



2023

寶尊集團
可持續發展報告

SUSTAINABILITY REPORT FOR FISCAL YEAR 2023

目錄 CONTENTS

| | |
|----------|----|
| 管理層致辭 | 01 |
| 走進寶尊集團 | 03 |
| 我們的可持續發展 | 07 |

01

| | |
|-------------------|----|
| 穩固治理 构建可持續發展基石 | 15 |
| 公司治理架構 | 16 |
| 風險識別與管理 | 18 |
| 反腐敗與商業道德 | 19 |

02

| | |
|------------------|----|
| 創新不止 科技成就品質服務 | 24 |
| 研發與創新 | 25 |
| 客戶服務 | 29 |
| 負責任行銷 | 33 |
| 數據與私隱保護 | 34 |

03

| | |
|----------------|----|
| 價值共創 建設美好未來 | 39 |
| 員工責任 | 40 |
| 可持續供應鏈 | 53 |
| 社區公益 | 56 |

04

| | |
|-------------------|----|
| 綠色運營 繪製低碳發展新圖景 | 62 |
| 環境管理體系 | 63 |
| 環境管理目標 | 63 |
| 氣候變化減緩與適應 | 64 |
| 「全鏈式」綠色運營 | 71 |
| 排放物管理 | 75 |

| | |
|-----------|----|
| 可持續發展管理績效 | 76 |
| 報告索引表 | 81 |
| 報告編制說明 | 87 |



管理層致辭

2023年，對於寶尊集團來說，是承前啟後、繼往開來的一年。秉持「科技成就商業未來」的願景，在董事會及可持續發展委員會的指導下，與持份者緊密合作，共同探討並落實具有實質性的可持續發展路徑。我們將可持續性理念嵌入各項核心業務運營中，攜手各方力量，共同描繪綠色、可持續的商業未來。

我們注重環境影響的降低和改善，大力推行綠色運營。報告期內，寶尊集團實現了14,324噸的包裝材料循環使用，減少了對自然資源的依賴和浪費。不僅如此，我們全力推動節能減碳策略，從優化物流運輸、提高能效利用率到推廣清潔能源使用，全方位佈局減排路徑。報告期內，相較於基準年2021年，寶尊集團2023年的範圍一、範圍二溫室氣體排放量下降28%，CDP氣候問卷成績由C級提升至B級。

我們堅信企業的成長離不開社會的繁榮與進步。我們積極推動「產教融合」，與南通開放大學、山東外國語職業技術大學、江西科技學院等高等學府緊密合作，培養電商行業所需的高質素人才。截至報告期末，已有數百名學生受益於寶尊提供的實習實訓和電商運營類課程。此外，寶尊集團秉持「以公益鑄就仁心」的理念，在社區公益、鄉村振興等領域持續發力。我們通過向遭受嚴重洪澇災害的河北涿州、易縣和涇水等地區捐贈Gap品牌應季服裝，幫助受災居民渡過難關；與雲南省麻栗坡縣政府結對共建，聚焦消費幫扶、人才培養，為當地援建綠色電腦教室、捐贈護眼燈等教育設施，並為當地經營管理人員提供電商技能培訓，助其將所學應用於農產品電商行銷，推動農村數位經濟和產業振興。

作為實現寶尊商業大廈可持續發展的核心力量，寶尊集團將員工視為寶貴的財富和力量源泉。在過去的一年中，寶尊集團致力於保障員工權益，提供豐富的企業福利，讓員工切實感受到「樂活寶尊」的理念。我們通過建立能力發展中心培養體系、三級人才發展委員會制度，為員工提供事業平臺和晉升渠道，推動人才梯隊培養發展。2023年，寶尊集團員工線上線下總培訓時長共計64,776小時，人均培訓時長8.28小時。此外，我們持續構建多元化與平等的職場環境，關愛並保障弱勢群體，讓每一個人都能在寶尊享受到體面且富有成就感的工作。

在公司治理層面，寶尊集團重視並實踐董事會多元化，確保女性在各級決策層中有充分參與和代表性，推動公司治理結構更為科學合理。我們嚴格遵守國內外相關法律法規，建立穩健高效的公司治理體系，並通過多層次監督機制確保運營合法合規。我們以《寶尊電商監察制度》等一系列制度為保障，構建起堅實的商業道德誠信體系，通過全面的培訓與教育，讓誠信文化深深植根於每一位寶尊人的心中。

自 2007 年成立以來，寶尊集團憑藉敏銳的市場洞察力和強大的技術創新實力，在中國乃至全球的品牌電商服務市場中脫穎而出，始終引領行業發展。企業成長的同時，也讓我們深感肩負的責任重大。面對嶄新的 2024 年，寶尊集團滿懷激情與信心，將在可持續發展的旗幟下，沿著「科技成就商業未來」的道路闊步前進，以實際行動回應時代的召喚，為實現經濟社會高質量發展，創造更加可持續的美好未來而不懈努力。



仇文彬 Vincent Wenbin Qiu
寶尊集團創始人
寶尊集團董事長兼首席執行官

走進寶尊集團

關於寶尊集團

寶尊電商有限公司（簡稱「公司」「寶尊」「寶尊集團」或「我們」）成立於 2007 年，是中國品牌電商服務行業的領導者，致力於為合作品牌提供電子商務運營解決方案。寶尊於 2015 年 5 月在美國納斯達克上市，2020 年 9 月在香港聯交所二次上市。2022 年 11 月，自願於香港聯交所主板的第二上市地位轉換為主要上市地位。現為香港聯交所及美國納斯達克雙重主要上市公司。我們秉持「以科技創新和客戶需求為引擎，致力成為全球品牌電商商業夥伴」的使命，已通過雲端運算、大數據、人工智能等技術，不斷實現技術升級和轉型，打造優質的電子商務平臺和生態系統，服務全球用戶，助力品牌成就科技未來。

願景 科技成就商業未來

使命 以科技創新和客戶需求為引擎，致力成為全球品牌電商商業夥伴

價值觀 誠信、擔當、進取、協同、創新





公司名稱：寶尊電商有限公司 股份代號：09991.HK 公司總部：中國上海 運營起始時間：2007 年
NASDAQ: BZUN

三大業務線：寶尊電商（BEC）、寶尊品牌管理（BBM）、寶尊國際（BZI）

業務板塊：涉及店站運營、數字行銷、技術中心、倉儲物流、客戶服務五大服務內容，涵蓋品牌官方商城、線上購物平臺天貓與京東、社交移動商城及線下智能門店等全渠道

員工總數：7,827 人

公司規模：

NO.1

在《2023 年中國品牌電商服務商排行榜 TOP15》中排名第一（來源於艾媒諮詢）

450+

超 450 家品牌運營合作夥伴，覆蓋 8 大垂直行業

30+

覆蓋中國超 30 多個主流電商平臺，提供全渠道新零售電商服務

2 地上市

2015 年美國納斯達克上市，2020 年香港聯交所二次上市，2022 年香港美國雙重主要上市

我們的服務

技術中心

依託智能技術，創建優質生態，服務全球品牌

17

年 IT 系統實施經驗

2

地研發團隊

自动化

運營工具 & 數據專家



店站運營

引入數據分析商業智能和人工智能成果，為業務導向並對業績負責

8

大類目涵蓋

壹站式

端到端解決方案

450+

品牌電商服務經驗



數字行銷

將品牌行銷和銷售完美結合，賦能品牌私域業務的全鏈路方案

4A

級市場行銷經驗

500+

電商行銷專家團隊

28

全年打造品牌平臺活動



客戶服務

為品牌電商業務而生的新一代綜合客服服務

5

大區域運營中心

S-ANY

一站式客戶服務管理平臺

71.14%

AI 客服工具解決率



倉儲物流

高效優質的供應鏈解決方案，持續為客戶獲取競爭優勢

93

萬平方米物流中心

10

大城市倉儲中心

自動化 2,550,000

電商倉庫

日峰值訂單量



我們的可持續發展

可持續發展 治理架構

公司可持續發展的實現離不開高層的重視和全員的參與。我們將可持續發展理念融入企業文化和日常經營，成立了自上而下的可持續發展治理架構，由董事會全面監督公司可持續發展相關事宜，評估公司可持續發展管理績效，妥善管理公司可能面對的環境、社會及管治（簡稱「ESG」）風險並對其最終負責。

寶尊集團建立健全的 ESG 管理體系與工作機制，為公司持續增長打下堅實基礎。公司基於公司董事會的領導，建立可持續發展委員會，研究公司 ESG 管理策略、識別 ESG 重大風險與機遇，並進一步授權可持續發展工作小組協助開展及落實 ESG 實踐行動，確保設立合適及有效的 ESG 風險管理及內部監管系統。



ESG 管理最高決策機構

董事會



決策層：由董事會成員及
高級管理層構成

可持續發展委員會



實施層：由公司各個職能部門、
業務部門構成

可持續發展工作小組



可持續發展委員會主要職責包括：

- (a) 識別重大環境、社會及管治議題，判定重大環境、社會及管治事宜將為本公司帶來的風險和機遇；
- (b) 建議及定期檢討本公司的環境、社會及管治願景、策略；
- (c) 基於相應的策略制定其對應的目標，並定期進行目標進度的監督及檢討；
- (d) 審閱與環境、社會及管治相關的政策；
- (e) 就重大環境、社會及管治事宜相關的政策進行檢討及監督，並確保其適用於本公司；
- (f) 董事會授予的其他職責。

可持續發展工作小組主要職責包括：

- (a) 推動各部門執行各項環境、社會及管治政策，彙報環境、社會及管治項目落實情況；
- (b) 每年識別與公司有關的環境、社會及管治風險，評估此類風險對公司的影響，並就風險應對向董事會提供建議；
- (c) 協助編制年度可持續發展報告及其他環境、社會及管治相關披露信息，並提交董事會審議及批准予以披露；
- (d) 董事會授予的其他職責。

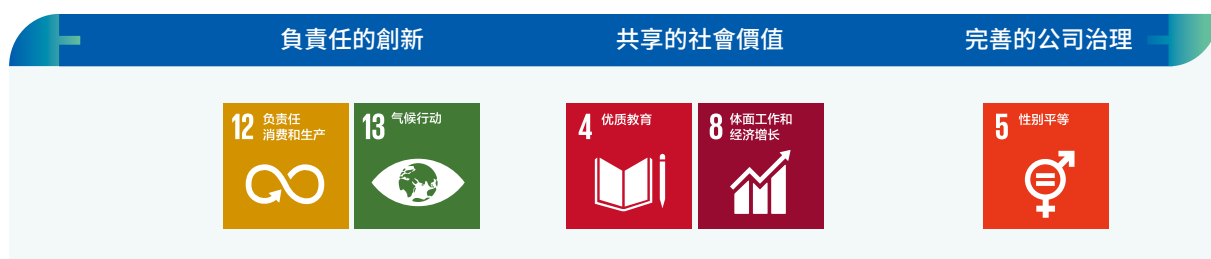
報告期內，公司召開可持續發展委員會會議。會上，委員會成員共同研討 ESG 領域的最新政策動向，深化對全球可持續發展標準的理解，也為將這些標準融入公司戰略決策提供有益參考。委員會審查寶尊集團 2022 年度 ESG 工作彙報，系統梳理了公司在可持續發展管理方面的實踐，並審閱通過 2023 年寶尊集團 ESG 工作規劃，確定報告期的 ESG 管理工作方向與重點。

可持續 發展貢獻

可持續發展策略

寶尊作為中國品牌電商服務商的先行者，將可持續發展視作重要發展戰略，以及自身肩上不容忽視的責任，並將自身「科技基因」作為可持續發展的內生驅動力，保護環境、關愛社會，協力解決社會面臨的複雜挑戰。為此，我們將可持續發展的理念融入公司經營的全過程，以完善的公司治理為基礎，通過開展負責任的創新、構築共享的社會價值，為全球可持續發展貢獻力量。

我們可持續發展策略



承諾

以負責任的創新和可持續的運營，攜手持份者，共同推動可持續的消費方式

致力於創造積極的社會影響，貢獻高質量的就業與社會共同繁榮

踐行健全與透明的運營模式，通過完善的公司治理，實現公司經營的可持續

行動策略

- 通過創新的解決方案，提升行業整體的運營效率
- 成為可持續消費的推動者，制定碳中和目標，攜手各持份者實現全價值鏈碳中和，倡導綠色低碳生活
- 為員工打造平等、多樣化的發展平臺
- 提供職業教育培訓及就業崗位，助力高質量的就業與鄉村振興
- 增強董事會多元化和獨立性
- 建立公正、廉潔透明的公司治理環境
- 持續提升資訊安全與私隱保護的公平性

貢獻可持續發展目標

寶尊關注聯合國可持續發展目標（SDGs），基於自身可持續發展策略，我們明確了與公司最為相關的五項可持續發展目標，以自身行動為全球可持續發展作出積極貢獻。

貢獻SDGs

我們的行動

負責任的創新



目標 12.5 到 2030 年，通過預防、減排、回收和再利用，大幅減少廢物的產生。

我們積極與其他行業參與者攜手，共同探索包裝優化方案、物流倉儲優化方案等各環節的綠色行動，實現資源高效利用的同時，減少廢棄物（如包裝材料廢棄物）產生。截至報告期末，公司包裝材料循環使用量 14,324 噸。



目標 13.3 加強氣候變化減緩、適應、減少影響和早期預警等方面的教育和宣傳，加強人員和機構在此方面的能力。

我們踐行自身的綠色運營，通過創新解決方案提升行業運營效率並推動行業選擇更綠色的運營方式，打造綠色全生態，貢獻碳中和目標的實現。

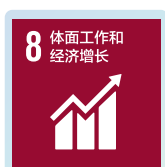
共享的社會價值



目標 4.4 到 2030 年，大幅增加掌握就業、體面工作和創業所需相關技能，包括技術性和職業性技能的青年和成年人數。

我們結合自身資源優勢，通過「產教融合」，為在校學生開放實習培訓及就業機會，讓學生們積累實操經驗，提升職業技能，實現高質量的就業。

報告期內，在開設寶尊 - 南通開放大學電商產業學院的基礎上，公司與山東外國語職業技術大學、江西科技學院簽訂了電商產業學院協議，共同培養適應電商行業需求的高質素人才。截至報告期末，山東外國語職業技術大學已有近 800 名學生參與實習實訓，江西科技學院已有超過 120 名學生報名寶尊開設的電商運營類課程。



目標 8.5 到 2030 年，所有男女，包括青年和殘疾人實現充分和生產性就業，有體面工作，並做到同工同酬。

我們打造多元化與平等的職場環境，充分保障女性員工權益，並為弱勢群體提供就業機會，讓每個人都有體面的工作。報告期內，公司已有 13 名殘障員工夥伴。

完善的公司治理



目標 5.5 確保婦女全面有效參與各級政治、經濟和公共生活的決策，並享有進入以上各級決策領導層的平等機會。

我們重視並追求董事會的多元化，聘請女性董事及高級管理層，成為公司的領導角色之一。報告期內，公司共有 72 名女性董事及高級管理層員工。

2023 年關鍵績效

► 2023 年可持續發展亮點績效

負責任的創新

新增專利申請

8 項

計算機軟件著作

62 項

已累計申請專利

75 項

計算機軟件著作

321 項

持續擴大碳中和範圍，共打造

2 個「碳中和園區」



共享的社會價值

寶尊獲 2023 國際綠色零碳節

「碳中和典範企業獎」

寶尊獲第八屆智通財經上市公司頒獎典禮

「最佳 ESG 創新獎」

寶尊獲格隆匯金格獎

「年度社會責任獎」

寶尊獲淘天集團頒發的

「ESG 數字人才公益生態合作夥伴」

寶尊品牌管理公司 Gap 中國獲 2023 HR flag 雇主品牌

「最佳社會責任獎」

完善的公司治理

通過 **ISO 27001** 資訊保安管理系統認證

通過 **ISO 27701** 私隱信息管理體系認證

擴大網絡安全等級保護測評 **三級** 的覆蓋範圍，六大系統共計 **15** 個子系統已通過國家測評機構的認證審核

對 **7** 個辦公場所及分子公司開展資訊安全風險評估，識別出提升項並協助編制整改方案

注：數據口徑與寶尊合併財務報表範圍保持一致，涵蓋 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。



實質性議題與持份者溝通

持份者溝通

持份者的信任與支持對寶尊的可持續發展至關重要，我們始終重視與持份者的溝通。我們識別公司的重要持份者，建立了與各持份者的常態化溝通機制，深入瞭解各持份者的意見與價值觀念，將其關注的議題納入公司運營和決策過程中，並積極回應持份者的訴求和期望，建立相互信賴、相互支持的長遠關係。

| 主要持份者 | 溝通渠道與方式 | 關注議題 |
|--|---|---|
|  政府及監管機構 | <ul style="list-style-type: none"> 項目合作 會議交流 監督檢查 | <ul style="list-style-type: none"> 反腐敗與商業道德 應對氣候變化 排放物管理 能源與資源節約 風險管理 |
|  股東與投資者 | <ul style="list-style-type: none"> 業績公告會 股東大會 資料披露 接待分析師及投資者調研 出席投資者交流會議 | <ul style="list-style-type: none"> 董事會治理有效性 保護知識產權 風險管理 |
|  客戶（品牌客戶） | <ul style="list-style-type: none"> 客戶滿意度調查 定期溝通 行業峰會 | <ul style="list-style-type: none"> 能源與資源節約 應對氣候變化 技術發展與創新 滿意度與溝通 資訊安全 數據與私隱保護 |
|  消費者 | <ul style="list-style-type: none"> 客戶服務 推廣可持續消費理念 | <ul style="list-style-type: none"> 用戶體驗提升 資訊安全 數據與私隱保護 |
|  供應商 | <ul style="list-style-type: none"> 供應商評估與審核 供應商培訓 | <ul style="list-style-type: none"> 供應商可持續發展管理 反腐敗與商業道德 |
|  員工 | <ul style="list-style-type: none"> 定期會議 員工培訓 員工活動 投訴與反饋 | <ul style="list-style-type: none"> 員工權益與福利 員工平等與多元化 員工職業健康與安全 員工人才發展 員工工作與生活平衡 |
|  社區 | <ul style="list-style-type: none"> 社區活動 定期溝通 媒體溝通 | <ul style="list-style-type: none"> 社區公益貢獻 |

實質性議題

寶尊遵守香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》中的「重要性」原則，每四年開展一次持份者實質性議題調研，每年開展一次實質性議題分析。持份者實質性議題調研通過與各持份者發放問卷，綜合行業對標結果與專家意見徵詢，形成寶尊集團 ESG 實質性議題，作為公司管理和報告披露的重點。2021 年，我們對投資人、媒體、員工、高級管理層等持份者開展了涉及治理、環境和社會三方面議題的問卷調查，形成 2020 年度可持續發展報告實質性議題矩陣，並識別出對寶尊高度重要的議題。實質性議題分析則是通過對宏觀政策研究、行業分析及可持續發展議題的梳理，實現年度實質性議題識別與分析。

報告期內，在上一年實質性議題分析基礎上，我們開展了 2023 年度實質性議題識別與分析，對原有實質性議題進行調整。我們刪除 1 項議題（「經濟績效」），主要因為公司經濟績效相關指標與數據已在公司年報中充分披露；新增 1 項議題（「風險管理」），以應對不斷變化的商業環境和市場條件，更全面地探討公司在風險管理方面的策略、措施和執行情況，提升對股東和持份者的透明度，確保我們更全面地回應和管理潛在風險。

寶尊實質性議題矩陣



01 穩固治理 構建可持續發展基石

完善的公司治理是可持續發展的基石。我們將「誠信」放在公司價值觀的首位，恪守商業道德，堅持誠信合規運營，通過完善公司治理體系、優化權責機制、強化風險應對能力等方面，推動寶尊集團高質量可持續發展。



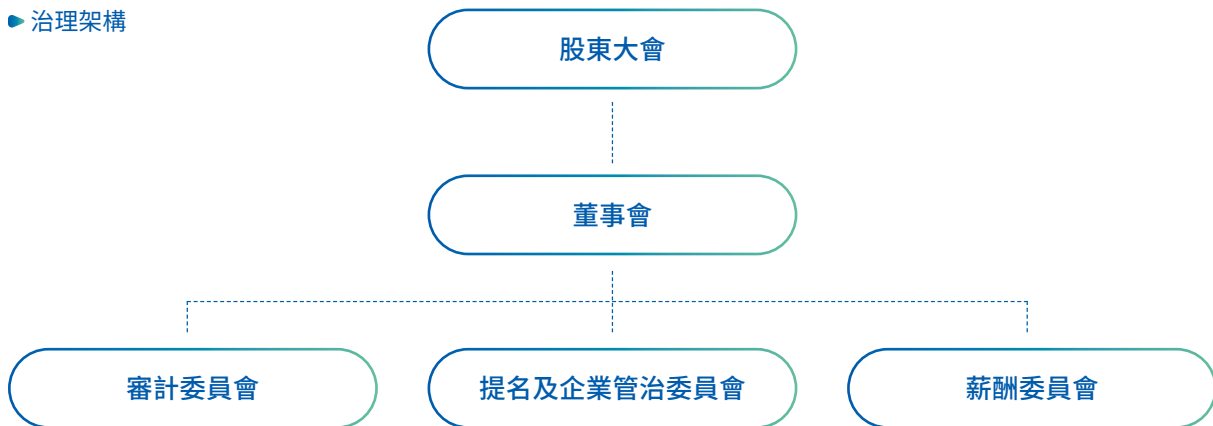
公司治理架構

治理架構

寶尊作為中國電商服務行業的領導者，嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《Rule 5200. 在納斯達克股票市場首次和持續上市的一般程序和先決條件》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規及相關規定，建立了責任清晰、穩健高效的治理體系。公司通過股東大會、董事會及專門委員會三級對公司進行全面治理。

股東大會是我們的最高決策機構，充分保障股東的權益。董事會是日常業務的決策機構，專門委員會依照公司章程和董事會授權履行職責。董事會下設審計委員會、提名及企業管治委員會、薪酬委員會。

治理架構



董事會構成與薪酬

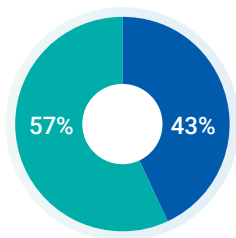
寶尊遵循公開、公平、公正、獨立的原則，在董事會選舉制度方面按照《提名及企業管治委員會章程》規定，唯才委任，綜合考慮性別、年齡、行業經驗、專業背景、教育學歷等來滿足業務板塊所需的多樣技能和經驗，確保業務合規的同時遵循商業道德準則，保障股東利益與公司的持續穩定發展。

我們深知董事會獨立性與多元化為企業長期發展帶來的助益。獨立董事為公司帶來多元化的經驗及專業知識，在公司的業務戰略、業績表現、風險防控和利益衝突等事宜上，提供獨立意見及判斷，致力於確保公司及股東的利益得到最大化體現。公司在任的獨立董事領取固定的薪酬。董事會的多元化有助於董事會效率提升、企業人才的吸引及留任、加強創意及創新能力等非財務指標上的優秀表現。我們通過考量專業經驗、技能、知識、性別及年齡等因素，推動董事會的多元化。

