

波司登  
BOSIDENG

波司登國際控股有限公司  
於開曼群島註冊成立之有限責任公司  
股份代號：3998

# 環境、社會 及管治報告

2020/21







**WE  
WARM  
THE  
WORLD**

我們溫暖全世界

**WE  
ARE  
BOSIDENG**

我們是波司登

# 目錄

- 
- |           |         |           |                  |
|-----------|---------|-----------|------------------|
| <b>2</b>  | 關於本報告   | <b>28</b> | 負責任供應鏈           |
| <b>4</b>  | 主席致辭    | <b>33</b> | 員工福祉             |
| <b>6</b>  | 績效回顧    | <b>42</b> | 社區投資             |
| <b>10</b> | 關於波司登   | <b>46</b> | 環境保護             |
| <b>14</b> | ESG管理方針 | <b>56</b> | 展望               |
| <b>21</b> | 產品品質    | <b>57</b> | 聯交所《ESG報告指引》內容索引 |
- 

# 關於本報告

本報告是波司登國際控股有限公司（「本公司」）發佈的第五份環境、社會及管治報告（「ESG報告」或「本報告」），前一份報告於2020年10月發佈。本報告秉承重要性、可量化、平衡性及一致性的原則，詳細披露了本公司及其附屬公司（統稱「波司登」、「我們」或「本集團」）在環境、社會及管治（「ESG」）方面的理念、實踐和績效。

## 編製依據

本報告依循香港聯合交易所有限公司（「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》（《ESG報告指引》）編製，披露內容符合《ESG報告指引》之「不遵守就解釋」要求。本報告同時參考了全球報告倡議組織（GRI）可持續發展報告標準、聯合國《2030可持續發展議程》。

本報告所披露的內容及數據均引用自本集團的內部記錄及文件。為了加強報告的代表性，2020年4月1日至2021年3月31日（「2020/21財年」或「本年度」）我們繼續聘請獨立第三方機構協助我們進行重要性評估，以期更真實、更客觀地反映本集團需高度關注的ESG議題，更全面地響應利益相關方的要求。

## 期限及範圍

本報告為年度報告，時間跨度為2020/21財年。為增強可比性，部分內容涉及以往年份。於報告日期已知的2021/22財政年度特別重要措施及事件亦包含在內。

本報告內容涵蓋的業務範圍主要為品牌羽絨服產品、貼牌加工（「貼牌加工」）產品、女裝及其它產品的原材料採購、外包生產及成衣銷售。考慮到羽絨服業務為本集團最主要的業務分部（約佔本年度集團總收入之80.5%），本年度我們仍將數據披露集中於羽絨服業務。如非另外提及，本報告中所披露的環境數據涵蓋範圍為本集團總部以及於中華人民共和國（「中國」）內地自營的品牌羽絨服零售店舖（包括專賣店及寄售網點）、物流中心和倉庫，本報告中所披露的社會數據涵蓋本集團的所有成員公司。待到將來可行時，我們將擴展披露範圍至非羽絨服業務。

有關本集團主要附屬公司的更多詳情可參考2020/21年年報。

## 獲取方式

閣下可登錄本公司官方網站（<http://company.bosideng.com>）及聯交所網站（<http://www.hkexnews.hk>）獲取電子版報告。為了更好地了解閣下的需求，提高報告的編製質量，向各利益相關方提供更有價值的信息，歡迎閣下通過電郵**bosideng\_ir@bosideng.com**聯絡投資者關係中心提出對本報告的任何意見或建議。我們歡迎任何意見，並承諾不會在未經允許的情況下向第三方透露閣下的任何資料。





# 主席致辭



## 可持續時尚， 礪行致遠見未來

2020年，我們度過了極不平凡又極其難忘的一年。全面建成小康社會取得偉大歷史性成就，第一個百年奮鬥目標圓滿完成。新冠肺炎疫情蔓延擴散，嚴重衝擊經濟全球化和民生福祉，深刻影響全球貿易格局和價值鏈重構，給世界經濟的復蘇發展帶來巨大的不確定性。

### 惟其艱難，方顯勇毅

磨礪始得玉成，奮楫方能前行。波司登深切認識到企業現代管理與可持續發展戰略的重要性，堅持把創新、協調、綠色、開放、共享的新發展理念融入企業戰略與發展實踐中，系統發力，提質增效，不斷夯實羽絨服專家定位。同時，全面對標聯合國可持續發展目標、「十四五」規劃和2035年遠景目標綱要，把企業社會責任作為推動可持續發展的驅動力，連續定期發佈環境、社會及管治報告，提升ESG管理與社會責任履責能力，攜手相關方創造更大的商業價值與社會價值，成為引領行業可持續時尚的領先力量。

### — 高品質產品溫暖美好生活

在雙循環新發展格局下，國內消費結構深度調整，消費者需求不斷變化，培育高端化、時尚化的自主服裝品牌，成為擴大內需市場、創造和引領消費新需求的有力抓手。波司登以消費者為中心，聚焦顧客價值、品牌建設、數智經營，推動產品領先、質量保障、設計賦能、精準開發，為全球消費者提供優質、健康、安全、環保的產品及服務，不斷提升中國品牌羽絨服的全球影響力與市場佔有率，賦能品牌價值增長。波司登羽絨服先後榮獲中國優秀工業設計獎金獎、ISPO Award全球設計大獎，2020年羽絨服規模總量全球領先。波司登的品牌認知率及第一提及率均處於服裝行業領先地位，並榮登Brand Finance「2021全球最有價值的50個服裝時尚品牌」。

### — 綠色發展打造可持續時尚

碳達峰、碳中和是中國對世界的莊嚴承諾，也是企業綠色轉型的戰略機遇。波司登積極探索綠色產品與可持續時尚之路，針對環保原料、綠色設計、智能製造、節能降耗、減少

## 主席致辭

污染、綠色物流與倉儲、廢物管理及包裝材料的控制等環節，採取有力措施推進碳排放量化和碳目標考核，推動企業智能化改造和綠色轉型進程，實力上榜中國首個「可持續時尚踐行者」名錄。發揮行業領軍者責任，面向合作供應商、加工廠、消費者倡導環境守法、開展節能減碳、助力綠色發展，減小自身以及整條價值鏈的環境足跡，實現能源資源消耗最小化，促進產品碳足跡持續優化，被工信部評選為第五批綠色供應鏈管理企業。

### — 創新引領推動產業鏈共贏

創新是時代精神的主旋律，個性化、差異化、品質化的消費需求，正從需求側牽引數字技術與實體經濟深度融合，持續擴大優質消費品、中高端產品供給。波司登加快研發創新、數智化轉型，供應鏈協作，產學研合作、技術推廣與分享以及參與行業標準制定等方式，打造行業領先的「互聯網+大數據+智能製造」供應鏈體系，以多產品線滿足時代主流消費需求。同時，注重推動本地採購，帶動供應商關注技術進步和標準提升，持續改善環境及社會責任表現，助力社會經濟發展。

### — 以人為本踐行領跑者責任

任何企業存在於社會之中，都是社會的企業。波司登將以人為本的觀念深植現代企業管理中，把對內成就員工、對外造福顧客、回饋社會、溫暖社群視為己任，不斷增強家國情

懷，肩負起民族品牌擔當作為的社會責任和創新領跑者的歷史使命。對內關愛員工，形成公平多元的職場氛圍，打造安全健康的職業環境，為每一位員工提供施展能力的舞台。對外發揮品牌優勢和產業特點，創造更多就業崗位，踐行品牌溫暖使命，投身公益慈善，助力疫情防控，為決戰決勝脫貧攻堅、全面建成小康社會、推動社會公平與和諧進步作貢獻。

### 踔厲奮發，篤行致遠

2021年是中國共產黨成立100周年和波司登創建45周年，站在「兩個一百年」奮鬥目標的歷史交匯點上，機遇與挑戰並存，憧憬與希冀同在。「波司登溫暖全世界」不僅是波司登人矢志不渝的初心使命，更代表了品牌對環境和社會的鄭重承諾以及履責能力，成為促進企業高質量可持續發展、邁向「百年品牌、千億夢想」的內在動力。

秉初心砥礪前行，善作為行穩致遠。波司登將傳承品牌基因，弘揚登峰精神，攜手全球合作夥伴和創新資源推動品牌升級、智能化改造、綠色轉型和數字化經營，坐實全球領先的羽絨服專家，助力社會治理創新與碳達峰碳中和行動，共創綠色低碳、節能環保的可持續發展的美好未來，在全球市場叫響「世界羽絨服，中國波司登」！

# 績效回顧

## 財務表現



收入  
**同比上升10.9%**  
至約人民幣135.2億元



毛利率  
**同比上升3.6個百分點**  
至約58.6%



股東應佔溢利  
**同比上升42.1%**  
至約人民幣17.1億元



每股盈利  
**上升41.8% (基本) 和42.6% (攤薄)**  
分別至人民幣15.98分 (基本) 和人民幣15.77分 (攤薄)



## 績效回顧

### 波司登品牌羽絨服業務表現



波司登品牌羽絨服收入  
同比上升18.9%  
至約人民幣99.9億元



線下門店總數  
共計3,686家



產品升級總共  
發佈八大系列  
產品



品牌羽絨服線上營收  
同比上升約54.3%

## 績效回顧

### 公司管治重點



組建由管理層領銜、跨部門協作的  
**可持續發展督導組**



對集團核心幹部  
**開展年度反貪污培訓**

### 環境責任重點



成功建立起符合ISO50001要求的  
**能源管理體系**



在阿拉善左旗通古淖爾嘎查營造20畝  
**生態灌木採種公益林**

## 績效回顧

## 社會責任重點



49%羽絨已獲得  
BLUESIGN®認證

95%羽絨已獲得負責任  
羽絨RDS認證



原材料供應商及外包生產商SA8000企業社會  
責任標準評審覆蓋率達85%以上



累計各類專利231項  
(含發明、實用新型及外觀專利)



全年捐贈總額約  
人民幣2,387萬元



# 1. 關於波司登

波司登是中國知名多品牌綜合服裝經營集團，創始於1976年，專注於羽絨服品牌組合的開發和管理，主營業務包括品牌羽絨服產品、貼牌加工產品、女裝及其它產品的研究、設計及開發、原材料採購、外包生產、營銷及分銷。本公司自2007年10月起已在聯交所主板上市（股份代號：3998.HK）。

## 1.1 集團簡介

本集團專心專注羽絨服領域，致力成為消費者公認的羽絨服專家，引領行業發展。目前，本集團旗下羽絨服品牌包括「波司登」、「雪中飛」及「冰潔」等。通過這些品牌，本集團得以滿足不同客戶群體的需求及鞏固其在中國市場的領導地位。根據中國商業聯合會和中華全國商業信息中心發佈的數據，波司登品牌羽絨服連續26年（1995-2020年）全國銷量遙遙領先。

目前，本集團的非核心業務有貼牌加工管理業務、女裝業務及多元化服裝業務。貼牌加工管理業務的客戶主要為歐美知名品牌商；女裝業務品牌包括：杰西（JESSIE）、邦寶（BUOUBUOU）、柯利亞諾（KOREANO）及柯羅芭（KLOVA）；多元化服裝業務主要包括校服業務，校服品牌為颯美特（Sameite）。

本集團積極實施品牌發展戰略，擁有「中國世界名牌產品」及「中國紡織服裝領軍品牌」等多項榮譽。未來，集團將繼續聚焦羽絨服核心主業，以品牌建設為核心，全面升級產品、渠道及終端，以波司登溫暖全世界為使命，致力成為全球最受尊敬的時尚功能服飾集團。



# 1. 關於波司登

## 1.2 企業文化



### 使命

波司登溫暖全世界



### 願景

成為全球最受尊敬的時尚  
功能服飾集團



### 核心價值觀

用戶第一、誠信、進取、創新、  
合作、責任



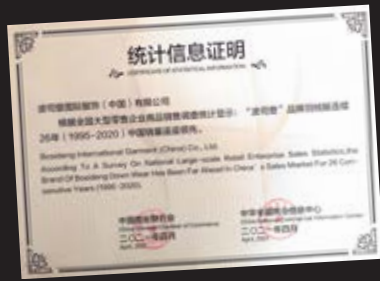
### 企業精神

不怕困難、不怕委屈、自強不息、  
敢於創新、追求卓越、永爭第一

# 1. 關於波司登

## 1.3 榮譽與認可

### 品牌榮譽



榮獲中國國家品牌網發佈的「點贊2020我最喜愛的中國品牌」

中國商業聯合會和中華全國商業信息中心聯合發佈的信息顯示「波司登」品牌羽絨服連續26年(1995-2020)中國銷量第一

獲選中華全國商業信息中心公布的「2020-2021年度中國消費品市場高質量發展優選品牌名錄」



Brand Finance「2021全球最具價值服飾品牌排行榜50強」第50名

### 研發創新



榮獲中國服裝協會頒佈的「可持續時尚踐行者」稱號



榮獲工業和信息化部頒佈的「2020年中國優秀工業設計獎金獎」



榮獲中國紡織工業聯合會評選的「2020年度十大類紡織創新產品」

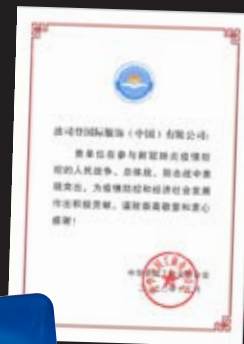


# 1. 關於波司登

## 社會責任



榮獲中國質量檢驗協會發佈的「全國質量誠信標桿企業」



榮獲中華全國工商業聯合會評選的「全國工商聯抗疫先進民營企業」



獲選中國國家品牌網發佈的「全球抗疫品牌力量經典案例」

## 最佳僱主



榮獲北京大學光華管理學院發佈的「北京大學光華管理學院2020年度最佳僱主」



榮獲中企聯合頒佈的第十五屆中國僱主品牌特別年會「2020年度中國區最佳僱主」企業獎

## 2. ESG管理方針

波司登作為國內領軍羽絨服品牌，自創始至今，一直將社會責任視為重要使命之一。我們秉持「波司登溫暖全世界」的品牌使命，在「用戶第一、誠信、進取、創新、合作、責任」的企業價值觀帶領下，致力與推動本集團與社會的共同發展，確保本集團在環境、社會及管治等範疇以負責任及可持續的方式營運。

