



星盛商業管理股份有限公司

E-STAR COMMERCIAL MANAGEMENT COMPANY LIMITED

(於開曼群島註冊成立的有限公司)
股份代號：6668



環境、社會及管治報告

2022





目錄

● 關於本報告

2

● 環境保護

14

減排運營

16

資源使用

19

環境及天然資源

22

氣候變化的緩解和適應

23



● 員工關愛

- 關注員工權益
- 健康與安全
- 發展及培訓
- 勞工準則

24

- 26
- 31
- 32
- 33

● 營運慣例

- 供應鏈管理
- 產品責任
- 數字化商業運營
- 反腐倡廉
- 企業社會責任

34

- 36
- 37
- 38
- 42
- 43

● 附錄：索引表

46



關於本報告

序言

此環境、社會及管治報告(「本報告」)為概述星盛商業管理股份有限公司(「本公司」或「星盛商業」)及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)在環境、社會及管治(「環境、社會及管治」)範疇上的表現所編撰之報告。

報告範圍

本集團最高級的行政管理人員在考慮了不同業務活動對本集團政策、財務及環境社會表現的影響程度後，決定將本集團委託管理服務、品牌及管理輸出服務及整租服務中有實際運營控制權並有重大環境、社會及管治影響的運營及辦公地點納入本報告的匯報範圍，該報告範圍與本集團年報的報告範圍一致。由於品牌及管理輸出服務所產生的水、電、及廢棄物處理費用均由業主承擔，故於本報告披露的環境數據不會納入該服務項目所產生的數據。

報告框架及準則

本報告依照香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)發佈的主板上市規則附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(「環境、社會及管治報告指引」)所編製。本集團在編製本報告過程中高度重視重要性、量化、一致性和平衡的原則，本集團依據環境、社會及管治報告指引應用了這些匯報原則，詳情如下：



關於本報告

重要性

本集團通過重要範疇評估分析重大環境、社會及管治議題，將已識別的重大議題作為編製本報告的重點。不同議題的相對重要性已由董事會及高級管理層審閱及確認。有關進一步詳情，請參閱「持份者參與」與「重要範疇評估」各節。

量化

本報告披露了計算相關數據使用的標準和方法，以及適用的假設。對關鍵績效指標（「關鍵績效指標」）輔以說明性附註，以在可行的情況下建立基準。

一致性

除對披露範圍及計算方法的變動另有說明外，本報告按照與截至2021年12月31日止年度（「2021財政年度」）一致的關鍵績效指標計算方法、標準及報告範圍編製。

平衡

本報告不偏不倚地概述本集團在環境、社會及管治方面的表現，以及我們在重大環境、社會及管治方面的成就和改進領域。

有關本集團的企業管治常規，請參閱本集團2022財政年度報告第33至43頁「企業管治報告」。

報告期間

除另有說明外，本報告涵蓋本集團於截至2022年12月31日止年度（「2022財政年度」）取得的環境、社會及管治方面的活動、挑戰及措施。



關於本報告

董事會聲明

尊貴的持份者：

本集團欣然發佈本集團的第三份環境、社會及管治報告，回顧本集團在2022財政年度於環境、社會及管治方面的表現。2021年本集團正式在聯交所主板掛牌上市，成為首家在港股上市的純商業運營企業。本集團主要專注於通過專業管理的能力為業主改善商用物業(主要為購物中心、購物街及商業綜合體)的運營業績，通過委託管理服務、品牌及管理輸出服務以及整租服務三種模式向客戶提供全面的商用物業運營服務，經過近20年的商業實戰錘煉，本集團已擁有多個運營成熟且廣受認可的品牌，如「COCO Park」、「COCO City」、「iCO」、「COCO Garden」、「第三空間」等。

除了商業業績，本集團亦積極推動可持續發展，致力將環境、社會及管治策略融入我們的日常營運當中，以提升持份者的福祉，達到長遠的繁榮業務發展，並為氣候變化等全球議題作出貢獻。於2021財政年度，我們首次設立了環境方面的目標，並進一步強化節能減排的措施，進行氣候變化的風險評估，以響應碳中和與節能減排的國家政策。同時，我們進一步深化數字化發展，開通線上商城，挖掘私域流量，與阿里巴巴本地生活開展戰略合作。此外，我們亦秉承關愛社區、回饋社會的理念，舉辦多方面的公益與慈善活動，助力和諧社會。

為進一步落實可持續發展的策略，本集團已成立環境、社會及管治工作小組(「工作小組」)，將環境、社會及管治議題的管理融入集團整個企業治理架構。本公司的董事會(「董事會」)肩負本集團可持續發展事宜的全部責任，包括制定策略，監督本公司的環境、社會及管治表現，以及審批本報告；而工作小組則協助董事會履行其可持續發展的責任。為了管理企業風險，包括環境、社會及管治風險，我們不斷完善風險管理及內部監控系統，並由董事會定期監督及檢討其有效性。有關環境、社會及管治治理架構的詳情請參閱「環境、社會及管治治理架構」一節。



關於本報告

本集團致力為各持份者創造長遠的價值，為此本集團用心聆聽彼等的意見及回饋，理解他們的需求及期望。董事會及工作小組持續與本集團的持份者溝通，並定期邀請彼等參與重要範疇評估，以辨析不同環境、社會及管治議題的優先次序，評估本集團環境、社會及管治方面的表現，並制定優化策略及措施。有關持份者溝通渠道及本集團進行的重要性評估的詳情分別載於「持份者參與」及「重要範疇評估」各節。

為了不斷提升本集團環境、社會及管治表現並響應國家碳中和、節能減廢方面的環境政策，本集團已對其而言屬重大的環境、社會及管治議題制定目標。董事會及工作小組用所收集的資料比較本集團於不同財政年度的表現，以檢討環境、社會及管治目標的進度。為達致目標，本集團推行不同的環保措施及提高僱員對環境、社會及管治的意識。我們相信該等目標及環保措施有助提升僱員的環保意識，並提升本集團的環境、社會及管治表現以符合持份者的期望。

未來，本集團將進一步鞏固在大灣區的領先地位，並在全國範圍內拓展業務規模，以核心團隊的戰略眼光與務實文化，支撐公司的高質量、可持續發展，繼續堅持「以商業智慧構築城市繁榮」的經營理念，聚焦客戶關注的商機和發展，提供有競爭力的產品和服務，樹立良好的企業品牌形象，持續創造價值，並為社會和諧、城市發展和環境保護貢獻我們的一份力量。最後，董事會衷心感謝各位股東、業務合作夥伴及客戶長久以來對本集團的支持、理解及信任，亦特別感謝所有部門和本集團重要團隊對本集團作出的寶貴貢獻。

關於我們

本集團是大灣區領先的商用物業運營服務供應商，並具有全國佈局。本集團的商用物業擁有一系列主題館品牌，涵蓋家居、家庭和兒童、女性和時裝、運動和健身以及美食和社交等主題。本集團全面及廣受認可的品牌系統主要包括：城市型購物中心「COCO Park」(以城市消費者為目標)、區域型購物中心「COCO City」及「iCO」(以購物中心五公里範圍內的消費者為目標)、社區型購物中心「COCO Garden」(以購物中心一至三公里範圍內的消費者為目標)以及高檔家居佈置購物中心「第三空間」。此外，我們會向客戶提供全面的商用物業運營服務，包括(i)定位、建築諮詢及租戶招攬服務；(ii)運營管理服務；(iii)物業租賃服務；及(iv)增值服務。通過我們靈活的運營模式及全面的服務，本集團期望向顧客提供高品質購物體驗，向租戶提供有效的管理服務及為業主提供可觀的運營收入。



關於本報告

企業榮譽：

憑借本集團優秀的運營管理和服務品質，本集團於2022財政年度內獲得多個獎項，對本集團的努力及成果作出肯定。



①



②



③



④



⑤



⑥



⑦

- ① 2022年
「2022中國商業地產百強企業」位列第10位
中國指數研究院
- ② 2022年
「2022中國商業地產運營十強」位列第6位
中國指數研究院
- ③ 2022年
「2022中國商業地產公司品牌價值Top10」位列第4位
中國指數研究院
- ④ 2022年
「2022中國商業地產運營優秀品牌」
中國指數研究院

- ⑤ 2022年
2021-2022年度商業地產卓越企業
贏商網
- ⑥ 2022年
年度零售商業地產企業綜合實力TOP100榜單
贏商網
- ⑦ 2022年
2022中國不動產商管綜合實力TOP20
克而瑞·資管



關於本報告



8



9



10



11



12



13



14

8 2022年
2022年度引光者·數智化運營卓越影響力企業
贏商網

9 2022年
最具價值地產及物業公司
智通財經、同花順財經

10 2022年
最佳數字化投資者關係獎
卓越IR

11 2022年
年度成長價值獎
格隆匯

12 2022年
COCO Park，
「2022中國商業地產項目品牌價值Top10」排第4位
中國指數研究院

13 2022年
深圳福田星河COCO Park，
中國商業地產金鼎獎「年度夜經濟地標項目」
贏商網

14 2022年
深圳福田星河COCO Park，
2021年度新調改購物中心星秀榜
中購聯



關於本報告

截至2022年12月31日止財政年度，本集團的業務概覽如下：



已簽約物業
65



總合約建築面積¹
370.0萬平方米



收入
5.619億元人民幣



已開業物業
26個



已開業建築面積
190.8萬平方米

本集團以大灣區作為發展基地，並致力開拓長三角等地區的商機。截至2022年12月31日止財政年度，本集團已簽約物業及業務收入按地理位置劃分如下：

地點	物業數目		收入佔比(%)	
	2022	2021	2022	2021
大灣區 ²	39	57	81.4	86.5
— 深圳	20	21	74.9	74.0
長三角 ³	9	9	9.8	6.4
華中地區 ⁴	1	4	2.6	1.8
其他地區 ⁵	16	14	6.2	5.3
總計	65	84	100.0	100.0

