

GXG

KEEP GAP \ GRANT DIFFERENCE



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

2020

環境、社會及管治報告

目錄

- 2 環境、社會及管治報告概覽
- 2 本集團的主營業務及使命
- 4 質量控制及客戶權益
- 8 僱員權益保障
- 14 環境績效分析
- 19 回饋社會



BETTER ME



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，亦闡述本集團對企業社會責任所提出的願景和承諾。

本環境、社會及管治報告符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄二十七項下的《環境、社會及管治報告指引》(「環境、社會及管治指引」)。於閱讀本環境、社會及管治報告時，建議一併細閱本公司2020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2020年1月1日至2020年12月31日(「2020財年」)。本集團希望通過本報告加強與其持份者的溝通，並就本集團的社會責任和可持續發展的戰略和表現建立共識。

1.2 報告範圍

本環境、社會及管治報告內有關環境及社會政策及措施的一般披露及合規事宜涵蓋整個集團，而本環境、社會及管治報告環境關鍵績效指標(「KPIs」)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。

本集團的環境及社會影響主要來自其位於中國的業務。由於本集團產品的生產流程由原設備製造商(OEMs)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，同時覆蓋運動服市場和其他時尚領域。其在男裝和運動服品類方面廣泛而多樣的產品組合、執行能力及在時尚行業的經驗使本集團能夠拓展多個品牌以把握未來市場機遇。本集團於2007年首次推出其旗艦GXG品牌產品，其後於2010年引入gxg jeans，迎合不同男裝風格的個人需求，並於2012年推出gxg.kids，把GXG系列的設計理念帶入童裝市場。為了打入迅速增長的運動服和機能服飾行業，本集團於2014年推出Yatlas，提供運動休閒服裝。自2020年初起，Yatlas已將其業務重心由休閒服飾轉向高端通勤智能男裝。於2020年，本集團推出了主打親運動、親生活的休閒服品牌Free Volt及主打高質感的通勤服裝品牌MODE COMMUTER，進一步強大了本集團的品牌陣營，且兩者均涵蓋男女裝，使本集團的品牌受眾得到進一步拓展。本集團的品牌各自均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。

2.2 環境、社會及管治使命

以負責任和可持續的方式經營業務一直是本集團的重要部分。本集團在環境保護和企業管理方面投入大量資源和貢獻。本集團自成立以來一直對此非常重視。可持續發展被確定為本集團長期發展的重要使命，而本集團亦一直處於該主題的前沿。本公司董事會（「**董事會**」）已充分認識到在運營層面實施環境、社會及管治措施的重要性。在尋求實現業務目標的過程中，董事會十分重視並監督本集團平衡業務發展需要和履行其環境、社會及管治責任。

2.3 持份者參與

本集團擁有廣泛的持份者網絡，包括員工、客戶、供應商和業務合作夥伴、投資者、政府及社區團體。本集團通過負責任的經營，努力為所有持份者提供長期利益，不僅考慮業務發展目標，而且重視可持續發展理念。本集團努力與所有持份者建立有意義的溝通，確保瞭解其意見並保障其權益，從而保證本集團的長期發展，並與所有持份者保持可持續的關係。

2.4 創新投資

本集團對其業務創新、產品創新及供應鏈創新作出大量投入，以獲得更高效的供應鏈系統、更準確的產品配對以及更便捷的購物流程，並創造一個更高效的社會。

本集團採用一個一體化的全渠道商業模式，通過結合線上線下渠道優勢，為顧客提供無縫和一致的購物體驗，提升庫存管理、供應鏈管理、產品選擇及物流方面的效率。根據對顧客的深入了解，本集團採取以顧客為中心的模式，為顧客提供一站式購物體驗。本集團在線上和線下渠道提供類似的產品及統一價格、共享庫存，以及提供靈活高效的物流支援。此外，通過以產品生命週期管理系統分析來自線上渠道及線下零售店的大數據，本集團可監督需求準確水平，並通過調整生產及庫存計劃，迅速回應市場最新趨勢，對本集團庫存控制及供應鏈管理尤其重要。包括本集團在內的中國主要時尚服裝品牌均已採用新零售商業模式及創新舉措，而在新零售整合方面，本集團是眾多品牌中的領導者。

