

## 環境、社會及管治報告 2018

### 引言

#### 公司簡介

佳華百貨控股有限公司（簡稱「**佳華百貨**」）（股份代號：00602），於 2006 年 9 月 4 日成立，2007 年 5 月 21 日於香港聯合交易所有限公司主板上市。主要營運附屬公司 — 深圳市百佳華百貨有限公司（簡稱「**公司**」）是一間由中國商務部批准成立的外商獨資企業。截至 2018 年 12 月 31 日止，公司於深圳、佛山及廣西等地經營 11 家零售門店（其中 10 家為零售門店及 1 家為出租物業）及 1 家大型購物中心。年內，集團出售其餐飲附屬公司（含 4 家主題及 1 家特色餐廳）給獨立第三方。另外，集團業務亦涉足商業保理和供應鏈借貸業務。多年來，集團堅持不斷進步，瞭解市場，完善客戶服務並提供優質產品。公司曾榮登「中國連鎖百強」、「廣東連鎖 50 強」、「深圳百強企業」、「深圳連鎖 30 強」、「深圳名企名店」、「深圳老字號」等，獲社會認可。

#### 報告指引

本報告乃根據香港聯合交易所證券主板上市規則附錄 27 的《環境、社會及管治報告指引》，結合佳華百貨的實際運營情況編制而成。本報告旨在提高利益相關方對公司環境、社會及管治事宜和可持續發展策略的瞭解，並加強利益相關方與公司的溝通。如您對本報告有任何疑問，[歡迎發送電郵至 esgreport@szbjh.com](mailto:esgreport@szbjh.com)。

#### 報告期及範圍

本報告涵蓋範圍包括佳華百貨控股有限公司，報告期為 2018 年 1 月 1 日至 12 月 31 日的財政年度（下稱「**本年度**」），集中披露佳華百貨的零售店及購物中心業務活動對環境、社會及管治的影響。

### 環境、社會與管治管理方法

佳華百貨的可持續發展工作小組負責制定及落實環境、社會與管治策略，透過組織結構專業化、工作流程標準化、企業管理規範化為核心，建立一整套營銷策劃、店舖開發、賣場規劃、採購配送、質量檢驗、財務控制等規範流程，倡導標準化經營、科學化決策，讓可持續發展理念融入日常營運中。

佳華百貨明白其應負的社會責任，以本報告向各利益相關方披露公司在環境、社會與管治的表現。該三個範疇的事項分別於集團及業務層面處理。董事會已將企業管治及可持續發展事宜的日常責任授予「管治工作委員會」。管治工作委員會提供策略指引、制定可持續發展政策及目標、監督企業管治事宜及監察進展。可持續發展工作小組定期收集及分析數據、評估表現及呈報予管治工作委員會。

根據零售行業的業務性質，我們識別的關鍵環境、社會與管治風險包括間接碳排放、產品安全及職業安全與健康。下表展示我們對相關風險的回應。

<u>環境、社會與管治風險</u>	<u>2018 年行動</u>	<u>對應章節</u>
間接碳排放	我們通過實施多項節能措施以減少公司的間接碳排放，包括對低壓配電網進行節能改造、使用更環保的發光二極管(LED)照明燈具、推廣冷卻設備智能控制系統以及智能控制櫃等，改善用電表現。	環境保護

產品安全

公司已通過 ISO9000 管理體系年度 卓越運營  
監督審核。加強商品質量檢查，包  
括為新進商品進行檢驗，抽樣檢驗  
賣場內的在售商品。公司依循「深  
圳市食品安全追溯信用管理系  
統」，要求所有進入佳華百貨的預先  
包裝食品均需在「食品追溯系統」  
上填報與產品相關的特徵及產品資  
訊。

職業安全與健康

公司制定《員工工傷、意外傷害處 以人為本  
理辦法》，要求員工參與職業安全健  
康教育培訓，定期進行消防演練，  
成立健身興趣小組及每年舉行員工  
運動會，以推廣運動健體風氣。

