

DONGXIANG

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

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股份代號: 3818



環境、社會及
管治報告
2022/2023

環境、社會及管治報告

目錄

關於本報告	2
報告範圍	2
報告編製依據	2
匯報原則	2
報告信息來源	2
獲取及評價本報告	2
ESG管理	3
ESG策略	3
優質產品，協作共贏	3
責任運營，行穩致遠	3
關愛員工，攜手共進	4
保護環境，守護綠色	4
ESG管治架構	4
可持續發展行動摘要	5
利益相關方溝通	8
實質性議題分析	9
優質產品，協作共贏	11
優化產品質量	11
加強供應鏈管理	13
供應商准入	14
供應商評估	15
供應商賦能	16
責任運營，行穩致遠	17
保障客戶權益	17
尊重知識產權	18
負責任的營銷	19
堅守商業道德	20
增進社區關懷	21
關愛員工，攜手共進	21
合規平等僱傭	21
關注發展培訓	23
守護健康安全	24
關懷員工生活	25
保護環境，守護綠色	28
應對氣候變化	29
加強節能減排	34
倡導節約用水	36
推進減廢行動	36
打造綠色產品	37
環境類關鍵績效指標表	43
附錄：聯交所《ESG報告指引》索引	45

環境、社會及管治報告

關於本報告

報告範圍

本報告旨在向各利益相關方披露中國動向(集團)有限公司及旗下各子公司(以下簡稱「中國動向」「集團」或「我們」)在環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)方面開展的工作及所取得的成果。除另有說明,本報告涵蓋期間為2022年4月1日至2023年3月31日。

報告編製依據

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

匯報原則

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

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

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

平衡: 本報告旨在透明、客觀地匯報公司正面和負面ESG信息和表現,包括環境、員工、產品責任、供應鏈管理和社區投資等方面,避免可能會影響報告讀者進行不恰當的決策或判斷。

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

報告信息來源

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

獲取及評價本報告

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

ESG管理

我們致力於建立高標準的ESG管理體系，不斷優化ESG策略，持續完善ESG管治架構，將ESG理念落實到集團發展中，逐步提升ESG管理水平。報告期內，我們在國際主流ESG評級中，分別獲得了明晟MSCI ESG評級的BBB和標普全球企業可持續發展評估的21分。

ESG策略

我們致力於將ESG策略融入集團日常經營與業務發展之中，圍繞「優質產品，協作共贏」、「責任運營，行穩致遠」、「關愛員工，攜手共進」、「保護環境，守護綠色」四個方面開展相關工作。

優質產品，協作共贏



在「幫助用戶提升自信，帶來愉悅自我的體驗，以及高品質健康的生活方式」的使命驅動下，集團嚴格管控產品質量，不斷加強供應商管理工作，打造可持續供應鏈，賦能價值鏈合作夥伴，共同為消費者提供優質、多樣的產品。

責任運營，行穩致遠



我們致力於為消費者提供貼心、無憂的服務，切實保障消費者權益，優化廣告合規管理與宣傳工作，規範產品標籤信息，樹立負責任的企業形象。同時，我們還在業務開展過程中注重打造廉潔文化，為集團的發展創造良好的環境。我們亦注重回饋社會，致力於實現與社區的共贏發展。

環境、社會及管治報告

關愛員工，攜手共進



我們將員工視為企業可持續發展的基石，把保障員工權益作為企業立足的根本，以提供安心健康的職場環境作為企業的責任和義務。為此，我們制定並執行一系列員工僱傭與勞工權益保護制度，建立健全員工績效考核、晉升、薪酬福利體系，關心員工的健康安全與全面發展，實現企業與員工共同成長。

保護環境，守護綠色



集團始終高度重視環境保護，積極承擔企業在支持雙碳目標方面的責任，不斷優化環境保護管理政策及措施，切實履行節能減排實踐，減少生產、運輸以及公司運營各環節對環境造成的影響，攜手員工、供應商等夥伴共同踐行環保理念。

ESG管治架構

董事會聲明

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

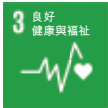

我們定期對環境、社會及管治議題重要性進行評估，具體評估過程和結果在本集團年度環境、社會及管治報告「利益相關方溝通」及「實質性議題分析」小節詳述並由董事會審閱。本集團環境、社會及管治委員會協助董事會全面識別了與本集團相關的重大ESG風險，包含原材料採購、供應鏈勞工準則、反貪污、氣候變化等風險，並制定了相關應對措施，我們亦要求相關部門在運營管理中落實具體行動。

於本匯報年度內，環境、社會及管治委員會參加了2次ESG工作匯報會議，聽取並了解ESG發展趨勢、往年ESG披露及管理成效以及本財年ESG工作計劃等重要事項，並對集團未來的ESG管理提出了建議。董事會每年對環境目標完成情況進行檢討，並設立下一財年的目標。於本匯報年度內，董事會已在碳排放、能源使用、用水效益、減廢方面，檢討並修訂了與業務運營相關聯的環境目標。董事會就該等目標進行了審閱及討論。

本報告亦詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於二零二三年六月二十一日審閱批准。

可持續發展行動摘要

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

SDGs	SDGs中國國別方案 ¹	我們的可持續發展行動
	<ul style="list-style-type: none"> 促進基本醫療衛生服務的公平性和可及性。 	<ul style="list-style-type: none"> 關注員工職業健康安全，為員工提供勞動保護用品、醫療保險等健康安全保障。 定期安排員工進行體檢，培訓宣傳職業健康安全知識。
	<ul style="list-style-type: none"> 增強全社會性別平等意識，消除對婦女和女童一切形式的歧視和偏見。 	<ul style="list-style-type: none"> 反對任何形式的歧視，努力發展多元化的力量，堅決反對種族、國籍、宗教、性別、年齡、婚姻、殘疾等任何歧視行為。

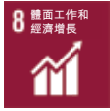
¹ 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。

環境、社會及管治報告

SDGs

SDGs中國國別方案¹

我們的可持續發展行動



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



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



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

- 積極拓展業務發展，與合作夥伴共同成長，助力經濟增長，為社會提供更多優質的工作崗位。
- 完善入職人員信息識別系統，嚴格審核待入職人員的年齡信息，確保候選人符合法定僱傭年齡。
- 制定《招聘管理制度》、《薪酬管理制度》等內部規章制度，對員工的招聘、薪酬、工時等方面進行規範化管理。
- 建立員工培訓體系，為員工的發展與成長提供支持。
- 開展公益活動，發揮品牌優勢，組織開展多元化的業務推廣活動，傳遞積極向上的精神。
- 完善供應商管理機制，關注供應鏈環境、社會風險管理。
- 持續加大環保類材料的使用，制定了化學品、膠水處理劑管理制度和流程，減少有害化學品使用。
- 打造可持續的供應鏈，鼓勵供應商將環保理念納入自身管理體系中。

SDGs

SDGs中國國別方案¹

我們的可持續發展行動



- 做好應對氣候變化和保護環境宣傳教育工作，普及氣候變化知識和低碳發展理念，引導全民積極參與應對氣候變化行動。

- 識別集團的主要氣候變化風險與機遇，並逐一分析了各項風險或機遇對於集團未來運營的影響。

- 推行綠色辦公、綠色生產，以節約能源使用，降低溫室氣體排放水平。

- 加強供應鏈環境風險的管理，賦能供應商投身環保實踐。



- 堅決整治和查處侵害群眾利益的不正之風和腐敗問題，層層傳導壓力，強化責任落實。

- 制定《反不正當競爭和商業賄賂制度》等反貪腐管理制度，保障集團業務的有序發展，樹立誠信、廉潔的企業形象。

- 注重採購廉潔，進一步規範公開、公平、公正的採購，持續完善供應商准入標準和制度，以及相關評估流程和監督機制。

- 面向全體董事與員工開展了廉潔專項培訓，提高員工對廉潔風險和相關法律法規的認識，避免相關違法行為的發生。



- 借鑑夥伴關係的經驗和籌資戰略，鼓勵和推動建立有效的公共、公私和民間社會夥伴關係。

- 參加FIS第六屆國際鞋業創新峰會、第八屆鞋材高峰論壇，了解原材料供應商在可持續發展領域的最新成果，並同其他品牌探討將低碳原材料進行推廣使用的更多途徑，以及解決碳減排技術應用難題的創新方式。

