1. 關於本報告

報告範圍

本報告涵蓋2022年3月1日至2023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(「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「重要性」、「量化」、「平衡」、「一致性」原則作為披露基礎，開展環境、社會及管治報告(「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ESG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	報告應涵蓋反映企業對經濟、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	報告訊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訊息，以便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

本集團秉持「運動打破邊界，盡享無限可能」的使命，打造以消費者為核心的全域、跨場景運動零售服務平台；攜手合作夥伴，借助科技的力量為消費者提供一流的商品和服務，帶來永無止境的、積極健康快樂的運動生活體驗。集團深知履行企業社會責任對實現可持續發展的重要意義。我們以聯合國可持續發展目標(「SDGs」)為指引，結合利益相關方的期望與自身業務特點，聚焦六大ESG核心板塊，落實相應的行動方案，推動集團平穩可持續發展。

聯合國可持續發展目標		核心板塊	我們的行動
1 无贫穷 **SDG1：無貧窮**	在全世界消除一切形式的貧困。	我們與員工 我們與社區	• 為員工繳納五險一金，提升福利保障水平 • 向雲南文山州馬關縣捐贈愛心物資
3 良好健康与福祉 **SDG3：良好健康與福祉**	確保健康的生活方式，促進各年齡段人群的福祉。	我們與員工 我們與社區	• 定期開展消防安全培訓和演習，強化員工安全教育 • 為員工提供健身房並組織體育競賽 • 向上海市虹口區及徐匯區捐贈物資，支援一線醫護人員
4 优质教育 **SDG4：優質教育**	確保包容和公平的優質教育，讓全民終身享有學習機會。	我們的服務 我們與員工	• 提供種類多樣的崗位技能類培訓，提升員工職業技能水平；本財年面向門店員工開展20次門店通用業務培訓，推動員工將培訓內容運用於日常實踐中

聯合國可持續發展目標		核心板塊	我們的行動
5 性別平等 **SDG5：性別平等**	實現性別平等，增强所有婦女和女童的權能。	我們與員工	• 完善招聘和考核流程，杜絕任何形式的性別歧視 • 建設多元化的員工隊伍，截至本財年末女性員工佔比達到 80%
8 体面工作和经济增长 **SDG8：體面工作和經濟增長**	促進持久、包容性和可持續經濟增長，促進充分的生產性就業和人人獲得體面工作。	我們與員工	• 在部分合適崗位聘用殘疾人士，為他們提供就業機會 • 針對不同崗位類型，打造六大類覆蓋多能力維度和多職業階段的員工培訓 • 實行「職涯發展積分機制」，明確人才培養選拔及晉升路徑 • 通過「搏學院」線上平台發佈滿意度調研，改進全體員工的學習及活動體驗
10 减少不平等 **SDG10：減少不平等**	減少國家內部和國家之間的不平等。 建立有復原力的基礎設施，促進具有包容性和可持續產業化，促進創新。	我們與員工	• 力求人人平等，絕不因民族、國籍、性別、學歷、年齡、身體狀況等原因對員工持有偏見或區別對待 • 員工共來自32個民族，其中少數民族人數達到1,578人

聯合國可持續發展目標		核心板塊	我們的行動
12 负责任消费和生产 **SDG12：負責任消費和生產**	採用可持續的消費和生產模式。	我們的服務 我們與供應商 我們與環境	• 遵守內部貨品管理制度，嚴格檢查外購產品質檢合格證 • 關注化學品的使用情況，要求部分紡織產品的化學品使用符合國家標準 • 將供應商在環境保護、反舞弊等方面的績效納入考核，並要求其簽署《廉潔協議書》 • 關注供應商及合作夥伴的原材料使用情況，鼓勵其實現負責任的原材料採購 • 優化升級門店照明系統，制定門店用電指引，提高用電效率 • 積極推動各門店運用電子屏進行POP宣傳，以避免重複製作和打印宣傳物料
13 气候行动 **SDG13：氣候行動**	採取緊急行動應對氣候變化及其影響。	我們與環境	• 完善各類極端氣候的應急預案，開展應急演練 • 推進辦公場所、門店及物流環節的節能減碳計劃 • 推出公益子品牌，開展舊衣回收活動，向消費者傳遞低碳環保生活理念
14 水下生物 **SDG14：水下生物**	保護和可持續利用海洋和海洋資源以促進可持續發展。	我們與社區	• 推動海洋環境與生物多樣性保護，為「聚力護海，年年有魚」公益活動助力發聲

聯合國可持續發展目標		核心板塊	我們的行動
15 陸地生物 **SDG15：陸地生物**	保護、恢復和促進可持續利用陸地生態系統，可持續地管理森林，防治荒漠化，制止和扭轉土地退化，遏制生物多樣性的喪失。	我們與社區 我們與環境	• 參與「幸福家園–世外桃園計劃」公益項目，援助遼寧省朝陽市種植蜜桃樹，促進當地生態修復 • 在全國所有的門店使用100%環保可降解的全木漿黃皮紙作為購物袋
16 和平、正义与强大机构 **SDG16：和平、正義與強大機構**	創建和平、包容的社會以促進可持續發展，讓所有人都能訴諸司法，在各級建立有效、負責和包容的機構。	合規運營	• 制定《員工手冊》等內部行為準則，並要求員工必須簽署其中的反舞弊協議 • 面向全體員工持續開展反舞弊宣傳與培訓 • 在人力資源系統中增加對年齡的强制限制，從源頭避免僱傭童工的情況
17 促进目标实现的伙伴关系 **SDG17：促進目標實現的夥伴關係**	加强執行手段，重振可持續發展全球夥伴關係。	我們與供應商 我們與環境	• 積極與供應商溝通，定期舉辦交流會議，建立良性合作關係 • 通過加大新能源汽車的使用比例、多次循環使用物流包裝箱等方式，與第三方物流供應商攜手推進產品運輸和包裝環節的減碳措施

2.1 董事會的監管

董事會作為最高決策機構，全面負責集團 ESG 管理，識別及評估ESG相關風險與機遇，制定ESG 管理目標與策略。董事會定期聽取ESG工作小組的匯報，瞭解各部門ESG管理措施的落實進度，檢討管理目標達成情況，分析問題並及時調整相應ESG策略。同時，董事會負責審核對利益相關方和集團業務發展有重要影響的ESG議題清單，確定ESG報告披露重點，審閱並簽批 ESG 報告。

2.2 ESG管理架構

為提升ESG績效，集團建立並持續完善由董事會、管理層及ESG工作小組構成的ESG管理架構。集團ESG管理策略由董事會制定。管理層根據ESG策略確定具體工作計劃，領導各部門共同推進ESG工作。ESG工作小組由部門組成，負責在日常運營中落實各ESG關鍵管理領域的具體措施，定期向董事會匯報工作進展；同時定期收集並統計ESG資料與量化數據，編制每個財年的ESG報告。

