

HYPEBEAST

環境、社會及管治報告

2023–2024

內容

董事會聲明	2
關於本報告	3
報告期間	3
報告範疇及界限	3
報告基準及原則	3
審議及通過	3
反饋	3
有關本集團	4
獎勵與認可	5
環境、社會及管治管理	6
持份者參與	7
重要性評估	8
流程	8
重要性矩陣	9
主要範疇A.環境	11
A1排放物	11
A2資源使用	13
A3環境及天然資源	15
A4氣候變化	16
主要範疇B.社會	19
僱傭及勞工常規	19
B1僱傭	19
B2健康與安全	20
B3發展及培訓	21
B4勞工準則	22
營運常規	23
B5供應鏈管理	23
B6產品責任	24
B7反貪污	26
社區	27
B8社區投資	27
法例及規例	28
環境、社會及管治報告指引內容索引	31

董事會聲明

親愛的持份者們：

本人僅代表Hypebeast Limited(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)的董事(「董事」)會(「董事會」)欣然提呈本集團截至二零二四年三月三十一日止年度有關環境、社會及管治方面各項主要事宜的政策、措施及表現的年度成效。

本公司明白我們所有人及下一代均受環境、社會及管治事宜影響，因此我們十分重視環境、社會及管治議題。有見及此，作為一間具影響力的上市公司，董事會有責任評估及辨識本集團的環境、社會及管治相關風險，並確保設置適當有效的環境、社會及管治風險管理及內部管控系統。所以，有效的環境、社會及管治可為本集團發展創造價值乃屬合情合理。我們視業務的可持續發展為我們的首要長遠發展目標，並將氣候相關議題與環境、社會及管治元素納入我們的長期業務戰略規模。為應對氣候變化，我們已訂立明確的短期及長期可持續發展目標，並支持香港政府於二零五零年前實現碳中和。本集團因應其在實施減廢舉措及措施後的表現實現持續減排減耗。

董事會亦將定期監控及檢討管理方式的成效，包括檢討本集團的環境、社會及管治表現並調整對應的行動計劃。環境、社會及管治政策的有效實施有賴於不同部門間的合作。

在聽取聯交所給予的推薦建議後，為達成可持續發展的目標，本集團已成立一個跨部門環境、社會及管治工作組，以協調各部門並加強相互合作，務求達到工作表現一致並合乎持份者們的期望。

本集團在未來的業務發展中不遺餘力。由於線下零售分部的業務擴張，致使新開設的店舖於報告期間對電力需求增加。除線下零售外，本集團繼續拓展其電子商務分部的商務體驗。本集團專注於資源管理，尤其在銷售及交付產品方面。展望未來，本集團將大力開展資源優化，並竭力盡量減少使用自然資源及包裝材料，繼續對環境產生正面影響。

展望將來，董事會將繼續檢討及監控本集團的環境、社會及管治表現，並向其持份者們提供重要、可靠、一致、可作比較的環境、社會及管治資料，為營造更美好的環境作出貢獻。

代表董事會

主席兼執行董事

馬柏榮

謹啟

香港，二零二四年六月二十七日

關於本報告

本集團欣然呈列截至二零二四年三月三十一日止年度的環境、社會及管治報告(「本報告」)，以提供有關本集團管理影響其營運的重大事宜，包括環境、社會及管治的概覽。

報告期間

本報告闡述了本集團由二零二三年四月一日至二零二四年三月三十一日(「報告期間」或「二零二三年／二零二四年」)有關環境及社會方面的政策及表現。

報告範疇及界限

本報告集中於本集團核心及重大業務的環境、社會及管治事宜，包括於香港特別行政區(「香港」)、中華人民共和國(「中國」)、日本、韓國、美國(「美國」)及英國(「英國」)的(i)數碼媒體及(ii)電子商貿業務。報告範疇涵蓋報告期間內本集團98.5%的收益。

報告基準及原則

本報告乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則附錄C2的「環境、社會及管治報告指引」(「環境、社會及管治指引」)並基於四項報告原則 — 重要性、量化、平衡及一致性編製：

- 「重要性」原則：
本集團透過持份者參與及重要性評估確定重大環境、社會及管治事宜。詳情載於「重要性評估」一節。

- 「量化」原則：
本集團於可行情況下以量化計量呈報的資料，包括有關所用標準、方法、假設及提供比較數據的資料。
- 「平衡」原則：
本報告識別本集團取得之成就及面臨之挑戰。
- 「一致性」原則：
除另有說明外，編製本報告所採納的方法與去年一致。

本集團已遵守環境、社會及管治指引所載全部「不遵守就解釋」條文。

本文所載資料源自本集團官方文件及統計資料，以及附屬公司根據本集團相關政策提供有關控制、管理及營運的整合資料。本報告的最後一節有完整的內容索引，以便讀者快速查詢。本報告以中、英文編製，如有任何抵觸或不相符之處，應以英文版本為準。

審議及通過

本報告於二零二四年六月二十七日經本公司董事會審議並通過。

反饋

本集團尊重閣下對本報告之意見。倘閣下有任何意見或建議，歡迎以電郵方式發送予我們，電郵地址：investors@hypebeast.com。

有關本集團

本集團為一間數碼媒體公司，主要從事(i)為全球品牌提供創意廣告服務及廣告空間(「媒體分部」)；及(ii)透過其線上及線下零售平台銷售貨品(「電子商務及零售分部」)。

本集團為其訪客及追隨者製作並發佈以年輕人為對象的數碼內容，主打時裝、生活時尚、科技、藝術及娛樂、文化及音樂的資訊。數碼內容乃透過本集團的媒體平台(包括其Hypebeast、Hypebae及Popbee網站及手機應用程式)以及熱門第三方社交媒體平台發送，包括但不限於Facebook、Instagram、X、抖 音、Youtube、微 信、微 博、Kakao及Naver。本集團亦在網站及社交媒體平台以多種語言經營其旗艦品牌Hypebeast的業務，包括英文、中文、日文、韓文及印尼文。本集團透過其代理業務向其品牌客戶提供量身訂製的創意企劃案，服務包括但不限於創意構思、人才搜羅、技術製作、活動執行、數據智能，以及透過本集團的數碼媒體平台發佈數碼媒體廣告。

透過文化先行的媒體內容及年輕文化的最新潮流豐富大家的生活，建立人與人之間的聯繫，讓環球受眾及讀者加深了解現代文化，乃本集團的使命所在。因此，傳遞啟迪內容乃本集團業務的核心焦點。本集團一直立志為讀者創造盡悉世間趣事的平台。

本集團主要圍繞及由全球千禧年代的追隨者建立，彼等重視及關注於世界各地發生的環境及社會事宜。就有關環境及社會事宜採取的營運模式，本集團堅守堅定的承諾及責任感。

獎勵與認可

報告期間，本集團的付出已獲得多個獎項認可。詳情如下。

- **積金好僱主獎項**

本集團獲得「積金好僱主 — 電子供款獎及積金推廣獎」。該獎項表彰本集團遵守強制性公積金（「強積金」）法例，並為其僱員提供最佳的退休福利，有助於社區中弘揚正能量。本集團將繼續向僱員提供最新的強積金資訊及協助，以鼓勵彼等及時管理強積金賬戶，並協助彼等作出最佳的退休安排。

- **中銀香港企業環保領先大獎 — 環保傑出夥伴**

本集團連續獲頒發「環保傑出夥伴 — 中銀香港企業環保領先大獎」，以表彰其在環境保護方面付出的努力。由香港工業總會及中國銀行（香港）（中銀香港）攜手合辦的「中銀香港企業環保領先大獎」旨在鼓勵及促進於香港及泛珠江三角地區從事製造業及服務業的企業推行環保措施，以肩負企業社會責任，並創建綠色社區。

展望將來，本集團將繼續致力於保護環境，努力將各種可持續常規納入企業營運，並於行政管理及日常零售營運中實行節能及減少廢棄物的措施。

環境、社會及管治管理

董事會對本集團的環境、社會及管治策略及報告負全責。董事會負責評估及釐定本集團的環境、社會及管治之相關風險，以及確保本集團已設立合適及有效的環境、社會及管治風險管理及內部控制系統。

