



TOPSPORTS INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED
滔搏國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：6110

A stylized, colorful illustration of a group of runners in various colored athletic wear (black, green, red, white) running on a track. The runners are depicted in a dynamic, forward-leaning posture, suggesting speed and energy. The background is filled with floating confetti and flags, creating a festive atmosphere. The overall color palette is dominated by greens, yellows, and oranges, with accents of red and black.

2023/24年度
環境、社會及管治報告

滔搏
TOPSPORTS

目錄

關於本報告 04

01

ESG戰略與管理	06
主席寄語	07
關於本集團	09
ESG戰略	13
本財年ESG亮點	15
ESG管理架構	20
利益相關方溝通與 ESG議題重要性評估	21

03

綠色消費，優質服務	39
產品管理	40
服務品質	42
隱私保護	49

02

綠色協作，生態共創	24
節能降耗	25
廢棄物管理	31
氣候變化應對	32
供應鏈管理與協作	36

04

多元平等，包容共生	52
僱傭管理	53
培訓發展	55
薪酬福利	59
健康關懷	60

05

回饋社區，公益慈善 65

06

合規經營，穩健治理 68

商業道德 69

知識產權保護 73

07

附錄 74

附錄一：ESG關鍵績效數據表 75

附錄二：《環境、社會及管治報告指引》內容索引 80

關於本報告

滔搏國際控股有限公司(以下簡稱「滔搏」或「本公司」)及其附屬公司(以下簡稱「本集團」或「集團」)欣然發佈第五份環境、社會及管治(Environmental, Social and Governance, 以下簡稱「ESG」)報告(以下簡稱「本報告」),旨在真實反映本集團在ESG方面的理念、管理、行動和成效,以回應各利益相關方對本集團可持續發展管理的關注與期望。

報告範圍

本報告的報告期間為2023年3月1日至2024年2月29日(以下簡稱「本財年」),為增強本報告的可比性和完整性,部分內容適當溯及以往年份。本報告主要覆蓋本集團的運動零售業務。

編制標準

本報告嚴格遵循香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)證券上市規則(「上市規則」)附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(「指引」)的規定,並根據本集團的實際情況進行披露或解釋。

原則	定義	本集團回應
重要性	報告應涵蓋反映本集團對經濟、環境及社會的顯著影響,或實質上影響利益相關方評估及決定的範疇。	結合本集團發展戰略、行業與業務狀況,並與利益相關方溝通交流,識別當前的重要性議題。
量化	報告有關歷史數據的關鍵績效指標須可予計量,以評估和驗證績效表現。量化資料附帶說明,闡述其目的及影響,並在適當情況下提供比較數據。	本集團已就本財年的關鍵績效指標信息進行量化披露,同時予以文字闡釋,以利益相關方能清晰理解集團整體績效。
平衡	報告信息應反映本集團績效的正面性和負面性,以便對整體績效進行合理的評估。	本報告詳盡闡述本集團的工作成果及所面對的挑戰,並披露相關量化信息,以便合理分析和比較。
一致性	報告使用一致方式披露信息,以便利益相關方可分析及評估本集團於不同時間的績效。	本集團確保報告的披露範圍與匯報方法每年均能保持大體一致。

信息來源

本報告所引用的信息與數據來自本集團的正式文件、統計報告、內部統計數據及相關公開資料等。

報告獲取

本報告電子版本可在聯交所網站(www.hkexnews.hk)和本集團官網(www.topsports.com.cn)查閱。本報告的中英文版本如有任何歧義，概以中文版本為準。您的寶貴意見將對本集團進一步完善本報告以及提升整體在ESG表現產生積極影響。如閣下有任何疑問或建議，歡迎發電郵至：ir@topsports.com.cn與本集團聯繫。

01

ESG戰略與管理

ESG戰略與管理

1.1 主席寄語

作為國內領先的運動零售運營商，我們長期深耕中國運動零售產業，通過品質貨品、專業服務、美好體驗，和熱愛潮流運動的人相逢。回顧本財年，我們確立並堅定「通過可持續生態共築與價值共贏，成為綠色消費的推動者和引領者」的ESG願景，努力在產業鏈可持續發展征程中承擔起承上啟下的關鍵角色，推動經濟增長、社會進步和環境改善，並取得積極進展。

期內，本集團董事會持續加強對ESG事宜的監管，確立ESG發展願景與方向，扎實推進各項ESG管理目標：

- 我們打造「GREENBOX綠盒子」公益IP、發起滔搏「綠色再生計劃」，以及會員綠色出行等各類環保活動，向超過7,000萬滔搏用戶傳遞可持續發展的價值觀和積極健康的運動生活方式，助力綠色消費環境建設；
- 我們嚴格落實產品質量控制流程和化學品安全管理措施，為消費者提供高質量產品和服務；
- 我們發佈《供應商行為準則》，攜手合作夥伴踐行負責任採購，保護自然資源，維護生物多樣性，減少對環境的負面影響；
- 我們積極營造和諧、健康、包容的工作氛圍，升級「搏學院」2.0學習平台，為員工成長持續賦能，努力實現人才與集團共榮共生。財年內實現員工培訓覆蓋率超過95%；
- 我們策劃和參與各類公益活動，積極促進企業與社區的良性互動，共建共享和諧社會；
- 我們發佈《企業行為準則》，清晰界定工作準則和紀律要求，營造公平競爭的商業環境，維護廉潔、誠信、穩健的企業形象。

本財年，本集團溫室氣體總排放量（範圍一+範圍二）同比減少583.0噸二氧化碳當量。能耗總量、用水量、廢棄物產生量，分別較上財年下降10.3%、8.4%、6.2%；我們積極與品牌合作夥伴攜手，探尋並推動可持續供應鏈的轉型，為消費者帶來更多環保、可持續的產品選擇，我們已向超過50%的品牌合作夥伴（含一級供應商）採購環保相關產品。同時，本集團超過70%的品牌合作夥伴或其所在集團已設立碳減排目標，超過50%的品牌合作夥伴或其所在集團已設立至2050年碳中和目標。加速綠色低碳發展步伐，本集團正全力推動價值鏈的去碳化進程。

時間不會止步，可持續發展的步伐亦不會停歇，在這個充滿挑戰與機遇的時代，我們深知，構建一個可持續的未來需要匯聚各方的智慧與力量。展望未來，我們將持續把可持續發展和社會責任深度融入到運營和發展中，攜手投資者、客戶、員工和產業鏈上下游夥伴等利益相關方，共同推動運動零售產業的綠色可持續發展，為經濟社會高質量發展獻上更精彩的滔搏「答卷」。

于武

主席兼首席執行官

香港，2024年5月22日



1.2 關於本集團

本集團是中國頗具規模的運動零售運營商，致力於攜手品牌合作夥伴以及運動行業的參與者，通過數智化賦能，為消費者提供一流的商品和服務，創造永無止境的、積極健康快樂的運動生活體驗。

本集團通過行業領先的具有規模且深入下沉的全國性運動鞋服直營門店網絡，實現業務覆蓋全國**300**多個城市的**6,000**餘家直營門店。

本集團與**耐克(Nike)**、**阿迪達斯(adidas)**、**彪馬(PUMA)**、**匡威(CONVERSE)**、**范斯(Vans)**、**北面(The North Face)**、**添柏嵐(Timberland)**、**亞瑟士(ASICS)**、**鬼塚虎(Onitsuka Tiger)**、**斯凱奇(SKECHERS)**、**NBA**、**李寧(LI-NING)**、**HOKA ONE ONE**、**凱樂石(KAILAS)**等十餘個知名運動鞋服品牌合作夥伴建立了戰略合作關係，為其提供進入中國市場的途徑和消費者洞見參考。

近年來，本集團通過科技力量進一步提升運營與業務的精準及高效程度，擴大了消費者範圍和參與度，賦能管理、賦能員工，增強運營水準，同時將與消費者的互動與服務提供從傳統線下延展至線上，為中國運動愛好者帶來更為出色的產品與消費體驗。

本公司於**2019年10月**在香港聯合交易所主板上市(股份代號：6110)，
並於**2020年**被納入MSCI中國指數、入選港股通。

本集團持續深耕於高效的全域零售佈局、全域化用戶運營、精準高效的數智化賦能、創新的業態及服務以及可持續發展，以不斷提升業務競爭力，實現可持續發展。基於上述業務定位和自身產業鏈角色，本集團進一步推動可持續生態共築與價值共贏，以期成為綠色消費的推動者和引領者，邁向更加綠色、健康、可持續的未來。

願景

致力於打造滿足消費者對運動潮流、健康時尚需求的生態平台，努力成為全球一流的運動零售運營商



使命

運動打破邊界，盡享無限可能



品牌價值主張

創造運動好生活



品牌精神內核

天生敢搏



本集團持續深耕於高效的全域零售佈局、全域化用戶運營、精準高效的數智化賦能、創新的業態及服務以及可持續發展，以不斷提升業務競爭力，實現可持續發展。

基於上述業務定位和自身產業鏈角色，本集團進一步推動可持續生態共築與價值共贏，以期成為綠色消費的推動者和引領者，邁向更加綠色、健康、可持續的未來。



● 年度亮點



直營門店數量：
6000+



合作品牌：
10+個



發佈涵蓋核心ESG議題
的重要政策：**5**項



員工人數：
29,458人



員工培訓覆蓋率：
超**95%**



女性高管佔比：
35%



用戶數量：
7,000+萬人



消費者滿意度：
近**90%**



客訴數目同比下降：
約**15%**



合作供應商：
149個



首**5**大供應商供應採購
比例：**91%**



供應商簽署廉政協議比例：
100%



品牌合作夥伴或其
所在集團承諾2050年
碳中和目標比例：
超**50%**



來自銷售ZDHC
認證的品牌產品的
收入比例：
超**85%**



已實現環保產品
採購的品牌數目佔
合作品牌總數比例：
超**50%**



能耗總量同比：
下降10.3%



廢棄物產生量同比：
下降6.2%



用水量同比：
下降8.4%



年度收入規模：
人民幣
28,933.2百萬元



年度淨利潤*：
人民幣
2,213.0百萬元



年度總派息率：
101%

* 淨利潤即本公司權益持有人應佔利潤

1.3 ESG戰略

董事會聲明

本集團董事會高度重視可持續發展。

嚴格遵循香港聯交所《環境、社會及管治報告指引》的要求，不斷完善並落實環境、社會及管治架構中各層級的職責權限，持續加強董事會在本集團環境、社會及管治事務中的監督和參與力度。

董事會負責確立ESG戰略及框架，識別評估ESG風險與機遇，制定管理目標與策略，確保本集團在複雜多變的外部環境中保持敏銳洞察。董事會定期聽取工作匯報，全面瞭解ESG管理措施的落實情況，深入檢討目標達成情況，並根據實際情況適時調整策略。此外，董事會審核ESG議題清單，確定報告披露重點，並審閱簽批ESG報告，積極回應各利益相關方的期待，為本集團的可持續發展保駕護航。

ESG戰略

本集團深刻認識企業社會責任對可持續發展的深遠影響。本財年，本集團緊密結合利益相關方的期望，從業務定位及產業鏈角色出發，明確「通過可持續生態共築與價值共贏，成為綠色消費的推動者和引領者」的ESG願景，並以TOP採購與協作、TOP消費與生活、TOP管治與責任為三大核心方向，細化並聚焦五個子版塊，實現更加綠色、和諧、高效的發展。

ESG願景

通過可持續生態共築與價值共贏，成為綠色消費的推動者和引領者

三個ESG主方向

TOP 採購與協作

承擔更多綠色企業責任，通過可持續的供應鏈管理，與各利益相關方共築綠色低碳生態鏈。

TOP 消費與生活

倡導綠色消費理念，提供安全及優質的消費者服務，構建及引領綠色運動好生活理念。

TOP 管治與責任

積極承擔企業社會責任，打造多元平等及包容共生的文化，達至領先的企業治理水平。

五個ESG子版塊



- 
綠色協作、生態共創
 與產業夥伴協同，推進更多可持續材料使用，降低價值鏈溫室氣體排放，共築綠色低碳生態
- 
綠色消費、優質服務
 向消費者傳遞可持續的生活理念，持續維護用戶隱私信息安全
- 
多元平等、包容共生
 保障員工權益與職業發展，營造健康的企業文化氛圍
- 
回饋社區、公益慈善
 承擔企業社會責任，參與社區建設和公益活動，為構建和諧社會貢獻力量
- 
合規、道德、透明
 參考國際管治要求，不斷完善可持續管治體系

1.4 本財年ESG亮點

本集團持續秉持「運動打破邊界，盡享無限可能」的使命，以聯合國可持續發展目標(SDGs)為行動指引，基於ESG戰略五大子版塊，深入貫徹落實ESG各項工作，以實際行動踐行可持續發展理念。