備註：

- 截至2022年12月31日的合約建築面積不包括13個諮詢服務項目的建築面積。
- 包括深圳、廣州、中山、惠州、佛山、珠海、東莞及茂名。
- 包括上海、南京、常州、無錫、嘉興、連雲港及六安。
- 包括南昌、恩施及長沙。
- 包括汕尾、揭陽、天津、莆田、西安、鄂爾多斯、成都、日照、廈門、湛江及濟寧。



關於本報告

環境、社會及管治治理架構

集團成立了工作小組，由本集團不同部門的核心成員組成，負責搜集本集團在環境、社會及管治方面的相關資料以編製本報告。工作小組會定期向董事會匯報，協助辨識和評估本集團的環境、社會及管治風險以及評估內部監控機制的有效性以及重大的環境、社會及管治議題。工作小組亦會檢查和評估本集團在環境、社會及管治範疇內環境、勞工準則、產品責任等不同方面的表現以及所設定的目標的進度和相關措施的有效性。董事會則設定本集團環境、社會及管治戰略上的大方向，並負責確保環境、社會及管治風險控制及內部監控機制的有效性。



可持續發展目標

於2015年，聯合國(「聯合國」)全體成員國一致採納17個可持續發展目標(「可持續發展目標」)，以消除貧困、保護地球、改善所有人的生活和未來。作為有社會責任擔當的企業，本集團認為支持可持續發展目標的實現，有助於我們與政府和其他企業攜手合作，一同為國家乃至世界實現可持續發展目標貢獻一份力量。17個可持續發展目標中，並非全部與我們的業務運營相關。為履行我們對可持續發展目標的承諾，我們已經識別出兩個明確與我們業務性質及願景最為相關的可持續發展目標。



本集團的物管項目對城市和社區的可持續發展有著重要的作用，透過科技與數字化驅動精細化運營，整合升級自主研發的COCO GO微信小程序平臺，實現會員體系全面數位化；藉助數據分析和私域社群運營，提供客製化的會員服務；深入結合銀聯、騰訊、阿里生態，從支付、營銷及停車服務等多個端口，實現消費升級。



我們關愛員工，致力保障員工福利及在所有方面提供平等機會，並鼓勵和倡導員工多元化，以求建立一個和諧及積極的工作文化。我們為員工設有不同的激勵、獎勵、補貼和保險制度與安全保障。同時，我們搭建多元分級式的培訓體系，激發員工潛力，幫助他們實現自我價值。於2022財政年度，我們的僱員培訓總時數為8,885小時。



關於本報告

持份者參與

本集團重視不同持份者對本集團經營及環境、社會及管治事務上的意見，以雙軌溝通模式互相交流及支持，以全面瞭解、響應及處理不同持份者的核心關注點，達致共同成長。本集團主要持份者包括但不限於員工、投資者、消費者、商戶、物業發展商及業主、供應商／合作商、政府及監管機構、及社會與公眾。

通過不同的持份者參與及溝通渠道，本集團會將他們的期望帶入本集團的營運及環境、社會及管治戰略當中。本集團與主要持份者的溝通渠道及其對本集團的期望和關注如下：

持份者	期望和關注	溝通渠道
員工	<ul style="list-style-type: none"> ● 職業健康 ● 職業發展 ● 薪酬福利 ● 平等機會 	<ul style="list-style-type: none"> ● 培訓和研討會 ● 員工面談 ● 年會 ● 員工活動 ● 績效回顧及評核
投資者	<ul style="list-style-type: none"> ● 投資效益 ● 經營規範 ● 風險控制 ● 可持續發展 ● 提升信息透明度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 股東週年大會及其他股東會議 ● 財務報告 ● 新聞公告 ● 投資者熱線及郵箱 ● 官方網站 ● 在線及線下路演 ● 現場參觀及調研 ● 業績發佈會 ● 境內外券商策略會
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品與服務質量 ● 消費者購物體驗 ● 信息保護 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者熱線 ● 顧客滿意度調查 ● 社交媒體 ● COCO Club
商戶	<ul style="list-style-type: none"> ● 商業誠信 ● 吸引客流量 ● 及時溝通 	<ul style="list-style-type: none"> ● 入駐審核 ● 商家篩選 ● 商戶活動 ● 社交媒體 ● 現場交流 ● 召開全國品牌答謝會



關於本報告

持份者	期望和關注	溝通渠道
物業發展商及業主	<ul style="list-style-type: none"> ● 品牌影響力／品牌聲譽 ● 吸引客流量 ● 租戶組合 ● 長期合作關係 	<ul style="list-style-type: none"> ● 官方網站 ● 社交媒體 ● 公告欄 ● 服務電話 ● 現場交流
供應商／合作商	<ul style="list-style-type: none"> ● 公開平等 ● 誠信經營 ● 互利共贏 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常招標、採購溝通 ● 定期評估 ● 電話會議 ● 年度供應商大會
政府和監管機構	<ul style="list-style-type: none"> ● 政策執行 ● 依法納稅 ● 環境保護 ● 信息披露 	<ul style="list-style-type: none"> ● 現場調研 ● 會談
社會與公眾	<ul style="list-style-type: none"> ● 扶貧濟困 ● 和諧發展 ● 環境保護 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社會捐助 ● 小區活動 ● 環境、社會及管治報告 ● 社交媒體

本集團致力於與持份者合作及溝通，以提升本集團在環境、社會及管治方面的表現，不斷為國家和社會持續創造更大的價值。



關於本報告

重要範疇評估

為了解持份者關注範疇，識別現時或日後對業務至關重要的議題，以制定可持續發展策略及方針，本集團委託獨立可持續發展顧問進行持份者溝通及年度重要範疇評估工作，具體工作步驟如下：

識別相關議題

- 本集團在顧問協助下依據本集團的業務發展及同行比較識別並確定了本集團2022財政年度的環境、社會及管治議題清單；
- 清單涵蓋與對經濟、環境和社會的顯著衝擊及對持份者評估的影響程度較高的共14項議題，涵蓋「環境保護」、「僱傭及勞工常規」、「營運慣例」和「社區投資」四大範疇。

收集持份者回饋

- 以清單內議題作為重要範疇評估核心內容，設計問卷，透過發放問卷調查，讓持份者就各項可持續發展議題對自身的重要性，及對環境及社會的影響程度評分和響應任何開放式問題；
- 本次評估覆蓋主要持份者，包括但不限於投資者及員工。

識別重要議題

- 通過對問卷結果分析，評估14項議題的重要性，編製本年度重要性矩陣；
- 審閱持份者意見與重要性評估結果，本集團管理層及工作小組討論並確定報告披露重點，以及未來提升環境、社會及管治績效的要點。

驗證

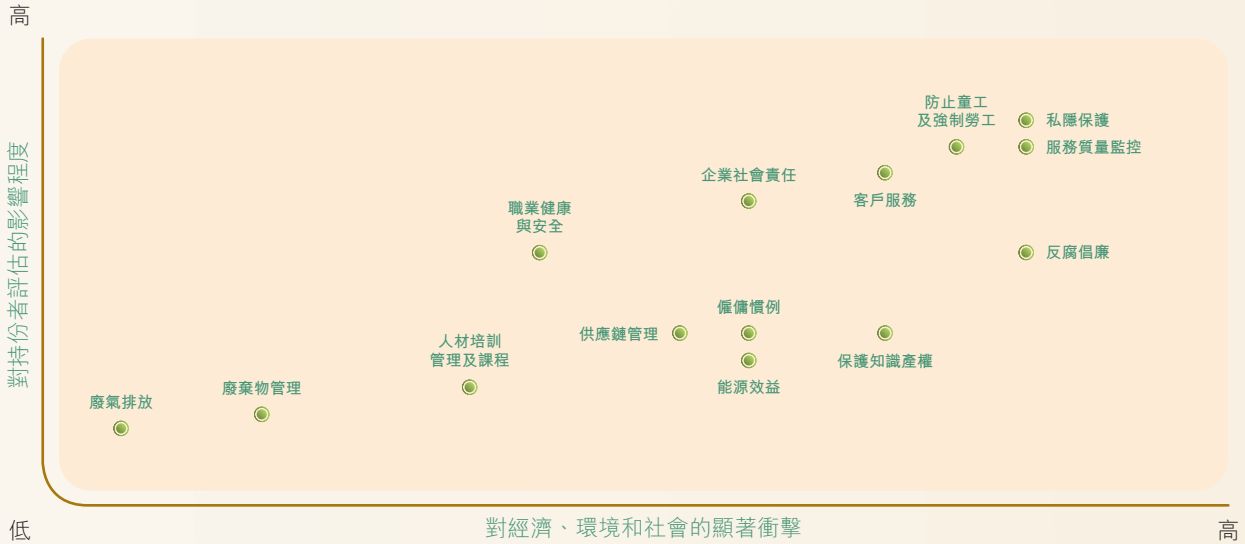
- 重要性矩陣交由本集團管理層及工作小組審視。



關於本報告

在報告期間，由於本集團的業務未有重大的變化，因此在本集團高級管理層的審視後，本報告繼續沿用過往的重要性分析結果。以下為本報告所載屬本集團重大環境、社會及管治事宜之矩陣圖：

重要性評估矩陣圖



本集團確認已就環境、社會及管治事宜設立合適及有效的管理政策及監控系統，並確認所披露內容符合環境、社會及管治報告指引的要求。

報告獲取

本報告提供繁體中文和英文兩個版本供讀者參閱。本報告電子版可在公司官方網站 (www.g-cre.com) 或聯交所網站 (www.hkexnews.hk) 查閱並下載。

