

POU SHENG INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED

寶勝國際(控股)有限公司

(Incorporated in Bermuda with limited liability)

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(Stock Code 股份代號:3813)

**ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND
GOVERNANCE REPORT**

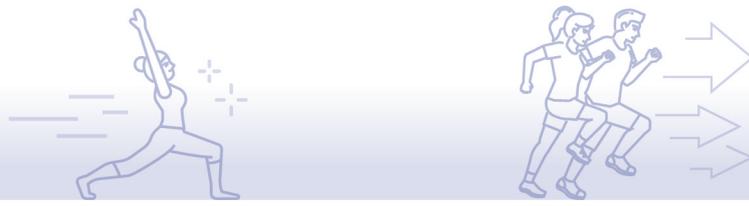
環境、社會及管治報告

2024



目錄

1	ESG報告框架	2
2	ESG報告範圍	2
3	ESG管治架構	3
3.1	董事會	
3.2	ESG工作專責小組	
3.3	ESG聯絡人	
4	持份者溝通及重要性評估	5
5	管治	7
5.1	知識產權及市場營銷和推廣	
5.2	資料私隱	
5.3	反賄賂及反貪污	
6	社會	10
6.1	員工	
6.1.1	員工發展與培訓	
6.1.2	職業健康與安全	
6.1.3	多元化與平等機會	
6.1.4	防止童工或強制勞工	
6.1.5	員工福祉	
6.2	顧客	
6.2.1	客戶服務	
6.2.2	產品及服務之安全品質	
6.2.3	供應鏈管理和環保產品的採購	
6.3	社區	
6.3.1	社會公益	
7	環境	28
7.1	包裝材料使用	
7.2	環境影響管理	
7.3	氣候相關披露	
7.4	用水效益與節水	
7.5	能源使用	
7.6	無害廢棄物處理	
7.7	業務營運過程中所產生的排放	
7.8	可持續發展培訓	



秉持寶勝國際(控股)有限公司(「本公司」及其子公司，統稱「本集團」)「敬業、忠誠、創新、服務」之核心價值，本集團在竭力為股東創造價值和致力滿足及平衡各持份者期望的同時，亦希望將運動融入社會大眾的生活。透過打造充滿高質量運動服務與產品的特色渠道，讓人們每天都能方便又有趣的享受運動，開啓對運動恒久的熱情，從而提高生活品質及實現健康夢，讓本集團成為永續發展的幸福企業。

1 ESG報告框架

為讓各持份者瞭解本集團的環境、社會及管治(「ESG」)政策、措施及表現，本集團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所載之環境、社會及管治報告指引(「ESG報告指引」)編製了本環境、社會及管治報告(「本報告」)，包括遵守「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」四大匯報原則。

匯報原則

重要性	本公司ESG工作專責小組(「ESG工作專責小組」)透過持份者意見問卷調查，分析各持份者關注的重要議題對環境、社會和業務營運的影響而決定其優次，本公司董事會(「董事會」)亦透過會議審閱此結果。
量化	本集團參考聯交所之指引、行業慣例及法律法規而建立內部指引，從各業務部門收集環境和社會績效指標相關數據和資料，並保留相關之支持文件，經由ESG聯絡人和ESG工作專責小組核實後提交予董事會審閱。績效指標相關數據的運算標準、方法及假設(如適用)，請參閱本報告的相關章節。由於本報告的績效指標相關數據經過四捨五入數值的處理，個別數據的百分比總和未必相等於100%。
平衡	本集團均以客觀的態度披露本集團的相關數據及內容，以便持份者對本集團整體ESG績效進行不偏不倚和合理的評估。
一致性	ESG工作專責小組持續審視過去及現有的統計方法及計算，使本報告內披露的相關數據沿用一致的統計方法，相同的資料統計及換算方式，讓持份者作有意義的評估。

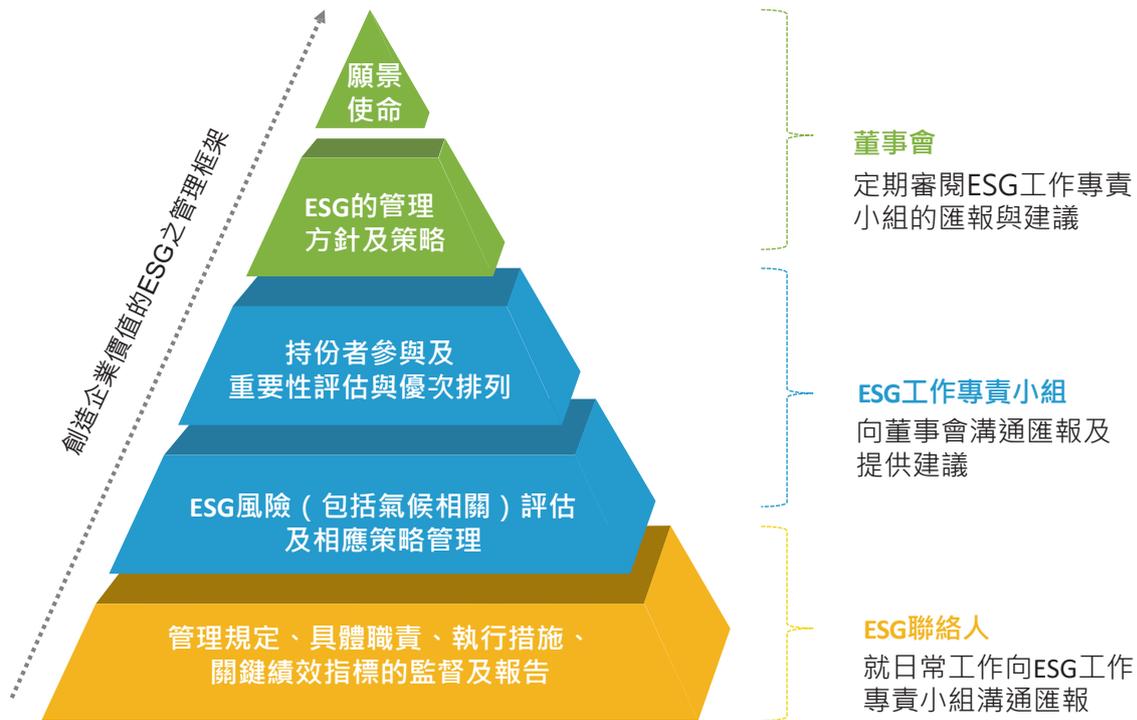
2 ESG報告範圍

本報告涵蓋本集團自二零二四年一月一日至二零二四年十二月三十一日(「報告期間」)的體育用品及鞋類零售、經銷代理品牌產品及運動服務業務，當中包括各主要業務地區的辦公室、零售直營店、運動城和百貨公司專櫃在履行環境與社會責任方面的表現和具體實踐，並不包括合營企業。在擬定報告範圍時，本集團會考慮該業務的ESG風險影響程度，脆弱性和在控制ESG風險時所投放的資源等因素。報告範圍由ESG工作專責小組擬定，並交由董事會審閱。



3 ESG管治架構

為實現本集團在ESG方面的抱負，本集團致力於強化ESG管治架構，本集團將對環境及社會的承諾融入於日常決策、企業文化以及未來規劃等環節中，以確保本集團能為整個行業及供應鏈成員帶來積極的正面影響。



以下為董事會、ESG工作專責小組和ESG聯絡人的職能說明：

3.1 董事會

董事會肩負著製訂ESG(包括氣候相關)管治方針的領導角色，並就ESG策略制定有成效及可衡量的發展願景。此外，董事會每半年舉行會議議決ESG相關事項，其中包括但不限於：

- 評估現有ESG(包括氣候相關)目標執行情況，並確認未來ESG(包括氣候相關)目標；
- 定期審視及監督ESG管治策略的執行及成果，且根據本集團表現及外部環境作出適當調配；
- 審閱ESG相關政策及報告。



3 ESG管治架構(續)

3.1 董事會(續)

董事會亦重視ESG(包括氣候相關)風險管理及內部監控措施,並授權予本公司管理階層(「管理層」)對風險(包括ESG風險)進行識別及評估和進行ESG監控工作,有關詳情載於本集團年報(「年報」)的企業管治報告內的「內部監控及風險管理」部分。董事會應帶領管理層不斷持續優化各業務部門及零售店舖的ESG風險管理,並就識別、評估及管理重大風險提供指引,以提升本集團對ESG(包括氣候相關)風險的預測水準及應對能力。

本集團尤其關注與日常業務息息相關的內部監控機制,因此董事會已授予審核委員會權力監督本集團內部監控系統之適當性及成效,識別內部監控方面薄弱環節並建議補救措施。

其次,董事會定期評估其成員是否具備當前及未來監督氣候相關事務所需的技能和勝任能力,並通過持續培訓提升其專業能力。在監督本集團的策略、重大交易決策及風險管理程序時,董事會全面考慮ESG(包括氣候相關)風險及機遇,並對相關權衡進行評估。

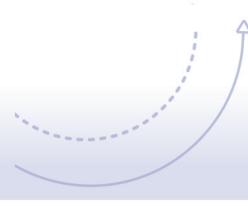
3.2 ESG工作專責小組

ESG工作專責小組在董事會的領導下成立,主要負責本集團ESG策略的執行工作,識別和評估ESG(包括氣候相關)風險與機遇,例如:識別各類氣候類型對公司營運帶來的風險和機遇,並及時分析其財務影響和相應的執行策略。ESG工作專責小組成員均由職能部門的經理級別或以上的管理人員構成,以確保具備跨部門的專業能力及有效履行其職能。

為確保本集團可充分聆聽各持份者對可持續發展議題重要性的意見,ESG工作專責小組會與持份者緊密溝通,積極收集持份者的意見及反饋,並進行ESG重要議題辨識及作出及時回應。ESG工作專責小組需於董事會制定的管治原則下,展開一系列ESG(包括氣候相關)風險評估工作。進行識別評估後,ESG工作專責小組將根據本集團自身的願景與使命制訂執行策略,就相關事宜向董事會提出建議,並向董事會匯報成果,同時提出進一步優化建議,致力為持份者及廣大消費者創造具有正面影響力的企業社會價值。

