

乐其集团可持续发展报告 暨环境、社会及公司治理报告

目录/CONTENTS

CEO 致辞01专题 1: 传递乐其温度,共建美好社会19走进乐其集团02专题 2: 绿色低碳,共赴可持续未来29乐其集团 ESG 体系13



乐享未来,稳健公司治理

党建引领39风险管理41商业道德43知识产权保护44



乐创其绩,健全电商生态

负责任营销47高品质客服50数据安全和隐私保护53



关键定量绩效表	75
对标索引表	79
报告编制说明	81



破界升级,共建行业价值

数智驱动长期发展57深耕数字零售59推动产学研一体化62



乐在其中,团队厚积薄发

员工雇佣与多元化67员工权益与福利68员工培训与发展71员工健康与安全74



CEO 致辞

乐其集团成立于 2009 年,是一家为品牌提供全价值链数字及电商服务、通过"交易场+内容场"双轮引擎驱动业务发展的公司。

亲历电商发展的黄金十年,我们深度理解中国零售商业 及消费者,通过不断迭代专业能力、拓宽业务边界,构 建了货架电商、私域电商、内容电商、渠道管理、品牌 孵化、数智解决方案六大核心业务板块,针对品牌不同 阶段的业务需求,从前端到后端全链路服务电商生意。

"诚信本分,敬业担当,合作共赢,拿结果说话"是乐 其集团的价值观。14 年来,乐其在美妆、母婴、食品、 个护、数码、潮奢、大健康、宠物、酒水等重点品类中 精耕细作,全力协助品牌生意及电商生态发展,获得了 政府、平台、品牌、消费者、战略合作伙伴等多方的认 可及认证。

乐其集团是不断进化的数智服务商,行业领先的产品技术团队以全流程自研系统强力支撑生意链路上的各个环节,实现"科技与商业同行";从品牌策略、人群洞察、数字营销、渠道拓展,到店铺运营、消费者运营、智能客服、仓储物流、产品技术解决方案,全价值链的服务模式赢得了越来越多世界 500 强及知名品牌的信赖,与多个品牌的合作已达 8-10 年之久,且双方合作的深度广度仍在持续延展。



近年来,基于行业格局重塑及品牌策略升级,乐其推行"全平台、多品类"策略,在多年电商实操经验的基础上,成功拓展内容电商及私域解决方案业务版图,构建了直播电商及内容生产人才梯队,并自建了近5,000平方米的品牌自播基地,以突出的运营力+内容力,为品牌生意实现新的增长曲线。

如今,乐其集团在生意之外,也将目光聚焦于可持续发展之上。我们坚信,ESG 已成为推动企业高质量发展的重要抓手,而电商行业也逐渐从只关注 GMV(商品交易总额)指标,转向更高层次的绿色发展、社会责任、公司治理等方面的多重战略布局。

在过去的一年间,乐其集团强化绿色低碳举措,在公司运营及仓储物流环节中减少水电资源使用,大量应用环保材料,携手合作品牌为商品包材做"减法",优化多地分仓布局并以数智化方式统筹交通运输路线,显著降低能源消耗;

乐其彰显企业温度,履行社会责任,对内,注重平权及雇员关怀,营造良好的工作氛围,持续完善培训及晋升机制,加大员工薪酬福利投入;对外,我们在共同富裕、乡村振兴、帮扶留守儿童、关爱少数人群、赞助医学科研、致敬城市一线工作者等方面,都落地了实际的产业项目及捐资捐物活动,为欠发达地区的数字经济发展及群体生活改善尽绵薄之力;

乐其以合规经营夯实可持续发展基础,在党委的带领及纪委的监督下,扎实内审工作,推行反腐败、反商业贿赂、举报管理等廉正举措,在各板块业务中坚持负责任营销,落实合规及红线管理;作为线上零售的实操者,乐其高度 重视网络信息安全,从意识到举措到线上系统设置管理,多管齐下坚守企业的"生命线"。

展望未来,乐其集团对自身提出更高要求,将继续担任好三个"角色"——

- 一是领先的品牌数字及电商服务商。乐其将持续精进多维专业服务能力,从品牌伙伴及消费者诉求出发,为数字零售及消费体验注入更多温度、安心感及愉悦感;
- 二是电商生态的共建者。乐其将跟随国家政策、市场规律及平台规则,与各方加强共创与联动,尽自身所能分享理 念及实战经验,与大家携手探索生态及行业的最前沿;
- 三是可持续发展及 ESG 的实践者。乐其将在环境、社会、管治三大领域时刻保持自审态度,持续完善 ESG 体系,深度挖掘相关议题,并将各项 ESG 实践落到实处。

乐其集团是电商生态中的一员,十余年发展,我们从社会及行业中汲取养分,也期待能回馈自身的能量。乐其将始终放眼未来发展,践行长期主义,为了电商生态的长期、有序、稳健、专业发展,我们持续奔跑在路上!

乐其集团 CEO 刘楷

走进乐其集团

公司概况。

关于乐其

乐其集团(以下简称: 乐其、集团、公司、我们)创立于 2009 年,通过上海、杭州、北京、广州、香港、东京、首尔、东莞、盐城、海口等多个城市与世界同频,共有员工近 4,000 人。乐其是全价值链品牌数字及电商服务平台,为众多世界 500 强及国内外知名品牌提供全链路电商解决方案,年度商品交易总额近 200 亿元,年度销售额过亿店铺超50 家。公司经历了电商行业黄金十年的高速成长,在快速消费品领域积累了丰富的经验和行业认知,多维专业能力领跑行业。

业务布局

乐其集团创立 14 年来,深耕美妆、母婴、个护、食品、数码、潮奢、宠物、大健康、酒水等品类,在天猫、京东、抖音、快手等多平台为品牌运营官方电商旗舰店生意,并为部分品牌提供小程序、官网的搭建及运营服务,合作伙伴超 150 家,运营店铺近 300 家。如今,乐其形成了"交易场+内容场"双轮驱动的业务发展模式,构建了货架电商、私域电商、内容电商、渠道管理、品牌孵化、数智解决方案六大核心业务板块,前端、中端、后端服务完整覆盖,可满足品牌不同阶段生意需求,助力品牌在中国数字零售市场全域增长。



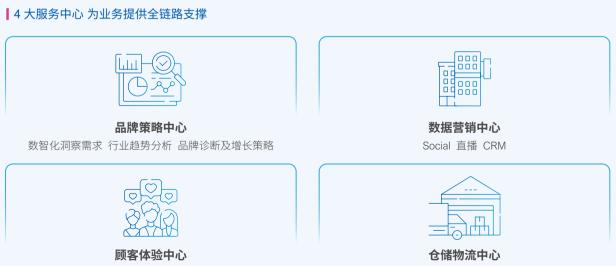
自建团队 + 直播基地CMC 资源联合打造 IP全达人矩阵合作

高效交易场驱动 全价值链服务升级 • 品牌咨询、数字营销 • 店铺运营、客户体验 • 渠道拓展、仓储物流

Ⅰ6 大核心业务 满足品牌不同阶段需求,助力全域增长

• 技术产品解决方案





分品类客服解决方案 品牌定制方案 智能舆情分析

组织架构

商务拓展(BD)

品牌合作开拓和品牌关系维护

策略中心

品牌策略洞察与数据分析

全渠道运营团队

为品牌在多个渠道开展全链路、精细化电商运营服务

运营协同支持

营销创意部

集团及品牌电商创意设计

客服部

消费者售前、售中、售后 咨询服务

HR& 行政

供应链支持

供应链效率中心

内控、采购、计划等工作

仓储物流中心

后端仓储及物流环节

产品研发

产品技术部

从后端到前台应用全自 主研发,助力全流程电 商服务工作

财务

人力资源团队 财务核算、财务 对集团各类业 负责合同等文 参与战略制定、 及进行基础保 报表、财务分析 务和控制进行 本的制定或审 构建传播矩阵、 障、制度制定、等工作 活动支持的行 政团队

内审内控

职能

独立评价

法务

关法律事务

核修改,配合律 政府关系及各 师处理公司有 类对外关系管 理

战略发展及

公共事务部



乐其文化

公司文化、理念、价值观

2023 年 4 月 7 日,乐其集团举行了新版价值观揭幕仪式。为了更好地落地企业价值观,为员工提供更加明确的原则规划与行为指导,公司抽样采访公司部分管理层及核心员工,共计近百人,通过一对一访谈了解员工对新版价值观的理解和宣传落地建议,了解不同层级、不同司龄优秀伙伴对乐其价值观词条的理解,并收集价值观案例,了解员工在践行价值观过程中遇到的困难和成果,让企业价值观外化于行、内化于心,打造企业文化的共同认知。同时,公司再度为集团自有 IP 形象——"乐小麒"融入新的设计元素,以更可爱直观的方式进行公司文化的宣贯和传播。

文化 / 价值观

诚信本分、敬业担当、合作共赢、拿结果说话

愿景

持续创新, 乐在其中





乐其价值观揭幕仪式

小麒个人简历

中文名	乐小麒
英文名	qiqi
生日	4月23日 (也是世界读书日)
性别	无性別
性格	阳光、简单、诚实、活泼
技能优势	眼:独具慧眼,知人之明 口:口齿伶俐,对答如流 手:心灵手巧,身手敏捷 脑:冰雪聪明,最强大脑

乐其集团文化宣传 IP 乐小麒

文化品牌建设

乐其集团十分重视文化建设工作,激发团队活力,及时拉齐团队目标,确保内部信息互通,以丰富的文化宣传活动、全面的文化传播形式让公司文化品牌深入人心,融入员工工作生活。2022年,在文化建设方面,公司组织年会、大促、节日活动等文体活动,策划3、5、7、10年陈礼盒等乐其文创产品,促进乐其伙伴们了解乐其文化,培养团队凝聚力和归属感。在文化宣传传播方面,内部通过乐其情报局、文化墙、钉钉、OC等渠道开展文化宣传,外部通过乐其饭儿公众号发布公司文创及文化宣传的新闻亮点,展示员工风采。



乐其年会-年陈仪式

乐其集团有举办年会的传统,在年终鼓舞全员士气,表彰优秀典型,打造年陈仪式,明确战略方向,增强乐其人的身份认同感,提升雇主品牌影响力,同时给各团队提供展示风采的舞台,促进未来的部门聚合协作,增强组织凝聚力和向心力。2023年云年会线上观看人数共计近4,000人,在杭州、北京、上海、广州、东莞、各仓库均设置线下观看点。









集团于 2023 年 4 月 7 日举办首届乐其日,进行文化升级,让每位员工获悉乐其全新的价值观、了解乐其的历史、加深对乐其的认知,从而更有归属感和乐在其中的幸福感。我们希望让所有人感受到: 乐其日是属于每一个乐其人、每一个乐其家属以及所有乐其合作伙伴的共同节日。乐其日作为乐其的标志性活动,让更多伙伴认识乐其,"走进"乐其,打造全员乐在其中的良好氛围。

本次乐其日活动分为 4 大板块: 乐其文化、乐其公益、乐在其中、乐其音乐节,获得了伙伴们的高度认可。全集团近 4,000 名员工全部参与,上海、北京、广州、盐城、海口、东莞各地分公司均有联动内容。

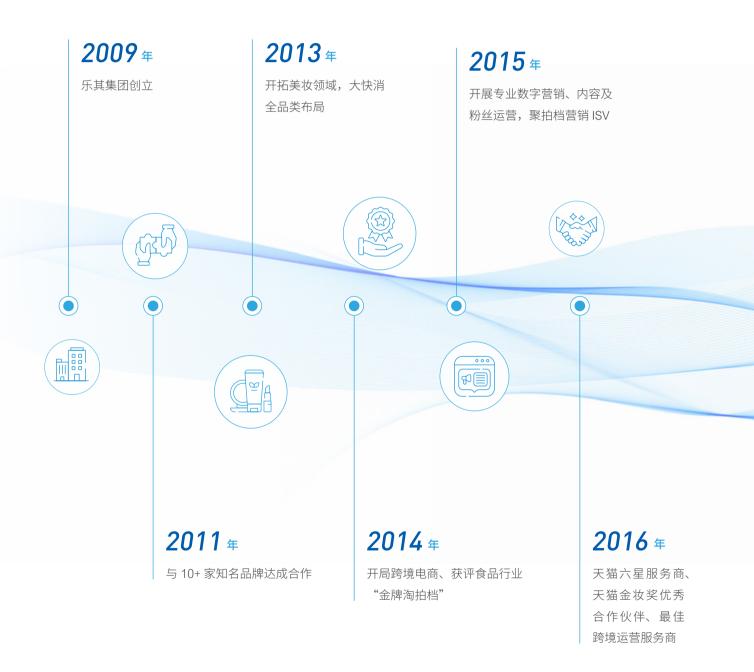


公司的年陈文化分为三年沉淀、五年传承、七年领航、十年弘扬。每年年末我们会举行年陈仪式,3、5、7、10周年的小伙伴都会收到各自的年陈礼盒和祝福礼物。每个小伙伴在周年当天,还会收到一份定制电子祝福贺卡,祝福她的乐其旅途更加精彩。同时,随着司龄增长,每位同学的工牌带色彩也会更新,让伙伴们的成长轨迹充满归属感和仪式感。



发展历程

十年发展历程



2021 # **2019 =** 数据银行实践先锋、天 抖音电商品牌服务商、阿 全平台多品类发展战略开 猫运营服务商、快速消 里妈妈金牌全域合作伙伴 局之年 费品行业贡献奖、杭州 高新区瞪羚企业 **2018 # 2022**年 获评国家高新技术企业、京东 多元服务整合,打造全 抖音电商银牌品牌服 京美奖最佳 JDP 运营 价值链品牌数字及电商 务商、腾讯千域计划

服务平台

优秀合作伙伴、ECI 国际艾奇奖、浙江省 软件业务收入 15 强

奖项和认可。

乐其集团是国家高新技术企业、国家电子商务示范企业、浙江省十佳电商服务企业、滨江区优秀贡献企业,以及中 国互联网协会、浙江省电子商务促进会、杭州市滨江区直播产业联合会的重要成员,是品牌、多平台、行业、政府 认可的电商运营、数字营销和产品技术专家。

