

# Weimob 微盟

WEIMOB INC.  
微盟集團\*

(Incorporated in the Cayman Islands with limited liability)

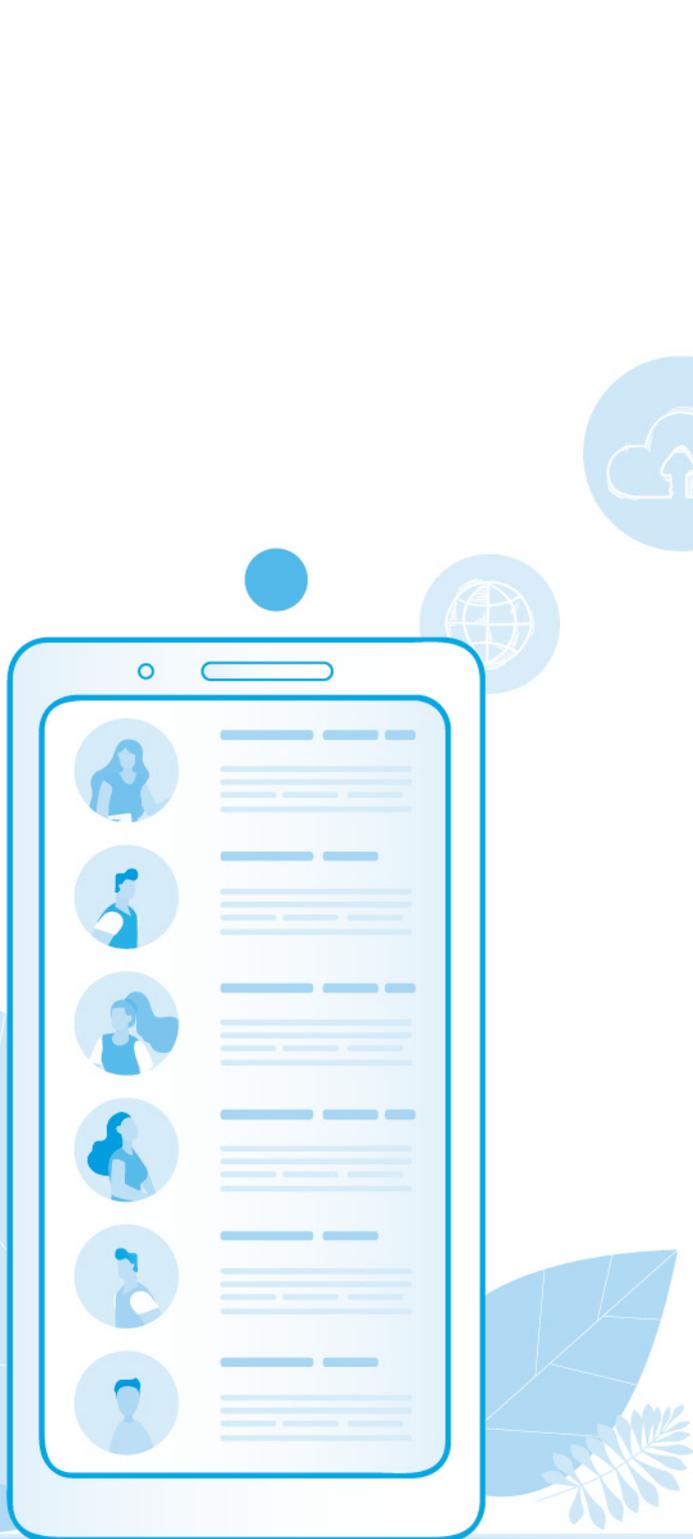
(於開曼群島註冊成立之有限公司)

Stock Code 股份代號 : 2013

Environmental, Social and Governance Report  
環境、社會及管治報告 2021



\*For identification purpose only 僅供識別



# 目錄

關於本報告	2
2021 社會認可	3
<b>1 落實ESG管治</b>	<b>4</b>
1.1 關於微盟	4
1.2 ESG管治架構	6
1.3 利益相關方參與	7
1.4 實質性評估	8
<b>2 塑造卓越產品</b>	<b>9</b>
2.1 產品迭代升級	9
2.2 優化服務質量	12
2.3 打造合規運營	14
2.4 保護信息安全	16
2.5 供應商管理	18
<b>3 重視員工關愛</b>	<b>19</b>
3.1 人才培育	19
3.2 僱員管理實踐	22
3.3 員工生活關愛	25
3.4 保障健康安全	25
<b>4 踐行綠色發展</b>	<b>28</b>
4.1 綠色辦公	28
4.2 節約資源	30
4.3 應對氣候變化	31
<b>5 科技服務公益</b>	<b>32</b>
ESG指引索引表	33
讀者意見反饋	40



## 關於本報告

Weimob Inc. (股份代碼：2013，「本公司」) 特此發佈公司及其附屬公司 (統稱「本集團」、「微盟」或「我們」) 第四份《環境、社會及管治報告》(「本報告」)，向所有利益相關方介紹我們在環境、社會及管治(「ESG」)方面的實踐與表現。

### 報告範圍

本報告覆蓋本公司及其附屬子公司。報告時間範圍為二零二一年一月一日至二零二一年十二月三十一日(「本匯報期」)。本報告披露的環境範疇關鍵績效指標覆蓋我們位於上海、合肥及北京的主要辦公場所。除此之外，與二零二一年四月十一日發佈的二零二零年度ESG報告相比，本報告的報告範圍新增了上海海鼎信息工程股份有限公司(「海鼎信息」)。

### 報告準則

本報告依照香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則附錄27《環境、社會及管治報告指引》(「《ESG指引》」)編寫。本報告符合《ESG指引》中「不遵守就解釋」的披露要求，並對不適用的披露條文進行了解釋。

本報告的編製遵守以下匯報原則：

- **「重要性」**：本集團通過利益相關方參與及重要性評估，確定重要ESG議題，利益相關方參與和實質性評估已在報告中披露；
- **「量化」**：匯報排放量及能源數據時所用的標準、方法及所使用排放因子的來源已在報告中披露；
- **「一致性」**：統計方法和關鍵績效指標與2020年度保持一致。

### 報告發佈

本報告以電子版形式發佈，可在本公司網站(<https://www.weimob.com>)及香港聯交所「披露易」網站(<http://www.hkexnews.hk>)瀏覽或下載。

2021年我們被授予多個行業獎項及榮譽，以肯定我們在智慧商業領域的不斷探索與創新，例如：

- 金融界金智獎「2021中國上市公司傑出數字化升級優秀實踐獎」
- 新浪財經金麒麟「最佳新經濟上市公司」
- 36氪「WISE 2021新經濟之王」年度硬核企業
- 金觸點「2021全球商業創新大獎－金&銀雙料大獎」
- 格隆匯「年度大中華區最佳上市公司」
- TopDigital「創新營銷獎、社會化營銷獎、視頻營銷獎、年度專項獎」
- 騰訊廣告渠道合作夥伴峰會「戰略先鋒」
- 騰訊廣告渠道合作夥伴峰會「年度最佳區域商業力量」
- 第十屆中國餐飲峰會「智慧餐飲創新解決方案獎」
- 鋅財經「2020新產業經濟峰會行業領軍品牌獎」
- 智通財經「最佳新經濟公司」

# 1 落實ESG管治

## 1.1 關於微盟

微盟集團成立於2013年4月，並於2019年成功於香港聯交所主板上市，現有員工超8,500人，渠道代理商超1,600家，註冊商戶超300萬。微盟是中國領軍的中小企業雲端商業及營銷解決方案提供商，同時也是中國領軍的騰訊社交網絡服務平台中小企業精準營銷服務提供商。

本集團為商戶提供綜合數字商業服務，包括SaaS產品、定制軟件開發、運營及營銷支持服務等。其中訂閱解決方案主要包括我們的商業及營銷SaaS產品以及ERP解決方案，包括微商城、智慧零售、智慧餐飲、智慧酒店、海鼎ERP等。於微盟雲及PaaS的基礎上，我們亦提供大客定制服務，並於微盟雲服務市場提供第三方供貨商開發的應用程序。商家解決方案主要包括作為整體解決方案的一部分向商戶提供增值服務，以滿足商戶在線數字商業及營銷需求，主要包括精準營銷服務，使商戶能夠在各種頂級在線廣告平台上獲取在線客戶流量。