3.3 ESG聯絡人

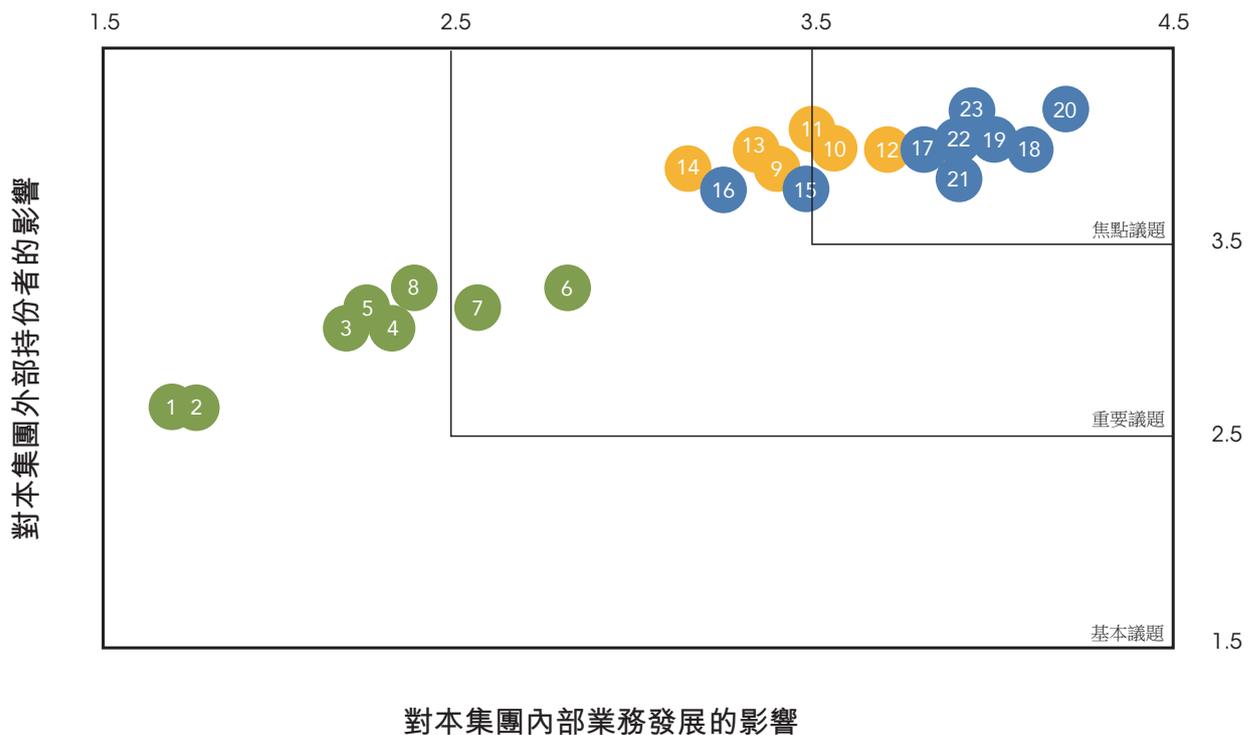
為系統化管理本集團的氣候相關事務,本集團設立了ESG聯絡人,負責在各部門中推動具體措施並培養ESG文化。ESG聯絡人的主要職責包括為各部門制定並落實ESG管理規定,明確具體職責和措施,監督並指導各部門在日常運作中貫徹ESG(包括氣候相關)政策,同時推動ESG文化培育及活動。ESG聯絡人還負責為ESG(包括氣候相關)績效設定衡量標準,並定期向ESG工作專責小組匯報關鍵數據和執行進度。此外,ESG聯絡人透過與其他內部職能部門的協作,整合氣候相關監控措施和程序,確保其與整體營運目標一致。



4 持份者溝通及重要性評估

本集團透過結合ESG報告指引、行業特點和自身發展特點，以識別相關的主要持份者群體和相關的重要議題，並通過多方面的溝通渠道與他們進行交流和問卷調查，藉以瞭解各持份者的意見，並評估持份者對其重視的程度及進行分析和排序，繪製重要性矩陣，為本報告內容建立匯報框架，從企業運營及可持續發展方面作出回應。主要持份者群體包括股東及投資人、董事、員工、品牌合作夥伴及物流供應商、媒體、社區群體、消費者，以及政府及監管部門。本集團相信有效的ESG管理是本集團在企業經濟、社會與環境方面可持續發展的重要一環，將能夠協助本集團優化現有的表現，並為各項政策及措施提供調整發展戰略。本報告期間對本集團內部業務發展及外部持份者的影響如下：

本期對本集團內外部的影響分佈



註：「4.5」為影響程度最大，反之「1.5」為影響程度最小。

4 持份者溝通及重要性評估(續)

範圍	焦點議題	範圍	重要議題	範圍	基本議題
管治	20 合規經營	環境	6 包裝物料使用	環境	2 業務營運過程中所產生的碳排放
	23 市場營銷和推廣		7 環境影響管理		1 業務營運過程中所產生的空氣污染物排放
社會	19 消費者權益保護		8 氣候相關披露(例如：對極端天氣的應變與管理)		
	18 客戶服務		5 用水效益與節水		
管治	21 資料私隱		4 能源使用		
	24 反賄賂及反貪污		3 無害廢棄物處理(如生活垃圾及裝修廢棄物)		
社會	12 員工發展與培訓				
	17 產品及服務之安全品質				
管治	22 知識產權				
社會	11 職業健康與安全				
	10 多元化與平等機會				
	13 防止童工或強制勞工				
	9 員工福祉				
	15 供應鏈管理				
	14 社會公益				
	16 環保產品的採購				

說明：

- 根據持份者調查資料的分佈，本集團按焦點議題、重要議題及基本議題三個等級，對調查結果做了劃分與排序。
- 每一個等級中，各議題的影響程度按自上而下的順序排列。



5 管治

5.1 知識產權及市場營銷和推廣

本集團已制定《企業行為準則》，承諾遵守反壟斷法，維護公平競爭環境，並嚴格保護知識產權，禁止未經授權使用本集團或他人的知識產權。此外，本集團確保信息透明，防止虛假或誤導性陳述。本集團確保嚴格遵照《中華人民共和國知識產權法》與《中華人民共和國商標法》等規定，規範知識產權的獲取、保密、存檔等管理工作。有關商品的標籤與廣告訊息，本集團均務求能正確反映商品的特性、品質標準與真實性。此外，本集團亦備有公開的客戶權益政策，並落實於本集團之營運活動，以防止產品或服務損害消費者之權益。同時也設立審核機制，過程中除了會審閱個案的合規情況，本集團也會提醒業務單位在製作任何廣告和宣傳品前，必須取得著作權及商標等授權和在使用時符合相關的協議，以避免侵權事宜。另外，本集團也會有專責部門進行商標註冊申請，並定期更新與追蹤案件進度，對現有商標開展有效性的維護。針對侵害本集團的商標或著作權的情況，本集團會對侵權人提出訴訟以維護公司權益和確保本集團的知識產權不受侵害。於報告期間，本集團並無發現違反與知識產權有關之法律及規例之重大個案。

5.2 資料私隱

保護公司及客戶的資訊是本集團的責任。全面的數據管理流程和制度有助保障數據的安全性。本集團基於ISO27001建立ISMS資訊安全管理體系。本集團資訊安全管理應涵蓋11項管理事項，以避免因人為疏忽、蓄意或自然災害等因素，導致資料被不當使用、洩露、篡改、破壞等情況發生，進而對運營帶來各種風險與危害。

為確保網路安全防護的合理性和有效性，本集團的「網路安全管理程序」明確定義處理不同類型資訊的程序，亦訂明員工在保護資訊方面的責任，並制定了「資訊安全事件通報流程圖」以及時通知資訊安全應急回應實施小組，並依據事件級別，同時通報責任單位主管或／及資訊部主管。

為進一步加強本集團對資料安全的管理，本集團於二零二二年開始通過電子學習平臺「寶勝學院」，為新入職員工提供資訊安全基礎培訓和考試，而組織開發及測試人員也參與了線下開發安全專項培訓。本集團亦會定期針對系統運作及目標達成狀況進行檢討與改善。



5 管治 (續)

5.2 資料私隱 (續)

品牌夥伴

本集團確保嚴格遵守法例 (例如：《中華人民共和國合同法》) 的規定，充分符合高度安全和保密各品牌之商業資料。本集團高度重視品牌資料之保密性，包括品牌所有相關的知識產權及機密資料，當中包括設計圖稿、品牌夥伴資料、商標資訊、開發生產資料、操作手冊及檢測結果等，及以潛在形式存在財產利益或經濟價值的任何形式之機密資訊，並致力維護及保障相關資料。本集團亦要求合作的供應商與其他夥伴一併簽署相關條文以保護品牌的資料安全。此外，本集團亦設有適當的安全系統和措施以防止相關資料於未經授權下被取用。一經發現有供應商或員工洩露相關資訊予他人，本集團將按所簽訂的有效條文或本集團內部獎懲規定嚴格處理。

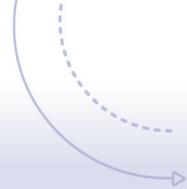
消費客戶

本集團深信保障客戶個人資料是與客戶建立互信關係的關鍵。本集團擁有龐大的消費客戶會員群及會員資料，因此保障會員之個人資料私隱是本集團最關注的議題之一。本集團資訊部門一直實行全面的數據安全系統，規範信息化安全管理工作，遵循國家相關法律法規、行業監管要求及本公司相關保密規定，以確保本集團所收集的數據受到保護，客戶之隱私得到尊重與保障。就本集團之推廣宣傳信息，未經會員同意或已被其拒收，本集團不會向其發送任何商業信息。會員之私隱信息，本集團均予以嚴格保密，除非得到會員的授權或法律另有規定，本集團不會向第三方披露、轉讓、出租／售會員私隱信息。