2.4.1 新零售商業模式

本集團隨著時間推移將其商業模式從傳統的零售模式發展及轉型為獨立、非整合的線上線下渠道，並隨後發展及轉型為當前的新零售商業模式。本集團已徹底開發線上線下渠道的潛力並充分利用其協同效益，從而使本集團為其客戶提供無縫的購物體驗。

2.4.2 大數據分析

本集團的大數據能力通過其數據收集、分析及應用方法得到體現。本集團收集多方面數據，包括客戶行為數據、產品數據、地區數據及存貨數據。本集團使用應用程序接口(API) — 一套允許創造應用程序的函數及程序，該應用程序可將操作系統的特徵或數據、應用程序或其他服務 — 以及技術數據表連接到其不同系統。

使用中的射頻識別(RFID)技術及智能管理系統記錄試穿率等產品變動數據，並結合本集團的企業資源規劃(ERP)系統中的客戶購買記錄，進一步進行數據分析。透過射頻識別及智能管理，本集團可進一步提高其新物流中心的分類、分配及存儲能力。此外，智能物流中心可大大提高本集團的分類及分配速度。

推出射頻識別不僅大大提高本集團的管理效率，亦帶來眾多環境及社會效益。從環境方面，其加速供應端的銷售數據反饋，使本集團可快速回應市場，避免庫存過剩及減少資源浪費，而價值鏈中的眾多供應商亦可從中受益。從社會方面，其通過消除因庫存盤點而關門或加班的原始經營需要，提高銷售人員的工作質量，大大減少門店及倉庫人員的勞作強度。

2.4.3 靈活的供應鏈反應系統

本集團已在供應鏈的所有環節採納靈活的供應鏈反應系統，包括設計、研發、原材料準備、採購、物流及銷售環節。通過採納靈活的供應鏈反應系統，本集團極大提高其存貨管理以及其對市場趨勢及消費者需求的判斷，從而減少能耗及達成更高的客戶滿意度。

3 質量控制及客戶權益

3.1 企業社會責任

作為社會中的企業公民，本集團積極踐行自身社會責任。本集團繼續為時尚市場領域建立循環經濟，同時考慮到環境保護、員工福利、資源利用和技術革新。此外，本集團一直了解最新的客戶關切和供應鏈問題，以及可持續發展領域的緊迫機構問題。本集團通過建立高效的運營模式，在更有效地利用資源和減少業務運營的總體能耗方面取得進步。本集團視企業社會責任為核心義務及其企業價值的升華及延伸。為避免任何潛在的商業或法律衝突及違規，本集團對申請及備案制定清晰及詳細的指引。本集團高度關注消費者、投資者及僱員的權益，推進可持續發展及環境治理等方面的工作並回饋社會，力爭全面提升本集團的整體社會表現。

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《消費品使用說明-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課程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。通過於2017年修改其企業質量標準、進一步提升其內部標準及更好地保障產品質量，本集團進一步提高其本已嚴格的標準制度。為提高市場滿意度及用戶體驗，本集團已制定由產品經理及其質控部門共同管理的質量控制系統，最終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儘量減少質量安全問題。
- 在生產初期階段，管理團隊致力預防及及早修正任何缺陷。
- 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。

3.3 供應鏈管理

本集團制定了《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》等供應鏈管理政策，並持續監控採購和供應商管理，從而確保原材料和最終產品合格。本集團亦與許多運輸服務供應商密切合作。截至2020年12月31日，本集團共有277名供應商，全部供應商均做好充分準備，確保原材料及商品的及時優質交付。

本集團重視供應商在可持續發展和社會責任方面的共同利益和表現，並制定供應商選擇規則。相關標準如下：

- 具備一定的生產能力。
- 在工商局正式登記及擁有充足的財務資金。
- 擁有完整的產品質量管理系統。
- 擁有充足的生產設備及研發能力以及擁有自身外包渠道。

此外，供應商在生產過程中不應對環境產生重大不利影響或污染。我們已採取實際行動，確保供應商不違反環境保護規定。本集團定期到訪供應商的工廠以監督其生產流程並為未來改進提供建議。供應商須考慮該等建議及意見，然後作出相應變動及修正，並須經本集團再次評估。

本集團對購自供應商的所有材料及商品訂有詳細的檢驗流程，所有檢驗結果記錄在標準的檢驗表格以供備案。本集團就購自其供應商的缺陷商品發出《處置標準及處罰政策》。根據該政策，缺陷材料可退回再加工、折價購買、重新出售或拒收。本集團採購部門、生產部門、商品部門、質控部門及售後部門會共同根據缺陷率及投訴率進行評級。根據評估結果，本集團將對供應商進行分級管理，剔除不合格的供應商，以確保本集團持續提供穩定、優質的產品和服務。

