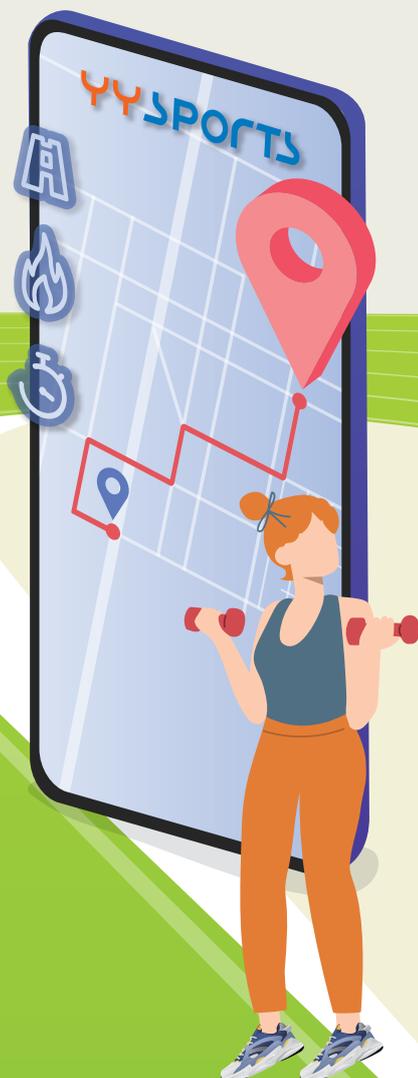


2023

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT

環境、社會及管治報告



4. 胜道^{OM}体育



POU SHENG INTERNATIONAL (HOLDINGS) LIMITED

寶勝國際(控股)有限公司

(Incorporated in Bermuda with limited liability)

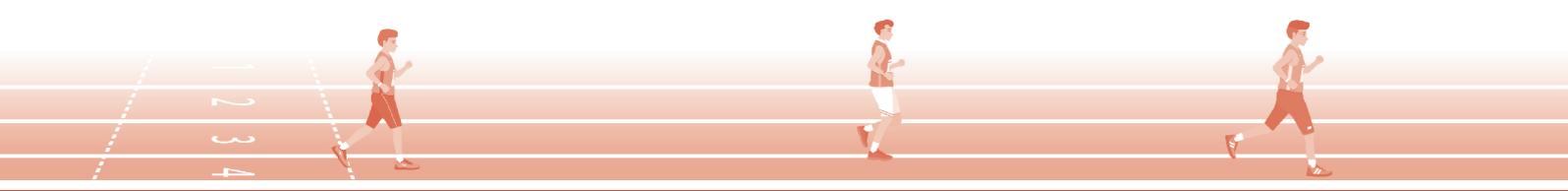
(於百慕達註冊成立之有限公司)

(Stock Code 股份代號:3813)



目 錄

2	ESG報告框架	12	管治
3	ESG報告範圍	16	員工
4	ESG管治架構	24	社區
7	持份者溝通及重要性評估	28	環境
9	顧客		



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管道，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。

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，本集團根據由二零二三年一月一日起生效的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%。



ESG報告框架(續)

匯報原則(續)

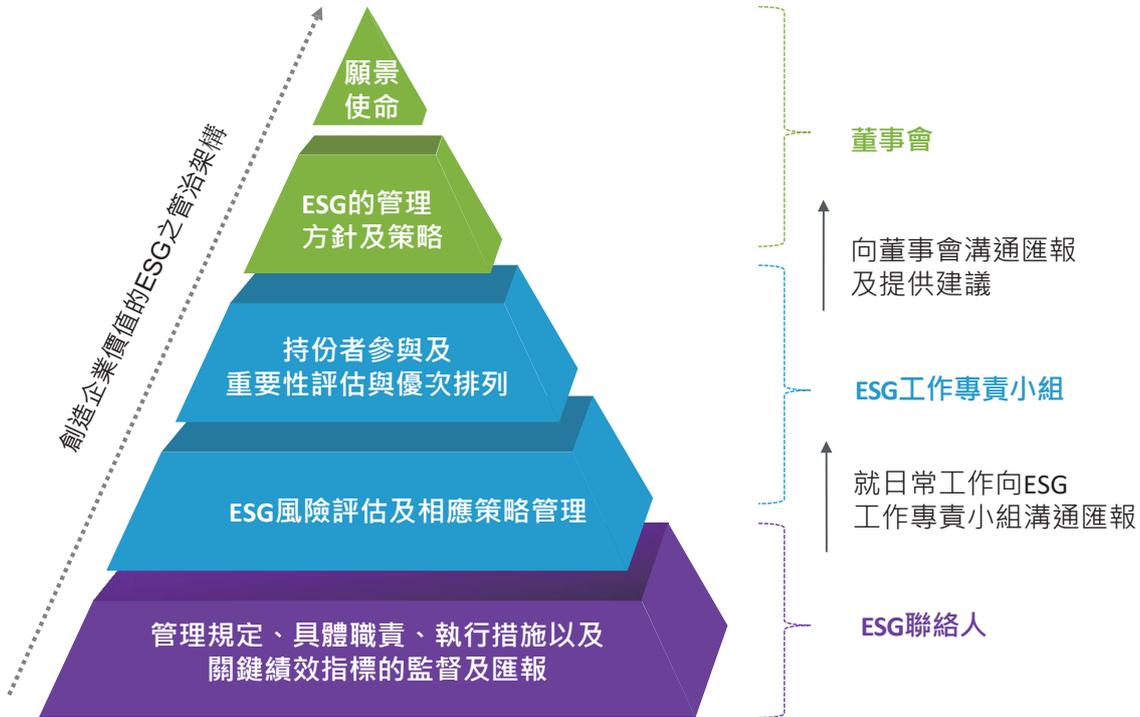
平衡	本集團均以客觀的態度披露本集團的相關數據及內容，以便持份者對本集團整體ESG績效進行不偏不倚和合理的評估。
一致性	ESG工作專責小組持續審視過去及現有的統計方法及計算，使本報告內披露的相關數據沿用一致的統計方法，相同的資料統計及換算方式，讓持份者作有意義的評估。

