

La Chapelle

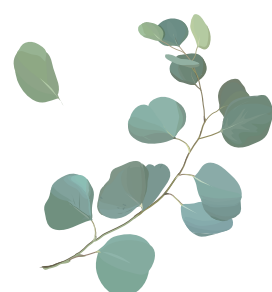
新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司



(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

環境，社會及管治報告 2020

(股份代號：06116)



目錄

①	關於本報告	2
②	責任寄語	4
③	環境、社會及管治概要	5
	3.1 集團ESG策略	5
	3.2 集團ESG管治架構	6
	3.3 利益相關方參與及重要性評估	7
④	僱傭與勞工常規	9
	4.1 僱傭	9
	4.2 健康與安全	13
	4.3 發展與培訓	14
	4.4 勞工準則	17
⑤	反貪污	18
⑥	供應鏈管理	20
⑦	產品責任	23
	7.1 大眾品牌，兼具品質	23
	7.2 網絡直播，銷售逆襲	25
	7.3 擁抱變革，提升轉型	25
	7.4 與時俱進，技術創新	26
	7.5 善用數據，高效決策	26
	7.6 鼓勵創新，堅決打假	26
	7.7 多管齊下，保障隱私	26
⑧	社區投資	27
	8.1 制度保障，扶貧幫困	27
	8.2 積極行動，助力抗疫	28
⑨	環境保護	30
	9.1 排放物與資源使用	30
	9.2 環境及天然資源	32
	9.3 垃圾分類，資源利用	34
	附錄：ESG指標索引表	36



1 關於本報告

董事會聲明

本集團董事會及全體董事保證本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其內容的真實性、準確性和完整性承擔個別及連帶責任。

編製基礎

本報告按照香港聯合交易所《證券上市規則》之附錄27《環境、社會及管治報告指引》及上海證券交易所《〈公司履行社會責任的報告〉編製指引》編製，報告期間為2020年1月1日至2020年12月31日，部分內容對以往的相關活動進行了簡要的回顧。本報告將刊載於香港聯合交易所網站、上海證券交易所網站與本集團官方網站。

集團業務

新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司(「**本公司**」)(前身為成立於1998年的上海徐匯拉夏貝爾服飾有限公司)於2011年5月23日在中華人民共和國註冊成立，2014年10月9日在香港聯合交易所有限公司主板上市，2017年9月25日在上海證券交易所主板上市。本公司及其附屬公司(統稱「**本集團**」)是一家定位於大眾消費市場的多品牌、全渠道運營的時裝集團，自成立以來始終專注於服裝服飾領域，堅守「為美好生活設計」的品牌初心和發展理念，致力於為廣大消費者提供兼具時尚、品質的各式時裝產品。

本集團現擁有La Chapelle、Puella、7 Modifier及La Babité等多個品牌風格差異互補、客群定位交織延展的大眾時尚女裝品牌，能夠滿足更廣泛女性消費者多樣化的衣著需求。



1 關於本報告

於本報告期內，公司加速經營轉型，啟動品牌重塑戰略，以目標消費者為核心，全力打造以女裝品牌為核心的品牌集群；同時，為激發線上業務渠道的變革動力，公司將線上業務由「企劃設計-自主採購-平台運營-線上銷售」的傳統模式調整為「品牌授權+運營服務」的新模式，實現公司向輕資產、數字化、科技化的轉型。

於本報告期內，本集團實現營業收入人民幣18.19億元。我們依托線下零售網絡結合「品牌授權+運營服務」的新模式，通過新零售戰略整合線下零售網點與在線銷售平台，為廣大消費者提供更為便利全面的全渠道消費體驗。

報告範圍

本報告的主體為新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司及其中國境內的附屬公司，其中政策和社會範疇的數據覆蓋全部業務，環境範疇的數據：電力使用涵蓋本集團可控制的自有物業，包括位於的上海市閔行區吳涇鎮的新總部辦公大樓群，三處倉儲物流中心（分別位於天津市、江蘇省太倉市、四川省成都市）。

數據來源

本報告數據來源於新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司及其中國境內附屬公司的內部文件和相關統計資料。

指代說明

為便於表述，「新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司」在本報告中也以「拉夏貝爾」、「拉夏」、「本集團」、或「我們」表述。





2 責任寄語

各位拉夏貝爾的朋友們，大家好！

2020年新冠肺炎疫情爆發，全球經濟尤其是消費行業遭受極大衝擊。服裝行業作為傳統的消費品行業，也同樣面臨嚴峻的挑戰，為此拉夏貝爾加速調整轉型布局，主動適應新形勢。

在過去的一年中，由於新型冠狀病毒肺炎疫情爆發，我們及時調整門店營業時間或將部分門店暫時停業，並戰略性關閉部分低效、虧損店鋪，主動收縮線下門店業務，為集團加速轉型做準備；圍繞「收縮聚焦、降本增效、創新發展」的經營方針，我們逐漸將業務重心由線下轉戰線上，通過推出線上商城春季折扣、線上直播、微信秒殺、小程序分銷、不同區域輪流直播等多元銷售模式，加強與消費者的溝通和互動。於報告期內，公司亦將線上業務調整為「品牌授權+運營服務」的新模式，進一步擁抱「數字經濟」的變革及向新零售模式的轉型。2020年初新冠疫情爆發後，我們將消費者及員工生命安全和身體健康放在第一位，定期對營業場所全面進行消毒殺菌，並及時為全體員工發放防疫物資，以降低消費者及員工感染風險。同時，公司積極向武漢金銀潭醫院、武漢大學中南醫院和復旦大學上海第五人民醫院捐贈了羽絨服、防寒服等物資，為戰勝疫情貢獻我們的力量。

環保是拉夏貝爾核心價值觀之一，「綠色地球是我們生活的目標，拉夏貝爾支持世界環保」是我們長期堅持的理念。集團通過環境管理在經營活動中實踐綠色發展、低碳

發展、循環發展的理念，使用可再生材料製成的包裝材料，在經營和辦公場所採用節能設備，將節能理念融入場所規劃與建造，大大降低集團資源消耗和碳排放，實現節能減排的目的。

未來，我們仍將秉持匠心、創新探索，力爭為消費者提供時尚、品質與高性價比的產品，並將更多ESG元素融入產品設計，創新社會責任履行方式。我們亦期望，在未來的環境、社會及管治旅程中，進一步得到集團各利益相關方的理解與幫助。

吳金應先生

2021年4月29日



3 環境、社會及管治概要

3.1 集團ESG策略

本集團始終把企業社會責任視為自己義不容辭的責任和企業價值的升華與延伸。我們將始終貫徹以人為本的經營理念，堅持僱傭平等，關注員工成長與發展，重視員工福利；堅決反對經營中的不正當行為，持續加強宣傳教育，提高集團內部法律意識，同時加大違規行為懲治力度，與各利益相關方一同維護公平交易原則，為社會主義市場經濟健康有序運行做出努力。

保證顧客和員工的健康與安全是企業經營活動中的應盡責任，也是企業可持續發展的重要基石。我們建立嚴格的供應鏈管理制度，確保本集團產品符合安全、質量、環保等各方面指標，同時也注重與供貨商溝通，不斷優化供應鏈管理流程，提高採購效率，推行陽光採購、綠色採購等理念，在可持續發展之路上攜手共進，促進行業健康快速發展。

創造和諧、美好的環境是企業社會責任心的表現。本集團一向倡導按需使用的可持續發展理念，提倡節約水、電等資源，避免過度耗用資源，即便是環保材料製成的包裝物，也鼓勵減少使用，將綠色環保理念貫穿到建築設計、施工與日常經營的方方面面。