2.3 利益相關方溝通與重要性評估

溝通渠道與訴求

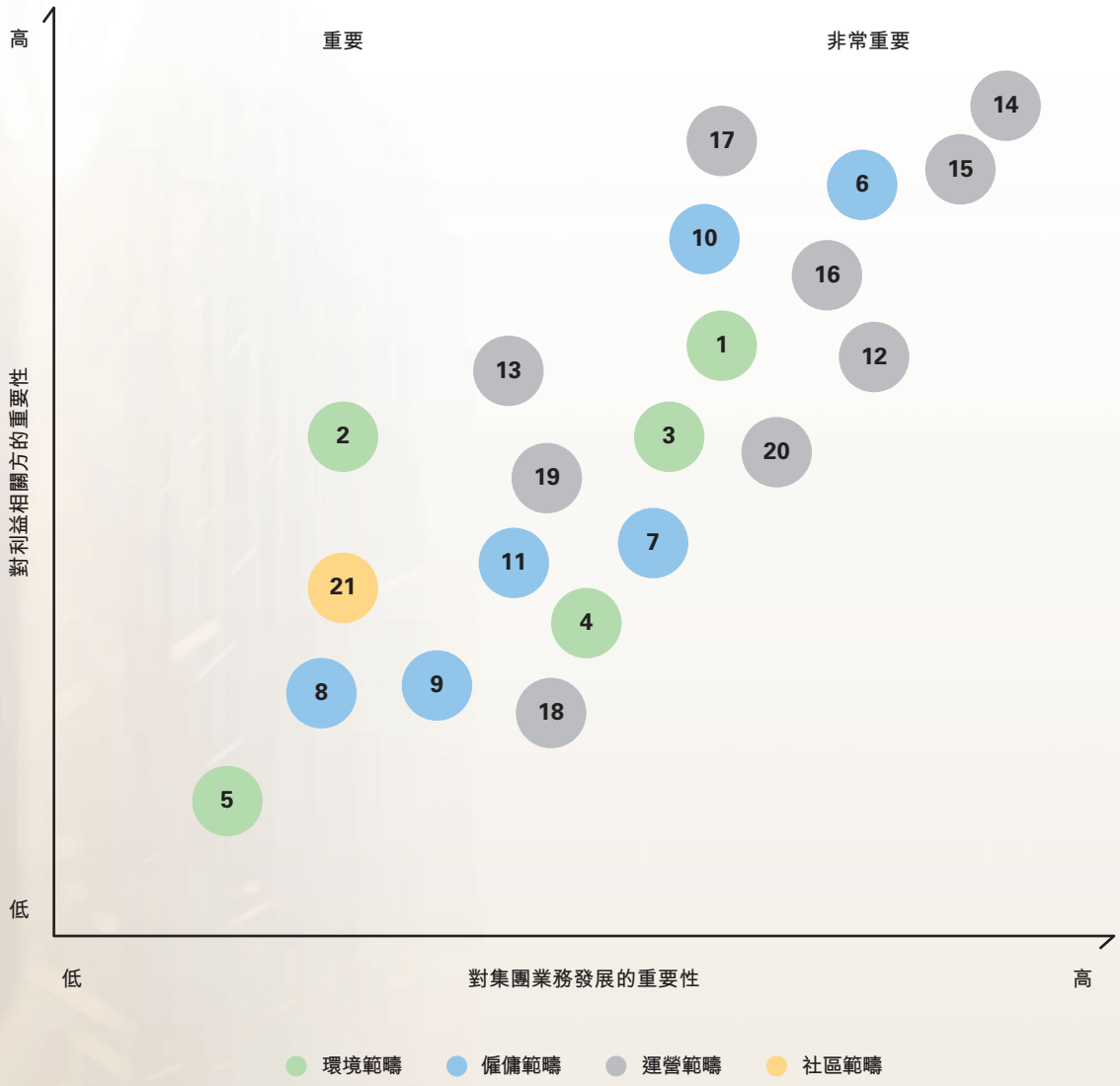
本集團深知與利益相關方溝通對推動集團可持續發展進程的重要性。我們通過不同的溝通渠道，深入瞭解各利益相關方的期望與訴求，審視集團在利益相關方所關注領域的履責成效，根據反饋及時調整集團運營策略，進一步提升ESG管理水平。

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	• 强化企業合規管理 • 落實國家政策要求 • 規範商業道德行為
投資者與股東	• 財務業績 • 信息披露及透明 • 可持續盈利	• 提升業績表現 • 定期披露並保持高頻次溝通 • 長期戰略的設定與執行
消費者	• 產品質量保障 • 消費者服務品質 • 消費者信息保護 • 道德營銷	• 優化服務質量 • 完善服務體系 • 加强數據安全保護 • 踐行負責任營銷
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	• 杜絕歧視和偏見 • 優化培訓體系 • 完善薪酬結構 • 關心員工健康
供應商及合作夥伴	• 誠信合作 • 合作共贏 • 公平開放	• 完善供應商評估流程 • 關注環境和社會風險 • 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 • 助力生態保護

重要性評估

為全面反映各項ESG議題對集團業務發展的重要性，集團制定ESG議題清單，由董事會進行審閱，並結合利益相關方溝通與行業分析結果評估本財年各個ESG議題的重要性，確定集團未來的ESG管理目標。

本財年，集團ESG議題重要性矩陣如下：



環境	僱傭	運營	社區
1 包裝材料使用	**6 員工招聘與團隊建設**	**12 採購管理**	21 社會公益慈善
2 廢棄物管理	**7 員工薪酬與福利**	13 供應鏈環境及社會風險管理	
3 門店綠色運營	8 平等參與及多元化	**14 產品質量與健康**	
4 應對氣候變化	9 職業健康與安全	**15 消費者服務與滿意度**	
5 提升用水效率	**10 員工培訓與發展**	**16 消費者信息安全**	
	11 員工權益保障	**17 合規營銷**	
		18 知識產權管理	
		19 合規穩健運營	
		20 反貪腐與誠信經營	

由重要性評估結果可知，集團利益相關方對運營管理和僱傭範疇的議題關注度較高。集團將參考上述結果，制定下一財年的ESG管理目標與工作計劃，同時在本報告中就核心議題加以重點闡釋，以回應各利益相關方的關注。

2.4 合規運營

本集團深知誠信合規運營是開展各項業務的重要基礎。我們嚴格遵循《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等相關法律法規，不斷完善內控管理體系，持續强化反舞弊監督，開展有關舞弊風險、反舞弊程序的培訓，加强廉潔文化建設，創造公平公正的商業環境。同時，集團高度重視知識產權管理工作，保護並尊重合作方的知識產權，避免對集團聲譽造成損害。

本財年，本集團未違反任何與賄賂、欺詐、洗錢等相關的法律及規章制度，亦未發生任何舞弊訴訟案件。

反舞弊及內部審計

為嚴格落實誠信經營並規範商業道德行為，集團制定了《反舞弊管理制度》、《全面風險管理制度》、《內部審計管理制度》等規章制度，明確集團反舞弊及內控管理的職責及流程，以確保集團業務開展及內部管理合法合規。

集團建立了健全的商業道德及反舞弊管理體系。集團審計部負責執行內控檢查及監督管理工作，統籌組織相關部門進行廉政高風險業務的評估、梳理和預防措施的制定，對內控制度及管理措施存在的不足之處提出改進建議，督促責任部門落實整改。此外，審計部在定期開展專項審計時會覆蓋商業道德和反貪腐相關風險，範圍涵蓋集團全部業務，並向董事會審核委員會匯報審計結果。

