

赤子城

newborntown

# 赤子城科技有限公司

Newborn Town Inc.

股票代號: 9911

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

## 2022 年環境、社會及管治報告



## 目錄

1.	報告說明	2
1.1	關於本報告	2
1.2	關於本集團	2
1.3	本報告範圍	2
1.4	資料來源及可靠性保證	2
1.5	獲取及回應本報告	2
2.	董事會聲明	3
3.	ESG理念與管理	3
3.1	ESG理念	3
3.2	ESG管理	3
3.3	利益相關方參與	4
4.	環境保護	5
4.1	資源節約	6
4.2	排放物管控	7
4.3	氣候變化	9
4.4	環境目標	10
5.	責任運營	10
5.1	產品責任	10
	（一）產品優化及創新	11
	（二）產品內容管理	12
	（三）信息安全管理	14
	（四）用戶反饋和反饋管理	16
	（五）知識產權保護	18
	（六）廣告合規管理	19
5.2	供應商管理	19
5.3	反貪污	20
6.	員工關懷	22
6.1	僱傭	22
	（一）合法僱傭	22
	（二）薪酬與福利	23
	（三）員工活動	24
	（四）員工溝通	26
6.2	員工健康與安全	27
6.3	發展與培訓	29
7.	回饋社會	30
7.1	業務出海，公益全球	30
7.2	精準助力，定向幫扶	33
7.3	志願抗疫，彰顯擔當	36
	索引表	38

## 1. 報告說明

### 1.1 關於本報告

赤子城科技有限公司及其附屬公司(以下統稱「本集團」或「我們」)依據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」或「香港聯交所」)證券上市規則附錄二七所載《環境、社會及管治報告指引》要求,編製本2022年度環境、社會及管治(「ESG」)報告(「ESG報告」或「本報告」),並遵循「重要性」、「量化」、「平衡」、「一致性」的報告原則要求。

為向利益相關方披露本集團2022年在ESG方面的管理和表現,本集團開展了主要利益相關方及其關注ESG議題的識別工作,對利益相關方關注的ESG議題進行優次排列,根據其關注議題的重要性水平在報告中進行響應,並在本報告「利益相關方參與」章節做出了說明。

本集團採用量化數據的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標(「關鍵績效指標」),使得關鍵績效指標可予以計量和驗證。關鍵績效指標的量化標準、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。本集團採取與往年一致的披露統計方法,個別變動之處均已在本報告相應部分做出說明。

本報告旨在客觀、公允、平衡反映我們的2022年ESG表現,有關管治部分的内容建議與2022年年報所載《企業管治報告》一併閱讀。

### 1.2 關於本集團

本集團專注全球開放式社交賽道,聚焦視音頻等新興社交形式,打造了視頻社交、語音社交、直播社交等多元化的社交產品,代表產品包括Yumy、MICO、YoHo等,在中東、北美、東南亞、南亞等地廣受歡迎。

### 1.3 本報告範圍

除另有說明外,本報告的内容涵蓋2022年1月1日至12月31日(「報告期」)本集團在中國主要運營地點直接運營和管理的業務的ESG表現。本ESG報告完全符合《ESG報告指引》中「強制披露」及「不遵守就解釋」的披露要求,對不適用於本集團的披露規則進行了解釋。

### 1.4 資料來源及可靠性保證

本報告的數據和案例主要來源於或取自統計數據、相關文檔。本集團承諾本報告不存在任何虛假記載與誤導性陳述,並對其内容真實性、準確性和完整性負責。

### 1.5 獲取及回應本報告

本報告提供繁體中文版本和英文版本,並僅於線上刊載(除非收到股東的具體要求),兩者如有任何歧義,概以英文版本為準。電子版可於香港聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)以及本集團網站<https://www.newborntown.com/>進行獲取。如閣下對本集團ESG管理方面有任何意見和建議,請通過電子郵件[ir@newborntown.com](mailto:ir@newborntown.com)與我們聯繫,我們期待閣下的寶貴意見。

## 2. 董事會聲明

董事會對本集團ESG相關事宜承擔全部責任。董事會對本集團ESG事項進行監管，參與制定ESG理念，並負責監督ESG管理成效。ESG工作委員會作為ESG管理層，對本集團ESG事項進行日常管理，並指導ESG工作開展，向董事會（「**董事會**」）匯報本集團ESG工作進展。ESG執行小組作為ESG執行層，由各職能部門的ESG代表組成，負責各項ESG事宜的執行及落地工作。

本集團已制定ESG理念與管理策略，董事會對其進行定期審閱，確保ESG策略的有效執行。本集團重視ESG相關風險和機遇的潛在影響，董事會監督ESG相關風險和機遇的評估、以及確保設置了適當和有效的ESG風險管理和內部監督系統。本集團開展了利益相關方關注ESG議題的實質性分析，董事會參與了對重要ESG議題的評估、優次排列和管理。

本集團已設定了與業務相關聯的環境目標，董事會對環境目標的進展情況進行定期檢討。

## 3. ESG理念與管理

### 3.1 ESG理念

「連接世界，生生不息」。本集團深耕社交、遊戲領域，以全球化視野着眼海內外市場。自2009年本集團成立以來，我們在社交、遊戲和工具類產品領域，打造了數十款面向全球用戶的優質App。在把豐富多元的社交體驗帶給全球各地用戶的同時，我們積極履行社會責任，持續推進ESG管理與日常運營的融合，從堅持合規運營、重視產品和服務質量、傾聽用戶聲音、保障信息安全、推行綠色辦公及專注社區投資等多個維度，不斷提升ESG績效表現，期望與各利益相關方共同攜手，助力行業和社會的可持續發展。

### 3.2 ESG管理

為了更好地踐行本集團的ESG理念和策略，提高本集團的可持續發展能力，我們已搭建由「治理層－管理層－執行層」組成的三層管治架構。我們已制定本集團的ESG工作章程，明確工作職責，推進本集團ESG工作。

#### *治理層*

董事會是ESG事項的最高決策機構，負責監督ESG事項並對本集團ESG策略承擔整體責任。

### 管理層

ESG工作委員會是ESG事項的管理機構，負責制定本集團ESG策略、框架、原則及政策、指導ESG實踐開展及審核ESG目標達成情況。

### 執行層

本集團各職能部門共同組成ESG執行小組，負責推進ESG管理策略落地及目標達成、開展ESG重要性評估與風險評估、組織培訓提升員工ESG意識、以及定期向公司管理層及治理層匯報。

### 3.3 利益相關方參與

本集團重視與利益相關方的交流和獲得的反饋，與利益相關方建立良好的溝通機制與多樣化溝通渠道，並結合利益相關方之關注，積極開展ESG管理提升工作。

本年度，本集團持續對政府及監管機構、股東及投資人、員工、用戶、供應商等利益相關方所關注的ESG議題進行識別，並給予積極響應。我們根據利益相關方ESG關注點，對相關ESG議題的重要性進行分析，其結果如下。

利益相關方	溝通渠道	主要關注的ESG議題
政府及監管機構	公文往來、政策諮詢、現場監督、信息披露等	產品責任、反貪污、氣候變化
股東及投資人	股東大會、企業內部公告、公告以及通函、公司活動等	產品責任、反貪污、資源使用、氣候變化
員工	溝通會議、企業內部公告、技能培訓、員工關懷活動、員工意見反饋機制、公司活動等	僱傭、勞工準則、健康與安全、發展與培訓
用戶	客服反饋、用戶回饋活動、會員服務、展會活動、滿意度調查	產品責任
供應商	供應商戰略合作談判、合作協議、定期溝通和商務會議等	供應商管理、反貪污
媒體及非政府組織	社交媒體、新聞發布會、新聞採訪、廣告宣傳等	產品責任、氣候變化
社區	公益活動、促進就業、社區活動、扶貧項目等	社區投資、僱傭