### 2.1 ESG管治

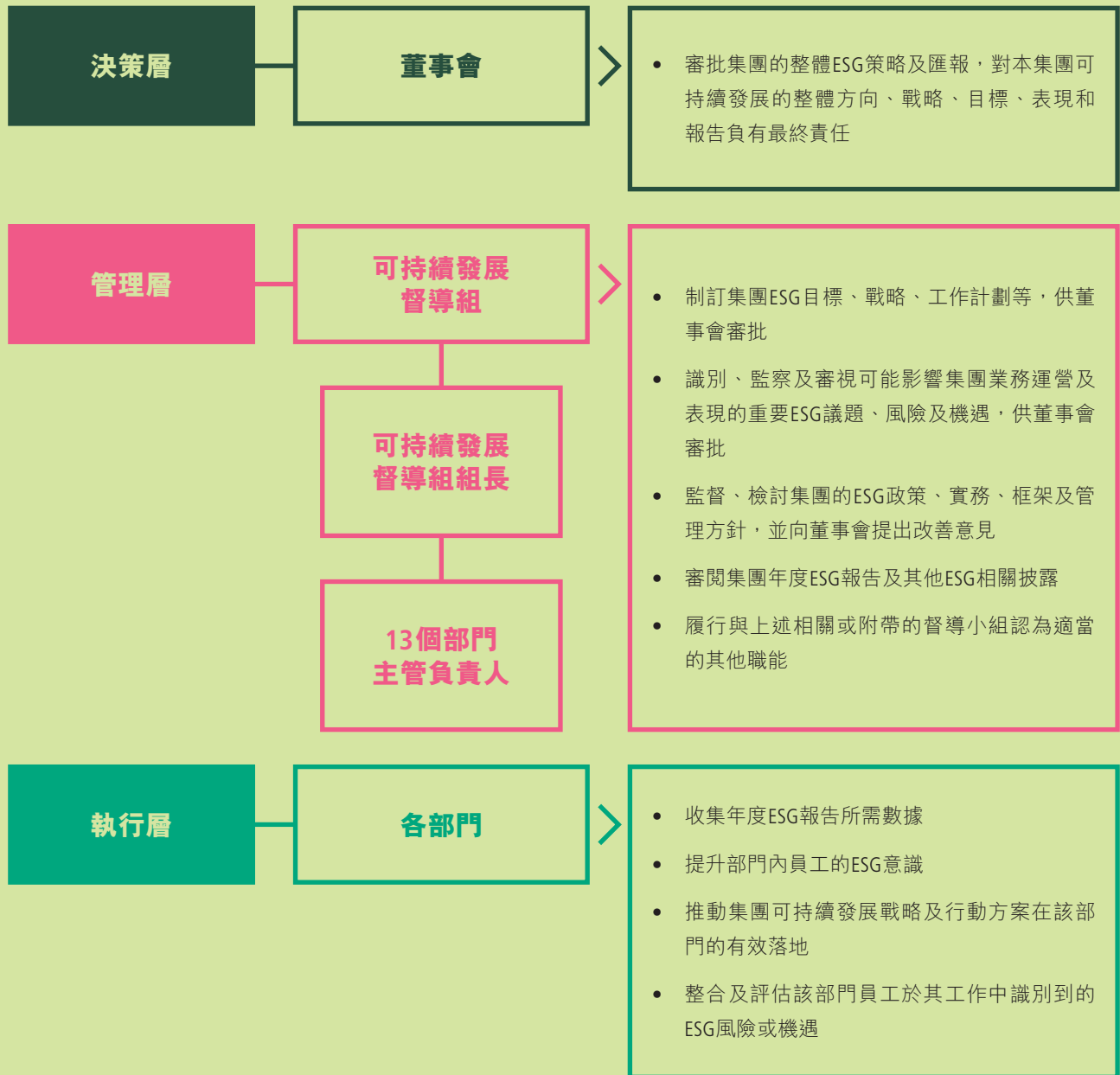
實施穩健的ESG管治對增強本集團的可持續發展表現，以及確保有效評估及管理ESG相關風險和機遇至關重要。為了協助董事會（「董事會」）監督與ESG相關的事宜並將ESG考慮納入我們的日常運營，於報告日期內本集團設立了完善而嚴謹的ESG管治架構。

董事會對本集團可持續發展的整體方向、戰略、目標、表現和報告負有最終責任。為促進集團可持續發展工作的有效落地，本集團組建了由高級管理層領銜、跨部門共同協作的可持續發展督導組。可持續發展督導組由董事局主席兼首席執行官高德康先生擔任組長，主要負責規劃集團的可持續發展願景、整體方向、目標及策略，識別、監察及審視可能影響集團業務運營及表現的重要ESG議題，並檢視轄下各部門可持續發展工作進度。該督導組的成員由集團涉及ESG管

治的各部門主管負責人組成，包括集團事業部、供應鏈管理中心、物流管理中心、財務管理中心、人力資源管理中心、數字運營中心、產品創新研究院、戰略與投資發展中心、審計監察中心、法律事務中心、行政管理中心、黨群辦及投資者關係中心。可持續發展督導組將定期召開會議檢討工作情況，並定期向董事會匯報工作執行進展，聽取董事會的意見和建議，落實集團在環境與社會管治方面的戰略及具體舉措。未來，可持續發展督導組將進一步整合集團的整體ESG方針及政策，以制定相關戰略計劃。

此外，為持續推進可持續發展能力建設，並增進對行業發展趨勢、監管要求和資本市場要求的了解，可持續發展督導組與外部顧問保持密切的溝通。同時，本集團支持董事會及管理層參加外部培訓或研討會。

## 2. ESG 管理方針





## 2. ESG 管理方針

### 2.2 波司登與聯合國可持續發展目標

聯合國可持續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱「SDGs」) 作為聯合國目前在可持續發展問題上的唯一指導性意見，為企業提供了指引：在實現自身可持續發展的同時，促進社會的可持續發展。SDGs 包括 17 項主要目標和 169 項具體目標，涵蓋了當今社會面臨的全球挑戰，包括與貧困、不平等、氣候、環境退化、繁榮以及和平與正義有關的挑戰。

作為全球目標，17 項 SDGs 均與我們的運營有着不同程度的關係。近年來，為展示波司登對社會責任的承擔，我們主動將各項 ESG 管理行動與 SDGs 對標，並將其作為 ESG 報告的主題，闡述波司登業務在不同方面為社會創造的價值。為了簡明地向各利益相關方展示我們就 SDGs 所做的貢獻，我們將繼續在各章節以圖標形式標示出與其相關的 SDGs。



#### 無貧窮

通過波司登公益基金會在貧困地區開展精準扶貧和產業扶貧項目。



#### 良好健康與福祉

實施符合 ISO45001 和 OHSAS18001 認證的職業健康安全管理体系。



#### 優質教育

為員工提供培訓項目；通過波司登公益基金會開展支持貧困地區教育的項目。



#### 性別平等

在招聘及就業過程中確保性別平等。



#### 清潔飲水和衛生設施

採用節水型衛生潔具和衛生設備。



### 經濟適用的清潔能源

建立能源數據監控平台；開展能源節約行動。



### 體面工作和經濟增長

保障員工薪酬與福利；考察供應鏈勞工表現。



### 減少不平等

提倡平等機會，反對任何形式的歧視。



### 可持續城市和社區

援助困難群體，提供社區志願服務。



### 負責任消費和生產

優先採購受認證的原材料；優化供應商資源消耗。



### 氣候行動

編製環境應急管理預案；推出輕暖環保系列產品。



### 水下生物

優先採購經過RDS認證的羽絨。



### 陸地生物

在阿拉善左旗通古淖爾嘎查建立波司登生態公益林。



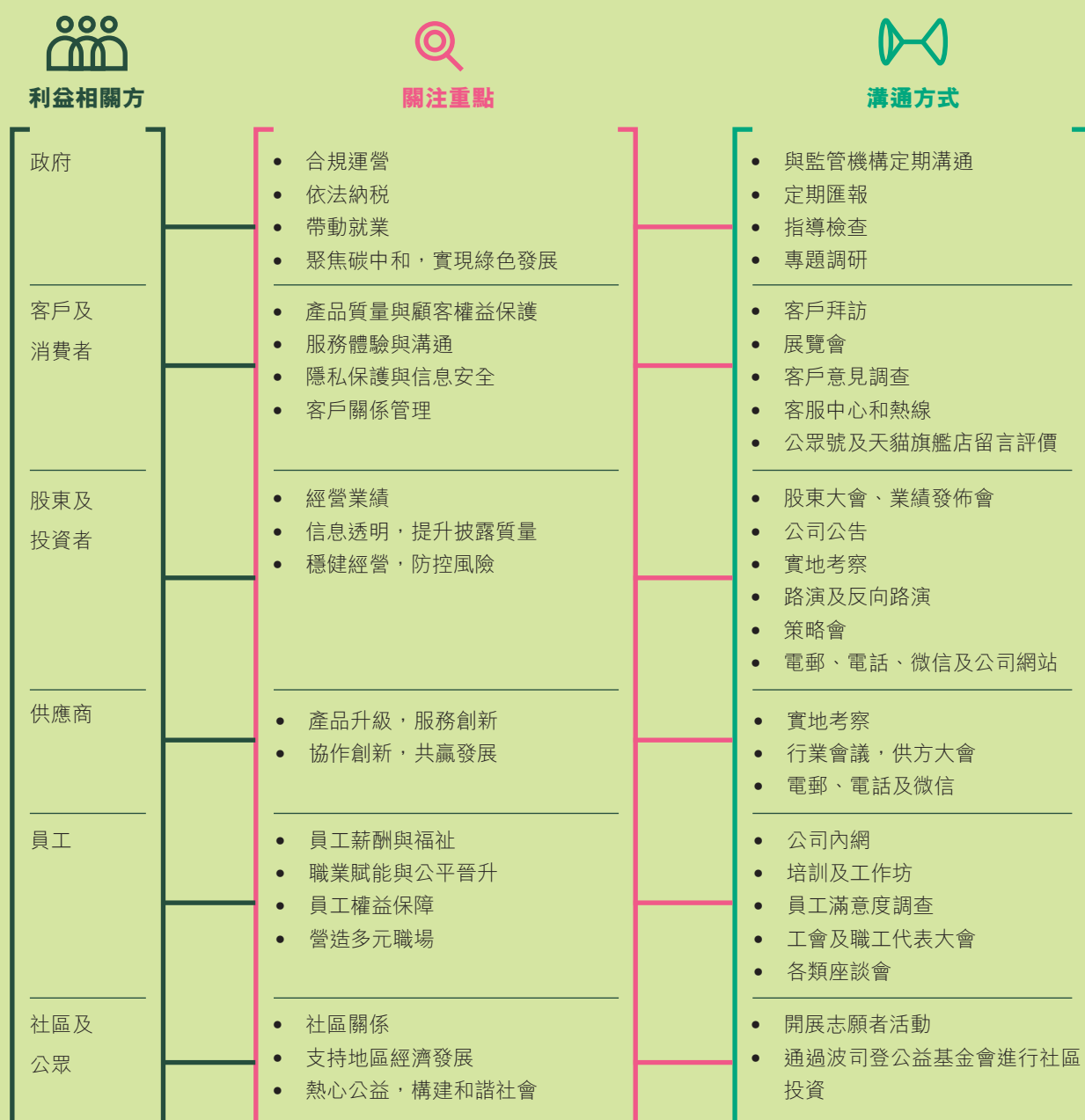
### 促進目標實現的夥伴關係

開展利益相關方溝通，發佈年度ESG報告。

## 2. ESG 管理方針

### 2.3 利益相關方參與

波司登的成功離不開政府、客戶及消費者、股東及投資者、供應商、員工、社區及公眾等利益相關方的支持和信賴。我們重視利益相關方的參與，並通過多渠道與利益相關方保持溝通。我們的利益相關方參與方法旨在確保波司登在可持續發展戰略規劃中對利益相關方的觀點和期望保有良好的理解，特別是來自直接受我們運營影響的利益相關方群體。本年度，我們繼續以各種形式定期與主要利益相關群體接觸，以確保我們在利益相關方關注議題上的有效溝通。