積極承擔社會責任、回饋社會是企業發展過程中義不容辭的責任。本集團一直積極參與社會公益事業，在疫情期間向各大醫院提供大量醫療物資，保障抗疫一線醫護人員生命安全；認真貫徹落實相關扶貧政策，將扶貧工作做深做細，確保真扶貧、扶真貧；開展垃圾分類志願者活動，加強資源利用。

本集團不斷在企業內部深化可持續發展理念，主動把環境責任和社會責任融入企業內部管理體系，對外做到環境友好與社會和諧，力爭實現企業發展、環境保護與社會效益三者之間的共贏，並且通過自覺承擔環境與社會責任，加強企業品牌的持續競爭力。



3.2 集團ESG管治架構

本集團組建了由高級管理層領銜、中層管理人員參與的ESG工作委員會，負責定期向董事會彙報，以助其評估及梳理集團環境、社會及管治的風險管理及內部控制系統。ESG工作委員會由董事會辦公室、人力資源部、行政管理

部、供貨商管理部、基建工程部、審計監察部、物流部及店裝工程部等部門的代表組成，涵蓋了本集團日常管理的各相關部門。ESG工作委員會負責傳達和溝通環境管治與社會管治方面的集團戰略、具體舉措和反饋意見，是我們可持續發展道路上的核心推動力量。



3 環境、社會及管治概要

3.3 利益相關方參與及重要性評估

我們積極搭建與利益相關方的溝通渠道，完善內部及外部溝通的平台，從更加多元的視角來看待企業社會責任，並規劃相關實踐活動。我們持續關注各利益相關者，覆核並更新重要性評估，並在條件成熟時引入外部的利益相關者，以確保報告反映本集團在可持續發展方面的最新進展。

利益相關者溝通

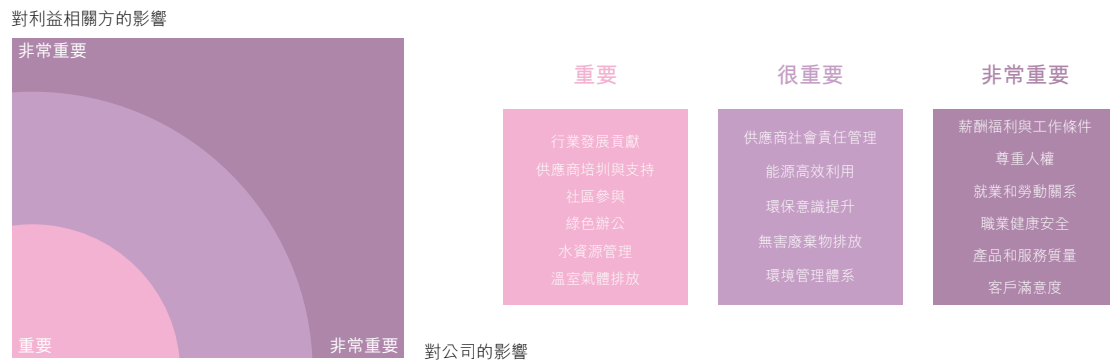
通過不斷完善溝通渠道，積極與各利益相關人展開溝通，我們得以更好地反映權益人意見，瞭解權益人重點關注議題，並根據意見和議題組織檢討有關行動的成效。

權益人組別	關注議題	溝通方式	溝通實踐
員工	薪酬福利 培訓發展	員工面談 內部電郵 企業微信	不定時 現場培訓878場次
股東／投資者	經營戰略 公司治理 投資回報	股東大會 網上業績說明會 投資者熱線 上證e互動平台	股東大會8次 不定時 積極解答來電垂詢 回復e互動平台73條
政府／監管機構	合規運營 依法納稅	現場調研、會談 主動納稅	不定時
供貨商	業務發展 透明採購	現場調研 供貨商大會	不定時 供貨商大會5次
消費者	產品及服務質量 產品創新	官方網站／線下門店 會員公眾號／小程序	不定時 微信文章109篇
媒體	公司經營	新聞採訪	回復採訪函31篇
小區	慈善公益	捐贈贊助	多次



重要性評估

本集團重視利益相關方的期望和訴求。2020年，本集團通過向利益相關方發放ESG調查問卷，收集內外部利益相關者關注的各類議題並進行總結，瞭解各內部利益相關者對本集團ESG實踐的關注重點及期望。根據集團的實際發展情況和ESG體系，參照企業ESG實質性議題分析模型，從「對拉夏貝爾的重要性」和「對利益相關方的重要性」兩個維度，識別出對企業和利益相關方均有較大影響的實質性議題。結合集團與各個利益相關方在過去一年內的溝通情況，以及總結對本集團戰略運營影響程度及對權益人影響程度，得出本年度的重要性矩陣。



圖註：本集團實質性議題分析矩陣



4 僱傭與勞工常規

員工是本集團最重要的資產之一，我們會從不同層面提供具有競爭力的待遇予員工，關心員工身心健康，關注員工成長與發展，為員工提供健康、安全及和諧的工作環境和穩定的晉升渠道，讓員工與本集團一同進步。

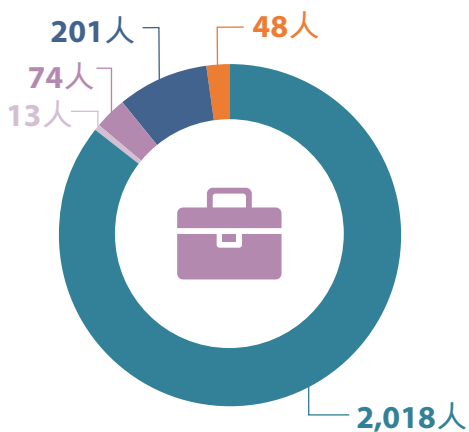
4.1 僱傭

合法用工，保障權益

本集團嚴格遵守《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《員工手冊》等制度措施，完善員工管理，切實保障員工合法權益。此外，本集團鼓勵男女平等和用工多元化，杜絕一切歧視行為，努力塑造公平、互相尊重及多元的工作環境。我們尊重每一位員工、重視民族團結，不以員工的性別、年齡、種族、宗教、殘疾、家庭、生育等狀況歧視任何人。

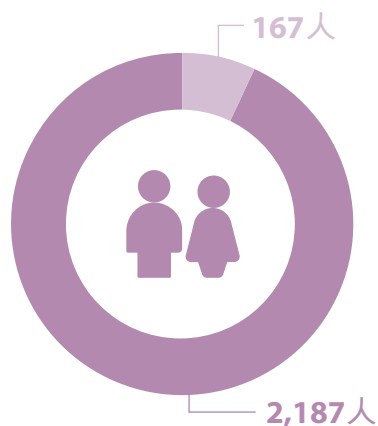
員工職能構成

■ 銷售人員 ■ 技術人員 ■ 財務人員
■ 行政人員 ■ 產品管理人



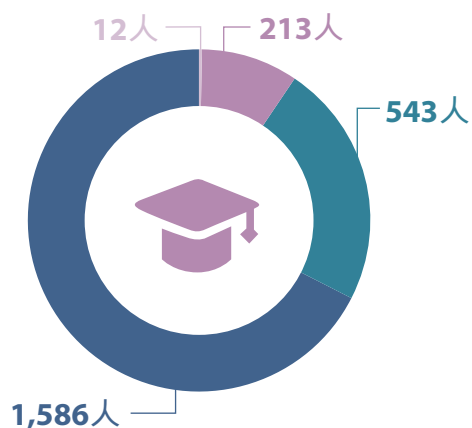
員工性別構成

■ 男性 ■ 女性



員工教育程度構成

■ 本科以上 ■ 大學本科 ■ 專科
■ 專科以下



關愛員工，團結凝聚

公司通過開展多元化的員工活動，推進公司精神文明建設並增強團隊凝聚力，為員工創造良好的工作環境，也為積極和諧的工作氛圍奠定基礎。同時，在社會保障及生活福利方面，公司依法購買五險一金，為符合條件的員工提供戶口轉入的機會，提供多條班車線路以縮短員工的通勤時間，為員工提供伙食補貼等。