ESG報告範圍

本報告涵蓋本集團自二零二三年一月一日至二零二三年十二月三十一日(「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。

ESG管治架構

為實現本集團在ESG方面的抱負，本集團致力強化本集團的ESG管治架構，將本集團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。





ESG管治架構(續)

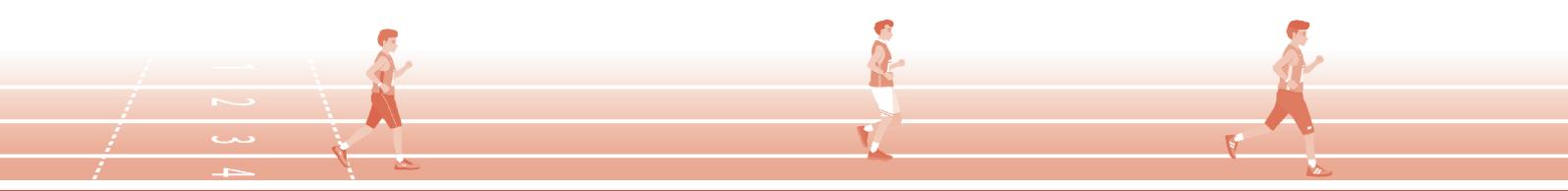
以下為董事會、ESG工作專責小組和ESG聯絡人的職能說明：

董事會

董事會肩負著制訂ESG管治方針的領導角色，並就ESG策略制訂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：

- 確認未來ESG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合適調配；及
- 審閱ESG相關政策及報告。

董事會亦重視ESG風險管理及內部監控措施，並授權予本公司管理層(「管理層」)進行ESG監控工作。董事會應當帶領管理層不斷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，以提升本集團對整體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提出整改措施。



ESG管治架構(續)

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。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，以確保能夠有效履行其職能。

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重要議題識別及作出及時回應。ESG工作專責小組需於董事會制訂的管治原則下，展開一系列ESG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，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。

ESG聯絡人

為更有系統地管理本集團於業務營運中之ESG風險，本集團亦設有ESG聯絡人，負責為各部門制定及妥善落實ESG管理規定、設置部門級別ESG具體職責及措施、監督指導各部門之間ESG文化的培育及活動、為ESG表現及關鍵績效指標設訂衡量標準等。ESG聯絡人會向ESG工作專責小組定期匯報ESG管治措施的執行情況。