環境、社會及管治報告

利益相關方溝通

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

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

主要利益相關方	主要期望與關注	主要溝通渠道	我們的回應
政府及監管部門	遵紀守法 合規運營 節能減排情況 應對氣候變化 反貪污	政策法規執行 公文往來 信息披露 實地考察	遵守法律法規 接受監督管理 堅持依法納稅 實行綠色運營 建立健全公司管治體系
股東及其他投資者	企業治理 收益回報 合規運營 綠色運營	股東大會 定期報告 集團官網 業績公佈	建立健全公司管治體系 不斷提升風險管理水平 定期信息披露 提升經營業績
員工	薪資福利 職業發展 健康與安全 工作生活平衡	集團活動 員工意見調查 員工內部溝通會議 企業內部公告 員工意見反饋機制 員工工會	建立健全員工管理制度 發揮工會職責 暢通溝通渠道 保障員工權益 組織員工活動
供應商	供應商管理 陽光採購 互利共贏 應對氣候變化	面對面溝通 供應商考評 相關溝通會議 戰略合作談判	關注供應商環境及社會風險 建立健全供應商管理機制 建立長期共贏合作關係 公平公正採購

主要利益相關方	主要期望與關注	主要溝通渠道	我們的回應
消費者	產品責任 應對氣候變化 保障客戶隱私 多元化需求 消費偏好轉變	客服熱線 面對面溝通 消費者滿意度調查 消費者回饋活動 日常運營/交流 服務投訴與回應機制	加強產品質量管理 提升服務質量 保護消費者權益 建立客戶投訴及回應機制
社區	合規經營 社會公益 環境保護	社區活動 社會公益 日常運營 問卷調查	開展志願者活動 推出公益特色產品

實質性議題分析

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

1. 識別相關ESG議題

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

2. 利益相關方重要性議題評估

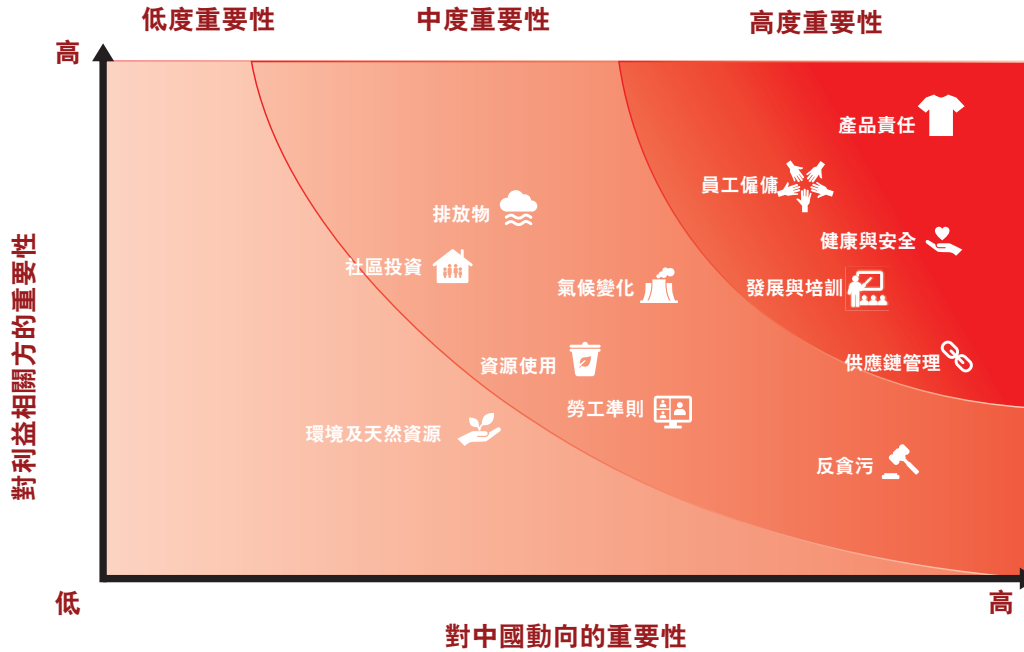
基於日常的業務開展及本集團業務特點，運營過程中與各利益相關方的溝通，並參考同業對重要議題的識別情況，分析相關環境、社會及管治議題的重要性，並對其排序。

3. 確定重要環境、社會及管治議題

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

環境、社會及管治報告

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



中國動向2022財年ESG實質性議題矩陣圖

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

中國動向2022財年ESG議題重要性排序

優質產品，協作共贏

在「幫助用戶提升自信，帶來愉悅自我的體驗，以及高品質健康的生活方式」的使命驅動下，集團嚴格管控產品質量，不斷加強供應商管理工作，打造可持續供應鏈，賦能價值鏈合作夥伴，共同為消費者提供優質、多樣的產品。

優化產品質量

集團視「為客戶提供優質產品」為品牌發展的根本，堅信良好的產品品質是品牌成功的關鍵。集團在產品的開發、選樣、生產、銷售等各個環節，均嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》，依照相關國家及行業執行標準，確保產品符合GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》、GB 30585-2014《兒童鞋安全技術規範》、GB 20400-2006《皮革和毛皮 有害物質限量》、GB 31701-2015《嬰幼兒及兒童紡織產品安全技術規範》、QB/T 2673-2013《鞋類產品標識》等要求。

集團制定了《KAPPA材料內控標準》、《KAPPA服裝產品質量標準》、《服裝版型縫製工藝手冊》、《動向集團(鞋)開發樣品操作手冊》、《動向集團(鞋)技術生產操作手冊》等一系列產品質量標準手冊，以規範產品從開發到量產階段各個環節的流程標準。2022財年，我們更新了《鞋產品原材料物性標準》及《鞋類產品物性測試方法》，完善鞋產品低溫脆性測試方法、新增彈性材料測試方法、延長橡膠白化測試時間並增加濕度環境參數等內容，全面檢驗面料在低溫環境下的耐折性能、精確衡量鞋底材質的反彈性能，持續提升對於產品及材料的測試難度，以多樣的測試方法與嚴格的測試標準竭力守護產品質量。

環境、社會及管治報告

我們在產品各階段嚴格管控產品質量：



產品開發期間

- 物料入廠後，集團對即將使用的物料進行全面的物性指標檢驗，工廠在物料檢測報告的基礎上進行抽樣檢測，並將不合格的物料直接退回且不允許使用，從源頭把控產品質量；
- 集團嚴格評估產品開發階段的安全性能，避免產品在使用過程中出現安全問題。



產品選樣期間

- 集團開發部門、生產部門、設計及規劃部門共同對產品在使用過程中的潛在風險開展安全評估，避免缺陷產品流入市場；
- 集團嚴格把關工廠製作的樣品，集團內部人員親身試用產品樣品，以儘早發現並解決產品設計問題。待樣品通過產品性能測試及試穿測試後，方可進入生產環節。



產品生產期間

- 產品生產開始前，集團駐廠人員定期組織工廠人員召開溝通會議，共同討論並明確產品結構、材質，以及生產流程，確保產品品質；
- 產品生產過程中，集團嚴格遵守安全生產標準，集團技術、生產人員嚴格跟蹤並監督產品生產全流程，集團定期組織稽查小組檢查不按流程生產的行為，確保符合生產標準要求；
- 產品生產完成後，集團開發生產專員嚴格查驗產品質量、把關產品品質，並對存在品質瑕疵的產品予以返修或要求重做；
- 產品到達集團倉庫後，集團加強入倉檢查，倉庫質檢員按照質量標準進行產品抽檢，保障產品質量達到規定要求，並及時將不良產品返廠處理。



產品銷售期間

- 集團對訂單產品開展第三方質量檢測，杜絕有質量問題的產品上市流通；
- 集團重視並持續關注消費者的意見與建議，不定期開展門店巡視以收集消費者意見，針對消費者反饋的產品問題進行調整，並根據消費者的使用體驗及需求，有針對性地提供維修、退換等服務；
- 集團制定了規範的《產品質量三包服務承諾》、《殘次品退貨標準》以及殘次品回收處理流程，並定期向供應商反饋質量問題，持續改善產品質量。

同時，我們持續加強對於員工及供應商的產品質量相關培訓，以提升員工及供應商的品質管控意識與能力。集團定期與質檢機構聯合開展面向員工的產品質量相關培訓及分享會議，如質量分析會議、技術交流會議等，並對集團的質量標準進行培訓與答疑。2022財年，集團召開卡帕技術交流會，分享本財年產品質量檢測情況、產品質量問題注意事項，以及未來的產品研發方向，搭建了研究產品質量狀況、創新產品質量提升措施、制定質量改進計劃的平台，強化員工發現並規避潛在產品質量問題的能力。針對供應商夥伴，集團每年均會對其開展階段性質量管理培訓，強化供應商的質量管控意識，保障供應商能夠充分了解集團產品品質標準。



