

CHEERWIN

朝雲集團有限公司

Cheerwin Group Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號:6601



2020 環境、社會及管治報告

目錄

關於本報告	2
管理層致辭	4
關於我們	6
ESG管治	12
一、 創新驅動，築牢發展根基	16
1.1 產品研發	16
1.2 數字化轉型	21
1.3 知識產權	22
二、 品質升級，引領美好生活	23
2.1 質量為先	23
2.2 責任營銷	26
2.3 客戶服務	28
三、 以人為本，助力員工發展	29
3.1 僱傭概況	29
3.2 員工發展	30
3.3 健康安全	33
3.4 員工關愛	34
四、 綠色發展，應對氣候變化	37
4.1 環境管理	37
4.2 綠色生產	38
4.3 綠色辦公	41
4.4 環境績效	42
五、 攜手同行，共建責任生態	44
5.1 經銷商管理	44
5.2 供應商管理	46
5.3 抗擊疫情	49
5.4 公益慈善	50
附錄一：朝雲適用法律法規及內部政策清單	52
附錄二：ESG報告指引內容索引	54





關於本報告

報告簡介

本報告是朝雲集團有限公司(以下簡稱「本公司」)，連同其附屬公司(統稱「本集團」、「我們」或「朝雲」)發佈的首份環境、社會及管治報告(以下簡稱「本報告」或「ESG報告」)，旨在闡述本集團在環境、社會及管治(即為Environmental, Social and Governance, 以下簡稱「ESG」)方面的制度建設與工作表現，客觀地披露本集團在可持續發展方面的管理和成效，以響應利益相關方及社會公眾的期望。

報告範圍及邊界

本報告披露本集團於2020年1月1日至2020年12月31日期間(以下簡稱「報告期內」或「本年度」)在ESG方面的管理與成果，部分信息追溯以往年度或涵蓋2021年第一季度。本集團的業務詳情，請參閱本公司日期為2021年4月23日的年度報告(「2020年年報」)。

報告編製依據

本報告嚴格遵從香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「港交所」或「香港聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(以下簡稱「《ESG報告指引》」)的規定編製，並遵循以下編製原則：

重要性：本集團認為ESG報告對投資者及利益相關方具有重大影響力，我們在本報告中披露了識別重要ESG因素的過程，具體包括識別利益相關方，及利用重要性矩陣進行實質性議題的評估。我們依據與利益相關方的溝通機制，及重要性原則，識別出了ESG相關的重要因素，對其予以重點關注，並在本報告中披露了相應的舉措。

量化：本集團對關鍵績效指標予以計量，並依據聯交所《ESG報告指引》的要求披露量化數據，同時對本報告中數據的計算方法、假設進行了披露。

平衡：本集團在本報告中公正、客觀地呈現了我們在ESG方面的工作。

一致性：本集團採用了一致的數據披露方法，並對統計方法及相關標準進行了說明。

本報告附錄二詳列《ESG報告指引》內容索引，以方便讀者快速查閱。

資料來源及可靠性保證

本報告披露的信息和數據來源於本集團統計報告和正式文件，並通過相關部門審核。本集團承諾本報告不存在任何虛假記載或誤導性陳述，並對內容真實性、準確性和完整性負責。本報告涉及的貨幣金額均以人民幣作為結算貨幣。



關於本報告

報告編製流程

本報告內容是按照一套有系統的程序而釐定的。有關程序包括：工作小組組建、識別重要的利益相關方、利益相關方訪談、識別和排列ESG相關重要議題、決定ESG報告的界限、收集相關材料和數據、框架確定、報告編寫、報告設計、部門與高層審核等環節完成編製。

確認及批准

本報告經管理層確認後，於2021年5月16日獲董事會通過。

獲取及回應本報告

讀者可通過香港聯交所官網www.hkexnews.hk 或本公司官網www.cheerwin.com 獲取本報告電子版。如您對本集團環境、社會及管治方面的披露和表現有任何意見或建議，請通過以下方式與我們取得聯繫。

郵箱：esg@cheerwin.com

電話：+86 020-8125 6507



管理層致辭

2020年，突如其來的新型冠狀病毒(COVID-19)疫情席捲全球，為各行各業都帶來了巨大挑戰。面對疫情，本集團充分展現了責任與擔當，積極發揮專業優勢，第一時間組織除菌包、消毒液、除菌清潔劑、抑菌洗手液、兒童口罩等物資捐贈，馳援全國所有新型冠狀病毒定點收治醫院。同時，我們積極響應國家及地方政府的疫情防控指引，全面做好疫情防控，保障員工健康安全，協助員工做好科學防控和自我保護，實現高效復工復產和健康有序的持續運行。

回顧2020年，本集團圍繞「客戶第一，追求卓越」的核心價值觀，取得了快速、高質量的發展。本年度，我們致力於讓生活充滿驚喜，為美好生活創建無限可能，不斷提升自主創新研發能力與產業化技術，多維度推動產品創新升級。我們在驅蚊殺蟲、家居護理、空氣護理及寵物產品等不同品類的產品研發中，均充分考量產品的安全和環保屬性，旨在為消費者提供天然安全、綠色健康、又能實際滿足消費者需求的創新性產品。我們亦在整個產品加工過程中執行嚴格的產品安全及質量控制標準和措施，整體涵蓋了原材料供應鏈、物流、產品加工、存貨及銷售渠道，以確保產品的全面安全和高質量。

我們以數字化及社交工具為核心，推行千人千面的營銷策略，已累計建立了由超過1,200家分銷商，約62萬個銷售點組成的線下營銷網絡。本年度，我們快速發展電商業務，通過電視平台、互聯網和社交媒體平台等線上渠道持續擴大品牌影響力。我們亦持續加強產品的參與感和體驗感，滿足產品的個性化和社交化需求，為消費者提供一站智慧生活方式，引領美好生活。

而對於很多員工而言，朝雲是他們與之一起奮鬥、成長的地方。本集團堅持以人為本，高度重視人才的發展，充分尊重和保護每一位員工的基本權益，在薪酬福利、培訓發展、健康安全、員工關懷等多方面，構築企業與員工和諧發展、良性互動的工作氛圍，讓員工能夠在工作中提升自我，實現自我價值的同時，增強員工的凝聚力、歸屬感和幸福感。

在注重產品對人體健康影響的同時，本集團更積極從源頭抓起，關注自身產品以及生產活動對環境的影響。我們將綠色發展理念深入產品製造的各個環節，提高能效、減少排放，積極推進綠色生產，不斷提升環境管理水平和環境績效表現。報告期內，我們的番禺生產基地和安福生產基地均已通過ISO 14001環境管理體系認證和GB 23331能源管理體系認證。



管理層致辭

本集團亦始終不忘初心，牢記使命，在實現企業自身快速發展的同時，積極攜手經銷商、供應商等合作夥伴，打造良好、公平、透明的合作關係，實現多方融合發展，互利共贏。支持和參與社會公益事業的發展，開展朝雲公益行行動，推動鄉村教育發展；參與慈善活動，分享本集團慈善理念和故事，為慈善項目助力。

2021年，是本集團發展的新起點。我們將秉承為每一個中國家庭創造美好生活的信念，持續深入環境、社會和管治與業務運營的融合與提升，履行我們對消費者、員工、政府、投資者、經銷商、供應商和社區等利益相關方的承諾，攜手共進，創造無限可能！



關於我們

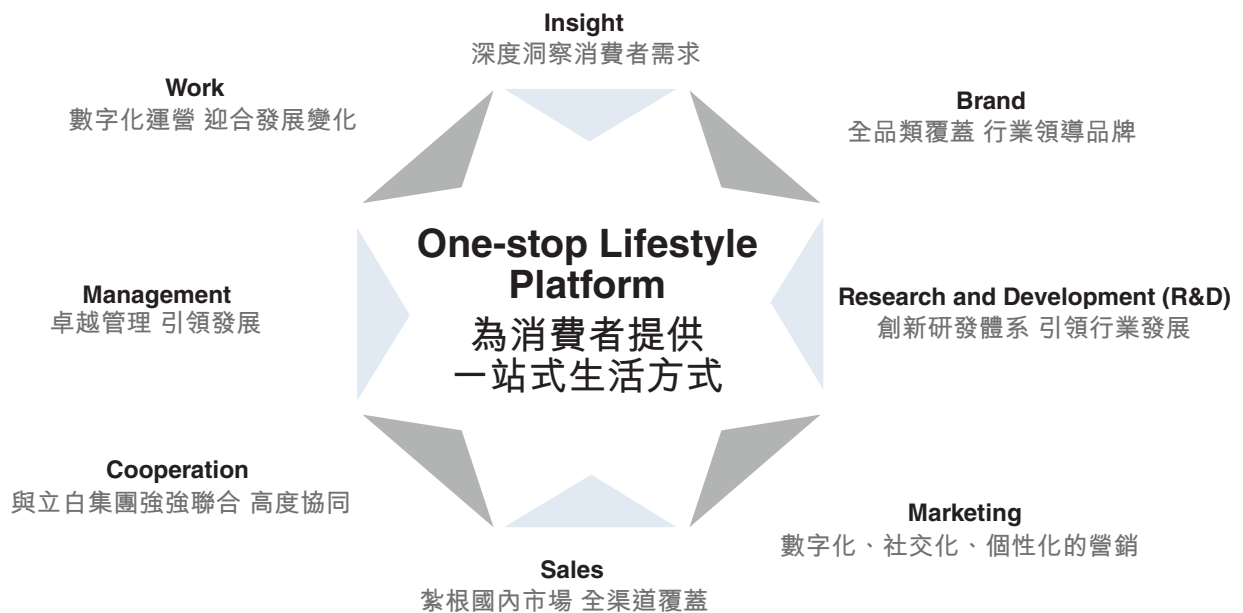
公司簡介

朝雲集團有限公司是中國領先的一站式多品類家居護理、寵物和個人護理平台。朝雲的產品通過線上線下全渠道覆蓋並深度下沉的全國性銷售網絡進行分銷，產品暢銷全國。整個集團歷史可回溯至2006年，從安福超威開始，並逐步將其業務擴展至日化多個方面，於2018年進行重組並註冊成立朝雲集團有限公司，通過家居護理產品、個人護理產品和寵物產品三個主要部分運營自己的業務。2021年3月，本集團成功在香港聯交所主板上市，股份代號：6601。

本集團致力於為中國家庭創造美好生活，持續通過產品創新及推動行業升級迭代為消費者提供高效、便捷、安全的產品。在多年的發展歷程中，我們始終以「成為世界領先的數據和科技驅動的消費集團」為願景，以「客戶第一，追求卓越」為核心價值觀，以「聰明、皮實、樂觀、自省、不裝」為企業人才觀，提供深受消費者喜愛的「超威」、「威王」、「貝貝健」、「潤之素」、「倔強的尾巴」、「西蘭」和「德是」等多個優質品牌產品，在中國家居護理行業本土公司中位列第三，並快速在個人護理和寵物護理等多個細分品類建立領導地位。

業務概況

本集團擁有垂直整合的業務模式，控制着其在價值鏈中多個關鍵的環節，如研發、製造、營銷、銷售和分銷。我們通過遍佈中國的全渠道銷售網絡分銷產品，在目標市場擁有廣泛的客戶基礎。本集團通過以下8個支柱，致力為消費者提供一站式生活方式。





