



GBG

GLOBAL BRANDS GROUP



二零二零財政年度企業責任報告

目 錄

03

關於
利標品牌

03

關於
本報告

04

行政總裁
報告

05

管治

05

企業社會責任及
可持續發展
政策

06

可持續發展
策略

07

持份者

08

主要問題

08

主要問題：
員工

14

主要問題：
社區

18

主要問題：
供應鏈

23

主要問題：
環境



關於利標品牌

利標品牌(「利標品牌」或「本集團」)營運三個業務分部，透過北美洲及歐洲分部銷售品牌產品，並從事全球品牌管理業務。

利標品牌經營以批發為主的業務，透過包括百貨公司、大型賣場／會員制商店、折扣店、獨立連鎖店、專賣店及電子商店等各種經銷渠道銷售產品。集團受惠於其多元化的授權品牌組合，既毋須倚賴任何單一品牌、產品或對象，亦毋須局限於任何特定渠道進行分銷。此外，集團的全方位分銷渠道，有助其靈活地為各品牌選擇配置最合適的產品、定價及分銷渠道，從而盡量充份發揮品牌在不同生命周期的價值。

除於北美洲及歐洲分部經營產品特許授權業務外，集團繼續從事其全球品牌管理業務，為其第三個營運分部。作為品牌持有人及娛樂界名人的品牌管理者及代理商，集團憑藉其專業經驗，為客戶將其品牌資產擴展至新的產品類別、地區及零售商乃至與電子商店合作，並按獲授權方支付予品牌持有人的授權費或版權費獲取佣金。

關於本報告

於財政年度結束時，與全球各地的其他企業一樣，我們亦受到新型冠狀病毒肺炎(Covid-19)的影響。疫情最初於中國爆發，隨後迅速擴散至全球幾乎每一個國家，並由最初的大規模流行疫症，迅速演變為對經濟、供應鏈及工人生活造成顯著影響的事件。與其他企業類似，利標品牌已採取措施，保障僱員的健康及安全，並保障營運可行性，避免遭受前所未有的供應鏈危機衝擊。我們往年確立的諸多舉措有助利標品牌安然渡過此次風暴，然而，目前尚未確定對我們的業務構成的長遠影響。

新型冠狀病毒肺炎疫情後，利標品牌致力藉此次機會，重塑工作方式，並提升在關鍵問題上的影響，並將繼續保持公開透明，溝通相關進展。儘管我們過往已於年度財務報告中就環境及社會作出報告，但作為首份獨立報告，本報告將提供有關我們二零二零財政年度(截至二零二零年三月三十一日止)的營運資料及表現數據。

行政總裁報告



各位持份者：

全世界及我們所在的行業正經歷重大變化。我們的員工、社區及合作夥伴愈加關心社會責任及環境影響，而利標品牌亦致力成為變革的領導者。

集團架構於過去兩年發生相當大的變化。藉著轉型的良機，我們建立能夠真實體現員工及價值觀的目標及價值觀。透過所有業務的共同合作，我們制定「心儀品牌 影響世界」的目標，啟發我們作出決策，建立更可持續的利標品牌，為業界帶來積極影響。

以目標為指引，我們基於四個主要支柱，推動利標品牌的可持續發展：
員工、社區、供應鏈及環境。

員工

我們將關注員工及文化，致力透過目標、價值觀、包容性及多元化賦能團隊。

社區

我們將透過「利標品牌回饋」(GBG Gives Back)計劃，在我們身處及經營業務的社區改善並提高人們的生活水平。

供應鏈

我們將攜手合作夥伴，致力在我們的整個供應鏈中改善人權狀況及工人福祉。

環境

我們將識別業務對環境的影響，並採取措施減低影響，包括氣候、水資源及廢棄物目標。

利標品牌於二零二零財政年度採取重大措施，推進可持續發展支柱。至於重塑員工及文化方面，人力資源團隊採取措施，透過合作及參與，建立以人為本的文化。我們開展反映員工所關心事項的影響活動，受到廣泛支持。我們整合供應鏈，注重構建更具策略性的關係，以促進合作。我們增加使用可再生能源，將其比例提高至用電總量的21%，並將16,000磅一次性塑膠及廢布從堆填區轉移至回收。

我們對於經已取得的成果感到自豪，但同時亦明白，利標品牌的可持續發展願景是一段旅途而非終點。憑藉清晰的目標及賦能員工，我們將不斷在旅途中取得進展。本人欣然提呈二零二零財政年度可持續發展報告。

- **Rick Darling**

行政總裁

管治

利標品牌的可持續發展指：秉承道德負責的原則營運，為持份者帶來經濟、社會及環境利益。這是一項共同的責任，公司所有分部及各職級的同事均應參與其中。透過積極實施各項計劃及良好的企業管治，我們務求為員工、供應鏈、社區及環境帶來正面影響。我們承諾至少會遵守在我們經營所在之司法權區的法律和法規，並為所有人創造共同價值。

董事會對可持續發展之監管負有整體責任。管理層負責將可持續發展融入企業目標並將其列為優先要務。

利標品牌的歷史及價值觀，是其文化之根基。集團《操守及商業道德守則》為我們公開、誠信、守法的行事及營商方式訂定原則。我們的反賄賂政策明確向所有員工說明，我們以零容忍的態度對待賄賂。員工亦需要在有任何利益衝突情況出現時作出聲明。

我們會定時提醒員工，以培育道德文化。對於任何關注事宜，包括於財務匯報事宜及會計實務上的行為失當、不當或欺詐行為，僱員及任何持份者均可自行向高級管理人員或集團監察及風險管理總裁舉報，以便展開公平及獨立的調查。根據關注事宜舉報及報告指引，我們不會對本著誠實意圖報告任何關注事宜的人士作出報復或採取任何危害其僱傭的行為。於二零二零財政年度期間，並無任何欺詐或違規行為被視為足以對本集團的財務報表或整體業務構成重大影響。有關企業管治實務的詳情，請參閱二零二零財政年度年報。

企業社會責任及可持續發展政策

利標品牌《[操守及商業道德守則](#)》載列我們期望同事始終秉持的操守標準。我們設有政策及指引、內部培訓以及意識提升活動，為該守則提供支持。於二零二零財政年度，經考慮最佳實務及新出現的問題及要求，我們作出調整，與馮氏集團的經更新[供應商行為守則](#)保持一致，以納入有關職場安全、勞工、人權及環境復原力的更嚴格標準。我們亦就責任僱用加入新的規例，以符合國際勞工組織（「國際勞工組織」）一般原則及公平招聘操作準則，並制訂有關負責任化學品管理及危險廢水處理的更嚴格規定。待新型冠狀病毒肺炎強制性距離限制及採購國家的封鎖解除後，我們將為同事及供應商安排培訓活動及溝通。如有需要，亦會考慮安排遠程學習及其他溝通渠道。

除該等正式政策之外，我們亦訂定一系列指引，將政策轉化為實務。該等指引有助同事及供應商在若干方面作出正確決策，當中包括禁用物質、安全、消防及緊急應變程序等。

可持續發展策略

全球正面臨多項重大挑戰，包括全球勞動力出現人口及態度變遷、對平等議題的意見差異仍然存在及氣候變化帶來的巨大破壞性影響等。利標品牌在制訂可持續發展策略時會考慮此等趨勢及其對我們持份者的影響。我們亦意識到，唯有與其他人攜手合作，才能為世界帶來更多正面影響。提高我們的可持續發展績效並加強我們對資訊的整體披露，對我們的業務不可或缺，同時亦有助達致外界對提高透明度的進一步期望。自二零一六年起，利標品牌配合母公司馮氏控股(1937)有限公司(「馮氏集團」)，遵循聯合國永續發展目標作為指標。永續發展目標旨在消除貧窮、保護地球及確保所有地方蓬勃發展。去年，馮氏集團擴展報告範圍，當中引述旗下上市公司在實現相關目標方面的進展。

我們認為四個範疇蘊藏機遇，有助順應全球趨勢，為永續發展目標作出貢獻，該四個範疇分別為員工、供應鏈、社區及環境。



- 永續發展目標3良好健康與福祉：確保健康生活及促進各年齡層的福祉
- 永續發展目標7可負擔的清潔能源：確保全人類獲得可負擔、可靠、可持續且現代化的能源
- 永續發展目標8體面工作和經濟增長：促進穩定、包容且永續的經濟增長，達到全面且高效的就業，讓每一個人都有一份好工作
- 永續發展目標10減少不平等：減少國家內部和國家之間的不平等
- 永續發展目標12負責任的消費和生產：確保可持續的消費及生產模式

