

A person in athletic wear is captured in a starting crouch for a run. They are wearing a light purple sports top, white socks with black and grey patterns, and grey Asics sneakers with yellow accents. On their left wrist is a smartwatch with a black face showing various metrics like heart rate, distance, and time. The background is a blurred outdoor setting with greenery and a clear sky.

Fueling Every Workout,
Keep the Neighborhood Energetic.

2024年ESG報告

Environmental, Social and Governance Report



創新驅動，打造優質產品

- 12 一站式運動解決方案
- 30 產品研發與創新
- 36 產品質量與安全
- 40 客戶權益保障
- 44 供應鏈管理

環保綠動，布局低碳發展

- 48 應對氣候變化
- 51 打造綠色產品
- 54 堅持綠色運營

人本互動，攜手員工同行

- 58 保障員工合法權益
- 65 助力員工職業發展
- 68 守護員工健康安全

誠信行動，穩固經營基石

- 70 企業管治架構
- 71 商業道德與反貪腐
- 75 信息安全與隱私保護

公益活動，共建活力社區

- 82 投身愛心公益
- 86 服務全民健身

關於本報告

本報告是 Keep Inc.（下稱「Keep」「公司」或「我們」）（股票代碼：03650.HK）首次發佈的獨立ESG報告（下稱「本報告」），旨在客觀披露Keep 2024年在環境、社會及管治（以下簡稱為「ESG」）領域開展的工作及已取得的成果，有效回應利益相關方的期望和訴求。

報告範圍

本報告的匯報範圍為 **Keep Inc.及其主要附屬公司**，時間範圍為**2024年1月1日至2024年12月31日**，為保持信息的持續性，報告中可能包括超出此時間範圍的事項。

編制依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司主板上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》（以下簡稱「ESG報告守則」）、全球報告倡議組織標準（下稱「GRI準則」）、聯合國可持續發展目標（UNSDGs）編制。

匯報原則

本報告在編制過程中，依照《ESG報告守則》中有關「重要性」「量化」「平衡」「一致性」原則要求以界定報告的內容及呈現方式。

▶ **「重要性」原則** 本報告已在編制過程中開展主要利益相關方參與及ESG重要性議題識別，並根據議題重要性評估結果對相關內容進行披露。具體內容詳見本報告「利益相關方溝通」與「實質性議題分析」章節。

▶ **「量化」原則** 本報告所披露的環境與社會層面的關鍵績效指標採用量化方式展現，有關計量標準、方法、假設及計算工具，以及使用的轉換係數來源，均已在相應位置做出說明。

▶ **「平衡」原則** 本報告確保內容不偏不倚地呈報報告期內 Keep 的ESG表現。

▶ **「一致性」原則** 本報告的數據統計方法與本公司的其他公開披露信息保持一致。

信息來源與可靠性聲明

本報告涉及的資料和數據主要來源於2024年度本公司統計報告、正式文件及內部記錄。本公司承諾本報告不存在任何虛假記載及誤導性陳述，並對內容真實性、準確性、完整性負責。

報告獲取及回應方式

本報告以簡體中文、繁體中文、英文三種語言進行編制，並以電子版形式發佈，若三種語言版本出現歧義，請以簡體中文版為準。若您對本報告有任何疑問或意見，可通過郵件發送至ir@keep.com。



關於 Keep

► 公司簡介

Keep 是中國最大的健身平臺¹。我們是一個不斷發展並以交付為導向的平臺，為用戶提供全面的健身解決方案，以幫助用戶實現其健身目標。我們通過人工智能輔助的個性化訓練計劃（涵蓋錄播課及互動直播課），提供廣泛及專業的健身內容，可根據用戶的運動水平、健身目標、日常鍛煉模式及飲食，動態調整課程內容及鍛煉強度。Keep 的內容輔之以各種智能健身設備、健身裝備、服飾及食品，使 Keep 能夠無縫連接物理與數字領域，創造沉浸式、一站式的健身體驗。

► 發展歷程

2015

Keep App上線於2015年，圍繞用戶的「吃、穿、用、練」需求，提供一站式運動解決方案。通過 Keep App，用戶可享受包括操課、瑜伽、訓練等不同品類的線上內容，以及專屬的會員課程、定制計劃等增值服務。與此同時，Keep 還能夠為用戶提供包含智能硬件、包括裝備和服飾在內的配套健身產品，以及健康食品等，以服務用戶運動的全過程。

2023

2023年7月，Keep 成功登陸港交所，成為「運動科技第一股」。

2024

2024年3月，Keep 在成立九周年之際刷新了使命與願景，以「激發每一次運動，讓世界充滿活力」為新使命，並將「成為10億運動者的自由運動場」作為 Keep 的10年願景與目標。同時，Keep 升級App，通過擴充運動品類、提升服務品質，不斷降低運動門檻，打破運動的時間、空間和經濟條件的限制，以陪伴者和鼓勵者的角色幫助更多用戶更好地完成運動目標，助力全民健身助推「健康中國」戰略落地。

¹ 根據灼識諮詢報告，於2022年，按月活躍用戶及用戶完成的鍛煉次數計算。

► 發展戰略

自 Keep 創立以來，我們通過內容驅動工具發展成為全球領先的健身平臺和社區，成功構建了一個融合內容、用戶、數據和設備的全方位健身生態系統。2024年，Keep 以「激發每一次運動，讓世界充滿活力」為全新使命，聚焦用戶體驗，依託AI驅動的技術賦能，實現從內容驅動向數據驅動的生態系統轉型。在生成式AI技術變革的背景下，公司未來十年的發展將圍繞四大核心戰略展開：

All in AI



基於龐大用戶群的十年運動數據積累與沉澱，我們將逐步推動在線健身從推薦走向生成，加速從「內容驅動」向「數據驅動」模式的轉變，持續引領運動科技行業的技術變革和智能化發展。

發展以數據為核心的硬件生態



我們將加強數據互聯和分析、增強我們的數據基礎，並將逐步實現軟硬件相結合的運動 AI，以數據為核心鏈接用戶，跨越不同運動場景、類別，讓用戶享受更多運動樂趣。

讓 Keep 品牌走進運動多場景



我們將逐步拓展室內、戶外等多元運動場景，為消費者提供更多優質、創新、智能的產品選擇。

拓展全球化版圖



我們將繼續以人工智能技術為載體，向全球傳遞東方運動智慧，助力全球用戶開啟健康運動新方式。

Keep 將致力於利用數據和生成式AI帶來的廣闊機遇，發揮我們在體育科技領域的先發優勢。2025年3月25日，Keep 上線首個運動健康垂直領域的專屬模型Kinetic.ai，並同步推出基於Kinetic.ai的首款智能體：AI教練體驗版一卡卡(Kaka)，結合對用戶運動相關數據的精確分析，集成了個性化運動計劃生成、動態訓練計劃調整等核心功能，為用戶打造專屬智能教練。

► 企業文化

使命願景

「激發每一次運動，讓世界充滿活力。」

激發每一次運動

我們認為不論強度大小、時間長短、形式如何、運動者是誰，都值得被鼓勵和提倡。

我們相信「堅持」就能夠帶來變化，而每一個時刻，都有機會開啟運動。我們希望通過激發每一次運動的發生，陪伴用戶堅持與成長。

我們致力於不斷提升自己的產品與服務，更好地激發每一位運動者的每一次運動。無論何時、何地、何種方式、何種原因、和誰在一起，在每一個運動場景，有 Keep 的存在，就能開啟運動、愛上運動、堅持運動。

讓世界充滿活力

我們相信，運動是人們生活中不可缺少的一部分，它可以讓每個個體都珍視自己的身體和健康，通過定期參與各種形式的運動來 fill time, not kill time，來讓自己保持健康和活力。

我們相信，運動不僅能改善健康，還能夠提振人的精氣神。通過運動釋放壓力、挑戰自我，人們可以獲得精神上的愉悅和滿足感。在堅持運動的自律過程中，可以獲得精神層面的自由，找到自己真正的熱愛、追求和意義感。而這將讓世界充滿活力。

我們相信，當越來越多的人投入到運動中，整個社會也會因此而受益。運動不僅能改善個人的身體狀況，還能增進人與人之間的連結、交流、分享、相互激發與賦能，幫助家人間、朋友間、同學間、同事間、鄰里間、甚至是運動著的陌生人之間找到歸屬感，進而提升社群、社區的活力。

我們相信，當我們專注運動，樸素地回到人的本源，在激發每一次運動的過程中，這個地球上會有更多的人在運動中潛移默化地獲得滿足、動力、健康和生命力。運動是與自己對話的過程，是為自己再次注入活力的過程，是點燃自己也點燃他人的過程，可以讓世界生機勃勃。我們為「更快、更高、更強」喝彩，也為默默堅持鼓掌，當 Keep 努力達成使命之時，「讓世界充滿活力」會自然發生。

核心精神

「自律給我自由。」

Keep 相信並踐行「自律給我自由」，在激發每一次運動的道路上，「哪有什麼天生如此，只是我們天天堅持」。

2024年亮點表現

→ 共創健康社區

用戶參與



累計註冊用戶

4億

年度活躍用戶

1億

年度用戶運動記錄

14億+條

平均月活躍用戶

2,990萬

平均月度訂閱會員

316萬

內容創造



官方App課程

6,000+

AIGC課程佔官方課程約

14%

App 包括

8大運動類別

運動品類

60+

產品安全



信息安全與隱私保護培訓

17場

培訓覆蓋員工範圍

100%

未發生任何與安全 and 健康
相關的產品召回事件

→ 共築可持續生態

知識產權



知識產權成果豐碩，累計有效專利

507項

商標

1,339項

版權

657項

加強侵權監控與處理，全年治理侵權商品

20,000餘件

全年治理侵權視頻課程

2,000餘件

商業道德



• 全體員工完成利益衝突申報，
100%簽訂《廉潔自律承諾書》

100%

• 落實商業道德培訓，
100%覆蓋所有員工

100%

• 供應商100%
簽署《反商業賄賂協議》

100%

人才發展



員工培訓覆蓋率達

98%

人均培訓時長

36小時

福利體系覆蓋正式員工

100%

→ 共享活力未來

運動賽事



收錄全國專業馬拉松線下賽事

400+場

核心運營賽事

30+場

全年累計舉辦線上體育賽事

807場

吸引參與人次

686萬+

社會公益



助力偏遠地區兒童運動，捐建第

12個「夢想運動場」

設立「紅桃K」專項公益基金，
號召員工投身公益行動

綠色產品

推出 Keep 首款碳中和護具「環保碳中和護膝」，
每對 M 碼護膝可減碳

256克

舉辦 Keep 首個碳中和騎行賽事，每位參與者完賽可減碳

448.46克

上新自發電系列產品，包括自發電智能單車 C2 Lite 和自發電橢圓機 H1 Lite+

推廣可持續包裝，逐步應用符合FSC認證要求的包裝材料

▶ 榮譽獎項



第九屆智通財經上市公司評選

「最佳ESG創新獎」

第十四屆公益節暨ESG影響力年會

「2024ESG上市公司典範獎」

「2024年度公益案例獎」

2024 EDGE AWARDS創意評選

「最具社會責任上市公司」



可持續發展管理

► 董事會聲明

董事會作為 Keep ESG事宜的最高決策與責任機構，全面統籌公司ESG策略制定與信息披露，對公司ESG事務進行全方位監督。過去一年，董事會定期參與ESG工作匯報會議，聽取並了解ESG發展趨勢，把控公司年度ESG管理成效，為下一年度工作計劃提供戰略性指導建議。

目前，Keep 已搭建由董事會領導的三級ESG管理架構，涵蓋治理層、管理層與執行層。2024年，我們明確董事會及審計委員會作為ESG管理的治理層，全面監督、審議、決策ESG相關重要事宜。ESG工作指導小組作為管理層，負責統籌ESG工作。各職能部門、業務線作為執行層，根據相關職責分工共同執行ESG相關的具體措施。

Keep 將公司的長期發展與可持續發展理念深度融合，我們定期回顧自身的ESG管理表現，並及時跟進市場及行業ESG關注重點，通過問卷調查、現場訪談等多元方式與利益相關方持續溝通、交流，全面識別與公司運營緊密相關的ESG重要議題與相關風險，明確ESG重要議題矩陣與可持續發展管理工作的重點方向。

董事會每年檢視ESG相關工作及目標完成情況。2024年，董事會聽取了管理層關於綠色產品、環境管理、信息安全、產品與服務品質、員工發展、社會公益等措施和目標完成情況的匯報，並展開深入討論與審議，確保目標設定符合公司發展實際的同時契合可持續發展要求。

本報告真實、詳盡披露了公司ESG相關工作進展與成果，已由董事會於二零二五年三月二十八日審閱批准。

► 可持續管理架構

Keep 已搭建由董事會領導的「治理層-管理層-執行層」的三級管理架構。公司建立ESG工作指導小組，負責統籌ESG各項工作，並將各職能部門、業務線納入ESG管理體系，推動可持續協同管理。報告期內我們進一步優化ESG治理架構，明確審計委員會作為董事會層面統籌ESG相關事宜的機構，並定期向董事會匯報。



Keep ESG管理架構

為推動各部門切實履行ESG管理相關職責，加強能力建設與知識儲備，Keep 積極組織ESG相關主題培訓與交流活動。2024年，我們邀請外部專家面向全體員工開展ESG知識分享，涵蓋ESG基礎知識、行業關鍵議題分析、可持續發展的優秀實踐案例等多個方面，讓員工了解ESG相關最新政策趨勢以及與 Keep 業務相關的重要議題的具體內涵，推動各部門將ESG工作融入日常工作中。

► 利益相關方溝通

利益相關的意見與期望是 Keep 持續改善ESG管理的重要動力與依據。我們積極開展利益相關方溝通與交流，通過多元化的溝通渠道，向其傳遞公司最新發展動態，及時了解、回應利益相關方的意見和期望，並參考納入公司ESG管理。

利益相關方	主要關注事宜	主要溝通途徑
 政府及監管機構	遵守法律法規 政策落實情況 突出社會貢獻	備案或書面文件報送 視察接待 年度報告
 股東及投資者	企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露	股東大會 專題匯報 投資者會議及業績發佈會 聯交所網站 本公司境內外官網
 公司董事	企業業績 商業道德 合規運營 企業管治 信息披露	董事會會議
 員工	員工權益 薪酬福利 發展及培訓 健全晉升通道 健康與安全	勞動合同 面對面溝通 員工培訓 績效考核及反饋
 合作夥伴及供應商	公開、公平、公正採購 商業道德 互利共贏	公開招標 供應商質量協議 反商業賄賂協議 供應商評估程序 供應商會議
 消費者	提供高品質產品與服務 保障信息安全與隱私 聽取用戶意見及建議	用戶服務熱線 日常運營及交流 滿意度調查 用戶投訴處理與反饋
 企業客戶	商業道德 提供高品質產品與服務 保障客戶信息安全	實地考察 客戶溝通 行業交流
 社區媒體	社會公益 社區投資 保護環境 公開透明的信息披露	參與公益活動 志願者服務 訪談及郵件往來 本公司境內外官網

► 實質性議題分析

Keep 持續完善自身實質性議題管理及分析，以有效回應利益相關方關注的議題。2024年，我們通過調研問卷的方式收集利益相關方對ESG議題實質性的反饋意見，並開展實質性評估分析，相關步驟如下：

01

實質性議題更新

我們綜合參考可持續發展相關標準及披露框架、評級標準、同行關注議題，結合 Keep 自身業務發展需求，更新本年度ESG議題庫，共識別出18項與公司運營最為相關的可持續發展議題。

02

實質性議題調研

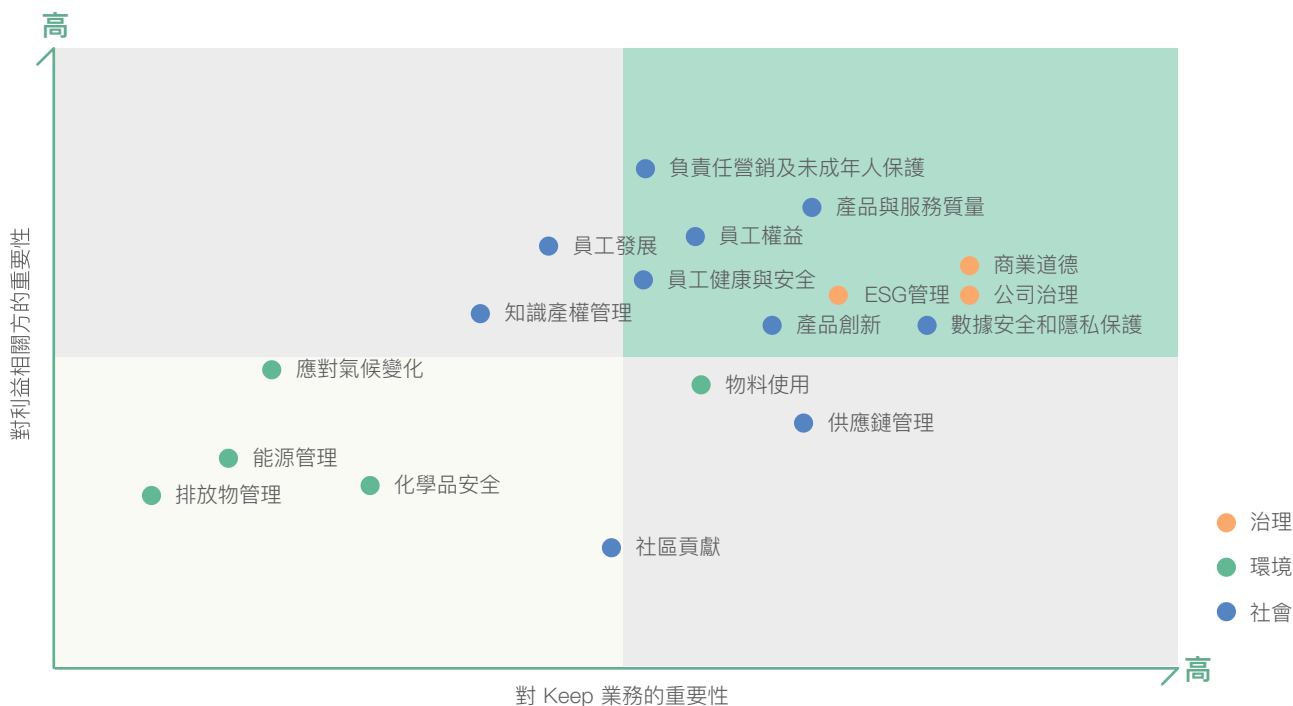
我們通過在線問卷調查的形式邀請公司內、外部利益相關方對議題重要性進行評分，調研涵蓋政府及監管機構、股東及投資者、公司董事、員工、合作夥伴及供應商、消費者、企業客戶、社區媒體等8類利益相關方。

03

實質性議題分析

我們根據問卷打分情況進行分析，從「對 Keep 業務的重要性」和「對利益相關方的重要性」兩個維度評估各項議題的重要性，並按重要性進行排序，從而得出本年度ESG議題重要性矩陣。

2024年ESG重大議題矩陣



創新驅動 打造優質產品

本章所響應的SDGs



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 產品創新
- 知識產權管理
- 產品與服務質量
- 化學品安全
- 負責任營銷及未成年人保護
- 供應鏈管理

作為全球領先的運動科技公司，Keep 秉持「創新驅動」與「品質至上」的理念，致力於為用戶提供高效、科學的運動解決方案。我們以「成為10億運動者的自由運動場」為10年目標，持續推動運動科技創新，不斷拓展產品矩陣，嚴格把控產品質量，切實維護用戶權益，提升用戶享受自由與健康的運動體驗。