關於我們

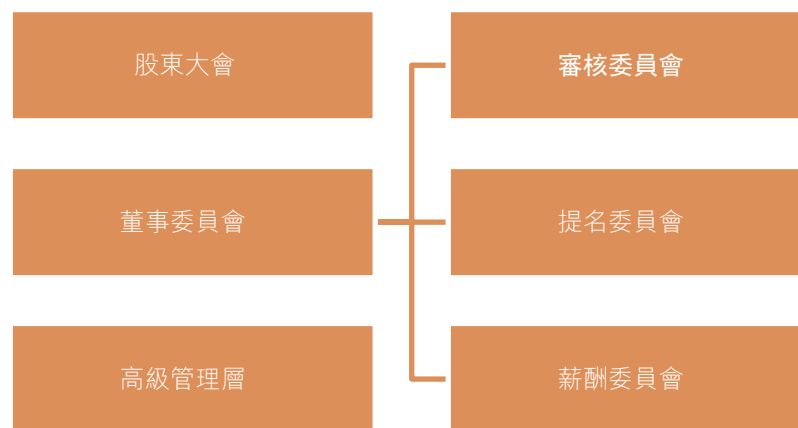
我們研發、製造及銷售多品類產品，大致可分為三類，分別是：家居護理、個人護理和寵物產品。我們針對不同的消費者需求和消費者群體推出了7個核心品牌進行產品銷售，包括威王、超威、貝貝健、西蘭、潤之素、倔強的尾巴和德是。

品牌	主要產品
	殺蟲驅蚊產品： 超威盤香、超威電熱蚊香液、 超威電熱蚊香片、超威防蚊網等
	家居清潔除菌產品： 威王廚房清潔劑系列、威王潔廁淨系列、 威王洗衣機槽清潔劑系列等
	殺蟲驅蚊產品： 貝貝健電熱蚊香液、貝貝健電熱蚊香片、 貝貝健防蚊網、貝貝健驅蚊啫喱等
	個人護理產品： 潤之素護手霜、潤之素SOD蜜、潤之素洗手液等
	寵物產品： 倔強的尾巴除菌噴霧、倔強的尾巴寵物除臭抑菌潔牙凝膠、 倔強的尾巴混合貓砂等
	空氣護理產品： 西蘭空氣清新噴劑系列、西蘭除甲醛系列、西蘭去味香珠等
	寵物產品： 德是海洋系列犬用香波、德是寵物清潔除味香波、 德是海洋系列貓用香波等

企業管治

管治架構

良好的企業管治對於加強本集團的管理及維護股東整體利益至關重要。朝雲集團已採納上市規則附錄十四所載企業管治守則（「**企業管治守則**」）的守則條文，作為管治其企業管治常規的守則。在此守則下，本集團的董事會設立了審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，各委員會按照董事會訂立的職權範圍運作。為了提升董事會效率並保持企業管治高標準，我們遵循董事會多元化政策，考慮多種因素包括但不限於專業經驗、技能、知識、性別、年齡、文化和教育背景、民族及服務年限。截至2020年12月31日，朝雲集團董事會由7名董事組成，包括3名執行董事（女董事1名）、1名非執行董事及3名獨立非執行董事。



企業管治架構

更多管治信息，請參閱本公司2020年年報《企業管治報告》章節。

風險管控

本集團已經建立了一套內部控制及風險管理程序，以解決與運營有關的各種潛在的運營、財務、法律及市場已識別風險，包括但不限於採購管理、信貸風險、關聯方交易控制、信息披露控制及監管程序。該風險管理程序設定了識別、分析、分類、緩解及監控多種風險的程序。本集團的風險管理政策也設定了與我們運營中所識別風險的相關報告等級。我們的董事會負責監督整體風險管理。



關於我們

就2020年的COVID-19疫情，本集團積極配合中國政府的防疫要求和指引文件，組建了一支疫情應急小組，採取一系列預防措施保持工作環境衛生，保障員工健康安全。

- **自我隔離**。在春節假期期間我們要求曾在中國境內出行的員工必須留在家中自我隔離14天。
- **遠程辦公**。我們為非現場工作的員工提供了在家工作安排等替代方式，在保障員工健康的同時確保了疫情期間業務的順暢運作。同時，我們的辦公室員工利用雲辦公系統實現了居家遠程辦公。
- **健康檢查**。復工復產期間，我們對所有進入場所的人員執行了健康檢查程序，包括出行記錄的檢查以及新型冠狀病毒相關症狀的檢查，並測量體溫，要求所有人士在現場工作時均須佩戴口罩。此外，我們也為員工免費提供個人防護用品和消毒產品，並對有關場所每天定時進行清潔與消毒。

- **反貪腐**

本集團嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》和公認的商業道德，遵循自願、平等、公平、誠實信用的原則，對於任何的欺詐、勒索的貪腐等行為或活動，採取零容忍的政策。我們同供應商的戰略合作協議中，規定了各方在保密、反賄賂規定等方面的各自義務。報告期內，本集團未發生任何有關貪污或舞弊的訴訟案件。

獎項榮譽

報告期內，本集團榮獲多項獎項和認可。

	獎項和榮譽	頒獎機構
朝雲	全國質量誠信標桿企業	中國質量檢驗協會
	蟑螂誘殺技術－科學技術進步三等獎	廣東省輕工業聯合會
	自貿區金融創新企業	中國農業銀行
	首批新冠肺炎疫情防疫重點企業	中華人民共和國工業和信息化部
超威－2020年超威蚊學說營銷項目	第七屆移動智能營銷金比特獎－全場大獎、短視頻營銷標桿案例大獎	廣告主評論
	第九屆金蜜蜂獎－社會營銷創意金獎	廣告主雜誌
	第十二屆金網獎－內容營銷金獎	金網獎組委會
	2020全觸點全球商業創新大獎－營銷案例銀獎	Topmarketing
	第七屆TMA移動營銷大獎－整合營銷類銀獎	TMA
	第21屆IAI國際廣告獎社會化營銷類金獎	IAI國際廣告獎執委會
威王	第12屆金鼠標數字營銷大獎數字媒體整合類金獎	金鼠標
	2020中國創新勢力榜－最具投資價值品牌	艾媒諮詢
	2020中國創新勢力榜－最具創新力產品	艾媒諮詢
	凱度消費者指數2020亞洲品牌足跡報告－家庭護理類品牌消費者觸及數全國TOP2	CTR



關於我們

	獎項和榮譽	頒獎機構
威王丁香醫生IP聯名整合營銷項目	第12屆金鼠標 – IP營銷類金獎	金鼠標
	第七屆TMA移動營銷大獎 – IP營銷類銀獎	TMA
	2020長城獎 – 整合營銷類優秀作品	中國廣告協會
貝貝健	貝貝健獲第11屆金鼠標數字營銷大賽最具創新精神銀獎	金鼠標
	2020年媽媽網母嬰品牌口碑榜 – 年度媽媽摯愛獎	媽媽網
貝貝健 – 假如生活隱瞞了你營銷項目	第21屆IAI國際廣告獎社會化營銷類銅獎	IAI國際廣告獎執委會
西蘭	第20屆國際廣告獎整合營銷類銅獎	IAI國際營銷大獎
	第11屆金鼠標數字營銷大賽社會化營銷類銅獎	金鼠標



ESG理念

本集團的使命是讓生活充滿驚喜。在為每一個家庭帶去創新的家居護理、寵物和個人護理產品的同時，我們致力通過完善的風險管理及內部控制系統構築誠信的商業氛圍，不斷提升和優化公司管治能力，加強與利益相關方的溝通和交流，更好審視和管理本集團的運營對經濟、社會和環境的影響，並將ESG理念融入到運營和管理的各個層面，最大化積極影響，最小化負面影響，攜手利益相關方共同創造可持續的價值。

ESG管理架構

本集團深知，良好的ESG管理架構是確保ESG管理成效、促進本集團長期、穩定發展的重要保障。我們已建立本集團環境、社會及管治辦公室(ESG辦公室)，以協助董事會監督和管理朝雲在ESG方面的表現。ESG辦公室計劃由一位執行董事負責，並由本集團內部審計部牽頭開展ESG事宜的管理與執行。同時，我們亦在籌備成立環境保護、健康與安全團隊(EHS團隊)，以協助ESG辦公室評估及管理所有ESG相關事務。EHS團隊將結合監管要求和行業最佳實踐，使用多種指標協助本集團評估潛在ESG風險，包括為每種產品設定能源消耗目標、衡量生產每單位產品時對燃料或電力的使用情況等。

本集團充分認識良好的ESG理念融入對於更好開展ESG管理與提升的重要性。2021年3月，在本集團上市首月，我們即組建了由內部審計部、生產部、人力資源部、技術研發部、法律事務部、銷售部、KA管理部、採購管理部和供應管理部組成的ESG工作小組，覆蓋研發、採購、生產、銷售、法務、人力、財務、風險等各職能模塊，我們亦邀請了專業第三方機構為集團管理層和ESG工作小組提供了全球可持續發展趨勢、ESG合規要求以及行業最佳實踐等方面的培訓宣導和能力建設，為本集團的可持續性發展奠定了堅實基礎。

利益相關方溝通

利益相關方溝通是本集團開展ESG管理的重要環節。我們在業務運營和管理過程中，持續加強與股東／投資者、政府及監管機構、消費者、員工、經銷商、供應商、社區等廣泛利益相關方的溝通與交流。通過建立與利益相關方的常態化溝通機制，我們得以了解各方意見與期望，並將利益相關方關注點納入本集團的運營決策過程，創造多方共贏的共享價值，驅動本集團和利益相關方的可持續發展。



ESG管治

報告期內，本集團結合監管要求、資本市場關注以及同行領先企業實踐，梳理並識別了如下對本集團具有決策權和影響力、與本集團關係密切的主要利益相關方組別。

利益相關方組別	關注議題	溝通渠道／反饋方式
政府／監管機構	<ul style="list-style-type: none"> • 守法經營 • 依法納稅 	<ul style="list-style-type: none"> • 接待調研 • 主動匯報 • 年度報告
股東／投資者	<ul style="list-style-type: none"> • 企業管治 • 經濟績效 • ESG表現 	<ul style="list-style-type: none"> • 股東大會／臨時股東大會 • 業績發佈會 • 新聞稿／公告 • 公司年報及中報 • ESG報告
消費者	<ul style="list-style-type: none"> • 安全、健康、環保的產品 • 產品多樣化 • 優質服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 創新研發 • 全過程產品質量管控 • 品牌推廣 • 責任營銷 • 消費者服務熱線
經銷商	<ul style="list-style-type: none"> • 利潤保障 • 提升經營能力 	<ul style="list-style-type: none"> • 經銷商准入評價 • 經銷商培訓宣導
供應商	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商准入管理 • 供應商評估 • 供應商合作 	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商准入評價 • 供應商履約考核 • 供應商定期交流走訪
員工	<ul style="list-style-type: none"> • 保障基本權益 • 薪酬福利 • 培訓與發展 • 健康與安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 員工溝通平台 • 定期增長與績效評價 • 朝雲學院 • 健康安全培訓
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 社區發展 • 公益活動 	<ul style="list-style-type: none"> • 捐贈與援助 • 邀請經銷商參與社區共建 • 朝雲公益行