於報告期間，本集團並無發現違反與產品責任有關之法律及規例 (例如：《中華人民共和國法》、《中華人民共和國網絡安全法》與《中華人民共和國侵權責任法》等) 之重大個案。

5.3 反賄賂及反貪污

「忠誠」為本集團核心價值之一，其中「誠信正直」明確定義為遵循本集團的制度與規定，致力做正確的事，不從事舞弊或任何其他損傷本集團利益的事，堅決打擊一切索賄受賄、貪污等罪行。本集團已制定《企業行為準則》，旨在確保員工在企業經營活動中秉持誠信經營的原則，並維持高標準的職業道德，嚴格遵守法律合規要求，包括反舞弊與反貪污，建立嚴格的內部審查機制和控制系統，確保財務報告的準確性和透明度，對任何貪污、舞弊行為採取零容忍態度。



5 管治 (續)

5.3 反賄賂及反貪污 (續)

本集團一直努力不懈執行誠信正直此核心價值，要求本集團所有員工嚴格遵守個人及專業操守。除堅守法律及規例（例如：《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》與《中華人民共和國懲治貪污條例》等）以防止賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢外，本集團設有《防止賄賂政策》與《舉報政策》（有關詳情請瀏覽本公司網站的「企業管治」分頁），本集團亦有在員工手冊訂明有關反賄賂及反貪污政策與罰則，並編製自律要求、設立有關的舉報渠道與程式及定期檢討內部管理的成效，以捍衛本集團的從業道德，堅守誠信經營，確保穩健發展。本集團鼓勵員工自律自省，有錯誤時能主動承認自己的錯誤，並及時改正；能明辨事非，不循私護短；具備職業道德和素養，操守能經得起考驗；言行一致，信守承諾，能與他人發展信賴關係。為確保與規範員工在對外商業互動及內部經營管理活動中廉潔自律，本集團亦訂有《禮品贈送／收受管理辦法》，以及要求員工簽署「員工從業道德承諾書」。反貪污與誠信實務亦曾為管理層培訓議題之一，管理層對於任何虛偽商業行為採取零容忍態度。而且，本集團與合作供應商訂立的合同（例如：本集團設立《供應商行為準則》）備有防止舞弊的條款，訂明合同雙方須切實以誠信原則履行合同約定，防止任何一方獲得不正當的利益。

於報告期間，本集團已在整體上遵守對本集團有重大影響的相關法律及規例，概無接獲有關對本集團或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件。



6 社會

6.1 員工

6.1.1 員工發展與培訓

本集團鼓勵內部員工積極自我發展，為其提供職業發展平臺，並提供針對性的在職培訓、輔導和課程培訓，幫助員工發掘及持續地提升個人能力，實現自身價值。針對核心業務關鍵崗位人才與人才梯隊建設，本集團制定了多樣化的職能發展機制及職涯發展學習項目。員工可通過崗位輪調或個人發展計劃的項目歷練接觸不同職能和業務模組，拓寬個人發展視野。結合人才梯隊建設，根據員工未來發展潛力，制定個人事業發展計劃，提升員工履職能力及未來成長性，開展職涯發展路徑。

本集團積極宣導持續學習與專業發展，並為員工提供了豐富多樣的培訓項目。本年度，本集團投入大量資源，為員工提出各種培訓，培訓領域涵蓋領導管理、高管策略共識、零售運營、線上運營技巧等。這些培訓不僅有助於員工提升其能力專業技能和知識，還有利於員工更好地適應本公司戰略發展的需求，推動組織整體業績的提升。同時，通過本集團的「寶勝學院」，員工可以隨時隨地學習各種主題的教材，包括中基層管理課程、零售、商品、品牌、行銷等專業類課程，並且根據公司的管理重點和年度重要項目，特別為員工規劃職場影響力課程與辦公軟體課程等，提供員工豐富的學習資源，助員工自身提升，協助本集團長遠發展。由於本年度重點推廣「寶勝學院」線上學習平臺，學習對象涵蓋範圍較廣，以致員工培訓時數較上年度大幅上升。



6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.1 員工發展與培訓(續)

下表載列二零二四及二零二三年本集團員工之培訓百分比與每名員工之平均培訓時數¹：

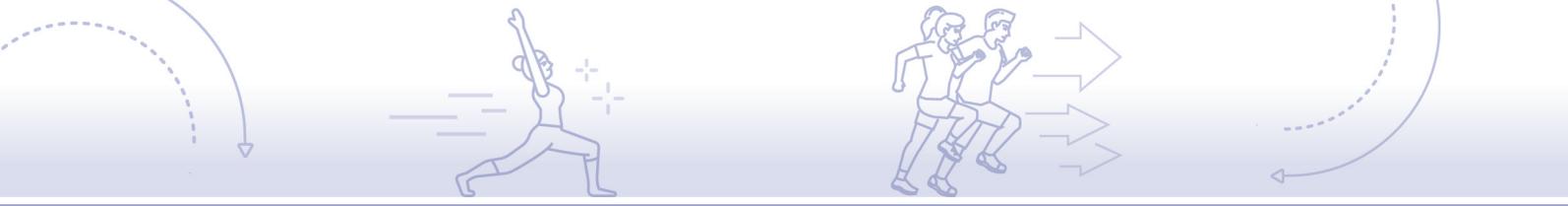
類別	受訓員工百分比 ²		員工平均受訓時數 ³	
	2024	2023	2024	2023
所有員工	134.5%	119.0%	27.5	10.1
按性別				
男	21.7%	21.0%	24.8	10.4
女	78.3%	79.0%	28.2	10.0
按員工類別				
高層	0.5%	0.1%	8.8	0.3
中層	3.6%	1.4%	45.0	1.9
基層	8.8%	5.6%	10.2	3.3
一般	4.2%	3.2%	14.1	2.0
店舖	83.0%	89.8%	29.4	12.0



¹ 數據包括本集團所有全職員工、兼職員工及合約制員工。培訓僅包括由本集團組織之培訓活動。

² 培訓員工百分比 = 培訓員工 / 員工人數 × 100%；按相關類別或性別劃分的培訓員工百分比 = 該類別或性別的培訓員工 / 培訓員工 × 100% (培訓人員指二零二四年全年參加過培訓的員工總人數，包括期間離職人員(不論該員工於本報告期間之結束日是否仍為員工)，而員工人數則以本報告期間之結束日為參照日)。

³ 每名員工平均培訓時數 = 總培訓時數 / 員工總人數；按相關類別或性別劃分的員工平均培訓時數 = 該類別或性別的員工總培訓時數 / 該類別或性別的員工總人數。



6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.2 職業健康與安全

本集團已制定《員工權益政策》，並致力於為員工提供及維護安全健康的工作環境，以防止在工作過程中或使用本集團提供的工具時發生有害健康的事故與傷害。本集團定期進行安全培訓與體檢，確保員工的身心健康，同時舉辦各類團隊建設活動，以增強員工的凝聚力與幸福感。

藉著此理念，本集團實施定期體檢等適當措施保障員工的健康及安全。對於必須在極端溫度下工作的環境(例如：倉庫)之員工，嚴格遵守國家規定給予相關津貼以及後勤保障措施(包括：提供消暑飲品，抗寒衣物以及提醒相關員工注意休息)。各子公司及零售店舖都會配有專業的電工及維修人員，定期巡視店舖情況並給予修繕及維護，避免銷售員因自身非專業人員而引發相關意外及確保員工之安全。所有營業點均通過消防安檢，並配合商場定期進行緊急情況演練以及更換相關設備。

本集團致力於幫助員工在工作與健康生活之間取得平衡，並定期舉辦拓展活動及團隊建立活動，以促進員工的凝聚力與幸福感。此外，本公司人力資源部門(「人力資源部」)在巡店時，關注員工關懷項目的落實，包含了解各店舖員工的工作適應情況、收入與生活狀況、排班與休息安排及人際關係等，並確保員工福利的有效執行。為進一步關懷面臨困難的員工，本集團特別制定《寶勝國際員工急難救援管理辦法》，提供即時支援與協助，確保員工在遇到困難時能夠獲得適切的幫助。

本集團著重在辦公區域日常的健康管理，保障員工具備安全衛生健康的工作環境。除了呼籲員工繼續保持良好的衛生習慣外，本集團常態化施行以下安全措施：

- 每日對辦公室、店舖的洗手間、茶水間等公共區域進行清潔消毒，配備消毒免洗洗手液、消毒櫃；
- 定期清洗辦公區域地毯及冷氣機；及
- 定期委用專業的蟲害防治公司對辦公區域進行滅蟲防護工作。



6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.2 職業健康與安全(續)

本集團重視增強員工安全防範意識、提升員工互助自救能力、外聘專業安全急救團隊及導師及組織安全知識培訓。本集團工傷情況統計如下：

	2024	2023	2022
因工死亡人數	0	0	0
因工傷損失的工作天數	1,639	1,372	1,842

於報告期間，本集團並無發現任何違反與工作場所健康與安全有關之法律及規例(例如：《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》與《中華人民共和國消防法》等)之重大個案。



6 社會(續)

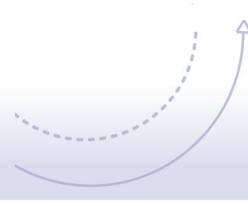
6.1 員工(續)

6.1.3 多元化與平等機會

本集團已制定《員工權益政策》，致力為員工提供一個多元、相容與無歧視的工作環境，平等對待所有員工，尊重員工多元化。同時，本集團承諾遵循國際人權標準，例如《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》、《聯合國工商企業與人權指導原則》、《OECD多國企業指導綱領》、《聯合國消除對婦女一切形式歧視公約》及《國際勞工組織基本原則》，並期望合作夥伴共同提升人權管理意識，確保業務運營不對人權造成負面影響。本集團絕不以性別、種族、族群、宗教、政治取向、殘疾或年齡歧視員工。此乃包括本集團所有僱傭安排，如聘用、調職、招聘、培訓、晉升、操守及薪酬福利水準等，以確保所有員工及職位申請者均享有平等機會及獲得公平待遇。此外，根據《中華人民共和國殘疾人保障法》，本集團在部份合適崗位會聘用殘疾人士。

