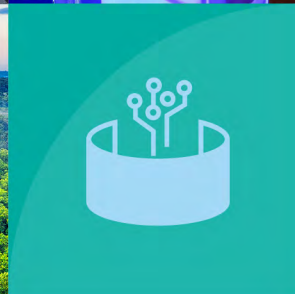
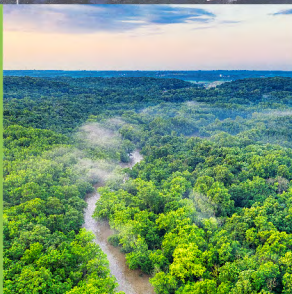
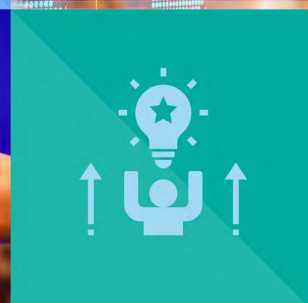




科技让生活 更轻松

马上消费金融股份有限公司
2022年社会责任 (ESG) 报告



关于本报告

本报告是马上消费金融股份有限公司公开发布的第二份年度社会责任（ESG）报告。报告向各利益相关方披露公司 2022 年在环境、社会及治理的实践信息和相关绩效，我们希望通过定期披露信息，加强与利益相关方的沟通与交流，促进合作，凝聚发展合力。

时间范围

2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，为增强数据可比性、内容延续性，部分内容超出上述范围。

报告范围

本报告以马上消费金融股份有限公司为主体部分。

称谓说明

为便于表达和阅读，报告中“马上消费金融股份有限公司”也以“马上消费”“公司”或“我们”表示。

数据说明

本报告中所使用数据均来自公司正式文件和统计报告，所引用的数据为最终统计数据。

参考依据

本报告编写参照香港联合交易所《环境、社会及管治报告指引》、全球可持续发展标准委员会（GSSB）《GRI 可持续发展报告标准》（GRI Standards）、《中国工业企业及工业协会社会责任指南》等。

可靠性保证

本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

目录

CONTENTS

董事长致辞	02
走进马上消费	04
可持续发展管理	08
坚守党管金融	10
数说马上消费	14
彰显责任与担当	

1 守正笃实

追求永续新发展

提升治理能力	17
全面风险防控	19
促进责任采购	21

2 普惠服务

激发消费新活力

践行普惠金融	23
服务经济发展	27

3 科技创新

赋能业务新升级

探索科技金融融合深度	31
深挖科技创新研发精度	33
拓宽科技惠民普惠广度	35

4 践行双碳

引导绿色新生活

科技赋能绿色低碳发展	39
践行绿色低碳行动	40

5 安全信赖

营造金融新环境

完善消保机制	43
维护基本权益	44
保护信息安全	46
深化消保文化建设	48

6 以人为本

共享发展新成果

维护员工权益	51
赋能员工发展	54
关爱员工生活	56

7 倾心公益

擘画乡村新蓝图

多举措助力乡村振兴	59
支持公益慈善	63

展望未来	64
------	----

报告指标索引	65
--------	----

读者反馈表	68
-------	----

董事长致辞

马上消费金融股份有限公司

董事长



2022 年，每个企业每个人都在直面不确定性，尤其考验各大市场主体的韧性，如何开辟崭新的可持续发展之路也成为金融机构的重要探索方向。积极履行社会责任是众多机构面向未来的“锚点”和路径之一。马上消费作为长期主义者，本着“以用户为中心”的服务理念，以数字化为突破口，在为用户提供有温度的金融服务、为合作伙伴提供科技赋能、为乡村打造智能化应用、为员工完善人才培养套餐等方面给予了多方面的支持。

这一年，大力实施普惠金融，服务实体经济。 公司通过科技手段拓宽服务

半径解决“普”的问题，提升金融服务的可得性和通达性。一方面，加大了对实体经济重点领域、困难领域的金融支持力度；另一方面，探索出金融服务新模式、降低贷款利率等形式，提高了金融服务质效，全面提升金融业务的能力。2022 年，公司累计服务新市民 256 万人，累计投放贷款 23 亿元。公司降低成本解决“惠”的问题，积极落实党中央有关稳经济大盘的决策部署，全力打好稳企纾困惠民金融“组合拳”。截至 2022 年底，公司帮助 14.55 万用户减免息费超过 1.16 亿元，为受疫情影响的客户纾困解难，助力稳住经济基本盘。

这一年，坚持数字化发展战略，强化科技赋能。

以数字化为基，公司运用人工智能、大数据、云计算、生物识别、区块链等新技术开展流程和业务创新，自主研发 1000 余套核心技术系统，加速金融业务线上化，提高金融需求响应、审批、办理速度，为用户提供更加便捷多样的金融产品和服务。公司利用数据分析、数据挖掘等方面的技术，为自身营销、风控、运营平台业务赋能，有效提升了金融服务效率和精准度，并自主研发了智能风控、智能获客等系统。同时，公司高度重视科技人才培养，组建了近 2000 人的科研团队，占全部员工的比重超过 70%；持续加大科研投入，截至 2022 年底累计科技投入超过 30 亿元，申请发明专利突破 1000 件，稳居全国消费金融行业首位、重庆金融行业第一；加大科技成果转化，联合南开大学、中国科学院等 16 所高校、科研院所成立实验室，市级博士后科研工作站已升级为国家级博士后科研工作站。

这一年，坚持“消保先行”，为用户

提供有温度的服务。公司在产品设计和客服环节实行全生命周期的消保管理，自主研发全生命周期客户关怀系统，方便快速定位和解决客户问题，实现“让问题最少发生，问题发生得到最快解决，解决方案客户最满意”的目标；强化消保培训，涵盖信息安全、客户体验提升及系统建设等多项内容，培养一批精通

业务、熟悉消保要求、善于管理的消保专业人才。同时，公司高度重视消费者权益保护文化氛围的营造，开展形式多样的宣传教育活动，激发“一老一少一新”对权益保护知识的学习、理解和实践的积极性；倡导理性消费，通过科技赋能，完善风控体系，更精准地识别用户的消费场景，理解用户消费需求，将不同用户的产品、活动等信息精准递送，达到千人千面的信贷风控管理。2022 年，公司发布了全国消费金融行业首份消费者权益保护报告，成立了首个打击金融领域黑产联盟，助力金融行业平稳、有序、健康、高质量发展。

这一年，践行“绿色之道”，助力

实现“双碳”目标。通过科技驱动，公司确立了完全数字化、线上化的轻资产绿色模式，实现 7×24 小时不间断的线上化、智能化全流程消费金融服务，以电子合同代替纸质合同，避免了线下出行和纸张消耗所产生的碳排放，同时减少能源的消耗，例如自研金融云平台的弹性扩容缩容能力较传统方式可以节省上千台服务器。截至 2022 年底，公司累计减少碳排放量超过 137 万吨。公司还创新上线了“马上绿洲”公益项目，推出个人碳账户，旨在践行绿色发展理念，通过绿色金融服务引导广大用户自觉节能减排，为推动经济社会绿色发展贡献自己一份力量，是全国消费金融行业首家

推出绿色低碳公益项目的机构。

这一年，科技下乡“帮富”“造富”，

助力乡村振兴。公司自主研发了智慧养鸡大数据平台，包括后台管理系统、移动端小程序和数据展示大屏，实现了 AI 自动体重监测、AI 鸡群数量监测、体温疾病监测、鸡舍环境监测、动物健康安全溯源等功能，实现 24 小时全天候的养鸡守护，截至 2022 年底，已赋能覆盖 4 个区县的部分养殖户，通过对传统养殖场的数字化改造，助力乡村产业振兴，也面向乡村老年群体进行金融知识科普和教育、面向乡村人才提供技能培训等，助力乡村全面振兴。为了能够持续为乡村提供可持续的发展动力，马上消费发起成立了重庆马上科技发展基金会，成为全国消费金融行业首家独立公益基金会，依托公司科技自主研发优势，开展“授渔计划”“蓝天计划”“匠人计划”等五大公益项目，为公益赋能、为慈善添彩。

党的二十大报告指出，要坚持科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力。未来，马上消费将加大科技投入，持续引进科技人才，进一步夯实公司的核心竞争力，在追求稳健发展的同时，积极践行社会责任，为推进中国式现代化贡献企业力量。

走进马上消费



公司概况

马上消费金融股份有限公司是一家经原中国银保监会批准，持有消费金融牌照的科技驱动型金融机构。公司于 2015 年 6 月正式开业，于 2016、2017、2018 年分别完成三次增资扩股，注册资本金 40 亿元。股东包括重庆百货、中关村科金、物美科技集团、重庆银行、阳光财产保险、浙江中国小商品城，以及新一轮战略投资者中金公司、中信建投及重庆两江新区等央企与地方国资背景资本。

秉承“科技让生活更轻松”的使命，马上消费以用户为中心，聚焦普惠金融，通过科技赋能创新，致力于打造成为全球最被信赖的金融服务商，为有金融服务需求的社会各阶层和群体提供小额分散的消费金融服务。公司积极助力消费升级、拉动内需和服务实体经济发展，不断为地方税收、就业等经济社会发展做出积极贡献。截至 2022 年 12 月底，累计纳税超 60 亿元，创造就业岗位 2700 余个。

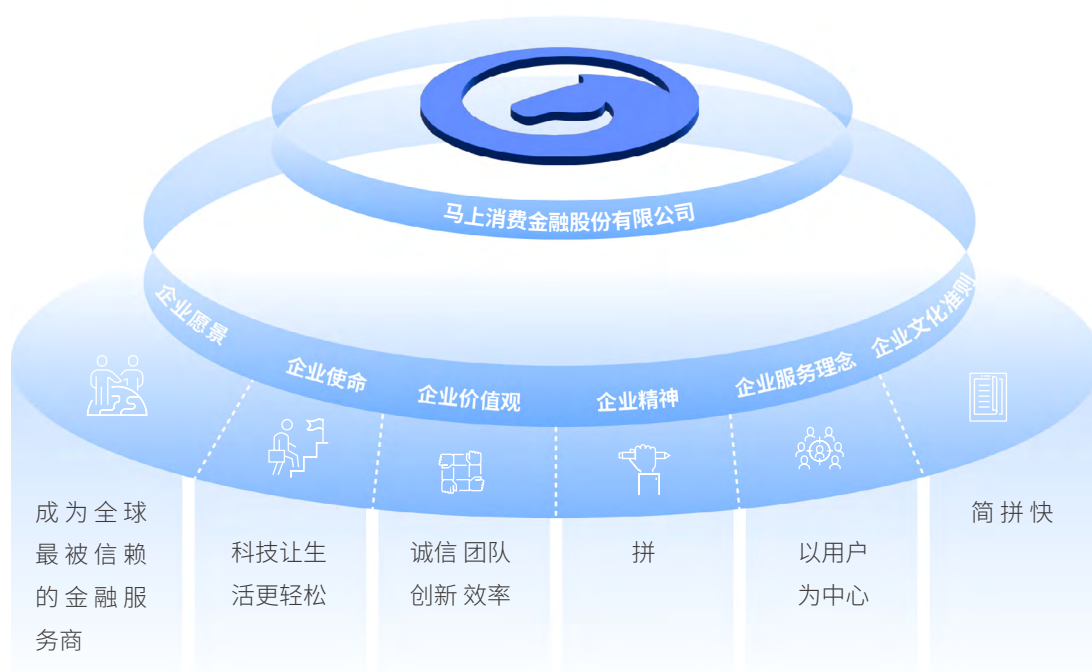
作为科技驱动的金融机构，马上消费在全球范围内选拔金融、大数据和人工智能等领域高精尖人才，组建了近 2000 人的技术团队、300 余人的大数据风控团队，先后

成立了人工智能研究院、国家级博士后科研工作站、智慧金融与大数据分析省部级重点实验室等内部科研平台，还与中国科学院、重庆师范大学等科研院校共建国家应用数学中心，开展横向课题研究，不断提升产学研协作能力。基于上述科研基础，公司自主研发了 1000 余套涵盖消费金融全业务流程、全生命周期的核心技术系统，累计提交发明专利申请 1000 余项，稳居行业首位，获得软件著作权登记证书 83 项。

截至 2022 年底，公司已获主体 AAA 信用评级和国家高新技术企业认定，入围国家工信部“新一代人工智能产业创新重点任务揭榜优胜单位”名单，获吴文俊人工智能科学技术奖，为全国首家入选消费金融机构；当选全国信息技术标准化技术委员会人工智能分技术委员会首批单位委员，两项科研课题获原中国银保监会银行业信息科技风险管理课题非银机构组一类成果奖，多次获央行征信中心“个人征信系统数据质量工作优秀机构”等荣誉。董事长赵国庆入选科技部科技创新创业人才、第四批中组部国家“万人计划”科技创业领军人才等。

企业文化

企业文化是在长期的经营过程中形成的，是全体员工接受、认同和信守的经营理念、行为规范，是企业的精神财富总和。2022 年，公司在企业文化建设上持续加大投入，通过文化建设凝聚人心、凝聚力量，激励团队共克时艰、努力拼搏。