重要性議題識別與判定

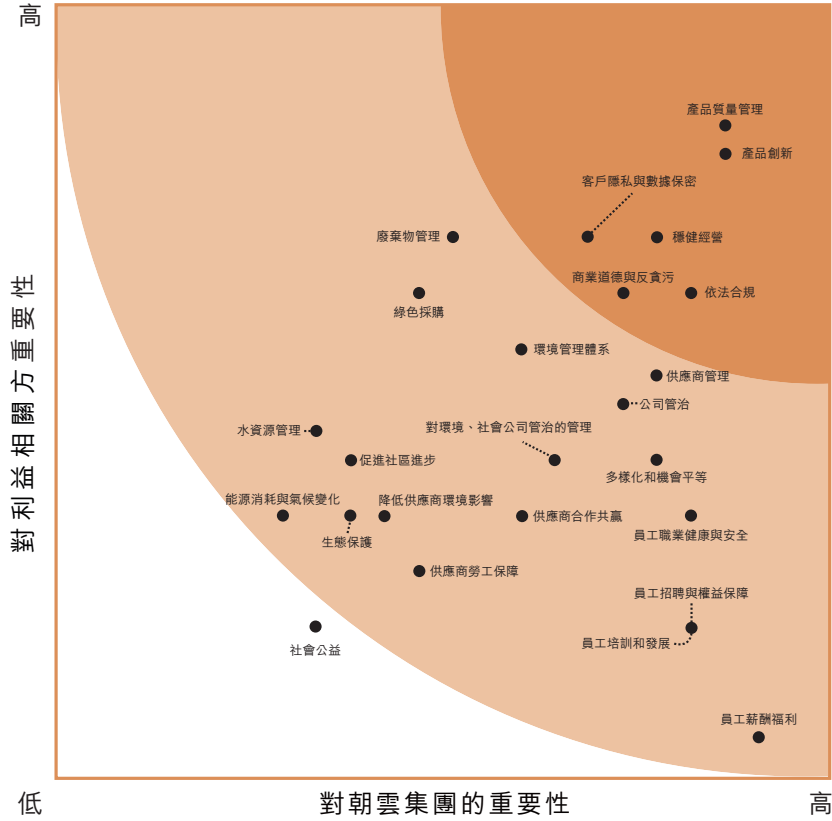
報告期內，本集團結合香港聯交所ESG報告指引披露要求、可持續會計準則委員會(SASB)實質性議題矩陣，對標同行領先企業實踐和資本市場ESG關注重點等方式，識別潛在重要性議題，並通過與各類利益相關方進行深入訪談及問卷調研，確認各議題的排序，以推進本集團ESG管理縱深發展。

識別ESG潛在重要性議題清單	<ul style="list-style-type: none">通過監管機構要求分析、同行對標、政策分析、對標資本市場關注等工作，篩選出25項潛在重要性議題形成本集團ESG重要性議題清單
開展利益相關方溝通	<ul style="list-style-type: none">制定利益相關方溝通計劃，進行7場深度內部訪談，並向員工、供應商、經銷商、消費者、監管機構、投資者等發放ESG重要性議題調研問卷，了解各利益相關方所優先關注的議題
重要性議題排序	<ul style="list-style-type: none">從對本集團的重要性和對利益相關方的重要性兩個維度，對所有重要性議題打分進行排序，形成本集團重要性議題矩陣
重要性議題確認	<ul style="list-style-type: none">將重大性矩陣結果呈交ESG工作小組及管理層，確認已識別議題的重要性及其影響。我們將會在報告中如實反映本集團在相關議題上的表現



ESG管治

報告期內，本集團重要性議題調研與分析共識別出25項ESG議題，其中，高度重要議題6項，中度重要議題18項，低度重要議題1項。高度重要性議題構成本次報告內容的重點部分，我們將在本報告中對相關內容進行詳細披露。



朝雲集團ESG重要性議題矩陣



一、創新驅動，築牢發展根基

創新是企業可持續發展的驅動力與核心競爭力。本集團持續提升自主創新研發能力，整合全球優質資源，以更具前瞻性的視野以及領先的技術，促進研發合作。同時，我們積極推進數字化轉型升級，以數字技術作為企業新動能，提升綜合競爭力。

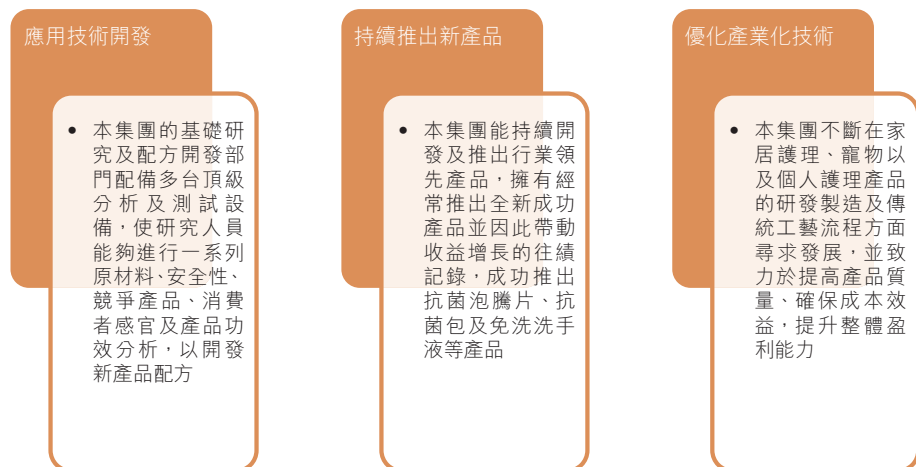
1.1 產品研發

本集團持續提升自主創新研發能力與產業化技術，多維度推動產品創新升級。同時，我們加強上下游產品研發合作，積極參與國家標準、行業標準制定，共同推進行業的發展與進步。

• 研發能力

本集團通過持續的研究和產品開發工作，強化及擴大了現有產品線。我們成立了一支高素質的創新研發團隊，其中約34.6%的人員擁有碩士及以上學位。研發部門負責家居清潔、殺蟲驅蚊、空氣護理、個人護理、寵物產品技術以及包裝技術研發、生產工藝技術研究、知識產權建設和相關產品法規的技術支持。此外，本集團建設有四個功效測評實驗室，承接個人護理產品、寵物產品、家居清潔護理產品及驅蚊殺蟲產品的功效評估。

報告期內，本集團研發團隊的重點研發方向在於應用技術開發、持續推出新產品以及優化產業化技術。我們將通過創新驅動、研發引領，持續提升產品組合、產品質量、生產效率和盈利能力，助力本集團夯實發展根基，把握發展機遇。



重點研發方向



一、創新驅動，築牢發展根基

• 安全、健康、環保的產品

本集團目前主營業務品類有驅蚊殺蟲、家居護理、空氣護理、寵物產品和個人護理，各個品類業務中的產品開發設計均遵循該品類所需要的質量安全、環境友好等法規的要求，在充分考量安全屬性、環保屬性的基礎上，進行原材料篩選並用於最終產品配方設計中。2020年家居清潔劑系列共19款產品獲中國工業和信息化部評選為綠色設計產品，其關鍵設計亮點為：不使用易造成污染的原料，在其全生命週期內，對水質富營養化影響較小。

驅蚊殺蟲產品

- 超威貝貝健電熱蚊香液在保障產品驅蚊效果的情況下，實現產品中非驅蚊成分的有機物（如溶劑）約減半揮散，提供了產品配方中物料的利用效率，降低對石油資源的消耗，減少對家居環境中的有機物污染。

家居護理產品

- 威王家居硬表面清潔劑產品積極採用高效、環保、植物來源的活性成分作為產品的配方研製，如新上市的威王橙寶清潔劑採用了Ecosert COSMOS認證的整合劑成分和植物源表面活性劑，提高了產品的安全性和環境友好性。

空氣護理產品

- 西蘭空氣護理產品中的香氛劑持續致力於尋找安全的香薰香料和揮散溶劑，西蘭藤蔓香薰擇選了索爾維公司的ACM溶劑作為散香劑研製產品後推向市場，ACM溶劑是一款基於植物基碳來源的溶劑，具有更好的環境友好性，易降解。同時西蘭空氣護理產品在選用香精香料原材料時均嚴謹按照IFRA相關要求對香原料進行源頭安全性控制。

寵物產品

- 倔強的尾巴作為寵物產品的新生力量，致力於尋找更為環保的解決方案。針對如寵物護理用品貓砂，我們開發了基於植物纖維製作的產品，可以更有效實現使用後產品的環境自然降解，對環境更友好。



一、創新驅動，築牢發展根基

• 產品包裝設計創新

本集團對各品類業務中的包裝開發設計除了滿足產品配方兼容性、包裹保護裝飾效能等基礎要求外，還致力於匹配不同渠道所需的包裝設計方案。我們通過替換裝產品設計、減少包裝空隙率、優化包裝內襯材料，從研發設計端提高包裝綜合利用效率，降低產品包裝材料的消耗。

替換裝產品設計

- 在清潔劑的包裝設計和推廣方面，本集團持續開展直立袋替換裝產品的設計與上市，以降低對塑料的使用。

減少包裝空隙率

- 本集團在開發電商渠道產品時，會根據電商渠道對產品陳列面要求小，包裝緊湊、方便快捷運輸的特點開展包裝結構的優化，提高包裝內空間的利用率，降低單位產品的包材使用量。

優化包裝內襯材料

- 本集團持續跟進舊產品的包裝使用效率，通過減少部分隔卡格數，一瓶一格調整為兩瓶一格或四瓶一格等；或取消部分產品中盒直接裝箱的方式降低單位產品的包材使用量。



一、創新驅動，築牢發展根基

• 研發合作

面對信息全球化帶來的市場競爭，本集團充分利用外部資源，與上游供應商開展合作，形成雙向互補，以集體優勢贏得市場競爭。

本集團與第三方機構建立長期性的研發合作，開展特殊化學品在關鍵除味技術方面的攻關和應用，並定期舉辦技術交流活動。報告期內，本集團與第三方機構開展除味技術攻關，合作研製西蘭小白瓶、倔強的尾巴除味除菌噴霧(蜜桃)、西蘭多功能除味劑等產品。



戰略合作 — 特殊化學品在關鍵除味技術方面的攻關和應用

本集團亦注重加強與供應商的合作交流，我們通過與供應商開展考察交流，推進煤改油精制烷烴溶劑在殺蟲氣霧劑方向的應用，保持有效成分在靶標生物的鋪展與滲透力，優化活性成分的分散效果，改良產品的氣味體驗感。



供應商煤改油項目考察交流 — 開展煤改油新原料的應用開發



一、創新驅動，築牢發展根基

• 行業標準參與

本集團積極參與行業標準的制定，為規範行業發展方向貢獻力量。報告期內，本集團協同行業協會制定《家用衛生殺蟲用品安全通用技術條件》(GB 24330-2020)、《綠色設計產品評價技術規範家用衛生殺蟲用品》(T/CNLIC 0011-2020)，並參與《盤香製造業綠色工廠評價要求》團體標準制定啟動會、《輕質蚊香》團體標準制定啟動工作會議。