供應商質量培訓

對於殘次貨品，集團制定《殘次品退貨標準》，不斷優化回收處理流程，升級質量改善措施，以持續優化產品質量。集團自身運營層面，我們與終端銷售保持密切聯繫，實時了解產品品質動態。對於市場上出售的不合規產品，一經確認，我們將立即通知終端銷售團隊於一個工作日內下架相關產品，統一封存相關產品並轉入集團倉庫進行集中處理。我們還通過各地銷售渠道回收殘次品，將殘次品定期退回庫房開展殘次品判定，並對殘次問題進行分析核查。集團質檢部門根據殘次品狀態，返廠處理殘次品或留存銷毀。供應鏈層面，集團定期向供應商統一反饋設計、生產製造及材料質量等方面的問題，要求供應商有針對性地整改，穩步提升產品質量。報告期內，集團未發生因健康與安全問題導致的產品召回。

加強供應鏈管理

我們持續完善供應商管理體系，制定並執行《KAPPA新供應商准入評估標準》等供應商管理制度，保證產品質量的穩定性，持續為消費者提供優質產品。我們定期對供應商進行走訪，了解其生產及品質狀況，收集主要供應商的意見和建議。同時，我們開展供應商季度評估，對於連續兩個季度評分不達標的供應商，我們將暫停使用他們的原材料並敦促其整改。截至本財年末，集團共有供應商62個，供應商管理工作已覆蓋所有在庫的供應商。

環境、社會及管治報告

2022財年按地區劃分的供應商數量

指標	2022財年
華東地區供應商數量(個)	40
華中地區供應商數量(個)	2
華北地區供應商數量(個)	2
華南地區供應商數量(個)	15
東北地區供應商數量(個)	3
供應商總數量(個)	62

供應商准入

在供應商准入方面，我們要求供應商必須擁有國內外一線品牌產品的生產經驗，且須經集團實地考察和綜合評估後方有資格進入供應商名單。我們制定了嚴格的供應商評估標準，對供應商企業背景、運營資質、經營理念、環境及社會風險、財務狀況、開發能力、技術實力、生產體系、品質水平等進行全方位綜合評估和打分。根據評估打分結果，供應商被評定為ABCD四個等級，D類供應商予以淘汰。同時，我們從基礎硬件設施、開發生產能力、生產流程管理、運營能力、現場管理能力以及標準落實情況等多方面開展供應商稽查，優先選擇符合ISO9001質量管理體系認證、OEKO-TEX系列認證的供應商，確保其產品製作流程及品質管理標準化、合理化、制度化，並將稽查結果在體系內供應鏈平台進行共享。本財年，供應商准入評估工作已覆蓋集團所有新聘用及在庫供應商。



開展供應商工廠稽查

供應商評估

在與供應商建立長期穩定的合作關係的同時，我們亦逐步深化對於供應鏈每個環節的環境和社會風險評估，力求打造可持續的供應鏈。我們的供應商環境及社會風險評估主要包括以下內容。



環境風險評估

我們對供應商的環保設施及原材料開展現場審核及評估，嚴格把控物料的環保性。在供應商揀選階段，我們要求供應商必須符合環境保護相關法律法規，並優先選用通過ISO14001環境管理體系認證、ISO50001能源管理體系認證等標準要求的供應商。例如，我們調查供應商工廠在印花、染色、噴漆等重污染工序的具體實施流程是否符合國家及當地環保標準，是否對環境產生損害。如果發現供應商存在違規行為，我們要求其限期整改或終止合作。

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



社會風險評估

我們注重供應鏈勞工合規和職業健康安全，優先選用符合ISO45001職業健康安全體系認證、商業社會標準認證(Business Social Compliance Initiative, BSCI)等國內及國際行業標準的供應商。我們關注用工合法性以及工人的技術水平和操作熟練度，判斷供應商的現有工人數量和生產線、設備，以評估供應商產能是否能保證穩定的商品供應，並預估其實際產能情況以便合理安排訂單；我們將供應商的工時管理、薪酬福利、員工培訓等方面的表現納入評估範圍；同時，我們通過對工廠生產安全方面的實地考察，評估供應商選用的原料及生產加工流程的安全性，以保障供應商員工以及消費者的健康和安

環境、社會及管治報告



2022財年，集團的原材料供應商100%通過ISO14001環境管理體系認證及ISO9001質量管理體系認證。



2022財年，鞋供應鏈80%的主面料廠商通過了ISO50001能源管理體系認證，70%的廠商已經通過了ISO45001:2018職業健康安全管理体系認證。



2022財年，超過95%的棉類產品可追溯至棉花原產地。



2022財年，SORONA聚酯複合彈性纖維和再生聚酯纖維等環保棉成衣合計訂單數量約為446,841件，佔整體成衣訂單的10%。



截至2029財年末，集團使用的膠水100%經過RoHS、REACH(或同等環保認證)認證。

供應商賦能

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



供應商培訓宣導

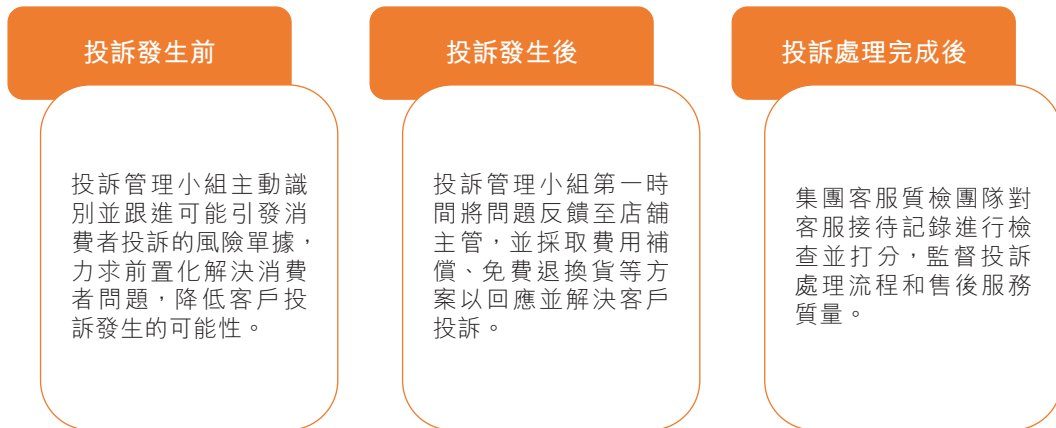
責任運營，行穩致遠

我們致力於為消費者提供貼心、無憂的服務，切實保障客戶權益，堅決維護知識產權，優化廣告合規管理與宣傳工作，規範產品標籤信息，樹立負責任的企業形象。同時，我們還在業務開展過程中注重恪守商業道德，營造風清氣正的企業環境。我們亦注重回饋社會，致力於實現與社區的共贏發展。

保障客戶權益

集團嚴格遵守《中華人民共和國電子商務法》、《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，制定並持續細化《客戶服務操作流程》及《客戶投訴處理流程》，規範客戶投訴應對及處理辦法，完善消費者隱私保護管理，不斷提高客戶服務質量與水平。集團依據國家法律法規及《產品質量三包服務承諾》等集團相關規定，為消費者提供售後諮詢、殘次品判定、產品維修、產品退換等服務，切實保障消費者權益，給予客戶安心的消費體驗及滿意的售後服務。報告期內，集團客戶滿意度²提升至95.18%。

集團設有投訴管理小組以及客服質檢團隊(QA)，負責事前、事中、事後全流程管理客戶投訴。



2022財年，集團總部直接接獲的消費者投訴數量為5次，集團通過工商市場監督部門接獲的客戶投訴數量為119次，電商平台接獲的消費者投訴數量為2,948次³，全部消費者投訴均已受理並處理完結。

² 「客戶滿意度」統計口徑，包含對客戶服務相關的「服務項」與產品質量相關的「非服務項」滿意度。

³ 2022財年接獲的消費者投訴數量較往年增加。主要原因在於報告期內受疫情影響導致快遞階段性停滯，進而導致消費者相關投訴有所增長。

環境、社會及管治報告

為向消費者提供標準、高效且優質的客戶服務，集團持續對客服團隊開展能力提升培訓。我們為新入職的客服人員提供崗前培訓與考核，客服人員通過考核後方可上崗。此外，集團還面向全體客服人員開展產品知識季度學習培訓，並通過舉辦客服聊天記錄案例分享週會、月度服務總結會等方式，搭建客服人員間定期分享與交流工作經驗的平台，從而不斷提升客服團隊的服務水平。



