

BOSS  
直聘

# 看準科技有限公司

環境、社會及管治報告

2023

# 目錄

<b>一、關於本報告</b>	<b>02</b>	<b>五、携手員工成長</b>	<b>34</b>
(一) 編制依據	02	(一) 保障員工權益	35
(二) 匯報原則	02	(二) 人才發展戰略	36
(三) 報告範圍	02	<b>六、踐行綠色發展</b>	<b>53</b>
(四) 獲取方式	02	(一) 加強環境管理	54
(五) 數據說明	02	(二) 應對氣候變化	60
<b>二、關於我們</b>	<b>03</b>	(三) 環境績效指標表	64
(一) 公司概況	03	<b>七、構建可持續供應鏈</b>	<b>65</b>
(二) 榮譽與認可	03	(一) 供應商準入與聘用	66
(三) 2023 年 ESG 亮點工作	04	(二) 供應商評估與退出	67
<b>三、ESG 管治</b>	<b>06</b>	(三) 租賃綠色數據中心	68
(一) 董事會聲明	07	(四) 採購綠色電子設備	68
(二) ESG 策略	08	<b>八、傳遞社區關懷</b>	<b>69</b>
(三) 利益相關方參與	10	(一) 生態保護	70
(四) 實質性議題分析	12	(二) 員工公益	71
<b>四、優化產品與服務</b>	<b>14</b>	(三) 社區服務	72
(一) 創新驅動發展	15	(四) 救災行動	72
(二) 促進平等就業	16	<b>九、規範公司治理</b>	<b>73</b>
(三) 助力中小企業發展	18	(一) 董事會組成	74
(四) 嚴守產品質量	18	(二) 踐行商業道德	75
(五) 守護內容安全	19	<b>十、ESG 法律法規及公司制度梳理</b>	<b>77</b>
(六) 網絡安全與隱私保護	23	<b>十一、附錄：聯交所</b>	<b>78</b>
(七) 完善用戶服務	29	《ESG 報告指引》索引	
(八) 知識產權管理	31		
(九) 負責任營銷	32		

## 關於本報告

本報告由看準科技有限公司(KANZHUN LIMITED) (以下簡稱「看準」「我們」或「公司」) 發佈, 旨在客觀、公允地反映2023年度公司在環境、社會及管治(ESG)領域的表現和舉措。有關管治部分的內容建議與公司2023年年報所載的《企業管治》一並閱讀。

### 編制依據

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》(《ESG報告指引》) 編制, 同時參考納斯達克證券交易所發佈的《ESG報告指南2.0》(ESG Reporting Guide 2.0)、GRI可持續發展報告標準(GRI Standards) 和聯合國可持續發展目標(UN SDGs) 進行編寫, 旨在系統地反映看準在各相關方面的表現, 回應各利益相關方關注。

### 匯報原則

在本報告編制過程中, 依據「重要性」「量化」「平衡」及「一致性」原則, 以界定報告的內容及資訊的呈列方式:

#### 1.重要性

本報告已在編制過程中識別了主要利益相關方及其關注的ESG議題, 並根據其關注議題的相對重要程度在本報告中進行回應, 詳細內容請見報告「利益相關方參與」和「實質性議題分析」章節。

#### 2.量化

本報告採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標, 有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及/或計算工具, 以及使用的轉換係數來源, 均已在相應位置進行了說明。

#### 3.平衡

本報告旨在透明、客觀地匯報公司正面和負面ESG信息和表現, 包括優化產品與服務、携手員工成長、踐行綠色發展、構建可持續供應鏈、傳遞社區關懷、規範公司治理六大方面。

#### 4.一致性

本報告所披露數據採取與往年一致的統計方法, 個別變動之處已做出解釋說明以確保一致性原則。

### 報告範圍

本報告的披露範圍包括看準科技有限公司及其附屬公司在ESG方面的表現及管理舉措。除另有說明外, 本報告的報告期間為2023年1月1日至2023年12月31日(「本年度」或「2023年」), 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。本報告使用的信息及數據來源包括公開數據、公司內部文件及統計報表、第三方問卷調查等。

### 獲取方式

本報告電子版可通過我們的投資者關係網站(<https://ir.zhipin.com/>)及聯交所官方網站(<https://www.hkex.com.hk>)查閱和下載。我們期待讀者的反饋, 如果您有任何問題或意見, 請通過ir@kanzhun.com聯繫我們。本報告以中英文兩種語言發佈, 如文本間存在差異, 以中文版為準。

### 數據說明

本報告中的財務數據以人民幣為統計單位。如本報告與公司年度財務報告中的財務數據存在差異, 以後者為準。看準科技有限公司對報告內容享有最終解釋權。

## 關於我們

### 公司概況

看準科技有限公司成立於2014年，是中國領先的線上招聘平台，是「直聘模式」的開創者。公司於2021年在納斯達克上市，並於2022年在中國香港上市。我們積累了豐富的行業經驗，形成對市場、經營環境和客戶需求的獨特洞察，創新性地引入「直聘模式」，促進了Boss和求職者之間的即時直接聊天，為雙方提供精準的推薦。在強大的人工智能算法和大數據洞察的支持下，我們將對工作和用戶偏好的數據洞察轉化為更準確的人崗匹配結果以及更優質的用戶體驗。

我們主要通過具有互動性質的BOSS直聘移動應用程序網頁端和微信小程序，以高效、無縫的方式連接求職者與企業端用戶，創建了一個覆蓋各類求職者（白領、金領、藍領和大學生成）以及來自不同規模及行業的企業端用戶（包括僱主和專業招聘者）的活躍平台。經過多年發展，BOSS直聘已成為目前國內平均月度活躍用戶數（「MAU」）最大的在線招聘平台。截至2023年12月31日止十二個月，BOSS直聘App端的平均MAU達42.3百萬。

### 榮譽與認可

2023年3月	公司探索「直播帶崗」求職新模式，獲評光明網頒發的e起向善·網絡公益「網絡正能量」2022年度項目。
2023年3月	公司打擊招聘騷擾「滅蟑行動」項目獲評光明網頒發的e起向善·網絡公益「關愛婦女兒童」2022年度項目。
2023年10月	公司在第一財經發起的「金字招牌」年度大調查中連續三年保持第一。
2023年11月	公司入圍中國互聯網協會「2023年中國互聯網綜合實力前百家企業」榜單第20位，其中「社會貢獻」為該榜單重要評選指標。
2023年11月	公司榮獲證券之星「資本力量」2023年度優秀上市公司獎。
2023年11月	公司上榜每日經濟新聞第十三屆中國上市公司口碑榜，獲評「最具社會責任上市公司」。
2023年11月	公司榮獲由思維財經與投資者網主辦的2023年「金橋獎」年度創新賦能高質量發展科技公司獎。
2023年12月	公司上榜財經中國2023年會暨第21屆財經風雲榜，獲評「2023年度社會責任貢獻企業」。
2023年12月	公司榮獲財聯社第六屆投資年會「年度最具品牌價值獎」。
2023年12月	公司入選道瓊斯新興市場指數以及道瓊斯可持續發展全球指數。
2024年1月	公司MSCI ESG評級提升至A。
2024年1月	公司於2024中國財經TMT「領秀榜」盛典中，獲「2023年度社會責任優秀企業」大獎。

## 2023年ESG亮點工作

### 1. 優化產品與服務

- 公司認證求職者、認證企業端用戶及認證企業分別達1.668億、24.5百萬及13.3百萬。其中，白領和金領用戶、藍領用戶，及大學生用戶佔我們求職者用戶群的百分比分別達到51.3%、32.9%及15.7%。在我們服務的認證企業中，87.3%為中小企業。
- 2023年，BOSS直聘平台新增42.1萬名殘障求職者用戶，公司引導358個城市的5.6萬家企業發佈6.7萬個殘疾人友好崗位。
- 截至2023年末，公司客服團隊在用戶量增長的情況下穩定保持2小時內響應用戶投訴，1個工作日內處理完結。2023年，用戶服務滿意度為97%。
- 截至2023年末，公司擁有一支由1,395名員工組成的產研團隊，2023年全年公司研發投入逾15億元人民幣，同比增長逾30%。
- 截至2023年底，公司累計持有境內外註冊商標612件，持有專利95項（含發明專利及外觀設計專利），完成著作權登記96項，相比去年進一步增長。
- 公司所有產品均獲得安全相關認證。2023年12月，公司獲得CCRC頒發的「個人信息保護認證」證書，是國內首批獲得證書的5家企業之一。
- 公司參與編撰了由人力資源和社會保障部發佈的LD/T 3001-2023《網絡招聘服務規範》行業標準。
- 公司建立我國在線招聘領域首個獲批成立的博士後科研工作站。
- 公司舉辦全球首屆AI賦能職業科學國際研討會。
- 公司自主開發的招聘行業垂類大模型「南北閣」已通過《生成式人工智能服務管理暫行辦法》備案，順利完成大模型專項驗證並獲得4+評級。

### 2. 携手員工成長

- 全職女性員工佔比47.87%，管理層女性佔比達41.87%。
- 正式員工五險一金及商業醫療保險覆蓋率100%。
- 員工培訓率達100%，人均培訓時長達64.89小時。
- 員工績效考核覆蓋率100%。
- 設立心理健康中心，開展151場心理諮詢團課活動，覆蓋46,161人次。

### 3. 踐行綠色發展

- 北京華品博睿網絡技術有限公司已通過ISO 14001環境管理體系認證。
- 2023年，平台上完成了15億次簡歷的交換，變相減少了紙質簡歷投遞，節約紙張。
- 北京總部辦公樓自建衛生間中的洗手池已全部使用節水型水龍頭。

### 4. 構建可持續供應鏈

- 將環境保護作為供應商評級的標準，開始審驗供應商環保相關資質證明，如ISO 14001環境管理體系認證、CQC中國環保產品認證書、GREENGUARD環保認證等。
- 將電源使用效率 (Power Usage Effectiveness, PUE) 作為數據中心供應商的重要篩選標準之一，公司租賃的已投入運營的數據中心年均PUE值不高於1.33。
- 公司100%採購具有節能環保資質認證的網絡設備與服務器。

## 5. 傳遞社區關懷

- 我們主要在生態保護、員工公益、社區服務、救災行動四方面開展公益活動，公益捐贈總額達**556.85萬元人民幣**。
- 聯合雲南省綠色發展基金會，共同發起「**猴猴喝的水**」公益活動，在白馬雪山國家級自然保護區鋪設**5.2公里**引水管，覆蓋**60多個**飲水點，解決週邊**70多隻**滇金絲猴及其他珍貴野生物種的旱季飲水問題。
- 組織開展「**守護大自然的小美好**」公益議題徵集行動，活動主題視頻播放量超**80萬**，共為**4個**環保公益項目提供超過**20萬元人民幣**的資金支持。

## 6. 規範公司治理

- 現任**9名**董事會成員中包含**2位**女性董事，女性董事佔比達**22%**。
- 董事會成員擁有**法律、電子工程、經濟**等不同的教育背景，具備**互聯網、人力資源服務、資本市場**等豐富的行業經驗。
- 供應商簽署《廉潔協議》佔比近**100%**。
- 面向**全體員工（包含正式員工、兼職員工）**開展反賄賂和反腐敗培訓。
- 面向**全體董事**開展商業道德培訓。



# ESG管治



## 董事會聲明

公司高度重視ESG管理，積極踐行可持續發展理念。公司董事會是ESG管治的最高決策機構，負責把控公司ESG策略方向。董事會審計委員會監督公司ESG相關工作並定期向董事會進行匯報，以確保ESG工作更好地落地執行。在具體實施層面，我們建立了跨部門的ESG工作小組，在公司內部合作制定ESG行動計劃，並支持公司各職能部門推進並落實ESG相關工作。公司各職能部門的具體ESG相關工作進展需向ESG工作小組匯報。

我們重視ESG相關風險對公司的潛在影響，結合內外部經營環境、國家及行業政策趨勢變化，對利益相關方關注的ESG議題進行重要性評估。我們通過問卷調研、定期會議等渠道與利益相關方深入溝通，瞭解並積極回應各利益相關方關注。董事會亦參與ESG實質性議題評估、優次排列和管理。我們全面識別了公司運營過程中的重大ESG風險並制定相關管理政策，包含數據安全與隱私保護、用戶服務、人力資本發展等相關內容。具體評估過程和結果在ESG報告「利益相關方參與」及「實質性議題分析」小節詳述並由董事會審閱。

董事會持續監控ESG風險管理政策的執行情況，確保公司內部控制體系能夠有效識別、管理並制定相關應對措施以緩解業務運營所涉及的ESG風險。我們亦要求相關部門在運營管理中落實ESG風險應對措施。本年度，公司設立了包含節能減排、節水、減廢等與業務運營相關聯的環境目標，以管理公司業務對環境的影響，並將ESG理念與管理策略融入相關運營層面。董事會就該等目標的設立進行了審閱及討論，並對環境目標的進展情況進行定期檢討，持續推進ESG管理提升。

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四月二十九日審閱及批准。



## ESG 策略

我們將優化產品與服務、携手員工成長、踐行綠色發展、構建可持續供應鏈、傳遞社區關懷、規範公司治理作為ESG策略的六大支柱，並貫徹於企業的經營管理，持續推動公司高質量發展。董事會對ESG策略進行定期審閱，以確保與公司發展策略保持一致。

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。我們基於公司業務特點識別了相關的UN SDGs優先事項，並將其與本公司ESG理念融合，以指導ESG工作的開展。

六大支柱	ESG策略內容	UN SDGs
優化產品與服務	我們秉承「用科技的力量重新定義人才發展，致力於讓用戶滿意，給予用戶充分的公平、豐富的選擇權和更高的效率」這一公司願景，持續打造以科技為導向的在線招聘平台。我們堅持「用戶為本」，厚植科技創新基因，通過強化深度學習和推薦算法的研發創新，為用戶提供更加精準及專業的招聘服務。同時，我們嚴守產品質量，加強內容治理，在招聘全流程中為用戶提供高效、易用和便捷的使用體驗。	 
携手員工成長	看準嚴格遵守運營所在地涉及員工僱傭的相關法律法規，切實保障員工權益。我們持續完善各項內部制度，明確並規範員工招聘、晉升、績效考核等標準。我們優化人才吸引與留任，完善員工培訓體系，重視員工身心健康，為員工提供公平、廣闊、包容的發展空間，携手員工共同實現長期發展。	  
踐行綠色發展	綠色發展不僅關乎生態環境的改善，更是推動經濟社會可持續發展的必然選擇。我們積極踐行國家碳達峰碳中和目標，將應對氣候變化、踐行綠色發展理念融入日常業務運營，致力於在減少自身碳排放的同時，為用戶提供綠色低碳產品，幫助用戶降低碳排放，共同促進社會的可持續發展。	  

六大支柱	ESG策略內容	UN SDGs
<p>構建可持續供應鏈</p>	<p>公司始終秉持綠色環保的精神，踐行「服務至誠、精益求精、節能降耗、防污減排、消除隱患、保障健康」的供應商管理方針，在供應商準入、聘用、評估、維護、退出等環節識別並評估供應商環境與社會風險，優先選擇環保、綠色的產品及服務，與合作夥伴共同探索環境友好的商業模式，打造負責任、可持續的供應鏈。本年度，公司制定了《採購及合同管理辦法》，進一步規範供應商管理舉措。</p>	
<p>傳遞社區關懷</p>	<p>我們高度重視企業社會責任，將「以科技和公益的力量，服務於人的發展」的社會責任理念融入公司發展戰略，促進產業優勢與社區公益相融合。根據社區投資相關法律法規，我們制定並實施了《上海直品公益基金會章程》等規範，建立了覆蓋管理架構、項目開發和策略設計、目標和過程管理、新聞發佈、項目結果評估在內的全流程工作體系，與社區建立良好的溝通、服務機制。基金會每年發佈年度工作報告，並聘請第三方專業機構審核基金會年度工作報告，以確保基金會實現規範、科學地運作。</p>	  
<p>規範公司治理</p>	<p>公司嚴格遵守運營所在地的法律法規及上市規則，持續優化治理體系，形成權責分明、組織嚴謹的公司治理機制，致力於通過高標準的企業治理指導企業誠信合規運營、有效管控風險，助力公司實現高質量可持續發展，以良好的業績回報社會和廣大股東。</p>	

## 利益相關方參與

根據公司業務特點、行業動態、企業發展情況，我們識別出包括用戶、員工、股東與投資者、政府與監管機構、社區、非政府組織與媒體、供應商在內的多個利益相關方。我們

密切關注利益相關方訴求，通過多種渠道深入瞭解各利益相關方對公司的期望。我們尊重、聽取他們的意見，並做出回應與改善。

利益相關方	主要期望與需求	主要溝通渠道與響應方式
用戶 • 求職者 • 企業端用戶	高效的招聘與求職服務 招聘與求職網絡拓展 提升用戶體驗 數據和隱私保護 安全的求職平台 合理的服務費用	用戶服務熱線 應用程序 電子郵件 銷售團隊 社交媒體 用戶調查
員工	員工權益保護 員工薪酬與福利 員工發展與培訓 員工健康和安全	內部溝通平台 員工熱線 電子郵件 員工會議 員工調查 員工培訓
股東與投資者	投資回報 商業策略 信息透明度 合規運營	股東大會 定期報告及公告 電子郵件和會議 路演
政府與監管機構	業務合規 數據和隱私保護 商業道德 帶動就業 促進經濟發展	信息披露 政策諮詢 監督和檢查 文件報送

利益相關方	主要期望與需求	主要溝通渠道與響應方式
社區	公益活動 誌願服務活動	社交媒體 社區活動
非政府組織與媒體	企業社會責任 合作與發展	社交媒體 行業活動 新聞發佈會 訪談
供應商	公平合作 商業道德 互利共贏	商務洽談 供應商評估 現場考察

