



2024 年度 環境、社會及管治報告

目錄

關於本報告	01
董事長獻言	03
關於本集團	05
可持續發展管理	11



規範治理， 築發展堅實根基

內部控制與風險管理	19
廉潔與商業道德	20
反洗錢	20



篤行善投， 塑行業責任典範

投資方法	23
投資流程	23
投資實踐	26



低碳同行， 護綠色生態家園

綠色辦公	55
應對氣候變化	58



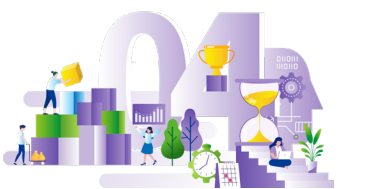
深耕合作， 聚行業協同效能

規範採購管理	63
保護知識產權	63
助力行業發展	63



以誠待客， 筑信賴合作基石

保護客戶權益	43
客戶溝通	43
投訴處理	44
信息安全與隱私保護	45
負責任營銷	46



厚植優才， 激團隊奮進潛能

平等及多元化	49
權益與溝通	50
發展與培訓	50
健康與關懷	52



躬行善舉， 傳社會公益溫情

社會公益	67
愛閱公益基金會	68



附錄一：關鍵績效索引表	69
主要範疇A. 環境	69
主要範疇B. 社會	71
附錄二：政策及適用法律法規列表	74
附錄三：《ESG報告守則》內容索引	76

關於本報告

報告簡介

深圳市天圖投資管理股份有限公司（以下簡稱「本公司」「天圖投資」）及其附屬子公司（以下簡稱「本集團」「集團」「我們」）欣然發佈第二份環境、社會及管治報告（以下簡稱「本報告」），旨在披露本集團2024年履行環境、社會及管治（以下簡稱「ESG」）等方面的管理體系和績效表現。

報告範圍

本報告時間範圍為2024年1月1日至2024年12月31日（「報告期間」），部分內容因可比性及完整性適當前後延伸。本報告披露範圍涵蓋本集團主營業務，有關業務詳情，請參閱本公司《2024年度報告》。

報告標準

本報告嚴格依據香港聯合交易所有限公司（以下簡稱「聯交所」）證券上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》（以下簡稱《ESG守則》）載列的所有「強制披露規定」和「不遵守就解釋條文」進行編制，並根據利益相關方對各議題的關注程度確定本報告的披露重點。

報告原則

本報告秉持重要性、量化、平衡及一致性四個原則進行匯報：

原則	報告回應
重要性	本集團結合行業發展態勢與利益相關方關注，重點考慮行業同行優秀實踐、投資理念、營運要素及地點等因素，識別本集團ESG議題的重要程度，並以此作為本報告編制基礎。
量化	本報告在可行的情況下，就披露的量化所用的標準、方法、假設及/或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源進行解釋說明，以便讀者評估和驗證本集團ESG政策及實踐的績效表現。
平衡	本報告以客觀資料和事實為依據，公正且全面地披露本集團的可持續發展績效表現，避免可能會不恰當影響讀者決策或判斷的表述或呈報格式。
一致性	作為第二年報告，本報告謹慎考慮並設置關鍵績效指標統計口徑與計算方法，以確保本集團未來在關鍵績效指標收集、計算及披露的一致性。

信息來源

本報告披露信息來源於本集團內部正式文件、統計報告、統計資料和有關公開資料等。

發佈方式

本報告於2025年4月以中、英文版同時發佈。您可以通過監管披露平台及官方網站 <http://www.tiantucapital.com> 線上閱讀或者獲取本報告的中、英文電子版。

免責聲明

本報告在「篤行善投，塑行業責任典範」章節中引用的投資案例僅用於闡述本集團在責任投資領域的實踐，其信息來源於公開資料或由被投企業提供，本集團對這些信息的準確性和完整性不作任何保證，也不承諾更新不準確或過時信息、觀點以及資料，亦不保證其投資目標的實現或投資計劃的成功。

本報告中提及的被投企業情況僅供參考，相關觀點及任何描述不擬作其目前或將來表現的指標，不構成任何基金、權益類產品或其他可被投資的標的資產的推薦、購買及出售，投資者據此做出的任何投資決策與本集團無關。

董事長獻言

王永華

深圳市天圖投資管理股份有限公司
董事長兼執行董事
2025年4月

當變革的浪潮奔湧而至，當可持續發展的號角響徹全球，我們懷著對未來的敬畏與期待，向各界呈獻天圖投資2024年度環境、社會及管治（ESG）報告。這一年，面對地緣博弈加劇、氣候挑戰疊加的複雜格局，和企業出海出圈、科技革新加速的新機遇，我們作為長期價值投資者，始終堅持「價值創造」「拐點投資」「品牌+科技驅動」的投資理念，在踐行長期主義的征程中，書寫責任投資的嶄新篇章。

錨定價值創造，以投資之力驅動社會正向變革

真正的價值創造，既要實現資本增值的商業邏輯，更要承載推動社會進步的時代使命。2024年，我們聚焦綠色經濟、品質消費、醫療健康、科技創新等核心領域，挖掘具備科技創新壁壘與品牌心智穿透力的企業。在綠色經濟領域，我們深度佈局循環經濟生態體系，通過科技創新賦能產業低碳轉型，推動再生資源高效利用與電子廢棄物規範化處置；在品牌消費升級賽道，我們著力培育具有國際競爭力的新消費品牌，以數字化供應鏈重構產業價值，支持企業出海佈局，打造健康安全的高質量消費生態；在醫療健康方面，我們重點支持前沿診療科技研發，加速創新藥物臨床轉化，致力於彌合醫療資源分佈鴻溝；在科技融合領域，我們著力探索人工智能與實體產業深度融合，引領傳統業態智能化轉型。這些實踐印證了我們的信念：兼具商業價值與社會價值的投資，方能穿越週期，成就長青基業。

踐行可持續管理，以責任擔當塑造成長韌性

在投資之外，我們始終以企業公民的自覺躬身入局，將可持續理念融入經營的血脈之中。我們相信，責任不是宏大的宣言，而是細水長流的堅持：從推行無紙化辦公和員工綠色出行，到發起綠色品牌倡議，我們在日常運營的毛細血管中注入綠色基因；從鼓勵員工在「世界地球日」參與淨化山林等微公益行動，到聯動「愛閱基金會」延伸「閱芽計劃」廣度和深度，努力提升兒童閱讀質量，我們以力所能及之舉傳遞溫暖。這些看似微小的踐行，如同星火匯聚，既是對投資理念的延伸，更是對「價值創造」本質的響應。

察勢者智，馭勢者贏

面對科技革命、產業重構與全球治理交織的深度變局，我們以清醒的韌性錨定長期價值，以前瞻的視野捕捉時代先聲。二十餘年躬身消費產業，我們深知：偉大企業的根基，在於以科技和模式創新回應社會痛點的擔當；長青品牌的底色，藏於價值創造與責任踐行的知行合一。我們堅信：唯有將可持續基因融入商業脈絡，以投資賦能產業向善，方能在不確定中鍛造確定性的成長力量，為中國消費行業的韌性躍遷注入澎湃動能。前路浩蕩，初心如磐；願與諸君同心致遠，共赴山海！

關於本集團

業務概況

本集團是一間專注於中國消費領域的領先私募股權投資機構，走深度研究和專業化之路，致力於推動中國消費品牌成長。本集團對消費行業擁有深入理解的同時累積了豐富的行業資源，並已經形成系統化的投資理論和方法。本集團投資涵蓋了消費行業的多個領域，並持續關注醫療健康、人工智能及生命科學等與消費者相關的各類領域。近年來，本集團投資助力的多個細分行業頭部品牌快速成長，本集團亦逐步成為對中國消費行業有重大影響力的專業投資管理機構。

本集團的基金投資者包括保險公司、銀行、上市公司、政府引導基金等機構投資者以及高淨值人士。本集團致力於發現和投資具有時代精神的優秀企業及企業家，並作為投資機構為被投企業持續賦能，成就品牌和企業成長的同時也為我們的投資者創造出色的回報。截至2024年末，本集團總資產管理規模達人民幣205億元，旗下管理15隻人民幣基金及3隻美元基金。

我們的理念

本集團深信專注是通往專業的必由之路，通過二十餘年所積累的對消費品牌、企業家精神、組織架構和消費需求的深入理解，我們在消費企業的成長規律、競爭戰略及品牌運作等關鍵領域建立起深厚的認知及經驗，從而建立起穩固的研究及投資體系，持續佔據抓住中國消費和投資行業機遇的優勢地位。本集團的投資方法包括創造價值的投資、拐點投資及品牌+科技驅動。



數說2024



205

總管理資產規模超
人民幣205億元

18

管理15隻人民幣及
3隻美元基金

120+

在管基金的外部基金
投資者超120名



187

在管投資組合
公司187個

30

開展30次線下基金合夥
人會議

0

接獲關於投資者發起
的正式投訴數目為0



56%

女性員工佔比
達56%

38%

VP以上女性員工
佔比達38%

100%

年度員工培訓覆蓋率
為100%

年度大事記

2024年，我們在管資產規模為205億元，投資企業數累計超230家，其中23家獲得後續融資合計超11億元，24家估值超10億美金；選擇性地從32個投資組合公司中退出，為投資者帶來約人民幣17億元的投資回報。



榮譽獎項



2023年度中國最佳創業投資機構TOP50
投中信息



2023年度中國最佳中資創業投資機構TOP20
投中信息



2023年度中國新消費產業最佳投資機構TOP30
投中信息



2024中國頂級風險投資機構
界面新聞



2024創投機構ESG最佳實踐獎
創業邦



2024最受讚賞的風險投資機構 — 出海生態領域
創業邦



2023年度粵港澳大灣區最佳創業投資機構TOP30
投中信息



2024年度粵港澳大灣區最佳創業投資機構
投中信息



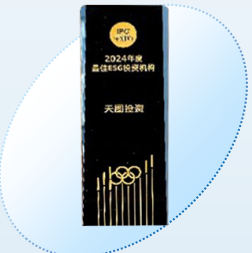
2024中國創業投資機構100強
清科創業



2024最受讚賞的創業投資機構
創業邦



2024財經股權投資價值榜 — 最佳投資機構TOP50
第一財經



2024年度最佳ESG投資機構
IPO早知道



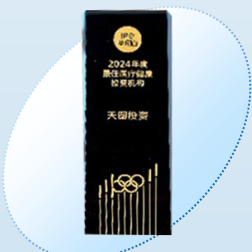
2024中國股權投資行業創業投資機構TOP50
36氪



2024大消費領域產業投資基金
36氪



2024創投金鷹 — 年度VC機構
證券時報



2024年度最佳醫療健康投資機構
IPO早知道



2024年度最佳消費投資機構
IPO早知道



2024消費產業耐心資本TOP30
藍鯊消費



第八屆股權投資金牛獎 — 消費生活領域卓越投資機構
中國證券報



金投獎榜單年中榜 — 2024年度中國影響力投資機構TOP50
中國風險投資研究院



2023年度中國創業投資機構TOP100
融資中國



全球領航者·2024年度投資機構夢之隊
霞光社

可持續發展管理

可持續發展理念

作為專注於中國消費領域的領先私募股權投資機構，本集團積極響應國家政策，在投資管理和本集團運營的各階段融入可持續發展考量，在持續完善自身治理水平的同時推動中國消費品牌高質量、可持續發展，積極承擔企業社會責任，推動經濟效益、社會效益和環境效益協同發展，攜手各利益相關方共同邁向可持續發展的美好未來。

董事會聲明

本集團董事會作為最高決策機構，高度重視可持續發展管理工作，依據香港聯交所《ESG守則》要求，完善並落實環境、社會及管治架構中各層級的職責權限，持續加強董事會在集團ESG事務中的監督和參與。

董事會負責全面制定及檢討ESG管理方針、策略和目標，評估、管理和監督本集團ESG相關風險，審閱ESG相關議題，評估審核ESG相關目標，並定期回顧目標進展，以此監督和評估集團在可持續發展方面的表現。2024年，本集團董事會對合規運營、風險管理及應對氣候變化等ESG相關議題的政策、措施進行審閱和監督。本報告已詳盡披露本集團2024年度上述工作及其他ESG議題的進展與成效，並於2025年4月30日經董事會審議通過。



ESG管治架構

本集團構建了以董事會為核心的ESG管治架構。董事會作為ESG最高決策機構對集團的可持續表現負責，審批ESG信息披露情況，定期檢視、評估並指導可持續發展相關工作，審視ESG事宜對業務發展的潛在影響、相關風險及機遇，並將有關風險及機遇納入管理決策。本集團在管理層設立執行委員會，在董事會領導和監督下，執行委員會作為統籌機構負責設計統籌、協調各類資源支持集團的ESG策略落地。



利益相關方參與

利益相關方溝通

本集團高度重視與利益相關方的溝通，通過開展投資者交流會、行業交流活動、員工交流等方式積極瞭解並回應各利益相關方的訴求和期望，以協助本集團設定ESG相關目標並落實相應舉措。本集團現行利益相關方溝通情況如下：

利益相關方	期望與需求	溝通與回應
政府及监管机构	- 公平競爭 - 合規經營 - 廉政建設	- 年度報告和半年度報告 - 書面匯報和監管問詢回饋 - 日常溝通和臨時調研
股東	- 公司信息披露 - 投資回報與增長 - 公司價值	- 完善信息披露，發佈財務報告及其他專題公告 - 股東大會 - 召開定期及不定期線上線下投資者交流會 - 舉行路演及反向路演 - 主要股東每月會議、書面交流 - 官方渠道信息發佈
基金投資者	- 收益回報 - 投資者教育 - 可持續投資	- 投資者大會 - 投資者教育活動 - 溝通與諮詢

利益相關方	期望與需求	溝通與回應
被投资企业	- 管理赋能 - 資源對接 - 合作交流	- 公司治理會議 - 線下赋能活動 - 定期走訪，積極探討行業合作
供应商及合作伙伴	- 合作共贏 - 治理戰略	- 專項工作會、現場辦公和調研 - 簽署合作協定 - 建設誠信廉潔的合作環境 - 日常業務溝通
员工	- 平等僱傭 - 薪酬与福利保障 - 职业培訓與发展	- 確保僱傭合規 - 提供有竞争力的薪酬 - 優化職業培訓體系
社区及公益組織	- 保护社区环境 - 投身社会公益 - 促进社区发展	- 推動绿色运营 - 參與公益活動及捐贈 - 积极参与社区活動

在信息披露方面，本集團制定《股東大會議事規則》《董事會議事規則》《監事會議事規則》《關聯交易管理製度》以及《境外發行證券及上市相關的保密和檔案管理工作製度》等內部制度，建立健全信息披露管理體系，指導集團系統性開展信息收集、分析與合規披露，為各利益相關方提供真實、準確、完整信息，為投資決策提供信息基礎。同時，本集團搭建了多樣化的投資者溝通渠道，包括年報、公告、股東大會、業績說明會、分析師會議、路演、反向路演、一對一溝通、網站、媒體採訪和報導、官方渠道信息發佈、現場參觀、電話諮詢、郵件諮詢等，努力在保證高效溝通的基礎上與投資者開展及時、廣泛、深入的信息交流。2024年，集團舉辦現場股東大會5次，進一步強化與股東及資本市場參與者的互動，確保信息透明，持續提升市場信任與信心。

重要性議題評估

為深入了解各利益相關方對本集團在可持續發展方面的關注，並完善本集團可持續發展管理及相關信息披露，本集團將投資理念、業務發展、行業特點及國家政策環境等因素與各利益相關方的期望相結合，進一步完善集團重要議題矩陣。同時，本集團管理層在審閱和評估重要議題時，除了考慮利益相關方的意見外，亦考慮市場大趨勢和同業發展。2024年，本集團採取以下4個步驟開展重要性評估工作：



