



拍拍

2025

年度环境、社会 及管治(ESG)报告

Environmental, Social
and Governance Report

目录

关于本报告	01
CEO 寄语	03
关于万物新生	05
奖项及荣誉	05
企业文化	06

1 恪行守正 管治新生

公司治理和风险合规	09
ESG 治理	13
商业道德与准则	19
信息安全和隐私保护	22

2 物尽其用 绿色新生

应对气候变化	29
绿色产业	41
绿色运营	45
绿色金融	51
绿色消费	52

3 心系客户 品控新生

品质把控	61
至优服务	67
负责任价值链	72

4 上下求索 科创新生

创新研发	79
知识产权	83

5 责任同行 美好新生

员工权益	87
职业健康与安全	95
员工成长	98
社会公益	103

附录	105
关键绩效指标表	105
GRI 内容索引	113

关于本报告

本报告是万物新生集团连同其附属公司（以下简称“万物新生”“集团”“公司”“我们”）正式发布的第六份年度环境、社会及管治报告（以下简称“本报告”），旨在阐述万物新生在环境、社会及管治（即 Environmental, Social and Governance, 以下简称“ESG”）方面的制度建设与工作表现，客观地披露万物新生在可持续发展方面的管理和成效，以响应利益相关方及社会公众的期望。

时间范围

本报告为年度报告，时间范围为 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。为增强报告可比性及前瞻性，部分内容延伸至 2026 年。

组织范围

报告组织范围以万物新生集团于美国纽约证券交易所上市的主体为边界。其他与此有差异的内容，将会在报告中进行说明。

编制依据

- 联合国可持续发展目标 (SDGs)
- 金融稳定理事会 (FSB) 气候相关财务信息披露工作组 (TCFD) 框架
- 全球可持续发展标准委员会 (GSSB) 《可持续发展报告标准 (GRI Standards) 》
- 可持续发展会计准则委员会 (SASB) 发布的行业准则
- 全球领先评级机构 MSCI (明晟指数) 和晨星 Sustainalytics 关注的议题

数据说明

本报告披露的信息和数据来源于万物新生内部相关数据收集系统、统计报告、公开资料和正式文件，包含万物新生向美国证券交易委员会递交的招股说明书和年报、集团章程与制度文件、集团宣发刊物。除特殊说明外，本报告所载的财务数据及指标按照美国通用会计准则编制，均为集团合并数据，以人民币列示。2021 年，本公司上市主体名称由“爱回收”变更为“万物新生”，本公司于变更前制定的内部政策与标准均以“爱回收”命名。

本报告内容是按照一套有系统的程序而厘定的。有关程序包括工作小组组建、识别重要的利益相关方、利益相关方访谈、识别和排列 ESG 相关重要议题、决定 ESG 报告的界限、收集相关材料 and 数据、框架确定、报告编写、报告设计、部门与高层审核等环节。

本报告经管理层确认后，由 ESGC (ESG 管理委员会) 提报，并于 2026 年 6 月 30 日获董事会通过。

报告获取

本报告支持在线阅读，并提供中文简体、英文两种语言版本。当两种语言文本有差异时，以中文版内容为准。

联系方式

您对万物新生环境、社会及管治方面的披露和表现有任何意见或建议，请通过以下方式与我们取得联系。

邮箱: ir@atrenew.com

获取更多相关信息，请浏览网站: <https://ir.atrenew.com>

CEO 寄语



陈雪峰

万物新生集团董事长兼首席执行官

作为衔接“十四五”收官、铺垫“十五五”开局的承启之年，2025 年是循环经济产业规范化、规模化、高质量发展的关键之年。深耕“科技 + 环保”循环经济赛道、身为行业标杆企业的万物新生始终坚守“让闲置不用，都物尽其用”的核心使命，以 ESG 可持续发展体系为战略底座，将合规治理、绿色发展、品质服务、科技创新与社会责任深度融入商业模式与经营全链条，实现了商业价值、环境价值与社会价值的协同增长。本年度，公司经营业绩稳步攀升，全平台二手商品交易量达 4,180 万台，总营收突破 210.5 亿元，同比增长 28.9%，核心经营指标持续稳健向好。同时，公司凭借扎实的可持续发展实践，斩获国内外多项权威荣誉，行业影响力与品牌公信力持续升级。

合规治理是万物新生长效发展的基石。2025 年，我们持续深化“恪行守正，管治新生”的治理理念，完善 ESG 治理架构与风险管理体系，进一步优化董事会多元化结构。公司独立董事占比达 37.5%，女性董事占比 25.0%，保障决策科学、合规透明。公司筑牢商业道德防线，实现员工廉洁承诺全覆盖。同时，我们加强统筹全域数据治理，搭建全维度信息安全防护体系，全年实现数据安全与用户隐私泄露事件零发生。公司以标准化、体系化的治理能力，为万物新生可持续发展筑牢底线保障。

绿色循环是万物新生的发展底色。立足二手产业本源，我们践行“物尽其用，绿色新生”理念，深度布局低碳转型与产业升级。以 2024 年为基准，2025 年范围一与范围二碳排放强度下降 9.5%，向 2030 年下降 35% 的目标稳步推进。我们持续完善绿色运营体系，合规处置废弃电子产品 21.9 万台，减少电子产品污染约 35.1 吨，大幅降低产业端环境损耗。凭借领先的循环经济实践，公司成功入围全球顶级环保奖项“为地球奋斗奖”（The Earthshot Prize），入选国家首批二手商品流通试点企业，深度参与多项国家及行业标准制定，以技术实践推动行业规范化、绿色化迭代。

品质服务与科技创新是万物新生的进阶动能。我们坚守“心系客户，品控新生”理念，搭建全生命周期产品质量管理体系，依托 AI 稽核、自动化质检、取证仓革新等技术手段，实现质检标准化、风控智能化。公司全年重大产品质量召回与安全合规事件为零，各业务线客户满意度稳居高位。同时，公司坚持科创驱动产业变革，全年投入 2.4 亿元研发资金，依托自研自动化质检设备、AI 算法模型，全面提升产业链运营效率。公司全年新增 57 项知识产权授权，持续以技术创新破解二手行业非标化、人工依赖度高的痛点，引领行业数字化升级。

社会责任是万物新生的价值坐标。我们秉持“责任同行，美好新生”理念，坚持以人为本，完善员工权益保障、职业健康与成长培育体系，实现零童工、零强迫劳动、零歧视事件，搭建多元化人才晋升与赋能机制，打造包容稳定的职场生态。在社会公益领域，我们持续深耕乡村教育帮扶，旗下数码助学计划已惠及超 1.3 万名山村儿童。同时，公司落地社区环保、特殊群体帮扶等公益项目，以长效公益实践践行企业担当。

立足长远，万物新生将持续锚定“成为全球二手行业的创新者和引领者”的愿景，坚守循环经济主赛道，持续深化 ESG 全维度建设。

关于万物新生

万物新生成立于 2011 年，定位为“互联网 + 环保”类型的循环经济企业。万物新生集团旗下 4 大业务线包含：爱回收、拍机堂、拍拍、海外业务 AHS Device。万物新生集团秉承“让闲置不用，都物尽其用”的使命，致力于打造 ESG 样本企业，将社会责任融入到商业实践中。

万物新生 2025 年经营状况

全平台二手商品交易量

4,180 万台

总营收

210.5 亿元

总收入同比增长

28.9%

non-GAAP 净利润

4.3 亿元

non-GAAP 净利润同比增长

36.3%

区域级大型运营中心 城市级小仓

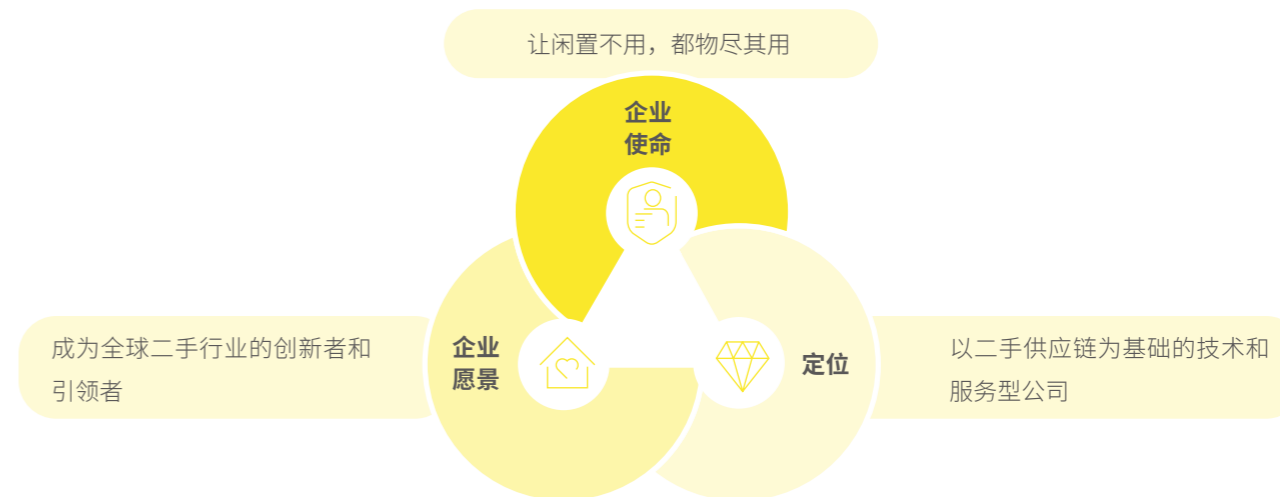
8 个

15 个

奖项及荣誉

2025 年公司获评多项行业及社会荣誉，品牌影响力与行业口碑稳步提升。

企业文化



万物新生企业文化模型



2025 The Earthshot Prize (为地球奋斗奖) 全球入围企业

2025 上海市循环经济协会“2025 年上海市循环经济典型案例集”

2025 界面新闻“2025 ESG 先锋 60”年度环境责任优秀奖

2025 北京 ESG 研究院“2025 绿色发展案例”

2025 商务部、国家发展改革委“国家首批二手商品流通试点企业”

2025 上海市经济和信息化委员会“上海市节能宣传周绿色低碳伙伴”

2025 《哈佛商业评论》“拉姆·查兰管理实践奖”杰出奖

2025 第一财经第三届中国企业碳中和表现榜“绿色创新表现奖”

2025 国家标准化管理委员会“3C 电子产品再利用循环经济标准化试点”

2025 新华社“2025 气候行动”零碳转型实践典型案例

2025 向光奖“2025 向善企业”
2025 向光奖“ESG 可持续发展 TOP15 企业”

2025 OPF (一个地球自然基金会)“2025 年度地球合伙人公益推广合作伙伴”

01 恪守守正 管治新生

集团将 ESG 理念深度融入商业模式与经营全流程，全面内嵌于公司治理、合规管控及商业道德建设的各环节。我们立足自身主营业务发展，持续加强与各利益相关方的沟通联动，稳步提升集团在经济、社会及环境领域的综合价值，积极探索长效稳健的可持续发展路径。

本章节回应议题

- 经济绩效
- 公司治理
- 合规与风险管理
- 商业道德与准则
- 信息安全和隐私保护

我们的行动

- 持续完善公司治理架构，关注董事会独立性与多元化发展
- 深化 ESG 治理体系落地，动态复盘重大性议题评估，将 ESG 要素融入日常风险管理流程
- 构建廉洁合规管理体系，推行多层级廉洁承诺机制化发展
- 加强统筹数据治理，加固信息安全和隐私保护防线

我们的绩效

独立董事占比 37.5%	女性董事占比 25.0%	发生数据安全事件、客户隐私数据泄露事件 0 起
开展风险评估及分层管理工作 132 次		标普 S&P CSA 分数提升至 34
供应商《万物新生反商业贿赂协议》的签署数量 2,178		入围由英国皇室基金会发起的 “为地球奋斗奖” 决赛
廉洁从业相关培训 2 场	参与培训 15,124 人次	



公司治理和风险合规

公司治理架构

万物新生始终恪守上市及经营属地法律法规，建立权责明晰、运行高效的内部治理与运营规范体系。董事会作为最高决策机构，统筹引领集团战略发展、监督企业管治运营，保障企业长期稳健经营。董事会下设审计、薪酬、提名及公司治理专业委员会，在维护股东合法权益的同时，赋能集团可持续经营。集团配套制定各委员会章程及《高管薪酬追回政策》等治理制度，全面规范董事会及专门委员会履职流程，保障治理运作科学合规、高效有序。

万物新生治理架构¹



¹ 截至报告披露日。

董事会多元化

董事会秉持用人唯贤的董事提名与委任原则，高度重视董事会多元化与专业结构建设，在成员遴选及年度构成审阅中，综合兼顾性别、年龄、国籍、文化、教育背景、专业经验、履职技能、独立性特质及监管合规要求，持续优化董事会人员组成，确保整体知识、技能与经验配置均衡，契合集团长远经营治理需要。

类型	姓名	性别	年龄	教育背景	专业能力			所属委员会
					行业经验	风险管理	财务经验	
创始人 董事会主席兼首席执行官	陈雪峰	男	46	复旦大学 计算机系硕士	●	●		
董事兼执行总裁	王永良	男	42	对外经济贸易大学 经济学学士	●	●		
董事	滕跃	男	36	杜克大学 工程管理学硕士	●	●	●	薪酬委员会
董事	吴双喜	女	39	北京师范大学硕士	●	●		
董事兼首席财务官	陈晨	男	45	上海交通大学学士	●	●	●	
独立董事	王静波	男	44	牛津大学 赛德商学院管理学博士	●	●	●	审计委员会 - 主席 薪酬委员会 - 主席 提名及公司治理委员会 - 主席
独立董事	蒋国兴	男	72	复旦大学 计算机科学学士	●	●		审计委员会 薪酬委员会 提名及公司治理委员会
独立董事	朱睿	女	51	明尼苏达大学 市场营销博士	●	●		审计委员会 提名及公司治理委员会

截至本报告期末

董事会共有成员

8名

其中独立董事占比

37.5%

女性董事占比

25.0%

董事背景涵盖财务、产业技术、市场营销等专业领域。

风险管理与内审内控

万物新生已搭建完善的风险管理及内部控制体系，凭借全流程风险识别、前瞻防控及应急响应机制，保障经营决策科学审慎、业务运营安全稳健。集团持续优化风险管理委员会（RMC）及现行《集团风险管理委员会运作机制》，明确委员会及下属子委会的职能分工。委员会执行双周内部沟通、月度管理层汇报机制，实现风险信息高效传导、存量隐患闭环整改，并前瞻部署风控举措，持续强化各业务线风险研判与应对能力，稳步提升集团整体风险管理成熟度。

万物新生风险管理委员会架构



报告期内

公司召开 RMC 会议共计

9 次

通过月会机制识别风险问题

27 个

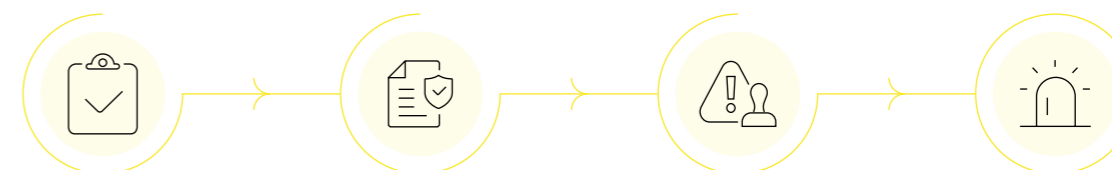
风险整改完成率

100%

风险管理

报告期内，RMC 前置业务评估统筹实施 27 个正式评估、105 个日常评估，完成风险识别、评估、分级工作。针对不同等级风险，RMC 评估成员出具专业评估意见，提示业务方向，以持续提升公司风险管理能力。

万物新生风险管理分层机制



绿线 (基本无风险)	灰线 (一般风险)	黄线 (较大风险)	红线 (重大风险)
无风险	普通行政责任、普通品牌问题等	严重行政责任、严重品牌问题等	刑事责任、严重税务问题
决策：可直接执行	决策：原则上鼓励，需提供风险应对措施，二级业务负责人决策	决策：原则上不建议，不绝对，可沟通风险应对措施，一级业务负责人决策	决策：不可执行

万物新生高度重视将 ESG 要素深度融入日常风险管理流程并实施动态管控。我们通过持续健全内控机制与制度体系，有效防范潜在 ESG 风险、稳步提升可持续发展管理水平。针对集团重大业务战略落地及商业模式创新调整，公司由风险管理委员会牵头，严格执行前置风险评估程序，提前研判潜在新增风险，协同制订并落地配套防控方案，构建全流程风险识别、评估与闭环管控的成熟管理模式。

内审内控

万物新生严格遵循美国证券交易委员会 (SEC) 监管及《萨班斯 - 奥克斯利法案》(US SOX) 等法规要求，持续完善内部控制体系。

公司开展内控自评，从公司及业务流程层面识别风险、梳理控制活动，对内控缺陷按监管要求推进整改。同时，我们依据《内部审计制度》常态化开展审计监督，2025 年全年落地四项专项审计，覆盖维修翻新业务、运营中心付款报销、营销费用及反舞弊等重点领域，审计结果定期向风险管理委员会报送，并持续督导落地整改。通过审计排查，我们进一步规范业务流程、强化权限管控与舞弊风险监控，防范资金损失、约束从业行为，以常态化内审监督夯实内控基础，保障集团 SOX 内控体系持续合规有效。

ESG 治理

ESG 治理架构

万物新生已构建董事会—ESG 管理委员会 (ESGC)—ESG 工作小组三级 ESG 治理架构。董事会为 ESG 最高决策机构，统筹审批并监督整体 ESG 工作，定期审视目标进展，确保 ESG 战略与业务发展协同一致。ESG 管理委员会承接董事会决策部署，负责推进 ESG 管理体系建设工作，履行相关的顶层决策职能，监督落实 ESG 战略及优化目标的落实工作，每年至少召开一次会议并向董事会汇报工作。ESG 工作小组联动集团各职能及业务部门，统筹推进各项 ESG 举措落地实施。

万物新生 ESG 治理架构



作为联合国全球契约组织 (UNGC) 成员，集团已建立并施行《万物新生集团 ESG 委员会 (ESGC) 运作机制》，清晰划定环境、社会及治理三大维度的核心管理范畴。集团定期审视并更新相关管理内涵与边界，确保 ESG 管理体系始终贴合业务发展方向，紧跟全球可持续发展最新趋势。



利益相关方沟通

万物新生高度重视同利益相关方的沟通工作，集团持续加强与消费者、平台商家、员工、股东/投资者、政府及监管机构、媒体、社区公众、供应商与合作伙伴等广泛利益相关方的沟通与交流。集团通过建立多样化的沟通方式，及时有效地了解各方的意见和期望，以融入集团的运营和管治中，力求多方共同的可持续发展。

利益相关方	对万物新生的意义	关注议题	沟通渠道 / 反馈方式
消费者	为消费者打造优质的产品与服务，塑造万物新生品牌价值。	<ul style="list-style-type: none"> 信息安全与隐私保护 客户责任与服务 产品治理 绿色包装与循环使用 	<ul style="list-style-type: none"> 客户满意度调查 线上线下游沟通渠道 负责任营销与品牌推广
平台商家	平台商家不仅是万物新生的客户群体，也是公司价值传播的关键渠道。加强与平台商家的沟通与合作，不仅有助于提升品牌实力，而且通过打造优质的商业生态，能够实现商业价值与社会影响力的双重提升。	<ul style="list-style-type: none"> 客户责任与服务 技术创新与知识产权保护 产品治理 	<ul style="list-style-type: none"> 商家大会 商家培训 商家评估 商家交易流程的数字化
员工	人力资本是万物新生发展的核心动力，我们重视员工关怀和培养，为员工提供成长和晋升的机会。	<ul style="list-style-type: none"> 劳工管理 多元化与平等 员工健康与安全 员工培训与发展 	<ul style="list-style-type: none"> 成立工会 开展员工满意度调查 定期开展培训 定期进行沟通
股东 / 投资者	股东和投资者构成万物新生长成的重要基石，公司的稳健发展就是对其信任与支持的最佳回应。	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 合规与风险管理 经济绩效 产品和服务的环境、社会效益 气候变化管理 	<ul style="list-style-type: none"> 合规信息披露 召开业绩发布会 定期拜访与及时沟通 组织实地参观
政府及监管机构	万物新生将遵纪守法作为责任和义务，与各地方政府保持良好关系。	<ul style="list-style-type: none"> 信息安全和隐私保护 商业道德与准则 公司治理 合规与风险管理 	<ul style="list-style-type: none"> 依法纳税 合规信息披露 接待调研
媒体	媒体是万物新生与公众沟通的渠道之一，是万物新生提升信息透明度、践行可持续发展的重要推动力。	<ul style="list-style-type: none"> 产品和服务的环境、社会效益 	<ul style="list-style-type: none"> 定期信息披露 媒体资料包 日常问询响应
社区公众	社区发展与公众参与是万物新生推动循环经济发展、实现社会价值的重要指向。	<ul style="list-style-type: none"> 社会公益事业 	<ul style="list-style-type: none"> 捐赠与援助 开展公益项目
供应商与合作伙伴	万物新生维护与供应商及合作伙伴的良性互动，推动产业链的健康发展。	<ul style="list-style-type: none"> 负责任供应链 经济绩效 产品和服务的环境、社会效益 	<ul style="list-style-type: none"> 供应商评估 产业合作

