爱玛



# 2025

# 环境、社会和公司治理报告



ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT





# 目录




02 关于本报告
04 董事长致辞
06 走进爱玛科技
13 年度亮点绩效
14 年度荣誉认可
20 联合国可持续发展目标响应
22 ESG 治理
24 利益相关方沟通
26 重大性议题判定
28 专题一：以“用户至上”理念用心服务：爱玛科技的用户服务方案
34 专题二：从“制造出海”到“智造共赢”：爱玛科技的全球战略




## 责任治理


40 公司治理
44 风险管理
48 反腐败与反不正当竞争
50 隐私保护与数据安全
53 党建引领


1



## 绿色发展


56 环境管理
69 应对气候变化
73 绿色运营
75 绿色生态


2



## 优质产品


78 创新驱动
88 产品品质


3



## 以人为本


98 合规与平等
105 健康与安全
108 培训与发展
112 关怀与福利


4



## 责任同行


118 可持续供应链
123 经销商赋能
126 用户服务
131 社会价值


5




132 未来展望
134 关键绩效表
137 上交所指标索引表
138 GRI 指标索引表
142 ESG 政策索引表
146 读者意见反馈表

# 关于本报告

## 报告时间

本报告是爱玛科技集团股份有限公司面向利益相关方发布的第 4 份企业环境、社会和公司治理报告。报告文字信息及绩效以 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日为主，部分文字信息及绩效可能涉及到以往年份或体现 2026 年的方针和实践。

## 报告边界

报告披露爱玛科技集团股份有限公司（简称“爱玛科技”或“公司”“我们”）及其下属（分）子公司履行经济、公司治理、社会及环境方面的责任信息，相关典型案例来自公司及其所属企业。

## 信息来源

本报告所披露的信息和数据来源于爱玛科技内部正式文件、统计报告与年报，公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。本报告的财务数据以人民币为单位，若与财务报告不一致之处，以财务报告为准。

## 报告称谓

江苏爱玛车业科技有限公司（简称“江苏车业”）

天津爱玛车业科技有限公司（简称“天津车业”）

格瓴新能源科技（山东）有限公司（简称“格瓴新能源”）

河南爱玛车业有限公司（简称“河南车业”）

广西爱玛车业有限公司（简称“广西车业”）

重庆爱玛车业科技有限公司（简称“重庆车业”）

浙江爱玛机电科技有限公司（简称“浙江机电”）

## 报告编制标准

中国国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）

中国社会科学研究院《中国企业社会责任报告指南》（CASS-ESG5.0）

联合国 2030 年可持续发展目标（SDGs）

国际标准化组织《ISO 26000：社会责任指南（2010）》

全球可持续发展标准委员会 GRI《可持续发展报告标准》（GRI Standards）

上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 14 号——可持续发展报告》（试行）

上海证券交易所《上市公司自律监管指南第 4 号——可持续发展报告编制》（2026 年 1 月修订）

# 董事长致辞

我们深信，一家优秀的企业，不仅要在商业上成功，更要对社会有益、对环境友好、对未来负责。在碳中和进程加速、AI 技术蓬勃兴起的今天，短出行行业承载着连接城乡、赋能生活、推动低碳转型的重要使命。爱玛坚持“让出行充满爱”为使命，在变化的世界中坚守初心，在创新的道路上坚定前行。

**绿色发展，是我们不变的底色。**

2025 年，是电动两轮车行业全面落实“新国标”的关键之年，也是爱玛绿色制造的升级之年。我们持续推进绿色制造体系的深化落地，从源头选材到生产管控，从能耗管理到资源循环，层层严守绿色标尺。在“新国标”实施之际，我们率先完成新产品适配与认证，并推动产线工艺优化，将安全、环保、可靠的理念贯穿始终，努力实现绿色制造与品质发展的同频共振。我们相信，绿色不只是一种生产方式，更是爱玛与用户、与自然、与未来之间的承诺。

**科技创新，是我们前行的引擎。**

创新从未停步，探索从未止息。2025 年，公司旗下全新高端子品牌诞生，这不仅是爱玛在科技创新领域的又一次突破，更是我们对未来出行体验的深度探索。从核心部件到整车系统，从智能互联到美学设计，我们不断推动技术迭代与产品升级，以持续领先的科技力，满足用户对更优体验、更高品质的追求。同时，我们以更开放的姿态拥抱全球，稳步推进国际化布局，努力将源自中国的技术与智慧，带向更广阔的世界舞台。

**以人为本，是我们价值创造的源头。**

我们珍视每一份信任，以长期主义守护股东信赖，以创新平台激发员工潜能，以匠心品质赢得用户口碑，以善意足迹联结社区温度，以绿色智造践行时代责任。爱玛的发展，离不开每一位利益相关方的支持；我们的责任，正是让更多人从出行中收获便捷、安全与美好。

**规范治理，是我们行稳致远的基石。**

合规不是约束，而是护航，治理不仅要有形，更要有魂。我们建立了贯通决策、管理与执行的三层 ESG 治理体系，将可持续发展融入战略与日常运营。我们持续开展覆盖全员的责任文化与合规培训，将规范意识内化为行为自觉，通过优化风险防控流程，让责任担当扎根于日常实践。我们始终相信，有温度的治理才能凝聚前行的力量，有自觉的担当方能行稳致远。

站在 2026 年的起点，时代的浪潮依然奔涌，“双碳”目标催生变革，AI 革命重塑格局，短出行行业正迎来前所未有的机遇与责任。爱玛将始终以绿色为帆、创新为桨、人文为舵，与所有伙伴并肩前行，驶向一个更清洁、更智能、更共融的未来。




董事长

# 走进爱玛科技

为响应国家绿色低碳转型战略，爱玛科技作为电动两轮车行业的领军企业，始终以战略定力践行绿色经营理念，精准把握短出行交通领域的变革机遇，全面推行绿色智造战略。爱玛科技积极向产业链上下游输出绿色转型经验与最佳实践，协同合作伙伴共筑低碳发展新生态。公司以开放共享的姿态，推动行业绿色标准共建、技术协同创新与资源高效利用，助力整个供应链向低碳化、数字化、智能化方向升级。

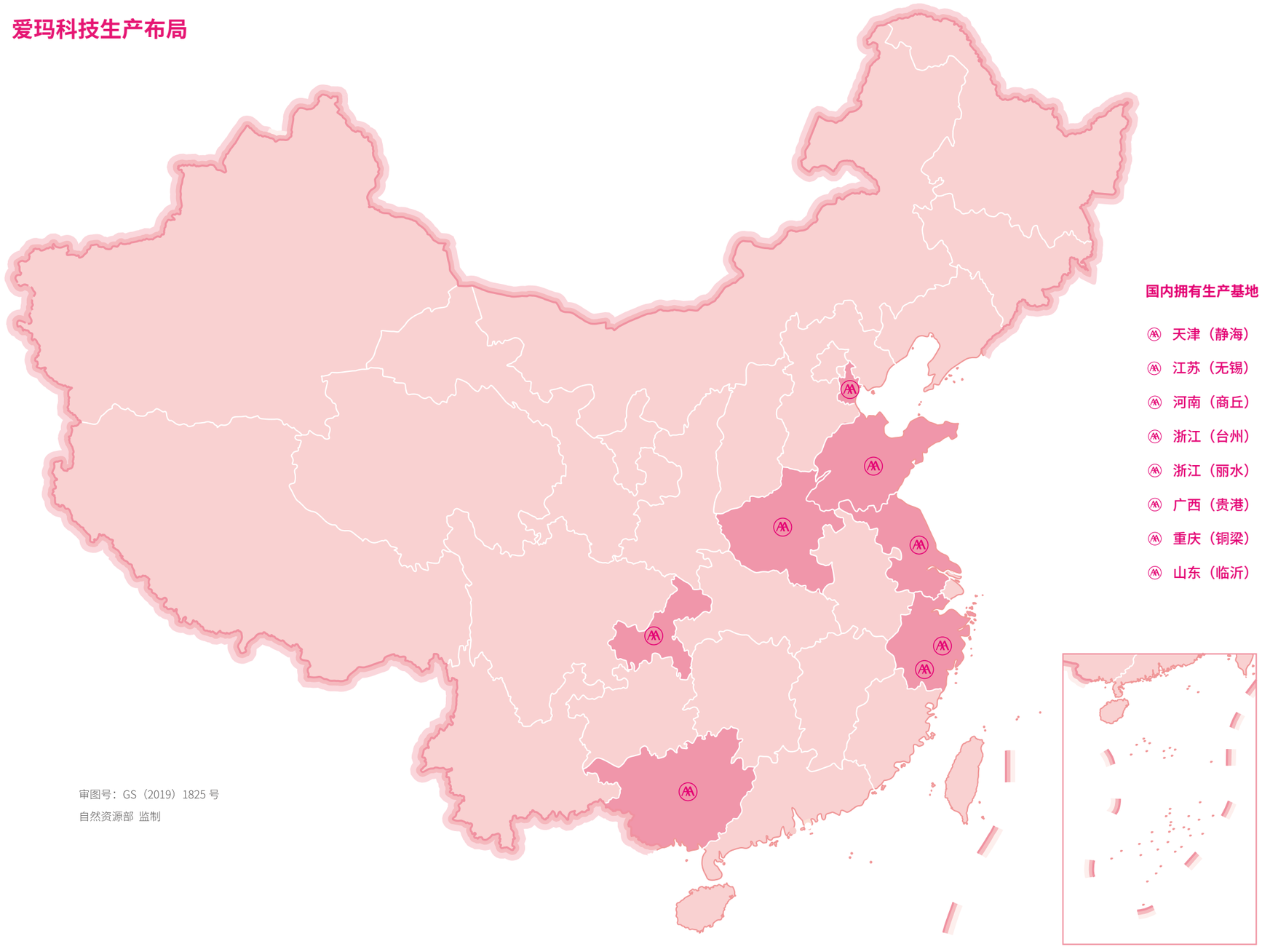
## 公司简介

爱玛科技（603529.SH）成立于 1999 年，于 2021 年 6 月在上海证券交易所主板首发上市。公司专注于电动两轮车、电动三轮车的研发、制造与销售，作为中国最早的电动两轮车生产企业之一，公司保持稳健的市场份额与领先的行业地位，是行业龙头企业之一。

爱玛科技深耕电动两轮及三轮出行领域，以绿色、智能、舒适为核心方向，持续拓展中短途出行生态圈，助力行业迈向低碳化与智能化发展。公司设立国内事业部、国际事业部、三电事业部、新品牌事业部、生态链事业部五大业务板块，布局爱玛、零际、斯波兹曼、爱玛车服等多个品牌及服务体系，构建覆盖研发、制造、销售与后市场的全场景出行解决方案。

公司总部位于天津，在国内拥有天津、河南商丘、广西贵港、江苏无锡、重庆铜梁、浙江台州、浙江丽水、山东临沂生产基地，江苏徐州、甘肃兰州生产基地正有序推进，以智能制造能力支撑全国市场交付。在国际方面，公司在印尼与越南的生产基地，均已投产。依托成熟的渠道管理与市场渗透优势，公司全球终端门店突破3万家，持续夯实电动两轮车行业领先地位。

## 爱玛科技生产布局



国内拥有生产基地

- 天津（静海）
- 江苏（无锡）
- 河南（商丘）
- 浙江（台州）
- 浙江（丽水）
- 广西（贵港）
- 重庆（铜梁）
- 山东（临沂）

审图号：GS（2019）1825 号

自然资源部 监制

# 发展历程

## 2025 年

爱玛全球累计销量突破 9,000 万台；沙利文权威认证全球电动两轮车领先品牌；中国轻工业科技百强企业

## 2024 年

爱玛机电 1,000 万台电机的下线；强势进军海外市场，首个海外生产基地——印尼生产基地投产

## 2023 年

自研电机实现规模化生产、应用突破百万量级；收购整合山东基地

## 2022 年

产量突破 1,000 万辆；终端门店数量突破 3 万个

## 2021 年

6 月在上海证券交易所 A 股主板上市；成立专门从事行业核心技术和前沿技术研究的机构；重庆铜梁基地启动

## 2020 年

连续六年荣获中国权威品牌评级机构 Chnbrand 发布的电动自行车行业顾客推荐度（C-NPS）第一名

## 2019 年

爱玛 20 周年庆典；爱玛与博世签约成为全球战略合作伙伴；全球累计销量突破 4100 万辆；变革元年启动数智化转型

## 2018 年

连续 7 年蝉联行业 C-BPI 第一名；连续 2 年入选 CCTV“国家品牌计划”行业领跑者；荣获“全国质量诚信标杆典型企业”；荣获“首批符合新国标电动自行车生产企业”

## 2016 年

连续 5 年荣获中国权威品牌评级机构 Chnbrand 发布的中国品牌力指数（C-BPI）电动自行车行业品牌力第一名、CCTV 国家品牌计划行业唯一战略合作企业

## 2014 年

获得《商品售后服务评价体系》五星认证

## 2012 年

战略布局长三角，江苏无锡、浙江台州基地启动

## 2011 年

战略布局珠三角，广东东莞基地启动，推动本地化发展战略格局

## 2010 年

天津静海基地启动，形成电动两轮车、电动三轮车集群式制造优势

## 2009 年

股份制改造，开启 4S 终端模式；河南商丘生产基地启动

## 2017 年

获得中国标准化研究院电动自行车行业顾客满意度（C-CSI）第一名；筹备上市，布局多元化、国际化产业布局

## 2015 年

出口国际市场，获得欧盟认证；欧洲旗舰店在瑞士开业，迈向全球化；取得电动摩托车生产准入资质

## 2013 年

承担社会责任，支援雅安地震灾后重建，关爱留守儿童，帮扶困难家庭

## 1999 年

成立于天津

## 2004 年

步入电动两轮车行业

## 2008 年

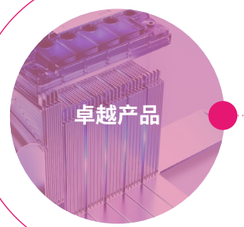
迅速开拓市场，推行专营专卖

# 战略主轴

自 1999 年成立以来，爱玛科技一直以满足用户需求为导向，不断提供优质产品和服务，荣获各类质量和服务权威奖项。公司秉持“用户至上、卓越产品、精耕市场、精细运营”的战略，保障产品质量和服务，优化调整营销策略，实现快速扩张和规模化经营。




基于用户需求造产品
基于用户体验优服务
基于用户思维做运营




加大研发技术投入
建立正向开发体系
提升产品品质水平




线下渠道深耕，提升单店产出
线上精准引流，构建零售中台
海外市场拓展，推动全球经营




全价值链卓越运营
全方位精细化管理
全面提升经营效益



# 产品介绍

爱玛科技坚持以技术创新服务于人的多元需求，依托强大的研发创新能力，持续丰富绿色出行产品。我们通过构建全面的产品矩阵——涵盖 Q 系列、A 系列、F 系列、X 系列、3 轮系列和商用系列，以及低速电动四轮车、自行车、Ebike 等绿色交通工具，精准满足了不同消费群体对中短途出行的期待。从提升续航能效到融入智能化设计，从强化产品安全到引领时尚潮流，我们致力于将科技与美学转化为用户可感知的绿色价值，为实现低碳未来贡献力量。

爱玛各系列产品

**Q 系列**

爱玛元宇宙 Pony



爱玛 墩墩



爱玛 Q5 赫本联名版



**A 系列**

爱玛仰望 A5



爱玛 A7 Plus



爱玛晓龙



**F 系列**

爱玛勇士 F626



**X 系列**

爱玛机甲师



爱玛造梦师 X14



**3 轮系列**

爱玛乐享 CA500



爱玛开心 Q70



爱玛乐臻 CA900



**商用系列**

爱玛马赫 S1 MAX



# 企业文化

爱玛科技将企业文化融入日常经营之中。公司以“成为全球领先的绿色出行科技时尚公司”为愿景，肩负“让出行充满爱”的使命。在价值观方面，公司秉承“用户至上、奋斗为本、诚信守实、技术驱动、开放创新、责任担当”的理念。此外，公司还建立“爱社会、爱用户、爱员工、爱伙伴、爱股东”的“五爱”体系，以实际行动展现其社会责任感。

**愿景**

- 全球领先的绿色出行科技时尚公司

**使命**

- 让出行充满爱

**价值观**

- 用户至上
- 奋斗为本
- 诚信守实
- 技术驱动
- 开放创新
- 责任担当

爱玛科技五爱体系






# 年度亮点绩效

## 经济绩效

营业收入
**2,509,456.8 万元**

净利润
**207,364.7 万元**

拟累计现金分红
**101,789.6 万元**

电动两轮车销量
**10,950,062 辆**

电动三轮车销量
**607,091 辆**

## 环境绩效

环保资金投入
**2,417.4 万元**

绿色工厂认证面积
**1,553,206.9 平方米**

ISO 14001 环境管理体系认证
**8 家**

废水、废气、噪声排放达标率
**100%**

危险废弃物处置率
**100%**

重大环境违规事件
**0 件**

## 治理绩效

合规培训场数
**4 场**

商业道德及反腐败员工培训覆盖率
**100%**

商业道德及反腐败培训总时长
**2,206 小时**

信息安全投入总金额
**653.0 万元**

信息安全违规事件次数
**0 次**



## 社会绩效

研发人员总数
**1,130 人**

研发总投入
**77,109.0 万元**

累计授权专利总数
**2,311 个**

全体员工总数
**8,903 人**

员工发展培训受训总时长
**58,283.1 小时**

员工发展培训总投入
**149.4 万元**

供应商总数
**764 家**

本地供应商
**182 家**

公益慈善支出
**990.7 万元**

# 年度荣誉认可

## 设计类




**2025 法国设计奖金奖（Q5）**

法国国际奖项协会（IAA）




**TITAN 设计奖铂金奖（乐维 CA510）**

美国博物馆联盟（AAM）

美国国际奖项协会（IAA）




**MUSE 设计奖金奖（乐享 CA500 至臻版）**

美国博物馆联盟（AAM）

美国国际奖项协会（IAA）




**MUSE 设计奖铂金奖（黄油墩墩）**

美国博物馆联盟（AAM）

美国国际奖项协会（IAA）




**纽约产品设计奖金奖（马赫 S1 Pro）**

美国博物馆联盟（AAM）

美国国际奖项协会（IAA）




**伦敦设计奖铂金奖（仰望 A5-2025）**

LONDON DESIGN AWARDS JURORS

## 高新技术类




**高新技术企业**
**天津斯波兹曼科技有限公司**

天津市科学技术局




**高新技术企业**
**格瓴新能源科技有限公司**

山东省科学技术厅



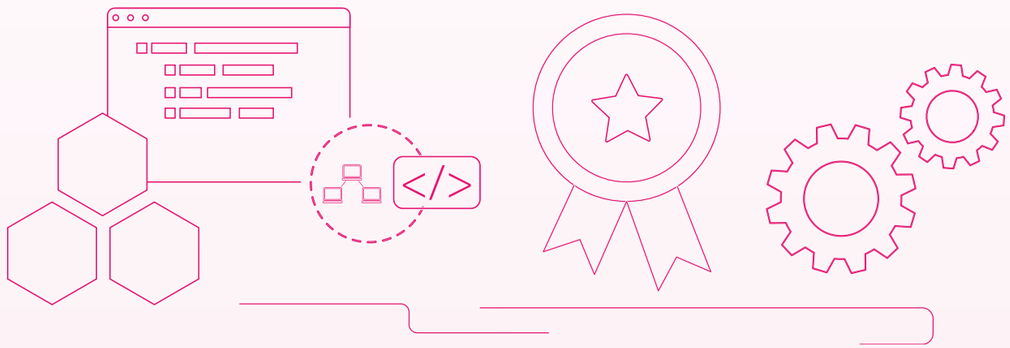

**高新技术企业**
**广西爱玛车业有限公司**

广西壮族自治区科学技术厅




**高新技术企业**
**天津爱玛车业科技有限公司**

天津市科学技术局



## 价值传递类




**中国轻工业科技百强**

中国轻工业联合会




**中国轻工业企业二百强**

中国轻工业联合会



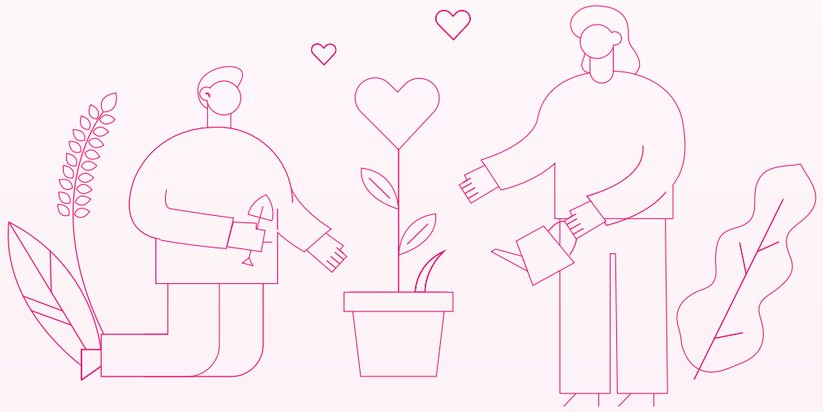

**“PIA 二星级标识”证书**

中国网络安全产业联盟




**2025 年上市公司 ESG 优秀实践案例**

中国上市公司协会



## 品牌形象类




**C-BPI 中国电动自行车行业品牌力指数第一**

中企品研




**C-CSI 中国顾客满意度指数电动车自行车行业第一**

中企品研




**C-NPS 电动车自行车行业第一**

中企品研




**全球电动两轮车领先品牌**

沙利文




**2025 国际品牌经济年度 CFO**

全球品牌发展案例成果报告评审委员会




**ESG 新标杆企业奖**

证券之星

## 营销与内容创新类




**第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖——公关活动银奖**

IAI 传鉴国际广告奖




**第 25 届 IAI 传鉴国际广告奖——出海营销优秀奖**

IAI 传鉴国际广告奖




**iBrandi 品创奖——品创年度品牌**

iBrandi 品创奖




**虎啸奖 AIGC 营销类银奖**

虎啸奖组委会




**虎啸奖海外营销类金奖**

虎啸奖组委会




**虎啸奖电商及效果营销类——大促与节日营销类金奖**

虎啸奖组委会

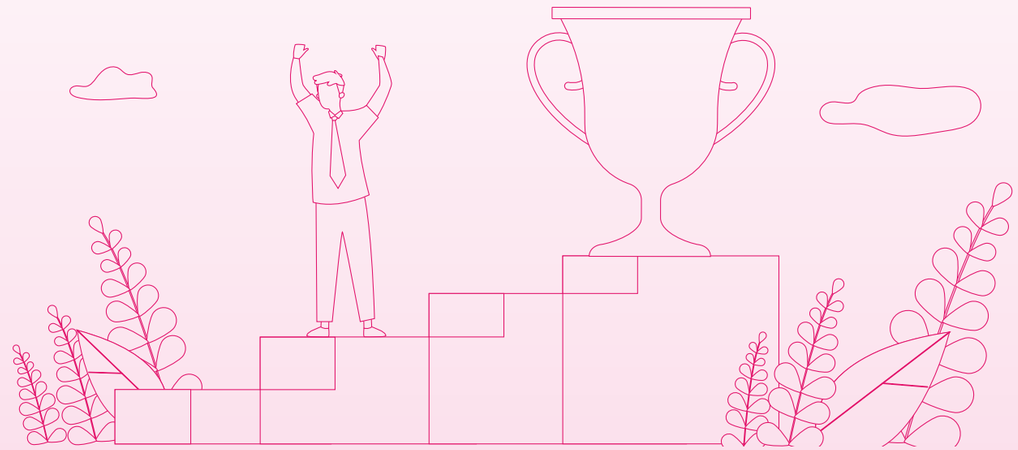
爱玛科技不断深耕 ESG 领域，凭借卓越的 ESG 表现，获得了多家权威评级机构的高度认可，处于行业 ESG 评级领先地位。2025 年，公司华证指数评级由“A”级升至“AA”级，在环境、社会和公司治理维度全面发力，展现出负责任企业担当。

**爱玛科技 ESG 评级现状**

**中证 ESG** A

**华证 ESG** AA

**Wind（万得）** A



# 联合国可持续发展目标响应




乡村振兴 | 社会贡献

乡村振兴 | 社会贡献

供应链管理 | 平等对待中小企业

用户服务

公司治理 | 风险管理 | 商业道德及反腐败

数据安全与隐私保护

员工

环境合规管理 | 生态系统和生物多样性保护

员工

环境合规管理

水资源利用 | 能源利用

应对气候变化

循环经济 | 清洁技术机遇

环境合规管理 | 能源利用 | 水资源利用

产品和服务安全与质量

经销商管理

供应链管理 | 平等对待中小企业 | 乡村振兴

社会贡献

产品研发与创新

社会贡献

# ESG 治理

爱玛科技持续优化 ESG 管理架构，制定并动态调整 ESG 策略，确保公司的战略方向与可持续发展目标保持高度一致。

## ESG 治理架构

爱玛科技制定《爱玛科技集团股份有限公司董事会战略与 ESG 委员会工作细则》，确立“董事会—战略与 ESG 委员会—ESG 工作小组”三层治理架构，确保 ESG 职责在决策层、管理层与执行层的全面贯通与有效落地，为公司的可持续发展提供坚实的治理保障。

### 爱玛科技 ESG 治理架构

**董事会**

- 作为 ESG 事项的最高决策与责任主体，负责制定 ESG 治理战略和目标
- 承担对公司业务影响深远的 ESG 相关风险与机遇的全面评估工作

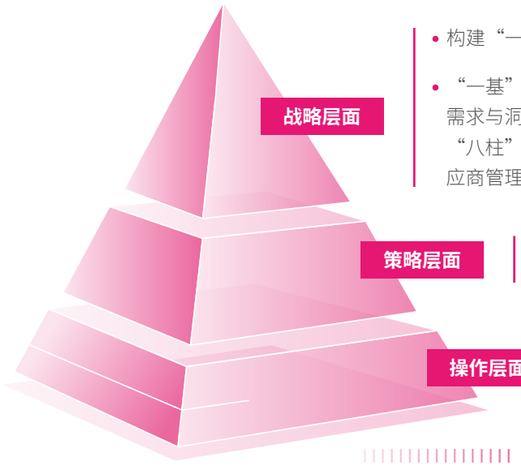
**战略与 ESG 委员会**

- 对 ESG 管理工作进行统筹规划，制定契合公司发展的中长期 ESG 战略
- 保障 ESG 管理体系的高效运行，推进 ESG 工作，确保 ESG 目标绩效达成

**ESG 工作小组**

- 由各业务及职能部门的 ESG 负责人构成。在战略与 ESG 委员会的引领下，落实 ESG 具体工作，推动 ESG 目标实现

### 爱玛科技 ESG 管理体系




- 构建“一基一台，四梁八柱”模型，推动 ESG 理念深度融入公司战略
- “一基”聚焦合规与风险管理；“一台”着重于趋势研究以及对利益相关方需求与洞察的把握；“四梁”为战略清晰、组织高效、文化育人、绩效卓越；“八柱”为人力资源、财务管理、信息与智能化、研发开发、生产制造、供应商管理、经销商合作、用户服务
- 在生产经营环节全面嵌入 ESG 目标，将其整合进管理制度、体系流程，并通过信息系统予以固化
- 基于 ESG 要求，对战略目标进行细化分解，并将其融入岗位职责与绩效考核方案，使 ESG 倡议转化为公司自觉践行的管理举措



爱玛科技将 ESG 战略和公司战略进行深度融合，搭建“一基一台，四梁八柱”战略实现体系，确保公司在战略引领下保持组织活力，实现卓越的经营绩效与可持续价值。



# 利益相关方沟通

爱玛科技建立高效透明的利益相关方沟通机制，密切关注并积极回应各方关切，将来自用户、员工、股东与投资者、政府及合作伙伴等的声音融入公司的决策与管理体系，确保企业充分平衡各方的合法权益，实现商业价值与社会价值的统一。

## 爱玛科技利益相关方列表

| 利益相关方 | 重点关注内容 | 回应方式及表现 |
| --- | --- | --- |
| 产品用户 | • 产品质量与安全<br>• 用户服务与满意度<br>• 数据安全与隐私保护 | • 实施全周期产品质量管控<br>• 加大创新研发力度<br>• 提升服务效率与用户体验<br>• 保障用户数据安全与隐私权益 |
| 员工 | • 员工权益保障<br>• 多元化与包容性<br>• 人才培养与发展<br>• 员工关怀和福利<br>• 职业健康与安全 | • 完善员工权益保护体系<br>• 定期开展满意度调研<br>• 健全员工职业发展体系<br>• 提供具有竞争力的薪酬福利<br>• 开展员工文体活动<br>• 优化职业健康与安全机制 |
| 股东与投资者 | • 合规治理与风险管控<br>• 稳定增长的投资回报<br>• 信息公开披露 | • 落实规范化合规管控<br>• 加强与投资者的沟通与交流<br>• 利用多渠道公开披露信息 |
| 政府及监管机构 | • 遵纪守法<br>• 合规治理与风险管控<br>• 数据安全与隐私保护<br>• 商业道德与反贪腐<br>• 气候变化与节能减排<br>• 促进经济发展<br>• 乡村振兴和社会责任 | • 保障业务决策与行动符合法律要求<br>• 定期开展风险评估和内部审计<br>• 实施绿色运营模式<br>• 推动行业发展<br>• 践行社会责任 |
| 供应商及业务合作伙伴 | • 商业道德与反贪腐<br>• 可持续合作<br>• 公平公开采购<br>• 供应商管理<br>• 经销商赋能与发展 | • 实施阳光采购与经销模式<br>• 构建长期稳定的合作关系<br>• 定期组织供应商交流与培训<br>• 开展经销商赋能活动 |
| 行业协会及科研院所 | • 行业战略合作<br>• 行业共同进步<br>• 科技创新<br>• 知识产权管理 | • 参与行业标准制定<br>• 深化产学研合作<br>• 参加行业展会 |
| 媒体及公众 | • 合规运营<br>• 环境保护<br>• 产品质量与安全<br>• 社区投入及发展 | • 推动合规与稳健发展<br>• 践行绿色生产<br>• 推动节能降耗模式<br>• 建立全流程质量管控体系<br>• 开展社会公益活动<br>• 定期召开新闻发布会 |
| 社区 | • 开展公益项目<br>• 社区投入及发展<br>• 志愿者活动<br>• 环境保护 | • 开展公益项目与志愿者活动<br>• 推进环保宣传与实践 |

# 重大性议题判定

依据上交所的指引，爱玛科技于本年度开展 ESG 议题的双重重要性评估工作，制定了评估方法及评估模型，评估公司对环境与社会方面的影响，及 ESG 议题的财务风险与机遇。本年度的评估以定性分析为主要依据，并辅以量化评估。未来我们将持续关注政策更新情况，并在条件具备时逐步提升量化分析的比重，确保评估结果能够科学地服务于公司的可持续发展战略与核心业务决策。

## 重大性议题识别

基于爱玛科技战略方向，并综合参考监管要求、行业对标及第三方评价体系，我们识别出 24 项与公司运营及长期发展密切相关的关键 ESG 议题，并制作重大性议题清单。该清单在往年重要性议题评估基础上，结合公司对新风险、新机遇的前瞻研判和利益相关方的沟通意见，经系统筛选与审议后形成。