健身房設施

公司關注員工工作與生活的平衡，為豐富員工的業餘生活，提高員工的身體素質，在總部大樓設立了健身房。健身房配置了專業的跑步機、橢圓機、啞鈴、仰臥起坐架、多功能健身器等多種綜合健身器材，還貼心的設置了更衣室和淋浴房，為員工健身和放鬆提供更多選擇，增加員工業餘生活的樂趣，增強了員工的凝聚力和歸屬感。員工在工作空閒時段可以足不出戶進行鍛煉，使員工們在繁忙的工作之余，加強身體鍛煉，放鬆緊張心情，享受快樂工作。

女員工驛站

同時，本集團積極培育多元包容文化，關愛女性員工。我們在總部大樓為哺乳期女員工提供獨立的母嬰室，並設立在母親節、婦女節給女性員工慰問，贈送小禮物，帶薪假期等各項針對女性員工的福利政策。

員工民主制

本集團堅持員工民主制度，2020年，公司工會組織員工代表召開兩次集體協商會議，及時告知員工公司狀況、疫情期間工作部署、徵求職工意見，結合公司實際情況制定和修改了疫情期間出勤和工資發放方案，並通過郵件、公司OA系統、超導APP等渠道向全公司員工公示。此外，本集團鼓勵並積極錄用不同民族員工，對少數民族員工提供相應的福利政策，例如在廣西區域每年3月3日會給予員工放假，充分尊重少數民族地區的生活習慣，提高員工歸屬感。



4 僱傭與勞工常規

凝心聚力展風采：2020年新年員工運動會

2020年1月，為豐富員工群體活動,提高員工的身體素質，本集團舉辦了新年員工運動大會，上百名員工積極參與其

中。豐富多彩的项目既讓參與者體會到運動樂趣，更增強了公司全體員工的向心力和凝聚力。



濃情中秋，溫暖常在：中秋節員工活動

2020年中秋節恰逢國慶節，在這個特殊的節日，為感謝全體員工為集團發展的辛勤付出和傾情貢獻，也為了感謝全

體員工堅守本職工作、共克時艱，本集團為全體在職員工舉辦了一場多姿多彩的中秋主題活動，並細心地為全體員工準備了精美的節日禮品，送上濃濃關愛和滿滿祝福。



4 僱傭與勞工常規

4.2 健康與安全

本集團從場所安全、身體健康與人身安全以及心理健康三個方面，進行員工健康與安全管理。

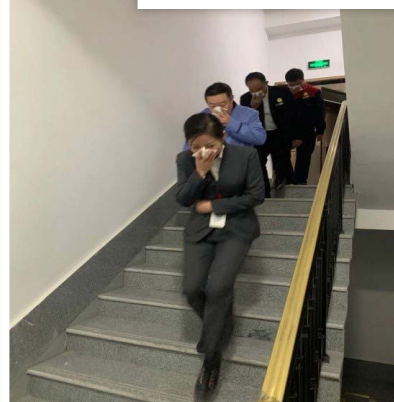
場所安全

本集團承諾為員工提供安全的工作環境，並已實現下列措施。報告期內，本集團境內的線下零售網點遍布在建造於不同年代的百貨商店或購物中心。本集團與各個物業均簽訂了《拉夏消防安全責任書》，於大樓內設有多個防火設

備，如滅火器及消防栓，並定期進行檢查以確保其使用狀況良好。本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國建築法》等相關法律，2020年度未發生安全違規情況。

身體健康與人身安全

本集團關心員工身體健康，為提高員工的身體素質，於總部大樓為員工提供了餐廳和健身房。總部園區總建築面積達16萬平方，建有5棟獨立大樓，並配有4個地下室餐飲區域。同時，我們引進了國內知名第三方餐飲品牌作為管理



方，為園區員工和來賓提供美味舒適的用餐環境及貼心可口的飯菜。在總部大樓一層，設有佔地面積達524平方米，擁有30種健身器械和訓練操房的健身房供員工自由使用。

此外，本集團亦向員工提供足夠的安全生產培訓，如定期舉辦消防演習及安全培訓，以加強員工的安全意識。公司所有僱員均參與工傷的相關社保計劃。2020年度，本集團未獲悉任何有關職業健康安全重大違規事件。

消防演習與安全培訓

本集團定期舉行消防演習，主要目的為讓員工熟練掌握滅火器的使用方法和學習緊急逃生知識。13頁為公司於2020年11月舉行消防演習的現場照片。

心理健康

除了在保障員工身體健康方面下功夫，本集團也關注員工的心理健康。本集團定期組織員工進行健康檢查；同時，為幫助員工緩解工作壓力，本集團會在新年、中秋節、聖誕節等節日組織主題活動，通過裝扮辦公場所、為員工準備驚喜禮品、舉辦生日party等方式，營造濃厚的節日文化氛圍，豐富員工的精神文化生活，讓員工感受到「家文化」的溫暖。

4.3 發展與培訓

本集團重視員工的提升與發展，始終秉承與員工共同發展的理念，鼓勵員工在工作中歷練，同時為員工提供輔導反饋和培訓課程。本集團將培訓目標與企業的發展戰略緊密結合，制定符合公司發展和員工發展需求的培訓計劃，為員工創造學習機會，提供多元成長機制，不斷提高員工的知識水平、工作能力和能動性。通過專業培訓、領導力培養、人才梯隊建設等措施，本集團建立了學習型組織，幫助員工快速提升能力，完成自我實現，增強公司核心競爭力。



4 僱傭與勞工常規

員工培訓

本集團秉承在工作中學習的理念，通過組織員工參與線下學習培訓與線上視頻課程培訓相結合、部門帶教、行動學習和項目制培訓項目等多維度結合的方式，讓員工不斷參與到學習中，從工作中學習。同時，本集團秉承員工發展為己任，在人才發展與培養方面為員工創造了良好的學習氛圍以及學習通道。以內部培養為主，外部課程學習為輔的學習形式，用項目制、導師制、行動學習等多維度相結合，為公司儲備和培養人才。

2020年度，本集團以高潛人才培養項目、儲備幹部培養項目、中層經理人提升培養項目等3個層面做展開。高潛人才培養對象為新入職的管理培訓生，培訓形式為店鋪駐店學習、集中培訓、工作帶教和行動學習組成，為每位管培生配備一名帶教老師，隨時隨地在工作中進行輔導，讓新員工能儘快適應快節奏的工作強度，充分完成角色轉變過程。

儲備幹部培養項目為基層管理者角色轉變而設置，項目以集中培訓和行動學習相結合的方式。從理論層面讓學員瞭解管理者必備的管理技巧，從實踐層面學習如何用科學的方法管理團隊。通過不同階段的管理課程學習，使面臨不同角色的新任管理者能快速適應角色，為成為一名合格的管理者。



