



2022

寶尊電商  
可持續發展報告

SUSTAINABILITY REPORT FOR FISCAL YEAR 2022

# CONTENTS

## 目錄

管理層致辭

03

走進寶尊電商

05

我們的可持續發展

09

## 01

治理先行

17

構建穩固發展基石

公司治理架構

19

風險識別與管理

21

合規運營

22

## 02

卓越創新

27

提供高品質服務

研發與創新

29

客戶服務

33

負責任營銷

38

數據與隱私保護

40



## 03

價值共創  
建設美好未來 45

員工責任 47

可持續供應鏈 57

社區公益 60

可持續發展管理績效 81

報告索引表 85

報告編製說明 91

## 04

綠色發展  
呵護美麗地球 63

環境管理體系 65

氣候變化減緩與適應 66

「全鏈式」綠色運營 73

排放物管理 80

## 管理層致辭



2022 年，對於寶尊而言是不平凡的一年。我們全年總交易額（GMV）穩健增長，達 843 億元人民幣，同比增長 19%；全年 non-GAAP 經營利潤達 2.56 億元人民幣，同比增長 14%。以上經濟績效的取得，離不開寶尊對可持續發展的重視。

秉承著「科技成就商業未來」的願景，在董事會和可持續發展委員會的帶領下，我們與股東、品牌客戶、消費者、員工、行業夥伴等利益相關方共同商討可持續發展的路徑，將重點實質性議題落實到各項核心業務運營中，攜手各個利益相關方共同創造一個可持續的未來。

我們重視綠色發展，用心呵護美麗地球。2022年，我們正式發佈了《碳中和白皮書》，明確寶尊的碳中和目標，這也展示我們在可持續發展上的決心。我們識別氣候變化相關的風險及機遇，以數智創新技術為核心，聚焦打造低碳產品與服務，積極推動員工、品牌客戶、消費者等利益相關方參與，共同宣導可持續的生活方式，構建綠色電商生態。

我們追求卓越與創新，致力於為客戶提供高品質服務。2022年，寶尊憑藉行業領先優勢與科技力量，推出「寶舵」技術商業品牌，幫助更多品牌客戶實現管道零售數字化轉型。我們收購GAP大中華區業務，開啟「品牌管理」業務線，向技術驅動型全管道商業運營商加速邁進。借助研發創新和數據安全與隱私方面的投入，我們持續完善客戶服務體系，為品牌客戶和消費者提供卓越的服務體驗。

我們宣導價值共創，積極為員工打造廣闊的事業平台。2022年，我們推出「寶尊大學」，助力員工不斷學習成長，成就未來商業精英與領袖。同時，我們繼續踐行「以公益鑄就仁心」理念，運用主營業務優勢，支持所在地社區發展，培養行業人才，為美好社會貢獻力量。

在全面建設社會現代化國家的新征程上，我們滿懷信心，迎著晨光出發。2023年，寶尊將繼續鼓足幹勁，在可持續發展理念的指引下，在「科技成就商業未來」的道路上堅定前行。

仇文彬 Vincent Wenbin Qiu  
寶尊電商創始人  
寶尊集團董事長兼首席執行官

# 走進寶尊電商

## 關於寶尊 電商

寶尊電商有限公司（簡稱「公司」「寶尊」「寶尊電商」或「我們」）於 2007 年開始運營，是中國品牌電商服務行業的領導者<sup>1</sup>，致力於為合作品牌提供電子商務運營解決方案。寶尊於 2015 年 5 月在美國納斯達克上市，2020 年 9 月在香港聯交所二次上市。2022 年 11 月，自願於香港聯交所主機板的第二上市地位轉換為主要上市地位。現為香港聯交所及美國納斯達克雙重主要上市公司。我們秉持「以科技創新和客戶需求為引擎，致力成為全球品牌電商商業夥伴」的使命，已通過雲計算、大數據、人工智慧等技術，不斷實現技術升級和轉型，打造優質的電子商務平台和生態系統，服務全球使用者，助力品牌成就科技未來。



### 願景

科技成就商業未來



### 使命

以科技創新和客戶需求為引擎，  
致力成為全球品牌電商商業夥伴



### 價值觀

誠信、擔當、進取、協同、創新

注：[1] 來源於艾瑞諮詢。

**公司名稱：** 宝尊电商有限公司  
**上市代碼：** 09991.HK  
NASDAQ:BZUN

**公司總部：** 中國上海  
**運營起始時間：** 2007 年

**三大業務線：** 寶尊電商 (BEC)、寶尊品牌管理 (BBM)、寶尊國際 (BZI)

**業務板塊：** 涉及店站運營、數字行銷、技術中心、倉儲物流、客戶服務五大服務內容，涵蓋品牌官方商城、線上購物平台天貓與京東、社交移動商城及線下智慧門店等全管道

**員工總數：** 7,588 人

**公司規模：**

# NO.1

在《2022 年中國品牌電商服務商排行榜 TOP15》中排名第一（來源於艾瑞諮詢）

# 843 億

2022 全年商品交易總額達到 843 億元人民幣，五年複合增長率 CAGR35%

# 30+

覆蓋中國超 30 多個主流電商平台，提供全管道新零售電商服務

# 400+

超 400 家品牌運營合作夥伴，覆蓋 8 大垂直行業

# 2 地上市

2015 年美國納斯達克上市，2020 年香港聯交所二次上市，2022 年香港美國雙重主要上市



## | 我們的服務



### 技術中心

依託智慧技術，創建優質生態，服務全球品牌

16

年 IT 系統實施經驗

3

地研發團隊

自動化

運營工具 & 數據專家



### 店站運營

引入數據分析商業智慧和人工智慧成果，為業務導向並對業績負責

843

億元人民幣全年 GMV

8

大類目涵蓋

壹站式

端到端解決方案

400+

品牌電商服務經驗



### 數字行銷

將品牌行銷和銷售完美結合，賦能品牌私域業務的全鏈路方案

4A

級市場行銷經驗

500+

電商行銷專家團隊

22

全年打造品牌平台活動





## 客戶服務

為品牌電商業務而生的新一代綜合客服服務

5

大區域運營中心

S-ANY

一站式客戶服務管理平台

11.15%

AI 客服工具解決率提升



## 倉儲物流

高效優質的供應鏈解決方案，持續為客戶獲取競爭優勢

103+

萬平方米物流中心

9

大城市倉儲中心

自動化

電商倉庫

600,000

日峰值訂單量

# 我們的可持續發展

## 可持續 發展治理 架構

公司可持續發展的實現離不開高層的重視和全員的參與。我們將可持續發展理念融入企業文化和日常經營，成立了自上而下的可持續發展治理架構，由董事會全面監督公司可持續發展相關事宜，評估公司可持續發展管理績效，妥善管理公司可能面對的環境、社會及管治（簡稱「ESG」）風險並對其最終負責。

實尊電商建立健全的 ESG 管理體系與工作機制，為公司持續增長打下堅實基礎。公司基於公司董事會的領導，建立可持續發展委員會，研究公司 ESG 管理策略、識別 ESG 重大風險與機遇，並進一步授權可持續發展工作小組協助開展及落實 ESG 實踐行動，確保設立合適及有效的 ESG 風險管理及內部監管系統。



ESG 管理最高決策機構

董事會



決策層：由董事會成員  
及高級管理層構成

可持續發展委員會



實施層：由公司各個職  
能部門、業務部門構成

可持續發展工作小組



#### 可持續發展委員會主要職責包括：

- (a) 識別重大環境、社會及管治議題，判定重大環境、社會及管治事宜將為本公司帶來的風險和機遇；
- (b) 建議及定期檢討本公司的環境、社會及管治願景、策略；
- (c) 基於相應的策略制定其對應的目標，並定期進行目標進度的監督及檢討；
- (d) 審閱與環境、社會及管治相關的政策；
- (e) 就重大環境、社會及管治事宜相關的政策進行檢討及監督，並確保其適用於本公司；
- (f) 董事會授予的其他職責。



#### 可持續發展工作小組主要職責包括：

- (a) 推動各部門執行各項環境、社會及管治政策，匯報環境、社會及管治項目落實情況；
- (b) 每年識別與公司有關的環境、社會及管治風險，評估此類風險對公司的影響，並就風險應對向董事會提供建議；
- (c) 協助編制年度可持續發展報告及其他環境、社會及管治相關披露信息，並提交董事會審議及批准予以披露；
- (d) 董事會授予的其他職責。



## 可持續 發展貢獻

### 可持續發展策略

寶尊作為中國品牌電商服務商的先行者<sup>1</sup>，將可持續發展視作重要發展戰略，以及自身肩上不容忽視的責任，並將自身「科技基因」作為可持續發展的內生驅動力，保護環境、關愛社會，協力解決社會面臨的複雜挑戰。為此，我們將可持續發展的理念融入公司經營的全過程，以完善的公司治理為基礎，通過開展負責任的創新、構築共享的社會價值，為全球可持續發展貢獻力量。

#### ◎ 我們可持續發展策略

	負責任的創新	共享的社會價值	完善的公司治理
	 	 	
承諾	以負責任的創新和可持續的運營，攜手利益相關方，共同推動可持續的消費方式	致力於創造積極的社會影響，貢獻高品質的就業與社會共同繁榮	踐行健全與透明的運營模式，通過完善的公司治理，實現公司經營的可持續
行動策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>通過創新的解決方案，提升行業整體的運營效率</li> <li>成為可持續消費的推動者，制定碳中和目標，攜手各利益相關方實現全價值鏈碳中和，宣導綠色低碳生活</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>為員工打造平等、多樣化的發展平台</li> <li>提供職業教育培訓及就業崗位，助力高品質的就業與鄉村振興</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>增強董事會多元化和獨立性</li> <li>建立公正、廉潔透明的公司治理環境</li> <li>持續提升信息安全與隱私保護的公平</li> </ul>

注：[1] 來源於艾瑞諮詢。

## 貢獻可持續發展目標

寶尊關注聯合國可持續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），基於自身可持續發展策略，我們明確了與公司最為相關的五項可持續發展目標，以自身行動為全球可持續發展做出積極貢獻。

貢獻SDGs	我們的行動
 <p>12 负责任消费和生产</p>	<p><b>目標 12.5</b> 到 2030 年，通過預防、減排、回收和再利用，大幅減少廢物的產生。</p> <p>我們積極與其他行業參與者攜手，共同探索包裝優化方案、物流倉儲優化方案等各環節的綠色行動，實現資源高效利用的同時，減少廢棄物（如包裝材料廢棄物）產生。</p>
<p>負責任的創新</p>  <p>13 气候行动</p>	<p><b>目標 13.3</b> 加強氣候變化減緩、適應、減少影響和早期預警等方面的教育和宣傳，加強人員和機構在此方面的能力。</p> <p>我們踐行自身的綠色運營，通過創新解決方案提升行業運營效率並推動行業選擇更綠色的運營方式，打造綠色全生態，貢獻碳中和目標的實現。</p>
<p>共享的社會價值</p>  <p>4 优质教育</p>	<p><b>目標 4.4</b> 到 2030 年，大幅增加掌握就業、體面工作和創業所需相關技能，包括技術性和職業性技能的青年和成年人數。</p> <p>我們結合自身資源優勢，通過「產教融合」，開設寶尊 - 南通開放大學電商產業學院，為在校學生開放實習培訓及就業機會，讓學生們積累實操經驗，提升職業技能，實現高品質的就業。</p>
<p>完善的公司治理</p>  <p>8 体面工作和经济增长</p>	<p><b>目標 8.5</b> 到 2030 年，所有男女，包括青年和殘疾人實現充分和生產性就業，有體面工作，並做到同工同酬。</p> <p>我們打造多元化與平等的職場環境，為弱勢群體提供就業機會，關愛並保障女性員工，讓每個人都有體面的工作。</p>
<p>完善的公司治理</p>  <p>5 性别平等</p>	<p><b>目標 5.5</b> 確保婦女全面有效參與各級政治、經濟和公共生活的決策，並享有進入以上各級決策領導層的平等機會。</p> <p>我們重視並追求董事會的多元化，聘請女性董事及高級管理層，成為公司的領導角色之一。</p>

## 2022 年關鍵績效

© 2022 年可持續發展亮點績效



### 負責任的創新



新增專利申請 **6 項**、電腦軟體著作 **26 項**

已累計申請專利 **73 項**、電腦軟體著作 **241 項**

打造首個「**零碳園區**」



### 共享的社會價值



金格獎——大中華區卓越上市公司 2022 年度「**年度可持續發展獎**」

SRC 2022 (第五屆) 社會責任大會 2022 年度「**責任互聯網公司**」

CFS 2022 第十一屆財經峰會「**2022 企業社會責任典範獎**」

僱傭 **14 名** 殘障人士

女性員工占比 **59.58%**

員工培訓總時長 **152,751 小時**，員工人均培訓時長 **20.13 小時**



## 完善的公司治理

女性董事占比 **25%**、獨立董事占比 **50%**

通過 **ISO 27001** 信息安全管理體系認證、通過 **ISO 27701** 隱私信息管理體系認證

通過網路安全等級保護測評**三級**（新增全域會員行銷系統（CRM）、隱私服務系統（PII）、商業智慧報表平台（BI）、電商交易平台（UNEX2.0）、統一身份認證中心（UAC & UAAC）六個核心信息系統的認證）

支援**超 10 家品牌**客戶通過網路安全等級保護測評三級

配合品牌方完成信息安全審計、信息安全合同評審**超 28 次**

開展**全年兩次**網路安全、信息安全及個人隱私相關的培訓覆蓋全職員工**超 10,680 人次**



注：數據口徑與寶尊合併財務報表範圍保持一致，涵蓋 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，其中，零碳園區為年度碳核查後 2023 年 4 月取得。

## 實質性 議題與利益 相關方溝通

### 利益相關方溝通

利益相關方的信任與支持對寶尊的可持續發展至關重要，我們始終重視與利益相關方的溝通。我們識別公司的重要利益相關方，建立了與各利益相關方的常態化溝通機制，深入瞭解各利益相關方的意見與價值觀念，將其關注的議題納入公司運營和決策過程中，並積極回應利益相關方的訴求和期望，建立相互信賴、相互支持的長遠關係。

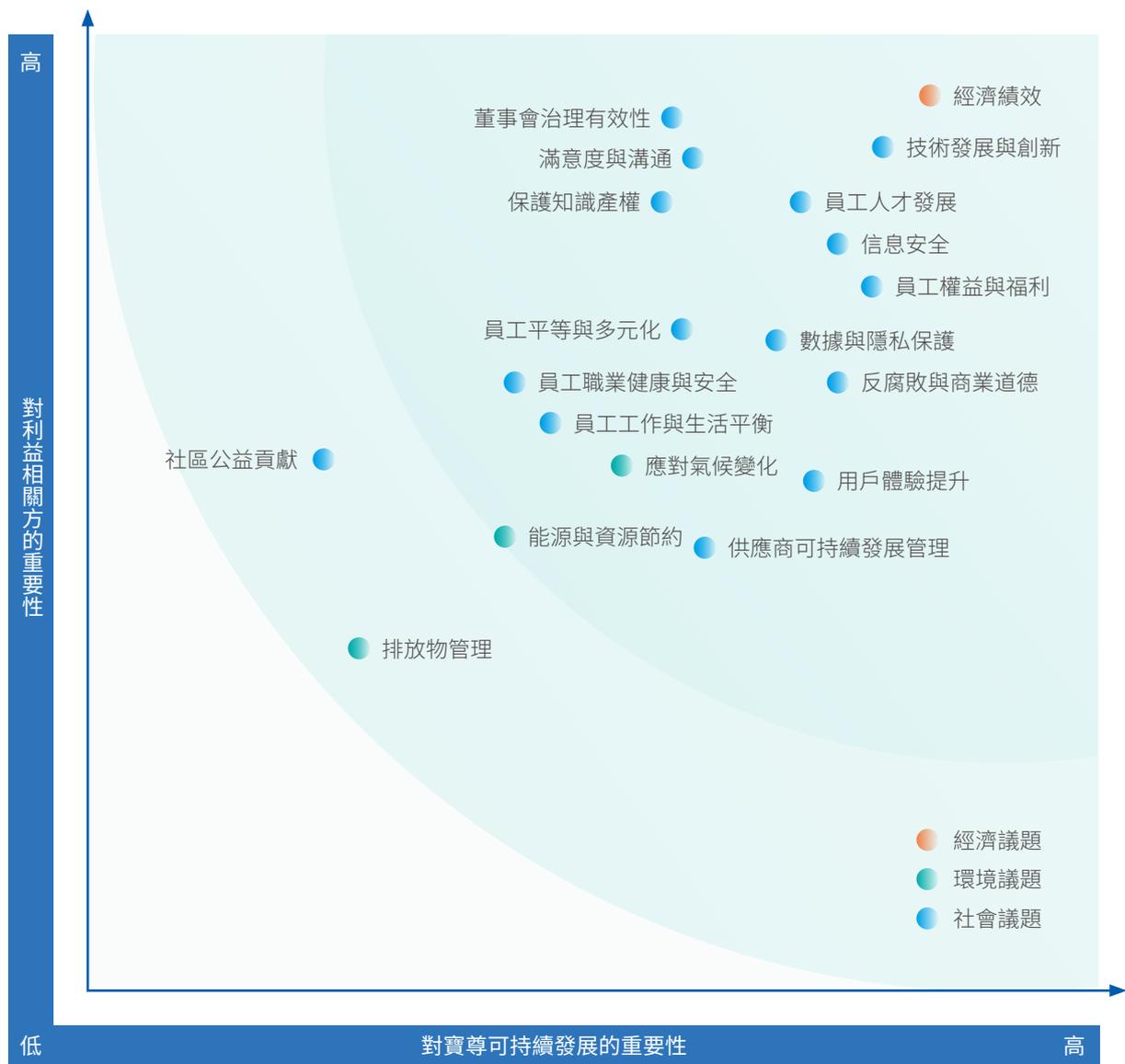
2022 年，寶尊秉承對投資者利益負責的考量，將其於香港聯交所主機板的第二上市地位轉換為主要上市地位，為投資者和利益相關方帶來更多便利。

主要利益相關方	溝通管道	關注議題
 政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>項目合作</li> <li>會議交流</li> <li>監督檢查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>反腐敗與商業道德</li> <li>應對氣候變化</li> <li>排放物管理</li> <li>能源與資源節約</li> </ul>
 股東與投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>業績公告會</li> <li>股東大會</li> <li>信息披露</li> <li>接待分析師及投資者調研</li> <li>出席投資者交流會議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會治理有效性</li> <li>經濟績效</li> <li>保護知識產權</li> </ul>
 客戶（品牌客戶）	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶滿意度調查</li> <li>定期溝通</li> <li>行業峰會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>能源與資源節約</li> <li>應對氣候變化</li> <li>技術發展與創新</li> <li>滿意度與溝通</li> <li>信息安全</li> <li>數據與隱私保護</li> </ul>
 消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶服務</li> <li>推廣可持續消費理念</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用戶體驗提升</li> <li>信息安全</li> <li>數據與隱私保護</li> </ul>
 供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應商評估與審核</li> <li>供應商培訓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應商可持續發展管理</li> <li>反腐敗與商業道德</li> </ul>
 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期會議</li> <li>員工培訓</li> <li>員工活動</li> <li>投訴與回饋</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工權益與福利</li> <li>員工平等與多元化</li> <li>員工職業健康與安全</li> <li>員工人才發展</li> </ul>
 社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>社區活動</li> <li>定期溝通</li> <li>媒體溝通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社區公益貢獻</li> </ul>

## 實質性議題

寶尊遵守香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》中的「重要性」原則，2022年，我們在上一年利益相關方實質性議題調研的基礎上，通過宏觀政策研究、行業分析及可持續發展議題的梳理，進行了本年度實質性議題識別與分析，識別出19項與自身發展高度相關的實質性議題，2022年，我們根據公司經營與業務情況以及專家意見，對識別出的實質性議題的重要性程度進行調整。

