

GXG

KEEP GAP \ GRANT DIFFERENCE

Better
Better
Better
Me.



環境、社會及管治報告 2021

Mulsanne Group Holding Limited
慕尚集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)
股份代號：1817



2 環境、社會及管治報告概覽

2 本集團的主營業務及使命

4 質量控制及客戶權益

9 僱員權益保障

16 環境績效分析

25 回饋社會



1 環境、社會及管治報告概覽

1.1 關於環境、社會及管治報告

本環境、社會及管治報告描述慕尚集團控股有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)關於環境、社會及管治方面的表現。本環境、社會及管治報告闡明本集團履行企業社會責任(「企業社會責任」)的主要要求，亦闡述本集團對企業社會責任所提出的願景和承諾。

本環境、社會及管治報告符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄二十七項下的《環境、社會及管治報告指引》(「環境、社會及管治指引」)。於閱讀本環境、社會及管治報告時，建議一併細閱本公司2021年度的年度報告。本環境、社會及管治報告遵循四項原則，即重要性、量化、平衡和一致性原則。本環境、社會及管治報告所用計算方法與去年的報告一致。我們避免了作出可能會影響讀者決策或判斷的任何選擇、遺漏或呈現形式。

本環境、社會及管治報告覆蓋期間為2021年1月1日至2021年12月31日(「2021財年」)。本集團希望通過本報告加強與其持份者的溝通，並就本集團的社會責任和可持續發展的戰略和表現建立共識。

1.2 報告範圍

本環境、社會及管治報告內有關環境及社會政策及措施的一般披露及合規事宜涵蓋整個集團，而本環境、社會及管治報告環境關鍵績效指標(「KPIs」)之披露範圍涵蓋本集團於中華人民共和國(「中國」)的營運及生產基地。

本集團的環境及社會影響主要來自其位於中國的業務。由於本集團產品的生產流程由原設備製造商(OEMs)進行，及運輸流程經第三方物流服務供應商完成，本環境、社會及管治報告涵蓋本集團庫房、零售店、總部及分公司的主要業務範圍。

2 本集團的主營業務及使命

2.1 主營業務

本集團是總部設於中國的領先時尚男裝公司，同時覆蓋運動服市場和其他時尚領域。其在男裝和運動服品類方面廣泛而多樣的產品組合、執行能力及在時尚行業的經驗使本集團能夠拓展多個品牌以把握未來市場機遇。本集團於2007年首次推出其旗艦品牌GXG，其後於2010年引入gxg jeans，迎合不同男裝風格的個人需求，並於2012年推出gxg.kids，把GXG系列的設計理念帶入童裝市場。為了打入迅速增長的運動服和機能服飾行業，本集團於2014年推出Yatlas，提供運動休閒服裝。自2020年初起，Yatlas已將其業務重心由休閒服飾轉向高端通勤智能男裝。於2020年，本集團推出了主打親運動、親生活的休閒服品牌Free Volt及主打高質感的通勤服裝品牌MODE COMMUTER，進一步強大了本集團的品牌陣營，且兩者均涵蓋男女裝，使本集團的品牌受眾得到進一步拓展。本集團的品牌各自均擁有獨特的設計形象，並且包含一系列產品，提供各種剪裁、面料、樣式、風格和價格點，旨在吸引廣泛的消費者。

2.2 環境、社會及管治使命

作為可持續發展的積極踐行者，本集團十分關注其運營對環境、社會及管治的影響。在經營過程中，本集團積極履行環保責任，充分考慮產品全生命週期的環保需求，使綠色發展戰略貫穿於各項業務中。此外，本集團在社會及管治方面投入大量的資源，認真對待員工發展，關心社會弱勢群體，積極承擔社會責任。

本公司董事會（「**董事會**」）已充分認識到在運營層面實施環境、社會及管治措施的重要性。在尋求實現業務目標的過程中，董事會十分重視並監督本集團平衡業務發展需要和履行其環境、社會及管治責任。

董事會全面負責本集團的環境、社會及管治策略及報告。董事會通過設立環境、社會及管治管理及監督框架，管理本集團的環境、社會及管治表現，定期評估及確定本集團環境、社會及管治方面的風險，並確保本集團各部門實施及時有效的措施，全面提升本集團在環境、社會及管治方面的表現。

董事會負責制定本集團的環境、社會及管治發展戰略，指引本公司的可持續發展方向，監督各部門按照董事會所訂戰略方向實行環境、社會及管治舉措的情況。董事會通過分析業務活動對環境及社會的影響、審視持份者關注的事項、識別來自業界的重要議題、制定恪守環境、社會及管治指引的報告方針等程序識別環境、社會及管治相關事宜，並制定相應計劃。本集團每年開展環境、社會及管治風險評估與績效分析工作，並依據結果提出更有效的舉措，促進本集團可持續發展。

2.3 持份者參與

本集團擁有廣泛的持份者網絡，包括員工、客戶、供應商和業務合作夥伴、投資者、政府及社區團體。本集團認為，與持份者定期溝通，充分了解他們的期望，有助於企業的可持續發展。本集團通過促進互動，努力平衡意見和利益，以保護所有持份者的長期利益，並與之保持可持續的關係。

2.4 創新投資

本集團對其業務創新、產品創新及供應鏈創新作出大量投入，以獲得更高效的供應鏈系統、更準確的產品配對以及更便捷的購物流程，並助力創造一個更高效的社會。

本集團採用一個一體化的全渠道商業模式，通過結合線上線下渠道優勢，為顧客提供無縫和一致的購物體驗，提升庫存管理、供應鏈管理、產品選擇及物流方面的效率。根據對顧客的深入了解，本集團採取以顧客為中心的模式，為顧客提供一站式購物體驗。本集團在線上和線下渠道提供類似的產品及統一價格、共享庫存，以及提供靈活高效的物流支援。此外，通過以產品生命週期管理系統分析來自線上渠道及線下零售店的大數據，本集團可監督需求準確水平，並通過調整生產及庫存計劃，迅速回應市場最新趨勢，對本集團庫存控制及供應鏈管理尤其重要。包括本集團在內的中國主要時尚服裝品牌均已採用新零售商業模式及創新舉措，而在新零售整合方面，本集團是眾多品牌中的領導者。