客服人員培訓

集團高度重視消費者信息和隱私安全，在集團制定的《保密協議書》中明確了消費者隱私保護相關條款，同時，我們還嚴格遵守電商平台消費者隱私保護政策，夯實制度基礎。實踐層面，我們通過升級線上訂單處理系統、加密控制消費者個人信息、嚴格管理消費者敏感信息的訪問及操作權限等手段，加強消費者的賬號安全性，將消費者個人信息泄露的風險降到最低。2022財年，我們再次升級企業資源計劃(ERP)系統和倉庫管理系統(WMS)，接入快手平台電子面單以及掌秀雲ERP加密數據，進一步強化對消費者信息的加密保護，守護消費者個人信息及隱私安全。

尊重知識產權

集團始終嚴格遵守《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國民法典》、《產品標識標註規定》等相關法律法規，制定了《商標註冊管理辦法》、《設計審核管理辦法》等內部制度，持續完善商標與專利管理，加強知識產權保護。

為保障集團知識產權尤其是商標方面的合法權益，2022財年，我們起草《簽訂聯名(IP)合同前的注意事項及操作指引》，規定業務部門在簽署聯名合同前需提交授權協議、作品登記證書、商標註冊證等供法務部審核，以確保品牌聯名合法合規。同時，我們面向集團及各子公司的公章管理員開展印章管理相關培訓，進一步提升相關工作人員的知識產權意識。此外，我們設立了完整的商標檔案，對商標使用、標識印刷及防偽碼生產等進行管控，嚴格保護集團知識產權。

2022財年，我們持續開展商標和專利註冊與續展工作，對於部門提交的商標設計需求，法務部根據相關法律法規審核商標的設計來源和創意性，避免侵犯他人知識產權。2022財年，我們成功完成商標註冊申請56件，專利續展6件。

我們積極開展對外商標權益維護工作，鼓勵員工或第三方機構向法務部舉證假冒集團商標的違法行為。收到舉證後，法務部將及時開展信息核實、產品鑑定、投訴舉報等系列工作。2022財年，集團打擊涉嫌未經授權經營的淘寶店鋪及銷售集團假冒產品的店鋪共計16家，協助工商、公安等部門完成打假案例4起，共打擊近2,375件假冒偽劣產品。

負責任的營銷

集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》、《互聯網廣告管理辦法》、《網信部門行政執法程序規定》、《廣告絕對化用語執法指南》等相關法律法規，嚴格管理廣告宣傳工作，努力踐行負責任的營銷。

- **在廣告內容方面**，我們始終本著真實性和合規性原則，實行統一領導、分級管理的模式，尊重他人知識產權，禁止編輯、篡改、傳播未經授權的圖片、字體、文字、軟件及音樂作品等，確保宣傳內容的真實性，避免對消費者產生誤導。
- **在廣告審核方面**，我們持續完善產品宣傳和推廣內容的審核制度與流程，要求所有信息內容在發佈之前需嚴格履行集團審核程序，嚴禁任何失實陳述或誇大的廣告宣傳。2022財年，我們新增對客服溝通話術及對外發佈素材的審核流程，杜絕在客戶溝通中出現市場監管總局發佈的《廣告絕對化用語執法指南》中禁止的詞語。若發現任何違規行為，我們將及時採取行動並糾正處理。
- **在廣告投放方面**，我們任命明確的負責人管理廣告投放，並實施項目追責制度，確保廣告投放合法、合規，避免各類廣告侵權事件的發生。同時，對未經同意或授權、以集團名義發佈廣告等其他宣傳的個人或企業，我們將第一時間追究其法律責任。

此外，集團高度重視產品標籤信息的透明度與規範程度，嚴格遵守GB/T 8685-2008《紡織品維護標籤規範符號法》、GB 5296.4-2012《消費品使用說明第4部分：紡織品和服裝使用說明》等國家及行業標準，要求在產品標識中如實傳遞產品信息，杜絕任何不實信息，幫助消費者清晰地識別和掌握產品信息，以增強消費者對本品牌的信任，塑造負責任的企業形象。

環境、社會及管治報告

堅守商業道德

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

舉報流程與處理

我們健全貪污腐敗舉報機制，鼓勵和支持全體員工舉報任何不正當競爭或商業賄賂等行為。員工可選擇在所屬系統內逐級上報，也可以直接向集團內審部門進行舉報。集團嚴格保護舉報人的合法利益，禁止任何因合法舉報而引起的打擊報復行為。對於違反國家法律法規的行為，集團保留依法追究其刑事和民事責任的權力。報告期內，本集團未發生對本集團或員工提出並已審結的貪污訴訟案件。

誠信意識提升

2022財年，集團要求所有經理級以上人員簽署確認書，確保集團管理層充分知悉並遵守《反不正當競爭和商業賄賂制度》、《獎懲制度》、《印章管理和使用辦法》、《現金支出制度》、《保密協議書》、《薪酬保密承諾書》、《離職管理制度》等內部管理制度，提高公司管理層員工的反貪腐意識。此外，集團定期對子公司及各部門開展內部審計，對商業道德管理制度的執行過程和結果進行審查，確保集團相關管理制度的有效落地。

我們始終重視商業道德教育，營造風清氣正的文化氛圍。2022財年，集團面向全體董事與員工開展了共計2小時的專項培訓，內容涵蓋反不正當競爭、反貪污、反賄賂及反洗錢等，以提高員工對商業道德風險和相關法律法規的認識，避免相關違法行為的發生。

陽光採購管理

2022財年，我們進一步規範公開、公平、公正的採購，持續完善供應商准入標準和制度，以及相關評估流程和監督機制。此外，我們制定《現金支出制度》和《禮品管理制度》，明確了集團禮品標準和審批流程，避免員工與有業務關係的第三方產生利益關係。一旦發生該等情況，我們要求員工必須告知其直屬上級，並回避其直接或間接參與相關單位的業務往來。2022財年，我們對集團中高層管理者進行了個人信息採集，核查其與供應商是否存在關聯交易，避免濫用職權的現象發生。

增進社區關懷

我們重視建立穩定有效的社區溝通機制，堅持將企業發展成果回饋於社會，積極展開社會責任實踐。我們考慮業務活動對社區公眾的影響，通過與社區溝通，聆聽社區聲音，助力社區發展。本年度，我們發揮品牌優勢，組織開展多元化的業務推廣活動，打造「有溫度、有態度、有深度」的品牌，向新時代青年傳遞積極向上的精神。

關愛員工，攜手共進

我們將員工視為企業可持續發展的基石，把保障員工權益作為企業立足的根本，以提供安心健康的職場環境作為企業的責任和義務。為此，我們制定並執行一系列員工僱傭與勞工權益保護制度，建立健全員工績效考核、晉升、薪酬福利體系，關心員工的健康安全與全面發展，實現企業與員工共同成長。

合規平等僱傭

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《中華人民共和國未成年人保護法》、《中華人民共和國婦女權益保障法》、《工傷保險條例》、《職工帶薪年休假條例》、《女職工勞動保護特別規定》和各地《最低工資規定》等相關法律法規，持續完善《招聘管理制度》、《薪酬管理制度》、《考勤管理制度》等內部規章制度，對員工的招聘、薪酬、工時等方面進行規範化管理，依法保障員工的合法權益。

我們健全員工僱傭與勞工權益保護制度，堅決杜絕發生僱傭童工和強制勞工的情況。我們完善入職人員信息識別系統，嚴格審核待入職人員的年齡信息，確保候選人符合法定僱傭年齡。我們反對任何形式的歧視，努力發展多元化的力量，堅決反對種族、國籍、宗教、性別、年齡、婚姻、殘疾等任何歧視行為。若發現僱傭童工或強制勞工的情況，公司將根據當地勞動局的要求及時對相關情況開展調查，並根據調查結果採取追責、解聘等處理措施，儘快消除違規情況。

我們建立了多種人才招聘渠道，包括校園招聘、社會招聘、員工推薦等，以廣泛吸引優秀人才，並提升崗位與人才的匹配效率。截至2023年3月31日，我們共有471名員工。

環境、社會及管治報告

2022財年僱傭指標情況

僱傭指標名稱		2022財年
按性別劃分的員工人數	男性員工總數(人)	155
	女性員工總數(人)	316
按年齡劃分的員工人數	30歲及以下的員工總數(人)	51
	年齡31-50歲的員工總數(人)	400
	年齡51歲及以上的員工總數(人)	20
按層級劃分的員工人數	管理層員工總人數(人)	86
	非管理層員工總人數(人)	385
按地區劃分的員工人數	中國大陸員工總人數(人)	469
	海外及港澳台員工總人數(人)	2