2020拉夏貝爾全國區域培訓數據

序號	培訓對象	培訓課程	課堂培訓 場次/年	店鋪帶教 場次/年	課時數/年	覆蓋人次/年
1	新員工	公司與品牌介紹、企業文化、基礎服務與銷售技巧、基礎陳列知識、反腐制度等	58	102	684	1,670
2	導購	銷售技巧、服裝面料知識、搭配技巧、服務八步曲等	240	568	5,264	7,654
3	店長、店經理、銷售主管、管理團隊	公司組織構架和公司制度、團隊建設、數據分析、陳列技巧、調撥與盤點規範等、團隊領導力、目標與計劃管理	432	346	3,026	9,938
4	培訓小幫手(終端店鋪教練)	服裝搭配美學、如何帶教店鋪新員工、如何組織一場培訓班、專業技能之貨品帶教	34	40	592	410
5	拉新星	公司組織構架和公司制度、新店開業流程、企業核心價值觀—心態、團隊建設、數據分析、陳列技巧、調撥與盤點規範等	27	65	2,512	1,050
6	總部對接區域特別項目	全國雙十一特別項目、全國反腐敗培訓、RFID項目、VIP超級會員日、拉夏雲培訓等	87	-	1,392	5,220
共計			878	1,121	13,470	25,942

本集團配合政府綜合素質和技能培訓，組織員工開展培訓，為員工全方面發展著想，具體培訓課程列示如下：

培訓日期	項目名稱	人數	培訓形式
2020年5月	金牌店長課程開發	80	委託培訓
2020年5月	營銷員	475	委託培訓
2020年6月	數據化管理培訓	35	委託培訓
2020年6月	商品營業員	483	委託培訓
2020年7月	辦公軟件應用	479	委託培訓
2020年8月	Excel使用技能培訓	60	委託培訓
2020年9月	PPT使用技能培訓	65	委託培訓
2020年9月	營銷員	453	委託培訓
2020年10月	商品營業員	454	委託培訓
2020年11月	辦公軟件應用	456	委託培訓



4 僱傭與勞工常規

職業晉升

本集團擁有完善的員工職業晉升體系，建立開放多元的職業發展通道，促使員工自我學習，自我提升，進而提升員工的崗位勝任能力，實現企業與員工的共同成長、相互成就。

4.4 勞工準則

本集團嚴格遵守《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，明確禁止使用童工。公司在招聘的時候嚴格禁止招用18周歲以下員工，人力資源部門負責審核應聘者之身份證明文件，確保不會聘用未成年之童工。

同時，本集團根據《中華人民共和國勞動法》、各地《工資支付規定》等法律法規，為所有員工辦理入職手續，簽訂勞動合同，繳納社保公積金，並在節假日按照法律規定支付加班工資或給予調休。於報告期內，本集團未發生僱傭童工和強迫勞工事件，也沒有任何相關的歧視和騷擾事件。



本集團堅決反對任何破壞公平競爭環境的行為，堅守「誠信、廉潔、守法」三項基本原則，反對任何貪腐行為。因此，本集團結合國家政策之《反不正當競爭法》，已設立書面之反貪污政策，包括《反腐敗條例》、《投訴舉報獎勵制度》、《禮品及饋贈制度》等。嚴禁任何賄賂，欺詐或洗黑錢的行為，以建立良好的商業運作組織架構。

集團嚴禁的不誠信行為主要包括但不限於：

- 行賄及收賄；
- 非法政治獻金；
- 其他被認為不當的行為。

本集團還推出了《員工遵守反腐敗條例承諾書》和《供應商反商業賄賂協議書》、《開發部反商業賄賂協議》。我們不斷強化過程控制、資金控制、投資控制以及企業內部審計控制，致力從源頭上封堵不廉潔行為。

反貪污培訓

為了營造反腐倡廉的工作環境，我們為入職的員工提供有關於防止賄賂、勒索、欺詐和洗黑錢等方面的培訓，推出《員工遵守反腐敗條例承諾書》，禁止員工利用職務之便收受任何形式的賄賂以及利用公司資源謀取私利。如發現違反相關法例法規的員工，我們會予以嚴懲，如有觸犯法律，則移交司法機關依法處理。為提高員工的反貪腐意識，我們編寫了《反腐敗培訓案例》，並定期組織反腐敗培訓與考核，以深化員工反貪反腐意識，不斷提高自我修養、規範自身行為。

公開透明，立體反腐

本集團為堅持營造廉潔的商業環境，持續與多家國內外知名企業、以及中國人民大學形式法律科學研究中心等一起建立了職場不誠信檔案數據庫。本集團於2017年9月成為陽光誠信聯盟成員，於2018年6月成為企業反舞弊聯盟成員，2018年9月成為廣東省企業內部控制協會理事單位，並於2019年9月，榮獲2015年-2018年度企業反舞弊工作先進單位的榮譽稱號。



5 反貪污

本集團始終堅持全方位的反腐倡廉措施，於2015年成立了監察部，要求員工與供應商等合作夥伴，分別與本集團簽署相關的反貪污承諾書或協議。此外，我們在官方網站公布舉報「廉潔拉夏」，舉報方式包括電話、郵件以及郵寄。還對公眾開設了微信號「廉潔拉夏」，累計已有3.5萬餘人關注，並定期發布反腐敗相關文章。公司監察部多次參與和組織開展反腐培訓，累計參加總人次近13萬人次。

本集團設立了專門的舉報信道，員工可通過郵箱等方式向集團舉報任何涉嫌違反法律法規、腐敗及賄賂的行為，同時公司對舉報員工的身份給予嚴格保密，避免員工因舉報而受到報復和歧視，從而引導全體員工共同預防和制止腐敗行為發生，促進公司業務發展，維護市場環境健康。2020年，本集團收到投訴舉報郵件、投訴電話等50多起，都在3個工作日內對舉報人及時進行了回復，對於線索不明確的舉報內容也及時進行核實並與舉報人進行了溝通。截至2020年末，上述舉報、投訴已全部處理完成。報告期內，本集團未獲悉任何有關反貪污的重大違規事件。



6 供應鏈管理

本集團希望通過對標國際標準和行業最佳實踐，帶動品牌價值鏈的合作夥伴共同成長。2020年，我們在前一年的工作基礎上，更新了《社會責任承諾表》和《供應商評估審核標準／准入標準》，詳細描述了供應鏈管理的工作流程、考核標準和目標要求，以實現責任供應鏈目標，推動供應鏈的可持續發展。

集中採購，降本提效

本集團自2018年起上線了產品生命周期項目系統，並在7 Modifier品牌首先開始實施，以便建立起支撐拉夏品牌開發現狀和未來需求的主體業務平台。2015年，本集團建立了集采中心，從需求量大、通用性強、集中採購具有價格優勢的面輔料著手，逐步擴大集采品類，進一步提升採購效率、降低商品與管理成本。截至2020年底，集采中心合作了76家境內供應商，其中安徽省13家，江蘇省14家，廣州市11家，上海10家，浙江20家，福建8家。