2.4.1 新零售商業模式

本集團隨著時間推移將其商業模式從傳統的零售模式發展及轉型為獨立、非整合的線上線下渠道，並隨後發展及轉型為當前的新零售商業模式。本集團已徹底開發線上線下渠道的潛力並充分利用其協同效益，從而使本集團為其客戶提供無縫的購物體驗。

2.4.2 大數據分析

本集團的大數據能力通過其數據收集、分析及應用方法得到體現。本集團收集多方面數據，包括客戶行為數據、產品數據、地區數據及存貨數據。本集團使用應用程序接口(API) — 一套允許創建訪問操作系統、應用程序或其他服務的功能或數據的應用程序的函數及程序 — 及連接其不同系統的數據表服務。

使用中的射頻識別(RFID)技術及智能管理系統記錄試穿率等產品變動數據，並結合本集團的企業資源規劃(ERP)系統中的客戶購買記錄，進一步進行數據分析。透過射頻識別及智能管理，本集團可進一步提高其新物流中心的分類、分配及存儲能力。此外，智能物流中心可大大提高本集團的分類及分配速度。

推出射頻識別不僅大大提高本集團的管理效率，亦帶來眾多環境及社會效益。從環境方面，其加速供應端的銷售數據反饋，使本集團可快速回應市場，避免庫存過剩及減少資源浪費，而價值鏈中的眾多供應商亦可從中受益。從社會方面，其通過消除因庫存盤點而關門或加班的原始經營需要，提高銷售人員的工作質量，大大減少門店及倉庫人員的勞作強度。

2.4.3 靈活的供應鏈反應系統

本集團已在供應鏈的所有環節採納靈活的供應鏈反應系統，包括設計、研發、原材料準備、採購、物流及銷售環節。通過採納靈活的供應鏈反應系統，本集團極大提高其存貨管理以及其對市場趨勢及消費者需求的判斷，從而減少能耗及達成更高的客戶滿意度。

3 質量控制及客戶權益

3.1 企業社會責任

作為男裝行業的領先企業，本集團始終積極踐行自身社會責任。本集團繼續為時尚市場領域建立循環經濟，同時考慮到環境保護、員工福利、資源利用和技術革新。此外，本集團關注持份者關切和供應鏈問題，以及可持續發展問題。本集團通過建立高效的運營模式，在更有效地利用資源和減少業務運營的總體能耗方面取得重大進步。本集團視企業社會責任為核心義務及其企業價值的升華及延伸。為避免任何潛在的商業或法律衝突，本集團對申請及備案制定清晰及詳細的指引。本集團高度關注消費者、投資者及僱員的權益，推進環境、社會及管治等方面的工作。本集團力爭全面提升其整體社會表現。

3.2 質量保證

為嚴格遵守相關行業標準，如國家強制性標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》、GB/T5296.4-2012《消費品使用說明 — 第4部分：紡織品和服裝使用說明》、服裝行業標準GB/T2660-2017《襯衫》及FZ/T81007-2012《單、夾服裝》，本集團組織專門推廣有關標準知識的培訓課程以確保質控人員可清楚了解其責任並在實踐中採納該等標準。通過於2017年修改其企業質量標準、進一步提升其內部標準及更好地保障產品質量，本集團進一步提高其本已嚴格的標準制度。為提高市場滿意度及用戶體驗，本集團已制定由產品經理及其質控部門共同管理的質量控制系統，最終保障本集團及其品牌的聲譽。

由原材料採購、OEM生產到包裝及存貨儲存，本集團均對業務運營實施嚴格的質量控制標準。確保產品質量的相關措施和政策如下：

- 在正式生產過程之前，我們會召開產品質量風險評估會議以盡量減少質量安全問題。
- 在生產初期階段，管理團隊致力預防和及早修正任何缺陷。
- 在產品交付倉庫之前，必須進行質量檢查環節及抽查，嚴格遵循AQL1.5標準。此外，貨物的物理和化學檢測亦須根據國家標準操作。
- 貨物交付倉庫後，我們會對貨物進行最終的外觀檢查及功能檢查。
- 最後，本集團不斷優化售後服務。

如發現產品有質量問題，本集團相關部門將召回同批產品並下架。於2021財年，本集團並未因安全或健康原因召回任何產品。

本集團在服裝生產過程中積極踐行環保理念，在襯衫、外套、褲子等衣物中使用回收拉鍊及回收鈕扣。回收鈕扣是從植物中獲得並發酵及最終降解成水和二氧化碳的生物樹脂，不會污染自然環境。回收拉鍊由回收的PET塑料瓶作為原材料經過淨化和粉碎製成，使用的原材料中有30%是回收材料。使用回收拉鍊大大減少了白色污染。

此外，本集團還探索利用高科技提高服裝親膚性的機會，並不斷提升服裝品質。Sorbtex®系列牛仔褲採用快乾牛仔技術製成，利用Catch-To-Move™出色的排汗性能來增強牛仔褲的透氣性，使其長時間保持乾燥、清爽和舒適。在服裝中應用智能銀離子抗菌技術專利，可有效抑制細菌，去除異味。領先的銀離子技術可有效破壞蛋白酶、抑制細菌生長並分離異味。

3.3 供應鏈管理

本集團制定了《供應商管理條例》、《供應鏈效率提升執行方案》、《供應商質量控制風險評估指引》及《供應商管理系統流程》等供應鏈管理政策，從供應商審核、表現評估及改進等方面監控採購和供應商管理，從而確保原材料和最終產品合格。本集團亦與許多運輸服務供應商密切合作。

本集團對所有供應商實施相關規例，於2021年引入22名新供應商，並終止與7名不合格供應商的合作。截至2021年12月31日，本集團共有259名供應商，全部供應商均做好充分準備，確保原材料和最終產品的及時優質交付。本集團與分布廣泛的供應商建立了合作工作關係。大部分供應商位於華東地區，佔本集團截至2021年12月31日委聘的供應商總數的74.1%。有58名供應商位於華南地區，佔供應商總數的22.4%。從職能角度而言，本集團已與220名OEM供應商（佔供應商總數的84.9%）、31名原材料供應商及8名物流供應商建立了合作。

