

GXG

KEEP GAP \ GRANT DIFFERENCE

環境、社會及管治 報告 2023



上班穿GXG刚刚好

GXG | 更适合通勤的青年休闲男装

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

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1817

2	1 環境、社會及管治報告概覽
2	1.1 關於環境、社會及管治報告
2	1.2 報告範圍
2	2 本集團的主營業務及使命
2	2.1 主營業務
3	2.2 環境、社會及管治使命
3	2.3 持份者參與
4	3 質量控制及客戶權益
4	3.1 企業社會責任
4	3.2 質量保證
5	3.3 供應鏈管理
7	3.4 客戶投訴處理及應對方案
7	3.4.1 客戶投訴情況
7	3.4.2 投訴應對方案
7	3.5 知識產權安全
9	3.6 信息安全
9	4 僱員權益保障
9	4.1 平等僱用及僱員僱用狀況
9	4.1.1 平等僱用原則
10	4.1.2 僱員僱用狀況
11	4.1.3 僱員流失情況
11	4.1.4 僱員晉升
12	4.1.5 工作時數及假期
13	4.2 僱員薪酬及福利
14	4.3 僱員健康與安全
14	4.4 僱員發展及培訓情況
16	4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施
16	4.6 反賄賂及反欺詐措施
17	4.7 反勒索及反洗錢措施
18	5 環境績效分析
18	5.1 企業廢棄物分析
18	5.1.1 相關環境保護政策概述
18	5.1.2 企業排放物分析
20	5.1.3 排放目標及為達致目標所採取的步驟
21	5.1.4 廢棄物目標及為達致目標所採取的步驟
23	5.2 資源使用
23	5.2.1 主要資源消耗結構
23	5.2.2 能源使用效益目標及為達致目標所採取的步驟
24	5.2.3 用水效益目標及為達致目標所採取的步驟
25	5.2.4 包裝材料使用
26	5.3 環境及天然資源分析
26	5.3.1 環境及天然資源的重大影響分析及相關措施
26	5.4 氣候變化
26	5.4.1 處理重大氣候相關事宜措施之分析
27	6 回饋社會

1 環境、社會及管治報告概覽

1.1 關於環境、社會及管治報告

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

本報告根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄C2項下的《環境、社會及管治報告指引》（「環境、社會及管治指引」）編製。本環境、社會及管治報告符合「不遵守就解釋」規定，且於環境、社會及管治報告編製期間遵守重要性、量化、平衡和一致性報告原則。

於閱讀本環境、社會及管治報告時，建議一併細閱本公司2023年度的年度報告。本環境、社會及管治報告所用計算方法與去年的報告一致。我們避免了作出可能會影響讀者決策或判斷的任何選擇、遺漏或呈現形式。

本環境、社會及管治報告覆蓋期間為2023年1月1日至2023年12月31日（以下簡稱「2023財年」或「報告期間」）。如無特殊說明，本報告所示金額均以人民幣列示。本集團希望通過本報告改善與其持份者的溝通，並就本集團的社會責任和可持續發展的戰略建立共識。

1.2 報告範圍

本環境、社會及管治報告涵蓋整個集團，包括政策、措施及環境及社會事宜合規性的一般披露。本環境、社會及管治報告環境關鍵績效指標（「KPI」）之披露範圍涵蓋本集團於中華人民共和國（「中國」）的營運及生產基地。由於本集團產品的生產流程由原設備製造商（「OEM」）進行，及運輸流程經第三方物流服務供應商完成，本環境、社會及管治報告涵蓋本集團庫房、零售店、總部及分公司的主要業務範圍。

2 本集團的主營業務及使命

2.1 主營業務

本集團是總部設於中國的領先時尚男裝公司，同時覆蓋中性時裝領域。豐富的經驗積累、獨到的見解和執行能力使本集團能夠抓住未來的市場機遇。於2007年，本集團首次推出旗艦品牌GXG，旨在為新一代年輕男性提供獨特、別緻、優質的著裝選擇。於2010年，本集團推出gxg jeans，使年輕人能夠通過不同的穿著風格表達自己的時尚理念。於2020年，本集團推出了主打高質感的通勤服裝品牌MODE COMMUTER，進一步壯大了本集團的品牌陣營。本集團的品牌各自擁有獨特的設計形象，並且包含一系列產品，提供各種剪裁、面料、樣式，風格和價格點，旨在吸引廣泛的消費者。

環境、社會及管治報告

本集團是業內率先建立全渠道，充分利用中國線上和線下市場機遇的企業之一。本集團採用以客戶為中心的模式，通過採用相似的產品範圍、統一的定價、共享的庫存和高效的物流支持，為客戶提供線上和線下渠道的無縫和一致的體驗。此外，本集團正深化數字化建設，利用大數據分析提升客戶體驗，優化庫存管理、供應鏈運營、產品分類和物流系統的運營效率。通過利用線上和線下客戶數據，本集團將參與合作營銷計劃，並擴大其零售足跡，以推動持續增長。

本集團致力於創新產品，滿足年輕一代的需求。憑藉對市場的深刻洞察和與消費者的緊密聯繫，本集團推出了一系列開創性的產品，不斷超越消費者的期望。2023年，GXG推出別具一格的Stress-Free秋冬系列，在羽絨服、大衣、毛衣等品類中採用各種易護理、輕便、耐污、防皺面料，為通勤男裝樹立了新標準，讓消費者在體驗舒適的同時保持時尚。本集團將堅持將創新融入產品戰略，並加強與消費者的互動。

2.2 環境、社會及管治使命

本集團倡導可持續發展，十分重視其業務活動對環境、社會及管治問題的影響。環境、社會及管治考量是評估公司長期生存能力及非財務表現的基本要素。在日常營運中，本集團以合乎道德及注重環境管理的方式經營，以支持及提升綠色倡議。本集團通過履行其環境責任及將環保標準貫穿整個產品生命週期，確保綠色發展策略的實施。此外，本集團分配大量資源解決社會及管治問題，優先考慮員工成長，支持弱勢群體，積極投身社會責任倡議。

本公司董事會（「董事會」）已充分認識到，環境、社會及管治措施在營運層面至關重要。在尋求實現業務目標的過程中，董事會重視並監督本集團平衡業務發展需要與環境、社會及管治責任的工作。董事會通過設立環境、社會及管治管理及監督框架，監督本集團的環境、社會及管治表現管理（其中包括定期評估環境、社會及管治方面的風險），並確保各部門實施及時有效的措施，顯著提升本集團在環境、社會及管治方面的表現。