議題識別

參考聯交所《ESG守則》要求，根據本集團投資發展情況並結合行業可持續發展管理重點分析，對重要性議題進行識別，並確認2024年重要性議題庫。

議題排序

依據對持份者的重要性和對業務的重要性兩個維度對議題進行重要性排序。

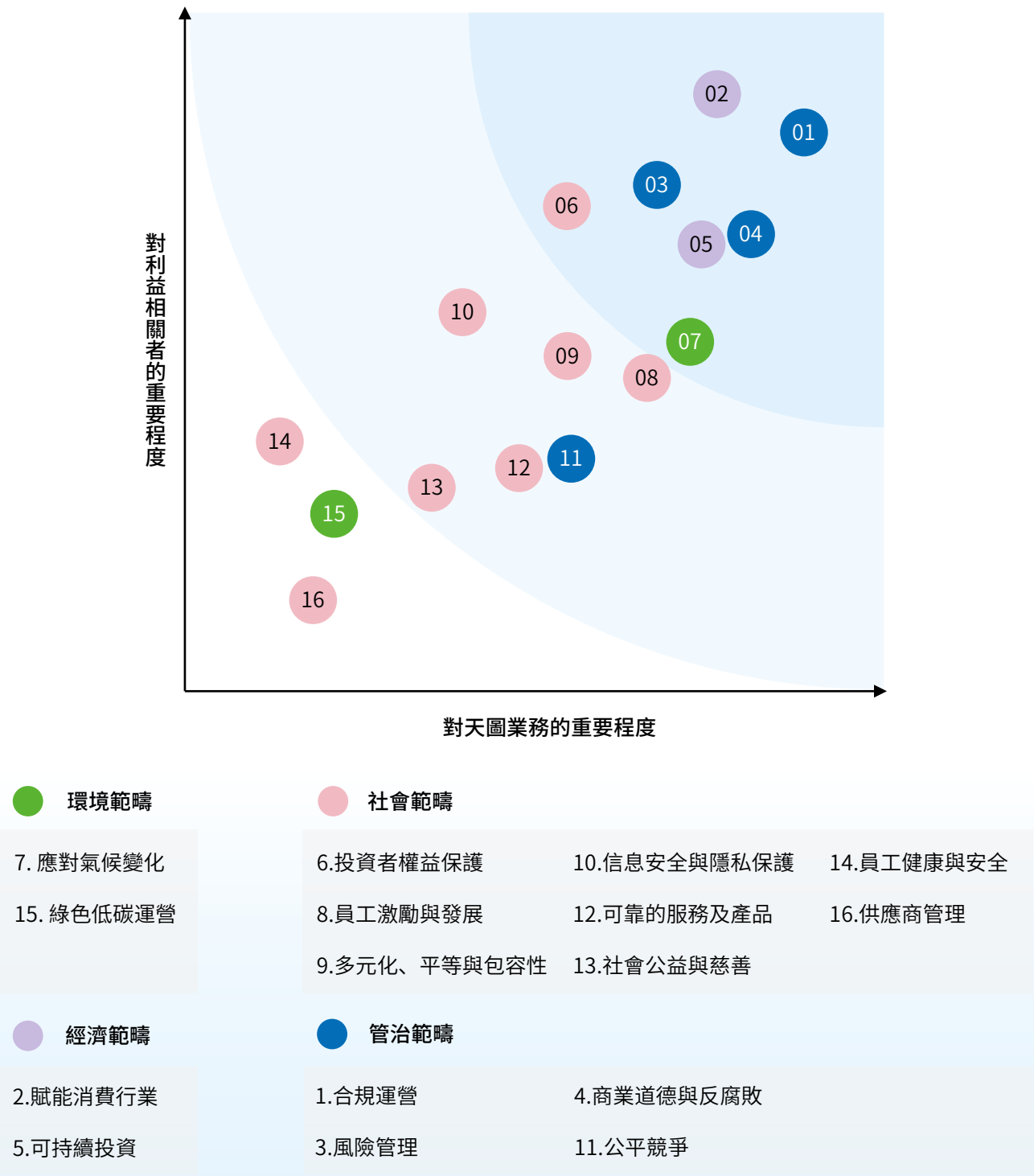
議題分析

聘請外部機構開展相關業務部門調研訪談，並開展內、外部持份者調研。

審閱與披露

本集團管理層對重要性議題及排序進行審核，確定本報告的披露重點，編制2024年重要性議題矩陣。

經上述流程識別評估後，本集團2024年重要性議題矩陣及排序如下：



根據2024年重要性評估結果，本集團將在之後的報告章節中對議題的管理方法及重要績效表現進行闡釋，以回應利益相關方的關注與期待。此外，本集團還通過內部績效考核、與利益相關方溝通等方式定期評估各項議題管理方法，將在必要時對其進行合理調整，確保各議題管理方法的有效性。

規範治理

築發展堅實根基

- 在信息披露、資金募集、信息安全、員工管理等環節強化內部管理，多措並舉確保各項業務合法合規運作，全面提升合規管理能力
- 將風險管理視為公司長期發展的保障，並將ESG因素納入集團決策和日常運營，通過可靠的風險識別及管控措施，提高抗風險能力
- 堅定踐行貪污腐敗「零容忍」，引導員工遵守職業道德。

本章節回應的SDGs:

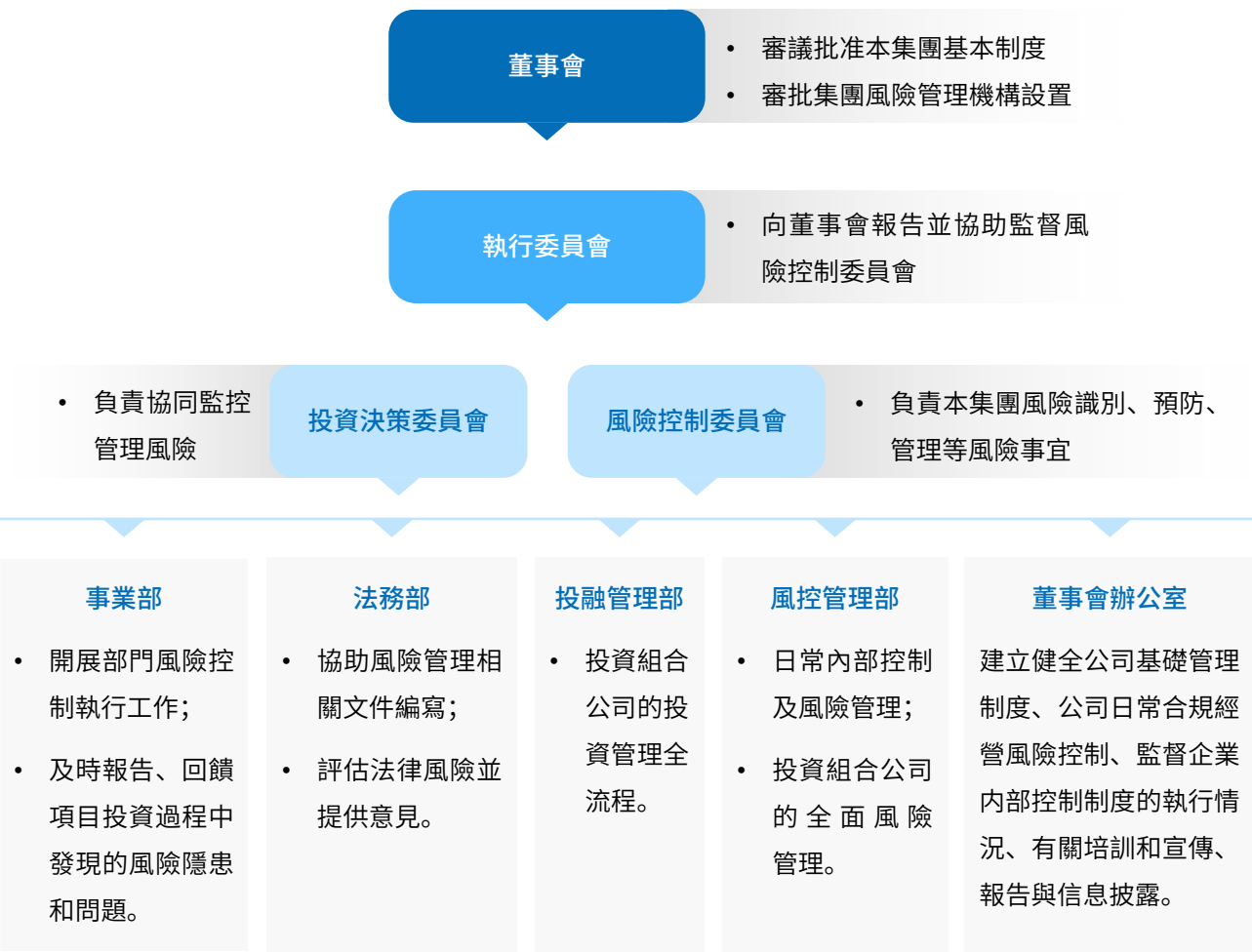


內部控制與風險管理

本集團以合規誠信經營為治理基石，嚴格遵循《中華人民共和國證券投資基金法》《私募投資基金監督管理條例》及《關於加強私募投資基金監管的若干規定》等法律法規和上市規則，構建了一套全面的內部控制體系，在信息披露、資金募集、信息安全、員工管理等環節強化內部管理，多措並舉確保各項業務合法合規運作，全面提升合規管理能力。

本集團高度重視風險管理，嚴格依照《私募投資基金管理人的內部控制指引》等法律法規以及行業自律規則，制定並落實《全面風險管理制度》等內部制度，指導風險識別、風險評估、風險分析、風險控制和風險報告等風險管理事宜有序展開，並對業務流程控制、授權控制、籌資控制、財產分離、防範利益衝突、投資控制、託管控制、外包控制、信息系統控制和會計系統控制等方面明確相關要求，持續健全集團風險管理體系。

在風險控制組織體系建設方面，本集團建立了以董事會擔任風險管理最終責任的多層次風險控制體系，董事會下設執行委員會作為常規管理機構負責向董事會匯報並監督風險控制委員會，風險控制委員會全面負責本集團各環節風險管理工作的決策與監督，投資決策委員會協同風險控制委員會開展風險管理相關工作，清晰界定各職能部門在風險管理體系中的層級與職責，確保整個風險管理體系高效、協同運作。



集團基於股權投資業務流程與風險特徵，構建了多層次、多維度的風險控制矩陣，通過職責劃分與制約機制，實現風險管理的精細化運作。風險管理的核心流程涵蓋風險識別、風險評估、風險分析、風險控制及風險報告五大環節，為制定科學的風險管理戰略與防範措施提供系統化支撐。同時，為確保股權投資業務風險的全程管控，集團建立了完整的投資決策流程，並在各操作節點嵌入標準化風險控制要件，形成閉環管理機制。關於內部控制與風險管理的更多信息，請參閱本公司《2024年年度報告》企業管治報告部分。

廉潔與商業道德

本集團堅定奉行「零容忍」政策，嚴懲任何涉及賄賂和貪腐等不當行為。集團嚴格遵守廉潔從業的相關法律法規，制定並落實《反舞弊、反洗錢、反賄賂及反腐敗制度》等內部規章制度，明確工作流程、監督機制和懲處措施等方面的廉潔要求，以全方位規範管理，引導員工遵守職業道德，共同營造一個公正透明、廉潔自律的工作環境。本集團對董事及員工開展反腐敗培訓。本年度，本集團未發生針對集團或員工的貪污訴訟相關案件。

本集團設置公開舉報通道，鼓勵各利益相關方監督集團內部違法違紀行為。舉報人可以通過信件、電子郵箱、電話或面談等方式進行舉報。若確認舉報事實成立，本集團將及時對相關責任人進行處理，並對內部管理缺陷進行整改。同時，本集團承諾舉報人在協助調查工作中受到保護，除征得舉報人同意外，不會公開舉報人身份信息。

**舉報電話：**
0755-36909866 轉 813

**舉報郵箱：**
jubao@tiantu.com.cn

**地址：**
深圳市南山區僑香路4068號
智慧廣場B棟1座23樓2-3F

反洗錢

本集團嚴格遵循《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國反恐怖主義法》等反洗錢相關法律法規，制定《反舞弊、反洗黑錢、反賄賂及反腐敗制度》，切實履行反洗錢義務。本集團執行委員會作為反洗錢工作的領導機構和主要負責機構對反洗錢工作進行指導和監督，風控管理部門及法務部門負責對反洗錢風險的識別、調查及處理。

本集團建立明確的反洗錢內部工作流程。在基金募資階段，集團通過合理審查投資者身份，歸檔管理投資者信息、把關審核投資者投入或去除資金行為等措施，嚴控洗錢風險；在交易階段，當發現大額現金交易和可疑現金交易時，本集團及時核對投資者身份的有效證件、授權書等，保存被代理人 and 代理人的身份信息，並第一時間向內部報告。可疑交易報告經風控管理部門審核，並經集團執行委員會覆核後，向監管機構進行匯報。

篤行善投

塑行業責任典範

- 在管投資組合公司 **187** 個
- 對被投企業持續給於專業的投後管理支持，推動中國消費企業成長及可持續發展



本章節回應的SDGs:

8 體面工作和經濟增長 	9 產業、創新與基礎設施 	11 可持續城市及社區 	12 負責任消費與生產 	13 氣候行動 	17 促進目標實現的伙伴關係
------------------------	-------------------------	------------------------	------------------------	--------------------	---------------------------

投資方法

作為中國私募股權投資機構，本集團聚焦消費行業，基於消費企業成長規律、競爭戰略及品牌運作等關鍵領域建立的深厚認知和經驗，建立了穩固的投資體系和系統性投資方法。本集團堅持「價值創造」「拐點投資」「品牌+科技驅動」的投資方法，不斷深化投資理念，積極把握時代脈搏，努力識別具有長期、穩健發展潛力的被投企業並持續性開展投資實踐，主動融入可持續發展大局，鑄就消費領域的責任投資典範。

價值創造



本集團關注投資帶來財務回報的同時，也關注相關投資帶來的社會價值。本集團關注創業企業未來的成長性，如商業模式是否能夠大幅提升生產、運營效率，節約非必要的社會資源；為被投企業提供戰略、運營、人才、資源整合等方面的增值服務，幫助被投企業快速成長。

拐點投資



本集團尋求把握拐點，從而幫助創業企業從初步試錯期快速過渡到戰略擴張期。作為投資機構，拐點投資既可避免漫長的潛伏期以及較早或較晚投資帶來的高額投資成本，又可通過系統研究更加準確地對有巨大潛力的創業企業進行提前佈局，進而有效管理投資風險。

品牌+科技驅動



本集團密切關注市場趨勢變化，傾向於投資業績突出及具強勁增長潛力的品牌及科技驅動型消費企業。在消費升級和科技創新的大背景下，本集團認為強大的品牌是消費企業的核心競爭力，並積極關注人工智能和生物技術等科技驅動型行業的巨大增長潛力。

投資流程

募集階段

本集團根據國家政策和監管要求，制定《反舞弊、反洗黑錢、反賄賂及反腐敗制度》，在資金募集階段落實合格投資者認定、投資者適當性評估等要求，並向基金投資者充分披露投資風險，合理推薦投資產品。同時，本集團已經建立健全的客戶投後管理機制，充分保障投資者權益。