《盤香製造業綠色工廠評價要求》
團體標準制定啟動會



《輕質蚊香》
團體標準制定啟動工作會議

• 創新獎項

本集團持續加大開發新產品及創新技術投入，以適應不斷變化的消費者喜好，並同時以創新家居生活方式解決方案影響市場趨勢。報告期內，我們憑借新產品、新品牌，獲得業內外高度認可，進一步擴大了品牌影響力。

- 2020中國創新勢力榜最具創新力品牌、最具投資價值品牌
- 第11屆金鼠標數字營銷大賽最具創新精神銀獎
- 蟑螂誘殺技術獲廣東省輕工業聯合會科技進步三等獎
- 超威生物技術研發團隊入選荔灣區創新創業「高端團隊」
- 威王管道通獲中國輕工業聯合會升級消費品（輕工第七批）
- 超威捕蟑屋獲中國輕工業聯合會創新消費品（輕工第七批）



一、創新驅動，築牢發展根基

1.2 數字化轉型

順應信息科技時代互聯網大數據和智能化的發展趨勢，本集團積極推進數字化轉型工作，提高運營管理的效率，捕獲新的市場機會。我們通過搭建包括消費者數據平台、分銷商數字化平台以及供應鏈數字化平台在內的數字化運營系統，擁有了全場景及業務流程的數字化運營體系，實現了業務流程的數字化運營，全面覆蓋消費者、產品、訂單、生產、物流、營銷、研發等各業務環節。

- 消費者數據平台

本集團全面、實時收集及分析全渠道的線上線下消費者數據。我們通過在線用戶數據採集系統與第三方電商平台進行線上用戶數據實時互聯。此外，我們運用線下用戶數據採集系統與大客戶和銷售點的數字化系統實現線下用戶數據互聯。

- 分銷商的數字化平台

本集團建立了面向分銷商一體化的數字化管理系統，該系統由面向分銷商的電子商務平台（立購台）、分銷商內部數字化運營平台（立購盈）、和分銷商面向銷售點的管理平台（立購窗）三部分組成，通過內部數據打通，對分銷商的進銷存實現精準和實時的管理。通過立購台，分銷商可以實時訂購商品、政策及最新產品動態；通過立購盈，分銷商可以將內部的訂單管理、商品管理、庫存管理、配送管理、營銷管理、費用管理、門店管理、人員管理等平台上統一運作，提升分銷商內部運營管理水平；通過立購窗，分銷商圍繞銷售點開展相關服務工作。2020年COVID-19疫情期間，我們通過分銷商的數字化平台成功召開了多場數字化線上訂貨會，成功解決了在疫情期間分銷商無法開展線下展銷會的困境。

- 供應鏈的數字化平台

本集團內共計100家供貨商都接入了我們的供應鏈數字化平台。我們通過SRM系統將採購訂單、庫存數據、產能、模具等協同管理，構建高效的供應鏈管理體系以及快速應變的能力。同時，我們通過構建生產計劃管理平台，實現供應鏈全業務的計劃協同體系，並通過ERP系統，將供應生產進行數字化，確保生產的有序開展。



一、創新驅動，築牢發展根基

1.3 知識產權

本集團嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》及《中華人民共和國著作權法》等知識產權保護法律法規，制定併發佈《專利管理制度》《商標管理制度》及《著作權管理制度》。本集團法務部負責管理商標、著作權、專利等知識產權的申請、使用及維護等工作。此外，我們嚴查侵權行為，在日常管理中注重加強相關人員的知識產權保護意識，保障集團的無形資產不被侵害。報告期內，本集團共申請181項商標權，獲得17項商標權授權。截至2020年12月31日，本集團現有商標總量為536項。



二、品質升級，引領美好生活

高質量和高可靠性是本集團對產品與服務承諾的不懈追求。我們持續推出多品類的產品，打造覆蓋產品全生命周期的質量管控體系，並不斷提升客戶服務水平，加強產品的參與感和體驗感，滿足產品的個性化和社交化需求，為消費者提供一站智慧生活方式，引領美好生活。

2.1 質量為先

本集團的產品主要用於普通家庭環境且可能與消費者直接接觸。因此，我們制定並遵循《質量目標管理辦法》，設定每年度的質量目標與相關保障方案，並在整個產品生產過程中執行嚴格的安全及質量控制標準和措施，整體涵蓋了原材料供應鏈、物流、產品加工、存貨及銷售渠道，以確保產品的全面安全和高質量。報告期內，本集團擁有一支41人組成的質量控制隊伍，並配備了先進的檢測儀器，可提供更高效的測試能力，以確保產品質量及可靠性。

- **產品開發質量控制**

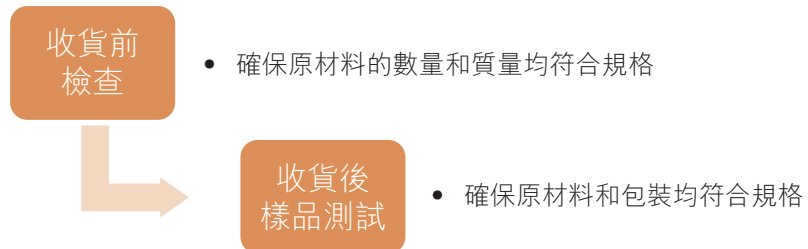
本集團的質量控制始於產品開發的初始階段。我們的質量控制部門與研發團隊協作緊密，根據相關法律法規及行業標準評估每種產品的有效性。同時，我們基於測試驗證開發過程樣品的穩定性數據與性能數據，並編製內部報告，列明實驗方法與結果的詳情，幫助評估相關產品的有效性。



二、品質升級，引領美好生活

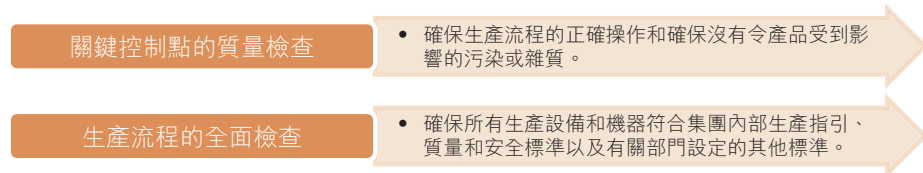
• 原材料質量控制

為了保證原材料質量，本集團僅向通過質量及可靠性評估的認可供應商採購原材料，並在收貨前和收貨後進行相應檢查，當供應商所供應的原材料未能達到我們的質量標準時，均會退回給供應商。報告期內，本集團依據《供應商開發與准入管理制度》與《供應商日常管理制度》開展原材料質量控制相關工作。



• 生產質量控制

本集團在產品生產過程中嚴格遵守所有的相關標準和法規，包括國家、行業標準以及集團內部質量標準：《產品質量管理目標》和《消殺產品質量保證方案》。我們的番禺基地和安福基地均已通過國際認證機構英國標準協會(BSI)頒發的ISO 9001質量管理體系認證。我們亦會對整個生產流程的關鍵控制點與生產流程進行檢查，以持續監管和提升質量管控能力。



番禺生產基地質量管理體系審核報告



安福生產基地質量管理體系審核報告



二、品質升級，引領美好生活

製成品質量管控

本集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》，開展製成品質量管控，同時，我們在生產設施內訂有內部測試程序。在產品裝運發貨前，我們會對第三方製造商加工的產品進行樣品測試並由內部質量保證團隊對每一批製成品進行抽樣檢查。此外，我們製成品倉庫採取了有效的安全措施，以最大限度降低製成品發生火災、水損等風險帶來的危害。報告期內，本集團在國家各級產品質量檢驗部門進行的126輪抽樣檢驗中，合格率均達到了100%。

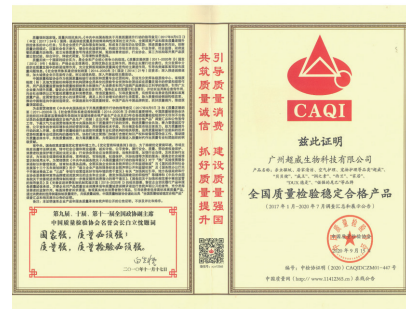
產品物流運輸質量管控

本集團將大部分產品運輸委託給獨立的第三方物流服務承運商，並與之簽訂戰略物流服務協議。我們根據準時交貨的頻率、運輸能力、分銷網絡及整體服務質量評估我們的物流服務供應商。報告期內，我們並無發生任何重大延誤或產品處理不當的情況。

本集團嚴格的全生命周期產品質量管控能力獲得了外部高度認可。報告期內，本集團在2020年質量月活動中被中國質量協會授予了「全國質量誠信標桿企業」的稱號，同時我們的產品也被評為「全國質量檢驗穩定合格產品」。



全國質量誠信標桿企業證書



全國質量檢驗穩定合格產品證書



二、品質升級，引領美好生活

2.2 責任營銷

- **品牌與營銷**

在營銷合規方面，本集團採用多品牌及多產品類別策略，以針對不同消費者群體的各類產品類別開發不同的品牌。我們在營銷過程中，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規，確保品牌產品在宣傳過程中的合規性和規範性。同時，遵循《中華人民共和國價格法》《中華人民共和國電子商務法》等法律法規，履行消費者權益保護、環境保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務。

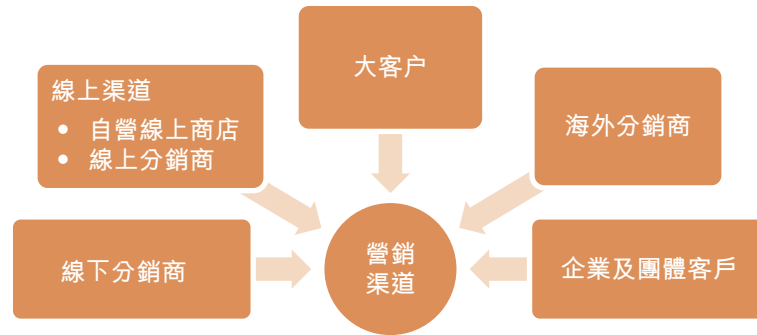
我們在進行產品宣傳及售賣前，會通過專業的平台質量認證，以獲得產品質檢證書、生產許可證、產品出廠合格證和質量保證書。對於宣傳物料、語言和方式有專門的管理流程，會通過法務部和市場部的審核後，統一製作並投放。

在營銷渠道方面，本集團以數字化及社交工具為核心，推行千人千面的營銷策略。我們已建立強大的全渠道銷售及分銷網絡，滲透於線上和線下渠道：

- **線下分銷商**：深入滲透一至五線城市的線下分銷商，分銷商將我們的產品轉售給當地大賣場、超市、便利店、地方雜貨店、加油站及其他小商販。截至2020年12月31日，我們在全國擁有超過1,200家分銷商，約62萬個銷售點。
- **大客戶**：我們通過立白集團向線下大客戶進行銷售，這些大客戶包括全國及地區性大賣場、全國及地區性超市、百貨商場及全國及地區性連鎖便利店。
- **線上渠道**：(1)通過自營線上商店的直接銷售，包括天貓、京東及拼多多等主要電商平台；及(2)對線上分銷商的銷售，第三方線上分銷商包括其在天貓、京東、拼多多、唯品會、網易嚴選及蘇寧易購等線上商店。
- **向海外市場出口**：包括22個國家或地區的海外分銷商的銷售。
- **企業及團體客戶**：主要包括酒店、航空公司、藥店及其他公司。