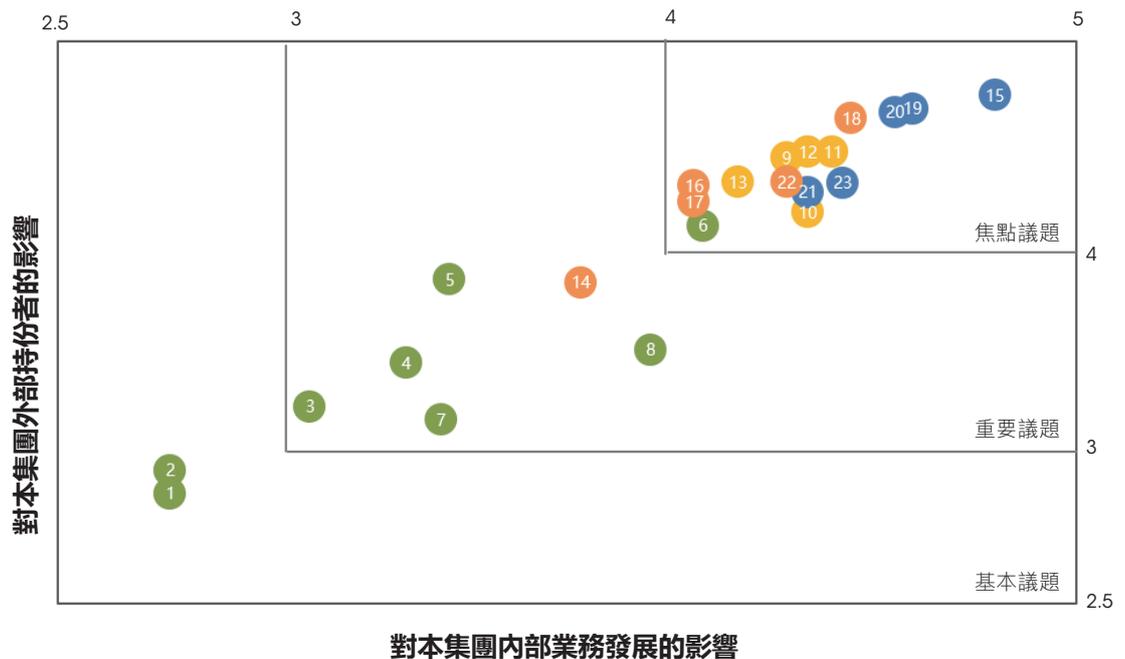


持份者溝通及重要性評估

本集團透過結合ESG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、員工、品牌合作夥伴及供應商、媒體、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：

本次對本集團內外部的影響分佈



註：「5」為影響程度最大，反之「2.5」為影響程度最小。

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	15 合規經營	社會-顧客及社區	14 社會公益	環境	2 業務營運過程中所產生的溫室氣體／碳排放
社會-顧客及社區	19 客戶服務	環境	8 應對氣候變化(例如：對極端天氣的應變及管理)		1 業務營運過程中所產生的空氣污染物排放
管治	20 資料私隱		5 用水效益與節水		
社會-顧客及社區	18 產品及服務之安全品質		4 能源使用		
社會-員工	11 職業健康與安全		7 環境影響管理		
	12 員工發展與培訓		3 無害廢棄物處理(例如：生活垃圾及裝修廢棄物)		
管治	23 反賄賂及反貪污				
社會-員工	9 員工福祉				
社會-顧客及社區	22 市場營銷和推廣				
管治	21 知識產權				
社會-員工	10 多元化與平等機會				
	13 防止童工或強制勞工				
社會-顧客及社區	16 供應鏈管理				
	17 環保產品的採購				
環境	6 包裝材料使用				

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。

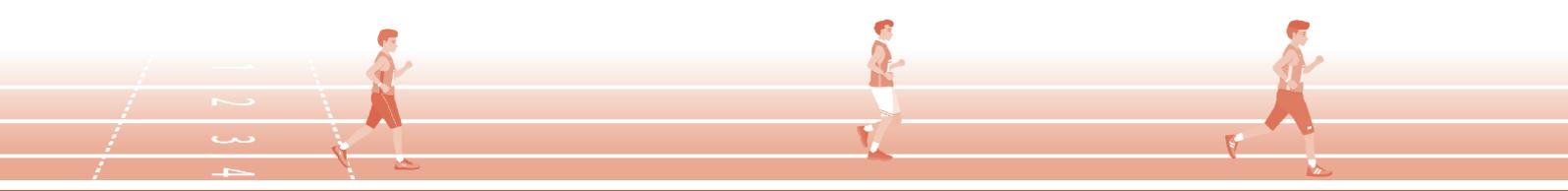


顧客

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740宗(二零二二年：369宗)¹。當中主要投訴內容為限量款抽籤及退換貨等事項，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。

¹ 此投訴數量為顧客透過熱線作出的投訴總數。二零二三年的熱線呼入總量為52,000通，總接聽量為30,357通。服務態度類投訴佔222宗、工商投訴佔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。二零二二年的熱線總呼入量為56,378通，總接聽量為33,254通，當中服務態度類投訴佔295宗、工商投訴佔64宗、產品銷售責任糾紛訴訟佔3宗、投訴至消協等佔7宗，合計投訴369宗。



顧客(續)

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，制定並公開本集團客戶權益政策，並落實於營運活動，以防止產品或服務損害消費者權益、健康與安全。

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。



顧客(續)

供應鏈管理和環保產品的採購

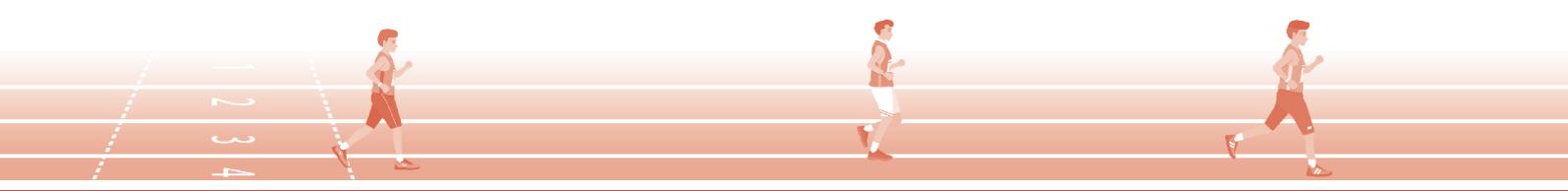
本集團與國際及國內眾多優秀品牌的密切合作，秉持共同成長的理念，本集團在選擇供應商方面要求嚴謹，供應商須在質量監控、服務水準及環保政策方面維持高水準。從供應商提供的產品材料至製造工藝，本集團均有嚴格的生態品質與安全標準。