董事會已委任由本集團不同部門代表組成的環境、社會及管治工作組（「工作組」）負責於日常實施相關措施。工作組負責促進本集團整體採用環境、社會及管治策略及政策。工作組定期收集數據、評估表現並向董事會報告重大事宜。董事會每年審核並批准環境、社會及管治報告。

持份者參與

本集團重視其持份者(包括本公司股東、員工、客戶、供應商等)的參與。彼等均對本集團的業務或活動的成功具有重大影響。

本集團相信持份者參與對於制定可持續發展策略及履行社會責任具有極高影響力，而這兩方面乃本集團制定策略和決策的基礎。本集團通過各種渠道與持份者溝通，如下文所示。

持份者	溝通渠道
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 年報、中期報告、環境、社會及管治報告及其他公開資料
股東與投資者	<ul style="list-style-type: none"> 股東週年大會及其他股東大會 公司網站 新聞稿或公告 年報、中期報告、環境、社會及管治報告及其他公開資料 投資者會議 定期會議
僱員	<ul style="list-style-type: none"> 定期會議 表現評估 休閒活動 公司內聯網
客戶	<ul style="list-style-type: none"> 網站 社交媒體平台 電郵 網絡實時聊天
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 定期會議 實地考察 問卷調查
社區	<ul style="list-style-type: none"> 社區活動 環境、社會及管治報告 社交媒體平台 網站

重要性評估

於編製環境、社會及管治報告時，作為重要性評估流程的一環，本集團會直接與不同持份者接觸，以識別需予載入環境、社會及管治報告且董事會認為會對本集團業務及其持份者構成重大影響的議題，並加以排序。

流程

階段一 識別

從上市規則規定、行業趨勢及內部政策等多種途徑選出本集團及其持份者可能合理認為屬重要的環境、社會及管治議題。我們已識別出 28 項議題並將之歸納為四個類別：環境、僱傭及勞工常規、營運常規及社區。

階段二 排序

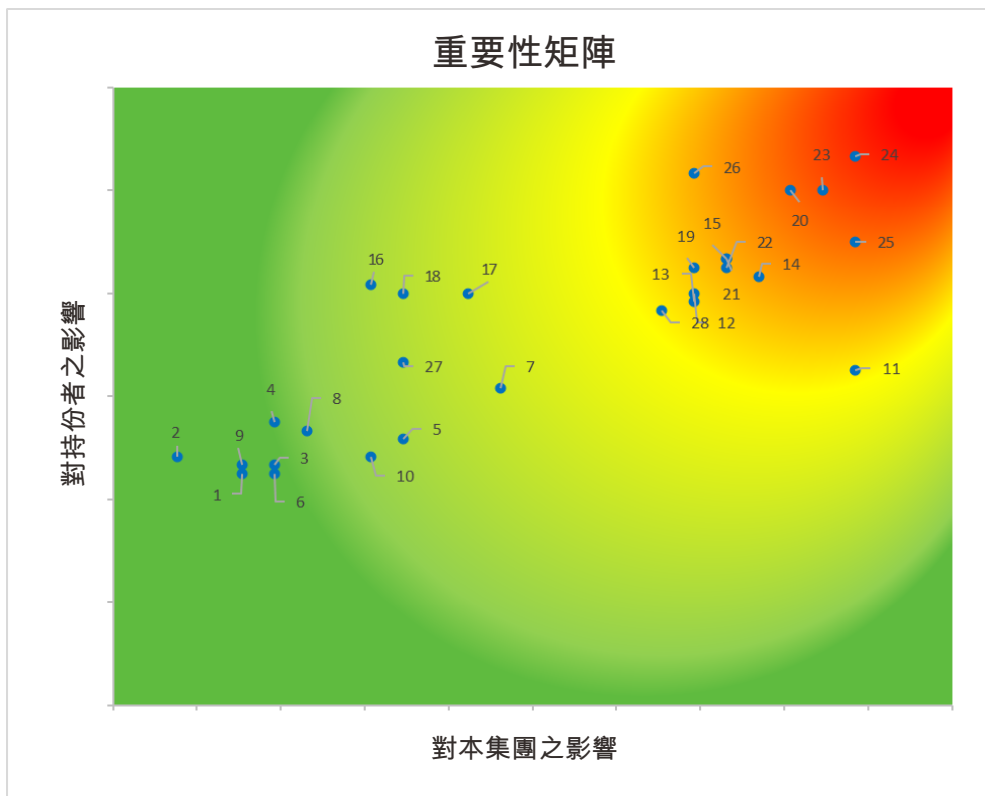
進行線上意見調查，以持份者及本集團的立場對各項議題的重要性進行評分，評分範圍為 1 至 5 分。根據意見調查的分數建立重要性矩陣，設定重要性的閾值（即平均分），並就可持續發展議題排序。

階段三 驗證

管理層檢討重要性矩陣及重要性閾值。對持份者及本集團而言，分數達平均分或以上的環境、社會及管治議題均被列為本集團急需處理及需就此作出匯報的最重要可持續發展議題。

重要性矩陣

根據重要性矩陣，董事會認為對本集團及其持份者而言屬重要兼最為相關的可持續發展議題如下：



於二零二三年／二零二四年，已識別的重要議題如下：

高度重要議題

- 12 多元化及平等機會
- 13 反歧視
- 14 僱員職業健康及安全
- 15 僱員發展與培訓
- 19 遵守市場推廣、產品及服務標籤的法規
- 20 客戶私隱及保密
- 21 客戶滿意度
- 22 知識產權
- 23 服務／產品安全
- 24 服務／產品品質
- 25 商業道德
- 26 管理層及僱員的反貪污培訓
- 28 與當地社區的交流和聯繫

中度重要議題

- 11 僱傭常規
- 16 防止僱用童工和強制勞工
- 17 負責任的供應鏈管理
- 18 採購產品或服務的環境友好性

輕度重要議題

- 1 空氣排放物
 - 2 溫室氣體排放
 - 3 污水管理
 - 4 廢物管理
 - 5 能源效益
 - 6 用水效益
 - 7 原材料及包裝物料的使用
 - 8 遵守環境法規
 - 9 土地使用、污染及恢復
 - 10 氣候變化
 - 27 社會貢獻
-

主要範疇A.環境

A1 排放物

由於本集團僱員的主要工作場所為一般辦公室，並主要透過線上媒介與客戶進行交易，所以本集團之日常業務並不涉及直接產生及排放廢氣、廢水及土地污染。由於其業務性質，本集團並不知悉任何有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污，以及有害及無害廢棄物的產生並對我們有重大影響的相關環境法例及規則。然而，本集團已制定環保政策以減緩有關其業務營運的環境影響。政策概述通過加強外部及內部溝通以及實施環境措施以減少及盡量降低排放、能源消耗及廢棄物產生的足跡，從而實踐將本集團業務營運對環境造成的直接影響減至最低的策略。以下章節將介紹相應做法。

此外，本集團提倡節能減碳，致力達致永續經營。為此，我們以二零二零年／二零二一年為基準年訂定明確減排目標，並致力達致以下目標：

- 由於本集團的業務性質所致，我們不會產生大量的空氣污染物。因此，訂立空氣污染物減排目標時並無可參照的相關數據；
- 於二零二八年及二零三二年前分別減少能源消耗密度（千瓦時／每名僱員）5%及7%；
- 於二零二八年及二零三二年前分別減少用水量密度（立方米／每名僱員）5%及7%；及
- 於二零二八年及二零三二年前分別減少廢棄物棄置密度（噸／每名僱員）5%及7%。

溫室氣體排放

本集團間接排放的溫室氣體主要與辦公室的電力消耗及僱員差旅有關。本集團的電商業務物流解決方案外判予第三方供應商。管理層非常重視物色嚴格遵守環保及可持續發展措施的供應商。我們將每年持續審閱有關標準以決定是否繼續與我們的物流合作夥伴及供應商合作，藉此確保業務規模持續擴大的同時，為環境帶來最小的影響。本集團並無包括第三方供應商產生的排放量於本集團溫室氣體清單中。減少能源消耗從而減少溫室氣體排放的措施將於「資源使用」一節論述。