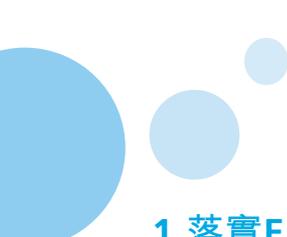


## 1 落實ESG管治

2021年，我們繼續推進大客化、生態化、國際化戰略。大客化方面，我們與國內眾多知名企業達成合作，在時尚零售、商業地產、連鎖便利、餐飲等行業百強客戶的佔比取得領先優勢，我們的智慧零售產品正成為集團型零售企業的首選，大客收入佔比進一步提升；生態化方面，我們的微盟雲PaaS平台通過連接開發者與商家，新增一批優質生態合作夥伴並上線眾多應用，幫助合作夥伴實現收入增長；國際化佈局也初見成效，我們於2021年推出的跨境電商全鏈路數字化出海解決方案ShopExpress已累計服務店舖數超過1,000家，並與PayPal、Stripe、遞四方、Aftership等多個海內外跨境電商產業夥伴達成合作。

2021年，我們亦圍繞着SaaS產業鏈展開多個垂直細分領域持續佈局，收購了上海向心雲網絡科技有限公司（「向心雲」）51.89%股權，以深化我們的智慧零售導購數字化能力，夯實我們在智慧零售領域的領先優勢；此外，我們於2021年2月在北京成立的微智數科產業基金，重點投資雲計算、AI、大數據等前沿領域，目前已投資了數雲、海致、美創等優秀項目。我們認為，數字化技術和私域運營方式在助力企業降本增效和優化經營模式中發揮積極作用，越來越多企業選擇把忠實用戶放在「私域」進行長期經營，微盟深耕SaaS市場，持續加碼私域賽道，將迎來發展的黃金周期。

星霜荏苒，居諸不息；奮楫篤行，臻於至善。我們堅信，中國SaaS目前還處於起步和成長期，其發展道路雖然曲折，但前景是光明的。經過疫情催化中國企業數字化進程提速的大背景下，微盟集團已做好了充分的產品儲備、技術儲備、人才儲備和資金儲備，為未來五年的發展打下了堅實基礎。2022年，我們將繼續砥礪前行，踐行初心與使命，助力客戶智慧增長，為股東創造更大價值。



# 1 落實ESG管治

## 1.2 ESG管治架構

我們深知提升自身的環境及社會效益對可持續營運的重要性，已將ESG的風險與機遇因素納入經營戰略中，建立職責明確的ESG管理組織架構指導日常業務營運。我們將定期檢討ESG政策及策略，確保當中內容切合及適用於自身業務。

我們建立了ESG管理體系，明確各層級的管理職能和責任，通過各職能部門相關負責人組成的ESG工作小組開展具體工作，協助本公司董事會（「董事會」）及時了解我們的ESG風險和工作，以更好地在公司規劃和日常運營中納入ESG因素。

### 董事會

- ESG管理的最高決策機構；
- 負責監管本集團的ESG事宜，並對本集團ESG策略及匯報承擔全部責任；
- 負責制定ESG管理方針和策略，包括評估、優次排列及管理重要ESG相關事宜及其對公司業務的風險；
- 定期審閱本集團的ESG表現及目標達成進度；
- 定期監管及審批年度ESG報告。

### 管理層

- 負責根據董事會制定的方針和策略安排ESG工作小組開展相關工作；
- 向董事會匯報ESG相關的風險與機遇；
- 為董事會提供本集團年度ESG工作表現及年度ESG報告。

### ESG工作小組

- 指定專人負責開展日常ESG工作、編製年度ESG報告；
- 向管理層匯報日常ESG工作表現；
- 進行信息和數據的收集，完成年度ESG報告並向管理層匯報。

### 1.3 利益相關方參與

我們通過不同的溝通機制與政府、股東、員工、消費者、合作夥伴、環境和社區等主要利益相關方建立緊密聯繫，積極響應他們對微盟的期望與要求。

利益相關方	期望與要求	溝通機制
政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 遵紀守法</li> <li>• 依法納稅</li> <li>• 支持地方發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日常管理</li> <li>• 會議交流</li> <li>• 監督檢查</li> </ul>
股東	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 回報股東</li> <li>• 信息披露</li> <li>• 投資者關係</li> <li>• 公司治理</li> <li>• 風險控制</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 股東大會</li> <li>• 信息披露</li> <li>• 投資者關係活動</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 工資及福利保障</li> <li>• 良好工作環境和發展平台</li> <li>• 公平的晉升和發展機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 雙通道職業體系</li> <li>• 績效考核管理辦法</li> <li>• 員工活動</li> <li>• 微盟大學</li> <li>• 健康安全的工作環境</li> </ul>
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 高質量的產品</li> <li>• 優質的服務</li> <li>• 消費者權益保護</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合同履約</li> <li>• 客服中心服務規範</li> <li>• 客戶滿意度調查</li> </ul>
合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 信守承諾</li> <li>• 公平、公開、公正採購</li> <li>• 共贏發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 合規採購</li> <li>• 信守合同</li> </ul>
環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 推動環境保護</li> <li>• 保護生態平衡</li> <li>• 應對氣候變化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 減排降廢</li> <li>• 節能降耗</li> <li>• 識別風險</li> </ul>
社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 改善社區環境</li> <li>• 支持社區公益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 愛心獻血</li> </ul>

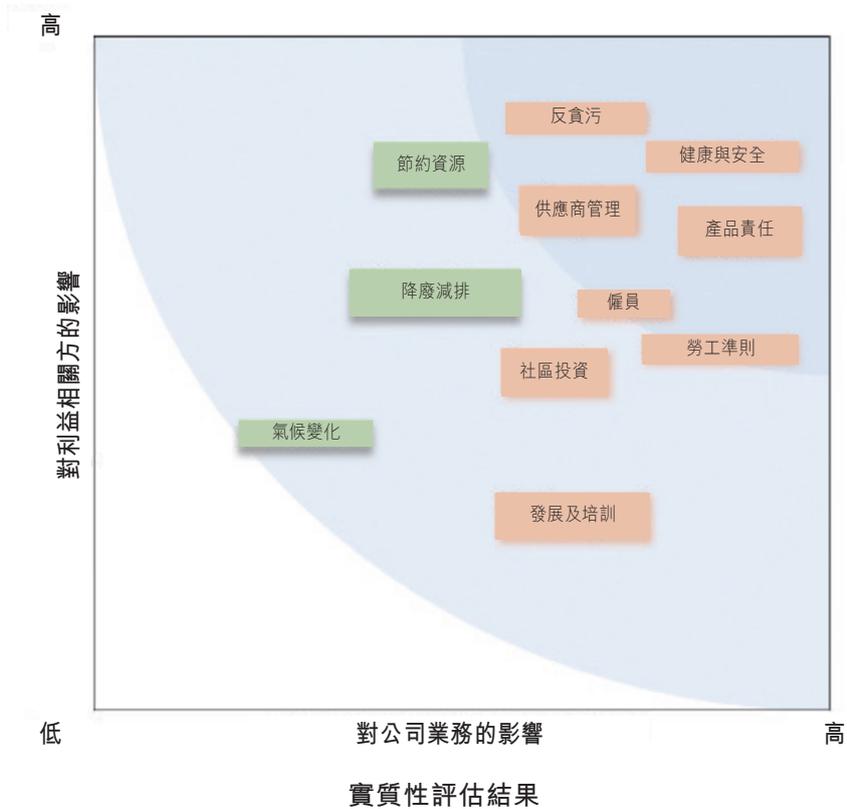
# 1 落實ESG管治

## 1.4 實質性評估

2021年，我們通過以下步驟開展實質性評估，確定了重要ESG議題，並以此指導本集團的ESG工作：

1. ESG議題識別：根據《ESG指引》的要求，結合我們的業務發展策略、行業動態以及內外部利益相關方的關注，識別出與本集團相關的11個ESG議題；
2. 打分排序：根據識別出的ESG議題進行打分與排序，從「對公司業務的影響」和「對利益相關方的影響」兩個維度對議題進行評估與調整，編製實質性評估矩陣；
3. 評估結果：本集團管理層、ESG工作小組對初步結果進行討論和確認，最終確定本集團的重要ESG議題，並在本報告中進行重點披露。