2020年，本集團持續優化並完善供應商評估審核標準／准入標準。在集采供應商審驗方面，集團聯合財務部、品牌部事業中心、商品部、供應商管理部4個部門多維度、全方位審驗，確保引入優質集采供應商，採購高品質的產品。報告期內，集團對各品牌吊牌進行精簡，基於公司聚焦以女裝品牌為核心的經營策略，在2019年的基礎上進一步優化吊牌數量，提升了各品牌吊牌的識別度。2019年11月，本集團成立了供應鏈管理中心。2020年，供應鏈管理中心持續助力企劃、商品以及供應鏈建立協同快速機制，根據公司業務規模變化及收縮聚焦核心資源的策略，減少了供應商的數量，集中供應資源管理，減少了管理寬度，助力集團完善高效化供應鏈管理。



6 供應鏈管理

線上採購，綠色環保

為推廣綠色環保的線上採購，本集團自2016年起開發並應用了BOM信息化系統，通過該系統，本集團以及供應商們能夠實現無紙化下單，線上採購。同時，該系統能夠幫助供應商們實時瞭解不同時間節點的需求量，有助於雙方及時調整庫存。2020年，集團在前一年的基礎上，繼續執行線上採購與電子簽章，於報告期內採購訂單節約了用紙消耗約3.36萬張。

除開展線上採購外，本集團為進一步深化環保理念，於2018年開發了供應商結算信息化系統，實現系統自動對賬以及支付，縮短對賬及支付周期。以此取消了線下紙質版報告，針對質量檢測報告實現電子化，進一步節約了紙張的使用。於報告期內，已有36,986個報告實現電子化，極大地推進了電子化運營和節能辦公。

責任採購，現場審驗

本集團致力於嚴格審核供應商，以確保產品質量，為顧客提供的所有產品皆來自於供應商。2020年，本集團在已有工作基礎上，繼續推行新型的採購模式。引導核心供應商們從OEM轉變為ODM，並大力開展與各個IP以及獨立工作室的合作，通過提升供應鏈的多樣化從而豐富了產品的內容與個性。

為了實現供應鏈的可持續發展，本集團通過政策管理、和委託國際領先的第三方質量服務商對服裝類供應商進行審核。本集團針對供應商，均簽訂了《社會責任承諾函》與《反商業賄賂協議》。並委託專業的第三方機構現場審驗，變被動為主動。為本集團提供服裝質量檢定的第三方供應商有：上海市質量監督檢驗技術研究院(上海市纖維檢驗所)、上海紡織集團檢測標準有限公司(國家質量監督檢



測中心)、國家紡織品服裝服飾產品質量監督檢驗中心(廣州)、廣州纖維產品檢測研究院等,並且以上第三方機構均獲得CMA—國家級計量認證, CNAS—中國合格評定國家認可委員會認可, CAL—國家級審查認可, ILAC MAR—世界多國委員會認可,具有國際權威性。

對於不再符合本集團業務需求及標準要求的供貨商,或在審查中發現存在虛假記錄、商業賄賂、僱傭童工、非法排放污水及危險廢物等任何「零容忍項」的供貨商,本集團有權終止合作。同時我們會考慮供貨商退出帶來的供應鏈空缺和其他相關風險,制定不影響整體供應鏈的退出解決方案和風險防控措施,保證供應鏈的健康持續發展。

2020年,本集團繼續與上述檢測行業領先的專業的第三方機構們合作,共同承擔理化檢測事務。同時採取產品質量管控前置措施,從原材料抓起,在委託國際公認的第三方檢驗機構基礎上,實施內部監督反抽查機制,在倉庫設置成品質量驗收關卡,以及上櫃產品外觀質量抽查等多環節把控產品質量,確保消費者購買的產品質量過關。並針對

供貨商開展質量培訓,至少每半年度一次,質量培訓覆蓋人數100人次。報告期內,公司一直按照《理化檢測規範》執行,對所有產品上市都進行理化檢測,確保合格產品上櫃。未來,我們將繼續向供貨商進行質量培訓,協助供貨商提升履責能力的同時,對供貨商進行嚴格審核,保障產品質量,構築可持續供應鏈。



7 產品責任



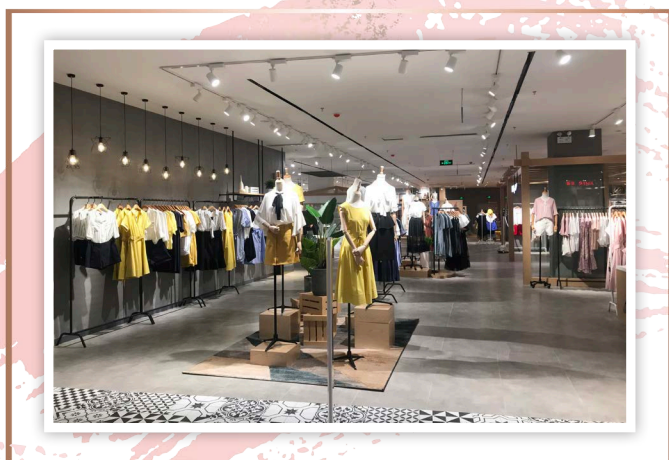
本集團始終不忘「為美好生活設計」的品牌初心和發展理念，牢記「創造美好生活」的企業使命，嚴守品質追求，不斷創新，打造拉夏貝爾企業名片。

7.1 大眾品牌，兼具品質

本集團致力於為顧客提供高質量的產品。為了保證產品質量，從採購環節開始，我們就禁止採購含有有毒和有害物質的產品，確保在對外銷售的產品全部符合國家相關質量

標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》和GB 31701-2015《嬰幼兒及童紡織產品安全技術規範》的規定。

拉夏貝爾定位於大眾時尚，即服裝在滿足了基本功能之外，還兼具有美學意義。本集團設計團隊時刻關注時尚動向、及時分析銷售反饋，巧妙構思出了一件件精優雅的服裝，針對消費者喜好進行產品設計，滿足消費者的廣泛需求。





7 產品責任



7.2 網絡直播，銷售逆襲

2020年春節前後，新冠肺炎疫情肆虐，大部分人維持「足不出戶」的狀態，消費需求亦由「買買買」轉為「打算買」。為解決市場消費痛點，公司將重心從「線下」轉戰「線上」，推出線上商城春季折扣、線上直播等多元銷售模式，加強與消費者的溝通和互動。在積極抗疫的同時，積極探索新的零售路徑，通過網絡直播構建自己的流量和會員池，通過線上直播平台打通與顧客的無縫連接。



新冠疫情期間，拉夏貝爾各個品牌、總部及全國分公司陸續推出微信線上會員專場、微信秒殺、小程序分銷、不同區域輪流直播等形式，通過線上直播這一新零售路徑，拉夏貝爾做到了讓每一位顧客能夠足不出戶，身臨其境地實現「雲逛街」，讓宅在家中的人們享受到「雲購物」的樂趣。線上活動打破了疫情期間線下零售的「冰封狀態」，僅在2月25日6小時網絡直播活動中，拉夏貝爾便斬獲了人民幣4,000餘萬元的零售額。

未來，拉夏貝爾將繼續強化平台升級及持續推進新零售業務，實現更具競爭力的業務模型，推動實體店與線上銷售相結合的智慧零售業態發展。

7.3 擁抱變革，提升轉型

2020年是公司變革的關鍵之年，報告期內，公司不斷探索新的業務模式，將線上業務由「企劃設計—自主採購—平台運營—線上銷售」的傳統模式調整為「品牌授權+運營服務」的新模式，進一步提升品牌能效，為實現公司擁抱「數字經濟」的變革及向新零售模式的轉型奠定堅實基礎。線上授權業務模式下，公司與加盟商實現雙贏，公司在提升運營資金使用效率的同時，也為線上業務的渠道擴張助力。