於報告期間，本集團並無發現任何與人力資源相關的法例和法規(例如：《中華人民共和國工會法》、《中華人民共和國社會保險法》與《中華人民共和國婦女權益保障法》等)的重大不循規事宜。於二零二四年十二月三十一日，本集團員工總數為19,964名。二零二四及二零二三年本集團員工分佈詳情如下：

類別	2024		2023		
	員工分佈 位	%	員工分佈 位	%	
性別	男	3,842	19.2%	4,402	19.9%
	女	16,122	80.8%	17,708	80.1%
合約類別	合約	16,960	85.0%	19,057	86.2%
	永久	3,004	15.1%	3,053	13.8%
年齡組別	30歲以下	5,562	27.9%	6,885	31.1%
	30-39歲	9,926	49.7%	10,788	48.8%
	40-49歲	4,222	21.2%	4,161	18.8%
	50歲或以上	254	1.3%	276	1.3%
地區	中國大陸	19,778	99.1%	21,910	99.1%
	台灣	169	0.9%	183	0.8%
	香港	17	0.1%	17	0.1%



6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.3 多元化與平等機會(續)

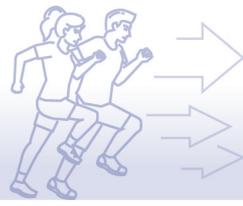
於二零二四及二零二三年，本集團員工按性別、年齡組別及地區劃分之流失率載列如下：

		2024	2023
按性別	男	81.7%	92.8%
	女	50.5%	61.4%
按年齡組別	30歲以下	120.8%⁴	129.8%
	30-39歲	37.6%	44.5%
	40-49歲	16.7%	25.4%
	50歲及以上	48.8%	56.5%
按地區	中國大陸	56.7%	67.6%
	台灣	34.3%	69.4%
	香港	23.5%	17.6%

6.1.4 防止童工或強制勞工

本集團所有子公司、零售店舖及辦公室均嚴格遵守當地法律規定(例如：《禁止使用童工規定》與《未成年工特殊保護規定》)及一系列國際人權標準，例如：《聯合國兒童權利公約》以接軌國際趨勢要求，本集團十分明確禁止任何強制性勞動工作或聘用童工。

⁴ 近年本集團更關注年輕員工的職業規劃，並就此制定試用期內各階段的考核目標。部分年輕員工因無法達到試用期內考核目標，因而提出離職，導致人員流失率上升。



6 社會(續)

6.1 員工(續)

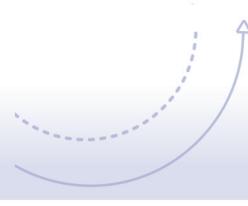
6.1.4 防止童工或強制勞工(續)

按照各地勞動法的要求，本集團所有應聘者均達到當地適用的法定工作年齡。應聘者須於面試時提供身份證明文件，以核實其實際年齡。人力資源部亦會作全面的招聘審查程序，確保應聘者提供的資料正確無誤，並進行背景調查。如在員工獲應聘後發現員工刻意隱瞞身份資訊，會予以解除僱傭關係，如對本集團造成損失，本集團將追究其責任。相反，如是人力資源部發生工作疏漏，造成相關違規情形，會對相關辦理及管理人員予以懲罰及告誡，在嚴重的情況下予以解除職務。在工作安排中，本集團會考慮員工的能力和意願，亦不會要求員工向僱主作出擔保，嚴格杜絕強迫勞工。另外，本集團會定期覆核各業務運作中是否存在聘用童工或強制勞工的情況。於報告期間，本集團並無發現任何違反與防止童工或強制勞工有關之法律及規例之重大個案。

6.1.5 員工福祉

人才是本集團最珍貴的資產，人才的提升是本集團重要的發展方向，本集團對人才發展戰略的理念如下：

- 軟實力提升：導引並深化員工對本集團核心價值(即敬業、忠誠、創新及服務)之認同度，並將之加入績效考核項目當中，以規範標準思維及行為模式，使每位員工的態度與行為都能符合及體現企業文化；
- 硬實力提升：根據發展戰略構建高效組織架構、建立人才績效評價體系與聘選人才平臺及系統，以及規劃人才職涯持續發展；
- 經由持續兼計劃性的人才培育體系，不斷強化人才的知識與技能，以提升組織效能和極大化人才生產力；
- 高績效、高貢獻與高報酬的人才激勵策略；
- 全面建立僱主品牌；及
- 提供與本集團願景相結合之個人理想實現機會，成為人才嚮往之幸福企業。



6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.5 員工福祉(續)

本集團備有完善的員工制度，以系統化管理員工之聘用、薪酬福利、晉升、離職及解僱等事宜。本集團會根據不同崗位的業務性質及任職條件，在網上進行公開招聘，錄用符合崗位條件及本集團文化的員工。此外，本集團亦會按照國家和地方有關法律法規(例如：《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及《香港僱傭條例》)與員工簽訂、續訂、終止或解除勞動合同，並遵照勞動合同的約定履行應盡的義務。

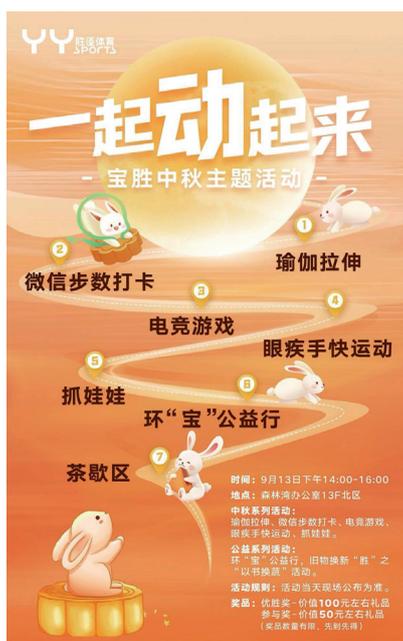
本集團提供具競爭力、公正及公平的薪酬和福利。本集團每年都會進行薪酬市場調研，以確保整體薪酬福利具有競爭力，及以此作為引才及留才的關鍵基礎，亦會根據員工的表現及本集團的薪酬制度，檢討各員工的薪酬福利水準。為與員工共用本公司成長帶來的效益、吸引人才及挽留員工，本集團採納了一項以股份為基礎的獎勵計劃：股份獎勵計劃，有關詳情載於年報的董事會報告內的「股份獎勵計劃」部分。本集團不僅為員工購買符合勞動法規定的社會保險，亦有為員工購買商業醫療保險及提供價格優惠的自選自購家屬醫療保障計劃，以提供全面性醫療保障。員工並且享有各項福利與津貼，如公積金及員工購物優惠等。本集團亦嚴格遵守勞動法規，合理安排工時，以提高員工的生活品質與工作滿意度。

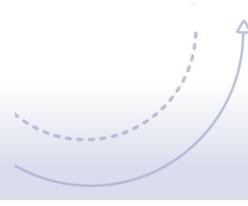
6 社會(續)

6.1 員工(續)

6.1.5 員工福祉(續)

除此之外，本集團為員工塑造一個工作與生活平衡的優質環境，增加員工對本集團的歸屬感，亦能為本集團帶來更多的活力與成長。因此，本集團為員工提供合理的工時與有薪年假安排。除了遵照各地法律規定為員工提供產假和侍產假外，員工亦可享有婚假、恩恤假、考試假與公益假等。本集團亦會定期為員工舉辦各項能讓其身心放鬆、凝聚同事情誼的活動，活動類別包括旅遊、運動、康樂、健康、員工關懷與社區服務等項目。





6 社會(續)

6.2 顧客

6.2.1 客戶服務

本集團的業務模式是以顧客的需要和期望為前提，為顧客提供切合他們需要的最優質產品，並實踐本集團承諾的相關檢定措施，以顧客提供最優質服務為最終目標。本集團設有400勝道體育官方客戶服務熱線，顧客可透過熱線進行各類資訊與產品諮詢及作出投訴。於報告期間內，所接獲的投訴為388宗⁵(二零二三年：740宗)，總數比上一年大幅減少。當中主要投訴內容為服務及工商類投訴等事項，100%所接獲投訴已妥善處理，並無投訴案件需交由相關政府部門處理。本集團會努力與客戶進行工商協調並盡力取得認可。

6.2.2 產品及服務之安全品質

為了給顧客提供更優質的產品保障，本集團嚴格為產品的安全生態品質把關，確保產品安全品質符合要求。本集團之產品與服務不涉及任何形式的不公平商業行為。本集團致力為多元化消費者在運動及生活休閒領域提供優質的商品、全方位的消費體驗與服務。為保障消費者之健康與安全，本集團堅持遵守承諾確保產品質量，為其提供優質合格產品。因此，本集團以維護環保、綠色為己任，精心選擇所提供的產品及服務，以提高人們的生活品質及實現人們的健康夢，成為永續發展的幸福企業。其採購及服務的流程亦會確保產品及服務資訊之透明度及安全性，以防止產品或服務損害消費者權益、健康與安全。

⁵ 此投訴數量為顧客透過熱線作出的投訴總數。二零二四年的熱線呼入總量為42,553通，總接聽量為24,649通。服務態度類投訴佔170宗、工商類投訴佔124宗，及限量款抽籤未中签投訴94宗，合計投訴388宗，投訴均已結案。二零二三年的熱線總呼入量為52,000通，總接聽量為30,357通，當中服務態度類投訴佔222宗、工商類投訴佔57宗、及限量款抽籤未中签投訴461宗，合計投訴740宗，投訴均已結案。



6 社會(續)

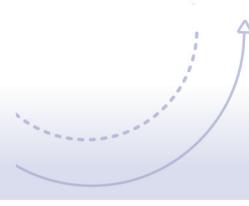
6.2 顧客(續)

6.2.2 產品及服務之安全品質(續)