「 乐其集团荣誉和认可

○ 2023年

国家级电子商务示范企业



○ 2023年

抖音电商金牌品牌服务商



• 2022年

天猫六星服务商



○ 2022年

抖音电商银牌品牌服务商



○ 2022年

腾讯千域计划优秀合作伙伴



• 2022年

阿里妈妈全域六星合作伙伴



○ 2022年

中国交通运输协会

中国城市物流发展产品应用创新案例



♦ 2022年

杭州市滨江区优秀贡献企业



• 2022年

ECI 国际艾奇奖



Q 2021年

国家高新技术企业



○ 2021年

浙江省电子商务促进会十佳电商服务企业



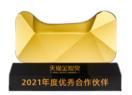
• 2021年

京东超市合作伙伴大会 - 年度店铺成长奖



• 2021年

天猫金妆奖 2021 年度优秀合作伙伴



乐其集团 ESG 体系

ESG 管理 =

公司 2022 年成立 ESG 委员会和 ESG 工作小组,提升自身 ESG 管理能力,确保 ESG 相关工作有效落地。ESG 委员会由 CEO、党委书记兼 CFO、CTO、CHO、CMO、公共事务副总裁组成,负责将 ESG 目标融入公司战略规划中;各部门分别选出负责牵头推动 ESG 工作的管理人员,组成 ESG 工作小组;各部门及子公司为 ESG 工作的具体执行者,负责落实领导层部署的工作任务。

▲ 乐其集团 ESG 管理组织架构 决策层面: 董事会 审议批准公司履行 ESG 实践的总体内容,对公司社会责任相关 的重大事项进行决策 对公司的社会责任和 ESG 发展策略进行研究并提出建议,保障 ESG 工作得到有效决策 ESG 委员会 领导层面: ESG 工作小组 负责拟定公司 ESG 实践工作内容,领导公司各相关 单位开展具体工作,并向董事会就履行情况进行汇报 执行层面: 各部门、子公司 各部门、子公司是 ESG 实践工作的具体执 行者,负责落实领导层部署的 ESG 相关工 作任务

乐其集团历经 14 年发展,获得了政府、社会的大量支持与帮助,一路成长为全国电商行业的领军企业,有决心、有信心回馈社会,在共同富裕、公益慈善、节能减碳等领域承担社会责任。

乡村振兴

与中国唯一的畲族自治县景宁 达成战略合作,担任"民族电 商共富合伙人";帮扶乡村教 师及留守儿童

信息安全与隐私保护

建立子账号管理制度,严格控制使用权限,开展信息安全与隐私保护培训和审计

乐其集团 ESG 聚焦领域

公益慈善

在杭州开展慈善义卖活动,义卖 所得款项捐赠至"蔻德罕见病中 心";灾情及疫情捐赠助力

负责任营销

全员开展运营红线培训宣导; 及时更新流程规范,内部监督 检查;自研运营质检工具

数字化转型

自研低代码机器人工具,提升工作效率;利用 AI 技术训练模型进行业务场景的优化及效率提升

利益相关方和实质性议题

利益相关方沟通

公司始终坚持可持续发展理念,将 ESG 作为可持续发展的基础和核心,与股东及投资者、政府及监管机构、客户、员工、供应商及合作伙伴、社区及公众六大利益相关方建立常态化的沟通机制,积极回应利益相关方的诉求。

| 利益相关方的期望与回应







政府及监管机构



客户 (消费者)

- 公司治理
- 全面风险管理
- 合规经营
- 全面风险管理
- 合规经营
- 商业道德
- 文化建设
- 优化客户服务
- 数据安全及客户隐私保护

关注议题

- 全面风险内控制度建设
- 股东来访
- 风险红线管理体系
- 开展反腐败宣传及培训
- 廉正义卖
- 完善合规化业务流程
- 配合监管机构核查
- 升级核心价值观
- 举办乐其日、年会、乐 其集市
- 训练自动客服识别业务场景
- 数据隔离及加密系统
- 子账号管理制度

沟通与回应









客户 (品牌方)

员工

供应商及合作伙伴

社区及公众

- 负责任营销
- 数字化转型
- 员工权益与福利
- 员工培训及发展
- 供应商管理
- 商业道德
- 乡村振兴
- 公益慈善及志愿服务
- 低碳运营
- 知识产权保护

- 红线词质检工具
- 搭建数据处理系统
- 保障员工法定权益
- 自研低代码工具提升人效 交通补贴、灵活工时、年 签订反贿赂协议 陈礼盒
 - 力培训
 - 培考机制
 - 员工竞聘机制

- 规范采购制度

 - 审核供应商资质
- 全面的业务、合规、软实 开展乐其合作伙伴廉正 调查问卷
- 担任"民族电商共富 合伙人"
- 廉正义卖
 - 帮助罕见病群体
 - 绿色仓储物流
 - 低碳环保包装
 - 知识产权保护宣贯

实质性议题识别与分析

为了使报告更好地回应利益相关方的诉求与期望,公司基于国内外主流社会责任标准、公司发展战略规划、同业对标等,开展实质性议题的识别、评估和回应工作,确立对于公司和利益相关方具有重要性的 16 项议题,并对高实质性议题在报告中重点披露和回应。

┃ 乐其集团实质性议题分析流程



┃ 乐其集团实质性议题清单

实质性议题	议题含义	对应章节
公司治理	公司搭建有效的"三会一层"治理架构,推动董事会多元化与独立性,确保公司规范运作以及公司治理的科学、规范与透明。	公司治理
优化客户服务	公司提升客户服务、客户投诉与处理、客户教育,包括客户满意度、客户服务与投诉相关数据披露。	高品质客服
全面风险管理	公司通过在企业管理的各个环节和经营过程中执行风险管理的基本流程,建立健全全面风险管理体系,完善ESG 风险管理、培育良好的风险管理文化等。	公司治理
合规经营	公司在经营与管理过程中对经济、环境及社会方面法律法规的遵守情况。	公司治理

实质性议题	议题含义	对应章节
数据安全和隐私保护	公司规范数据处理活动,保障数据安全的情况,包括管理方法、管理行动等。	数据安全和隐私保护
负责任营销	公司确保向客户 / 消费者提供的产品信息真实、准确,营销过程中没有误导、夸大及欺诈客户 / 消费者的行为。	负责任营销
数字化转型	公司通过大数据、人工智能、区块链等技术赋能产品和服务,提高运营效率,提升客户体验的情况。	数智驱动长期发展
商业道德	公司在防止商业贿赂、诈骗、敲诈、串谋、洗钱等方面采取的措施及制定的相关政策和取得的成果。	商业道德
文化建设	公司开展文化宣传活动、将公司文化融入员工生活,形成公司文化形象的情况。	乐其文化
员工权益与福利	公司在员工薪酬福利、社会保险、工作时间,以及员工 民主沟通、推进平等与多元化等方面的管理制度、管理 措施及成果等。	员工权益与福利
员工培训及发展	公司员工的培训体系与职业发展路径建设,包括管理方法及培训相关数据披露。	员工培训与发展
供应商管理	公司对供应商在环境、安全、劳工、社会方面的表现进行评估和筛选,加强采购透明度,加强采购流程管理等情况。	加强供应商管理
共同富裕及乡村振兴	公司助力乡村产业、支持乡村生态建设、促进文旅产业 发展,提供人才、改善医疗条件、教育条件等情况。	服务国家战略, 聚焦共同富裕
公益慈善及志愿服务	公司以捐赠财产或者提供服务等方式开展公益活动,包括: (一) 扶贫、济困; (二) 扶老、救孤、恤病、助残、优抚; (三) 救助自然灾害、事故灾难和公共卫生事件等突发事件造成的损害; (四) 促进教育、科学、文化、卫生、体育等事业的发展; (五) 防治污染和其他公害,保护和改善生态环境。	
低碳运营	公司在绿色仓储、绿色物流、绿色包装、绿色办公方面 采取的措施和制度,包括提高能源利用效率、减少资源 利用、包装回用、减少废弃物产生、仓储库房节能等。	减少资源消耗
知识产权保护	公司维护自有知识产权,合理使用外部知识产权,并及时自查、整改,以减少或避免侵权行为发生。	知识产权保护





专题 1 【传递乐其温度,共建美好社会

服务国家战略,聚焦共同富裕

乐其× 多地政府

公司根据各地相关政策,积极探索政企合作模式,参与各项政府活动,获评各类奖项资质,在提升乐其集团影响力 和竞争力的同时,探索新商业模式,优化当地营商环境,提供就业机会,为当地经济发展贡献力量。

■ 乐其集团在政企合作方面的举措



多地政企 合作

- 与杭州高新区(滨江)人民政府、总部所在地长河街道进行多维度合作, 为互联网产业园发展服务中心提供产业支持及专业性服务。
- 与上海市长宁区、江苏路街道合作,对接长宁区商委探索创新商业模式。



共谋业务 发展

• 公司积极扩展业务范围,在盐城市盐南高新区、大数据产业园管辖范围下, 开展乐其盐城创新中心项目。

乐其集团助力杭州市滨江区互联网小镇足球赛

杭州高新区(滨江)互联网产业园发展服务中心为区委区政府 直属单位,其管理的滨江互联网小镇是首批高新技术特色小镇, 包罗大数据、人工智能、云计算、电子商务等系列产业,60多 个园区、12000家企业入驻其中。在由互联网产业园发展服务 中心主管的杭州市滨江区直播产业联合会中,乐其集团为8个 副会长单位之一,集团公共事务副总裁余家汉担任副会长。

乐其集团出资超20万元鼎力支持"滨江互联网小镇足球赛"赛事, 为小镇内互联网从业人员健康多元的生活方式助力。2023年5 月 27 日上午,在迎接亚运会的浓厚氛围中,乐其·第二届滨江互 联网小镇杯足球赛正式拉开帷幕,乐其集团作为赛事独家冠名 合作伙伴,同时也深度参与赛事竞技,并在首轮小组赛中获胜。



协办互联网小镇足球赛

乐其集团出席新势力品牌企业产业链对接会

2023年4月20日,乐其集团受邀出席杭州市滨江区经信局主办的"新势力品牌企业产业链对接会",集团的解决方案专家向与会的企业及机构分享了乐其以技术赋能品牌电商建设的方法论及相关案例,并与在座企业代表深入交流,探讨产业链中不同角色的未来合作契机。



乐其集团携手上海长宁区助燃"五五购物节"

2022 国际消费季暨上海 "五五购物节" 聚焦 "引领时尚 定义潮流",统筹 "国际消费季" "全球首发季" "全城打折季",是进一步提振消费信心,挖掘消费潜力,更好促进消费持续恢复和升级的重要举措,彰显了上海力争率先建成具有全球影响力的国际消费中心城市的决心。

乐其集团深耕上海十余年,见证了上海消费市场的变迁,以远见未来的前瞻布局,为品牌精准把脉上海消费发展新方向,助力品牌生意的高质量增长。此次购物节中,乐其集团与上海长宁区一起助燃线上"X"场促销消费活动,发挥平台、流量优势,通过发放消费券、与品牌合作直播等形式,有效促进消费增长。乐其作为天猫生态实验室首批生态伙伴,将多年沉淀电商服务能力与天猫生态创新实验室结合,协助品牌利用天猫平台大数据精准激发上海市场的消费增长,为消费者提供数字化全链路的购物体验,助力上海市场恢复,让人间烟火气全面回归。



┃乐其集团在政企合作方面获得的外部认可

- 蝉联杭州高新区(滨江)政府 "优秀贡献企业" 称号
- 获评商务部"国家级电子商务示范企业"
- 荣获浙江省科学技术厅"省级研发中心"认证
- 中国互联网协会会员单位
- 浙江省电子商务促进会常务理事单位









乐其 × 景宁畲族自治县

电子商务是乡村振兴的新途径,是"数字下乡,农货上行"的重要平台,也是山区和民族地区实现跨越式高质量发展的重要引擎和工作抓手。景宁畲族自治县是全国唯一的畲族自治县,也是华东地区唯一的民族自治县,习近平总书记在浙江工作期间两次莅景调研指导,并作出"紧跟时代步伐""走在全国民族自治县前列"等重要指示。



2022年,乐其集团积极响应国家共同富裕、乡村振兴的号召,充分发挥自身在数字经济、电子商务领域的行业优势,与中国唯一的畲族自治县景宁达成战略合作,成为"民族电商共富合伙人",助力浙江省山区景宁县打造畲族文化IP,培养新农主播,协助培育"景宁600"高山蔬菜等优质农产品触网下行。乐其集团帮助当地利用电商这一"新农具",开拓当地农户经销渠道,也助力畲族古老神秘的传统文化、风土人情走入大众视野。

┃乐其集团景宁畲族乡村振兴项目主要行动

共富电商训练营

- 担任"电商共富教官"
- 电商运营、营销策划、直播、 短视频等全链路培训
- 助力培养特色畲族主播、 新农人主播

景宁畲乡文化 IP 升级

- 创作景宁系列短视频
- 聚焦畲乡文化、旅游资源、 生态产品、产业发展
- 讲述景宁美好畲乡故事

打造双地生态直播间

- 助力当地发展"村播", 把直播间建在产业带上
- 打造场景式直播间
- 直播专业技能传授及直播设备支持

乐其集团担任景宁民族电商共富合伙人

2022年6月30日,浙江省商务厅在中国畲乡景宁隆重举办山区26县生态产业电子商务提升发展行动启动仪式暨景宁畲族自治县电子商务高质量发展论坛,活动主题为"电商兴业富农,山区跨越发展"。活动现场,乐其集团与景宁畲族自治县签订战略合作框架协议,在协议期内,乐其集团将携手杭州市滨江区直播产业联合会与浙江传媒学院,三方共同助力民族电商进一步发展。

会上,杭州高新区(滨江)互联网产业园发展服务中心副主任潘杰、乐其集团首席技术官吕伟亮、浙江 传媒学院乐其数字经济研究中心相关教授被授予"景宁民族共富电商专家服务团首批专家"聘书。





农村电商共富合伙人项目签约仪式

聘书颁发仪式

乐其集团积极探索山区 26 县高质量发展的"景宁样板",有助于在山区各县推广,借助行业优势,为 乡村振兴打开电商新思路,助力共同富裕迈向新阶段。

乐其集团扎根于浙江省杭州市滨江区这一经济 发达地区,在发展中获得了政府、社会的大量 支持和帮助,现阶段有信心、有决心回馈社会, 秉持"授之以渔"的理念,为浙江省山区 26 县 中经济欠发达地区提供人力物力支持。2022 年, 乐其集团、浙江传媒学院、杭州市滨江区直播产 业联合会三方整合行业实操经验、学术研究成果 及头部企业资源,助力当地电商产业发展、农民 收入提升。公司计划在未来两年内,从"人货场" 三个维度助推景宁电商产业发展。