綠色協作、生態共創

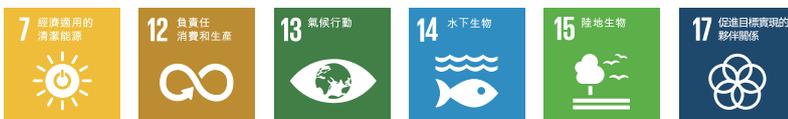
本集團的目標

與產業夥伴協同，推進更多可持續材料的使用，降低價值鏈溫室氣體排放，共築綠色低碳生態

本集團的成就

- 本財年，本集團溫室氣體總排放量(範圍一 + 範圍二)同比**減少583.0tCO₂e**。
- 本財年，本集團能耗總量、用水量、廢棄物產生量，分別較上財年**下降10.3%、8.4%、6.2%**。
- 本集團制定《供應商行為準則》，規定負責任原材料採購相關內容，以確保本集團提供的產品均來源於負責任的採購方式。
- 截至本財年末，本集團與**10+**個品牌合作夥伴展開經銷合作，並向超過**50%**的品牌合作夥伴(含一級供應商)採購環保相關產品。
- 截至本財年末，本集團超過**70%**的品牌合作夥伴或其所在集團(含一級供應商)已設立碳減排目標；
- 截至本財年末，超過**50%**的品牌合作夥伴或其所在集團(含一級供應商)已設立至2050年碳中和目標。
- 本集團主要品牌合作夥伴¹之一使用的皮革原材料中，超過**99%**的皮革都按照皮革工作組織(LWG)協議進行審核(可追溯)，其大部分獸皮都來自具有最高評級(「金級」)的制革廠。
- 本集團旗下FOSS品牌自有產品的棉製品及含棉製品中，超過**30%**的產品實現原產地國家可追溯。
- 本集團所有直營門店均統一使用**100%**可降解全木漿白皮紙製成的購物袋。
- 本集團重要物流合作夥伴持續擴大新能源汽車在運輸環節的應用比例，截至本財年末，其新能源車輛佔所有自有商圏配送車輛的比例約**20%**。

回應SDGs



¹ 代指耐克(Nike)、阿迪達斯(adidas)、添柏嵐(Timberland)等，下同。

綠色消費、優質服務

本集團的目標

向消費者傳遞可持續的生活理念，持續維護用戶隱私信息安全

本集團的成就

- 本財年，本集團打造「GREENBOX綠盒子」公益IP，開展「滔搏綠色再生計劃」及「滔搏綠色循環商店」等項目，進一步促進綠色消費。
- 本集團建立《FOSS品牌自有產品限用物質清單》及《FOSS品牌自有產品開發生產流程概述》，規範旗下FOSS品牌自有產品在生產過程中針對化學品使用和管理標準。
- 本財年，本集團旗下FOSS品牌的自有織物類產品**100%不含**聚氯乙烯(PVC)、鄰苯二甲酸酯和全氟化合物(PFC)。
- 本財年，超過**85%**的集團收入來自於銷售符合有害化學品零排放(ZDHC)認證的運動品牌(含一級供應商)的產品。
- 本財年，本集團開展了消費者滿意度調研，消費者滿意度為**88.5%**。
- 本集團信息安全系統已獲得國內安全等級保護三級認證，認證範圍覆蓋集團所有業務活動；並每年至少進行一次外部獨立審計。
- 進一步強化消費者隱私數據的安全保障，本集團更新《隱私聲明》，充分保障消費者的隱私安全。

回應SDGs



多元平等、包容共生

本集團的目標

保障員工權益與職業發展，營造健康的企業文化氛圍

本集團的成就

- 本集團擁有**29,458**名員工，他們來自**32**個民族，其中少數民族人數超過**1,500**人，佔員工總數**5%**以上。
- 本財年，本集團女性員工比例達到**83.4%**；管理層女性比例**51.1%**，其中，高管女性比例**35.2%**。
- 本財年，本集團內部共計開展**450**個線上學習項目，並舉辦近**200**場線下培訓活動，培訓覆蓋比例超過**95%**。
- 本財年，發佈《員工權益政策》，涵蓋員工權益的多個重要方面，致力於保障每一位員工的權益與福利，實現公司與員工的共同成長。
- 本集團提供豐富的補貼形式，制定多種靈活辦公機制政策和非法定休假福利。
- 本財年，集團獲得員工及社會廣泛認可，榮獲「2023中國就業貢獻僱主」等在內的**3**項最佳僱主殊榮。

回應SDGs



回饋社區、公益慈善

本集團的目標

承擔企業社會責任，參與社區建設和公益活動，為構建和諧社會貢獻力量

本集團的成就

- 本集團向長沙慢天使殘疾兒童公益服務中心捐贈愛心物資。
- 本集團積極響應國家產教融合政策，推動建設TES電競產教融合基地，更多具備專業技能和創新思維的電競人才，以實現青少年的全面高素質成長。
- 本集團策劃舊書換綠植活動，共建綠意讀書角。

回應SDGs



合規、道德、透明

本集團的目標

參考國際管治要求，不斷完善可持續管治體系

本集團的成就

- 本集團制定《企業行為準則》，清晰界定員工的工作準則和紀律要求，倡導員工與企業共同實現商業道德的更高標準。
- 本財年，搏學院平台向本集團全員推送反舞弊培訓課程，覆蓋率**100%**。
- 本集團制定《供應商行為準則》，鼓勵供應商制定反貪腐相關制度，並與所有供應商簽署《廉潔協議書》。

回應SDGs



可持續發展評級、主要獎項及認證

2023年度MSCI ESG評級BBB級



晨星Sustainalytics可持續發展風險評級一低風險

18.5 Low Risk



在國際權威財經雜誌《機構投資者》組織的「亞洲區管理團隊」評選中，於「最佳ESG」和「最佳公司董事會」等類別連續三年蟬聯第一



榮獲2023中國企業
碳中和表現榜「綠
色實踐表現獎」



2023年9月，再度
榮登2023上海企業
雙百強榜單



榮獲獵聘頒發的
「2023年度上海非
凡僱主獎」



獲評由BOSS直聘頒
發的「2024王者之舟·
最愛人才僱主獎」



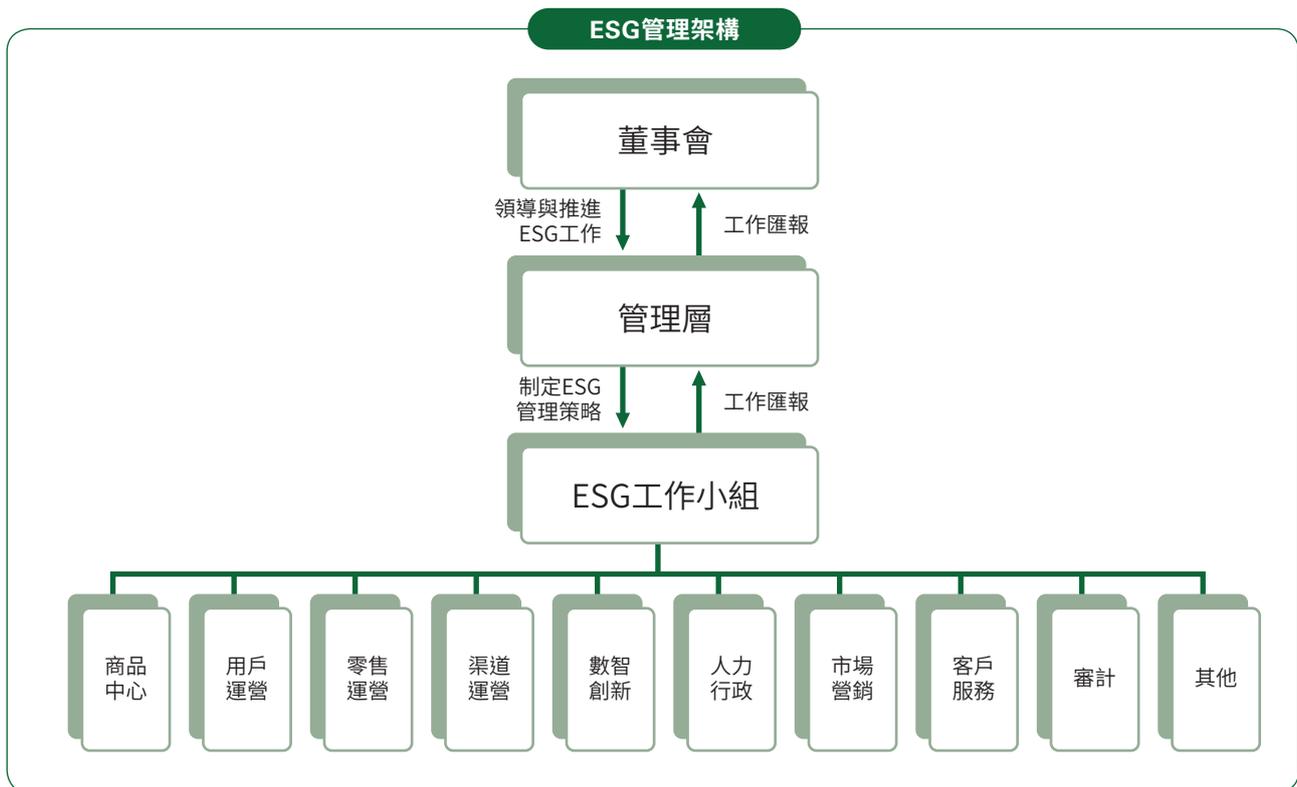
獲評由58同城頒發
的「2023中國就業
貢獻僱主獎」



1.5 ESG管理架構

本集團持續提升ESG治理水平，設立了以董事會為領導核心的ESG管治架構，不斷強化董事會在ESG相關事務中的監督與參與力度，確保ESG管理理念與本集團重大決策和實際情況緊密結合，為集團穩健長遠發展提供堅實保障。

本集團ESG管理策略由董事會全面負責制定，以確保其與整體戰略的高度契合。管理層根據ESG策略，明確具體工作計劃，並引領各部門協同推動ESG工作。ESG工作小組負責在日常運營中落實ESG關鍵管理領域的各項具體措施，定期向管理層與董事會匯報工作進展；並負責定期收集、整理ESG相關資料與量化數據、編制每個財年的ESG報告，全面展現集團在可持續發展方面的努力與成果。



1.6 利益相關方溝通與ESG議題重要性評估

利益相關方溝通

本集團深知與利益相關方保持溝通是推動企業不斷轉型和進步的核心驅動力，有助於企業深入洞察潛在的風險和機遇，更是對ESG戰略的驗證和指引。為更好地回應利益相關方在可持續發展問題上的關注，本集團構建多層次的溝通橋樑，多渠道瞭解各利益相關方的期望與訴求，並積極採納、回應其建議和訴求，持續提升本集團ESG管理水平。