一站式運動解決方案

Keep 持續關注和追蹤運動社區前沿動態與趨勢，提供一站式運動解決方案。2024年，我們聯合新經濟領域深度內容媒體「驚蟄研究所」一同發佈《2024年度運動流行趨勢指南》，提出運動領域5大新趨勢。圍繞消費者的運動需求，我們提供功能完善的運動平臺（App）、推出結合前沿潮流的線上體育賽事、打造創新科技的自有品牌健身產品、舉辦技術賦能的自營馬拉松賽事，以陪伴者和鼓勵者的角色幫助更多用戶更好地完成運動目標、愛上運動，助力全民健身，助推「健康中國」戰略落地。

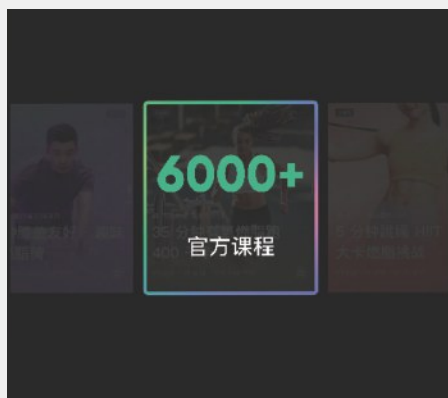
► 線上運動平臺



Keep 8.0發佈會現場

2024年3月27日，Keep 正式發佈App 8.0版本，並基於對行業趨勢的判斷及用戶需求的洞察，提出了全新使命願景：「激發每一次運動，讓世界充滿活力」。Keep App 8.0版本的發佈，不僅是技術上的升級，更是對用戶體驗和運動文化的深度探索。我們致力於通過豐富的內容、精準的數據分析和多元化的功能，讓運動變得更加科學、有趣和社交化，激發每一個用戶的運動熱情。

Keep App 8.0
提供豐富的官方課程



Keep App 8.0
支持多樣的運動品類

截至2024年12月31日，我們擁有超過6,000節官方課程，2024年的平均月活躍用戶達2,990萬人，年度活躍用戶超過1億人，總運動記錄數超過14億條。同時，App 8.0覆蓋了超過60個運動品類，涵蓋跑走騎運動、球類運動、室內運動、休閒運動、水中運動、專業運動、武術運動等類別，其中還包括了爬樓梯、遛狗等傳統運動之外的特殊品類。

助力戶外跑步

戶外場景，是我們在2024年著重發展的領域之一。App 8.0中已記錄超過24萬條跑步路線、覆蓋全國300多個城市。用戶不僅可以創建自己的跑步路線，記錄並對比同一路線上每次跑步的數據，還可以參考他人創建的路線，增加跑步選擇和安全性。此外，通過對比同一路線上不同跑者的打卡數據，用戶可以了解自己的跑步水平，激發對更高水平的挑戰。同時，打卡熱門路線也成為社交分享的一部分，增加了跑步的趣味性和社交屬性。

24w+
数据沉淀跑步路线

300+
覆盖全国城市

Keep App 8.0提供豐富的跑步路線

服務專業 馬拉松賽事

隨著全民健身意識的提升，馬拉松賽事逐漸成為推動城市經濟發展和健康生活方式的重要載體。Keep 作為頭部運動科技平臺，通過技術賦能和數字化服務，深度參與專業馬拉松賽事。2024年，Keep App收錄了全國400餘場專業馬拉松線下賽事，其中核心運營的賽事超過30場。



北京馬拉松博覽會

我們為核心運營的專業馬拉松賽事提供多樣化的定制服務，例如：

01

備賽跟練計劃

Keep App可在賽前為用戶提供「備賽跟練計劃」，供用戶根據配速選擇合適的訓練方案，科學備賽。



02

賽道路書

馬拉松參賽者可在Keep App上使用我們為賽事打造的「賽道路書」，獲取線上語音服務，提前了解賽道規劃，並在比賽當日獲得賽道指引。



03

實時數據服務

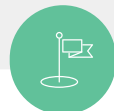
Keep App可與合作賽事的號碼簿晶片打通，從而為參賽者提供基於賽場實時數據的成績排行榜服務，並支持分享成績至社交媒體。



04

同步線上賽事

我們憑藉豐富的線上賽事運營經驗，為合作馬拉松打造同主題線上體育賽或挑戰賽並上線Keep App，線上賽事根據用戶需求設置不同組別，號召更多人參與路跑運動，也彌補了部分跑者無法參與線下賽事的遺憾。



📌 案例：助力北京馬拉松賽事，推動全民健身發展

2024年11月3日，北京馬拉松在天安門廣場成功舉辦，吸引了來自全球43個國家和地區的182,949名跑者報名，創下歷史紀錄。作為賽事的重要合作夥伴，Keep 在此次馬拉松中發揮了關鍵作用，展示了其在推動健康生活方式和支持體育活動方面的承諾。

Keep 通過技術賦能和數字化服務，為馬拉松賽事提供全流程支持，具體舉措包括：

▶ 一站式服務體系

Keep 建立了完整的賽前、賽中、賽後服務體系，為跑者提供訓練計劃、官方路書、實時數據同步、即時榜單排名等服務，為馬拉松參賽選手提供專業且充分的支持。參與2024年北京馬拉松賽事的選手可自行將參賽數據上傳至 Keep 平臺並參與 Keep 成績即時排名，最終參與該排名的用戶超過8,000人，這意味著，Keep 馬拉松專業用戶的滲透率超過了28%。

▶ 聯名線上賽與獎牌設計

對於無法參與線下賽事的用戶，Keep 推出了與北京馬拉松官方合作的聯名線上賽「龍盤祥瑞 | 2024線上北京馬拉松」，吸引了超過12,000名用戶報名，引導更多人參與馬拉松運動，促進健康生活方式的普及。此次聯名線上賽的獎牌設計以中國傳統文化元素「龍」作為主設計項目，祥雲環繞，龍盤潤玉，詮釋精彩紛呈的東方之美，獲得線上用戶的一致好評，體現了 Keep 對中華文化傳承的重視。

通過支持線下馬拉松賽事以及線上線下賽事相結合的方式，Keep 不僅為跑者提供了優質服務，也推動了全民健身的發展，充分體現了其作為運動科技平臺的社會責任與使命。



龍盤祥瑞 | 2024線上北京馬拉松賽事

強化數據 分析能力

Keep App 8.0 的數據分析能力得到進一步強化，其中，智能計劃功能在滿足用戶個性化需求上表現突出，2024全年智能計劃數量已經佔到總體計劃數量的90%以上，全年智能計劃的練過次數超過6,500萬次。

體態評估功能基於運動科學理論與AI識別能力，通過對用戶拍攝的照片或視頻進行分析，提取關鍵的形態特徵，如身體各部位的角度、肌肉分佈、骨骼結構等，並與正常的體態標準進行對比，從而判斷用戶的體態是否存在問題。該功能涵蓋了105個身體檢測項，準確率達到95%。已有超過1,100萬用戶通過該功能深入了解自己的身體狀況、科學制定的運動計劃。

運動檔案功能依託海量數據，圍繞100餘種運動指標，融合運動科學的評估體系，覆蓋有氧運動體系和業內首發的肌肉訓練體系，整合日常健康數據、睡眠等多維信息，為用戶帶來全方位的運動記錄洞察，分析運動效果與強度，涵蓋運動狀態(運動負荷、體能水平等)、運動能力（有氧耐力、肌肉耐力等）、運動表現預測等多個層面，讓用戶直觀衡量自身運動情況和進展。



促進運動社交

Keep App 8.0是運動愛好者的社區，我們有超過150個運動圈，聚集了眾多同好用戶同台競技、分享運動樂趣。加入運動圈後，用戶可以在其中參與豐富的賽事活動，與其他用戶交流互動，並加入排行榜的競爭。

► 線上體育賽事

Keep 憑藉創新的線上賽事和過硬的設計能力，將多元文化與運動完美結合，並通過聯名熱門IP、傳承傳統文化、宣傳環保理念及舉辦線下展會等形式，激發不同群體通過運動獲得喜愛的獎牌、表達對該文化的熱愛——這充分體現了公司的使命願景「激發每一次運動，讓世界充滿活力」。

同時，Keep 獎牌作為一種榮譽象徵，滿足了用戶對於自身努力和成就的認同需求，增強了他們的歸屬感和參與感，成為用戶情感體驗的重要載體。

2024年，Keep 共舉辦了807場線上體育賽事和3場線下獎牌展會，吸引超過686萬人次參與，展現了公司在社會責任、文化傳播和環保宣貫方面的卓越實踐。

玩轉IP聯名

Keep 與動漫二次元、遊戲、角色形象、大眾經典、文學影視等熱門IP深度合作，舉辦了一系列極具創意與吸引力的IP線上體育賽事。這些賽事不僅將用戶對IP的熱愛轉化為運動動力，還成功地將運動與娛樂、文化相結合，推動了全民健身熱潮的持續升溫。



案例：動漫二次元IP賽事——月下的會面 | 名偵探柯南系列線上跑

「月下的會面 | 名偵探柯南系列線上跑」的獎牌設計靈感來源於《名偵探柯南》動畫中的鐘樓鑽石錶針，以藍色、金色、白色為主色調，象徵著月光、珠寶和禮服，搭配鏈條設計，方便懸掛。獎牌背面則是怪盜基德的經典形象，搭配磁吸懸浮玩法，展現了怪盜基德乘滑翔翼飛行的奇妙效果。該獎牌的美觀且獨特的設計讓運動變得更加有趣和富有熱情，並吸引了包括動漫愛好者在內的超過60萬人參賽。



月下的會面 | 名偵探柯南系列線上跑

案例：遊戲IP賽事——該出奇兵了 | 崩壞：星穹鐵道仙舟系列運動挑戰賽

「該出奇兵了 | 崩壞：星穹鐵道仙舟系列運動挑戰賽」是66萬人參與的熱門賽事，其獎牌由兩部分組成：景元獎牌採用三折設計，可立起作為桌面擺件，銀杏葉可轉動；而彥卿、藹藹、雲璃獎牌則採用漸變藍搭配閃粉，附贈亞克力底座，可作為擺件。每個獎牌還附贈主題貼紙和專屬完賽證書。

這些獨具匠心的設計，大大提高了獎牌的可玩性和完賽用戶的心理認同感，成功將部分遊戲玩家轉化為運動愛好者，進一步拓展了運動的邊界。



該出奇兵了 | 崩壞：星穹鐵道仙舟系列運動挑戰賽

案例：角色形象IP賽事——愛神貼貼 | Hello Kitty 520甜蜜限定線上跑

「愛神貼貼 | Hello Kitty 520甜蜜限定線上跑」的獎牌完美貼合愛情主題，採用金屬浮雕設計，粉色與藍色的雙獎牌設計象徵著甜蜜與美好。獎牌特別設置的滑軌機關，讓兩隻Hello Kitty可以相互貼貼，傳遞愛的溫度。除此之外，用戶還可以DIY祝福卡片、贈送給TA愛的人。共有13萬人參與本賽事，讓運動成為了一種表達愛與美好的方式。



愛神貼貼 | Hello Kitty 520甜蜜限定線上跑



傳承文化之美

文化是民族的根脈，是連接過去與未來的橋樑。我們將文化多樣性刻進公司的運動基因，用獎牌傳承中華傳統之美，也體現流行趨勢文化，讓更多人有機會了解和感受文化的溫度與力量。



案例：歷史藝術文化賽事——龍紋琉璃 | 歷史博物館系列線上跑

歷史博物館系列賽事旨在還原歷史文物，傳播中華文明。「龍紋琉璃 | 歷史博物館系列線上跑」的原型文物，龍紋琉璃，現藏於大英博物館，藏品原為山西寺廟屋脊上的裝飾品，為明代山西製作的琺瑯彩龍紋琉璃磚，寓意呼風喚雨、防火滅災、吉祥如意。

本賽事獎牌以藍金黑白為底色，還原釉彩色澤，並採用正反雙面立體浮雕工藝，遵循明代造型動態十足的特點，背面1.480公里數的靈感來源於文物誕生的年代。本賽事共計8萬人參與，也讓更多的人了解龍紋琉璃這一中華歷史文物。



龍紋琉璃 | 歷史博物館系列線上跑

📌 案例：傳統節日文化賽事——好運龍龍 | 中國龍·新春線上跑

作為 2024 年度時令賽的第一場，「好運龍龍 | 中國龍·新春線上跑」以其可愛新潮的粉紅芭比龍造型，吸引超過3萬人參與，共慶龍年春節。

本賽事獎牌採用中國傳統平安鎖的異形外觀，寓意平安喜樂、好運連連，開合設計和鏤空開蓋進一步增添了獎牌的可玩性，成功地將節日氛圍與運動精神相結合，讓更多人在運動中感受到節日的喜悅。



好運龍龍 | 中國龍·新春線上跑

📌 案例：流行趨勢文化賽事——捕夢初櫻 | 晚安好夢系列線上跑

捕夢網作為當下流行的文化符號，源自印第安文化，寓意捕獲美麗的夢幻，保佑人們不受噩夢侵擾。我們緊跟文化潮流，推出了「捕夢初櫻 | 晚安好夢系列線上跑」，吸引13萬人參與。本賽事將捕夢網的網狀邊框和櫻花的外型巧妙結合，祝福用戶將初櫻的美好運氣全部捕獲。

我們始終保持對社會熱點文化的緊密關注，並持續為用戶提供大眾喜愛的文化產品。



捕夢初櫻 | 晚安好夢系列線上跑

宣傳環保理念

在全球氣候變化的背景下，Keep 積極響應《巴黎協議》及中國「碳中和碳達峰」的減碳號召，通過騎行賽事傳達環保理念，提升公眾對於低碳出行的認知，以實際行動推動綠色生活方式的普及。

案例：冰川騎跡 | 低碳騎行挑戰賽

「冰川騎跡 | 低碳騎行挑戰賽」是 Keep 推出的首款碳中和賽事，獎牌獲得了權威機構的碳中和認證。

本賽事以緩解全球變暖，保護地球、冰川和北極熊為設計理念，設置9.22公里的騎行目標來宣傳「9月22日世界無車日」，並使用「每人每騎行1公里可減少48.64克碳排放，完賽可減排448.46克二氧化碳」的官方數據，號召用戶低碳出行、加入到環境保護行動中來。本賽事得到用戶的積極認可和參與，限量獎牌一經推出便快速售罄。



冰川騎跡 | 低碳騎行挑戰賽



「冰川騎跡騎行獎牌」碳中和證書

案例：蔚藍星球 | 2024低碳騎行挑戰賽

自2022年4月起，Keep 連續三年響應「4月22日世界地球日」號召，舉辦主題騎行挑戰賽，累計吸引4萬餘人參與，鼓勵用戶用騎行代替開車，降低碳排放，保護地球家園。

2024年，Keep 延續該賽事系列，推出「蔚藍星球 | 2024低碳騎行挑戰賽」，繼續以微笑地球為核心設計項目，持續將環保理念與趣味互動相結合，廣泛傳播綠色出行的重要性。



蔚藍星球 | 2024 低碳騎行挑戰賽

趣味線下展會

Keep 獎牌賽事作為潮流新寵，於2024年首度走進線下，以展會形式與用戶面對面進行溝通和互動，清晰呈現 Keep 獎牌的「潮玩周邊」、「運動兌換」的趣味互動機制，既向用戶充分傳達了情感價值，也賦能了快樂運動，為線上賽事的參賽者們帶來全新體驗。

📌 案例：春日主題蠟筆小新獎牌快閃活動

2024年4月，配合「春遊野趣 | 蠟筆小新萌趣線上跑」賽事上線，Keep 首次舉辦線上線下聯動的IP聯名活動，在北京新晉潮流地標 THE BOX 朝外舉辦了春日主題蠟筆小新獎牌快閃活動，吸引上千名用戶現場參觀互動。

活動當天，Keep 還策劃了融合八段錦和太極的新國風運動課程，並邀請 Keep 課程設計師、太極拳非遺傳承人李鑒霖到場親自授課，與眾多運動愛好者和國潮愛好者一同，在年輕時尚的潮流地標頂層，演繹了一場別開生面的國風全民運動。



春日主題蠟筆小新獎牌快閃活動

📌 案例：第37屆長沙ACC動漫展

2024年5月，Keep獎牌參展第37屆長沙ACC動漫展，這是Keep獎牌的漫展首秀。我們響應展會探索動漫、遊戲、手辦模型、衍生品開發等領域的跨界融合與創新，構建綜合產業鏈的號召，攜眾多熱門IP打造「獎牌潮玩店」，與IP愛好者們直面溝通，為用戶提供新潮的社交平臺，激起參與者的文化共鳴和運動熱情，使Keep展區得到百萬量級傳播與廣泛好評。



第37屆長沙ACC動漫展

📌 案例：第二十一屆中國國際數碼互動娛樂展覽會（簡稱「ChinaJoy」）

2024年7月，Keep 攜百餘種IP獎牌參展亞洲知名數碼互動娛樂展示及交流平臺ChinaJoy，在潮·生活展區為二次元愛好者帶來了《名偵探柯南系列線上跑》巨型獎牌打卡裝置和現場完賽領取實物獎牌的體驗。

展會期間，Keep 獎牌憑藉創新工藝、潮流設計、情緒價值，吸引了超萬人前往展區打卡，並有2,000餘用戶參與跑步活動、將Keep獎牌作為紀念品帶回家。



第二十一屆中國國際數碼互動
娛樂展覽會（ChinaJoy）

► 自有品牌健身產品

Keep 以「運動科學」與「運動美學」為雙輪驅動構建產品生態，持續推出功能科學、設計美觀的健身產品，提升用戶運動體驗。在「運動科學」領域，我們依託智能算法與AI技術構建智能硬件產品的數據基礎，通過數據閉環持續提高用戶健身方案的科學性。在「運動美學」領域，我們深入洞察用戶需求，從多元運動場景出發，推出具有設計感的健身產品，滿足用戶對穿搭外在美和健康內在美的協同追求。

Keep 聚焦「吃、穿、用、練」運動生活全場景，為消費者提供從入門級到進階選項的高品質產品，構建覆蓋智能硬件、包括裝備和服飾在內的配套健身產品、健康食品的消費生態。通過科學研發與用戶洞察的雙向驅動，Keep 打造「易獲取、強功能、高适配」的健身產品矩陣，以輕量化設計降低運動門檻，以數據閉環優化健身體驗，為用戶提供覆蓋運動準備、執行、恢復的全週期解決方案，助力健康生活方式的可持續實踐。



Keep Watch Pilot 1 智能手錶



智能運動手環 B4



智能跑步機 K4



加寬瑜伽墊



燃脂負重計數跳繩



四輪肘撐健腹輪



凝膠掌墊健身手套



中強度前拉鏈運動內衣



男子跑步訓練速乾T恤



每日雙層蛋白棒



乳清蛋白粉



電解質能量膠

作為領先的運動科技公司，Keep 始終致力於通過創新科技為用戶提供高效、科學的運動解決方案。在夯實全場景產品生態的基礎上，Keep 不斷加強數據互聯和分析，我們的穿戴產品經歷了從數據記錄員到健康管家，再到科學運動領航員的演變，體現了公司在產品研發上的持續突破和對用戶需求的深刻洞察。我們最新推出的 Keep Watch Pilot 1智能手錶，以其時尚與功能兼具的外觀設計、精准可靠的硬件設定，科學運動的智能指導功能，深受用戶喜愛，在2024年8月上市後，4個月的時間裏銷量超過了12,000台。

Keep Watch Pilot 1智能手錶採用1.32英寸AMOLED圓形螢幕，提供流暢的視覺體驗，並且選材輕巧透氣，佩戴無負擔。本款手錶配備了AG 3353雙頻全星系定位系統，即使用戶不帶手機出門跑步，也可記錄運動線路，並且在用戶運動時可基於精准的心率監控即時計算，得出當前運動強度級別，並通過手錶下方的指示燈呈現出對應強度的顏色，幫助用戶快速掌握心率信息，保持最佳運動狀態，提升運動效率和安全性。

