

# 2021/2022 環境、社會及 管治報告

DONGXIANG

China Dongxiang (Group) Co., Ltd. 中國動向(集團)有限公司

---

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股份代號: 3818

## 目錄

關於本報告	2
報告範圍	2
報告編製依據	2
匯報原則	2
報告信息來源	2
獲取及評價本報告	2
ESG管理	3
ESG策略	3
責任運營，提供優質產品	3
以人為本，用心關愛員工	3
協作共贏，踐行社會責任	4
綠色運營，助力環境保護	4
可持續發展行動摘要	4
ESG管治架構	6
利益相關方溝通	7
實質性議題分析	9
責任運營，提供優質產品	11
優化產品質量	11
保障消費者權益	12
規範知識產權管理	13
規範標籤信息	13
加強廣告合規	14
塑造廉潔文化	14
以人為本，用心關愛員工	15
僱傭準則	15
職業發展	17
健康安全	17
人才賦能	18
員工關懷	19
協作共贏，踐行社會責任	23
加強供應鏈管理	23
供應商准入	24
供應商賦能	25
增進社區關懷	26
打造公益產品	26
點亮公益夢想	26
綠色運營，助力環境保護	27
氣候行動	28
資源節約	29
減廢行動	29
綠色產品	30
環境類關鍵績效指標表	34
附錄：聯交所ESG指引索引	36

## 關於本報告

### 報告範圍

本報告旨在向各利益相關方披露中國動向(集團)有限公司及旗下各子公司(以下簡稱「中國動向」、「集團」或「我們」)在環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)方面開展的工作及所取得的成果。除另有說明,本報告涵蓋期間為2021年4月1日至2022年3月31日。

### 報告編製依據

本報告依據香港聯合交易所《主板上市規則》附錄二十七所載之《環境、社會及管治報告指引》編製。本報告應與年報中《企業管治報告》以及載於集團官方網站的「社會責任」專欄一併閱讀。

### 匯報原則

在本報告編製過程中,依據「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」原則,以界定報告的內容及資訊的呈列方式。

**重要性:** 本報告已在編製過程中識別主要利益相關方及其關注的ESG議題,並根據其關注議題的相對重要性水平,在報告中做有針對性的披露。有關重要性評估工作的詳情參見後文「利益相關方溝通」與「實質性議題分析」小節。

**量化:** 本報告採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標,有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及/或計算工具、以及使用的轉換系數來源,均已在相應位置做出說明。

**平衡:** 本報告旨在平衡地陳述本集團在ESG各方面的努力,包括環境、員工、產品責任和社區投資等方面,避免可能會影響報告讀者進行不恰當的決策或判斷。

**一致性:** 本報告所披露數據採取與往年一致的統計方法,個別變動之處已做出解釋說明,以確保一致性。

### 報告信息來源

本報告所使用的信息、數據和案例,均來自集團的正式文件、統計報告、財務報告或公開文件,以及經集團各職能部門統計與匯總的ESG實踐信息,董事會對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。

### 獲取及評價本報告

本報告電子版可通過集團官方網站([www.dxsport.com](http://www.dxsport.com))及聯交所官方網站([www.hkex.com.hk](http://www.hkex.com.hk))查閱,如您對本報告的內容有任何意見或建議,歡迎電郵至[ir@dxsport.com.cn](mailto:ir@dxsport.com.cn)。

## ESG管理

我們致力於建立高標準的ESG管理體系，不斷優化ESG策略，持續完善ESG管治架構，將ESG理念落實到集團發展中，逐步提升ESG管理水平。目前，我們在國際主流ESG評級中，分別獲得了明晟MSCI ESG評級<sup>1</sup>的BBB和恒生可持續發展評級HSI/HKQAA Ratings的BBB。

明晟MSCI ESG評級	恒生可持續發展評級HSI/HKQAA Ratings
BBB	BBB



## ESG策略

我們致力於將ESG策略融入集團日常經營與業務發展之中，圍繞「責任運營，提供優質產品」、「以人為本，用心關愛員工」、「協作共贏，踐行社會責任」、「綠色運營，助力環境保護」四個方面開展相關工作。

### 責任運營，提供優質產品



我們始終以「打造最讓人嚮往的運動生活品牌」為使命，致力於為年輕消費群體提供多樣的優質產品。我們嚴格把控產品質量，切實保障消費者權益，加強規範產品標籤信息和廣告宣傳，堅決維護集團知識產權。同時，我們還在業務開展過程中注重打造廉潔文化，為集團的發展創造良好的環境。

### 以人為本，用心關愛員工



我們將員工視為企業可持續發展的基石，把保障員工權益作為企業立足的根本，以提供安心健康的職場環境作為企業的責任和義務。為此，我們制定並執行一系列的人力資源管理制度，建立健全員工薪酬福利體系，規範並強化人力資源管理，搭建良好的員工權益和保障體系，關心員工的健康安全與全面發展。

<sup>1</sup> DISCLAIMER: THE USE BY CHINA DONGXIANG (GROUP) CO., LTD. OF ANY MSCI ESG RESEARCH LLC OR ITS AFFILIATES ("MSCI") DATA, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT, RECOMMENDATION, OR PROMOTION OF CHINA DONGXIANG (GROUP) CO., LTD. BY MSCI. MSCI SERVICES AND DATA ARE THE PROPERTY OF MSCI OR ITS INFORMATION PROVIDERS, AND ARE PROVIDED 'AS-IS' AND WITHOUT WARRANTY. MSCI NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI.

### 協作共贏，踐行社會責任



我們高度重視與合作夥伴建立合作共贏的夥伴關係，加強供應商管理體系，賦能供應商以提升其環境、社會風險管理水平，打造可持續的供應鏈。我們亦主動關心社區發展，積極開展公益實踐。

### 綠色運營，助力環境保護



我們積極承擔企業在綠色運營方面的責任，不斷改進環保管理政策及措施，切實履行節能減排實踐，減少經營環節產生的廢棄物，倡導員工踐行環保理念。

### 可持續發展行動摘要

聯合國可持續發展目標(「SDGs」)旨在指引全球解決社會、經濟和環境三個維度的發展問題，轉向可持續發展道路，並鼓勵社會各界積極貢獻自身力量。我們基於集團業務特點識別了聯合國可持續發展目標優先事項，並將其與集團ESG策略融合，以指導集團的ESG工作。我們積極支持SDGs及《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》，在識別的SDGs重點領域，採取了以下行動。

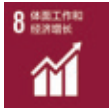
SDGs	SDGs中國國別方案 <sup>2</sup>	我們的可持續發展行動
	<ul style="list-style-type: none"> <li>促進基本醫療衛生服務的公平性和可及性。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>關注員工職業健康安全，為員工提供醫療保險等健康安全保障。</li> <li>在疫情常態化下加強管理，保障員工身心健康。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>增強全社會性別平等意識，消除對婦女和女童一切形式的歧視和偏見。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>營造公平公正的工作環境，堅決反對性別歧視，為女性員工提供平等機會。</li> </ul>

<sup>2</sup> 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。

## SDGs

SDGs中國國別方案<sup>2</sup>

## 我們的可持續發展行動



- 確保經濟保持中高速增長，產業邁向中高端水平。
- 依法打擊使用童工、強迫勞動等違法犯罪行為，對滿十六週歲不滿十八週歲的未成年工予以特殊保護。
- 維護勞動者勞動報酬、休息休假、社會保險等正當權益。
- 完善就業創業服務體系，推行終身職業技能培訓制度。

- 積極拓展業務發展，與合作夥伴共同成長，助力經濟增長，為社會提供更多優質的工作崗位。
- 持續完善入職人員信息識別系統，嚴格審核待入職人員年齡信息，杜絕僱傭童工的現象發生。
- 保障員工合法權益，建立健全招聘、薪酬、休假等制度，提供合理的福利保障。
- 建立員工培訓體系，為員工的發展與成長提供支持。



