



2019 環境、社會及 管治報告

GXG

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

CONTENTS

2 環境、社會及管治報告概覽

2 本集團的主要業務及使命

5 質量控制及客戶權益

7 僱員權益保障

10 環境績效分析

14 回饋社會

環境、社會及管治報告

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及其附屬公司（「**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**」）所秉持的原則及本集團對企業社會責任所提出的願景和承諾。

本環境、社會及管治報告乃按照香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「**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**」）編製而成。

本環境、社會及管治報告覆蓋期間為2019年1月1日至2019年12月31日（「**2019財年**」）。本環境、社會及管治報告內容主要集中於本集團核心業務，及其可持續發展實踐並履行企業社會責任的整體表現。

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、社會及管治報告的內容主要集中在本集團庫房、零售店、總部及分公司。

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。憑藉對時裝行業的經驗、多品牌發展及執行能力，本集團拓展品牌，做好充分準備把握未來市場機遇。本集團於2007年首次推出其旗艦GXG品牌產品，於2010年引入gxg jeans，迎合不同的男裝風格，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裝備行業，本集團於2014年推出運動休閒服裝品牌Yatlas，並於2017年推出運動表現服品牌2XU。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。

2.2 環境、社會及管治使命

本集團在環境保護及企業管治領域投入大量資源及資金。本集團致力於將可持續發展融入其日常經營中，視可持續發展為本集團長期發展的關鍵。為實現其業務目標，本集團十分重視業務發展需要與履行自身環境、社會及管治責任之間的平衡。

2.3 與持份者溝通

本集團認為，了解其持份者的需求有助於為本集團長期發展與成功建立穩固的基礎。本集團擁有龐大持份者網絡，包括投資者、客戶、僱員、供應商及業務夥伴以及政府及其他監管機構。

持份者團體	參與渠道	期望與需求
投資者	- 股東會議 - 年度報告 - 通函及公告 - 業績電話會議 - 投資者會議	- 業務策略及業務可持續性 - 財務業績 - 企業管治
客戶	- 線上客戶服務 - 微信公眾號 - 電話熱線 - 線下店鋪銷售	- 產品質量 - 產品安全 - 價格透明度 - 服務質量與可信度
僱員	- 工會 - 員工交流會 - 內部公告欄 - 電話熱線及郵箱 - 線上企業團體	- 培訓及發展 - 員工薪酬 - 權益 - 工作時數 - 平等
供應商及業務夥伴	- 本公司官方網站 - 電話熱線 - 公眾號	- 公平競爭 - 行業合作與發展
政府及其他監管機構	- 持牌機構的監管數據報告 - 政府領導實地考察	- 法律法規合規 - 接受詢問／訪問
社區團體	透過相關社會慈善團體溝通	- 環境保護 - 社區責任

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，利用線上線下優勢，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，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。本集團已徹底開發兩個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，而供應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

本集團已在其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，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。本集團通過建立高效的運營模式，更有效地利用資源並減少業務運營中的整體能源消耗。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。本集團以人為本，並通過在僱用平等、培訓及發展以及僱員福利等方面維持高標準以體現此原則。為避免任何潛在的商業或法律衝突及違規，本集團對知識產權申請及備案制定清晰及詳細的指引。本集團持續關注消費者、投資者及僱員的權益保障，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《國家紡織產品基本安全技術規範(GB 18401-2010)》及《消費品使用說明－紡織品和服裝使用說明(GB 5296.4)》，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，本集團進一步提高其本已嚴格的標準制度及其內部標準制度及更好地保障產品質量。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，最終保障其品牌聲譽。

本集團在業務運營的所有方面均強調質量控制並竭力確保其產品符合所有內部參照標準及規格。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。為確保質量標準化，本集團亦特別跟進關鍵環節。在進行生產之前及在生產過程中，產品均會嚴格遵照本集團預先生產的樣品進行檢驗。在生產初期階段，管理層致力於預防出現任何缺陷並對其作出初步修改。未能通過質量檢查的產品將會退回工廠防止流入市場。倘本集團在產品進入市場後因產品質量問題收到大量投訴，本集團在進行質量控制驗證後會隨即發佈產品召回通告，通知相關門店按照內部相關政策退回事關產品。