Keep Watch Pilot 1的最大亮點在於其科學跑步指導功能。這款手錶與 Keep App深度整合，支持超過60種運動品類的課程並同步計劃日程，用戶可一鍵開練。在跑步過程中，手錶通過監測用戶的身體狀態和運動能力，提供個性化的跑步課程和智能計劃，並通過步頻器和心率指示燈給予即時指導。運動結束後，手錶還內置拉伸視頻課程，幫助用戶進行正確的拉伸訓練，減少運動損傷。

从入门跑向进阶一步到位

更轻盈
更百搭

32g

轻量化机身*



8通道

心率检测



双频全星系
精准定位



150+

跑步课程
一键开练



「心率灯」
实时反馈



*不含标配表带重量。

► 自有品牌IP賽事

助力產業生態升級 城市跑步文化建設

Keep 作為頭部運動科技平臺，我們的自有品牌IP賽事「城市K馬」致力於構建更加完善的產業生態，推動路跑賽事全民化、專業化、規範化發展。

2023至2024年，「城市K馬」已在全國 7 座城市開展了14場千人以上規模的路跑賽事，其中2024年共有超過萬人報名參賽。根據田協標準分級，「城市K馬」參賽選手中達到精英、高手水平的選手累計超過千人，約佔參賽選手總數的10-15%，有助於向大型馬拉松賽事輸送新興跑者。



「城市K馬」Logo

隨著跑步圈層的擴大，「城市K馬」為不同階段、不同需求的跑步愛好者提供了多樣化的賽事平臺，無論是專業選手還是業餘愛好者都能參與其中，有力推動了全民運動的發展。「城市K馬」通常設有大眾超跑、親子樂跑以及螢光夜跑等多個項目，不同類型的跑者都能從中找到屬於自己的跑道，釋放跑步的熱情與快樂。同時，我們的K馬賽事運營團隊提供的專業賽事服務，也為更多新晉跑者提供能力進階的上升途徑。

Keep 注重對城市運動文化的挖掘與賦能，我們的「城市K馬」以熱門跑步地標為根據地，滲透當地跑者的生活圈層，激發外地跑者的探究興趣，是對廣大群眾歡度健康週末、以腳步丈量城市、親身感受城市獨特文化內涵與魅力的有力號召。



「城市K馬」螢光夜跑活動現場

案例：城市K馬深圳站開跑，在深圳灣釋放運動熱情

2024年11月，Keep 在深圳市深圳灣公園成功舉辦了「城市K馬」超跑賽，吸引了超過5,000名跑步愛好者與市民熱情參與。本次活動得到了深圳市公園管理中心及深圳市南山區文化廣電旅遊體育局的鼎力支持，為跑者們打造了一場集運動、文化與城市探索於一體的跑步盛宴。

比賽當天，參賽者沿著城市K馬精心設計的深圳灣公園賽道奔跑，沿途欣賞濱海風光與城市地標，感受深圳作為國際化大都市的獨特魅力。

此次「城市K馬」不僅是一場跑步賽事，更是一次城市文化的深度體驗。通過跑步，參賽者不僅鍛煉了身體，還深入了解了深圳的自然景觀與人文風貌。活動結束後，許多跑者在社交媒體上分享了自己的參賽感受與打卡照片，引發了廣泛關注與討論。



深圳「城市K馬」路線



深圳「城市K馬」活動現場

數字化能力賦能 創新運營模式 拓展賽事價值

Keep 強大的數字化平臺及技術能力，為「城市K馬」的線上賽事招募及運營提供了全方位支持。參賽者借助 Keep APP，便能輕鬆完成報名、查看賽事信息、獲取賽前訓練計劃等操作，賽後還可通過賽事詳情頁便捷查詢成績、獲取賽場照片。此外，「城市K馬」特別設置線上賽場，跑者完成跑步後可參與多重互動抽獎，讓跑者在獲取運動成果的同時享受運動福利。

「城市K馬」不僅在賽事體驗上進行創新，還在賽事運營上進行了多元嘗試。2024年，「城市K馬」攜手各行業40餘個品牌，通過開發賽事周邊產品、推出賽事聯名獎牌、引入參賽完賽物資等方式，成功拓展了賽事價值，並通過媒體話題、戶外大屏等形式傳播，將賽事影響力延伸至更廣泛的受眾。



北京「城市K馬」獎牌



「城市K馬」跑者服務中心

產品研發與創新

► 產品研發管理體系

Keep 始終將創新作為產品研發的核心驅動力，致力於通過前沿科技與用戶洞察，為用戶打造卓越的健身體驗，推動全民健康事業的可持續發展。

研發戰略和機制

我們的研發戰略以市場趨勢、用戶需求和技術發展為三大核心驅動力，通過科學規劃與動態調整相結合的方式，確保研發工作始終與市場需求保持緊密對接。

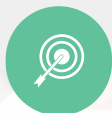
在戰略層面，我們每年召開研發戰略會議，基於對未來三年市場趨勢、用戶需求及行業技術發展方向的深度洞察，制定長遠的研發目標與階段性任務。在執行層面，我們通過年度規劃與月度追蹤相結合的管理機制，確保研發進程的穩步推進與靈活調整。

為精準捕捉用戶需求與市場動態，我們建立了多元化的反饋機制：

01

用戶洞察

我們通過雙月用戶訪談、月度 Voice of Customer（下稱「VoC」）報告及市場雷達追蹤，即時獲取用戶反饋與行為數據。



02

行業研究

我們每月發佈行業趨勢報告，並舉辦內部市場分析分享會，幫助研發團隊保持對市場動態的高度敏感。



03

跨部門協作

我們通過定期溝通與信息共享，確保各部門及時了解市場變化，協同調整研發方向，推動產品創新與市場需求的高度契合。



► 知識產權管理

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》和《中華人民共和國著作權法》等法律法規，制定並不斷完善包括《知識產權管理制度》《專利管理制度》《著作權管理制度》《商標管理制度》及《商業秘密管理制度》在內的各項管理制度，逐步建立起一體化的知識產權策略。Keep 建立了知識產權保護與激勵機制，積極打擊知識產權侵權行為，並通過知識產權貫標認證來維護創新成果，以此激發員工的創新熱情，確保公司的創新優勢和市場地位。2024年，公司體育器材已獲得知識產權貫標認證，公司商標已被納入《北京重點商標保護名錄》。



知識產權管理體系認證證書



北京重點商標保護名錄納入證明

知識產權 管理流程

公司構建了一套全面的線上化知識產權管理體系，對不同產品業務實施分級管理，主要圍繞風險控制、申請保護以及日常管理三大板塊展開工作，憑藉系統化的管理策略與流程，達成知識產權的高效保護與價值最大化。

► 風險控制

我們針對新業務/新產品開展風險排查工作，降低合規風險和開發成本。

► 申請保護

我們注重對創新成果保護，構建並完善專利、商標、著作權和商業秘密等知識產權全方位一體化保護體系。

► 日常管理

我們持續維護知識產權信息數據庫，收集、整理、分析與公司相關的知識產權信息，包括行業動態、競爭對手知識產權狀況等，為業務決策提供信息支持。

公司搭建數字化管理系統，對專利、商標、著作權實施全生命週期的精細化管理。2024年，公司對專利數字化管理系統進行功能升級，通過完善專利申請前、申請中、申請後各個環節功能，有效控制風險、提質增效，為公司知識產權戰略規劃提供有力支撐。



知識產權 激勵制度

Keep 設立專利獎勵機制，激發員工的創新熱情並充分認可員工的創新成果。月度獎勵分為專利申請獎和專利授權獎，獎勵金額在公司內部公示並與員工薪資同步發放，以確保激勵的及時性與透明度。此外，在每年的世界知識產權日宣傳活動中，我們會對上一年度的知識產權成果進行集中表彰，並發放年度獎勵。2024年，公司授予的知識產權保護獎勵達117人次。

📌 案例：第四屆「Keep Hackathon」駭客大賽成功舉辦

作為運動科技行業的創新引領者，Keep 始終致力於探索科技與運動的深度融合，並多次舉辦「Keep Hackathon」駭客大賽活動，為員工搭建將科技創意轉化為現實成果的璀璨舞臺。

2024年，第四屆「Keep Hackathon」駭客大賽以「AI與運動」為主題，聚焦人工智能技術在運動領域的創新應用，吸引數十支團隊踴躍參與，成功孵化出14個兼具創新性與實用性的項目樣例，並為表現優異的團隊提供了豐厚的獎勵。



「AI與運動」駭客大賽

知識產權 侵權打擊措施

Keep 在2024年加大自有知識產權保護力度，增強了線上侵權監控體系和侵權處理力度，可及時對主流電商平臺和視頻平臺進行侵權線索監控及投訴，切實保護公司創新成果。2024年，公司累計投訴下線侵權商品 約20,000件、侵權視頻課程約2,500件。

我們積極通過法律途徑維護公司的商標權、著作權等合法權益，打擊市場不正當競爭行為。2024年，公司新增辦結70件涉及著作權與商標權的知識產權維權案件。

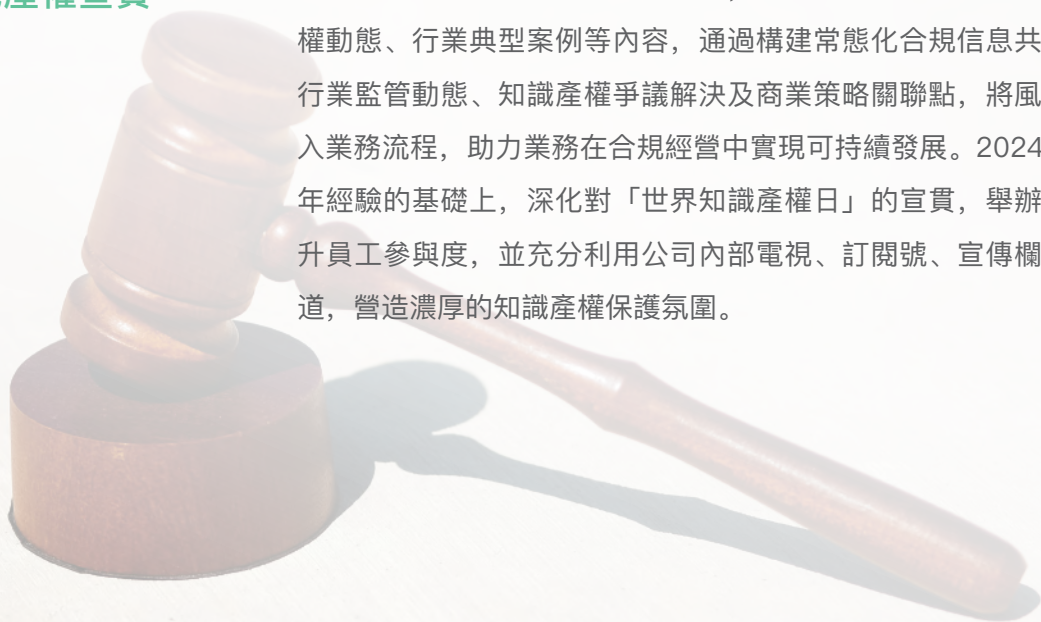
📌 案例：知識產權維權訴訟案件

2024年，Keep 分別對自有品牌健身產品製造、線上會員銷售、線下健身房運營等多種業務場景中存在的知識產權侵權行為進行打擊。

其中，在侵權產品製造工廠商標侵權案中，我們協助市場監管部門行政查封近兩千余件侵權成品及八千余件侵權商標標識，有效遏制了侵權產品的流通，維護消費者的合法權益；在非法獲取銷售 Keep 會員免費權益案中，我們打擊利用技術手段衝擊 Keep 會員定價體系的不正當競爭行為，為用戶提供公平、透明的會員服務體驗；在線下實體健身房商標侵權案中，我們打擊某線下健身房惡意攀附 Keep 商標榮譽的侵權行為，實現對Keep 41類商標權益的有力維護。

知識產權宣貫

公司法務部每月發佈《法務月刊》，為各部門及時提供行業新規、知識產權動態、行業典型案例等內容，通過構建常態化合規信息共享機制，解讀行業監管動態、知識產權爭議解決及商業策略關聯點，將風險識別能力嵌入業務流程，助力業務在合規經營中實現可持續發展。2024年，我們在往年經驗的基礎上，深化對「世界知識產權日」的宣貫，舉辦系列活動，提升員工參與度，並充分利用公司內部電視、訂閱號、宣傳欄海報等多種渠道，營造濃厚的知識產權保護氛圍。





「世界知識產權日」活動

知識產權成果

2024年，Keep 在深化維護自有知識產權的同時，積極挖掘創新技術，加速將創新成果轉化為知識產權，實現專利、商標、版權等多項知識產權指標的顯著增長，進一步提升了公司競爭力。

指標	單位	2024年	2023年
專利	項	507	440
商標	項	1,339	1,167
版權	項	657	555
軟件程序	個	65	60
域名	個	34	31

知識產權成果



2024年傑出企業知識產權
管理團隊（知產鷹才）

2024年，Keep 憑藉在知識產權管理方面的卓越實踐，榮獲由中關村知識產權戰略研究院、北京陽光知識產權與法律發展基金會等單位聯合頒發的「2024年傑出企業知識產權管理團隊（知產鷹才）」獎項。

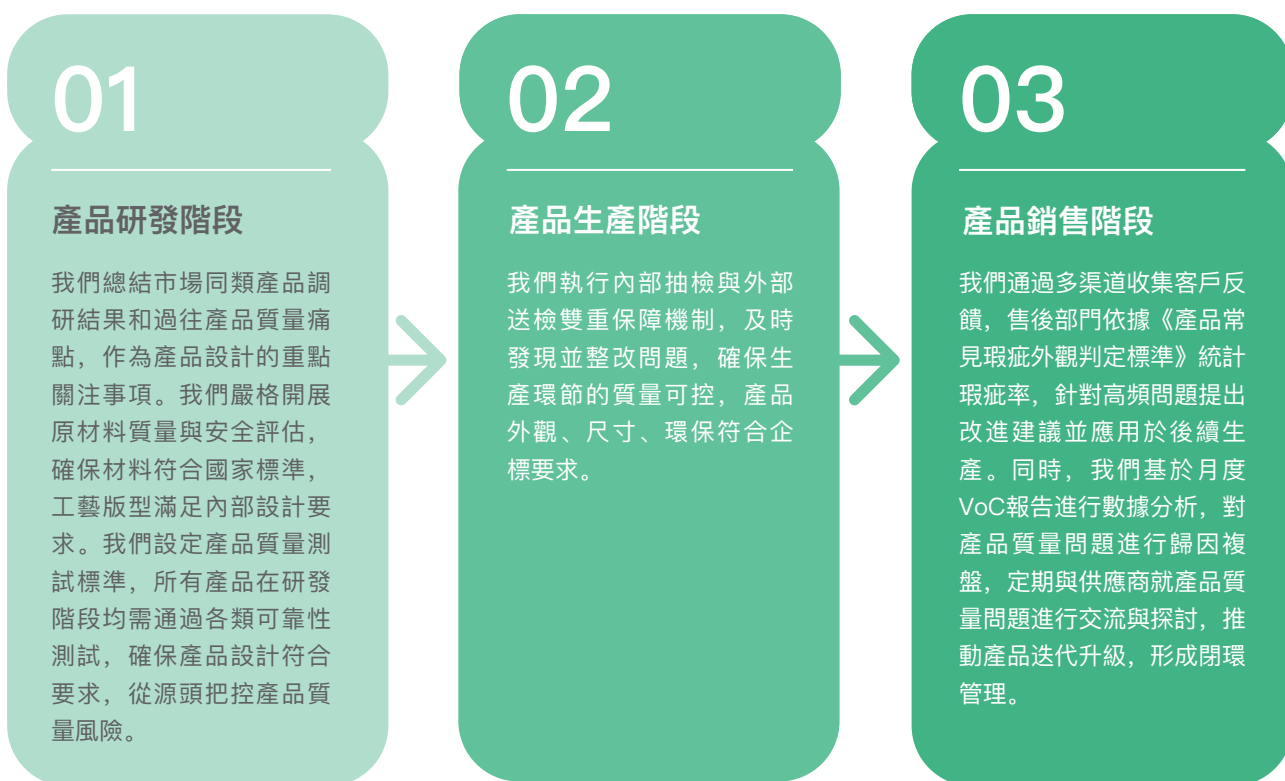
產品質量與安全

► 實物產品質量管理體系

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國食品安全法》等法律法規，建立了完善的實物產品質量管理體系，確保對各類產品的質量安全進行全生命週期管理，為用戶提供可靠、健康、環保的產品體驗，同時積極履行社會責任，保障公眾健康和 safety。

實物產品 質量管控

我們制定了內部質量管理制度與標準，建立獨立的品質管控部門，明確各業務部門的品質責任與管控流程，確保產品質量管理有章可循、有據可依。



公司制定了召回制度，確保在發現質量問題時能夠迅速響應，切實保障消費者權益，持續提升客戶滿意度。2024年，公司未發生任何與安全與健康相關的產品召回事件。

化學品管理

Keep 高度重視化學品管理，依據《消費品中重點化學物質使用控制指南》、歐盟RoHS指令等國家標準和國際安全規範，致力於確保所有產品從原材料採購到生產加工，再到最終交付的各個環節，均符合公認的化學品管理標準，杜絕有害化學品的使用，保障消費者健康和環境安全。



化學品管理措施

► 內容質量管理體系

Keep 始終致力於營造積極健康的平臺生態，嚴格遵循《互聯網信息服務管理辦法》等法律法規，制定並實施了《社區用戶公約》《社區管理規範》《規則百科》《兒童個人信息保護政策》及《審核尺度標準》等一系列管理規範，為用戶打造安全、友好的互動環境，持續推動平臺生態的健康發展。

平臺內容 質量管理

為保障內容質量，我們制定了詳盡的平臺內容質量標準，不僅包含內容的準確性、實用性，還關注其創新性和吸引力。例如，對於健身課程內容，我們要求必須由具備專業資質的教練製作，且課程設計需遵循科學的運動原理，能夠有效幫助用戶達成健身目標。

為確保平臺內容的合規性，我們建立多層次、多維度的內容審核機制，對平臺上公開傳播內容的安全與質量嚴格把關。我們依託機器算法和人工覆核兩道程序，結合內容的風險優先順序、用戶等級等因素，實現對違規或低質量內容的篩選和屏蔽。2024年，我們處置違規內容7.2萬余條，永久封禁違規賬號1,500餘個。同時，我們補充敏感關鍵字組1.2萬餘組，持續迭代升級機器審核能力、營造健康網絡環境。

為提升內容審核的專業能力，我們定期對新員工、內容安全審核人員、運營人員、主播以及供應商等相關人員進行內容安全培訓，培訓內容涵蓋了互聯網法律法規、Keep 內容治理標準、內容安全相關的社會熱點事件、敏感內容識別以及直播運營安全注意事項等。

我們建立了不良信息舉報機制，鼓勵用戶通過 Keep App、電子郵件和電話等多種途徑舉報違規內容，並對舉報線索採取快速響應。同時，我們通過官方治理賬號「Keep_大理寺」發佈周度治理報告、普及反詐知識，倡導用戶共同維護健康的平臺環境。2024年，官方治理賬號累計發佈治理及科普文章121篇。

平臺內容 創新管理

為進一步提升平臺內容的品質和多樣性，Keep 採取如下創新舉措，旨在激勵用戶創作和分享高質量的健身內容。

興趣領域達人計劃

Keep 「興趣領域達人計劃」作為創作者成長體系核心模組，面向健身、跑步、騎行、瑜伽、操課五大垂直領域的優質用戶開啟認證通道。該計劃基於用戶運動數據、內容質量及影響力建立評估模型，為持續輸出高價值運動內容的創作者授予認證標識。自7月2日正式上線以來，我們已完成首批近300名達人的認證，並將持續通過專屬權益激勵機制提升創作者榮譽感，激發運動社區UGC²生態活力。