7.4 與時俱進，技術創新

創新是企業發展的重要助推力。本集團關心科學技術的發展，並積極運用於實踐。自2017年12月引入射頻識別技術(簡稱「RFID」)以來，極大提升了本集團的管理效率，也帶來了一定的環境和社會效益。從環境方面來看，它加快了銷售數據反饋至供應端的速度，使本集團能迅速對市場做出反應，避免過度備貨，減少了資源的浪費，不少產業鏈上的供應商也中受益。從社會方面看，它使銷售人員改變了原先因盤點而停業或超時工作的操作方式，同時也大大降低了門店和倉庫職員的勞動強度。

7.5 善用數據，高效決策

為解決服裝類產品追單周期長的問題，集團以部分品牌為試點，通過整合銷售、庫存等多方數據，提出新型智能預測模型。該模型在產品上櫃的銷售初期進行暢、滯銷快速鑒別，精準挑選需要追單的商品，所需時間平均縮短1-2周，為快速準確應對市場反應提供了數據決策基礎。

為解決商品和門店之間店貨匹配的問題，集團對門店進行分級分類的門店分類體系制度，綜合考慮門店銷售量、銷售周期、供貨量等一系列影響因素，最佳匹配商品和門店供應關係，為目標客戶提供最合適的商品選擇，最大化門店銷貨率，減少滯銷商品積壓的情況。

7.6 鼓勵創新，堅決打假

集團深知創新對於時尚的重要性，嚴格遵守《中華人民共和國知識產權保護法》，高度重視和保護旗下品牌的知識產權、專利等創新成果，同時尊重他人的創新成果，並遵守行業標準和規範。本集團鼓勵創新，歡迎創意人才加盟，每年在設計創新和面料創新上投入大量資源，不斷加強自主設計、研發創新的能力。截止2020年底，本集團共擁有商標、許可、版權和外觀設計等合計608項。

本集團密切關注市場上(尤其是電商平台)的拉夏貝爾產品，並定期與銷售渠道、供應商進行比對，對異常情況進行調查，同時上線RFID，為識假打假提供技術支持。

7.7 多管齊下，保障隱私

我們高度重視客戶信息安全。集團的交易數據保留在內部獨有機房中，並設置網絡防火牆和其他相關數據安全機制；建立嚴格的數據使用分級和權限制度，接觸需要根據職責和權限，保證不相關的員工無法接觸到隱私信息；在未經客戶允許的情況下絕不將客戶資料提供給第三方；同時，我們定期對員工進行客戶隱私保護的教育和培訓，讓他們瞭解到隱私保護的重要性；加強對天貓、京東等網店的網絡安全保護，保證顧客信息安全。

8 社區投資



積極承擔社會責任、回饋社會是企業發展過程中義不容辭的責任。本集團一直積極參與社會公益事業，在謀求發展的同時，不忘回饋社會，熱心參與公益活動，為建設美好和諧社會奉獻綿薄之力。

8.1 制度保障，扶貧幫困

本集團積極響應國家「精準扶貧、精準脫貧」的扶貧政策，和地方政府攜手合作，通過捐贈防寒衣物、現金捐款等措施將扶貧工作做深做細，確保扶真貧、真扶貧；同時，集團向內部困難員工和經營所在地弱勢群體捐贈物資，組織關心慰問活動，解決生活實際困難。

集團認為公益慈善不僅僅是花錢做好事，而是應該融入集團企業戰略規劃的社會事業。2020年，本集團根據《中華人民共和國捐贈法》《中華人民共和國公司法》等法律法規，並結合過去的公益實踐和目前實際情況，加強對外捐贈活動的管理，為集團更好地履行企業社會責任和提升社會企業形象奠定了制度基礎。

十餘年來，本集團一直致力於通過各殘疾人福利基金會、各地紅十字會等慈善機構捐贈服裝和各類生活物資。2020年，公司共計對外捐贈支出148餘萬元人民幣，年度繳納稅金人民幣5,837.3萬元人民幣。



寒冬送衣物，深情暖人心

2020年1月15日，拉夏貝爾和烏魯木齊民政局共同發起「寒冬送衣物，深情暖人心」愛心捐贈活動。集團在謀求發展的同時，不忘回饋社會，熱心參與社會公益，慷慨解囊，扶危濟困。此次為烏魯木齊市捐贈了約5,000件衣物，在天寒地凍的凜冬，這批捐贈對受捐贈的低保戶和孤兒們來說就是雪中送炭。

8.2 積極行動，助力抗疫

新冠肺炎疫情爆發後，拉夏貝爾始終密切關注新型肺炎疫情的防治情況，也十分關心奮戰在一線的醫務工作者的健

康安全，總公司及各區分部第一時間緊急抽調物資馳援武漢一線。

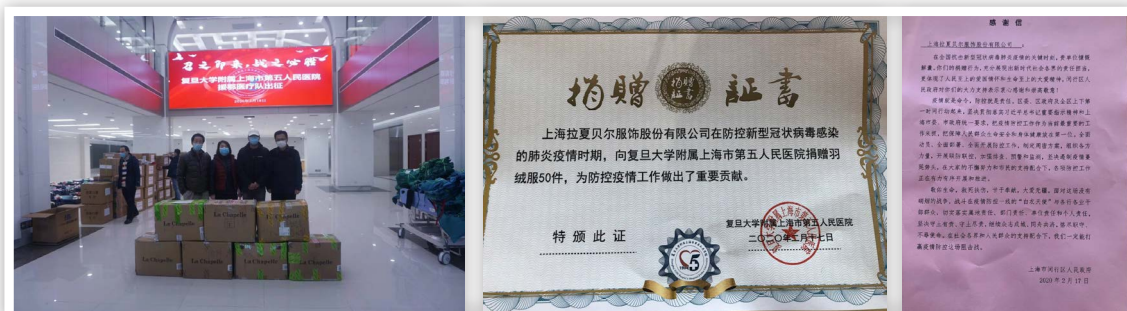
在得知前線醫院急需羽絨服後，集團毫不猶豫，直接從金銀潭醫院鄰近的永旺店緊急抽調羽絨服進行馳援。1月28日，第一批捐助20箱人民幣34萬元羽絨服送到前線武漢金銀潭醫院。

