

2024

環境、社會及管治報告

喆麗控股有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

股份代號：2209

目錄

2	關於本報告
	歡迎閱讀結麗二零二四年環境、社會及管治報告
	報告框架
	結麗的概況
3	報告範圍
3	報告原則
4	利益相關者參與
6	重要性評估
	重要性評估的方法
	重要性矩陣和重要主題的優先次序
9	我們對可持續發展的態度
	董事會聲明
	ESG目標設定和風險管理
11	主要ESG獎項
13	重要主題
	僱傭及員工福利
	品質為先
	安全至上
	客戶服務
	資訊安全及個人資料保護
	保障智慧財產權
	企業治理
	採購與供應鏈管理
	數碼創新
	反競爭行為
41	其他標準披露－環境
	負責任的生產
	固體廢物處理
	向水及土地排放
	減輕溫室氣體排放及氣候變化
	能源管理
	節約用水
51	其他標準披露－社會
	公平招聘
	傳染病應對
	全方位培訓
	關懷社區
55	回饋意見
56	聯交所ESG報告守則內容索引表

關於本報告

歡迎閱讀喆麗二零二四年環境、社會及管治報告

本報告為喆麗控股有限公司（「**喆麗**」或「**本公司**」，連同其附屬公司，統稱「**本集團**」）（股份代號：2209）自二零二一年七月九日上市以來的第四份環境、社會及管治（「**ESG**」）報告（「**本ESG報告**」或「**本報告**」）。當中涵蓋本集團的可持續發展方針及政策，並針對ESG相關風險及目標檢討其表現與策略。本ESG報告的英文版本已於我們的網站(<https://www.yesasiaholdings.com>)及香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）網站(<http://www.hkexnews.hk>)刊發，且須與二零二四年年報及其所附企業管治報告一併閱讀。

報告框架

聯交所證券上市規則（「**上市規則**」）附錄C2所載環境、社會及管治報告守則（「**ESG報告守則**」或「**守則**」）。

- 本ESG報告乃根據ESG報告守則的披露要求而編製。我們遵守一系列的強制性披露要求，在報告中加入本公司董事會（「**董事會**」）的明確聲明，說明董事會對ESG事宜的考慮，以及對我們的管治結構和對管理環境和社會風險的描述。為優先處理就「不遵守就解釋」規定的報告，我們根據守則的環境及社會層面進行重要性評估。
- 內容索引載於本報告結尾「聯交所ESG報告守則：索引表」一節。
- 本報告遵守守則中概述的所有強制性披露規定及「不遵守就解釋」條文。本報告亦參考聯合國可持續發展目標（「**UN SDG**」）的經挑選披露或部份內容。

喆麗的概況

喆麗成立於一九九七年，是一間總部位於中華人民共和國香港特別行政區（「香港」）的網上零售商，從事採購及銷售第三方品牌及無品牌亞洲時裝與生活時尚、美容及娛樂產品，並向全球客戶銷售有關產品。我們主要通過我們的網上平台銷售產品，同時銷售部分娛樂產品作為補充。

我們的主要業務活動可分為兩個業務分部：

- (i) 在我們的www.YesStyle.com（「**YesStyle**」）網上B2C平台及手機應用程式和www.AsianBeautyWholesale.com（「**AsianBeautyWholesale**」）網上B2B平台上銷售時裝與生活時尚及美容產品；及
- (ii) 在我們的www.YesAsia.com網上B2C平台銷售娛樂產品。

我們的公司總部位於香港新界葵涌葵昌路100號KC100 5樓。截至二零二四年十二月三十一日，我們在香港租賃十處物業、在南韓、日本及德國各租賃一處物業。我們並不擁有任何物業。我們租賃的物業主要用作辦公室及倉庫，以及向外部客戶提供物流服務。

報告範圍

本ESG報告涵蓋本集團於截至二零二四年十二月三十一日止財政年度（「**報告年度**」）的可持續發展方針、政策、表現和策略，與本公司年報的內容一致。除另有說明者外，本報告所收集資料及數據與本集團於(i)香港的辦事處和倉庫，(ii)日本的辦事處，(iii)南韓的辦事處，及(iv)德國的工作站之營運（包括採購、產品貿易、物流及倉儲服務活動和投資控股活動）有關。於報告年度，這十三處設施／場所指喆麗的所有經營地區和附屬公司。

報告原則

本報告的編製遵循重要性、定量、平衡及一致性的報告原則。

(i) 重要性

本集團開展了重要性評估調查，以確定持份者的重大關切，並釐定對我們可持續增長有重大影響的因素。有關重要性評估過程及結果的更多詳情載於本報告「重要性評估」一節。

(ii) 定量

編製及呈列我們ESG績效的關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」)時，須確保該等指標可計量並可與歷史數據相比較。所有關鍵績效指標均有明確的定義並清楚地說明了計算方法，參考了守則(《附錄2：環境關鍵績效指標報告指引》及《附錄3：社會關鍵績效指標報告指引》)以及相關國際認可的方法。

(iii) 一致性

本報告採用了一致的統計方法，以便對不同時期的相關數據進行有意義且一致的比較。

(iv) 平衡

本集團客觀報告其於報告年度的環境、社會及管治表現，以負責任的方式披露取得的成果、遇到的挑戰及有待發展的領域。

利益相關者參與

本公司認可並珍視利益相關者在推動可持續發展方面的重大貢獻。我們高度重視利益相關者的反饋及意見，以指導本公司在有關各項可持續發展事宜的管理策略。為確保與利益相關者進行透明、公開的溝通，本公司已建立舉報渠道，作為其企業管治及利益相關者參與框架的重要組成部分。

此外，我們已制定股東溝通政策，並建立各種溝通渠道，以促進與不同利益相關者的有效互動。該等渠道有助於深入了解利益相關者對本公司長期增長軌跡的期望，並促進有意義的對話交流。

二零二四年環境、社會及管治報告

下表概述了我們與主要利益相關者的持續溝通活動，以識別及回應他們所關注的事宜：

利益相關者	主要溝通渠道
僱員	• 內聯網及電子郵件 • 匿名投訴及反饋意見 • 普查 • 定時績效審查 • 全體員工大會
供應商	• 本公司網站及社交媒體 • 以電子郵件、書信及短信應用程式進行通訊 • 定期會議
客戶	• 本公司網站及社交媒體 • 客戶意見調查 • 以電子郵件進行查詢 • 產品評級
社區	• 本公司網站及社交媒體 • ESG報告
股東	• 本公司網站 • 年報、中期報告及致股東之通函 • 與股東舉行股東大會 • 投資者會議 • 新聞發佈及公告

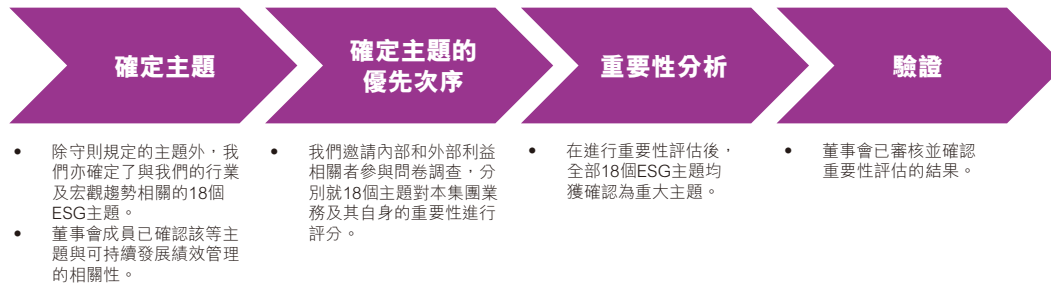
重要性評估

重要性評估的方法

於報告年度，我們的ESG工作組（「工作組」）聘請獨立第三方顧問設計並實施以企業可持續發展為主題的利益相關者參與評估。獨立顧問進行行業研究，並將本公司的表現與同業進行比較，並識別出一系列與我們的環境及社會影響有關的可持續性事宜。

在進行重要性評估時，我們直接與利益相關者接觸，以識別與業務相關性最大且對我們的利益相關者具有重大影響的事宜並確定其優先級。為了確保外部利益相關者樣本的代表性，我們邀請客戶和供應商等長期合作夥伴參與，而他們對年度創收和運營成功方面具有重要意義。我們的內部利益相關者包括對環境和氣候相關事宜有所認識，並對我們的主要業務和相關行業有良好了解的員工。我們開展了一項為期3週的網上調查，並在確保利益相關者匿名和保密的情況下進行。我們邀請了210個利益相關者，包括董事會、僱員、客戶、供應商及內容創作者，就18個可持續發展主題對整體業務運營的重要性進行評分。此外，我們亦尋求反饋，了解喆麗的可持續發展績效如何影響或塑造彼等與我們的業務關係。