投資階段

本集團每支基金的投資決策均由其各自投資決策委員會獨立作出，每個潛在項目投資前需進行立項、初審及最終投決共三項會議。除開展詳盡、全面的常規盡職調查之外，本集團積極關注被投企業管理團隊的穩定性和成長性，並逐步融合勞工管理、安全生產、環境保護、數據安全等ESG關注點，將企業商業模式創造的環境和社會效益作為投資決策重要考量因素。

此外，本集團建立了獨特的法定反對機制，即指定一名內部資深專業人員作為反對派，並授權其從商業角度對投資論點提出質疑，以此保障投資決策過程中，投委會成員能夠全面詳盡了解包含ESG風險在內的各項投資潛在風險，有助於科學決策及早期風險管理。

投後管理

本集團已建立對被投企業的跟蹤、監督和管理賦能機制，各項目投資經理及/或委任的董、監事需定期考察被投企業或參加被投企業的董事會、監事會及股東大會，了解公司經營狀況並輸出管理經驗和決策意見；本集團積極關注被投企業可持續發展表現，監督並收集企業ESG績效，鼓勵企業定期披露ESG關鍵進展；通過「磨刀會」、渠道拓展、資源對接等投後賦能機制，強化品牌賦能，提升被投企業可持續發展能力，幫助企業快速、高質量地成長。

磨刀會是本集團於2013年發起的面向大消費領域優秀企業家的學習和交流平台，迄今已連續舉辦14期，累計參與千餘人次。經過多期的實踐與迭代，磨刀會生態企業通過研習品牌管理體系、修煉品牌戰略、商業模式以及分享一線實戰經驗，實現認知進步和實踐加速，也為大消費企業帶去更多資源連接和合作火花。

第13期磨刀會品牌成長加速營——聚焦全球化品牌，多維賦能中國消費品牌出海

2024年9月，本集團舉辦第13期磨刀會品牌成長加速營，邀請來自40多家大消費品牌的八十餘位創始人齊聚，圍繞「打造全球化品牌」主題，從品牌戰略、產品打法、智庫觀察、市場選擇與渠道經營等多角度，剖析全球商業新解法，賦能中國消費品牌，本期活動亦走進海信集團，參觀學習海信出海經驗。



第13期磨刀會品牌成長加速營

第14期磨刀會門店增長營——消費連鎖品牌門店增長之道，共話品牌營銷與增長

2024年11月，本集團舉辦第14期磨刀會門店增長營，邀請來自紫燕食品、蒸小皖、熱潮酒館、酸奶罐罐、師烤、蔡大胖等20多家連鎖消費品牌創始人齊聚湖北隨州千年銀杏穀度假區，共話品牌營銷與增長。本期磨刀之旅從品牌定位與產品戰略、品牌營銷與用戶溝通、產品擴容與線上增長、問題診斷與資源對接等多模塊，拆解消費連鎖品牌的門店增長心法，賦能品牌加速成長。



第14期磨刀會門店增長營

同時，6月，本集團亦組織「天圖私享會」，邀請20餘位天圖Family成員一同走進精品咖啡品牌「三頓半」，並從行業趨勢、品牌策略及實操案例等角度，全方位、多維度地為在場成員們解讀消費品牌該如何積極擁抱可持續發展的理念與實踐，讓每一位參與者都在這場知識盛宴中收穫頗豐。

此外，2024年，本集團與贏政通合作，將企業賦能管理與投資優勢完美融合，推出「戰略賦能投資」全新投後管理模式，更側重投後管理，可先投後管，也可先管出成果再投，通過幫助企業識別機會、補足短板、提供資源以及並購、孵化、引入等方面的長期精耕細作，持續提升企業核心競爭力，實現「肌肉型」增長。該模式已在蒙天乳業項目上應用實施。

項目退出

本集團為被投企業提供全面、多元的管理建議，以助力企業長期、可持續發展。本集團密切關注並評估優化回報的投資退出機會，項目退出主要通過首次公開發售、並購、股權轉讓、回購等方式。

投資實踐

01

綠色消費：引領循環經濟新範式

本集團秉持可持續發展理念，積極佈局綠色消費賽道，以技術創新驅動產業鏈低碳轉型，助力構建資源循環利用體系，推動企業從產品設計到終端回收的全生命週期碳管理，加速傳統產業向環境友好型模式升級，努力實現消費品牌實現經濟效益與生態價值的共生共贏。

愛回收·愛分類

愛分類 | 用科技賦能環保，助力打造新型「無廢城市」

本集團於2023年11月投資愛分類



年回收量達

67.9萬噸

相當於減少碳排放量

120.8萬噸

愛分類是萬物新生投資孵化的城市綠色產業鏈業務，通過「互聯網+垃圾分類」模式，以市場化、標準化、技術化的方式，規範傳統「髒、亂、差」的拾荒行業；通過基於互聯網的智能化交易體系、規範化垃圾清運及末端處理的優勢，為居民提供一站式可回收物分類、交投、積分兌換等服務，促進生活垃圾源頭減量。

愛分類建立「點-站-場」三級回收體系。實現從社區回收到終端分揀到原材料銷售的經營模式閉環：在社區，基於智能回收設備，居民通過掃碼投遞投遞可回收物，獲取積分；智能回收設備滿倉後，貨物先運送到中轉站暫存，再集中運送到末端的分揀中心；可回收物通過半自動分揀線，在集散場最終被精分為80個以上品類，分揀打包後直接銷售給下游企業或送到有資質的再生資源利用企業，實現循環再生。

截至2024年末，愛分類業務覆蓋城市達38座，用戶規模2,200萬，運營設備達31,500台，中轉站數量達359個，末端分揀中心達30座，年回收量達67.9萬噸，同比提升超過67%，相當於年減少碳排放量120.8萬噸。

本集團在投資後，積極協調資源促進該企業與多地政府達成合作，加快推動回收機器鋪設；推動企業與集團其他被投項目合作，實現積分換購聯動。



萬物新生 | 「返航新生」計劃升級--跨界合作引領全行業可持續發展

本集團於2015年8月投資萬物新生



2020年-2023年
促進二手設備的回收和循環利用約
1.2億台

萬物新生成立於2011年，定位為「互聯網+環保」類型的循環經濟企業，旗下4大業務線包含：愛回收、拍機堂、拍拍、海外業務AHSDDevice。萬物新生秉承「讓閒置不用，都物盡其用」的使命，致力於打造ESG樣本企業，將社會責任融入到商業實踐中。

萬物新生通過延長消費電子產品的生命週期，解決電子垃圾的緊迫問題，並減少消費領域的碳排放和環境污染。在二手消費電子回收和交易領域，萬物新生創造性地採用C2B+B2B+B2C模式，確保電子產品能夠被負責任地回收、質檢和銷售，重新在消費市場上流通，減少浪費並節約資源。從2020年到2023年，萬物新生共促進約1.2億台二手設備的回收和循環利用；回收並監督綠色處置的廢舊電子設備約83萬台，減少電子產品污染約133噸。2024年萬物新生全平台二手商品交易量約3,530萬單。

2024年，萬物新生全新升級「返航新生」計劃，通過與眾多消費品牌合作，推廣綠色回收和閒置物品再利用，倡議綠色循環消費理念，同時實現了更大範圍的可持續發展目標。年內，萬物新生與京東京造、蒙牛、嚶哩嚶哩、奈雪的茶等消費品牌合作共同發起舊物換新品活動，引領消費綠色發展。

萬物新生循環經濟實踐在2024年入選聯合國全球契約組織（UNGC）《「二十年二十佳」在華企業可持續發展案例報告》



三頓半

三頓半 | 打造「對話與循環」全新複合空間

本集團於2019年3月投資三頓半



累計設立**583**個
返航點

接待超**32**萬返航
旅行者

回收空罐數量超
4,138萬個

三頓半成立於2015年，致力於通過創新產品，個性化的小罐裝設計、自來水式的內容傳播，以及線上線下跨界聯名品牌，不斷構建年輕人的咖啡消費新場景。

返航計劃

消費者可憑已用包裝空殼兌換主題物資，回收的空殼將再利用製成生活周邊產品。從2019年開始，三頓半已累計設立583個返航點，接待32萬+返航旅行者，回收空罐數量超過4,138萬顆，兌換和交付超13萬件返航物資，努力構建全新可持續生活方式。

空間再造

2024年，三頓半以「對話與循環」為核心理念，打造全新線下體驗空間，開啟咖啡消費場景的革新探索。該空間不僅聚焦風味多樣性的深度呈現，更將可持續發展理念融入每個細節，通過設立返航計劃工作坊，構建起消費者與品牌互動的實體紐帶。在這裡，用戶可親身參與空罐回收、能量儲存等環保實踐，將品牌倡導的循環經濟理念轉化為可感知的消費體驗。





萬益藍 WonderLab | 「益」起行動，「碳」啟未來

本集團於2019年3月投資萬益藍WonderLab



「小藍瓶」回收計劃已回收空瓶超**220**萬個

減少碳排放超**27,900**kg

發佈
BALANCE「雙碳」
戰略行動藍圖

萬益藍WonderLab成立於2019年，是一家專注於益生菌和營養補充劑領域，聚焦年輕人對運動營養、腸道健康、肌膚健康、睡眠健康等新場景新需求，提供專研可循證的健康解決方案。

「小藍瓶」回收計劃

該計劃在2022年正式啟動，旨將空瓶破碎造粒重塑成PP材料，並製成新的生活周邊，來實現包材物料的可持續回收，截至目前，超1萬名用戶參與，已回收空瓶超220萬個，減少碳排放超27,900kg。

「雙碳」戰略行動藍圖

積極響應國家「雙碳」目標，率先推動行業實現全價值鏈綠色低碳轉型，萬益藍WonderLab於2025年1月正式發佈BALANCE「雙碳」戰略行動藍圖，全方位推進企業可持續管理和發展，涵蓋綠色供應鏈、產品回收升級等多個層面，為世界增添一抹綠色低碳有益的「藍」。

產品碳足跡&行業雙碳發展倡議

旗下成人廣譜益生菌和兒童益生菌產品獲頒碳足跡證書，達成中國益生菌行業的首個產品碳足跡核查；提出益生菌行業雙碳發展倡議，呼籲行業各方力量共築產業綠色低碳生態圈，打造一條從源頭到終端的綠色生態鏈。



蒙天乳業|匠心蒙天，引領綠色健康生活新方式

本集團于2018年投資蒙天乳業



三大產業基地，
千余畝萬頭生態
示範牧場

「**5-15秒**超高
溫暫態滅菌、**25**
度無菌灌裝」技
術

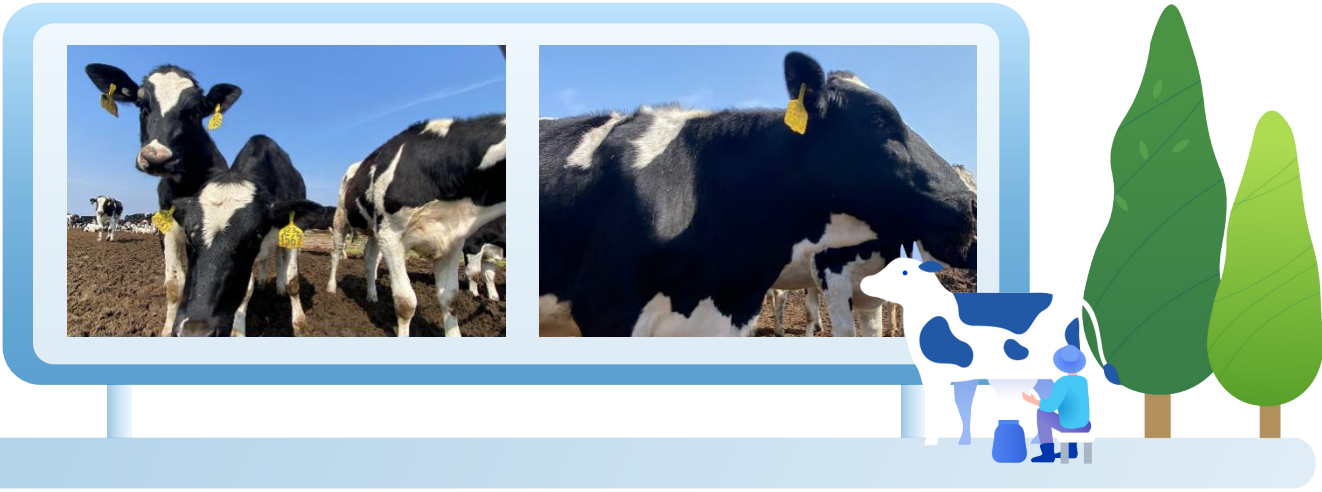
蒙天乳業成立於2018年，是一家專注於健康飲品研發、生產銷售的大型食品產業集團，致力於滿足消費者不斷升級的健康飲品需求。蒙天乳業擁有三大產業基地，千余畝萬頭生態示範牧場、2,000餘名員工，集乳品飲料、乳酪生產、銷售、觀光於一體，實現全產業鏈的「全配套」模式；持續以國際化標準打造高品質產品：引進國際先進的無菌灌裝加工及檢驗設備，採用「5-15秒超高溫暫態滅菌、25度無菌灌裝」技術，確保產品安全健康；持續研發新品配方與工藝，與高校合作打造的「產學研」一體化技術研發中心已擁有3個技術研發平台，5個研究實驗室，90名科研專家。

節能減排

2024年，旗下「維多利亞農牧」通過將移動式TMR飼喂改造為固定式TMR飼喂，在提高工作效率並增加日均產奶量的同時，實現溫室氣體排放量較上年移動式TMR飼餵降低6.04噸；持續升級改造取水設施，在奶牛飲水水槽安裝水位控制器，對噴淋水集中收集用於回沖，從而進一步提高用水效率，減少地下水開採與使用，實現每生產一噸原料奶水資源消耗較上年降低0.61噸。

創新優質產品

2024年，旗下「優樂多」品牌推出「辣條味AD鈣」突破性創新產品。該產品富含維生素A、維生素D，添加鈣，0蔗糖，輕負擔；菌種採用全球知名發酵菌種公司德式乳桿菌保加利亞菌種和唾液鏈球菌嗜熱亞種，為消費者健康生活保駕護航。該產品榮獲「2024年全國秋季明星產品」稱號。



02

品質消費：打造消費升級新勢能

本集團深挖消費升級核心價值，以精細化運營體系重構品質消費生態，通過助力企業打造差異化品牌價值，驅動產品研發向高附加值領域突破，加速供應鏈數字化升級與全球市場佈局；同時，聚焦消費場景多維創新與文化價值賦能，破解同質化競爭困局，在全球化浪潮中開拓國際賽道，在全球化競爭中打造具有國際影響力的中國質量標杆。



HeyBetter | 打造對孩子更友好的世界

本集團於2021年12月投資HeyBetter

兒童生活方式品牌HeyBetter成立於2021年，將「愛Love」「勇敢Brave」「自由Unlimited」作為品牌靈魂的關鍵字，面向2-12歲兒童研發原材料和設計均有所創新

的功能性服飾產品，助其更加無拘束地探索世界。

產品健康與安全

原料方面選擇更加安全健康的天然成分，親膚性、透氣性、吸濕性和安全性上都優於純棉，在貼身的衣服裡面加入海藻纖維，起到抑菌、保濕作用；安全標準要求高於A類一等品，甚至大多數要達到A類優等品；產品零甲醛、零矽油、零添加劑、零重金屬。

超輕卷卷帽

HeyBetter首創的軟支撐空頂防曬帽——超輕卷卷帽已完成第五代軟支撐反覆運算。最新第五代超輕卷卷帽實現帽檐、額頭、彈力帶三點共同著力，配合新增的防滑矽膠點，戴上更不易掉；帽檐與初代相比升級更寬，更好應對持久的強戶外場景；帽子logo也從矽膠標進化到曬曬太陽會變色的光變標。截至2024年末，超輕卷卷帽已經售出2,000,000+頂，從品牌早期年度爆品逐步成長為品牌經典產品。