截至2021年12月31日，供應商百分比列示如下：

供應商百分比	%
按地區劃分	
華東地區	74.1%
華南地區	22.4%
東北地區	1.5%
華北地區	1.2%
華西地區	0.4%
華中地區	0.4%
按職能劃分	
OEM供應商	84.9%
原材料供應商	12.0%
物流供應商	3.1%
總計	100%

本集團供應鏈管理部與其他相關部門共同建立了供應商審核及評估系統。供應鏈管理部門將對本集團合作的新供應商進行現場評估。透過對供應商的資質、規模、產品價格、質量、售後服務、社會責任等方面的評估，就各供應商生成《供應商現場評估報告》。對於通過初審的供應商，供應鏈管理部門將報公司領導集體決策，並在填妥准入或淘汰的審核結果後通知被審核方。

2021年環境、社會及管治報告

為確保供應商能按時交付優質貨物，本集團建立了線上供應商表現考核系統，並將考核結果同步到SCM系統中。本集團每季度對供應商的設計、交期、產品質量、服務、生產安全、環保標準等進行評價，其中服裝設計、交期、產品質量等因素佔評價的90%，而合作及互動等因素佔評價的10%。對於優秀的供應商，本集團將優先支付貨款，而對於不合格的供應商，本集團亦將督促其限期整改。此外，本集團每年根據實際情況召開供應商大會，並邀請優質供應商參加。為提升供應商能力，本集團為供應商舉辦「慕尚供應商遊學」項目，聘請服裝行業的專業講師和資深專業人士進行授課。

為促進供應商優先使用環保產品和服務，本集團已向所有供應商發出環保通知，包括要求供應商嚴格遵守國家環保法規，樹立環保意識，加強對廢水、噪聲、固體廢物等污染物的防治，自覺接受社會監督。各供應商均表示將積極遵守及配合本集團建立長期友好合作關係的倡議。另外，本集團亦將供應商對環境及社會的影響納入《供應商現場評估報告》。此外，本集團安排專人對供應商的原材料及生產流程進行檢查，以確保供應商盡可能保護環境，實現綠色生產。

本集團亦就下游分銷商及開設新的線下門店制定詳細的甄選標準。有關分銷商的標準如下：(1)有較強的經濟實力；(2)有包括時尚男裝、商務男裝、時尚女裝等市場主流品牌的服裝運營經驗；(3)有創業熱情，對服裝行業感興趣且對服裝行業有見解的青年人；及(4)認同本公司的品牌定位、產品風格、扶持政策、公司後期對接及維護等。

開設新線下門店的規定包括但不限於以下各項：(1)在縣級市開拓新市場並給予授權；(2)店鋪位置需位於當地主要商圈，如街鋪、商場及購物中心；(3)店鋪使用面積達120平方米以上，門頭寬度不小於8米；(4)店鋪年銷售業績在人民幣180萬元以上；(5)保證金約為人民幣15萬元；及(6)進貨價比標籤價低45%，退貨率不高於20%。於2021財年，本集團與合共204間下游公司合作，包括34名合作夥伴及170名分銷商。

3.4 客戶投訴處理及應對方案

3.4.1 客戶投訴情況

本集團高度重視客戶權利。為更好地接收客戶的意見、投訴等問題，本集團建立了多種透明的投訴表達渠道，如天貓及京東電商平台的客戶服務、熱線電話和電郵。本集團始終保持高水準的服務態度，認真聽取客戶的建議並及時解決投訴和糾紛。2021財年本集團收到的售後服務或產品投訴數量為13,709次。於2021財年，本集團並未因安全或健康問題收到任何客戶投訴。

3.4.2 投訴應對方案

本集團始終高度重視產品質量和安全。為降低損害消費者或損害品牌形象的風險，本集團已制定多項政策以降低銷售缺陷產品的可能性。本集團要求所有貨物入庫前必須符合GB 18401-2010和GB 31701-2015國家理化標準的要求及不同產品對應的各自產品標準。

針對售後服務投訴，本集團制定了標準的投訴處理指引，及時指派售後部處理客戶投訴。售後部將與客戶溝通協商最佳解決方案。如果產品的缺陷並非客戶造成，且客戶同意維修方案，客戶將提出維修申請，店家將需要維修的產品送至本公司進行售後。維修後確認產品無質量問題後，由售後部寄回給客戶。公司確認產品有質量問題，可以換貨或退貨退款。

3.5 知識產權安全

本集團制定《知識產權登記申請規範》，確保本集團合理規範地正確使用設計版權和商標。目的是避免因未及時申報知識產權保護而導致權益受損或侵權等事件，減少有關經濟風險和損失。

在申請註冊過程中，本集團採購部負責人對相關材料進行審核確認，並提交給法務部。法務部員工對申請的標識和圖形進行初步測試，分析知識產權成功註冊的概率，提出相關意見，然後向行政部提交註冊申請，最終確認註冊。

本集團定期監控其域名並在到期前進行更新。本集團亦長期妥善有效地使用其註冊域名及各類商標，以保護其知識產權權益。此外，本集團委託獨立的法律服務機構訂立知識產權法律服務協議，處理知識產權相關問題和衝突，保護本集團的合法權益。

3.6 信息安全

本集團高度重視本集團及客戶信息安全。本集團制定了兩項企業管治守則，即《信息安全管理政策》和《客戶信息安全政策》。《信息安全管理政策》是有關保障信息安全、創造用戶價值、實施安全管理、主動防範風險、完善控制措施的制度指引，包括計算機設備安全、各種應用系統的操作權限安全、密碼管理安全、個人計算機文件安全及服務器數據安全。《客戶信息安全政策》是為進一步加強公司信息安全管理，明確客戶信息安全管理責任，有效防範和處置潛在客戶信息安全風險，結合公司實際情況制定本守則。該等管治守則和政策規定了有關信息安全管理的指引，包括硬件、軟件、數據存儲和管理，以更好地保護客戶隱私數據。