於二零二三年／二零二四年，溫室氣體總排放量及其密度分別為145,266.10公斤二氧化碳當量及293.47公斤二氧化碳當量／每名僱員，與去年相比，溫室氣體總排放量減少約15%，而其密度則下跌約1%。於報告期間內，本集團的溫室氣體清單主要包括範疇2及範疇3排放量，與去年相約。範疇2排放量約佔溫室氣體總排放量的86%，其中包括外購電力引起的溫室氣體排放量。外購電力亦為報告期間溫室氣體排放的主要源頭。

於報告期間，由於在香港開設零售店及咖啡店，營運地點增加推高電力需求，致使範疇2溫室氣體排放量呈上升趨勢。與此同時，範疇3排放量主要來自差旅。由於本集團於去年在美國開設新店舖，導致前往美國的差旅次數與報告期相比有所增加，故報告期間範疇3排放量大幅下跌。

展望將來，本集團將繼續監察及記錄溫室氣體排放量，以完善相關數據收集系統以及適時制定目標及減排計劃。

	二零二三年／ 二零二四年	二零二二年／ 二零二三年
	公斤 二氧化碳當量	公斤 二氧化碳當量
溫室氣體排放量 ¹		
範疇1 ²	—	—
範疇2 ³	124,443.96	103,795.35
範疇3 ⁴	20,822.14	67,048.32
溫室氣體總排放量	145,266.10	170,843.67
密度 ⁵ (每名僱員的溫室氣體 總排放量 ⁶)	293.47	296.60

廢棄物

作為一間數碼公司，我們的固有業務性質無須消耗大量資源繼而產生浪費，環境足跡因而較少。

本集團鼓勵其僱員實行減廢常規。僱員已建立環保習慣，例如回收紙張及使用節省紙張方法，如盡可能使用雙面打印。

本集團鼓勵使用可重用的陶器及餐具取代紙張製及塑膠製造食具。我們收集已使用電池、打印機碳粉及紙皮，並交予回收收集商以作回收。

於二零二三年／二零二四年，產生的無害廢棄物及有害廢棄物總量及密度分別約為10.17噸及0.014噸，而去年則分別約為11.17噸及0.025噸。與上一個報告期間相比，無害廢棄物及有害廢棄物的產生量均輕微下降。

	二零二三年／ 二零二四年	二零二二年／ 二零二三年
	噸	噸
產生的廢棄物 ⁷		
無害廢棄物		
— 一般未分類廢棄物(棄於堆填區)	3.23	3.35
— 紙皮箱(已回收)	6.94	7.82
總計	10.17	11.17
密度(每名僱員產生的無害廢棄物 總量 ⁸)	0.05	0.04
有害廢棄物		
— 碳粉(已回收)	0.010	0.010
— 電池(已回收)	0.004	0.015
總計	0.014	0.025
密度(每名僱員產生的無害廢棄物 總量 ⁸)	0.00006	0.0001

本集團正在加強廢棄物管理系統。其海外物業的廢棄物棄置量將於來年記錄及披露。於報告期間，本集團概不知悉任何有關無害廢棄物及有害廢棄物處理的違規情況。

¹ 溫室氣體排放量乃參考環境保護署及機電工程署發佈的《香港建築物(商業、住宅或公共用途)溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》、中華電力有限公司發佈的可持續發展報告、水務署發佈的年報、渠務署發佈的可持續發展報告計算。

² 範疇1指本集團擁有或控制的業務產生的直接溫室氣體排放。

³ 範疇2指本集團內部消耗(購買或收購)電力、供暖、製冷及蒸汽所引致的「間接能源」溫室氣體排放。其僅包括於香港的物業之用量。由於租金費用已計及相關費用或與其他租戶共同分擔，故無法提供美國、英國、中國、日本及南韓的用電量數據。

⁴ 範疇3指公司以外間接產生的所有其他間接溫室氣體排放，包括上游及下游的排放。其包括商業差旅、第三方淡水及污水處理及於堆填區棄置廢紙而間接產生的排放。

⁵ 密度(每名僱員的溫室氣體總排放量)=於報告期末的溫室氣體總排放量/僱員總人數。

⁶ 於二零二二/二零二三財政年度及二零二三/二零二四財政年度，僱員總人數分別為576人及495人。

⁷ 僅包括於香港之用量。本集團將繼續改善其內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

⁸ 僅指香港僱員。香港僱員總人數於二零二二年/二零二三年及二零二三年/二零二四年分別為249人及217人。

A2資源使用

由於本集團的主要業務性質為數碼媒體及電商平台，本集團並不涉及製造及生產商品。因此，本集團並無消耗大量原材料及天然資源。

本集團之主要資源消耗與其辦公室之紙張、包裝材料及水電用量有關。除自來水源自市政府水務供應商外，並無使用地表水或地下水等其他天然水資源。

能源及其他材料

本集團主要通過數碼媒體及電子商務平台與受眾及客戶互動及交流。相比親身前往傳統實體店或購買實體印刷內容，此為受眾及客戶提供節能環保的方式，以獲取內容、產品及線上服務，藉此縮減客戶消耗之時間及能源。此外，本集團之能源消耗遠低於主要營運實體零售店的供應商。我們業務的性質自然有助最大限度減少對環境的影響及減低排放水平。

本集團亦已採取多項環保措施，例如於香港總辦事處安裝LED燈、節能冷氣機及雪櫃以及其他節能電器，大幅減少能源消耗。

此外，本集團管理層鼓勵僱員在連續多天假期或休假的期間，離開辦公室前關閉電器設備(包括電腦、熒幕及檯燈)。

本集團已制定一套環境政策，要求購買及使用節能電器及其他產品。

辦公室紙張

於二零二三年／二零二四年，紙張總用量約為437.90公斤，與去年相比跌幅約為12%。二零二三年／二零二四年的回收紙張百分比約為45%，而二零二二年／二零二三年則約為39%。展望將來，本集團將繼續鼓勵回收及重用辦公室紙張，以降低紙張消耗。

紙張 ⁹	二零二三年／ 二零二四年	二零二二年／ 二零二三年
	公斤	公斤
辦公室紙張		
— 耗用	437.90	498.38
— 回收	195.00	195.00

我們將繼續改善我們的內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

包裝材料

本集團的包裝材料主要包括氣泡膜、Panfix膠紙、透明膠紙、透明拉鍊袋及用作配送的紙板箱。為推廣及履行本集團對可持續發展方面的承諾，我們致力於可行情況下盡量採用環保包裝物料。就紙質包裝而言，本集團的包裝箱及材料使用FSC紙。於二零二三年／二零二四年，包裝材料總用量約為43,308.35公斤，密度約為每銷售單位0.16公斤，與去年相比，包裝材料總用量下跌約10%，而密度亦下跌約6%。

⁹ 僅包括於香港之用量。本集團將繼續改善其內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

展望將來，本集團將繼續減少使用包裝材料並提升材料使用效率。

包裝物料用量 ¹⁰	二零二三年／ 二零二四年 公斤	二零二二年／ 二零二三年 公斤
氣泡膜	147.27	132.97
Panfix膠紙	36.26	49.28
透明膠紙	624.24	657.00 ¹¹
透明拉鍊袋	11.28	17.78
用作配送的紙板箱	41,226.76	46,563.17
充氣袋	888.00	356.60
氣泡袋	—	511.60
膠膜卷	374.54	337.82
包裝材料總用量	43,308.35	48,626.22
密度 ¹² (每單位產品銷售及／或交付的 包裝材料總用量 ¹³)	0.16	0.17