2022財年員工流失情況

員工類型		員工流失比率 ⁴
集團員工流失比率(%)		26.98%
按性別劃分的員工流失比率	男性員工(%)	26.89%
	女性員工(%)	27.02%
按年齡劃分的員工流失比率	30歲及以下員工(%)	32.00%
	31至50歲員工(%)	26.61%
	51歲及以上員工(%)	20.00%
按員工層級劃分的員工流失比率	管理層員工(%)	25.86%
	非管理層員工(%)	27.22%
按地區劃分的員工流失比率	中國大陸員工(%)	27.06%
	海外及港澳台員工(%)	0.00%

⁴ 員工流失比率統計口徑為員工流失比率=本報告期員工流失人數/(本報告期員工流失人數+本報告期末員工總人數)*100%

關注職業發展

我們持續建設並完善人才晉升機制，制定《晉升管理制度》和《集團人員職業發展制度》，搭建了涵蓋晉升申請、晉升資質審核、晉升工作匯報、晉升評估的體系化晉升機制。為拓展員工的職業發展空間，我們構建涵蓋專業序列、管理序列的雙通道職級體系，並針對不同職位序列制定晉升路徑，為員工提供多種職業發展通道。



職位序列

我們持續完善績效考核與管理制度，要求各部門制定關鍵績效指標，並對員工績效進行跟蹤、指導與反饋。在日常工作中，我們與員工進行不定期溝通，以了解員工在工作中面臨的實際問題和需求，並及時提供支持。此外，我們定期開展績效評估，並根據評估結果與員工協同制定績效改進計劃，以幫助員工不斷強化能力、提升績效。為確保績效評估的公平公正，我們在績效評估結束後引入反饋機制，員工如對績效評估結果有異議，可提出書面申訴。集團將根據申訴情況，重新評估相關績效考核結果，確保公平公正。

我們堅持「以員工為中心」，不斷強化人才隊伍建設，致力於實現人才成長與企業發展的雙贏。我們制定《培訓管理制度》、《新員工培訓管理制度》、《外派培訓管理制度》等一系列內部培訓制度，針對不同崗位、不同層級、不同業務領域員工的發展需求開展差異化培訓。2022財年，我們組織開展了高層管理人員培訓、產品知識培訓、終端店舖店長培訓、銷售服務提升培訓、職業技能基礎培訓等系列線下培訓，全面提升員工綜合素質及能力。此外，我們高度重視質量管理能力的培訓，每年定期組織工藝質量管理人員進行內部知識普及和技能提升。

環境、社會及管治報告



「零售訓練營」



「精英店長訓練營」

為營造共同成長的學習氛圍，我們推出「職行力平台」，支持員工隨時隨地進行線上學習。我們在「職行力平台」開關涵蓋新零售、營銷管理、自我管理、辦公技能、大咖分享、產品知識在內的6大課程專區，設置「新員工培訓導航」、「我愛動向」等特色專欄，進一步幫助員工提升工作技能、強化專業知識、了解公司企業文化。

2022財年員工培訓情況

分類	2022財年
按性別劃分的受訓僱員百分比	
男性員工培訓人數佔比(%)	71.61%
女性員工培訓人數佔比(%)	73.10%
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比	
管理層員工培訓人數佔比(%)	69.77%
非管理層員工培訓人數佔比(%)	71.95%
按性別劃分的每名僱員受訓的平均時數	
男性員工人均培訓時長(小時)	13.26
女性員工人均培訓時長(小時)	15.80
按僱員類別劃分的每名僱員受訓的平均時數	
管理層員工人均培訓時長(小時)	9.02
非管理層員工人均培訓時長(小時)	16.53

守護健康安全

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

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

在員工身心健康方面，我們提供有溫度的健康福利保障。我們為員工購買補充醫療保險和人身險，涵蓋疾病身故、意外身故、門診和住院醫療及生育等項目，並為零售店舖人員購買僱主責任險，以提供多維度的醫療保障。此外，我們根據員工性別、年齡購買不同類別的體檢項目，以滿足員工差異化的健康需求。

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

2022財年因工傷損失的工作日數(天)	過去三年因工亡故人數(人)	過去三年因工亡故人數比率(%)
---------------------	---------------	-----------------

34.5

0

0

關懷員工生活

我們堅持「以人為本」，提供多樣化的員工福利，加強人文關懷。此外，我們開展豐富的員工活動，倡導員工積極參與，切實提升團隊歸屬感、向心力和凝聚力。

員工福利

我們感恩員工的付出與辛勞，為員工提供多樣化的非薪酬福利，包括內購福利、餐費補貼、通訊補貼、駐廠補貼、托兒費補貼、生活必需品等多項公司專屬福利。此外，我們還為員工開設健身房、舞蹈俱樂部、搏擊俱樂部等，鼓勵員工在工作之餘強身健體，勞逸結合。

環境、社會及管治報告



集團員工健身房

節日慰問

我們用心關愛員工。在春節、中秋節、端午節、兒童節、婦女節等節日，我們為員工發放節日專屬禮包，並組織員工家庭慰問、美食節、生日會等暖心關懷，讓員工及其家屬切身感受到集團大家庭的溫暖。



集團舉辦婦女節活動



南京子公司組織春節活動



武漢子公司發放春節禮包



大連子公司發放聖誕節禮物



天津子公司舉辦母親節活動



杭州子公司舉辦婦女節活動

快樂團建

我們主張平衡員工的工作與生活，持續為員工開展豐富的團建拓展活動。2022財年，我們舉辦了拔河、滑雪、滑板等各項挑戰賽及團建活動，為員工帶來健康的體魄和愉悅的心情，增強了團隊協作與溝通，提升員工幸福感與歸屬感。



集團開展「購激情·玩出範兒」Kappa首鋼極限公園挑戰賽



深圳子公司開展「向未來 再出發」團建活動

環境、社會及管治報告



菲尼克斯滑雪團建活動



哈爾濱子公司開展「揚帆起航 再創輝煌」團建

保護環境，守護綠色

集團始終高度重視環境保護，積極優化環境保護管理政策及措施，切實履行節能減排實踐，減少生產、運輸以及公司運營各環節對環境造成的影響，攜手員工、供應商等價值鏈夥伴共同踐行環保理念。

我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》等法律法規，制定《上海Kappa垃圾分類制度》、《上海Kappa節能管理》等環境保護相關制度。結合集團發展目標及業務特質，我們持續監督過往環境目標落實情況，擬定切實可行的環境目標，並以目標為導向，積極落實各項環保舉措。

環境目標及進展

目標分類	目標內容	2022財年進展
節能減排目標	自2021財年起，北京辦公樓LED燈安裝率達到100%	已完成
	截至2022財年末，太倉工廠員工生活用水熱能設備均採用太陽能熱水設備	
	自2022財年起，太倉工廠將逐步使用變頻式縫紉機以及變頻式拷邊機	已修訂，進行中 ⁵
	自2022財年起，太倉工廠計劃三年內全部更換LED燈	已修訂，進行中 ⁶
節水目標	以2019財年為基準，到2025財年，太倉工廠用水量降低10%	進行中
	截至2023財年末，北京、上海辦公樓節水水龍頭安裝率達到100%	本財年新增，進行中
減廢目標	自2021財年起，集團實現100%垃圾分類	已完成
	太倉工廠實現廢水廢氣排放達標率100%，環境污染事故零發生	
	自2021財年起，集團採購辦公用紙均為FSC認證的環保紙張	
	截至2022財年末，太倉工廠廢棄的生產原材料實現100%再利用	
	2023財年，通過使用在線辦公系統，北京辦公室的紙張使用量將較2022財年降低10%	本財年新增，進行中
	截至2026財年末，集團採購的全部鞋盒及紙質包裝物均經過FSC認證	

應對氣候變化

集團高度重視並持續關注氣候變化相關議題，積極響應國家「碳達峰、碳中和」目標。我們識別了集團的主要氣候變化風險與機遇，並逐一分析了各項風險或機遇對於集團未來運營的影響。根據風險與機遇的潛在影響，我們將不斷強化管理，並持續落實各項措施，積極應對氣候變化。集團面臨的氣候變化相關風險及機遇主要包括急性實體風險、慢性實體風險、政策及法律變化風險以及市場變化機遇。以下表格呈現了我們的分析結果。