本集團ESG議題的重要性評估矩陣如下所示：



#### 4. 環境保護

本集團積極承擔環境保護責任，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》等環保法律法規要求。我們積極踐行綠色辦公理念，提倡無紙化綠色辦公模式，倡導資源循環利用，提升員工環保意識。我們持續落實多項資源節約及減排措施，以減少公司經營環節的環境足跡，助力公司低碳轉型。

### 4.1 資源節約

本集團日常運營中主要的資源消耗包括電力、紙張和水。為提升資源使用效率，本集團已制定《節能降耗管理制度》，詳細規定對於水資源、電力與紙張等日常運營中所使用的主要資源的節約措施，以促進資源合理利用。2022年，我們落實多項資源節約管理實踐，降低辦公運營的資源消耗水平。本集團採取的節約資源措施主要包括：

#### 節約資源措施



##### 節約水資源

- 加強用水設備的日常檢查維護和管理，及時處理「細水長流」和「跑、冒、滴、漏」現象。
- 使用感應水龍頭，減少水資源消耗。



##### 提倡無紙化綠色辦公

- 使用線上辦公系統進行無紙化綠色辦公，儘量使用電子文檔進行文檔傳遞。
- 應用電子化法務辦公系統及財務報銷系統，對勞動合同、財務報銷相關文件實現線上審核及管理。
- 需要進行文件打印時，鼓勵進行雙面列印和紙張的二次利用。



##### 提高辦公區域空間利用率

- 開展辦公區域面積評估，並設置多功能空間，靈活切換辦公、休閒等不同使用場景，提升空間利用率，有效減少辦公用電消耗總量。



##### 減少辦公耗材使用

- 可回收利用的資源如紙張，耗材包裝材料等，統一收集交由回收商進行回收處理。
- 減少圓珠筆和一次性筆的使用量，在未損壞的情況下使用替芯。
- 辦公用品建立台賬，嚴格控制，對於仍可利用的辦公用品繼續利用。



##### 降低辦公設備能耗

- 合理開啟和使用計算機、打印機、複印機等用電設備，下班時關閉設備電源，避免辦公設備長時間待機。
- 安裝照明定時開關系統，杜絕長明燈。
- 使用節能燈具，並在辦公區域儘量採用自然光。



##### 意識培養

- 在日常工作中，我們針對員工進行節約資源優秀實踐的宣貫，開展員工節約資源相關教育和活動，促進員工主動在工作中進行資源節約實踐。

**關鍵績效指標<sup>1</sup>：能源及資源消耗<sup>2</sup>**

指標	2022年數據
綜合能源消耗量 <sup>3</sup> (兆瓦時)	<b>445.19</b>
能源消耗量密度(兆瓦時／員工)	<b>0.53</b>
能源消耗量密度(兆瓦時／平方米)	<b>0.070</b>
汽油消耗量(兆瓦時)	<b>45.38</b>
外購電力(兆瓦時)	<b>399.81</b>

**4.2 排放物管控**

基於本集團的主要運營模式，本集團產生的排放物主要為溫室氣體<sup>4</sup>、無害廢棄物(如辦公垃圾、生活垃圾及電子廢棄物等)、有害廢棄物(包括廢舊硒鼓及墨盒)。

在溫室氣體排放管理方面，本集團通過強化辦公設備能耗管理、培養員工節能意識，提升能源消耗管理水平，降低溫室氣體排放。

在廢棄物管理方面，本集團制定《廢棄物管理制度》及《固定資產管理制度》等內部管理制度，強化我們的廢棄物管理工作。針對產生的無害廢棄物，我們交由辦公區物業統一處理，對於其中可回收再利用的部分物業將進行收集、整理，並轉移到指定位置進行二次利用。對於電子廢棄物，我們建立辦公電子器材的評估與報廢處理標準流程，對年份老舊、能耗超標的電子器材，我們與第三方回收機構合作，及時進行報廢處理，減少用電消耗。針對產生的有害廢棄物，例如廢舊的硒鼓及墨盒，我們交由相應的品牌官方進行回收及處理。

<sup>1</sup> 本集團能源消耗主要為辦公運營消耗的電力。能源及資源消耗統計範圍涵蓋本集團位於北京、濟南、廣州及深圳的主要辦公場所。

<sup>2</sup> 本集團所使用水源主要為市政自來水和外購桶裝飲用水，本集團在求取適用水源上不存在任何問題。飲用水為滿足員工基本生活需要所使用，自來水的取用與其他公司共同使用公共設施，無法進行單獨用量統計。考量重要性原則以及數據準確性，關鍵績效指標A2.2—總耗水量及密度於本報告中不進行披露。鑑於本集團運營不涉及實體產品生產，關鍵績效指標A2.5—製成品包裝材料不適用於本集團，本報告中不予以披露。

<sup>3</sup> 綜合能源消耗量是基於集團直接與間接能源消耗量，根據《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)換算因子計算得出的。

<sup>4</sup> 基於本集團業務性質，本集團的重大氣體排放物為溫室氣體，主要源自使用由化石燃料轉化的電力。

## 廢棄物管理措施



### 指定廢棄物處置負責人員

各部門指定專人負責廢棄物的核銷和交投工作，由行政組負責廢棄物處置監管工作，對公司的回收和處置環節進行檢查，杜絕可能的違規事件。



### 規定廢棄物回收處置工作流程

各部門將廢棄物進行申報處理，經批准核銷的廢棄物由各部門的專門負責人通知行政組進行統一管理，行政組將廢棄物整理、鑒別後，赤子城將廢棄物交由有資質的第三方和供應商進行處置和回收利用。



### 公佈廢棄物處置情況

行政組負責對各部門廢棄物的回收處置情況進行統計並定期公布，杜絕廢棄物隨意處置，增加廢棄物處置的透明度。

### 關鍵績效指標：排放物<sup>5</sup>

指標	2022年數據
溫室氣體排放量 <sup>6</sup> (範圍一與範圍二) <sup>7</sup> (噸)	268.08
溫室氣體排放量(範圍一)(噸)	11.11
溫室氣體排放量(範圍二)(噸)	256.97
溫室氣體排放密度(噸／員工)	0.32
溫室氣體排放密度(噸／平方米)	0.042
有害廢棄物總量(噸)	0.068
有害廢棄物密度(噸／員工)	0.00008
有害廢棄物密度(噸／平方米)	0.00001
無害廢棄物總量 <sup>8</sup> (噸)	73.43
無害廢棄物密度(噸／員工)	0.087
無害廢棄物密度(噸／平方米)	0.012

<sup>5</sup> 排放物統計範圍涵蓋本集團位於北京、濟南、深圳和廣州的主要辦公場所。

<sup>6</sup> 溫室氣體排放數據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《2019年度減排項目中國區域電網基線排放因子》及《IPCC2006年國家溫室氣體列表指南2019修訂版》規定計算。

<sup>7</sup> 溫室氣體範圍一：涵蓋由本集團運營直接產生的溫室氣體排放；溫室氣體範圍二：來自本集團內部消耗(購買獲得或取得的)電力所引致的「間接能源」溫室氣體排放。本年度中本集團溫室排放氣體為消耗電力引致的範圍二溫室氣體排放。

<sup>8</sup> 本集團涉及的無害廢棄物主要包括各辦公區產生的生活垃圾及廢棄電子設備。生活垃圾主要包括辦公垃圾，由物業管理公司進行處理，我們根據中華人民共和國國務院發布的《第一次全國污染源普查城鎮生活源產排污系數手冊》進行估算。廢棄電子設備交由有資質的第三方和供應商進行處置和回收利用。2022年，無害廢棄物總量相比2021年增加，主要由於2022年公司員工總人數增加，而公司辦公區面積於2022年未發生明顯變化。

### 4.3 氣候變化

氣候變化已成為全球共同關注的議題，給企業的可持續發展帶來了諸多挑戰與機遇。我們深知氣候行動的重要性，積極識別氣候變化帶來的潛在風險，密切關注國家在應對氣候變化方面的政策頒布及動態發展趨勢。同時，我們持續探索氣候變化帶來的機遇，助力公司的可持續發展。