本集團與分布廣泛的供應商建立了合作工作關係。大部分供應商位於華東地區，佔本集團於2020年12月31日委聘的供應商總數的82.0%。

按地區劃分的供應商百分比	%
華東地區	82.0%
華南地區	16.0%
華西地區	0.8%
華北地區	0.4%
華中地區	0.4%
海外	0.4%
總計	100%

本集團亦就下游分銷商制定詳細的甄選標準。本集團為所有分銷商提供定期培訓。相關要求如下：1) 深入了解本集團品牌並擁有成熟的合作計劃；2) 擁有實體店及正式登記；3) 擁有充足的財務資金及良好往績記錄；4) 在服裝零售方面應具備廣泛經驗或其他相關經驗；以及5) 熟悉當地銷售渠道並與其業務夥伴擁有良好關係。於2020財年，本集團與合共231名下游分銷商合作。

3.4 客戶投訴處理及應對方案

3.4.1 客戶投訴情況

本集團高度重視客戶權利，為客戶建立了多種透明的投訴表達渠道，如天貓及京東電商平台的客戶服務、熱線電話和電郵。本集團認真聽取客戶的建議並及時解決投訴和糾紛。所有通過該等渠道收到的投訴均會轉交本集團的售後服務部門並由其處理。2020財年本集團收到的售後服務或產品投訴數量為20,848次，與GXG、gxg jeans、gxg.kids、YATLAS、Free Volt及MODE COMMUTER品牌有關。於2020財年，本集團並未因安全或健康問題收到任何投訴。

3.4.2 投訴應對方案

由於產品安全和客戶滿意度的重要性，本集團制定了許多政策以管理銷售可能傷害消費者或損害品牌形象的缺陷產品的風險。為減少該風險，本集團制定了覆蓋全公司的產品安全政策。本集團有標準的投訴處理指引並指定售後部門處理客戶投訴。售後部門將與客戶溝通並協商出最佳的解決方案。在產品的缺陷或瑕疵並非由客戶導致的情況下，產品會在退回本集團後於客戶同意的情況下再加工或另行退換或退款。

3.5 知識產權安全

本集團制定《知識產權登記申請規範》以規範公司設計版權和商標的正確使用，並避免因未及時申報知識產權保護而造成權益受損或侵權情況。

本集團亦通過長期使用和註冊域名及各種商標以保護其知識產權。本集團不斷監察其域名並在到期前進行更新。此外，本集團亦委託其他法律服務機構，簽訂知識產權法律服務協議，以處理有關知識產權的潛在問題及衝突。

3.6 信息安全

本集團高度重視每名客戶的數據隱私。其在收集、處理、保管、使用和保留客戶個人數據（包括姓名、電話號碼、地址等）方面採取嚴格的安全控制。為確保採取適當的信息技術治理措施以保護客戶數據免於任何未經授權使用或存取，本集團制定了兩項企業治理守則，即《公司信息安全管理政策》和《客戶數據安全政策》。該兩項治理守則和政策規定了有關信息安全的指引，包括硬件、軟件、數據存儲和管理，以更好地保護客戶隱私數據。

在本集團相關治理準則和隱私政策的指導下，所有從客戶處收集的敏感數據均由指定人員嚴格保密處理。根據適用的治理準則，我們向相關員工提供充分的客戶個人數據保護培訓，加強其意識，並保護個人數據免遭丟失、未經授權的存取、使用、修改或未經授權的披露。本集團根據不同的部門和工作職責限制存取客戶數據，防止非法行為，包括將客戶信息提供予任何未經授權的第三方。

此外，所有客戶數據均會被及時備份，並在指定地方安全保管。任何數據轉移均須經相關部門及信息技術部主管的共同授權。信息技術部定期檢查和審查客戶信息。

4 僱員權益保障

4.1 平等僱用及僱員僱用現狀

4.1.1 平等僱用原則

本集團嚴格遵守適用的勞工法律法規，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。

於招聘過程中，本集團秉持公平公正的原則招聘合格的應徵者，避免任何歧視行為。本集團致力營造多元包容的工作環境，銳意為全體僱員提供平等機會。本集團提倡公平競爭，為全體僱員提供平等機會，於招聘、委任和晉升過程中亦不會因性別、年齡、婚姻狀況、宗教、種族、國籍或身體狀況而歧視任何僱員。