⁵ 太倉工廠原計劃自2021財年起，全面使用變頻式縫紉機。但由於部分設備仍處於使用年限中，出於資源節約的考慮，我們僅更換了達到使用年限的設備。2022財年，太倉工廠已更換550台變頻式縫紉機，佔比達95%；已更換24台變頻式拷邊機，佔比達35%。

⁶ 太倉工廠原計劃到2022財年，LED燈安裝率達到100%，但是由於部分非辦公區域螢光燈仍處於使用年限中，出於資源節約的考慮我們僅更換了達到使用年限的螢光燈。2022財年，太倉工廠辦公區域已100%完成LED燈的更換工作。

環境、社會及管治報告

風險／機遇類型	潛在影響	應對措施
實體風險 — 急性風險	<p>集團面臨的急性實體風險包括但不限於雷暴、洪災、颱風、極端低溫等劇烈氣候現象。集團主要自有工廠位於江蘇省，地處中國大陸東部沿海地區，是受到氣候變化影響較為明顯的地區。同時，集團運營地及倉庫還遍佈中國大陸多個地區，可能面臨較高的急性風險。</p> <p>劇烈氣候現象可能對集團生產及運營所需的電力設施、用水設施及生產運營設備造成破壞，可能增加運營成本。極端氣候現象發生時，集團可能因氣候惡劣而導致停工停產、產品可能因運輸線路受阻而無法正常配送，以至集團訂單無法按期交付，進而導致集團營業收入受損。</p>	<p>集團將建立極端天氣預警機制，並逐步出台極端天氣應急預案以及業務連續性管理辦法，配備專業的應急與救援設備，定期向員工開展安全知識培訓以及應急演練。</p> <p>集團將定期開展設備巡檢，及時排查並消除安全隱患。</p>

風險／機遇類型**潛在影響****應對措施****實體風險 — 慢性風險**

集團面臨的慢性實體風險包括但不限於海平面上升、平均氣溫升高、極端天氣頻率及嚴重程度增高等。集團所生產及銷售的服飾、鞋類及配件的原材料很大程度上依賴於棉花等天然纖維。因此，農業種植模式與農作物成本與集團的運營成本與原材料可得性有著較為密切的聯繫。

慢性氣候變化引起的海平面上升可能會縮減全球的可用耕地面積，從而降低棉花產量；平均溫度升高可能會影響棉花的生長速度，從而降低棉花產量；極端天氣頻率及嚴重程度增高同樣可能影響棉花產量。棉花產量的減少將抬高棉花單價，從而增加集團的採購成本。

集團將持續關注原材料產地氣溫變化情況、極端天氣發生頻率，以及海平面上升速度等氣候變化情況，及時識別可能影響原材料產量的慢性實體風險。

我們謹慎評估供應商面臨的氣候變化風險，並考慮多樣化採購策略，降低對於單一供應商的依賴程度，提升原材料供應鏈穩定性，降低由於氣候變化引發的供應鏈斷裂風險。

我們還將在面料採購階段對面料消耗進行優化估算，在生產階段進行精確裁剪，以全面提升面料的使用效率。

環境、社會及管治報告

風險／機遇類型	潛在影響	應對措施
過渡風險 — 政策及法律	<p>中國政府對氣候變化高度關注，持續加強相關法律法規的數量與約束力度，並設置了「碳達峰、碳中和」目標。同時，交易所等監管機構對於上市公司氣候信息披露的要求也愈發嚴格，強制企業開展更加完整、詳實、可靠的氣候變化應對情況披露。</p> <p>日益嚴苛的監管政策對於集團的氣候變化管理能力、數據統計能力，以及信息披露能力均提出了更高要求，為集團的可持續經營以及合規披露氣候變化信息帶來挑戰，可能提高集團的合規成本。</p>	<p>集團密切關注氣候變化相關政策，研判政策形勢，定期開展氣候變化相關的法律合規性檢索，回顧集團相關制度與實踐的合規性，並根據法律法規要求，及時對相關制度予以更新。</p> <p>面對趨嚴的信息披露要求，集團將加強氣候變化方面的知識儲備及人才儲備，聯合外部機構加強員工培訓，提升氣候變化政策變更的應對能力。我們積極投身氣候變化相關工作，包括參與「30·60 中國紡織服裝碳中和加速行動」、「FIS 第六屆國際鞋業創新峰會」、「第八屆鞋材高峰論壇」等相關活動，探索並開展紡織品全生命週期碳排放測評等相關工作。</p>

風險／機遇類型	潛在影響	應對措施
機遇 — 市場變化	<p>更多的消費者已逐步關注並意識到氣候變化問題的嚴峻性，並將自身的消費偏好轉向低碳產品以及環境友好型企業。因此，樹立環境友好的品牌形象、為消費者提供更多低碳環保產品，將有可能吸引更多消費者的關注，並可能為集團帶來營業收入的增長。</p>	<p>集團加強低碳產品的創新及應用力度，優先選擇低碳環保的產品及服務，並在鞋類及T恤類產品中更多地應用環保材料，如生物基纖維、再生聚酯纖維等。集團還將提升對於低碳產品以及低碳理念的宣傳力度，在積極承擔減碳責任的同時，塑造良好的品牌形象。</p> <p>此外，我們時刻關注消費者的偏好變化，加大綠色產品創新研發力度，向消費者提供滿足其運動偏好與需求的綠色產品。</p>

我們密切關注行業的低碳發展趨勢，積極參與行業關於應對氣候變化的交流活動，學習借鑑優秀實踐案例，研討可持續創新舉措，推動服裝紡織行業的綠色發展。

2022財年，集團分別參加了FIS第六屆國際鞋業創新峰會、第八屆鞋材高峰論壇，了解原材料供應商在可持續發展領域的最新成果，並同其他品牌探討推廣使用低碳原材料的更多途徑，以及解決碳減排技術應用難題的創新方式。



參與FIS第六屆國際鞋業創新峰會

環境、社會及管治報告

加強節能減排

集團始終秉承「低碳環保」的理念，推行綠色辦公、綠色生產，以節約能源使用，降低溫室氣體排放水平。集團積極利用太陽能等清潔能源，於北京辦公樓安裝太陽能熱水器，於太倉工廠安裝太陽能及空氣能系統，為員工提供熱水。集團還積極鼓勵子公司定期對員工節能降耗工作進行考核，通過評選節約型部門、節約型個人等榮譽稱號，倡導員工積極踐行低碳運營理念。集團運營對於環境及天然資源的影響主要在於辦公樓宇及太倉工廠的排放及資源使用。

辦公樓節能管理



- **辦公設備節能管理：**我們制定《上海Kappa節能管理》等節能降耗相關管理辦法，規範用電管理及綠色辦公要求，並明確節能負責人以及節能檢查制度。我們持續優化用能設備的運行時間與參數，並於每週五及節假日前通過內部辦公自動化(OA)系統提醒員工及時關閉電腦、複印機、飲水機等設備電源，減少不必要的電力消耗，同時降低火災等安全隱患，確保「人走機關，機關電斷」。集團在基本建設和設備改造更新時，積極考慮採購節能型設備以逐步淘汰高能耗設備。



- **空調節能管理：**我們在辦公區域安裝變頻空調，嚴格控制空調使用開啟溫度，設定空調溫度夏天不低於26℃、冬天不高於23℃的使用標準，並提倡下班前半個小時關閉空調，降低空調能耗。在每年製冷季開始前及結束後，我們均定期對空調進行檢修維護與保養，以保證空調的低能耗運轉。



- **照明燈具管理：**我們充分利用自然光，辦公區域光線充足時優先使用自然光照明。集團於辦公區域安裝低能耗的LED燈具，積極提倡「人少時少開燈，人走時隨手關燈」。我們在辦公區域內樓梯、走廊、衛生間等照明需求較低的場所，安裝聲感自動控制開關，防止「長明燈」的現象發生。北京辦公樓於每晚八點半自動斷電，以降低辦公區域無人使用時電燈長亮導致的電力消耗。員工加班期間，我們將為加班員工所在樓層提供單層供電。



- **低碳環保出行：**我們嚴格管理公車使用，倡導員工採用公共交通通勤、巡店，降低因公出行產生的交通資源消耗和碳排放量。

低碳倉儲及運輸

集團與通過ISO14001環境管理體系認證的承運商開展合作，並在部分城市利用新能源車替代燃油車運輸貨物，降低物流運輸過程中產生的碳排放。集團與安裝屋頂及牆體光伏發電系統、積極利用清潔能源供能的低碳倉儲園區開展合作，以降低價值鏈的碳排放。集團合作的低碳倉儲園區光伏面積約1,000平方米，總裝機容量160kW，年發電量約10萬kWh。