2021年，本集團高級管理層再次對2020年的實質性評估結果進行討論，考慮到本公司業務和運營環境無重大變更，故繼續沿用2020年的實質性評估結果：



## 2 塑造卓越產品

### 2.1 產品迭代升級

2021年，在「大客化」、「生態化」、「國際化」戰略指引下，我們持續對產品、行業投入，加碼私域賽道，為客戶提供TSO全鏈路數字商業解決方案及服務，憑借強大的研發實力和優秀的技術研發團隊，不斷提供更加多元高效的產品和服務，深化與商戶、廣告主及合作夥伴的連接。

#### > 訂閱解決方案

我們的訂閱解決方案的商業雲板塊主要為電商零售、餐飲、本地生活等行業提供SaaS軟件，賦能商戶運營私域流量：

- **微商城**：微商城是我們電商零售板塊通用的全渠道小程序電商解決方案，其核心是幫助商戶在微信、抖音等多個平台開設在線商城。在互聯互通背景下，我們於2021年進一步完善商戶的全渠道佈局能力。我們打通了微信端商戶小程序與外部流量觸點的連接管道，實現小程序商城直接跳轉視頻號直播間，幫助商戶的流量高效轉化，根據視頻號團隊官方公布的服務商排行榜，我們蟬聯視頻號服務商周熱力值第一；支持外部短鏈接導流微信小程序，以及短信、郵件、微信外網與小程序的便捷跳轉，拓寬商戶小程序的營銷場景；另外，我們已與抖音小店、快手小店、小紅書等平台合作對接。我們的微商城、智慧零售解決方案已經打通微信、抖音、快手、支付寶、百度、QQ、QQ瀏覽器、視頻號、小紅書等流量入口，實現統一管理，全方位佈局私域。我們的微商城及智慧零售解決方案也已接入騰訊惠聚平台，打通微信公域流量平台，為品牌轉化增加引流新路徑。
- **智慧零售**：2021年，我們的智慧零售解決方案持續賦能企業數字化業務增長。通過與我們此前所收購的海鼎信息進行業務與產品融合，順利切入購物中心、百貨等零售業態，顯著加強了我們智慧零售解決方案的競爭優勢；通過收購向心雲，我們深化了導購數字化能力，進一步鞏固我們在智慧零售領域的領先地位，贏得市場認可；通過對接百勝中台，提升了商戶線上線下全渠道會員運營能效。2021年12月，我們啟動「微盟超級導購大賽」，近百家知名零售品牌積極參與，我們希望通過此次活動，激活商家連接用戶的關鍵觸點—導購的價值，推動智慧零售整體生態的發展。

## 2 塑造卓越產品

- **智慧餐飲：**2021年，我們完成了「三店一體，全域運營」技術和運營體系的佈局，在組合解決方案上更進一步，提供更加豐富的產品組合，實現餐飲前端運營場景覆蓋，並且打造了軟件產品和服務產品的一系列標桿客戶。報告期內，我們服務的餐飲客戶中，外賣商家數、商家會員數、商城商家數均實現大幅提升。我們的智慧餐飲業務線整體收入亦持續增長，在大客化上更進一步，服務了唐宮、鼎泰豐、粒上皇、左庭右院、便宜坊、路先生、耶里夏麗、青花椒花椒魚、新發現、許爺等知名餐飲品牌。
- **智慧商超和智慧生鮮：**我們聯合海鼎信息推出智慧商超、智慧生鮮兩大創新行業解決方案，深度融合微盟智慧零售在前端營銷、連鎖經營、會員管理等的優勢，以及海鼎信息在物流、倉儲等供應鏈方面的數字化能力，面向商超、生鮮行業，打造全鏈路一體化數字商超、生鮮解決方案。
- **ShopExpress：**為推動我們的國際化業務佈局，我們於2021年7月發佈跨境獨立站產品ShopExpress，通過全鏈路數字化出海解決方案，助力中國品牌在DTC時代跨境出海。ShopExpress上線5個月產品持續升級，迭代超350項產品功能，對接支付、物流、ERP等第三方服務，打造一體化生態。截至2021年，ShopExpress累計服務店舖數超過1,000家，眾多行業品牌客戶攜手ShopExpress成功開啟出海之路。我們基於存量客戶全球化需求打造跨境經營閉環，已形成跨境獨立站差異化優勢。隨着企業出海帶來跨境電商SaaS機遇，ShopExpress將成為我們未來業績增長的重要引擎。
- **營銷雲：**我們基於企業微信開發出私域運營解決方案「微盟企微助手」，接入微信客服能力，支持商戶在小程序商城內將原有客服升級為企業微信的「微信客服」，為客戶提供更強大的專屬客服服務；與視頻號雙向連通，進一步實現在視頻營銷內容陣地與企微流量中樞之間的鏈接，幫助商戶實現私域流量從獲取到運營的效率提升。目前，微盟企微助手產品能力已打磨成熟，我們的微商城、智慧零售、智慧餐飲、智營銷、銷氬等在內的全線產品已接入微盟企微助手，觸達數以千萬終端消費者，處於行業領先地位。為進一步助力品牌私域運營升級，我們與騰訊安全達成戰略合作，共同成立了「私域安全實驗室」，並推出「營銷保」，幫助商家成功構建以安全為核心的私域防控，抵禦互聯網環境下的網絡黑產，助力品牌提升私域運營的安全性。

## 2 塑造卓越產品

- **銷售雲**：我們孵化的銷售雲產品「銷氦」，定位智能CRM引領者，2021年銷氦產品迭代超過80次，新增超700項產品功能。通過發佈B2C行業解決方案，深耕企微私域能力、深化L2C銷售全鏈路，開放底層數據接口，銷氦產品能力進一步升級，並取得較好的市場認可。我們將持續深化技術力、產品力、服務力，以數智科技賦能企業增長新動力。

### > 商家解決方案

我們的商家解決方案為提供流量、工具、運營整體服務方案，為商家提供從用戶定向、訴求匹配、創意及拍攝、精準投放、數據分析、SaaS後鏈接轉化的一站式運營閉環，整合營銷服務能力不斷升級。我們同時推進「SaaS（軟件）+Traffic（流量）+運營（Operation）」的「TSO」全鏈路智慧營銷生態取得了重大突破，實現品牌客戶在公域和私域營銷的協同升級。目前「TSO」全鏈路營銷策略已涉及金融、網服、教育、直營電商、本地生活、婚紗攝影、食品飲料、日化服飾等行業。通過「TSO」全鏈路營銷策略為品牌在不同鏈路數字化場景提供營銷策略，實現私域業態的增長。我們於2021年4月成立的上海緹盟普絡科技有限公司（「TEAM PRO」），旨在通過微盟SaaS系統，整合精準營銷和數字化運營能力，拓展抖音、小紅書等多渠道生態運營服務，幫助企業實現品牌和交易的協同增長，進一步深化全鏈路營銷服務佈局，目前TEAM PRO已將全鏈路營銷策略應用於青島啤酒、ETAT PUR等品牌，助力品牌擴大聲量的同時提升銷量。

### > 微盟雲平台

我們的微盟雲PaaS平台目前擁有內容生態、流量生態、服務生態、應用生態、海外生態五大子生態。2021年微盟雲平台新增超50家優質生態合作夥伴，上線超400個雲市場應用，為合作夥伴創造多倍收入增長。

我們於2021年研發WOS新商業操作系統。WOS新商業操作系統將打造豐富的產品矩陣，滿足多行業客戶數字化需求，通過應用一體化打造一致的用戶體驗；利用高度靈活可自定義的節點，適應複雜多變的經營組織形式；通過多場景數據一體化，為經營決策提供科學依據；全面升級開放能力，助力商家與第三方開發者更好地滿足業務需求；自建強大的PaaS平台，助力開發者實現低代碼低成本高效開發。目前WOS產品開發已完成，正在進行客戶內測。2022年，我們將持續提升WOS產品力，通過微盟雲賦能生態夥伴更好地服務客戶，以技術驅動產品力與商業力雙增長，實現產品開發速度更快、產品體驗與服務更好、生態應用與服務更多。