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

2.3 持份者參與

本集團致力於可持續業務發展並維持與持份者（包括員工、客戶、供應商、業務合作夥伴、投資者、政府機構及社區組織）進行持續溝通。通過參與建設性對話及促進互動，本集團努力協調不同的觀點及利益，保護所有持份者的長期權益並與彼等維持可持續的關係。

3 質量控制及客戶權益

3.1 企業社會責任

作為男裝行業的領軍企業，本集團將企業社會責任視為根本價值，並將可持續發展實踐融入其日常營運。本集團已制定明確及全面的指引，以減輕其業務活動對社會的負面影響，涵蓋質量保證、供應鏈管理、客戶投訴處理、知識產權保護及數據安全等方面。此外，本集團十分重視保護消費者、投資者及員工的權益，致力建立高效的營運框架，以改善員工福利及發展、優化資源利用及減少廢棄物的產生。本集團力爭履行其社會責任，積極促進社會福祉。

3.2 質量保證

為嚴格遵守相關行業標準，如國家強制性標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》、GB/T5296.4-2012《消費者使用說明 一 第4部分：紡織品和服裝使用說明》、服裝行業標準GB/T2660-2017《襯衫》及FZ/T81007-2012《單、夾服裝》，本集團組織專門推廣有關標準知識的培訓以確保質控人員可清楚了解其責任並在實踐中採納該等標準。2017年，本集團通過更新其企業質量標準提升其嚴格的標準體系，加強內部規章以確保卓越的產品質量。本集團已實施由產品經理及質控部門共同監督的質量控制系統，旨在提高市場滿意度、提升用戶體驗及保障本集團及其品牌的聲譽。

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

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

如發現產品有質量問題，本集團相關部門將自商舖召回同批產品並下架。於2023財年，本集團並未因安全或健康原因須召回任何產品。

本集團監督服裝生產的每個階段，以確保最佳舒適度及踐行環保理念。就牛仔褲生產而言，我們的防褪色牛仔褲採用活力染色技術製作，使染料緊緊附著在織物上，令牛仔褲具有防褪色品質，可以長時間保持其外觀。為提高客戶的舒適度，我們採用10.5盎司的牛仔褲面料，硬度適中且耐磨。相較傳統的洗滌過程，環保的洗滌過程亦減少水和化學添加劑的消耗。此外，我們的防褪色牛仔褲不浮色，不會造成水污染，處理後的水可直接回收。本集團致力完善每一道工序和每一個細節，以提升服裝質量。

3.3 供應鏈管理

本集團已制定供應鏈管理政策，以建立有效的監督機制，鼓勵供應商採取對社會負責的做法。該等政策包括《供應商管理條例》、《供應鏈效率提升執行方案》、《供應商質量控制風險評估指引》及《供應商管理系統流程》，涵蓋供應商選擇、績效評估、不當行為糾正及環境保護措施等方面，從而確保我們的生產過程中使用合格的原材料及成品。本集團亦與多家運輸服務供應商緊密合作。

本集團對所有供應商實施相關規定，2023年新增26家供應商並終止與2家不合格供應商的合作。截至2023年12月31日，本集團共委聘274家供應商，所有供應商均具備確保按時及高品質交付原材料及成品的能力。本集團已與其供應商建立了廣泛的合作關係。大部分供應商位於華東地區，佔本集團截至2023年12月31日委聘供應商總數的77.0%。有48名供應商位於華南地區，佔供應商總數的17.5%。從職能角度而言，本集團已與192名OEM供應商建立了合作，佔供應商總數的70.1%，並與68名原材料供應商、10名物流供應商及4名其他類別供應商建立了合作。

截至2023年12月31日，供應商百分比列示如下：

供應商百分比	%
按地區劃分	
華東地區	77.0%
華南地區	17.5%
東北地區	2.9%
華北地區	1.1%
華中地區	1.5%
按職能劃分	
OEM供應商	70.1%
原材料供應商	24.8%
物流供應商	3.6%
其他	1.5%
總計	100%

為確保供應商及時高品質地交付貨物，本集團已實施線上供應鏈管理（「SCM」）系統，以評估供應商表現。有關評估每季度進行一次，主要基於各部門的運營數據，包括供應商設計、交貨及時性、產品品質、服務、生產安全及環境合規情況。設計、交貨及時及產品品質等關鍵因素佔評估的90%，而合作及溝通等方面則佔剩餘的10%。根據該等評估，供應商劃分為主要供應商或備用供應商。主要供應商獲得優先付款，而備用供應商則在指定時限內進行必要的改進。此外，本集團每年組織一次供應商大會，並邀請頂級供應商參加。為提升供應商能力，本集團設立了「慕尚供應商遊學」項目，為供應商提供由業內專業人士及服裝業資深專家開展的培訓。

本集團實施嚴格的供應商挑選流程，潛在供應商要經過一系列步驟，如資料收集、資質文件審查、價格談判、樣品提交、現場視察、現場資質評估、小批量試生產以及最終審批才能成為供應商。本集團針對各潛在供應商擬備《供應商現場評估報告》。成功完成評估後，本集團管理團隊將共同作出決策，並將批准或排除結果通知予接受評估的供應商。在挑選新供應商時，本集團優先考慮與具備優質供應鏈的製造設施及供應商建立合夥關係，為產品品質及一致的交貨時間表提供額外的保證。

為鼓勵供應商採用環保產品及服務，本集團將環保標準納入供應商挑選過程。供應商須持有相關的環境認證及許可，包括染色及面料洗滌過程中的廢水排放，以及使用回收材料的認證。本集團指派專業人員進行徹底的現場評估，以確保符合環境標準。在整個服裝製造過程中，本集團派出專業人員檢查供應商的原材料使用及製造過程，以促進可持續發展。本集團亦強調環保，終止與對環境及社會有重大負面影響的供應商的合作關係，從而提高供應商的環保意識。

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

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

於2023財年，本集團與合共171間下游公司合作，分別包括26名合作夥伴及145名分銷商。

3.4 客戶投訴處理及應對方案

3.4.1 客戶投訴情況

本集團十分重視客戶權益。為方便客戶反饋、投訴等查詢，本集團建立了多個透明溝通渠道，包括天貓及京東電商平台的客戶服務、熱線電話及電子郵件聯繫方式。本集團致力於提供卓越的服務，積極聽取客戶的建議，及時處理投訴及糾紛，保持高標準的服務。於2023財年，本集團共收到168次售後服務或產品相關投訴，並無涉及安全或健康問題。