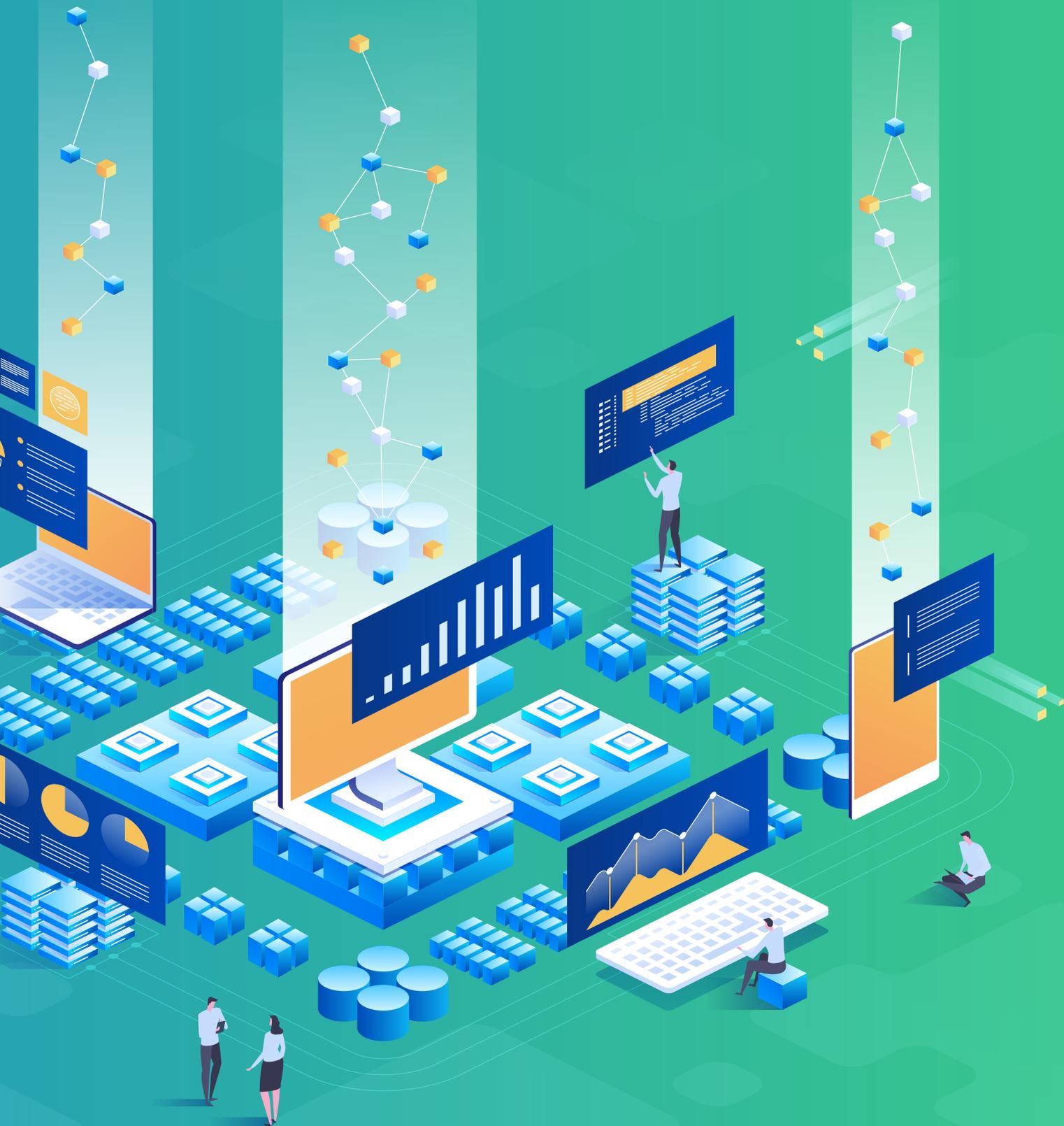
### ◎ 寶尊實質性議題矩陣



# 01 | 治理先行 构建稳固发展基石

完善的公司治理是可持续发展的基石。我们将「诚信」放在公司价值观的首位，恪守商业道德，坚持诚信合规运营，通过完善公司治理体系、优化权责机制、强化风险应对能力等方面，推动宝尊电商高品质、可持续发展。





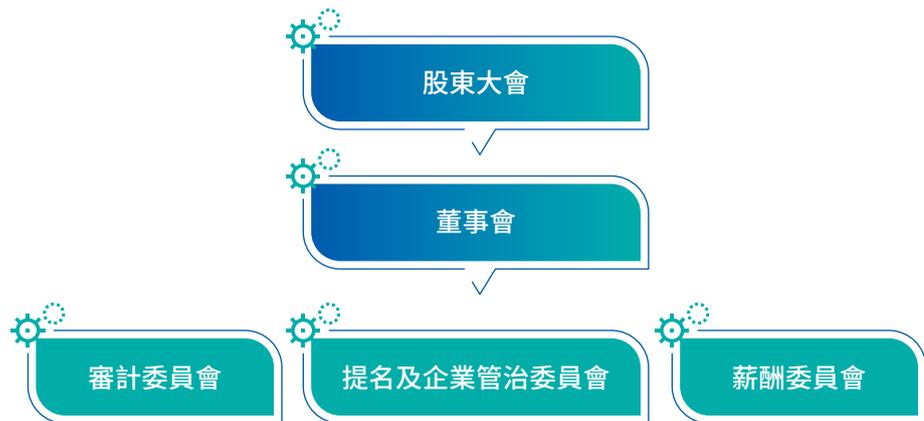
## 公司治理 架構

### 治理架構

寶尊作為中國電商服務行業的領導者，嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《Rule 5200. 在納斯達克股票市場首次和持續上市的一般程式和先決條件》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規及相關規定，建立了責任清晰、穩健高效的公司治理體系。公司通過股東大會、董事會及專門委員會三級對公司進行全面治理。

股東大會是我們的最高決策機構，充分保障股東的權益。董事會是日常業務的決策機構，專門委員會為依照公司章程和董事會授權履行職責。董事會下設審計委員會、提名及企業管治委員會、薪酬委員會。

#### ◎ 治理架構



### 董事會構成與薪酬

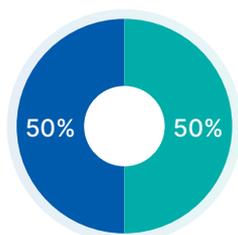
寶尊遵循公開、公平、公正、獨立的原則，在董事會選舉制度方面按照《提名及企業管治委員會章程》規定，唯才委任，綜合考慮性別、年齡、行業經驗、專業背景、教育學歷等來滿足業務板塊所需的多樣技能和經驗，確保業務合規的同時遵循商業道德準則，保障股東利益與公司的持續穩定發展。

我們深知董事會獨立性與多元化為企業長期發展帶來的助益。獨立董事為公司帶來多元化的經驗及專業知識，在公司的業務戰略、業績表現、風險防控和利益衝突等事宜上，提供獨立意見及判斷，致力於確保公司及股東的利益得到最大化體現。董事會的性別多元化有助董事會效率提升、企業人才的吸引及留任、加強創意及創新能力等非財務指標上的優秀表現。公司在任的獨立董事領取固定的薪酬。

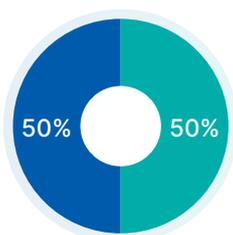
女性管理者是我們的領導角色之一，也是我們追求董事會多元化的體現。2022年，公司董事會共有2名女性董事參與到公司治理中，其中余濱女士擔任我們審計委員會主席。截至報告期末，董事會共計8名成員，其中4名獨立董事。

◎ 董事會構成

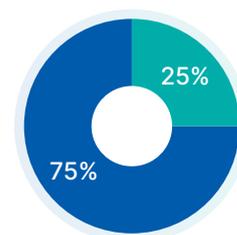
	姓名	性別	委員會委任情況		
			審計委員會	提名及企業管治委員會	薪酬委員會
創始人、董事長兼首席執行官	仇文彬	男			
聯合創始人、董事	吳駿華	男			
董事	岡田聡良	男			
董事	劉洋	女			
獨立董事	Yiu Pong Chan	男	●	●	C
	餘濱	女	C	●	●
	Steve Hsien-Chieng Hsia	男		C	●
	葉長青	男	●		



● 獨立 ● 執行



● 外籍 ● 本土



● 男性 ● 女性

注：

[1] C= 主席，● = 委員

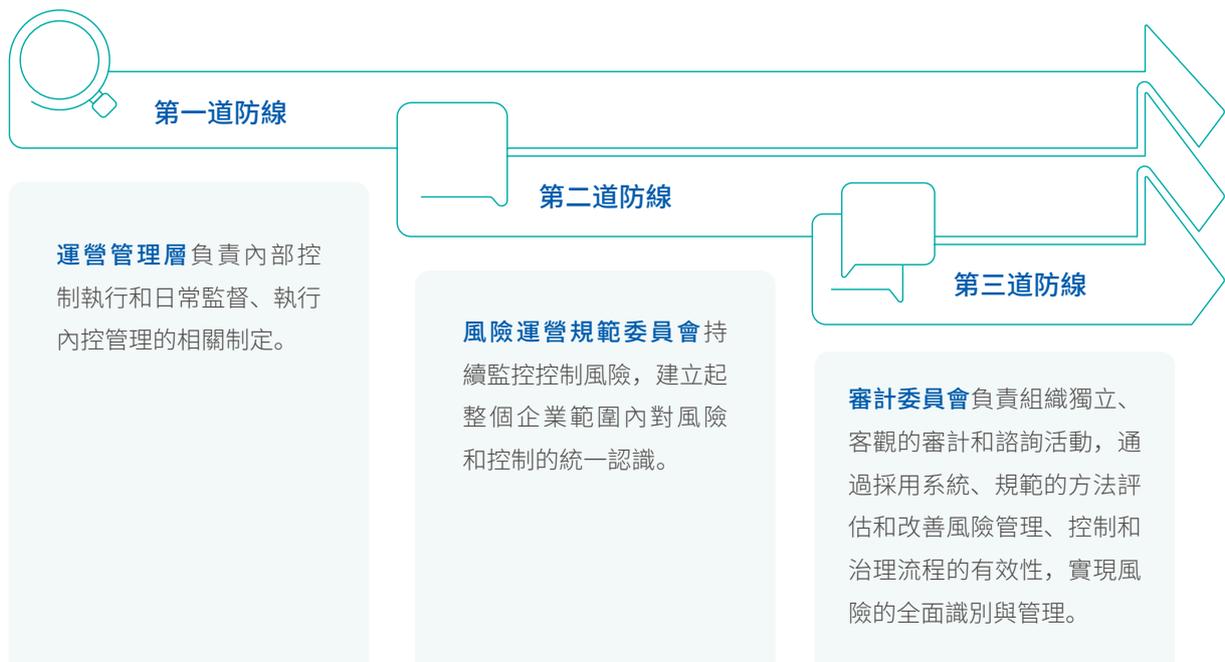
[2] 在本報告中，本土指代中國大陸，即不包含中國臺灣、香港特別行政區及澳門特別行政區。



## 風險識別 與管理

寶尊建立了系統化、專業化的企業全面風險管理體系，搭建了由運營管理層、風險運營規範委員會、審計委員會組成的「三道防線」，確保公司涉及業務運營的各個方面有效地落實風險管理政策。

運營管理層由一線員工和管理層構成，能夠直接發現和控制風險點，並進行積極的改善；風險運營規範委員會由高級管理層領導，通過體系化、風險化和常態化管理，實現風險監控與預警、風險識別與評估、風險應對及監督檢查。2022 年，公司識別的風險包括財務風險、運營風險、舞弊風險、網路安全風險、投融資風險和外部監管風險等。



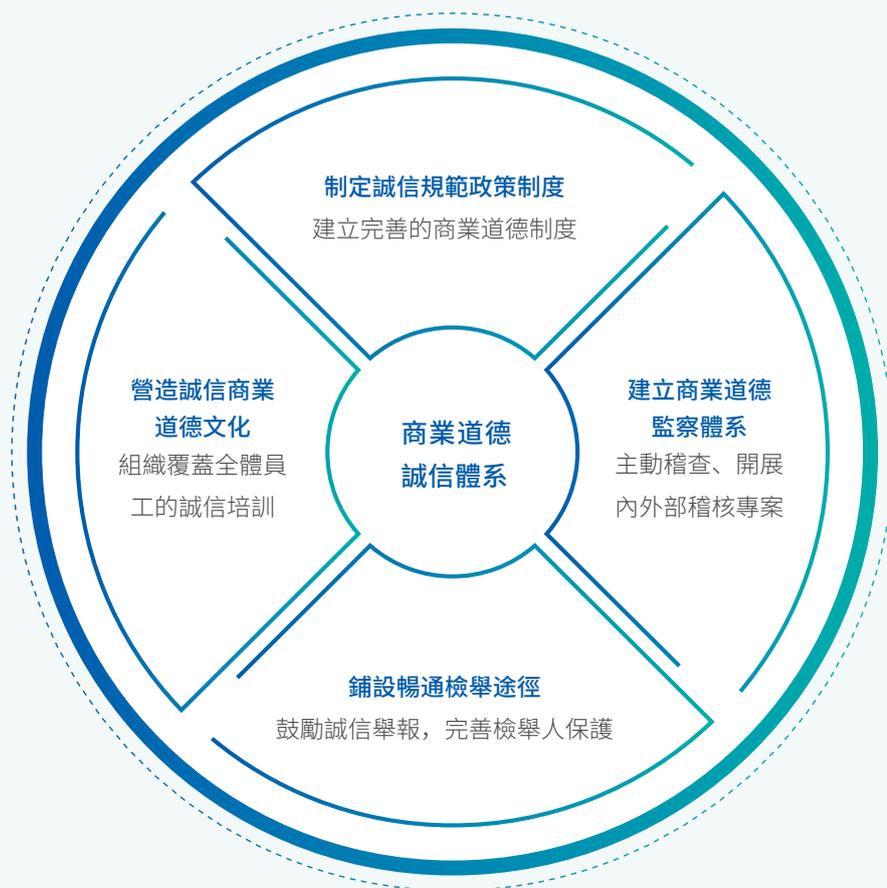
公司法律風控部門下設立專職內部審計團隊，直接向董事會審計委員會匯報。內審團隊負責為公司風險管理及內部監控系統的有效性提供獨立的評價和鑒證，及時發現各部門在日常運營過程中的控制執行缺陷、提出改進計劃並持續追蹤改進落實情況，以實現公司風險持續監督與改進。

## 反腐敗與 商業道德

誠信是商業運營的基石，也是寶尊核心價值觀之一。寶尊堅守誠信運營，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》《謝爾曼反托拉斯法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，保障公司運營合法合規。

我們建立了完善的商業道德誠信體系，針對預防洗錢活動，我們制定內部控制制度《寶尊電商反洗錢管理辦法》，通過依法採取預防、監控措施，建立健全客戶識別制度、客戶身份資料和交易記錄保存制度、大額交易和可疑交易報告制度，積極履行反洗錢義務。

針對反貪污與反賄賂，我們制定《寶尊電商監察制度》《寶尊商業行為道德規範細則》《寶尊電商舉報人保護和獎勵制度》《寶尊電商饋贈和款待制度》等制度，樹立誠信規範意識，建立誠信監察架構，營造誠信商業道德文化，鋪設暢通的檢舉途徑，構建起商業道德誠信體系。



## 商業道德制度建設

我們對不道德的商業行為採取零容忍政策，嚴格要求寶尊及其下屬所有子公司和可變利益實體的所有員工，遵守《商業行為道德規範細則》《寶尊電商饋贈與款待制度》。對於違反公司商業道德要求的行為，公司按情節輕重進行處分。我們明確了對於員工涉及「高壓線」行為類型，一旦觸犯「高壓線」，公司將立即解除員工的勞動合同，特別嚴重的移交司法部門處理。



### 員工「高壓線」行為

- 任何向利益關聯方主動索取的行為；
- 接受或向利益關聯方贈予現金或現金等同物價值超過合理饋贈和款待範圍，以獲取不正當利益的行為；
- 挪用、侵佔、盜竊、行賄的行為；
- 惡意洩露公司客戶資料等保密檔或資源的行為。

同時，我們與合作夥伴建立起誠信規範機制，嚴禁業務過程中任何商業受賄、行賄、違規違法及不正當競爭行為。我們建立健全完整的反貪污與反賄賂管理流程體系，貫穿供應商前期註冊准入、資格認證、合格供應商分級管理，以及績效評估全流程。報告期內，寶尊與供應商 100% 簽訂《寶尊電商保密協議》《寶尊電商反腐敗與合規聲明》《寶尊電商親友關係聲明》，要求供應商保守在商業合作獲取的公司保密信息，遵守適用的反腐敗法規及寶尊的相關規定，並確保在與公司的合作中不存在利益衝突。



## 誠信文化建設

誠信文化作為商業道德誠信體系中重要的一環，是從根本上預防商業道德問題的關鍵。董事高管的商業道德是我們關注的重點，我們通過誠信訪談以及誠信培訓定期向董事介紹寶尊的商業道德要求，強化自上而下的誠信文化建設。

我們建立起針對所有員工的誠信教育系統。從新員工入職培訓並與新員工 100% 簽訂《寶尊電商誠信承諾書》，到日常的普法教育，我們積極防範員工的失德行為。我們還通過推送、新聞、海報等形式提醒員工踐行商業道德承諾，努力營造誠信經營的商業道德文化。針對供應鏈、採購部門等的高敏崗位，我們採取了普法教育、雙向分享的形式加強崗位從業人員的誠信意識，並通過監察、審計等管理強化保障。

報告期內，寶尊電商參與反貪污相關培訓的員工人數達 421 人。

### ◎ 商業道德培訓

員工培訓	董事培訓	高敏崗位培訓
<ul style="list-style-type: none"> <li>入職培訓</li> <li>普法教育</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>守法培訓</li> <li>誠信訪談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應鏈普法安全教育</li> <li>監察、採購（月度）雙向分享會</li> </ul>

### 重點崗位普法培訓，強化員工反腐意識

2022 年，為進一步增強員工的法律意識，更好地規範員工自身行為，公司面向高敏感及管理層開展普法宣講。培訓主要圍繞刑法、刑事訴訟法、職場易發犯罪、犯罪影響等內容開展，覆蓋 8 個事業群 R5 級別（經理）以上或其他關鍵崗位培訓人員，共計 421 人，進一步提升了重點崗位人員的守法意識及反腐敗意識。



普法培訓現場

## 商業道德檢查與審計

寶尊設立了紀檢監察部，按照發現線索、受理案件、調查溝通和處理結論的調查程式，直接向公司董事會報告商業道德工作開展、落實情況。同時，紀檢監察部對公司能源管理、交易活動、倉儲物流等商業道德重要風險環節進行主動稽查。

公司設置審計項目池，根據業務類型、流程等要素，識別各類項目的審計重點及重點風險點，並預評估風險等級。審計每年制定審計計劃，每三年完成一次所有業務線的全流程審計。

2022 年，公司以事業群為單位，發起了 2022-2023 年度審計，覆蓋跨境綜合、數碼生活、數字行銷等事業群，對公司各業務環節進行風險評估，識別風險較高領域，及時發現日常運營過程中的系統性風險並及時進行規避。報告期內，公司完成了 3 項常規審計，3 項專項審計。

在倉儲物流環節，我們關注工程發包過程中的腐敗風險，以及庫存盤點、損失預防等方面的風險點，強化稽查措施，杜絕倉儲物流環節的腐敗行為。

### ◎ 倉儲物流稽查措施

#### 庫存盤點 稽核

稽查倉庫是否有按要求進行盤點，有無盤點數據，有無異常，針對異常數據前三展開複盤，找出異常原因。

#### 工程稽核

針對以往大於 10 萬元的發包工程，調取報價單及驗收單，首先核對工程報價是否與市場價相當，再將報價清單、驗收清單及現場實際情況進行核對，確認是否一致。

#### 損失預防 性稽查

通過對作業人員的背調、培訓，對監控等安防設備的檢查，門窗鎖具封條的檢查，流程控制及崗位控制等手段達到預防損失的目的。



## 檢舉管道與檢舉人保護

公司接受來自員工以及與公司有業務往來的客戶、供應商、合作夥伴對其發現的實際或疑似的違規行為進行的實名或匿名舉報。我們開放暢通的檢舉途徑，鼓勵對違反商業道德行為、貪污及賄賂行為的檢舉。監督舉報途徑包括：電話舉報、郵箱舉報、信函舉報等。

公司將在收到舉報信息起的 3 個工作日內響應舉報，在法律及公司制度許可的範圍內，進行調查及取證。



同時，我們制定了《舉報人保護和獎勵制度》，將對舉報個人信息及舉報人提供的所有舉報資料均嚴格保密，確保員工或外部人員不會因經合法途徑進行舉報而受到解雇、降級、停職、恐嚇、騷擾等不公平待遇或任何其他形式的報復行為。對打擊報復檢舉人或相關證人的事件，公司將根據情節嚴重性予以處置，包括但不限於撤職、解除勞動合同、移交司法機關處理等。

### 2022 年商業道德亮點績效

截至報告期末，寶尊電商：

- 不正當競爭事件 **0 件**，員工貪污事件 **0 件**，供應鏈腐敗事件 **0 件**

# 02 | 卓越創新， 提供高品質服務

秉承「科技成就商業未來」的願景，寶尊以科技創新和客戶需求為引擎，提供以品牌電子商務為核心的一站式商業解決方案。我們的業務涵蓋品牌官方商城、線上購物平台、社交移動商城及線下智慧門店，涵蓋店站運營、數字行銷、技術中心、客戶服務、倉儲物流五大服務內容。





我們服務全球品牌客戶，陪伴不同行業、不同領域、不同規模、不同業態的品牌共同探索中國電商零售業務，以開放互聯的理念驅動創新發展，聚焦新技術及產品、以完善的管理促進創新，助力品牌客戶實現可持續性增長。

## 研發與 創新

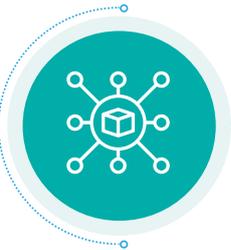
### 創新的產品與服務

寶尊以構建全管道數字化運營為創新發展目標，通過技術創新與前瞻式佈局，為品牌客戶提供新的解決方案，為電商和實體經濟行業帶來新的活力。基於自身運營經驗的沉澱，我們提出 4Machine 核心理論、搭建先進的技術架構，並推出技術商業品牌 BOCDOP 寶舵，打造寶尊技術驅動型、全管道數字化產品與服務佈局，讓「好科技」提供更好的消費者體驗、為品牌創造更大的商業價值。