### 2025 年 ESG 重大性议题清单

| 环境 | 社会 | 治理 |
|---|---|---|
| 环境合规管理 | 产品和服务安全与质量 | 公司治理 |
| 废弃物处理 | 产品研发与创新 | 风险管理 |
| 循环经济 | 员工 | 商业道德及反腐败 |
| 清洁技术机遇 | 供应链管理 | 数据安全与隐私保护 |
| 能源利用 | 经销商管理 | 利益相关方沟通 |
| 应对气候变化 | 乡村振兴 | |
| 污染物排放 | 社会贡献 | |
| 生态系统和生物多样性保护 | 用户服务 | |
| 水资源利用 | 科技伦理 | |
| | 平等对待中小企业 | |

## 双重重要性判定

基于已识别的重大可持续发展议题，我们深入分析价值链的各个环节，识别出各重大议题在各价值链环节相关的具体活动，并据此梳理出对应的潜在风险与机遇。

### 爱玛科技价值链识别

上游：原材料获取 → 中游：生产运营 → 下游：运输配送 → 下游：销售服务

在影响重要性维度，我们重点评估了各议题对员工、供应链伙伴、消费者等关键利益相关方可能产生的环境与社会影响。在财务重要性维度，我们则聚焦于评估各议题可能为爱玛科技带来的财务风险与机遇，并依照收支、资产、负债等主要财务科目，梳理出可直接或间接关联的财务影响指标。相关评估过程与结论，已与相关部门共同审议确认。



在运用双重重要性原则进行评估时，我们设定了差异化的参与机制：为全面识别公司运营对环境与社会的外部影响，我们组织了面向内外部利益相关方的广泛调研；为精准评估可持续发展议题可能引致的内部财务影响，我们则聚焦于公司高级管理层的深度访谈。评估过程中，我们采用了问卷调研形式，对问卷结果进行量化分析，并按照“非常重要 - 较为重要 - 一般重要”进行重大性排序。

我们设定了明确的重要性判断阈值，量化评估结果达到此标准的议题被视为具有重大影响、风险或机遇。基于上述评估结论，我们形成了本年度的双重重要性矩阵，具体如下：

### 爱玛科技双重重要性矩阵



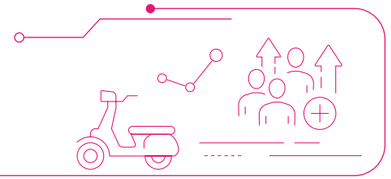

产品和服务安全与质量是我们的首要关键议题。产品质量是企业发展的生命线，产品问题影响用户体验，可能对广泛的用户信任与企业长期价值造成深远影响。我们遵循上海证券交易所《上市公司可持续发展报告指引》的框架，围绕“治理—战略—影响、风险与机遇管理—指标与目标”四大支柱，系统管理并披露本议题的相关实践，具体内容参见本报告“产品品质”章节。

为建立常态化的可持续发展管理机制，爱玛科技将定期开展 ESG 议题双重重要性评估，以此作为制定管理方针、明确策略重点、设定行动优先级与绩效目标的核心依据。针对识别出的高度重要议题，我们推动专项改善计划，制定短期攻坚行动，并将其纳入业务流程与绩效考核体系，通过定期跟踪与复盘，确保可持续发展进程有效落地，积极回应各利益相关方期待。同时，我们将持续优化财务重要性维度的评估方法论，增强其在风险量化、机遇识别方面的严谨性与决策支撑力。

专题 1

# 以“用户至上”理念用心服务
# 爱玛科技的用户服务方案

**作为电动两轮车行业的领军企业，爱玛科技将“用户至上”理念融入公司战略，通过多元产品研发、场景化业务拓展以及体系化售后保障等方式，构建用户服务体系。**



## 研发与设计端·适配用户需求

爱玛科技将用户需求贯穿产品设计流程中，聚焦多场景出行需求以拓展服务边界，深耕用户核心诉求以打造多元产品矩阵，切实传递“以用户为中心”的服务理念。目前，公司产品已形成覆盖多场景、多人群矩阵，不仅拥有专为女性消费者设计的优雅 Q 系、展现产品硬实力的都市 A 系、为年轻人群设计的个性 X 系、侧重功能属性的运动 F 系，更延伸出商用车产品线及三四轮产品线，全方位彰显着爱玛科技多元化的时尚魅力与综合实力。

### 多元产品线布局

**女性产品线**



- 推出爱玛元宇宙 play、爱玛 Q5、爱玛墩墩等产品，以时尚设计与流行配色塑造独特驾乘体验，贴合女性用户审美与驾乘需求；
- 爱玛元宇宙 play 在行业 DIY 领域处于领先地位，成为年轻女性潮流出行标杆；
- 爱玛 Q5 以“豪华、便捷、易操控”为核心，定义家庭女性用车新场景。

**科技产品线**



- 推出年度旗舰爱玛 A7Plus 等产品，以“快、稳、帅、炫、智、爽”六大核心优势，聚焦用户高性能、长续航及智能化产品需求，为用户提供高品质智慧出行体验。

**商用车产品线**



- 推出爱玛马赫商用品牌，专为解决即时配送、家政服务、分时租赁、政企用车、特种用车等五大类数十项细分场景，聚焦商用用户“高续航、高安全、多场景、高性价比”需求。

**三四轮产品线**



- 推出爱玛乐享 CA500 至臻版，以“更安全、更舒适、更智慧、更耐用”特点，针对不同用户需求，提供个性化休闲三轮车产品组合，满足家庭与短途代步用户需求。

**案例**

### 爱玛科技和黄油小熊联名

2025 年，爱玛科技与“黄油小熊”IP 的联名合作，以“可爱自成一路”为核心主张，重新定义女性出行美学。该系列产品通过萌趣设计、缤纷配色与治愈元素，精准契合年轻女性对个性表达与情感陪伴的需求，将出行工具转化为兼具审美价值与社交属性的时尚符号。

主力车型“爱玛黄油墩墩”通过限量发行与主题化设计，让车辆秒变“移动的二次元手办”，成为年轻消费群体中“全新的社交货币”，帮助用户在通勤、聚会、观展等多种场景中建立身份认同，实现情感联结。




爱玛科技与黄油小熊联名

# 体验与销售端·贴近用户场景

爱玛科技打破传统电动两轮车销售模式，针对年轻群体、女性用户及外卖骑手等不同客群的深层需求，打造 Young 店、Miss 大小姐店、骑手之家等主题门店，通过休闲游戏、专属设计、便民服务等方式，将销售空间升级为融合社交、情感与便利的沉浸式产品体验场景，让消费者在购车过程中感受到精准适配的品牌温度。

**案例**

### 爱玛 Young 店

爱玛科技充分考虑年轻用户对自我表达、科技互动与社交体验的深层需求，打造“爱玛 YOUNG 店”。该门店围绕年轻群体鲜明的时尚、自信、潮酷特质进行整体设计，以银白主色调营造简洁明亮的视觉感受，传递未来感与创新精神。店内不仅聚焦产品展示，更通过设置休闲游戏区、个性化配件区及直播互动区等功能模块，构建了一个融合娱乐、社交与消费的沉浸式体验空间，生动诠释品牌年轻化战略，与年轻用户建立情感共鸣。



Young 门店

**案例**

### Miss 大小姐门店

爱玛科技响应女性用户对骑行时尚、美学体验与情感共鸣的专属需求，推出女性主题终端形象门店 “Miss 大小姐”女性主题店。店内汇集多个系列的女性专属车型，全方位诠释爱玛科技为女性骑行生活提供的贴心解决方案。目前“Miss 大小姐”已成长为公司旗下具有影响力的时尚 IP，围绕该 IP 打造的“追星 - 爱玛 Miss 大小姐驾到”嘉年华巡展，已在深圳、惠州等地成功举办，进一步传递爱玛科技在女性市场的时尚主张与品牌温度。



Miss 大小姐门店

**案例**

### “骑手之家”门店

爱玛科技针对外卖骑手在车辆租赁、换电、维修及日常休息等方面的集中需求，并结合其高频活动区域多集中于城市美食商圈的特点，推出“骑手之家”门店。在这里，骑手可以便捷地完成电池更换、车辆快速维修与保养，并享受灵活的车辆租赁服务，确保运力无忧。同时，门店内设有舒适的休息区，提供饮水、充电等便利设施，让骑手在接单间隙能获得充分的休整。




马赫“骑手之家”门店

# 服务与售后端·践行用户承诺

爱玛科技将售后服务延伸至品牌活动与日常保障双重维度，打造高效便捷的售后服务体系，涵盖维修、救援、换电等全方位权益保障，并通过音乐节等创意活动，为用户搭建情感共鸣与生活方式分享的平台，从售后及时响应到品牌情感陪伴，以有温度的用户服务，真正实现对美好出行生活的长久守护。

## 策划品牌活动 分享美好生活

爱玛科技通过策划丰富的品牌活动，为用户构建了形式多元的沉浸式体验。从产品技术探享，到主题嘉年华、骑行社群互动，不仅传递产品价值，更为用户营造共享生活方式和情感连接。

**案例**

### 爱玛科技举办“爱玛·追星音乐节”

2025 年国庆中秋长假期间，爱玛科技举办两场“爱玛·追星音乐节”，成为融合音乐与生活方式的多元节日。活动邀请数十位当红明星演出，并通过现场打卡、抽奖、助威道具等互动设计，增强了乐迷的参与感与认同感。同时，爱玛科技将绿色出行理念融入场景，在现场设置主题车展，展示“元宇宙 Play”“马赫 S1”等新锐车型，传递低碳出行主张。活动期间，品牌联动线下门店推出购车优惠，实现从体验到消费的闭环连接，进一步深化与年轻群体的情感共鸣。







爱玛·追星音乐节

## 强化售后保障 筑牢用户信任

爱玛科技坚守“用户至上”的服务理念，构建高效便捷的服务生态，打造全方位售后保障体系，提升用户服务体验与权益保障。

### 多元化售后保障

实施售后配件“三日达”“直通二网”等服务体系，依托全国门店实现就近服务与快速响应，提升配件供应效率。

启动“老用户唤回计划”，主动排查产品潜在问题，为老用户提供免费检修和升级服务，切实保障老用户出行安全。

实施全国联保补贴与星级门店工单补贴，提升终端门店售后积极性。

联合央企权威保险机构，打造“产品责任险”，为用户提供全方位的风险保障。

**案例**

### 零际产品践行“用户至上”理念

2025 年，爱玛科技推出新兴电动摩托车子品牌零际，以“用户至上”为底层基因，从企划、研发、生产到销售服务全生命周期，构建以用户为中心的共创生态。

**企**

- 零际基于前期深度市场洞察，规划构建覆盖不同人群与多元需求场景的差异化产品矩阵，完整布局高端电动自行车与高端电动摩托车两大品类；
- 以“Zebra 零际智行”为技术战略，构建“4 大系统 +2 大平台”技术架构，以全面自研核心技术，打造高端电摩科技标杆。

**研**

- 零际严格按照 IPD[1] 与 IPMS[2] 流程推进研发工作，自主研发高端智能仪表及零际全域智能系统，实现整车各功能域集成控制与高效协同；
- 构建全域智能（Zebra mind）、全感交互（Zebra link）、全境辅助（Zebra sense）和全时生态（Zebra cloud）四大智能系统，让技术突破贴合用户日常使用场景。

**产**

- 零际严格按照行业最高标准开展多项产品测试，全方位保障产品质量与用户骑行安全；
- 针对 120 多件重要零部件开展质量稳定性、强度耐振性、防水、耐腐蚀等维度测试；
- 针对整车进行两轮多维度测试，涵盖强度、操控稳定性、道路耐久等关键指标；
- 针对智能化、高速性和特殊悬挂结构，在 3 个城市开展多场景使用测试、40°C高温工况测试、3 个轮次 ABS[3] 和 TCS[4] 系统测试验收等专项测试。

**销**

- 零际构建多元化运营体系，通过社群运营、线上用户调研、线下试驾会、产品建议征集、活动命名、福利发放等形式，吸引年轻目标用户，促使用户近距离了解产品优势；
- 规划构建年度经销商赋能体系，采用线上直播培训、区域线下研讨会及数字化学习平台相结合的方式，赋能经销商网络人员提升服务专业能力。

2025 年 10 月，零际在北京举行全球品牌发布会，发布 “限制清零，玩酷无际” 品牌理念及首款产品“陆地飞艇”X7，展现从企划至销售服务的“用户至上”理念。







零际全球品牌发布会

[1] IPD，Integrated Product Development，即集成产品开发流程，基于市场和用户需求驱动的规划和开发管理体系。其核心是由来自市场、研发、制造、服务、采购等方面的人员组成的跨部门团队共同管理整个规划和开发过程。

[2] IPMS：Integrated Product Marketing & Sales，集成产品营销与销售。

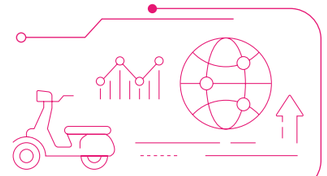
[3] ABS：Anti-lock Braking System，防抱死制动系统。

[4] TCS：Traction Control System，牵引力控制系统。

专题 2

# 从“制造出海”到“智造共赢”
## 爱玛科技的全球战略

**在开拓国际市场的过程中，爱玛科技积极响应国家“走出去”战略，坚持“精耕市场，卓越产品”的理念，根据全球不同区域市场的特点，动态调整竞争策略，从传统的产能输出逐步迈向科技输出与价值输出。我们通过持续的产品创新、品牌建设与深入的本地化运营，在应对复杂全球挑战的同时，实现长期的可持续增长，为全球利益相关方创造共享价值。**



## 优先拓展高价值市场

为优先拓展高价值市场、提升品牌溢价与盈利能力，爱玛科技集中资源攻坚欧美高端市场。在产品策略上，公司重点推出高性能、高附加值的产品，强调设计、科技与环保理念，同时强化力矩传感器应用、高倍率电池安全、电机功率输出等核心技术指标，以满足专业级性能需求。在外观与体验上，针对欧美用户强调“运动与休闲”属性，采用极简、硬朗的设计风格，并优化人体工程学适配。通过差异化产品定位，欧美市场主推车型平均售价显著高于国内及东南亚市场，实现了以高附加值驱动利润增长的战略目标。

### AIMA E-Bike 产品矩阵

**全地形电动自行车——Big Sur（大苏尔）**

- Big Sur 是 AIMA E-Bike 的首款电动自行车型号。本车灵感源自加利福尼亚大苏尔海岸的险峻地形与壮阔风景，承载着爱玛科技对自然之美的深切热爱与对尖端工程的不懈追求。



**轻量化电动自行车——Key West（基韦斯特）**

- Key West 是公司生产的轻量巡航电动自行车，重 54 磅，便于挂在自行车架或汽车后备箱上，无论是驰骋海滩、悠游街巷，还是疾驰通勤，皆可从容应对。



**电动山地自行车——Rocky（洛基）**

- Rocky 采用大胆的山地轮廓、坚固的车架、抓地力强的全地形轮胎和悬挂系统，呼应了落基山脉“稳健、持久，准备迎接挑战”的力量，邀请骑手不断探索自身边界。



**城市通勤电动自行车——Santa Monica（圣塔莫尼卡）**

- Santa Monica 配备 Tektro 液压刹车和 Suntour 悬挂前叉，确保制动响应灵敏，乘坐平稳；UL2849 认证保证顶级安全性；续航里程可达 60 英里，在城市街道上行驶轻松自如。



爱玛科技通过品牌合作、产品发布、渠道运营与用户培育相结合的方式，有效拓展并深化海外客户圈层。公司不仅联合国际知名设计与品牌资源打造高端产品线，还通过参加国际展会、举办全球发布会、参与专业赛事，向世界展示“中国智造”实力，积累首批核心用户与海外粉丝。同时，公司深化与海外核心经销商的合作关系，建设品牌体验店，并与高端媒体及代言人合作，依托社交媒体平台（如 Google、Facebook）进行品牌广告投放，实现了海外客户圈层的持续沉淀与扩展。

**案例**

### 爱玛科技亮相 CES[5] 展会，发布面向北美市场的全新电动自行车系列

2025 年 1 月，爱玛科技参加在美国拉斯维加斯举办的 CES 展会，并发布了全新的电动自行车系列，涵盖七款新品及升级产品，满足用户城市通勤与越野骑行等多元化需求。同时，爱玛科技与设计公司 Rizoma、电气系统供应商 Bafang、苹果品牌 logo 设计师 Rob Janoff 等多位全球顶级设计和技术合作伙伴携手，推动了品牌的创新升级，为消费者提供更具创造力和可持续性的出行解决方案。




爱玛科技 2025 CES 展位

**案例**

### 爱玛科技美国公司在大苏尔举办 Big Sur 电动车骑行活动

2025 年，爱玛科技美国公司在加利福尼亚州知名的大苏尔“17 英里”风景驾驶线路，成功策划举办“Big Sur 电动车骑行体验活动”。该活动吸引了近 40 位经销商伙伴与终端用户参与，其中多位骑手为首次接触电动自行车。在活动中，参与者于壮丽的自然景观中实地体验了爱玛科技电动自行车在续航里程、操控稳定性及乘坐舒适性方面的产品性能，亲身感受了电动骑行所倡导的自由、环保与自然融合的生活方式。此次活动不仅是一次产品性能的展示，也强化了品牌与合作伙伴、用户之间的社群联结，传递了爱玛科技在海外市场推广绿色出行文化的长期承诺。



爱玛科技举办 Big Sur 活动

## 稳步运营高增长市场

爱玛科技重视高增长市场带来的持续回报，稳步拓展东南亚传统电动两轮车出海市场。公司积极响应市场需求，打造“国民车型”，通过完善的经销商网络、灵活的金融方案以及探索换电服务等，迅速占领市场份额，建立规模优势。2025 年，公司持续推进本地化运营策略，位于越南、印度尼西亚的生产基地新引进供应商 34 家，涵盖生产物料、综合物料及材料供应，进一步强化区域供应链韧性，并已实现自产自销，有效降低关税与跨洋物流成本。

[5] 全称 Consumer Electronics Show，即国际消费类电子产品展览会。

案例

### 爱玛科技越南工厂举行首批量产车型交车仪式

2025 年 5 月，爱玛科技旗下品牌 Powelldd（漫游者）在越南北江工厂完成首批 200 辆电动两轮车的本地化生产与交付，标志着公司在越南市场初步建立起涵盖生产、销售与运营的本地化体系，有助于带动当地就业与产业链发展，支持区域经济与产业能力的提升。同时，Powelldd 在越南提供实用、绿色的短途出行产品，助力改善城市交通结构、降低短途出行碳足迹，为推动当地清洁交通发展与可持续城市生活贡献力量。



爱玛科技越南工厂首批量产车型交车仪式

案例

### 爱玛科技印尼 Brebes 地区产品展销活动

2025 年 9 月，爱玛科技在印尼 Brebes 地区最具影响力的清真寺广场开展产品展销活动。展销团队依托高人流量的公共空间，展示了车型特点，通过特别设置的泳池场景化测试等形式演示防水性能，直观验证了产品的卓越品质与可靠性，有效提升了品牌认知度，深化了本地用户的信任纽带。




爱玛科技印尼 Brebes 地区产品展销活动

## 前瞻布局潜力市场

南亚与非洲地区作为连接“丝绸之路经济带”与“21 世纪海上丝绸之路”的重要枢纽，是共建“一带一路”倡议下的关键增长区域。该区域具有人口结构年轻、城市化进程加速、基础设施持续改善的趋势，为绿色出行工具创造了长期市场需求，是爱玛科技持续关注并战略布局的新兴市场。公司率先提供耐用、适应性强的基础车型，并利用轻资产的口碑营销和与社区网点合作等创新渠道，对潜在用户进行前期培育，为未来的市场增长奠定基础。

案例

### 爱玛科技在斯里兰卡发布新款电动车

2025 年 7 月，爱玛科技与 Telesonic Mobility 合作，在斯里兰卡推出了专门设计的车型——旗舰 A7 和 Engine Max 系列，并正式发布，在满足用户需求的同时，助力斯里兰卡绿色能源转型，以支持“一带一路”的可持续发展目标。爱玛科技与 Telesonic Mobility 紧密协同，建立销售网络，提供全场景车型，创造零排放出行体验，并承诺提供可靠服务，共同迈向更清洁的未来。




爱玛科技在斯里兰卡发布新款电动车

## 全球 ESG 贡献

爱玛科技在国际业务拓展中，坚持动态适应国际标准，系统应对贸易与法规风险，并持续深化本地化人才战略，打造具备多元文化融合能力的国际团队，从而有效增强组织韧性、合规适应力与人才竞争力。同时，公司始终将可持续发展理念融入本地化运营。我们积极履行企业社会责任，推动社区共融与产业协同，并致力于通过绿色产品与技术输出，助力合作区域改善交通结构、降低碳排放，为全球可持续出行生态的建设贡献长期价值。

**合规运营**

- 加强全球供应链 ESG 管理，遵守当地劳动法以及环保法规，严禁童工和强制劳工行为。
- 欧美产品线严格遵守 EN 15194、UL 2849 等核心标准，并动态关注和响应欧盟新电池法、美国各州 E-bike 分级法案等新规演进。
- 针对东南亚市场产品，配备专用前牌照支架，关键零部件通过当地登检。
- 针对法规变化，对关键部件（如电池管理系统 BMS、整车防火材料）进行专项技术升级与合规性改进，确保产品持续满足最新安全与环保要求。

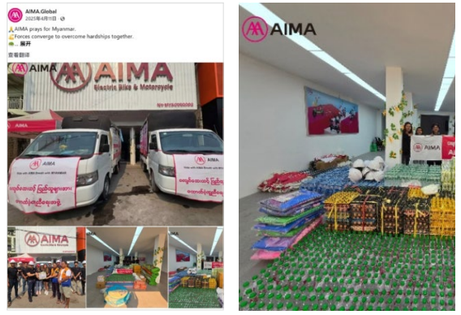
**人才吸引**

- 加强本地雇佣，海外团队中本地员工占比达到 70%。
- 专项招聘具有本土经验的营销专家和产品经理，并提供具有当地市场竞争力的薪酬；同时推出针对海外核心人才的股权激励及全球轮岗计划，有效吸引关键人才。
- 实施了本地化人才融合计划，尊重当地工会与劳工文化，定期举办多元文化交流活动，积极应对跨文化管理挑战。

案例

### 爱玛科技在缅甸曼德勒震区发放救援物资

2025 年 4 月，缅甸中部发生 7.9 级强烈地震，爱玛科技利用其在曼德勒的本地化销售网络，在 Chanayetharzan 镇区设立救援物资发放点，向社区民众免费提供急需的清洁饮水与食物补给，全力支持灾区应急生活保障；同时，在 Facebook 等社交媒体上发布联系方式，搭建受灾民众与救援力量的沟通桥梁，践行“携手同心，共克时艰”（Forces converge to overcome hardships together）的承诺，充分履行社会公益责任。




爱玛科技在缅甸曼德勒震区发放救援物资

案例

### 爱玛科技在印尼开展“开斋捐”公益行动

2025 年 3 月，爱玛科技在开斋节来临前，联动 20 家经销商门店开展“开斋捐”（Zakat Fitrah）公益行动，通过向门店周边社区免费发放水与食物，践行净化心灵、帮扶贫困的穆斯林传统，将企业社会责任与印尼本土宗教文化深度融合，展现公司对当地习俗的尊重与理解，强化公司与本地社区的情感联结。




爱玛科技在印尼开展“开斋捐”公益行动

01

# 责任治理

爱玛科技持续深化合规运营战略，通过强化内部风险管控、履行合规文化，确保公司经营活动始终坚守商业道德，保障信息与客户隐私安全，提升整体治理能力，为企业的可持续发展奠定坚实基础。

# 公司治理

爱玛科技推进公司治理体系的现代化，将合规管控深度融入业务发展全过程，实施精细化与规范化管理，夯实治理基础，为长期稳健经营提供有力支撑。

## 责任经营

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国公司法》《上海证券交易所股票上市规则》《爱玛科技集团股份有限公司章程》《董事会议事规则》等外部法律规定和内部制度，清晰界定股东会、董事会及经营层的权责边界，强化决策程序的严谨性与内部监督的有效性，推动内部决策流程向更透明、更规范的方向深化。2025 年，公司根据国家法律法规要求，结合实际运营情况取消监事会，由董事会审计委员会行使原属监事会的职权，公司治理效率持续提升。

爱玛科技治理架构




爱玛科技治理架构

**股东会**

- 股东会由全体股东组成，是公司的权力机构；
- 公司始终秉持公平公正原则，平等对待所有股东与投资者，保障中小股东在股东会上享有同等的地位与权力，并鼓励所有股东充分表达自己的意见和观点。

**董事会**

- 董事会作为公司经营决策机构，对股东会负责，每三年进行一次换届选举，下设审计委员会、战略与 ESG 委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会 4 个专门委员会；
- 在选拔董事候选人时，我们全面考量性别、年龄、教育背景、专业经验等多重维度，持续推动董事会多元化建设；
- 2025 年，公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，在财务、审计、公司治理等多个关键领域具备丰富的行业经验和专业知识储备；
- 公司建立全部由独立董事参加的专门会议机制。董事会审议关联交易等事项的，由独立董事专门会议事先认可，充分发挥独立董事履职决策权利。

**经营层**

- 总经理负责主持公司的生产经营管理工作，对董事会负责，由董事会决定聘任或解聘，每届任期三年，连聘可以连任；
- 公司高级管理人员忠实履行职务，维护公司和全体股东的最大利益。

截至报告期末

公司共有女性董事

3 名

女性董事占比

33.3%

报告期内

公司共召开股东会

3 次

董事会会议

11 次

董事会成员出席率为

100%

报告期内

公司董事会下设审计委员会共召开会议

5 次

战略与 ESG 委员会召开会议

1 次

薪酬与考核委员会召开会议

7 次

提名委员会召开会议

2 次

## 合规运营

爱玛科技严格遵守《爱玛科技集团股份有限公司内部控制手册》《爱玛科技集团股份有限公司内部审计制度》《员工廉洁管理规定》《举报人保护和奖励管理规定》《合规考评管理规定》《供应商常态化管理规定》等内部规章制度，不断优化合规管控机制，加强事前风险控制，加大合规考核力度，深入贯彻合规运营理念。

爱玛科技合规管控机制

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 五个原则 | 全面性原则、重要性原则、制衡性原则、适应性原则、成本效益原则 | | | |
| 三个层面 | 针对公司层面：按照合规管理策略，建立相应公司层面合规管控措施，监管业务活动层面的合规管控活动 | 针对业务活动层面：以公司层面合规管控措施为导向，规范业务流程并制定业务活动层面的合规管控活动 | 针对整体信息系统层面：建立信息系统管控机制，包括信息安全与访问控制、程序开发、程序变更、信息系统运行与操作管理等方面 | |
| 三个维度 | 日常监督：针对内部合规实施情况，开展常态化、持续性的监督和检查 | 专项监督：对于特殊领域开展针对性的监督、检查和评价 | 内部审计：针对公司合规管控有效性进行独立审计并报告 | |

公司开展常态化合规审计，建立了从风险识别、问题分类、合规整改到效果跟踪的合规管控机制，消除潜在合规风险。同时，我们创新员工合规管理模式，将合规履职纳入绩效评价体系，并迭代升级公司自主研发的“爱玛科技上市公司合规教育平台”，以丰富的模块化学习资源，提升员工日常合规意识。2025 年，我们面向全体员工共开展 4 场合规培训。

### 爱玛科技合规考评体系

**第一层级**

- 适用于全体员工，依据《阳光履职协议》和公司规章制度执行，针对违规责任人给予警告、记过、解除劳动合同等行政处分和核减绩效工资等经济处罚。

**第二层级**

- 适用于公司各中心、各事业部 M3/P3 级（含）以上和敏感岗位管理员工，通过培训考试不断强化员工的合规意识和责任意识，提升自我约束能力，筑牢正确的价值观，并根据考评结果，给予不同奖惩措施。

**第三层级**

- 适用于全体员工，通过“廉洁爱玛”公众号留言合理化建议，经采纳后，将根据建议内容、贡献大小等给予相应考评加分。

**案例**

#### 爱玛科技智能化培训系统助力证券风险教育

2025 年，爱玛科技借鉴证券行业科技赋能经验，结合公司经营实际，持续完善证券风险教育系统。该系统集成证券法律法规、违规案例、专项培训、考核测评等多个模块，以系统化、数字化的方式，高效宣贯证券领域合规与风险防控理念，助力公司董事、高级管理层及相关人员精准把握监管要求，明晰证券市场风险点，筑牢合规经营底线。同时，公司打造数字人培训视频库，有效提升了培训效率及针对性，切实强化证券风险教育的实际效果。







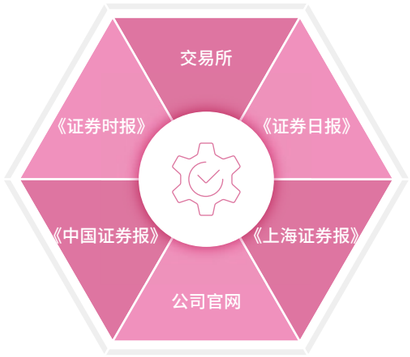
## 权益保护

爱玛科技严格遵守《上海证券交易所股票上市规则》及《爱玛科技集团股份有限公司章程》《信息披露管理办法》等要求，坚持法定信息披露与自愿信息披露相结合，保障所有利益相关者平等获取公司信息。

公司严格执行《内幕信息知情人登记备案制度》，通过持续优化披露流程、强化人员专业培训，不断提升信息披露质量与透明度。报告期内，爱玛科技披露了 96 份临时公告、4 份定期报告，并制作印刷版定期报告存放于公司证券事务管理部门，供投资者查阅，公司信息披露工作上海证券交易所评价结果为“B”。



### 爱玛科技主要信息披露途径




爱玛科技高度重视投资者的知情权保障，依托《投资者关系管理制度》等内部管理体系，整合线上互动平台与线下交流活动，通过上证 E 互动平台、投资者专线电话、邮箱、网站专栏、现场接待等沟通渠道建立了全方位的投资者沟通体系，确保投资者能够第一时间获取公司资讯，深度理解公司战略。同时，公司定期组织投资者开展分析师会议、线下策略会、业绩说明会等活动，通过紧密互动维护投资者的合法权益，让投资者成为见证与推动公司高质量发展的重要力量。

### 爱玛科技投资者关系活动

**常规途径**

- 定期举行业绩说明会
- 组织路演活动
- 针对特定投资者进行深入调研
- 组织媒体采访
- 举办线下策略会
- 召开电话会议
- 与分析师会议交流
- 与投资者进行一对一沟通

**特色互动**

- 组织“走进爱玛科技”现场参观活动
- 通过线上平台与投资者进行业绩交流
- 配合监管机构等单位举办投资者服务线下活动

**外部平台**

- 发布中英文年报与 ESG 报告
- 参与多项投资者关系管理奖项评选
- 参与行业与专业研讨会、圆桌论坛、沙龙

**报告期内**

| 公司开展线上问答形式业绩说明会 | 组织投资人线下参观调研活动 | 线上与机构投资人交流 |
|---|---|---|
| 3 场 | 2 场 | 23 场 |
| **参加线下策略会** | **覆盖机构共计** | |
| 167 场 | 420 家 | |