3.4.2 投訴應對方案

本集團一直高度重視產品質量及安全。為減低傷害消費者或損害品牌形象的風險，本集團已制定多項政策，以減少銷售有缺陷產品的可能性。本集團要求所有貨物在入庫前必須符合GB 18401-2010及GB 31701-2015國家理化標準的要求。

為應對售後服務投訴，本集團已制定標準化程序處理該等問題，並及時授權售後部門管理客戶投訴。本集團根據報告內容進行全面的自我評估。對於經核實的質量或性能問題，本集團會立即採取行動，包括處理退貨、退款或與客戶協商賠償。在與不完整的產品網頁相關的投訴的情況下，解決方案涉及處理退貨，退款，談判賠償或退還差價。此外，本集團及時糾正網頁缺陷並進行內部調查，以防止問題再次發生。當投訴源自物流錯誤，如錯誤交付或在運輸過程中丟失物品，本集團會安排後續交付、更換或退款，以確保每項投訴得到有效解決。

3.5 知識產權安全

本集團制定《知識產權登記申請規範》，以保護本集團的商標、專利、版權等無形資產，同時確保本集團正確使用設計版權和商標，避免權益受損或侵權風險。

本集團已就管理知識產權事務實施清晰的營運政策。在登記過程中，本集團採購部負責人審核並驗證相關材料，然後將其轉交給法律部門。法律部門對標識和圖形進行初步評估，評估知識產權註冊成功的可能性，提供相關反饋，然後將註冊申請提交給行政部門進行最終審批。此外，知識產權條款已納入所有合同版本，以保障知識產權安全。本集團亦每年舉辦知識產權相關主題的培訓課程，並集中採購版權產品，如字體、音樂及資訊科技版權，以提高其使用頻率及效益。

制度编号: ZZMS-2-FW-003-A

知识产权注册申请规范

目的: 为规范我司设计版权及商标的正确使用, 避免因未及时申报知识产权保护而导致权益受损或出现侵权等事件, 降低此类经济风险及损失。特制定本规范, 以兹共同遵守。

一、可申请注册的类别

- 1、著作权/版权: 指由公司发起的具有独创性的设计图案、文字、标识、照片等。
- 2、商标: 指需统一使用在服饰、鞋类、饰品等产品的主标、吊牌上的文字或文字与图形的结合体。
- 3、外观专利: 指对产品的形状、图案或者其结合以及色彩与形状、图案的结合所作出的富有美感并适于工业应用的新设计。是对服饰或鞋类、饰品产品的整体性保护。

二、申请注册的流程

- 1、实际设计者经研发后设计的可申请注册的标识、图形, 在实际投产或使用前, 应上报对应部门负责人审批确认是否有知识产权注册申请的必要。
- 2、经申请部门负责人审核确认后, 提交至采购部负责人处进行使用审批。
- 3、采购部负责人对相关材料进行审核确认后, 提交至法务部。由法务部对于申请的标识、图形进行初步检测, 分析知识产权注册成功的大致概率, 并给出注册意见, 上报至行部。
- 4、确定可注册的标识或图案, 由行政部统一登记后上报至总经理处, 经总裁确认予以注册登记。

三、注意事项

- 1、注册申请时, 设计师应提供 PDF 图及 AI 图, 以便审批检索。
- 2、进行版权注册审批时应使用统一的《注册申请表》(详见附件)。
- 3、注册受理通知书未正式下达前, 各部门均不得对新设计标识、图案进行批量生产, 但经总经理审核确认后, 可进行前期打样工作。
- 4、实际设计者应对注册申请事宜进行协助配合。

四、以上内容, 自发布之日起执行, 特此通告。

知識產權事務管理政策

本集團持續監察其域名, 確保於到期前及時續期。本集團長期策略性地使用其註冊域名及多種商標, 以有效保護其知識產權利益。此外, 本集團聘請獨立的法務服務機構協助本集團處理及解決與知識產權有關的問題及衝突, 從而保障本集團的合法權益。

3.6 信息安全

本集團非常重視內部及客戶信息安全，嚴格遵守相關法律法規。制定了兩項關鍵的公司治理守則：《信息安全管理政策》和《客戶數據安全政策》。《信息安全管理政策》作為確保信息安全、提升用戶價值、實施安全協議、主動降低風險和加強控制措施的框架。其涵蓋計算機設備安全、各種應用系統的操作權限安全、密碼管理安全、個人計算機文件安全和服務器數據安全等方面。另一方面，《客戶數據安全政策》旨在通過明確客戶信息安全的職責，有效防範和應對客戶信息安全的潛在風險，並根據本公司的具體情況制定政策，以加強本公司的信息安全管理。這些治理準則和政策概述了信息安全的指導方針，包括硬件、軟件、數據存儲和管理，以改善對客戶隱私數據的保護。

本集團對收集、處理、儲存、使用及保留客戶資料（包括姓名、電話號碼、地址等詳細資料）實施嚴格的安全措施。所有敏感的客戶數據均由指定人員以最高機密方式處理。本集團遵守管治守則，為參與保障客戶資料的員工提供全面培訓，以提高意識及防止個人資料遺失、未經授權查閱、濫用、更改或未經授權披露。本集團根據部門劃分及職務限制存取客戶資料，以防止非法活動，例如未經授權向第三方披露客戶資料。

此外，本集團確保客戶資料迅速備份及安全儲存於指定地點。資訊科技部對客戶資料進行例行檢查及評估，任何資料轉移均需相關部門及資訊科技部主管共同授權，以加強客戶資料的安全管理。

4 僱員權益保障

4.1 平等僱用及僱員僱用狀況

4.1.1 平等僱用原則

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關適用法規，並已建立明確界定僱員權利及義務的全面僱用規則及規定。

在招聘過程中，本集團堅持公平公正的原則，甄選合資格的候選人，避免採取歧視性做法。本集團致力營造多元化及共融的工作環境，確保所有僱員享有平等機會。為維護公平競爭，本集團根據適用法律，僅根據技能、成就、資格及經驗等工作相關因素作出聘用決定，而不考慮任何其它特徵。

4.1.2 僱員僱用狀況

截至2023年12月31日，本集團的僱員僱用狀況如下：

按性別	%
男	40.2%
女	59.8%
按教育背景	%
本科及以上學歷	40.0%
專科學歷	39.6%
職業學校及高中學歷	16.3%
初中及以下學歷	4.1%
按年齡	%
30歲及以下	48.8%
31至50歲	50.6%
51歲及以上	0.6%
按地區	%
寧波	99.0%
上海	0.2%
廣州	0.2%
北京	0.2%
香港	0.4%

