

# GXG

KEEP GAP \ GRANT DIFFERENCE

# 2022 環境、社會 及管治報告



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



Better Me...

目  
錄

2	<b>1 環境、社會及管治報告概覽</b>
2	1.1 關於環境、社會及管治報告
2	1.2 報告範圍
2	<b>2 本集團的主營業務及使命</b>
2	2.1 主營業務
3	2.2 環境、社會及管治使命
3	2.3 持份者參與
4	<b>3 質量控制及客戶權益</b>
4	3.1 企業社會責任
4	3.2 質量保證
5	3.3 供應鏈管理
7	3.4 客戶投訴處理及應對方案
7	3.4.1 客戶投訴情況
7	3.4.2 投訴應對方案
7	3.5 知識產權安全
8	3.6 信息安全
8	<b>4 僱員權益保障</b>
8	4.1 平等僱用及僱員僱用狀況
8	4.1.1 平等僱用原則
9	4.1.2 僱員僱用狀況
10	4.1.3 僱員流失情況
10	4.1.4 僱員晉升
11	4.1.5 工作時數及假期
11	4.2 僱員薪酬及福利
12	4.3 僱員健康與安全
13	4.4 僱員發展及培訓情況
13	4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施
14	4.6 反賄賂及反欺詐措施
14	4.7 反勒索及反洗錢措施
15	<b>5 環境績效分析</b>
15	5.1 企業廢棄物分析
15	5.1.1 相關環境保護政策概述
15	5.1.2 企業排放物分析
17	5.1.3 排放目標及為達致目標所採取的步驟
18	5.1.4 廢棄物目標及為達致目標所採取的步驟
19	5.2 資源使用
19	5.2.1 主要資源消耗結構
20	5.2.2 能源使用效益目標及為達致目標所採取的步驟
20	5.2.3 用水效益目標及為達致目標所採取的步驟
21	5.2.4 包裝材料使用
21	5.3 環境及天然資源
21	5.3.1 環境及天然資源的重大影響分析及相關措施
22	5.4 氣候變化
22	5.4.1 處理重大氣候相關事宜措施之分析
23	<b>6 回饋社會</b>

## 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、社會及管治報告涵蓋慕尚集團控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）關於環境、社會及管治方面的表現。本環境、社會及管治報告闡明本集團履行企業社會責任（「企業社會責任」）的主要要求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二十七項下的《環境、社會及管治報告指引》（「指引」）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2022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2022年1月1日至2022年12月31日（以下簡稱「2022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加強與其持份者的溝通，並就本集團的社會責任和可持續發展的戰略和表現建立共識。

### 1.2 報告範圍

本環境、社會及管治報告涵蓋整個集團，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（「KPIs」）之披露範圍涵蓋本集團於中華人民共和國（「中國」）的營運及生產基地。

本集團的環境及社會影響主要來自其位於中國的業務。由於本集團產品的生產流程由原設備製造商（OEMs）進行，及運輸流程經第三方物流服務供應商完成，本環境、社會及管治報告涵蓋本集團庫房、零售店、總部及分公司的主要業務範圍。

## 2 本集團的主營業務及使命

### 2.1 主營業務

本集團是總部設於中國的領先時尚男裝公司，同時覆蓋中性時裝領域。憑藉本集團對時裝行業的經驗及執行能力，本集團優化品牌，捕捉未來市場機遇。本集團於2007年推出旗艦品牌GXG，並於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，進一步壯大了本集團的品牌陣營。本集團的品牌各自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。

## 環境、社會及管治報告

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，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系列及統一價格、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，本集團可精準捕捉需求，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非常重要。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。

### 2.2 環境、社會及管治使命

本集團是可持續發展的倡導者，十分關注其運營對環境、社會及管治問題的影響。環境、社會及管治因素是決定一間公司長期前景及財務表現的基本要素之一。在經營過程中，本集團以對道德及環境負責任的方式經營業務，支持及加強綠色發展。本集團積極履行環保責任，充分考慮產品全生命週期的環保需求，使綠色發展戰略得以實施。此外，本集團在社會及管治事項投入大量的資源，認真對待員工發展，關心社會弱勢群體，積極承擔社會責任。

本公司董事會（「董事會」）已充分認識到在運營層面實施環境、社會及管治措施的重要性。在尋求實現業務目標的過程中，董事會十分重視並監督本集團平衡業務發展需要和履行其環境、社會及管治責任。

董事會深知負責本集團的環境、社會及管治策略及報告。董事會通過設立環境、社會及管治管理及監督框架，監督本集團的環境、社會及管治表現，定期評估及確定本集團環境、社會及管治方面的風險，並確保本集團各部門實施及時有效的措施，顯著提升本集團在環境、社會及管治方面的表現。

董事會負責制定本集團的環境、社會及管治發展戰略，設定本公司的可持續發展戰略方向，監督各部門按照董事會所訂戰略方向實行環境、社會及管治舉措的情況。董事會通過分析業務活動對環境及社會的影響、評估持份者關注的事項、識別來自業界的重要議題、制定恪守環境、社會及管治指引的報告方針並制定相應計劃等程序識別環境、社會及管治相關事宜。本集團每年開展環境、社會及管治風險評估與績效分析工作，並依據結果提出更有效的舉措，促進本集團可持續發展。

### 2.3 持份者參與

本集團十分重視與持份者溝通，加強本集團可持續發展。為充分了解持份者的期望及關切，本集團持續確保與持份者，包括但不限於，員工、客戶、供應商和業務合作夥伴、投資者、政府及社區團體進行有效而密切的溝通。致力於實現業績及規模增長的同時，本集團最大限度提高其可持續價值、保持及保護持份者的利益。