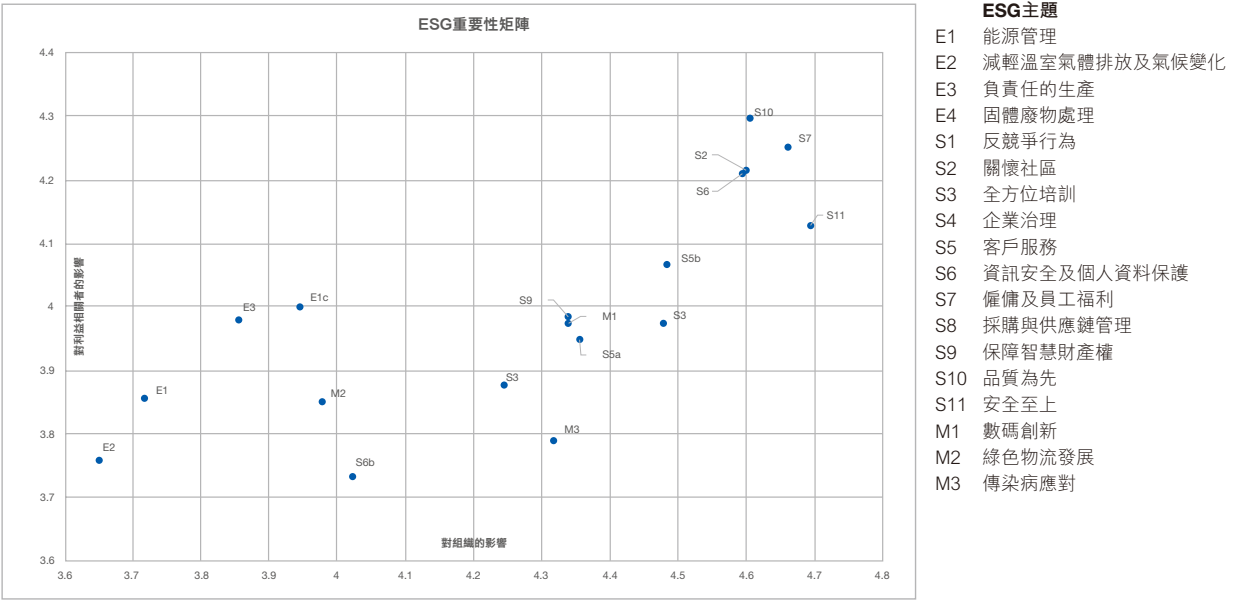
我們利用調查結果繪製重要性矩陣，以反映所識別各項ESG主題的相對重要性以及與業務成功及運作的相關性。結果顯示外部和內部的利益相關者認為全部主題對業務而言均屬重要且為關鍵披露內容。



重要性矩陣和重要主題的優先次序

重要性矩陣以圖形方式表示參與結果。所有ESG主題在「對利益相關者的影響」及「對組織的影響」的評分均超過3.6分，結果顯示外部和內部的利益相關者認為全部18個主題對業務而言均屬重要。每個主題之間的相對位置提供了關於我們如何進一步優先分配資源的見解，以證明我們的業務活動和運營在可持續增長方面的韌性。

重要性分析的結果有助於確定更重要的ESG主題。平均加權評分在4.15分或以上的主題獲確定為最重要的ESG主題。ESG主題的優先次序為未來的ESG策略及風險管理奠定基礎。



利益相關者評估認為屬重要披露內容的十大披露主題

評級	ESG主題	ESG層面
1	S7 僱傭及員工福利	社會
2	S10 品質為先	社會
3	S11 安全至上	社會
4	S5 客戶服務	社會
5	S6 資訊安全及個人資料保護	社會
6	S9 保障智慧財產權	社會
7	S4 企業治理	社會
8	S8 採購與供應鏈管理	社會
9	M1 數碼創新	宏觀趨勢
10	S1 反競爭行為	社會

在我們的ESG政策發展及ESG管理方法的資源分配中已經考慮到最重要的主題。在編撰本報告時，資料以相關重要主題的方式呈列，以回應利益相關者的要求及期望。是項分析(利益相關者參與及重要性評估)符合聯交所的要求，並展示在編製報告內容時應用四大報告原則。為了確保報告結構的一致性，並強調完全遵守有關的披露義務，我們在下表中列出與聯交所定義的12個社會及環境層面相關聯的18個ESG主題：

ESG層面	ESG主題	聯交所方面
環境	減輕溫室氣體排放及氣候變化	A1排放物 A4氣候變化
	固體廢物處理	A1排放物
	能源管理	A2資源使用
	負責任的生產	A2資源使用 A3環境及天然資源
社會	企業治理	B1僱傭
	僱傭及員工福利	B1僱傭 B4勞工準則
	安全至上	B2健康與安全
	全方位培訓	B3發展及培訓
	採購與供應鏈管理	B5供應鏈管理
	客戶服務	B6產品責任
	品質為先	B6產品責任
	資訊安全及個人資料保護	B6產品責任
	保障智慧財產權	B6產品責任
	反競爭行為	B7反貪污
	關懷社區	B8社區投資
宏觀趨勢	數碼創新	A2資源使用
	綠色物流發展	A2資源使用
	傳染病應對	B2健康與安全

我們對可持續發展的態度

董事會聲明

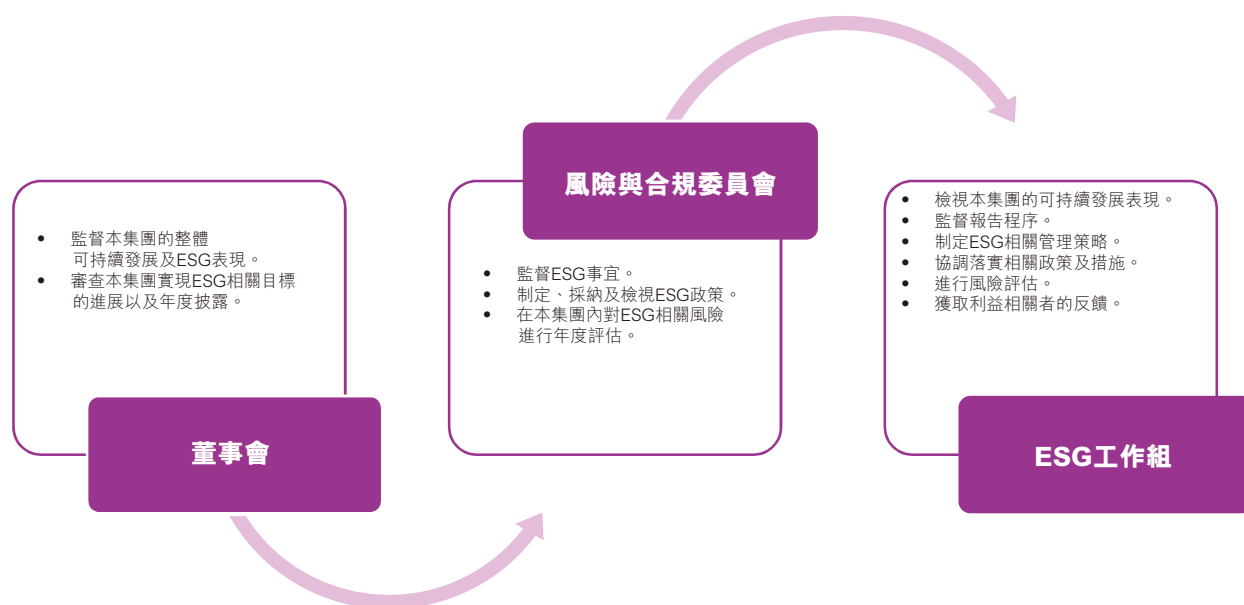
董事會的監督

我們的董事會由八名男性成員及一名女性成員組成，董事會在性別、年齡、文化及教育背景、知識及專業經驗方面具有足夠的多元化，以全面監督靚麗的ESG表現、管理方針和戰略。風險與合規委員會(「**委員會**」)負責監督ESG事宜，成員包括執行董事劉國柱先生、朱麗琮女士及朱健恒先生。為了確保ESG主題被完全納入我們的業務戰略，董事委員會的工作範圍被擴大到包括ESG相關事宜。

為了引領這項工作，在委員會下成立了一個ESG工作組(「**工作組**」)，成員由靚麗各團隊的管理人員組成，包括產品、物流及倉庫、人力資源、資訊科技及客戶服務。工作組為負責審查本集團可持續發展績效並監督報告程序的主要工作小組，尤其是發佈我們的第三份ESG報告。

在委員會的協助和工作組的支持下，董事會在每年的年度董事會會議上審查靚麗的ESG表現、ESG相關目標及目的之進展和年度披露，並就發現的問題和需要改進的地方提出建議。此外，董事會及管理層(如有需要)定期審視及監控我們的內部控制程序，以確保其成效及效率。

此外，我們已經制定ESG政策，以減少與旗下業務有關的風險，為能即時應對不斷演變的環境及營運威脅。董事會保留對以下決定的最終批准權：確定與可持續發展相關的行政人員薪酬和福利，選擇本公司租賃物業(如辦公室及倉庫)的地點，以及制定中長期業績目標。



ESG目標設定和風險管理

於報告年度，為了減少我們運營的碳足跡，工作組提出了可於二零二五年達成的可衡量中期環境目標，而建議目標得到了董事會的大力支持。該等目標將適用於我們在香港(大部分業務活動所在地)所有營運地點的ESG表現評估，以確保全面減少碳足跡並提高可持續性。

我們根據潛在影響和發生的可能性，對以下ESG風險進行了評估及分類，從低到高：

風險水平	ESG主題
高	採購與供應鏈管理 保障智慧財產權
中	能源管理 固體廢物處理 負責任的生產 僱傭及員工福利 安全至上 全方位培訓 綠色物流發展 品質為先 客戶服務 企業治理 反競爭行為 資訊安全及個人資料保護 關懷社區 傳染病應對 數碼創新
低	減輕溫室氣體排放及氣候變化

挑戰與機遇

我們旨在實現以下多種目標，如通過企業社會責任促進環境保護，遵守適用法律及法規，擴大股東的多樣性及進入資本市場。為推動實現該等目標，我們需要持續強化企業治理並確保及時報告及評估。

為了給我們的業務及利益相關者帶動積極的長遠價值，並確保我們的管理團隊及執行成員的可持續貢獻，董事會將繼續審查及批准預算、業務目標及指標，加強對ESG相關目標及指標的監督。此舉將使董事會在加強可持續發展努力方面發揮更積極的作用。