#### 環境保護

佳華百貨主要經營超級市場、商業百貨及購物中心（其他業務如商業保理，供應  
鏈借貸及餐飲業務等並不重大），業務對環境的影響主要來自商品包裝、運輸及  
店鋪日常營運的能源消耗，例如燈光照明系統及冷凍儲藏櫃等。2018 年，公司  
嚴格遵守國家及地區環保相關的法例與法規，包括《環境保護法》，並沒有因違  
反環保法律法規而遭受任何重大罰款及非金錢制裁。

佳華百貨業務運營主要消耗的能源為電力、汽油、柴油及燃氣，其中超過 90% 能源消耗為電力。2018 年，佳華百貨的能源總耗量為 206,985 千兆焦耳(2017: 178,906\*千兆焦耳)，增加原因主要為增加坂田購物中心。來自燃油和燃氣的直接能源消耗分別為 53,570 公升及零立方米(2017: 58,947 公升及 18,500 立方米)，較 2017 年分別下降 9.1%及 100%。由於坂田購物中心於 2017 年 12 月開業，及 2018 年底開始籌備觀瀾購物中心開業，員工會議及考察接送增加，汽油使用增加。另外，2018 年度整體供電穩定，各分店停電次數減少，發電機用油少，柴油使用減少。另一方面，從安全因素考慮，2018 年對所有分店熟食加工區燃氣設備更換成用電設備，故年內沒有使用燃氣。全年計，總耗水量為 349,296 噸(2017: 291,966\*噸)，比 2017 年增加 19.6%，主要由於分店改造及設備老化緣故，以致上升。

資源類型	單位	2018	2017	變更
電力	千瓦時	56,989,470	48,934,738*	+16.5%
汽油	公升	24,123	22,836	+5.6%
柴油	公升	29,447	36,111	-18.5%
燃氣	立方米	-	18,500	-100%
市政水	噸	349,296	291,966*	+19.6%

\* 由於本公司於年內完善數據收集方法，2017 年用油數據需作重述。

佳華百貨採取多項節能措施，減少能源消耗。年內，用電方面，沙井分店節能主要有兩大亮點，一個是更換變頻空調主機，另一個是賣場燈具更換成了新款發光二極體燈。用水方面，公司於內部重點區域張貼環保小貼士，希望員工及顧客謹記節約用水，並提升其環保意識。

#### 排放管理

年內，公司的總溫室氣體排放量為 30,184 噸二氧化碳當量，較 2017 年增加 16.1%，當中包括直接排放（範圍一）和間接排放（範圍二）。直接排放（範圍一）的排放量為 145 噸二氧化碳當量，來源為汽車燃料使用。間接排放（範圍二）為 30,039 噸二氧化碳當量，來源則為外購用電。

溫室氣體排放	單位	2018	2017	變更
直接排放（範圍一）	噸二氧化碳當量	145	198	-27%

間接排放（範圍二）	噸二氧化碳當量	30,039	25,794*	+16.5%
總計	噸二氧化碳當量	30,184	25,992*	+16.1%

\* 由於本公司於年內完善數據收集方法，2017 年溫室氣體排放數據需作重述。

空氣污染物排放方面，公司因使用汽車及用電所產生的硫氧化物、氮氧化物及懸浮顆粒物排放量分別為 0.8 公斤、617.8 公斤及 43.5 公斤。年內，公司產生廢棄商品包裝的紙箱共 1,135 噸，全部均已妥善收集，並售予回收紙箱公司。我們的業務並不涉及有害廢棄物的產生。

空氣污染物	單位	2018	2017	變更
硫氧化物(SOx)	公斤	0.8	0.7	+14.3
氮氧化物(NOx)	公斤	617.8	201.6	+206.4
懸浮顆粒物(PM)	公斤	43.5	17.3	+151.4%