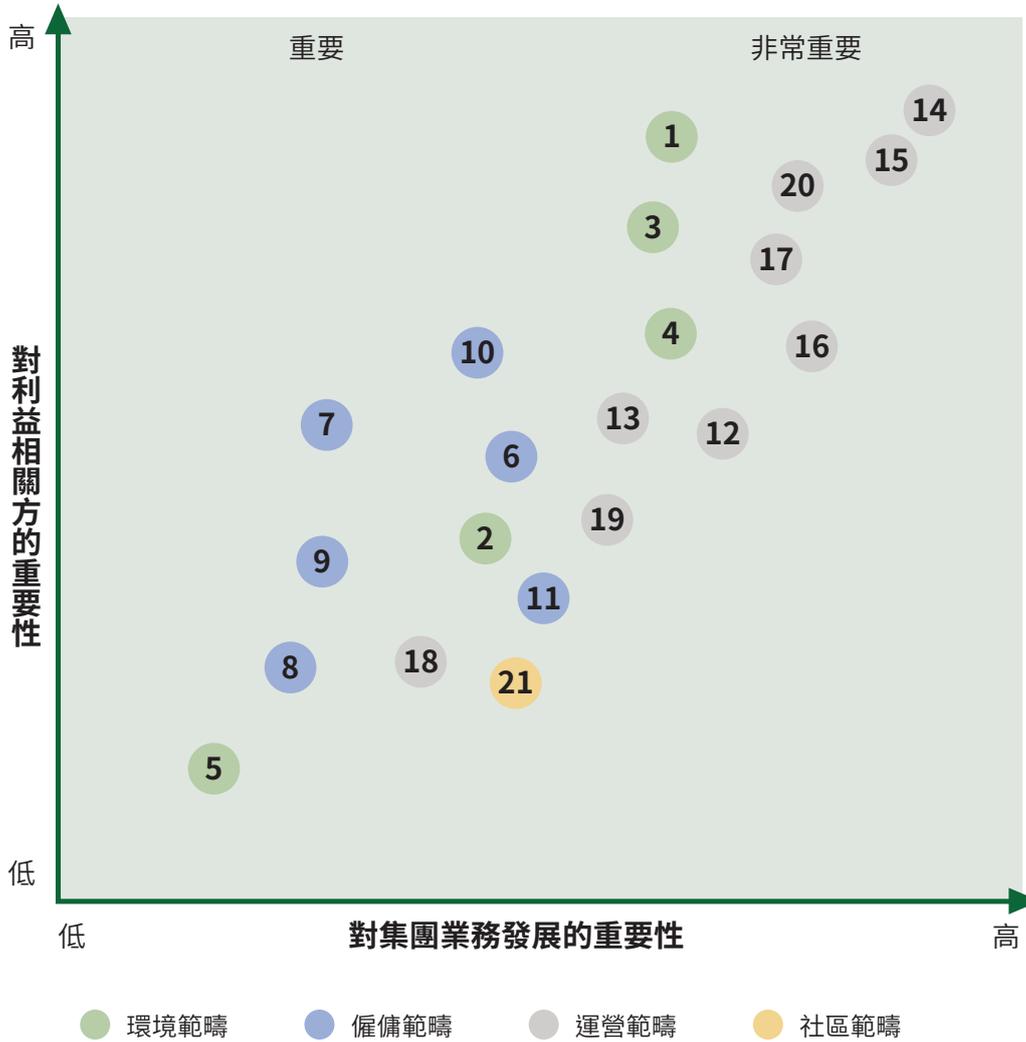
利益相關方類別	訴求與期望	溝通與回應
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 合規經營與依法納稅 響應國家政策 項目戰略合作 	<ul style="list-style-type: none"> 強化合規管理 落實國家政策 促進行業公平競爭
投資者與股東	<ul style="list-style-type: none"> 財務業績回報 信息披露及透明 可持續盈利 	<ul style="list-style-type: none"> 提升業績表現 定期披露並保持高頻次溝通 長期戰略的設定與執行
消費者	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量保障 消費者服務品質 消費者信息保護 道德營銷 	<ul style="list-style-type: none"> 提升產品與服務質量 完善服務體系 加強數據安全保護 踐行負責任營銷
員工	<ul style="list-style-type: none"> 員工權益保障 員工發展機遇 員工薪酬與福利 員工關懷 	<ul style="list-style-type: none"> 杜絕歧視和多渠道溝通 優化培訓和晉升體系 完善薪酬結構與福利 關心員工健康
供應商及合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> 誠信合作 合作共贏 公平開放 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供應商管理機制 關注環境和社會風險 開展項目拓展與合作
行業協會與媒體	<ul style="list-style-type: none"> 遵守行業規範 推動行業發展 信息透明公開 	<ul style="list-style-type: none"> 參與行業研討交流 推動行業可持續發展 優化輿情反饋機制
社區	<ul style="list-style-type: none"> 社區參與 履行社區責任 	<ul style="list-style-type: none"> 投身社會公益 保護生態環境

重要性議題評估

為更好地瞭解並評估利益相關方關注的各項ESG議題，本集團開展本財年重要性議題評估工作，收集、整理、分析利益相關方的回饋。本財年ESG議題重要性評估的步驟如下：



重要性議題評估結果



環境	僱傭	營運	社區
1 包裝材料使用	6 員工招聘與團隊建設	12 負責任採購	21 社會公益慈善
2 廢棄物管理	7 員工薪酬與福利	13 供應商管理	
3 門店綠色運營	8 平等參與及多元化	14 產品質量與健康	
4 應對氣候變化	9 職業健康與安全	15 消費者服務與滿意度	
5 提升用水效率	10 員工培訓與發展	16 消費者信息安全	
	11 員工權益保障	17 負責任營銷	
		18 知識產權管理	
		19 合規穩健運營	
		20 反貪腐與誠信經營	

由重要性評估結果可知，本集團利益相關方對運營管理和環境範疇的議題關注度較高，包裝材料使用、綠色門店運營、應對氣候變化等環境範疇議題關注度逐步提升。本集團將參考上述結果，制定下一財年的ESG管理目標與工作計劃，同時在本報告中就核心議題加以重點闡釋，以回應各利益相關方的關注。

02

綠色協作，生態共創

本集團堅守綠色發展、低碳運營的核心理念，在深入踐行綠色運營的同時，攜手合作夥伴和供應商共同應對氣候變化挑戰，推動更多可持續材料的應用，持續構建綠色低碳的生態環境。

本章節涵蓋的ESG議題

門店綠色運營
包裝材料使用
廢棄物管理
應對氣候變化
提升用水效率
負責任採購
供應商管理

本章節響應的聯合國可持續發展目標 (SDGs)



綠色協作，生態共創

2.1 節能降耗

本集團嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》及《中華人民共和國節約能源法》等相關法律法規，制定並落實《ESG環保節能管理、廢棄物處理、消防措施》等環境管理內部制度，明確節能減排、減少廢棄物和節約用水等環境管理目標，從零售門店、物流倉儲、辦公行政等多個環節嚴格落實節能降耗管理舉措，持續加強環境管理效益的追蹤與管控；同時，本集團也鼓勵供應商在產品上游生產和下游使用階段探索更多節能減排的場景與方式，攜手進行落地嘗試與市場宣傳。本財年，本集團加強投資人力和資源用於節能降耗領域，包括對門店的節能改造、創新佈局和推動供應商節能減排等，且未發生違反環境保護法律法規的事件。

環境管理目標		目標進展
節能減排	積極探索節能技術與低能耗、可持續的運營模式，大力推行綠色運營與辦公；提升能源使用效益，鼓勵綠色出行，減少溫室氣體排放。	本財年，本集團能耗總量2,135.1兆瓦時，較上一財年下降10.3%；溫室氣體總排放量(範圍一+範圍二)960.5tCO ₂ e，較上一財年降低37.8%。
減少廢棄	積極倡導垃圾分類，推行無紙化辦公；提升辦公耗材及包裝材料的再利用率，強化資源循環利用意識，減少廢棄物的產生。	本財年，本集團廢棄物產生量16.5噸，較上一財年降低6.2%。

環境管理目標		目標進展
節約用水	加強用水設施設備的日常維護與管理，推行節水措施；培養員工的節水意識，合理使用水資源。	本財年，本集團用水量為15,438.4立方米，較上一財年降低8.4%。

綠色門店

本集團正致力於在所有門店推行能源管理、包裝物料管理等各項節能降耗舉措，以積極打造綠色門店：

門店能源管理

- 制定門店用電指引，明確要求按需使用電力，禁止長時間開啟不必要的照明設備。當人員離開時，必須關閉相應的燈具，並養成隨手關閉電源的好習慣。同時，根據天氣情況靈活調整用電策略，避免不必要的能源浪費；
- 持續優化門店照明系統，截至本財年末，超過85%的門店使用節能LED燈具，實現更高效的能源利用。

包裝及物料管理

- 全國所有直營門店均統一使用100%可降解全木漿白皮紙製成的購物袋；
- 自主研發紙袋管理系統，通過精準預測紙袋的使用量，從源頭上控制紙袋的庫存與銷售比例，有效避免紙袋積壓，減少資源浪費；
- 準確獲取各品類貨品的包裝尺寸，並據此對線上發貨的包裝物料尺寸進行優化調整，以更好地匹配貨品包裝，有效減少物料消耗，實現包裝減量化。



本財年，本集團積極探索門店結構設計、材料應用及回收利用等方面的創新舉措，學習並參考綠色建築LEED認證標準，優化新零售空間的工程施工方式，引領綠色零售新風尚。

■ GOEASY門店外觀

案例

踐行創新環保設計理念，GOEASY門店引領綠色零售新風尚

本財年，本集團傾力打造首家城市戶外品牌集合體驗空間—GOEASY(中文名「夠意思」)門店。GOEASY門店不僅融合戶外零售、品牌共創與社群分享等多重業態，更致力於為城市戶外愛好者提供豐富、立體的戶外體驗。在GOEASY門店的打造過程中，本集團全面踐行創新環保設計理念，從建築結構的巧妙構思到材料的環保選擇，力求為消費者提供舒適、健康、環保的購物環境。

十字榫卯設計：門店內部空間採用獨特的十字榫卯設計，配合易拆卸的榫卯結構，賦予了空間極高的靈活性，使其能夠輕鬆適配多樣化的應用場景。同時，這種設計也確保了空氣流通與光照充足，有效提升環境質量。

■ 十字榫卯設計空間



定制標準模塊化道具：採用高度模塊化設計的陳列道具，可靈活組合成多種空間佈局，大幅提升了道具複用率，確保未來在新店場景下也能重複投入使用，實現資源的最大化利用。



■ 易拆卸的榫卯結構

綠色物流

本集團持續與物流供應商緊密合作，積極探索綠色物流的多元化實現途徑，進一步深化綠色倉儲、綠色包裝、綠色運輸等在內的低碳運輸模式，全面落實物流各環節減碳舉措，旨在減少產品倉儲及配送過程中的碳足跡，共同推動本集團綠色物流發展。本財年，本集團攜手物流供應商打造綠色物流的管理舉措包括但不限於：

綠色倉儲

鼓勵並支持供應商主動探索清潔能源的應用，進一步擴大倉庫屋頂光伏的全覆蓋，降低倉儲環節的能耗和碳排放。

綠色包裝

持續推行包裝減量化、標準化、循環化，通過採用再利用舊箱等可循環運輸包裝容器，有效節約包裝材料。

綠色運輸

攜手物流供應商進一步增加新能源汽車的使用比例，提升車輛運載效率，不斷優化運輸運力，促進低碳運輸。

案例

協同物流合作夥伴，共建綠色低碳物流生態

本財年，本集團重要物流合作夥伴持續擴大新能源汽車在運輸環節的應用比例，截至本財年末，其新能源車輛佔所有自有商圈配送車輛的比例約20%。為最大限度減少物流運輸過程中的碳排放，該重要物流合作夥伴將持續推進提升車輛滿載率、優化運輸路線以及逐步置換燃油車輛等舉措。

此外，在倉儲環節，本集團物流合作夥伴積極推廣清潔能源的使用，並已在上海和西安的兩大物流中心實現屋頂光伏全覆蓋，為促進物流供應鏈綠色發展貢獻重要力量。



■ 物流中心屋頂光伏全覆蓋

綠色辦公

本集團持續開展節能降耗、低碳辦公等專項工作，定期監測和評估辦公室節約措施效果，根據實際情況進行改進和調整，有效將節能、降耗、增效的綠色辦公理念落到實處。

本財年，本集團在推行綠色辦公的管理舉措包括但不限於：

電力及能源節約

- 積極推廣和採用LED燈等節能燈具，有效降低能源消耗；
- 選購節能型電腦、打印機等辦公設備，並合理配置設備數量，減少待機和無效工作時間；
- 合理調整空調溫度，避免過度製冷或製熱，旨在節約能源的同時，也為員工營造更加舒適的工作環境。

水資源節約

- 安裝節水龍頭和節水沖水裝置等節水設備，旨在減少用水量，實現水資源合理利用；
- 定期對辦公室的水管和設備進行檢查，及時修復漏水問題，避免水資源浪費。

辦公用品管理

- 嚴格規範辦公用品的配備及採購，實行按需領用制度，提升辦公用品重複使用率，以推動資源的高效利用；
- 積極倡導無紙化辦公，在條件允許的情況下，優先使用電子文檔替代紙質文檔；
- 倡導文件資料雙面打印，並對打印紙進行二次利用，減少紙張浪費。

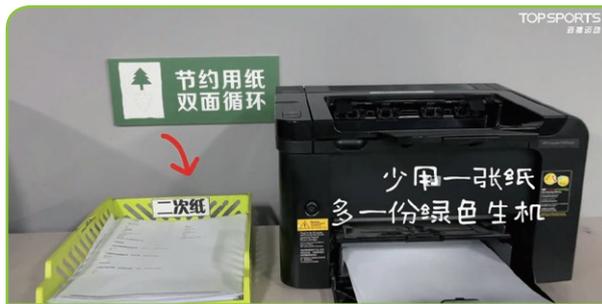
綠色出行

- 建立健全公務用車的管理機制，嚴格管理集團在各地公務用車的配置、維護及淘汰替換；
- 推行線上及電話會議，減少因商務差旅產生的碳排放；
- 全面提倡低碳出行，鼓勵員工搭乘公共交通工具。

節約意識培養

- 通過宣傳教育和榜樣樹立，引導員工樹立並踐行節約資源意識，形成良好的節約風尚；
- 建立獎勵制度，對節約資源表現優秀的員工進行表彰和獎勵，提升員工參與度和積極性，共同推動綠色辦公實踐。

2.2 廢棄物管理



■ 倡導雙面打印



■ 倡導綠色出行

本集團嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等相關法律法規，制定並落實廢棄物的分類及處理方法，堅持減量化、資源化和無害化的原則，在辦公區域及門店等各個運營環節積極落實垃圾分類等相關舉措，嚴格管理廢棄物的排放與處理。