氣候變化導致的極端天氣如洪水、暴雪、颱風等，可能會影響我們的業務連續性，對保障員工健康和 safety 造成挑戰。同時，氣候變化慢性風險如極端溫度、乾旱、氣候異常等情況，可能會造成本集團辦公運營能耗增加，增加運營成本。為避免和減少因極端天氣的發生而引發的公司財產損失和人員傷亡，本集團建立了極端天氣應急預案，當極端天氣發生時，將依據預案進行高效處理，使極端天氣造成的影響和損失降到最低。

在過渡風險方面，面臨發展綠色經濟和進行低碳轉型的長遠趨勢，我們密切關注國家出台的氣候變化及碳排放相關的法規政策，並積極響應全球低碳環保的發展趨勢。我們推行多種低碳運營管理措施以減少自身運營產生的碳排放，並通過提高無紙化電子辦公的比重，減少資源消耗。在選擇供應商時，優先考慮其環保屬性，例如在選擇雲服務供應商時，我們會對其節能情況進行考量；在採購電腦、顯示器、手機、打印機、網絡設備等電子設備時，我們參考設備的能耗等級，在產品質量、功能相近的情況下優先採買能耗等級較低的設備。

氣候變化帶來風險的同時也伴隨着機遇，本集團積極識別氣候變化帶來的潛在機遇，通過提升辦公運營過程中自然資源的使用效率，在節約業務成本的同時，不斷推動集團的可持續發展。

### 4.4 環境目標

2021年，本集團結合自身辦公運營特點制定環境目標。本集團制定的環境類目標在本年度的達成進展如下：

環境目標	2022年環境目標達成進展
自2022年起，所有新裝修的辦公區域啟用智能燈光開關，統一管控照明時間。	2022年，新裝修的辦公區域已安裝智能燈光開關。
自2022年起，所有新裝修的辦公區域啟用感應水龍頭，減少水資源浪費。	2022年，新裝修的辦公區域已安裝感應水龍頭。
鼓勵在辦公樓內進行100%垃圾分類。	2022年，已在辦公樓內鼓勵進行100%垃圾分類。

本集團的溫室氣體排放主要源於辦公及運營的能源消耗，在已經訂立能源使用效益目標的基礎上本年度不再單獨訂立減少溫室氣體排放的目標。

## 5. 責任運營

本集團以誠信和負責任的運營為企業發展的根本，持續為用戶提供優質和健康的產品，建立保障公司及用戶信息的安全管理體系，與供應商夥伴構建公平透明的合作關係，堅決杜絕任何貪污腐敗行為，打造誠信廉潔的經營環境。

### 5.1 產品責任<sup>9</sup>

本集團持續關注並優化自身產品質量，加強產品管理，嚴格把控產品內容健康，與用戶積極開展互動，了解用戶心聲，保護自身及他人知識產權，保障合規宣傳。我們建立獨立於業務運營的數據分析團隊，旨在中立客觀的分析產品質量，並定期就產品數據表現與業務團隊溝通，持續優化我們的產品質量。

<sup>9</sup> 鑑於本集團運營不涉及實體產品生產，關鍵績效指標B6.1—已售或已運送產品數量中因安全與健康理由而須回收的百分比不適用於本集團，因此本報告中不予以披露。

### (一) 產品優化及創新

#### (1) 遊戲類App

- **開展用戶研究，提升產品質量：**定期向用戶進行問卷收集，構建用戶畫像，根據用戶對遊戲素材的偏好，合理進行產品改良。
- **分析市場趨勢，完善產品矩陣：**持續優化公司遊戲研發流程，根據公司遊戲類App發展戰略，定期開展市場流行趨勢分析，響應市場動態進行遊戲轉型，形成完善的產品矩陣。
- **強化人才儲備，創新產品功能和玩法：**保證遊戲研發團隊具備充足的設計研發能力和豐富的開發經驗，增加產品開發質量及效率，並對不同產品的可玩性等方面進行測試以保障產品研發質量；建立產品設計資源、美術素材資源、策劃資源等多方面內容的內部共享機制，有效提升溝通與共享效率。
- **提升廣告素材契合度，優化廣告位利用效率：**提升遊戲中推廣類素材與遊戲玩法、受眾群體、美術設計、產品故事的契合度，持續優化推廣素材的質量，保持素材的設置方式和核心元素隨產品迭代實時更新，提升推廣的有效性；平衡用戶體驗以及廣告位的有效利用，對廣告位的尺寸和形式進行研究並優化，對可能影響用戶操作的廣告及時去除。
- **結合用戶行為，優化遊戲產品：**持續研究用戶遊戲行為，結合行為表現優化產品設計，例如當識別到特定遊戲關卡頻繁發生用戶退出情況時，我們會對此關卡的難度設置進行重新考慮，以增加遊戲的可玩性，提升用戶體驗。

### (2) 社交類App

- **提升產品本地化水平，服務全球用戶社交需求：**基於產品投放地區的文化和用戶社交方式偏好，投放特異性產品，並持續優化分發策略、提高用戶匹配效率，對用戶的社交需求進行精準回應；結合各地節日舉辦特色活動，進行精細化本地運營，把更好的社交產品帶給全球用戶。
- **關注產品技術優化，提升產品運行性能：**保證產品運行穩定，提升用戶產品使用體驗；建立監控機制，在用戶網絡情況發生波動時進行預警，協助運營人員及時解決網絡異常問題。
- **重視用戶體驗，強化娛樂社交玩法：**通過分析用戶在產品內的行為習慣和對產品功能的滿意度，驅動產品和運營的質量提升，持續推出用戶喜愛的功能。

## (二) 產品內容管理

### (1) 遊戲類App內容管理

- **管理遊戲類型設置：**遊戲類產品類型包括精品遊戲、休閒遊戲等，不涉及不健康的遊戲類型。
- **滿足平台管理要求：**識別並遵守產品投放平台遊戲類產品內容要求，在產品發布時明確產品適宜用戶年齡段，杜絕非適宜年齡段用戶使用產品。
- **強化產品內部管理：**上線產品質量標準規定，建立產品內容健康審核機制，規避不健康信息展示，提供高質量的遊戲體驗。
- **提升素材與產品的匹配性：**持續提升遊戲內使用的人物IP與遊戲主題的匹配性，並由法務部門審核IP的合規性，避免上線不適宜的IP內容。
- **明確廣告素材審核制度：**嚴格遵守產品投放平台的廣告素材標準與素材建議，由業務部門對廣告素材的真實性、準確性及內容健康性等方面進行審閱。

### (2) 社交類App內容管理

- **滿足平台管理要求：**識別並遵守產品投放平台社交類產品內容要求，定期更新產品管理政策並建立內容健康安全審核機制，明確不良內容定義，規範發現不良內容的處置方式。
- **提高產品審核質量：**在人工審核方面，對用戶違規暱稱等信息加強審核力度；在機審方面，精細化審核指標，改進風控模型，持續完善審核機制。通過人工審核與機審相結合的方式，強化內容管理水平，杜絕血腥、暴力、黃色內容的產生。
- **識別產品不當使用對象：**對產品使用者的頭像、年齡、註冊信息等方面進行分析判斷，對未成年用戶進行識別和阻攔。
- **強化圖像內容審核水平：**針對圖片、視頻類內容，使用專業圖像鑑別軟件對產品內視頻內容和圖像進行分析和鑑別，識別到有違規風險的內容採取人工審核，及時去除不良內容，保障內容的健康安全。
- **強化文字內容審核水平：**針對聊天、實時互動類內容，進行文字信息關鍵詞檢索，對不良內容進行屏蔽和封禁，並引入第三方AI審核工具及AI翻譯系統，針對多語言場景下的廣告、色情、騷擾、暴力場景進行二次確認。
- **完善不良內容舉報功能：**促進用戶進行互相監督，被舉報多次的內容將被限制傳播，並由客服及運營團隊對舉報進行及時處置，持續完善用戶反饋和舉報系統，提升用戶問題反饋的處理效率。
- **開展員工內容管理培訓：**對我們的員工進行產品內容健康和安全方面的培訓，堅守運營底線，為用戶提供綠色健康的產品使用環境。

