## 1. 關於本報告

### 報告範圍

本報告涵蓋集團於2019年3月1日至2020年2月29日期間內集團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」)證券上市規則附錄二十七闡述的《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ESG議題重要性評估，識別適用的ESG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。

### 報告信息來源

報告信息均來自於集團正式制度文件、統計報告或有關公開資料。

## 2. ESG管理

作為運動產品零售領域的專家，集團秉持「運動打破邊界，盡享無限可能」的使命，攜手品牌商以及所有運動行業的參與者，為顧客創造積極、健康、快樂的運動生活體驗。

集團將ESG管治作為推進可持續發展的方式，建立良好的ESG管治常規及程序。集團董事會作為ESG最高決策機構，負責制定ESG策略、評估ESG風險、監督ESG管理並審議ESG報告。集團高層負責ESG目標設定、ESG風險評估、審閱年度ESG計畫與報告等工作事項。集團內部審計部門負責ESG日常管理的溝通協調，組織年度報告的編制。集團各職能部門根據職能性質負責執行相對應的ESG工作事項要求，切實履行各自ESG的職責，積極開展可持續發展能力建設，共同履行企業的環境與社會責任。

## 3. 利益相關方溝通與重要性評估

集團高度重視利益相關方的意見與心聲，積極為各利益相關方搭建溝通交流的平台。

通過瞭解利益相關方的期望和需求，認真審視集團在發展過程中對環境、社會造成的影響，合理規劃後續工作，務求實現企業經濟、社會與環境效益的協同發展。

### 3.1 利益相關方溝通交流機制

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

## 3.2 ESG議題重要性評估

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、綜合利益相關方意見等方式綜合評定本財年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社會責任工作。

以下為本財年重要性評估結果：

| 議題重要性 | 排序 | ESG重要性議題 | 所屬ESG範疇 |
|---|---|---|---|
| 非常重要 | 1 | 產品質量與健康 | 營運 |
| | 2 | 顧客服務與滿意度 | 營運 |
| | 3 | 人才招募與團隊建設 | 僱傭 |
| | 4 | 顧客信息安全 | 營運 |
| | 5 | 採購管理 | 營運 |
| | 6 | 合規營銷 | 營運 |
| | 7 | 員工培訓與發展 | 僱傭 |
| | 8 | 包裝材料的使用 | 環境 |
| | 9 | 反貪腐與誠信經營 | 營運 |
| | 10 | 門店綠色運營 | 環境 |
| 重要 | 11 | 供應鏈環境與社會風險管理 | 營運 |
| | 12 | 合規穩健運營 | 營運 |
| | 13 | 員工薪酬與福利 | 僱傭 |
| | 14 | 員工權益保障 | 僱傭 |
| | 15 | 助力全民健康 | 社區 |
| | 16 | 知識產權保護 | 營運 |
| | 17 | 職業健康與安全 | 僱傭 |
| | 18 | 平等參與及多元化 | 僱傭 |
| | 19 | 社會公益慈善 | 社區 |
| | 20 | 廢氣及廢棄物管理 | 環境 |
| | 21 | 應對氣候變化 | 環境 |
| | 22 | 提升用水效益 | 環境 |

重要性評估結果顯示，產品質量與健康、顧客服務與滿意度、人才招募與團隊建設是最為重要的ESG管理議題。鑒於集團的業務特點，日常運營對環境的影響較小，故環境議題的排序較低。集團堅信在高速發展的背景下，產品品質與服務的優化是企業可持續發展的核心，人才引進與能力建設是推進企業戰略發展的重要工作，合規運營體現著企業的社會責任。集團將不斷探索完善相關管理機制，堅定不移走可持續發展之路。

## 4. 嚴控品質　用心服務

集團堅持以顧客為中心，嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》和《中國人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，通過提供全面且優質的運動產品與多元化附加服務，打造連接消費者與運動生態的超級平台，有效滿足消費者在體育運動方面的需求。於報告期內，集團未發生產品責任相關的違法違規事件。