門店節能管理

我們在門店內安裝LED燈，減少大功率主光燈的使用數量，並根據光照情況適當減少或調整射燈，以減少用電。我們還在全部店舖內安裝變頻空調以降低能源消耗。每日運營結束後，門店人員仔細檢查並確保電氣設備均處於關閉狀態。

低碳意識宣貫

我們通過內部OA系統，於世界地球日期間以發佈海報的形式向員工宣傳節能減排、綠色環保理念，倡導員工低碳辦公、低碳生活。



世界地球日宣傳海報

環境、社會及管治報告

倡導節約用水

我們節約日常用水，積極利用中水，持續加強自身水資源管理。此外，我們還通過租賃具有節水設施的倉儲園區，與價值鏈夥伴共同節約水資源。



- **日常節水管理**：我們於衛生間安裝節水型水龍頭，並張貼節水標誌，倡導員工踐行「人走水停」的節水理念。我們定期檢查並更換老舊供水管道，加強辦公區域用水設備的日常維護、管理，降低因設施損壞而造成的水資源浪費。我們的用水均來自市政自來水管網供水，集團在求取適用水源上未發現有任何問題。



- **加強中水使用**：我們鼓勵「一水多用」，集團北京辦公樓衛生間使用循環中水沖洗如廁器具，積極使用中水，減少污水排放。



- **供應鏈節水管理**：集團租賃具備雨水回收系統的倉儲園區，降低倉儲園區的用水消耗，減輕環境影響。

推進減廢行動

我們重視廢棄物的分類管理與合規處置，提高廢舊物料的回收使用率，減少生產及辦公活動產生的廢棄物。集團生產運營中主要有害廢棄物為打印設備產生的墨盒及硒鼓，我們統一將其交由有資質的第三方進行合規處置。



- **生產減廢：**在產品設計與生產階段，我們根據面料倉提供的實測幅寬、縮率等參數進行精確排版，最大程度地使用原材料，減少廢棄邊角料的產生。在產品配送運輸階段，我們優先使用可二次利用的紙箱，以減少木材製品的浪費。在產品回收階段，我們加強面料及樣衣回收，倡導資源的循環使用。



- **辦公減廢：**我們在打印機旁設立廢紙回收區，收集廢紙、廢舊快遞文件紙袋以及紙箱，供有需要的員工循環使用。我們統一採購桶裝飲用水，減少廢棄水瓶數量。我們將員工工位的個人垃圾桶替換為公用分類垃圾桶，並於垃圾桶旁張貼垃圾分類投放要求與宣傳海報，加強垃圾分類管理。上海辦公室依據《上海市生活垃圾管理條例》，制定《上海Kappa垃圾分類制度》，引導員工貫徹垃圾分類要求，強化廢棄物回收。我們儘可能重複利用仍具備使用條件的電子產品組件，並委託有資質的第三方對鼠標、電腦等電子廢棄物進行回收處置。



- **門店減廢：**集團門店目前使用的衣架均獲得全球回收標準(GRS)認證，並具備二次利用價值。門店裝修過程中，集團均統一審批並採購符合環保要求的裝修物料，儘量減少牆板塗料，降低裝飾裝修材料對環境的影響。門店裝修升級時，我們的承建施工方將統一回收燈具、衣架等可供二次利用的物料，減少不必要的資源消耗。



- **無紙化辦公：**集團於2023年3月起全面應用在線辦公系統，通過雲文檔在線編輯、線上審批等功能，進一步節約文件打印、紙質文件傳輸等傳統辦公過程造成的資源浪費與碳排放。我們還通過默認設置打印機為雙面打印、縮小文件字號、電子發票按半張紙打印等措施，降低打印耗材的使用。

打造綠色產品

集團重視低碳產品的創新研發與生產，通過加大環保類材料使用、降低有害化學品使用，以持續降低產品對環境及天然資源的負面影響，向消費者傳遞綠色消費理念，打造負責任的企業形象。

我們持續向鞋類產品供應商推行無毒、無污染、不燃燒且安全性較高的水性黏著劑的使用，以降低有害物質的排放。我們在鞋類產品中增加TPU(熱塑性聚氨酯彈性體)材料的使用比例，該材料在可以被回收再利用的同時，兼具減少溢出毛邊、擠出廢膠等廢棄物的特質，有效提升材料使用效率。我們將可降解的PU(聚氨酯)材質用於鞋墊製作，降低對於環境的污染。此外，我們的鞋盒100%由環保可回收材料製成，持續減少環境足跡。截至報告期末，集團旗下Kappa品牌中含TPU的鞋類產品已超過20萬雙，約佔鞋類量產訂單總量的22%；含PU的鞋類產品已超過6萬雙，約佔鞋類量產訂單總量的6%。

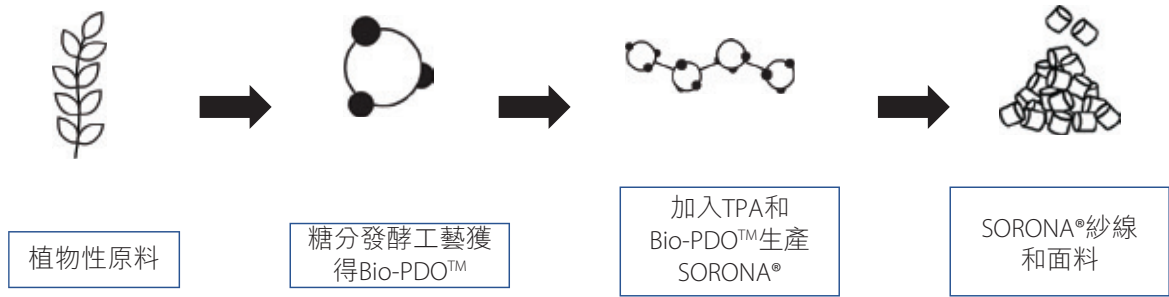
環境、社會及管治報告

我們積極響應綠色環保要求，在服裝類產品中應用更多環保面料，並使用C6或C0標準的梭織面料防潑助劑，減少生產過程中的有害化學物質排放。

以下為部分集團應用於服裝類產品的環保面料：

面料類別	面料特性	應用情況
生物基纖維 — SORONA®(索羅娜)	該面料含有37%的植物性可再生原料(植物澱粉糖)，與傳統尼龍面料相比，SORONA®的產品製造工藝過程可降低約37%的石油資源消耗，節省30%的能源使用，並減少63%的溫室氣體排放。	2022財年，集團售出33萬件應用了SORONA®面料的服裝產品。
再生聚酯纖維(Recycled Polyester Yarn)	該面料通過物理法加工工藝，將廢棄PET塑料瓶熔融後製成PE切片，進而紡絲、織造，有效減輕生態環境負擔。	本財年，該面料已廣泛應用於集團的服飾類產品中，產品品類覆蓋T恤、衛衣、風衣、褲子、羽絨服等。本財年，集團生產的ALK PHENIX全部產品線所用織嘜均為再生聚酯纖維產品。2022財年，集團售出7萬餘件應用了再生聚酯纖維的服裝產品。
Smawarm®保溫棉	Smawarm®科技將蚶殼經過數道工序處理並奈米化，結合環保回收瓶重新抽絲，形成天然無添加助劑的材料，該材料在環境友好的同時，兼具保溫、抗靜電、抗菌、防霉、消臭、速乾、抗紫外線等功能。	本財年，20%的PHENIX產品使用了Smawarm®保溫棉。
PrimaLoft®環保棉	該保暖面料由回收塑料製成，可實現循環使用，促進資源節約和高效利用。	2022財年，PHENIX SP27系列服裝已使用PrimaLoft®環保棉。