## 2. ESG 管理方針

### 2.4 重要性評估

本年度，在獨立第三方機構的協助下，我們開展了ESG議題重要性評估，識別出對企業和利益相關方均有較大影響的重要性議題，從而確認在報告中需重點披露的信息以及未來ESG管理工作的重點。



#### 識別議題

我們認真研究年度熱點問題、國家政策、行業動態等內容，梳理本集團的業務特點和運營現狀，並結合《ESG報告指引》重要性列表、可持續會計準則委員會(SASB)行業議題、全球報告倡議組織(GRI)行業議題、ESG相關評級標準等本地及國際可持續發展準則，識別出20項與波司登相關的重要性議題。



#### 調研評估

通過在線及線下問卷方式，邀請政府與監管機構、股東與投資者、供應商與合作夥伴、員工、社區代表、消費者等不同類別利益相關方反饋不同議題對他們的重要程度，共收集到1,280份反饋結果。



#### 篩選確認

根據調研問卷統計結果，形成重要性評估矩陣，並識別出7個重要性較高的議題。重要性評估結果由管理層審閱並確認，並制定相應行動計劃。



1	經營業績	第 6 - 7 頁
2	渠道升級，服務創新	第 3 章
3	加速數字化轉型戰略落地	第 3 章
4	品牌強國，時尚升級	第 3 章
5	產品質量與顧客權益保護	第 3 章
6	打造穩健供應鏈	第 4 章
7	負責任採購	第 4 章
8	物流高效響應	第 3 章
9	反腐敗與反不正當競爭	第 5 章
10	穩健經營，防控風險	所有章節

11	隱私保護與信息安全	第 3 章
12	合規營銷	第 3 章
13	聚焦碳中和，實現綠色發展	第 7 章
14	減少使用一次性物料	第 7 章
15	水資源管理	第 7 章
16	廢棄物管理	第 7 章
17	員工權益保障	第 5 章
18	員工薪酬與福祉	第 5 章
19	熱心公益，構建和諧社會	第 6 章
20	利益相關方溝通	第 2 章







# 3. 產品品質



作為羽絨服專家，波司登專注羽絨服45年。憑借對產品品質、產品創新、品牌建設以及卓越服務的不懈追求，2020年，波司登榮登國際品牌價值評估權威機構Brand Finance發佈的「2021全球最具價值服飾品牌TOP50榜單」，彰顯國貨品牌力量。我們以消費者為中心，從產品思維轉換為用戶思維，注重需求洞察和用戶反饋，嚴格把控從研發創新、質量保障到客戶服務的每個環節，不斷完善產品質量管理，從而為消費者提供優質、健康、安全、環保的產品及服務，滿足其多元化的穿着需求和體驗。

## 3.1 研發創新

產品的優化和拓展是波司登品牌發展的基石。作為羽絨服裝行業的領軍企業，波司登始終專注於羽絨服的研發、設計與創新，保持對研發的高投入，堅持發揮科技創新的引領和支撐作用，不斷增強自主創新能力。

### 3.1.1 技術創新

本集團已建成國家級工業設計中心、國家級博士後科研工作站、中國合格評定國家認可委員會（「CNAS」）認證實驗室、國際羽絨羽毛局認可實驗室、省級企業技術中心、工程技術研究中心。本年度，我們承接南極科考、登峰產品的技術、質量服務，共申報專利17項，含發明、實用及外觀專利，取得之前年度申請專

利證書26份。同時，本集團協同羽絨供應商完成去異味羽絨技術開發，並在本年度大規模應用，產品羽絨氣味投訴率同比下降80%以上。截至2020/21財年年末，本集團已累計各類專利231項（含發明、實用新型及外觀專利）。

本集團承擔國際羽絨羽毛局中國理事單位、國際標準化組織／服裝尺寸系列和代號技術委員會秘書處、全國服裝標準化技術委員會羽絨服裝分技術委員會秘書處工作，為中國品牌的全球化發展做出有益探索。本年度，我們作為GB/T 14272《羽絨服裝梭織服裝標準》的核心起草單位及第一起草人，積極為國家標準的修訂工作提供了建議。截至2020/21財年年末，本集團已累計參與23項國際標準、13項國家標準及4項行業標準的起草與修訂，充分展示了標準引領者的形象。

## 3. 產品品質

### 產學研合作

長期以來，本集團將產學研合作作為推動企業技術進步重要手段之一。依託中科院理化技術研究所、上海東華大學、上海復旦大學，本集團先後承擔了來自於中國科學院百人計劃支持的重點研究項目、國家十五科技攻關項目及國家863項目，推動了一系列新技術和產品的開發。本年度，我們與外部機構合作項目主要有：

- 與江南大學合作共建IoT(「物聯網」)聯合實驗室；
- 與阿里巴巴增強戰略合作，合力打造全域數據中台，以高質量的數字化內容觸達消費者；
- 在南極科考、登峰項目中，西南大學利用3D建模技術精準展示人體動態穿着效果；蘇州大學暖體假人實驗室開展了羽絨服適應的環境溫度測試和研究工作，協助驗證波司登測試結果的準確性。

### 知識產權保護

在加強創新研發的同時，本集團也注重保護技術創新成果及商標、專利、著作權等品牌無形資產。一方面，我們通過規範化的知識產權管理制度，建立明確的申報及使用程序，使知識產權管理、保護和利用的工作有章可循、有法可依、有據可查。另一方面，我們積極申請專利，形成「專利保護圈」，加強專利預警和規避能力，避免可能存在的侵權風險。同時，我們也有計劃地開展商標許可及轉讓等對外技術合作，對部門知識產權的運用情況進行摸底診斷，不斷完善知識產權戰略。

### 3.1.2 產品研發

「產品領先」是波司登一貫的企業戰略，以創意設計、科技創新賦能品牌是波司登成為世界領先羽絨服品牌的重要抓手。在保持與行業科技尖端技術、時尚潮流趨勢匹配的基礎上，本集團注重與消費者之間的互動，通過深入消費者調研、設計師親自進行門店實訪、強化產品推廣培訓等方式，捕捉消費者不斷變化的喜好。

我們結合消費者喜好及認知模式，通過「顧客研究、市場調研、趨勢分析、設計企劃、產品開發、顧客品鑑會、訂貨會反饋、銷售反饋、總結復盤」一系列科學客觀有條理的設計流程，對不同產品系列進行精準開發。此外，我們亦積極將新科技及新技術運營於產品設計，採用新型物料，為消費者帶來時尚又實用的服飾。

### 3. 產品品質

本年度，波司登登峰系列羽絨服榮獲「中國優秀工業設計獎」金獎，成為全國首個獲此殊榮的自主服裝品牌。此外，我們的登峰系列助力中國登山隊2020珠峰高程測量登山活動；城市滑雪系列榮獲ISPO Award全球設計大獎；專業保暖系列助力中國南極科考隊開展第36次、第37次南極科考任務。



助力中國登山隊2020珠峰高程測量登山活動



助力中國南極科考隊開展第36次、第37次南極科考任務

## 3. 產品品質

波司登認識到全球變暖的趨勢對羽絨服行業以及消費者購買傾向的影響，並採取了積極的應對措施。一方面，我們從產品豐富度和輕薄度出發，提供更多輕薄、便攜款羽絨服品類，以滿足不同消費者在不同場景下的需求。第二方面，我們從面料的環保低碳屬性出發，推動新型環保面料的應用，打造「輕暖環保」的主題概念；本年度，我們繼續優化產品結構，實施「薄中厚一體化」開發；我們加強了泡芙羽絨服的創新研

發，主打「輕盈」、「保暖」的實用性能，從而突破季節限制的壁壘。第三方面，我們積極打造並強化優質的快反供應鏈系統，在旺季銷售中以小單快返、拉式補貨的方式，根據外界變化及消費者的需求不斷調整渠道產品結構及產品庫存。

未來，我們將密切關注氣候變化可能給行業或市場帶來的影響，繼續從產品結構、技術、材料等方面進行適當調整，在應對挑戰的同時把握市場機遇。

### 新型環保面料

近兩年，我們持續推廣使用Dupont™ Sorona®纖維這種新型環保面料。該面料不僅具備防鑽絨、透氣性好、透濕性好、輕量保溫、抗皺、輕潑水、低靜電性等特點，還因為以純天然植物成分為核心原料而具有多重環保價值：

- 37%的原料來自天然可再生資源而非石化原料，從而減少對石油資源的依賴性；
- 與基於石化原料的尼龍聚合物相比，相同產量的Sorona®聚合物在製成過程中比前者少消耗30%能源，減少63%二氧化碳排放；及
- 通過美國農業部、日本生物質協會、OEKO-TEX以及瑞士藍標的安全環保認證。



### 3.2 品質保障

產品質量是消費者對波司登產品和服務最直觀的體驗和感受。本集團以質量安全為先，提倡「質量+」的產品創新思維，努力把色彩、創新和頂級質量融入品牌DNA。我們嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》以及產品銷售地區的相關法律法規，實施完善的ISO9001質量管理體系，並已通過國家質量認證。

#### 3.2.1 羽絨標準

隨着大眾生活水平的提升，除了滿足保暖、舒適、耐穿等基本需求之外，消費者對羽絨服產品的安全性、環保性有着越來越高的關注。波司登致力於打造更加健康、綠色的產品，以此贏得消費者的青睞。我們要求羽絨供應商提高羽絨水洗工藝水平，採用更為環保的羽絨洗滌劑，並提高了羽絨洗滌用水水質，以降低羽絨氣味，提升最終產品的健康、安全與環保性能；

## 3. 產品品質

我們不僅要求生產商對原輔材料及成品進行嚴格的質量檢測及抗菌檢測，亦對面料進行抗菌抽樣檢測；我們要求生產供應商優先考慮採用無污染的生產工藝和設備，不得使用國家或地方已禁用或對環境有嚴重影響的生產工藝。

本年度，在繼續要求所有原輔材料均嚴格遵守GB/T 14272-2011《羽絨服裝梭織服裝標準》和GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》等法規的前提下，我們更新了羽絨檢測標準，參照《膠水羽絨評估方法》增加了對膠水絨的檢測要求。新要求下，未能全部通過外觀形態、顯微鏡下形態、理化分析三項檢驗項目的羽絨將被禁用。同時，我們還對每家供應商羽絨內的有害物質烷基苯酚聚乙氧基醇（「APEO」）進行送測驗證，進一步減少羽絨內影響環境的物質含量。

### 3.2.2 產品質量

波司登歷來堅持對卓越產品質量的追求，從產品化學安全、產品質量檢測、產品責任追溯、產品追溯等各個方面制定嚴格標準、採取積極措施。目前，本集團

產品生產中的主要技術指標均高於國家標準要求，部分技術指標更是處於行業領先的位置。我們因出色的質量保障工作獲評全國質量獎、江蘇省質量獎、首屆蘇州市長質量獎等榮譽。

在產品化學安全方面，我們識別生產過程中的化學品，採取危險化學品MSDS管控措施，並在本年度順利通過ISO14001環境管理體系認證；我們根據環境管理體系的要求執行淘汰所有潛在危險化學品的計劃；我們嚴格按照中國國家標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》及GB 31701《嬰幼兒及兒童紡織產品安全規範》組織生產，管控面輔料及生產過程中與標準要求相關的有毒有害化學物質，確保消費者安全。

在產品質量檢測方面，我們實施三級檢驗制度，規定檢查合格的最後製成品方能入庫。本年度，我們優化並更新了該制度，將普通產品市場退殘率標準降至低於0.12%、高端產品市場退殘率標準降至低於0.07%，並新增高端用戶滿意度應達95.8%的標準。

#### 三級檢驗

- 成衣工廠自檢（一級檢驗）
- 跟單出廠檢驗（二級檢驗）
- 檢品部入庫檢驗（三級檢驗）

每級檢驗均附有檢驗報告，確保對每批產品100%實施三級檢驗。其中，一級、二級按照《出廠檢驗規程》驗收，三級按照《內銷檢品規程》驗收。



## 3. 產品品質

在產品責任追溯方面，我們完善了生產供應商全流程追溯機制，重點是對高端款產品實施單件責任追溯機制，在生產過程、成品檢驗方面與工廠、檢品負責人簽訂目標責任書，並實施高端小組生產授牌機制，即只有經過授牌的工廠生產流水線才能生產高端產品，從而充分實現產品有效追溯。

在產品召回方面，我們制定了產品召回相關的政策及程序。門店在銷售過程中如發現同款產品不良率高，須將不良樣品寄送至供應鏈管理部核查，核查屬實後由供應鏈管理部發佈召回通知並對產品進行修復或無害化處理。對於批量不良品，我們已建立反饋及處理方法，確保及時跟進並妥善處理質量異常情況。本年度，本集團未發生任何因健康與安全問題而召回產品的事件。