為進一步提升集團的反舞弊及內控管理能力，我們通過培訓、項目復盤會等方式幫助審計人員分析典型案例和審計關注點、分享風險調查方法和經驗，加强整體反舞弊敏銳度及監察力度。

本集團嚴格執行反舞弊管理要求，制定《員工手冊》等內部行為準則，並要求員工必須簽署《員工手冊》中的反舞弊協議，敦促每位員工堅守誠信底線。同時，集團持續完善利益衝突申報機制，要求中高層人員每季度通過內部信息系統進行利益衝突申報，築牢廉潔防線。本財年，集團通過在內部信息平台發佈新建制度、更新現有制度等方式，對反舞弊相關制度進行改版和透明化升級，突出强調管理要求及業務紅線，向全體員工明確商業道德底線及業務操作規範。

集團積極建設反貪腐文化，持續加强員工的廉潔教育。我們通過內部在線學習平台推送等形式面向全體員工持續開展反舞弊宣傳與培訓，並督促財年內新入職員工進行反舞弊學習與測評，以强化全員廉潔從業的意識。本財年，集團審計BP為負責區域管理層及關鍵管理崗位員工提供定期審計結果分析及反舞弊培訓，在全國五個銷售大區舉辦7次反舞弊講座，參與管理人員人數約180人；同時將反舞弊課件在各地區部門之間進行分享和轉訓，提升全員反舞弊意識和能力。

此外，集團不定期通過審計項目溝通會、融合辦公等渠道面向總部及各地區管理層、關鍵管理崗位員工開展廉潔教育宣傳活動，內容涵蓋反舞弊案例分析、風險提示、預防及管控建議等。本財年內，集團共計開展52次廉潔宣傳活動，邀請約400人參與，覆蓋上海總部及五個銷售大區的管理層及關鍵崗位員工。

舞弊檢舉

本集團恪守誠信經營理念及商業道德規範，對舞弊、貪腐等違法違規行為秉持零容忍態度，一旦發現將進行嚴肅追究，並採取相應的懲戒措施。集團已建立完善的檢舉機制，對內對外均設立了多元化的舉報渠道，通過集團官網主頁、員工手冊、店鋪舉報標識、員工信息系統移動端、供應商合作協議等途徑進行公開，並在各舉報渠道首頁明確界定可舉報的貪腐及舞弊行為。

為規範內外部舞弊檢舉處理工作，集團審計部採用廉政檢舉系統開展舞弊行為調查，實現檢舉、調查受理系統化，提升反舞弊工作效率。當接獲並受理舉報後，集團審計部將對舉報的內容進行獨立核實與調查，及時跟進並向管理層匯報處理情況。

同時，集團全力保障舉報人權益和人身安全，建立健全舉報人隱私保護機制，設置廉政檢舉系統管理權限和信息保密提示功能，並要求可接觸檢舉系統的相關人員簽署信息保密協議，以防止舉報人個人信息和舉報內容的洩露。

知識產權保護

本集團高度重視自身的知識產權保護並保護及尊重他人的知識產權。集團嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》、《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，落實對外宣傳物料的使用規定，堅決禁止編輯、篡改及發佈未經授權的圖片、文字或作品，避免侵犯他人肖像權、著作權或專利權。

集團在對外宣傳過程中使用的圖文內容的版權均通過正規渠道獲取，並向各部門發出使用公告，以便加强授權期內對圖文庫使用權的管理。此外，我們指派專人對集團持有的商標進行日常監督和管理，協助識別風險並做好商標維護；及時對冒用集團商標或名稱等外部侵權行為發起申訴，運用法律手段維護自身知識產權。

3. 我們的服務

本集團嚴格遵守《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，力求通過優質的產品和服務，持續提升消費者的消費體驗。我們採用標準化管理程序，確保產品質量有保障、消費者權益受到保護，以實際行動獲得消費者信賴。本財年內，集團未發生任何有關產品責任的違法違規事件。

3.1 產品質量管控

穩健的業務發展立足於安全可靠的產品質量。集團高度重視產品質量管控，制定並嚴格執行內部貨品管理制度，明確各部門的質量管理職責，强化各環節的監督檢驗措施，對業務全流程進行規範管控。對於從外部採購的產品，我們會逐個檢查產品質檢合格證，確保產品質量符合集團要求。同時，我們關注化學品的使用情況，要求部分紡織產品的化學品使用符合《國家紡織產品基本安全技術規範》(GB 18401-2010)，以保障產品質量安全。

集團承諾為消費者提供安全優質的產品，秉持對產品完全負責的精神開展銷售業務，並通過多元化的產品和服務滿足消費者需求。本財年，集團新制定《線上發貨拍照標準手冊》，進一步細化線上銷售渠道管理要求。我們建立健全退換貨處理機制，依據退換貨流程要求執行操作，及時響應消費者退換貨訴求，跟蹤處理結果。我們針對退換貨處理流程製作了實操指導課程，並將課程上線培訓平台「搏學院」，以賦能全體零售員工，提高質量管控水平。

3.2 品質服務

優質服務

集團堅持從消費者的角度出發，提供舒心滿意的購物體驗。本財年我們持續完善客服機制，針對各業務場景重新梳理客服流程，制定標準溝通流程框架，實現業務工單化，提升客服工作效率；同時加强對負面聊天的監督，以減少不必要的投訴風險。我們通過點對點指導工作難點、分享優秀案例等舉措，不斷提高客服人員專業能力，强化服務質量。本財年，集團共收到投訴199宗，均已得到妥善處理。

集團積極與門店進行溝通，調研走訪各門店，收集消費者對於店鋪環境、接待及服務的評價。我們還搭建了用於收集消費者意見的售後自助平台，基於反饋內容針對性優化服務，提升消費者滿意度。為提高門店的運營服務質量，我們面向門店員工開展種類多樣的業務培訓，從總部層面開展20次門店通用業務培訓，覆蓋所有門店員工；並按要求進行課程考核，確保員工掌握培訓內容且能夠將其運用於日常實踐中。

案例：尚賢坊JORDAN店培訓

2022年10月至12月，我們攜手品牌方，為即將開業的上海尚賢坊JORDAN店員工提供共計35門課程的培訓，內容涵蓋品牌知識、零售課程、社群運營等。該門店所有員工均完成了課程學習及認證，為提供優質的門店服務打下堅實基礎。

上海尚賢坊JORDAN店員工培訓

案例：「玩轉黃靴」黃靴挑戰賽

自2022年7月開始，我們開展了為期4個月的「玩轉黃靴」黃靴挑戰賽。挑戰賽由產品培訓、黃靴競賽、銷售比拼三個板塊組成，覆蓋全國Timberland店鋪員工。同時，我們依托多個互聯網平台，分享競賽過程中涉及的黃靴洗護優秀案例和視頻，進一步擴大產品知識傳播範圍，幫助更多員工掌握黃靴產品知識、鞏固銷售技巧，在提高黃靴銷售業績的同時為消費者提供高質量、專業化的服務。