本集團對客戶數據（包括姓名、電話號碼、地址等）的收集、處理、保管、使用和保留採取嚴格的安全控制措施。從客戶收集的所有敏感數據均由指定人員嚴格保密處理。根據適用的管治指引，本集團向相關員工提供有關保護客戶資料的充分培訓，以提高彼等的意識並保護個人資料免遭丟失、未經授權的訪問、使用、修改或未經授權的披露。本集團根據不同部門和工作職責限制對客戶數據的訪問，以防止非法行為，包括向任何未經授權的第三方提供客戶信息。

此外，本集團的客戶資料亦會及時備份，並存放於指定地點妥善保管。同時，信息技術部定期對客戶信息進行檢查和審核，任何數據傳輸均需經過相關部門和信息技術部負責人的共同授權，以加強對客戶數據的安全管理。

4 僱員權益保障

4.1 平等僱用及僱員僱用狀況

4.1.1 平等僱用原則

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》等勞動法律法規，並已建立明確界定僱員權利及義務的全面僱用規則及規定。

在招聘過程中，本集團在招聘合格候選人時秉持公平公正的原則，避免任何歧視性做法。本集團致力營造多元化及具包容性的工作環境，並為所有員工提供平等機會。本集團提倡公平競爭，為所有員工提供平等機會，在招聘、任用和晉升過程中不因性別、年齡、婚姻狀況、宗教、種族、國籍或身體狀況而歧視任何員工。

4.1.2 僱員僱用狀況

截至2021年12月31日，本集團的僱員僱用狀況如下：

按性別	%
男	38.2%
女	61.8%
按教育背景	%
本科及以上學歷	38.5%
專科學歷	38.0%
職業學校及高中學歷	15.5%
初中及以下學歷	8.0%
按年齡	%
30歲及以下	53.1%
31至50歲	46.2%
51歲及以上	0.7%
按地區	%
寧波	95.3%
上海	4.1%
廣東	0.4%
北京	0.1%
香港	0.1%

截至2021年12月31日，本集團僱員總數為832人，均為全職僱員。本集團擁有一支在性別和年齡方面多元化的員工隊伍，提供各種想法和能力水平為本集團的成功作出貢獻。

按性別來看，男性僱員人數為318人，女性僱員人數為514人，分別佔38.2%及61.8%。

按教育背景來看，本集團320名僱員獲得本科及以上學歷，316名僱員獲得專科學歷，分別佔38.5%及38.0%，表明本集團僱員的高素質學歷背景。擁有職業學校及高中學歷的僱員人數為129人，佔15.5%，而其他僱員獲得初中及以下學歷。

按年齡段來看，442名僱員年齡在30歲及以下，佔員工的53.1%。31至50歲的僱員人數為384人，僅6名僱員年齡在51歲及以上，這反映本集團的員工隊伍更加年輕化，可更好地引領時尚潮流。本集團非常重視年輕員工的培訓並為其提供多種晉升渠道，確保本集團與僱員共同發展。

按地區來看，大部分僱員位於寧波，佔95.3%，34名僱員位於上海，3名位於廣東，1名位於北京及1名位於香港。

4.1.3 僱員流失情況

於2021財年，本集團的僱員流失總數為380人，主要是正常業務活動所致。本集團相當重視整體僱員流失率，因其會影響本集團的整體人力資源配置、經營效率及員工士氣。

本集團非常重視對僱員的發展及培養，致力於吸引及挽留具有不同背景的人才，以實現可持續增長，並保持穩定的流失率。管理崗位的僱員流失率相對較低，反映出本集團內部員工的滿意度很高。

按性別來看，151名男性僱員及229名女性僱員離任，分別佔所有辭任僱員的39.7%及60.3%。

按年齡段來看，30歲及以下的僱員流失人數為231人，佔辭任僱員的60.8%。於所有辭任僱員中，38.2%年齡在31至50歲，1.0%年齡在51歲及以上。

按地區來看，寧波共有352名僱員離任，佔所有離任僱員的92.6%。於所有辭任僱員中，6.6%於上海任職，0.5%於北京任職，0.3%於廣東任職，原因均為職位要求變動，屬於正常商業活動。

截至2021年12月31日，按性別、按年齡及按地區劃分的僱員流失百分比如下：

按性別	%
男	39.7%
女	60.3%
按年齡	%
30歲及以下	60.8%
31至50歲	38.2%
51歲及以上	1.0%
按地區	%
寧波	92.6%
上海	6.6%
北京	0.5%
廣東	0.3%

4.1.4 僱員晉升

本集團為僱員提供各種透明的晉升渠道，確保本集團與員工的同步發展。為挖掘每名僱員的潛力，本集團已為其建立職業發展通道。表現突出的員工可以實現未來的晉升、加薪、培訓、海外工作、優秀員工的評選等機會。

4.1.5 工作時數及假期

本集團制定了《員工規範管理手冊》(「《員工手冊》」)，並在《員工手冊》中規定工作時間、勞動保護和勞動條件。本集團的一般崗位實行標準工作制度，正式工作時數為週一至週五，每日八小時。此外，對於倉儲、保安、清潔工、司機等特定的職位，如需採取全面的定時或不定時工作時間，本集團將向人力資源和社會保障部申請，按照相關法律制度進行處理。此外，本集團亦為管理團隊採取靈活的工時制度。

4.2 僱員薪酬及福利

本集團根據《中華人民共和國勞動法》和《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，建立了僱員薪酬福利制度。

作為僱員薪酬及福利計劃的一部分，本集團根據適用法律法規及時地為僱員支付社會保險及住房公積金，以保障僱員的合法權益。社會保險包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險。同時，僱員亦合法享有適用法律法規規定的薪酬、福利及假期。