本集團投資後，向該企業派駐董事，深度參與其公司治理，積極賦能經營管理，協助對接行業上下游合作夥伴，定期提供戰略分析與發展建議；推動海南子公司落地，助力區域佈局與業務增長。



優諾乳業|秉持「天然、美味、享受生活」的品牌理念，
將高品質乳製品帶給中國消費者

本集團於2019年4月投資優諾乳業

優諾乳業定位中國高端市場，自2019年後推出多款高端低溫牛奶產品，以日益提升的品牌影響力、強大的研發能力、優質奶源和持續改善的銷售執行力，為北京、上海一線城市高端零售市場及咖啡、烘焙為主的餐飲企業帶來高品質的產品。2024年，優諾乳業參與起草的《兒童乳製品》標準正式發佈，助力行業提高兒童乳製品品質，為廣大少年兒童提供更加健康、營養的乳製品。

創新一口封神的5.0高品質牛乳

2024年，優諾5.0牛乳聯合盒馬鮮生全新上市，以高質價比為消費者帶來營養牛奶新選擇，為大眾帶來營養賦能和口感加成的驚喜。該產品運用法國低溫R0膜過濾技術，鎖住更多營養物質，實現蛋白質每百毫升5.0g優質乳蛋白與170mg原生高鈣，且口感更加香濃自然甘甜；無論是單獨暢飲，還是搭配咖啡的冰拿鐵，均喜得消費者「一口封神」好評，滿足消費者對牛乳的營養美味核心需求。

打造兒童親和營養好優酪乳

優諾A2 β -酪蛋白兒童優酪乳，專為兒童定制成長營養配方，通過甄選限定牧場A2 β -酪蛋白奶源和專業工藝，不靠額外添加實現150mg原生高鈣和+5.0g原生優質乳蛋白¹；使用獨立吸嘴自立袋設計，乾淨衛生且方便攜帶，打造專屬兒童的親和營養好優酪乳。

非遺蘇繡合作

2024年，優諾攜手非遺蘇繡傳承人，通過蘇繡技藝呈現花卉、動物等自然主題，以傳統技藝融合現代設計，並推出產品特色包裝，詮釋優諾小雛菊的豐沛自然力量，傳遞品牌對自然與非遺文化的雙重致敬，提升產品藝術價值，展現“匠心無界”理念。

節能降耗

此外，在生產環節，優諾工廠冷凝水回收項目通過將蒸汽使用過程中所產生的冷凝水（溫度在 90℃以上）的熱量回收，應用於 CIP（清潔定位系統）及熱消毒加熱前的預熱階段，有效降低能源消耗、減少碳排放。

1. 150mg原生高鈣以420千焦計，+5.0g原生優質乳蛋白以原味（100g）計。



八馬茶業 | 非遺八馬，世界共享

本集團於2012年11月投資八馬茶業



連續10年

安溪茶企

納稅第一

走過31個國家

81座城市

款待192國賓客

八馬茶業源自百年制茶世家，彙聚中國原產地好茶，是中國茶葉連鎖領先品牌、高端茶市場領先品牌。截至2025年1月，八馬在全國共有線下門店超3,500家。作為國家級非物質文化遺產項目烏龍茶製作技藝（鐵觀音製作技藝）代表性傳承人創立品牌，八馬將已有約300年歷史的鐵觀音技藝凝練成八道制茶工藝並以二十四定律嚴制好茶，其中安溪鐵觀音已連續十餘年全國銷量第一。

推動中國茶全球化

近年來，八馬茶業一直致力於通過助力茶敘外交等方式，將中國茶帶向世界，為中國茶文化國際化貢獻力量。從捐贈茶苗賦能「茶緣·中巴友誼園」開園，再續200年中巴茶緣；到同聯合國教科文組織-國際創意與可持續發展中心（UNESCO-ICCSD）、意大利國家旅遊出版集團攜手打造《意大利世界遺產》書籍項目成果，八馬茶業用行動引領中國茶的全球化新風尚。目前，八馬茶業已走過31個國家、81座城市，款待192國賓客，在全球範圍內舉辦超100場高端中國茶全球品鑒會，積極推動中國茶文化出海，為世界帶去大國茶香。

反哺產區發展

八馬茶業積極響應國家政策，踐行「三茶」統籌，用實際行動賦能鄉村振興，反哺茶產區發展。八馬茶業積極推進智能茶園建設，依託生態科技示範場，應用大數據、物聯網、信息化、雲服務等核心技術，實現茶園精準監測、智能管理、智能決策，不斷推動中國茶產業向更高水平邁進。八馬已連續10餘年安溪茶企納稅第一，連續5年武夷岩茶企納稅第一。



茶顏悅色 | 身體力行，做一杯有溫度的茶

本集團於2018年1月投資茶顏悅色



「放心：全脂牛奶」

使用100%全乳脂配方

做到0氫化植物油、0植物油、0植脂末

不添加食用香精和色素

茶顏悅色起步於2013年，作為新式現萃茶飲品牌，茶顏悅色獨辟踐行「新中式鮮茶」細分領域，採用「中茶新做」理念，將意式咖啡的產品思路融入中國茶的製作，堅持每一杯鮮茶現調現萃，保留鮮茶最適宜的口感。截至2024年12月，茶顏悅色開設直營門店1,002家，成為深受廣大年輕消費群體喜愛的新茶飲品牌。

食品健康與安全

茶顏悅色始終將食品安全放在第一位，每月開展自查並將自查結果披露至微信公眾號。2024年，茶顏悅色與雀巢共創推出一款全新乳品「放心：全脂牛奶」，使用100%全乳脂配方，做到0氫化植物油、0植物油、0植脂末，不添加食用香精和色素，在充分滿足茶顏對健康奶基底要求的同時，進一步迎合健康茶飲趨勢，目前該牛奶陸續在茶顏悅色部分門店投入使用。

小愛計劃

茶顏悅色成立小愛計劃，包括：「門店一對一幫扶」，門店自願成為小愛門店後，每杯奶茶將拿出部分利潤注入小愛基金，用於幫助大眾；「小愛奶茶車」，在移動車內現做現萃奶茶，送到福利院、敬老院等地點供免費品嚐；「茶顏愛心鋪」，將把閒置書籍、茶葉低價賣出，用於資助小愛基金助力愛心活動。截至2024年4月，茶顏悅色已進行了51場小愛活動，活動覆蓋上千人，努力踐行「身體力行，做一杯有溫度的茶」初心。

03

醫療健康：構築前沿醫療新基建

本集團錨定醫療健康領域的前沿突破，以臨床需求為導向佈局醫療技術革新，通過支持創新藥研發與精準診療技術落地，助力構建覆蓋基因治療、細胞工程的全產業鏈價值網絡，同時，積極推動醫療服務水平提升，為人類健康事業注入更多驅動力。



卓正醫療 | 堅守「回歸醫療本原」理念，為客戶提供卓越醫療和優質服務

本集團於2017年8月投資卓正醫療

卓正醫療成立於2012年，以「回歸醫療本原」為宗旨和願景，主打「循證醫學」治療理念，採用線上線下一體化服務的新模式，提供診後線上隨診、線上問診及藥物配送、視頻急診、健康管理及慢病管理等線上線下融通的醫療服務，目前已擁有18家診所和2家醫院，戰略覆蓋全國11個城市，是我國新型私立中高端醫療機構的頭部代表。

「預約制」看病

卓正醫療革新診療模式，推行全預約制深度問診體系。醫師實施15-20分鐘精細化看診流程，通過動態限號機制將單日接診量精準控制在12人以內，既實現候診零等待與院感風險管控，更以獨立診室及隱私屏障系統重構就醫尊嚴，打造高端醫療場景下的質量服務閉環。

低藥佔比和檢查費用

卓正醫療提供規範化和高質量的醫療，與國際標準的醫療服務看齊，根據病情精準判斷用藥量，杜絕過度用藥和檢查。卓正醫療的「藥佔比」在10%以下，採用許多進口藥物對標國際，同時，醫生的收入與藥物、檢查等不掛鉤，以「專業診斷力+患者滿意度」衡量醫療服務價值，以去商業化診療模式重塑醫患信任紐帶。



「預約制」看病

醫生平均問診時間

達15-20分鐘



希格生科 | 「希翼滿懷，格物致知」--中國醫藥健康明日之星

本集團於2021年4月投資希格生科



利用類器官疾病模型結合AI技術開發全球首個針對彌漫性胃癌的靶向藥物

SIGX1094

希格生科成立於2020年，是一家基於疾病模型的癌症創新靶向藥研發公司，秉承「希冀滿懷，格物致知」的願景，利用接近病人基因組學特徵的類器官疾病模型在藥效評價及新靶點發現中的關鍵作用，結合AI人工智能篩選、合成和優化小分子化合物，開發first-in-class創新靶向藥。

該公司具有四條藥物管線，首條管線開發全球首款彌漫性胃癌靶向藥SIGX1094，先後獲得了美國FDA和中國NMPA的IND批件，並獲得美國FDA孤兒藥資格認定及快速通道認定，已邁入一期臨床試驗階段。該公司模型平台不僅服務於自身藥物管線，也積極賦能大藥企進行新藥研發，合作企業包括深圳博瑞醫藥、真實生物等，助力更多創新藥的誕生。

2024年12月，SIGX1094在北京腫瘤醫院成功完成首例實體瘤受試者給藥。SIGX1094除了在彌漫性胃癌以及晚期腹水的臨床前模型中表現出顯著的治療潛力，同時在卵巢癌、三陰性乳腺癌及胰腺癌等惡性轉移性癌症的臨床前實驗中也展現出優異效果。



萊芒生物 | 為實現治癒腫瘤的終極目標而不懈奮鬥！

本集團於2022年1月投資萊芒生物

萊芒生物由唐力教授團隊聯合晶泰科技創立，專注於免疫代謝重程序設計（Meta 10）與前沿人工智能（AI）結合的腫瘤免疫治療創新藥物研發。公司70%高層次研發人員來自國內外名校並具有豐富的產業化經驗，並在腫瘤免疫治療領域擁有深厚的研究基礎和多項國際頂級學術成果。

萊芒生物核心技術Meta 10展示出治癒實體腫瘤的巨大潛力，相關成果發表於Nature、Nature Biotechnology和Nature Immunology等國際頂級學術期刊，並申請多項PCT專利和國內專利。

萊芒生物已成功佈局三大研發平台，涵蓋多條在研管線。其中，進展最快的為代謝增強型CD19 CAR-T療法（Meta10-19注射液），目前已在國內開展研究者發起的臨床研究（IIT），以極低的給藥劑量（低至傳統CAR-T療法劑量的1%）實現了腫瘤細胞的完全清除，成功幫助超過20名復發難治性白血病或淋巴瘤患者達到完全緩解（CR）狀態並順利出院。在2024年下半年最新的IIT臨床研究中，代謝增強型CAR-T細胞的注射劑量進一步降低至常規劑量的千分之一，成功實現了CAR-T細胞在患者體內的高效擴增，助力數位患者獲得完全緩解（CR），並大大縮短患者住院時間。

本集團投資萊芒生物後，派駐項目負責人長期跟進萊芒生物的運營和技術團隊，結合行業發展趨勢和企業實際情況，為其發展提供戰略規劃建議，並引入資源協助公司進行融資路演、團隊管理以及技術攻關等。





耀速科技 | 全球首個AI+高通量類器官芯片公司

本集團於2024年7月投資耀速科技



全球首家將類器官芯片、高內涵三維（3D）細胞成像、電腦視覺（CV）和人工智能（AI）技術融合應用於藥物發現的「3D-Wet-AI」生物科技初創公司

器官芯片技術減少90%以上的實驗動物使用，推動綠色研發

耀速科技于2021年底成立於美國波士頓，是全球首家將類器官芯片、高內涵三維（3D）細胞成像、電腦視覺（CV）和人工智能（AI）技術融合應用於藥物發現的「3D-Wet-AI」生物科技初創公司。

耀速科技的創新之處在於將高通量器官芯片、細胞形態學、多組學分析方法與基於細胞形態學的AI技術相結合。通過大規模器官芯片生成細胞三維圖像，並構建基因簇和化合物結構之間相互作用的複雜網絡，從而提供更準確的疾病和藥效評估模型，進一步結合AI技術快速地篩選出最具開發價值和潛力的候選藥物。目前，耀速科技已與多家國際、國內知名製藥企業、科研院所建立了戰略合作或業務合作關係。

此外，2023年起，耀速科技作為唯一一家高通量器官芯片公司，參與由美國FDA、EPA以及十多家跨國藥企共同發起的全球最廣泛和權威的OASIS Consortium，進行下一代臨床前藥物毒性預測工具開發合作項目與標準制定工作，旨在利用基於細胞形態學的AI技術與多模態臨床前模型，共同開發更高效的下一代藥物臨床前安全性評價系統。

作為耀速科技的重要投資方，本集團安排專職項目負責人，在融資對接、行業資源整合等方面為其提供協助，助力其與國內外知名企業和科研機構建立聯繫；同時，作為投資人代表參與耀速科技主導的中原AI+生物醫藥創新聯盟，共同推動行業交流合作。



科技消費：助力數智融合新紀元

本集團踐行「品牌+科技驅動」投資方法，堅持以人工智能與硬科技創新重構產業為邏輯，重點佈局智能硬件、數位基建與場景交互技術，推動傳統消費業態向數據驅動模式轉型，通過構建虛實融合的消費生態體系，加速企業實現運營智能化與服務個性化，引領全球消費科技革新浪潮。



飛算科技 | 重塑AI編碼價值

本集團於2020年11月投資飛算科技

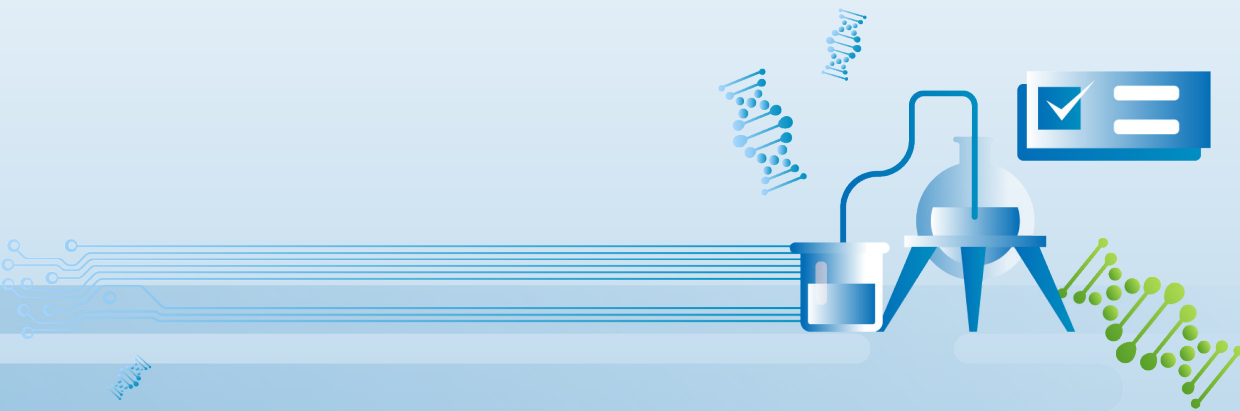
飛算科技多年來深耕企業數字化轉型領域，推出SoData數據機器人、SoFlu-JavaAI開發助手、AI.Insight智能決策平台、千面人才評價工具、AI.Modeler建模機器人等數智化工具及行業解決方案，為醫療、教育、零售、金融等八大行業的數百家企業提供技術服務。飛算科技獲評國家高新技術企業，並獲信創領軍企業、中國數字化突破實踐獎等重量級獎項，截至2024年末，已獲得發明專利25個，外觀設計專利5個，軟著103個。