此等永續發展目標及其他與我們業務及持份者有關的問題有助我們制訂二零二零財政年度的可持續發展策略及活動，並將在我們持續發展成為盡責全球公民的旅途上對我們產生影響。

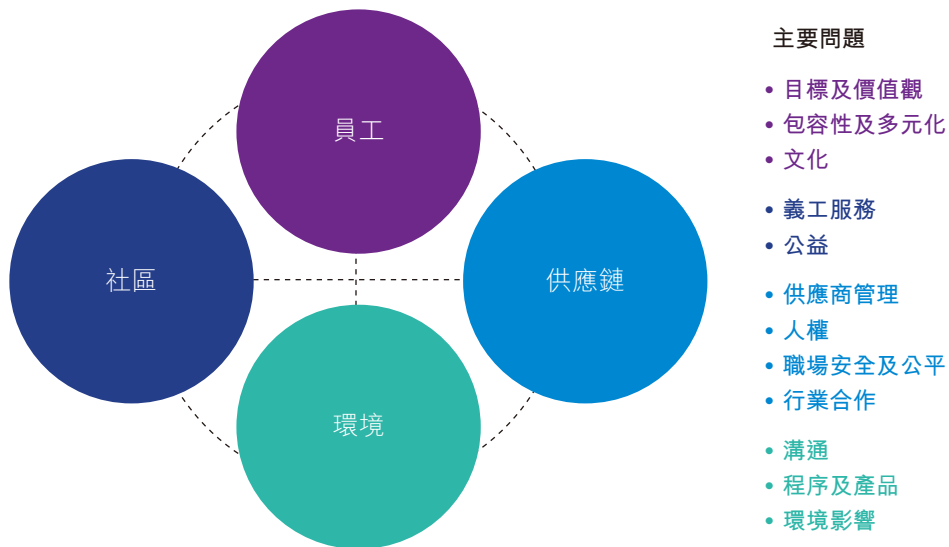
持份者

集團業務全賴世界各地的僱員及機構鼎力相助，協助我們在全新的市場、產品類別及地區引進我們的品牌。我們非常重視持份者的見解及意見，並與彼等溝通，了解彼等所關心的問題及其變化，藉此改善我們的可持續發展方針。鑒於我們的業務遍布全球且產品組合多元化，我們因應業務分部及職能需求採取適用的分散方針，並使用直接渠道(如調查、會議及報告)與間接渠道(如網站及社交媒體)傳達我們的活動並收集持份者的回饋意見。

持份者	溝通方式
僱員	員工溝通大會及小組會議、調查、工作坊、團隊會議、內聯網資訊及定期電郵通訊
消費者	網站、社交媒體
客戶	面對面會議、電郵通訊
股東及投資者	投資者會議及對話。投資者及股東等持份者可透過我們的投資者關係團隊(ir@globalbrandsgroup.com)獲取資訊並回饋意見
供應商	定期國內會議、審計、培訓、質量控制檢驗、透過夥伴機構實施的工廠管理人及工人產能建設計劃
行業及業界協會	委員會及股東大會、夥伴計劃及供應鏈項目
非政府及社區機構	對話及會議、夥伴計劃及供應鏈項目
監管機構	遵循相關法例法規進行備案

主要問題

為確保可持續發展策略符合持份者不斷變化的優先關注事項及本公司的策略優先處理項目，我們每年檢討及優化對業務最為重要的問題，具體呈列如下：



員工

人口分佈變遷、工作及工作場所不斷轉變，種種跡象顯示利標品牌的員工需要更靈活、樂於學習，同時互相合作，尋求機會進行有意義的項目。為吸引及挽留頂尖人才，我們持續優化員工計劃，滿足員工需要的同時亦可達致業務目標。

員工重點發展計劃

我們的《操守及商業道德守則》及業務所實施的其他政策，連同我們經營業務所在國家的適用政府法律、規則及條例，仍是我們的業務經營方式之基礎。利標品牌提供平等的就業機會，設有健全的反騷擾及反歧視政策，全力踐行有關人權及勞工權利的國際宣言，營造互相尊重的工作環境。所有新僱員在入職培訓時均會學習守則的內容。我們亦設有相關政策及指引，以確保在收購新業務及持續招聘、培訓、表現評估、紀律及申訴程序中實施守則。

員工重點發展計劃(續)

全體僱員的安全及保障對利標品牌至關重要。本公司遵守有關職場安全及實務安全的一切法律、標準及規則，實施對保護僱員生命、安全及健康而言合理及必要的一切措施。我們致力持續為同事提供安全、健康、相互尊重的工作場所。我們承諾維持健康計劃，覆蓋所有僱員及其家人，注重提升對一般健康的意識，改善整體健康及福祉，並鼓勵所有同事積極維持健康的生活習慣。於報告期內，我們在全球各地的工作場所均無發生致命事故或違反相關法定要求的事件；因工傷損失29個工作日。

利標品牌員工及文化團隊是僱員的合作夥伴，為彼等提供指引，作為管道，將彼等之能力與本公司目標及策略相聯結，從而支持及賦能僱員，並為彼等提供有價值的工作體驗。

員工及文化團隊旨在鼓勵及支持僱員，並為彼等提供成功所需的工具。我們相信，讓員工感受到挑戰性、能夠運用自身技能並專注於熱愛的事情時，將會為工作及個人生活帶來正面影響。利標品牌十分榮幸能與僱員一同踏上此段旅途。

我們營造包容的環境，讓僱員能夠提供實時回饋意見，構建影響彼等的個人及職業發展的方案。該回饋循環提供一個平台，讓員工能夠參與溝通，協助制定關鍵決策及探索新的營運方式。營造這樣一個開放性的環境，旨在推動重要的變革。

年內，我們根據以下方面調整員工策略：

目標及價值觀

包容性及多元化

文化



「我們將關注員工及文化，
致力透過目標、
價值觀、包容性及
多元化賦能團隊。」

目標及價值觀

於二零一九財政年度推行公司變革後，堅守目標以及真實反映我們的本質及立場的價值觀，成為業務的關鍵。我們攜手企業變革及轉型公司，與所有職級、小組、職能及任期的廣大僱員群體進行溝通。我們藉此機會近距離了解我們的核心價值觀、文化規範及行為習慣，從而識別：

- 我們的核心指引行為；
- 我們的最佳表現；
- 促使我們加入利標品牌的原因；及
- 我們的卓越優勢。



目標及價值觀(續)

透過在美國及歐洲六個辦事處開展面談及小組座談，我們思考該等及其他問題，並在四個方面接獲大量頗為相似的回饋意見：

- **強烈的凝聚力**：在利標品牌，我們擁有緊密的團隊關係
- **企業家精神**：我們是頗具韌性且足智多謀的團隊。
- **真誠**：我們腳踏實地、坦率隨和。
- **專業**：我們擁有豐富的專業知識，互相分享、共同學習。

該等方面及小組座談的其他回饋意見已分享至全球行政團隊。隨後，以下目標聲明及價值觀在美國及歐洲員工溝通大會會議正式公開。

心儀品牌 影響世界

真誠坦率
不斷進步
用心構建
友愛互助

透過我們的目標及價值觀，每一個人都能清楚地了解並執行工作，以及明白我們的決策和合作方式。隨著業務模式轉型持續推進，我們可藉助目標及價值觀，攜手為共同成功貢獻力量。

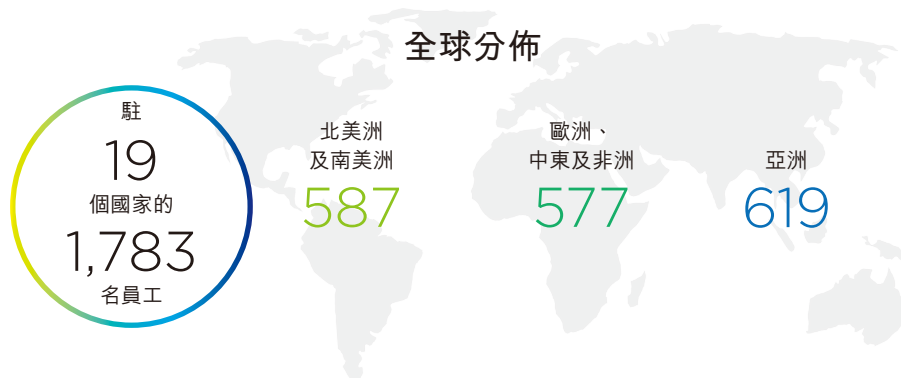


包容性及多元化

利標品牌致力構建多元共融的全球員工團隊。若我們能夠成功實現這一點，將可為員工提供更理想的發展機會。我們致力營造以多元僱員及客戶為榮的工作場所。我們盡力透過吸納來自不同背景(包括種族、民族、社會背景、宗教信仰、性別、年齡、殘障、性取向、退役軍人身份及國籍)的見解，提供適用於所有人的產品。我們聘用本地人才擔任本地職位，並優先向現有員工提供晉升機會。作為一間全球性公司，我們的員工在本質上亦非常多元化。截至三月三十一日，利標品牌自19個國家聘請1,783人。

員工

全球分佈



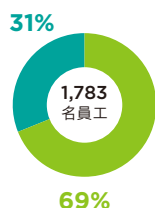
年齡分佈



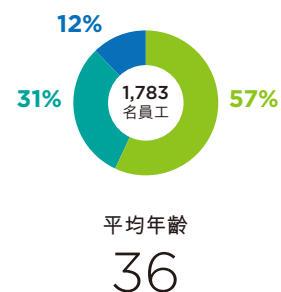
性別分佈

女性
1,223

男性
560



職級	女性	男性
高級管理層	36.1%	63.9%
中級管理層	70.0%	30%
其他	72.7%	27.3%

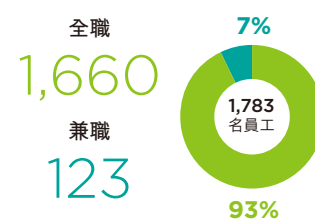


種族分佈：僅限美國

附註：全球資料將載列於二零二一財政年度報告。

職級	亞裔	黑人或 非裔美國人	西班牙裔或 拉美裔	其他 少數族裔	白人
高級管理層	6.7%	4.0%	5.3%	2.7%	81.3%
中級管理層	10.1%	6.7%	11.8%	7.1%	54.3%
其他	6.7%	15.8%	23.9%	4.8%	48.8%
所有職級合計	8.2%	10.0%	15.7%	5.6%	60.5%

