

GXG

Environmental Social and Governance Report

環境、社會及管治報告

2024



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

GXG | 更适合通勤的青年男裝

GXG



GXG | 更适合通勤的青年男装

目录 CONTENTS

环境、社会及管治报告概览	01	引領綠色時尚	03
董事會聲明	02	氣候相關信息披露	27
關於慕尚集團	03	能源管理	29
ESG管理	05	水資源管理	30
		廢棄物管理	30
		包裝材料管理	32
堅守產品責任	01	穩健治理领航	04
產品質量	13	公司治理	35
產品創新	14	合規及風險管理	36
客戶滿意度	15	商業道德	37
負責任營銷	16	信息安全與隱私保護	38
		知識產權	40
夥伴共同發展	02	附录	
員工共同成長	19	ESG關鍵績效指標	41
供應鏈携手共進	22	ESG報告守則內容索引	47
社區公益踐行	24		

環境、社會及管治報告概覽

關於本報告

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（「ESG」）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、社會及管治報告守則》（「環境、社會及管治守則」）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 2024 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 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（以下簡稱「2024 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。

報告範圍

本報告涵蓋整個集團，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。

免責聲明

本報告可能載有前瞻性內容，可能受到不確定因素的影響導致其與實際結果產生重大差異。本集團不承擔更新本報告中任何前瞻性聲明的義務。

報告獲取

本報告提供繁體中文及英文兩個版本供讀者參閱，若本報告中英文版本有不一致之處，請以繁體中文版本為準。本報告電子版可在聯交所網站 (www.hkexnews.hk) 及本公司網站獲取。

董事會聲明

本集團董事會肩負統籌、主導及監督公司可持續發展管理以及 ESG 信息披露的重要職責。本公司將 ESG 因素全面融入戰略決策及日常營運管理之中，並由董事會負責統籌識別行業可持續發展的趨勢、制定可持續發展戰略以及確定 ESG 管理的重點事項。董事會與管理層定期召開會議，對 ESG 相關工作的成果進行監督與審閱。

董事會每年均會定期舉行會議，聆聽 ESG 工作小組就 ESG 管理工作進展所作出的報告。在充分明晰公司 ESG 管理現狀的基礎上，識別 ESG 管理風險，並對 ESG 目標的達成狀況進行監察和檢討。董事會承擔著審議及批准年度 ESG 報告的職責，以確保年度 ESG 工作的重點以及公司的可持續發展理念得以充分披露。

董事會授權 ESG 工作小組對 ESG 相關事宜進行監管，以保障公司在這些領域的合規性以及可持續性。ESG 工作小組負責識別、評估及管理重要的 ESG 事宜，並向董事會彙報工作進展及成果。基於利益相關者反饋的議題以及重要性評估的結果，ESG 工作小組確定 ESG 關鍵議題的重要性矩陣，最終經由公司董事會審核確認，作為編制 ESG 報告的依據。

在報告期內，董事會通過討論、問卷調研等多種形式，積極參與 ESG 議題重要性及優次順序的評估和判定工作，針對可能對本公司長期可持續發展產生影響的 ESG 議題提供深刻的見解和建議，並對議題的優先順序進行評估。此外，董事會通過聽取 ESG 工作小組的匯報，審查公司在 ESG 相關目標和指標方面的進展情況，積極推動 ESG 工作與公司業務戰略的融合發展。與此同時，董事會逐步將氣候相關的風險與機遇納入整體風險管理的範疇之內，並初步制定了公司應對氣候變化的策略方向，以確保公司能夠識別潛在的影響，並採取適當的應對措施。

本集團致力於在各個層面積極推動 ESG 實踐，以確保公司的長期可持續發展與社會的和諧共進。我們期望與各方利益相關者攜手合作，共同為社會和環境的可持續發展貢獻力量。

本報告詳盡且真實地披露了本集團 2024 年 ESG 工作的進展和成效，並於二零二五年三月二十七日經董事會審議通過。



關於慕尚集團

主營業務

慕尚集團控股有限公司（「本公司」、「慕尚」或「我們」，連同附屬公司為「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。憑藉我們對時裝行業的經驗及執行能力，我們優化品牌，把握未來市場機遇。我們的創始人於 2007 年首次推出旗艦品牌 GXG，而我們於 2010 年推出 gxg jeans，迎合不同的男裝風格。於 2020 年，我們推出了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。我們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。

我們採用一體化的全渠道商業模式，利用線上線下優勢，為顧客提供無縫的購物體驗，並提升庫存管理、供應鏈管理、產品選擇及物流方面的效率。我們根據對顧客的深入了解，採取以顧客為中心的模式，為顧客提供一站式購物體驗。我們在線上和線下渠道提供類似的產品類別及統一價格、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，我們可準確計算需求水平，並通過調整生產及庫存計劃，迅速回應市場最新趨勢，這對我們的庫存控制及供應鏈管理尤其重要。新零售已成為近年中國服裝行業的主要趨勢。包括我們在內的中國主要時尚服裝品牌已採用新零售商業模式，並融入創新的舉措，而在新零售整合方面，我們是眾多品牌中的領導者。

獎項及認可



格隆匯金格獎 - ESG 企業及機構 - 社會責任卓越企業



2024 幸福企業 - “殘障融合 多元就業”



格隆匯金格獎評選 - 年度品牌價值獎



寧波品牌雙評選 - 金口碑品牌



鄞州區 2024 年度 “大力鼎” 獎



有讚新零售 “新零售先鋒”

ESG 管理

ESG 管治

本集團秉持可持續發展理念，高度重視業務活動對環境、社會及管治（ESG）的影響。ESG 因素是評估公司長期生存能力及非財務表現的核心要素。在日常營運中，本集團以道德規範和環境管理為基礎，積極推動綠色倡議，將環保標準貫穿於產品生命週期，確保綠色發展策略的有效實施。同時，本集團積極投入資源解決社會問題，優先關注員工成長，並積極參與社會公益活動，致力於實現經濟效益與社會價值的共贏。

董事會作為本集團 ESG 管治的核心決策機構，充分認識到 ESG 措施對營運的重要性，並將其納入戰略規劃與監督範疇。董事會負責制定 ESG 發展戰略，設定可持續發展方向，並監督各部門落實相關舉措。通過定期評估 ESG 風險與機遇，董事會確保業務發展與 ESG 責任的平衡，並推動各部門實施及時有效的改進措施，持續提升本集團的 ESG 表現。此外，董事會通過分析業務活動對環境及社會的影響、評估持份者關注事項、識別業界重要議題，制定符合 ESG 守則的報告方針及行動計劃，進一步完善 ESG 管理體系。



為確保 ESG 目標的有效實現，本集團制定了《環境及企業社會責任管理制度》，明確領導責任、部門分工及全員參與機制，構建了全面的 ESG 管治架構。該架構涵蓋股東、員工、供應商、客戶、消費者及社區等利益相關方的權益保護，並注重產品質量、環境保護及社會公益的協同發展。通過每年開展 ESG 風險評估與績效分析，本集團不斷優化管理舉措，推動可持續發展與社會責任的深度融合，致力於為持份者創造長期價值。

持份者參與

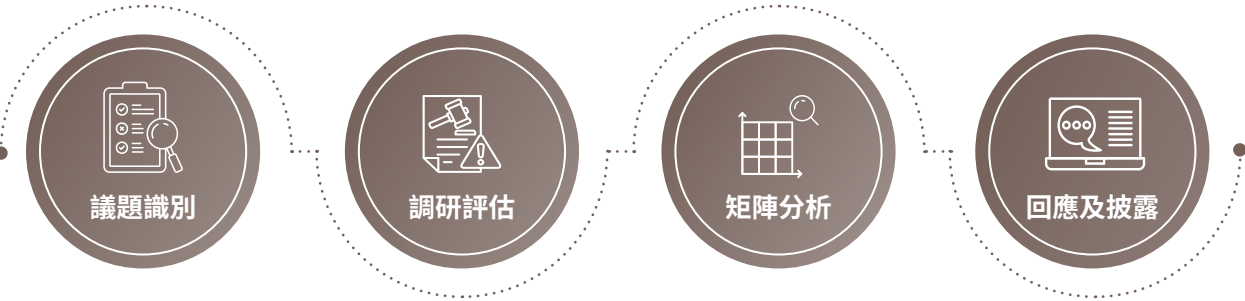
本集團致力於可持續業務發展，並維持與持份者（包括員工、客戶或消費者、供應商、業務合作夥伴、投資者、政府機構及社區組織）之間的持續溝通。通過參與建設性對話，促進互動交流，本集團努力協調不同的觀點及利益，保護所有持份者的長期權益並與彼等維持可持續的關係。