主要產品

「飛算JavaAI開發助手」是飛算科技2024年推出的全球首個聚焦Java語言，可生成完整工程代碼的開發助手，可通過智能引導，實現「需求分析、軟件設計、工程代碼生成」，幫助Java開發者快速完成項目開發。

相比片段式AI代碼生成，飛算JavaAI開發助手可通過自然語言或語音輸入開發需求，精準需求分析和軟件設計，自動輸出包含配置類文件、Java原始程序碼目錄資源文件及測試資源在內的一整套完整工程源碼。

「千面人才評價工具」是飛算科技在2024年推出的重磅產品，該產品是一款全員參與的智能人才評價工具，基於「算力+數據+算法」，結合AI大模型，通過評價標準靈活多維、評價過程即時透明，實現評價結果智能分析、評價應用科學推薦，從而助力組織提效、賦能管理決策，幫助企業構建透明、公開、公正的卓越團隊評價體系，被稱為「職場裡的大眾點評」。



SmallRig

樂其創新 | 產品創新赋能影像創作

本集團於2021年3月投資樂其創新



400+項
國內外專利

720+個
單品

產品遠銷
160+國家和地區

樂其創新SmallRig創立於2010年，是全球影像場景創新產品製造商，致力於為全球影像創作者提供支撐與穩定、燈光與控制、影像電源等支持性產品和解決方案。

旗下核心品牌SmallRig斯莫格涵蓋相機支撐與穩定、智能手機支撐與穩定、燈光與控制系統、影像電源四大產品線，共720多個單品，通過對影像主機的增能，提升影像質量，為用戶打造專業、便捷、高效的影像創作體驗。截至目前，樂其創新SmallRig旗下產品已遠銷全球160多個國家和地區，被廣泛應用於VLOG、短視頻、紀錄片、好萊塢院線大片等領域，銷量與市場份額全球領先。

更加貼合用戶影像場景的產品

2024年，SmallRig最新推出高性能影像電源--VB212 迷你V口電池，並入選《財富》2024年度最佳設計榜，同時這也是首款入選《財富》最佳設計榜的影像類產品。該產品突破傳統影像電源設計理念，以科技美學重構專業工具形態，打造簡約輕量、極具未來感的外觀語言。其擁有長效續航能力與相容技術，實現雙向快充、多重防護（防摔、耐高溫極寒）等卓越性能，可同時為手機、筆記型電腦等多周邊設備提供高效供電，全面覆蓋從專業創作到日常生活的多場景用電需求，重新定義移動電源的智能體驗。

EVENTEC
越凡創新

越凡創新 | 全球領先的商用機器人研發生產商

本集團於2023年10月投資越凡創新



產品已落地全球
50餘座城市

服務超4,000萬
消費者

移動零售場景市
佔率第一

越凡創新成立於2017年，深耕低速無人駕駛與智能型機器人領域，在智能零售、商業樓宇配送、酒店配送、智能清潔、智能產線物流、智能倉儲等多個效率型領域提供有全場景、全功能的服務機器人產品矩陣，是服務機器人行業內獨樹一幟的集設計、研發、生產、運營為一體的國家級高新技術企業。目前，越凡創新機器人產品已落地全球50餘座城市，服務超4000萬消費者，移動零售場景市佔率穩居第一；申請有350余項核心知識產權和200余項技術秘密。

主要產品

SENDER樓宇遞送機器人「享遞」是越凡創新專為高動態、超複雜商業樓宇場景研發的全自動配送機器人，單台每日配送量最高可達140單，並通過ALoT智能物聯系統，打通門禁、電梯、閘機等傳統樓宇設施，助力構建樓宇智能化數字基建。

FANBOT 全自主智能零售服務機器人「小販」是越凡創新自主研发的一款全自主智能零售服務機器人，擁有獨特的高效交互優勢，可攜帶大量商品在複雜環境中主動尋找目標消費者，自主上前詢問需求，進行商品和信息的推廣服務，將品牌形象通過語言交互、螢幕互動、商品服務等多維度方式立體化呈現，實現更高效的品牌推廣與用戶觸達。

PAMIL
BIOTECHNOLOGIES

柏垠生物 | 融合BT+IT技術，革新生物材料產業

本集團於2022年5月投資柏垠生物

柏垠生物成立於2021年，致力於通過高通量合成生物和人工智能（BT+IT）雙核驅動的技术平台開發新功能、低成本、綠色可持續的創新生物材料。柏垠生物建立了完整的創新生物材料設計、合成、應用、產品的端到端商業閉環，推動合成生物技術賦能傳統產業，並提供綠色高效的解決方案。

柏垠生物以BT/IT技術為引擎，聚焦蛋白和多糖等核心管線，率先實現重組胎貝粘蛋白、CA粘多糖等創新生物活性分子的產業化。通過技術改進和工藝開發的不斷實踐，柏垠生物實現「產品+平台」的並行發展，已建立GMP生物合成中試製造車間可用於原料生產和產品商業化製造，實現技術直接賦能產品。

高通量合成生物平台：由多底盤宿主、序列和引物設計信息化系統、高通量基因合成、高通量質粒構建和提取系統、不同底盤CRISPR編輯工具、高通量微流控篩選系統、數據處理和分析系統組成的高通量平台，實現創新生物材料/分子的高通量構建、篩選和評價。

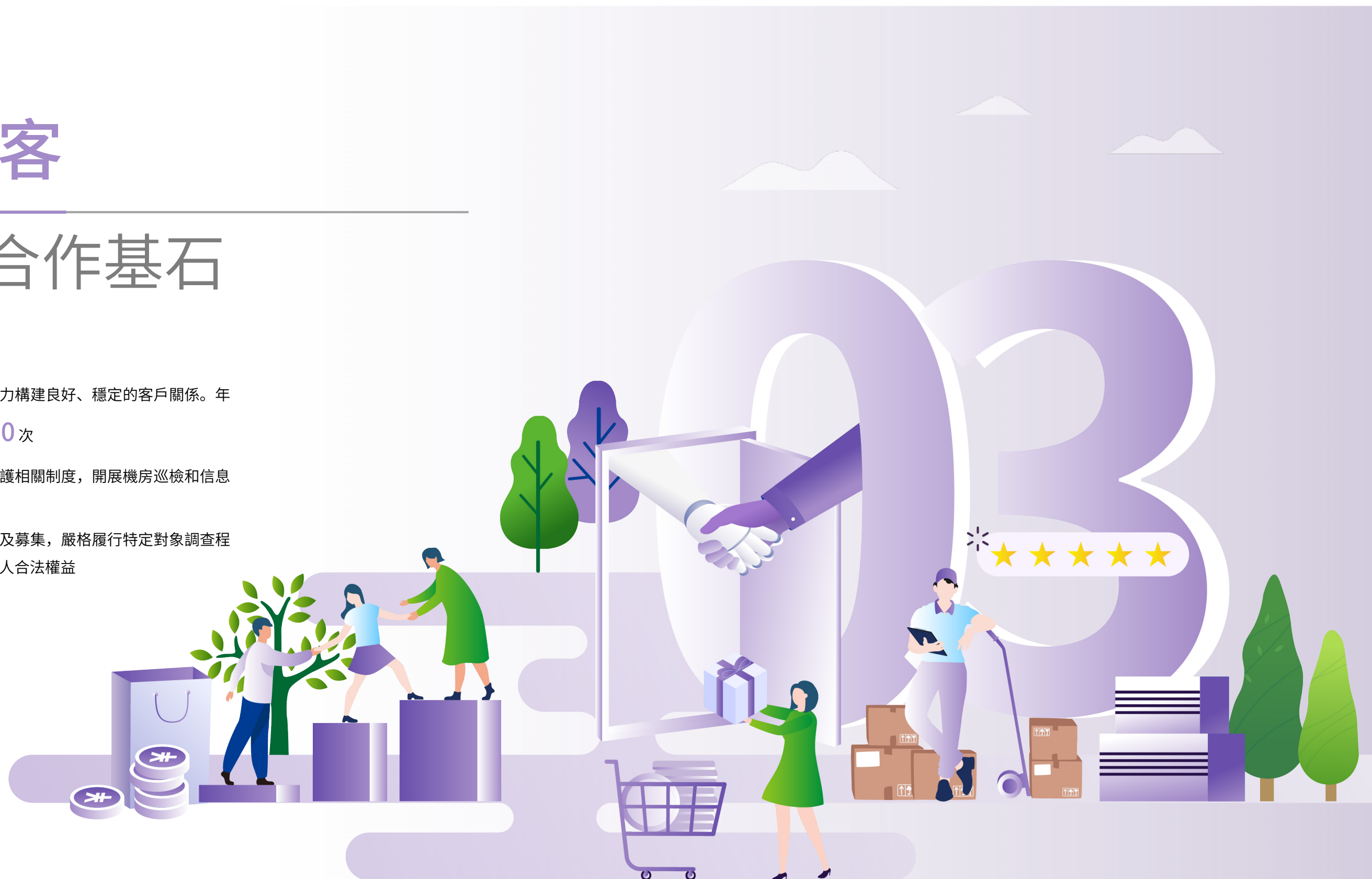


以誠待客

筑信賴合作基石

- 積極與基金投資者溝通，致力構建良好、穩定的客戶關係。年內召開基金合夥人會議約 **30** 次
- 完善信息安全與客戶隱私保護相關制度，開展機房巡檢和信息安全培訓
- 持續規範私募基金宣傳推介及募集，嚴格履行特定對象調查程序，保護投資者及相關當事人合法權益

本章節回應的SDGs:



保護客戶權益

本集團將客戶需求和期望置於首位，以不懈的追求和嚴謹的態度，確保每一項產品和服務都能充分體現集團對客戶的尊重與回應。憑藉在消費品投資領域的多年積累，本集團服務大批知名跨國企業及金融機構、政府引導基金等機構投資者和高淨值個人投資者。截至2024年12月31日，本集團共有外部基金投資人超120名。

客戶溝通

本集團秉持負責任理念，將基金投資者關係管理工作置於至關重要的位置。本集團遵循《私募投資基金信息披露辦法》，構建信息披露管理體系，並安排專員負責對信息進行全面收集、深入分析及合規披露，為基金投資者提供真實、準確且完整的業務發展與可持續發展進程相關信息，從而築牢投資決策的堅實根基。

同時，本集團堅持開放透明的溝通原則，每年召開基金合夥人會議，向合夥人詳細匯報基金運營狀況，並在會後積極收集意見與建議。此外，集團還會定期通過年度審計報告、運營報告、託管報告等形式，向基金投資者披露基金主要投資情況及相關財務數據，確保投資者能夠及時掌握基金動態，形成雙向溝通的良性互動。本年度，集團召開基金合夥人會議共計約30次。



截至2024年12月31日
本集團共有外部基金投資人超

120名

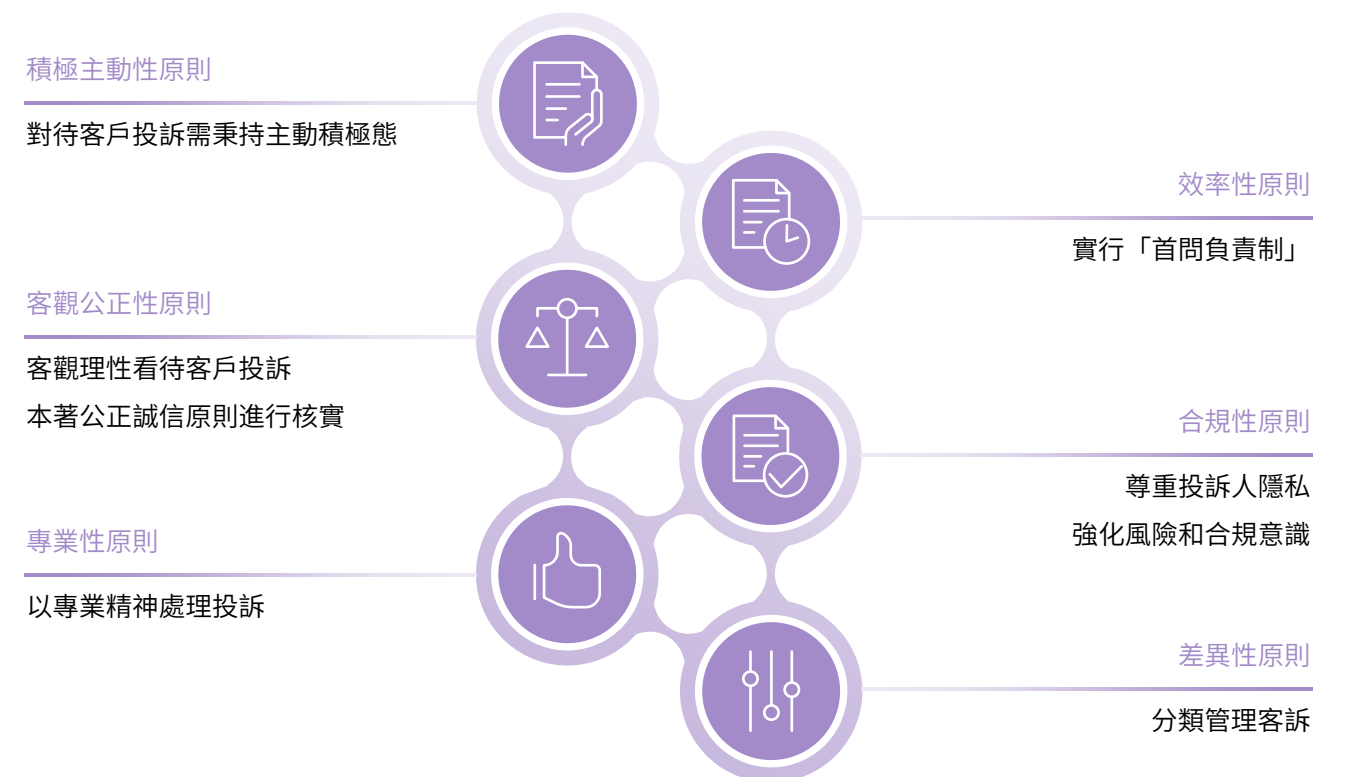


本年度
集團召開基金合夥人會議共計約

30次

投訴處理

本集團持續深化基金投資者關係管理，著力構建和諧穩定的投資者關係。本集團制定並落實《投資者投訴處理機制》，規範投訴處理流程，提升相關投訴的快速反饋和應急處理能力，並不定期對基金投資者進行回訪和跟蹤，以加強與投資者的溝通。此外，本集團面向全體員工開展投訴處理制度的宣貫和培訓，通過案例分析、類比演練等方式，提升員工對投訴處理工作的認識和實際操作能力。本年度，集團未接獲有關投資服務的正式投訴。

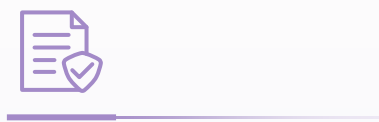


信息安全與隱私保護

本集團高度重視客戶隱私與數據安全保障，嚴格遵循《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等相關法律法規，制定並落實《密碼管理制度》《計算機機房進出管理及維護》《數據及系統備份制度》等內部制度，組建專業的信息安全團隊，切實保障客戶隱私數據的安全性與完整性，避免個人信息洩露。2024年，本集團未發生重大信息安全和客戶隱私洩露事件。

在信息安全方面，本集團構建數據及系統的雙機備份機制，嚴格落實機房進出管理規章制度，要求只有獲得授權的信息技術崗位人員才有資格進入機房，並持續開展下列措施以保障信息安全：