## 2 塑造卓越產品

### 2.2 優化服務質量

我們將客戶視為立業之本，並持續地為客戶提供服務並創造價值，實現與客戶共贏。我們不斷加強現有客戶的變現能力，從龐大的客戶群中持續受益。我們通過不同產品及服務之間的交叉營銷和交叉銷售，以及產品與服務迭代升級實現訂閱解決方案和商家解決方案的變現。我們始終堅持以開放式、扁平化、平等性的形式服務客戶，提供一系列的智慧商業解決方案，持續為客戶創造價值，助力企業向數字化轉型，讓商業變得更智慧。

2021年，我們升級電商零售業務組織架構，將商家運營和客戶成功放在更高的戰略高度，我們向商家提供一套更加行業化、系統化、精細化的銷售和運營服務系統，滿足商家日益增長的私域經營需求。此次我們全面整合集團電商零售業務的銷售及運營體系，將客戶成功體系提升到新的台階，力爭在行業內做到產品領先、運營領先、銷售領先。

基於移動社交的核心價值，我們以跨界領域的軟件開發、廣告營銷、電商、金融、投資和大數據形成戰略整合，打造智能商業服務生態，已形成遍佈全國的銷售網絡，並擁有龐大且迅速增長的客戶群。我們力求成為客戶理想的合作夥伴，持續不斷地提升服務能力，從以下方面對客戶服務進行了規範：

- ✓ 制定《微盟客服中心服務規範》，對客服中心的服務態度、禮貌用語、客戶等待、表達能力、理解傾聽等方面提出了嚴格要求，旨在以高度的服務熱情和高超的業務技能博得客戶的滿意；
- ✓ 制定《微盟客戶成功部服務規範》，要求員工在規定時效內記錄客戶產品需求、服務投訴、BUG反饋，併發起工單，跟進反饋已提交工單進展，告知版本更新內容、注意事項等；
- ✓ 制定《客戶滿意度抽檢制度》，要求員工從售前到售後整個閉環流程實時跟進客戶需要，確保客戶的反饋能及時得到回應；
- ✓ 設置專門的團隊負責根據客戶投訴處理標準流程處理客戶投訴；
- ✓ 基於《微盟售後滿意度回訪標準》開展月度客戶售後服務滿意度調查，並根據具體的情況採取相應的措施改進客戶滿意度。

## 2 塑造卓越產品

我們以提高顧客滿意度為目標，並由官網客服專門負責核實客戶投訴信息並記錄訴求。在收到任何投訴後，需求管理部確認投訴責任部門和相應處理方案，並要求責任部門需在一個工作日內聯繫客戶解決訴求，做到妥當處理客戶投訴，不斷提高客戶服務質量和水平。本匯報期內，本集團共收到1,839起客戶投訴，客訴解決率為98.3%。2021年，我們的客戶滿意度為99%。此外，由於我們的經營特性，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)和B6.4(描述質量檢定過程及產品回收程序)不適用，故不作披露。

微盟的產品和服務一直處於快速更新迭代中。為加強新客服人員對產品和服務的了解，我們定期組織新員工開展產品和服務知識方面的培訓，提高其業務能力，為客戶提供最新最完整的產品與服務信息。2021年，客服中心為客服人員共開展276場培訓，參與人數為1,447人次。



開展「智慧酒店」功能培訓

### 智慧酒店功能操作與講解

客服中心於2021年10月28日對在職員工開展「智慧酒店」的功能操作與講解，幫助員工熟悉關於智慧酒店功能的各項操作。

### 優質商戶運營方案學習

客服中心於2021年10月17日組織在職員工學習優質運營方案，以商戶具體實際案例向員工介紹其優勢之處，提升員工制定運營方案的能力。



組織員工學習優質運營方案

## 2 塑造卓越產品

### 2.3 打造合規運營

#### > 責任營銷

我們通過《微盟集團視覺識別系統手冊》規範集團的標誌、色彩、標誌組合，保證標識使用的一致連貫性。

微盟各公司在承接廣告業務時，嚴格遵守相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國廣告法》、《廣告管理條例》及《廣告發佈管理規定》等，根據《微盟集團廣告合規指引》及其中對廣告主資質審核、廣告內容審核、廣告的二次審核機制等做出的規定，對廣告投放諮詢服務、廣告投放方案制定服務、廣告製作服務、廣告投放管理等業務進行審查，確保合規。我們還制定了《風控審核標準》，列出各類網絡違禁詞，並開展相關培訓，加強風控審核人員的識別能力。

#### > 知識產權

作為知識驅動型企業，我們深知保護知識產權的重要性，同時也尊重他人知識產權成果。我們嚴格遵守相關法律法規，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，並制定了《微盟集團知識產權管理制度》，包含《專利權管理制度》、《商標權管理制度》及《計算機軟件著作權管理制度》等，強化知識產權的管理。我們對涉及知識產權的有關工作進行備案；對知識產權創作活動成果歸屬進行判定；落實知識產權保密、保護承諾制度等，從而更好地維護我們無形資產的合法權益。截至2021年底，微盟共擁有227件商標和377個軟件著作權。



廣告內容風險線上培訓

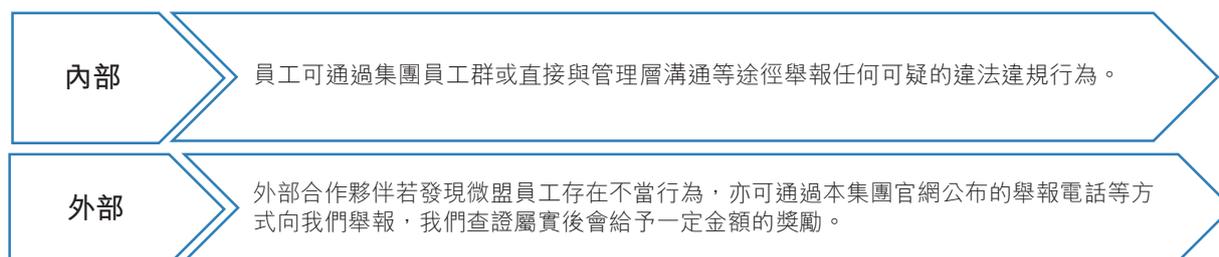
#### SMG業務風控培訓 – 廣告內容風險

2021年，我們開展關於廣告內容風險的線上培訓，提醒員工在日常中要做好廣告宣傳，提高員工對廣告內容的風險防範意識。

### > 商業道德

我們嚴格遵守相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反洗錢法》等，制定《微盟集團廉潔管理制度》。我們實行預防商業賄賂承諾制，嚴格遵循公平競爭規則，引導微盟人員及相關利益方依法辦事，誠實守信，自覺抵制見利忘義、損公肥私、欺騙欺詐等消極腐敗現象。同時，微盟在《員工手冊》中亦強調，員工應克己廉潔，不得以任何手段向客戶或外單位索要回扣、不得接受禮品，進一步樹立員工廉潔意識。

我們對內對外均鼓勵舉報不法違規行為，設立了暢通的舉報渠道，並嚴格保密舉報人的個人信息：



此外，本集團繼續開展定期和不定期的反貪污培訓，加強員工廉潔意識，確保企業合規經營。2021年，我們開展回扣及職務侵佔相關的線上培訓，要求員工始終堅持「誠信正直合作創新客戶第一擁抱變化」的文化價值觀，樹立以守法誠信、優質服務為核心的經營理念，引導員工增強法律意識，打造風清氣正的員工隊伍。同時，我們也為公司董事提供線上的反貪污培訓，要求其學習《董事誠信實務指南》等商業道德相關要求，提高董事自身素養。

本匯報期內，未發生對本集團或僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

## 2 塑造卓越產品

### 2.4 保護信息安全

我們視商戶及其消費者的數據隱私為公司機密。微盟嚴格遵守信息安全有關法律法規及個人隱私保護法相關條例，包括但不限於《中華人民共和國網絡安全法》和GB/T 22239-2019:《信息安全技術網絡安全等級保護基本要求》，制定《安全管理制度》、《個人數據保護管理》、《微盟信息系統安全隱患處置規範》、《系統數據庫備份及恢復管理辦法》等內部制度。