持份者類型	持份者關注	持份者溝通渠道及頻率
 股東及投資者	- 合規及風險管理 - 企業管治 - 產品責任與創新研發	- 股東大會（每年） - 公司官網（實時） - 業績發佈會議（每半年） - 公司公告（不定期）
 客戶或消費者	- 客戶滿意度 - 化學品安全 - 產品責任與創新研發 - 信息安全和隱私保護	- 現場溝通（不定期） - 社交媒體（不定期） - 顧客服務熱綫（實時）
 員工	- 員工權益保障 - 職業健康與安全 - 員工發展及培訓	- 定期績效評估反饋（每年） - 內部溝通平台（實時） - 員工滿意度調查（每年）
 供應商及合作夥伴	- 供應鏈管理 - 可持續原材料採購 - 資源與能源使用 - 商業道德	- 日常供應商交流（不定期） - 供應商評估（每年） - 供應商大會（每年） - 合作協議溝通（不定期）
 政府機構及監管機構	- 合規及風險管理 - 環境及天然資源 - 職業健康與安全	- 定期對話（每年） - 政策研討會（每年） - 合規報告提交（每年） - 專項溝通會議（不定期）
 社區組織	- 社會公益 - 應對氣候變化 - 廢棄物管理	- 社區活動參與（不定期） - 公益項目合作（不定期） - 社區溝通專線（實時）

實質性議題評估

本集團高度重視 ESG 議題的重要性，定期進行全面的 ESG 議題重要性評估。2024 年，我們聘請獨立專業機構對利益相關方進行調研，廣泛收集利益相關方的反饋。通過問卷調查，我們收集了 118 份來自內外部利益相關方的意見，並依據議題的重要性進行分析，對議題進行優先級排序，旨在為集團 ESG 報告和戰略提供依據，將議題重要性分析融入企業整體風險管理中，為公司完善 ESG 及相關風險管理提供參考，更好地回應內外利益相關方的期望和訴求。

ESG 議題重要性評估流程



通過綜合國家政策、公司發展戰略、披露標準、資本市場要求及同行對標五個維度，基於現有重要性議題清單，多角度識別與梳理本年度 ESG 重要性議題，構建動態更新的議題庫。

- 政策趨勢分析：
深入研究國家及地方政策法規，結合行業政策導向，分析可持續發展趨勢。
- 業務相關性分析：
定期檢視 ESG 議題庫與公司戰略目標及業務模式的匹配度，確保議題的業務相關性。
- 披露標準分析：
參考 GRI 標準、TCFD 指南、聯交所《ESG 報告守則》及 SASB 行業標準等，掌握最新披露要求及管理趨勢。
- 資本市場分析：
匯總資本市場 ESG 評級及指數的評估要求，更新評級相關議題庫。
- 同行對標分析：
對標國內外優秀同行實踐，識別行業重點關注議題。



基於初步評估結果，結合與利益相關方的日常溝通，通過線上、線下訪談或問卷調研，深入了解其核心關注議題，進一步完善本年度重要性議題的評估與檢視。

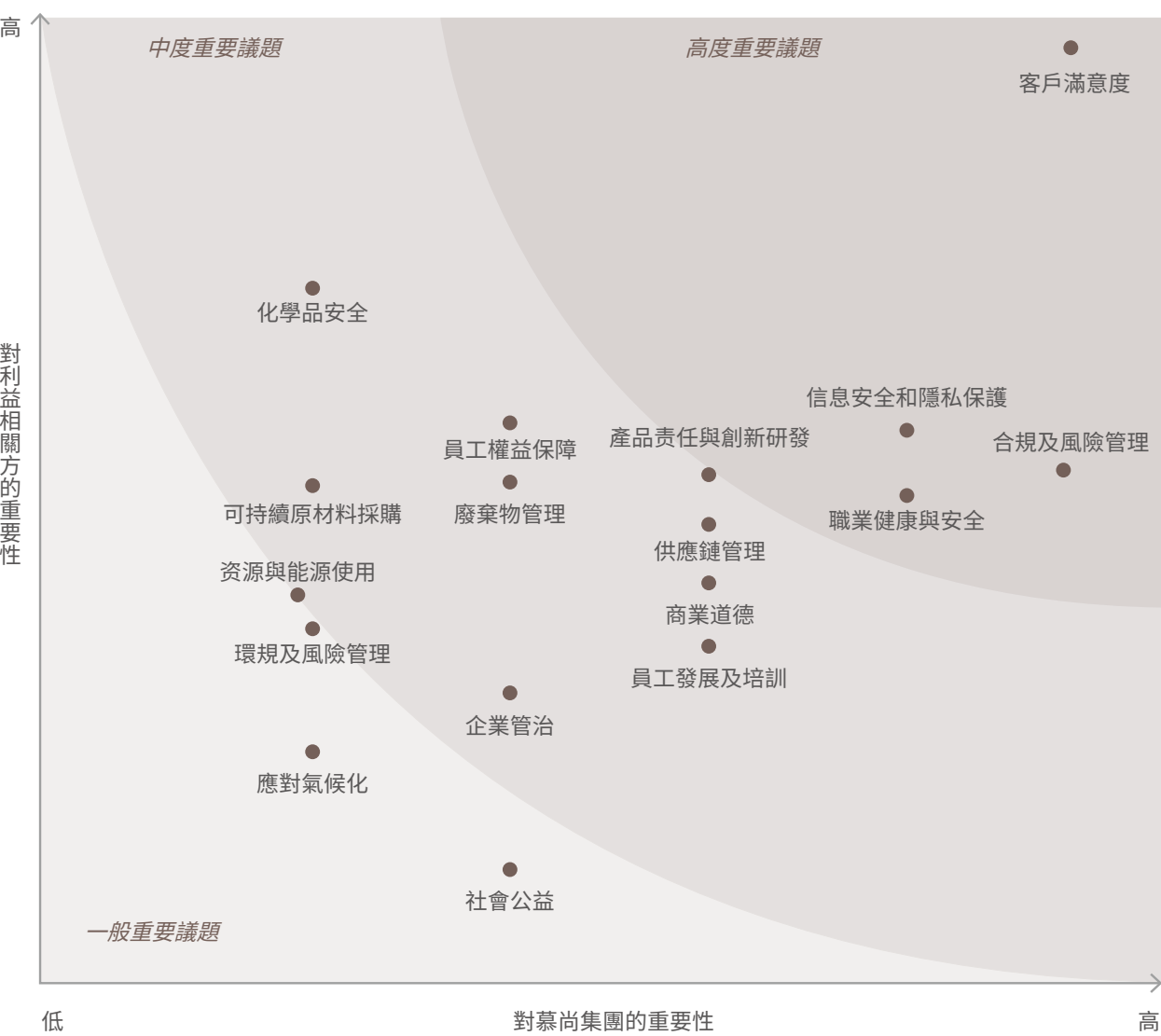


綜合考慮管理層意見及利益相關方需求，對識別出的 ESG 議題進行重要性排序，並通過內部管理層與外部專家的雙重審核，確保分析結果的科學性與合理性。



針對確定的重要性議題，制定並實施行動計劃，提交董事會審議確認，並在 ESG 報告中進行重點回應與披露，確保透明度和問責性。

2024 年度慕尚集團 ESG 議題重要性矩陣



重要性	议题範疇	議題
高度重要性	社會	客戶滿意度
		信息安全和隱私保護
		職業健康與安全
中度重要性	管治	合規及風險管理
	環境	化學品安全
		廢棄物管理
		資源與能源使用
	社會	產品責任與創新研發
		可持續原材料採購
		員工權益保障
		員工發展及培訓
		供應鏈管理
		職業健康與安全
	管治	商業道德
		企業管治
一般重要性	環境	應對氣候變化
		環境及天然資源
	社會	社會公益

ESG 風險管理

本集團高度重視 ESG 相關風險與機遇對業務運營的潛在影響，並將其全面納入風險評估及內部控制管理流程。通過系統化的風險識別與評估機制，我們定期對 ESG 風險進行優先次序排序，並制定針對性的應對措施，以提升風險管理效能及營運韌性。在具體實踐中，本集團重點關注產品質量、商業道德及氣候變化等領域的風險與機遇。針對氣候變化風

險，行政部門負責日常監控氣候變化，並成立惡劣天氣特別防禦小組，制定應急預案及強化相關防範措施，確保業務連續性及員工安全。同時，我們積極推動低碳經濟轉型，致力於應對氣候變化帶來的挑戰與機遇。