本集團正改善其內部數據收集機制。其海外物業的包裝材料用量將於來年披露。

能源

本集團的能源消耗主要由於香港辦公室及倉庫的電力消耗所致。於二零二三年／二零二四年，能源總用量及能源總用量及密度分別為約283,337.00千瓦時及約1,305.70千瓦時／每名僱員，與二零二二年／二零二三年相比分別約增加22%及40%。能源消耗大幅增加主要由於在香港開設零售店及咖啡店，導致營運地點增加推高電力需求。此外，架構重組亦導致能源消耗密度大幅上升。展望將來，如適用，本集團將繼續監察及記錄能源消耗並完善提升相關數據收集系統以及適時制定節能計劃。

能源消耗 ¹⁴	二零二三年／ 二零二四年 千瓦時	二零二二年／ 二零二三年 千瓦時
直接能源消耗	—	—
間接能源消耗		
— 用電	283,337.00	232,953.00
能源總用量	283,337.00	232,953.00
密度 ¹⁵ (每名僱員能源總用量 ¹⁶)	1,305.70	935.55

水資源

有關本集團的用水量，其主要由香港辦公室、倉庫及店舖產生，而自來水源自市政府水務供應商。本集團並無使用地表水或地下水等其他天然水資源，於尋找適合水源方面並無遇到任何重大問題。於報告期間，本集團已制訂倉庫和辦公室節約用水政策。於工作時間內，行政人員會檢查用水情況，確保水龍頭在閒置時關閉。沖水箱的儲水量亦加以調節，以免沖水系統過度沖洗。本集團已於辦公室安裝有效飲用水過濾系統，並已在水龍頭上安裝節流器以減少用水。我們更鼓勵員工飲用過濾水而非瓶裝水。

用水量 ¹⁷	二零二三年／ 二零二四年 立方米	二零二二年／ 二零二三年 立方米
總用水量	375.07	355.02
密度 ¹⁸ (每名僱員總用水量 ¹⁹)	1.73	1.43

¹⁰ 僅包括於香港之用量。本集團將繼續改善其內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

¹¹ 二零二二年／二零二三年的透明膠紙用量已經重列。

¹² 密度(每單位產品銷售及／或交付的包裝材料總用量)=包裝材料總用量／單位產品銷售及／或交付的總數。

¹³ 產品銷售或交付的總數於二零二二年／二零二三年及二零二三年／二零二四年分別為283,860項及274,838項。

¹⁴ 僅包括於香港之用量。本集團將繼續改善其內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

¹⁵ 密度(每名僱員能源消耗總量)=能源消耗總量／報告期末僱員總數。

¹⁶ 僅指香港僱員。香港僱員總人數於二零二二年／二零二三年及二零二三年／二零二四年分別為249人及217人。

¹⁷ 僅包括於香港之用水量。本集團將繼續改善其內部數據收集機制，以於來年作完整披露。

¹⁸ 密度(每名僱員總用水量)=報告期末總用水量／僱員總數。

¹⁹ 僅指香港僱員。香港僱員總人數於二零二二年／二零二三年及二零二三年／二零二四年分別為249人及217人。

於二零二三年／二零二四年，水資源總用量及其密度分別為約375.07立方米及約1.73立方米／每名僱員，與去年相比，水資源總用量及其密度的分別上升約6%及21%。店舖營運的用水需求增加主要由於在香港開設新咖啡店所致。此外，架構重組亦導致用水量密度大幅上升。

展望將來，本集團將繼續實施倉庫和辦公室節約用水政策、監察及記錄日常營運的用水量、提升相關數據收集系統以及適時制定目標及節能計劃(如適用)。

A3環境及天然資源

鑒於本集團的主要業務性質，本集團認為其營運對環境及天然資源之影響屬輕微。本集團致力管理與營運相關的直接及間接環境影響，概述如下。

業務活動	與環境及天然資源相互影響	潛在環境影響	直接或間接
	耗電	資源使用	直接
	用水量(用作清潔、飲用或沖廁)	資源使用	直接
	消耗及棄置辦公室紙張、紙皮箱、一般廢棄物、碳粉及電池	資源使用 廢棄物管理	直接
辦公室營運	上述相互影響產生的溫室氣體排放	氣候變化	間接
差旅	溫室氣體排放	氣候變化	間接
產品包裝	消耗包裝物料	資源使用	直接

本集團致力透過「排放」及「資源使用」兩節所述的多項措施，進一步減少我們對環境的直接影響。

由於我們亦能於價值鏈及投資中影響環境表現而產生間接環境影響，我們會繼續致力減低該等影響及實踐創造低碳及具有環保意識的經濟之最終目標。本集團將與業內群組及環保機構合作，務求於所經營的社區中提高環保意識及提倡環保實踐。我們更會致力促進及貢獻予政策匯談以提升環境管理水平。

A4氣候變化

氣候變化乃當今社會所面臨的最大全球挑戰之一，為了我們的氣候和社區，我們現在必須採取行動。近年來，強風和暴雨等極端天氣以及潮汐和洪水成為新聞焦點。物流和供應鏈特別容易受到影響。暴雨、潮位上升和洪水可能嚴重損壞建築物、倉庫以及存貨等資產，造成財物損失。雖然此類事件超出了大家的控制範圍，但本集團認為各持份者皆應該共同應對氣候變化，並將其視為世界未來五年的最重大風險之一。

香港政府為回應《巴黎協定》，發表了《香港氣候行動藍圖》，制定各項計劃和行動，訂下推展「零碳排放，綠色宜居，持續發展」的願景，當中更銳意增訂中期目標，在二零三五年前把香港的碳排放總量由二零零五年水平減半，於二零五零年前實現碳中和，而中國則爭取於二零六零年前實現碳中和。在全球向低碳經濟轉型的背景下，本集團亦已找出我們的經營地特有的監管、科技、市場及聲譽方面相關的潛在風險。我們將把該等已發現的風險融入我們的業務策略，並將評估及其結果整合至企業風險管理框架當中，持續並定時更新和識別、評估及管理各種風險。

本集團本質上計劃響應各地政府倡議，並計劃跟隨各地政府的減排要求。我們的目標為於二零二六年前減少約3%溫室氣體排放，確保本集團的溫室氣體排放於二零三零年或之前符合各地的規定，並分別於二零五零年及二零六零年前在香港及中國實現碳中和。我們致力於不斷提高能源使用效率，利用專業知識和進步推動現場效率提升，維持高效管理支持，並保障本集團的聲譽。

全球變化的速度加快，但並不影響我們對氣候行動方面的投入。本集團明白並一直強調加快轉型至低碳經濟的重要性。多年來，我們一直把握不同機會擴充業務，加速轉型，使本集團更智能化、更環保並對員工和用家更安全(例如自動化和於疫情期間更常使用電子平台作網上會議，以減少交通運輸所產生的碳足跡)。該等措施使我們的設施更具可持續性，並履行我們對資源管理與環境保護作出的承諾。

氣候變化行動

應對氣候變化的行動已納入本集團的業務策略，並體現於本公司的管治及管理流程。以下索引表概述核心要素及本集團根據氣候相關財務信息披露工作組(Task Force on Climate-Related Disclosures)於本報告內對聯交所的建議作出的回應：

管治	策略	風險管理	指標及目標
<ul style="list-style-type: none"> 設立環境、社會及管治工作組及開展定期會議 將環境、社會及管治議題(包括氣候相關議題)納入公司決策 	<ul style="list-style-type: none"> 識別低碳轉型中的風險及機遇 	<ul style="list-style-type: none"> 環境、社會及管治工作組率先討論及檢討環境、社會及管治風險 為過渡至低碳經濟作準備 實施消除實體氣候風險的措施 	<ul style="list-style-type: none"> 溫室氣體減排目標，以逐步達至淨零排放

