

環境、社會及管治報告

1. 關於本報告

報告範圍

本報告涵蓋2020年3月1日至2021年2月28日期間集團的運動零售業務在履行環境與社會責任方面的表現。

報告編制標準

本報告嚴格遵循香港聯合交易所有限公司(下稱「聯交所」)證券上市規則二十七闡述的《環境、社會及管治報告指引》(下稱「ESG報告指引」)的規定編制。集團以「重大性」、「量化」、「平衡」、「一致性」原則作為披露基礎，開展環境、社會及管治(「ESG」)議題重要性評估，識別適用的ESG關鍵績效指標(「關鍵績效指標」)，並搭建ESG數據收集機制，務求報告呈現利益相關方所關注的環境、社會及管治議題，內容真實準確並能做出具意義的比較。

原則	集團回應
重要性	報告應涵蓋反映機構對經濟、環境及社會的顯著影響，或實質上影響利益相關方評估及決定的範疇。 結合本集團發展戰略、行業與業務狀況，並與利益相關方溝通交流，識別當前的重要性議題。
量化	報告有關歷史數據的關鍵績效指標須可予計量，以評估和驗證績效表現。量化資料附帶說明，闡述其目的及影響，並在適當情況下提供比較數據。 本集團已就本年度的關鍵績效指標信息進行量化披露，同時予以文字闡釋，以便利益相關方能清晰理解集團整體績效。
平衡性	報告信息應反映報告機構績效的正面性和負面性，以便對整體績效進行合理的評估。 本報告詳盡闡述本集團的工作成果及所面對的挑戰，並披露相關量化信息，以便合理分析和比較。
一致性	報告應使用一致方式披露信息，以便利利益相關方可分析及評估機構於不同時間的績效。機構應就任何方法的變化作出解釋。 本集團將確保報告的披露範圍與匯報方法每年均能保持大體一致。

2. ESG管理

集團始終秉承「運動打破邊界，盡享無限可能」的使命，攜手眾多優質運動品牌商及運動行業的其他參與者，通過科技的力量為消費者提供一流的商品與服務，創造健康快樂的運動生活體驗。我們深知加強ESG管理對集團持續發展的重要意義，積極將可持續發展理念融入日常的業務及決策當中，從下述六大方面不斷完善內部管理，推動業務的平穩運營。



2.1 ESG管理架構

董事會作為ESG最高決策機構，承擔ESG工作的整體責任，制定ESG管理方針、策略與目標，評估ESG風險與機遇，監督ESG管理及內部監控系統的運行，並審批ESG報告在內的披露信息。集團高級管理層負責ESG日常管理，並擬定ESG工作小組統籌協調相關職能部門根據ESG策略及目標制定具體工作計劃，定期審閱計劃進展與績效表現，並就ESG事宜向董事會開展階段性匯報，確保董事會及時充分評估ESG工作進展。



2.2 利益相關方溝通

集團重視與利益相關方的溝通，積極為各利益相關方搭建溝通交流的平台，通過了解利益相關方的期望和訴求，認真審視集團在環境、社會等方面的工作情況，謀求企業經濟、社會與環境的可持續發展。

利益相關方類別	訴求與期望	溝通與回應
政府及監管機構	• 合規經營與依法納稅 • 響應國家政策 • 項目合作	• 持續強化企業合規管理 • 落實相關國家政策要求 • 帶動就業
投資者與股東	• 財務業績 • 信息披露及透明 • 可持續盈利	• 加強市值管理 • 提升業績表現 • 定期多渠道溝通與報告
顧客	• 產品質量保障 • 客戶服務品質 • 顧客信息保護 • 合規營銷	• 優化產品與服務質量 • 完善顧客服務體系 • 加強網路安全 • 合法合規營銷
員工	• 員工權益保障 • 員工發展機遇 • 員工薪酬與福利 • 員工關懷	• 完善薪酬和福利保障機制 • 組織員工培訓，優化晉升機制 • 開展員工活動，關心員工健康 • 建立多渠道溝通平台
供應商及合作夥伴	• 誠信合作 • 合作共贏 • 公平開放	• 建立健全的供應商管理機制 • 打造責任供應鏈 • 開展項目合作
行業協會與媒體	• 遵守行業規範 • 推動行業發展 • 信息透明公開	• 參與行業研討交流 • 推動行業可持續發展 • 優化輿情反饋機制
社區	• 社區參與 • 履行社區責任	• 投身社會公益活動 • 助力全民健身