截至2019年12月31日，本集團概無因安全及健康原因召回售出產品。

3.3 供應鏈管理

本集團於截至2019年12月31日擁有合共421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。本集團就評估及甄選供應商制定清晰標準，候選者須滿足以下要求方可獲選為本集團供應商：1)具備一定的生產能力(人員配備通常不少於100人)；2)在工商局正式登記及擁有充足的財務資金；3)擁有完整的產品質量管理系統；及4)擁有充足的生產設備及／或一定的研發能力以及擁有自身外包渠道。本集團定期參觀供應商的工廠以監督其生產流程並為未來改進提供建議。供應商須審閱該等建議及意見，然後作出具體變動及修正，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材料發出《處置標準及處罰辦法》，據此，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、規劃部門、質控部門及售後部門會根據供應商的缺陷率及投訴率對其定期進行評分及評級。本集團隨後根據有關評級決定對該等供應商的日後採購數量。

本集團亦就下游分銷商制定詳細的甄選標準。所有分銷商須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；及5)熟悉當地銷售渠道並與其業務夥伴擁有良好關係。

於2019財年，本集團與合共407名下游分銷商合作。與個人分銷商的合作乃基於雙方同意，且雙方簽署載有詳細條款的合約。

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，並尋求通過認真聽取客戶建議和及時解決投訴及糾紛發展其業務。本集團的銷售團隊受訓處理可能來自終端客戶的任何投訴，包括核實商品任何據稱缺陷。於2019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

本集團已委任其售後部門專門處理客戶投訴。於收到客戶的投訴後，售後部門將先與客戶溝通，協商可能的解決方案。在缺陷或瑕疵並非由客戶導致的情況下，產品會在退回後於客戶同意的情況下再加工或另行退換或退款。

本集團會在每季度對售後收到的質量問題進行數據分析，以分析質量問題的原因及對供應商作出質量整改，有關數據將載入供應商的質量評估內。

3.5 知識產權管理

為規範本集團設計版權及商標的使用，避免因未及時申報知識產權保護而造成權益損失或侵權發生，以及減少該類經濟風險及損失，本集團發佈《知識產權登記申請規範》，當中規定可以申請登記的知識產權類型及申請程序。

3.6 客戶資料保護及私隱政策

本集團致力於保護客戶個人資料的私隱。要求信息技術部定期監控IT系統，檢查程式是否按規則及程序運行，並記錄監控結果。對系統及客戶資料的訪問須仔細記錄，並且業務部負責人及信息技術部負責人需定期審查訪問系統權限的合理性。

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，並已建立明確界定其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。

就員工解僱而言，本集團於員工手冊中明確載列視為嚴重違法紀律的行為，例如提供虛假個人信息或虛假假條、洩露本集團商業機密以及向客戶、供應商或其他第三方索求或接受佣金或禮品。倘本集團透過暴力、威脅手段強迫員工工作或非法限制員工的人身自由或強制員工進行可能會危及彼等人身安全的危險操作，員工亦可隨時與本集團終止勞工合約關係。

4.1.2 僱員僱用狀況

截至2019年12月31日，本集團的僱用狀況如下：

按性別

男	40.6%
女	59.4%

按教育背景

本科及以上學歷	37.7%
專科學歷	36.6%
職業學校及高中學歷	16.0%
初中學歷及以下	9.7%

按年齡

30歲及以下	59.6%
31至50歲	39.7%
51歲及以上	0.7%

截至2019年12月31日，本集團僱員總數為811人。按性別來看，女性僱員比例高於男性僱員。按年齡段來看，年輕僱員人數相當多，且大多數僱員年齡在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男裝行業的能力。按教育背景來看，本集團超過70%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2019財年，本集團的僱員總流失比率為24.9%，主要是正常業務活動所致。本集團相當重視整體員工流失比率，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。

本集團銳意建立包容、尊重和令人愉悅的企業文化。本集團透過開展多元化的活動，鼓勵僱員在保持工作積極性的同時關顧身心健康。這些活動旨在增強員工對本集團的歸屬感，從而降低流失比率。

4.1.4 僱員晉升

本集團為表現出色的僱員提供具有吸引力的晉升渠道。僱員的出勤率亦會作為未來晉升、加薪、培訓、海外工作及選拔優秀僱員的基準之一。

本集團致力建立清晰透明的發展路徑及晉升機制，以增進新僱員的進取精神及動力。

4.1.5 工作時數及假期

僱員手冊訂明本集團僱員的工作時數。僱員的正式工作時數為週一至週五，每日八小時。除此之外，本集團亦針對管理團隊實施靈活的工作時數制度。本集團已建立出勤制度，規範僱員的工作時數和休假。

4.2 僱員薪酬及福利

為吸引、激勵及留住人才，本集團為僱員提供全面而有競爭力的薪酬計劃。

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全面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：

— 年假

本集團僱員享有年假。僱員有權享有個人年假，具體的年假權利應參考僱員的累計工作年限確定。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；