我們持續面向消費者開展調研，深入瞭解消費者從售前到售後的購物全流程體驗。本財年各類線上渠道滿意度調查覆蓋率100%，消費者滿意度為85.37%。基於消費者反饋意見，我們從商品、售後、服務三方面總結消費者訴求，有針對性地開展問題分析並督促責任部門落實改進建議，通過豐富商品展示信息、完善系統的換貨功能和商品尺碼表、加快客服響應速度等方式，降低商品退貨率，提升服務水平和專業度，持續優化消費者滿意度，全面改善消費者購物體驗。

數字化管理

集團積極提升客戶服務的數字化水平與質量，系統梳理服務流程，通過及時的機器人話術回覆和專業熱情的售後服務，為消費者提供流暢的客服體驗。我們採用數字化平台進行售後管理，規範售後操作流程，以便於訂單存檔追溯。同時，我們持續完善線上退換貨審批系統。消費者諮詢退換貨問題時可結合自動化工具，自主查看關聯訂單狀態，使售後環節更加清晰透明。

我們亦積極聽取消費者建議，協調多部門合作，優化滔搏小程序和App功能及展示，以提升消費者使用體驗。本財年，集團榮獲班牛「2022年度數智化服務最佳實踐獎」、京東2022年度智慧服務榜「極智獎」、京東卓越「星服務」商家獎等智慧服務相關獎項。

智慧服務獎項圖

3.3 消費者隱私保護

本集團高度重視消費者隱私保護，嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《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》等法律法規，不斷加强內部制度建設，建立健全信息安全管理體系。集團於本財年制定《數據安全管理指引》，明確了數據保護職責，並將數據進行分類分級、採取相應的保護措施。

在技術層面，我們建立了完整的入侵監控和防禦體系，及時對可能的攻擊做出響應；每年開展基礎環境的安全檢測，降低信息安全風險。我們的數據中心參照等保三級要求建設，可有效保障數據安全。我們謹慎保護會員資料，通過實時生成的動態二維碼進行會員信息錄入與查詢，防止發生任意訪問、修改會員信息的行為。同時，我們採取多種技術手段，包括訪問控制、身份認證、後台操作日誌、授權機制、脱敏處理、密文存儲、密文呼叫等，嚴格控制消費者個人信息的訪問及使用權限。本財年，我們著手升級客戶關係管理系統的信息存儲模式，將敏感的明文信息存儲升級為加密存儲模式，提升信息安全等級，從數據源頭進行信息加密，提升消費者隱私保護水平。

我們注重提升員工的信息安全意識和操作規範，要求員工嚴格依照內部制度開展工作，不得洩露數據信息。各部門應根據崗位要求明確數據使用權限，嚴格把控權限的審批。同時我們對於信息安全事件實施層層監管制，由事件責任人及其上級共同負責處理。為增强員工的信息安全保護意識，我們持續對所有員工(包括全職員工及外包員工)宣貫消費者信息保密要求，面向客服人員定期開展網絡信息安全培訓並要求其通過課程考核。所有客服人員需簽署《滔搏消費者隱私保護協議》，承諾未經消費者授權不得隨意公佈和洩露消費者個人身份信息。

消費者是保障其自身隱私安全的第一道防線。我們的《滔搏運動隱私聲明》適用於集團旗下的各項產品和服務，範圍覆蓋所有業務線；其中明確了消費者有訪問、更正、删除個人信息以及撤回使用許可的權利，確保其隱私安全得到充分保護。我們秉持合法、正當、必要和誠信原則，除服務所必需的個人信息外，不會向第三方公司、組織和個人出租、售賣或提供消費者個人信息，並嚴格約束信息使用目的、範圍與方式。

同時，我們要求第三方簽署保密協定並採用數據脱敏和加密技術，更好地保護消費者數據安全。根據《滔搏運動隱私聲明》，我們盡力避免收集無關的個人信息，除法律有强制的留存要求外，只會在達成實現核心功能、保障賬戶安全等必要目的所需的期限內保留消費者個人信息，從源頭降低洩露風險。此外，我們積極向消費者傳遞信息安全的重要性和集團在信息安全保護方面的要求，以提升消費者的隱私保護意識。

3.4 負責任營銷

本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》和《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，制定並嚴格執行《對外宣傳管理規定》等制度要求，規範營銷活動行為。本財年內，我們制定了《滔搏廣告促銷合規指引》，內含《廣告內容發佈規範》和《促銷活動規範參照表》，並要求各銷售大區據指引細化操作要求，共同推動並落實負責任營銷。

我們深知負責任營銷的重要性與必要性，在保證合規基礎上，積極實踐道德營銷，致力於為消費者、合作夥伴和社會貢獻價值。我們嚴格把控營銷內容，按照法律法規要求製作宣傳廣告，並通過多層素材審核確保內容真實可靠，杜絕虛假廣告及價格欺詐。我們定期對已發佈的廣告內容進行抽檢，避免傳播不正當信息。

此外，我們要求營銷崗位員工入職時完成相關法律知識培訓，並定期開展合規營銷培訓，以提升員工的合規意識。本財年內，法務部面向業務部門舉辦「廣告宣傳、促銷活動」的合規宣講活動，强調營銷注意事項並以案例形式解讀法律法規要求。在節假日等重要營銷節點前，法務部將著重提示營銷規範要求，强化員工負責任營銷意識，切實保障消費者權益。

4. 我們與員工

本集團深刻認識到人才是創新發展的重要源泉。我們遵照《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《中華人民共和國職業病防治法》等相關法律法規的規定，制定落實並持續改進人力資源管理制度，不斷完善員工晉升與發展機制及員工健康安全管理體系，為員工營造平等、和諧、多元、包容的工作環境，保障員工身心健康，支持員工實現個人發展。本財年內，集團未發生與僱傭相關的重大違法違規事件。

4.1 員工僱傭

本集團於本財年持續完善各項人力資源制度，進一步規範內外部招聘流程，更新《招聘管理指引》、《人事管理指引》、《薪酬管理指引》、《店鋪考勤管理指引》、《非店考勤管理指引》、《因公外派管理指引》等制度，加强人事管理。

勞工權益保障

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》和《禁止使用童工規定》等法律法規，堅持以人為本的核心理念，切實保障員工合法權益，杜絕强迫勞動或强制勞工的現象，推動實現就業公平。為了避免錯誤操作導致童工入職，本財年我們在人力資源系統中增加了對年齡的强制限制，規定未滿16周歲員工不得入職，從源頭上避免了僱傭童工的情況出現。同時，我們强化員工加班管理，禁止以任何形式强迫員工超時工作。本財年，本集團未發生任何僱傭童工或强制勞工事件。

在招聘和考核晉升的過程中，本集團力求人人平等，絕不因民族、國籍、性別、學歷、年齡、身體狀況等原因對員工持有偏見或區別對待。我們根據各工作崗位特點，制定相應的合理招聘條件，在評估和考核應聘者的基礎上綜合決定人員錄用；在部分合適崗位聘用殘疾人士，為他們提供平等的就業機會。我們致力於建設多元化的員工隊伍，不斷提升集團在多元化、平等和包容性方面的管理績效。截至本財年末，本集團女性員工佔比超過80%；員工共來自32個民族，其中少數民族人數達到1,578人，佔總人數超過5%。