本集團嚴格遵循各相關產品與服務之法規(例如：《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國產品質量法》與《中華人民共和國消費者權益保護法》等)與國際準則，且嚴禁所有欺騙、誤導、詐欺或任何其他破壞客戶信任、損害客戶權益之行為。對於有品質問題的產品，本集團將根據內部指引及品牌相關規定作相關退換貨流程，以保障所有顧客的利益不受損害。於報告期間內，本集團並無接獲監管部門或消費者有關產品安全的投訴，亦無因產品安全與健康理由而回收任何產品。

6.2.3 供應鏈管理和環保產品的採購

本集團已制定《供應商行為準則》，要求所有合作供應商遵守基本企業社會責任要求，以確保業務合作符合道德標準與法律法規。供應商必須嚴格遵守反舞弊與反貪污規定，禁止任何形式的欺詐和貪污行為，確保交易透明、公正。此外，供應商不得使用任何形式的強迫勞動，包括契約勞工或其他剝削行為，並應確保招聘與用工過程中不因種族、性別、年齡、宗教、殘疾等因素產生歧視。同時，供應商需嚴格遵守當地法律，禁止僱用童工，並確保產品與服務符合行業標準與本集團的品質要求。供應商還需合理安排員工的工作時間，避免過度加班，並支付與市場水準相符的薪酬，讓員工獲得相應薪酬，為其帶來一些可支配收入，提供必要的福利保障。此外，供應商須確保工作環境安全，提供必要的安全培訓與防護措施，以保障員工的健康與職業安全。



6 社會(續)

6.2 顧客(續)

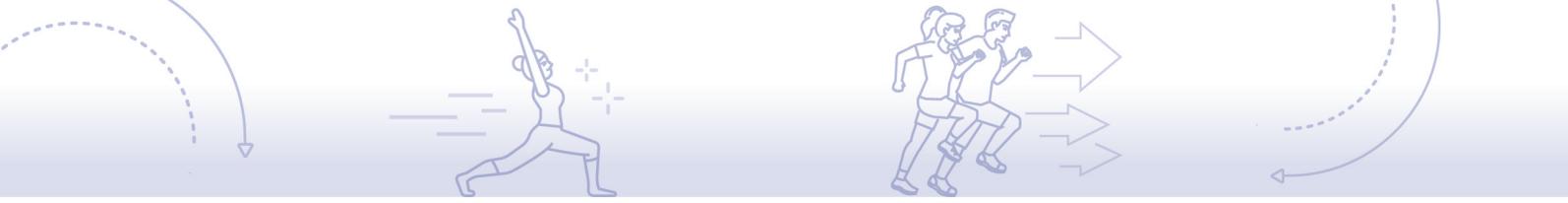
6.2.3 供應鏈管理和環保產品的採購(續)

於重要合作供應商，本集團要求其簽署《廉潔交易承諾書》，確保合作過程符合誠信經營原則，避免不當商業行為的發生。本集團亦要求合作供應商履行環境責任，減少業務活動對環境的影響，並根據供應商類別提出不同的環保要求。品牌公司的主要原材料需符合負責任採購標準，並實施工廠節能減排管理；物流運輸第三方應在運輸環節採取節能減排措施，如優化運輸路線或使用低排放運輸工具；工程外包單位需確保採購的工程材料符合環保標準，並在施工過程中落實環保管理；行政耗材供應商則應確保原材料來源符合負責任採購標準，並在生產過程中實行節能減排管理。為確保環境責任落實，本集團將要求上述主要合作供應商提供相關環保資料，以評估其環境管理措施的有效性，確保供應鏈的可持續發展。

本集團與國際及國內眾多優秀品牌的密切合作，秉持共同成長的理念，本集團在選擇供應商方面要求嚴謹，供應商須在質量監控、服務水準及環保政策方面維持高水準。從供應商提供的產品材料至製造工藝，本集團均有嚴格的生態品質與安全標準。

以下為按地區劃分的合作供應商數目分佈：

地區	數目(家)
中國大陸	98
台灣	3



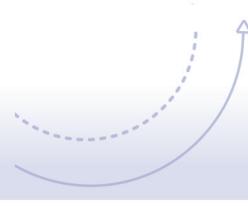
6 社會(續)

6.2 顧客(續)

6.2.3 供應鏈管理和環保產品的採購(續)

本集團實施年度招標制度，根據供應商之質量、價格、送貨時效、環保政策、系統整合能力、合規情況、整體實力及經驗等客觀準則進行甄選，並對所有供應商的資質及社會信用進行審核。當選擇供應商時，本集團採用戰略供應商策略，以控制供應商數量並降低管理成本。本集團不會採用資質及社會信用不合格的供應商。本集團在當中融入了社會責任審核流程，制定《供應商行為守則》，對供應商的環境、社會方面的管理和表現提出要求，嚴格遵守國家的環保標準，例如考慮供應商相關社會風險管理標準、環保政策、新能源運輸車輛配置等整體實力及經驗；優先考慮採用環保技術的耗材及工程材料和在棄置時產生較少有毒物質或含較少有毒物質的耗材及工程材料，盡量在源頭減小對環境的影響。除了驗收質檢以外，本集團採用統一採購模式並每季對相關產品進行抽查監管，確保環保產品的有效性，使監管更加有效。

同時，本集團堅持向所有潛在合作夥伴提供平等機會，並積極參與市場競爭與遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》，以滿足各持份者的不同需求，以及實現提高商品質量同時降低成本、快速響應顧客需求與同時給予顧客更多選擇等目的。本集團今後將持續以創新及服務的理念為多元化的消費者提供優質的商品選擇及全管道的消費體驗，在中國運動生活領域中建立最優質零售商的領導地位。



6 社會(續)

6.3 社區

6.3.1 社會公益

企業的發展離不開社會的支持，感恩社會及回報社會是優秀企業應盡的社會責任。企業作為社會的一分子，有履行社會責任的義務，在追求經濟效益的同時，應該承擔對社會及環境等各個方面的責任。因此本集團在開展業務活動時會優先考慮社區利益，並且高度關注社會慈善公益，力求從不同的範疇更好地服務社群及回饋社會，有效地展開公益活動，以更深入地融入社會，並獲得公眾認可。多年來，本集團積極參與賑災、資助貧困地區等社會公益事務。

本集團在積極參與公益活動的同時也高度關注困難員工，在企業內部設立了以關懷企業內部員工為主旨的《寶勝國際員工急難救助管理辦法》，已成功救助了多名因重疾及突發災害而導致生活困難的員工，以期在經濟上，特別是精神上給予員工支持，體現公司關懷員工及解難濟困的精神。

二零二四年，本集團積極響應中國政府號召，組織及參與各類社會公益活動，如公益跑團、公益瑜珈社、為貧困地區捐贈衣物和款項、為社區孤老提供食物等。

6 社會(續)

6.3 社區(續)

6.3.1 社會公益(續)

總括而言，於報告期間，由本集團總部及各區部舉辦或參與的多項慈善公益活動，參與員工約1,000人，包括但不限於以下活動：

- 寶成工業股份有限公司及本集團共同贊助「南昌馬拉松活動」及「雛鷹運動會」；



- 寶成工業股份有限公司及本集團共同贊助「2024年百城百場計劃」排球公益活動，通過對湖北陽新與黑龍江大慶兩所鄉村小學的基礎場地進行改造，為當地孩子們提供更完善的運動設施。同時，邀請排球專業人士開展培訓，讓更多偏遠地區的兒童及居民有機會接觸並參與排球運動。此外，通過日常排球訓練及鄉村排球賽的組織與實施，進一步提升當地學校及鄉村地區的排球運動水平。該計劃不僅促進了偏遠地區體育教育的發展，也為培養鄉村地區的排球人才搭建了專業的平臺；



6 社會(續)

6.3 社區(續)

6.3.1 社會公益(續)

- 河北區部舉辦多場體育活動，活動費用投入約人民幣14.5萬，以推廣健康生活方式並提升品牌影響力，其中包括(1)「Adidas x 萊美帶風開練」在石家莊華潤萬象城舉行，讓會員體驗萊美運動並提升店舖曝光；(2)「勝道裕彤杯一踏青跑」在裕彤國際體育中心舉行，旨在鼓勵市民參與跑步運動，共吸引600名跑者參加；(3)「勝道人·又見彩‘鴻’—2024天鴻彩虹跑」則在邯鄲天鴻中心廣場舉行，9公里彩虹跑活動促進全民健身與社區互動；(4)「勝道人·燃動蹦床派對」在天鴻廣場舉行，共吸引300人參與蹦床活動，為市民帶來不同運動體驗。



「Adidas x 萊美帶風開練」



「勝道人·又見彩‘鴻’—2024天鴻彩虹跑」



「勝道裕彤杯一踏青跑」



「勝道人·燃動蹦床派對」

6 社會(續)

6.3 社區(續)

6.3.1 社會公益(續)

- 天津區部舉辦「衣舊守護，愛不閒置」二手衣物回收捐贈公益計劃，更獲北京樂予慈善基金會頒授榮譽證書，以表謝意；天津區部每月定期舉辦「公益跑團」及「公益瑜珈社」活動，活動費用投入約人民幣3萬；



- 大連區部組建之大連勝道公益跑團於本年度累計在冊團友約1,500人，是大連市規模最大的公益跑步服務平臺之一，旨在為社會人群提供運動保障及運動社交。公益跑團每年皆定期舉辦公益跑活動，活動費用投入約人民幣3萬。此外，借助跑團，大連區部一直嘗試開展更多元的公益實踐活動，包括環境垃圾清運及急救培訓等，以提高參與人群的社會責任感和擴大社會公益覆蓋範圍；





6 社會(續)

6.3 社區(續)

6.3.1 社會公益(續)

- 北京區部定期舉辦線下跑團活動，不僅促進員工與社區居民的互動交流，還傳遞健康知識，提升大眾對運動的關注與參與度。此外，通過此類活動推廣體育公益理念，鼓勵更多人養成健康的生活方式，傳遞積極向上的正能量；及