- 建立健全更加公平、更可持續的社會保障制度，加強婦女、未成年人、殘疾人等社會群體權益保護。




- 開展公益活動，關注少數民族地區兒童的藝術教育與健康成長。



- 調整經濟結構，轉變發展方式，大力推動可持續生產。
- 控制能源資源消費總量，推動能源資源利用結構優化，大幅提高二次能源資源利用。

- 在設計時充分考慮原材料利用率，在生產過程中最大程度地利用原材料並減少廢棄邊角料的產生。
- 優先使用可二次利用包裝物，避免使用一次性包裝物。
- 完善供應商管理機制，關注供應鏈環境、社會風險管理。
- 積極使用綠色環保材料與無污染的化學品，把控原材料質量，從源頭保證客戶健康。

<sup>2</sup> 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。

SDGs	SDGs中國國別方案 <sup>2</sup>	我們的可持續發展行動
	<ul style="list-style-type: none"> <li>做好應對氣候變化和保護環境宣傳教育工作，普及氣候變化知識和低碳發展理念，引導全民積極參與應對氣候變化行動。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>鼓勵綠色辦公，積極宣傳資源節約與環境保護理念，提升員工環境保護意識。</li> <li>加強供應鏈環境風險的管理，賦能供應商投身環保實踐。</li> <li>積極應對氣候變化，推動行業減碳。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>堅決整治和查處侵害群眾利益的不正之風和腐敗問題，層層傳導壓力，強化責任落實。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定《反不正當競爭和商業賄賂制度》等反貪腐管理制度，營造廉潔、誠信、公正的企業文化，合規管理，誠信經營。</li> <li>堅持合法僱傭，杜絕強制勞工，保障僱員合法權益。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>借鑑夥伴關係的經驗和籌資戰略，鼓勵和推動建立有效的公共、公私和民間社會夥伴關係。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>參與「30·60中國紡織服裝碳中和加速行動」，加強對綠色低碳生產技術與可持續採購的研究，推動行業創新。</li> </ul>

## ESG管治架構

### 董事會聲明

中國動向董事會對環境、社會及管治的策略和匯報負責，負責監督本集團環境、社會及管治事宜。董事會在環境、社會及管治委員會的協助下，對集團ESG的政策和實務實施監督職責，對關於ESG方面的管理方針和工作進展進行檢討並向董事會提供建議，定期對工作目標、報告披露以及相關ESG重大事項進行審議與決策。集團、各子公司及ESG相關部門負責開展ESG具體工作，包括落實ESG相關行動計劃、協同ESG工作高效有序地進行、推動ESG相關實踐等。

<sup>2</sup> 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。

我們定期對環境、社會及管治議題重要性進行評估，具體評估過程和結果在本集團年度環境、社會及管治報告「利益相關方溝通」及「實質性議題分析」小節詳述並由董事會審閱。本集團董事會環境、社會及管治委員會協助董事會全面識別了與本集團相關的重大ESG風險，包含原材料採購、供應鏈勞工準則、反貪污、氣候變化等風險，並制定了相關應對措施，我們亦要求相關部門在運營管理中落實具體行動。

於本匯報年度內，集團已在碳排放、能源使用、用水效益、減廢方面，設立與業務運營相關聯的環境目標。董事會就該等目標的設立進行了審閱及討論。

本報告亦詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於二零二二年六月二十二日審閱批准。

### 利益相關方溝通

我們十分重視與利益相關方的溝通，始終將其意見與訴求作為集團戰略規劃和業務管理的重要考量因素和推動持續改善ESG管理的重要動力。我們通過多種渠道，積極與利益相關方開展溝通，及時瞭解利益相關方之需求並予以回應。

基於集團業務特點，本集團識別出的主要利益相關方包括：政府及監管部門、股東及其他投資者、員工、供應商、消費者及社區。主要利益相關方關注的環境、社會及管治相關議題情況及我們與之溝通、反饋的渠道如下：

主要利益相關方	主要期望與關注	主要溝通渠道	我們的回應
政府及監管部門	遵紀守法 合規運營 節能減排情況 應對氣候變化 反貪污	政策法規執行 公文往來 信息披露 實地考察	遵守法律法規 接受監督管理 堅持依法納稅 實行綠色運營 建立健全公司管治體系
股東及其他投資者	企業治理 收益回報 合規運營 綠色運營	股東大會 定期報告 集團官網 業績公佈	建立健全公司管治體系 不斷提升風險管理水平 定期信息披露 提升經營業績



主要利益相關方	主要期望與關注	主要溝通渠道	我們的回應
員工	薪資福利 職業發展 健康與安全 工作生活平衡	集團活動 員工意見調查 員工內部溝通會議 企業內部公告 員工意見反饋機制 員工工會	建立健全員工管理制度 發揮工會職責 暢通溝通渠道 保障員工權益 組織員工活動
供應商	供應商管理 陽光採購 互利共贏 應對氣候變化	面對面溝通 供應商考評 相關溝通會議 戰略合作談判	關注供應商環境及社會風險 建立健全供應商管理機制 建立長期共贏合作關係 公平公正採購
消費者	產品責任 應對氣候變化 保障客戶隱私 多元化需求 消費偏好轉變	客服熱線 面對面溝通 消費者滿意度調查 消費者回饋活動 日常運營/交流 服務投訴與回應機制	加強產品質量管理 提升服務質量 保護消費者權益 建立客戶投訴及回應機制
社區	合規經營 社會公益 環境保護	社區活動 社會公益 日常運營 問卷調查	開展志願者活動 推出公益特色產品

## 實質性議題分析

通過與主要利益相關方持續有效的溝通、採納管理層與外部專家建議、結合集團業務特點，我們全面識別了與本集團相關的ESG議題，並將其結果作為引導後續行動與工作方向的參考，確保我們的行動及報告能夠準確反映利益相關方的期望。我們的主要工作步驟及內容如下：



### 1. 識別相關ESG議題

基於本集團當前業務特點及未來業務發展方向，本集團識別出主要相關的環境、社會及管治議題。



### 2. 利益相關方重要性議題評估

基於日常的業務開展及本集團業務特點，運營過程中與各利益相關方的溝通，並參考同業對重要議題的識別情況，分析相關環境、社會及管治議題的重要性，並對其排序。



### 3. 確定重要環境、社會及管治議題

基於對相關環境、社會及管治議題的重要性分析結果，識別重要環境、社會及管治議題，並將其作為本報告編寫及集團下一步工作方向的參考。

根據環境、社會及管治重要議題的分析，我們識別了對集團不同重要程度的關鍵議題。



中國動向2021財年ESG實質性議題矩陣圖

排序	ESG議題	排序	ESG議題
1	產品責任	7	氣候變化
2	員工僱傭	8	排放物
3	健康與安全	9	資源使用
4	發展與培訓	10	勞工準則
5	供應鏈管理	11	社區投資
6	反貪污	12	環境及天然資源

中國動向(集團)有限公司2021財年ESG議題重要性排序

## 責任運營，提供優質產品

我們始終以「打造最讓人嚮往的運動生活品牌」為使命，致力於為年輕消費群體提供多樣的優質產品。我們嚴格把控產品質量，切實保障消費者權益，加強規範產品標籤信息和廣告宣傳，堅決維護集團知識產權。同時，我們還在業務開展過程中注重打造廉潔文化，為集團的發展創造良好的環境。