在制定這些情境時，本集團已識別出一系列與我們的資產及服務有關且對我們有較大影響的氣候相關風險和機遇。這些過渡性和實體風險將在以下章節中討論。

風險	機遇
短期(0–1年)	<ul style="list-style-type: none"> • 幫助社區減碳的新服務 • 可提升營運表現和能源效益的科技
中期(5年)	<ul style="list-style-type: none"> • 轉型至低碳經濟市場，以實現政府的脫碳目標
中長期(5年以上)	<ul style="list-style-type: none"> • 過渡性風險 — 為營運實施低碳政策 • 過渡性風險 — 隨著氣候相關風險及機遇日益受到關注，部分商品、產品及服務的供需可能有所改變 • 過渡性風險 — 潛在的新法規及政策 • 過渡性風險 — 新興技術的發展及使用可能會增加營運成本，並降低本集團的競爭力 • 過渡性風險 — 由於客戶或社區對本集團於低碳經濟轉型方面的貢獻或偏離的看法發生變化，本集團的聲譽可能因而受到影響

實體氣候風險可能會損害本集團資產的完整性或直接干擾我們的服務交付與客戶以及供應鏈。該等風險可能對本集團的收入產生負面影響。本集團發現，極端天氣發生頻率上升及嚴重程度加劇可能會影響我們的業務營運。就此而言，本集團已制定眾多措施，以加強其業務韌性，包括極端天氣或緊急狀況的應急計劃，從而提升營運可靠程度，並避免資產承受任何物理損害。

由於政策變化、技術發展、數碼化及影響供需的相關風險，過渡性風險可能會增加營運成本及法律風險。為把握長期發展機遇，本集團已識別相關風險，並會持續監察市場及政策變動及計劃因應市場需要進行投資。本集團亦發現，由於氣候變化可能與客戶喜好改變及社區對本集團貢獻的印象有關，本集團亦已將聲譽風險識別為其業務必須承受的風險。聲譽風險可能導致產品需求下跌，從而導致收益減少。就此而言，本集團持續致力為過渡至低碳經濟物色可持續品牌及資源。

本集團已為其價值鏈採取一系列措施，協助本公司應對氣候事件。該等措施乃針對不同地區而定，當中考慮到資產類型、地點及相關性。該等措施於下表概述：

價值鏈的相關方	相關措施
供應鏈	<ul style="list-style-type: none">• 選擇多個供應商、來源和國家，使材料供應多元化• 確保供應鏈上的僱員在設有嚴謹安全預防措施和程序的環境下工作
零售	<ul style="list-style-type: none">• 透過參與活動，讓客戶了解已採取提高系統抗逆能力的舉措
服務	<ul style="list-style-type: none">• 制訂颱風應變方案及協調系統，確保業務可持續性• 提升客戶服務的通訊能力，尤其事故後與客戶通訊的能力

邁向二零五零年

本集團已準備好應對氣候變化對我們業務及所服務社區的威脅。本集團決心為客戶提供安全、可靠和價錢合理的服務，且本集團充分明白我們的環境責任的重要性。在可能的情況下，本集團將考慮提高目標，以加強日後的環境保護措施。

主要範疇B.社會

僱傭及勞工常規

B1 僱傭

僱員乃本集團最為寶貴之資產。報告期間，本集團已遵守有關工資、招聘、晉升、解僱、工作時間、休息時間、平等機會、工作環境多元化、反歧視及其他待遇及福利的地方僱傭法例及規例，詳情載於「法例及規例」一節。本集團嚴禁非法僱用未成年人或強迫勞工。

招聘、晉升、平等機會、反歧視及多元化

本集團堅決反對任何型式的歧視。反歧視政策清晰刊載於僱員手冊。本集團按照多項基準挑選及晉升員工，其中包括但不限於僱員資歷及優點、技能、資質、可用性、經驗及對該職位之適合度，不帶任何基於種族、信仰、國籍、膚色、性別、性取向、性別認同或表達、年齡或殘障的歧視。

就招聘而言，本集團將合理地按一套直接與該職位之需求有關為宗旨的機制，切實地評估應徵者。至於晉升方面，所有決定均會根據載於工作規範之客觀挑選準則落實。晉升要求將需呈遞予部門主管及人力資源團隊審批。

本集團相信，工作環境應為安全及文明。本集團將不會容忍任何類型的性騷擾、歧視或冒犯性行為，包括於本集團場所透過行為或語言持續貶低個人、展示或分派令人反感的材料，或使用或持有武器。員工可透過本集團的舉報系統向人力資源部舉報該等違規行為或任何可疑違規行為。

薪酬、工資及解僱

本集團提供具競爭力之薪酬、醫療福利(包括醫療及牙科)及晉升機會。所有全職僱員均獲提供薪酬組合，並合資格參與具競爭力及吸引力的發還租金計劃及晉升機會，以吸引及挽留人才。

工資乃以客觀市場數據及外部薪酬報告為基準。此外，我們制訂定期僱員表現評估政策，而工資調整乃作為每年績效評估程序之一部分。酌情花紅獎勵乃基於若干因素贈予，包括個人表現、公司表現及市場狀況。為挽留人才，本集團已採納購股權計劃，贈予獲團隊主管提名之寶貴員工。

如僱傭通知書及合約所載，本公司或僱員均可藉由預留充足時間以書面通知終止與我們的僱傭關係。如出現下述情況(包括但不限於因觸犯任何刑事罪行而被定罪、嚴重失職、蓄意擅離職守及違反其僱傭通知書或合約內的任何條款)，則無須事先通知或支付通知金即可即時解除僱傭通知書或合約。離職面談的對象為自願辭職及合約期滿的員工。離職面談的目的為收集員工建設性的反饋意見，並尋找機會提升日後的僱員挽留率。

工作時間及假期

標準工作時間及公眾假期政策符合相關法例及規例，詳情載於「法例及規例」一節。僱員有權享有(如適用)公眾假期、年假、病假、婚假、產假、侍产假、恩恤假、出任陪審團假期及公休假。本集團一直以人為本，非必要情況下不會要求逾時工作。

本集團積極透過不同溝通渠道與僱員交流及激勵彼等，並提供內部培訓，讓僱員分享工作經驗及工作技能。

本集團之其他福利及福祉

除醫療及牙科保險外，本集團提供其他福利，包括但不限於健身會籍折扣、網上店舖員工折扣、於若干地區設立寵物友善辦公室，以及可供各辦公室聯誼聚會及配有咖啡機的休息空間。由於員工創造積極影響並帶來全面成功，本集團重視其員工。於報告期間，本集團亦在不同地區為員工舉辦不同活動。本集團舉辦團建活動、團隊午餐及晚餐、新年及年末聯歡會，從而為本集團營造更強大的團隊文化及合作，並表彰員工們於過往一年的貢獻。

下表列示本集團於報告期間之僱員及流失率。

僱員	二零二三年／ 二零二四年	二零二二年／ 二零二三年
於三月三十一日		
按性別劃分		
— 男性	253	276
— 女性	242	300
按僱傭類型劃分		
— 全職	466	540
— 兼職	29	36
按年齡組別劃分		
— 30歲以下	196	263
— 30–50歲	286	300
— 50歲以上	13	13
按地區劃分		
— 香港	217	249
— 日本	21	22
— 美國	115	156
— 英國	68	81
— 中國	39	35
— 南韓	28	33
— 新加坡	7	0
總計	495	576

流失率 ²⁰	二零二三年／ 二零二四年	二零二二年／ 二零二三年
於三月三十一日		
按性別劃分		
— 男性	31%	27%
— 女性	34%	25%
按年齡組別劃分		
— 30歲以下	40%	26%
— 30–50歲	28%	26%
— 50歲以上	13%	28%
按地區劃分		
— 香港	32%	28%
— 日本	9%	8%
— 美國	39%	26%
— 英國	33%	26%
— 中國	25%	22%
— 南韓	35%	27%
— 新加坡	13%	0%
總計	33%	26%

B2健康與安全

本集團的健康與安全政策乃遵照職業安全健康局定下的規則與指引訂立，旨在提供及維持工作環境的安全及健康。員工手冊訂明在颱風、暴雨警告以及火災評估等緊急情況下的安全安排，以確保全體僱員知悉應急程序。本集團遵守對提供安全及無害的工作環境的相關法例及規例，詳情載於「法例及規例」一節。此外，本集團亦透過為僱員投購全面醫療保險保護僱員，當中涵蓋每次就診的報銷金額以及醫療檢查及牙科服務保障。