01

堅守產品責任

產品質量	13
產品創新	14
客戶滿意度	15
負責任營銷	16

回應 ESG 議題

- 客戶滿意度 •
- 產品責任與創新研發 •



產品質量

為確保產品質量與安全，本集團建立了完善的管理架構，設立生產管理中心，下設生產跟單和理單兩個組織：生產跟單負責大貨質量的全面管理，嚴格把控生產過程；理單專注於理化檢測，確保產品符合服裝類國家標準。同時，在採購環節設立品控部，負責產品尾部驗收檢查，進一步強化質量把關。在管理體系方面，本集團制定並實施了《質量管理制度》及《質量管理流程圖》，覆蓋從設計、生產、出庫、銷售到售後維修的全流程，並於 2024 年修訂《不合格品處理規則》，細化各類質量問題的處理措施。

本集團秉持「質量至上，安全第一」的理念，通過加強質量風險管控、建立全面檢測系統、完善客戶投訴處理機制及設立績效考核機制等舉措，確保產品在設計、生產和交付的各個環節符合標準。



2024 年，我們加強了質量風險管控，涵蓋產品設計、關鍵物料源頭管理、過程管理、成品檢驗和產品召回等流程，通過檢品制度、風險分析報告和大貨外觀查驗手冊與報告，確保產品符合標準。我們的檢查系統全面覆蓋原材料、半成品、成品、包裝以及環保與安全檢測，確保各環節符合生產要求和客戶需求。在處理產品質量問題的投訴方面，顧客可通過店員反饋問題，集團迅速響應並採取相應措施，如換貨或返修，以確保顧客滿意度。

2024 年度，本集團榮獲中紡標檢驗認證機構頒發的《綠色踐行獎》，未來將繼續以所有上市產品符合服裝行業國家標準為目標，持續提升產品質量與安全管理水平。

產品創新

本集團以「有愛、年輕、創新、信任、活力」為核心文化基因，將創新作為企業發展的核心驅動力，不斷推動產品迭代與戰略升級。我們深信創新不僅是技術的突破，更是對消費者需求的深刻洞察與可持續價值的創造。在產品研發中，我們洞察青年精神和青年通勤穿搭痛點，始終以客戶需求為導向，不斷創新升級面料、品質，將青年通勤偏好作為產品創新的關鍵點，在「青年通勤」領域堅持創新，旨在打造新一代男裝通勤時尚，為青年人群提供時尚科技的全新產品。未來，本集團將圍繞「更適合通勤的青年男裝」的品牌定位，錨定青年人群工作和生活場景，在未來三到五年加大投入持續創新迭代商品，最終牢固樹立起「青年通勤男裝第一」的品牌定位，引領行業發展。

同時，本集團在科技面料領域亦取得突破：

科技面料 3D 羽絨

3D 打印羽絨面料是世界上第一款利用增層加工方法，實現量產的面料。由於擺脫了織布工藝的束縛，3D 羽絨面料實現了多種非常規服裝材料在面料中的併入，實現完全新型的功能。該面料有 11 層疊加專利技術，具有智能控溫、高彈力、透氣吸濕的顯著優勢。



科技環保面料 SOLOTEX®

SOLOTEX® 是日本帝人富瑞特的主打面料產品。SOLOTEX® 纖維具有如同彈簧一樣柔韌的螺旋狀分子構造。因此 SOLOTEX® 具有柔軟的質感、優越的伸展性、良好的發色性和柔和的緩衝性等特性。SOLOTEX® 纖維的部分聚合物，使用了來源於織物的原料，其比例高達聚合物整體的 37%，由此消滅了新的石化資源的消耗，為減少溫室效應氣體排放做出了貢獻。



2024 年，本集團持續秉持創新驅動的發展理念，創新性地推出「靈壓借衣站」項目，旨在解決西裝被壓皺、衣服不夠換、職場新人不會搭三大商務差旅尷尬場景。於 2024 年 3 月至 4 月，本集團攜手合作酒店，在全國 14 個城市，30 家酒店同步開展活動，為住客提供抗皺輕便西裝租賃服務，解決商務差旅穿衣困擾，深化慕尚集團「更適合通勤的青年男裝」的品牌定位，在產品創新的基礎上進一步拓展服務創新。

零壓西裝陳列區

一站式借衣 / 解放你的行李箱



零壓主題房

零壓入住 / 出差減負

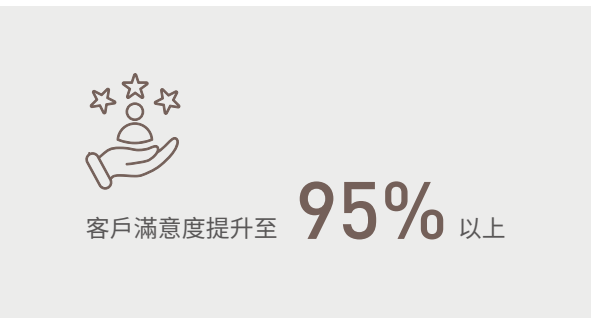


客戶滿意度

本集團建立了完善的客戶服務保障管理架構，透過多層級和跨職能部門的協同合作，確保服務流程高效運轉和客戶需求快速響應。管理層負責制定服務政策、設定年度目標及 KPI 指標，並監督客服團隊的整體表現，推動集團在客戶服務領域的持續發展。為確保服務質量，集團制定《客訴管理制度》及《客訴與問題解決管理流程圖》客戶管理體系，以規範服務流程並持續改進服務品質。

在管理舉措方面，本集團貫徹「以客戶為中心」的服務宗旨，通過持續改進和精細化管理，不斷提升服務質量。以「客戶滿意優先」為核心，通過設立高效響應機制、定期培訓與考核、運用 CRM 系統及人工智慧技術提升服務效率，並建立定期回訪與反饋機制，深入了解客戶需求並持續優化服務。實踐中，集團通過健全的客戶投訴機制和滿意度調查有效提升服務質量，投訴機制涵蓋多渠道通道，縮短處理時效，投訴數量逐年下降，並榮獲 2024 年度淘天集團的年度五星店鋪稱號。

集團定期開展滿意度調查幫助識別服務問題並推動改進，同時設定客戶服務保障目標，包括客戶滿意度提升至 95% 以上、投訴率控制在每月 5% 以內及投訴處理率達 98%，通過優化服務流程、部署自助服務平台及聊天機器人，並與其他部門緊密合作，從源頭保障產品和服務品質，確保投訴問題在 24 小時內高效解決，從而有效提升客戶信賴與忠誠度。



負責任營銷

本集團嚴格遵守業務所在國家和地區的法律法規，致力於推行負責任的營銷策略，確保品牌宣傳真實、透明且符合社會價值觀。我們嚴格遵守廣告法規，避免過度美化或誤導性宣傳，並在營銷活動中倡導可持續時尚理念，鼓勵消費者選擇環保產品。同時，我們注重保護消費者隱私，確保數據使用的合法合規，並通過積極溝通與反饋機制，提升消費者信任與滿意度，推動品牌與社會的共同成長。本年度，本集團未獲悉任何有關產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及隱私事宜的重大違規事件。

合規營銷培訓，護航品牌發展

為提升品牌形象並降低投訴風險，本集團於 3·15 國際消費者權益日之際，舉辦“合規指引 護航發展”主題座談會，邀請相關監管部門專家指導。會議上，專家分析近三年消費投訴趨勢，結合直播電商發展解讀相關法規，重點提醒廣告、質量及價格等潛在風險。專家還針對虛假廣告、產品質量及售後服務等問題提出解決方案，為設計、商品及營銷部門指明合規方向。

會議強調了提升設計、生產及營銷環節的法制化水平，防範職業投訴風險，並要求法務部門加強法律防線建設。會後，專家與學員進行答疑交流，為銷售終端合規營運奠定基礎。此次培訓有效提升了員工負責任營銷等合規意識，助力品牌可持續發展。





02

夥伴共同發展

員工共同成長	19
供應鏈攜手共進	22
社區公益踐行	24

回應 ESG 議題

- 員工權益保障 •
- 職業健康與安全 •
- 員工發展及培訓 •
- 供應鏈管理 •
- 社會公益 •



員工共同成長

合規僱傭

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》及相關法規，確保招聘公平公正，杜絕歧視，提供平等就業機會，並基於專業能力及資格進行聘用。同時，集團尊重並保障員工權益，嚴格執行勞動法，提供公平待遇及健康工作環境，並通過職業安全培訓和定期政策審查，保護員工身心健康與合法權益。