與本集團聯絡

本集團歡迎持份者提供意見及建議。閣下可就本報告或其在可持續發展方面的表現提供寶貴意見，並透過以下方式與本集團聯絡：

電話：(852) 3643 1525

電郵：info@chngalaxy.com



環境保護

星河 iCO

TA center





環境保護



表現摘要



統一處置本集團購物中心所產生的廢棄物



3,745,840.00升
一般廚餘垃圾



465,560.00升
隔油池油渣



37,548,080.00升
其他一般垃圾

於2022財政年度，
溫室氣體排放量為約**91,414.37噸**
二氧化碳當量，
相當於每千元人民幣收入產生
約**0.16噸**二氧化碳當量。

減排運營

本集團重視良好的環境管理以落實本集團應承擔的社會責任。我們致力根據適用環境法律法規經營業務，並已根據適用中華人民共和國(「中華人民共和國」或「中國」)法律法規的規定標準實施相關環境保護措施，以規管營運中所產生之溫室氣體(「溫室氣體」)、向水及土地的排污和有害及無害廢物等、為環境保護作出貢獻，繼續靠近可持續發展的目標。鑒於我們運營的性質使然，本集團相信我們毋須承擔有關環境問題的重大風險或合規成本。

本集團嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》及其他有關環境的法律法規。於2022財政年度，本集團並無因廢氣及溫室氣體、污水、有害及無害廢棄物的產生而有任何違反當地相關環境法律法規的重大事宜。

排放物管理

廢氣排放

基於本集團業務性質，其主要廢氣排放為車輛使用所消耗的燃油。為履行節能減排企業責任，本集團特別規管車輛的使用，並倡導盡量選用公共交通或自行車等綠色出行方式。由於汽車只會用於一般接送，所以只會產生少量汽車尾氣排放。本集團還會對所屬車輛進行定期檢修，以有效地降低燃料燒耗，從而減少碳排放及廢氣排放。此外，我們在部分商場的主油煙管道中安裝了油煙淨化機組，將商舖的排除的油煙二次淨化後再進行高空排放，減少了對商場周邊環境的影響亦改善了周邊空氣質量。

於2022財政年度及2021財政年度，本集團的廢氣排放表現如下：

排放物種類	單位	2022財政年度	2021財政年度
氮氧化物(NO _x)	公斤	1.30	3.42
硫氧化物(SO _x)	公斤	0.03	0.09
顆粒物(PM)	公斤	0.10	0.25

溫室氣體排放

本集團的溫室氣體排放主要來自車輛的汽油消耗、發電機的柴油消耗、制冷劑以及供暖熱水鍋爐的天然氣消耗所造成的直接溫室氣體排放(範圍一)，和外購電力造成的能源間接溫室氣體排放(範圍二)。本集團積極採取節電和節能措施，以減少溫室氣體排放，當中包括嚴格控制空調使用、照明設施使用要求以及辦公電器使用情況，具體措施將在A2層面中「能源效益」一節中說明。透過上述政策，員工的減碳意識得以提高。

於2022財政年度及2021財政年度，本集團的溫室氣體排放表現如下：

指標	單位 ⁶	2022財政年度	2021財政年度
直接溫室氣體排放(範圍一)	噸二氧化碳當量	1,595.90	1,453.88
能源間接溫室氣體排放(範圍二)	噸二氧化碳當量	89,818.46	90,477.46
溫室氣體排放總量(範圍一及二)	噸二氧化碳當量	91,414.37	91,931.34
溫室氣體排放密度 ⁷	噸二氧化碳當量／千元人民幣總收入	0.16	0.16

備註：

6 溫室氣體排放數據乃按二氧化碳當量呈列，並參照包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》、聯交所發佈的《如何準備環境、社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》、《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發佈的《第五次評估報告》的全球升溫潛能值。

7 於2022財政年度，本集團總收入約為人民幣561,854千元(2021財政年度：人民幣572,209千元)。此數據亦會用作計算其他密度數據。

本集團於2022財政年度每千元人民幣收入的溫室氣體排放約為0.16噸二氧化碳當量，與2021財政年度的約0.16噸二氧化碳當量相比維持不變。本集團已設立目標，自2025年起，所有在營項目的商場每年均會舉辦一次與低碳環保相關的活動，如與當地環保組織、藝術家或高校教授合作。於2022財政年度，本集團已在商場邀請多場新能源汽車展會，希望透過商場活動而宣貫新能源汽車知識。



環境保護

污水排放

本集團的耗水主要來自旗下的物業項目。由於本集團排放的廢水會經市政污水管網送區域水質淨化廠處理，因此本集團耗水量即為污水排放量。本集團的水源消耗數據將於A2層面「水源消耗」一節中說明。

廢棄物管理

本集團堅守廢棄物管理原則，致力於適當處理及處置本集團業務活動產生的所有廢棄物，如對廢棄物進行識別分類、集中存放及統一處置。本集團設置統一的分類收集箱，指定管理責任人適時處理廢物，並保持收集箱周圍的環境衛生。本集團的所有廢棄物管理慣例均符合相關環境法律法規。

購物中心垃圾

本集團購物中心所產生的垃圾主要包括廚餘垃圾及其他一般垃圾。廚餘垃圾主要由本集團旗下管理物業的飲食商戶所產生。廚餘垃圾主要分為一般廚餘垃圾及隔油池油渣。我們提倡各飲食商戶參與「光盤計劃」，鼓勵顧客適量點餐，帶動大家珍惜糧食以減少製造廚餘。所有收集回來的一般廚餘垃圾將妥善地存放在垃圾房凍庫內，並交由市政府進行統一處理。對於商場的餐飲排水中的油渣，我們將其統一儲存直至相關部門進行統一回收。我們已將原有的隔油池設計，改造更換為隔油器，隔油器油水分離好，隔離效果提升，排水更加環保的同時亦降低了油渣含水量。由於數據收集系統的限制，本集團未能收集到以噸為單位的購物中心垃圾。本集團將於未來數年繼續改善其數據收集系統。於2022財政年度，本集團共協助處理約3,745,840.00升一般廚餘垃圾及約465,560.00升隔油池油渣。

至於購物中心所產生的其他一般垃圾，本集團則會實施垃圾分類，並同時積極在本集團購物中心內進行垃圾分類的宣傳，以保證分類工作順利進行。於2022財政年度，本集團共協助處理約37,548,080.00升從購物中心收集的其他一般垃圾。



環境保護

無害廢棄物

為構建綠色環保辦公環境，本集團響應政府號召，在營運中提倡垃圾分類概念，並鼓勵員工參與。於2022財政年度，本集團在服務過程中主要產生的無害廢物為辦公室用紙。有見及此，本集團致力推廣無紙化工作環境，鼓勵員工盡量使用雙面打印或影印，及透過內部電子郵件及電子格式文件工作及對外溝通。透過上述措施和政策，員工的在廢棄物管理及盡量減少廢棄物產生方面的意識及責任感得以提高。

於2022財政年度及2021財政年度，本集團直接產生的無害廢棄物棄置表現概述如下：

無害廢棄物種類	單位	2022財政年度	2021財政年度
紙張	噸	2.83	3.43
密度	公斤／百萬元人民幣總收入	5.04	5.99

本集團於2022財政年度每百萬元人民幣收入產生的紙張約為5.04公斤，較2021財政年度的約5.99公斤，減少了約15.86%。本集團已設立目標，自2025年起，所有在營項目的商場每年均會舉辦一次與減少廢物或循環再造相關的活動。於2022財政年度，本集團開展了內部及外部有害無害垃圾分類培訓宣傳，並透過活動提高垃圾分類比例，從而達到有害垃圾產生量的下降趨勢。

有害廢棄物

由於本集團業務只產生少量有害廢棄物，於2022財政年度並未量化有關數據。倘若有任何有害廢棄物產生，本集團將遵守相關的環境法律法規，並聘請合資格的有害廢棄物回收商處理該廢棄物。

資源使用

本集團以積極推動有效資源使用為宗旨，實時監察業務營運對環境帶來的潛在影響。通過減少、重用、回收及取代四個基本原則，推廣綠色辦公及營運環境，將本集團營運對環境的影響減至最低。本集團亦對在營項目的空調、電梯等大功率設備進行排名統計以及實施針對性節能管控措施。

此外，本集團設有《能源節能降耗管理指引》，旨在加強本集團各商業項目的能源管理，倡導節能降耗理念，以及制定能耗管理設備設施的使用標準。為達致可持續發展，本集團會不定期對員工進行環保教育培訓及宣揚有關環保生活方式的實用建議，提升員工的環保意識，亦會宣傳綠色出行，提高員工的減排及減碳意識。



能源效益

本集團的能源消耗主要為日常營運的電力消耗、車輛的汽油消耗、發電機的柴油消耗和供暖熱水鍋爐的天然氣消耗。本集團積極實踐節能減排理念，致力履行節能減排企業責任，於日常營運減少使用非必要的電力，並構建綠色環保辦公環境。本集團透過管理空調使用及辦公電腦等方面積極減少電力消耗，以達致節能的效果。本集團亦積極採用先進的環保燈具，要求在視線良好的情況下關閉或減少電燈使用。此外，為減少能源浪費，本集團制定了清晰的管理措施，其中包括但不限於：

- 對在營項目按區域和設備進行運行能耗結構化分解，項目在日常運營中執行節能管控；
- 按月更新和執行《設備設施運行時間表》，管控設備節能運行；
- 監測商場公共區域溫度及濕度，並適應性調整末端冷凍水閥，減少製冷能耗浪費；
- 對部分設備進行變頻改造，自動調節運行功率，節約設備用電；
- 對重點項目能耗進行專項盤點，通過調整冷卻塔運行控制策略，解決空調主機冷卻水溫度超標問題，節約空調用電；
- 對停車場、後勤通道等人員較少到達區域由長亮照明改造為雷達式感應照明；
- 將商場高功率28瓦T5燈管，逐步更換為功率更低的14瓦LED燈帶；
- 空調製冷與製熱溫度設置維持合適水平；
- 若無人於辦公區辦公，應關閉照明燈；
- 下班時務必關閉辦公電腦、辦公室空調及其他電器設備；及
- 員工離開座位時應將顯示屏關閉。