# 风险管理

爱玛科技将风险管理嵌入公司治理与战略执行的全过程，通过构建动态的风险识别与应对机制，持续提升公司风险防控能力，保障公司在复杂多变的经营环境中稳健发展。

## 治理

爱玛科技以“三道防线”架构为基础，构建“各业务部门 - 各职能部门 - 审计中心”三级风控管理体系，明确内部控制流程与各级主体责任，并将安全环保、产品质量、数据安全等 ESG 议题整合纳入风险管理框架，保障各单元切实履行风险管控职能。同时，公司以“一把手工程”作为风险管理责任保障，将相关指标纳入绩效考核体系，明确各组织机构主要负责人为第一责任人，确保顶层设计与管理执行的有效贯通与落实。

爱玛科技风险管理架构



**第一道防线**

**各业务部门**

- 涵盖研发、生产、采购、销售、服务等关键领域，是风险防控的首要责任主体；
- 在日常运营过程中对风险进行初步识别与评估，及时识别潜在问题并采取应对措施，持续完善本领域的管理制度与流程，以保障业务合规开展，实现风险在前端的有效防控。

**第二道防线**

**各职能部门**

- 涵盖内控、法务、质量、安环等职能领域；
- 作为专业管控部门，统筹制定公司统一的风险管控政策，通过对各业务部门开展定期的风险防控监督检查，以确保风险控制机制的有效性。

**第三道防线**

**审计中心**

- 独立于业务和职能部门；
- 对前两道防线的执行效果开展定期与不定期审计监督，推动整改措施落实，保障公司实现可持续、稳健与高质量发展。

## 战略

爱玛科技严格遵守《企业内部控制基本规范》及其配套指引要求，制定《内部控制手册》《内部控制制度》《内部审计制度》等管理制度，持续推进内部控制体系建设，增强公司风险防范能力。

公司以战略规划确立风险管理的顶层框架，将宏观环境、行业政策与市场竞争等系统性风险纳入战略制定的核心考量，明确整体风险防控方向，在分解战略目标时同步落实各业务单元与职能部门的对应责任，确保公司层面防控要求有效贯穿于各层级运营过程中。同时，我们在业务计划执行过程中依托常态化经营会议与绩效评估对风险状况进行动态监控与快速响应，筑牢可持续经营的风险防线。

我们定期开展关键风险识别工作，于报告期内识别出两项新兴风险，包括新国标升级及安全合规风险、智能化技术迭代及市场竞争风险，风险管理能力持续增强。



爱玛科技 2025 年新兴风险

### 新国标升级及安全合规风险

**影响周期**

短期、中期

**风险描述**

- 电动两轮车行业正向高质量、高安全标准方向持续演进。预计未来三至五年，电动两轮车新国标体系将持续升级，重点围绕电池安全、整车防护、环保回收等关键领域强化监管，合规要求将日趋严格。
- 若公司未能及时跟进并适配相关标准，可能面临产品下架、市场准入受限等经营风险，对公司业务连续性构成挑战。

**缓解措施**

- 建立新国标动态跟踪与响应机制，通过前瞻性布局合规优化与核心技术研发，对标最新政策要求持续迭代产品设计与生产流程，实现从研发、生产到销售的全链条覆盖。
- 定期开展合规自查，确保产品及运营全程符合政策规范，有效支持业务合规发展。

### 智能化技术迭代及市场竞争风险

**影响周期**

长期

**风险描述**

- 电动两轮车行业智能化赛道竞争日趋激烈，技术迭代持续加速。若公司未能及时跟进技术革新节奏，过度依赖外部技术引进，将导致产品同质化加剧、差异化优势削弱，进而引发市场竞争力下降。
- 可能使公司在激烈的市场竞争中逐步丧失份额，对公司可持续经营能力构成挑战。

**缓解措施**

- 加大在智能化领域的研发投入，强化自主可控能力，降低对外部技术引进的依赖。
- 积极联动产业链上下游优质资源，构建智能化生态协同体系，加速技术转化与产品迭代。
- 聚焦用户核心需求，打造兼具技术优势与场景适配性的差异化产品，提升品牌核心竞争力，为企业实现长期稳健发展提供支持。



# 影响、风险和机遇管理

爱玛科技将风险管理全面融入日常经营管控体系，依托常态化经营会议机制，实现风险信息的定期汇报、系统评估与应对决策的闭环管理。在常态化战略落地与经营分析会议中，我们通过组织绩效通报、财经数据分析及各业务部门专项汇报等环节，同步风险相关事项。管理层对潜在及已暴露的风险进行统筹研判与部署，并由运营部门形成会议待办清单，安排专人跟踪督办，确保风险应对措施有效落实。

爱玛科技风险管理流程

**风险识别**

- 通过系统化风险识别流程以及职责分工，梳理公司在组织机构、经营方式、资产管理、财务状况、业务流程、研究开发、技术投入、信息技术运用等多个领域的风险点。
- 通过财务体系数据全面审视整体风险状况，定期参与公司经营分析会议，依据季度经营效率报告对标预算目标，系统识别风险与绩效差距。
- 依靠业务报告机制，识别业务端风险和管理差距。

**风险评估**

- 采用定性与定量相结合的分析方法，系统评估风险发生的可能性及其对业务运营的影响程度，基于风险来源与评估结果，明确需高度关注及重点管控的风险事项，为后续风险应对与资源调配提供指引。

**风险应对**

- 针对已识别及评估总结的风险因素，制定专项应对方案，采取有效措施实施管控，编制详细的审计报告，提出明确的审计意见和结论，为后续风险整改及业务流程优化提供系统、明确的依据。

爱玛科技已建立覆盖各职能领域及事业部的年度制度检查机制。报告期内，公司开展制度文件有效性检查，识别出制度更新滞后、内容冗余等问题，并同步启动专项优化工作，制定新制度 2 项，修订完善原有制度 21 项。相关制度已全面发布并完成配套培训，为公司运营效率提升与风险防控奠定了坚实的制度基础。同时，各事业部及各职能领域对职责范围内制度流程执行情况进行稽查，如季度质量审计等，切实保障制度在业务端有效落地，有效降低运营风险。

# 指标与目标

爱玛科技将核心风险防控目标纳入年度绩效指标，并分解至责任部门，形成责任状。报告期内，公司针对财务收支、对外收益、资产购置、存货等关键业务领域开展专项风险审计项目 177 个，风险审计过程中发现的问题整改率 100%。

# 反腐败与反不正当竞争

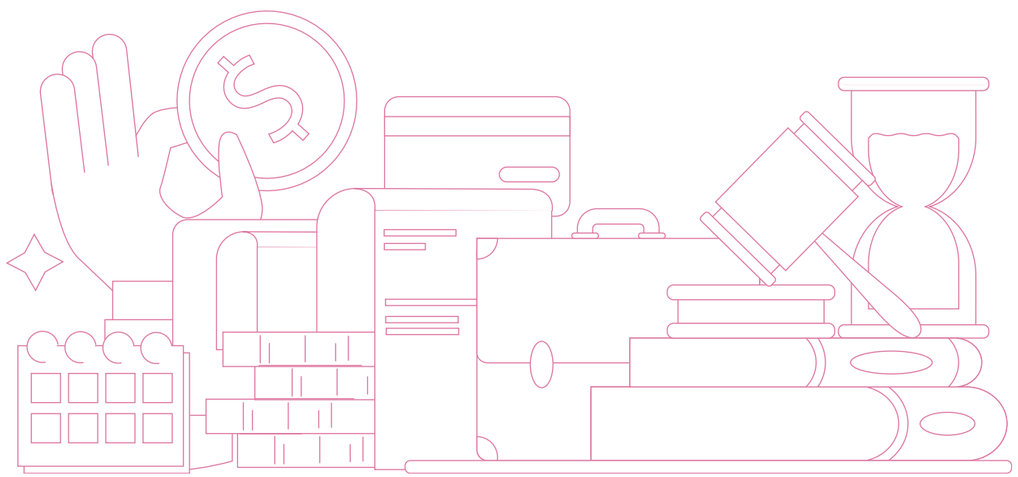
爱玛科技始终坚持廉洁经营，严格遵守《中华人民共和国监察法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，进一步修订《员工廉洁管理规定》，明确和细化违规行为种类，严格落实《合规考评管理规定》等内部规章制度，构建起覆盖全体员工和产业链的商业道德防控体系。

公司设立由董事长直属的合规中心，通过行使独立的调查权与审查权，审议舞弊及违规事项，确保监督职能的权威性与客观性。我们与全员签订《阳光履职协议》，将廉洁要求内化为员工的行动自觉，协议范围覆盖正式员工及实习生，并依据《阳光履职协议》和《员工廉洁管理规定》等规定，对违规员工给予行政处分或核减绩效工资等经济处罚。

公司与供应商、经销商等合作伙伴分别签订了《阳光采购协议》《阳光经销协议》《阳光合作协议》等文件。2025 年，我们新增电池销服领域的《阳光经销协议》，将授权区域内从事线下电池销售或服务的经销商同样纳入阳光管理范围，使合规防线覆盖全产业链。

公司定期开展商业道德审计，由合规中心与法务团队协同负责。合规中心负责督察人员调查违规事件，并根据问题采取适当的解决措施；合规法务人员全程参与事件的调查过程，保障所有证据采集活动均符合法律法规要求以及证据链的完整性，合规中心依据调查结果出具全面的调查报告。公司注重以案促改，通过复盘典型案件持续完善内控机制，不断提升全员商业道德素养。

为构建透明、公正的商业环境，我们建立了多元化的举报渠道，包括“廉洁爱玛”公众号、热线电话及举报邮箱，并由专职团队负责举报信息的统一登记与甄别。我们建立了标准化的处理流程，确保举报线索在初步核实后，能够快速启动内部调查或移交至相关业务部门处理。同时，我们高度重视举报人的合法权益，持续优化《举报人保护与奖励管理制度》，明确了举报奖励标准并配套了严格的保护措施，营造风清气正的治理氛围。





### 爱玛科技商业道德举报途径

举报电话 17622671457

举报邮箱 hegui@aimatech.com

社交媒体 “廉洁爱玛”公众号

公司构建全员覆盖、重点突出的商业道德培训体系。我们面向高管及全体员工开展常态化廉洁宣导，并依托“廉洁爱玛”公众号等平台，定期推送商业道德准则、法律法规解读及违纪案例通报。针对采购、入厂检验、销售等贪腐高风险岗位，我们强制要求全员参与线上合规培训及严格考核，并对未通过考核的人员进行实名通报。

### 2025 年

爱玛科技面向员工层开展了商业道德及反腐败培训 **4** 场

员工覆盖率为 **100%**

培训总时长为 **2,206** 小时

### 2025 爱玛科技合规培训开展情况

**新员工**

开展“雏鹰廉洁职场培训”，培训重点为阳光职场认知，参与人员 94 人，现场培训时长 1 小时。

**中高层管理人员**

公司针对中高层管理人员和敏感岗位人员开展合规考评，培训重点为廉洁自律和反腐败监督管理，并通过“合规考评系统”开展合规培训与考试，参与人员 1,998 人。

**重点领域管理人员**

开展研发和重点基地管理人员廉洁培训与考试，参与人员 114 人。

**全体员工**

在春节、端午、中秋节假日，通过微信公众号面向全体员工开展有奖竞答活动，培训重点为廉洁规范强化与警示，参与员工 1,700 余人次。

**案例**

**爱玛科技开展“雏鹰廉洁职场培训”**

2025 年 7 月，爱玛科技以“职业底线与法律红线”为主题，面向新员工开展“雏鹰廉洁职场培训”，旨在培育职业素养，塑造廉洁意识。培训聚焦职务侵占、商业贿赂、利益冲突等典型腐败风险场景，结合公司内部真实案例分析，重点解读了《员工廉洁管理规定》中关于礼品收受等多项核心条款的具体适用情景，帮助学员直观理解违规行为的关键特征和法律后果。本次线下培训共覆盖 94 人，培训内容已同步上线学习平台，并纳入新员工线上必修模块，实现廉洁教育的常态化、全覆盖。



“雏鹰廉洁职场培训”现场

# 隐私保护与数据安全

爱玛科技将信息安全和隐私保护视为企业治理的重要基础，持续加大安全技术的研发投入，不断提升对网络威胁的防御能力，全力保障客户、用户、合作伙伴及企业自身的信息资产安全与隐私权益，确保业务运营的稳健性与合规性。

## 信息安全

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规，落实《信息安全管理规定》等一系列内部制度，设立信息安全委员会，明确权责划分，确保数据管理的合法性与规范性，提升数据安全治理效能。

公司不断优化信息安全委员会的组织架构与决策机制，构建了“董事会—信息安全委员会—执行部门”三级治理架构，由董事会统筹合规与战略方向，信息安全委员会评审业务与技术设计及制度流程，执行部门负责全流程防护与安全治理工作。此外，我们建立了跨部门协同机制，覆盖研发、生产、供应链、销服及职能管理等全业务领域的数据风险评估，采用严格的绩效问责机制，对发生重大信息安全事件的部门实行“一票否决”，保障核心业务流程的安全性。

### 信息安全管理机制

**系统基础保障**

- 公司制定并实施了涵盖风险处置、工控防护、数据加密及应急响应的年度安全计划，明确目标、预算与责任人，并定期评估优化，以适配新场景下的动态风险。
- 构建了本地双活数据中心与云灾备数据中心双重架构，并针对核心且对实时性要求较高的系统，创新性地实施了公私云混合运行的运维保障体系，保障系统的数据安全和稳定运行。
- 定期开展漏洞扫描，并委托权威第三方机构进行风险评估与持续性远程渗透测试，构建主动防御、合规可控的安全体系。

**身份管理与认证技术**

- 配合企业内控体系优化业务权限审批规则，协同合规、法务、审计等部门，对涉及个人信息安全的系统开展内部审查与自我评估，对发现问题及时整改并复查。
- 不断深化统一身份管理和认证技术，优化了数字身份管理、认证、授权和审计等服务流程，全方位保障用户认证信息及数据资产安全。

**数据管理**

- 打造了爱玛科技数据中台，实现了数据采集、加工、运维和服务的一体化管理，提高了数据处理的效率和安全性。
- 推动数据隐私管理与国际对接，针对各国差异化的法律法规搭建不同的隐私管理智能化APP 版本。
- 完成 AIMA GO、爱玛车服、爱玛出行、爱玛会员、马赫租车、斯波兹曼出行、小玛电单小程序及 APP 的《用户协议》与《隐私政策》系统性修订。

2025 年

爱玛科技信息安全投入总金额

**653.0 万元**

公司构建高效、可靠的信息安全管理体系，并通过获取外部权威认证来持续验证体系的稳健性。2025 年，我们通过了多项国内外知名的信息安全体系认证，包括《信息系统安全等级保护备案》二级和三级证书，行业首家《数据管理能力成熟度评估模型》量化管理级（4 级）认证证书、《两化融合管理体系评定证书》4A 级和个人信息保护 PIA 二星级证书，并通过 ISO 27001:2022 信息安全管理体系认证年审。



爱玛科技 ISO 27001:2022 信息安全管理体系认证





《数据管理能力成熟度评估模型》量化管理级（4 级）认证



《两化融合管理体系评定证书》4A 级



个人信息保护 PIA 二星级证书

在人员能力与文化建设方面，公司通过“爱信公告”定期发布安全防护技巧，依托线上学习平台“爱大紫课”提供丰富课程资源。2025 年，公司累计开展 14 场信息安全培训，组织员工参与数字安全岗前培训，并设立信息安全“红线十不准”条例，全面提升员工安全意识与操作技能。

2025 年

公司累计开展信息安全培训

**14 场**

**案例**

**爱玛科技组织信息安全演练**

2025 年 12 月，爱玛科技组织开展了基于 ISO 27001 信息安全标准与 NIST 应急响应框架的数据泄露应急演练。本次演练由流程与 IT 中心牵头，联合研发、法务、人力资源等多部门协同参与，模拟了技术人员误操作导致核心代码外泄的典型场景，对监测、响应、处置、通报等全流程进行了实战化检验。演练有效验证了应急预案的可行性，并推动形成了后续优化方向，提升企业数据安全韧性。

# 隐私保护

爱玛科技依据《中华人民共和国网络安全法》等法规要求，施行《爱玛智行隐私政策条款》，并于本年度更新《法律声明及隐私协议》《软件许可和服务协议》及《小程序用户运营平台用户协议》等隐私保护内部政策，明确用户信息收集的范围、方式与目的，保障用户充分享有知情、更正及删除等合法权利。公司通过技术手段实行多重安全防护措施，并通过对员工、第三方合作伙伴的严格权限管控，守护用户的隐私安全。2025 年，公司未发生用户隐私数据泄露事件。

**爱玛科技 2025 年用户隐私保护机制**

**技术层面**

- 通过网站安全设计优化、防火墙系统部署及密码保护机制，构建多层防御屏障。
- 采用公有云与私有云协同的双重保护模式。公有云部署防火墙、入侵检测及安全日志审计工具，保障服务器安全稳定运行；私有云依托堡垒机、数据库日志审计等技术手段，强化核心数据存储安全。

**权限管控层面**

- 严格遵守数据最小化与必要性原则，仅基于产品与服务的实际需求，在清晰告知用户并获得授权后，审慎收集个人信息。
- 内部员工依据数据安全等级与岗位职责，以最小化权限原则授予信息处理权限，实现个人信息访问、使用、存储及披露的全流程可控。

**合作管理层面**

- 针对涉及数据合作的供应商及第三方伙伴，公司依据《账号权限管理规定》精准配置系统访问权限，并在合作前 100% 签署保密协议，明确其数据保护责任。





# 党建引领

爱玛科技坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，推动党建工作与企业治理深度融合。依托《党支部标准化规范化建设指导手册》，公司持续加强基层党组织建设，通过党纪学习与主题党日活动深度融合，不断提升党员干部的政治素养与大局意识，全面夯实基层队伍的思想和组织基础。此外，公司组建党员先锋队，在厂区和生产一线设立党员责任区与示范岗，充分发挥党员在生产经营中的模范带头作用，推动党建工作扎根基层、融入日常。为进一步丰富组织生活，我们采取线上线下相结合的方式，定期开展党员大会、主题党日、红色观影等形式多样的教育活动，着力提升党员的党性修养和思想认同。同时，我们通过组织党纪知识竞答等活动，增强学习的互动性与实效性，激发党员学习热情，强化遵规守纪意识。



02

# 绿色发展

爱玛科技构建内部运营低碳化与外部发展生态化的绿色发展体系，对内深耕绿色生产运营，提升环境管理能力，推进气候变化应对工作，优化能源资源利用效率，对外聚焦生态环境保护，主动承担环境责任，全方位推动企业与生态环境的协同可持续发展。

# 环境管理

为扎实落地绿色发展理念，爱玛科技健全并完善环境管理体系，强化生产污染物排放管控，确保各项污染物排放指标符合国家及地方环保标准，提升资源利用效率，最大限度降低生产经营活动对周边生态环境的负面影响。

## 环境管理体系

爱玛科技秉持“预防为主、防治结合、综合利用”方针，严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，建立权责清晰的环境管理架构，制定《环境保护管理规定》，针对各生产基地实施精细化环境管理策略，推动环境管理与可持续发展深度融合。

2025 年，公司进一步优化环境治理架构，明确董事会作为环境治理最高责任机构，并针对环境、能源、水资源及生物多样性等关键议题，通过 ISO 14001 环境管理体系、能源管理系统、水平衡测试及生物多样性筛查等方式，实施专业化管理与监督，将相关关键绩效指标纳入各级考核，保障董事会战略监督职责的有效落实，推动环境表现契合可持续发展要求。

### 环境管理架构

| | |
|---|---|
| 董事会 | • 作为环境相关议题最高责任机构，通过下设的战略与 ESG 委员会，承担审批环境战略、监督环境风险与绩效的重要职责，从战略层面引领环境管理工作。 |
| 战略与 ESG 委员会 | • 设定环境管理目标，保障环境表现符合可持续发展战略；<br>• 监督环境绩效表现，定期评估并汇报环境绩效数据。 |
| 运营管理总中心 | • 组织制定和修订环境保护管理相关规章制度，监督各项环保规章制度有效落实，并保障国家环境保护方针、政策、法规等环保管理要求全面贯彻落地；<br>• 定期检查和督促环境管理办法落地效果以及污染防治设施正常运行状况。 |
| 安环管理部 | • 推进环境管理日常工作，及时收集、整理和分析环境保护监测资料，研判环境管理现状，提出针对性环境保护工作改进建议；<br>• 参与并组织各单位开展环境保护检查与评价工作，推动环保教育与宣传工作，提升整体环保管理专业化水平。 |
| 各生产基地负责人 | • 作为各生产基地环境管理第一责任人，监督管理对应单位环境保护设施的日常运行与维护；<br>• 规范开展日常环境监测、数据统计及上报工作，保障监测数据真实准确；<br>• 组织开展对应单位员工环保培训与宣传教育活动，强化员工环保意识与能力。 |



基于可持续发展战略与环保合规要求，公司推动各生产基地设定贴合自身运营实际的环境管理目标，从管理层至基层员工均签订目标责任书，并依托监督与考核机制，实现环境绩效优化与提升。2025 年，爱玛科技各生产基地制定全年“零环境污染事故”目标，目标均已达成。

公司不断提高环保管理水平，开展环境管理体系认证，推动环境管理工作标准化。截至报告期末，爱玛科技已有 8 个生产基地获得 ISO 14001 环境管理体系认证。

### 2025 年环境管理主要成效

获得 ISO 14001 环境管理体系认证的生产基地数量
**8** 个

绿色工厂认证面积
**1,553,206.9** 平方米

废水、废气、噪声排放达标率
**100**%

危险废弃物合规处置率
**100**%

一般及重大环境事故或污染事件
**0** 起

环保资金投入
**2,417.4** 万元



# 污染物及排放物管理

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法律法规，将污染物及排放物管理要求贯穿生产运营全流程。

## 治理

公司明确要求各生产基地严格遵守内部规章制度，针对生产过程中产生的废气、废水、废弃物及噪声等各类污染物实施全方位管控，保障所有生产基地各项排放指标均符合国家及地方相关标准，杜绝违规排放行为。

### 废气管理体系

爱玛科技严格遵守大气污染防治相关法律法规，完善废气管控体系，专门成立大气污染防治专项领导小组，推进废气减排与重污染天气应急处置工作。公司制定《重污染天气应急响应操作方案》等内部管理制度，当接到政府部门发布的重污染天气预警信息后，公司将迅速启动应急响应机制，严格依据“一厂一策”原则，结合各生产基地实际生产情况，制定并落地针对性应急减排措施，科学合理调整生产任务，严格监测各基地废气排放。2025 年，公司进一步深化 VOCs 管控精细化水平，新增发布《VOCs 排放管控专项管理办法（2025 版）》，推动废气减排效能提升。

#### 2025 年废气管理优化维度

- 明确 VOCs 排放源头管控要求，规范环保涂料采购标准。
- 细化废气处理设备运行参数、维护频次及故障应急处置流程。
- 建立 VOCs 在线监测数据日报、周报及月报机制，明确异常数据响应及整改时限，要求异常数据出现后 2 小时内启动响应并在 24 小时内完成整改。
- 设置 VOCs 减排专项奖励机制，针对超额完成减排目标部门给予绩效加分。

### 废水管理体系

爱玛科技完善废水管控体系，严格落实内部《环境保护管理规定》，保障各类废水规范处理且达标排放，切实防范水污染风险。2025 年，公司修订并发布《废水排放管理办法（2025 修订版）》， 深化废水管控规范化水平。

#### 2025 年废水管理优化维度

细化生产废水与生活废水分流、收集及处理全流程操作规范。

新增废水循环利用的水质标准及监测要求，明确废水排放达标率 100% 考核指标。

建立废水处理设施运维责任制度，确保废水处理设施 24 小时稳定高效运行。



### 废弃物管理

爱玛科技严格遵守废弃物防治相关法律法规，秉持“优先回收利用、实行无害化处理、确保分类贮存”原则，落实《固体废物控制管理制度》，针对废弃物实施分类管控，有效降低废弃物排放对生态环境负面影响。2025 年，公司进一步提升固体废弃物管控水平，修订并发布《固体废物分类处置管理规定（2025 修订版）》，完善固体废弃物管控体系。

#### 2025 年固体废弃物管理优化维度

新增废纸板、废铜线、废塑料等无害废弃物细分品类的分类标准、规范回收流程及计价机制。

明确废包装桶等有害废弃物储存条件、标识规范、转运路线，以及处置单位资质审核标准。

建立固体废弃物处置电子台账，针对固废从产生、储存、转运到处置全流程信息进行详细记录。

将无害废弃物回收利用率纳入各部门绩效考核体系，明确界定各部门无害废弃物回收利用率要求。

## 战略

爱玛科技系统识别污染物与排放物领域的风险与机遇，评估各类风险与机遇的潜在影响及时间范围，通过完善管理体系与合规排放等举措，强化风险防控并把握发展机遇，全面提升污染物与排放物治理效能。

#### 污染物及排放物风险与机遇管理

| 类型 | 风险 / 机遇概述 | 影响时间范围 |
| --- | --- | --- |
| 合规处罚风险 | 若未达标排放废气（如注塑 VOCs、焊接烟尘）、废水（如有机溶剂和化学试剂）、固废（如漆渣等有害废弃物），引发环境污染事件，损害公司声誉，可能面临罚款、限产、停产、环保信用降级等风险。 | 短期<br>中期 |
| 成本上升风险 | 环保监管趋严，需升级废气与废水等处理设施，提升危废合规处置，导致环保投入、运营成本持续增加。 | 中期<br>长期 |
| 市场与产品溢价机遇 | 打造绿色低碳产品（如低排放生产、轻量化、可回收设计），获取绿色产品认证与低碳标签，满足国内外环保法规与用户需求，提升产品溢价能力，拓展高端和出口市场份额。 | 中期<br>长期 |
| 政策与资金支持机遇 | 优秀的污染物与废弃物排放实践，可能享有环保技改、清洁生产、碳减排相关财政补贴与税收优惠，若参与碳交易市场，可通过碳减排获取额外收益。 | 中期<br>长期 |

# 应对举措

## 废气管控举措

公司生产运营过程中排放废气主要包括挥发性有机物（VOCs）、喷涂粉尘、有机废气及燃气废气等污染物，在生产工艺各关键环节，采取针对性减排措施，保障废气排放严格符合国家及地方相关标准。

### 各工艺废气减排举措

| | |
|---|---|
| 注塑 | 在所有注塑机上方安装特制集气罩，实现废气产生源头全面覆盖，废气收集率稳定达到 95% 以上。 |
| 涂装 | 采用“水洗 + 干式过滤 + 沸石吸脱附 +RTO 炉蓄热燃烧”一体化处理工艺，针对涂装过程中产生的有机废气进行深度处理，有效去除废气中有害成分。 |
| 焊接 | 引入行业先进滤筒除尘工艺，管控焊接过程中产生的粉尘污染，严格控制实际排放浓度低于 30mg/m$^3$，远低于国家相关标准。 |
| 喷粉 | 配置“一级喷淋 + 干式除湿 + 活性炭吸附”废气处理设备，显著提高处理后废气中非甲烷总烃去除率。 |

**案例**

**广西车业开展废气处理专项赋能**

2025 年，广西车业投入 110.8 万元专项资金，升级热洁炉和调漆库废气处理设备，采用催化、燃烧、活性炭吸附复合工艺，对生产过程中产生的有机废气、氮氧化物等污染物进行高效净化处理，降低废气中有害成分的排放浓度，实现废气排放达标率为 100%，切实减少生产活动对周边环境的影响。

## 废水管控举措

公司排放的废水主要分为生产废水与生活废水两大类，其中生产废水主要来源于厂区涂装、清洗等生产工艺过程中使用的有机溶剂、化学试剂等污染物，生活废水主要来源于员工生活。公司针对不同废水种类，采取针对性减排措施，减少环境污染，提高水资源利用效率。

### 废水管理关键举措

| | |
|---|---|
| 生产废水 | • 更换污水混凝池斜管及水质分解铁碳材料，提高污水中污泥沉淀效率，降低污水中化学需氧量（COD）含量。<br>• 严格落实污水站日常运行管理要求，按时开展污水站设备巡检和排水口检测工作，进行污水取样化验，跟踪废水处理效果。<br>• 部分生产基地引入无水清洗技术，有效降低生产废水排放。 |
| 生活废水 | • 搭建三级过滤沉淀处理体系，通过多环节过滤去除废水中的杂质，同时建立常态化清理机制，定期对沉淀池进行全面清扫保洁，有效规避杂质积累引发的二次污染。 |



## 废弃物管控举措

公司排放固体废弃物主要包括漆渣等有害废弃物与生活垃圾等无害废弃物。针对不同类型固废，公司制定了差异化管控举措。

### 废弃物差异化处理机制

**针对无害固体废弃物**

- 委托具备专业资质第三方机构统一收集和处置，并推动无害固废资源化利用，最大限度减少环境影响。

**针对有害废弃物**

- 严格依照环保法规要求及内部管理制度，履行环保备案转移流程，委托具备正规环保资质的专业单位统一处置，实现安全贮存、规范转移与合规处理。
- 配备危废信息一体化设备，统计废弃物入库数量及重量，提升数据管控精准度，有效降低因数据偏差引发的潜在环保风险。
- 建立有害废弃物日常巡检机制，安排专人每日巡查固废和危废产生、储存及转移等关键环节，详细记录管控情况，及时排查并处理各类问题。

## 噪声管控举措

在噪声污染管控方面，公司严格遵守相关规范要求，通过开展必要的噪声声级测定工作，保障生产及施工活动所产生的噪声符合标准限值，从源头上把控噪声污染程度。在设备布局规划上，公司将车间、空压机房等易产生噪声设备远离厂界围墙，有效降低噪声向外传播强度，并针对空压机等高噪声设备放置于独立密闭空间，通过物理隔绝方式进一步削弱噪声扩散。

2025 年，随着新生产基地陆续建成投产，公司同步投运配套环保治理设施，采用降噪隔音房、低噪声风机等先进降噪措施，保障噪声排放满足国家标准要求。



## 影响、风险和机遇管理

爱玛科技建立系统化污染物与排放物风险与机遇流程，严格遵守“识别 - 评估 - 应对 - 监督”逻辑，针对污染物与排放物相关风险与机遇的发生可能性、影响程度及影响途径进行分析与量化评估，结合评估结果实施差异化管控策略，精准防控相关风险并捕捉绿色价值机遇。