### 3 質量控制及客戶權益

#### 3.1 企業社會責任

作為男裝行業的領先企業，本集團注重主要業務、踐行社會責任及將可持續發展理念融入業務運營的全過程。就實現可持續發展而言，本集團努力鼓勵產品創新、強調產品質量、促進高效供應鏈管理、及時解決投訴及保護知識產權及數據安全。本集團視企業社會責任為基本義務及其企業價值的升華及延伸。本集團為質量保證、供應商管理、售後服務、知識產權及數據安全制定明確及全面的指示，以避免潛在商業及法律衝突。本集團力爭承擔其社會責任，促進社會福祉。

#### 3.2 質量保證

為嚴格遵守相關行業標準，如國家強制性標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》、GB/T5296.4-2012《消費品使用說明 一 第4部分：紡織品和服裝使用說明》、服裝行業標準GB/T2660-2017《襯衫》及FZ/T81007-2012《單、夾服裝》，本集團組織專門推廣有關標準知識的培訓課程以確保質控人員可清楚了解其責任並在實踐中採納該等標準。2017年，本集團修改其企業質量標準，從而提升其內部標準及加強產品質量保證。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，從而保障本集團及其品牌的聲譽。由原材料採購、OEM生產到包裝及存貨儲存，本集團均對業務運營實施嚴格的質量控制標準。

確保產品質量的相關措施和政策如下：

- 在正式生產過程之前，我們會召開產品質量風險評估會議以盡量減少質量安全問題。
- 在生產初期階段，管理團隊致力預防和及早修正任何缺陷。
- 在產品交付倉庫之前，必須進行質量檢查環節及抽查，嚴格遵循AQL1.5標準。此外，貨物的物理和化學檢測亦須根據國家標準操作。
- 貨物交付倉庫後，我們會對貨物進行最終的外觀檢查及功能檢查。
- 最後，本集團不斷優化售後服務。

如發現產品有質量問題，本集團相關部門將自商舖召回同批產品並下架。於2022財年，本集團並未因安全或健康原因須召回任何產品。

### 3.3 供應鏈管理

為改善供應鏈管治的效率，本集團制定了《供應商管理條例》、《供應鏈效率提升執行方案》、《供應商質量控制風險評估指引》及《供應商管理系統流程》等涵蓋供應商審核、表現評估及改進的供應鏈管理政策，監督供應商的採購及管理，以確保原材料、製成品合格及有效物流服務。

本集團對所有供應商實施適當規例及將即時與該等對環境或社會產生重大不利影響的供應商終止關係。於2022財年引入18名新供應商，並終止與2名不合格供應商的合作。截至2022年12月31日，本集團共有250名供應商，全部供應商均做好充分準備，確保原材料和最終產品的及時優質交付及有效物流服務。

本集團與分布廣泛的供應商建立了合作工作關係。196家供應商位於華東地區，佔本集團截至2022年12月31日委聘的供應商總數的78.4%。有41名供應商位於華南地區，佔供應商總數的16.4%。從職能角度而言，本集團已與179名OEM供應商、61名原材料供應商及10名物流供應商建立了合作，分別佔供應商總數的71.6%、24.4%，及4.0%。

截至2022年12月31日，本集團供應商百分比列示如下：

供應商百分比	%
<b>按地區劃分</b>	
華東地區	78.4%
華南地區	16.4%
東北地區	3.2%
華中地區	1.2%
華北地區	0.8%
<b>按職能劃分</b>	
OEM供應商	71.6%
原材料供應商	24.4%
物流供應商	4.0%
<b>總計</b>	<b>100.0%</b>

本集團成立了供應鏈管理部，由專業人員負責供應商的工廠審核及檢查。為確保供應商能按時交付優質貨物，本集團建立了線上供應鏈管理(SCM)系統以評估供應商表現。本集團每季度對供應商進行評價，包括供應商的設計、交期、產品質量、服務、生產安全及環保標準。服裝設計、交期、產品質量等因素佔評價的90%，而合作及互動等因素佔評價的10%。根據季度評價結果，本集團將供應商分為兩類：主要供應商和備用供應商。為協助供應商提升專業能力，本集團為供應商定期舉辦「慕尚供應商遊學」項目，聘請服裝行業的專業講師和資深專業人士進行授課。

本集團對新供應商有嚴格的聘用和選擇程序，並對其環境、社會表現以及供應商的實力進行評價。首先，所有新供應商需填寫《供應商信息收集表》，包括公司規模、先前合作夥伴、經營產出、環保證書其他相關業務數據。其後，供應鏈管理部對新供應商進行現場評估。根據對供應商的資質、規模、產品價格、質量、售後服務、社會責任等方面的評估，針對各候選供應商擬備《供應商現場評估報告》。對於通過初審的供應商，本集團管理團隊做出集體決策，並通知被審核公司准入或淘汰。對於新供應商，本集團更傾向於選擇擁有優質供應鏈的製造工廠及供應商，此乃對產品質量和穩定交期的保障。

為促進我們合作夥伴參與綠色及可持續發展，本集團在甄選過程中考慮到供應商的環境影響。根據季度評價，本公司將終止與對環境和社會造成重大負面影響的供應商合作。供應商必須獲得相關的环境許可證，並符合國家對染整面料和牛仔布水洗產生的水蒸氣處理和廢水排放的相應要求。為促使供應商優先使用環保產品和服務，本集團鼓勵所有供應商使用再循環產品並改進其工藝。本集團供應鏈管理部將檢查供應商使用再循環產品的認證情況，並安排專人對供應商使用的面料和製造的服裝進行檢查。