加强企业文化建设及氛围营造

- 多渠道多形式多场景传播文化，打造标准文化课件 7 个，融入文化新人训、共创会等多类培训场景
- 开展文化活动及宣传，如“马上有爱”系列公益活动，将企业文化融入各项特色活动
- 升级文化 IP，结合传统节日创新设计马达形象以及带有公司文化吉祥物的文化衫、鼠标垫等生活用品

持续更新完善企业内刊及文化手册

- 定期刊发《马上成长记》，打造公司全员工作、生活等分享交流平台和载体
- 编撰企业文化手册《创业之路》，以情怀、理想、奋斗等作为创作元素，融入马上人自己的案例和故事，展示了马上人的精神和形象，传承弘扬企业文化

▲ 马上消费企业文化建设行动

企业荣誉



- 获评国家知识产权局“国家知识产权优势企业”
- 通过国家科技部“国家高新技术企业”认证
- 获评国家科技部“2022 年度高端外国专家引进计划项目”
- 获国家工信部“2022 年大数据产业发展试点示范项目”
- 两年入选国家工信部“人工智能产业创新任务”揭榜单位名单



- 获重庆市经信委“2022 年度重庆市重点软件企业（成长型）”
- 获重庆市科技局“2022 年度中国创新方法大赛（重庆赛区）”
- 获重庆市科技局“重庆市科技型企业”
- 获重庆市科技局“2022 年度重庆英才计划—创新创业示范团队”
- 获评重庆市科技局“海外引才引智项目”
- 获评重庆市科技局“技术创新与应用发展重点项目（人工智能专项）”



- 获“2022 年度吴文俊人工智能科学技术奖”
- 连续四年入选中国企业联合会“中国服务业企业 500 强”
- 获评中国软件行业协会信用评价 AAA 等级
- 获重庆市企业联合会“重庆企业 100 强”“重庆服务业企业 100 强”

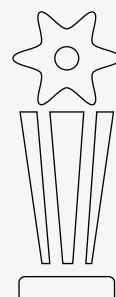




- 获评 2022 年中国互联网综合实力企业 100 强
- 获 “中国发明协会创业奖—创新奖”
- 获中国科协 “全国科技工作者状况调查站点” “全国地方科协综合改革示范区建设试点单位”
- 获重庆市银行业协会 “2022 年度优秀课题一等奖”



- 七次蝉联毕马威 “中国领先金融科技 ‘双 50’ 榜单”
- 入选重庆日报 “2022 年重庆数字乡村十佳示范案例”
- 获亚洲银行家 “区域金融最佳人工智能应用奖”
- “智慧养殖大数据平台项目” 成功入选《中国银行保险报》“2022 金诺·中国金融年度优秀社会责任项目”
- 获银行家杂志 “十佳智能风控创新奖”
- 获新华财经 “ESG 社会责任实践先锋案例奖”
- 获人民网 “乡村振兴奖”



CORPORATE

HONORS

可持续发展管理

2015 年，联合国发布了 17 个可持续发展目标，旨在从 2015 年到 2030 年间以综合方式彻底解决社会、经济和环境三个维度的发展问题，转向可持续发展道路。可持续发展管理已逐步成为公司实现可持续发展的重要路径。马上消费在履行社会责任的过程中，积极将社会责任理念融入业务运营，推动责任行动、开展责任管理，实现社会责任价值创造和推动可持续发展的有机统一。

可持续发展管理体系

马上消费积极建立可持续发展管理体系，在董事会下设立战略委员会，负责制定公司各项社会责任工作的方针政策、目标及日常监督；制定《社会责任管理制度》，组建可持续发展管理工作小组，定期编制、发布社会责任报告，披露履责信息，构建覆盖全员、全过程的社会责任履行推进机制，贯彻落实各项可持续发展管理工作，促进可持续发展管理水平不断提升。

实质性议题分析

马上消费从利益相关方角度出发，结合金融行业发展实际情况、公司运营特点，从“对利益相关方影响的重要性”“对马上消费影响的重要性”两个维度识别筛选实质性议题，绘制实质性议题矩阵，助力公司更好地开展社会责任管理与实践。



▲ 实质性议题矩阵

利益相关方沟通

利益相关方是公司履行社会责任的核心概念，公司通过多种渠道与利益相关方进行对话，了解各利益相关方的需求和反馈，实现企业与利益相关方的共赢。

利益相关方	诉求与期望	沟通方式
 政府、监管机构	○ 依法合规经营 ○ 贡献税收 ○ 推进普惠金融 ○ 服务实体经济 ○ 带动当地就业	○ 日常工作会议 ○ 信息报送 ○ 专题会议及重大活动
 股东、投资者	○ 规范公司治理 ○ 全面风险管理 ○ 维护投资者关系 ○ 定期披露信息	○ 定期报告与信息公告 ○ 股东大会 ○ 投资者调研
 用户	○ 维护基本权益 ○ 保护个人信息和隐私 ○ 加强科技创新 ○ 打击金融黑产	○ 用户满意度调查 ○ 举办知识科普活动 ○ 定期走访
 员工	○ 保障员工基本权益 ○ 民主管理 ○ 职业发展渠道 ○ 平衡工作与生活	○ 职工代表大会 ○ 组织多元活动 ○ 座谈沟通
 供应商、合作伙伴	○ 公平公开采购 ○ 合作共赢	○ 公开招标 ○ 联合活动 ○ 日常沟通
 环境	○ 环境保护 ○ 节能降碳 ○ 绿色办公	○ 绿色公益活动 ○ 参加绿色金融论坛 ○ 定期披露环保绩效
 公众	○ 助力乡村振兴 ○ 支持公益事业	○ 公益活动 ○ 志愿者服务 ○ 走访慰问

坚守党管金融



2022 年党的二十大胜利召开，是全党全国各族人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程、向第二个百年奋斗目标进军的关键时刻。党的二十大报告科学谋划了未来 5 年乃至更长时期党和国家事业发展的目标任务和大政方针，提出了一系列新思路、新战略、新举措。马上消费深入学习贯彻落实党的二十大精神，切实推动党的二十大精神入脑入心、落地生根，为公司迈入新台阶而拼搏奋斗。

党课教育有声有色 理论武装入脑入心

公司深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，将思想和行动迅速统一到会议精神上来，在新征程奋斗之路上，坚定不移地在思想上、政治上、行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。

2022 年，公司党委组织全体党员观看党的二十大开幕会盛况，认真聆听习总书记代表十九届中央委员会向大会作的报告，积极学习领会二十大报告精神。会后，各党支部组织开展学习心得交流，发挥先锋模范作用，用理论学习指导实践，以昂扬的精神状态，立足岗位，踔厉奋发、勇毅前行。



▲ 马上消费党员观看党的二十大开幕会盛况，聆听党的二十大报告



案例

公司荣获两江新区微宣讲比赛三等奖

为进一步推动新时代党的创新理论深入基层，为宣传贯彻党的二十大精神营造浓厚氛围。2022年7月27日，由重庆两江新区党工委主办、党工委宣传部承办的“学习新思想 展现新作为 喜迎二十大”两江新区微宣讲决赛落下帷幕。马上消费党委排演的节目《科技创新当自强》，经过激烈角逐荣获三等奖，在全区赛场上展示了公司科技创新、智慧助农的风采。



案例

参加两江新区学习贯彻党的二十大精神“进企业”示范宣讲

2023年2月8日，两江新区学习贯彻党的二十大精神“进企业”示范宣讲活动在重庆软件产业中心举行，公司宣讲员受中共重庆两江新区工作委员会宣传部邀请，作为优秀宣讲骨干进行示范宣讲并选派3名党员代表参加活动，共同推动学习贯彻党的二十大精神“进企业”，促进互联网行业更好学习理解把握党的二十大精神，为新时代新征程新重庆建设贡献科技力量。

党建引领人才队伍 构筑坚强战斗堡垒

公司党委紧密围绕发挥好党组织“两个作用”总要求，深入推进党企融合，聚焦组织构建、制度运行、功能发挥等，将党建引领写入公司章程，实现党组织班子与企业管理层“双向进入、交叉任职”，确保企业发展战略符合党和国家路线方针政策、重大决策部署，做到重要政策共同学习、重大决策党员共议、重要问题及时沟通，为公司实现高质量发展提供了坚强政治保障。

2022 年



公司下设

5 个党支部



现有党员

498 人



把党员培养成骨干

- 围绕经营发展核心环节，发挥党员的先锋模范作用，党员亮身份、践承诺、做表率，把前沿阵地、创新阵地变为红色阵地
- 例如实施党建攻坚项目认领活动，推动党员职工主动参与、牵头负责重大项目，公司战略级攻关任务中，党员职工均在其中牵头负责或发挥关键作用



将骨干发展为党员

- 增强在高层次人才、绩优职工尤其是技术团队中发展党员的力度
- 截至 2022 年底，公司 1 人入选中组部“万人计划”科技创业领军人才、1 人入选国家科技部创新人才推进计划，1 人入选重庆英才计划—金融领域名师名家，2 个团队入选重庆英才计划—创新创业示范团队，41 人入选重庆市鸿雁计划

▲ 马上消费双向培养人才队伍

加强党风廉政建设 营造诚信合规氛围

公司积极完善清廉金融建设长效机制，建立具有消费金融行业特色的风险防控清单；贯彻落实党管干部、党管人才原则，对中层及以上干部选拔人员进行党建考察、廉政谈话；以“三会一课”为载体，在全体党员中结合合规案例宣讲党纪、监管要求，确保公司始终在合规的道路上行稳致远。同时，强化与监管的协同联动，积极主动作为，与监管机构交流互动过程中始终保持“亲”“清”的关系；加强与外部机构的交流合作，加入阳光诚信联盟，牵头成立打击金融领域黑产联盟（AIF），推动打击涉及金融领域的黑产工作，共建诚信文明生态圈。

2022年，公司开展“清廉金融”专项文化活动，策划完成喜迎二十大相关宣传及红色主题活动，在员工中形成弘扬清廉文化，涵养清风正气的职场氛围。积极组织形式多样的教育活动，例如开展清廉金融文化书画作品征集活动、职场清廉金融文化墙更新、主题文化海报上墙、清廉电影员工观影活动、红色基地参观等。对公司企业文化核心价值观进行宣传与教育，形成诚信合规的文化氛围。

案例 扬清风廉洁，守金融安全——马上消费开展清廉金融文化主题培训

2022年5月18日，公司开展清廉金融文化主题培训。培训由监事长主讲，中层管理者、党员、核心岗位人员以及其他员工通过现场方式和线上方式参加清廉金融文化主题培训，促使员工认真领会廉洁从业的重要性，提高了对党风廉政建设重要性的认识，助力员工“扬清风廉洁 守金融安全”，做好带头表率，加快推进公司向高质量发展转型。



数说马上消费，彰显责任与担当



经济绩效 (2022 年)

资产总额

665.10 亿元

营业收入

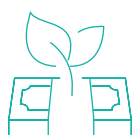
135.30 亿元

净利润

17.88 亿元

累计纳税超

60 亿元



环境绩效 (截至 2022 年底)

总减排量

137.09 万吨

智能客服应用减少碳排放量

365.72 吨

电子凭证减排量

884.52 吨

金融云减排量

5684.84 吨



社会绩效 (截至 2022 年底)

疫情期间捐赠及减免息费

1.16 亿元

员工人数

2785 人

为信用白户建立征信记录

700 万人

发放 **17** 万张、总价值

850 万元乡村振兴特惠券，
引导用户购买乡村振兴农副产品

经济绩效

累计科技投入

30 亿元

累计申请专利

1000 个

国家级科研平台

1 个

省部级重点实验室

1 个

国家级博士后科研工作站

1 个

环境绩效

智能语音减少碳排放量

1370.82 吨

电子合同减排量

2211.30 吨

线上业务办理（合同）减少碳排放量

131.71 万吨

社会绩效

服务农村用户

3076.37 万人

服务县域用户

3681.02 万人

交易总额

4730.05 亿元

交易总额

6194.76 亿元

守正笃实

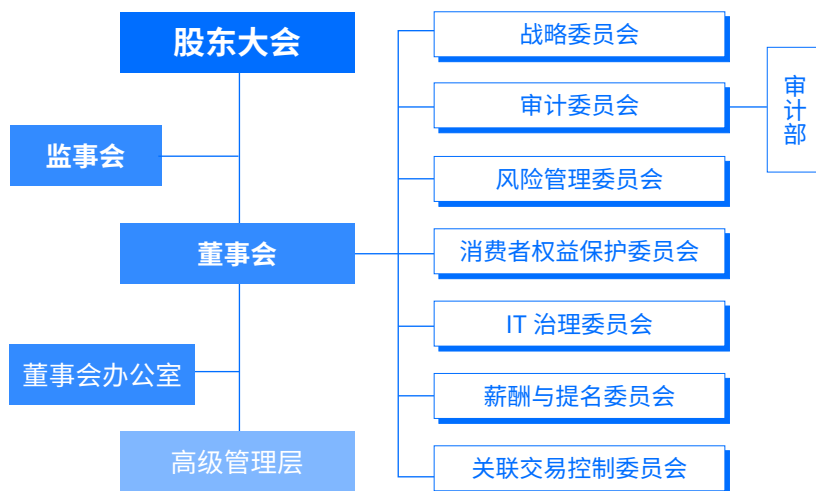
追求永续新发展

在中国经济进入“双循环”的新发展格局下，消费正成为驱动中国经济持续稳健发展的重要压舱石。马上消费牢牢遵循各项监管要求，持续强化业务合规经营，防范金融风险，在科技的驱动下实现业务高质量成长。