4.1.2 僱員僱用狀況

截至2020年12月31日，本集團的僱用狀況如下：

按性別	%
男	37.9%
女	62.1%
按教育背景	%
本科及以上學歷	38.6%
專科學歷	36.9%
職業學校及高中學歷	15.0%
初中學歷及以下	9.5%
按年齡	%
30歲及以下	57.6%
31至50歲	41.4%
51歲及以上	1.0%
按城市	%
北京	0.1%
上海	3.1%
香港	0.1%
寧波	96.7%

截至2020年12月31日，本集團僱員總數為842人。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，女性僱員比例高於男性僱員。本集團非常重視對年輕員工的培養。按年齡段來看，過半數僱員年齡在30歲以下，這反映本集團的整體員工活力和更好地適應快速發展的行業的能力。本集團亦為年輕員工提供各種晉升渠道，確保本集團與員工的同步發展。按教育背景來看，本集團超過75%的僱員取得專科學歷、本科或更高學歷，這表明本集團僱員擁有較高學歷。

4.1.3 僱員流失情況

於2020財年，本集團的僱員流失總數為299人，主要是正常業務活動所致。本集團相當重視整體員工流失率，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。

本集團相信僱員是重要的資產，並繼續致力於吸引和挽留具有不同背景的人才，以實現可持續增長，並保持穩定的流失率。管理崗位的員工流失率相對較低，反映出本集團內部員工的滿意度很高。

截至2020年12月31日，按性別及按年齡劃分的僱員流失百分比如下：

按性別	%
男	39.8%
女	60.2%
按年齡	%
30歲及以下	63.2%
31至50歲	36.5%
51歲及以上	0.3%

4.1.4 僱員晉升

本集團為員工提供各種透明的晉升渠道，確保本集團與員工的同步發展。為挖掘每名員工的潛力並建立職業發展通道，本集團亦提供公司內部甚至集團內部的工作調整。表現突出的員工可以實現未來的晉升、加薪、培訓、海外工作、優秀員工的評選等。

4.1.5 工作時數及假期

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。僱員的正式工作時數為週一至週五，每日八小時。此外，本集團根據適用的法律和法規，對特定的職位(如清潔工和司機)採取了全面的定時和不定時工作制度。此外，本集團亦為管理團隊採取靈活的工時制度。

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，建立了員工薪酬福利制度。

作為僱員薪酬及福利計劃的一部分，本集團根據適用法律法規及時地為僱員支付社會保險及住房公積金，以保障僱員的合法權益。社會保險包括養老保險、醫療保險、工傷保險、生育保險及失業保險。同時，僱員亦合法享有適用法律法規規定的薪酬、福利及假期。

本集團提供的僱員福利包括：

— 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，本集團為員工提供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種類的假期福利。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。

為確保僱員清楚瞭解自己的權利和義務，我們制定了《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主題。本集團不時更新政策，以確保嚴格遵守最新的法律法規。此外，為向員工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》上的投訴二維碼以提出建議或投訴。

4.3 僱員健康與安全

本集團十分重視僱員的健康與安全，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。本集團致力為僱員創造安全的工作環境。

所有工作超過一年的僱員均可每年接受一次健康檢查。對於在倉庫工作的僱員，本集團已制訂多個方面的具體安全指示。該等指示包括物流部門下屬的電動叉車員工通知和電梯操作通知。電動叉車的速度應控制在每小時5公里以內，且嚴禁載人及超載。必須對電梯進行徹底的檢查和維護，且電梯操作人員應持有相關資格證書。

此外，本集團亦與專業消防公司合作以保障消防安全。相關行動包括更換火災報警設備和管道維護，每月必須進行兩次檢查，以確保整個消防安全相關系統的運行。此外，本集團定期發送安全通知，包括《新冠疫情傳播期復工指引》。本集團為僱員提供彈性工作場所（如遠程工作政策）以防止病毒傳播。

過去三年並無發生工傷死亡事件，於2020財年因工傷造成的損失工作日數為82天，比2019年減少36%。

4.4 僱員發展及培訓情況

4.4.1 僱員發展及培訓情況概覽

人才培養是企業發展的重要方面。一個優秀的組織必然是一個學習型組織。本集團將人才培養視為人才管理戰略的核心。其重視促進僱員發展，並透過定期為僱員提供各種培訓活動，幫助他們實現全面提升。本集團每年制定各種培訓計劃，包括新僱員入職培訓、管理培訓生職業交流，以及領導能力和管理技能培訓、字體和圖片侵權培訓、產品質量管理等。