二、品質升級，引領美好生活



在營銷活動方面，本集團致力於圍繞培育市場、教育消費者、創造消費者需求、以及重塑消費者行為和生活方式等方面，開展市場推廣和品牌營銷活動。報告期內，本集團通過在電視平台、互聯網和社交媒體平台投放廣告，以幫助提升我們的自身的品牌和目標客戶群中的產品知名度；我們也通過分銷商及大客戶在超市開設品牌形象店，旨在通過使用標準化和現代化的裝潢及設計凸顯產品及品牌故事。

- 與知名IP跨界合作，例如與迪士尼合作：開展直接面向年輕家庭的「威王大少廚，閃耀迪士尼」活動
- 與其他行業的跨界合作，例如與知名網約車服務提供商合作：提供我們的消毒產品供客戶免費使用
- 與社交媒體平臺合作，例如在抖音上將驅蚊融入開杠辯論話題，通過趣味性來展示產品特性；貝貝健搶佔微博母嬰話題流量，並獲得「數字營銷最具創新精神品牌獎」
- 與電商平臺合作，如天貓雙十一購物節銷售活動，京東618
- **消費者數據和隱私保護**

根據產品出售給終端消費者的方式及渠道，本集團對在不同渠道的營銷活動中會涉及到對不同類型消費者數據的收集。

- 自營線上商店：訪問消費者的網絡身份信息、地址及聯繫信息和交易歷史
- 分銷商：通過分銷商經消費者獲得的若干消費者行為數據
- 會員體系：收集消費者如年齡、性別、及教育程度等人口統計數據、產品偏好及消費頻率等消費者數據



二、品質升級，引領美好生活

本集團致力於保護消費者的個人資料及隱私，我們始終嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《電信和物聯網用戶個人信息保護規定》等國家法律法規，同時內部制定了《信息安全管理制度》，保護消費者的個人資料及隱私。我們已採取安全政策和措施，並提供數據保護和各種保障措施的技術支持，確保消費者的資料安全。我們遵循國際信息安全體系標準ISO 27001和國家標準GB/T 22080-2016，部署行為管控、防火牆和殺毒軟件等。此外，結合知名廠商提供的數據庫審計、高強度防火牆及安全加固，我們定期組織測試系統的安全掃描。我們還為員工制定了一套數據保護政策，要求他們共同遵守信息安全規範，確保業務過程中涉及的相關信息的安全。報告期內，本集團未接獲有關消費者數據和隱私洩露方面的投訴或訴訟案件。

2.3 客戶服務

本集團致力於為客戶提供優質的服務體驗。對於線下問題，接到投訴後，我們會第一時間聯繫線下的銷售人員，了解情況，並根據問題的嚴重性，進行反饋或現場解答；對於線上問題，我們設有客戶服務熱線，專門的客服人員團隊會給予相應的解答。報告期內，本集團共發生1起因品質問題而產生的退回情況；共收到60宗投訴，均與產品有關，處理率達到了100%。我們的客戶團隊會記錄所有諮詢、反饋及投訴，以及相關調查結果或解決措施。必要時，我們會啟動相關的產品召回程序。

類別	總數	處理得當投訴數目	處理得當投訴百分比
產品及服務投訴	60	60	100%



三、以人為本，助力員工發展

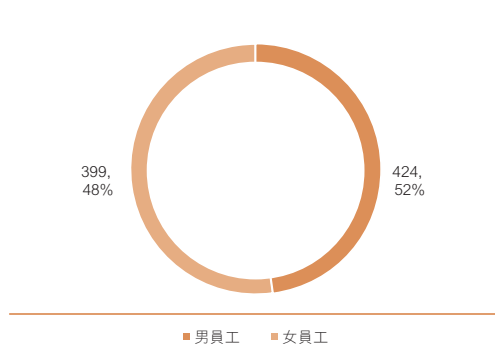
人才是企業經營與發展之根本。本集團視員工為企業最有價值的資產，高度重視人才的發展，充分尊重和保護每一位員工的基本權益，全面優化激勵體系，關注員工安全與健康，構築企業與員工和諧發展、良性互動的工作氛圍，打造認同企業文化，具有企業家精神的人才梯隊，推動員工與企業共同成長。

3.1 僱傭概況

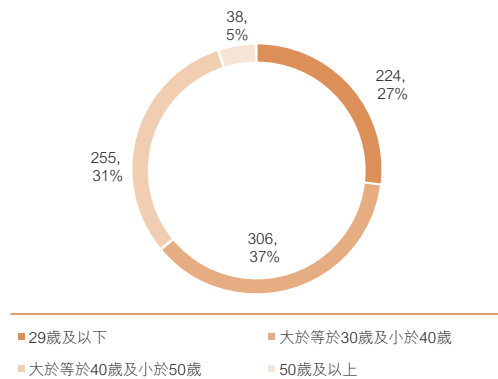
本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，制定了《人力資源規劃管理制度》《員工手冊》《招聘管理制度》《員工績效管理制度》《員工考勤管理制度》《員工福利管理制度》等內部政策，嚴格遵守招聘準則，確保聘用的員工均達到合法工作年齡，杜絕僱傭童工和強制勞工的行為，全面保障員工在招聘、晉升、離職、工作時數、薪酬福利等方面的合法權益。

本集團堅持實施人才多元化與共融發展，在積極吸引外部優秀人才的同時，始終注重加強內部的培養和提升，積極維護女性權力，為殘障人士提供就業機會，並平等對待每一位員工，包容員工各方面的差異性。截至2020年12月31日，本集團員工人數共計823人，其中女性員工399人，佔比48%，女性高級管理層8人，佔高級管理層比例的22%，僱傭殘障人士9人。報告期內，員工總體流失率為21%。具體僱員分佈情況如下：

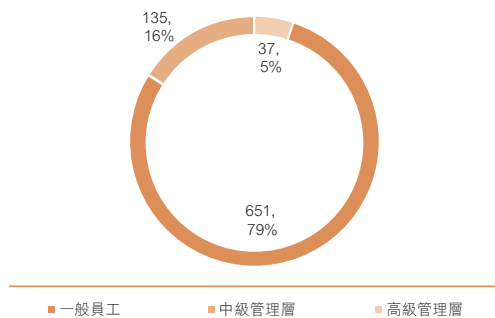
按性別劃分



按年齡劃分



按職級劃分





三、以人為本，助力員工發展

3.2 員工發展

員工持續的成長與發展是企業實現戰略目標的重要保障。本集團針對管理、專業和銷售三類不同崗位序列員工，設立暢通的橫向流動和縱向發展的人才選拔機制，制定科學合理的職務等級體系和多渠道晉升體系。同時，我們堅持聰明、皮實、樂觀、自省、不裝的人才培養理念，持續加強對人才培養的投入，制定並嚴格落實《培訓管理制度》，完善培訓體系，通過成立朝雲學院，開展業務培訓和季度賦能，對全體員工進行專業化、系統化、定制化的培訓，幫助員工提升自身知識水平，確保每一位員工能夠在工作中提升自我，實現自我價值。

• 朝雲學院

為了打造強賦能、共建式、學習型組織，本集團成立了朝雲學院，並提供掌門課、長纓計劃、新員工入職培訓、超威星成長計劃、業務培訓等賦能課程，驅動員工和管理層主動地根據組織能力的要求提升個人職業發展和專業技能。

掌門課

- 推選出各中心最高領導者，為全公司員工賦能自身成長方法及文化認可，使得全員對領導層、公司文化，及自身發展規劃有更清晰的方向，並堅定與公司前行。

長纓計劃

- 長纓計劃的核心在於打造及儲備數字化人才。通過外部講師與內部月度實戰戰訓結合的方法，快速提升數字化理解，讓員工隨處運用在日常工作中，高效解決可優化的問題。

新員工入職培訓

- 對新員工進行企業文化及相關工作相關要點培訓，讓員工理解公司使命願景價值觀，認識公司相關必要信息，加強員工對企業之間的信任感，實現思想同頻，與公司共同為統一目標奮鬥。



三、以人為本，助力員工發展

超威星成長計劃

- 超威星成長計劃通過訓練營來培養員工的理論知識與團隊協作能力，提供一線實踐機會並對業務技能進行長達10個月的實操機會。學員均有專屬的導師，提供量身訂造的成長方案和績效考核。

業務培訓

- 根據業務部門需求開展業務培訓、季度賦能活動，實現團隊之間近距離溝通，高效推進戰略共識和落地。



朝雲學院開學典禮



朝雲集團掌門人傳授秘籍



長纓計劃培訓活動



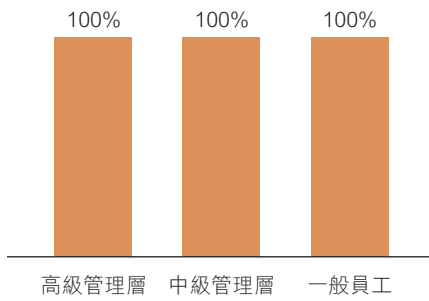
季度賦能培訓



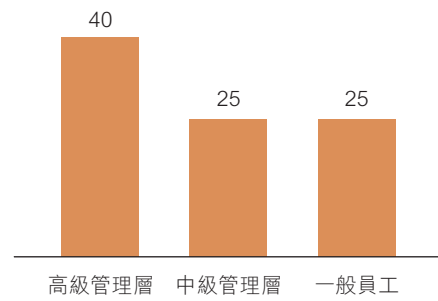
三、以人為本，助力員工發展

報告期內，本集團總受訓人數達1,051人次，各類別受訓比例及人均受訓時數如下：

按僱員類型劃分的受訓僱員百分比



按僱員類別劃分的每名僱員受訓的平均時數(小時)





三、以人為本，助力員工發展

3.3 健康安全

本集團嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，致力於為員工打造一個健康安全的工作環境。報告期內，本集團制定《職業健康管理制度》《員工安全行為規範》《現場作業安全操作規程》等內部政策和管理規範，明確職業健康工作的負責人以及具體工作內容，並提出職業健康預防控制措施。在各生產基地，我們已制定在防火安全、操作安全、倉儲安全、因工受傷及應急和疏散程序等方面的一系列指引程序，並為生產基地員工提供合適且必須的勞保用品，如耳塞、保護衣及面罩等，以確保生產過程的安全防護。同時，我們定期對各生產基地開展安全培訓和宣貫，並通過開展應急演練防範風險。報告期內，本集團未發生重大死傷安全事故，並通過ISO 45001職業健康安全管理体系認證。

盤蚊車間應急疏散演練

為了提高車間員工緊急逃生技能，增強員工緊急情況應對能力，降低安全風險。報告期內，本集團開展盤蚊車間應急疏散演練，安環健科、盤蚊車間約80人參加演練。此次疏散演練過程通暢有序，未發生推搡、擁堵和摔倒現象，演練開始到全員疏散用時1分25秒，疏散員工全部成功撤離事故現場，達到了預期效果。本次疏散使員工具備了緊急情況逃生能力，提高了本集團緊急情況應對能力，積累了寶貴的實踐經驗，為後期的安全生產和消防安全管理提供了依據。