一 病假

僱員有權享有病假，在此期間，僱員根據適用的法律法規有權領取本集團的工資。

一 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。上述所有權利於僱員手冊中訂明。

本集團設有獎勵制度，僱員如在一個月內全勤即可獲得獎勵。此舉旨在獎勵勤奮的僱員。在一個月內全勤的僱員將獲得現金獎勵，金額由人民幣100元至人民幣500元不等，具體視乎僱員職位而定。

除法定福利外，本集團透過多種方式，為僱員提供各種額外福利，例如旅遊活動、內部聚會。

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。

所有通過試用期的僱員均有權接受年度健康檢查。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，包括電動鏟車的操作，在操作之前必須對車輛進行全面檢查，操作期間嚴格禁止使用手機。違反相關指示的僱員將面臨罰款。所有車輛均由指定僱員每250個小時維護一次，以確保操作期間的安全。

本集團亦舉辦培訓及講座，幫助僱員掌握消防知識、正確使用滅火器及在發生任何危機時必要的逃生技巧。

於2019財年，並無員工因工傷損失工作日數，或因工作關係導致死亡。

4.4 僱員發展及培訓情況

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，高度重視促進僱員發展，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。本集團有序、高效地開展職業培訓和專項培訓，以提高僱員的學習能力及知識水平，促進僱員的職業發展能力。

於2019財年，本集團為僱員提供61項培訓活動，共有1,354人次參加，時間合共為427小時。培訓主題包括針對新員工的入職培訓、內部分享、受邀講師及專業培訓。

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《中華人民共和國未成年人保護法》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。

4.6 反賄賂及反欺詐措施

本集團嚴格遵守相關法律法規，包括《中華人民共和國刑法》以及《中華人民共和國反不正當競爭法》，並堅決抵抗賄賂、敲詐、詐騙及洗黑錢等行為。

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。

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

於2019財年，本集團並未涉及任何與貪污有關的訴訟。

5 環境績效分析

本集團非常重視生產及營運過程所造成的環境影響。此外，為遵守所有相關環境法律法規，本集團在營運過程中努力實現可持續發展。

5.1 企業廢棄物分析

5.1.1 企業廢棄物相關指標分析

— 廢氣總排放量及排放密度

本集團嚴格遵守相關法律法規，例如由全國人民代表大會常務委員會於2018年10月26日修訂的《中華人民共和國大氣污染防治法（2018年修訂）》、國務院於2018年6月27日發佈的《打贏藍天保衛戰三年行動計劃》、環境保護部於2017年4月10日發佈的《國家環境保護標準十三五規劃》。

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(NOx)、硫氧化物(SOx)及懸浮顆粒物(PM)。

本集團於2019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)	670.5	18.0
硫氧化物(SO _x)	0.6	0.02
懸浮顆粒物(PM)	48.0	1.3
總計	719.1	19.3

以上所述之所有廢氣均已根據相關環境法律法規合理排放。

一 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。本集團排放的主要溫室氣體類型包括二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)以及氧化亞氮(N₂O)，而本集團並無排放氫氟碳化物、全氟化碳或六氟化硫。2019財年，本集團排放的溫室氣體總計為1,832.3噸二氧化碳當量，排放密度為49.2噸二氧化碳當量／人民幣億元。其中，由化石燃料燃燒產生的溫室氣體直接排放總計約為114.4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1,717.9噸二氧化碳當量。

下表列示按2019財年各個維度計算的本集團總排放量：

溫室氣體類型	汽車化石燃料消耗 產生的直接排放量 (噸二氧化碳當量)	直接排放密度 (千克二氧化碳當 量／人民幣百萬元)	日常經營電力消耗 產生的間接排放量 (噸二氧化碳當量)	間接排放密度 (千克二氧化碳當 量／人民幣百萬元)
二氧化碳(CO ₂)	101.0	2,713.6	1,709.4	45,935.2
甲烷(CH ₄)	0.2	6.0	0.4	10.5
氧化亞氮(N ₂ O)	13.2	353.2	8.1	217.6
總計	114.4	3,072.8	1,717.9	46,163.3

上述所有溫室氣體均已根據相關環境法律法規合理排放。

— 本集團處理的有害及無害廢棄物的總量及密度

下表列示本集團於2019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	處理量		密度
液體廢棄物			
廢水	0		0
無害固體廢棄物			
辦公室廢棄物			
耗紙量	945,000張	254張／人民幣百萬元	
物流廢棄物			
紙盒	546噸	0.15噸／人民幣百萬元	
塑膠容器	269噸	0.07噸／人民幣百萬元	
氣珠袋	93噸	0.02噸／人民幣百萬元	
零售店舖陳設廢棄物	3,280噸	0.88噸／人民幣百萬元	
有害固體廢棄物			
廢棄鉛酸電池	0	0	
硒鼓及墨盒	700千克	0.19千克／人民幣百萬元	
其他（例如廢棄有機溶液）	0	0	