### 污染物与排放物管理流程

**识别**

识别在生产运营、供应链及产品生命周期中涉及的各类污染物与排放物，全面排查内外部潜在风险与机遇。

**评估**

针对已识别的风险与机遇，从发生可能性、影响程度及影响途径等维度评估，明确风险管控与把握机遇优先级，为后续举措制定提供科学依据。

**应对**

针对不同等级风险实施差异化防控，制定差异化的管控措施，针对不同等级机遇精准发力，有序捕捉重要及潜在机遇，确保风险可控与机遇转化。

**监督**

建立常态化监测与审核机制，对污染物排放数据、风险管控措施的有效性及机遇项目的实施进展进行跟踪。

## 指标与目标

为持续提升环境治理效能，公司推动各生产基地结合自身生产实际情况，制定年度污染物及排放物减排目标，细化拆解具体减排措施及时间节点，建立定期汇报与复盘评估机制，实时跟踪年度减排目标达成进度。2025 年，公司未发生任何环境污染相关行政处罚。





### 废气排放量

| 废气种类 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 挥发性有机物（VOCs） | 吨 | 30.9 | 32.5 | 42.6 |
| 硫氧化物 | 吨 | 3.2 | 1.4 | 2.0 |
| 氮氧化物 | 吨 | 10.0 | 14.7 | 8.3 |
| 颗粒物 | 吨 | 14.9 | 15.6 | 20.2 |

### 废水排放量

| 废水种类 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 生产废水总量 | 立方米 | 222,815.0 | 314,171.0 | 424,464.0 |
| 生活废水总量 | 立方米 | 601,875.0 | 671,416.9 | 516,133.8 |
| 废水排放总量 | 立方米 | 824,690.0 | 985,587.9 | 940,597.8 |

### 废弃物排放量[6]

| 废弃物种类 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 无害固体废弃物总量 | 吨 | 2,703.9 | 4,029.0 | 6,440.7 |
| 有害固体废弃物总量 | 吨 | 1,581.0 | 1,831.9 | 2,317.4 |
| 固体废弃物总量 | 吨 | 4,284.9 | 5,860.9 | 8,758.1 |

## 资源利用

爱玛科技优化能源与水资源管理，通过替换高效节能生产设备和优化生产工艺，提升资源利用效率，并推动清洁能源替代与应用，深化节能降耗工作成效。

### 能源管理

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国节约能源法》等相关法律法规，将节能降耗与可持续发展理念深度融入生产运营全过程，推进能源高效利用与绿色低碳转型。公司标准化规范能源管理工作，开展能源管理体系认证。截至报告期末，爱玛科技已有 2 个生产基地获得 ISO 50001 能源管理体系认证。




广西车业 ISO 50001 认证证书　　江苏车业 ISO 50001 认证证书

[6] 2025 年公司新建具备全流程工艺生产线的工厂，故废弃物排放量较往年上升。

公司建立完善的能源管理体系，定期开展生产设备能耗排查，精准监测与管控能耗数据，针对高耗能设备进行技术升级与运行优化，不断提升能源利用效率。此外，公司布局可再生能源开发与应用，降低传统能源依赖度，助力能源结构优化升级。我们制定可再生能源应用专项规划，提前布局清洁能源替代，并在现有基地持续深化可再生能源落地应用，切实减少传统电力消耗。

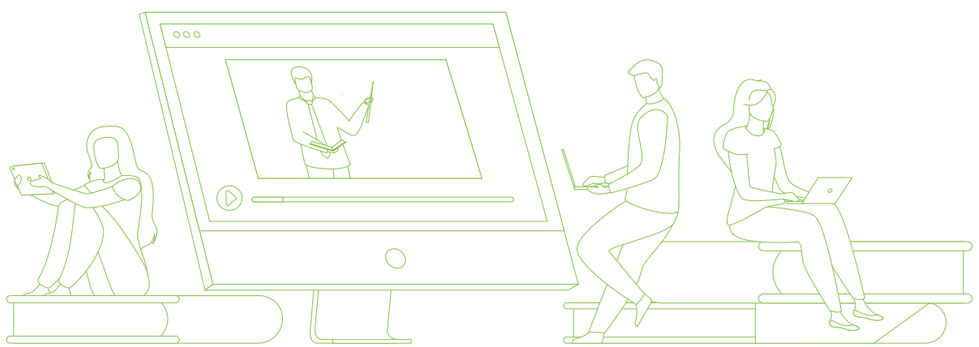
### 能源管理关键举措

**生产端**

- 设备系统升级：将车架备料液压电气系统由传统继电器逐步升级为 PLC[7] 自动控制系统，杜绝设备空载运行；
- 照明系统节能：将生产车间照明设施逐步替换为节能产品；
- 单台能耗监测：设立单台制造设备能耗考核标准，明确各产品线单台能耗上限，将能耗指标纳入生产考核体系。

**厂区端**

- 建筑节能设计：工厂在建筑设计阶段融入节能环保理念，在厂房两侧及屋顶设置多扇门窗，最大化利用自然照明；
- 照明系统节能：厂房内照明灯具逐步采用高光效 LED 灯，在公共场所照明采取分区、分组与定时自动调光相结合措施，全方位降低照明能耗；
- 可再生能源应用：在厂区内逐步建设安装光伏发电板，提高可再生能源使用占比；
- 用电管控：管控夏季高峰时段非必要用电设施，杜绝电力资源浪费；
- 路灯系统改造：购置太阳能射灯替换原有路灯具，有效降低电能消耗，延长射灯使用寿命。



[7] Programmable Logic Controller，可编程逻辑控制器。



### 爱玛科技能源使用[8]

| 能源类别 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 汽油 | 升 | 10,701.6 | 6,547.8 | 5,700.0 |
| 柴油 | 升 | 32,065.0 | 34,334.0 | 109,404.1 |
| 天然气 | 立方米 | 4,567,522.0 | 5,233,242.0 | 5,730,455.0 |
| 外购电力 | 千瓦时 | 62,031,308.0 | 71,912,793.9 | 101,798,396.6 |
| 综合能源消耗总量 | 吨标煤 | 13,210.4 | 15,229.9 | 20,272.6 |
| 综合能源消耗密度 | 吨标煤 / 百万元营收 | 0.6 | 0.7 | 0.8 |

## 水资源管理

爱玛科技推进水资源高效利用，组建专业巡查队伍，配备专业漏水检测仪器，实行每日全覆盖巡检机制，针对厂区供水管网、各生产设备用水点进行全面排查，有效降低水资源无效消耗。

公司完善生产环节保温设施，选用优质保温材料，减少生产过程中降温用水需求。我们在注塑环节新增冷却循环水表，实现用水总量精细化管控，同时优化涂装电泳废水排放量，有效降低生产用水量及后续污水处理量，实现节水与环保治理的协同推进。

### 爱玛科技水资源使用

| 用水类别 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 总耗水量 | 吨 | 885,858.0 | 970,216.2 | 1,182,820.0 |
| 总耗水密度 | 吨 / 万元营收 | 0.4 | 0.4 | 0.5 |

## 循环经济

爱玛科技将循环经济理念融入生产经营各个环节中，不断探索资源循环利用创新路径与实施模式，聚焦制造材料、排放物处理媒介、运输物料、水资源回用等领域，创新各类资源回用实践，将循环经济理念转化为具体行动。2025 年，公司通过涂装自动线干式喷台和大循环水喷淋方式，年度节约 6.6 万吨水资源，循环用水总量达到 14,300.0 吨，循环用水量占总用水量比例为 1.2%。

### 2025 年

| 年度节约水资源 | 循环用水总量达到 | 循环用水量占总用水量比例 |
|---|---|---|
| 6.6 万吨 | 14,300.0 吨 | 1.2% |

[8] 2025 年公司新建具备全流程工艺生产线的工厂，故部分能耗较往年上升。

### 2025 年循环利用成效



**循环利用关键举措**

**制造材料循环利用**

- 注塑车间采用物理回收工艺，对生产过程中产生的塑料边角料进行高效回收，重新处理为合格生产原料，直接应用于车身内饰件注塑生产，有效减少资源浪费；
- 联合专业单位开展回收计划，例如铅酸电池与锂电池均由专业供应商承接回收业务。

**排放物处理媒介循环利用**

- 将原有单一活性炭吸附箱，优化升级为活性炭吸附与催化燃烧相结合处理设备，当活性炭吸附达到饱和状态后，通过催化燃烧装置对已吸附有机废气进行脱附和燃烧处理，使活性炭得以重复使用，实现废气处理与吸附材料循环双重提升。

**运输物料循环利用**

- 通过与供应商共同协作，采用可循环利用周转箱替代传统一次性纸箱，减少一次性包装废弃物产生；
- 将废弃包装纸箱进行切割，用于售后件快递箱填充物，代替传统塑料袋、泡沫等填充物品。

**水资源循环利用**

- 优化废水循环处理工艺，压滤后的废水回流至前序生产工序重复使用；
- 科学调试循环水系统设备运行参数和优化工艺流程设计，进一步提升循环水系统运行效能；
- 将传统注塑机冷却系统替换为高效节水型闭环冷却系统，依托热交换技术实现冷却水循环利用；
- 喷涂车间过滤用水实现循环利用，同时在电泳环节新增废水回收池及回收泵，进一步推进生产废水资源化。

**广西车业**

- 喷涂车间过滤用水循环利用，重复利用率达 90%。

**浙江机电**

- 产品包装重复使用率提升至 30%，年减少塑料包装使用约 4 吨；
- 无害废弃物回收利用率达 38%，年回收资源价值约 18 万元。

**格瓴新能源**

- 电泳车间增加废水回收再利用装置，实现全年节水 1,200 吨。

**案例**

**爱玛科技创新涂装废水治理方案**

爱玛科技在新生产基地的建设过程中，秉承绿色制造理念，重构涂装产线的水漆处理流程。公司引入喷涂循环水回用与漆渣减量化处理设备，通过自动化渣水分离工艺替代传统人工处理模式，实现涂装废水零排放，漆渣含水率降低 40%—50%。该举措不仅解决了传统涂装工艺中管路堵塞、漆渣沉积等顽疾，更以技术升级推动绿色生产，同时提升了运营效率。



## 环境应急管理

公司各个生产基地已制定环境事件应急预案，针对废气泄漏、废水超标排放、危险废物泄漏、火灾引发环境次生灾害等常见突发场景，明确应急响应流程、责任分工、处置措施以及应急保障内容，确保在突发环境事件发生时能够迅速有序应对。

同时，公司构建全方位环境隐患检查体系，通过组建联合检查小组，并邀请第三方环保机构开展专项评估，明确规范检查频率与覆盖维度，实现环境风险常态化管控。2025 年，公司围绕废气排放、废水处理、固废处置、环保设施运行、能源消耗、生态保护、应急物资储备等维度，开展日常巡查、部门周检、公司月检以及季度专项检查，全年累计开展各类环境检查 36 次，未发现重大环境隐患，所有排查出的隐患均严格按照管控要求，在规定时限内完成整改，整改完成率达 100%。

2025 年

全年累计开展各类环境检查

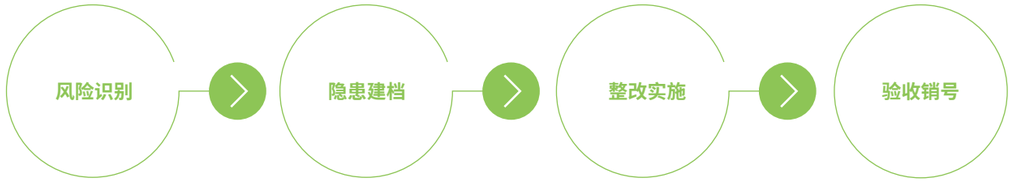
**36** 次

在规定时限内完成整改，整改完成率达

**100**%



### 环境风险管理流程




公司定期组织开展应急演练，通过模拟各类突发环境状况，帮助员工掌握和执行应急处置流程，进一步提升应急响应与处理能力，最大限度降低潜在环境风险。我们常态化开展环境保护专项培训，涵盖环境保护知识、污染物管控普及、风险预防管理举措及典型环境事故案例等，引导员工将环保理念转化为日常工作中的实际行动。2025 年，公司共开展 5 次环境应急演练，参与员工达 126 人次，并开展 14 次环境保护培训，参与员工达 809 人次。

2025 年

公司共开展环境应急演练

**5** 次

参与员工达

**126** 人次

开展环境保护培训

**14** 次

参与员工达

**809** 人次

案例

### 爱玛科技开展环保专项培训

2025 年，爱玛科技面向生产车间、职能部门及其他所有员工，围绕 ISO 14001 环境管理体系实操、污染物减排技术实务、生态保护与生物多样性知识及突发环境事件应急处置等多个领域，开展环保专项培训，强化员工环保意识，提升环保实操能力。



环保专项培训

案例

### 爱玛科技开展 VOCs 泄漏应急演练

2025 年，爱玛科技开展突发环境事件应急演练，聚焦“生产车间 VOCs 泄漏应急处置”场景，模拟废气处理设备故障导致 VOCs 泄漏的突发状况，全面演练泄漏报警、人员疏散、现场隔离、设备抢修、废气吸附及环境监测等关键处置环节，检验应急响应流程衔接性与可操作性，有效提升员工应急处置能力及各部门协同配合效率。




VOCs 泄漏应急演练





# 应对气候变化

爱玛科技坚持低碳转型与绿色发展，将应对气候变化议题融入整体发展战略，参照《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》（IFRS S2），建立气候变化治理体系，制定气候战略规划，开展影响、风险及机遇识别与评估，并设定减排目标与行动路径，提升自身气候韧性与适应能力，以实际行动践行绿色发展责任。

## 治理

公司已建立气候治理架构，董事会作为 ESG 事项最高决策机构，统筹和规划包括气候变化议题在内的各类 ESG 治理工作，保障气候风险管理体系建设与落地。公司将与日常生产运营相关的气候变化影响、风险及机遇，纳入 ESG 管理框架，由战略与 ESG 委员会统筹管理，并设立 ESG 工作小组，明确各部门在气候变化治理中的职责与分工，保障气候变化管理工作有效性。

应对气候变化治理架构




## 战略

公司积极响应国家“双碳”目标要求，已将气候变化因素纳入战略规划与管理流程，以短期、中期和长期为时间维度，通过识别与分析所面临的物理风险与转型风险，同步评估低碳转型带来的潜在机遇，以及气候变化相关风险与机遇对财务状况、经营成果及现金流量产生的潜在影响，进而针对性调整业务策略与运营模式，不断优化减缓、适应和应对气候变化的管理策略。



### 气候变化风险识别与应对

| 风险类型 | | 影响时间范围 | 风险描述 | 应对举措 |
|---|---|---|---|---|
| 物理风险 | 慢性风险 | 长期 | 平均气温持续升高，可能影响生产设施运行效率和增加制冷能耗，并对供应链稳定性构成潜在威胁。 | • 开展生产设备能效排查与升级改造，提升整体能源利用效率，降低运营碳排放与升温影响。 |
| | | 短 - 中期 | 水资源等自然资源日益匮乏，可能限制生产基地运营，导致生产成本上升。 | • 建立健全资源管理制度，推动资源合理分配与循环利用；<br>• 扩大节能设备使用比例，降低对不可再生能源的依赖程度。 |
| | 急性风险 | 短期 | 台风、洪水、高温、寒冷等极端天气，可能对生产基地正常运营、生产设施安全及员工人身安全造成不利影响，引发运营中断等问题。 | • 提前配备防涝沙袋、防寒保温棉等应急设施，防范极端天气导致的设施故障；<br>• 制定针对性极端天气应急处理预案，明确响应流程与责任分工；<br>• 购置财产保险及员工人身保险，降低极端天气带来的经济损失与安全风险。 |
| 转型风险 | 政策和法律风险 | 中 - 长期 | 碳排放披露要求趋严，合规排放标准提升，可能增加生产经营合规成本，对生产运营模式提出更高要求。 | • 建立完善碳排放监测体系，密切监控碳排放情况，及时响应政策法规调整；<br>• 结合政策导向，制定并动态优化气候战略与减排计划；<br>• 规划建立碳资产管理制度，提升碳资产管理能力，应对合规挑战。 |
| | 技术风险 | 中 - 长期 | 行业新型技术发展迅速，若公司新型技术转型滞后，产品可能缺乏竞争力，导致市场份额减少，影响盈利能力和市场地位。 | • 加大研发创新投入，提升综合研发实力与技术转化能力；<br>• 制定专利申请与成果转化奖励机制及股权激励政策，激发研发团队积极性；<br>• 深化与科研机构及高校合作，引进行业优秀专家；<br>• 密切关注行业新型技术发展趋势，提前布局技术研发与应用。 |
| | 市场风险 | 短期 | 供应链韧性不足，可能因气候变化相关影响导致供应链中断。 | • 完善供应商准入与考核标准，强化供应商能力评估，及时处理不达标供应商；<br>• 推动供应商本地化布局，优化供应链结构，提升供应链韧性；<br>• 提高核心零部件自制比例，降低供应链外部依赖。 |
| | | 短 - 中期 | 原材料价格受气候变化及低碳转型影响上涨，增加生产运营成本。 | • 坚持降本增效原则，精细化把控生产成本；<br>• 拓展原材料采购渠道，降低采购成本；<br>• 紧密追踪市场动态和趋势，及时调整采购策略。 |
| | 环保风险 | 中 - 长期 | 环保相关政策持续收紧，可能导致运营合规成本上升，若环保管理不到位，可能面临处罚风险。 | • 建立并完善环境管理体系，规范环保运营流程，防范环境污染处罚；<br>• 主动加大清洁生产技术研发投入，推动生产环节绿色升级；<br>• 关注环保政策变化，及时调整运营计划，确保合规运营。 |
| | 声誉风险 | 中 - 长期 | 若品牌形象和实力维护不当，如出现环保违规事件等，将导致客户信任度下降，影响市场声誉和业务长期发展。 | • 严格遵守环保相关法律法规，坚守合规经营底线；<br>• 强化产品质量与安全管理，提升产品绿色属性；<br>• 建立健全客户与用户意见反馈机制，及时响应利益相关方诉求，维持高满意度，维护品牌形象与市场信任。 |

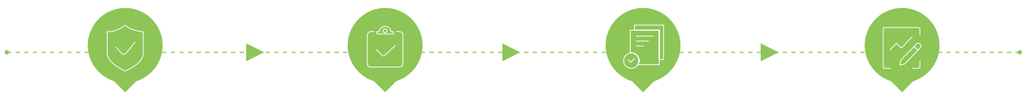
### 气候变化机遇识别与应对

| 机遇类型 | 影响时间范围 | 机遇描述 | 应对举措 |
|---|---|---|---|
| 技术创新机遇 | 中 - 长期 | 绿色技术创新成为趋势，若能抓住机遇，开展绿色技术研发和应用，将提升产品竞争力，开拓新市场。 | • 聚焦光伏、高效节能、循环利用等低碳技术，加大研发与应用投入，推动生产工艺绿色升级；<br>• 推动低碳技术成果转化，开发绿色低碳产品，提升产品市场竞争力。 |
| 市场拓展机遇 | 短 - 中期 | 消费者绿色消费意识提升，市场对低碳环保产品需求增加，为拓展市场空间提供机遇。 | • 加强市场调研，深入了解消费者对绿色产品需求和偏好；<br>• 优化产品结构，加大绿色产品研发和生产力度，满足市场需求；<br>• 加强品牌建设，突出绿色产品特色和优势，提升品牌知名度。 |
| 政策支持机遇 | 中 - 长期 | 政府为推动“双碳”目标实现，出台一系列支持低碳绿色发展政策措施，如财政补贴、税收优惠等，若能积极争取，将获得政策支持和资金扶持。 | • 密切关注政策动态，及时了解政策信息和要求；<br>• 积极争取政府政策支持和资金扶持，用于绿色技术研发、设备升级改造等方面；<br>• 加强与政府部门的沟通与合作，建立良好政企关系。 |

## 影响、风险和机遇管理

为应对气候变化带来的各类挑战，公司已将气候相关风险纳入整体风险管理框架，构建并完善“识别 - 评估 - 应对 - 监测与报告”风险管理机制。我们密切关注国际社会、国家及行业气候变化发展趋势，及时识别并更新气候变化相关风险清单，分析其可能产生的潜在影响，并依据风险发生概率与影响程度进行分类分级，针对重要程度和紧急度较高的重点风险，制定针对性应对方案，同时及时向内外部发布风险预警，以有效降低风险损失。

### 气候风险管理流程




- 持续关注国际、国家及行业气候变化发展趋势，及时识别各类潜在气候风险，并动态更新风险清单。
- 由相关部门评估气候相关风险，分析其可能产生的各类潜在影响，同时按风险发生概率和影响程度，对各类气候风险进行分类分级管控。
- 管理层基于风险重要程度和紧急度，深入分析较高风险影响因素，制定科学可行的针对性应对方案。
- 跟踪风险态势与应对措施执行成效，及时向内外部发布相关风险预警。

# 指标与目标

爱玛科技每年开展温室气体排放测算工作，梳理生产经营碳排放数据，构建科学碳排放数据基础，以推动节能减排计划落地。公司逐步深化生产经营碳排放数据分析与研究，计划在未来科学设定范围一与范围二温室气体减排目标，以明确目标导向优化碳减排方案，不断提升自身气候治理能力，助力国家“双碳”目标实现。

### 温室气体排放量 [9]

| 温室气体排放类别 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 温室气体排放：范畴一 [10] | 吨二氧化碳 | 9,984.7 | 11,420.7 | 12,692.0 |
| 温室气体排放：范畴二 [11] | 吨二氧化碳 | 35,376.5 | 41,011.9 | 54,014.2 |
| 温室气体排放：范畴一 + 范畴二 | 吨二氧化碳 | 45,361.2 | 52,432.6 | 66,706.2 |
| 温室气体排放强度：范畴一 + 范畴二 | 吨二氧化碳 / 百万元营收 | 2.2 | 2.4 | 2.7 |

公司制定《碳足迹管理和碳标签使用管理规定》，建立覆盖产品全生命周期的碳排放数据收集体系，涵盖原材料与部件运输、生产制造能耗、废弃物处置、产品配送及产品使用等各个环节，实现碳排放数据的全流程精准追溯与动态监测。为确保碳足迹数据的客观性与专业性，公司委托天津市产品质量监督检测技术研究院，对电动两轮车产品碳足迹开展专业核查，依托第三方专业机构科学量化碳排放量，为碳减排目标制定和低碳战略落地提供坚实数据支撑。




产品碳足迹证书

[9] 计算范围：本报告中的环境绩效范围统一采用世界资源研究所《温室气体核算体系企业核算和报告标准》的运营控制权法。

[10] 温室气体排放量 （范畴一） 来自企业直接燃烧化石燃料（如天然气、汽油、柴油）及工业过程产生的排放。排放因子参考中华人民共和国国家发展和改革委员会于 2015 年 7 月 6 日刊发之《工业其他行业企业温室气体排放核算方法和报告指南》。

[11] 温室气体排放量 （范畴二） 来自外购电力的耗用，外购电力排放因子参考国家生态环境部办公厅《关于发布 2023 年电力二氧化碳排放因子的公告》公布的 2023 年全国电力平均二氧化碳排放因子 0.5306kg$CO_2$/KWh。



# 绿色运营

爱玛科技坚持以绿色低碳为发展导向，通过技术创新、工艺升级、资源集约与数字化管理等多元举措，构建低碳高效的绿色运营体系，降低资源消耗与环境影响。

## 绿色产品

爱玛科技通过绿色材料应用、技术创新与产品低碳管理，打造兼具环保性、安全性与实用性的绿色产品，既满足消费者绿色出行需求，又践行可持续发展责任，引领行业绿色产品迭代升级。

### 绿色产品研发亮点

**三电**

- **推进动力系统节能升级：**采用更节能的电池、更高效的电机及先进控制器，对动力系统架构进行全方位节能优化，提升动力系统整体能效；
- **强化核心部件研发与推广：**
  - 推广节能电池，通过提升电池性能与续航能力，减少用户充电频次，间接降低能源消耗；
  - 自主研发蔚蓝控制器，采用汽车级开发技术，搭配定向研发的平原版静音电机、山地版爬山虎电机、长续航版凸极电机，可根据不同路况及骑行需求智能调节动力输出，提升能源利用率。

**绿色原材料**

- 在确保产品性能与安全的前提下，优先采用高强度铝、镁合金材料，通过优化设计和材料升级，提升产品的轻量化水平；
- 针对电动两轮车制动器等关键部件，公司全面禁用石棉材料，并根据不同车型定位，采用半金属 / 金属烧结、非石棉有机物（NAO）、陶瓷 / 复合纤维等环保材质替代，提升产品绿色安全水平。

**车身架构创新设计**

- **多维度优化能耗设计：**通过采用低能耗灯具、低滚阻轮胎、低电阻布线及流线型车身设计，优化产品使用性能，有效降低产品骑行过程中的能耗。



# 绿色生产

爱玛科技推进生产设备与制造工艺迭代升级，以技术创新赋能节能减排，构建高效环保的生产制造体系。

### 新工艺

- **推行低碳涂装工艺：**应用 OMD[12] 环保工艺，通过空气压差将膜片直接披覆在塑件上，在优化产品外观设计的基础上，省去传统喷涂环节，减少生产过程中的污染物排放。
- **引入环保免喷涂材料：**替代传统喷涂工艺，省略烤漆环节，有效减少 VOCs 排放。
- **优化喷枪上漆技术：**自主研发打造符合自身标准的专用空气喷枪，油漆上漆率较原喷枪提升 40%，显著提高油漆资源利用率，减少涂装废气排放。

### 新设备

- **生产设备智能化升级：**新基地涂装线规划中，创新引入“机器人 + 静电旋杯 + 导电水”组合方案，实现涂装自动线全流程自动化管控。涂装自动线相较于传统人工线，单条生产线油漆上漆率提升至 85%，产品合格率提升至 98%，有效减少涂装废气排放，降低环境负荷。

# 绿色物流

爱玛科技将绿色低碳理念融入物流运输环节，建立覆盖零部件采购至整车终端销售的全链条绿色物流服务体系，并通过智慧化技术赋能供应链协同，推动物流网络布局迭代升级，在提升物流运作效率和降低运营成本的同时，减少物流环节能源消耗与碳排放，实现物流效率与低碳效益的双重提升。

**绿色物流亮点举措**

### 智能物流技术应用

- 上线整车业务运单系统代签功能，优化订单管理流程，有效提升订单管理人员工作效率；
- 实现零部件业务运单自动计价功能，替代传统人工录入价格模式，降低人工操作误差，减少人工工作量，提升物流费用核算的准确性与效率。

### 物流网络与资源整合

- 构建“四纵四横”物流网络，对齐营销战略规划，助力区域渠道变革与下沉，实现终端订单实时响应；
- 强化物流成本精细化管控，整合承运商资源，降低物流环节不必要的资源消耗。

# 绿色办公

爱玛科技积极倡导绿色低碳办公理念，引导全体员工践行节能环保的工作方式，从办公采购、数字化运营、公务出行、资源节约等多维度实践绿色办公，降低办公环节的资源消耗，营造可持续的绿色办公环境。

[12] OMD，Out Mold Decoration 的简称，即模外装饰工艺，是一种结合印刷、纹理结构及金属化特性之 3D 表面装饰技术。外观可实现仿金属拉丝、仿原生木纹、皮革、喷涂、石纹等效果。可完成立体、高度较大的 3D 曲面产品形态。



**绿色办公举措**

### 环保倡议与绿色采购

- 优先采购具备节能、环保认证的办公产品；
- 鼓励员工在低楼层间步行出行，减少电梯使用。

### 数字化办公推进

- 大力推广电子签章、电子合同、电子档案等数字化办公模式，减少纸质文件消耗，非必要情况实行双面打印。

### 公务用车规范化管理

- 科学规划公务出行路线，优化用车调度以减少车辆使用频次；
- 加快新能源车辆对传统燃油车的替代进程，降低公务出行碳排放。

### 节约用电与智能管控

- 升级办公区照明设施，增设感应灯与时控开关，实现智能照明管控；
- 合理设定空调温度，减少能源浪费；
- 倡导员工随手关闭电脑、打印机、饮水机等电器设备，杜绝待机耗电。

# 绿色生态

爱玛科技严格遵守生态红线规定，坚决杜绝各类破坏生态环境行为，守护绿色生态环境。公司主动开展环境影响识别与评估工作，针对新建及其他改扩建项目，严格按照相关法律法规要求，推进环境影响评价各项工作。

在项目建设过程中，公司严格遵守生态环保相关法律法规及环评批复要求，从前期规划筹备、中期施工建设到后期收尾完善，层层落实环保责任，保障环保举措全面落地和全程可控，推动项目建设与生态环境友好协同发展。

为进一步践行生态保护责任，公司在现有生产基地内合理种植植被，科学规划绿化布局，提升厂区生态绿化水平，助力改善区域生态环境。同时，我们开展生态保护宣传教育，深化员工生物多样性保护与森林保护意识，积极传播绿色生态理念。2025 年，公司共计种植树木 2,635 棵。

2025 年

公司共计种植树木

**2,635** 棵

**案例**

### 爱玛科技开展生物多样性保护专题培训

2025 年，爱玛科技采用“理论讲解 + 现场实操”相结合方式，开展 2 场生物多样性保护专题培训工作，培训内容涵盖生态保护承诺及相关制度、厂区原生植被与新增绿植养护知识、本土常见动植物种类识别及保护要点、生态绿化与生产安全协同发展模式等内容，并在传递生态保护理论知识的同时，组织员工参与厂区绿植养护实践，切实提升员工生态保护意识与实操能力。



生物多样性保护专题培训

03

# 优质产品

爱玛科技以“打造行业领先产品力、构建科技时尚品牌基因”为核心，聚焦用户价值与科技引领，提供兼具高性能、智能化与绿色可持续的出行解决方案。公司通过技术迭代、核心部件升级、智能生态完善及严格质量管控，持续提升产品品质。

# 创新驱动

爱玛科技聚力深化智能化转型，推进研发体系建设、创新能力提升与知识产权布局，实现从硬件供给向服务赋能、从传统造车向“智能移动终端”的战略转型，以技术创新驱动企业向高质量与可持续方向迈进。

## 产品研发体系

公司通过构建“需求牵引、系统集成、敏捷响应”的集成产品开发模式（IPD）管理体系，实现了从传统研发向跨部门协同开发的转型。2025 年，公司成立独立的中高速电摩产品线及配套平台组织，明确将中高速产品发展列为重点方向，并强化智能化与测试组织能力，提升产品智能水平与品质可靠性，支撑公司技术战略落地。

2025 年研发管理体系




爱玛科技以研发能力建设为创新引擎，通过研发队伍建设、系统培训与人才激励激发团队创造力。2025 年，公司研发投入达 77,109.0 万元，占营业收入 3.1%，强化技术领先优势。

### 研发目标规划

2025 年，公司设定了聚焦中高速与智能化的年度重点研发方向，着力推动从传统硬件制造向“智能移动终端”的战略转型目标，并计划依托全域 OS 与集中域控平台构建核心技术壁垒，以支持多场景解决方案的研发与落地。

### 研发队伍建设

公司打造了一支兼具创新精神与专业能力的研发队伍，聚焦动力系统优化、智能续航提升等核心关键技术，依托全周期项目管理机制与系统化人才培育体系，推动产品性能迭代与研发效能提升，持续输出面向智能出行场景的前沿技术方案。