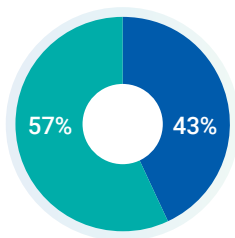
截至報告期末，董事會共計 7 名成員，其中 3 名獨立董事。

► 董事會構成

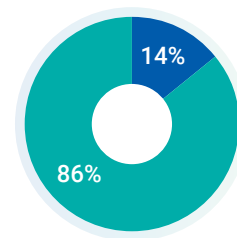
| | 姓名 | 性別 | 委員會委任情況 | | |
|------------------|-------------------------|----|---------|------------|-------|
| | | | 審計委員會 | 提名及企業管治委員會 | 薪酬委員會 |
| 創始人、 主席兼首席執行官 | 仇文彬 | 男 | | | |
| 聯合創始人兼董事 | 吳駿華 | 男 | | | |
| 董事 | 岡田聡良 | 男 | | | |
| 董事 | 劉洋 | 女 | | | |
| 獨立董事 | Yiu Pong Chan | 男 | ● | ● | C |
| | Steve Hsien-Chieng Hsia | 男 | ● | C | ● |
| | 葉長青 | 男 | C | ● | ● |



● 執行 ● 獨立



● 外籍 ● 本土



● 男性 ● 女性

注:

[1]. C= 主席, ● = 委員

[2]. 在本報告中, 本土指代中國大陸, 即不包含中國臺灣、香港特別行政區及澳門特別行政區。

報告期內, 公司董事會及其下設的專業委員會勤勉盡責, 持續完善公司治理體系。其中, 董事會薪酬委員會制定了面向公司高管的激勵性薪酬追回政策, 規定在公司進行財務結果重述的情況下, 根據特定條件追回高管的激勵性薪酬, 以激勵高管更加負責任地履行職責, 確保公司財務報告披露的準確性。

風險識別與管理

寶尊董事會對維持健全有效的內部控制及風險管理系統負有責任，每年度對公司財務、經營及合規控制的風險管理及內部控制系統的有效性進行審閱。寶尊於業務運營的各個方面實施了全面的風險管理政策，建立了系統化、專業化的企業全面風險管理體系，搭建了由運營管理層、風險運營規範委員會、審計委員會組成的「三道防線」，確保公司涉及業務運營的各個方面有效地落實風險管理政策。

運營管理層由一線員工和管理層構成，能夠直接發現和控制風險點，並進行積極地改善；風險運營規範委員會由高級管理層領導，通過體系化、風險化和常態化管理，實現風險監控與預警、風險識別與評估、風險應對及監督檢查。2023年，公司識別的風險包括財務風險、運營風險、舞弊風險、網絡安全風險、投融資風險和外部監管風險等。

第一道防線

運營管理層負責內部控制執行和日常監督、執行內控管理的相關規定；

第二道防線

風險運營規範委員會持續監控控制風險，建立起整個企業範圍內對風險和控制的統一認識；

第三道防線

審計委員會負責組織獨立、客觀的審計和諮詢活動，通過採用系統、規範的方法評估和改善風險管理、控制和治理流程的有效性，實現風險的全面識別與管理。

公司法律風控部門下設內審團隊，直接向董事會審計委員會彙報，定期開展獨立風險評估，以識別可能影響公司業務及包括策略風險、財務風險、市場風險、經營風險、法律風險等多個方面的風險。內審團隊負責為公司風險管理及內部監控系統的有效性提供獨立的評價和鑒證，及時發現各部門在日常運營過程中的控制執行缺陷、提出改進計劃並持續追蹤改進落實情況，以實現公司風險持續監督與改進。

公司設置審計項目池，根據業務類型、流程等要素，識別各類項目的審計重點及重點風險點，並預評估風險等級。審計每年制定審計計劃，每三年完成一次所有業務線的全流程審計。審計項目結束後，公司管理層會聽取每個審計項目發現的問題及整改方案，定期開會追蹤整改進展；審計委員會每季度聽取審計項目彙報。

報告期內，在開展3項常規審計基礎上，公司根據風險評估結果，對於風險較高的流程或者業務場景進行全集團專項審計，以梳理該業務場景下所有流程，對發現的問題進行整改。報告期內，開展3項專項審計，並對審計提出的風險項和問題進行了整改。

同時，公司加強風險監控和意識培訓，在BEC運營管理看板設置「風險管理」模塊，以監控合約、法務、運營等風險；面向業務團隊開展經銷業務內部培訓，主題覆蓋經銷業務中的風險和應對措施。

反腐敗與商業道德

誠信是商業運營的基石，也是寶尊核心價值觀之一。寶尊堅守誠信運營，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》《謝爾曼反托拉斯法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，保障公司運營合法合規。

我們建立了完善的商業道德誠信體系，針對預防洗錢活動，我們制定內部控制制度《寶尊電商反洗錢管理辦法》，通過依法採取預防、監控措施，建立健全客戶識別制度、客戶身份資料和交易記錄保存制度、大額交易和可疑交易報告制度，積極履行反洗錢義務。

針對反貪污與反賄賂，我們制定《寶尊電商監察制度》《寶尊商業行為道德規範細則》《寶尊電商舉報人保護和獎勵制度》《寶尊電商饋贈和款待制度》等制度，樹立誠信規範意識，建立誠信監察架構，營造誠信商業道德文化，鋪設暢通的檢舉途徑，構建起商業道德誠信體系。



商業道德制度建設

我們對不道德的商業行為採取零容忍政策，嚴格要求寶尊及其下屬所有子公司和可變利益實體的包括董事在內的全體全職員工，遵守《商業行為道德規範細則》《寶尊電商饋贈與款待制度》。對於違反公司商業道德要求的行為，公司按情節輕重進行處分。我們明確了員工涉及「高壓線」行為類型，一旦觸犯「高壓線」，公司將立即解除員工的勞動合同，特別嚴重的移交司法部門處理。

員工「高壓線」行為

- 任何向利益關聯方主動索取的行為；
- 接受或向利益關聯方贈予現金或現金等價物價值超過合理饋贈和款待範圍，以獲取不正當利益的行為；
- 挪用、侵佔、盜竊、行賄的行為；
- 惡意洩露公司客戶資料等保密文件或資源的行為。

同時，我們與合作夥伴建立起誠信規範機制，嚴禁業務過程中任何商業受賄、行賄、違規違法及不正當競爭行為。我們建立健全完整的反貪污與反賄賂管理流程體系，貫穿供應商前期註冊准入、資格認證、合格供應商分級管理，以及績效評估全流程。報告期內，公司開展了供應商反腐敗風險排查，抽取 1,103 家供應商進行分析並針對發現的異常進行核查。同時，寶尊與供應商 100% 簽訂《寶尊電商保密協議》《寶尊電商反腐敗與合規聲明》《寶尊電商親友關係聲明》，要求供應商保守在商業合作獲取的公司保密資料，遵守適用的反腐敗法規及寶尊的相關規定，並確保在與公司的合作中不存在利益衝突。

誠信文化建設

誠信文化作為商業道德誠信體系中的重要組成部分，是從根本上預防商業道德問題的關鍵。我們特別關注董事高管的商業道德，通過定期進行誠信訪談和誠信培訓，向董事強化寶尊的商業道德要求，以加強自上而下的誠信文化建設。

我們建立起針對所有全職員工的誠信教育系統。在新員工入職培訓階段，我們要求所有新員工參與培訓，並確保 100% 簽署《新員工承諾書》。此外，我們還進行日常的法律知識普及教育，積極預防員工不端行為。通過推送、新聞、海報等多種形式，我們提醒員工踐行商業道德承諾，努力營造誠信經營的商業道德文化。對於高度敏感的崗位，如供應鏈、採購部門等，我們採取了法律知識普及教育和雙向分享的方式，強化崗位從業人員的誠信意識，並通過監察、審計等管理手段加強保障。

報告期內，公司設立的「寶尊監察」公眾號作為公司全員提供資訊服務的平臺，持續向員工傳達誠信職場普法知識、節日禮品饋贈提醒以及誠信培訓資訊，全年累計閱讀量達 36,700，覆蓋全體員工。

商業道德培訓



員工培訓

- 入職培訓
- 普法教育



董事培訓

- 守法培訓
- 誠信訪談



高敏崗位培訓

- 供應鏈普法安全教育
- 監察、採購（月度）雙向分享會

報告期內，公司董事人均接受反腐敗培訓 0.5 小時，培訓覆蓋率為 100%，員工人均接受反腐敗培訓 2 小時，培訓覆蓋率為 100%。

全員誠信培訓與考核，強化高敏崗位員工誠信意識

2023年，我們面向全公司員工進行了誠信培訓，包括所有在寶尊工作場所的派遣員工。為了確保培訓的廣泛覆蓋，我們採用了多種方式：

線上培訓：針對存量員工，我們利用通俗易懂的短片進行培訓。員工通過觀看視頻後立即參與測試答題，通過初測和補測的方式確保培訓效果。最終在截止日期前實現全員通過。

現場普法宣講：針對高敏崗位，我們選擇了現場普法宣講的方式。通過面對面的溝通，我們加強了員工對法律知識的理解和應用能力，提高了高敏崗位從業人員的誠信意識。

新員工培訓：新進員工在入職當天通過現場觀看視頻的方式進行培訓。這一方式既確保了培訓的及時性，也使新員工在最初的工作日就能夠對我們的誠信文化有全面的認知。

監察講堂：針對採購、財務、數字行銷等專業線條，我們面向4個事業線或部門組織監察講堂，邀請高管或關鍵崗位同事授課。參會人員深入溝通業務難點，加深對業務模式的瞭解，並共同探索加強風險把控的有效手段。

這一系列培訓和溝通舉措不僅確保了全員對誠信文化的理解和遵守，同時也進一步鞏固了公司對業務風險的控制和管理。



培訓現場

風險防範與稽查

公司持續對電商、物流倉儲等環節進行反腐敗風險排查，定期對交易金額、市場價格進行核查，以確保公司及時發現並應對潛在的腐敗風險，保護公司的商業道德和經濟利益。

同時，我們關注工程發包過程中的腐敗風險，以及庫存盤點、損失預防等方面的風險點，開展主動稽查，杜絕倉儲物流環節的腐敗行為。

倉儲物流稽查措施



庫存盤點稽核

稽查倉庫是否有按要求進行盤點，有無盤點數據，有無異常，針對異常數據前三展開複盤，找出異常原因。



工程稽核

針對以往大於 10 萬元的發包工程，調取報價單及驗收單，首先核對工程報價是否與市場價相當，再將報價清單、驗收清單及現場實際情況進行核對是否一致。



損失預防性稽查

通過對作業人員的背調、培訓，對監控等安防設備的檢查，門窗鎖具封條的檢查，流程控制及崗位控制等手段達到預防損失的目的。



■ 檢舉渠道與檢舉人保護

寶尊設立紀檢監察部，按照發現線索、受理案件、調查溝通和處理結論的調查程序，直接向公司董事會報告商業道德工作開展、落實情況。我們接受來自全職員工、非正式員工（兼職、實習生、勞務派遣）以及與公司有業務往來的客戶、供應商、合作夥伴對其發現的實際或疑似的違規行為進行實名或匿名舉報。我們開放暢通的檢舉途徑，鼓勵對違反商業道德行為、貪污及賄賂行為的檢舉。監督舉報途徑包括：電話舉報、郵箱舉報、微信公眾號舉報、信函舉報等。

公司將在收到舉報信息起的 3 個工作日內響應舉報，在法律及公司制度許可的範圍內，進行調查及取證。

舉報途徑



舉報電話

15-316-222-110



舉報郵箱

jubao@baozun.com



微信公眾號

寶尊電商



信函舉報

上海市江場西路 510 弄 B 棟 15 樓紀檢監察辦公室

同時，我們制定了《舉報人保護和獎勵制度》，將對舉報人個人資料及舉報人提供的所有舉報資料均嚴格保密，確保員工或外部人員不會因經合法途徑進行舉報而受到解雇、降級、停職、恐嚇、騷擾等不公平待遇或任何其他形式的報復行為。對打擊報復檢舉人或相關證人的事件，公司將根據情節嚴重性予以處置，包括但不限於撤職、解除勞動合同、移交司法機關處理等。

2023 年商業道德亮點績效

報告期內，寶尊集團：

- 不正當競爭制裁 ¹0 起，員工貪污案件 ²0 件，供應鏈腐敗事件 0 件

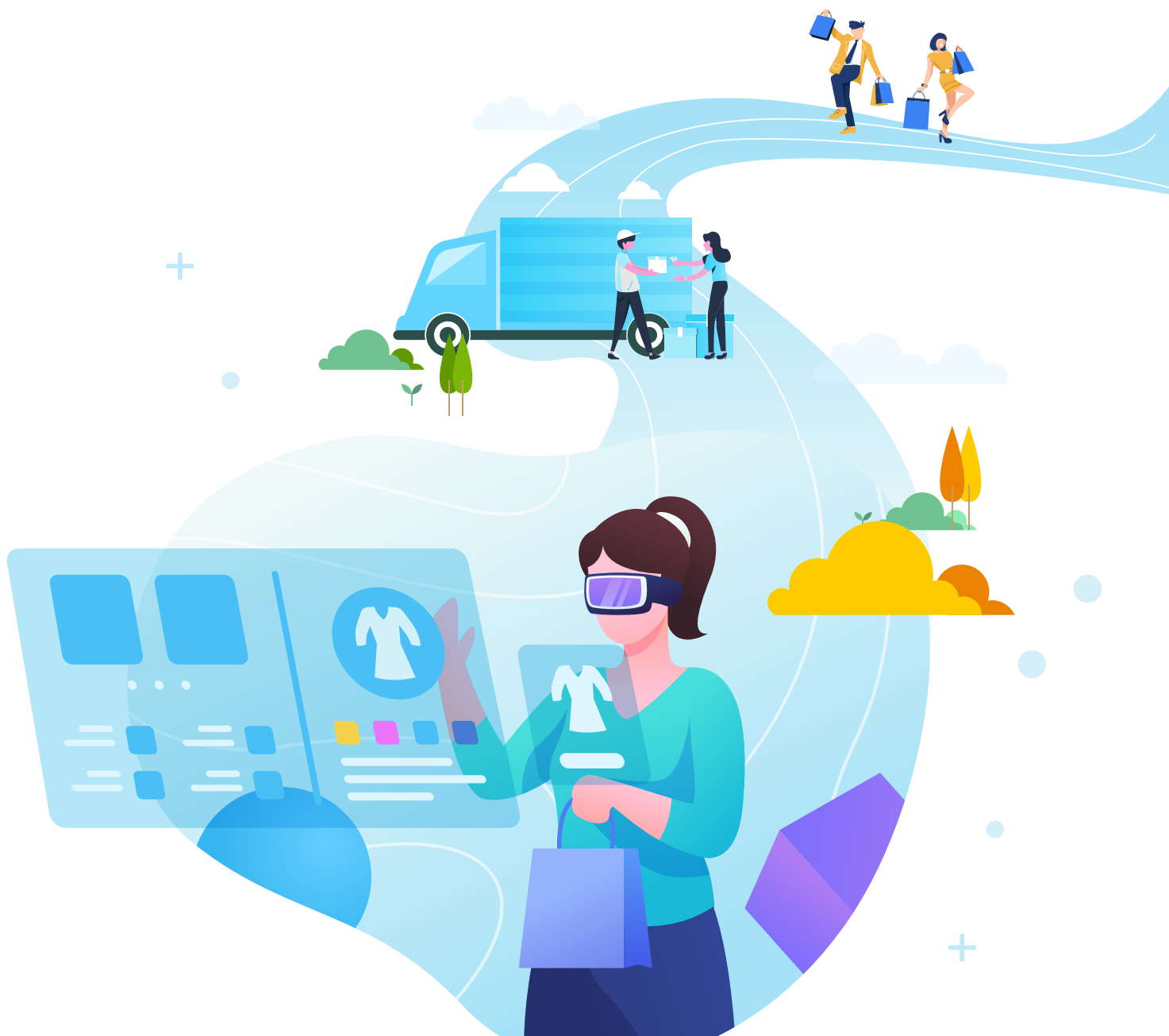
注：

[1]. 指彙報期內因運營中的不正當競爭行為或違反托拉斯法和反壟斷法而受到相關部門的制裁的案件數。

[2]. 指彙報期內對發行人或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件數。

02 創新不止 科技成就品質服務

創新的技術是寶尊立足現在和面向未來的基石，秉承著「科技成就商業未來」的願景，寶尊緊跟品牌客戶需求，以創新為驅動力打造一站式商業解決方案，致力於為品牌提供面向全球、面向未來的服務和產品，成就數字商業的未來。



研發與創新

寶尊的品牌客戶來自全球，我們致力於為多元化的全渠道品牌提供一站式電子商務解決方案。為此，我們聚焦新產品新技術，以開放互聯的理念和完善的管理作為創新的原動力，與品牌客戶、消費者一道共同實現可持續性增長，為電商和實體經濟行業帶來新的活力。

創新的產品與服務

寶尊積極擁抱電商領域發展的新形勢，以構建全渠道數碼化運營為創新發展目標，通過前瞻的技術創新，向品牌客戶提供與時俱進的解決方案，打造新的業務增長點。

立足于深厚的技術積澱，我們在 2023 年對 IT 產品進行全面升級，推出 BBI 2.0 產品，並不斷完善商業品牌「寶舵 (BOCDOP)」，打造寶尊技術驅動型、全渠道數碼化產品與服務佈局，持續推進多雲建設，以「好科技」助力「好服務」，為品牌客戶和消費者創造真實價值。



BBI 2.0

- 大數據產品 BBI 全面升級，保障數據分析的全面、準確、實時、精細。2023 年完成與行業知名夥伴的生態合作，可穩定獲取全渠道數據。
- BBI 2.0 產品更好賦能店鋪日常經營分析，全面升級大促數據分析能力，具備穩定準確的採集能力，並包含豐富的大促主題。



技術商業品牌寶舵
(BOCDOP)

- 寶舵是以業務 + 數據雙中台為基礎，以生意結果為導向的全渠道數碼化技術服務品牌。
- 寶舵致力於通過 DTC 全面解決方案、全渠道運營解決方案、數據智能應用三大核心內容，賦能更多的品牌實現全渠道零售數碼化轉型。



多雲建設

- 報告期內，公司完成多雲能力建設，標誌寶尊具備公有雲部署能力，並將產線接入多雲適配層，為海外業務和 IT 商業化提供底層支持。
- 提升流程管理，通過打造多雲流程閉環、多雲場景化流程、多雲標準規範化，提升組織協同效率。

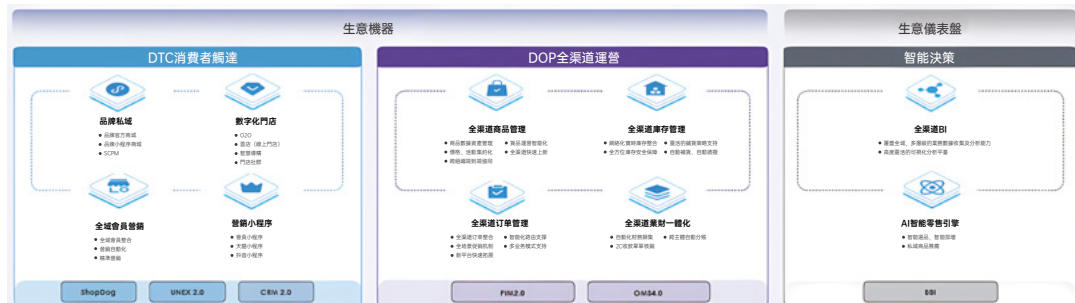
BOCDOP 寶舵：賦能全渠道零售數碼化轉型

報告期內，寶尊持續對技術商業品牌「BOCDOP 寶舵」優化升級，提供全新的標準化服務和解決方案。寶舵充分整合了寶尊全方位的技術能力，不僅關注不同渠道間的差異化業務佈局、線上線下全渠道的融合，還關注多種業務形態（貨架電商、社交電商，線下自營等）的一體化整合及多組織運營形態（集團組織、品牌自運營、TP 代運營等）的分級授權，以及面向多個渠道在後端商品運營、訂單履約、庫存管理等全面一體化管理，致力於為更廣闊的全球零售市場進行數碼化轉型賦能。



為了讓品牌更好地應對紛繁複雜的新零售業務場景，打通電商運營的全鏈路，寶舵推出三大利器，覆蓋品牌端到端數碼化業務的一體化解決方案：

- 1) 以消費者為中心的 DTC 全面解決方案；
- 2) 以快速拓展渠道業務，提升運營效率為主的全渠道運營解決方案；
- 3) 以圍繞大數據模型算法和前沿科技創新為重點的數據智能應用。



目前，寶舵已經開始全面運作，並正與全球行業知名品牌開展合作，為品牌客戶提供全域、全渠道、全鏈路的技術服務。

寶尊持續完善研發機制，提升研發交付效率和交付質量。報告期內，公司更新《TIC 質量管理體系》，明確標準研發流程、質量交付流程、業務監控與運營和事故管理流程。在組織架構上，公司新成立交付中心，將對客實施的交付資源進行集中化管理，實現交付資源的遠程快速響應，推廣成熟產品的標準化實施方法，並引入項目績效評價機制，有效提高資源使用效率和項目交付質量。

知識產權保護

公司嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，制定《知識產權管理總則》強化管理和保護自身、軟件著作權等知識產權不受侵害，同時避免侵犯他人的知識產權，保護公司的競爭優勢和品牌聲譽。我們採取侵權預防措施，開展競品排查、類似專利申請檢測等行動，降低自身侵權風險。

此外，我們建立了《TIC 專利申請的獎勵辦法》等管理制度，強化對技術研發人員的激勵與獎勵措施，鼓勵開展技術創新工作。我們為員工提供《專利申請說明》文件、開展專利知識專題講座等培訓，詳細介紹專利申請流程、專利類型及授予條件，向員工傳遞知識產權的知識，鼓勵員工積極參與專利申請。

2023 年研發創新亮點績效

截至 2023 年 12 月 31 日，寶尊集團：

- 已累計申請專利 **75 項**、計算機軟件著作 **321 項**；
- 2023 年新增專利申請 **8 項**、計算機軟件著作 **62 項**。

助力電商行業發展

作為中國最大的電商服務商，寶尊致力於推動整個產業網絡互通互聯，攜手進步。我們通過參與行業展會、論壇等活動，與各相關方進行積極的交流和溝通，共同推動整個電商行業的繁榮發展。

寶尊始終堅信「眾行致遠」，不斷賦能品牌合作夥伴，追求攜手共贏。報告期內，寶尊聯合彭博商周（Bloomberg Business Week）主辦以「Excellence to Extraordinary 從卓越到超凡」為主題的第七屆全球品牌電商峰會，對話行業專家和業界知名人士，沉澱方法、凝練經驗，從超級夥伴、超級品牌、創新成就超凡和超凡啟發四個維度，闡釋品牌、企業、平臺走向超凡的商業邏輯。該峰會由寶尊創立，多年來為電商行業在思考和實踐層面貢獻前瞻性的趨勢和觀點，已成為品牌電子商務行業的風向標。