2021年，本集團新制定《微盟數據安全管理規範》、《微盟信息系統安全隱患處置規範》等信息安全制度與流程，加強本集團信息系統管理和數據備份，積極保護用戶個人隱私及數據安全。我們擁有可靠的信息及基礎設施安全能力，已獲得國家網絡安全等級保護三級認證，可最大程度保護用戶隱私。2021年，本集團建立信息安全管理體系，並通過第三方認證。



信息安全管理體系認證證書

在管理上，我們建立了獨立的信息安全部門對用戶數據進行規範管理；根據中國適用法律法規與商戶訂立用戶註冊與用戶數據授權協議，告知其信息收集及使用的目的、範圍和方法，並且我們一直遵循該協議的目的、範圍及方法；我們沒有向任何第三方出售或非法提供有關個人資料。在技術上，我們採取一系列的安全保障措施來保護所積累及存儲的數據，包括但不限於使用加密技術進行數據傳輸及存儲、進行數據分類管理、採用嚴格的用戶數據訪問和使用管理策略。

本集團各部門已建立健全網絡安全運行制度，並由網絡管理員負責日常檢測和檢查網絡安全運行狀況。各部門遇到安全問題應及時上報，與安全部門積極溝通到位，確保安全問題做到及時發現、及時反應、及時解決、及時總結的「4個及時」的標準。緊急情況下，經本部門主管領導授權後可採取「先斷網、後處理」的緊急應對措施，保障本公司網絡安全及時恢復正常運營。

## 2 塑造卓越產品

本集團信息系統涉密數據關係到本公司的安全和利益，我們對信息系統中的涉密信息的安全保密管理實行責任制。本公司已成立信息安全管理委員會，管理層對信息系統涉密信息管理負總責，各部門領導是信息系統涉密信息管理的第一責任人，對本部門涉密信息安全負責，對接觸信息系統人員進行保密教育培訓。任何員工發現有違反保密紀律、洩露秘密的情況，都有責任和義務進行制止和向本公司安全部門舉報，幫助消除重大安全風險，一經核實，將給予獎勵。對違反信息安全相關制度的員工，採取內部通報批評和給予經濟處罰、紀律處分等措施。

2021年，為了加強員工對信息安全及數據資產重要性的認識，微盟開展年度培訓、新員工培訓、培訓考試、法律知識培訓、發放信息安全意識手冊等活動，全方位提升員工信息安全意識。同時，本集團將信息安全違規行為納入《員工手冊》，制定相應獎懲機制，促進研發員工深刻認識信息安全對本公司的重要性。未來，我們將持續推進數據安全治理，為客戶提供更加安全、穩定的系統服務。



2021年9月26日，本集團為研發中心所有在職員工開展信息安全意識培訓及考核。除了以往的安全意識和安全技能兩大培訓模塊外，還新增了釣魚演練專場，為員工講解了釣魚郵件的產生流程，進一步增強員工信息安全意識與技能，提升對釣魚郵件的防範。



員工信息安全意識培訓考核

## 2 塑造卓越產品

### 專題：重大活動信息安全保障

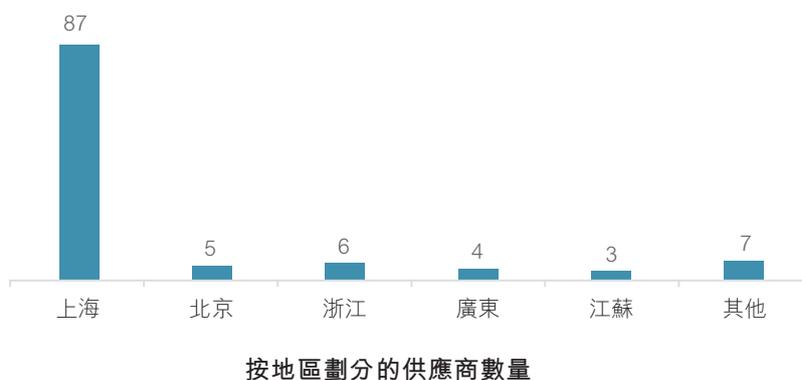
2021年恰逢建黨100周年與上海進博會，微盟深刻意識到其重要性。在建黨100周年及進博會保障期間，微盟信息安全部聯合運維部、信息技術部共同成立了保障小組，建立了常態化保障機制，實行輪班輪崗形式，確保可以及時處置和發現信息安全相關風險，做到快速處置應急事件和突發狀況，有效保障建黨100周年慶祝活動的舉行及上海進博會的順利開展。

### 2.5 供應商管理

我們的主要供應商為媒體發佈商以及雲計算服務器、寬帶、廣告、物流及支付服務供應商。我們不斷加強與騰訊及其它平台的合作，同時也在構建自己的服務商和合作夥伴生態，共同為商家提供更好的服務。在合作共贏的同時，我們也關注供應鏈的環境和社會風險，督促供應商重視服務過程中會產生的環境和社會風險。我們已經建立了規範的供應商管理機制，優先選擇具有社會責任感和採用環保產品及服務的合作夥伴，與供應商一起提升環境和社會方面的表現，在產業互聯網時代共生共長，永續發展。

我們嚴格遵守並要求供應商遵守相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國招標投標法》《中華人民共和國反不正當競爭法》和《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等。我們在合同中附有反商業賄賂的常規性條款，與供應商簽訂《反商業賄賂承諾》，禁止任何形式的商業賄賂行為，維護雙方共同的合法權益。

我們的主要供應商包括空調類、消防類、軟硬件服務類、後勤服務類等11類供應商。本匯報期內，本集團按地區劃分的供應商數量如下所示：



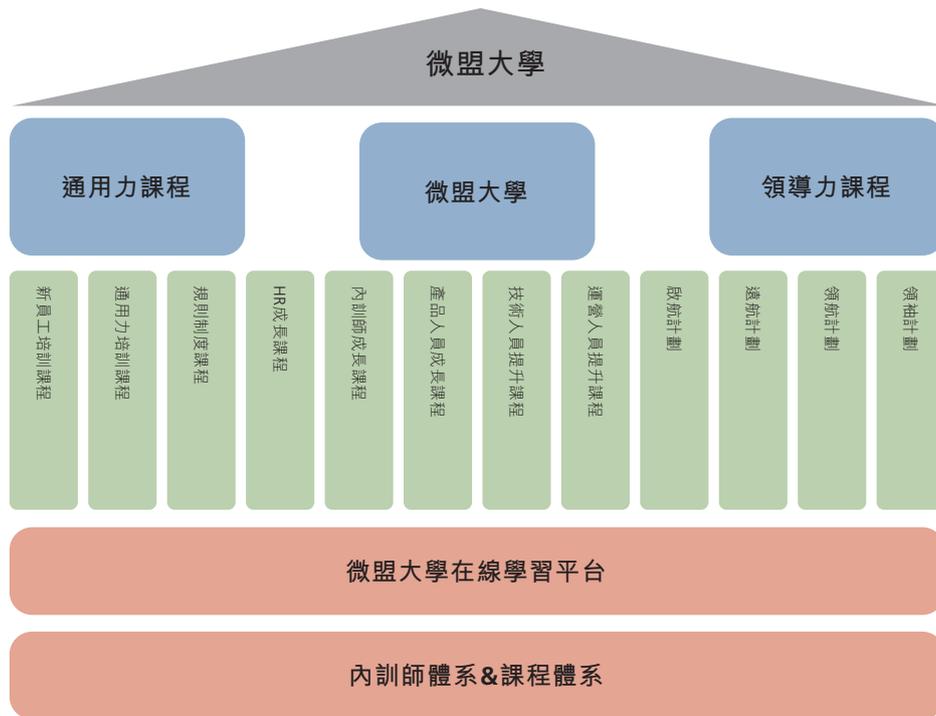
## 3 重視員工關愛

我們視員工為公司最寶貴的財富，提供良好工作環境和激勵機制的同時，持續優化員工培養體系，並提供不同職業發展通道，以引導每位員工的成長路線，用心陪伴員工與企業共同成長，使其獲得成長與成功的喜悅；我們充分尊重和信任員工，嚴格保障每位員工的權益。