## 優化產品質量

我們堅信良好的產品品質是品牌成功的關鍵，提供優質產品是品牌發展的根本。在產品的開發、選樣、生產、銷售等各個環節，集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》，依照GB 18401-2010《國家紡織品基本安全技術規範》、GB/T 15107-2013《旅遊鞋標準》、QB/T 2673-2013《鞋類產品標識》、GB 20400-2006《皮革和毛皮 有害物質限量國家標準》、GB 30585-2014《兒童鞋安全技術規範》、GB-T 22853-2009《針織運動服 一 國家標準》、FZ/T 81007-2012《單、夾服裝行業標準》、GB/T 2662-2017《棉服裝標準》、GB/T 14272-2021《羽絨服裝國家標準》等國家及行業執行標準。我們制定了《KAPPA材料內控標準》、《KAPPA服裝產品質量標準》、《服裝版型縫製工藝手冊》、《動向集團(鞋)開發樣品操作手冊》、《動向集團(鞋)技術生產操作手冊》、《鞋產品原材料物性標準》及《鞋類產品物性測試方法》等一系列產品質量相關的標準手冊，以規範產品從開發到量產階段各個環節的流程標準。

我們在產品各階段嚴格管控產品質量：



### 產品開發期間

- 物料入廠後，集團對使用的物料進行物性指標檢驗並評估開發產品的安全性能，避免產品在使用過程中出現安全問題。工廠將根據來料的檢測報告再進行抽檢，不合格的物料將被直接退回，從源頭控制產品質量。



### 產品選樣期間

- 集團開發部門、生產部門、銷售部門共同對產品在使用過程中的潛在風險開展安全評估；
- 集團內部人員試用產品樣品，以使儘早發現問題並予以解決，避免缺陷產品流入市場。



### 產品生產期間

- 集團確認工廠制作的樣品，待樣品通過產品性能測試後，工廠可安排生產；
- 集團質檢人員嚴格監督生產流程，嚴格遵守安全生產標準；
- 產品生產完成後，集團開發生產專員到工廠查驗產品質量；
- 產品到達物流部門後，集團倉庫質檢員按照標準進行抽檢，保障產品質量達到規定要求。



### 產品銷售期間

- 集團制定了嚴格的殘次品回收處理流程；
- 集團對訂單產品開展第三方質量檢測，杜絕有質量問題的產品上市流通。

## 保障消費者權益

集團嚴格遵守《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，制定了《客戶服務操作流程》及《客戶投訴處理流程》，不斷提高客戶服務質量和服務水平，規範客戶投訴處理流程，制定了嚴格的殘次品回收處理流程，完善消費者信息隱私保護管理，切實保障消費者權益。報告期內，集團客戶滿意度<sup>3</sup>達到94.9%。

- 我們成立了專門的投訴管理小組以加強和規範客訴管理。在投訴發生前，投訴管理小組主動跟進銷售和物流過程中可能產生投訴的風險單據，力求在投訴前為消費者解決問題，降低客戶投訴意向；投訴事件發生後，投訴管理小組將問題反饋至店舖主管，及時溝通處理，並採取費用補償、免費退換貨等方案以回應並解決客戶投訴；投訴處理完成後，我們成立了客服質檢團隊(QA)對客服接待記錄進行檢查並打分，及時監督投訴處理流程和售後服務質量。本年度，集團總部接獲的消費者投訴數量為29次，集團通過工商市場監督部門接獲的客戶投訴量為23次，電商平台接獲的消費者投訴數量為489次，投訴解決比例達到100%。
- 我們制定了嚴格的殘次品回收處理流程，集團依據國家法律法規及相關規定為消費者提供售後諮詢、殘次品判定、產品退換等服務。各地銷售渠道回收殘次品，定期退回庫房開展殘次品判定，並對殘次品的問題進行分析核查，由質檢部門結合殘次品狀態，確認返廠處理或留存報廢。同時，集團將設計、生產製造及材料質量等方面的殘次品問題統一反饋給供應商，並要求供應商結合問題開展整改，以保障貨品質量的穩步提升。報告期內，集團沒有因健康和安全的因素而導致我們的產品發生召回的情況。
- 我們高度重視客服團隊的培訓，要求客服人員在上崗前通過培訓考核，並定期舉辦客服聊天記錄案例分享週會、月度服務總結會和產品知識季度學習等多種形式的培訓，不斷提升客服團隊的服務水平。

<sup>3</sup> 「客戶滿意度」統計口徑，包含對客戶服務相關的「服務項」與產品質量相關的「非服務項」滿意度。

此外，我們還高度重視消費者信息和隱私安全，不斷升級線上訂單處理系統，對消費者個人信息進行加密控制，嚴格管理消費者敏感信息的訪問及操作權限，加強消費者的賬號安全性，將消費者個人信息泄露的風險降到最低。本年度，我們推動ERP系統和WMS系統的升級，進一步加強對於消費者訂單信息的加密保護，從而全方位地保障消費者個人信息和隱私安全。

### 規範知識產權管理

集團始終嚴格遵守《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國民法典》、《產品標識標註規定》等相關法律法規，制定了《商標註冊管理辦法》和《設計審核管理辦法》等制度，設立完整的商標檔案，嚴格管控商標使用、標識印刷及防偽碼生產等。

為了保護集團商標權益，我們積極開展商標和專利的註冊與續展工作。對於部門提交的商標設計需求，法務部根據相關法律法規審核商標的設計來源和創意性，避免侵犯他人知識產權。2021財年，我們成功完成商標註冊申請47件，專利續展5件。

此外，我們還積極開展對外商標權益維護工作，切實保障集團利益。對於假冒集團商標等情況，我們鼓勵員工或中介機構向法務專員進行舉證。法務專員收到上述信息後及時向生產部門或銷售部門進行核實確認，一旦確認該商標並無集團的正式授權，法務專員將委託生產部門對產品進行鑑定。若鑑定結果表明產品確係假貨，我們將委託顧問律師團隊向工商部門等相關平台進行投訴。2021財年，中國動向協助工商、公安等部門完成打假案例6起，共打擊近2,000件假冒偽劣產品。

### 規範標籤信息

為了使消費者能夠清晰地識別和掌握產品信息，我們嚴格遵守GB/T 8685-2008《紡織品維護標籤規範符號法》和GB 5296.4-2012《消費品使用說明第4部分：紡織品和服務使用說明》等相關國家及行業標準，高度重視產品標籤信息的透明度與規範程度，通過簡單易懂的產品標籤引導消費者合理消費，增強消費者對本品牌的信任。

### 加強廣告合規

集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等相關法律法規，嚴格管理廣告宣傳工作。我們制定了產品宣傳和推廣內容的審核制度與流程，要求所有信息內容在發佈之前需經過集團審核，嚴禁任何失實陳述或誇大的廣告宣傳。若發現任何違規行為，我們將及時採取行動並糾正處理。同時，對未經同意或授權、以集團名義發佈廣告等其他宣傳的個人或企業，我們將第一時間追究其法律責任。在廣告推廣方面，我們始終本著真實性和合規性的原則，實行統一領導、分級管理的模式，尊重他人知識產權，禁止使用任何未購買版權的字體及圖片素材。在廣告投放方面，我們實施項目追責制度並任命明確的負責人管理廣告投放，確保廣告內容的真實性與合法性，杜絕非法和虛假廣告，避免對消費者產生誤導。

### 塑造廉潔文化

我們嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》和《中華人民共和國反洗錢法》等相關法律法規，制定了《中國動向(集團)有限公司非生產性採購管理制度》、《中國動向(集團)有限公司反腐敗反賄賂舉報獎勵制度》並更新了《中國動向(集團)有限公司反不正當競爭和商業賄賂制度》，保障集團業務的有序發展，樹立誠信、廉潔的商業形象。