分成計劃

Keep 面向創作者推出「分成計劃」，該計劃依據用戶發佈的跟練計劃的跟練數據，發放獎勵，驅動優質內容生產。計劃上線4個月已吸引超過2,000位創作者投稿，累計產出2.9萬條跟練內容，直接帶動65萬餘人次完成訓練。



未成年人保護

2024年，Keep 積極響應「清朗·2024年暑期未成年人網絡環境整治」專項行動，在App上線了未成年人專區，針對未成年人的網絡行為特點和需求，加強系統和人工兩道信息篩選處理常式，為青少年營造一個健康、安全的網絡環境。我們全年封禁涉及未成年有害信息和行為的賬號5個，處置涉及未成年有害信息3百餘條，並為及時應對未成年人遭遇的網絡暴力、網絡詐騙等問題，設立了24小時未成年人舉報專線。上述舉措有效防止不良信息對未成年人造成傷害。

為提高未成年人保護意識，我們在2024年通過官方治理賬號「Keep _大理寺」，向公眾發佈了5篇涉及未成年人保護的知識科普教育文章；我們還舉辦了信息安全與內容生態治理安全節，通過拍攝反詐騙、保護信息安全等主題的微電影，以及豐富的有獎活動，提高員工與用戶的安全意識。

2 UGC(User Generated Content)，即用戶生成內容，指普通用戶通過數字平臺主動創作並分享的文字、圖片、視頻、教程等原創內容。

客戶權益保障

► 客戶服務管理

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》和《侵害消費者權益行為處罰辦法》等法律法規，高度重視客戶權益。我們不斷優化客戶服務體系，制定了《客服操作手冊》《客服日常工作規範》《客服部現場管理制度》《客服部保密制度及應急事件處理標準》等制度和規定，致力於持續提升運營及服務水平。

報告期內，我們不斷優化用戶服務流程，對App、線上體育賽事獎牌、自有品牌健身產品的瑕疵問題出臺了相應的福利政策和機制，提升客戶體驗。對於不同業務條線，我們建立系統且專業化的獨立客戶團隊，確保客戶能夠獲得及時、專業的服務支持，提升客戶對產品的認知和使用體驗。

客戶反饋 及投訴處理

Keep 始終將用戶體驗視為產品與服務的核心，秉持「與用戶在一起」的理念，建立線上線下客戶意見反饋渠道及常態化的溝通機制，確保用戶反饋能夠及時傳遞至業務部門，並以此為導向持續優化產品質量與性能，打造用戶滿意的優質產品。



線上反饋渠道

我們的線上客戶反饋渠道包括熱線電話，Keep App在線客服，和天貓、京東、抖音、拼多多、小紅書等各大電商平臺在線客服，滿足客戶在不同場景下的溝通需求，確保及時為客戶提供支持、快速解決客戶的問題。



線下反饋渠道

我們也在線下建立了能夠與客戶面對面溝通的反饋機制。我們每雙月舉辦一次線下用戶VoC分享會，邀請用戶現場分享他們使用Keep 產品和服務的體驗和建議，並基於寶貴的用戶洞察，推進後續的產品迭代與優化。

為提高用戶投訴處理效率，我們建立了標準化的用戶投訴處理流程。接獲用戶投訴後，一線客服將對問題涉及的權責範圍進行判斷，及時提供相應解決方案並進行跨部門協同處理。以下為 Keep 客服團隊在不同場景下的客訴應對方法：

平臺活動

針對平臺活動，Keep 客服團隊建立了反饋和風險評估機制，在平臺活動開展前進行活動預演，盡可能降低缺貨問題對用戶體驗造成的負面影響。

站外投訴

Keep 與第三方機構合作，監控和分析用戶在不同站外渠道的反饋，主動聯繫用戶解決問題，確保用戶在各個平臺上都能獲得及時的支持。

售後退換貨

Keep 按照渠道、品類搭建退換貨監控報表和對應的售後處理流程，以滿足用戶的不同需求，提供優質且高效的售後服務。

我們高度重視客服響應速度，要求客服團隊對用戶投訴進行及時、高效的處理。對於權責範圍內的投訴，一線客服團隊會即時處理；對於超出一線權責範圍、需要跨部門解決的項目，我們保證在24小時內解決相關問題並與用戶電話協商解決方法。

2024年，本公司收到的關於產品和服務投訴³數目為1,046件，均已及時解決。

客戶服務培訓

我們持續完善客戶服務培訓體系建設，定期對客服團隊開展服務質量管理、VoC管理、新業務、新流程和新產品培訓，以提高客戶服務能力。2024年，我們上線客服雲課堂，提供可隨時播放學習的錄製課程，幫助客服團隊及時了解最新的業務及服務要求，並支持佈置學習任務、追蹤員工學習情況，強化培訓效果。



2024年，
我們在客服雲課堂上線了

線下開展業務專題培訓

累計完成培訓超

31 節雲課程

300 餘場

8,000 人次

³ 產品和服務投訴指本公司本年度收到的12345、朝陽區市場監管局等監管平臺的成文投訴。

客戶滿意度管理

為切實落實客戶管理要求，我們設定年度客戶滿意度目標，並將目標分解到各個相關部門。2024年，本公司通過向用戶發放滿意度調研問卷的方式，開展用戶滿意度⁴調查，共有約17%的用戶參與了調查。滿意度調查結果如下：

►400熱線用戶滿意度⁵：目標為95%，實際達成**98.91%**；

►在線諮詢用戶滿意度⁶：目標為92%，實際達成**93.78%**；

►首次解決率⁷：目標為91%，實際達成**93%**。

我們將持續優化服務流程、提升員工素質、改進產品體驗，持續提升 Keep 產品和服務的客戶體驗和滿意度。

► 負責任營銷管理

為保障營銷推廣內容符合國家相關法律法規，Keep 依據《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《互聯網廣告管理辦法》《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》《規範促銷行為暫行規定》《廣告絕對化用語執法指南》等法律法規，並結合各類廣告處罰案例，制定了適用於不同行業的《資質及內容規範》，覆蓋食品、美妝、金融保險、教育培訓、醫療保健、衛生消毒等多個領域，確保廣告策劃、素材投放等各個環節都符合法律規定。我們還建立了完善的營銷內容審核機制，並開展相關培訓規範公司營銷行為。



4 用戶參與滿意度調查率公式：參加滿意度調研的人次/客服接待總人次。

5 400熱線用戶滿意度公式：對400熱線服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數/參與400熱線服務滿意度調查的總用戶數量。

6 在線諮詢用戶滿意度公式：對在線諮詢服務打分為「滿意」及「非常滿意」的用戶數/參與在線諮詢服務滿意度調查的總用戶數量。

7 首次解決率公式：客服首次接待完結人次/客服接待總人次。

負責任營銷 審核機制

Keep 採取一系列嚴格的預防及檢查措施，確保營銷內容的合規性。

第三方審核合作

公司與專業的第三方審核機構建立了長期穩定的合作關係，通過嚴格的事前審查，提前識別並糾正潛在的違規或風險內容。



多層內部審核

公司針對廣告業務建立了多部門協同審核機制，要求廣告業務部門、法務部門、市場部門等相關部門聯合審核通過的廣告才能予以發佈，從而確保廣告主資質齊全、廣告內容真實合法，避免出現虛假宣傳或誤導消費者的內容，切實保護消費者權益。



定期抽檢審查

公司定期開展對商品信息的抽查活動，覆蓋公司主要消費品品類。針對抽檢審查識別出的商品營銷宣傳風險問題，公司會立即糾正，並作為案例納入內部定期全員宣貫訂閱號文章，用於預防未來可能出現的風險，以更好地服務於廣大消費者。2024年全年抽檢總量近2,000條，整改問題170余項。



營銷傳播違規 事件應對機制

公司建立了完善的營銷傳播違規事件應對機制，確保能夠及時響應潛在違規事件、制定有效解決方案，並對相關業務進行全面排查與整改，杜絕類似情況再次發生，切實保障消費者的合法權益。2024年度，公司未發生任何營銷傳播違規事件。

負責任營銷培訓

公司開展多樣的營銷相關培訓，以提升員工的合規意識和專業能力。除了定期的全員宣貫訂閱號文章，公司在2024年還組織了兩場專題培訓，分別聚焦於特殊廣告合規性和奧運賽事營銷風險，內容涵蓋了廣告法對於三品一械行業的法規要求解讀、注意事項和案例分析，以及奧運會品牌保護要求，從而幫助員工更好地把握廣告邊界，避免潛在法律風險。

供應鏈管理

Keep 持續完善《供應商管理制度》，不斷規範和執行供應商准入、評估及退出相關流程，對供應商進行全生命週期管理。我們重視與供應商的合作與溝通，持續優化供應商選擇及供應商產品交付質量審核流程，圍繞供應商生產質量管理及產品研發等多維度提升供應商品質意識，並成立專業團隊對供應商在 ESG 重點風險管理領域的資質進行考核。

► 供應商管理

供應商准入

Keep 制定《供應商准入及退出制度》《供應商資質評估表》《驗廠報告》等制度及標準文件，規範化供應商准入流程，通過嚴格的資質審核與實地驗廠，篩選出優質供應商，為產品質量與供應鏈穩定性提供堅實保障。本公司供應商准入審核工作包括以下內容：

供應商基本信息表



供應商管理部門收集整理供應商的概況，包括工廠規模、合作品牌、報價水平、產能情況、擅長品類、投資意願度等，並填寫《供應商基本信息表》。這一步驟說明公司全面了解供應商的基本情況，為後續評估提供基礎數據。

資質審核



供應商管理部門收集供應商的營業執照、消防驗收報告、企業資質、開戶許可證等材料，提交法務和財務部門審核，確保供應商的資質合法有效，避免潛在的法律和財務風險。

樣品評估



供應商管理部門要求供應商提供樣品，由產品、品質、採購職能共同評估樣品的工藝水平、品質細節和報價是否符合 Keep 品牌標準。這一步驟確保供應商的產品質量和服務能力符合公司的要求。

現場審核



供應商管理部門發起驗廠流程，採購、交付、品質職能、研發對現場進行審核，包括展廳、生產車間、檢驗包裝工序、原材料倉庫、成品倉庫等。審核內容涵蓋食品安全、質量保證體系、原料可追溯體系、產品保護、有害生物防控、生產環境、操作規範等維度。

我們在准入階段對供應商的環保資質、勞工管理、產品安全及商業道德等方面開展評估，切實推進供應鏈的可持續發展。我們優先選擇與環境保護、勞工管理、產品質量與安全等方面表現較好的供應商合作。

01

環保資質

我們要求供應商提供 ISO 14001環境管理體系認證等環保資質，以證明其生產過程符合環保標準，並要求供應商持續改進生產工藝、使用綠色能源、減少廢棄物排放。

02

勞工管理

我們嚴格要求供應商遵守《中華人民共和國勞動法》，評估供應商是否遵守勞動法規，包括但不限於提供合理的工資、工作時間和勞動條件，確保不存在童工或強制勞動等問題，維護勞動者職業健康與合法權益。

03

產品質量與安全

我們要求供應商提供 ISO 9001質量管理體系認證等資質文件，在生產環境、規範操作、食品安全、化學品安全、材料追溯等方面提出嚴格要求。

供應商准入審核考量要求

供應商日常管理

本公司制定了《供應商考核及評級制度》，針對交付質量、供應鏈文化匹配度、環境及社會風險等方面對供應商進行分級管理和績效考核。我們還將「長遠管理」理念貫徹落實在與供應商的合作流程中，制定整改、通報、優秀供應商表彰機制。對於資質造假，或存在重大環境、社會風險的供應商，我們會將其納入黑名單，永久禁止合作。本公司供應商日常工作包括以下內容：

定期考核

Keep 每季度和年度對供應商進行全面評價，涵蓋經營狀況、產品質量和ESG表現等維度。評價結果用於分級管理，評分結果分別對應不同的合作策略和管理措施。

現場稽核

對於不同等級的供應商，我們每半年或一年對供應商開展一次現場稽查，通過實地探訪考核供應商的工作環境、操作流程、產品交付能力。稽核中發現的問題會及時記錄並反饋給供應商，要求其限期整改，隨後進行二次審核以確保整改到位。

產品抽檢

我們制定產品年度抽檢計劃，對供應商的產品外觀、性能、安全性等指標進行抽查。抽檢結果不合格的產品將被標記和隔離，同時要求供應商立即整改，並跟蹤整改效果。

指標	單位	2024年	2023年
供應商總數	家	366	304
中國（包括港澳臺地區）供應商數量	家	366	304

培訓與溝通

Keep 致力於通過綜合性的培訓與溝通機制，強化供應商在質量控制及可持續發展方面的能力，同時確保合作流程的順暢與高效。公司定期為供應商提供培訓，內容涵蓋環境保護、社會責任、質量保證等多個關鍵領域。這些培訓旨在幫助供應商深入了解並踐行環保法規與最佳實踐，重視員工福利與勞動權益保護，遵守反商業賄賂與信息透明等管治要求。

Keep 建立了多元化的溝通渠道。我們與供應商定期召開會議，為雙方提供了一個共同審視合作進展、探討問題解決方案的平臺，確保雙方在目標與行動上保持高度一致。此外，公司還設立了供應商反饋渠道，確保供應商在遇到問題時能夠得到及時且有效的解決，進一步鞏固了雙方的合作關係。

► 陽光採購

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國招標投標法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，堅持遵循公開、公平、公正、透明的陽光採購原則，致力於構建廉潔的供應鏈環境。在合同簽署階段，我們要求所有供應商簽署《反商業賄賂協議》，協議中對供應商反賄賂、反利益衝突等方面進行了規定，從源頭上杜絕商業賄賂和不正当竞争行為。此外，Keep 定期對採購人員進行商業道德培訓，強化其廉潔自律意識，確保採購流程的合規公正，切實維護公司利益。2024年，本公司全部供應商均簽署了《反商業賄賂協議》。

環保綠動 佈局低碳發展

本章所響應的SDGs



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 應對氣候變化
- 物料使用
- 能源管理
- 排放物管理

為積極響應國家「雙碳」目標和生產生活方式綠色轉型號召，Keep 將低碳發展理念融入公司生產運營全過程，通過積極應對氣候變化、提供綠色環保產品和服務方案，持續深化生態環境保護和經營發展之間的良性互動。我們攜手全體員工、合作夥伴，不斷減少生產運營對氣候和環境的負面影響，構築綠色運動生態圈，打造可持續低碳未來。

應對氣候變化

面對全球氣候變化這一人類共同挑戰，Keep 深知應對氣候變化和實現「碳中和碳達峰」目標需要社會各界的持續努力和廣泛參與。我們立足自身業務特性和行業發展趨勢，構建並不斷完善氣候治理架構，識別和管理氣候變化帶來的風險和機遇，提升公司氣候韌性，並積極尋求和把握潛在的發展機遇。

► 氣候治理架構

我們建立了自上而下的ESG治理架構，負責開展包括氣候變化在內的相關議題的ESG工作。具體內容見「可持續發展管理」章節。



► 氣候風險與機遇

Keep 持續關注政策變動、法律法規、市場動態、技術進步、企業聲譽前沿變動所帶來的轉型風險及由全球持續升溫引發的實體風險，參考TCFD、ISSB和聯交所ESG報告守則，結合國際能源署（IEA）、聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）、碳信息披露項目（CDP）等國際組織研究報告和其他國內外相關文獻，結合宏觀環境變化與企業發展現狀，識別氣候風險與機遇，及時制定應對措施。

風險類型	風險描述	風險應對措施
實體風險		
急性風險	• 極端高溫、極端降水、河流洪水、沿海洪水等極端天氣可能導致公司辦公樓宇的設備設施損壞、運營中斷或效率下降，因設備維修和更換增加資本支出； • 極端天氣或導致供應商廠房停水停電、設備或原料受損、物流運輸受阻，通過影響供應商生產效率和原料成本來增加公司的運營支出。	• 我們在生產運營過程中考慮氣候影響，利用空調設備調節室內溫度，保證辦公場所的渠道等設施設備運行不受影響； • 我們優化了自建訂單管理系統（OMS）的同倉發貨合單功能，起到訂單量調峰作用，以應對極端天氣帶來的運輸困難； • 我們保持與供應商的合作與溝通，控制採購成本並保證供貨穩定性。
慢性風險	在水短缺和乾燥趨勢的影響下，能源及水資源需求上升從而增加公司運營成本和供應商生產成本，影響公司經營穩定性。	• 我們制定能源及水資源節約制度，採用節能節水設備，並面向全員開展節能節水宣貫活動； • 我們根據《工廠導入審核報告》《工廠交付能力審核報告》等標準，開展供應商培訓，提升供應商應對氣候風險的意識，保證供應鏈穩定性。
轉型風險		
政策法規	• 在「雙碳」目標下，碳排放和能耗管控政策將逐步趨嚴，公司有可能面臨電價上漲風險，從而增加公司的運營支出。 • 產品供應商或面臨減產減量、電價上漲等風險，降低供應商生產效率並提高生產成本，從而進一步增加公司的運營支出。	• 我們定期跟蹤碳排放相關政策，並評估政策對 Keep 的影響。同時，我們通過購買和安裝節能照明設備和空調設備、減少高能耗老舊設備使用、鼓勵員工綠色低碳實踐等方式減少能耗和碳排放； • 我們保持與供應商的合作與溝通，並成立專業團隊對供應商在ESG重點風險管理領域進行考核。
市場	下游市場客戶對產品的低碳設計、綠色材料、綠色包裝等方面的要求日益增加，將增加公司在原材料和產品採購方面的資金投入。	• 我們加大綠色產品設計投入，豐富低碳綠色產品組合，滿足客戶日益多樣化的產品服務需求； • 我們在產品選材、包裝、倉儲物流等各環節落實環保理念，打造全生命週期低碳綠色產品。
聲譽	監管部門、投資者、用戶等外部利益相關方始終對公司碳減排進展和成果保持高度關注，公司需通過加強減排工作力度和增加披露溝通頻次來保障用戶和投資者的信任，避免因相關違規事件影響企業社會形象。	• 我們參照聯交所《環境、社會及管治報告守則》、GRI可持續發展報告標準、聯合國可持續發展目標編制和發佈年度ESG報告； • 我們於2024年在 Keep 官網上線「可持續發展」專欄⁸，公開企業管治、綠色發展、供應鏈管理、責任產品、貢獻社會、責任經營、攜手員工、可持續發展動態等信息，以滿足各利益相關方對企業可持續發展重心和ESG工作成果的信息訴求。

Keep 氣候風險識別與應對措施

8 Keep 官網「可持續發展」專欄網址：
https://www.calorietech.com/sustainableDevelopment?lang=zh-CN&open_in_browser=true

機遇類型	機遇描述	機遇應對措施
市場	根據《中國電子商務綠色發展報告》顯示，我國超過70%消費者優先選擇綠色、環保的產品或品牌，低碳消費理念逐步深入人心，綠色運動也正逐步成為潮流。	• 我們通過推出自發電智能單車、自發電划船機、自發電橢圓機、碳中和護膝等綠色產品，滿足用戶的綠色消費需求； • 我們通過組織低碳騎行賽事等活動，號召更多用戶加入到低碳環保行動中來，加深大眾對可持續生活方式的理解和接受程度，拓寬可持續發展業務。

Keep 氣候機遇識別與應對措施

► 氣候指標績效

Keep 結合企業發展戰略，通過綠色設計和生產、綠色運營等方式持續降低企業生產經營碳排放和減緩氣候變化，實現企業可持續發展。2024年，我們提升數據完整性與精細化管理水平，將環境數據統計口徑由北京地區職場擴展到全國各地職場（包括：北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個地區）。

績效指標	單位	2024年
溫室氣體排放總量 ⁹ （範圍一、範圍二）	噸二氧化碳當量	480.62
人均溫室氣體排放量（範圍一、範圍二）	噸二氧化碳當量/人	0.57