²⁰ 流失率=報告期間離職員工總人數/(報告期間員工離職員工總人數+報告期末僱員總人數)。於二零二二年/二零二三年及二零二三年/二零二四年，本集團分別流失合共202及239名員工。

本集團透過宣揚安全教育及發佈健康指引(如伸展活動)，以避免因長時間坐在工作桌前出現勞損、疲勞及受傷，以致力提升僱員對安全及健康工作環境的認知。本集團亦向僱員提供符合人體工學的辦公椅及辦公桌，改善彼等的工作環境及坐姿。本集團亦會使用空氣過濾器，定期測試空氣質素及清洗冷氣系統。

下表列示有關職業健康與安全的績效指標。

安全績效	二零二三年／	二零二二年／	二零二一年／
	二零二四年	二零二三年	二零二二年
受傷率 ²¹	0.0003%	0.0000%	0.0000%
職業病比率 ²²	0.0000%	0.0000%	0.0000%
損失日數率 ²³	0.0000%	0.0000%	0.0000%
缺勤率 ²⁴	0.0000%	0.0000%	0.0000%
死亡率 ²⁵	0.0000%	0.0000%	0.0000%

B3發展及培訓

本集團致力於僱員的持續培訓及發展。經員工及其直接主管以及人力資源團隊共同確立學習需要後，僱員參與有關彼等工作領域的培訓課程。人力資源團隊亦向經理提供關乎管理議題及事項的培訓及輔導。

本集團營造持續進修及發展的企業文化，鼓勵全體經理向僱員提供在職輔導以及充足反饋。

本集團於報告期間透過提供津貼繼續舉辦培訓及發展獎學金計劃(「計劃」)。計劃旨在鼓勵及幫助每名僱員的職業發展。本公司為合資格僱員安排外部課程，包括網站開發課程、語言課程及市場營銷課程。

於報告期間，本集團安排內部培訓提升僱員能力，並鼓勵僱員透過參與外部課程提升個人技能和專業發展。儘管受訓僱員百分比有所下跌，但於報告期間僱員的平均培訓時數卻大幅上升。

下表記錄本集團已接受培訓之僱員百分比。

已接受培訓之僱員百分比 ²⁶	二零二三年／	二零二二年／
	二零二四年	二零二三年
按性別劃分		
— 男性	47%	100%
— 女性	60%	100%
按僱傭類別劃分		
— 助理總經理或以上	100%	100%
— 高級經理	67%	100%
— 經理	48%	100%
— 助理經理	38%	100%
— 一般員工	55%	100%
— 營運員工	15%	100%
總計	53%	100%

²¹ 全體員工於報告期間總工時涉及的受傷頻率。受傷率=(可錄得的受傷事故數目/全體員工總工時)。

²² 全體員工於報告期間總工時涉及的職業病頻率。職業病比率=(職業病例數目/全體員工總工時)。

²³ 員工於報告期間原定總工時涉及的損失總日數。損失日數率=(損失日數/全體員工原定工作日數)。

²⁴ 實際損失的缺勤日數計算，以員工於同一時期原定工作的總日數百分比表示。缺勤率=(缺勤日數/全體員工原定工作日數)。

²⁵ 全體員工於報告期間總工時涉及的死亡率。死亡率=(死亡人數/全體員工總工時)。

²⁶ 已接受培訓的員工比例=截至報告期末(已接受培訓的員工總人數/員工總人數)*100%。於二零二二年/二零二三年及二零二三年/二零二四年，已接受培訓的員工總人數分別為232名及264名。

平均培訓時數 ²⁷	二零二三年/ 二零二四年	二零二二年/ 二零二三年
按性別劃分		
— 男性	3.31	2.41
— 女性	3.62	2.23
按僱傭類別劃分		
— 助理總經理或以上	2.94	2.40
— 高級經理	4.63	2.53
— 經理	4.55	1.79
— 助理經理	6.00	1.60
— 一般員工	3.00	2.62
— 營運員工	0.85	1.47
總計	3.46	2.32

誠如員工手冊所訂明，本集團會視乎需要對新入職員工進行背景審查，以確保員工符合僱傭法定標準，保證本集團遵守勞工法例及法規。由於本集團已實行相關政策，有關非法聘用童工及強制勞工及違反適用勞工準則的風險因而被視為微不足道。本集團定期與內部及外部律師檢討相關常規。倘發現童工或強制勞工，我們將立即解除僱傭合約並進行詳細調查。本集團亦致力嚴格遵守任何勞工準則，尤其是有關平等及反歧視的事宜，詳情於「僱傭」一節闡述。

本集團嚴格遵守於「法律及法規」一節所述的有關僱傭的法律及法規，並無知悉任何對本集團有關防止童工或強制勞工有重大影響的法律及法規。

B4 勞工準則

本集團主要從事數碼媒體及電子商務業務。本集團概無任何非法童工或強制勞工。本集團於我們的業務活動及營運地點概無注意到有關童工或強制勞工事宜的任何重大風險。

²⁷ 平均培訓時數=於報告期末的總培訓時數/員工總人數。於二零二二年/二零二三年及二零二三年/二零二四年，總培訓時數分別為1,334小時及1,715小時。

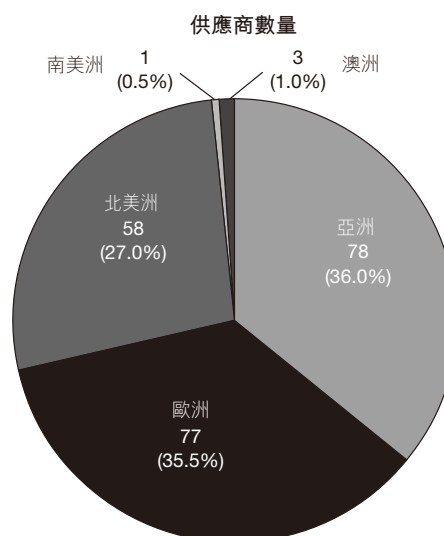
營運常規

B5 供應鏈管理

本集團重視自身及業務夥伴的商業道德操守的重要性。為此，本集團制定供應鏈管理政策，鼓勵供應商於各營運層面維持高標準，包括但不限於反欺詐及貪污政策、維護勞工法例及人權道德、反歧視、開放及公平競爭、環保法例以及尊重知識產權。

為維持與供應商及賣方的長期持續業務關係，本集團與新業務夥伴合作前會進行嚴格審核及評估程序，包括但不限於對業務進行盡職調查、抽查產品、使用環保產品及服務、檢查品質控制及審核勞工常規。本集團僅會與嚴格執行環境、社會及管治理念的賣方及供應商合作，並致力繼續監督及與供應商緊密合作，以保持其就環境之可持續發展及對社會負責的常規。

本集團供應商向我們提供鞋履、服裝、配飾、家居用品、包裝材料及物流服務。彼等位於不同地區，我們於報告期間共有217名供應商。下圖列示於二零二三年／二零二四年來自不同地理區域的供應商的比例。



按地理區域劃分的供應商數量	二零二三年／	二零二二年／
	二零二四年	二零二三年
於三月三十一日		
亞洲 ²⁸	78	181
歐洲 ²⁹	77	182
北美洲 ³⁰	58	111
南美洲 ³¹	1	0
澳洲	3	11
供應商總數	217	485

²⁸ 亞洲包括香港、中國、印度、以色列、日本、南韓及台灣。

²⁹ 歐洲包括比利時、丹麥、法國、德國、冰島、意大利、荷蘭、波蘭、西班牙、瑞典、瑞士、挪威及英國。

³⁰ 北美洲包括加拿大及美國。

³¹ 南美洲包括巴西。

B6 產品責任

品質管理

電子商務業務

本集團堅持向客戶交付最優質的產品。本集團已遵守載列於「法例及規例」一節對產品責任、健康與安全有重大影響的相關法例及規例。於報告期間，本集團在此方面並無任何重大的違規問題。另外，概無已售或已交付的產品因安全及健康理由而遭回收。