本集團產生的廢棄物主要分為無害廢棄物和有害廢棄物兩大類：無害廢棄物主要包括辦公區域產生的廢紙、廢紙箱等日常辦公垃圾；有害廢棄物則主要涉及廢棄墨盒、廢棄硒鼓等物品。為確保環境安全，本集團採取了嚴格的分類處置措施，設置明確的垃圾分類標識，並制定具體的處理流程，有效避免廢棄物對環境造成的負面影響，積極履行環保責任。

無害廢棄物	在辦公區域放置垃圾分類回收箱進行分類存放，並督促員工按分類要求投放垃圾；辦公及生活垃圾集中存放，交由第三方進行處置。
有害廢棄物	對於墨盒、硒鼓等有害廢棄物，本集團優先進行重複使用。對於無法重複利用的廢棄墨盒及硒鼓，本集團將實施分類收集，並委託具備專業資質的第三方機構進行處理。
可回收廢棄物	針對可回收廢棄物，例如廢紙、廢棄辦公用品等，本集團進行分類收集，清運至回收處理廠實施再生及利用處理，促進廢物的資源化利用。

2.3 氣候變化應對

面對全球氣候變化的嚴峻挑戰，推動綠色低碳發展已成為時代的必然趨勢。本集團積極響應國家「碳達峰、碳中和」的目標，將氣候變化應對納入業務發展規劃，並結合自身業務實際情況，參考氣候相關財務信息披露框架建議，從管治、策略、風險管理、指標和目標四個維度出發，識別、評估氣候變化對於業務運營所帶來的潛在影響與機遇，並採取相應的管控措施減輕氣候變化對業務的影響，將應對氣候變化的挑戰轉化為推動高質量發展的韌性動力。

管治

本集團建立ESG管治架構和管理程式，對含氣候變化應對在內的議題及相關事宜進行管理。本集團董事會與管理層在ESG工作小組的協助下，定期審視氣候變化的風險和機遇，監督節能減排、綠色運營等氣候變化相關工作的實施與管理情況，及時把握氣候變化相關機遇，為本集團在可持續發展的進程中創造多方機會。在日常工作中，ESG工作小組協同各相關部門推進落實經營活動中應對氣候變化風險管理措施，並執行節能減排的工作規劃，確保ESG及氣候治理工作得到全面提升。

策略

本集團依託現有風險管理框架，在各項業務中積極識別、合理評估並有效應對與氣候相關的風險與機遇。同時，本集團圍繞實體風險與轉型風險兩大維度，深入剖析可能對本集團運營產生重大影響的氣候變化風險，並制定針對性的應對措施，以確保在應對氣候變化挑戰中穩健發展。

氣候風險類型		影響程度分析	應對舉措
實體風險	慢性風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 隨著高溫天氣的頻發與加劇，員工工作效率將受到明顯影響，其健康安全亦受到負面影響，同時增加高溫補貼和醫療支出； ● 平均氣溫持續上升可能導致公眾減少戶外運動，進而降低消費者對戶外用品的消費需求，對戶外用品市場造成一定的衝擊。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 制定《店鋪公司極端天氣應急預案》，並成立極端天氣應急處理指揮機構處置領導小組，提升極端天氣來臨時的快速反應和協調能力； ✓ 利用企業微信、公眾號等宣傳應對極端天氣的預防知識，提高員工的安全保護意識； ✓ 加強應急人員力量和除冰除水工具等物資準備，隨時關注天氣變化情況，及時瞭解雪情、雨情等，根據上級的信息預報和預告進行有針對性的工作部署；
	急性風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 雨雪、颱風、暴雨、洪澇等極端天氣的惡劣程度增加，可能對門店正常運營產生嚴重干擾，可能導致設施設備、售賣物品的損壞，造成運營成本的增加； ● 極端天氣事件發生頻率增加或持續時間延長時，或會影響物流倉儲環節的運營穩定性，可能導致物流基礎設施受損，進而干擾業務的正常履約，甚至可能引發收入損失。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 強化安全隱患排查工作，及時安排人員對門店及周邊區域的積水、積雪等進行清除，並對水電等設施設備做好防護措施，防止因溫度過高、雨水滲漏等造成的安全事故； ✓ 在極端天氣發生時，及時與物流服務商進行溝通並靈活調整備用運輸工作方案，以確保產品能及時送達。

氣候風險類型		影響程度分析	應對舉措
轉型風險	政策及法規風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 政府及監管機構加快出台綠色低碳轉型政策且監管力度趨嚴，可能對本集團營運模式產生影響，亦可能導致環保及節能減排等相關費用支出增加； ● 監管機構逐步完善氣候變化相關信息披露要求，進一步增強對企業碳排放披露的要求，為了符合這些要求，本集團需要對碳排放數據管理、信息披露等方面進行優化，可能會導致管理成本的上升。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 密切關注政策走向，深度分析各項已出台的相關政策，持續跟蹤國內法律法規及國際行業標準的進展，並結合內外部環境的變化，提前做好戰略佈局； ✓ 不斷完善並夯實ESG與氣候變化應對管理體系，並加強與監管部門的溝通聯繫，持續關注並及時響應監管機構的相關信息披露要求，進一步提升信息披露的質量。
	市場風險	<ul style="list-style-type: none"> ● 隨著公眾環保意識的日益增強，消費者的偏好也在發生轉變，對綠色低碳產品及服務的關注度和期望值不斷提高。若集團未能及時響應消費者對環保型產品及服務的需求增長，並迅速進行產品及服務的創新轉型，可能會導致市場佔有率的下降。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 密切關注消費者對產品及服務在綠色低碳、可持續等方面的期待，在門店開展綠色低碳環保經營設計，並探索創新型的宣傳模式。 ✓ 持續探索產品及服務的轉型升級，以滿足消費者對環保和可持續發展的日益增長的需求。

同時，本集團緊密結合自身實際運營情況，全面識別氣候變化帶來的相關機遇，並積極採取一系列有效舉措，牢牢把握全球綠色低碳轉型進程中的寶貴發展機遇，推動集團可持續發展。

氣候相關機遇類型	機遇分析	應對舉措
綠色產品及服務的開發／或擴展	<ul style="list-style-type: none"> ● 從市場角度出發，隨著氣候變化愈發成為各界關注焦點，本集團的品牌夥伴及下游消費者將偏好轉向更加綠色低碳的服務需求，並尋求更環境友好型的產品及服務。 ● 積極應對客戶對綠色低碳服務的需求，將有助於本集團贏得品牌方及消費者的青睞和競爭優勢，同時助力提升本集團品牌聲譽，為未來業務拓展帶來新機遇。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 積極聯合品牌合作夥伴，結合各品牌的環保產品，在各門店發起一系列綠色低碳主題營銷活動，在強化品牌方合作的同時，更通過創新宣傳的形式，提升了消費者對環保產品的認知度和購買意願，帶動更多綠色消費行為。

風險管理

本集團積極評定氣候風險可能造成的影響，評估當前風險狀況及研判未來風險趨勢。在識別和分析氣候相關風險的基礎上，本集團積極制定並落實有效的應對措施，由ESG工作小組負責跟進各項措施的執行情況，確保應對方案的可行性和業務的穩健發展，有效應對氣候相關風險，為集團的可持續發展保駕護航。

指標與目標

為更全面、深入地瞭解並持續追蹤本集團在應對氣候變化方面的成效，本集團制定節能減排、節約用水以及減少廢棄物等環境管理目標，並付諸實踐，積極推動這些目標的實現。同時，本集團始終保持對範圍一、範圍二的溫室氣體排放數據的透明披露，並密切關注範圍三的減排措施。本集團積極倡導員工選擇低碳綠色的出行方式，優先使用公共交通，從而減少通勤和差旅過程中產生的碳排放，共同為環保事業貢獻力量。展望未來，本集團將不斷深化對氣候變化的理解，持續完善並細化相關指標與目標，從而更精準地把握應對氣候變化相關機遇，為本集團可持續發展注入強大動力。

2.4 供應鏈管理與協作

在堅守產品和服務的高質量標準的同時，本集團持續細化供應商准入與評估標準，不斷完善供應鏈管理體系，嚴格把控品質控制的每一個環節，進一步強化供應商的合規管理，同時減輕供應商對社會及環境可能造成的影響，與供應鏈上下游的品牌方和其他合作夥伴等供應商共同構建可持續發展的負責任供應鏈體系。

打造可持續供應鏈－供應商准入與評估

本集團嚴格遵循《中華人民共和國招標投標法》、《中華人民共和國政府採購法》等法律法規，制定並落實《供應商行為準則》、《供應鏈管理工作辦法及管理評估流程》等相關管理制度，不斷優化供應商管理流程，並以「優選、優質、優效」為核心原則，全面核實供應商履約能力，明確規定負責任原材料採購相關內容，以確保本集團提供的產品均來源於負責任的採購方式。通過這些舉措的實施，本集團力求將供應鏈環境和社會風險降至最低，旨在引導品牌合作夥伴及供應商遵循道德和環保標準，共同打造綠色、可持續的供應鏈，為消費者提供高質量、環保的產品，全面保障本集團的產品與服務質量。

供應商准入機制

在挑選潛在供應商時，本集團對供應商資質認證、企業資信、材料質量、價格水平、交貨及時、整體服務水平等多個維度進行初步篩選；在同等條件下，優先考慮與獲得環保相關資質認證的供應商合作。

供應商評估機制

本集團採用即時評估與季節性（春夏及秋冬產品季）評估相結合的方式，在「質量、成本、交期、服務、快速反應」五個核心原則上對供應商進行全面績效評估。為推動供應鏈的可持續發展的韌性能力，本集團在供應商篩選及審核流程中將供應商在環境保護、反舞弊等方面的管理績效納入考核，以全面評估和管理供應商ESG表現。

同時，本集團致力於構建公正、透明的供應鏈環境，積極倡導供應鏈上下游的品牌方和其他合作夥伴等供應商堅守合規經營之道，共同構築廉潔高效的供應鏈體系。本集團要求供應商簽署《廉潔承諾書》，並鼓勵其制定反貪腐相關制度，約束雙方在合作過程中的廉潔行為。對於採購及合作過程中出現的任何違規行為，本集團將採取嚴肅的處理態度，依據相關規定對違規者進行處罰或取消其合作資格。截至本財年末，本集團供應商《廉潔承諾書》簽署率達100%。

打造可持續供應鏈－原材料採購

- 本集團制定《供應商行為準則》，明確規定負責任原材料採購相關內容，以確保本集團提供的產品均來源於負責任的採購方式，旨在引導品牌合作夥伴及供應商遵循道德和環保標準，共同打造綠色、可持續的供應鏈，為消費者提供高質量、環保的產品。
- 集團切實踐行負責任採購理念，積極開展綠色低碳採購實踐。本集團不僅逐步增強對可持續原材料的採購力度，更積極與供應商及品牌合作夥伴展開深入的交流合作，共同探討實現綠色採購的有效路徑，以期從源頭上減少產品全生命週期的環境影響，為構建綠色、低碳的供應鏈體系貢獻力量。本財年向超過50%的品牌合作夥伴(含一級供應商)採購環保相關產品。
- 本集團持續關注並優化皮革、棉花等原材料的可持續採購行為，鼓勵供應商對所提供產品進行產地溯源並提供相關證據。結合業務需求，本集團計劃向品牌合作夥伴採購更多原產地可溯源的相關產品。
- 本集團鼓勵供應商擴大可持續皮革及棉花的採購範圍，並持續引進更多經過獨立第三方權威機構認證的相關產品。皮革方面，本集團主要品牌合作夥伴²之一使用的皮革原材料中，超過99%的皮革都按照LWG協議進行審核，其大部分獸皮都來自具有最高評級(「金級」)原材料可追溯的制革廠。本財年，本集團引進並售賣主要品牌合作夥伴之一的經典防水靴，使用LWG銀級皮革，為消費者帶來更環保和健康的選擇。
- 為了實現棉花供應鏈負責任採購，本集團努力提升全產品線範圍的棉花原材料信息追蹤。在2023年冬季產品中，本集團旗下FOSS品牌的自有產品棉製品及含棉製品中，超過30%的產品均可追溯到其原產地國家。

未來，本集團將結合業務實際，制定並視情況擴大再生棉的採購路線圖，並倡導供應商選用可再生棉花原材料，以推動對環境影響較小的紡織品替代品的採購。

² 代指耐克(Nike)、阿迪達斯(adidas)、添柏嵐(Timberland)等，下同。

打造可持續供應鏈－碳足跡管理

本集團不斷深化與供應商及合作夥伴的溝通協作，共同探尋並推動可持續供應鏈的轉型，為消費者帶來更多環保、可持續的產品選擇。截至本財年末，本集團與10餘個品牌夥伴展開合作，並向超過50%的品牌合作夥伴(含一級供應商)採購環保相關產品，旨在為消費者帶來一流運動體驗的同時，在環保方面做出更多貢獻。