我們要求員工在日常工作中秉持廉潔誠信的原則，遵守商業道德。我們鼓勵和支持全體員工舉報任何不正當競爭或商業賄賂等行為。員工可選擇在所屬系統內逐級上報，也可以直接向集團內審部門進行舉報。集團嚴格保護主動揭發檢舉不正當行為的員工的利益。集團內審部門將對舉報進行嚴格甄別，對於違反國家法律法規的行為，集團保留依法追究其刑事和民事責任的權力。報告期內，沒有發生對集團或集團員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

本年度，集團要求全部經理級以上人員簽署確認書，確保集團管理層充分知悉並遵守《反不正當競爭和商業賄賂制度》、《獎懲制度》、《離職管理制度》、《印章管理和使用辦法》、《現金支出制度》、《保密協議書》、《薪酬保密承諾書》等集團內部管理制度。通過此種形式的培訓宣導，提高了集團董事及管理層的廉潔意識，進一步落實了集團誠信、廉潔的管理制度。

集團定期對子公司及各部門開展審計。在審計期間，我們對受審部門負責人及員工開展反貪污、反賄賂及反洗錢等相關培訓宣貫，提升員工對集團內部廉潔文化的認知。報告期內，集團對全體董事、子公司及部門負責人和員工開展了3小時的反貪污相關培訓，樹立了良好的企業廉潔文化。

我們同樣注重採購廉潔。集團建立了公開、公平、公正的採購流程，供應商准入標準和制度，以及相關評估流程和監督機制。此外，我們制定了《現金支出制度》和《禮品管理制度》，規範了集團禮品標準和審批流程，要求員工避免與有業務關係的第三方產生利益關係。一旦發生該等情況，我們要求員工必須告知其直屬上級，迴避直接或間接參與相關單位的業務往來。本年度，我們對集團中高層管理者進行了個人信息採集，核查其與供應商是否存在關聯交易的情況，避免發生利用職權謀利的現象。

### **以人為本，用心關愛員工**

我們將員工視為企業可持續發展的基石，把保障員工權益作為企業立足的根本，以提供安心健康的職場環境作為企業的責任和義務。為此，我們制定並執行一系列的人力資源管理制度，建立健全員工薪酬福利體系，規範並強化人力資源管理，搭建良好的員工權益和保障體系，關心員工的健康安全與全面發展。

### **僱傭準則**

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《中華人民共和國未成年人保護法》、《中華人民共和國婦女權益保障法》、《工傷保險條例》、《職工帶薪年休假條例》、《女職工勞動保護特別規定》和各地《最低工資規定》等相關法律法規，依法保障員工的合法權益。

我們制定《招聘管理制度》、《薪酬管理制度》、《考勤管理制度》等內部規章制度，對員工的招聘、薪酬、工時等方面進行規範化管理。

我們健全員工僱傭與勞工權益保護制度，堅決杜絕發生僱傭童工和強制勞工的情況。我們完善入職人員信息識別系統，嚴格審核待入職人員的年齡信息，確保候選人符合法定僱傭年齡。我們反對任何形式的歧視，努力發展多元化的力量，堅決反對種族、國籍、宗教、性別、年齡、婚姻、殘疾等任何歧視行為。



## 2021財年僱傭指標情況

僱傭指標名稱		2021財年
按性別劃分的員工人數	男性員工總數(人)	140
	女性員工總數(人)	236
按年齡劃分的員工人數	30歲及以下的員工總數(人)	59
	年齡31-50歲的員工總數(人)	306
	年齡51歲及以上的員工總數(人)	11
按層級劃分的員工人數	管理層員工總人數(人)	101
	非管理層員工總人數(人)	275
按地區劃分的員工人數	中國大陸員工總人數(人)	374
	港澳台地區員工總人數(人)	2
	其他海外地區員工總人數(人)	0

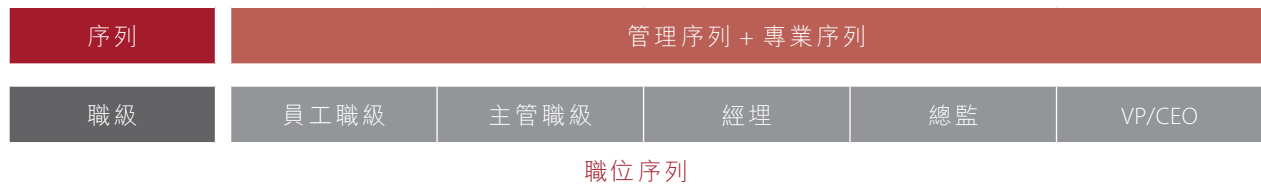
## 2021財年員工流失情況

員工類型		員工流失率 <sup>4</sup>
集團員工流失比率		28.92%
按性別劃分的員工流失比率	男性員工	27.84%
	女性員工	29.55%
按年齡劃分的員工流失比率	30歲及以下員工	27.16%
	31至50歲員工	29.49%
	51歲及以上員工	21.43%
按員工層級劃分的員工流失比率	管理層員工	21.70%
	非管理層員工	31.25%
按地區劃分的員工流失比率	中國大陸員工	28.92%
	海外及港澳台員工	0.00%

<sup>4</sup> 員工流失比率統計口徑為：員工流失比率 = 本年度員工流失人數 / (本年度員工流失人數 + 員工期末人數) \* 100%

## 職業發展

我們持續建設並完善人才晉升機制，制定《晉升管理制度》和《集團人員職業發展制度》，構建涵蓋專業序列、管理序列的雙通道職級體系。針對不同職位序列，我們制定專業晉升路徑，拓展事業發展的空間。此外，我們搭建了涵蓋晉升申請、晉升資質審核、晉升工作匯報、晉升評估的體系化晉升機制。通過開展週期性績效回顧，我們定期對員工績效進行評估，向員工反饋績效評估結果，協同員工制定績效改進計劃，加深員工對工作職責的理解，激勵員工持續提升。



## 健康安全

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國職業病防治法》、《工傷保險條例》、《中華人民共和國消防法》等相關法律法規，重視員工的健康與安全，致力於為員工提供健康、安全的工作環境。報告期內，本集團未發生違反員工健康與安全相關法律法規的重大事件。

在職業健康安全方面，我們堅持「生命高於一切」，建立健全職業健康與安全管理制度，要求為所有車間生產員工統一配備勞動保護用品，安全生產監督人員將進行不定期巡檢，及時糾正安全生產操作不規範、勞保用品佩戴不正確等問題。各工廠按規定接受消防安全檢查並開展消防演練，提高員工的安全防護意識和自救能力，牢築安全底線。此外，集團鞋類工廠統一推行無毒害、安全性較強的水性黏著劑，以減少苯類及芳香胺等有害物質的排放，切實保護員工職業健康安全。

在員工身心健康方面，我們提供有溫度的健康福利保障。我們為員工購買補充醫療保險和人身險，為零售店鋪人員購買僱主責任險；我們根據員工性別、年齡購買不同類別的體檢項目，滿足員工差異化的健康需求。集團還為員工開設了健身房、健身舞蹈俱樂部和搏擊俱樂部，鼓勵員工工作之餘堅持鍛鍊，勞逸結合。

在新冠疫情防護方面，我們積極配合國家及地方政府開展抗擊疫情工作。集團開展疫情防護知識的宣傳科普，為員工配備足量的口罩、酒精、體溫計、消毒液及一次性手套等防護物資，在辦公樓公共區域每2小時進行一次消毒工作，充分利用線上平台為員工推送心理貼士，保障員工的健康安全。

2021財年因工損失的工作日數(天)	過去三年因工亡故人數(人)	過去三年因工亡故人數比率(%)
60.5	0	0

## 人才賦能

我們始終相信，員工自身能力的提高是企業長遠發展的基礎。我們堅持「以員工為中心」，不斷強化人才隊伍建設，致力於實現人才成長與企業發展的雙贏。我們制定了《培訓管理制度》、《新員工培訓管理制度》、《外派培訓管理制度》等一系列培訓制度，開展多樣化的專項培訓課程。