案例 2025 年投资者交流开放日

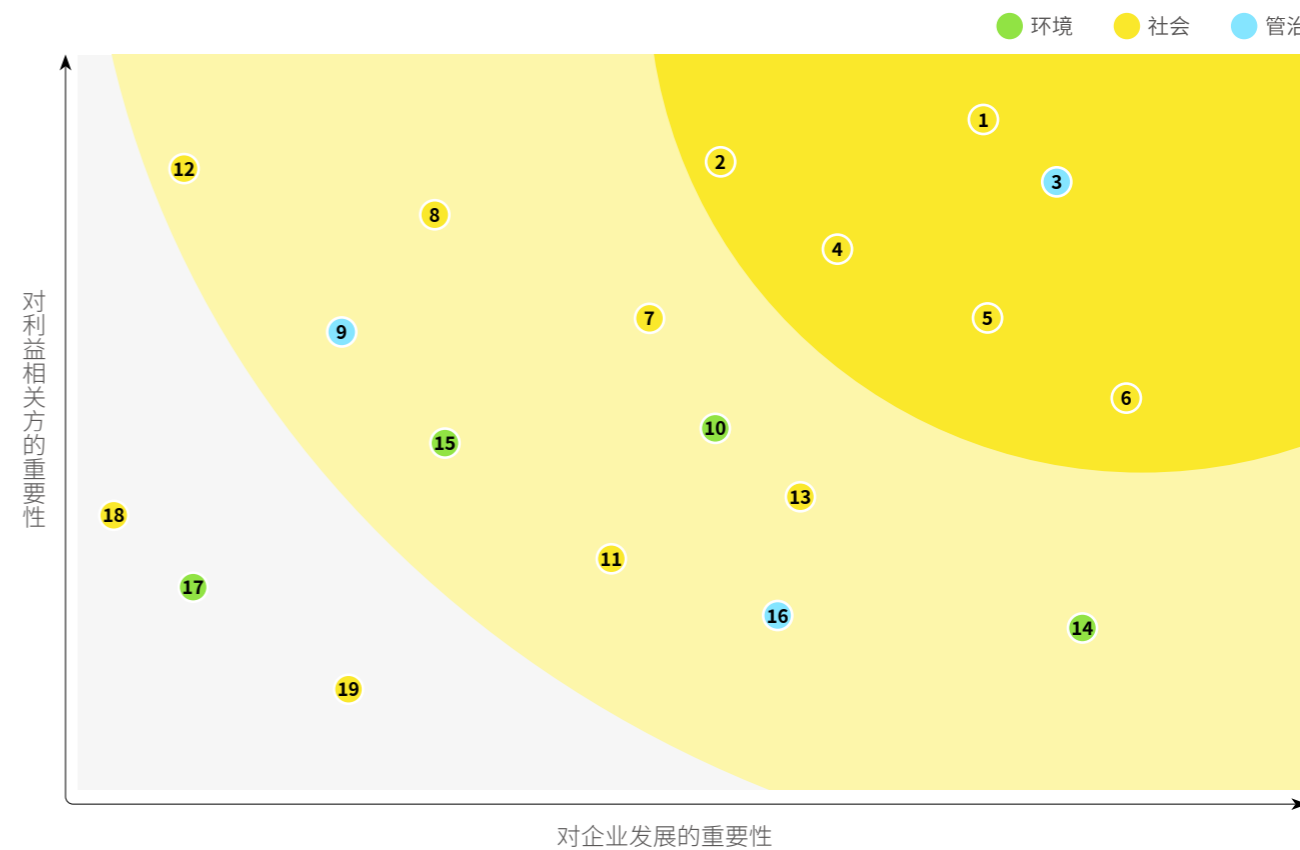
2025 年 7 月 8 日，万物新生集团举办投资者开放日活动，邀请多家券商分析师与机构投资者参与交流。活动先后组织实地走访东莞华南自动化运营中心与深圳拍机堂 Mall 线下实体场景，直观展示集团业务运营体系、自动化能力及线下商业布局。集团核心管理层全程参与，向参会投资者系统阐释公司商业模式、发展战略与规模化成长逻辑，并围绕经营发展、行业趋势等热点议题开展座谈问答，充分倾听市场关切。活动有效搭建了公司与资本市场的常态化沟通桥梁，增进了投资者对集团核心竞争力及长期发展价值的深度认知。



2025 年投资者交流开放日现场 & 日程

重大性议题评估

2025 年，万物新生密切跟踪国内外宏观经济形势、行业发展动态，同时对标 GRI 可持续发展报告标准、TCFD 气候相关财务信息披露建议及资本市场主流 ESG 评级体系，并结合与各利益相关方的常态化沟通，动态审视重要性议题适配性。集团沿用既有重要性议题评估结论，从“对利益相关方的重要性”与“对企业发展的必要性”双维度维持议题分级架构，共确定高度重要性议题 6 项、中度重要性议题 10 项、一般重要性议题 3 项。本报告将针对已识别的高度重要性议题进行重点披露与回应。



议题	排序	重要性
信息安全和隐私保护	1	高度重要性
客户责任与服务	2	
商业道德与准则	3	
员工健康与安全	4	
员工培训与发展	5	
产品治理	6	
劳工管理	7	中度重要性
技术创新与知识产权保护	8	
合规与风险管理	9	
绿色包装与循环使用	10	

议题	排序	重要性
经济绩效	11	中度重要性
多元化与平等	12	
产品和服务的环境、社会效益	13	
气候变化管理	14	
能源管理与温室气体排放	15	
公司治理	16	一般重要性
废弃物管理	17	
负责任供应链	18	
社会公益事业	19	

2025 年，我们重点在信息安全和隐私保护、客户责任与服务、商业道德与准则、员工健康与安全、员工培训与发展、产品治理这六项高度重要性议题开展 ESG 提升管理工作。

	信息安全和隐私保护	客户责任与服务	商业道德与准则	员工健康与安全	员工培训与发展	产品治理
重要性议题						
对万物新生的意义	通过技术升级提高信息安全和隐私保护水平，确保不发生信息泄露事件，提升公众对万物新生的信任度	以用户为中心开展更优质客户服务，有助于提升客户粘性和对万物新生品牌的忠诚度	良好的反贪污、反腐败管理有利于提高经营管理的透明度，有利于减少或避免企业声誉受到损害	万物新生为员工打造健康安全的工作环境，守护员工身心健康，提高企业生产效率	万物新生激发员工的创造性和潜力，为企业的健康持续发展输送高质量人才	提升质检能力、为用户提供优质产品，有助于提升万物新生的品牌形象与企业声誉
提升举措	<ul style="list-style-type: none"> 自主研发多硬盘隐私清除技术 优化信息安全 & 隐私保护风险管理机构并制定相关制度 开展培训 	<ul style="list-style-type: none"> 客户服务体系升级与智能工具上线 开展客户满意度调查 	<ul style="list-style-type: none"> 开展廉洁从业检查 开展廉洁从业培训 修订《万物新生员工廉洁自律准则》 	<ul style="list-style-type: none"> 提供健康福利保障 开展 EHS 培训与演练 	<ul style="list-style-type: none"> 优化绩效考核机制 丰富员工培训计划 	<ul style="list-style-type: none"> 迭代升级自动化质检技术 加强商家与供应商管理 参与行业标准制定
对应章节	品质把控 信息安全	至优服务	商业道德与准则	职业健康与安全	员工成长	品质把控 负责任价值链 绿色产业
推进 SDGs		 				

商业道德与准则

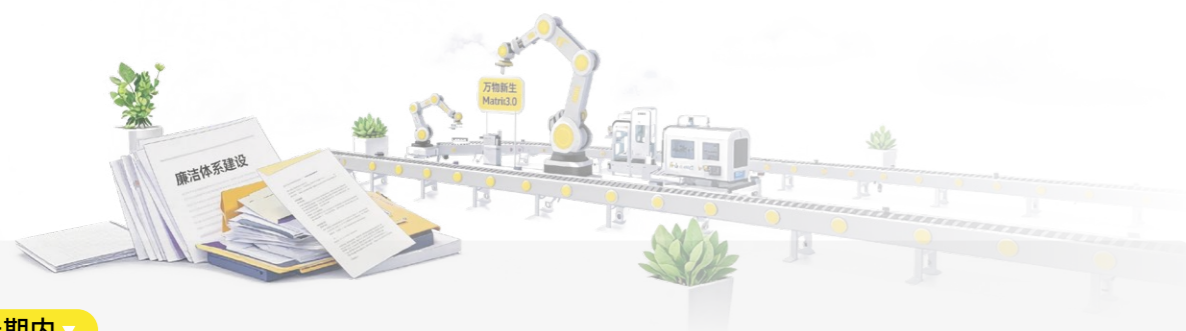
万物新生作为阳光诚信联盟成员，主动践行行业廉洁公约，持续规范经营管理，厚植全员廉洁从业理念。我们严格遵循境内外法律法规及反不正当竞争、反贿赂、反洗钱相关监管规定，建立健全廉洁治理体系，明确严禁商业贿赂、职务侵占、不当利益冲突等各类违法违规行为，并对外发布《商业行为和道德准则》。



廉洁自律管理体系建设及优化

2025 年公司持续优化内部行为规范，修订《万物新生员工廉洁自律准则》，重点细化界定集团禁止性利益冲突行为；更新《一线员工行为规范制度》，增补一线岗位违规行为约束条款；并新增《保密承诺书》，禁止泄露保密信息，全面深化企业廉洁建设与公平竞争合规管理。

公司推行分层廉洁承诺机制，组织全体员工签署《万物新生员工廉洁自律准则》，明确商业道德与合规履职要求，同时要求各级管理人员签署《管理者承诺书》，禁止利用职权谋取私利、禁止发生与公司有利益冲突的行为等，强化管理层廉洁履职监督。此外，公司要求全体合作供应商签署《万物新生反商业贿赂协议》，统一约束合作双方经营行为，维护公平有序的市场竞争环境，共建互利共赢的合作格局，从源头防范商业贿赂风险。



报告期内

万物新生员工《万物新生员工廉洁自律准则》《保密承诺书》签署率

100%

供应商《万物新生反商业贿赂协议》的签署数量

2,178

万物新生《管理者承诺书》签署率

100%

加盟商《万物新生反商业贿赂协议》的签署率

100%

2025 年万物新生廉洁自律管理新增举措

内部交易规范

《廉洁自律准则》中明确，单次月度交易数量达到及超过 5 台的交易行为纳入异常交易范畴进行重点核查管控

全员利益冲突申报机制

将利益冲突申报机制纳入新员工入职必备流程，常态化落实从业利益冲突排查管控

入职阶段利益冲突背景调查

公司依托自动化系统强化内部交易智能监控，并纳入新员工入职审核环节，对异常交易人员实施前置预警，从源头严控用人风险。

举报管理

公司坚持违规行为零容忍，搭建电话、专属邮箱、官网专栏等多元举报渠道，畅通内外部监督途径。我们发布并宣贯《万物新生集团举报人保护与奖励制度》，借助线下海报、线上大屏、入职培训考核、内部宣传专栏等形式普及廉洁与举报相关要求，常态化公示失信处置与举报激励信息，并通过阳光诚信联盟进行员工背调并签署《失信行为处罚及信息披露告知书》，依托监察合规部履行监督职责，筑牢廉洁合规管理防线。

万物新生举报途径

- 万物新生举报专用邮箱：ICAC@atrenew.com
- 万物新生公开举报电话：15618957708

万物新生举报处理三大原则

- 严格保密
- 知情范围最小化
- 保障处理时效

万物新生制定并积极落实《举报调查管理工作指引》《拍机堂平台部违规行为举报核查处理流程》《前端业务部违规行为举报核查处理流程》及《运中内控机制》等制度，建立起各业务板块舞弊举报协同核查机制。集团明确由监察合规部独立负责腐败问题核查工作，该部门直接对接集团相关监管工作，保障举报受理、案件调查工作独立客观开展。公司严格管控举报信息保密工作，妥善保管举报人个人信息与举报材料，为实名举报人设立专属保护名单，全方位守护其信息安全。公司对举报人的打击报复行为秉持零容忍态度，明令禁止一切针对举报人的打击报复行为，一经查实将依规严肃处理，涉嫌违法的依法追究相关责任，保障举报人合法权益与人身安全。

报告期内

万物新生已完成举报事件及合规案件的调查

13起



廉洁自律培训

公司建立常态化廉洁教育培训体系，将廉洁合规内容纳入新员工入职培训并配套考核，定期组织全体员工开展专项学习，持续强化全员廉洁自律与合规履职意识。

案例 商业道德全员培训

2025 年公司面向全体员工开展两场线上商业道德与反贪腐专项培训。培训围绕反舞弊与保密制度、新版《员工廉洁自律准则》及利益冲突规范两大主题展开，采用线上授课搭配随堂答题的形式开展学习，帮助全员明晰廉洁从业要求，强化员工拒腐防变思想意识，夯实内部廉洁管理基础。



反舞弊及保密制度培训

万物新生集团—监察合规部

2025年6月

2025 年商业道德全员培训

报告期内

万物新生集团监察合规部开展廉洁从业相关培训

2次

培训参与人数

15,124 人次

信息安全和隐私保护

信息安全

万物新生恪守各地网络安全、数据安全相关法律法规，落地《数据分类分级管理制度》《数据安全管理制度》《信息安全管理体制体系》《业务运营系统访问控制规范》《第三方信息安全管理规范》《第三方 API 对接管理规范》及《业务系统安全基线》等多项管理规范，依照监管要求严控数据运营风险，筑牢信息安全防线。公司核心业务系统均通过信息系统安全等级保护三级测评及通信网络防护三级测评并取得备案证明。此外，2025 年集团维持 ISO 27001 信息安全管理体系认证及 ISO 20000 信息技术服务管理体系认证资质。



万物新生 ISO 27001 信息安全管理体系认证证书 & 万物新生 ISO 20000 信息技术服务管理体系认证证书

公司搭建层级清晰的信息安全治理架构，设立信息安全及隐私保护风险管理委员会统筹战略规划与整体部署。2025 年治理架构进一步优化，我们加强统筹全域数据治理，同步出台《个人信息安全保护细则》《万物新生个人信息保护影响评估制度》，正式建立个人信息对外共享评估机制，精细化提升个人信息合规管控能力。

万物新生信息安全管理组织架构



公司通过安全运营平台进行监测，实时掌握信息安全风险，并通过客服反馈及外部数据监测平台识别数据及客户隐私风险。一旦发生信息安全、数据及客户隐私数据泄露风险，平台将第一时间上报信息安全及隐私保护风险管理委员会，由信息安全部进行溯源处置，同时上报网安监管部门。

万物新生信息安全管理举措

权限管理

- 在各部门设立安全专职岗位，对权限进行集中管理
- 基于岗位职责进行权限划分，杜绝了岗位职责权限不清的情况
- 建立账号权限盘点机制，出具盘点报告
- 增设数据下载、邮件报表专项权限管控
- 设立数据安全专职人员统一收口，统筹各岗位权限审批流程
- 数据开发系统实行准入考核认证，考核涵盖专业技能与数据安全素养，持证方可开通使用权限

保密警用语提醒及下载行为管控

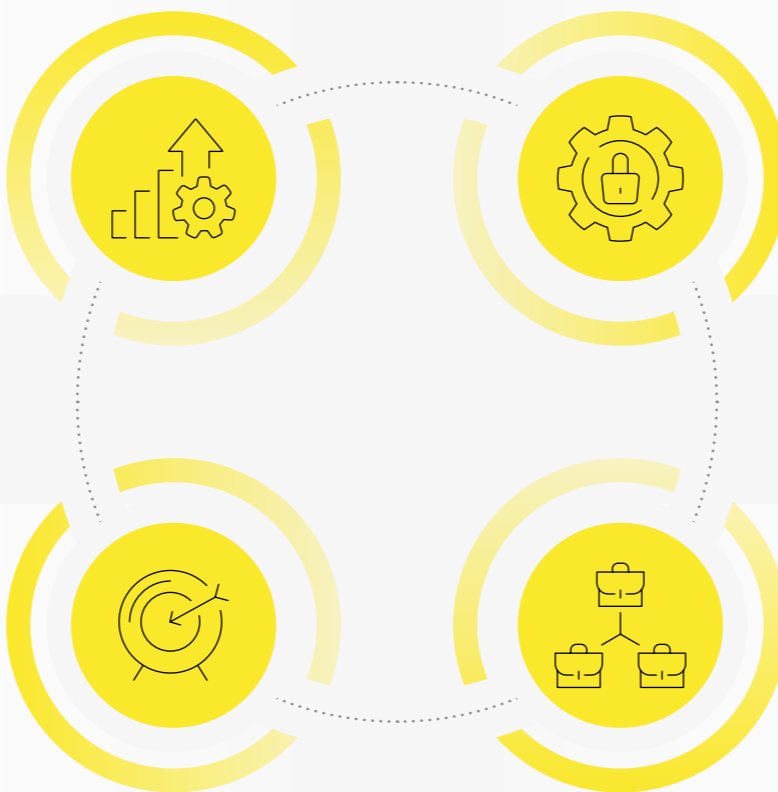
- 设置常态化安全保密警示，强化人员使用过程中的安全防范意识
- 建立敏感字段下载日常预警机制，依托下载频次、流量数据比对识别异常操作，及时排查可疑数据导出行为
- 针对高危数据下载设置二次身份核验流程，超额调取机密数据需完成验证码验证，从严管控核心数据调取权限

业务安全风险评估

- 新增业务安全方面的梳理、排查，对发现的业务安全风险提出整改建议
- 由集团信息安全部门督促业务部门进行整改，来保障业务安全

业务敏感数据分级管理

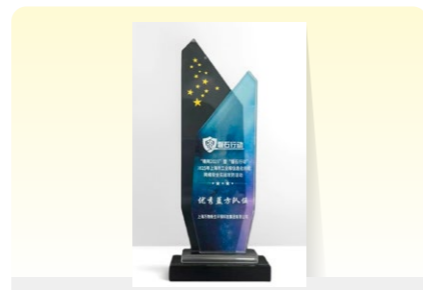
- 针对一级机密数据，下载需单独申请权限，单次下载数量设置上限，超过需额外审批，制定实时告警策略，并规定岗位一旦变动 7 天强制收回
- 针对二级敏感数据，下载需单独申请权限，单次下载数量设置上限，规定岗位一旦变动 14 天强制收回
- 针对三级普通数据，下载无需单独申请权限，单次下载数量设置较为宽松的上限，规定岗位一旦变动 14 天强制收回



2025 年，公司积极响应属地监管部署，主动参与各类官方网络与数据安全专项行动及合规测评工作，全方位排查安全隐患、精进防护水平。

案例 在“磐石行动”中荣获“优秀蓝方队伍”

在 2025 年上海市“铸网 2025”暨“磐石行动”网络安全实战攻防活动中，公司积极组建队伍参与高强度实战攻防比拼，凭借扎实的网络安全防御能力与成熟的风险防控能力，获评活动优秀蓝方队伍，安全建设成效获得监管部门充分肯定。



优秀蓝方队伍奖杯

案例 “浦江护航”数据安全评估

应上海市通信管理局要求，公司参加 2025 年浦江护航行动，旨在提高企业的数据安全建设方面的能力，通过数据安全风险评估，实时了解企业在数据安全方面的建设情况，为保护客户隐私数据保驾护航。

报告期内 ▾

万物新生 **未发生** 数据安全事件

万物新生常态化组织开展信息安全专题培训，并将信息安全与隐私保护相关内容纳入新人入职培训固定学习模块，持续强化全员安全合规意识。

案例 业务开发及 AI 安全专题培训

为夯实整体安全防护实力，强化个人信息合规保护，2025 年集团组织技术、数据及各业务研发团队开展系统化信息安全专项培训。培训融合安全开发、AI 安全、业务安全、API 安全四大核心领域知识，围绕开发全流程安全规范、前沿智能技术安全风险、业务场景风控要点及接口安全防护要点开展学习研讨，结合实际漏洞案例深化风险认知。

隐私保护

万物新生始终坚守隐私保护底线，严格对标《App 违法违规收集使用个人信息行为认定办法》《个人信息保护法》等相关规定和欧盟《通用数据保护条例 (GDPR)》等相关法律法规要求，制定并完善了涵盖 PbD (Privacy by Design) 隐私保护的制度体系，并定期基于业务模式的变更以及监管政策的调整更新隐私保护相关管理制度、隐私政策、用户协议等文件。

为切实落实隐私保护要求，公司采取多项举措，全方位守护用户隐私安全。

- 自研 iCleanMaster 合规清除软件，依托标准化数据覆写流程清理设备留存信息，对异常设备开展专项人工技术排查处置
- 完成了爱回收智能客服、拍机堂智能客服生成式算法的备案，在道德伦理、涉政、涉恐等方面，采用了 AI 安全网闸，保障反馈给用户的信息安全
- 公司在自有业务系统及京东、抖音等合作平台全链路对用户收货姓名、地址、联系方式等隐私信息实施加密防护，守护用户个人信息安全
- 建立个人信息保护影响评估机制，针对用户信息、数据共享等场景强化风险防控

报告期内 ▾

万物新生 **未发生** 客户隐私数据泄露事件

02 物尽其用 绿色新生

万物新生作为中国消费品领域以科技驱动回收与以旧换新解决方案的先行者，在巩固核心二手 3C（计算机、通信及消费电子）业务的基础上，持续拓展回收产品品类，致力于减少消费领域对环境的影响，助力可持续发展目标的实现。公司深入推进气候变化管理工作，系统识别与评估气候变化相关风险与机遇，制定应对策略，完善风险管理流程，并追踪气候目标的达成进展。公司积极投身行业交流与社会共建，借助绿色金融工具，支持绿色产业实现有序、良性发展。同时，万物新生将绿色可持续发展理念贯穿于仓储、包装、废弃物管理及绿色办公等运营全流程，持续推动绿色消费，扩大可回收物回收机的业务范围与触达规模，打造可持续发展品牌，积极开展绿色公益活动，助力循环经济产业的发展。

本章节回应议题

• 废弃物管理 • 能源管理与温室气体排放 • 绿色包装与循环利用 • 气候变化管理 • 产品和服务的环境与社会效益

我们的行动

- 系统性识别气候变化相关风险与机遇，并展开其对财务影响的定性与定量评估，进一步推进气候变化管理工作
- 围绕仓储、包装、废弃物管理及绿色办公四大环节推进绿色运营
- 践行绿色消费理念，号召公众参与低碳实践
- 拓展多品类回收业务，积极参与行业交流与共建活动

我们的绩效

2025 年范围一及范围二碳排放强度较 2024 年下降

9.5%

2025 年通过在职场放置爱回收·返航新生回收机累计处理各类可回收物品

25.8 吨

2025 年废弃处置电子产品数量达 减少电子产品污染

21.9 万台

35.1 吨

2025 年共计落地合并发运包裹子项目

6 个

包裹转换率提升至

2.1

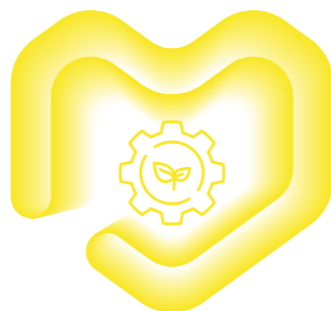
由此换算，累计节约发运包裹

517,806 个



应对气候变化

万物新生深知应对气候变化对实现企业可持续发展的重要意义。公司参照《国际财务报告可持续披露准则第 2 号——气候相关披露》(IFRS S2) 框架,从治理、战略、风险管理、指标与目标四个维度系统开展气候变化管理相关工作。在此基础上,公司建立健全气候治理架构,识别并评估气候相关风险与机遇,将气候因素纳入战略决策与风险管理流程,持续追踪关键指标进展,不断提升气候韧性与低碳运营能力,助力实现可持续发展目标。



治理

依托现有 ESG 治理架构,万物新生构建了自上而下、权责清晰的三层气候治理架构,明确各层级在气候变化相关事宜的具体职责与汇报机制,确保气候变化管理有效融入战略决策与业务执行。

气候治理架构



决策层

董事会

作为气候治理的最高决策机构,董事会全面负责气候相关战略的制定、监督与定期审阅。董事会审议并批准气候目标,监督气候相关风险与机遇的管理进展,确保其纳入公司整体战略与风险管理体系。



管理层

ESG 管理委员会

ESG 管理委员会将气候变化纳入核心议题,负责评估气候相关风险与机遇对公司战略及财务规划的影响,定期向董事会汇报评估结果与管理建议,支持董事会的战略决策。



执行层

ESG 工作小组

承担气候管理的具体执行工作,负责落实经批准的气候行动方案,持续开展气候风险与机遇的识别、评估与应对,推动跨部门协同,切实提升公司的气候适应能力与韧性。

战略

万物新生参考 IFRS S2 披露框架,全面识别气候相关风险与机遇,评估其对公司运营、战略及价值链的潜在影响,并量化分析其对财务绩效的具体影响,不断增强公司在不同气候情景下的战略适应能力与气候韧性。

气候风险与机遇

万物新生综合考虑公司业务模式、行业发展实践及日常运营实际,系统识别并梳理气候相关风险与机遇,形成气候风险与机遇清单,并持续开展后续监测与管理工作。

气候情景分析

公司采用气候情景评估方法,综合考虑气候变化影响的时间及程度的不确定性,对气候相关物理风险及转型风险展开前瞻性评估,全面理解并考虑气候变化可能对公司业务、战略及财务绩效带来的影响。