乐其获浙江省商务厅《公益电商企业》证书

■ "人货场"三维助推景宁县电商产业发展

人 — 乐其导师团担任"电商共富教官",2022年10月27日-30日,由浙江省商务厅指导,丽水市商务局主办,景宁畲族自治县经济商务科技局、杭州市滨江区直播产业联合会承办的"丽水山播之畲播系列专题培训会"在景宁举办。乐其集团内容电商事业部担任了本次畲播专题培训会的导师,为来自丽水九县市(区)的40多位畲族主播、电商企业代表带来了《抖音电商发展趋势及优秀案例》主题课程。



(五) 货——乐其数字经济研究中心助力景宁 IP 策划升级,双 十一期间(10 月下旬),由乐其集团党委全程指导,乐 其数字经济研究中心的近 20 位专家共赴畲乡进行短视频 策划创作,此行共完成 11 个原创短视频,以畲族主播为 主线,串起大漈乡茭白、惠明茶、英川粉皮等特色产品及 畲乡文化、旅游资源、产业发展亮点,讲述美好畲乡故事。 该系列作品参加了由浙江省商务厅组织开展的电商直播式 "共富工坊"短视频大赛,其中《直播电商"国家队"打 造乡村共富新样板》获得大赛铜奖。



场——乐其助力"村播"发展,2023年初,乐其集团受邀出席中国畲乡"三月三"直播助农公益活动,并向中国共产主义青年团景宁畲族自治县委员会捐出一套全新直播设备,包含双屏直播一体机、高清摄像机、无线麦克风、绿幕、直播灯光套装、摄像头支架等,该套设备功能齐全且易于操作,将在景宁的生态农产品直播、文旅直播、特色工业品直播等场景发挥作用。乐其期盼景宁用好直播电商这一"新农具",开启数字经济及电商产业高质量发展新篇章。



电商是农民手里的新农具,凤凰是畲乡文化的重要图腾。乐其集团将联合多方力量,共同为景宁共富出谋划策,把 这只"金凤凰"引出深山,把畲乡的风土人情及生态产品带给全省人民乃至全国人民,向着"电商兴业富农,山区 跨越发展"宏伟目标奋力前行。

乐其杯"共富一周年同绘一张图"活动

为进一步深入学习贯彻习近平总书记关于共同富裕的重要论述精神,以理论创新引领实践变革,扎实推动高质量发展,建设共同富裕示范区,迎接党的二十大胜利召开,2022年6月,浙江省慈善联合总会携手乐其集团,开展了"乐其杯"——"共富一周年同绘一张图"系列作品征集活动。

通过广泛传播和发动,活动共收到来自全国各地的数百份文学、美术、摄影作品。通过国家级、省级相关领域专家评定,分别有 33 件文学作品、45 件摄影作品和 50 件美术作品入围。其中摄影及美术类作品各有 20 件作品进入到公众投票环节,最终,三大类别各评选出一等奖 1 位、二等奖 3 位、三等奖 6 位、优胜奖 10 位。

重视组织文化、鼓励全面发展的乐其在公司内部发起组织员工参与,来自各部门的多位同学积极进行创作投稿。凭借着对共同富裕、乡村振兴的深入理解及富有创意的作品,多才多艺的乐其员工也在本次活动中斩获相关奖项。



关爱少数人群,开展廉正义卖

乐其×蔻德罕见病中心

罕见病是指发病率很低的一类疾病,这些疾病往往是慢性的、严重的,甚至 危及生命,是人类医学面临的最大挑战之一。截至 2023 年初,全球罕见病 数量多达 10,867 种,仅有不到 10% 存在有效治疗方法。由于各国的罕见病 政策壁垒,罕见病药物只在为数不多的国家和地区上市,包括中国在内的更 多区域的患者,面临无药可医的困境。帮扶罕见病群体日渐成为一个全球公 共健康领域的优先事务。

2022年,乐其集团成为蔻德罕见病中心的"公益伙伴"。蔻德罕见病中心(CORD,原罕见病发展中心)成立于 2013年,是一家专注于罕见病领域的非营利性组织,致力于提高患者的罕见病药物的可及性,并帮助罕见病患者融入社会生活。



乐其电商成为蔻德罕见病中心的"公益伙伴"

乐其举办义卖捐助罕见病群体、助力科研发展

2022年8月,乐其集团携手蔻德罕见病中心举办线下义卖活动,为义卖捐出了来自7个合作品牌的物资,包括个护、母婴、护肤、食品等品类的产品;同年11月,集团党委及相关职能部门举办廉正主题义卖,义卖出售的商品均来自乐其员工上交的礼品,由公司党员志愿者在义卖摊位进行讲解和引导。在志愿者的热情介绍下,义卖现场参观人群慷慨解囊,义卖所得款项均已捐赠至"蔻德罕见病中心",用于帮助中国罕见病群体,助力罕见病公益事业。

2023年初,乐其集团向蔻德旗下公益基金会捐赠 6万元科研经费,并在首届乐其日活动中号召员工捐赠助力,资助罕见病医疗技术研发,未来也将长期关注、支持罕见病群体。



乐其捐赠蔻德罕见病中心旗下基金会



发挥行业优势, 助力公益慈善

乐其集团已成长为全国品牌电商服务商中的头部企业,依托自承销产品和物流优势,在公益慈善事业中承担起头部 电商的社会责任,探索驰援灾情、特殊群体物资捐赠的新模式。公司通过联合品牌方和慈善机构,发挥行业优势, 及时把物资捐助给有需要的地区及群体。2022年,乐其集团成为浙江省慈善联合总会理事单位,在此之前,乐其 已携手总会进行慈善捐赠。在未来,我们将会持续与总会携手开展系列公益慈善活动。

乐其驰援河南水灾

2021年7月,河南遭遇特大洪灾,灾区民众生活及筹集重建资金困难,乐其集团向浙江省慈善联合总会捐赠人民币50万元,用于"浙江驰援河南洪灾"项目。



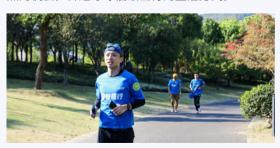
乐其提供疫情专送保障

2022 年 4 月上海疫情期间,乐其集团和所服务的好奇、雀巢母婴、嘉宝、惠氏母婴跨境、合生元等几大母婴品牌以及天猫母婴一起,积极调配物资人力并运用数字化系统,为上海家庭提供专送保障。在本次行动中,乐其共送达 1,775 箱母婴产品,共计 10,000 多听 / 包奶粉和纸尿裤。



毅起同行公益跑

2022年,乐其集团召开以"毅起同行聚给力"为主题的双十一启动大会。大会通过战队授旗、誓师动员、公益毅行等活动,激励全体员工在战役中勇往直前。在宣誓结束后,全体乐其人分为8个小组,围绕着湘湖美景完成了一场长达8公里的毅行。乐其践行 ESG 理念,以徒步行走的方式提供一个感受绿色自然的机会,传达呼吁低碳出行的生活方式。





另外,本次毅行还为科普罕见病知识贡献了一份力量。在毅行关卡中,不仅设置了团队协作的小游戏, 每位成员还为蔻德罕见病中心拍摄了多条短视频,以唤起公众对罕见病群体的关注和支持。

同时,乐其作为"民族电商共富合伙人",在本次活动中也携手景宁畲族自治县,以当地特色农产品为活动伴手礼,让更多的人领略畲乡的风土人情,号召大家为畲乡共富共同出力。





乐其×火柴公益

火柴公益于 2017 年在上海成立,2019 年注册为"上海市长宁区火柴青年公益发展中心",业务主管单位是中共上海市长宁区团委。火柴作为公益连接器,通过连接社会各界的爱心物资和资源,给乡村学校的老师和孩子们带去更多温暖和陪伴。乐其长期与火柴开展公益合作,携手合作品牌进行爱心捐赠,关爱乡村教师及留守儿童。2021 年底至 2023 年上半年,公司为全国各地的乡村学校捐赠了近 10 批、数万份、价值近 300 万元的物资,受益师生达数万人。

乐其 X 某韩国护肤品牌



2021 年底,乐其携手某韩国护肤品牌,通过 火柴公益捐赠了四批护肤品物资,送达超 300 所火柴"认证学校",受益师生近万人,总 金额超 80 万元。

乐其 X 某韩国母婴品牌



2021 年底,乐其携手某韩国母婴品牌,通过 火柴公益关爱乡村女教师及儿童,金额约 32 万元。

乐其 X 宫中秘策等护肤品牌



专为婴幼儿和敏感肌肤设计的专业护肤品牌宫中秘策,是韩国家喻户晓的国民品牌,2019-2022年连续四年荣获韩国婴幼儿护肤品一等奖。

2022 年母亲节期间,乐其携手宫中秘策,向 30家火柴公益认证学校捐赠产品套装约1,500 份,金额约50万元;6月,乐其携手韩国另 一护肤品牌,向数百所乡村学校捐赠了金额 超115万元的洁面用品。

乐其 X 小蜜蜂 Burt's Bees

2023年3月,乐其集团携手火柴公益联合发起三八节主题活动,携手伯特小蜜蜂 Burt's Bees 等品牌,向位于安徽、贵州、广西、黑龙江、陕西、新疆、内蒙古、云南等18个省份的共计100所乡村小学及中学捐赠了包括护肤、洗浴、防晒等用品在内的大批生活物资。作为火柴公益的老朋友、积极回馈社会的爱心企业,乐其集团始终关注支持乡村教育事业。





礼物收到了,很惊喜,满满一大箱,护肤品很多,明天上班就与我的好姐妹分享。感谢火柴公益,每次都都让人很感动,也感谢乐其集团及相关品牌的捐赠,我们将继续在自己的岗位上发光发热,不辜负你们的关爱。最后祝福大家平安喜乐。





乐其联合火柴公益为乡村师生捐赠物资







减少资源消耗

绿色仓储

乐其集团构建绿色环保的电商物流体系,坚持**绿色仓储、绿色物流、绿色包装**,打通电商生意链路上各环节的多套系统关联协作方式,实现任务、指令的高效传达,通过"数智化"技术赋能仓储物流系统可持续发展。

为提高仓储运输效率,减少不必要的能源消耗,公司采用数智化管理模式,多措并举践行低碳运营。乐其集团自主研发的仓储管理系统(WMS)、订单管理系统(OMS)等系统配套支撑仓储物流工作,一方面优化仓库全国分仓布局,提高配送效率,另一方面优化货品存储结构,利用大数据分析算法生成订单生产批次的组配和拣货路径。

公司在保证包装质量的基础上,推进减量减碳减塑的举措。公司优先选用循环利用的、可降解的、获得环保认证的包装材料。纸箱尽可能在仓内循环利用或原箱发出,优先选用可重复利用的通用箱、不使用胶带的拉链箱、减少胶带使用的新型箱材,提倡包装、填充物、塑料耗材减量化。同时,倡导品牌方选择更绿色的包装方式和营销策略。

在 2022 年第十一届中国城市物流发展年会—2022 年城市绿色物流产业发展分论坛中,乐其集团仓储物流总监刘河北发表《绿色物流发展规划》主题演讲,分享了乐其集团在仓储物流版块的绿色低碳理念及实践经验。



全流程的绿色仓储物流体系的基础是绿色仓库。在基础设施方面,乐其集团主要采用标准仓,同时推进绿色仓库的建设,在仓库选址、仓库布局、仓库设备和作业工具四个方面,进行探索与实践。公司充分利用数智化物流管理系统、自动化作业工具、100%使用清洁能源,不断提高仓储管理效能,以技术手段的迭代赋能绿色低碳仓储管理。



注重节能的标准化仓库

乐其集团采用低能耗标准库房,在仓储层面践行低碳运营。公司现使用自有仓 9 个、协同仓 40 个,其中嘉善仓建设符合质量管理体系 ISO 9001:2015 认证,在高质量高效多环节运转等操作流程闭环均符合质量管理体系认证要求。公司嘉善仓、嘉兴仓、武汉仓等均配备采光带,充分利用自然光源,减少照明用能;配备自动化库房门风帘等隔温装置,降低仓内外热量交换,节约空调能耗。针对有恒温要求的美妆产品仓库,选择层高相对低的建筑物库房,使用变频空调,推行低碳运营。

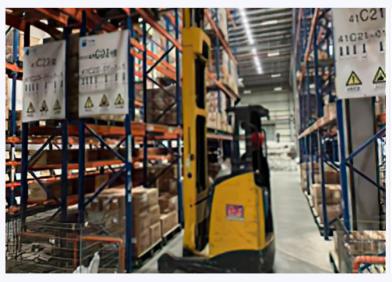




库房采光带

恒温仓库

除了低能耗库房,乐其自研的数智物流分拣系统通过减少重复运输,也实现了减少资源消耗、节省人力成本。仓库配备有智能物流分拣系统,能够实现流水线流程规划,自动分拣、称重、拖拽至打包台,减少重复运输和中转;公司嘉善仓、嘉兴仓、武汉仓均为标准化库房,实现了装卸无叉车化,以月台升降平台运输取代人工叉车,可减少人工重复运输产生的能耗。







乐其华东某仓库 SO9001 证书

绿色物流

为实现物流过程节能增效,乐其集团"自研物流管理系统"缓解了在电商供应链中物流成本居高不下、企业和物流公司协同效率低下的痛点,实现与物流公司间的信息互通,数智化管控物流全链路流程。

乐其自研物流管理系统的主要功能及成果 -



- 可根据不同物流公司的要求,生成物流交接单;
- 利用系统智能算法,从复杂组合中自动计算最优物流运输方案;
- 工单系统通过多终端触达,实现了多供应商同平台操作,最大化确保信息畅通降低了内部的沟通成本;
- 通过优化物流流程技术和管理方法,2022 年物流单无效流转整体减少 93% 以上,有效控制了物流资源浪费和额外的业务信息沟通量。

ılılı.