全職／兼職



平均年資：
4.6 年

於二零二一財政年度，我們啟動一項基於不同地區、性別及民族的薪酬分析，並將於下期年報報告相關資料。

員工團隊繼續探尋改善利標品牌整體僱員體驗的方式；我們吸引、挽留及獎賞僱員的方式，將成為降低目前離職率的關鍵因素。年內放取產假的僱員均於期滿後重返工作崗位。

文化

利標品牌員工及文化團隊是僱員的合作夥伴，為彼等提供指引，並作為管道，將彼等之能力與本公司目標及策略相聯結，從而支持及賦能僱員，並為彼等提供有價值的工作體驗。

員工及文化團隊旨在鼓勵及支持僱員，並為彼等提供成功所需的工具。我們相信，讓員工感受到挑戰性、能夠運用自身技能並專注於熱愛的事情時，將

會為工作及個人生活帶來正面影響。利標品牌十分榮幸能與僱員一同踏上此段旅途。

將人力資源團隊重塑為員工及文化團隊，正是我們真心踐行價值觀的體現。我們的僱員高度敬業，與我們在各方面建立關係，在實現個人成功的同時，亦為公司作出貢獻。

員工及文化：全面的方法



- 1 「利標品牌情緒健康」
- 2 「利標品牌理財」
- 3 「利標品牌學習」
- 4 「利標品牌健康及福利」
- 5 「利標品牌同行」
- 6 「利標品牌運動」

員工及文化：全面的方法

1. 「利標品牌情緒健康」(GBG THRIVES)

情緒健康狀況會影響思維、感受及行動的方式。自我意識、友善及同情均是和諧生活的元素，而「利標品牌情緒健康」旨在將情緒理解融入人生旅途。

2. 「利標品牌理財」(GBG MONEY MATTERS)

財務知識、工具及資源可助力實現短期及長期預算目標。「利標品牌理財」旨在協助員工作出知情財務決策，以滿足個人經濟需求。我們提供相關詳盡資料的連結，協助指引員工踏上財務旅途，該等資源包括退休基金、失業、個人支出及預算網站等主題的資料，以及實用政府資源和常見問題解答。

3. 「利標品牌學習」(GBG LEARNS)

「不斷進步」是我們的企業核心價值觀之一，激勵我們開放思維、大膽暢想。「利標品牌學習」旨在為員工提供資源，以鍛煉技能、豐富知識。該平台為員工呈現對業務取得成功至關重要的最新行業趨勢。此外，作為馮氏集團旗下成員，利標品牌可參與馮氏學院提供的學習計劃，例如專注於領導力、個人適應能力及包容性的課程。

於本財政年度，逾700名新員工完成近1,500小時的入職培訓。公司員工亦完成逾1,000小時的性騷擾預防培訓。

4. 「利標品牌健康及福利」(GBG HEALTH & BENEFITS)

讓員工享受高質素的生活，是利標品牌的優先事項。公司提供靈活彈性工作安排，設有具競爭力的薪酬架構及豐富的福利，包括帶薪休假、醫療保障、保險產品及通勤計劃，以及折扣和員工優惠價、透過員工援助計劃提供的資源及當地(基於所在的地區)健康指引。

5. 「利標品牌同行」(GBG TOGETHER)

構建社區意識及促進內外部社區互動，正是我們真心踐行核心價值觀「友愛互助」的體現。「利標品牌同行」旨在鼓勵員工與同事及小組互動，分享經驗及構想，從而建立社區意識，增進理解、相互尊重。

「利標品牌同行」下的「利標品牌回饋」計劃(詳見下文)提供一個平台，讓公司及員工能夠推動社區發展，同時亦為人們乃至員工自身的生活帶來轉變。除投身慈善事業的機會外，本計劃亦提供當地、地區乃至全球的義工服務機會。

6. 「利標品牌運動」(GBG MOVES)

身體健康狀況會影響生活的各方面，包括靈活性、健康飲食及創意思維。「利標品牌運動」專注於健康認知、改善整體健康及維持健康的生活習慣。本公司提供多項資源，促進員工身體及整體健康，包括線上健身、瑜伽、冥想及手機應用程式健身平台的企業折扣。

我們已進一步擴展相關資源，為全球各地員工提供更多選擇。我們亦向員工收集意見，以繼續發展該平台並發掘其潛力，以持續滿足員工不斷變化的需要。



社區

回饋有需要的群體，是集團業務的一個關鍵支柱。二零一五年，我們推出「利標品牌回饋」(GBG Gives Back)計劃，鼓勵領導層、員工、旗下品牌及合作夥伴積極投身慈善事業。「利標品牌回饋」努力在我們身處及經營業務的社區改善並提高人們的生活水平。

社區發展方針

利標品牌於全年內不遺餘力地投身主要慈善計劃。於二零二零財政年度，我們的員工投入時間及資源，參與其最關心的慈善活動，提供逾1,400小時的義工服務，合共籌得善款逾43,000美元。利標品牌慷慨解囊，向全球慈善機構捐贈超過575,000美元的現金及物資。我們致力參與義工服務、公益及其他回饋活動，支持有需要的群體。

義工服務

我們鼓勵員工、旗下品牌、消費者及持份者參與服務、籌款募捐活動、義賣以及其他社會影響計劃。



公益

我們善用我們的財務及實物資源，與品牌及社區合作夥伴攜手在社區發揮影響力。

於二零二零財政年度，我們為以下社會及環境影響活動提供支持：

保護地球

為紀念地球日，利標品牌發起全球可持續發展活動，以期提高環保意識，並透過實際行動，為地球塑造更可持續的未來。藉著全公司員工溝通大會，利標品牌推行計劃，於世界各地的辦事處禁用一次性塑膠，而這亦是我們旨在保護地球的多項計劃當中的首項舉措。各辦事處開始切實推行回收及堆肥計劃，並盡力將廢棄物從不斷擴大的堆填區轉移至回收。若干歐洲辦事處亦為世界自然基金會(全球主要的獨立環保組織)籌款。

幫助受天災影響的群體

利標品牌員工支援全球賑災工作，向美國紅十字會、澳洲紅十字會及野生動物救援組織(WIRES Wildlife Rescue)慷慨捐輸，並透過馮漢柱慈善基金會提供配對資金，藉此向受天災(例如颶風多利安

以及澳洲發生的災難性山火)影響的群體伸出援手。利標品牌亦盡力關懷因不可抗力而遭受傷害或被迫遷移的人及動物。

為孩子燃點希望

透過參與New Alternatives for Children (NAC)、麥當勞叔叔之家及ChildHope等機構組織的義工服務，利標品牌旗下的全球員工宣傳並推廣兒童福祉。

促進工作場所的多元化

作為一間全球性公司，利標品牌致力營造一個能夠包容其員工個性、背景、文化及所有獨特品質的工作環境。利標品牌全球辦事處的員工認同具有重大文化意義的節日，並參加紐約的驕傲遊行，紀念石牆事件50週年。



「我們將透過「利標品牌回饋」計劃，在我們身處及經營業務的社區改善並提高人們的生活水平。」

(續)

合力支援乳癌研究及提升認知

為推動乳癌研究及教育，利標品牌員工助力籌集善款，當中包括利豐慈善基金捐贈的物資。員工參加義工服務並籌集善款，旨在為美國癌症協會 (American Cancer Society) (與 Mind. Body. Motion. 合作) 及 Corri La Vita 提供支持。Aquatalia 在紐約舉辦為期兩日的增進認知活動，並於特定比例的指定鞋履十月份銷售額捐贈予全國防乳癌基金會。

開展捐贈活動

透過其旗艦社會影響活動之一，利標品牌在假日期間踐行回饋社區的理念。我們身處全球各地的近 100 名僱員為非牟利機構烹調及供應飯盒、製作薑餅屋、捐贈化妝品及配飾、帶領員工派送食物及為市民達成節日願望，令數百名有需要人士受惠。

支持及讚頌女性

各辦事處嘉許女性取得的成就，並參與我們與 Ellevest Network (一家旨在促進職業女性發展及事業互助的機構) 新近合作開展的夥伴計劃。透過該夥伴計劃，近 100 名女性僱員成為 Ellevest 成員，獲得各類職業發展工具及資源，包括一項為期 12 周的同儕指導計劃。我們亦與仁人家園就 Women's Build Day 年度活動展開合作，組織一隊利標品牌女性員工義務幫助居民改善住屋，為當地社區需要幫助的家庭提供良好的生活環境。

特別夥伴計劃：

利標品牌每年均會與全球多個慈善機構建立夥伴關係。能夠透過我們的旗艦夥伴計劃，透過企業贊助、物資捐贈、僱員義工服務及籌款活動等形式，為多家機構提供支持，利標品牌對此深感自豪。



A SIMPLE GESTURE

自二零一五年以來，集團格林斯伯勒辦事處的員工按每兩個月一次的頻率參加 A Simple Gesture 的義工活動並向其捐贈食品，透過校園計劃及向食物儲藏室提供食品，支持當地社區。於二零二零財政年度，我們的員工收集 675 磅食物，足以為當地家庭提供 825 個飯盒。