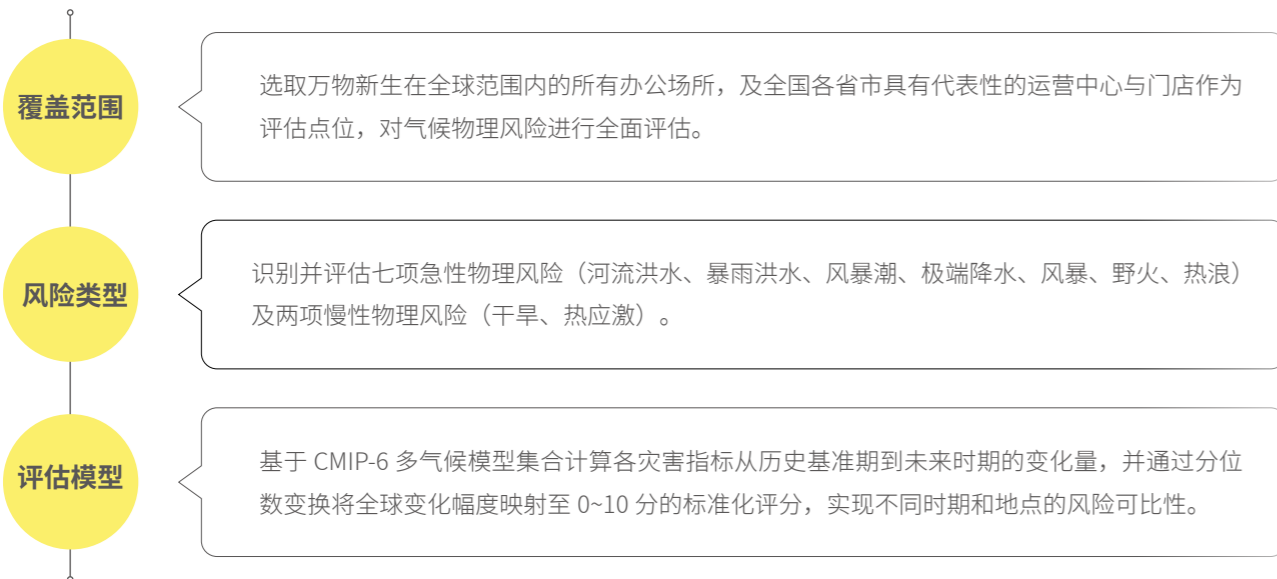
物理风险

2025 年,公司参考政府间气候变化专门委员会 (IPCC) 的共享社会经济路径,选取低排放 (SSP1-2.6) 与高排放 (SSP5-8.5) 两种情景,分别在当期 (2025 年)、短期 (2030 年) 和长期 (2050 年) 三个时间点,对运营点面临的物理风险暴露水平进行评估。

气候物理风险情景

物理风险评估采用情景	低排放情景	高排放情景
情景类别	IPCC SSP1-2.6 (对应 RCP 2.6)	IPCC SSP5-8.5 (对应 RCP 8.5)
情景描述	<p>全球逐步向可持续发展模式转型。在该路径下,可再生能源技术快速发展,化石燃料使用逐步减小,推动经济社会与环境的协调演进。</p> <p>相较于 1850—1900 基准期,2081—2100 年全球平均地表温度最佳估计升幅为 1.8°C,有望将全球温升控制在低于 2°C 的水平。</p>	<p>全球延续以化石燃料为主导的发展模式,经济高速增长仍高度依赖化石能源的持续开采。在技术路径上,创新未能有效转向低碳转型,导致能源需求与资源消耗在本世纪内持续上升。相较于 1850—1900 基准期,2081—2100 年全球平均地表温度最佳估计升幅为 4.4°C,显著偏离《巴黎协定》提出的温控目标。</p>

气候物理风险评估



气候模型参数及指标

参数	气候模型涉及指标
急性物理风险	河流洪水 河流洪水致灾等级 河流洪水重现期
	暴雨洪水 暴雨洪水致灾等级 暴雨洪水重现期
	风暴潮 风暴潮致灾等级 风暴潮重现期
	极端降水 最湿月降水变化 (毫米) 1 日极端降水变化 (毫米)
	风暴 10 年 / 50 年 / 100 年重现期风速 (米 / 秒) 第 99 百分位风速 (米 / 秒)
	野火 年极端火险天气 (FWI > 50 / FWI > 21.3) 日数 (天)
	热浪 年热浪日数 (天) 年热浪频次 (次)
慢性物理风险	干旱 平均干燥度指数 (降水量 / 潜在蒸散量) 年最小标准化降水蒸散指数 (SPEI)
	热应激 湿球黑球温度 (Twbg) 超过 32° C 的年日数 (天)

在获得各评估点位单项风险评估结果后，我们依据各资产的相对价值进行加权，最终形成在中国内地、港澳台地区及海外地区层面的物理风险评估结果，以反映气候变化对公司不同运营地区及资产组合的潜在影响，用于支持公司不同阶段的风险管理与资源配置决策。

中国内地地区物理风险评估结果

中国内地	风险类型	当期	2030 年		2050 年	
			SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5
急性物理风险	河流洪水	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	暴雨洪水	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	风暴潮	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	极端降水	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●
	风暴	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
	野火	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	热浪	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	高 ●●●●
慢性物理风险	干旱	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
	热应激	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●

风险程度 极低 ● 低 ●● 中 ●●● 高 ●●●● 较高 ●●●●● 严重 ●●●●●●

港澳台地区物理风险评估结果

港澳台地区	风险类型	当期	2030 年		2050 年	
			SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5
急性物理风险	河流洪水	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●
	暴雨洪水	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	风暴潮	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	极端降水	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●
	风暴	低 ●●	低 ●●	低 ●●	低 ●●	低 ●●
	野火	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	热浪	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
慢性物理风险	干旱	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●
	热应激	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●

风险程度 极低 ● 低 ●● 中 ●●● 高 ●●●● 较高 ●●●●● 严重 ●●●●●●

海外地区物理风险评估结果

海外地区	风险类型	当期	2030 年		2050 年	
			SSP1-2.6	SSP5-8.5	SSP1-2.6	SSP5-8.5
急性物理风险	河流洪水	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
	暴雨洪水	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●
	风暴潮	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	极端降水	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●	较高 ●●●●●
	风暴	低 ●●	低 ●●	低 ●●	低 ●●	低 ●●
	野火	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●	极低 ●
	热浪	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
慢性物理风险	干旱	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●	中 ●●●
	热应激	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	高 ●●●●	较高 ●●●●●

风险程度 极低 ● 低 ●● 中 ●●● 高 ●●●● 较高 ●●●●● 严重 ●●●●●●

针对各类气候物理风险，公司已系统性部署应急管理、设施维保与资产防护等缓释管控举措。

气候相关物理风险及应对措施

风险类型	潜在影响	应对措施
急性风险	<ul style="list-style-type: none"> 极端降水及暴雨洪水可能导致门店及运营中心货物及设备损坏，导致固定资产减少，设施维修成本上升。同时，员工出行及安全受到影响，可能导致营业收入减少。 河流洪水可能对运营中心的仓储及物流环节带来显著影响，引发物流中断，带来额外运营成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 针对不同急性物理风险，完善应急管理计划与操作手册，落实管控措施，并利用气象预警提前响应极端天气事件，防止员工及承包商安全事故。 推进各运营中心基础设施的维护与升级，包括门窗加固、增配排水系统等关键设备的改造。 为气候高风险区域的运营中心及门店增配商业保险，降低灾后恢复与维修成本。 推动供应链多元化布局，保障关键物资与服务的持续稳定供应。
慢性风险	<ul style="list-style-type: none"> 持续高温可能导致精密电子设备性能加速衰减，并对电子设备存储质量产生不利影响，制冷设备能耗增加，可能导致营业成本上升，对运营利润造成压力。同时，持续高温对员工健康造成威胁，推高人力成本。 长期干旱可能导致区域水资源供应紧张，推高用水成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 新建运营中心、门店和行政办公区选址时规避极端天气高发地带，制定相应应急预案，保障门店和运营中心正常运营。 强化高温下设施设备的巡检与运维，确保通风、降温与设备调度措施有效，同步为员工储备防暑物资。 强化用水管理，开展节水行动，提升水资源利用率。

本年度气候物理风险中以极端降水影响较为突出，强降雨、台风等天气引发配送超时赔付，形成额外外生的赔付费用约占营业收入不足 0.001%。针对极端降水、寒潮、高温等各类极端天气，公司前置开展风险防控工作，先后投入防汛物资、取暖设备、降温设备及人员高温补贴等各项应对成本，合计投入占营业收入约 0.008%。整体来看，公司为防范物理风险发生的主动投入成本占比高于风险突发造成的被动费用。

转型风险与机遇

万物新生从政策与法律、技术、市场、声誉、投融资维度进行风险和机遇的识别，分析低碳经济转型中外部变化对公司带来的潜在转型风险和发展机遇，旨在实现低碳目标、抓住绿色发展机遇。2025 年，公司采用国际能源署 (International Energy Agency, IEA) 公开发布的气候变化情景：净零排放情景 (NZE) 与现行政策情景 (CPS)，选取相关参数，并基于合理预测，与一切照旧情景 (BAU) 比较，在当期 (2025 年)、短期 (2030 年) 和长期 (2050 年) 评估气候变化情景下转型风险与机遇对公司业务的预期财务影响。

气候转型风险与机遇情景

转型风险与机遇采用情景	低排放情景	高排放情景
情景类别	IEA 2050 年净零排放情景 (NZE)	现行政策情景 (CPS)
情景描述	为落实全球 1.5°C 温控目标制定的能源行业发展路径，核心锚定 2050 年实现能源相关二氧化碳净零排放。	受基础设施短板、机构能力不足、资金缺口或后续政策支持缺位等潜在约束影响，新兴技术的普及应用速度将有所放缓。该情境下全球能源总需求与二氧化碳排放水平相对更高。



气候相关转型风险及应对措施

风险	潜在影响	影响程度 2030	影响程度 2050	应对措施
政策与法律	<ul style="list-style-type: none"> 国内外绿色转型政策持续演进，碳排放相关的信息披露要求日趋严格，企业合规成本不断上升。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 及时跟踪上市及运营所在地的最新监管政策动态，适时更新气候变化行动管理规划，确保业务持续合规运营。
	<ul style="list-style-type: none"> 随着国家对电子废弃物处理要求趋严，万物新生作为核心回收主体面临更高的合规标准，可能增加运营成本及管理投入。 	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 持续跟踪电子废弃物处理政策动态，严格执行运营所在地相关法律法规，确保产品末端处置全流程合规。
技术	<ul style="list-style-type: none"> 企业需部署节能减排项目或新能源项目，相关采购成本和管理成本增加，对短期资本支出和运营支出形成压力。 	极高	极高	<ul style="list-style-type: none"> 加大自动化技术研发及 AI 应用投入，提高自动化设备覆盖率，从而提升质检与运营效率。 推动节能设备更新，落实日常运营减排措施，实施运营中心智能化改造，并推广绿色办公理念。 分阶段推进新能源项目部署，持续优化能源使用结构。
市场	<ul style="list-style-type: none"> 消费者绿色消费意识持续增强，对企业在绿色运营、低碳供应链及循环经济实践方面提出更高要求。随着企业推进绿色低碳转型，采购、仓储、物流及运营管理等环节可能面临成本上升压力。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 推进绿色包装实践，提升包装可复用率，C 端产品包装采用环保材料。 通过智能库存管理系统实现动态仓储调优与需求预测，缩短库存周转周期，降低仓储能耗与空间占用。 积极参与行业合作与社会共建，依托企业成熟实践，参与行业标准制定，推动二手回收行业有序发展。 加强物流运输、包材等供应商管理，将绿色运输占比、碳排放表现等纳入承运商 KPI 考核。 优化客户反馈机制，及时了解客户对万物新生绿色低碳转型的期望。
	<ul style="list-style-type: none"> 二手消费电子行业竞争加剧，市场参与者不断增加，可能对企业市场份额、盈利能力及用户增长带来挑战。 	高	高	
	<ul style="list-style-type: none"> 合作伙伴及客户对供应商绿色管理要求不断提高，企业需持续推进节能减排工作，并加强对供应链环境表现的管理，可能增加运营投入。 	高	高	
声誉	<ul style="list-style-type: none"> 绿色环保相关政策发展以及监管机构的强制信息披露的要求，企业若没有每年按交易所要求对能耗、碳排放等数据进行披露，会增加声誉风险。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 构建完善的碳数据管理系统，制定减碳目标，积极落实减碳行动。 提高信息披露质量，定期通过官网、公众号等渠道开展 ESG 相关信息披露。 加强与利益相关方关于气候议题的沟通，建立多渠道沟通机制，主动回应各方关切。
	<ul style="list-style-type: none"> 随着公众对气候议题关注度升高，若企业对气候相关事件处理不当，或在面对更高期望时表现滞后，企业声誉将受到影响。 	高	高	

针对我们识别出的极高转型风险，公司开展财务影响量化分析，识别技术风险对公司财务表现的潜在作用，完善气候风险管理决策依据。

转型风险财务影响量化

转型风险
描述

为实现公司绿色转型与既定的碳减排目标，公司需在低碳技术应用方面投入额外成本，主要包括：更新节能设备、开展碳管理工作、优化能源结构（如提升绿电使用比例）等。这些技术升级措施将带来运营成本的增加。

财务量化
方法

模型采用 IEA 与 NGFS 提供的 NZE 与 CPS 两种情景下的电力及绿电价格作为基础数据，并结合公司预测的用电量、节能设备更新成本及碳管理成本作为核心输入变量，量化评估节能减碳行动对公司营业成本的财务影响。在 CPS 情景下，假设公司于 2030 年实现范围一及范围二碳排放目标，此后保持碳排放强度不变；在 NZE 情景下，假设公司于 2030 年实现范围一及范围二碳排放目标，并进一步于 2050 年实现自身运营的净零排放。

财务量化
结论

测算结果显示，无论短期还是长期，在两种情景下公司开展节能减碳行动均将产生额外成本。CPS 情景中，由于社会技术转型速度慢于 NZE 情景，额外成本占营业成本的比例更高。不过，随着减排行动持续推进，该比例呈逐渐下降趋势。在 NZE 情景下的 2050 年，节能减碳带来的额外成本占比预计不超过公司当年营业成本的 0.31%。

在气候变化带来结构性转型挑战的同时，全球低碳转型进程的持续深化，也为公司经营发展创造了潜在增长空间与全新战略机遇。

机遇	潜在影响	影响程度 2030	影响程度 2050	应对措施
产品与服务	<ul style="list-style-type: none"> 依托既有技术积淀与运营优势，自动化技术的深度应用可显著提升二手产品全流程回收效率，持续降低各项运营成本，进一步扩大经营收益，夯实在循环经济赛道的综合竞争力。 	极高	极高	<ul style="list-style-type: none"> 持续拓展多品类回收覆盖范围，为用户提供更多元的回收服务和更优质的回收体验，构建差异化竞争优势。 加大 AI 技术、自动化质检及自动化仓储等领域的投入，提升质检与运营效率，减少运营成本。 系统化推进绿色消费理念传播活动，持续强化品牌形象与行业领导力。
市场	<ul style="list-style-type: none"> 随着消费者及投资者对绿色产品偏好持续增强，公司二手产品天然具备的环保属性与市场需求高度契合，通过强化产品绿色属性，有望提升品牌溢价与市场竞争力，带动营业收入增长。 	极高	极高	<ul style="list-style-type: none"> 提升产品全生命周期的碳排放管理，减少资源浪费，更好地迎合绿色消费市场需求。
	<ul style="list-style-type: none"> 随着全球循环经济政策持续推进，海外市场对高品质、可溯源二手消费电子产品的需求持续增长，为具备标准化质检与翻新能力的平台带来进入新市场的机遇，有望开拓新的收入来源。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 持续推进国际化布局，依托公司现有标准化质检与翻新能力、海外运营基础及渠道资源，扩大二手设备在境外市场的流通规模。
投融资	<ul style="list-style-type: none"> 绿色金融政策持续完善，万物新生作为循环经济领域的代表性企业，有望获取成本更低的绿色融资。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 积极对接绿色金融工具，有效降低资金成本，支持业务运营与战略扩展。
碳交易	<ul style="list-style-type: none"> 随着全国碳市场覆盖范围持续扩大，以及全国温室气体自愿减排交易市场 (CCER) 平稳运行，万物新生的二手回收业务具备参与碳市场交易、获取额外收益的潜力。 	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 积极跟踪全国碳市场扩容动态与交易行情变化 系统梳理业务全链条中的减排场景，为后续参与碳市场做好前期准备

围绕循环经济发展机遇，公司融入碳足迹标签、参与碳博会，并落地多场减碳嘉年华、减碳马拉松、城市减碳排行等系列活动，实现市场规模与品牌影响力同步提升。该系列运营投入占本年度营收比重约 0.011%。下一阶段公司将持续强化低碳价值传播，联动多元场景开展绿色运营，释放业务增长潜力。针对已识别的产品与服务、市场相关气候机遇，公司逐项开展财务效益量化测算。

机遇财务影响量化



指标与目标

为进一步开展气候变化管理工作，公司以 2024 年为基准年，设定了 2030 年碳排放目标。



报告期内，公司积极开展节能减排行动，与 2024 年相比，公司 2025 年范围一及范围二排放强度下降 9.5%。

公司持续开展温室气体排放核算工作，核算范围覆盖自身运营产生的范围二排放及价值链上下游活动所产生的范围三排放。我们依据《温室气体核算体系 企业核算与报告标准》开展全价值链温室气体盘查，识别并计算了七个关键环节的温室气体排放，包括：资本货物、上游运输配送、商务差旅、员工通勤、下游运输配送、售出产品末端处置及特许经营。报告期内，公司未涉及汽油、柴油、天然气等直接能源的使用，因此无范围一温室气体排放。

指标	单位	2025 年
范围一温室气体排放	吨二氧化碳当量	0.00
范围二温室气体排放	吨二氧化碳当量	5,837.42
温室气体排放强度（范围一 + 范围二）	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币	0.28
范围三温室气体排放	吨二氧化碳当量	65,066.84

报告期内公司统筹规划低碳发展布局，稳步筹备各类减排落地事项。后续将持续落地多元化减排举措，深挖创新低碳技术路径，稳步夯实碳中和发展根基。

风险管理

万物新生将气候相关风险管理逐步纳入公司全面风险管理流程中，基于企业风险管理框架，搭建“识别—评估—管理—监督”的气候风险管理流程，全面提升气候风险管理水平。

气候风险管理流程



绿色产业

在国家鼓励消费品以旧换新和绿色循环经济的双重背景下，中国二手商品的交易规模不断扩大。万物新生作为绿色产业的实践者与引领者，以二手 3C 业务为基础，不断拓展多品类回收与循环利用边界，持续建设供应链能力，积极参与标准的制定工作，与合作伙伴推动产业合规共建，与各界利益相关方共同构建可持续发展的绿色产业。

推动产业链升级

围绕消费电子产品，万物新生构建了一套覆盖回收、质检、再销售全链条的完善体系。通过整合来自个人用户与商家的多渠道货源，并依托严格的品控流程与自动化质检技术，公司实现对产品的精准定级与定价，为消费者提供可靠的品质保障，显著提升买卖双方的交易体验。

在巩固核心二手 3C 业务基本盘的同时，万物新生积极扩展品类和服务范围，为用户提供更多元的消费品回收服务和行业领先的回收体验，为用户和环境创造更大的价值。

行业交流与社会共建

作为二手经济领域的领军企业，万物新生积极投身行业交流与社会共建，分享可持续发展优秀实践，与各方深入探讨行业趋势，动员社会力量广泛参与循环经济，共同推动二手经济与循环经济行业高质量发展。

案例 万物新生入围“为地球奋斗奖”

2025 年，万物新生凭借在二手产品交易与服务领域中对循环经济模式的实践成功入围“为地球奋斗奖”（The Earthshot Prize）中“建设无废世界”（Build a Waste-free World）类别的决赛。“为地球奋斗奖”由英国威廉王子于 2020 年创立，旨在表彰来自不同地域、行业和生命周期阶段的环境解决方案，致力于应对地球面临的严峻挑战。万物新生此次入围的解决方案主要针对电子垃圾（e-waste）相关的紧迫问题，从全球 72 个国家的 575 位提名者所提交的近 2,500 份候选项目中脱颖而出。万物新生致力于通过回收和循环利用，延长消费电子产品的生命周期，减少消费领域的碳排放和环境污染，从而为解决世界性问题贡献中国方案。



万物新生入围“为地球奋斗奖”

案例 万物新生入选国家首批二手商品流通试点企业

2025 年 4 月，第五届中国国际消费品博览会期间，万物新生入选由商务部等五部门联合组织的全国二手商品流通试点企业名单。该试点工作重点围绕二手手机、服装、家具等品类，利用 3 年时间形成可复制、可推广的典型案列，推动行业高质量发展。入选企业将在引导绿色低碳消费新风尚方面发挥示范作用。

作为国内最早以“互联网+二手”模式开展电子产品回收及以旧换新的企业，万物新生已打通“回收—处置—销售”一体化产业链闭环。公司将借力“以旧换新”政策契机，进一步扩大服务覆盖范围，深化与供应链伙伴的合作，持续推动二手商品绿色流通，助力低碳可持续发展。



万物新生入选国家首批二手商品流通试点企业

案例 万物新生参与 2025 上海国际碳中和博览会

2025 年 6 月，第三届上海国际碳中和技术、产品与成果博览会（“碳博会”）在上海新国际博览中心举办，万物新生作为示范化场景标杆企业共同参与展览。本届碳博会以“走向碳中和之路”为主题，聚焦“应用驱动绿色转型”，汇集来自中国、德国、荷兰、日本、瑞典、西班牙、英国等 15 个国家和地区的逾 300 家知名企业。

万物新生通过此次博览会，充分展现公司在循环经济领域的创新实践与成果，并与行业内其他企业和专家开展交流，进一步提升品牌知名度与影响力。



万物新生携循环经济生态项目参展第三届上海国际碳中和博览会

案例 万物新生参与杨浦区社区活动，宣传循环经济理念

万物新生多次走进社区，向居民传递循环经济理念，推动绿色低碳生活方式落地。

2025 年 5 月，万物新生参与杨浦区“绿进万家，碳循未来”绿色低碳生活进社区系列活动。活动通过环保市集、便民服务与企业特色推广相结合的形式，充分调动居民积极性与参与度。在环保市集现场，居民可用废纸箱、塑料瓶、旧衣物等可回收物兑换礼品，掀起社区绿色低碳生活新热潮。

2025 年 10 月，万物新生参与杨浦区“党群直通车”可回收物回收日活动，现场展示了用可回收物制成的再生产品，向公众宣传绿色理念。

通过系列活动，万物新生引导居民培养绿色生活习惯，深入传递循环经济理念，推动低碳生活方式在社区层面的实践。



万物新生参与杨浦区社区活动



标准制定

作为二手回收行业的领军企业，万物新生积极参与各类专业组织、团体和协会，持续推动行业标准的制定与完善，助力行业走向规范化标准化发展。

2025 年，万物新生与中国电子技术标准化研究院达成战略合作，并作为二手回收行业核心主要起草单位，参与了国家强制性隐私安全国标 GB 46864-2025《数据安全技术 电子产品信息清除技术要求》的编制。依托自身在二手 3C 回收与数据销毁领域的规模化运营经验，公司参与制定回收环节信息清除的全流程管理规则及技术标准等内容。该标准的发布，标志着企业成熟的隐私保护实践上升为国家强制标准，二手回收行业走向有序化发展，消除用户二手交易对隐私泄露的担忧。此外，公司还参与了《旧货在线交易基本信息描述和要求》(SB/T 11249-2025) 及《二手货(旧货)术语》(SB/T 11248-2025) 两项行业标准制定，持续为行业的规范化建设贡献力量。