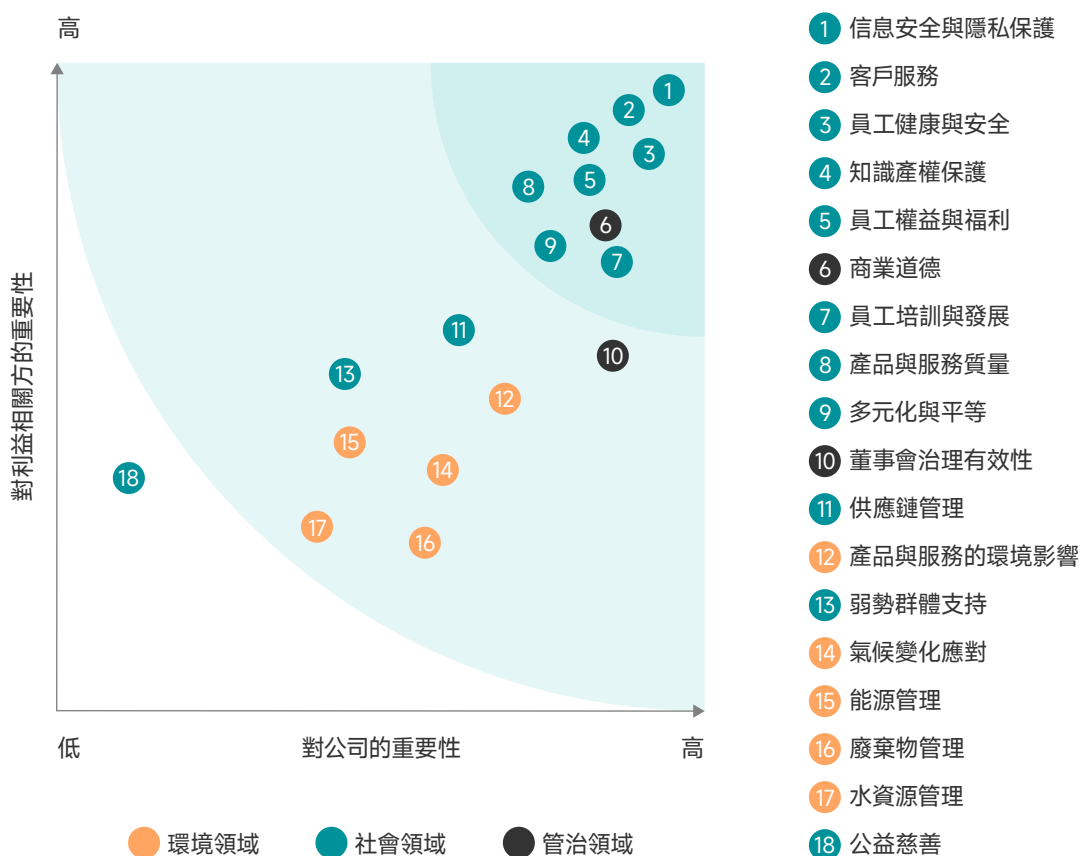
## 實質性議題分析

為瞭解並回應利益相關方期望與訴求，同時明確ESG實踐及信息披露重點，公司邀請內外部利益相關方參與識別ESG議題並進行實質性評估。

我們根據公司戰略重點、行業特點、交易所要求，識別出18個

關鍵議題。通過與主要利益相關方進行交流、訪談和調查，我們進一步對關鍵議題的實質性進行排序，評估出極其重要議題9個、非常重要議題8個、一般重要議題1個。實質性評估結果如下：

看準2023年ESG實質性議題矩陣

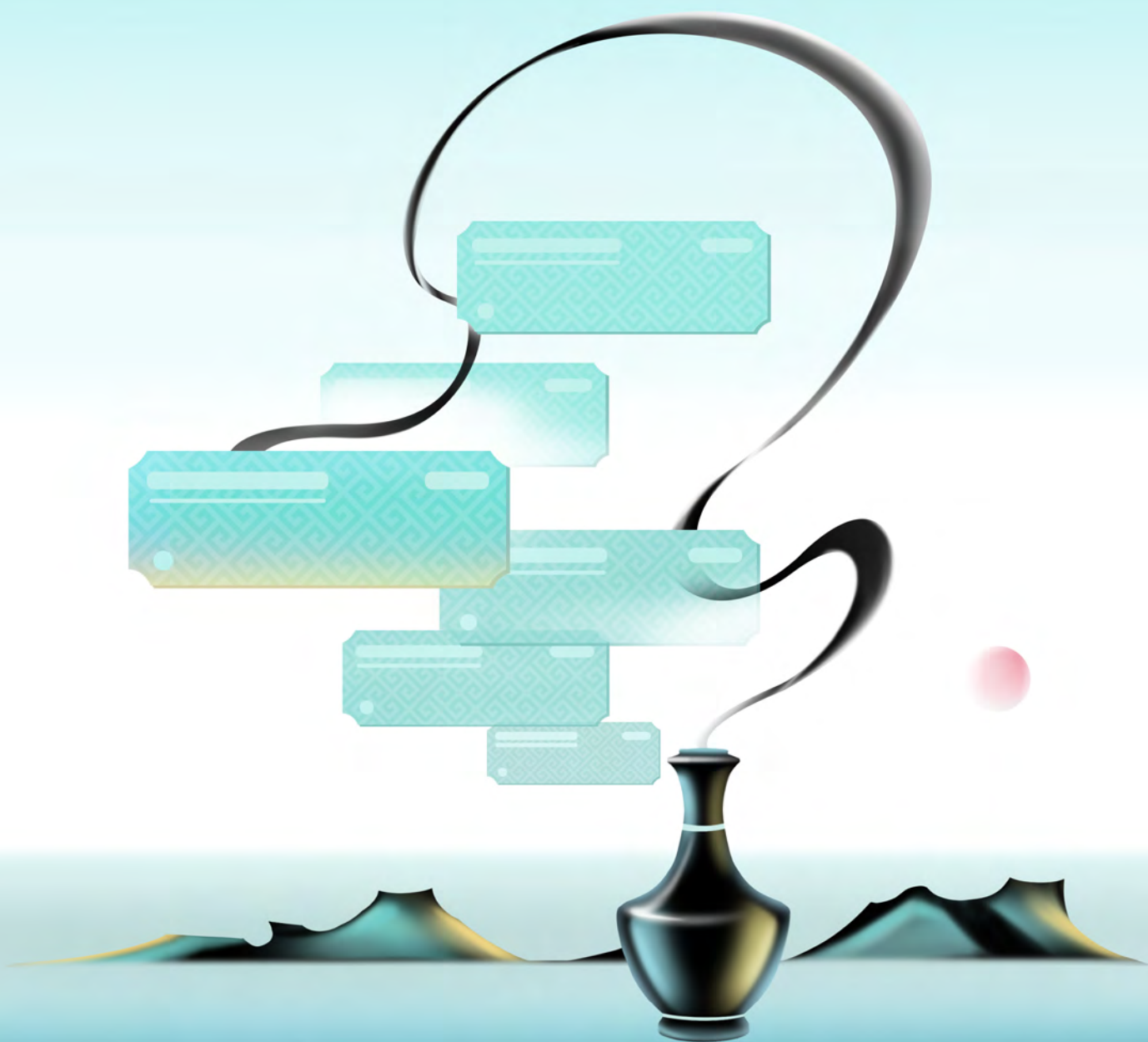


極其重要議題	非常重要議題	一般重要議題
<ul style="list-style-type: none"><li>● 信息安全與隱私保護</li><li>● 客戶服務</li><li>● 員工健康與安全</li><li>● 知識產權保護</li><li>● 員工權益與福利</li><li>● 商業道德</li><li>● 員工培訓與發展</li><li>● 產品與服務質量</li><li>● 多元化與平等</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 董事會治理有效性</li><li>● 供應鏈管理</li><li>● 產品與服務的環境影響</li><li>● 弱勢群體支持</li><li>● 氣候變化應對</li><li>● 能源管理</li><li>● 廢棄物管理</li><li>● 水資源管理</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 公益慈善</li></ul>



# 優化產品與服務

我們秉承「用科技的力量重新定義人才發展，致力於讓用戶滿意，給予用戶充分的公平、豐富的選擇權和更高的效率」這一公司願景，持續打造以科技為導向的在線招聘平台。我們堅持「用戶為本」，厚植科技創新基因，通過強化深度學習和推薦算法的研發創新，為用戶提供更加精準及專業的招聘服務。同時，我們嚴守產品質量，加強內容治理，在招聘全流程中為用戶提供高效、易用和便捷的使用體驗。



## 創新驅動發展

科技創新是企業實現高質量可持續發展的關鍵驅動力。2023年，我們持續加大資源投入力度，不斷對產品及算法進行更新迭代，以滿足用戶多元化的需求。本年度，公司研發投入逾15億元人民幣，同比增長逾30%。

我們堅持打造以科技為導向的在線招聘平台，相信通過釋放科技創新的力量，能夠助力人才更好地發展。這一堅持的實現，主要依托於以下三個方面：

首先是**創新保障體系**。我們堅信創造的本質是布朗運動的結果，我們鼓勵員工開展各項創新研發工作，對因職務發明及獲得專利權的發明人、設計人給予獎金和報酬，並享有專利署名權。同時，我們設計了更符合技術類員工職能的評審、晉升機制，進一步吸引具備關鍵技術能力和專業知識的人才，持續優化公司技術創新及數據分析能力。我們還在公司內部工作學習平台上線多種技術課程，舉辦了「1024技術文化節」、「編程大賽」、「數據分析技能大賽」等活動，進一步營造全員創新氛圍。

其次是**創新人才培養**。我們深知人才是推動社會進步和經濟發展的根本動力，特別是在知識經濟和創新驅動發展的背景下，創新人才的培養是企業實現可持續發展的關鍵因素，也是推動相關領域技術進步，增強社會福祉的重要驅動力。在國家促進產學研融通創新，加快科技成果向現實生產力轉化的背景下，2023年在產學研合作方面，公司通過共建專業學位實踐基地、智能人才服務技術研究中心，以及建立研究生校企聯合培養、訪問學者交流機制等方式與北京大學、清華大學、復旦大學、中國人民大學、中國科學技術大學、北京航空航天大學、香港科技大學（廣州）等一流高校開展學術交流合作。

2023年9月8日，BOSS直聘博士後科研工作站舉行揭牌儀式，這是我國在線招聘領域首個獲批成立的博士後科研工作站。工作站採用與博士後科研流動站聯合培養的模式，首家

高校合作單位為清華大學五道口金融學院，雙方結合BOSS直聘在職業科學方面的積累，以及五道口金融學院在勞動力市場經濟學方向的深厚積澱，在博士後人才培養、產學研融合創新等方面開展交流實踐。入站的科研博士後將圍繞「AI+職業科學」領域，聚焦大數據、人工智能技術驅動的勞動力市場經濟學方向，開展一系列創新技術及應用研究，助力職業科學進一步發展。



BOSS直聘博士後科研工作站

最後是**創新成果普惠**。我們相信，創新成果的廣泛應用是激發社會活力、促進共同繁榮的關鍵動力，有助於培育更加包容和平等的社會環境，讓更多人受益於科技創新的紅利。

公司於2018年成立了BOSS直聘職業科學實驗室（Career Science Lab，簡稱CSL），作為全球首個聚焦於「AI+職業科學」領域的交叉科學實驗室，其旨在通過前瞻性的跨學科的基礎研究和創新性工業應用，服務於人才更好的發展。經過多年的深入研究，CSL對「AI+職業科學」領域的核心基礎和前沿應用問題成功提出了一系列創新性的技術解決方案，並在基於大模型的圖結構數據理解和職位推薦、職業路徑規劃及認知診斷增強等方向取得進展，相關成果發表在AAAI-2024，IEEE TKDE等人工智能頂級國際學術會議和期刊上。2023年12月，CSL聯

合多家高校在ICDM-2023上舉辦了第一屆AI賦能職業科學國際研討會，這是全球首個面向「職業科學」領域的國際研討會。

2023年，公司自主研發的招聘行業垂類大模型「南北閣」已通過《生成式人工智能服務管理暫行辦法》備案，並開始探索在求職招聘中的落地場景。2024年2月，該模型參與中國信通院組織的可信AI大模型標準符合性驗證工作，順利完成大模型專項驗證並最終獲得4+評級。BOSS直聘也成為首批通過該項驗證的國內招聘行業企業。

我們認為，創新保障體系、創新人才培養和創新成果普惠三者相互依存、相輔相成，共同構築了一個完整的創新生態系統：

創新保障體系是創新生態的基石，它為創新活動提供了必要的條件和環境。創新人才是推動社會進步和經濟發展的核心資源，他們是創新想法和實踐的載體。當這二者相互促進、共同作用時，最終將孕育各項創新成果的誕生。而創新成果的普惠意味著創新不僅僅停留在實驗室或理論層面，而是被廣泛應用於實際生產和生活中，為社會帶來實際的利益，提高人們的生活質量，推動社會向更美好的未來發展。

## 促進平等就業

就業是最基本的民生。2024年，國務院在工作會議上指出，要加強對殘疾人等就業困難人員幫扶。堅決糾正性別、年齡、學歷等就業歧視，完善勞動關係協商協調機制，維護勞動者合法權益。作為連接求職者與企業端用戶的在線招聘平台，我們相信連接創造價值，通過公司創新性的「智能匹配+直

聊」模式，借助雙邊市場效應，我們能夠為求職者創造更加公平的就業條件，為不同用戶群提供無差別的平等真實服務，最大限度地消除就業歧視，創造普惠包容的就業機會，助力共同富裕。

### ● 推動殘障人士就業

依托平台智能匹配等核心技術，我們建立了完善的殘障人士簡歷信息識別和適合崗位匹配體系，可實現雙向精準推薦，讓殘障人士更容易被看見。BOSS直聘聯合中國殘疾人聯合會就業服務指導中心啟動「殘疾人無障礙求職助力服務計劃」。我們除了幫助殘障求職者實現雙邊精準匹配外，還增設和優化殘障人士無障礙求職功能，在其填寫簡歷、線上溝通、視頻面試等方面給予智能語音提醒等幫助。此外，我們還建立殘障人士求職互助社區社群，定期推送求職技巧，賦能殘障求職者。截至2023年12月，「殘疾人無障礙求職助力服務計劃」累計服務53.4萬名殘障求職者。

公司持續開展「螢火助殘公益行動」，定向邀請殘障大學生觀看專屬直播招聘活動，並通過直播一鍵投遞簡歷，幫扶殘障大學生多渠道就業。同時，我們引導企業發佈殘障人士友好崗位，提升企業助殘意識。本年度，BOSS直聘「螢火助殘·殘障人士求職直播間」共開展直播75場，帶崗職位超過2.1萬個，累計觀看人數超81.9萬人次，投遞簡歷超3.5萬份。



「螢火助殘公益行動」直播間宣傳海報

2023年，BOSS直聘平台新增42.1萬名殘障求職者用戶，其中約10.8萬為2022屆和2023屆畢業生，同時引導了358個城市的5.6萬家企業發佈6.7萬個殘障人士友好崗位，為殘障人士創造友好、公平、高質量的就業求職環境。

#### ● 助力藍領群體求職

藍領群體是中國經濟最堅硬的基石，也是實現高質量發展不可或缺的力量。作為我國用工的最主要組成部分，藍領群體過往的求職方式多以「線下中介」模式進行，隱瞞工種風險、不繳納社保等不合法安全問題頻發，且長期存在人崗匹配精準度較低、服務收費標準不清晰等問題。此外，基於早期教育、工作性質等複雜因素，藍領求職者往往對傳統的「簡歷投遞-企業篩選-線下面試」在線招聘模式感到陌生，魚龍混雜的網絡求職公司也讓其難辨真假。

我們通過對招聘者開展資質核查、項目審查、崗位信息核驗等多種認證手段，精選並發佈優質崗位。我們面向製造業等藍領群體推出——「海螺計劃」，該計劃合作職位由企業在平台直接招聘或授權正規中介公司在平台招聘的崗位組成。崗位發佈後，我們還會對崗位薪資、福利、加班情況等90余個細節項進行二次核對，確保信息真實可靠，保障求職者權益。

為解決藍領求職者面臨的從外界獲取招聘信息渠道少、部分求職者甚至沒有簡歷等難題，我們通過「智能匹配+直聊」模式，在精準進行人崗匹配的同時，弱化簡歷作用，藍領求職者只需簡單填寫信息資料即可通過「直聊」模式與招聘者溝通，削減傳統招聘流程中的冗長環節，用更為直觀、簡單和可靠的方式幫助藍領群體就業，提升藍領群體求職效率。

#### ● 支持青年群體就業

為開展青年群體高質量充分就業的幫扶工作，我們聚焦青年群體個性化求職需求，為青年群體提供多角度、多形式、全方

位、立體化、持續性的精準就業指導與幫扶，幫助其解決求職和入職過程中可能面臨的難題，賦能青年發展。

2023年，公司共走進18所高校開展就業指導和職位推介，搭建線上線下一體化服務大學生就業工作體系。我們還邀請37名「校招星推官」全天候帶崗、互動答疑，圍繞互聯網、生活消費、先進製造等八大重點行業和江浙滬、京津冀、川渝滇等重點地區開設招聘帶崗專場，調動2.4萬家企業及7.8萬個職位，覆蓋了357萬大學生，投出76萬份簡歷。

本年度，BOSS直聘持續聯合教育部、人社部、全國婦聯、中國殘聯、央視等國家部委、群團組織和權威媒體，多次發起大學生就業服務公益活動：

#### ● 大型校園就業服務專項行動：

連續4年參與人社部「百日千萬」、教育部「24365」等大型校園就業服務專項行動。

#### ● 中青就業·職想見你：

2023年4月，與中國青年報社合作開展「中青就業·職想見你」春招季公益帶崗活動，提供覆蓋30個省份120個城市的上萬個崗位，直播3小時共收到6萬份簡歷。

#### ● 大學生外企就業網絡招聘節：

2023年4月，與中國外資企業協會合作舉辦「大學生外企就業網絡招聘節」，搭建高校畢業生與外資企業交流平臺，提供先進製造、醫療保健、商業金融等多個熱門行業的就業崗位。

#### ● 「職為你來」就業季公益活動：

2023年5月，與央視新聞合作開展「職為你來」就業季公益直播活動，在2小時的直播活動中，參與直播的企業為求職者提供了136個城市的上萬個工作機會，並收到7萬份來自求職者投遞的簡歷，本次直播全平台累計觀看數量超過3,500萬人次。



●「職引未來·職導師來了」活動：

我們聯合社會媒體打造「職引未來·職導師來了」大學生2023高校畢業生就業指導進校園特別行動，通過線上線下結合的形式，依托平台精準算法推薦技術，深入挖掘區域、省份和地市發展需要，促進區域人才需求精準對接。此次特別行動共走進10所高校，覆蓋20余萬名畢業生，涵蓋信息技術、生物醫藥、生產製造、醫療健康等10餘個行業。



「職引未來·職導師來了」活動宣傳海報

在春秋招期間，公司推出的校招活動累計服務超過170萬大學生在線求職，吸引約2萬家企業提供超1.6萬個校招職位。

公司聚焦就業理念、求職代際差異等問題，舉辦「上班我知道」高校求職主題辯論賽和「8000裏路雲和月」親子求職主題辯論賽，收穫全網數千萬曝光、170萬人次關注和討論。



「上班我知道」高校求職主題辯論賽宣傳海報

## 助力中小企業發展

保就業首先需要保市場主體。「『十四五』促進中小企業發展規劃」中提到，「中小企業是國民經濟和社會發展的生力軍，是建設現代化經濟體系、推動經濟實現高質量發展的重要基礎，是擴大就業、改善民生的重要支撐。」根據公開信息顯示，我國約4千萬企業中，超過95%的企業為中小企業，為增強我國就業韌性提供了重要保障。

公司積極響應國家有關促進中小企業高質量發展的政策，充分考慮中小企業在招聘過程中所面臨的無法精準匹配崗位候選人、難以吸引或留住優秀人才等難題，在推薦算法和行業研究團隊的支持下，利用雙向推薦、直接聊天、交換意向簡歷等創新方式和工具，積極推動中小企業的數字化招聘，助力中小企業穩崗拓崗。

我們持續發揮產品「智能匹配+直聊」的技術優勢，豐富就業形態、降低就業門檻、創造就業機會，幫助中小企業共享數字經濟發展紅利。

## 嚴守產品質量

我們高度重視產品體驗，不斷迭代、升級產品、優化產品功能。公司建立了《看準集團系統變更管理辦法》等制度，所有產品均需通過需求評審、功能測試、上線前審批、上線後回測等質量控制環節，流程協調由變更需求方、評審方、審批方、實驗方和驗證方組成的工作小組共同完成工作，保障產品與服務符合最新法律法規要求的同時滿足用戶需求。公司還建

立了《看準集團業務連續性管理辦法》，該制度明確了公司需建立業務運行監控策略，對業務系統運行的物理環境、系統運行狀態、系統安全性等情況進行日常監測，建立告警機制，及時瞭解業務系統的異常情況。當發現系統運行異常時，相關部門將及時跟進處理，確保用戶正常使用產品及服務。