#### 4Machine 核心理論

圍繞全管道核心訴求，設計 Selling Machine、Efficiency Machine、Fulfillment Machine、Money Machine，構建全管道端到端數字化能力，保障全管道業務高效、穩定運行，以技術驅動業務創新



#### 先進的技術架構

- 結合寶尊 8 大行業超 400 位元品牌客戶的全管道具象業務特性，沉澱出業務中台、數據中台、技術中台三大中台體系，搭建穩定、靈活的技術平台底座，為全管道平台運營提供技術支撐
- 結合電商上下游生態業務特性，形成抽象集成場景打造寶尊集成平台，構建靈活、快速、安全的集成能力



#### 技術商業品牌寶舵 (BOCDOP)

- 寶舵是以業務 + 數據雙中台為基礎，以生意結果為導向的全管道數字化技術服務品牌
- 寶舵致力於通過 DTC 全面解決方案、全管道運營解決方案、數據智慧應用三大核心內容，賦能更多的品牌實現全管道零售數字化轉型



#### 多雲建設

- 強化技術底座，打造多雲交付工具能力，提升基礎設施服務，實現公有雲容器集群管理對接，為海外業務拓展奠定基礎
- 提升流程管理，通過打造多雲流程閉環、多雲場景化流程、多雲標準規範化，提升組織協同效率

## BOCDOP 寶舵：賦能全管道零售數字化轉型

2022 年，寶尊正式推出全新技術商業品牌「BOCDOP 寶舵」，寶舵充分整合了寶尊全方位的技术能力，不僅關注不同管道間的差異化業務佈局、線上線下全管道的融合，還關注多種業務形態（貨架電商、社交電商，線下自營等）的一體化整合及多組織運營形態（集團組織、品牌自運營、TP 代運營等）的分級授權，以及面向多個管道在後端商品運營、訂單履約、庫存管理等全面一體化管理，致力於為更廣闊的全球零售市場進行數字化轉型賦能。



為了讓品牌更好地應對紛繁複雜的新零售業務場景，打通電商運營的全鏈路，寶舵推出三大利器，覆蓋品牌端到端數字化業務的一體化解決方案：

- 1) 以消費者為中心的 DTC 全面解決方案；
- 2) 以快速拓展管道業務，提升運營效率為主的全管道運營解決方案；
- 3) 以圍繞大數據模型演算法和前沿科技創新為重點的數據智慧應用。

### BOCDOP 解決方案全景圖



目前，寶舵已經開始全面運作，並正與全球行業頂尖品牌開展合作，為品牌客戶提供全域、全管道、全鏈路的技术服務。

## 知識產權保護

公司嚴格遵守《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》等相關法律法規，制定《知識產權管理總則》強化管理和保護自身、軟體著作權等知識產權不受侵害，同時避免侵犯他人的知識產權，保護公司的競爭優勢和品牌聲譽。我們採取侵權預防措施，開展競品排查、類似專利申請檢測等行動，降低自身侵權風險。

我們建立了《TIC 專利申請的獎勵辦法》等管理制度，強化對技術研發人員的激勵與獎勵措施，鼓勵開展技術創新工作。我們為員工提供《專利申請說明》檔、開展專利知識專題講座等培訓，詳細介紹專利申請流程、專利類型及授予條件，向員工傳遞知識產權的知識，鼓勵員工積極參與專利申請。

### 2022 年研發創新亮點績效

截至 2022 年 12 月 31 日，寶尊電商：

- 已累計申請專利 **73 項**、電腦軟體著作 **241 項**；
- 2022 年新增專利申請 **6 項**、電腦軟體著作 **26 項**。



## 助力電商行業發展

作為中國最大的電商服務商，寶尊深知，電商從來都不是一個孤立的產業或系統，而是一個產業帶動性強、輻射面廣的產業鏈，連接著消費者、品牌方等多個相關方。我們通過行業展會、論壇等方式，與行業內相關方展開積極的交流與溝通，促進行業共同發展。

2022 年，寶尊在 2022（第十五屆）金投賞國際創意節上分享了寶尊對未來數字商業的深刻洞見，專場論壇「打造穿越週期的力量」獲得了現場觀眾的關注與好評。寶尊敏銳地洞察到當下品牌商各類痛點，在自身優勢的基礎上，聚焦大數據和 AI 技術，力圖幫助企業增強創新力、提高效率，改善商業決策、用戶體驗，從而優化其經營全鏈路。

此外，寶尊首次登陸亞洲電子商務博覽會，並正式在新加坡設立新區域總部，以服務聚焦東南亞市場發展的品牌並推動該地區的數字商業創新發展，助力東南亞電商行業的發展。



專場論壇分享



亞洲電子商務博覽會現場



### 2022年寶尊行業影響力

獲得獎項

頒獎機構



第六屆金港股年度頒獎盛典  
「最佳新經濟公司」



智通財經和同花順財經



上海市跨國公司研發中心



上海市商務委員會



2022CiE 美妝大賞  
最具影響力 TP



美妝創新展



全鏈路效果超級行銷夥伴



阿裡媽媽



天貓六星服務商



天貓

## | 客戶服務

作為電子商務運營解決方案的提供商，寶尊為自身的客戶——品牌方提供客戶服務代運營服務，因此我們不僅關注品牌方對公司的滿意度情況，亦通過綜合的客戶服務能力，融入消費者與品牌方互動全過程，構架起品牌與消費者之間的互通橋樑。

### ◎ 我們的服務物件



我們搭建標準化的客戶服務管理體系，以客戶滿意度提升為目標，完善客服運營應急事件處理機制，通過客服團隊建設和科技賦能，持續提升自身的客戶服務水準，為消費者和品牌方提供專業、優質的服務。報告期內，公司在 51Callcenter 主辦，國家工信部、人社部等相關部門指導的 2022（第十五屆）大數據應用及呼叫中心產業峰會暨 2022（第十五屆）「金音獎」中國最佳客戶聯絡中心及卓越客服體驗評選頒獎典禮上，榮獲「中國最佳線上客服解決方案」「中國最佳客戶聯絡中心管理人獎」等獎項。

## 建立完善的客戶服務體系



面向消費者，我們關注領導和規劃、流程、人員、績效四大管理要素，搭建了寶尊客戶管理標準體系架構。公司成立客戶服務委員會，委員會成員不僅包括客戶服務領域的資深員工，還包括數據分析、SOP 制定、新項目搭建、質檢與現場管理等專業背景的成員，以打破行業經驗的邊界，為多行業克服難題提供診斷及解決方案。

我們制定《寶尊客戶服務運營管理體系》，實現客戶服務管理流程標準化。同時，我們制定《客服違規投訴及處理辦法》，建立客服運營應急事件處理標準及處理機制，針對不同等級的應急事件規定相應的處理管道和措施，以減少因客服人員違規或操作不當而帶來的經濟損失，提升消費者滿意度。

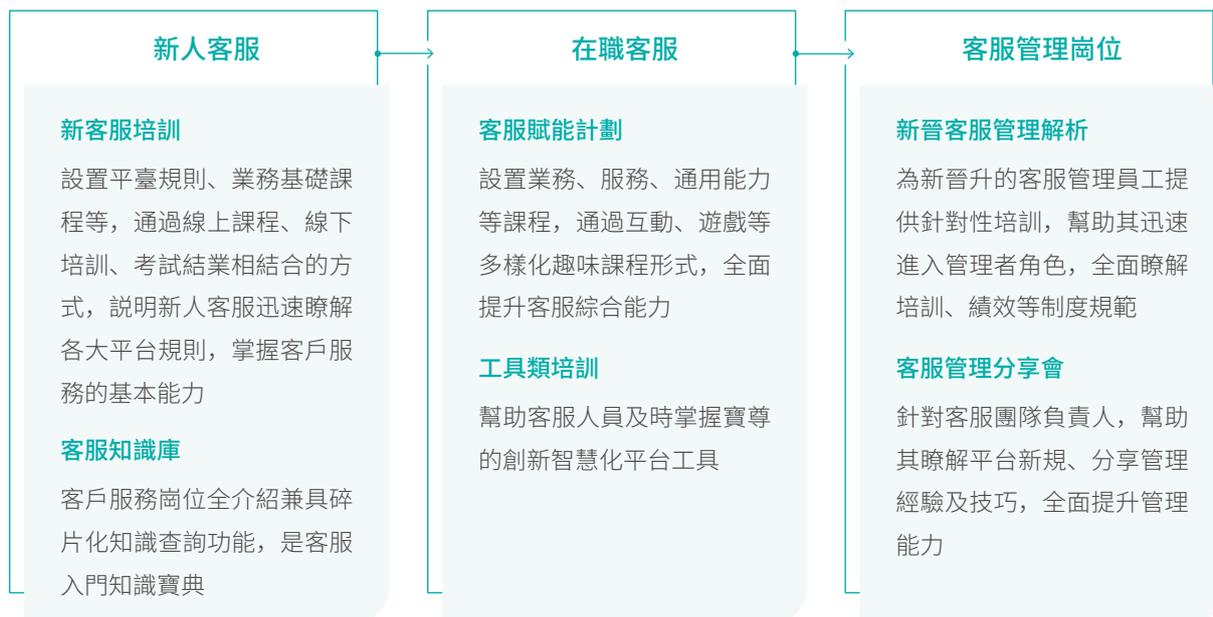
面向品牌方，我們高度關注品牌客戶的提升意見，制定《客戶投訴管理機制》，為客戶提供暢通的投訴管道。我們向品牌客戶開展滿意度調查，及時根據客戶回饋意見進行調整和改進，不斷精進我們的服務。

我們與領先的受眾調查和數據分析公司尼爾森合作，瞭解品牌合作夥伴的需求。針對核心品牌客戶，我們引入淨推薦值品質管制體系（Net Promoter Score, 簡稱「NPS」），通過針對性訪談、多維度定量問卷評估相結合的方式，診斷核心客戶的滿意度痛點，制定行之有效的改進方案，建立長期關聯式客戶體驗監測體系閉環，持續跟蹤和改進寶尊的服務表現。

## 打造高水準客戶服務團隊

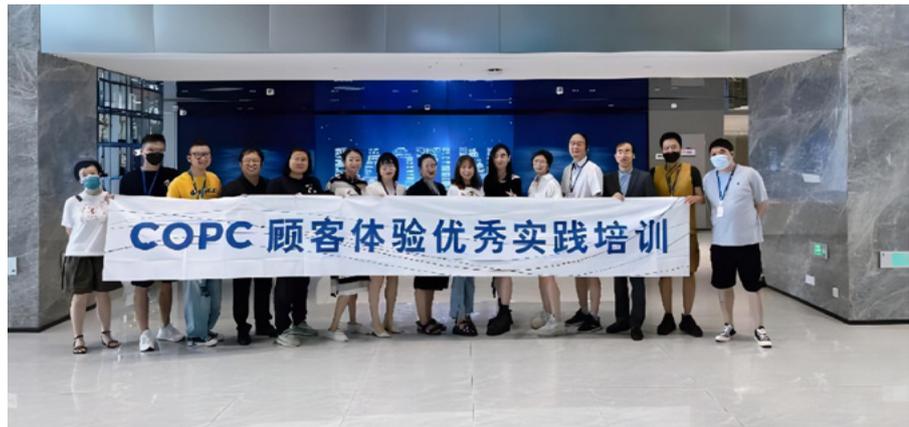
寶尊致力於打造一支高水準的客戶服務團隊，為消費者、品牌方提供更為專業的客服服務及代運營服務。我們設計客戶服務人員學習地圖，為新人客服、在職客服及新晉客服管理人員提供針對性的培訓和能力提升，不斷提高客服人員的服務水準，並由客戶服務委員會定期組織專題共創工作坊，提煉和分享客服管理經驗。2022 年，公司累計開展新員工培訓 1,391 人次，培訓覆蓋率達 97.58%，培訓總時長 40,001 小時。

### ◎ 客戶服務人員學習地圖



2022 年，我們持續探索創新性的員工培訓措施，提升員工培訓效率。針對 90、95 後等 Z 世代客服人員的特點，我們探索場景化類比的培訓方式，以趣味劇情取代傳統的 PPT 講解，還原真實業務場景，開展沉浸式練習，推動員工培訓滿意度提升 15%、課後練習正確率提升 23%。同時，我們在公司 S-ANY 系統中上線智慧陪練模組，將聊天和系統操作結合，對真實業務場景操作的還原度可達 90% 以上。

我們支持客服人員的專業技能提升。在 2022 年，我們與 COPC (Customer Operations Performance Center, 客服績效認證中心) 開展首次合作，為員工提供《COPC® 顧客體驗優秀實踐培訓》。在為期 4 天半的脫產培訓後，13 名報名員工均取得 90% 及以上的分數，得到 COPC 認證的 COPC® 顧客體驗領航員資質證書，提升了客服人員的專業能力。



我們也建立了寶尊內部的客服技能認證體系，將客服人員的專業能力劃分為銷售能力、熱線電話、輸入技能、商務英語、培訓技能、AI 智慧訓練師、售後綜合能力和 Office 技能 8 個認證項目，針對每一個認證項目設置「新秀」「達人」「大神」三個等級，讓員工通過測評，瞭解自身專業能力水準，激勵員工不斷提升自身客服服務水準。報告期內，公司累計開展了 3 次認證，有效認證 1,188 人次，產生 513 個新秀、76 個達人、20 個大神認證。

## 技術賦能客戶服務能力提升

寶尊借力多年在客戶服務的經驗積累，在科技和創新的加持下，不斷賦予客戶服務更多新的內容，為消費者帶來更好的購物體驗。

2022年，公司對自主研發的一體化管理平台 S-ANY 進行更新反覆運算，累計更新 10 項功能，提升客戶服務效率、品質。我們依託 S-ANY 平台的智慧質檢功能，實現 AI 全量質檢、異常會話多維自動分析以及服務視覺化檢查，提升客服服務質檢的效率。

### S-ANY：實現智慧化、視覺化、即時性的客服管理

S-ANY 是公司自主研發的智慧客服管理系統，由客服資源管理（WFM）、工單 / 任務交接（WOM）、即時質檢（RQC）、培訓演練（TPS）、員工發展（AIM）等系統構成。我們可從集團客服中控室即時監控客戶服務情況，實現客服資源精細化管理、客服品質即時監測等功能，有效提高管理效率、降低投訴風險，提升服務品質。



其中，即時質檢（RQC）模組是對服務對話進行系統全量質檢，可將與預設場景相匹配的需要引起注意的服務對話即時回饋給主管，便於即時進行分析和輔導，從而保證客服服務品質，降低輿情投訴風險。2022年3月14日至4月30日，系統共監控了300萬條聊天記錄，高風險場景的檢出正確率達98%。我們對檢測出的客戶訴求進行跟進處理，以期最大限度確保了服務品質，提高客戶滿意度。

在雙11期間，公司借助S-ANY系統，對客服接待會話進行監控，累計覆蓋198家天貓店鋪、36家京東店鋪以及19家官網，監控會話超712.2萬通，即時掌握消費者輿情與客服態度，降低投訴量。報告期內，公司約200家天貓店鋪滿意度年平均值為85%。

此外，公司支援品牌方為消費者提供多樣化的客戶服務。2022年，寶尊聯合天貓雲奢城推出NFT/AR/VR客戶服務，通過數字化藏品、VR展覽、增強消費者與品牌方之間的互動，提升消費者奢品購物體驗的同時，增強與品牌方的粘性，支援寶尊品牌客戶銷售增長。不僅如此，公司關注到消費者奢品購物更深層次的體驗，支援品牌方為消費者提供1V1客戶服務，提升消費者購物體驗及品牌方產品銷量，同時產品的複購率也有較大的提升。

### 2022年榮獲多項數字行銷行業獎項

在2022虎嘯盛典暨第十三屆虎嘯獎頒獎典禮上，寶尊榮獲電商及效果行銷賽道和行銷案例賽道共**17項**大獎，收割**7金、6銀、1銅**以及**3項**優秀獎，為本屆虎嘯獎最多的金獎得主。



在第13屆金滑鼠數字行銷大賽中榮獲「**年度數字行銷影響力代理公司**」，寶尊從品牌的生意策略出發，以大數據為核心，以有銷售力的創意為手段，以科技產品為品牌方降本增效。



## 負責任行銷

負責任行銷意味著為消費者提供真實、準確的產品和行銷信息，是客戶服務的底線與基礎。寶尊嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，通過建立人工 + AI 雙負責客服模式，積極採取措施，以期確保向消費提供的產品信息真實、準確性，行銷過程中沒有誤導、誇大及欺詐消費者的行為。

### ◎ 負責任行銷管理策略

#### 客服培訓

將負責任行銷嵌入日常客戶服務培訓體系，致力於確保向消費者所提供的產品信息準確性



#### AI 加強

通過智慧 AI 嚴格審核產品信息、促銷信息，確保信息更新及時性、精細性



我們開展面向所有客服人員的行銷合規培訓，提升客服人員的負責任行銷意識。針對 AI 客服，我們制定《AI 配置完善交互流程》，在標準化流程中設置精細化配置過程、方案核對步驟，嚴格審核產品信息、促銷信息等，以期確保所提供的信息的真實、準確。

#### ◎ 客戶服務員工負責任行銷培訓流程



##### 負責任行銷意識培訓

將負責任行銷嵌入日常客戶服務培訓體系，共設有線上及線下行銷合規類課程 3 門



##### 產品信息準確性培訓

由各店鋪向客戶服務員工開展產品信息準確性培訓，以期確保向消費者所提供的產品信息均與品牌客戶所提供的標準產品介紹保持一致



## 數據與 隱私保護

### 信息安全管理體系

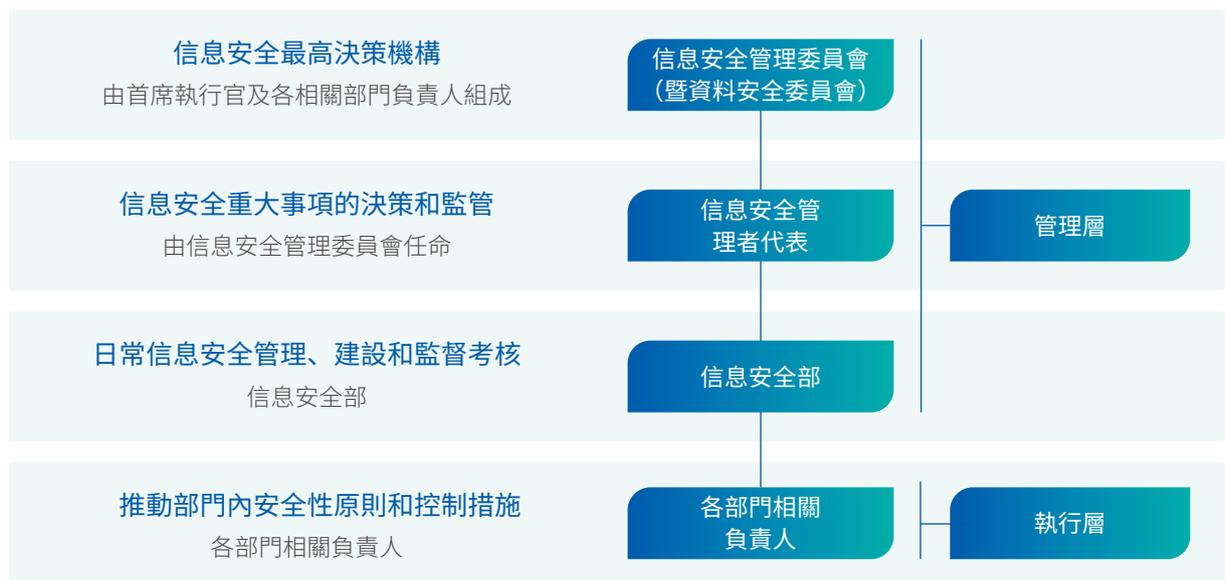
作為一家聚焦電子商務與技術研發解決方案的企業，寶尊格外重視數據安全與客戶隱私保護，持續推進信息安全建設。我們根據 ISO27001 搭建完善的信息安全管理體系，建立健全組織架構與制度並每年完成一次外部審計與管理體系認證。此外，我們通過信息安全文化建設，培養全員信息安全風險防範意識。

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國網路安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《信息安全技術 信息系統安全等級保護基本要求》《信息安全技術 個人信息安全規範》《數據出境安全評估辦法》及歐盟《通用數據保護條例》（General Data Protection Regulation，簡稱「GDPR」）等信息安全與隱私保護相關法律法規、標準。報告期內，公司未發生違反信息安全與隱私保護相關法律法規而受到相關部門處罰的事件。

我們制定適用於寶尊及其所有子公司和可變利益實體的信息安全管理制度，並每年定期對制度進行審視與修訂，以符合相關法律法規的最新要求。我們的信息安全管理涉及《寶尊數據安全管理規範》《寶尊使用者隱私安全管理規定》《寶尊個人信息去標識化標準》等 51 份制度檔，覆蓋數據安全、網路安全等信息安全領域建設，管理數據信息的訪問、存儲、傳輸、加密、備份和恢復等多個重點要素。2022 年，我們新增 6 份制度檔，修訂 5 份現有制度及程式檔，內容主要覆蓋使用者與員工的隱私保護。

在信息安全管理架構方面，我們內部成立「信息安全管理委員會」，作為信息安全管理最高決策機構，全面負責我們的信息安全與隱私保護工作，直接向董事會匯報信息安全相關事宜。