招聘與考核

本集團持續完善招聘流程，拓展多元化招聘渠道，遵循高效高質的結果導向核心理念實施招聘計劃，為集團發展提供充足合適的人才。我們通過招聘網站、集團官方招聘公眾號、社交軟件等多種渠道發佈招聘信息、加强人才溝通；積極宣導推行無紙化招聘，以線上招聘管理系統為載體，開展簡歷篩選、候選人溝通、人才錄用的招聘全流程工作。同時，本集團重視校企合作，積極開展校園招聘會，以吸納優秀應屆人才和校園實習生。為進一步優化招聘工作，我們定期分析不同招聘渠道和招聘環節的數據，及時瞭解內部人才需求和外部市場變化，依據分析結果動態調整招聘策略，提升招聘效率。

在關注外部招聘的同時，我們也同樣注重內部招聘，給予現有人才更多元的發展通道及機會。為進一步强化內部招聘管理，集團於本財年更新了現有的《招聘管理指引》，規範內部招聘需求發起、內部招聘評審小組職責、內部招聘信息發佈、員工申請及篩選、確認錄用及結果反饋等招聘流程，促進人才合理流動。本財年內，集團全國重點店鋪開店或補缺均優先考慮內外部結合的方式展開招聘，內部轉崗比例為4%。

我們為員工提供公平公正的職業發展平台，在員工考核和晉升中嚴格執行《崗位晉級制度》，不斷完善績效考核和晉升機制。本集團實行關鍵績效指標與獎金激勵掛鈎的制度，每年定期對各崗位員工開展關鍵績效指標考核，依據考核結果發放獎金，充分調動員工的工作積極性。本財年內，為提升零售門店員工考核的全面性，集團開始實行「職涯發展積分機制」，從業績驅動、用戶運營、顧客服務、員工體驗和陳列運營五大維度加强對零售人才日常工作表現的記錄和評估，明確人才培養選拔及晉升路徑。

薪酬與福利

集團致力於打造公正透明的薪酬福利體系，制定具有外部競爭力的人才激勵政策，建設一流人才梯隊。我們為全體員工(包括門店零售崗位員工及管理崗位員工)提供由固定收入和浮動績效獎勵組成的薪酬，並定期核驗員工薪酬福利水平的合理性，及時根據市場水平及員工的資歷、經驗、能力等調整員工薪酬，以充分調動員工的工作熱情。針對員工因工作需要產生的加班，集團統一記錄員工的加班時長，作為員工日後調休或兑現加班費的依據，如離職時仍未兑換假期，則統一按加班工資給予結算。

我們依法為員工繳納養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險及住房公積金，並為員工提供年節假日、年休假、探親假、婚喪假等法定假期。除法定福利外，員工還可以享有通訊補貼、餐費補貼、交通補貼、住房補貼、出差補貼、生日賀禮、部門團建經費等多種福利與補貼。對於入職的實習生，我們則為其購買僱主責任險，充分保障實習生權益。

4.2 員工發展與培訓

本集團高度重視員工的長遠發展，遵循「以業務為中心，賦能業務發展」的人才培訓理念，逐步建立完善基於集團場景業務、服務於零售終端業務的培訓體系，以線上線下相結合的培訓方式持續賦能員工，打造終身學習的企業氛圍。針對不同崗位類型的員工，我們打造了六大類覆蓋多能力維度和多職業階段的培訓。培訓內容注重實效性，因人因崗因地制宜；授課過程中注重案例和交流，普及面廣；講師授課緊貼工作實際，針對性較强。

培訓管控

新員工入職培訓

幫助員工上手相關工具，明確操作流程；幫助新員工快速融入集體，提升集團凝聚力。

店鋪崗位認證類培訓

幫助員工掌握店鋪實務、提升綜合素養，通過店鋪實操考核、銷售PK賽等綜合評估學員階段性培訓成果。

培訓講師

崗位技能類培訓

通過11個店鋪技能標籤培訓，提升員工崗位工作技能。

業務知識培訓

增進員工對產品的瞭解，提升員工銷售技巧。

培訓平台

管理類培訓

通過思維拓展和團隊協作課程，提升員工溝通和管理水平，開闊員工視野，提高工作效率。

儲備人才培養類培訓

理論知識與項目實操相結合，培養集團發展的儲備人才。

員工培訓體系

本財年集團的員工培訓主要以線上形式開展。截至報告期末，我們共開展450個線上學習項目，940,170人次完成了學習；開展192場線下培訓計劃，覆蓋9,905人次；開展88場混合項目培訓，覆蓋3,542人次。

為不斷優化培訓體系，改進課程內容，我們通過線上培訓平台「搏學院」發放問卷，開展培訓滿意度調研，獲取員工對於培訓課程的反饋，及時識別並改進培訓課程的不足之處。

案例：見習店長訓練營

2022年5月起，本集團針對終端零售人員開展了包括《角色認知》、《成為高效能人士》、《高效會議》、《帶教模型》、《排班管理》、《門店卓越零售分析-PTAT》、《商品管理》、《陳列管理》、《團隊建設》、《社群運營》等在內的系列課程。經過課程賦能與團隊探討，學員提出了解決店舖運營問題的系列方案，學習轉化效果顯著。

見習店長培訓現場

案例：「新星計劃」領導力培訓項目

為提升管理者的團隊領導力、滿足集團管理需求，我們於本財年內面向集團總部各部門基層管理者發起「新星計劃」領導力培訓項目，開展多場管理主題培訓，累計參與人數達150人。通過培訓，新任管理者們從管理者角色認知、個人風格與自我管理、人際協作與團隊管理、任務執行與業務管理等維度獲得提升。

新星計劃培訓現場

4.3 員工健康與關懷

本集團嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》，致力於為員工營造安全、健康、舒適的工作環境。通過多樣化的健康保障措施和密切的員工溝通，我們不斷增進員工關懷，提升員工的工作滿意度和歸屬感。

員工健康保障

本集團悉心守護員工身心健康，不斷完善常態化的職業安全培訓、規範化的工傷調查程序和緊急狀態下的員工關懷，逐步建立職業健康安全管理體系。

我們高度重視員工日常工作中的健康管理，針對潛在的安全事故和易發場景，制定相應的預防措施，強化員工的安全教育，築牢員工的安全風險防範意識。為規範化工傷事故管理，我們制定了工傷調查程序，明確規定員工申請工傷的證明文件、證明人和證明程序，以更好地應對可能出現的工傷事件，切實保障員工權益。[1]

案例：消防安全培訓

為提高員工風險意識、幫助員工加强消防安全知識儲備，我們於2022年10月30日組織開展消防演習，由專業人員實操展示並講解滅火器使用要點，各部門參與消防培訓。各門店積極參與所在商場組織的消防演習，並在所有門店配備消防滅火器。

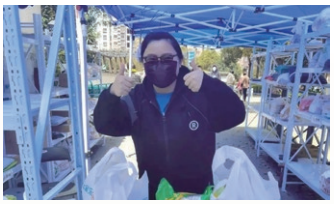
消防演習現場

針對新冠病毒感染和極端高溫等緊急狀況，我們也積極為員工籌措所需物資，確保滿足員工的物質和心理需求，切實保障員工的身心健康。

[1] 本財年，集團未發生因工亡故事件，工傷請假天數共4,329天，全職員工和外包員工的百萬工時損工事故率（LTIFR）分別為0.39和0.38。2021/22財政年度集團因工亡故1人，2020/21財政年度集團未發生因工亡故事件。