万物新生与中国电子技术标准化研究院签署战略合作协议



行业标准起草单位

从 2017 到 2025 年，万物新生参与制定

国标	行标	团标	企业联合标准	共计
3 项	3 项	14 项	2 项	22 项

绿色运营

万物新生致力于最大限度减少业务运营对环境带来的影响。公司严格遵循业务所在地环境相关法律法规，已通过 ISO 14001 环境管理体系认证，并在内部制定《万物新生集团环境政策》，以提升全员环保意识与行为标准。报告期内，公司围绕仓储、包装、废弃物管理及绿色办公四大环节，系统推进绿色运营实践，并积极与供应链上下游伙伴开展合作，共同推动可持续发展目标的实现。

绿色仓储

基于智能库存管理系统，万物新生构建了以动态仓储调优与需求预测为核心的运营机制，形成可持续的绿色仓储管理模式。围绕当前及未来持续增长的业务需求，公司定期整合优化仓储空间布局，通过校正物流动线、重新规划并增设工位与货架，显著提升工作台与总货架的使用效率及整体库容利用率。

报告期内，公司通过优化与新增相关标准，重点改善了管理看板、货架标识，进一步提升了材料工具复用及空间利用成效。此外，公司于 2025 年针对常州多品类仓进行改造，通过统一作业台、升级存储货架等方式，实现整体坪效提升约 30%，降低单位仓储能耗。

绿色包装

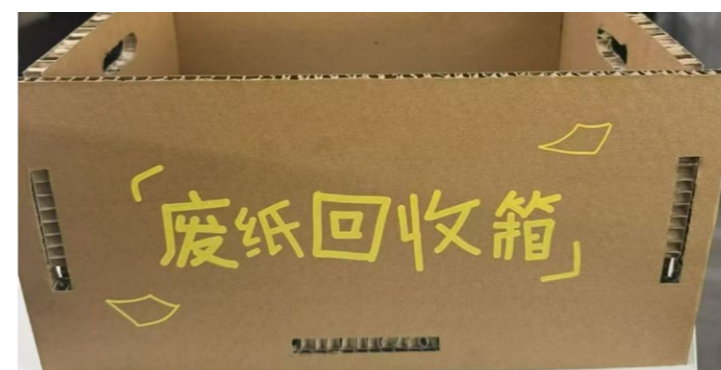
万物新生积极响应绿色包装发展趋势，通过优化、替代与循环等方式，减少包装材料的使用，持续提升包装材料利用率。

- **制定复用标准：**公司新出台《包装复用判断标准》，将包装复用标准从“无损伤才可复用”，放宽至“满足瑕疵规格标准亦可复用”。标准上线后，包装材料回收比例由 10% 提升至 68%，每月平均约 30 吨物料被回收复用。
- **可再生 C 端产品包装：**面向 C 端客户的产品外包装均符合 FSC 认证要求，采用环保再生纸及环保大豆基水印油墨，实现减塑与去塑化。
- **可降解陈列包装：**拍机堂 mall 卖场陈列包装均选用可降解包装盒，2025 年共计采购 1,800 个。
- **合并发运包裹项目：**2025 年共计落地 6 个合并发运包裹子项目，包裹转换率提升至 2.1，由此换算，累计节约发运包裹 517,806 个。

绿色处置

万物新生建立了覆盖“可回收物—电子产品—有害废弃物”的全品类分级管理体系，实现废弃物从源头分类到终端处置的全生命周期管理，确保废弃物合规处理、可回收物最大化利用，形成绿色闭环。报告期内，公司建立《废弃物台账管理制度》，通过提供清晰准确的废弃物数据记录，明确专人管理责任，推动废弃物管理规范化。

在办公场所分类回收方面，公司在各运营地提供分类垃圾桶，倡导员工参与废弃物分类与可回收物再利用。同时，公司在各办公运营场所放置可回收物回收机，及时回收快递包装、空瓶、金属等各类可回收物。此外，公司在上海、北京与深圳的办公场所放置由瓦楞纸、环保有机玻璃等材质制成的干垃圾桶、废纸回收箱与空瓶回收桶，方便废纸、空瓶等可回收物的投放。



废纸回收箱



空瓶回收桶



报告期内

公司通过职场内部放置爱回收·返航新生回收机
累计处理各类回收物

25.8 吨

公司通过放置废纸回收箱、空瓶
回收桶累计回收废纸

27.1 千克

空瓶

338.9 千克

针对电池、灯管等有害废弃物，公司通过爱回收·返航新生单独废电池或废灯管的回收机进行分类，确保 100% 合规移交至具有危险废物处理资质的企业，实现有害废弃物的安全闭环处置。

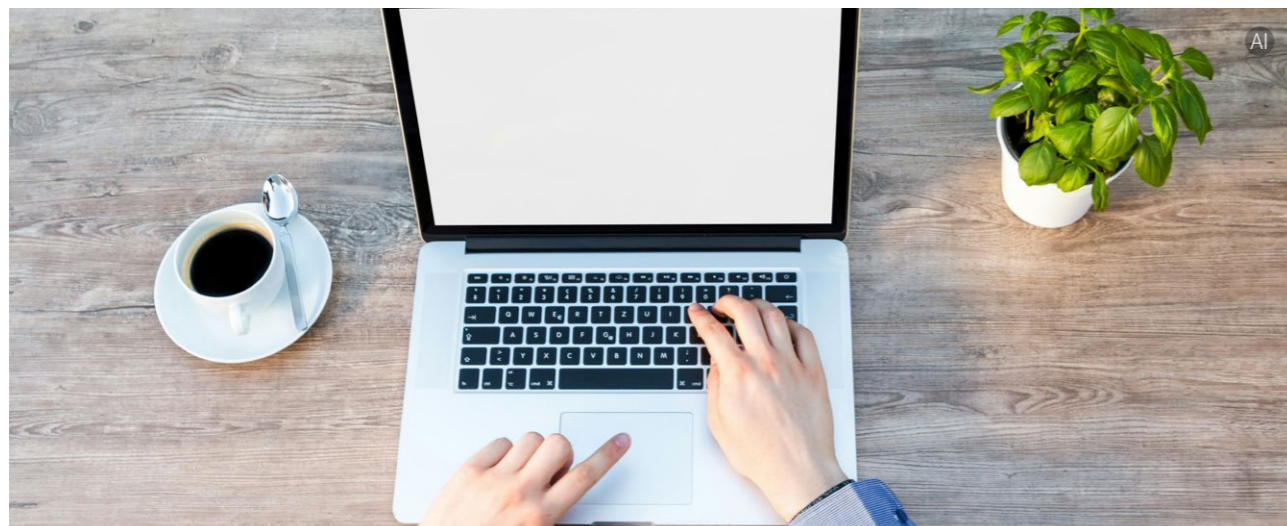
针对存在质量问题、款式老旧、无市场流通价值且可能存在隐私泄露风险的设备，万物新生主动承担产品末端处置责任。公司委托具有再生资源回收经营资质的第三方机构，对电子产品进行环保拆解及贵金属提取，并对拆解后的金属材料进一步分类、回收与再利用，从而提升资源利用率，减少金属材料对环境的影响。

废弃物管理绩效

指标	2025 年数据	单位
废弃处置电子产品数量总和	21.93	万台
减少重金属污染	减少金等重金属污染	1.21 千克
	减少银等重金属污染	8.44 千克
	减少铜等重金属污染	10,131.89 千克
	减少钡等重金属污染	0.04 千克
减少电子产品污染	35.09	吨

绿色办公

绿色办公是企业推动低碳转型、履行环境责任的重要实践路径。从办公区域到企业文化，万物新生将绿色发展常态化，全方位落实可持续发展理念。通过系统推进能源与资源管理、水资源节约及员工绿色行动，公司将节能降耗、资源循环、低碳运营等理念贯穿于日常工作和生活中，形成低碳高效的绿色办公模式。



能源与资源管理

万物新生构建了科学的用电监督与考核体系，并组建安全用电领导小组，全面负责公司用电管理。在此基础上，公司系统推进各项管理举措，以实际行动践行绿色办公理念。

能源与资源节约相关举措

日常节能运营

- 采用 LED 照明等节能设备及智能空调系统，对会议室设备设置定时开关，减少用电消耗
- 执行夜间断电模式，并开展日常用电巡检工作
- 通过降低灯具功率及搭配不同灯具种类，优化门店内光源结构，有效降低整体能耗
- 更换拍机堂 mall 中的不节能电器

运营中心智能化改造

- 常州运营中心 Matrix 生产线体采用间歇启停控制系统，进行动态能耗管控。相比传统持续运转模式，单线体能耗强度降低 15%~20%

门店环保装修

- 通过统一标准化设计与模块化批量生产，实现单体家具模块的翻新与二次利旧，推动标准化可重复利用

无纸化办公

- 推行无纸化办公，减少纸张使用，积极推广电子文档和线上协作工具

绿色物料使用

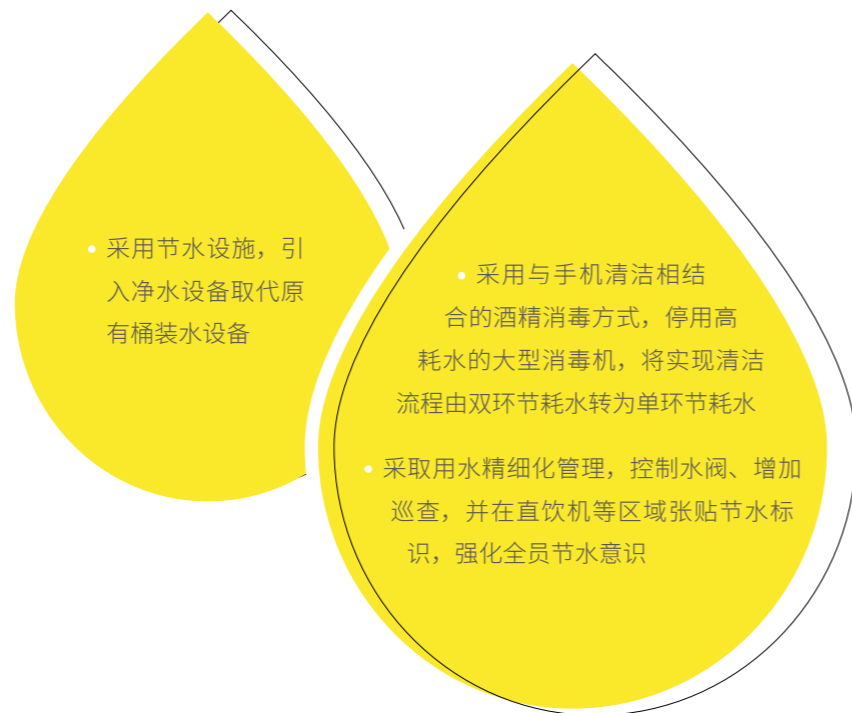
- 采用瓦楞纸环保材质标识，替换原楼层部门标识，推动绿色物料在日常办公场景中的应用
- 在全办公区所有照明开关上方统一设置由环保瓦楞纸做成的“随手关灯”提示标识

此外，公司持续在差旅行为引导等方面提升员工环保意识，通过推出出差拼房福利返现机制、每月编制并发布商旅报告，逐步培养员工绿色差旅习惯。

水资源管理

万物新生积极倡导节约用水理念，通过设备更新、流程优化与精细化管理，系统推进节水工作，持续打造资源节约型和环境友好型企业。

节水相关举措



绿色行动

万物新生通过促进利益相关方积极参与绿色行动、鼓励员工投身环保实践活动，持续推动低碳文化在组织内外落地生根，形成从理念倡导到行动转化的良性循环。

案例 万物新生定制环保礼品

万物新生特别定制了一系列以环保材质为核心的接待礼品，并将公司 Logo 融入礼品设计中，可应用于客户来访、合作伙伴交流、各类市场推广活动及公益活动中，传递公司的绿色价值观。这些礼品的制作原材料均经过严格筛选，采用咖啡渣、天然竹材、麦秸秆等多种可持续来源的材料，确保其生产、使用和废弃后的全生命周期对环境的影响降至最低。2025 年，公司新增包括海洋橡胶杯垫、再生塑料瓶收纳包、咖啡渣卡包、咖啡渣收纳盒、再生塑料多功能盒及环保牛皮纸信封等六种环保礼品，进一步丰富了礼品的种类与选择范围。

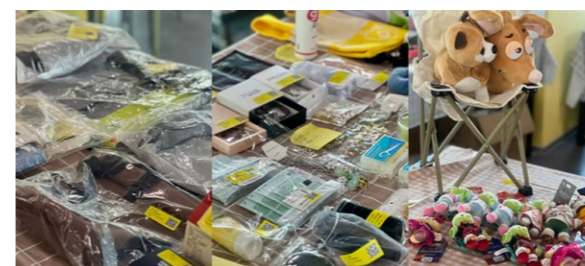


2025 年万物新生新增环保礼品

案例 “万物市集” 闲置物品交换活动

万物新生每季度组织开展“万物市集”员工二手物交易活动，为员工提供闲置物品流转渠道。

2025 年，公司共举办四场“万物市集”活动，共有 480 人参与，市集提供闲置物品 1,241 件，其中售出 931 件。



万物市集活动

案例 “变废为美”：环保再生之树

2025 年 12 月，公司行政团队联合各职场员工共同发起“2025 限定·环保再生之树”行动，将日常办公产生的废弃物料转化为独具特色的艺术圣诞树装置，充分展现了团队将环保意识融入运营实践的创新力，进一步传播绿色低碳理念。



由外卖包装袋构筑的环保圣诞树



由快递防护气泡膜堆叠的环保圣诞树

绿色金融

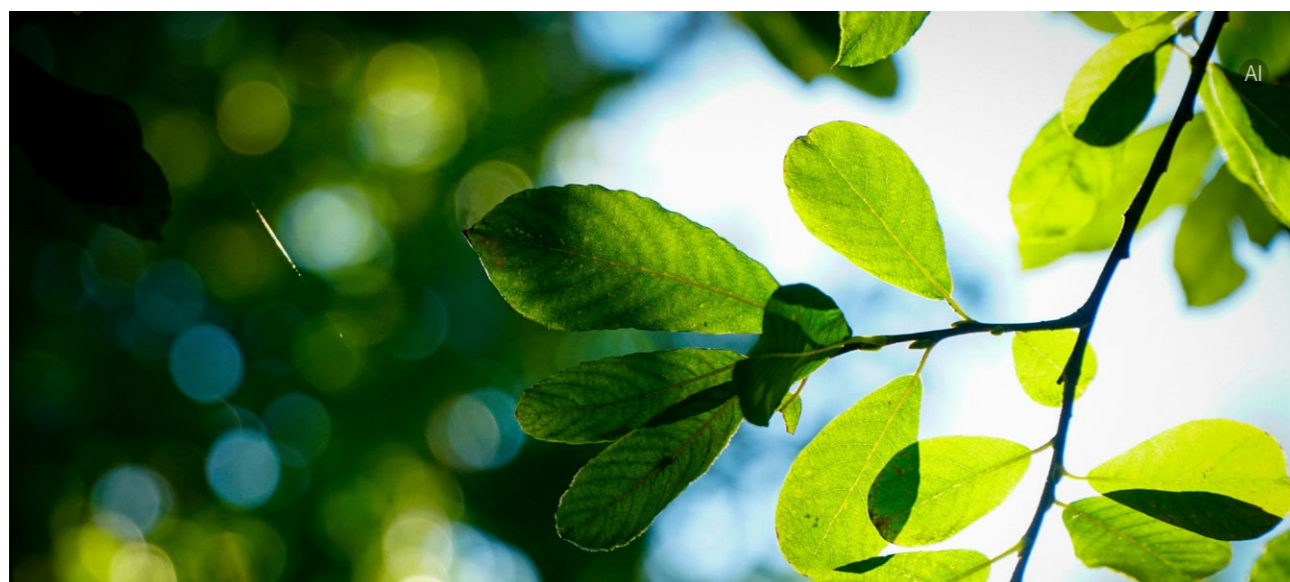
万物新生积极对接绿色金融工具，以金融创新驱动循环经济发展。报告期内，公司在绿色融资领域打造多项标杆案例。

案例 携手花旗银行，入选“浦东绿色金融发展十大案例”

2025年10月，万物新生与花旗银行共同入选第三届“浦东绿色金融发展十大案例”。双方合作推出“绿色可持续贸易融资”，严格参照《可持续发展挂钩贷款原则》，围绕循环经济、碳减排、运营效率、ESG治理四大维度设定量化关键绩效指标，确保融资目标与企业核心业务深度绑定。万物新生借助绿色金融服务，高效地支持了部分供应链运营及回收门店拓展。

案例 联合星展银行，落地 ESG 挂钩应付账款发票融资解决方案

万物新生与星展银行合作的“ESG挂钩应付账款发票融资解决方案”荣获《财资》杂志2026年度“最佳ESG解决方案”奖。首创二手3C行业ESG挂钩票据融资模式，为循环经济领域提供了可复制的“票据+ESG”融资模板。



绿色消费

万物新生积极推广绿色消费理念，通过在循环经济生态布局的爱回收·返航新生项目，在更广泛的公众场景里搭建智能回收网络，同时建设了可持续品牌及环保活动推广，号召公众实践可持续生活方式。

爱回收·返航新生

爱回收·返航新生回收机业务

爱回收·返航新生回收机业务持续扩张，截至报告期末，已入驻全国38座城市，为更多用户提供数字化、智能化的可回收物回收服务，推动垃圾源头减量及资源利用率提升。

报告期内

爱回收·返航新生业务累计投放机器

50,094 台

年回收量

94.5 万吨



在巩固社区主场服务的同时，爱回收·返航新生不断探索多元场景，在企业、高校、户外公共空间等场景部署智能回收机，进一步延伸智能回收网络，扩大服务覆盖范围与用户触达规模。

爱回收·返航新生新增投放场景

企业

在北京京东集团大楼、深圳腾讯数码大厦等标杆企业职场内部署智能回收机。其中，京东集团大楼累计投放8台，参与环保投递用户超1,400人，累计回收可回收物超145吨。

高校

在中国人民大学、中国传媒大学等校园内投放智能回收机，精准触达青年学生群体。其中，中国传媒大学投放智能回收机7台，吸引约1,100名学生用户参与，累计回收可回收物11.3吨。

户外公共空间

2025年11月，爱回收·返航新生首次将中国首批户外太阳能智能回收机投放于北京市门头沟区妙峰山镇涧沟村，部署于徒步路线“三峰环线”沿线。该设备顶部集成高效太阳能板，可实现能源自给，确保户外场景稳定运行。

爱回收·返航新生系列活动

2025 年，我们持续开展垃圾换物的“返航新生”系列活动，延续“新生之美”“减碳嘉年华”“返航有礼”“减碳马拉松”“减碳公益项目”等核心减碳 IP 矩阵，通过丰富的互动体验及持续有效的参与模式，鼓励各类群体积极参与垃圾分类与回收，推广绿色生活方式。

新生之美

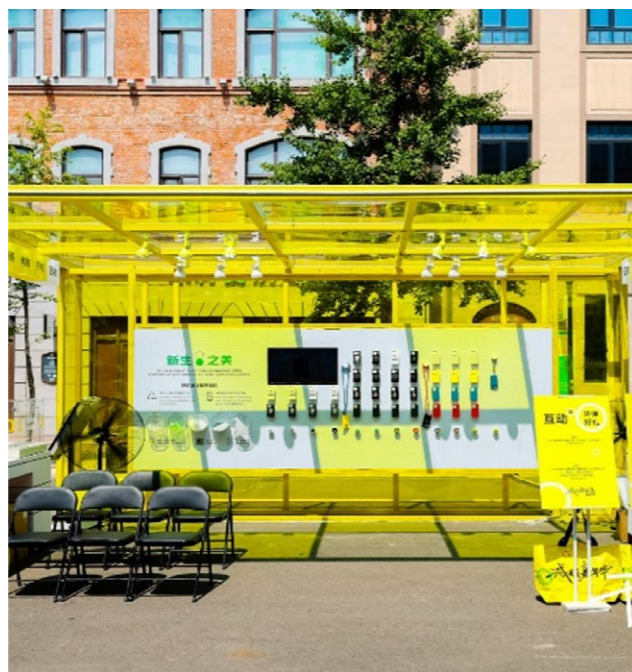
“新生之美”是万物新生集团旗下可持续时尚品牌。该品牌携手可持续共益生态圈伙伴，以环境友好产品为载体，推动闲置回收业务从单纯的“交易行为”升维为“价值共创”，构建起“回收→再生→美学→消费→公益”的绿色消费闭环。品牌致力于探索日常资源的循环利用与永续发展，挖掘有限资源的无限可能，让环保看得见，让绿色带得走。

案例 2025 年“新生之美”示范店

2025 年，“新生之美”示范店开业。截至报告期末，“新生之美”可持续门店共计建设 17 家，落地快闪店 3 场。“新生之美”示范店中陈列销售再生手机壳、再生环保手机挂绳、再生手机支架等环境友好产品，直观展现循环制品的新生之旅。



“新生之美”上海太阳宫展示墙



“新生之美”青岛快闪店

减碳嘉年华

“减碳嘉年华”是万物新生集团发起的一项绿色低碳快闪活动。

在地方政府指导下，联动社区、商圈，携手合作品牌及公益机构，以嘉年华的形式共同推广可持续生活方式，打造了“品牌快闪、低碳市集、绿色消费”等多元场景，形成“回收互动→积分获取→绿色消费”的完整闭环，借助乐园式体验，使公众能够轻松感知绿色生活的乐趣，让减碳变得可观、可感、可受益。

案例 2025 年减碳嘉年华活动

2025 年，减碳嘉年华活动在上海、青岛、北京、深圳等多地开展，成为具有全国影响力的环保 IP。系列活动累计参与人数 17 万人。以青岛站为例，公司与青岛啤酒节联动，将啤酒节打造为展示“无废理念”的重要窗口。市民及游客将喝完的饮料瓶、易拉罐等可回收物投入智能回收机，设备自动识别并计数后，通过移动支付即时返还现金奖励，带动当地减碳与循环理念深入人心。



上海大学路减碳嘉年华活动



爱回收·返航新生助力青岛国际啤酒节



北京减碳嘉年华活动



深圳减碳嘉年华活动

返航有礼

爱回收·返航新生在小程序创新推出“绿钱包”功能。用户通过投递可回收物或进行闲置物品回收等行为赚取“绿钱包”余额，该余额支持随时提现，并可在“返航新生”模块中兑换相应权益。

报告期内

超过 **650,000**

用户通过“绿钱包”在“返航新生”模块中兑换好物



案例 返航有礼：2025 年地球日活动

2025 年 4 月，万物新生联动谷雨、旺旺贝比玛玛、美团青山计划、bilibili 会员购、德国双心等 9 个跨领域品牌，共同发起公益行动，号召用户以实际行动为地球减负。2025 年 4 月 18 日至 4 月 24 日，返航新生频道用户及各品牌用户均可参与活动。用户投递不同品类的可回收物即可兑换相应品牌提供的各类产品，线上活动总计超过 170,000 人次参与。