針對不同崗位、不同層級、不同業務領域員工的發展需求，我們開展了差異化培訓，如組織高層管理人員培訓、產品知識培訓、終端店舖店長培訓、職業技能基礎培訓等，提升員工綜合競爭力。

此外，集團高度重視質量管理能力的培訓，每年定期組織工藝質量管理人員進行內部知識普及和技能提升。此外，我們還拓展外部成長渠道，積極參加國家質監機構舉辦的質量研討培訓會，提升業務人員的專業化能力。

### 2021財年員工培訓情況

分類	2021財年
<b>按性別劃分的受訓僱員百分比</b>	
男性員工培訓人數佔比(%)	60.71%
女性員工培訓人數佔比(%)	69.07%
<b>按僱員類別劃分的受訓僱員百分比</b>	
管理層員工培訓人數佔比(%)	55.45%
非管理層員工培訓人數佔比(%)	69.82%
<b>按性別劃分的每名僱員受訓的平均時數</b>	
男性員工人均培訓時長(小時)	3.27
女性員工人均培訓時長(小時)	4.12
<b>按僱員類別劃分的每名僱員受訓的平均時數</b>	
管理層員工人均培訓時長(小時)	4.85
非管理層員工人均培訓時長(小時)	3.47



哈爾濱子公司開展「星學院」培訓項目



深圳子公司開展「本事過人，虎虎生威」訓練營項目

### 員工關懷

我們堅持「以人為本」，加強人文關懷，開展豐富的員工活動，倡導員工積極參與，緩解工作壓力，切實提升團隊歸屬感、向心力和凝聚力。

### 企業文化

我們重視構建平等包容的企業文化，鼓勵員工溝通。集團明確建立了「直接、坦誠、公開、共享」的企業文化，帶領管理層人員拍攝宣傳視頻，打造平等暢通的溝通氛圍。我們還組織了「動向行動π」活動，鼓勵員工設定一個工作或生活方面的小目標，為達成100天打卡計劃的員工頒發獎勵，進一步在員工之間深化了坦誠溝通，積極分享的企業文化。



「動向行動π」活動

### 節日慰問

我們用心關愛員工。每逢春節、中秋節、端午節等傳統節日，集團為員工送上暖心福利，如贈送春節大禮包、組織員工家庭慰問、發放生活必需品等。在兒童節、婦女節、聖誕節等節日及員工生日之際，我們也會為員工準備專屬福利，如發放聖誕禮物、組織美食節、籌備生日會等，讓員工及其家屬切身感受到集團大家庭的溫暖。



集團為員工舉辦「親子家庭日」活動



天津子公司為員工舉辦聖誕節活動



集團向員工發放春節大禮包

### 快樂團建

我們倡導工作與生活的平衡，定期開展各類拓展活動，如「就要你出彩的年會」、「動起來，向第一」運動會、各項球類運動、素質拓展等，加強了團隊協作與溝通，豐富了員工的業餘生活。



2021年4月集團開展「動起來，向第一」運動會



2021年4月「就要你出彩的年會」上開展各類拓展活動

## 協作共贏，踐行社會責任

我們高度重視與合作夥伴建立合作共贏的夥伴關係，加強供應商管理體系，賦能供應商以提升其環境、社會風險的管理水平，打造可持續供應鏈。我們亦主動關心社區發展，積極開展公益實踐。

## 加強供應鏈管理

我們不斷完善供應商管理體系，制定供應商管理制度，持續為消費者提供優質產品。在與供應商建立長期穩定的合作關係的同時，我們亦逐步深化供應商的環境和社會風險管理。集團供應商管理已覆蓋所有在庫的71家供應商，均開展並通過了環境及社會風險管理評估。

我們的供應商環境及社會風險管理主要包括以下內容：



### 環境風險管理

我們把控物料的環保性，審核並選擇符合環境保護相關法律法規及標準要求的供應商。例如，我們調查供應商工廠在印花、染色、噴漆等重污染工序的具體實施流程是否符合國家及當地環保標準，是否對環境產生損害。如果發現供應商存在違規行為，我們要求其限期整改或終止合作；

此外，我們持續加大環保類材料的使用，減少有害化學品使用。本財年，我們開始向鞋類產品供應商推行使用無毒、無污染且安全性較高的水性黏著劑，使用回收環保覆合皮材料，增加可被回收再利用的TPU(熱塑性聚氨酯彈性體橡膠)材料的使用。



### 社會風險管理

我們注重供應鏈勞工合規和職業健康安全管理。我們關注用工合法性以及工人的技術水平和操作熟練度，判斷供應商的現有工人數量和生產線、設備，以評估供應商產能是否能保證穩定的商品供應，並預估其實際產能情況以便合理安排訂單；我們將供應商的工時管理、薪酬福利、員工培訓等方面的表現納入評估範圍；同時，我們通過對工廠生產安全方面的實地考察，評估供應商健康安全管理能力和水平。

## 2021財年按地區劃分的供應商數量

指標	2021財年
華東地區供應商數量(個)	32
華中地區供應商數量(個)	8
華北地區供應商數量(個)	16
華南地區供應商數量(個)	15
<b>供應商總數量(個)</b>	<b>71</b>



### 供應商准入

我們要求供應商必須擁有國內外一線品牌產品的生產經驗，且須經集團實地考察和綜合評估後方有資格進入供應商名單。我們制定了嚴格的供應商評估標準，對供應商企業背景、運營資質、經營理念、社會責任、環境及安全、財務狀況、開發能力、技術實力、生產體系、品質水平等進行全方位綜合評估，供應商准入評估工作已覆蓋集團所有採購項目及供應商。

我們主要針對以下三個方面進行供應商准入評估：



在生產運營評估方面，我們從基礎硬件設施、開發生產能力、生產流程管理、運營能力、現場管理能力以及標準落實情況等多方面開展供應商稽查，優先選擇符合ISO9001質量管理體系認證、OEKO-TEX系列認證的供應商，確保其產品製作流程及品質管理標準化、合理化、制度化，並將稽查結果在體系內供應鏈平台進行共享。



在環境評估方面，我們對供應商的環保設施及原材料開展現場審核及評估，供應商需滿足ISO14001環境管理體系認證等國家標準要求。我們監督供應商落實環保措施，滿足出口國家當地的環保標準。



在社會責任評估方面，我們優先選用符合ISO45001職業健康安全管理体系認證、商業社會標準認證(Business Social Compliance Initiative, BSCI)等國內及國際行業標準的供應商。我們嚴格評估供應商選用的原料及生產加工流程的安全性，以保障供應商員工的健康和安全。

**100%** 2021年，集團的原材料供應商100%均通過ISO14001環境管理體系認證及ISO9001質量管理體系認證

**80%** 2021年，通過瑞士藍標(Blue Sign)認證、OEKO-TEX認證及全球回收標準GRS認證等相關環保認證的面料供應商比例達80%



開展工廠稽查

為打造可持續的供應鏈，集團鼓勵供應商將環保理念納入自身管理體系中。我們要求供應商定期提供CTI(華測檢測認證)、ITS(Intertek Testing Services)檢測、SGS(Societe Generale de Surveillance S.A.)檢測、ZDHC(有害化學物質零排放聯盟)檢測或FSC(森林管理委員會)認證等標準體系的認證檢測報告，鼓勵供應商提供可持續原材料，減少有害化學品的使用。在保障員工職業健康安全、保護環境的同時，為我們的消費者提供了更加安全、環保、健康的產品。