主要ESG獎項

YesStyle.com Limited



二零二三／二四年度「商界展關懷」標誌
二零二四年三月
香港社會服務聯會頒發



二零二四年度開心企業
二零二四年三月
香港提升快樂指數基金及香港中華廠商聯合會頒發



企業義工—感謝狀
二零二四年六月
香港家庭福利會頒發

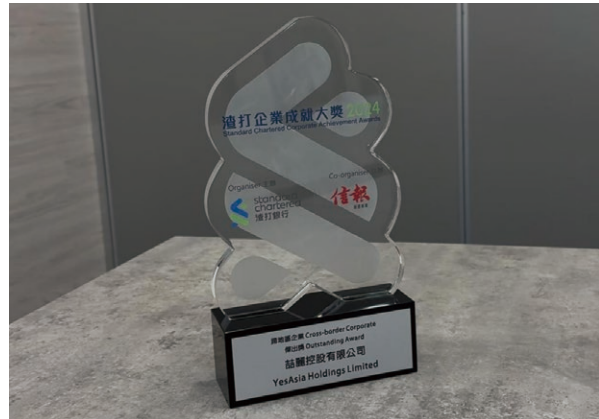


「歡迎母乳餵哺」運動—感謝狀
二零二四年六月
聯合國兒童基金香港委員會頒發

諾麗控股有限公司



OneSky慈善晚宴2024撒播希望種子－感謝狀
二零二四年六月
OneSky為所有孩子頒發



渣打企業成就大獎－跨境企業－傑出大獎
二零二四年八月
《信報》頒發



二零二四年香港企業創新指數－認可證書
二零二四年十二月
亞太工商研究所及香港中文大學頒發



捐贈禦寒物資並探訪油塘長者－感謝狀
二零二四年十二月
香港家庭福利會頒發

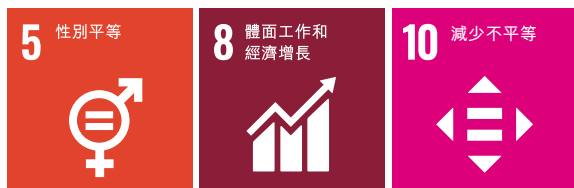
重要主題

僱傭及員工福利

守則的相關層面：

B1僱傭，B4勞工準則

與聯合國可持續發展目標(**UN SDG**)聯繫：



作為我們人力資源策略的組成部分，我們提供具競爭力的薪酬待遇，包括基本薪金、浮動薪金、花紅及與業績掛鉤的其他福利。僱員一經通過試用期便合資格收取酌情表現花紅及獲提供醫療保險。本公司確保遵守香港《強制性公積金計劃條例》，為合資格僱員作出強制性公積金的定額供款（根據員工基本薪金的一定百分比作出），協助僱員進行退休儲蓄。

本集團致力於營造公平的支持性工作環境，讓員工充分了解自身權利及權益。員工手冊訂明我們的政策及程序，涵蓋招聘及解僱、福利及待遇、工作時間、休息安排、平等機會、反歧視以及提供給員工的其他權利及福利。

我們致力於吸引及保留能夠為我們的整體成功作出貢獻的人才。我們會定期檢討員工表現，並參考有關檢討釐定酌情表現花紅、進行薪金檢討及晉升評估。我們的企業文化反映出創辦人的價值觀。我們認識到，業務未來能否成功極為依重主要人員的不懈努力，特別是我們的創辦人。為確保持續成長，努力吸引、培訓及挽留合資格人才，特別是在各處駐守的管理層、技術、營銷及其他經營人員。

為營造積極的工作環境，管理層培養了以客戶為本的企業文化，重視尊嚴、團隊合作、創新及高品質工作。該等核心價值觀、員工發展計劃及激勵計劃深深吸引及激勵員工。我們確保員工所有公司事件、活動及政策更新。為促進團隊建設並創造積極的工作環境，我們在香港的辦事處舉辦各種活動，例如秋日美食快線、KC100歡樂時光、茶藝工作坊及辦公室奧林匹克。許多團隊員工在本集團長期任職，具有較高的滿意度及忠誠度。截至二零二四年十二月三十一日，高級管理人員及中層僱員（助理經理級別或以上）的平均僱用年期為11.05年。



秋日美食快線



KC100歡樂時光



茶藝工作坊



辦公室奧林匹克

我們承諾遵守所有與薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時間、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利有關的就業法律及規則。於報告年度，我們並無發現任何可能對本集團有重大影響的違反相關法律及規例之重要情況，包括但不限於《僱傭條例》、《性別歧視條例》、《殘疾歧視條例》、《家庭崗位歧視條例》及《種族歧視條例》以及南韓、日本及德國的相關法規。

南韓業務開發團隊

除了在南韓、日本及香港的當地產品團隊外，我們亦在韓國產品團隊旗下設立業務開發部門。該專門團隊藉著與現有及潛在供應商建立及保持積極的關係，收集有價值的反饋意見，增強南韓產品團隊的採購能力。團隊成員精通韓語，對南韓市場有深刻的了解。憑藉彼等的專業知識，我們能夠有效地適應當地商業

二零二四年環境、社會及管治報告

環境，並為本集團尋覓戰略機遇。於報告年度，我們認識到支持業務運作及在南韓市場保持強大影響力的價值和重要性，因此擴大了韓國業務開發團隊的規模。我們將繼續投資於該團隊的專業發展，並為其提供必要的資源，以確保成功推進業務增長。

截至相關財政年度末的員工流動率及人數如下：

	人數		流動率 ¹	
	二零二四年 十二月三十一日	二零二三年 十二月三十一日	二零二四年 十二月三十一日	二零二三年 十二月三十一日
總計	520	454	13.3%	26.9%
性別				
男性	155	141	11.6%	18.4%
女性	365	313	14.0%	30.7%
僱傭類別				
全職	502	442	10.2%	24.2%
兼職	17	10	47.1%	140.0%
定期／合同	1	1	200.0% ²	—
學徒及實習生	0	1	100.0% ³	100.0%
年齡組別				
16–24	55	27	50.9%	74.1%
25–34	226	204	14.6%	35.3%
35–44	114	102	7.0%	16.7%
45–54	102	98	0%	9.2%
55–64	23	23	0%	13%
地理區域				
香港	473	431	13.7%	27.6%
日本	6	6	16.7%	0%
南韓	26	17	7.7%	17.6%
德國	4	—	0%	—
英國	9	—	0%	—
中國	2	—	50.0%	—
僱員級別				
高級管理層	35	27	0%	3.7%
中級管理層	135	123	5.2%	8.9%
一般員工	350	304	17.7%	36.2%

1 流動率=子類別辭職僱員人數／子類別僱員總數×100%

2 有2名合同員工加入本公司，但於報告年度末前離職，因此流動率將超過100%。

3 於報告年度，有8名實習生加入本公司，並於報告年度末前完成實習。

品質為先

守則的相關層面：

B6產品責任

與聯合國可持續發展目標(**UN SDG**)聯繫：



產品品質監控

我們努力保持卓越的產品品質，並盡量減少給客戶帶來不便。我們已建立嚴格的供應商甄選流程，包括對供應商的審查。在此過程中，我們依靠市場資料、客戶反饋及評論來評估供應商的聲譽及品牌價值。

我們的產品支援及營運團隊與供應商密切合作，以處理與產品質量相關的任何問題。在收到供應商的來貨後，我們的團隊會進行全面的質量檢查，以識別缺陷或損壞。我們亦會進行隨機檢查，確保收到的產品符合我們的高品質標準。

我們為能夠提供滿足客戶期望的產品而感到自豪，並努力營運過程中保持高水平的準確性及可靠性。在向客戶交付產品之前，我們的物流團隊會根據儲存在系統中的客戶訂單記錄核實每個包裹。每件產品均會經過掃描，以確認其規格和數量與客戶的訂單相符。

我們高度重視客戶的反饋及評論，因為其能夠提供有關產品品質及性能的寶貴見解。我們積極監控電子商務平台上發佈的產品評論，以了解客戶體驗並識別需要改進的領域。為確保客戶滿意度，我們的電子商務平台有明確的退貨政策及程序。我們還提供多種溝通渠道，包括聊天機器人、電郵支援，以及直接與我們的行政總裁聯繫，讓客戶能夠提出對產品的疑問或投訴。在處理查詢和投訴時，我們會盡力提供及時的回應，並在可靠的供應商協助下進行徹底的檢查和調查，以確保產品符合我們平台上列明的質量標準。如果發現確實存在問題，我們會要求供應商承擔責任，提供退款或更換產品。

與所提供的產品和服務有關的健康與安全事項

我們要求上游供應商確保自他們所採購產品符合歐盟化學品註冊、評估、授權及限制的規定(「REACH」)。我們的時裝、生活時尚產品及娛樂產品通常並無具體的到期日或產品生命週期。然而，具有有效期的美容產品通常有自製造日期起計兩至三年的保質期。為確保含有化學品的產品的安全，我們要求供應商提供測試報告或證書。如無相關文件，我們會自行全面評估產品成分，以確不含有害化學物質，方能在我們的平台上銷售。

於報告年度，我們保持了良好的產品質量記錄，並未出現健康與安全相關的重大問題或召回事件。我們在重大方面始終遵守適用法律及規例，包括香港的消費品安全條例、日本的四大產品安全法、南韓的產品責任法及歐洲市場的歐盟通用產品安全法規。本公司努力監控並解決任何潛在的違規行為，以履行我們的最高健康及安全標準承諾。在極少數情況下，若產品出現潛在安全或品質問題，我們將會立即採取行動召回產品。

	二零二四年	二零二三年
因安全及健康原因而召回的產品佔總銷量的百分比	0%	0%

存貨管理

本公司採用存貨管理政策，以降低存貨過期的風險。我們設有專門的庫存監控團隊，負責編製每月報告，而我們的運營團隊則會進行年度盤點，以確保庫存水平處於最佳狀態。庫存監控團隊與營銷團隊會識別在指定時間內未能清貨的產品，並為該等產品制定合適的折扣，以促進銷售。該等折扣商品主要在清倉促銷活動或專門折扣區中售出。就存貨週轉而言，我們於二零二四年及二零二三年的銷售及補充存貨所需的日數分別約為84天和64天。