- 河南區部組織「蒸蒸日上愛心饅頭」志願活動，為社區提供麵粉及紅糖等蒸饅頭所需物資及為志工提供礦泉水等物資，並將饅頭送至孤寡老人家中關心慰問。





7 環境

本集團一向以保護環境和推廣綠色生活為己任。因此本集團所提供的產品均經過精心挑選，嚴格把控產品的安全生態品質，讓熱愛大自然的持份者無需擔憂產品對地球造成傷害，以共同維護健康、綠色及環保的地球。作為一間體育用品零售商及品牌產品經銷代理，本集團的業務營運不直接涉及通常受相關環保法律及法規所規管及與生產相關而產生之有害廢棄物與水質及土地污染⁶。於報告期間，本集團並無發現違反與環境有關之法律及規例（例如：《中華人民共和國環境保護法》、《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》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》）之重大個案。

本集團作為零售業的一員，在日常營運活動中對環境及天然資源的影響有限，但依然積極推動環保與節能措施。本集團致力管理自身的碳排放，持續優化節能降耗體系，並努力減少廢氣排放及其他可能造成環境污染的因素，如光污染和噪音污染等。此外，本集團亦推行綠色營運理念，並積極向業界標竿企業學習，借鑒他們的優秀實踐案例，以提升環保表現和業務競爭力。

⁶ 於報告期間，本集團作為一間運動服裝和鞋類產品的零售商及分銷商，本集團並沒有產生顯著的有害廢棄物。因此，ESG報告指引中相關之披露要求（關鍵績效指標A1.3）並不適用於本集團。



7 環境(續)

同為體育用品零售商與品牌產品經銷代理，本集團不僅要求自身秉持節能減排的環保理念，亦期望核心供應商積極響應此一號召。本集團鼓勵供應商持續推進節能減排措施，以實踐綠色供應鏈管理，並共同致力於環保與可持續發展的目標。本集團亦積極與合作供應商協調，並落實多項減碳措施以提升本集團能源效率及降低碳排放。本集團希望透過訂立並實施中長遠的減低溫室氣體排放和減廢目標，加上定期監督及檢視本集團的碳排放管理目標的進度以降低溫室效應。當中的措施包括追蹤及監控本集團的店舖、倉庫、車隊和辦公室之資源使用情況，調整碳排放管理方案，建立相應措施，提高業務運營之資源效益；鼓勵員工和供應商在日常業務活動中減少碳排放，包括積極推動資源回收再用，增加他們在環境保護方面的意識；在採購過程中加入ESG因素作考量，優先選用具備可持續發展方針的供應商；和增加運用視像會議以減低商務公幹的需要，以全面減低其他間接溫室氣體的排放。

本集團早於二零二一年已制定主要以二零二三年為界限的短期環境管理目標，至今減排、減廢、節能及節水四個環境管理目標的整體使用量及排放量皆有下降但仍有不足之處。本集團為達成環境管理目標，已於二零二三年初積極溝通，並且已制定二零二三至二零三零年的目標及實施減少廢物與廢氣排放及節省資源的計劃，以彰顯本集團對可持續發展的重視，並進一步減輕營運上所造成的環境負擔。

環境管理目標

減排－碳排放	於其業務策略及日常營運中貫徹「減碳」的觀念，逐步下降每年的碳排放密度。
減廢－包裝物料用量	以二零二三年度為基準，至二零三零年度維持不變。
節能－用電量	以二零二三年度為基準，逐年降低，至二零三零年度減排5%。
節水－用水量	以二零二三年度為基準，至二零三零年度維持不變。

7 環境(續)

7.1 包裝材料使用

本集團希望盡量減少使用包裝材料。本集團所使用的包裝材料主要為物流紙箱與提供予客人使用之購物袋，種類包括塑膠袋、環保袋及紙袋。自二零一三年起，本集團大部分店舖開始使用環保購物袋替代原先的紙袋。於二零二四年，因紙箱和購物袋款式頻繁更換，本集團繼續與品牌方積極進行溝通並展開合作，以減少包裝物料用量，同時逐步以可降解的無紡布袋或紙袋替代塑膠袋，並根據消費者的實質需求而提供適當大小的購物袋，冀最大程度地減少使用塑膠袋。

本集團於本年度已完成梳理物流的紙箱型號和膠帶規格、精簡包裝規格，減少40個紙箱款型和同時減少膠帶寬度(從7.2公分縮減為6公分)，以降低資源浪費，並確保產品包裝方面的可持續性。紙箱規格縮減後，紙箱庫銷比、紙箱倉庫佔用面積及紙箱庫存數量均有下降。由於本年度本集團擴展線上業務加速，所以紙箱使用量比上年度大幅上升。於報告期間，本集團的包裝材料使用量與密度如下：

包裝材料	2024			2023		
	辦公室及 倉庫	店舖	總數	辦公室及 倉庫	店舖	總數
購物袋						
使用量(噸)	53.87	564.61	618.48	16.22	660.25	676.47
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.034	不適用	不適用	0.034 ⁷
膠帶						
使用量(噸)	27.68	79.71	107.39	31.97	79.21	111.18
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.0058	不適用	不適用	0.0055
紙箱						
使用量(噸)	1,251.24	586.71	1,837.95	640.14	553.27	1,193.41
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.0996	不適用	不適用	0.0595

⁷ 由於本年度本集團計算密度方法有調整，所以二零二三年度的密度數據有所變更。



7 環境(續)

7.2 環境影響管理

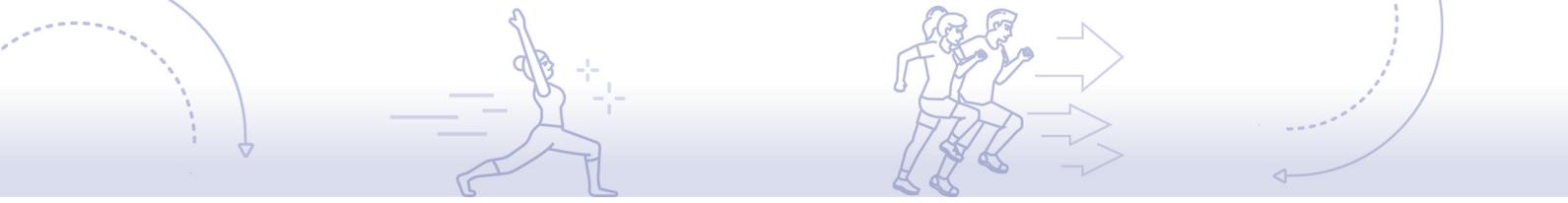
本集團密切監察子公司及零售店舖對環境帶來的潛在影響，致力將本集團營運對環境的影響減至最低。於報告期間，本集團亦同時積極管理其他因業務造成的主要環境影響，包括店舖裝修過程中產生的粉塵、氣味及噪音。此外，本集團之街舖及運動城於店舖外均設有燈箱，而燈箱目前主要以兩種方式設置：(1)LED燈箱，主要用於招牌與品牌標誌展示用途；及(2)射燈，主要用於晚上補充照明廣告宣傳展示板。

為更好地控制及減少對環境的影響，本集團已採取以下主要措施：

- 裝修物料：本集團選擇裝修物料以及裝修公司均有嚴格的要求，以保證在裝修完成後，員工及顧客到店消費時不受氣味及有毒物質危害。
- 粉塵及氣味：裝修範圍以圍擋封閉，並以水霧噴灑以減低粉塵及氣味的散播。
- 噪音：裝修範圍以圍擋添加岩棉以減少噪音擴散。
- 燈箱：本集團會定期檢視燈箱於晚上開啟的時間並因應實際營業情況將之縮短，以減少光污染及能源損耗。

本集團一直十分關注各子公司及零售店舖的資源使用情況，推廣綠色營運，並遵守《中華人民共和國節約能源法》。本集團致力提升能源效益和減少浪費，以達致最佳的資源運用。本集團鼓勵員工關閉閒置的照明系統、電腦及電子器材以節約能源，盡量減少使用紙張，採用視像或以其他通話方式進行聯絡及會議替代商務行程以減少飛行次數。

本集團不僅鼓勵員工節省資源，亦同時為各子公司及零售店舖制訂各種能源消耗指標並進行定期監控，以確保所有能源均可用得其所。同時，本集團亦會對員工進行相關宣導、教育和培訓。除了提高員工環保意識外，本集團亦致力推動客戶環保意識，如減少使用包裝物料及倡導消費者自備環保袋的習慣等。



7 環境(續)

7.3 氣候相關披露

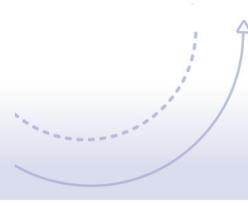
極端天氣如強颱風、冰雹、暴雨水浸和熱浪等情況會對零售店舖、供應鏈及客戶安全帶來挑戰。本集團致力透過評估、識別和管理氣候變化相關的潛在風險與機遇，逐步建立本集團在氣候變化下的復原能力，希望能透過氣候變化政策採取適當措施及設立有效的協調機制，以減緩氣候變化對業務營運所帶來的直接或間接影響。本集團將定期或有需要對氣候變化政策進行檢討，以確保其相關性和效益。

針對經銷和零售行業的特質，本集團會持續評估氣候變化之相關風險的影響和業務機遇，並制訂合適的作業流程和措施，以預防或減少氣候變化對於本集團現有資產或業務營運可造成的破壞和損害，並積極把握氣候變化所帶來的機遇和適應氣候變化帶來的衝擊。

本集團亦已考慮氣候變化對短期至長期現金流、融資渠道及資本成本的影響。

此外，本集團為增強對氣候變化的抗禦力，將投放充足的資源以加強本集團的應變能力，並監察氣候變化對業務(包括貨品運輸、倉庫存放和店舖營運)的影響，定期進行反饋。本集團已經將氣候變化管理程式與機制納入整體的風險管理機制內，將其整合至本集團風險管理制度中，辨識潛在風險的脆弱性及影響程度。透過內部及／或外部通訊平臺、培訓及其他方法與持份者(例如業主及供應商等)進行溝通和接觸，傳達氣候變化影響相關的資訊以及本集團的氣候變化策略，以共同提升抵禦氣候變化的能力。除本報告披露者外，本集團亦有在年報披露與氣候變化有關的風險及其管理措施，可查閱年報的董事會報告內的「主要風險及不確定因素」部份。