截至2023年12月31日，本集團僱員總數為508人，均為全職僱員。本集團擁有一支在性別和年齡方面多元化的員工隊伍，提供各種想法和能力水平為本集團的成功作出貢獻。

按性別來看，男性僱員人數為204人，女性僱員人數為304人，分別佔40.2%及59.8%。

按教育背景來看，本集團203名僱員獲得本科及以上學歷，201名僱員獲得專科學歷，分別佔40.0%及39.6%，表明本集團僱員的高素質學歷及專業背景。擁有職業學校及高中學歷的僱員人數為83人，佔16.3%，而其他僱員獲得初中及以下學歷。

按年齡段來看，248名僱員年齡在30歲及以下，佔員工的48.8%。31至50歲的僱員人數為257人，僅3名僱員年齡在51歲及以上，這反映本集團的員工隊伍由可帶來新的洞察及見解的年輕員工以及擁有專業知識的老練專業人士組成，以引領新的時尚潮流。本集團非常重視年輕員工的培訓並提供多種機會，確保本集團與僱員共同發展。

按地區來看，大部分僱員位於寧波，佔99.0%，2名僱員位於香港，1名位於上海，1名位於北京及1名位於廣州。

4.1.3 僱員流失情況

2023財年，本集團的僱員流失總數為247人，較去年大幅下降，主要是正常業務活動所致。本集團相當重視整體僱員流失率，因其會影響本集團的整體人力資源配置、經營效率及員工士氣。

本集團高度重視員工的發展和培養，並致力於吸引及挽留不同背景的人才，以實現可持續增長並保持穩定的流失率。管理職位的員工流失率相對較低，反映出本集團內部員工滿意度較高。

按性別來看，80名男性僱員及167名女性僱員離任，分別佔所有辭任僱員的32.4%及67.6%。

按年齡段來看，30歲及以下的僱員流失人數為142人，佔辭任僱員的57.5%。於所有辭任僱員中，41.7%年齡在31至50歲，0.8%年齡在51歲及以上。

按地區來看，寧波共有241名僱員離任，佔所有離任僱員的97.6%。於所有辭任僱員中，2.4%於上海任職，原因均為職位要求變動，屬於正常商業活動。

截至2023年12月31日，僱員流失百分比詳情列示如下：

按性別	%
男	32.4%
女	67.6%
按年齡	%
30歲及以下	57.5%
31至50歲	41.7%
51歲及以上	0.8%
按地區	%
寧波	97.6%
上海	2.4%

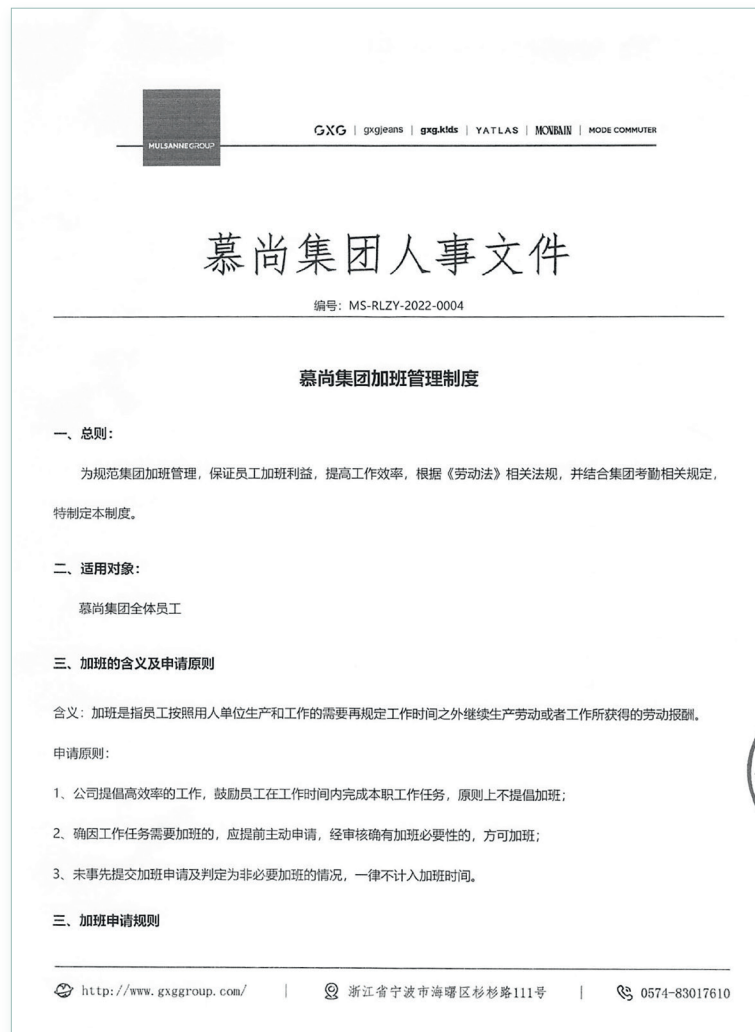
4.1.4 僱員晉升

員工在本集團的成功及拓展過程中發揮關鍵作用。本集團為僱員維持多元化及透明的晉升渠道，促進本集團與員工的共同成長。為發掘每位僱員的潛力，本集團為他們建立了一條職業道路。僱員獲提供具吸引力的薪酬待遇，包括晉升機會、加薪、培訓、海外派遣，以及對卓越表現、經驗及資格的認可，均旨在表彰他們的貢獻。

4.1.5 工作時數及假期

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

本集團制定了員工加班管理制度，作為解決加班問題的框架，旨在規範加班管理，保障員工利益。本集團鼓勵僱員在正常工作時間內高效工作並完成任務。倘僱員的工作時長必須超出預期，本集團將就他們的超時工作提供獎勵津貼或調休。



僱員管理制度

4.2 僱員薪酬及福利

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

作為僱員薪酬及福利計劃的一部分，本集團根據相關法律法規及時地為僱員支付社會保險及住房公積金。養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險均視為社會保險的形式。同時，僱員亦合法享有相關法律法規界定的薪酬、福利及假期。

本集團提供的僱員福利包括但不限於年終獎金、交通補貼、年假、病假和其他假期。

— 獎金

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

— 交通補貼

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

— 年假

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

— 病假

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

— 其他假期

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

為確保僱員清楚了解其權利和義務，本集團制定了《員工手冊》和其他相關規定，涵蓋招聘、薪酬結構、信息安全、行政管理和額外福利等方面。本集團不時更新其政策，以確保嚴格遵守最新的法律法規。此外，為向僱員提供向人力資源部或本集團秘密表達投訴和關注的渠道，僱員可以直接掃描《員工手冊》上的二維碼提出建議或投訴。