此外，寶尊在 2023 金投賞國際創意節上圍繞內容電商時代的新特點，發表了題為「創意撬動生意，內容鎖定增長」的主題演講，指出在內容電商模式下，品牌需要更具創意的內容故事來與消費者建立更有效的情感鏈接。在此趨勢下，寶尊組建了創意內容商業中心，以更好地幫助客戶實現「創意、內容和商業運營一體化」。此外，寶尊通過圓桌討論分享了對消費者體驗式購物的新模式的洞察和自身創意行銷的革新經驗，以創意打造內容，以全渠道的內容驅動生意，以生意運營的理解反哺創意，打造創意與生意運營的閉環式、互驅式、可持續增長引擎。



第七屆全球品牌電商峰會主題演講



金投賞國際創意節專場論壇分享

2023年寶尊獲得行業獎項（部分）

獲得獎項

頒獎機構

ECI Awards 艾奇獎
(產品創新類金獎、營銷創新類銅獎)



國際數字經濟創新組織
(IECIA)

CAMA 中國廣告行銷大獎
(年度互動體驗服務團隊獎、年度數字營銷
團隊獎、媒介實效整合銅獎)



中國廣告雜誌社

M360 獎
(數智化產品金獎、全鏈商業增長代理商銀獎、
私域電商增長銀獎)



媒介 360

實戰金案 ADMEN 國際大獎
(內容營銷類、數字營銷類實戰金案)



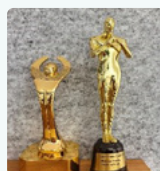
廣告人文化集團

金音獎
(2023 中國最佳在線客服解決方案)



51 Callcenter

金投賞
(效果投放優化賽道金獎和銅獎)



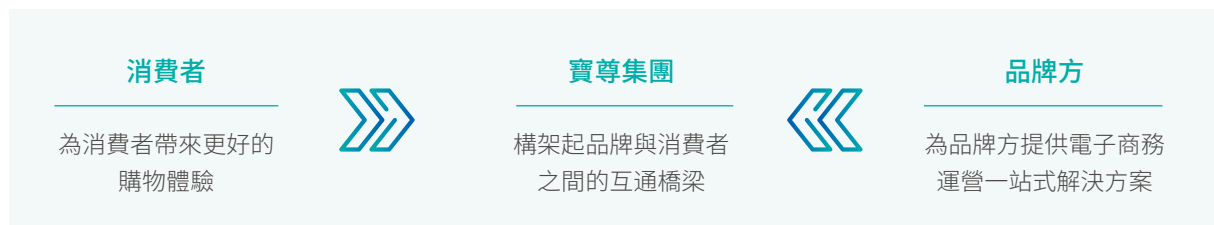
金投賞

客戶服務

寶尊為品牌方提供一站式電子商務運營解決方案，全過程融入消費者與品牌方的互動，從而構建起品牌與消費者之間的溝通橋樑。我們依託綜合的客戶運營和服務能力，秉承「以客戶為尊」的服務理念，致力於提供品牌方和消費者雙向滿意的「好服務」。在實體消費領域，寶尊品牌管理公司 Gap 中國構建了完善的線下客戶服務體系，持續提升到店消費者的服務體驗。

我們以客戶滿意度提升為目標，依託創新科技的賦能，持續完善客戶服務管理體系，提高客服團隊能力建設水平，為品牌方和消費者提供專業、優質的服務。報告期內，公司在 51Callcenter 主辦，國家工信部、人社部等相關部門指導的 2023（第十六屆）「金音獎」中國最佳客戶聯絡中心及卓越客服體驗評選頒獎典禮與國際峰會上，榮獲「2023 中國最佳在線客服解決方案」「中國最佳客戶聯絡中心管理人獎」等獎項。

► 我們的服務對象



■ 建立完善的客戶服務體系

公司從規劃、流程、人員、績效四大管理要素出發，搭建了寶尊客戶管理標準體系架構，並成立多專業背景的客户服務委員會。委員會成員不僅包括客戶服務領域的資深員工，還包括數據分析、SOP 制定、新項目搭建、質檢與現場管理等專業背景的成員，打破行業經驗的邊界，為多行業客服難題提供診斷及解決方案。



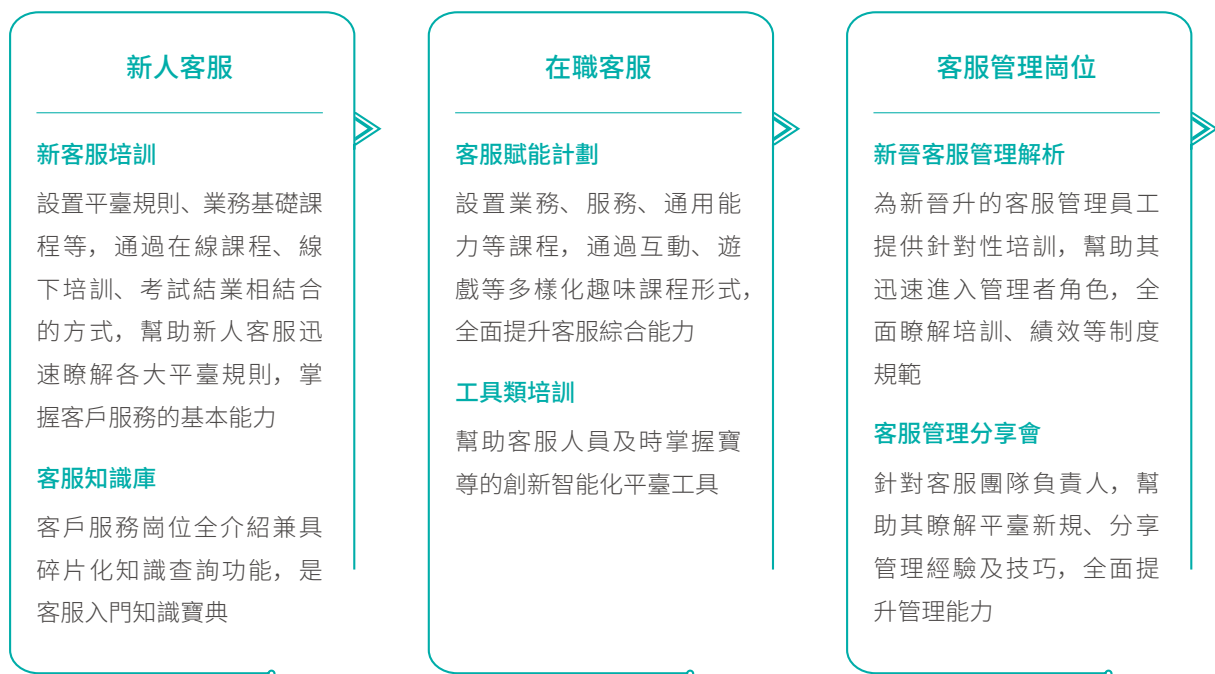
針對消費者，我們制定《寶尊客戶服務運營管理體系》《客服違規投訴及處理辦法》等內部制度，建立客服運營管理流程和應急事件處理機制，確保客戶服務體系高效穩定運行。針對品牌客戶，我們制定《客戶投訴管理機制》，為客戶提供暢通的投訴渠道，並定期向客戶開展滿意度調查，及時根據客戶反饋意見進行調整和改進，不斷精進我們的服務。

我們高度關注品牌合作夥伴的需求。針對核心品牌客戶，我們引入淨推薦值質量管理體系（NPS），通過針對性訪談、多維度定量問卷評估相結合的方式，診斷核心客戶的滿意度痛點，制定行之有效的改進方案，建立長期關係型客戶體驗監測體系閉環，持續追蹤和改進寶尊的服務表現。

■ 打造高水平客戶服務團隊

高水平的客服團隊是為消費者和品牌客戶提供「好服務」的基礎，我們打造了完整的員工成長體系，設計客服人員學習地圖，為新人客服、在職客服及新晉客服管理人員提供針對性的培訓和能力提升。客戶服務委員會定期組織專題共創工作坊，分享客服管理經驗。報告期內，公司在客戶服務培訓方面累計開展新員工培訓 2,169 人次，培訓覆蓋率達 100%，培訓總時長 4,512 小時。

► 客戶服務人員學習地圖



我們面向客服人員設定了內外部認證項目，包括客服管理板塊權威的客服績效認證中心（COPC）管理標準體系認證，以及面向客服人員的客服精英認證體系。在每年度的客戶服務委員會大會上，公司對通過以上專業認證的員工舉行授證儀式。

《COPC® 客戶服務提供商標準》是國際公認的針對客戶服務績效和管理的權威標準。我們與 COPC 開展合作為員工提供《COPC® 顧客體驗優秀實踐培訓》，報告期內，共有 10 名員工脫產參與培訓，並全員取得 90% 以上的分數通過認證，均獲取 COPC 顧客體驗領航員資質證書，有效提升客服團隊的專業能力。



報告期內，我們依照業務實際對內部客服精英認證體系進行優化，設立熱線電話、輸入技能、商務英語、培訓技能、AI 智能訓練師、售後綜合能力和 Office 技能 7 個認證項目，針對每一個認證項目設置「新秀」「達人」「大神」三個等級。通過測評構建員工在 KPI、綜合貢獻、知識傳播、管理認知和專業能力模塊的能力模型，幫助員工瞭解自身專業水平，輔助員工能力提升。截至報告期末，公司累計開展了 3 次認證，有效認證 1,646 人次。

在客服後備人才儲備方面，我們持續開展區域綜合運營中心的建設，堅持多區域分散化佈局的長期戰略，發揮多地點招聘優勢，並在應對突發需求時可靈活調度資源。我們與多所當地院校合作，共建實踐教學基地，有效提升學員綜合質素和技能，提前儲備潛在後備力量，共同推動人才及電商行業的可持續發展。

技術賦能客戶服務能力提升

寶尊敏銳洞察前沿科技趨勢，借力多年在客戶服務的經驗積累，將新技術與業務場景結合，不斷賦予客戶服務更多新的內容，為消費者帶來更好的購物體驗。

報告期內，公司對自主研發的一體化管理平臺 S-ANY 在監控機制、自動信息同步、高風險告警等維度進行多項升級，進一步提升客戶服務效率、質量。我們依託 S-ANY 平臺的智能質檢功能，實現人工智能（AI）全量質檢、異常會話多維自動分析以及服務可視化檢查，提升客服服務質檢的效率。

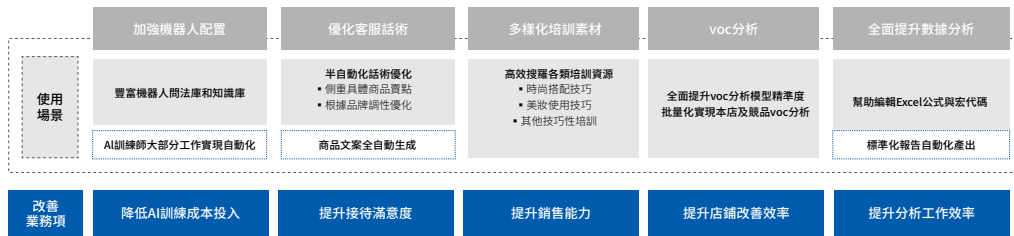
我們積極擁抱 AI 浪潮，大力推動 AI 生成內容（AIGC）在客戶服務領域的落地應用，在提升人效、增強滿意度、提升銷售能力等方面成效顯著。

AIGC 助力客戶服務管理能力再升級

2023 年 4 月，寶尊通過微軟官方認證和授權，全面接入 ChatGPT 4.0，在機械人配置、優化客服話術等多個場景將 AI 技術落地應用。

當前實際電商對話場景對智能客服水平提出了更高的要求，傳統純人工的方式存在配置效率低、話術量大的弊端。我們充分挖掘 AIGC 的技術潛力，自動批量生產話術，配置效率提升 3 倍以上，有效滿足全量單品配置要求。

在 2023 年「雙十一」期間，峰值 AI 滿意度同比提升 6%，峰值 AI 解決率同比提升 3%，峰值 AI 轉化率提升 2.7%。在提升效率的同時，可有效提高客戶滿意度，並提升進店流量，帶來實質性銷售轉化，實現電商業務客戶服務能力的再升級。



S-ANY：實現智能化、可視化、實時性的客服管理

S-ANY 是公司自主研发的智能客服管理系统，由客服资源管理（WFM）、工单 / 任务交接（WOM）、实时质检（RQC）、培训演练（TPS）、员工发展（AIM）等系统构成。集团客服中控室可实时监控客户服务情况，实现客服资源精细化管理、客服质量实时监测等功能，有效提高管理效率、降低投诉风险，提升服务质量。



其中，实时质检（RQC）模块是对服务对话进行系统全量质检，可自动识别异常对话并实时向主管反馈，便于实时分析和跟进，进而保证客服服务品质，降低舆情投诉风险。报告期内，系统共监控了 476 万条聊天记录，高风险场景的检出正确率达 98%，最大限度确保了服务质量，提高客户满意度。

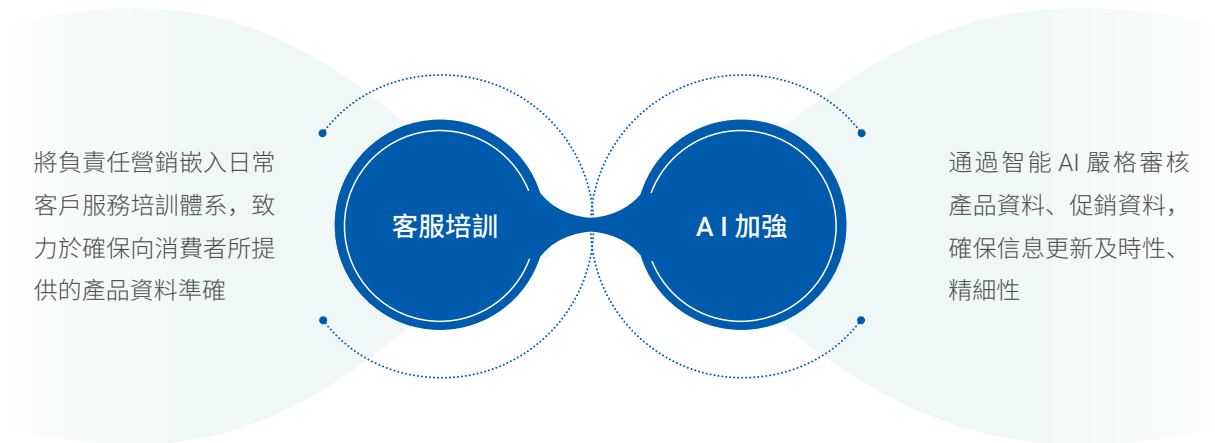
此外，面对零售数码化的市场趋势，寶尊依托行业先进的数码化研发和运营能力，持续为品牌提供精细化服务，包括融合先进数码化技术进行线上活动策划运营，行业和竞品洞察分析，定制货品、运营整体策略等。寶尊通过全渠道市场策略、科技赋能创意互动营销等组合拳，助力品牌业务模式升级并实现生意高质量增长。



負責任行銷

負責任行銷意味著為消費者提供真實、準確的產品和行銷資料，是客戶服務的底線與基礎。寶尊為品牌客戶提供客服的代運營服務，是溝通品牌方和消費者之間的橋樑。因此，負責任行銷既是寶尊為品牌方提供服務的合規性要求，又是面向消費者提供準確、真實的產品資料的責任。寶尊嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，通過建立人工+AI雙負責客服模式，積極採取措施，以期確保向消費提供的產品信息真實、準確，行銷過程中沒有誤導、誇大及欺詐消費者的行為。

▶ 負責任行銷管理策略



我們開展面向包括全職及兼職員工在內的所有客服人員、直播人員的行銷合規培訓，提升客服人員的負責任行銷意識。針對 AI 客服，我們制定《AI 配置完善交互流程》，在標準化流程中設置精細化配置過程、方案核對步驟，嚴格審核產品信息、促銷信息等，以期確保所提供的資料的真實、準確。

▶ 客戶服務員工負責任行銷培訓流程



數據與私隱保護

資訊保安管理系統

作為一家聚焦電子商務與技術研發解決方案的企業，寶尊高度重視數據安全與客戶私隱保護，持續推進資訊安全建設。我們根據 ISO27001 搭建完善的資訊保安管理系統，建立健全組織架構與制度並每年完成一次外部審計與管理體系認證。此外，我們通過資訊安全文化建設，培養全員資訊安全風險防範意識。

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》《中華人民共和國數據安全法》《資訊安全技術 信息系統安全等級保護基本要求》《資訊安全技術 個人資訊安全規範》《數據出境安全評估辦法》及歐盟《通用數據保護條例》（GDPR）等資訊安全與私隱保護相關法律法規、標準。報告期內，公司未發生違反資訊安全與私隱保護相關法律法規而受到相關部門處罰的事件。

我們制定適用於寶尊及其所有子公司和可變利益實體的資訊安全管理制度，並每年定期對制度進行審視與修訂，以符合相關法律法規的最新要求。我們的資訊安全管理涉及《寶尊數據安全管理規範》《寶尊用戶隱私安全管理規定》《寶尊個人信息去標識化標準》等 51 份制度文件，覆蓋數據安全、網絡安全等資訊安全領域建設，管理數據資訊的訪問、存儲、傳輸、加密、備份和恢復等多個重點要素。

在資訊安全管理架構方面，我們內部成立「資訊安全管理委員會」，作為資訊安全管理的最高決策機構，全面負責我們的資訊安全與私隱保護工作，直接向董事會彙報資訊安全相關事宜。

寶尊資訊安全管理架構



在資訊安全與合規文化建設上，我們努力提高全員的資訊安全意識，對寶尊員工進行網絡安全、資訊安全及個人私隱相關的合規培訓和宣導。寶尊每年度舉辦兩次網絡安全及私隱培訓，由資訊安全管理委員會協同跟進，員工培訓覆蓋率 100%。此外，我們的供應商、承包商與我們簽署資訊保密協議，確保不將私隱信息洩露給第三方。

我們以先進的國內外標準審視自身的資訊安全工作，持續推進資訊安全體系建設，提升公司資訊安全管理水平。報告期內，我們已完成 ISO 27001 資訊保安全管理系統和 ISO 27701 私隱信息管理體系認證；擴大網絡安全等級保護測評（三級）的覆蓋範圍，新增加 UAC 等 5 個子系統等級保護測評。截至報告期末，六大系統共計 15 個子系統已通過國家測評機構的認證審核。

► 2023 年寶尊數據與私隱保護認證情況

| 認證類型 | 認證範圍 |
|------------------------|--|
| ISO 27001 資訊保安全管理系統 | 與互聯網電子商務平臺的開發、運行維護、運營管理相關的訂單管理、倉庫管理、客戶行銷管理、消費者資料業務管理、員工資料儲存、訪問中台等內部核心管理系統均已通過雙認證 |
| ISO 27701 私隱信息管理體系 | |
| 網絡安全等級保護測評（三級） | 寶尊電商交易系統、寶尊電商全鏈路業務系統、寶尊電商運營服務系統、寶尊電商基礎安全支撐平臺、寶通 LMIS 物流信息管理系統、寶通 WMS 倉儲管理系統 |

2023 年數據與私隱保護亮點績效

截至 2023 年 12 月 31 日，寶尊集團：

- 共開展資訊安全內外滲透測試 **44 次**；
- 共開展資訊安全應急演練 **1 次**；
- 共開展網絡安全、資訊安全及個人私隱相關的培訓和宣導 **2 次**，培訓覆蓋全職員工 **14,129 人次**；
- 共開展新員工資訊安全與私隱保護意識培訓，覆蓋 **1,473 人次**。

數據安全管理與應急響應

在數碼化時代，寶尊堅定維護自身對數據保護的承諾，不斷提升數據安全管理能力，守護合作夥伴與消費者的私隱安全，為構建安全健康的網絡生態貢獻自身力量。我們通過多樣化的管理手段與技術升級，開展數據管理工作，並建立應急響應機制，防範數據洩露，確保公司以及合作夥伴的數據安全得到保障。

寶尊數據安全重點保障措施與行動

| | |
|-------------------------|--|
| <p>數據資訊識別與分類</p> | <p>數據分為絕密、機密、秘密、內部公開 4 個等級；對所有絕密、機密、秘密信息進行管控</p> |
| <p>設置數據公開範圍</p> | <p>絕密數據僅對個別重要人員公開，內部取閱須經 CEO 批准；機密數據僅對部門涉及小組內部人員公開，其他人員無權審閱；秘密數據僅對涉及部門公開，其他部門無權審閱</p> |
| <p>數據訪問控制</p> | <p>以最小權限原則為員工開啟權限，員工權限的開通、調整均需通過審批方可運行。員工轉崗 / 離職後賬號及時禁用，我們每半年對賬號權限進行一次審查，確保訪問權限範圍的合理，並在賬號登錄設置雙因素認證，加強數據訪問安全性</p> |
| <p>數據加密</p> | <p>對於業務平臺的重要數據及個人敏感數據，採用加密有效措施，例如：密碼安全及密鑰安全，實現重要數據資訊傳輸、存儲的保密性</p> |
| <p>第三方數據使用管控</p> | <p>通過合同約束第三方在使用數據時的責任與義務，提前征得資訊所屬方的授權同意，並完整記錄數據分享情況。除完成必要的服務外，不會向第三方出租、出售或提供任何數據信息</p> |
| <p>計算機使用權限管控</p> | <p>回收全體員工計算機管理員權限和 USB 權限，員工不得在公司電腦自行安裝和下載軟件，以及通過移動硬盤進行數據傳輸</p> |
| <p>計算機防護軟件升級</p> | <p>對全體員工電腦安裝卡巴斯基終端安全軟件，具備威脅防護、入侵防禦等安全功能，病毒庫每 6 小時進行更新；針對重要人員的電腦終端安裝 DLP 數據防洩漏軟件</p> |

防範數據洩露是數據安全管理重點工作之一。我們建立並完善數據安全應急響應機制，成立應急響應實施小組（包括前端業務團隊，後端 IT 團隊，資訊安全團隊成員），根據實際需求對《數據洩露應急響應預案》進行更新，並每年針對不同的數據易洩露的業務場景，開展至少 2 次數據洩露演練，加強員工資訊安全意識，亦保障應急響應機制的順暢運行。

針對網絡漏洞風險，我們制定《寶尊網絡管理規定》《寶尊漏洞補丁管理規定》等一系列制度，規定了網絡架構安全、網絡區域劃分、網絡行為管理、設備安全配置等安全建設要求，降低網絡風險。同時，我們形成完善的漏洞處理作業流程，採用產品經理、項目經理、資訊安全團隊、開發人員 / 運維人員分工合作的模式，有效預防和處理外部的攻擊，協同開展漏洞監測與修復工作。

此外，我們每年按照項目需求開展內外部滲透測試，完成測試後報告發送至項目相關方（開發、運維團隊）進行漏洞評估及修復排期，杜絕數據洩露隱患。報告期內，寶尊對 7 個辦公場所及分子公司開展資訊安全風險評估，識別出提升項並協助編制整改方案。此外，我們共接受來自品牌方的資訊安全相關外部需求合計 43 項，包括資訊安全問卷填報、合同資訊安全條款審核、安全認證資質材料提供和現場審計等，均順利完成。