### 3.3 客戶服務

客戶一直都是波司登的焦點，每一次與客戶的互動都是我們學習和分享的機會。我們致力於為客戶提供一流的服務，並盡可能提升其購物體驗。

#### 3.3.1 品牌營銷

當前，我國正充分發揮超大規模市場優勢和內需潛力，加快構建以國內大循環為主體，國內國際雙循環相互促進的新發展格局。在「雙循環」新發展格局下，居民消費需求加速釋放，內需市場持續復蘇、質效雙升，「消費升級」和「美好生活」成為新消費環境的主流話題。

本年度是本集團新十年戰略規劃第一階段的收官之年。我們明確「聚焦主航道、聚焦主品牌」的戰略方向，堅持「品牌引領」的發展模式，鏈接時代發展趨勢，通過產品、渠道、零售、供應鏈等全面系統發力，深化新零售變革，激活增長新動能：

- 線下方面，我們推動商品一體化、「全國一盤貨」，打通「人貨場」、「產銷存」，有效支持店鋪運營及效率提升。我們進入萬達、銀泰、凱德等核心商業體，在北京、上海、杭州、成都等全國一、二線城市地標商圈設立旗艦店。
- 線上方面，我們在主流社交平台增開了銷售渠道，實現主流渠道旺店助銷，直播帶貨精準觸達，圈層化、社群化供應場景深入拓展，滿足更多消費者的購買需求並提供更加優質的產品服務。波司登品牌天貓平台擁有註冊會員超476萬人，較上年度增長超過160%；在天貓「雙十一」、「雙十二」活動中連續兩年位居中國服飾品牌榜首。

傾聽消費者的意見可以使我們的產品更好地符合消費者的期望。本集團的品牌管理中心每年都會開展消費者調研，通過定期電話回訪調研和不定期線上有獎調研的方式系統地收集客戶對波司登產品和購物體驗的評價，識別並糾正造成客戶不滿意的現象。本年度，我們還針對高端用戶進行產品滿意度調研，滿意度高達96%。

## 3. 產品品質

緊跟市場趨勢、貼近顧客需求的品牌營銷給波司登帶來了良好的品牌聲譽。根據第三方調研機構益普索(Ipsos)開展的波司登品牌健康度追蹤報告顯示，目前，波司登的品牌認知率及第一提及率均處於服裝行業第一的地位，其中第一提及率達64%，淨推薦值(NPS)為55，品牌美譽度達8.96。各項健康度指標較往年均有提升，顯示出消費者對波司登品牌越來越正面積極的認知。

### 3.3.2 銷售服務

波司登將銷售服務視為維持客戶關係的重要環節，不斷探索完善自身銷售服務體系的方法。我們不僅為消費者提供退換貨及1年內免費維修服務，亦為消費者提供電話等查詢或反映意見的渠道，切實保護消費者權益。同時，我們將微信作為與社區互動的交流載體，通過「泛會員管理」模式洞察消費者需求，打造線上線下會員營銷體驗循環。本年度，我們實現新增企業微信好友超930萬人，微信公眾號粉絲累計超過670萬人。

本集團致力於為消費者提供最流暢的配送服務。在延續本集團智能配送中心(CDC)服務全國所有線下直營、經銷門店及電商線上線下業務的管理模式下，通過一體化的庫存管理平台，本集團在本年度實現了對全國

直營9大倉及經銷商12小倉的庫存統一管理。本集團根據每一筆訂單流量(主要包括訂單數量、重量、體積)，結合社會運輸配送資源的特長、運輸成本及時效等約束條件，由系統為每一筆訂單自動匹配運輸配送資源，並對攬收、分撥、在途、簽收等環節進行全過程採集、監控，實現配送時效達成率約98%、正確率近100%。同時，針對羽絨服旺季銷售的集中物流配送問題，本集團加強提升自身能力，不管訂單流量洪峰有多大，都能做到當天的訂單當天出庫、並按約定的時效準時送達零售終端或消費者。

本集團始終認真對待消費者的看法，這體現在我們健全的投訴處理機制和為此設立的專項客訴經費。我們定期對客服人員開展針對性輔導培訓，不斷提高客服人員專業水平，確保客服人員能夠以最熟練的方式處理客戶的投訴。本年度，我們為售後人員開設在線學習平台、精英客服訓練營、售後「達人」訓練等培訓項目，並實施了線上線下人員輪崗機制。我們不斷改善我們的追溯反饋機制，設立消費者投訴處理方面的目標，提高門店和維修的服務質量。本年度，我們共收到1,145宗客戶投訴，投訴處理滿意率達到95%，同比提升5%。

### 負責任營銷

本集團嚴格遵守產品出口國家的法律法規及羽絨服標準，於產品標識及廣告宣傳信息中如實列明產品信息，杜絕任何不實信息，避免誤導消費者。我們依法保障消費者隱私及信息安全，嚴格按照相關法律法規收集、處理和使用消費者個人信息，嚴禁洩露消費者個人信息，禁止與第三方共享消費者信息。本年度，本集團未獲悉任何有關產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及隱私事宜的重大違規事件。

# 4. 負責任供應鏈



作為以外包生產及成衣銷售為主營業務的企業，穩定而富有韌性的供應鏈對波司登的業務十分重要。為此，我們致力於打造可持續供應鏈，與供應商密切合作，嚴格把控供應鏈的每個環節，為提供高質量產品與服務奠定基礎。

## 4.1 原材料採購

原材料採購的安全性、可持續性及可追溯性是波司登關注的重要議題。本集團採購的原材料可分為面料、羽絨等核心材料，以及裏料、羅紋等輔助材料。待到將來可行時，我們將進一步披露各類原材料的採購比例。

羽絨是我們外包生產最主要的原材料之一，主要由本集團自行採購。我們已建立高於國家標準的羽絨質量標準，其中包括顧客導向關鍵指針、國家標準要求及安全指標三類。本集團擁有通過CNAS認可的專家級實驗室，每一批羽絨都會通過SAP系統報檢，由實驗室人員抽樣後按照標準檢測，檢測合格的羽絨方能入庫。本年度，我們在羽絨採購標準中增加了對膠水絨的檢測要求，詳情請參閱「產品品質」一章。為推進並踐行

我們的負責任採購承諾，並進一步從源頭提升產品的健康、安全性能，我們還會優先採購經bluesign®認證的原材料。本年度，本集團所採購的羽絨原材料中49%已獲得bluesign®認證。

在羽絨原材料的可持續性、可追溯性方面，除規定原絨須來自飼養周期超過40天的鴨或飼養周期超過70天的鵝之外，我們優先選擇已通過RDS認證的羽絨供應商。從鴨或鵝的孵化、飼養、屠宰、販賣到供應最終羽絨的整個過程，該類供應商均以動物福利為出發點，避免對動物不必要的傷害。我們每年設立並逐年提升有關RDS認證的目標。本年度，我們的認證率目標是92%。截至本年度結束，本集團95%的合作供應商已通過RDS認證，我們的產品所使用的羽絨中95%通過了RDS認證，達成了設定的目標。在採購受認證羽絨的基礎上，我們還計劃委託一家戰略供應商對上游供應鏈的羽絨來源及動物福利進行抽查，確保後者相關情況符合我們的要求。

### RDS認證的重要原則

- 羽絨養殖場不應出售運用強迫餵食（特別是生產鵝肝醬時常利用的輸管餵食法）的水禽；
- 羽絨養殖場不應運用活拔羽絨方式從水禽身上移取羽毛；
- 羽絨養殖場應遵守當地有關動物福利的法律；
- 羽絨養殖場應始終為水禽供給乾淨、新鮮、安全的飲用水；
- 羽絨養殖場應為水禽提供足夠的空間和舒適的環境；
- 水禽住處應定期進行徹底的保潔及消毒；及
- 羽絨養殖場需於水禽出生三日後進行認證，以確保水禽的來源是能被追溯的。

## 4. 負責任供應鏈

波司登相信，動物福利不僅是羽絨行業及其上游供應鏈需要重點關注和解決的問題，也是我們引領可持續消費、提升品牌價值與國際競爭力的關鍵。我們將密切關注投資者的要求及市場發展動態，持續完善在羽絨認證及動物福利方面的要求及實踐。

### 4.2 供應商管理

本集團的供應商主要分為原材料供應商、外包生產商、其他供應商三類。為滿足客戶對波司登優質產品的需求，我們制定了《供應商手冊》、《供應商評價標準》、《供應商關鍵績效考評標準》等一系列供應商管理制度，並持續開展戰略供應商培育、供應商考核與評審等工作，在保障供應鏈穩定的同時，帶動供應鏈合作夥伴共同成長。

#### 4.2.1 供應商管理方法

本集團的供應商准入、考核與評審標準包括供應商的資質、聲譽、財務穩定性、環境及社會責任表現、成

本、服務及研發能力等因素。我們制定了《供應商關鍵績效考核管理辦法》，列明對供應商的考核內容及獎懲辦法。我們定期通報考核結果，匯總並落實獎懲規定，以督促和鼓勵供應商履行質量責任並持續改進。在保障供應商符合本集團要求的基礎上，我們也注重推動本地採購，助力當地社會經濟的發展。

為進一步優化供應商資源，完善供應鏈管理機制，本年度我們提升了供應商考核激勵力度，持續夯實供應商評審准入標準、三方協同評審和監察標準的要求，在新冠疫情持續影響的背景下的實現了供應鏈的基本穩定。本年度，本集團共有原材料供應商113家，外包生產商158家，以及其他類別供應商48家。

## 4. 負責任供應鏈

### 新冠疫情下的供應鏈保障

2020年，新冠疫情的持續對全球供應鏈帶來了巨大的挑戰，也對波司登的原材料採購、供應商管理提出了更高的要求。面對疫情的影響，本集團上下多方協作、迅速響應，有效保證了供應鏈的穩定，最大限度遏制了疫情帶來的衝擊。我們的措施主要包括：

- 機制頒佈：以最快速度頒發波司登供方防疫機制及管理辦法；
- 供方培訓：通過年度視頻大會對所有供方進行培訓、落地及管控；
- 產能轉移：對疫情重災區實施規避和產能轉移，同時加大安全區域產能擴張；
- 貨物流通：與EMS及順豐簽訂疫情下貨物流通戰略協議；及
- 金融支持：加大對上游供應鏈的金融支持力度，從源頭上保障整條供應鏈的穩定。

我們每年向供應商發佈《能源環境安康管理公開信》，在能源、環境、職業健康與安全方面持續對供應商提出要求；我們的《供應商手冊》提出了禁用致癌染料和三廢排放需經當地環保部門監測合格的要求；我們已將童工、健康安全保證措施、特殊工種保護、工作時間、薪酬、員工健康安全培訓、社會責任體系建設及認證、產品安全等10項元素納入供應商的現場評審標準；我們對使用童工、存在事故處罰、產品存在安全隱患、不符合波司登環境、健康與安全方針這四項採取「零容忍」態度，違反者一律不予准入；在特殊工種保護、工作時間、薪酬（包含加班工資）方面不合格者需整改合格後才能准入；與供應商簽約時，本集團亦會把環境及社會責任的相關要求列入合約。

### 4.2.2 供應商考核與評審

本集團高度重視供應商的環境及社會責任表現，已將環境及社會責任管理引入供應商的考核與評審，並通過現場評審、過程監察、網上披露信息收集等方式對供應商實施管控，推動供應鏈的可持續發展。

我們每月對原材料供應商及外包生產商的實施績效進行考核，通過與供應商共享SAP平台發佈考核信息，督促供應商遵守供應鏈行為準則。對部分重要供應商，我們派專員依照SA8000企業社會責任標準考核其執行情況，並監督其改進狀況，考核覆蓋率達85%以上。我們會根據考核結果，每年淘汰不合格供應商。當現有供應商無法匹配本集團需求時，我們會開發新的供應商。



## 4. 負責任供應鏈

為鼓勵供應商持續提升環境及社會責任表現，已獲得ISO9001質量管理體系、ISO14001環境管理體系、負責任羽絨RDS等認證的供應商，將能更順利地通過本集團供應商資質認證評審。本年度，本集團已有超過50家

合作供應商獲得相關體系認證。此外，為協助供應商提升履責能力，我們每年向供應商提供有關本集團新一年度供應鏈政策的培訓。

### 供應商評審

為及時識別並減少供應鏈中的環境及社會風險，本集團定期依照內部的供應商標準對供應商進行現場評審。本年度，我們對271家供應商進行了現場評審；要求其中40家不達標供應商立即整改並對其整改結果進行跟蹤，以確保其最終符合我們的要求；與其中23家無法改善或改善不良的供應商終止合作。我們亦通過獨立第三方機構Sedex（供應商道德信息交換）對4家供應商進行社會責任審核。

### 供應商培訓

本年度我們開展了戰略合作、落地工廠等5場供應商培訓，參與人數共計約500人。培訓緊貼波司登的供應鏈年度戰略，聚焦柔性快反、品質升級、成本領先等關鍵板塊，闡明我們對合作供應商的要求並給出可落地的策略或方案。同時，我們與供應商達成「以最快的速度、最優的品質、最合理的價格向客戶提供產品」的合作共識。







# 5. 員工福祉



我們深知，波司登長久以來的成功與員工的貢獻密不可分，員工是波司登實現可持續發展的重要動力。為此，本集團秉持以人為本的方針，充分尊重員工價值，通過提供具有競爭力的薪酬與多樣化的福利措施、打造全面的培訓與發展機制、構建安全的工作環境等舉措，營造包容和諧的職場氛圍，追求企業與員工的共贏發展。