### 3.1 人才培育

微盟重視每一個人才的成長與發展，每年定期組織人才盤點，從績效、能力、潛力等維度綜合評估並規劃人才的成長計劃。通過人才盤點，本集團發掘並培養了一大批公司的關鍵管理者和技術專家，為驅動微盟業務增長及團隊發展打下重要基石。

我們的培訓中心－「微盟大學」，也為員工提供了從新員工到骨幹，再從骨幹走上不同發展通道的職業培養平台，通過通用力、專業力、領導力三方面的課程對員工進行全面的培養。



「微盟大學」培訓中心模型

### 3 重視員工關愛

此外，微盟自主研發面向員工的在線學習平台－盟學堂。通過該平台，本集團將對內部員工在日常工作中的最佳實踐進行匯總，員工通過靈活的學習方式學習最佳實踐。與此同時，該平台還對接了時下最新的學習資源，加快開拓內部員工的視野。



在線學習平台－盟學堂

### 3 重視員工關愛

我們依照《員工培訓制度》，通過縱、橫向培訓模式為員工開展通用力、專業力和領導力培訓課程，其中包括「啟航計劃」、「遠航計劃」、「領袖計劃」等，提高員工綜合競爭力，打造高素質人才隊伍，為公司發展創造更多的效益。



基層幹部開設「啟航計劃」培訓

#### 啟航計劃

2021年，微盟繼續為在崗基層幹部開設「啟航計劃」培訓，通過體系化管理培養以及打造項目IP，提高管理層、員工、HRBP的參與度，協助基層員工儲備必備的管理知識，促進管理人員管理能力、管理效率以及領導力的提升。

#### 遠航計劃

2021年，微盟為優秀基層管理骨幹開展遠航計劃，通過線上線下相結合的方式，完成課程翻轉，實現混合式培養，全面提升員工知識及技能水平，助力員工管理能力、團隊溝通能力的成長。



管理骨幹開展遠航計劃

#### 領袖計劃

2021年，微盟面向中高級管理者推出領導力發展項目-「領袖計劃」，旨在建立一個中高級管理者領導力成長與分享平台，提升高級管理者的領導力水平，以便發展儲備人才。



中高級管理者「領袖計劃」培訓

### 3 重視員工關愛

本匯報期內，我們按性別和僱傭類型劃分的受訓僱員百分比和每位僱員完成受訓的平均時間如下表所示：

	類別	受訓僱員 百分比	每名僱員完成 受訓的平均時數 (小時／人)
按性別劃分	男性	45.9%	13.0
	女性	54.1%	11.1
按僱員類型劃分	高級管理層	1.2%	15.5
	中級管理層	4.9%	10.5
	基層員工	93.9%	10.8

#### 3.2 僱員管理實踐

我們遵守相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《禁止使用童工規定》等，切實保障員工的合法權益。

##### ❖ 招聘與解聘

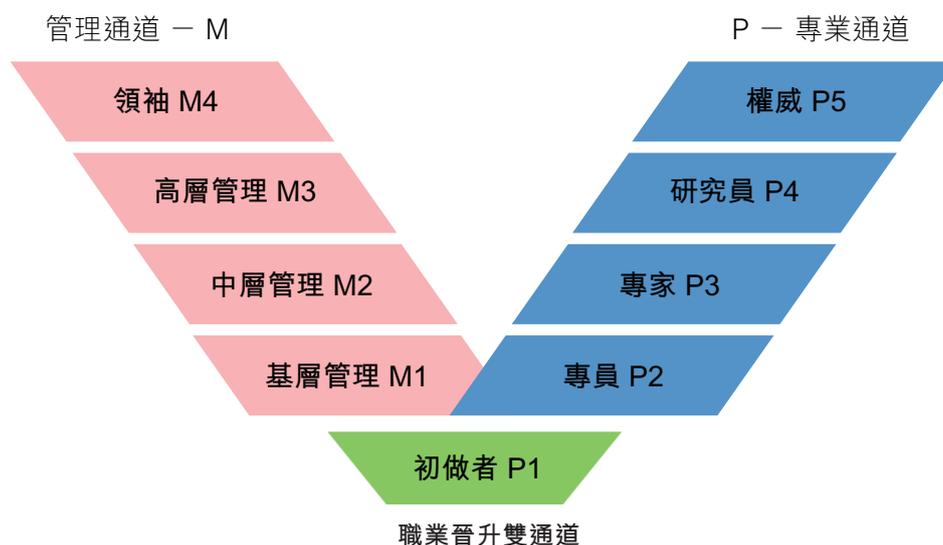
我們不斷尋找和我們志同道合、共同發展的優秀人才，期望他們成為微盟各部門的核心和關鍵員工。我們制定了《招聘管理制度》，以「公開招聘、平等競爭、擇優錄用、先內後外」的原則僱傭合適的員工。2021年，本集團新制定《微盟集團員工再次入職管理制度》，鼓勵對已離職的人員進行招聘，減少員工熟悉環境和制度的過程，提高員工穩定性。

我們在《勞動合同》及《員工手冊》中列明了對員工解除勞動合同的具體條件和流程，不隨意解僱員工。

##### ❖ 晉升及薪酬

我們構建了雙通道職業發展體系，員工可依據個人情況選擇管理通道或專業通道。我們在有職務空缺時優先考慮本集團內部人選，以充分發掘表現優異的內部員工。

2021年本集團新制定《微盟集團員工轉崗管理制度》，允許員工在本集團內部因個人職業發展主動提出的部門及崗位變更，鼓勵員工充分發揮所長，實現人盡其才、適才適崗。



我們依照《微盟集團績效考核管理辦法》，以績效考核結果作為員工在公司晉升、激勵、培訓等員工個人成長發展的重要依據。並且我們在事業部和公司層面建立了晉升評審委員會，每半年依據工作需要、員工的工作表現、工作能力、相關職務知識和經驗等對員工進行評估，依據評估結果對員工予以晉升或調職。2021年，經各事業部提名、事業部級／公司級晉升評審委員會評審、人事部及總裁辦審核，共有1,212名員工獲得晉升。

我們制定《薪酬管理制度》，與正式員工簽署《勞動合同》，為員工提供完整的薪酬體系。員工的薪酬由基本工資、績效工資、年度獎金及福利補貼構成。我們根據不同的崗位職能設立不同的薪資等級，並根據經營狀況和員工的工作性質、工作質量、工作業績及對公司的貢獻等多種相關因素來綜合確定年度獎金發放金額。我們為僱員提供有競爭力的工資、績效掛鈎的現金獎勵及其他激勵措施，以吸引、挽留及激勵合資格人員。

#### ❖ 工作時間、假期、其他待遇及福利

我們實行每周工作5日（周一至周五），每周工作40小時的工作時間制度。我們鼓勵員工在正常工作時間內保質保量完成本職工作，不鼓勵員工加班。確因工作需要，在國家法定假日和雙休日工作的，員工需填寫《加班申請單》並獲得批准，我們為其加班安排調休或按規定支付加班費。員工享受國家法定節假日、帶薪年休假、婚假、懷孕、產假及計劃生育假、病假及喪假等各類假期。

### 3 重視員工關愛

我們根據國家和地方的政策法規為員工繳納社會保險費，為員工提供餐費補貼、通訊補貼及交通補貼等福利。在日常工作中，我們給予員工人性化關懷，在辦公場所提供24小時健身房、母嬰室、桌球室、自助咖啡廳、休閒吧、閱覽室等，還為員工提供豐富的水果和下午茶等福利。

#### ❖ 平等機會、多元化及反歧視

我們嚴格遵守國家及所在地方政府的各項法規，不因種族、性別、膚色、年齡、家庭背景、民族傳統、宗教、身體素質和原有國籍等個人特徵而歧視任何一位員工，確保他們在薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、以及其他待遇及福利等方面享受公平待遇。

截至2021年底，我們共有8,562名員工，按性別、年齡組別、地區劃分和僱傭類型劃分的僱員人數和僱員流失率如下表所示：

	類別	僱員人數	僱員流失率*
按性別劃分	男性	4,922	26.9%
	女性	3,640	26.8%
按年齡組別劃分	30歲以下	5,528	27.2%
	30-39歲	2,829	26.4%
	40-49歲	192	15.4%
	50歲及50歲以上	13	6.5%
按地域劃分	上海	4,952	21.1%
	合肥	448	27.5%
	其他地區	3,162	33.2%
按僱傭類型劃分	全職	8,482	／
	兼職	80	／