員工與用戶私隱保護

寶尊根據 ISO 27701 私隱信息管理體系搭建自身管理架構，尊重個人資料權益，以明示同意、最小必要、公開透明、確保安全、主體參與為原則，開展個人資料在收集、傳輸與儲存、使用、共享、刪除等各環節全生命週期保護。

我們關注私隱保護相關政策的變化，根據法規政策的要求不斷完善自身管理。我們將私隱保護內容納入更多資訊安全頂層制度文件中，包括《寶尊資訊安全與私隱方針》《寶尊資訊安全與私隱管理手冊》《資訊安全與私隱組織管理規定》。

我們制定了《寶尊集團賬號管理制度》，進一步強化賬號管理。公司依據賬號操作權限，對寶尊運營的所有店鋪賬號進行風險等級劃分，根據崗位職責分配對應權限，禁止私自分享與操作，並定期開展賬號巡檢，以降低因賬號管理問題帶來的風險。為統一管理與保護寶尊業務過程中必要的客戶個人資料，我們建立私隱服務系統（PII）將明碼個人資料進行系統內隔離，分權限統一安全管控，降低數據洩露風險。

此外，我們在每年 618 與雙 11 活動前夕，面向全體員工開展兩次用戶私隱保護培訓，內容包括我們的用戶私隱安全原則、用戶私隱數據操作規範、違規事件上報通道等。公司資訊安全管理委員會協同跟進培訓進展，旨在提升員工在用戶私隱保護方面的意識與能力。

► 我們的用戶私隱安全原則



03 價值共創 建設美好未來

寶尊集團關注企業價值和社會價值的共同創造。我們重視每一位同行的員工，攜手可持續供應鏈上的夥伴，積極踐行社會公益、培養產業人才，與各個持份者共創共建美好未來。



員工責任

員工是我們寶貴的財富，也是我們打造幸福職場的主體，更是實現寶尊商業大廈可持續發展的核心力量。我們致力於保障員工的合法權益，提供豐富多彩的福利，讓員工深切感受到「樂活寶尊」的理念。在運營中，我們關注每一位員工的職業健康與安全，為其創造多元而包容的工作環境。同時，我們建立了寶尊能力發展中心培養體系，為員工打造廣闊的事業平臺，提供公平的晉升渠道，支持員工在公司中不斷成長與發展。

員工權益與福利

公司保障員工的合法權益，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》等法律法規，制定《員工手冊》等內部制度，積極落實各項員工福利政策，在保障員工依法取得勞動報酬及享有法定要求的五險一金等合法權利的基礎上，為員工提供工作支持、生活健康、學習提升等全方面的企業福利。

公司在員工招聘和僱傭中，堅持公平、公正、公開的原則，承諾在招聘、錄用、晉升、調動、薪資等方面提供平等的機會，不因年齡、性別、籍貫、宗教信仰、婚姻狀況等歧視或者差別對待員工，並嚴禁僱傭童工或強制勞工。

員工僱傭和基本權益制度概覽

招聘管理

- **招聘：**按照不同營運地法律法規以及僱傭合同中的相關條款與員工約定開展僱傭。
- **解聘：**建立規範的離職管理及解僱流程，全面保障員工在解僱過程中的合法權益。
- **薪酬：**公司實施定崗定薪管理。

- **晉升：**提供公開、透明的晉升渠道，鼓勵員工能夠分析確認自我職業取向，選擇合適自己的職業道路。
- **人才盤點：**每年通過內部人才識別流程，與管理者開展績效評估與溝通。
- **培訓體系：**設置寶尊能力發展中心，為員工發展提供有力支持。

晉升發展

工時休假

- **工時：**根據工作類別，實行標準工時、綜合工時、不定時工時制。
- **休假：**依法享有國家法定節假日，婚假、產假、病假、陪產假、生育假等帶薪假期，並提供額外的福利年假、司齡假。

為了更好地維護保障員工在勞動報酬、工作時間和休息休假、社會保險等方面的權益，公司與工會簽訂《集體合同》《工資專項集體合同》《女職工特殊利益專項集體合同》等多份集體合同，並提交上海市人力資源和社會保障局備案。

截至報告期末，公司員工總數為 7,827 人。報告期內，公司未發生與員工招聘與解雇、工時與假期、晉升與平等機會、反歧視及多元化、童工、強制勞工等和勞工準則相關的違法違規情況，也未有上述事項引起的訴訟案件發生。

在員工福利方面，公司積極落實各項員工福利政策，在保障員工依法取得勞動報酬及享有法定要求的五險一金等合法權利的基礎上，提供免費班車等多種補貼。健康福利計劃是寶尊福利政策的重要組成部分，我們希望通過商業保險為員工提供多一份保障。公司為員工（包括正式員工及兼職員工）購買雇主責任險，為正式員工購買商業保險，為實習生購買實習生責任險。

此外，公司為員工提供法定假期以外的福利年假，提供每年 12 天（每月 1 天）的全薪病假，並在此基礎上根據員工的就職時間，為司齡滿 3 年以上的員工提供 1 ~ 5 天司齡假並頒發證書，針對司齡滿 10 年及以上的員工，額外提供積分獎勵。

► 員工福利概覽



同時，我們致力於為員工創造豐富多彩的工作生活體驗，通過開展多樣化的活動，支持員工在工作與生活之間取得平衡。公司為員工設置了週五文化下午茶、寶尊人小報、員工關懷等活動，傳遞寶尊企業文化，並為員工工作與生活平衡提供支持。

寶尊好聲音歌手大賽

為促進寶尊員工內部交流和溝通，激發組織活力，打造有特色的企業文化，寶尊將持續開展包含唱歌比賽在內的各類文娛活動，為寶尊人提供充分展現才華的舞臺。2023年寶尊開展了首屆以「唱響超凡」為主題的寶尊好聲音歌手大賽。大賽面向海內外所有寶尊員工，歷時3個月，在包括港臺、東南亞賽區在內的6大賽區均引起熱烈反響。線上初賽階段，近70名選手通過線上平臺上傳作品並發起投票，吸引了近2W觀眾參與投票，瀏覽人數超2.7萬，活動總瀏覽次數近7萬。



心理嘉年華 快樂家庭日

我們每年定期舉辦寶尊家庭日活動，通過邀請員工及其家人來到公司，共同參與現場活動。這讓員工的家人有機會瞭解寶尊員工的工作環境和內容，並親身感受寶尊企業文化。

2023年，我們將家庭日與心理健康相結合，為員工和家人提供多樣的心理遊戲，以創造全新的感受和體驗。本年度家庭日的活動包括寶尊大講堂、慈善義賣、「億起出彩」市集活動、品牌特賣、遊戲活動等。



2023 寶尊家庭日活動照片

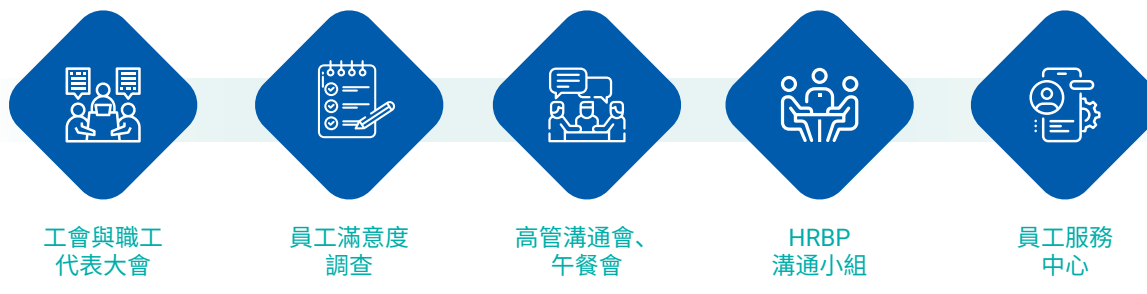
員工溝通

我們注重員工溝通，制定公開透明的溝通機制，傾聽員工的聲音，交流員工關切的問題，亦助力我們營造開放、透明、信任的工作氛圍。我們成立工會並組織召開職工代表大會，及時通過多種渠道接收和溝通建議、意見和想法。同時，我們每半年開展一次由高級經理及以上級別參與的高管溝通會，匯總整理半年來員工的反饋意見，持續不斷地改進公司治理、溝通能力，使員工獲得更大的滿意感，幸福感。

在此基礎上，為創造更多高管與員工零距離交流的機會，報告期內，寶尊舉辦3次高管午餐會。午餐會定期舉辦，邀請高管團隊擔任嘉賓與員工進行面對面交流，為員工提供了更多和高層深入交流和溝通的機會。

公司也關注員工在日常工作中的意見建議反饋，及時發現並解決問題。報告期內，公司在總部所有樓層區域設置滿意度評價屏幕，方便員工隨時進行評價，並每月進行一次綜合性數據複盤，以發現潛在問題，及時整改；同時公司建立線下的「員工服務中心」和「企業微信至尊寶」「808服務熱線」線上諮詢渠道，聽取員工意見反饋，解決員工工作中遇到的問題。

► 我們主要的溝通渠道



員工包容與多元化

寶尊致力建設多元與包容的工作環境，尊重每一位員工，維護少數群體及女性的權益，努力創造多元化的工作環境。

我們打造多元化的工作環境

關愛殘障員工

- 提供體面的就業機會
- 完善無障礙設施，構建無障礙的工作環境

關愛女性員工

- 依法保障女性員工的權益
- 對任何形式的職場騷擾零容忍
- 設置「媽咪小屋」，關愛職場孕產女性員工

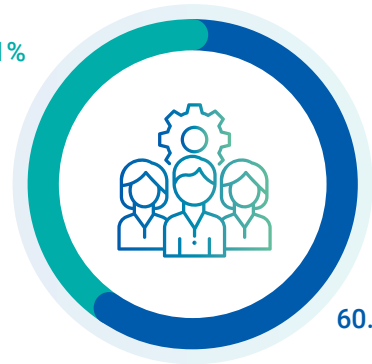
我們視女性員工為職場中不可或缺的力量，保障女性員工權益。我們嚴格按照國家及地方適用法律法規要求提供婚假、產檢假，對任何形式的職場騷擾採取零容忍政策，禁止傳播貶低性或歧視性的信息。

我們在與工會簽訂的《女職工專項集體合同》中明確女性員工享有的各項權利，包括不定期開展女性員工交流活動、女性員工專屬節日假期等，充分保障女性員工的權益。此外，我們設立了6間星級「媽咪小屋」，為職場孕、產媽咪們提供溫馨、安全、私密的環境，支持女性員工工作與生活平衡。報告期內，公司邀請外部專家開展女性職業健康講座。

寶尊為殘障人士提供工作機會，按照「關注適度，平等對待」的方針，鼓勵他們在其崗位上發揮自己的創造力，並為其提供無障礙環境，在辦公區域設立完善的無障礙洗手間、輔助設施與通道，方便殘障員工辦公與出行。目前，我們已有13名殘障員工夥伴。

員工性別比例

39.41%



60.59%

● 男性 ● 女性

職場女性健康講座

在迅速發展的職場中，女性在不斷嶄露頭角的同時，也面臨著平衡工作、家庭和孩子的挑戰，導致許多女性難以顧及個人健康。為關注職場女性的身心健康，報告期內，我們特邀請了外部專家進行了一場專業的健康講座分享會，旨在啟發更多女性朋友在熱愛家庭和事業的同時，更加注重個人身心健康，成為充滿活力的女性。

在分享會中，專家深入介紹了乳腺癌和宮頸癌的早篩及預防、甲狀腺結節的預防，以及日常生活中如何關注自身健康等議題。通過專業的解說和建議，旨在幫助女性更好地瞭解自身健康狀況，增強對健康的重視。



職業健康與安全

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等職業健康與安全相關法律法規，將健康、安全融入運營的方方面面，旨在為每位員工提供安全健康的工作環境。我們的員工包括職能部門員工與倉儲物流業務部門員工。我們根據不同類型的員工和場景開展相應的保障措施。公司將職業健康與安全融入公司的制度構建、管理體系方針，並推進全員參與崗位隱患排查等日常監督工作，持續增強全員安全意識。

為確保人員、設備安全，防止各類事故的發生，以達「零工傷」「零災害」的目標，我們成立了高級別跨部門的安全生產管理委員會，並在各園區成立安全小組，具體管理園區日常安全維護、識別園區安全風險。公司每半年對所有園區展開一次安全風險評估。

報告期內，公司發生工傷死亡事故數為 0，職業病發生數為 0，火災事故數為 0。

2023 年度寶尊安全行動重點

安全培訓

- 公司對新入職人員進行安防培訓，對在崗人員展開操作安全培訓。
- 每年組織兩次消防演習。
- 每月開展安全意識宣貫。
- 每年 10 月開展安全月活動，提高全員安全意識及安全技能。

安全風險評估

- 成立由副總裁、人力資源部負責人以及事業部負責人組成的安全生產管理委員會。
- 每月由業務部門組織多部門對物流園區聯合巡查，並召開月度安全會議。
- 每半年對所有園區展開一次安全風險評估。

安全檢查與評比

- 所有物流園區按面積大小分成三類，每個園區成立安全小組，由防損監察部進行指導。
- 寶尊倉儲安保員工協同第三方安全人員、業務部門員工一同開展安全防護工作，定期形成週報、季報。
- 每月防損監察部根據《安防先進園區評比表》對各園區進行評比。

同時，我們關注員工的心理健康，持續開展員工援助計劃（EAP）項目，通過線上諮詢、線下培訓等形式，實現專業人員對員工心理的診斷、建議和諮詢等。公司與第三方心理諮詢機構合作，為員工開通心理健康諮詢熱線；並為員工開設線下減壓培訓課程，幫助員工應對職場壓力，保證心理健康。



快樂工作 健康生活——員工健康關愛活動

為提升員工綜合福祉，報告期內，寶尊啟動了 Wellbeing 活動，這一福利項目旨在通過主題文化活動，向員工傳遞公司的人文關懷和文化氛圍，引導大家更關注個體的身心健康，提高在工作與生活中的幸福感。



活動現場

首站活動涵蓋了多項健康關愛服務，包括頸部超聲、牙科講座、中醫問診，以及先進的儀器檢測服務，如心臟健康、智能中醫脈診、AI 智能皮膚檢測、無創血糖檢測、脈搏波血壓檢測和骨密度檢測。

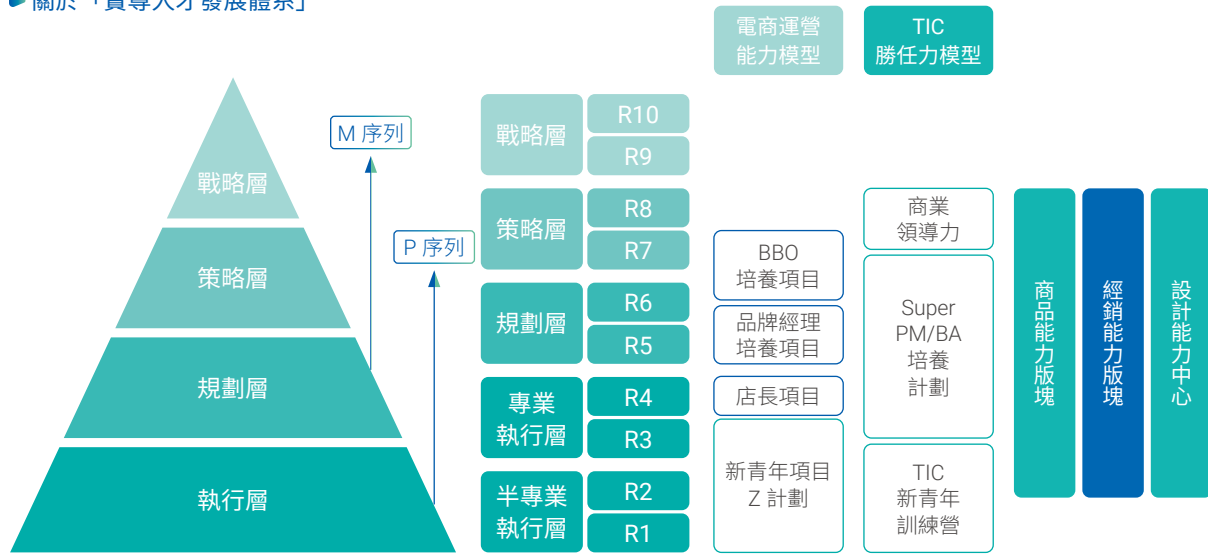
員工培訓與發展

晉升既是對工作能力和業績表現的認可，也是給予員工更大的責任和更高的期望。寶尊按照「德能並重、逐級晉升」的人才發展原則，制定了《晉升管理辦法》《績效管理辦法》，在滿足自身發展需要的同時，也為員工提供職業發展空間與機會。

我們注重人才發展和人才梯隊建設，積極開展人才識別和培訓發展計劃，為員工提供透明的績效考核方法及明確的晉升渠道。報告期內，公司建立《寶尊集團三級人才發展委員會制度》，以推動組織內各級人才梯隊的培養和發展。委員會主要職責為體系化地識別關鍵崗位和關鍵人才、對齊基於戰略關鍵能力的人才標準、有序規劃支持中長期業務發展的人才梯隊建設等。

明確的段位職級體系是公司制定人才規劃選拔、績效評價、薪酬待遇等相關制度的基礎。寶尊的段位職級體系從低到高分別為執行層、規劃層、策略層、戰略層四個段位，對應細分職級從 R1（助理）至 R10（高級副總裁），並自 R4（主管 / 高級專員）段位起對應設置 M1 至 M7 的管理序列。

►關於「寶尊人才發展體系」



基於段位職級體系，公司制定《職級通用能力定義》《管理能力模型》《崗位能力模型》等各級各類勝任力模型，為寶尊人才發展體系提供明確的人才畫像和人才標準；同時，公司確立各級崗位的晉升評估標準，為全體員工定級晉升提供公開統一的能力標準框架，為寶尊員工職業發展路徑提供明確指引。

寶尊建立覆蓋全體員工的全面績效管理體系，通過目標管理實現員工的自我驅動，以實現戰略落地、管理提升和員工發展的有效結合。在人才發展方面，整合人才盤點、專業培養和晉升制度，促進員工個人的快速發展與組織目標的高效達成雙輪並軌。

在獎金激勵方面，寶尊以業務單元為核心，建立完善的激勵制度以驅動業績增長。獎金激勵制度實行「組織績效決定獎金包 + 個人績效決定分配」的模式，以經營單元和專業團隊為激勵對象，實現自負盈虧和多勞多得。

人才的留任與發展是公司長遠發展的基石。寶尊重視人才持續成長，不斷探索適合員工長期職業發展的道路，並通過完善的體系化機制進行培訓培養，使員工更清晰地瞭解自身的職業發展規劃，提供不設限的舞臺，幫助員工成長，成就員工理想，造就事業價值。

公司根據業務戰略需求和人才發展需求，搭建完善的人才發展體系，建立寶尊能力發展中心作為寶尊的人才培養基地。寶尊能力發展中心通過對各類員工和管理人員的培訓和發展，支持公司的戰略實施、業務發展和組織能力建設，滿足培養人才、提升崗位技能和推動組織創新變革的需求。報告期內，寶尊能力發展中心線上學習平臺 3.0 版本成功上線，平臺設置新青年人才學院、領導力學院、品牌電商學院、數字科技學院、供應鏈學院等五大學院，廣泛滿足不同級別不同業務部門員工的培訓需求。

寶尊能力發展中心

旨在融貫東西方管理智慧和企業最佳實踐經驗，針對不同員工學員的不同階段，提供專業化的、一流的學習解決方案。

願景

成為未來數字商業人才的黃埔軍校和數字商業領域知名的企業智庫。

使命

打造知名的全球品牌數字商業領域的企業學習中心，為公司和行業培養輸送數智時代的商業人才和商業領袖，同時將寶尊建設成為優質的學習型組織。

模塊設置

寶尊學院設置新青年學院、領導力學院、品牌電商學院、數字科技學院、供應鏈學院等重點能力模塊。

寶尊能力發展中心

| 新青年學院 | 領導力學院 | 品牌電商學院 | 數字科技學院 | 供應鏈學院 |
|-------|------------------|------------|---------------|--------------|
| 運營班 | College I (R4) | BBO 人才發展項目 | TIC 新生營 | LSG 新生營 |
| 商品班 | College II (R5) | 品牌經理人才發展項目 | Super PM&BA | 崗位培訓 BSCA 認證 |
| 技術班 | College III (R6) | 店長人才發展項目 | 崗位培訓 TIC 技術開發 | 崗位培訓精益流程 |
| 供應鏈班 | College IV (R7) | 經銷技能培訓 | 崗位培訓 TIC 技術測試 | |
| | 研究生 (R8+) | 商品專項培訓 | | |
| | 商業領導力課程 | | | |

通用課程：新員工入職培訓、寶尊大講堂、公開課

寶尊能力發展中心：線上自選課程、學習社群交流

報告期內，寶尊能力發展中心線上線下培訓共計 122 場，參訓 38,242 人次，達到 2022 全年場次的 2 倍，培訓滿意度平均達到 4.9 分（5 分制），員工人均培訓時長為 8.28 小時。

► 寶尊能力發展中心 2023 年度主要培訓項目

| 課程項目 | 培訓對象 | 培訓場次 | 培訓人次 |
|------------|--------------|------|-------|
| 新員工入職培訓 | 新員工 | 27 | 1,199 |
| 新青年項目培訓 | 22 級、23 級新青年 | 35 | 3,804 |
| 領導力學院課程 | 相關職級同事 | 8 | 191 |
| BBO 人才發展項目 | BBO | 7 | 232 |
| 品牌經理人才發展項目 | 品牌經理 | 3 | 74 |
| 店長人才發展項目 | 店長 | 3 | 90 |
| 商業領導力系列課程 | TIC/LSG 專場 | 4 | 98 |
| 經銷業務培訓 | 負責經銷業務同事 | 1 | 50 |
| 內訓師培養項目 | 內部講師 | 5 | 48 |
| 寶尊大講堂 | 全員公開報名 | 16 | 1,516 |
| 公開課 | 全員公開報名 | 6 | 851 |

新青年項目

寶尊新青年 Z 計劃作為寶尊人才發展體系中的戰略性人才孵化引擎，致力於通過量身定制的人才發展通道和培養項目，培養優秀的青年商業人才，旨在打造成業界公認的品牌電商黃埔軍校。

報告期內，寶尊招募新青年人數同比增加 3 倍，全年入職約 300 人，完成轉正考核順利上崗約 250 人。下年度計劃繼續招募新青年約 300 人，繼續補充青年人才供給約 250 人。同時，項目啟動中期培養計劃，搭建青年電商專家和電商管理者人才梯隊，培育具有競爭力的青年人才隊伍，為公司未來發展提供堅實的人才支持。



BBO 人才培養項目

公司通過 BBO 業務圈主人才培養項目，提升中高層業務管理者商業經營和管理能力，為各業務領域的穩定發展提供強有力支持。該項目引進國際經典商業課程，全面涵蓋電商專業運營能力、商務溝通和客戶管理、財務經營管理和業務組織建設四大模塊。



報告期內，我們成功組織 7 場培訓課程，覆蓋 154 名員工，培訓人次達 232 人，培訓總時長 66 小時。這些培訓課程的成功實施為 BBO 人才提供了必要的專業知識和實戰技能，鞏固了公司未來發展所需的人才基礎。