以下為按地區劃分的供應商數目分佈：

地區	數量(家)
台灣	3
中國內地	108

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、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，本集團採用資源整合的策略，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，例如將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加入考量；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，本集團每季對相關產品進行抽查監管，確保環保產品的有效性。

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。



管治

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，本集團在二零二二年通過電子學習平臺「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。



管治(續)

資料私隱(續)

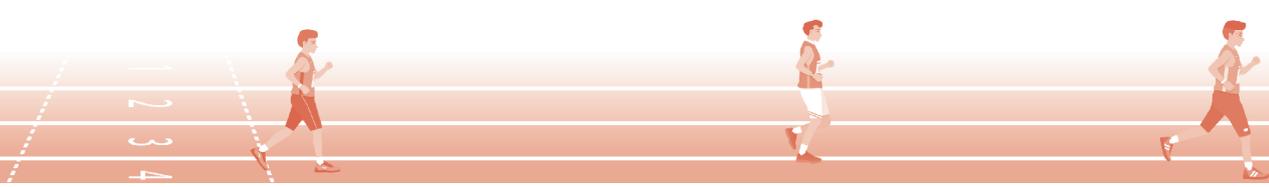
品牌夥伴

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,規範資訊化安全管理工作,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資訊,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資訊。會員之私隱資訊,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。



管治(續)

資料私隱(續)

消費客戶(續)

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：《中華人民共和國刑法》、《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。

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／收受管理規章，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，本集團與供應商訂立的合同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约定，防止任何一方獲得不正當的利益。



管治 (續)

反賄賂及反貪污 (續)

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僱員提出並已審結的貪污訴訟案件。

知識產權及市場營銷和推廣

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。



員工

職業健康與安全

人才乃本集團的寶貴資產。本著此理念，本集團為員工提供理想及安全的工作環境，以及實施定期體檢與健康諮詢等適當措施以保障員工的健康及安全。對於必須在異常溫度環境下工作的員工(例如：倉庫)，本集團會嚴格遵守相關法規給予規定的津貼以及後勤保障措施(例如：提供消暑飲品、禦寒衣物以及提醒相關員工注意休息)。本集團各營業點亦配有專業的電工及維修人員，定期巡視店舖安全情況並實時對潛藏安全隱患的地方給予修繕及維護，以防範意外事件發生，確保員工之安全。本集團所有營業點均通過法定之消防安檢，並會積極配合商場定期進行緊急情況演練以及更換相關設備。行政管理部亦有制訂安全衛生管理辦法，包括定期巡視辦公室環境與安全以及適時作出改善及提醒。

本集團工傷情況統計如下：

	2023	2022	2021
因工死亡人數	0	0	0
因工傷損失的工作天數	1,372	1,842	1,636

本集團亦重視員工之身心健康，希望員工於工作與健康生活之間取得平衡，因此時常舉辦拓展以及團隊建設活動。本集團人力資源部門(「人力資源部」)於定期巡店時，亦會向各員工探問其工作與生活狀況，包括詢問和瞭解各店舖員工的工作適應、收入及生活、排班及休息與人際關係，以及員工福利執行之狀況。



員工 (續)

職業健康與安全 (續)

新冠疫情後的新常態

在二零二三年，新冠疫情已調降為「乙類乙管」傳染病，惟本集團仍然高度重視辦公區域的日常健康管理，以確保員工在安全、衛生、健康的工作環境中工作。本集團常態化地實施以下安全措施：

- 對辦公室、店鋪以及其他公共區域(如洗手間、茶水間等)進行定期清潔消毒，並配備消毒免洗洗手液和消毒櫃；
- 定期清洗辦公區域的地毯，確保環境清潔；及
- 定期委託專業的蟲害防治公司對辦公區域進行滅蟲防護工作，保證工作環境的衛生和舒適。

即使疫情續漸減退，本集團亦未有鬆懈秉持員工為寶貴資產的理念。本集團於疫情期間的工作安排均以所有員工及其家人健康為優先，並叮囑員工務必遵守防疫工作指引及繼續維持良好的衛生習慣，把自身的健康放在第一位。對於不幸受到新冠病毒感染的員工，本集團會安排員工彈性休假，酌情給予醫療補助及慰問金，協助員工及其家人渡過難關。

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。

員工（續）

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，幫助員工發掘及提升個人能力，實現自身價值。針對不同的業務特性和員工個人需求，本集團制定了多樣化的職業發展計劃。員工可通過崗位輪調或專案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。本集團投入大量資源，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專業技能，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，包括企業章程、企業文化、管理能力、專業技能、職業規劃等內容。這種靈活的學習方式不僅能讓員工定制課程以滿足其個人學習需求，還方便員工計劃學習方針及安排時間，有助於實現個人職業目標並促進組織持續發展。



員工(續)

員工發展與培訓(續)