案例：員工健康保障

2022年3月至4月，因上海新冠病毒感染情況嚴重，部分員工生活物資購買遇到困難。為了解決同事們吃飯難的問題，集團行政團隊化身「滔搏跑腿」，為大家送上新鮮蔬菜、嬰幼兒奶粉等急需物資。為避免員工因長期居家產生心理問題，集團積極倡導各部門領導從生活和工作等多方面及時關心、慰問員工，共組織多場連線健身活動。



集團為員工積極籌措物資

案例：高溫送涼

2022年8月下旬，川渝地區持續的極端高溫天氣使得集團當地零售門店工作環境惡化，員工面臨的健康風險加劇。集團迅速為堅守一線的716位員工夥伴送去藿香正氣液、板藍根、風油精等降暑藥品，同時送去酸梅汁、冰鎮茶飲等降暑飲料，盡最大努力確保員工身體健康不受影響。

集團為員工發放消暑用品

員工溝通與關懷

本集團重視每一位員工的意見表達，通過面對面交流、網絡論壇、員工貼吧、社交軟件和「搏學院」雲課堂系統等多元渠道定期與員工展開溝通，傾聽員工意見，切實解決員工問題。

本財年，集團通過「搏學院」線上平台發佈了33個滿意度調研，覆蓋培訓課程、培訓項目、員工生日會、節日活動、社團活動等多個維度，累計收集了1,154份有效問卷。從調研分析結果來看，員工對公司安排的培訓及企業文化類活動較為滿意。針對員工反饋意見，我們通過項目復盤會集中討論可行的優化方案，以不斷改進全體員工的學習及活動體驗。

對員工在溝通中所反饋的需求，集團為員工新增了多項非法定福利：針對部分零售門店員工和職能部門員工實行彈性工時制度；員工遇特殊情況可申請居家辦公；校園寒暑假期間，員工可將子女帶到公司照料。在重要節假日期間，集團還為員工準備了新年禮物、春節大禮包、開工抽獎、情人節禮物、年會抽獎等額外福利。在國慶節、春節前夕，我們為零售門店員工送去慰問品和紅包，以感謝他們在節假日的辛苦付出和積極奮鬥。

員工節日慰問品與新年禮包

此外，集團還定期舉辦豐富多樣的員工活動，為員工打造輕鬆愉快的業餘生活。我們為員工提供健身房，以便員工日常鍛煉；積極組織籃球賽、拔河比賽、騎行活動等體育競賽，鼓勵員工加强體育鍛煉。

員工運動會

案例：部門運動PK賽

2023年1月，為鼓勵員工在新冠病毒感染康復後積極運動健身，增强身體抵抗力，集團舉辦部門運動PK賽，並給予優勝團隊以團建費激勵，提升員工的部門榮譽感，增强員工之間的互動和協作意識。

5. 我們與供應商

本集團致力於打造公平、穩定的供應鏈，積極攜手合作夥伴一同承擔社會責任，營造和諧商業氛圍。集團建立並執行完善的供應商管理制度，規範供應商准入管理，定期對供應商進行考核評估，及時淘汰產品或服務不符合要求的供應商，以保障供應質量。本財年內，我們制定供應商准入評估流程並建立供應商資質評估機制，進一步加强了准入管理。

我們重視合作夥伴的社會責任表現，以期共同推進供應鏈可持續發展。為加强對供應商的環境及社會風險評估，我們將供應商在環境保護、反舞弊等方面的管理績效納入考核。同等條件下，我們優先與獲得環保相關資質認證的供應商合作，並在採購過程中優先選擇綠色環保產品，降低採購活動對環境造成的影響。同時，我們認為原材料是構成可持續供應鏈的關鍵因素。我們將持續關注供應商及合作夥伴的皮革、棉花等原材料使用情況，鼓勵其推動原材料溯源工作、實現負責任的原材料採購。

我們不斷升級供應鏈反舞弊監管體系，推動廉潔供應鏈建設，杜絕舞弊行為發生。我們要求集團供應商簽訂《廉潔協議書》，並鼓勵其制定反貪腐相關制度。截至報告期末，供應商《廉潔協議書》簽署率已達100%。本財年我們更新了供應商合同中的反商業賄賂條款和違約責任約定，新增供應商舉報渠道，嚴厲打擊不正當競爭。一旦發現供應商違法違規行為，我們將根據相關規定對其進行處罰或取消其合作資格。

此外，集團積極與供應商溝通交流，建立良性合作關係。我們充分利用各類線上平台，以便捷且多樣化的方式與合作夥伴進行業務往來。我們定期舉辦交流會議，共同制定銷售策略及戰略目標，根據實際情況及時調整策略並協調資源，提升合作效率，實現雙方攜手共贏、共同進步。

6. 我們與環境

本集團高度重視環境保護，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》等相關法律法規，致力於將可持續發展理念貫徹至日常辦公及業務運營中。我們持續推進日常環保工作，通過完善內部環境管理制度、開展門店節能降耗工作、提升資源循環利用比例等多種管理舉措，積極應對氣候變化帶來的挑戰，不斷强化集團綠色低碳的運營模式，力求在業務可持續發展的同時與生態環境和諧相處。本財年，集團未發生任何違反環境保護法律法規的事件。

6.1 節能降耗

為有效落實綠色低碳的運營理念，集團根據業務發展和運營的實際情況，不斷完善能耗管理制度，嚴格落實電力、水、辦公用品、公務車、包裝材料等資源及能源使用方面的管理措施。同時，集團人力行政部負責監督各部門環境管理舉措的執行情況，並安排行政人員每月進行不定時的檢查和巡檢，以確保各部門認真落實各項節能降耗工作。

本財年，集團持續加强對環境管理績效的追蹤與管控，進一步優化節能減排、減少廢棄物、節約用水三大維度的環境管理目標：

節能減排

積極探索節能技術與低能耗、可持續的運營模式，大力推行綠色運營與辦公；提升能源使用效益，鼓勵綠色出行，減少溫室氣體排放。

減少廢棄物

積極倡導垃圾分類，推行無紙化辦公；提升辦公耗材及包裝材料的再利用率，强化資源循環利用意識，減少廢棄物的產生。

節約用水

加强用水設施設備的日常維護與管理，推行節水措施；培養員工的節水意識，合理使用水資源。

本集團圍繞上述環境管理目標，在上一財年的基礎上不斷優化管理措施，積極推進辦公場所、門店及物流環節的節能減碳計劃。在辦公場所，我們重點關注水資源和辦公物品的使用情況，同時大力倡導綠色出行，降低環境影響。