┃乐其自研物流管理系统运行机制





2022 年第十一届中国城市物流发展年会上,乐其集团**《自研物流管理系统》** 获评 **"产品应用创新案例"**

乐其集团自动化分拣物流系统

乐其集团设计了一套从流水线到月台最后一米的自动化分拣与物流系统。商品在流水线末端被自动分拣、称重、拖拽至月台,在月台由升降平台运输至对应区域。分拣过程中,系统根据订单信息,为货品计算出最优 To C 物流方案,减少重复运输和中转。

自动化分拣系统不仅提升人效、降低人力成本,还替代了传统的叉车运输,节约了人工操作重复劳动的能耗。

绿色包装

乐其集团使用的主要包装物分为耗材和辅材,耗材包括:纸箱、礼盒、彩箱等;辅材包括:充气辅材、印刷品、卷膜、塑料袋制品、填充包装纸、气泡信封袋、气泡膜、胶带、面单标签等。其中纸箱又分为通用箱(可回收再利用/无印刷无铆钉)、品牌专用箱(印有品牌 LOGO)、拉链箱等。

乐其集团坚持绿色包装原则,在包装物减量、绿色包材替代、装箱手段优化三个方面采取了行动。

2022年 -



- 乐其集团共使用 4,302,604 个通用纸箱,使用拉链箱 1,992,768 个。
- 其中,碳中和纸箱 312.384 个,占拉链箱总数的 15.7%。
- 为减少塑料垃圾产生,用纸丝替代填充打包发货的包裹量为 3.536.259 个。

ılılı.

● 包装物减量

公司提倡"物尽其用、最大化节约"原则,优先选用可循环包材和环保材质的包材,设置包装设计师专岗,根据产品易损度等因素定制包材组合,积极为品牌方推荐更环保的包装方案,通过多种举措积极推进电商包装的"瘦身"和"变身",避免商品过度包装。环保无小事,乐其同时也缩减胶带和快递单尺寸,推行原箱直接贴面单发货等管理措施。公司对在仓储物流端产生的纸箱二次利用,不具备回用条件的废弃纸箱则由具备合法回收资质的第三方进行回收处理;印有品牌 LOGO 的专用箱,由品牌方负责回收。

● 绿色包材替代

公司倡导绿色包装耗材替代非环保包装耗材,优先选用可循环材料制作的纸箱、可二次利用的通用纸箱;推荐品牌方与获得环保认证的供应商合作,推出 FSC 认证及碳中和纸箱;用拉链箱代替普通纸箱,避免胶带等辅材的使用;引入新箱型,减少胶带的使用;优先用纸丝代替塑料填充物。

▋乐其集团优先选用绿色包材的举措









使用 FSC 认证的拉链纸箱

使用新箱型减少胶带耗材

使用碳中和认证纸箱

与品牌方合作,缩减包装胶带尺寸

● 装箱手段优化

公司不断优化装箱方案,为货物"量体裁衣",根据货物的易损程度、运输距离等因素,定制合适的包材及填充物组合方案。公司根据商品性质划分类型,设置满箱率考核,为保障易损商品质量,要求高标准满箱率;对常规商品,在保障不破损的前提下,降低包装材质的强度,提高满箱率考核标准,减少空载浪费,达到更低碳环保的效果。同时,装箱方案及满箱率考核标准根据客户的反馈及时调整,不断改良优化。

为品牌定制环保包装方案

乐其集团根据品牌方需求调整包装策略,根据商品需求优化材质和强度,根据订单需求调整尺寸和外观,根据绿色需求改善箱型和辅材。以美妆品为例,以往消费者收到商品,会发现口红或护肤品装在了大号的层层包装中。随着大众环保意识的提升,过度包装并不一定意味着隆重感和仪式感,更多的消费者倾向于选择低碳便捷的轻量包装。如今,乐其集团在为高端美妆客户定制仓储物流方案时,会优先推荐更环保的纸箱和更"合身"的包装尺寸,避免过度包装,同时推进胶带和快递单的尺寸缩减。



乐其服务的某高端美妆品牌环保包装方案

绿色办公

乐其集团倡导绿色办公,采取了多项节能环保管理措施。例如:张贴温馨提示牌,要求控制空调温度,夏季不低于 26° C,冬季不高于 22° C;从晚 8 点至次日早 8 点,安排安保人员巡逻监督,及时关闭无人区域的空调、灯等非必要的用电设备。



乐其集团倡导低碳办公标语

乐其集团不仅建设绿色的办公环境,也积极宣导员工关注低碳的生活方式,在生活点滴处保护我们共同的地球 家园。





乐其日开展低碳知识闯关活动

乐其日体验人力发电自行车

加强供应商管理。

乐其集团致力于打造可持续的供应链管理模式,制定了《供应商管理与采购制度》,明确负责任采购的相关标准和原则,加强对供应商的筛选和准入管理。乐其集团的主要供应商可分为六大品类:耗材类(纸箱、拉链箱、充气辅材、填充塑料、彩带胶带、面单标签等)、设备类(电脑、叉车、托盘、摄影灯光等)、物流类(UPS等物流公司)、仓储类(协同仓)、服务类(仓储劳务、外包客服等)。

■ 乐其集团供应商管理体系



- 针对不同类别的供应商,制定了详细的资质信息收集和审查标准
- 审查标准涵盖供应商注册信息、基本情况问卷和资质问卷



- 采取月度 KPI 考核制度,考核评分设 ABCDE 五级,依据考核情况进行订单分配
- 考核项目涵盖质量评价、交付评价、服务评价、增值服务四个维度



• 优先考虑本土化采购,耗辅材的本土化采购比例 90% 以上,例如纸箱要求辐射范围在 200 公里以内

乐其集团设置了详细的供应商准入资质信息收集清单与审查标准,在招投标环节收集资质证明,如废纸回收厂需具备相关环保手续,劳务公司具有合法用人资质等,以确保供应商的合法合规性,避免供应链出现环境负面信息、强制劳动、忽视职业健康等劳工问题。

在供应商筛选流程中,乐其集团纳入低碳环保的考虑因素,优先选用通过 FSC 或 CFCC 环保认证的供应商,尤其在耗材选用中,要求供应商提供《品质保证承诺书》、ISO 质量管理体系、环境影响评价报告、环境管理体系认证等环保相关资质。

在供应商考核方面,乐其集团采取月度 KPI 考核制度,考核内容涵盖质量、交付、服务、增值四个维度,多方面对供应商产品和服务质量进行考核,确保供应链可持续发展。

优先选择通过认证的环保供应商

环保认证是乐其集团选择供应商的重要参考依据之一。乐其集团在供应商筛选流程中充分考虑获得环保 认证的供应商对于供应链可持续发展的重要性,认可他们在环保和效率上的努力,优先选用提供 FSC 或 CFCC 认证的供应商。

目前,乐其合作伙伴中已有 2 家纸箱供应商具备碳中和资质,部分纸张供应商具备 FSC 森林认证。公司优先选用原纸生产厂家来采购包材和回收废纸,减少供应链上游的运输和加工环节,确保废弃物得到循环利用。



ISO14001 环境管理体系认证

倡导绿色消费

乐其集团作为全价值链品牌数字及电商服务平台,除了对供应商和自身提出绿色低碳要求,也积极引导消费者形成低碳生活的习惯、了解气候变化风险。公司为践行低碳生活的消费者带来更多选择,积极联合品牌方推出空瓶 计划、闲置瓶回收等环保行动,建议品牌采取轻量化绿色包装,减少塑料使用,传递绿色、可持续、对环境负责任的消费理念。

空瓶回收计划

近年来,空瓶回收这一绿色消费理念逐渐兴起,这种循环利用方式可以帮助品牌减少包装耗材用量,降低产品碳足迹,也体现了品牌的可持续发展理念。乐其联合某天然植物护肤品牌、欧缇丽等知名化妆品品牌开展"空瓶回收计划",向消费者宣传活动机制及激励条件,推动绿色消费理念广泛传播和得到实践。

在乐其集团与某天然植物护肤品牌合办的"空瓶计划"中,为回馈老客户复购囤货,4个正装空瓶可换100ML小样,3个空瓶换净痘凝胶15ML,2个空瓶换30ML洁面,1个空瓶换200积分,在循环使用塑料制品的同时,为消费者带来绿色环保的消费选择。

在与欧缇丽合作的"空瓶计划"中,消费者提供的空瓶被成功回收可以获得产品体验装。

除了化妆品,乐其集团也与母婴品牌开展空瓶回收计划: 助力贝亲-PPSU开展奶瓶回收计划,闲置奶瓶可以兑换优惠券和回收奶瓶再造制成的多色温馨小托盘抽奖机会。



贝亲 -PPSU 奶瓶回收计划

乐其 × 天然植物护肤品牌打造"保护地球"主题营销模式

乐其集团协助某天然植物护肤品牌以"保护地球"为主题开展营销活动,在 3 月 12 日植树节推出植树活动,购买任意正装可兑换植树积点,X 点可兑换植树 1 棵;在 9 月 16 日国际保护臭氧层日推出"购买任意正装送臭氧层保护周边手绘卡,购买试用装送 D11 正装回购券";在 10 月 16 日世界粮食日、4 月 22 日地球日、5 月 22 日世界生物多样性日,购买正装赠送节日主题手绘卡片、再生纸等礼品。

该品牌坚持投身绿色公益事业,以身作则践行环保理念,乐其也助其形成绿色积分消费模式,让消费者增加对品牌的附加好感。平台方也已推出绿色消费人群图鉴,将更多流量和会场资源向绿色品类倾斜,该品牌也因其环境友好标签而备受消费者青睐。

乐享未来 稳健公司治理

党建引领

风险管理

商业道德

知识产权保护





党建引领

乐其集团党委成立于2015年。现有党员153名,下辖6个党支部,设有 党委委员会和纪律检查委员会,党委书记1名,副书记1名,纪委书记1名, 并配有专职党务 1 名。

2022年,集团党委坚持党建引领、深入贯彻新发展理念、勇担新时代重任、 以二十大精神为指引,深入学习贯彻落实习近平总书记系列重要讲话精神, 积极探索如何加强非公有制企业党组织的建设,发挥党组织在企业中的战 斗堡垒作用和党员的先锋模范作用,以高质量党建引领集团高质量发展。



齐心聚力,助力共富

2022年起,乐其集团与中国唯一的畲族自治县景宁达成战略合作,成为"民族电商共富合伙人",在 电商人才培育、畲乡文化 IP 升级、村播新模式探索等领域助力民族电商进一步发展。

乐其集团党委全程带队及指导"共富畲乡"活动开展,走进共富工坊、拜访优秀企业、开展专题培训、 创作公益短视频,并捐赠直播设备,传播电商直播助农之道,助力共富产业发展壮大、提质增效。在党 委的引领及指导下,乐其集团于2023年获评由浙江省商务厅颁发的"浙江省公益电商企业"称号。





着力打造领雁队伍

2022年9月, 乐其集团党委委员兼纪委书记胡梦 倩参加 2022 年度高新区(滨江)两新党组织书记 示范班学习培训。培训安排理论教学、实地观摩、 分组研讨等三个环节,着力提高两新党组织书记 理论水平和业务能力,着力打造讲政治、重担当、 有作为的两新党组织"领雁"队伍,努力在实践 中深化、实干中提升、实效中检验,以实际行动 迎接党的二十大胜利召开!



电商富农,推动共赢

2022年11月,乐其集团党委参与滨江两新党组织二十大系列特色党建宣传,全体党员贯彻二十大精神,掀起读报告、谈体会的学习高潮。党委书记蒋莉莉表示,集团在党委的引领下坚持"党建引领党员带头党组织保障",深耕"多平台新环境高质量稳管理",将组织力转化为生产力,不断发展成为如今的全价值链数字及电商服务平台,同时向着电商兴业富农的目标前进,为基本实现社会主义现代化贡献集团的力量。



不忘初心, 牢记使命

2022年6月,乐其集团党委为庆祝迎接建党101周年,于乐其大礼堂举办红色党建读书会。会上全体党员共同学习《习近平在浙江》之重点章节《习书记高度重视政协履行职能制度化规范化程序化建设》,党委书记蒋莉莉和副书记叶飞出席活动并发表讲话,明确公司紧跟党的步伐、以党建促发展的方针,并对党员们提出新的工作要求。

此次读书会上党员同志们热情分享自己的看法和感悟,在轻松、愉悦的氛围中,尽情收获读书的乐趣,读有所思,学有所得,拓展视角,以新担当、新作为聚力推动集团事业高质量发展。



聚焦电商高质量发展

2023年2月,高新区(滨江)上下凝心聚力攻坚"136",策划推出"滨青开讲吧"系列宣讲活动。启动仪式上,乐其集团党委分享《技术创新是电商高质量发展的首要任务》主题演讲,坚持党建引领,把党旗牢牢插在电商领域,全力聚焦电商产业发展,展现电商行业的党建特色之路。



风险管理

公司不断完善公司法人治理结构,建立由董事会、监事会和管理层组成的健全、清晰、有效的公司治理结构,形成 了权责明确、运作规范、相互协调并相互制衡的现代化公司治理机制。

风险管理

公司建立了完善的组织架构和全面的风险管理体系,针对经营过程中可能遇到的法律风险、营销风险、仓储风险、 声誉风险、气候变化风险等风险类型,在各部门设置了相应的管理岗位、操作规范、处理流程和复盘机制,旨在 提升各业务条线、职能部门的红线意识和专业素养。

公司发布了《合同及印章管理制度》《采购管理流程》《B2C 运营红线机制》《乐其货品保险规范》等管理制 度及规范二十余项,并将风险管理的红线要求与员工绩效考核挂钩,督促员工谨记运营操作规范及信息保密要求, 最大程度降低因个人工作疏漏造成的公司资源浪费和经济损失。

在风险管理人员架构方面,公司建立了三道线风险管理体系,第一道线负责为客户提供产品及服务,领导并指挥 各项业务,运用各种资源完成组织目标,同时承担风险管理的职责;第二道线负责协助开展风险管理工作,如对 法律法规的遵循、可接受的职业道德行为、内部控制、信息和技术安全、业务可持续性以及质量确认等提供专业 支持; 第三道线负责为组织治理和风险管理工作的适当性和有效性提供独立客观的确认和咨询。

■ 乐其集团风险管理组织架构

IIA 三线模型



图例:

↑ 向其报告、负责

→ 授权、指导、提供资源和监督

← 保持一致、沟通、协调、相互合作

■ 乐其集团风险管理流程

● 事前介入

- 推动制度上线和流程合规
- 主动沟通重大风险事项
- 针对标准制定等提供咨询建议

₽ 事中参与

- 跟随大促节奏主动参与前后端工作
- 全程监督采购招标项目



◎ 事后审计

- 开展各类审计、调查
- 定期进行仓库巡检
- 审计后整改进度追踪



为把控业务开展过程中的全链条风险,公司梳理了法律法规相关的规范条款、对供应商资质进行审核、对产品责任划分进行界定。针对不同业务类型的风险点,公司梳理了业务红线规则和执行手册,要求业务人员统一执行规范,明确业务管理标准、责任人及执行周期,并建立了业务内部监督及惩罚机制。