下表載列二零二三及二零二二年本集團員工之培訓百分比與每名僱員之平均培訓時數²：

類別	培訓僱員百分比 ³		僱員平均培訓時數 ^{4, 5}	
	2023	2022	2023	2022
所有僱員	119.0%	124.0%	10.1	22.1
按性別				
男	21.0%	21.0%	10.4	22.3
女	79.0%	79.0%	10.0	22.0
按僱員類別				
高層	0.1%	0.1%	0.3	0.6
中層	1.4%	1.9%	1.9	6.9
基層	5.6%	6.9%	3.3	12.8
一般	3.2%	3.8%	2.0	6.8
店鋪	89.8%	87.3%	12.0	25.0

² 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。

³ 培訓僱員百分比 = 培訓僱員 / 僱員人數 × 100%；按相關類別或性別劃分的培訓僱員百分比 = 該類別或性別的培訓僱員 / 培訓僱員 × 100% (培訓人員指二零二三年全年參加過培訓的人員總人數，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僱員)，而僱員人數則以本報告期間之結束日為參照日)。

⁴ 每名僱員平均培訓時數 = 總培訓時數 / 僱員總人數；按相關類別或性別劃分的僱員平均培訓時數 = 該類別或性別的僱員總培訓時數 / 該類別或性別的僱員總人數。

⁵ 由於二零二二年新冠疫情爆發導致員工居家工作時間大增，總部為提升終端店鋪員工的積極性，針對店鋪行銷開展大量線上培訓課程，該批培訓課程已於二零二二年完結。另外，本公司成立的新部門「總部精緻零售部」主導店鋪現場輔導，原部門「培訓與創新部」的部分職能轉移至區部零售支持部，新部門的店內培訓並未計入培訓時數中。



員工(續)

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。



員工(續)

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，有關詳情載於本集團年報(「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。

除此之外，本集團相信為員工塑造一個工作與生活平衡的優質環境，能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，員工亦可享受婚假、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。

員工(續)

多元化與平等機會

本著平等機會的理念，本集團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。本集團絕不以性別、種族、族群、宗教、政治取向、殘疾或年齡歧視僱員。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。於二零二三年十二月三十一日，本集團僱員總數為22,110名。二零二三及二零二二年僱員分佈詳情如下：

類別		2023		2022	
		僱員分佈 位	%	僱員分佈 位	%
性別	男	4,402	19.9%	5,014	19.4%
	女	17,708 ⁶	80.1%	20,830	80.6%
合約類別	合約	19,057	86.2%	22,885	88.6%
	永久	3,053	13.8%	2,959	11.4%
年齡組別	30歲以下	6,885	31.1%	8,970	34.7%
	30-39歲	10,788	48.8%	12,290	47.6%
	40-49歲	4,161	18.8%	4,297	16.6%
	50歲或以上	276	1.3%	287	1.1%
地區	中國內地	21,910	99.1%	25,600	99.0%
	台灣	183	0.8%	226	0.9%
	香港	17	0.1%	18	0.1%

⁶ 本集團主要業務為零售業務，因此僱員主要為店鋪人員。相對而言，女性較男性對店鋪導購的工作接受度更高，零售行業人員普遍較為女性。



員工(續)

多元化與平等機會(續)

於二零二三及二零二二年，本集團僱員按性別、年齡組別及地區劃分之流失率載列如下：

		2023	2022
按性別	男	92.8%	82.2%
	女	61.4%	55.5%
按年齡組別	30歲以下	129.8%⁸	100.6% ⁷
	30-39歲	44.5%	43.4%
	40-49歲	25.4%	27.9%
	50歲及以上	56.5%	46.3%
按地區	中國內地	67.6%	61.0%
	台灣	69.4%⁹	21.7%
	香港	17.6%	27.8%

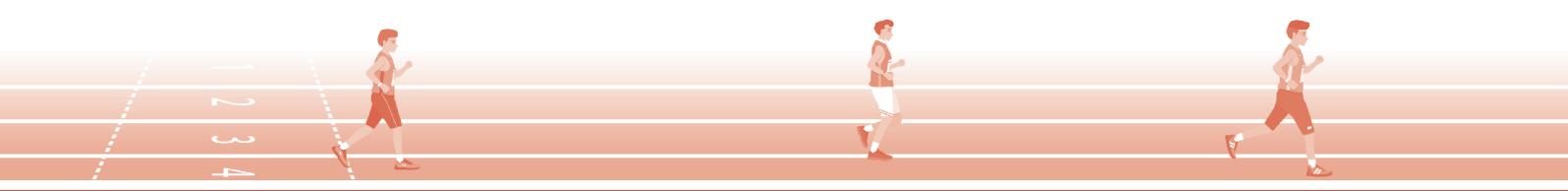
防止童工或強制勞工

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》)及明確禁止任何強制性勞動工作或聘用童工。

⁷ 此員工類別的流失率大於100%。原因是由於二零二二年疫情加劇，全國各地常有封控發生，終端零售人員的出勤狀況受到直接影響，收入受到縮減，同時也因家庭照顧需要、自身風險考量、薪酬、壓力等原因離開。本集團的應對方案及整改措施包括通過有競爭力的激勵方案，激勵員工創造增量銷售以提升員工收入、完善員工福利。