為避免撤銷存貨，運營支持團隊會定期評估包裝狀況欠佳或即將到期的產品(如適用)。在提出撤銷要求之前，我們會探索與供應商進行產品更換的可能性。此外，存貨監控團隊可能會為未能透過清貨大減價活動或折扣出售的滯銷產品提出撤銷要求。鑒於大多數美容產品的保質期通常約為兩到三年，故二零二四年或之前大量採購的美容產品仍在保質期內，並未任何重大產品到期相關問題。

標籤

於報告年度，本公司向主要位於亞洲的眾多供應商採購產品。我們依賴供應商提供的產品說明、聲稱及標籤。然而，供應商提供的若干產品可能存在缺陷，質量未能達標或可能欠缺合適描述、警告或標籤。

為確保產品安全，我們已實施全面的內容監控程序。此外，我們亦購買產品責任保險，以在發生任何事故或索賠時提供額外保障。為解決與產品描述及警告有關的潛在事件及索賠，我們已採取積極措施加強內部監控措施。該等額外控制措施旨在防止日後再次發生同類事件，並維持最高產品品質及安全標準：

- 1) 誠如美國法律顧問所告知，我們已採取措施遵守加州第65號提案的規定。對於打算從我們的電子商務平台購買包含第65號提案所規定化學品的產品的客戶，我們已確保展示必要的合規警告。此外，我們亦向員工提供明確指引，要求員工於必要時根據加州法律在若干產品上貼上適當的警告標籤；
- 2) 就我們產品的標籤和警告說明，我們的產品團隊會對最新的產品安全及消費者保護法規進行年度審閱。我們將根據相關法律法規的任何變化或新規定更新內部監控政策及操作規程；
- 3) 為提供準確可靠的產品信息，我們僅發佈取自官方來源及可信賴供應商的資料；
- 4) 我們已實施供應商確認函系統，以增強我們對供應商提供並顯示在我們網站上的產品信息的法律保障。我們已經並將繼續要求主要產品供應商簽署該等確認函；及
- 5) 我們意識到根據本集團與產品供應商及客戶的商業安排，履行我們對產品描述和警告責任的重要性。為加強合規工作，我們將聘請法律顧問對該等責任進行全面審查。

於報告年度，我們沒有收到任何與產品責任、產品描述、警告或標籤有關的重大索賠，或遭受任何由此類索賠引起的重大不利影響。此外，本公司並無發現任何可能對我們的營運有重大影響而與標籤有關的產品責任法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於美國的《公平包裝和標籤法》（「FPLA」）、歐盟《通用產品安全指令2001/95/EC》（「GPSD」）及香港的商品說明條例等。

安全至上

守則的相關層面：

B2健康與安全

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本公司非常重視員工安全及福祉。我們的安全承諾及積極主動的應急準備反映出我們努力保護員工及維持業務營運連續性。我們致力於切合並盡可能超越所有健康及安全的法定要求。

我們明了自然災害或其他不可預見的情況等意外事件會干擾業務營運。我們訂立了一個強大的業務連續性計劃，為應對突發事件做準備並盡量減低對業務營運的影響。所有在公司場地工作的團隊均努力不懈落實預防措施，以盡量減少受傷及業務中斷的風險。對於緊急情況時，我們設置疏散程式，指定人員協助疏散過程。該等人員亦會在指定集合點進行點名，以確保僱員的安全及責任。此外，定期進行消防演習可確保所有員工熟悉疏散程序。

為了維持安全健康的工作環境，我們嚴禁在辦公室的所有封閉區域吸煙，包括私人辦公室、會議室、倉庫、公共區域、茶水間、洗手間及接待區。我們所有設施均嚴格執行此政策，以確保僱員的健康。

我們非常認真地對待職業安全及健康措施。我們各自的人力資源及行政部門以及部門負責人定期進行抽查，以確保我們所有安全協定在整個組織內得以實施及遵守。這反映出我們自上而下的安全管理政策。

於報告年度，我們並不知悉有任何重大違反與工作場所安全及僱員職業危害保護有關的法律及規則，包括職業安全及健康條例(香港法律第509章)。

保單

我們根據香港總部位置及主要營運場所投購以下保單：

- 1) 符合香港法例第282章《僱員補償條例》的僱員補償保險，涵蓋本集團就香港僱員受僱於我們期間的人身傷害承擔的賠償及費用；
- 2) 集團人壽保險，涵蓋香港僱員受僱於我們期間的死亡及殘疾補償；
- 3) 集團醫療及牙科保險，涵蓋香港僱員受僱於我們期間的住院、手術及門診開支；
- 4) 全面的網絡、安全及私隱保護保險，以投保因洩露資料私隱、安全及私隱責任以及網絡勒索威脅而造成的損失；
- 5) 董事及高級職員責任保險，以保障對本公司董事及高級職員的法律訴訟；
- 6) 為香港辦公場所及辦公設備投購的辦公室保險，其中相關保單主要涵蓋盜竊、參保財產遭受損壞及因業務中斷導致成本增加所產生的損失；
- 7) 倉庫保險，涵蓋倉庫存貨及設備的所有損壞或損失；及
- 8) 健康及補充劑產品的產品責任保險；

本公司在日本、南韓、英國及德國均全面遵守勞動保險條例。在日本，我們履行相關法律責任，購買健康、福利及勞動保險。

於報告年度，一名僱員不幸在操作電動托盤車時受傷，因工傷而損失工作日數10天。我們已向僱員賠償保險公司申報該個案，並向相關人員作出賠償。為減少此類事故發生的可能性並提高工作環境安全，我們已為所有操作電動托盤車的員工提供培訓。此外，我們僅限完成特定培訓的獲認可團隊成員使用電動托盤車。

	二零二四年	二零二三年	二零二二年
與工作有關的死亡人數及比率	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
因工傷而損失的日數	10	92	0

客戶服務

守則的相關層面：

B6產品責任

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



年度業績

為應對食物及燃料漲價的挑戰並保持競爭力，本集團高度重視節約成本及提高運營效率，以維持我們的競爭地位。我們與戰略物流合作夥伴嘉泓物流國際控股有限公司(「嘉泓物流」)合作，從而以較其他供應商更有效地向海外市場運送產品。我們亦在探索與其他物流公司合作，以進一步降低從香港及南韓運送至海外市場的運輸成本。

此外，我們亦在香港設立智能機械人倉庫，以降低配送勞動成本，並為預期的網絡業務增長擴大產能。該等舉措促使我們優化供應鏈並提高效率。有關進一步詳情，請參閱「數碼創新」章節。

我們遵守業務運營地區的所有適用法規，包括香港的宣傳品規例(如香港的商品說明條例)及南韓的公平標籤及廣告法等。於報告年度，本集團始終嚴格遵守與健康及安全、廣告、標籤、隱私及補救方法有關的法律及規例。於報告年度，本集團並未發生任何可能對本集團的營運有重大影響的嚴重違規行為。

客戶情況

我們的電子商務平台覆蓋多元化客戶群，主要包括個人最終用戶及小型商戶。我們的客戶通過搜索引擎、第三方社交媒體平台或其他網站的廣告發現我們的網站及手機應用程式。我們很榮幸能夠匯聚多元化的客戶群，這展示出我們產品／服務的廣泛影響力及吸引力。

客戶參與、營銷和廣告

我們運用社交媒體平台與客戶直接聯繫，並接收關於我們產品及服務的即時反饋。該等寶貴的反饋非常有助於我們有效制定有針對性營銷及推廣策略，並調整產品組合以更理想地切合消費者喜好。我們為自身廣泛的社交媒體影響力而感到自豪，我們在Instagram、Facebook、Pinterest、Twitter、YouTube等各種平台上擁有約470萬追隨者。廣泛的追隨者群體確保我們能夠持續及全面地接觸客戶。透過我們的社交媒體賬戶，追隨者及觀眾可以輕易訪問我們的網站及手機應用程式，輕鬆找到感興趣的項目，並享受無縫瀏覽體驗。

我們已將媒體工具納入全面的數碼營銷戰略中，以盡可能擴大對目標消費者的接觸面。我們已制定內部監控政策以監察我們上傳至社交媒體平台的內容，並確保符合該等社交媒體平台的政策。我們收集反饋，定期評估市場走勢及行業變化，並緊貼新興消費趨勢以了解新興消費者的喜好。該等政策使我們能夠提供均衡的貨品組合，切合客戶需求。

除社交媒體營銷外，我們亦採納績效營銷、客戶保留營銷及意見領袖營銷計劃。我們於二零二二年五月推出全新的「YesStyle意見領袖」忠誠度計劃，並通過更多計劃及激勵措施促進意見領袖的表現。藉著關鍵意見領袖及意見領袖的廣泛追隨者群體，我們提高曝光率並加強與客戶的互動，從而更深入了解客戶需要、擴闊我們與消費者的接觸面及促進產品銷售。我們的意見領袖營銷計劃十分成功，截至二零二四年十二月三十一日，全球約有1,500名關鍵意見領袖（「KOL」）及403,000名意見領袖加入我們。我們將繼續與意見領袖合作，在各種社交媒體平台上製作有趣的視頻及帖文，為我們提供廣泛的追隨者群體，使我們能夠接觸到更多受眾，增加銷售。

我們的品牌形象很大程度上受到委託推廣產品的意見領袖及KOL的接觸面所影響。我們有效利用意見領袖及KOL的知名度向廣泛的受眾推廣我們的品牌。我們營銷策略的成功有賴於是否能甄選合適的意見領袖及KOL。我們透過自有渠道親身物色意見領袖及KOL。挑選意見領袖及KOL時，我們會考慮追隨者數量、過往所張貼內容、產品類別、市場趨勢及目標受眾等。我們亦透過美國的聯盟營銷網絡與希望收取佣金的意見領袖及KOL開展聯盟營銷計劃。我們的嚴格甄選及管理政策確保能夠有效管理及維持與KOL的關係，維持一致的品牌形象，同時向更多受眾推廣產品。