**100%**

現有棉花採購中100%均可追溯至原產地

**220,945件**  
**12%**環保紗線成衣合計訂單數量約220,945件  
佔整體成衣訂單的12%**供應商賦能**

我們注重與供應商的溝通，實現供應鏈合作共贏。我們圍繞生產管理、品質標準、消費者訴求及行業動態等多個方面，開展供應商培訓，鼓勵供應商開展產品技術革新。結合最新的質量及工藝標準，集團工藝質量管理人員定期在供應商工廠開展質量管理培訓，深化供應商對集團產品質量要求的理解，攜手供應商與我們共同成長。



供應商質量管理培訓



供應商培訓宣導

## 增進社區關懷

我們重視建立穩定有效的社區溝通機制，堅持將企業發展成果回饋於社會，積極展開社會責任實踐，努力讓社會變得更美好。我們認為組織和參與社區投資活動，將使我們能夠深入瞭解並識別社區需求，與社區保持溝通與互動，並在業務活動中考慮對社區的影響，為建設和諧社區貢獻力量。

## 打造公益產品

我們關注青少年的成長，助力少數民族地區孩童的繪畫夢想。2022年5月，我們與北京愛度公益基金會(I Do基金會)合作，推出「Kappa Player · I Do」西藏公益聯名系列產品。我們將藏族小朋友的繪畫作品與我們的產品相結合，呼籲社會關注拉薩市特殊教育學校的孩童成長。我們將產品售賣的收益捐贈給I Do基金會，支持藏族孩子的藝術教育。



### 吉祥彩虹

- 彩虹代表幸運，更鏈接這生活的幸福，3位聽障孩子攜手用一種特別的拼接藝術創作，表達對祖國與新生活美好的祝福與期待，樸實無華的圖案表達最深的情感。

「Kappa Player · I Do」西藏公益聯名系列產品示例

## 點亮公益夢想

我們積極踐行公益事業，關愛藏區特殊兒童群體，用行動傳遞社會關懷。2021年10月19日，集團「愛心西藏行」團隊攜手I Do基金會來到拉薩市特殊教育學校，正式啟動與中央美術學院藝術管理與教育學院聯合立項的國家級研究課題「特殊兒童美術教育」，為「藝術夢想教室」揭幕。我們邀請明星大使作為「藝術夢想教室」代課老師，精心開展了一堂別開生面的舞蹈課，為孩子們帶來獨特藝術體驗。2021年10月20日，我們的團隊來到曲水才納小學，為孩子們送去書籍等愛心物資。在捐贈儀式上，我們與孩子們共享閱讀時刻。通過「愛心西藏行」等活動，我們持續開展多元化的公益項目，積極承擔企業社會責任，殷切關注青少年健康成長。



愛心西藏行明星愛心大使吳謹言與孩子們親密互動



「藝術夢想教室」開營儀式

### 綠色運營，助力環境保護

我們積極承擔企業在綠色運營方面的責任，不斷改進環保管理政策及措施，切實履行節能減排實踐，減少經營環節產生的廢棄物，倡導員工踐行環保理念。

我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國固體污染物污染防治法》、《中華人民共和國水污染物污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染物污染防治法》等法律法規。結合自身業務特質，我們擬定環境目標，積極推進並落實各項環保舉措。

目標	
節能減排目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>自2021財年起，北京辦公樓LED燈安裝率達到100%</li> <li>自2021財年起，太倉工廠全面使用變頻式縫紉機，與非變頻式縫紉機相比，全年可減少電力消耗約135兆瓦時，可減少約33%的二氧化碳排放</li> <li>到2022財年，太倉工廠LED燈安裝率達到100%，太倉工廠員工生活用水熱能設備均採用太陽能熱水設備</li> </ul>
節水目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>以2019財年為基準，到2025財年，太倉工廠用水量降低10%</li> </ul>

目標

減廢目標

- 自2021財年起，集團實現100%垃圾分類
- 太倉工廠實現廢水廢氣排放達標率100%，環境污染事故零發生
- 自2021財年起，集團採購辦公用紙均為FSC認證的環保紙張
- 到2022財年，太倉工廠廢棄的生產原材料實現100%再利用

氣候行動

我們高度關注氣候變化，積極響應國家「碳達峰、碳中和」目標，響應不斷更新的環保法律法規對氣候變化議題的關注。在通過與各職能部門及利益相關方的溝通調研後，我們識別了集團的主要氣候變化風險與機遇。氣候相關的風險主要包括政策法律監管要求增加後運營成本的增加、消費者與市場信號的不確定性、極端天氣或自然災害的發生可能對門店的運營和原材料供應鏈物流倉儲等的不良影響。同時，根據這些風險與機遇產生的影響，我們也採取了積極的應對策略。

我們踐行綠色低碳理念，密切關注行業動態，積極參與可持續型供應鏈建設，研討可持續創新舉措，推動服裝紡織行業的綠色發展。

2021年10月，集團參加了中國紡織工業聯合會啟動的「中國時尚品牌氣候創新碳中和加速計劃」發佈儀式，正式成為首批加入「30·60中國紡織服裝碳中和加速行動」的重點企業。藉此契機，我們進一步開展了氣候變化治理和低碳轉型工作，並計劃開展紡織品全生命週期測評工作，積極部署低碳產品開發和應用，構建綠色低碳生產經營模式。同時，集團將推動產業鏈夥伴投身低碳產品製造，努力構建碳中和生態圈，助力服裝紡織產業實現可持續發展。



中國動向作為首批參與的重點企業之一出席「30·60中國紡織服裝碳中和加速計劃」授牌儀式

## 資源節約

在節約資源方面，我們始終秉承「低碳環保」的理念，節約能源使用，推行綠色辦公，踐行低碳運營，實施多項環保舉措。集團運營對於環境及天然資源的影響主要在於辦公樓宇及太倉工廠的排放及資源使用。

**照明燈具管理：**我們提倡「人走燈關」，減少不必要的電量消耗；逐步淘汰高能耗、低能效的設施設備，辦公區域電燈均更換為低能耗的LED燈；在辦公區域內樓梯、走廊、衛生間等照明需求較低的場所，安裝聲感自動控制開關，防止「長明燈」的現象發生。

**設備節能管理：**我們制定節能降耗相關管理辦法，優化用能設備的運行時間和參數，如要求下班後及時關閉電腦、複印機等設備；下班前半個小時關閉空調，設定空調使用溫度夏天不低於26°C，冬天不高於20°C的使用標準。我們鼓勵子公司定期對員工節能降耗工作進行考核，評選節約型部門、節約型個人優秀稱號。

**日常用水管理：**我們鼓勵員工做到「人走水停」「一水多用」，全面使用節水型水龍頭，並在衛生間張貼節水標誌；加強辦公區域用水設備的日常維護、管理，定期檢查更換老化的供水管道。在飲用水方面，我們控制單次採購桶裝飲用水數量，避免飲用水的過期浪費。我們的用水均來自市政自來水管網供水，集團在求取適用水源上未發現有任何問題。

**低碳環保出行：**我們嚴格管理公車使用，倡導合併使用公車，提倡員工採用公交出行，降低因公出行產生的交通資源消耗和碳排放量。

## 減廢行動

在減少廢棄物方面，我們重視廢物料的管理和規範利用，提高廢舊物料的使用率，努力減少生產及辦公活動過程中產生的廢物垃圾。

**生產減廢：**我們充分考慮到原材料的使用和利用效率，在產品設計與生產環節階段，我們根據面料倉提供的實測幅寬、縮率等參數進行精確排版，最大程度地使用原材料以減少廢棄邊角料的產生。在產品配送運輸階段，我們優先使用可二次利用的紙箱，以減少木材製品的浪費。