▍乐其集团 2022 年在风险管理方面开展的工作

合同标准化 管理

按照主播维度,梳理 40 多份合同模板;针对内容合作、自播合作、采购合同等,出具标准化模板,方便统一管理,降低直播的法律风险。

签约主体 审核

要求签约机构提供资质证明。如经判断签约主体为中介,进一步调查签约主体的如股权结构、诉讼情况、实缴资本等基本情况。对于风险较大的签约主体,需经品牌确认后推进项目,规避品牌方及自身经营风险。

增加保障 条款

结合直播业务面临的风险场景,增加达人舆情风险的解约条款,在保价等方面进行更详细约定等。

风险界定

将产品责任、宣传责任与品牌方厘清,以便公司对直播机构承担责任后,及时根据责任归 属进行风险补偿。

在仓储风险管理方面,2022年,公司进一步规范仓储盘点审批流程, 采用 OC 系统实时更新包裹仓储物流信息,实现线上透明化,减少因 管理不当、违规操作等工作失误造成包裹的破损、丢失等损失。



乐其集团 OC 系统仓储模块

在声誉风险管理方面,公司建立了品牌声誉风险公关处理机制,为有效应对舆情事件、司法诉讼、冒名顶替等对 集团有声誉风险的事件,建立新闻发言人制度,风险事件经系统监控后上报、管委会启动第一道防线,与合作品 牌方建立联系,实时监测舆论信息,调整策略控制不实舆情扩散渠道。

公司针对店铺运营、仓配服务、资产管理、基建工程、财务收支、预算管控等进行专项审计。2022年,公司审 计发现问题 103 项,完成审计建议整改 123 条,审计整改完成率 94%。

识别气候变化下的运营风险

为避免货品在运输储存过程中变质或破损,公司在保障商品质量的基础上,积极寻求低碳节能的仓储方 式。2022年7月,在持续高温的极端天气下,公司考虑到常温库存储的较大批量的含奶油酒品有变质 风险,经与品牌、经销商等多方沟通商品储存条件、评估变质风险,最终确认该商品无需转移至恒温仓, 而是存放至奢品普通仓,避免阳光直射,保障通风条件。既避免了恒温仓的能耗浪费,又及时地规避了 货品变质带来的经济损失。

商业道德

公司制定了包含《反腐败章程》《礼品管理制度》《举报管理制度》等在内的商业道德制度体系,所有合作的供应 商需签订《供应商反贿赂协议》。同时设立了员工检举渠道,在官网、官微、订单管理系统等平台露出举报邮箱、 举报地址等检举入口。《举报管理制度》中包含了检举人匿名保护措施和检举奖励规定。

乐其集团官方举报渠道 -

微信公众号: 乐其集团 Legee

官网: www.legee.com



┃乐其集团在商业道德方面的重点举措

- 为加强廉正管理,公司上线廉正举报平台,对乐其供应商、品牌方、其他合作伙伴及其员工、乐其员工等进行商 业道德约束。
- 公司建立了《礼品管理制度》,将员工上交的供应商礼品作廉正义卖用途,2022年的义卖所得已全数捐赠至蔻 德罕见病中心,未来还将结合实际需求捐助不同的群体。
- 公司要求全体供应商 100% 签署《供应商反贿赂协议》,确保各项商业往来活动的规范与廉洁,避免违法违纪行 为的发生。
- 2022年,公司开展了针对供应商的反腐败匿名调查《乐其合作伙伴廉正调查问卷》,收到大部分正面反馈,也 为公司今后加强商业道德管理提供了指导意义。







乐其廉正举报平台

乐其合作伙伴廉正调查问卷

乐其与供应商签署《反商业贿赂协议》

知识产权保护

公司重视自身知识产权的保护。自 2016 年至 2022 年底,公司累计登记计算机软件著作权 52 项,另有 3 项专利正在申请中。乐其集团子公司上海顶赞信息技术有限公司主营业务之一为私域小程序运营,2022 年登记计算机软件著作权 9 项。此外,乐其自主研发的物流配送信息化管理软件、仓库商品信息化管理应用软件、微信商城后台管理系统软件等,均已申请软著。

┃乐其集团登记的计算机软著著作权













在保护自身知识产权外,公司还培养员工保护公司及品牌方知识产权的意识,针对可能发生的侵犯知识产权场景,提供妥善解决方案。

┃乐其集团在保护知识产权方面的宣贯

室 案例场景 1

已离职员工、关系较好的非乐其人员索要材料和数据,团队应解释婉拒

室 案例场景 2

品牌询问在公司的其他店铺生意数据,团队应解释婉拒

室 案例场景 3

经理、商务拓展团队使用品牌数据和公司数据做提案材料,必须确认仅展示,不传阅, 不以拍照等任何形式留存

室 案例场景 4

同品牌 2B 业务的同事来询问 2C 店铺的生意,原则上不能提供,不确定时向上级汇报

室 案例场景 5

品牌仓库尚未切入乐其,试运营期间需要将订单导出提供给品牌发货,原则上不允许泄露任何顾客信息,特殊情况向部门高层确认

02

乐创其绩 健全电商生态

负责任营销 高品质客服 数据安全和隐私保护





负责任营销

营销红线是公司运营的生命线。运营中的一个字、一个价格、一张图等细节都会影响公司的商业信誉。公司通过意识教育、流程规范、辅助工具来防范营销问题。在负责任营销方面,公司注重对品牌方宣传信息的审查、遵守不同产品特定的法律法规要求、跟进平台运营规则、规范直播话术和版权意识,不放过每一个小问题。公司制定营销红线事故上报、复盘、优化、处罚流程,将红线事故与员工绩效挂钩,营造人人捍卫负责任营销防线的氛围。

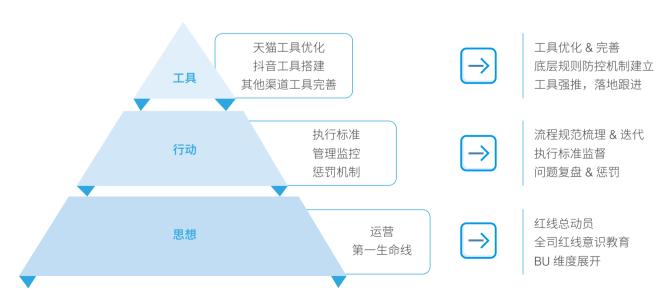
乐其集团在制定营销价格、营销玩法、营销文案的过程中,均遵循准确、真实、合法的准则,主要遵守《中华人民 共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《互联网广告管理办法》 《规范促销行为暂行规定》《明码标价和禁止价格欺诈规定》。在特定商品如母婴产品、食品、护肤品的营销过程中, 遵守《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》《食品安全法实施条例》《网络食品安全违法行为查处办法》。

在人员架构方面,公司设置工商专员,如接到工商部门或职业打假人的投诉,在前置程序中及时自查和整改,通过客服 - 运营 - 内审三道防线,保障营销遵守法律法规,并符合平台的要求。

在负责任营销培训方面,公司建立了全面的客服、运营、新员工红线培训体系,并自研快捷的 EP 质检工具,供内部及时纠正自查,提高全员负责任营销的意识,在合规的基础上提升客户服务。

公司对品牌方提供的文案和信息进行严格的审查,使用极限词、功效词、成分词确保有相关资质证明,营销价格确保真实普惠,营销玩法说明详尽规则,在保障消费者权益的同时合法合规地进行营销。在组织架构上,有 EP 质检工具定期质检,中台部门运营工厂作为监督岗位,跟进质检结果确认,并打通横向部门,及时反馈异常情况,第一时间介入处理。公司通过思想、行动、工具三个抓手开展红线管理。各业务条线围绕业务特点开展全员红线意识培训,根据平台要求及时更新流程规范,内部监督,对红线事故进行复盘和惩戒。

■ 乐其集团红线管理机制



公司自主研发红线识别 EP 质检工具。2022 年,公司对 EP 质检工具进行优化,完善底层规则防控机制,系统对宣传图片、标题、卖点、产品参数、详情介绍等文案中的功效词、敏感词自动审核,进行异常提醒,协助人工校验。

关于价格

- 1. 到手价质检
- 2. 优惠券质检
- 3. 店铺宝质检
- 4. 大促商品申报质检

关于库存

- 1. 拍下减库存质检
- 2. 限购质检
- 3. 大促上架库存质检
- 4. 大促选品库存质检

关于其他

- 1. 广告法质检
- 2. 违规 / 投诉质检
- 3. 大促报名质检
- 4. 商家编码异常
- 5. 首页商品下架 ...





系统自动筛查广告法违禁词

系统自动审核不当功效词

┃乐其集团负责任营销举措

EP 质检 工具 质检工具及时更新营销玩法,每日定时预警运营风险,包含到手价、优惠券、折扣、库存、限购,商品编码、违禁词,避免运营失误带来的损失,影响品牌声誉。

在活动计划期评估可行性及风险,在活动准备期人工介入玩法设置及页面检查,必要时进行交叉店铺检查。

监督 质检

红线 意识 新人入职接受统一红线及系统培训及考核,每个季度安排 B2C 部门全员红线考试,不断洗刷运营各岗位的红线意识。

新项目引入时,建立内部流程规范和红线宣教,针对营销玩法的可行性及规范性开展培训。

针对直播类业务,公司制定了直播事故应急预案,建立复盘机制,每场直播后回顾问题点和提升策略,直播团队以日会的形式学习平台新规定和新规则,及时更新平台违禁词。直播现场有场控人员及小助理及时提醒主播出现的问题,第一时间联系平台补救,避免给消费者带来损失和不便。



乐其安全红线培训体系

开展负责任营销合规培训

近年来,消费者的法律意识不断提升,且各地监管部门不断加大对直播等宣传违法违规的查处力度,企业面临的宣传合规挑战越发突出。公司业务端对于广告宣传方面的风险已有一定认知,但需加强对背后原理以及实际复杂业务形态下的相关风险认识。

2022年9月7日和2022年9月14日,公司开展了直播规范及平台宣传的合规培训,由乐其集团法务部为业务人员讲解宣传的通用规则和要点,如食品与化妆品功效的规范、活动推广规则及价格标注的规范、直播背景音乐版权等要点。

每场培训时长约 2 小时,两场培训共 300 多人参加,培训从法律法规出发,分析法律规定的原理与法律所保护的权益。培训以案例分享的形式,结合搜集到的行政处罚案例,加强员工对法律法规的理解,分析处罚原因,及时规范公司合规管理要求,有效加强业务人员的相关法律意识,降低公司宣传法律风险。



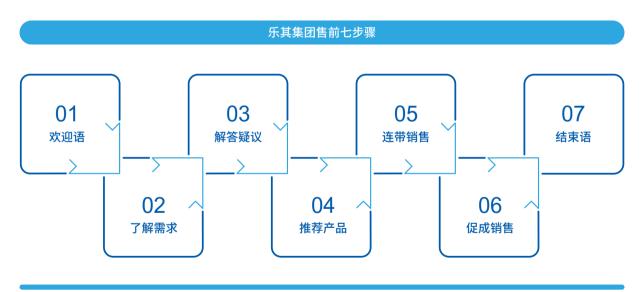
高品质客服

为消费者提供优质客服体验

乐其集团坚持客户至上的原则,客服是品牌方与消费者之间的重要沟通窗口,关系着店铺形象,同时也是消费者权益保护的屏障。乐其集团严格遵守《消费者权益保护法》《食品安全法》《广告法》《个人信息保护法》《药品管理法》《规范促销行为暂行规定》等法律法规,严格把控各环节客服质量,为品牌方与消费者之间搭建互动互通的桥梁。2022 年,乐其集团在市场推广方面、产品和服务标签方面未发生过违法违规事件。

公司搭建了完整的客户服务运营管理体系,以**规范售后处理流程、畅通内部协作机制、系统开展客服培训**三方面为抓手提升客户服务。公司在顶层设计上提升客户管理效能,制定售前售后 SOP(STANDARD OPERATION PROCEDURE,标准操作程序),设立《CAC 异常售后标准及异常舆情预警机制》,并建立异常反馈机制表,对新员工开展相关培训。同时,公司借助数字化工具的技术加持,通过关键字识别预先判断客户情绪,通用问题引入自动客服,根据商品品类和客户需求定制话术,缩短客服应答时间,提高人效,不断优化消费者的购物体验。

规范售前处理流程



售前工作是客服的重要工作部分,乐其成立 CAC(CLIENT ADVISOR CENTER,客户顾问中心)专研院,制定标准化流程——售前七步骤,指导客服人员开展商品售前介绍与答疑工作。

公司也高度重视可能引发各类经营风险的售后服务工作,制定了消费者售后接待流程、客户投诉处理流程等流程化规范文件。

▮消费者售后接待流程



公司制定了**《售后处理 SOP》**,针对客服服务流程中可能出现的快递类、退换类、运营类、投诉类、反诈骗类共**16** 项售后客诉类型,明确了处理要领、处理标准和注意事项。通过标准化的处理流程提高客服服务水平和效率。

618 大促期间,公司有效提升一次性解决率,乐其运营的客服店小蜜解决率高于行业平均水平 8% 以上,体现了 乐其售前售后 SOP 赋能下的客服系统抗压能力。

技术赋能

乐其搭建了 CAC 数据系统,赋能客服管理,打造高品质客服团队。针对不同的商品品类和客户需求,乐其应用自动客服提高客服响应效率。通过 CAC 数据系统直观反映接待人数、响应时间、满意比等客服质量水平等关键指标。



CAC 数据系统收集客服指标

异常舆情识别

公司建立了异常舆情预警机制。客服直接面向消费者,承担着反馈消费者声音、保障消费者权益的责任。2022年乐其集团设立了《CAC 异常售后标准及异常舆情预警机制》,划分了 11 项售后异常场景类型,从指标影响、成本影响、负面影响、处理时效和运营红线 5 个维度判定异常等级。该机制有效帮助公司及时识别异常舆情,如优惠券无法使用、活动规则有问题、商品错漏发的场景,客服积极合理给出消费者解决方案,保护消费者权益,维护自身客服形象。