本集團已成立品質監控程序，確保抵達倉庫及最終送予客戶的所有產品均經細心檢驗，以符合本集團品質標準。產品運抵倉庫後，倉庫團隊會檢驗及交替核查各產品，保證所有產品為全新，並無任何明顯的瑕疵。檢驗完成後，團隊會小心將有關物品存放在指定的貨架。

本集團產品存放於牢固的倉庫，設有24小時監察系統且安全鎖上，以防未獲授權人士進入。倉庫全年開設冷氣，以免產品受潮及受到其他損害。

物流團隊接獲客戶訂單後將對特定產品作最後檢測，確保產品在包裝及向客戶付運前並無損壞或存有瑕疵。

數碼媒體業務

本集團就數碼媒體業務實施多項質素控制政策，包括監控本集團上載至數碼媒體平台的編輯貼文質素、由製作團隊製作的照片或影片的質素，以及監察訪客在社交媒體平台上貼文的政策。

本集團有專責資深編採團隊監督所有數碼內容，並確保所有數碼內容獲妥善處理及發佈。資深編採團隊專注審閱文章、影片及照片，確保識別及標注所有第三方來源資料。倘可識別出作品的原作者，資深編採團隊成員將於可行情況下在取得第三方同意後才發佈文章。

各資深編輯均擁有豐富經驗，確保所有方面(包括文字、圖像及大眾觀感)均符合本集團的品質標準。本集團網站³²的總編輯或資深編輯會首先審視、批閱並核准所有文章，然後才會在網站發佈。

本集團的銷售團隊及製作團隊會與客戶保持定期聯繫，確保最終產品符合客戶的要求。編採、銷售及製作團隊的資深成員亦會審閱該等材料，確保其質素，並符合倫理及道德標準。本集團的社交媒體團隊亦負責監察社交媒體平台及刪除任何不當的內容。

客戶健康及安全

基於本集團的業務性質，我們並不會對客戶的健康及安全構成嚴重影響，亦無已售或已交付的產品因安全及健康理由而遭回收。因此，並未訂立相關政策及收集數據。

客戶查詢

為客戶提供上乘的客戶服務對本集團極為重要。本集團有客戶服務代表團隊，處理客戶經由電郵、線上即時對話及社交媒體平台的查詢。本集團已制定書面政策及程序以處理客戶投訴。視乎投訴的內容，如瑕疵產品、遺失貨品或付運錯

³² Hypebeast、Hypebae、Hypegolf及Popbee。

誤產品，我們會採取不同的投訴處理程序。我們的客戶服務代表將處理事件，並於有需要時安排適當合理的賠償。一般而言，世界各地的客戶可透過上述任何途徑就訂單提出疑問，預計即時或在48小時內獲得解答（視乎所使用的通訊渠道而定）。若客戶不滿意代表提出的解決方案，並要求向高層反映，該名代表將轉交該個案予客戶服務經理，彼將審視該個案及直接回覆該客戶。客戶服務經理會檢討及監察客戶查詢的處理情況，以及經個人處理的任何投訴，確保貫徹本集團向客戶提供優質服務的宗旨。客戶服務經理亦會透過客戶意見調查結果，最少每週檢閱客戶意見一次並每月與代表進行品質保證評分，以確保服務一直維持優質標準。

指標	二零二三年／	二零二二年／
	二零二四年	二零二三年
投訴總數	51	190
下達訂單總數	120,685	136,018
接獲投訴百分比 ³³	0.04%	0.14%

知識產權

本集團現有159項活躍註冊商標，亦非常重視知識產權。本集團設有政策在本集團內嚴禁下載或使用盜版軟件。本集團亦積極監控編輯業務所採用的已刊發媒體內容及圖片附帶的版權，確保本集團已註明所有來源及遵守任何版權法例及準則。據董事所深知，本集團就此並無任何重大不合規事宜。為降低未來侵犯版權的風險，本集團已採取內部行動以降低風險，並加強針對人手工作的限制。

廣告及標籤

就數碼媒體業務而言，本集團嚴格遵守載於「法例及規例」一節有關廣告常規的法例及規例。於報告期間，本集團在此方面並無任何重大的違規問題。

本集團已制定指引，確保我們的編輯工作合法、負責及專業。與毒品或裸露有關的內容均需經審慎處理。有關編輯工作的質素控制，請參閱「品質管理」一節。

本集團作為電子商務業者，儘管部分所售產品來自供應商，惟本集團亦參與產品標籤活動。我們的產品涉及的標籤包括布料、拉鍊、標籤（布料及紙張）、膠袋、瓶塞以及彈力繩／繩索。我們為各產品指定了特定的標籤，以確保該等標籤乃為我們的產品量身定做，同時亦屬我們產品描述的一部分。

資料私穩

本集團提供電商業務支付平台，當中涉及大量公眾用戶，保護客戶私穩及保障個人資料對本集團的業務至關重要。

本集團對存取權限實行嚴格控制，只有若干員工有權存取客戶資料。本集團設有軟件防火牆保護伺服器，並定期進行數據備份。本集團的工程團隊一直監察資訊科技網絡的穩定性，並採用多線路、內置冗餘、備用機及24小時維護監控的方式，以避免任何網絡異常斷線。

本集團已更新其私隱政策，在報告期間內執行所有最新規定，以鞏固其對保障客戶資料的承諾，包括但不限於《加州消費者私隱法案》及《通用數據保護條例》。本集團的私隱政策可在其網站上查閱：<https://hypebeast.com/privacy>。

本集團嚴格遵守載於「法例及規例」一節有關資料私隱的法例及規例。於報告期間，本集團在此方面並無任何重大的違規問題。

³³ 接獲投訴百分比 = (投訴總數 / 下達訂單總數) * 100%。

B7反貪污

本集團設有僱員手冊內所載反欺詐政策，並已遵守對其有重大影響的賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢相關法例及規例。有關法例及規例的詳情，請參閱「法例及規例」一節。

本集團一律採取零容忍對策應對所有本公司業務中的欺詐、貪污及任何形式的道德行為。偵測及管理欺詐及貪污乃良好管治及管理常規的一部分，而組織內部一直維持誠信文化，以確保能有效防止、偵測、匯報及管理欺詐及貪污、挪用款項及其他違規事宜。全體僱員均積極參與欺詐及貪污的風險管理。我們積極宣傳我們的舉報渠道，鼓勵僱員查詢及報告有關潛在貪污及其他不道德行為的任何事宜。該常規旨在建立公正透明的工作環境，營造正面負責的品牌聲譽。我們十分重視防詐騙政策，從而不斷加強僱員對反貪污的意識。本集團對僱員接受禮物及款待以及向品牌及零售商索取折扣方面設有嚴格政策。我們嚴禁濫用公司店鋪折扣及公司品牌商品的行為。於報告期間，本集團在僱員入職培訓中使用反貪污培訓材料。

於報告期間，本集團未發生針對本集團或其僱員貪污行為的法律案件。展望未來，本集團將努力為各級僱員舉辦反貪污培訓，以加強僱員的反貪污意識。

本集團的舉報政策乃僱員申報有關業務道德或個人操守、會計及財務事宜、誠信及專業操守或真誠舉報後遭惡意報復的關注事項的溝通渠道。我們歡迎僱員透過電子郵件表達其關注事項。該舉報系統已設有保密性，讓僱員可以匿名舉報。舉報人可免受因任何有效舉報引致的報復行為。

根據本集團的供應鏈管理政策，供應商須恪守若干社會責任下之道德原則，包括但不限於反賄賂、反貪污及鼓勵公開及公平競爭。

社區

B8 社區投資

本集團鼓勵並支持僱員參與社區活動，例如捐助及義工活動，關懷不同有需要的群體。本集團已設立社區投資政策，鼓勵與社區持份者建立長期關係。本集團支持服務在社會經濟上處於弱勢地位的群體的舉措。