2月份，湖北地區氣溫突降，本集團心系一線，先後分三批次向武漢中南醫院捐助保暖羽絨服702件，共計人民幣62萬餘元。



圖註：公司捐贈至武漢中南大學附屬醫院的第三批物資

除了武漢重點疫區，本集團還向復旦大學附屬上海第五人民醫院捐助了價值人民幣十萬餘元的衣物，向一線醫務工作者致敬。



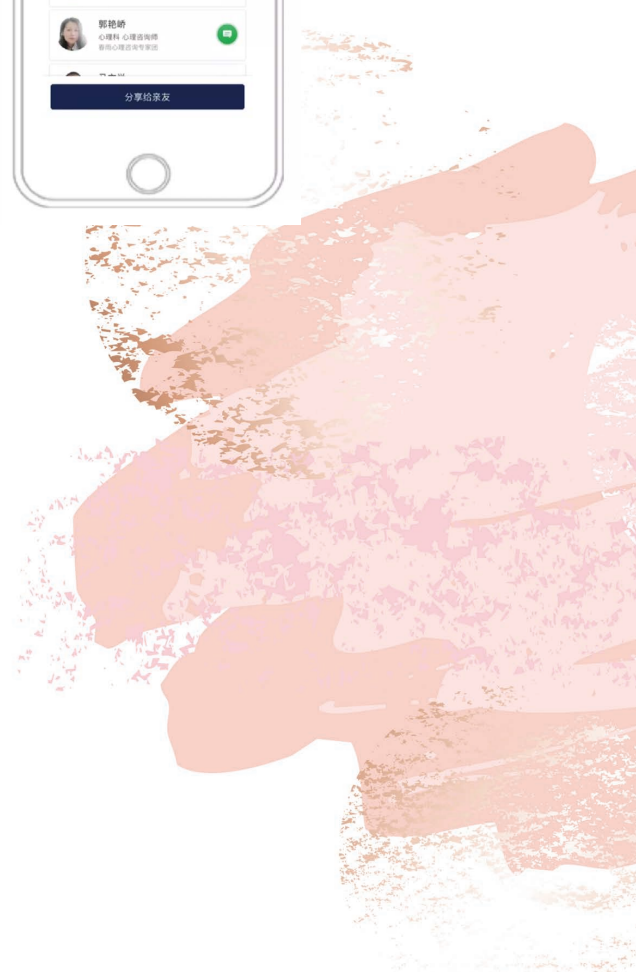
圖註：公司向復旦大學附屬上海第五人民醫院捐贈抗疫物資



拉夏貝爾 × 春雨醫生線上義診服務

拉夏貝爾聯合春雨醫生APP，開展針對新冠病毒肺炎疫情的「免費義診」線上活動。在疫情期間，將免費解答呼吸內科、感染科、耳鼻喉、兒科等相關科室的疑問，提供

7×24小時急速響應的在線義診諮詢和在線心理諮詢等服務。同時，還可通過線上義診的頻道，進行心理疏導，查看疫情快訊及醫生解答的諮詢案例，學習防疫指南，更好的運用防疫知識保護自己與家人。



9 環境保護

集團把「綠色地球是我們生活的目標，拉夏貝爾支持世界環保」作為長期堅持的理念，把環保作為集團的核心價值觀之一，同時嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，並通過建立健全環境管理制度在經營活動中實踐綠色發展、低碳發展、循環發展的理念，達成「創造美好生活」的願景。2020年，本集團未發生違反環境方面法律法規的事件。

我們主要的環保理念包括：

- 使用可再生材料製成的包裝材料；
- 在經營和辦公場所採用節能設備；

- 鼓勵員工在日常工作中節約資源；
- 將環保構思融入服裝設計與製造；
- 將節能理念融入場所規劃與建造。

9.1 排放物與資源使用

本集團在中國大陸擁有959個經營網點和天貓、京東等網上銷售渠道，3個物流倉儲中心和總部辦公大樓，每時每刻都在耗用電能。用電既是本集團資源使用的重要方面，也是溫室氣體排放的主要來源。

耗電量

類別	單位	2020年
耗電量	千瓦時	6,068,055.55

燃料能源消耗量

類別	單位	2020年
燃氣	立方	70,434.40
汽油	噸	8.94

溫室氣體排放

類別	單位	2020年
範疇一：直接排放	噸二氧化碳當量	32.80
範疇二：間接排放		47167.27

說明：溫室氣體排放核素依據《香港證券交易所ESG-環境指標計算工具》計算所得。

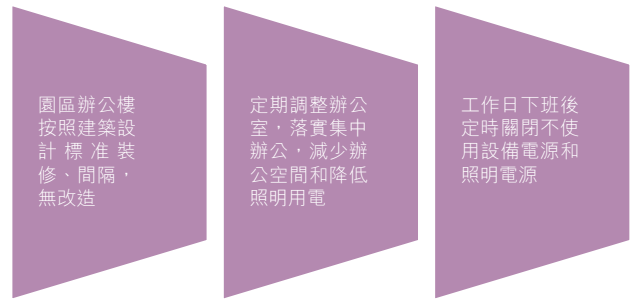


9 環境保護

2020年，集團在辦公樓布局和節約水電方面進行優化，提高空間利用率，減少資源浪費。

儘管我們對位於百貨商場內的經營網點所採用的設備和用電方式的影響有限，但我們仍然盡己所能節約用電。2020年，本集團在店鋪裝修及翻新中，均使用LED燈具，年可節約電量30%至40%，且已達成100%門店覆蓋。同時，門店裝修時使用甲醛含量更低的、更加防火耐用、更為環保、使用年限更長的的矽酸鈣板，顯著減少資源損耗。

另外，本集團關對拆除店鋪的部分物料進行了回收在利用，如吊掛Logo、LED燈具、水晶聲磁防盜門等，在撤店拆除時盡量給予保護，發送到其他適用店鋪中繼續使用。



科學布局，循環用水

水是生命之源，我們深知淡水資源的可貴，採取了多種舉措加強集團內部對水資源的利用，包括在辦公大樓的用水設施旁張貼宣傳標語，加強員工的節水意識；在工程項目上均使用節水龍頭，安排專人負責給水管網的保養，杜絕「跑、冒、滴、漏」現象；在獲得有關批准的前提下，善加利用河水、雨水等非傳統水源。

水資源消耗量

類別	單位	2020年
耗水量	立方米	53,208.00

包裝材料，力求環保

無論線上銷售還是終端零售，為確保我們的商品到達消費者手中時的良好狀態，我們都給商品配套了良好的包裝，因此包裝材料的耗用數量隨著本集團規模的增長而不斷增加，亦是我們可持續發展的重點關注領域。

本集團的包裝材料主要在物流環節和零售環節耗用。集團在供應鏈各個流程中均設置回收功能，實現包裝材料的回收再利用，減少資源浪費。

在物流環節，集團提倡在能有效保護商品的前提下盡量節約包材，避免過度包裝。現階段，本集團將注意力更多地集中在能夠有效管理的包材使用上如循環使用部分紙箱、將無法循環使用的紙箱交予有資質的廢品回收機構等。



在零售環節，又分為線上銷售和門店銷售：對於線上銷售，本集團包裝的耗用主要是塑料包裝袋，2015年10月後的新品已全部採用PE(聚乙烯)材料包裝袋；對於門店銷售，主要的包裝材料是購物紙袋，本集團提供的購物紙

袋系環保可回收的原料(二次紙)製成，可以循環使用或回收。我們對包裝袋實行集中採購、分店配送，以確保流程的可控及可追溯性。

包裝材料消耗量

類別	單位	2020年
包裝紙袋	個	1,381,150
PP塑料袋	個	758,800
PE包裝袋	個	4,029,400
膠帶	噸	40,150

本集團加強終端門店對於包裝紙袋的管理，根據顧客的購買小票數配置包裝紙袋數量，減少包裝紙袋使用數量；此外，本集團還加強終端門店PP塑料袋的二次利用，產品到店拆包後，所有可再次利用的PP塑料袋全部整理歸類管理，退貨時再次用於包裝；在進行包裝時，我們善加利用包裝物內空間，按需使用。