4.3 僱員健康與安全

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

本集團致力為僱員營造安全工作環境。過去三年並無發生工傷死亡事件，2023財年的工傷損失工作日數為17天，比2022財年大幅減少73.4%。

2021財年至2023財年有關工傷事件的資料列示如下：

	2021年	2022年	2023年
工傷死亡	0	0	0
工傷損失工作日數	73	64	17
年末僱員總數	832	603	508

本集團已實施一系列措施，確保僱員健康與安全。工作超過一年的僱員每年可接受一次體檢。為加強辦公室安全，本集團檢查正確使用電器，對電梯進行全面檢查維護，並要求電梯操作員持有相關證書。針對倉庫僱員制定了具體的安全準則，包括物流部門下屬的電動叉車通知和電梯操作通知。電動叉車時速應不超5公里，嚴禁載人及超載。

為提高僱員的消防安全意識及自救技能，本集團在內部平台上分享消防安全小貼士，並定期進行消防演練。此外，為保障工廠工人的安全，本集團亦制定全面應急計劃。

4.4 僱員發展及培訓情況

僱員發展是本集團業務發展的重要組成部分，本集團將僱員發展及培訓視為人才管理戰略的基石。為幫助每位僱員在職業道路上充分發揮潛力，本集團定期提供各種培訓機會。

本集團為每位僱員提供入職培訓，包括迎新會、導師計劃、專家講座及戶外團建活動。為提高僱員的專業技能，本集團利用內部資源或外部專家開展專業培訓。2023年，本集團提供涵蓋公司規章制度、軟件使用技巧及領導技能等方面的多樣化培訓，以促進僱員發展。

環境、社會及管治報告

2023年，本集團舉辦第三屆微課大賽，以培養內部導師，豐富內部課程，鞏固內部知識。參賽僱員掌握了微課製作技能，並成功製作15門課程。課程主題涵蓋私域複購、電子表格自動化及人工智能工具等，將使其他僱員持續受益。



僱員微課大賽

2023財年，共有560名來自不同級別及職能部門的僱員*參加各類培訓項目，總計4,475.5小時，其中男性222人，女性338人，分別佔39.6%及60.4%，平均培訓時間約為7.5小時及8.3小時。僱員類別方面，76名高級管理人員、73名中層管理人員及411名一般僱員參加相關培訓，平均培訓時間分別約為11.8小時、10.2小時及6.9小時。

截至2023年12月31日，按性別及僱員類別劃分的僱員培訓數據如下：

	受訓僱員百分比	平均培訓時間
按性別	%	小時
男	39.6%	7.5
女	60.4%	8.3
按僱員類別	%	小時
高級管理層	13.6%	11.8
中級管理層	13.0%	10.2
一般僱員	73.4%	6.9

*附註：

560名受訓僱員包括在任僱員及部分離職僱員。

4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施

本集團嚴格遵守《未成年人保護法》、《禁止使用童工規定》等相關法律法規，嚴厲禁止一切形式的童工及強制勞工，並按照勞工政策執行一系列政策及流程，積極預防發生此類行為。

首先，本集團在招聘過程中收集並驗證候選人的個人信息，以確保有關信息有效，選擇合適的候選人。

所有僱員加入本集團時必須達到法定工作年齡並持有身份證件。

人力資源部嚴格仔細收集及檢查上述文件。

若發現任何可疑違規行為，本集團亦鼓勵向本集團管理層報告。

4.6 反賄賂及反欺詐措施

本集團始終堅持誠信公平原則，以營造有利的營商環境。本集團重視防貪污，並採取嚴格措施監督僱員行為。本集團嚴格遵守有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗錢等商業道德的所有法律法規，包括但不限於《中華人民共和國監察法實施條例》、《中華人民共和國反不正當競爭法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》。本集團已實施廉政協議，確保我們的僱員或管理層於所有業務活動中均遵守最高的道德標準。

— 反欺詐及反貪污管理規定

本集團已實施《反欺詐及反貪污管理規定》，構建完善的商業道德管理監督框架。該規定訂明欺詐行為的定義，概述核查程序，明確後續補救行動，並規定懲罰措施，所有措施均旨在大幅減少本集團內部的貪污及欺詐行為。

— 舉報程序

本集團定期更新廉潔自律協議，全體僱員均已簽署該協議，以避免可能損害本集團及其股東利益的貪污及不誠實行為。此外，本集團亦建立舉報機制，在廉潔自律協議中隨附二維碼。僱員可掃描二維碼，實名或匿名舉報賄賂及欺詐事件。隨後，相關部門將對舉報內容進行調查，並對相關人員作出相應處罰。

一 反貪污培訓

於2023年11月及12月，本集團與寧波市江北區人民檢察院合作，對員工及供應商進行了兩次反貪污培訓，每次培訓時長1.5小時。該等培訓課程主要側重於職業犯罪的預防及後果，以及企業內部的其他重大法律風險。所有員工均必須參加培訓，而參加培訓的120多名供應商代表在現場簽署了「慕尚集團廉潔誠信承諾」，以確認彼等對準則及政策的全面理解。



反貪污培訓課程

2023財年，本集團牽涉五宗針對本集團前僱員腐敗行為提起的法律案件，均已結案。

4.7 反勒索及反洗錢措施

本集團致力於在整個組織內建立全面及有效的反勒索及反洗錢框架，並對所有僱員及聯屬人士的此類行為採取零容忍立場，以供其於業務實踐及日常活動中遵守。本集團內部已採取積極措施，防止勒索及洗錢行為。為降低勒索風險，所有部門均須保留客戶身份資料及交易記錄，同時持續監控及分析交易數據，以防止未經授權的數據使用。在反洗錢方面，各部門須界定明確的工作職責及業務界限，不得從事超出授權範圍的活動。本集團一貫實施嚴格監督，打擊非法金融交易。

5 環境績效分析

5.1 企業廢棄物分析

5.1.1 相關環境保護政策概述

作為領先的男裝品牌，本集團認識到其在促進環境長期可持續發展方面具有舉足輕重的作用。本集團將管理排放，提高資源效率放在首位，並嚴格遵守相關的環境法律及法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》及《中華人民共和國大氣污染防治法（2018年修訂）》。本集團致力將環保意識融入內部管理流程，鼓勵僱員採取綠色環保舉措，並為客戶提供可持續的時尚選擇。