提升治理能力	17
全面风险防控	19
促进责任采购	21

提升治理能力

公司严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国银行业监督管理法》《消费金融公司试点管理办法》等法律法规及人民银行、原银保监会等规章制度，积极制定公司发展策略，促进公司规范、稳健、持续发展。



▲ 公司治理架构

规范治理机制

公司不断完善权力机构、决策机构、监督机构和执行机构之间“决策科学、执行有力、监督有效、运行稳健”的公司治理运行机制，健全授权管理顶层设计及配套措施，在完善公司治理中不断加强党的全面领导。

2022 年

召开 **3** 次股东大会
审议及审阅议案 **19** 项



召开 **6** 次董事会会议
审议及审阅议案 **89** 项

召开 **6** 次监事会会议
审议及审阅议案 **49** 项



依法合规经营

公司坚持“合规优先”理念，强力推进合规管理举措落地，落实各项监管政策和要求，实现对合规风险的有效识别和管理，确保各项经营管理活动依法合规开展，守住合规底线。

同时，公司加强合规风险识别和管理。将合规审查作为制度制定、重大事项决策等经营管理行为的必经程序，将合规评估嵌入产品、服务、系统、流程的开发、测试等环节中，有效识别合规风险，提出控制措施并跟进落实，切实发挥合规审查事前风险识别、风险防范的作用。强

化互联网贷款管理、营销获客、资产管理、合作管理、消费者权益保护、征信管理等领域的合规管理，促进合规经营。

2022 年

开展合规培训

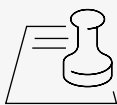
8080 人次



加强合规教育培训

追踪法律法规

强化案件防控及员工行为管理



马上消费坚持
依法合规举措

将合规文化建设融入企业文化建设全过程，采取线上线下相结合的方式，分层次、分需求、多维度、常态化开展合规教育培训活动，确保员工行为准则和合规相关规定有效传达至全体员工，全方位深化员工合规意识，规范合规行为，营造良好的合规文化氛围

不定期发布新规快讯，解读新规主要内容及对公司经营管理带来的影响。督促开展内部制度梳理，将各项合规要求落实到经营管理和业务运行的各个环节，细化到业务流程和岗位职责中，实现内部制度与外部监管要求的有效衔接

组织签订案件防控责任书，开展案件警示教育，坚决打击各类违法违规违纪行为；推行员工行为管理“网格化”，常态化开展员工行为排查，确保员工合规从业；建立员工合规档案，将合规要求纳入员工绩效考核体系

全面风险防控

公司围绕“秉持合规发展、保持稳健态势”的目标，坚持审慎稳健的风险管理风格，在公司战略规划框架下充分发挥风控业务的技术、战术水平，不断提升风险管理能力，为公司的稳健经营与健康发展奠定了坚实的基础。截至2022年底，公司未出现重大风险事件，风险管理工作卓有成效。

强化风险管理

风险治理架构

公司建立了组织架构健全、职责边界清晰的风险治理架构，明确了董事会、监事会、高级管理层、业务部门、风控部和审计部在风险管理中的职责分工，建立了多层次、相互衔接、有效制衡的运行机制。董事会承担全面风险管理的最终责任；监事会承担全面风险管理的监督责任；高级管理层承担全面风险管理的实施责任，执行董事会的决议；分管全面风险管理的高级管理人员及风控部负责公司全面风险管理体系建设的组织协调、推进和实施监控工作，确保风险管理和内控体系的有效性。公司各业务条线及职能部门负责人对本部门职能范围内的风险管理有效性负责；审计部负责监督检查公司全面风险管理的执行情况和工作效率。

风险管理制度程序

公司制定并完善《全面风险管理制度》《信用风险管理制度》《操作风险管理制度》等风险管理制度，以风险体系化管理为出发点，构建符合公司业务特色的风险管理体系，覆盖全流程的风险管理，健全“事前防范、事中监控、事后评价”的风险管理机制，通过对信用风险、洗钱风险、操作风险、流动性风险等各类风险的有效控制，在公司上下形成“系统协调、分工管理”的风险管理模式，构建公司全方位的风控能力，达到全面风险管理的最优效果。

公司通过搭建数据审批的智能风控平台实现全流程体系化管理。以大数据为基础、以数据驱动的方式、系统自动化执行各环节控制策略的大数据风控管理机制，覆盖信贷全生命周期实施风控策略部署，视角维度及实施方法涵盖所有风险管理核心要素。





健全内控机制

公司紧扣监管要求，以合规为基，以风险为导向，以促进业务为目标，建立了“3+9+2”的内控体系。内控体系设置三道防线，第一道防线及时识别、发现及控制业务端的风险；第二道防线监督、检查内控风险的疏漏；第三道防线对内控体系整体实施情况进行监督检查。公司内控制度体系与组织架构及业务流程相匹配，以“规划—起草—评审—审批与发布—培训—执行—检查考核—评估—持续完善”九位一体的制度生命周期管理模型为工具，通过 AI 智能化形式培训植入赋能，搭载公司信息科技系统支持管理要求落地，实现全面管理、穿透管理、前瞻管理目标。



2022 年，公司开展了内控合规管理提升年制度评价专项工作，对近 300 部制度开展整体评估，覆盖公司全条线领域。完成新建、修订制度 170 余部，有效提升内部控制机制长效运行的完善性、执行标准性、流程运行效率。

反洗钱与反恐怖融资

根据《中华人民共和国反洗钱法》《法人金融机构洗钱和恐怖融资风险管理指引》《互联网金融从业机构反洗钱和反恐怖融资管理办法》《金融机构反洗钱监督管理办法》等规定，公司制定了《反洗钱与反恐怖融资内控制度》，预防洗钱和恐怖融资活动，规范公司反洗钱和反恐怖融资工作。同时，加强宣贯反洗钱金融知识，制作通俗易懂的金融知识宣传手册，组织公司员工面向社会公众开展金融知识宣传普及活动，提升社会公众的风险防范意识和面对金融陷阱的处理能力，增强新市民的金融获得感。

促进责任采购

2022 年

采购项目

400 余项

采购额

10 亿 +

商城采购订单

3000 余个

采购额

280 万 +

服务类供应商共计

1377 家

物料类供应商共计

160 家

供应商合作是公司创造价值的重要途径。公司以负责任方式采购产品和服务，并致力于实现同供应商的可持续发展。2022 年，公司修订《采购管理制度》《供应商管理制度》《招标管理制度》等 10 余项各级采购相关制度，在确保采购过程公平、公正、公开原则的基础上，发挥公司整体采购优势，提高采购作业效率，有效控制并节约采购成本。

分类分层分级管理

公司按照采购的物品或服务品类、合作周期以及合作定位，将供应商信息库进行分类分层管理，根据考核结果进行分级管理；所有准入供应商均需签署反腐承诺书，对涉及商业贿赂、串标围标、违规收集使用个人信息等的供应商将列入供应商黑名单，自取消供应商资格之日起不再合作。

推进采购数字化

搭建采购数字看板，创建数据分析基础平台；建立快速竞价系统、法院 / 仲裁调解创新采购业务系统；完善供应商全生命周期闭环管理体系，加强与主流供应商合作，引导良性发展，提升对供应商谈判竞争力；推广应用合同及投标电子签章、远程尽调系统，实现疫情期间采购业务平稳有序推进。

推行绿色采购

采用电子标书代替纸质回标，减少碳排放；在满足使用需求的前提下优先采购二手资产，闲置资产变卖，提高资产重复利用率。



普惠服务 激发消费新活力

马上消费始终坚守普惠金融初心，积极响应国家政策，深入践行普惠金融，创新普惠金融模式，探索金融服务场景，延伸金融服务边界，开展技术创新助力普惠金融落地，不断提升金融服务品质，改善用户体验，通过实施“普、惠、质”协同发展战略，助力普惠金融与实体经济发展，拉动消费增长，为中国经济高质量发展提供金融支撑。

践行普惠金融	23
服务经济发展	27

践行普惠金融

公司秉持发展初心，积极响应中央关于普惠金融与绿色金融、科创金融融合发展的方针，发挥自身数字化优势和创新能力，践行数字普惠，不断探索金融服务模式和场景，延伸金融服务的触角，提升金融服务深度、广度和温度，打造集差异化定位、线上化获客、智能化风控等于一体的普惠金融发展模式，让普惠的科技创新成果惠及更多群体，切实满足人民群众日益增长的美好生活需要。

普惠质协同发展

公司制定“普、惠、质”协同发展的未来战略，坚守普惠金融初心，以数字化为契机，不断推动金融服务走深走实，以科技赋能普惠金融，全面满足各类客户个性化、差异化需求，提高金融服务可得性和便利性，有力提升金融服务质效。

2022 年

业务覆盖全国

31 个省（自治区、直辖市）

累计连接消费场景

200 余个

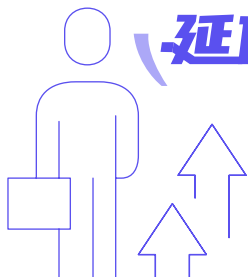
合作金融机构超

200 家

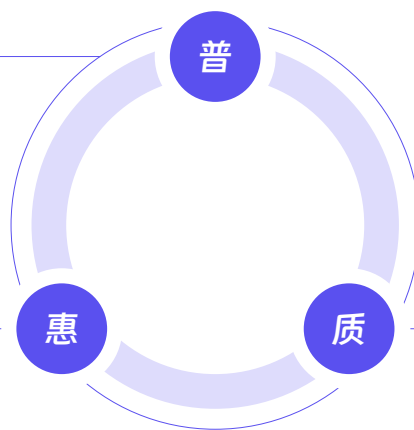
为信用白户建立征信记录超

700 万人

阅读
延伸



差异化的普，以差异化的定价、供给和体验服务客群，推动平台精细化运营能力提升



商业可持续的惠，践行社会责任，实现降成本、扩大服务覆盖面、控风险三大功能，体现马上消费核心竞争力

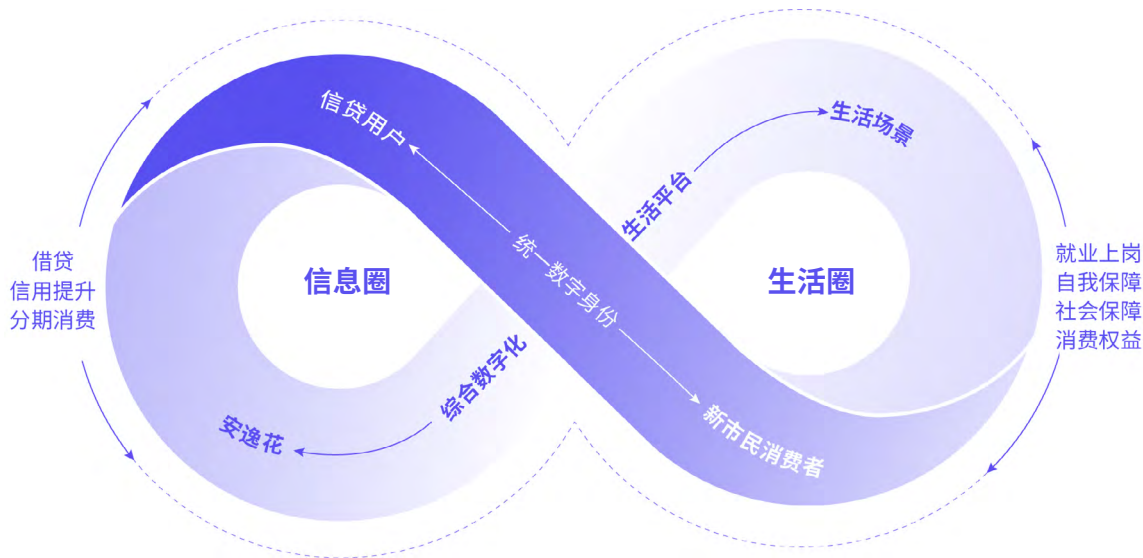
全方位的质，全面提升风控能力、客户体验、社会责任、企业文化和团队凝聚力

延伸普惠金融服务范围

公司持续将普惠金融服务向县镇、乡村和社区不断延伸，用普惠金融润泽乡村振兴。2022 年，通过小额分散、无抵押、纯信用的消费金融服务模式与自主科技能力建设，降低金融服务门槛，将服务延伸至县镇、农村等地区，覆盖传统金融服务盲区的农村消费群体。

提升普惠金融服务能力

公司增强新市民金融知识素养，扩大金融产品和服务供给，促进新市民创业就业，发挥数字技术优势，精准识别新市民用户，有效提升普惠金融的服务能力。2022 年，为进城务工人员、大中专毕业生等提供免费培训课程，获得原银保监会通报表扬；“安逸花新市民人物 2022 年度整合营销项目”获《中国银行保险报》“服务新市民创新案例”。



▲ 马上消费打造新市民正向服务举措

案例 助力新市民 乐享新生活

马上消费积极创新产品服务，运营数字科技手段，着力提升金融服务的覆盖面和可得性，有效提升服务新市民的水平 and 能力，积极开展新市民服务活动，大力扩展新市场场景服务领域，增加服务新市民形式的多样性。