2025 年

公司研发团队规模达 **1,130** 人

占员工总数的 **12.7** %

公司成功引进整车及核心零部件领域专家 **8** 名

资深专家团队总数已增至 **9** 人



### 研发人才激励

爱玛科技制定健全的激励机制，实施《内部市场化机制激励方案》，将研发成果纳入绩效评价体系，并与薪酬分配紧密挂钩，推动创新价值切实转化为个人回报。同时，公司聚焦智能化技术攻关与平台化体系建设，对取得实质性进展与显著价值的创新项目及团队实施专项奖励，强化对前瞻性研究与基础性创新的资源支持。2025 年，公司举办“研发科技月”系列活动，表彰在关键技术突破、效率优化等方面作出突出贡献的团队与个人。

**案例**

#### 研发科技月活动

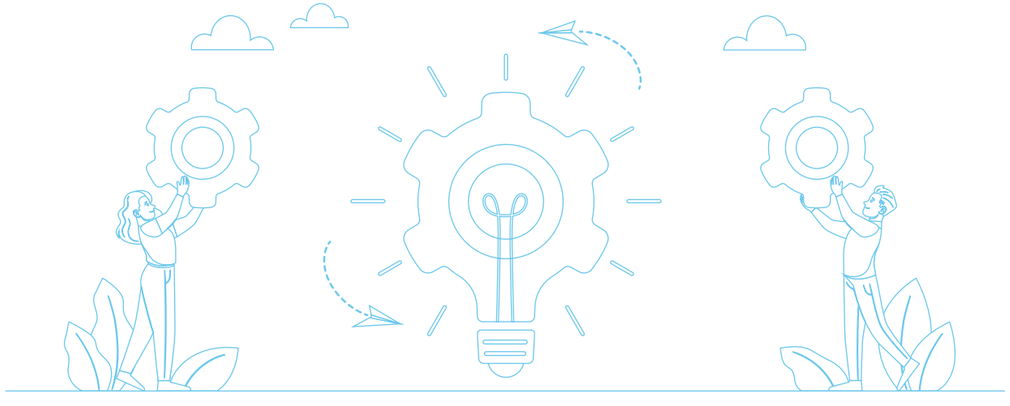
2025 年，爱玛科技举办研发科技月活动，共征集到来自各研发团队的 29 项创新成果申报，覆盖科技进步、工程创新与专利贡献三大类别。经严格初审与集中复审等多轮筛选，最终评选出专利贡献奖 4 项、工程创新奖 6 项、科技进步奖 6 项，共计 16 个团队获奖。这些获奖项目充分彰显研发团队深耕用户需求、攻克技术瓶颈、加速成果落地的实力，为爱玛科技持续领跑行业技术变革注入创新动力。







研发科技月活动及奖项



## 产学研融合

爱玛科技通过与高校和研究所合作，推进产学研深度融合，共促产业规范发展。作为两轮车智能化技术发展路线图编制组成员单位，公司积极参与技术路线流程化、标准化建设，携手天津内燃机研究所、中国电子商会智能电动汽车专委会及两轮车智能化技术创新中心开展技术研究，打造核心技术创新标杆。

**案例**

### 爱玛科技与天津内燃机研究所联合开展“高速电摩平台设计、仿真及测试”项目

2025 年 7 月，公司与天津内燃机研究所联合组建高水平专项团队，由拥有 30 余年摩托车研发与仿真经验的史博士牵头技术把控，涵盖三电系统、结构设计、仿真分析、测试验证等领域的 8 名核心成员，开展“高速电摩平台设计、仿真及测试”项目，致力于开发一款最高车速达 110km/h 的通用弯梁电摩平台。

## 研发检测能力

爱玛科技持续提升研发检测能力建设，全面保障产品品质的稳定可靠。公司借鉴汽车行业的研发测试体系，构建与产品开发及生产流程深度融合的检测机制，具有对零部件、系统模块及整车的检验能力。

2025 年，公司各生产基地均配备标准化检测实验室，配备 636 台专业检测设备及 15 名 ISO 检测人员，拥有 1 个 CNAS 实验室，建立起涵盖电动两轮车、三轮车及低速四轮车的综合性检测能力体系，为产品可靠性与一致性提供坚实支撑。

2025 年

| 公司各生产基地均配备标准化检测实验室，配备专业检测设备 | ISO 检测人员 | 拥有 CNAS 实验室 |
| --- | --- | --- |
| 636 台 | 15 名 | 1 个 |

## 产品研发进展

2025 年，爱玛科技采用 IPD 2.0 管理体系，引入 Altair 多物理场仿真与 BETA 高性能前处理工具等先进工具，围绕智能化、高端化和新国标要求推出创新成果，为公司从“制造”向“智造”提供了可持续的技术引擎。

### 产品研发流程优化

爱玛科技优化 IPD 集成产品开发模式，通过编制 IPD 业务逻辑图，创新建立 IPD 2.0 管理体系，提升产品开发和部门协同效率，践行“从用户中来、到用户中去”的端到端产品管理理念。



爱玛科技 IPD 2.0 开发流程

**用户需求调研**

- 产品经理、系统工程师和市场专业人员组成用户需求铁三角调研团队，识别市场机会，运用科学方法开展市场走访和区域观察，精准洞察用户需求，同时评估技术可行性；
- 撰写立项规划报告，明确产品定位，提升产品规划的精准度和成功率。

**立项决策**

- 各领域负责人组成跨部门商业决策团队（IPMT）[13]，以投资价值为导向，评估产品立项的商业计划书，做出投资和开发决策，确保持续输出符合市场需求的战略性重点产品。

**产品开发**

- 各研发人员围绕立项产品组建集成产品开发团队（PDT）[14]，负责从立项到量产交付的产品全流程开发；
- 各领域代表同步推进零部件配套、开发验证、试生产和上市营销等准备工作，控制开发成本，快速响应市场需求。

## 产品智能化升级

公司推进整车智能化升级，依托前沿仿真工具链实现研发模式数字化改造，通过 AIGC 中台打通全链路智能运营环节，将智能化能力全面融入产品定义、开发及用户体验全流程，为用户打造智能高效的未来出行解决方案。

**案例**

### 爱玛科技推出“零际智行”智能战略

2025 年 10 月，爱玛科技发布“Zebra 零际智行”技术战略，聚焦智慧、安全与个性化融合，打造全域智能（Zebra mind）、全感交互（Zebra link）、全境辅助（Zebra sense）和全时生态（Zebra cloud）四大系统，依托车规级芯片与“一芯统领，全域协同”架构，实现了整车功能的智慧协同与个性化服务。




零际智行“4 大系统 + 2 大平台”介绍

[13] IPMT，Integrated Portfolio Management Team，即集成组合管理团队。其为 IPD 体系中的产品投资决策和评审机构。

[14] PDT，Product Development Team，即集成产品开发团队。其为企划、研发、制造、采购、财务、用户服务、品质管理等来自不同功能部门人员组成的重量级跨部门团队。

案例

### 爱玛科技打造 AIGC 统一门户“玛小爱”

2025 年，公司联合火山引擎与百度智能云，打造 AIGC 统一门户“玛小爱”，构建爱玛操作系统智能中台，集成智能问答、数字人带货、文档分析、AI 画图等能力。同时，公司升级爱玛出行 APP V5.7.0，搭载“玛小爱 AI 智能体”，深化“人 - 车 - 机 - 盔 - 云”多维协同，推动智能生态闭环落地。

## 产品高端化设计

爱玛科技从核心性能与用户体验出发，开展高端化创新设计，丰富产品矩阵，为打造具有市场竞争力的高端产品奠定坚实基础。

案例

### 爱玛科技研发凸极轮毂电机

公司通过行业独有技术研发凸极电机，以超大扭矩、高效率和精准控制为核心亮点，专为高性能动力场景打造。该电机引入汽车行业磁阻辅助型永磁同步电机设计思想，兼顾高磁通密度与凸极效应带来的磁阻转矩，实现最大输出扭矩提升，为整车带来更强劲的加速与动力表现。在效率优化方面，该电机采用更低极对数设计，有效降低电机铁损，显著提升高速续航状态下的电机运行效率。同时，其具备更优的高速弱磁扩速能力，所需弱磁电流更小，能量利用效率更高，助力实现更长续航与更低能耗。为提升控制精度与可靠性，凸极电机采用外置磁编结构进行转子位置检测，该结构具备更强的环境适应性与信号稳定性，确保电机在各类工况下的可靠运行。结合精准的 MTPA（最大转矩电流比）控制策略，该电机实现转矩输出的高效、平稳与精准响应，为系统提供卓越的动态控制性能。

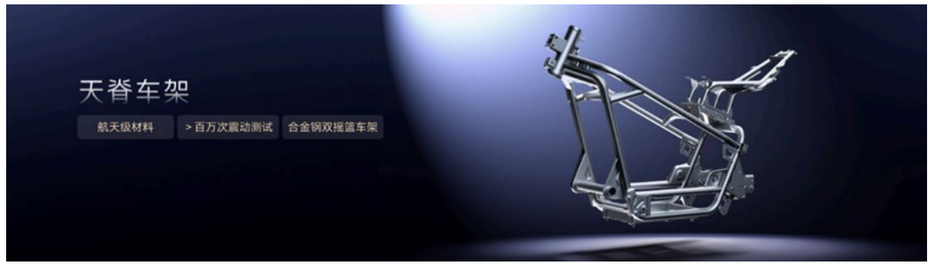


爱玛科技研发凸极轮毂电机

案例

### 爱玛科技自研“天脊车架”

公司自主研发采用新材料及双摇篮结构的“天脊车架”，采用前置单摇臂设计，兼顾视觉张力与骑行舒适性，并完成超百万次耐久验证，真正实现高品质与人性化驾乘的无缝融合，重新定义高端出行的品质标准。







天脊车架展示图

## 新国标研发成果

爱玛科技积极响应“新国标”等法规升级要求。2025 年，公司研发应用新型轻量化高阻燃材料，并推进 ABS[15] 系统的实车验证与多场景性能优化，显著提升产品的安全水平。

案例

### 爱玛科技研发轻量化高阻燃新材料

为响应“新国标”升级要求，爱玛科技成功研发并应用新型轻量化高阻燃材料，该材料达到塑料阻燃最高等级，具备极强抗点燃能力，为骑行者提供至关重要的安全保护。材料还具有轻量化的特点，实现车身减重，降低原材料消耗。此外，该材料还具有优异的抗拉伸与抗冲击性能，显著增强零部件耐用性，减少维修更换频率，延长整车生命周期，满足“新国标”的安全与环保要求。

[15] ABS，Anti-lock Braking System，即防抱死制动系统。

案例

**爱玛科技开展 ABS 系统的上车验证**

2025 年，爱玛科技开展 ABS 系统的上车验证，通过多场景实车测试的方式，优化制动技术算法，满足新国标对高端车型的安全要求。公司计划推进 ABS 系统在马赫 S1 Ultra 车型上的量产验证，以制动技术升级为抓手，进一步提升产品安全性和用户口碑。

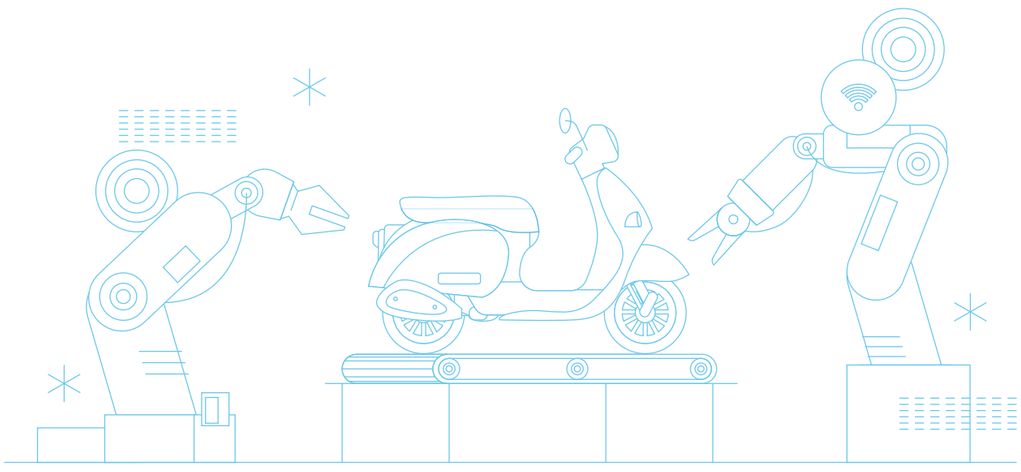
## 跨界布局低空经济

爱玛科技基于“短途电动出行工具”的战略定位，围绕“三电驱动”等共性底层技术，在立足主业的同时，利用专业投资机构的投资经验，探索低空经济相关赛道的发展机会。

案例

**爱玛科技战略投资沃兰特航空，布局低空出行新赛道**

2025 年，爱玛科技参与投资专项基金，并出资 eVTOL[16] 企业上海沃兰特航空。依托在电池技术、电机控制及智能互联的深厚积淀，公司将低空出行列为中长期战略培育方向之一，通过产业投资与合作，稳步探索切入低空经济产业链的最佳路径，积极把握战略发展机遇。



[16] eVTOL，electric Vertical Take-Off and Landing，即电动垂直起降飞行器。



## 知识产权保护

爱玛科技严格遵守《知识产权管理制度》《专利管理规定》《著作权管理规定》等基础性制度，配套编制《爱玛科技专利申请管理办法》《专利申请管理办法实施细则》《知识产权激励管理办法》及《知识产权条款培训说明材料》，通过制度化引导与正向激励，有效激发研发创新活力。

2025 年，公司针对商标全生命周期管理，制定并实施《商标管理规定》，对商标的注册、使用、维护、续展、维权等各环节进行全流程规范，提升品牌资产的法律保护水平。在著作权管理方面，公司更新了《著作权管理规定》，细化著作权登记流程与授权审批机制，确保创作成果依法受保护、合规可运用。

## 知识产权管理

公司设立全球知识产权管理团队，负责管理商标、著作权、域名等核心知识产权的布局设计、注册申请、日常维护及权益保护，并与外部专业机构建立协同机制，全面提升知识产权管理体系的运行效能。此外，公司积极应用知识产权数字化管理系统，对公司拥有的各类知识产权进行系统化管理，实现知识产权管理的数字化转型。

案例

**爱玛科技知识产权管理系统**

爱玛应用知识产权数字化管理系统，实现商标管理智能化，将原本分散在 Excel 台账中的海量海外商标数据，通过世界地图为载体，以图形化方式呈现商标的申请进度、注册状态、维护周期及地域分布等关键信息。

该系统不仅支持实时监控商标生命周期各环节，更具备事中预警与事前预测能力，助力品牌出海战略实现前瞻性布局。通过可视化呈现，企业可快速识别潜在风险点（如临近到期、地域冲突、抢注预警）与市场机会，及时制定应对策略，提升品牌全球化布局的主动性和精准度。

案例

**爱玛科技在“爱玛出行”会员小程序嵌入“打假维权系统”**

2025 年，公司创新打造“打假维权系统”，并集成至“爱玛出行”会员小程序，将广大消费者转化为品牌保护的监督员。系统内置激励机制，鼓励用户主动举报侵权线索，显著提升打假效率，更替代了传统依赖专人巡检的高成本、高风险模式，保障了工作人员的人身安全。

## 知识产权成果

2025 年，公司研发重心聚焦于四电系统、智能化技术及电池领域。同时，公司电动自行车用北斗定位及安全监测系统、轻便三轮三油刹 CBS[17] 刹车系统、四合一组合灯具防水设计结构均荣获天津自行车电动车技术研发优秀成果奖。

### 爱玛科技 2025 年知识产权专利情况

| 指标 | 单位 | 2023 年数据 | 2024 年数据 | 2025 年数据 |
|---|---|---|---|---|
| 报告期内发明专利申请数量 | 个 | 34 | 17 | 29 |
| 报告期内发明专利授权数量 | 个 | 6 | 14 | 11 |
| 报告期内有效专利数 | 个 | 1,915 | 2,186 | 2,311 |

## 知识产权激励

为推动技术突破与知识产权成果积累，公司对专利奖励机制进行优化升级，持续激发团队创新活力。2025 年，公司累计发放专利奖励共计 92.0 万元，有效提升了员工申报积极性与创新成果转化效率。

为提升员工对知识产权保护的意识与实务操作能力，公司每年开展知识产权培训，强化全员的知识产权保护意识，营造尊重创新、严守合规的文化氛围。

**案例**

### 爱玛科技开展知识产权风险专项培训

2025 年，公司面向各部门及各生产基地，全面开展广告宣传风险专项培训。培训聚焦广告投放过程中常见的知识产权风险，深入剖析商标侵权、著作权滥用、虚假宣传及不正当竞争等典型问题，结合实际案例，系统讲解风险识别、合规审查要点及应对策略。

[17] CBS：Combined Braking System，指联动刹车系统。摩托车的 CBS 是一种前后轮制动联动技术，当骑手仅操作前刹手柄或后刹踏板其中之一时，系统会自动按预设比例，将制动力同时分配到前后两个车轮进行制动。



## 行业合作

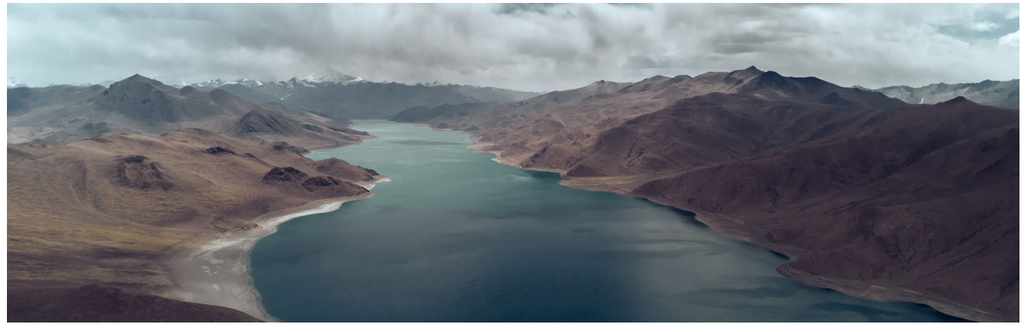
爱玛科技积极推进行业标准体系建设，本年度主导或参与编制、修订并发布了国家、行业及团体标准共 23 项。公司牵头编制的三项团体标准《电动摩托车和电动轻便摩托车装配质量要求》《电动摩托车和电动轻便摩托车外观质量要求》及《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》顺利发布。该系列标准填补了行业空白，有效支撑中国产品在东盟市场的准入与推广，为国际化发展提供技术保障。

### 爱玛科技参与标准编制情况

| 标准类型 | 标准名称 |
|---|---|
| 国家强制标准 | 《摩托车和轻便摩托车操纵件、指示器及信号装置的图形符号》 |
| | 《摩托车和轻便摩托车制动性能要求及试验方法》 |
| 国家推荐标准 | 《摩托车和轻便摩托车道路试验方法》 |
| | 《自行车 照明和回复反射装置 第 1 部分：照明和光信号装置》 |
| | 《自行车 照明和回复反射装置 第 3 部分：照明和回复反射装置的安装和使用》 |
| 团体标准 | 《电动摩托车和电动轻便摩托车装配质量要求》 |
| | 《电动摩托车和电动轻便摩托车外观质量要求》 |
| | 《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》 |

## 科技伦理

爱玛科技始终以科技向善为核心理念，全面响应国家对科技伦理的规范要求。在人工智能技术（AI）的研发与落地过程中，我们聚焦智能出行、人机交互等关键场景，建立了完善的科技伦理保护制度，明确将“尊重用户隐私、保障数据安全、杜绝算法偏见、确保技术透明可解释”作为 AI 研发的基本准则。2025 年，公司未发生任何违反科技伦理的重大事件。



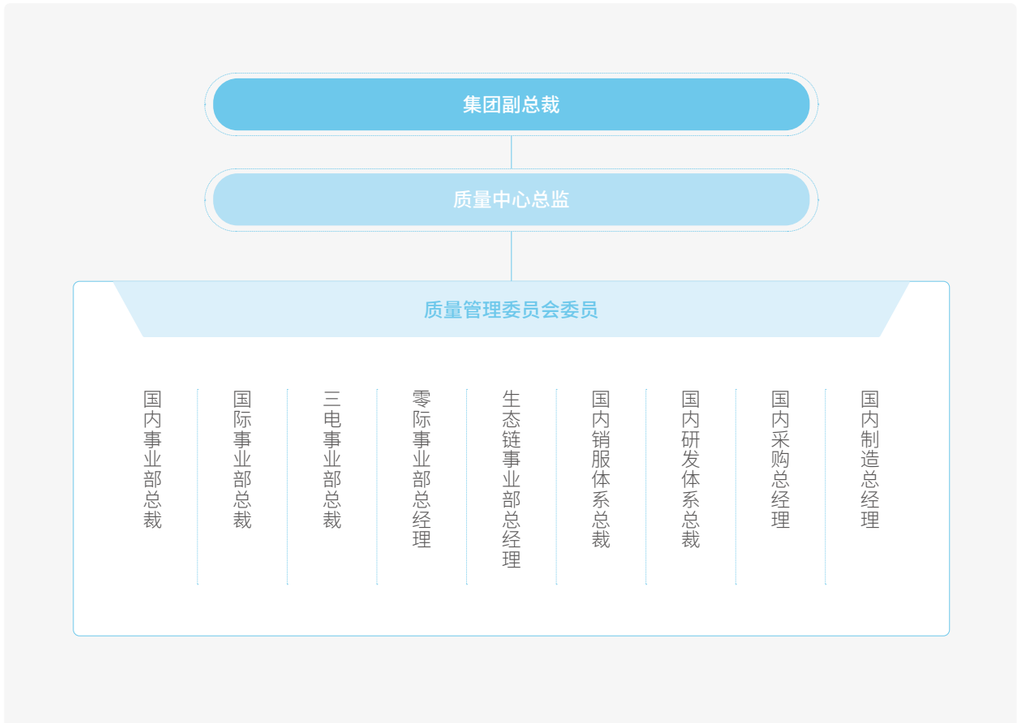
# 产品品质

爱玛科技坚持“质量为先”的发展原则，通过健全质量管理体系、深化质量意识培育、落实全过程质量管控以及引入先进制造工艺，全面提升产品品质，为用户提供高标准、可信赖的产品体验与服务保障。

## 治理

公司建立了权责清晰、高效协同的质量管控体系，全面覆盖各业务单元的质量过程与结果监管。公司成立质量管理委员会，下设质量中心，并由各个事业部对应负责人支撑各个业务板块的质量管理。同时，质量中心联合研发、采购、制造、服务等职能领域，组建跨部门课件开发小组，通过每周例会、评审会等机制高效协同，强化质量安全管控，提升产品品质保障能力。

2025 年质量管控治理架构




公司严格遵守《中华人民共和国产品质量法》，实施《质量管理体系要求》《集团质量手册》，持续健全质量管理体系、落实全过程质量管控。2025 年，公司修订《质量奖惩管理规定》，对于质量奖励和质量惩处两方面进行了明确规范。



## 战略

爱玛科技贯彻落实“质量优先，以质取胜”的质量经营战略，通过制度完善、质量检查程序、质量管理认证、质量审计、质量文化建设等举措，有效推动“质量优先，以质取胜，质量 = 尊严”目标的实现。

2025 年，我们根据公司实际情况，识别了在质量管理体系中的关键风险与潜在机遇，覆盖从研发设计到售后服务的全业务流程。本次风险和机遇的识别，为后续的质量战略优化、合规管理强化与可持续竞争力提升奠定基础。

爱玛科技质量风险识别清单

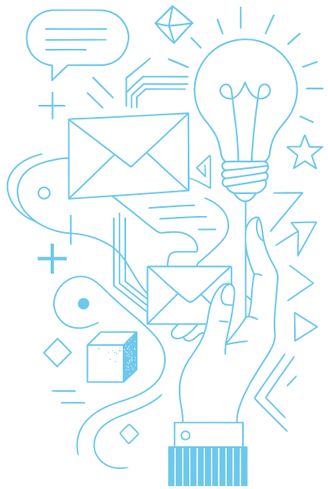
| 业务环节 | 风险名称 | 风险描述 | 应对举措 |
| --- | --- | --- | --- |
| 原材料获取 | 关键部件供应中断 | 关键部件供应中断或技术迭代滞后，影响产品性能竞争力。 | • 对关键部件（如电池、电机）实行“AB 角”供应商策略，并签署长期合作协议，以保障供应安全与协同研发。 |
| 生产运营 | 产品设计不足 | 若设计未能精准匹配目标用户需求，可能导致产品滞销或库存积压。 | • 深化 IPD 流程，在研发前端建立“需求铁三角”机制，确保产品定义精准。 |
| | 质量检测疏漏 | 若在出厂前质量检测疏漏，可能引发重大安全事故与品牌危机，导致召回成本上升及法律风险。 | • 在生产线关键工位引入自动化检测设备，对刹车、电池等安全关键项执行 100% 全检，并建立质量数据追溯系统。 |
| 运输配送 | 运输损耗 | 电动两轮车体积大、重量重，长途运输中易因颠簸、碰撞导致车架变形、车灯损坏或电池松动，增加售后维修与客户投诉风险。 | • 与物流服务商共同制定针对电动两轮车的专用包装与固定方案，并在运输合同中明确货损赔偿责任。<br>• 在大型中转仓或目的地仓库设立开箱检测环节，确保问题在交付经销商或用户前被发现和处理。 |
| 销售服务 | 客户投诉 | 产品质量问题影响用户体验，造成客户投诉甚至诉讼，产生客户赔偿和诉讼费用。 | • 建立全国联保与快速响应机制，优化备件供应链，确保售后问题能在承诺时间内解决。<br>• 将售后数据系统性地反馈至研发与质量部门，驱动产品设计与生产工艺的持续改进。 |

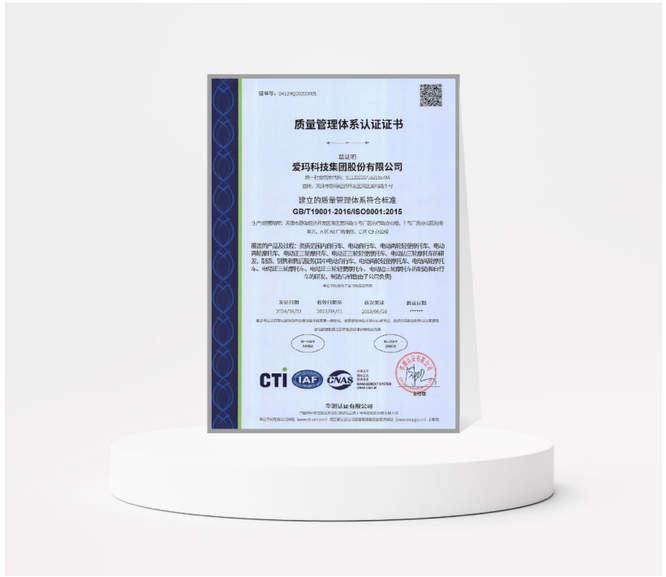
爱玛科技质量机遇识别清单

| 业务环节 | 机遇名称 | 机遇描述 |
| --- | --- | --- |
| 原材料获取 | 核心部件自主研发 | • 若持续推进智能控制器等关键部件的自主研发，降低对外部供应商依赖，能够增强技术壁垒，进而提升产品竞争力，增加产品的高端溢价。 |
| 生产运营 | 智能制造 | • 持续投入智能工厂建设能够提升自动化率与生产效率，能够巩固行业领先的制造成本优势。 |
| | 研发驱动 | • 依托国家级技术中心与数字化研发平台，快速推出具备智能互联、轻量化设计、长续航等特性的新品，将抢占高端市场先机，提升产品溢价能力。 |

# 影响、风险和机遇管理

公司将质量视为发展的生命线，不断完善质量管理体系，使其贯穿于从原材料采购、产品研发、生产制造到市场营销与售后服务的每一个环节，形成了覆盖全流程的质量保障网络。我们通过科学严谨的评估定级以及精准有效的措施执行，构建“风险识别 - 评估分析 - 应对处置 - 持续监控”的质量风险管理流程，保障公司向市场交付高品质产品，守护企业长期建立的品牌声誉。报告期内，公司所有生产基地均已通过 ISO 9001 质量管理体系认证。






爱玛科技质量管理体系认证证书



## 质量风险识别

爱玛科技构建了覆盖全业务流程的质量风险识别机制，识别潜在风险，为前瞻性风险防控与持续质量改进提供保障。目前，公司构建起由 IPD 牵引、供应链支撑、市场前端紧密联动的协同网络，任何来自市场的质量信号，都能快速驱动产品本身的迭代，并同步触发供应链的相应调整，实现对质量风险的闭环预防和快速响应。

质量风险识别机制

| 环节 | 识别机制 |
| --- | --- |
| 采购 | • 依据《供应商准入认证管理规定》，对新准入供应商开展现场评审，从品质、生产、研发三大维度进行综合评估，其中品质维度权重占 50%，生产与研发各占 25%；<br>• 评审严格参照《爱玛集团供应商准入认证基准表》，重点考察供应商质量体系健全性、检验检测设备配置、关键工艺控制能力指标得分，确保供应商具备稳定可靠的质量保障能力。 |
| 研发 | • 新品开发开展 DFMEA[18] 与 DFX[19] 评审，及各阶段开展 TR[20] 评审，识别并降低设计阶段质量风险；<br>• 新规件开发开展 APQP[21]，识别零部件质量风险，提升供应商的开发能力。 |
| 生产 | • 增加巡检频次，统一检查标准，实施人员能力评估与专项培训，确保过程受控。 |
| 销售 | • 系统梳理典型故障问题，建立维修问题清单；<br>• 赋能一线服务团队快速响应，有效提升问题解决效率，从源头减少潜在风险，切实降低召回发生概率。 |

## 质量风险评估

公司深化质量审计及风险管控机制，以问题为导向，推进制造标准与流程执行的规范化、精细化管理，切实提升质量风险管理体系运行实效。本年度，公司修订《质量审计管理规定》，通过整车开箱抽查、体系流程审计等方式，以用户视角检验质量，验证质量标准执行，驱动质量问题持续改进。报告期内，公司质量审计工作整体达标，对于审计中发现的质量问题开展整改，整改闭环率 100%。

报告期内

公司质量审计工作整体达标，对于审计中发现的质量问题开展整改，整改闭环率

100%

爱玛科技质量审计类型

| | |
| --- | --- |
| 产品审计 | • 每季度开展产品审计，从终端用户视角对产品进行抽查，驱动产品合格率系统性改善。 |
| 体系审计 | • 年度开展体系审计，审计质量体系核心流程的执行符合率，解决有标准不执行问题。 |
| 产品标准审计 | • 年度开展产品标准审计，对零部件、整车的相关标准与政策符合性进行审计，确保输出质量。 |

[18] DFMEA，Design Failure Mode and Effects Analysis，即设计失效模式与影响分析。其主要作用是在产品设计阶段系统性地识别潜在失效模式、分析其可能造成的影响及原因，评估风险优先级，并制定预防 / 探测措施，以提升设计可靠性、降低后期变更成本。

[19] DFX，Design for X，即面向某特性的设计。X 可代表可制造性、可装配性、可靠性、可测试性、可维护性等。其主要作用是在产品设计过程中综合考虑全生命周期各环节（如制造、装配、测试、维修、环保等）的需求，优化设计以降低复杂度、成本和质量风险，提升产品综合竞争力。