2.3 重要性評估

為更深入了解利益相關方的需求，集團邀請第三方顧問協助審視並確定ESG議題清單，通過行業分析、利益相關方溝通等方式綜合評定本年ESG議題的重要性排序，並繪製重要性矩陣，幫助集團有針對性地展開ESG管理工作。

本年重要性評估結果如下：





環境

- 01 包裝材料的使用
- 02 廢棄物管理
- 03 門店綠色運營
- 04 應對氣候變化
- 05 提升用水效益



僱傭

- 06 人才招聘與團隊建設
- 07 員工薪酬與福利
- 08 平等參與及多元化
- 09 職業健康與安全
- 10 員工培訓與發展
- 11 員工權益保障



營運

- 12 採購管理
- 13 產品質量與健康
- 14 合規營銷
- 15 知識產權保護
- 16 供應鏈環境與
社會風險管理
- 17 合規穩健運營
- 18 顧客信息安全
- 19 反貪腐與誠信經營
- 20 顧客服務與滿意度



社區

- 21 社會公益慈善
- 22 助力全民健康

集團將以本次重要性評估結果為基礎，制定下一年環境、社會及管治工作目標與計劃，以不斷提升本集團的ESG管理水平，進一步履行本集團的環境、社會及管治責任。

3. 我們的服務

為保障產品質量與服務水平，集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》及《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，並制定了一系列制度規範商品與服務管理，明確職能與責任，為顧客提供高品質產品與優質服務。於年內，集團未發生產品責任相關的違法違規重大個案。

3.1 產品質量管控

集團致力於為消費者提供優質且安全的產品與服務，關注採購及銷售服務流程以保障產品安全性。本著時刻對產品負責的精神，集團制定並嚴格落實驗收抽檢標準，明確各職能部門產品質量管理職責；通過體系化培訓不斷提升員工意識，於各環節嚴格把控產品質量，堅持為顧客提供安全健康的產品，提升顧客滿意度水平。

同時，集團關注對消費者權益的保護，制定公開的產品質保政策及規範的處理流程，消費者可通過多途徑對產品及服務體驗進行反饋並得到妥善處理。集團建立完善內部流程，並遵循品牌公司相關規定，對存在質量問題的產品快速響應並持續跟踪處理結果，保障消費者的健康與安全。

3.2 品質服務

集團重視門店及客服的服務品質，針對售前、售後、客戶諮詢與投訴等環節制定服務標準流程，明確銷售及客服人員的服務規範；通過「會員滿意度」評價體系、店鋪隨機暗訪查核等多種形式對銷售人員的服務進行監督，聚焦顧客需求，改善終端服務，為顧客創造卓越服務體驗。

3.3 門店服務管理

集團設有會員滿意度調查機制，運用系統對顧客推送消費評價提醒，促進集團與消費者間的溝通交互；顧客可據自身購物體驗對門店服務、環境等因素進行評價。集團會對服務評價數據進行跟踪與定向回訪，收集顧客反饋以幫助覆盤並進行服務優化。

為助力門店服務品質提升，集團設立全國店鋪隨機暗訪查核機制，重點關注店鋪環境、員工形象、服務流程、服務滿意度四個方面，關注店鋪整體給顧客帶來的潔淨程度與服務體驗感受。