\* 註： 僱員流失率=年度累計該類別離職人數／(年度最終該類別在職人數+年度累計該類別離職人數+年度累計該類別入職人數)\*100%

#### ❖ 勞工準則

我們遵守相關法律法規，在《員工手冊》中規定不得錄用未滿十八周歲的員工，不存在僱傭童工的情況；我們執行法定的工作時間，員工加班需經申請並獲得批准，不存在使用強制勞工的情況。

### 3.3 員工生活關愛

本集團注重員工的身心健康與福祉，開展各項活動持續提升員工的歸屬感。我們設立了文化活動俱樂部Weimob Club，定期舉行健身、籃球、足球及羽毛球等六項俱樂部活動，以及婦女節、兒童節等重要節日活動，豐富員工生活，增強公司內部凝聚力，營造和諧融洽的團隊氣氛。



婦女節



「微盟杯」運動聯賽



兒童節

### 3.4 保障健康安全

我們將員工健康安全置於首位，嚴格遵守相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國消防法》等，採取一系列措施保障員工健康安全，包括：

- 本集團制定禁煙管理規定，規定任何員工不得在所有室內區域吸煙和使用電子煙，並組成禁煙監督檢查小組，定期組織檢查巡視工作，創建健康文明的辦公環境；
- 每月檢查辦公樓內的消防器材等，確保工作場所的消防安全；
- 辦公區域張貼消防防火標識，提升員工消防安全意識；
- 不定期組織員工參與消防支隊在園區開展的消防演練，提高員工的自救與應對火災等危害的反應能力；

2021年，我們立足於對公司消防安全的人防、技防、物防的系統性提升，成立了一支員工志願消防隊伍，從公司各部門推薦的志願員工中選取。消防隊伍積極在公司內部做好消防宣傳工作，包括日常防火安全檢查、定期開展內部消防培訓活動和熟悉消防器材使用等內容，全力提升公司內部消防安全，在員工中樹立榜樣並起到帶頭作用。



消防宣傳海報

### 3 重視員工關愛

2021年1月15日，本集團開展消防演習，提高安全人員應對安全生產事故的應急反應能力和處置水平，增強有效應對突發性火災事故的能力。



消防演習



消防安全知識培訓

2021年，本集團為公司員工提供消防知識安全培訓，邀請寶山區消防救援支隊為員工開展消防安全知識和技能培訓，進一步提高員工消防安全意識。

2021年，本集團開展了為期3個月的「微盟體檢季」活動，為全體員工提供免費體檢的同時還提供兩期體檢報告線下解讀活動。我們特別邀請多位全科醫生定期駐場，為員工提供一對一的報告分析，普及健康知識，提高員工的自我健康管理能力。

2021年，我們對所有新裝修的辦公樓或展廳安排專業的檢測機構進行室內空氣質量安全監測（包括甲醛及揮發性有機污染物等），並出具相關檢測報告。所有檢測的辦公樓或展廳的空氣質量均符合國家標準要求，持續保障員工健康。

由於我們的經營特性，員工主要在辦公樓內工作，工作中不會接觸粉塵、放射性物質和其他有毒有害因素，因此不涉及職業病方面的問題。過往三年，本集團未發生因工死亡事件。本匯報期內，本集團因工傷損失工作日數為137天。

#### 專題：疫情防控

2021年新冠疫情仍在持續，我們也將防控疫情納入常規工作之中，嚴格要求員工做好個人防護，並提出以下防控措施要求：

- 要求員工定期開窗通風，保持空氣流通；
- 為每位員工提供口罩，並嚴格要求他們按照防疫要求正確佩戴；
- 每日進出本公司，須對每位員工進行體溫測量；
- 任何訪客進入本公司時需提供綠碼，並進行訪客登記；
- 每日對本公司進行兩次消毒工作，保證辦公室環境安全。



進出體溫測量



辦公區域消毒

## 4 踐行綠色發展

順應可持續發展的時代方針，本集團積極響應國家節能減排的號召。我們遵守《中華人民共和國環境保護法》等環境相關法律法規，內部制定《微盟集團環保及節能管理制度》，保障本集團節能減排工作的順利展開。我們不斷完善環境管理措施，制定「推行綠色辦公，踐行低碳生活，嚴格管控廢棄物，優化資源管理，減少溫室氣體排放」的環境目標，採用多種節能、節水及減排（包括但不限於溫室氣體排放）的措施及政策，努力打造人與自然和諧共生的綠色經濟型社會。

### 4.1 綠色辦公

我們積極推行綠色辦公理念，鼓勵員工從小事做起，逐步增強環保節能意識。2021年，本集團採取一系列節能減排措施：

- ✓ 定時對垃圾進行清運，並對廢棄物進行嚴格分類管理，重點回收可再次利用的廢棄物，並鼓勵進行循環利用；
- ✓ 鼓勵無紙化辦公，盡量減少文件複印及打印，提倡雙面打印及廢紙再利用，避免不必要的紙張浪費；
- ✓ 在主樓辦公室內裝有空調面板鎖盒，辦公區域溫度由保安統一控制在26攝氏度；
- ✓ 嚴格遵守《上海市生活垃圾管理條例》，加大垃圾分類宣傳力度，加速垃圾分類知識普及，在辦公和食堂區域粘貼垃圾分類標識海報，並在樓層內統一放置垃圾桶；
- ✓ 鼓勵電話會議和網絡會議，倡導綠色會議模式；
- ✓ 公司照明系統全部採用LED燈，並充分利用自然光。



垃圾分類



空調蓋板

## 4 踐行綠色發展

我們產生的有害廢棄物為少量廢硒鼓、廢墨盒等，均由有資質的回收商進行回收循環利用，不涉及有害廢棄物的排放，對環境所產生的影響較小，故關鍵績效指標A1.3(所產生有害廢棄物的總量)在本報告中不作披露。

本匯報期內，我們的排放物數據如下表所示：

排放物	2021年	2020年	2019年
氮氧化物排放量(千克)	102.10	48.40	78.50
二氧化硫排放量(千克)	0.24	0.12	0.25
顆粒物(千克)	9.78	4.64	7.52
直接溫室氣體排放(範疇一)(噸二氧化碳當量)	34.52	17.40	35.82
能源間接溫室氣體排放(範疇二)(噸二氧化碳當量)	2,829.59	1,501.98	1,427.16
溫室氣體排放總量(噸二氧化碳當量)	2,864.11	1,519.38	1,462.98
溫室氣體排放密度(噸二氧化碳當量/人)	0.49	0.37	0.50
無害廢棄物排放總量(噸)	367.47	197.36	205
無害廢棄物密度(噸/人)	0.06	0.05	0.07

註：

1. 溫室氣體排量以二氧化碳當量呈列，核算方法和轉換因子來自於國家發展和改革委員會發佈的《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》；
2. 2021年部分城市電費不再由物業承擔，統一由微盟自己繳納，導致溫室氣體排放量較往年有所上升。

## 4 踐行綠色發展

### 4.2 節約資源

隨着中國提出二氧化碳排放力爭「2030年前達到峰值，2060年前實現碳中和」，微盟作為科技企業的典型代表之一，我們積極踐行低碳理念，建立微盟環境教育體系，促進價值鏈低碳發展。我們在日常辦公中貫徹節能環保意識教育，幫助全體員工提高節電節水的意識。同時，我們逐步引進並更新節能節水設備及技術，響應國家「雙碳」目標，推行綠色發展。

#### 電燈與電器設備

- 照明採用多種控制結合，照明燈具使用LED與節能燈；
- 在午休、加班時，關閉部分照明，不用的電腦及時關閉或設置成節電狀態；下班後關閉辦公室內所有照明、電腦、打印機、飲水機等電器；
- 及時關閉會議室的電燈，在會議室出入口貼標識以提醒員工隨手關燈；
- 採購新電器用品時，在考慮價格因素的同時，盡量挑選節能環保的綠色產品。