為減少空氣污染物及溫室氣體排放，佳華百貨監管及控制汽車的廢氣排放，定期對使用年期長的汽車進行報廢。商場運營期間，公司設立餐飲專用抽煙通道，餐飲油煙經處理後引至樓頂排放；建築物內部排水實行雨污分流，日常污水經處理後接入市政污水管，餐飲廢水經隔油、化糞池預處理後排入市政污水管，屋面及室外雨水經收集後排至市政雨水管。對外，佳華百貨鼓勵商場用戶使用環保購物袋及環保餐具，減少資源使用並實現源頭減廢。

#### 以人為本

佳華百貨視人才管理為可持續發展策略的重要元素，除制定《員工手冊》，讓僱員瞭解公司營運和各方面的規定外，亦制定相關內部政策，維護員工基本權益，致力為員工提供安全舒適的工作環境和多元化的培訓。

佳華百貨尊重每一位員工，嚴格遵守國家相關勞動法規及規定，包括《中華人民共和國勞動法》，以保障員工的法定權益。公司致力為員工打造平等的工作環境，禁止任何形式的性別、年齡、國籍、種族、宗教信仰或殘疾歧視。此外，公司依照「招聘管理規定」，在招聘過程中審閱申請人身份證，以避免童工及強制勞工。2018 年，公司沒有發生任何類型的歧視或騷擾投訴事件，及聘用童工或強制勞工事件。

#### 員工結構成分

截至 2018 年 12 月 31 日，佳華百貨共有 1,282 名(2017: 1,503 名)員工，其中 30%

員工少於 30 歲，67%介乎於 30 到 50 歲，3%大於 50 歲；男女比例為 49:51；管理人員佔 27%，73%為前線員工；27%員工擁大學或以上學歷。

2018 年，佳華百貨總流失率約為 56%，總新入職率約為 47%，總流失率較 2017 年稍高，按年齡及性別劃分的流失及新入職人數如下：

年齡	流失人數		新入職人數	
	2018	2017	2018	2017
<30	419	492	397	551
30-50	300	213	211	255
>50	3	9	-	-
總數	722	714	608	806

性別	流失人數		新入職人數	
	2018	2017	2018	2017
男性	317	256	259	344
女性	405	458	349	462
總數	722	714	608	806

#### 員工福利

為增強員工對公司的歸屬感與凝聚力，我們於年內舉辦多元化的員工活動，包括戶外拓展訓練、員工生日活動、全員運動會及聖誕聚會等，讓員工在工作與生活之間取得平衡，滿足員工精神文化需求。

#### 戶外拓展訓練

2018 年上半年，公司開展了兩次新員工團隊拓展訓練，通過爬越畢業牆和穿越火線等終極考核活動，讓新入職同事感受團隊協作的力量，建立信任感與增強責任意識，以積極的心態面對工作。

#### 員工生日活動 - “星樂蒼”

2018 年公司以星座為主題，在深圳錦繡中華民俗村、廣州番禺百萬葵園、深圳龍崗坂田領匯購物中心星美巨幕影院、中山長江水世界開展了四次期員工生日活動，體現了公司對生日員工的關懷，同時也加強了各分店員工之間的交流融合。

#### 全員運動會

2018 年 4 月，全員運動會在寶安新區西鄉體育場舉行，參與人數約 800 人，運動會包括眾多項目：跑步、羽毛球、籃球、跳遠、集體跳繩及其他田徑項目等。

設立個人及集體組別獎項。通過舉辦全員運動會，豐富員工的愛好，弘揚了體育精神，樹立百佳華員工健康為先、團體合作及活力拼勁的精神。



#### 聖誕聚會

於 2018 年 12 月 25 日，百佳華為公司辦公總部全體人員舉辦了一場名為“誕願有你，聖辰相聚”的聖誕活動。內容包括提供精美的茶點和精緻的禮品，除一些簡單的集體遊戲外，通過“猜歌大王”環節把活動節奏推向高潮，讓各員工沉浸在歡樂遊戲中，末段在“心願牆”上寫下了來年各人希望實現的願望，期望夢想成真。