目前本集團屬低碳排企業，未來將持續通過總部調控，各運營單位落實執行相關降低單位元排放密度的相關工作來保持碳排放密度的持續減緩，以維護客戶與投資者對本集團的持續信任。



7 環境 (續)

7.3 氣候相關披露 (續)

ESG工作專責小組分析了本集團的投資組合中容易受到氣候風險和機遇影響的資產，並收集了受影響業務部門的相關數據，分析了直接和間接財務影響，最後識別出以下風險和機遇。

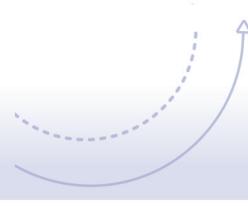
氣候風險類型	風險來源與描述	潛在財務影響	應對舉措
實體風險 (急性風險)	極端天氣事件(高溫、暴雨等)的嚴重性和頻率增加	<ul style="list-style-type: none">對門店正常運營產生嚴重影響，導致店舖客流下降，影響銷售達成貨品、設施、人員損失增加運營成本投入；處理不當會帶來系列風險影響	<ul style="list-style-type: none">加強線上渠道(包括公域和私域)銷售的能力，減少極端天氣對於線下銷售的影響制定風險預案，成立應急小組多宣貫、提高員工的風險防範意識定期做好安全隱患排查
市場風險	碳排放政策將促使市場運輸工具加速電動化	<ul style="list-style-type: none">運輸費用及時效將會有所影響，供貨商資質將有所限制	<ul style="list-style-type: none">遴選合規運輸商，將碳排放需求轉嫁至運輸商分攤



7 環境 (續)

7.3 氣候相關披露 (續)

氣候風險類型	風險來源與描述	潛在財務影響	應對舉措
政策及法律風險	碳達峰、碳中和政策指引對辦公環境影響及要求更為嚴格	<ul style="list-style-type: none"> • 碳達峰與碳中和政策推行，政府對企業環保要求日益嚴格 • 涉及能耗標準、碳排放管理、綠色供應鏈建設等方面 • 隨著消費者環保意識的提升，對非環保產品或企業的接受度下降，會進一步降低消費意願 	<ul style="list-style-type: none"> • 加強碳排放管理，優化供應鏈的可持續性 • 參與綠色認證與環境標準評估，確保業務符合可持續發展要求
技術風險	極端天氣導致員工遠程辦公不便，從而導致的效能降低	<ul style="list-style-type: none"> • 溝通成本導致經營成本的增加 	<ul style="list-style-type: none"> • 提供穩定的遠程辦公技術設施及辦公工具，保障線上辦公便利條件



7 環境(續)

7.3 氣候相關披露(續)

氣候相關機遇	機遇分析	應對措施
人類生活型態和價值觀的轉變	<ul style="list-style-type: none"> 隨著環保意識被大眾接受，過往大量製造、廉價消費、超額購買的生活方式將被捨棄，轉變成珍惜資源、減少浪費、回收再利用的新生活型態 	<ul style="list-style-type: none"> 重新塑造品牌形象和企業文化
企業加強員工保障措施並提高勞動權益合規要求	<ul style="list-style-type: none"> 完善員工保護制度，提升企業管理能力，致力營造平等、包容的工作環境，打造優秀僱主品牌 	<ul style="list-style-type: none"> 人力資源部充分與政府及各分公司相關部門互動，協助完善相關政策及配套培訓工具，提升企業經營及運營能力 實施《員工權益政策》以維護員工的權益

根據ESG工作專責小組對近年來極端天氣事件發生頻率和嚴重程度的分析，本集團預計，如果不採取風險降低措施，將造成資產損失和供應鏈中斷等重大事故。為了減輕這些風險，ESG工作專責小組製定了計劃來升級本集團的設施，擬規劃儲備防洪物資，本集團也計劃聘請顧問來優化企業風險管理政策及其實施，以增強其抵禦極端天氣條件的能力。

7 環境(續)

7.4 用水效益與節水

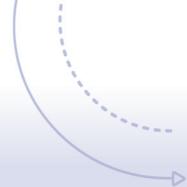
本集團之用水主要為員工生活用水。為響應環保，本集團辦公室飲用水大部分已由桶裝水改為直飲水，以減少二次污染與對環境的傷害。於報告期間，本集團的用水總量與密度如下：

用水 ⁸	2024			2023		
	辦公室及 倉庫	店舖	總數	辦公室及 倉庫	店舖	總數
耗水量(立方米)	73,602	12,916	86,518	103,951	13,774	117,725
密度(立方米/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	4.69	不適用	不適用	5.87 ⁷

於報告期間，本集團沒有遇到求取適用水源的問題，並實行了以下計劃以減少耗水量和達成節水目標：

- 通過辦公室及線上平臺宣導「節水」理念並持續強化，例如在洗滌盆旁張貼標示及通告，提醒大家珍惜每一滴水，組織節約用水相關的活動；
- 使用節水水龍頭及節水馬桶等節水設備，例如在水龍頭加裝感應閥來控制用水量，以減少約5%的耗水量；及
- 派專人巡查用水水管及水箱是否有漏水的情況，以節省約5%耗水量。

⁸ 上述統計數據涵蓋本集團各不同營運單位(包括零售直營店、百貨公司專櫃、運動城及辦公室)之用水量，用水量是依據水務機構或物業管理公司提供之水費單估算或計算，惟部分單據未必按實際用水量計算費用。



7 環境(續)

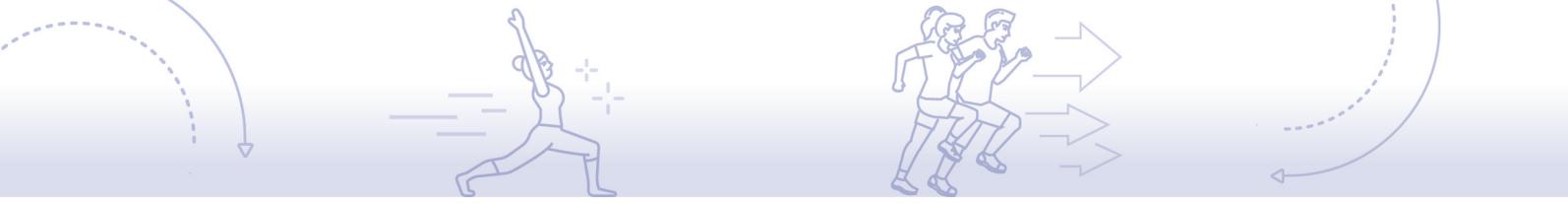
7.5 能源使用

於報告期間，本集團的能源總耗量與密度⁹如下：

能源種類	2024			2023		
	辦公室及 倉庫	店舖	總數	辦公室及 倉庫	店舖	總數
市電						
耗量(千瓦時)	4,693,648	80,403,856	85,097,504	5,397,603	85,127,448	90,525,051
密度(千瓦時/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	4,611.35	不適用	不適用	4,511.70 ⁷
汽油						
耗量(升)	134,743.15	0	134,743.15	140,835.87	0	140,835.87
密度(升/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	7.30	不適用	不適用	7.02 ⁷
柴油						
耗量(升)	32,537.17	0	32,537.17	36,551.73	25.05	36,576.78
密度(升/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	1.76	不適用	不適用	1.82 ⁷

由於本年度浙江區部倉庫的整體貨品運輸數量減少及淘汰了一輛年份較久的車輛，所以柴油耗量比上年度減少。其次，本年度本集團沒有使用任何天然氣(二零二三年：488立方米)，乃由於台灣區部的其中一個營業點結束營業，故無使用量。

⁹ 統計數據並不包括本集團無法直接管控的能源消耗。

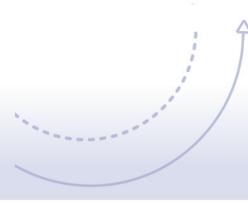


7 環境(續)

7.5 能源使用(續)

本集團主要耗電設備以店舖商業照明及空調為主，本集團致力於節能、節電技術革新，力爭有新的突破，因此商業照明會逐步替換為LED節能光源，爭取80%以上的新開店舖皆使用LED節能光源；規定新安裝的空調必須為節能空調；針對原有用電設施進行技術更新，加裝節能和智能設備；於業務層面提升經營坪效，以降低營收單位所耗用的電量，逐步達到二零二零年的節電目標。由於本年度本集團實行精簡辦公室及其他節能措施，所以市電耗量比上年減少。本集團於報告期間已實行如下若干節能措施：

- 辦公室、倉庫和店舖按照不同時間段及人流情況，分區調整燈光、空調的使用需求，提倡人走及時關閉電源、空調設備等關閉，如午休期間關閉；
- 精簡辦公室面積，減少各項用電損耗，本年度辦公室用電節省703,955千瓦時；
- 各營運點裝修時會盡量選擇節能材質的燈具與器材，亦會採用節能的空間規劃；
- 探討新型節能燈管取代傳統節能燈管的可行性方案，預計2025年推動實施；本年度本集團重點專案「今雨薈勝道倉」，賣場內全部安裝智能燈具，通過智能設備控制變壓器與電阻器，模組化調光改變電壓電流節降電耗，根據賣場使用場景自動調整光源亮度；
- 通過視像及多方電話會議與客戶、品牌夥伴及子公司等進行溝通，以減少約20%出差頻率；
- 本公司董事會、其董事委員會之會議以及股東週年大會絕大部分採用視像、電話或混合會議方式進行，進一步減少燃料消耗及廢氣排放；
- 合理分配商務車的使用和鼓勵搭乘軌道交通，減少油耗產生，同時積極推動新能源車輛使用，本年度節省油耗13,646升；



7 環境(續)

7.5 能源使用(續)