⁸ 二零二三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。

⁹ 二零二三年台灣地區調整及更新組織架構，並重新討論設定了組織目標。架構重整期間因部份員工不適應而提出離職，導致人員流失率上升。



員工(續)

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。

社區

社區公益

企業的發展離不開社會，回報社會是企業應盡的責任。本集團作為社會的一分子，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、環境、消費者等各個方面的責任。因此本集團致力於促進社會公益事業和慈善事業發展，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、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，本集團積極參與促進體育運動發展、賑災、資助貧困地區、捐資辦學等社會公益事務。



社區(續)

社區公益(續)

本集團多年來熱衷參與中國政府推動的鄉鎮扶貧行動，共同協力推進扶貧工作。於報告期間，本集團積極回應中國政府號召，主動參與上海市虹口區工委會台聯組織公益活動，幫助青海省果洛藏族自治州州府所在地，為當地偏遠寄宿制學校學生捐贈棉服、羽絨服、長袖套衫、針織長褲等保暖衣物。



本集團舉辦了「關愛留守兒童，播撒愛心陽光」公益行，陝西區部走進渭南市臨渭區思遠小學開展公益捐贈活動，將本集團的愛心傳播到社會上，播撒到農民工子弟以及孩子們的心中。關愛留守兒童，與留守學校的兒童溝通交流，分批捐贈工裝工服。



南京區部積極關愛社會，向慈善總會捐贈工裝工服；川渝區部積極關愛社會，向成都市青少年發展基金會捐贈服裝；大連區部連續六年搭建的面向社會跑步服務平臺向運動愛好者提供免費的運動裝備、賽事名額、專業教練、運動安全保障及能量補給等後勤服務，讓運動愛好者毫無顧慮地享受健康與快樂。



本集團亦承接青島市市北區科技局對口幫扶甘肅省隴南市河西縣助學專案，連續兩年參與並捐助該項目，每年捐贈人民幣2萬元，用於困難學生救助。本集團亦參與「築夢驛站」公益專案，幫助0-18歲的留守兒童、流動兒童及困境兒童享有公平、優質及適當的教育。

社區(續)

社區公益(續)



大連區部公益跑步平臺六周年



河南區部參與「99公益日，一塊做好事」



上海總部參與青海果洛瑪沁公益捐贈活動



陝西區部走進渭南市臨渭區思遠小學開展公益捐贈活動



社區(續)

社區公益(續)

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愛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，體現公司關愛員工與解難濟困的精神。

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1,500多人，涉及捐款及援助金額約人民幣1.1百萬元，包括但不限於以下活動：

- 上海總部參加上海市虹口區工委會台聯赴青海果洛瑪沁公益捐贈活動；
- 山東區部對隴南貧困地區助學專案的第二年；
- 山東區部參與「築夢驛站」公益專案；
- 河南區部參與「99公益日，一塊做好事」；
- 陝西區部對渭南市臨渭區思遠小學開展公益捐贈活動；
- 南京區部向慈善總會捐贈工裝工服；
- 大連區部公益跑步平臺六周年；及
- 川渝區部公益捐贈服裝。



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¹⁰。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。

作為體育用品零售商和品牌產品經銷代理，本集團已積極與供應商協調，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鋪、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。

¹⁰ 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。



環境(續)

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新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	新目標為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	新目標為以二零二三年度為基準，逐年降低，至二零三零年度減少5%。
節水－用水量	本集團於二零二三年或之前已透過不同渠道向員工及客戶宣傳節約用水的觀念。新目標為以二零二三年度為基準，至二零三零年度維持不變。

環境(續)

包裝材料使用

本集團希望盡量減少使用包裝材料。自二零一三年，本集團大部分店舖開始使用環保購物袋替代原先的紙袋。於二零二三年，本集團所使用的包裝材料主要為提供予客人使用之購物袋，種類包括膠袋、環保袋及紙袋。在二零二二年的基礎上，本集團於本年度與品牌方積極進行溝通，就減少紙箱和購物袋款式的頻繁更換展開合作。本集團計劃盡可能消耗老舊庫存，以降低資源浪費，並確保產品包裝方面的可持續性。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	2023			2022 ¹¹		
	辦公室	店舖	總數	辦公室	店舖	總數
購物袋						
使用量(噸)	16.22	660.25	676.47	20.32	681.19	701.51
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.033	不適用	不適用	0.037
膠帶						
使用量(噸)	31.97	79.21	111.18	38.19	71.36	109.55
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.0055	不適用	不適用	0.0058

¹¹ 為了更準確反映數據，本集團於本年度重新整理二零二二年數據。



環境(續)