我們致力於悉心挑選及管理意見領袖及KOL，此乃我們營銷工作成功的關鍵。通過與符合品牌價值及目標受眾的個人合作，我們已經能夠增加接觸面及提高品牌形象。展望未來，我們將繼續運用意見領袖及KOL的影響力來有效推廣產品，同時保持一致的品牌形象及維護我們的核心價值。

客戶保留

我們的客戶服務及營運的質素及效率對客戶忠誠度至關重要。我們已委派內部人員及精心挑選的第三方服務供應商處理關鍵客戶服務活動，例如我們在馬尼拉的外包客戶服務中心。然而，外包可能會影響我們在所有流程中保持一致標準的能力。我們已經建立嚴格的甄選程序來全面評估及密切監察供應商的表現，從而確保在整個營運過程中維持我們設定的高水平客戶服務標準。

客戶參與度

我們高度重視客戶的意見及反饋，並鼓勵客戶在我們的網站、手機應用程式及社交媒體平台上分享想法。我們根據客戶的寶貴市場意見不斷改進產品選擇，並定期提供予供應商及品牌合作夥伴。

為維持積極及建設性環境，我們已實施內部控制措施，於在我們的網站及手機應用程式上發佈評論之前，監測及處理不適當、虛假或惡意的產品評論。對於純文字評論，我們已經安裝內部字詞過濾程式，能夠根據特定準則識別評論。如果評論被字詞過濾程式標記，我們的編輯團隊會進一步分析。此外，我們的內容團隊亦會全面審查客戶評論的內容(包括所附帶圖片及視頻)。通過該額外審查流程，我們能夠評估並確定內容是否適合發佈，並確保評論符合我們的標準及指引後方可發佈。

為迎合多元化國際受眾，我們的內容現時有七種全球主要語言，即英文、法文、德文、西班牙文、意大利文、荷蘭文及中文。於二零二四年八月，YesStyle平台亦推出阿拉伯語支持。多語言內容有助於我們與不同地區的客戶進行有效溝通，並以客戶的首選語言提供無縫體驗。

退貨和換貨政策

我們重視客戶體驗及忠誠度。我們努力獲取並留住客戶，從而為我們的持續成功作出貢獻。我們欣然報告，於報告年度，我們的所有產品均未遭客戶大量取消訂單。為了確保客戶滿意度，以及消除在我們網站及手機應用程式購物的潛在猶豫，我們實施靈活的退貨及換貨政策。根據產品類別和具體狀況，客戶可在14天內退貨或換貨，無需提供任何解釋。我們對平台及產品類別定制退換貨政策。具體政策如下：

YesStyle	喆麗電子商務平台	AsianBeauty Wholesale
- 涵蓋特定時裝、配飾、生活時尚、美容、個人衛生及護理產品。 - 客戶可以在規定時間內退回不需要的產品、更換有瑕疵的物品或要求更換不同尺寸。 - 退換貨期限通常為接獲訂單日期起14日，視所涉及的产品類型而定。 - 符合條件的時裝與生活時尚產品，客戶可於14日內要求更換尺寸。 - 退回產品必須保持原廠包裝，且必須是未經使用的全新狀態。 - 不完整的退貨可能會不予受理。	- 適用於視像、音樂、指定電視、演唱會、音樂視像、動畫、收藏品及玩具。 - 提供14天退貨期。 - 除指定遊戲產品及電視機頂盒外，有瑕疵的產品均可以換貨。	- 主要接受有瑕疵商品的退貨或換貨。 - 不論原有產品是否有瑕疵或被要求替換，我們均為發送予客戶的替換貨品提供免費送貨服務。 - 客戶向我們退還產品時通常須承擔運費，惟退回或替換有瑕疵貨品除外。

供應商對確保所提供產品品質負全責。如接獲有瑕疵產品，我們全權酌情決定退還予供應商，以盡量減低我們的潛在損失。我們謹此強調，在香港相關法律及條例的許可範圍內，我們通常不會就我們售出的貨品提供保用擔保(包括特定目的之適銷性及適用性)。然而，倘若我們的供應商就材料或工藝瑕疵給予產品保用擔保，我們可全權酌情選擇協助客戶交付產品至相關供應商以便進行修理或替換。

為了向客戶交付高品質的產品，我們的倉庫團隊會在產品運抵倉庫時徹底檢查產品，於每件產品貼上條碼及將其連接到存貨管理系統。此外，我們在包裝客戶訂單時進行第二輪檢查，以盡量減少交付有缺陷或不正確貨物的錯誤。該等措施可確保客戶收到最優質的產品，並減少訂單出現任何差異或問題的可能性。

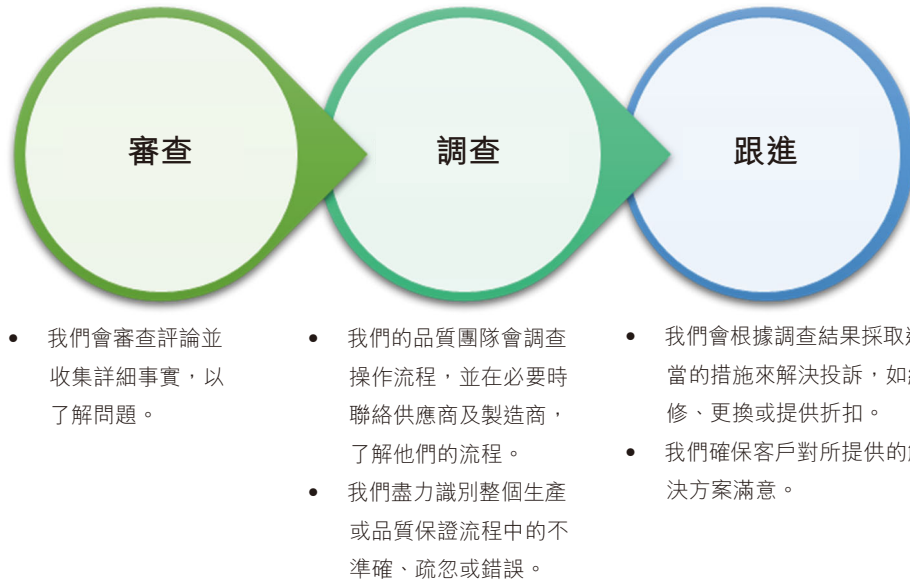
忠誠度計劃

作為客戶保留營銷策略的組成部分，我們推出強大的「YesStyle Elite Club」忠誠度計劃，以鼓勵重複購買及培養客戶的忠誠度。截至二零二四年十二月三十一日，我們現時獲得超過15,500,000名會員的支持。該計劃採用四級會員制，即普通會員、銅會員、銀會員和金會員，每一級均提供獨特的會員折扣、優惠券及特別促銷活動，如個性化生日優惠。會員可以通過購物、撰寫產品評論及下載應用程式積累計劃代幣，從而晉升到更高的級別。我們不斷檢討及改進該計劃，以確保為我們的會員提供卓越的價值及獎勵。

查詢處理

我們的客戶服務團隊全面記錄、審查及評估所有與產品及交付服務有關的查詢。倘若發生任何事項，我們的物流及服務團隊會根據客戶服務部門的指示及時處理。我們專門的客戶服務人員每日跟進客戶以確保客戶滿意，並通過原來的溝通渠道回應所有查詢。所有客戶服務人員均必須使用自己的登錄賬號處理客戶的查詢，以追蹤及評估其表現。我們可藉此識別需要改進的領域，並提供必要的支持及指導，以提高總體生產力及客戶滿意度。

對於與產品品質相關的查詢，我們已制定及時有效解決查詢問題的程序：



於報告年度，本集團接獲168,989項有關產品及服務的查詢，全部得以完滿解決。我們欣然報告，並無任何投訴對本集團的業務造成重大影響，同時本集團亦無因任何產品責任申索或客戶投訴而向客戶支付任何重大補償。

	查詢數目		完滿解決個案數目	
	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年
接獲產品和服務相關查詢 ⁴	168,989	81,806	168,989	81,806

⁴ 我們的客戶服務團隊將「查詢」定義為所有接收到與產品更換或退款有關的電子郵件及查詢。

客戶關係管理(CRM)

通過利用數據及見解來創建高度個性化的用戶體驗，確保客戶滿意度並培養品牌忠誠度。本集團採用先進的客戶關係管理(「**客戶關係管理**」)系統，利用先進的對話式人工智能技術(「**人工智能**」)提供卓越的客戶服務。我們客戶關係管理系統中的人工智能技術，使我們能夠提供卓越的客戶服務，同時亦能盡量擴大我們的業務收益。我們藉此可全天候自動從全面的客戶互動中分析及提取數據、目的及工作，使我們能夠為客戶提供及時及有效的幫助。

除了提供優質的客戶服務外，我們的客戶關係管理系統讓我們可根據用戶行為創建個性化的用戶體驗。我們監控客戶的進入點、產品喜好並追蹤客戶的重複下單率，從而獲取寶貴的見解，了解對創造收益最有效的管道。這有助我們優化溝通策略，使我們能夠更有針對性地開展營銷工作，最大化收益。

此外，我們提供多種渠道供客戶查詢及投訴，包括網上書面即時訊息、來電、各個社交媒體平台官方賬戶以及向客戶服務團隊甚至向行政總裁(「**行政總裁**」)發送電郵。於我們產生收益的主要國家(如美國及加拿大)，我們亦與服務供應商合作，提供退貨授權服務、客戶關係管理及客戶聯絡管理解決方案，包括電郵及其他電子渠道支援，以確保有效的客戶互動。

資訊安全及個人資料保護

守則的相關層面：

B6產品責任

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



網絡安全

本公司非常重視對電子資訊的保護。我們採取嚴格措施保護所有電子資料的保密性、完整性及可用性。為此，我們自行開發並在必要時從信譽良好的第三方技術服務供應商獲取軟件、系統及其他技術工具。我們的資訊科技基建由各種內部開發的技術組成，支援我們的前端、後端、目錄及資料探勘系統。