- 每日定時對文件展開備份操作
- 每月會將所有信息數據完整備份至外部存儲介質，之後妥為保管，且備份資料至少保留6個月
- 系統管理員每半年開展一次備份測試工作
- 對機房設備工作狀態進行檢查，確保機房設備穩健運行
- 積極進行防詐騙信息安全宣貫和信息安全培訓，有效提升全體員工防詐意識及識騙能力，築牢集團信息安全防線



2024年
本集團 **未發生** 重大信息安全和客戶隱私洩露事件

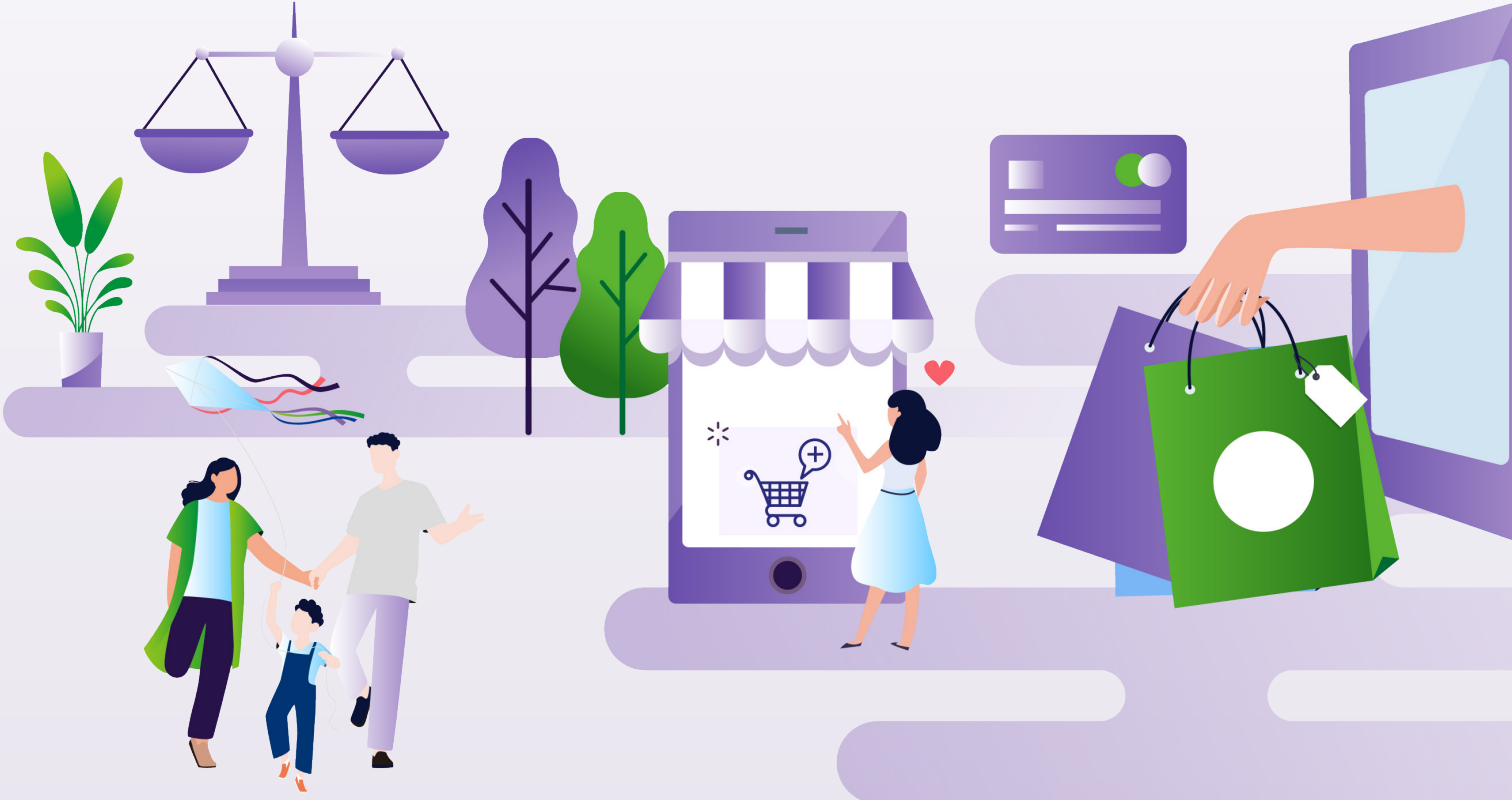


在客戶隱私保護方面，本集團秉持「數據採集最小化原則」收取客戶信息和數據，在資料錄入時剔除身份證、家庭住址等敏感信息，避免過度收集和存儲非必要個人信息；在機密信息轉移和儲存過程中予以加密，確保基金投資者的個人資料等敏感信息以及本集團知識產權和商業秘密的安全性、機密性和隱私性。

負責任營銷

本集團嚴格遵循《證券投資基金法》《私募投資基金監督管理暫行辦法》《私募投資基金募集行為管理辦法》等法律法規，制定《私募基金宣傳推介及募集行為管理制度》，旨在規範私募基金募集行為，保護投資者及相關當事人的合法權益，確保募集活動合法、合規、透明。

本集團在向基金投資者提供多元化投資產品及方案之前，會依據投資者的風險承受能力，嚴謹地開展合格投資者適當性評估工作。在此過程中，結合中國證券基金業協會的相關要求，本集團會從投資者的身份信息、財務狀況、投資知識儲備、過往投資經驗以及風險偏好等多個維度，對有意向的投資者履行特定對象調查程序，要求其認真完成投資者風險分析問卷，並依照嚴謹評分制度，採用科學、穩健的計分方式對答案進行打分。基於問卷結果，本集團能夠準確區分投資者不同的風險承受能力，審慎地確認意向投資者與投資產品之間的風險匹配程度，並切實履行風險警示和告知義務，從而保障投資行為的理性與安全，避免因風險錯配而帶來潛在的財務風險。



厚植優才

激團隊奮進潛能

- 截止2024年末，集團女性員工佔比達**56%**，VP以上女性員工佔比達**38%**
- 員工培訓覆蓋率達**100%**
- 勞動糾紛、員工職業健康及安全相關事件「**零**」發生
- 整體員工滿意度**95%**以上



本章節回應的SDGs:

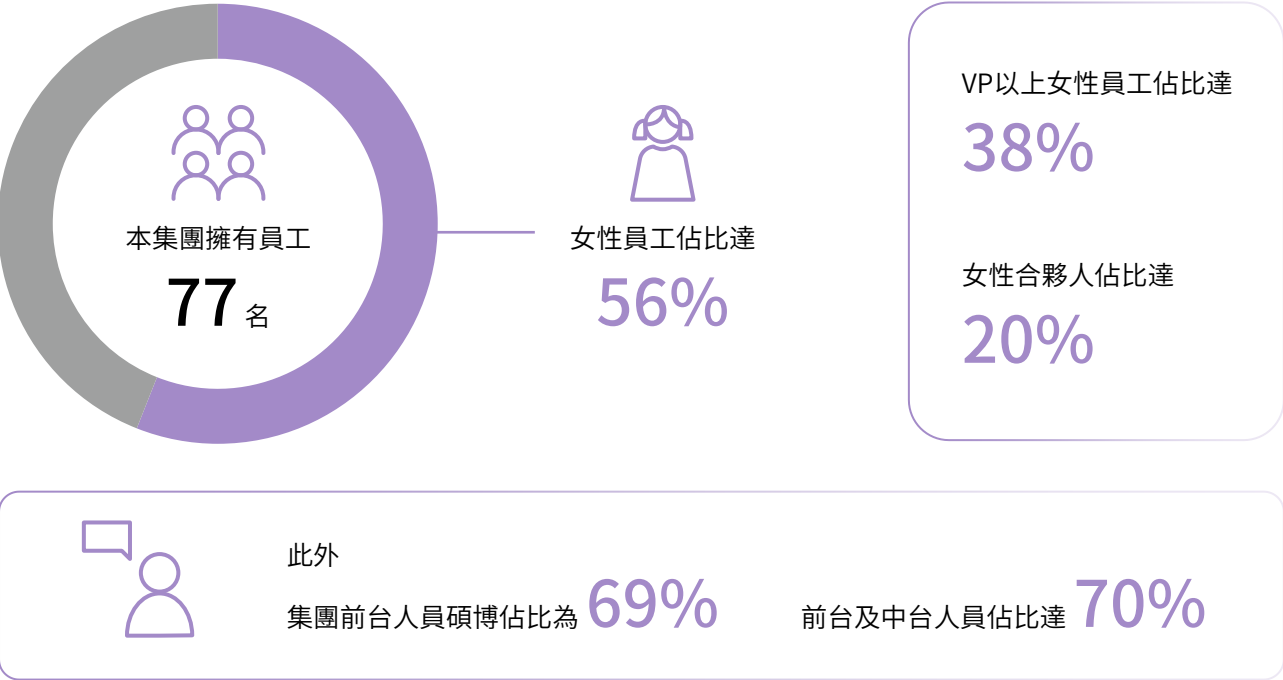


平等及多元化

本集團堅持「以人為本」理念，以廣泛吸引優秀人才為宗旨，竭力營造公平、包容的職場文化。在人力資源制度管理體系建設方面，集團嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，制定並落實《招聘管理及離職管理辦法》《勞動合同管理辦法》等內部規章制度，建立清晰、透明的招聘管理流程，明確規定候選人篩選流程及綜合能力評估標準，並杜絕任何形式的用人歧視，打造多元、平等的工作環境。

集團始終堅持公平、公正、公開的原則，在人才招聘和晉升環節，以崗位所需的專業能力作為選拔標準，確保每位具備相應能力的員工都能享有公平競爭的機會。在薪酬和激勵設置方面，堅定實行同工同酬政策，嚴守公平正義的底線，絕不將員工的種族、國籍、民族、性別、年齡、婚姻狀況、宗教信仰或身體殘疾等與工作無關的因素納入員工招聘、晉升、薪酬確定、培訓機會分配等決策考慮。

截至2024年末



權益與溝通

本集團高度重視員工權益保障工作，切實維護員工合法權益。在僱傭環節，集團對童工僱傭、強制勞動等非法僱傭行徑秉持堅決零容忍態度，並於招聘進程中，對候選人背景展開全面且嚴格的核查，以此確保招聘源頭的合法性與規範性。2024年，集團未發生任何涉及童工或強制勞工的違法事件。

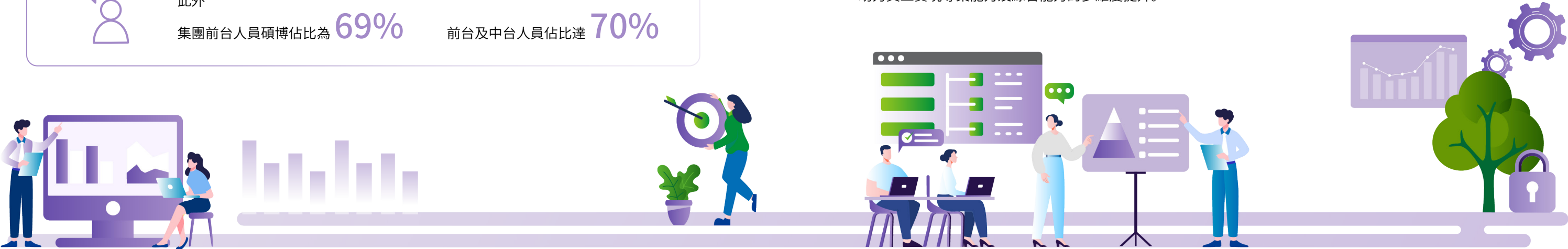
集團與每位員工簽訂勞動合同，每月按時發放員工薪資、足額繳納五險一金並代扣代繳個稅，切實保障員工的職場權益。此外，集團努力建立平等、完善、民主的內部溝通渠道，制定《內部舉報管理制度》以指導員工及時舉報集團運營缺陷或違規違法行為，為員工保障自身權益提供發聲渠道。員工可通過信件、電子郵件、即時通訊工具、面談、電話等方式向集團內部舉報管理領導小組辦公室舉報相關情況，並嚴格保護舉報人隱私；如舉報事宜涉及集團董事、高管或內控部門，員工也可選擇直接向集團董事長舉報，切實維護自身權益，保障集團長久穩定發展。2024年，本集團未發生勞動糾紛事件。

此外，每年年末，各部門負責人會就年度工作表現及績效與員工展開深入溝通交流，讓員工能夠更直接地獲得績效反饋。集團亦定期開展員工滿意度調查，旨在全面洞悉員工需求，並及時予以回應。2024年，集團整體員工滿意度高達95%以上。

發展與培訓

本集團秉持「業績牽引、公平公正、分類考核、科學合理」的績效管理原則，制定並落實《績效考核管理辦法》《薪酬激勵體系管理辦法》等制度，在保障員工基本權益的基礎上建設公平、科學、有競爭力的薪酬激勵機制，鼓勵員工與本集團共同創造更多價值，實現雙向共贏。

同時，本集團聚焦自身業務發展及員工職業成長需求，持續完善內部員工培訓體系，為員工提供多樣化的能力提升資源，以人才培訓帶動集團業務健康增長及長期戰略的落地實現。本集團通過線上視頻、線下授課等多重渠道，面向員工開展新員工入職培訓、專業培訓及策略分享等，積極支持員工參加並通過監管要求的從業資格考試（如證券從業資格考試、基金從業資格考試等）或具備專業權威性的專業資格考試（如CFA、FRM等），助力員工實現專業能力及綜合能力的多維度提升。



培訓類別及內容



入職培訓

幫助員工深入了解企業文化、管理制度、組織架構等內容，助力新員工適應融入。



專業培訓

提供包括基金從業等專業培訓，夯實員工專業知識基礎，提升員工行業洞察力。



策略分享

在集團及部門召開的投資策略會議中，通過員工分享行業洞察及見解，進行全員學習，實現員工內部的良性交流與成長。



ESG培訓

為員工提供ESG專題培訓，強化對ESG理念及負責任投資認知，學習國內外優秀同行實踐經驗。

重點培訓

2024年11至12月，本集團組織員工參加基金從業資格遠程培訓。此次培訓共有34名員工參與，每人累計完成15個學時的課程學習。培訓內容全面且深入，有效提升了員工的專業技能，強化了職業道德意識。

本年度，本集團聚焦ESG理念與實踐開展專題培訓，吸引了共計35名員工踴躍參與，培訓歷時3小時。通過此次培訓，參訓人員的ESG認知度大幅提升，增幅高達90%。培訓期間，各參訓者積極投入，共形成15份部門級ESG行動方案，同時廣泛收集到37條寶貴的改善建議。這些成果不僅反映了員工對ESG理解的深化，更為本集團未來在ESG領域的持續推進與發展奠定了堅實基礎。



培訓現場

健康與關懷

本集團高度重視員工職業健康，實施了一系列健康保護措施，每年組織全體員工健康體檢，配備符合人體工學設計的辦公椅，營造安全、健康、舒適的工作環境；在安全保障方面，集團定期開展消防安全知識培訓與應急演練，聯合物業管理和消防部門定期檢查消防設施，同時張貼消防安全警示標識，提升員工消防安全意識，降低工作場所安全風險。2024年，集團員工體檢覆蓋率達100%，投入健康與安全金額人均超3,000元，未發生職業健康及安全相關的違規事件。

同時，本集團關心關愛每一位員工，為員工提供豐富福利與貼心關懷，並開展多樣化的員工活動，持續增進員工的歸屬感與幸福感。除依法為員工繳納「五險一金」並提供帶薪孕產假、哺乳假、陪產假、育兒假外，集團還額外提供生日蛋糕費、健身服裝津貼、喪葬慰問金、團隊建設經費以及人才房福利申請等多樣化福利。此外，集團定期舉辦各類節日主題活動和文化體育活動，成立籃球、羽毛球等內部興趣小組，讓員工在緊張工作之餘放鬆身心、陶冶情操，提升員工幸福感。