本集團嚴格遵守業務運營國家與地區的法律法規合規用工，堅決杜絕童工、強迫勞動等問題的出現。在招聘環節，集團要求求職者提供身份、年齡證明並核驗，年齡符合當地法律法規方能錄用；嚴格審核求職者的求職背景，嚴防任何形式的強制就業跡象。若發現存在可能涉及童工或強制勞工的違規情況，集團將立即啟動應急處理機制，妥善安置相關人員，清查涉事環節及責任人，完善制度流程。2024 年，本集團任何業務或運營點中均未發生僱傭童工、強迫勞動的情況，在所有業務營運地、供應商及合作企業中，均不存在僱傭童工或強迫勞動的重大風險。

僱員薪酬及福利

本集團以嚴格遵守國家勞動法律法規為基礎，搭建了科學合理的薪酬體系。薪酬結構綜合考量崗位價值、員工技能水平及工作業績等多項因素，確保薪酬具有內部公平性與外部競爭力。依託完善的管治架構和內部審核機制，確保各項薪酬政策有效施行。通過優化招聘政策、嚴格落實反歧視和反騷擾措施，營造公平、尊重的工作環境。

在員工管理方面，集團已為每個部門設立適當的管理考核，管理層（各部門負責人）的績效考核亦已建立，並正朝全面績效評估推進，力圖通過科學的考核方式提升整體管理效能。

我們始終將員工權益與福利保障放在重要位置。我們嚴格按照國家規定為員工繳納社會保險，履行企業法定義務。同時，為全方位支持員工身心健康，本集團不僅提供常規健康檢查，還專設遠程心理諮詢服務，並根據員工需求引入靈活辦公政策，助力員工保持良好的身心狀態。在促進家庭與工作平衡上，集團提供法定產假、哺乳假，設立母乳室方便哺乳期女性員工，為生育女性員工準備生育禮包；為新手父親提供法定陪產假，使其更多陪伴家人。此外，本集團定期開展員工滿意度調查，積極舉辦多元化的節日慶祝活動，包括為少數民族員工提供傳統節日福利，以增強員工的歸屬感和參與感。



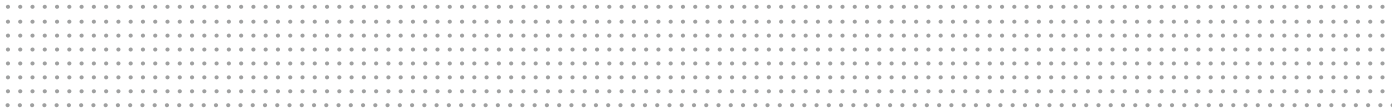
職業健康與安全

本集團秉持「以人為本、安全發展」的核心價值觀，將員工的職業健康與安全保障視為至關重要的工作，以打造“零事故”工作場所為目標。在組織架構方面，專門設有安全委員會，負責制定及監督職業健康與安全事宜，工會則參與政策制定並確保員工權益，兩者協同合作以落實安全管理措施。為確保順利達成“零事故”目標，本集團通過績效考核機制將安全績效與管理績效掛鉤，全面排查隱患並保障工作環境安全及員工身心健康。

在管理理念與實踐方面，本集團建立了健全的安全管理體系，強化安全風險管控，持續完善職業健康管理措施。2024 年度，我們積極開展多項具體行動，包括升級非機動車停放區、保養電梯、檢測配電房設備等，切實降低安全隱患。同時，我們還積極開展防詐騙訓練和禁毒宣傳，提升員工的安全意識與自我保護能力。此外，本集團為員工舉辦中醫健康講座，提供健康檢查和心理支援服務，幫助員工更好地維護身心健康。



健康檢查



員工發展及培訓

為滿足員工多元化的職業追求，本集團推行「雙通道晉升體系」，讓員工可選擇專業或管理發展方向。在員工成長過程中，注重實戰培養，借助重點項目與跨部門協作，為員工提供實踐機會促進成長。同時，為確保員工晉升公平與透明，採用 KPI 與 360 度評估相結合的績效考核機制，全面、客觀地評價員工的工作表現與能力水平。

本集團建立完善的培訓體系，以「自驅力」為核心，鼓勵員工主動參與述職評估並制定個性化成長計劃。本集團設立培訓委員會，負責統籌課程開發與資源配置工作，並邀請各部門共同參與培訓需求分析與效果評估，以推動培訓計劃的持續優化。人力資源部下設專家中心 COE（Center of Excellence）憑藉專業優勢，在員工職業生涯全周期，從入職引導到潛能挖掘，提供全方位精準支持，助力員工持續自我提升。

針對不同群體的需求，本集團設計了差異化的培訓項目，包括為新人提供入職指導與基礎技能培養，為中層管理者進行領導力提升與團隊管理訓練，以及為經理人開設戰略思維與高級管理技巧課程，以滿足不同職位與發展階段的培訓需求。根據公司人才發展規劃，我們構建了「階梯式推進、週期性輪訓」的領導力培育機制，並對管理層級實施差異化培養路徑。該體系強調週期性的能力建設，每年錨定一個管理層級開展深度系統性賦能，確保培訓資源精準投放。2024 年，培訓重點轉向基層管理者領導力提升項目《經理人進階指南》，明確基層管理者的角色認知，鞏固目標管理、授權與激勵等核心技能，助力打造人才驅動型組織。

本集團積極推動產學研合作，旨在培養行業人才，加強人才儲備。2024 年，集團與浙江萬里學院、浙江紡織服裝職業技術學院合作開展「天一旗艦店節日美陳」項目，為學生提供實踐機會，也為公司注入新的理念與人才儲備。



G-YOUNG 新員工培訓項目

2024 年度，本集團累計培訓時長達 6,368 小時，平均每員工培訓時長為 17.5 小時，受訓總人次為 914 人次，佔比 55%。未來，我們將根據員工需求及人才模型，制定下一年度的培訓與發展目標計劃，持續提升員工能力與組織競爭力。



供應鏈携手共進

供應鏈管理體系

本集團建立完善的供應鏈管理架構，由採購部統籌供應商的開發、評估及日常管理，並與設計部、生產部、商品部、售後等部門協作，確保供應鏈的可持續性。為規範供應鏈管理，本集團制定《供應商管理制度》，明確供應商選擇、評估、考核及淘汰的標準與流程。該制度涵蓋供應商的資質審查、質量保證、交付能力、環境保護及社會責任等方面，並要求供應商遵守本集團的 ESG 政策及相關法律法規。

為提升供應鏈管理效率，本集團實施線上供應鏈管理（SCM）系統，對供應商的表現進行全面評估。評估內容包括設計、交貨及時性、產品品質、服務、生產安全及環境合規情況，每季度進行一次考核。根據評估結果，供應商被劃分為主要供應商或備用供應商，主要供應商享有優先付款待遇，而備用供應商則需在指定時限內完成改進。

慕尚集團供應商管理流程



供應商開發與評定

- 開發條件：新供應商需具備有效的營業執照、稅務登記證及符合要求的生產經營場所，並承諾以“誠信為首、質量第一”的原則提供產品及服務。優先考慮已取得第三方質量管理體系認證的供應商。
- 評定流程：採購人員對供應商進行實地考察，評估其生產能力、質量保證體系及合作意願，並填寫《新供應商信息採集表》。必要時，供應商需提供樣品以評估其研發能力。通過評定的供應商將被納入《合格供應商目錄》。



日常管理與定期考核

- 日常管理：採購部建立並維護《合格供應商目錄》，確保僅與合格供應商合作，各部門需定期反饋供應商的生產、交貨及服務情況，作為考核依據；
- 定期考核：每季度或每半年對供應商進行績效考核，評估內容包括交期、品質、動銷率、服務及價格水平等。考核結果分為優秀、良好、合格及差四級，並作為是否繼續合作的依據。



供應商淘汰與黑名單管理

- 淘汰流程：對不符合要求的供應商，本集團將提出整改意見，整改無效者將被取消合作資格。
- 黑名單管理：若供應商存在違反《廉潔協議》、質量問題長期未解決或給本集團造成重大損失等行為，將被列入“供應商黑名單”，並停止一切合作。

供應鏈 ESG 風險管理

集團設立清晰的供應鏈管理目標，包括提升效率、降低成本、增強供應鏈柔性及提升客戶滿意度，並通過績效考核及激勵機制來推動目標達成。集團將 ESG 因素全面融入供應鏈管理，要求供應商遵守環境保護、勞工權益及商業道德等標準。集團制定《供應商勞工管理制度》，涵蓋強迫勞動、童工、工作時間、有償加班費、最低工資、反歧視、結社自由及安全健康等勞工權益。2024 年，集團修訂《供應商勞工管理制度》，依據當地政策調整最低工資標準，新增工資透明度要求，並強化多元群體保護及員工投訴匿名性。同時，更新安全健康標準，納入心理健康關注，完善健康保障體系。