我們極其重視確保機密資料在公共網絡上的安全傳輸。我們致力對所保管的所有電子資訊維持最大程度的安全及保護水平，並已制定嚴格的政策。為了維持持續及不受干擾的運營，我們與第三方服務供應商合作管理伺服器。我們已就系統故障購買保險，以保護我們免受因系統故障導致的業務中斷而產生任何成本增加。

我們亦高度重視實施健全的物理及邏輯訪問控制管理，以增強資料安全性。我們監控及控制設施訪問，包括限制進入敏感區域、使用身份名牌或門禁卡以及監控系統。該等措施有助於確保僅授權人員方可訪問可能儲存或處理個人資料的關鍵區域。在邏輯訪問控制方面，我們採用安全瀏覽及電子資料傳輸配置（例如實施安全協議、加密及防火牆），以保護數據傳輸過程並防止未經授權的訪問。僅獲授權人員擁有邏輯權限訪問包含敏感數據的系統，並不存訪問日誌。我們定期更新該等配置，以應對新威脅並維持安全性。

於報告年度，我們加強數據保護，確保遵守主要業務司法權區的相關數據私隱法律及法規。我們已經在香港聘請資訊科技顧問，對我們的資訊科技系統及與個人資料保護措施有關的內部控制政策進行審查。審核員會評估我們的準備情況，並識別在遵守資料私隱法律方面的差距，包括香港的《個人資料(私隱)條例》、歐盟的《通用數據保護條例》(「GDPR」)及美國的《加州消費者私隱法》、韓國的《個人信息保護法》(PIPA)以及日本的《個人信息保護法》等。若發現差距，審核員會建議補救措施以及對我們關鍵業務流程領域的重新評估。

我們的首要任務是確保本公司可在接受、處理、存儲或傳輸客戶信用卡資訊時，維持環境安全。於二零二四年，我們按照支付卡行業數據安全標準(「PCI DSS」)的規定進行滲透測試，以評估我們系統的安全性。在根據測試結果對識別的風險進行修復及改進後，我們進行了驗證測試(重新測試)，以確保有效實施所需的安全措施。此外，我們已將服務遷移到雲端資料中心。主要系統現時託管於雲端平台，從而提供更好的可靠性及可擴展性。

隨著我們繼續開發網站及手機應用程式，我們預計即時流量及訂單將激增。為了適應有關增長，我們已更換網站的負載平衡器以支持更高的網站流量。我們的雲端平台亦設置入侵偵測系統(IDS)來偵測安全問題。在不久的將來，我們將推行更多網絡安全措施，如分散式阻斷服務(DDoS)防護及Web應用程式防火牆(WAF)，以確保客戶資料的安全及私隱。

我們對保持網站及手機應用程式的更新感到非常自豪，確保客戶經歷無縫及愉快的體驗，同時加強我們的專業品牌形象。我們推出整合YesStyle手機應用程式及網絡體驗，提供一系列刺激新功能，如基於圖片搜索產品以及基於位置的定制功能，從而為客戶提供更多便利及個性化選項。截至二零二四年十二月三十一日止年度，我們的YesStyle手機應用程式下載量超過4,400,000次。

產品訂單及交易

客戶透過我們的網站及系統下達產品訂單並付款。我們致力於提高客戶瀏覽我們的平台及在平台上購物的信心。因此，維護客戶的信用卡資料、個人資料以及賬單及送貨地址等機密資料傳輸的絕對安全至關重要。於報告年度，我們並無接獲任何有關因平台漏洞或本集團或我們的第三方服務供應商(如快遞公司)違反保密規定而導致機密訊息洩露的索賠，亦沒有遭受任何重大不利影響。

付款方法

為了方便客戶，我們提供多種付款方式，包括銀行轉賬、信用卡付款及透過第三方網上支付平台付款(例如 PayPal、Apple Pay、信用卡、Sofort、iDeal、Google Pay及加密貨幣)。然而，我們意識到第三方付款處理可能引致的潛在風險。為確保交易順利安全，我們與支付網關公司合作，不斷監控我們的商戶賬戶。此外，我們亦使用欺詐探測系統識別可疑交易，並由我們的網上信貸團隊逐個謹慎審查此類交易。於報告年度，我們並未遇到任何對我們的營運或財務狀況有重大不利影響的重大付款欺詐。我們亦遵守規管電子資金轉賬的監管及非監管規則、法規及規定。

私隱及個人資料保護

客戶資料的安全是我們首要任務之一。透過客戶的線上銷售訂單、快訊訂閱、賬戶註冊以及我們的意見領袖計劃及其他營銷活動，我們收集、接收、儲存和處理客戶個人、交易及行為數據。我們確保該等數據按適用法律及法規所規定的期限進行存取及保留，隨後進行安全刪除。於收集個人資料前，我們會向資料當事人取得明確同意。我們亦提供讓客戶自行選擇輕易撤回同意的程序。本公司處理個人資料受組織內私隱政策、使用條款及資訊科技安全政策監管。該等政策可在我們的網站及手機應用程式上查閱，我們大力支持客戶在註冊賬戶時閱讀並熟悉該等政策。

保護個人資料(包括客戶及員工的資料)對我們的業務極其重要。我們已經在本身的網上平台及手機應用程式上登載我們的私隱政策，將我們收集及使用客戶個人資料之方式以及客戶各自的權利告知客戶。我們亦發佈關於員工處理個人資料的內部政策。

我們的資訊科技顧問已審查我們有關個人資料保護的內部控制職能，以確保我們的資料保護政策充分有效，且並無發現重大監控漏洞。我們努力遵守歐盟《通用數據保護條例》的主要條文，該條例覆蓋全球，而不論企業註冊地點。我們相信我們已採取充足的措施，保障用戶和客戶的個人資料。

為確保客戶資料的安全傳輸，我們使用安全的伺服器，通過安全通訊端層(SSL)技術對客戶輸入的所有資料進行加密。加密資料受到安全保護，防止未經授權的訪問，並儲存於我們的加密數據庫。我們收集個人數據主要用於採購、促銷及客戶服務目的。我們僅在集團內部共享該等數據，以及在正常業務營運必要時與關鍵服務提供商共享有關數據，例如運輸供應商、開票及退款供應商以及付款處理公司。本集團內的數據處理活動按照明確的數據分類、法律依據及保留時間表進行註冊及保存。我們對已註冊的每項數據處理活動進行數據保護影響評估，並獲得我們的數據保護人員的批准。我們的客戶亦可與我們聯繫，以從我們的數據庫中刪除其個人資料。

增強安全性及準備情況

我們努力在組織內營造一種安全意識及準備能力。處理可識別個人資料的員工每年必須參加相關事項及私隱實踐的全方位培訓。該等培訓課程旨在讓僱員掌握必要的知識及技能，以應對日常營運過程中可能出現的任何潛在風險。於本年度，共有457名僱員參加年度強制性數據私隱培訓。我們的專業團隊努力提供具吸引力的培訓素材、內容豐富的研討會及具挑戰性的電子郵件測驗，以確保僱員充分知情並做好準備。

此外，我們的資訊科技團隊探索新軟件功能及改進功能，以增強我們的安全措施。我們持續為僱員提供技術使用相關的培訓。我們認識到在日新月異的電子商務行業中保持與時俱進的重要性，並針對技術進步及消費者趨勢進行專門培訓。藉此我們努力打造一支知識淵博、技術嫻熟的員工隊伍，以有效應對各種安全挑戰並適應行業變化。

行為守則

我們希望所有員工在處理個人資料時秉持高標準，並遵守員工手冊所載業務原則及道德責任。員工手冊為綜合指引，向所有員工傳達我們有關資料私隱及保密性的政策及期望。對員工手冊的任何更新都會通過電子郵件與員工分享，並希望員工審查及理解更新條文。此外，所有員工在入職時都要簽署一份通用的保密協定聲明，就資料私隱作出堅定承諾，並在組織內遵守相關法律及法規。

法規與合規

於報告年度，本公司遵守相關的資料私隱法律法規及業務運營中的相關法規，且並無發現任何不合規情況。

保障智慧財產權

守則的相關層面：

B6產品責任

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



作為一家所提供產品由第三方製造商生產的公司，我們確認倘沒有適當授權，我們的若干產品可能侵犯第三方的智慧財產權。為了解決此問題，我們已採取措施盡量減少潛在侵權行為。我們的主要措施之一是在供應商協議中加入相關條款及條件，當中要求供應商確保取得適當授權及尊重智慧財產權。此外，我們會對新供應商進行全面的背景調查，審核其過去三年的記錄，重點關注品牌擁有人及授權經銷商。當我們與品牌夥伴或供應商訂立協議時，彼等一般向我們提供特許權，以使用其智慧財產權來銷售及推廣其產品。該等特許權到期日與各自供應商協議的期限相對應。

為解決二零一九年的智慧財產權申索，我們已實施以下額外內部監控措施以防止日後再次發生同類事件：

- 1) **立即刪除指稱產品：**經過內部調查後，我們已立即刪除在我們網站上出售的指稱產品及任何類似產品，以確保不再銷售可能侵權的產品。
- 2) **加強產品信息監控措施：**我們已加強對網站及手機應用程式上顯示的產品信息的內部監控措施。供應商需要提供產品說明及照片，並由我們的產品團隊及內容團隊進行全面審查，然後才能在我們的電子商務平台及手機應用程式上發佈。
- 3) **定期檢查版權及商標侵權：**我們會定期檢查電子商務平台及手機應用程式上顯示的產品信息及圖像。該等檢查會將產品信息與我們的內部數據庫進行比較，以識別任何潛在的版權或商標侵權。
- 4) **供應商確認函：**我們已經並將繼續要求與主要產品的供應商簽署供應商確認函。確認函將確保供應商確認其所提供產品信息的準確性及合法性並就此承擔責任，從而增強我們的法律保護，並進一步加強我們網站及手機應用程式上所顯示產品信息的優勢。