### (三) 信息安全管理

隨着世界範圍內，各利益相關方越發重視信息安全及隱私保護議題，多個國家和地區相繼推出相關法律法規，例如歐盟推出的《一般數據保護條例》(General Data Protection Regulation, GDPR)。作為全球化的開放式社交公司，我們將保護用戶信息安全視為重要使命。

我們遵守中華人民共和國的《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國網絡安全法》《App違法違規收集使用個人信息行為認定方法》和《信息安全技術個人信息安全規範》，美國的《兒童在線隱私保護法》《聯邦貿易委員會法案》《加州消費者保護法》，以及歐盟的《一般數據保護條例》等法律法規，並積極響應本集團主體所在地區、產品發布地區監管要求以及產品投放平台的管理要求。本集團於產品研發地區設置法務團隊，與專業律師顧問團隊合作，持續關注各國信息安全和隱私保護相關法律法規動態及政策更新。在發生法律法規變動時，我們及時與相關業務部門進行溝通協作，適時做出應對調整，保障合規運營。

在業務發展的同時，本集團持續強化信息安全和隱私保護管理能力，明確內部組織架構，形成自上而下的信息安全及隱私保護文化氛圍。本集團制定有《個人數據保護制度》《針對GDPR保護個人數據的具體措施》《保密管理制度》等內部信息安全管理及用戶個人隱私保護制度，持續加強對內部人員及用戶的數據保護工作，規範公司處理用戶信息的要求，保障用戶信息安全。我們通過完善機制、優化途徑、提高時效等方式方法響應用戶對於個人隱私安全的訴求，並採取多項措施提升公司信息安全保護水平，包括：

## 信息安全保障措施

- 

**隱私政策**

依據法律法規要求產品中配置隱私政策，針對不同產品多次適時進行用戶協議／隱私政策的更新及優化，內容包括用戶可通過App內對用戶資料進行註銷並將賬號數據永久性刪除，其賬號相關行為數據、賬號、手機號、支付相關敏感身份等數據將被及時註銷，如何處理未成年人提供的個人信息表等內容。
- 

**數據上報**

踐行最小化數據收集原則，用戶在使用產品過程中可直接使用遊客身份登錄或者通過第三方賬號授權完成註冊，本集團不會收集用戶的敏感信息，如果需要收集用戶信息時將預先獲得用戶的授權與同意。同時，明確告知用戶公司及其他相關信息處理者在處理用戶個人信息時的情形，並將適用於相關處理活動的個人信息保護規則告知用戶。
- 

**信息公示**

在產品和平台上公示《隱私政策》《用戶協議》《社區公約》等規則；同時，在產品啟動頁進行用戶協議和隱私政策彈窗，充分保證用戶的知情權和隱私權。
- 

**意識宣貫**

要求所有接觸用戶信息的員工、承包商和代理商等嚴格遵守合同中規定的保密義務。
- 

**數據加密**

使用加密技術確保用戶數據在傳輸過程中的私密性。
- 

**防火牆保障**

建立防火牆以抵禦潛在攻擊
- 

**權限管理**

要求員工在非辦公網絡下需能通過VPN（虛擬專用網絡）接入公司網絡，防止未經授權的人員訪問我們的系統。
- 

**設備管理**

在淘汰帶有個人信息的設備時，設置專人統一進行數據清理。

本集團注重提升員工信息安全意識與能力，通過多種形式定期開展宣傳和培訓。2022年，我們要求所有員工入職時均需接受信息安全培訓，包括保密信息和信息安全的概念、研究案例、信息安全風險及員工如何履行保密義務等內容；通過公司內部訂閱號「赤子學法」和「法務說」向全體員工發送提高保密意識的相關文章；分批組織國內員工參加線下信息安全培訓，內容涉及信息安全議題基本介紹和信息安全保障舉措分享，並在培訓後收集員工反饋意見、組織在線測試。

此外，本集團制定了危機事件管理辦法以處理信息安全相關的應急事項。我們持續對潛在信息洩露風險進行識別與評估。在發生或可能發生信息洩露、損壞、丟失情況時，我們通過管理辦法及時、妥善處理相關事件。對已經發生的洩露事件，我們立即採取補救措施，查找信息洩露原因，降低事件產生的負面影響，並按照相關法律法規告知用戶，並在必要時向有關主管部門匯報。本年度本集團未發生重大信息安全事件。

#### **(四) 用戶反饋和反饋管理**

本集團已建設專業的用戶服務團隊，搭建暢通的用戶溝通渠道，旨在積極傾聽用戶聲音並提供反饋。本集團持續完善用戶投訴和反饋管理流程，並基於用戶反饋意見持續優化我們的產品和服務。

本集團持續拓寬用戶反饋渠道。用戶可通過App內的反饋入口、產品投放平台後台留言、應用商店評論反饋、郵件和在線客服等方式進行投訴和意見反饋。我們通過管理系統記錄用戶的反饋意見和投訴內容，從而快速追蹤、反饋用戶的問題和訴求，並保障用戶問題的順利解決。此外，我們設置專員對產品投放平台上的用戶反饋進行處理，每日查看並回覆用戶問題，引導用戶通過不同渠道聯繫對應的產品售後服務，以此實現關注用戶對服務質量的每一個投訴、主動服務、承諾兌現的理念。

本集團持續優化客戶投訴處理流程。我們在用戶反饋系統內設置敏感詞及預警條件，如信息觸發預警條件，一線客服團隊將第一時間手動將其標注為投訴案例，並根據投訴處置流程進行處理，繼而服務管理團隊將監控該條投訴案例的處理過程及結果。同時，我們的客服團隊與業務團隊協作，給予用戶解釋與安撫，根據投訴嚴重程度、用戶等級等條件給予合理補償。我們根據投訴類型預判處理時長，告知用戶預期回覆時間點，在時間點前主動聯繫用戶，告知其處理進度，並組織業務部門討論最終解決方案，與客戶溝通最終方案直到達成一致。針對無法及時提供解決方案的投訴，我們將投訴事件升級，由擁有更高權限的客服人員進行處理解決。用戶投訴案例關閉後十分鐘內，我們通過郵件或在線對話等方式向用戶發送回訪信息，其中包括用戶對投訴處理過程、結果的服務滿意度等內容，旨在不斷優化用戶投訴處理流程。

本集團不斷優化用戶服務體驗。基於數據統計和分析，我們識別高頻用戶反饋內容，梳理不同反饋意見共性，匯總報告至各相關業務部門，以用戶需求推動業務改進，降低用戶類似問題投訴概率。此外，我們進行客戶投訴系統輿情分析，利用AI智能系統統計用戶對話關鍵詞、敏感詞出現的頻率，並結合業務實際情況調整或制定相關調整策略。

此外，我們對客服全員定期提供投訴處理與應對技巧的培訓課程，並在2022年新增特殊案例實時同步分享，提升其專業能力。

**關鍵績效指標：客戶投訴**

指標	2022年數據
客戶投訴	客戶投訴總數量(件) 3,781
	客戶投訴結案率(%) 99.71%

### (五) 知識產權保護

本集團了解知識產權是企業的重要資產，視知識產權為業務基石，嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》等知識產權保護的法律法規。

為有效保護本集團知識產權並尊重他人知識產權，我們制定《知識產權保護管理制度》《專利管理辦法》及《專利獎勵制度》，對知識產權的管理職責、範圍、歸屬以及獎酬等相關事宜進行明確規定。我們持續開展知識產權規範化管理，在保持集團知識產權保護相關管理制度良好運行及知識產權許可嚴格規範的情況下，推動企業創新、激發產品研發活力，並將知識產權保護措施落實至各個業務部門和運營維度。