为及时对风险场景作出反馈,公司根据客服端问题类型,制定了**《舆情风险反馈机制》**,明确了 15 分钟反馈、30 分钟提供处理方案,尽量满足消费者的合理诉求。

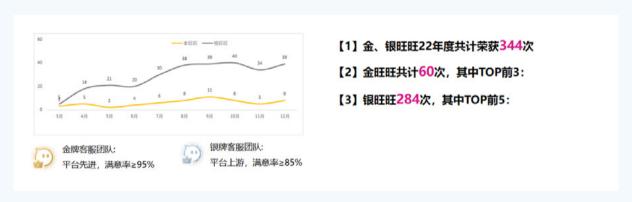
为品牌方提供优质客服保障 •

乐其集团致力于成为品牌方认可的服务商,坚持"诚信本分、敬业担当、合作共赢、拿结果说话"价值观,公司制定了《客户服务管理标准》,明确业务线经理及以上人员在客服服务方面的标准,力求将实务操作的共性关键点列出;制定了面向品牌方的投诉解决流程,将处理链路清晰化,帮助业务经营更加有序,为品牌方带来更佳的合作体验。

■客户投诉处理流程



┃ 天猫店铺 22 年金银旺旺店铺数





2022年乐其集团天猫店铺金银旺旺店铺数、全店满意度、人工均响

数据安全和隐私保护

为保障公司数据安全,保护消费者的合法权益,公司严格遵守《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规,制定《乐其数据安全管理制度》《乐其数据资产分类分级指南》《乐其信息安全管理手册》,规定获取客户数据的账号级别和权限。早在2018年,乐其集团就获得了ISO27001信息安全管理体系认证。





乐其集团 OMS 订单管理系统信息系统安全等级保护备案

乐其集团引力商店系统信息系统安全等级保护备案

公司以数据安全可用为核心,以数据分类分级为基础,对数据进行分级保护,对核心、重要数据着重保护。公司数据安全负责人由 CTO 担任,数据安全组织架构由领导小组、管理团队、支持团队、员工及合作伙伴四层构成。2022年,公司在信息安全管理和技术方面双管齐下,保障数据采集、传输、存储、使用、加工、提供、公开、销毁全生命周期的安全与合规。



数据安全管理

完善数据安全风险评估、监测预警、应急响应、 意识培训等管理。

数据安全技术

结合各类数据安全产品和技术手段(包括但不限于认证、鉴权、加密、脱敏、去标识化、DLP、水印、备份等),保障数据采集、传输、存储、使用、加工、提供、公开、销毁全生命周期的安全与合规。

公司在红线管理体系中建立了信息安全红线管理体系,包括账号管理、邮件规范、脱敏意识、高危软件、生意参数数据违规行为处罚等各项规范。信息安全红线明确规定:所有提交给品牌、平台及公司内部共享的内容,均需要进行脱敏处理。

2022年,公司进一步加强平台账号权限管理,通过明确人员、账号、岗位的对应关系,分配固定角色权限。公司 严格限制临时客服的访问权限,如临时客服需要访问权限,需严格按照流程申请客服子账号,经店铺主账号和超级 管理员账号审批通过后方可开通,否则视为违反公司信息安全管理规则。

此外,乐其集团要求全体新员工签订《保密、不竞争和知识产权归属协议》,员工有法律责任对品牌方及消费者的信息保密,不得将客户信息擅自复制、保留或交给其他任何人。



账号权限申请流程



乐其集团获得 ISO27001 信息安全 管理体系认证



乐其集团开展国家网络安全宣传周相应活动,培养团队信息安全意识



乐其集团获得国家信息安全等级保护三级认证, 是国家对非银行机构的最高级认证



截至 2022 年,公司进行了 **191** 项信息安全审计,确保代码信息安全,项目组间信息数据隔离,为客户的隐私保护筑牢防线。

2022年,公司开展了 **9** 次信息安全与隐私保护相关的培训,包括面向全员的提升全体员工信息安全意识的培训,面向开发技术人员的网络安全运维、软件开发过程管理规范、网络安全漏洞测试方法、数据安全管理制度培训,并组织了一次应急预案培训及演练。

03

破界升级 共建行业价值

数智驱动长期发展 深耕数字零售 推动产学研一体化





数智驱动长期发展

技术创新是电子商务领域业态模式创新的基础,也是电商行业形态重构、要素资源重组的全新探索,乐其集团一直 将强化技术创新应用作为企业高质量发展的首要任务,始终坚持科技驱动,数智管理。通过创新智能工具的研发和 迭代,为品牌方提供包括数字营销和技术服务在内的增值服务,助力品牌方打造可持续增长新路径。乐其集团凭借 数字化运营能力,引领电商行业数字化变革,重新定义数字经济时代下的品牌电商服务。

2022年乐其集团围绕数据串联场景和运营协同场景,针对数据中台搭建和数据治理进行重点投入,促进跨平台跨工具之间的流程动作串联,推进使用低代码机器人,实现了自研产品系统对业务运营的显著赋能,主要体现在人效提升、数据分析、智能决策三个方面。

乐其集团在技术人才梯队建设规模和研发投入方面处行业领先,为提升研发人员的工作积极性和有效性,公司制定了**《研发人员绩效管理制度》**,以量化和定性指标相结合的方式衡量工作绩效,确保公正公平,将考核结果与奖金挂钩,对工作绩效突出的研发人员提请奖励。







人效提升

通过低代码工具,快速搭建业务所需流程、操作类应用数百个,相当于节省人力数万小时

数据分析

运用数据采集、治理和快速个 性化搭建的能力,为业务提供 十多个数据分析应用,生成大 促期间品牌报表数千个

智能决策

通过平台/行业数据分析应用,为供应链端、营销投放端、选品端等提供智能化决策建议,降低决策成本和风险

【低代码业务工具节省人力的绩效



FOR 运营



提效 6h+

50

FOR 运营工厂



提效 6h+

- 1、赠品策略批量导入——预计节约 1h
- 2、新建天猫角色 & 权限流程优化——预计节约 2h
- 3、营销工具自查及复核操作——预计节约 2h
- 4、疫情报备后台操作中——预计节约 1h

- FOR 运
 - 1、OMS 策略页实时监控——预计节约 1h
 - 2、乐小报智能群发——预计节约 2h
 - 3、机制变动提醒报表——预估节约 1h
 - 4、预包监控 & 质检监控——预估节省 2h

▮ 2022 年乐其集团技术创新方面的奖项

奖项	颁发机构	
国家高新技术企业	全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室	
浙江省软件业务收入 15 强 浙江省电子信息产业百家重点企业	浙江省经济和信息化厅	
阿里店小蜜 2 个银蜂奖、3 个铜蜂奖及 1 个训练师个人特别奖	2022 年度阿里店小蜜双 11「蜂神榜」	
省级高新技术企业研究开发中心	浙江省科学技术厅	
Martech 创新类 - 产品与服务类 2 个铜奖	2022 ECI Awards	

人机协同一体化,打造智能客服

店小蜜是阿里巴巴面向商家研发的人工智能服务机器人,乐其集团在运营店小蜜时,坚持策略先行、AI 赋能,通过人机协同为品牌客户提供个性化智能客服解决方案,以 AI 精准服务撬动消费者价值,优化品牌电商生意。

充分发挥人的决策能力

- 全员持有 "阿里巴巴达摩院 AI TRAINER 高级职业认证"
- 通过扎实的行业经验提出精准策略组合, 更主动销售、更精准答疑



以技术赋能客服

- 强大技术支撑及资源保障,以一系列自研系统助力生意高效运行
- 自有自动客服,根据乐其集团案例制定标签,利用人工智能技术训练机器人定制化回复

公司坚持与平台方、品牌方深度共创,基于乐其集团多年来在美妆、食品、个护、母婴、潮奢、数码等领域积淀的经验,针对 AI 问答会话能力、服务诊断等方面,提出自身见解及建议,助力平台 AI 产品及其相关工具进一步完善升级,从而更好满足品牌商家和消费者的需求。



自动客服风险监控大屏

未来,乐其将持续在供应链、数据、私域等全方位领域进行技术投入,以满足全域电商运营的市场环境。同时结合 当下热门的方向,在 AIGC、数据治理、低代码自动化领域重点尝试,在合规和安全的前提下对电商数智化空白领域创新和提效。

深耕数字零售

乐其集团致力于提供电商运营场景中的核心技术支撑、直播电商的技术解决方案、运营商视角下的平台型工具和产品。公司多次在参加行业峰会、沙龙时向电商生态贡献乐其的行业认知,提升合作伙伴对于数字化零售生态的理解,加速生态内的协同效率。2022年,公司参与编撰《中国互联网发展报告 2022》、行业白皮书《天猫 DTC 企业经营指南》,积极分享行业经验,推动价值共创。

乐其集团线下直播视觉中心

乐其集团打造了行业标杆性的线下直播场地,建设近 5,000m² 直播视觉中心,容纳 30+ 品牌定制直播间,配置创意区、化妆间、休息室、茶水间、超过 4A 标准的平面摄影棚,涵盖视觉陈列、平面拍摄、创意视频、直播运营等业务。

为更好地服务品牌抖音、快手、小红书等内容电商生意,乐其于 2020 年成立全资独立子公司——其信科技,其信直播团队提供货品选择、场地搭建、直播间运营、主播合作、主播培训等一站式服务方案,为品牌谋求新的生意增长。从关键词优化、内容匹配、品牌视觉装修到官方蓝 V 账号运营,一体化为品牌打造内容平台内的官方中心。

近年来,乐其集团内容电商版块与雅诗兰黛集团、LVMH集团、花王集团等多个国内外知名集团旗下的超 30 个品牌展开合作,2022年抖音 618 期间,为品牌实现自播商品交易总额同比增长达 460%,合作品牌数量同比增长 60%,原创短视频曝光次数超 1.8 亿,自播总时长超过 5,000 小时。









乐其集团线下直播间



2022年,乐其集团子公司其信科技在美妆、个护、亲子赛道多次获得巨量引擎发起的共擎奖,并携手海蓝之谜、多芬荣膺共擎奖年度创新突破奖与年度节点营销案例奖三项大奖。

2022年618期间,其信助力某国际知名宠物品牌位列"抖音好物节跨境宠物食品No.1",与某国货护肤品牌合作首月迎战618实现GMV环比增长438%。

2022 年 8 月,抖音电商重磅推出"聚光计划-DP案例观察室",其信科技助力贝亲在抖音平台 618 期间位列婴童类目品牌自播 **TOP1**,入选"聚光计划-DP案例观察室"母婴行业降本增效案例。



携手天猫生态实验室,升维数字化经营

天猫生态实验室孵化于淘宝天猫商家品牌策略部,作为服务于生态伙伴的开放创新平台,天猫生态实验室已经成为生态伙伴帮助多业态商家品牌获得数字化时代高质量健康成长的助推器。

2022 年,乐其集团携手天猫生态实验室,助力作为首批天猫生态实验室的"数字化加速器合作伙伴"之一,通过输出自身的消费者运营和产品化能力,结合实验室提供的基础模块,凭借丰富的数字化实战经验与实验室共创"AIPL汇率卡"算法模型,为行业和品牌输出定制化商业策略。乐其集团凭借创新 Toolkits 和场景解决方案获得"数字化经营实践先锋合作伙伴"称号,未来更深刻的感知,数字化升维,集合各方力量,共同开拓探索,携手天猫生态实验室创造长期价值。



乐其集团获天猫"数字化经营实践先锋合作伙伴"

阿里妈妈投放运作

乐其集团作为阿里旗下品牌数智经营阵地阿里妈妈的头部合作伙伴,对广告体系的二次沟通和产品应用 反馈层面扮演着关键的生态扩展角色。乐其是阿里妈妈广告体系的"翻译"和"二传手",能够将广告 矩阵的关键策略和产品搭配与业务实际相结合,通过乐其在经营端的体系与品牌信任,提升广告投资的 沟通效率。

与此同时,由于乐其是产品的深度应用者,对于产品在实践过程中的优化点有更加切身的体验和反馈,这种反馈可以帮助广告产品不断迭代适配市场需求,从另一个层面提升品牌主和阿里妈妈营销产品的结合深度。乐其深耕投放策略和商品策略,对不同产品层的竞价原理进行解读,基于消费者行为,优化搜索引擎,培养产品展现给特定人群的能力,帮助平台更有效率、更准确地投放商品信息。

产品层	广告产品矩阵 直通车 / 万相台 / 引力魔方 /UD···		
中台层	达摩盘	数据银行	策略中心
底层	广告产品算法		

┃乐其集团在行业产业链中的角色





乐其担任天猫品牌生态学堂讲师

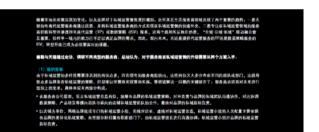


乐其担任阿里妈妈摇滚电台讲师



乐其出席 LSK2021 奢品峰会并 担任演讲嘉宾

乐其参与撰写《中国互联网发展 报告 2022》



乐其服务案例作为唯一母婴案例入选天猫 × 德勤私域白皮书

产业链上下游交流共创

乐其集团作为杭州市滨江区直播产业联合会的副会长单位,一直以来,在杭州高新区(滨江)互联网产业园发展 服务中心的指导下,乐其积极推进产业融合,与联盟内谦寻、宸帆、君盟、交个朋友、初新文化等行业领军企业 深度探索产业链上下游的优势互补及交流合作,为杭州乃至国家数字经济发展贡献力量。

推动产学研一体化

乐其集团作为品牌电商服务商,已成为链接电商平台、品牌客户之间重要的桥梁。随着当下信息传播方式、交互方式不断迭代创新,电子商务也从货架电商向内容电商等形态延展,电商模式的转型也对电商新型人才及业务模式创新提出新的诉求。公司积极探索校企合作前沿模式,与浙江传媒学院等高校开展产学研合作,在数字经济、共同富裕、兴趣电商、短视频创作、人才培养等多个领域开展一系列研究及实务型项目合作。

2022年9月21日,乐其集团与浙江传媒学院在杭举办战略合作签约暨捐赠仪式,"乐其数字经济研究中心"正式成立,公司与浙江传媒学院将采取产教融合-双向赋能的模式培养电商行业应用型人才,浙江传媒学院校领导为乐其集团董事长黎瑞刚先生颁发客座教授聘书,并向乐其集团内容电商、市场营销、策略咨询、电商运营等业务板块的多位资深专家授予"创业导师"聘书,旨在实现校企产教深度融合,探索数字经济复合人才培养模式,为当今社会输出数字及电商前沿解决方案。



▮ 2022 年乐其集团开展的校企合作项目



乐其集团与浙江传媒学院共同打造"产学研实践基地",建立定期培训机制,依托乐其电商丰富的行业及实操经验,组建专业的师资团队,提供电商直播、短视频创作、管理领导力、大学生职业教育等方面主题讲座、沙龙活动、专项培训等。