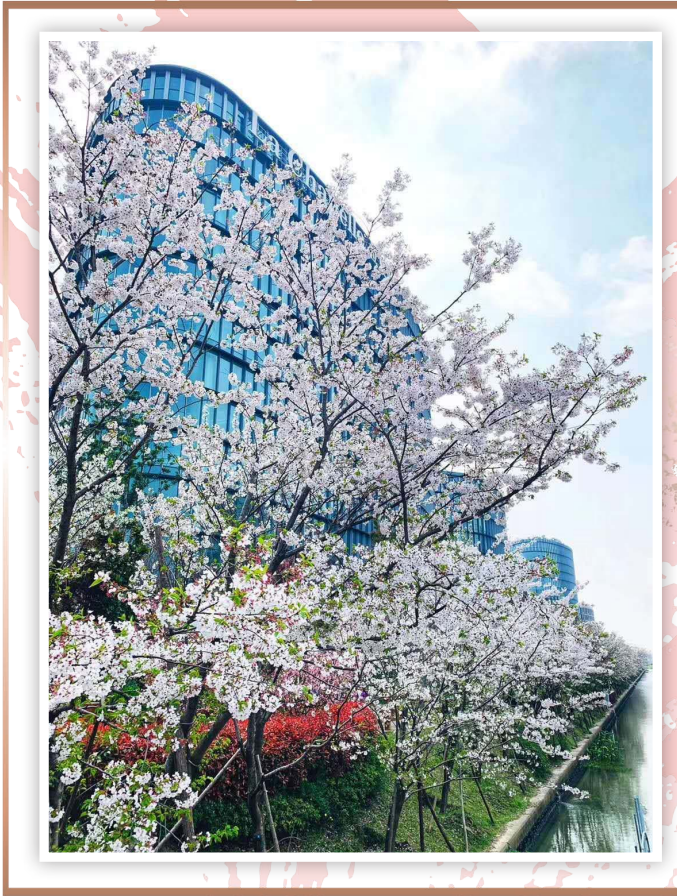
9.2 環境及天然資源

本集團秉承節能、美觀、環保的宗旨，將環境友好的理念融入設計，規劃並建設大面積的綠化和園林，同時充分利用屋頂平台規劃了屋頂花園，在營造綠色生態園區形象的同時，更為員工提供舒適的工作場所。

- 吳涇鎮新總部大樓群：已建成的4餘萬 m^2 中，綠化覆蓋率為20%，種植品種達94種，共計9,154棵／株樹木和植物。
- 太倉物流倉儲園區：已建成的13.96萬 m^2 中，種植有各類景觀樹種43個品種，共計2,012棵，打造了花園式的物流倉儲中心。
- 成都物流倉儲園區：已建成的4萬 m^2 中，種植有各類景觀樹種36個品種，共計2,236棵。
- 天津物流倉儲園區：已建成的4.5萬 m^2 中，種植有各類景觀樹種21個品種，共計1,171棵。

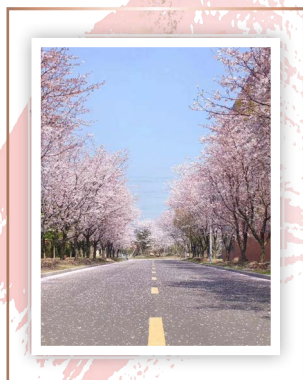


9 環境保護



圖註：企業園區





圖註：太倉物流倉儲園區實拍圖



圖註：天津物流倉儲園區實拍圖

9 環境保護

9.3 垃圾分類，資源利用

根據《上海市生活垃圾管理條例》，結合實際垃圾產生及處理情況，公司特制定《垃圾分類管理制度》，督促各部門要所屬員工嚴格執行垃圾分類標準，提高垃圾分類意識，規範統一，共創整潔的辦公室環境和美好生態的生活家園。

2020年11月26日，公司開展垃圾分類培訓，加強員工對分類標志識別，提高垃圾分類意識，並通過現場問答和操作演示對培訓效果進行考核。

關鍵績效

2020年，集團共計分類垃圾1,837桶，投入金額合計人民幣64,295元。其中，分類幹垃圾1,569桶，投入金額人民幣54,915元，分類濕垃圾268桶，投入金額人民幣9,380元。

集團在內部設立垃圾房，並定時間檢查，監督垃圾分類情況。



圖註：垃圾分類房



圖註：員工分揀垃圾



圖註：配置規範垃圾桶

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引		
層面	內容	章節	頁碼	
A：環境				
A1：排放物	<p>一般披露：</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註： 廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。有害廢棄物指國家規例所界定。</p>	9.1	30	
	關鍵績效指標A1.1		排放物種類及相關排放數據。	30
	關鍵績效指標A1.2		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)。	30
	關鍵績效指標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)。	註1
	關鍵績效指標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)。	30-32
	關鍵績效指標A1.5		描述減低排放量的措施及所得成果。	30-32
	關鍵績效指標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。	30-32



附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引		
層面	內容	章節	頁碼	
A2：資源使用	一般披露 有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。 註：資源可用於生產、存儲、運輸、樓宇、電子設備等。	9.1	30-32	
	關鍵績效指標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)。	30
	關鍵績效指標A2.2		排放物種類及相關排放數據。	30
	關鍵績效指標A2.3		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)。	30
	關鍵績效指標A2.4		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)。	30
	關鍵績效指標A2.5		製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	31-32
A3：環境及天然資源	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。	9.2	32	
	關鍵績效指標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。



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引	
層面	內容	章節	頁碼
B：社會			
B1：僱傭	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	4.1	9
	<p>關鍵績效指標B1.1</p> <p>按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p>		
	<p>關鍵績效指標B1.2</p> <p>按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>		註2
B2：健康與安全	<p>一般披露</p> <p>有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	4.2	13-14
	<p>關鍵績效指標B2.1</p> <p>因工作亡故的人數及比率。</p>		註3
	<p>關鍵績效指標B2.2</p> <p>因工傷損失工作日數。</p>		註3
	<p>關鍵績效指標B2.3</p> <p>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。</p>		13-14



附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引	
層面	內容	章節	頁碼
B3：發展及培訓	<p>一般披露</p> <p>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。 註： 培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。</p>	4.3	14-17
	<p>關鍵績效指標B3.1</p> <p>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。</p>		
	<p>關鍵績效指標B3.2</p> <p>按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。</p>		
B4：勞工準則	<p>一般披露</p> <p>有關防止童工或強制勞工的： (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。</p>	4.4	17
	<p>關鍵績效指標B4.1</p> <p>描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。</p>		
	<p>關鍵績效指標B4.2</p> <p>描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。</p>		
B5：供應鏈管理	<p>一般披露</p> <p>管理供應鏈環境及社會風險的政策。</p>	6	20-22
	<p>關鍵績效指標B5.1</p> <p>按地區劃分的供貨商數目。</p>		
	<p>關鍵績效指標B5.2</p> <p>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。</p>		



主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引	
層面	內容	章節	頁碼
B6：產品責任	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	7	23-26
	<p>關鍵績效指標B6.1</p> <p>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。</p>		註2
	<p>關鍵績效指標B6.2</p> <p>接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>		註2
	<p>關鍵績效指標B6.3</p> <p>描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p>		26
	<p>關鍵績效指標B6.4</p> <p>描述質量檢定過程及產品回收程序。</p>		23
	<p>關鍵績效指標B6.5</p> <p>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。</p>		26
B7：反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	5	18-19
	<p>關鍵績效指標B7.1</p> <p>於彙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。</p>		
	<p>關鍵績效指標B7.2</p> <p>描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。</p>		



附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引		
層面	內容	章節	頁碼	
B8：社區投資	一般披露 有關以小區參與來瞭解發行人營運所在小區需要和確保其業務活動會考慮小區利益的政策。	8	27-29	
	關鍵績效指標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)。	27-29
	關鍵績效指標B8.2		在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	

註1：本集團的經營不涉及有害廢棄物的產生。無害廢棄物主要為包裝物。

註2：這些社會範疇的關鍵績效指標暫不披露。

註3：本集團的工作較少涉及危險作業，該指標不適用。