美國癌症協會

自二零一六年以來，為支持該機構，利標品牌員工一直積極投身義工服務。我們的員工為年度「抗乳癌健行」(Making Strides Against Breast Cancer walks) 活動籌款，彰顯利標品牌不遺餘力地支持美國癌症協會達成在全世界消除癌症的使命。



ChildHope

CHILDHOPE

利標品牌為 ChildHope 夥伴計劃籌集善款，該機構為全球逾 72,000 名兒童提供教育及基礎醫療，當中包括孟加拉國及印度等主要採購國家的兒童。利標品牌為孟加拉國 Grambangla Unnayan Committee 的一項項目提供財務支持並捐贈衣物，該項目旨在讓兒童、青少年及女性拾荒者掌握知識及技能，以改善其生活及健康。此外，全球各地辦事處透過益智問答之夜、抽獎、出售樣品及慈善游泳籌集善款，當中包括利豐慈善基金捐贈的物資。



DELIVERING GOOD

自二零零五年起，利標品牌一直支持 Delivering Good 在服務社區方面開展的工作。作為該機構的創始成員之一，利標品牌因在百萬襪子 (One Million Pairs of Socks) 活動中所作貢獻而成為獲嘉獎的若干業界領導者之一。百萬襪子活動亦獲該機構授予「Delivering Good Impact Award」。

>>

(續)



FEEDING AMERICA

自二零一六年起，利標品牌有幸成為美國國內最大飢餓救濟組織的合作夥伴。自推出夥伴計劃以來，我們的Frye團隊透過店內活動、公益性市場推廣及社交媒體活動籌得善款，可為有需要人士提供7.5百萬個飯盒。今年，Frye及Aquatania團隊成員亦付出時間，協助包裝500盒食物，為紐約的有需要人士提供感恩節飯盒。



GOD'S LOVE WE DELIVER

作為God's Love We Deliver逾十年的合作夥伴，利標品牌繼續協助該機構將營養豐富並因應醫療狀況而烹製的膳食，送至因病而無法購物或烹飪的人士家中。我們的員工參與烹調餐食的義工服務，並參加年度「Race to Deliver」四英里健跑。



SMART WORKS

利標品牌與英國慈善機構Smart Works推出合作夥伴計劃，為有需要的失業女性提供高質素服裝及面試培訓。該機構旨在透過個性化穿搭課程、心態指導及面試培訓，幫助女性在工作面試中建立信心。利標品牌負責若干服飾工作，收集服裝、鞋履、珠寶及化妝品，並為此捐贈多個Fiorelli手袋。



SOLES4SOULS

利標品牌與非牟利機構Soles4Souls合作，推動可持續發展及慈善工作，該機構為世界各地有需要人士派發鞋履。利標品牌為此捐贈數百只單樣品鞋履，並承諾將與該機構持續合作。



「利標品牌回饋」摘要

我們的「回饋」(Gives Back)計劃於過往六年的成就載列如下。



向全球機構作出企業捐贈

7,626,000美元



員工籌集或捐贈

1,188,000美元



員工參與

9,400小時
的義工服務



透過與FEEDING AMERICA的
夥伴計劃，提供

7,500,000個
飯盒



向慈善機構及學校捐贈價值

28,953,000美元
的物資



向7: THE DAVID BECKHAM
UNICEF FUND捐贈

1,000,000美元



齊心協力，努力帶來轉變

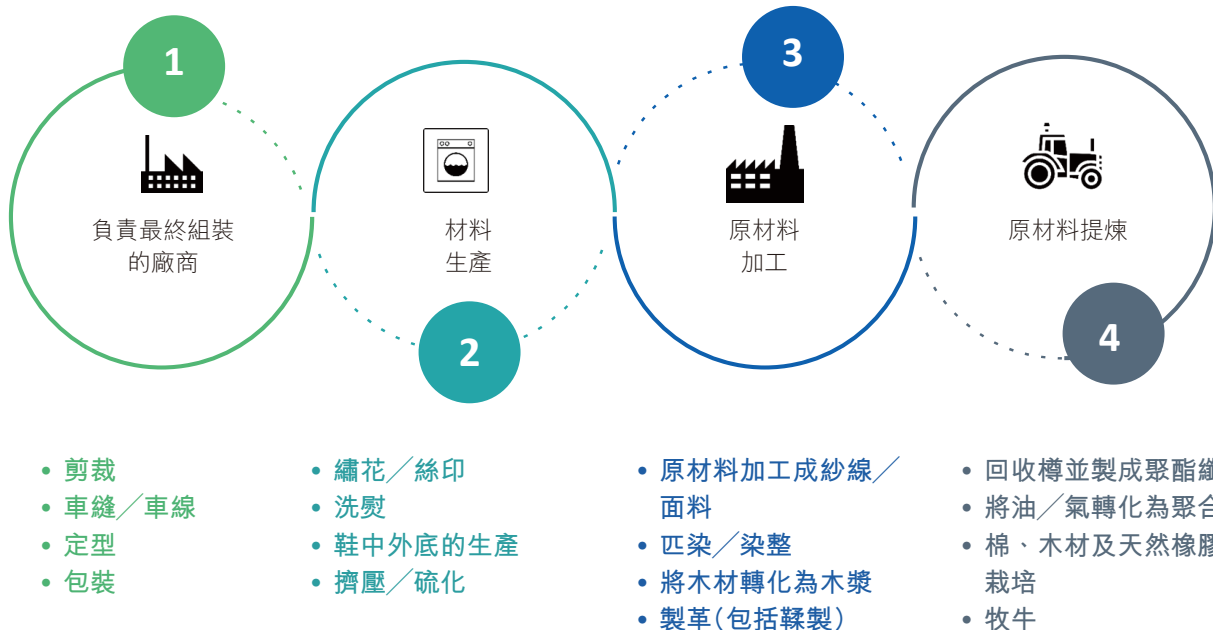
對利標品牌旗下各個品牌而言，不論在全球任何地方，回饋社區的理念一直是利標品牌文化的核心所在。我們的慈善足跡由全球辦事處延伸至業務夥伴乃至為我們製造產品的工廠。透過「利標品牌回饋」計劃，本公司及員工在推動社區變化的同時，亦能帶來轉變。

供應鏈

供應鏈管理是服裝行業的關鍵。我們倚賴廠家供應商，而供應商所在國家有不同程度的社會及環境標準，當中可能存在風險。對利標品牌來說，供應鏈包括了對符合客戶及特許授權商預期而言屬至關重要的工廠、代理商、賣方及零部件供應商的廣泛及地域多元化網絡。

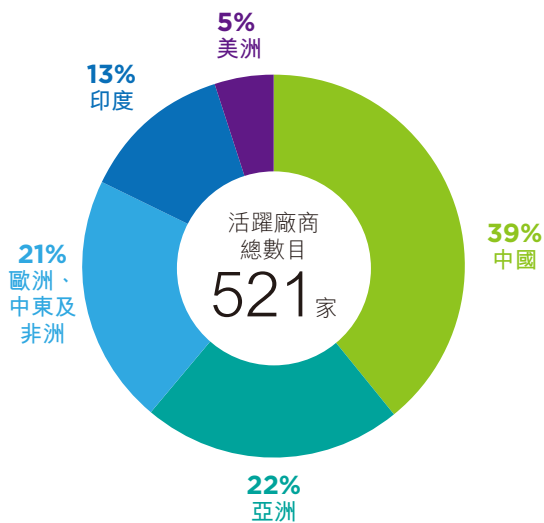
製造價值層級

服飾及鞋履

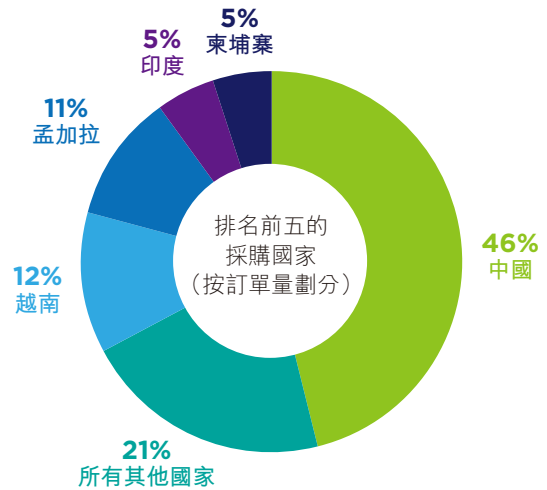


我們目前專注監察一級廠商，同時配合採購合作夥伴，進一步增加供應鏈上游的透明度，並大幅提升二級供應商的透明度。這將繼續是我們未來重點關注的方面。於過去十二個月，我們對所採用廠商合作夥伴進行重點精簡。作為持續改善循環的一部分，我們在各產品類別方面專注於建立或加強策略關係，盡可能減少廠商基地。於二零二零財政年度，我們的一級供應商基地減少28%。截至本財政年度末，活躍廠商為521家。

活躍廠商(按地域劃分)



採購訂單分佈圖



供應鏈焦點

我們遵循明確的供應商行為守則開展各項企業活動。[供應商行為守則](#)基於聯合國國際勞工組織的核心公約及當地及國際法律及規範而制定。在我們尋求與在可持續發展及公平合理的勞工常規方面與我們持有相同承諾的業務合作夥伴合作。我們履行自身的責任，協助供應商遵守相關規例、負責任地經營業務以及為僱員及社區帶來正面影響。為配合採購合作夥伴一利豐，我們透過提供工具、培訓及指引，支持供應商表現持續改善，以加強工作場所安全、對基本人權的尊重、環境責任，以及高水平的企業透明度及道德操守。