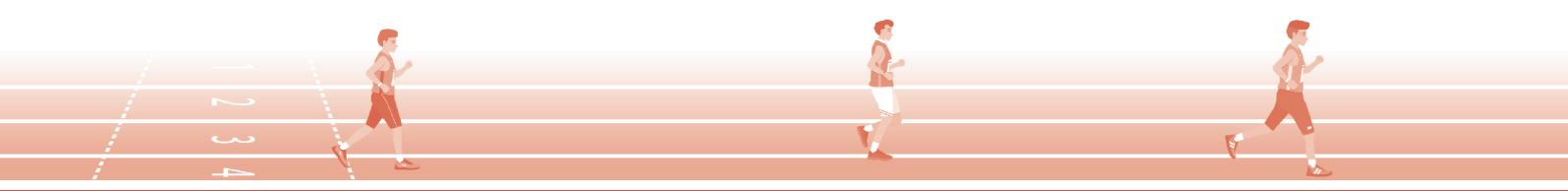
包裝材料使用(續)

本集團透過鼓勵消費者自備購物袋，並可考量給予自備購物袋的會員消費者一定的獎勵激勵，以向消費者灌輸「環保」的理念；本集團將以可降解的無紡布袋或紙袋替代塑膠袋；根據消費者的實質需求而提供適當大小的購物袋，最大程度地減少使用塑膠袋以達到二零二三年之減廢目標。

應對氣候變化

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鋪、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。



環境(續)

應對氣候變化(續)

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、倉庫存放和店鋪營運)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。本集團會在年報披露與氣候變化有關的風險及其管理措施，詳情請查閱年報的董事會報告內的「主要風險及不確定因素」部份。

目前本公司屬低碳排企業，未來將持續通過本公司總部調控，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公司的持續信任。



環境(續)

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 ¹²	2023			2022		
	辦公室	店鋪	總數	辦公室	店鋪	總數
耗水量(立方米)	103,951	13,774	117,725	107,604	13,504	121,108
密度(立方米/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	5.78	不適用	不適用	6.42

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：

- 通過辦公室及綫上平臺宣導「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、與慈善機構合作，組織節約用水相關的活動；

¹² 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。



環境 (續)

用水效益與節水 (續)

- 於非辦公時間有限度關閉供水系統，主要是辦公室區域的衛生間沖水系統，還有所有的非消防用水；在辦公時間段，有限度關閉宿舍區生活供水系統，避免管道爆裂等造成水資源浪費；
- 使用節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。

於報告期間，本集團於三月舉辦了「寶勝節水週知識競賽活動」，共有約5,000人參與。同時，四月本集團也舉辦了各區節水視頻徵集大賽，獲得了熱烈的響應。通過舉辦相關節水活動，本集團期待提升員工對善用水資源的認知，從而助本公司實現環境目標。

環境(續)

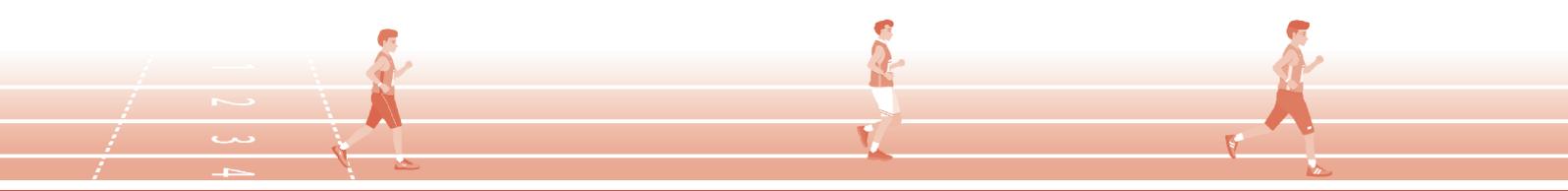
能源使用

於報告期間，本集團的能源總耗量與密度¹³如下：

能源種類	2023			2022 ¹⁴		
	辦公室	店鋪	總數	辦公室	店鋪	總數
市電						
耗量(千瓦時)	5,397,603	85,127,448	90,525,051	4,849,684	86,216,469	91,066,153
密度(千瓦時/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	4,447.13	不適用	不適用	4,829.56
汽油						
耗量(升)	140,835.87	0	140,835.87	122,784.09	0	122,784.09
密度(升/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	6.92	不適用	不適用	6.48
柴油						
耗量(升)	36,551.73	25.05	36,576.78	41,117.20	484.50	41,601.68
密度(升/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	1.50	不適用	不適用	2.21
天然氣						
耗量(立方米)	0	488	488	0	1,631	1,631
密度(立方米/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.024	不適用	不適用	0.086

¹³ 統計數據並不包括本集團無法直接管控的能源消耗。

¹⁴ 為了更準確反映數據，本集團於本年度重新整理二零二二年能源總耗的數據。



環境(續)

能源使用(續)

本集團主要耗電設備以店鋪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汰換為LED節能光源，希望80%以上的新開店鋪皆使用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，希望達到二零二零年的節電目標。

除此之外，本集團於報告期間已實行如下若干節能措施：

- 戶外燈箱會選用LED樹脂節能材料；
- 辦公室、倉庫和店鋪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；
- 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；
- 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；
- 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；