### 4.1 產品品質管控

集團秉持對產品質量與健康高度負責的態度，堅持落實成品鞋質檢標準、殘次商品店鋪退倉等一系列產品品質管控制度，嚴控產品品質，保護集團與合作品牌商的信譽度。

為確保產品質量符合標準，集團在到貨、存儲、發貨三個環節實行嚴格的質量檢驗與管理，對公司經營、銷售環節中涉及產品質量檢測相關員工進行嚴格、體系化的產品質量檢測技能培訓，持續提升質檢能力，保障質檢覆蓋量與質檢效率。

在強化產品質量管理的基礎上，集團亦建立了完善的問題產品處理機制，務求快速響應降低事件的不良影響，全面保護消費者的健康與安全。

### 4.2 專業貼心的顧客服務

集團致力於打造以消費者為核心的運動零售及服務平台，將與消費者的互動與服務作為集團核心競爭力的基礎，豐富產品供應，優化銷售人員的服務水準，務求提升顧客滿意度。

顧客體驗的提升源於對顧客需求的洞察。集團以覆蓋全國的直營門店網絡與會員平台為基礎，基於對顧客需求的分析，提供合適的運動產品與服務推薦，營造全方位的購物體驗。另外，集團推出會員計畫以增加與會員的連接緊密度，致力從產品、服務、活動等方面為會員提供廣泛福利。

集團運動零售及服務平台建立在穩固的直營門店網絡基礎之上，良好的門店服務對顧客滿意度及忠誠度有著直接的正面影響。為打造高品質的服務標準，集團重視店員服務技能、服務意識與產品知識培養；建立與顧客溝通的有效機制，聆聽顧客需求與建議並及時回饋；建立貨品調配管理機制保障門店充足的庫存水準；從空間規劃、色彩搭配、購物環境等維度全面打造門店形象，為顧客提供專業、舒心的購物體驗。

為確保高品質服務標準的有效執行，集團定期開展門店檢查，同時邀請會員根據購物體驗進行服務評價，以內外部評價相結合的形式促進各地區公司及門店優化內部管理，持續提升顧客的購物體驗。

集團制定並落實售後服務管理規範流程，明確售後客服崗位職責，降低不良服務的風險，提升訂單處理能力，保證售後環節的時效。

集團建立了多渠道的顧客反饋系統，強化客訴的響應速度與處理效率。顧客可在店鋪或通過客服電話、網絡銷售平台在線聊天窗口進行售後諮詢或投訴。針對常見的售後諮詢問題，店員或在線客服人員依據公司售後處理相關流程的處理規範，快速響應顧客的訴求；涉及產品質量問題，參照品牌的質規規定為顧客進行退換貨處理。

## 4.3 顧客信息保護

集團高度重視顧客的個人信息安全，遵照《中華人民共和國網絡安全法》等法律法規的要求，強化信息安全管理，嚴格執行信息保護管理規範、客戶隱私保護政策；設置員工資料查閱權限，同時，與客服等主要接觸顧客信息崗位的員工簽訂《顧客隱私保護協議》，通過培訓持續鞏固員工的信息保護意識，杜絕未經顧客授權公佈或洩露顧客個人信息的行為。

在系統的安全管理方面，集團運用符合業界標準的安全防護措施保護顧客提供的個人信息，防止數據遭到未經授權訪問、公開披露、使用、修改、損壞或丟失的情況，切實保護顧客的信息安全。

### 4.4 合法合規行銷

集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規要求，制定合規營銷的內部管理制度，嚴禁虛假宣傳、虛假廣告、欺詐等事件的發生。

為深化落實集團合規營銷管理，集團加強日常營銷廣告審批力度，嚴格執行初審、複審以及最終存檔的審核流程；對各渠道店鋪頁面、推廣文案圖片進行抽檢，確保宣傳資料真實有效，切實維護顧客權益；同時，開展內部培訓，宣講廣告法、違禁詞以及涉嫌違禁詞投訴案例，強化員工合規營銷意識。