氣候治理績效

9 基於運營特性及重要性原則，本報告期內公司主要氣體排放為外購電力產生的溫室氣體排放。公司的溫室氣體排放清單主要包括二氧化碳，溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列。排放計算係數參照生態環境部國家統計局《關於2022年電力二氧化碳排放因數的公告》的全國電力平均二氧化碳排放因數。由於公司數據管理水平和完整性提升，2024年的溫室氣體排放數據統計口徑覆蓋北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個職場租賃的辦公樓。

打造綠色產品

Keep 積極響應《中共中央國務院關於加快經濟社會發展全面綠色轉型的意見》，協同推進生產生活方式全面綠色轉型。我們致力於提升健身全生命週期的可持續屬性，將產品及相關解決方案作為可持續理念的重要載體，從設計、選材、生產、包裝、倉儲物流的全流程入手，落實綠色生產，引領行業可持續發展。

► 低碳設計

Keep 積極響應消費者日益提升的環保關注，持續將能源回收利用設計融入自主研發的智能運動器械中，覆蓋動感單車、划船機、橢圓機等多品類。繼推出自發電單車和划船機後，我們在2024年推出新款自發電動感單車C2 Lite和橢圓機H1 Lite+，均搭載了智能自發電技術，當踩踏頻率達到特定水平時，電機便可對電池反向充電，器械無需外接電源便可使用，有效降低運動過程中產生的碳排放。



自發電智能單車C2 Lite



自發電橢圓機H1 Lite+

▶ 綠色材料

Keep 在生產過程中注重貫徹綠色製造理念，積極選用資源循環回收與無毒無害材料，降低材料對環境的影響。

► 環保碳中和護膝

2024年，我們推出了首款碳中和護具「Keep 環保碳中和護膝」。在選材階段，該產品選用回收塑膠瓶製成的再生滌綸紗線替代原生滌綸紗線，從而減少了對新塑膠的需求，也減少了塑膠垃圾焚燒或填埋帶來的碳排放。在製造階段，我們採用了先進的環保工藝，減少了傳統製造工藝中常見的高能耗和高污染問題。在包裝階段，我們用紙質材料替代所有塑膠包裝，減少塑膠污染。經權威機構測算，一對 M 碼「Keep 環保碳中和護膝」的減碳量可達 256g。



環保碳中和護膝



「環保碳中和護膝」
碳中和證書

► 環保咖啡渣瑜珈墊

我們在2024年創新性地推出以環保天然橡膠為基礎原料、以回收咖啡渣為輔料製作的Moka瑜伽墊。Moka瑜伽墊利用咖啡渣的良好吸附性吸收了橡膠的刺鼻氣味，同時實現了客戶體驗提升和廢棄物循環利用。



Moka瑜珈墊

► 綠色包裝

Keep 倡導包裝材料「綠色化、減量化、可循環」，積極通過採用環保材質、包裝單一材質設計、包裝材料回收利用等方式，推動公司和價值鏈加速低碳轉型。

2024年，我們的自有品牌健身產品優先採用符合FSC¹⁰認證要求的紙質包材。為減少包裝塑膠使用量，我們採取取消包裝塑封、用紙盒替換塑膠搖搖瓶、用紙箱替換塑膠信封袋等措施，持續提升環保包材的使用比例。

我們還逐步將產品包裝從彩盒印刷替換為單色印刷，以減少印刷油墨的使用和污染，並持續推動產品包裝和物流包裝一體化設計，以減少運輸環節的包材使用量。

10 FSC (Forest Stewardship Council)，指森林管理委員會，成立於1993年，多年來一直致力於改善全球的森林經營狀況。FSC 認證可確保森林產品，包括原木、木漿、橡膠及更多產品，均源自可持續管理的森林。產品上的FSC標識，意味著其生產過程遵守了一系列嚴苛的要求，符合環境適宜、社區有益、經濟可行的標準。

包裝材料使用指標	單位	2024年
包裝材料使用總量	噸	1,037
單位銷售量包裝材料使用量	噸/萬件產品	0.34

Keep 2024年包裝材料使用情況

► 低碳倉儲與物流

Keep 積極與踐行低碳倉儲、物流理念的第三方供應商開展合作，共同探索綠色倉儲及配送模式。我們通過持續優化自建訂單管理系統（OMS）、優化運輸網絡、採取集中配送與智能調度策略、採用供應商代發模式等措施，持續降低倉儲物流環節的能源消耗與碳排放，提高供應鏈效率與資源利用率。



我們的智能訂單管理系統能夠自動對收貨信息相同的訂單進行合併發貨，減少物流耗材用量和運輸過程的能源消耗與碳排放。



我們優化了智能健身大器械的倉儲物流策略，採用在工廠旁建立自有倉庫集中發貨的模式；我們的配套健身產品運輸盡可能採用工廠代發模式，直接由工廠向用戶配送商品，以上措施均有效減少了產品運輸至公司倉庫所造成的資源浪費。



物流運輸過程中，我們使用一聯環保面單，並與使用可循環編織中轉袋、電動接駁車的物流供應商合作，減少物流環節碳排放。



我們租賃的倉庫中，全部叉車均為電動叉車，有效降低揀貨過程中的能源消耗；同時，我們持續優化包材回收利用機制，將倉儲過程中產生的剩餘包材二次利用在售後運輸等環節中。

堅持綠色運營

Keep 將綠色低碳理念融入公司運營各個環節，不斷加強員工的可持續發展意識，倡導員工在日常工作生活中積極踐行綠色辦公理念，持續推動辦公場所低碳運營。報告期內，我們未發生任何環境相關違法違規事件。

► 綠色辦公

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等法律法規要求，在公司內部開展能源管理、水資源管理、污染物管理等工作，降低業務運營對環境的影響。

能源管理

我們制定了《2024年節能降耗控制方案》，明確在燈具照明、空調使用、排風扇、熱水寶等方面的節能工作。我們緊密圍繞生產運營實際和節能降耗控制方案，通過靈活調整辦公區域用電設備運行狀況、調節空調使用方式、進行巡查巡檢等方式，降低運營過程中的能源使用。2024年，我們提升數據完整性與精細化管理水平，將環境數據統計口徑由北京地區職場擴展到全國各地職場（包括：北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個地區）。報告期內，北京職場實際能源消耗量較2023年減少5%，超額完成2024年節能3%的目標。同時，我們設定2025年全國各職場能耗較2024年下降3%的目標，持續推進節能降碳工作。

照明設備

- 照明燈具使用節能環保型燈具，更換樓內公共區域走廊的舊筒燈
- 在確保合理照明的情況下拆除公區部分照明燈具及會議室照明燈帶
- 根據光照時間變化，靈活調整LOGO告示燈時間
- 及時關閉無人辦公區域的照明燈，防止「長明燈」現象發生

空調設備

- 根據室外溫度靈活調整夏季和冬季空調使用時間
- 控制區內空調開啟時間和製冷、製熱溫度在合理範圍內
- 在夜間和休息日關閉樓內空調（如有加班人員，局部開啓部分空調）

其他設備

- 在夜間和休息日晚十點關閉各樓層衛生間、茶水間的排風扇等設備
- 依據外界實際溫度調整茶水間的熱水爐，通過開關減少能耗損失
- 規定大堂轉門運轉時間

能源管理指標	單位	2024年
能源消耗總量 ¹¹	兆瓦時	895.66
人均能源消耗量	兆瓦時/人	1.05

Keep 2024年能源消耗情況

水資源管理

Keep 主要用水為辦公生活用水。我們高度重視水資源的高效利用，在日常運營中採取優化用水設備、推廣節水意識等舉措加強水資源管理，全面落實節約用水理念。報告期內，北京職場實際水資源消耗量較2023年減少3%，順利達成2024年節水目標。2025年，我們制定了全國各職場用水量不高於2024年水平的年度目標，持續貫徹節水理念。報告期內，我們在求取水資源方面未遇到任何問題。

節水設備

在洗手間安裝節水水龍頭、節水馬桶等節水設備



定期檢查

為防止出現滴、漏、冒等水資源浪費情況，定期安排維護人員檢查供水系統



節水宣貫

加強員工節水培訓宣貫工作，在訂閱號發布節水視頻，提升員工節水意識



Keep 2024年水資源管理重點舉措

11 基於運營特性及重要性原則，本報告期內公司消耗的主要能源為外購電力。由於公司數據管理水平和完整性提升，2024年的能源消耗數據統計口徑覆蓋北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個職場租賃的辦公樓。

水資源管理指標		單位	2024年
自來水消耗量		立方米	6,998
人均自來水消耗量		立方米/人	8.23

Keep 2024年水資源消耗情況

廢棄物管理

Keep 制定《固體廢棄物管理規定》等制度文件，根據廢棄物的危險性和可回收利用性，實現對廢棄物的分類處置和回收。

公司廢棄物主要為感光鼓、碳粉匣、電池和生活垃圾。其中感光鼓、碳粉匣、電池等有害廢棄物由指定的物資回收供應商回收處置，生活垃圾等無害廢棄物由公司所租賃的辦公樓宇物業進行分類處置。報告期內，北京職場實際廢棄物排放量較2023年減少3%，順利完成2024年減廢目標。我們設定了2025年全國各職場固體廢棄物排放量較2024年下降3%的目標，持續推動固體廢棄物的無害化、減量化和資源化。

廢棄物管理指標		單位	2024年
有害廢棄物 ¹²	排放總量	千克	11.4
	排放密度	千克/人	0.01
無害廢棄物 ¹³	排放總量	噸	74.52
	排放密度	噸/人	0.09

Keep 2024年廢棄物排放情況

12 公司涉及的有害廢棄物主要包括廢棄感光鼓、廢舊碳粉匣、廢舊電池等。由於公司數據管理水平和完整性提升，2024年的有害廢棄物排放數據統計口徑覆蓋北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個職場租賃的辦公樓。

13 公司涉及的無害廢棄物主要包括生活垃圾、辦公耗材、辦公設備。由於公司數據管理水平和完整性提升，2024年的無害廢棄物排放數據統計口徑覆蓋北京、上海、廣州、深圳、杭州、海南六個職場租賃的辦公樓。

人本互動 攜手員工同行

本章所響應的SDGs



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 員工權益
- 員工發展
- 員工健康與安全

Keep 堅持合規僱傭原則，維護員工合法權益，為員工提供平等、和諧、穩定的工作環境。我們持續完善員工福利保障體系，組織形式多樣的員工活動，支持員工發展，拓寬員工溝通渠道，增強員工歸屬感與參與感，提升員工福祉與工作體驗。

保障員工合法權益

► 合規僱傭

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，秉持「公平篩選、唯才是舉、竭能服務、注重質量」的僱傭理念，制定了《員工手冊》《招聘管理制度》等一系列內部規章制度，規範人才管理工作，提升招聘效率，推進僱傭體系持續優化與完善。

公司充分尊重員工，避免任何員工因年齡、種族、性別、國籍、身體條件等差異受到歧視或不平等對待，確保每一個加入 Keep 的人都擁有公正的機會和待遇。



公司嚴格貫徹合規用工原則，明確禁止僱傭童工及強制勞工的行為。在招聘環節，公司通過結構化面試流程對候選人資歷背景進行詳細核查，並在錄用前核驗其身份證和畢業證或學生證等有效證件，確保年齡、學歷等信息的真實性與用工合規性。對於通過資質審核的錄用人員，公司嚴格遵循平等自願原則，在雙方協商一致的基礎上簽訂勞動合同及相關入職文件，充分保障候選人的自主選擇權，杜絕任何形式的強制勞動行為。同時，公司建立了完善的違規處理機制，對任何違反用工規定的行為，將依據法律法規及內部管理制度嚴肅追責，並向受影響方提供必要的補救措施。截至報告期末，本公司未發現任何涉及童工或強制勞工的情況。

一級指標	二級指標	單位	2024年
員工總數		人	850
按性別劃分的員工總數	女性員工	人	437
	男性員工	人	413
按年齡劃分的員工總數	30歲及以下的員工	人	314
	30歲以上的員工	人	536
按地區劃分的員工總數	中國（包括港澳臺地區）員工	人	850
	其他國家及地區員工	人	0
按員工類別劃分的員工總數	正式員工	人	827
	其他員工	人	23
員工總流失率 ¹⁴		%	8.59
按性別劃分的員工流失率	女性員工	%	8.89
	男性員工	%	8.29
按年齡劃分的員工流失率	30歲及以下的員工	%	12.50
	30歲以上的員工	%	6.23
按地區劃分的員工流失率	中國（包括港澳臺地區）員工	%	8.59
	其他國家及地區員工	%	0

員工僱傭相關指標

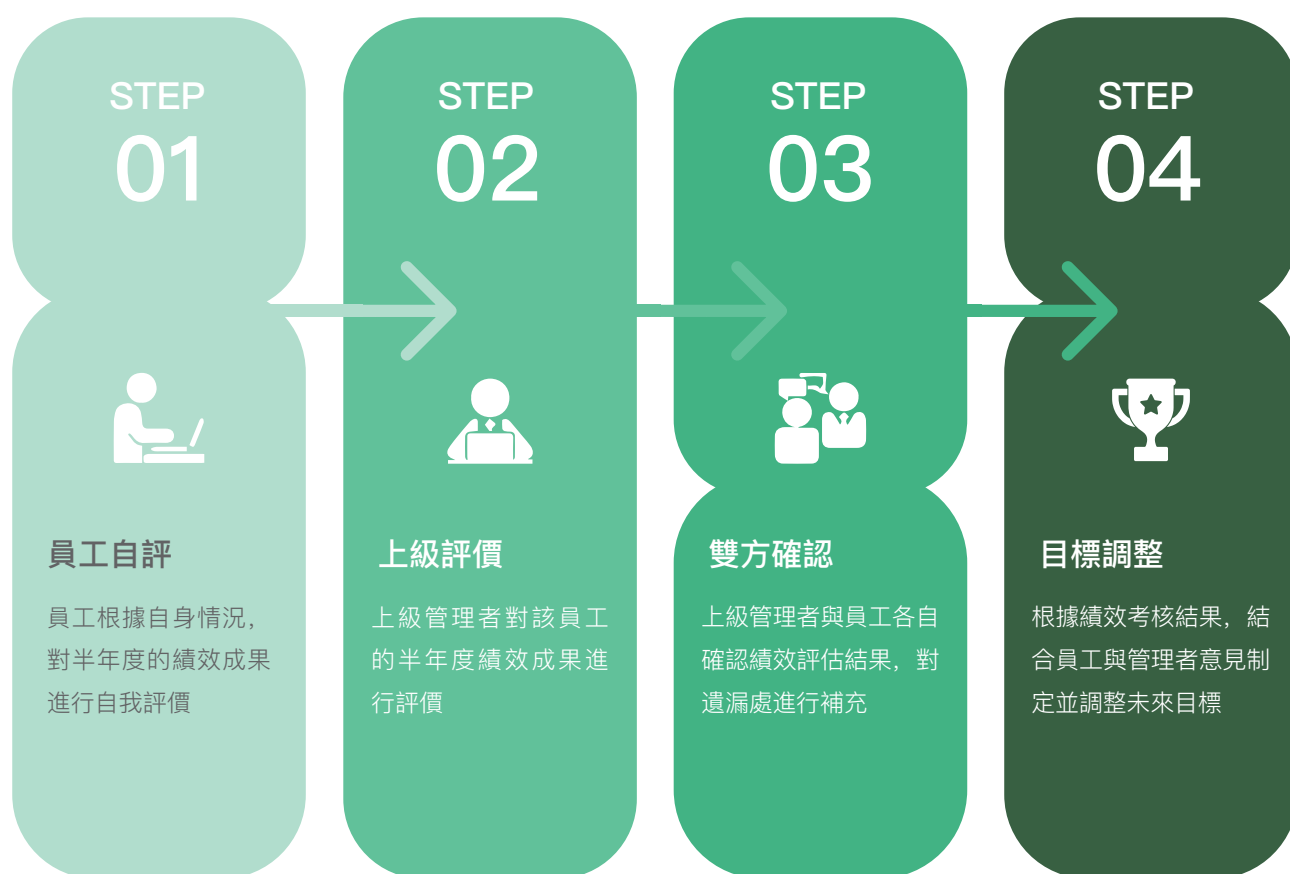
14 員工流失率計算公式：報告期內主動離職的正式員工人數/（報告期末正式員工人數+報告期內離職的正式員工人數）。

► 員工薪酬和績效管理

本公司制定《薪酬福利管理制度》和《績效管理制度》，以明確規範內部薪酬福利管理機制，通過市場化競爭力與內部公平性兼備的設計，持續提升員工歸屬感與滿意度，為吸引和保留高素質人才提供長效支撐。

績效考核

公司構建了一套完善且具有市場競爭力的薪酬體系，並依據《績效管理制度》在每年年中和年末對員工績效進行系統性評估，績效評估結果直接與員工的晉升、獎金分配及薪酬調整相掛鉤。公司採用「員工自評－上級評價－雙方確認－目標調整」的標準化考核流程，並根據不同崗位特點靈活調整評估指標。考核結束後，公司為員工提供一對一的績效反饋溝通渠道，以確保評估結果的透明性與公正性。此外，公司定期開展市場薪酬調研，動態調整薪酬策略，確保員工薪酬水平在行業內保持領先地位，充分體現員工的價值與貢獻。對於表現優秀且具有發展潛力的骨幹員工，我們提供股權激勵計劃，激發員工工作熱情。



績效評估流程

► 員工溝通

Keep 高度重視民主溝通機制的構建，致力於搭建多元化的員工溝通渠道，以全面傾聽員工心聲，促進組織健康發展。公司設立一系列的管理者溝通機制，通過多元的線上線下溝通渠道，了解員工訴求，提升員工滿意度。此外，公司每年委託第三方獨立機構開展組織能力調研，員工通過匿名方式對工作體驗、文化價值觀、公司戰略及長遠發展和滿意度等方面提出看法與建議，相關調研結果為公司戰略制定與優化提供重要參考依據。



日常工作

公司鼓勵員工與上級管理者定期開展一對一溝通，員工可通過飛書、郵箱或面對面方式直接向管理層反饋問題或提出建議



專項調研

在每年度的組織能力調研中，公司邀請員工匿名對上級管理者進行評價，幫助管理者全面了解自身工作表現並獲得改進建議



年會交流

在 Keep 的年度盛典中，全體員工可以與CEO進行面對面交流，為員工提供與高層領導直接溝通的機會

管理者溝通機制

公司對職場歧視、騷擾行為秉持零容忍態度，並在《員工手冊》中明確規定，任何形式的騷擾行為均屬嚴重違紀。公司建立了完善的員工申訴機制、暢通的申訴通道、開放的溝通環境，及時解決員工訴求。任何員工發現違紀事件後，可通過發送郵件至保密郵箱、撥打專用電話等形式向人力資源部和風控部提交舉報，人力資源部和風控部將依據公司制度對舉報事項進行獨立調查與核實，確保舉報事項得到及時、公正的處理，切實維護員工的合法權益與職場環境的健康發展。

► 員工福利

公司致力於為員工提供全面且多樣化的福利保障體系。公司實行標準工時工作制，嚴格按照運營地法律法規為員工繳納五險一金，保障員工基本權益與福利。此外，公司還額外提供交通補助、餐飲補助、帶薪年假、帶薪病假、結婚禮金、生育禮金、轉正福利商城券、生日福利商城券等多元化福利補貼，提升員工幸福感。公司還為員工提供補充醫療保險福利，員工還可以以優惠價格為其配偶、父母、子女購買補充醫療險產品、商業保險產品，降低員工醫療經濟負擔。

此外，公司還額外向員工提供上門醫生問診、心理健康諮詢等關懷措施。同時，我們提倡工作和生活的平衡，在職場設立24小時健身房，成立多樣的員工社團，並定期組織形式多樣的員工活動，以豐富員工的業餘生活，增強團隊凝聚力，全面提升員工福祉與工作體驗。