5.1.2 企業排放物分析

— 廢氣排放

本集團產生的廢氣主要來自汽車的化石燃料燃燒，主要污染物包括氮氧化物(NO_x)、懸浮顆粒物(PM)及硫氧化物(SO_x)。由於交通總里程減少，本集團產生的廢氣總量同比減少約48.4%，成功達成5.0%減排目標。

截至2023年12月31日，本集團產生的廢氣總排放量及排放密度如下：

廢氣類型	總排放量 (千克)	排放密度 (千克／人民幣億元)
氮氧化物(NO _x)	14.603	0.627
硫氧化物(SO _x)	0.038	0.002
懸浮顆粒物(PM)	1.399	0.060
總計	16.040	0.689

— 溫室氣體排放

於營運中，本集團的溫室氣體排放主要來自與汽車化石燃料消耗相關的直接溫室氣體排放（範圍1）及與日常營運中用電、用水及用紙相關的間接溫室氣體排放（範圍2及範圍3）。2023財年，本集團排放的溫室氣體總計為1,495.9噸二氧化碳當量，排放密度為64.2噸二氧化碳當量／人民幣億元。其中，由化石燃料燃燒產生的溫室氣體直接排放總計約為7.8噸二氧化碳當量，及由用電產生的溫室氣體間接排放總計約為1,488.1噸二氧化碳當量。由於用電增加，2023財年的溫室氣體總排放量與2022財年相比上升約1.3%。

環境、社會及管治報告

截至2023年12月31日，本集團產生的溫室氣體總排放量及密度如下：

溫室氣體直接排放：

溫室氣體類型	直接排放 (噸二氧化碳當量)	直接排放密度 (噸二氧化碳當量/ 人民幣億元)
二氧化碳(CO ₂)	6.920	0.297
甲烷(CH ₄)	0.011	0.001
氧化亞氮(N ₂ O)	0.891	0.038
總計	7.822	0.336

溫室氣體間接排放：

溫室氣體類型	間接排放 (噸二氧化碳當量)	間接排放密度 (噸二氧化碳當量/ 人民幣億元)
電力消耗	1,462.229	62.782
其他間接排放	25.873	1.112
總計	1,488.102	63.894

附註：

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

— 有害及無害廢棄物排放

於2023財年，本集團產生3,111.1噸有害及無害固體廢棄物，包括3,108.3噸無害廢棄物及2.8噸有害廢棄物。所有固體廢棄物已按照有關環境保護法律及法規妥善處置。與2022財年排放的廢棄物總量3,113.7噸相比，本集團2023財年的廢棄物排放量有所下降，主要是由於電子廢棄物減少。

截至2023年12月31日，本集團產生的有害及無害廢棄物總排放量及密度如下表所示：

廢棄物類型	排放量(噸)	排放密度 (噸／人民幣億元)
無害廢棄物	3,108.3	133.5
辦公室紙張消耗	3.3	
零售店舖翻新廢棄物	3,105.0	
有害廢棄物	2.8	0.1
廢電池	0.1	
電子廢棄物	2.7	
總計	3,111.1	133.6

5.1.3 排放目標及為達致目標所採取的步驟

本集團致力於日常營運中創新產品交付或其他業務領域的新方法，宣傳節能減排，如採用「供應商－精品店(S2B)」商業模式及低碳出行方式。2024年，本集團的目標是將廢氣排放及溫室氣體排放分別較2023年減少5%。

— 供應商－精品店(S2B)商業模式

本集團已於福建省、遼寧省、江西省、安徽省及廣東省有效實施S2B商業模式。這一模式下，供應商可根據精品店的規格直接使用無線射頻識別(RFID)技術對產品進行組織及包裝，並將系統數據傳輸至下單的精品店。物流服務供應商根據配送清單於供應商工廠核實產品詳情並確保精準配送到店舖。透過優化運輸常規，成功採納S2B模式預期將減少排放。

— 綠色出行

本集團一貫奉行可持續生活方式，鼓勵集團內低碳出行，倡導距離目的地1公里內步行，3公里內騎行，5公里內乘坐公共交通工具。本集團認為，綠色低碳出行可節能減排，對構建可持續社會發揮著重要作用。

5.1.4 廢棄物目標及為達致目標所採取的步驟

2023年，本集團的辦公室紙張使用量為3.25噸，成功實現紙張消耗量降至7噸的目標。2024年，本集團與固體廢棄物相關的目標包括將紙張消耗量降至3噸並將物流過程中產生的包裝材料消耗量降至5噸。為達致此目標，本集團為員工提供由可持續發展材料製成的禮品，倡導多種材料循環利用，並激勵員工最大限度地提高紙張使用效率，減少紙張消耗，提高生產效率，減少排放。

— 由可持續發展材料製成的端午節禮品包

本集團將環境保護及可持續發展融入業務營運的各個方面。於端午節期間，本集團為員工準備了注重可回收性及可持續性的禮品包。禮品包包括由可回收材料製成的保溫箱、超薄輕便的防水野餐墊、素食粽子等。此外，禮品並無任何外部紙板包裝，進一步助力減廢環保。



由可持續發展材料製成的端午節禮品包

— 提供可重複使用的購物袋

購物袋對保護環境至關重要，棄置的購物袋會增加本集團的廢棄物排放。2023年，GXG推出新版購物袋，較舊版更加耐用。該等購物袋不僅外形美觀，而且攜重力改善，有可能增加客戶的重用率，提高環保意識。

— 鼓勵員工充分利用紙張

本集團提倡員工節約用紙，在日常工作及個人生活中提高用紙效率，鼓勵數字通信及操作，減少傳統紙質流程，例如內部實施數字審批工作流程，推行無紙化辦公環境。此外，本集團提倡雙面打印，並在打印文件過程中有效利用廢紙。為盡量減少浪費，建議員工每次洗手時僅使用一張紙巾。於打印室及洗手間張貼指示及提示，引導員工養成節約用紙的習慣。

— 紙箱回收

本集團積極向員工宣傳回收利用，鼓勵重複使用廢紙箱，並策略性地於指定區域放置回收指示。X-Man郵局設有指定投遞點收納員工拆封後的廢紙箱，方便需要包裝郵寄的同事重新使用。



紙箱回收點

— 垃圾分類

為提高員工的環保意識，傳播環保知識，加強廢棄物利用，減少廢棄物排放，本集團已推行垃圾分類指引。每位員工須於處置過程中正確進行垃圾分類，以期改進垃圾回收工作，減少本集團的廢棄物排放。