內訓師培養項目

為更好地挖掘公司十多年來積累的電商專業經驗，並培養內部講師人才、拓展員工職業生涯路徑，報告期內，公司正式成立內訓師培養項目。

內訓師培養項目是寶尊能力發展中心體系建設的關鍵組成部分。報告期內，我們共組織《課程開發與設計》課程培訓 5 次，覆蓋 48 人次；組織初級和中級內訓師認證共計 98 人，包括首批中級內訓師 5 人；全年內訓課程占公司培訓課程總數比例提升至 70%。我們將繼續推進寶尊內訓師隊伍建設，進一步提升內訓課程數量，推動實現內訓課程在培訓體系中的占比達 80% 的目標。



區塊鏈應用操作員三級競賽培訓項目

為推動技術類崗位員工在新技術領域的學習和拓展，響應上海市科技產業人才儲備號召，報告期內，公司開展區塊鏈應用操作員三級競賽培訓項目，為廣大員工提升區塊鏈應用操作技能提供專業培訓。



2023年11月，公司為268名員工組織統一的集中培訓，並在上海市職業技能鑒定中心舉行集中考試，最終234名員工順利通過區塊鏈應用操作技能三級認證，通過率達87%。寶尊的5名員工包攬上海市個人獎前5名，公司也獲得上海市團隊金獎和優秀組織獎。此次培訓幫助技術類崗位員工有效提升前沿技術應用操作技能，為公司數碼化轉型提供堅實的技術支持。

2023年人才培訓亮點績效

截至報告期末，寶尊集團：

- 員工線上線下總培訓時長 **64,776 小時**；
- 員工人均培訓時長 **8.28 小時**。

秉承「精于質 成於人」的初心與理想，寶尊以綻放個人、成就團隊、打造多元包容為人才戰略與文化，結合客觀數據績效與人才能力，打造自身的人才評估矩陣體系。人才盤點是串聯「戰略—組織—人才」的抓手，我們關注員工績效表現和未來發展的可能性和可塑性，重點考察員工在過去2~3年做了什麼和如何做，橫向跨界學習和擔當各類工作經驗的廣度和寬度，或者是在現有專業領域持續積累縱深的專業經驗。

我們使用人才盤點九宮格作為盤點工具，以績效和潛力作為坐標軸對員工進行評估，識別出高潛人才、關鍵人才，並制定根據人才九宮格確定繼任者計劃，明確人才儲備狀況。同時，我們持續匯總梳理人才資源，構建集團和部門各級關鍵崗位的人才庫。

2023年，公司人才盤點採用線上線下相結合的模式，共盤點2,437人，有效覆蓋公司不同層級和品牌的人才，為人才管理提供全面的數據支持。在線上階段，我們通過人才數碼化系統完成了457人的盤點，涵蓋集團全部中高層和品牌經理等關鍵業務崗位；在線下階段，有效完成全集團中基層員工共計1,980人的人才盤點。

▶ 公司榮譽



北森：2023 中國人才管理卓越典範獎



前程無憂：2023 人力資源管理傑出獎



智聯招聘：校招案例獎



中歐商學院：2023MBA 雇主答謝 - 「年年不忘」最受歡迎公司活動獎



刺蝟：2023 年度青年友好雇主獎

可持續供應鏈

我們認識到，企業的採購活動往往會對環境和社會產生重要的影響。因此，公司致力於通過可持續的供應鏈管理來保證採購活動對環境和社會影響的最小化。通過對供應鏈的可持續管理和評估，我們攜手合作夥伴加強包括員工權益、商業道德、環境保護在內的各項可持續發展工作，在促進供應鏈可持續性的同時，也致力於保證自身的長期穩定和可持續發展。

我們的主要供應商可分為以下品類：工程行政類、專業服務類、IT及數據中心、數字行銷類、靈活用工、倉儲物流、成衣代工類。

我們制定《寶尊電商採購政策 3.0》《Gap 中國採購政策》，明確我們的負責任採購的原則，建立完善的供應商資格審核、採購策略、招標、入庫、供應商考核的全生命週期管理體系和流程。在我們的品類採購策略中，我們引入綜合成本的理念，除價格、服務、質量三個維度外，亦將供應商可持續性納入考量，對供應商進行分級，引導自身及品牌客戶在採購決策過程中，選擇綜合成本更優，可持續性更好的供應商。

我們的可持續採購原則

- 嚴格符合國家相關法律法規要求
- 恪守商業道德，堅持廉潔、公開、透明
- 致力於綜合成本最優化
- 行業資訊交流與互通
- 堅持綠色採購原則



▶ 全生命週期供應商管理體系

供應商管理環節

我們的行動

01



- 制定《寶尊集團供應商准入制度》，要求供應商填寫《寶尊電商供應商信息收集表》，同時對供應商的基本情況、設備情況、產品情況、人員情況、供應能力等進行瞭解
- 准入制度中規定供應商應接受並簽署寶尊《保密協議》《反腐敗與合規聲明》《親友關係聲明》及《供應商行為準則》，嚴禁任何不正當競爭、違反商業道德行為。其中，《供應商行為準則》在人權、環保、私隱與保密、反腐敗、促進經濟發展等各個領域，要求並督促合作夥伴共同努力，打造電商行業的可持續發展生態。此外，公司要求 IT 類供應商須額外簽訂《網絡安全與數據保護標準條款》，以確保資訊與數據安全
- 建立供應商黑名單制度，對於涉及廉潔違規的供應商不予以採用
- 報告期內，公司新增供應商《反腐敗與合規聲明》《供應商行為準則》《保密協議》《網絡安全與數據保護標準條款》簽訂率達 100%；核心供應商相關協議覆蓋率達到 100%

02



- 建立品類採購策略計劃，將供應商可持續性納入考量，引導自身、品牌客戶等各相關方在採購決策過程中，選擇綜合成本更優，可持續性更好的供應商



- 節假日禮品禮盒從一次性禮盒轉變為可持續使用的帆布袋，方面員工日常循環使用
- 優先採購環保原材料，如經森林管理委員會（FSC）認證的包裝箱，以及回收紙製作的紙箱

03



- 採取本土化採購政策，本土化採購比例達 99% 以上，在減少運輸成本的同時，減少運輸過程的環境影響

供應商管理環節

我們的行動

04



供應商考核

- 按照採購金額高低，針對 A 類供應商每年開展 2 次供應商考核，針對 B 類供應商每年開展 1 次考核。我們根據供應商品類開展針對性考核，制定《供應商評價表》《供應商 / 承包商 EHS 稽查制度》，從質量、價格、服務、職業健康與安全等多維度進行評價，確保供應商所提供的產品質量符合公司標準
- 對於考核不合格的供應商，公司令其限期整改，並在整改期間不予以聘用
- 寶尊品牌管理公司 Gap 中國每年對所有供應商進行第三方機構驗廠評估，評估內容包括反童工政策、反賄賂政策、反強迫勞工政策等政策的制定執行，員工的福利待遇，安全工作環境，環境保護等。對供應商驗廠不符點，給出整改計劃並跟進督促完成

05



供應商賦能

- 推動供應商多元化，致力於與多元化供應商共建公平公正的競爭環境，共擔社會責任
- 定期開展供應商培訓。針對大促期間的臨時客服供應商，每年開展兩次供應商培訓，分享真實發生的運營事故案例，並根據案例的沉澱總結，自檢自查，並提前預警相關隱患。此外，2023 年公司就供應商准入制度更新情況對供應商開展培訓
- 與供應商共同交流可持續發展知識。2023 年邀請物流類供應商開展節能減碳交流，探討綠色包裝設計和未來發展趨勢

2023 年供應商管理亮點績效

截至報告期末，寶尊集團：

- 共有供應商 **3,213 家**；
- 經審核供應商 **532 家**、通過審核供應商 **532 家**；
- 供應商培訓覆蓋供應商 **982 家**、累計培訓時長 **2,946 小時**。

社區公益

■ 踐行「以公益鑄就仁心」理念

寶尊心系所在社區，堅持「以公益鑄就仁心」的公益理念，積極承擔社會責任。我們繼續攜手靜安睿行公益文化發展中心發起的「特別匠人」公益項目，與身心障礙者共同將生活的美好傳遞；我們開展無償獻血、愛心水站等多項社區公益活動，為當地社區發展提供力所能及的支持；我們通過校企合作，促進電商產業人才培養，助力鄉村振興和行業發展不斷前行。

「特別匠人」項目

「特別匠人」公益項目由靜安睿行公益文化發展中心發起，主要是從身心障礙群體中，挑選一批具有學習能力、動手能力的人，通過線上服務平臺和線下教學，為其提供文創類手工產品創作和製作技能的培訓，並幫助他們將符合質量標準的手工文創產品對接市場，助力「匠人們」實現自力更生、創造更好的生活。

寶尊與「特別匠人」公益項目持續開展合作，購買由「特別匠人」製作的手工藝品，作為贈送給員工和客戶的新年禮品。寶尊還結合自身行業特點，為「特別匠人」項目的直播活動提供直播設備和現場流程指導。



助農直播

報告期內，「紅鑫惠農 通州益購」直播活動在南通高新區江海智匯園寶尊電商南通運營中心開播。全國人大代表孫春梅等「新農人」群體友情出鏡，普及農業知識、傳播鄉土文化，吸引了 3,000 餘名用戶在線觀看。

此次活動是公司助力鄉村振興的有益嘗試，為助力新就業群體融入社會發展，推動村集體經濟發展做出了貢獻。





先天性心臟病患兒進行捐款

報告期內，公司參加仁德基金舉辦的慈善活動，在活動現場向先天性心臟病患兒捐款。

寶尊品牌管理公司 Gap 中國與「上海心連心」緊密合作，通過捐贈善款和產品義賣救助來自中國偏遠地區的先天性心臟病患兒。截至 2023 年 11 月，Gap 中國累計已資助 34 名來自貧困家庭的患兒完成手術治療。



服裝捐贈

報告期內，寶尊品牌管理公司 Gap 中國向雲南省廣南縣捐贈了價值 37 萬餘元 Gap 品牌服裝，可望惠及超 1,000 名來自困境家庭的中小學生。此外還向遭受嚴重洪澇災害的河北涿州、易縣和涇水等地區捐贈總值超 600 萬元的 Gap 品牌應季服裝，幫助受災居民渡過難關。



結對共建，助力鄉村振興

報告期內，寶尊與雲南省文山州麻栗坡縣政府結對共建的協議簽約儀式，旨在通過消費幫扶、人才培養等方面的合作促進麻栗坡地區的鄉村振興與經濟社會發展。根據協議，寶尊將圍繞「結對幫扶」「消費幫扶」「人才培養」三個方面，與麻栗坡縣政府展開共建活動。



結對幫扶

- 強化東西部教育結對幫扶，組織公益志願服務活動，每年至少開展一期“寶尊愛傳遞·綠色電腦教室”等項目。

消費幫扶

- 利用寶尊的平臺、市場、物流和電子商務優勢，推動當地優秀農特產品進入上海市場。

人才培養

- 通過電子商務培訓活動，幫助培養麻栗坡縣的電商人才，促進與上海的技術人才交流和實地考察。

根據結對共建協議，報告期內，寶尊與麻栗坡縣政府共同開展了一系列共建活動。

教育設施援建：寶尊積極參與麻栗坡縣鄉村教育事業，為麻栗鎮南油小學、大坪鎮馬達小學兩所鄉村小學援建了「寶尊·愛傳遞 綠色電腦教室」，向學校師生捐贈了一批辦公和學習電腦以及運動服。針對當地中小學教室光線較暗的問題，寶尊工會採購了 370 盞護眼燈，捐贈給大坪鎮大坪小學、大坪鎮大坪中學和麻栗鎮盤龍小學，確保學生有良好的學習和教學環境。



電商業務人才培訓：2023 年 7 月，麻栗坡縣的 6 名經營管理人員赴寶尊接受為期近一個月的電商業務知識技能培訓，分別在寶尊上海總部和南通區域運營中心接受全面的培訓，包括《電商客服》《電商活動運營及策劃》《電商選品與商品運營》《電商數據入門》等課程。培訓結束後，學員們表達了將所學電商運營技能應用於家鄉優質農產品行銷的決心，致力於促進數位經濟在農村的發展，為當地農業和產業的繁榮作出貢獻。



支持產業人才培養

寶尊通過深度產學研融合，以校企合作的形式支持職業教育發展，為在校生提供就業和實訓崗位，組織大型校園直播大賽，促進行業的可持續發展。自 2021 年起，我們不僅設立寶尊 - 南通開放大學電商產業學院，探索系統化產業人才培養路徑，亦積極將自身職業教育實操資源向鄉村地區傾斜，與湖南益陽職業技術學院等偏遠地區院校合作定向培養，為寶尊增加人才儲備，深度參與鄉村振興戰略。

寶尊與南通開放大學聯手培養電商產業人才，於 2021 年 10 月設立寶尊 - 南通開放大學電商產業學院。學院由寶尊專職講師聯合外部講師以學生職業發展為主線，企業項目為實戰，採用學習 + 實踐結合的模式集中教學，全方位提升學員的綜合質素和技能。產業學院通過與南通開放大學合作，開發了電商設計課程，涵蓋運營、設計、直播、客服等四大塊系，近兩年，寶尊 - 南通開放大學電商產業學院共計接受學生 453 人進行 3 個月以上的實習實訓。這一合作不僅推動了電商人才的培養，也為電商行業提供了有力的支持，助力整個產業的創新和提升。

產教一體，培養行業優秀人才

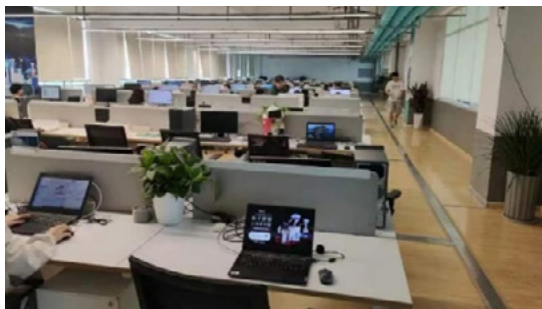
在寶尊 - 南通開放大學電商產業學院項目經驗基礎上，報告期內，公司推動產教融合模式進一步深化，與山東外國語職業技術大學、江西科技學院簽訂了電商產業學院協議，共同培養適應電商行業需求的高質素人才。合作中，寶尊通過提供教學資源、實訓項目、實習崗位等多方面的支持，共同打造了省級示範課程，對學校進行全方位的賦能，同時學校也將電商和相關專業學生納入產業學院體系。



授牌儀式

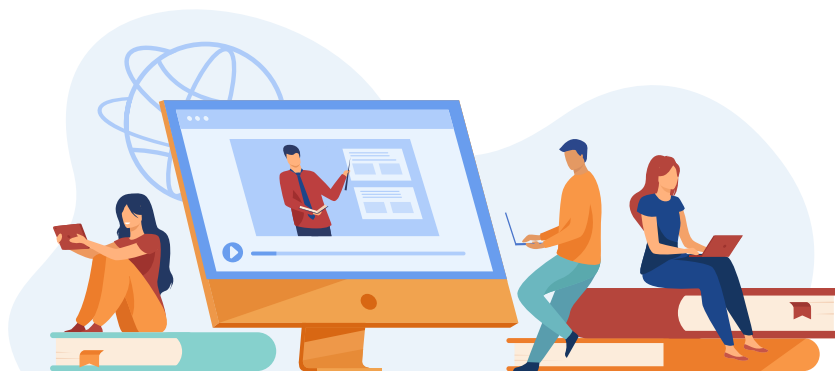


產業學院成立儀式



校內職場





從 2023 年 3 月開始，寶尊在山東外國語職業技術大學進行項目入校，並在校內建設校內職場，截至報告期末已有近 800 名學生參與實習實訓。同時，自 2023 年 12 月開始，寶尊在江西科技學院開設電商運營類課程，首批報名產業學院授課的電商專業學生超過 120 人。

此外，為激勵學生在產業學院學習和實訓中取得突出表現，寶尊於 2023 年 11 月份頒發了總計 2.4 萬元的寶尊獎學金，共計 21 名優秀產業學院學員獲得，以表彰和鼓勵學生的努力和成就。



獎學金頒獎儀式

此外，寶尊積極與行業協會、學校合作開展行業活動，培養和發現電商優秀人才。報告期內，公司與上海行健職業學院合作開展第二屆「行寶商貿節」，通過學生參與的分組、選品、招商、商品管理、物流管理、售後管理等環節，全面提升學生的實操經驗，促進產教融合；公司還在上海市電子商務行業協會、上海市創造學會、上海市高職高專經濟類專業教學指導委員會支持下，開展第三屆「寶尊杯」校園直播大賽，賽事共吸引了 18 所院校的 157 支隊伍參加。經過數月的準備、海選與培訓，最終，參賽學生通過品牌直播間直播帶貨的方式角逐出排名。比賽增強了參賽學生互聯網背景下的流量思維和用戶意識，也促進了企業、院校人才培養計劃與直播職業技能、職業標準的鏈接。

04 綠色運營 繪製低碳發展新圖景

面對日益增長的氣候和環境壓力，寶尊積極踐行綠色發展理念，在貢獻經濟發展的同時，亦勇於承擔環境責任。我們建立健全環境管理體系，保證廢棄物規範處置。我們在倉儲物流、包裝、辦公等環節協同各相關方共同落實「全鏈式」綠色運營模式，實現與自然環境和諧共處。



環境管理體系

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》以及海外運營地相關環保法律法規，高度關注自身運營中的綠色管理與實踐，努力推動價值鏈實現協同綠色低碳發展。

公司積極開展環境管理體系建設，全力降低自身運營對環境的影響。公司行政部負責寶尊總部辦公園區的環境管理，落實辦公環節的廢棄物減量、節能減排措施。物流與供應鏈各事業部負責物流園區生產過程的環境管理，降低生產環節的環境影響。公司制定《環境監測管理制度》《倉儲運營節能管理辦法》《倉庫廢棄物管理辦法》《寶通易捷節能降耗管理制度》等規章制度確保環境管理體系的有效運行。

報告期內，公司未發生違反環境保護相關法律法規的事件，未發生污染物超標或違規排放的事件或上述事項引起的訴訟案件。

公司開展覆蓋全員（包括臨時工在內的全部用工形式員工）的環境保護相關培訓，並在辦公區張貼節能降耗相關海報以加強環保宣導。針對園區生產環節的耗能和廢棄物，公司編制節能培訓教材在各園區進行宣導培訓，並每季度評選和分享節能減排優秀案例，提升基層員工節能環保意識和實踐能力。報告期內，公司共開展 2 次節能環保培訓活動。

環境管理目標

為實現「全鏈式」綠色運營，寶尊制定了覆蓋水資源使用、包裝材料使用、廢棄物排放、能源使用和溫室氣體排放等維度的 ESG 環境目標，明確各業務環節的實踐要求。為應對世界氣候變化問題，寶尊已於 2022 年正式發佈了覆蓋自身運營和價值鏈的碳中和目標，詳見《寶尊電商碳中和白皮書》。

水資源使用

- 減少水資源消耗，努力降低人均水資源消耗量。

包裝材料使用

- 協同品牌方及上下游合作夥伴減少電商快件二次包裝，提升快件不再二次包裝率。
- 持續推動自營倉儲物流園區之間的周轉箱等包裝循環使用。

無害廢棄物處置

- 到 2025 年，辦公大樓、倉儲物流園區推行垃圾分類的比例達 100%。

有害廢棄物處置

- 到 2025 年，有害廢棄物合規處置率保持 100%。

能源使用

- 積極推進光伏發電，2040 年運營活動可再生能源使用比例達 80%。

溫室氣體排放

- 與 2022 年發佈的碳中和目標保持一致（詳見本報告「氣候變化減緩與適應」）。

氣候變化減緩與適應

氣候變化是全球共同的挑戰，作為中國品牌電商服務行業的領導者，寶尊積極制定自身碳中和目標，助力國家實現「2030年前碳達峰，2060年前碳中和」。我們建立了應對氣候變化的治理體系和配套的碳中和管理推動機制，從治理架構、風險管理、管理策略以及目標與績效四個層面，構建氣候變化管理體系，識別變化風險與機遇，並據此持續完善自身的管理機制。

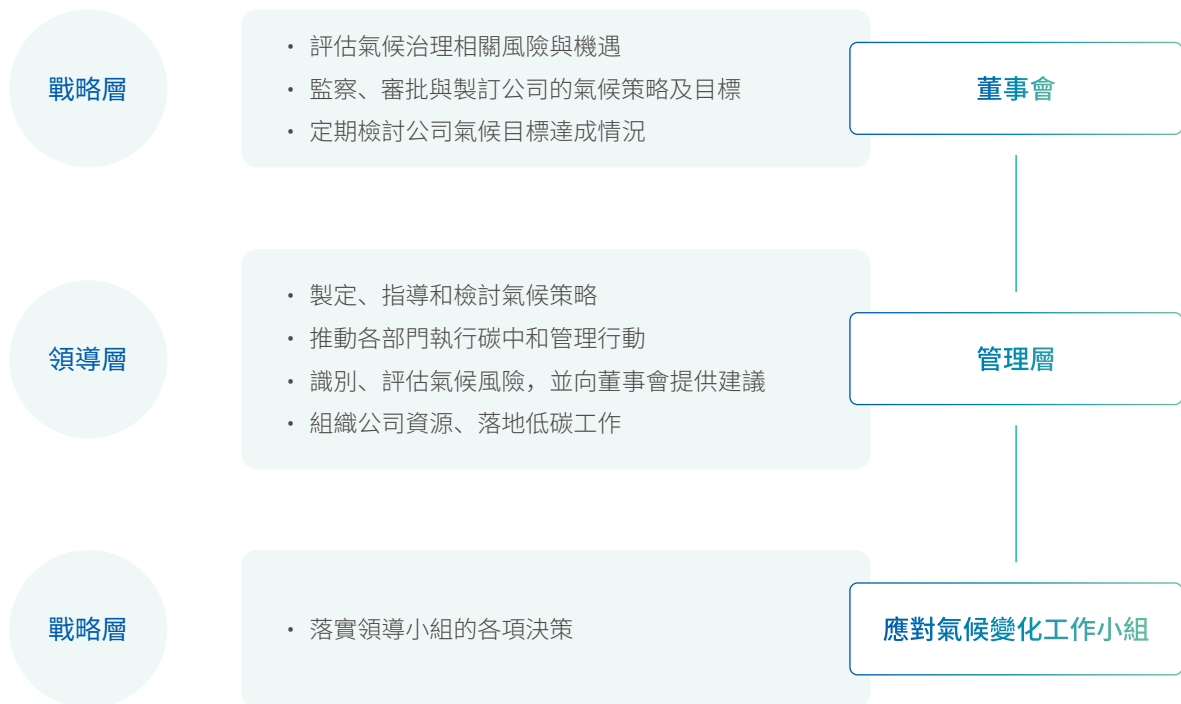
► 氣候變化管理體系



氣候治理架構

寶尊的氣候變化治理架構分為「戰略層 - 領導層 - 實施層」三個層級。董事會負責監督並制定公司中長期應對氣候變化的管理策略和方向。管理層進行跨部門整合氣候行動的資源，對重大項目進行決策部署，並向董事會彙報。在規劃實施方面，公司成立應對氣候變化工作小組，負責執行相關決策。