在勞工管理方面，集團進一步強化供應鏈審查機制，提高定期抽檢頻率，確保供應商嚴格遵守相關規定，保障供應鏈勞工管理的合規性與穩定性。在環境合規方面，集團指派專業人員對供應商進行現場評估，重點檢查其生產過程中的環保措施執行情況，包括廢水處理、廢氣排放及固體廢棄物管理。對於不符合環保標準的供應商，本集團將要求其限期整改，整改無效者將被終止合作。

供應商能力提升

本集團優先選擇採用環保產品及服務的供應商，並鼓勵供應商參與綠色創新項目，如開發低碳生產工藝或可持續材料。為提升供應商的 ESG 表現，本集團設立「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，內容涵蓋環保技術、勞工權益保護及商業道德等領域。此外，本集團每年組織供應商大會，邀請頂級供應商參與，交流產品品質提升等可持續發展經驗並探討合作機會。

2024 年度，我們圍繞休閒褲、羽絨服、大衣及針織等核心品類，與約 30 家重點供應商召開了品質專項會議。會議聚焦歷史問題覆盤，並共同制定了 2024 年全年品質提升目標與改進方向，最終與供應商達成品質共識，明確了協同行動方案。

社區公益踐行

本集團積極參與公益事業，承擔企業社會責任。集團成立慈善基金，以留本捐息形式捐贈 300 萬元建立慈善冠名基金，每年按 6% 增值率捐給寧波市江北區慈善總會，用於扶貧、教育及醫療救助。集團由總裁辦牽頭，與當地慈善機構及組織合作，結合業務優勢開展服裝捐贈等特色項目，並與政府、紅十字會等公益組織建立合作生態，擴大公益影響力。未來，集團將繼續深化公益實踐，整合資源，為社會可持續發展貢獻更多力量。

慕尚助力葉村殘疾群體就業蛻變

葉村殘疾人之家位於浙江松陽縣，於 2023 年 6 月投入運營，為三星級殘疾人之家，現居住殘障群體 46 人。通過政府支持、企業運作及基地幫扶，該機構致力於幫助殘疾朋友增加收入、提升生活自理能力及社會適應能力，逐步實現就業康復與殘健共融。2024 年起，慕尚集團積極響應政府政策號召，為殘疾人之家提供就業崗位，為殘障群體發放工資並繳納社會保險，助力其實現家門口就業。



慕尚集團殘疾人幫扶性就業基地





03

引領綠色時尚

氣候相關信息披露	27
能源管理	29
水資源管理	30
廢棄物管理	30
包裝材料管理	32

回應 ESG 議題

- 廢棄物管理 •
- 化學品安全 •
- 資源與能源使用 •
- 環境及天然資源 •
- 應對氣候變化 •
- 可持續原材料採購 •



氣候相關信息披露

管治

本集團建立了以董事會為最高決策層的 ESG 管理架構，董事會負責制定 ESG 管理策略，並確保設立有效的風險管理及內部監控系統。氣候變化相關風險和機遇已被納入 ESG 管理範疇。

董事會職責	董事會定期審閱並監督氣候戰略與風險管理策略的制定與執行。設立可持續發展委員會，由具備環境、供應鏈管理等專業背景的董事組成，評估氣候風險對營運和財務的影響，為決策提供專業建議。
管理層執行	管理層組建跨部門氣候應對團隊，涵蓋生產、採購、物流等部門，負責實施氣候戰略，定期匯報進展並協調資源。
應急機制	成立應急救災小組，建立預警機制，合理分配任務，確保政策執行到位，並進行全面評估。

策略

短期戰略（1 - 2 年）	可再生能源使用：持續拓展工廠屋頂太陽能板鋪設可再生能源 綠色原材料：優先選擇低碳排放原材料 員工培訓：開展員工氣候相關培訓	
中期戰略（3 - 5 年）	優化生產工藝：與 OEM 供應商合作開展節能減排項目，優化生產流程，通過設備升級與技術改造提高能源效率； 綠色物流：探索綠色運輸方案，如增加電動車輛比例。	
長期戰略（5 年以上）	制定碳中和目標，通過碳抵消、碳捕獲等技術實現淨零排放。加大可持續材料研發投入，推動產業鏈綠色轉型。	

氣候變化風險與機遇

公司根據行業特色和實際業務運營情況，針對氣候變化實體風險和轉型風險進行識別與分析，評估自身氣候風險與機遇，並制定相應的應對措施。公司識別的氣候變化相關風險與機遇以及應對措施如下：

風險類型	風險描述	風險與機遇	應對措施
實體風險	急性風險	氣候變化導致的海平面上升，引起的颱風、洪水、乾旱、風暴等極端天氣	- 極端天氣（颱風、極端降雨）可能導致供應鏈中斷、物流延遲、門店營業情況受影響 - 建立極端天氣預警機制，提前部署應急預案 - 加強供應鏈多元化布局，降低單一地區風險 - 為倉庫購買覆蓋自然災害保險
	慢性風險	海平面上升、高溫天氣增加等慢性風險	- 高溫天氣可能導致空調開放時間延長，能源消耗增加，帶來長期運營成本上升 - 物流運輸員工健康風險提升，生產力下降，高溫補貼上升 - 密切關注各倉庫運營狀況，關注員工健康情況，及時啟動高溫應對措施 - 投資倉庫節能設備與技術，降低能源消耗
轉型風險	政策與法規風險	各國政府為應對氣候變化，可能出台更嚴格的碳排放法規及環保標準	- 增加合規成本及運營壓力 - 密切關注政策動態，提前制定合規計劃 - 推動綠色包裝材料（如可降解膠袋、再生紙盒）的使用 - 引入環保工藝（如低碳染色技術），降低產品碳足跡
	市場風險	消費者環保意識提升，可能導致市場需求變化	- 推動綠色包裝及環保工藝應用，搶佔市場先機，提升品牌競爭力 - 加大環保產品研發投入，推出可持續時尚系列 - 加強綠色品牌宣傳，提升消費者認可度
	聲譽風險	公眾環保意識增加，更加密切關注企業應對氣候變化行動	- 若未能有效應對氣候變化挑戰，可能面臨消費者、投資者及監管機構的負面評價，損害品牌聲譽 - 通過積極應對氣候變化，提升品牌聲譽，吸引 ESG 投資 - 定期發布 ESG 報告，透明披露氣候行動進展 - 加強與利益相關方溝通，展示可持續發展成果

在應對極端天氣事件方面，集團實施具體措施，包括定期清理屋頂垃圾並檢查排水口，確保排水通暢；及時維修房屋滲漏點，並加強門窗密封性檢查，以保護財產安全。此外，集團定期組織消防演習，提升整體應急響應能力，最大限度減少氣候風險帶來的潛在損失。

指標與目標

本集團持續推動低碳環保理念融入業務運營，設立碳減排目標，助力國家碳達峰、碳中和目標實現。

指標	單位	2024 年
溫室氣體排放量（範圍 1 + 範圍 2）	噸二氧化碳當量	1,791.22
溫室氣體排放密度（範圍 1 + 範圍 2）	噸二氧化碳當量 / 人民幣億元	78.92
直接（範圍 1）溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	6.24
間接（範圍 2）溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	1,784.98

能源管理

本集團為提升能源管理水平，制定了一系列詳細的使用規範，涵蓋辦公區、會議室、公共打印室等區域，並針對空調及母嬰室使用制定了專門管理規定，旨在優化資源利用、減少能源消耗，營造綠色辦公環境。為確保政策有效實施，集團通過「慕尚小百科」平台定期評審和更新相關政策，並通過宣傳與培訓提高員工參與意識，鼓勵全員參與節能環保行動，推動集團可持續發展。



慕尚 PARK 日常行為規範小百科

✓ 會議室使用規範

✓ 休息區使用規範

✓ 吸煙室管理規定

✓ 衛生間使用規範

✓ 食堂就餐規範

✓ 垃圾分類規範

在節能舉措方面，集團嚴格執行辦公區域使用規範，確保及時關閉照明與空調設備，並監督冬季大功率電器使用。通過優化走廊照明、結合保潔與保安巡查，進一步減少能源浪費。此外，集團在象山物流倉庫安裝光伏發電系統，推動再生能源應用，並通過綠色採購及在消防樓梯與停車場照明中引入智能控制等措施，實現節能減排與資源高效利用，為可持續發展奠定堅實基礎。



象山物流倉庫佈設光伏發電

水資源管理

本集團已建立完善的水資源管理體系。在水源供應方面，本集團並不使用地下水，因此不存在地下水供應中斷的風險。在重點工作方面，本集團採取了多項有效舉措，包括洗手間節水提示、在節假日期間關閉非必要的用水設施以減少不必要的水資源消耗，以及在冬季期間對供水管道進行保溫處理，以防止低溫導致的管道損壞。這些措施不僅有效降低了水資源的浪費風險，同時亦減少了因管道破裂導致的水資源浪費。