## 守護內容安全

公司將「內容安全是不可觸碰的紅線」作為核心原則，根據國家法律法規及相關規範性文件，結合招聘求職平台的產品特徵，制定並公開發佈《招聘行為管理規範》，明確禁止企業端用戶發佈包含尋求合作類、營銷類以及任何非招聘目的的引流信息及廣告，規範企業信息發佈規則。為維護平台對招聘企業崗位的統一審查標準，促進平台健康發展，我們對運營人員開展合規培訓，嚴禁崗位介紹中出現任何營銷廣告、商業宣傳等內容。

### 1. 強化風險審核

公司建立線上線下相結合的內容審核體系，確保平台內容的安全性。針對企業端用戶和求職者雙方的產品使用場景，如職位發佈、實時交流、在線應聘及模擬面試等，我們推出了「平台用戶安全保護」計劃。該計劃包含一套嚴密的內容審核流程，旨在保障企業端用戶信息、職位詳情和求職者意向的真實性。

我們通過AI技術和專業人工審核，不斷推進平台內容的規範化治理工作，確保平台信息的合法性、真實性和準確性。我們對企業端用戶發佈的文本、圖片、視頻等內容實行全面監控，杜絕違法、政治敏感及侵犯他人權益的內容出現。對於檢測

出的違規內容，我們將立即啟動審核報告機制，對其進行屏蔽或刪除，確保平台內容的合規性與安全性。

本年度，在線上安全風險防控方面，公司安全團隊持續通過技術、產品功能等方面的迭代，提升求職安全的保障水平。面向企業端用戶，我們不斷提升驗證材料識別的準確度與效率。面向求職者，我們持續提高求職者與產品交互過程中的體驗，例如支持求職者以語音的方式闡述事情經過、反映違規行為，降低用戶反饋問題的成本。在職位信息發佈方面，我們制定並在內部工作與學習平台發佈《職位說明書發佈規範》，要求所有涉及對外發佈職位說明書的員工學習，確保其在撰寫職位說明書時做到內容完整、實事求是、符合規範。



## BOSS直聘「平台用戶安全保護」計劃

用戶類別		線上安全風險防控措施	線下安全風險防控措施
企業端用戶	首次注册的企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 要求其上傳企業營業執照和在職證明，包括企業郵箱、營業地址等，嚴格驗證企業與企業端用戶的關係。</li> <li>● 基於風險預判機制，定制企業端用戶的注册政策，對用戶投訴數量或不正當行為發生次數較高的企業增加額外驗證，如要求其提供行業服務許可證、辦公環境視頻等額外數據，或要求其與公司線下風險評估團隊當面會談。</li> <li>● 對於未通過驗證的企業，我們還持續監測其動態，以防止潛在不正當行為的發生。</li> </ul>	組建專門的線下風險評估團隊，實地訪問招聘者，確保招聘企業及其發佈職位信息的真實可靠。
	發佈招聘信息 的企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 利用先進的特徵工程、機器學習和決策引擎處理用戶數據，建立算法驅動的風險評估模型，識別並持續跟蹤高風險職位及招聘者。</li> <li>● 追蹤虛假廣告、傳銷和勒索私人信息等高風險行為，並將求職者投訴納入風險評估流程。</li> </ul>	
	出現不當行為 的企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 立即採取如封禁、屏蔽用戶賬號、要求企業提供補充驗證材料、禁止求職者訪問該企業信息等措施。</li> <li>● 對於涉嫌嚴重不正當行為或犯罪活動的企業端用戶，我們將向當地公安部門報案，以作進一步調查。</li> </ul>	
求職者		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在使用平台前需要完成移動電話驗證流程，即使用手機號碼注册並通過驗證碼驗證。</li> <li>● 智能系統將監測並發現可能有損平台誠信的可疑用戶，並要求該類用戶通過額外的身份驗證程序。例如，當求職者提供的移動電話號碼為黑名單號碼，或在自我描述中使用不正當用語時，公司欺詐預防系統均會檢測並提示風險。</li> </ul>	

## 2. 開展專項治理

我們高度重視平台內容規範，持續開展「文明溝通」「重點就業人群保護」等十大專項行動，強化未成年人保護，樹立標準規範，致力於構建合法、和諧、健康的招聘求職網絡環境，保障用戶合法權益。

### ●「文明溝通」治理專項行動：

2023年，公司持續開展「文明溝通」治理專項行動，通過事前、事中和事後的全流程管理機制對招聘者的違規行為（如辱罵、騷擾等）進行整治。事前，我們通過漫畫、視頻等方式向用戶普及有關文明溝通的知識，引導用戶遵守文明溝通規

範。事中，我們不斷完善巡查巡檢機制，設立用戶舉報入口，加大對頻繁出現不文明行為的違規者的處置力度。事後，我們對涉事招聘者公司進行公示，並向涉事招聘者公司通報違規行為，通過與用人企業建立信息共同機制來避免違規行為的發生。同時，我們根據不文明行為相關管理規範對虛假底薪、隱性歧視、隱私索取等問題進行處理，進一步加強對招聘者的行為監管。

### 看準文明溝通治理手段



#### ● 廣告內容審核：

公司作為網絡招聘服務平台，通過《招聘行為管理規範》明確禁止招聘者在平台上發佈具有營銷性質的廣告內容，並且招聘者發佈的招聘信息同樣需要遵守該規範要求。目前，公司的廣告內容審核能力已實現對招聘者發佈內容的全量覆蓋，同時會對展示次數和曝光次數較高的素材進行復審。我們持續優化敏感詞庫過濾系統，對招聘者發佈的信息中可能存在的違法違規詞匯進行篩選、排查，並通過機器識別加人工復審的審核方式，對發佈內容進行嚴格把控，確保發佈的內容符合法律法規的規定。

#### ● 重點就業人群保護：

公司持續推進對藍領、大學生、女性等相對弱勢群體的保護工作，開展重點就業人群保護專項行動。我們與行業企業、機構聯合，通過公司專門的安全審核模型策略加強對招聘企業

資質的核驗，對涉嫌虛假代招、收費等嚴重類型的違規行為，開展週期性的復查及整改。從而實現對生產製造業、城市服務業、靈活用工市場等領域高發的不良中介、虛假代招、不合理收費等問題的整治，保護重點就業人群。

#### ● 未成年人保護：

公司高度重視未成年人保護工作，在《招聘行為管理規範》等制度中明確禁止僱傭童工或招募未成年人從事高危工作等違法違規行為。用戶在申請使用BOSS直聘服務前，需確認並同意《用戶協議》中對於用戶年齡的要求，即在註冊時以及此後使用BOSS直聘服務期間必須以招聘及求職為目的，且在註冊時必須年滿16週歲以上。BOSS直聘嚴禁企業端用戶招聘未滿16週歲的員工，若存在違法行為，企業職位信息將無法通過審核或被屏蔽，企業端用戶賬號將被暫時或永久凍結。

### 重點就業人群保護專項行動



送餐員、網約車等六大行業治理專項



藍領職位保真專項「海螺計劃」



女性保護策略



學生保護專項

## 網絡安全與隱私保護

我們嚴格遵守運營所在地網絡安全、數據安全相關法律法規，完善網絡安全及隱私保護管理架構，制定與網絡安全及隱私保護管理、應急、培訓、審計相關的內部政策，明確公司網絡安全、數據安全、隱私保護的總體目標和安全戰略。公司從安全技術、安全審計、安全應急管理等維度強化網絡安全管理，在數據全生命週期以及產品各階段加強用戶隱私保護，構築規範、科學、高效的網絡安全與隱私保護體系。

### 1. 安全管理架構

公司搭建了覆蓋決策與監督機構、管理機構以及執行機構的安

全管理架構，自上而下統籌網絡與信息安全相關工作。公司董事會高度重視信息安全與隱私保護議題，積極參與相關事項策略規劃、審查和重大決策。

安全領導小組是公司網絡與信息安全的最高決策與監督機構，由公司董事長、CEO擔任組長，公司高管擔任組員，負責領導和決策公司網絡與信息安全重大事項、監督管理機構及執行機構的工作開展情況。安全領導小組下設6個專項工作組，工作組間建立協同工作機制，共同推動安全管理工作落地。公司每週召開一次隱私安全會議，並將重要會議結論向董事長匯報。

### 看準網絡與信息安全組織架構

監督與管理機構		負責人	負責事項
安全領導小組 董事長任組長	數據安全工作組	首席技術官 (CTO)	負責組織落實數據安全相關法規要求、完善數據分類分級及防護策略、開展數據全生命週期安全管理及監控
	個人信息保護工作組	技術副總裁	負責組織制定和落實個人信息保護策略，承擔與業務主管部門和用戶的溝通反饋工作
	網絡安全工作組	首席技術官 (CTO)	負責組織制定網絡安全總體規劃、完善網絡安全技術防禦體系、落實網絡安全防護策略
	算法倫理工作組	技術副總裁	負責組織優化算法策略規則、對算法效果進行評價、對算法結果進行評估
	網絡與信息安全突發事件應急工作組	公共事務總裁	負責完善突發事件應急處置機制，組織開展突發事件的應急處置和上報工作
	平台與內容安全委員會 (下設平台安全工作組和內容安全工作組)	首席營銷官(CMO) 公共事務 (PA) 委員會副主席	負責平台上用戶求職招聘流程安全，維護平台良好的信息內容生態

## 2. 網絡安全管理

為打造安全的企業網絡環境，構建良好的網絡生態，我們搭建了包括網絡安全管理制度、網絡安全技術、網絡安全應急管理、供應商資質審核、員工培訓為一體的網絡安全保障體系，全方位保障公司數據與信息安全。我們還通過定期開展內部和外部審計，檢驗安全工作的執行效果。

### (1) 安全管理制度

我們制定並實施了一系列全面而嚴格的內部政策和措施，覆蓋公司全部產品線的網絡安全和數據處理活動的全生命週期，為用戶構建安全屏障。為加強網絡安全管理，我們制定了《信息安全管理体系總體方針》《IT供應商管理辦法》《網絡與信息安全突發事件應急預案》《數據安全審計管理辦法》等制度，進一步明確信息安全目標與組織架構，加強網絡安全管理和公司員工的安全意識與行為規範。為完善網絡安全技術措施，我們在網絡安全、系統安全、應用安全、安全補丁、防病毒、安全開發等層面建立了安全管理制度，進一步明確網絡、主機、應用系統、數據庫系統應遵循的安全策略，規範網絡安全技術和安全運營。

公司對安全違紀行為採取零容忍態度，制定《獎懲和勞動紀律規定》《辦公安全行為規範》，明確員工應遵守的安全辦公行為，包括禁止破壞或攻擊公司網絡，禁止員工違規訪問、篡改、刪除公司數據等。一旦發現違規行為，公司將根據影響嚴重程度對違規人員採取懲處措施。

### (2) 網絡安全技術

我們持續優化網絡安全各項技術，在應用、網絡、主機、終端、代碼等多層面部署防禦措施，建立縱深防禦網絡安全技術體系，搭建一站式基礎安全管理平台——「神盾局」，同步監控、審計、跟進和處置數據資產安全隱患、漏洞與合規風險，全方位提升安全運營能力，升級基礎安全防護水平，為用戶數據安全保駕護航。我們主要的網絡安全技術包括：

#### ● 風險預防領域：

部署Web應用防火牆（WAF）、邊界防火牆，使用抗DDoS產品，防禦網絡層及應用層的攻擊活動；部署數據防洩漏系統（DLP）、終端防病毒軟件、自研辦公網准入系統、上網行為管理系統，加強員工終端防護和監控，防止因員工終端存在安全隱患而導致數據洩露；部署郵件安全網關，針對垃圾郵件、釣魚郵件、勒索郵件等進行監測和過濾，防禦通過郵件的針對性攻擊行為；

#### ● 風險識別領域：

部署主機安全管理系統、自研數據庫審計系統、堡壘機，應對主機層面的安全威脅，及時發現並處置主機系統和數據庫系統漏洞，實時監控審計主機和數據庫系統的違規操作；部署自研靜態代碼分析平台、自研軟件成分分析平台、自研App隱私合規檢測系統，對代碼進行安全審計和分析，從源頭識別和阻斷安全隱患；部署威脅感知平台（TDP）、自研漏洞掃描系統（DAST），提升威脅識別、檢測、響應、溯源等能力；

#### ● 風險評估領域：

搭建BOSS直聘安全應急響應平台（BSSRC），面向外部安全開發者公開收集安全漏洞，通過外部資源同步加強平台安全防禦能力；定期開展滲透測試，包括模擬黑客攻擊等，旨在發現並彌補網絡安全漏洞；開展攻防演練，瞭解自身的安全能力，並有針對性地進行提升，減少被攻擊的可能性。

### (3) 網絡安全審計

我們定期對IT基礎設施與信息安全管理系統開展內部、外部評估和審計，內部、外部網絡與數據安全審計均至少每年開展一次。內部審計方面，公司每年對個人信息處理活動和個人信息權利保障等方面的合規情況進行審計，並對用戶敏感信息處理流程以及用戶信息共享場景開展用戶個人信息安全影響評估，

及時發現並處理潛在風險，排除安全隱患。公司還每年對公司主要產品的網絡和數據安全進行符合性測評與風險評估，確保公司安全運營達到相應安全等級要求、安全風險可控。外部審計方面，我們每年聘請外部專業機構對公司全部產品進行網絡安全等級保護測評、數據安全管理能力認證、個人信息保護認證等網絡與數據安全審計工作。

#### (4) 安全事件應急管理

我們持續加強安全事件應急管理能力，建立主動及被動的事件應急響應機制，以期最大程度地降低突發事件的危害。通過建立安全事件應急處置機制，完善事前、事中、事後各環節的處置流程和措施，不斷提升突發事件的應急處置能力。

##### ●事前預防：

我們持續優化網絡安全技術，定期主動開展釣魚演練、安全事件應急演練及攻防演練，全面識別內外部安全風險及缺陷，提高內部人員安全意識和應急處置技能，確保應急團隊能夠及時發現並妥善處置各類安全事件，將對用戶的影響降到最低。2023年，公司共開展釣魚演練69次，安全事件應急演練3次，攻防演練6次，不斷提升全員安全意識，增強事件處置人員技能。

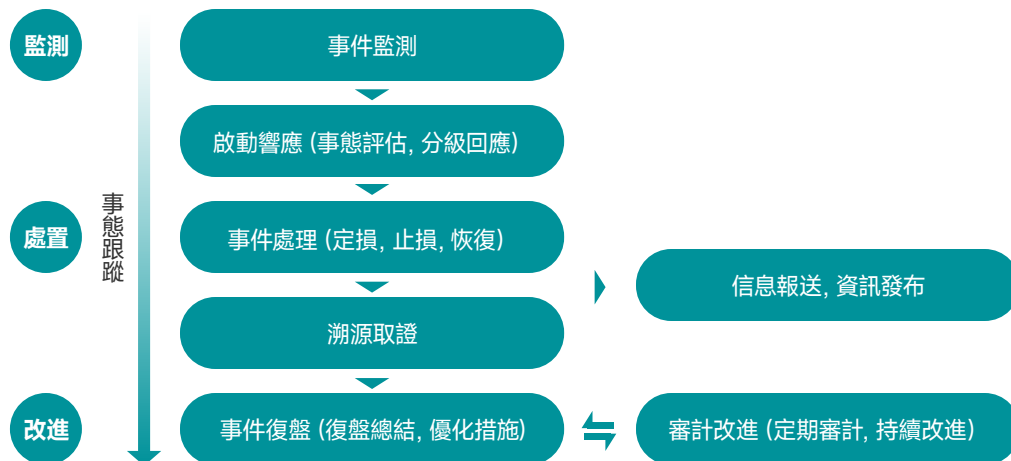
##### ●事中處置：

我們成立網絡與信息安全突發事件應急工作小組，制定了針對業務系統、基礎環境、安全技術、信息內容等相關領域的《網絡安全事件專項預案》，細化各類事件的應急處置操作步驟。我們將安全事件按重要程度劃分為五個等級，進行分類分級響應和處置。對於安全等級較高的事件<sup>(1)</sup>，公司將及時向上級監管部門進行報告。此外，我們還明確了從事件監測、響應到處置、發佈等各環節的流程，確保安全事件得到妥善處理。

##### ●事後追溯：

我們加強經驗總結與分析，持續完善應急預案和防護措施，並保存事件處理記錄。事件處理完畢後，我們及時分析事件的起因、經過、責任，評估突發事件造成的影響和損失，總結事件防範和應急處置工作的經驗教訓，將事件處理記錄存檔，通過年度審計持續審核安全措施有效性，不斷改進安全策略和安全事件處置流程。

#### 看準安全事件響應流程：



(1)安全級別屬特別重大、重大、較大、一般的事件



### (5) IT類供應商網絡安全審核

本年度，公司強化對供應商數據來源、對外共享行為的管理和監督，避免供應商違規行為的發生，確保涉及數據共享以及採購的主要網絡設備、應用軟件和技術服務的供應商具備信息安全、隱私信息管理以及網絡安全管理認證資質。

我們對全體涉及數據交互的潛在供應商開展網絡安全風險評估和年度安全風險審核，對其數據共享情況、數據接觸範圍、數據處理情況和安全能力認證資質開展盡職調查，包括但不限於網絡安全等級保護備案證明及報告、ISO 27001證書、ISO 27701證書等，確保其符合公司規範。另外，我們還與通過審核的供應商簽訂安全協議，要求其遵守公司政策、履行數據安全保護義務。對於不滿足公司要求的供應商，我們將督促其進行整改，經審核通過後方可繼續合作，否則取消合作關係，避免因供應商合作而產生的信息安全問題。

### (6) 員工網絡安全培訓

我們重視培養員工網絡安全意識，並制定相關培訓與考核機制，提升安全保障能力，牢築公司網絡安全根基。全體員工（含正式員工、兼職員工）均需要完成「成長中心」學習平台中的數據安全相關培訓課程及有關個人信息安全與合規的培訓及考核，技術序列員工還需完成信息安全、數據安全相關的學習和考試。2023年，公司共推送53期安全意識宣傳內容，累計閱讀次數超12萬次。

公司網絡安全團隊持續提升自身能力，始終保持學習、共進的態度。截至2023年末，團隊成員已具備注冊信息安全工程師（CISP）、注冊信息系統審計師（CISA）等多類信息安全專業資質，並通過定期學習，持續完善知識體系、提升崗位專業技能。

## 3. 用戶隱私保護

我們始終將用戶隱私保護視為首要任務，持續完善用戶隱私制度體系，將隱私安全融入風險與合規管理框架。公司成立個人信息保護工作組，由政府事務、法務、產品、研發、安全等部門組成，共同制定隱私保護策略、評估隱私保護風險、推進隱私保護工作的落地。我們圍繞產品全生命週期和數據全生命週期建立隱私保護合規管理體系，堅決保障用戶對於其數據及隱私所享有的權益。

### (1) 隱私保護制度

公司制定《數據安全審計管理辦法》《用戶個人信息保護管理規定》《用戶個人信息權益保障處理規範》等制度，建立全面的隱私保護制度體系。本年度，公司更新了《數據分類分級規範》，根據業務應用情況優化數據分類分級目錄，以便更有效地進行數據分級分類管理。公司還新制定了《個人信息安全影響評估實施指南》，明確個人信息安全影響評估的方法、要點和實施流程，指導和規範評估開展過程，保障評估結果質量。