## 5.1 合規用工

波司登致力於保護員工權益，於本年度，本集團已遵守《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》等對本集團有重大影響的相關法律法規，實施透明及公平的招聘制度，反對任何形式的歧視，對任何僱用童工和勞動剝削事件零容忍。

### 5.1.1 多元職場

波司登提倡平等機會，反對任何形式的歧視。在聘請員工時，我們秉承「品德為先，唯才是用」的原則，以應聘者的能力及是否合適該崗位為主要考慮因素，不

受其種族、性別、年齡、婚姻狀況等因素影響。本集團總部及各子公司在人才的挑選、聘用、待遇、教育及保留方面建立了統一的標準，在人力資源管理制度中詳細列明了有關招聘錄用、薪酬福利、晉升制度、考勤管理等方面的規定。

截至2021年3月31日，本集團擁有全職員工共9,028人，較上年度增長15.7%。其中，女性員工佔78.3%，管理層（包括高級管理層及一般管理層）中女性佔比超過40%。員工構成情況如下：

分類		2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
按性別劃分的人數	男性員工	1,961	2,053	2,189
	女性員工	7,067	5,748	4,220
按年齡劃分的人數	18-30歲	3,242	2,367	2,884
	31-50歲	5,689	5,247	3,416
	51歲以上	97	187	109
按僱用類型劃分的人數	正式員工	9,020	7,773	6,385
	合約／非正式員工	8	28	24
按級別劃分的人數	高級管理層	136	174	165
	一般管理層	459	627	560
	非管理層員工	8,433	7,000	5,684
總人數		<b>9,028</b>	<b>7,801</b>	<b>6,409</b>

## 5. 員工福祉

於本年度，本集團並不知悉任何與公平機會、多元化及反歧視有關的任何重大違規事件。

### 5.1.2 勞工政策

波司登內部規章明確禁止僱用童工及強制勞工，招聘的所有正式員工必須年滿18周歲。在招聘流程中我們嚴格核實應聘者身份，年齡符合當地法規且身份無誤方能簽署。我們定期調查代理機構的招聘流程，並將核實員工年齡作為甄選供應商的一項標準。同時，我們亦通過建立系統化的崗位管理體系，定期調查是否存在童工及強制勞動的情況。若發現童工或強制勞工，我們將追究人力資源部負責人和用工單位最高負責人的管理責任，情節嚴重者將追究法律責任。

為防止強制勞工的出現，包括本集團員工手冊在內的考勤制度明確了員工的上下班時間及有關加班的規定。員工可自由選擇申請加班或準時離開，本集團不會強迫任何員工加班。在需要加班的情況下，各部門需提前通知員工，經部門經理同意及人力資源部批准後方可執行加班。加班的員工將被安排調休，以確保其得到充分的休息。

此外，為保障員工自由解除勞動契約的權利，本集團根據適用法律法規建立了關於終止勞動合同的程序。我們尊重每一位員工的就業意願，但同時也會通過員工所屬相關部門了解員工離職原因，盡力為員工提供合理公平的工作環境。

本年度，本集團未獲悉任何有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、僱用童工或強制勞工的重大違規事件，亦未獲悉任何有關騷擾（包括性騷擾）、體罰、虐待、不適當的懲罰措施的員工投訴，亦沒有發生薪酬支付方面的糾紛。

## 5.2 福祉與關愛

具有競爭力的薪酬福利、增進凝聚力的溝通關愛是企業吸引人才和留住人才的重要手段。一方面，波司登以崗位價值和個人能力為基礎，綜合考慮績效貢獻以及不同崗位工作特性，形成了兼顧外部競爭力與內部公平性的薪酬福利體系；另一方面，我們關注員工生活和工作的平衡，努力為員工營造溫暖、扶持、關懷的工作和生活氛圍，提升員工的歸屬感和認同感。

### 5.2.1 薪酬與福利

本集團的員工薪金由基本固定工資、福利津貼及年度績效獎金組成。員工薪酬結構中包括了基於績效的浮動工資，覆蓋全體勞動合同制職工，體現了激勵性與公平性。本集團每年均審視並適當調整員工薪酬，確保薪資水平具競爭力。除按照國家法規的規定為員工提供五險一金以及帶薪年假、婚假、產假、工傷醫療假及喪假等法定假期外，我們還視乎個別員工之崗位或情況提供額外的福利津貼，如全勤獎、工齡津貼、高溫費、伙食補貼、通訊補貼、意外保險等。員工達到退休年齡時，可依法辦理員工退休手續，享受基本養老保險待遇，覆蓋範圍為全體合同制職工。

## 5. 員工福祉

本集團遵守相關法律規定為中國員工購買社會保險，並每月按時供款。本集團於中國內地的附屬公司按照有關省、市政府規定的平均僱員薪金法定百分比繳納退休金。本集團的中國香港僱員參與強積金計劃。根據強積金計劃，本集團於香港的各成員公司（僱主）及其僱員均須按相關法例每月向該計劃作出一般為僱員收入5%之供款。僱主及僱員各自的每月供款上限為每月1,500港元（就2014年6月1日起的期間），超出上限之供款屬自願供款。本集團已安排其英國僱員參與國家保險計劃和養老金計劃（統稱為「該英國計劃」）。根據該英國計劃，本集團於英國的各成員公司（僱主）及其僱員均須按相關法例每月向該英國計劃作出供款。本集團之英國附屬公司按照英國政府規定的平均僱員薪金法定百分比繳納該英國計劃。

為了公平公正地評價並獎勵員工績效，本集團建立了以結果為導向的考核機制，部門負責人每年根據年度績效目標和過程績效計劃逐級與員工進行績效溝通與輔導。根據實際考核之結果，員工可予晉升、加薪或年終獎金等正面激勵。另外，本集團推動實施了員工股權激勵計劃，旨在通過獎勵股份表彰及獎勵部分員工（包括本集團的董事及核心經營管理團隊）所作出的貢獻及激勵他們為本集團的增長及長遠發展效力。在員工股權激勵計劃中，本集團會根據公司層面績效考核和員工個人層面績效考核來評定員工是否具備資格獲予股份歸屬。截至2021年3月31日，本集團共授予員工四期股權激勵，授予購股權和獎勵股份合計12.0億股，其中購股權8.515億股，獎勵股份3.485億股。四期股權激勵計劃的落地實施，有效地激勵並留住優秀人

才，使核心骨幹利益和公司股東整體利益一致，推動本集團業務的增長與發展。

於本年度，本集團並不知悉與其僱員福利待遇有關的任何重大違規事件。

### 5.2.2 溝通與關愛

波司登致力於通過建立多方位溝通平台來聆聽員工的心聲。通過各類會議、項目討論工作坊、手機在線實時討論等形式，管理層可聽取員工提出的問題和意見。本集團每年均會進行員工滿意度調查，以識別改進空間。本年度，我們的員工滿意度達90%以上。

本集團亦十分關心員工的日常生活，通過一系列措施為員工創造安全舒適的生活居住環境：

- 宿舍設有家庭房，為有需要的員工及其家庭提供住宿；
- 為員工提供食堂，設有來回上海、蘇州及常熟的班車，為員工生活提供便利；
- 於內部發起愛心基金，號召員工每人每月自願捐贈2元，以隨時捐助予有需要的工友，幫助其解決生活上遇到的各種問題；及
- 將企業文化建設視為員工隊伍建設的一部分，通過開展各類員工活動，豐富員工的業餘生活，提高其歸屬感與工作熱情。本年度，我們投入約人民幣247.4萬元資金（2019/20財年：約人民幣234.4萬元），舉辦了延安徒步挑戰賽、企業文化與人才培養年度大會等專項活動。



## 5. 員工福祉



2021年企業文化與人才培養年度大會



延安徒步挑戰賽

通暢的溝通渠道與周全的員工關愛措施對提升員工穩定性與敬業度大有裨益，使本集團在新冠疫情衝擊下仍然保持了較低的離職率。截至2021年3月31日，本集團員工流失率情況如下圖所示：

分類		2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
按性別劃分的流失率	男性員工	3.8%	2.5%	1.9%
	女性員工	3.7%	3.6%	3.8%
按年齡劃分的流失率	18-30歲	1.5%	3.4%	0.6%
	31-50歲	3.6%	3.3%	5.4%
	51歲以上	4.8%	7.0%	2.8%
按僱傭類型劃分的流失率	正式員工	3.8%	3.4%	3.2%
	契約／非正式員工	0.0%	0.0%	0.0%
按級別劃分的流失率	高級管理層	2.2%	1.7%	1.6%
	一般管理層	8.7%	3.2%	3.3%
	非管理層員工	3.6%	3.5%	3.6%
<b>整體流失率</b>		<b>3.7%</b>	<b>3.3%</b>	<b>3.2%</b>

## 5. 員工福祉

### 5.3 培訓與發展

波司登視員工為寶貴財富和發展基石，基於核心價值觀、系統要求、培訓管理、績效管理、晉升晉級辦法等理念和制度推動員工的持續學習和發展。我們制定了《培訓組織管理制度》以規範本集團內部的培訓管理，建立了符合本集團戰略規劃與滿足本集團業務運營的培訓管理體系和機制。我們的培訓渠道豐富多樣，包括線下教室、在線雲學堂、微信、釘釘學習平台「學習俱樂部」等，為員工學習知識創造了便利的條件。

本年度，受疫情影響，本集團將大量線下培訓安排向線上集中轉移，採取線上線下相結合的方式進行培訓。其中，線上培訓主要依托「釘釘－雲端大學」學習平台開展，線下培訓則聚焦開展文化類培訓和實戰案例研討。我們將業務類培訓推廣至一線人員，將領導力培訓推廣至管理人員及後備人員，將安全、綜合技能等通用類培訓及企業文化類培訓推廣至全員。本年度，本集團接受培訓的員工比例及平均培訓時間統計如下：

分類	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
員工接受培訓的總時長(小時)	40,353	39,510	27,000
正式員工接受培訓的百分比	100%	27.7%	28%
員工的平均培訓時長(小時)	4.5	18	18

註：本年度集團的培訓主要以線上形式開展並推廣至全員，故：

- 1) 員工接受培訓的百分比、員工的平均培訓時長較往年產生較大幅度的變化
- 2) 受線上培訓系統的硬件條件所限，暫無法對性別／級別／僱傭類型進行區別統計

作為本集團開展線下培訓的主要渠道，波司登商學院以「融合、融通、傳承、創新」為核心理念，針對不同類型人才開發不同培訓，不斷推動員工成長和發展。本年度，波司登商學院共投入人民幣125.4萬元，實施了核心經營管理團隊、總監後備人才、經理後備人才領導力發展項目，戰略儲備人才發展項目，在崗幹部及專業人才賦能培訓。

除內部培訓外，本集團亦鼓勵員工參與外派培訓，學習新的技術、管理體系及內部培訓來獲取專業知識及技能，為本集團的發展建言獻計，相關培訓費用審批後可予以報銷。

本年度，本集團着力打造人才結構的升級，包括優質戰略人才的引進、核心崗位梯隊人才池的打造以及在職幹部的賦能和汰換，構建了內生式人才發展體系。本年度，績優人員的保有率高達96%；本科及以上學歷員工佔比達到56%，同比提升16%；90後員工佔比達到43%，同比提升15%。



實戰案例研討

## 5. 員工福祉

### 員工發展通道

為了讓員工更清晰了解個人的職業發展路徑，本集團建立管理類和專業技術類職業發展雙通道。本年度，為進一步促進員工成長，我們根據人才培養原則、目標、評估、激勵機制以及各類人才的培養方式，將人才分為在職幹部、梯隊人才、專業人才、戰略儲備的類型，針對不同人才類型設立不同的培養目標、資格標準、培養方式、結果應用和開展周期。



鷹系人才培養月會



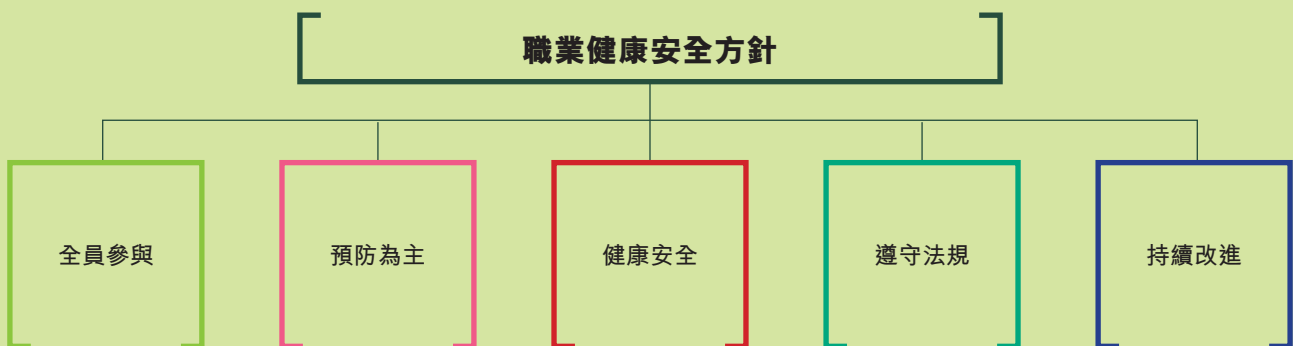
雛鷹人才培養項目

### 5.4 健康與安全

波司登致力於為員工提供安全舒適的工作環境，並以遵守法規、安全第一、珍惜生命、預防為主為日常營運的一貫方針。基於我們的業務性質，本集團員工的工作環境主要為室內的辦公室及銷售點，並沒有重大