於2022財政年度及2021財政年度，本集團的能源消耗表現如下：

能源種類	單位 ⁸	2022財政年度	2021財政年度
直接能源消耗			
汽油	兆瓦時	18.50	62.23
柴油	兆瓦時	0.96	4.92
天然氣	兆瓦時	1,658.14	708.22
間接能源消耗			
電力	兆瓦時	111,867.10	112,593.48
總能源消耗	兆瓦時	113,544.70	113,368.85
能源消耗密度	兆瓦時／千元人民幣總收入	0.20	0.20

備註：

⁸ 能源消耗數據乃按兆瓦時呈列，單位轉換的計算參照國際能源署發佈的《能源統計手冊》。

本集團於2022財政年度每千元人民幣收入的能源消耗約為0.20兆瓦時，與2021財政年度的約0.20兆瓦時相比維持不變。本集團已設立目標在2025財政年度提高已開業項目內LED燈管佔全部照明燈管的比例。於2022財政年度，本集團在已開業的項目中的燈具完成了LED燈具更換工作，令目前的LED燈具功率和能耗更小，壽命更長。

水源消耗

本集團的用水主要為生活用水，其管理的供水包括衛生間用水、洗刷用水和保潔用水等。為鼓勵所有員工和客戶養成自覺節約用水的習慣，本集團於辦公及營運環境加強節水宣傳，如於顯眼處張貼節水標語，務求做到「人走水關」，引導大家合理用水。此外，本集團盡可能使用節水功能的潔具，並定期巡查各樓層衛生間、茶水間的供水及排水系統，及時排查和修復滲漏點。透過上述措施，員工和客戶的節水意識得以提高。

由於本集團營運點的地理位置，本集團求取適用水源上並沒有任何重大問題。



環境保護

於2022財政年度及2021財政年度，本集團的水源消耗表現如下：

水源消耗	單位	2022財政年度	2021財政年度
總用水量	立方米	1,156,016.00	1,319,664.00
用水密度	立方米／千元人民幣總收入	2.06	2.31

本集團於2022財政年度每千元人民幣收入的耗水量約為2.06立方米，較2021財政年度約2.31立方米，減少了約10.82%。本集團已設立目標於每個財政年度組織節約診斷檢查活動，以不斷提高員工和租戶的節水意識，以此準備在將來可行的情況下，設立量化目標。於2022財政年度，本集團已在全國在營項目上開展「防漏水及節水」專項檢查行動，對暗埋主管漏水進行排查，並檢查各項目在防漏水和節約用水上的問題是否有效實踐，形成總結報告和跟進處理，並避免漏水造成資源浪費，管控節約用水，提升節水意識；另外，我們亦會每日對商戶進行「三關一閉」管控，夜間安管部門對餐飲後廚水源關閉與否進行複查，降低漏水及跑水風險。

包裝材料使用

鑒於本集團的業務並不直接涉及任何工業生產，亦無任何工廠設施，因此並無就包裝產品使用大量包裝材料。

環境及天然資源

本集團持續追求環保，注重本集團業務對環境及天然資源的影響。除了遵循環境相關法規及國際準則，適切地保護自然環境外，本集團亦採取多項措施以減少對環境的影響。另一方面，本集團亦為所有員工提供環保教育，藉此提高員工的環保意識。

室內空氣質素管理

本集團主要業務為商用物業運營，並不會對辦公室及購物中心的空氣質素產生嚴重影響。本集團為維護辦公及購物中心環境，提升員工效率，本集團明確規定保潔人員的工作職責、工作標準和作業方法，從而確保室內空氣質素良好。此外，我們在部分購物中心安裝了垃圾房異味過濾風機設備和油煙淨化機組，對原本直接高空排放的空氣進行二次過濾，減少了異味和油煙對周邊環境的影響，改善了周邊空氣質量。



案例一 環境監測系統

嘉興星河COCO City設置環境監測系統，用於檢測后勤及工區的溫度、濕度、PM2.5、甲醇、CO2、VOC、等指標，環境監測系統與樓宇自控系統聯動，實時調整檢測區域的空調、通風系統運行使環境參數恢復至設定值。

氣候變化的緩解和適應

全球氣候變化對全球生態和不同產業帶來的影響日益顯著，本集團亦深刻意識到氣候變化將在不同方面影響其業務運營。因此，在踐行綠色低碳運營的同時，本集團已將氣候相關主題納入風險管理及內部控制程序，並制定了《氣候變化政策》來識別、監管和管理氣候變化的相關風險，評估相關影響，並制定應對策略。根據該等政策程序，本集團識別了如下的氣候相關風險：

實體風險

氣候變化帶來了更為頻繁且強度更大的極端天氣事件，如颱風、洪水、暴雨等，以及海平面上升和全球變暖等長期氣候影響。極端天氣事件或海平面上升引發的水災，可能會對本集團擁有運營權的物業和基礎設施造成物理傷害，增加本集團維修、應災及保險等相關費用。在嚴重的情況下，本集團的正常運營可能會受到影響，員工的人身安全亦可能受到威脅，如本集團對該等事件處理不善，亦會給本集團的聲譽帶來負面影響。

為了應對該等實體風險，本集團已制定了應急預案，根據極端天氣預警信息，啟動應對小組及響應機制，做好事前安全檢查和必要緊固、保護措施，並採購應急物資。同時，我們對天台、外圍設備、管道等進行定期加強維護，採取除鏽、防鏽措施，以延長該等設施的使用壽命。除此以外，本集團會定期檢討及更新其業務連續性計劃，以確保在發生任何重大事件時能夠維持正常營運及妥善執行核心業務職能。

轉型風險

除了上述的實體風險，本集團亦面臨向低碳經濟轉型所引致的轉型風險。更嚴格的環保法律法規或增加因企業未能遵守合規要求而引致的索賠和訴訟風險，從而影響企業聲譽。受這些風險的影響，本集團相關的資本投資和合規成本亦可能增加。此外，隨著電動車的推廣和普及，運營項目的充電設備需要整備，該設備的投資和安裝成本將會增加。若無法滿足商場電動車基礎設施增長的需求，吸引顧客的能力亦可能下降，影響品牌聲譽和商場流量。

為應對上述轉型風險，本集團定期監控與氣候相關的現有和新興趨勢、政策和法規，並準備在必要時提醒高級管理層，以避免成本增加、違規罰款或因反應遲緩而引致的聲譽風險。此外，本集團亦計劃在商場停車場不斷增設充電設備，保持運營設施的充電設備狀況，提升顧客吸引力，在市場中保持競爭力。



員工關愛







員工關愛



表現摘要



截至
2022年12月31日
本集團合共有
826名全職僱員



男女比例為
1 : 0.55



0宗因工死亡
或嚴重受傷事故

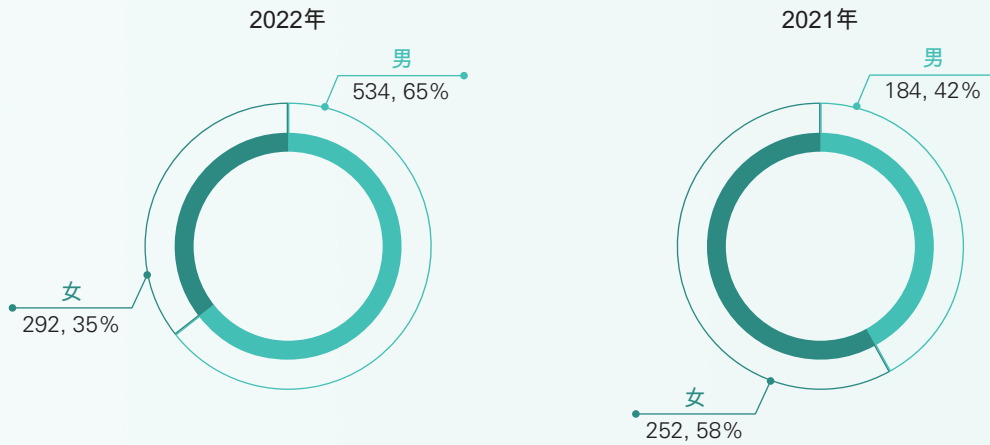
關注員工權益

僱傭慣例

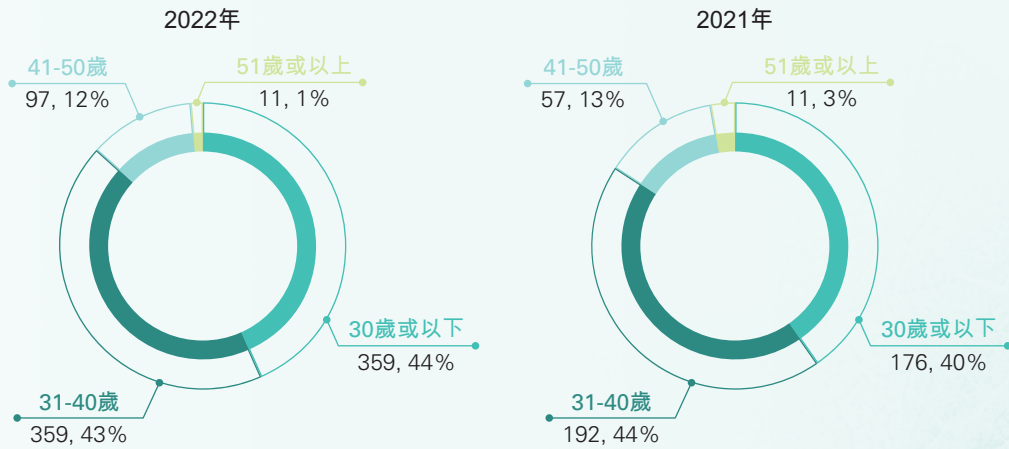
本集團堅信員工是本集團最重要及最具價值的資產，更是競爭優勢的核心。僱員的專業知識、經驗及專業發展更為本集團持續帶來無盡創意和獨創性，有助於我們的發展。本集團已制定相關人事管理政策包括薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利，致力保障員工福利及在所有方面提供平等機會，並鼓勵和倡導員工多元化，亦務求減少不公平對待，致力於建立一個和諧及積極的工作文化。截至2022年12月31日，本集團的僱員總數為826名，全部員工均為全職員工，有2名員工位於中國香港，其餘員工均位於中國大陸。