### (2) 保障用戶合法權利

公司用戶可通過公司官網查閱[隱私政策](#)，以更好地瞭解看準收集、使用、保存及保護用戶數據的途徑和規範。我們通過開屏彈窗、授權彈窗等方式，向用戶清晰地介紹公司收集、使用其個人信息的情況，以及為其提供的訪問、更正、刪除和保護個人信息的方式。用戶對於其賬號信息、訪問歷史記錄等個人信息享有訪問、修改、刪除、複製、轉移、補充權，以及改變授權範圍、撤回同意、注銷賬戶、要求對其個人信息處理規則進行解釋說明的權利。

公司僅在獲得用戶同意後，方能以合理透明的方式使用用戶信息。當個人信息處理目的、方式、種類發生變更時，用戶可通過消息提示或相應管理頁面，重新選擇是否使用該功能。

用戶可隨時通過開、關權限的方式實現授予或撤回同意的權利。用戶的有效請求或信息保存期限屆滿時，公司將依法刪除用戶個人信息或停止處理個人信息。

公司在獲得用戶同意並通過合理方式獲得用戶信息後，進一步明確用戶的訪問、修改及刪除個人信息的具體操作步驟：

● **訪問權：**

用戶有權查閱其主動提交及使用公司服務過程中產生的個人信息，可通過《個人信息清單》訪問用戶基本信息、身份信息、使用過程信息和設備信息的收集情況，瞭解信息收集和使用目的、場景、次數。

● **修改權：**

用戶有權修改其主動提交的個人基本信息，可通過App相應模塊主動修改，亦可聯絡客服進行修改。

● **刪除權：**

公司保障用戶合理的刪除請求，用戶可通過App相應模塊或聯絡客服以刪除部分信息，也可通過App注銷功能或聯絡客服刪除其所有個人信息。平台在收到用戶請求後，會及時刪除用戶個人信息或進行匿名化處理，因法律規定需要留存個人信息的，我們不會再將其用於日常業務活動中。

**(3) 數據全生命週期用戶隱私保護**

公司貫徹落實用戶數據全生命週期保護，建立並完善個人信息採集、傳輸、存儲、處理、共享、銷毀各環節的總體原則，持續加強個人信息保護力度。

**① 數據採集**

公司在取得用戶同意後，遵循最小必要原則收集個人信息。收集敏感信息前，公司還將再次單獨獲取用戶同意。

**② 數據傳輸**

公司制定《數據傳輸安全管理規範》等制度，採取符合業界標準的安全防護措施保護用戶個人信息，防止個人信息在未經授權的情況下被訪問、公開披露、使用、修改，避免損壞或丟失個人信息。安全防護措施包括對個人敏感信息進行加密存儲和傳輸等。

**③ 數據存儲**

公司制定《數據存儲系統安全管理規範》《數據加解密指南》等制度，規範數據存儲系統的訪問、操作、審計流程，明確敏感數據加解密安全策略。公司利用异地多機房建立容災備份機制，並針對不同業務線獨立儲存數據，保障用戶數據安全。公司還建立備份恢復相關管理制度，通過備份腳本執行系統備份，定期進行數據備份恢復演練，保證備份作業的正常實施。

**④ 數據處理**

公司嚴格規範數據處理過程，制定《數據導入導出管理規範》《數據脫敏規範》《內部應用系統賬號權限安全管理規範》等制度。我們建立主機、數據庫和應用系統的權限管理機制，細化數據載體的訪問控制要求，對賬號權限申請、審批、分配、使用全流程進行監控和審計，對離職、調崗權限交接與注銷等權限回收加強管控，避免敏感數據被非法訪問和使用。

**⑤ 數據共享**

公司制定《數據共享管理規範》，規範數據在內外部共享流程，承諾不會在未經授權的情況下向第三方共享、轉讓或公開披露用戶的個人信息。

**⑥ 數據銷毀**

公司以「實現處理目的所必要的最短時間」為原則，存儲用戶個人信息，及時刪除或匿名化用戶注銷和主動刪除的用戶個人信息，以降低用戶個人信息洩露風險。

#### (4) 產品全生命週期用戶隱私保護

我們依據《軟件開發流程管理辦法》，針對產品需求設計、開發、測試、上線各環節建立隱私安全風險管控措施，多維度監控和識別隱私安全風險。本年度，隱私保護檢測能力覆蓋公司所有產品和軟件開發工具包。

- 產品設計階段，公司按照《產品功能個人信息保護合規風險識別指南》，以公司自主搭建的「神盾局」安全平台為輔助工具，識別並持續跟蹤產品合規風險，分析產品潛在的個人隱私信息合規風險，對隱私影響進行評估，從源頭解決隱患。
- 產品開發階段，公司嚴格遵循《安全開發參考》進行安全編碼，規範代碼開發行為，減少產品軟件漏洞和隱私安全隱患。
- 產品測試階段，公司利用「神盾局」識別和修復代碼漏洞和業務邏輯漏洞。公司還對產品進行功能和合規審查，在保障功能可用的基礎上，確保所有產品版本發佈前均通過隱私安全審核。
- 產品上線階段，公司按照國家及行業安全標準與規範，開發安卓靜態和動態檢測工具，對App收集個人信息行為進行持續檢測，確保符合監管要求。公司還定期聘請第三方安全機構開展安全評估，加強隱私安全風險的發現能力。

#### (5) 隱私問題投訴及處理

公司不斷更新舉報機制，暢通包括政府監管機構、個人隱私保護專屬郵箱和投訴專線在內的全平台投訴渠道，設立專門機構處理投訴舉報事件。涉及有關個人信息或隱私安全的投訴，投訴處理部門會在徵求法務部門與合規部門意見後，形成處置方案並與用戶溝通。若用戶不滿意，我們則將案件轉至處理部門直屬領導進行升級處理，直至用戶滿意。2023年，公司未發生用戶隱私洩露事件，故無受影響用戶。

#### 4. 外部安全認證與合作

我們持續完善安全管理，公司所有產品均獲得安全相關認證。2023年5月，BOSS直聘、店長直聘、看準網均通過年度網絡安全等級保護三級認證。2023年8月，公司獲得的「數據安全管理能力認證」通過中國信息通信研究院泰爾認證中心的年度復審。2023年12月，公司獲得中國網絡安全審查技術與認證中心(CCRC)頒發的「個人信息保護認證」證書，是國內首批獲得證書的5家企業之一。



數據安全管理能力認證



個人信息保護認證

公司積極與外部機構開展交流合作，汲取外部優質資源，加快公司網絡安全體系建設，提升安全防護能力。公司已加入全國信息安全標準化委員會(TC260)的信息安全管理工作組(WG7)和大數據安全標準特別工作組(SWG-BDS)等組織，積極參與相關制度的研討和評審工作。2023年11月，公司主要參編的行業標準LD/T 3001-2023《網絡招聘服務規範》由人力資源和社會保障部發佈。

## 完善用戶服務

我們高度重視用戶服務，暢通用戶反饋渠道，制定並遵守《客戶服務中心績效管理辦法》《客戶服務中心業務流程手冊》《BOSS直聘客服體系違規判罰規則》等制度及標準操作指引，規範服務流程，對用戶投訴處理、客戶投訴追蹤等環節進行了明確的責任劃分，確保用戶投訴均得到妥善處理。公司設有客戶服務中心，截至2023年底，客戶服務中心團隊共計300餘人，具備快速響應、高質服務、基礎問題處理等能力，及時回應用戶問題與投訴。

### 1. 投訴接收與處理

我們充分考慮不同用戶的使用習慣，開設電腦端及應用程序內反饋、400熱線、網絡電話、郵箱等問題反饋與投訴渠道，鼓勵用戶提供實時反饋及投訴。我們建立了有效且快速的用戶投訴處理流程，對用戶投訴及反饋進行核實與分類，並由客服人員實時解決或上報團隊高級成員評估與解決。同時，公司質檢部門負責對用戶投訴處理的全流程進行覆核與督導，確保用戶投訴得到有效處理。

投訴處理期間，客服團隊將根據重要節點，向用戶及時反饋投訴處理進度，並在得到明確處理結果後主動告知用戶。投訴處理結束後，我們通過語音按鍵評價、在線評價、短信邀評等方式，對用戶開展滿意度調查，以持續改進服務質量。我們還設置專人對重點用戶進行回訪，瞭解並記錄用戶的使用體驗。客服團隊每週整理用戶反饋，並定期與產品及研發部門溝通，將用戶反饋作為優化產品功能的參考依據。

#### 看準用戶投訴與反饋渠道

舉報郵箱: jubao@kanzhun.com

舉報電話: 400 065 5799

老年人直連熱線: 400 661 6030

### 用戶投訴處理流程



報告期內，公司共收到客服服務類<sup>2</sup>有效投訴269件。截至2023年末，公司客服團隊在用戶量增長的情況下穩定保持2小時內響應用戶投訴，1個工作日內處理完結。2023年，用戶服務滿意度<sup>3</sup>為97%。

## 2. 升級服務體驗

為滿足不同客戶群體的服務需求，我們根據不同客戶群體劃分了不同的客戶服務團隊。

- 針對付費企業端用戶，我們建立用戶使用服務專項小組，與用戶建立長效聯絡機制，對付費企業端用戶在平台使用方法、職位發佈規範、招聘過程技巧等方面的問題進行專人指導，為用戶帶來流暢、便捷的使用體驗。

- 針對老年用戶群體，我們設立老年人專線，減少進線難度，安排專人對老年用戶進行產品使用講解與指導。

2023年，我們累計收到用戶產品類訴求<sup>4</sup>103條，研發產品部分析用戶訴求，並制定有針對性的優化方案。本年度，來自用戶的產品類訴求共協助形成80個產品優化點。

## 3. 客服人員培訓

為了更好地服務用戶，我們不斷強化客服人員業務能力，為客服人員提供業務知識、業務技能、通用課程、管理課程4大類共48門培訓課程，課程包括「投訴意義及操作技巧」「投訴與反饋」「如何處理用戶的異議」等。2023年，我們採取在線及線下的培訓形式，向客服人員開展培訓479場，覆蓋3,385人次。



客服人員培訓現場

(2) 客服服務類有效投訴包括對產品功能及服務質量等提出的合理抱怨、要求解決問題或索賠等行為

(3) 用戶服務滿意度=用戶服務評價為「滿意」及「非常滿意」的人數/用戶服務評價總人數\*100%

(4) 用戶產品類訴求主要為用戶對平台界面功能、界面引導文字理解、操作便捷性等訴求



## 知識產權管理

公司高度重視知識產權管理工作，嚴格遵守運營所在地的相關法律法規，制定《BOSS直聘知識產權保護規則》。我們完善知識產權管理架構，積極落實知識產權登記備案工作，加強內外知識產權風險監控，持續開展知識產權培訓，以實現對公司品牌及日常業務運營的全方位保護。

### 1. 知識產權管理架構

我們建立了由法律事務中心、行政部門和業務部門組成的知識產權協同管理架構，對公司在內容審核、營銷活動、產品設計等運營環節開展嚴格的知識產權合規性審核。

#### ● 法律事務中心：

主要負責知識產權的申請、管理和維護。該中心製作並維護公司知識產權台賬，主動及時開展知識產權申請註冊工作，動態監控第三方知識產權申請情況以及市場狀況，以排查知識產權相關風險。

#### ● 行政部門：

管理與知識產權相關的法律文件和證書，包括商標註冊證書、專利證書、版權註冊證書和變更證書等文件。

#### ● 業務部門：

主動排查潛在的知識產權風險和被侵權情況，接收第三方維權需求，並及時反饋至法律事務中心。

此外，公司委托第三方獨立機構對涉嫌知識產權侵權的問題開展定期監測和篩查。我們在核實侵權事件後，將向侵權方發送法律信函，並視具體情況判斷是否向侵權方提起訴訟，以有效保護公司自有知識產權。

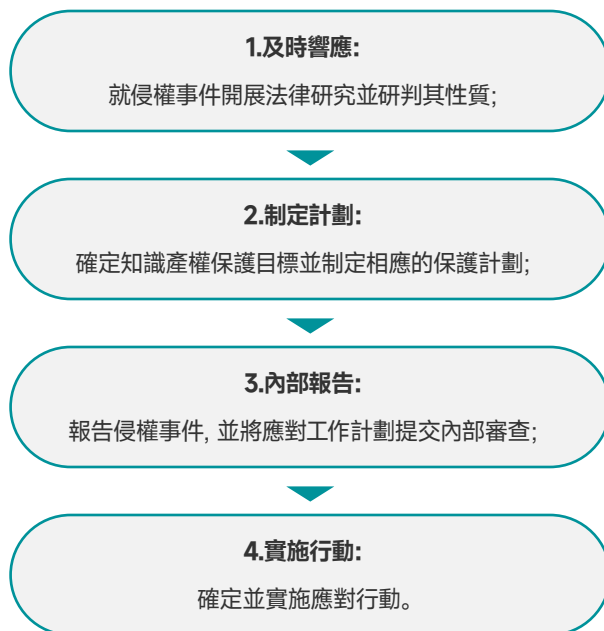
### 2. 知識產權管理措施

#### (1) 保護自有知識產權

公司致力於維護和保障公司自有知識產權。我們要求員工簽署

《知識產權歸屬和保密協議》，保護公司的知識產權、提升員工法律意識和職業道德觀念。由法律事務中心負責落實知識產權相關的保護措施，包括但不限於設立並及時更新商標台賬，並由專人維護；及時與業務部門溝通商標申請需求；自行及委托代理機構進行商標監控；對第三方風險商標採取撤銷、異議等防禦措施；註冊防禦性商標、聯合性商標；對第三方商標侵權行為主動提起商標侵權訴訟等。

當侵權事件發生時，法律事務中心將第一時間遵循以下步驟執行知識產權保護措施。



#### (2) 尊重他人知識產權

我們在保護公司知識產權的同時，亦尊重他人的知識產權。我們嚴格遵守公司規則和其他合規程序，對擬使用的商標採取「先檢索後使用」的原則，以避免侵犯第三方商標權。我們依據公司制定的知識產權違規或侵權投訴及申訴標準流程，保障第三方權利人的合法權益。當收到侵權投訴時，我們將依據法律規定審查權利人提供的構成侵權的初步證據及權利人



的真實身份信息，通知用戶並及時對侵權內容採取刪除和屏蔽等必要措施。

針對他人的知識產權保護，我們採取「前端至後端」的方式，加強對權利人知識產權的保護：

- **前端：**篩查招聘企業是否存在侵犯知名品牌的行為，從源頭攔截侵權行為；
- **後端：**從舉報熱線、郵箱等多種渠道接收投訴舉報，上線並持續迭代「知識產權維權工作台」，支持第三方權利人維權，提升處理效率和透明度。

截至2023年12月31日，公司累計持有境內外註冊商標612件，持有專利95項（含發明專利及外觀設計專利），完成著作權登記96項，其中軟件著作權共計71項。

### 3. 知識產權培訓

為加強公司員工知識產權保護意識，公司積極開展知識產權培訓，內容包括但不限於專利申請、產品設計知識產權保護、知識產權日常運營審核，以及處理侵權投訴的程序等。我們面向研發部門開展專利申請和管理的宣講活動，幫助研發同事詳細瞭解有關專利申請相關制度和流程，以提高專利申請效率及質量；我們面向客戶服務部門開展知識產權侵權專題培訓，為其提供知識產權相關的法律知識和專業指導，幫助客服人員有效地處理侵權問題，提升侵權投訴處理效率。本年度，我們共計開展了兩次專題培訓，累計培訓時長164小時。

## 負責任營銷

我們嚴格遵守營銷與廣告宣傳相關的法律法規，完善廣告管理架構，規範營銷內容的審核與發佈流程，確保產品營銷活動符合政府監管、法律和行業的合規要求。

本年度，公司持續對廣告審核團隊及營銷相關部門開展合規知識宣傳、違法案例解讀等活動，組織其學習2023年發佈實施的廣告新法新規，包括《互聯網廣告管理辦法》《北京市互聯網廣告企業合規經營指引》等，就相關廣告合規問題面向員工開展培訓、宣貫。2023年，公司未發生任何包含廣告在內的營銷活動違規或侵權事件。

### 1. 負責任營銷管理架構

公司建立由法律事務中心、公共事務部、市場品牌中心等部門組成的廣告與營銷合規審核小組，統籌營銷管理及合規審核工作，嚴格規範公司營銷行為。公司各部門協同管理，共同確保公司的廣告和營銷內容合法合規，樹立並持續保持公司的良好社會形象。

部門	職責
法律事務中心	對營銷內容開展法律層面的審核，評估營銷活動中可能出現的法律風險，確保內容不侵犯他人權益、不涉及違法或不良信息，為公司廣告與營銷決策提供法律支持。
公共事務部	負責與政府部門、行業協會等外部機構開展溝通，瞭解並傳達相關營銷政策和監管機構要求；對營銷內容開展社會影響評估，確保內容符合道德標準。
市場品牌中心	審核營銷創意和設計，確保營銷內容符合公司品牌定位和形象；參與制定營銷活動的市場推廣策略，提升公司在市場中的競爭力和知名度。

## 2. 規範信息發佈流程

公司高度重視營銷內容發佈流程的規範化，嚴格管理廣告營銷類供應商準入及聘用、營銷內容審核、第三方平台投放等各環節工作，通過各部門的高效協同，有效降低法律風險、確保營銷內容的合規性。

信息發佈流程	規範措施
廣告營銷類供應商準入及聘用	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 供應商評審環節：法律事務中心、採購部審查廣告營銷類供應商的代理資質及履約能力的合規性；</li> <li>● 營銷創意設計環節：公共關係、政府關係、法律事務中心等部門從不同維度審查營銷內容的合法合規性；</li> <li>● 合同簽署環節：法律事務中心審查合同的合規風險。</li> </ul>
營銷內容審核	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 公司通過開展產品合規、合同審核、法律諮詢等工作，對服務文案、產品介紹、公司簡介、營銷畫面進行合規性審核。</li> </ul>
第三方發佈平台投放廣告營銷內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 法律事務中心針對產品開發、創意設計、市場營銷等多維度把關，嚴格防範營銷宣傳和服務推廣的合規風險。公司按照監管部門及發佈平台的要求，提供資質合法和內容真實有效的相關證明材料或承諾書，並經監管部門或發佈平台審核通過後，方可發佈。</li> </ul>

# 攜手員工成長

看準嚴格遵守運營所在地涉及員工僱傭的相關法律法規，切實保障員工權益。我們持續完善各項內部制度，明確並規範員工招聘、晉升、績效考核等標準。我們優化人才吸引與保留，完善員工培訓體系，重視員工身心健康，為員工提供公平、廣闊、包容的發展空間，攜手員工共同實現長期發展。



## 保障員工權益

公司遵循聯合國在《世界人權宣言》中闡述的國際公認的人權政策，我們堅決反對職場歧視，以及任何形式的語言侮辱、性騷擾、非性騷擾、恐嚇及其他不正當行為，對所有侵犯人權的行為採取「零容忍」態度。我們致力於營造多元、平等的職場氛圍，為員工提供舒適、包容的辦公環境。

公司發佈《反對職場歧視和職場性騷擾聲明》《看準集團防治職場性騷擾制度》，其中明確了針對職場性騷擾行為的舉報、調查、懲處措施，以及對舉報人提供的保護措施。若員工遭遇或目睹了騷擾事件，可通過多種舉報途徑，以匿名或實名的方式向直接上級或其他管理人員報告。情況一經核實，我們將對違紀者實施紀律處分，並及時對受影響的各方提供適當的補救措施，以確保所有員工得到公平、公正的對待。我們定期面向員工開展反歧視和反騷擾培訓，積極開展反對職場性騷擾相關宣傳，提升員工的自我保護意識。