關鍵領域	重點舉措
節約水資源	• 加强用水設備的日常維護和管理，杜絕跑冒滴漏和長流水現象； • 會議室不再放置瓶裝水，提倡參會人員自帶水杯並按需取水，增强飲用水節約意識； • 在茶水間、衛生間張貼標語，督促員工節約用水。
辦公用品管理	• 加强辦公用品的使用管理，嚴格規範辦公用品的配備及採購，按需領用辦公用品並提高辦公用品的重複使用率； • 提倡無紙化辦公，各類流程申請表單均線上化處理(如OA系統、EHR系統等)，減少紙張使用； • 在打印機前張貼提示板，積極倡導員工採用雙面打印。
綠色出行	• 建立健全公務用車的管理機制，嚴格管理集團在各地公務用車的配置、維護及汰換； • 推行線上及電話會議，減少因商務差旅產生的碳排放； • 全面提倡低碳出行，鼓勵員工搭乘公共交通工具。

我們在集團所有線下門店推行節約能源、降低碳排放的環保計劃，採取一系列措施加强對包裝及物料的管控，通過空調與照明系統節能優化、設立門店碳賬戶等方式，打造低碳節能的零售門店。

關鍵領域	重點舉措
能源管理	• 優化升級門店照明系統，充分考慮店鋪營業時長與季節光照度等因素；統一為老舊門店更換環保節能的LED燈具； • 制定門店用電指引，指導各門店在營業期間按需靈活用電，提高用電效率； • 合理設置門店的空調溫度，杜絕無效使用空調的現象；未來將利用大數據算法，根據不同樓層的空調使用情況、門店人員空間分佈、室內外溫差等情況，實時管控空調運行情況，實現舒適與節能的平衡，整體降低空調能耗。
包裝及物料使用	• 自研的線上紙袋管理系統可精準化管控紙袋訂量，通過預測使用量，從源頭控制紙袋庫銷比，避免紙袋積壓，造成資源浪費； • 全國所有的直營門店均使用100%環保可降解的全木漿黃皮紙作為購物袋； • 調整線上發貨的包裝物料尺寸，通過調研歸納各品類貨品包裝尺寸，改良物料以匹配貨品包裝，有效減少物料消耗並實現包裝減量化。

案例：線下門店實行電子屏POP宣傳

集團在保證門店賣點廣告(Point of Purchase, POP)更換的標準度與美觀度，提高門店POP更新效率與質量的同時，積極推動各門店運用電子屏進行POP宣傳，以避免重複製作和打印宣傳物料。該電子屏推廣項目由集團品牌中心、市場部、工程部、科技服務中心等部門協作運行，首批預計覆蓋集團全國約200家門店，可有效降低POP物料的使用量，在節約資源的同時降低廢棄物產生量，進而減少碳排放。

線下門店電子屏

此外，集團密切關注運輸和物流環節造成的環境影響，致力於協助物流供應商實現包含低碳運輸、低碳包裝、低碳倉儲在內的低碳物流模式。我們與第三方物流供應商達成合作，通過加大新能源汽車的使用比例、多次循環使用物流包裝箱等方式，有效節約包裝材料，落實產品運輸和包裝環節的減碳措施。同時，我們鼓勵並支持供應商積極探索清潔能源的應用，其中上海部分物流倉庫屋頂上已安裝太陽能電池板，以太陽能發電代替傳統外購電力，降低倉儲環節產生的碳排放。

6.2 廢棄物管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等相關法律法規，在辦公區域及線下門店積極落實垃圾分類措施，持續提高廢棄物分類、收集、再利用的能力。此外，我們向全體員工開展廢棄物管理相關知識宣傳，加深員工對廢棄物回收處置和資源循環利用的認識。

為進一步加强廢棄物管理，我們將運營過程中產生的廢棄物分為無害廢棄物和有害廢棄物，通過對不同類型的廢棄物採用不同的處置方式，減輕對環境造成的負面影響。集團所產生的無害廢棄物主要為辦公垃圾。我們在辦公區域放置垃圾分類回收箱，並督促員工嚴格按照分類要求投放垃圾。分類後的無害廢棄物最終將由第三方清運到處理機構依法處置，其中的可利用資源則清運至回收處理廠進行再生及利用處理。對於墨盒、硒鼓等有害廢棄物，我們會優先進行重複利用。不能再次使用的廢棄墨盒與硒鼓將被規範投放至有害垃圾桶，由專業機構集中收集和處理。

此外，集團亦重視向消費者傳遞資源回收、低碳環保的生活理念。本財年集團推出全新公益子品牌「GREENBOX綠盒子」，並計劃通過該品牌開展一系列創新公益活動。

2023年1月，我們在國內最大的舊衣物綜合回收處理平台之一「飛螞蟻」上線滔搏公益林，並發起「綠動星球，衣起行動」公益活動，承諾每當舊衣回收量滿5,000千克，即在甘肅省民勤縣種植666平方米梭梭樹苗，以支援當地生態保護。該活動期望通過鼓勵消費者進行舊衣回收，引領綠色消費潮流，形成低碳生活與商業向善的運動公益新風尚。

滔搏公益林舊衣回收活動

6.3 應對氣候變化

氣候變化已然成為21世紀人類社會共同面臨的挑戰之一。雖然近年來各界關注度不斷提升，碳減排之路依舊阻力重重。面對氣候變化導致的一系列環境危機和社會問題，集團積極響應國家「雙碳」戰略，時刻關注集團日常運營所涉及的氣候變化問題，致力於識別和評估可能對業務造成影響的氣候風險和機遇，落實並持續優化應對措施，以提高氣候風險管理能力。

極端天氣造成的實體風險與低碳經濟模式下的轉型風險都會對集團的業務產生潛在影響。就實體風險而言，頻繁的極端氣候如颱風、暴雨等可能會影響我們的線下門店運營、物流配送以及辦公用電安全，導致資產損失或人員損傷，增加集團運營成本。為了預防此類實體風險，有效降低風險影響程度、縮小風險影響範圍，集團不斷完善各類極端氣候的應急預案，對員工進行宣傳教育並積極開展應急演練，投放充足的資源以加强集團對於氣候相關實體風險的應對能力。

就轉型風險而言，在低碳經濟加速普及的時代背景下，集團積極響應綠色低碳的發展趨勢，密切關注行業、市場及政策走向，及時制定對策來加强自身的碳排放管理，以應對政策及市場變化帶來的風險。為更好地控制轉型風險帶來的影響、把握低碳轉型機遇，集團在日常運營及門店管理中推行一系列內部節能減碳舉措，從綠色辦公模式、門店節能降耗、資源回收利用等維度入手，提升集團業務發展及日常運營的氣候韌性。

7. 我們與社區

作為負責任的企業公民，集團在開展業務的同時密切關注社區需求，積極承擔社會責任。我們憑藉自身品牌優勢助力海洋環境保護、支援社區志願工作，為鄉村經濟與教育發展貢獻源源力量。我們將回報公眾視為己任，鼓勵並支持每一位滔搏人積極投身公益事業，弘揚慈善文化，傳遞愛與溫暖。

案例：點滴之行，守護一片蔚藍

可追溯水產，是指從捕撈活動到消費端全程均保持記錄且可通過追溯碼查詢的水產品，對打擊非法捕撈、保護海洋生態有著重要作用。為呼籲公眾瞭解並支持可追溯水產，世界自然基金會發起「聚力護海，年年有魚」公益活動，帶領參與者在線體驗水產追溯全過程，共同促進水產品行業的可持續發展。