### 4.5 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》和《中華人民共和國商標法》等相關法律法規要求，構建內部管理制度，以規範知識產權的獲取、保密、存檔等管理工作。集團指派專人負責知識產權的管理，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。

## 5. 廣納英才　共促發展

人才是企業發展的基石。集團遵守《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，積極開展人才隊伍建設工作，制定並嚴格落實人力資源相關管理制度及《員工手冊》相關員工管理規定，從人才培養孵化、考核晉升、福利保障等方面形成更具活力、更加人性化的人才管理體系，實現員工價值，助力企業成長。報告期內，集團未發生僱傭相關的違法違規事件。

## 5.1 員工招聘

集團深信人才的引進將為企業注入無限活力。因此，集團依據發展戰略目標制定相匹配的人力資源需求規劃，靈活選擇校園招聘、網路招聘等渠道，並充分利用現有人力資源，有效建立人才團隊，保證人才供應鏈滿足集團的發展需求。

集團堅持公開、公平、公正的招聘原則，依法與僱傭人員簽訂勞動合同，規範公司用工管理，維護、發展和諧的勞動用工關係，保護員工與企業的合法權益。

## 5.2 員工培訓

集團已建立「以業務為中心、賦能業務發展」的員工培訓體系，依照內部培訓相關管理制度規定，開展培訓需求調查，設立培訓目標，制定並落實培訓計畫，確保員工業務知識與技能水準滿足集團的業務發展需求。

基於員工培訓體系，集團設計並開展豐富多樣的培訓課程，內容涵蓋新員工入職、崗位認證、崗位技能、業務知識、管理能力、職業道德、企業文化教育等，確保各崗位員工均可獲得全面的知識與技能提升機會。

**第二屆TOP運動顧問選拔賽**

2019年11月，集團第二屆「TOP運動顧問」選拔賽順利舉行，全國99位運動顧問候選人參與其中。該活動是集團全國性大型賽事，旨在通過層層選拔，在全國範圍內挖掘優秀人才。選手也可在比賽中學習交流，提升個人工作技能與綜合能力。

## 5.3 績效考核與職業晉升

集團秉持公平、公開原則，依據人力資源相關管理制度定期對員工的工作業績、工作能力及工作態度進行考核。員工考核結果作為職位晉升、年度獎金發放、薪資調整等的參考依據，以激勵員工不斷提高工作績效和自身能力，進而提升集團的整體運營效率。

集團積極拓展員工職業發展通道，通過內部晉升選拔有發展潛力的員工，定向發展培養，建立人才梯隊。集團依據員工能力、業績、態度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。

## 5.4 薪酬與福利

集團已建立了科學規範、管理透明的薪酬與福利保障體系。在倡導公平的同時，將員工工作績效與公司經濟效益有機結合，充分調動員工積極性，發揮薪酬體系的激勵作用。

集團為員工提供多元化的福利項目。除法定性福利外，集團為員工準備了生日賀禮、春節賀禮，開展豐富的員工活動等，有效提升員工的幸福與歸屬感。

## 5.5 員工健康與安全

為切實維護員工身心健康，集團定期為員工提供免費健康體檢，做到無病早防範、有病早治療，為員工撐起「健康保護傘」。

集團遵照《中華人民共和國安全生產法》規定，積極響應「預防為主，防消結合」的基本原則，特制定辦公室和店鋪的消防安全管理制度，依據辦公室、店鋪的環境特點規範消防安全管理工作，並向員工普及消防安全小知識，積極參與物業公司定期舉辦的各類消防演習。此外，集團加大安全生產隱患排查與整改力度，及時維護安全設施，制定安全應急處置預案，通過安全培訓強化員工安全意識，切實保障員工生命安全。