#### ◎ 寶尊信息安全管理架構



在信息文化安全與合規建設上，我們努力提高全員的信息安全意識，對寶尊員工進行網路安全、信息安全及個人隱私相關的合規培訓和宣導。寶尊每年度舉辦兩次網路安全及隱私培訓，由信息安全管理委員會協同跟進，員工培訓覆蓋率 100%。此外，我們的供應商、承包商與我們簽署信息保密協定，確保不將隱私信息洩露給協力廠商。

## 數據安全管理與應急回應

在數字化時代，寶尊堅定維護自身對數據保護的承諾，不斷提升數據安全管理能力，守護合作夥伴與消費者的隱私安全，為構建安全健康的網路生態貢獻自身力量。我們通過多樣化的管理手段與技術升級，開展數據管理工作，並建立應急回應機制，防範數據洩露，確保公司以及合作夥伴的數據安全得到保障。

### ◎ 數據安全重點保障措施與行動

#### 數據信息識別與分類

數據分為絕密、機密、秘密、內部公開幾個等級；對所有絕密、機密、秘密信息進行管控

#### 設置數據公開範圍

絕密數據僅對個別重要人員公開，內部取閱須經 CEO 批准；機密數據僅對部門涉及小組內部人員公開，其他人員無權審閱；秘密數據僅對涉及部門公開，其他部門無權審閱

#### 數據存取控制

以最小許可權原則為員工開放許可權，員工許可權的開通、調整均需通過審批方可運行。員工轉崗 / 離職後帳號及時禁用，我們每半年對帳號許可權進行一次審查，確保存取權限範圍的合理，並在帳號登錄設置雙因素認證，加強數據訪問安全性

#### 數據加密

對於業務平台的重要數據及個人敏感性數據，採用加密有效措施，例如：密碼安全及金鑰安全，實現重要數據信息傳輸、存儲的保密性

#### 協力廠商數據使用管控

通過合同約束協力廠商在使用數據時的責任與義務，提前征得信息所屬方的授權同意，並完整記錄數據分享情況。除完成必要的服務外，不會向協力廠商出租、出售或提供任何數據信息

### 電腦使用權限管控

回收全體員工電腦系統管理員許可權和 USB 許可權，員工不得在公司電腦自行安裝和下載軟體，以及通過移動硬碟進行數據傳輸

### 電腦防護軟體升級

對全體員工電腦安裝卡巴斯基終端安全軟體，具備威脅防護、入侵防禦等安全功能，病毒庫每 6 小時進行更新；針對重要人員的電腦終端安裝 DLP 數據防洩漏軟體

防範數據洩露是數據安全管理重點工作之一。我們建立並完善數據安全應急回應機制，成立應急回應實施小組（包括前端業務團隊，後端 IT 團隊，信息安全團隊成員），制定《數據洩露應急回應預案》，每年針對不同的數據易洩露的業務場景，開展至少一次數據洩露演練，加強員工信息安全意識，亦保障應急回應機制的順暢運行。

針對網路漏洞風險，我們制定《寶尊網路管理規定》《寶尊漏洞補丁管理規定》等一系列制度，規定了網路架構安全、網路區域劃分、網路行為管理、設備安全配置等安全建設要求，降低網路風險。同時，我們形成完善的漏洞處理作業流程，採用「產品經理 / 項目經理」、信息安全團隊、開發人員 / 運維人員分工合作的模式，有效預防和處理外部的攻擊，協同開展漏洞監測與修復工作。

此外，我們每年按照項目需求開展內外部滲透測試，完成測試後報告發送至項目相關方（開發、運維團隊）進行漏洞評估及修復排期，全面挖掘漏洞並開展針對性加固，杜絕數據洩露隱患。



## 員工與用戶隱私保護

寶尊根據 ISO 27701 隱私信息管理體系搭建自身管理架構，尊重個人信息權益，以明示同意、最小必要、公開透明、確保安全、主體參與為原則，開展個人信息在收集、傳輸與儲存、使用、共享、刪除等各環節全生命週期保護。

我們關注隱私保護相關政策的變化，根據法規政策的要求不斷完善自身管理。2022 年，我們將隱私保護內容納入更多信息安全頂層制度檔中，包括《寶尊信息安全與隱私方針》《寶尊信息安全與隱私管理手冊》《信息安全與隱私組織管理規定》，並新增《個人信息對外提供管理規範》等，保護員工對外提供信息的隱私安全不受侵害。

我們制定了《寶尊集團帳號管理制度》，進一步強化帳號管理。公司依據帳號操作許可權，對寶尊運營的所有店鋪帳號進行風險等級劃分，根據崗位職責分配對應許可權，禁止私自分享與操作，並定期開展帳號巡檢，以降低因帳號管理問題帶來的風險。

此外，我們在每年 618 與雙 11 活動前夕，面向全體員工開展兩次使用者隱私保護培訓，內容包括我們的使用者隱私安全原則、使用者隱私數據操作規範、違規事件上報通道等。公司數據安全委員會協同跟進培訓進展，旨在提升員工在用戶隱私保護方面的意識與能力。

### ◎ 我們的用戶隱私安全原則



## 數據與隱私保護認證

我們以先進的國內外標準審視自身的信息安全工作，持續推進信息安全體系建設，提升公司信息安全管理水準。2022年，我們首次通過 ISO 27701 隱私信息管理體系認證，標誌著企業隱私信息管理水準已達到國際標準；擴大網路安全等級保護測評（三級）的覆蓋範圍，新增加 CRM 等 6 個子系統等級保護測評，截至報告期末，四大系統共計 13 個子系統已通過國家測評機構的認證審核。

### ◎ 2022 年寶尊數據與隱私保護認證情況

認證類型	認證範圍
ISO 27001 信息安全管理體系	與互聯網電子商務平台的開發、運行維護以及運營管理相關的訂單管理、倉庫管理、客戶行銷管理、消費者信息業務管理、員工信息儲存、訪問中台等內部核心管理系統均已通過雙認證
ISO 27701 隱私信息管理體系	
網路安全等級保護 測評（三級）	寶尊電商交易系統、寶尊電商全鏈路業務系統、寶尊電商運營服務系統等

### 2022 年數據與隱私保護亮點績效

截至 2022 年 12 月 31 日，寶尊電商：

- 共開展信息安全內外滲透測試 **65 次**；
- 共開展信息安全應急演練 **1 次**；
- 共開展網路安全、信息安全及個人隱私相關的培訓和宣導 **2 次**，培訓覆蓋全職員工 **10,680 餘人次**；共開展新員工信息安全與隱私保護意識培訓，覆蓋 **762 人次**。



# 03 | 價值共創 建設美好未來

寶尊電商關注企業價值和社會價值的共同創造。我們重視每一位同行的員工，攜手可持續供應鏈上的夥伴，積極踐行社會公益、培養產業人才，與各個利益相關方共創共建美好未來。





BAO ZUN

## | 員工責任

員工是我們寶貴的財富，是我們打造幸福職場的基石，更是實現寶尊商業大廈可持續發展的主體力量。我們保障員工的合法權益，提供多樣化的福利，讓員工感受「樂活寶尊」；我們關懷每一位員工，在運營中重視職業健康與安全，並為員工提供多元、包容的工作環境；我們建立了寶尊大學培養體系，為員工打造廣闊的事業平台，提供公平晉升管道和廣闊的事業平台，支援員工成長與發展。

### 員工權益與福利

公司保障員工的合法權益，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》等法律法規，制定《員工手冊》等內部制度，積極落實各項員工福利政策，在保障員工依法取得勞動報酬及享有法定要求的五險一金等合法權利的基礎上，為員工提供工作支援、生活健康、學習提升等全方面的企業福利。

公司在員工招聘和僱傭中，堅持公平、公正、公開的原則，承諾在招聘、錄用、晉升、調動、薪資等方面提供平等的機會，不因年齡、性別、籍貫、宗教信仰、婚姻狀況等歧視或者差別對待員工，並嚴禁僱傭童工或強制勞工。

#### ◎ 員工僱傭和基本權益制度概覽

##### 招聘管理

- **招聘**：按照不同營運地法律法規以及僱傭合同中的相關條款與員工約定開展僱傭。
- **解聘**：建立規範的離職管理及解僱流程，全面保障員工在解僱過程中的合法權益。
- **薪酬**：公司實施定崗定薪管理。

##### 晉升發展

- **晉升**：提供公開、透明的晉升管道，鼓勵員工能夠分析確認自我職業取向，選擇合適自己的職業道路。
- **人才盤點**：每年通過內部人才識別流程，與管理者開展績效評估與溝通。
- **培訓體系**：設置寶尊大學，為員工發展提供有力支援。

##### 工時休假

- **工時**：根據工作類別，實行標準工時、綜合工時、不定時工時制。
- **休假**：依法享有國家法定節假日，婚假、產假、病假、陪产假、生育假等帶薪假期，並提供額外的福利年假、司齡假。

為了更好地維護保障員工在勞動報酬、工作時間和休息休假、社會保險等方面的權益，公司與工會訂《集體合同》《工資專項集體合同》《女職工特殊利益專項集體合同》等多份集體合同，並提交上海市人力資源和社會保障局備案。

截至報告期末，公司員工總數達 7,588 人。報告期內，公司未發生與員工招聘與解雇、工時與假期、晉升與平等機會、反歧視及多元化、童工、強制勞工等和勞工準則相關的違法違規情況，也未有上述事項引起的訴訟案件發生。

在員工福利方面，公司積極落實各項員工福利政策，在保障員工依法取得勞動報酬及享有法定要求的五險一金等合法權利的基礎上，提供免費班車等多種補貼。健康福利計劃是寶尊福利政策的重要組成部分，我們希望通過商業保險為員工提供多一分保障。公司為員工（包括正式員工及兼職員工）購買雇主責任險，為正式員工購買商業保險，為實習生購買實習生責任險。

此外，公司為員工提供法定假期以外的福利年假，提供每年 12 天（每月 1 天）的全薪病假，並在此基礎上根據員工的就職時間，為司齡滿 3 年以上的員工提供 1～5 天司齡假。此外，我們亦鼓勵員工參與公益獻血活動，並為參與員工提供 3 天獻血假期。

#### ◎ 員工福利概覽



2022 年，公司為員工設置了週五文化下午茶、寶尊人小報、員工關懷等活動，傳遞寶尊企業文化，並為員工工作與生活平衡提供支援。

#### ◎ 2022 年員工活動開展情況

<p><b>周五文化下午茶</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 設置不同主題，以真人圖書館的形式開展內部分享活動</li> <li>• 舉辦 6 期，累計參與人數 1,100+，平均滿意度達 4.81 分（滿分 5 分）</li> </ul>
<p><b>寶尊人小報</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 聚焦公司要聞、部門活動、員工風采等領域傳遞公司戰略</li> <li>• 發布 5 期，平均閱讀量達 1,000+</li> </ul>
<p><b>員工關懷項目</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開展家庭日等不同主題的月度員工關懷活動</li> </ul>
<p><b>公益倡導</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 開展慈善義賣、公益捐贈等活動，倡導員工踐行公益</li> </ul>

#### 2022 年度寶尊家庭日活動

我們每年定期開展寶尊家庭日活動，通過邀請員工及其家人來到公司，共同參與現場活動，讓員工的家人們瞭解寶尊員工工作環境和工作內容，並沉浸式感受寶尊企業文化。

2022 年 10 月 29 日，寶尊家庭日吸引近千位員工及家人齊聚寶尊聚能灣園區。我們首次將家庭日與寶尊雙十一結合在一起，與家人們共同啟動第一場盛典活動。本年度家庭日的活動包括寶尊博物館參觀、慈善義賣、「了不起」市集活動、寶尊大講堂、品牌特賣、遊戲活動、EAP 遊戲體驗等。



2022 寶尊家庭日活動照片

在慈善義賣活動中，我們與上海市慈善基金會的「愛傳遞——再生電腦教室」合作，家庭日慈善義賣所得款項用於說明偏遠地區的鄉村學校建設電腦教室，助力鄉村師生優質化信息教育及現代化辦公。

## 員工溝通

我們注重員工溝通，制定公開透明的溝通機制，傾聽員工的聲音，交流員工關切的問題，亦助力我們營造開放、透明、信任的工作氛圍。我們成立工會並組織召開職工代表大會，及時通過多種管道接收和溝通建議、意見和想法。同時，我們每半年開展一次由高級經理及以上級別參與的高管溝通會，匯總整理半年來員工的回饋意見，持續不斷的改進公司治理、溝通能力，使員工獲得更大的滿意感，幸福感。

2022年，公司推出「樂活寶尊」OA系統小程序，將活動通知、滿意度收集、公告須知、物品領用等員工行政服務進行集成，員工通過「樂活寶尊」小程序，可以更加便捷地進行意見回饋與溝通，公司亦能夠及時瞭解員工的行政需求與建議，為員工提供更便利的行政支援。

### ◎ 我們主要的溝通管道



## 員工多元化

寶尊深知員工多元化是我們不斷發展、壯大的重要組成部分，我們致力建設多元與包容的工作環境，尊重每一位員工，維護少數群體及女性的權益，努力創造多元化的工作環境。

### 我們打造多元化的工作環境

#### 關愛殘障員工

- 提供體面的就業機會
- 完善無障礙設施，構建無障礙的工作環境

#### 關愛女性員工

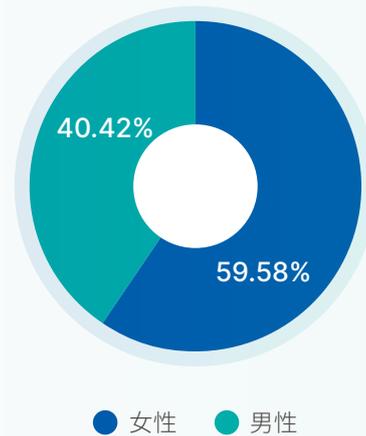
- 依法保障女性員工的權益
- 對任何形式的職場騷擾零容忍
- 設置「媽咪小屋」，關愛職場孕產女性員工

我們視女性員工為職場中不可或缺的力量，保障女性員工權益。我們嚴格按照國家及地方適用法律法規要求提供婚假、產檢假，對任何形式的職場騷擾採取零容忍政策，禁止傳播貶低性或歧視性的信息。

我們在與工會簽訂的《女職工專項集體合同》中明確女性員工享有的各項權利，包括不定期開展女性員工交流活動、女性員工專屬節日假期等，充分保障女性員工的權益。此外，我們設立了 6 間星級「媽咪小屋」，為職場孕、產媽咪們提供溫馨、安全、私密的環境，支援女性員工工作與生活平衡。

寶尊為殘障人士提供工作機會，按照「關注適度，平等對待」的方針，鼓勵他們在其崗位上發揮自己的創造力，並為其提供無障礙環境，在辦公區域設立完善的無障礙洗手間、輔助設施與通道，方便殘障員工辦公與出行。目前，我們已有 14 名殘障員工夥伴。

員工性別比例



### 關注「她力量」，宣導多元文化

2022 年 8 月，寶尊「週五文化下午茶」活動邀請到兩位寶尊女性副總裁，就女性和職場議題開展了 2 場女性領導力與多元文化的分享，兩位副總裁分別以「女性領導力分享——職場中的我們和他們」「多元文化的力量——一場跨界出圈的多元對話」為主題，結合自身的工作和生活經歷，與寶尊員工共同探討女性成長，以及企業多元文化，為寶尊女性員工成長及發展提供支援。



活動海報



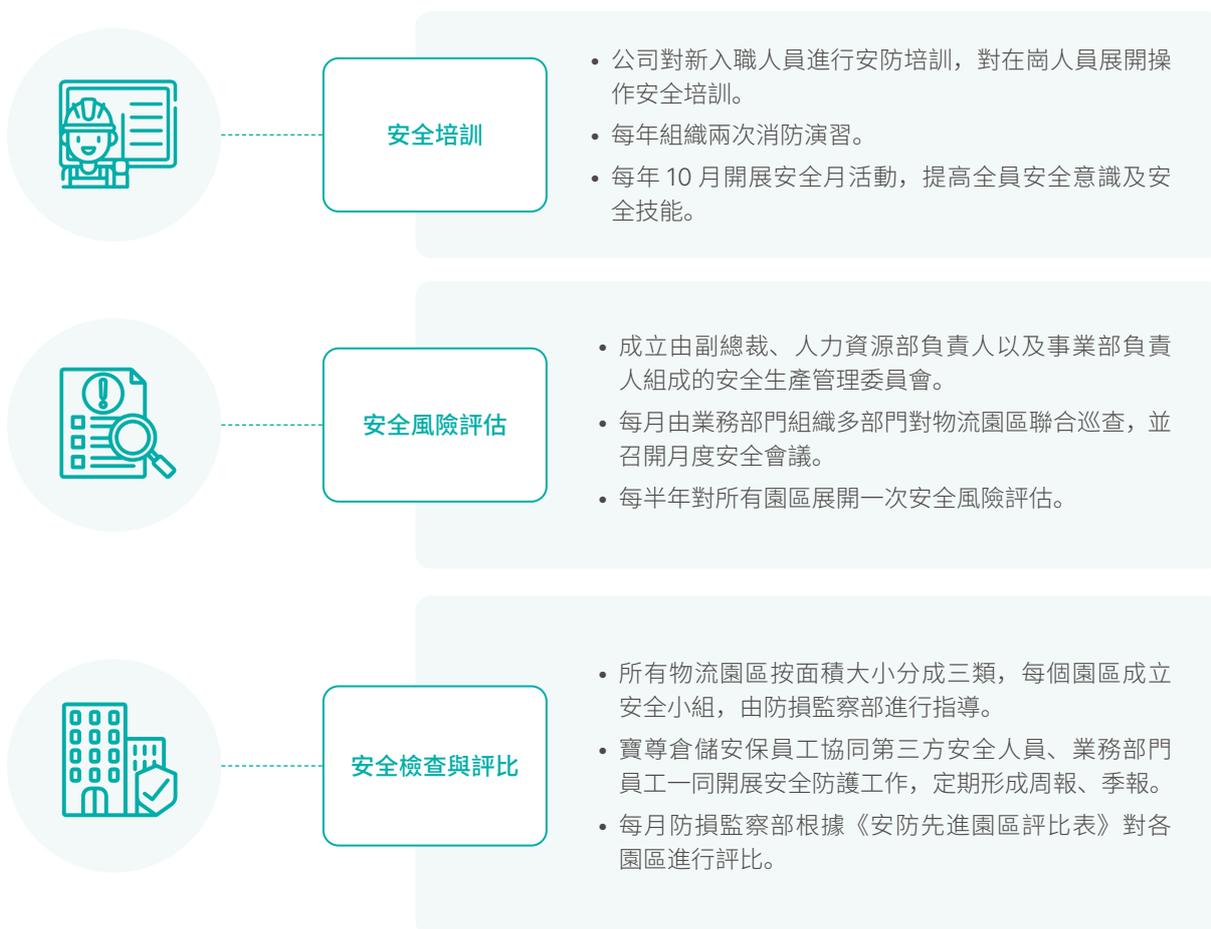
## 職業健康與安全

寶尊將健康、安全融入運營的方方面面，旨為每位員工提供安全健康的工作環境。我們的員工包括職能部門員工與倉儲物流業務部門員工。我們根據不同類型的員工和場景開展相應的保障措施。公司將職業健康與安全融入公司的制度構建、管理體系方針，並推進全員參與崗位隱患排查等日常監督工作，持續增強全員安全意識。同時，我們關注員工的心理健康，持續開展 EAP 項目。

為確保人員、設備安全，防止各類事故的發生，以達「零工傷」「零災害」的目標，我們成立由高級別跨本門員工組成的安全生產管理委員會，並在各園區成立安全小組，具體管理園區日常安全維護、識別園區安全風險。公司每半年對所有園區展開一次安全風險評估。

報告期內，公司發生工傷死亡事故數為 0，職業病發生數為 0，火災事故數為 0。

### ◎ 2022 年度寶尊安全行動重點



## 員工關懷項目（EAP），讓心靈深呼吸

在員工心理健康方面，寶尊自推出員工關懷項目（EAP）以來，不斷通過現場入駐、線上諮詢等形式，實現專業人員對員工心理的診斷、建議和諮詢等。2022 年，EAP 熱線接入次數為 520 人次，總時長為 122 小時，主要諮詢主題為情感家庭、個人成長、人際交往等。2022 年寶尊家庭日也加入了 EAP 活動環節。

此外，公司每月兩次推送主題心理漫畫，以輕鬆活潑的漫畫形式，幫助員工疏導情緒、緩解壓力。



心理漫畫文章截圖

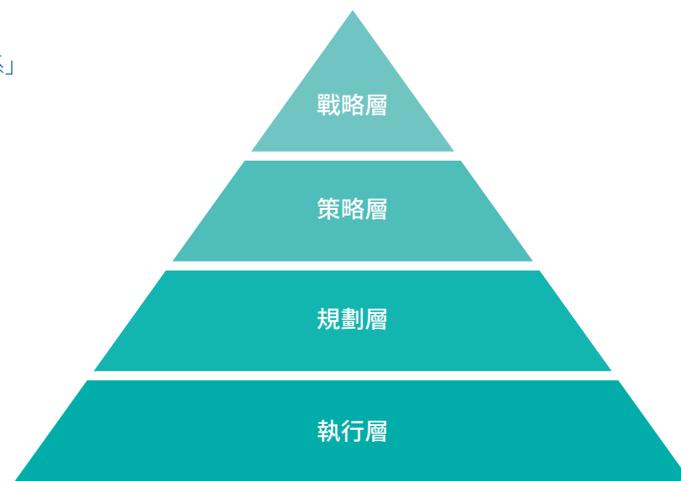
## 員工培訓與發展

晉升既是對工作能力和業績表現的認可，也是給予員工更大的責任和更高的期望。寶尊按照「德能並重、逐級晉升」的人才發展原則，制定了《晉升管理辦法》《績效管理辦法》，在滿足自身發展需要的同時，也為員工提供職業發展空間與機會。我們注重人才梯隊建設，積極開展人才識別和培訓計劃，為員工提供透明的績效考核方法及明確的晉升管道。