乐其集团与高校深链并着力在共同富裕、电商助农方面创造"社会价值"。乐其集团、浙江传媒学院、杭州市滨江区直播产业联合会共同形成产学研矩阵,整合三方的行业实操经验、学术研究成果及头部企业资源,向浙江省山区 26 县中的数字经济欠发达地区提供系统化的解决方案,助力当地电商产业发展。







浙江传媒学院副校长杨荣耀为乐其集团董事长黎瑞刚颁发客座教授聘书



乐其集团各领域专家被授予"创业导师"聘书



乐其集团 CEO 刘楷与浙江传媒学院签署捐赠协议



乐其集团 CFO 蒋莉莉和校方领导共同为 "乐其数字经济研究中心"揭牌

活动现场,乐其集团 CEO 刘楷与校方共同签署捐赠协议,捐赠资金将进入校基金会,为"乐其数字经济研究中心" 的学术研究、丛书出版、实验室共建、项目执行及人才培养等各项工作提供支持。"乐其数字经济研究中心"旨在 对数字经济、兴趣电商的发展现状和趋势以及其他网络传播领域的重大议题进行分析研判,并通过指数发布、出版 物发行、论坛会议等方式,对有关调研成果予以对外展示,以期引领国内相关研究风向,成为国内主流且具备一定 影响力的专业智库。







乐其讲师与浙传网络及新媒体专业举办研讨会





乐其 × 浙传双向共建培训会





乐其 × 浙传双向赋能

乐在其中 团队厚积薄发

员工雇佣与多元化 员工权益与福利 员工培训与发展 员工健康与安全





员工雇佣与多元化

为帮助员工更好熟悉公司相关管理规定,更快融入乐其大家庭,2022年公司更新完善了《员工手册》。公司保障员工的合法权益,严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规,重视员工雇佣的合法性和多元化,致力于多元包容的工作环境创建。

公司在《员工手册》中明确要求员工尊重不同地域、民族的文化和风俗习惯,不允许因家庭背景、宗教、性别、残障等原因而歧视或差别对待他人,推进相关监管程序,对于有恶意诋毁、侮辱其他员工等行为的员工,视情节严重程度给予最高解除合同并永不录用的处分,防范破坏多元化工作环境的事件发生。

在员工招聘与雇佣方面,公司重视人才吸纳和规范雇佣,规范使用第三方服务。公司雇佣类型包括正式员工、第三方外包员工、实习生和兼职员工(主播类业务)。2022年公司共招聘 2,465 位员工,其中正式员工约 70%,第三方外包员工约 30%。公司招聘渠道分为社会招聘和校园招聘,其中社招招聘渠道以网络平台为主,占比约为 70%。

公司充分考虑员工雇佣的合法性问题,设有二级雇佣审核机制,包括实习生在内,办理入职手续时二次审核用工年龄和身份证件,避免童工和强制劳工。公司也为残障人士提供就业机会,给予他们人文关怀,鼓励他们发挥自己的工作才能。

┃2022 年乐其集团员工招聘情况

招聘人数	2022 年共招聘 2,465 人左右,社招约 70%
招聘渠道	以网络平台为主
雇佣类型	包含正式工、第三方服务人员和临时工
劳务协议	乐其与外部供应商统一签订服务外包合同,并要求第三方公司保障其服务人员享受与 正式员工同等权益(五险一金)和福利保障,与在校生签订实习协议,夯实劳动保障 依据。
雇佣审核	在系统采集入职信息时,审核用工年龄(包括实习生) 入职时现场办理入职手续,二次审核身份证件,避免童工和强制劳工
雇佣多元化	2022 年雇佣 16 名残障员工,126 名少数民族员工
招聘工作	与浙江传媒学院等高校探索深度产学研合作,研究社会责任实践 + 电商人才培养模式

鼓励内部推荐,积分现金落实奖励

公司鼓励员工内推,成功推荐员工到面试和转正阶段,分别可享积分和现金的双重奖励。被推荐人到面的积分奖励可在内部积分商城平台兑换礼品,被推荐人转正时根据其对应岗位等级,推荐人可获得1,000元至10,000元共4档现金奖励。

乐其事 | 内推福利

【急招岗位】客服岗、数据分析岗、运营岗、供应链岗、BD商务拓展、设计岗等

【内推奖励】内推现金奖励丰厚,上不封顶,

奖金随被推荐人转正次月工资发放。

【内推方式】将被推人微信/联系方式和简历等任一信息投递到

内推邮箱jobs@leqee.com 即可。 【岗位要求】可咨询对应团队的hrbp小伙伴

欢迎伙伴们多多内推,介绍朋友拿内推金哦~

员工内推奖励机制

员工权益与福利

员工权益

乐其集团遵守《中华人民共和国劳动法》,坚持以人为本的基本原则,保障员工的合法权益制度,制定《员工手册》, 乐其采用 8 小时工作制,五险一金及年度体检均覆盖正式合同工和第三方服务人员(不包括实习生和临时工)。员 工依法享有国家法定节假日,婚假、产假、病假、陪产假、生育假、育儿假等带薪假期,公司额外对在公司连续工 作 3 年以上的员工提供每年 1-5 天的福利年假。

我们为员工提供在行业内具有竞争力的薪酬待遇。员工合同薪资由固定工资、浮动工资构成,每年年底会根据公司效益和员工实际工作表现发放年终奖。 此外,公司每年会根据业务发展状况及个人的业绩表现对员工的薪酬进行复核或调整。

根据员工在不同方面的贡献,公司还设立其他专项奖励,如内推伯乐奖、大促激励奖金、优秀员工奖金激励等。

乐其高度重视员工权益保护,在《员工手册》中明确歧视、胁迫、暴力、诽谤等损害员工利益的事件的相关处理规定,禁止因各种非公司利益相关原因导致的歧视或差别对待行为。为保障解聘员工的权益,乐其对末位淘汰制不胜任员工,根据《员工手册》,依法给予赔偿办理离职,或提供内部转岗机会、推荐兄弟企业就业机会。

在员工沟通方面,公司每年开展2次员工座谈会,通过小程序报名,面向2年陈以上的部门核心人员,集中听取员工代表的反馈。



员工福利 =

在保护员工法定权益的基础上,公司协助符合条件的员工申请用工所在地的租房补贴、生活补贴等政策,还额外提供餐补、交通补贴、班车、周年陈、节日礼盒、妈咪小屋等,积极改善员工生活条件。此外,并公司获得总部所在地杭州市滨江区住建局的支持,成功申请十几套人才公寓并按相应机制分配给有需要的员工,其租房价格远低于市价,是改善员工生活条件的一项实实在在的举措。



员工节日礼盒

各类休假

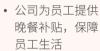
- 法定年假
- 公司年假
- 婚假



节日福利

- 端午、中秋、春节 发放节日礼盒
- 大促活动礼袋







灵活上班

• 因工作实际需要无法执行标准工时,由部门提出工时方案,经公司确认后执行



用车福利

• 公司为员工开设企业用车通道,企业报销交通费用。为加班、出差等员工提供出行便利



员工宿舍

- 为异地办来杭员工提供宿舍
- 通过当地政府为员工申请人才公寓



办公环境

- 供员工用餐 / 热饭的茶水吧
- 星巴克自助咖啡机
- 零食货柜
- 办公楼设置哺乳室







在中秋佳节来临之际,公司为员工发放《月来乐好》主题礼盒,取"越来越好"及"乐其"的谐音。一方面寄托对 我们生活的期盼,另一方面也贴合中秋传统佳节和乐其公司文化。希望全体 Legeer "月来乐好"纵情向前,勇敢拼搏。

大促期间组织保障

双十一大促是乐其集团每年最重要的项目之一,也逐步成为了具有乐其特色的公司活动。品牌方代表会来到乐其,和乐其小伙伴们一起全力以赴为双十一拼搏。全国各地的近 4,000 名乐其伙伴会进行异地连线打气,正式启动双十一各项活动。同时,在各地办公室我们会举行丰富多元的员工活动,提前 1 个月开始预热,激发大家的活力和热情,如小麒发红包、乐队表演、街舞 BATTLE 等等,同时我们会设置全天候的能量补给站,为全力冲刺的伙伴们提供各类餐食。





618期间,公司为全力冲刺的伙伴们提供各类餐食,且在此之前提前做好试餐工作,确保为伙伴们送上更优质的餐食。





疫情期间员工关爱

疫情期间,乐其举行了直播健身打卡活动,关注小伙伴们的身心健康;同时努力调配各项资源,将多批 蔬菜、米油、鸡蛋等物资送至上海分公司数百名员工的住处,覆盖上海市各个区域。







员工培训与发展

公司注重员工在乐其的培训与发展机会,与公司共同成长,公司致力于为员工提供培训与发展的机会,以帮助员工发挥最大的业务潜能与管理才能,同时公司也倡导建立学习分享机制,沉淀组织智慧。员工可结合自身工作和个人成长需要,有针对性地申请培训资源,包括但不限于公司在线学习平台及线下各类别培训课程。

建立培训机制,培养优秀人才 ——

■ 乐其集团员工培训体系

红线风险类培训		包括新人红线培训、宣传合规培训等。
	一周内	需参加中台安排的统一 2.5 天通用培训(企业价值观、文化制度、服务意识、工作流程、日常事项、团队合作等课程),培训考核后由培训师交接给新人主管和师傅
	转正前	①中台线上课程:业务配合中台培训师推进新人通过 OC 知识库进行自行学习,由中台培训师跟进考核线上自学考核
新入职客服员工培训		②业务辅导培训:新人师傅或主管针对店铺产品知识、行业知识、店铺活动、快捷话术、系统实操等特性进行讲解辅导
		③中台线下培训:新人上线接待后,质检介入每日监控并输出新人个性及共性问题,个性问题由新人师傅或主管进行带教辅导,共性问题由中台进行线下培训
	转正后	统一按照目前在职培训节奏参加线上及线下培训
岗位通用培训		区分岗位和层级,配套教学资源,自主开发"培、学、考、评"全套体系,全年开设100课,共计培训500+人次
管理层软性培训		高层向下亲授赋能,集内外典型案例,培养梯队健康度,全年开设 17 课,共计培训 150+ 人次

公司鼓励员工把握行业前沿动态,为员工付费报名行业沙龙,积极参加行业峰会和讲座。公司支持员工学历提升, 视情况为考取资格证的员工提供假期支持。

为确保新人入职后有效衔接,公司搭建了完善的培训体系,根据各业务条线的特点开展并录制线上培训课程,线下 定期开展业务类、通识类、红线类培训。以客服条线为例,公司客服团队经理可借助各类培训看板,实时查看客服 团队各类培训推进情况,如:新人培养看板-新人培训数据、带教表单反馈情况、评级情况和优秀率;在职培训看板-在职客服近期培训推进情况,包括培训课程、培训主要内容、培训讲师、考核形式、完结达标人数等;大促培训看板-包括大促专项培训、大促避坑指南、大促平台规则等内容。

┃ 乐其集团客服培训体系

按照课程系列分

文化制度 操作技能 知识经验 销售技巧 客户体验 高阶服务

按照培训人群分

新人培训 实习生培训 在职培训 外包培训 业务专项 管理培养

按照培训形式分

线下培训 直播培训 线上自学 定向推送 线下实操 日常带教

公司注重人才阶梯式培养和发展。为筛选及储备可持续的中坚力量,提高人才留存率,猎鹰计划应运而生。在为初 级专员培训赋能的基础上,中层员工也需要有对应的衔接培养,以保障员工能在小团队管理和业务衔接上做好角色。 转换,在向上成长的路上获得针对性的指导、少走弯路。2022年,猎鹰计划共计开课9次,数十位中层员工参与 了这一专项培训。

2022 年乐其集团累计开展客服培训 170 场,涉及课数 100+,累计面向学员人数 3,000+,人均受训课时超 20 小时, 安排统考 14 批次,综合通过率(含补考)99%+,场均课程满意度95%+。另设线上不限场客服培训,全类通用课 程结合各岗位职等职级,定向推送客服团队成员,1,800 道试题全员评测,实时同步重点内容,带动综合能力输出。





元正治療会を選び 技下课程。技工课程 不確次 不確於者 西次布城城坡 理业务证未认真分解 阿亚州北西合也 医水中吸滤器 排价多数 東京旅行 東京 医水中毒虫 经各项汇的股股

乐其集团客服考核标准

•

业务人员技术培训公开课

建立竞聘机制,拓宽员工晋升通道

公司鼓励员工自主决定职业发展路径,给予近一年绩效等级为 B 及 B 以上且有转岗意愿的员工机会,在员工发起申请、直接主管审批同意后,再由拟调入业务负责人及 HR 进行面试,面试通过后完成转岗流程。

公司注重人才识别和选拔,拓宽员工晋升通道,建立竞聘机制来让工作勤奋、表现出色、能力出众的员工脱颖而出,获得职务晋升和薪资提升的机会。每年定期开展公开竞聘,经员工自主报名后,将会经由相关人才识别程序考察员工的职业道德、工作绩效、个人工作能力、综合能力、职务兴趣等相关方面,通过后获得晋升。每年都有60%-70%的员工参与竞聘机制,并有1/3的员工获得晋升。

┃乐其集团员工晋升体系

定期开放公开 竞聘渠道



基础审核→培训考试→竞聘汇报→评委打分



成功晋升

集团发布岗位员工自主报名

60%-70% 员工参与

2022年,公司培训及考核体系正式落地,并将考核与晋升机制结合。各部门内部讲师编撰教材课件及录制公开课,组织竞聘员工参加线上测评和线下笔试,笔试成绩纳入考评权重,作为竞聘汇报过程中评委的参考。

Ⅰ 乐其集团培考 - 晋升体系





线下笔试考查综合能力

员工健康与安全

公司重视员工的身心健康,打造多元、包容的工作环境,希望每一位员工都能"乐在其中"。乐其办公室配备基础药品、防护物资等,装修后清理办公室甲醛,大促期间邀请医生坐诊、举办趣味文体活动等,为员工的健康保驾护航。公司制定《安全生产制作流程》《设备运行操作手册》,对仓库工作人员定期安全培训,佩戴劳保用具,遵守设备使用注意事项、用电安全等。