## 5.6 員工活動

集團定期組織各項娛樂活動，豐富員工生活，傳遞企業文化，加強員工凝聚力，營造和諧工作氛圍。

### 團建活動

2019年5月，集團於蘇州穹窿山組織了大型團建活動，活動中設置了各類挑戰項目，要求參與人員通過思考、協作、共同完成挑戰任務。此次團建活動增強了團隊的凝聚力、融合度與協同合作能力。

### 第二屆「搏夢籃天全國籃球賽」

為彰顯運動與活力之美，集團2019年7月在北京舉辦「TOPSPORTS搏夢籃天全國籃球賽」。賽事旨在為員工提供一個展示風貌的平台，提倡全員運動，鼓勵上下一心，團結協作。賽事兼具競技性、觀賞性、娛樂性、參與性和激勵性，是促進各地區之間交流的體育盛會。

### 5.7 員工權益與平等參與

集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》等國家法律法規，依法規範僱傭行為，嚴禁任何形式的強迫勞動與童工，尊重與平等對待每一位員工，切實維護員工的合法權益。

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，鼓勵員工參與，集團逐步建立了員工滿意度調查平台，以收集員工意見和建議、及時分析並持續改善，不斷加強員工對企業的認同感與歸屬感，提升團隊的向心力和凝聚力。

## 6. 砥礪前行　攜手共贏

### 6.1 品牌方交流

集團高度重視與品牌方的溝通與交流，將寶貴的消費者偏好認知和市場趨勢洞見分享給品牌合作夥伴，以便其更好地實施戰略和經營理念，從而實現長期業務增長，促進雙方共贏。

集團與品牌合作方建立了多管道的溝通交流機制，通過戰略會晤、銷售交流以及日常溝通共同推進雙方合作運營，保持戰略統一。同時，集團積極展現合作誠意、爭取品牌資源，致力於滿足顧客的消費需求，共同推動運動品牌的傳播。

### 6.2 供應商管理

集團遵守《中華人民共和國招投標法》等相關法律法規，嚴格執行內部供應商管理制度，規範供應商准入和評估工作，防範供應鏈風險，與供應商緊密合作，力求實現供應鏈的可持續發展。

集團建立了統一的供應商管理體系，確保供應商管理的合理性、準確性、及時性以及授權審批的有效性，保障產品品質與豐富度。在供應商調查與准入階段，集團全面評估潛在供應商的產品與服務供應能力與資質水準，確保挑選合格供應商。對於合作供應商，集團會對其開展定期評估，鼓勵供應商在交貨期、品質、服務等方面持續改善，在保障供應品質的同時，鞏固並深化良好的合作關係。

為規範招投標、採購等商業合作，預防和打擊不正當競爭，集團要求合作供應商嚴格遵守《反不正當競爭法》及相關法律法規，簽訂相關承諾書，保證合法合規開展業務合作。集團鼓勵供應商積極舉報採購環節中的舞弊行為，致力與供應商共同維護公平公正的廉潔採購環境。

為確保平穩供應，降低供應鏈ESG風險，集團將供應商的環境合規、職業健康安全、社會責任表現納入審核標準；督促供應商在生產過程中實踐節能減排、維護勞工權益，保障員工安全與健康，共同提升供應鏈的ESG管理水準。

## 7. 廉潔從業　合規運營

集團始終高度重視反腐敗工作，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。

集團持續鞏固反舞弊及內控管理體系，嚴格執行反舞弊相關管理制度，加強反腐倡廉建設。集團管理層結合風險評估識別可能出現的舞弊風險，依託內控制度對各種業務和事項實施有效控制，將舞弊風險控制在可承受範圍之內。本財年內，集團未發生任何貪污訴訟案件。

集團不斷加強對員工的廉潔反腐教育。通過員工手冊、相關培訓、簽訂廉潔協定等方式，明晰集團對防舞弊行為的嚴肅態度，加強員工對反舞弊政策以及相關管理規定的瞭解與認知，並明確自身在反舞弊政策方面的角色與職責。