2025 年世界地球日活动



减碳马拉松

“减碳马拉松”系列项目是万物新生集团联合多个马拉松赛事共同发起的绿色可持续活动。该活动将环保态度与体育精神相结合，鼓励选手参与环保活动，传播绿色理念。参赛运动员将喝完的饮料瓶、塑料瓶等废弃物投入爱回收·返航新生智能回收机后，能够凭此兑换一份由废弃塑料再生制成的环保奖牌。

案例 减碳马拉松：环保态度与体育精神结合

2025 年，万物新生共举办了 14 场“减碳马拉松”活动，覆盖上海、武汉、青岛、成都、西安等 12 座城市，活动累计覆盖人数超 20 万，参与减碳互动人数近 5 万。



马拉松现场



环保奖牌

减碳公益项目

“减碳公益项目”以“取之于民，用之于民”为核心理念，由爱回收·返航新生牵头，联动社区、公园、商场等重点场景，广泛发动居民参与可回收物分类回收，并将废弃物转化为实用公共设施，同步打造环保宣传场景，形成完整价值闭环。

案例 减碳公益：“好椅新生”

“好椅新生”是爱回收·返航新生发起的一项城市绿色更新的公益行动。联合社区、商圈、公共空间、合作品牌及公益机构，聚焦低值可回收物的高值化再利用，构建起“回收—再生—造椅—落地”的完整链路，让再生材料真正走进城市公共生活，推动城市公共设施绿色焕新。秉持“取之于民、用之于民”的理念，让原本被忽视的废弃物实现可持续新生，化作一把把椅子，重新温暖城市日常。



PP 餐盒再生椅

万物新生持续携手各行业品牌伙伴发起可回收物全链路活动，并不断拓展合作品牌行业与活动场景，扩大规模与影响力。活动通过有效的奖励机制，吸引大量用户积极投递可回收物，有效打通可回收物从分类投递、再生处理到价值转化的完整闭环，解决品牌包装材料回收难题。



京东职场爱回收·返航新生回收机



万物新生 × 可口可乐

报告期内

万物新生携手品牌合作伙伴

245 个

累计回收可回收物约

1,560 吨

共开展了环保活动

526 场

减少碳排放约

10,650 吨

参与人次共计超过

594 万



03 心系客户 品控新生

我们坚信卓越的产品治理是创造长期价值的基石。通过覆盖全生命周期的严谨管控体系，我们确保从供应链到终端服务的每一个环节都具备可靠性与一致性。同时，我们持续优化供应商与合作伙伴管理体系，并搭建高效的客户互动与意见反馈平台，在创造商业回报之外，为各方利益相关者构建可持续的信任基础。

本章节回应议题

- 产品治理
- 客户责任与服务
- 信息安全和隐私保护
- 负责任供应链
- 产品和服务的环境与社会效益

我们的行动

- 质检标准升级与模式创新
- 焕新翻新业务突破（“以销定修”“机身美容”及“原厂配件维修”）
- 客户服务体系升级与智能工具上线
- 商家管理与培训帮扶

我们的绩效

产品召回事件数量
0

C2B 业务（爱回收）客诉满意度
98.13%

B2C 业务（拍拍）客诉满意度
93.97%

B2B 业务（拍机堂）客诉满意度
92.34%



品质把控

合规回收与质检

我们秉持“清晰透明质检、买家放心购买、商家轻松交易”的理念，严格遵守国家产品质量相关法律法规要求，出台《产品质量标准目录》《质检标准及检测项目》《二手3C产品质量管理标准》等多项内部规范性制度，并围绕回收、物流、质检、增值服务及销售等关键环节配备相应标准文件。

公司已建立覆盖产品全生命周期的统一质量管理体系，并获得 ISO 9001 质量管理体系认证。同时，为进一步提升管理效率，公司上线了质量管理体系 (QCS)，集成质量策略、质量控制 (QC)、质量保证 (QA) 及质量培训等模块，推动质量管理系统化与流程化，以坚实品质赢得市场长期信任。



ISO 9001 质量管理体系认证证书

2025 年公司在业务质量指标确定、需求评估、方案设计到落地监控全过程开展系统性建设与优化，并在质量过程管控中引入 AI 稽核、自动审核定责以及看图算法质量管控等多项智能化手段，有效提升质量管理的整体效能与响应速度。

此外，在回收环节，万物新生始终将流程合规与用户权益置于核心位置。我们制定了一系列内部规章与管理方法，并于 2025 年对《一线员工行为规范制度》进行了多次迭代更新，尽可能实现回收全链条操作规范、风险可控、责任可溯。

质检升级

万物新生立足二手行业前沿，以规范化、可持续的质检标准，推动行业标准升级，让闲置流通更高效、更可信。

3C 产品质量检测标准和流程

建立涵盖开机状态、通话功能、指纹识别、充电性能等 34 项核心检测指标的非标产品质检标准目录，确保二手设备质检过程各环节有章可循、源头可查。

根据检测结果，将非废旧机类二手手机细分为最多 36 个质量等级，以实现与市场需求的精准对接，支撑差异化定价。

对第三方商家开放质检标准，推动行业质检能力协同提升，强化市场信任。

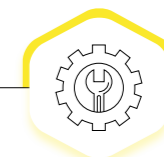
为打造行业领先的产品质量优势，2025 年，公司推进手机等品类质检标准的全面优化以及质检模式整体升级。

手机品类质检标准优化



整机风险属性新增

针对部分中端型号，新增“整机风险”属性项，用于检测设备是否存在异常拆机痕迹。该优化将原先分散在多个零部件维修属性中的拆修类问题加以聚合，使标准更贴合市场认知，提升买卖双方的交易效率。



外观成色标准优化

基于市场对手机外观成色的需求，对屏幕外观、边框及背板的部分属性值尺寸参数进行了调整，更准确地反映手机的实际外观成色状态。

案例 售中质检模式创新

2025 年，拍拍业务部创新推行“售中质检”模式，由平台专业质检团队替代商家完成发货前标准化检测，有效弥补商家自检能力不足的短板，实现“商家减负、客户安心”。

核心成效



覆盖率大幅提升

售中质检覆盖率由 2024 年的不足 10% 提升至 80% 以上。



商家减负增效

质量退货率由 6% 降至 1.8%，同比降低 70%，商家显著降低因质量问题引发的退货和客诉成本，能更专注于前端经营与销售。



客户体验实质性改善

C 端客户收到品质更可靠、性能更稳定的机器，售后纠纷与退货率双双下降，整体购物体验提升。

案例 取证与质检环节分离

2025 年，拍机堂首创取证仓模式，实现取证与质检环节分离。通过自动化设备及质检 App，对屏幕外观、边框背板、屏幕显示等项目进行标准化取证，后台在线查看图像，由算法或远程人工输出质检结果。

2025 年，15 个小仓完成了取证仓模式改造，从客户下单到质检完成的平均时长缩短 10 个小时，有效提升了质检时效性及准确率，降低了原小仓的舞弊风险及管理难度。

此外，公司持续深耕产品质量提升工作，从人员能力管理、智能稽核管控等多个维度协同发力，统筹推进管理优化与技术革新，助力质量体系在多个维度实现提质增效。

案例 人员分层管理

为减少因员工技能差异导致的人工质检失误及拆损损失，公司于 2025 年 9 月正式推行人员分层管理机制。该机制将高失误、高拆损人员、新入职员工以及一线识别出的重点风险人员纳入分层管理范畴，根据员工实际工作能力划分不同层级，并匹配相应复杂度的质检机型，从而实现风险前置管控。自机制推行以来，已累计阻断违规单量 20,856 单，预估止损金额达 51.7 万元，显著提升了整体质量管控水平。

案例 AI 实时稽核系统

为杜绝账号问题从一线流入、防止顾客隐私泄露，我们于 2025 年 9 月 18 日上线了“AI 稽核”系统。该系统针对拍拍出货端一线员工入库取证不规范导致的顾客隐私泄露及质检失误问题，构建防呆机制。AI 稽核可实时抓取员工操作失误，即时提醒员工更正照片及对应质检属性值，从而在有效防止账号信息泄露的同时，提升质检准确率，减少由此产生的退损。

系统上线后取得多项核心成效

- **效率提升：**AI 稽核每日覆盖 2,400 单，覆盖效率较人工（100 单）提升 24 倍；
- **响应提速：**系统可自动生成失误单，实现 0 秒输出，较人工稽核（90 秒 / 单）大幅缩短；
- **操作规范：**一线执行不规范率由 4.1% 降至 0.2%，降幅达 95.1%，从源头杜绝隐私泄露与退损。

质量文化建设

我们始终坚持常态化开展质量专项培训，通过系统化培育与氛围营造，持续强化全体员工的质量意识与责任观念，引导员工将质量理念融入日常作业的每一个环节，筑牢质量管控的思想根基。

案例 “C2B 标准拆分” 专项质量培训

2025 年，公司面向全国各仓手机品类功能及外观质检人员，开展了“C2B 标准拆分”专项质量培训。培训重点围绕手机品类的部分属性，拆解并引入新的属性值分类方式，以进一步优化质检与报告流程。本次培训共计 488 人参与，实现对全国相关质检岗位 100% 覆盖，有效统一标准执行口径，为提升质检报告质量与流转效率打下坚实基础。

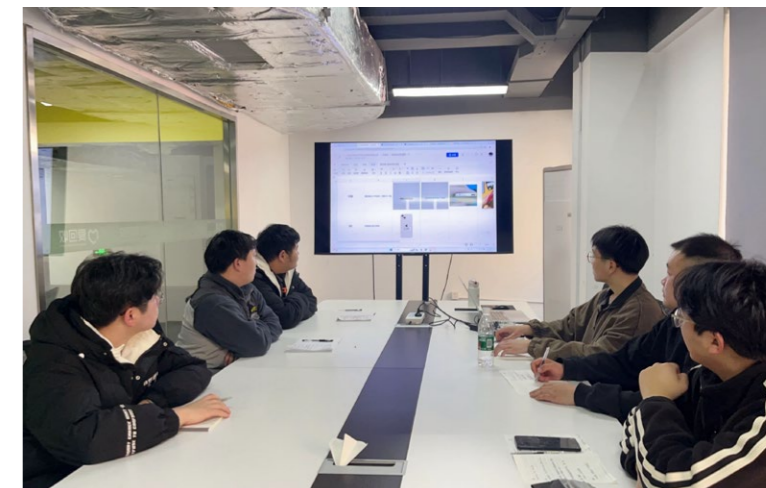
本次培训共计

488 人

参与

100%

实现对全国相关质检岗位覆盖



“C2B 标准拆分” 专项质量培训

报告期内

0

公司发生产品召回事件数量为



优化回收策略

2025 年，万物新生系统性更新回收策略，新增回收管理机制 14 项、迭代优化 6 项，提升对 3C 品类的操盘能力。我们持续强化与京东的换新协作并深化与头部品牌（苹果、小米等）的合作。

万物新生回收策略



案例 携手小米，共筑线上以旧换新新生态

自 2015 年起，万物新生旗下爱回收与小米品牌启动线上以旧换新合作，通过小米官方商城为用户提供一站式旧机回收与新机置换服务。历经十年深耕，双方合作实现跨越式增长，爱回收居小米线上以旧换新核心服务商地位。

份额领先

2025 年，在小米平台引入并最终上线四家回收服务商的市场竞争下，爱回收的市场份额稳居前列。

渗透跃升：1% → 7% → 19%

项目以旧换新渗透率从合作初期不足 1%，提升至全年平均 7% 以上，新品首发期间更跃升至 19%，充分彰显爱回收作为小米线上核心服务商的强劲增长势能。

增值业务升级

2025 年，公司围绕价值提升与效率优化，深入推进业务焕新与翻新升级，聚焦“以销定修”“机身美容”及“原厂配件维修”三大方向，取得显著突破。

合规翻新业务方向及成效



至优服务

客户服务

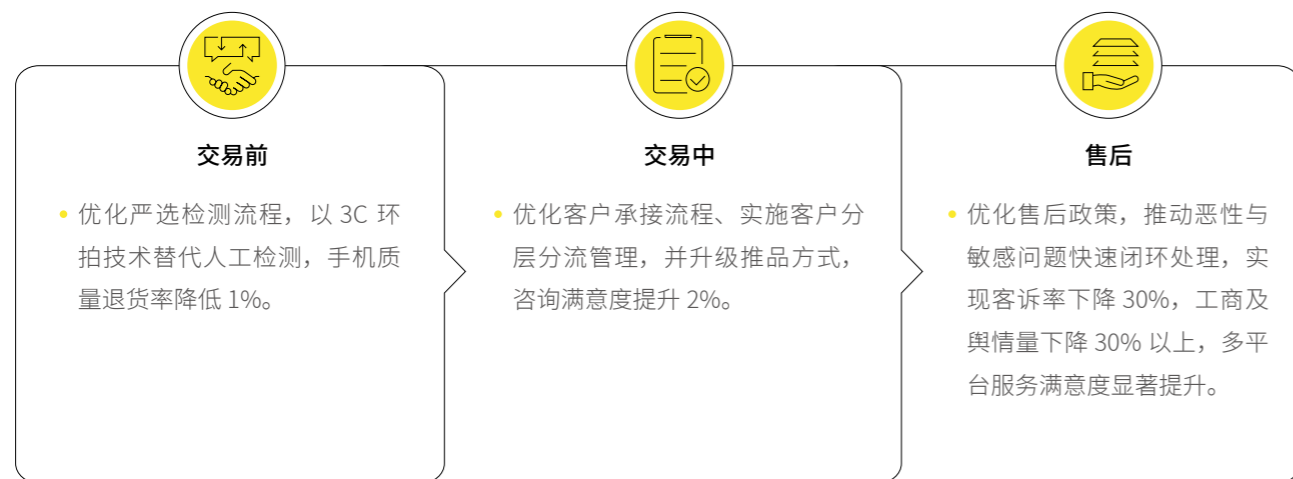
围绕“风险防控”与“体验提升”两大核心，我们系统构建了覆盖赔付标准、风险客户与群诉管理、售后全流程优化、问题诊断、纠纷处理等在内的客户服务与关系管理框架，并制定了一系列客户关系与服务管理制度流程，通过标准化、前置化、闭环化的设计，全面提升客户问题的解决效率与满意度。

客户关系与服务管理制度流程文件(部分)

- 《爱回收赔付标准“严选、新老寄卖、官网”》
- 《“全渠道”群诉事件处理流程》
- 《“京东渠道”以换代修场景客服处理标准》
- 《“京东严选”15天内质量问题换货流程》
- 《售后服务政策迭代——货不对版诊断手册 V1.0》
- 《“抖音”平台纠纷 & 申诉处理流程》

2025 年，公司全面推进客户服务全流程的体系化升级，实现服务质量与客户体验双重提升。

客户服务体系升级



客户投诉

我们建立了“以客户为中心”的客户投诉管理体系，通过全周期管控、一体化标准、精准分层与模板化操作，确保投诉高效受理与及时闭环。同时，我们依托专业赋能机制持续提升团队能力，推动服务运营从响应到改善的良性循环。

客户投诉管理体系



报告期内



客户满意度

我们持续重视客户体验，通过多渠道、分业务板块积极开展深入的客户满意度调研，以精准识别并优化用户在各服务环节体验。针对爱回收、拍机堂、拍拍不同业务线，我们持续开展净推荐值 (NPS) 调研，建立常态化 NPS 监测机制，并基于 NPS 结果围绕售前咨询、服务效率、售后体验及用户交互等关键触点，实施了一系列数字化与精细化提升举措，显著改善了客户全生命周期的服务体验，持续提升客户满意度。

客户满意度提升举措

- | | |
|-------------|---|
| 售前咨询 | <ul style="list-style-type: none"> 私域精细运营：建立官网私域服务团队，提供 1 对 1 商品咨询、专属优惠及营销活动触达，提升客户售前体验； 智能选品 2.0：上线智能选品工具并开展相关员工培训，推品场景由私域转化拓展至在线客服直接转化，解决客户选品痛点。 |
| 服务效率 | <ul style="list-style-type: none"> 事件解决率提升：通过技术排障前置、工单闭环跟踪、尾端人员专项改善，事件解决率由 79% 提升至 92%，一次性问题解决能力显著增强； 舆情与工商降量：建立舆情监控与工商前置协商机制，推动客户问题在内部闭环解决，无须通过外部渠道维权。2025 年，全渠道发帖量下降 35%。 |
| 售后体验 | <ul style="list-style-type: none"> 客户之声 (VOC) 机制驱动：建立 VOC 专项闭环机制，识别并推动 30 余项高客诉场景改善，月均客诉降幅达 20%~50%； 售后流程升级：新增线下门店退货渠道，支持维修服务线上化，为客户新增备用机保障服务。 |
| 用户交互 | <ul style="list-style-type: none"> 质检报告优化：优化质检报告结构，针对 6 项高频瑕疵增加解读说明与示意图； 适老与申诉入口：上线小程序关怀版，简化老年用户操作；增设在线申诉入口，为订单审核异议用户提供便捷的反馈渠道。 |

案例 智能选品工具 2.0 上线

2025 年，公司正式上线智能选品工具 2.0，持续提升客户体验。该工具基于 AI 能力，自动解读客户需求并主动推荐商品，替代传统人工判断与手动筛选。系统可自动生成产品介绍与卖点总结，客服一键即可发送至客户。同时，该工具支持根据历史客户购买偏好，自定义配置优先推荐与劣后推荐的质检项；并依据历史下单转化率，优先推荐高转化率商品。

智能选品工具 2.0 上线后，客服响应效率显著提高，推荐选品时效由 50 秒缩短至 30 秒，全年用户咨询满意度达 91.8%。

为保障工具有效落地，2025 年公司爱回收严选、拍拍寄卖及抖音渠道的售前员工，组织开展了全员覆盖的面对面实操培训，重点讲解智能选品 2.0 的操作路径。通过培训，客服人员能够独立、快速、准确地向用户推荐匹配商品，减少对支持岗位的依赖，显著提升服务效率与客户体验。

此外，我们积极开展客户服务提升培训，明确了“基础服务—优质服务—卓越服务”的三步进阶路径。2025 年，公司共开展 3 场门店集训及 1 场区域专项培训，采用“线下实操演练 + 线上微课学习”双轨融合模式，确保全员 100% 掌握客户服务标准与技巧。

2025 年，我们在客户服务领域荣获多项重要荣誉，包括京东·美好生活 CPO“蜕变新生奖”、京小智 618 纯机模式 - 服务 TOP 榜智多星奖、2025 年度宝山区投诉联网单位维权工作综合评估优秀单位等，体现了我们在智能服务、用户关怀与维权协同等方面的综合实力与行业认可。



京小智最佳运营智多星奖



2025 年度宝山区投诉联网单位维权工作综合评估优秀单位

负责任销售

我们严格遵循《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理办法》等法律法规及行业标准，制定并实施《负责任营销政策》与《文案传播与发布管理规定》等内部管理制度，明确文案、传播与发布过程中应遵循的原则及禁止性条款，禁止夸大宣传、虚假宣传或诱导消费，确保所有对外宣传（包括文案输出与广告发布）合法、真实、透明，切实保障消费者知情权，全面践行负责任营销理念。

在二手产品业务中，我们坚持“来源合法、描述准确、质量保障、明确告知”的原则，从回收到质检再到销售的全过程，充分向消费者传达产品信息，提升信息透明度，保障消费者知情权。

目前，公司已建立完善的负责任营销材料审查与监督流程，所有营销材料须经授权管理人员批准后方可发布。我们定期对代理商及门店开展检查，核实其营销活动是否符合法律法规及公司内部政策要求。

报告期内

公司审核对外宣传内容超

250

件



负责任价值链

供应链管理

我们高度重视采购与供应链管理的规范透明，已建立系统化的供应商管理制度。2025 年，我们更新发布《万物新生集团采购政策》，进一步完善了采购管理相关制度。

公司已建立覆盖准入审核、日常管理及检测、绩效评估的闭环体系，实现对供应链的全流程管理。

供应链管理体系

环节	管理方式	ESG 考虑因素
准入审核	<ul style="list-style-type: none"> 我们对供应商进行资质、胜任力及法律风险三重评估，供应商须通过初步准入审核，方可建立合作。 	<ul style="list-style-type: none"> 针对“新生之美”环境友好产品，优先选用产品持有 GRS (全球回收标准)、OEKO-TEX (生态纺织品) 等认证的供应商。 针对物流承运商，公司采用顺丰、京东等已通过 ISO 14001 环境管理体系认证的承运商。
日常管理及检测	<ul style="list-style-type: none"> 我们对供应商的产品质量、产品材质、服务响应速度等进行日常监控及检测，与供应商保持积极沟通，发现问题及时反馈整改。 	<ul style="list-style-type: none"> 针对“新生之美”环境友好产品，除常规外观、功能检验外，对于直接接触人体的产品，重点检验甲醛、重金属等有害物质残留，确保产品安全与环保属性。产品已通过 RoHS (在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令) 检测。
绩效评估	<ul style="list-style-type: none"> 在合作期开展供应商绩效评估工作。评估维度包括交付及时性、产品质量、价格合理性及服务响应能力等维度，并根据考核结果将供应商划分为“合格”“整改”“淘汰”三个等级，作为是否继续合作的核心依据。 	<ul style="list-style-type: none"> 针对物流承运商，我们在其 KPI 考核体系中新增 ESG 专项指标，以此驱动合作伙伴共同践行低碳、可持续的运营理念。

物流承运商考核体系 ESG 专项指标



商家管理与赋能

我们始终将商家管理作为推动平台健康、可持续发展的核心环节，持续构建并完善全链路商家管理体系，致力于营造规范、有序的平台生态环境。

拍拍商家

拍拍商家管理体系



2025 年，我们重点针对京东域内二手商品违规挂靠至新机类目等问题开展专项治理，联合京东平台生态质量部修订《京东开放平台非全新商品管理规则》，进一步明确非全新商品的定义标准、类目挂靠要求及类目乱挂违规处理措施，切实规范非全新商品经营秩序，维护健康有序的二手商品生态。

此外，在 2025 年，拍拍建立 B 端商家培训帮扶机制，以线上培训为核心，配套培训后线上答疑、违规商家专项指导、新商家一对一跟进、商家成长跟踪等针对性举措，形成“培训—指导—跟进”闭环帮扶模式，推动商家经营规范化与服务质量持续提升。