於報告年度，我們並無涉及任何侵犯第三方智慧財產權的重大糾紛或申索。我們亦並未接獲或作出任何智慧財產權申索。

	二零二四年	二零二三年
與侵犯第三方智慧財產權有關的重大糾紛或申索	0	0

內容監察

本公司努力在我們的網站、手機應用程式及社交媒體平台上提供高品質的內容。我們僅使用我們團隊創建的原創照片及視頻，或使用可信賴供應商所提供的素材。

為了保障自己免受任何潛在法律申索，我們已要求供應商為主要產品簽署供應商確認函。此舉確保我們毋需對推廣或銷售其產品而可能出現的任何問題負責，如侵犯第三方智慧財產權或不遵守適用的法律及規則或產品標籤或安全事宜。

此外，我們的註冊用戶亦可於我們的平台上載各種內容，包括用戶資料及產品評論。然而，在註冊之前，我們會要求用戶確認他們的內容符合相關的法律及規則，並沒有侵犯他人的合法權利（包括版權）。我們專設內容監察團隊，積極識別並防止公開發佈不當或違法內容。

保單

為了盡量減少侵犯智慧財產權行為的潛在影響，我們主動購買網絡保險。此保單為各種法律問題提供保護，包括版權、商標及域名侵權，同時亦就侵犯私隱、抄襲、虛假宣傳及其他與媒體有關的責任提供保護。若發生此類問題，此保單可於提供財務支援及保護，確保我們能夠有效解決任何申索或責任。

企業治理

守則的相關層面：

B1僱傭

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



治理架構

本集團的目標是確保整個營運過程的問責制及透明度。我們致力於遵循「企業治理守則」規定的高標準企業治理。為確保遵守上市規則及其他適用法律及規例，我們在董事會下設立若干委員會，包括審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。此外，我們亦成立稅務委員會及風險與合規委員會，以加強我們的企業治理實踐。該等委員會在監督企業治理的各方面並確保遵守相關法規方面發揮重要作用。我們自豪地報告，我們於二零二四年完全遵守企業治理守則的規定，惟有關偏離建立內部審核職能的守則條文第D.2.5條除外。經審核本集團業務的規模、性質及複雜程度，董事會認為並無即時需要在本集團內設立內部審核職能，並將由董事會直接負責本集團的內部控制並檢討其有效性。此外，我們欣然報告，於報告年度內，並無任何與貪污行為有關的訴訟個案，亦無對本集團或員工提起訴訟。

為了持續加強我們的企業治理實踐，董事定期參加專業發展活動，包括實體及電子學習課程。我們利用法律顧問所作出安排，參加由會計監管機構主辦的研討會，並緊跟聯交所上市規定及其他適用法律及規則的更新資料。

董事每年審查我們的企業治理政策及遵守企業治理守則的情況。我們將繼續堅持「不遵守就解釋」原則，並在上市後的年報內詳細報告我們的企業治理實踐。我們致力於保持最高標準企業治理，並將為實現此目標而不懈努力。

董事會多元化

本集團已實施董事會多元化政策，以確保董事會是多元化以及能夠有效支援我們的業務策略。我們的政策旨在挑選具有所需技能、專業知識及觀點的董事會成員，以增強我們業務策略的執行。在委任新董事時，我們將考慮如技能、專業經驗、教育背景、知識、專長、文化、獨立性、年齡及性別等多種因素。為確保董事會多元化政策的有效實施，提名委員會將每年報告董事會的組成情況，並定期審查該政策的有效性。任何必要的修訂將被推薦予董事會審議及批准。

我們相信，根據優點及貢獻來委任董事將使我們能夠最理想地服務股東及其他利益相關者。董事會由九名成員組成，包括執行董事、非執行董事及獨立非執行董事的均衡組合。董事在管理、策略發展、財務及會計方面均擁有豐富的經驗。新董事及資深董事的組合十分均衡，可以為本集團帶來寶貴的知識及見解。

我們重視性別多元化，並致力於在各個層面促進性別多元化，包括董事會。截至二零二四年十二月三十一日，董事會由八名男性及一名女性組成，女性代表為11%。我們致力在董事會層面維持性別多元化，並繼續在整個組織內促進性別多元化。

貪污預防措施及舉報程序

本集團極其重視企業治理及誠信經營。為確保所有員工、承包商及分包商了解我們的期望及準則，我們向組織內的每個人分發員工手冊。員工手冊載列各種期望，包括禁止參與貪污及賄賂行為，並提供對所發現任何違規行為的舉報程序。

此外，我們亦制定全面的內部控制手冊，明確規定發現可疑的腐敗或不當行為時應遵循的程序。團隊成員應通過專門的舉報渠道，直接及匿名地向審核委員會報告。我們對舉報人資料嚴格保密。舉報人提供的所有資料將進行最高程度保密並謹慎處理。本集團確保在整個調查過程中保護舉報人的身份。我們按公平基準對舉報的事件進行調查，絕不姑息賄賂、欺詐、貪污及洗黑錢等違法行為。該等調查以謹慎及公正形式進行，確保公平對待所有相關方。作為我們保護舉報人的承諾，我們確保舉報人免遭不公平的解僱及不正當的紀律處分。

二零二四年環境、社會及管治報告

於報告年度，本集團(包括人力資源及行政部門及審核委員會)並無接獲與貪污或舉報問題有關的報告。此外，我們並不知悉任何可能對本集團有重大影響而與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢有關的反貪污法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於香港法例第201章《防止賄賂條例》以及南韓、日本、德國及英國的相關法規。此外，於報告年度，並無針對本集團或其僱員的貪污行徑的已結案或正在進行的訴訟案件。

	二零二四年	二零二三年
接獲與貪污或舉報問題有關的案件數量	0	0
嚴重違反反貪污法律及規例的案件數量	0	0
針對本集團或其僱員提起有關貪污行為的已結案或持續法律案件數量	0	0

反賄賂簡報

我們承諾確保所有僱員充分了解自身在維護道德行為及防止貪污方面的責任。為此，我們為新僱員提供的培訓包括入職培訓、反賄賂簡報等培訓。在該等培訓期間，我們已解釋員工手冊所載反貪污政策。我們向僱員提供預防及解決貪污行為的知識及工具，以期提高僱員對反貪污重要性的認識，並在整個組織內打造透明、誠信及合規的文化。

採購與供應鏈管理

守則的相關層面：

B5供應鏈管理

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



我們總部設於香港，香港是全球著名的物流中心，本集團的倉儲、配送及交付功能始終保持高效率。我們在南韓、日本、德國及香港建立本地產品團隊，負責尋找符合客戶需求的供應商及產品。

我們的供應商分為兩類：產品供應商及其他供應商。產品供應商主要供應時裝、生活時尚、美容及娛樂產品，而其他供應商則提供物流、支付網關及線上廣告服務。為了運送我們的產品，我們與本地及國際主要速遞公司合作，並使用第三方速遞公司。

本集團重視與現有和新供應商保持牢靠的關係。我們尋求能夠跟上快速變化的消費者喜好並提供有吸引力的產品的供應商。在挑選新供應商時，我們依靠自己的行業知識、市場研究以及從現有客戶收集有關品牌及產品的反饋。我們亦進行徹底檢查，以確保供應商符合我們的品質、安全、職業健康、培訓及反貪污措施的標準。此外，我們的產品支援團隊會對新供應商進行隨機抽樣檢查，確保品質一致。

為確保供應鏈系統的穩定性，本集團每年會對供應商在滿足我們需求方面的質量、成本、交付及服務水平進行評估。此外，我們將環境及社會績效作為評估標準之一，強調減少塑料消耗、盡量減少紙張用量、在包裝材料中更多使用再生成份，以及推廣其他環保做法。這反映出我們與優先考慮社會及環境風險的供應商及業務合作夥伴合作的承諾。對於可能涉及到化學品使用的美容產品，我們要求產品供應商提供測試報告或證書，以確保所銷售產品不含有害化學品。具體而言，對於採購自南韓的美容產品，我們確保在其生產過程中並無進行任何動物試驗。倘若供應商持續未能通過我們的年度評估，則需採取糾正措施，否則可能面臨暫停服務或從我們的認可供應商名單除名。在極端情況下，我們甚至會考慮將相關供應商列入黑名單。

二零二四年環境、社會及管治報告

本集團遵循盡量避免依賴任何特定的產品或服務供應商的策略，從而維持營運的靈活性及適應性。如有需要，我們可按短期通知調整或終止協議，並迅速應對不斷變化的業務需求或不可預見情形。我們與一系列第三方建立服務協議，以滿足我們的各類業務需求。該等供應商包括技術服務供應商、速遞、貨物轉運中心、聯絡中心、香港倉庫的外包勞工及付款網關服務供應商。該多元化方案使我們能夠將業務中斷的風險及影響降至最低，並確保在任何供應商無法提供服務的情況下業務的連續性。

按地理區域及類別劃分的供應商⁵

於二零二四年，我們主要從亞洲及北美的品牌擁有人及經銷商直接或透過第三方電子商務平台採購產品。我們的主要產品供應商位於日本、南韓及中華人民共和國（「中國」）。於報告年度，按地理區域劃分的供應商數目及已實施與委聘供應商有關的常規之供應商數目如下：

	二零二四年	二零二三年
總計	17,380	24,322
地理區域		
香港	126	188
日本	103	169
南韓	354	448
中國	16,755	23,452
亞洲(上述以外地區)	35	59
美國	6	6
歐洲	1	0
評估基準		
新供應商	7,422	6,804
已評估新供應商	7,422	6,804
已評估現有供應商	9,958	17,518