4.4.2 受訓僱員情況

於2020財年，本集團為僱員提供了25次培訓活動，共涉及304名受訓僱員。

按性別、按職位及按部門劃分的受訓僱員百分比如下：

按性別		%
男		34.5%
女		65.5%
按僱員職位		%
中級管理層		12.2%
一般僱員		87.8%
按職能部門		%
高級行政管理		12.2%
生產		12.2%
技術		23.0%
行政		52.6%

4.4.3 每名僱員平均完成的培訓時數

於2020財年舉行的培訓活動共涉及3,509名參加者，總時長為125小時。每名僱員平均完成的培訓時數為10.3小時。

按性別、按職位及按部門劃分的每名僱員平均完成的培訓時數如下：

按性別			
男	小時		10.1
女	小時		10.4
按僱員職位			
中級管理層	小時		16.0
一般僱員	小時		9.5
按職能部門			
高級行政管理	小時		16.0
生產	小時		17.0
技術	小時		4.0
行政	小時		10.3

4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施

本集團嚴格遵守相關法律法規，包括《未成年人保護法》及《禁止使用童工規定》，並避免在其業務運營中使用童工或強制勞工，並對任何形式的童工或強制勞工採取零容忍的態度。本集團在招聘過程中收集並驗證候選人的個人信息，以選擇合適的候選人。所有僱員入職時必須達到法定工作年齡並持有身份證件。人力資源部確保認真收集及檢查上述文件。如果發現任何可疑的違規行為，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

2017年1月，本集團發佈《反欺詐及反貪污管理規定》，其主要目的是規範本集團中高層管理團隊和所有其他僱員的職業行為。本集團的管理團隊和所有其他僱員必須嚴格遵守相關法律法規以及《反欺詐及反貪污管理規定》，不得作出可能損害本集團及其股東利益的貪污或欺詐行為。《反欺詐及反貪污管理規定》訂明欺詐行為的定義、核實、後續補救及懲罰措施，從而有效減低本集團內部發生貪污及欺詐行為的可能性。此外，本集團亦向上游供應商和下游客戶推出新的反欺詐及反貪污通知，並鼓勵舉報以共同創造和維護民主、透明、公平、公正的商業環境。

2019年11月，本集團發佈《舉報違法行為通知》，建立舉報此類違法行為的公開渠道並設定相關標準。

2020年8月，本集團正式加入廣東省企業反欺詐工作委員會。於2020財年，概無任何針對本集團及其僱主提起的腐敗行為法律案件。此外，本集團於2020年8月為僱員舉辦了反賄賂及反欺詐培訓，以向僱員傳達本集團的反欺詐管理系統。

4.7 反勒索及反洗錢措施

本集團的內部控制制度已在本集團內部實施了反勒索及反洗錢的預防性管理措施，要求所有部門妥為保留客戶身份信息及交易記錄，並監視及分析所有交易。本集團在內部控制制度中明確各部門的工作職責及管理範圍，有效地提高了本集團內各部門的反勒索及反洗錢意識。

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

本集團深知，作為領先的男裝品牌，其在尋求環境長期可持續發展方面具有舉足輕重的作用。環境意識已融入內部管理政策中，該政策鼓勵僱員節約能源及資源，以遵守相關的環境法律及法規。本集團在控制排放及資源使用方面作出了巨大努力，並在日常運營中嚴格遵守相關的環境法律法規，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)》。

5.1.2 企業廢棄物相關指標分析

— 廢氣總排放量及排放密度

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)。

本集團於2020財年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)	203.4	7.1
硫氧化物(SO _x)	0.2	0.01
懸浮顆粒物(PM)	9.4	0.3
總計	213.0	7.4

— 溫室氣體總排放量及排放密度

由於汽車的化石燃料消耗及日常經營的電力消耗，本集團的各個業務部門會直接和間接排放溫室氣體。2020財年，本集團排放的溫室氣體總計為1,438.2噸二氧化碳當量，排放密度為50.3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29.7噸二氧化碳當量，由電力使用產生的溫室氣體間接排放總計約為1,408.5噸二氧化碳當量。