我們物色致力達到符合我們要求的合規、高效及高標準的供應鏈夥伴。為配合採購合作夥伴一利豐以及內部業務部門，我們會監察供應商的營運、提供工具及方案以協助彼等符合我們的標準，並與彼等合作修正問題及解決關注事宜。我們致力專注處理：

供應商管理
人權
安全的工作場所
供應鏈行業合作

供應商管理

愈來愈多消費者、投資者、特許授權商及其他持份者希望公司監察及匯報其供應鏈在社會及環境責任方面的表現。整體而言，供應鏈透明度有助公司管理風險、提升效率及提供可持續發展的產品，進而提升銷售額及溢利。

我們與供應商的溝通始於我們的供應商行為守則（「守則」）。守則中倡議的原則基於聯合國世界人權宣言的基礎—國際勞工組織一九九八年《關於工作中基本原則和權利宣言》及當地法例。相關標準包括多項社會、環境及安全標準指引，以及在廠商經營業務中實施上述標準的實際資源。作為與我們開展業務的前提，所有供應商均須達致相關最低標準。

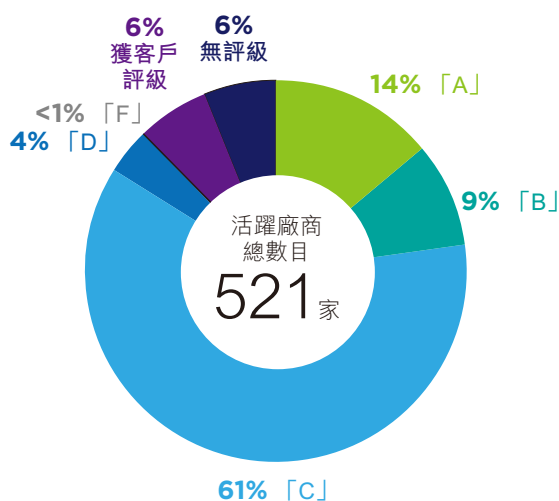
守則及相關標準要求供應商的營運政策及程序公開透明，並向員工及管理人員灌輸其權利及責任。

監察及評級

為核實其是否合乎我們的核心元素，我們採用一套由獲全球認可的非聯屬第三方審核公司進行審核的網絡系統。在某些情況下，我們的零售客戶或特許授權商（「客戶」）要求進行獨立審核。該等客戶審核會作為利標品牌審核的補充，或代替利標品牌審核。我們與該等客戶持續溝通，務求實現更充分的配合，避免重複審核。

由於我們大部分供應鏈管理是經採購合作夥伴—利豐進行，為與其獨立審核理念保持一致，我們已作出相關調整。為節省供應商資源及避免不必要的重複審核，作為審核「同等」方案的一部分，相關審核容許採用十二種認可的社會及／或環境標準。

廠商評級分佈圖



我們按內部評級系統對供應商表現進行評分。對廠商進行評級的條件如下：

「A」及「B」級廠商會被識別出一個或多個非重大問題。評級為「A」的問題屬「接近合規」，而評級為「B」的問題則「須作出非重大改善」。

「C」級廠商會被識別出一個或多個重大問題。一般而言，評級為「C」的非合規問題須作出財務投資或需較長時間才能予以補救及控制。

「D」級廠商會被識別出一個或多個嚴重問題。

「F」級廠商存在一個或多個「零容忍」問題，且未作出系統性補救或不予採用，並透過負責任的退出計劃終止有關業務。

獲客戶評級指已取得自有審核批准（作為行業標準或利標品牌審核的替代）的廠商。

無評級指因訂單量較少而尚未進行審核或審核經已到期但因新型冠狀病毒肺炎（Covid-19）相關政府限制措施而未能進行重新審核的廠商。

供應商管理(續)

一般而言，我們可透過審核或其他方式發現不合規情況，並會於隨後與廠商進行討論。廠商會制訂糾正行動計劃，分析根源並著重於系統適當地防患於未然。我們與利豐合作，監察並支持廠商的改善進程，同時核實相關問題的補救情況。跟進審計結束後，廠商須達到「C」級或更高評級，方可獲得新業務。

就涉及未成年勞工的不合規情況，我們與兒童權利及企業社會責任中心合作，制定符合兒童最佳長期利益的負責任的解決方案。在訂定可行的最佳常規之後，我們亦推出補救措施，致力相關兒童在教育、社會及經濟方面的需求。於二零二零財政年度，我們於孟加拉錄得兩宗須採取補救措施的未成年勞工個案。

技能發展

為支持廠商在改善表現方面所付出的努力，我們持續透過一系列技能發展及補救措施參與其中，並完善補救措施，使其更符合國際標準，包括聯合國工商企業與人權指導原則。

利豐可持續發展資源中心是一個免費網上平台，通過利豐進行採購的廠商可使用該中心。該中心提供大量有關可持續發展培訓及資源的資料庫以及工具包及公眾亦可於YouTube上獲取的學習視頻。

於二零二零財政年度，我們為廠商提供一般合規培訓，培訓內容有關經更新的[供應商行為守則](#)、零容忍事項及其他專門主題。年內，我們有141家廠商參加了培訓。

人權

我們的人權框架乃以聯合國工商企業與人權指導原則為指引。我們對人權的定義與國際人權憲章及國際勞工組織一九九八年《關於工作中基本原則和權利宣言》中所界定者相同。該等原則，尤其是當其應用於國家法律及現實生活中時，有助制定及完善我們的人權政策及程序。

利標品牌絕不容忍供應商採取任何形式的強迫、債役、販運人口、契約或囚犯勞工，或導致員工遭受歧視、性騷擾、體罰或其他虐待。我們依據守則所述之預期，仔細審查供應商，以防止誤用違反人權的供應商。我們與第三方供應商合作，監察現有供應商常規及協助彼等管理其履行社會責任的表現。

只要我們能與其他行業機構合作進行變革，我們定當樂意不會推卻。我們聯同其他服裝品牌及零售商，聯署了Responsible Sourcing Network Uzbek Cotton Pledge，承諾不會在知情的情況下採購任何烏茲別克斯坦棉花。

我們獲悉中國新疆維吾爾族自治區等地區有關維吾爾族及其他少數民族有關強迫勞工的指控。據報道，其規模、範疇及複雜情況於當今供應鏈年代均屬前所未見。雖然我們尚不清楚這是否有違我們的守則，但我們相當重視有關指控，並將支持政府介入並採取綜合行動，以準確評估有關問題，並尋求建設性的解決方案，保障勞工權利。

利標品牌鼎力支持美國服裝和鞋類協會(American Apparel and Footwear Association)及公平勞動協會(Fair Labor Association)領頭推行的責任僱用計劃(Commitment to Responsible Recruitment)。為響應這個計劃，我們已更新守則，以納入堅守責任僱用原則的承諾。 >>

人權(續)

二零二零年三月，我們向同事推出內部制定的電子學習培訓，分享有關識別及防止現代奴役的最佳實務以及案例研究。採購及合規部全體同事將於二零二一財政年度內完成有關培訓。

安全及公平的工作場所

我們透過審計公司監察供應商之業務常規。我們努力確保內部業務部門理解我們的守則，讓彼等能就該原則與主要廠商夥伴溝通、監察合規狀況及促使彼等作出改善。

不幸地，在全球製衣業，涉及工資低、工時長及欠缺充分的安全及健康標準等問題的惡劣工作條件相當普遍。儘管以上挑戰有不少已成為業界常態，遠非任何一間公司所能解決，我們仍向供應商傳達我們的期望，並致力協助彼等改善有關情況。

誠如經更新的守則所述，我們要求供應商能在僱員安全及福祉上秉承高標準水平，預防工作導致的意外、受傷及疾病。相關標準透過審計程序予以核實。廠商亦須確保住房潔淨及安全，並為所有員工提供充足的空間。供應商須根據法例規定按最低工資或更高工資向其員工支付薪酬。彼等須遵守有關工時的適用法例和規例，所有超時工作必須屬自願履行。

行業合作

由於我們只能控制極少數工廠的全部產能，故我們與業內同行合作以增強影響力。利標品牌在馮氏集團的協助下與行業機構加強溝通。在若干情況下，利標品牌此前屬成員公司，惟所有會籍現均已提升至集團層面，以擴展影響範圍。

「我們與合作夥伴合作 致力改善人權及整個供應鏈 的勞工福祉」

我們的溝通範例載列如下：

「更好工作計劃」是一項由聯合國國際勞工組織與世界銀行集團旗下的國際金融公司合作推出的夥伴計劃。「更好工作計劃」是政府、國際品牌、廠商、工會及工人共同參與的夥伴計劃，其透過合理解釋並集中處理評估及糾正措施方法，以及培訓機會，在各國境內改善勞工合規標準，從而減少重複審核及各種補救資訊之間的矛盾。性別平等是「更好工作計劃」的一個重要組成部分。賦予婦女權力既是途徑，亦是最終目標。透過夥伴計劃，我們持續支持「更好工作計劃」實施為期五年的性別策略，該策略將賦予婦女權力、減少性騷擾及收窄全球服裝行業的性別薪酬差距。