上述所有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。

於2019財年，本集團並無將任何廢棄物投入水中，亦無產生任何有害廢棄物。

5.1.2 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安全。「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，本集團的員工充分合作，積極為環境保護作出貢獻。

5.2 資源使用

5.2.1 主要資源消耗結構

下表列示本集團於2019財年消耗的各類資源：

資源類型	消耗來源	單位	消耗量
汽油	汽車	升	41,670.0
柴油	汽車	升	1,000.0
電力	日常運營	千瓦時	2,179,649.5
天然水資源	日常運營	噸	66,204.9

下表列示本集團於2019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	11.2
柴油	汽車	升／人民幣百萬元	0.3
電力	日常辦公室工作	千瓦時／人民幣百萬元	585.7
天然水資源	日常辦公室工作	噸／人民幣百萬元	17.8

於2019財年，本集團的整體能源消耗總量為926.6噸標準煤當量，其中，約5.0%的能源消耗以汽油及柴油的形式使用，其餘95.0%來自電力。

5.2.2 促進能源及資源有效使用的措施

— 將常規燈泡替換為LED節能燈泡

為減少能源消耗，本集團將所有常規燈泡替換為LED節能燈泡，其能量消耗較常規白熾燈泡少60%。

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2019財年，本集團的日常經營合共耗用66,402.9噸水，耗水密度為17.8噸／人民幣百萬元。雖然本集團的業務於年內保持穩定增長，但本集團的用水量及用水效率均維持在相對穩定的水平。

5.2.4 製成品所用包裝材料總量

本集團的主要業務為銷售服裝及其他紡織品。本集團使用的包裝材料包括膠袋、紙袋、紙盒等。本集團於2019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	269
線下零售過程中使用的包裝材料		
紙袋	噸	253
紙盒	噸	150
線上零售過程中使用的包裝材料		
紙盒	噸	396
膠袋	噸	93

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2019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。

6 回饋社會

— 持續支持偏遠地區的兒童

本集團多年來穩步發展，一直積極參與公益項目，並展現作為大型企業的責任及承諾。本集團發起一項活動，與在中國廣西省偏遠地區生活和學習的孩子們度過兒童節，並與他們一起繪畫共度歡樂時光。

本集團員工亦以每盒人民幣20元的價格購買芒果，積極支持當地的芒果種植戶，然後捐贈予當地有經濟困難的兒童。



— 以PET塑料空瓶兌換GXGT恤的活動

2019年8月，本集團向粉絲發起一項環保活動，參與者可以九個空PET塑料空瓶兌換一件環保的「能量衣」。GXG攜手農夫山泉維他命水和娃哈哈蘇打水，透過空樽回收表達時尚元素及倡導環保理念。

本集團回收活動當中所收集的廢棄塑料空瓶，送至工業回收設施進行分類及加工。該設施將塑膠顆粒重新加工成聚酯紗線，將紗線編織成衣服，最後製成四款環保「能量」T恤。每件環保能量T恤均可透過各種指標追溯其來源。不同尺碼及款式的耗布量不同，而耗布量決定了所使用的空樽數量。四款衣物均有其自身的環境效應，其生命蹤跡標籤可顯示它們的來源及它們如何有助於保護環境。



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10頁
A1.1	排放物種類及各自的排放數據。	第11頁
A1.2	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11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12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12頁
A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果。	第12、13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12、13頁

環境、社會及管治報告

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13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13頁
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第13頁
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果。	第13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13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14頁
層面A3: 環境與天然資源		
一般披露		第14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14頁
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
層面B1: 僱傭		
一般披露		第7頁
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	第7頁
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員離職率	第8頁
層面B2: 健康與安全		
一般披露		第9頁
B2.1	因工作導致死亡的人數及比率	第9頁
B2.2	因工傷損失工作日數	第9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9頁
層面B3: 發展及培訓		
一般披露		第9頁
層面B4: 勞工準則		

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
一般披露		第10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10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10頁
營運慣例		
層面B5: 供應鏈管理		
一般披露		第5頁
B5.1	按地區劃分的供應商數目	第5頁
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	第5、6頁
層面B6: 產品責任		
一般披露		第5、6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5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頁
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	第6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6頁
層面B7: 反貪污		
一般披露		第10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10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10頁
社區		
層面B8: 社區投資		
一般披露		第14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14、15頁
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	第14、15頁