公司每年針對勞工權益保障情況開展內部審查，全面評估公司在遵守法規方面的表現，並在審核程序完成後，及時跟進責任部門整改措施的落實情況。若發現違規情況，一經核實，我們將按照《勞動行為紀律處分規則》對違規人員實施紀律處分，並對受影響各方提供適當的補救措施，確保員工得到公平公正的對待。若公司存在僱傭童工的情況，公司將立即停止其工作，及時將信息反饋給當地政府部門，並實施補救計劃，包括提供補救資金、與政府及相關組織合作為其提供福利保障。

### 反對職場歧視和職場性騷擾聲明

平等就業是勞動者依法享有的一項基本權利，勞動者不因民族、種族、性別、宗教信仰、年齡、疾病、地域、殘疾、婚育狀況等其他非合理條件而受歧視。公司致力於為員工提供舒適、平等、安全的職場環境，為此鄭重聲明：

#### ● 公司反對招聘歧視

公司在發佈招聘信息、面試、錄用等招錄環節中，不因與就業無關的因素，不公平地差異化對待應聘者。

#### ● 公司反對職場歧視

公司在任務分配、轉正評優、績效考核、福利報酬等場景中，不因與工作無關的因素，不公平地差異化對待員工。在特殊情形下，公司應對符合條件的員工提供不低於法定標準的勞動保護待遇。

#### ● 公司反對職場性騷擾

公司反對任何以言語、文字、圖像、肢體行為等方式實施的職場性騷擾行為，以及對他人不尊重的行為。

# 人才發展戰略

公司結合業務發展需求以及戰略方向，開展面向重點部門員工的人才盤點工作。我們基於公司戰略與發展需求制定人才戰略，分析公司內外部人才情況，識別人才現狀與人才需求之間的差異。完成盤點後，我們根據盤點結果制定符合公司發展所需的人員招聘及配置計劃，包括各崗位配置數量、人才晉升機制、人才培養計劃、人才激勵等。

## 看準人才盤點流程



## 1.選：吸引優質人才

我們制定《招聘工作手冊》《職位說明書發佈規範》《外部人才供給管理制度》等制度，定期審核招聘情況，對招聘人員開展培訓，確保招聘過程合規與透明。在招聘過程中，公司明確要求並驗證新入職員工信息的真實性。在員工入職前，我們依照《看準科技有限公司背景調查管理制度》，在取得當事人授權後對其身份進行核驗，以避免僱傭童工。我們充分尊重員工意願，確保其自願參與工作，明確員工工作時長，避免強制勞動。

為了吸納符合公司業務發展所需的優質人才，公司基於人力資源策略以及人才發展戰略藍圖，開展滿足崗位要求的社會及校園人才招聘。我們還持續優化《內推管理制度》，暢通內部推薦等招聘渠道，廣泛吸納匹配崗位需求的優質人才。我們還通過實習生轉正、內部員工轉崗等形式，進一步拓寬人才選用渠道，為組織發展注入活力。

### ● 社會招聘：

我們根據不同業務需求，組建由人力部門、業務部門等多部門構成的招聘項目組。招聘項目組基於業務實際需求拆解招聘需求，明確清晰的人才畫像，有效提升崗位與人才的匹配度。

### ● 校園招聘：

我們面向全球的優秀畢業生開展一系列招聘活動。公司舉辦「昂揚秋招節」為表現優異的候選人提供校招與實習的綠色通道。在「2024屆校園招聘」活動期間，我們嘗試拓展海外院校合作、增設「空中宣講會直播」加強互動社交化、借助數字化工具提升面試流程及體驗。

### ● 管培生招聘：

我們開展管培生計劃，崗位類別覆蓋業務類、職能類，為公司培養和儲備優秀人才。

● **實習生計劃:**

我們面向全球優秀的在校大學生開展實習計劃，並為表現優異者提供正式加入公司的機會。我們根據公司人才畫像，在實習階段前置化開展人才培養，並有針對性地進行人才選拔。

自己的職業定位和發展方向。公司人力部門在內部平台發佈崗位需求後，員工可自主進行轉崗申請，在為員工拓寬發展機會的同時盤活公司內部人才資源，加強崗位間人才流動與業務通融。

● **內部轉崗:**

我們鼓勵內部員工的轉崗及人才流動，支持員工尋找更適合

**我們通過多種方式吸引研發、管理、銷售等不同類型的優質人才，豐富公司人才儲備。**

招聘對象	招聘目標	招聘渠道
研發型人才	招募AI、深度學習、推薦算法等領域的專業人才，不斷推動公司技術的創新與發展。	實習生轉正 校園招聘 社會招聘
管理型人才	加強人才儲備，提高人才與崗位的適配性，以支撐公司的戰略發展和業務目標。	管培生計劃 社會招聘
銷售型人才	構建背景、經驗豐富的銷售團隊，進一步拓展業務。	實習生轉正 校園招聘 社會招聘



## 截至2023年末, 公司員工人數如下表所示:

員工僱傭指標		單位	2023年
公司總員工數		人	5,435
按僱傭類型劃分的員工數量	全職員工數量	人	5,346
	兼職員工 <sup>5</sup> 數量	人	89
按性別劃分的全職員工數量	男性員工數量	人	2,787
	女性員工數量	人	2,559
按年齡劃分的全職員工數量	30歲及以下員工數量	人	4,148
	31歲—50歲員工數量	人	1,195
	51歲及以上員工數量	人	3
按民族劃分的全職員工數量	少數民族員工數量	人	333
	非少數民族員工數量	人	5,013
按地區劃分的全職員工數量	中國大陸地區員工數量	人	5,334
	港澳台及其他國家和地區員工數量	人	12

新員工僱傭指標		單位	2023年
公司新員工總數		人	1,411
按性別劃分的新員工數量	男性員工數量	人	657
	女性員工數量	人	754
按民族劃分的新員工數量	少數民族員工數量	人	97
	非少數民族員工數量	人	1,314

(5) 兼職員工包括顧問、實習生等

## 截至2023年末, 員工多元化指標如下表所示:

員工多元化 <sup>6</sup> 指標	單位	2023年
女性員工佔比	%	47.87
管理層中女性員工佔比	%	41.87
按不同層級劃分的管理層女性員工佔比		
初級管理層 <sup>7</sup> 女性員工佔比	%	42.88
中級管理層 <sup>8</sup> 女性員工佔比	%	35.48
高級管理層 <sup>9</sup> 女性員工佔比	%	15.38
銷售及市場營銷部門管理層中女性員工佔比	%	43.06
研發部門女性員工佔比	%	22.88
少數民族員工佔比	%	6.23
管理層中少數民族員工佔比	%	5.79
殘疾人員工佔比	%	0.97

(6)員工多元化指標統計範圍僅包含全職員工

(7)初級管理層指業務部門組長、銷售組長及總監

(8)中級管理層指業務部門大組長

(9)高級管理層指高管、總監及副總裁

## 2.用：優化人崗匹配

公司持續完善晉升體系，為員工提供清晰的職業發展路徑，不斷激發員工潛力。我們通過多種手段考核員工績效，精準評估員工工作表現，為崗位調整提供依據。

### (1) 員工晉升

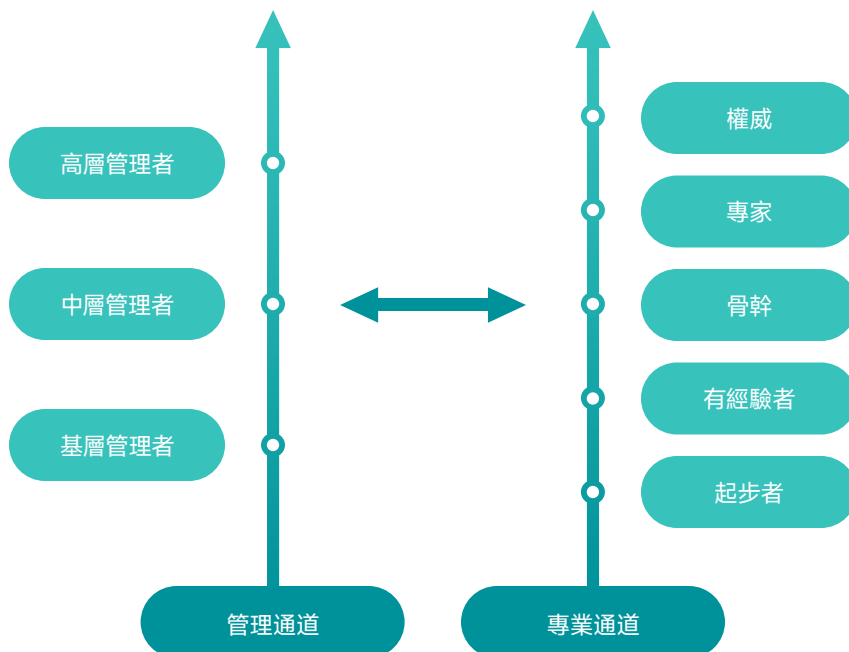
公司制定並公開《試用期管理制度》及《見習期管理制度》，確保員工晉升標準及流程的公開透明。我們建立符合公司發展所需的職級體系，根據員工的能力優勢和興趣偏好，為員工提供「管理」與「專業」雙發展通道，實現人才的合理、高效配置。我們在專業通道內劃分技術、產品、設計、市場及營銷、職能等序列，並細化對於不同序列員工的晉升要求與能力標準，打通專業化的發展路徑。我們以此激勵員工不斷提升自身能力，在適合自身的領域內積累技能，實現個人專業化發展的同時促進組織的整體進步。

公司為各個專業序列均設立了專業管理委員會，每年定期對全體員工的工作表現與專業技能開展公平、公正、公開的評定與反饋，確定員工專業職級，進而達到認可員工專業能力、鼓勵員工專業精進、給予員工專業發展指導的目的。

為拓寬員工職業發展空間，更好地滿足公司發展及用人需要，公司還制定了《內部調崗規則》，為有能力、有意願的員工提供內部調崗機會。我們鼓勵員工自發申請內部調崗，以充分激發員工潛力，盤活內部人才隊伍。

此外，公司持續實施人才繼任規劃，鼓勵幹部的內部選拔，以實現公司業務的長遠穩定發展。我們多次向全體員工提供管理崗位競聘機會，挖掘和評估具備領導潛力、符合公司價值觀的優秀人才，為其提供管理崗位的晉升機會。公司全體員工均可自願報名參與管理崗位競聘，實現個人價值與專長的全面發展。

### 看準員工職業發展通道



## (2) 員工績效評估

公司制定《績效管理制度》《見習期考核規則》，持續評估員工績效，為員工的表現提供及時反饋。本年度，我們還建立了線上績效管理平台，員工可自主查詢考核結果及各考核指標得分，在提升考核透明度的同時幫助員工通過績效反饋持續改進工作表現，形成高效的績效考評循環。線上平台還有助於實現績效數據的留存與追蹤，賦能績效評估便捷高效地開展。本年度，我們通過敏捷對話<sup>10</sup>、360度評價、團隊表現評價、目標與關鍵成果考核等方式，持續面向全體員工開展績效評估，員工績效評估覆蓋100%的員工。

### ● 日常考評：

根據部門及崗位特點，我們以靈活多樣的形式對全體員工開展績效管理及日常考評。針對銷售及客服部門，公司採用月度及季度關鍵績效指標 (KPI) 考核辦法，管理者設置關鍵業績指標並與員工達成共識，在月末和季度末根據指標完成情況對員工績效進行打分，應用於績效工資的發放。針對產研及職能部門，公司採用目標與關鍵成果 (OKR) 管理辦法，年初管理者與員工溝通確定年度目標與關鍵成果，並將年度目標分解到季度及月度目標，定期開展目標回顧與復盤溝通，並就過程中遇到的問題及時與員工反饋與輔導。

### ● 年度考評：

公司每年年末開展年度績效評估，從業績和價值觀兩個維度考核員工工作表現。我們採取360度評價的方式，員工直屬上級充分考慮員工本人、協作方及下級的評價，對員工的業績完成情況以及價值觀行為表現進行綜合考評。我們還以團隊為單位，考核團隊的整體表現。考評結束後，公司管理者將對員工進行績效反饋，幫助員工識別問題，提升工作表現。本年度，全體員工均接受了年度考評。本年度，360度評價、同級別員工排名考核機制覆蓋公司100%的全職員工。

### ● 試用期與見習期考評：

針對試用期、見習期員工，管理者將根據崗位要求、團隊任務等，與員工共同探討並制定階段性工作目標，以作為員工轉正的考核標準。待員工考核期結束時，公司績效管理系統將自動生成考核總結，管理者可根據考核內容回顧員工工作成果，以科學高效地完成考評任務。本年度，績效考評制度覆蓋公司100%試用期、見習員工。

## 3. 育：支持人才發展

公司基於自身及當下社會人才發展戰略，持續關注員工的長期職業發展。我們在滿足員工自身能力提升需求的同時，著力創造人才培養沃土，構建一脈相承的看準人才發展框架，不斷為公司發展輸送高質量人才。我們不斷完善培訓管理機制，搭建以「課程體系」「內訓師體系」「學習平台」「平台運營」為一體的人才培養體系，提高線上、線下學習資源的質量，支持員工提升職業技能與競爭力，實現員工與公司的共同成長。

### 看準人才培養體系

#### 「課程體系」：

基於員工在不同階段發展所需要的不同知識、能力、素質要求，設立4大課程體系——文化類、業務類、通用類、管理類。

#### 「內訓師體系」：

由各業務部門正式員工認證為內訓講師，基於業務發展需求，負責部門內部專業課程開發和講授工作，是公司內部專業知識積累和傳播的有效途徑之一。

#### 「學習平台」：

自主研發適合公司內部員工使用的線上學習平台，提供文檔類、視頻類課程，滿足員工學習需求，並提供考試以檢驗學習成果。

<sup>(10)</sup>敏捷對話指一種全年管理員工績效和發展的非結構化方法

**「平台運營」：**

公司學習發展組作為學習平台的運營者，負責增強平台功能、維護線上課程、對課程進行盤點，以確保課程的有效性、統計學習數據、組織線上學習活動等。

公司為新員工、在職員工和管理者均提供了個性化、定制化的專屬培訓計劃，制定《BZL人才培養體系課程管理制度（試

行）》《通用力培養需求立項要求（試行）》《人才培養體系課程盤點規則》及《內部講師管理制度》，強調「以人為本」的育人理念，通過制度化管理促進知識沉澱，用高質量培訓促進員工能力提升，讓員工有所得、有所獲。

**看準人才培養體系**

類型	課程體系		經典項目			
管理者 培養	基層管理者培養	中高層管理者培養	管理 充電站			
	通用類課程中階—高階					
在職員 工培養	日常分享會	人才培養認證	直廠 新員工 教練	內訓師培養	面試官培養	基石計劃
	針對不同專業序列提供對應的知識、技能、素質課程					
	通用類課程—進階					
新員工 培養	社招新員工培養	校招新員工培養	蒲公英 計劃			
	通用類課程—基礎					

我們搭建「4+2」人才培訓體系，圍繞企業文化、業務能力、通用能力和領導力發展四大方面，通過線上及線下相結合的兩種渠道，為全職及兼職員工搭建靈活、全面的學習平台，創造多元的學習體驗。

#### 4大領域培訓內容：

##### 1.企業文化：

向所有員工介紹企業文化和價值觀，幫助員工瞭解公司歷程、行為準則以及業務指標。

##### 2.業務能力：

傳授與工作相關的知識與技能，並分享經驗。針對崗位能力要求，開發對應的標準課程，賦能各個序列的員工，持續提升個人業務能力。

##### 3.通用能力：

以公司人才觀為基礎，針對溝通表達、執行力、團隊合作、追求卓越、邏輯分析五個方面進行課程開發與培訓，全面提升員工通用能力。

##### 4.領導力發展：

結合訓練營的形式，提升員工管理技能，提供管理工具，滿足不同級別管理人員的能力提升需求，塑造領導力。

#### 2類授課渠道：

##### 1.線上培訓：

我們搭建自主研發的在線學習平台，不斷擴充公司級、部門級以及其他公開課程，打造資源豐富的內部課程知識庫，鼓勵員工自主學習。截至2023年末，學習平台已開設140門線上課程，覆蓋從初級入門訓練到進階能力提升的各個階段。

##### 2.線下培訓：

我們向員工提供面對面課程、分享會、概念教學、動手實踐等，通過多樣化的培訓手段提升培訓效果。看準各分公司均設置專職培訓崗位，截至2023年末，公司已開設323門各類課程，覆蓋從新員工入職訓練到管理者管理能力提升的各個階段。

此外，公司積極鼓勵員工深造，出台《非商業系統管理人員教育提升補貼規則》以及《銷售部幹部教育提升補貼規則》等制度，致力於為有意向深造的全體員工（包含正式員工、兼職員工）提供學位課程及認證支持，幫助其提升個人能力，發掘更多潛在價值。

為體系化地完成人才培養過程，我們以蒲公英計劃、基石計劃等各類培訓項目為單元，通過各項目單元的協同推進，建立綜合的人才培養體系，以幫助新員工快速融入工作環境，幫助在職員工提升業務能力，助力各級管理者提升管理能力。

##### (1) 新員工培訓

公司關注新員工入職後的成長與發展，我們引入「蒲公英計劃」「校招生培養」等一系列新人培訓項目，在入職初期幫助新員工快速融入工作環境。2023年，公司為校招新員工、社招新員工及銷售新員工分別設計了針對性的培訓計劃，新員工培訓共計3,000人次參與。



**蒲公英計劃**

- **訓對象:** 社招新入職員工
- **培訓內容:** 公司為新員工配備職業教練, 提供企業文化、管理規範、業務能力等多方面的培訓, 幫助新員工適應工作節奏、快速上手工作內容。
- **亮點成果:** 2023年, 蒲公英計劃共幫助1,595名新員工順利轉正。

**校招生培養**

- **培訓對象:** 校招新入職員工
- **培訓內容:** 為發掘年輕高潛人才, 公司在2023年推出新版「校招生培養」項目以快速篩選出符合公司價值觀、可獨當一面的年輕人才。校招生培養項目共設三個階段, 新員工在專業導師的帶領下, 通過通用能力、專業能力、領導力的全方位培養, 逐步提升綜合素質及能力。
- **亮點成果:** 2023年, 公司共開展2期校招生培養計劃, 培養對象25人, 轉正24人。

**銷售新訓營**

- **培訓對象:** 銷售部新入職員工
- **培訓內容:** 開展「走進行業, 走進公司, 走進崗位」的「三重門」新訓營, 內容覆蓋文化融入、產品知識和業務技能等方面, 通過課程、訓練、遊戲、實戰等培訓形式, 帶領新員工系統學習專業知識。
- **亮點成果:** 2023年, 我們共開展167期新訓營, 參訓人次達1,452人。



校招生培訓

## (2) 職業技能提升培訓

公司密切關注在職員工的發展路徑，圍繞公司當下業務場景及未來發展的痛點、難點，對員工開展職業技能提升培訓，拓寬員工知識面，為順應新時代人才發展的需要做好

充分準備。2023年，我們通過基石計劃、線上業務培訓、銷售技能培訓等培訓途徑，幫助在職員工提升其通用技能、專業技能。

### 基石計劃

- **培訓對象:** 全體在職員工
- **培訓內容:** 為提升員工綜合素質，使員工能夠勝任對應崗位，公司開展基石計劃，助力員工「通用力」提升，並根據不同崗位與職級的任職資格，搭建包括5大分類、22門課程的通用力課程體系。我們設置包括線上體驗、線下互動、案例收集、經驗分享、小組PK等培養流程，幫助員工更好地掌握知識與技能。
- **亮點成果:** 2023年，共計1,191人次參與線上線下通用培訓項目