#### 用人為才

佳華百貨注重員工的個人發展，協助員工實現個人職業規劃。公司制定晉升、晉級制度，提供清晰及公平的晉升通道，包括員工級通道、主管級通道和經理級通道、明確的晉升條件及相關評估測試，展現公平競爭和擇優選用的原則。年內，公司為滿足新業務的人事需求，舉行不同形式的招聘會、人才獵頭、校園招聘等，加強新入職員工之質素及專業性。

公司為員工安排合適的培訓，讓員工於工作崗位展現潛能，提高他們在職場上的競爭力。年內，公司受訓員工百分比達到 94%，人均培訓時數達到 5 小時，兩者都較 2017 年高。

#### 新員工職前培訓

年內，公司組織了三次新員工職前培訓，學習商超賣場基本常識、商品管理知識、消防安全知識以及顧客服務禮儀等課程，使新同事熟悉公司發展歷程和企業文化，增強對公司的歸屬感與責任感。

#### 專業知識技能提升培訓

2018 年，公司對新鮮部人員進行《生鮮毛利提升與損耗控制》培訓，講授有效提升商品毛利和加強損耗控制的成功經驗；對企劃部人員進行《電腦輔助繪圖 (CAD) 》培訓和車隊師傅進行《保養技能提升》培訓，協助員工解決工作中碰到的難題，提高工作效率；亦對全體員工進行《風控體系建設》的培訓，幫助全體員工熟悉風控體系建設的主要內容、重要性和要求，不斷豐富和提升員工的知識與技能。

#### 健康與安全

佳華百貨承諾為員工提供安全的工作環境，確保員工的生命安全與健康受到保障，堅持「安全生產、重在預防」的理念。公司根據《廣東省工傷保險條件》及實際狀況，制定《員工工傷、意外傷害處理辦法》，詳細解釋工傷的定義、申報流程、處理流程及員工工傷待遇，以保障員工受到意外傷害時的合法權利。2018 年內，公司一共發生工傷事故 13 次，因工損失日數為 687 天，沒有發生因工死亡，所有工傷事故已得到妥善處理，並為受傷員工提供合理賠償。

公司要求員工參與職業安全健康教育培訓，以提高員工的安全意識。分店每季度進行一次消防演習，以加強員工的防火意識。年內，公司員工參與安全培訓比例近 95%，人均安全培訓時數為 4 小時。

公司為推動運動風氣，讓員工強健體魄，特別成立健身興趣小組，並每年舉行運動會，鼓勵員工注意健康。

#### 「悅動佳華」— 推動「運動、健康、快樂、高效」的工作理念

公司於每天工作間歇期間，在不影響正常工作的情況下，開展多種形式簡單、輕鬆有趣的健身活動。此活動不僅舒緩員工工作壓力，調解身心，也是員工之間交流融合的一種方式，兼具遊戲娛樂與辦公室健身活動為一體，讓員工樂在其中。

#### 2018 全員運動球賽

為鼓勵員工培養運動的良好習慣，公司舉辦第六屆全員運動會乒乓球與羽毛球比賽。賽事過程中隊員各顯所長，比賽現場氣氛熱烈，選手們充分發揮打拼的競賽精神。



### 卓越運營

佳華百貨「以市場為嚮導、以服務為宗旨、以誠信為根本，以創新為動力、以銷售為中心、以效益為目標」。我們以顧客為中心，持續改善質量，並堅持合法經營，致力為客戶提供最優質的產品與服務。

### 供應商管理

2018年，公司共有 1,252 家供應商，主要集中於中國內地。本公司嚴格篩選供應商，確保產品品質，鼓勵供應商肩負其社會責任。佳華百貨嚴謹遵守引進供應商的三大原則，包括就近取貨、節省進貨費用及儘量直接進貨。這三大原則不但節省公司成本，增加供貨穩定性，更避免因遠距離運輸而造成的資源消耗及廢氣排放。佳華百貨通過代購及專櫃供應商引進流程來實行系統性的供應商管理，流程如下：