集團設立郵箱等反貪腐舉報管道。針對舉報開展專項調查，核實舉報內容真實性；對檢舉人以及協助調查人員實行嚴格的信息保護與人身保護。集團對任何涉及貪腐、舞弊的行為嚴肅追究，若有觸犯法律法規的，則移送司法機關依法處理。

## 8. 低碳環保　綠色運營

高速的經濟發展伴隨著巨大的環境壓力。集團嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等相關法律法規，堅持履行企業公民所應承擔的環境責任。作為一家運動零售企業，集團日常運營不涉及對大氣、水與土地的污染，門店及辦公區域以水、電、包裝紙袋為主要的資源消耗。集團堅持可持續的綠色運營模式，以減少業務發展對環境造成的負面影響，務求構建資源節約型、環境友好型企業。報告期內，集團未發生環境保護相關違法違規事件。

### 8.1 能源與資源管理

秉持綠色運營理念，集團高度重視日常運營過程中的能源與資源耗用，在辦公區域及門店積極探索節能降耗的有效措施，提升能源與資源使用效率，降低運營成本，以實現環境保護與業務發展的雙贏局面。

於報告期內，集團主要的節能降耗措施如下：

用電管理：加強用電設備管理與維護，優先使用節能燈具及電器，充分利用自然光，減少照明設備電耗；

用水管理：建立節約用水規章制度，加強用水設備的維護管理，發現跑冒滴漏現象時及時安排維修，避免水資源浪費；設置節約用水標識，鼓勵員工自覺養成節水意識與習慣；

辦公資源管理：倡導無紙化辦公，充分利用OA系統線上程式代替紙質審批流程，減少影印紙張消耗；全面實行視訊會議系統，日常異地會議與集中培訓的差旅次數下降30%，有效降低碳排放；嚴格規範辦公用品的配備、採購和領用，杜絕浪費與不合理使用；

公務車輛管理：嚴格控制公務用車編制和規模，執行公務用車使用管理制度，合理安排公務用車以及行程計畫，儘量減少汽車尾氣污染；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；優先選購節能環保型車輛。

## 8.2 包裝物料與減廢措施

集團零售使用的購物袋材質選用可100%環保降解的全木漿黃皮紙，購物袋亦可循環使用，以降低對環境的影響。

為降低廢棄物的產生，集團鼓勵店鋪珍惜身邊的資源，積極探索並落實到貨產品包裝物、宣傳物料等物品的二次利用。例如將原包裝塑膠袋作為店鋪包鞋時的填充物；將鞋盒作為店鋪日常陳列小道具或小物品收納盒；在日常打掃全身鏡、試衣鏡、鞋鏡時，利用廢棄鞋盒的包裝隔離紙與鞋子裡的軟紙填充物進行擦拭。集團在日常運營的細節之處實現資源的重複利用，提升資源使用效率，減少運營的環境足跡。

## 8.3 綠色宣傳

集團深知環保宣傳的重要性，在店鋪營運時常加入綠色要素環保要素，攜手顧客共同履行環境義務。

### 以舊換新

2019年年中，集團魯東三家品牌店鋪共同舉辦了「保護地球—舊鞋給我，新鞋給你」的環保活動。顧客可用同品牌舊鞋換得兩張店鋪折扣券。店員將回收的鞋子清洗乾淨，送給周邊社區有需要的人士。該活動的舉辦，增強了顧客的環保意識，鼓勵人們減少污染與浪費，共築可持續未來。

### 物盡其用　環保化愛心

集團長春店鋪在2019年國慶活動中為營造節日氛圍購置了許多彩色氣球，活動結束後，為減少資源浪費，店鋪將氣球紮成許多可愛的造型，在商場入口處免費贈送給進店顧客，在物盡其用的同時也有效增加了進店率。