2022 年，公司制定《職級通用能力定義表》《管理能力模型》《崗位能力模型》等晉升評估工具，明確了「寶尊段位職級體系」，以及對應的職級通用能力及管理崗職級能力模型，為未來員工晉升和寶尊內部職業發展路徑提供明確指引，為寶尊人才發展提供配套全方案課程體系。

「寶尊段位職級體系」是公司人才規劃選拔、績效評價、薪酬待遇的制定基礎，是人才的 GPS 定位，將為公司在各業務領域有效搭建一支人才梯隊。寶尊段位職級體系從低到高設置為執行層、規劃層、策略層、戰略層四個段位，對應細分職級為 R1（助理）至 R10（高級副總裁），並自 R4（主管 / 高級專員）段位起對應設置 M1 至 M7 的管理序列。

◎ 關於「寶尊段位職級體系」



此外，2022 年我們縮短了晉升週期，專員及以下職級符合條件每半年可以晉升一次，主管及以上職級最快一年晉升一次。我們提升了考評頻率，專員及以下職級每月組織考評，主管及經理職級每季度組織考評，高級經理及以上職級每半年組織考評。對於通過「寶尊新青年 Z 計劃」加入寶尊的優秀新員工，我們提供了跳級晉升的可能性。

在績效考核與員工激勵方面，2022 年，我們對組織機制進行了調整，在原事業群（BG）框架下，採用「經營單元（BBC）+ 專業團隊（BBS）」的模式，以實現「集約化人力 + 專業化管理 + 靈活型經營」的效果。為適應新的組織結構，我們對獎金激勵制度進行了相應的優化，調整為「組織績效決定獎金包 + 個人績效決定分配」的模式，以經營單元和專業團隊為激勵物件實現自負盈虧和多勞多得，推動獎金和業績的進一步匹配，在複雜多變的業務環境下實現績效激勵。

人才的留任與發展是公司長遠發展的基石。寶尊重視人才持續成長，不斷探索適合員工長期職業發展的道路，並通過有計劃、系統化的培訓培養說明員工成長，使員工更清晰地瞭解自身的職業發展規劃，提供不設限的舞臺，成就員工理想，造就事業價值。

我們根據公司總體發展戰略、人力資源戰略以及業務需求，搭建寶尊特色的人才發展體系，建立寶尊大學培訓體系，作為寶尊集團旗下的企業大學和人才培養基地。寶尊大學通過對各類員工和管理人員的培訓和發展，支持公司的戰略實施、業務發展和組織能力建設，從而滿足培養人才、提升崗位技術能力和推動組織創新變革的需求。2022 年，寶尊大學增設移動用戶端方便員工隨時隨地進行學習。

2022 年，在寶尊大學培訓體系全面開展的推動下，員工人均培訓時長由 2021 年的 6.55 小時增長至 20.13 小時。

## 寶尊大學

旨在融貫東西方管理智慧和企業最佳實踐經驗，針對不同員工學員的不同階段，提供專業化的、一流的學習解決方案。

### 願景

成為未來數字商業人才的黃埔軍校，和數字商業領域領先的企業智庫。

### 使命

打造知名的全球品牌數字商業領域的企業大學，為公司和行業培養輸送數智時代的商業人才和商業領袖，同時將寶尊建設成為卓越的學習型組織。

### 模塊設置

寶尊大學設置新青年人才學院、品牌電商學院等重點部門專業能力模塊、領導力學院與通用培訓板塊。





### 寶尊新青年 Z 計劃，打造不設限的職場舞臺

2022 年，寶尊將校園招聘升級為「寶尊新青年 Z 計劃」，為「新青年」提供從入職培訓、52 周入職培訓計劃、師徒帶教體系、輪崗機會到績效管理與考核等系列發展支援。「寶尊新青年 Z 計劃」作為戰略性的人才孵化引擎，引領寶尊人才計劃實現創新突破，通過定制化的人才發展通道及培養模式，打造數字電商的黃埔軍校，成為整個寶尊集團輸送優質儲備人才，突破人才招聘瓶頸的戰略性制勝項目。

#### 2022 年人才培訓亮點績效

截至 2022 年 12 月 31 日，寶尊電商：

- 員工線上線下總培訓時長 **152,751 小時**；
- 員工人均培訓時長 **20.13 小時**。



秉承「精于質 成於人」的初心與理想，寶尊以綻放個人、成就團隊、打造多元包容為人才戰略與文化，結合客觀數據績效與人才能力，打造自身的人才評估矩陣體系。人才盤點是串聯「戰略—組織—人才」的抓手，我們關注員工績效表現和未來發展的可能性和可塑性，重點考察員工在過去 2~3 年做了什麼和如何做，橫向跨界學習和擔當各類工作經驗的廣度和寬度，或者是在現有專業領域持續積累縱深的專業經驗。

我們使用人才盤點九宮格作為盤點工具，以績效和潛力作為坐標軸對員工進行評估，識別出高潛人才、關鍵人才，並制定根據人才九宮格確定繼任者計劃，明確人才儲備狀況。同時，我們持續匯總梳理人才資源，構建集團和部門各級關鍵崗位的人才庫。

2022年，寶尊正式發佈了雇主價值主張「FUN 肆闖，燃未來」，並首次參與雇主品牌創意大賽，從534家國內外知名企業1,603個參賽作品中脫穎而出，獲最佳EVP項目獎、最佳雇主平面設計獎、最佳雇主品牌宣傳片獎。



雇主價值主張海報



拉勾 2022 中國互聯網年度 TOP 雇主  
Z 時代喜愛 TOP 雇主



刺蝟 CIWEI2022 年輕力年度峰會  
最具潛力年輕力雇主品牌



前程無憂 2023 人力資源管理傑出獎  
傑出雇主



智聯招聘 2021 中國年度最佳雇主  
上海最佳雇主 50 強

## 可持續 供應鏈

我們認識到，企業的採購活動往往會對環境和社會產生重要的影響。因此，公司致力於通過可持續的供應鏈管理來保證採購活動對環境和社會影響的最小化。通過對供應鏈的可持續管理和評估，我們攜手合作夥伴加強包括員工權益、商業道德、環境保護在內的各項可持續發展工作，在促進供應鏈可持續性的同時，也致力於保證自身的長期穩定和可持續發展。

我們的主要供應商可分為六大品類：工程行政類、專業服務類、IT 及數據中心、數字行銷類、靈活用工和倉儲物流類。

我們制定《寶尊電商採購政策 3.0》，明確我們的負責任採購的原則，建立完善的供應商資格審核、採購策略、招標、入庫、供應商考核的全生命週期管理體系和流程。在我們的品類採購策略中，我們引入綜合成本的理念（Total Cost Ownership），除價格、服務、品質三個維度外，亦將供應商可持續性納入考量，對供應商進行分級，引導自身及品牌客戶在採購決策過程中，選擇綜合成本更優，可持續性更好的供應商。



### 我們的可持續採購原則

- 嚴格符合國家相關法律法規要求
- 恪守商業道德，堅持廉潔、公開、透明
- 致力於綜合成本最優化
- 行業信息共享與互通
- 堅持綠色採購原則



◎ 全生命週期供應商管理體系

供應商管理環節	我們的行動
 <p>供應商資質 審核與入庫</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新供應商須填寫《供應商信息收集表》，採購部門與需求部門共同組成新供應商調查小組，在必要時進行現場實地評估，評估維度包括品質、價格、技術、服務等</li> <li>• 建立了嚴格的反貪污與反賄賂標準，要求所有供應商簽署《反腐敗與合規聲明》《親友關係聲明》，嚴禁任何不正當競爭、違反商業道德行為</li> <li>• 公司建立了供應商黑名單制度，對於涉及廉潔違規的供應商不予以採用</li> </ul>
 <p>採購決策</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 建立品類採購策略計劃，將供應商可持續性納入考量，引導自身、品牌客戶等各相關方在採購決策過程中，選擇綜合成本更優，可持續性更好的供應商</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; text-align: center;"> <div data-bbox="544 987 699 1138"> <p>質量</p> <p>專業性、品質保證</p> </div> <div data-bbox="762 987 917 1138"> <p>價格</p> <p>價格競爭性</p> </div> <div data-bbox="981 987 1136 1138"> <p>服務</p> <p>交貨及時 售後服務</p> </div> <div data-bbox="1200 987 1355 1138"> <p>可持續性</p> <p>環境表現與綠色屬性 職業健康與安全</p> </div> </div> <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022 年，公司將節假日禮品禮盒從一次性禮盒轉變為可持續使用的帆布袋，方便員工日常迴圈使用</li> <li>• 優先採購環保原材料，如經 FSC 認證的包裝箱，以及回收紙製作的紙箱</li> </ul> 
 <p>採購執行</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 採取本土化採購政策，本土化採購比例達 90% 以上，在減少運輸成本的同時，減少運輸過程的環境影響</li> <li>• 2022 年，在公司吳江南基地的建設過程中，我們優先選擇當地優秀品牌，以促進當地就業和經濟發展</li> </ul>



供應商考核

- 按照採購金額高低，針對 A 類供應商每年開展 2 次供應商考核，針對 B 類供應商每年開展 1 次考核。為我們根據供應商品類開展針對性考核，制定《供應商評價表》《供應商 / 承包商 EHS 稽查制度》，從品質、價格、服務、職業健康與安全等多維度進行評價，確保供應商所提供的產品品質符合公司標準
- 對於考核不合格的供應商，公司令其限期整改，並在整改期間不予以聘用
- 2022 年，在面向 41 家 A 類供應商的定期評審中，我們發現部分供應商未安裝太陽能光伏及雨洪迴圈利用設備，我們要求該部分供應商儘快安裝相關設施，以降低自身碳排放，提高水資源利用效率



供應商賦能

- 推動供應商多元化，致力於與多元化供應商共建公平公正的競爭環境，共擔社會責任。在 2022 寶尊首屆供應商大會中，邀請供應商夥伴中一位女性領導為代表，分享自己在多元環境中對女性領導力的看法。截至報告期末，寶尊核心供應商體系內共有 3 家完全由女性創辦的企業，女性參與業務及企業管理，並成為企業中高管理者的比例超過 50%
- 定期開展供應商培訓。針對大促期間的臨時客服供應商，每年開展兩次供應商培訓，分享真實發生的運營事故案例，並根據案例的沉澱總結，自檢自查，並提前預警相關隱患
- 與供應商共同交流可持續發展知識。在 2022 年寶尊首屆供應商大會中，邀請供應商代表以「供應鏈韌性與可持續發展」為主題開展討論，結合各自領域分享具有建設性的可持續發展建議與洞察

2022 年，公司進一步規範供應商管理，起草並發佈《上海寶尊電子商務有限公司供應商行為準則》，在人權、環保、隱私與保密、反腐敗、促進經濟發展等各個領域，宣導並督促合作夥伴共同努力，打造電商行業的可持續發展生態。同時，我們也強化自身人員管理，製作了集團採購制度培訓視頻，通過寶尊風控合規及寶尊大學公眾號進行宣導，共有 89 人次主動參與該制度培訓，進一步增強了員工的採購合規意識。

### 2022 年供應商管理亮點績效

截至 2022 年 12 月 31 日，寶尊電商

- 共有供應商 **1,236 家**；
- 經審核供應商 **1,557 家**<sup>1</sup>、通過審核供應商 **968 家**；
- 供應商培訓覆蓋供應商 **968 家**、累計培訓時長 **2,900 小時**。

注 [1]：經審核供應商資質、表現不佳的供應商未被納入供應商庫，故供應商審核數量大於供應商總數。



## 社區公益

### 踐行「以公益鑄就仁心」理念

寶尊心繫所在社區，堅持「以公益鑄就仁心」的公益理念，積極承擔社會責任。我們繼續攜手靜安睿行公益文化發展中心發起的「特別匠人」公益項目，與身心障礙者共同將生活的美好傳遞；我們開展無償獻血、愛心水站、先心病捐助等多項社區公益活動，為當地社區發展提供力所能及的支持；我們通過校企合作，促進電商產業人才培養，助力鄉村振興和行業發展不斷前行。

寶尊關注弱勢群體，積極與公益組織開展合作，傳遞我們的關愛之心。今年是寶尊與「特別匠人」公益項目開展合作的第二年。由靜安睿行公益文化發展中心發起的「特別匠人」公益項目，主要是從肢體障礙、言語障礙、聽力障礙和輕度智力障礙等身心障礙群體中，挑選一批具有學習能力、動手能力的人，通過線上服務平台和線下教學，為其提供文創類手工產品創作和製作技能的培訓，並幫助他們將符合品質標準的手工文創產品對接市場，助力「匠人們」實現自力更生、創造更好的生活。

#### 「特別匠人」編織集市，傳遞最特別的新春祝福

2022年1月19日，「寶尊公益·將愛傳遞」——「特別匠人」編織集市活動在位於江場西路的寶尊電子商務有限公司大廳內舉行，吸引了數百名企業員工參與編織技藝學習、手工藝品購買。此外，寶尊還訂購了「特別匠人」們製作的價值20余萬元的手工藝品，作為發給企業員工的新春禮物，以此支援「特別匠人」公益項目。



員工禮盒裡的「特別匠人」編織品

## ◎ 社區公益行動

### 疫情防控

2022 年 3 月 21 日，我們響應市北高新園區新冠疫情防控需求，向園區捐贈一萬兩千五百隻 3M 醫用口罩，為一線人員提供堅實的物資保障。2022 年 4-6 月，我們為上海地區受疫情影響的員工提供員工關懷禮包，包含食材、水果等生活物資。



員工關懷禮包

### 電腦捐贈

寶尊與上海市慈善基金會《愛傳遞—再生電腦教室》合作展開義賣活動，義賣款項支援偏遠地區鄉村學校建設電腦教室，實現鄉村師生優質化信息教育及現代化辦公。



2022 年寶尊家庭日義賣市集

### 無償獻血

2022 年 9 月，我們在上海市組織了年度無償獻血活動，共有 260 名員工獻血成功。公司為每位獻血的員工提供 3 天獻血假期（24 小時）和獎勵積分等福利。



采血照片

### 愛心水站

自 2022 年 8 月 16 日至 31 日，我們響應市北高新園區總工會號召，在寶尊電子商務大廈附近設立愛心水站。據寶尊集團工會主席郭元龍介紹，寶尊在 35°C 以上的天氣中，全天免費為快遞員、送餐員、環衛工人等戶外工作者提供純淨水和解暑飲料。



愛心水站照片

### 先心病患兒捐助

2022 年底，我們向上海佑心慈善基金會捐贈 15 萬元，用於資助中國困境家庭先天性心臟病患兒進行手術治療，幫助患兒獲得健康，為患兒家庭帶來美好的改變。



先心病捐贈照片

## 校企合作，支持產業人才培養

在全面建設社會主義現代化國家新征程中，職業教育前途廣闊、大有可為。我們通過深度產學研融合，以校企合作的形式支援職業教育發展，為在校生提供就業和實訓崗位，組織大型校園直播大賽，促進行業的可持續發展。自2021年起，我們不僅設立寶尊 - 南通開放大學電商產業學院，探索系統化產業人才培養路徑，亦積極將自身職業教育實操資源向鄉村地區傾斜，與湖南益陽職業技術學院等偏遠地區院校合作定向培養，為寶尊增加人才儲備，深度參與鄉村振興戰略。

寶尊與南通開放大學聯手培養電商產業人才，於2021年10月設立寶尊 - 南通開放大學電商產業學院。學院由寶尊專職講師聯合外部講師以學生職業發展為主線，企業項目為實戰，採用學習 + 實踐結合的模式集中教學，全方位提升學員的綜合素質和技能，取得良好的教學效果。

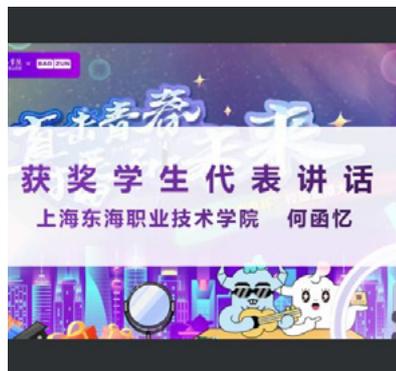


南通廣播電視臺新聞報導

### 第二屆「寶尊杯」校園直播大賽，照亮明日電商直播之星

2022年12月，寶尊電商攜手上海市高職高專經濟類專業教學指導委員會、上海市創造學會、上海行健職業學院聯合主辦的第二屆「寶尊杯」校園直播大賽圓滿落幕。本屆大賽歷時5個餘月，吸引了來自15所院校的180余支大學生隊伍參賽，收到158個有效作品，經過海選、學員培訓，最終通過寶尊電商官方直播帳號進行直播的決賽對決。

「寶尊杯」校園直播大賽，旨在鍛煉在校學生，以賽促建，以賽促教、以賽代訓，探索電商直播人才培養的深度校企合作模式。寶尊及合作夥伴為參賽隊伍提供了專業的團隊支持、學習資源及實戰平台，讓師生在競賽中沉浸式地感受來自電商行業的直播要求與技能標準，為各參賽學院相關專業在開展電商直播類人才培養提供豐富的信息資源與企業資源。同時，我們也為優勝選手提供相關的實習機會及就業崗位。2022年，第二屆「寶尊杯」收到158個有效作品，最終共26支隊伍入圍，97餘名師生沖進決賽，在寶尊電商品牌直播間進行帶貨實戰。



第二屆「寶尊杯」校園直播大賽總結大會暨頒獎典禮

# 04 | 綠色發展 呵護美麗地球

寶尊在綠色發展、低碳運營理念的指導下，積極開展綠色管理與實踐，推動全價值鏈綠色運營以及廢棄物的妥善處理，並為碳中和目標的實現貢獻自身力量，減緩全球氣候變化的腳步，實現人與自然的和諧共生。





## 環境管理 體系

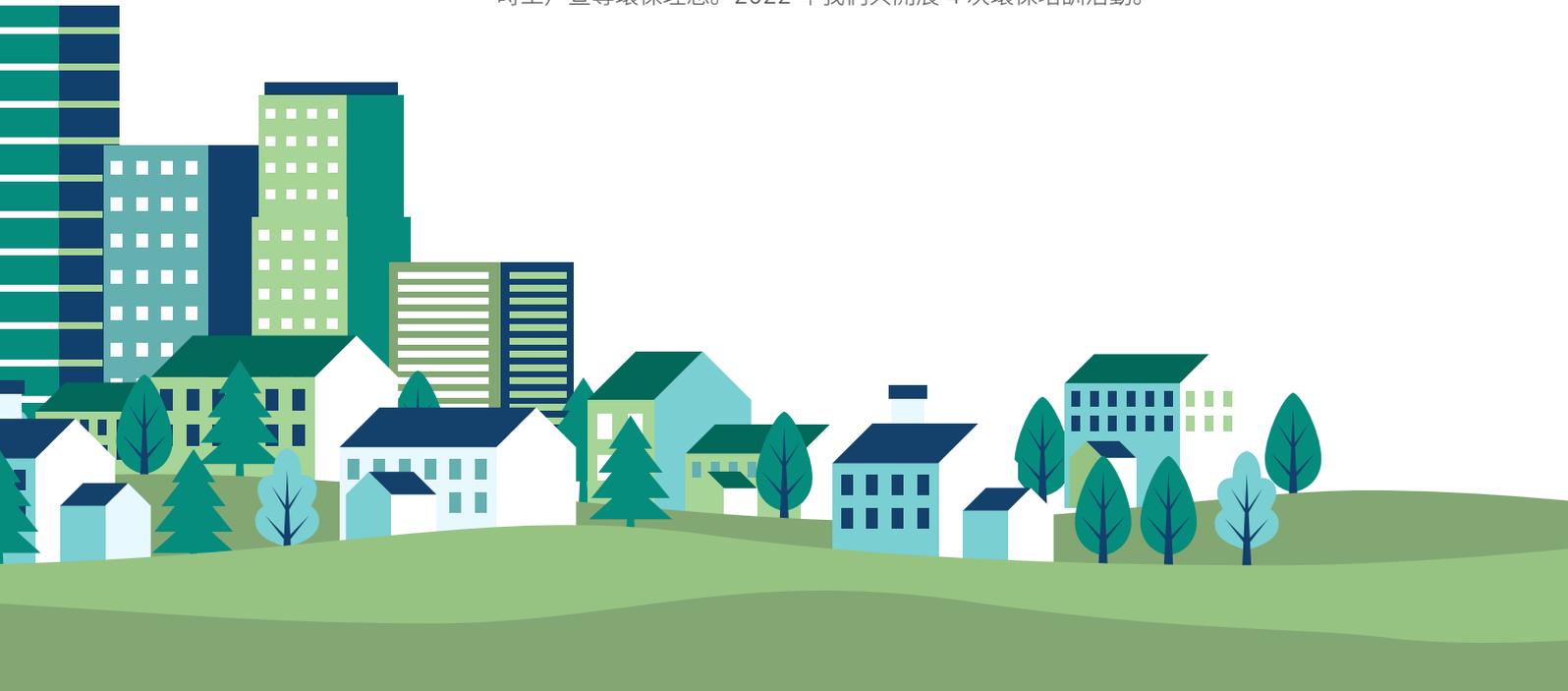
寶尊嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》以及海外基地所在地的相關環保法律法規，努力推動環境管理工作，在上下游供應鏈物流、倉儲與包裝、產品處理處置以及辦公場景實現節能減排。