报告期内

拍拍共组织 1v1 常规沟通

34 场

同时聚焦高频违规商家，开展深度 1v1 专项沟通

10 场



案例 B 端商家合规经营专项提升行动

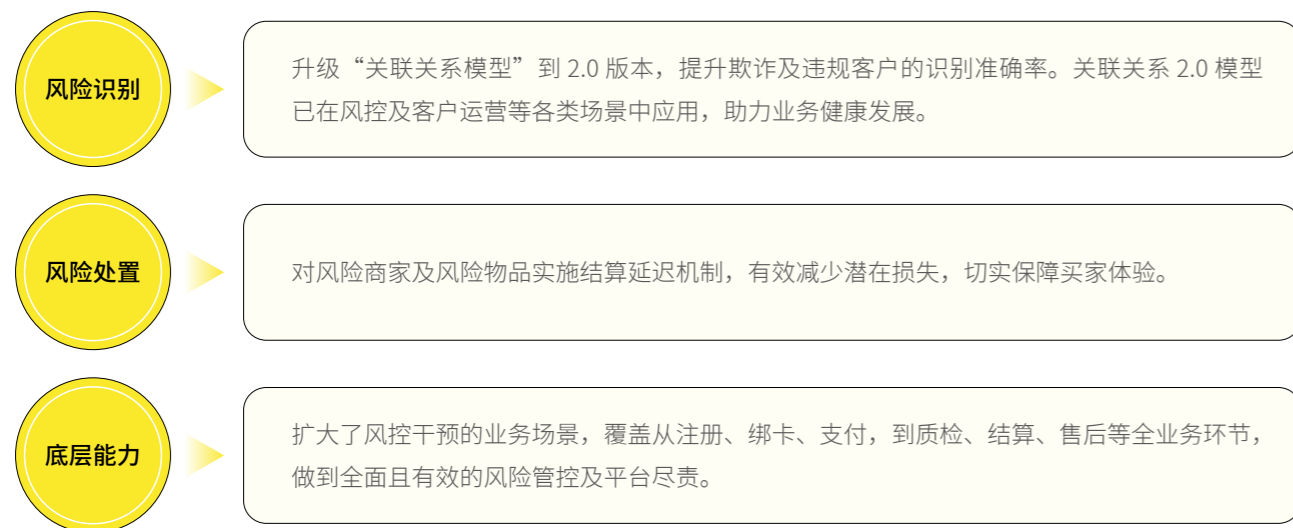
2025 年 9 月 29 日至 10 月 19 日，拍拍平台针对考核周期内高频违规商家启动专项提升行动，锁定 13 家重点商家，制定阶段性管控目标，同步常态化开展线上培训，实现“培训赋能+精准帮扶”联动机制，着力解决商家实操及合规痛点，降低违规风险。

经过三周集中治理，13 家重点商家中 6 家核心指标（售中送检通过率）已达标，另有 5 家呈现明确改善趋势，整体改善率达 84.6%，合规经营水平与服务质量稳步提升。

拍机堂商家

2025 年，拍机堂修订《平台商家违规处罚规则》，将违规单认定材料及处罚依据全面向商家公开，并新增申诉图例指引，支持商家通过 App “违规中心” 自主申诉，进一步提升平台治理的公开性与公正性。

拍机堂依托自主构建的数字化风控平台，已实现对商家事前、事中、事后全业务流程的风险评估与实时拦截，构建起覆盖全链条的风险治理体系。2025 年，拍机堂在原有基础上进一步加强了事前和事中风险管控，持续强化风险管控能力。



此外，我们针对不同类型商家的差异化需求，提供线上线下融合式培训，并持续完善商家支持知识库，全方位助力商家成长。

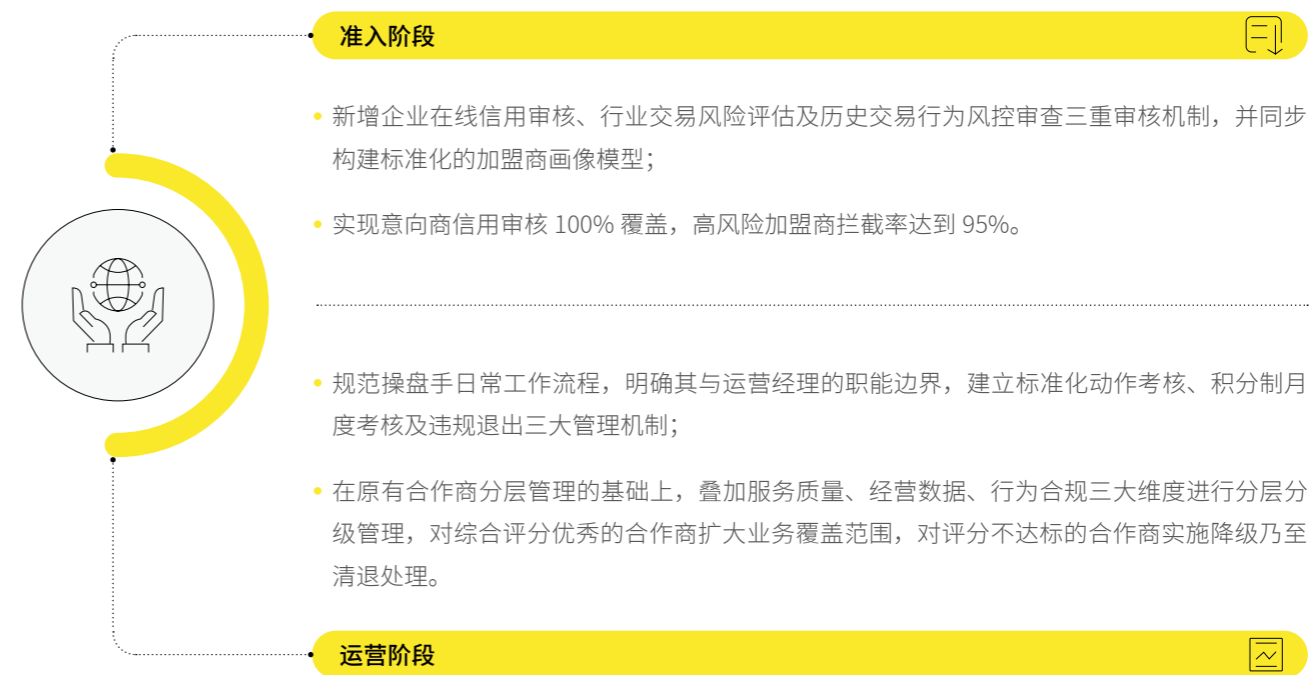
案例 拍机堂“商家学堂”

拍机堂依托“商家学堂”平台面向商家提供系统化培训支持，共计上架 69 个视频课程，内容覆盖业务规则、操作流程、工具教程等核心模块，帮助商家快速理解平台经营流程与合规规范，降低实操门槛。2025 年，平台全年新增课程 20 篇、更新迭代 11 篇，保持内容持续更新与优化。

截至报告期末，“商家学堂”累计浏览量约 127.7 万次，访问人次约 61.0 万，有效提升了商家的经营能力与合规意识，为平台商家生态的长期健康发展提供了坚实的知识赋能支撑。

加盟商管理

为保障平台上各类商户所交付的设备与服务质量，万物新生于 2025 年新增《合作商管理运营评分机制》《加盟商入驻审核》《意向加盟商城市发展规划》《加盟道具投放政策》《操盘手管理制度》等一系列管理标准与政策，对加盟商管理体系进行了全面升级，推动平台业务高质量、可持续发展。



2025 年，我们进一步深化面向加盟商的反贪腐合规治理，推动全体在册加盟商统一签署《商业合作廉洁协议》或专项反腐承诺书，严禁商业贿赂、利益输送及违规操作等行为，明确违约责任与追责条款，同时面向加盟商开展反贪腐专题培训，切实从源头筑牢合规防线。

报告期内

加盟商反腐协议签署率	加盟商反贪腐培训覆盖率	加盟商相关商业贿赂、利益输送类投诉发生率
100%	90%	0%

04 上下求索 科创新生

作为二手消费领域的创新先行者，万物新生始终将科技视为破解行业痛点、驱动绿色循环的核心钥匙。公司持续加大研发投入，将 AI 应用深度嵌入各业务环节，聚焦自动化质检场景，推动技术与设备的持续迭代，不断提升自主创新能力，有效降低质检成本，优化产业链运营效能。同时，公司不断完善知识产权保护体系，协同上下游伙伴保障企业及第三方合法权益，助力行业整体技术创新能力的协同发展。

本章节回应议题

- 技术创新与知识产权保护

我们的行动

- 技术创新：持续加大研发投入，优化 AI 图像算法等核心算法方案，推动 AI 在型号识别、图片稽核、视频稽核等业务环节的深度应用，并创新研发哥斯拉 2.0、光合设备等自动化质检设备，全面提升运营效率。
- 自动化质检：持续推进 Matrix 自动质检流水线的迭代升级，扩大自动化设备覆盖范围，提升质检效率与标准化水平。
- 开展内容合规及不正当竞争等知识产权相关议题培训。

我们的绩效

研发投入
2.4 亿元

全职研发人员
449 人

新增知识产权授权总数
57 件



创新研发

万物新生坚持以科技创新驱动企业可持续发展，持续完善以“制度保障、团队协作、技术落地”为核心的创新治理体系。公司已组建覆盖算法建模、硬件开发与系统集成的跨职能研发团队，致力于提升关键技术领域的自主创新能力，为业务发展夯实技术基础。面对日益复杂的业务场景与快速变化的市场环境，公司紧密围绕实际业务需求，聚焦算法模型与 AI 应用、自动化质检等方向，持续提升自主研发能力与成果落地效率。

算法模型与 AI 应用

万物新生持续落实技术创新策略，聚焦 AI 技术与智能设备的深度融合。在算法模型层面，公司基于算法应用转化价值与实用性，不断优化千影 AI、魔镜 AI、X-Ray、哥斯拉等核心算法方案。围绕业务核心痛点，公司已实现 AI 在多个业务环节的深度应用，有针对性地开展模型开发与系统建设工作，显著提升运营效率。

AI 应用场景

图像维修检测

2025 年，公司 X-Ray AI 图像维修项检测算法新增覆盖数十个手机高端型号的维修项检测能力。其中，对苹果高端型号精仿组装屏幕（FOG）的检测准确率达 99%；针对苹果手机型号的主板检测能力显著提升，已基本替代人工深拆主板作业，检测效率为人工的 1.3 倍。

AI 型号识别

针对回收产品品类与型号繁多、人工识别耗时较长且准确率较低等问题，公司基于深度学习视觉技术，通过对比学习方法开发型号识别模型。目前，3C 类已上线型号的算法识别准确率高达 95%。

图片稽核系统

为解决人工稽核门店质检取证图效率低、质量不一的问题，公司基于 QWEN-VL-2.5 视觉大模型开发了图片稽核系统。该系统已覆盖相关场景，准确率超 99%，有效确保图片合规。

视频稽核系统

为解决打包环节包装错用、质检环节手机叠放等违规操作导致的客诉问题，公司基于 YOLO 检测与跟踪技术开发了视频稽核系统。系统对全量工位视频进行事中或事后 AI 自动稽核，有效节省了人力成本并降低客诉率。

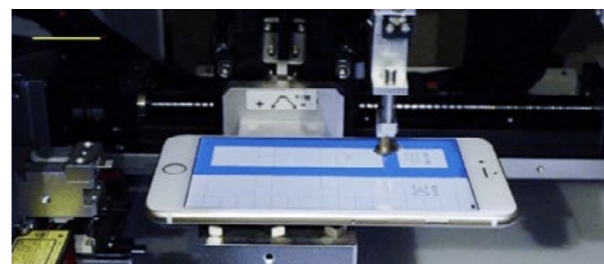
自动化质检设备

在核心质检能力层面，公司自主开发并持续优化 Matrix 自动质检流水线，覆盖“收货—输送—质检—分拣—存储”全流程，并通过引入 007、X-Ray、魔镜、哥斯拉、光合等设备，有效降低了人工质检带来的主观误差，使产品定级与定价更精准。

自动化质检设备及功能

007 模组

007 模组可对手机品类实现功能质检，涵盖屏幕触摸、前后摄像头等检测项。该模组已实现量产，正在逐步提高在运营中心的覆盖率。



X-Ray 设备

X-Ray 设备通过 X-Ray 射线对手机拍照，并结合 AI 图像算法精准识别配件维修、缺件、非原装等问题。2025 年，AI 图像算法已适配主流机型，且覆盖型号在逐步增加，同时落地运营中心超 90% 的质检场景。



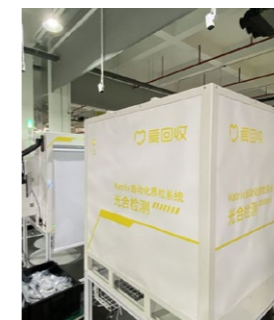
魔镜设备

魔镜设备主要用于质检手机屏幕异常老化、坏点等显示问题，并用于识别手机换屏情况。2025 年，该设备覆盖运营中心超 80% 的质检场景。



光合设备

光合设备对 3C 数码全品类进行自动化拍照并生成对应 3D 展示图，可替代人工拍摄商品详情图。



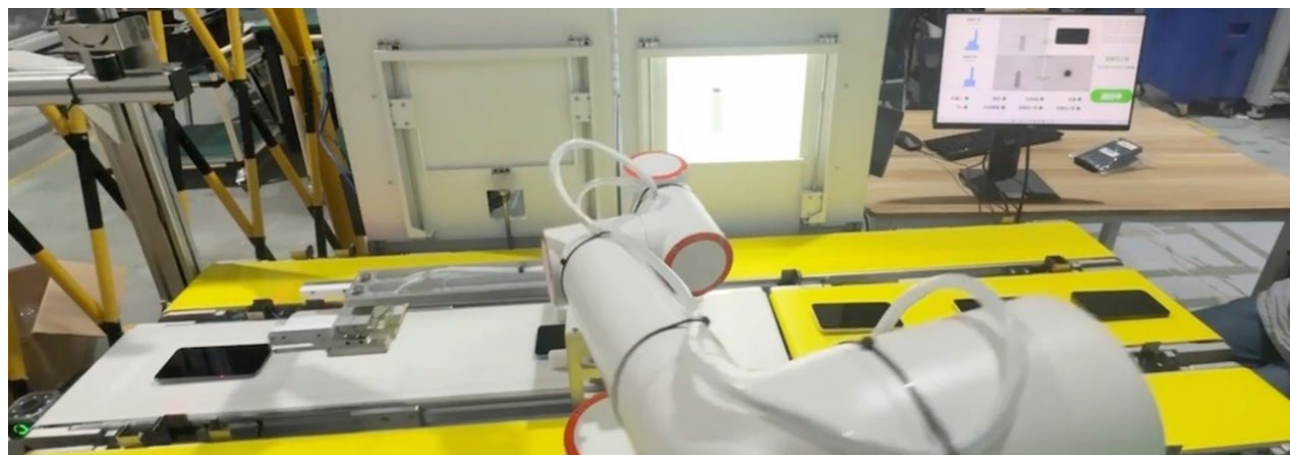
哥斯拉设备

哥斯拉设备主要用于对手机外观进行拍照取证，覆盖“屏幕外观”“边框背板”和“机身弯曲”等质检场景，并用于统一质检标准。2025 年，公司共计投放 220 台哥斯拉设备，运营中心约有 50% 的手机可以通过 AI 替代人工进行图片质检。



案例 哥斯拉 2.0 设备

2025 年，公司成功研发哥斯拉 2.0 模组的试运营版本。该模组加入了机械臂，能够完全替代人工拿放手机的动作，实现全自动化拍照，进一步提升拍照效率、降低质检成本。



哥斯拉 2.0 设备

案例 光合设备

2025 年，公司成功研发光合设备并实现量产，其覆盖运营中心超 95% 的商品图拍照场景。光合设备可替代人工拍摄，自动生成 3D 商品展示图，显著优化了 C 端用户的交互体验。



光合设备生成 3D 商品展示图

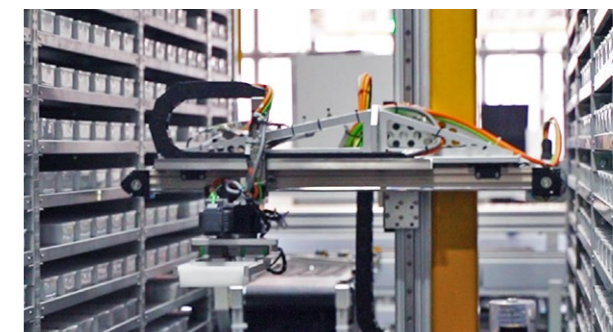
报告期内，公司对面向中小商家广泛提供的新型便携式智能质检工具“机大侠”开展了功能优化与更新工作。

案例 智能验机工具“机大侠”设备更新

“机大侠”工具是一款专为二手手机行业设计的全能工具，主要功能包括一键验机、保修查询、激活日期追溯、历史质检报告溯源功能、灵活回收定价及订单管理等。2025 年，“机大侠”引入 AI 质检能力，主要包括 AI 看图质检以及基于文字与备注信息提取的风控识别。在此基础上，该工具根据 AI 质检报告实现自动化报价，不再依赖人工报价师，日均质检量约 1.5 万台机器。

自动化仓储

在仓储与产线布局层面，公司在 2025 年完成了对全自动单件打包机器的核心工序验证，该设备能基本实现装袋、封袋、装盒等功能。同时，公司在常州、东莞建设了自动化仓储立体库，总共能存储约 6 万台手机，并实现快速上下料。在自动化生产线方面，公司在东莞及常州两地部署了智能输送线、自建检测线体、提升机及自动导引运输车 (AGV) 等自动化设备，实现了手机自动分流质检，减少了人工移交环节。



自动化仓储立体库



提升机

知识产权

万物新生不断完善知识产权管理体系，保障自身创新成果安全，联动产业上下游协作方共同加强知识产权保护，推动行业可持续发展。

知识产权管理

万物新生重视知识产权保护，严格遵守《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》等国内外相关法律法规，并构建《知识产权管理制度》《专利申请管理制度》等内部政策，对知识产权的申请、获取、维护、续期、监控与保护等全生命周期的管理进行明确规范。

知识产权保护举措

内部管理

为强化全员知识产权保护意识，公司发布《爱回收知识产权风险防范指引手册》，明确全体员工要尊重并保护第三方知识产权，严格规范企业及员工的日常经营行为。此外，公司积极开展员工知识产权相关培训，提升全员保护意识。

供应链协同

公司构建三位一体保护机制。公司与供应商签署协议，明确知识产权归属划分，规避潜在纠纷；在品牌合作中严格执行知识产权授权协议，切实维护合作方权益。

公司制定《拍机堂卖家端交易规范规则》《平台商家违规处罚规则》《知识产权保护声明》等制度，明确禁止商户经营非法翻新产品，以保障第三方合法权益。对平台入驻商户实施知识产权合规准入制度，尤其针对二手 3C 产品拆解类商户，实行经营资质核验机制，从源头杜绝侵权行为。

维权机制

公司建立主动监测机制，与《知识产权管理制度》《平台商家违规处罚规则》等制度协同，形成“预防—监测—处置”全链条闭环管理。针对不同侵权场景，公司实施差异化处置流程：线上收到平台侵权举报后，由当地销售或督导进行线下核实，再根据核实结果依次推进发函、律师函乃至诉讼等环节。

案例 内容合规培训

2025 年 6 月，公司面向新媒体运营部、新媒体营销部、IP 运营部等对外输出内容的相关部门开展内容合规培训，重点围绕素材合规、AI 生成内容合规及不正当竞争等知识产权相关议题。培训采取线上线下相结合的方式，员工参与度较高，取得了良好的合规宣导效果。

此外，为激励员工技术创新，保障研发成果，公司制定了《爱回收专利奖励办法》，对成功提交专利申请及获得专利授权的员工，在满足相应标准后给予现金奖励。

报告期内

公司新增授权商标数量
45 件

新增著作权数量
3 件

新增专利数量
9 件



05 责任同行 美好新生

万物新生始终秉持以人为本的理念，致力于构建公平包容、安全健康的职场环境。公司持续完善员工权益保障机制，营造多元平等的工作氛围，并将员工健康与安全置于重要位置，配套系统化的培训体系与清晰的晋升通道，全方位赋能员工职业成长。与此同时，万物新生积极践行企业社会责任，投身乡村振兴、环境保护等公益领域，以实际行动回馈社会，共创可持续未来。

本章节回应议题

- 劳工管理
- 多元化与平等
- 员工健康与安全
- 员工培训与发展
- 社会公益事业

我们的行动

- 逐步提高自主招聘占比，提升候选人的应聘体验
- 上线“HR小助手”智能咨询机器人，畅通员工与人力资源部门即时沟通渠道
- 获 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证
- 推行各层级导师带教机制，促进知识技能传承，赋能员工多维度成长

我们的绩效

发生强迫劳动、雇用童工及任何形式歧视事件
0起

女性员工占比约
39.3% 同比提升
4.4%

累计员工培训时长达
131,324小时

截至 2025 年末，“回收爱·山村儿童数码助学计划”
累计支援学校搭建数字化教学平台
69所

累计完成授课
3,212节

以更丰富的教育资源造福山村儿童
13,070名



员工权益

员工权益保障

万物新生始终将员工合法权益保障置于企业治理的核心位置。我们严格遵循《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国未成年人保护法》以及各业务所在运营地法律法规，对标国际劳工组织《关于多国企业和社会政策的三方原则宣言》、联合国《国际人权法案》及《工商企业与人权指导原则》等国际人权准则，制定并施行了《万物新生集团员工手册》《万物新生人权政策说明》等内部管理制度，以规范员工招聘及用工管理流程，切实保障员工合法权益并致力于创建一个多元、公正、平等、透明的工作场所。

报告期内

涉及强迫劳动、雇用童工以及任何类型歧视的事件发生次数为

0



合规雇佣

我们对雇用童工及强制劳动行为持零容忍态度。在人员招聘环节，集团要求所有岗位应聘者须年满 18 周岁。集团招聘部门通过对身份证件严格审查，核实候选人的真实年龄与身份信息，从源头杜绝违规用工风险。一旦发现有未达法定年龄的人员在岗，集团将第一时间中止其工作，安排全面体检，并协助其安全返回户籍地、常住地或监护人住所，确保未成年人得到妥善安置与保护。

2025 年，万物新生推进招聘模式变革，逐步提升自主招聘模式占比，从源头把控面试质量，切实提升候选人的应聘体验。

数字化闭环管理

集团招聘已全面接入飞书招聘系统，打通与外部主流招聘平台的链接，实现候选人在线沟通、面试安排及结果反馈的全流程闭环管理，每轮面试评价均实时记录、结果及时同步，确保信息透明高效。

面试体验持续优化

公司持续关注网络招聘评价反馈，针对候选人诉求主动回溯优化，致力于为每一位候选人提供专业、尊重、高效的面试体验。

多元化与平等

我们秉持多元化、平等与包容的雇佣原则，严格依据集团内部管理制度及《平等机会政策》等海外业务相关政策，确保所有劳动者享有平等的就业机会与公正的工作条件，杜绝任何形式的歧视行为。

多元化及平等管理机制



反歧视与反骚扰

集团严禁在招聘及用工过程中因种族、肤色、民族、宗教、性别、婚姻及家庭状况、孕期哺乳期、残疾等因素实施差别对待，同时建立健全投诉渠道，员工可通过直属主管或人力资源部门反映问题，由人力部门专项调查并妥善处理。