2019年，集團南京艾尚天地店鋪為銷售活動購置了許多彩色海洋球及亞克力球。活動結束後，店鋪將活動物品贈予南京兒童福利機構。店鋪員工看著孩子們一雙雙好奇又驚喜的眼睛，瞬間體會到環保與公益可以同行，一件力所能及的小事也能給他人帶來無限的喜悅及溫暖。

### 地球環保日

2019年4月27日，集團一年一度的「地球環保日」公益行活動在哈爾濱如期舉辦。集團管理人員、員工及社會各界愛心人士以小組為單位進行環保毅行比拼賽，活動吸引了不少市民關注的目光，增強了人們的環保意識及環保自覺性。

### 環境關鍵績效表

| 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 | 1.48 |
| 氮氧化物 | 千克 | 288.81 |
| 顆粒物 | 千克 | 26.80 |
| **A1.2溫室氣體排放** | | |
| 溫室氣體排放(範圍一) | 噸二氧化碳當量 | 272.58 |
| 溫室氣體排放(範圍二) | 噸二氧化碳當量 | 1,149.13 |
| 溫室氣體總排放(範圍一、二) | 噸二氧化碳當量 | 1,421.71 |
| **A1.3有害廢棄物** | | |
| 有害廢棄物 | 千克 | 596.23 |
| **A1.4無害廢棄物** | | |
| 無害廢棄物 | 噸 | 12.67 |
| **A2.1資源使用** | | |
| 總能耗量 | 吉焦 | 7,822.33 |
| 直接能耗量 | 吉焦 | 3,143.24 |
| 間接能耗量 | 吉焦 | 4,679.09 |
| 能耗密度 | 吉焦／平方建築面積 | 0.29 |
| 用電量 | 千瓦時 | 1,299,746.68 |
| 汽油使用量 | 升 | 100,661.83 |
| **A2.2用水量** | | |
| 用水量 | 立方米 | 14,258.50 |
| 用水密度 | 立方米／平方建築面積 | 0.53 |
| **A2.5包裝材料** | | |
| 包裝紙袋 | 噸 | 7,712.98 |

環境資料與係數說明

(1) 數據收集範圍：環境數據的時間跨度為2019年3月1日至2020年2月29日；能源、資源與廢棄物數據範圍覆蓋集團總部及下屬14個區域的行政辦公區域，包裝材料為本財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聯交所《環境關鍵績效指標彙報指引》。

(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統計台賬；能耗係數參考國家《GB2589-2008T綜合能耗計算通則》。

(4) 有害廢棄物包括列印產生的廢墨盒及硒鼓，全部統一收集並交由第三方專業機構處置；無害廢棄物為辦公區域日常產生的生活類垃圾，由市政環境衛生管理人員統一收集處理。數據來源為列印記錄、物業環境衛生管理記錄等。

(5) 集團用水為市政管網供水，數據來源為水費繳費單、財務以及行政台賬記錄。

## 9. 同享健康　共築繁榮

集團在業務發展的同時，牢記自身所肩負的企業公民責任，為社會公益事業提供力所能及的資源和貢獻，在公益路上堅定腳步踏實前行，傳遞愛與希望。

### 9.1 倡導全民運動

滔搏全民健身月

沒有全民健康，就沒有全民小康。

2019年8月，集團大規模公益領跑活動「我愛跑步－滔搏全民健身月」如期舉行。

滔搏運動大使作為領跑者以線上打卡的方式帶領全民一起開跑，共吸引一千多位來自全國各地的滔搏用戶參與其中。集團作為運動品牌的經營者，希望籍此活動激勵全民積極參與運動，享受運動，愛上運動。

## 9.2 投身社會公益

集團積極參與公益活動，通過助學、助老、精準扶貧等方式回饋社會，傳遞愛與溫暖。

### 愛心助學

集團長期向河北易縣坡倉中心小學開展「愛心助學」活動。以「獻出一份愛心，成全一份勇敢的堅持，傳遞一份生命的熱度」為主題，集團通過捐款捐物方式，為困難學生解決實際困難，提供關懷與幫助。