垃圾及回收容器

— 採用回收拉鏈及鈕扣

本集團在生產襯衫、外套、褲子及其他服裝時使用回收拉鏈及鈕扣，以踐行環保原則。回收鈕扣由從植物中萃取併發酵的生物樹脂製成，確保其可降解為水及二氧化碳，不會污染環境。回收拉鏈由經過淨化和粉碎的PET塑料瓶製成，約30%的原材料來自回收材料。

5.2 資源使用

5.2.1 主要資源消耗結構

本集團致力於成為一家資源節約型及環境友好型企業，促進環境保護。於2023財年，本集團的資源消耗主要包括汽油、柴油、水資源及電力。本集團的整體能源消耗總量為1,386.7噸標準煤當量，其中約26.7%來自汽油及柴油形式的直接能源，餘下73.3%來自電力，屬間接能源。

下表列示截至2023年12月31日本集團的資源消耗表現：

資源	資源類型	單位	消耗量
汽油	直接能源	升	2,600.0
柴油	直接能源	升	300.0
電力	間接能源	千瓦時	2,516,745.0
天然水資源	水資源	噸	28,891.0

下表列示截至2023年12月31日本集團各類資源的消耗密度：

資源	資源類型	單位	消耗密度
汽油	直接能源	升／人民幣百萬元	1.1
柴油	直接能源	升／人民幣百萬元	0.1
電力	間接能源	千瓦時／人民幣百萬元	1,080.6
天然水資源	水資源	噸／人民幣百萬元	12.4

5.2.2 能源使用效益目標及為達致目標所採取的步驟

於2023財年，本集團出售一輛商用車，剩餘車輛使用頻次減少，助力本集團汽油消耗量較去年下降48.0%，成功實現2023財年汽油消耗量下降10%的目標。本集團亦透過控制空調系統及辦公區域的用電量等措施，努力提高能源消耗效率。本集團總用電量較2022財年小幅增長3.3%。本集團計劃於2024年將汽油及電力使用量分別減少5%及8%。

— 空調控制

為減少辦公區內過度使用空調而造成的電力浪費，本集團已實施空調使用指引。該指引詳細說明夏季與冬季的具體運行時間，規定除非室外溫度超過30攝氏度或低於6攝氏度，否則不應啟動空調裝置。此外，建議的室內溫度設定在夏季不低於26攝氏度，在冬季不高於24攝氏度。此外，本集團每日檢查指引的執行情況，並要求在冬季不得使用未經事先批准的高功率電器。

— 辦公區節電

本集團積極遵守節能減排法規，通過在走廊安裝聲控照明裝置等措施實現對辦公走廊的策略性電力管理。在顯眼處張貼告示，提醒員工在離開時應關閉電器設備，並對違規行為處以罰款。本集團強調綠色辦公環境，積極向員工宣傳在專業及私人設備採用節能設置。



節約用電告示

5.2.3 用水效益目標及為達致目標所採取的步驟

本集團已根據相關國家環境保護政策及法規求取適用的水源，在求取水源方面並無遇到重大問題。於2023財年，本集團的日常經營合共耗用28,891.0噸水，用水密度為12.4噸／人民幣百萬元。與2022財年相比，本集團的用水量減少約4.0%。本集團為提升用水效益而實施的主要措施包括升級增壓水泵及推動在辦公場所節約用水。本集團力爭到2024年將用水量降低5%。

— 維護及升級增壓水泵

於2023年，本集團對辦公區的增壓水泵進行維護及升級，解決高樓層的水壓不足及因馬桶水流壓力不足而延長沖洗時間等問題。於改善相關情況後，本集團預計用水效益將得到提升。

— 在辦公室鼓勵節水

本集團致力於提高用水效益，並鼓勵在辦公室踐行節水行為。例如，在辦公區域各處均貼有節水告示，並廣泛安裝感應式水龍頭以增強節水效果。有效的水資源管理對我們的環境保護至關重要。定期監測用水情況、部門自查及持續改進凸顯我們改善用水表現的承諾。

5.2.4 包裝材料使用

本集團使用包裝材料保護產品在運輸過程中免受損壞。本集團的包裝材料消耗主要源於產品銷售，因此本集團使用的包裝材料包括膠袋、紙盒和紙袋。於2023財年，本集團合共消耗1,182.0噸包裝材料，較2022財年下降約41.3%。

下表概述截至2023年12月31日本集團的包裝材料表現：

包裝材料	單位	消耗量	單位	消耗密度
產品包裝材料				
膠袋	噸	321.00	噸／人民幣百萬元	0.14
線下零售過程中使用的包裝材料				
紙袋	噸	220.10	噸／人民幣百萬元	0.09
紙盒	噸	245.52	噸／人民幣百萬元	0.11
線上零售過程中使用的包裝材料				
紙袋	噸	172.14	噸／人民幣百萬元	0.07
紙盒	噸	223.25	噸／人民幣百萬元	0.10
總量	噸	1,182.01	噸／人民幣百萬元	0.51

5.3 環境及天然資源分析

5.3.1 環境及天然資源的重大影響分析及相關措施

本集團在業務實踐中嚴格遵守相關的環境及排放法律法規。基於對環境保護及天然資源可持續利用的堅定承諾，本集團積極致力於減少其環境足跡，並通過向可持續能源來源過渡、實施綠色染色工藝及開發環保生產工藝過渡而實現。因此，本集團於2023財年的活動並無對環境或天然資源產生重大影響。

— 光伏發電

本集團利用光伏發電作為清潔能源來源，可滿足製衣廠在淡季的電力需求。自2021年以來，本集團內利用光伏發電設備的製衣廠數量一直增加。與傳統的熱能發電系統相比，光伏發電在生產安全性、可靠性、噪音水平、污染排放及燃料消耗等方面表現優越，有助於本集團減少使用化石能源。

— 低排放染色技術

本集團致力於在業務合作中向其合作夥伴推廣使用環保生產技術。本集團的部分供應商在大部分布料生產步驟中應用零排放染色技術，可顯著減少碳排放及耗水量。其他供應商在染整過程中使用低浴比染缸以降低用水量，並回收處理水。

— 牛仔褲的環保洗滌工藝

本集團不斷完善其生產工藝，以減少對環境及天然資源的影響。於2023年，本集團針對耐色牛仔褲採用環保洗滌工藝。與傳統的洗滌工藝相比，可分別節省約70%的水資源及50%的化學添加劑，並減少約50%的蒸汽熱能排放。