本集團計劃對核心供應商的能源表現進行持續追蹤，並保留每年要求其提交相關數據的權利。本集團高度關注供應商在運輸物流過程中的碳排放情況，積極鼓勵並期望供應商提供電錶讀數、燃油票據數額等信息。同時，本集團也支持供應商通過自主定期發佈環境表現報告的方式，共同實現價值鏈環境表現的有效管理與優化。

在產品上游階段，本集團主要品牌合作夥伴之一通過提高環保材料(*Environmentally Preferred Materials)使用比例，成功在2023財年將原材料產生的溫室氣體排放量減少50萬公噸，相較2015年顯著進步。同時，本集團主要品牌合作夥伴也在製造過程中逐步淘汰煤炭使用，並增加可再生能源使用，使其2023財年各產品年均溫室氣體排放量同比下降3%。

為加速綠色低碳發展步伐，本集團正全力推動價值鏈的去碳化進程。基於《供應商行為準則》，本集團積極倡導供應商自主減少碳排放，並與核心供應商攜手合作，共同探索並努力實現各項環境目標。本集團鼓勵並支持供應商在其運營過程中提高環保材料在產品中的使用比例，降低水資源消耗，加強廢棄物的回收利用等環保舉措，共同邁向價值鏈碳中和的美好未來。

截至本財年末，本集團：

超過**70%**的品牌合作夥伴或其所在集團已設立碳減排目標；

超過**50%**的品牌合作夥伴或其所在集團已設立至2050年碳中和目標。

03

綠色消費，優質服務

本集團始終以消費者為中心，持續完善產品質量管理體系，利用數智化管理及科技賦能，並攜手合作夥伴積極傳遞可持續的運動生活理念，致力於讓每一位消費者都能體驗到安全、便捷、高效的服務，引導他們邁向更綠色、健康的生活方式。

本章節涵蓋的ESG議題

產品質量與健康

消費者服務與滿意度

消費者信息安全

負責任營銷

本章節響應的聯合國可持續發展目標 (SDGs)



綠色消費，優質服務

3.1 產品管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，持續健全內部質量管理體系，全面落實產品質量控制流程和化學品安全管理措施，致力於為消費者提供高質量的產品。本財年，本集團未發生任何有關產品責任的違法違規事件。

產品質量

穩健的業務發展，始終根植於安全可靠的產品質量之上。本集團對產品質量管控給予高度重視，精心制定並嚴格執行內部貨品管理制度，強化各環節的監督檢驗措施，對業務全流程進行規範管控，確保各項質量管理舉措落實到位。

本集團持續優化各個環節的產品品控措施。在發貨環節，本集團採用視頻和拍照技術，倉庫發貨全程視頻覆蓋，門店發貨進行拍照記錄，以實現高質量、精準的發貨，有效避免錯發、漏發等情況的發生。在退換貨方面，本集團建立完善的退換貨處理機制，針對售後產品存在的瑕疵或其他質量問題，嚴格遵循退換貨流程要求進行操作，確保及時響應消費者的退換貨訴求，並全程跟蹤處理結果，為消費者提供無憂的售後服務體驗。

本財年，本集團新制定《O2O店鋪貨品包裝標準》，規範店鋪商品發貨包裝標準，明確店鋪物料核銷流程，確保商品發貨的質量與效率得到提升，為消費者帶來更加優質的線上消費體驗。

化學品安全

本集團持續聚焦化學品安全管理的重要實踐，嚴格遵守相關法律法規，致力於減少使用有害及受限化學品的使用。本財年，超過85%的集團收入來自於銷售符合有害化學品零排放(ZDHC)認證的運動品牌的產品。

此外，本集團參考歐盟REACH法規SVHC清單、Oeko-Tex Standard100認證、AFIRM RSL 2023版等國內外行業標準，建立《FOSS品牌自有產品限用物質清單》，規範本集團旗下FOSS品牌的自有產品在生產過程中針對化學品使用和管理的明確標準，詳細列出其產品及生產材料中所限用的化學物質及其限值，並明確計劃淘汰或禁用化學品種類包含殺蟲劑70種、芳香胺24種、致癌染料18種等。

本財年，本集團旗下FOSS品牌的自有織物類產品**100%**不含聚氯乙烯(PVC)、鄰苯二甲酸酯和全氟化合物(PFC)。

同時，本集團制定《FOSS品牌產品開發生產流程概述》，在FOSS品牌的產品設計、開發、下單訂貨以及生產交付等關鍵環節，融入環境及健康標準並進行化學品檢測，依據《FOSS品牌自有產品限用物質清單》進行產品篩查，識別高度受關注化學物質的含有情況。此外，本集團定期根據國家法律法規和行業標準更新產品檢測值要求，積極探索限用物質的逐步淘汰方案，並持續尋找更為安全的替代品。結合業務實際情況，本集團將研究制定高度受關注物質的替代計畫，以確保本集團產品不僅滿足功能性需求，亦在環保與健康方面達到更高標準。

3.2 服務品質

本集團堅守「以消費者為中心」的服務理念，建立健全消費者服務體系，真誠傾聽並回應消費者訴求，持續探索綠色消費的服務模式，為消費者打造健康、環保的運動生活體驗。

品質服務

本集團始終聚焦消費者需求，嚴格遵循《中華人民共和國消費者權益保護法》等法律法規，制定《滔搏全渠道客服工作流程標準》等內部制度，不斷精進服務流程，致力於實現服務品質的卓越提升。

業務工單管理	本財年，本集團進一步優化業務工單化效率，充分整合了客服工具，並搭建起一套高效的工單體系，實現倉庫、物流、門店之間的信息交互與溝通。
門店服務管理	按瑕疵錯漏、店鋪拒單、響應時效等多個維度對門店服務質量進行嚴格考核與管理，並進一步規範和梳理門店接單派單要求，確保服務流程的順暢與高效，不斷提高門店服務質量水準。
客戶投訴管理	建立投訴處理機制，針對每一起投訴事件都進行及時的回訪，並詳細記錄相關信息；通過定期分析投訴數據，持續加強投訴管理，不斷提升服務質量。本財年，本集團共接獲投訴166宗，均在48小時內完成核實與跟進，得到妥善處理。
員工技能培訓	本集團面向門店員工開展零售技能、團隊協作等方面的多樣化培訓，確保員工全面掌握服務規範並靈活應用於日常工作實踐中。

開展零售技能培訓，強化員工日常工作實戰能力

2023年10月，本集團開展實戰型零售技能提升訓練營，借助人才管理實戰沙盤和業績驅動「邏輯樹」情景演練，賦能100名區域零售負責人以更強的實戰能力，從容應對日常工作的各種挑戰。此次訓練營的成功舉辦，為區域零售負責人的個人成長與團隊發展注入了新的強大動力，也為提供優質門店服務打下堅實基礎。



■ 零售技能培訓現場

本集團持續改進服務品質，全面關注消費者從售前到售後的購物全流程體驗。基於消費者反饋意見，本集團從商品體驗、售後體驗、服務體驗三個維度挖掘消費者訴求，有針對性地開展問題分析並推動相關責任部門積極採納改進措施，通過不斷完善線上商品展示信息、優化商品尺碼表、增加平台自主換貨功能等方式，提升服務水準和專業度，力求為消費者提供更優質、高效的購物體驗。

本財年，本集團開展了消費者滿意度調研，消費者滿意度為**88.5%**。

綠色消費

本集團積極推動可持續消費新模式的廣泛普及，持續拓展綠色消費的深度和廣度，為廣大消費者提供更加豐富多樣的低碳環保產品及服務，以滿足日益增長的綠色消費需求。

本財年內，為進一步促進綠色消費，本集團依託門店業務場景，通過打造「GREENBOX綠盒子」公益IP、發起系列環保低碳公益創新活動等舉措，持續整合自身及品牌合作夥伴資源，向廣大消費者傳遞可持續發展的價值觀，並倡導積極健康的運動生活方式。

「GREENBOX綠盒子」項目一 滔搏綠色再生計劃

2023年第二季度，本集團發起GREENBOX綠盒子項目「綠色再生計劃」，攜手國內舊衣物綜合回收處理平台「飛螞蟻」，在門店設置回收箱。消費者在活動期間到指定門店回收舊衣，或參與線上回收舊衣，即可獲得商品優惠券，該活動旨在鼓勵更多人參與到舊衣回收的行動中，助力社會資源的循環再利用。



■ 滔搏綠色再生計劃

「GREENBOX綠盒子」項目一 滔搏綠色循環商店

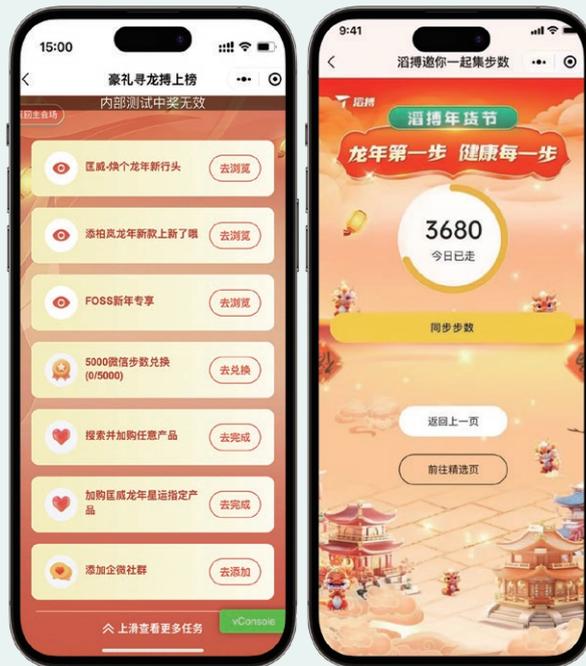
本財年，本集團結合各合作品牌的環保產品，在APP、小程序等線上渠道發起「滔搏綠色循環商店」主題宣傳活動。此次活動集中展示和推廣了運用環保材料製成的產品，旨在提升消費者對綠色環保面料的熱情與關注，促使消費者在日常生活中積極踐行環保理念，共同為地球的可持續發展貢獻力量。



■ 滔搏綠色循環商店

會員積分添綠意，共倡綠色出行新潮流

本集團在滔搏會員積分體系中巧妙融入環保要素，通過微信步數兌換滔搏會員積分的創新方式，有效鼓勵消費者綠色出行，助力可持續環保理念深入人心。本財年，集團結合春節和五一假期出遊高峰期，鼓勵消費者通過步行累積步數，以此換取相應會員積分。本財年，此活動消費者累計參與人數規模破萬，累計完成步數兌換超3萬人次。



■ 滔搏會員積分兌換場景介面

此外，本集團積極攜手各品牌夥伴，共同推動綠色消費進程，持續擴大綠色消費生態圈，引領綠色生活新潮流。本財年，本集團持續參與耐克(Nike)「舊鞋新生」項目，該項目通過門店回收消費者不再使用的舊鞋，借助鞋類廢棄物回收技術，用回收材料修建中國山區學校操場，幫助鄉村地區孩子們獲得更好的運動機會，也讓更多消費者加入到綠色、可持續的消費旅程中。



■ 門店回收舊鞋

本集團不僅致力於自身的綠色實踐，更積極倡導顧客及消費者參與垃圾分類行動，共同實踐環保「無痕」消費新模式。本財年，本集團在GOEASY門店放置易拉罐回收裝置，引導消費者參與垃圾回收利用，讓每一位消費者在享受購物樂趣的同時，為環境保護貢獻一份力量。



■ 易拉罐回收裝置

負責任營銷

本集團嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》等相關法律法規，堅守信息真實可靠的原則，嚴格劃定營銷管理邊界，堅決杜絕任何誇大其詞的宣傳，全力保障客戶的合法權益，不斷鞏固並提升本集團的聲譽與品牌形象。

本集團制定並執行《滔搏總部法務部關於明碼標價合規的指引》、《標籤標識信息變更指引文件》、《互聯網廣告管理辦法解讀與直播帶貨風險提示》等合規指引文件，並下發至各銷售大區，結合各區域的實際情況，有針對性地開展對業務部門的全面宣貫及專業培訓。

本財年內，本集團進一步提升合規營銷和避免虛假宣傳管理，確保每一業務環節都嚴格遵循合規營銷相關規定。本集團通過季度自查的方式，全面梳理並匯總各銷售地區的合規問題，及時捕捉並解決一線合規營銷工作中的難點和痛點。

科技賦能

本集團積極探索智慧零售，自主研發了為一線導購賦能的數字化工具包，並借助企業微信、社群、小程序雲店等能力，加強店員與消費者持續互動，助力集團更貼近和理解消費者需求，從而不斷優化產品和服務，提升用戶體驗。