本集團亦就下游分銷商及開設新的線下門店制定詳細的甄選標準。有關分銷商的標準如下：(1)有較強的經濟實力；(2)有包括時尚男裝、商務男裝、時尚女裝等市場主流品牌的服裝運營經驗；(3)有創業熱情，對服裝行業感興趣且對服裝行業有見解的青年人；及(4)認同本公司的品牌定位、產品風格、扶持政策、公司後期對接及維護等。

開設新線下門店的規定包括但不限於以下各項：(1)在縣級市開拓新市場並給予授權；(2)店鋪位置需位於當地主要商圈，如街鋪、商場及購物中心；(3)店鋪使用面積達120平方米以上，門頭寬度不小於8米；(4)店鋪年銷售業績在人民幣180萬元以上；(5)保證金約為人民幣15萬元；及(6)進貨價比標籤價低45%，退貨率不高於20%。

截至2022年12月31日，本集團與合共174間下游公司合作，包括27名合作夥伴及147名分銷商。

### 3.4 客戶投訴處理及應對方案

#### 3.4.1 客戶投訴情況

本集團始終高度重視客戶權利和意見。為更好地解決客戶的意見、投訴等問題，本集團建立了多種投訴表達渠道，包括天貓及京東電商平台的客戶服務、熱線電話和電郵系統。本集團始終保持高水準的客戶服務，認真考慮客戶的建議並及時解決投訴和糾紛。於報告期內，本集團從全部渠道收到的售後服務或產品投訴數量為167次，概無因安全或健康問題收到任何客戶投訴。

#### 3.4.2 投訴應對方案

本集團始終高度重視產品質量和安全。為降低損害消費者或損害品牌形象的風險，本集團已制定多項政策以降低銷售缺陷產品的可能性。本集團要求所有貨物入庫前必須符合GB 18401-2010和GB 31701-2015國家理化標準的要求。

針對售後服務投訴，本集團制定了針對處理不同類型投訴的標準指引，如與質量相關的投訴，以及因官方網站問題、冠狀病毒疫情影響和發貨延誤而引起的投訴。收到投訴後，本集團將登記投訴的詳細信息，並指派售後部認真處理客戶投訴。

對於質量相關的投訴，售後部應首先進行自檢，如產品不合格，應與客戶協商退款或賠償。對於因官網信息不全引起的投訴，售後部門應與客戶協商退款、賠償或補償差價，並及時改進頁面處理。對於疫情期間因物流不便或物品丟失等原因引起的投訴，售後部應安排重新發貨或退款處理。對客戶投訴送貨不及時的，由售後部與客戶協商退款或賠償。

### 3.5 知識產權安全

為保護商標、專利、版權等品牌無形資產，規避潛在侵權風險，本集團制定《知識產權登記申請規範》。

在申請註冊過程中，本集團採購部負責人對相關材料進行審核確認，並提交給法務部。法務部員工對申請的標識和圖形進行初步檢查，分析知識產權成功註冊的概率，提出相關意見，然後向行政部提交註冊申請，最終確認註冊。

本集團定期監控域名及商標並在到期前進行更新。本集團長期妥善使用其註冊域名及各類商標，以保護其知識產權權益。此外，本集團僱傭一名獨立的法律服務提供商訂立知識產權法律服務協議，處理知識產權問題和衝突及保護本集團的權益。



### 3.6 信息安全

本集團高度重視客戶、合作夥伴及本公司的信息安全並嚴格遵守相關法律法規。此外，本集團制定了兩項企業管治守則，即《信息安全管理政策》和《客戶信息安全政策》以確保信息安全及保護客戶隱私。《信息安全管理政策》是為確保信息安全、實施安全管理、主動防範風險、完善控制措施的制度指引，包括計算機設備安全、各種應用系統的操作權限安全、密碼管理安全、個人計算機文件安全及服務器數據安全。考慮到本公司實際情況，制定《客戶信息安全政策》是為進一步加強公司信息安全管理，明確客戶信息安全管理責任，有效防範和處置潛在客戶信息安全風險。該條例概述了有關信息安全管理的指引，包括硬件、軟件、數據存儲和管理，以更有效地保障消費者隱私數據。

本集團對消費者數據（例如姓名、電話號碼及地址）的收集、處理、保管、使用和保留採取嚴格的安全程序。所有消費者敏感數據均由授權人員嚴格保密處理。根據適用的管治指引，本集團向相關僱員提供充分的消費者數據保護培訓以防止消費者隱私丟失、未經授權的訪問、濫用、修改或披露。本集團根據部門和工作職責以限制對客戶數據的訪問，以防止非法行為，例如向未經授權的第三方披露客戶信息。

此外，客戶資料亦會及時備份，並存放於指定地點妥善保管。同時，信息技術部定期對客戶信息進行檢查和審核，任何數據傳輸均需經過相關部門和信息技術部負責人的共同授權，以加強對客戶數據的安全管理。

## 4 僱員權益保障

### 4.1 平等僱用及僱員僱用狀況

#### 4.1.1 平等僱用原則

本集團嚴格遵守中國的勞動法律法規，例如《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關適用法規，並已建立明確界定僱員權利及義務的全面僱用規則及規定。

本集團於招聘過程中提倡平等與尊重，禁止以任何形式歧視任何人。本集團致力於為員工提供公平、包容的工作環境及成長機會，無論其國籍、種族、民族、年齡、性別、宗教信仰或文化背景如何。本集團倡導公平競爭，為所有員工提供平等的機會。僱傭及晉升的決定完全基於與工作相關的因素，如員工的技能及成就、資格及工作經驗。