本集團提供的僱員福利包括：

— 獎金

本集團向年度考核合格的僱員發放年終獎金，向為本集團帶來經濟效益或降低生產經營成本的僱員發放項目獎金。

— 交通補貼

本集團為僱員提供班車服務，僱員亦可選擇享受交通補貼以代替班車服務。補貼為每月人民幣100元。

— 年假

本集團向僱員提供年假。工作年限少於10年的僱員可享有5日年假；工作年限為10年或以上但少於20年的僱員可享有10日年假。

— 病假

根據累積的工作年限，本集團為僱員提供3個月至24個月的病假時間。僱員於病假期間根據適用的法律法規有權領取本集團的工資。

— 其他假期

本集團僱員亦有權享有其他種類的假期福利。例如，本集團為享有相關權利的僱員提供事假、婚假、恩恤假、產檢假、待產假、工傷假、產假及陪產假。該等權利及其他權利於《員工手冊》中訂明。

為確保僱員清楚了解自己的權利和義務，本集團制定了《員工手冊》和其他相關規定，涵蓋招聘、薪酬結構、信息安全、行政管理和額外福利等主題。本集團不時更新政策，以確保嚴格遵守最新的法律法規。此外，為向僱員提供向人力資源部或本集團秘密表達投訴和關注的渠道，僱員可以直接掃描《員工手冊》上的投訴二維碼以提出建議或投訴。

4.3 僱員健康與安全

本集團十分重視僱員的健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》、《工作場所職業衛生監督管理規定》及《工商保險條例》等有關法律法規。

— 僱員安全法規規定

所有工作超過一年的僱員均可每年接受一次健康檢查。對於在倉庫工作的僱員，本集團已制訂多個方面的具體安全指示。該等指示包括物流部門下屬的電動叉車員工通知和電梯操作通知。電動叉車的速度應控制在每小時5公里以內，且嚴禁載人及超載。必須對電梯進行徹底的檢查和維護，且電梯操作人員應持有相關資格證書。

— 消防演練

本集團定期進行消防演練，增強僱員的消防安全意識，提高僱員應對火災的自救能力。為確保於工廠工作的員工安全，本集團已制定合理應急計劃。

— 疫情防控

為響應政府的疫情防控規定，本集團定期下發關於COVID-19疫情期間返崗的通知及指引。本集團允許員工居家辦公，以有效預防病毒傳播。

本集團致力為僱員營造安全工作環境。過去三年並無發生工傷死亡事件，2021財年的工傷損失工作日數為73天，比2020年減少10.4%。

每年工傷數量列示如下：

	2019年	2020年	2021年
工傷死亡	0	0	0
工傷損失工作日數	127	81.5	73
年末僱員總數	811	842	832

4.4 僱員發展及培訓情況

人才培養是企業發展的重要方面。本集團將人才培養視為人才管理戰略的核心，定期開展各種培訓活動，幫助僱員取得全面提升。2021年，除每季度的新僱員入職培訓活動外，本集團亦舉行商品管理培訓、電商直播培訓、供應商談判技巧培訓、法務及財務知識培訓等各種專項培訓內容。

為促進僱員職業發展，本集團為僱員提供各種形式的培訓。405名僱員參加3,120小時的培訓，其中男性135人，女性270人，分別佔33.3%及66.7%，平均培訓時間約7.7小時。僱員類別方面，4名高級管理人員、25名中級管理人員及376名一般僱員參加相關培訓，平均培訓時間為約7.7小時。職能方面，29名高級行政管理人員、50名行政人員及326名技術人員參加培訓，分別佔受訓僱員總數的約7.2%、12.3%及80.5%，平均培訓時間為約7.7小時。

按性別、僱員類別及職能劃分的受訓僱員百分比及平均培訓時間列示如下：

	受訓僱員百分比	平均培訓時間
按性別	%	小時
男	33.3%	7.7
女	66.7%	7.7
按僱員類別	%	小時
高級管理層	1.0%	7.7
中級管理層	6.2%	7.7
一般僱員	92.8%	7.7
按職能	%	小時
高級行政管理	7.2%	7.7
行政	12.3%	7.7
技術	80.5%	7.7

4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施

本集團嚴格遵守相關法律法規，包括《未成年人保護法》及《禁止使用童工規定》，並對任何形式的童工或強制勞工採取零容忍的態度。本集團已制定嚴格的招聘程序，以避免於業務營運使用童工或強迫勞工。

- 首先，本集團在招聘過程中收集並驗證候選人的個人信息，以確保有關信息有效，選擇合適的候選人。
- 所有僱員加入本集團時必須達到法定工作年齡並持有身份證件。
- 人力資源部嚴格仔細收集及檢查上述文件。
- 若發現任何可疑違規行為，本集團亦鼓勵向本集團管理層報告。

4.6 反賄賂及反欺詐措施

本集團始終高度重視預防發生腐敗情況，並已制定預防措施監督僱員。本集團始終堅持誠信公平原則，為僱員營造一個合適及舒適的工作環境。

— 反欺詐及反貪污管理規定

本集團遵循《反欺詐及反貪污管理規定》，確保規範本集團中高級管理團隊及所有其他僱員的職業行為。管理團隊及所有其他僱員須嚴格遵守相關法律法規以及《反欺詐及反貪污管理規定》，不得作出可能損害本集團及其股東利益的貪污或欺詐行為。《反欺詐及反貪污管理規定》訂明欺詐行為的定義、核實、後續補救及懲罰措施，有效減低發生貪污及欺詐行為。此外，本集團亦向上游供應商和下游客戶推出新的反欺詐及反貪污通知，並鼓勵舉報以共同創造和維護民主、透明、公平的商業環境。

— 舉報程序

本集團亦制定申訴程序，有效處理腐敗事件。本集團於員工手冊隨附投訴與建議二維碼。僱員可掃描二維碼，實名或匿名舉報賄賂及欺詐事件。相關部門將對舉報內容進行核實，並對相關人員作出相應處罰。

一 反腐敗培訓

本集團已組織「抵制誘惑，拒絕犯罪」僱員培訓，主要講解腐敗的後果及如何預防腐敗。培訓持續兩小時，共有681名僱員參加培訓。

此外，本集團2021財年繼續為廣東省企業反欺詐工作委員會成員單位。另外，本集團2021年6月積極表彰主動上交所送禮物的僱員，提高誠信意識。

2021財年，本集團涉及一宗針對本集團及其僱主腐敗行為的法律案件，該案件尚未結案。

4.7 反勒索及反洗錢措施

本集團對勒索及洗錢採取絕對零容忍的態度，並在本集團內部實施針對勒索及洗錢的預防管理措施。為防止勒索事件的發生，本集團要求各部門保留客戶身份資料及交易記錄，並對所有交易數據進行監控及分析，正確安全地防止數據洩露被他人使用。在反洗錢方面，本集團要求各部門明確各自的工作職責及管理範圍，不得越權從事相關活動。本集團一直嚴格監督各部門的行為，防止管理人員利用職權進行非法金錢交易。