本財年，本集團進一步深化數智化轉型，強化產研體系隊伍建設，全力投入AIGC工具的開發與應用，不斷升級數據、算法和流程，積極運用前沿科技提效賦能、優化用戶體驗。此外，本集團攜手行業夥伴開展智慧領域合作，共同為用戶創造更加卓越的使用體驗，引領行業邁向新的高度。

榮登智慧零售全域數字化經營2023年度榜單

在零售行業數字化大潮中，本集團一直致力於推動全域數字化經營的深入發展，聚焦於全域用戶精細化運營，打造矩陣式銷售及觸達渠道，並深耕私域流量池。憑藉在全域經營、產品與數據生產力、運營力、組織力、商品力等多個維度展現出卓越的綜合實力，本集團榮獲騰訊智慧零售「年度行業經營標桿」。

同時，本集團「以業務為中心，賦能企業發展」的人才發展理念，深度踐行全域一體化發展戰略並持續打造具備全域經營視野和能力的人才梯隊，憑藉在全域人才培養投入、人才賦能覆蓋、培養體系完善度以及對行業人才共建度等方面的突出表現，榮獲騰訊智慧零售「年度組織人才賦能標桿」獎項。

本集團將繼續秉持創新的經營理念，持續深化智慧零售領域的探索與實踐，以新質生產力引領行業的高質量發展，積極推動行業的數字化轉型進程。



■ 智慧零售全域數字化經營2023年度榜單

攜手夥伴共謀發展，智慧零售合作實現新升級

本財年，本集團與騰訊智慧零售達成「四力Plus」戰略合作，圍繞消費者數字化體驗和運營優化、大會員體系構建等方面進行合作探討。在「更貼近用戶、更理解用戶」的目標下，雙方將重點探索用戶觸點佈局、整合數據能力等維度，以數據為基石，技術為引擎，實現流量拓展和營銷效率的雙提升。



■ 滔搏X騰訊智慧零售「四力Plus」戰略合作簽約儀式

3.3 隱私保護

本集團嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》、《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》等相關法律法規，制定並執行《數據安全管理指引》等內部管理制度，通過完備的安全管理體系與安全技術體系，持續打造數據及信息安全保護屏障。本財年，本集團未出現重大信息安全事故以及客戶、員工、合作方等信息洩漏事件。

本集團基於國家信息安全等級保護三級認證、ISO27001等國內外信息安全標準體系的最佳實踐，構建高效的信息安全管理體系，本集團管理層對信息安全與隱私保護工作負責，集團設立信息安全專職部門推進信息安全專項工作，由具備信息安全專業背景的人員組成，結合集團整體業務發展戰略，全面制定並堅決貫徹落實本集團的信息安全和隱私保護戰略及工作規劃，確保信息安全和隱私保護工作得到全面、系統的推進和執行。同時，本集團信息安全系統已獲得安全等級保護三級認證，認證範圍覆蓋集團所有業務活動；並每年至少進行一次外部獨立審計，確保本集團與客戶相關數據安全得到切實保障。

本集團通過加強信息系統建設、優化權限管理設置、實施信息分級管理等多項措施，全方位、多維度牢築數據安全防線，全面推進本集團信息安全建設。本財年，本集團不斷投資並優化企業主動網絡安全控制彈性模式，通過數據安全開發培訓、實施網絡威脅監控預警、數據洩露監控等多維度舉措，全面覆蓋集團所有業務系統，以增強網絡安全彈性，確保新興技術的安全應用。

數據安全分類分級	根據《數據安全管理指引》明確數據保護職責，針對不同級別和敏感程度的數據採用不同的保護措施。
數據安全防禦體系	通過建立完整的數據入侵監控和防禦體系，及時對可能的攻擊做出響應，並每年定期開展基礎環境的安全檢測，降低信息安全風險。
數據訪問及獲取權限	通過實時生成的動態二維碼進行會員信息錄入與查詢，防止發生任意訪問、修改會員信息的行為；採取訪問控制、身份認證、後台操作日誌、授權機制、脫敏處理、密文儲存、密文呼叫等多種技術手段，嚴格控制消費者個人信息的訪問及使用權限；通過零信任平台實現內部數據訪問的統一管控，主動防止數據洩漏。
數據安全應急響應機制	制定並執行《信息安全事故應急響應規範》，針對不同的信息安全事故級別標準，匹配對應的應急響應流程要求，並定期更新數據洩露/事故應對計劃，進一步完善洩露突發事件的預警機制。

<p>強化隱私保護的技術手段與措施</p>	<p>建立多維度縱深防禦體系，以應對來自互聯網的各種信息安全威脅：在用戶端，採用HTTPS加密的通信協議，數據交互採用混合加密和多種編碼混淆的方式，用戶隱私信息採用脫敏展示方式；在網絡層，部署基於IP和端口訪問控制的網絡防火牆，系統服務層採用阿里雲應用防火牆(WAF)；在主機層，部署入侵防護系統(HIDS)；以及其他安全防護及監控措施。</p> <p>建立軟體發展全生命週期安全管理機制，以確保應用服務(如APP、小程序等)高安全性：在產品開發需求階段，針對產品需求進行安全評估，如果產品需求不符合國家和企業信息安全的要求，則不允許通過，或被返回、被廢棄；在架構階段，針對技術棧和架構進行安全評估、加固等；在代碼階段，針對項目代碼進行全面的白盒審計(包括工具掃描和人工審計)、測試、加固；在程序上線前，進行黑盒滲透測試(包括工具掃描和人工的黑客攻擊模擬測試)；在程序上線後，協同外部安全機構進行安全測試。</p>
-----------------------	---

同時，本集團提升員工的信息安全意識和日常工作操作規範。本集團要求所有客服人員均簽署《消費者隱私保護協議》，承諾未經消費者授權不得隨意公佈和洩露消費者個人身份信息；對所有員工(包括全職員工及外包員工)宣貫消費者信息保密要求。本財年，本集團面向29,458名全體員工(包括全職員工及外包員工)推送線上信息安全常識培訓及考試，通過趣味且實用性強的視頻講解和問卷，有效促進了員工對信息安全知識的深入理解和掌握。

此外，為進一步強化消費者隱私數據的安全保障，本集團制定《隱私聲明》，該聲明適用於本集團旗下的各項產品及服務，範圍覆蓋所有業務線，並明確了消費者有權利訪問、更正、刪除個人信息以及撤回使用許可，充分保障消費者的隱私安全；在消費者信息使用方面，除服務所必需的個人信息外，本集團不會將消費者的個人信息出租或出售給任何第三方公司、組織或個人，嚴格規範信息的使用目的、範圍及方式，確保消費者信息的安全與合規使用。

本集團亦關注與第三方夥伴開展合作過程中的數據安全。本集團與第三方簽署嚴格的保密協議，並要求其按照《隱私聲明》等相關信息安全及保密措施處理消費者的個人信息；要求第三方採用數據脫敏和加密技術，進一步增強消費者數據的保護力度，確保數據的安全性和隱私性。

04

多元平等，包容共生

人才是企業長遠發展的基石，本集團高度注重人才的引進和培養，構建平等多元的工作環境，保障員工合法權益，積極營造和諧、健康、包容的工作氛圍，努力實現人才與集團共榮共生，為穩定就業、助力社會經濟發展作出積極貢獻。

本章節涵蓋的ESG議題

員工招聘與團隊建設

員工薪酬與福利

平等參與及多元化

職業健康與安全

員工培訓與發展

員工權益保障

本章節響應的聯合國可持續發展目標 (SDGs)



多元平等，包容共生

4.1 僱傭管理

本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》和《禁止使用童工規定》等運用所在地相關法律法規，嚴謹參考並遵守國際勞工組織(ILO)基本公約等國際人權公約的內容，制定並落實《招聘管理指引》和《人事管理指引》等管理制度，確保在招聘、僱傭、管理等各個環節實現公平公正。同時，本集團全面規範員工僱傭管理及終止流程，確保每一位員工的權益得到充分保障。本集團始終秉持著保護員工人權的承諾，並在官網公開披露《員工權益政策》，以期獲得社會各界的監督與支持。

招聘

本集團《招聘管理指引》明確規定招聘工作的要求、流程與規範，強調招聘信息中不得含有招聘崗位所需性別、民族、身體健全等內容，避免潛在的就業歧視，確保招聘工作合法合規、平等公正。同時，本集團積極在適宜的崗位上聘用殘疾人士，致力於為他們創造公平、無差別的就業機會，讓每一位員工都能發揮所長，共同成長。

此外，本集團嚴格禁止僱傭和剝削兒童，確保所有工作場所和環節均遵循國際勞工組織關於童工的定義和規定。本集團在人力資源系統中加強對年齡的強制限制，規定未滿16周歲員工不得入職，從源頭上避免了僱用童工的情況出現。本財年，本集團未發生任何僱傭童工事件。

用工

本集團根據員工類型與所有員工簽訂相應合同，禁止強迫勞動等侵犯員工權益的各種行為，詳細記錄加班情況確保員工調休與加班費計算的公正性，充分保障員工合法權益。本財年，本集團亦未發生任何強制勞工的事件。

終止

本集團充分尊重員工的自由選擇，按照《員工權益政策》規定，員工在經過合理的提前通知期後，有權終止並解除勞動關係，確保員工的權益得到充分保障。

同時，本集團持續打造多元化人才隊伍，努力提升工作環境的包容性，不因種族、年齡、性別、婚姻狀況、宗教情況等不同而給予員工差別化的對待，嚴格杜絕一切形式的歧視現象。本財年，本集團女性員工比例達到83.36%，管理層女性比例51.12%，其中，高管女性比例35.23%；員工來自32個民族，其中少數民族人數超過1,500人，佔員工總數5%以上。

此外，本集團持續遵循「高效、重質的結果導向」的理念，積極拓寬校企合作、校園招聘、內部招聘等招聘形式，靈活調整招聘策略，持續豐富人才儲備。本集團時刻關注招聘動態與人才環境，靈活調整策略以提升招聘效率與準確性。對內，定期分析招聘數據，優化流程；對外，緊跟市場趨勢，多渠道瞭解人才動態，實現招聘性價比最大化，為本集團發展提供人才保障。

校園招聘

- 踴躍參與全國高校招聘會和宣講會，為學生們提供瞭解本集團的窗口；
- 為校園生和應屆生提供有關直播等線上業務的崗位機會，順應市場發展趨勢的同時，幫助學子更快融入職場。

社會招聘

- 持續通過主流社招平台等，加強與候選人的交流，精準匹配崗位需求；利用內部招聘系統人才庫，盤活過往社招資源，不斷優化員工隊伍結構。

內部招聘

- 制定並執行脈搏計劃等制度，持續關注中高層人員的選拔與流動；本財年，本集團發起兩次脈搏計劃，32人成功轉崗。

4.2 培訓發展

本集團秉持「以業務為核心，助力業務發展」的人才培育理念，持續完善培訓體系，有序組織多樣培訓活動，為員工充電續航，激發潛能。同時，本集團構建完善的晉升體系，不斷提升員工的發展潛能和創造業績的熱情，助力實現個人與事業的飛躍。

員工培訓

本集團建立並完善與集團場景業務、零售終端業務緊密相連的培訓體系，設立年度培訓目標，有序開展多項培訓活動。本集團採用線上線下相結合的培訓方式，持續為員工賦能，營造終身學習的企業氛圍。本財年，本集團共開展線上學習項目450個，線下培訓活動近200場，累計超2,500,000小時。

本集團培訓體系由培訓管控模式、培訓工具、培訓課程體系、培訓講師體系四個部分構成。本財年，集團積極引領全國各培訓項目有序實施，不斷推動搏學院平台的升級，以提供更為靈活、高效的培訓支持。同時，本集團持續優化培訓課程體系，確保內容與崗位需求緊密貼合，並開展內訓師賦能項目，多維度提升內訓師專業能力，進一步提升培訓效果，助力員工成長與本集團可持續發展。

培訓管控模式	總部作為資源與專業支持的核心樞紐，積極主導並協助推動全國各項目有序開展，確保各項工作的高效運行。
培訓工具	線上學習平台「搏學院」升級至2.0版本，系統設置更為靈活，權限分配更加人性化，便於實時跟蹤學習進度；截至本財年末，搏學院已累計收錄內部課程達3,542門，為本集團員工培訓與發展提供了有力支持。
培訓課程體系	本財年，本集團重新梳理崗位學習圖的繪製方法與路徑，確定優先開發的崗位名稱及其核心工作內容；對相關課程體系進行全面優化，確保培訓內容與崗位需求緊密匹配。
培訓講師體系	基於課程開發、授課技巧、課件製作等多個維度，開展年度內訓師賦能項目，以全面提升內訓師綜合素質。