採購中心業務員與新供應商洽談	洽談條款由供應商確認，匯報分管經理和採購總監以待審批	採購合同條款交由供應商簽署，分管經理和採購總監再次審批並簽名	財務部核對合同收費，並交由管理部存檔
----------------	----------------------------	--------------------------------	--------------------

為進一步推動與供應商的合作關係，並及時瞭解供應商的供貨、服務、信譽等情況，佳華百貨制訂《重點供應商回訪程序和管理制度》。透過深入瞭解並解決合作中存在的問題，促進雙方交流，達到共同發展的目的。

為提供更好的供應商服務，公司建立線上佳華百貨供應商服務系統，供應商可直接通過帳號密碼登錄查詢所需資訊。通過網上公開招標，進行招標，並隨時將招商人員資訊明細，以及將招商中心各品類負責人通訊方式進行公示，達至公平招標，防止發生貪污腐敗問題。此外，佳華百貨沿用《供應商資訊資料傳遞操作流程》及《百佳華新品引進跟蹤流程》，對新產品引進情況進行跟蹤，並在規定時間內告知供應商的引進情況，為供應商提供高效服務。

### 產品品質

佳華百貨嚴格謹守《中華人民共和國食品安全法》，貫徹執行相關法律法規，制訂《預包裝食品批次管理規定》、《食品批次管理規定》以及《商品質量和跟蹤管理規範》，防止、控制和消除食品污染以及食品中有害因素對人體的危害。多年前，公司已成功通過 ISO9000 管理體系年度監督審核。

為兌現「絕不銷售假冒偽劣商品」的企業承諾，佳華百貨加強商品質量檢查，並

在源頭把關，從引入到銷售過程中檢查並控制商品質量，包括為新進商品進行檢驗，抽樣檢驗賣場內的在售商品。商品情況按要求如實登入系統《商品質量抽檢單》中，並由品管部主管選擇處理方式及審核，以防止不符合國家質量、衛生標準的商品進入賣場，杜絕不合格商品銷售到消費者手中。

為加強深圳市預包裝食品安全建設，深圳市推出「深圳市食品安全追溯信用管理系統」。該系統為深圳市食品藥品監督管理局主導建立的平台，可提供索證索票、食品安全風險評價等資訊。在此系統之下，所有進入佳華百貨的預包裝食品均需在「食品追溯系統」上填報與產品相關的特徵及產品資訊，以確保產品的品質。2018年，佳華百貨接獲 24 宗關於標籤標識的投訴，所有相關產品已立刻停止銷售。其後，我們加強商品質量檢查，從源頭把關，從引入、收貨至上架等銷售過程中進行檢查來控制商品質量，防止投訴事件再次發生。年內，沒有已售或已運送產品因安全與健康理由而須回收。

#### 顧客至上

為提供顧客最優質的服務，佳華百貨定期進行顧客滿意度調查，並於公司網站設有線上意見表，讓顧客隨時表達他們的想法。公司根據所收集的寶貴意見，持續改善服務方式，提高服務水準。年內，公司於旗下 8 家分店，向 800 位顧客針對商品、營銷、人員服務、購物環境及衛生清潔等方面進行滿意度調查。調查結果顯示，顧客對公司商品、人員服務及購物環境的表現感到滿意，唯存在休息設施太少及無線熱點不穩定等問題。有見及此，我們計劃增設顧客體驗休息區域，以及提升移動信號接收設備功能，提升無線熱點運營服務質量。針對客戶投訴，佳華百貨制訂《接受和處理顧客投訴的管理規定》及《接待顧客投訴的處理方法和流程》，讓僱員更有系統地應對突發事件，並承諾「超過保質期商品，商場無條件退換」。顧客向分店、通過電話、向公司總部轉接和向政府部門或媒體的投訴，將會由客服中心所派的專門接待人員，負責接待及處理。相關負責人將於 1-3 個工作天內完成處理投訴工作並反饋給顧客。