此外，集團定期組織開展門店銷售人員服務培訓，主題包括零售數學、服務管理、人力部署等，旨在強化門店銷售人員的服務意識與綜合素質，進一步理解顧客需求，提供卓越服務。

3.4 客服服務管理

本集團始終關注客服服務質量，制定了完善的服務管理機制與考核指標，根據服務流程定崗定責，從多方位評估客服服務情況，以降低不良服務風險、提升產品功能特性介紹及訂單處理能力、保障售後環節快速響應精準處理等，提升顧客滿意度。

3.5 客戶隱私保護

集團嚴格保護客戶的個人隱私及信息安全，針對客服人員制訂並簽署客戶隱私保護相關協議。集團定期對客服人員開展網絡信息安全培訓及考核，持續強化客服人員的隱私保護意識，切實保障客戶信息與隱私。

在系統安全方面，集團採用用戶信息脫敏、個人中心動態碼等功能防止隱私數據的泄露及篡改風險；通過嚴格的訪問控制、身份認證、後台操作日志、授權機制等手段嚴控客戶信息的訪問和使用，切實保護顧客的信息安全。

3.6 合理合規營銷

集團嚴格遵循《中華人民共和國廣告法》中合規營銷相關規定形成相應的合規營銷內控機制，並對相關營銷人員進行有關廣告法、違禁詞及投訴案例的講解與培訓，確保合理合規營銷理念深入人心。

集團強調廣告營銷應注重真實介紹產品功能特性，建立嚴格的各類渠道展示素材及文案審核機制，定期對各渠道店鋪頁面，以及推廣文案圖片進行抽檢。



4. 我們與員工

集團深刻認識到人才是企業發展的重要動力，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》和《中華人民共和國社會保險法》等法律法規，制定並落實人力資源相關管理制度、《員工手冊》等相關內部制度，關注員工發展與身心健康，構建更全面有效、更加人性化的人才管理體系，為企業發展奠定牢固基石。於年內，集團並未發現與僱傭相關的重大違法違規事件。

4.1 招聘與考核

集團於年內始終遵循高效、重質、以結果為導向的核心理念實施招聘計劃，選擇最合適的人才，為未來的發展奠定良好的基礎。在校招方面，集團通過網絡招聘平台吸引青年人才的加入，而在社招方面除傳統渠道外，還開拓了多種新型社交招聘渠道，構建多維度、互動式的招聘。此外，集團進一步更新內推制度，盤活內部資源，深度觸達優質人才，吸納更多新生力量。

作為承擔社會責任的企業，在疫情期間，集團迅速調整招聘方向，以線上為主拓展多元化招聘渠道，開展雲招聘廣納英才，為減少社會就業壓力盡一份力。在招聘過程中，集團嚴格遵守信息保密，切實維護候選人信息安全。

集團以公平公正公開的態度對員工進行績效考核與晉升管理。於年內，集團引進平衡計分卡工具，結合目標與關鍵成果績效考核方法對員工進行考評，同時充分利用系統工具進行戰略、組織目標和績效的動態管理與風險防控。為發掘優質人才、深化人才管理，規範人員崗位晉級流程，於年內集團進一步完善了崗位晉升制度。集團依據員工多維度表現給予優秀員工晉升安排，優化內部人才的有效配置，激勵員工充分發揮個人潛力。

4.2 員工培訓

集團秉承「以業務為中心、賦能業務發展」的理念，助力員工全面發展。集團的培訓體系由四大部分組成，包括培訓管控模式、培訓工具、培訓課程體系、培訓講師體系。本年，集團主要從以下方面進一步優化培訓體系：