在知識產權保護方面，本集團積極對業務產出內容進行評估，進行商標和專利的申請註冊或著作權登記，從而及時地保護公司的知識產權。同時，本集團與專業知識產權代理機構及外部律所合作，以保障知識產權保護類申請的及時性與準確性。此外，在知識產權保護類申請前本集團會委託外部機構出具分析報告，協助我們識別侵權風險，做好知識產權維護，降低知識產權被侵權的風險。2022年，我們強化職能部門與業務部門在知識產權管理方面的協作，管控本集團旗下產品知識產權的合規使用，並及時、嚴厲打擊產品遭仿冒的情況，更有力地保護公司合法權益。

同時，為進一步提高員工的知識產權風險意識，本集團積極開展知識產權相關培訓。2022年，我們圍繞專利基礎知識、遊戲設計及知識產權侵權風險及行業動向，組織設計、研發、策劃、運營等多個業務部門，開展線上培訓和線下交流活動。

此外，本集團設立知識產權管理崗位以進行知識產權保護工作。由知識產權專員負責協助制定集團知識產權戰略和總體布局，建設覆蓋維護和運行等方面的知識產權保護流程體系。我們致力於使用正規渠道採購具有合法知識產權的軟件及設備，在保障我方合法權益的同時，避免侵犯他人知識產權。

截至2022年底，本集團在全球多個國家和地區擁有知識產權392個，商標權174個，著作權203個，專利權15個。

### (六) 廣告合規管理

本集團嚴格遵守中國《中華人民共和國廣告法》《互聯網廣告管理暫行辦法》和美國《聯邦貿易委員會法》等產品發佈地區廣告相關法律法規。本集團制定內部《廣告投放政策》，對本集團廣告宣傳內容進行管理控制，規避含有欺騙性、誤導性或不準確的信息。

本集團持續深入學習產品發佈所在平台公佈的廣告投放規則和政策，並對其保持積極追蹤和跟進。我們持續優化廣告管理機制，強化審核團隊人員配置，建立數據支持團隊，並與投放平台建立聯繫。在廣告推廣活動中，我們依據廣告投放平台的投放規則和廣告內容要求進行審核。在廣告內容發佈前，發佈部門將對廣告用語進行內部審核，在對廣告用語使用不確定的情況下，遞交法務部進行二次審核。為保證公司廣告宣傳合規，我們積極管理廣告內容，避免對非適宜年齡段用戶展示不恰當的內容。我們對廣告合作商進行約束，在簽訂的合約中對廣告推廣要求進行明確約定，以確保我方及合作方提供的宣傳材料數據完整、真實、準確，避免出現違反法律法規及平台規則的行為。同時，我們要求廣告合作商簽署保密協議，保證其不外洩公司敏感信息，並避免使用用戶隱私信息。我們定期掃描市場上盜用公司廣告素材的情況，並將識別結果及時與法務部門溝通，旨在推進行業公平、公正、合規發展。

我們持續強化員工廣告內容合規意識，製作覆蓋廣告語使用、廣告投放風險點及合規措施等內容的合規提示文章，通過郵件的形式定期向員工發佈。

### 5.2 供應商管理

本集團致力於與供應商建立互利互惠、廉潔透明的長期合作關係，帶動產業鏈共同進步。我們對全球範圍內的供應商採取一致的責任運營標準，持續關注與監督各運營地供應商的責任運營表現，建立覆蓋全體80家供應商的准入與考核制度，將環境與社會風險管理績效的評估納入供應商評估考核範疇。在供應商的選擇過程中，本集團對供應商的服務質量和過往服務經驗進行考察，關注供應商的商譽口碑以及商業行為準則，考慮供應商的社會責任履行情況。

此外，本集團要求供應商建設、規範並完善用戶信息保護方法，並對潛在的信息安全風險予以管控，以最大程度規避信息洩露風險。本集團在與供應商合作時保證採購過程的公開和透明，遵守公平競爭的原則，堅決杜絕一切商業賄賂行為。我們要求供應商簽署保密協議，並在2022年將反貪污條例加入採購標準合同模板，旨在進一步保護本集團利益及創造公開透明協作環境。

本集團主要的供應商或業務合作夥伴為雲服務供應商和設備供應商。本集團秉承綠色採購理念，對於雲服務供應商，我們在服務器租用的過程中對供應商的服務穩定性、網絡覆蓋情況、售後支持能力等方面進行考核，並着重考慮其信息保護方面的能力和表現。我們優先選擇環境友好的產品及服務，在採購電腦、監控、手機、打印機、網絡設備等電子設備時，我們會參考設備的能耗等級，優先採買能耗等級較低的設備。

2022年，本集團的供應商共計80個，其中中國大陸地區30個，港澳台地區27個，境外23個。

### 5.3 反貪污

本集團致力於打造誠信廉潔的經營環境，嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等反貪污、反洗錢、反商業賄賂及反不正當競爭相關法律法規要求。2022年，我們持續強化對於本集團主體所在地區、產品發佈地區反貪腐相關立法情況的關注，積極識別及監控與各地業務運營相關的法律法規變化。

本集團制定了《反舞弊及舉報機制管理制度》，明確定義舞弊及舞弊行為的概念和反舞弊的責任歸屬，建立並實施各項反舞弊程序，由反舞弊工作小組組織、執行跨部門間的反舞弊工作，各業務部門承擔各自部門的反舞弊工作，以有效防範舞弊風險。本集團員工可通過電子郵箱等方式進行舞弊案件舉報，我們將根據舉報涉及內容的輕重緩急，協調公司法務部、人力資源部等部門共同開展後續調查。同時在調查過程中我們嚴格保護舉報人的相關信息，並將調查結果及時向舉報人進行反饋。

為增進員工對反貪污的理解和意識，在簽署勞動合同時，我們與每位員工簽署《反商業賄賂協議》，在協議中對商業賄賂、財物、回扣做出了詳細釋義，明確要求員工應當堅持誠信、廉潔的原則，不得以任何方式給予、索要或收受佣金、回扣、有價證券、禮品、實物等一切經濟利益。對於違反相關約定的員工，本集團有權單方面終止與該員工的勞動合同，對於構成犯罪的行為，本集團有權向司法機關報案，追究該員工的刑事責任。2022年，我們對公司員工手冊進行修訂，在違紀處分原則中添加嚴禁行賄受賄的相關規定，並在線分發給每位員工，方便其隨時查閱和學習。此外，我們在員工手冊中載列職業道德規範及防止欺詐和腐敗的指導方針，旨在規範員工商業道德行為。

為進一步調動員工參與廉潔建設的積極性，本集團定期組織包括反腐敗、反洗錢等主題的廉潔培訓。我們開展涵蓋管理層和普通員工的全員反貪污培訓，介紹反貪污相關案例、場景、法律法規以及反貪污措施。針對新入職員工，我們在其入職培訓中介紹員工應當履行的行為規範，並要求其接受本集團誠信要求，從而保證其持續維護本集團廉潔自律的文化價值觀。同時，本集團上線內部普法宣傳號「赤子學法」，定期分享行業內最新的司法案例、宣傳本集團各項反貪污制度，並通過內部訂閱號的形式發送相關宣傳文章，推進全體員工廉正教育，不斷提高管理層及員工的反舞弊、反貪腐的意識。同時，我們定期向全員發送反商業賄賂的相關郵件，邀請專業人士對管理層和董事開展反商業賄賂的講座，以此不斷提升員工及高管的反商業賄賂的意識，杜絕貪污、賄賂或舞弊等現象的發生。

2022年，本集團及其員工未發生貪污、賄賂、欺詐及洗錢方面的違規行為及相關訴訟案件。

### 6. 員工關懷

員工是企業實現可持續發展的重要推動力量，我們視員工為最寶貴的財富。通過踐行合法公平的僱傭原則、優化薪酬福利體系、豐富員工溝通渠道、完善培訓體系，致力營造平等、多元、健康、舒適的職場環境，助力員工在廣闊的發展平台上實現職業成長。

#### 6.1 僱傭

本集團堅決貫徹合法公平的僱傭原則，保障平等僱傭，反對歧視，致力營造公平和多元化的工作環境，保障員工健康與安全，重視員工的成長與發展，積極與員工進行交流，了解員工心聲。