湄公河俱樂部是一個由多個行業專業工作群體共同建立的協會，旨在鼓勵持有相同理念的公司於安全環境中分享經驗及合作，打擊現代奴役。

永續成衣聯盟

服裝、鞋履及紡織業的可持續生產領先聯盟。永續成衣聯盟與新成立的Higg Co合作開發一套適用於業界所有參與者的標準價值鏈計量工具。

全球貿易協會是歐洲領先的商業協會，旨在促進公開及可持續貿易，聯合超過2,400家零售商、進口商、品牌及協會組織，致力共同促進人類繁榮、以負責任的方式使用自然資源及推動全球公開貿易。



環境

全球正面臨氣候變化、污染及資源枯竭所帶來的多項重大環境挑戰。相關威脅已波及我們的全球供應鏈、營運設施、分銷網絡及消費者。為確保秉持我們的宗旨及價值觀，努力為世界帶來持久的正面影響，我們視透明度及在應對環境風險方面的進展為優先事項，包括我們的溫室氣體排放、直接及間接用水量、負責任產品及廢物產生。雖然目前所取得的進展讓我們深受鼓舞，我們亦明白未來仍要面臨最為嚴峻的挑戰。

我們的環保焦點

我們專注於更穩健的參與及合作策略，致力藉此作出極具意義的可持續發展變革，重新思考我們的產品方針及程序數據，在我們的各項業務中實施減排措施。我們的環保策略分為以下各工作重點：

參與

程序及產品

環境影響

參與

員工參與是我們的環保重點之基礎。推動環境可持續發展意識及進程，首先要聆聽及賦能員工，以推動變革。調查結果¹顯示，51%的員工不願意為一家欠缺強烈社會及／或環境責任承諾的公司工作，而74%的員工表示若有機會在工作中帶來正面影響，則其工作會更有成就感。我們致力培育企業文化，鼓勵員工在履行環境責任方面爭取出色表現。於二零二零財政年度，我們採取多項重大舉措，提升員工參與度，同時提供機會，讓員工能夠在運營當中及之外為環境帶來影響。我們的同事透過集團內部溝通平台One Global分享最佳常規，而我們亦分享有關環保措施的故事、視頻及業界文章連結。

年初，我們在各辦事處推出行政總裁可持續發展員工溝通大會，其後發展為拍攝電影《塑膠海洋》。員工溝通大會邁出了我們重新設定環境可持續發展承諾的重要第一步，並在所有業務中開始禁用一次性塑膠製品。此項變化雖小，然而卻是意義重大，估計於去年減少辦公室廢物1.42噸或2,840磅塑膠刀叉及咖啡飲管、一次性水杯、碟及／或碗以及樽裝水。為支持員工參與這項舉措，我們提供有可循環再用的餐具、水樽、竹製咖啡杯及可循環再用的購物袋。



**1.42噸廢物可減少約
82.13 公噸當地堆填區產生的
溫室氣體排放，
相當於一年減少約
18輛車在路上行駛！**

¹ 「二零一六年 Cone Communications 員工參與度研究 (2016 Cone Communications Employee Engagement Study)。」

賦能我們的員工

為賦能我們的員工，我們致力於各項業務中提供多種途徑，倡導環境責任。我們在格林斯伯勒及紐約的辦事處成立綠色環保團隊，透過由員工主導的合作(例如實地參觀市政廢物處理設施、舊衣物交換，以及參觀Unifi的再生聚酯纖維生產設施)，促進員工參與及可持續發展變革。明年，我們有望於倫敦、科羅拉多州、田納西州等地組建更多綠色環保團隊，我們會加大由員工主導的參與力度。

我們明白，集團旗下各項業務會產生大量廢物。因此，我們制定多項方針，務求減少辦公室廢物數量及減低影響。我們對紙張及打印機碳粉墨盒進行循環再用，並推出合作技術計劃，提供更多共享文件的方式，從而減少列印。各辦事處均設有電池回收盒，對廢舊鹼性電池進行循環再用。經歐洲辦事處牽頭，我們在全公司均增設了堆肥站，包括我們設於紐約及格林斯伯勒的兩家最大的辦事處。為於紐約辦事處進一步實施堆肥措施，我們在帝國大廈辦事處各樓層舉行「垃圾挑戰」競賽。我們於兩週內測量了各樓層產生的轉移至堆填區的廢物，以釐定平均「垃圾密度」或每位僱員產生的垃圾。在當地並無提供堆肥服務黎巴嫩辦事處，經員工牽頭，辦事處的一名僱員將所有辦事處廚餘收集後用於在家中堆肥。

透過與現有合作夥伴的持續配合，我們與第三方衣物回收計劃或當地非牟利組織展開合作，以確保我們的纖維廢物及樣本不會被丟棄在堆填區。紐約方面，我們與Fabscrap合作，其為一間非牟利組織，收集及循環再造及再用布碎、樣本、織片及布管。格林斯伯勒(北卡羅來納州)方面，我們與美國衣物回收營運商Green Zone合作，發起Green Zone減廢行動，透過鼓勵減少堆填區廢物及將衣物轉移至二手市場，促進可持續發展。科羅拉多州波德市

的運動生活時尚團隊向為兒童提供戶外體驗計劃的SOS Outreach捐出兒童樣本夾克，儘管在社會、社會階層或經濟方面仍存在重重阻礙。我們的英國諾丁漢郡辦事處與Shareware合作，利用捐贈物資援助流浪漢及難民。我們的德國同事將所有樣本寄往羅馬尼亞及德國的弱勢兒童支援機構，而我們義大利佛羅倫斯的辦事處舉行年度樣本大減價活動，所得款項悉數捐贈予一家當地兒童醫院。我們的鞋履及配飾分部與Zappos for Good、Soles4Souls及Bags of Hope合作，捐出樣本鞋履及手袋。於二零二零財政年度，估計有超過14,000磅的纖維廢物及樣本從堆填區轉移。由於我們將創作程序轉為3D設計及樣本製作，預期纖維廢物及實物樣本的數量將會減少。



培訓

於整個二零二零財政年度，我們為員工提供培訓，以便更好地減少及循環再用廢物。紐約方面，我們邀請「*Let's Talk Trash (and Recycling)*」專家小組就垃圾、循環再造及堆肥展開探討。格林斯伯勒方面，辦公室綠色環保團隊邀請堆肥供應商Gallins Farm講解堆肥的科學及程序，並指導員工如何於家中自行建立堆肥設施。



利標品牌與馮氏集團在紐約及倫敦合作籌辦有關永續成衣聯盟的Higg材料永續指數(MSI)的培訓。該項培訓專注於如何使用MSI。MSI是一款涵蓋由「生產到出庫」整個流程的材料採購工具，賦能產品開發團隊在材料設計階段作出更具可持續發展性的選擇。透過Higg MSI，僱員可創建材料纖維混合物從而建立優選材料庫、創建可持續發展定制設計及將其與傳統版本進行比較、輸出所有材料的環保數據，以及讀取環境元數據及量化影響值。我們預計將於明年就循環型時尚經濟理論展開進一步培訓。我們將於以下程序及產品章節闡述循環型時尚經濟的概念。



程序及產品

程序

我們竭力確保產品遵循一貫以來的資源復原力設計目標。我們致力發展循環型經濟。循環型經濟的願景(通常稱為「可循環性」)，是盡量減少所設計終端產品產生的廢物，以及在確保循環再用材料的同時，增加提供資源的環境的復原力。如[acceleratingcircularity.org](https://www.acceleratingcircularity.org)所述，「在循環型經濟中，系統設計之初就要盡量避免產生廢物，而經濟活動則獨立於有限資源的消耗。其目的是讓系統中的資源能夠基於其最高效用及價值，在各行各業多次循環再用。在理想的情況下，該系統中的材料可不斷循環再用或循環再造，並可避免產生廢物。」²

可循環性始於設計。儘管仍有諸多限制因素，導致在設計時無法避免產生所有廢物，但我們仍致力提高優選纖維材料的使用。根據紡織交換所(Textile Exchange)的定義，優選纖維材料在生態及／或社會方面具適應性，較其他材料更具可持續發展屬性。³我們預計，各分部將會增加使用再生聚酯纖維、有機棉(優選羽絨)及天然纖維。透過主辦有關Higg MSI的培訓及致力建立更完善的材料及產品數據收集程序，我們將有能力在生產前評估產品對環境的影響，並作出明智決策。該項能力對於我們實現碳減排目標而言亦至關重要。

3D設計

我們已開始在所有業務採用3D設計及樣本製作。3D設計可讓我們與客戶及供應商在概念、設計、材料及產品特性方面快速展開合作。在設計流程方面的靈活性不僅讓我們能夠響應及滿足客戶及供應商

>>

² <https://www.acceleratingcircularity.org/insights>

³ 「2019 優選纖維材料市場報告，紡織交換所(Textile Exchange)。」

「我們將識別業務對環境的影響，並採取措施減低影響，包括氣候、水資源及廢棄物目標。」

流程(續)

的需求，同時亦能避免實體樣本、差旅及生產過程中產生的廢棄物對環境造成的影響。馮氏學院及香港科技大學碩士生的一項研究發現，使用3D設計及樣本有效節省45%的整體生產時間，並減低69%的成本和55%的環境影響，同時大幅降低溫室氣體排放量和用水量。我們預期將繼續在所有業務實施3D設計及樣本製作，最終將其發展成為標準流程。