2022 年，公司未發生違反環境保護相關法律法規的事件，未發生污染物超標或違規排放的事件或上述事項引起的訴訟案件。

公司制定《環境監測管理制度》，並針對倉儲與物流環節制定了《倉儲運營節能管理辦法》《倉庫廢棄物管理辦法》《寶通易捷節能降耗管理制度》，建立完善的制度體系及保障機制，制定節能降耗年度目標，要求設備設施開展定期定點巡檢、抽查，並采針對性節能減排整改措施。

公司行政部負責寶尊總部辦公園區的環境管理，同時公司在物流與供應鏈各事業部內成立節能降耗小組，負責倉儲物流園區每日 Gemba Walk（現場巡視）活動，保障園區內節能照明、運輸等設備設施正常運行。

在環保意識宣貫方面，公司開展覆蓋 100% 員工的環保培訓。針對全體員工，公司在辦公區域張貼節能降耗宣傳海報，並在寶通易捷公眾號「精益文化——精益課堂」專區投放節能降耗宣傳視頻。同時，針對物流與供應鏈員工，公司面向管理層與基層員工分別開展環保專題培訓。公司運營管理部制定節能培訓教材並發放至各園區，定期由園區經營者對園區主管、組長進行節能培訓；公司物流與供應鏈各事業部節能降耗小組收集分享優秀案例，通過季度節能學習分享會，向基層員工（包括正式員工與臨時工）宣導環保理念。2022 年我們共開展 4 次環保培訓活動。



## 寶尊 ESG 環境目標

2022 年，我們制定了明確的碳中和目標，努力降低能源消耗，減少碳排放，為全球應對氣候變化貢獻寶尊力量。在此基礎上，我們進一步制定了寶尊水資源使用、包裝材料使用以及廢棄物等有關環境目標，明確了我們「全鏈式」綠色運營中各環節的要求，並借助數字化系統管理 ESG 績效，以達成 ESG 環境績效目標。

水資源 使用效益	<ul style="list-style-type: none"> <li>減少水資源消耗，努力降低人均水資源消耗量</li> </ul>
電力 使用效益	<ul style="list-style-type: none"> <li>在電力使用中，推進光伏發電，不斷提升可再生能源的使用比例。</li> </ul>
包裝材料 使用效益	<ul style="list-style-type: none"> <li>協同品牌方及上下游合作夥伴減少電商快件二次包裝，提升快件不再二次包裝率。</li> <li>持續推動自營倉儲物流園區之間的周轉箱等包裝迴圈使用。</li> </ul>
無害廢棄物 處置	<ul style="list-style-type: none"> <li>到 2025 年，辦公大樓、倉儲物流園區推行垃圾分類的比例達 100%。</li> </ul>
有害廢棄物 處置	<ul style="list-style-type: none"> <li>到 2025 年，有害廢棄物合規處置率保持 100%。</li> </ul>
溫室氣體 排放	<ul style="list-style-type: none"> <li>與 2022 年發佈的碳中和目標保持一致（詳見本報告「氣候變化減緩與適應」）。</li> </ul>

## 氣候變化 減緩與 適應

氣候變化是關係到每個社會成員的全球性議題。為助力實現「2030 年前碳達峰，2060 年前碳中和」目標，寶尊參考金融穩定委員會的氣候相關財務信息披露工作組（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）建議，從治理架構、風險管理、管理策略以及目標與績效四個層面，構建氣候變化管理體系，識別變化風險與機遇，並依據識別結果完善管理，助力減緩氣候變化。

2022 年，我們公開發佈了《寶尊電商碳中和白皮書》，自 2023 年起，我們將在《寶尊電商年度可持續發展報告》（即本報告）中，披露公司減碳行動與碳中和目標達成進展。



## ◎ 氣候變化管理體系

### 氣候治理架構

- 公司將氣候變化減緩與適應作為各業務部門以及物流和供應鏈管理的工作重點之一。

### 管理策略

- 針對鑒別的重大風險與機會，評估對公司帶來的潛在營運與財務影響。
- 在減少運營全生命周期碳足跡方面開展相關管理行動。

### 風險管理

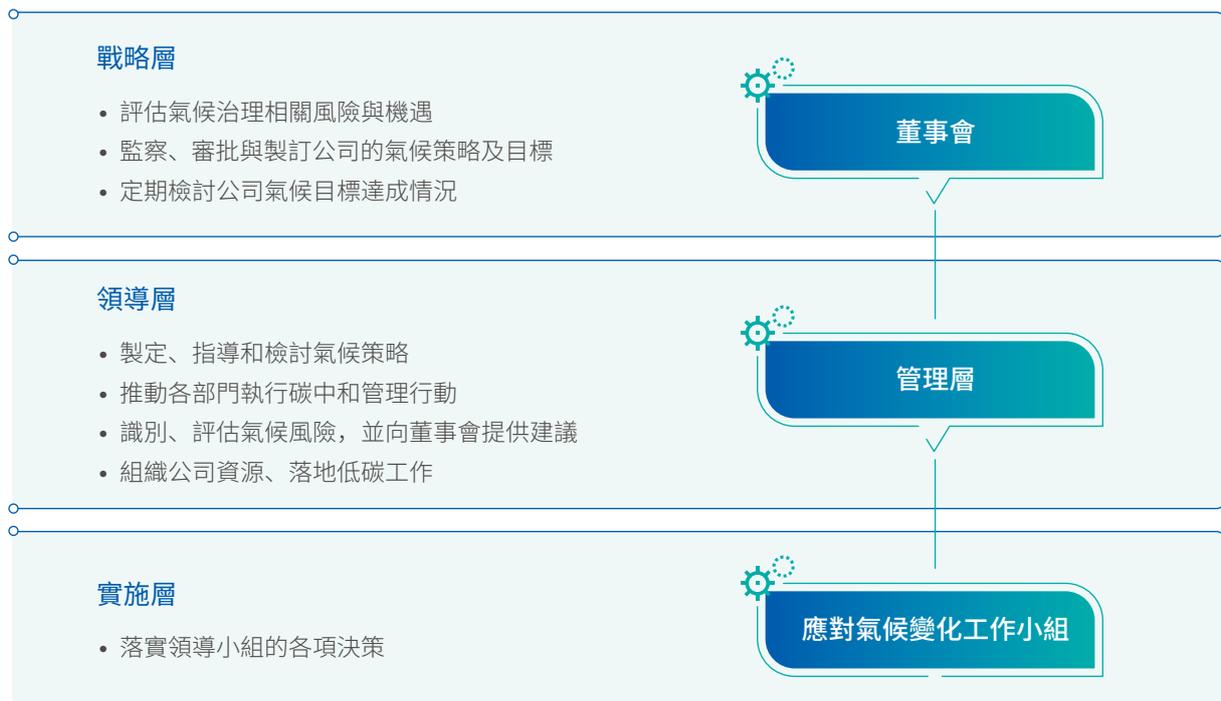
- 參照 TCFD 的風險分析架構識別運營活動潛在的風險與機遇，計劃將氣候變化的風險與機遇納入整體運營風險管理的一部分。

### 目標與績效

- 積極識別溫室氣體排放的主要來源。
- 製定溫室氣體減排目標，每年在可持續發展報告中披露溫室氣體排放量與排放密度，以此評估公司應對氣候變化管理績效水平，製定改進方案。

## 氣候治理架構

寶尊氣候變化治理架構分為三個層級。公司董事會負責監督並制定公司中長期應對氣候變化的管理策略和方向，管理層進行跨部門整合氣候行動資源，對重大項目進行策略部署，並向董事會匯報。此外，我們成立氣候變化工作小組，負責執行相關決策。





## 風險管理

我們綜合考慮地理位置與業務類型，識別出寶尊潛在的氣候風險與機遇類型，並經過內部討論，結合業務發展戰略及專家意見判斷，評估潛在的財務影響方式和影響程度。在此基礎上，我們根據評估結果構建氣候相關風險與機遇矩陣，結合風險及機遇的發生概率和對公司的影響程度，確定風險及機遇的優先順序，並採取相對應的氣候變化應對與行動措施。

### ◎ 氣候相關風險與機遇矩陣



### ◎ 氣候變化潛在風險識別、評估與應對

風險類型識別	具體描述	潛在財務影響	風險應對
資源使用風險	評估：生產運營中所需的能源以及水資源、物料等資源可能由於氣候變化影響導致短缺，或導致可得性降低。如氣候變化可能引起森林資源受到更加嚴格的管控，造成包裝價格上漲。	營業收入↓ 運營成本↑	寶尊聯合品牌方、物流合作商努力推行綠色包裝與包裝的迴圈使用。
技術風險	評估：在技術轉型的過程中，綠色包裝、廢棄物處理等節能環保技術的開發與應用，可能對公司運營和業務造成影響。	運營成本↑ 營業收入↓	寶尊推進廢棄物的迴圈利用，並持續監測廢棄物末端處理機構與二次用途。

風險類型識別	具體描述	潛在財務影響	風險應對
聲譽風險	評估：利益相關方期望公司在應對氣候變化方面採取積極的管理行動並提升信息披露透明性。若公司無法回應利益相關方的訴求，可能會對公司業務造成影響。	營業收入↓	寶尊將持續開展減碳行動，制定減碳目標，定期披露減碳行動與績效。
急性物理風險	評估：劇烈的氣候變化如颱風、洪水等將產生極端天氣或自然災害，可能造成公司資產損壞、人員損失與業務中斷，影響公司上下游供應鏈的產品運輸、倉儲等。	營業收入↓ 運營成本↑	寶尊監測極端氣候事件，著手建立較完善的極端天氣應急管理預案。
政策和法律風險	評估：可能出現由於未符合氣候相關政策或法律被依法追究法律責任、採取監管措施、給予紀律處分、出現財產損失或商業信譽損失的風險。	營業收入↓ 信用風險↑	寶尊嚴格遵守國內外運營所在地已出臺的碳相關的法律法規，並努力識別未來可能存在的政策與法律風險，目前未出現任何違法行為。

#### ◎ 氣候變化機遇識別、評估與行動

機遇類型識別	具體描述	潛在財務影響	機遇行動
市場機遇	評估：品牌客戶以及社會公眾對綠色消費的關注度越來越高，若公司在有關方面處於領先地位，可能吸引更多客戶及消費者。	營業收入↑	寶尊正在開展多樣化的可持續消費宣導活動，傳播綠色消費理念。
資源效率	評估：通過監測包裝材料市場價格地區資源使用規定，及時掌握市場動向，致力於制定最優方案、降低運營風險。	運營成本↓	寶尊正努力推行綠色包裝與包裝的迴圈使用，轉風險為機遇，提升資源使用效率。
適應力	評估：通過推動綠色供應鏈，促進氣候變化相關業務研究及行業交流，提高公司應對氣候風險、抓住氣候機遇的能力，增強履行社會責任的品牌形象。	營業收入↑	寶尊努力推動供應鏈綠色發展，將溫室氣體排放等環境因素納入供應商考核的內容中，並開展供應商環保意識宣貫。

立足於氣候變化風險與機遇的分析，寶尊對產品全生命週期過程中的碳足跡進行進一步評估。寶尊能源使用涵蓋辦公運營、自有倉庫及物流運輸環節中自有車輛的柴油、汽油，天然氣與外購電力等，碳排放除了產生於公司運營中能源消耗（即範圍一、範圍二碳排放），還來自於公司價值鏈上下游各項活動，包括商品採購、非自有倉庫及物流運輸、產品處理、員工通勤等（即範圍三碳排放）。

### ◎ 寶尊產品全生命週期碳足跡分析（LCA）

碳排放範圍	碳足跡來源	
範圍一	辦公運營環節	辦公運營環節的直接能源消耗（例如：自有車輛的柴油、汽油消耗等）
	倉儲物流環節	自有倉庫及物流運輸環節的直接能源消耗（例如：自有車輛的柴油、汽油消耗等）
範圍二	辦公運營環節	辦公運營環節的間接能源消耗（例如：外購電力）
	倉儲物流環節	自有倉庫及物流運輸環節的間接能源消耗（例如：外購電力）
範圍三	商品採購環節	包含在商品採購環節向品牌方採購、物流運輸、包裝採購等產生的溫室氣體排放
	倉儲物流環節	非自有倉庫及物流運輸環節的產生的溫室氣體排放
	售出產品的使用預處理處置環節	對於採購的商品以及包裝的處置過程中產生的溫室氣體排放
	所有環節的員工通勤、商務旅行	採購、運營等公司運營全環節由員工通勤、商務差旅產生的溫室氣體排放

## 管理策略

根據碳排放盤查結果，寶尊明確將包裝材料採購、倉儲物流環節作為管理碳排放的關鍵環節。我們聚焦自身運營，通過打造低碳產品與服務實現範圍一和二碳中和，此外，我們攜手員工、品牌客戶、供應商、消費者，共同宣導可持續的生活方式，推動構建綠色價值鏈，助力中國「30·60」雙碳目標實現。2022年，寶尊CDP氣候變化問卷中供應鏈模組的成績由D提升到了B水準，充分體現了我們在全價值鏈上推動綠色發展所付出的努力。

### ◎ 寶尊碳中和核心策略

**聚焦**  
打造低碳的產品與服務



**帶動**  
構建綠色電商生態

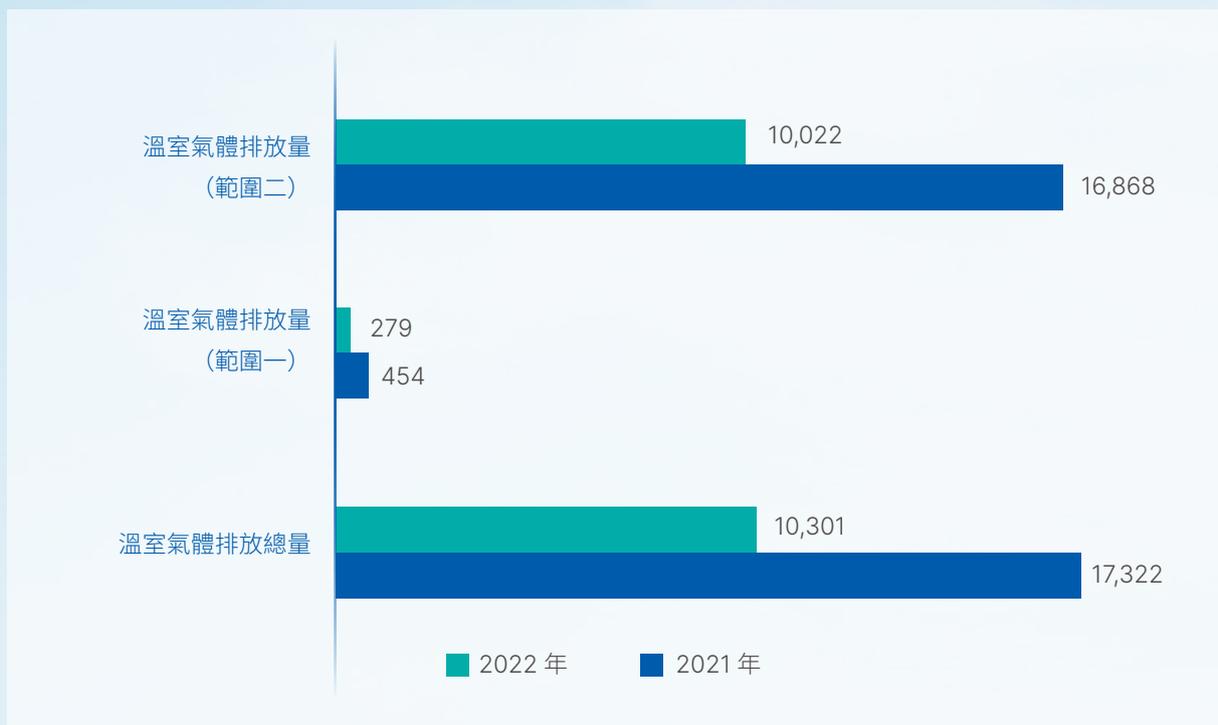
**共創**  
攜手共赴可持續未來

## 目標與績效

我們以 2021 年溫室氣體排放量為基準，制定實尊碳中和路線圖，並在每年度測算溫室氣體排放量，明確碳減排目標達成進展。2022 年，實尊範圍一、範圍二溫室氣體排放量相較於 2021 年下降達 **40.5%**<sup>1</sup>。

© 2021、2022 年實尊溫室氣體排放量

單位：tCO<sub>2</sub>e



註 1：相較於 2021 年，2022 年公司合並財務報表不再包括實必達物聯科技（蘇州）有限公司，此外，受到疫情影響，公司耗電量及柴油消耗量均有所下降，故溫室氣體排放總量有較大幅度降低。

◎ 寶尊碳中和路線圖與減碳行動年度進展

關鍵時間節點

碳中和階段目標



## 「全鏈式」 綠色運營

實尊致力於打造低碳的產品與服務，通過數智化創新技術與設備改造，提升倉儲物流園區能源使用效率，減少能源浪費。在此基礎上，我們推動「全鏈式」綠色低碳運營，構建綠色電商生態，協同供應鏈合作夥伴探索綠色採購、包裝與運輸，攜手員工、消費者群體推動綠色辦公與消費，共赴可持續未來。

### 綠色倉儲與物流

- 優化倉儲設備，打造自動化、一體化的倉儲物流中心，減少倉儲環節電能消耗，提升物流運輸效率，降低運輸中柴油、汽油的使用比例。

### 綠色包裝

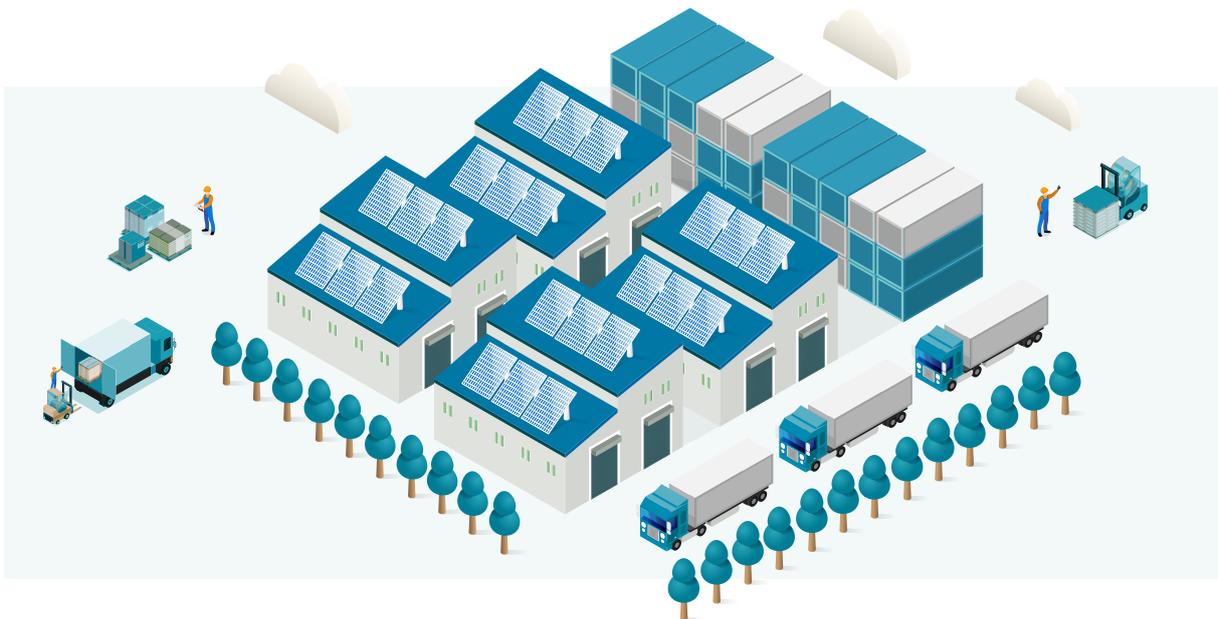
- 推進紙箱減量、循環使用，並不斷提升纏繞帶等環保包裝比例，減少塑料廢棄物。

### 綠色供應鏈

- 進行可持續採購，採購環保原材料的同時推動供應商節能降耗，並協同品牌客戶促進包材減量，推動可持續消費。

### 綠色辦公

- 持續開展員工環保意識宣貫，在辦公大樓推進節電、節水、節約用紙行動，鼓勵員工節能出行，減少能源、資源浪費。



## 推動零碳園區建設

寶尊積極打造零碳園區，基於「3R」的減碳理念，推動倉儲物流園區節能減碳。



**Reduction**  
直接減少自身碳排放



**Replacement**  
減塑綠色能源轉型



**Removal**  
抵消碳排放餘量

2022 年年初，我們對公司碳減排目標進行分解，對倉儲物流園區提出：2022 年電費較 2021 年下降 12.5% 的目標。我們將電費目標分解為各倉儲物流園區每平方米耗電量目標，並將此目標完成情況作為園區負責人的考核指標，對目標未達成園區進行整改，推動節能目標達成。此外，公司推進綠色能源使用，積極推動在光照充足園區，部署分散式光伏發電設備。