消防演練



安全培訓



三、以人為本，助力員工發展

本集團亦高度重視員工在辦公區域的健康與安全，自COVID-19疫情發生以來，我們積極響應國家應急管理部、湖北省、廣東省及相關專業機構的關於防控冠狀病毒感染的肺炎的防控指引，加強責任監管與科學部署，通過嚴防死守、多措並舉，全面做好疫情防控，全面保障員工的健康安全。為了科學復工，我們為員工儲備了充足的抗疫物資，通過設置辦公消毒點，常備消毒產品，派發口罩，保證用餐安全等措施，協助員工做好科學防控和自我保護，實現高效復工復產和健康有序的持續運行。



派發防疫物資

3.4 員工關愛

本集團立足員工需求，為員工提供優質、便捷的工作環境，持續深入與員工進行溝通交流，營造和諧溫暖的職場氛圍，提升員工工作幸福感。

- **薪酬福利**

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國最低工資規定》等僱員薪酬福利保障的相關法律法規，並依此結合本集團實際情況制定了薪酬激勵政策，為員工提供每年定期的薪酬增長機制，並根據業績為員工提供浮動薪酬激勵。我們亦嚴格執行《員工績效管理制度》，依據「顧全大局、科學合理、公開透明、綜合考核、簡單有效、共贏擔當、結果導向」的總指導原則，推動本集團績效管理的規範化、科學化，建立高效的績效管理體系，公平客觀地評估員工的工作貢獻，促進部門和員工績效表現。此外，本集團制定了《員工福利管理制度》，為員工提供包括社會保障福利、帶薪休假福利、員工健康福利在內的八項福利。



三、以人為本，助力員工發展

社會保障福利	帶薪休假福利	員工健康福利	節日／ 祝賀禮金（禮品）
<ul style="list-style-type: none"> • 社會保險 • 住房公積金 • 商業保險 	<ul style="list-style-type: none"> • 法定節假日 • 法定假期 • 其他帶薪假期（年假、婚假、產假、陪產假等） 	<ul style="list-style-type: none"> • 新員工入職體檢 • 年度體檢 • 員工健康講座 	<ul style="list-style-type: none"> • 春節開門利是 • 中秋 • 三八婦女節 • 結婚 • 生育 • 生日禮金（禮品）
各類慰問金	產品類福利	伙食／住宿	內部超市
<ul style="list-style-type: none"> • 員工住院慰問 • 員工家屬喪葬慰問金 	<ul style="list-style-type: none"> • 福利品 	<ul style="list-style-type: none"> • 用餐補貼 • 員工宿舍 	<ul style="list-style-type: none"> • 公司所有產品折扣購買

本集團福利體系

- **員工溝通**

本集團重視民主溝通，建立了「自上而下、自下而上」的雙向溝通機制，通過員工開放日、月度例會、釘釘群等幫助公司管理層和員工之間建立多重溝通渠道，有效提高民主溝通的積極性。



三、以人為本，助力員工發展

- 員工活動

本集團不僅向員工提供有競爭力的薪酬福利，我們亦心系員工，重視員工工作與生活的平衡。報告期內，本集團通過線上線下相結合的方式，開展20餘場企業文化活動，讓辦公室人員和非常駐辦公室人員均能參與公司文化活動，增強員工凝聚力和歸屬感。



聖誕節活動



中秋節活動



618狂歡活動



雙十一能量派對

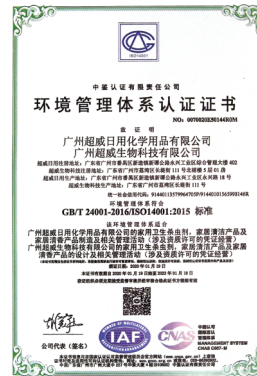


四、綠色發展，應對氣候變化

我們深刻認識到環境保護與企業可持續發展的重要性，隨着國家「碳達峰」、「碳中和」的目標提出，本集團將於「十四五」時期不僅注重產品對居家健康、便捷生活方式的改善響應，也同時積極從源頭規劃設計，逐步減低產品以及生產活動、生活使用過程對環境資源的消耗與影響。我們將持續貫徹綠色發展理念深入產品製造的各個環境，提高能效、減少排放，積極應對氣候變化帶來的挑戰和機遇，助力「碳達峰」、「碳中和」目標的實現。

4.1 環境管理

本集團堅持綠色發展理念，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》，通過開展系統性環境管理體系建設、制定全面的《環保管理制度》，積極推進綠色生產，不斷提升本集團的環境管理水平 and 環境績效表現。報告期內，我們的番禺生產基地和安福生產基地均已在環境保護方面獲得 GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015 環境管理體系認證。我們亦對產品生產工廠以及供應鏈上下游工廠進行定期整體運營風險評估，包括生產、財務、設備、質量、倉儲、安環健、人力、企業社會責任等方面，覆蓋本集團全部產品範圍。



環境管理體系認證證書



四、綠色發展，應對氣候變化

4.2 綠色生產

本集團根據國家環境保護法規、標準的要求，和處理技術的更新，不斷對廢水、廢氣、固體廢棄物處理系統進行迭代優化，並通過科學設計和設備控制，降低各種污染物對於環境的影響。

• 廢水排放

本集團嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》《城鎮排水與污水處理條例》《排污許可管理辦法(試行)》及地方的污水排放標準，嚴禁將未經處理的廢水排進自然水域。我們已在各生產基地安裝污水處理設施，用於預處理產品生產過程中產生所有污水，直至其質量達到官方標準或污水處理承包商指定的相關標準，再交由污水處理承包商進行進一步處理和排放。

我們亦建立了24小時在線監控系統，監控污水中的化學需氧量(COD)、氨氮(NH₃-N)、pH和污水流量，並將分析檢測記錄提交省環境監管機構的報告平台。報告期內，番禺生產基地和安福生產基地的廢水排放濃度均符合相關污水綜合排放標準(GB 8978-96)。此外，我們也在生產基地建設有水庫，以控制發生污水處理設備異常時的污水排放問題。我們積極提倡節約用水，提高新水的循環利用率以減少廢水的排放，並定期對排放情況進行監督。

2020年廢水排放參數

	單位	標準 ⁽¹⁾	番禺基地	安福基地
化學需氧量(COD)	mg/L	300	35	27.6
氨氮(NH ₃ -N)	mg/L	30	14.6	0.385

註： (1) 污水綜合排放標準(GB 8978—96)



四、綠色發展，應對氣候變化

• 廢氣排放

本集團嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》開展廢氣排放管理工作。我們在生產過程中產生的氣體主要包括二氧化硫(SO₂)、氮氧化物(NO_x)及顆粒物，生產的儲罐和測量罐中也會含有若干化學物質(非甲烷碳氫化合物)，以上氣體均會經過吸收塔吸收、燃燒或淨化後排放。我們對管道和設備進行年度定期洩露檢測和維修，以減少無組織排放。

2020年廢氣排放參數

	單位	標準	番禺基地	安福基地
二氧化硫(SO ₂)	mg/m ³	300 ⁽¹⁾	-	62
氮氧化物(NO _x)	mg/m ³	300 ⁽¹⁾	-	87
易揮發有機物	mg/m ³	30 ⁽²⁾	0.086	-

註： (1) 大氣排放物綜合排放標準(GB 16297-96)
(2) 家具製造行業揮發性有機化合物排放標準(DB44/814-2010)

• 固體廢棄物排放

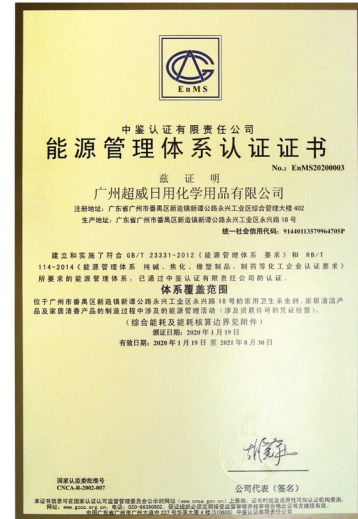
本集團嚴格遵守《中華人民共和國固體廢棄物污染環境防治法》和內部《固體廢物及洗消廢水處理程序》，持續規範和減少廢棄物排放。我們在生產過程中產生的有害廢棄物主要為裝有氯氟醚菊酯母液和四氟甲醚菊酯母液的原料包裝桶，這些有害廢棄物均集中並儲存在鋪設環氧樹脂塗層防滲地板的專用儲存區中，並由合格承包商收集和處理；無害廢棄物主要包括殘渣、灰泥及生活固體垃圾，生活固體垃圾由城市衛生部門收集並清理，其他無害廢棄物由合格承包商收集並清理。



四、綠色發展，應對氣候變化

● 節能降耗

本集團的番禺基地和安福基地均已獲得了GB/T 23331-2012能源管理體系認證，我們的環境保護、健康和安團隊(EHS團隊)已為每種產品都設定了相應的能源消耗目標，衡量生產每單位產品時對燃料或電力的使用情況，報告期內，我們已達到能源消耗目標。關於水資源，我們建立了雨水回收和中水回用系統，來降低生產生活過程中對水資源的消耗。



能源管理體系認證證書

● 包材使用

本集團的包裝材料主要為紙板箱及特定容量的PET和PE瓶。在研製過程中，我們充分考慮了包裝材料對人體健康和環境的影響，選用了無毒、無害、可降解或者易回收的材料。在包裝材料的使用過程中，我們對紙板箱進行了部分回收再利用，選用的PET和PE瓶也符合中國回收標準的1號、2號和4號再生塑料產品。我們募集專業的產品包裝研究人員，對包裝材料降耗和結構輕量化進行研究，已獲得多項關於包裝的發明專利。



四、綠色發展，應對氣候變化

4.3 綠色辦公

本集團通過行政管理知識培訓的方式，培養員工節能減排的綠色意識。報告期內，我們不斷更新綠色辦公新模式，通過各種舉措，降低日常的運營消耗，與所有員工一道共同給打造低碳節能的辦公環境。

- 無紙化辦公**
 - 提倡無紙化辦公，本集團內部流程通過雲平台進行辦理，進行線上審批
- 減少員工差旅**
 - 在COVID-19疫情的背景下，積極推動在線辦公、在線會議的方式，減少員工差旅
- 減少能源消耗**
 - 提倡員工雙面打印，對於單面打印的紙張，進行背面的重複利用
 - 在辦公區域的照明安裝了LED，減少電能的消耗
 - 要求員工在離開辦公室時，關閉所有照明燈和電器，以減少不必要的能源消耗
 - 鼓勵員工搭乘公共交通通勤，也同時提供廠車，減少員工使用私家車的頻率，在節能減排的同時為員工提供方便
- 環保意識培養**
 - 在辦公區域張貼隨手關燈小貼士



四、綠色發展，應對氣候變化

4.4 環境績效

關鍵績效指標	2020年	單位
直接能源使用		
汽油	8,571	升
柴油	4,673	升
間接能源使用		
總耗電能	2,290,725.5	千瓦時
能源消耗		
直接能源消耗	15.27	噸標煤
間接能源消耗	281.53	噸標煤
綜合能源消耗	296.80	噸標煤
能耗密度	0.1744	噸標煤／百萬元人民幣
溫室氣體排放		
範疇一溫室氣體	32.12	噸二氧化碳當量
範疇二溫室氣體	1,205.51	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放總量(範疇一+範疇二)	1,237.63	噸二氧化碳當量
溫室氣體排放密度	0.7271	噸二氧化碳當量／百萬元人民幣
水資源		
總用水量	32,166.83	噸
水耗密度	18.90	噸／百萬元人民幣
綜合污水排放量	29,493.55	噸
污水排放密度	17.33	噸／百萬元人民幣
廢棄物		
無害廢棄物總量	37.06	噸
無害廢棄物排放密度	21.77	千克／百萬元人民幣
有害廢棄物總量	54.78	噸
有害廢棄物排放密度	32.18	千克／百萬元人民幣
廢氣排放物		
硫氧化物	2.15	噸
氮氧化物	3.08	噸
顆粒物	3.22	噸
包裝耗材		
包裝物料總量	3,215	噸
包裝物料密度	1.89	噸／百萬元人民幣