產品

包裝

對於面向消費者的產品，包裝既會讓客戶留下第一印象，亦是品牌所傳達的訊息之重要部分。除品牌推廣外，包裝對於監管、保護及運輸而言亦必不可少。隨著電子商務的興起，因運輸及派送產品而使用的包裝亦相應增多。這種情況日益受到消費者及政府的關注。美國多個州及英國已禁用一次性膠袋，而英國將對回收材料含量低於30%的塑膠的生產或進口實施額外的申報要求。我們的業務部門設有多項計劃，力求減低產品包裝對環境的影響。

我們的Frye鞋履品牌已在包裝中全面停止使用塑膠製品，僅採用100%可回收紙板及紙張。其他鞋履品牌已在能夠保證產品完整無損的情況下，在運輸環節減少或避免使用塑膠。例如，我們的GOATS鞋履品牌建立出一體式鞋盒，雙層折疊後可用作運輸紙箱，因而在運送至終端消費者時毋須使用外層紙箱。

我們的服裝品牌繼續評估包裝需求，盡可能減少或避免使用包裝。我們的Ely & Walker品牌已重新設

計其包裝，以減少使用塑膠，而我們的Spyder戶外品牌亦已採用可生物降解膠袋。在所有業務當中，我們均力求降低膠袋厚度，同時維持其堅固性，並將單個紙箱中的產品合併至一個膠袋中，從而降低整體消耗。我們將繼續關注包裝，並探尋進一步改善包裝的方式。

產品

產品的未來發展有賴使用更多可持續來源的材料，建立再用、再造、循環的流程，並減少供應鏈中產生的廢棄物。為擴大正面影響，我們將積極增加使用優選材料，同時採用3D設計及樣本製作。

去年，我們增加對優選材料及布料的使用，包括經認證有機棉、再生聚酯纖維、負責任羽絨及提升化學品認證，然而我們意識到我們仍需做到更多。



自本公司於一八六三年成立以來，我們的Frye鞋履產品線始終堅守原則，製造堅固、簡約、坦率、經久耐用的鞋履。Frye皮靴由技藝嫻熟的工匠手工打造，僅採用品質上乘的皮革及材料，鑄就美國傳統品質典範。Frye的皮革多源自皮革工作組織(Leather Working Group)的皮革廠網絡，皮靴多採用固特異貼邊，鞋底可重複更換。儘管數據有所欠缺，難以報告具體數量，然而我們估計Frye鞋履皮革逾50%源自皮革工作組織的皮革廠。



在我們的其他鞋履及配飾業務中，Fiorelli提供生態意識系列手袋，支持英國養蜂商協會，協助宣傳蜜蜂對於環境的重要性。於二零二零年秋季，Fiorelli將推出「Recover」系列手袋，其將採用至少90%的回收材料製造而成。

>>

產品(續)

我們的Private Label鞋履業務已開始在銷售對話中使用Higg MSI可持續發展評分，以鼓勵合作夥伴作出更多可持續的設計決策，而GOATS品牌亦在鞋履襯裡使用100%再生聚酯纖維。



利標品牌體育及生活時尚小組將可持續發展注入品牌基因，貫徹到所有產品類別當中。相關舉措包括在製作高性能保暖絕緣層時進一步採用優選材料，例如再生聚酯纖維、負責任羽絨、有機棉及Primaloft™用後回收材料。Spyder功能性戶外服裝應用GORETEX™布料，不含有影響環境的PFCs(全氟化碳，一種溫室氣體)。所有GORE-TEX™布料於產品安全方面均符合Oeko-Tex認證，並且多種GORE-TEX™布料已獲bluesign制度認證，表示其遵守可持續生產方法。Spyder只沿用符合「羽絨責任標準」的羽絨，該可追溯標準旨在確保材料供應並非來自經受不必要傷害的動物。



我們的北美服裝小組推出負責任及意識品牌bNY，實施可持續及環保實務。產品均源自優選布料及材料，例如負責任來源的棉花、再生聚酯纖維及Lenzing™天絲。天絲萊賽爾纖維及莫代爾纖維均源自可持續來源的天然木材，經由對環境負責的流程製造而成。



在歐洲服裝及配飾業務中，我們擴大使用可持續及經認證的棉花，獲全球有機紡織品標準(GOTS)認證。利標品牌意大利與其客戶OVS合作，推出採用100%有機棉製造而成的女性及兒童睡衣及貼身衣物系列。我們與《國家地理》雜誌合作，設計出採用優選材料及纖維製造的NatGeo膠囊、再造紙手袋及循環再造膠袋。



我們的歐洲業務開始利用普諾平板電腦系統，以期在設計過程中大幅減少使用紙張。



我們的利標品牌意大利服裝業務於年內獲得全球有機紡織品標準認證。全球有機紡織品標準已成為採用有機纖維加工紡織品的領先標準，包括環保技術標準及社會標準。該標準的規定涵蓋整個供應鏈，涉及採用有機原材料製造紡織品及服裝過程中的生態及勞工狀況，從而在業界對單一國際標準的需要與消費者對透明度的要求之間取得平衡。



品質保證

我們致力於保證產品質量、合規性及安全性，從採購及設計階段開始並貫穿於整個製造過程中。我們在產品健康、安全及標籤方面設有健全的政策及程序，為我們的工作提供支援。由於我們不少產品皆屬兒童產品，故我們在產品生命週期的早期應用嚴格的品質保證流程。

我們持續致力生產出既可滿足客戶及消費者需求亦符合所有聯邦、州立及地方法規的大眾化產品。當相同產品於多個擁有不同法規的地區銷售時，這個過程變得尤為複雜。現時，我們專注於遵守影響我們業務的所有適用法例和規則。這包括(但不限於)：

- 美國消費品安全委員會規則
- 消費品安全改進法案
- 加州65號提案，保障美國的飲用水源不受污染
- GB 18401，監控中國的布料中的有害物質
- REACH，規管歐盟化學品的註冊、評估、授權及設限

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES

我們測試旗下所有產品以符合適用全球合規標準。除監管合規外，我們為歐洲市場生產的絕大部分產品符合

Oeko-Tex認證。Oeko-Tex的檢測涵蓋法律禁止及受管制的物質、已知對健康有害的化學品(惟尚未受法律管制)及衛生防護參數。

動物產品

我們支持動物福利政策，確保負責任地採購以動物為來源的原材料，例如皮革。值得注意的是，我們設計或生產的產品不會使用毛皮、駝鳥、安哥拉兔或來自被施以羊尾褶皺部切除法羊種的羊毛。

環境影響

氣候

氣候變化是我們面臨的最具挑戰及最為複雜的問題之一，會對業務的各個環節構成影響，涉及全球供應鏈及營運設施乃至分銷渠道及消費者等諸多方面。

在向低碳經濟轉型的過程中，我們有責任根據《巴黎協定》及聯合國永續發展目標減少碳排放。於二零二零財政年度，我們力求確立環境足跡基準線。根據最佳可用數據，我們了解到，在我們對環境的影響中，至少95%來自為客戶及自身營運購買的商品及服務⁴。明年，我們將重點建立一個更加健全的材料及產品數據蒐集流程，讓旗下業務能夠深入評估產品及流程對環境足跡的影響。

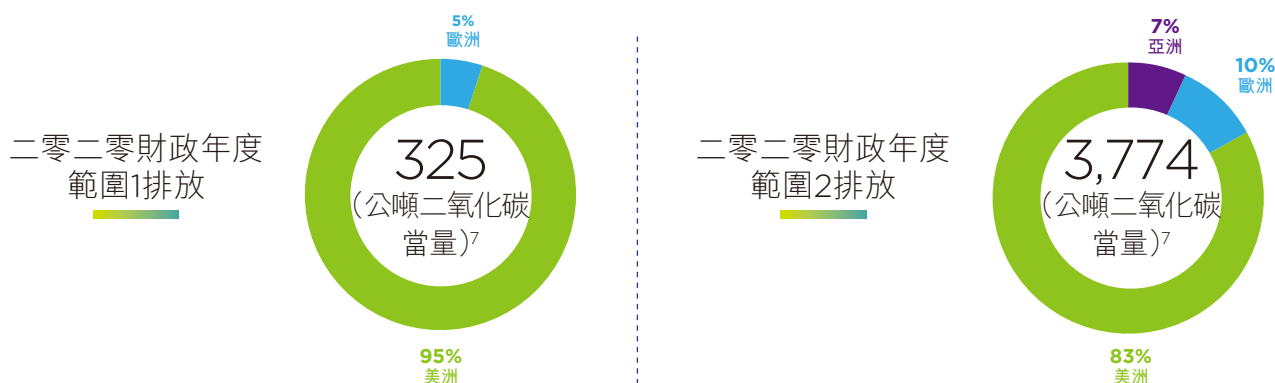
《巴黎協定》於
《聯合國氣候變化框架公約》
期間訂立，針對全球變暖設定限制，
以避免氣候變化的帶來
具威脅性的影響。

就溫室氣體排放報告而言，我們採用《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》(「溫室氣體核算體系」)，該標準將公司排放分類為直接及間接排放。我們與馮氏集團攜手合作，使用Turnkey Group (「Turnkey」)的可持續發展平台，蒐集、計算、內部驗證及報告環境數據。