**辦公減廢：**我們在打印機旁設立廢紙回收區，供有需要的員工循環使用。我們取消了一次性紙杯和筷子的使用，統一採購桶裝飲用水，減少廢棄水瓶數量。我們還鼓勵員工學習《北京市生活垃圾管理條例》等要求，開展垃圾分類管理。此外，我們儘可能再利用仍具備使用條件的電子產品組件，並委託有資質的第三方對電子廢棄物進行回收處置。集團生產運營中主要有害廢棄物為墨盒和硒鼓，我們統一將其交由有資質的第三方進行合規處置。

**無紙化辦公：**我們推廣使用在線辦公軟件處理日常工作，儘量使用電子版代替紙質版文件，鼓勵無紙化辦公。通過默認設置打印機為雙面打印、縮小文件字號、發票按半張紙打印等措施，降低打印耗材的使用。

### 綠色產品

我們重視產品綠色創新，積極採用前沿的環保材料，向消費者傳遞構建綠色地球的理念，體現企業的環境責任擔當。

報告期內，我們向工廠推行並使用無毒害、無污染、不燃燒且使用安全性較高的水性黏著劑，大大降低了苯類及芳香胺等有害污染物質排放。此外，我們在鞋類產品中增加TPU(熱塑性聚氨酯彈性體橡膠)材料的使用，TPU在生產過程中不產生逸出毛邊、擠出廢膠等廢棄物，可以直接被返回再利用。通過使用TPU材料，工廠生產能夠最大限度地增加材料的使用效率，減少環境污染。自2021年8月至今，集團旗下Kappa品牌中含TPU的鞋類產品已超過10萬雙，約佔鞋類量產訂單總量的21%。



採用安全無污染的水性黏著劑的產品



採用TPU材料的產品

報告期內，我們在棉類T恤產品中加入了「生物基纖維 — SORONA (索羅娜)」面料，該面料含37%的植物性可再生原料(植物澱粉糖)。與傳統尼龍面料相比，SORONA的產品製造工藝過程可降低約37%的石油資源消耗，節省30%的能源使用，並減少63%的溫室氣體排放。此外，SORONA不僅符合國際行業綠色發展趨勢，更具備了綠色有機產品特性，現已通過四大綠色產品相關國際認證，包括美國農業部生物質材料認證(USDA)<sup>5</sup>、日本生物質協會<sup>6</sup>、OEKO-TEX 100<sup>7</sup>及瑞士藍標(Blue Sign)<sup>8</sup>安全環保認證。



**环保纱线产品**

集团重点关注环保纤维的耐用性和安全性，并加强与供应商在环保材料研究和应用方面的合作。通过引入四大国际认证的环保可再生纤维面料，减少产品生命周期中产生废弃物，并提升弹性表现，轻盈舒适，零重力质感，给您更好的穿着体验。

2022年，我们在棉类T恤产品中应用加入了「生物基纤维 - SORONA」面料，该面料含**37%**的植物性可再生原料(植物淀粉糖)。与传统尼龙面料相比，SORONA的产品制造工艺过程可降低约**37%**的石油资源消耗，节省**30%**的能源使用，并减少**63%**的温室气体排放。

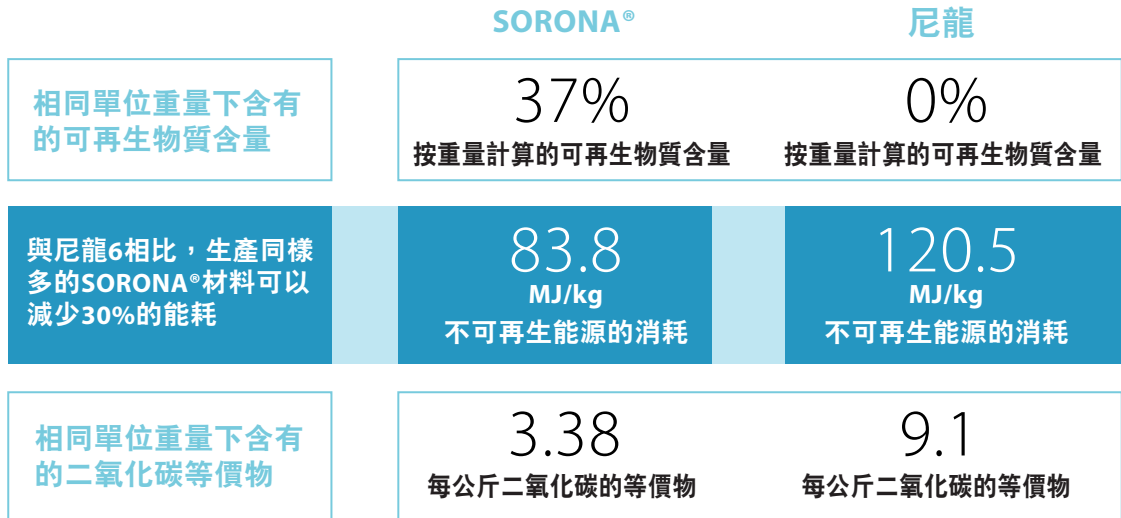
<sup>5</sup> 美國農業部生物質材料認證(USDA)由全世界有機認證權威機構之一的美國農業部(USDA)頒發，通過認證的產品原材料主要源自植物、海洋、林業材料等其他可再生資源，有助於利用生物可再生材料取代不可再生材料，增加可再生農業資源的使用，減少對環境和健康的不良影響。

<sup>6</sup> 日本生物質協會JBPA與美國、歐盟、中國等國家的檢測機構合作，致力於推進對生物降解性的標準評估、產品規格、認證和標籤系統等實踐，擁有200多家會員公司。

<sup>7</sup> Oeko-Tex Standard 100，是世界上最權威的、影響最廣的紡織品生態標籤之一。懸掛有Oeko-Tex Standard 100標籤的產品，都經由分佈在世界範圍內的十七個國家的知名紡織檢定機構(都隸屬於國際環保紡織協會)的測試和認證。Oeko-Tex Standard 100標籤產品提供了產品生態安全的保證，響應了消費者對健康生活的要求。

<sup>8</sup> 瑞士藍標(Blue Sign)是由瑞士藍色標誌科技公司推動的極為嚴格的紡織品相關行業環保認證，取得該項認證的企業所生產的紡織品，完全不含有害、有毒物質及重金屬成分，可保證整個生產鏈環保安全。





SORONA面料相比傳統尼龍面料具有更強的可持續性特徵



SORONA面料與傳統面料的纖維製程對比情況

### SORONA系列產品的全新標籤

此外，我們為應用了SORONA材料的產品設計了專屬標籤吊牌，向消費者透明地傳遞綠色產品材質信息，形成綠色產品理念的閉環。



## 環境類關鍵績效指標表

除另有說明，環境數據統計範圍涵蓋集團及中國境內的附屬公司(不包含門店)相關數據。

### 排放物

指標	2021財年	2020財年	2019財年
溫室氣體排放總量 <sup>9</sup> (範圍一及範圍二) <sup>10</sup> (噸)	1,308.64	1,317.54	1,445.99
直接排放(範圍一)(噸)	26.12	31.09	31.07
汽油	20.04	23.00	22.82
柴油	6.08	8.09	8.25
間接排放(範圍二)(噸)	1,282.51	1,286.45	1,414.92
外購電力	1,282.51	1,286.45	1,414.92
溫室氣體排放強度(噸/人)	1.56	1.47	1.52
溫室氣體排放強度(噸/平方米)	0.06	0.06	0.06
有害廢棄物總量 <sup>11</sup> (噸)	0.13	0.23	0.10
人均有害廢棄物(噸/人)	0.0002	0.0003	0.0001
無害廢棄物總量 <sup>12</sup> (噸)	28.56	55.93	26.98
人均無害廢棄物(噸/人)	0.03	0.06	0.03