##### (一) 合法僱傭

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《禁止使用童工規定》《中華人民共和國未成年人保護法》等相關法律法規，保障員工合法權益，避免僱傭童工和強制勞工。

我們依據相關法律法規制定《員工手冊》，規範員工聘用、離職、工作時數、薪酬、福利、假期、晉升等方面的管理流程，並在勞動合同中對員工的工作時間、工作內容、薪酬福利、勞動條件等進行了明確的約定。在員工聘用過程中，我們不因求職者的種族、年齡、性別、婚姻狀況、社會階層以及宗教信仰等進行區別對待，保障僱傭的公平性。同時，我們在員工入職前對其身份信息進行核實，以避免招聘童工。我們充分尊重員工的意願，保障員工在自願的基礎上參加工作，避免強制勞工。在員工離職過程中，我們將按照相關法律法規為離職員工辦理相關離職手續。

此外，我們依照相關法律法規及內部制度的要求，明確發生僱傭童工和強制勞工情況時應實施的補救措施，例如對相關人員進行追責等，並對事件進行複盤，防止其再次發生。

### (二) 薪酬與福利

本集團為員工提供具有競爭力的薪酬。在員工個人薪酬層面，我們建立了以績效評估為基準的系統化薪酬制度，通過設置工作態度、業績結果、任務完成度、企業文化認可度等多方面評價指標，每季度對員工績效表現進行綜合評估。在團隊績效管理層面，我們推行覆蓋全體員工及管理層的OKR(跟蹤目標及其完成情況的管理方法)制度，幫助各業務團隊適應目標動態變化，提高員工參與度，鼓勵員工挑戰自我、積極創新，優化企業整體工作管理方式。2022年，我們細化並完善管理層績效考核維度，加強考核的科學合理性，並提高績效獎金激勵力度。

本集團為表現優秀的員工和團隊提供多種激勵獎項。我們為全月滿勤的員工提供全勤獎，定期評選優秀團隊，並設置智慧夥伴獎、業績貢獻獎、優秀新人獎等優秀個人獎項，從多個維度評估員工表現、激勵員工成長。

本集團為全部員工繳納五險一金，並提供額外的商業醫療保險、意外傷害險和子女醫療保險。2022年，我們升級員工的商業保險，提高了險種數量和單險報銷額度，以保證員工享受更好的商保福利。對於員工差旅在外的情況，本集團為其購買保險，為員工差旅安全提供保障。此外，我們開展全體員工父母商業體檢，為員工及員工家人的健康安全提供保障。

本集團注重員工工作生活的平衡，持續優化員工考勤管理制度，設置員工上、下班時間的彈性區間，實現對員工工作時間的人性化、彈性化管理。我們為員工提供多元化的福利及假期。我們向員工提供包括員工入職周年福利、重大節日福利、生日福利、加班餐食補貼、下午茶等多項福利，同時設置「婚禮金」、「生育禮金」專項福利，給予員工充足的人文關懷。員工享有年假、帶薪病假、產假及其他法規要求的法定假期。我們尊重、關懷女性員工，為女性員工提供全薪專項假期，設立母嬰室，積極呵護女性員工特殊時期的身心健康。



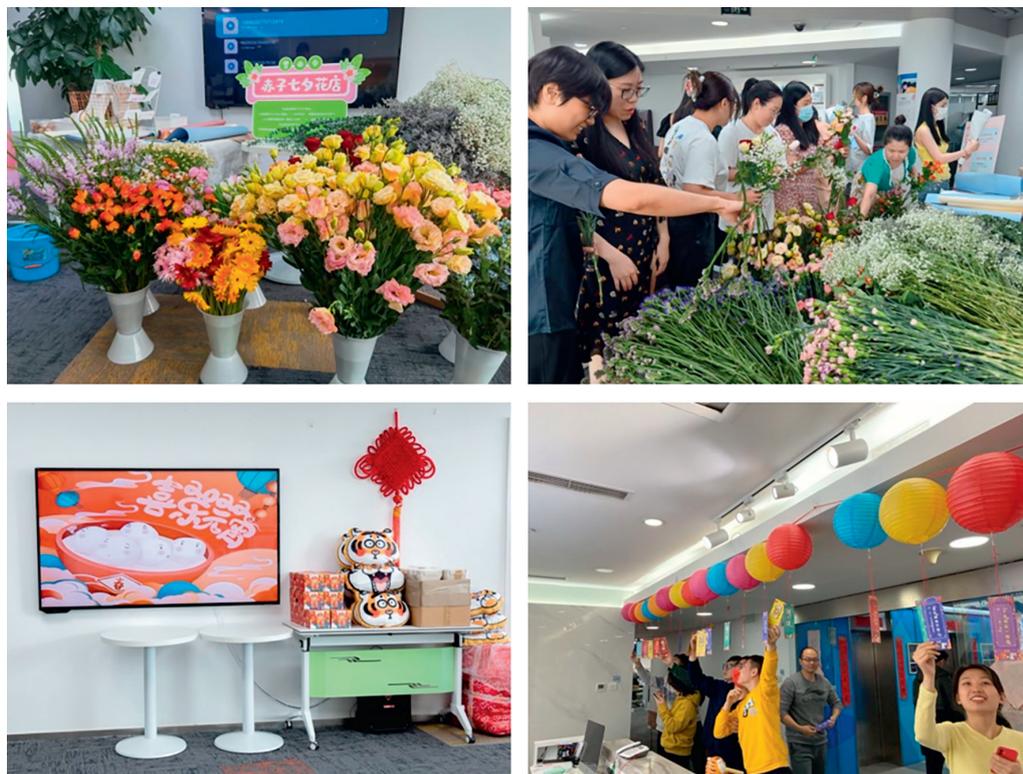
優秀團隊、優秀個人表彰現場照片

### (三) 員工活動

我們重視企業文化的宣貫，致力於營造輕鬆的企業氛圍，幫助員工舒緩工作中的身心壓力。2022年，我們積極開展系列企業文化活動，結合企業文化和業務特色，製作文化勳章周邊作為活動獎品，使員工在娛樂放鬆的同時，加深對企業文化的理解及認同。

本集團每月定期組織運動健身等集體活動，充實員工的業餘生活，促進員工間的交流，提升本集團凝聚力。2022年，本集團組織電競比賽、讀書會、美食比賽等多項員工活動，組建包括羽毛球、棒球等球類運動的員工俱樂部，並在元宵節、端午節、中秋節等節日組織員工開展節日活動。同時，本集團每年舉辦年會大活動，為員工設置多種趣味遊戲項目和大量獎品，為員工帶去關懷及鼓勵。

此外，本集團設立團建基金，激勵各部門開展豐富多樣的團建活動，積極促進部門內部團結。我們積極開展包括聚餐、旅遊、觀影等員工活動，以增進員工凝聚力。



七夕節、元宵節員工節日活動現場照片



年會大活動現場照片

### (四) 員工溝通

本集團持續拓寬員工溝通渠道，積極傾聽員工的意見與建議。我們設有電子郵箱、社交媒體和溝通會等多種溝通渠道，並在員工晉升、績效評估等重要節點開展員工一對一溝通，及時對員工的意見、建議與要求進行反饋。2022年，我們打造「赤子圈」線上社區，並設置「吐槽建議」模塊，收集員工對於自身發展及工作體驗等方面的看法及建議。

此外，我們建立員工與管理層溝通交流的渠道，開展CEO面對面溝通活動，由CEO直接解答員工工作生活中遇到的各類問題。2022年，我們舉辦新員工入職培訓及新轉正員工茶話會，在慶祝員工入職、轉正的同時，營造輕鬆開放的環境供員工和CEO溝通交流、答疑解惑。

我們不斷提升員工滿意度，定期進行覆蓋全體員工的滿意度調研活動，了解不同職級、部門以及崗位員工對本集團的滿意度，從而進行針對性的員工體驗優化工作。2022年，滿意度調研的員工覆蓋率達100%。