5 環境績效分析

5.1 企業廢棄物分析

5.1.1 相關環境保護政策概述

本集團深知，作為領先的男裝品牌，其在尋求環境長期可持續發展方面具有舉足輕重的作用。本集團致力於將環境意識融入內部管理，鼓勵員工在日常工作中節約能源及資源。本集團在控制排放及提高資源效率方面付出了巨大的努力，在日常營運中嚴格遵守相關的環境法律及法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》及《中華人民共和國大氣污染防治法（2018年修訂）》。

5.1.2 企業廢棄物相關指標分析

一 廢氣總排放量及排放密度

本集團產生的廢氣主要來自汽車的化石燃料燃燒，主要污染物包括氮氧化物(NO_x)、懸浮顆粒物(PM)及硫氧化物(SO_x)。與2020年相比，本集團產生的廢氣總排放量減少53%。

2021年環境、社會及管治報告

本集團於2021財年產生的廢氣總排放量及排放密度如下：

廢氣類型	總排放量 (千克)	排放密度 (千克／ 人民幣億元)
氮氧化物(NO _x)	91.2	3.4
硫氧化物(SO _x)	0.2	0.01
懸浮顆粒物(PM)	8.7	0.3
總計	100.1	3.7

一 溫室氣體總排放量及排放密度

由於汽車的化石燃料消耗及日常經營的電力消耗，本集團的各個業務部門會直接和間接排放溫室氣體。2021財年，本集團排放的溫室氣體總計為2,407.7噸二氧化碳當量，排放密度為89.3噸二氧化碳當量／人民幣億元。其中，由化石燃料燃燒產生的溫室氣體直接排放總計約為30.6噸二氧化碳當量，由電力使用產生的溫室氣體間接排放總計約為2,377.1噸二氧化碳當量。由於用電增加，溫室氣體排放由2020財年的1,438.2噸二氧化碳當量增加至2021財年的2,407.7噸二氧化碳當量。

下表列示本集團於2021財年的總排放量及密度：

溫室氣體直接排放：

溫室氣體類型	直接排放 (噸二氧化碳當量)	直接排放密度 (噸二氧化碳當量／ 人民幣億元)
二氧化碳(CO ₂)	27.5	1.0
甲烷(CH ₄)	0.04	0.001
氧化亞氮(N ₂ O)	3.2	0.1
總計	30.6	1.1

溫室氣體間接排放：

溫室氣體類型	間接排放密度	
	間接排放（噸二氧化碳當量）	間接排放（噸二氧化碳當量／人民幣億元）
電力消耗	2,335.2	86.6
其他間接排放	41.9	1.6
總計	2,377.1	88.2

附註：溫室氣體直接排放主要包括本集團汽車產生的溫室氣體。其他間接排放包括電力、水及紙張消耗的間接溫室氣體排放。

一 本集團產生的有害及無害廢棄物的總量及密度

下表列示於2021財年從辦公室、零售店舖及倉庫產生的有害及無害廢棄物總量：

廢棄物類型	單位	總量			總計
		辦公室	零售店舖	倉庫	
無害廢棄物	噸	6.0	3,250.0	2.8	3,258.8
辦公室紙張消耗	噸	6.0	0.0	2.8	8.8
零售店舖翻新廢棄物	噸	0.0	3,250.0	0.0	3,250.0
有害廢棄物	噸	0.5	7.8	1.2	9.5
廢電池	噸	0.04	0.12	0.02	0.18
電子廢棄物	噸	0.6	7.7	1.1	9.3
總計	噸	6.5	3,257.8	4.0	3,268.3

2021年環境、社會及管治報告

下表列示於2021財年從辦公室、零售店舖及倉庫產生的有害及無害廢棄物密度：

廢棄物類型	單位	辦公室	零售店舖	倉庫	總計
無害廢棄物	噸／人民幣億元	0.22	120.58	0.10	120.91
辦公室紙張消耗	噸／人民幣億元	0.22	0.00	0.10	0.33
零售店舖翻新廢棄物	噸／人民幣億元	0.00	120.58	0.00	120.58
有害廢棄物	噸／人民幣億元	0.02	0.29	0.04	0.4
廢電池	噸／人民幣億元	0.002	0.004	0.001	0.007
電子廢棄物	噸／人民幣億元	0.02	0.29	0.04	0.35
總計	噸／人民幣億元	0.24	120.87	0.15	121.26

於2021財年，本集團產生3,268.3噸有害及無害固體廢棄物，包括3,258.8噸無害廢棄物及9.5噸有害廢棄物。所有固體廢棄物已按照有關環境保護法律及法規妥善處置。與2020財年排放的廢棄物相比，排放量的增加主要由於零售店舖擴建及翻新造成的翻新廢棄物增加。

5.1.3 排放目標及減排措施

2022年，本集團的目標是將硫氧化物(SO_x)排放、溫室氣體直接排放和間接排放分別減少5%。為實現排放目標，本集團計劃採取以下措施，如確保合理利用空調，促進綠色出行，將貨品及產品從工廠直送店舖。

— 空調節能措施

為嚴格落實政府對能源總消耗及能源密度的雙控要求，本集團積極開展空調節能行動。例如，提倡僱員合理使用辦公區域的空調，建議於下班前半小時關閉公共區域空調。要求僱員離開前再次檢查確認空調是否關閉。

夏季，本集團僅在溫度超過30°C時方開放空調，並將溫度設定為26°C。冬季，平均氣溫低於6°C時，方啟動辦公室空調供暖，溫度設定為24°C。

— 綠色出行

本集團始終積極倡導綠色生活方式，推廣「135」出行計劃，即目的地1公里內步行、3公里內騎行、5公里內乘坐公共交通工具。本集團透過綠色低碳出行支持節能減排，減少污染且有益健康。