培訓管控模式

發佈員工培訓相關管理制度及「搏學院」平台使用相關指引，規範集團年度培訓計劃制定與落實、培訓滿意度的調研、培訓考核操作流程及標準。

培訓工具

在新冠疫情大環境下，上線線上培訓平台「搏學院」，為員工的發展充分賦能。本財年，集團依托線上學習平台共開展160個培訓項目，包含883門課程。

課程體系

設計關鍵崗位的勝任力模型，並對崗位說明書進行整理，為搭建崗位課程體系及崗位晉升體系打下了堅實的基礎。

培訓講師體系

搭建內訓師團隊，發揮其良好的知識萃取能力、轉訓能力，為員工提供多樣化的培訓內容。截至目前，集團已在全國範圍內組建從集團到地區各層級組成的內訓師團隊。

TOP大當家

2020年6月至8月，為提升店長和儲備力量的管理能力，強化店長「當家人」的意識，集團為員工安排了《店長角色與職責》、《打造店鋪得力幹將》、《店鋪零售KPI》等系列課程，通過理論培訓，實操幫帶，課後跟進的模式，促進學習轉化，同時推動了銷售業績的提升。



培訓合影

HEY COACH

為發現、培養、儲備一線銷售和管理人才，同時提升繼任店長的崗位勝任力，集團為員工安排了《目標管理》、《基礎服務》、《售後與客訴處理》等9大精選課程，讓員工用更紮實的知識體系服務於終端零售。



培訓合影

4.3 員工薪酬與福利

集團大力倡導人才發展建設，深刻意識到人才發展乃未來商業競爭中的重要「軟實力」；集團搭建人才績效評價體系、制定人才激勵政策，將員工工作績效與集團經濟效益有機結合，充分調動員工積極性，發揮薪酬體系的激勵作用；重視人才梯隊建設，持續建立具有前瞻性、計劃性的人才培養體系，關注人才梯隊建設，強化員工知識與技能發展，提升組織效能和優化、提升人才生產力。

集團建立並嚴格執行員工聘用、薪酬與福利、績效考核、晉升、離職與解僱等相關制度規範，貫徹落實科學規範、公平透明的薪酬與福利保障體系，依法依規按時支付員工工資、繳納法定五險一金。同時，集團為員工提供全方位的關懷與福利，保障員工基本權益，為員工創造溫馨舒適的辦公氛圍。在工作之餘，我們組織員工參與豐富多彩的活動，傳遞企業文化，增強員工凝聚力。

法定福利：

統一由人事部辦理社會保險與公積金；為員工提供必要的假期，如帶薪年假、婚假、產假等；根據法律規定，為員工提供符合規定的辦公用品、勞動防護用品等；疫情期間，為員工派發口罩、消毒液等。

節日福利：

在員工生日時，集團市場部向員工推送生日祝福；在春節、中秋等傳統佳節，集團為員工送上節日賀禮與祝福。

日常補貼：

集團為員工提供出差補助等，為員工的工作提供便利。

員工活動：

集團適時舉辦多樣化的集體娛樂活動，豐富員工生活；集團關注員工健康，為員工提供氛圍良好的健身房等福利。

聖誕節尋找平安果活動

2020年12月25日，集團舉辦聖誕節慶祝活動，活動以找尋物品兌換禮物的形式展開，穿插線索、隱藏福利等驚喜元素，讓員工在活動過程中感受節日的歡樂氛圍。



活動合影

新年抽紅包活動

2021年2月18日，為慶祝新年，給員工不一樣的節日體驗，集團以財神送紅包為主題，讓員工隨機抽取開年紅包，增加員工在抽取過程中的緊張與期待心情，元氣滿滿開啓新財年新征程。



抽紅包合影

4.4 職業健康與安全

集團關注員工的健康情況，疫情期間集團開發健康跟踪系統，根據國家防疫要求每日對員工的體溫、隔離所在地、居家隔離情況、居家辦公狀況等信息進行統計了解；嚴格落實門店及辦公場所的清潔及消毒工作，全面消除隱患，切實守護員工健康。