本集團培訓體系

本財年，本集團培訓工作有序開展，內容豐富多元，涵蓋新員工入職培訓、專業技能提升、領導力發展及大店長管理工具箱等多個領域。在培訓項目的設計方面，本集團始終注重實效性、針對性與普及性的平衡，確保培訓內容與崗位需求緊密匹配，因人因崗制定培訓方案，因地制宜地選擇培訓形式；在培訓項目授課風格方面，注重培訓過程中的案例分享與交流互動，讓學員們能夠從中獲得更深入的體驗和啟示。

新員工入職培訓

- 幫助新員工掌握工具操作，熟悉工作流程，迅速勝任崗位；
- 傳遞本集團的關心與重視，減少新環境的適應焦慮，促進新員工迅速融入集體。

專業技能培訓

- 各大區圍繞抖音、社群運營、陳列、小程序等維度開展培訓，為培養專業人才奠定堅實基礎。

領導力培訓

- 開展大店長管理工具箱培訓、「新星計劃」新任管理者培訓、「零售負責人」培訓認證，以及雲零售「衛星計劃」集訓營等領導力培訓，兼顧店鋪與非店面的需求，提升員工溝通效率和管理水平。

同時，本集團持續開展員工領導力培訓。針對大店長，本集團實施「大店長管理工具箱培訓」，涵蓋10個高效實用的管理工具和方法模型，聚焦於管理核心領域，旨在協助大店長不斷深化管理認知。同時，本集團推出「新星計劃」新任管理者培訓，強化總部各部門基層管理者的領導力與管理能力，以滿足他們日益增長的管理需求。本財年，本集團共開展大店長管理工具箱培訓、「新星計劃」新任管理者培訓、「零售負責人」培訓認證等領導力相關培訓16次，累計近6,000人參與。

「內訓師賦能項目」

2023年5月，本集團啟動「內訓師賦能項目」，通過課程開發、授課技巧以及課件製作等系統的培訓課程，發掘並認證內訓師人才，同時完善內訓師選拔、培養與留任機制。該項目共涵蓋153名學員，經過線上深入學習、線下實踐演練以及授課能力認證等多個環節，最終82名學員成功獲得內訓師資格，有效推動內訓師團隊的專業成長與知識創新。



■ 內訓師賦能項目現場

「新星計劃」新任管理者培訓

2023年1月至3月，為提升總部基層管理者領導力，本集團面向107名管理者開展「新星計劃」新任管理者培訓。培訓內容涵蓋《基層管理者素質與角色認知》、《新生代激勵技巧》、《DISC與影響力》等17門課程，旨在強化管理崗位員工的角色認知，建立戰略思維，進一步提升其團隊管理能力，助力打造高績效團隊。



■ 「新星計劃」新任管理者培訓活動現場

「零售負責人」培訓

2023年5月至9月期間，滔搏開展adidas全國門店遊學項目，本次遊學共60人參與，通過打破地域界限，進行小範圍跨區實地學習及實踐，創造區域優勢共享及機會點探討平台，賦能零售技能提升。



■「零售負責人」培訓活動現場圖片

晉升發展

人才資源是第一資源。本集團不斷完善晉升體系，制定並執行《崗位晉級制度》，有效激發員工的潛力，提高團隊凝聚力。本集團持續實施年度關鍵指標(KPIs)考核管理，涵蓋業績貢獻、能力素養以及溝通交流能力等多項指標，將個人的績效與獎金激勵緊密掛鉤，體現多勞多得的公平性，進一步激發員工的工作熱情與積極性。

同時，本集團不斷完善並實施職涯發展積分管理制度，基於驅動業績、用戶運營、顧客服務、員工體驗和陳列運營五個維度評估零售人才的工作表現，確定選拔與晉升路徑，更好地促進員工的個人成長和店鋪的整體發展。

此外，本集團始終重視員工個人技能提升與職業發展，積極鼓勵員工參與專業相關的專業技能培訓或資格認證。本集團面向全體員工設立學習激勵機制，如員工在外部職業培訓平台完成課程學習並通過相應考試，則可獲得人民幣100元獎勵，並用於支持部門活動，增強團隊凝聚力。本財年，共有152名員工成功完成學習和考試，實現個人與團隊共同成長。

4.3 薪酬福利

本集團嚴格遵守《中華人民共和國社會保險法》、《住房公積金管理條例》等法律法規，制定並落實《薪酬管理指引》，規範員工薪酬結構、薪酬標準、薪資計算、薪資審核等，構建公正、透明的薪酬福利體系。

本集團全體員工(包括門店零售崗位員工及管理崗位員工)薪酬由固定收入與浮動績效獎勵組成，且根據員工能力、經驗及市場水平進行適時調整，確保薪酬與個人資歷相匹配，並定期審視薪酬福利制度的合理性。薪酬均以現金形式發放，門店零售崗位員工的浮動績效與個人銷售貢獻相關，管理崗位員工³的浮動績效參考公司上一個財年的年度業績。在員工入職之前，集團確保其充分瞭解並接受本集團的聘用條款和條件，確保雙方權益得到保障。在面臨經濟性裁員時，本集團嚴格遵守相關法律及國家規定，並根據《員工權益政策》在條件允許的情況下，為被裁減的員工提供必要的培訓或就業幫助，以減輕其就業壓力，體現人文關懷。同時，本集團持續優化福利體系，依法為員工繳納五險一金，並為實習生購買僱主責任險，確保員工權益得到充分保障。此外，針對不同崗位員工，本集團提供通訊補貼、餐費補貼、交通補貼、住房補貼及出差補助等個性化福利補貼，並設立部門團建經費，鼓勵員工自主組織活動，增進團隊凝聚力。

社會保障

基本養老保險、基本醫療保險、生育保險、工傷保險、失業保險、住房公積金



假期保障

法定年假、法定節假日、探親假、婚喪假



補貼關懷

通訊補貼、餐費補貼、交通補貼、住房補貼、出差補助、團隊經費、節日禮物、生日賀禮

³ 管理崗位員工含首席執行官、高級副總裁、副總裁等在內的高級管理人員。

本集團制定了多種靈活辦公機制政策和多種非法定休假福利，打造更加靈活與人性化的工作環境。

彈性工作政策	實行彈性工時制度，員工在滿足規定出勤工時數的情況下，可靈活安排上下班時間。
長期服務獎勵政策	門店員工入職滿五年後，每多工作一年即可額外獲得一天年假獎勵。
靈活辦公政策	在特殊情況或員工個人需求下，靈活調整辦公模式，允許員工居家辦公。
長假前夕溫情舉措	允許員工在節假日前最後一個工作日提前下班，以便他們有更充裕的時間乘坐交通工具。
帶孩上班政策	允許員工在不影響工作效率及他人工作的前提下，在寒暑假期間將子女帶到工作場所進行照料。
節日慰問	在節日前夕為員工送上慰問禮品和紅包。

4.4 健康關懷

本集團深知職業健康安全的重要性，始終將員工的健康安全放在首位。同時，本集團支持員工廣泛參與和民主溝通，通過多種渠道深入瞭解員工的需求和意見。

健康與安全

本集團致力於守護員工的身心健康，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，不斷完善職業安全培訓的常態化機制，並為此制定相關預防措施，以應對潛在的安全風險。⁴

⁴ 本財年，本集團未發生因工亡故事件，工傷請假天數共3,855.75天，全職員工和外包員工的百萬工時損工事故率(LTIFR)分別為0.87和0.15。2022/23財政年度未發生因工亡故事件，2021/22財政年度因工亡故1人。

工傷調查

制定工傷調查程序，持續完善工傷證明人、證明程序及證明材料等要求，確保工傷事故能夠得到迅速、準確處理。

安全教育

持續加強員工安全風險防範意識，通過安全教育提高員工應對工傷事件能力。

參與消防演習

2023年10月，本集團參與百麗國際廣場物業組織的消防演習，共同學習消防知識，掌握滅火技能，進一步增強安全意識和自我保護能力，確保每一位員工都能在安全、健康的環境中工作。



■ 消防演習現場

溝通與關懷

溝通是本集團與員工達成共同願景的橋樑和紐帶。本集團高度重視員工交流與溝通，制定《員工權益政策》，支持員工自由結社，尊重員工與集團開展依法依規的集體協商，通過合理、有效的途徑傳達自身訴求與建議。本集團通過日常工作會議、總結會議、面對面交流、網絡論壇、員工貼吧、社交軟件和「搏學院」雲課堂系統等渠道建立多元化溝通機制，定期與員工保持緊密聯繫，積極傾聽員工心聲。

本財年，本集團增設「滔搏圓桌派」平台，並舉辦兩次活動，邀請20餘位員工代表與首席執行官(CEO)深入交流公司戰略、規劃、歷程及業務等內容，增進雙方理解與信任，有效解決員工需求，促進本集團和諧發展。



■ 滔搏圓桌派活動現場圖片

本財年，本集團通過「搏學院」平台開展員工滿意度調研，內容涵蓋培訓課程、培訓項目、員工生日會、節日活動及社團活動等多個維度，累計收集13,239份有效問卷，有效問卷數量較去年增長超10倍。調研結果顯示，員工對本集團各項培訓及企業文化類活動均較為滿意。



■ 春節大禮包

本集團持續表達對員工的尊重與關愛，提升員工歸屬感與積極性。在春節等重大節日，本集團精心準備禮物與抽獎活動，營造溫馨節日氛圍。雙十一大促銷期間，本集團向電商員工發放激勵紅包，鼓舞他們積極應對挑戰，共創輝煌業績。

此外，本集團時刻關注員工的身心健康，設立健身房供員工日常鍛煉，舉辦並鼓勵員工參與籃球、足球、羽毛球、瑜伽、騎行、電競等各類文體活動，倡導工作與生活實現平衡。本財年，本集團增設「時尚運動」項目，每月組織一次騎行、觀影、籃球賽、城市漫步(citywalk)、飛盤及冰上運動等活動，帶領員工共同探索運動樂趣，享受健康生活方式。



■ 籃球賽合影現場照片



■ 王者榮耀滔搏全國電競賽



■ 2024年開工活動



■ 感恩節互送奶茶活動

「滔搏跑團 跑遍全城」馬拉松活動

2023年9月，本集團號召全體員工積極參加「滔搏跑團 跑遍全城」活動。該活動覆蓋瀋陽、蘭州、大連等多個城市，邀請跑者們共享馬拉松的獨特魅力、共賞不同城市的美景與風貌的同時，激發員工們積極向上的精神風貌，促進團隊協作與凝聚力。



■「滔搏跑團 跑遍全城」活動現場

「女神節」活動

2023年3月8日，本集團組織女神節聚會活動，開展插花、攀岩、騎行等活動，為女性員工創造一個輕鬆愉快的氛圍，讓她們在忙碌的工作之餘，能夠放鬆身心，享受生活，表達本集團對女性員工的深切關懷與尊重。同時，本集團也期待更多女性員工能夠積極參與，共同書寫美好未來。



■「女神節」活動現場

05

回饋社區，公益慈善

初心不變，與時偕行。在助力推進共同富裕的道路上，本集團堅守慈善善行的初心和回報社會的初衷，積極探索多樣公益模式。本集團大力推進愛心捐贈和愛心助學，開展電競青訓營，策劃並參與知識傳播與閱讀推廣，積極促進企業與社區的良性互動，共建共享和諧社會。

本章節涵蓋的ESG議題

社會公益慈善

本章節響應的聯合國可持續發展目標(SDGs)



回饋社區，公益慈善

愛心捐贈，公益永遠在路上

2023年，本集團向長沙慢天使殘疾兒童公益服務中心捐贈價值人民幣2,000元的愛心物資。此次捐贈活動旨在向長沙慢天使殘疾兒童公益服務中心的孩子們傳遞冬日裏的溫暖與關愛，呼籲更多人對於殘疾兒童予以關注與支持，為他們的成長與發展貢獻愛心力量。



■ 向長沙慢天使殘疾兒童公益服務中心捐贈活動現場

重視教育，建設交流新平台

2023年，滔搏電競積極響應國家產教融合政策，推動TES青訓營在長沙率先成立，為青少年提供學習與交流電競行業的平台，為其帶來多樣化知識。此外，我們在全國範圍內啟動「滔搏產教融合基地」的建設工作，通過實踐與創新相結合的方式，培養更多具備專業技能和創新思維的電競人才，以實現青少年的全面高素質成長，並為電競產業的可持續發展提供源源不斷的動力。



■ 滔搏電競2023TES青訓營活動

舊書換綠植，共建綠意讀書角

2023年4月，值世界讀書日之際，本集團積極策劃舊書換綠植活動，鼓勵員工們以手中閑置的書籍換取生機勃勃的綠植，共同打造一個溫馨的讀書角。讀書角不僅為員工們提供一個寧靜的閱讀空間，還提供免費借閱服務，讓書香與綠意交織，為工作生活增添了一份美好與愜意。