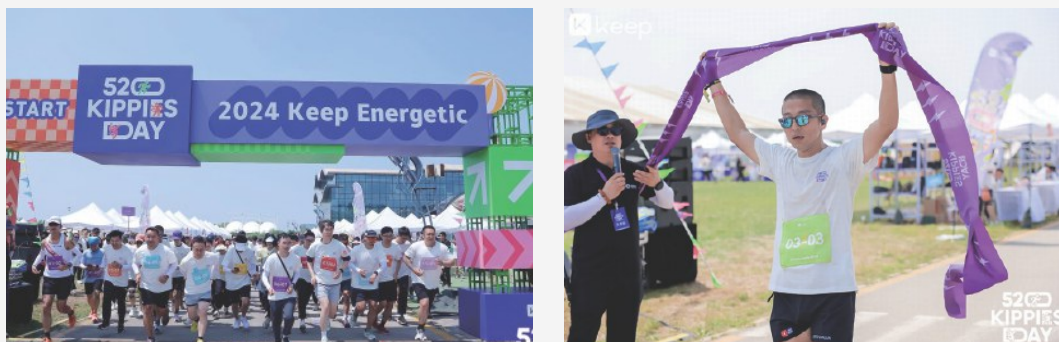
24小時健身房



社團活動

📌 案例：520 KIPPIES DAY

Keep 將每年5月20日定為「Kippies Day」員工活動日，通過打造豐富有趣的線下活動，向員工傳達企業文化、強化團隊協作能力。2024年5月20日，我們通過5.20公里跑、拔河競技和多樣的團隊活動，激發員工的運動熱情和拼搏精神，我們還將潮流市集帶到活動現場，員工們在參與運動挑戰的間隙，可沉浸式體驗美食工坊、音樂快閃與趣味遊戲的多元樂趣，進一步增強了團隊凝聚力與文化認同感。



Keep 員工參與「5.20km跑」

📌 案例：Keep端午禮盒

在2024年端午節，Keep 以「Keep Energetic」為主題，為全體員工精心準備了傳遞活力與健康祝福的端午心意禮。我們以可循環使用的背包替代傳統禮盒，搭配傳達運動活力的板球套裝，鼓勵員工踐行環保理念，享受運動樂趣。



Keep 端午節心意禮

案例：Keep 中秋禮盒

Keep 延續系列主題「Keep Energetic」，在2024年中秋節為全體員工準備了集創新性與實用性於一體的中秋心意禮。禮盒摒棄過度包裝，並順應戶外潮流，為員工提供了便攜又美觀的半開放式帳篷套裝，號召員工走出戶外，在家庭露營或朋友小聚中享受自然、愛護自然。



Keep 中秋節心意禮

公司重視女性員工權益，依法為員工提供產假、哺乳假，並設置母嬰室，為哺乳期員工提供便利，關愛女性員工健康。2024年，我們在國際婦女節，以「運動女生 怪美的」為主題，為全體女性員工送上祝福與禮品，感謝女性員工在工作中的辛勤付出，鼓勵女性員工在工作中實現自我價值。

2024年，Keep 憑藉在員工關懷、組織發展與僱主品牌建設方面的卓越實踐，榮獲第十九屆僱主品牌促進大會「最佳僱主獎」、「人力資源管理創新企業獎」，脈脈「年度值得去僱主獎」及獵聘華北區「人力資源卓越貢獻獎」。這些獎項不僅體現了外部權威平臺對 Keep 人力資源管理體系的高度認可，更彰顯了公司在人才吸引、培養與留存方面的持續投入與創新成效。



第十九屆僱主品牌促進大會「最佳僱主獎」、「人力資源管理創新企業獎」



脈脈「年度值得去僱主獎」



獵聘華北區「人力資源卓越貢獻獎」

助力員工職業發展

Keep 高度重視人才梯隊的建設，並將其作為組織發展的核心戰略之一。在內部人才培養方面，公司建立了系統化的人才晉升與培養機制，通過多元的培訓項目與明確的職業發展通道，為員工提供廣闊的職業成長空間，助力其實現長期職業目標。

► 人才晉升

公司持續完善內部晉升機制，建立了系統化的內部晉升體系，以充分反饋員工的貢獻與付出。公司的員工晉升視窗每年開放一次，符合晉升提名條件的員工可參與晉升評審。為確保評估的客觀性與公正性，公司組織不少於5人的晉升評審委員會對候選員工進行多維度綜合評審，包括但不限於服務年限、績效表現、專業能力、通用能力及發展潛力等，最後形成的晉升結果將由公司管理層審批通過後予以執行。



► 職業發展與培訓

公司始終將員工成長視為組織發展的核心驅動力，致力於構建並持續優化多層次、多維度的職業發展培訓體系。我們根據員工層級、崗位職能及職業發展路徑，量身定制差異化培訓計劃與目標，同時通過內部知識分享平臺、跨部門交流機制等舉措，營造開放、協作的學習氛圍，全面賦能員工能力提升與職業發展，為組織與個人的雙向成長注入持久動力。



Keep 內部培訓體系



員工培訓

2024年，我們在既有學習項目的基礎上，全面升級數字化學習生態，引入功能強大的線上學習平臺。該平臺提供涵蓋技術、商業、管理等眾多領域、超過5,000門的專業課程，課程總時長超過20,000小時，顯著拓寬了培訓資源的廣度與深度。

線下課堂培訓與線上學習平臺的結合，充分滿足員工在不同崗位與職業發展階段的成長需求，為員工能力提升與組織效能優化提供了有力支撐。

員工培訓相關指標		單位	2024年
員工培訓總人數		人	831
員工平均培訓時長		小時	36
按性別劃分的 受訓百分比	男性員工受訓百分比	%	98
	女性員工受訓百分比	%	98
按性別劃分的 受訓平均時長	男性員工受訓平均時長	小時	36
	女性員工受訓平均時長	小時	36
按僱員類別劃分的 受訓百分比	管理層 ¹⁵ 員工受訓百分比	%	80
	非管理層員工受訓百分比	%	100
按僱員類別劃分的 受訓平均時長	管理層員工平均受訓時長	小時	34
	非管理層員工平均受訓時長	小時	36

員工培訓相關指標

15 管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體，非管理層員工指核心高管團隊及核心管理者群體以外的正式員工。

守護員工健康安全

► 職業健康與安全管理體系

Keep 始終將員工職業健康與安全置於首位，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《公共場所衛生管理條例》《工傷保險條例》《用人單位職業健康監護監督管理辦法》等法律法規，構建系統化的職業健康與安全管理體系。我們成立了專門的安全管理委員會，制定了包括《安全生產責任制度》《安全生產檢查制度》《突發事件處理規程》《安全生產獎懲制度》在內的一系列完善的職業健康與安全管理制度，明確各相關部門在職業健康與安全管理中的職責和權限，確保管理工作的有效落實，切實保障員工的身心健康與工作環境安全。報告期內，本公司因工傷損失工作日數為0天。

► 職業健康與安全管理措施

公司時刻關注辦公環境的安全管理。工作日每2小時在全國各職場組織開展巡視檢查，及時發現並整改安全隱患及衛生問題，確保職場環境符合安全衛生標準。同時，公司在各職場配置消防器械、自動體外除顫器（AED）及品類齊全的公共藥箱，並嚴格執行月度滅火器檢查、半年度AED設備檢查及周度備藥情況檢查，全面保障職場安全。

員工的職業健康亦是公司關注的核心重點。公司為員工額外購置了商業保險及補充醫療保險，並組織年度體檢，以說明員工及時識別潛在健康風險。此外，公司通過多種舉措積極支持員工身心健康，每月邀請資深全科醫生及心理諮詢師提供上門輔導服務，為員工提供體檢報告解讀、家庭成員用藥指導、情緒壓力管理及家庭關係諮詢等個性化服務，全面保障員工健康與活力。

► 職業健康與安全文化建設

為全面提升企業安全文化建設，公司結合各地職場實際情況，制定並實施針對性的應急預案，同時定期組織應急演練，以增強員工在緊急情況下的自我保護能力與團隊協作能力。此外，公司定期對員工及樓宇服務人員（包括保安、保潔等）開展安全培訓，並通過公司內部訂閱號持續普及安全知識，不斷提升員工的安全意識與風險識別能力，營造良好的安全文化氛圍。

誠信行動 穩固經營基石

本章所響應的SDGs



本章所涉及的重大可持续发展议题

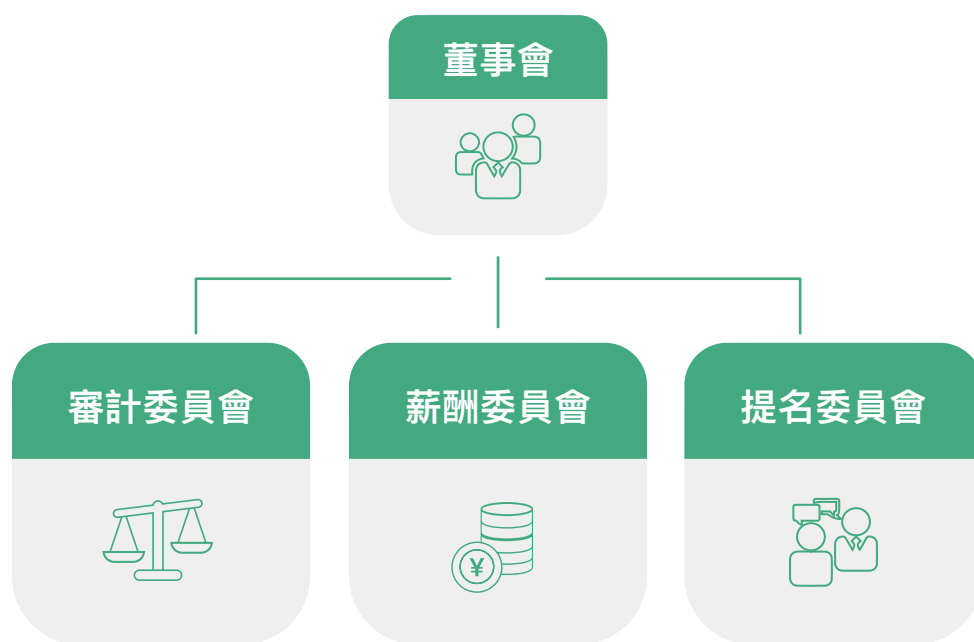
- 公司治理
- 商業道德
- 數據安全與隱私保護

Keep 始終將合規透明的公司治理視為可持續發展的核心保障。公司搭建完善的治理架構，持續強化合規內控機制，恪守商業道德準則。同時，我們建立全面的信息安全防護體系，為用戶構築可信賴的隱私防線。

企業管治架構

Keep 嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等相關法規政策要求，建立規範有效的公司管治體系，夯實穩健經營基礎。

公司董事會下設審計委員會、薪酬委員會、提名委員會3個專門委員會，保障公司高效、穩健運營以及董事會決策的專業性。報告期內，三個委員會運行良好，各委員會勤勉盡責，確保企業長效穩健發展。有關公司2024年企業管治工作的詳細內容，請參見 Keep 2024年報「企業管治報告」章節。



公司治理架構

Keep 致力於構建專業、多元的董事會結構，我們綜合考慮性別、年齡、文化、教育背景、專業經驗等多維度因素，公平、公正選舉董事會成員，確保董事會成員具有多元視角與能力，助力公司及時洞察並應對發展問題，為公司科學決策提供有力支持。

於報告期末，Keep 董事會由6名董事組成，包括1名女性董事，3名獨立非執行董事。公司董事成員具有深厚且多元的專業知識背景和從業經驗，覆蓋計算機科學、信息科技、機械電子工程、工商管理、會計等多個領域。

商業道德與反貪腐

我們嚴格遵守《中華人民共和國反壟斷法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》《中華人民共和國反洗錢法》等相關法律法規，建立了有效的商業道德管理體系，致力於打造公正廉潔的商業環境，杜絕任何形式的貪污腐敗行為。

► 商業道德準則

Keep 建立了包括《反腐敗制度》《利益衝突管理制度》《員工手冊》《廉潔自律手冊》《商業秘密管理制度》等內部商業道德管理制度，規定了員工須遵守的基本行為準則，以及對腐敗行為的預防、調查、處理流程。這些制度文件均在公司內部辦公平臺公開，供全體員工隨時查閱，以確保制度的有效執行。

公司風控部門負責統籌管理商業道德相關制度建立、風險審計、舉報接收和處理、廉潔宣傳培訓等事項，並與業務部門和相關職能部門分工合作，形成「三道防線」，全方位保障公司反腐敗防控體系的有效實施。

第一道防線

業務部門

承擔首要風險管控職責，負責事前、事中、事后全面把控業務風險



第二道防線

相關職能部門

負責從不同的專業領域執行業務審核、風險提示



第三道防線

風控部

負責從檢查角度封堵業務漏洞和避免風險發生



Keep 風險管理「三道防線」

► 商業道德管理舉措

為防控商業道德風險，公司通過連續化審計工具，定期識別各業務場景中的潛在風險點、員工和商業夥伴違規違紀行為，助力業務健康增長。

作為公司內部反腐敗重點舉措之一，公司制定《利益衝突管理制度》，並常態化開展全員利益衝突申報工作。2024年，全體員工100%完成利益衝突申報並簽訂《廉潔自律承諾書》，有助於公司識別並防範潛在利益輸送風險，築牢廉潔防線。

公司重視與合作夥伴共建廉潔的商業生態，將廉潔合規理念融入日常管理。公司與供應商簽訂的合同中附加有《反商業賄賂協議》，其中明確禁止利益衝突、商業賄賂等行為，並提供了舉報渠道。我們要求新供應商在現場准入審核階段簽訂《供應商現場審核誠信聲明》，以使其在合作前即了解《反腐敗制度》等本公司規章制度，有效維護雙方道德行為標準。對於任何涉及貪污腐敗、觸碰廉潔底線的供應商，公司將其列入黑名單，取消合作資格。

► 商業道德舉報機制

Keep 對賄賂、勒索、欺詐等不當行為採取零容忍政策。公司建立了覆蓋內部員工及外部合作夥伴的舉報管理機制，設立包括電話、郵箱、信函及在線通訊平臺等多種舉報渠道，並在員工手冊、供應商平臺、公司官網公開，確保舉報渠道通暢。舉報信息由風控部監察組獨立接收、調查與反饋，並定期直接向審計委員會匯報，確保監察工作的獨立性與客觀性。

公司鼓勵實名舉報，確保舉報人信息受到嚴格保密，並禁止任何針對舉報人的報復行為。對於查明屬實的情況，公司將執行包括但不限於警告、解僱等相應紀律處分，涉嫌犯罪者將被移送司法機關追究法律責任。

Keep Inc. 商業道德合規舉報渠道

✉ 舉報郵箱：jubao@keep.com

📍 通訊位址：北京市朝陽區望京街9號萬科時代中心D座 Keep 風控部

報告期內，未發生對本公司或員工提出的涉及貪污舞弊的重大違規事件。

► 廉潔文化建設

Keep 致力於營造廉潔清正的公司文化，並積極開展商業道德培訓與宣貫，推動全體董事及員工深入理解和踐行公司的廉潔理念。

我們通過定期匯報、內部審計委員會會議、發送商業道德培訓材料等方式，向董事傳達公司反舞弊相關制度要求，以確保董事了解公司廉潔標準。

為確保每一位員工了解公司商業道德管理要求，我們在與員工簽訂勞動合同時，要求其簽署《員工手冊》和《公司規章制度確認函》，並開展多層次的廉潔合規教育工作，通過廉潔合規培訓、廉潔文化宣貫、利益衝突申報等活動，將廉潔合規文化根植於員工心中。

廉潔合規培訓

2024年，我們開展了新員工入職培訓、線下反舞弊宣講、線上廉潔自律培訓和考試等商業道德培訓，累計參與2,547人次，100%覆蓋所有員工，我們還針對採購、營銷等高風險崗位，開展了多次專題培訓。



風清氣正廉潔誠信培訓

案例：Keep 邀請檢察院檢察官開展普法講座

為提升員工法律合規意識，我們特別邀請北京市朝陽區人民檢察院檢察官以「互聯網企業內部腐敗犯罪刑事法律風險防範」為主題開展普法講座。檢察官在講座中詳細介紹了受賄罪、職務侵佔罪等相關罪名的法律規定、構成要件、入罪標準、刑事處罰，並結合互聯網行業特點及相關案例作進一步的生動講解。公司核心管理層、關鍵風險崗位人員等共計200餘人參與了本次講座，深入理解了樹立廉潔意識，堅守道德底線的重要性。



「互聯網企業內部腐敗犯罪
刑事法律風險防範」講座

廉潔文化宣貫

每季度，公司通過全員郵件發佈反舞弊動態，涵蓋互聯網行業的最新案例及 Keep 內部的違規違紀通報，以此提升員工的廉潔風險意識。同時，我們借助辦公平臺訂閱號「清風道」不定期向全體員工宣傳廉潔合規文化，弘揚正直、自律的核心價值觀。2024年，我們重點對「Keep 廉正4條紅線」進行了宣貫。



Keep 廉正4條紅線宣貫海報

信息安全與隱私保護

Keep 將信息安全與隱私保護視為公司穩健運營的重要責任，我們嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》及《App違法違規收集使用個人信息行為認定方法》等法律法規，持續完善信息安全與隱私保護體系，致力於構建安全、可靠的數字環境，為用戶隱私築牢防線。

2024年，Keep 系統通過網絡安全等級保護三級的複測、ISO 27001信息安全管理體系與ISO 27701隱私信息管理體系的年度審核，100%覆蓋 Keep 軟件開發、運維及智能硬件的設計、製造、管理與銷售。



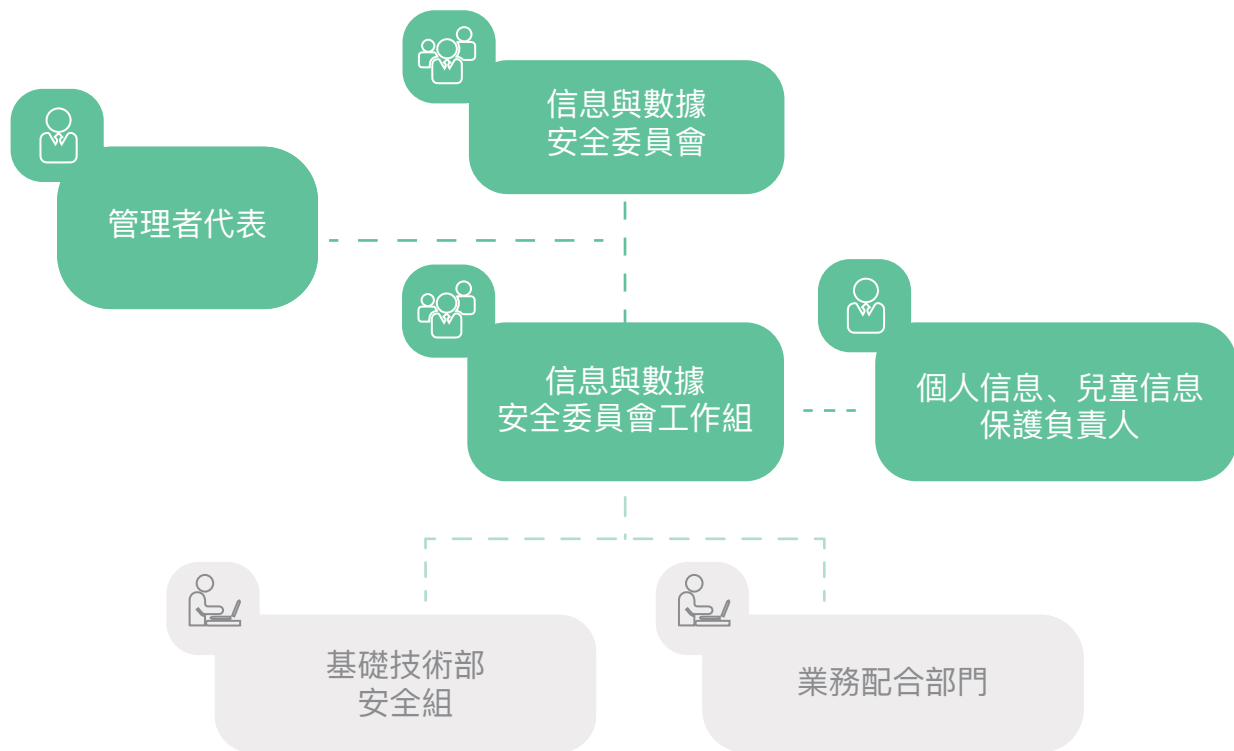
信息、隱私體系認證證書

依據國家互聯網信息辦公室等監管機構聯合發佈的《互聯網信息服務算法推薦管理規定》與《互聯網信息服務深度合成管理規定》，Keep 在2024年完成兩個算法備案：（1）個性化推送類算法：Keep 傳媒信息推薦算法，網信算備110105748807002240015號；（2）生成合成類算法：Keep 運動助手算法，網信算備110105748807001240019號。