於年內，集團嚴格管理辦公區域及零售門店的消防安全情況，依據集團制定的辦公室和店鋪消防安全管理相關制度定期檢查各區域的消防安全情況，發現問題及時跟進，確保員工擁有健康安全的工作環境。

消防演習

2020年11月，集團組織消防培訓演習。本次演習極大地增強了集團員工對消防安全的認知程度，讓員工具備應急處理能力，時刻關注消防安全問題。



消防演習現場

4.5 平等參與及溝通

集團致力建立開放、多元與平等的工作氛圍，杜絕任何因年齡、性別、信仰、家庭情況、種族等原因的偏見與歧視行為。

為積極促進員工溝通，集團設置了多樣化的溝通方式，切實了解員工需求。此外，集團積極開展員工滿意度調研，根據各項調研結果，不斷完善內部管理流程及方式。

4.6 勞工權益保障

集團嚴格遵守《中華人民共和國未成年人保護法》、《中華人民共和國禁止使用童工規定》等法律法規，禁止僱傭童工或強制勞工。

在招聘過程中，集團對求職者進行身份及年齡信息核驗，以確保僱傭符合國家法律法規及集團管理制度規定。同時，集團禁止以任何方式強迫員工工作或超時工作，保障員工加班合法權益。於年內，集團未發生任何與僱傭童工或強制勞工相關的違法違例重大個案。

5. 我們與合作夥伴

集團高度重視供應商管理，在選擇供應商時，關注供應商的社會責任履行情況及服務水平。我們始終用高標準選擇合適的供應商，並採取多樣化的方式與供應商保持穩定的溝通與交流了解供應商的建議與意見，增強雙方的信任程度，攜手合作促進共同發展。

集團致力於打造廉潔、公正的供應鏈，規範招投標、採購行為，亦堅持向所有的潛在合作夥伴提供平等競爭機會，鼓勵供應商對潛在舞弊行為進行舉報，保證公平公開的競爭環境。

集團關注與品牌方的關係維護和溝通交流，始終秉持合作共贏，同心同行的態度，與品牌合作夥伴分享市場趨勢與消費者洞見，收穫品牌方的信賴與支持，促進雙方共同進步。集團重視與品牌方的長期合作，致力於保持與品牌方合作的穩定性。在疫情期間，集團嚴格遵守國家防疫政策，通過線上直播訂貨會等形式確保產品供應不中斷，與品牌方攜手共度難關。

此外，集團不斷尋求新的合作機會，積極引入高質量的品牌方，致力於滿足顧客的消費需求，塑造良好的品牌形象。

6. 我們的管治

為加強企業治理和內部控制，規範經營行為，集團嚴格遵循《中華人民共和國反不正當競爭法》和《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等反貪腐相關法律法規要求，堅決杜絕貪污腐敗、商業賄賂，努力營造廉潔的營商環境。於年內，集團未發生任何貪污訴訟案件。

6.1 反舞弊及內控管理

於年內，集團進一步完善風險管理及反舞弊相關管理制度，並在《員工手冊》中加入反舞弊協議內容，進一步提升員工的反舞弊意識。

集團審計部負責內控檢查工作，以風險評估為導向制定審計計劃，針對可能存在舞弊風險的事項和內控制度執行情況進行檢查並形成總結報告，對現有內控制度及措施的不足提出可行的改進建議，並督促責任部門完善管理。

集團高度重視誠信經營文化的內部宣貫，要求關鍵崗位員工簽訂反舞弊承諾書，對任何涉及貪腐、舞弊的行為嚴肅追究，並視情節嚴重必要時將追究其刑事責任。

同時，集團持續開展對全體員工的反舞弊宣傳與培訓，並重點加強新員工入職反舞弊培訓及關鍵崗位專項反舞弊培訓。於年內，集團員工通過在線學習平台完成反舞弊培訓。

6.2 舞弊檢舉

集團建立了完善的舞弊檢舉途徑，如廉政舉報二維碼、檢舉郵箱等，所有的舞弊舉報方式通過員工手冊、內部管理信息系統等途徑向全體員工公佈，後續進一步計劃在集團官網、終端門店渠道公佈。