四、綠色發展，應對氣候變化

環境數據說明：

- 環境數據的收集時間覆蓋2020年1月1日至2020年12月31日；環境數據的收集範圍為本集團兩大生產基地安福生產基地和番禺生產基地，以及本集團位於廣州的總部辦公區域。
- 環境數據的密度計算使用2020年數據總量除以公司當年度的收益金額，以百萬元計。
- 溫室氣體排放（範疇一）主要來源為柴油和汽油，溫室氣體排放量（範疇二）來自外購電力。溫室氣體排放量的計算參照中華人民共和國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與報告指南（試行）》。
- 直接能源類型包括柴油和汽油，間接能源類型包括外購電力。能源消耗量的計算參照中華人民共和國國家標準《GB2589-2008T綜合能耗計算通則》。
- 無害廢棄物為辦公區域產生的辦公垃圾與生活垃圾。有害廢棄物主要為裝有氯氟醚菊酯母液和四氟甲醚菊酯母液的原料包裝桶。
- 總用水量統計包括本集團生產基地的生產用水以及本集團位於廣州總部辦公區域的桶裝水使用量。本集團總部辦公區域的市政用水消耗量因由大廈物業統一管理，其用水量無法單獨計量，故未納入本年度統計和披露範圍。
- 廢氣排放物數據主要來源於公務車輛的汽油消耗以及生產基地的廢氣排放監測數據統計。其中番禺生產基地的排放數據由工業園區進行統一排放、處理及集中監測，本集團並未記錄其廢氣排放水平和濃度，安福生產基地的排放數據由第三方檢測機構進行監測，報告期內其廢氣排放主要來源於租用本集團安福生產基地場區場地的上游供應商的生產排放。來自公務車輛汽油消耗的廢氣排放量計算參照香港聯交所《如何編備環境、社會及管治報告？》中的《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。
- 包裝耗材為產品生產所用的紙板箱和PET瓶。



五、攜手同行，共建責任生態

本集團長期致力於與合作夥伴攜手共同成長，通過不斷完善經銷商管理，加強供應商管理，打造良好、公平、透明的合作關係，營造與合作夥伴之間的良性發展環境，實現多方融合發展，互利共贏。我們亦在發展的過程中，積極支持和參與社會公益事業的發展，以實際行動助力社區發展，企業與社會的良性互動。

5.1 經銷商管理

規範經銷商管理，營造公正、公平、共同發展的廠商合作環境有助於落實本集團「千人千面、多品牌、多品類事業部，公司群的履帶式發展」戰略，夯實本集團的核心渠道競爭力。我們制定並遵循《品牌服務商管理辦法》，規範經銷商管理，積極開展經銷商培訓幫扶工作，提升經銷商管理水平。報告期內，本集團採取公開招商和定向招商相結合的方式，嚴格依據經銷商准入條件，對準經銷商進行評估。

運營基礎	公司化運營	誠信記錄	門店分銷覆蓋	其他要求
<ul style="list-style-type: none"> 經濟實力 經營經驗與能力 倉儲及運輸能力 鋪貨及門店覆蓋能力 	<ul style="list-style-type: none"> 組織架構完整性 人車配置、業務團隊的業務能力符合要求 	<ul style="list-style-type: none"> 誠信、數據、信息、披露的資料真實完整 	<ul style="list-style-type: none"> 分銷覆蓋門店應等於／大於準經營區域原品牌服務商分銷覆蓋門店數 	<ul style="list-style-type: none"> 經銷商對產品的態度和期望 對快速消費品的運作經驗 市場運作風格 市場公關策劃能力 在本地區的行業影響力

經銷商准入條件

針對已准入的經銷商，本集團進行開閉戶管理、區域調整管理、日常業務管理、運營管理等工作促進經銷商內部的轉型升級，建立經銷商團隊經營動力和活力的長效機制，打造服務型企業，落實營銷基礎建設。



五、攜手同行，共建責任生態

開閉戶管理	區域調整管理	日常業務管理	運營管理
<input type="checkbox"/> 准入管理	<input type="checkbox"/> 經銷商區域調整	<input type="checkbox"/> 更換合同主體管	<input type="checkbox"/> 經營區域管理
<input type="checkbox"/> 開戶管理	<input type="checkbox"/> 流程管理	<input type="checkbox"/> 理	<input type="checkbox"/> 沖貨、庫存管理
<input type="checkbox"/> 閉戶問題責任主 體及追責		<input type="checkbox"/> 變更倉庫地址、 新建分倉管理	<input type="checkbox"/> 公司化運營管理
<input type="checkbox"/> 閉戶管理			

經銷商管理

截至2020年12月31日，本集團擁有逾1,200家分銷商及約620,000個銷售點的線下網絡。為了加深與合作經銷商的業務交流、探討，加深合作關係，並針對新產品、營銷方案進行滿意度調查，助力公司業務拓展，本集團持續加強與經銷商的交流與賦能，開展經銷商培訓幫扶工作，高效解決合作過程中的問題，讓未來合作更順暢，更高效。

豫南經銷商消殺宣導會

報告期內，本集團舉辦豫南經銷商消殺宣導會議，針對全省51個客戶進行消殺新品推介培訓。通過現場樣品展示及渠道分銷、銷售模式創新等培訓工作的開展，確保了2020年豫南省區新品銷售指標達成率為213%。此外，本集團在宣導會議上，通過AC數據及核心區域KA、A類門店消殺月度銷售數據的分享，讓經銷商認識到在3月份打造消殺異形堆的重要性，將2連堆、4連堆產品數量、明細進行統一標準量化，形成可複製模式進行推廣。



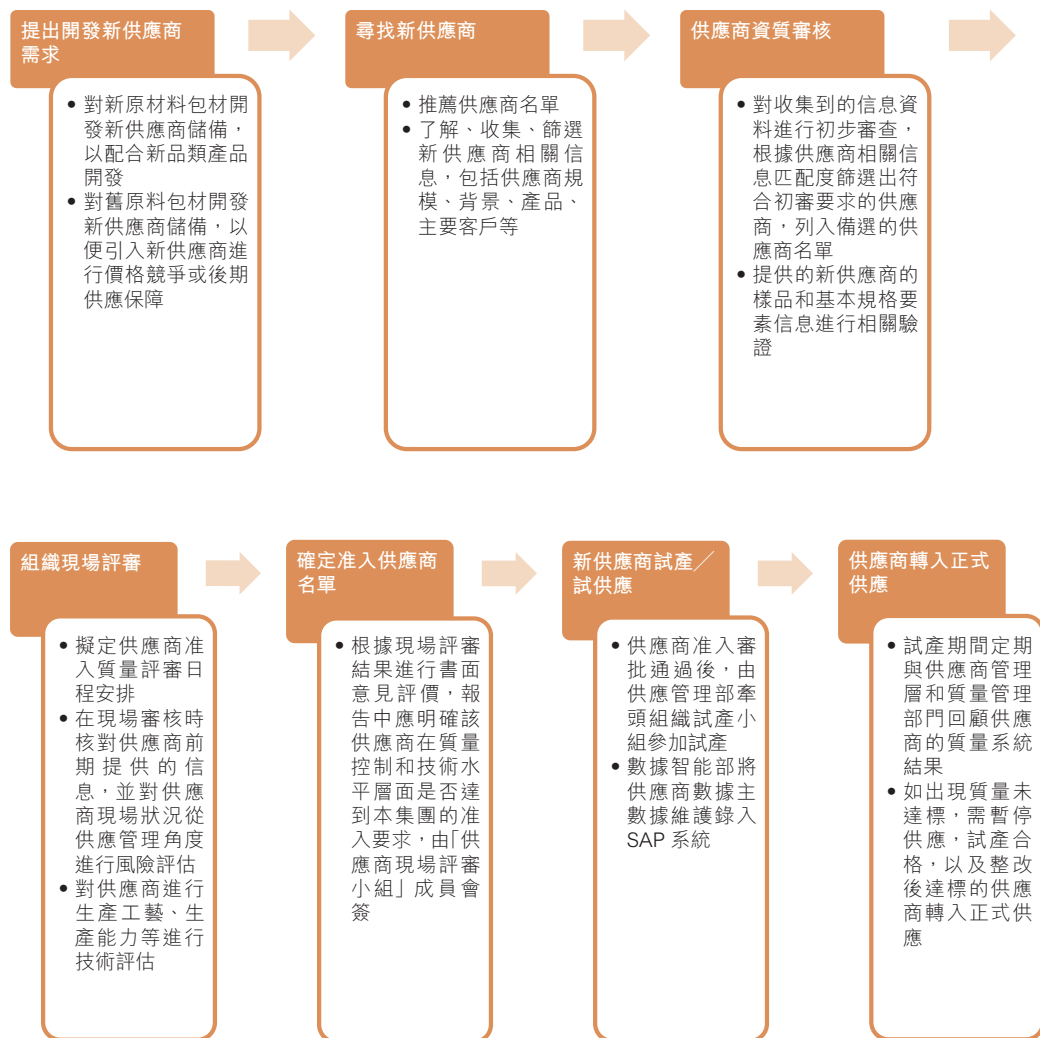


五、攜手同行，共建責任生態

5.2 供應商管理

本集團希望通過構建完善的制度體系，約束供需雙方的行為，建立一個健康、高效的供應鏈管理體系，並通過舉行供應商社會責任培訓，營造與合作夥伴之間的良性發展環境，實現融合發展和互利共贏。報告期內，本集團在供應鏈管理中重視對於供應商環境、社會風險管理。與合格供應商簽訂年度買賣合同時，加入了環境約定條款，向賣方提出環境／職業健康安全方面的要求；加入了文明公約條款，約定遵守誠信與道德的商務準則，建立反腐敗投訴溝通渠道，廉潔合作。

本集團制定並嚴格執行《供應商開發與准入管理制度》，組建研發、質量、採購代表的聯合評審小組，按照集團制定的18個關鍵評審要素評分細則，對新供應商實地開展現場考察、資質審查、背調工作，形成評審報告並交集團審批，審核後由供應商按集團要求提供改善行動計劃，限時核實改善實施情況與效果。



供應商准入流程



五、攜手同行，共建責任生態

針對正式供應商，本集團建立《供應商日常管理制度》，通過供應商月度考核、供應商年度綜合評價評估管控供應商履約表現，及時提出供應商淘汰或整改提升建議申請，確保供應商供貨的質量、成本、交期、服務等方面的能力符合我們的要求。

供應商月度考核	月度考核結果應用	供應商年度綜合評價	年度綜合評價結果應用
---------	----------	-----------	------------