▮2022 年乐其集团保障员工健康与安全的举措

🔽 员工体检

• 每年通过专业医疗机构为每位员工提供免费体检

医生坐诊

• 大促期间或特殊节日邀请医生坐诊,为员工提供免费问诊服务

∞ 健康培训

• 开展健康急救主题培训、讲解专业急救知识

🗗 药品保障

- 办公室前台配备各种应急药品供员工免费使用
- 疫情期间为员工提供口罩、药品、抗原等保障物资

🗗 环境治理

装修结束后,进行两次空气治理项目,针对墙面、顶面、地面、家具等进行甲醛治理, 待一周后检测报告正常,再进行一个月的通风后安排入驻



在 618 工作之余举办趣味文体活动



3.8 妇女节礼品福利、邀请中医问诊



开展健康急救主题培训

关键定量绩效表

环境绩效

环境绩效表

议题	披露项	单位	2022年
	范围二:温室气体排放量 1	吨二氧化碳	2,683.32
温室气体管理	范围一: 温室气体排放量 2	吨二氧化碳	0
	单位面积温室气体排放3	吨二氧化碳 / 平方米	0.022
北次活体田	耗水量 ⁴	立方米	203,681.77
水资源管理	耗水密度 ⁴	立方米 / 平方米	2.03
41公历 45年 11日	外购电量	兆瓦时	4,705.10
能源管理	单位面积耗电量	兆瓦时 / 平方米	0.039
废弃物管理 按来源划分的无害废弃物量:废纸 ⁵		吨	1,317

注 1:【统计口径】范围二温室气体排放总量为公司外购电力产生的间接温室气体排放,统计口径为财务合并报表范围,包含办公和仓储两个层面。【因子来源】范围二电网排放因子中,2022 年电网排放因子为 0.5703 tCO2/MWh,依据生态环境部《关于做好 2023—2025 年发电行业企业温室气体排放报告管理有关工作的通知》。

注 2:【统计口径】公司的办公及仓储层面均不涉及汽油、柴油、天然气等能源的使用,不涉及范围一温室气体排放。

注3:【统计口径】公司面积的统计口径包括办公面积和仓储面积,办公面积统计口径为财务合并报表口径,包括办公地点:杭州办公室、上海办公室、北京办公室、广州办公室。仓储面积统计口径包括自有仓和协同仓。

注 4:【统计口径】公司耗水量的统计口径包括办公层面和仓储层面,办公层面的耗水量统计口径为: 杭州办公室、上海办公室、广州办公室,其中北京办公室暂无用水计量器具。仓储层面的耗水量统计口径包括自有仓和协同仓。

注 5:【统计口径】公司废弃物的统计口径为仓储层面自有仓和协同仓运营产生的废纸。

员工雇佣绩效

员工雇佣绩效表

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
	员工总数	人	3,000+	3,600+	3,600+
	劳动合同签订率	%	100	100	100
	女性员工占比	%	64.7	66.0	65.1
	男性员工占比	%	35.3	34.0	34.9
	50 岁以上的员工人数	人	1	3	2
	30 岁至 50 岁的员工占比	%	10.0	14.0	15.0
	30 岁以下的员工占比	%	89.8	85.9	84.9
	高级管理层员工人数	人	4	13	12
员工平等与 多元化	中级管理层员工占比	%	7.1	9.5	8.8
	基层员工占比	%	92.7	90.1	90.9
	少数民族员工人数	人	89	121	126
	残疾人员工人数	人	0	15	16
	拥有硕士及以上学位的员工占比	%	4.6	4.4	3.6
	拥有本科及以下学历的员工占比	%	95.4	95.6	96.4
	新招应届毕业生占比	%	13.3	13.5	8.8
	管理层男性员工占比	%	29.4	39.5	34.2
	管理层女性员工占比	%	70.6	60.5	65.8

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
	因工伤关系而死亡的员工人数	人	0	0	0
	工伤发生次数	次	0	0	1
	因工伤损失的工作日数	天	0	0	0
	员工体检覆盖率	%	100	100	100
员工权益及 福利	社会保险覆盖率	%	100	100	100
≇	因违反职业健康与安全法律法规 而受到处罚的事件数	件	0	0	0
	在员工雇佣与解雇、薪酬与福利、 工作时间与假期、平等机会、反 歧视等方面发生的违法违规事 件数	件	0	0	0

员工培训绩效

员工培训绩效表

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
	接受定期绩效及职业发展考评的员工占全员百分比	%	100	100	100
	员工培训覆盖率 ¹	%	85.02	94.99	97.99
	培训覆盖的女性员工的比例	%	63.01	58.00	55.98
员工培训与	培训覆盖的男性员工的比例	%	36.99	42.00	44.02
发展	员工接收培训平均小时数 ²	小时	18.00	22.00	26.40
	女员工接收培训平均小时数	小时	18.00	22.00	26.40
	男员工接收培训平均小时数	小时	18.00	22.00	26.40
	中级管理层接收培训平均小时数	小时	4.50	17.00	18.00
	基层员工接收培训平均小时数	小时	20.10	19.80	23.00

注 1: 员工培训覆盖率计算方式为: 各类别员工培训覆盖率 = 接受培训的该类别员工人数 / 该类别员工人数。

注 2: 员工接受培训平均小时数计算方式为: 各类别员工接受培训平均小时数 = 该类别员工接受培训的总小时数/该类别员工人数。

客户服务绩效

客户服务绩效表

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
	投诉处理率	%	100	100	100
	客户咨询数量	万次	9,202	11,765	9,221
	客户满意度	%	76	76	83
客户关系 管理	在市场推广方面(包括广告、推销及赞助) 发生违法违规事件的总数	件	0	0	0
	产品和服务标签方面发生的违法违规事件数	件	0	0	0
	违反有关产品和服务信息与标识的法规及 自愿性准则的事件总数	件	0	0	0
数据安全和	经证实的侵犯客户隐私及遗失客户资料的 投诉次数	件	0	0	0
隐私保护 -	在客户隐私方面发生违法违规事件的总数	件	0	0	0

反腐败绩效

反腐败绩效表

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
反贪污与 反贿赂	汇报期内对发行人或其员工提出并已审结 的贪污诉讼案件数	件	0	0	0
	反贪污相关培训次数	次	0	0	1
	参与反贪污相关培训员工人数	人	0	0	2,000
	员工接受反贪污培训的总小时数	小时	0	0	2,000

社会公益绩效

社会公益绩效表

议题	披露项	单位	2020年	2021年	2022年
社区沟通与发展	员工志愿服务人次1	人次			100
	员工志愿服务总时长	小时			2,400
	公益捐赠金额 ²	万元		160	180

注 1: 员工志愿服务包括廉正义卖等志愿活动。

注 2: 公益捐赠包括景宁畲族公益、火柴公益捐物、蔻德罕见病捐物、灾情捐款捐物等公益活动。

对标索引表

《可持续发展报告标准(GRI)》(2021)内容索引表

使用声明 [组织名称]在[报告期开始和结束日期]参照 GRI 标准报告了在此份 GRI 内容索引中引用的信息。 使用的 GRI 1 GRI 1:基础 2021

GRI 标准	披露项		报告章节
	2-1	组织详细情况	走进乐其集团
_	2-2	纳入组织可持续发展报告的实体	报告编制说明
_	2-3	报告期、报告频率和联系人	报告编制说明
_	2-6	活动、价值链和其他业务关系	走进乐其集团
_	2-7	员工	员工雇佣与多元化 员工权益与福利
_	2-8	员工之外的工作者	员工雇佣与多元化
_	2-9	管治架构和构成	ESG 理念及战略 公司治理
- GRI 2: 一般披露 2021 —	2-10	最高治理机构的提名和遴选	利益相关方和实质性议题
GRI 2. 一放奴路 2021 ——	2-11	最高治理机构主席	公司治理
_	2-12	在管理影响方面,最高管治机构的监督作用	公司治理
_	2-13	为管理影响的责任授权	公司治理
_	2-14	最高治理机构在可持续发展报告中的作用	ESG 理念及战略
_	2-16	关键问题的沟通	公司治理
_	2-19	薪酬政策	员工权益与福利
_	2-22	关于可持续发展战略的声明	董事长致辞
_	2-24	融合政策承诺	服务国家战略,聚焦共同富裕
_	2-27	遵守法律法规	负责任营销
_	2-29	利益相关方参与的方法	利益相关方沟通
	3-1	确定实质性议题的过程	利益相关方和实质性议题
GRI 3: 实质性议题 2021	3-2	实质性议题列表	利益相关方和实质性议题
	3-3	实质性议题的管理	利益相关方和实质性议题
GRI 201: 经济绩效 2016 -	201-2	气候变化带来的财务影响和其他风险和机遇	公司治理
UNI ZUI,	201-3	固定福利计划义务和其他退休计划	员工权益与福利
GRI 203: 间接经济影响 2016	203-1	基础设施投资和支持性服务	减少资源消耗
CDI 205 · 后府啦 2046	205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	商业道德
GRI 205: 反腐败 2016 —	205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	关键定量绩效表

GRI 标准	披露项		报告章节
ODI 004 • #m\v\ 0040	301-1	所用物料的重量或体积	减少资源消耗
GRI 301: 物料 2016 —	301-3	再生产品及其包装材料	减少资源消耗
	302-1	组织内部的能源消耗量	关键定量绩效表
ODI 000	302-3	能源强度	关键定量绩效表
GRI 302: 能源 2016 —	302-4	减少能源消耗	减少资源消耗
_	302-5	产品和服务的能源需求下降	减少资源消耗
GRI 303: 水资源和污水 2018	303-5	耗水	关键定量绩效表
	305-1	直接(范围 1)温室气体排放	关键定量绩效表
 GRI 305:排放 2016	305-2	能源间接(范围 2)温室气体排放	关键定量绩效表
_	305-4	温室气体排放强度	关键定量绩效表
	306-1	废弃物的产生及废弃物相关重大影响	减少资源消耗 加强供应商管理
GRI 306: 废弃物 2020 —	306-2	废弃物相关重大影响的管理	减少资源消耗
_	306-3	产生的废弃物	关键定量绩效表
GRI 308:供应商环境评估 2016	308-2	供应链中的负面环境影响以及采取的行动	加强供应商管理
	401-1	新进员工雇佣率和员工流动率	关键定量绩效表
GRI 401: 雇佣 2016	401-2	提供给全职员工(不包括临时或兼职员工)的福 利	员工权益与福利
GRI 403: 职业健康与安全	403-6	促进工作者健康	员工健康与安全
2018	403-9	工伤	关键定量绩效表
	404-1	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	关键定量绩效表
GRI 404: 培训与教育 2016 _	404-2	404-2 员工技能提升方案和过渡援助方案	员工培训与发展
CIT 101. 71 W1 33X 13 2010 =	404-3	404-3 定期接受绩效和职业发展考核的员工百分 比	关键定量绩效表
GRI 405: 多元性与平等机会 2016	405-1	管治机构与员工的多元化	关键定量绩效表
GRI 406: 反歧视 2016	406-1	歧视事件及采取的纠正行动	关键定量绩效表
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	员工权益与福利
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	员工权益与福利
GRI 414:供应商社会评估 2016	414-1	使用社会标准筛选的新供应商	加强供应商管理
	417-1	对产品和服务信息与标识的要求	负责任营销
GRI 417: 营销与标识 2016	417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	关键定量绩效表
_	417-3	涉及营销传播的违规事件	关键定量绩效表
GRI 418: 客户隐私 2016	418-1	涉及侵犯客户隐私和丢失客户资料的经证实的投诉	数据安全和隐私保护

报告编制说明

本报告是乐麦信息技术(杭州)有限公司第 1 份可持续发展暨环境、社会及公司治理(ESG)报告,旨在向利益相关方披露公司在经营中对于可持续发展及 ESG 议题所秉持的理念、建立的管理方法、推行的工作与达到的成效。

报告范围

本报告范围涵盖乐麦信息技术(杭州)有限公司(简称:乐其、集团、公司、我们)及旗下 15 家子公司的可持续发展和 ESG 信息,与财务合并报表范围一致。

报告期间

本报告期间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。由于本报告为本公司的第一份可持续发展暨 ESG 报告,部分数据时间适当向前延伸;同时,从时效性角度考虑,纳入了少量 2023 年的新增事项;均在所涉及事件处对时间进行说明。

编制依据

本报告参照全球报告倡议组织(GRI)《可持续发展报告标准》(GRI standards 2021)编制。

数据说明

报告中数据和案例来自集团实际运行的正式记录。

报告中的财务数据均以人民币为单位。财务数据与集团年度财务报告不符的,以年度财务报告为准。

报告获取方式

本报告通过电子版形式发布,可于公司官方网站(https://www.legee.com/)在线浏览或下载。

报告编制原则

重要性

公司识别出投资者等利益相关方关注的与经营相关的实质性议题,作为本报告汇报重点。本报告中对实质性议题的汇报同时关注公司运营涉及的行业特征以及所在地区特征。实质性议题的分析过程及结果详见本报告**利益相关方和实质性议题小节**。同时,本报告对环境、社会和公司治理方面可能对利益相关方产生重要影响的事项进行重点汇报。

平衡性

本报告内容反映客观事实,对涉及公司正面、负面的信息均予以不偏不倚的披露。公司对本报告范围内的对象,通过上海青悦信用数据库开展检索,在报告期间内未发现应当披露而未披露的负面事件。

量化及一致性

本报告披露关键定量绩效指标,并尽可能披露历史数据。 本报告对同一指标在不同报告期内的统计及披露方式保 持一致;若统计及披露方式有更改,在报告附注中予以 充分说明,以便利益相关方进行有意义的分析,评估公 司 ESG 绩效水平发展趋势。

时效性

本报告为年度报告,覆盖时间范围为 2022 年 1 月 1 日 至 2022 年 12 月 31 日。

准确性

本报告尽可能确保信息准确。其中,定量信息的测算已 说明数据口径、计算依据与假定条件,以保证计算误差 范围不会对信息使用者造成误导性影响。定量信息及附 注信息详见本报告**关键定量绩效表**章节。

董事会对报告的内容进行保证,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

清晰性

本报告以简体中文发布。本报告中包含表格、模型图以及专业名词表等信息,作为本报告中文字内容的辅助,便于利益相关方更好地理解报告中文字内容。为便于利益相关方更快获取信息,本报告提供目录及 ESG 标准的对标索引表。

完整性

本报告披露对象范围涵盖与公司合并财务报表范围保持 一致。

可验证性

本报告中案例和数据来自公司实际运行的原始记录或财务报告。公司采用 HiESG 绩效管理系统管理历年 ESG 量化绩效,所披露数据来源及计算过程均可追溯,可用于支持外部鉴证工作检查。





杭州·上海·北京·广州·东莞·盐城·海口·香港·东京·首尔·胡志明市

总部地址:杭州市滨江区江虹路 611号 1号楼 官方网站: https://www.leqee.com