### 4.1.2 僱員僱用狀況

截至2022年12月31日，本集團的僱員僱用狀況如下：

<b>按性別</b>	<b>%</b>
男	36.7%
女	63.3%
<b>按教育背景</b>	<b>%</b>
本科及以上學歷	38.5%
專科學歷	41.3%
職業學校及高中學歷	14.9%
初中及以下學歷	5.3%
<b>按年齡</b>	<b>%</b>
30歲及以下	50.1%
31至50歲	49.2%
51歲及以上	0.7%
<b>按地區</b>	<b>%</b>
寧波	98.5%
上海	1.1%
北京	0.2%
香港	0.2%

截至2022年12月31日，本集團僱員總數為603人，均為全職僱員。本集團擁有一支在性別和年齡方面多元化的員工隊伍，提供各種想法和能力水平為本集團的成功作出貢獻。

按性別來看，男性僱員人數為221人，女性僱員人數為382人，分別佔36.7%及63.3%。我們對女性於本集團的管理和業務運營中發揮著重要作用感到自豪。

按教育背景來看，本集團232名僱員獲得本科及以上學歷，249名僱員獲得專科學歷，分別佔38.5%及41.3%，表明本集團僱員的高素質學歷及專業背景。擁有職業學校及高中學歷的僱員人數為90人，佔14.9%，而其他僱員獲得初中及以下學歷。

按年齡段來看，302名僱員年齡在30歲及以下，佔員工的50.1%。31至50歲的僱員人數為297人，僅4名僱員年齡在51歲及以上，這反映本集團的員工隊伍更加年輕化，可帶來新的洞察及新的見解以引領新時尚潮流。本集團非常重視年輕員工的培訓並提供多種機會，確保本集團與僱員共同發展。

按地區來看，大部分僱員位於寧波，佔98.5%，7名僱員位於上海，1名位於北京及1名位於香港。

#### 4.1.3 僱員流失情況

本集團努力為僱員創造一個公平、溫馨、包容的工作環境，以促進僱員的學習及成長。

截至2022年12月31日，本集團的僱員流失總數為391人，主要是正常業務活動所致。本集團相當重視整體僱員流失率，因其會影響本集團的整體人力資源配置、經營效率及員工士氣。

按性別來看，148名男性僱員及243名女性僱員離任，分別佔所有辭任僱員的37.9%及62.1%。

按年齡段來看，30歲及以下的僱員流失人數為209人，佔辭任僱員的53.4%。於所有辭任僱員中，44.8%年齡在31至50歲，1.8%年齡在51歲及以上。

按地區來看，寧波共有358名僱員離任，佔所有離任僱員的91.6%。於所有辭任僱員中，7.9%於上海任職，0.5%於廣州任職，原因均為職位要求變動，屬於正常商業活動。

截至2022年12月31日，僱員流失百分比列示如下：

<b>按性別</b>	<b>%</b>
男	37.9%
女	62.1%
<b>按年齡</b>	<b>%</b>
30歲及以下	53.4%
31至50歲	44.8%
51歲及以上	1.8%
<b>按地區</b>	<b>%</b>
寧波	91.6%
上海	7.9%
廣州	0.5%

#### 4.1.4 僱員晉升

僱員是本集團成功及發展的重要組成部分。本集團提供多元化培訓以促進僱員的學習及成長，並為僱員提供各種透明的晉升渠道，確保本集團與員工的同步發展。本集團已制定具吸引力及激勵性的薪酬待遇，包括晉升、加薪、培訓、海外工作、優秀員工的評選等，重視僱員的努力，為每名僱員提供平等機會。



### 4.1.5 工作時數及假期

本集團旨在實現工作時間和假期之間的平衡，並將其作為僱員管理的重要部分。本集團制定了《員工規範管理手冊》(「《員工手冊》」)，並在《員工手冊》中規定工作時間、勞動保護和勞動條件。本集團的一般崗位實行標準工作制度，正式工作時數為週一至週五，每日八小時。此外，對於倉儲、保安、清潔工、司機等特定的職位，如需採取全面的定時或不定時工作時間，本集團將向人力資源和社會保障部申請，按照相關法律制度進行處理。此外，本集團亦為管理團隊採取靈活的工時制度。

## 4.2 僱員薪酬及福利

本集團根據《中華人民共和國勞動法》和《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，建立了僱員薪酬福利制度。考慮到具競爭力薪酬方案之重要性，本集團定期審閱僱員的薪酬及福利政策，以確保其市場競爭力。

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

本集團提供具競爭力的僱員福利，包括但不限於年終獎金、交通補貼、年假、病假和其他假期。

### — 獎金

本集團向年度考核合格的僱員發放年終獎金，向為本集團帶來經濟效益或降低生產經營成本的僱員發放項目獎金。

### — 交通補貼

本集團為僱員提供班車服務，僱員亦可選擇享受交通補貼以代替班車服務。補貼為每月人民幣100元。

### — 年假

本集團向僱員提供年假。工作年限少於10年的僱員可享有5日年假；工作年限為10年或以上但少於20年的僱員可享有10日年假。

### — 病假

根據累積的工作年限，本集團為僱員提供3個月至24個月的病假時間。僱員於病假期間根據適用的法律法規有權領取本集團的工資。

一 其他假期

本集團僱員亦有權享有其他各類假期福利。例如，本集團為享有相關權利的僱員提供事假、婚假、恩恤假、產檢假、待產假、工傷假、產假及陪產假。該等權利及其他權利於《員工手冊》中訂明。