2023 年，易商園區成為寶尊首個「零碳園區」，該園區已通過協力廠商碳核查，並通過上海環境能源交易所購買 CCER（國家核證自願減排量）實現碳抵消。



## 綠色倉儲與物流

倉儲物流作為電商與消費者終端的連結橋樑，是寶尊長期投入的核心競爭力之一，也是寶尊踐行綠色低碳運營的關鍵環節。我們打造低碳自動化倉與物流系統，優化倉儲、分揀設備與照明系統，不斷改善運輸用車能耗。

此外，我們在倉儲物流園區內上線 365 綜合能源服務平台，對水電氣等進行視覺化即時監控，推動能源與資源消耗的精細化管理。

### ◎ 寶尊綠色倉儲 2022 年主要節能降耗措施

#### 更換節能設施設備

- 引入成熟的自動化設備，運用智慧型機器人，實現智慧傳送與分揀，並即時監控設備運行與能耗情況。
- 在滿足貨物傳輸需求前提下，縮短流水線空載休眠時間，將空載休眠時間由 40 秒降為 20 秒，增加周轉箱空箱回收獨立控制按鈕，降低流水線空轉率。
- 替換節能設備，園區採用 LED 節能照明燈，倉庫碼頭普通燈替換成太陽能燈。

#### 優化照明控制系統

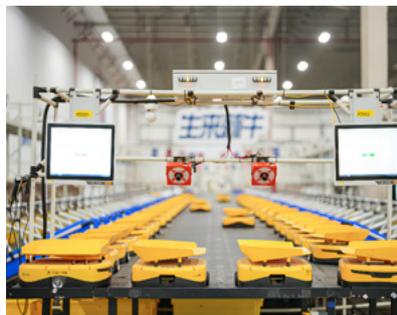
- 作業區域與非作業區域採用分區照明控制。
- 按照產品銷量以及補貨需求量大小，劃分冷銷 / 熱銷商品，進行商品集中管理，全天候啟動零揀區（熱銷商品所處的主要作業區域）電力設備，固定時段啟動補貨區照明，減少了補貨區 50% 的照明時長，降低能源消耗。
- 園區戶外探燈安裝定時開關；庫區走廊、揀貨區、洗手間等場所常亮照明燈改為聲光控感應燈。

在綠色運輸用車方面，寶尊不斷優化運輸載體、運輸車輛能耗使用與運輸路線。公司對於市內短駁用車，公司優先考慮擁有新能源車的供應商，替換原先的燃油車；對於園區內用車，採用電動叉車作為牽引車輛，並通過優化叉車尺寸、容量以及園區運輸線路，減少空車率與同等業務量下的電動叉車運輸次數，年度節省電量可達 14,600 千瓦時。

此外，寶尊對物流形式進行節能優化，持續推動貨運向公轉鐵、公轉水方式發展，提升鐵路、水路貨運比重。在中長距離運輸中，逐步推動空轉陸，採用鐵路、水路運輸，減少航空運輸造成的碳排放。



寶尊永鼎自動化倉儲物流中心



寶尊「小黃人智慧分揀機器人」



寶尊新能源短駁運輸車

## 綠色包裝

寶尊倉儲物流環節涉及包裝材料的使用，消耗紙箱、塑膠、膠帶、防水袋等包裝材料。我們大力推行包裝減量措施，並通過迴圈使用與替換環保包裝材料等方式，持續降低包裝的消耗量，讓包裝更綠色。2022 年，公司包裝材料迴圈使用量達 2,240 噸。



### 減量 (Reduce)

- **膠帶減量：**單件鞋類訂單使用飛機盒並使用箱貼代替膠帶，其他包裝大量使用膠水封箱替換原來的膠帶封箱；優化退倉業務封箱方式，改王字為一字、工字封箱；寶尊 logo、透明膠帶部分流程由 6cm 改為 4.8cm。2022 年減少 1,225.6 萬米膠帶使用。
- **紙箱減量：**系統根據商品尺寸自動推薦大小合適的紙箱，減少紙箱浪費。



### 循環 (Recycle)

- **紙箱循環：**紙箱循環庫位紙箱、退倉紙箱全部使用回收紙箱，實現紙箱的循環利用。



### 替換 (Replace)

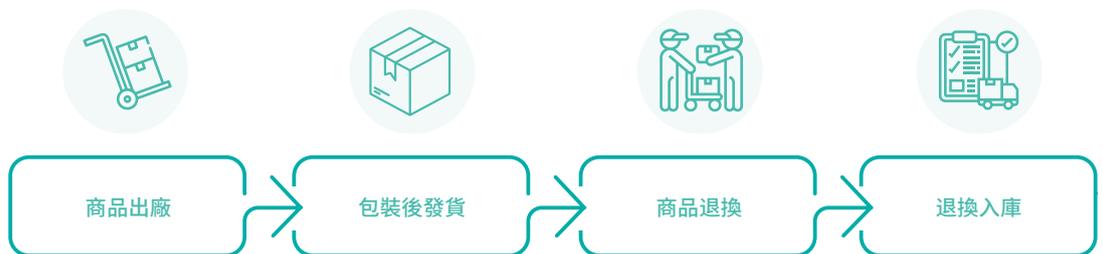
- **纏繞帶替換纏繞膜：**取消一次性纏繞膜，使用可回收纏繞帶，減少塑料用量。
- **電子設備替換打印用紙：**改用 PDA (personal digital assistant, 掌上電腦) 設備，實現無單上架、無單補貨、無單盤點；並在商品上粘貼 QR code (二維碼) 以替代裝箱清單進行產品說明。



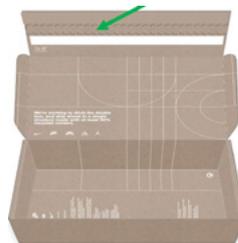
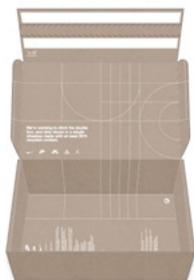
## 協助推行 Onebox，讓包裝更加環保化

寶尊始終秉承綠色可持續發展理念，積極與其他行參與者攜手，共同探索包裝優化方案。2022 年，我們協同某品牌客戶推行 Onebox 環保鞋盒包裝，取消了原出庫鞋盒的外包裝耗材，減少包裝物料。

為推行環保包裝，我們對項目涉及倉庫進行了流程改造，通過評估倉庫涉及的業務類型與商品量，優化同類型產品的揀貨分區，指定工位開展作業，提高了 Onebox 整體處理效率。本年度，我們共協助品牌方對 6 款產品，涉及 8 個尺寸 Onebox 鞋盒進行包裝和出入庫，共發出 7,762 個 Onebox 鞋盒，節省 7,762 個原出庫鞋盒的外包裝，實現了包裝輕量與環保。



- 品牌方工廠出庫無原廠鞋盒帶商品通用條碼 (UPC) 碼的 Onebox 商品
- Onebox，附兩條密封雙面膠（發貨使用第一條，退貨使用第二條）
- 寶尊倉庫對 Onebox 商品收貨時，無需再進行頻射識別 (RFID) 碼綁定，不使用 Onebox 的兩條密封雙面膠
- 寶尊倉庫發貨對單件 Onebox 商品發貨時：完成揀貨→用第一條雙面膠密封→在 UPC 碼旁黏貼 QR-Code 面單
- 顧客收到 Onebox 商品退貨，使用第二條密封雙面膠（如果存在無法繼續使用的情況，可使用快遞處的包裝）
- 退貨商品在退貨倉質檢，完好商品的 Onebox 重新包裝
- 重新列印 UPC 碼，回收舊的 Onebox 包裝



## 綠色辦公

寶尊宣導綠色辦公，持續開展能源與資源節約措施，推動資源迴圈使用，鼓勵員工綠色出行，讓「綠色」理念融入寶尊員工的工作與生活。報告期內，我們對總部辦公園區電力消耗進行統計與調研，計劃後續年份採用 VRV（變製冷劑流量）多聯式空調集控系統，對園區電力進行精準監控與管理。

### ◎ 寶尊能源與資源節約措施（部分）

能源、資源使用	能源、資源節約
<p>公司辦公環節直接或者間接消耗的主要能源為電能、自有車輛柴油、汽油</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 宣導雲辦公、雲會議</li> <li>• 採用 LED 節能燈與聲控感應燈，並宣導光線充足情況下採用自然燈光，下班隨手關燈</li> <li>• 調整電子辦公設備能耗狀態與開關時間，未使用時段調整為低能耗模式，並在下班前關機並拔下插頭</li> <li>• 恒定不同季節空調溫度，在保持員工體感舒適的狀態下，減少非必要的空調耗電量，並在不使用時段及時關閉</li> <li>• 制定《寶尊食堂 SOP》，建議食堂餐飲供應商的自購廚房設備（爐灶、煙罩、電加熱設備等）具備節能屬性</li> <li>• 提供短駁巴士接送員工，減少員工打車</li> <li>• 安裝充電樁，鼓勵員工使用新能源車輛</li> </ul>
<p>公司本身不涉及生產，日常辦公與運營涉及到少量水資源使用，水資源來源為市政供水，求取適用水源風險較低</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 使用節水型產品與設備，將洗手池與衛生間沖水設備更換為感應式開關</li> <li>• 加強水資源管理，向食堂供應商與員工徵收適當水費，並在用水區域放置節約用水標語，減少食堂與員工宿舍公區用水浪費</li> </ul>
<p>公司辦公用到大量打印紙</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提倡雙面列印並推行無紙化辦公，2022 年，我們實現雙面列印 11,424 張，占打印紙張的 6.99%</li> </ul>

## 光伏車棚，推進綠色建築

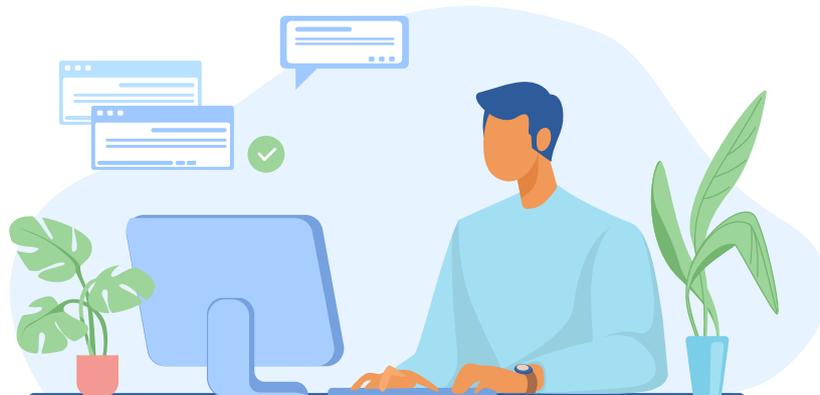
2022 年下半年，寶尊將總部辦公園區 B 棟北側的戶外非機動車車棚改為光伏車棚，平均發電量達到 300 千瓦時 / 天，每年可節約用電達 10 萬度，能夠為公司自有和歸屬員工的新能源汽車提供電力支援，餘電還能夠為園區內的其他新能源汽車供能。

## 低碳節能宣傳日，增強全員環保理念

寶尊定期在公司內進行低碳節能宣傳活動，提供行之有效的節能與資源節約方法，讓「綠色」理念融入寶尊員工的工作與生活。2022 年 9 月，公司行政部組織開展公司「節約用紙」活動，宣導用烘乾機取代擦手紙，踐行綠色低碳理念，並確定後續每月 5 號為公司「無紙日」，屆時將不提供主要辦公樓層衛生間的擦手紙，建議員工使用手部烘乾機。



寶尊節能宣傳海報



## 排放物管理

寶尊業務不涉及生產與製造，公司無生產相關大氣污染物與廢水排放，固體廢棄物主要產生于倉儲物流環節、食堂與辦公區域的生活垃圾和電子廢棄物。公司對固體廢棄物進行分類處置和有效利用。

廢棄物類型	產生環節	具體廢棄物種類與處理方式
有害廢棄物	辦公環節	<ul style="list-style-type: none"> <li>廢墨水匣，交由供應商或其他專業人士回收處理。</li> </ul>
無害廢棄物	倉儲物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>廢舊砧板：所有倉儲物流園區設立內部託盤砧板維修區，定期維修損壞砧板。2022年，拆除再利用砧板約900塊。</li> <li>廢棄線棒：內部設備人員利用廢棄線棒製作線棒台、工作台。</li> <li>廢舊託盤、貨架、分揀車、廢棄紙箱：協力廠商專業回收機構回收再利用。</li> </ul>
	辦公環節	<ul style="list-style-type: none"> <li>生活垃圾：交由供應商（主要為餐廚垃圾）或園區物業統一處理。</li> </ul>

### 末端追溯——精準管理園區廢棄物

2022年，寶尊吳江永鼎園區按照可回收（紙箱、廢棄打印紙等）、幹垃圾（倉庫除可回收外的其他垃圾）和濕垃圾（餐餘垃圾）統計每月倉儲垃圾產生量，幫助公司精準掌握園區垃圾產生量與垃圾類型。統計結果顯示，2022年永鼎園區86.54%的垃圾屬於可回收範疇，能夠得到有效處理和再利用。

在此基礎上，園區對回收紙箱、回收託盤、餐餘垃圾等廢棄物的最末端處理機構和用途進行追蹤。其中，園區廢棄紙箱、廢棄紙張作為再生紙原料；託盤通過協力廠商工廠加工再利用；餐餘垃圾進行分解利用；剩餘部分幹垃圾在垃圾發電廠完成焚燒發電。因此，永鼎園區實際得到有效處理的垃圾比例還會進一步提升。



寶尊吳江永鼎園區垃圾分類箱設置

### 漠綠新生——打造可持續時尚新觀念

寶尊積極傳遞可持續發展理念，支援某品牌在電商平台開展「漠綠新生」可持續時尚項目，共同引導消費者綠色消費。消費者通過購買品牌方低碳友好產品，在電商平台選擇綠色包裝，並使用綠色物流，即有機會贏得電商平台提供的限量綠色環保數字藏品，並獲得「小綠花」獎勵，用以兌換更多品牌方提供的精美禮物。

# 可持續發展管理績效

## 合規管理與商業道德

績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
匯報期內因運營中的不正當競爭行為或違反托拉斯法和反壟斷法而受到相關部門的制裁的案件數	件	0	0	0
匯報期內對發行人或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件數	件	0	0	0
董事接受反貪污培訓覆蓋率	%	100	100	100
董事人均接受反貪污培訓小時數 <sup>1</sup>	小時	1	1	1
員工接受反貪污培訓覆蓋率	%	100	100	54.3
員工人均接受反貪污培訓小時數 <sup>2</sup>	小時	1	1	1

注：

[1]. 董事人均接受反貪污培訓小時數 = 全體董事接受反貪污培訓的總小時數 / 董事會人數。

[2]. 員工人均接受反貪污培訓小時數 = 員工接受反貪污培訓的總小時數 / 員工總數。相較於 2021 年，2022 年由於疫情防控原因，公司開展反貪污培訓次數減少，故員工接受反貪污培訓覆蓋率有所降低。

## 環境<sup>1</sup>

績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
耗電量 <sup>2</sup>	兆瓦時	15,313	29,032	17,903
其中，清潔電耗 <sup>3</sup>	兆瓦時	-	-	329
天然氣 <sup>4</sup>	立方米	0	10,801	26,304
汽油	升	6,056	5,405	6,158
柴油 <sup>2</sup>	升	5,529	150,329	73,657
綜合能源消耗量 <sup>2</sup>	兆瓦時	15,424	30,713	18,601
單位營收綜合能源消耗量 <sup>2</sup>	兆瓦時 / 百萬元 人民幣	1.74	3.27	2.21
溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	9,374	17,322	10,301
溫室氣體排放量（範圍一） <sup>5</sup>	噸二氧化碳當量	32	454	279
溫室氣體排放量（範圍二） <sup>6</sup>	噸二氧化碳當量	9,342	16,868	10,022
單位營收溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量 / 百萬元人民幣	1.06	1.84	1.23
耗水量	立方米	140,685	191,828	207,274

績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
單位營收耗水量 <sup>7</sup>	立方米 / 百萬元 人民幣	15.89	20.41	24.67
製成品所用包裝材料的總量	噸	7,867	9,856	11,326
包裝材料迴圈使用量	噸	2,291	2,345	2,240
無害廢棄物產生量 <sup>8</sup>	噸	-	9,030	1,539
單位營收無害廢棄物產生量	噸 / 百萬元人民幣	-	0.96	0.18
有害廢棄物產生量 <sup>9</sup>	件	-	-	4

注：

[1]. 環境數據口徑包含：寶尊電商有限公司，其綜合入帳附屬公司，可變利益實體及其子公司，與截止到2022年12月31日的財年年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。相較於2021年，2022年公司合併財務報表不再包括寶必達物聯科技（蘇州）有限公司。環境績效中“-”表示往年未統計該績效。

[2]. 相較於2021年，2022年耗電量、柴油、綜合能源消耗量、單位營收綜合能源消耗量降低，主要因為採取了節能措施，以及受疫情防控影響，總部辦公及物流倉儲的能源消耗量減少。

[3]. 2022年，總部辦公大樓及部分園區新增光伏發電設備。

[4]. 相較於2021年，2022年天然氣消耗量有較大幅度增長，主要是由於2021年10月總部辦公搬遷後提供員工食堂，2021年天然氣消耗量的統計範圍為10月-12月，2022年天然氣統計範圍為2022年1月1日至12月31日。

[5]. 範圍一溫室氣體排放量來源包括天然氣、自有車輛汽油、自有車輛柴油。天然氣、汽油、柴油溫室氣體排放量計算方案參考中華人民共和國生態環境部《企業溫室氣體排放核算與報告指南 發電設施》（2022年修訂版）。

[6]. 範圍二溫室氣體排放量來源為外購電力。溫室氣體排放計算方法參考生態環境部《企業溫室氣體排放核算與報告指南 發電設施》（2022年修訂版）。其中，外購電力的碳排放根據電網排放係數進行計算，電網排放係數來源於中國生態環境部，2020年電網排放係數取0.6101kgCO<sub>2</sub>e/kWh；2021年電網排放係數取0.5810 kgCO<sub>2</sub>e/kWh；2022年電網排放係數取0.5703kgCO<sub>2</sub>e/kWh。

[7]. 相較於2021年，2022年單位營收耗水量有所增長，主要因為總耗水量有所增加，且2022年總營業收入相較於2021年有所降低，故單位營收耗水量增長。

[8]. 相較於2021年，受到疫情防控影響，2022年無害廢棄物產生量有較大幅度降低。

[9]. 有害廢棄物統計範圍為上海總部，主要類別為硒鼓墨盒，均由第三方進行回收處理。

## 員工<sup>1</sup>

績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
員工僱傭				
員工總數	人	6,076	8,821	7,588
按性別劃分	男性員工數	2,707	3,718	3,067
	女性員工數	3,369	5,103	4,521
按僱傭類型分	勞動合同制	5,957	8,407	7,040
	勞動派遣	119	15	14
	其他僱傭類型	0	399	534

	績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
按年齡劃分	小於 30 歲員工數	人	3,836	4,719	3,701
	30-50 歲員工數	人	2,225	4,040	3,836
	大於 50 歲員工數	人	15	62	51
按職級劃分	高級管理層員工數	人	74	158	144
	中級管理層員工數	人	-	2,779	2,646
	基層員工數 <sup>2</sup>	人	6,002	5,884	4,798
按地區劃分	大陸員工數	人	5,978	8,676	7,440
	港澳臺以及海外員工數	人	98	145	148
職業健康與安全					
	因工傷損失工作天數 <sup>3</sup>	天	162	1,059	508
	因工作關係而死亡的員工人數	人	0	0	0
	百萬工時可記錄工傷率 <sup>4</sup>	次	0.57	0.79	0.59
	百萬工時損工率 <sup>5</sup>	小時	105.82	476.52	198.57
員工培訓與發展					
	員工培訓總時長	小時	62,192	57,764	152,751
	員工人均培訓時長	小時	10.24	6.55	20.13
按性別劃分	男性員工人均培訓時長	小時	-	-	19.97
	女性員工人均培訓時長	小時	-	-	20.24
按職級劃分	高級管理層員工人均培訓時長	小時	-	-	27.78
	中級管理層員工人均培訓時長	小時	-	-	22.32
	基層員工人均培訓時長	小時	-	-	18.62
	接受定期績效和職業發展考核的員工總數百分比	%	100	99.89	95.52
按性別劃分	男性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	100	99.78	96.19
	女性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	100	98.96	95.07
按職級劃分	高級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	100	99.37	93.06
	中級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	100	100.00	96.03
	基層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	100	99.86	95.31
員工流失					
	員工流失率 <sup>6</sup>	%	-	-	39.28

	績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
按性別劃分	男性員工流失率	%	-	-	41.27
	女性員工流失率	%	-	-	37.88
按年齡劃分	大於 50 歲員工流失率	%	-	-	23.01
	30 至 50 歲員工流失率	%	-	-	26.82
	小於 30 歲員工流失率	%	-	-	51.16
按地區劃分	大陸員工流失率	%	-	-	39.55
	港澳臺及海外員工流失率	%	-	-	24.57