<sup>9</sup> 基於運營特性，集團主要氣體排放為溫室氣體排放，源自使用由化石燃料轉化的電力及燃料；

<sup>10</sup> 集團溫室氣體排放清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《2019年度減排項目中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《IPCC 2006年國家溫室氣體清單指南》進行核算。

<sup>11</sup> 集團涉及的有害廢棄物類型主要包括廢棄硒鼓及墨盒；

<sup>12</sup> 集團運營涉及的無害廢棄物主要包括辦公樓生活垃圾、生產邊角料及廢棄電子設備。辦公樓生活垃圾由辦公樓物業統一處理，生產邊角料和經審批報廢后的廢棄電子設備由回收商進行回收處理。

**資源使用**

指標	2021財年	2020財年	2019財年
能源消耗總量 <sup>13</sup> (兆瓦時)	2,129.86	2,167.43	2,243.35
直接能源(兆瓦時)	105.00	124.75	124.58
汽油	81.87	93.97	93.20
柴油	23.13	30.78	31.38
間接能源(兆瓦時)	2,024.86	2,042.68	2,118.77
外購電力	2,024.86	2,042.68	2,118.77
辦公人均能耗 <sup>14</sup> (兆瓦時/人)	1.44	1.35	1.28
辦公樓單位面積能耗 <sup>15</sup> (兆瓦時/平方米)	0.073	0.072	0.069
倉庫單位面積能耗 <sup>16</sup> (兆瓦時/平方米)	0.0133	0.0075	0.0086
太倉工廠人民幣百萬元收入能耗 (兆瓦時/人民幣百萬元)	11.73	9.09	10.4
用水量 <sup>17</sup> (噸)	30,649.76	21,880.80	31,707.13
辦公樓人均用水量(噸/人)	16.11	7.86	8.52
太倉工廠人民幣百萬元收入耗水 (噸/人民幣百萬元)	192.79	121.45	207.24
製成品包裝物材料總量 <sup>18</sup> (噸)	1,357.10	1,210.38	1,160.80
人民幣百萬元收入耗用包裝物量 <sup>19</sup> (噸/人民幣百萬元)	0.91	0.61	0.75

<sup>13</sup> 能源消耗量數據根據電力及燃料的消耗量及中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》中換算因子計算。外購電力不包括哈爾濱辦公室的數據，其電費包含在物業費中，用電量尚不能單獨統計；

<sup>14</sup> 辦公人均能耗是指總部及子公司辦公樓人均用電量；

<sup>15</sup> 辦公樓單位面積能耗是指總部及子公司辦公樓每平方米用電量；

<sup>16</sup> 倉庫單位面積能耗是指物流部門及子公司倉庫每平方米用電量；

<sup>17</sup> 用水量包括北京、南京、大連、武漢、昆明等地區辦公室和太倉工廠的用水量，其餘地區(上海、哈爾濱、杭州、天津、深圳、鄭州、長沙、四川、蘭州)水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，我們依據中華人民共和國水利部發佈的統計公報《2020年中國水資源公報》進行了估算；

<sup>18</sup> 製成品包裝材料主要包括鞋供應鏈、服裝供應鏈、器材供應鏈及物流環節於報告期內所採購的紙箱、塑料袋；

<sup>19</sup> 人民幣百萬元收入耗用包裝物量是指集團中國區每人民幣百萬元收入耗用的製成品包裝物材料重量。

## 附錄：聯交所ESG指引索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
<b>強制披露規定</b>		
管治架構	由董事會發出的聲明，當中載有下列內容： (i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管； (ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜(包括對發行人業務的風險)的過程；及 (iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度、並解釋它們如何與發行人業務有關連	ESG管理 — ESG管治 架構管治架構
匯報原則	描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用匯報原則(重要性、量化和一致性)	關於本報告 — 匯報 原則
匯報範圍	解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因	關於本報告 — 報告 範圍
<b>「不遵守就解釋」條文</b>		
<b>A. 環境</b>		
<b>層面A1：排放物</b>		
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	綠色運營，助力環境 保護
指標A1.1	排放物種類及相關排放數據	
指標A1.2	直接(範疇1)和能源間接(範疇2)溫室氣體排放量，及(如適用)密度	綠色運營，助力環境 保護 — 環境類績效 關鍵指標
指標A1.3	所產生有害廢棄物總量及(如適用)密度	
指標A1.4	所產生無害廢棄物總量及(如適用)密度	
指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟	綠色運營，助力環境 保護
指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	綠色運營，助力環境 保護 — 減廢行動

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
<b>層面A2：資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	綠色運營，助力環境保護
指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	綠色運營，助力環境保護 — 環境類績效關鍵指標
指標A2.2	總耗水量及密度	綠色運營，助力環境保護 — 環境類績效關鍵指標
指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	綠色運營，助力環境保護
指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	綠色運營，助力環境保護
指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及(如適用)每生產單位佔量	綠色運營，助力環境保護 — 環境類績效關鍵指標

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
<b>層面A3：環境及天然資源</b>		
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	綠色運營，助力環境保護
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	綠色運營，助力環境保護
<b>層面A4：氣候變化</b>		
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	綠色運營，助力環境保護 — 氣候行動
指標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，及應對行動	綠色運營，助力環境保護 — 氣候行動
<b>B · 社會</b>		
<b>僱傭及勞動常規</b>		
<b>層面B1：僱傭</b>		
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	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則
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	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則
指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 (指標)		披露位置或備註
<b>層面B2：健康與安全</b>		
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	以人為本，用心關愛員工 — 健康安全
指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	以人為本，用心關愛員工 — 健康安全
指標B2.2	因工傷損失工作日數	以人為本，用心關愛員工 — 健康安全
指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法	以人為本，用心關愛員工 — 健康安全
<b>層面B3：發展及培訓</b>		
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	以人為本，用心關愛員工 — 人才賦能
指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	以人為本，用心關愛員工 — 人才賦能
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	以人為本，用心關愛員工 — 人才賦能



規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
<b>層面B4：勞工準則</b>		
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	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則
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	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則
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	以人為本，用心關愛員工 — 僱傭準則
<b>營運慣例</b>		
<b>層面B5：供應鏈管理</b>		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	協作共贏，踐行社會責任
指標B5.1	按地區劃分的供應商數目	協作共贏，踐行社會責任 — 加強供應鏈管理
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，以及相關執行及監察方法	協作共贏，踐行社會責任 — 加強供應鏈管理 — 供應商准入

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 (指標)		披露位置或備註
指標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	協作共贏，踐行社會責任 — 加強供應鏈管理 — 供應商准入
指標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	協作共贏，踐行社會責任 — 加強供應鏈管理 — 供應商准入
<b>層面B6：產品責任</b>		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (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	責任運營，提供優質產品
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	責任運營，提供優質產品 — 保障消費者權益
指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	責任運營，提供優質產品 — 保障消費者權益

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	責任運營，提供優質產品 — 規範知識產權管理
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	責任運營，提供優質產品 — 保障消費者權益
指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	責任運營，提供優質產品 — 保障消費者權益
<b>層面B7：反貪污</b>		
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	責任運營，提供優質產品 — 塑造廉潔文化
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	責任運營，提供優質產品 — 塑造廉潔文化
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	責任運營，提供優質產品 — 塑造廉潔文化

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標 (指標)		披露位置或備註
指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	責任運營·提供優質產品 — 塑造廉潔文化
<b>社區</b>		
<b>層面B8：社區投資</b>		
一般披露	有關以社區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	協作共贏·踐行社會責任 — 增進社區關懷
指標B8.1	專注貢獻範疇	協作共贏·踐行社會責任 — 增進社區關懷
指標B8.2	在專注範疇所動用資源	協作共贏·踐行社會責任 — 增進社區關懷

China Dongxiang (Group) Co., Ltd. 中國動向（集團）有限公司

[www.dxsport.com](http://www.dxsport.com)