為確保僱員清楚了解其權利和義務，本集團制定了《員工手冊》和其他相關規定，涵蓋招聘、薪酬結構、信息安全、行政管理和額外福利等方面。本集團定期修訂《員工手冊》，以確保嚴格遵守最新的法律法規。此外，為向僱員提供向人力資源部或本集團秘密表達投訴和關注的渠道，僱員可以直接掃描《員工手冊》上的二維碼提出建議或投訴。

4.3 僱員健康與安全

本集團堅持為僱員創造一個安全健康的工作環境，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。

本集團致力為僱員營造安全工作環境。過去三年並無發生工傷死亡事件，2022財年的工傷損失工作日數為64天，比上一財年減少12.3%。

2020財年至2022財年有關工傷事件的資料列示如下：

	2020年	2021年	2022年
工傷死亡	0	0	0
工傷損失工作日數	81.5	73	64
年末僱員總數	842	832	603

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

本集團定期進行消防演練，增強僱員的消防安全意識，提高僱員應對火災的自救能力。為確保於工廠工作的員工安全，本集團已制定適當的應急計劃。

### 4.4 僱員發展及培訓情況

本集團將人才視為企業發展的重要基石，並於報告期內為僱員開展各種培訓項目，以提高僱員的專業技能及綜合質素。除為新僱員提供入職培訓外，本集團亦積極舉行以企業管理、內部培訓、微視頻競賽及安全意識為重點的各類培訓。

2022財年，本集團參與培訓的僱員人數\*為745人，均有參加13,330小時的各類培訓，包括254名男性僱員及491名女性僱員，平均培訓時間17.9小時。僱員類別方面，9名高級管理人員、97名中級管理人員及639名一般僱員參加培訓，平均培訓時間分別為約3.5小時、19.1小時及17.9小時。

截至2022年12月31日，按性別及僱員類別劃分的僱員培訓數據如下：

	受訓僱員百分比	平均培訓時間
<b>按性別</b>	<b>%</b>	<b>小時</b>
男	34.1%	17.9
女	65.9%	17.9
<b>按僱員類別</b>	<b>%</b>	<b>小時</b>
高級管理層	1.2%	3.5
中級管理層	13.0%	19.1
一般僱員	85.8%	17.9

附註\*：

745名受訓僱員包括在任僱員及部分離職僱員。

### 4.5 防止童工或強制勞工的指引及措施

本集團嚴格遵守相關法律法規，包括《未成年人保護法》及《禁止使用童工規定》，並對任何形式的童工或強制勞工採取零容忍的態度。本集團已實施勞工政策規定的一系列防止使用童工及強制勞工的政策及程序。

- 首先，本集團在招聘過程中收集並驗證候選人的個人信息，以確保有關信息有效，選擇合適的候選人。
- 所有僱員加入本集團時必須達到法定工作年齡並持有身份證件。
- 人力資源部嚴格仔細收集及檢查上述文件。
- 若發現任何可疑違規行為，本集團亦鼓勵向本集團管理層報告。

在本集團內部，得益於有效的招聘及僱傭制度，防止了出現童工及強制勞工。如有發生，本集團將按照相關法律法規進行處理，並考慮在未來將相關措施納入《員工手冊》。



#### 4.6 反賄賂及反欺詐措施

本集團始終堅持誠信公平原則，為僱員營造一個合適及舒適的工作環境。本集團始終高度重視預防發生腐敗情況，並已制定預防措施監督僱員。本集團嚴格遵守有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗錢等商業道德的所有法律法規，包括但不限於《中華人民共和國監察法實施條例》、《中華人民共和國反不正當競爭法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》。本集團已實施廉政協議，確保我們的僱員或管理層於任何形式的業務活動中均遵守最高的道德標準。

##### 一 反欺詐及反貪污管理規定

本集團已制定《反欺詐及反貪污管理規定》，構建完善的商業道德管理及監督框架。《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，有效減低發生貪污及欺詐行為。

##### 一 修訂廉潔自律協議

於2022年，本集團更新廉潔自律協議，我們的全體僱員均簽署該協議，這表示彼等不得作出可能損害本集團及其股東利益的貪污及不誠實行為。此外，本集團鼓勵舉報以共同創造及維護民主、透明、公平的商業環境。我們的所有僱員均可掃描廉潔自律協議隨附的二維碼，實名或匿名舉報賄賂及欺詐事件。相關部門將對舉報內容進行核實，並對相關人員作出相應處罰。

本集團於報告期內定期進行反貪污及商業道德主題的網上培訓。本集團提供相關主題的錄製視頻，並鼓勵所有員工學習該等視頻。

2022財年，本集團牽涉兩起正在審理的針對本集團及其僱員腐敗行為提起的法律案件。

#### 4.7 反勒索及反洗錢措施

本集團致力於在整個集團範圍內提供有效及系統的反勒索及反洗錢框架，對所有僱員及相關人士的此類行為採取絕對零容忍的態度。本集團已與僱員及合作夥伴實施針對勒索及洗錢的預防管理措施。為防止勒索事件的發生，本集團要求各部門保留客戶身份資料及交易記錄，並對所有交易數據進行監控，防止數據洩露被他人使用。在反洗錢方面，本集團要求各部門明確各自的工作職責及管理範圍，不得越權從事相關活動。本集團一直嚴格監督各部門的行為，防止管理人員利用職權進行非法金錢交易。

### 5 環境績效分析

#### 5.1 企業廢棄物分析

##### 5.1.1 相關環境保護政策概述

本集團深知，其在尋求環境長期可持續發展方面具有舉足輕重的作用。作為領先的男裝品牌，本集團堅持綠色承諾及嚴格遵守相關的環境法律及法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國大氣污染防治法(2018年修訂)》。本集團致力於推動綠色發展，於日常營運中堅持資源節約及環境保護，極力為客戶提供更多綠色可持續的時尚選擇。