[20] TR，Technical Review，即技术评审。其主要作用是在研发流程的关键节点组织跨领域专家对技术方案、设计输出、风险等进行检查和评审，确保技术成熟度、识别问题并做出放行或整改决策，是质量管控的重要工具。

[21] APQP，Advanced Product Quality Planning，即先期产品质量策划。这是一种结构化的产品开发与质量控制方法，贯穿从概念、设计、样件、试产到量产的全过程，通过阶段评审、控制计划、失效分析等工具，确保产品满足客户要求并实现质量目标。

## 产品召回

爱玛科技始终将产品安全作为核心底线，严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》《消费品召回管理暂行规定》等法规要求，健全内部管理制度，制定并持续优化《产品召回管理程序》《不合格品控制程序》等制度，明确跨部门职责分工与权限，建立高效响应机制，确保产品问题可追溯。2025 年，公司未发生产品召回事件。

### 爱玛科技产品召回管理

| | |
|---|---|
| 预防 | • 通过提高原材料抽检比例、设立专项考核，以及在产线增加巡检频次、强化人员培训等措施，从源头与过程中降低质量风险 |
| 管控 | • 通过收集市场端故障维修清单，支持工程师快速响应，避免问题升级 |
| 追溯 | • 以《整车标签加盖印章管理规定》为基础，建立了覆盖生产、检验、返修全过程的信息化追溯体系，实现了从供应商到终端产品的全链路追踪，确保问题可快速定位、责任可精准界定 |

## 供应商质量管控

公司发布《供应商体系准入管理规定》，优化准入评审、日常监督及绩效评估流程，提升供应商质量管理能力。同时，公司积极引导供应商主动参与质量共建活动，有效推动了产业链上下游协同提升，初步构建起开放、共享的质量管理生态。

### 供应商质量管控机制

**出厂检验**

- 为合作供应商制定明确的产品出厂检验标准，并依据《合格供应商定期认证管理规定》实施年度一次的现场审核，重点围绕品质、生产、研发三大领域开展评估；
- 针对审核中发现的问题，系统出具整改清单，明确整改要求与时限，并持续跟踪验证，确保问题闭环整改，持续提升供应商质量保障能力。

**精准帮扶**

- 技术标准落地：推动供应商技术升级，明确质量要求与规范，统一技术执行标准，提升产品一致性；
- 三包问题改善：对问题频发供应商，以“保产保质”为目标，开展过程诊断与现场指导，运用持续改善方法，有效遏制重复性问题；
- 现场问题整改：针对品质、生产、研发三方面，开展供应商现场审计，发现问题后及时出具整改清单并会签确认，确保整改到位。



## 质量文化建设

为深入践行“质量优先，以质取胜，质量 = 尊严”的核心理念，推动质量文化落地生根，公司持续开展丰富的质量文化建设活动，营造“人人重视质量、人人创造质量”的良好氛围。2025 年，公司推出端到端质量管理课程，聚焦认知重塑、工具应用与体系落地，系统提升全员质量思维与实战能力。

### 质量课程培训情况

| 培训对象 | 培训内容 | 培训进展 |
|---|---|---|
| 集团及战略层 | • 引入《零缺陷管理哲学》，强化“质量优先、以质取胜”的顶层共识。 | • 组织培训 7 场，覆盖职能部门、生产基地及核心供方骨干。 |
| 管理层 | • 聘请外部专家进行《卓越绩效准则》培训，提升中高层对卓越经营模式的认知。 | • 系统性培养管理者的战略质量思维与经营视野。 |
| 制造端 | • 涵盖 VDA[22] 6.3 质量体系、质量意识、检出能力、QC[23] 工具等实战内容。 | • 累计覆盖 1,200 人次，直接提升产线质量管理与问题解决能力。 |
| 经销商 | • 主题包括新品服务、火灾防控、维修技术及市场常见问题处理。 | • 精准覆盖销售、库管、维修、配件等一线关键岗位人员。 |
| 供应商 | • 开展 QC 课题与新产品质量管控能力培训，推动质量标准前移。 | • 累计覆盖 60 多家供应商，强化供应商端的过程控制与质量保障。 |

**案例**

#### 公司开展以“2025 聚焦·突破”为主题的质量月活动

2025 年 9 月，公司启动年度质量月活动，本次活动以“2025 聚焦·突破”为主题，覆盖国内事业部全部体系、八大制造工厂，并延伸至重点供应商与经销商，实现质量管理链条全覆盖。

质量月期间，公司累计开展培训 90 余场，覆盖超 3,000 人次。其中，公司供应商参与活动占比达 38.5%，举办技能比武超 30 项，一线员工参与超 2,000 人。




公司质量月活动技能比武现场

[22] 指德国汽车工业协会（VDA）制定的汽车行业标准。

[23] QC，Quality Control，即质量控制。

案例

### 制造技术月活动

2025 年制造技术月，公司聚焦提质、降本、增效三大关键目标，累计提交改善项目 81 项，涵盖工艺优化、设备升级、流程再造、智能制造等多个维度。经过多轮专业评审与综合评估，最终 18 个成效显著、可复制性强的项目脱颖而出，为打造高效、高质量的现代制造体系注入强劲动能。




制造技术月活动

### 2025 年质量培训数据

年度员工质量培训次数

124 次

年度员工质量培训人数

4,450 人

年度员工质量培训时长

266 小时

年度供应商质量培训次数

183 次

年度供应商质量培训覆盖率

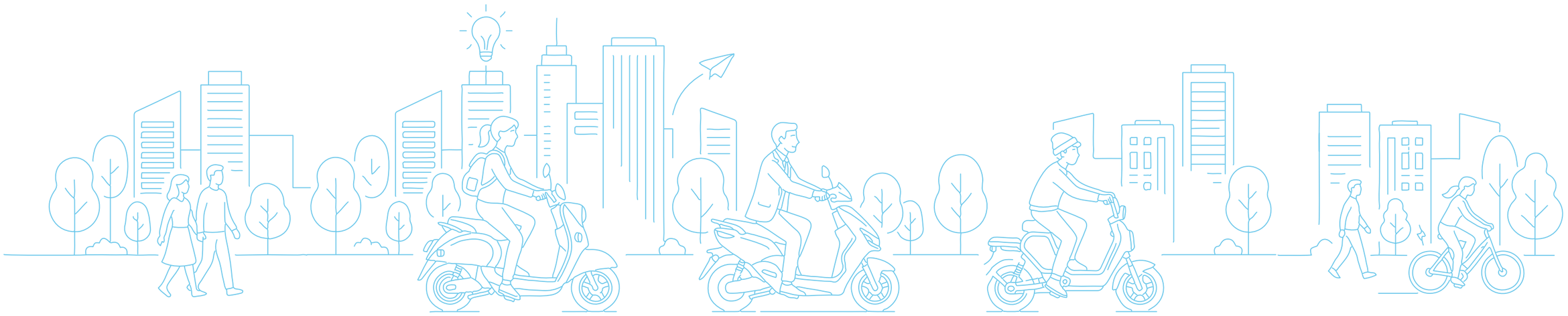
65.1%

## 指标与目标

爱玛科技科学设定并层层分解年度质量目标，聚焦 C 端 48 小时闭环率、NPS[24]、标准执行符合率等核心指标，同步推进质量培训全覆盖与产品召回全流程管控，全面夯实质量基础。

### 质量管理核心指标与目标

| 指标名称 | 年度目标 | 目标达成情况 |
| --- | --- | --- |
| C 端 48 小时闭环率 | 91% | 93% |
| NPS | 23 | 23.9 |
| 标准执行符合率 | 90% | 99% |



[24] NPS, Net Promoter Score, 即净推荐值，是衡量客户向他人推荐企业或服务可能性的指数。

04

# 以人为本

以人为本是爱玛科技可持续发展的核心理念，公司致力于打造尊重、包容、可持续的成长生态，让每一位员工在发展中获得价值认同与归属感。

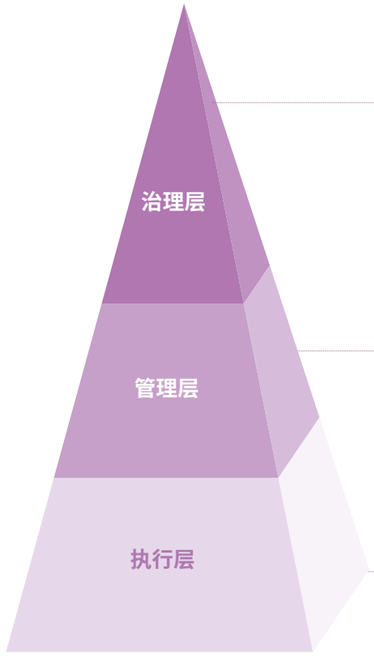
# 合规与平等

爱玛科技始终坚持合规经营与公平正义，以平等雇佣为基础，推动多元共融发展，保障每一位员工的合法权益与尊严。公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规，制定《招聘录用管理规定》《爱玛集团劳动合同管理规定》等内部制度，践行合规雇佣和多元平等的用工原则，充分尊重并保障员工的合法权益。

## 人力资源管理

公司已构建以“战略引领、专业赋能、集约高效”为核心的现代化人力资源治理体系，明确了治理层、管理层与执行层在人才战略中的权责。

### 人力资源治理架构




**人力资源委员会**

- 委员会主任及人力资源总中心负责人均由董事长直接担任；
- 定期审议重大人力资源事项并作出决策；
- 强化人力资源战略在公司顶层治理中的引领作用。

**人力资源总中心**

- 下设“人力政策中心”与“人事共享中心”两大职能单元，提供坚实的人才与组织保障，并提供可靠的数据与事务性支撑。

**人力政策中心**

- 作为集团人力资源的战略引擎与专家智库，核心职责涵盖组织发展与效能提升、干部与领导力管理、人才梯队建设、薪酬福利与绩效激励、人才引进与招聘策略、人力资源政策合规及企业文化建设等。

**人事共享中心**

- 涵盖人事共享服务与人事共享平台两个模块；
- 作为人力资源三支柱模型中的高效运营与员工服务枢纽，主要职责包括员工流程（入离调转）管理、考勤与福利落地执行、人力资源数据维护与系统支持，以及日常用工合规与风险把控等。

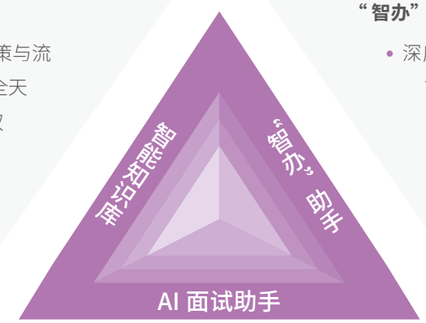


为全面提升员工服务体验，公司推出了 AI 智能化人力资源服务 Agent，打造集“咨询—共享—办理”于一体的智慧人力新范式，推动 HR 服务高效化和个性化。

### AI 智能化人力资源服务 Agent 三大核心智能模块

**智能知识库**

- 整合人事共享中心高频政策与流程问答，实现 7×24 小时全天候响应，员工可随时获取权威、准确的制度解读；




**“智办”助手**

- 深度嵌入 OA 系统，支持自然语言交互，员工可以用对话形式完成补考勤、调休、请假等流程申请；

**AI 面试助手**

- 赋能招聘团队，具备简历智能解析、个性化面试问题推荐及面试评估报告自动生成能力，提升面试专业性与效率。



AI 智能化人力资源服务 Agent 界面

# 平等雇佣

爱玛科技始终坚持依法合规的用人原则，严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等中国及各海外运营地的法律法规，全面保障各类员工的平等就业权利。公司坚决反对在招聘与录用过程中基于性别、年龄、民族、地域、宗教信仰或身体状况等任何因素的歧视行为。公司对拟录用人员的身份信息实行严格审核，一旦发现虚假或伪造情况，将立即取消其录用资格，切实维护招聘工作的公正性与严肃性。

公司坚决杜绝童工与强迫劳动，严禁任何形式的骚扰或不当行为，并在《爱玛集团员工奖惩管理规定》中明确界定对造谣、诽谤、歧视、性骚扰等行为的惩处机制，持续营造安全、尊重、平等的工作环境。2025 年，公司未发生强迫劳动、雇佣童工或与人权相关的员工投诉事件。

**案例**

**爱玛科技开展平等用工宣贯**

2025 年，公司进一步强化招聘制度的合规性建设，向全体招聘人员发布专项邮件，系统梳理并明确禁止包括年龄、性别、民族、宗教信仰、学历等方面的歧视性表述，并通过具体案例说明典型违规用语，同时提供相关法律法规依据及实际处罚案例，提升全员合规意识。

## 员工构成

公司依据“公开透明、人岗适配、优中选优、优先内部”的招聘理念，制定《招聘录用管理规定》《劳动合同管理规定》《劳务供应商管理规定》等内部制度，持续规范多元化招聘渠道与灵活用工流程，全面提升招聘体系的系统性与合规性。本年度，公司新增及修订《雏鹰人才招聘管理办法》《共享用工模式》《产教合作人才管理办法》三项制度，持续夯实招聘规范和公平性，拓宽高质量人才供给渠道。

### 2025 年制度新增及修订情况

**《雏鹰人才招聘管理办法》**

- 针对应届本科及硕士毕业生设立专项招聘机制，系统规范招聘全流程，明确职责分工，有效降低招聘风险，提升招聘效率；
- 助力公司在各业务领域精准引进高素质青年人才，为公司可持续发展注入强劲而稳定的新鲜血液。

**《共享用工模式》**

- 创新构建跨企业灵活用工机制，有效衔接劳动力过剩与紧缺企业之间的供需缺口；
- 推动区域人力资源优化配置，提升整体用工效率；
- 促进稳岗就业，为地方经济稳定运行和实体经济高质量发展提供有力支撑。

**《产教合作人才管理办法》**

- 聚焦校企协同育人，搭建产学研深度融合平台；
- 联合开展人才培养方案设计，定向培养符合产业需求的紧缺专业人才；
- 加速人才成长进程，实现教育链、人才链与产业链的有机衔接。



爱玛科技全面实现全体员工劳动合同签订，切实保障劳动关系合法合规，为员工权益提供坚实制度支撑。

### 截至报告期末

公司全职员工总数达

**8,903** 人

劳动合同签订率达到

**100**%

### 2025 年员工构成情况

单位：人




| | |
|---|---|
| 男性 | 6,073 |
| 女性 | 2,830 |




| | |
|---|---|
| 50 岁以上 | 401 |
| 30 至 50 岁 | 6,311 |
| 30 岁以下 | 2,191 |




| | |
|---|---|
| 中国境内（含港澳台地区） | 8,782 |
| 海外 | 121 |




| | |
|---|---|
| 博士 | 2 |
| 硕士 | 105 |
| 本科 | 1,761 |
| 专科 | 1,776 |
| 高中及以下 | 5,259 |




| | |
|---|---|
| 生产人员 | 5,499 |
| 技术人员 | 1,130 |
| 销售人员 | 1,145 |
| 财务人员 | 236 |
| 行政人员 | 893 |

| 少数民族人数 | 残疾人士人数 | 退伍复员军人人数 |
|---|---|---|
| 449 | 31 | 121 |



## 人才引进

爱玛科技坚持以公开、竞争、择优为导向，持续完善招聘制度体系。公司在既有管理规定的基础上，制定《内部推荐管理规定》与《校企产教合作管理规定》，以系统规范多元化用工渠道与全流程招聘管理。2025 年，公司围绕战略发展需求，持续优化《战略性人才的管理办法》，在人才识别、获取、融入及面试官能力建设等关键环节提出系统化管理要求。

为精准匹配不同区域、不同层级的人才需求，公司构建涵盖内部推荐、内部竞聘、网络招聘、猎头合作等多渠道并行的招聘网络，全面部署人力一体化系统，建立动态人才储备库，为重点岗位和战略人才引进提供有力支撑。本年度，公司在研发技术创新与全球化布局方面持续加大投入，海外及三电核心技术领域的人才需求增加，通过多元化招聘渠道体系，实现精准触达与高效匹配，全面支撑国际化人才战略落地。报告期内，公司共引进三电、国际化等方向战略人才 28 人，并通过“雏鹰计划”校园招聘吸纳 98 名优秀毕业生，为组织持续注入创新活力与发展动力。

### 报告期内

公司共引进三电、国际化等方向战略人才

**28** 人

通过“雏鹰计划”校园招聘吸纳优秀毕业生

**98** 人

案例

**零际品牌“独立运作、高速迭代、年轻创新”人才战略**

2025 年，爱玛科技高端品牌零际确立了“独立运作、高速迭代、年轻创新”的人才战略，依托跨行业经验积淀，零际品牌以行业头部油车与高性能电摩为质量标杆，全面对标严苛的可靠性、安全性与用户体验标准，汇聚了来自汽车、智能手机、摩托车及智能出行等前沿互联网与制造业领域的顶尖产品人才。

## 校企合作

爱玛科技持续深化校企协同，以多元共融为导向，推动人才供给与产业需求深度融合，构建开放、包容、协同的人才生态。

**鲁迅美术学院**

- 共建“爱玛创新课题组”，以“课题进校园”形式激发学生创作，共征集 31 份作品，为产品设计注入新视角，并增强了在年轻群体中的雇主品牌吸引力。

**河北工业大学**

- 开展长期联合毕业设计项目，由企业导师指导并提供真实课题与实习岗位，实现人才培养与企业需求精准对接，促进了校企在选才与育人方面的双赢。

**广西民族大学**

- 共建就业实习基地，依托其东南亚语言专业优势，定向培养跨境业务所需语言人才，有效缓解海外业务语言缺口，降低了国际化人才成本，同时助力高校特色专业就业，实现了企业需求与区域人才发展的协同。

案例

**持续开展“雏鹰计划”，打造青年人才梯队**

2025 年，爱玛科技持续开展“雏鹰计划”，将通过校园招聘入职的本科及硕士应届生统一纳入“鹰”人才体系。该计划致力于培养一支具备“志存高远、目标坚定、迎难而上、持续进化”特质的青年人才梯队，聚焦有活力、有潜力、有自驱力的潜力人才，全面塑造与公司文化高度契合、具备长远发展动能的新生力量，为组织可持续发展注入源源不断的青春动能。




“雏鹰计划”课程培训现场

案例

**开展产教融合“青苗计划”，联合多所院校强化青年骨干力量**

公司持续开展产教融合“青苗计划”，联合天津、甘肃、重庆、广西、广东、四川等地多所院校，系统开展制造类人才储备培养。项目遵守“选苗—护苗—育苗—成材”全周期培养路径，聚焦管理与技术双通道发展，面向总装、涂装、注塑、车架、工艺、品质等核心岗位，定向培养复合型制造人才。同时，项目采用“721”学习模式，融合课堂学习、导师带教与实战锻炼，通过生产体验、多岗位轮岗、实操训练及顶岗实习等环节，实现理论与实践深度融合，全面提升学员的综合能力与岗位胜任力，为制造体系持续输送懂技术、善管理、能担当的青年骨干力量。




“青苗计划”开班仪式

# 多元共融

公司坚持公平公正原则，推行多元化招聘与管理机制，覆盖年龄、民族、国籍、教育背景等多维度，推动员工结构多元化。通过定期开展多元化与包容性专题培训，公司持续强化全员认知，积极培育开放、互信、共融的企业文化，不断增强员工的归属感与组织认同，打造可持续发展的和谐职场生态。

**案例**

### 爱玛科技第二届全球维修工程师技能大赛

2025 年，公司通过举办“第二届全球维修工程师技能大赛”，将多元共融理念深度融入业务一线。赛事不仅覆盖国内 66 名顶尖技师，更主动吸纳来自斯里兰卡、印尼、缅甸等国的 5 名海外精英同台竞技。赛事让海外员工在“理论 + 实操”的实战赛制中，与国内团队共同提升维修技术与服务标准，实现跨文化背景的技能融合与人才共育，有力支撑爱玛全球服务体系的标准化建设。







全球维修工程师技能大赛

**案例**

### 海外员工及家属专项关怀行动

公司持续开展海外员工及家属关怀行动，通过书信、定制礼品、纪实视频等多种方式，在重要节日传递企业对员工及其家庭的牵挂与感谢。中秋期间，公司以“双书信 + 定制月饼”为载体，通过公司致家属感谢信与员工手写家书，将对员工的认可与家庭的牵挂紧密融合；春节期间，公司通过“暖心礼盒 + 视频书信”双线模式和纪实短片真实呈现员工海外工作与生活，切实缓解家属的思念与担忧。此项行动累计收获家属超千条积极反馈，推动集团国际业务拓展与人文关怀实践协同发展。



中秋关怀定制月饼







春节关怀礼品与感谢信



# 健康与安全

爱玛科技始终将员工的安全与健康置于首位，坚持“保障员工安全、杜绝安全事故、遵守法规要求、持续改进体系”的安全管理理念，全面推进安全管理体系优化与职业健康保障建设，持续强化安全意识培育，切实降低作业环境中的安全风险，筑牢企业可持续发展的安全基石。

## 安全生产

爱玛科技遵守《中华人民共和国安全生产法》《中华人民共和国消防法》等国家法律法规，建立健全涵盖安全环保检查、安全生产责任落实等关键环节的《安全环保检查管理规定》《安全生产责任制》等内部管理制度。通过明确各级岗位的安全职责，公司形成权责清晰、协同高效的责任体系，推动安全管理规范化、制度化、长效化，持续增强企业安全水平。

**爱玛科技安全管理架构**




2025 年，公司持续深化“7 个 0”安全环保管理核心目标，推进安全管理体系建设。通过健全制度机制、深化全员安全培训、实施闭环式隐患排查与整改，公司切实将安全要求贯穿于生产经营全过程。

**爱玛科技“7 个 0”安全环保管理核心目标**



公司持续深化安全风险防控体系建设，构建了“风险辨识—分级管控—动态预警—闭环整改”的安全管理机制。通过常态化开展安全风险识别与专项检查，公司评估各类隐患的潜在影响，精准制定防控策略与应对方案。我们在重点区域和关键环节全面推行安全风险告知卡制度，实现风险可视化、管理透明化，切实做到防患于未然。2025 年，公司推动隐患排查治理机制融入日常运营，每日组织对各子公司班组开展安全生产风险辨识，所有发现的隐患均实现即查即改、动态清零，显著提升了风险预控能力。报告期内，公司保持零重大安全事故记录。

### 2025 年爱玛科技安全管理绩效

| 指标 | 单位 | 2025 年 |
| --- | --- | --- |
| 因工死亡员工人数 | 人 | 0 |
| 员工工伤保险覆盖率 | % | 100 |
| 员工安全生产责任险覆盖率 | % | 100 |

公司高度重视安全意识与能力的持续提升，通过多元化、分层级的培训体系，全面强化员工对安全风险的认知与应对能力。公司每年围绕“安全生产月”开展主题鲜明、形式多样的安全宣教活动，结合实际场景制定应急预案并组织实战化演练，切实提升应急处置水平。针对不同岗位特性，我们精准设计专项安全培训课程，确保培训内容贴合一线需求。同时，公司推行安全考核机制，定期举办安全知识竞赛，以考促学、以赛促练，有效检验并巩固培训成效。

**案例**

#### “安全咨询日”知识竞赛

2025 年 6 月，爱玛科技与天津市静海区应急管理局协同联动，联合爱玛、欧派、天钢、多维、捷安特等周边企业共同举办了“安全咨询日”知识竞赛。在此基础上，爱玛科技内部组织开展了涵盖 13 支参赛队伍的激烈比拼。此次活动不仅有效检验了员工对安全知识的掌握水平，还通过设置丰厚奖项，激发全员参与热情，切实提升安全常识掌握与风险防御能力。




“安全咨询日”知识竞赛现场



**案例**

#### 安全生产月消防应急演练

2025 年 6 月，安全生产月期间，公司组织车间员工开展全员消防疏散及灭火实操演练。安环人员专业细致地讲解干粉灭火器使用方法，随后挑选员工进行灭火实操。培训通过“理论讲解 + 实操演练” 的模式，调动了员工参与活动的积极性，又让员工切实掌握消防应急技能，增强火灾防范与自救互救能力，为公司安全生产筑牢消防防线。



在强化内部管理的同时，公司还将安全培训延伸至经销网络，对门店员工开展系统化安全指导，推动安全标准从工厂延伸至终端，全面保障门店运营安全与消费者权益。

## 健康安全

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《工作场所职业卫生管理规定》等法律法规及行业监管要求，持续健全职业健康管理体系，推动职业病预防与控制工作制度化、规范化。报告期内，公司已成功通过 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证。

为切实保障员工健康权益，公司建立常态化职业健康监测机制，每年对特殊岗位员工实施全面体检，确保体检覆盖率达 100%。根据岗位风险特点，公司及时配备并发放符合标准的劳动防护用品，做到精准防护、应配尽配。同时，公司严格落实上岗前职业卫生培训，强化员工风险认知与自我防护意识，并在作业区域醒目位置设置职业病危害告知卡，实现风险信息透明化、防护措施可视化。

**案例**

#### 公司开展“职业病防治宣传周”活动，关注心理健康

2025 年 4 月，公司组织开展了“职业病防治宣传周”线上答题活动。活动聚焦“关爱劳动者心理健康”主题，提升员工对职业病防治的认知水平，共计 2,518 人参与答题，有效强化员工自我防护意识。

活动期间，公司通过内部平台广泛宣传，推动各部门组织员工参与，鼓励全员学习职业健康知识，掌握规范操作流程与个人防护设备的正确使用方法。同时，倡导员工关注心理健康，提升情绪管理与压力调节能力，营造积极、包容的工作氛围。



“职业病防治宣传周”活动现场

# 培训与发展

爱玛科技积极打造系统化的人才发展生态，通过搭建多元化成长通道、推行全方位赋能培训，并建立公开、公平的晋升机制，持续激发员工潜能，实现个人价值与企业发展的同频共振。

## 人才培养

公司以“打造契合核心价值观与专业技术标准的高素质人才”为核心使命，以《培训管理规定》《培训控制程序》《训战师管理规定》《干部日常考察管理规定》《干部试用期管理规定》《干部继任者管理规定》等制度为支撑，紧扣战略导向与人才发展需求，通过“线上 + 线下”融合、“理论 + 实战”结合的灵活模式，构建覆盖领导力、专业力与通用力的多维培训体系。

2025 年，公司确立“战略导向、重点赋能”的培训新范式，构建起以领导力、专业力、通用力为支柱的分层分类培训框架，全面支撑业务转型与组织升级。通过精准识别战略关键能力，公司持续推动培训资源向重点业务与关键岗位倾斜，持续夯实人才梯队厚度和组织适应力。

### 爱玛科技培养体系

**领导力** 各层级管理人员

- 开展 4 场专项领导力培训，课程紧密围绕业务痛点与管理挑战，精准聚焦成本管控、流程优化、经营决策与人才甄选等关键管理场景，切实提升干部在核心业务环节的引领力与执行力；
- 培训累计覆盖干部 141 人次，实现从理念传导到实操落地的深度转化。



领导力培训

**专业力** 各业务单元员工，覆盖重点专业技术人员

- 公司设立多维度专业研习社，构建“业务驱动、专业深耕”的培训生态，系统推进专业化能力建设：
  - 服务研习社面向财经、人力等职能条线，开设《绩效提升》等课程，强化专业支撑力，推动职能管理与业务需求深度融合；
  - 创新研习社聚焦研发与质量团队，通过《DFX 设计》《IATF 16949[25] 体系实战》等课程，全面提升产品创新能力、质量管控水平与全生命周期成本意识；
  - 精益研习社面向供应链体系，开展《谈判技巧》等实战项目，系统提升供应链协同效率与精益运营能力；
  - 新零售研习社服务销服前线，围绕《渠道战略规划》《抖音运营实战特训营》等前沿内容，助力团队掌握数字化营销与客户价值运营新能力。




专业力培训

- 全年累计开展业务类培训 279 场，覆盖员工 4,910 人次，实现对关键岗位人才的能力精准滴灌与持续赋能。

**通用力** 全体员工

- 系统推出涵盖数字化素养、沟通协作与职业规范等基础能力的系列课程，助力员工快速适应岗位要求，全面提升职场胜任力；
- 培训内容聚焦跨文化交流、跨部门协同、时间管理、办公软件应用及系统性思维等核心通用技能；
- 共计完成 115 场培训。

[25] IATF 16949：汽车行业质量管理体系标准。



### 报告期内

爱玛科技共开展员工发展培训 **398** 场

受训员工人数为 **5,125** 人

员工培训覆盖率 **57.6**%

受训总时长为 **58,283.1** 小时

员工培训投入总额 **149.4** 万元

### 员工培训数据 [26]

| 性别构成 | 受训人数 | 人均受训时长 |
|---|---|---|
| 男性 | 3,378 人 | 12.9 小时 |
| 女性 | 1,747 人 | 8.5 小时 |
| **雇员类别构成** | **受训人数** | **人均受训时长** |
| 基础员工 | 4,945 人 | 11.2 小时 |
| 中级管理层 | 112 人 | 12.1 小时 |
| 高级管理层 | 68 人 | 23.3 小时 |

**案例**

#### 研发“金种子”人才培养计划

2025 年，公司延续“金种子”人才培养计划，聚焦从顶尖高校及重点专业遴选理论功底扎实、学习能力强、潜力突出的优秀应届毕业生，通过“系统化培养 + 实战化历练 + 双导师赋能”的加速机制，助力其快速成长为研发体系的中坚力量，为公司技术创新与人才梯队建设注入源头活水。

项目构建“萌芽期—成长期—硕果期”三阶进阶路径，围绕研发能力精进、创新思维激发与团队协作素养提升，打造全周期成长蓝图。“金种子”享有专属“成长加速包”，可申请任职资格跨级评定、在“雏鹰”评选中获得积分加成、优先参与前沿研发项目，并由 P3/M3 及以上资深专家与绩效优异的带教导师共同组成“双导师”团队，提供全程指导，确保培养方向与技术前沿同频共振。

在晋升机制上，“金种子”计划实行动态评估与差异化激励，设立了明确的“进退机制”。连续三次季度项目汇报综合评价为 C 及以下者，将退出计划并转入普通“雏鹰”培养路径；表现优异者则可在三年内完成通常需五年才能达成的“雏鹰”成长周期，实现从新人到专家级人才的跨越式发展，真正实现“优才优育、快才快用”。

**案例**

#### 爱玛科技举办制造技能大比武活动

2025 年，公司以“弘扬工匠精神，锻造技能先锋”为主题，成功举办年度制造技能大比武活动，活动覆盖七大生产基地，聚焦四大核心工种，设置五大赛项、十九场实操竞技，全面检验选手在工艺规范、操作精度、问题应对与综合素养等方面的实战能力。

自启动以来，各厂区积极响应，累计吸引 475 名技术骨干踊跃参赛，参赛规模再创历史新高。比赛采用多环节、多维度的综合考评机制，突出“以赛促学、以赛促练、以赛促用”，共评选出一等奖 19 名、二等奖 33 名、三等奖 41 名，充分彰显了技能人才的卓越实力与奋斗风采。



技能大比武活动

[26] 因四舍五入，分项合计数与总计数之间存在微小差异。

# 职业发展

爱玛科技为员工搭建了完整的职业发展体系，依托清晰的“M/P/O”三大通道，为员工提供多元化成长路径，并构建了战略导向的荣誉激励与科学公平的薪酬机制，将个人发展融入组织进步，为企业可持续增长提供了坚实的人才保障。