的職業健康與安全風險。我們已取得OHSAS18001職業健康安全管理體系認證，獲得ISO45001職業健康安全管理體系標準證書並持續有效運行，覆蓋本集團的羽絨製品的設計開發及相關管理活動。

#### 5.4.1 職業健康與安全



## 5. 員工福祉

為確定本集團EHS管理體系是否適宜、充分且有效滿足ISO45001的要求，我們定期對本集團EHS方針和目標的實現情況以及EHS管理體系的運行狀況進行評審，以推動持續改進。2020年8月，我們組織各部門主管開展了2020年的職業健康安全體系的管理評審，評審的議題包括：與職業健康安全體系相關的內外部問題的變更、職業健康安全方針和職業健康安全目標的滿足程度、職業健康安全績效、與相關方的有關溝通、持續改進的機會、為保持有效的職業健康安全體系所需的資源的充分性。

為確保遵守不斷更新及發展的安全法律法規要求，我們定期梳理和評價相關法律法規條例對本集團的適用性。本年度，我們對職業健康安全法規標準進行了收集和評價，修訂和發放了《2020職業健康安全法律法規清單》(177條)，供集團各部門學習貫徹。

本年度，本集團未獲悉任何有關職業健康安全的重大違規事件，達成了全年無職業健康安全事故的總目標，並通過一系列具體措施達成了疫情防控、職業健康安全導入並建立、職業病體檢、應急演練等分項目標：

- 根據疫情發展，嚴格防控，確保復工安全
- 對部門體系負責人、內審員及員工進行ISO45001培訓，培訓人次242人
- 按照崗前、崗中、轉崗、離職對存在職業病隱患崗位的員工進行職業病體檢，本年度職業病體檢85人次
- 組織開展2次應急演練，預防及降低風險損失

本年度，本集團工傷情況統計如下：

分類	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
因工受傷人數	1	2	10
因工受傷人數佔全體職工人數的比例	0.01%	0.03%	0.16%
因工死亡人數	0	0	0
因工傷損失的工作天數	217.5	30	263

## 5. 員工福祉

### 5.4.2 應對新冠疫情

2020年新年伊始，新冠疫情的暴發不僅給大眾健康與經濟發展帶來衝擊，也給波司登佈置了一份責任考卷。在這次抗擊疫情的重大考驗面前，波司登迅速行動、積極應對，通過周密組織和精準施策，取得了科學防控、復工復產的階段性勝利。

新冠肺炎疫情期間，我們將保障員工健康與安全視為防疫工作的首要任務，第一時間組織疫情防控力量，成立了防控領導組、健康管理組、防疫檢查組、後勤保障組和消毒防疫組，明確了企業疫情防控應急流程、具體人員和工作職責。

- 防疫領導組根據疫情的動態發展以及企業的行業性、地域性等因素，高效建立完善的防控機制，制定相應的防疫防控方案；積極宣傳教育，全方位地對員工進行防疫培訓，為復工復產打下堅實基礎。
- 健康管理組對進出園區人員進行精準排查管控，嚴格執行訪客健康審查制度。

- 防疫檢查組嚴格執行身份證和員工證查驗、體溫測量、全過程監控門衛進出情況、異常情況即時上報等工作。
- 後勤保證組全面保障醫療物資充沛、制定分時用餐制度、嚴格實施宿舍區域內消毒管理制度，執行群防群控的防疫制度。
- 消毒防疫組嚴格實施工作場所消毒管理，對於公共場所等人員密集區域每天消毒2次。

在復工復產階段，本集團嚴格遵守防疫指南，保障員工健康與安全。我們不僅千方百計確保員工防疫用消毒液、75%消毒酒精、體溫槍、醫用口罩、除菌洗手液等緊缺物資保障到位，還靈活運用雲上辦公等技術手段，通過居家遠程辦公、錯崗上班、分時到崗、輪流到崗、變通考勤管理等多種方式，科學規劃安全有序復工復產。本集團還出台了《員工返崗復工交通接乘方案》，並組織16輛波司登號「溫暖」專車，分別從重慶、河南、安徽等地「點對點」接員工安全返回，保障了復工途中安全。



## 5. 員工福祉

### 5.4.3 外包生產商安全管理

本年度，除了不斷加強本集團自身的安管理工作，我們亦繼續協助外包生產商完善其安全生產管理體系，規範員工健康安管理工作，改善員工工作環境

及食宿條件。本年度，位於常熟的最大的外包生產商在職業健康安全方面投入資金達人民幣1,729.6萬元（2019/20財年：人民幣235.3萬元）、職工防護設備完好率100%、職工防護設備人均配備率100%（以需要配備的崗位計算）、工作場所的環境達標率100%。

#### 2020/21 財年常熟外包生產商於職業健康安全方面之投入統計（單位：人民幣萬元）

ISO45001轉版認證專項	9.0
設備維護保養	747.0
安全管理人員和後勤電工工作服專項	271.9
工作場所環境改善專項	688.3
醫務專項	13.4
<b>合計投入金額</b>	<b>1,729.6</b>

### 5.5 反貪腐

誠信、廉潔和守法是波司登業務運營的核心價值。我們絕不容忍任何破壞公平競爭環境的貪腐行為。為加強本集團內部控制和監督機制，我們設立有審計監察中心，並制定有內部審計制度，明確了審計監察中心對本集團內部各項經營管理活動和財政收支的真實性、合規性和效益性進行審計、監督和評估的職責。我們也在採購環節保持高度謹慎。作為「反舞弊聯盟」和「陽光誠信聯盟」的會員單位，我們要求所有供應商簽訂《廉政承諾書》和所有經理及總監級以上人員簽訂《工作風氣承諾書》，最大程度保障了我們的採購環節不存在任何賄賂、勒索、欺詐或洗錢等違法行為的隱患。

此外，我們每月為新入職的員工提供反貪污培訓，並與新員工簽訂《廉潔承諾書》，嚴令禁止員工利用職務

之便收受任何形式的賄賂或利用公司資源謀取私利。2021年2月，為鞏固本集團核心幹部的廉潔作風，我們在「波司登集團作風建設及新春動員大會」上對集團核心幹部開展了年度反貪污培訓。

本集團設立有健全的舉報機制，以確保任何潛在貪腐行為的有效傳達。我們特別建立了專屬舉報電話和郵箱，並向內部員工和商業合作夥伴公示。如若發現違反有關集團條例的員工，我們會予以嚴肅處分，如有觸犯相關法律，則移交司法機關依法處理。

本集團的法務部門亦會定期研究法律風險，編寫法律風險防範指南。政府相關人士會定期與本集團內審團隊溝通，解釋相關法律及內審發展方向，解答本集團遇到的法律疑難，確保本集團依法合規。本年度，本集團未獲悉任何有關反貪污的重大違規事件。

# 6. 社區投資



成為負責任的企業公民是波司登的長期目標之一。秉持「波司登溫暖全世界」的使命，我們始終將回報社會視為義不容辭的責任和義務，以滿滿的正能量踐行品牌溫暖使命，積極參與公益慈善事業，用一件件羽絨服溫暖貧困群眾的心。截至2021年3月，波司登累計向社會捐款捐物超人民幣12億元，惠及全國29個省、108個地級市、558個縣，119.2萬貧困群眾，把大愛和溫暖傳遞到全國各地。

## 6.1 抗擊新冠疫情

2020年新年伊始，新冠疫情的暴發給大眾健康與經濟發展帶來衝擊。波司登發起「波司登3億羽絨服馳援抗疫一線」公益活動，向全國438家醫院及單位馳援捐贈超過15萬件、總價值超過人民幣3億元的高品質羽絨服，助力解決一線醫護人員和工作者的禦寒難題，在傳遞中國公益力量的同時也展現了波司登的品牌力量。

波司登發揮長期積累的供應鏈優勢，快速組織設備、原料和員工，加緊趕制防護用隔離衣，日產能力達到2,000件，為抗疫一線人員提供安全保障。疫情重壓之

下，波司登積極響應國家「六穩」、「六保」行動號召，一手抓疫情防控不放鬆，一手抓復工復產不動搖，通過加快數字化轉型和上下游聯動發展，推動加工製造、外貿、市場銷售等各領域快速走向正軌。

我們抗擊疫情的行動獲得了社會各界的廣泛認可。本年度，波司登榮獲中華全國工商業聯合會「抗擊新冠疫情先進民營企業」榮譽稱號，並被中國國家品牌網評為「全球抗疫品牌力量經典案例」。此外，波司登公益基金會發起人、董事局主席兼總裁高德康先生還獲評「2020年全國紡織行業抗擊新冠肺炎疫情先進個人」。



高效率就近配貨為抗疫一線人員提供溫暖保障



捐贈3億元高品質羽絨服馳援抗疫一線

## 6. 社區投資

### 6.2 波司登公益基金會

本集團的社區投資行動主要通過波司登公益基金會開展。波司登公益基金會成立於2011年，由波司登集團董事局主席高德康先生個人出資設立，秉承「傳承文化、傳播公益、傳遞溫暖」的公益宗旨，通過開展各類公益活動，推動社會的可持續發展。本年度，本集團的公益慈善捐贈總額為人民幣2,387萬元，其中人民幣約2,300萬元為向波司登公益基金會的捐贈。

#### 6.2.1 脫貧攻堅，情暖萬家

「情暖中國」是波司登公益基金會主要項目之一。自2017年起，波司登公益基金會與中華慈善總會達成10年內捐贈人民幣2億元物資的戰略合作。在全國脫貧攻堅戰最後的衝刺階段，波司登緊扣決戰決勝脫貧攻堅主題，發揮品牌優勢和產業特點，圍繞「幫特困、扶貧

弱、助急難、補短板」的目標任務，盡心竭力為助力脫貧攻堅、決勝全面小康作貢獻。

波司登公益基金會與中華慈善總會聯合發起了「情暖萬家」公益項目，深入「三區三州」深度貧困區，每年向青海、四川、雲南、西藏、甘肅、新疆等國家重點貧困地區的困難群眾捐贈2萬件防寒服。本年度，「情暖萬家」公益項目陸續走進西藏自治區，四川省涼山州、甘孜州、阿壩州，甘肅省臨夏州、敦煌市，江西省萍鄉市、遂川縣，河南省平頂山、許昌市等地，為當地貧苦群眾共捐贈20,600件羽絨服裝。

2020年冬，波司登公益基金會繼續攜手全國工商聯、中國光彩事業基金會，積極開展「萬企幫萬村」精準扶貧行動，向西藏、四川涼山、甘肅等地捐贈防寒服共計2萬件。

#### 村企共建，引領鄉村全面振興

波司登與常熟市古里鎮康博村企聯建，攜手走上鄉村振興之路。2020年，波司登與古里鎮鄉村振興建設有限公司合作開發建設康博智能製造產業園，助力村級經濟產業轉型升級。康博村把建設現代農業作為新農村建設的重要內容，對全村2,200多畝耕地進行科學規劃。如今規模化的康博生態農業有機稻米示範基地和康博高效蔬菜基地已逐步形成，通過土地流轉把分散的農戶組織起來，成立康博村股份經濟合作社，實現了「小產業」與「大市場」的對接，讓農民得到了切實的實惠。

## 6. 社區投資

在扶貧幫困的道路上，波司登公益基金會還積極拓展公益新思路，開展形式多樣的公益活動。本年度，基金會發起致敬「寒風中的英雄」活動，為長時間戶外工作的基層工作人員提供保暖裝備，向新疆庫車消防隊、阿拉善鎖邊生態協力中心等捐贈高品質羽絨服；攜手中央廣播電視總台走進四川涼山州喜德縣，向喜德縣10,000名建檔立卡貧困戶、17,000多名中學生和教師捐贈27,299件服裝；參與中國慈善聯合會「善行涼山」行動，向四川涼山州越西縣、布拖縣捐贈1,007件防寒服；聯合國家市場監督管理總局，向甘肅禮縣捐贈2,911件防寒服；與「悅公益」合作助力脫貧攻堅，向甘孜州甘孜縣環衛工人、貧困學生等捐贈1,007件防寒服。



向涼山藍豹救援隊捐贈羽絨服



「慈善情暖萬家」走進四川汶川



為貧困地區學生送上貼心溫暖



## 6. 社區投資

### 6.2.2 橙愛基金，情暖環衛

「橙愛基金」關愛環衛工人和環保志願者，特別為家庭困難的環衛工人發放生活補助金，助力保障環衛工人基本生活。波司登公益基金會於2019/20財年在蘇州慈善總會設立人民幣300萬元「波司登橙愛基金」專項基金，其中人民幣100萬元用於「情繫環衛工•愛心體檢」子項目，人民幣200萬元用於奮戰在一線的困難環衛工人們生活補助金。本年度，「橙愛基金」共資助了13名常熟地區生活困難的環衛工人。