##### 5.1.2 企業排放物分析

###### — 廢氣排放

本集團產生的廢氣主要來自汽車的化石燃料燃燒，主要污染物包括氮氧化物(NO<sub>x</sub>)，硫氧化物(SO<sub>x</sub>)及懸浮顆粒物(PM)。由於引進電動汽車、廢除柴油車及總里程減少，本集團產生的廢氣總量同比減少約68.9%，成功達成5.0%減排目標。

截至2022年12月31日，本集團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 <sub>x</sub> )	28.320	1.217
硫氧化物(SO <sub>x</sub> )	0.074	0.003
懸浮顆粒物(PM)	2.714	0.117
<b>總計</b>	<b>31.108</b>	<b>1.337</b>

###### — 溫室氣體排放

根據營運，本集團的溫室氣體排放物主要包括汽車化石燃料消耗產生的直接溫室氣體排放(範圍1)及日常營運中用電、耗水及用紙的間接溫室氣體排放(範圍2及範圍3)。2022財年，本集團排放的溫室氣體總計為1,476.0噸二氧化碳當量，排放密度約為63.4噸二氧化碳當量／人民幣億元。由化石燃料燃燒產生的溫室氣體直接排放總計約為13.5噸二氧化碳當量，及間接排放總計約1,462.5噸二氧化碳當量。由於用電減少，2022財年溫室氣體總排放量減少約38.7%，與上一財年相比，成功達成5.0%減排目標。

截至2022年12月31日，本集團產生的溫室氣體總排放量及密度如下：

溫室氣體直接排放：

溫室氣體類型	直接排放 (噸二氧化碳當量)	直接排放密度 (噸二氧化碳當量/ 人民幣億元)
二氧化碳(CO <sub>2</sub> )	11.800	0.507
甲烷(CH <sub>4</sub> )	0.021	0.001
氧化亞氮(N <sub>2</sub> O)	1.713	0.074
<b>總計</b>	<b>13.534</b>	<b>0.582</b>

溫室氣體間接排放：

溫室氣體類型	間接排放 (噸二氧化碳當量)	間接排放密度 (噸二氧化碳當量/ 人民幣億元)
電力消耗	1,416.147	60.876
其他間接排放	46.319	1.991
<b>總計</b>	<b>1,462.466</b>	<b>62.867</b>

附註：

溫室氣體直接排放主要包括本集團汽車產生的溫室氣體。間接排放包括電力、水及紙張消耗的間接溫室氣體排放。

一 有害及無害廢棄物排放

本集團力圖確保日常營運過程中的綠色發展，竭力從業務活動的各方面減少固體廢棄物。於2022財年，本集團產生約3,113.7噸廢棄物，包括3,107.4噸無害廢棄物及6.3噸有害廢棄物。所有廢棄物已按照有關環境保護法律及法規妥善處置。相較2021財年，本集團於2022財年的廢棄物排放減少約4.4%，建築廢棄物排放減少至3,100.0噸，達成年初設定的3,200.0噸建築廢棄物目標。



截至2022年12月31日，本集團產生的有害及無害廢棄物總排放量及密度如下：

廢棄物類型	排放 (噸)	排放密度 (噸／人民幣億元)
<b>無害廢棄物</b>	<b>3,107.4</b>	<b>133.6</b>
辦公室紙張消耗	7.4	
零售店舖翻新廢棄物	3,100.0	
<b>有害廢棄物</b>	<b>6.3</b>	<b>0.3</b>
廢電池	0.1	
電子廢棄物	6.2	
<b>總計</b>	<b>3,113.7</b>	<b>133.9</b>

### 5.1.3 排放目標及為達致目標所採取的步驟

2023年，本集團的目標是將廢氣排放及溫室氣體排放分別較2022年減少5%。本集團持續創新產品配送模式及於日常營運中倡導節能減排。

#### — 供應商 — 精品店(S2B)商業模式的成功

本集團成功及有效地於福建、遼寧、江西、安徽及廣東應用S2B商業模式。基於精品店指定的產品詳情，供應商直接使用無線射頻識別(RFID)技術對產品進行分類、包裝及傳輸系統數據給下單的精品店。物流服務供應商根據商品配送清單於供應商工廠檢查產品信息並精準配送至店舖。由於運輸節能，S2B模式的成功將促進減排。

#### — 日常營運減排

本集團持續與僱員交流低碳及綠色環保理念，推廣環境友好型出行，提倡及時關燈，並於地球日開展「光盤」行動，以提高僱員的環保意識及能力，攜手僱員共創可持續時尚。

#### 5.1.4 廢棄物目標及為達致目標所採取的步驟

本集團致力減廢並設立2023年7噸紙張消耗的目標。為減少廢棄物排放，本集團使用可重複使用帆布包代替紙袋包裝節日禮物，鼓勵僱員充分使用紙張，進行紙箱回收及產品使用可回收拉鏈及鈕扣。

##### — 使用可重複使用帆布包代替紙箱包裝端午節禮物

本集團堅持綠色發展並將綠色環保融入日常營運中。對於僱員的端午節限量禮物，本集團決定使用可重複使用帆布包代替紙箱及氣泡袋。帆布包時尚、可愛、可重複使用、耐用、可洗及環保。此外，本集團鼓勵僱員重複使用帆布包，以減少一次性消耗品，如用作購物籃、露營便當袋及時尚元素。

鑒於綠色發展，此次端午節禮品使用帆布袋包裝是本集團採用可重複利用包裝以減少紙箱消耗的一次成功嘗試。本集團會繼續探索可持續發展之路，減少廢棄物排放，引領男裝行業綠色發展。