⁴ 「Measuring Fashion。」

範圍1及範圍2排放

範圍1排放為自有或控制排放來源的直接排放，例如使用公司的自置車輛，或為供暖而於有關場所燃燒天然氣。範圍2排放為購買能源所產生的間接排放。截至本財政年度終結日，利標品牌營運控制的所有地點均列入溫室氣體範圍1及範圍2核算。根據溫室氣體核算體系標準的定義，我們營運控制的地點為利標品牌於該營運中擁有全權引入及實施其營運政策的地點。⁵對於我們無法獲得所有公用事業發票的地點，我們從美國能源資訊管理局(US EIA)商業建築能源消耗調查(CBECS)⁶中推斷或使用強度因子估計能源使用。下圖列示我們於二零二零財政年度按區域劃分的範圍1及範圍2排放。

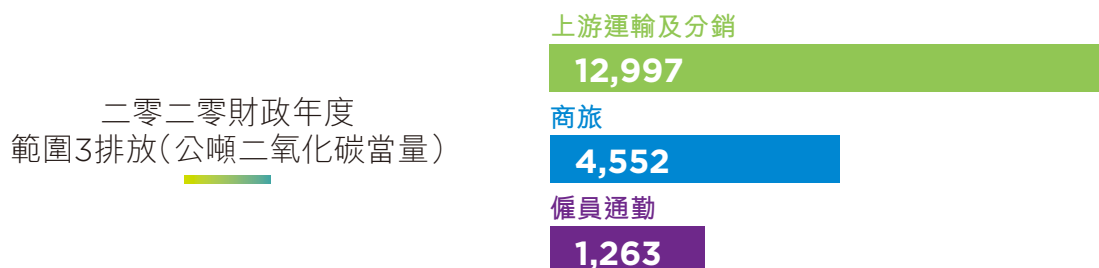


我們將以二零二零財政年度作為基準線，設定未來所有範圍1及範圍2減排目標。鑒於公司於過往數年有重大發展，我們先前並無確立基準線。

範圍3排放

範圍3排放指為支持機構的產品或服務而於價值鏈(包括上游及下游)中產生的所有間接排放。就利標品牌而言，範圍3排放包括購買商品及服務、上游運輸及分銷、商旅、員工通勤、廢物產生、銷售產品的使用及銷售產品的報廢處理等產生的間接排放。根據服裝及鞋類行業的外部報告，我們了解到，在我們的環境足跡當中，95%的排放來自範圍3排放，主要來自購買商品及服務。⁸

為達致向低碳經濟轉型的目標，我們需追蹤及減低範圍3排放。於二零二零財政年度，我們開始追蹤商旅、員工通勤以及上游運輸及分銷的排放，如下圖所示(以公噸二氧化碳當量為單位)。



⁵ Ranganathan, 「溫室氣體核算體系倡議小組(GHG Protocol Initiative Team)。」

⁶ 「能源資訊管理局(EIA)－關於商業建築能源消耗的調查(CBECS)。」

⁷ 公噸二氧化碳當量

⁸ 「Measuring Fashion。」

範圍3排放(續)

透過追蹤範圍3有關商品及服務產生的排放，我們的目標是使用基於支出的估計確立基準線。此舉將使我們可根據科學化減碳目標倡議(Science Based Target Initiative) (SBTi)的要求制訂減碳目標。SBTi為根據《巴黎協定》訂立減碳目標提供指引。我們預期集團範圍3基準線將於二零二二財政年度獲驗證並獲SBTs批准。

我們明白，基於支出的估計僅是第一步，我們亦正為更健全的材料及產品數據蒐集流程打下基礎。於二零二零財政年度，我們要求所有一級裁剪縫紉工廠及特定三級策略性工廠完成Higg設施環境模組(FEM)。Higg FEM向利標品牌匯報我們的供應鏈的環境表現，以便我們制訂具體的減碳目標。於二零二五財政年度之前，所有策略性工廠須完成Higg FEM。來自Higg FEM的合併數據將讓我們可針對間接排放確立更準確的基準線。我們可透過持續提高範圍3(尤其是購買的商品及服務的)基準線的準確程度，追蹤及預測當前及未來產品及流程對環境的影響。

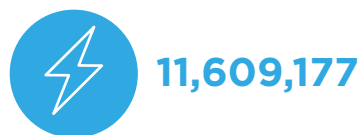
可再生能源

我們密切監控業務足跡的能源使用量，持續發掘增加可再生能源組合的機會。集團越來越多辦事處、商店及物流配送中心使用可再生能源。據估計，集團總電力的21%來自可再生能源，總電力及可再生電量如下圖所示(以千瓦時為單位)。

儘管這相較公司對環境的整體影響而言並非重大，但開發可再生能源的能力是我們可直接控制的舉措。例如，我們的物流團隊成功在位於加州雷德蘭茲的物流配送中心增加可再生能源組合。透過與當地公用事業公司協商，這一變動並未明顯增加任何能源成本。

作為公司於去年制訂的可持續發展策略的一部分，我們承諾於二零三零年之前在利標品牌的所有營運控制地點達致碳中和。我們將透過公用事業參與、策略性採購及自身業務的目標減排策略，致力實現該目標。

二零二零財政年度耗用總量(千瓦時)

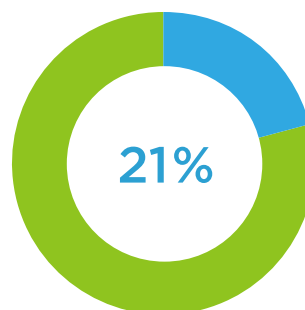


二零二零財政年度所耗用的可再生電量總量(千瓦時)



範圍2

二零二零財政年度的可再生能源



我們的工作環境



我們盡可能在旗下業務採納最佳常規，以提高工作環境的可持續性。我們的設施優先使用LEED及BREEAM認證空間，包括位於紐約帝國大廈的總部、GBG Europe位於倫敦白城的主要辦事處，以及位於加州雷德蘭茲的物流配送中心。此外，我們在自身業務的設計、

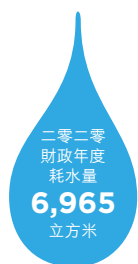
建造及改造過程中融合可持續發展的功能。此舉讓我們減少我們對環境帶來的影響，同時為員工提供健康、安全且令人愉悅的工作環境。例如，於二零二零財政年度，利標品牌位於科羅拉多州波德市的運動及時尚生活團隊在其辦事處翻新工程中使用回收木材，並安裝LED燈具及雙層著色玻璃窗。人力資源團隊設立員工獎勵計劃，鼓勵員工使用公共交通工具，並重新評估增加遠程辦公的政策，致力實現有關計劃為員工及環境帶來的裨益。

負環保責任地管理資源

水

就我們所倚賴的社區及供應鏈而言，水資源短缺及其質素是一項重大的整體風險。為確保我們努力減少供應鏈中的用水量及提高所排放廢水的水質，我們已制訂目標，增加使用認證棉、再生聚酯纖維以及廠房和產品層面的化學認證。

於二零二零財政年度，我們開始要求所有一級裁縫縫紉工廠及特定三級策略性工廠完成Higg FEM。考慮到我們的三級策略性工廠對我們的間接用水有更重大的影響，所有三級策略性工廠均將於二零二五財政年度前參與Higg FEM。該等措施讓我們可確立使用量基準線，並為未來的間接用水制訂節水目標。



至於我們自身的業務，我們的耗水量估計為6,965立方米，於二零二零財政年度每名員工的年用水強度為8.56



立方米。我們的耗水量估算僅包括利標品牌的營運控制地點。我們持續致力透過在大部分辦事處使用節水龍頭、相關裝置及注水設備，減少營運用水。

廢物

利標品牌持續探索減少廢物產生、再用材料及循環再用的創新方法。於二零二零財政年度，我們於所有營運地點禁止使用一次性塑料，較二零一九財政年度減少1.42噸辦公室廢物。在集團歐洲辦事處的帶領下，我們在全公司(包括位於紐約、倫敦及格林斯伯勒的三個最大的辦事處)提供更多堆肥站。我們透過垃圾挑戰活動、參觀垃圾堆填區以及由堆肥及循環再用專家舉辦的研討會等，鼓勵員工減少在家及辦公室產生的廢物。所有地點均繼續提供專門針對紙張和紙板的循環再用渠道，於二零二零財政年度估計分別循環再用14.5公噸及574.2公噸。我們繼續與外部公司及供應商攜手合作，依照當地法例，核驗對日常營運有害廢物(如熒光燈燈泡、電腦設備及電池)處理及/或處置。於二零二零財政年度，我們循環再造合共1.3噸電子產品。由於我們不少辦公室乃位於租予多個租戶的大樓內，廢物皆混合在一起，故此我們未能追蹤我們所產生的廢物流的數據。

去年，我們亦採取多項措施，減少設計過程中產生的內部布料廢物。透過第三方衣物回收計劃—分別於紐約及格林斯伯勒開展的FABSCRAP及Green Zone，我們循環再造合共逾14,000磅布料廢物。公司各部門與非牟利組織(如SOS Outreach, Shareware、Zappos for Good、Bags of Hope及Soles4Souls)合作捐贈樣本，將布料廢物從堆填區轉移至回收再用。

我們的目標

心儀品牌 影響世界

我們的價值觀

真誠坦率

不斷進步

用心構建

友愛互助