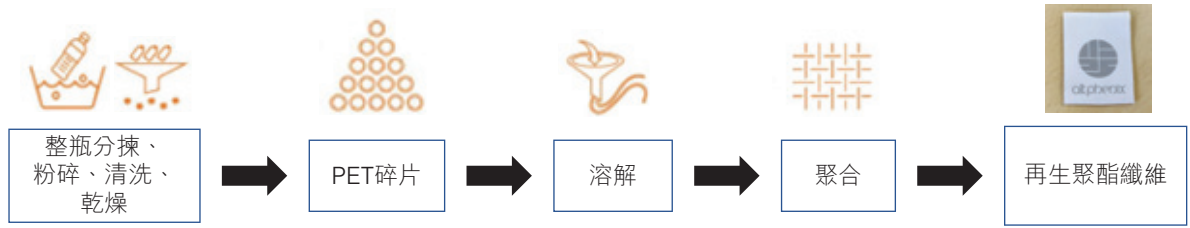
- 生物基纖維 — SORONA®(索羅娜)：



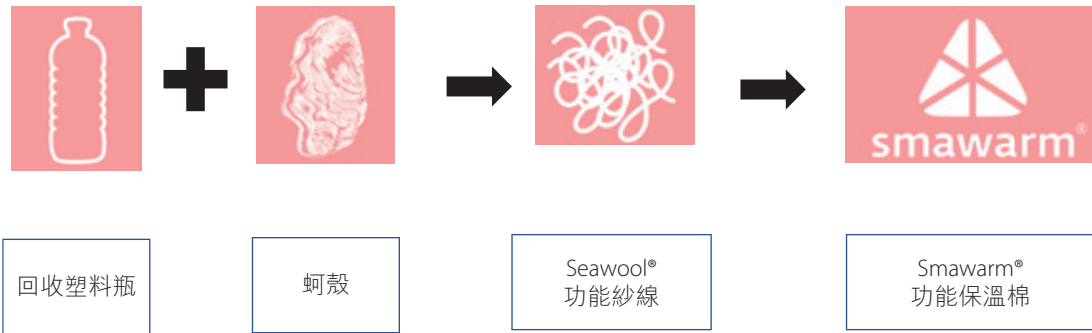
應用SORONA®面料的產品

環境、社會及管治報告

- 再生聚酯纖維：



- Smawarm®保溫棉：



使用Smawarm®保溫棉的PHENIX PST系列服裝

環境、社會及管治報告

- PrimaLoft®環保棉：



可循環使用
將回收塑料瓶轉化
為纖維



降低碳排放
PrimaLoft®的專有
再生製造工藝已
實現70%的碳減排



促進循環利用
PrimaLoft®產品可
實現回收利用



使用PrimaLoft®環保棉的PHENIX SP27系列服裝

環境類關鍵績效指標表

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

排放物

指標	2022財年	2021財年	2020財年
溫室氣體排放總量(範圍一及範圍二) ⁷ (噸)	1,244.86	1,308.64	1,317.54
直接排放(範圍一)(噸)	16.79	26.12	31.09
汽油	12.63	20.04	23.00
柴油	4.15	6.08	8.09
間接排放(範圍二)(噸)	1,228.07	1,282.51	1,286.45
外購電力	1,228.07	1,282.51	1,286.45
溫室氣體排放強度(噸/人)	1.98	1.56	1.47
溫室氣體排放強度(噸/平方米)	0.05	0.06	0.06
有害廢棄物總量 ⁸ (噸)	0.12	0.13	0.23
人均有害廢棄物(噸/人)	0.0002	0.0002	0.0003
無害廢棄物總量 ⁹ (噸)	54.05	28.56	55.93
人均無害廢棄物(噸/人)	0.08	0.03	0.06

⁷ 基於運營特性，集團主要氣體排放為溫室氣體排放，源自使用由化石燃料轉化的電力及燃料。集團溫室氣體排放清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《2019年度減排項目中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《IPCC 2006年國家溫室氣體清單指南》進行核算。

⁸ 集團涉及的有害廢棄物類型主要包括廢棄硒鼓及墨盒。

⁹ 集團運營涉及的無害廢棄物主要包括辦公樓生活垃圾、生產邊角料及廢棄電子設備。辦公樓生活垃圾由辦公樓物業統一處理，生產邊角料和經審批報廢后的廢棄電子設備由回收商進行回收處理。本財年，集團提升無害廢棄物數據統計範圍，新增南京子公司，同時，本財年太倉工廠進一步完善、規範了無害廢棄物統計口徑，增加無害廢棄物種類，包括紙箱、紙管、碎布、廢線等。

環境、社會及管治報告

資源使用

指標	2022財年	2021財年	2020財年
能源消耗總量 ¹⁰ (兆瓦時)	2,008.73	2,129.86	2,167.43
直接能源(兆瓦時)	67.40	105.00	124.75
汽油	51.60	81.87	93.97
柴油	15.80	23.13	30.78
間接能源(兆瓦時)	1,941.33	2,024.86	2,042.68
外購電力	1,941.33	2,024.86	2,042.68
辦公人均能耗 ¹¹ (兆瓦時/人)	1.82	1.44	1.35
辦公樓單位面積能耗 ¹² (兆瓦時/平方米)	0.085	0.073	0.072
倉庫單位面積能耗 ¹³ (兆瓦時/平方米)	0.0077	0.0133	0.0075
太倉工廠人民幣百萬元收入能耗 (兆瓦時/人民幣百萬元)	18.04	11.73	9.09
用水量 ¹⁴ (噸)	35,807.60	30,649.76	21,880.80
辦公樓人均用水量(噸/人)	19.93	16.11	7.86
太倉工廠人民幣百萬元收入耗水 (噸/人民幣百萬元)	418.12	192.79	121.45
製成品包裝物材料總量 ¹⁵ (噸)	940.01	1,357.10	1,210.38
人民幣百萬元收入耗用包裝物量 ¹⁶ (噸/人民幣百萬元)	0.56	0.91	0.61

¹⁰ 能源消耗量數據根據電力及燃料的消耗量及中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》中換算因子計算。外購電力不包括哈爾濱辦公室的數據，其電費包含在物業費中，用電量尚不能單獨統計。

¹¹ 辦公人均能耗是指總部及子公司辦公樓人均用電量。

¹² 辦公樓單位面積能耗是指總部及子公司辦公樓每平米用電量。

¹³ 倉庫單位面積能耗是指物流部門及子公司倉庫每平米用電量。

¹⁴ 用水量包括北京、南京、大連、武漢、昆明等地區辦公室和太倉工廠的用水量，其餘地區(上海、哈爾濱、杭州、天津、深圳、鄭州、長沙)水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，我們依據中華人民共和國水利部2022年6月發佈的《2021年中國水資源公報》調整了用水量估算因子，對2022財年集團其餘地區的用水量進行了估算。

¹⁵ 製成品包裝材料主要包括鞋供應鏈、服裝供應鏈、器材供應鏈及物流環節於報告期內所採購的紙箱、塑料袋、包裝紙。

¹⁶ 人民幣百萬元收入耗用包裝物量是指集團中國區每人民幣百萬元收入耗用的製成品包裝物材料重量。

附錄：聯交所《ESG報告指引》索引

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

環境、社會及管治報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)

披露位置或備註

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	保護環境，守護綠色
指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	保護環境，守護綠色
指標A2.2	總耗水量及密度	— 環境類關鍵績效指標表
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	保護環境，守護綠色
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	保護環境，守護綠色 — 倡導節約用水
指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及(如適用)每生產單位佔量	保護環境，守護綠色 — 環境類關鍵績效指標表

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	保護環境，守護綠色
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	

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)

披露位置或備註

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	保護環境，守護綠色 — 應對氣候變化
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	

B. 社會

僱傭及勞動常規

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	關愛員工，攜手共進 — 合規平等僱傭
指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	
指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	

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	關愛員工，攜手共進 — 守護健康安全
指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	
指標B2.2	因工傷損失工作日數	
指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法	

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	關愛員工，攜手共進 — 關注職業發展
指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	
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	

環境、社會及管治報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)

披露位置或備註

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	關愛員工，攜手共進 — 合規平等僱傭
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	
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	

營運慣例

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	優質產品，協作共贏 — 加強供應鏈管理
指標B5.1	按地區劃分的供應商數目	— 加強供應鏈管理
指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法	優質產品，協作共贏 — 加強供應鏈管理 — 供應商准入
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	優質產品，協作共贏 — 加強供應鏈管理
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	— 供應商評估

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)

披露位置或備註

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	優質產品，協作共贏 責任運營，行穩致遠
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	優質產品，協作共贏 — 保障產品質量
指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	責任運營，行穩致遠 — 保障客戶權益
指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	責任運營，行穩致遠 — 尊重知識產權
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	優質產品，協作共贏 — 保障產品質量
指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	責任運營，行穩致遠 — 保障客戶權益

環境、社會及管治報告

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)

披露位置或備註

層面B7：反貪污

一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	責任運營，行穩致遠 — 堅守商業道德
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	
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	
指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	

社區

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	責任運營，行穩致遠 — 增進社區關懷
指標B8.1	專注貢獻範疇	由於疫情原因，導致2022財年集團在社區投資方面的活動開展較少，未來我們將持續關注社區公益活動以回饋社會。
指標B8.2	在專注範疇所動用資源	

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

www.dxsport.com