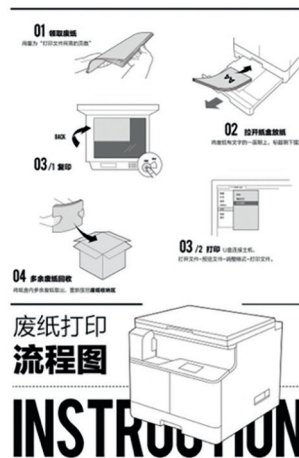


端午節環保禮品

##### — 鼓勵員工在日常工作和生活中充分利用紙張

本集團鼓勵員工在日常工作和生活中充分利用紙張，減少紙張消耗。本集團提倡數字通信和運營，而不是傳統的紙質程序，例如使用數字系統進行內部審批流程，並提倡無紙化辦公。

此外，本集團敦促使用雙面打印，並重複利用廢紙進行打印，打印文件時充分利用每張紙張。本集團建議每次只使用一張捲紙，避免浪費。本集團亦於打印室及盥洗室張貼告示，提醒員工節約紙張。



廢紙打印流程圖



提示每次只抽取一張擦手紙

### — 紙箱回收

本集團積極鼓勵員工回收廢紙箱，並在合適的地方放置回收標誌。本集團已設立X-Man Post Office供員工放置開箱後無用的紙箱，需要寄快遞的員工可前往領取並重複使用這些箱子。

### — 採用回收拉鏈及鈕扣

本集團在生產襯衫、外套、褲子及其他服裝時使用回收拉鏈及鈕扣，以遵守環保原則。回收鈕扣是一種從植物中萃取併發酵的生物樹脂，可以降解為水及二氧化碳，而不會污染環境。回收拉鏈由回收的PET塑料瓶作為原材料經過淨化和粉碎製成，使用的原材料中有30%是回收材料。

## 5.2 資源使用

### 5.2.1 主要資源消耗結構

本集團致力於成為一家資源節約型及環境友好型企業，促進環境保護。於2022財年，本集團的資源消耗主要包括汽油、電力及水資源。本集團的整體能源消耗總量為990.1噸標準煤當量，其中約0.5%的能源消耗來自汽油，屬直接能源，餘下99.5%來自電力，屬間接能源。由於電力、柴油及天然氣使用量的減少，2022財年能源消耗總量較2021財年的能源消耗下降約39.5%。

下表列示截至2022年12月31日本集團的資源消耗表現：

資源	資源類型	單位	消耗量
汽油	直接能源	升	5,000.0
電力	間接能源	千瓦時	2,437,430.0
天然水資源	水資源	噸	30,100.0

下表列示截至2022年12月31日本集團各類資源的消耗密度：

資源	資源類型	單位	消耗密度
汽油	直接能源	升／人民幣百萬元	2.2
電力	間接能源	千瓦時／人民幣百萬元	1,047.8
天然水資源	水資源	噸／人民幣百萬元	12.9

### 5.2.2 能源使用效益目標及為達致目標所採取的步驟

於2022年，本集團出售一輛商用車，並引入一輛電動車供日常使用。本集團亦鼓勵員工乘坐公共交通工具出行，減少汽油消耗。於2023年，本集團的目標是將汽油消耗量及用電量分別降低10%及5%。

本集團嚴格遵守節能減排相關規定，規範辦公樓道用電，並在樓梯間安裝聲控照明燈。本集團亦規定在夏季及冬季可開啟空調的運行時間，並禁止在冬季使用大功率電器。本集團提倡在使用會議室後及時關閉用電設備並在離開工位前關閉電源。任何員工下班後如未關閉相關電器設備將受到處罰。本集團倡導綠色辦公，積極鼓勵員工在日常生活和工作中節約能源。

### 5.2.3 用水效益目標及為達致目標所採取的步驟

本集團已根據相關國家環境保護政策及法規求取適用的水源，在求取水源方面並無遇到重大問題。於2022財年，本集團的日常經營合共耗用30,100.0噸水，用水密度為12.9噸／人民幣百萬元。與2021財年相比，本集團的用水量減少約71.0%。本集團力爭到2023年將用水密度降低10.0%。

本集團繼續提高用水效益，並採取一系列措施減少用水量。辦公場所張貼了節水標語，並大範圍安裝感應水龍頭，提高水資源利用率。水資源管理亦是我們環境管理的重要組成部分。本集團定期監測用水量，要求所有部門進行自我評估，並不斷改善我們的用水表現。



### 5.2.4 包裝材料使用

本集團使用包裝材料保護產品在運輸過程中免受損壞。本集團的包裝材料消耗主要源於產品銷售，因此本集團使用的包裝材料包括膠袋、紙盒和紙袋。於2022財年，本集團合共消耗2,012.4噸包裝材料，較2021財年下降約16.9%，成功實現了年初設定的10.0%的下降目標。

下表概述截至2022年12月31日本集團的包裝材料表現：

包裝材料	單位	消耗量	單位	消耗密度
<b>產品包裝材料</b>				
膠袋	噸	185.00	噸／人民幣百萬元	0.08
<b>線下零售過程中使用的包裝材料</b>				
紙袋	噸	153.40	噸／人民幣百萬元	0.07
紙盒	噸	119.00	噸／人民幣百萬元	0.05
<b>線上零售過程中使用的包裝材料</b>				
紙袋	噸	806.00	噸／人民幣百萬元	0.35
紙盒	噸	749.00	噸／人民幣百萬元	0.32
<b>總量</b>	<b>噸</b>	<b>2,012.40</b>	<b>噸／人民幣百萬元</b>	<b>0.87</b>