廢棄物管理

本集團產生的廢棄物主要為辦公廢棄物，包括紙張、電子廢棄物等。本集團建立了明確的廢棄物管理架構，由行政部、IT 部及店務部協同負責，同時設有專門部門監督廢棄物及排放物的處理，確保各項環保要求得到有效落實。為規範廢棄物管理流程，制定並持續完善相關政策制度，包括《慕尚 PARK- 垃圾分類規範》和《資產管理制度》，優化資源利用，為廢棄物管理提供了系統化的指導框架。

本集團積極踐行「減少（Reduce）、重複使用（Reuse）、回收（Recycle）、再生（Regenerate）、替代（Replace）」5R 原則，實施科學有效的廢棄物管理措施。

Reduce

>>>

➤ 減少（Reduce）

· 通過優化生產流程及物流包裝設計，減少廢棄物產生

· 在洗手間設置節約使用提醒，倡導員工減少資源浪費

Reuse

>>>

➤ 重複使用（Reuse）

· 提倡廢紙再次打印，延長紙張使用壽命

· 利用次品產品製作聖誕樹作為公司陳列物料，實現廢棄物創意再利用

Recycle

>>>

➤ 回收（Recycle）

· 嚴格實施垃圾分類制度，通過《慕尚 PARK- 垃圾分類規範》指導員工正確投放廢棄物

· 專業保潔人員負責統一收集廢棄物至指定垃圾站，並由園區垃圾回收車輛每日清運

29

30

Regenerate

>>>

➤ 再生 (Regenerate)

- 在生產過程中使用回收拉鏈及鈕扣，其中回收鈕扣由可降解的生物樹脂製成，回收拉鏈則由 30% 的再生 PET 塑料瓶製成，踐行環保原則。
- 通過「公司資產處置申請」系統，對報廢資產進行分類審核並匹配相應的處置方式，確保廢棄物的規範處理與資源化利用

Replace

>>>

➤ 替代 (Replace)

- 在 2024 年春季禮品發放中，採用皮質化妝包代替傳統的一次性紙質包裝，減少一次性包裝的使用，促進資源的循環利用



2024 年，公司廢物利用，使用次品產品製作聖誕樹做為公司陳列物料



包裝材料管理

本集團使用包裝材料保護產品在運輸過程中免受損壞，主要包裝材料包括膠袋、紙盒和紙袋，材料消耗主要源於產品銷售環節，因此在包裝材料本集團採取了一系列管理措施，以實現環保與效率的平衡。本集團設立了專門的包裝材料管理部門，負責包裝材料的採購、使用及回收管理。該部門與採購部、生產部及物流部緊密協作，確保包裝材料的合理使用與環保標準的落實。



- 環保標準：優先選擇可降解或可回收的包裝材料，如使用再生紙製成的紙盒和紙袋，以及符合環保標準的膠袋；
- 庫存管理：採用先進的庫存管理系統，實時監控包裝材料的庫存水平，避免過量採購和浪費；在內部物流中推行包裝材料的重複使用，如將紙盒和紙袋用於多次運輸。
- 包裝設計：通過優化包裝設計，減少不必要的包裝材料使用。例如，採用輕量化設計的紙盒和膠袋，降低材料消耗，同時確保產品在運輸過程中的安全性。

通過以上措施，本集團有效降低包裝材料的環境影響，提升價值鏈可持續性，展現對環境保護的堅定承諾。



04

稳健治理领航

公司治理	35
合规及風險管理	36
商業道德	37
信息安全與隱私保護	38
知識產權	40

回應 ESG 議題

- 合规及風險管理
- 企業管治
- 商業道德
- 信息安全和隱私保護

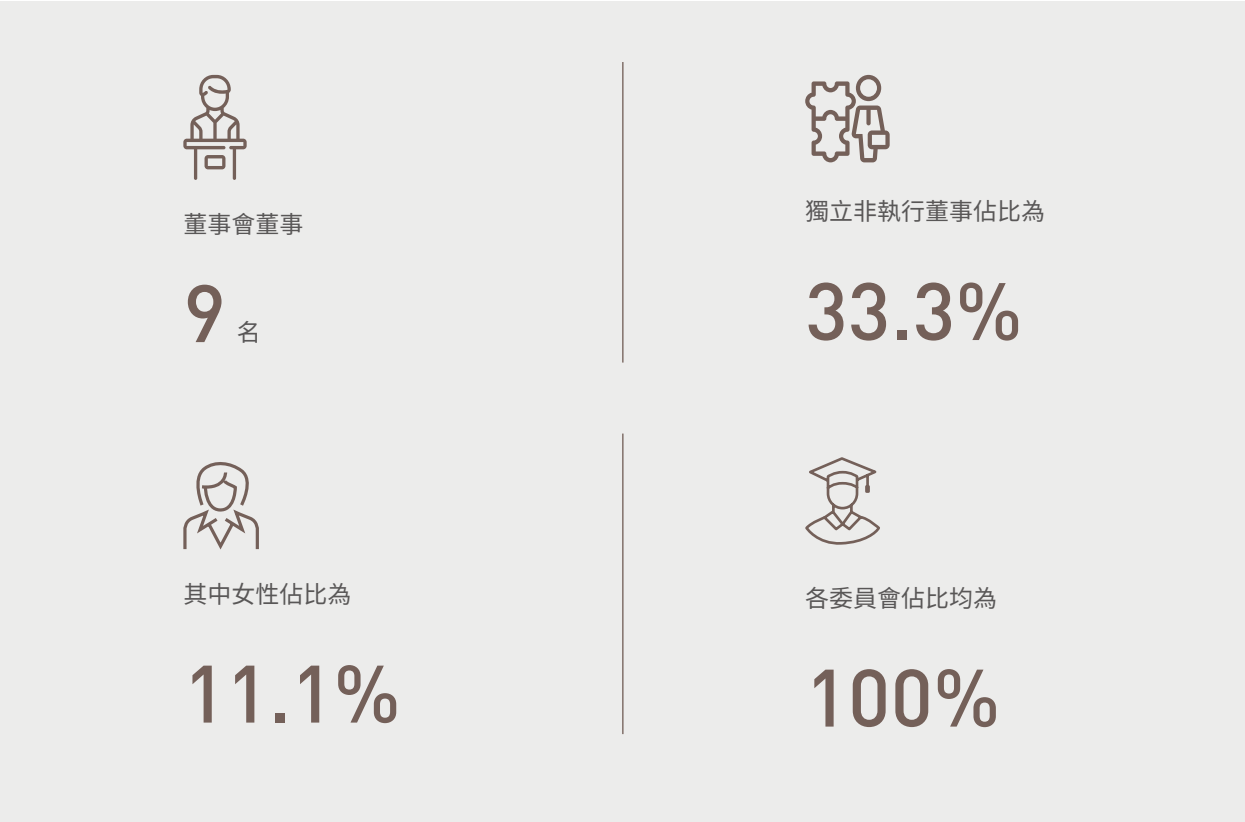


公司治理

本集團董事會作為最高決策機構，由執行董事、非執行董事以及獨立非執行董事構成，全面負責集團的戰略規劃制定、風險管理把控以及運營監督工作。董事會下設三個專業委員會，其中審計委員會主要負責監督財務報告流程、內部控制體系以及合規事宜；薪酬委員會專注於制定高管薪酬政策；提名委員會則承擔評估董事任命以及推動董事會多元化發展的職責。董事會依照相關規定，定期召開股東大會以及董事會會議。

董事會獨立性與多元化

董事會多元化是推動企業平衡健康發展的重要舉措，能夠有效提升公司競爭力。本集團獨立非執行董事成員來自不同行業，在財務、法律、稅務等領域擁有豐富經驗，充分發揮其專業能力與制衡作用，保障股東、公司及其他相關方的利益。提名委員會已對獨立非執行董事的獨立性進行評估，確認其符合《上市守則》的獨立性指引，並結合每位獨立非執行董事的服務年限及其為董事會帶來的觀點、技能與經驗，認為他們屬獨立人士。本公司已收到各獨立非執行董事的年度獨立性確認，董事會亦已確認其獨立性。董事會由 9 名董事組成，其中非執行董事和獨立非執行董事成員占董事會成員比例為 88.9%、獨立非執行董事佔比為 33.3%，其中女性佔比為 11.1%。各委員會均由非執行董事及獨立非執行董事組成，佔比均為 100%。



	審計委員會	薪酬委員會	提名委員會
委員會人數	3 人	5 人	3 人
召集人	獨立非執行董事	獨立非執行董事	獨立非執行董事
非執行董事及獨立非執行董事佔比	100%	100%	100%