關愛環衛工人，共建美好生活

### 6.2.3 莘愛基金，情繫學子

「莘愛基金」是波司登公益基金會為幫助全國各地寒門學子設立的助學項目，資助貧困學生學費、生活費，幫助他們完成學業，實現大學夢。本年度，基金會先後向北京大學、江南大學、常熟理工學院、江蘇省希望工程百名學子捐助助學金和防寒服，累計支出人民幣70萬元；並與江南大學、常熟理工學院分別簽訂為期五年的合作協議，每年為每校資助人民幣20萬元。

為讓貧困地區兒童也享受更優質的教育，基金會開展了「波司登—涼山志願者專業成長計劃」公益項目，於2019-2021年三年內捐贈人民幣200萬元支持涼山州15個鄉鎮鄉村教育事業，向涼山志願教師提供人才培訓、教師進修、教育補貼，為涼山地區培育優秀校長、優秀教師，助力涼山兒童成長。因疫情原因，該項目遞延一年。



向江南大學資助公益獎助學金



# 7. 環境保護



作為中國知名的羽絨服企業，波司登深知一個良好的生態環境對於企業長久發展的重要意義。近年來，在全社會積極推行生態文明建設的大背景下，我們以「綠水青山就是金山銀山」的理念為抓手，持續推進本集團在綠色轉型道路上的進程，切實做好環保節能、減少污染、廢物管理及包裝材料的控制，減小自身以及整條價值鏈的環境足跡。

## 7.1 環境方針

波司登主要從事羽絨服飾產品的研究、設計與開發、原材料採購、外包生產以及營銷及分銷，運營地點集中於室內辦公室和自有商舖。結合這一屬性以及波司登的企業戰略、品牌定位和規劃，本集團制定有環境

方針並定期組織內部檢討以審視其流程和執行情況。本年度，我們根據法律法規及環保現場檢查要求，確定了集團應急預案組織框架，並完成了集團環境應急預案的編製備案。

### 環境方針

- 遵守法規 — 遵守本國環保法規要求和我國已簽署的國際環保公約以及本集團產品出口國家或地區對產品的環保安全要求。
- 預防污染 — 積極倡導和實施過程及產品的綠色環保，預防和控制生產經營活動及產品中污染物的產生和排放。
- 節能減排 — 強化能源資源管理，持續保持同行業能源資源低消耗；控制和減少污染物的排放。
- 保護環境 — 公司的環境管理從污染的預防控制階段，擴展到保護環境階段。
- 持續改進 — 持續改進過程運行和發展中的環保問題，不斷提高管理水平。

本年度，順應可持續發展需求，波司登設立了可持續發展督導組，加強在環境議題上的責任監管。基於本集團已建立的ISO14001環境管理體系和ISO50001能源管理體系，我們通過內審檢查和管理評審的方式長期監

控各部門的環境績效，並針對不足施以改進措施。此外，我們每年度制定環境和能源管理目標，細分落實到具體責任部門，並定期統計目標進展和完成情況。

## 7. 環境保護

本集團致力降低自身對環境及其他自然資源造成的影響。本年度，我們的業務運營並沒有對附近空氣、土地、水源及生態環境產生任何重大的污染及破壞；本集團未獲悉任何有關環境保護的重大違規事件。

### 7.2 氣候相關問題管理

地球正在變暖。作為服裝企業，我們的業務毋庸置疑地正承受着氣候變化帶來的風險與機遇。我們以實現綠色轉型為目標，一方面，通過管理氣候變化給運營帶來的風險來適應氣候變化；另一方面，通過盡最大的努力減少業務中的碳排放來緩解氣候變化。

#### 7.2.1 氣候變化應對

在全球變暖的趨勢下，消費者的購買傾向可能會發生轉變。有鑑於此，本集團設立了每年提升10%-20%環保產品佔比的長期目標，並於近年持續加強輕暖羽絨服的創新研發、增加新型環保面料的應用。有關產品創新的更多信息請參閱「產品品質」一章。

本年度，波司登被中國工業和信息化部評選為第五批綠色供應鏈管理企業，以表彰本集團在加快綠色製造體系建設、引領工業高質量發展上的積極貢獻。為響應國家和工信部綠色製造發展及轉型升級的戰略號召，波司登向工信部提交了《綠色設計產品評價技術規

範之羽絨服裝》，以填補標準名單中這一領域的空白。該標準規定了羽絨服裝生命周期綠色設計產品評價的定義、評價要求、生命周期評價報告編製方法和評價方法，將在羽絨服裝行業內扮演重要的指導和引領角色。

此外，在中國政府2030碳達峰的規劃下，我們於近期與中國質量認證中心簽訂了碳達峰、碳中和項目合作協議，以推進本集團的碳排放量化和碳目標考核工作。

#### 波司登碳中和林

森林是自然界從大氣中移除碳的最好幫手。我們認為一個基於自然的解決方案將在波司登乃至整個世界實現碳中和的方案中扮演重要作用。本年度，我們將綠色帶到了阿拉善左旗通古淖爾嘎查，一片被騰格里沙漠覆蓋的土地，首次嘗試營造了20畝生態灌木採種公益林。此舉為我們未來以自然之道實現碳中和的工作打下了良好的基礎。



## 7. 環境保護

### 7.2.2 產品碳足跡

波司登深知應對氣候變化絕非一己之力，這也是為什麼我們在節能降耗措施的同時，將目光延伸至我們的商業合作夥伴，以減小整條價值鏈的碳足跡。為敦促各相關方與本集團攜手共進，我們向各相關方發佈了《能源環境安康管理公開信》，以期實現相互督促，持續改進。

服裝產品的碳足跡很大一部分來源於原材料生產。本集團始終優先選擇獲得bluesign®等負責任羽絨認證的可持續原材料，以確保原材料的生產過程對環境造成最小的影響。

儘管並不直接控制第三方生產商的环境表現，我們意識到其生產過程會對環境產生影響，因此一直嚴格監

控其運營並提出改善建議。我們要求全部供應商在生產過程中嚴格遵守國家、地方及行業節能環保的法律法規，並努力實現能源資源消耗最小化。我們設立有用於設備淘汰更新改造的專項資金，並指派我們的能源環保辦公室對項目進行具體落實和跟蹤。本年度，我們繼續開展節能技術和設備的調研和推廣，包括但不限於鍋爐低碳改造、工廠中央空調技術改造、縫制設備淘汰更新和LED節能燈推廣。本年度，我們委託第三方認證中心遵照商品和服務在生命周期內的溫室氣體排放評價規範（PAS 2050）對位於浙江紹興的上游工廠進行了產品碳足跡核查。結果顯示，波司登產品在生命周期評估（LCA）邊界內的碳排放量為24.75噸二氧化碳每萬件，處於行業領先水平。

### 電動機淘汰更新

本集團一直致力於提高上游工廠的能源效率。在工信部下發的高耗能機電設備淘汰目錄及省市關於高耗能設備淘汰更新的政策指引下，我們於2013年對上游工廠進行了摸底調查，並在2017年參與完成了全部必要的燃煤鍋爐和電動機的淘汰更新。自2014年以來，該電機節能改造項目累積節省能量消耗超4,000Mkh。

物流是我們的產品通往世界的通道。在波司登，我們致力於在為客戶提供最順暢的物流體驗的同時，盡可能減少產品在物流環節的碳足跡。本集團不擁有運輸車隊，物流運輸均委託第三方完成。我們已對主要物

流供應商提出了低碳環保要求。本集團的物流供應商，包括京東、德邦等，均會定期開展路徑和裝載優化，以提升配送效率。此外，我們的物流供應商承諾將在未來持續提升車隊中新能源車輛比例。

## 7. 環境保護

### 7.2.3 溫室氣體排放

為更好地展現本集團的溫室氣體排放管理績效，我們將從本報告開始披露自身碳排放量及碳排放密度。本年度，本集團的溫室氣體排放總量為39,094.2噸二氧化碳當量，溫室氣體排放密度為4.0噸二氧化碳當量／

百萬元人民幣收益。我們的溫室氣體排放主要來自於消耗外購電力所產生的間接排放（範圍二），排放量為38,954.3噸二氧化碳當量，約佔總排放量的99.6%。由消耗天然氣和使用汽車燃料所產生的直接排放（範圍一）為139.9噸二氧化碳當量。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
總量（噸二氧化碳當量）	39,094.2	29,035.5	18,966.1
密度（噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收益）	4.0	4.0	3.0
範圍一（噸二氧化碳當量）	139.9	165.3	313.5
範圍二（噸二氧化碳當量）	38,954.3	28,870.2	18,652.6

註：本年度範圍二排放增加的主要原因是外購電力的增加，詳見「資源管理」一節

### 7.3 資源管理

水和電力在我們的生活中是習以為常且不可或缺的東西，然而，世界上的許多其他地方仍嚴重缺乏這兩類資源。在全球資源短缺問題的持續加劇下，我們相信一個可持續的能源經濟對波司登而言，不僅僅意味着社會責任，更是世界經濟綠色轉型中的潛在機遇。因此，我們積極通過提升能源使用效率、減少能源消耗、利用清潔能源等措施，為減緩資源短缺問題做出貢獻。

#### 7.3.1 能源管理

合理的能源消耗是碳管理道路上不可替代的一環。本集團的能源消耗包括總部、零售店鋪、物流中心使用的外購電力和天然氣，以及公司車輛消耗的化石燃料。本集團致力於將節能減排的理念深入到運營的每一個環節，本年度，我們成功建立起符合ISO50001要求的能源管理體系，並獲得了江蘇省優秀能源企業認證。

本集團的節能減排工作由以副總裁為組長的節能環保小組和能源環保辦公室共同開展。本年度，我們與常熟供電局合作，統一更換智能電表，建立能源數據實時監測平台，以加強能源使用情況分析。我們還定期針對水電蒸汽等能源消耗情況開展統計考核，並持續開展各類能源節約行動：

- 在零售店鋪，門店配電箱系統統一採用單獨回路控制，門店外立面亮化工程和屏幕設備採用計時器分時間節點開啟；
- 在物流中心，所有的動力設備均由變頻電機供電；同時，電機通過來料傳感器實現自動啟停，極大優化了運行效率，降低了單位耗能。

## 7. 環境保護

### LED節能燈推廣

本集團自2012年起開始在我們的上游工廠推廣LED燈具。在取得顯著的成果後，我們決定在2016年和2017年擴大推廣範圍，在集團測試中心、物流中心、員工食堂、子公司和產品展廳大量使用LED燈具取代普通熒光燈等低能效照明設備。本年度，我們對總部園區內的200支路燈進行了升級降能，年內能耗累積節省超4,300kWh。目前，我們總部園區的LED燈具覆蓋率高達99.5%。

本年度，能源消耗總量上升的原因包括：集團員工人數的增加使得辦公及員工宿舍用電量增大；全國範圍內陸續新開面積較大的自營零售店鋪以及快閃店；年內新購入了物流自動化成套設備；以及年內自營零售

店鋪開店天數及時長較受疫情影響的上一年度有所增加。本年度，本集團的能源消耗總量為6,457.1萬千瓦時，能源消耗密度為6,612.2千瓦時／百萬元人民幣收益。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
總量(萬千瓦時)	6,457.1	4,801.8	3,194.6
密度(千瓦時／百萬元人民幣收益)	6,612.2	6,632.7	5,048.8

### 7.3.2 水資源管理

水資源匱乏是當今世界面臨的重大挑戰之一。波司登致力於通過良好的水資源管理措施來應對這項挑戰。我們持續監控集團總部辦公室、食堂及宿舍等關鍵場所的用水情況，要求各部門定期公布其用水量並進行自我審查，針對異常及時查明原因並加以控制。我們在全集團內大量採用節水型的衛生潔具和衛生設備，定期檢查出水設施狀態。此外，我們在全體零售門店大力提倡合理用水措施。

本年度，本集團在求取適用水源上未遇到任何問題。本集團的總用水量為26.8萬立方米，用水密度為27.5立方米／百萬元人民幣收益。其中，總用水量的增加主要是由於本年度集團員工人數增加使得辦公及員工宿舍用水量增大；年內新購入物流園資產；以及年內自營零售店鋪開店天數及時長較受疫情影響的上一年度有所增加。



## 7. 環境保護

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
總量(萬立方米)	26.8	18.3	11.9
密度(立方米／百萬元人民幣收益)	27.5	25.3	18.8

### 7.3.3 包裝材料管理

為減少對環境的影響，波司登力求用最少的包材為產品提供最全面的保護。我們在物流階段需要消耗不同類別的包裝材料，包括紙箱、打包帶、封箱帶、外拎袋、自封膠帶、氣泡袋。我們優先使用可回收和環境友好型包裝材料，並實施一系列措施以降低包材消耗：

- 在庫內流轉環節重複利用塑料周轉箱和紙箱進行包裝和流轉
- 在線下門店貨品包裝環節重複利用紙箱進行包裝和流轉
- 逐年提升線上消費者貨品紙盒包裝比例，同時降低氣泡袋比例
- 線上業務採用電子面單，且和庫內作業單據合併
- 使用紙箱包裝的，取消傳統打包帶，只使用封箱膠帶封箱
- 使用紙盒包裝的，採用新型自動包裝設備，避免封箱膠帶的使用
- 對內外倡導包裝簡化，線上業務盡可能不配置或按用戶需求配置外拎袋