Keep 作為智能運動領先者，積極參與信息安全領域的國家標準、行業標準、團體標準制定。2024年，我們成為「數字化工作委員會」、「電信終端產業協會」和「TC260中國信息安全標準委員會」的成員單位，多次參與行業標準的制定與評審工作，在加強自身合規管理的同時，推動行業信息安全管理升級。

► 信息與數據安全管理體系

Keep 成立由董事會主席兼首席執行官領導的信息與數據安全管理委員會，全面統籌和推進公司的信息安全與隱私保護工作。委員會下設工作組，負責統籌執行委員會的指導方針和決策。公司還設置個人信息和兒童信息保護負責人，負責嚴格實施個人信息安全及未成年人信息保護的相關措施。公司安全部門與其他相關業務、職能部門建立了協同配合機制，負責具體落實信息安全與隱私保護措施，為各個業務單元的長期合規安全運行提供了強有力的保障。



Keep 信息與數據安全管理架構

公司定期對內部數據安全與隱私保護政策的有效性進行審閱，並根據運營地法律法規要求、產品功能迭代情況及時修訂。我們制定了《隱私政策》¹⁶《未成年用戶協議》¹⁷《青少年守護協議及監護人須知》《兒童個人信息保護政策及監護人須知》¹⁸《數據安全管理制度總綱》及《數據使用規範》等制度，規範個人信息保護、未成年人信息保護等方面的管理。

16 《隱私政策》：<https://m.gotokeep.com/fd-page/document/show?param=privacy>

17 《未成年用戶協議》：<https://show.gotokeep.com/minors>

18 《兒童個人信息保護政策及監護人須知》：<https://show.gotokeep.com/children>

► 信息與數據安全建設

個人信息保護

為提升數據安全保障能力，我們持續加大資源投入，優化網絡安全技術體系，落實數據全生命週期管控策略。我們通過Web用戶防護、主機安全異常監測、數據加密與脫敏、網絡准入控制、終端安全防護等多種技術，提升信息安全防護能力，降低數據洩露風險。

Keep 嚴格按照相關法律法規要求，遵循「合法正當、目的明確、選擇同意、最小夠用、全程可控、動態控制及權責一致」原則，及時更新數據獲取規則，防範和抵禦數據安全風險，最大限度地保障信息安全與用戶隱私。

Keep 尊重用戶合法權利，保障用戶對其個人信息的查詢、更新、變更、導出、刪除、撤回同意及註銷賬戶的權利。我們通過公開的隱私政策告知用戶的個人主體權利，並在App內為用戶提供自行訪問、查詢和更正個人信息的渠道，同時設立 feedback@keep.com、privacy@keep.com 郵箱，對用戶請求做出回應，充分保障用戶權益。

Keep 持續完善覆蓋數據生命週期的安全管理體系，明確用戶個人信息在採集、傳輸、存儲、使用、共享、銷毀等各環節的具體原則，構築安全屏障。

數據採集

我們向用戶公開說明數據採集的範圍、目的及安全管理措施，規範數據採集的渠道、標準、流程及方式，保證數據採集的合規性。

數據傳輸

我們利用防火牆等多種安全技術，應用加密算法，切實保障數據傳輸過程中工具及網絡的安全性。同時，我們制定《數據分類分級指南》，對不同分級的數據採取不同的傳輸方式，降低數據丟失或被篡改的風險。

數據存儲

我們根據安全級別、重要性、量級及使用頻率等因素，將數據分域、分級存儲。同時，我們採用加密技術、許可權控制等手段，確保數據存儲的安全性。

數據使用

我們綜合考慮主體角色、業務需要和時效性等因素，按最小化原則明確數據訪問權限，通過實名認證、訪問控制等手段保障數據在訪問、導出等使用環節的安全。

數據共享

我們承諾不會向第三方共享、轉讓或未經授權擅自公開披露用戶的個人信息，除非經過用戶本人事先授權同意。

數據刪除及銷毀

我們承諾及時刪除用戶主動登出或刪除的個人信息，並建立數據銷毀效果評估機制，定期對銷毀效果進行抽樣認定，降低信息洩露風險。

2024年，Keep App上線了「隱私模式」功能，用戶在分享視頻、圖片等行程軌跡時，可選擇隱藏具體地理位置信息，從而進一步保障個人隱私安全。



Keep App 「隱私模式」

信息與數據 安全事件應對

針對可能發生的數據安全風險事件，Keep 制定有《信息安全事件管理制度》《網絡突發事件應急預案》《數據安全事件應急響應預案》和專項《數據洩漏應急預案》，並建立了完善的應急管理機制。

我們每年至少開展2次應急演練，以確保應急預案和措施的有效性，並不斷提升突發事件的處理能力。我們建立 Keep SRC（Keep 安全應急響應中心），定期與外部安全人員合作，開展數據安全風險評估。一旦發現敏感性數據洩露，我們將第一時間追溯洩露問題點，分析事件原因，排查並修復系統問題，杜絕類似事件再次發生。

2024年，公司安全部門聯合相關業務、職能部門共同開展數據安全事件應急演練，以用戶數據洩露、第三方違反保密協議為類比場景，強化各相關部門應急處置能力，提高網絡安全管理專業化程度與重點崗位數據安全風險防範意識。

報告期內，公司未發生任何數據安全和用戶隱私洩露事件。

信息與數據 安全審計

為持續完善公司信息安全風險防範體系，Keep 定期開展信息安全內、外部審計工作，從多個維度綜合評估 Keep App及應用系統的合規情況、網絡安全水平、數據安全水平、業務可用性及可靠性等，並及時開展整改工作。2024年，公司共開展信息安全內部審計4次、外部審計3次，審計發現的風險均已整改完畢。

類型	措施	頻次	覆蓋範圍
內部審計	根據體系要求和國標要求，開展數據安全風險專項評估，進行系統化風險梳理，重點檢查內部制度規範落地情況和數據生命週期內的數據安全情況。	4次/年	Keep 系統（包含上下游支撐的信息服務系統）和數據
外部審計	由第三方機構進行系統性信息安全審計，包括網絡等級保護三級測評、ISO 27001等認證審核、由中國軟件測評中心開展的重要數據安全風險評估。	3次/年	

供應商安全管理

Keep 依照《供應商安全管理制度》對供應商進行全方位的信息安全管理，覆蓋從准入到服務停止的整個流程。

▶ 准入時

我們使用《供應商信息安全審核表》對供應商進行評估，包括對其ISO 27001、ISO 27701等管理體系認證的獲取情況、管理架構及措施的有效性等關鍵指標進行打分，以確保其信息安全合規。

▶ 服務前

我們要求供應商簽署《數據處理協議》和《保密協議》等約束性條款，明確其數據使用的權利和義務。

▶ 服務中

我們嚴格控制供應商賬號許可權與網絡准入，並定期評估其信息安全風險。

▶ 服務後

我們在供應商服務終止時，確保關閉所有相關第三方人員賬號，從而全面保護公司及用戶的數據安全。

► 信息安全宣貫

Keep 持續完善《數據安全培訓管理制度》，並設計適配多元員工群體的培訓體系，全面覆蓋不同層級、職能及經驗水平的員工。

2024年，公司共開展各類信息安全培訓17場，超過5,000人次參與，100%覆蓋包括產品人員、技術人員、管理人員、外包人員在內的所有員工。

新員工入職培訓

我們在新員工入職時即提供基礎信息安全知識培訓，明確公司信息與數據安全保護規定。



全員培訓

我們以線下、線上培訓的方式，面向全體員工傳達敏感性數據識別、高敏數據使用、敏感性數據許可權管理、數據防洩漏等信息安全要求。



專崗培訓

我們以「培訓+考試」的形式，面向核心開發、運維及部分業務支撐人員開展專項數據安全意識培養、法規解讀、技術提升培訓，包括數據安全運維管理要求、敏感性數據操作安全要求、高敏數據防洩漏要求、數據安全審計要求等內容。



日常宣貫

我們定期發佈內部訂閱號文章，分享數據安全、辦公網安全、郵件安全、雲文檔使用安全關注要點和經典案例。



Keep信息安全宣貫體系

◆ 案例：Keep 開展網絡安全節系列活動，提升全體人員信息安全意識

2024年9月，Keep 舉辦公司首屆信息安全與內容生態治理安全節，通過趣味遊戲、合規培訓、線上問卷、拍攝網絡安全宣傳片等多樣的形式，讓全體員工深入了解日常工作中可能遇到的信息安全風險，以及如何保護個人和工作數據。安全節期間，我們還邀請行業資深專家開展以「海外數據隱私保護與大模型合規」為主題的培訓，向相關崗位員工深入講解海外數據隱私保護的核心要點，並針對新興技術時代的海外AI合規問題進行介紹。



信息安全與內容生態治理安全節海報

公益運動 共建活力社區

本章所響應的SDGs



本章所涉及的重大可持續發展議題

- 社區貢獻

Keep 始終堅守新時代企業的責任與擔當，在生產經營活動中充分考慮社區和社會公眾利益，夯實公司與社會高質量和諧發展道路。我們持續關注兒童體育教育、全民健身、愛心捐贈等領域，號召社會各界廣泛參與各類社會公益慈善項目，傳遞快樂健康的生活方式，讓公益更有溫度，讓社會因公益更美好。

投身愛心公益

Keep 秉持「激發每一次運動，讓世界充滿活力」的使命願景，致力於挖掘運動的正向價值和能量，將運動與公益緊密結合，為構建和諧社會注入持久動力。我們持續深耕公益慈善事業，在兒童體育教育和愛心捐贈等領域開展多樣化的公益項目，實現企業經營與社會責任同頻共振，與員工、用戶、公益合作夥伴攜手共繪社會幸福藍圖。

► 支持兒童運動

Keep 始終踐行「讓每一個人都能平等地享受運動的快樂」的平等運動理念，力求讓山區兒童擁有和都市同齡人平等的體育運動機會。自2016年起，我們啟動並持續深化「夢想運動場」公益項目，為偏遠地區兒童捐建運動場，改善其運動環境，降低因場地簡陋帶來的健康風險。為確保公益項目的透明與高效，我們制定了《Keep 夢想運動場公益合作標準及規範》，確保每一份愛心都能精準轉化為對偏遠地區兒童的實際幫助，讓善意落地生根，綻放光彩。

2024年，為助力鄉村兒童強健體魄、健康成長，Keep 攜手壹基金發起公益活動，通過拍攝公益主題片、捐建實體運動場、捐贈運動器材等方式，呼籲社會各界關注鄉村兒童運動條件的改善，推動體育教育在鄉村地區的普及，讓鄉村兒童在更安全、更優越的運動環境中茁長成長。Keep 「和操場交朋友」項目獲得了第十四屆公益節暨ESG影響力年會「2024年度公益案例獎」，彰顯了 Keep 在推動社會公益事業發展和履行企業社會責任（CSR）方面的責任與擔當。



「2024年度公益案例獎」獎盃

📍 案例：第十二個夢想運動場落地雲南小鎮，助力改善鄉村學生運動條件

2024年5月，Keep 向雲南省普洱市寧洱哈尼族彝族自治縣德化鎮中心學校捐建了面積約1,000平米的多功能運動場，成功將原本不規整的水泥地籃球場改造為安全、專業的運動場地。這是 Keep 建成的第十二個「夢想運動場」，累計投入24萬元，顯著改善了當地約700名學生的運動條件，為他們提供了更安全、更豐富的體育活動空間。

同年六一兒童節，Keep 精心策劃並發佈了公益主題片《神奇操場請開門》，以德化鎮中心學校為取景地，真實記錄了學校師生對體育運動的投入與熱情，展現了體育運動對兒童身體成長、心理健康、自信建立、互動社交等方面的重要意義，也記錄下「夢想運動場」落地前的簡陋的學校體育設施。該短片引發了社會公眾對鄉村兒童運動條件改善與體育教育普及的廣泛關注與熱烈討論，進一步推動了「夢想運動場」項目的社會影響力。



德化鎮中心學校夢想運動場



公益短片《神奇操場請開門》



截至報告期期末，我們已在青海、新疆、重慶、四川、廣西、雲南等多地山村小學捐建

12 個操場

惠及近 **6,000** 名鄉村兒童

📌 案例：攜手用戶開展「兒童運動跳繩一起捐」公益活動

Keep 在2024年618大促期間，啟動了「兒童運動跳繩一起捐」公益特別企劃。活動期間，用戶通過 Keep App 官方商城購買指定款兒童破風競速跳繩一根，我們即通過公益合作夥伴壹基金向欠發達地區兒童捐贈一根同款跳繩，以改善鄉村兒童運動條件，幫助孩子們在運動中收穫快樂、健康成長。在本次活動中，我們向甘肅省慶陽市合水縣第二中學小學部共計捐贈269 根跳繩，讓這款專為小學生定制的產品，在這個以跳繩為體育教育特色的學校發揮能量。

► 員工公益

自2016年起，我們設立「紅桃K」專項公益基金，並制定《「紅桃K」公益愛心基金管理流程》，構建高效、規範的公益基金運營模式。我們將員工茶水間零食消費、員工捐贈、義賣活動的收入統一用於物資捐贈、愛心支教等公益項目，號召員工積極投身公益行動。

📌 案例：紅桃K冬季溫暖包，為雲貴兒童送上冬季溫暖

2024年，Keep 發起「為愛奔跑，溫暖傳遞」紅桃K公益線上跑活動，構建起員工和用戶與偏遠地區兒童之間的愛心橋樑，吸引超過2.3萬名愛心跑者報名參與。在此次活動中，Keep 派出多名員工代表，前往雲南省普洱市寧洱哈尼族彝族自治縣德化鎮中心學校小學部、貴州省畢節市大方縣興隆鄉果木小學及貴州大方縣牛場鄉方井小學，捐贈了總價值20萬元的657份冬季溫暖包。這些溫暖包不僅為山區學生提供了切實的物質幫助，更傳遞了 Keep 員工和社會公眾的關懷與支持，助力孩子們健康快樂地成長。



紅桃K冬季溫暖包捐贈現場

📌 案例：大山裏的體育課，為體育教育增添新希望

2024年12月，Keep 選派2位員工代表作為愛心體育老師，前往貴州省畢節市大方縣興隆鄉果木小學，為學生們帶來多樣、精彩的體育課程。我們的體育老師準備了腰旗橄欖球和體適能課程，為孩子們帶來全新課程體驗，並通過趣味訓練項目與互動遊戲，讓孩子們在輕鬆愉快的氛圍中鍛煉身體、提升團隊協作能力。我們將持續探索鄉村體育課發展的全新路徑，踐行「讓每一個人都能平等地享受運動的快樂」的理念，為鄉村兒童的全面發展貢獻力量。



腰旗橄欖球和體適能課程現場

服務全民健身

黨的二十大報告提出，廣泛開展全民健身活動，加強青少年體育工作，促進群眾體育和競技體育全面發展，加快建設體育強國。Keep 積極響應黨的號召，通過線上線下相結合的方式，不斷創新推行村跑、全民健身日、企業職工健康活動等體育公益項目，以實際行動支持建設體育強國，推進全民健身事業高質量發展。

► 鄉村運動支持

Keep 積極發揮企業力量，以運動為紐帶，推動鄉村文明建設與生態文明建設協同發展。報告期內，我們充分利用線上健身平臺與運動解決方案的技術與資源優勢，推出「村跑」系列賽事，通過運動提振農村精氣神，展示農民新風貌，促進農業、文化、體育與旅遊的深度融合，為鄉村全面振興注入新動能。

2024年，Keep 在四川宜賓、山西長治、寧夏靈武、河北邯鄲、福建晉江成功舉辦了5場「村跑」系列線上賽，累計吸引近26萬人參與。賽事活動巧妙結合當地農村非遺文化展示、鄉村建設成果展演等元素，不僅豐富了鄉村文化內涵，更通過運動激發了鄉村活力，助力全民健康與鄉村振興的共同發展。

📌 案例：大地流彩·第五屆全國「和美鄉村健康跑」 宜賓站

2024年5月19日，在農業農村部農村社會事業促進司指導，體育總局群眾體育司、四川省體育總局支持下，第五屆全國「和美鄉村健康跑」（村跑）宜賓站活動在四川宜賓市南溪區仙源街道長江村歡樂田園順利開跑。Keep 作為本次賽事的技術服務供應商，為活動提供了全程技術保障與支持，通過開放數據介面、提供即時榜單、定制線上賽等服務為參賽者帶來了更好的運動體驗。

同期，Keep 在App上推出以「奔向和美鄉村，跑出幸福生活」為主題的「村跑」系列線上挑戰賽·四川宜賓站。為了對外推介四川11項中國重要農業文化遺產，我們精心策劃設計賽事規則，結合非遺元素號召用戶完成11公里的跑步挑戰。該線上挑戰賽持續至5月30日，共吸引8.7萬人報名參與。

「村跑」系列線上挑戰賽充分展示了鄉村振興成果，極大提升了全民保護傳承農業文化遺產的自覺意識，並讓廣大用戶在科學健身、體驗健康生活樂趣的同時，享受農村自然風光和人文魅力，彰顯了 Keep 助力鄉村振興、服務縣域經濟高質量發展的綜合功能價值。

活動後，四川省農民體育協會向 Keep 發出正式感謝信，高度認可了 Keep 在村跑活動中的技術支持與投入，對公司在鄉村體育發展領域的突出貢獻予以表彰。

案例：大地流彩·第五屆全國「和美鄉村健康跑」 宜賓站



「村跑」四川宜賓站「中國重要農業遺產」點亮路線圖

四川省农民体育协会文件

川农体函〔2024〕18号

感谢信

北京卡路里科技有限公司（Keep）：

你们好！首先，请允许我们代表村跑组委会向贵公司表达最诚挚的感谢和崇高的敬意！在大地流彩·全国和美乡村健康跑（村跑）系列活动中，Keep作为我们的官方技术合作伙伴，为村跑活动定制的线上赛打破了时间和空间的限制，让更多无法亲临现场的跑步爱好者也能够参与到村跑活动中来，扩大了赛事的影响力和覆盖面，为推动全民健身事业的发展做出了积极贡献，为赛事的成功举办提供了不可或缺的支持与保障，让每一位参与者都享受到了更加专业、便捷、有趣的跑步体验。

Keep的技术支持和服务得到了广大参赛者的一致好评和高度认可，村跑线上挑战赛首日报名人数即突破万人，这充分

— 1 —

说明了Keep在跑步爱好者中的受欢迎程度和影响力，也彰显了贵公司在运动科技领域的强大实力和专业水准。Keep团队在整个合作过程中所展现出的敬业精神、专业素养和高效协作能力，无论是在技术对接、问题解决还是赛事执行等各个环节，你们都始终保持着积极主动的态度和高度的责任心，与我们组委会紧密配合，确保了赛事的每一个细节都能够顺利推进。你们的努力和付出，不仅为村跑活动注入了新的活力和魅力，也为我们今后的合作树立了良好的典范。