下表列示按2020財年各個維度計算的本集團總排放量及密度：

溫室氣體類型	汽車化石燃料	直接排放密度	日常經營電力	間接排放密度
	消耗產生的 直接排放量(噸 二氧化碳當量)	(千克二氧化碳 當量/ 人民幣億元)	消耗產生的 間接排放量(噸 二氧化碳當量)	(千克二氧化碳 當量/ 人民幣億元)
二氧化碳(CO ₂)	27.1	947.9	1,401.5	48,978.9
甲烷(CH ₄)	0.05	1.6	0.3	11.2
氧化亞氮(N ₂ O)	2.6	89.7	6.6	232.0
總計	29.7	1,039.2	1,408.5	49,222.1

— 本集團產生的有害及無害廢棄物的總量及密度

下表列示本集團於2020財年從零售店舖、倉庫及辦公室處理的廢棄物總量及密度：

廢棄物類型	單位	排放量
液體廢棄物		
廢水	立方米	0
無害固體廢棄物		
辦公室廢棄物		
耗紙量	張	80,000
物流廢棄物		
紙盒	噸	350
氣珠袋	噸	30
零售店舖陳設廢棄物	噸	380
有害固體廢棄物		
廢棄鉛酸電池	千克	0
其他(例如廢棄有機溶液)	千克	0

上述所有無害固體廢棄物均已按照有關環境保護法律法規的規定進行妥善處理。

5.1.3 減排措施

— 嚴格管理空調溫度

為節約能源，減少排放，本集團規定僅當溫度高於32℃時才能使用空調，且空調溫度不得低於26℃。在冬季，當日平均溫度低於6℃時，可啟動空調取暖，取暖溫度不得超過24℃。

在使用空調方面須遵循「專人責任制」。各部門的負責人為指定空調的使用負責人。有關人員主要負責掌控適當的空調使用時間、進行監督、並負責辦公室空調的使用。「專人責任制」亦納入員工評估當中。

— 嚴格進行廢棄物分類

2019年7月，為響應國家對廢棄物進行分類的號召，本集團成立廢棄物分類小組。本集團的行政部門每天檢查廢棄物是否正確分類。自實施廢棄物分類以來，本集團的員工互相合作，積極為環境保護作出貢獻。

5.1.4 減少有害及無害固體廢棄物的措施

— 嚴格管理辦公用紙的採購

在辦公用紙方面，措施包括採取定期和定量購買紙張。我們每三個月進行一次紙張採購，每次採購40箱，每箱有500張紙。本集團鼓勵僱員使用雙面打印和回收廢紙。

— 使用環保回收箱

此外，本集團取消了紙質包裝，改用RFID芯片標籤，使用環保回收箱。對於物流過程中的包裝，本集團將根據市場銷售情況確定包裝材料的使用量。同時，本集團將在2021年試點使用塑料回收箱，並繼續推廣環保型紙袋。通過制定合理可行的減廢目標，可以有效減少無害固體廢棄物。

5.2 資源使用

本集團遵循資源回收的目標，生產的服裝將至少含有20%的回收纖維，並減少生產活動對環境的負面影響。

5.2.1 主要能源消耗結構

下表列示本集團於2020財年消耗的各類資源數量：

資源類型	消耗來源	單位	消耗量
汽油	汽車	升	25,062.4
柴油	汽車	升	2,384.5
電力	日常運營	千瓦時	1,787,053.2
天然水資源	日常運營	噸	29,916.5

下表列示本集團於2020財年各類資源的消耗密度：

資源類型	消耗來源	單位	消耗密度
汽油	汽車	升／人民幣百萬元	8.8
柴油	汽車	升／人民幣百萬元	0.8
電力	日常運營	千瓦時／人民幣百萬元	624.5
天然水資源	日常運營	噸／人民幣百萬元	10.5