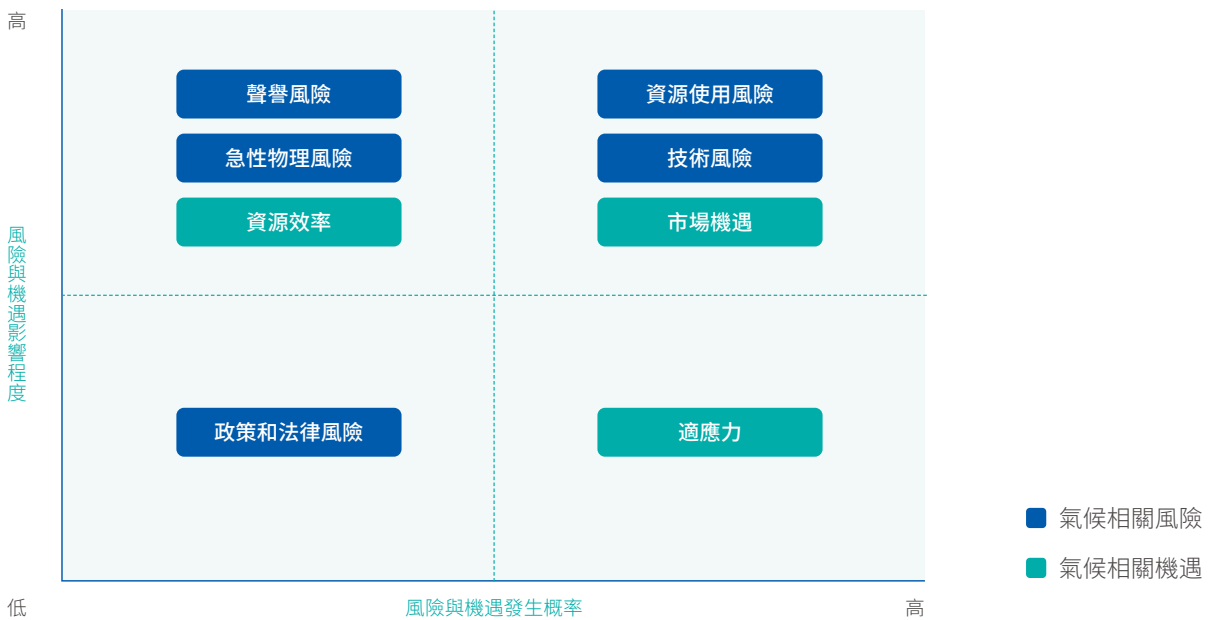
此外，公司將碳中和目標的階段性實施績效納入對相關部門負責人的績效考核中，並建立起完善的評估與考核體系。對達到要求的負責人進行獎勵，並對績效考核不佳者進行培訓。



風險與機遇識別

我們綜合考慮地理位置與業務類型，識別出寶尊潛在的氣候風險與機遇類型，並經過內部討論，結合業務發展戰略及專家意見判斷，評估潛在的財務影響方式和影響程度。在此基礎上，我們根據評估結果構建氣候相關風險與機遇矩陣，結合風險及機遇的發生概率和對公司的影響程度，確定風險及機遇的優先級，並採取相對應的氣候變化應對與行動措施。

► 氣候相關風險與機遇矩陣



► 氣候變化潛在風險識別、評估與應對

| 風險類型識別 | 風險評估具體描述 | 潛在財務影響 | 風險應對 |
|--------|--|----------------|---|
| 資源使用風險 | 生產運營中所需的原材料、能源、水資源可能由於氣候變化影響導致短缺，或導致可得性降低。如氣候變化可能導致森林資源受到更加嚴格的管控，造成包裝價格上漲。 | 營業收入↓ 運營成本↑ | 寶尊聯合品牌方、服裝代工廠、物流合作商努力推行綠色包裝與包裝的循環使用。 |
| 技術風險 | 在技術轉型的過程中，綠色服裝、綠色包材、廢棄物處理等節能環保技術的開發與應用，可能對公司運營和業務造成影響。 | 運營成本↑ 營業收入↓ | 寶尊推進服裝可持續產品研發，促進廢棄物的循環利用，並持續監測廢棄物末端處理機構與二次用途。 |

| 風險類型識別 | 風險評估具體描述 | 潛在財務影響 | 風險應對 |
|---------|--|----------------|---|
| 聲譽風險 | 持份者期望公司在應對氣候變化方面採取積極的管理行動並提升資料披露透明性。若公司無法回應持份者的訴求，可能會對公司業務造成影響。 | 營業收入↓ | 寶尊將持續開展減碳行動，制定減碳目標，定期披露減碳行動與績效。 |
| 急性物理風險 | 劇烈的氣候變化如颱風、洪水等將產生極端天氣或自然災害，可能造成公司資產損壞、人員損失與業務中斷，影響公司上下游供應鏈的產品生產、倉儲配送等。 | 營業收入↓ 運營成本↑ | 寶尊監測極端氣候事件，著手建立較完善的極端天氣應急管理預案。 |
| 政策和法律風險 | 可能出現由於未符合氣候相關政策或法律被依法追究法律責任、採取監管措施、給予紀律處分、出現財產損失或商業信譽損失的風險。 | 營業收入↓ 信用風險↑ | 寶尊嚴格遵守國內外運營所在地已出臺的碳相關的法律法規，並努力識別未來可能存在的政策與法律風險，目前未出現任何違法行為。 |

► 氣候變化機遇識別、評估與行動

| 機遇類型識別 | 機遇評估具體描述 | 潛在財務影響 | 機遇行動 |
|--------|---|--------|---|
| 市場機遇 | 品牌客戶以及個體消費者對綠色產品和服務的關注度越來越高，若公司在有關方面處於領先地位，可能吸引更多客戶及消費者。 | 營業收入↑ | 寶尊正在開展多樣化的可持續消費倡導活動，傳播綠色消費理念。 |
| 資源效率 | 通過監測包裝材料市場價格、地區資源使用規定，及時掌握市場動向，致力於制定最優方案、降低運營風險。 | 運營成本↓ | 寶尊正努力推行綠色包裝與包裝的循環使用，轉風險為機遇，提升資源使用效率。 |
| 適應力 | 通過推動綠色供應鏈，促進氣候變化相關業務研究及行業交流，提高公司應對氣候風險、抓住氣候機遇的能力，增強履行社會責任的品牌形象。 | 營業收入↑ | 寶尊努力推動供應鏈綠色發展，將溫室氣體排放等環境因素納入供應商考核的內容中，並開展供應商環保意識宣貫。 |

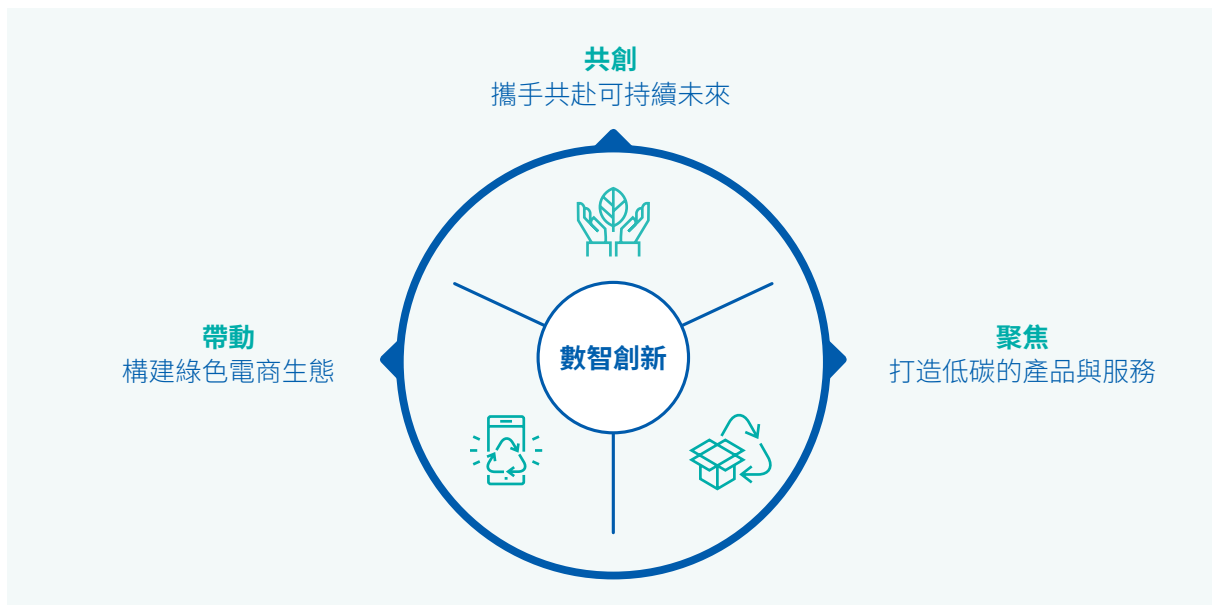
管理策略

依據全生命週期評價（LCA）的思路，寶尊就業務所涉及的各個環節產生的溫室氣體排放進行分析與計算，明確公司在業務開展全流程產生的溫室氣體排放情況，並進一步梳理公司應對氣候變化的策略。

| | 生命週期關鍵環節 | 碳足跡來源 |
|-----------------|----------|-------------------------------|
| 自身運營 (範圍一、二) | 辦公室和門店運營 | 辦公和 Gap 中國門店運營環節的直接能源和電力消耗 |
| | 內部物流倉儲 | 自有倉庫及物流運輸環節的直接能源和電力消耗 |
| 價值鏈 (範圍三) | 商品採購 | 包含在採購的商品和服務的生產、運輸環節等產生的溫室氣體排放 |
| | 第三方物流倉儲 | 第三方運營的倉庫及物流運輸環節的直接能源和電力消耗 |
| | 員工通勤與差旅 | 公司運營全環節由員工通勤、商務差旅產生的溫室氣體排放 |

根據各排放環節的減排潛力和寶尊對其影響程度，我們選擇將商品採購、物流倉儲、辦公室和門店運營、員工通勤與差旅作為碳排放管理的核心環節。我們聚焦自身運營，通過打造低碳產品與服務助力實現範圍一和二的碳中和；我們積極帶動上下游的供應商夥伴，推動建立綠色電商生態；此外，我們攜手員工、品牌電商、消費者，共同倡導可持續的生產、生活方式，推動構建綠色價值鏈，助力中國「30·60」雙碳目標實現。

寶尊碳中和核心策略



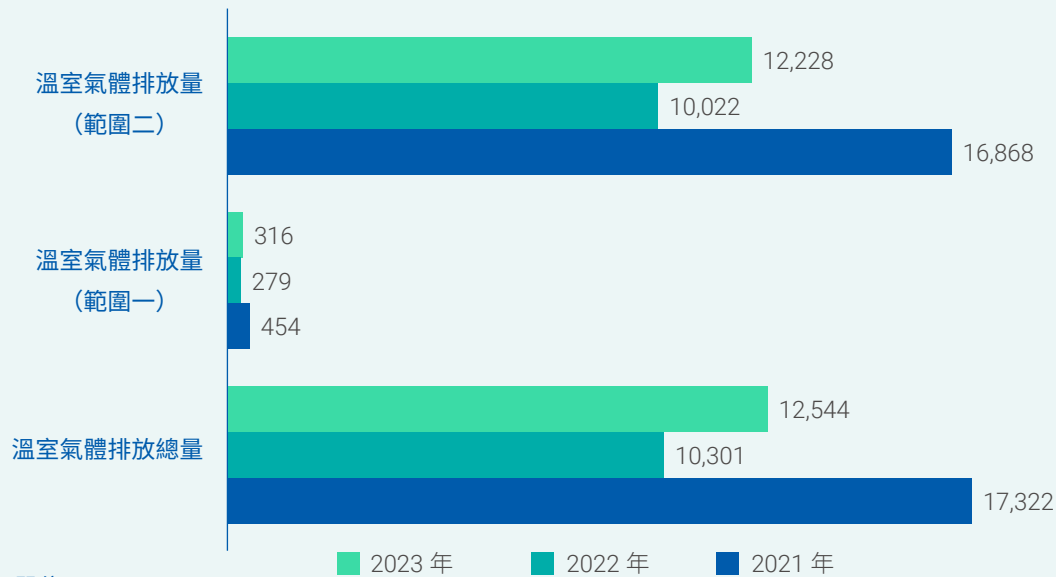
目標與績效

基於對自身碳排放的盤查與管理，結合對於行業與社會發展的理解，我們制定了如下碳中和目標。相較於基準年 2021 年，寶尊集團 2023 年的範圍一、範圍二溫室氣體排放量下降 27.58%¹。2023 年，寶尊集團 CDP 氣候變化調查問卷成績由 C 級提升至 B 級。

► 寶尊集團碳中和承諾



► 2021-2023 年寶尊集團自身運營溫室氣體排放量

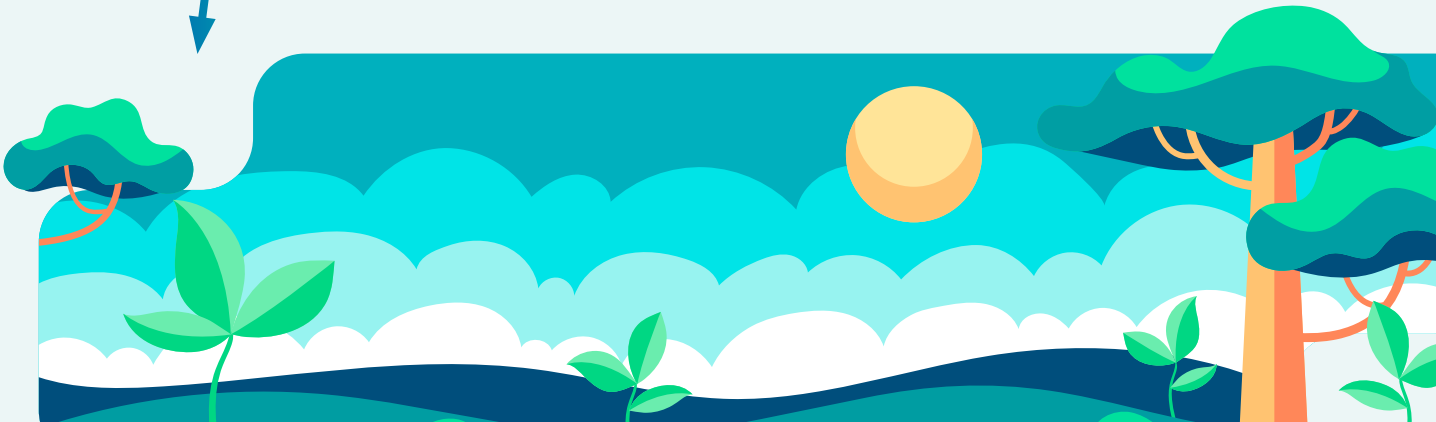
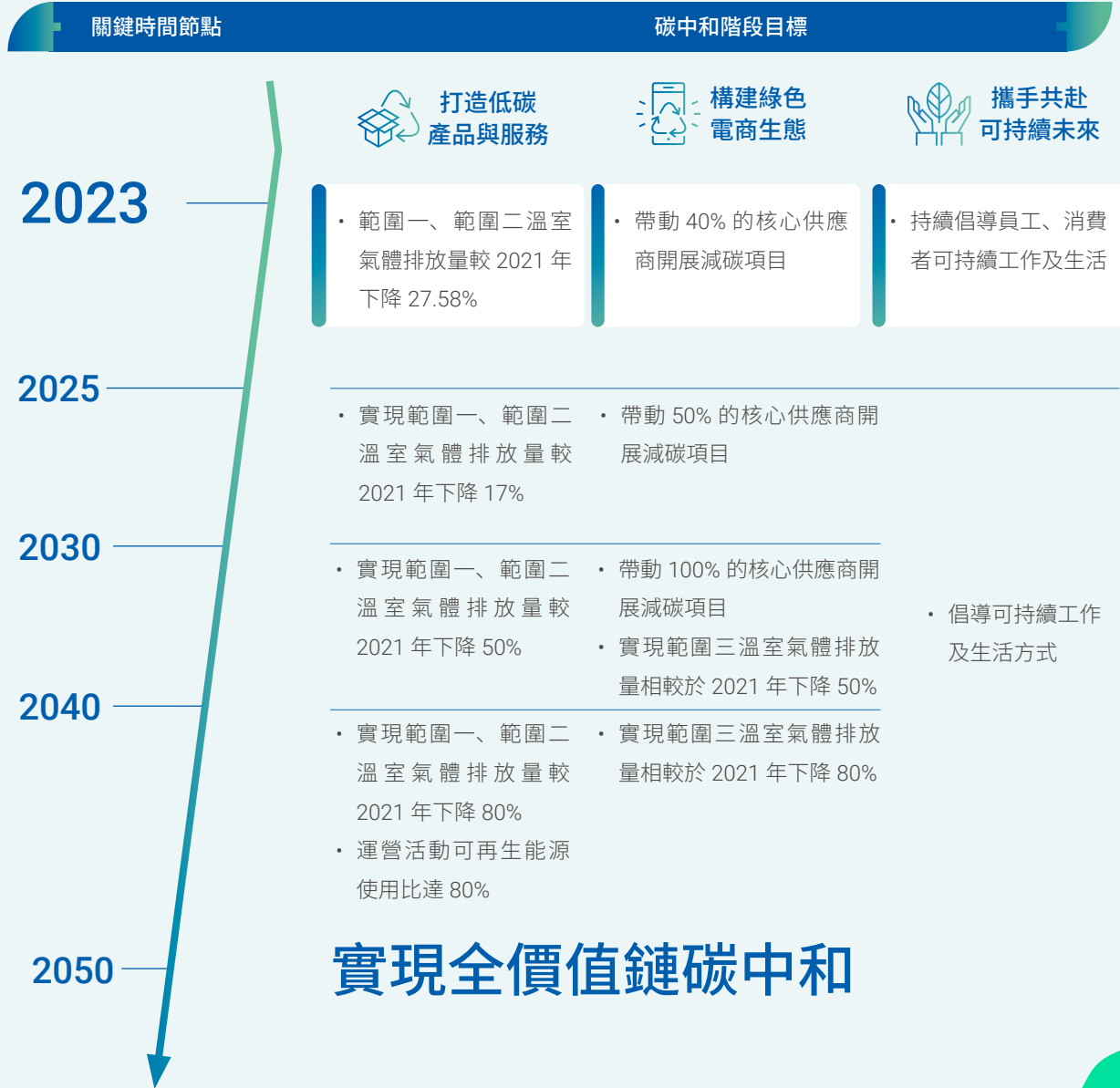


| | 溫室氣體排放總量 | 溫室氣體排放量 (範圍一) | 溫室氣體排放量 (範圍二) |
|---------|----------|---------------|---------------|
| 2023 年度 | 12,544 | 316 | 12,228 |
| 2022 年度 | 10,301 | 279 | 10,022 |
| 2021 年度 | 17,322 | 454 | 16,868 |

注：

[1]. 為與基準年數據具有可比性，本章節範圍一、二數據範圍不含 Gap 中國。含 Gap 中國的溫室氣體排放數據詳見“可持續發展管理績效 - 環境”。

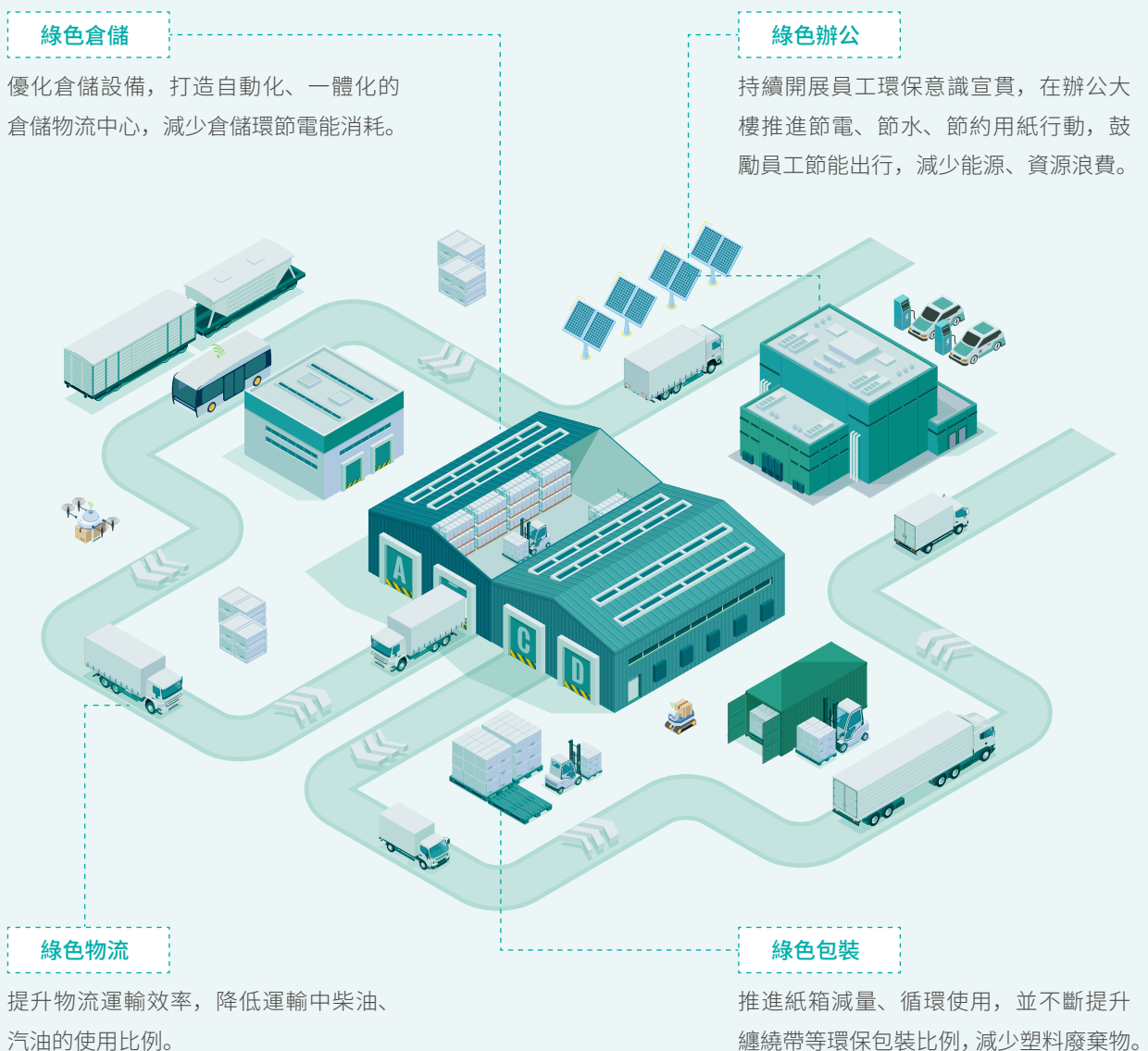
► 寶尊碳中和路線圖與減碳行動年度進展



「全鏈式」綠色運營

寶尊堅持以科技創新賦能綠色生產和辦公，通過數智化技術和先進設備的運用，推動辦公場所和倉儲物流園區的能源高效利用。同時，寶尊致力於攜手品牌客戶和供應鏈合作夥伴，聚焦包裝、運輸等鏈路，探索通過智能優化、能源轉型、資源節約等措施打造「全鏈式」綠色運營方式，為消費者提供低碳的產品和服務。