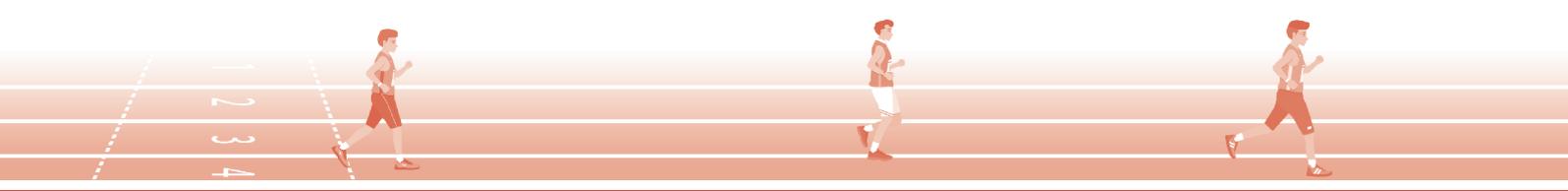


環境(續)

能源使用(續)

- 本公司董事會、其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；
- 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；
- 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。



環境(續)

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樹脂材料燈箱，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考慮將之縮短，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。本集團鼓勵僱員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。



環境(續)

環境影響管理(續)

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。

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。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、硒鼓、膠樽、紙杯及列印機色帶。

環境(續)

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 ¹⁶	2023			2022 ¹⁵		
	辦公室	店鋪	總數	辦公室	店鋪	總數
生活垃圾						
總量(噸)	41.65	68.25	109.90	154.91	60.04	214.96
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.0054	不適用	不適用	0.012
裝修廢棄物 ¹⁷						
總量(噸)	75.27	2,369.91	2,445.18	11.00	1,297.68	1,308.68
密度(噸/百萬 人民幣營業收入)	不適用	不適用	0.12	不適用	不適用	0.07

¹⁵ 為了更準確反映數據，本集團於本年度重新整理二零二二年數據。

¹⁶ 統計數據涵蓋本集團於中國內地、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。

¹⁷ 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，從本報告期間開始，裝修廢棄物會為實質總量。

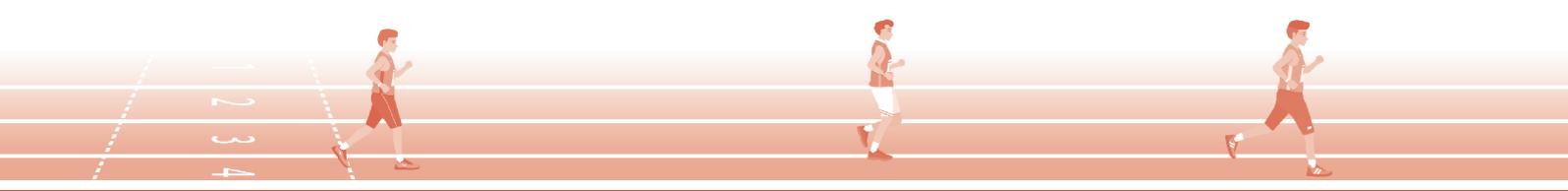


環境(續)

無害廢棄物處理(續)

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。本集團於報告期間實行了以下計劃以減少廢棄物：

- 按部門劃分用紙預算並加以管控，加上使用電子辦公平臺，以實現無紙化網絡辦公，以及提倡二手紙再利用，以節省約0.5%的用紙量，務求減少日常用紙量及墨盒、硒鼓等用量；
- 大部分大型會議及接待等活動已取消使用瓶裝水和一次性紙杯，改用環保杯。通過取消一次性紙杯的使用，每年節省約8,000個紙杯，相當於少砍伐一顆大樹；
- 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30噸；
- 辦公室生活垃圾、回收廢紙及碳匣、廢棄紙箱等交由專業機構回收處理；及
- 物流所用之紙箱會循環使用，每年可減少約1,000公斤紙箱使用量。



環境(續)

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；
- 通過電子學習平臺「寶勝學院」，設置低碳知識問答，向員工宣傳環保知識；
- 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，將購買油電混合新能源車輛制度化管理。在二零二三年，河南區部和吉林區部已淘汰老舊車輛，並採購了新型油電混合車輛；
- 本年度本集團引進了新的紙箱廠商，主要以再生紙製造紙箱為主，每1公斤低碳造紙較傳統造紙排碳減少5.3公斤，二零二三年實際採購紙箱219噸，減少碳排放1,160噸；及
- 優化並落實相關辦公室與店鋪等經營場所的節電方案。

環境(續)

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 ¹⁹	2023			2022 ¹⁸		
	辦公室	店鋪	總數	辦公室	店鋪	總數
直接(範圍1)溫室氣體排放量(噸) ²⁰	471.80	1.07	472.88	不適用	不適用	450.20
間接(範圍2)溫室氣體排放量(噸) ²¹	3,066.68	48,529.72	51,596.40	不適用	不適用	57,193.48
密度(噸/百萬人民幣營業收入)	不適用	不適用	2.56	不適用	不適用	3.06

¹⁸ 為了更準確反映數據，本集團於本年度重新整理二零二二年數據。

¹⁹ 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。

²⁰ 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。

²¹ 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。



環境(續)

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。



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

SPORTS



LIFE

SPORTS

SPORTS

WAKE UP YOUR

WAKE UP YOUR