本集團的目標是將製成品所用包裝材料總量在未來五年內減少5%。

## 5.3 環境及天然資源

### 5.3.1 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。本集團高度重視保護環境與自然資源，並通過消費清潔能源轉型、應用綠色染色技術以及使用回收材料，努力將對環境的負面影響降至最低。因此，本集團的業務活動於2022年並無對環境或天然資源產生重大影響。

本集團關注生產中的環境風險因素，如排放物及廢棄物排放。我們的服裝廠廣泛使用光伏發電等清潔能源以替代使用化石能源。此外，本集團持續將零排放染色技術及低浴比染色缸應用於面料及男裝系列，以減少碳排放及用水量。

此外，本集團為我們的產品引入綠色元素。於2022財年，本集團首推環保襯裡技術全新都市戶外羽絨服系列。該環保內襯由回收PET塑料及紗線製成，屬於低碳環保材料，可有效減少白色污染物，從而實現可持續發展。



2022年都市戶外系列

## 5.4 氣候變化

### 5.4.1 處理重大氣候相關事宜措施之分析

作為中國領先的男裝時尚品牌，本集團積極應對氣候變化帶來的風險及機遇，致力於推動應對氣候變化及低碳經濟轉型。為實現綠色轉型，本集團積極適應氣候變化並管理其對我們業務運營構成的風險。

本集團將氣候變化管理納入其日常工作重點，而本集團業務所面臨的惡劣天氣主要發生在夏季雨季。行政部門日常關注氣候變化並組織惡劣天氣特別防禦小組以制定應急預案並加強日常檢查。為免蛇蟲出現，小組組織專人定期撒粉驅蛇驅蟲。在夏季高溫來臨之前，小組負責將氣象台的預警信息以及雷雨天氣的防範措施告知員工。

### 6 回饋社會

本集團一貫堅持以回饋社會為準則，致力於促進社區和諧發展。本集團積極組織並參與各類志願者活動，從而促進本集團與社會共同發展。於2022年，本集團為有需要人士捐贈約4,000件衣物。

#### — 為社區捐贈衣物

本集團積極參與慈善公益活動。於2022年6月，本集團向拉薩市納金路北社區低收入群體、老人、單親家庭等有需要人士捐贈46件衣物，受到當地社區及居民們衷心感謝。此次活動促進了文化交流，也加深了我們與居民的友誼。



榮譽錦旗



為社區捐贈衣物

#### — 為幫助隔離中的大學師生派送羽絨服

於2022年12月，疫情反覆恰逢氣溫驟降，本集團為寧波諾丁漢大學隔離期間的師生送出2,445件羽絨服。接收寧波市政府要求後，本集團積極行動，高效派送，為師生送去溫暖。本集團派出89名員工完成了這一特殊訂單，將數千件羽絨服迅速送至31個隔離點，確保隔離中的全體師生溫暖過冬。

經過全體志願者不懈努力，羽絨服從準備到送達整個過程僅耗時六個小時。師生們在不同場合對羽絨服及時送達與優良品質表示讚賞。



為隔離期間的師生派送羽絨服

### 一 參與「老有所衣」項目

本集團一貫重視社會責任。為幫助老年人，改善老年人冬天生活質量，本集團積極加入由天貓發起的「老有所衣」活動，為生活在山區（如甘肅理縣以及黑龍江省七台河市）的老人捐贈1,400件禦寒冬衣。



捐贈證書



## 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
<b>A：環境</b>		
<b>層面A1：排放物</b>		
一般披露		第15頁
A1.1	排放物種類及各自的排放數據。	第15頁
A1.2	直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體總排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	第16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17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17頁
A1.5	描述所設立的排放目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第17頁
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、以及描述所設立的減廢目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第18頁
<b>層面A2：資源使用</b>		
一般披露		第19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20頁
A2.2	總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）	第20頁
A2.3	描述所設立的能源使用效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第20頁
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，所設立的用水效益目標及為達致這些目標所採取的步驟。	第20頁
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位估量。	第21頁
<b>層面A3：環境與天然資源</b>		
一般披露		第21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22頁
<b>層面A4：氣候變化</b>		
一般披露		第22頁
A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜及已採取管理有關事宜的行動。	第22頁

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引
<b>B. 社會</b>		
<b>僱傭及勞工常規</b>		
<b>層面B1：僱傭</b>		
一般披露		第8頁
B1.1	按性別、僱傭類型(例如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	第9頁
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失率。	第10頁
<b>層面B2：健康與安全</b>		
一般披露		第12頁
B2.1	於過去三年每年(包括報告年度)因工作關係而死亡的人數及比率。	第12頁
B2.2	因工傷損失工作日數。	第12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12頁
<b>層面B3：發展及培訓</b>		
一般披露		第13頁
B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	第13頁
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受培訓的平均時數。	第13頁
<b>層面B4：勞工準則</b>		
一般披露		第13頁
B4.1	描述檢討招聘慣例以避免童工及強制勞工的措施。	第13頁
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	第13頁
<b>營運慣例</b>		
<b>層面B5：供應鏈管理</b>		
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頁
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	第6頁
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	第6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
<b>層面B6：產品責任</b>		
一般披露		第4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4頁
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	第7頁
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	第7頁
B6.4	描述品質檢定過程及產品回收程序。	第4頁
B6.5	描述客戶資料保護及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	第8頁
<b>層面B7：反貪污</b>		
一般披露		第14頁
B7.1	於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14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14頁
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	第14頁
<b>社區</b>		
<b>層面B8：社區投資</b>		
一般披露		第23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23頁
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	第23頁