於2020財年，本集團的整體能源消耗總量為734.4噸標準煤當量，其中，約1.6%的能源消耗以汽油及柴油的形式使用，其餘98.3%來自電力。

5.2.2 促進能源及資源有效使用的措施

於2021財年，本集團的目標是將汽油及柴油的消耗量分別降低0.2%及16.1%。本集團計劃將用電量降低4.9%。

— 鼓勵僱員參與廢紙回收

為減少辦公室的廢紙，本集團倡議僱員使用再生紙，並在打印時盡可能使用紙張的兩面。

— 鼓勵僱員關閉辦公設備的電源

為減少能源消耗，本集團對辦公設備進行定期維護通知，以達到最佳的能源效率表現。該程序包括安排最後一名外出者檢查並關閉所有不使用的空調、照明和辦公設備的電源。

5.2.3 求取適用水源，以及提升用水效益所得成果

本集團已根據國家有關環境保護政策及法規獲取合適的水源，在求取水源方面並無遇到問題。

於2020財年，本集團的日常經營合共耗用29,916.5噸水，耗水密度為10.5噸／人民幣百萬元。

在用水方面，本集團力爭到2023年將用水密度降低5%，此乃基於2017年設定的目標。

5.2.4 製成品所用包裝材料總量

本集團產生的包裝廢棄物主要來自銷售環節，因此本集團使用的包裝材料包括膠袋、紙盒紙袋等。本集團於2020財年使用的包裝材料之數量如下表所示：

包裝材料	單位	消耗量
產品包裝材料		
膠袋	噸	361
線下零售過程中使用的包裝材料		
紙袋	噸	215
紙盒	噸	166
線上零售過程中使用的包裝材料		
紙盒	噸	1,001
膠袋	噸	1,202

5.3 環境及天然資源分析

5.3.1 企業業務活動對環境及天然資源的重大影響分析及相關措施

本集團根據所有相關的環境保護及排放法律法規開展業務經營。於2020財年，本集團的廢棄物排放及處置物的主要來源包括產品包裝、零售過程、日常經營及汽車，這些均符合國家有關環境保護法規和排放法規的要求，對環境或天然資源並無重大影響。

5.3.2 企業業務活動對環境變化的重大影響分析及相關措施

由於本集團主要於服裝細分市場經營業務，可能影響氣候變化或溫室效應的因素（如不同的廢氣和溫室氣體，如NO_x、SO_x等）並非本集團通常會產生的排放物。

6 回饋社會

本集團始終高度重視企業社會責任，並將責任轉化為行動，為社會公益事業作出持久貢獻。本集團的管理團隊在動員員工加入這些活動中發揮了重要作用。

— 在新冠疫情期間進行捐贈

疫情期間，在全國上下共同抗擊疫情的關鍵時刻，本集團決定立即提供資金支持。本集團通過寧波市政府向中國湖北省捐贈了支持疫情工作的資金，該資金用於支持湖北省當地的抗疫工作。

此外，本集團亦設計了一件簡單的黑白笑臉T恤。這件T恤旨在激勵人們克服艱難時刻，並為生活受疫情嚴重影響的人們帶來一些溫暖。

此外，作為領先的時尚男裝集團，本集團致力為其產品提供新的解決方案。本集團採用了具有抗菌功能的獨特面料。這種抗菌面料可以提供持續的保護，以防止潛在的有害微生物。

— 垃圾分類

為配合中國政府自上而下推行的環保政策，本集團積極在全集團推廣垃圾分類制度。本集團採取輪流制度成立環境與可持續發展委員會，對日常垃圾分類情況進行監督，確保垃圾正確分類。本集團內部所有相關信息均保持透明，以更好地促進所有僱員的環保意識。

附錄：環境、社會及管治報告指引索引

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14頁
A1.1	排放物種類及各自的排放數據。	第15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14、15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15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15頁
A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	第16頁
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果。	第16頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
層面A2：資源使用		
一般披露		第17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17頁
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第17頁
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	第17頁
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果。	第18頁
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	第18頁
層面A3：環境與天然資源		
一般披露		第18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18頁
層面A4：氣候變化		
一般披露		第18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，及應對行動。	第18頁
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
層面B1：僱傭		
一般披露		第8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8、9頁
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員離職率。	第9頁
層面B2：健康與安全		
一般披露		第9、10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11頁
B2.2	因工傷損失工作日數。	第11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11頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
層面B3：發展及培訓		
一般披露		第12頁
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受培訓僱員百分比。	第12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12頁
層面B4：勞工準則		
一般披露		第13頁
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	第13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13頁
營運慣例		
層面B5：供應鏈管理		
一般披露		第4、5、6頁
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	第6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5、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5、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5頁
層面B6：產品責任		
一般披露		第4、5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6頁
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	第6、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5頁
B6.5	描述客戶資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	第7頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
層面B7：反貪污		
一般披露		第13頁
B7.1	於本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13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13頁
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	第13頁
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露		第19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19頁
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	第19頁