集團審計部接收來自包括內部及外部方面的直接檢舉，對於內容詳實或提供證據的舉報，在經過相關授權審批後由審計部進行立案調查，並在審計調查結束後及時將調查報告向管理層匯報。

於年內，集團開發廉政檢舉系統，進一步規範舞弊檢舉工作流程。舉報人可以通過廉政檢舉系統和檢舉郵箱匿名舉報，廉政檢舉系統設置嚴格的權限管控，僅關鍵管理人員可接觸廉政檢舉信息，能夠實現檢舉、調查受理系統化，提升反舞弊工作效率。此外，廉政檢舉系統內具有信息保密提示功能，防止信息外洩、濫用等情況，充分保護舉報人隱私信息。

6.3 知識產權保護

集團嚴格遵照《中華人民共和國知識產權法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》等相關法律法規要求，規範知識產權的獲取、保密、存檔等管理工作。集團內部明確知識產權管理責任，重點對現有商標開展有效性維護；同時，在日常監控監測中如發現冒用集團商標及名稱的行為，及時申訴以保護集團的知識產權不受侵害。針對市場活動、公眾平台的內容部分，涉及肖像權、文字等內容使用時擬定相應的使用授權協議，避免侵權事件的發生。於年內，集團進一步梳理完善向合作方進行IP授權（包括商標、美術作品等）的規範。

7. 我們與環境

集團積極履行企業公民應承擔的環境責任，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等相關法律法規，堅持節能環保的綠色運營模式，著力推進環境保護、綠色節能與廢棄物管理，降低業務運營對環境造成的負面影響。於年內，集團未發生環境保護相關違法違規事件。

7.1 節能降耗



節約用電

- 01 辦公室、會議室充分利用自然光，午餐及下班無人時均做到人走燈熄；
- 02 計算機、投影儀、顯示屏、視頻設備等電器設備不使用時及時關機，下班前切斷電源開關；
- 03 走廊燈採取間隔亮燈，茶水間、廁所、會議室、洽談室等公用區域無人時採取不開燈措施；
- 04 冬季低於10度，夏季高於25度才開啓空調，空調開啓時間為工作日9:30-18:00，杜絕無效開啓；
- 05 集團採用節能檢查表巡查各部門執行集團環境管理制度的情況，並安排人員每天進行2次巡檢及複檢。



節約用紙

- 01 加強辦公經費和辦公用品的使用管理，規範辦公用品的配備、採購和領用，嚴格配備上限標準；
- 02 提倡雙面印刷、紙張重覆利用；
- 03 科技賦能，提倡無紙化辦公。通過線上系統完成審批流程與文件傳輸，減少資源浪費。



節約用水

- 01 加強用水設備的日常維護和管理，杜絕跑冒滴漏和長流水現象；
- 02 張貼節約用水標識，加強員工的節水意識。



公務車輛管理

- 01 嚴格控制集團公務用車的配置和汰換，加強公務用車使用管理，建立健全公務用車使用管理制度；
- 02 實行「一車一卡」加油制度，加強車輛用油定額管理和考核，制定節油降耗專項措施，努力降低耗油總量。嚴格執行單車油耗定額，努力降低油耗；
- 03 實行車輛統一定點維修、定點保險和定點加油，維修保養人員固定到人；
- 04 不斷提高車輛管理人員和駕駛人員的業務操作技能，堅持科學、規範駕駛，加強車輛的維護保養，減少車輛部件非正常損耗，避免燃油浪費。