於報告期間所支持的社區活動詳情如下：

置地廣場 — 置地公司家基金

置地公司家基金致力支持各種慈善活動，銳意建構更美好的社區。本集團一直支持「物資捐贈」計劃，向救世軍及基督教勵行會作出捐贈，並通過該捐贈計劃支援有需要人士。

於中秋節，本集團的僱員共捐出兩箱多餘的月餅罐、玩具、文具及衣服。農曆新年期間，本集團亦透過置地公司家基金向救世軍、膳心連基金及香港小童群益會捐出一箱利是封、玩具、文具及衣物。

於報告期間，本集團共有10名僱員參與該等活動，投放共80小時。

法例及規例

本節載列對本集團營運及業務有重大影響的法例、規則、規例、政府政策及規定若干方面的概要。

地點 法例、規例、指引

僱傭

香港

殘疾歧視條例
僱員補償條例
僱傭條例
家庭崗位歧視條例
最低工資條例
種族歧視條例
性別歧視條例

日本

男女僱用機會均等法
兒童福祉法
勞動合同法
勞動關係調整法
勞動基準法
勞動組合法
勞動基準法施行條例

中國內地

中華人民共和國的勞動合同法
中華人民共和國的勞動法
中華人民共和國未成年人保護法
禁止使用童工規定

英國

二零零八年兒童及青少年法
一九九六年僱傭權利法
二零一零年平等法
二零一五年國家最低工資規例
二零二二年國家最低工資(經修訂)規例
二零零六年轉讓承諾(保護僱傭)規例
一九九八年工作時間規例

地點

法例、規例、指引

美國

就業年齡歧視法
美國殘疾人法案
僱員退休收入安全法
平等薪酬法
公平勞工標準法案：聯邦兒童勞工法
家庭與醫療假法
移民改革與控制法案
國家勞資關係法
民權法案第七章

南韓

南韓平等就業機會及工作－家庭平衡援助法
未成年人保護法劃入青少年保護法
勞工標準法

新加坡

一九六八年僱傭法

健康與安全

香港

職業安全及健康條例

日本

工傷事故賠償保險法
工業安全及健康法
工業安全衛生法令

中國

中華人民共和國職業病防治法
中華人民共和國安全生產法

英國

一九七四年工作健康與安全法案

美國

職業安全與健康法

南韓

職業安全與健康法

新加坡

工作場所安全與衛生法

地點	法例、規例、指引	地點	法例、規例、指引
勞工標準		知識產權	
香港	香港僱傭條例	澳洲	一九九五年商標法
日本	兒童福祉法 一九四七年勞動基準法	加拿大	版權法第27條
中國	中華人民共和國未成年人保護法 禁止使用童工規定	香港	版權條例 商品說明條例
英國	二零零八年兒童及青少年法 一九六四年牌照法	中國	中華人民共和國著作權法 中華人民共和國專利法 中華人民共和國商標法
美國	公平勞工標準法案：聯邦兒童勞工法	美國	一九三零年關稅法第1526(a)條 美國版權法 美國商標法
南韓	青少年保護法	南韓	一九五七年版權法 商標法
新加坡	一九六八年僱傭法	新加坡	著作權法 商標法
產品責任		資料私隱	
廣告及標籤		澳洲	一九八八年聯邦私隱法(「私隱法」)
澳洲	二零零三年濫發訊息法(聯邦)	加拿大	個人資料保障及電子文檔法
英國	非廣播電視類廣告及直銷與宣傳守則 (「CAP守則」)	歐盟	通用數據保護條例
香港	淫褻及不雅物品管制條例 服務提供(隱含條款)條例 商品說明條例	香港	個人資料(私隱)條例
南韓	廣告標示公平交易法	新加坡	二零一二年個人資料保護法 (二零一二年第26號)
		英國	資料保護法 英國通用數據保護條例 二零零三年私隱及電子通訊(歐盟指令)規例 (「私隱及電子通訊規例」)
		美國	美國資料私隱法及資料安全法
		南韓	個人資料保護法(一般法)

地點	法例、規例、指引	地點	法例、規例、指引
產品健康與安全		反貪污	
加拿大	加拿大消費品安全法	香港	防止賄賂條例
新加坡	二零一一年消費者保障(消費品安全規定)規例	日本	刑法典(一九零七年第45號法案) 反不公平競爭法(一九九三年第47號法案)
美國	消費品安全法 易燃紡織品法 紡織纖維製品鑒別法	中國	中華人民共和國刑法
南韓	產品責任法	英國	二零一零年賄賂法令
其他相關法律及法規		美國	美國反貪污法
英國	二零一五年消費者權利法	南韓	禁止不當請託與受賄法案
美國	一九三零年關稅法		

環境、社會及管治報告指引內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	章節／聲明	頁碼
主要範疇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例及規例的資料。	A1排放物 11-12
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	溫室氣體排放 11-12
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)。	溫室氣體排放 11-12
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、每項設施計算)。	廢棄物 12
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)。	廢棄物 12
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。	A1排放物 11 A4氣候變化 16-18
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。	廢棄物 12
層面A2資源使用		
一般披露	一般披露有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	A2資源使用 13-15
關鍵績效指標A2.1	按類型劃分(如電力、煤氣或石油)的直接及／或間接能源總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(以每產量單位、每項設施計算)。	能源及其他材料 13
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)。	水資源 14-15
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。	能源及其他材料 13 A4氣候變化 16-18
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及為達到這些目標所採取的步驟。	水資源 14-15
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)每生產單位佔量的參考資料。	包裝材料 13-14

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
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。	A3環境及天然資源	15
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以及已採取管理有關影響的行動。	A3環境及天然資源	15
層面A4氣候變化			
一般披露	識別及緩減對發行人構成影響或可能構成影響之重大氣候相關事宜之政策。	A4氣候變化	16-18
關鍵績效指標A4.1	描述對發行人構成影響或可能構成影響之重大氣候相關事宜，及已採取管理有關影響的行動。	A4氣候變化	16-18
主要範疇B.社會			
僱傭及勞工常規			
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例及規例的資料。	B1僱傭	19-20
關鍵績效指標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。	B1僱傭	19-20
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。	B1僱傭	19-20

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
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例及規例的資料。	B2健康與安全	20-21
關鍵績效指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率。	B2健康與安全	20-21
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	B2健康與安全	20-21
關鍵績效指標B2.3	描述已採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	B2健康與安全	20-21
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。培訓活動的描述。	B3發展及培訓	21-22
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的已培訓之僱員百分比(如高級管理層，中級管理層)。	B3發展及培訓	21-22
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分的每名僱員完成受訓的平均時數。	B3發展及培訓	21-22
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例及規例的資料。	B4勞工準則	22
關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘常規以避免童工及強制勞工的措施。	B4勞工準則	22
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。	B4勞工準則	22

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
營運常規			
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。	B5供應鏈管理	23
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	B5供應鏈管理	23
關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供應商的常規，向其執行有關常規的供應商數目、以及有關常規的執行及監察方法。	B5供應鏈管理	23
關鍵績效指標B5.3	描述識別供應鏈上環境及社會風險所使用的慣例、以及有關慣例的執行及監察方法。	B5供應鏈管理	23
關鍵績效指標B5.4	描述甄選供應商時推行環保產品及服務所使用的慣例、以及有關慣例的執行及監察方法。	B5供應鏈管理	23
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例及規例的資料。	B6產品責任	24-25
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。	品質管理 (二零二三年／二零二四年並無已售或已寄出產品因安全及健康理由須予回收)	24
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。	客戶查詢	24-25
關鍵績效指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的常規。	知識產權	25
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	品質管理	24
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。	資料私穩	25

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		章節／聲明	頁碼
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例及規例的資料。	B7反貪污	26
關鍵績效指標B7.1	於報告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。	B7反貪污 (二零二三年／二零二四年並無已審結案件)	26
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。	B7反貪污	26
關鍵績效指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	B7反貪污	26
社區			
層面B8社區投資			
一般披露	有關以社區參與來了解發行人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。	B8社區投資	27
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)。	B8社區投資	27
關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所貢獻的資源(如金錢或時間)。	B8社區投資	27

