

## 港交所ESG守則指標索引

### A.環境

層面	指標	不遵守就解釋	回應
A1: 排放物	A 1.1	排放物種類及相關排放數據。	P36-P38
	A 1.2	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）。	P34 P37-P38
	A 1.3	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）。	P37
	A 1.4	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）。	P37
	A 1.5	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。	P36
	A 1.6	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。	P37
A2: 資源使用	A 2.1	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）。	P34-P35
	A 2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	P36
	A 2.3	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。	P34-P36 P38
	A 2.4	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。	P36 P38
	A 2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位占量。	P37
A3: 環境及天然資源	A 3.1	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。	P34
A4: 氣候變化	A 4.1	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。	P38-P39

### B.社會

層面	指標	不遵守就解釋	回應
B1: 僱傭	B 1.1	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。	P28
	B 1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	P28

(續)

層面	指標	不遵守就解釋	回應
B2: 健康與安全	B 2.1	過去三年（包括彙報年度）每年因工亡故的人數及比率。	P31
	B 2.2	因工傷損失工作日數。	P31
	B 2.3	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。	P31-P32
B3: 發展及培訓	B 3.1	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。	P44
	B 3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	P30
B4: 勞工準則	B 4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P27
	B 4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P27
B5: 供應鏈管理	B 5.1	按地區劃分的供應商數目。	P24
	B 5.2	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。	P23
	B 5.3	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。	P23-P24
	B 5.4	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。	P23-P26
B6: 產品責任	B 6.1	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。	P17
	B 6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P19-P20
	B 6.3	描述與維護及保障智慧財產權有關的慣例。	P18
	B 6.4	描述品質檢定過程及產品回收程式。	P25-P26 P17
	B 6.5	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。	P20-P21
B7: 反貪污	B 7.1	於彙報期內對發行人或其僱員提出并已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	P14
	B 7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	P14
	B 7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	P14
B8: 社區投資	B 8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	P32
	B 8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P32



趣致集團  
Qunabox Group Limited

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

Stock Code: 0917

2024  
ESG報告