► 寶尊「全鏈式」綠色運營全景圖



綠色辦公

寶尊制定《寶尊電商辦公區管理規範》，在日常辦公中積極踐行綠色理念，共同營造綠色環保的辦公環境。報告期內，公司持續開展能源和資源節約活動，聚焦減少電力、燃油、水和紙張消耗，結合數碼化技術優化辦公區用能情況，鼓勵員工綠色通勤，推動資源循環使用。

► 寶尊能源與資源節約措施（部分）

減少電力消耗



空調集中控制

後臺統一控制各工區溫度，提升空調系統能源使用效率



自感應高效照明

倡導優先採用自然光辦公，導入 LED 節能燈與聲控傳感器，並調整工位佈局減少夜間照明範圍，倡導下班隨手關燈



辦公設備節能

調整電子辦公設備能耗狀態與開關時間，未使用時段調整為低能耗模式，並在下班前關機並拔下插頭



光伏自發電

在辦公區新建光伏車棚，年度發電量 50.03 兆瓦時，避免碳排放 28.53 噸二氧化碳當量

減少燃油消耗



提升運輸效率

提供短駁巴士接送員工，減少員工自駕或打車數量，減少單位里程碳排放



通勤電動化

在園區安裝充電樁，鼓勵員工使用新能源車輛，減少化石燃料消耗

節約水資源



節水設備

使用節水型產品與設備，將洗手池與衛生間沖水設備更換為感應式開關



節水制度

加強水資源管理，向食堂供應商與員工徵收適當水費，並在用水區域放置節約用水標語，減少食堂與員工宿舍公區用水浪費

節約紙張



雙面列印

提倡雙面列印並推行無紙化辦公，報告期內，我們實現雙面列印 38,382 張，占列印紙張的 17%



無紙日

每月 5 日設置為無紙日，限制紙巾供應，倡導員工節約用紙

數碼化技術賦能空調系統高效運行

2023年4月，寶尊在總部大樓上線變製冷劑流量（VRV）多聯式空調集控系統，該系統可在後臺分區獨立開關、調溫和選擇冷暖模式，並能根據溫度傳感器自動優化機組送風量，讓辦公環境與人體適宜溫度相匹配，提升空調系統的能源使用效率。



綠色倉儲

園區倉儲是寶尊踐行自身低碳運營的關鍵環節。我們依託365綜合能源服務平臺，實現對水電氣的可視化實時監控，持續提升能源和資源的使用效率。報告期內，我們持續完善倉儲的精細化管理，通過運營優化、設備更新等途徑，打造先進低碳的綠色自動化倉。

寶尊綠色倉儲 2023 年主要節能降耗措施

照明系統優化

- 倉庫使用高效 LED 照明系統替換白熾燈 360 盞，年節電量約 32 萬千瓦時；
- 根據商品銷量和調配需求劃分補貨區，設定固定時段開啟補貨區照明，照明時長降低 50%。

設備提效優化

- 引入成熟的自動化設備，運用智能機械人，實現智能傳送與分揀，並實時監控設備運行與能耗情況；
- 取消空載率較高的輸送線和分揀機。在滿足運行需求的前提下，流水線空載休眠時間縮短 20 秒，減少空載能源浪費。

推動碳中和園區建設

寶尊積極踐行「3R」減排理念，通過設備升級和運營優化開展自主節能，並通過建設分布式光伏和採購國際綠證提高可再生能源比例。針對短期難以清除的剩餘排放，在審慎評估後採用高質量碳匯進行抵消，在部分園區實現運營碳中和。

報告期內，寶尊進一步擴大碳中和實踐的範圍，在易商園區基礎上，新打造托普碳中和園區，2 個園區均獲得 PAS 2060 碳中和認證。

Reduction
直接減少自身碳排放



Replacement
綠色能源轉型

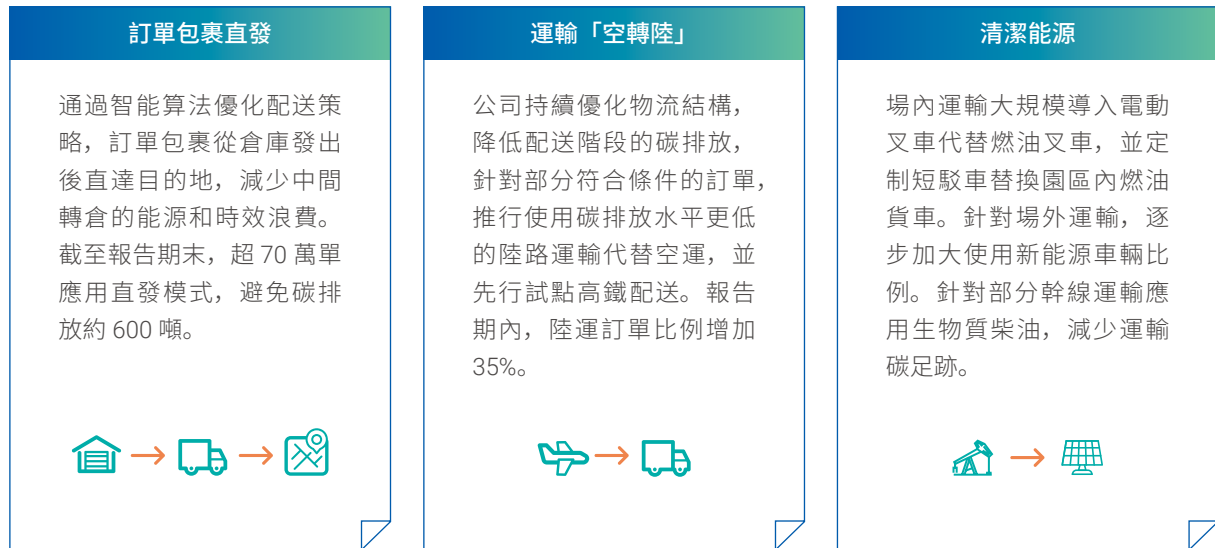


Removal
抵消碳排放余量



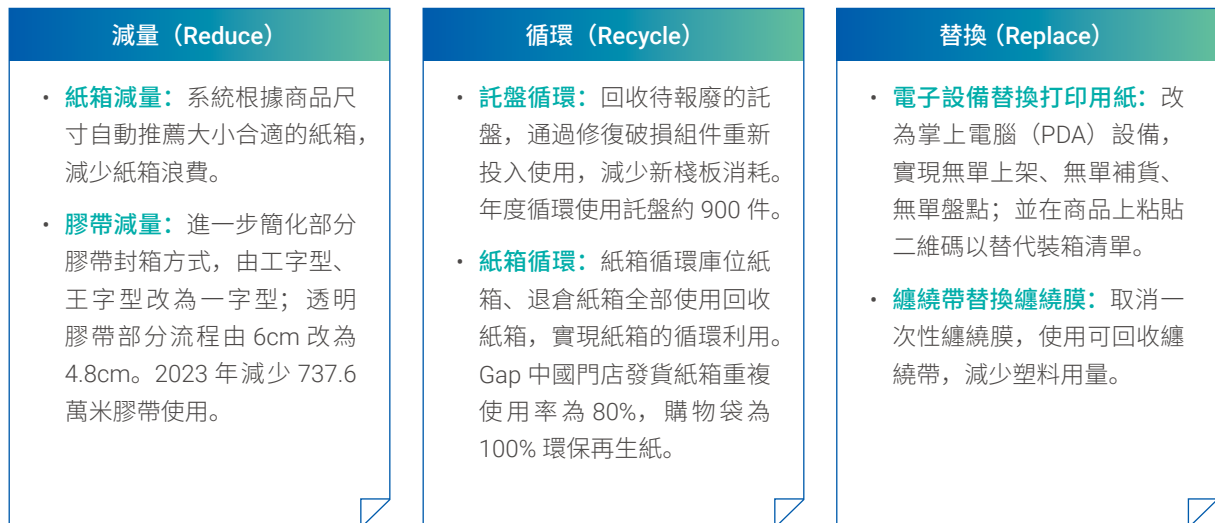
綠色物流

交通工具的排放貢獻了物流環節主要的環境足跡。寶尊利用大數據等技術持續優化運輸路線，在提升配送效率的同時減少燃料的消耗，有效降低成本和環境影響；在中長距離運輸中，公司逐步推動空轉陸，並提高鐵路、水路運輸等低碳排運輸方式的比重；交通工具的能源轉型是綠色物流的重要趨勢，公司積極推動物流電動化，逐步提升新能源車使用量，並探索可再生燃料的應用，減少運輸階段的碳足跡。



綠色包裝

在倉儲物流環節主要消耗紙箱、塑料、膠帶、防水袋等類型的包材。寶尊積極探索綠色包裝的應用場景，不斷創新綠色包材的精細化管理方式。我們與品牌方合作，大力推行包裝減量措施，並通過循環使用與替換環保包裝材料等方式，持續降低包裝的消耗量。截至報告期末，公司包裝材料循環使用量 14,324 噸。



排放物管理

寶尊自身業務不直接參與產品的生產與製造，公司無生產相關的大氣污染物與廢水排放，日常運營的生活廢水統一排入市政管網集中處理。固體廢棄物主要產生于倉儲物流環節、Gap 中國門店、食堂與辦公區域的生活垃圾和電子廢棄物。公司對固體廢棄物進行分類處置和有效利用。

| 廢棄物類型 | 產生環節 | 具體廢棄物種類與處理方式 |
|-------|------|---|
| 有害廢棄物 | 辦公環節 | <ul style="list-style-type: none"> 廢墨盒，交由供應商或其他專業機構回收處理。 |
| | 倉儲物流 | <ul style="list-style-type: none"> 廢舊棧板：所有倉儲物流園區設立內部託盤棧板維修區，定期維修損壞棧板。 廢棄線棒：內部設備人員利用廢棄線棒製作線棒台、工作臺。 廢舊託盤、貨架、分揀車、廢棄紙箱：第三方專業回收機構回收再利用。 |
| 無害廢棄物 | 門店 | <ul style="list-style-type: none"> 生活垃圾：由物業統一處理。 廢舊紙箱包裝：交由供應商統一處置。 |
| | 辦公環節 | <ul style="list-style-type: none"> 生活垃圾：交由供應商（主要為餐廚垃圾）或物業統一處理。 |

寶尊品牌管理公司 Gap 中國在減少自身運營環境影響的同時，積極通過設計端優化、供應鏈管理等措施，降低服裝產品上游製造環節的代工廠環境排放。Gap 中國承諾在服裝生產過程中不使用全氟碳化合物 (PFCs) 的塗飾劑，降低此類有害化學品的環境暴露風險。此外，Gap 中國基於自身創新的可持續設計，協同代工廠開展「智慧牛仔布清洗」項目，有效減少生產廢水排放量，降低價值鏈上游活動自然水體的影響。



可持續發展管理績效

合規管理與商業道德

| 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|--|----|--------|--------|--------|
| 彙報期內因運營中的不正當競爭行為或違反托拉斯法和反壟斷法而受到相關部門的制裁的案件數 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 彙報期內對發行人或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件數 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 董事接受反貪污培訓覆蓋率 | % | 100 | 100 | 100 |
| 董事人均接受反貪污培訓小時數 ¹ | 小時 | 1.00 | 1.00 | 0.50 |
| 員工接受反貪污培訓覆蓋率 | % | 100 | 54 | 100 |
| 員工人均接受反貪污培訓小時數 ² | 小時 | 1 | 1 | 2 |

注

[1] 董事人均接受反貪污培訓小時數 = 全體董事接受反貪污培訓的總小時數 / 董事會人數。

[2] 員工人均接受反貪污培訓小時數 = 員工接受反貪污培訓的總小時數 / 員工總數。

環境¹

| 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 (含Gap中國) | 2023年度 (不含Gap中國) |
|----------------------------|------------------|---------|--------|--------------------|---------------------|
| 能源 | | | | | |
| 耗電量 ² | 兆瓦時 | 29,032 | 17,903 | 37,039 | 21,985 |
| 其中, 清潔電耗 ³ | 兆瓦時 | - | 329 | 654 | 654 |
| 天然氣 ² | 立方米 | 10,801 | 26,304 | 30,469 | 30,469 |
| 汽油 ² | 升 | 5,405 | 6,158 | 17,456 | 17,456 |
| 柴油 ² | 升 | 150,329 | 73,657 | 74,179 | 74,179 |
| 綜合能源消耗量 ² | 兆瓦時 | 30,713 | 18,601 | 37,945 | 22,891 |
| 單位營收綜合能源消耗量 ² | 兆瓦時 / 百萬元人民幣 | 3.27 | 2.21 | 4.31 | 3.03 |
| 溫室氣體 | | | | | |
| 溫室氣體排放量 (範圍一) ⁴ | 噸二氧化碳當量 | 454 | 279 | 316 | 316 |
| 溫室氣體排放量 (範圍二) ⁵ | 噸二氧化碳當量 | 16,868 | 10,022 | 20,814 | 12,228 |
| 溫室氣體排放量 (範圍三) ⁶ | 噸二氧化碳當量 | - | - | 42,877 | 34,801 |
| 溫室氣體排放總量 (範圍一、範圍二、範圍三) | 噸二氧化碳當量 | - | - | 64,007 | 47,345 |
| 溫室氣體排放總量 (範圍一、範圍二) | 噸二氧化碳當量 | 17,322 | 10,301 | 21,130 | 12,544 |
| 單位營收溫室氣體排放量 | 噸二氧化碳當量 / 百萬元人民幣 | 1.84 | 1.23 | 2.40 | 1.66 |

| 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 (含Gap中國) | 2023年度 (不含Gap中國) |
|---------------------------|--------------|---------|---------|--------------------|---------------------|
| 資源 | | | | | |
| 耗水量 | 立方米 | 191,828 | 207,274 | 202,244 | 190,146 |
| 單位營收耗水量 | 立方米 / 百萬元人民幣 | 20.41 | 24.67 | 22.95 | 25.15 |
| 製成品所用包裝材料的總量 ⁷ | 噸 | 9,856 | 38,657 | 42,680 | 42,230 |
| 包裝材料循環使用量 | 噸 | 2,345 | 2,240 | 14,704 | 14,324 |
| 廢棄物 | | | | | |
| 無害廢棄物產生量 ⁸ | 噸 | 9,030 | 1,539 | 5,009 | 5,009 |
| 單位營收無害廢棄物產生量 | 噸 / 百萬元人民幣 | 0.96 | 0.18 | 0.57 | 0.66 |
| 有害廢棄物產生量 ⁹ | 件 | - | 4 | 16 | 16 |

注:

[1]. 環境數據口徑包含: 寶尊電商有限公司, 其綜合入賬附屬公司, 可變利益實體及其子公司, 與截止到 2023 年 12 月 31 日的財年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。其中, 能源數據已統計 Gap 中國耗電量, 暫未覆蓋其天然氣、汽油和柴油用量。廢棄物數據暫未覆蓋 Gap 中國。

[2]. 2023 年耗電總量、天然氣、汽油、柴油、綜合能耗相較於 2022 年有所上升, 主要原因是數據覆蓋範圍進一步擴大, 業務規模的增長。

[3]. 清潔電耗為總部辦公大樓及部分園區利用分布式光伏系統的發電量。

[4]. 範圍一溫室氣體排放量來源包括天然氣、自有車輛汽油、自有車輛柴油。天然氣、汽油、柴油溫室氣體排放量計算方法參考中華人民共和國生態環境部《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南 發電設施》(2022 年修訂版)。

[5]. 範圍二溫室氣體排放量來源為外購電力。溫室氣體排放計算方法參考生態環境部《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南 發電設施》(2022 年修訂版)。其中, 外購電力的碳排放根據電網排放係數進行計算, 電網排放係數來源於中國生態環境部, 2021 年電網排放係數取 0.5810 tCO₂e/MWh; 2022 年電網排放係數取 0.5703 tCO₂e/MWh; 2023 年電網排放係數取 0.5703 tCO₂e/MWh。

[6]. 範圍三溫室氣體排放量來源為公司價值鏈上的間接排放(範圍二中未包括的), 覆蓋對公司具有實質性的採購的包裝材料、上游運輸與配送、商務差旅、員工通勤和數據中心租賃等 5 個類別的溫室氣體。溫室氣體排放量計算方法參考《溫室氣體核算體系: 企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準》。

[7]. 2023 年公司擴大包裝材料統計範圍, 納入結算當年全部的入庫包裝材料, 因此數據相較 2022 年有明顯增長, 並按照相同口徑對 2022 年數據進行追溯調整。

[8]. 2023 年公司擴大無害廢棄物統計範圍, 額外納入上海總部交由物業處理的幹垃圾, 因此數據較 2022 年有明顯增長。

[9]. 有害廢棄物統計範圍為上海總部, 主要類別為硒鼓墨盒, 均由第三方進行回收處理。

員工¹

| 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|
| 員工僱傭 | | | | |
| 員工總數 | 人 | 8,821 | 7,588 | 7,827 |
| 按性別劃分 | 男性員工數 | 3,718 | 3,067 | 3,085 |
| | 女性員工數 | 5,103 | 4,521 | 4,742 |
| 按僱傭類型分 | 勞動合同制 | 8,407 | 7,040 | 7,531 |
| | 勞動派遣 ² | 399 | 534 | 268 |
| | 其他僱傭類型 ² | 15 | 14 | 28 |

| | 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|----------------|--------------------------|----|--------|---------|--------|
| 按年齡劃分 | 小於 30 歲員工數 | 人 | 4,719 | 3,701 | 3,258 |
| | 30 至 50 歲員工數 | 人 | 4,040 | 3,836 | 4,516 |
| | 大於 50 歲員工數 | 人 | 62 | 51 | 53 |
| 按職級劃分 | 高級管理層員工數 | 人 | 158 | 144 | 168 |
| | 中級管理層員工數 | 人 | 2,779 | 2,646 | 3,070 |
| | 基層員工數 | 人 | 5,884 | 4,798 | 4,589 |
| 按地區劃分 | 大陸員工數 | 人 | 8,676 | 7,440 | 7,678 |
| | 港澳臺以及海外員工數 | 人 | 145 | 148 | 149 |
| 職業健康與安全 | | | | | |
| | 因工傷損失工作天數 ³ | 天 | 1,059 | 508 | 1,073 |
| | 因工作關係而死亡的員工人數 | 人 | 0 | 0 | 0 |
| | 百萬工時可記錄工傷率 ⁴ | 次 | 0.79 | 0.59 | 1.28 |
| | 百萬工時損工率 ⁵ | 小時 | 476.52 | 198.57 | 547.66 |
| 員工培訓與發展 | | | | | |
| | 員工培訓總時長 | 小時 | 57,764 | 152,751 | 64,776 |
| | 員工人均培訓時長 ⁶ | 小時 | 6.55 | 20.13 | 8.28 |
| 按性別劃分 | 男性員工人均培訓時長 | 小時 | - | 19.97 | 7.86 |
| | 女性員工人均培訓時長 | 小時 | - | 20.24 | 8.55 |
| 按職級劃分 | 高級管理層員工人均培訓時長 | 小時 | - | 27.78 | 13.79 |
| | 中級管理層員工人均培訓時長 | 小時 | - | 22.32 | 6.38 |
| | 基層員工人均培訓時長 | 小時 | - | 18.62 | 9.40 |
| | 接受定期績效和職業發展考核的員工總數百分比 | % | 99.89 | 95.52 | 99.48 |
| 按性別劃分 | 男性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率 | % | 99.78 | 96.19 | 99.61 |
| | 女性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率 | % | 98.96 | 95.07 | 99.39 |
| 按職級劃分 | 高級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率 | % | 99.37 | 93.06 | 99.40 |
| | 中級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率 | % | 100.00 | 96.03 | 99.58 |
| | 基層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率 | % | 99.86 | 95.31 | 99.41 |

| 績效指標 | | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|--------------------|----------------|----|--------|--------|--------|
| 員工流失 | | | | | |
| 員工流失率 ⁷ | | % | - | 39.28 | 31.74 |
| 按性別劃分 | 男性員工流失率 | % | - | 41.27 | 32.21 |
| | 女性員工流失率 | % | - | 37.88 | 31.43 |
| 按年齡組別劃分 | 大於 50 歲員工流失率 | % | - | 23.01 | 32.91 |
| | 30 至 50 歲員工流失率 | % | - | 26.82 | 23.70 |
| | 小於 30 歲員工流失率 | % | - | 51.16 | 40.43 |
| 按地區劃分 | 大陸員工流失率 | % | - | 39.55 | 31.54 |
| | 港澳臺及海外員工流失率 | % | - | 24.57 | 40.87 |

注：

[1]. 員工數據口徑包含：寶尊電商有限公司，其綜合入賬附屬公司，可變利益實體及其子公司，與截止到 2023 年 12 月 31 日為止的財年年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致；

員工績效中「-」表示往年未統計該績效。

[2]. 2023 年公司修正往年統計，追溯 2021 年勞動派遣員工總數為 399，其他雇傭類型員工總數為 15；追溯 2022 年勞動派遣員工總數為 534，其他雇傭類型員工總數為 14。

[3]. 2023 年員工工傷事件主要因為通勤交通事故和現場生產事故，由於 2023 年居家辦公比例減少，工傷事件有所增長。

[4]. 百萬工時可記錄工傷率 = 工傷事故數 / 員工工作總時長 × 10,000,000。

[5]. 百萬工時損工率 = 所有員工損工時長 / 員工工作總時長 × 10,000,000。

[6]. 2022 年公共衛生事件期間，公司響應政府號召開展線上專項培訓項目，人均培訓時長為 18 小時，此項目 2023 年期不再開展。

[7]. 員工流失率 = 員工流失人數 / (期末員工總數 + 員工流失人數) * 100%。

社會公益

| 績效指標 | 單位 | 2023年度 |
|------|-------|--------|
| 慈善捐贈 | 萬元人民幣 | 208.38 |

供應鏈管理

| 績效指標 | | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|------------------------------|-------------|----|--------|--------|--------|
| 供應商總數 ¹ | | 家 | 967 | 1,236 | 3,213 |
| 按地區劃分 | 中國大陸供應商數 | 家 | 967 | 1,215 | 2,942 |
| | 港澳臺以及海外供應商數 | 家 | 0 | 21 | 271 |
| 開展環境或社會影響評估的供應商數量 | | 家 | 3 | 41 | 532 |
| 經確定為具有實際和潛在重大負面環境或社會影響的供應商數量 | | 家 | 0 | 0 | 0 |

注：

[1]. 2022 年及之前供應商總數統計範圍為非存貨採購供應商，2023 年擴大統計範圍，覆蓋全部類型的供應商，因此 2023 年供應商總數上漲。

產品及服務

| 績效指標 | 單位 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|-----------------------------------|----|--------|--------|--------|
| 投訴問題解決比例 | % | 100 | 100 | 100 |
| 違反有關客戶私隱保護的法規及自願性準則的事件總數 | 件 | 0 | 0 | 0 |
| 售出產品中因安全與健康理由而須回收的比例 ¹ | % | 0 | 0 | 0 |
| 新增專利申請數量 ² | 項 | 1 | 0 | 8 |
| 累計申請專利數量 ² | 項 | 67 | 67 | 75 |
| 新增計算機軟件著作申請數量 ³ | 項 | 16 | 26 | 62 |
| 累計申請計算機軟件著作數量 ³ | 項 | 210 | 241 | 321 |