#### 通風設備及空調

- 6月到9月工作日開放冷空調，溫度設置26℃；12月到3月工作日開放熱空調，溫度設置20℃；非空調開放時段引入自然通風；
- 及時關閉會議室的中央空調、在會議室出入口貼標識以提醒員工隨手關閉空調；
- 對辦公室內的空調進行及時檢修與維修，確保空調運行狀態良好，及時清理空調及通風設備的隔離網；
- 使用空調時，隨時關閉門窗、窗簾，有效增加保溫節能效果。

#### 節約用水

- 使用節水效率高的用水設備；
- 加強用水設備的日常管理與維護，嚴查跑、冒、滴、漏、感應器失靈等現象，發現故障及時排除；
- 隨手關閉水龍頭，杜絕長流水現象；
- 公共綠化用水採用噴灌，滴灌等節水灌溉方式；
- 節假日關閉水閥。

本匯報期內，我們的資源使用數據如下表所示：

資源使用	2021年	2020年	2019年
直接能源消耗總量(兆瓦時)	141.19	71.19	146.50
間接能源消耗總量(兆瓦時)	3,990.15	2,113.22	2,006.26
能源消耗總量(兆瓦時)	4,131.34	2,184.40	2,152.76
能源消耗密度(兆瓦時／人)	0.71	0.53	0.74
總耗水量(噸)	37,261.99	21,669.30	24,464.80
總耗水密度(噸／人)	6.38	5.26	8.41

註：

1. 能源消耗量以兆瓦時(千個千瓦時)呈列，轉換因子來自於國家發展和改革委員會發佈的《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法與報告指南》附錄中的表1中國化石燃料相關參數缺省值及表2燃油密度缺省值。
2. 2021年部分城市水電費不再由物業承擔，統一由微盟自己繳納，導致能源消耗總量及總耗水量較往年有所上升。
3. 我們使用的水均來自市政供水。由於我們的業務特點，我們沒有使用包裝材料，故關鍵績效指標A2.5包裝材料的總量不適用，在本報告中不作披露。
4. 我們的排放物和資源使用已在4.1綠色辦公和4.2節約資源進行了相應闡述。由於我們的業務特點，我們不涉及其他的環境及天然資源，因此《ESG指引》層面A3環境及天然資源、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在本報告中不作披露。

### 4.3 應對氣候變化

近年來，氣候變化問題逐漸引起全球各地的關注。極端天氣諸如暴雨、颱風、雷暴等事件高強度頻繁發生，隨之帶來的供電中斷、城市內澇等一系列連鎖反應，將對我們的數據服務與線上系統等造成極大的安全風險與影響。我們將積極識別氣候變化可能對公司業務產生的影響，並採取相應的行動進行應對。

為應對極端天氣所造成的影響，我們制定了極端天氣應急應對措施。例如，在暴雨、颱風、雷暴等極端天氣來臨前，我們將預先向員工通知天氣信息，並給予防範極端天氣的生活小貼士，以此能夠幫助公司提升業務的連續性和高可用性，盡可能地減輕氣候變化對我們業務造成的影響。

## 5 科技服務公益

我們致力於投身社會公益事業，積極履行社會責任。2021年，我們有序開展社會公益活動，構建社會主義和諧社會，向社會公眾傳遞溫暖和感動。在未來，我們也會繼續參與社會公益和慈善事業，打造最具有影響力的企業。

### ➤ 愛心獻血

2021年8月4日，我們積極響應上海政府號召，連續三年組織員工開展愛心獻血活動。在大家的積極參與下，最終總獻血量達24,600cc，活動圓滿成功，為公益事業貢獻了一份力量。



愛心獻血活動

層面	要求	報告索引
<b>A1 排放物</b>	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註： 廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。</p> <p>溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化合物、全氟化碳及六氟化硫。</p> <p>有害廢棄物指國家規例所界定者。</p>	4.1 綠色辦公
KPI A1.1	排放物種類及相關排放資料。	4.1 綠色辦公
KPI A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	4.1 綠色辦公
KPI A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	4.1 綠色辦公
KPI A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	4.1 綠色辦公
KPI A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.1 綠色辦公
KPI A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.1 綠色辦公

## ESG指引索引表

層面	要求	報告索引
<b>A2</b> 資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。</p> <p>註： 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。</p>	4.2 節約資源
KPI A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.2 節約資源
KPI A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	4.2 節約資源
KPI A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.2 節約資源
KPI A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	4.2 節約資源
KPI 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。	4.2 節約資源
<b>A3</b> 環境及天然資源	<p>一般披露</p> <p>減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p>	4.2 節約資源
KPI A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	4.2 節約資源

層面	要求	報告索引
<b>A4</b> 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。	4.3 應對氣候變化
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。	4.3 應對氣候變化
<b>B1</b> 僱傭	一般披露  有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：  (a) 政策；及  (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	3.2 僱員管理實踐
B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	3.2 僱員管理實踐
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	3.2 僱員管理實踐

## ESG指引索引表

層面	要求	報告索引
<b>B2</b> 健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	3.4 保障健康安全
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	3.4 保障健康安全
B2.2	因工傷損失工作日。	3.4 保障健康安全
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	3.4 保障健康安全
<b>B3</b> 發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>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。</p> <p>註： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</p>	3.1 人才培育
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	3.1 人才培育
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	3.1 人才培育

層面	要求	報告索引
<b>B4</b> 勞工準則	一般披露	3.2 僱員管理實踐
	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。	
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	3.2 僱員管理實踐
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	3.2 僱員管理實踐
<b>B5</b> 供應鏈管理	一般披露	2.5 供應商管理
	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	2.5 供應商管理
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	2.5 供應商管理
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	2.5 供應商管理
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。	2.5 供應商管理
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	2.5 供應商管理

## ESG指引索引表

層面	要求	報告索引
<b>B6</b> 產品責任	一般披露	2.2 優化服務質量
	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：	2.3 打造合規運營 2.4 保護信息安全
	(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。	
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	2.2 優化服務質量
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.2 優化服務質量
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	2.3 打造合規運營
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.2 優化服務質量
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	2.4 保護信息安全

層面	要求	報告索引
<b>B7</b> 反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	2.3 打造合規運營
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。	2.3 打造合規運營
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	2.3 打造合規運營
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	2.3 打造合規運營
<b>B8</b> 社區投資	<p>一般披露</p> <p>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。</p>	5 科技服務公益
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）。	5 科技服務公益
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	5 科技服務公益

## 讀者意見反饋

感謝您閱讀《微盟集團2021年環境、社會及管治報告》，為更好地向利益相關方提供有價值的信息，提高我們履行社會責任的能力和水平，我們誠摯邀請您對本報告提出寶貴意見和建議。

您可填寫反饋表，並通過以下任意方式反饋給我們：

電子郵件：IR@weimob.com

郵件地址：中國上海市寶山區長江路258號微盟大廈

1、 您對本報告的總體評價：

好  較好  一般  較差  差

2、 您對我們履行社會、環境責任的評價：

社會責任	<input type="checkbox"/> 好	<input type="checkbox"/> 較好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 較差	<input type="checkbox"/> 差
環境責任	<input type="checkbox"/> 好	<input type="checkbox"/> 較好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 較差	<input type="checkbox"/> 差

3、 您認為本報告能否反映我們的社會責任實踐對社會、環境的影響？

能很好反映  能較好反映  能一般反映  不太能反映  不能反映

4、 您認為本報告披露的信息、數據、指針的清晰度、準確度和完整性如何？

清晰度	<input type="checkbox"/> 好	<input type="checkbox"/> 較好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 較差	<input type="checkbox"/> 差
準確度	<input type="checkbox"/> 好	<input type="checkbox"/> 較好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 較差	<input type="checkbox"/> 差
完整性	<input type="checkbox"/> 好	<input type="checkbox"/> 較好	<input type="checkbox"/> 一般	<input type="checkbox"/> 較差	<input type="checkbox"/> 差

5、 您認為本報告的內容安排和版式設計是否方便閱讀？

是  一般  否

6、 您對我們的工作和本報告的其他意見和建議：

---

### 微盟集團Weimob Inc.

地址：中國上海市寶山區長江路258號微盟大廈

郵箱：IR@weimob.com

電話：021-66198866

網址：<http://www.weimob.com>

# WEIMOB INC. 微盟集團