再次感谢Keep对村跑活动的大力支持和帮助。我们相信，在贵公司的助力下，村跑活动将会越办越好，成为我国乡村振兴和全民健身事业中的一张亮丽名片。同时，我们也期待着未来能够与Keep继续保持紧密合作，共同探索更多创新的合作模式和发展机遇，为推动我国体育事业的发展做出更大的贡献！最后，衷心祝愿Keep事业蒸蒸日上，再创辉煌！



— 2 —

四川省農民體育協會感謝信

► 全民運動號召

為持續貫徹實施全民健身國家戰略，積極響應執行國家體育總局主辦的全民健身線上運動會，Keep 在 2024 年與中國鐵人三項運動協會、中國健美協會等機構以及北京團市委等單位舉辦多類別、多形式、差異化的線上運動會，共吸引 49.6 萬餘人參與。

📌 案例：2024 年第四屆「鐵人中國」線上挑戰賽

2024 年 5 月 15 日至 6 月 14 日，我們與中國鐵人三項運動協會聯合舉辦了 2024 第四屆「鐵人中國」線上挑戰賽。賽事設置了游泳、自行車、跑步三個賽段，共計吸引 20.8 萬人報名參與，充分展現了數字體育的強大吸引力和影響力，為全民健身事業注入了新的活力。



2024 第四屆「鐵人中國」線上挑戰賽宣傳海報

► 職工健康提升

為響應全國總工會開展全國職工健康促進工程的號召，Keep 攜手汽車、鋼鐵、金融等行業的近20家標杆企業，展開豐富多樣的線上及線下職工大健康主題系列活動，強健職工體魄，煥新企業風貌。2024年，該系列活動共吸引38萬余名職工報名參與，以智能技術提升職工凝聚力與健康獲得感。

📌 案例：職工大健康主題活動

為充分激發企業職工運動興趣，增強職工幸福感和獲得感，2024年，我們和合作夥伴先後聯合舉辦了定向騎行賽、3V3籃球友誼賽、戶外徒步登山和團隊飛盤等線下活動，還在線上向合作夥伴提供了定制的智能工會健身課程服務，助力企業豐富職工業餘生活、提升職工身體健康水平。



職工大健康主題活動

ESG關鍵績效指標數據表

ESG指標	單位	2024年
A1排放物		
A1.2溫室氣體排放量及密度		
溫室氣體排放量（範圍一、範圍二）	噸二氧化碳當量	480.62
人均溫室氣體排放量（範圍一、範圍二）	噸二氧化碳當量/人	0.57
A1.3&1.4 廢棄物		
有害廢棄物排放總量	千克	11.4
有害廢棄物排放密度	千克/人	0.01
無害廢棄物排放總量	噸	74.52
無害廢棄物排放密度	噸/人	0.09
A2資源使用		
A2.1能源消耗量及密度		
能源消耗總量	兆瓦時	895.66
人均能源消耗量	兆瓦時/人	1.05
A2.2水資源消耗量及密度		
自來水消耗量	立方米	6,998
人均自來水消耗量	立方米/人	8.23
A2.5包裝材料使用量及密度		
包裝材料使用總量	噸	1,037
單位銷售量包裝材料使用量	噸/萬件產品	0.34
B1僱傭		
B1.1按性別、僱傭類型、年齡、地區劃分的僱員總數		
員工總人數	人	850

ESG指標		單位	2024年
按性別劃分	女性員工	人	437
	男性員工	人	413
按年齡劃分	30歲及以下的員工	人	314
	30歲以上的員工	人	536
按地區劃分	中國（包括港澳臺地區）員工	人	850
	其他國家及地區員工	人	0
按員工類別劃分	正式員工	人	827
	其他員工	人	23
B1.2性別、僱傭類型、年齡、地區劃分的員工流失比率			
員工總流失率		%	8.59
按性別劃分	女性員工	%	8.89
	男性員工	%	8.29
按年齡劃分	30歲及以下的員工	%	12.50
	30歲以上的員工	%	6.23
按地區劃分	中國（包括港澳臺地區）員工	%	8.59
	其他國家及地區員工	%	0
B2健康與安全			
B2.1因工傷關係而死亡的人數及比率			
因工作關係死亡人數		人	0
B2.2因工傷損失工作日數			
因工傷損失工作日數		天	0

ESG指標		單位	2024年
B3發展及培訓			
B3.1按性別、僱員類型劃分的受訓員工百分比			
員工培訓總人數		人	831
按性別劃分	男性員工受訓百分比	%	98
	女性員工受訓百分比	%	98
按僱員類型劃分	管理層員工受訓百分比	%	80
	非管理層員工受訓百分比	%	100
B3.2按性別、僱員類型劃分的受訓平均時長			
員工受訓平均時長		小時	36
按性別類型劃分	男性員工受訓平均時長	小時	36
	女性員工受訓平均時長	小時	36
按僱員類型劃分	管理層員工受訓平均時長	小時	34
	非管理層員工受訓平均時長	小時	36
B5供應商管理			
供應商總數		家	366
按地區劃分	中國（包括港澳臺地區）供應商數量	家	366
B6產品責任			
B6.1因安全與健康理由而回收的產品的百分比			
因安全與健康理由而回收的產品的百分比		%	0
B6.2接獲產品及服務的投訴數目			
投訴數目		件	1,046

ESG指標	單位	2024年
B7反貪污		
B7.3向董事及員工提供的反貪污培訓		
反貪污培訓員工參與人次	人次	2,547
覆蓋員工百分比	%	100

指標索引表

(一) 聯交所ESG指標索引

強制披露規定		頁碼
管治架構	由董事會發出的聲明，當中載有下列內容： (i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管； (ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程；及 (iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。	P7-8
匯報原則	描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用匯報原則。	P1
匯報範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。	P1

層面	指標編號	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
A. 環境			
A1排放物	一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P54-56
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	P54-56
	A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	P50
	A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	P56
	A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	P56
	A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	P56
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及減少目標和為達到這些目標而採取的步驟。	P56

層面	指標編號	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
A2資源使用	一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	P54
	A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電，氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	P55
	A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	P56
	A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	P54–55
	A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	P55
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	P53
A3環境及天然資源	一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	P51–56
	A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	P51–56
A4氣候變化	一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	P48–50
	A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及其應對的行動。	P48–50
B.社會			
僱傭及勞工常規			
B1僱傭	一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：（a）政策；及（b）遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P58、60、62
	B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	P59

層面	指標編號	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
B1僱傭	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	P59
B2健康與安全	一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P68
	B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	P68
	B2.2	因工傷損失工作日數。	P68
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	P68
B3發展及培訓	一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	P65–67
	B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	P67
	B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	P67
B4勞工準則	一般披露	有關防止童工或強制勞工的：(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P58
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	P58
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	P58
營運慣例			
B5供應鏈管理	一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	P44–46
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	P46
	B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及有關慣例的執行及監察方法。	P44–45
	B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	P44–46

層面	指標編號	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	頁碼
B5供應鏈管理	B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	P44–46
B6產品責任	一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：（a）政策；及（b）遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P36、42
	B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	P36
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	P40–41
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	P31–34
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	P36
	B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	P75–80
B7反貪污	一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：（a）政策；及（b）遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	P71
	B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	P72
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	P71–72
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	P73–74
社區			
B8社區投資	一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	P82、84
	B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	P82–89
	B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	P82–89

(二) GRI標準索引

議題標準	披露項	章節索引
GRI 2：一般披露	2-1 組織詳細情況	關於 Keep
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	關於本報告
	2-3 報告期、報告頻率和聯繫人	關於本報告
	2-4 信息重述	關於本報告
	2-5 外部鑒證	/
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	關於本報告、 供應鏈管理
	2-7 員工	保障員工合法權益
	2-8 員工之外的工作者	供應鏈管理
	2-9 管治架構和構成	企業管治架構
	2-10 最高治理機構的提名和遴選	企業管治架構
	2-11 最高治理機構主席	企業管治架構
	2-12 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	企業管治架構
	2-13 為管理影響的責任授權	企業管治架構
	2-14 最高治理機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展管理
	2-15 利益衝突	商業道德與反貪腐
	2-16 關鍵問題的溝通	可持續發展管理
	2-17 最高治理機構的共同知識	企業管治架構
	2-18 對最高管治機構的績效評估	企業管治架構
	2-19 薪酬政策	保障員工合法權益
	2-20 確定薪酬的程序	保障員工合法權益
	2-21 年度總薪酬比率	/
	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	可持續發展管理

議題標準	披露項	章節索引
GRI 2：一般披露	2-23 政策承諾	詳見各章節
	2-24 融合政策承諾	詳見各章節
	2-25 補救負面影響的程序	詳見各章節
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	詳見各章節
	2-27 遵守法律法規	詳見各章節
	2-28 協會的成員資格	詳見各章節
	2-29 利益相關方參與的方法	可持續發展管理
	2-30 集體談判協議	保障員工合法權益
GRI 3：實質性議題	3-1 確定實質性議題的過程	可持續發展管理
	3-2 實質性議題列表	可持續發展管理
	3-3 實質性議題的管理	可持續發展管理
GRI 201：經濟績效	201-1 直接產生和分配的經濟價值	詳見年報
	201-2 氣候變化帶來的財務影響和其他風險和機遇	應對氣候變化
	201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃	保障員工合法權益
	201-4 政府給予的財政補貼	詳見年報
GRI 202：市場表現	202-1 按性別劃分的標準起薪水平工資與當地最低工資的之比	保障員工合法權益
	202-2 從當地社區僱傭的高管的比例	保障員工合法權益
GRI 203：間接經濟影響	203-1 基礎設施投資和支持性服務	投身愛心公益、服務全民健身
	203-2 重大間接經濟影響	詳見年報
GRI 204：採購實踐	204-1 向當地供應商採購的支出比例	/
GRI 205：反腐敗	205-1 已經進行腐敗風險評估的的運營點	商業道德與反貪腐
	205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓	商業道德與反貪腐
	205-3 經確認的腐敗事件和採取的行動	商業道德與反貪腐

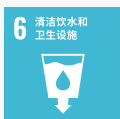
議題標準	披露項	章節索引
GRI 206: 反競爭行為	206-1 針對反競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	商業道德與反貪腐
GRI 207: 稅收	207-1 稅務方針	/
	207-2 稅收治理、控制和風險管理	/
	207-3 利益相關方參與和管理與稅收有關的問題	/
	207-4 國別報告	/
GRI 301: 物料	301-1 所用物料的重量或體積	打造綠色產品
	301-2 所用循環利用的進料	打造綠色產品
	301-3 再生產品及其包裝材料	打造綠色產品
GRI 302: 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	堅持綠色運營
	302-2 組織外部的能源消耗量	/
	302-3 能源強度	堅持綠色運營
	302-4 減少能源消耗	堅持綠色運營
	302-5 產品和服務的能源需求下降	打造綠色產品
GRI 303: 水資源和污水	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	堅持綠色運營
	303-2 管理與排水相關的影響	堅持綠色運營
	303-3 取水	堅持綠色運營
	303-4 排水	堅持綠色運營
	303-5 耗水	堅持綠色運營
GRI 304: 生物多樣性	304-1 組織在位於或鄰近保護區和保護區外的生物多樣性豐富區域擁有、租賃、管理的運營點	/
	304-2 活動、產品和服務對生物多樣性的重大影響	/
	304-3 受保護或經修復的棲息地	/
	304-4 受運營影響的棲息地中已被列入世界自然保護聯盟 (IUCN) 紅色名錄及國家保護名冊的物種	/

議題標準	披露項	章節索引
GRI 305：排放	305-1 直接（範圍 1）溫室氣體排放	應對氣候變化
	305-2 能源間接（範圍 2）溫室氣體排放	應對氣候變化
	305-3 其他間接（範圍 3）溫室氣體排放	/
	305-4 溫室氣體排放強度	應對氣候變化
	305-5 溫室氣體減排量	打造綠色產品
	305-6 臭氧消耗物質（ODS）的排放	/
	305-7 氮氧化物（NO _x ）、硫氧化物（SO _x ）和其他重大氣體排放	/
GRI 306：廢棄物	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	堅持綠色運營
	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	堅持綠色運營
	306-3 產生的廢棄物	堅持綠色運營
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	堅持綠色運營
	306-5 進入處置的廢棄物	堅持綠色運營
GRI 308：供應商環境評估	308-1 使用環境評價維度篩選的新供應商	供應鏈管理
	308-2 供應鏈中的負面環境影響以及採取的行動	供應鏈管理
GRI 401：僱傭	401-1 新進員工僱傭率和員工流動率	保障員工合法權益
	401-2 提供給全職員工（不包括臨時或兼職員工）的福利	保障員工合法權益
	401-3 育兒假	保障員工合法權益
GRI 402：勞資關係	402-1 有關運營變更的最短通知期	/
GRI 403：職業健康與安全	403-1 職業健康安全管理體系	守護員工健康安全
	403-2 危害識別、風險評估和事故調查	守護員工健康安全
	403-3 職業健康服務	守護員工健康安全
	403-4 職業健康安全事務：工作者的參與、意見徵詢和溝通	守護員工健康安全
	403-5 工作者職業健康安全培訓	守護員工健康安全

議題標準	披露項	章節索引
GRI 403: 職業健康與安全	403-6 促進工作者健康	守護員工健康安全
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關的職業健康安全影響	守護員工健康安全
	403-8 職業健康安全管理体系覆蓋的工作者	守護員工健康安全
	403-9 工傷	守護員工健康安全
	403-10 工作相關的健康問題	守護員工健康安全
GRI 404: 培訓與教育	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	助力員工職業發展
	404-2 員工技能提升方案和過渡援助方案	助力員工職業發展
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	助力員工職業發展
GRI 405: 多元性與平等機會	405-1 管治機構與員工的多元化	企業管治架構、保障員工合法權益
	405-2 男女基本工資和報酬的比例	/
GRI 406: 反歧視	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	保障員工合法權益
GRI 407: 結社自由與集體談判	407-1 結社自由和集體談判權可能面臨風險的運營點和供應商	保障員工合法權益、供應鏈管理
GRI 408: 童工	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	保障員工合法權益、供應鏈管理
GRI 409: 強迫或強制勞動	409-1 具有強迫或強制勞動事件重大風險的運營點和供應商	保障員工合法權益、供應鏈管理
GRI 410: 安保實踐	410-1 接受過在人權政策或程序方面培訓的安保人員	/
GRI 411: 原住民權利	411-1 涉及侵犯原住民權利的事件	/
GRI 413: 當地社區	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	投身愛心公益、服務全民健身
	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	/
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	供應鏈管理
	414-2 供應鏈中的負面社會影響和採取的行動	供應鏈管理
GRI 415: 公共政策	415-1 政治捐助	/

議題標準	披露項	章節索引
GRI 416：客戶健康與安全	416-1 評估產品和服務類別的健康與安全影響	產品質量與安全
	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	產品質量與安全
GRI 417：營銷與標識	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	客戶權益保障
	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	客戶權益保障
	417-3 涉及營銷傳播的違規事件	客戶權益保障
GRI 418：客戶隱私	418-1 涉及侵犯客戶隱私和丟失客戶數據的經證實的投訴	信息安全與隱私保護

(三) UNSDGs索引

目標	回應章節	我們的行動
 3 良好健康与福祉	• 1.1 一站式運動解決方案 • 3.3 守護員工健康安全 • 5.1 投身愛心公益 • 5.2 服務全民健身	• 提供服務全民健身的產品與平臺，促進各年齡段人群的福祉，確保健康的生活 • 構建系統化的職業健康與安全管理體系，切實保障員工身心健康與工作環境安全
 4 優質教育	• 3.2 助力員工職業發展 • 5.1 投身愛心公益	• 為員工提供優質學習和培訓資源，助力員工職業發展 • 為鄉村兒童提供素質教育資源與平臺，減少教育不平等
 5 性別平等	• 3.1 保障員工合法權益	• 倡導性別平等，為不同性別、宗教信仰的個人提供就業平臺
 6 清潔飲水和衛生設施	• 2.3 堅持綠色運營	• 重視後勤保障，為員工提供清潔衛生的辦公環境 • 倡導節水理念，採用節水設備，逐步降低運營耗水強度
 8 體面工作和經濟增長	• 3.1 保障員工合法權益	• 為員工提供具有市場競爭力的薪酬及激勵機制
 9 產業、創新和基礎設施	• 1.2 產品研發與創新 • 2.2 打造綠色產品 • 5.1 投身愛心公益	• 持續推進創新發展，提供多元的運動領域產品及解決方案 • 打造綠色產品，持續推進產業綠色化、低碳化 • 於偏遠山區捐贈運動設施，推進鄉村體育建設
 10 減少不平等	• 3.1 保障員工合法權益 • 5.1 投身愛心公益 • 5.2 服務全民健身	• 為員工提供平等、和諧的工作環境，確保每一個員工擁有公正的機會和待遇 • 通過科技整合線上、線下健身體驗，未來十年致力於成為10億運動者的自由運動場，服務全民健身，減少因地域、經濟等原因所造成的不平等
 11 可持續城市和社區	• 1.1 一站式運動解決方案 • 2.2 打造綠色產品 • 5.1 投身愛心公益	• 向所有人提供安全、負擔得起的、綠色的健身產品及平臺

目标	回应章节	我们的行动
	1.3 產品質量與安全 1.4 客戶權益保障 2.2 打造綠色產品 4.3 信息安全與隱私保護	• 建立產品安全與質量管理體系，杜絕有毒有害物質使用，減少化學品使用，保障消費者安全與使用體驗 • 建立完善的營銷內容審核機制，規範公司營銷行為，確保傳播內容真實有效，保障用戶權益 • 採用可持續的研發、生產、運輸模式，降低生產運營對於環境的影響 • 持續完善信息安全與隱私保護體系，構建安全、可靠的數字環境，保障用戶信息安全，防止隱私洩露
	2.1 應對氣候變化 2.2 打造綠色產品	• 建立管治架構，積極開展氣候變化風險與機遇的識別和管理工作 • 積極投入綠色產品研發，為消費者提供低碳產品，持續推進綠色運動
	1.5 供應鏈管理 4.1 企業管治架構 4.2 商業道德與反貪腐	• 堅持陽光採購原則，要求供應商簽署《反商業賄賂協議》，設立供應商溝通渠道，構建廉潔透明的供應鏈環境 • 建立規範有效的公司管治體系，提升公司決策效能與風險防控能力 • 制定商業道德準則，建立舉報通道，持續推進廉潔文化建設
	1.5 供應鏈管理 5.2 服務全民健身	• 完善供應鏈管理機制，持續優化供應商管理水平，推進供應鏈在勞工、商業道德、綠色生產方面的發展 • 攜手企業、機構共同推進體育文化建設與社會發展

讀者意見反饋

感謝您閱讀《Keep 2024 年環境、社會與管治 (ESG) 報告》。為了向您及其他利益相關方提供更有價值的信息，促進 Keep 提升 ESG 管理能力和水平，本公司衷心歡迎您對報告提出意見建議，並通過郵箱：ir@keep.com 反饋給本公司。

1. 您屬於以下哪類利益相關方？

- ☐ 政府及監管機構 ☐ 股東及投資者 ☐ 公司董事
- ☐ 員工 ☐ 合作夥伴及供應商 ☐ 消費者
- ☐ 企業客戶 ☐ 社區媒體 ☐ 其他_____

2. 您認為本報告是否全面反映了 Keep 在環境、社會及管治方面的表現？

- ☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

3. 您認為本報告是否能夠全面地回應 Keep 利益相關方的期望和要求？

- ☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

4. 您認為本報告的定量信息披露是否客觀、真實、有效？

- ☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

5. 您認為本報告的文字表述是否條理清晰、通俗易懂？

- ☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

6. 您認為本報告的版式設計是否有助於您對相關信息的理解？

- ☐ 是 ☐ 一般 ☐ 否

7. 您希望了解但未在本報告中披露的內容：

8. 您對 Keep 的 ESG 管理工作和 ESG 報告還有哪些意見和建議？