2022 年，马上消费在“安逸花”分期商城上线“助力新市民 乐享新生活”主题购物节，针对新市民最常见的租房、办公、居家等场景推出了“味”问新市民—厨电专场、助力奋斗者一个护健康专场和大件早焕新—大家电专场，此外还上线了消费分期（平台 12 期免息）+ 消费特惠（商户满减券）活动。同时，“安逸花”还在视频号上同步策划上线“安逸花·新市民福利日”专场直播活动，准备丰富实用的生活礼包，吸引超万人用户参与，送出近百份生活助力礼包。



▲ 安逸花 55 新市民奋斗日

场景化服务

公司立足场景化消费需求，深刻与场景融合，大力发展线上线下相结合的发展理念，开拓多元化金融服务场景，拓宽消费渠道，构建覆盖消费全场景的金融服务闭环，将普惠金融理念传递给普惠群体，助力普惠群体实现更好的生活。

同时，公司积极推进金融数字化、智能化转型步伐，将金融服务嵌入生活场景运营中，识别、感知、引导、创新和满足多元化用户需求，提供消费全场景式的金融闭环服务，以科技创新驱动服务触角延伸，精准定位有金融需求的客户，千人千面智能触达，将金融服务下沉到消费高频场景，全力构建自有场景金融，形成贯穿全场景的金融消费服务生态闭环，为普惠群体提供“一站式”金融服务。



▲ 马上消费打造多元金融服务全场景



公司深耕生活场景，深入拓展城乡客群，满足各场景消费需求，打造农村生态体系，丰富“金融+农村场景+服务”的生态模式，围绕农村居民需求，积极推出面向重点群体的金融服务，构建马上消费乡村振兴业务的生态版图。

案例

马上消费助力新市民开启美好新生活

湖南姑娘党苗在高三那年，生活突遭变故，母亲生了一场大病，这对于本不富裕的家庭无疑是场重击。幸好当时有朋友介绍可以使用安逸花来应对紧张的日常生活开销，党苗的父亲从安逸花借了一笔钱，这笔钱帮助党苗一家渡过了最艰难时期。

后来，党苗成婚后，与丈夫一起经营绿植批发生意，家里所有的资金全部用于店铺运营，生活开支再次紧张起来，甚至连日常买青菜的钱都拿不出来。党苗想到父亲曾经在安逸花获得过帮助，她再次选择打开安逸花，依靠这些资金，党苗的日常生活开支困难暂时得到了缓解。



▲ 党苗和她的花店

服务经济发展

公司以用户为中心，聚焦普惠金融，推动生态圈伙伴发展，拉动消费增长，全方位促进消费升级进程，加强消费对提升经济的基础性作用，扩大金融有效供给，培育行业内生动力，为经济大局恢复和发展贡献马上力量。

助力实体经济

公司积极落实党中央有关稳经济大盘的决策部署，加强与实体经济的协同，解决实体产业存在的痛点、难点，加大重点领域金融支持力度，打造新实体经济的产业协同路径，通过探索金融服务新模式、降低贷款利率等形式，提高金融服务质效，全面提升服务重点消费领域金融业务的能力。



加大金融支持力度

向乡村振兴群体提供直播带货等线上帮扶，增强农业农村内生动力，为受疫情影响的客户纾困解难，稳住经济基本盘



提升金融服务质效

强化科技赋能，提高金融需求响应、审批、办理速度，有效提升为消费者提供贷款服务的效率和贷款精确度，服务基本实现城乡覆盖



带动产业提升业绩

通过安逸花启动新市民专项，为新市民群体发放消费金融额度超过 23 亿元，在特殊时期累计帮助 14.55 万困难用户减免息费超过 1.16 亿元，促进商品及服务教育 4 亿余次，涵盖家居、装修、数码等重点消费领域

▲ 多举措纾困解难

推动伙伴共赢

聚焦生态伙伴共赢发展，公司依托普惠金融能力、科技服务能力，为生态内金融机构、场景资产合作方提供数字化服务，助力伙伴延伸服务触角，提供配套的金融服务，助力金融同业、实体企业等实现可持续发展。



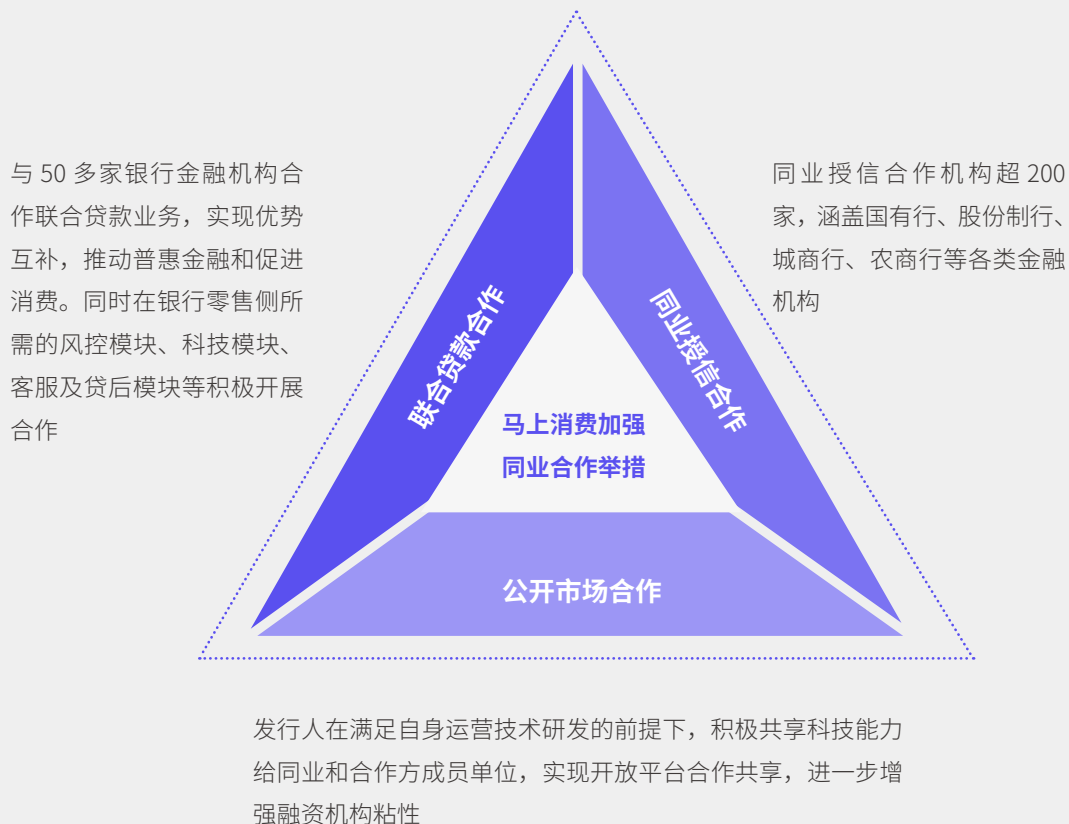
开展产学研合作

公司联合 16 所高校、科研院所建立战略合作，组建十多个实验室并开展数十个项目，建立 1 个国家级博士后科研工作站，拥有 1 个国家级科研平台和 1 个省部级重点实验室以及 1 个重庆市企业技术中心，加速科技成果转化。

加强同业合作

公司通过资产端共享客户、风控端联合审批，贷后客服及催收共同管理，增强与金融机构的黏性，持续打造马上消费开放平台，推动科技与全链条业务的全行业开发输出，完善行业价值链，为行业提供数字化转型方案。





拉动消费增长

公司以用户为中心，致力于解决不同群体客户的多元化消费需求，提供多元化、多层次、全场景的消费金融服务，拓宽普惠群体服务渠道，定向解决普惠金融难题，有利于扩大内需、促进消费，支持普惠群体可持续性发展。

2022 年，一方面公司积极纾困解难，向用户减费让利，凭借科技实力拓宽服务客群，将资金匹配给最有需要的客户，解决消费信贷不足人群的普惠性贷款难题，全方位促进消费升级进程，加强消费对经济增长的带动作用；另一方面，公司通过数字化手段深度挖掘消费潜力，助力消费行业培育内生动能。积极开展各类购物节活动，推广消费分期，借助线上平台通过直播带货、节日促销、活动激励等多种营销措施，拓宽消费渠道，有效激活市场消费活力，促进商品交易和服务累计达 4.7 亿余次。

科技创新

赋能业务新升级

伴随数字经济时代的不断发展，线上化业务需求被越来越多的用户所接受并喜爱。为了满足用户线上化、便捷化、智能化的金融需求，马上消费推进业务和流程全方位数字化，由轻型化、敏捷化向高阶敏捷进化，实现“让数据多跑路，让用户少跑腿”的目标。

探索科技金融融合深度	31
深挖科技创新研发精度	33
拓宽科技创新普惠广度	35

探索科技金融融合深度

科技创新是马上消费的底色。公司坚信消费金融数字化是未来的发展趋势，要想实现真正的可持续发展必须依赖于核心科技的掌握以及智能化的服务。为此，公司以科技创新为导向，建立了适应于深度创新机制的组织架构体系。从制度上保障公司内部的创新血脉，将科创精神融入到马上消费的每一个角落。

优化科技创新体系

基于业务创新的敏捷化开发需求，公司创新性设置“一会一院两部三中心”的科技研发新模式，实行由董事会直接管辖的由上至下的树状开发形态。一方面，董事会下专设 IT 治理委员会，统筹整体数字化发展规划，明确科技发展战略，直接监督执行信息科技治理成果并及时调整战略方向；另一方面，下设各

个中心，触达公司各个业务形态，保障科技研发成果可以最大化为公司业务服务，保障科研成果的落地。

2022 年

召开
3次董事会 IT 治理委员会会议



提高科技研发效率

为了持续优化和促进产研数字化建设工作，保证对产研过程进行正确的能效及质量评估。公司建立了统一的产研过程评估模型，从五个维度对指标进行分类管理，涵盖 56 个指标，其中关键核心指标 5 个，统一了整个组织产研及技术运营的度量方法，确保研发运营的进度、成果可视化，提高了研发投入转化效率。



▲ 产研过程评估模型

打造多核科技引擎

秉持“成为全球最被信赖的金融服务商”的企业愿景，公司通过对自身业务的全域梳理，根据业态特征以及需要，以人工智能、区块链、云计算、大数据、生物识别五大核心技术为根基，并以此延伸，进行前沿科技的技术开发工作，实现探索新兴技术与已有技术融合的“5+X”多核引擎科技体系。

2022 年

科技投入 **30** 亿元



▲ 马上消费核心技术布局

深挖科技创新研发精度

创新不是目的，利用好创新成果，以科技手段更好地服务客户，让客户感受到消费金融的温度，践行“以用户为中心”的服务理念才是马上消费的最终追求。公司将业务与研发紧密联系，搭建起服务于各个业务环节的创新平台，实现创新体系的精细化，做到创新成果无缝转化，提高创新精度。

大数据赋能 多场景服务

为了最大化释放数据能量，实现客户全生命周期的智能化服务，公司积极推进金融大数据多场景服务平台的相关建设，实现了海量数据的分析与挖掘，完成监管报送场景、金融风控场景、市场营销场景、客户运营场景以及资管策略场景的全域数据处理自动化。

2022 年

各类服务平台支撑每日 **7.2** 万次的复杂大数据计算任务运行

日均 **970** 亿条数据的采集和交换

客户全生命 周期智能服务

依托公司数字化战略以及科技赋能能力，马上消费以数据为能动，打通了“营销—风控—运营—资管”四大业务流，实现客户全生命周期的智能化服务。

客户画像

打造 CDP 营销数据中台和“流程画布”营销系统，以支撑全渠道实现高效精准的洞察和触达。根据客户的价值、意愿、活跃度及风险等要素习惯，将客户实现标签化管理，并通过标签实现对不同客群“千人千面”的个性化营销

2022 年

建立用户营销标签超过

5000 个

获客转化成本整体降低

20 %

大数据风控

马上消费依托大数据风控，通过大数据、人工智能等新一代信息技术手段对于“征信白户”的客户进行线上服务，构建了覆盖业务全流程的风险管理体系，形成了全面数字化闭环

2022 年

组建大数据风控团队成员达

300 余人

自主研发核心技术系统

1000 余项



差异化用户体验地图

马上消费对用户全生命周期中的关键场景、关键行为进行量化，在对用户进行生命周期阶段的划分以及人群细分的基础上，制定动态的运营目标，构建差异化的用户体验地图



高效合规促进资产回收

消费金融行业小额分散、无抵押的特性相较于银行具有更大的逾期资产的回收压力，为了提高资产回收率，马上消费利用海量数据和客户分群技术，引入评分卡模型，对贷后资产进行全方位监控，在合法合规的前提下，实现逾期资产回收最大化

案例

马上消费智能客服：“千人千面”精准服务之路

马上消费智能客服采用前沿的人机对话系统架构，以深度学习、机器学习、增强学习等核心 AI 算法为基础，实现意图识别、意图预测、用户画像、上下文理解等核心能力，力争为客户提供“千人千面”的精准智能服务。