— 工廠直送店舖

為減少排放，提高物流效率，本集團成功運營工廠到店舖的直送模式，即工廠完成服裝生產及經本集團專人檢驗服裝質量後，將服裝產品直接寄送到店舖，而毋須於公司倉庫中轉，從而縮短物流時間並減少運輸過程中的排放。

5.1.4 固體廢棄物目標及減少固體廢棄物的措施

2022年，本集團固體廢棄物相關目標包括紙張使用量減少5%，零售店舖陳設廢棄物減少至3,200噸，以及主機、顯示器及打印機等電子廢棄物減少至570台。為實現目標，本集團鼓勵員工充分利用紙張，減少紙張消耗，並嚴格要求供應商改進生產流程，提高生產效率及減少排放。

— 減少廢紙

本集團積極倡導節能行為，增強員工的環保意識，實現固體廢棄物排放量減少。本集團的《節能和資源節約措施》明確規定節約用紙的方法。推薦辦公室用紙雙面打印，以確保紙張的利用。倘出現打印錯誤，紙張可用作草稿、筆記，或製成筆記本以供重複使用。本集團鼓勵員工自備水杯，少用一次性餐具，減少使用一次性紙杯。

一 嚴格要求供應商改進製造工藝

作為服裝品牌，本集團深知紡織行業需要嚴格控制污染排放。因此，本集團要求相關服裝面料供應商提高面料染色製造工藝技術，減少面料生產過程中的污水及廢棄物排放，並建議工廠配備光伏發電機及新能源設備，以減少高峰期用電需求。本集團定期拜訪及跟進各供應商，督促供應商嚴格管理廢棄物排放。

5.2 資源使用

5.2.1 主要能源消耗結構

於2021財年，本集團的整體能源消耗總量為1,637.8噸標準煤當量，其中約0.9%的能源消耗來自汽油、柴油、天然氣等直接能源，餘下99.1%來自電力，屬間接能源。由於用電量的增加，能源消耗量從2020財年的734.4噸標準煤當量增加至2021財年的1,637.8噸標準煤當量。

下表列示本集團於2021財年消耗的各類資源數量：

資源	資源類型	單位	消耗量
汽油	直接能源	升	7,500.0
柴油	直接能源	升	3,730.0
天然氣	直接能源	立方米	1,061.0
天然水資源	直接能源	噸	103,893.0
電力	間接能源	千瓦時	4,019,341.0

下表列示本集團於2021財年各類資源的消耗密度：

資源	資源類型	單位	消耗密度
汽油	直接能源	升／人民幣百萬元	2.8
柴油	直接能源	升／人民幣百萬元	1.4
天然氣	直接能源	立方米／人民幣百萬元	0.4
天然水資源	直接能源	噸／人民幣百萬元	38.5
電力	間接能源	千瓦時／人民幣百萬元	1,491.3

5.2.2 能源使用效益目標及為達致目標所採取的步驟

於2021年，本集團出售一輛商用車，鼓勵員工乘坐公共交通工具出行，減少汽油消耗，出行率下降27.8%。於2022年，本集團的目標是將汽油、柴油消耗量以及用電量分別降低5%。為實現能源使用目標，本集團已採取以下措施，例如在辦公區域安裝感應燈以減少用電量。

— 紙箱回收

為減少辦公區域紙箱的浪費，本集團已在相關區域設置回收標誌。本集團積極鼓勵員工回收廢紙箱，並在使用後將其拆包整齊堆放，以確保日後繼續回收。

— 辦公區域的節能

本集團積極遵守節能減排相關規定，科學控制辦公樓道用電，並在樓梯間安裝聲控照明燈。本集團亦規定在夏季及冬季可開啟空調的運行時間，並禁止在冬季使用大功率電器。任何員工下班後如未關閉相關電器設備將受到處罰。本集團大力倡導綠色辦公，鼓勵員工在工作及生活中積極節約能源。



感應燈



廢紙箱回收

5.2.3 求取適用水源所得成果、用水效益目標及為達致目標所採取的步驟

本集團已根據相關國家環境保護政策及法規求取適用的水源，在求取水源方面並無遇到問題。

於2021財年，本集團的日常經營合共耗用103,893噸水，用水密度為38.5噸／人民幣百萬元。與2020年相比，本集團的用水量由29,916.5噸增加至103,893噸。在用水方面，本集團力爭到2023年將用水密度降低5%，此乃基於2017年設定的目標。為實現這一目標，本集團正採取以下措施，鼓勵員工承擔節水義務。

— 在辦公室鼓勵節約用水

本公司提倡全體員工節約用水。例如，在使用洗手液時關閉水龍頭、根據需要從飲水機中取適量的水。

一 在日常生活中循環用水

此外，大部分廢水可以循環使用。用於洗臉，洗手，洗菜，沐浴及清洗衣物的水可收集用於擦拭地板，沖洗廁所及澆灌花朵，而淘米後的水是良好的去污劑，可留作洗碗。

5.2.4 製成品所用包裝材料總量

本集團產生的包裝廢棄物主要來自銷售環節，因此本集團使用的包裝材料包括膠袋、紙盒及紙袋。本集團於2021財年合共產生2,423噸包裝廢棄物，較2020財年減少17.7%。本集團於2021財年的包裝材料消耗量及消耗密度如下表所示：

包裝材料	單位	消耗量	單位	消耗密度
產品包裝材料				
膠袋	噸	298	噸/ 人民幣百萬元	0.11
線下零售過程中使用的包裝材料				
紙袋	噸	196	噸/ 人民幣百萬元	0.07
紙盒	噸	152	噸/ 人民幣百萬元	0.06
線上零售過程中使用的包裝材料				
紙袋	噸	921	噸/ 人民幣百萬元	0.34
膠盒	噸	856	噸/ 人民幣百萬元	0.32