於2022財政年度和2021財政年度，有關員工的具體資料如下：

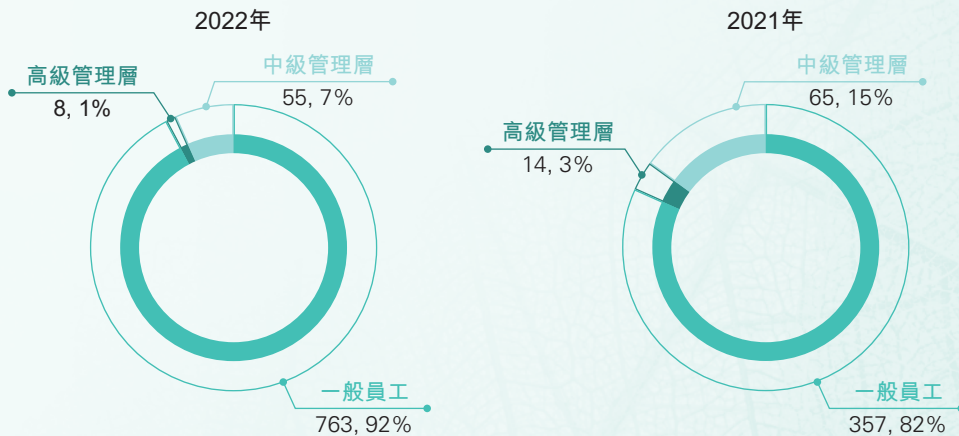
按性別劃分員工人數



按年齡組別劃分員工人數



按僱傭類別劃分員工人數





員工關愛

於2022財政年度，本集團嚴格遵守與僱傭相關的法律法規，包括但不限於《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國勞動法》和《香港僱傭條例》，本集團並未發現任何違反有關僱傭的法律法規的重大事宜。

員工薪酬及福利

為規範薪酬管理體系及提升其內外部競爭性、公平性和激勵性，本集團參考市場條款及個別情況，制定了薪酬福利制度。除基本薪資外，本集團亦會為員工發放各項獎勵，以激發員工積極性、能動性和創造力。為了對公司員工的工作業績和能力態度進行客觀評價，我們制定了員工的績效考核制度，對員工每季度、半年度、年度實施六次績效考核，對於表現優異的員工分別給予季度、半年度、年度績效獎勵。

此外，本集團亦針對項目發展及員工經營業績為員工發放獎勵。為確保達成經營目標，促進本集團長遠發展，我們針對招商、拓展、營運等方面分別制定了招商激勵、拓展項目激勵、專項業務模範評比獎勵等。為確保籌備項目順利開業，我們亦有制定了項目開業獎、派駐人員補貼制度等。我們亦鼓勵員工積極參與經營管理，關注我們的經營業績。同時，在年度設置了經營業績獎勵，根據不同商業項目的經營情況，對於每年超額完成經營業績指標的項目團隊及個人給予獎勵。此外，本公司在上市前已成立德瑞投資發展有限公司用於實施管理團隊的股權激勵計劃，上市後，德瑞投資發展有限公司持有14.7%的股權用作股權激勵，在行業內屬於較高水平。本公司亦於2021年11月4日採納受限制股份單位計劃，以獎勵為本集團作出貢獻且表現卓越的合資格僱員。

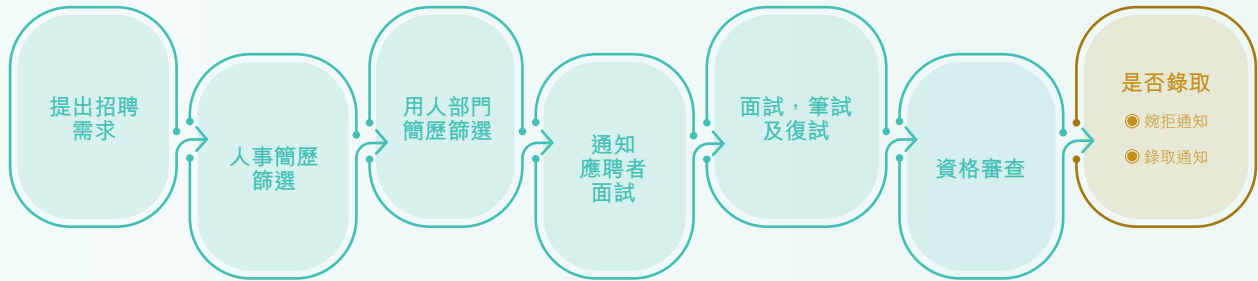
本集團按照《中華人民共和國勞動合同法》制定了《勞動合同管理辦法》並依法與員工簽訂並履行勞動合同及依法為員工繳納「五險一金」，即養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險以及住房公積金，保障員工享受社會保險待遇。

此外，本集團按照《中華人民共和國勞動法》和《員工工資支付條例》等國家和地方法律法規的要求切實保障員工合法權益，制定了《考勤與休假管理辦法》和《薪酬福利體系》，尊重員工的休息和休假的權利。本集團設有事假、病假、婚假、產假、喪假、福利年假、工傷假、傳統節日假等。



招聘、晉升及離職

本集團已制定招聘、晉升及離職相關制度，對員工入職指引、轉正、調動、離職、勞動關係、人事檔案管理等一系列工作進行管理。本集團人力資源部會負責管理、培訓及招聘僱員，積極實施人才強企戰略以吸引和招攬不同背景的優秀人才。本集團已規範《招聘管理程序》，明確了招聘及錄用流程。本集團根據申請者的工作經驗、專業技能、能力水平等方面進行多輪評估，以尋找最佳的人選，確保該申請者之資歷及理念與本集團的發展戰略及經營計劃一致。具體招聘流程如下：



同時，本集團鼓勵內部員工積極引薦人才，制定了明確的內部推薦流程及獎勵標準。本集團亦有編製《人力資源規劃管理程序制度》，對人力資源需要和供給狀作出分析及估計，對職務編製、人員配置、等內容進行職能性計劃，規範人力資源規劃工作程序，指導本集團人力資源管理工作的開展。在招聘過程中，我們不考慮種族、膚色、年齡、家庭背景、性別、宗教、民族血統或社會出身等因素而在工作場所作出區別對待、排斥或特別優待，嚴格遵守國家及地方政府各項法規，以確保每位申請者及員工能得到公平待遇，並確保團隊多樣性。



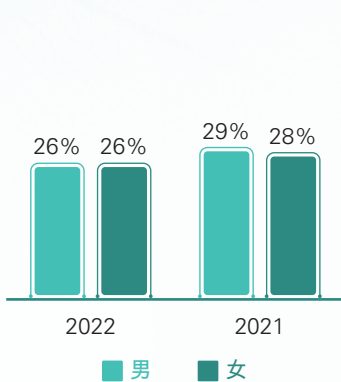
員工關愛

為使本集團各崗位員工都有明確的職業發展方向，從而激發其工作的積極性，本集團設有《職位體系管理手冊》，制定了為全體員工在其職業發展過程中的職業發展通道設計、職位調動或晉升等方面的規範管理制度。其將所有職位歸納為三大職類：管理、專業及操作序列，並設立相應的職銜標準和管理要求。根據本集團職位等級體系，我們為員工提供職位晉升通道，並明確不同晉升通道的資格要求，組織安排崗位晉升。

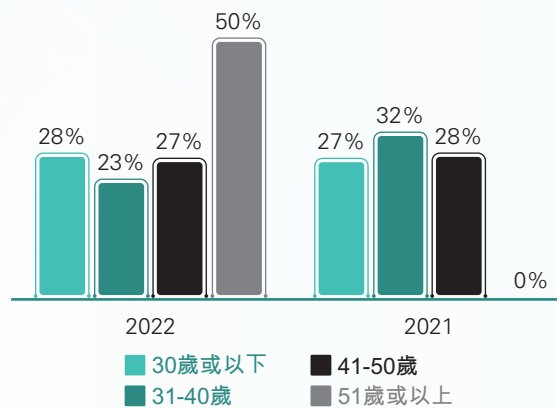
於2022年財政年度，本集團的僱員流失率約為26.05%。

於報告期間，本集團的僱員流失比率按性別、年齡組別及地區劃分如下：

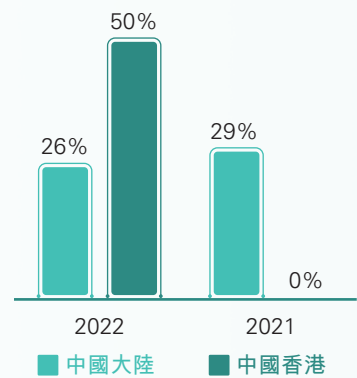
按性別劃分的僱員流失比率



按年齡組別劃分的僱員流失比率



按地區劃分的僱員流失比率



本集團的僱員流失率計算公式為：

$$\frac{\text{於報告期間該類別離職的僱員人數}}{\text{報告期間起始該類別的僱員總人數} + \text{於報告期間該類別新招聘的僱員人數}} \times 100\%$$

健康與安全

職業健康與安全

本集團高度重視員工的健康與安全，致力規管工作場所中潛在的健康及安全危害，並為員工提供有關如何應付特定緊急狀況的培訓，以保障員工在工作期間的人身安全及健康。本集團竭力為員工提供健康、安全和舒適的工作環境，例如，我們設立了休息室，以緩解員工工作上的壓力。