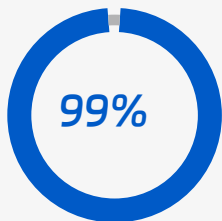
智能客服系统具有
百万级问答知识库



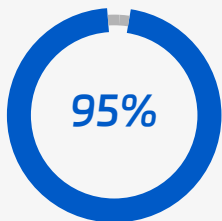
依托于高质量数据



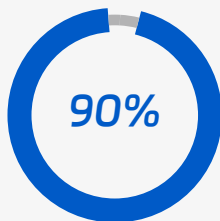
“回流机制”助力指标提升，客户体验持续优化



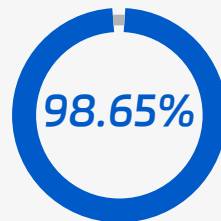
客户提问覆盖率达



客户问题解决率达



客户意图识别率达



用户好评率达

拓宽科技惠民普惠广度

科技创新不是闭门造车，马上消费致力于从后台走向前台，向内赋能的同时，兼顾向外生长。公司致力于构建开放的合作平台，将自身的科技成果向产业、公众共享。同时，不断探索科技创新的边界，在实现技术向上的同时，坚守科技伦理道德，引导科技向善。

“金融云” 赋能 合作伙伴

随着金融机构对云计算需求从简单的“资源型需求”向“智能型需求”及“业务型需求”进阶，公司打造数字化“金融云”，致力于将马上消费多年生产实践与检验的金融云架构、云服务、解决方案等开放给客户，从以往单个企业级别的跨业协作，升级至行业整体级别的标准集成，培育了新商业模式与合作伙伴关系，大幅提升了云计算服务的商业价值和社会价值。

2022 年

为 **400+** 生态合作伙伴，建设超 **200+** 金融场景

业务云化率超过 **95%**，业务支撑集群的服务节点数超过
6000 实例数超过 **22000**

搭建科技人才 发展平台

为实现可持续的科技研发战略，马上消费打造“以战略为指引、以聚才为途径、以育才为核心”的数字人才发展平台，引进和培育具有创新能力、快速迭代能力和高效研发能力的多层次复合型的数字金融人才，打造消费金融科技人才培育基地。

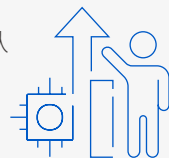
2022 年

研发人员近 **2000** 人

20 个团队入选重庆市英才计划·创新创业示范团队

1 人入选重庆英才计划·名家名师（金融领域）

40 余人获得重庆市“鸿雁计划”认定



1 数字化人才引进

国际化视野人才，专业型前沿科技人才，数字化领导力人才

- 累计引入研发人员近 **2000** 人，占总人数 **70%** 以上
- 大数据、人工智能、金融云等前沿科技人才占比科技总人才的近 **50%**
- 硕士、博士高层次人才占比近 **20%**
- 核心管理人才 **90%** 来自于阿里、华为、腾讯、百度等行业标杆公司

2 数字化人才培养

自主研发不外包，全面搭建科技研发团队提高自主培养力度，夯实数字化后备人才力量

- 马上消费升级国家级博士后科研工作站
- 获科技部国家外国专家项目（高端外国专家引进计划）
- 先后有 **40** 余人入选重庆市“鸿雁计划”

数字化人才发展 3

建立职业发展双通道，完善人才发展路径

- 专业、管理双通道晋升发展
- 多手段全方位培养，在实践中成长
- 多角色导师配备，保障人才融入与发展

文化价值观凝聚 4

全生命周期文化建设，凝聚志同道合人才

- 强文化建设，党建与文化相融合
- 保持创业初心，践行“简、拼、快”
- 建设数字化人才文化行为，打造个性化、数字化文化氛围



▲ 马上消费数字化人才战略模型

案例

重庆首个消费金融公司国家级博士后科研工作站获批

2022 年 10 月，国家人力资源和社会保障部、全国博士后管理委员会联合发文，批准马上消费升级为国家博士后科研工作站，工作站的人才培养工作和相关科研成果得到了国家主管部门的充分认可。此次获批国家级博士后科研工作站，意味着马上消费再次实现人才方面的提档升级，有利于持续促进产学研深度融合。

未来，马上消费将进一步加大对一线高校合作的投入，与名优高校优势互补、共同发展，充分发挥工作站招才引智功能，为重庆和消费金融行业培养一批高层次金融专业人才。同时，积极开展具有前瞻性、战略性的科研合作与交流，赋能金融创新，提升消费金融服务的供给能力，助力消费金融行业高质量发展。

案例 开展“天马杯”全国高校科技创新大赛

2022年10月11日，马上消费正式启动以“元启无限 AI 创未来”为主题的2022届“天马杯”全国高校科技创新大赛，旨在为广大高校学子创业、创新提供观点与思路的交流平台，集聚一批具有向上力与带动力的国内优秀人工智能创新人才，实现在创新中提升，在融合中发展。天马杯大赛的启动，不仅在企业与高校学生群体之间构建了开放式交流平台，还建立起了双向沟通选择渠道。参赛学生通过大赛展示自身专业能力，获得企业认可、得到专家点评，提高学生的创新创业意识和能力，为优秀人才提供就业机会；企业也可以定向吸纳优秀人才，培养企业科技人才后备力量，也为社会储备一批敢闯会创的时代新人。



创科技伦理 治理新模式

公司坚定科技向善、金融向善的经营理念，坚守“以用户为中心”的服务理念，结合时下金融市场的痛点、热点问题，联合利益相关方一同推进科技伦理治理的理念提升。同时将相关理论进一步细化，形成系统的治理规范文件，提高治理模式的可执行性。



联合探索

公司与微众银行联合发布报告《博观取义，探寻金融科技伦理治理之道》。报告以金融科技伦理治理为主题，致力于为金融科技伦理治理探索行之有效的解决方案，推动金融科技向上向善发展。这是首份由企业主体发布的金融科技伦理报告，也标志着公司在金融科技伦理治理上的决心以及成果。



治理规范

公司根据国家及监管机构关于科技伦理治理的要求，结合现状及战略发展规划，颁布《马上消费金融股份有限公司科技伦理治理规范》。通过实施具体的科技伦理风险管控措施，实现对科技伦理风险的有效识别、计量、评估、监测、控制和报告，将促进科技创新发展和安全防范相统一，提高科技创新的可信赖度。

践行双碳 引导绿色新生活

党的二十大指出，要“积极稳妥推进碳达峰碳中和”，为我国建设生态文明、推动绿色低碳发展提供了根本遵循。马上消费锚定“双碳”目标，践行绿色发展理念，多措并举引导广大用户自觉节能减排，为推动经济社会绿色发展贡献自己的力量。

科技赋能绿色低碳发展	39
践行绿色低碳行动	40

科技赋能绿色低碳发展



小贴士

人工智能催生的智能客服和智能语音，通过自然语言处理、智能语音识别、语音合成等人工智能技术，在客户服务方面持续推动智能机器人服务，大幅缩减了人力投入，促进节能减排；自主研发建设金融云系统，在云上建立 AI、大数据、业务中台，三大中台适配多场景的技术体系快速更新迭代，让业务可以快速响应用户需求。此外，公司采用分布式系统，所有系统进行模块化、组件化的运作，提升了运营效率，进一步降低用电量。

降碳逻辑根植于绿色低碳的生产力，而生产力的提升无法脱离科技的底座。2022 年，公司依托大数据、人工智能、区块链、云计算等关键核心技术，开辟绿色消费生态场景，通过对绿色消费行业供应商、用户、服务商等主体数据采集、挖掘、计算、分析，构建绿色消费全景图谱和全产业特征分析，嵌入绿色消费全链条、全环节并探索用户需求，创新性开发出一系列适用绿色消费全场景的个性化绿色金融服务，覆盖现有绿色金融供给场景盲区，推动绿色金融服务全面化、多元化。

公司依托科技力量完善绿色金融服务和管理体系，确立了完全数字化、线上化的轻资产绿色模式。通过全闭环的自主数字化能力，马上消费实现了 7×24 小时不间断的线上化、智能化全流程消费金融服务，以线上电子合同代替纸质合同，全程无纸化，避免了线下出行和纸张消耗所产生的碳排放。通过全线上业务、金融云等方式累计减少碳排放超 137 万吨，相关算法被监管部门纳入银行保险机构科技赋能支持达成“双碳”目标的成效测算参考。

截至 2022 年

智能客服应用减少碳排放量

365.72 吨

智能语音减少碳排放量

1370.82 吨

线上业务办理（合同）减少碳排放量

131.71 万吨

电子合同减排量

2211.30 吨

电子凭证减排量

884.52 吨

金融云减排量

5684.84 吨



总减排量

137.09
万吨

践行绿色低碳行动

马上消费积极参与到节能减排的实际行动中，通过绿色化运营、倡导低碳文化等，力求在 2030 年实现自净零排放。同时，促进平台绿色消费，倡导社会大众形成绿色低碳的生活方式。

倡导低碳生活

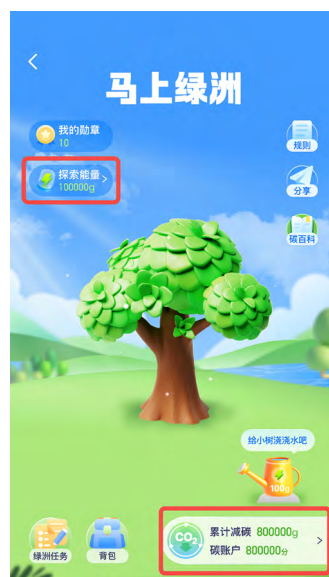
公司积极开展绿色低碳行动，引导培养用户节能减排意识，正式上线“马上绿洲”项目，推出个人碳账户，将个人绿色低碳行为融入至生活服务和金融服务中；“安逸花”赋能生态农业发展，综合施策支持绿色智能家电消费。

案例

马上消费推出个人碳账户，为全国消金行业首家绿色低碳公益项目

2023 年 3 月 3 日，马上消费正式上线“马上绿洲”公益项目，推出个人碳账户，促进用户践行绿色低碳行动。这也是全国消费金融行业首家推出绿色低碳公益项目。“马上绿洲”公益项目上线后，将为其平台用户建立个人碳账户，用户在平台上无纸化操作等绿色低碳行为均可获得碳积分奖励，碳积分自动存入碳账户。此外，“马上绿洲”还设置了“绿洲任务”，用户访问碳百科知识库、“智慧养鸡场”、助农商品和乡村振兴视频，也能获得碳积分，并普及节能减排知识。未来，马上消费还将推出步步夺金项目，用户日常绿色步行替代开车等行为节省碳排

放量记录在个人碳账户中，鼓励用户绿色出行。



案例

引导绿色消费，倡导低碳生活

2022 年 6 月 20 日—6 月 30 日，马上消费在安逸花 APP 线上商城，开展了“低碳生活、绿建未来”购物节活动，旨在通过绿色家电的消费引导培养用户节能减排意识，倡导绿色低碳的生活方式。本次活动累计参与人数超过 12 万人，累计下单金额约 104 万元。此外，马上消费还大力推广绿色有机食品、农业产品，挖掘新消费群体需求，为用户提供免息券、优惠券支持兑换农产品；在商城开设乡村振兴专区，为农业主体提供导流、撮合服务，打造永不落幕的“乡村振兴购物节”，提升食品消费绿色化水平；支持农产品零售发展新业态，培育绿色生态农业，促进生态优势向经济优势转化。



坚持低碳运营

公司把绿色发展理念融入运营，坚持绿色办公，号召每一位员工为节能降耗、保护生态环境贡献力量。

2022 年

公司用电量同比降低

6.3%



节电减负

面对持续高温，各地电力保供压力骤增。公司党委向员工发出“齐节电、降负荷”的行动倡议，号召员工通过空调温控、随手关灯等举措，助力迎峰度夏



节约用纸

围绕日常办公小事发力，推行中心抽卷纸盒，1次抽取1张纸，减少因使用传统抽纸器任意拉取造成的纸张浪费



环保工牌

从员工随身携带的工牌着手，采用环保低碳可降解材料，身体力行响应绿色办公

▲ 马上消费绿色办公举措

安全信赖

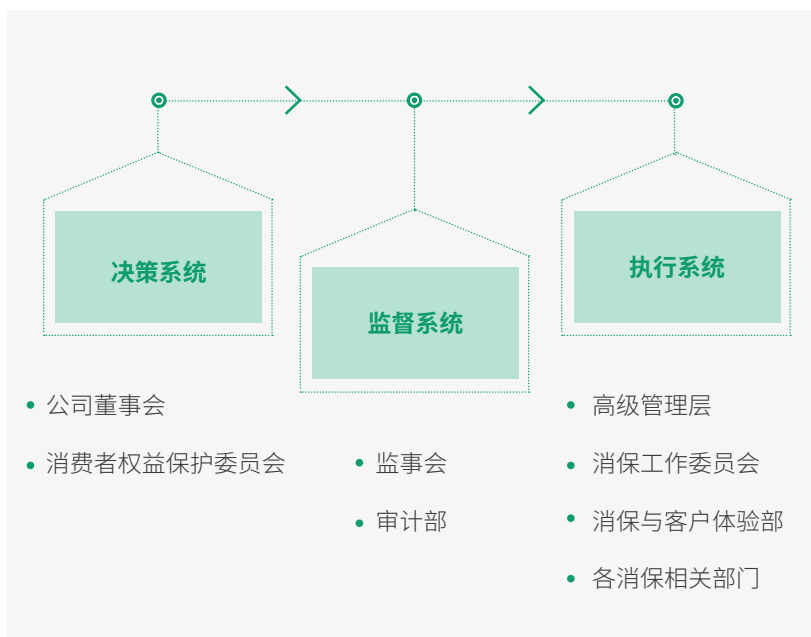
营造金融新环境

在金融产品普惠化、金融服务线上化的当下，大多数普通消费者能以相对便捷且低成本的方式享受到金融生态的便利性。马上消费秉持“以用户为中心”的服务理念，在坚决维护金融消费者合法权益的大方向上，完善金融消费者权益保护机制，推动消费者保护工作得到统筹谋划和有效落实。同时，为了从源头增强消费者抵御金融风险的能力，还提供了增强金融意识、金融素质的科普宣传。