## 晋升机制

公司坚持基于业务战略与人才能力的匹配原则，每年定期开展晋升提名与任命工作，确保人才发展与组织需求同频共振，实现人岗协同、持续成长。公司依据《职级通道晋升方案》等制度化机制，构建起涵盖管理（M）、专业（P）与技能（O）三大序列的立体化发展体系，形成了“纵向可晋升、横向可转换”的发展格局，清晰界定各类岗位的能力标准与成长路径。

### 公司职业发展通道体系（P/M/O）

**管理通道（M）**

具备团队管理与战略执行潜力的员工

- 设置从基层主管到高层管理者的层级体系；
- 各层级设置明确的定位及领导力标准，针对关键管理岗位，公司定期通过“干部盘点与继任计划”进行系统的识别与培养。

**专业通道（P）**

专业技术类员工

- 涵盖研发、营销、财务、人力资源等职能岗位人员；
- 设置助理、初、中、高、资深级及专家等级别，鼓励员工深耕专业领域，成为技术或业务骨干。

**技能通道（O）**

生产与操作类员工

- 设置 O1 至 O7 共 7 个职级，形成从基础操作到资深专家的完整阶梯，鼓励员工在技术深度与工艺创新上持续发展；
- 配套设立技能管理通道（OM），为具备管理潜质的技能人才提供转向班组长、车间主管等岗位的发展通道，实现“技术”与“管理”双轨并行，进一步拓宽技能人才的职业空间。

2025 年，公司将原有“职级职等”架构优化为“职层—职级”双层体系，共设 16 个职级，并细分 A/B/C 三档，实现能力与贡献的精准区分。技能人才发展通道（O 序列）保持 7 个职层，完整覆盖从基础操作到专家级的全周期成长路径。同时，技能管理通道（OM）被明确划分为三个职层，对应一线组长、线长及科长级岗位，推动技术骨干向管理岗位转型。在统一的职级体系基础上，O 序列与 OM 序列、P 序列之间建立灵活的跨通道流动机制，员工可根据职级匹配度与任职资格要求，在技术专家、管理岗位与专业职能之间实现有序转换。

| 定位 | 职级 | 职层 | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 管理通道（M） | 专业通道（P） | 技能管理通道（OM） | 技能通道（O） |
| 战略构建 | 16 | M5 | P5 | | |
| | 15 | | | | |
| | 14 | | | | |
| | 13 | | | | |
| 战略承接 | 12 | M4 | P4 | | |
| | 11 | | | | |
| | 10 | | | | |
| 战术构建 | 9 | M3 | P3 | | |
| | 8 | | | | |
| | 7 | | | OM3 科长 | O7 |
| 战术推动 | 6 | | P2 | | |
| | 5 | | | OM2 线长 | O6 |
| | 4 | | | | O5 |
| | 3 | | | OM1 组长 | O4 |
| 目标执行 | 2 | | P1 | | O3 |
| | 1 | | | | O2 |
| 学习进修 | 0 | | | | O1 |

职位职级发展示意图（M/P/O）

**案例**

**爱玛科技开展多层次评优活动**

2025 年，公司开展年度评优，坚持“公平、公正、公开”原则，确保荣誉授予有据可依、实至名归。12 支在重大项目攻坚、业务创新突破与跨部门协同中表现卓越的团队荣获“金玛团队奖”，20 名员工获颁“金玛个人奖”，80 名员工被授予“最美奋斗者”称号，全面展现个人价值与团队精神的双重闪光。评优体系让每一位奋斗者的努力都被看见、被尊重、被激励，更成为推动战略落地、凝聚组织共识的重要引擎。

## 绩效薪酬管理

为贯彻落实公司“尊重人，幸福人，成就人”的人力资源战略，促进经营战略目标的实现和企业长期发展，公司构建了以奋斗者为本、以绩效为导向、以考核为基础的科学薪酬体系，全面体现“多劳多得、优绩优酬”的价值分配原则。

公司依据《爱玛集团员工薪酬管理规定》，系统推进薪酬管理。公司基于战略目标与经营计划科学核定薪酬总额，确保薪酬水平与员工能力、业绩表现深度挂钩，推动人才持续成长。在统一政策框架下，公司兼顾不同部门与岗位的差异性，实行多元化薪酬结构，实现公平与效率的平衡。公司严格实行个人薪酬保密，维护组织公平氛围，形成科学、稳健、人性化的薪酬管理体系。

2025 年，公司面向高级管理人员、中层管理人员及核心技术（业务）骨干，共计 389 人实施限制性股票激励计划，覆盖比例达 4.4%。激励方案将股权授予与公司整体业绩及个人绩效表现紧密挂钩，真正实现企业成长与人才发展的双向赋能。

# 关怀与福利

爱玛科技为全体员工打造全方位、多层次的非薪酬福利体系，切实提升员工的归属感、幸福感与工作满意度。同时，公司高度重视员工沟通机制的建设，致力于打造透明、开放、双向互动的沟通文化。

## 员工福利

爱玛科技始终践行“以人为本”的关怀理念，构建有人情味的员工关怀体系，助力员工实现工作与生活的良性平衡。2025 年，公司按时足额支付员工薪酬，并妥善处理劳动关系中的相关争议，切实保障员工合法权益及福利。




### 公司非薪酬福利体系

- 公司依法落实年假、婚假、产假、育儿假、丧假、病假及探亲假等各类法定与福利假期，充分尊重员工的个人时间与家庭需求。

- 通过生日礼遇、节日关怀、结婚与生育礼金、丧事慰问等温情举措，传递组织温度；
- 配套提供年度健康体检、补充医疗商业保险，筑牢员工健康防线；
- 发放餐补、水电补贴及春节交通补贴，切实减轻生活压力。

- 在老员工退休时送上专属纪念礼品，表达诚挚感谢。



在工作方式上，公司严格遵守劳动法规，倡导高效协同、科学排班，坚决反对无效加班，确需加班时均落实调休机制，保障员工休息权益。此外，公司通过组织形式多样、内容丰富的文体活动，持续增强组织凝聚力，营造积极向上的企业文化氛围。

**案例**

### “AI 跑，向未来”主题健康跑活动

2025 年，公司以“AI 跑，向未来”为主题，于天津西青区水西公园成功举办员工健康跑活动，吸引职能部门及各事业部近 300 名员工热情参与，线上线下联动传播覆盖达 15.2 万人次。

活动设置三条主题赛道：3 公里“文化感悟线”融入企业文化问答互动，让员工在奔跑中加深对核心价值观的理解；5 公里“突破跃迁线”通过趣味挑战激发拼搏精神，鼓励员工走出舒适区，勇于突破自我；10 公里“时光征程线”沿途设立爱玛发展历程打卡点，带领参与者重温企业成长足迹，增强归属感与使命感。通过融合运动、文化与成长元素的赛道设计，活动传递了健康向上的生活态度，更点燃了全员共创未来的热情与信念。



主题健康跑活动

2025 年，公司在天津总部及各主要生产基地的工作场所，系统布局健身房、哺乳室、茶水间、智能自动售货机、员工食堂等多元化生活配套，从身心关怀到日常便利，全方位营造舒适、便捷、有温度的工作环境。




重庆车业食堂



天津车业健身房



江苏车业自动售卖机

# 员工关爱

爱玛科技始终将员工的福祉置于重要位置，系统保障员工权益、传递组织温度。针对生活面临困难的员工，集团工会建立了暖心帮扶机制，经规范审核后，为符合条件的人员（如低保家庭、重大疾病患者、遭遇突发变故的员工）提供专项救助金，并在春节等重要节点开展慰问。

2025 年，工会累计帮扶 13 位困难员工，发放救助金 12.9 万元，切实缓解了员工的经济压力。

2025 年

| 工会累计帮扶困难员工 | 发放救助金 |
| --- | --- |
| 13 位 | 12.9 万元 |

案例

## 女性员工关怀行动

公司严格执行《女职工劳动保护特别规定》，为孕期、产期、哺乳期女员工保障应有权益，办公区内设置“母婴室”，配备冰箱、沙发、母婴用品、应急药品，全年服务孕期、哺乳期女员工。同时，我们严格保障女性员工依法享有产假、哺乳假、育儿假及定期健康检查等权益，并通过组织“三八”妇女节专题活动等方式，积极营造平等、包容、关爱的工作氛围。

在三八妇女节期间，公司精心策划并开展系列关怀活动，传递节日温暖与人文关怀。3 月 6 日，天津园区女职工收到专属节日礼品，暖心举动中尽显企业温度，提升员工归属感与仪式感。次日，公司以“她力量 美绽放”为主题，举办面向全体女员工的职场形象力实战课程。课程以“形象是看得见的能力”为核心，聚焦形象、素养、价值三大维度，结合案例研讨、现场演练等方式，围绕通勤妆容、职场穿搭、仪态礼仪、沟通艺术等展开实用教学。通过互动答疑、小组实践等形式，课程助力员工打破认知局限、掌握实用技巧。参训员工普遍反馈课程内容扎实、贴近实际，有效提升了个人形象力与职场自信。




妇女节活动留影



# 员工沟通

爱玛科技持续优化员工沟通体系，积极营造开放、坦诚、双向互动的企业氛围，鼓励员工基于岗位实践与真实体验，理性表达建议与见解。

为畅通员工沟通渠道、保障员工话语权、凝聚员工发展共识，公司打造《爱玛人》报，并专门开设“爱玛人心声”专栏，为员工提供一个公开、平等、便捷的展示思考、分享经验、建言献策的专属平台。该栏目精准定位为员工心声表达阵地，不局限于特定岗位、地域或层级，聚焦员工日常工作感悟、成长收获、生活点滴与发展建议，搭建员工情感共鸣的桥梁。自《爱玛人》报正式创刊以来，其始终坚守双月刊发行频率，稳步推进刊物内容打磨与传播，形成了稳定的传播节奏与良好的员工反响。其中，“爱玛人心声”专栏作为核心栏目之一，累计发布员工原创感悟与心得分享 66 篇，内容涵盖基层工作实践、岗位成长体会、企业发展建言等多个维度，真实展现了员工的奋斗风采。




公司设立合规举报邮箱，确保问题线索可追溯、处理有依据、反馈有闭环，切实维护组织公平与合规底线。为提升沟通实效，公司建立专职响应机制，由人力资源与合规团队协同组建“员工意见响应小组”，定期梳理、分类分析员工反馈，制定跟进方案并限时闭环处理。对于共性问题，公司持续推动制度优化；对于个体诉求，公司提供个性化沟通与支持。这一机制不仅提升了问题解决效率，更让员工切实感受到“被听见、被理解、被重视”。

2025 年，爱玛科技持续推行季度化员工满意度调研机制，聚焦人力资源、行政管理、财务支持及 IT 服务等关键职能领域，通过问卷星平台定期开展匿名调研，全年平均回收有效问卷约 700 份。

### 2025 年四大职能领域员工满意度调研结果

| 职能领域 | 人力资源总中心 | 综合管理中心 | 财经总中心 | 流程与 IT 中心 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 分数 | 94.40 分 | 93.47 分 | 95.87 分 | 93.49 分 |

05

# 责任同行

爱玛科技坚持将社会责任融入企业运营与发展，推动可持续供应链建设，优化经销商管理机制，提升用户服务体系。同时，我们积极承担企业社会责任，在支持乡村振兴与社会公益领域开展务实行动，以扎实的实践履行可持续发展承诺。

# 可持续供应链

爱玛科技优化供应商全生命周期管理，构建稳定、高效的供应链体系，提升供应链 ESG 风险的识别与管控能力。我们与供应商开展多层次、常态化的培训交流与能力共建，打造协同发展、责任共担、价值共享的可持续供应链生态。

## 供应商管理

爱玛科技严格遵守《招标管理规定》，于报告期内修订《供应商准入认证管理规定》《合格供应商定期认证管理规定》《合格供应商评价及分级管理规定》等内部制度，构建涵盖寻源、准入、定期评估、评价分级、淘汰与退出等阶段的供应商全生命周期管理体系，确保资源向优质、高效、诚信的供应商倾斜。

### 爱玛科技供应商全生命周期管理体系

**寻源阶段**

依据《招标管理规定》要求，在公开渠道发布招标公告，吸引资质优良的潜在供应商投标，形成初步接触。

**准入阶段**

严格遵守《供应商准入认证管理规定》《供应商准入认证基准表》等内部文件要求，从品质、生产及研发三个方面对供应商进行准入评价。

- 综合评估供应商关键设备水平、ISO/IATF 等国际认证、行业检测设备配置、关键零部件自制能力、数字化平台搭建能力等情况，结合其环保、安全及排放资质，对可合作供应商进行筛选。不符合基本准入要求的供应商将不予纳入合作范围。
- 依据 QCDD[27] 与关键因素评价体系进行综合评分，并优先选择行业内领先品牌，重点关注具备新技术、新工艺、新材料及新工厂“四新”特征的合作伙伴，筛选出排名领先的标杆供应商作为战略合作的首选对象。

**定期评估阶段**

执行《合格供应商评价及分级管理规定》《供应商检证分类及周期管理表》要求，明确对供应商进行审计的周期，确保审计工作严谨高效。

- 开展覆盖电器、结构、五金、辅材及包装五类供应商的定期审核，依据审核结果开展供应商评价并编制行业对比表，对同类物料供应商进行排名，有效保障供应质量。
- 新增远程视频或资料认证方式，提高审核灵活性和覆盖率。

**评价分级阶段**

依据《合格供应商评价及分级管理规定》，从品质、成本、交付、研发、关键因素五大领域对供应商的表现进行评级。

- 在以每月及每半年度为评价周期开展绩效考核的基础上，新增季度绩效评价，考核维度进一步完善。
- 根据评价结果将供应商分为 S 级（战略核心）、A 级（优选协同）、B 级（基本保障）、C 级（低值整合），与新产品开发及二次开发过程中的供应商配额挂钩。
- 设立红绿灯考核机制和升降级机制，根据供应商表现对其级别进行实时判定。

**淘汰与退出阶段**

恪守《供应商违约索赔处理管理规定》《供应商体系优化管理规定》，新制定《管理生产供应商退出流程》，对供应商进行动态淘汰。

- 明确供应商退出的条件及依据，针对考核结果及技术能力不达标，或违反《阳光采购协议》等管理制度的供应商，采取终止合作等淘汰措施，并对退出流程进行跟踪指导，确保供应商有序退出。

[27] QCDD 综合评分指对供应商的质量、成本、交付和研发四方面评估打分。

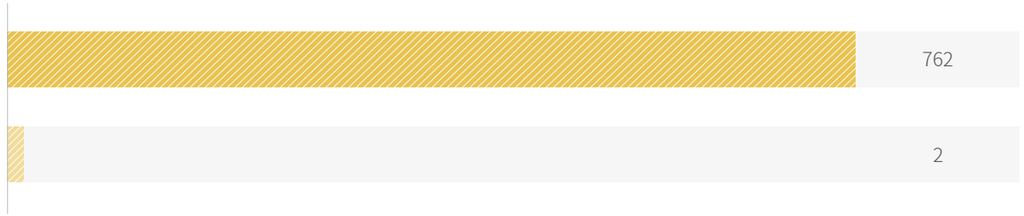
公司平等对待中小供应商，建立了严格的付款流程与标准化的账期管理制度，确保在合同约定期限内及时支付款项，充分保障供应商合法权益。2025 年，公司推动区域价值链发展，推进供应商本地化战略，与 16 家关键部件供应商深化协作，引导零部件工厂的建设和发展，有效增强供应链抗风险与快速响应能力。

### 供应商管理数据

供应商总数

**764** 家

### 按地区划分供应商数量（家）




### 供应商管理数据

本地供应商

**182** 家

本地化采购比例

**47** %

签署阳光采购协议的供应商总数

**764** 家

新供应商总数

**106** 家



# 供应商可持续管理

爱玛科技定期开展供应商基本信息及合作资质的动态评估，将环境保护、职业健康与安全、廉洁合规等 ESG 相关指标全面纳入供应商评估与考核体系，并将供应商 ESG 实践水平视为评估供应商合作资质的关键依据之一，推动合作伙伴以负责任的态度共建可持续供应链。

## 爱玛科技供应商 ESG 管理机制

**环境维度**

- 开展环境影响评价，系统评估新供应商生产运营过程中对环境可能造成的各方面影响。
- 要求供应商提供有效的环境管理体系认证证书，并完成《供应商定期检证表》的签署。

**社会维度**

- 开展职业健康与安全评价，对供应商的标准管控机制、自动化烤漆设备应用、VOCs 指标进行规定和检测，确保新供应商在生产运营中严格遵守职业安全与健康规范。
- 要求供应商提供经认证的职业健康管理体系证书。
- 鼓励供应商签订《平等雇佣承诺》。

**治理维度**

- 要求所有供应商签署《阳光采购协议》，严格预防采购环节中可能出现的腐败与违规行为，有效保护双方合法权益，推进长期合作关系建设。
- 利用“廉洁爱玛”公众号等线上、线下渠道，向全体供应商定期发布反腐倡廉主题内容，并要求其开展学习。

## 供应商管理体系认证情况

ISO 14001 环境管理体系认证

**156** 家

ISO 45001 职业健康安全管理体系认证

**124** 家

ISO 9001 质量管理体系认证

**368** 家

IATF 16949 汽车行业质量管理体系认证

**148** 家



公司遵守《合格供应商定期认证管理规定》要求，结合各物料组准入门槛制定相应的风险管控目标与计划，定期对供应商综合表现与潜在风险进行检证与管理，并将考核结果纳入供应商半年度综合评价体系，作为衡量其合作效能与发展潜力的关键依据，实现供应商合作关系的精细化管理。

2025 年，公司通过现场或线上评估方式对 695 家供应商开展审核，并支持其实施改进计划。经评估，公司供应商不涉及受冲突影响和高风险区域矿产风险。同时，公司对 17 家核心供应商开展了覆盖新品开发、体系运行及生产现场等多维度的产品审核，要求其对识别出的潜在风险及时落实整改，确保体系内供应商达到准入门槛要求，实现供应能力持续提升。

## 爱玛科技供应商评价及分级管理流程

**设定原则**

- 以供应商综合评价结果为核心依据，统筹设定各供应商整体供货比例。
- 根据已设定的供应商比例，进一步细化并明确各类物料的供货配额。
- 结合供应商实际产能保障能力、成本效益评估结果，以及工厂阶段性生产计划与需求，对供货比例及物料配额进行适时优化、动态调整，确保供应稳定、高效、经济。

**设定调整**

- 公司依据 QCDD 结果，每半年度对供应商开展综合评价。
- 供应商供货配额与其绩效评级直接挂钩，根据评级结果及时更新、动态调整，实现优胜劣汰、资源优化配置。

**规划执行**

- 将经审批确定的供货比例同步录入管理系统。
- 各生产基地资材部门对物料供应实况进行实时监控，如发生偏离计划依存度的异常情况，立即启动供应商依存度变更报备流程。
- 对综合评价结果不佳、需优化调整的供应商，由相关部门制定专项物料转移计划，明确转移节点、替代供应商及过渡方案，各基地资材部门负责落地执行，确保生产交付。
- 定期依据预设标准，对各基地供货比例执行与订单交付情况进行考核，以评估供应链管理的实际成效。

# 供应商交流与赋能

爱玛科技与供应商保持密切的沟通与交流，及时了解供应商的需求与反馈，帮助供应商提高可持续发展绩效和管理能力，共同探索并实施解决方案，达成互利共赢的合作关系。公司积极赋能中小供应商，面向全体供应商伙伴开展专项培训与学习帮扶，推动其能力建设。同时，我们引导规模较小的零部件供应商对标平台化产品的先进工艺、良好管理模式、环保合规要求、规范化合同签订及负责任雇佣关系等标准，提升其运营与治理水平，共同构建更负责任、更具韧性的价值链生态。

2025 年

我们针对供应商累计完成了现场帮扶指导

**17** 次



案例

**爱玛科技开展供应商现场帮扶**

2025年，爱玛科技围绕减震器、前叉、灯具等关键零部件供应商开展现场帮扶，针对供应商的开发阶段管理、量产管控以及来料检验、组装与过程检验等生产环节进行审核，共计识别出 64 项可提升改善项目，有效提升供应商质量体系与制造能力，持续强化供应链的整体协作水平。




爱玛科技开展供应商现场帮扶

针对关键供应商，爱玛科技积极推动供应链数字化协同平台建设。报告期内，公司与 25 家关键部件供应商实现供应商系统的互联互通，自动抓取月度采购计划、供方成品库存、供方半成品库存、供方下线合格率等关键数据，确保供需信息的透明与实时同步，供应商响应效率与协同能力有效提升。



# 经销商赋能

爱玛科技构建了以评估分级、沟通赋能、精准激励为核心的经销商管理体系，构建稳固且高效的海内外经销网络，推动与经销商的深度合作，实现互利共赢。

## 经销商准入与管理

爱玛科技严格遵守《经销商分类分级》《经销商管理规定》等内部制度，于报告期内修订《渠道管理规定（国内经销商）》，对经销商准入标准、执行和整改标准、费用管理等事项进行明确规定。通过设定制度，严格把控经销商准入门槛，对国内及海外经销商开展严谨细致的筛选与分级管理。

针对国内经销商，公司基于经销商的门店结构及投入产出指标，对渠道合作伙伴划分为“A、B、C、D”不同级别。通过实施差异化的资源支持、政策激励与管控措施，公司优化渠道效率、平衡市场布局，构建高效完备的经销商体系。

针对海外经销商，公司制定了具有适配性的经销商管理机制，每半年对经销商的配合度、财务价值、战略阶段价值、业务适配度、稳定与忠诚度等多个维度进行全面评估。我们设置经销商准入退出动态机制，根据评估结果给予表彰或进行辅导改进，并对连续评估不合格的经销商考虑终止合作，以此持续优化经销商体系，支持市场健康发展。2025 年，我们新开发优质海外经销商 88 家，淘汰低效经销商 4 家。



# 经销商沟通与交流

爱玛科技设计线上线下相结合的经销商沟通与培训，全方位支持经销商发展。线上方面，公司着力推进渠道数字化、智能化，设立专属问题反馈通道。线下方面，公司依托“同路人”协作计划，聚焦战略落地、旺季攻坚及渠道赋能，定期举办业务培训与行业分享会，持续向经销商传递公司战略、业务目标、市场趋势及产品知识。2025 年，公司组织召开国内经销商会议共 6 场，累计覆盖经销商核心从业人员超过 4,500 人次，有效强化协同共识，推进双方共同发展。

2025 年

公司组织召开国内经销商会议共

**6** 场

累计覆盖经销商核心从业人员超过

**4,500** 人次

案例

**爱玛科技邀请越南市场经销商深度参访与交流**

2025 年 8 月，爱玛科技邀请越南市场 40 余名核心经销商赴广西开展为期两天的深度参访与交流活动。公司带领经销商实地考察南宁标杆门店，了解门店布局和运营模式；深入广西生产基地进行技术交流，并成功举办意向合作集中签约仪式。本次活动有效增强了渠道伙伴对公司战略与发展潜力的信心，促成全体参会经销商达成正式合作，成功拓展新门店 30 余家，区域市场覆盖率显著提升。




越南市场经销商参观广西生产基地

**爱玛科技经销商培训项目**

◇ 经销商年度大会

以“热烈去爱，玛力全开”为主题，通过表彰年度优秀经销商，树立行业标杆，激发渠道活力；同时宣导 2026 年企业战略方向，凝聚厂商合力，推动协同发展，累计覆盖 3,000 余人次。




经销商年度大会

◇ 旺季启动会

以“不用算，都划算”为主题，聚焦旺季市场攻坚，精准传达旺季重点产品类型及营销技巧，助力经销商抢抓旺季市场机遇、提升零售业绩，累计覆盖 1,000 余人次。



旺季启动会

◇ 电摩市场重点客户会议

以“鏖战新机遇，共赢新格局”为主题，针对全国电摩市场重点客户，系统解读国家电动车新国标相关政策、公司产品战略布局及营销策略，帮助核心经销商精准把握政策导向与市场趋势，提升电摩市场核心竞争力，累计覆盖 350 余人次。




电摩市场重点客户会议

◇ 年度 BP[28] 训战会议

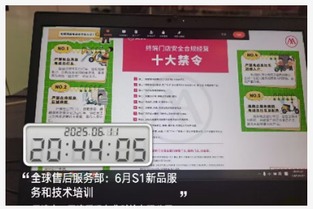
组织经销商系统学习 BP 编制方法，引导经销商结合区域市场特点与公司战略要求，编制专属区域 BP，并与公司高层、区域负责人达成策略共识，助力区域市场拓展，累计覆盖 350 余人次。



年度 BP 训战会议

◇ 经销商安全培训

针对经营安全、环保合规等主题开展专项培训活动，内容涵盖产品装卸搬运规范、电池安装安全检查、冬季门店取暖设施使用与维护等，有效提升经销商应对 ESG 风险的事前预防及应急处置能力。




经销商安全合规运营培训

◇ 海外经销商培训

为支持海外市场拓展，公司为海外经销商举办了超过 20 场线上新品发布及技术培训会，并组织了 5 场售后服务专项培训。同时，公司在 Google、Facebook 等平台投放品牌广告，为线下门店有效导流，全面助力海外经销商提升本地化经营能力与市场影响力。



海外经销商培训

[28] BP：业务计划。

# 用户服务

爱玛科技构建起一套高效且全面的售后用户服务体系，力求最大程度满足用户需求，切实保障每一位消费者的合法权益。

## 品质服务

爱玛科技严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，遵守《用户交互管理规定》《C 端客诉处理管理规定》等内部制度，秉持“用户至上”理念，建立畅通高效的用户服务体系，满足用户合法权益，并带来良好的全方位服务体验。

### 爱玛科技用户服务体系

**以多渠道用户反馈为核心**

- 通过客服热线、线下门店等途径，广泛倾听消费者声音。

**以用户运营中心作为纽带**

- 整合各方信息，精准对接用户需求。

**以全覆盖销售网络为支撑**

- 实现服务的快速响应与落地执行；
- 2025 年全国服务网点数量约 3 万个，维修服务人员数量约 9 万人。

公司致力于持续完善用户沟通渠道，提升服务价值。2025 年，我们系统推进 400 客服热线优化、服务工单平台系统升级与企业微信使用，举办类型多元的用户交流活动，用户服务能力与响应效率有效提升。





### 爱玛科技用户沟通渠道

**400 客服热线**

- 提供 7*24 小时在线服务。
- 将用户问题分成“产品类”“服务类”“销售类”“意见 / 建议”“其他类”并进行针对性处理。
- 引入智能语音机器人，快速响应用户问题，同步开通经销商专线智能回访功能，形成问题闭环验证机制。
- 持续推动 ITR[29] 流程建设，在端到端解决市场问题的过程中，系统沉淀市场数据，为产品优化与服务改进提供可靠依据。

**服务工单平台系统**

- 用户可通过小程序进行服务报单，爱玛服务工单系统依托智能派单功能，将工单自动分配至距离用户最近的门店。
- 系统支持为用户提供道路救援、上门服务等多种服务响应，精准匹配需求，有效提升用户体验。

**企业微信**

- 通过企业微信直连用户，依托高回复率与快速响应机制，有效满足用户的沟通需求。
- 利用 AI 外呼建立企业微信社群，通过用户需求收集、产品升级优化，改进计划反馈等流程，实现与用户的深度互动。

**用户交流活动**

- 通过用户见面会、共创研讨会、线下试驾会等形式，充分了解用户需求建议，并同步展示产品亮点，加深用户与公司、与产品之间的联系。
- 培育圈层主理人、改装店主等在内的 KOC[30]，初步构建用户自传播体系。

[29] 全称 Issue to Resolution，即从问题到解决。

[30] 全称 Key Opinion Consumer，即关键意见消费者。

公司针对热线客服、客诉处理、技术支持、服务经理、国际售后技术工程师等用户服务相关岗位，设置了“市场问题24小时闭环率”作为关键绩效指标，并定期统计与考核完成情况，以督促各岗位员工在服务全链条中做到及时响应。我们定期开展涵盖新员工、专业技能、质量提升等方面的客服员工培训，以理论与实践相结合的方式，持续提升客服团队的专业水平与服务质量。

### 爱玛科技客服员工培训计划

**新员工培训**

- 对新入职员工进行为期3周的封闭式培训，包括1周的知识点学习巩固和2周的试接线实操练习，帮助新员工快速适应用户服务岗位要求。

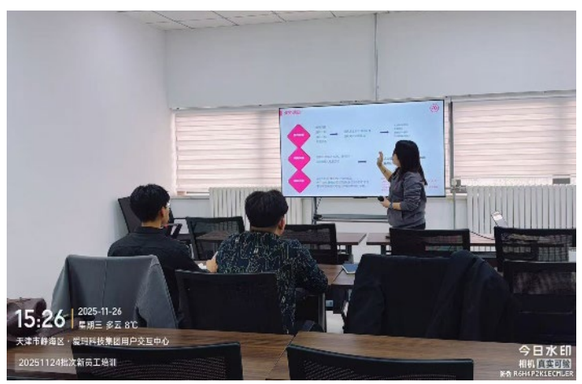
**月度专业技能培训**

- 每月开展一次专业技能培训，内容包含沟通技巧、投诉处理技巧、绩效分析等，持续强化员工专业服务能力。

**周度质量提升培训**

- 针对服务质量监控过程中发现的共性问题组织统一培训，并将较为严重的问题设置为专项否决项，开展周期性重点核查。




客服员工培训



为持续提升服务用户的质量与客诉处理效率，2025年，公司对市场投诉处理流程标准及内部协同机制进行了全面梳理与优化。在处理流程上，针对用户投诉，一线客服首先进行安抚与初步处理；若问题无法解决，则升级至二线客服跟进。客诉专员协同门店或相关部门优先解决用户反馈，跟进并督促协同部门在24小时内回复解决方案，并依据方案回访用户。同时，针对超时未处理的工单，我们建立客诉处理时效预警与通报机制，系统可对超时工单自动预警，提醒处理人及其负责人，并对协同效率较低的部门进行通报，确保其及时改进，提升整体处理效率。

**2025年用户投诉关键绩效展示**

用户投诉处理率

100%

用户投诉48小时解决率

92.9%

客服投诉解决满意度

97.1%



报告期内

公司围绕产品、支持、政策、人员等维度开展用户满意度调查

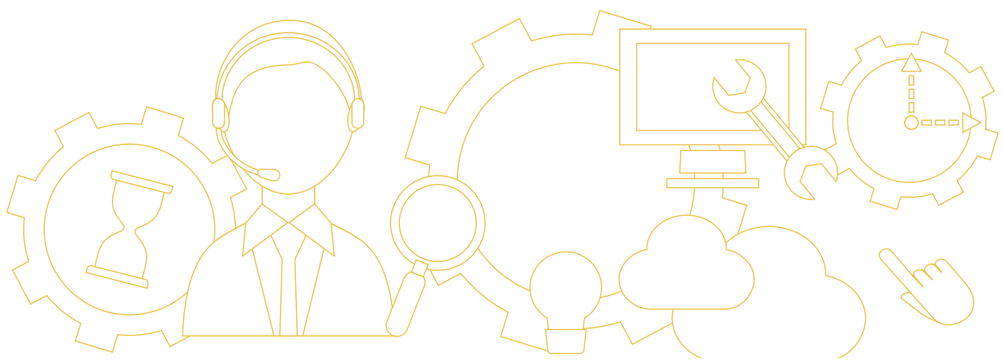
14次

共覆盖用户人数

331人

用户满意度

88.0%



# 负责任营销

爱玛科技始终将负责任营销作为用户服务的核心理念，在面向用户的每一个环节中积极履行企业社会责任。公司不仅致力于提供高品质的电动两轮车产品，更注重通过专业、透明的服务，向用户清晰传达国家电动自行车新国标的产品特性、安全规范与使用要求，引导消费者“以旧换新”倡议，同时持续倡导绿色低碳的出行理念，助力用户与社会共同迈向更安全、更环保、更可持续的未来。