本集團嚴格執行《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國安全生產法》、《中華人民共和國職業病防治法》和《中華人民共和國消防法》等相關法律法規。包括2022財政年度在內的近三個年度，本集團並無錄得任何導致死亡或嚴重肢體受傷的意外事件，並無因該等事件而向其僱員支付索償或補償，以及並未發現任何違反僱員健康與安全相關的法律法規。於2022財政年度，本集團並未錄得因工傷而損失的工作天數。

消防安全管理

本集團極為注重辦公室的消防安全，在新員工入職培訓中組織安排《消防安全知識》培訓，教育員工消防器材用途及使用方法、各部門工作職責以及緊急救援步驟及預防措施，並時刻提醒員工不能對潛在火災風險掉以輕心，以減低消防隱患和提高全體員工消防意識，預防火災和減少危害，保護員工人身和財產的安全，維護公共安全，確保各項工作的順利進行。

新冠疫情預防措施

為應對新冠疫情的爆發，本集團實時關注疫情動態，嚴格遵守及落實中國疾病預防控制中心在防疫方面的指導方針和公告，以保障員工健康及將經營風險降到最低。新冠疫情期間，本集團合理有序安排復工，不存在因疫情影響降職降薪的員工。為保障公共安全，本集團迅速啟動相關應急預案，對購物中心公共區域實施定期深度消毒，特別是如電梯廳、扶手帶、洗手間、樓層護欄等人員密集區域及顧客容易觸碰位置。與此同時，本集團加強場內排風，定期清潔及消毒公共空間及受管理物業的中央空調系統。另外，本集團已安排專人負責給進出購物中心的所有人員進行體溫檢測及佩戴口罩檢查，並儲備醫療物資，在客服台、貴賓室及母嬰室等地方為消費者免費提供免洗消毒液、酒精棉片、口罩等防護用品。本集團更規定當值的員工及租戶穿著合適保護裝備，如口罩及手套，以保護顧客及自身健康，並進行每日定時消毒廣播。本集團承諾會持續加強防疫檢查及防疫管控，致力為員工及公眾提供安全及良好的工作場所及購物環境。



員工關愛

發展及培訓

人才培訓管理及課程

本集團深信僱員乃是服務質量及客戶體驗的關鍵。為保留及激勵人才，本集團持續為員工提供職業發展前景及業務所需之專業技能培訓，並根據我們的業務需求及長期戰略為各管理級別設計定期培訓項目。本集團針對培訓工作設立了《星盛商業培訓管理制度》，以明確培訓工作開展的整體流程，從而實現全面提升崗位員工的工作能力和綜合素質，確保本集團各項工作的順利進行。此外，為充分發揮本集團內部講師資源，我們亦設有《星盛商業內部講師管理辦法》，對星級講師的認證程序、激勵、年度評優等作出說明，以積極培養和建設公司培訓講師隊伍，發揮內部講師在整體培訓體系中的核心作用，確保我們的培訓工作的順利開展。本集團現有星級講師近百人，每年九月會對講師的星級進行梳理評定。

我們每年為僱員制定涵蓋業務運營中關鍵領域的課程，包括但不限於我們的企業文化及政策、特定職位所需技術知識、領導技能及有關服務性質的常規知識。現有內部課程六百餘門，分為專業課程體系(營運、招商、推廣、工程、財務、人力等)及通用課程體系(領導力提升、職業素養、溝通及談判等)。

僱傭類別	已培訓僱員百分比(%) ⁹		平均受訓時數(小時) ¹⁰	
	2022	2021 ¹¹	2022	2021 ¹²
高級管理層	2	2	7.75	7.43
中級管理層	9	17	15.53	12.52
一般員工	89	81	10.44	12.21
性別				
男	63	40	12.63	10.33
女	37	60	7.33	13.40

備註：

9 已培訓僱員百分比的計算公式為：

$$\frac{\text{於報告期間接受培訓的特定類別僱員人數}}{\text{截至報告期間結束接受培訓的僱員總人數}} \times 100\%$$

10 平均受訓時數的計算公式為：

$$\frac{\text{特定類別僱員於報告期間接受培訓的總時數}}{\text{於報告期間特別類別僱員人數}}$$

11 我們重述了2021年的已培訓僱員百分比由於我們改進了數據計算方法。

12 我們重述了2021年的平均受訓時數由於我們改進了數據計算方法。

另外，本集團於2020年6月成立星盛商業學院，具有「三星班」、「項目總沙龍」等較為完善的梯隊人才培養路徑。其中「三星班」包括：

「未來星計劃」

- 以通過校園招聘計劃聘用的初級僱員為目標，為其提供的入門課程涵蓋商用物業運營服務行業的常規知識、推廣及企劃營銷活動以及服務性質。我們亦提供一對一的指導計劃，為每位新入職者分配一位經驗豐富的員工導師。導師將培訓及監督新員工，並提供定期評估。

「啟明星計劃」

- 以業務骨幹僱員為目標，為其提供更深層次的課程，如團隊管理課程，以增強其溝通及表達能力。我們亦提供專門協助僱員調任及勝任管理職位的課程，包括項目領袖代理任務導入，令僱員可體驗項目領袖的職能、獲取經驗以及執行戰略。

「領航星計劃」

- 以管理人員為目標，為其提供管理意識、跨部門溝通技巧及項目籌備等課程，培訓彼等成為有能力帶領及運營項目的項目領袖。計劃亦著重體驗式學習，提供運營階段的現場培訓，模擬主要運營階段，令僱員可練習運營技巧及專注應用。

本集團亦積極籌備不同的工作坊和訓練課程，讓員工能夠透過情景模擬的方式，學習到與工作崗位相關的技能。

勞工準則

本集團已遵守所有與防止童工或強制勞工有關的法律法規，包括但不限於香港的《僱傭條例》以及中國內地的《勞動保障監察條例》、《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《未成年工特殊保護規定》以及《中華人民共和國禁止使用童工規定》。於2022財政年度，本集團並未發現任何違反防止童工或強制勞工相關的法律法規的重大事宜。

防止童工及強制勞工

本集團嚴格禁止僱用任何童工，並已就招聘流程、勞動關係、人事檔案管理制定《招聘管理程序》、《人事檔案管理程序》等政策，要求新員工入職時提供真實準確的個人資料，交由招聘人員嚴格審查身份證、戶口等資料，並定期進行審查及檢查，以防止經營中存在任何童工。如果涉及違規，將根據情況予以處理。

此外，為確保員工遵守公司規範及準則，本集團已制定《人事管理程序》及發放《員工手冊》，明確員工行為準則、人力資源制度等，規定員工加班遵循自願原則，以避免違反勞工準則，切實維護員工權益。



營運慣例







營運慣例



表現摘要



0宗產品
及服務的重大投訴



0宗造成公司員工
嚴重受傷
的安全事故發生



0宗涉及
賄賂、勒索、
欺詐及洗錢的案件

供應鏈管理

本集團高度重視供應鏈中潛在環境和社會風險的管理。本集團建立了嚴格而規範的採購體系及供應商甄選流程，並對供應商提出了環境及社會風險控制方面的要求。

採購機制

本集團採購管理部負責審閱來自總部及項目的業務部門的採購申請，其後向高級管理層匯報以供批准。高級管理層會根據《中華人民共和國招標投標法》及《公司的採購管理制度》相關規定，從建議採購是否於年度預算範圍內、採購的類型及詳情、是否需要競標、過往的任何相關合作記錄、篩選要求(例如定價及質素)、服務範圍、環境及社會因素等其他方面進行篩選，並優先考慮使用提供環保產品及服務的供應商。一旦申請獲批准，採購部門將通過招標及競標進行採購。在招標文件中，我們亦會要求供應商提供的產品符合國家及地方環保相關規定級要求，並滿足國家相關規範和標準，無國家標準有行業標準的按照行業標準執行；無國家和行業標準的，按照供應商生產標準執行。招標及競標基於履約評估背景公平選出參標供應商，確保過程公平公正。本集團採購具體流程如下：

組織競標團隊
以於超過三名候選人中
選擇供應商

於採購程序中
評估、審閱及
收集供應商的
資料及數據

草擬、審查、落實
及批准合約

我們亦提倡公平公開競爭，旨在基於互相信任的前提下發展長期關係，供應商既有長期戰略夥伴關係，也保持開放允許合法途徑報名新增的供應商參與競標。而本集團在採購過程中嚴格參照《中華人民共和國招標投標法》等相關規定。我們的供應商須負責任地行事，遵守所有法例、國際公約及合約責任。本集團並不會容忍有關賄賂及貪污的行為，嚴禁供應商及合作夥伴以透過任何形式的利益輸送而取得採購合約或合作關係。因此，我們會監察員工負責之採購活動，並嚴禁員工做出任何違反商業道德的行為，確保採購過程在公開、公平及公正的條件下進行，不會對任何供應商有歧視性待遇或特別優待行為。若有發現員工及其他個人與相關供應商有利益關係，本集團會制止他們參與相關採購活動。本集團將定期審視相關制度，確保其有效性。



供應鏈管理

本集團設有《供應商管理作業指引》以規範供應商管理工作。本集團採購管理部需每年啟動供應商年度評價，根據供應商的背景、資歷及行業聲譽以及向我們提供的產品或服務的素質對供應商名單作出評估。倘供應商多次表現不達標，將會從名單中剔除，以優化供應商資源，維持供應商隊伍的穩定可靠，為本集團建設和發展提供可靠的物資供應保障。

本集團主要分包若干勞動密集型服務，包括將保安及清潔服務分包予分包商，從而降低我們的經營成本、提高服務素質、將更多的資源集中用於管理以及提升運營的整體盈利能力。我們的分包商專門經營彼等所從事的服務，因此可以高效的方式提供服務。於2022財政年度，我們並無與供應商產生重大分歧而對我們的業務、財務狀況及經營業績構成重大不利影響。