根據原料包材議價結果、供貨的訂單回傳情況、到貨及時率、到貨合格率、使用過程及質量整改情況，重大事故反饋等情況對供應商進行分析評價。

根據評分、重大事故反饋及供應比例調整建議，要求供應商就不合格項目進行整改並提出改善建議，並跟進結果。

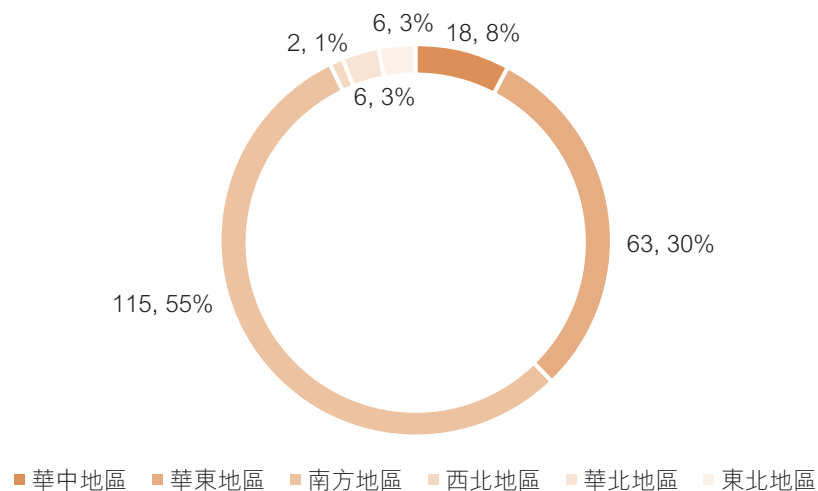
根據每年年初匯總供應商上年各月的綜合評分排名、供貨及時率、質量合格率等數據，撰寫《供應商年度綜合管理報告》，提出供應商淘汰或整改提升等建議申請。

根據批准後的《供應商年度綜合管理報告》，在SAP系統中鎖定不合格供應商，關閉不合格供應商下訂單通道。同時更新《合格供應商名單》，淘汰不合格供應商。

合作供應商評估

截至2020年12月31日，集團供應商總數為210家。報告期內，本集團新增供應商百分之百簽署《廉潔合作協議》。

按區域劃分供應商數目(單位：家，%)



報告期內供應商數目



五、攜手同行，共建責任生態

為加強與合作供應商的業務交流、探討，加深供需雙方合作關係，沉澱更多適配集團的優質供應商，助力公司業務拓展需要，本集團開展供應商交流與培訓活動，希望雙方正視並高效解決合作過程中的問題，促進雙方共同成長，合作共贏。

與供應商開展高層交流拜訪

報告期內，本集團合作額最大供應商－揚農股份高層，到訪本集團參觀交流。雙方就年度合作框架進行了回顧，並了解各自領域的發展情況和趨勢。在2020年原材料價格大幅上漲的背景下，基於雙方多年良好的戰略合作精神，產品供應繼續保持穩定。

召開供應商大會

報告期內，本集團供應鏈運營中心召集在四川眉山開展消殺工廠生產啟動會議，邀請了十餘家供應商參加，宣貫新的一年消殺產品合作要求及2021年的規劃，從生產、質量、合作等方面提出我們的要求，做好新的一年的工作部署。





五、攜手同行，共建責任生態

5.3 抗擊疫情

2020年初，全球遭遇新冠疫情，集團積極響應號召，組織力抗疫情。在疫情初期，本集團聯合立白集團向中國紅十字會總會捐贈抗疫物資，並自行配送到全國300多個城市，2,000多家新型冠狀病毒定點收治醫院。

積極開展抗疫物資馳援

報告期內，本集團組織統籌上下游復工復產，第一時間生產捐獻消毒除菌產品，利用雲端辦公系統、物流系統、整合專銷商渠道的配送能力，自行運送至中國300多個城市，2,000多家新型冠狀病毒定點收治醫院，支持一線抗擊疫情。捐贈的物資包括能夠有效清潔醫院病床床單、對新型冠狀病毒有滅活作用的威王大紅瓶84消毒液、威王除菌包、威王地板除菌清潔劑、威王家居消毒液、威王地板消毒液、潤之素抑菌洗手液、超威除菌潔廁、倔強的尾巴除味除菌噴霧、西蘭兒童口罩等。



聯合品牌經銷商，開啟「抗疫復學第一課」

報告期內，本集團聯合全國各地品牌服務商在全國開學季第一時間發起「守護校園安全，助力莘莘學子」消毒除菌產品捐贈公益活動，本集團浙江、湖北、湖南、黑吉、江西、安徽、廣西、魯西共8個省區品牌服務商聯合捐贈學校及教育機構達41所，捐贈消毒液數量2,685件，為約42萬名師生提供開學季的物資保障。



本集團抗疫物資愛心進校園

本集團旗下專業清潔除菌品牌產品威王84消毒液、威王除菌包、潤之素抑菌洗手液等為本次校園防疫公益捐贈行動的核心防疫產品。



五、攜手同行，共建責任生態

5.4 公益慈善

本集團始終堅信企業的進步與社會的發展是緊密相連的。在實現企業自身快速發展的同時，我們亦積極支持和參與社會公益事業的發展，致力於以實際行動回饋社會，促進企業與社會的良性互動。

朝雲公益行－助力鄉村教育

朝雲集團董事長陳丹霞擔任湖畔善契公益基金會理事長，2019年聯手馬雲公益基金會成功打造了全國首個鄉村寄宿制學校樣板，發佈了中國鄉村寄宿學校標準白皮書，致力於解決偏遠地區留守兒童上學難的問題。



Step 1
平台模式

可持續可複製推廣
的中國鄉村寄宿制學校
建設與管理模式

1 傳遞

Step 2
軟件推進

生活指導
心理關懷
均衡營養
豐富課餘
教師成長

5 有愛

Step 3
硬件改造

食堂
寢室
教室
少年宮
趣玩中心
運動中心

3 溫馨

生活環境 學習環境 趣玩環境

三大環境 五大項目 一個模式



五、攜手同行，共建責任生態



朝雲集團加速推進兒童科普教育進程，傳播蚊媒傳染病防控知識

本集團積極利用專業優勢，推動中國家庭衛生領域的改善，倡導兒童衛生、安全健康的新理念，廣泛傳播健康生活的新知識，促進兒童衛生健康的全面發展。本集團超威及貝貝健品牌連續六年聯合中國婦女發展基金會舉辦專門針對孩子的有害蚊蟲科普宣傳。超威及貝貝健品牌連續兩年贊助「好校長成長計劃」，開展防蚊驅護課堂，提升校長們的驅蚊防護意識，幫助校長們返校後給孩子們進行個人和校園安全驅護科普。





附錄一：朝雲集團適用法律法規及內部政策清單

範疇	主要法律法規	主要內部政策
環境	《中華人民共和國環境保護法》 《中華人民共和國水污染防治法》 《排污許可管理辦法(試行)》 《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》 《中華人民共和國大氣污染防治法》 《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》 《城鎮排水與污水處理條例》	《環保管理制度》 《固體廢物及洗消廢水處理程序》
社會	《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》 《中華人民共和國最低工資規定》 《中華人民共和國安全生產法》 《中華人民共和國職業病防治法》 《中華人民共和國消防法》 《中華人民共和國專利法》 《中華人民共和國商標法》 《中華人民共和國著作權法》 《中華人民共和國廣告法》 《中華人民共和國反不正當競爭法》 《中華人民共和國電子商務法》 《中華人民共和國刑法》 《中華人民共和國反洗錢法》 《中華人民共和國消費者權益保護法》 《中華人民共和國產品質量法》	《人力資源規劃管理制度》 《招聘管理制度》 《培訓管理制度》 《新員工入職與試用期管理制度》 《員工績效管理制度》 《員工守則管理制度》 《員工考勤管理制度》 《社保與公積金管理制度》 《超威員工手冊(2019版)》 《員工福利管理制度》 《員工安全行為規範》 《勞動合同管理辦法》 《勞動者職業健康監護及其檔案管理制度》 《職業病危害防治責任制度》 《職業病防治宣傳教育培訓制度》 《職業病危害事故處置與報告制度》 《職業病危害應急救援與管理制度》



附錄一：朝雲集團適用法律法規及內部政策清單

範疇	主要法律法規	主要內部政策
	《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》 《網絡交易管理辦法》	《勞動防護用品管理制度》 《現場作業安全操作規程》 《高風險作業管理程序》 《職業健康管理制度》 《危險源管理制度》 《安全檢查制度》 《化學品管理制度》 《安全生產承諾制度》 《供應商開發與准入管理制度》 《供應商日常管理制度》 《採購招投標管理制度》 《OEM廠開發與准入管理制度》 《OEM廠考核管理辦法》 《ODM產品引入評估管理辦法》 《品牌服務商管理辦法》 《工廠技術標準控制管理規定》 《產品質量管理目標》 《消殺產品質量保證方案》 《廉潔合作協議》 《專利管理制度》 《商標管理制度》 《著作權管理制度》 《超威公司質量事件處理辦法》 《信息安全管理辦法》



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標

2020環境、 社會與管治報告

A. 環境

層面A1

排放物

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： (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。	4.1 環境管理
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	4.4 環境績效
關鍵績效指標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）。	4.4 環境績效
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）。	4.4 環境績效
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）。	4.4 環境績效
關鍵績效指標A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	4.2 綠色生產 4.3 綠色辦公
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。	4.2 綠色生產

層面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。 資源可用於生產、儲存、運輸、樓宇、電子設備等。	4.2 綠色生產 4.3 綠色辦公
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）。	4.4 環境績效
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	4.4 環境績效
關鍵績效指標A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	4.2 綠色生產
關鍵績效指標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。	4.2 綠色生產
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。	4.4 環境績效



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2020環境、 社會與管治報告
層面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。	4.1環境管理 4.2綠色生產
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。	4.1環境管理 4.2綠色生產
B. 社會		
層面B1	僱傭	
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： (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。	3.1僱傭概況
關鍵績效指標B1.1	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。	3.1僱傭概況
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	3.1僱傭概況
層面B2	健康與安全	
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (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。	3.3健康安全
關鍵績效指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	報告期內，本集團
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	未發生重大死傷安 全事故
關鍵績效指標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。	3.3健康安全



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2020環境、 社會與管治報告
層面B3	發展及培訓	
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。	3.2員工發展
	培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	
關鍵績效指標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。	3.2員工發展
關鍵績效指標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。	3.2員工發展
層面B4	勞工準則	
一般披露	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。	3.1僱傭概況
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	3.1僱傭概況
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	報告期內，本集團未發生涉及勞工準則的違規事件
層面B5	供應鏈管理	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	5.2供應商管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	5.2供應商管理
關鍵績效指標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。	5.2供應商管理
層面B6	產品責任	
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤、私隱事宜以及補救方法的： (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。	2.1質量為先



附錄二：ESG報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		2020環境、 社會與管治報告
關鍵績效指標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。	報告期內，本集團未發生產品召回事件
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	2.3客戶服務
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	1.3知識產權
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	2.1質量為先
關鍵績效指標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。	2.2責任營銷
層面B7	反貪污	
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (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。	關於我們
關鍵績效指標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。	報告期內，本集團未發生任何有關貪污或舞弊的訴訟案件
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	關於我們
層面B8	社區投資	
一般披露	有關以參與來了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)。	5.3抗擊疫情 5.4公益慈善
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	5.3抗擊疫情 5.4公益慈善