5.4 氣候變化

5.4.1 處理重大氣候相關事宜措施之分析

作為中國領先的男裝時尚品牌，本集團積極應對氣候變化帶來的風險及機遇，致力於推動應對氣候變化及向低碳經濟轉型。為實現綠色轉型，本集團積極適應氣候變化並管理其對我們業務運營構成的風險。

本集團將氣候變化管理納入其日常營運，而本集團業務所面臨的大多數惡劣天氣主要發生在夏季雨季。行政部門日常監控氣候變化並成立惡劣天氣特別防禦小組以制定應急預案並加強

日常檢查。蛇蟲出現之前，小組派專人定期撒粉或採取其他措施驅蛇驅蟲。此外，在夏季高溫來臨之前，小組負責確保將氣象台的預警信息以及雷雨天氣的防範措施告知員工。

抗台分工明細					
階段	板快	具體事項	責任人	完成時間	
前期準備	園區	閒置物品收納、易碎物收納的物品加固	呂紹輝	7月31日	
		頂樓垃圾清掃、防止堵塞	劉旭研/余伊琳	上崗已完成	
		防夾紗保養	呂紹輝	上崗已完成	
	辦公區域	懸空區域地磚檢查維護	施工		7月31日
		懸空區域防水物資準備，例如防水布、水桶	劉旭研/余伊琳		7月31日
		門窗關鎖檢查	二樓：蔡思琪 三樓：余伊琳、胡文靜 四樓：劉旭研、程夢宇		台風期間每天下班前
		部分危險區域斷電	施工		根據台風情況而定
	通知	通知內容撰寫（告知台風現狀、提醒每天下班及時關閉門窗、車輛開窗、關閉電源、注意安全等）	蔡思琪		7月31日下午16:00
	關注台風動向	路徑、可能產生的影響等	劉夢雲		實時監測
	通知	是否正常開工/放假等	劉夢雲		
台風來臨	園區	關注園區動向，特別是水位線等	呂紹輝	視實際情況	
	辦公區域	若正常上班：按照門窗檢查分地按照類型檢查 若休假：保安巡檢，汇报淨潔重點位	二樓：蔡思琪 三樓：余伊琳、胡文靜 四樓：劉旭研、程夢宇 呂紹輝		
	設備、電扇等	及時關注	施工		
	收電工作	辦公區域打掃	呂紹輝		
通知	如有淨潔等，需清掃	劉旭研/余伊琳			
通知	正常開工、注意事項等內容	蔡思琪			



驅蟲措施

雷雨天氣應急預案

6 回饋社會

本集團具有強烈社會責任感，致力於幫助有需要的人，提升社會福利。本集團積極組織參與各種志願活動，促進本集團與社會的共同成長。於2023財年，本集團成立慈善基金，為甘肅省地震受災民眾捐贈冬衣。

一 設立慈善基金，幫助更多弱勢族群

本集團高度重視持續貢獻社會及改善社會福利。於2023年4月，本集團與寧波市江北區慈善總會簽署協議，設立GXG贊助的慈善基金，並於2023年7月獲得認可證書。慈善基金將全力投入扶貧、醫療援助與教育支持三大領域，旨在更好地滿足社會需求並幫助更多弱勢群體。



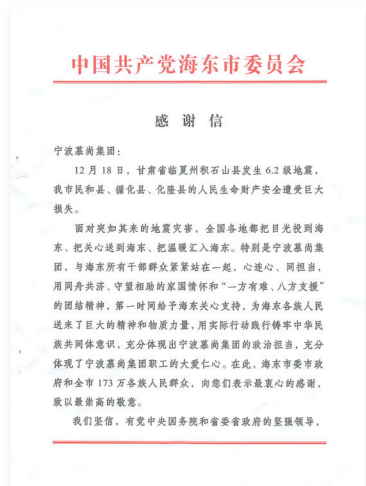
成立慈善基金的認可證書

一 捐贈冬衣幫助受災群眾

於2023年12月，甘肅省積石山縣發生地震後，本集團立即採取行動，制定受災地區援助計劃。鑒於積石山縣氣溫較低，當地居民及救援隊急需禦寒衣物的情況，本集團捐贈羽絨外套、棉衣等防寒衣物，幫助群眾禦寒。本集團全力支持前線救援隊伍，保障受災群眾的基本生活需求，並收到災區地方政府的感謝信，感謝我們能夠主動提供必要的資源。



向受災群眾捐贈冬衣



感謝信

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
A：環境		
層面A1：排放物		
	一般披露	第18頁
A1.1	排放物種類及各自的排放數據。	第18頁
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第18頁
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第19頁
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第19頁
A1.5	描述所設立的排放目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第20頁
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、以及描述所設立的減廢目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第21頁
層面A2：資源使用		
	一般披露	第23頁
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第23頁
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	第23頁
A2.3	描述所設立的能源使用效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第23頁
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，所設立的用水效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第24頁
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。	第25頁
層面A3：環境與天然資源		
	一般披露	第26頁
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	第26頁
層面A4：氣候變化		
	一般披露	第26頁
A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜及已採取管理有關事宜的行動。	第26頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
層面B1：僱傭		
一般披露		第9頁
B1.1	按性別、僱傭類型（例如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	第10頁
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失率。	第11頁
層面B2：健康與安全		
一般披露		第14頁
B2.1	於過去三年每年（包括報告年度）因工作關係而死亡的人數及比率。	第14頁
B2.2	因工傷損失工作日數。	第14頁
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	第14頁
層面B3：發展及培訓		
一般披露		第14頁
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層）劃分的受訓僱員百分比。	第15頁
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受培訓的平均時數。	第15頁
層面B4：勞工指引		
一般披露		第16頁
B4.1	描述檢討招聘慣例以避免童工及強制勞工的措施。	第16頁
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	第16頁
營運慣例		
層面B5：供應鏈管理		
一般披露		第5頁
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	第5頁
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	第6頁
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	第6頁
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	第6頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
層面B6：產品責任		
	一般披露	第4頁
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。	第4頁
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	第7頁
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	第7頁
B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程序。	第4頁
B6.5	描述客戶資料保護及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	第9頁
層面B7：反貪污		
	一般披露	第16頁
B7.1	於報告期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污法律案件的宗數及訴訟結果。	第17頁
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	第16頁
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	第17頁
社區		
層面B8：社區投資		
	一般披露	第27頁
B8.1	專注貢獻領域（如教育、環境問題、勞工需求、健康、文化、運動）。	第27頁
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	第27頁