#### 關鍵績效指標：僱傭

指標	2022年數據
員工總人數(人)	846
按僱傭類型劃分員工人數(人)	820
勞合同制員工	26
合約人員及其他	
按性別劃分員工人數(人)	496
男	350
女	
按年齡劃分員工人數(人)	436
年齡30歲以下	386
年齡30歲至39歲	24
年齡40歲至49歲	0
年齡50歲以上	
按地區劃分員工人數(人)	843
中國內地	3
港澳台地區	0
其他國家及地區	
員工總流失率 <sup>10</sup> (%)	22.39
按性別劃分員工流失率(%)	20.89
男	24.41
女	
按年齡劃分員工流失率(%)	23.64
年齡30歲以下	21.06
年齡30歲至39歲	20.00
年齡40歲至49歲	0
年齡50歲以上	
按地區劃分員工流失率(%)	22.45
中國內地	0
港澳台地區	0
其他國家及地區	0

<sup>10</sup> 員工流失率={匯報年度內離職員工人數/(匯報年度內離職員工人數+匯報年度期末在職員工人數)}\*100%

### 6.2 員工健康與安全

本集團致力於為員工提供健康安全的工作環境，提升員工對職業健康的意識水平，全方位保障職場中員工的身心健康。

本集團重視辦公環境的健康與安全。我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規要求，制定職業健康安全管理政策，對辦公場所職業健康安全事宜進行規定。我們在日常運營中關注工作區域安全用電、用水及消防等事宜。2022年，我們對新裝辦公區進行消防安全檢查，有效減少安全隱患。本集團定期對員工進行安全意識培訓，主題包括職業病危害和工作環境安全等，並對員工進行日常安全知識普及和宣傳。我們注重提升員工對突發安全事件的應急意識，每年進行2次消防演練。此外，我們在辦公室裝修過程中選用環保材料，採購符合人體工學的桌椅，並聘請專業設計團隊，搭配傢具顏色並打造開闊視野的休閒區，為員工提供舒適的辦公環境。

本集團倡導健康生活理念，我們每年均為員工提供免費的體檢。我們鼓勵員工參與戶外運動，每年度9月份我們會組織大型戶外徒步活動，在保障員工安全的基礎上，鼓勵員工鍛煉身體，放鬆身心。同時，我們在流感季節提供熱姜茶及預防感冒的藥品。此外，我們邀請中國中醫研究院的診療師為員工進行職業健康診斷，對職業病進行預防和及時治療。



中醫診療活動現場照片



戶外徒步活動

在新型冠狀病毒肺炎疫情期間(以下簡稱「疫情」)，我們制定《赤子防疫安全指南》，對員工出入工作場所的防疫要求、辦公區安全管理、遠程會議召開說明、緊急物資採購及緊急處理預案等方面進行了詳細的說明。此外，為確保員工身心健康，疫情期間我們採取線上遠程辦公，並為員工提供口罩、藥品、抗原等物資，保障員工的基礎防護需求。2022年，為解決員工做核酸困難的情況，我們邀請外部核酸檢測機構上門檢測，並承擔全部費用。

本集團過去三年(包括本年度)未發生因工亡故事故。本年度未發生工傷，因工傷損失工作日數為零。

### 6.3 發展與培訓

本集團持續完善人才培養體系，為員工規劃清晰的職業發展路徑，並提供優質的職業發展環境。我們搭建包括從入職培訓、知識技能到職業發展的系統化培訓體系，為員工量身定制一系列培訓課程，旨在不斷增強員工的職業技能、職業素養及領導力，從而幫助員工提升職場競爭力。此外，我們開展應屆生專項培養計劃，開放部分崗位給應屆生，講授實際業務經驗，幫助應屆生更好的適配崗位需求，並對表現優異者予以留用。

本集團定期開展覆蓋全體員工的集團管理制度宣貫、集團文化介紹講座。我們為不同業務部門、員工類型的員工設置了多樣化的培訓模式，為員工獲取不同方面的知識提供便利。針對新入職員工，本集團建立新員工培訓項目，採用輕鬆活潑的培訓方式，通過小組遊戲的形式使新員工熟悉企業文化，了解本集團制度、福利等，幫助新員工建立歸屬感、快速融入工作崗位；針對管理層，本集團開設管理技能培訓，旨在提升管理層人員的綜合能力，從而帶領團隊高效完成工作；針對各業務部門，本集團設置了專業技能提升培訓，提升員工專業能力。我們在培訓中強調信息安全與隱私保護的重要性，以提升員工的信息安全意識，有關我們本年度提供的信息安全培訓內容請參閱本報告「責任運營－信息安全管理」章節。



員工培訓現場照片

**關鍵績效指標：員工培訓**

指標		2022年數據
按性別劃分的員工受訓百分比(%)	男	99.40
	女	100
按員工層級劃分的員工受訓百分比(%)	管理層員工	100
	其他員工	99.61
按性別劃分的員工人均受訓時長(小時)	男	2.54
	女	3.37
按員工層級劃分的員工人均受訓時長(小時)	管理層員工	3.59
	其他員工	2.44

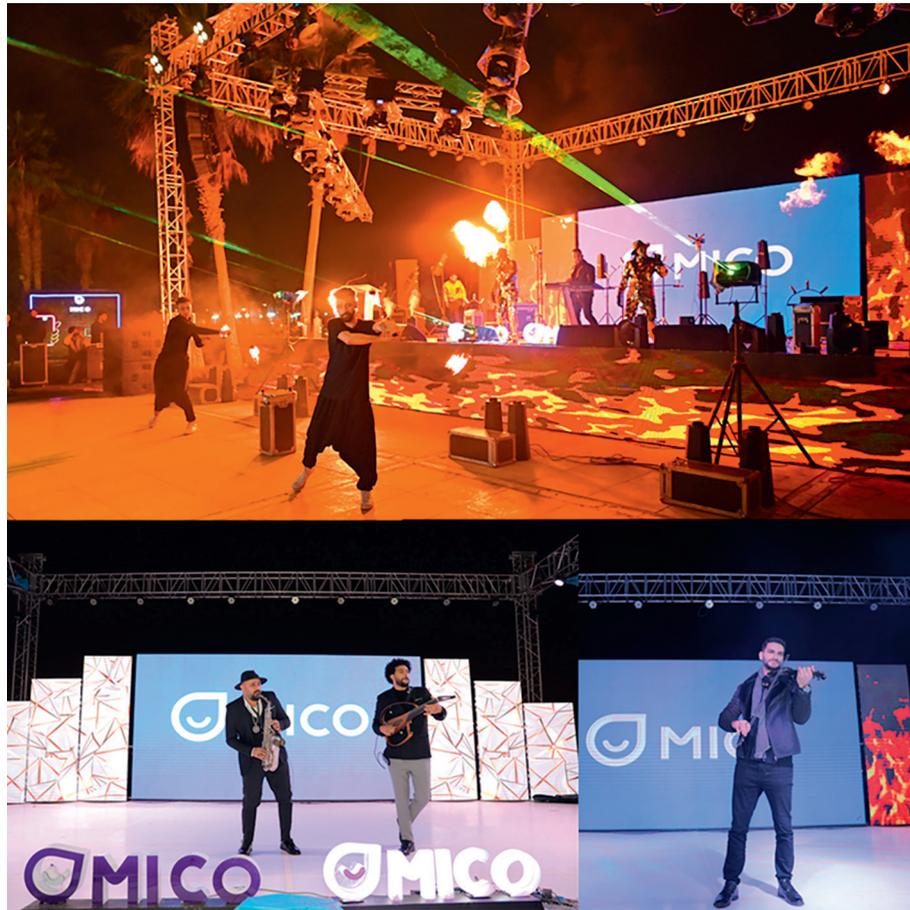
## 7. 回饋社會

本集團在尋求自身發展的同時，充分關注社區需求，積極回饋社會並履行社會責任。我們與運營所在地社區進行長期聯繫，依據其需求開展多樣化的公益活動，為社區和諧發展貢獻影響力。