完善消保机制	43
维护基本权益	44
保护信息安全	46
深化消保文化建设	48

完善消保机制

公司坚信只有建立完善的金融消费者权益保护体制机制，才能真正地将消保工作落到实处，形成良性统筹谋划体系。为此，公司严格按照监管要求，不断完善公司消费者权益保护体制机制，建立了自上而下的由董事会、高级管理层以及监事会组成的树状消保体系。



▲ 马上消费不断完善消保体系

公司深切地认识到消保制度体系的建设不能一蹴而就，而是需要根据金融市场环境变化、国家政策调整、消费者需求等进行动态调整，不断推陈出新以适应变化的环境。2022 年，公司完善了《消费者权益保护工作制度》《消费者权益保护审查制度》《消费者投诉管理办法》等 10 部消费者权益保护相关规章制度，强化消费者权益保护的力度，规范自身提供金融产品和服务的行为。



维护基本权益

公司建立了全生命周期的消保管理模式，保护消费者各项基本权益，加强消费者信息安全防护，提升消费者金融知识素养，建立了打击金融黑产合作平台，为金融行业的良好运行构筑了更加安全的屏障。

加强消保 全流程管控

公司贯彻执行《中华人民共和国消费者权益保护法》《国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》等法律法规要求，针对消费者权益保护工作在执行层面设置消保与客户体验部，通过“事前审核、事中监督、事后考核”机制，确保各项战略规划达成。



案例 开展消保考核，督促各部门严格落实消保工作要求

为督促公司各消保相关部门严格落实消保工作要求，马上消费坚持每季度对消费者权益保护工作所涉及的部门进行考核。考核指标包括消保合规指标、投诉指标、消保文化指标等，并将消保考核结果纳入公司问责体系、综合绩效考评体系、岗位调整、职业发展的人力资源管理体系。对严重损害消费者合法权益的，予以问责及绩效扣罚；对于年度消保考核优秀的部门，进行奖励和表彰。

强化客诉管理

公司高度重视客诉管理，通过对公司客户特征、行业特征、业务模式及外部环境的充分分析，针对高频投诉问题进行针对性处理。2022 年，公司持续强化落实降诉工作，优化公司产品、流程、服务各环节，力争降低客户的投诉次数。



建立高频工作会议机制

由高管层亲自主持召开专项降诉工作会议，及时解决客户投诉处理工作中的疑难杂症，量身定制处置方案，力图妥善解决客户合理诉求



建立客户投诉案件处置联动机制

每日召开会议对当日投诉情况进行分析梳理，持续提升公司对客户投诉案件的处置效率，加快解决客户问题

打击金融黑产

当前，金融黑产组织利用部分金融知识素养不高的客户以修复征信、延期还款、减免息费等为借口进行诈骗，对消费者以及金融机构的权益造成了损害。2022年，公司率先提出打击金融黑产的口号，成立专业团队，引进了具有丰富金融黑产打击经验的专业人员，专职负责协助警方侦破金融黑产的非法行为，加快了金融黑产案件的破获速度，维护了消费者的财产安全。

同时，公司联合行业各方力量，牵头成立行业内首家打击金融领域黑产联盟（AIF联盟）。通过建立专业、高效的金融行业打击黑产多边合作机制，为金融行业黑产防范和治理探索新模式、新道路，建立打击金融黑产合作平台，为金融行业良好运行构筑更加安全的屏障，切实维护消费者合法权益。

2022年

累计拦截疑似被电诈客户

3.5 万多笔风险交易

防止客户损失金额约

7 亿元

AIF联盟成立以来，成功推动

22 省公安机关受理非法

代客维权案

93 起

落地打击

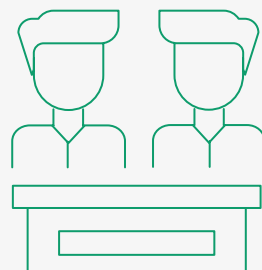
43 人

协调多省市公安机关，捣毁诈骗窝点

20 余个

抓获犯罪嫌疑人

300 余人



案例

马上消费牵头成立首个行业共享互动组织“打击金融领域黑产联盟”

2022年3月18日，由马上消费主办、平安普惠协办，招联金融、中银消费金融、新网银行等十余家机构共同参与的行业首个打击金融领域黑产联盟（简称“AIF联盟”）成立大会暨首届论坛在重庆成功举行。AIF联盟是行业内首个共享互动组织，是反击金融黑产、维护消费者合法权益和良好金融市场秩序的重要进步，是一个信息共享、经验互通、行动互联常态化协同平台，未来将共同以打击金融领域黑产为目标、维护金融秩序和金融消费者合法权益为宗旨，推动金融行业凝聚合力，强化金融领域黑产防范，有效遏制金融领域黑产违法乱象。

保护信息安全

公司一直以来高度重视用户信息安全，深知用户的个人信息数据不能简单的理解为公司的资产，而是关系到每一个用户的数据安全和权益保护。公司一方面积极构建信息安全防护体系，保障公司安全防护系统的完整性，杜绝公司层面的信息泄露风险；另一方面不断探索个人隐私信息安全保护新路径，联合多方力量助力行业开展信息安全防护。

构筑安全 防护体系

公司通过持续的安全建设和安全治理，形成完善的信息科技风险管理体系，建立了以监测为基础、防护为核心、常态化保障为支撑的信息安全管控框架，并同步构建了治理、管理、技术三个层次的信息安全管理体系，实现了信息安全生命周期全覆盖，建立了动态自适应的安全管控能力。

“深耕计划”

公司全面深化安全策略标准化程度，出台了信息安全架构的顶层设计蓝图及引领性文件《安全架构基本法》，涵盖多个安全领域。同时，公司重点加强三级制度建设，包括实施细则、流程、规范、基线，结合各类安全场景，突出落地性和可操作性。2022 年度根据制度的实施情况、公司组织架构和业务场景的变化持续开展制度体系完善工作，新增制度 2 个，修订制度 16 个。

“三个体系、一个核心、一个目标”

公司全面升级建设与业务紧密结合的新型智慧安全防护网络。依托安全技术、安全管理、安全运营三个体系，构建以持续风险监测为核心的信息科技风险管理框架，全面提升潜在安全风险和威胁的预判发现、应急处置能力，实现信息科技“安全可控、能力完备、协同高效、智能共享”的目标。以“实战化”思想为导向构建安全运营防御体系，不仅在特殊和重要时期要具备“战时”的实效性防护能力，更兼顾日常状态防御及时性、精准性、有效性，实施常态化“安全备战”行动。

个人隐私 信息保护

● 技术赋能消费者个人信息保护

公司利用自身的技术优势，不断对涉及消费者个人信息的各项系统进行优化及改造，从源头上减少个人信息泄露风险的产生，持续提升消费者个人信息保护工作质效。



荣誉

在《财经》新媒体发起并主办的2022“新奖”榜单中，“安逸花”获得“新·治理”领域中的“年度最佳APP使用安全奖”

● 联合高校开展个人信息安全前沿研究

为探寻行业消费者个人信息保护的有效路径，公司联合各大高校开展相关研究并与西南政法大学联合发布了全国消费金融领域首本关于个人信息保护的法律研究书籍——《消费金融个人信息保护法律问题研究》，从消费金融领域中个人信息保护的六个方面进行学术层面的深入研究，为整个行业的消费者个人信息保护提供了理论支撑。

● 开展消费者个人信息保护培训

为进一步强化公司个人信息安全保护能力，提升全体员工学法知法、懂法守法意识，2022年，公司针对全体员工开展了《信息安全制度》培训、公司金融产品的用户信息授权体系简介培训等专项培训。同时，针对新员工推出了消费者个人信息保护必修课，有效提升全体新员工的消费者个人信息保护意识。



深化消保文化建设

公司根据监管以及实际业务要求，修订完善《金融知识宣传教育管理办法》，为开展金融知识宣传教育提供制度保障，确保消保文化宣贯高效、合理、合规开展。

提升员工消保意识和能力

2022 年，为持续提升公司员工消保意识和能力，公司制定了详细的消保培训计划，在实际执行中，针对消保工作出现的新情况对培训内容进行了动态调整，全年面向公司员工共开展十余次消保相关培训，实现了对公司员工全覆盖。通过一系列培训，提升了公司员工的消保意识和能力，在公司内部营造了“人人讲消保，人人重消保”的浓厚消保文化氛围，为公司持续维护好消费者合法权益夯实了基础。

创新宣教形式

公司发现金融宣教存在着终端客户难以触达的问题，尤其是广大乡村金融消费者群体，传统的宣传渠道难以覆盖且奏效。2022 年，公司创新宣传方式，通过将金融知识宣传与乡村振兴有效结合，创新推出金融知识“流动宣传平台”、创作彝族语言消保课堂、上线金融知识快板等形式，提升公司金融知识宣传教育工作质效，促进广大人民群众金融知识素养的提升。



案例

马上消费利用科技手段，创新金融宣传新形式

马上消费充分发挥自身科技力量、新媒体资源优势，全面发力线上传播方式，利用多平台推送金融知识。同时通过官网、官微定期推出“消保课堂”“消保知识”“以案说险”“风险提示”特色消保栏目，通过动漫视频、长图漫画、直播等形式宣传金融常识以及反诈技巧，累计发布各类宣教作品 1000 余次，触达人群近 1000 万人次，成功扩大金融知识普及广度和深度。

聚焦重点群体

针对学生、老年人、新市民、农村居民及社区居民等重点群体存在普遍性的金融知识欠缺问题，公司高度重视该部分人群的金融素养提升工作，通过对相关群体进行重点复盘，开发针对性打法，实现金融宣传活动的效益最大化。

案例

马上消费针对“一老一少一新”提供金融科普

马上消费积极发挥金融宣教先锋队的作用，聚焦“一老一少一新”等重点群体金融素养提升，坚持金融宣教常态化、特色化建设，开展针对性金融知识宣传。于域内近 10 所老年社区服务站、周边乡村、大中小学建立金融知识宣教基地，并积极组织员工走进社区、工地、工厂、乡村、企业等一线，开展消保知识宣讲活动。



▲ 线下针对重点群体开展宣讲

以人为本 共享发展新成果

马上消费秉承以人为本的发展理念，致力于打造和谐友爱的劳动关系，切实保障员工的各项合法权益，优化薪酬福利体系，畅通员工职业发展通道，积极赋能员工职业成长，搭建员工自我展示平台，关爱员工生活，打造健康、幸福、充满活力的工作环境，提升员工的归属感、获得感和幸福感。

维护员工权益	51
赋能员工发展	54
关爱员工生活	56

维护员工权益

公司高度重视员工的权益保障，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》等相关法律法规要求，持续完善薪酬激励机制，关爱员工身心健康，重视员工民主管理，构建和谐稳定的劳动关系。

提高人才福祉

公司坚持公平雇佣，持续完善薪酬激励机制，加大人才引进力度，保障员工民主权利，坚决杜绝一切形式的用工歧视，尊重不同员工的个体化差异，为员工提供包容开放的发展平台。



薪酬福利

2022 年，公司建立制度化、规范化的薪酬福利机制，并持续优化完善薪酬激励机制，提供合理薪酬和健全福利保障体系。按照公司绩效管理导向及原则、专项激励管理办法等制度，不断健全绩效管理体系、工资分配管理机制，规范工资分配管理，充分保障员工权益，增强员工获得感和幸福感。



▲ 妈咪小屋



▲ 职工书屋



▲ 健身房



▲ 开工利是

民主管理

公司建立健全以职工代表大会为基本形式的民主管理制度，依法建立、完善集体协商制度，采取各项措施充分保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。

职工代表大会

召开职工代表大会，听取工作报告，审议通过公司涉及职工切身利益的规章制度

高管面对面

开展高管面对面行动，定期分享职工关心关注话题

民主管理

合理化建议

开展合理化建议活动，听取职工意见，汇集职工智慧

畅通沟通渠道

开辟企业论坛，建立企业内刊，畅通沟通、表达、建言献策渠道，及时回复职工建议

▲ 马上消费加强民主管理举措

职业健康管理

公司严格遵守《中华人民共和国职业病防治法》《中华人民共和国妇女权益保障法》等相关法律法规的要求，不断健全员工职业健康安全管理体系，改善员工工作环境，提升员工职业健康意识和自我防护能力。