### 知識、技能、素質 提升課程

- **培訓對象:** 全體在職員工
- **培訓內容:** 涉及前沿技術進展、產品方法論、行業動態等熱點話題。在幫助各序列員工提升專業能力的同時，有效促進員工間分享交流。
- **亮點成果:** 截至2023年末，公司學習平台共上線145門業務類課程，全部由公司內訓師與業務骨幹研發。報告期內，新上線55門課程，超過8,427人次上線學習。

### 銷售技能提升培訓

- **培訓對象:** 全業務線銷售崗位員工
- **培訓內容:** 根據客戶特點、客戶需求開展銷售技能的提升訓練。
- **亮點成果:** 2023年，公司在每條業務線設置6門必修課，從4月起銷售員工需每月完成兩門課程學習，同時次月完成相關課程的知識點考核，並配合線下進行日常實戰使用。

## (3) 繼任者培養及管理能力提升培訓

公司重視員工管理能力的培養，啟動「儲備管理者訓練營」「管理充電站」等繼任人才培訓項目，將有意願在管理崗

位上深入發展的員工作為公司發展的後備軍，給予重點關注，為公司穩定運營儲備管理人才。

**儲備管理者訓練營**

- **培訓對象:** 潛在高、中、基層管理者
- **培訓內容:** 為即將進入管理崗位的員工提供崗位實踐機會，並配備優秀導師，幫助員工拓展視野、鍛煉管理技能。儲備管理者訓練營以面授課程與實踐學習相結合的方式，為員工提供管理職責認知、目標管理、業績管理、面試識人、員工激勵等方面的能力訓練。
- **亮點成果:** 2023年，該項目共培養23名高素質的團隊成員，其中9人通過競聘，承擔管理工作。

**管理充電站**

- **培訓對象:** 公司管理者
- **培訓內容:** 根據管理者勝任力「組長三件套」模型，我們為管理者提供多角度、系統化地培養，確保其管理理念與企業戰略、價值觀一致，並確保其管理能力匹配公司發展需求。培訓內容主要圍繞個人、團隊及業務管理能力提升，培訓方式包括線上、線下、主題研討等，支持管理人員通過互相交流經驗與感悟實現管理能力的提升。
- **亮點成果:** 2023年，該項目共培養38名基層管理者，其中10人評選為優秀學員。

**通用力線上課程**

- **培訓對象:** 全體員工
- **培訓內容:** 面向各職級、各序列的員工，我們圍繞溝通表達、執行力、團隊合作、追求卓越、邏輯分析五大方面開展培訓，全面提升員工自我領導能力，以及領導團隊的能力。
- **亮點成果:** 2023年，共計1,147人次參與線上學習。



員工管理充電站



通用力培訓

#### (4) 其他培訓

為進一步提升員工的培訓、面試及職場輔導能力，公司基於實踐經驗，設立包括內訓師認證、面試官認證及直廠新員工教練

(Guide) 認證在內的認證體系，不斷推動員工內訓能力、面試能力和職場輔導能力協同提升，全方位賦能專業人才。

##### 內訓師認證

- **培訓對象:** 全體在職員工
- **培訓內容:** 我們完善內訓師培養體系，開發內部講師認證課程及系統，為不同級別和專業領域的講師提供內部認證，賦能業務專家，實現對於專業知識的萃取、沉澱與傳承。
- **亮點成果:** 截至2023年末，公司共有117位內訓師取得認證，其中初級內訓師106人，中級內訓師11人，公司內訓師團隊共研發了171門課程。2023年，內訓師授課時長1,656餘小時，開展線下培訓1,480場，覆蓋5,000餘人次。

##### 面試官認證

- **培訓對象:** 全體在職員工
- **培訓內容:** 面試官培養是保障企業人才質量的重要手段。2023年，我們完善了面試官培養體系，發佈了面試官手冊作為面試官工具書，結合公司實際運營情況升級線上系列課程，幫助面試官提升面試能力。
- **亮點成果:** 2023年，公司共計900餘人次參與面試官認證線上視頻課程，40人通過面試官認證，共覆蓋8個專業序列，為業務初面的正常開展提供了充分的人員保障和技術保障。

##### 直廠新員工教練 (Guide) 認證

- **培訓對象:** 全體在職員工
- **培訓內容:** 直廠新員工教練 (Guide) 旨在幫助試用期員工融入團隊並熟悉工作內容，以達成試用期目標。我們為Guide設置了完善的培養及認證機制，賦能Guide實現理論、实操、職場輔導等方面的全方位提升。
- **亮點成果:** 2023年，32人成功通過Guide認證考核，經過Guide培養並成功轉正的新員工共計58人。

## 本年度, 公司員工培訓數據如下:

員工培訓 <sup>(1)</sup> 指標		單位	2023年
員工平均培訓時長		小時	64.89
按不同層級劃分的員工 平均培訓時長	高級管理層員工平均培訓時長	小時	20.92
	中級管理層員工平均培訓時長	小時	12.32
	初級管理層員工平均培訓時長	小時	52.74
	普通員工平均培訓時長	小時	67.70
按性別劃分的員工平均 培訓時長	男性員工平均培訓時長	小時	68.71
	女性員工平均培訓時長	小時	60.74
受訓員工百分比		%	100
按不同層級劃分的受訓 員工百分比	高級管理層員工受訓百分比	%	100
	中級管理層員工受訓百分比	%	100
	初級管理層員工受訓百分比	%	100
	普通員工受訓百分比	%	100
按性別劃分的受訓員工 百分比	男性員工受訓百分比	%	100
	女性員工受訓百分比	%	100

(1)員工培訓指標統計範圍僅包含全職員工

#### 4.留：促進人才留任

我們期望全方位提升員工幸福感與歸屬感，實現人才的長期留任。公司優化薪酬體系，激發員工積極性；強化員工健康與安全保障，營造安心的工作環境；積極開展員工溝通，傾聽員工心聲；舉辦多彩活動，增進團隊凝聚力。

##### (1) 員工激勵

公司建立以促進績效提升為導向的激勵制度，為員工提供具有行業競爭力的薪酬，持續激勵優秀人才。我們與員工共享企業發展成果，向員工提供多元化福利，營造溫馨的工作氛圍，切實提升員工的幸福感與滿意度。

##### ① 薪酬與激勵

我們秉持同工同酬理念，制定《薪酬獎金制度》《獎懲和勞動紀律規定》，根據員工職級、崗位情況和個人能力確定合理並有市場競爭力的付薪水平。我們基於員工業績貢獻確定激勵力度和加薪幅度，並為員工提供年終獎金以及「CEO嘉獎」「特殊貢獻獎」等公司級獎勵，與員工共享公司發展成果，激發員工工作積極性。

公司還建立長期激勵機制，根據最新《股權激勵計劃》，向所有對公司長期成長作出重要貢獻的員工授予股權激勵。詳情請參考公司2023年度年報。

##### ② 員工福利

我們為全體員工提供多維度的福利，開展多樣化活動豐富員工的業餘生活，讓員工充分感受公司的溫暖與支持。我們關注職場中不同群體的需求並提供幫助與關懷，塑造多元與包容的氛圍。

##### (1) 基礎福利

- **合理休假：**公司制定並落實《休假制度》，持續加強員工福利體系建設，努力提升員工的歸屬感與幸福感。
- **補充保險：**我們為全職員工提供五險一金等法定福利，並繳納補充商業醫療保險。
- **免費體檢：**我們為全職員工提供免費年度體檢。
- **慰問與援助：**公司設有員工慈善基金會，為員工及員工家屬提供重病關懷、節假日慰問以及應急援助服務，幫助員工渡過困難。

##### (2) 活動慶祝

- **節日及生日活動：**公司在傳統節日、生日、工作紀念日等重要日期為員工發放定制禮品、組織抽獎活動，提供有溫度的福利和關懷。
- **團建及文化活動：**為豐富員工的業餘生活，我們舉辦了戶外團建、廚藝大賽、「青年日」等活動，讓員工在工作之餘放鬆身心，緩解職場壓力。
- **週年活動：**我們在公司週年紀念日慶祝活動上，根據不同任職期限向員工贈送禮品，以感謝員工的長期貢獻。



舉辦內部廚藝比賽活動



### (3) 多元關懷

- **女性員工關懷：**我們關心女性員工健康，為女性員工額外提供生理期帶薪休假。我們充分考慮員工需求，推行孕期六小時工作制，為「職場媽媽」提供懷孕檢查假、產假、哺乳假、育兒假等休假福利及特殊津貼。
- **少數民族員工關懷：**我們尊重不同民族員工的宗教信仰和文化，為少數民族員工提供宗教節日假期。
- **退伍軍人關懷：**我們積極助力退役軍人就業，為其提供風險管理、質量控制、行政、安保等多種崗位。



舉辦青年節活動



員工团建活動

## (2) 員工健康與安全

我們致力於打造安全、舒適的工作環境，預防工作場所安全事故的發生，傳遞積極、健康、快樂的生活理念。

### ① 職場安全

看準依據員工健康與安全相關法律法規，制定覆蓋公司全部業務線及員工的《消防安全管理制度》。公司組建安全組並在各職場中設置職場安全員，不斷加強安全管理。我們還根據員工反饋，持續完善公司安全管理體系。

我們定期識別、評估辦公場所內潛在的職業健康與安全風險，並根據風險的重要程度，確定安全保障工作的優先次序，切實保障員工健康與安全。我們對全體員工定期開展消防安全、滅火器知識、緊急救助等安全相關培訓，提升全體員工的安全意識。2023年，我們針對北京總部安全員集中開展了消防安全培訓以及職場安全隱患排查培訓，提高安全員的知識儲備、專業素養與應急處理能力。2023年，公司共面向員工開展3次美國心臟協會 (AHA) 急救培訓，約100名員工通過培訓掌握急救知識。

2023，員工因工傷損失天數<sup>12</sup>為351.50天。其他員工健康與安全指標如下表所示：

健康與安全指標	單位	2023年	2022年	2021年
因工亡故人數	人	0	0	0
因工亡故員工比率	%	0	0	0

### ② 員工身心健康

為保障員工的身體健康，我們在全國範圍內共設有1,883平方米的健身房，並成立員工健康中心 (People Health Care Center, PHCC)，為員工量身定制包括個人訓練、團體課訓練、理療康復等健康活動管理課程，普及健康知識。2023年，PHCC共組織線下團體課程及團建課程約714小時，吸引2,573名員工參與健身課程，參與人數較2022年上漲55.2%，累計服務64,942人次，較2022年上漲134.1%。2023年，PHCC共面向員工發佈了67篇與身體健康相關的新媒體推送，旨在向員工傳遞健康知識，提高員工的健康意識。

我們始終關注員工的心理健康，設立心理健康中心 (Psychological Service Care Center, PSCC)，提供免費的心理諮詢服務。PSCC由專業顧問組成，向員工提供個人輔導、團體輔導、心理評估、藝術治療和心理健康講座等多樣化的心理健康服務。2023年，PSCC共開展151場團課活動，覆蓋46,161人次。

### (3) 員工溝通

我們高度重視員工溝通與反饋，認真傾聽員工聲音。我們暢通員工申訴與意見反饋渠道，對公司運營和管理提出合理建議。針對匿名或實名反饋，我們及時響應，並持續跟進解決方案。2023年，公司收到的所有員工反饋問題均已得到妥善解決。

#### 員工申訴與處理流程

- **覆蓋對象：**公司面向全體員工 (包括正式員工、兼職員工)，各方可就侵害勞工權益以及其他人力資源相關問題進行申訴。
- **申訴渠道：**公司全體員工可以通過人力資源部、工會等渠道，以口頭、郵件、內部App等方式提出申訴。

(12)員工因工傷損失天數主要由於員工上下班交通或辦公室摔傷等原因導致，已經當地人力資源與社會保障局認定

● **受理流程：**若員工對薪酬或績效獎金發放結果存在任何異議，可在收到工資條的3個工作日內以郵件的形式向人力資源部門進行諮詢或提出申訴，由薪酬團隊負責對接處理。申訴接收後，公司將依據《休假制度》《考勤制度》《薪酬獎金制度》對申訴進行核實與調查，並在5個工作日內予以反饋，確保員工問題得到及時、公正的解決。針對職場性騷擾行為，公司工會所屬女職工委員會負責統籌領導該工作，行政服務中心負責確立並實施安全保衛措施，人才發展中心負責開展預防和制止性騷擾教培活動。根據情節嚴重情況，公司將對違規者採取警告、批評或解除勞動合同等處理方式。

● **申訴人保護機制：**我們對申訴人的個人信息及申訴內容嚴格保密，保障申訴人的合法權益。我們將保障申訴人不會因為申訴而遭受任何不公平的解僱、迫害或未經授權的紀律處分。

本年度，公司開展組織活力度調研與滿意度調查，員工通過填寫問卷、參與焦點小組訪談等方式表達對工作環境、工作體驗、價值觀、公司發展等多方面的看法與建議。結合調查結果，公司將進行有針對性地改進。此外，公司還成立了工會，維護員工合法權益。截至2023年12月31日，公司內部有逾800名員工為工會會員。

### 2023年，公司員工流失指標如下表所示：

員工流失 <sup>13</sup> 指標	單位	2023年
員工流失率 <sup>14</sup>	%	27.24
按性別劃分的員工流失率	男性員工流失率	22.78
	女性員工流失率	31.54
按性別劃分的員工流失率	30歲及以下員工流失率	30.89
	31歲—50歲員工流失率	10.95
	51歲及以上員工流失率	0
按性別劃分的員工流失率	中國大陸地區員工流失率	27.27
	港澳台及其他國家和地區員工流失率	7.69

(13)員工流失率指標統計範圍僅包含全職員工

(14)員工流失率=報告期內自願離職正式員工數/ (報告期末正式員工數+報告期內自願離職正式員工數) \*100%

# 踐行綠色發展

綠色發展不僅關乎生態環境的改善，更是推動經濟社會可持續發展的必然選擇。我們積極踐行國家碳達峰碳中和目標，將應對氣候變化、踐行綠色發展理念融入日常業務運營，致力於在減少自身碳排放的同時，為用戶提供綠色低碳產品，幫助用戶降低碳排放，共同促進社會的可持續發展。



## 加強環境管理

公司嚴格遵循環境保護相關法律法規，始終堅守最大限度保護運營地環境及自然資源的承諾，致力於實現全價值鏈的綠色運營。我們形成了涵蓋公司運營、員工、用戶及合作夥伴的環

境管理理念，攜手利益相關方，共同加強對於環境及自然資源的保護與高效利用。

### 看準環境管理理念



#### 推行綠色辦公理念(公司)

##### ● 能源管理

能效提升-開展照明、空調管理，優化能源使用效率

清潔能源利用-積極尋找可再生能源，提高清潔能源利用率

##### ● 廢棄物管理

減量-從源頭減少廢棄物產生

回收-積極開展分類回收

##### ● 水資源管理

節約用水-應用節水器具，減少水資源消耗

#### 提升員工環保意識(員工)

培育員工環保意識，踐行環保舉措

#### 打造低碳產品(用戶)

打造低碳產品，助力用戶減碳

#### 實施綠色採購(合作夥伴)

優選環保供應商，租用低碳建築，構建低碳供應鏈



為了更好地貫徹我們的環境管理理念，我們定期評估公司運營對環境及天然資源的影響，制定環境目標，並每年評估目標的實現情況。公司對於環境的影響主要源於辦公樓及租賃數據中心日常運營產生的碳排放及廢棄物。公司主要的資源使用包

括公司日常辦公及運營所消耗的電力、水資源和紙張。此外，本公司在求取適用水源方面沒有任何問題。為了最大程度地降低我們的環境影響，看準制定了切實可行的環境目標。

### 看準2022年環境目標及進展

類別	2022年目標	單位	2023年績效	目標年	目標狀態
節能減排	●截至2023年底，公司100%採購具有節能環保資質認證的網絡設備。	%	100	2023	已完成
	●截至2023年底，公司採購的具有節能環保資質認證的服務器佔比將不低於99.96%。	%	100	2023	已完成
	●截至2023年底，公司租賃的數據中心年均PUE值將不高於1.33。	不適用	1.33	2023	已完成 <sup>15</sup>
節約用水	●截至2023年底，公司北京辦公樓的自建衛生間中的洗手池將全部使用節水型水龍頭。	%	100	2023	已完成
減少廢棄物	●自2023年起，我們所有運營地辦公樓所產生的有害廢棄物將100%交由有資質的回收商進行回收。	%	100	2024年及以後	2023年已達成，持續進行中
	●截至2024年底，公司所有運營地將100%採購具有FSC <sup>16</sup> 認證的打印紙張。	%	100	2024	2023年已達成，持續進行中
	●自2023年起，公司在北京的辦公樓將100%實現垃圾分類處理。	%	100	2024年及以後	2023年已達成，持續進行中

(15)該目標僅統計了公司租賃的已投入運營的數據中心，暫未包括租賃的在建數據中心

(16)FSC全稱Forest Stewardship Council (森林管理委員會) 成立於1994年，多年來一直致力於改善全球的森林經營狀況。FSC認證產品支持負責任經營的森林。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



### 看準2023年新設立環境目標

類別	2023年目標	單位	目標年
節能減排	●北京辦公樓於2021年開始將工區用燈逐步換成節能LED燈，預計2025年實現工區內90%以上是LED燈。	%	2025
節約用水	●截至2026年底，公司北京辦公樓的自建衛生間、茶水間全部使用節水型水龍頭。	%	2026

注：公司的溫室氣體排放主要源於公司運營所產生的能源消耗，在已經訂立的節能減排目標的基礎上，本年不再單獨訂立減少溫室氣體排放的目標。

#### 1. 打造低碳產品

我們將綠色環保理念融入產品和服務，通過為用戶提供綠色產品，支持用戶減少碳排放。

通過打造中國最大的在線招聘平台，我們為企業招聘和個人求職者提供具備綠色屬性的產品及服務。我們支持在線發佈電子招聘信息、編輯個人簡歷，為企業端用戶和求職者搭建在線溝通、面試、錄用的一站式平台。利用業務的獨特性，我們減少了求職者和用人單位面對面的招聘、面試等由於傳統面試導致的差旅和面試通勤產生的溫室氣體排放，還減少了招聘公告、個人簡歷和錄用通知的紙張使用。

公司將求職者招聘者雙方在平台上交換一次有意向的簡歷記為「達成」<sup>17</sup>，平台2023年有近15億人次的用戶在平台上實現企業與求職者的雙邊達成，可類比為全年減少約15億份紙質簡歷的投遞。看準2023年全年平均月度活躍用戶 (MAU) 達42.3百萬，同比增長47.4%，平均每月平台共發生4.8十億句聊天，極大程度上將求職者與招聘者原本的線下交互轉為線上。

#### 2. 推行綠色辦公理念

我們致力於將環保理念植根於日常運營的每個環節，通過建立系統化的管理和常態化的監督機制，持續提高環境管理的標準與水平。我們積極踐行綠色低碳理念，北京華品博睿網絡技術有限公司已於2023年8月再次通過ISO 14001環境管理體系審核。