注：

[1]. 員工數據口徑包含：寶尊電商有限公司，其綜合入帳附屬公司，可變利益實體及其子公司公司，與截止到 2021 年 12 月 31 日為止的財年年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。相較於 2021 年，2022 年員工數量減少，主要因為公司合併財務報表不再包括寶必達物聯科技（蘇州）有限公司。環境績效中“-”表示往年未統計該績效。

[2]. 2020 年基層員工的數量包含基層員工數量及中級管理層員工數量。

[3]. 2021 年員工工傷事件主要為上下班途中的交通事故。

[4]. 百萬工時可記錄工傷率 = 工傷事故數 / 員工工作總時長 × 10<sup>6</sup>

[5]. 百萬工時損工率 = 所有員工損工時長 / 員工工作總時長 × 10<sup>6</sup>

[6] 員工流失率 = 員工流失人數 / (期初員工數 + 期末員工數) / 2 \* 100%

## 供應鏈管理

	績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
供應商總數		家	166	967	1,236
中國大陸供應商數	中國大陸供應商數	家	166	967	1,215
	港澳臺以及海外供應商數	家	0	0	21
開展環境或社會影響評估的供應商數量		家	0	3	41
經確定為具有實際和潛在重大負面環境或社會影響的供應商數量		家	0	0	0

## 產品及服務

	績效指標	單位	2020年度	2021年度	2022年度
公司接到的關於產品及服務的舉報總數		件	-	-	332
投訴問題解決比例		%	100	100	100
違反有關客戶隱私保護的法規及自願性準則的事件總數		件	0	0	0
新增專利申請數量		項	6	1	6
累計申請專利數量		項	66	67	73
新增電腦軟體著作申請數量		項	30	16	26
累計申請電腦軟體著作數量		項	131	210	241

# 報告索引表

## Nasdaq 《ESG Reporting Guide 2.0》索引表

關鍵績效指標	報告章節	關鍵績效指標	報告章節
<b>E. 環境</b>		<b>G. 治理</b>	
E1. 溫室氣體排放	可持續發展管理績效	G1. 董事會多樣性	公司治理架構
E2. 排放強度	可持續發展管理績效	G2. 董事會獨立性	公司治理架構
E3. 能量使用	可持續發展管理績效	G4. 集體談判	員工責任
E4. 能量強度	可持續發展管理績效	G5. 供應商行為守則	可持續供應鏈
E5. 能源結構	氣候變化減緩與適應 可持續發展管理績效	G6. 道德與反腐敗	反腐敗與商業道德
E6. 耗水量	可持續發展管理績效	G7. 資料私隱	數據與隱私保護
E7. 環境管理	環境管理體系	G8. ESG 報告	已滿足
E8. 氣候監督委員會	氣候變化減緩與適應	G9. 披露做法	我們的可持續發展 報告編制說明
E9. 氣候監督 / 管理	氣候變化減緩與適應		
E10. 緩解氣候風險	氣候變化減緩與適應		
<b>S. 社會</b>			
S3. 員工離職	員工責任		
S4. 性別多樣性	員工責任 可持續發展管理績效		
S5. 臨時工人比率	可持續發展管理績效		
S6. 反歧視	員工責任		
S7. 事故率	員工責任		
S8. 全球健康與安全	員工責任		
S9. 童工和強迫勞動	員工責任		
S10. 人權	員工責任		

## 香港聯交所《ESG 報告指引》索引表

B部分：強制披露規定	
強制披露項	報告章節
管治架構	我們的可持續發展
匯報原則	報告編制說明
匯報範圍	報告編制說明
C部分：「不遵守就解釋」條文	
層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節
<b>A. 環境</b>	
<b>A1. 排放物</b>	減少廢棄物排放
A1.1	可持續發展管理績效
A1.2	可持續發展管理績效
A1.3	可持續發展管理績效
A1.4	可持續發展管理績效
A1.5	氣候變化減緩與適應 可持續發展管理績效
<b>A2. 資源使用</b>	資源節約利用
A2.1	可持續發展管理績效
A2.2	可持續發展管理績效
A2.3	環境管理體系
A2.4	可持續發展管理績效
A2.5	可持續發展管理績效
<b>A3. 環境及天然資源</b>	環境管理體系 資源節約利用
A3.1	氣候變化減緩與適應
<b>A4. 氣候變化</b>	氣候變化減緩與適應
A4.1	氣候變化減緩與適應
<b>B. 社會</b>	
僱傭及勞工常規	
<b>B1. 僱傭</b>	員工責任
B1.1	員工責任 可持續發展管理績效
B1.2	可持續發展管理績效
<b>B2. 健康與安全</b>	員工責任
B2.1	可持續發展管理績效
B2.2	可持續發展管理績效
B2.3	員工責任
層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節
<b>B3. 發展及培訓</b>	員工責任
B3.1	可持續發展管理績效
B3.2	可持續發展管理績效
<b>B4. 勞工準則</b>	員工責任
B4.1	員工責任
B4.2	員工責任
營運慣例	
<b>B5. 供應鏈管理</b>	可持續供應鏈
B5.1	可持續發展管理績效
B5.2	可持續供應鏈
B5.3	可持續供應鏈
B5.4	可持續供應鏈
<b>B6. 產品責任</b>	研發與創新 反腐敗與商業道德
B6.1	不涉及
B6.2	客戶服務
B6.3	研發與創新
B6.4	客戶服務
B6.5	數據與隱私保護
<b>B7. 反貪污</b>	反腐敗與商業道德
B7.1	反腐敗與商業道德
B7.2	反腐敗與商業道德
B7.3	反腐敗與商業道德 可持續發展管理績效
社區	
<b>B8. 社區投資</b>	社會公益
B8.1	社會公益
B8.2	可持續發展管理績效

## 全球報告倡議組織 (GRI)：《可持續發展報告標準》(GRI Standards 2021) 索引表

使用聲明	寶尊電商有限公司在 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日參照 GRI 標準報告了在此份 GRI 內容索引中引用的信息。
使用的 GRI 1	GRI 1: 基礎 2021

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-1 組織詳細情況	走進寶尊電商
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	報告編制說明
	2-3 報告期、報告頻率和連絡人	報告編制說明
	2-4 信息重述	我們的可持續發展
	2-5 外部鑒證	外部鑒證
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	走進寶尊電商
	2-7 員工	可持續發展管理績效
	2-8 員工之外的工作者	可持續發展管理績效
	2-9 管治架構和構成	公司治理架構
	2-10 最高治理機構的提名和遴選	公司治理架構
	2-12 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	管理層致辭
	2-13 為管理影響的責任授權	我們的可持續發展
	2-14 最高治理機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展治理架構
	2-15 利益衝突	公司治理架構 反腐敗與商業道德
	2-17 最高治理機構的共同知識	我們的可持續發展
	2-19 薪酬政策	公司治理架構
	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	管理層致辭
	2-23 政策承諾	員工責任
	2-24 融合政策承諾	反腐敗與商業道德
	2-25 補救負面影響的程式	反腐敗與商業道德
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	反腐敗與商業道德
	2-27 遵守法律法規	無違規
	2-29 利益相關方參與的方法	實質性議題與利益相關方溝通
	2-30 集體談判協定	員工責任

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 3: 實質性議題 (2021)	3-1 確定實質性議題的過程	實質性議題與利益相關方溝通
	3-2 實質性議題列表	實質性議題與利益相關方溝通
	3-3 實質性議題的管理	實質性議題與利益相關方溝通
GRI 201: 經濟績效 (2016)	201-1 直接產生和分配的經濟價值	管理層致辭
	201-2 氣候變化帶來的財務影響和其他風險和機遇	氣候變化減緩與適應
	201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃	員工責任
GRI 203: 間接經濟影響 (2016)	203-1 基礎設施投資和支援性服務	我們的服務、研發與創新
	203-2 重大間接經濟影響	我們的服務
GRI 205: 反腐敗 (2016)	205-2 反腐敗政策和程式的傳達及培訓	反腐敗與商業道德
	205-3 經確認的腐敗事件和採取的行動	不涉及
GRI 206: 反競爭行為 (2016)	206-1 針對反競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	反腐敗與商業道德
GRI 301: 物料 (2016)	301-1 所用物料的重量或體積	可持續發展管理績效
GRI 302: 能源 (2016)	302-1 組織內部的能源消耗量	可持續發展管理績效
	302-3 能源強度	可持續發展管理績效
	302-4 減少能源消耗	可持續發展管理績效
	302-5 產品和服務的能源需求下降	「全鏈式」綠色運營
GRI 303: 水資源和污水 (2018)	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	環境管理體系
	303-3 取水	可持續發展管理績效
	303-5 耗水	可持續發展管理績效
GRI 305: 排放 (2016)	305-1 直接 (範圍 1) 溫室氣體排放	氣候變化減緩與適應、可持續發展管理績效
	305-2 能源間接 (範圍 2) 溫室氣體排放	氣候變化減緩與適應、可持續發展管理績效
	305-3 其他間接 (範圍 3) 溫室氣體排放	氣候變化減緩與適應
	305-4 溫室氣體排放強度	可持續發展管理績效
	305-5 溫室氣體減排量	可持續發展管理績效

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 306: 廢棄物 (2020)	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	排放物管理
	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	排放物管理
	306-3 產生的廢棄物	可持續發展管理績效
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	可持續發展管理績效
GRI 308: 供應商環境評估 2016	308-1 使用環境評價維度篩選的新供應商	可持續供應鏈、可持續發展管理績效
	308-2 供應鏈中的負面環境影響以及採取的行動	可持續供應鏈、可持續發展管理績效
GRI 401: 僱傭 (2016)	401-1 新進員工僱傭率和員工流動率	可持續發展管理績效
	401-2 提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	員工責任、可持續發展管理績效
	401-3 育兒假	員工責任
GRI 403: 職業健康與安全 (2018)	403-5 工作者職業健康安全培訓	員工責任
	403-6 促進工作者健康	員工責任
	403-8 職業健康安全管理体系覆蓋的工作者	員工責任、可持續發展管理績效
	403-9 工傷	員工責任、可持續發展管理績效
	403-10 工作相關的健康問題	員工責任
GRI 404: 培訓與教育 (2016)	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	可持續發展管理績效
	404-2 員工技能提升方案和過渡援助方案	員工責任
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	員工責任、可持續發展管理績效
GRI 405: 多元性與平等機會 (2016)	405-1 管治機構與員工的多元化	員工責任
GRI 406: 反歧視 (2016)	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	員工責任
GRI 407: 結社自由與集體談判 (2016)	407-1 結社自由和集體談判權可能面臨風險的運營點和供應商	員工責任
GRI 408: 童工 (2016)	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	員工責任
GRI 411: 原住民權利 (2016)	411-1 涉及侵犯原住民權利的事件	不涉及

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 413: 當地社區 (2016)	413-1 有當地社區參與、影響評估和發展計劃的運營點	社區公益
	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	不涉及
GRI 414: 供應商社會評估 (2016)	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	可持續供應鏈
	414-2 供應鏈中的負面社會影響和採取的行動	可持續供應鏈
GRI 416: 客戶健康與安全 (2016)	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	不涉及
GRI 417: 行銷與標識 (2016)	417-1 對產品和服務信息與標識的要求	反腐敗與商業道德
	417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件	不涉及
	417-3 涉及行銷傳播的違規事件	不涉及
GRI 418: 客戶隱私 (2016)	418-1 涉及侵犯客戶隱私和丟失客戶資料的經證實的投訴	不涉及

# 報告編制說明

《寶尊電商 2022 年可持續發展報告》（以下簡稱「本報告」）是寶尊電商有限公司發佈的第 3 份可持續發展報告，闡述了公司 2022 年度履行可持續發展責任所秉持的原則及推行的工作績效，包括重要利益相關方所關注的可持續發展議題。

## 編制依據

本報告編制依據 Nasdaq：《ESG 報告指南 2.0》（ESG Reporting Guide 2.0）（2019）、香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》，並參考全球報告倡議組織（GRI）《可持續發展報告標準》（GRI Standards 2021）。

## 報告範圍

組織範圍：本報告涵蓋寶尊電商有限公司，包含其綜合入帳附屬公司及可變利益實體統稱（「寶尊集團」「寶尊電商」「寶尊」「公司」或「我們」），與年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。

時間範圍：本報告為年度報告，所涵蓋的時間範圍為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，部分信息略有超出。

## 報告原則

本報告參考 GRI《可持續發展報告標準》（2021）的報告原則，確保報告信息的品質以及適當呈現。

### 重要性原則

公司識別出投資者等利益相關方關注的與經營相關的實質性議題，作為本報告匯報重點。本報告中對實質性議題的匯報同時關注公司運營涉及的行業特徵以及所在地區特徵。實質性議題的分析過程及結果詳見本報告「實質性議題與利益相關方溝通」章節。同時，本報告對環境、社會和公司治理方面可能對投資人及其他相關方產生重要影響的事項進行重點匯報。

### 準確性原則

本報告盡可能確保信息準確。其中，定量信息的測算已說明數據口徑、計算依據與假定條件，以保證計算誤差範圍不會對信息使用者造成誤導性影響。定量信息及附注信息詳見本報告「可持續發展管理績效」章節。董事會對報告的內容進行保證，在重大方面，不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。

平衡性原則	清晰性
<p>本報告內容反映客觀事實，對涉及公司正面、負面的信息均予以不偏不倚的披露。公司對本報告範圍內的對象，通過上海青悅信用數據庫開展檢索，在報告期間內未發現應當披露而未披露的負面事件。</p>	<p>本報告以簡體中文、繁體中文及英文發佈。本報告中包含表格、模型圖以及專業名詞表等信息，作為本報告中文字內容的輔助，便於利益相關方更好地理解報告中文字內容。為便於利益相關方更快獲取信息，本報告提供目錄及 ESG 標準的對標索引表。</p>
量化及一致性	完整性
<p>本報告披露關鍵定量績效指標，並盡可能披露歷史數據。本報告對同一指標在不同報告期內的統計及披露方式保持一致；若統計及披露方式有更改，在報告附注中予以充分說明，以利益相關方進行有意義的分析，評估公司 ESG 績效水準發展趨勢。</p>	<p>本報告披露物件範圍涵蓋與公司合併財務報表範圍保持一致。</p>
時效性	可驗證性
<p>本報告為年度報告，覆蓋時間範圍為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。公司盡力在報告年度結束後儘快發佈報告，為利益相關方決策提供及時的信息參考。</p>	<p>本報告中案例和數據來自公司實際運行的原始記錄或財務報告。所披露數據來源及計算過程均可追溯，用於支持外部鑒證工作檢查。</p>

## 聯繫我們

本報告提供簡體中文、繁體中文及英文供讀者參閱，如有任何衝突或不一致之處，概以中文版本為準。報告電子版本可在公司官網 (<https://ir.baozun.com/esg-report-0>) 獲取。

我們十分重視利益相關方的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升寶尊整體的可持續發展表現。

聯繫地址：上海市靜安區江場西路 510 弄數智大廈

聯繫電話：86(21)80266000 分機：6128；6599

聯繫郵箱：[fang.fang@baozun.com](mailto:fang.fang@baozun.com)；[wendy.sun@baozun.com](mailto:wendy.sun@baozun.com)

## 獨立鑒證聲明

致寶尊電商的管理層及利益相關方：

TÜV南德認證檢測（中國）有限公司上海分公司（以下簡稱TÜV SÜD）受寶尊電商有限公司（以下簡稱“寶尊電商”或“公司”）之委託，對其《2022年度寶尊電商可持續發展報告》（以下簡稱“報告”）進行了獨立的協力廠商鑒證工作。TÜV SÜD鑒證團隊嚴格遵守與寶尊電商的合同內容，按照雙方認可的協議條款且僅在合同中認可的職權範圍內執行了此次報告的鑒證工作。

本獨立鑒證聲明所基於的是寶尊電商收集匯總並提供給TÜV SÜD的資料資訊，鑒證範圍僅限於這些資訊內容，寶尊電商對提供資訊資料的真實性和完整性負責。

### 鑒證範圍

本次鑒證時間範圍：

- ❖ 報告中由寶尊電商披露的在報告期2022年1月1日至2022年12月31日內的經濟、環境、社會相關資訊和資料，實質性議題的管理方法及行動措施，以及報告期內組織的可持續發展績效表現。

本次鑒證物理範圍：

- ❖ 現場鑒證抽樣的物理場所為：  
中國上海市靜安區江場西路510號數智大廈

本次鑒證資料和資訊範圍：

- ❖ 鑒證的範圍限於“報告”涵蓋的寶尊電商及其運營控制權下的倉儲基地的資料和資訊。

以下資訊和資料不在本次的鑒證範圍內：

- ❖ 本報告報告期之外的任何相關資訊和內容；
- ❖ 寶尊電商的供應商、合作夥伴以及其他協力廠商的資料和資訊；
- ❖ 本報告中披露的通過獨立協力廠商機構審計的財務資料和資訊，未進行重複鑒證。

### 局限性

- ❖ 此次鑒證過程是在上述範圍內地點進行的，鑒證過程中TÜV SÜD對報告中的資料和資訊採用了抽樣鑒證的方式，僅對公司內部的利益相關方進行了抽樣面談；
- ❖ 公司的立場、觀點、前瞻性聲明、預測性資訊及2022年1月1日以前的歷史資料均不在本次鑒證工作的範圍內。

### 鑒證工作依據

本次鑒證過程由TÜV SÜD在經濟、環境和社會相關議題等方面具有資深經驗的專家團隊實施並得出相關結論，鑒證參考如下標準：

- ❖ 《國際鑒證業務準則第3000號（修訂版）——除歷史財務資訊審核或覆核之外的鑒證業務》（“ISAE3000”），鑒證類型為“有限保證”
- ❖ 《TÜV SÜD可持續發展報告鑒證程式》

為確保依照合同進行充分的鑒證活動並為結論提供合理保證，鑒證團隊主要進行了以下鑒證活動：

- ❖ 鑒證前對相關資訊進行前期調研活動；
- ❖ 確認高實質性議題及績效已呈現在該報告中；
- ❖ 現場鑒證實寶尊電商所提供的所有支援性檔、資料和其他資訊，對關鍵績效資訊資料執行抽樣鑒證；
- ❖ 對寶尊電商管理層代表進行專訪，與披露資訊的收集、整理和彙報有關的員工進行訪談；
- ❖ 其他經鑒證團隊認為必要的程式。

## 鑒證結論

經鑒證，我們認為寶尊電商所編制的報告符合 ISAE3000 鑒證準則的要求。

具體結論如下：

<b>包容性</b>	寶尊電商充分識別了組織的內部和外部利益相關方，如政府及監管機構、股東與投資者、客戶、消費者、供應商、員工、周邊社區及環境等，並建立了利益相關方溝通機制，以定期收集利益相關方的真實訴求。
<b>實質性</b>	寶尊電商確立了實質性議題的優先順序確定流程，識別了與本行業高度相關的可持續發展議題並對議題優先順序進行了區分，披露了公司可持續發展管理過程中的治理架構、管理行動和績效資料，報告內容具有實質性。
<b>回應性</b>	圍繞利益相關方關注的議題，寶尊電商清晰披露了在氣候變化、技術發展與創新、員工人才發展、員工權益與福利、資訊安全、資料與隱私保護等領域的重大議題管理方法和績效，並建立了申訴機制，以充分回應利益相關方的訴求和期望。
<b>影響性</b>	寶尊電商在董事會層面建立了可持續發展委員會，研究公司 ESG 管理策略，識別公司 ESG 重大風險與機遇，確保設立合適及有效的 ESG 風險管理及內部監管系統。將聯合國 SDGs 融入可持續發展理念，持續對全球可持續發展事業做出貢獻。

## 持續改進建議

- ❖ 建議公司以現有氣候相關財務資訊披露工作組框架（TCFD）為基礎，未來將氣候風險/機遇納入整體公司風險管理體系，並通過財務指標量化氣候風險/機遇對公司帶來的影響。

## 獨立性和鑒證能力聲明

作為一家安全、可靠和可持續發展解決方案等方面值得信賴的合作夥伴，TÜV 南德意志集團提供測試、認證、審核及知識服務。自 1866 年以來，集團始終致力於通過保護人類、環境和資產免受相關技術風險的影響，從而實現進步。總部位於德國慕尼克的 TÜV 南德意志集團在全球設立了 1,000 多個辦事處。TÜV 南德意志集團始終致力於可持續發展，積極宣導環境保護相關的專案。多年來，集團積極開拓能效管理、可再生資源，電動汽車等方面的服務以說明其客戶滿足可持續發展需求。

TÜV 南德認證檢測（中國）有限公司上海分公司作為 TÜV 南德意志集團的全球分支機構之一，擁有具有專業背景和豐富行業經驗的專家團隊。

TÜV SÜD 和寶尊電商互為完全獨立的組織機構，且 TÜV SÜD 與寶尊電商及其分支機構或利益相關方不存在任何利益衝突，所有鑒證團隊成員與該公司沒有業務往來，鑒證完全中立。報告所有資料和資訊皆由寶尊電商提供，除進行鑒證並出具鑒證聲明外，TÜV SÜD 沒有參與到報告的準備和編寫過程中。

### 簽字：

代表 TÜV 南德認證檢測（中國）有限公司上海分公司

TÜV SÜD 可持續發展授權簽字官

2023 年 4 月 3 日 中國，上海

注：本鑒證聲明以簡體中文版為準，英文翻譯版僅供參考

**BAO ZUN**