▲ 马上消费健全职业健康管理举措

加强人才引进

公司积极利用线上线下招聘渠道，通过不断完善员工招聘管理平台引进更多人才，丰富社会招聘渠道，全面推行公平、公正、公开的招聘制度，坚持平等雇佣，杜绝使用童工和强迫劳动，公平对待不同性别、年龄、国籍、宗教信仰、民族和文化背景的应聘人员。

2022 年，在第八届未来人才管理论坛上，马上消费凭借企业影响力、人才管理投入度、数字化渗透率、组织绩效等独特的雇主优势获得“2022 中国人才管理创新典范奖”。



▲ 2022 年马上消费雇主奖项

赋能员工发展

公司重视员工的发展和培养，持续构建人才发展体系，优化人才梯队结构，建立人才发展机制，打造完整的人才供应链闭环；持续完善人才培养体系，开展长周期人才培养项目，推进内部课程及内训师体系，加速培养行业高质量人才；持续畅通员工发展通道，优化岗职体系，明晰任职资格标准，拓展员工发展空间，不断激发员工发展潜能，帮助员工更好的实现事业及个人价值。

构建人才 发展体系

公司构建了人才标准—人才识别—人才培养—人才任用的闭环化发展体系，根据业务发展需要，搭建不同类型的人才结构，建立在岗管理干部—后备 / 高潜人才—管培生三层人才梯队，不断规范人才管理，制定《管理人员成长管理办法》《后备人才管理办法》《晋升管理办法》等一系列人才管理制度体系，通过外引内培的方式保障人才供应，打造完整的人才供应链，进而保障业务的可持续发展。

完善人才 培养体系

公司坚持训战结合的培养模式，围绕实战攻关项目，搭建完善了包含项目体系、资源体系、运营体系及支撑体系的人才培养体系，面向关键人才重点打造“头马计划”“骏马计划”两大系列人才培养项目，面向专业技术人才建立多类型业务赋能课堂，同时强化内部智慧的积淀沉淀，编制行业金融词典，培养内部讲师及导师队伍，开发实战化的课程及案例，保障员工成长、学习的需要，帮助员工在实战中成长、在交流中成长。

2022 年

培训员工

42 万人次

人才盘点关键岗位覆盖率

100%

管理人员及后备人才培养

100%

培训场次

749 次

业务赋能课程

70+

构建

1 套人才标准

建立金融词典

1 套

共计词条

2400+



案例

马上消费设立企业教研基地—马科大研究院

马科大研究院是马上消费设立的企业教研基地，依托马上消费的技术实力和实践应用，形成了具有鲜明特色的组织架构，设有 1 个发展中心和 6 个研究中心，为员工全方位能力提升与职业发展提供智力支持。

畅通员工
发展通道

公司深入建设员工成长机制，畅通员工发展通道，明晰岗位任职资格标准，全面、客观地评价员工个人素质、职业能力、工作业绩以及发展方向，坚持科学、民主、公开、竞争、择优的选拔任用机制，合理规划人才梯队，选拔优秀人才，促进员工和企业的共同可持续发展。

2022 年，公司完成所有管理人员盘点评价，落实一对一面谈反馈，全面推动制定和落地个人发展计划，坚持在岗实践，通过培训赋能、行动学习、轮岗学习、辅导带教等方式加速员工成长，为员工职业发展通道提供多元化的晋升路径。

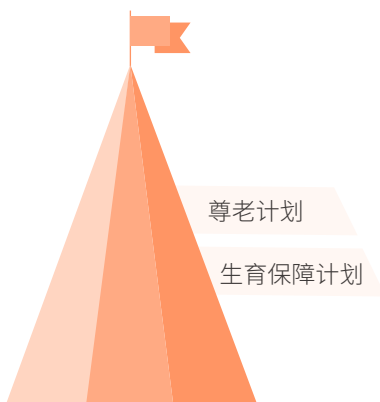
关爱员工生活

公司始终坚持以人为本的理念，平衡员工工作生活，关心困难员工，积极开展各类文体活动，丰富员工生活，促进员工交流，增强员工幸福感、归属感，营造有活力、有激情、和谐友善的工作氛围，凝聚公司向心力。

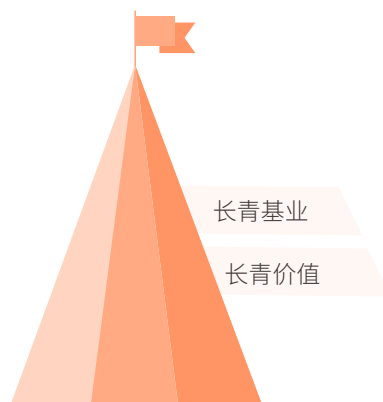
助力共同富裕

公司通过“科创共富、尊老共担、生育保障共享”等员工共同富裕计划，形成了“多类型、多形式”的员工激励机制和“全面性、个性化”的服务保障机制，充分解决员工的后顾之忧，让员工的工作更加舒心、生活更加幸福。坚持共创、共担、共享和共富，关注员工生活和工作期盼，推出共同富裕计划，制定《马上消费员工共同富裕计划管理制度》《长青激励计划管理制度》，实施长青激励、尊老、生育保障等专项工作，让员工工作有奔头、生活有保障。

关注社会问题减轻员工压力



鼓励长期服务走向基业长青



▲ 马上消费保障员工生活举措



▲ 马上消费红色公益行活动



▲ 马上消费员工授徽仪式

案例 “员工共同富裕计划” 推动员工双重富裕

马上消费关注员工切实利益，积极推动员工共同富裕计划，多维度完善员工关爱和服务体系，协助员工承担社会责任，坚持长期考虑、统筹规划、物质精神、双重富裕、关注社会、聚焦社会、脚踏实地、循序渐进的基本原则，关注员工多样化、多层次、多方面的需求，激发员工内生动力，逐步实现共同富裕。

开展多彩活动

公司以提升员工幸福感为目标，制定员工关怀计划，开展形式多样、丰富多彩的文体活动，满足员工的精神文化需求。

2022年

- 开展云端故事会、云生日会、健康云课堂等线上云活动
- 开展“倦鸟归巢”活动，欢迎离职员工重新加入马上消费
- 设立“1024 程序员节”，为一线技术研发人员送去专属礼包
- 举办“家属开放日”，为员工子女、配偶开放补充医疗保险渠道
- 实施“倦鸟归巢”计划，定期举办“马上校友会”
- 面向内部讲师队伍送去教师节关怀
- 开展“马上有爱”系列公益活动
- 开展和参加上级单位举办的歌唱比赛、知识竞赛、体育竞赛、技能比武、文化艺术节、各式兴趣社团和团建活动等



▲ 马上消费主题党日活动



▲ 马上消费文化艺术节



倾心公益

擘画乡村新蓝图

马上消费坚持经济效益和社会效益统一，在实现业务稳健高质量发展的同时，积极投身社区共建事业，促进经济发展，保障和改善民生，积极从事公益慈善事业，回报社会。

多举措助力乡村振兴	59
支持公益慈善	63

多举措助力乡村振兴

公司以技术为基，不断加大对乡村振兴的支持力度，聚焦关注“三农”的难点痛点，发挥数字科技自主优势，多措并举疏通乡村振兴的核心环节，探索出一条科技赋能创新探索的高质量、可持续的新道路。2022年，我们以《乡村振兴路线图2.0》为路径实施乡村振兴战略，深入开展“5+1”行动，打造金融服务乡村振兴开放平台，以数字普惠金融为抓手，大力开展科技助力行动、消费帮扶行动、知识帮扶行动、金融知识普及活动，为实现乡村振兴战略贡献马上智慧和力量。

科技帮扶助力 共同富裕

公司以科技为牵引，积极探索全方位、全链条式服务乡村振兴、助力共同富裕的道路，提供一站式服务，推动乡村产业数字化转型升级。积极践行科技服务乡村振兴的步调，深耕普惠金融，提升金融服务可得性，发挥科技优势，服务乡村产业振兴，发力消费帮扶，带动农民增收致富，聚焦人才培养，激活乡村振兴内在动力，为促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足提供有力支撑，在乡村产业振兴方面实现新的突破。

2022年，公司创新推出的“智慧养殖大数据平台项目”成功入选《中国银行保险报》“2022金诺中国金融年度优秀社会责任项目”，并先后获得重庆市“2022年智能化赋能行动项目”、2022年重庆数字乡村创新十佳示范案例、2022年度重庆金融助力乡村振兴优秀案例等荣誉。

案例 智慧养殖助力共同富裕

马上消费主动投身乡村振兴战略，多方走访调研了解到养鸡行业散养鸡普遍存在计数、称重、环境监测、健康溯源、销售渠道等问题，有针对性地依托自身在大数据分析、人工智能领域的技术禀赋，自研“富慧养”智慧养殖平台免费提供给渝北区、垫江县、石柱县养殖户使用，提供智慧养殖、产品溯源、订单交易跟踪、资金对接、资源撮合等一站式综合服务。通过智慧养殖大数据管理平台，首先帮助农户解决了计数、称重、环境监测等痛点，以及人工管理效率低下问题，全面提升了养殖场的质量和产能；其次，通过产品溯源、养殖过程监控等，有效提升产品附加值与产品形象，带动销售，增加养殖户收入20%以上；最后，通过全过程的数字化呈现，让养殖场由“动产”转换为“不动产”，有助于在银农对接中实现对农户融资需求的精准授信，提升农户融资可得性。

马上消费“富慧养”具有较高技术水平以及创新性、示范性和可推广性，通过数字技术对乡村发展起到一定促进作用，在数字乡村发展领域有着强借鉴和推广意义。2022年，马上消费“富慧养”项目凭借着在数字技术方面的覆盖面大、落地性好、成效显著的特点获得2022重庆数字乡村十佳示范案例。



▲ 马上消费“富慧养”智慧养殖

案例

创新开创“金融科技+保险+银行”金融服务模式

长期以来制约养殖企业发展的一大瓶颈就是缺乏抵押物、生产经营风险较大。马上消费针对散养鸡养殖企业的融资难题，以金融科技创新为核心，探索出“金融科技+保险+银行”的闭环式金融创新模式。选择原耕农业公司位于渝北区洛碛镇老君山村散养鸡场的一个组团鸡（约 3000 只鸡苗）作为试点对象，依托此模式成功获得银行贷款授信。基于此模式，原耕农业公司可以降低养殖风险，银行和保险公司可以在贷款、投保后，利用马上消费平台，实现对养鸡场的远程实时监控，发生异常后可以及时处处理，降低信贷风险和保险风险。马上消费积极通过金融科技、数字技术推动农村金融服务创新，释放“三农”数据价值，以金融和科技的深度融合精准助力乡村振兴。

消费帮扶带动 产业兴旺

公司发挥数字金融优势，依托旗下 APP 产品“安逸花”开设了乡村振兴服务专区，采取线上直播、节日促销、福利激励等方式，为农户提供导流、撮合服务平台，打造永不落幕的“乡村振兴购物节”，为乡村的农业主体构建了一条特色农产品上行通路。

2022 年

开展消费助农活动

22 场

发放乡村振兴特惠券

17 万张

农产品相关素材曝光量超

1.2 亿人次

新增下单金额

980 余万元

总价值

850 万元



案例 “安逸花” 开启消费助农新模式

为推动形成助力乡村振兴长效机制，以消费扶农助农增收。2022 年，马上消费启动了安逸花会员“幸运上上签”活动，本次活动派发 50 万元优惠券支持用户兑换乡村振兴农产品。通过这种活动形式，帮助相关农户解决销路问题，同时也让更多的用户了解乡村振兴、参与到乡村振兴工作中去。赠送活动的农产品全部来自马上消费长期对口帮扶公司，马上消费通过此次活动直接采购了 2000 余份农货，真正解决了年关拓销路燃眉之急。

案例 永不落幕的“乡村振兴购物节”

马上消费发挥数字金融优势，依托旗下 APP 产品“安逸花”开设了乡村振兴服务专区，采取线上直播、节日促销、福利激励等方式，为农户提供导流、撮合服务平台，打造永不落幕的“乡村振兴购物节”。安逸花为乡村的农业主体构建了一条特色农产品上行通道，通过乡村振兴专区，为农业主体提供导流、撮合服务，增加农产品曝光，打通外销通道，实现助农增收。基于潜在用户，安逸花还通过免费发放免息券、优惠券支持用户在线兑换农产品，已累计提供价值 850 万元的乡村振兴特惠券。

“安逸花”通过在线商品平台，结合多样性的农产品，策划多个乡村振兴商品专题，根据不同时令和特有农产品组织促销节，如乡村振兴水果季、新年美味山珍、特产年货美食等，充分发挥平台的流量优势，将农产品信息更丰富、更全面地展现给用户，扩大农产品销售渠道，促进农产品销售，带动农民实现共同富裕。