本年度，本集團共消耗包裝材料7,831.4噸，包裝材料消耗密度為801.9千克／百萬元人民幣收益。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
總量(噸)	7,831.4	6,375.7	5,508.7
密度(千克／百萬元人民幣收益)	801.9	880.7	870.7

## 7. 環境保護

### 7.4 排放管理

不受控制的排放可能會導致嚴重的生物多樣性喪失和人類健康問題。我們相信，一家負責任的企業理應在創造價值的同時確保運營周邊環境的整潔。我們將排放管理視為與資源管理緊密相扣的一環，制定了嚴格的管理政策以確保排放物的妥善處置。我們還積極探索各類回收再利用的方法，從源頭上減少排放物的產生。

本集團產生的主要廢棄物為總部、零售店鋪、物流中心及倉庫產生的裝潢垃圾、廚餘垃圾、營運垃圾及少量有害廢物。本年度，本集團共產生11,452.0噸一般廢棄物和1.3千克危險廢棄物，密度分別為1,172.7千克／百萬元人民幣收益和0.013千克／億元人民幣收益。其中，危險廢棄物顯著降低的原因是我們將危險廢棄物的處理模式由以前的累積處理改為當年處理，即於2020/21財年起，所處理的危險廢棄物均為當年產生。

#### 7.4.1 廢棄物管理

本集團制定有《廢棄物處理管理規定》以保障廢棄物管理工作的有效進行，減少廢棄物對環境造成的影響。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
一般廢棄物(噸)	11,452.0	7,985.5	168.7
密度(千克／百萬元人民幣收益)	1,172.7	1,103.0	26.7
危險廢棄物(千克)	1.3	48	50
密度(千克／億元人民幣收益)	0.013	0.663	0.790

## 7. 環境保護

### 一般廢棄物

裝潢垃圾：本年度，本集團繼續對自營羽絨服零售店舖進行裝修改造。為嚴格把控裝修全流程，我們制定有《施工手冊》，對裝修設計、材料使用、施工工藝等流程均設有統一的要求。我們通過大量採用符合國家質量標準的低污染、無毒無害的裝飾材料，在施工階段使用水性環保漆、硅藻泥等無污染材料，以及採用有毒有害氣體含量低的膠水黏合劑、石材等材料品牌，盡可能降低裝潢垃圾的潛在環境風險。我們對裝潢垃圾進行嚴格處理，包括外包的裝修工程以合約形式規定由承包方負責裝潢垃圾的無害化處理。未以合約形式規定的裝潢垃圾，包括由外包工程或自運營工程所產生的裝潢垃圾，由後勤部組織人員進行清理分類。其中，可回收部分交付回收單位作回收處理，不可回收部分則委託當地環衛所作無害化處理。

廚餘垃圾：本集團在總部設有員工食堂。我們加強採購管理，避免購入過量食材，從源頭減少廚餘垃圾的產生。我們設有定點垃圾桶用於飯菜收集，並委託環衛服務企業進行後期處理。對於廚房加工過程產生的廚餘垃圾，我們聯合當地環衛所設置定點垃圾車，後者負責定期將垃圾轉移至垃圾中轉站進行無害化處理。

運營垃圾：本集團在辦公區域大力推行減廢措施。我們在總部的各辦公區域設有紙張和布料等可回收廢棄物的回收點。我們亦實施紙張管控機制，要求需要大量複印或打印的事項進行部門審批，並由文印室把關控制，以杜絕紙張濫用現象；同時，物流中心及數字運營中心已實現無紙化作業及辦公。我們安排有專職清潔工每日負責收集各部門產生的生活垃圾，並交由當地環衛所轉移至垃圾中轉站作無害化處理。

### 危險廢棄物

本集團產生的危險廢棄物為總部及零售店舖裝修或運營過程產生的廢酸。我們設有環境運行管理系統，並指派後勤部對危險廢棄物進行管理。後勤部負責收集、確定危險廢棄物合格處理單位，與該類單位簽訂委託處理處置合同，將危險廢棄物交由該類單位按規範處理處置，並獲取處置信息。同時，我們的體系辦公室定期收集危險廢棄物處置信息，並通過蘇州市危險廢棄物管理系統向政府機構匯報。本年度，為加強危險廢棄物標識規範化，完善危險廢棄物監控系統和管理，後勤部根據危險廢棄物管理條例完成危險廢棄物倉庫整改，同時實施工程，監督工程質量及環境管理。

## 7. 環境保護

### 7.4.2 廢水排放

本集團的運營不產生工業廢水，排放的廢水主要為生活污水，後者通過排入市政污水管道進行統一處理，並在達標後排放。本集團每年制定年度節水節能目標及管理方案，並通過日常運行控制、檢查維護等減少

用水量，從源頭減少廢水排放。本年度，本集團子公司雪中飛完成了污水接管工程。本年度，本集團合計排放廢水13.2萬立方米，廢水排放密度為13.5立方米／百萬元人民幣收益。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
總量(萬立方米)	13.2	8.9	12.7
密度(立方米／百萬元人民幣收益)	13.5	12.3	20.1

### 7.4.3 廢氣排放

本集團統計範圍的廢氣排放主要來自日常運營所使用的自有車輛；本集團的貨物運輸均委托第三方物流公

司完成，所產生的廢氣排放不納入本集團的統計範圍。我們每年對自有車輛進行尾氣檢測以確保其符合國家排放標準。

	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
硫氧化物(千克)	0.5	0.5	0.8
氮氧化物(千克)	124.6	136.3	168.6
顆粒物(千克)	12.1	13.2	16.2

## 7. 環境保護

環境關鍵績效指標表

數據名稱	單位	2020/21財年	2019/20財年	2018/19財年
<b>廢氣排放</b>				
硫氧化物	千克	0.5	0.5	0.8
氮氧化物	千克	124.6	136.3	168.6
顆粒物	千克	12.1	13.2	16.2
<b>溫室氣體排放</b>				
範圍一	噸二氧化碳當量	139.9	165.3	313.5
範圍二	噸二氧化碳當量	38,954.3	28,870.2	18,652.6
合計	噸二氧化碳當量	39,094.2	29,035.5	18,966.1
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收益	4.0	4.0	3.0
<b>廢棄物</b>				
一般廢棄物	噸	11,452.0	7,985.5	168.7
一般廢棄物密度	千克／百萬元人民幣收益	1,172.7	1,103.0	26.7
危險廢棄物	千克	1.3	48.0	50.0
危險廢棄物密度	千克／億元人民幣收益	0.013	0.663	0.790
<b>廢水</b>				
廢水量	萬立方米	13.2	8.9	12.7
廢水密度	立方米／百萬元人民幣收益	13.5	12.3	20.1
<b>能源消耗</b>				
汽油	噸	15.1	14.7	24.9
柴油	噸	11.3	12.6	15.5
天然氣	萬立方米	3.4	3.4	8.1
電力	萬千瓦時	6,384.9	4,732.0	3,057.3
總耗量	萬千瓦時	6,457.1	4,801.8	3,194.6
能源密度	千瓦時／百萬元人民幣收益	6,612.2	6,632.7	5,048.8
<b>用水</b>				
用水量	萬立方米	26.8	18.3	11.9
用水密度	立方米／百萬元人民幣收益	27.5	25.3	18.8
<b>包裝材料</b>				
包裝材料	噸	7,831.4	6,375.7	5,508.7
包裝材料密度	千克／百萬元人民幣收益	801.9	880.7	870.7



# 展望

可持續發展、ESG管理、氣候變化等概念正越來越多地被融入企業的日常運營發展中。秉持「波司登溫暖全世界」的初心和使命，波司登將一如既往地不僅以產品溫暖顧客，更以各方面的行動溫暖我們的所有利益相關方。我們將繼續重視產品品質、打造負責任供應鏈，帶給消費者安全優質的產品和便捷舒適的體驗；我們將繼續重視員工的權益、福祉和發展，維護良好的工作環境和團隊氛圍，帶給員工幸福感和歸屬感；我們將繼續積極參與公益慈善事業，打造特色公益品牌，帶給困難群體支持和幫助；我們也將繼續積極採取節能減排措施以應對氣候變化，嚴控排放管理以減少對環境的破壞，守護地球家園的綠水青山。

此外，我們還在本年度繼續完善ESG管理架構，組建了可持續發展督導組，為我們在未來更加系統、全面、有效地實踐可持續發展奠定堅實基礎。

本報告是根據聯交所上市規則《ESG報告指引》編製而成。未來，我們期望從多個方面進行提升完善，為各利益相關方提供更全面、更深入的ESG報告。

未來，我們將：

- 繼續擴大資料收集和審查的範圍，將披露範疇延伸至非羽絨服業務。
- 持續完善ESG管治體系的建設，以成立可持續發展督導組為契機，加強董事會對ESG事宜的監管，制定集團的整體ESG戰略及政策。
- 繼續高度重視原材料採購環節，升級羽絨標準的關鍵指標，提升受認證原材料的比例，嘗試披露各類原材料的採購比例。
- 響應社會對氣候變化熱點議題的關注和中國的碳達峰、碳中和政策，識別自身氣候變化風險與機遇，嘗試制定碳減排路徑。
- 響應《ESG報告指引》的新要求，加強社會、環境關鍵績效指標的收集、整理及披露，力求呈現更全面、準確的ESG指標資料。

# 聯交所《ESG報告指引》內容索引

## 報告編製過程遵循「不遵守就解釋」的披露要求及以下報告原則：

- 「重要性」原則：本報告對利益相關方重點關注的議題進行了調研評估，並對議題進行了針對性地披露；
- 「量化」原則：本報告所有數據均來自相關統計報告和公司文件，並已匯報部分環境關鍵績效指標計算過程所使用的標準及方法；
- 「一致性」原則：本報告中環境及社會關鍵績效指標的披露統計方法與上一年度保持一致，環境關鍵績效指標較上一年度增加了碳排放的數據；及
- 「平衡」原則：本報告不偏不倚地呈現了本集團本年度於環境和社會方面的表現。

匯報範圍：除總部辦公室和自營門店之外，物流中心及倉庫亦屬於本集團的主要營運地點，由本集團直接管理。為更客觀、全面地展示業務營運對環境帶來的影響及環境管理績效，本年度延續了上年度的本集團將物流中心及倉庫納入環境關鍵績效指標的統計範圍。

範疇	章節
<b>A 環境</b>	
層面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>
關鍵績效指標A1.1	<p>排放物種類及相關排放數據。</p> <p>排放管理</p>
關鍵績效指標A1.2	<p>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）。</p> <p>氣候相關問題管理 環境關鍵績效指標</p>
關鍵績效指標A1.3	<p>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）。</p> <p>排放管理 環境關鍵績效指標</p>
關鍵績效指標A1.4	<p>所生成無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p> <p>排放管理 環境關鍵績效指標</p>
關鍵績效指標A1.5	<p>描述減低排放量的措施及所得成果。</p> <p>排放管理</p>
關鍵績效指標A1.6	<p>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。</p> <p>排放管理</p>
層面A2 資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。</p> <p>資源管理</p>
關鍵績效指標A2.1	<p>按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以兆瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。</p> <p>資源管理 環境關鍵績效指標</p>

# 聯交所《ESG 報告指引》內容索引

範疇		章節
<b>A 環境</b>		
關鍵績效指標A2.2	總耗水量和密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	資源管理 環境關鍵績效指標
關鍵績效指標A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	資源管理
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。	資源管理
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。	資源管理 環境關鍵績效指標
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。	環境方針
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。	環境方針

# 聯交所《ESG 報告指引》內容索引

範疇		章節
<b>B 社會</b>		
<b>僱傭及勞工常規</b>		
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。	合規用工 福祉與關愛
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	合規用工
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。	福祉與關愛
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。	健康與安全
關鍵績效指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	健康與安全
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	健康與安全
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。	健康與安全
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。	培訓與發展
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。	培訓與發展
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。	培訓與發展
層面B4 勞工準則	一般披露 有關防止童工或強制勞工及對發行人有重大影響的： (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。	合規用工
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。	合規用工
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。	合規用工
<b>營運慣例</b>		
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的政策。	原材料採購 供應商管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	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。	供應商管理

# 聯交所《ESG 報告指引》內容索引

範疇		章節
<b>B 社會</b>		
層面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及對發行人有重大影響的：</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>研發創新</p> <p>品質保障</p> <p>客戶服務</p>
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。	品質保障
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目及應對方法。	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。	研發創新
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	品質保障
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。	客戶服務
層面B7 反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢及對發行人有重大影響的：</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>	反貪腐
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。	反貪腐
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。	反貪腐



# 聯交所《ESG 報告指引》內容索引

範疇		章節
<b>B 社會</b>		
<b>社區</b>		
層面B8 社區投資	一般披露 有關以社區參與來了解發行人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。	社區投資
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)。	社區投資
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	社區投資



**波司登**  
BOSIDENG

[company.bosideng.com](http://company.bosideng.com)  
[www.bosideng.com](http://www.bosideng.com)