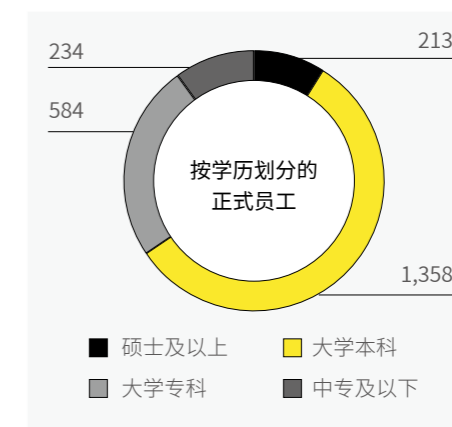
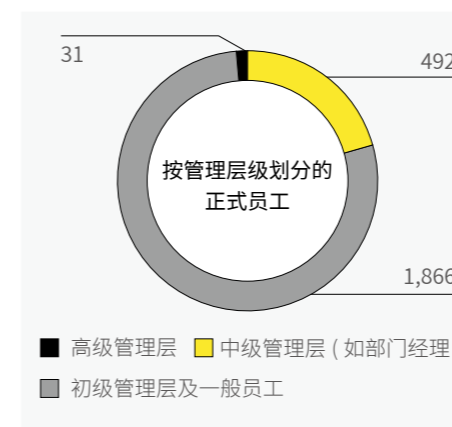
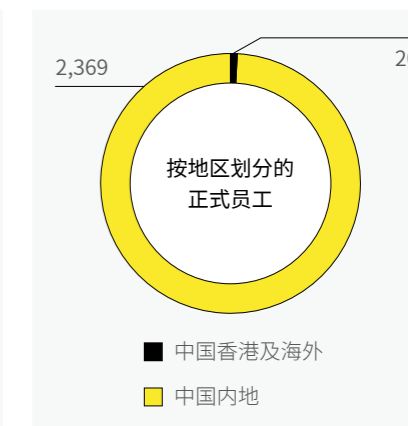
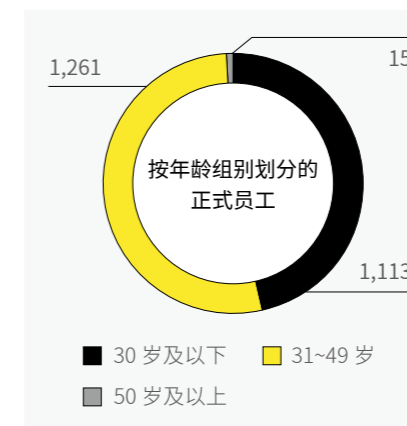
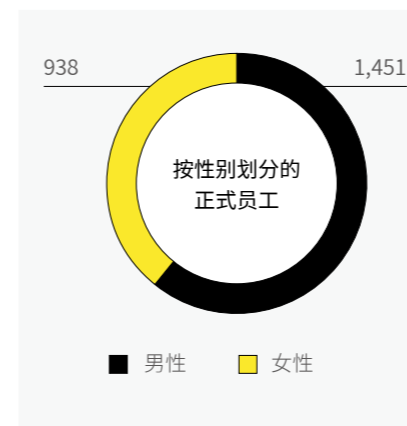
女性权益保护

集团严格落实国家妇女权益保障相关法律法规，在内部制度中明确要求，除法定特殊岗位外，不得以性别为由拒绝或提高女性录用标准，切实维护女性员工平等就业权利。



残疾人就业

集团积极履行社会责任，为残疾人提供平等的就业机会，以实际行动践行包容雇佣承诺。



报告期内

截至报告期末

女性员工整体占比约
39.3%高级管理层女性占比约
38.7%收入创造职能管理岗位中女性占比
38.0%在职残疾员工数量为
27人同比提升
4.4个百分点同比提升
16.1个百分点同比提升
11.4个百分点

AI



员工沟通

我们构建了多层次、多形式的员工沟通机制,打通上下级对话与跨部门协作通道。我们融合线上线下多种沟通渠道,在延续“倾听官”“聚宝盆”等员工沟通项目的基础上,新增飞书自助咨询机器人“HR 小助手”,保障员工诉求及时传递、高效反馈。

案例 “聚宝盆”项目

2025 年,我们持续开展“聚宝盆”项目,与核心人才建立常态化沟通机制,定期了解员工工作状态与发展诉求,切实增强人才黏性。

- **季度深度沟通:** HR 每季度与核心员工开展一对一沟通,记录反馈并形成跟踪闭环。
- **离职风险预警:** 定期识别中高风险人员,制订针对性挽留方案,并对已离岗人员回溯原因,持续优化保留机制。
- **发展与薪酬驱动:** 优先为核心人才提供晋升通道,结合外部薪资对标进行特殊薪酬处理,让沟通成果转化为员工获得感。

2025 年,部分业务部门“聚宝盆”人员留存率达 96% 以上,并已形成关键岗位后备梯队,实现人才“留得住、接得上”。

案例 HR 小助手

2025 年,公司上线飞书自助咨询机器人“HR 小助手”,搭建员工与人力部门之间的即时沟通通道。员工可自主选择咨询事项,系统实时调取知识库内容进行解答,实现疑问秒级响应,让员工沟通更便捷、更高效。



HR 小助手界面

我们以盖洛普 Q12 为基础,围绕“公司认同、认可、职业发展、薪酬、团队氛围”五大维度,面向全体员工开展满意度调研。2025 年,员工满意度(整体)得分为 4.70 分/5 分,近四年呈持续上升并趋于平稳趋势,员工认同感与满意度稳步提升。

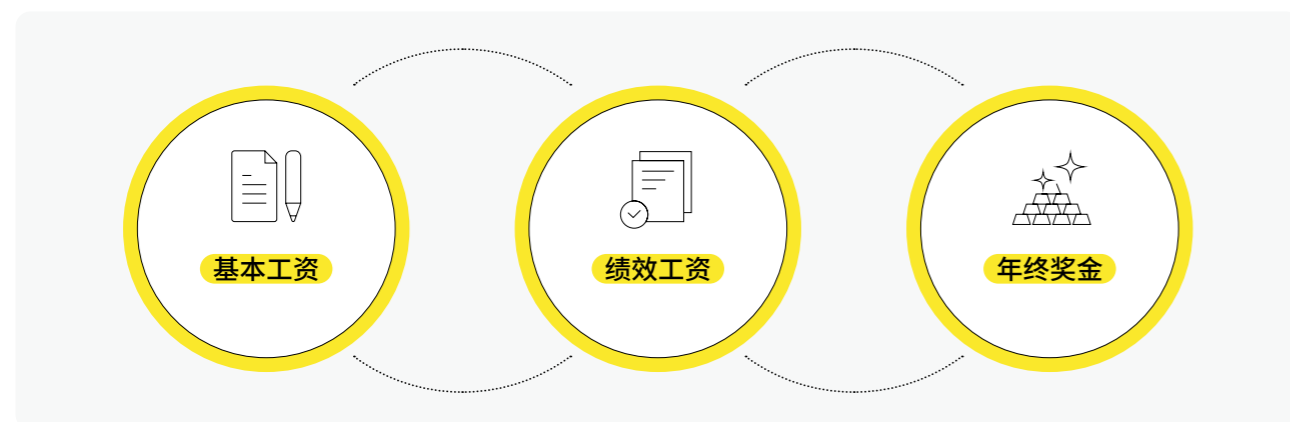
指标	2025 年
集团(整体)满意度	4.70 分/5 分
集团员工满意度	4.75 分/5 分
一线员工满意度	4.69 分/5 分

薪酬与福利待遇

员工薪酬

公司建立了公平且具竞争力的薪酬分配与绩效考核体系，涵盖入职定岗定薪、薪资结构、调薪政策、职级薪酬、激励政策及评优机制等规范，全方面保障员工劳动报酬权益。我们每年开展行业薪酬对标并合理调整，并将权责与绩效考核挂钩，确保薪酬对外有竞争力，对内公平合理。

员工薪资构成



万物新生构建多元激励体系，让优秀员工共享发展成果。我们持续推行员工持股计划，将核心管理层利益与公司长期发展深度绑定。此外，集团调薪、年终奖分配向头部绩优员工倾斜。集团每年下发激励奖金预算，重点激励高贡献、高业绩、高投入人群，并在业绩达成、突出贡献、重大项目里程碑等方面设立多种类激励奖项。

万物新生员工激励政策

及时激励	• 面向短期目标或项目，实施过程激励
里程碑激励	• 在重要业绩里程碑节点设立专项奖金，聚焦关键目标达成
重大项目激励	• 由总裁办评审，对集团性重大项目设立专项奖励
季度激励	• 按季度业绩超额达成情况，发放阶段性激励奖金
金牌评优	• 半年度评选集团突出贡献者，树立优秀标杆
集团评优	• 年度评选优秀团队与管理者，弘扬卓越文化

员工福利

在《万物新生集团休假管理制度》《员工购房基金计划》等既有制度的基础上，集团于 2025 年制定并发布《集团福利管理制度》，系统梳理现有福利种类及申请使用流程，并同步更新《集团外派管理制度》，持续健全福利制度体系。

在依法按时足额缴纳各项社会保险费用的基础上，集团着力构建全方位、多层次的员工福利保障体系，涵盖法定福利、专项福利及普惠福利等类别，持续为员工提供常态化、精细化的关怀与保障。

万物新生员工福利体系

法定福利	专项福利	普惠福利
<ul style="list-style-type: none"> 依法为全体正式员工缴纳五险一金； 严格执行国家节假日、年休假、婚假、产检假、产假、陪产假、哺乳假等法定假期制度，并额外为工龄不满十年的员工增设 2 天带薪年假； 依据各地法规，为符合条件的员工提供最长 10 天带薪育儿假。 	<ul style="list-style-type: none"> 为购置首套自住房的员工提供免息借款，为突发重大医疗困难的员工提供紧急借款； 覆盖入职周年关怀、晚间通勤补贴、团队建设、高温津贴、工伤疾病保障及年度健康体检等多项专项福利。 	<ul style="list-style-type: none"> 常态化开展节日活动、社团活动、医疗互助等非经济性员工关怀项目，营造健康、温暖的职场氛围。

我们积极开展多元的员工关怀活动，包括女性员工关怀、子女托管、节日专属福利及活动等，以常态化与体系化的关怀传递企业温度，持续提升员工幸福感与归属感。

案例 女性关怀活动

我们联合妇女联合会特邀欧莱雅集团资深专家举办高端美肤沙龙，以专业化课程丰富女性员工的职场生活体验，并在“三八”国际妇女节期间向女性员工发放专属节日礼赠，彰显我们对女性群体的尊重与关爱。



美肤沙龙、妇女节活动海报

案例 暑期托儿夏令营

2025年8月，集团面向3~12周岁员工子女举办“魔法夏令营”全日托管活动。夏令营采用“上午学习认知+下午实践运动”的全日托管模式，每周设置主题研学环节，组织儿童探访爱回收·返航新生分拣厂、参与环保实践及爱心义卖等活动，将企业绿色理念融入儿童成长体验，有效缓解了员工暑期育儿压力。



暑期托儿夏令营



案例 年前火锅大餐

2025年春节前，我们面向上海、北京、深圳三地职场1,200余名员工举办“年前火锅大餐”活动。活动以“红火团圆”为主题，按部门定制火锅套餐，在各职场餐厅有序开展，让员工在忙碌的年末感受节日温暖与团队归属。该活动在内部年度满意度评选中位列特殊节日福利活动第一名，充分体现了集团以人为本的员工关怀理念。



年前火锅大餐

随着海外业务持续拓展，团队遍布不同国家和地区。集团积极开展海外员工团建活动，持续强化跨文化协作能力与团队凝聚力，为海外业务的长期稳健发展提供有力的组织保障。

案例 海外员工团建

2025年12月，海外业务部组织全体海外员工赴桂林开展团建活动。通过集体行程、团队协作及非正式交流等环节，打破地域界限，增进员工间的了解与信任，强化跨区域协作意识。



海外员工团建

职业健康与安全

集团严格遵守《中华人民共和国安全生产法》等法律法规，围绕员工职业健康安全，制定并实施《安全制度管理规范》《安全综合管理规定》《消防演练管理规范》《现场应急处置方案》《危化品安全管理细则》等内部管理制度，明确安全培训、消防安全、生产安全等方面的管理要求，强化员工职业健康安全监督管理。目前，集团已取得 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证。



ISO 45001 职业健康安全管理体系认证

万物新生高度重视员工健康管理，通过系统性举措构建多维度员工健康关怀体系，全面保障员工安全与身心健康。

员工健康关怀体系

工作负荷监控与管理

- 建立员工负荷监控机制，对出勤异常情况实时追踪，并纳入部门考核。业务高峰期前提前储备人力，对高强度加班人员强制安排休息，确保工作负荷合理可控。

办公环境保障

- 定期巡查办公及休息区域设施，配备符合人体工程学的办公椅、防静电工作台、安全手套、带轮移步车等防护用品；
- 建立各楼层反馈群，员工可在群内反馈办公环境等问题；
- 定期开展空调清洁与空气净化，预防呼吸道及皮肤类疾病；
- 各工作场所紧急出口、消防设施及救援装备配备齐全，符合安全标准。

职业健康监护

- 针对运营中心一线员工额外提供职业病专项检查；
- 面向基层管理人员开展职业病应急处置培训，提升健康风险防范能力。

心理健康支持

- 依据《员工分层关注》等制度，对不同类型员工实施差异化关怀，对脆弱群体及时提供心理疏导；
- 每月针对新员工、老员工及核心员工开展一对一沟通，动态掌握员工身心状态，对异常情况及时评估并给予帮扶。

EHS 培训与演练

我们全面开展 EHS 培训及演练活动，持续推动安全文化落地。2025 年，集团各仓库严格执行每半年一次的消防演习制度，并出具完整演习报告，确保持续提升应急响应能力。

案例 常州仓消防安全演练

2025 年，常州仓组织开展了“预防为主、生命至上”主题消防安全实战演练，覆盖 210 名高风险岗位员工。演练模拟仓库起火，完整演练了事故确认、紧急疏散、心肺复苏急救、灭火器及消防栓扑救等全流程环节。从警报响起到全员集结完毕用时 5~8 分钟，90% 以上人员准确识别疏散路线，灭火器使用合格率超 85%。通过实战检验，员工对火灾响应“黄金 30 秒”形成了切身认知，自救互救能力显著提升。



常州仓消防安全演练

此外，公司新增并落实新员工入职三级安全教育及月度安全培训机制，旨在将安全意识深入人心，做到预防为主、全员参与、责任到人、持续改进。各地同步开展消防安全知识宣讲与紧急救援专项培训，系统增强员工安全意识与应急处置技能。



紧急救援专项培训



消防安全知识宣讲



报告期内

公司未发生员工因工亡故事件

员工成长

员工培养

万物新生基于公司战略与管理发展需要，面向管理层、一线员工、职能员工及管培生等不同梯队，聚焦岗位关键能力，构建并持续完善线上线下相结合的多元化人才培养体系，为员工各阶段成长提供全方位赋能。

管理层培养

集团系统性推进中高层管理团队能力升级，采用外部精品课程引进与内部实战经验共享的双轨模式，围绕通用领导力及集团业务管理实践，助力核心管理层实现管理能力与专业素养的全面提升。

案例 领英计划（高层赋能）

2025 年，集团持续开展“领英计划”，聚焦高层管理者领导力提升。该项目通过“管理者的进阶”“爱回收门店科学运营的演进之路”等系列线下培训，结合企业文化模型系统阐释各层级管理者核心能力要求，并围绕门店战略演进与科学运营实践，深化高层管理者的战略思维与全局视野。该项目覆盖全体高层管理者，持续锻造管理团队的领导力与战略决策能力，为集团高质量发展提供坚实的人才保障。



领英计划培训现场

案例 领途计划（中层赋能）

2025 年，集团持续开展“领途计划”，聚焦中层管理者管理能力提升。11 月至 12 月，集团围绕“团队动机管理”主题开展线下培训，引导中层管理者通过优化自身管理行为提升员工动机与满意度，增强管理的预见性与针对性。全年累计覆盖中层管理者 80 余人，助力提升团队绩效与组织效能。

一线员工培养

各业务线培训部门针对一线员工开展业务知识、专业技能及通用技能培训，在确保人岗匹配的基础上持续强化工作能力。同时，我们启动一线储备干部培养计划，从基层岗位起步，系统培养并向一线管理岗输送人才，打通基层员工职业成长通道。

案例 一线储备干部培养计划

2025 年，集团面向一线岗位启动储备干部培养计划，从一线基层岗位起步，系统培养并逐步向一线管理岗输送人才，为业务发展储备管理力量，同时打通基层员工职业成长通道。



一线储备干部培养计划

职能员工赋能

集团按业务线与职能开展 AI 赋能培训、多品类鉴定专项培训等学习交流互动，营造积极的技术交流氛围，帮助员工在胜任本职的同时提升综合素质。

案例 AI 赋能培训

2025 年，集团积极推进 AI 赋能培训，通过邀请外部 AI 领域专家授课、搭建内部交流社群分享实用工具、举办 AI 提效技能竞赛等多元形式，全面提升员工的 AI 应用能力，推动 AI 技术与日常工作深度融合。



AI 领域专家授课海报

专项带教培养

集团积极推行针对各层级的带教培养模式，依托导师专业经验促进知识与技能共享，满足不同层级员工成长需求。

带教培养机制

新人带教	2025 年，集团推动新员工入职培训标准化，覆盖全国各职场。全年新增录制 7 门线上课程、1 套试题库，共计 14 项培训内容，于 11 月正式上线学习平台。新员工入职 1 个工作日内即由带教体系引导启动学习，确保培训及时、标准、可落地。
管培生带教	由各部门负责人担任带教师团队，通过每周一对一带教沟通、不定期课题研究汇报等形式，在成长全过程中给予管培生持续性指导与反馈。
管理层带教	由总裁办及高管组成带教师团队，面向各一级、二级部门负责人开展不定期专项主题带教分享，以高层经验引领管理能力持续提升。

案例 管培生培养

集团持续招募优质应届毕业生，以管理培训生身份分培养期、加速成长期、发展期三个阶段系统培养，各阶段匹配针对性培养动作与成长关注，助力管培生快速成长。



管培生培养活动

此外，集团积极为员工提供继续教育支持，助力员工职业能力持续提升。通过报销运营岗位员工证书培训费用、为取得奢侈品鉴定证书等外部相关资质证书的员工发放月度专项补贴等举措，我们切实降低员工学习成本，助力员工自我成长与职业发展。

职业晋升

我们秉持“人才是企业的核心竞争力”的理念，坚持以人为本，将员工职业发展管理视为企业可持续发展的重要基石。

集团构建了完善的员工晋升体系，设立管理 (M)、专业 (P)、产研 (T) 三条职级序列，共 14 个职级、4 个职档，为不同类型人才提供清晰的职业发展路径与公平的成长空间。员工可根据自身兴趣与优势自主选择发展方向，并通过岗位晋升或跨通道转换实现多元化职业成长。

职业晋升体系

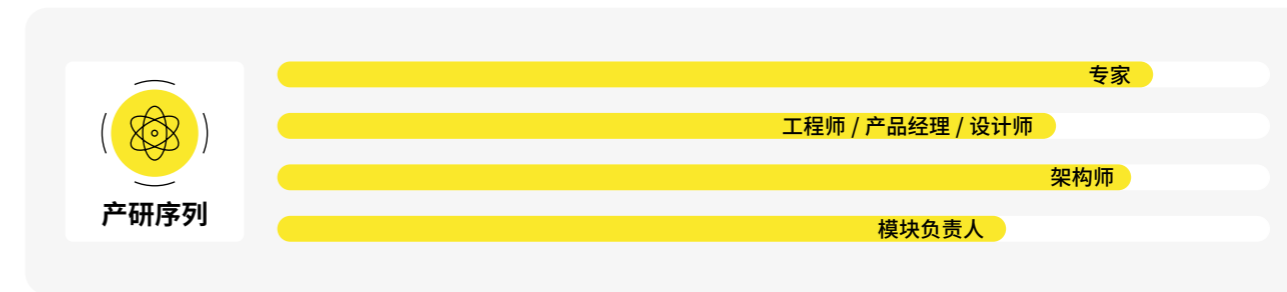
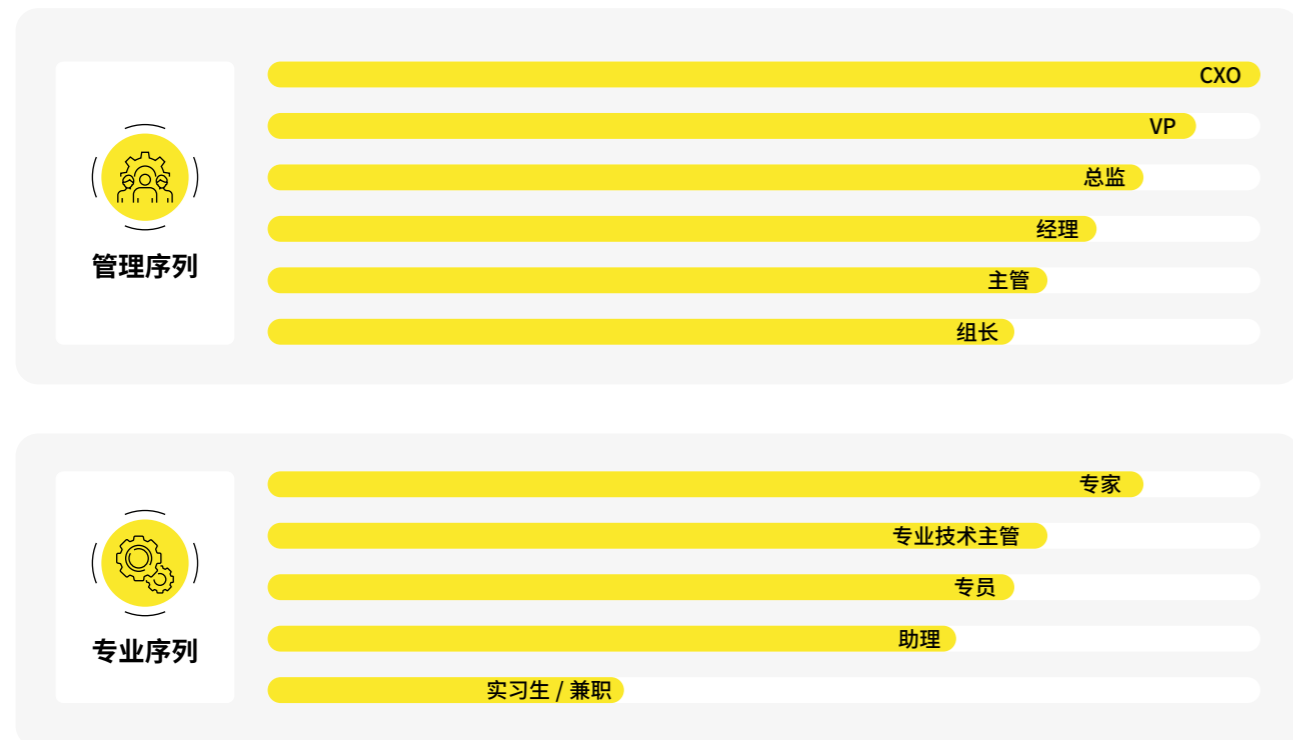
纵向发展 (同一序列内)

- 职级晋升：员工在同一序列内实现岗位内部级别的逐步提升
- 职档晋升：员工在同一序列内从低一级岗位向高一级岗位递进

横向发展 (跨序列)