▲ “安逸花” 消费帮扶活动

知识帮扶赋能 农村发展

乡村振兴，关键在人。公司坚持开发式帮扶，启动“千里马·乡村英才培养计划”，积极引导小镇青年、应届毕业生和退伍军人投身家乡建设，依托自主研发的直播系统，搭建乡村振兴知识传播平台乡村英才学堂。同时，依托丰富的线上线下活动大力开展面向偏远乡村的反洗钱、防范网络电信诈骗、防范非法集资、理性消费等金融知识讲座，进一步增强受众信用意识和风险辨别能力，有效促进乡村金融生态环境改善。2022 年 6 月，马上消费知识帮扶系列做法受到原中国银保监会点名表扬。

2022 年

完成课程直播

18 次

录播课程

92 节

累计覆盖

30 万人次

案例

发起乡村振兴 TA 力量，助力乡村人才储备

人才梯队建设是乡村振兴的内在源动力。马上消费一直致力于知识振兴、助力乡村人才储备。为进一步落实乡村振兴“5+1”策略，马上消费积极凝聚广大外部资源的智慧和力量，集合众多资源投身到乡村振兴行动中去，发起了乡村振兴 TA 力量活动，呼吁社会各界加入乡村建设队伍中来，通过知识帮扶、专业培训、志愿服务等活动，让返乡人才多起来，助力乡村振兴，共同谱写乡村新篇章。

案例

青年 TA 力量，为乡村振兴注入“青春加速度”

马上消费深入乡村振兴战略，凭借数字科技实力，为青年乡村追梦人和农业产业链提供“智”力支持。马禹，重庆黔江人。大学毕业后在外面闯荡，后来回到家乡将精力放在振兴家乡马喇贡米产业上。创业初期，他遭遇到了家人的不解、销路的困境、惨重的损失，在重庆农科院、马上消费等科技平台的帮助下，开始将科技力量视为提升马喇贡米整体价值、实现乡村振兴的最大抓手。马禹打通线上销售渠道，依托安逸花平台，借助直播、线上展示等方式，通过“安逸花”举办的年货节、乡村振兴购物节等，将产品卖向全国。马禹还参与马上消费英才学堂，以直播的形式给应届大学生、退伍军人、小镇青年等人群，分享创业经验、传授农业种植方法、讲授职业发展规划，通过马上消费平台为农村青年添“智”。如今，马喇贡米已经在黔江区全区海拔 800 米以上的十多个乡镇的两万余亩稻田进行种植，生产的大米销售价也从每斤 2.5 元涨到了 6—8 元，带动了 738 个农户，每户增收 8000 元，有力促进了农民增收和地方经济发展。

支持公益慈善

公司始终积极履行社会责任，彰显企业担当，持续加强顶层设计，突出党建引领，将公益慈善与公司治理和党建业务有机结合，强化党委主体责任，升级慈善治理结构。2022 年，公司在乡村振兴、扶危济困、绿色低碳等领域持续传递科技向善的价值和实践，大力开展公益捐赠、扶危济困活动，先后组织帮助困难儿童、属地物资捐赠等活动，荣获第十二届中国公益节“2022 年度公益创新奖”荣誉称号。

截至 2022 年底

累计捐赠价值达

4000 多万

受益人次

72 万

公益慈善与公司治理融合



- 董事会下设战略与社会责任委员会，负责制定含公益慈善在内的社会责任工作政策方针、目标及日常监督
- 制定《社会责任管理制度》，明确公益慈善工作流程规范，设置年度社会责任基金预算额度，确保公益慈善工作的有效运行和可持续性

公益慈善与党建融合



- 成立社会价值研究院，统筹落地公益慈善工作
- 坚持交叉任职，党建工作与社会责任工作有机结合
- 设立重庆马上科技发展基金会，传递科技向善的价值和实践

▲ 马上消费将公益慈善与公司治理和党建业务有机结合

案例

重庆马上科技发展基金会为公益赋能、为慈善添彩

马上消费发起成立重庆马上科技发展基金会（以下简称基金会），致力于依托公司在人工智能、大数据领域的科技自主研发优势，助力公益慈善事业，基金会规划了“授渔计划”“蓝天计划”“匠人计划”“人间烟火计划”等五大公益项目。

“授渔计划”围绕乡村产业与乡村振兴，实施“智慧养”智慧养殖和乡村英才学堂两个项目；“蓝天计划”将为马上消费用户的绿色消费等低碳行为建立碳账户、奖励碳积分，并给予用户用碳积分换取来自乡村振兴帮扶对象的农产品，间接助力乡村振兴；“匠人计划”将针

对世界前沿科技和国家重大科技需求，每年举办学术研讨、科技创新大赛等活动，奖励有潜力的科技工作者，鼓励科技工作者积极探索科技新领域，助力重庆乃至全国培养青年科技工作者，促进学科发展；“人间烟火计划”主要关注留守儿童、困难老人等特殊人群。



▲ 重庆马上科技发展基金会成立仪式

展望未来

随着经济的逐步恢复，居民的消费需求、消费意愿将会得到进一步释放。作为消费金融行业的参与者，马上消费将坚持“以用户为中心”的服务理念，在为消费者提供安全便利的金融服务的同时，不忘初心，牢记“实现金融从惠到普”的社会责任和企业使命，持续坚定为用户“提供有温度有情怀的服务”，从而成就用户。

我们将更加积极的拥抱科技创新的脚步，加速人工智能、区块链、云计算、大数据、生物识别相关的衍生技术落地，一方面进一步推进科技成果转化，利用好前沿技术反哺业务展开，进一步提高企业运营效率、运营成本。另一方面，依托科技手段不断提高消费者的使用体验，降低消费者交易成本，提高消费者对马上消费产品的感知度，实现科技赋能。

我们将持续推行“3060”计划，以行动应对气候变化。坚定走绿色可持续的发展方式，利用科技金融力量，降低碳排放、碳足迹的产生，推广绿色理念，实现人与自然的和谐共生。

我们将充分发挥金融机构缩小城乡收入差距的重要弥合力，通过搭建金融服务平台助力乡村振兴，借助数字普惠金融、知识帮扶、科技助力、消费帮扶、金融知识普及五大行动，有效缩小城乡、区域发展和收入差距，助力老百姓收入增长；依托数字化赋能、多场景布局、精准营销的“多轮驱动”，通过捐赠、慈善事业、志愿行动等实现先富带动后富，帮助弱势群体，并不断探索金融、科技与公益结合的融合机会，为老百姓创造共同富裕的机会。

社会责任作为马上消费发展的核心战略，是企业文化的集中体现，在全面建设社会主义现代化国家新征程中，马上消费将以高质量发展回报社会，从公司治理、服务新市民、坚持科技创新、支持乡村振兴、构建和谐劳动关系、践行公益事业、保护消费者权益等多维度出发，坚持探索，以责任担当践行初心使命。

面向未来，马上消费将持续挖掘自身优势，加大投入，更好地履行企业的社会责任，与时代同呼吸，与国家共命运。

报告指标索引

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		页码
索引	指标	
层面 A1： 排放物	一般披露	P39 科技赋能绿色低碳发展
	关键绩效指标 A1.1 排放物种类及相关排放数据。	P39 科技赋能绿色低碳发展
	关键绩效指标 A1.2 直接（范围 1）及能源间接（范围 2）温室气体排放量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）	P39 科技赋能绿色低碳发展
	关键绩效指标 A1.3 所产生有害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	/
	关键绩效指标 A1.4 所产生无害废弃物总量（以吨计算）及（如适用）密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	/
	关键绩效指标 A1.5 描述所订立的排放量目标及为达到这些目标所采取的步骤。	P40 践行绿色低碳行动
	关键绩效指标 A1.6 描述处理有害及无害废弃物的方法，及描述所订立的减废目标及为达到这些目标所采取的步骤。	/
	一般披露	P40 践行绿色低碳行动
层面 A2： 资源使用	关键绩效指标 A2.1 按类型划分的直接及／或间接能源（如电、气或油）总耗量（以千个千瓦时计算）及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	P40 践行绿色低碳行动
	关键绩效指标 A2.2 总耗水量及密度（如以每产量单位、每项设施计算）。	/
	关键绩效指标 A2.3 描述所订立的能源使用效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	/
	关键绩效指标 A2.4 描述求取适用水源上可有任何问题，以及所订立的用水效益目标及为达到这些目标所采取的步骤。	/
	关键绩效指标 A2.5 制成品所用包装材料的总量（以吨计算）及（如适用）每生产单位占量。	不适用，公司无产品包装材料。

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		页码
索引	指标	
层面 A3： 环境及天然 资源	一般披露	P38 践行双碳 引导绿色新生活
	关键绩效指标 A3.1 描述业务活动对环境及天然资源的重大影响及已采取管理有 关影响的行动。	P38 践行双碳 引导绿色新生活
层面 A4： 气候变化	一般披露	/
	关键绩效指标 A4.1 描述已经及可能会对发行人产生影响的重大气候相关事宜， 及应对行动。	/
层面 B1： 雇佣	一般披露	P50 以人为本 共享发展新成果
	关键绩效指标 B1.1 按性别、雇佣类型（如全职或兼职）、年龄组别及地区划分 的雇员总数。	P51 维护员工权益
	关键绩效指标 B1.2 按性别、年龄组别及地区划分的雇员流失比率。	/
层面 B2： 健康与安全	一般披露	P51 维护员工权益
	关键绩效指标 B2.1 过去三年（包括汇报年度）每年因工亡故的人数及比率。	/
	关键绩效指标 B2.2 因工伤损失工作日数。	/
	关键绩效指标 B2.3 描述所采纳的职业健康与安全措施，以及相关执行及监察方法。	P51 维护员工权益
层面 B3： 发展及培训	一般披露	P54 赋能员工发展
	关键绩效指标 B3.1 按性别及雇员类别（如高级管理者、中级管理层）划分的受 训雇员百分比。	P54 赋能员工发展
	关键绩效指标 B3.2 按性别及雇员类别划分，每名雇员完成受训的平均时数。	不适用
层面 B4： 劳工准则	一般披露	P51 维护员工权益
	关键绩效指标 B4.1 描述检讨招聘惯例的措施以避免童工及强制劳工。	P51 维护员工权益
	关键绩效指标 B4.2 描述在发现违规情况时消除有关情况所采取的步骤。	/
层面 B5： 供应链管理	一般披露	P21 促进责任采购
	关键绩效指标 B5.1 按地区划分的供应商数目。	P21 促进责任采购

主要范畴、层面、一般披露及关键绩效指标		页码
索引	指标	
层面 B5： 供应链管理	关键绩效指标 B5.2 描述有关聘用供应商的惯例，向其执行有关惯例的供应商数目，以及相关惯例的执行及监察方法。	P21 促进责任采购
	关键绩效指标 B5.3 描述有关识别供应链每个环节的环境及社会风险的惯例，以及相关执行及监察方法。	P21 促进责任采购
	关键绩效指标 B5.4 描述在拣选供应商时促使多用环保产品及服务的惯例，以及相关执行及监察方法。	P21 促进责任采购
层面 B6： 产品责任	一般披露	P42 安全信赖 营造金融新环境
	关键绩效指标 B6.1 已售或已运送产品总数中因安全与健康理由而须回收的百分比。	不适用
	关键绩效指标 B6.2 接获关于产品及服务的投诉数目以及应对方法。	P44 维护基本权益
	关键绩效指标 B6.3 描述与维护及保障知识产权有关的惯例。	/
	关键绩效指标 B6.4 描述质量检定过程及产品回收程序。	不适用
	关键绩效指标 B6.5 描述消费者资料保障及私隐政策，以及相关执行及监察方法。	P46 保护信息安全
层面 B7： 反贪污	一般披露	P10 坚守党管金融
	关键绩效指标 B7.1 于汇报期内对发行人或其雇员提出并已审结的贪污诉讼案件的数目及诉讼结果。	/
	关键绩效指标 B7.2 描述防范措施及举报程序，以及相关执行及监察方法。	P10 坚守党管金融
	关键绩效指标 B7.3 描述向董事及员工提供的反贪污培训。	P10 坚守党管金融
	一般披露	P58 倾心公益 擘画乡村新蓝图
层面 B8： 社区投资	关键绩效指标 B8.1 专注贡献范畴（如教育、环境事宜、劳工需求、健康、文化、体育）。	P58 倾心公益 擘画乡村新蓝图
	关键绩效指标 B8.2 在专注范畴所动用资源（如金钱或时间）。	P58 倾心公益 擘画乡村新蓝图

读者反馈表

尊敬的读者：

您好！感谢您阅读本报告。这是马上消费金融股份有限公司向社会公开发布的第二份社会责任（ESG）报告。我们非常愿意倾听和采纳您这份报告的意见和建议，以便我们在今后的报告编制工作中持续改进。请回答以下问题并将表格邮寄给我们。

请在对应位置打“√”

选项	很好	较好	一般	差
您认为本报告是否突出反映公司在经济、社会、环境方面的各项工作和重大影响				
您认为本报告披露的信息、指标是否清晰、准确、完整				
您认为本报告的内容编排和风格设计是否便于阅读				

开放性问题

您对本报告中的哪些部分内容最感兴趣？

您认为还有哪些需要了解的信息在本报告中没有反映？

您对我们今后发布社会责任报告有什么建议？

如果愿意，请告诉我们关于您的信息：

姓 名：_____

工作单位：_____

联系电话：_____

联系地址：_____

电子邮件：_____



马上消费金融股份有限公司

地址：重庆市渝北区黄山大道中段
52号渝兴广场B2栋4至8楼