注：

[1]. 統計範圍為報告期內寶尊電商自營業務售出產品和寶尊品牌管理公司 Gap 中国售出產品的回收情況。

[2]. 2023 年公司統一調整申請專利的統計口徑，追溯調整 2022 年新增專利申請數量為 0，累計申請專利數量為 67。

[3]. 2023 年新納入公司合併財務報表的子公司，其計算機軟件著作申請數量不包含在本報告 2022 年數據中。因此，公司 2023 年累計計算機軟件著作數量不等於 2022 年累計申請計算機軟件著作數量和 2023 年新增計算機軟件著作申請數量之和。

報告索引表

香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引表

B部分：強制披露規定

| 強制披露項 | 報告章節 |
|-------|----------|
| 管治架構 | 我們的可持續發展 |
| 彙報原則 | 報告編制說明 |
| 彙報範圍 | 報告編制說明 |

C部分：「不遵守就解釋」條文

| 層面、一般披露及 關鍵績效指標 | 報告章節 | 層面、一般披露及 關鍵績效指標 | 報告章節 |
|--------------------|------------------------|--------------------|-----------|
| A. 環境 | | B2.2 | 可持續發展管理績效 |
| A1. 排放物 | 排放物管理 | B2.3 | 員工責任 |
| A1.1 | 可持續發展管理績效 | B3. 發展及培訓 | 員工責任 |
| A1.2 | 可持續發展管理績效 | B3.1 | 可持續發展管理績效 |
| A1.3 | 可持續發展管理績效 | B3.2 | 可持續發展管理績效 |
| A1.4 | 可持續發展管理績效 | B4. 勞工準則 | 員工責任 |
| A1.5 | 氣候變化減緩與適應 | B4.1 | 員工責任 |
| A1.6 | 排放物管理 | B4.2 | 員工責任 |
| | 環境管理目標 | 營運慣例 | |
| A2. 資源使用 | 氣候變化減緩與適應 「全鏈式」綠色運營 | B5. 供應鏈管理 | 可持續供應鏈 |
| A2.1 | 可持續發展管理績效 | B5.1 | 可持續發展管理績效 |
| A2.3 | 環境管理目標 氣候變化減緩與適應 | B5.2 | 可持續供應鏈 |
| A2.4 | 可持續發展管理績效 「全鏈式」綠色運營 | B5.3 | 可持續供應鏈 |
| A2.5 | 可持續發展管理績效 | B5.4 | 可持續供應鏈 |
| A3. 環境及天然資源 | 環境管理體系 | B6. 產品責任 | 研發與創新 |
| A3.1 | 氣候變化減緩與適應 | B6.1 | 可持續發展管理績效 |
| A4. 氣候變化 | 氣候變化減緩與適應 | B6.2 | 客戶服務 |
| A4.1 | 氣候變化減緩與適應 | B6.3 | 研發與創新 |
| | | B6.4 | 客戶服務 |
| | | B6.5 | 數據與私隱保護 |
| B. 社會 | | B7. 反貪污 | 反腐敗與商業道德 |
| 僱傭及勞工常規 | | B7.1 | 反腐敗與商業道德 |
| B1. 僱傭 | 員工責任 | B7.2 | 反腐敗與商業道德 |
| B1.1 | 員工責任 | B7.3 | 反腐敗與商業道德 |
| B1.2 | 可持續發展管理績效 | | 可持續發展管理績效 |
| B2. 健康與安全 | 員工責任 | 社區 | |
| B2.1 | 可持續發展管理績效 | B8. 社區投資 | 社會公益 |
| | | B8.1 | 社會公益 |
| | | B8.2 | 可持續發展管理績效 |

Nasdaq ESG Reporting Guide 2.0 索引表

| 關鍵績效指標 | 報告章節 |
|---------------|------------------------|
| E. 環境 | |
| E1. 溫室氣體排放 | 可持續發展管理績效 |
| E2. 排放強度 | 可持續發展管理績效 |
| E3. 能量使用 | 可持續發展管理績效 |
| E4. 能量強度 | 可持續發展管理績效 |
| E5. 能源結構 | 氣候變化減緩與適應 可持續發展管理績效 |
| E6. 耗水量 | 可持續發展管理績效 |
| E7. 環境管理 | 環境管理體系 |
| E8. 氣候監督委員會 | 氣候變化減緩與適應 |
| E9. 氣候監督 / 管理 | 氣候變化減緩與適應 |
| E10. 緩解氣候風險 | 氣候變化減緩與適應 |
| S. 社會 | |
| S3. 員工離職 | 員工責任 |
| S4. 性別多樣性 | 員工責任 可持續發展管理績效 |
| S5. 臨時工人比率 | 可持續發展管理績效 |
| S6. 反歧視 | 員工責任 |
| S7. 事故率 | 員工責任 |
| S8. 全球健康與安全 | 員工責任 |
| S9. 童工和強迫勞動 | 員工責任 |
| S10. 人權 | 員工責任 |

| 關鍵績效指標 | 報告章節 |
|--------------|--------------------|
| G. 治理 | |
| G1. 董事會多樣性 | 公司治理架構 |
| G2. 董事會獨立性 | 公司治理架構 |
| G4. 集體談判 | 員工責任 |
| G5. 供應商行為守則 | 可持續供應鏈 |
| G6. 道德與反腐敗 | 反腐敗與商業道德 |
| G7. 資料私隱 | 數據與私隱保護 |
| G8. ESG 報告 | 已滿足 |
| G9. 披露做法 | 我們的可持續發展 報告編制說明 |

全球報告倡議組織 (GRI)：《可持續發展報告標準》(GRI Standards 2021) 索引表

| | |
|-----------|---|
| 使用聲明 | 寶尊電商有限公司在 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日參照 GRI 標準報告了在此份 GRI 內容索引中引用的信息。 |
| 使用的 GRI 1 | GRI 1：基礎 2021 |

| GRI標準 | 披露項 | 報告章節 |
|-----------------------|--------------------------|--------------------|
| GRI 2： 一般披露 (2021) | 2-1 組織詳細情況 | 走進寶尊集團 |
| | 2-2 納入組織可持續發展報告的實體 | 報告編制說明 |
| | 2-3 報告期 報告頻率和連絡人 | 報告編制說明 |
| | 2-4 信息重述 | 我們的可持續發展 |
| | 2-5 外部鑒證 | 外部鑒證 |
| | 2-6 活動 價值鏈和其他業務關係 | 走進寶尊集團 |
| | 2-7 員工 | 可持續發展管理績效 |
| | 2-8 員工之外的工作者 | 可持續發展管理績效 |
| | 2-9 管治架構和構成 | 公司治理架構 |
| | 2-10 最高治理機構的提名和遴選 | 公司治理架構 |
| | 2-12 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用 | 管理層致辭 |
| | 2-13 為管理影響的責任授權 | 我們的可持續發展 |
| | 2-14 最高治理機構在可持續發展報告中的作用 | 可持續發展治理架構 |
| | 2-15 利益衝突 | 公司治理架構 反腐敗與商業道德 |
| | 2-17 最高治理機構的共同知識 | 我們的可持續發展 |
| | 2-19 薪酬政策 | 公司治理架構 |
| | 2-22 關於可持續發展戰略的聲明 | 管理層致辭 |
| | 2-23 政策承諾 | 員工責任 |
| | 2-24 融合政策承諾 | 反腐敗與商業道德 |
| | 2-25 補救負面影響的程序 | 反腐敗與商業道德 |
| 2-26 尋求建議和提出關切的機制 | 反腐敗與商業道德 | |
| 2-27 遵守法律法規 | 無違規 | |
| 2-29 持份者參與的方法 | 實質性議題與持份者溝通 | |
| 2-30 集體談判協議 | 員工責任 | |

| GRI標準 | 披露項 | 報告章節 |
|---------------------------|----------------------------------|------------------------|
| GRI 3: 實質性議題 (2021) | 3-1 確定實質性議題的過程 | 實質性議題與持份者溝通 |
| | 3-2 實質性議題清單 | 實質性議題與持份者溝通 |
| | 3-3 實質性議題的管理 | 實質性議題與持份者溝通 |
| GRI 201: 經濟績效 (2016) | 201-1 直接產生和分配的經濟價值 | 管理層致辭 |
| | 201-2 氣候變化帶來的財務影響和其他風險和機遇 | 氣候變化減緩與適應 |
| | 201-3 固定福利計劃義務和其他退休計劃 | 員工責任 |
| GRI 203: 間接經濟影響 (2016) | 203-1 基礎設施投資和支持性服務 | 客戶服務 研發與創新 |
| | 203-2 重大間接經濟影響 | 客戶服務 |
| GRI 205: 反腐敗 (2016) | 205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓 | 反腐敗與商業道德 |
| | 205-3 經確認的腐敗事件和採取的行動 | 不涉及 |
| GRI 206: 反競爭行為 (2016) | 206-1 針對反競爭行為 反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟 | 反腐敗與商業道德 |
| GRI 301: 物料 (2016) | 301-1 所用物料的重量或體積 | 可持續發展管理績效 |
| | 302-1 組織內部的能源消耗量 | 可持續發展管理績效 |
| | 302-3 能源強度 | 可持續發展管理績效 |
| | 302-4 減少能源消耗 | 可持續發展管理績效 |
| | 302-5 產品和服務的能源需求下降 | 「全鏈式」綠色運營 |
| GRI 303: 水資源和污水 (2018) | 303-1 組織與水作為共有資源的相互影響 | 環境管理體系 |
| | 303-3 取水 | 可持續發展管理績效 |
| | 303-5 耗水 | 可持續發展管理績效 |
| GRI 305: 排放 (2016) | 305-1 直接 (範圍 1) 溫室氣體排放 | 氣候變化減緩與適應 可持續發展管理績效 |
| | 305-2 能源間接 (範圍 2) 溫室氣體排放 | 氣候變化減緩與適應 可持續發展管理績效 |
| | 305-3 其他間接 (範圍 3) 溫室氣體排放 | 氣候變化減緩與適應 |
| | 305-4 溫室氣體排放強度 | 可持續發展管理績效 |
| | 305-5 溫室氣體減排量 | 可持續發展管理績效 |

| GRI標準 | 披露項 | 報告章節 |
|---------------------------|--------------------------------|---------------------|
| GRI 306: 廢棄物 (2020) | 306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響 | 排放物管理 |
| | 306-2 廢棄物相關重大影響的管理 | 排放物管理 |
| | 306-3 產生的廢棄物 | 可持續發展管理績效 |
| | 306-4 從處置中轉移的廢棄物 | 可持續發展管理績效 |
| GRI 308: 供應商環境評估 2016 | 308-1 使用環境評價維度篩選的新供應商 | 可持續供應鏈 可持續發展管理績效 |
| | 308-2 供應鏈中的負面環境影響以及採取的行動 | 可持續供應鏈 可持續發展管理績效 |
| GRI 401: 僱傭 (2016) | 401-1 新進員工僱傭率和員工流動率 | 可持續發展管理績效 |
| | 401-2 提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利 | 員工責任 可持續發展管理績效 |
| | 401-3 育兒假 | 員工責任 |
| GRI 403: 職業健康與安全 (2018) | 403-5 工作者職業健康安全培訓 | 員工責任 |
| | 403-6 促進工作者健康 | 員工責任 |
| | 403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者 | 員工責任 可持續發展管理績效 |
| | 403-9 工傷 | 員工責任 可持續發展管理績效 |
| | 403-10 工作相關的健康問題 | 員工責任 |
| GRI 404: 培訓與教育 (2016) | 404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數 | 可持續發展管理績效 |
| | 404-2 員工技能提升方案和過渡援助方案 | 員工責任 |
| | 404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比 | 員工責任 可持續發展管理績效 |
| GRI 405: 多元性與平等機會 (2016) | 405-1 管治機構與員工的多元化 | 員工責任 |
| GRI 406: 反歧視 (2016) | 406-1 歧視事件及採取的糾正行動 | 員工責任 |
| GRI 407: 結社自由與集體談判 (2016) | 407-1 結社自由和集體談判權可能面臨風險的運營點和供應商 | 員工責任 |

| GRI標準 | 披露項 | 報告章節 |
|----------------------------|--------------------------------|--------|
| GRI 408: 童工 (2016) | 408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商 | 員工責任 |
| GRI 411: 原住民權利 (2016) | 411-1 涉及侵犯原住民權利的事件 | 不涉及 |
| GRI 413: 當地社區 (2016) | 413-1 有當地社區參與 影響評估和發展計劃的運營點 | 社區公益 |
| | 413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點 | 不涉及 |
| GRI 414: 供應商社會評估 (2016) | 414-1 使用社會標準篩選的新供應商 | 可持續供應鏈 |
| | 414-2 供應鏈中的負面社會影響和採取的行動 | 可持續供應鏈 |
| GRI 416: 客戶健康與安全 (2016) | 416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件 | 不涉及 |
| GRI 417: 行銷與標識 (2016) | 417-1 對產品和服務信息與標識的要求 | 負責任行銷 |
| | 417-2 涉及產品和服務信息與標識的違規事件 | 不涉及 |
| | 417-3 涉及行銷傳播的違規事件 | 不涉及 |
| GRI 418: 客戶私隱 (2016) | 418-1 涉及侵犯客戶私隱和丟失客戶資料的經證實的投訴 | 不涉及 |

報告編制說明

《寶尊集團 2023 年可持續發展報告》（以下簡稱「本報告」）是寶尊電商有限公司發佈的第 4 份可持續發展報告，闡述了公司 2023 年度履行可持續發展責任所秉持的原則及推行的工作績效，包括重要持份者所關注的可持續發展議題。

編制依據

本報告編制依據 Nasdaq：《ESG 報告指南 2.0》（ESG Reporting Guide 2.0）（2019）、香港聯合交易所《環境、社會及管治報告指引》，並參照全球報告倡議組織（GRI）《可持續發展報告標準》（GRI Standards 2021）。

報告範圍

組織範圍：本報告涵蓋寶尊電商有限公司，包含其綜合入帳附屬公司及可變利益實體（統稱「寶尊集團」「寶尊」「公司」「我們」），與年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。

時間範圍：本報告為年度報告，所涵蓋的時間範圍為 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，部分信息略有超出。

報告原則

本報告應用 GRI《可持續發展報告標準》（2021）的報告原則，確保報告信息的質量以及適當呈現。

可持續發展背景

公司識別出投資者等持份者關注的與經營相關的實質性議題，作為本報告彙報重點。本報告中對實質性議題的彙報同時關注公司運營涉及的行業特徵以及所在地區特徵。實質性議題的分析過程及結果詳見本報告「實質性議題與持份者溝通」章節。同時，本報告對環境、社會和公司治理方面可能對投資人及其他相關方產生重要影響的事項進行重點彙報。

準確性原則

本報告盡可能確保信息準確。其中，定量信息的測算已說明數據口徑、計算依據與假定條件，以保證計算誤差範圍不會對信息使用者造成誤導性影響。定量信息及附注信息詳見本報告「可持續發展管理績效」章節。董事會對報告的內容進行保證，在重大方面上不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。

平衡性原則

本報告內容反映客觀事實，對涉及公司正面、負面的信息均予以不偏不倚的披露。公司對本報告範圍內的對象，通過上海青悅信用數據庫開展檢索，在報告期間內未發現應當披露而未披露的負面事件。

清晰性

本報告以簡體中文、繁體中文及英文發佈。本報告中包含表格、模型圖以及專業名詞表等信息，作為本報告中文字內容的輔助，便於持份者更好地理解報告中文字內容。為便於持份者更快獲取信息，本報告提供目錄及 ESG 標準的對標索引表。

量化及一致性

本報告披露關鍵定量績效指標，並盡可能披露歷史數據。本報告對同一指標在不同報告期內的統計及披露方式保持一致；若統計及披露方式有更改，在報告附注中予以充分說明，以便持份者進行有意義的分析，評估公司 ESG 績效水平發展趨勢。

完整性

本報告披露對象範圍涵蓋與公司合併財務報表範圍保持一致。

時效性

本報告為年度報告，覆蓋時間範圍為 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。公司盡力在報告年度結束後儘快發佈報告，為持份者決策提供及時的信息參考。

可驗證性

本報告中案例和數據來自公司實際運行的原始記錄或財務報告。所披露數據來源及計算過程均可追溯，並已通過外部鑒證。

聯繫我們

本報告提供簡體中文、繁體中文及英文供讀者參閱，如有任何衝突或不一致之處，概以中文版本為準。報告電子版本可在公司官網 (<https://ir.baozun.com/ESG-Report>) 獲取。

我們十分重視持份者的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與我們聯繫。您的意見將協助我們進一步完善本報告以及提升寶尊整體的可持續發展表現。

聯繫地址：上海市靜安區江場西路 510 弄數智大廈

聯繫電話：86(21)80266000 分機：6128；6599

聯繫郵箱：allison.li@baozun.com；wendy.sun@baozun.com

獨立鑒證聲明



致寶尊電商的管理層及利益相關方：

TÜV南德認證檢測（中國）有限公司上海分公司(以下簡稱TÜV SÜD)受寶尊電商有限公司（以下簡稱“寶尊電商”或“公司”）之委託，對寶尊電商《2023年度可持續發展報告》（以下簡稱“報告”）進行了獨立的協力廠商鑒證工作。TÜV SÜD鑒證團隊嚴格遵守與寶尊電商的合同內容，按照雙方認可的協議條款且僅在合同中認可的職權範圍內執行了此次報告的鑒證工作。

本獨立鑒證聲明所基於的是寶尊電商收集匯總並提供給TÜV SÜD的資料資訊，鑒證範圍僅限於這些資訊內容，寶尊電商對提供資訊資料的真實性和完整性負責。

鑒證範圍

本次鑒證時間範圍：

- ❖ 報告中由寶尊電商披露的在報告期2023年1月1日至2023年12月31日內的經濟、環境、社會相關資訊和資料，實質性議題的管理方法及行動措施，以及報告期內公司的可持續發展績效表現。

本次鑒證物理範圍：

- ❖ 現場鑒證抽樣的物理場所為：
中國上海市靜安區江場西路510號數智大廈。

本次鑒證資料和資訊範圍：

- ❖ 鑒證的範圍限於“報告”涵蓋的寶尊電商及其運營控制權下所有公司的資料和資訊。

以下資訊和資料不在本次的鑒證範圍內：

- ❖ 本報告報告期之外的任何相關資訊和內容；
- ❖ 寶尊電商的供應商、合作夥伴以及其他協力廠商的資料和資訊；
- ❖ 本報告中披露的通過獨立協力廠商機構審計的財務資料和資訊，未進行重複鑒證。

局限性

- ❖ 此次鑒證過程是在上述範圍內地點進行的，鑒證過程中TÜV SÜD對報告中的資料和資訊採用了抽樣鑒證的方式，僅對公司內部的利益相關方進行了抽樣面談；
- ❖ 公司的立場、觀點、前瞻性聲明、預測性資訊及2023年1月1日以前的歷史資料均不在本次鑒證工作的範圍內。

鑒證工作依據

本次鑒證過程由TÜV SÜD在經濟、環境和社會相關議題等方面具有資深經驗的專家團隊實施並得出相關結論，鑒證符合如下標準：

- ❖ 《國際鑒證業務準則第3000號（修訂版）——除歷史財務資訊審核或覆核之外的鑒證業務》（“ISAE3000”），鑒證類型為“有限保證”
- ❖ 《TÜV SÜD可持續發展報告鑒證程式》

為確保依照合同進行充分的鑒證活動並為結論提供有限保證，鑒證團隊主要進行了以下鑒證活動：

- ❖ 鑒證前對相關資訊進行前期調研活動；

獨立鑒證聲明



- ❖ 確認高實質性議題及績效已呈現在該報告中；
- ❖ 現場鑒證寶尊電商所提供的支援性文檔、資料和其他資訊，對關鍵績效資訊資料執行抽樣鑒證；
- ❖ 對寶尊電商管理層代表進行專訪，與披露資訊的收集、整理和彙報有關的員工進行訪談；
- ❖ 其他經鑒證團隊認定為必要的程式。

鑒證結論

經鑒證，我們認為寶尊電商報告中呈現的資料和資訊客觀、真實可靠，無系統性問題，可為利益相關方使用。

具體結論如下：

| | |
|------------|---|
| 包容性 | 寶尊電商充分識別了組織的內部和外部利益相關方，如政府及監管機構、股東與投資者、客戶、消費者、供應商、員工、社區等，並建立了利益相關方溝通機制，以定期收集利益相關方的真實訴求。 |
| 實質性 | 寶尊電商確立了實質性議題的優先順序確定流程，識別了與本行業高度相關的可持續發展議題並對議題優先順序進行了區分，披露了公司可持續發展管理過程中的治理架構、管理行動和績效資料，報告內容具有實質性。 |
| 回應性 | 圍繞利益相關方關注的議題，寶尊電商清晰披露了在技術發展與創新、員工人才發展、員工權益與福利、資訊安全、資料與隱私保護、反腐敗與商業道德等領域的重大議題管理方法和績效，並建立了溝通機制，以充分回應利益相關方的訴求和期望。 |
| 影響性 | 寶尊電商在董事會層面建立了可持續發展委員會，由董事會全面監督公司可持續發展相關事宜，評估公司可持續發展管理績效，妥善管理公司可能面對的環境、社會及管治（簡稱“ESG”）風險，評估自身業務對經濟、環境和社會造成的影響，對影響更廣泛的生態系統進行了監測、衡量和問責。 |

持續改進建議

- ❖ 無。

獨立性和鑒證能力聲明

作為一家安全、可靠和可持續發展解決方案等方面值得信賴的合作夥伴，TÜV南德意志集團提供測試、認證、審核及知識服務。自1866年以來，集團始終致力於通過保護人類、環境和資產免受相關技術風險的影響，從而實現進步。總部位於德國慕尼克的TÜV南德意志集團在全球設立了1,000多個辦事處。TÜV南德意志集團始終致力於可持續發展，積極宣導環境保護相關的專案。多年來，集團積極開拓能效管理、可再生資源、電動汽車等方面的服務以幫助其客戶滿足可持續發展需求。

TÜV南德意志認證檢測（中國）有限公司上海分公司作為TÜV南德意志集團的全球分支機構之一，擁有具有專業背景和豐富行業經驗的專家團隊。

獨立鑒證聲明



TÜV SÜD和寶尊電商互為完全獨立的組織機構，且TÜV SÜD與寶尊電商及其分支機構或利益相關方不存在任何利益衝突，所有鑒證團隊成員與該公司沒有業務往來，鑒證完全中立。報告所有資料和資訊皆由寶尊電商提供，除進行鑒證並出具鑒證聲明外，TÜV SÜD沒有參與到報告的準備和編寫過程中。

簽字:

代表 TÜV 南德認證檢測（中國）有限公司上海分公司

TÜV SÜD可持續發展授權簽字官

2024年4月12日 中國，上海

注:本鑒證聲明以簡體中文版為準，英文翻譯版和繁體中文版僅供參考

BAO ZUN