公司獲得ISO 14001環境管理體系認證證書

(17)達成指招聘企業與求職者在平台上成功交換簡歷或聯繫方式

## (1) 能源管理

我們在持續提升能源使用效益、減少能源浪費的同時積極利用清潔能源，旨在構建高效、環保的能源體系，降低碳排放。

### ① 能效提升

我們致力於合理利用能源，不斷強化辦公樓用電管理，並持續提升能源使用效率。我們建立了月度以及季度職場用電量盤點機制，及時發現用電異常的職場及辦公區域，並開展用電情況分析以識別潛在節能點。我們通過用電行為管理、設備優化等多種方式，以最大限度地減少不必要的能源浪費。

### 看準辦公節能措施

#### 用電行為管理：

- 我們制定了針對空調、照明及其他辦公用能設備的操作細則，在保障運營效率及員工舒適辦公的前提下精細化地管控能源消耗。
- 我們按季節以及辦公時間，規定空調系統的運行參數與狀態：春、秋季節儘量選擇自然通風，夏天空調溫度不低於26度，冬天空調溫度不高於20度。
- 公司安排專人定期巡檢用電設備的使用情況，在非辦公時段關閉不必要的設備，減少設備待機能耗。
- 定期檢查空調設備的工作情況，如通風口、濾網等部件是否被灰塵堵塞，確保空調系統的正常運行，降低能耗。

#### 設備優化：

- 我們逐步擴大LED節能型燈具及感應式智能控制開關的使用，減少傳統高耗能用電設備的使用佔比。
- 公司辦公樓部分停車場中安裝感應燈具，避免無效照明，進一步降低能耗。

- 公司辦公樓部分空調採用冰蓄冷系統，滿足建築物降溫需求的同時減少空調電力負荷。
- 對公司辦公樓的窗戶加裝密封條，避免室內溫度的損失以減少空調使用。
- 北京總部大廈使用中央空調節能系統，全年綜合能效SCOP<sup>18</sup>高達6.1，平均單位能耗85kWh/(m<sup>2</sup>·a)，比同類大廈節能約25%。
- 北京總部大廈安裝超白三銀玻璃幕牆，隔熱率達97%，有效避免室內外的熱交換，節約空調用能。

### ② 清潔能源利用

日常運營中，我們在力求減少不必要的傳統化石能源使用的同時，積極擴大清潔能源的使用佔比。我們高度關注清潔能源技術的發展，並在運營過程中儘可能應用清潔能源。

## (2) 廢棄物管理

我們通過應用線上辦公軟件、辦公設備循環利用等方式，從源頭減少廢棄物的產生。我們還積極開展廢棄物分類回收，避免有害廢棄物對環境造成污染，實現資源循環利用。我們採購具有FSC認證的辦公用紙，以支持可持續森林建設及生態保護工作。

### ① 減量

我們積極採取無紙化辦公手段，推廣應用線上辦公平台，鼓勵員工傳輸電子辦公文件、召開線上會議、應用電子審批等，減少不必要的紙張消耗。在必要打印時，我們鼓勵員工優先使用雙面打印和黑白打印。我們還積極倡導辦公家具、設備的循環使用，旨在減少資源浪費，降低環境污染，推動綠色辦公理念深入人心。

(18) SCOP (Seasonal Coefficient of Performance) 季節性性能係數，用於評估空調或製冷系統在特定季節或時間段內的能效。SCOP值越高，則表示設備的能效越好



辦公家具、設備循環使用



垃圾分类

## ② 回收

我們在北京等職場設置了分類垃圾桶，並嚴格實施垃圾分類管理。對於辦公區域產生的有害廢棄物和報廢電子設備，我們採取分類收集及統一處理的方式，確保廢棄物得到妥善處理。我們確保有害廢棄物均交由具有相關資質的回收商進行無害化處置。公司有害廢棄物主要包括辦公過程產生的硒鼓、墨盒等。

## (3) 水資源管理

為踐行節約水資源的環境承諾，本年度，我們在更多辦公區域安裝節水衛生器具及配件，並持續提升感應式出水節水潔具的使用比例。同時，我們也高度重視用水設備的日常管理和維護，對用水設備開展定期巡檢。一旦發現器具存在漏水情況，我們將及時向物業反饋並開展維修，以減少不必要的水資源浪費。此外，公司北京三星大廈職場還具有雨水回收及淨化處理裝置，該裝置能夠有效地收集雨水，並通過過濾、除沙等處理流程，將其轉化為適用於植被澆灌的清潔水源，實現水資源的循環利用。



01. 感應水龍頭

## 02. 节水提示



请珍惜每一滴水

公司安裝感應水龍頭並張貼節水提示

### 3. 提升員工環保意識

為了深化員工的環保意識，我們製作了《綠色辦公—我們在行動》和《竭盡所能—讓地球少「碳」氣》等內部制度及宣傳材料，鼓勵員工踐行綠色辦公理念。我們還利用企業內部員工溝通平台的行政號積極推廣環境保護相關內容，在辦公樓

張貼環保標語，在電器和用水設施週邊張貼節電、節水標識，以提升員工環保意識。此外，我們還鼓勵員工盡可能採用公共交通、步行或騎自行車等方式低碳出行。



低碳生活方式宣傳海報



節水宣傳海報



綠色辦公宣傳海報



# 應對氣候變化

我們深知氣候變化對全球環境和人類社會所帶來的深遠影響，為此，我們持續加強氣候變化管治，將氣候變化納入公司風險管理，定期識別氣候變化為公司帶來的風險與機遇，並制定應對措施，為保護生態環境、實現企業與社會的可持續發展做出貢獻。

## 1. 氣候變化治理

為統籌管理氣候變化事宜，公司不斷健全風險管理能力。董事會審計委員會考慮並監督氣候風險相關事宜。報告期內，審計委員會已審閱了看準的年度碳排放情況、氣候相關風險及機遇的類型、影響與應對措施。

## 2. 氣候影響及應對策略

基於氣候相關財務信息披露工作組對於氣候變化風險與機遇的分類，結合與公司相關業務部門的研討與判斷，我們初步識別了公司當前的氣候風險與機遇，並持續完善風險應對措施及機遇實現路徑。公司氣候風險與機遇類型、潛在影響和應對措施如下表所示。未來，我們將繼續提升氣候風險和機遇的應對與管理能力，加速企業的低碳轉型進程，積極應對氣候變化。

風險及機遇類型		風險及機遇影響	應對措施
實體風險	<p>立即性</p> <p>——極端天氣的頻率及嚴重程度增加</p>	<p>極端天氣頻率增加可能導致公司員工無法正常通勤，甚至威脅員工的安全，進而降低公司生產力，對公司利潤水平可能造成負面影響。</p> <p>此外，公司辦公設備、公司租賃的數據中心服務器可能會因洪災等極端天氣而損壞，導致公司無法正常開展業務，進而增加公司設備維修成本和設備折舊，增加公司營業成本。</p>	<p>我們制定《防汛應急預案》《看準集團業務連續性管理辦法》，配備專業應急和救援設備，定期對員工開展災難應急演練及安全救援方面培訓。</p> <p>我們設置了數據中心災備措施，包括備份和恢復策略、容災方案、應急響應計劃等。這些措施可以在數據中心發生故障或災難時，快速恢復數據和業務應用，保障業務的連續性和數據的完整性。</p> <p>此外，我們為公司資產購置保險，減少因意外事故帶來的企業經濟損失。2023年，我們為北京的三星職場辦公室購買了平安公眾責任險。</p>

風險及機遇類型		風險及機遇影響	應對措施
實體風險	長期性 ——平均氣溫上升	平均溫度升高可能導致公司租賃的數據中心增加製冷設備數量，或更換更高效的製冷設備，以維持服務器的正常運轉。公司可能需要支付更高的電費或數據中心租賃費，進而導致公司營業成本增加。	我們將氣候變化應對能力納入數據中心供應商的篩選過程中，優先選擇採用高效製冷技術、在建設階段考慮環境影響、PUE較低的供應商。
轉型風險	政策和法規	隨著全社會對氣候變化議題關注程度的持續提升，國內外政府及證券交易所可能會實施更加嚴格的氣候政策，如要求企業披露範圍三碳排放數據、開展氣候變化情景分析並測算財務影響、將公司所屬行業納入碳排放交易市場等。企業將面臨更嚴苛的合規環境，這可能導致企業的合規成本增加。	我們密切關注氣候變化相關政策，及時評估政策對公司的影響，以儘快採取改進措施。我們通過形成內部工作小組並定期開展內部溝通與培訓、聘請外部專家顧問開展碳盤查項目等方式，持續提升公司的碳排放信息統計能力以及氣候信息披露水平，提前響應政府及監管機構對上市公司氣候變化應對的關注。本年度，公司已對範圍三碳排放數據進行初步測算，未來將持續完善信息統計與披露。
機遇	技術	隨著可再生能源利用、能效提升等方面的新技術發展，公司可能有機會以更低的成本開展節能減排專項改造、擴大清潔能源使用佔比、更換電動商用車，以實現公司碳排放的進一步降低。	我們將更加細緻地研判國內外技術變化形勢，提高公司技術部署的戰略水平。在新樓宇的設計建造過程中，我們將採用先進的綠色建築技術、採購低能耗的設備，以降低節能改造成本。我們還將定期跟蹤可再生能源市場動態，與辦公樓宇物業公司合作，在條件允許的情況下逐步提升清潔能源使用佔比。我們還將主動研究低碳解決方案，積極吸納相關領域人才，以降低企業的碳排放。



風險及機遇類型		風險及機遇影響	應對措施
機遇	市場需求	<p>我們提供的線上招聘業務有助於企業端用戶減少其因招聘環節而產生的溫室氣體排放。此外，作為互聯網平台企業，我們擁有強大的技術實力、用戶基礎以及渠道優勢，可以通過分析企業端用戶在低碳招聘與僱傭方面的需求，快速、有針對性地為其提供數字化綠色轉型服務。</p> <p>隨著綠色轉型在全球市場的重視程度得以提升，企業端用戶將更加關注自身的綠色發展水平及效益。越來越多的企業將採購公司的低碳產品，進而為公司帶來收入的增長。</p>	<p>我們擁有多類線上產品及服務，協助企業端用戶在促進人力資源更為合理地配置的同時，還能協助其實現數字化綠色轉型（詳見本報告「打造低碳產品」章節）。</p> <p>此外，公司正在考慮逐步量化線上招聘環節的減碳量，帶動更多的企業端用戶進行減碳以持續提升用戶黏性。</p>

### 3. 碳排放指標梳理

本年度，我們使用世界資源研究所 (WRI) 和世界可持續發展工商理事會 (World Business Council For Sustainable Development, WBCSD) 制定的《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》核算我們的溫室氣體排放量。2023 年，公司溫室氣體排放總量 (範圍一、範圍二、範圍三) 為 85,795.78 噸二氧化碳當量<sup>19</sup>。

指標	單位	2023年
溫室氣體排放量 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量	2,530.03
範圍三：外購商品和服務	噸二氧化碳當量	46,296.91
範圍三：資本商品	噸二氧化碳當量	36,268.55
範圍三：燃料和能源相關活動 (未包括在範圍一和範圍二中的部分)	噸二氧化碳當量	45.02
範圍三：商務旅行	噸二氧化碳當量	655.27

(19) 針對首次核算並予以披露的不同來源的範圍3溫室氣體排放類別，我們綜合評估並核驗各個類別的數據質量，在有實測值且能明確具體活動或商務服務項目的前提下，納入統計範圍；在沒有實測值的情況下，通過科學合理的估算方法完成計算。未來，隨著範圍3溫室氣體排放類別底層數據質量增強，數據覆蓋面和精確度將進一步得到提升

## 環境績效指標表

以下為我們的主要環境績效指標。我們暫無自建數據中心，公司租賃數據中心的排放物、資源及能源消耗均由運營商負責。我們使用水源來自市政自來水供水，在求取水源上沒有任何問題。

環境指標 <sup>20</sup>	單位	2023年
溫室氣體排放總量（範圍一、範圍二） <sup>21, 22</sup>	噸二氧化碳當量	2,530.03
人均溫室氣體排放量（範圍一、範圍二）	噸二氧化碳當量／人	0.47
能源消耗總量 <sup>23</sup>	兆瓦時	4,458.92
人均能源消耗量	兆瓦時／人	0.83
有害廢棄物總量 <sup>24</sup>	噸	0.10
人均有害廢棄物排放量	噸／人	0.000019
無害廢棄物總量 <sup>25</sup>	噸	676.13
人均無害廢棄物排放量	噸／人	0.13
自來水消耗總量 <sup>26</sup>	立方米	117,087.56
人均自來水消耗量	立方米／人	21.90

(20)本年度公司租賃辦公樓面積有所增加，同時，員工居家辦公時間較上一年度減少，導致2023年公司溫室氣體排放總量、能源消耗總量、無害廢棄物總量同比增長。由於業務特性，公司不涉及包裝材料的使用

(21)基於運營特性，公司的主要氣體排放為外購電力產生的溫室氣體排放，源自在中國大陸租賃的辦公室

(22)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、國家統計局刊發的《2021年電力二氧化碳排放因子》進行核算

(23)能源消耗總量根據公司外購電力總量計算

(24)公司辦公樓涉及的有害廢棄物主要包括辦公打印設備產生的廢棄硒鼓、墨盒等

(25)公司辦公樓涉及的無害廢棄物主要包括生活垃圾、電子廢棄物

(26)公司用水來自市政自來水管網供水，在求取適用水源上不存在問題。本年度用水量數據為根據中華人民共和國水利部《2022年中國水資源公報》中的係數進行計算而來

# 構建可持續供應鏈

公司始終秉持綠色環保的精神，踐行「服務至誠、精益求精、節能降耗、防污減排、消除隱患、保障健康」的供應商管理方針，在供應商準入、聘用、評估、維護、退出等環節識別並評估供應商環境與社會風險，優先選擇環保、綠色的產品及服務，與合作夥伴共同探索環境友好的商業模式，打造負責任、可持續的供應鏈。本年度，公司制定了《採購及合同管理辦法》，進一步規範供應商管理舉措。



## 供應商準入與聘用

公司建立了規範的供應商準入流程以及審批制度，確保採購的透明及公平。我們在標書中列有《相關方告知書》，明確要求所有潛在供應商在服務經營過程中充分考慮產品質量、環境、職業健康安全等因素，與供應商共同履行保護環境、保障職業健康與安全的責任。

在產品及服務採購前，公司要求所有潛在供應商填寫《供應商基本信息調查表》或提供相關證明材料。在對供應商提交材料的真實、有效性確認無誤，且供應商通過準入評審後，供應商方可進入供應商信息庫。對於涉及數據交互的潛在供應商，我們將審核其網絡安全等級保護備案證明及報告、ISO 27001證書、ISO 27701證書等安全資質，僅選擇具備相應安全資質的供應商。此外，我們還對所有潛在供應商開展包括質量許可證明、商業道德遵守情況、環境保護資質等維度的資質審核，充分瞭解並評估供應商的環境及社會風險，確保供應商資質符合公司要求。對於未通過審核的供應商，我們將取消其參與後續評選流程的資格，並尋找其他符合條件的供應商進行合作。

在招標及比價階段，公司將邀請多家供應商開展公平、充分競爭性談判與磋商，確保供應商的產品及服務與公司的採購需求相匹配。我們在辦公家具、辦公電腦、定制禮品、電子設備等供應商採購過程中關注供應商是否具備環保資質，積極採購綠色的產品與服務。

在供應商聘用階段，我們要求其積極遵守反商業賄賂相關的法律法規，完成實名認證並簽署《廉潔協議》，確保其遵循廉潔責任、誠信及保密義務、不廉潔行為舉報等條款。2023年，公司在《看準集團採購管理制度》的基礎上進一步制定並發佈《採購及合同管理辦法》，加強對採購及合同簽署流程的管控，避免採購舞弊等問題的發生。為進一步提升供應商廉潔合作意識，我們不定期向供應商發送廉潔提示信息。本年度，公司合作的供應商近100%完成了《廉潔協議》的簽署。

截至2023年末，與公司合作的供應商數量如下。

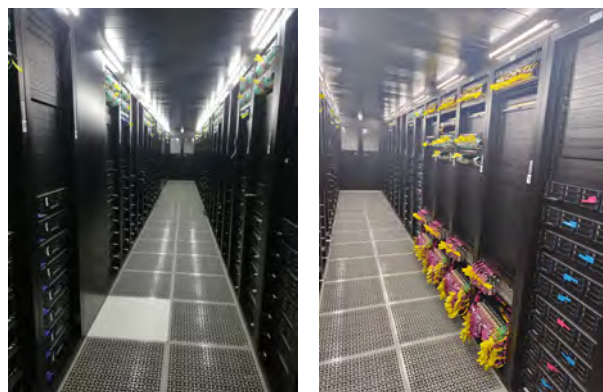
供應商指標		單位	2023年
供應商總數		個	261
按地區劃分的 供應商數目	中國大陸地區	個	245
	港澳台及其他 國家和地區	個	16

## 供應商評估與退出

公司每年對所有合作中的供應商開展評估與審核工作。2023年，我們設立了跨部門工作小組，由採購部、行政部、法務部等與採購業務相關的部門作為小組成員，共同負責相關工作。

我們對供應商採取分級管理制度，每年根據供應商價格、賬期、交付週期、交付質量、專業素質、售後能力等維度對供應商進行綜合評分，並按照評分結果將其劃分為不同等級的供應商。對於評分較低的供應商，我們在減少對其產品與服務的採購數量的同時要求其立即整改，並對其整改情況進行持續跟蹤。對於在合作過程中違背《廉潔協議》規定，或年度評價為不合格且無整改能力的供應商，我們會將其列入「黑名單」並立即終止合作關係。為確保供應商信息的真實性與準確性，我們還對核心供應商<sup>27</sup>進行實地調研，並開展現場評估工作，以確保合作供應商的綜合能力表現得到客觀、真實的反映。

為持續構建綠色價值鏈，我們將環境保護作為供應商評級的重要標準之一，重點關注供應商是否具備環保理念，審驗供應商環保相關資質證明，如ISO 14001環境管理體系認證、CQC中國環保產品認證書<sup>28</sup>、GREENGUARD環保認證<sup>29</sup>等。我們加大具有綠色標識的供應商採購佔比，對秉持綠色環保理念的供應商予以重點標識，並向尚無綠色標識的供應商宣貫綠色環保的經營理念。截至2023年末，公司北京辦公室具有綠色標識的供應商佔全部供應商的60%以上。



數據中心供應商現場

(27)核心供應商指本年度公司採購金額較高的供應商

(28)CQC中國環保產品認證是中國質量認證中心 (China Quality Certification Centre, 簡稱CQC) 開展的自願性產品認證業務之一，認證範圍涉及污染防治設備和家具、建材、輕工等環境有利產品。旨在通過開展環保認證，推廣環境有利產品的生產和使用，推動居住環境及自然環境的改善，力促達到自然環境的良性循環和社會經濟的可持續發展

(29)GREENGUARD環保認證是一個全球認可的、專門針對產品化學排放的認證項目，旨在確保產品在使用過程中對室內空氣質量的影響最小化，從而保護消費者，特別是兒童和老年人的健康



## 租賃綠色數據中心

公司秉承節能環保的綠色可持續發展理念，持續關注數據中心供應商的環保屬性，將綠色數據中心認證作為招標過程中的必要考量因素，優先租賃具有綠色建築設計理念且PUE較低的數據中心，進一步打造綠色供應鏈。自2017年以來，我們租賃的數據中心年均PUE呈穩定下降趨勢。2023年，公司租賃的已投入運營的數據中心年均PUE在1.33以下。