「2022世界海洋日」暨第15個「全國海洋宣傳日」之際，集團旗下滔搏電子競技俱樂部及其明星選手們與世界自然基金會一同推動海洋環境與生物多樣性保護，為「聚力護海，年年有魚」公益活動助力發聲，凝聚眾人之力，以點滴之行，共護蔚藍海域生生不息。

「聚力護海，年年有魚」活動海報

案例：一片桃樹，撐起一方希望

遼寧省朝陽市朝陽縣有著悠久的桃樹種植歷史。為提高當地農戶的生活水平、帶動朝陽地區整體經濟發展，2021年，中國綠化基金會發起「幸福家園–世外桃園計劃」公益項目，扶植農戶種植桃樹，並為其提供管護技術培訓與支持。集團旗下滔搏電子競技俱樂部積極參與該公益項目，於2022年12月援助遼寧省朝陽市種植150株優質蜜桃樹，為促進鄉村經濟良性循環及當地生態修復貢獻滔搏力量。

「世外桃園計劃」捐贈證書

案例：愛心傳遞，公益永不停步

2022年4月，集團向上海市虹口區及徐匯區共計捐贈百萬元物資，並鼓勵和支持員工投身社區志願工作，以實際行動支援抗擊新冠病毒一線醫護人員，於艱難時刻彰顯企業責任擔當。

2022年11月，為支持鄉村教育事業發展，集團向雲南文山州馬關縣民族職業高級中學、西畴縣第一中學捐贈價值人民幣38.48萬元的鞋服，為當地學生送去一份溫暖。

抗疫物資捐贈現場

愛心物資捐贈證書

附錄一 ESG關鍵績效數據表

環境範疇

關鍵績效指標		單位	使用量／排放量
A1.1排放物	二氧化硫排放量	千克	1.47
	氮氧化物排放量	千克	392.45
	顆粒物排放量	千克	36.63
A1.2溫室氣體排放	溫室氣體排放量(範圍一)	噸二氧化碳當量	266.61
	溫室氣體排放量(範圍二)	噸二氧化碳當量	1,276.89
	溫室氣體總排放量	噸二氧化碳當量	1,543.50
A1.3有害廢棄物	有害廢棄物總量	千克	485.21
A1.4無害廢棄物	無害廢棄物總量	噸	17.05
A2.1能源使用	總能耗量	兆瓦時	2,378.84
	直接能耗量	兆瓦時	923.95
	間接能耗量	兆瓦時	1,454.89
	能耗强度	兆瓦時／平方米	0.07
	總用電量	兆瓦時	1,454.89
	汽油使用量	升	100,231.70
A2.2用水量	用水量	立方米	16,853.49
	用水强度	立方米／平方米	0.53
A2.5包裝材料	包裝紙袋使用量	噸	1,566.08

環境數據與係數説明

1. 數據收集範圍覆蓋公司位於集團總部及下屬行政辦公區域，時間跨度為二零二二年三月一日至二零二三年二月二十八日。

2. 溫室氣體排放(範圍一)主要來自公務車輛燃油消耗，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《2019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《環境關鍵績效指標匯報指引》。

3. 本集團消耗的能源類型包括公務車輛燃油、外購電力，數據統計依據為相關費用的繳費單以及行政台賬；各能源單位換算係數參考國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法和報告指南》。

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. 本集團水源來自於市政管網供水，在求取合適水源上不存在問題，數據來源為水費繳費單、財務以及行政台賬。

社會範疇

關鍵績效指標		關鍵績效數據
按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的員工總數		
		員工人數(人)
按性別劃分	男	5,093
	女	25,885
按僱傭類型劃分	全職	9,844
	外包	21,134
按年齡組別劃分	30周歲以下	11,079
	31至40周歲	16,090
	41至50周歲	3,730
	50周歲以上	79
按地區劃分	中國大陸	30,959
	海外及港澳台地區	19
員工總人數		30,978

按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失比率		
		流失比率(%)
按性別劃分	男	49.07%
	女	39.39%
按年齡組別劃分	30周歲以下	49.96%
	31至40周歲	35.30%
	41至50周歲	32.06%
	50周歲以上	62.38%
按地區劃分	中國大陸	41.24%
	海外及港澳台地區	9.52%
員工總流失比率		41.23%

多元化的員工結構		
		員工人數(人)
女性員工人數	高管	31
	中層管理	189
	管理層	220
少數民族員工人數	管理層	10
	普通員工	1,568

按性別、職級及年齡組別劃分的受訓員工百分比及受訓平均時數			
		受訓員工百分比(%)	人均受訓時數(小時／人)
按性別劃分	男	92.62%	79.14
	女	95.78%	73.26
按職級劃分	高管	97.50%	35.74
	中層管理	97.30%	88.34
	普通員工	95.22%	89.57
按年齡組別劃分	30周歲以下	92.79%	76.03
	31至40周歲	96.78%	75.70
	41至50周歲	96.95%	63.94
	50周歲以上	75.15%	47.60
全體員工受訓百分比及平均時數		95.25%	74.21

供應鏈管理	
位於中國內地的供應商數目(家)	100
簽訂《廉潔協議書》供應商數量(家)	100

消費者服務	
投訴接獲數量(次)	199
投訴處理數量(次)	199
回訪數量(次)	45,877
消費者滿意度(%)	85.37%
線上消費者滿意度調查覆蓋率(%)	100%

反貪腐	
已審結的貪污訴訟案件數量(件)	0

附錄二《環境、社會及管治報告指引》內容索引

ESG指標		披露情況	對應章節
A1一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的政策及遵守發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	我們與環境
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	我們與環境
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	我們與環境
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	我們與環境
A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(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	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	我們與環境

ESG指標		披露情況	對應章節
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	我們與環境
A2.5	製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。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
A3一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	已披露	我們與環境
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	已披露	我們與環境
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	我們與環境
A4.1	描述已經及可能會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	我們與環境
B1一般披露	有關薪酬及解僱、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	我們與員工
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
B2一般披露	有關提供安全工作環境以及保障僱員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	我們與員工
B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	已披露	我們與員工

ESG指標		披露情況	對應章節
B2.2	因工傷損失工作日數。	已披露	我們與員工
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	已披露	我們與員工
B3一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	已披露	我們與員工
B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
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	我們與員工
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	我們與員工
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	我們與員工
B5一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	已披露	我們與供應商
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	已披露	附錄一ESG關鍵績效數據表
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，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	我們與供應商
B5.3	描述有關識別供應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	我們與供應商
B5.4	描述在揀選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方法。	已披露	我們與供應商

ESG指標		披露情況	對應章節
B6一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、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	我們的服務 合規運營
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。	不適用	–
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	已披露	我們的服務 附錄一ESG關鍵績效數據表
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	已披露	合規運營
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程式。	已披露	我們的服務
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	我們的服務
B7一般披露	有關防止賄賂、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	合規運營
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	已披露	合規運營 附錄一ESG關鍵績效數據表
B7.2	描述防範措施及舉報程式，以及相關執行及監察方法。	已披露	合規運營
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	已披露	合規運營
B8一般披露	有關以社區參與來瞭解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	我們與社區
B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	已披露	我們與社區
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	已披露	我們與社區