### 爱玛科技负责任营销举措

**电动自行车新国标**

- 依托抖音、小红书、官网等平台构建宣传阵地，联合科技博主探访工厂，可视化呈现新国标下的严格制造标准与产品性能；
- 在京东、天猫、抖音等直播间主动提醒用户关注政策切换节点，帮助用户合理安排购车与换车计划，保障出行不受影响；
- 以经销商网络为支点，在全国核心市场组织多场面向内部员工、经销商、店长、导购及技师等的专项培训与宣讲，全年累计开展活动超过 20 场，覆盖超过 1,400 人次。

**以旧换新策略**

- 明确“用户引导 - 国补申领 - 旧车回收”的标准化操作流程，在全国门店严格执行回收规范，确保旧车及废旧电池通过正规回收拆解渠道处理，防止因违规翻新造成的二次安全隐患；
- 开展“击穿最后一公里”行动，通过社区推广、超市宣传等方式进行宣贯；结合优惠券定向发放锁定意向换新用户 17.5 万余人，精准引导高风险车辆用户到店置换。

**绿色门店体验**

- 围绕“绿色、低碳、体验”进行了新一代零售门店升级。门店采用环保涂料，结合节能照明灯具系统，实现门店节能减排；
- 以“时尚、科技、环保”为基因打造简约、自然呼吸感的空间，强化消费者绿色视觉感知，将门店定义为消费者绿色生活方式的触点，在产品营销过程中传播环保理念。

**案例**

**爱玛科技开展以旧换新专项活动**

2025 年 5 月，爱玛科技以旧换新活动启动“保价 618”及社区联动专项。活动聚焦于社区场景，通过现场展示、政策讲解与置换优惠，精准触达存在使用老旧、超标车辆隐患的用户群体。活动相关话题在网上获得广泛曝光，不仅提升了品牌声量，更广泛传播了安全、合规的绿色出行理念，实现了市场推广与社会责任的双重价值。




爱玛科技“以旧换新”活动宣传海报



# 社会价值

爱玛科技秉持社会责任理念，积极参与公益事业与乡村振兴，依托产业优势围绕社区、教育等领域开展公益项目，以实际行动回馈社会，为推动社会可持续发展贡献力量。

## 公益慈善

爱玛科技积极投身社会公益，开展各类公益慈善活动。公司充分发挥主营业务特点，关注外卖骑手等户外劳动者的福祉，围绕其核心工作场景与高频需求，将车辆服务与公益活动集于一体，以实际行动助力社会向善发展。2025 年，公司公益慈善支出达 990.7 万元。

**案例**

**电影《长安的荔枝》跨界营销——公益送荔枝活动**

2025 年 8 月，爱玛科技与高话题度影视 IP《长安的荔枝》跨界融合，发起“夏日送清凉”公益行动，将目光聚焦于环卫工人与外卖骑手等户外一线劳动者。活动现场，身着古风服饰的“爱玛荔枝使者”走上街头，将清凉解暑的冰荔枝送到他们手中，在炎炎夏日中传递品牌的人文关怀。




电影《长安的荔枝》跨界营销——公益送荔枝活动

## 乡村振兴

爱玛科技响应国家“扎实推进乡村全面振兴”号召，通过就业帮扶、定向捐赠等方式，助力乡村振兴。2025 年，公司乡村振兴投入达 16.2 万元。

**案例**

**广西车业荣获贵港市港北区首批“乡村就业工厂”授牌**

2025 年 6 月，广西车业与当地其他 4 家爱心企业一道，荣获贵港市港北区首批“乡村就业工厂”授牌，并获得一次性奖补资金 2 万元。广西车业等 5 家“乡村就业工厂”共吸纳脱贫人口就业 102 人，脱贫人口人均年收入达 2 万元以上，在企业规模、吸纳就业能力和规范化管理等方面达到授牌标准。




广西车业荣获贵港市港北区首批“乡村就业工厂”授牌

# 未来展望

展望 2026 年，爱玛科技将继续坚守可持续发展初心，以更高标准、更强担当，开启一段“向上而行、向新而生、向远而往”的新征程。

**向上而行：以高端化重塑品牌价值**

我们将以高端品牌为突破口，继续深耕产品创新与体验升级，以科技美学与匠心品质重新定义高端出行。在推动全系产品持续迭代的同时，我们会将安全、可靠、环保的高端标准渗透到每一个产品细节中，让绿色出行不仅是生活所需，更是生活所爱。

**向新而生：以智能化赋能产业升级**

我们将持续推进数字技术与传统制造的深度融合，构建更智慧、更柔性、更高效的生产运营体系。从研发端的仿真模拟到生产端的实时监测，从用户端的智能互联到服务端的数据洞察，智能化不仅意味着产品功能的迭代，更是为整个产业链创造更大价值、实现可持续发展的必由之路。

**向远而往：以国际化践行开放共赢**

随着全球能源转型步伐的加快，我们将在现有国际化布局的基础上，持续深耕海外市场，推动技术创新与本地化需求相结合，以高品质的产品与服务，向世界展现中国智造的温度与担当。同时，我们期待与全球合作伙伴共同探索可持续出行的新模式、新路径，为构建绿色、低碳的未来交通贡献更多力量。

2026 年，机遇与挑战同在，责任与使命并存。爱玛科技将继续秉持可持续发展理念，以高端化提升价值，以智能化驱动转型，以国际化引领发展，与社会各界携手前行，共同驶向一个更加绿色、智慧、美好的出行未来。



# 关键绩效表

## 经济指标

| 关键指标 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 | 同比增长率（%） |
|---|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 万元 | 2,103,612.1 | 2,160,629.4 | 2,509,456.8 | 16.1 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 万元 | 188,111.6 | 198,792.8 | 203,450.0 | 2.3 |
| 总资产 | 万元 | 1,989,281.4 | 2,331,876.7 | 2,557,502.6 | 9.7 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 万元 | 771,203.8 | 902,984.9 | 999,104.6 | 10.6 |
| 拟累计现金分红 | 万元 | 75,982.2 | 79,553.2 | 101,789.6 | 28.0 |

## 治理指标

| 关键指标 | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|
| 合规培训场数 | 场 | 9 | 7 | 4 |
| 员工《阳光履职协议》签署率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 商业道德及反腐败员工培训覆盖率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 商业道德及反腐败培训总时长 | 小时 | 2,220 | 2,270 | 2,206 |
| 信息安全投入总金额 | 万元 | 710.3 | 787.9 | 653.0 |
| 信息安全违规事件次数 | 次 | 0 | 0 | 0 |

## 社会指标

| 关键指标 | | | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 研发费用 | | | 万元 | 58,946.7 | 65,873.9 | 77,109.0 |
| 研发人员总数 | | | 人 | 1,089 | 1,148 | 1,130 |
| 累计授权专利总数 | | | 个 | 1,915 | 2,186 | 2,311 |
| 员工雇佣 | 劳动合同签订比例 | | % | 100 | 100 | 100 |
| | 员工总数 | | 人 | 9,479 | 8,928 | 8,903 |
| | 按性别 | 男性 | 人 | 6,577 | 6,089 | 6,073 |
| | | 女性 | 人 | 2,902 | 2,839 | 2,830 |
| 员工雇佣 | 按学历 | 硕士及以上 | 人 | 84 | 105 | 107 |
| | | 本科 | 人 | 1,487 | 1,664 | 1,761 |
| | | 专科 | 人 | 1,789 | 1,672 | 1,776 |
| | | 高中及以下 | 人 | 6,119 | 5,487 | 5,259 |
| | 按年龄 | 30 岁以下 | 人 | 2,743 | 2,213 | 2,191 |
| | | 30-50 岁 | 人 | 6,383 | 6,282 | 6,311 |
| | | 50 岁以上 | 人 | 353 | 433 | 401 |
| | 按地区 | 中国境内（含港澳台地区） | 人 | 9,438 | 8,860 | 8,782 |
| | | 海外 | 人 | 41 | 68 | 121 |
| | 按员工专业构成类别 | 生产人员 | 人 | 5,537 | 5,555 | 5,499 |
| | | 销售人员 | 人 | 1,352 | 1,108 | 1,145 |
| | | 技术人员 | 人 | 1,089 | 1,148 | 1,130 |
| | | 财务人员 | 人 | 185 | 230 | 236 |
| | | 行政人员 | 人 | 1,316 | 887 | 893 |
| 员工发展培训 | 培训场次 | | 场 | 744 | 1,202 | 398 |
| | 受训总人数 | | 人 | 4,095 | 6,141 | 5,125 |
| | 受训总时长 | | 小时 | 163,891.9 | 174,296 | 58,283.1 |
| | 人均培训时数 | | 小时 | 17.3 | 19.5 | 11.4 |
| | 员工发展培训总投入 | | 万元 | 790.2 | 508.0 | 149.4 |
| 供应商总数 | | | 家 | 575 | 748 | 764 |
| 新供应商数量 | | | 家 | 51 | 115 | 106 |
| 本地供应商 | | | 家 | 173 | 170 | 182 |
| 通过质量管理体系认证供应商数量 | | | 家 | 364 | 373 | 368 |
| 公益慈善支出 | | | 万元 | 612.1 | 935.9 | 990.7 |

# 环境指标

| 关键指标 | | 单位 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|---|---|---|---|---|---|
| 环保资金投入 | | 万元 | 1,819.9 | 901.3 | 2,417.4 |
| 绿色工厂认证面积 | | 平方米 | 521,349.0 | 614,920.2 | 1,553,206.9 |
| 废水、废气、噪声排放达标率 | | % | 100 | 100 | 100 |
| 一般及重大环境事故 | | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 危险废弃物合规处置率 | | % | 100 | 100 | 100 |
| ISO 14001 环境管理体系认证数 | | 家 | 6 | 8 | 8 |
| 环保安全培训 | | 场 | 17 | 15 | 60 |
| 废气 | VOCs | 吨 | 30.9 | 32.5 | 42.6 |
| | 硫氧化物 | 吨 | 3.2 | 1.4 | 2.0 |
| | 氮氧化物 | 吨 | 10.0 | 14.7 | 8.3 |
| | 颗粒物 | 吨 | 14.9 | 15.6 | 20.2 |
| 废水 | 生产废水总量 | 立方米 | 222,815.0 | 314,171.0 | 424,464.0 |
| | 生活废水总量 | 立方米 | 601,875.0 | 671,416.9 | 516,133.8 |
| | 废水排放总量 | 立方米 | 824,690.0 | 985,587.9 | 940,597.8 |
| 废弃物 | 无害废弃物产生总量 | 吨 | 2,703.9 | 4,029.0 | 6,440.7 |
| | 有害废弃物产生总量 | 吨 | 1,581.0 | 1,831.9 | 2,317.4 |
| | 固体废弃物产生总量 | 吨 | 4,284.9 | 5,860.9 | 8,758.1 |
| 水资源 | 总耗水量 | 吨 | 885,858.0 | 970,216.2 | 1,182,820.0 |
| | 总耗水密度 | 吨 / 万元营收 | 0.4 | 0.4 | 0.5 |
| | 循环水总量 | 吨 | 24,880.0 | 75,422.0 | 14,300.0 |
| 能源使用 | 汽油 | 升 | 10,701.6 | 6,547.8 | 5,700.0 |
| | 柴油 | 升 | 32,065.0 | 34,334.0 | 109,404.1 |
| | 天然气 | 立方米 | 4,567,522.0 | 5,233,242.0 | 5,730,455.0 |
| | 外购电力总量 | 千瓦时 | 62,031,308.0 | 71,912,793.9 | 101,798,396.6 |
| | 综合能源消耗总量 | 吨标煤 | 13,210.4 | 15,229.9 | 20,272.6 |
| | 综合能源消耗密度 | 吨标煤 / 百万元营收 | 0.6 | 0.7 | 0.8 |
| 温室气体 | 温室气体排放：范畴一 | 吨二氧化碳 | 9,984.7 | 11,420.7 | 12,692.0 |
| | 温室气体排放：范畴二 | 吨二氧化碳 | 35,376.5 | 41,011.9 | 54,014.2 |
| | 温室气体排放：范畴一 + 范畴二 | 吨二氧化碳 | 45,361.2 | 52,432.6 | 66,706.2 |
| | 温室气体强度：范畴一 + 范畴二 | 吨二氧化碳 / 百万元营收 | 2.2 | 2.4 | 2.7 |
| 塑料包装袋使用量 | | 吨 | 829.0 | 983.9 | 898.6 |
| 种植树木 | | 棵 | 475 | 461 | 2,635 |



# 上交所指标索引表

| 维度 | 序号 | 议题 | 对应条款 | 对应章节 |
|---|---|---|---|---|
| 环境 | 1 | 应对气候变化 | 第二十一条至第二十八条 | 应对气候变化 |
| | 2 | 污染物排放 | 第三十条 | 环境管理 |
| | 3 | 废弃物处理 | 第三十一条 | 环境管理 |
| | 4 | 生态系统和生物多样性保护 | 第三十二条 | 绿色生态 |
| | 5 | 环境合规管理 | 第三十三条 | 环境管理 |
| | 6 | 能源利用 | 第三十五条 | 环境管理<br>绿色运营 |
| | 7 | 水资源利用 | 第三十六条 | 环境管理 |
| | 8 | 循环经济 | 第三十七条 | 环境管理 |
| 社会 | 9 | 乡村振兴 | 第三十九条 | 社会价值 |
| | 10 | 社会贡献 | 第四十条 | 社会价值 |
| | 11 | 创新驱动 | 第四十二条 | 创新驱动 |
| | 12 | 科技伦理 | 第四十三条 | 创新驱动 |
| | 13 | 供应链安全 | 第四十五条 | 可持续供应链 |
| | 14 | 平等对待中小企业 | 第四十六条 | 可持续供应链 |
| | 15 | 产品和服务安全与质量 | 第四十七条 | 产品品质<br>用户服务 |
| | 16 | 数据安全与客户隐私保护 | 第四十八条 | 隐私保护与数据安全 |
| | 17 | 员工 | 第五十条 | 合规与平等<br>健康与安全<br>培训与发展<br>关怀与福利 |
| 治理 | 18 | 尽职调查 | 第五十二条 | 风险管理 |
| | 19 | 利益相关方沟通 | 第五十三条 | 利益相关方沟通 |
| | 20 | 反商业贿赂及反贪污 | 第五十五条 | 反腐败与反不正当竞争 |
| | 21 | 反不正当竞争 | 第五十六条 | 反腐败与反不正当竞争 |

# GRI 指标索引表

| 使用说明 | 爱玛科技在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息 |
|---|---|
| 使用的 GRI | GRI：基础 2021 |

| 披露议题 / 披露项 | 披露项标题 | 章节索引 | 页码 |
|---|---|---|---|
| GRI2：一般披露 2021 | | 走进爱玛科技 | P06 |
| 组织及其报告做法 | | | |
| 2-1 | 组织详细介绍 | 走进爱玛科技 | P06 |
| 2-2 | 纳入组织可持续发展报告的实体 | 关于本报告 | P03 |
| 2-3 | 报告期、报告频率和联系人 | 关于本报告 | P03 |
| 2-4 | 信息重述 | 关于本报告 | P03 |
| 2-5 | 外部鉴证 | / | / |
| 活动和工作者 | | | |
| 2-6 | 活动、价值链和其他业务关系 | 关于本报告 | P03 |
| 2-7 | 员工 | 以人为本 | P96-115 |
| 2-8 | 员工之外的工作者 | / | / |
| 管治 | | | |
| 2-9 | 管治架构和组成 | 公司治理 | P40 |
| 2-10 | 最高管治机构的提名和遴选 | 公司治理 | P40 |
| 2-11 | 最高管治机构的主席 | 公司治理 | P40 |
| 2-12 | 在管理影响方面，最高管治机构的监督作用 | 公司治理 | P40 |
| 2-13 | 为管理影响的责任授权 | 公司治理 | P40 |
| 2-14 | 最高管治机构在可持续发展报告中的作用 | ESG 治理 | P22 |
| 2-15 | 利益冲突 | 利益相关方沟通 | P24-25 |
| 2-16 | 重要关切问题的沟通 | 利益相关方沟通 | P24-25 |
| 2-17 | 最高管治机构的共同知识 | 公司治理 | P40 |
| 2-18 | 对最高管治机构的绩效评估 | 公司治理 | P40 |
| 2-19 | 薪酬政策 | 培训与发展 | P111 |
| 2-20 | 确定薪酬的程序 | 培训与发展 | P111 |
| 2-21 | 年度总薪酬比率 | / | / |
| 战略、政策和实践 | | | |
| 2-22 | 关于可持续发展战略的声明 | ESG 治理 | P22-23 |
| 2-23 | 政策承诺 | ESG 治理 | P22-23 |
| 2-24 | 融合政策承诺 | ESG 治理 | P22-23 |
| 2-25 | 补救负面影响的程序 | 公司治理 | P40 |
| 2-26 | 寻求建议和提出关切的机制 | 公司治理 | P40 |
| 2-27 | 遵守法律法规 | 公司治理 | P40 |
| 2-28 | 协会的成员资格 | 公司治理 | P40 |
| 利益相关方参与 | | | |
| 2-29 | 利益相关方参与的方法 | 利益相关方沟通 | P24-25 |
| 2-30 | 集体谈判协议 | / | / |
| GRI3：实质性议题 2021 | | | |
| 3-1 | 确定实质性议题的过程 | 重大性议题判定 | P26-27 |
| 3-2 | 实质性议题清单 | 重大性议题判定 | P26-27 |
| 3-3 | 实质性议题的管理 | 重大性议题判定 | P26-27 |
| 经济 | | | |
| GRI201：经济绩效 | | | |
| 201-2 | 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇 | 应对气候变化 | P70-71 |
| 201-3 | 义务性固定福利计划和其他退休计划 | / | / |
| GRI204：采购实践 | | | |
| 204-1 | 向当地供应商采购支出的比例 | 可持续供应链 | P119 |
| GRI205：反腐败 | | | |
| 205-1 | 已进行腐败风险评估的运营点 | 反腐败与反不正当竞争 | P48 |
| 205-2 | 反腐败政策和程序的传达及培训 | 反腐败与反不正当竞争 | P49 |
| 205-3 | 经确认的腐败事件和采取的行动 | 反腐败与反不正当竞争 | P48 |
| GRI206：不当竞争行为 | | | |
| 206-1 | 针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼 | 反腐败与反不正当竞争 | P48 |
| 环境 | | | |
| GRI302：能源 | | | |
| 302-1 | 组织内部的能源消耗量 | 环境管理 | P65 |
| 302-3 | 能源强度 | 环境管理 | P65 |
| 302-4 | 减少能源消耗量 | 环境管理 | P64 |
| 302-5 | 降低产品和服务的能源需求 | 环境管理 | P73 |

| 披露议题 / 披露项 | 披露项标题 | 章节索引 | 页码 |
|---|---|---|---|
| GRI303：水资源 | | | |
| 303-1 | 按源头划分的取水 | 环境管理 | P65 |
| 303-2 | 因取水而受重大影响的水源 | / | / |
| 303-3 | 水循环与再利用 | 环境管理 | P65-66 |
| GRI305：排放 | | | |
| 305-1 | 直接（范畴 1）温室气体排放 | 应对气候变化 | P72 |
| 305-2 | 能源间接（范畴 2）温室气体排放 | 应对气候变化 | P72 |
| 305-4 | 温室气体排放强度 | 应对气候变化 | P72 |
| 305-5 | 温室气体减排量 | 应对气候变化 | P72 |
| 305-7 | 氮氧化物（$NO_X$）、硫氧化物（$SO_X$）和其他重大气体排放 | 环境管理 | P63 |
| GRI306：污水和废弃物 | | | |
| 306-1 | 按水质及排放目的地分类的排水总量 | 环境管理 | P65 |
| 306-2 | 按类别及处理方法分类的废弃物总量 | 环境管理 | P63 |
| 306-3 | 重大泄漏 | 环境管理 | P62 |
| 306-4 | 危险废物运输 | 环境管理 | P61 |
| 306-5 | 受排水和 / 或径流影响的水体 | / | / |
| GRI308：供应商环境评估 | | | |
| 308-1 | 使用环境标准筛选的新供应商 | 可持续供应链 | P120 |
| 308-2 | 供应链对环境的负面影响以及采取的行动 | 可持续供应链 | P120 |
| 社会 | | | |
| GRI401：雇佣 | | | |
| 401-1 | 新进员工和员工流动率 | 合规与平等 | P100-104 |
| 401-2 | 提供给全职员工（不包括临时或兼职员工）的福利 | 关怀与福利 | P112-114 |
| 401-3 | 育儿假 | 关怀与福利 | P112 |
| GRI403：职业健康与安全 | | | |
| 403-1 | 职业健康安全管理体系 | 健康与安全 | P105 |
| 403-2 | 危害识别、风险评估和事件调查 | 健康与安全 | P106 |
| 403-3 | 职业健康服务 | 健康与安全 | P106-107 |
| 403-4 | 职业健康安全事务：工作者的参与、协商和沟通 | 健康与安全 | P106-107 |

| 披露议题 / 披露项 | 披露项标题 | 章节索引 | 页码 |
|---|---|---|---|
| GRI404：培训与教育 | | | |
| 404-1 | 每名员工每年接受培训的平均小时数 | 培训与发展 | P109, P135 |
| 404-2 | 员工技能提升方案和过渡协助方案 | 培训与发展 | P108-111 |
| 404-3 | 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比 | / | / |
| GRI405：多元化与平等机会 | | | |
| 405-1 | 管治机构与员工的多元化 | 合规与平等 | P104 |
| GRI406：反歧视 | | | |
| 406-1 | 歧视事件及采取的纠正行动 | 合规与平等 | P100 |
| GRI408：童工 | | | |
| 408-1 | 具有重大童工事件风险运营点和供应商 | 合规与平等 | P100 |
| GRI409：强迫或强制劳动 | | | |
| 408-1 | 具有强迫或强制事件风险运营点和供应商 | 合规与平等 | P100 |
| GRI413：当地社区 | | | |
| 413-1 | 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点 | 社会价值 | P131 |
| GRI414：供应商社会评估 | | | |
| 414-1 | 使用社会标准筛选的新供应商 | 可持续供应链 | P120 |
| 414-2 | 供应链对社会的负面影响以及采取的行动 | 可持续供应链 | P120 |
| GRI418：客户隐私 | | | |
| 418-1 | 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉 | 隐私保护与数据安全 | P52 |

# ESG 政策索引表

| 一级标题 | 二级标题 | 外部政策 | 内部制度 |
| --- | --- | --- | --- |
| ESG 治理 | ESG 治理架构 | / | 《爱玛科技集团股份有限公司董事会战略与 ESG 委员会工作细则》 |
| | 利益相关方沟通 | / | / |
| | 重大性议题判定 | 《上市公司可持续发展报告指引》 | / |
| 责任治理 | 公司治理 | 《中华人民共和国公司法》<br>《上海证券交易所股票上市规则》 | 《爱玛科技集团股份有限公司章程》<br>《董事会议事规则》<br>《爱玛科技集团股份有限公司内部控制手册》<br>《爱玛科技集团股份有限公司内部审计制度》<br>《员工廉洁管理规定》<br>《举报人保护和奖励管理规定》<br>《合规考评管理规定》<br>《供应商常态化管理规定》<br>《阳光履职协议》<br>《信息披露管理办法》<br>《内幕信息知情人登记备案制度》<br>《投资者关系管理制度》 |
| | 风险管理 | 《企业内部控制基本规范》 | 《内部控制手册》<br>《内部控制制度》<br>《内部审计制度》 |
| | 反腐败与<br>反不正当竞争 | 《中华人民共和国监察法》<br>《中华人民共和国反不正当竞争法》 | 《员工廉洁管理规定》<br>《合规考评管理规定》<br>《阳光履职协议》<br>《阳光采购协议》<br>《阳光经销协议》<br>《阳光合作协议》<br>《举报人保护与奖励管理制度》 |
| | 隐私保护与<br>数据安全 | 《中华人民共和国数据安全法》<br>《中华人民共和国个人信息保护法》<br>《中华人民共和国网络安全法》 | 《信息安全管理规定》<br>《爱玛智行隐私政策条款》<br>《法律声明及隐私协议》<br>《软件许可和服务协议》<br>《小程序用户运营平台用户协议》<br>《账号权限管理规定》 |
| | 党建引领 | / | 《党支部标准化规范化建设指导手册》 |

| 一级标题 | 二级标题 | 外部政策 | 内部制度 |
| --- | --- | --- | --- |
| 绿色发展 | 环境管理 | 《中华人民共和国环境保护法》<br>《中华人民共和国大气污染防治法》<br>《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》<br>《中华人民共和国水污染防治法》<br>《中华人民共和国节约能源法》 | 《环境保护管理规定》<br>《重污染天气应急响应操作方案》<br>《 VOCs 排放管控专项管理办法（2025 版）》<br>《废水排放管理办法（2025 修订版）》<br>《固体废物控制管理制度》<br>《固体废物分类处置管理规定（2025 修订版）》 |
| | 应对气候变化 | 《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》（IFRS S2） | 《碳足迹管理和碳标签使用管理规定》 |
| | 绿色运营 | / | / |
| | 绿色生态 | / | / |
| 优质产品 | 创新驱动 | 《电动自行车安全技术规范》（GB 17761-2024）<br>《摩托车和轻便摩托车操纵件、指示器及信号装置的图形符号》<br>《摩托车和轻便摩托车制动性能要求及试验方法》<br>《摩托车和轻便摩托车道路试验方法》<br>《自行车 照明和回复反射装置 第 1 部分：照明和光信号装置》<br>《自行车 照明和回复反射装置 第 3 部分：照明和回复反射装置的安装和使用》<br>《电动摩托车和电动轻便摩托车装配质量要求》<br>《电动摩托车和电动轻便摩托车外观质量要求》<br>《电动摩托车和电动轻便摩托车通用技术条件》 | 《内部市场化机制激励方案》<br>《知识产权管理制度》<br>《专利管理规定》<br>《著作权管理规定》<br>《爱玛科技专利申请管理办法》<br>《专利申请管理办法实施细则》<br>《知识产权激励管理办法》<br>《商标管理规定》 |

| 一级标题 | 二级标题 | 外部政策 | 内部制度 |
| --- | --- | --- | --- |
| 优质产品 | 产品品质 | 《中华人民共和国产品质量法》<br>《中华人民共和国消费者权益保护法》<br>《消费品召回管理暂行规定》 | 《质量管理体系要求》<br>《集团质量手册》<br>《质量奖惩管理规定》<br>《供应商准入认证管理规定》<br>《质量审计管理规定》<br>《产品召回管理程序》<br>《不合格品控制程序》<br>《整车标签加盖印章管理规定》<br>《供应商体系准入管理规定》<br>《合格供应商定期认证管理规定》 |
| 以人为本 | 合规与平等 | 《中华人民共和国劳动法》<br>《中华人民共和国劳动合同法》 | 《爱玛集团员工奖惩管理规定》<br>《招聘录用管理规定》<br>《劳动合同管理规定》<br>《劳务供应商管理规定》<br>《雏鹰人才招聘管理办法》<br>《共享用工模式》<br>《产教合作人才管理办法》<br>《内部推荐管理规定》<br>《校企产教合作管理规定》<br>《战略性人才的管理办法》 |
| | 健康与安全 | 《中华人民共和国安全生产法》<br>《中华人民共和国消防法》<br>《中华人民共和国职业病防治法》<br>《工作场所职业卫生管理规定》 | 《安全环保检查管理规定》<br>《安全生产责任制》 |
| | 培训与发展 | / | 《培训管理规定》<br>《培训控制程序》<br>《训战师管理规定》<br>《干部日常考察管理规定》<br>《干部试用期管理规定》<br>《干部继任者管理规定》<br>《爱玛集团员工薪酬管理规定》 |
| | 关怀与福利 | 《女职工劳动保护特别规定》 | / |

| 一级标题 | 二级标题 | 外部政策 | 内部制度 |
| --- | --- | --- | --- |
| 责任同行 | 可持续供应链 | / | 《招标管理规定》<br>《供应商准入认证管理规定》<br>《合格供应商定期认证管理规定》<br>《合格供应商评价及分级管理规定》<br>《供应商准入认证基准表》<br>《供应商检证分类及周期管理表》<br>《供应商违约索赔处理管理规定》<br>《供应商体系优化管理规定》<br>《管理生产供应商退出流程》<br>《阳光采购协议》<br>《供应商定期检证表》<br>《平等雇佣承诺》 |
| | 经销商赋能 | / | 《经销商分类分级》<br>《经销商管理规定》<br>《渠道管理规定（国内经销商）》 |
| | 用户服务 | 《中华人民共和国消费者权益保护法》 | 《用户交互管理规定》<br>《C 端客诉处理管理规定》 |
| | 社会价值 | / | / |

# 读者意见反馈表

尊敬的读者：

您好！

非常感谢您在百忙之中阅读爱玛科技集团股份有限公司 2025 年度《环境、社会和公司治理报告》。为了向您及其他利益相关方提供更有价值的信息，并有效促进公司提升履行环境与企业社会责任的能力与水平，我们真诚期待您的意见和建议。

选择性问题（请在相应的位置打√）

**1. 对于爱玛科技而言，您的身份是：**

□股东 □员工 □供应商 □客户 □政府
□社区 □银行 □学术机构 □其他（请注明）

**2. 您对 2025 年本报告的综合评价是：**

• 可读性（表达方式通俗易懂，设计美观，引人入胜，容易找到所需信息）

□非常好 □好 □一般 □较差 □差

• 可信度（报告信息真实可信）

□非常好 □好 □一般 □较差 □差

• 信息完整性（正负两方面绩效兼顾，并且满足您对信息的需求）

□非常好 □好 □一般 □较差 □差

**3. 您所关注的信息在报告中是否都有所体现？**

□非常好 □好 □一般 □较差 □差

**4. 您对爱玛科技集团股份有限公司履行社会责任及本报告的其他意见与建议，请在此处提出：**

_____

您的联系方式：

姓名：

电话：

电子邮件：

工作单位：

您可以通过来电、发送电子邮件或寄送反馈意见给到我们，联系方式如下：

联系地址：天津市和平区大沽北路 2 号环球金融中心 22 层

邮政编码：300041

联系电话：022-59596888

电子信箱：aimaesg@aimatech.com


爱玛