於2022財政年度，我們共有262間合資格供應商，其中252間位於中國大陸，10間位於中國香港。所有的供應商均通過了聘用供應商的慣例。

產品責任

近年來，星河商業逐步延伸業務鏈，現正營運五大主題店，分別為「星躍領動」、「星享食匯」、「星悅琳廊」、「星居生活館」及「星趣小鎮」，涉及兒童娛樂、美食集合店、家居生活等多種業態，與本集團商業項目的拓展形成了良好的配合，並借助豐富的品牌資源有效打造差異化的定位，提升消費者的購物體驗。



本集團以服務質量為首要考慮，並深信質量監控對業務的長遠成功至關重要。營運管理部的專業質量監控團隊主要負責監督我們業務運營的質量監控，專注保持質量標準，為內部政策及程序制定標準，以及監察該等標準的執行情況。

本集團積極遵守《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國著作權法》等法律法規的規定。於2022財政年度，本集團並未發現任何違反產品及服務質量相關的法律法規的重大事宜。另外，本集團並未接獲任何有關產品及服務的重大投訴，亦無任何因安全與健康理由而須回收的已售產品。



數字化商業運營

科技是可持續發展的致勝關鍵，本集團已逐步改變購物中心的經營思維進行數字化轉型，運用科技力量連接顧客、品牌及運營方，以科技為動力驅動精細化運營，引領未來商業，並致力提供線上線下融合的全方位商業服務。於2022財政年度，本集團已借助科技賦能精細化管理作出以下嘗試：

1. 會員體系全面數位化，拉進與用戶之間距離：整合升級自主研發的COCO GO微信小程序平臺，推行統一智慧停車平臺、無感停車、卡券行銷等，實現會員體系全面數位化；同時上線【KOC種草】功能，搭建專屬的用戶成長體系，催生優質的UGC內容，以此帶來購物轉化，探索社交型消費邊界。
2. 挖掘私域流量，助力精準營銷：依託線上營銷平臺，拓寬私域流量獲取管道，一方面打通企業微信社群、公眾號、小程序平臺啟動原有私域流量池，另一方面聯合支付寶、抖音、騰訊智慧零售小程序，引入公域流量，擴大流量池；同時深耕會員服務，借助數據分析，為會員提供更精準的產品推薦及服務。
3. 與頭部互聯網企業和支付平臺合作，深入數位化賦能：與中國銀聯開啟戰略合作，打造首個城市群商業綜合體智慧商圈聯盟，拓寬行銷管道，進一步促進會員拉新；聯合抖音本地生活開展聯合直播活動，拓展零售新邊界，以專屬好物、超級折扣回饋消費者為店慶活動加碼，在短視頻浪潮中通過可視化行銷進一步打開與消費者的溝通管道。



本集團將持續依據項目經營定位積極調整業態佈局及品牌組合，保證品牌力和銷售力的市場競爭性，並將完善會員體系，於服務和權益均給予顧客最好的服務以提升美譽度及複購率。



營運慣例

2022年，本集團持續致力優化會員數字化生態體系，通過線上線下渠道立體式觸達會員，突破實體商場空間和時間限制，實現24小時全時域經營鏈路。同時整合升級生態小程序，鞏固會員消費和服務的資料管道閉環，實現會員標籤化、行銷精準推送及電子化支付。此外，致力於拉近與用戶之間的距離，深化私域運營能力，建立以企微社群為紐帶的粉絲信任關係，實現會員銷售業績的持續增長。



資訊科技系統管理

為減低我們對人工的依賴及提升我們的整體競爭力，我們致力採用技術解決方案，盡可能使我們的主要業務運營實現數碼化，並致力根據科學數據分析結果制定業務戰略，並採用技術進一步數碼化及可視化我們的動態管理過程。

本集團已設立多層面的應用資訊科技系統，包括智能運營數據中心(全面的業務管理)、ERP系統(租戶合約管理)、POS系統(銷售收銀系統)、CRM系統(會員管理)、金蝶EAS系統(財務管理)及星意通計劃(租戶招攬)。我們亦就行政方面則設立了人力資源系統及EIP系統，全面的運營管理系統，實時遙距實地監察及租戶業務表現分析。其詳細系統功能如下：

- BI系統(商業智能)－透過預設的分析模型向智能運營數據中心提供相關數據。
- ERP系統(租戶合約管理)－提供租賃合約管理，記錄合約安排及促進我們與租戶的互動。
- POS系統(銷售收銀系統)－處理租戶的銷售、記錄銷售數據及每日進行銷售數字的對賬。
- CRM系統(會員管理)－管理我們的會員資料，並促進我們與會員的互動。
- 金蝶EAS系統(財務管理)－我們的財務管理平台，有效促進財務管理及其他業務運營。
- 星意通(租戶服務)－我們的租戶服務平台，提供租戶全週期運營服務，有效提升租戶服務質量。

展望未來，本集團將持續與不同的企業合作，深化運用智能化科技，以推動全國管理標準化數字體系，實現企業良性的可持續發展。



服務質量監控

我們以服務品質為首要考慮，並深信品質監控對業務的長遠成功至關重要。我們營運管理部的專業品質監控團隊主要負責監督我們業務運營的品質監控，專注保持品質標準，為內部政策及程序制定標準，以及監察該等標準的執行情況。我們已就服務質量監控設立一套制度，當中包括多套標準化的內部政策及程序。舉例而言，我們規定僱員及分包商須於每一輪定期檢查後填妥檢查列表，記錄彼等有關物業狀況的觀察及最新資料。我們亦設有有關如何進行業務運營若干方面的指導手冊，例如如何清潔停車場、衛生間、電梯及其他公共空間，以及如何維護及操作電梯系統及消防設備等技術設施。

客戶服務

本集團堅持「星河精品，至誠服務」的貼心服務宗旨，務求以專業化商業地產管理體系為客戶提供優質服務。於本集團的日常業務過程中，我們會尋求及收到客戶有關我們服務的反饋。

顧客可透過以下渠道反饋意見：

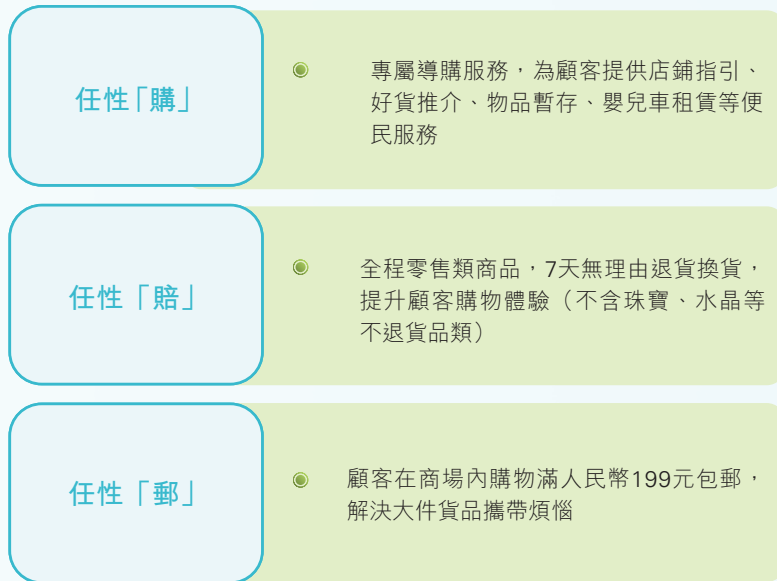
1. 客戶服務中心現場反饋；
2. 各購物中心服務熱線及400全國統一熱線；
3. 社交媒體帳戶反饋。

客戶之反饋及投訴可關於租戶提供的服務、租戶所出售產品的質量、購物中心的服務、設施、物業管理服務、具建設性的意見及表揚等。我們已建立反饋及投訴管理系統，並制定內部政策及程序，以回應及記錄客戶反饋及投訴，以及跟進客戶對我們回應的評價。此等內部政策及程序適用於我們所有項目。我們於各購物中心的客戶服務人員將記錄投訴及建議，並在個案完結後與客戶跟進，以供客戶評價我們的服務。倘客戶的反饋或投訴無法獲得實時處理，我們的客戶服務主管將向上級匯報，並定期跟進解決情況。本集團會維持及審視與客戶的各種溝通渠道，以獲得客戶意見，及時處理客戶投訴，從而對客戶投訴及服務作調查，並完善客戶服務制度。



案例－推行「放心購」購物權益，打造有溫度的購物中心

2022年度，本集團繼續在全部在營項目深化推廣任性購、任性賠、任性郵三大購物權益，有效減少了客訴，提升了客戶滿意度，有利於打造有溫度的放心購購物空間。



私隱保護

鑒於本集團的業務性質，本集團會接觸大量的客戶個人及租戶資料。本集團非常重視保障客戶權益及私隱，透過實行高度安全及保密標準保護個人資料私隱，確保嚴守有關資料私隱的監管規定。本集團規定員工謹慎處理客戶的個人資料，以提高員工對保障客戶私隱的意識。根據數據保護原則，我們須遵照私隱政策聲明，讓我們的客戶瞭解有關收集、存儲及使用個人資料之一般政策及做法。本集團會員數據僅限內部員工及簽署合作協議獲得授權的第三方使用。人員崗位、職級、業務合作內容等不同，權限亦有所不同。非簽署合作協議的外部人員不能獲得本集團會員數據錄入權限，並嚴禁將會員系統權限洩露或轉交他人。在與第三方簽署的協議中亦必須包含會員數據保密相關條款。