董事會效能

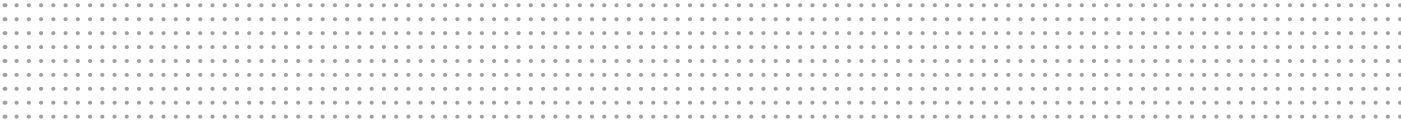
為持續提升董事會履責能力與決策效能，本集團定期組織董事培訓活動。2024 年共開展董事會培訓兩次：2 月通過郵件發送學習資料，內容涵蓋香港交易所發佈的年報審閱報告；12 月由專業機構在董事會會議上進行培訓，重點講解董事行為準則及關聯交易等核心內容。通過培訓進一步強化董事會成員的專業能力與合規意識。

合規及風險管理

本集團設立內控小組，旨在優化內部工作流程，提高審核效率與工作質量。2024 年，集團新增並修訂了一系列管理制度，包括資金管理、預算管理、薪酬管理、存貨管理、門店庫存盤點、固定資產管理、供應商管理、採購管理以及合同管理等制度，有力強化了集團的風險管理能力。

本集團不斷完善風險管理流程，涵蓋風險預防、識別、評估、應對以及監督改善等各個環節，並將環保合規、健康安全、產品質量以及供應鏈等 ESG 因素納入風險考量範疇。2024 年，本集團針對潛在的風險進行了管理控制。識別涵蓋採購付款、預算管理、資金管理、薪酬管理、固定資產管理、合同管理、綜合管理等 7 項關鍵流程的潛在風險，包括供應商選擇不當、採購計劃不合理、資金挪用、薪酬舞弊、資產流失、合同糾紛等潛在風險。為此，我們制定相應措施，包括發佈供應商、採購及資金管理制度、優化審批流程、系統化薪酬計算、強化資產盤點規則及權限管控，旨在減輕潛在風險對公司業務所帶來的不利影響，提升風險防控能力。

同時，本集團開展風險合規審查，並針對缺陷提出具體解決方案。各業務部門收到整改通知後，積極響應整改，並確保本集團全體員工知曉。本集團對整體風險進行了評估，並針對店鋪擴張經營風險、現金流風險、客戶信用風險、庫存商品積壓風險、新大樓裝修風險、採購管理風險以及固定資產管理風險等 7 個板塊開展專項風險管理，確保風險可控。



商業道德

商業道德是企業立足市場的根本，關乎企業聲譽、長遠發展以及利益相關者權益。本集團致力於構建全面且堅實的商業道德體系，全方位踐行誠信經營理念，力求在複雜多變的市場環境中，始終堅守商業道德底線。

反貪污與反欺詐

本集團始終秉持誠信經營原則，嚴格遵守《中華人民共和國監察法實施條例》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，並結合公司實際制定並落實《反欺詐及反貪污管理規定》等內部制度，明確界定欺詐行為，規範核查程序並制定相應的懲罰措施，同時定期更新廉潔自律協議，要求全體僱員簽署。我們在合同中納入廉潔誠信協議，並提供違規行為反饋渠道，支持外部舉報與監督且嚴格保密舉報人信息，堅決杜絕貪污及不誠實行為的發生。

反勒索與反洗錢

本集團致力於建立全面且有效的反勒索及反洗錢框架，對所有僱員及聯屬人士的此類行為採取零容忍立場。為降低相關風險，各部門需保留客戶身份資料及交易記錄，並持續監控與分析交易數據，防止未經授權的數據使用。在反洗錢方面，各部門需明確工作職責及業務界限，禁止從事超出授權範圍的活動。本集團通過嚴格監督與審查，打擊非法金融交易，確保業務活動的合法合規。

反不正當競爭

本集團嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》，致力於維護公平競爭的市場環境。為防止不正當競爭行為，本集團定期審查市場活動，重點監測價格壟斷、虛假宣傳、商業詆毀及侵犯商業秘密等行為。通過建立內部監控機制，本集團確保市場推廣活動的合法性與透明度，避免任何可能損害市場公平競爭的行為。此外，本集團與供應商及合作夥伴簽訂合同條款，明確禁止任何形式的不正當競爭行為，進一步維護市場秩序與商業道德。

舉報管理

本集團建立了完善的舉報機制，在廉潔自律協議明確舉報途徑，僱員可選擇實名或匿名方式舉報貪污、賄賂及欺詐等商業道德違規事件。集團高度重視舉報人隱私，已建立嚴格的舉報人保密機制，絕不洩露任何舉報人的身份信息。同時，對於可能面臨報復風險的舉報人，集團將提供全面的保護措施，確保其人身及職業安全無虞。相關部門將對舉報內容進行嚴格調查，並依據調查結果作出相應處理。



信息安全與隱私保護

本集團高度重視內部及客戶信息安全，制定了信息安全管理制度，在機房安全管理、網絡系統安全防護、日常運維安全管理、雲數據及服務器數據邏輯管理、電子文檔管理及結賬、反結賬管理等方面構建了完善的信息安全保障體系。旨在規範企業信息系統賬戶及權限管理、數據管理等各項具體工作，確保企業信息系統的集成性、合規性和效益性，並防範信息系統訪問管理過程中的各種潛在風險。

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。

安全技術建設

報告期內，本集團在安全技術建設方面採取了一系列綜合措施，旨在全方位保障信息安全與系統穩定運行。在物理訪問方面，本集團將承載用戶敏感數據的服務器在物理網絡上與其他區域相對隔離，並通過防火牆進行通訊管控；在應用系統訪問管理上，我們實行嚴格的賬號分權管理，特殊權限的開通需經過規範的流程審批；在網絡安全層面，我們定期對公司相關設備進行更新和軟件升級，確保病毒庫及安全威脅庫始終保持最新狀態，保證信息安全；同時，本集團每半年開展一次業務系統災備恢復演練，確保災備系統的正常運作，以應對突發事件。

安全技術防護

2024 年，本集團在安全技術建設方面採取了多項全新措施，旨在提升信息安全防護能力。我們引入了最新的堡壘機系統，在日常業務系統的運維過程中，由堡壘機記錄登錄口令，並開啓二次驗證，確保每位用戶擁有獨立賬號，且每次登錄使用唯一驗證碼，從而最大限度地保留用戶操作痕跡，便於事後審計的追溯。在行爲管理方面，本集團啓用弱實名制，確保在網絡安全事件發生時能夠快速定位到相關設備終端。同時，我們還啓用了訪客網絡控制，新增獨立的訪客網絡，該網絡無法訪問內部數據，並配備獨立的網絡出口，保障訪客上網的安全性與獨立性。

業務系統數據與權限劃分

本集團在業務系統數據對外展現時進行脫敏處理，在保留企業數據分析及報表展現的需求前提下，盡可能多的對用戶敏感性資料脫敏處理，維護用戶信息與隱私安全。

在業務系統的權限劃分上，我們將業務系統權限分為系統管理員、業務管理員、資料管理員、用戶四個級別，並對管理員級別的帳號開通設置嚴格流程控制，確保權限管理的安全性和規範性。

知識產權

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。我們將持續監察其域名，確保於到期前及時續期，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。2024 年，本集團對公司現有使用、發佈的所有對外文案、設計進行不定期排查，包括軟件、字體、商標、美術作品及音樂等，旨在保證集團知識產權的合規性。



附录

ESG 關鍵績效指標

數據清單

ESG 指標	單位	2023 年	2024 年
環境類指標			
A1.1 排放物 ¹			
氮氧化物 (NOx)	千克	1.23	1.64
硫氧化物 (SOx)	千克	0.04	0.04
懸浮顆粒物 (PM)	千克	0.09	0.12
廢氣總排放量	千克	1.37	1.80
廢氣總排放密度	千克／人民幣億元	0.69	0.08
A1.2 溫室氣體排放			
溫室氣體總排放（範圍一及範圍二）	噸二氧化碳當量	1,495.90	1,791.21
溫室氣體排放量（範圍一） ²	噸二氧化碳當量	7.80	6.24
溫室氣體排放量（範圍二） ³	噸二氧化碳當量	1,488.10	1,784.98
溫室氣體排放強度（範圍一及範圍二）	噸二氧化碳當量／人民幣億元	64.20	78.92
A1.3 有害廢棄物 ⁴			
廢電池	噸	0.10	0.04
電子廢棄物	噸	2.70	6.30
有害廢棄物總量	噸	2.80	6.34
有害廢棄物密度	噸／人民幣億元	0.10	0.28
A1.4 無害廢棄物 ⁵			
辦公室紙張消耗	噸	3.30	3.00
零售店鋪翻新廢棄物	噸	3,105.00	2,480.00
無害廢棄物總量	噸	3,108.30	2,483.00
無害廢棄物密度	噸／人民幣億元	133.50	109.39
A2.1 能源總耗量及密度 ⁶			
汽油	升	2,600	2,400
柴油	升	300	300
電力	千瓦時	2,516,745	3,326,455