2019年6月5日，集團派員工作為愛心代表，將所有善款統一購買孩子們桌椅、書本、運動用品等物資，並送到學校課堂中。

愛心代表還對一些貧困生進行家訪並送去日常家用必需品。集團希望能用每個人力所能及的付出，匯成愛的洪流，為孩子們提供一個健康、快樂的童年。

### 資助山區困難兒童

集團承德地區管理人員每季度組織一次資助山區困難兒童的活動，為山區孩子帶去學習用品、衣服、鞋子等物資用品，守護孩子健康成長。

### 愛心送考

每年高考季，集團河北北區管理人員都會參與「愛心送考」活動，針對困難家庭考生，安排一對一全程接送，將考生安全、快捷、準時送達考點，用善舉傳遞真情和溫暖。

### 關愛自閉症兒童

集團每月均會組織管理人員去天津大港自閉症兒童中心，看望「星星的孩子」，為他們做愛心午餐。每逢六一兒童節，集團員工還為孩子們送去禮物，陪孩子們做遊戲，聊天。愛心行動為孩子們送去了溫暖，幫助他們健康成長。

### 公益捐衣活動

2019年7月，集團集中整理一批舊工服，捐贈給北京公益服務發展促進會，由公益組織捐贈給邊遠山區，讓舊衣物發揮最大價值。

### TOP TO員工公益系列活動

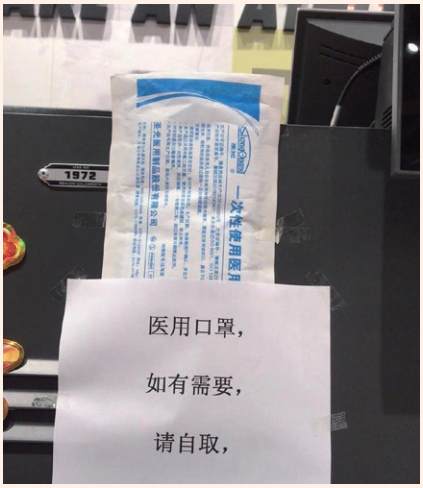
集團西北地方長期組織員工開展「TOP TO公益活動」，通過務實的愛心公益舉措，傳播正能量。

2019年6月，集團銀川社團組織成員來到寧夏兒童福利院慰問，為小朋友送去愛心物資和自己製作的小禮物，帶去「滔搏兔」的溫暖和關愛。

2019年8月，西安社團組織「益起TOP TO：垃圾分類科普」活動，20名成員匯集集體智慧，整理出《垃圾分類小知識》，通過郵件、店鋪通知、發放宣傳單等形式，面向全員宣導，鼓勵公眾體驗環保生活。

## 專題：疫情防護　滔搏同行

自新冠肺炎疫情爆發以來，集團將顧客和員工的身體健康放在第一位，及時部署並落實防控措施，全力做好防控工作。

面對疫情，集團緊急開發內部報告系統，即時監控全國店鋪、店員情況，同時暫停了限量發售活動，避免出現人群聚集情況。為給顧客及一線員工創造放心的購物與工作環境，門店嚴格按照標準進行全方位、高頻率消毒，不放過衣架道具、試衣間等任何死角。在上崗前，每位店員會進行嚴格的健康檢查和體溫測量，做好記錄；在提供服務時，店員需佩戴口罩，勤洗手消毒，保障自己與顧客的健康安全。面對顧客需要，門店為顧客免費測量體溫，部分門店還會送上抑菌洗手液、消毒紙巾或酒精棉等衛生用品，助力抗擊疫情。

為有序開展復工，集團制定了一系列預防疫情的措施，及時追蹤員工的健康動態，做好辦公室外來人員登記；對辦公室進行無死角消毒，提醒員工保持開窗通風，並在辦公室配備一次性口罩、體溫計、消毒液等衛生必用品，方便有需要的員工使用，全力保障員工的健康與安全，共渡疫情難關。