於2022年，本集團的目標是將製成品所用包裝材料總量減少10%。

5.3 環境及天然資源分析

5.3.1 企業業務活動對環境及天然資源的重大影響分析及相關措施

本集團根據所有相關的環境保護及排放法律法規開展業務經營。於2021財年，本集團的廢棄物排放及處置物的主要來源包括產品包裝、零售過程、日常經營及汽車，這些均符合相關國家環境保護及排放法規的要求。因此，本集團的業務活動於2021財年並無對環境或天然資源產生重大影響。

— **使用光伏發電**

自2021年9月起，本集團越來越多的服裝供應廠配備光伏發電機，光伏發電機可滿足服裝廠淡季用電需求。與傳統火力發電系統相比，光伏發電更為安全、可靠，噪音、污染排放及燃料消耗更少，而能效更高。

— **牛仔布環保項目**

牛仔布環保項目採用激光技術實現水洗牛仔服風格，有效減少牛仔布水洗過程中的廢水污染。此外，由活性染色面料製成的牛仔產品可較長久地保持原色，在洗滌過程中減少水污染，並降低穿著時染色的風險。

— **應用零排放染色技術**

自2021年10月起，其中一家面料供應商開始將零排放染色技術應用於面料生產的大部分環節，包括纖維、紗線、坯布及成品布。該染色工藝可實現對水資源的零污染。與傳統染色面料相比，零排放染色面料可減少26%的碳排放及72%的用水量。

— **採用低浴比染色缸**

自2021年11月起，集團其中一家服裝面料供應廠開始使用低浴比染色缸進行染整作業，以減少用水量，並回收處理後的水。此外，定型機及烘乾機產生的廢氣通過熱能技術回收，以減少廢氣污染。

5.3.2 企業業務活動對環境變化的重大影響分析及相關措施

作為一家服裝企業，我們的業務不可避免地面臨氣候變化帶來的風險及機遇。一方面，為了實現綠色轉型，我們主動適應氣候變化並管理氣候變化給我們的業務營運帶來的風險；另一方面，我們竭盡全力減少我們業務中的碳排放，以減緩氣候變化。

— **就惡劣天氣採取的措施**

為適應氣候變化，本集團成立了氣候管理小組。該小組組織日常清潔活動以防止廢物及沉渣堵塞工廠的排水管。於夏季的雨季，惡劣天氣是常態，故本集團氣候管理小組積極提前組織清潔屋頂淤泥及排水溝底泥。此外，為應對颱風造成的災害，本集團已成立相關應急團隊每日觀察園區水平面的變化，定期檢查出水口，並提前通知員工。

6 回饋社會

為了成為負責任的企業公民，本集團一直堅持回饋社會並積極投身公益事業。本集團積極組織籌款活動並參與各種志願活動，以促進本集團及社會的發展。於2021財年，本集團共向社會捐贈人民幣250,000元。

一 兒童福利機構活動

本集團積極參與公益慈善事業。於2021年的兒童節，本集團主動招募志願者前往寧波市的福利中心，為福利機構的兒童準備禮物，在節日期間傳遞溫暖和關愛。

與教師及兒童開展趣味活動後，志願者們協助打掃該機構，細心佈置教室並與他們一起吃蛋糕，為每個孩子精心準備了特別的禮物。



志願者與兒童互動



送給兒童的禮物



為兒童提供的食品

一 捐贈物資，共抗洪災

為支援洞橋地區受颱風破壞的洪澇災區，本集團積極準備物資，第一時間應對嚴峻的洪澇形勢。本集團還組織志願者及時將物資送到前線。

本集團獲寧波市海曙區當地政府頒發「防汛救災伸援手，守望相助顯大愛」錦旗，以表彰本集團在颱風「煙花」登陸期間提供物資支援災區方面作出的貢獻。



因抗洪工作獲獎



向抗洪前線輸送物資



一 支援貧困地區

在專注自身業務發展的同時，本集團積極履行社會責任。在浙江省的戰略指導下，本集團於四川省越西縣開展了扶貧活動。

後來，本集團收到來自浙江前洋經濟開發區管委會的感謝函，以向本集團崇高的社會責任感和在四川涼山的真誠善舉表示誠摯的謝意。



感謝函

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
A：環境		
層面A1：排放物		
一般披露		第16頁
A1.1	排放物種類及各自的排放數據。	第17頁
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍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）。	第17頁
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）。	第18頁
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）。	第18頁
A1.5	描述所設立的排放目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第19頁
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、以及描述所設立的減廢目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第20頁
層面A2：資源使用		
一般披露		第21頁
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）。	第21頁
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第22頁
A2.3	描述所設立的能源使用效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第22頁
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，所設立的用水效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第22頁
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	第23頁

2021年環境、社會及管治報告

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
層面A3：環境與天然資源		
一般披露		第23頁
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。	第23頁
層面A4：氣候變化		
一般披露		第24頁
A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜及已採取管理有關事宜的行動。	第24頁
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
層面B1：僱傭		
一般披露		第9頁
B1.1	按性別、僱傭類型（例如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	第10頁
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失率。	第11頁
層面B2：健康與安全		
一般披露		第13頁
B2.1	於過去三年每年（包括報告年度）因工作關係而死亡的人數及比率。	第13頁
B2.2	因工傷損失工作日數。	第13頁
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。	第13頁
層面B3：發展及培訓		
一般披露		第14頁
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	第14頁
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受培訓的平均時數。	第14頁
層面B4：勞工準則		
一般披露		第15頁
B4.1	描述檢討招聘慣例以避免童工及強制勞工的措施。	第15頁
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	第15頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
營運慣例		
層面B5：供應鏈管理		
一般披露		第6頁
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	第6頁
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。	第6頁
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	第7頁
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	第7頁
層面B6：產品責任		
一般披露		第5頁
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。	第5頁
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	第8頁
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	第8頁
B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程序。	第5頁
B6.5	描述客戶資料保護及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	第9頁
層面B7：反貪污		
一般披露		第15頁
B7.1	於報告期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污法律案件的宗數及訴訟結果。	第16頁
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	第15頁
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	第16頁
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露		第25頁
B8.1	專注貢獻領域(如教育、環境問題、勞工需求、健康、文化、運動)。	第25頁
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	第25頁