ESG 指標	單位	2023 年	2024 年
能源總耗量	兆瓦時	2,542.95	3,350.87
能源總消耗密度	兆瓦時／人民幣億元	109.18	147.63
A2.2 總耗水量及密度			
天然水資源	噸	28,891.00	32,114.00
水資源消耗密度	噸／人民幣億元	12.40	14.15
A2.5 資源使用			
產品包裝材料			
膠袋	噸	321.00	308.80
膠袋密度	噸／人民幣百萬元	0.14	0.14
線下零售過程中使用的包裝材料			
紙袋	噸	220.10	258.00
紙盒	噸	245.52	264.00
紙袋密度	噸／人民幣百萬元	0.09	0.11
紙盒密度	噸／人民幣百萬元	0.11	0.12
線上零售過程中使用的包裝材料			
紙袋	噸	172.14	161.50
紙盒	噸	223.25	282.60
紙袋密度	噸／人民幣百萬元	0.07	0.07
紙盒密度	噸／人民幣百萬元	0.10	0.12
社會類指標			
B1.1 僱員總數			
僱員總人數	人	508	467
按聘用形式劃分			
在職全職員工數	人	508	467
兼職員工數	人	0	0
按性別劃分			
男性	人	204	165
女性	人	304	302
按年齡劃分			
30 歲及以下	人	248	217
31-50 歲	人	257	248
50 歲及以上	人	3	2

ESG 指標	單位	2023 年	2024 年
按教育背景劃分			
本科及以上學歷	人	203	205
專科學歷	人	201	174
職業學校及高中學歷	人	83	73
初中及以下學歷	人	21	15
按地區劃分			
寧波	人	503	457
上海	人	1	6
廣州	人	1	1
北京	人	1	1
香港	人	2	2
B1.2 僱員流失比率			
離職員工	人	247	174
按性別劃分			
男性	%	32.4%	46.0%
女性	%	67.6%	54.0%
按年齡劃分			
30 歲及以下	%	57.5%	58.0%
31-50 歲	%	41.7%	40.8%
50 歲及以上	%	0.8%	1.1%
按地區劃分			
寧波	%	97.6%	99.4%
上海	%	2.4%	0.0%
廣州	%	0.0%	0.0%
北京	%	0.0%	0.6%
香港	%	0.0%	0.0%
B2.1 工亡			
過去三年（包括匯報年度）因工亡故的人數	人	0	0
過去三年（包括匯報年度）因工亡故的比率	%	0	0
B2.2 因工損失工作日數			
因工傷損失工作總日數	天	17	33

ESG 指標	單位	2023 年	2024 年
B3.1 受訓僱員百分比			
受訓僱員總數 ⁷	人	560	914
按性別劃分			
男性	%	39.6%	26.0%
女性	%	60.4%	74.0%
按僱員類別			
高級管理層	%	13.6%	0.8%
中級管理層	%	13.0%	10.2%
一般僱員	%	73.4%	89.1%
B3.2 僱員平均受訓時數			
員工總受訓時數	小時	4,475.5	6,368.0
員工平均受訓時數	小時	8.0	7.0
按性別劃分			
男性	小時	7.5	6.5
女性	小時	8.3	7.1
按職級劃分			
高級管理層	小時	11.8	5.0
中級管理層	小時	10.2	6.4
一般僱員	小時	6.9	7.0
B5.1 供應商數目			
供應商總數目	個	274	267
按地區劃分			
華東地區	%	77.0%	78.3%
華南地區	%	17.5%	16.1%
東北地區	%	2.9%	2.6%
華北地區	%	1.1%	2.2%
華中地區	%	1.5%	0.7%
按職能劃分			
OEM 供應商	%	70.1%	55.4%
原材料供應商	%	24.8%	41.9%
物流供應商	%	3.6%	1.9%
其他	%	1.5%	0.7%

ESG 指標	單位	2023 年	2024 年
B6.1 產品回收			
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	%	0	0
B6.2 服務投訴			
售後服務或產品相關投訴	次	168	160
管治類指標			
B7.1 反貪污			
面向董事會及員工的反貪污培訓的數目	次	2	1
董事及員工接受反貪污培訓平均時長	小時	3	3
董事及員工反貪污培訓覆蓋率	%	100%	100%
B8.1 社區投資			
公益慈善投入	萬元	/	18.00

附注

- 1、排放物（氮氧化物、硫氧化物及顆粒物）主要源於本集團旗下公務車使用過程所排放的廢氣，其中公務車排放數據計算方法參照聯交所文件《如何編備環境社會及管治報告－附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》；
- 2、範圍一溫室氣體排放主要源於本集團運營／生產過程消耗化石燃料產生的直接溫室氣體排放（包括汽油及柴油），化石燃料消耗產生的主要溫室氣體排放參考國家發展和改革委員會辦公廳發布的《公共建築運營單位（企業）溫室氣體排放核算方法和報告指南（試行）》計算；
- 3、範圍二溫室氣體排放主要源於本集團運營／生產過程消耗的外購電力所產生的間接溫室氣體排放，計算方法參照聯交發佈的《如何編備環境社會及管治報告－附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》，其中 2024 年電力排放因子採用 2024 年 12 月 26 日生態環境部印發的《關於發布 2022 年電力二氧化碳排放因數的公告》中的電網排放因子 0.5366 kgCO₂/kWh；
- 4、有害廢棄物數據源於本集團運營過程中產生的廢電池及廢電子設備處置量；
- 5、無害廢棄物數據主要源於本集團生產及物流體系無害廢物處置量；
- 6、能源總耗量由汽油、柴油及外購電力耗用量折算得出，計算方法參照《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)。2024 年，因新大樓裝修及慈東倉庫搬遷至新地點，倉庫面積擴大，外購電力有所上升；
- 7、受訓僱員總數統計範圍涵蓋期間離職員工與終端前台協作人員（非正式員工），故受訓僱員總數高於報告期末僱員總數。

ESG 報告守則內容索引

層面	主要表現指標	對應報告章節
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法律及規例的數據。	氣候相關信息披露；廢棄物管理
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	ESG 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）。	ESG 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）。	ESG 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）。	ESG 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。	氣候相關信息披露；廢棄物管理
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。	廢棄物管理
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。	能源管理；水資源管理
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）。	ESG 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）。	ESG 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。	能源管理；水資源管理
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	水資源使用主要來源於辦公區域及倉庫區域的生活用水，用水主要來自市政供水，不存在取水水源問題。
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位的占量。	ESG 關鍵績效指標
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。	氣候相關信息披露；廢棄物管理；包裝材料管理
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。	氣候相關信息披露；廢棄物管理；包裝材料管理

層面	主要表現指標	對應報告章節
A4	氣候變化	
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	氣候相關信息披露
A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。	氣候相關信息披露
B1	僱傭	
一般披露	有關薪酬及解雇、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。	
B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	ESG 關鍵績效指標
B1.2	按性別、年齡組成及地區劃分的僱員流失比率。	ESG 關鍵績效指標
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。	員工共同成長
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	ESG 關鍵績效指標
B2.2	因工傷損失工作日數。	ESG 關鍵績效指標
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	員工共同成長
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。	員工共同成長
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	ESG 關鍵績效指標
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	ESG 關鍵績效指標
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。	員工共同成長
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工共同成長
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工共同成長
B5	供應鏈管理	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	供應鏈携手共進

層面	主要表現指標	對應報告章節
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	ESG 關鍵績效指標
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。	供應鏈携手共進
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈携手共進
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈携手共進
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、標籤及隱私事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	產品質量；負責任營銷
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。	ESG 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。	客戶滿意度
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	產品質量
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	信息安全與隱私保護
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。	商業道德
B7.1	于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。	ESG 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。	商業道德
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	商業道德
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。	社區公益踐行
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）。	社區公益踐行
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	ESG 關鍵績效指標



地址：浙江省宁波市海曙区杉杉路111号

網址：<http://www.gxggroup.cn>

邮箱：IR@gxggroup.com

热线电话：0574-83017610