7.2 廢棄物管理

集團積極響應國家垃圾分類政策號召，在門店及辦公場所分類設置垃圾桶，推動廢棄物分類規範管理。日常運營產生的一般生活垃圾由保潔人員定期清理。

集團門店使用的購物袋，均由100%可回收材料製作，可以進行多次循環使用。同時，集團倡導員工重覆利用快遞紙箱，安全高效，節約成本。此外，員工還積極利用廢舊泡沫材料做成倉庫貨架的間隔，提升貨架空間利用率。

「耐用工坊」環保主題活動

集團南京艾尚天地KL店鋪，舉辦「耐用工坊」環保主題活動，旨在使用不同材質、不同顏色的可循環材料以大膽且新意的想法，將它們變成實用且「耐用」之物。集團邀請創作者將作品帶至現場，以分享會形式闡述他們的設計靈感。



活動現場

8. 我們與社區

集團在業務發展的同時不忘肩負企業公民責任，熱心公益，為社會貢獻力所能及的資源與服務，堅定不移地在公益路上踏實前行，為需要幫助的人傳遞愛與希望。

滔搏 x 一扇窗公益計劃合作

為了讓更多山村孩子擁有學習的機會，了解這個世界，集團在騰訊99公益日攜手一扇窗公益組織，助力建設山村智慧活動室，提供線上教學設備與資源力量，為鄉村學校搭建一間能夠讓學生自由探索的教室，從激發好奇心，到培養探索解決問題的能力，再到拓寬視野鼓勵交流表達，利用科技為鄉村學生打開認識世界、展望未來的一扇窗。

集團共有2,250名員工積極轉發進行捐款，共籌集善款22,473元。2021年3月，一扇窗公益組織在河南兩所學校的智慧活動室上掛上集團的冠名牌匾。



員工積極參與公益活動

附錄I ESG關鍵績效數據表

關鍵績效指標	單位	使用量／排放量
A1.1排放物		
二氧化硫	千克	1.23
氮氧化物	千克	265.18
顆粒物	千克	24.28
A1.2溫室氣體排放		
溫室氣體排放(範圍一)	噸二氧化碳當量	227.35
溫室氣體排放(範圍二)	噸二氧化碳當量	1,182.62
溫室氣體總排放(範圍一、二)	噸二氧化碳當量	1,409.97
A1.3有害廢棄物		
有害廢棄物	千克	635.69
A1.4無害廢棄物		
無害廢棄物	噸	14.90
A2.1資源使用		
總能耗量	兆瓦時	2,061.98
直接能耗量	兆瓦時	728.26
間接能耗量	兆瓦時	1,333.72
能耗密度	兆瓦時／平方建築面積	0.07
用電量	兆瓦時	1,333.72
汽油使用量	升	83,960.65
A2.2用水量		
用水量	立方米	13,653.05
用水密度	立方米／平方建築面積	0.47
A2.5包裝材料		
包裝紙袋	噸	6,912.35

環境數據與係數說明

- (1) 數據收集範圍：環境數據的時間跨度為2020年3月1日至2021年2月28日；能源、資源與廢棄物數據範圍覆蓋集團總部及下屬15個區域的行政辦公區域，包裝材料為本年零售門店的包裝紙袋採購量。
- (2) 溫室氣體排放(範圍一)主要來自車輛汽油消耗，溫室氣體排放(範圍二)產生於外購電力消耗，數據來源為相關費用的繳費單以及行政台賬。電力的溫室氣體排放係數參考國家生態環境部發佈的《2017年度中國區域電網基準線排放因子》，其他能源排放係數參考香港聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》。
- (3) 集團消耗的能源類型為公務車輛燃油及外購電力，數據來源為相關費用的繳費單以及行政台賬；能耗係數參考國家《GB/T2589-2008綜合能耗計算通則》。
- (4) 有害廢棄物包括打印產生的廢墨盒及硒鼓；無害廢棄物為辦公區域日常產生的生活類垃圾。數據來源為打印記錄、物業環衛記錄等。
- (5) 集團用水為市政管網供水，數據來源為水費繳費單、財務以及行政台賬。