我們租賃的數據中心均配備了專門的能源管理小組以定期評估並分析設備運行情況，積極落實節能措施。在節能設備使用方面，我們租賃的數據中心均裝配了最新型節能幹式變壓器、精密空調（EC風機）、變頻水泵、高效UPS等高效節能設備。在節能技術應用方面，我們租用的數據中心採用液冷、冷熱電三聯供、餘熱回收等多種技術，綜合提升製冷和能源傳輸效率，並盡可能減少因傳統化石能源消耗而導致的溫室氣體排放。此外，我們租賃的數據中心在冬季使用板式換熱器進行製冷，在非夏季高濕天氣關閉高壓櫃電加熱功能，並通過智能數字化管理平台實時、精準且系統化地管控用能設備能耗，實現能源和設備的高效管理，最大限度地避免非必要能源消耗，不斷地追求能源使用效率的優化。

我們還密切關注數據中心的清潔能源使用情況，積極與清潔能源使用佔比高的數據中心夥伴開展合作，並倡導合作夥伴投身於分佈式發電等項目之中，以進一步減少我們價值鏈的溫室氣體排放，實現更高的環境效益和社會效益。

廢棄物管理方面，我們要求供應商嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國土壤污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規進行廢棄物處理。

## 採購綠色電子設備

我們以實際行動踐行綠色發展理念，提倡採購獲得節能環保資質認證的服務器和網絡設備等電子設備。我們將電子設備的能耗水平納入採購評估考量維度之中，持續關注電子設備供應商的環保表現，盡可能採購低能耗、高能效的電子設備，以減少對環境的負面影響。

# 傳遞社區關懷

我們高度重視企業社會責任，將「以科技和公益的力量，服務於人的發展」的社會責任理念融入公司發展戰略，促進產業優勢與社區公益相融合。根據社區投資相關法律法規，我們制定並實施了《上海直品公益基金會章程》等規範，建立了覆蓋管理架構、項目開發和策略設計、目標和過程管理、新聞發佈、項目結果評估在內的全流程工作體系，與社區建立良好的溝通、服務機制。基金會每年發佈年度工作報告，並聘請第三方專業機構審核基金會年度工作報告，以確保基金會實現規範、科學地運作。

本年度，我們主要在生態保護、員工公益、社區服務、救災行動四方面開展公益活動，公益捐贈總額達556.85萬元人民幣。



## 生態保護

公司成立公益組織「直直公益」，專注於開展生態環保領域公益項目，守護人與自然的和諧發展。

2023年4月，我們聯合雲南省綠色發展基金會，共同發起「猴猴喝的水」公益活動。我們在白馬雪山國家級自然保護區鋪設5.2公里引水管，覆蓋60多個飲水點，解決週邊70多隻滇金絲猴及其他珍貴野生物種的旱季飲水問題。我們邀請微博關鍵意見領袖(KOL)積極發聲，呼籲社會提高對於動物保護議題的關注，活動的微博話題閱讀量總計突破8,000萬。

2023年8月，我們發起「請不要消失——直直公益瀕危植物保護計劃」公益活動，聯合中科院西北生態環境資源研究院，利用組織培養技術繁殖3,000株綠花百合，並預計於2025年放歸自然，在保護瀕危植物的同時傳遞生態保護理念。

2023年10月，我們發起「巡護員守護行動」，向青海可可西裏巡護員群體捐贈包括食品、廚房用具及戶外用鞋等物資，改善藏羚羊守護者的生活及工作條件。此外，我們還攜手三江源生態保護基金會製作「藏羚羊30年種群數量變遷」主題視頻，推廣藏羚羊保護的成功案例，同主題微博話題登上微博熱搜榜。

2023年12月，我們組織開展「守護大自然的小美好」公益議題徵集行動，向全國超過20所高校的學子徵集有關生態環保的「小問題」，並邀請網友對問題進行關注度票選。公司將對得票較高的環保項目給予資金支持，以呼籲社會關注被忽略、預算少的生態環保議題。本年度，活動主題視頻「守護大自然的小美好」播放量超80萬，公司共為4個環保公益項目提供超過20萬元人民幣的資金支持。



「猴猴喝的水」活動海報

## 員工公益

我們秉承公益向善的理念，鼓勵員工參與公益，匯聚愛心、傳遞溫暖。

2023年6月，公司組織愛心義賣活動，鼓勵員工將閒置物品進行義賣，並將所得善款全部用於為弱勢群體提供幫助和支持。我們將本次活動籌集到的資金贈予慈善基金會，資助貧困地區的兒童教育、殘疾人福利等公益事業。

2023年9月，我們聯合相關社區公益單位，共同發起「一件冬衣的陪伴」愛心捐贈行動，為對口支援的青海省果洛藏族自治州瑪多縣群眾捐贈冬衣。本次活動共募集427件衣物，價值近12萬元人民幣，為瑪多縣的群眾送去溫暖。



愛心義賣現場



## 社區服務

我們聯合社會組織、愛心企業等公益力量，開展社區暖心幫扶，努力發展成為政府扶貧助困等社會事業的有力補充。

2023年，我們加入黃浦區「老字號長者助餐聯盟」，聯合慈善基金會、老年基金會等慈善力量和愛心企業，打造「老字號長者餐廳」。65週歲以上的老人可憑借助老服務卡，享受黃浦區各個「老字號長者餐廳」的餐品優惠。餐廳還開展了一系列適老化改造，包括設置「長者專區」座位、配備緊急呼叫鈴、提供用於存放拐杖的桌邊凹槽，方便老年人用餐。直品基金會榮獲黃浦區民政局頒發的「黃浦區助老公益服務愛心證書」。



「老字號長者餐廳」活動

## 救災行動

我們積極承擔社會責任，及時響應受災受困群眾的救助需求，幫助其紓困解難。

2023年8月，直品公益基金會向「馳援京津冀等地區水災」專項行動捐贈200萬元人民幣，以支援受災嚴重地區的防汛救災、困難群眾幫扶及災後重建工作。

2023年12月，直品公益基金會向甘肅臨夏州積石山縣6.2級地震災區捐款120萬元人民幣，用於受災地區的救援、災後重建等。

# 規範公司治理

公司嚴格遵守運營所在地的法律法規及上市規則，持續優化治理體系，形成權責分明、組織嚴謹的公司治理機制，致力於通過高標準的企業治理指導企業誠信合規運營、有效管控風險，助力公司實現高質量可持續發展，以良好的業績回報社會和廣大股東。





## 董事會聲明

董事會是公司的最高決策機構，下設審計委員會、薪酬委員會、提名委員會與企業管治委員會。董事會及各專業委員會主要負責確定公司戰略方向及整體策略，監督管理層的工作和業務表現、公司的運營及財務表現，並確保有效的風險管理和內部監控得以長期穩定運行。公司現任董事共9位，其中包含3位獨立董事，佔董事會人數的三分之一。董事會審計委員會和企業管治委員會的主席及全體委員均由獨立非執行董事擔任。董事會薪酬委員會和提名委員會主席及其三分之二的委員均為獨立非執行董事。我們的治理架構充分發揮專業委員會的作用，以保障重大決策的獨立性，進而維護股東及公司的長遠利益。

公司重視董事會成員的多元化經驗，制定董事會多元化政策，將董事會多元化（包括性別多元化）作為維持公司競爭優勢、吸納各類不同人才、留用與激勵員工的關鍵因素。我們在甄選董事的過程中關注各項多元化因素，包括但不限於性別、經驗、技能、專業知識、多元化、個人誠信及職業操守、品格、業務判斷力、因其他承諾的時間安排、貢獻、利益衝突等，從而以更加全面、綜合的視角和觀念在業務戰略、風險防控等事宜上提高企業決策水平，提升董事會履職效力。公司現任董事中包含2位女性董事，女性董事佔比達22%。

公司提名委員會每年審查董事會結構、人員規模及組成，並在必要時提供相關建議，使董事會整體在獨立性、知識、經驗、技能、專長、多樣性和性別方面達到適當的平衡。我們的董事會成員擁有計算機、法律、電子工程、經濟等不同的教育背景，具備互聯網、人力資源服務、資本市場等豐富的行業經驗。

董事會授權審計委員會監督公司ESG事宜。有關董事會下屬委員會成員及其活動，以及董事和高級管理者薪酬的信息，請參閱我們IR網站中的2023財年年度報告。公司治理結構、董事會章程及更多有關企業管治的詳細內容已於公司網站刊登<sup>30</sup>。

(30)企業管治相關內容詳見公司網站 (<https://ir.zhipin.com/corporate-governance/governance-documents>) 及2023年年報中企業管治部分 (<https://ir.zhipin.com/financial-reports/annual-reports>)

## 踐行商業道德

我們深知誠信與負責任經營的重要性，始終恪守商業道德，為企業長久發展奠定堅實基礎。我們嚴格遵守業務所在地的反不正當競爭、反賄賂和反腐敗法律法規，不斷健全商業道德管理體系，努力營造良好的商業環境。

### 1. 商業道德制度建設

公司制定了《商業行為和道德準則》《反腐敗政策》《獎懲和勞動紀律規定》《反壟斷合規指引》等內部政策，並根據法律法規要求及公司業務發展狀況對制度進行審閱和更新。本年度，公司在《BOSS直聘商業體系員工行為管理制度》中增加對存在違紀行為員工的處置措施，進一步提升了制度的合理性和有效性。

《商業行為和道德準則》包括利益衝突、禮品和娛樂、反賄賂和FCPA (The U.S. Foreign Corrupt Practices Act) 合規、遵守法律法規、歧視和騷擾、公平交易等多個方面的內容，該準則和《反腐敗政策》適用於公司所有實體及合資企業，覆蓋公司所有董事、高管、員工和顧問。公司對任何形式的賄賂和腐敗採取「零容忍」的態度，禁止任何形式的貪腐、舞弊、賄賂、抵扣、禮品附贈、違規優惠等違紀行為。

### 2. 商業道德管理體系

公司高度重視商業道德管理，董事會審計委員會負責監督公司遵守商業行為與道德規範的計劃，並定期與管理層會面，討論公司遵守商業行為與道德規範的情況。此外，公司適時與外部法律顧問會面，為公司的法律及商業道德事項尋求參考意見。

反貪污方面，公司設立風紀督查組，負責日常督查、接收舉報或投訴，並核查員工是否存在貪污、舞弊等違反商業道德的行為。反壟斷方面，公司任命政府事務委員會領導反壟斷合規管理工作，該委員會與相關業務部門共同推動反壟斷工作的

深入開展。由政府事務委員會、法律事務中心、商業產品組和運營審核中心組成的反壟斷合規工作小組負責定期組織會議，討論反壟斷合規管理的績效和工作進展。

我們將公司行為準則的遵守情況納入員工績效評估系統中，並與員工薪酬相掛鉤。對於負責公司商業化相關工作的員工，我們將「誠信分數」納入其績效考核，並在《BOSS直聘商業體系員工行為管理制度》中強化對管理者在團隊成員發生舞弊或其他不當行為時的問責。

本年度，公司未接獲對公司或員工提出並已審結的貪污訴訟案件，沒有收到任何與洗錢或欺詐相關的訴訟案件。公司經營秉持公平競爭原則，未收到任何因反壟斷、反不正當競爭行為而發生的罰款及產生的和解金。

### 3. 舉報渠道及舉報人保護

公司設立了專門的舉報郵箱，用於接收對潛在貪污、舞弊、壟斷等違反商業道德行為的舉報，並提供了實名舉報和匿名舉報兩種形式。公司高度重視舉報信息的處理，成立商業道德事件舉報處理工作組，專門負責處理來自內外部的舉報事宜。工作組嚴格按照公司制度，第一時間核查違規線索，確保每一件舉報都得到及時、公正、有效的處理。在處理過程中，公司對舉報人的信息和舉報內容實行嚴格保密，嚴厲禁止任何人以任何形式報復或陷害舉報人、證人及調查人員。對於行為構成違法犯罪的舉報，公司將移交相關司法機構依法處理。

我們堅決維護與供應商合作過程中的廉潔與公平，對採購貪腐等違背商業道德的不當行為持零容忍態度。我們鼓勵供應商對公司開展積極監督，一旦發現公司相關人員違反《廉潔協議》的規定，供應商可以通過採購組相關郵箱向我們舉報。

#### 違反商業道德行為的舉報渠道

違反商業道德準則的舉報郵箱：

[compliance@kanzhun.com](mailto:compliance@kanzhun.com)

反壟斷合規郵箱：

[fldjb@kanzhun.com](mailto:fldjb@kanzhun.com)

#### 供應商舉報渠道

發送郵件：

採購組公開郵箱 [caigouzu@kanzhun.com](mailto:caigouzu@kanzhun.com)

郵寄信函：

北京市朝陽區太陽宮中路16號院1號樓5層, 100028

#### 4.商業道德意識提升

公司每年均面向全體員工（包含正式員工、兼職員工）開展反賄賂和反腐敗培訓，旨在幫助員工充分瞭解公司商業道德政策，提升員工的商業道德意識。同時，我們積極收集業務部門針對商業道德議題的培訓需求及員工對於培訓課程的反饋意見，不斷完善和優化培訓內容，確保培訓更具針對性和實效性。

本年度，公司為法務、公共事務、平台運營等部門員工開展專題培訓，深入剖析涉及民營企業的商業道德犯罪類型並解讀相關法律法規。通過生動的案例講解，員工們對反腐敗、反舞弊等商業道德法律法規有了更為深刻的認識，增強了對商業道德違法行為的敏感性和識別能力。2023年，公司面向全體董事開展了商業道德培訓。

## ESG 法律法規及公司制度梳理

在環境方面，公司遵循《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢棄物污染防治法》等法律法規，確保能源使用、廢棄物排放等環節符合國家法規要求；公司制定《綠色辦公—我們在行動》和《竭盡所能—讓地球少「碳」氣》等內部制度，發佈針對各類辦公設備的操作細則，力爭將環境管理融入日常工作的各方面，踐行低碳環保理念。詳細內容請見「踐行綠色發展」章節。

在員工僱傭方面，公司恪守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國就業促進法》《中華人民共和國社會保險法》等相關法律法規，發佈《反對職場歧視和職場性騷擾聲明》《看準集團防治職場性騷擾制度》《績效管理制度》《薪酬獎金制度》《獎懲和勞動紀律規定》等，切實維護員工權益。詳細內容請見「攜手員工成長」章節。

在員工健康與安全方面，公司依據《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國消防法》《中華人民共和國安全生產法》《工傷保險條例》等法律法規，制定《消防安全管理制度》，着力打造安全、舒適的職場工作環境。詳細內容請見「攜手員工成長」章節。

在員工培訓與發展方面，公司制定《BZL人才培養體系課程管理制度（試行）》《通用力培養需求立項要求（試行）》《人才培養體系課程盤點規則》及《內部講師管理制度》，實現企業與員工的共同成長。詳細內容請見「攜手員工成長」章節。

在勞工準則方面，公司遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《中華人民共和國未成年人保護法》《禁止使用童工規定》等法律法規，制定並發佈《看準科技有限公司背景調查管理制度》等。詳細內容請見「攜手員工成長」章節。

在供應鏈管理方面，公司遵循《中華人民共和國招標投標法》，制定《採購及合同管理辦法》等內部制度，規範供應商管理舉措，通過與供應商簽署《相關方告知書》《供貨商基本信息調查表》，嚴格把關供應鏈管理全流程。詳細內容請見「構建可持續供應鏈」章節。

在產品責任方面，公司遵守《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國廣告法》，打造負責任營銷品牌。公司積極落實《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》，建立《看準集團系統變更管理辦法》等制度，始終將產品質量置於首要地位。公司遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《互聯網信息服務管理辦法》《公共互聯網網絡安全突發事件應急預案》等制度，制定《信息安全管理体系總體方針》等一系列信息安全制度，搭建穩固安全防線。公司還依照《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國反壟斷法》等法律法規，保護並尊重自身和他人的知識產權。詳細內容請見「優化產品與服務」章節。

在商業道德方面，公司踐行《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》，制定《商業行為和道德準則》《反腐敗政策》等內部政策，努力營造廉潔的商業環境。詳細內容請見「規範公司治理」章節。

在社區投資方面，公司制定並實施《上海直品公益基金會章程》等規範，發起多項公益活動，秉承公益向善的理念，積極踐行社會責任。詳細內容請見「傳遞社區關懷」章節。

## 附錄：聯交所《ESG 報告指引》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	披露位置或備注
<b>強制披露規定</b>	
<p>管治架構</p> <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>董事會聲明</p>
<p>匯報原則</p> <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><b>重要性：</b> 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><b>量化：</b> 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><b>一致性：</b> 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>	<p>匯報原則</p>
<p>匯報範圍</p> <p>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。</p>	<p>報告範圍</p>
<b>「不遵守就解釋」條文</b>	
<b>A.環境</b>	
<b>層面A1: 排放物</b>	

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	ESG法律法規及公司制度梳理
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	環境績效指標表
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）。	環境績效指標表
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）。	環境績效指標表
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）。	環境績效指標表
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。	踐行綠色發展
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。	踐行綠色發展 加強環境管理
<b>層面A2: 資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	ESG法律法規及公司制度梳理
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）。	環境績效指標表
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）。	環境績效指標表
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。	踐行綠色發展 加強環境管理



規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
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。	踐行綠色發展 加強環境管理 環境績效指標表
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) 每生產單位佔量。	本公司業務不涉及包裝材料使用
<b>層面A3: 環境及天然資源</b>		
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。	本公司業務活動不對環境及天然資源造成重大影響
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。	踐行綠色發展 加強環境管理
<b>層面A4: 氣候變化</b>		
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。	ESG法律法規及公司制度梳理
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。	踐行綠色發展 應對氣候變化
<b>B. 社會</b>		
<b>僱傭及勞動常規</b>		
<b>層面B1: 僱傭</b>		
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。	ESG法律法規及公司制度梳理

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	人才發展戰略
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。	人才發展戰略
<b>層面B2: 健康與安全</b>		
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。	ESG法律法規及公司制度梳理
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。	人才發展戰略
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	人才發展戰略
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。	人才發展戰略
<b>層面B3: 發展及培訓</b>		
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。	ESG法律法規及公司制度梳理 人才發展戰略
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。	人才發展戰略
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。	人才發展戰略

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
<b>層面B4: 勞工準則</b>		
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。	ESG法律法規及公司制度梳理
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。	保障員工權益 人才發展戰略
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。	保障員工權益 人才發展戰略
<b>營運慣例</b>		
<b>層面B5: 供應鏈管理</b>		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	ESG法律法規及公司制度梳理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	構建可持續供應鏈
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。	供應商準入與聘用
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。	供應商準入與聘用 供應商評估與退出
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。	構建可持續供應鏈

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
<b>層面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: (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。	ESG法律法規及公司制度梳理
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。	與本公司業務未有重大相關性
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。	完善用戶服務
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。	知識產權管理
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	嚴守產品質量
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策, 以及相關執行及監察方法。	ESG法律法規及公司制度梳理 網絡安全與隱私保護
<b>層面B7: 反貪污</b>		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的: (a) 政策; 及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	ESG法律法規及公司制度梳理
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。	踐行商業道德
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。	踐行商業道德
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	踐行商業道德

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備注
<b>社區</b>		
<b>層面B8: 社區投資</b>		
一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	ESG法律法規及公司制度梳理
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）。	傳遞社區關懷
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	傳遞社區關懷