數據管理部門及業務部門亦建立了健全的機密數據使用管理制度，並密切管理數據的提取、複製、傳輸及銷毀。倘任何將予共享的資料涉及機密數據，數據管理部門應根據我們的機密管理程序報告機密數據的類型、範圍及用途，而機密數據的共享須得到批准。經批准後及於可共享機密數據前，必須與接收方達成保密協議。倘違反我們的任何數據管理政策或濫用任何客戶數據，我們可能會視乎個案的嚴重程度，責令相關違反相關法律及法規的人士及實體糾正其行為、通報批評通知、實行若干紀律處分，並對有關人士及實體作出相應的法律及法規行動。此外，我們已實施相關內部程序及監控，以確保已保護數據使用以及避免洩漏及遺失數據。



本集團詳細數據管理相關措施如下：

- 我們已於系統安裝防毒軟件。我們將不時更新該軟件，以及定期進行檢查以偵測病毒；
- 我們已採納如定期檢查系統、密碼政策、用戶授權及認可、數據備份及數據復原等程序，以保護用戶的數據；及
- 我們已指派我們的資訊科技管理部為我們的數碼平台進行定期評估，以確保我們的收集、儲存及用戶數據用途符合我們的內部政策以及相關的法律及法規。

保護知識產權

我們相信知識產權是本集團持續取得成功的關鍵。為了保護本集團知識產權，本集團依賴商標及版權法、商業秘密保護措施、披露限制及限制使用本集團知識產權的其他協議。本集團的勞動合同詳細列舉包含技術信息、經營信息及其他保密事項內容。所有員工均須簽訂《保密協議》，其作為僱傭合約中的補充附件，明確了公司與員工的保密信息及知識產權涵蓋範圍、明確保密義務、保密要求及違約責任等內容。於2022財政年度，我們擁有國內有效注冊商標334個，香港有效注冊商標13個，版權5項，並已注冊5項域名。

廣告及標籤

對於產品及服務的營銷宣傳，我們會對所有相關宣傳進行嚴格規管及檢查，確保有關工作符合有關宣傳及標籤的適用法律法規。該等營銷宣傳須準確反映本集團服務質量及效能及內容，以保障客戶權益。在確保用戶數據安全的前提下，我們依託線上營銷平台，拓寬私域流量獲取渠道；聯合阿里本地生活口碑商圈、抖音、騰訊智慧零售小程序，引入公域流量，擴大流量池；同時我們借助數據分析，為會員提供更精準的產品推薦及服務。

反腐倡廉

本集團已遵守所有與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關的法律法規，包括但不限於《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國招標投標法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》和《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》。於2022財政年度，本集團並未發現任何違反有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的法律法規的重大事宜，亦沒有對本集團或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

本集團相信廉潔的企業文化是本集團持續成功的關鍵，因此極為重視反腐倡廉的工作及制度建設，並一直維持高度廉潔公開透明的企業文化。於2022財政年度，本集團董事及員工皆接受了反貪污相關培訓，其中本集團董事亦已接收反腐倡廉的培訓資料，貫徹「其身正，不令而行」的廉潔企業文化概念。本集團要求所有員工都要遵守商業道德準則，並承諾不會有任何貪污及賄賂行為，亦不會從事任何詐騙、勒索及洗黑錢活動。作為核心價值之一，本集團期望每位僱員在工作的各個方面上都堅持誠信及廉潔的原則。



營運慣例

本集團已制定一套內部規則，管理本集團與僱員、董事及高級管理層之間的潛在利益衝突。根據有關內部規則，有關人士不可從事若幹活動，包括從事與作為本集團僱員或成員的職責構成競爭的競爭性業務。有關人士須每年填寫利益衝突申報表，而我們將審閱有關表格及採取適當行動，以減低潛在利益衝突的影響，防止商業賄賂或營私舞弊行為。

舉報機制

本集團向所有員工灌輸重要的反貪污意識，鼓勵員工舉報任何貪污或詐騙事件。倘若本集團收到任何相關舉報，我們將即時進行調查及採取必要的合適行動，並承諾保護舉報人身份，以杜絕所有利益衝突、有可能損害本集團及相關持份者利益的行為。本集團將定期審視相關機制，以確保其有效性。

除了內部反腐倡廉的管理以外，本集團亦重視外部的管理控制，我們在與外部進行商業合作的合同中均設有廉潔從業的章節，例如，與合作夥伴簽訂「商舖租賃合同」內之「廉潔承諾書」，採購部門與供應商簽訂的合同中亦對供應商作出廉潔從業的相關要求、杜絕一切商業賄賂，並保障雙方招投標及簽約、履約、結算過程中，遵守其廉潔規定。

企業社會責任

在不斷拚搏進取的同時，本集團秉承自身蘊含的公益和人文關懷精神，一直致力於公益事業的發展，踐行企業的社會責任，將一以貫之為小區貢獻愛的力量。本集團已設立《小區投資政策》，以鼓勵本集團員工積極參與社會和小區活動，了解其所在社會的需求，並通過考慮小區投資來為小區創造有效和持久的利益。本集團會不定期與公益和慈善組織合作，組織以公益和慈善為目的社會活動，展現企業公民身份，並樹立良好公眾形象。本集團在項目商場中設立母嬰專屬客群服務系統，包括母嬰專用停車位、童車租借及母嬰安全響應機制。此外，為應對新冠疫情的爆發，本集團聯合業主為商戶進行直接租金減免，同時，本集團實施不同的舉措來穩定商戶經營，包括但不限於加大商戶幫扶投入、全線五大檔活動提效、重點商戶一對一銷售提升、資源挖掘等措施，以實際行動踐行企業的社會責任，協助商戶渡過難關。

於2022財政年度，本集團在不同項目中開展了種類豐富的公益愛心行動，包括攜手品牌商戶，定期將物資送往小區，為一線防疫工作人員送上溫暖，舉辦公益義賣愛心捐贈和關愛流浪動物、寵物愛心領養等。

案例—COCO愛接力計劃

同心抗疫

於2022財政年度疫情期間，品牌攜「星巴克」、「CoCo都可」、「世家堂涼茶」等為社區防疫一線人員送去多次飲品與點心，我們最高一次與品牌派送愛聯社區核酸點位3處，共製作300杯折合人民幣7,000元的飲品批發給不同的防疫一線人員。





營運慣例

寵物領養

於2022財政年度，本集團與深圳全心犬義動物保護中心合作，為流浪貓狗尋找新主人愛心公益活動「愛心領養」，同時現場給顧客的小動物免費義診、諮詢及科普等多項目科普宣導，打造寵物友好商城。本集團將持續通過寵物友好環境的營造，強化與消費者之間的鏈接，提高購物中心的人文氣質。



公益獻血

於2022財政年度，為緊缺的血庫資源組織公益獻血活動進行宣傳，我們與深圳龍崗血站合作，並提供龍崗COCO Park場地，血站內提供獻血車及可供獻血，整個宣傳活動歷時32小時並從中體現我們對項目區域的社會責任感。



綠電未來

於2022財政年度，我們亦與中國南方電網合作，開展「綠電未來，一碳究竟」環保低碳公益宣傳，通過現場互動、實驗、講座等形式倡導綠色節能，助力環保公益事業發展，提高項目美譽度。





營運慣例

案例－華錦社康義診

自2022財政年度起，我們的社康義診服務首進商場，並提供了「三伏貼」、「中風防治」等系列宣講及義診等合共31小時的服務，希望為顧客打造健康便民生活。



案例－民泰社區食品安全社會共治建設項目

於2022財政年度，本集團提供了食品安全免費檢測活動，市民可帶著水果、蔬菜等農產品前來現場免費送檢，全年共協助開展4場合共12小時的專場活動。



案例－一點心意星河公益日活動

自2022財政年度起，我們亦為社區進行現場義賣，義賣的全數款項用於愛心捐贈。例如於2022財政年度中，我們為「益起舞動築夢計劃」透過義賣一共籌得人民幣28,965元。





附錄：索引表

香港聯合交易所有限公司的《環境、社會及管治報告指引》內容索引表

強制披露規定	章節／聲明
管治框架	環境、社會及管治治理架構
匯報原則	報告框架及準則
匯報範圍	報告範圍

「不遵守就解釋」條文

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面A1：排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	排放物管理－廢氣排放、溫室氣體排放、污水排放、廢棄物管理
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	排放物管理－廢氣排放
關鍵績效指標A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	排放物管理－溫室氣體排放
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項（不適用－已解釋）設施計算）。	排放物管理－廢棄物管理（不適用－已解釋）
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	排放物管理－廢棄物管理
關鍵績效指標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。	排放物管理－廢氣排放、溫室氣體排放
關鍵績效指標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。	排放物管理－廢棄物管理



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	資源使用－能源效益、水源消耗
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	資源使用－能源效益
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	資源使用－水源消耗
關鍵績效指標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。	資源使用－能源效益
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	資源使用－水源消耗
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。	資源使用－包裝材料使用 (不適用－已解釋)
層面A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	環境及天然資源
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	環境及天然資源－室內空氣質素管理



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面A4：氣候變化		
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。	氣候變化的緩解和適應
關鍵績效指標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。	氣候變化的緩解和適應
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	關注員工權益
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	關注員工權益
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	關注員工權益
層面B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	健康與安全



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	健康與安全
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	健康與安全
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	健康與安全
層面B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	發展及培訓
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	發展及培訓
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	發展及培訓
層面B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	勞工準則
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	勞工準則
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	勞工準則



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	供應鏈管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	供應鏈管理
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。	供應鏈管理
關鍵績效指標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。	供應鏈管理
關鍵績效指標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。	供應鏈管理
層面B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤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。	產品責任
關鍵績效指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	產品責任



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
關鍵績效指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	產品責任
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	產品責任
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	產品責任
關鍵績效指標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。	產品責任
層面B7：反貪污		
一般披露	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。	反腐倡廉
關鍵績效指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	反腐倡廉
關鍵績效指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	反腐倡廉
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	反腐倡廉



附錄：索引表

層面、一般披露及 關鍵績效指標	描述	章節／聲明
層面B8：社區投資		
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。	企業社會責任
關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	企業社會責任
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	企業社會責任



星盛商業

E-STAR COMMERCIAL