■ 舊書換綠植活動現場

06

合規經營，穩健治理

本集團始終堅持穩健經營，持續推進依法合規治企，積極完善風險管理與內部控制體系，持續強化反舞弊監督和廉潔文化建設，打造公平公正的營商環境。同時，本集團積極推進自身知識產權保護工作，確保自身與合作方的權益得到充分保障。

本章節涵蓋的ESG議題

合規穩健運營

反貪腐與誠信經營

知識產權管理

本章節響應的聯合國可持續發展目標(SDGs)



合規經營，穩健治理

6.1 商業道德

本集團嚴格遵守《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國反洗錢法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》以及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等相關法律法規，制定並落實《內部審計管理制度》、《員工手冊》等規章制度及行為準則，明確集團反舞弊及內控管理的職責及流程。本財年，本集團未發生針對集團或員工提出的貪污訴訟案件。

本集團建立健全商業道德及反舞弊管理體系，集團審計部負責執行內控檢查及監督管理工作，統籌組織相關部門進行廉政高風險業務的評估、梳理和預防措施的制定，以查促建，通過審計項目推動內控制度及管理措施的完善，督促責任部門落實整改。此外，審計部在定期開展專項審計時會覆蓋商業道德和反貪腐相關風險，範圍涵蓋本集團全部業務，並向董事會審核委員會匯報審計結果，保障本集團健康、穩定和可持續發展。

本財年，本集團在官網公開發佈《企業行為準則》，清晰界定員工的工作準則和紀律要求，並倡導所有員工深入學習並自覺規範自身行為，並修訂《反舞弊管理指引》等反貪腐管理的制度文件，內容主要包括舞弊處理機制及審批、調查報告審批、跨部門協同及法務介入的情形、終端店鋪防私收台卡申領流程等，進一步細化反腐敗管理要求。



針對中高層管理層

- 本集團要求中高層管理人員每季度通過內部信息系統如實申報利益衝突情況，築牢廉潔自律的堅固防線。

針對員工

- 本集團明確規定所有員工必須簽署《員工手冊》中的反舞弊協議，督促每位員工堅守誠信底線，維護企業的良好形象和聲譽。



針對供應商

- 本集團與所有供應商簽署《廉潔協議書》；同時，本財年，本集團於官網發佈《供應商行為準則》，鼓勵並支持供應商制定反貪腐相關制度；
- 本集團合同模板已嵌入更新後的廉潔條款，要求合作雙方嚴格遵守現行有效的法律法規，堅決拒絕商業賄賂、行賄及其他任何不正當的商業行為；非適用模板的合作則通過修訂條款或簽署《廉潔承諾書》來約束廉潔行為。

本集團的具體廉潔要求

廉潔培訓

本集團積極培育廉潔文化，通過組織培訓、召開舞弊案例複盤會等多種舉措提升反舞弊及內控管理能力，強化員工廉潔道德意識的同時，積極打造陽光、健康的營商環境。



本財年，搏學院平台向本集團全體員工(全職員工及外包員工)推送反舞弊培訓課程，覆蓋率 **100%**



面向管理崗位

- 組織5場針對審計發現結果及舞弊案例的線下分享會，159人次積極參與，涵蓋大區負責人、小區負責人、管理城市負責人、品牌負責人、零售負責人代表及支持部門負責人等，旨在發揮管理崗位風清氣正的領導作用，使反腐意識深入人心。



面向全體員工

- 利用內部在線學習平台搏學院，面向全體員工(包括合同工和兼職人員)持續開展反舞弊宣傳與培訓活動；
- 舉辦58次審計發現溝通會，覆蓋總部和全國五大區的管理層人員、辦公室人員以及門店員工，營造全員參與、共同監督的反腐氛圍。



面向新員工

- 要求新入職員工參與反舞弊學習與測評，提升新員工反舞弊意識和能力。



■ 反舞弊培訓現場

舉報與保護

本集團堅持事事以法紀為綱，時時以廉潔為本，對舞弊、貪腐等違法違規行為秉持零容忍態度。本集團建立舉報渠道及舉報處理機制，加強舉報人保護，與各方攜手共建公平、公正、透明的商業環境。

本集團積極接受各方利益相關方的監督，鼓勵員工及外部人員積極對廉政違紀行為進行檢舉揭發。本集團設立多個公開透明的舉報渠道，包括集團官網主頁、員工手冊、店鋪舉報標識、員工信息系統移動端等，旨在方便全體員工、供應商及其他持份者及時舉報任何涉及商業賄賂、貪腐及舞弊行為的事件。



同時，為規範內外部舞弊檢舉處理工作，本集團審計部採用廉政檢舉系統開展舞弊行為調查，實現檢舉、調查受理系統化，提升反舞弊工作效率。當接獲並受理舉報後，本集團審計部將對舉報的內容進行獨立核實與調查，及時跟進並向管理層匯報處理情況。

此外，本集團建立健全舉報人隱私保護機制，設置廉政檢舉信息保密機制，要求相關人員簽署保密協議，完善信息洩露預防機制，共同維護企業的廉潔與正義。無論實名或匿名舉報，本集團均對檢舉人信息絕對保密，並嚴厲懲處阻撓或報復行為。對於內容詳實或附證據的舉報，本集團優先立案調查；對於實名舉報，本集團優先受理以激勵更多人維護廉潔公正。

6.2 知識產權保護

本集團尊重知識產權，嚴格遵守《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國專利法》、《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國知識產權法》等相關法律法規，制定並完善《企業行為準則》等相關制度，落實對外宣傳物料的使用規定，主動在文學作品、藝術作品、音樂、錄影、照片、電影剪輯和軟件等素材尋求授權或許可，避免侵犯他人肖像權、著作權或專利權，充分尊重他人知識產權成果。此外，本集團積極採取相關措施加強內部知識產權保護，包括但不限於：

規範使用	對外宣傳的圖文內容必須經正規渠道獲取版權，並發佈使用公告至各部門，以強化圖文庫使用權的規範管理；
專人管理	指派專人負責日常監督和管理商標，協助識別潛在風險並維護商標權益；
權益保障	及時對冒用本集團商標或名稱等外部侵權行為發起申訴，運用法律手段維護自身知識產權。

本財年，本集團利用搏學院平台，面向零售一線員工開展《滔搏法務小課堂》系列知識產權合規視頻培訓及測試，包含21項專題內容，考試通過率達94.2%，提升零售崗位員工對知識產權保護的意識。

07

附錄

附錄一 ESG關鍵績效數據表

環境範疇

關鍵績效指標		單位	使用量／排放量
A1.1 排放物	二氧化硫排放量	千克	1.36
	氮氧化物排放量	千克	390.65
	顆粒物排放量	千克	36.66
A1.2 溫室氣體排放	溫室氣體排放量(範圍一)	噸二氧化碳當量	245.64
	溫室氣體排放量(範圍二)	噸二氧化碳當量	714.84
	溫室氣體總排放量	噸二氧化碳當量	960.47
A1.3 有害廢棄物	有害廢棄物總量	千克	357.87
A1.4 無害廢棄物	無害廢棄物總量	噸	16.09
A2.1 能源使用	總能耗量	兆瓦時	2,135.11
	直接能耗量	兆瓦時	851.28
	間接能耗量	兆瓦時	1,283.83
	能耗強度	兆瓦時／平方米	0.08
	總用電量	兆瓦時	1,283.83
	汽油使用量	升	92,348.20
A2.2 用水量	用水量	立方米	15,438.41
	用水強度	立方米／平方米	0.60
A2.5 包裝材料	包裝紙袋使用量	噸	1,894.77

環境數據與係數說明

1. 數據收集範圍覆蓋本集團總部及下屬行政辦公區域，時間跨度為二零二三年三月一日至二零二四年二月二十九日。
2. 溫室氣體排放(範圍一)主要來自公務車輛燃油消耗，溫室氣體排放(範圍二)產生於外購電力消耗，數據來源為相關費用的繳費單以及行政台賬。電力的溫室氣體排放係數參考國家生態環境部發佈的最新全國電網平均排放因子，受因子更新影響，本財年溫室氣體排放量(範圍二)較上一財年有明顯下降。其他能源排放係數參考香港聯交所《環境關鍵績效指標匯報指引》。
3. 本集團消耗的能源類型包括公務車輛燃油、外購電力，數據統計依據為相關費用的繳費單以及行政台賬；各能源單位換算係數參考國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法和報告指南》。
4. 有害廢棄物包括打印產生的廢墨盒及硒鼓；無害廢棄物為辦公區域日常產生的生活類垃圾。數據來源為打印記錄、物業環衛記錄等。
5. 本集團水源來自於市政管網供水，在求取合適水源上不存在問題，數據來源為水費繳費單、財務以及行政台賬。

社會範疇

關鍵績效指標

關鍵績效數據

按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的員工總數

		員工人數(人)
按性別劃分	男	4,902
	女	24,556
按僱傭類型劃分	全職	6,705
	外包	22,753
按年齡組別劃分	30周歲以下	9,333
	31-40周歲	15,683
	41-50周歲	4,371
	50周歲以上	71
按地區劃分	中國大陸	29,440
	海外及港澳台地區	18
員工總人數		29,458

按性別、年齡組別及地區劃分的員工流失比率

		流失比率(%)
按性別劃分	男	40.97
	女	29.99
按年齡組別劃分	30周歲以下	44.78
	31-40周歲	25.16
	41-50周歲	19.04
	50周歲以上	42.74
按地區劃分	中國大陸	32.10
	海外及港澳台地區	10.00
員工總流失比率		32.09

多元化的員工結構

		員工人數(人)
女性員工人數	高管	31
	中層管理	175
	管理層	206
少數民族員工人數	管理層	8
	普通員工	1,559

按性別、職級及年齡組別劃分的受訓員工百分比及受訓平均時數

		受訓員工 百分比(%)	人均受訓時數 (小時/人)
按性別劃分	男	92.54	86.37
	女	95.89	87.93
按職級劃分	高管	86.67	78.03
	中層管理	96.85	73.67
	普通員工	95.34	87.85
按年齡組別劃分	30周歲以下	90.88	88.16
	31-40周歲	96.77	87.54
	41-50周歲	98.41	87.44
	50周歲以上	90.00	81.60
全體員工受訓百分比及平均時數		95.33	87.68

供應鏈管理

位於中國內地的供應商數目(家)	149
簽訂《廉潔協議書》供應商數量(家)	149

消費者服務

投訴接獲數量(次)	166
投訴處理數量(次)	166
回訪數量(次)	48,495
消費者滿意度(%)	88.50
線上消費者滿意度調查覆蓋率(%)	100.00

反貪腐

已審結的貪污訴訟案件數量(件)	0
-----------------	---

附錄二：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

ESG指標		披露情況	對應章節
A1 一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的政策及遵守發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	綠色協作，生態共創
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
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)。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
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)。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色協作，生態共創
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色協作，生態共創

ESG指標		披露情況	對應章節
A2 一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	已披露	綠色協作，生態共創
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)。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色協作，生態共創
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	已披露	綠色協作，生態共創
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
A3 一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	已披露	綠色協作，生態共創
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。	已披露	綠色協作，生態共創

ESG指標		披露情況	對應章節
A4 一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。	已披露	綠色協作，生態共創
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，及應對行動。	已披露	綠色協作，生態共創
B1 一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	多元平等，包容共生
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
B2 一般披露	有關提供安全工作環境以及保障僱員避免職業性危害的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	多元平等，包容共生
B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	已披露	多元平等，包容共生
B2.2	因工傷損失工作日數。	已披露	多元平等，包容共生
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。	已披露	多元平等，包容共生

ESG指標		披露情況	對應章節
B3 一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	已披露	多元平等，包容共生
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。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
B4 一般披露	有關防止童工或強制勞工的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	多元平等，包容共生
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	已披露	多元平等，包容共生
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	已披露	多元平等，包容共生
B5 一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	已披露	綠色協作，生態共創
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
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，以及相關執行及監察方法。	已披露	綠色協作，生態共創

ESG指標		披露情況	對應章節
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。	已披露	綠色協作，生態共創
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。	已披露	綠色協作，生態共創
B6 一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	綠色消費，優質服務 合規經營，穩健治理
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。	不適用	-
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	已披露	附錄一 ESG關鍵績效數據表
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	已披露	合規經營，穩健治理
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	已披露	綠色消費，優質服務
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	已披露	綠色消費，優質服務

ESG指標		披露情況	對應章節
B7 一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的政策及遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	已披露	合規經營，穩健治理
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	已披露	合規經營，穩健治理 附錄一 ESG關鍵績效數據表
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	已披露	合規經營，穩健治理
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	已披露	合規經營，穩健治理
B8 一般披露	有關以社區參與來瞭解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	已披露	回饋社區，公益慈善
B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	已披露	回饋社區，公益慈善
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	已披露	回饋社區，公益慈善