三八婦女節員工活動

低碳同行

護綠色生態家園

- 2024年度能源消耗密度同比下降**6%**；溫室氣體排放量（範圍二）同比下降**8%**
- 積極開展節能環保宣貫，員工環保意識進一步增強



本章節回應的SDGs:



綠色辦公

本集團將綠色低碳環保理念融入日常經營管理，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《固體廢棄物污染環境防治法》等法律法規，制定並落實《行政管理制度》《員工職業行為守則》等制度，積極推進綠色辦公運營，不斷增強應對氣候變化能力，旨在與各界共同構建一個更加可持續的未來，實現經濟效益與環境效益的雙贏。

為持續提升環境管理效益，本集團基於國家發展規劃與營運實際確立能源及環境管理、水資源管理²、廢棄物管理³等目標，並通過加強水資源管理、節約能耗、垃圾分類、資源回收利用等實際行動，努力推動綠色發展目標儘早達成。集團制定的綠色相關目標及本年度進展如下：

能源及溫室氣體排放



目標設定

- 持續推進綠色環保的運營方式，提升能源使用效率，減少溫室氣體排放。



主要舉措

- 倡導員工選擇步行或公共交通方式，綠色出行；
- 鼓勵員工開展線上會議，減少不必要差旅；
- 在辦公區域安裝統一的LED燈具，張貼節電環保標識，要求員工在會議室、培訓室等公共區域電燈堅持隨開隨關；
- 制定《值班工作日曆》，安排員工負責每日下班後對辦公區域的空調、燈光等電器設施及水龍頭進行關閉檢查，確保無人時設備得到妥善關閉；制定值班人員巡檢表，並對值班異常及耗能異常事件及時追溯原因並整改；
- 推行綠色用品行為，鼓勵、提倡選用可重複使用的辦公文具；電子辦公設備均選用有節能認證標識的產品，故障維護採用維修或更換零件方式，減少物資新購頻率。



年度進展

- 2024年度能源消耗密度相較於2023年度下降6%；
- 2024年度溫室氣體排放量（範圍二）較於2023年度下降8%。

水資源管理



目標設定

- 合理利用水資源，用水效益逐步提升。



主要舉措

- 設置節水龍頭，加強日常維護管理，減少水資源的浪費；
- 通過張貼環保標識等方式，提升員工和保潔人員節水意識。
- 在深圳辦公室天台花園安裝節能自動噴淋系統，該系統根據即時天氣狀況和雨水收集情況自動調節噴淋用水量，有效控制水資源使用。



年度進展

- 2024年度積極開展節水宣貫，員工節水意識進一步增強。

2. 本集團用水主要來自於市政供水，在求取適用水源上不存在任何問題。

3. 本集團廢棄物主要為公務車使用產出的廢氣、辦公垃圾以及少量的廢舊電子設備，不涉及向水源、土地進行廢棄和污染物直接排放。



廢棄物管理



目標設定

- 辦公垃圾廢棄物密度逐年下降，探索物料循環利用可能。



主要舉措

- 要求員工進行垃圾分類，並由保潔人員將分類的垃圾打包運送至集中處理點，再由第三方公司統一處理；
- 提倡垃圾回收利用，將辦公垃圾中有回收價值的電器類分離並單獨存放，對有利用價值的進行內部再回收利用，其他統一交由廢品回收機構綜合利用；
- 按照規定將有害垃圾送至社區集中收集點由專業人員處理，對於廢棄的墨水匣、硒鼓以及已無法重複利用的儀器設備，安排相關人員進行統一收集，定期交由供應商處理；
- 嚴格落實「綠色打印」政策，提倡打印紙張重複利用，將日常不涉及機密的單面紙質文件回收作二次紙使用；
- 推行無紙化辦公，將傳統的紙質審批轉換為線上審批。
- 此外，在辦公場地園藝維護方面，本集團堅持採用環保方法，避免使用化學藥劑，選擇天然肥料和有機植物保護產品，在保證植物健康成長的同時降低對環境負面影響。在員工環保意識培養方面，本集團持續開展綠色低碳宣貫及培訓，提升全員環保意識，共同打造節能高效、環境友好的辦公環境。



年度進展

- 2024年度辦公用紙廢物產生量相較於2023年度下降76%。

應對氣候變化

隨著全球氣候變暖加劇，各地極端天氣頻發，氣候變化已成為全人類亟須解決的共性問題。本年度，集團繼續參照氣候相關財務信息披露框架，從治理、戰略、風險管理、指標和目標共四大支柱出發，完善氣候變化相關信息披露，並積極採取多項舉措推進氣候變化應對工作，持續完善應對氣候變化風險的韌性及抵禦力，旨在減緩氣候變化對業務運營帶來的影響，把握氣候變化創造的機遇。

治理

本集團積極構建氣候相關治理架構，董事會負責集團整體可持續發展策略和報告的管理，並通過執行委員會作為ESG日常工作機構，全面監督和指導包括應對氣候變化在內的ESG工作，積極識別和評估氣候變化帶來的風險與機遇，並據此制定針對性的氣候相關戰略，明確氣候應對目標，持續推動氣候相關工作順例落地；各事業部、職能部門承擔氣候風險和機遇應對的執行、檢討與優化工作，確保氣候工作目標順利達成。

同時，本集團將持續強化相關人員ESG（含應對氣候變化）能力建設，並探索制定相應考核激勵機制，努力提升全員對氣候變化應對的能力與意識，進而增強集團整體氣候韌性與可持續發展能力。

戰略

本集團結合自身情況與私募基金業務行業特點，持續識別短期（1-3年）、中期（3-5年）和長期（5年以上）不同時間維度的環境、氣候因素可能對業務產生的潛在風險和機遇，分析並制定應對措施，應對氣候變化帶來的挑戰，並抓住由此產生的發展機遇。

已識別的氣候變化風險		潛在財務影響	時間維度	應對策略	
實體風險	急性風險	• 颱風 • 暴雨 • 高溫 • 洪澇 • 暴雪 • 沙塵暴	• 運營成本增加 • 固定資產減值 • 投資標的價值下降	短期	逐步將關鍵業務運營和數據服務遷移至雲平台，減少對物理機房的依賴，提高業務連續性；提高關鍵設施的防災能力，包括但不限於防洪、耐熱等。
	慢性風險	• 海平面上升 • 氣溫升高 • 水供應減少 • 生物多樣性喪失	• 固定資產折舊加快 • 運營管理成本增加 • 員工健康支出增加 • 投資標的價值下降	中長期	定期執行備份程序測試，保證備份介質被正確標記和保存，確保數據有效性並對檢查結果記錄備案。 實施靈活的工作安排和遠程工作政策，以應對可能的辦公環境變化。 更多應對策略詳見本報告「綠色辦公」小節。
轉型風險	市場風險	• 投資者觀念和市場偏好轉變	• 基金募集成本增加 • 營業收入減少	中長期	優化投資組合，逐步建立和完善ESG投資體系，增加對環保和可持續項目的投資比重，不斷提升投後管理水平。
	技術風險	• 綠色科技革新，傳統行業加速淘汰	• 運營成本上升 • 投資標的價值下降	中長期	
	政策及法律風險	• 碳排放管理趨嚴，碳交易範圍擴大 • 環保政策趨嚴	• 環保投入增加 • 合規成本上升 • 投資標的價值下降	中長期	持續關注國家應對氣候變化相關的法規和制度變動，並積極推進節能降耗措施，以有效降低溫室氣體排放。
	聲譽風險	• 市場競爭力 • 客戶認可度	• 負面報導導致聲譽損害 • 營業收入減少	中長期	加強品牌建設，積極承擔環境責任，充分披露在綠色環保和應對氣候變化方面的措施與成果，在公眾和業界中樹立積極、負責的企業形象。

機遇類型	機遇描述	潛在財務影響	時間維度	應對策略
市場機遇	碳中和、綠色金融等相關政策的出台對私募基金行業投資具有引導作用，有利於開拓新的投資賽道，增加相關業務的收益	• 投資標的價值提升	中長期	不斷完善投資策略，優化投資流程，持續投資具備綠色、可持續理念企業和項目，更多信息請見本報告「篤行善投，塑行業責任典範」章節。
產品與服務	投資者對氣候、綠色領域項目的資產配置需求不斷增加，綠色投資業務回報持續提升	• 營業收入增加	中期	
資源效率	持續推進綠色運營理念，購買和使用清潔能源，提高資源及能源使用效率，降低運營成本	• 運營成本降低 • 固定資產價值提升	中長期	推行綠色辦公、節能減排理念，提升員工環保意識。

風險管理

本集團致力於將氣候風險在內的ESG因素納入投前、投中、投後各環節及全面風險管理體系，確保集團能夠前瞻性地、主動地應對氣候變化帶來的各種挑戰。基於對上述風險的深入識別與分析，本集團積極制定並落實一系列應對氣候變化的策略和措施，並由執行委員會負責監督和推進相關工作進展。本集團將密切留意環境政策變化，積極響應國家號召，加強環境管理，以此不斷完善氣候變化風險管理工作。

指標和目標

本集團已制定、能源及溫室氣體排放、水資源及廢棄物管理等綠色相關目標，明確具體實施措施，並充分考慮上述目標與應對氣候變化風險的關聯性。同時，集團持續披露範圍一和範圍二溫室氣體排放數據，並逐步探索範圍三排放披露工作，特別是投資活動的碳排放情況，努力提升氣候相關指標和目標的透明度。

深耕合作

聚行業協同效能

- 積極將綠色環保理念納入採購管理，優先選擇綠色產品和ESG表現優異的供應商
- 積極參加行業交流活動超十余場，分享自身經驗，助力行業蓬勃發展



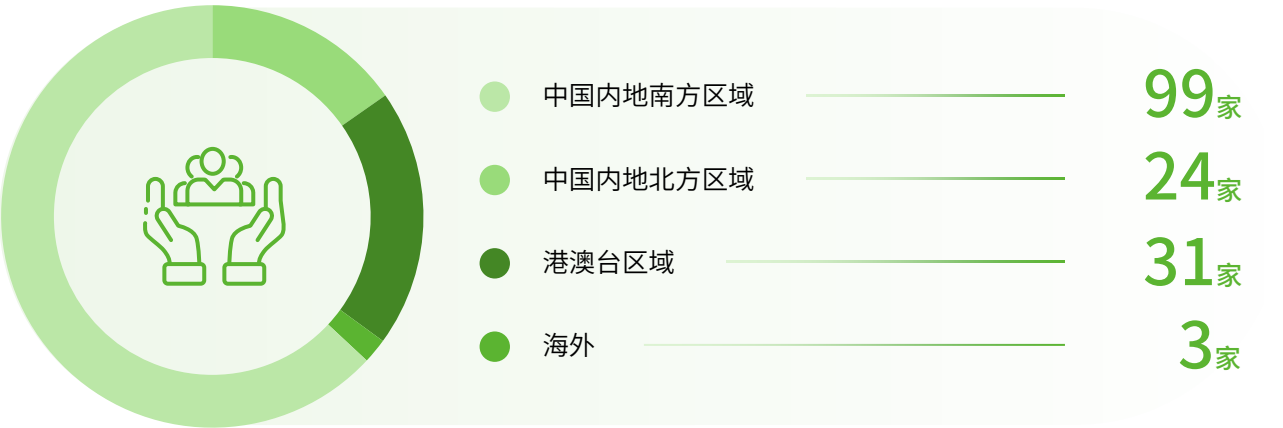
本章節回應的SDGs:



規範採購管理

本集團遵守《中華人民共和國招投標法》《中華人民共和國政府採購法》等法律法規，在《行政管理制度》中明確採購管理要求，致力打造公開透明的陽光採購環境。本集團因業務特性，不涉及大規模物料及服務採購，但仍然持續加強日常採購管理工作，並將ESG環境、社會及管治因素逐步融入採購和供應商管理過程中。在選擇採購物品時，集團積極選用無毒、無害並獲得環保標誌認證的品牌產品，這些產品在使用過程中不會對環境造成污染，並且在廢棄後能夠自然分解。在挑選辦公環境維護、各類會議活動等服務的供應商時，集團會評估其在能源效率、廢棄物回收處理以及推動無紙化辦公等方面的表現，並在同等條件下優先選擇在可持續發展管理方面表現更為優異的供應商，以積極實踐可持續發展的採購原則。此外，集團關注供應商內部合規、數據和信息安全、知識產權保護等方面的表現，努力保障集團和客戶的權益。

2024年，本集團按區域劃分的供應商情況如下：



保護知識產權

本集團遵守《中華人民共和國著作權法》《中華人民共和國商標法》和《中華人民共和國專利法》等知識產權相關法律法規，規範知識產權管理，通過及時申請知識產權防範對集團知識產權的侵權行為，保護集團無形資產。同時，本集團充分尊重外部知識產權成果，嚴令禁止員工侵犯知識產權的行為；與第三方開展合作時，在合同中明確知識產權保護相關要求，嚴禁其在合作中有涉及侵犯外部知識產權的情況發生。

助力行業發展

本集團在聚焦自身業務穩健前行、深度踐行可持續發展理念過程中時，積極主動融入行業交流生態，以開放的姿態與業內同行分享經驗、交流心得，共同探索行業發展的新趨勢、新方向，致力於為推動基金行業的蓬勃發展貢獻自身的智慧與力量，攜手同行共築行業發展的美好未來。



與「日本消費研究第一人」三浦展進行現場交流，探討日本消費時代的變遷及背後的发展動因，共話中國未來社會發展趨勢



參與2024雲南股權投資大會，與雲南金控集團簽署《合作協議》，助力構建服務雲南省產業高質量發展為核心的基金投資生態圈



攜手紫燕食品擬共同設立食品股權投資基金，共同發掘並培育更多具有發展潛力的食品品牌，持續推動行業創新和綠色發展



參與投中信息和投中網主辦的「第18屆中國投資年會·年度峰會」，並就《新時代VC/PE的立身之本與方法論迭代》進行探討



與海南自貿港聯合舉辦聚焦「微生態產業未來發展」沙龍活動，就如何建立國際領先的微生態產業基礎設施、發展菌群產業集群等內容進行討論



參與深圳市創業投資同業工會主辦的「私募股權基金項目退出清算及資產處置實務研討會」，就行業關鍵問題進行探討和最新動態分享

躬行善舉

傳社會公益溫情

- 積極參與綠色環保、教育、慈善等公益活動，年內公益相關投入為46小時
- 參與深圳市愛閱公益基金會舉辦的各類公益活動，努力推動社會文化教育事業進步



本章節回應的SDGs:

4 優質教育

11 可持續城市及社區

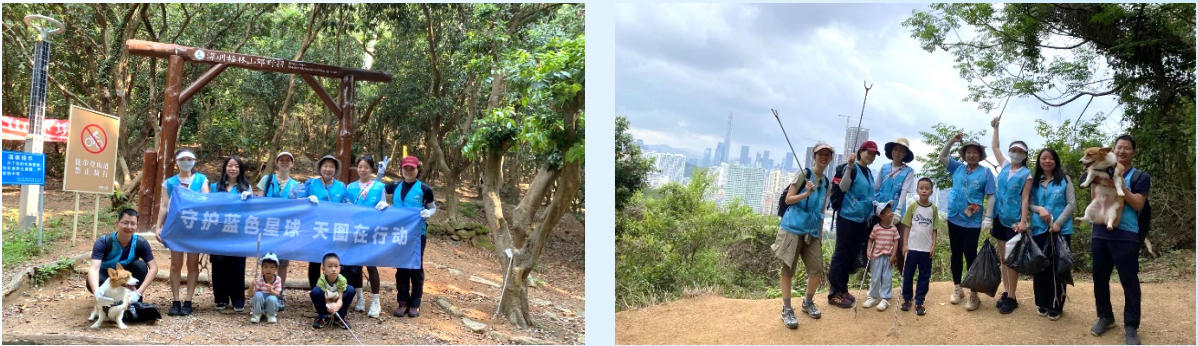
15 陸地生物

社會公益

本集團堅持「善行天下」，將公益基因深植企業成長脈絡，我們以員工志願行動為基點，攜手各界夥伴構建公益生態圈，通過社區共建、生態保護等多元實踐，推動社會責任與業務發展同頻共振；在清潔家園、綠色倡導等具體行動中凝聚向善合力，以金融溫度助力可持續發展，與社會共享價值成長，同心共築美好未來。

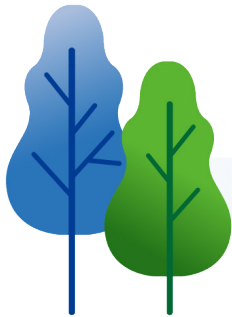
「守護藍色星球 天圖在行動」綠色環保活動

4月，集團積極組織員工奔赴梅林山郊野公園，開展淨化山林行動，助力無痕山野，復原綠色生機。活動當日，員工們身著統一服裝，手持專業清潔工具，行至山林各處，細緻清理隱藏在草叢中的塑膠瓶、包裝袋和遺落在小徑旁的垃圾。此次活動在淨化山林的同時，進一步提升員工環保意識，並激發更多人關注環境保護，切實展現了集團作為企業公民的可持續發展責任擔當。



綠色環保活動現場

此外，本集團持續與各類校友會、基金會等公益組織合作，開展慈善捐贈、協助舉辦校友活動、幫助困難校友家庭等舉措，從每一個點滴做起，助力社會和諧發展。



愛閱公益基金會

深圳市愛閱公益基金會（以下簡稱「基金會」）由本集團前身公司天圖創業投資有限公司發起成立並長期作為最大捐贈人。多年來，本集團積極參與基金會舉辦的全國兒童早期閱讀發展與教育峰會、閱讀馬拉松、「閱未來」城中村兒童閱讀支持項目等各類公益活動，在激發孩子們對閱讀產生濃厚興趣，培養良好閱讀習慣並豐富精神世界的同時，激勵更多企業投身於推動社會文化教育事業進步的行列，共同為構建一個知識豐富、文化繁榮的社會添磚加瓦。

本集團員工亦積極參與基金會組織的相關活動，以身作則為兒童閱讀貢獻自身力量。集團18位員工參與基金會發起的「月捐人」計劃，旨在透過定期捐贈來提升兒童的閱讀質量。



附錄一： 關鍵績效索引表

主要範疇A. 環境

序號	關鍵績效指標	單位	2024年
A1.1	氮氧化物排放量	千克	1.31
	硫氧化物排放量	千克	0.02
	顆粒物排放量	千克	0.10
A1.2	溫室氣體總排放量	噸二氧化碳當量	131.67
	溫室氣體排放密度（溫室氣體總排放量/辦公面積）	噸二氧化碳當量/千平方米	43.89
	直接溫室氣體排放量（範圍一）	噸二氧化碳當量	35.43
	間接溫室氣體排放量（範圍二）	噸二氧化碳當量	96.23
A1.3	有害廢棄物總產生量	千克	17.50
	廢棄電池重量	千克	2.00
	廢硒鼓墨水匣產生量	千克	6.00
A1.4	無害廢棄物產生量	千克	860.20
	辦公用紙廢物重量	千克	101.20
	一般辦公室廢物重量	千克	759.00
	能源總耗量	千個千瓦時	193.02
A2.1	能源密度（能源總耗量/辦公面積）	千個千瓦時/千平方米	64.34
	不可再生燃料（直接）耗量	千個千瓦時	13.68
	汽油總耗量	千個千瓦時	13.68

序號	關鍵績效指標	單位	2024年
A2.1	購買能源（間接）耗量	千個千瓦時	179.34
	電力耗量	千個千瓦時	179.34
A2.2	總耗水量	立方米	3,780.00
	耗水密度（總耗水量/辦公面積）	立方米/平方米	1.26

環境關鍵績效指標說明：

- 環境關鍵績效指標披露時間範圍覆蓋2024年1月1日至2024年12月31日。
- 環境關鍵績效指標披露實體範圍覆蓋本集團辦公區域、公務車輛。
- 排放係數來源：①計算排放物時，主要參考聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》；②計算溫室氣體排放量時，天然氣排放係數、固定源汽油、熱力排放係數參考國家發展和改革委員會發佈的《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法和報告指南》，外購電力的溫室氣體排放係數參考中國生態環境部發佈的最新全國電網平均排放因數，其他能源的排放係數參考聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》；③各類能源能耗熱值換算係數參考國家發展和改革委員會發佈的《公共建築運營企業溫室氣體排放核算方法和報告指南》。
- 2024年度溫室氣體排放量（範圍一）來自於汽車汽油及汽車柴油直接燃燒排放；溫室氣體排放量（範圍二）來自於外購電力產生的溫室氣體間接排放。
- 有害廢棄物為廢棄電池及廢棄墨水匣/硒鼓。
- 無害廢棄物為行政辦公產生的辦公垃圾。
- 2024年度因本集團深圳辦公室自有中央空調補充製冷劑，直接溫室氣體排放（範圍一）較往年有所增加。
- 溫室氣體排放密度、能耗密度、耗水密度以2024年度本集團深圳辦公面積為分母計算。

主要範疇B. 社會

B1 僱傭

B1.1按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的員工總數		人數（單位：人）
員工總數	合計	77
	男	34
按性別劃分	女	43
按僱傭類型劃分	全職	77
	高級管理層	5
按員工職級劃分	中級管理層	19
	普通員工	53
按年齡組別劃分	30歲以下	8
	30歲至50歲	56
	50歲以上	13
按地區劃分	中國內地	68
	中國香港	9
B1.2 按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失比率		員工流失比率
員工總流失比率		14.44%
按性別劃分	男	15.00%
	女	14.00%
按年齡組別劃分	30歲以下	20.00%
	30歲至50歲	12.50%
	50歲及以上	18.75%
按地區劃分	中國內地	17.65%
	中國香港	33.33%

B2 健康與安全

B2.1過去三年因工亡故的人數及比率	因工傷造成的死亡人數（單位：人）	因工傷造成的死亡比率
2024年	0	0
2023年	0	0
2022年	0	0
B2.2 因工傷損失的工作日數		2024年因工傷損失的工作日數（單位：天）
		0

B3 發展及培訓

B3.1 按性別及僱傭類別劃分的受訓員工百分比		受訓員工百分比	受訓員工人數（單位：人）
受訓員工	合計	100%	77
	男	100%	34
按性別劃分	女	100%	43
	高級管理層	100%	5
按員工職級劃分	中級管理層	100%	19
	普通員工	100%	53
B3.2 按性別及僱傭類別劃分，每名員工完成受訓的平均時數		平均受訓時數（單位：小時/人）	受訓時數（單位：小時）
員工平均受訓時數	合計	13.21	1,017
	男	14.38	489
按性別劃分	女	12.28	528
	高級管理層	18	90
按員工職級劃分	中級管理層	17.84	339
	普通員工	11.09	588

B5 供應鏈管理

B5.1按地區劃分的供應商數目	供應商數量（單位：家）	佔總數量比例
南方區域	99	63.06%
北方區域	24	15.29%
港澳台區域	31	19.75%
海外	3	1.90%

B6 產品責任

B6.1 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比		本集團業務不適用
B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目及應對方法	接獲關於投資者發起的正式投訴數目（單位：起）	客戶投訴解決率（%）
0	0	-

社會關鍵績效指標說明：

1. 除特別說明，社會範疇關鍵績效指標涵蓋本集團2024年內納入上市範圍的全部實體。
2. 除特別說明，社會範疇關鍵績效指標所用準則、計算方法、假設及/或計算工具均遵循香港聯交所2020年3月發佈之《如何編制環境、社會及管治報告》之《附錄三：社會關鍵績效指標匯報指引》。
3. 報告期間，本集團員工均為全職員工。
4. 報告期間，本集團員工職級劃分定義如下：高級管理層、中級管理層及普通員工。
5. 報告期間，本集團員工於中國內地及中國香港辦公。

附錄二：政策及適用法律法規列表

ESG指標	遵守法規及規例	內部製度
A1排放物	《中華人民共和國環境保護法》	《行政管理制度》 《員工職業行為指引》
	《中華人民共和國噪聲污染防治法》	
	《中華人民共和國大氣污染防治法》	
	《中華人民共和國水污染防治法》	
	《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》	
A2資源使用	《國家危險廢物名錄》	《行政管理制度》 《員工職業行為指引》
	《危險廢物管理計劃和管理台賬制定技術導則》	
	《中華人民共和國循環經濟促進法》	
	《中華人民共和國節約能源法》	
A3環境及天然資源	《中華人民共和國環境保護法》	《行政管理制度》 《員工職業行為指引》
	《中華人民共和國大氣污染防治法》	
	《中華人民共和國節約能源法》	
A4氣候變化	《中華人民共和國環境保護法》	《行政管理制度》 《員工職業行為指引》
	《中華人民共和國節約能源法》	
B1僱傭	《中華人民共和國勞動法》	《勞動合同管理辦法》 《考勤與休假管理辦法》 《招聘管理及離職管理制度》
	《中華人民共和國勞動合同法》	
	《中華人民共和國就業促進法》	
	《中華人民共和國社會保險法》	
	《最低工資規定》	
B2健康與安全	《中華人民共和國殘疾人保障法》	《行政管理制度》
	《中華人民共和國勞動法》	
	《中華人民共和國職業病防治法》	
	《中華人民共和國安全生產法》	
	《中華人民共和國消防法》	
	《危險化學品安全管理條例》	

ESG指標	遵守法規及規例	內部製度
B2健康與安全	《中華人民共和國突發事件應對法》	
	《安全生產事故隱患排查治理暫行規定》	
	《工傷保險條例》	
	《工作場所職業衛生管理規定》	
B3發展與培訓	《職業病分類和目錄》	
		《招聘管理及離職管理制度》
	《私募投資基金監督管理條例》	《薪酬激勵體系管理辦法》
B4勞工準則	《禁止使用童工規定》	
	《中華人民共和國勞動法》	
	《中華人民共和國勞動合同法》	《員工職業行為指引》
	《全國年節及紀念日放假辦法》	《勞動合同管理辦法》
	《企業職工帶薪年休假實施辦法》	
B5供應鏈管理	《企業職工患病或非因工負傷醫療期規定》	
	《中華人民共和國招標投標法》	
	《中華人民共和國民法典》	《行政管理制度》
		《投資管理制度》
B6產品責任	《中華人民共和國著作權法》	《風險管理制度》
	《中華人民共和國證券投資基金法》	《投後管理制度》
	《私募投資基金監督管理暫行辦法》	《融資管理制度》
	《私募投資基金監督管理條例》	《檔案和信息管理制度》
	《關於加強私募投資基金監管的若干規定》	《費用管理辦法》
	《證券投資基金運作指引》	《全面風險管理制度》
		《投資者投訴處理機制》
B7反貪腐	《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》	
	《中華人民共和國反洗錢法》	《反舞弊、反洗黑錢、反賄賂及反腐敗制度》
	《中華人民共和國反不正當競爭法》	
	《中華人民共和國反壟斷法》	
B8社區投資		《行政管理制度》
	《中華人民共和國慈善法》	《員工職業行為指引》

附錄三：《ESG報告守則》內容索引

ESG指標		披露情況	對應章節
A1 一般披露	有關廢體及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等之政策及遵守發行人有重大影響的相關法律及規例的數據。	已披露	綠色辦公
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	已披露	主要範疇A. 環境
A1.2	直接（範圍一）及能源間接（範圍二）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	已披露	主要範疇A. 環境
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	已披露	主要範疇A. 環境
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	已披露	主要範疇A. 環境
A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色辦公
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色辦公
A2 一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	已披露	綠色辦公
A2.1	按類型劃分的直接及間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	已披露	主要範疇A. 環境
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	已披露	主要範疇A. 環境
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色辦公
A2.4	描述求取適用水源可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色辦公
A2.5	制成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	不適用，本集團運營不涉及包裝	
A3 一般披露	降低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	已披露	綠色辦公
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大資源影響及已採取管理有關影響的行動。	已披露	綠色辦公

ESG指標		披露情況	對應章節
A4 一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	已披露	應對氣候變化
A4.1	描述已影響及可能對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	已披露	應對氣候變化
B1 一般披露	有關薪酬及解雇、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	平等及多元化 權益與溝通 發展與培訓 健康與關懷
B1.1	按性別、僱用類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱工總數。	已披露	平等及多元化 主要範疇B. 社會
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱工流失比率。	已披露	主要範疇B. 社會
B2 一般披露	有關提供安全工作環境以及保障僱工避免職業性危害的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	健康與關懷
B2.1	過去三年（包括匯報年度）因工亡故的人數及比率。	已披露	主要範疇B. 社會
B2.2	因工傷損失工作日數。	已披露	主要範疇B. 社會
B2.3	描述所採用的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	已披露	健康與關懷
B3 一般披露	有關提升僱工履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	已披露	發展與培訓
B3.1	按性別及僱工類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱工百分比。	已披露	主要範疇B. 社會
B3.2	按性別及僱工類別劃分，每名僱工完成受訓的平均時數。	已披露	主要範疇B. 社會
B4 一般披露	有關防止童工或強制勞工的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	權益與溝通
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	已披露	權益與溝通
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	已披露	權益與溝通
B5 一般披露	管理供應鏈鏈環境及社會風險政策。	已披露	規範採購管理
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	已披露	規範採購管理 主要範疇B. 社會

ESG指標		披露情況	對應章節
B5.2	描述有關聘請供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	已披露	規範採購管理
B5.3	描述有關識別供應鏈鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	已披露	規範採購管理
B5.4	描述在選擇供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察的方法。	已披露	規範採購管理
B6 一般披露	有關所提供產品及服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	保護客戶權益 信息安全與隱私保護
B6.1	已售或已運送產品總量中因安全健康理由而須回收的百分比。	不適用，本集團運營不涉及產品回收	
B6.2	接獲有關產品及服務的投訴數目以及應對方法。	已披露	投訴處理 主要範疇B. 社會
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	已披露	保護知識產權
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	不適用，本集團運營不涉及產品回收	
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	已披露	信息安全與隱私保護
B7 一般披露	有關防止賄賂賄、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	反洗錢
B7.1	於匯報期間對發行人或其僱工提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	已披露	廉潔與商業道德
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	已披露	廉潔與商業道德
B7.3	描述向董事及僱工提供的反貪污培訓。	已披露	廉潔與商業道德
B8 一般披露	有關以社區參與來了解營營運所在社區需要和確保其業務活動考慮社區利益的政策。	已披露	附錄二：政策及適用法律法規列表
B8.1	專注貢獻貢（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	已披露	社會公益 愛閱公益基金會 主要範疇B. 社會
B8.2	在專注範範範所動用資源（如金錢或時間）。	已披露	愛閱公益基金會 主要範疇B. 社會
D部分：氣候相關披露			
該部分將於2025年1月1日或之後開始的財政年度生效，於報告期內，仍按照2023年12月31日版本附錄C2《環境、社會及管治報告指引》披露，詳見「應對氣候變化」小節。			