### 7.1 業務出海，公益全球

在持續完善自身產品服務用戶的同時，我們積極投身於公益慈善事業，捐助弱勢群體、捐建愛心學校、扶持貧困地區的內容創作者，通過多種方式傳遞正向的社會價值。

2022年2月，本集團在埃及首府開羅舉辦大型年度盛典，活動全部直播收入用於當地慈善事業。



埃及首府開羅舉辦的大型年度盛典

2022年4月，本集團在中東舉辦齋月系列公益活動，與埃及Food Bank展開合作，在封齋、開齋日向當地貧困居民發放援助物資，包括300余箱各類食物、700余份熱餐等，幫助當地弱勢群體改善生活，呼籲各界關注弱勢群體。此外，我們還將目光聚焦於當地兒童癌症患者，發起關愛癌症患兒的公益活動，在公司社交平台YoHo中上線Charity Room，邀請醫生志願者向用戶普及兒童癌症的預防措施，並號召社會各界向埃及慈善醫院57357 Children Cancer Hospital捐款，惠及當地兒童癌症患者。



在封齋、開齋日向當地貧困居民發放食品等物資



本集團向埃及慈善醫院57357 Children Cancer Hospital捐款

2022年5月，國際六一兒童節前夕，本集團聯合中建埃及分公司等駐埃中資企業，一同前往埃及非洲難民兒童學校「非洲希望就學中心」，向孩子們贈送教材書籍、學習文具、兒童口罩等禮物。



捐贈埃及非洲難民兒童學校「非洲希望就學中心」

### 7.2 精準助力，定向幫扶

本集團自2009年9月創立以來，持續開展各項困難幫扶、公益捐贈活動，希望伴隨着自身的成長和發展，承擔起更多的社會責任。

2022年1月，本集團開展「墨香迎新春，送福送溫暖」活動，在北京、濟南兩地，分別為老黨員、困難群眾送去新年祝福和慰問物資，向目標人群傳達社會關愛。

2022年10月，本集團為地處貧困山區的河北省灤平縣巴克什營中心校捐贈價值人民幣兩萬餘元的打印機，緩解學校教學物資緊缺的困境。





「墨香迎新春，送福送溫暖」新春公益活動

### 7.3 志願抗疫，彰顯擔當

自2019年疫情在爆發以來，本集團通過多種方式積極參與國內外的疫情防控和援助工作。2022年5月，北京疫情反覆，本集團號召員工主動參與北京市朝陽區麥子店街道防疫志願服務工作，協助社區工作人員開展核酸檢測現場秩序維護、信息錄入、居民引導等工作。同時，我們在海外運營地區為當地抗疫工作提供力所能及的幫助，包括邀請當地醫生開展公益直播，向民眾科普日常防疫知識；攜手當地公益組織發起抗疫物資捐贈活動，支援防疫一線人員。

2022年3月，香港疫情面臨嚴峻形勢，本集團緊急籌措100箱檢測試劑盒、10箱N95口罩等抗疫物資馳援香港，以滿足更多市民對病毒檢測、日常防疫等需求。該批物資由集團及員工共同捐贈，總價值超百萬港元。同月，本集團向山東省濟南市市中區桿石橋街道捐贈100套隔離服、100個護目鏡、3,000個N95口罩、200桶酒精、50箱消毒液等物資，支援街道疫情防控工作。



北京市朝陽區麥子店街道防疫志願服務現場照片



百萬港元抗疫物資馳援香港



向山東省棗石橋街道捐贈物資

索引表

範疇	層面	披露內容	對應章節
-	董事會聲明	1. 披露董事會對ESG的監管情況；	2.董事會聲明
		2. 董事會的ESG管理方針及策略，包括評估、優先排序及管理重要的ESG相關事宜(包括對發行人業務的風險)的過程；	1.1關於本報告 2.董事會聲明 3.ESG理念與管理
		3. 董事會如何按ESG相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關聯。	2.董事會聲明
	匯報原則	描述或解釋在編備ESG報告時如何應用下列匯報原則：重要性、量化、一致性。	1.1關於本報告
		重要性：ESG報告應披露(1)識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則；(2)如發行人已進行利益相關方參與，已識別的重要利益相關方的描述及發行人利益相關方參與的過程及結果。	1.1關於本報告
		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。	1.1關於本報告
		一致性：發行人應在ESG報告中披露所用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。	1.1關於本報告
	匯報範圍	解釋ESG報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入ESG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。	1.2本報告範圍

範疇	層面	披露內容	對應章節
環境	A1 排放物	一般披露：有關廢氣及溫室氣體排放、對水及土壤的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：  (1) 政策；及  (2) 遵守對上市公司有重大影響的相關法律及規定的資料。	4.2 排放物管控
		A 1.1 排放物種類及相關排放數據。	4.2 排放物管控  關鍵績效指標：排放物
		A 1.2 直接（範圍1）及間接能源（範圍2）溫室氣體排放量及（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	關鍵績效指標：排放物
		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）。	關鍵績效指標：排放物
		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）。	關鍵績效指標：排放物
		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。	4.4 環境目標
		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。	4.4 環境目標

範疇	層面	披露內容	對應章節
	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。  註：資源可用於生產、儲存、交通、樓宇、電子設備等。	4.1資源節約
		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）。	關鍵績效指標：能源及資源消耗
		A 2.2 總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	不適用
		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	4.1資源節約 4.4環境目標
		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。	4.1資源節約 4.4環境目標
		A 2.5 製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。	不適用
	A3環境及天然資源	一般披露：減低上市公司對環境及天然資源造成重大影響的政策。	4.環境保護
		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。	
	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。	4.3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。	

範疇	層面	披露內容	對應章節
社會	B1僱傭	一般披露：有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時間、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：	6.1僱傭 (一)合法僱傭 (二)薪酬與福利
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對上市公司有重大影響的相關法律及規例的資料。	
		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。	關鍵績效指標：僱傭
	B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失率。	關鍵績效指標：僱傭	
	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：	6.2員工健康與安全
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
		B2.1 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	6.2員工健康與安全
B2.2 因工傷損失工作日數。		6.2員工健康與安全	
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。	6.2員工健康與安全		

範疇	層面	披露內容	對應章節
	B3發展與培訓	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。  註： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	6.3發展與培訓
		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。	關鍵績效指標：員工培訓
		B3.2 按僱員類別及性別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	關鍵績效指標：員工培訓
	B4勞工準則	一般披露：有關防止童工或強制勞工的：  (1) 政策；及  (2) 遵守對上市公司有重大影響相關法律及規定的資料。	(一)合法僱傭
		B4.1 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	(一)合法僱傭
		B4.2 描述在所發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	(一)合法僱傭

範疇	層面	披露內容	對應章節	
	<b>B5 供應鏈管理</b>	一般披露：供應鏈的環境與社會風險管理政策。	5.2 供應商管理	
		B5.1 按地區劃分的供應商數目。	5.2 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有關慣例的執行及監察方法。	5.2 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。	5.2 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辦法。	5.2 供應商管理	
	<b>B6 產品責任</b>	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：		5. 責任運營
		(1) 政策；及		
		(2) 遵守對上市公司有重大影響的相關法律及規定的資料。		
		B6.1 已售或已運送產品數量中因安全與健康理由而須回收的百分比。	不適用	
		B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	5.1 產品責任	
		B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	5.1 產品責任	
		B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	5.1 產品責任	
		B6.5 描述消費方資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	5.1 產品責任	

範疇	層面	披露內容	對應章節
	<b>B7反貪污</b>	一般披露：有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：  (1) 政策；及  (2) 遵守對上市公司有重大影響的相關法律及規定的資料。	5.3反貪污
		B7.1 於匯報期內對上市公司或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案的數目及訴訟結果。	5.3反貪污
		B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	5.3反貪污
		B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	5.3反貪污
	<b>B8社區投資</b>	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。	7.回饋社會
		B8.1 專注貢獻範圍（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	7.回饋社會
		B8.2 在專注範圍所動用資源（如金錢或時間）。	7.回饋社會