- 設備在充滿電後及時拔掉插頭，以減少浪費電力與對電池的損耗，以節省約1-2%的電力；
- 辦公區域增加自然採光，降低用電消耗；
- 高溫和寒冷季節，提前檢查門窗漏風情況，及時加裝牢固或安裝防風簾，減少能源消耗；
- 節電政策納入零售主管巡店清單內，提升全員節電管控意識；及
- 空調設備定期保養，減少因空調設備問題而造成的能源浪費。

本集團亦於本年度針對各區辦公室單位面積用電進行深入分析。針對用電超出平均標準的區部，本集團將逐個查找原因，並逐步實施改進措施，以降低能源消耗。

7.6 無害廢棄物處理

本集團積極實踐環保工作，在日常營運及商業活動中減少製造廢物，例如使用可回收再生利用的製品：印表機墨水匣可多次加墨水使用，或可降解材料製成品：門市購物袋使用環保袋。近年中國政府於重點城市積極推行生活垃圾分類工作，建立生活垃圾分類處理系統。本集團旗下子公司及零售店舖定必責無旁貸，嚴格遵守及執行各地方所訂明的廢物管理制度、管理辦法及法規（例如：《上海市生活垃圾管理條例》及《上海市生活垃圾分類投放指引》）。本集團嚴格區分廢棄物種類，對乾垃圾、濕垃圾、有害垃圾及可回收垃圾等作有效分類處理，並且不時對員工進行宣導。在進行分類後，廢棄物會交予相關合資格處理公司進行處理與回收。本集團所產生的無害廢棄物主要為裝修店舖所產生之廢棄物及生活垃圾，生活垃圾包括紙張、紙箱、墨盒及硒鼓。

7 環境(續)

7.6 無害廢棄物處理(續)

於報告期間，本集團所產生的無害廢棄物總量與密度如下：

無害廢棄物 ¹⁰	2024			2023		
	辦公室及 倉庫	店舖	總數	辦公室及 倉庫	店舖	總數
生活垃圾						
總量(噸)	163.32	66.11	229.42	41.65	68.25	109.90
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.0124	不適用	不適用	0.0055 ⁷
裝修廢棄物 ¹¹						
總量(噸)	38.11	2,061.96	2,100.07	75.27	2,369.91	2,445.18
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.11	不適用	不適用	0.12

由於本年度本集團的部分逆物流業務由外包轉變為本集團內部作業，紙箱的消耗量比上年度大幅上升，所以生活垃圾總量比上年度增加。在減少廢棄物產生方面，本集團主要從源頭著手，減少資源之使用與浪費，從而減少廢棄物之產生。

¹⁰ 統計數據涵蓋本集團於中國大陸、台灣及香港各不同營運單位(包括零售直營店、百貨公司專櫃、運動城及辦公室)於營運時產生的無害廢棄物，並不包括由客戶或其他來源產生且本集團無法直接管控的無害廢棄物。當中，裝修廢棄物總量乃包含本集團交予裝修承辦商統一處理之裝修垃圾。

¹¹ 本集團委託施工單位按照城市渣土辦要求統一把裝修垃圾運至處理點，並交由裝修承包商統一處理裝修廢棄物。為提升數據質量，裝修廢棄物會為實質總量。



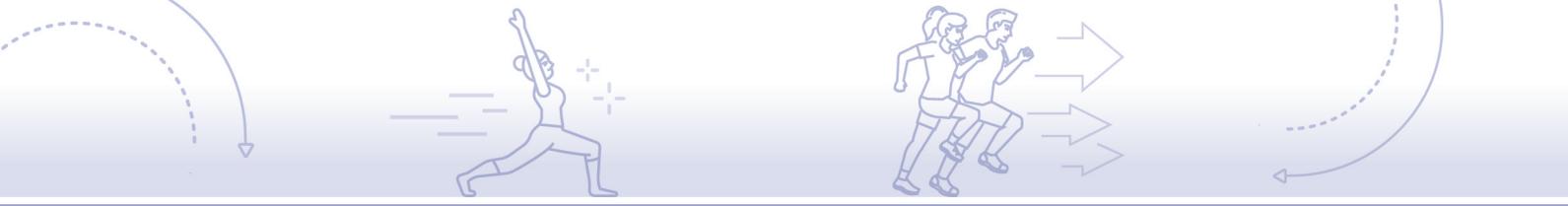
7 環境(續)

7.6 無害廢棄物處理(續)

於報告期間，本集團實行了以下計劃以減少廢棄物：

- 店舖休業或裝修時拆除之原有可用資材及設備(如貨架、道具、空調及電視等)會統一存放於各區倉庫，以便於下次開店時循環使用，每年再重用資材及設備約600噸；
- 針對裝修廢棄物，強調施工現場的垃圾分類處理，由裝修廠商整理裝袋後，交由環境衛生部門統一處理；
- 辦公室生活垃圾、回收廢紙及墨盒、廢棄紙箱等交由專業機構回收處理；
- 評估常用設施設備以及耗材，選擇設計更耐用的產品，增加使用壽命，減少廢氣物產生，如耐用的LED平板燈；及
- 提升二手辦公家具及其他可循環使用物件之使用率，員工可透過本集團內部舉行的環保活動或二手市場採購，推動二手市場及共享經濟。



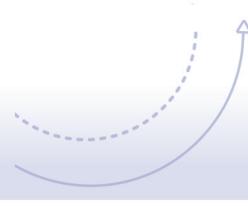


7 環境(續)

7.7 業務營運過程中所產生的排放

由於本集團主要從事零售業務，本集團的氣體排放主要源自使用及購買市電、汽油、柴油及天然氣所引致的溫室氣體(包括二氧化碳、甲烷及氧化亞氮)排放。本集團會持續關注業務營運對環境所帶來的影響，並實施各種節約措施，例如：

- 在本集團內部通過不同的形式(電郵、意見箱、問卷等)廣泛收集員工在營運過程中提出的環保改善建議，並篩選及實施合適可行的建議；
- 定期追蹤車輛油耗，針對油耗較大的車輛將及時檢修，持續油耗較高的車輛適時給予汰換，在報告期間，本集團已對車輛管理制度進行修訂，持續選擇使用新能源車輛替換老舊車輛，截至二零二四年，本集團已採購6輛新能源車；
- 本年度本集團持續與環保紙箱製造商合作，環保紙箱主要以再生紙製造，每1公斤低碳造紙較傳統造紙排碳減少5.3公斤，二零二四年環保紙箱採購量為419.75噸，減少碳排放2,224.68噸；及
- 優化並落實相關辦公室與店舖等經營場所的節電方案，例如：注意用電量變化，透過分析找出問題；提前檢查設施設備問題，以減少能源浪費；關注新型節能設備，透過試點，找到最適配的節能設施，降本增效。



7 環境(續)

7.7 業務營運過程中所產生的排放(續)

希望藉此幫助減少相應的溫室氣體碳排放量和實現本集團所訂立的目標。於報告期間內，本集團的業務營運所產生的溫室氣體碳排放量如下：

溫室氣體二氧化碳當量 ¹²	2024			2023		
	辦公室及 倉庫	店舖	總數	辦公室及 倉庫	店舖	總數
直接(範圍1)溫室 氣體排放量(噸) ¹³	447.07	0.00	447.07	471.80	1.07	472.88
間接(範圍2)溫室 氣體排放量(噸) ¹⁴	2,511.05	43,144.71	45,655.76	3,066.68	48,529.72	51,596.40
其他(範圍3)間接 溫室氣體排放(噸) ¹⁵	不適用	不適用	29,448.76	不適用	不適用	不適用
範圍1及範圍2密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	2.50	不適用	不適用	2.60 ⁷
範圍1、範圍2及範圍3總密度 (噸/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	4.09	不適用	不適用	不適用

¹² 二氧化碳排放當量乃參照世界企業永續發展協會(WBCSD)與世界資源研究院(WRI)出版之《溫室氣體盤查議定書》、聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》、中國國家發展和改革委員會應對氣候變化司公佈之《中國區域電網基準線排放因數》及台灣經濟部能源局電力排放系數計算。

¹³ 範圍1涵蓋由本集團擁有或控制的業務直接產生的溫室氣體排放，包括汽油、柴油和天然氣消耗。

¹⁴ 範圍2涵蓋由本集團擁有或控制的業務間接產生的溫室氣體排放即電力消耗。

¹⁵ 範圍3涵蓋由本集團價值鏈產生之間接溫室氣體排放(不包括於範圍2溫室氣體排放中)，包括上游及下游二者之排放。本集團已於本年度評估並確定相關的範圍3類別，未來將繼續檢視集團發展方向，優化數據收集。



7 環境(續)

7.8 可持續發展培訓

為了幫助員工更好地理解 and 應對市場上可持續發展的趨勢，本集團積極組織了各類可持續發展培訓活動，旨在提升員工個人能力，為本公司實現永續發展的願景。在本年度，本集團邀請了SGS通標標準技術服務有限公司為員工講解溫室氣體盤查的相關事項。培訓內容包括碳排放核查工作的背景、標準、原則、組織邊界、排放源識別及計算演練、核查的原則和要求等。針對本公司所處的製鞋業，培訓亦介紹相關的溫室氣體盤查做法，如溫室氣體量化計算方式、排放清冊及報告書填寫重點、供應商稽核應對及佐證資料準備。這些培訓有助員工深入瞭解碳排放核查工作的重要性及實施方法，協助公司實踐減排目標。

此外，本集團亦為員工提供有關氣候變化及氣候風險等相關議題的培訓，目標是加深員工對氣候風險的相關報告法規的認識。同時，培訓亦包括同行於可持續發展的表現，幫助員工了解市場動向。

除了正式的培訓外，本集團還會定期組織環保公益系列活動，鼓勵員工參與。這些活動包括分享及交換家中不再使用的二手物品，或將這些物品捐贈給需要的人，從而賦予這些物品新的生命。本集團期望員工不僅在職場上，也能在日常生活中支持和實踐可持續發展的理念。這種做法不僅有助於減少廢物，還能提高資源的再利用效率，進一步推動環境保護的目標。



寶勝國際（控股）有限公司
POU SHENG INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED



SPORTS WAKE UP YOUR LIFE