#### 廉潔建設

佳華百貨嚴格遵從國家相關反貪腐法律法規，包括《中華人民共和國反不正當競爭法》，並確保公司員工保持專業操守。2018年，公司並沒有發生任何貪污訴訟案件。公司內部已制定一套完善的舉報機制，以處理懷疑商業賄賂案件。公司設有舉報電郵和熱綫，舉報人可以各種形式的證據作出投訴，公司在接到舉報後會安排人員連同分店人資部，對涉嫌人員進行調查，並以書面形式記錄在案。

#### 關愛社會

佳華百貨積極投入公益服務、關懷社會。公司不定期舉辦不同的活動，鼓勵員工

佳華百貨控股有限公司

參與義務工作，以各種形式回饋社會。

## 港交所環境、社會及管治內容索引

關鍵績效指標	港交所環境、社會及管治報告 指南要求	內容／備註
<b>A. 環境</b>		
<b>層面 A1</b>		
一般披露	排放物 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：(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及法例的資料。	環境保護-排放管理
KPI A1.1	排放物種類及相關排放數據。	環境保護-排放管理
KPI A1.2	溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	環境保護-排放管理
KPI 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）。	公司業務沒有涉及任何有害廢棄物的產生
KPI 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）。	環境保護-排放管理
KPI A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	環境保護-排放管理
KPI A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，減低產生量的措施及所得成果。	環境保護-排放管理
<b>層面 A2</b>		
一般披露	資源使用 有效使用資源（包括能源，水及其他原材料）的政策。	環境保護-資源耗用
KPI 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）。	環境保護-資源耗用

KPI A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位，每項設施計算）。	環境保護-資源耗用
KPI A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	環境保護-資源耗用
KPI A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	環境保護-資源耗用
KPI 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。	環境保護-排放管理
層面 A3 一般披露	環境及天然資源 減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	環境保護
KPI 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。	環境保護
<b>B. 社會</b>		
層面 B1 一般披露	僱傭 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：	以人為本-僱員權益、員工福利、用人為才
KPI B1.1	(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 按性別，僱傭類型，年齡組別及地區劃分的僱員總數。	以人為本-員工架構
KPI B1.2	按性別，年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	以人為本-員工架構
層面 B2 一般披露	健康與安全 有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：	以人為本-健康與安全
	(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	

KPI B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	以人為本-健康與安全
KPI B2.2	因工傷損失工作日數。	以人為本-健康與安全
KPI 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。	以人為本-健康與安全
層面 B3 一般披露	發展及培訓 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。	以人為本-用人為才
KPI 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。	以人為本-用人為才
KPI 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。	以人為本-用人為才
層面 B4 一般披露	勞工準則 有關防止童工或強制勞工的：	以人為本-僱員權利
KPI B4.1	(a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	以人為本-僱員權利
KPI B4.2	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	年內公司沒有發生任何童工或強制勞工事件
層面 B5 一般披露	供應鏈管理 管理供應鏈的環境及社會風險政策。	卓越運營-供應商管理
KPI B5.1	按地區劃分的供貨商數目。	卓越運營-供應商管理
KPI B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目，以及有關慣例的執行及監察方法。	卓越運營-供應商管理
層面 B6 一般披露	產品責任 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：	卓越運營-產品品質
	(a) 政策；及	

	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
KPI 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。	卓越運營-產品品質
KPI B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	卓越運營-產品品質、顧客至上
KPI B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	卓越運營-產品品質
KPI B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	卓越運營-產品品質
KPI B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	卓越運營-產品品質
層面 B7 一般披露	反貪污 有關防止賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的：	卓越運營-廉潔建設
	(a) 政策；及	
	(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	
KPI 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。	年內公司沒有發生任何貪污訴訟案件
KPI B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	卓越運營-廉潔建設
層面 B8 一般披露	社區投資 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會考慮社區利益的政策。	關愛社會
KPI 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）。	關愛社會
KPI B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	關愛社會

- 完 -