- 岗位晋升：当岗位职责发生变化时，员工可横向转换发展通道，跨序列向更高层级岗位晋升

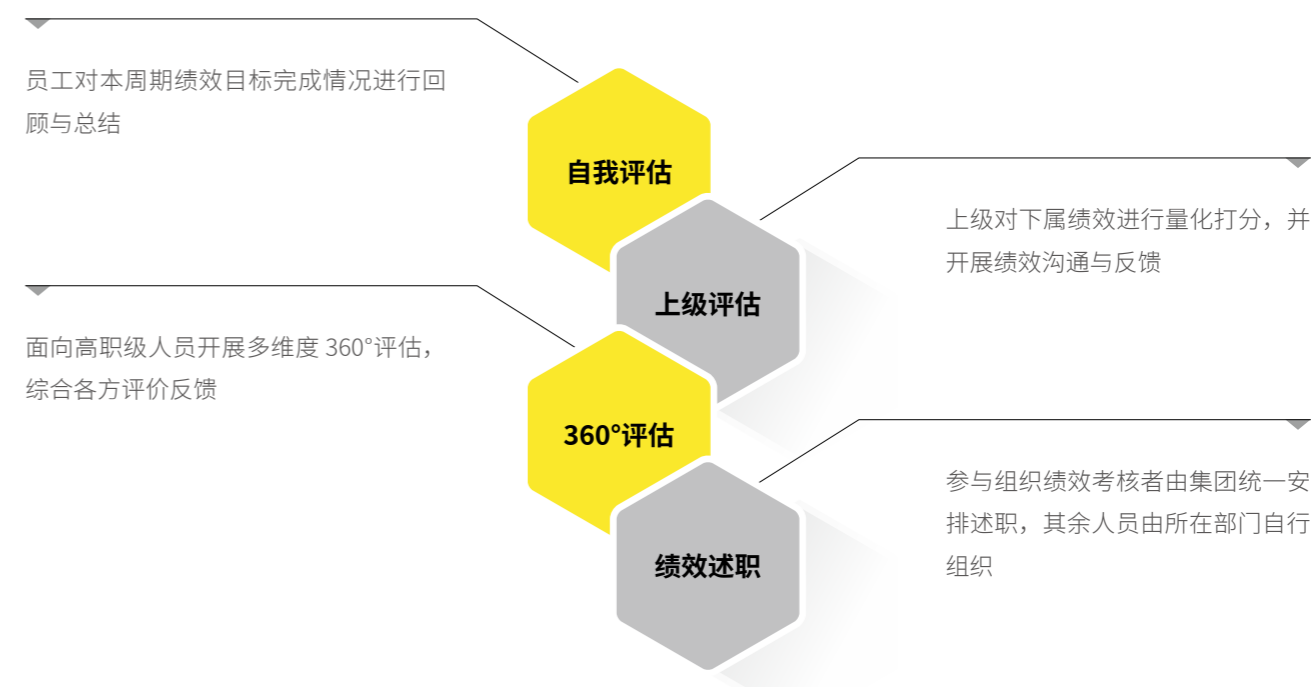
职业发展路径图



为构建公平、透明的人才发展环境，集团制订并实施《万物新生员工晋升考核方案》，明确晋升条件与流程，并设立专门的管理组织负责晋升考核的组织与评审工作。

公司每年组织开展两次绩效评估，以结果指标、过程指标、组织指标及协作指标为核心维度，采用 KPI 与 OKR 相结合的方式。评估过程涵盖自我评估、上级评估、360°评估及人员绩效述职汇报，评估结果直接应用于年度晋升、薪酬调整及奖金分配，确保绩效与激励紧密挂钩。

多维绩效评估方式



社会公益

作为全球二手循环行业的引领者，万物新生始终将回收循环理念与社会公益深度融合，依托自身资源优势，围绕生态环保、教育公平等领域，持续开展特色公益实践，积极践行企业社会责任。

案例 “回收爱·山村儿童数码助学计划”

我们持续推进面向乡村学校的数字教育帮扶项目。万物新生自 2018 年发起“回收爱·山村儿童数码助学计划”，协助搭建智慧教学环境。八年来，我们始终致力于缩小城乡教育资源差距。

截至报告期末，该项目已覆盖 69 所乡村学校，累计开展数字化课程逾 3,200 节，受益学生达 13,000 余名。项目以科技手段为偏远地区儿童打开更广阔的知识窗口，以长期主义的公益实践彰显企业对社会教育公平的坚定承诺。凭借突出的社会价值与示范效应，该项目荣获上海市互联网业联合会颁发的“2025 年度社会责任和社会公益优秀案例奖”。



回收爱·山村儿童数码助学计划



2025 年度社会责任和社会公益优秀案例奖

案例 爱回收·返航新生携手“山野护卫队”守护京西绿水青山

2025 年 11 月 15 日，爱回收·返航新生联合环保公益组织“山野护卫队”，在北京市门头沟区妙峰山镇涧沟村及三峰环线共同开展徒步捡拾公益活动。活动中，志愿者与爱回收·返航新生员工携手协作，对沿途散落垃圾进行系统清理，以实际行动守护京西生态环境，向社会公众积极传递“无痕山林”理念。

北京市门头沟区妙峰山镇涧沟村党支部书记表示，期望以此次活动为契机，通过“政企民”三方协同发力，带动更多村民与游客积极践行垃圾分类与环境保护，让“绿水青山就是金山银山”的理念在基层落地生根。



徒步捡拾公益活动

案例 “爱邻里”社区感恩回馈活动

我们积极发起“爱邻里”社区感恩回馈活动，聚焦残疾人、低保人员及孤寡老人三大帮扶群体，为其定制每千克投递补贴较普通用户提高 0.4 元的专项补贴政策，以实际行动为特殊群体增添稳定的生活支撑。

活动于 2025 年 12 月在上海率先启动，并计划于 2026 年陆续拓展至北京、成都、深圳、青岛等城市。截至目前，活动累计投递量超 18 吨，累计发放补贴约 7,269 元，以可持续的公益模式践行企业社会责任，持续传递邻里温情与企业担当。

截至目前

活动累计投递量超

18 吨

累计发放补贴约

7,269 元



“爱邻里”活动宣传海报

附录

关键绩效指标表

经济绩效

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
全平台二手商品交易量	万台	4,180	3,530	3,230
总营收	亿元	210.5	163.3	129.7
总收入同比增长	%	28.9	25.9	31.4
Non-GAAP 净利润	亿元	4.3	3.1	2.3
多品类业务于国内覆盖城市	个	96	46	27
多品类业务能力落地门店数	家	963	673	252

环境绩效

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
间接能源使用				
总耗电能	千瓦时	11,034,946.11	9,327,329.63	6,440,419.44
温室气体排放				
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	70,904.26	35,913.44	32,168.59
范围一	吨二氧化碳当量	0.00	0.00	0.00
范围二	吨二氧化碳当量	5,837.42	5,004.18	3,667.84
温室气体排放强度 (范围一 + 范围二)	吨二氧化碳当量 / 百万元人民币	0.28	0.31	0.28
范围三 ²	吨二氧化碳当量	65,066.84	30,909.26	28,500.75
范围三 - 资本货物	吨二氧化碳当量	36,859.75	9,440.74	9,909.93
范围三 - 上游运输配送	吨二氧化碳当量	6,073.06	4,344.48	3,987.54
范围三 - 商务差旅	吨二氧化碳当量	1,552.29	688.95	608.70
范围三 - 员工通勤	吨二氧化碳当量	3,511.83	3,081.12	3,020.85
范围三 - 下游运输配送	吨二氧化碳当量	16,093.19	12,574.66	10,582.27

² 排放因子主要选取自国际 EEIO 数据库及《UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025》。为确保期间可比性，已对 2024 年及 2023 年历史数据进行追溯调整，使核算口径与 2025 年保持一致。

2025 年范围三排放较 2024 年大幅上升，主要原因如下：(1) 本年度公司门店规模显著增加，并对满 3 年的老旧门店实施形象改造，门店装修及道具类固定资产增加；(2) 运营中心完成局部升级验收，相关固定资产规模有所扩大。

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
范围三 - 售出产品末端处置排放	吨二氧化碳当量	132.48	135.92	124.87
范围三 - 特许经营	吨二氧化碳当量	844.24	643.39	266.59
水资源				
总用水量	吨	28,600.74	20,691.97	16,879.85
用水量 - 市政用水	吨	28,357.66	20,593.58	16,010.41
用水量 - 桶装水	吨	243.08	98.39	869.44
水耗强度	吨 / 百万元人民币	1.36	1.27	1.30
综合污水排放量	吨	22,880.58	16,553.58	13,503.88
污水排放密度	吨 / 百万元人民币	1.09	1.01	1.04
废弃物				
无害废弃物总量	吨	183.02	163.32	31.99
无害废弃物密度	吨 / 百万元人民币	0.01	/	/
有害废弃物总量	吨	0.83	/	/
废荧光灯管	吨	0.53	/	/
废旧电池	吨	0.11	/	/
废硒鼓、废墨盒	吨	0.19	/	/
有害废弃物密度	千克 / 百万元人民币	0.04	/	/
可回收物总量	吨	850.51	708.17	551.46
废弃处置电子产品数量总和	万台	21.93	13.70	11.17
减少金等重金属污染	千克	1.21	0.75	0.61
减少银等重金属污染	千克	8.44	5.28	4.29
减少铜等重金属污染	千克	10,131.89	6,330.60	5,149.08
减少钨等重金属污染	千克	0.04	0.02	0.02
减少电子产品污染	吨	35.09	21.92	17.83
包装耗材				
包装物料总量	吨	2,016.79	1,760.69	1,940.00
纸类	吨	1,018.17	447.65	421.00
塑料类	吨	995.88	1,309.65	1,519.00
木材类	吨	0.74	0.14	0
布类	吨	2.00	3.25	0
包装物料密度	吨 / 百万元人民币	0.10	/	/

社会绩效

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
员工总数	人	9,540	/	/
按雇佣类型划分员工人数				
正式员工	人	2,389	2,096	2,055
没有合同终止期限的永久正式员工	人	359	223	/
全年新招聘的没有合同终止期限的永久正式员工	人	4	1	/
外包员工	人	7,102	5,678	4,199
兼职员工	人	49	42	34
按性别划分正式员工人数				
男性	人	1,451	/	/
女性	人	938	/	/
男员工占比	%	60.74	62.40	65.11
女员工占比	%	39.26	37.60	34.89
员工雇佣				
收入创造职能管理岗位中女性比例	%	38.00	34.10	/
STEM 相关岗位中女性比例	%	24.00	25.40	/
按年龄划分正式员工人数				
30 岁及以下	人	1,113	/	/
31~49 岁	人	1,261	/	/
50 岁及以上	人	15	/	/
30 岁及以下员工占比	%	46.59	48.04	50.32
31~49 岁员工占比	%	52.78	51.43	49.53
50 岁及以上员工占比	%	0.63	0.53	0.44
按地区划分正式员工人数				
中国内地	人	2,369	/	/
中国香港及海外	人	20	/	/
按管理级别划分正式员工人数				

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
高级管理层	人	31	30	32
中级管理层 (如部门经理)	人	492	402	353
初级管理层及一般员工	人	1,866	1,664	1,670
女性高级管理层	人	12	10	9
女性中级管理层	人	185	141	/
女性初级管理层	人	61	60	/
管理岗位 (含初、中、高级管理层) 中女性比例	%	34.13	32.97	/
员工雇佣				
按员工情况划分正式员工人数				
少数民族	人	59	41	7
残障员工	人	27	20	18
按学历划分正式员工人数				
硕士及以上	人	213	143	138
大学本科	人	1,358	1,129	1,029
大学专科	人	584	553	639
中专及以下	人	234	271	249
新进员工				
新进员工总数	人	968	558	500
内部候选人填补空缺职位总人数	人	159	135	/
按性别划分新进员工人数				
男性	人	505	278	268
女性	人	463	280	232
按年龄划分新进员工人数				
30 岁及以下	人	714	403	/
31~49 岁	人	254	155	/
50 岁及以上	人	0	0	/

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年	
新进员工	按管理层级划分新进员工人数				
	高级管理层	人	0	1	/
	中级管理层 (如部门经理)	人	71	50	/
	初级管理层及一般员工	人	897	507	/
正式员工流失率	员工主动流失率	%	14.98	/	/
员工培训	员工的平均培训时间	小时	13.77	12.09	24.31
	按性别划分员工平均培训时间				
	男性	小时	14.73	/	/
	女性	小时	11.45	/	/
	按年龄划分员工平均培训时间				
	30 岁及以下	小时	13.94	/	/
	31~49 岁	小时	13.37	/	/
	50 岁及以上	小时	2.57	/	/
	按管理层级划分员工平均培训时间				
	高级管理层	小时	75.00	/	/
	中级管理层 (如部门经理)	小时	34.71	/	/
	初级管理层及一般员工	小时	12.41	/	/
	按地区划分员工平均培训时间				
	中国内地	小时	13.79	/	/
	中国香港及海外	小时	2.38	/	/
	按培训类型划分员工平均培训时间				
	领导力培训	小时	0.38	/	/
	合规培训	小时	7.83	/	/
	文化多样性培训	小时	0.25	/	/
	IT 培训	小时	0.68	/	/
	职业健康安全 (OHS) 培训	小时	0.51	/	/
	其他	小时	4.11	/	/
	受训雇员百分比	%	100 ³	71.84	81.82

³ 该数据为受训总人数与全职员工总人数之比。受训总人数为全年累计受训人次，因人员离职变动等因素，受训总人次实际超过期末在岗人数。

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年	
员工培训	按性别划分受训雇员百分比				
	男性	%	100 ⁴	/	/
	女性	%	96.91	/	/
	按管理层级划分受训雇员百分比				
	高级管理层	%	100 ⁵	/	/
	中级管理层 (如部门经理)	%	100 ⁶	/	/
	初级管理层及一般员工	%	94.68	/	/
绩效考核	定期接受绩效评估和职业发展考核的集团员工占比	%	95.00	98.00	96.10
员工权益	参与工会的正式员工人数	人	526	484	470
	参与工会的正式员工人数的占比	%	22.02	23.09	22.87
	股权激励项目覆盖高级管理层以下员工占比	%	2.97	/	/
	男女平均工资差异指数	%	11.47	12.77	/
	男女工资中位数差异指数	%	1.50	1.69	/
	男女平均奖金差异指数	%	-5.01	-5.56	/
	男女奖金中位数差异指数	%	-29.32	-32.93	/
	公司薪酬最高的 10 名员工中，女性员工的占比	%	18.00	10.00	/
员工健康与安全	工伤事故数	件	7	7	2
	工伤死亡人数	人	0	0	0
	致命伤死亡人数	人	0	0	/
	工伤损失工作日数	天	293	376	45
	工伤损失小时数	小时	2,344	3,008	360
	损失工时伤害发生率 (LTIFR)	起 / 百万工时	1.48	1.66	/
人力资本投资回报率 (HC ROI)	营业成本	亿元	206.34	163.53	/
	员工工资与福利总额	亿元	5.57	5.20	/
	人力资本投资回报率 (HC ROI) ⁷	%	174	95	/

⁴ 该数据为男性受训总人数与全职男性员工总人数之比。男性受训总人数为全年累计受训人次，因人员离职变动等因素，受训总人次实际超过期末在岗人数。

⁵ 该数据为高级管理层受训总人数与全职高级管理层员工总人数之比。高级管理层受训总人数为全年累计受训人次，因人员离职变动等因素，受训总人次实际超过期末在岗人数。

⁶ 该数据为中级管理层受训总人数与全职中级管理层员工总人数之比。中级管理层受训总人数为全年累计受训人次，因人员离职变动等因素，受训总人次实际超过期末在岗人数。

⁷ 人力资本投资回报率 (HC ROI) = (营业收入 - (营业成本 - 员工工资与福利总额)) / 员工工资与福利总额 × 100%。

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年	
员工满意度	员工满意度 (整体)	/5	4.70	4.71	4.64
	员工满意度 (集团员工)	/5	4.75	4.75	4.75
	员工满意度 (一线员工)	/5	4.69	4.70	4.61
产品责任	研发费用投入	亿元	2.4	2.1	2.0
	新增知识产权授权数量	件	57	108	46
	C2B 业务 (爱回收) 客诉处理率	%	100	100	100
	C2B 业务 (爱回收) 客诉平均处理时间	小时	27.53	44.00	48.00
	C2B 业务 (爱回收) 客诉满意度	%	98.13	98.49	98.38
	B2B 业务 (拍机堂) 客诉处理率	%	100	100	100
	B2B 业务 (拍机堂) 客诉平均处理时间	小时	29	48	44
	B2B 业务 (拍机堂) 客诉满意度	%	92.34	97.79	98.16
	B2C 业务 (拍拍) 客诉处理率	%	99.98	99.90	99.98
	B2C 业务 (拍拍) 客诉平均处理时间	小时	27.61	28.10	31.16
	B2C 业务 (拍拍) 客诉满意度	%	93.97	98.75	92.90
	因质量问题造成的产品召回事件次数	次	0	/	/
	供应商管理	总数	家	10,622	/
按地区划分供应商数量					
境内供应商 (已纳入供应商名录的, 经过严格审验的)		家	10,304	/	/
境外供应商 (已纳入供应商名录的, 经过严格审验的)	家	318	/	/	

治理绩效

指标名称	单位	2025 年	2024 年	2023 年
已审结的贪污诉讼案件数量	件	2	0	0
按类别划分的处理并查实的廉洁自律违规事件数量				
腐败及贿赂类	件	2	/	/
利益冲突类	件	1	/	/
洗钱及内部交易类	件	0	/	/
歧视及骚扰类	件	0	/	/
客户隐私数据类	件	0	/	/
职务侵占类	件	2	/	/
参加反贪污培训的员工占比	%	100	100	100

GRI 内容索引

使用说明	上海万物新生信息科技集团有限公司在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期间参考 GRI 标准编制报告。
使用的标准	使用的 GRI: 基础 2021

GRI 标准	披露项	披露位置
GRI 2 组织及其报告做法 2021	2-1 组织详细情况	关于万物新生
	2-2 纳入组织可持续发展报告的实体	关于本报告
	2-3 报告期、报告频率和联系人	关于本报告
GRI 2 活动和工作者 2021	2-6 活动、价值链和其他业务关系	关于万物新生
	2-7 员工	关键绩效指标表
	2-8 员工之外的工作者	关键绩效指标表
GRI 2 管治 2021	2-9 管治架构和组成	公司治理和风险合规
	2-10 最高管治机构的提名和遴选	公司治理和风险合规
	2-11 最高管治机构的主席	公司治理和风险合规
	2-12 在管理影响方面, 最高管治机构的监督作用	公司治理和风险合规 ESG 治理
	2-13 为管理影响的责任授权	公司治理和风险合规 ESG 治理
	2-14 最高管治机构在可持续发展报告中的作用	ESG 治理
	2-15 利益冲突	公司治理和风险合规
	2-16 重要关切问题的沟通	ESG 治理
	2-17 最高管治机构的共同知识	ESG 治理
	2-19 薪酬政策	员工权益
	2-20 确定薪酬的程序	员工权益
GRI 2 战略、政策和实践 2021	2-21 年度总薪酬比率	关键绩效指标表
	2-22 关于可持续发展战略的声明	CEO 寄语
	2-23 政策承诺	员工权益
	2-24 融合政策承诺	员工权益
	2-25 补救负面影响的程序	商业道德与准则
	2-26 寻求建议和提出关切的机制	ESG 治理

GRI 标准	披露项	披露位置
GRI 2 战略、政策和实践 2021	2-27 遵守法律法规	公司治理和风险合规
	2-28 协会的成员资格	绿色产业
GRI 2 利益相关方参与 2021	2-29 利益相关方参与的方法	ESG 治理
	2-30 集体谈判协议	关键绩效指标表
GRI 3 实质性议题 2021	3-1 确定实质性议题的过程	ESG 治理
	3-2 实质性议题清单	ESG 治理
GRI 201: 经济绩效 2016	201-1 直接产生和分配的经济价值	关键绩效指标表
	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
	201-3 固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益
GRI 205: 反贪腐 2016	3-3 实质性议题的管理	商业道德与准则
	205-2 反贪腐政策和程序的传达及培训	商业道德与准则 关键绩效指标表
	205-3 经确认的贪腐事件和采取的行动	关键绩效指标表
GRI 301: 物料 2016	301-1 所用物料的重量或体积	关键绩效指标表
	301-2 所用循环利用的进料	关键绩效指标表
GRI 302: 能源 2016	302-1 组织内部的能源消耗量	关键绩效指标表
	302-2 组织外部的能源消耗	关键绩效指标表
	302-4 降低能源消耗量	绿色运营
	302-5 降低产品和服务的能源需求量	绿色产业 绿色运营 绿色消费
	303-1 组织与水作为共有资源的相互影响	绿色运营
GRI 303: 水资源与污水 2018	303-4 排水	关键绩效指标表
	303-5 耗水	关键绩效指标表
	305-1 直接 (范围 1) 温室气体排放	关键绩效指标表
GRI 305: 排放 2016	305-2 能源间接 (范围 2) 温室气体排放	关键绩效指标表
	305-3 其他间接 (范围 3) 温室气体排放	关键绩效指标表
	305-4 温室气体排放强度	关键绩效指标表
	306-1 废弃物的产生及废弃物相关重大影响	绿色运营
GRI 306: 废弃物 2020	306-2 废弃物相关重大影响的管理	绿色运营

GRI 标准	披露项	披露位置
GRI 306: 废弃物 2020	306-3 产生的废弃物	关键绩效指标表
	306-4 从处置中转移的废弃物	关键绩效指标表
	306-5 进入处置的废弃物	关键绩效指标表
GRI 308: 供应商环境评估 2016	308-1 采用环境标准筛选新供应商	负责任价值链
	308-2 供应链中的负面环境影响和采取的行动	负责任价值链
GRI 401: 雇佣 2016	401-1 新进员工雇佣率和员工流动率	关键绩效指标表
	401-2 提供给全体员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	员工权益
	401-3 育儿假	员工权益
GRI 403: 职业健康与安全 2018	3-3 实质性议题的管理	职业健康与安全
	403-1 职业健康安全管理体系	职业健康与安全
	403-2 危害识别、风险评估和事故调查	职业健康与安全
	403-3 职业健康服务	职业健康与安全
	403-4 职业健康安全事务: 工作者的参与、意见征询和沟通	职业健康与安全
	403-5 工作者职业健康安全培训	职业健康与安全
	403-6 促进工作者健康	职业健康与安全
	403-7 预防和减缓与业务关系直接相关的职业健康安全影响	职业健康与安全
	403-8 职业健康安全管理体系覆盖的工作者	职业健康与安全
	403-9 工伤	关键绩效指标表
403-10 工作相关的健康问题	职业健康与安全	
GRI 404: 培训与教育 2016	3-3 实质性议题的管理	员工成长
	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	关键绩效指标表
	404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	员工成长
	404-3 接受定期绩效和职业发展考核的员工百分比	关键绩效指标表

GRI 标准	披露项	披露位置
GRI 405: 多元化与平等机会 2016	405-1 管治机构与员工的多元化	员工权益 关键绩效指标表
	405-2 男女基本工资和报酬的比例	关键绩效指标表
GRI 406: 反歧视 2016	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	员工权益
GRI 408: 童工 2016	408-1 具有重大童工事件风险的运营点和供应商	员工权益
GRI 409: 强迫或强制劳动 2016	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	员工权益
GRI 413: 当地社区 2016	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	绿色产业
GRI 414: 供应商社会评估 2016	414-1 使用社会评价维度筛选的新供应商	负责任价值链
	414-2 供应链的负面社会影响以及采取的行动	负责任价值链
GRI 416: 客户健康与安全 2016	3-3 实质性议题的管理	品质把控
	416-1 对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	品质把控
	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	品质把控 关键绩效指标表
GRI 417: 营销与标识 2016	3-3 实质性议题的管理	至优服务
	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	至优服务
	417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	至优服务
GRI 418: 客户隐私 2016	417-3 涉及营销传播的违规事件	至优服务
	3-3 实质性议题的管理	信息安全和隐私保护 品质把控
	418-1 涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	信息安全和隐私保护

让 闲 置 不 用 · 都 物 尽 其 用