⁵ 就本關鍵績效指標(B5.1、5.2)而言，只考慮產品供應商。

數碼創新

守則的相關層面：

B2資源使用

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



創新及技術是推動物流業發展及改進的關鍵因素。利用技術的力量有助於類似於我們的公司適應客戶不斷變化的需求，並建立適應快速變化市場的韌性供應鏈。此外，我們亦可以簡化流程、優化效率並提高整個物流網路的整體績效。我們認識到科技在提供可持續解決方案及加速行業轉型方面的主導作用。本集團在採用新技術方面雄心勃勃，始終走在創新的最前沿，以改進我們的營運並為客戶提供卓越的服務。

機械人與自動化

本集團於香港青衣建設先進的智能機械人倉庫，在科技及創新方面取得重大進展。此倉庫位於嘉民領達中心，是全球最高的倉庫設施之一。此智能機械人倉庫配備161個自主移動機械人(「AMR」)以提高訂單處理效率。該等AMR配備語音揀選技術，可在訂單履行過程中無縫、準確地檢索商品。該設施亦配備經改良的儲存架，能夠優化存貨管理及組織。

嘉民領達中心是香港最大的電子配送倉庫之一，其主要目的是提高準確性、效率及員工安全。AMR的採用提升了揀選及包裝過程的準確性及效率。該等AMR能夠全天候運作，便於處理來自不同時區的電子商務訂單。因此，本集團能夠加快交付週轉時間，為全球客戶提供卓越服務。在不久的將來，我們預計會在豐樹倉庫設立我們的第二個配備經改良的儲存架的AMR倉庫，以便簡化存貨管理，並增加AMR的數量。我們還將推行實時存貨監察系統以盡力減輕存貨過期風險。

此外，AMR能夠自動將貨物轉移給倉庫操作員，從而使整個配送過程更加準確及高效。該智慧自動化可提高生產力並降低出錯風險，確保訂單精確處理及運輸。

供應鏈優化中的數碼創新

本集團正在開發一個人工智能賦能的操作系統，有望徹底改變網絡零售業的供應鏈管理。該人工智能系統會瀏覽互聯網收集有關消費趨勢和特徵的全面信息，利用先進的人工智能算法進行深入分析，為了解市場需求奠定基礎。

我們透過各種互動渠道積極與意見領袖互動以便進一步加深對消費者偏好的了解。該等意見領袖可直接與其粉絲溝通，並提供有價值的粉絲需求反饋。然後，我們在公司內部進行共享並將其整合到供應鏈，從而能夠快速對產品設計和開發做出調整。在完善設計後，我們的供應鏈會立即根據反饋採取行動，並將產品發給意見領袖以測試市場的反應。我們藉此可衡量市場的反應，並在正式發佈前作出必要的調整。通過預售安排，我們的供應鏈可盡量減低沉重的存貨需求，降低存貨過剩及浪費的風險。我們靈活的供應鏈相比於傳統的網絡零售供應鏈，能夠更快地響應市場需求。憑藉快速適應新興趨勢的能力，我們可以更多的時尚商品，同時盡力降低產品過時或浪費的風險。此舉帶動了業務增長，並促進了網絡零售業的可持續發展。

透過整合人工智能、即時趨勢分析、意見領袖反饋及靈活的供應鏈，本集團處於創新的前沿。我們致力於提供能夠滿足不斷變化的消費者喜好的優質產品，同時盡力減少浪費並確保網絡零售業未來的可持續性。

反競爭行為

守則的相關層面：

B7反貪污

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



作為品牌中立的電子商務平台，我們可向不同品牌及供應商採購產品。我們的業務模式吸引知名品牌及其分銷商，尤其是設法在國際市場上擴大影響力的新興韓國美容品牌及供應商。

結合創新的營銷方法及強大的社交媒體影響力，我們能為該等品牌及供應商提供一站式服務。我們能夠帶來諸多裨益，包括免費品牌推廣、產品營銷、客戶生成內容及相關數據分析。我們的全面方案有助於我們與供應商建立牢固的關係，亦能令我們控制供應商脫中介化的風險。

除了不時向供應商取得多種免費產品樣本以作品牌及產品推廣外，我們並無自有關安排以金錢或其他形式收取任何補償。我們著重提供一個能夠使客戶及供應商受益且並無偏見或利益衝突的平台。於報告年度，前五大產品供應商及前五大其他供應商均為獨立第三方。據我們所深知及確信，概無董事或其緊密聯繫人或實益持有超過5%股份的任何股東於該等供應商擁有任何權益。此外，於報告年度，並無前五大產品供應商或前五大其他供應商(產品供應商除外)同時為我們的客戶。

其他標準披露－環境

本集團已制定ESG政策，主要目標是盡量減少我們對環境的影響。我們根據相關的法律規定及潛在後果，確定並評估環境風險。於報告年度，我們欣然報告，我們並無收到客戶、商業夥伴或任何其他各方關於任何ESG問題的投訴。這表明我們解決環境問題的措施行之有效。此外，我們亦無遇到營運引起的重大環境事件。我們致力於採納最佳實踐並遵守適用法律及規例，確保我們的營運始終對環境負責。

在遵守環保法規方面，我們確認本集團並無涉及重大不合規事宜，包括遵守香港法例第311章《空氣污染管制條例》、香港法例第354章《廢物處置條例》、香港法例第358章《水污染管制條例》以及香港、南韓、日本、德國及英國的相關法規。

作為電子商務行業的從業者，我們的業務性質並不涉及製造，我們的業務並非環境污染的主要來源。因此，我們不涉及任何直接空氣排放、廢水排放、噪音排放及大量廢物產生。我們並不知悉有任何相關的環境法律及規例會對我們的業務造成重大影響。我們已遵守所有適用ESG相關規例，確保我們的營運符合環境標準。此外，由於我們並無與不合規事項相關的整改費用，我們並無產生任何直接ESG合規成本。

環境目標

我們與工作組與外部顧問共同設定了定量目標及定性目標，以減少我們運營的碳足跡，反映出我們對環境保護和減緩氣候變化的承諾。我們謹慎審查及評估建議的目標，並根據我們的具體需求及目標作出必要的修改。於最終確定目標前，我們會尋求高層管理人員－財務總監及行政總裁的檢查及意見。隨後，獲批准目標提交予董事會最終批准，確保該等目標獲得我們最高決策機構的認可，並提供明確的實施授權。

紙張製造在工業層面上是一個高耗水量的程序。此外，大量的紙張消耗導致森林砍伐，如果已用紙不轉為回收再造，則佔埋廢物的很大比例。為解決該等問題，我們認識到需要制定紙張回收及減少廢物的短期至中期目標，並以二零二一年為基線，當時我們首次開始收集紙張用量的可計量數據。該等目標適用於本集團整體，包括我們所有的業務運營及場所。

於報告年度，我們欣然報告，我們已成功實現在香港辦公室及倉庫建立減少紙張使用機制的短期目標，而香港辦公室及倉庫一直是紙張消耗的主要來源。我們升級後的智能機械人倉庫減少了整個配送過程中列印文件的需要，並將其轉為電子數據處理。此舉反映出我們對負責任資源管理及可持續發展的承諾。

目標類別	詳情	達成時間表
定量目標	本集團按勞動力劃分的總用紙強度較二零二一年減少10%	二零二五年之前
定量目標	本集團按收益劃分的總用紙強度較二零二一年減少10%	二零二五年之前

下表概述我們二零二四年的進展情況。以二零二一年為基準線，整個集團的用紙總量減少約38.77%。本集團按收益劃分及按勞動力劃分的用紙強度分別下降約71.28%及29.33%。與去年(二零二三年)相比，紙張消耗量的大幅增加是由於二零二四年期間處理的訂單數目有所上升。

	二零二四年	二零二三年 ⁸	二零二一年 基準線
用紙總量(噸)	11.37	3.45	18.57
香港辦公室及倉庫	11.21	3.35	17.90
日本辦公室	0.08	0.06	0.21
南韓辦公室	0.08	0.04	0.46
中國辦公室	0.00	—	—
按收益劃分的總用紙強度(噸／美元)	3.29 x 10⁻⁸	1.73 x 10 ⁻⁸	1.15x10 ⁻⁷
按勞動力劃分的總用紙強度(噸／人)	0.022	0.0076	0.03

由於我們的業務營運不涉及重大製造或大量機器及車輛，因此於報告年度，我們選擇不設定能源使用效率目標及水效率目標。我們認為該等層面對於我們的業務運營並無重大影響。本集團於報告年度的耗電量(1,652,528千瓦時)較前一年(二零二三年：1,232,099千瓦時)增長34%，主要由於以下原因：

- 1) 搬遷至南韓更大的辦公室；
- 2) 由於收益大幅增長，延長倉庫的營運時間，以應對不斷增加的訂單履行需求；
- 3) 二零二三年其中一個倉庫使用率不足；及
- 4) 部分倉庫的空調使用量增加。

儘管能源及水效率目標於報告年度並不屬重大，我們仍然致力於不斷改進能源管理實踐並探索進一步提高效率的機會。隨著不斷發展，我們將評估情況變化並相應調整優先目標，以有效地管理能源及水資源並減少我們的環境足跡。

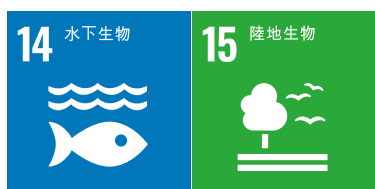
⁸ 二零二三年用紙量數據已更新。

負責任的生產

守則的相關層面：

A2資源使用；**A3**環境及天然資源

與聯合國可持續發展目標(**UN SDG**)聯繫：



鑒於我們的業務性質，我們相信我們的業務營運對環境及天然資源的直接影響甚微。我們認識到與存貨管理相關的潛在環境風險以及這些風險在我們整個業務運營中所產生的影響。由於各種因素，如季節性、新產品的推出、產品生命週期的變化、定價、瑕疵、消費者消費模式及品味，我們暢銷產品的需求可能會發生重大變化。因此，在電子商務行業，我們面臨著存貨過時、存貨價值下降、存貨撇減或沖銷的高風險。我們開發了一種專注於有效存貨控制及優化供應鏈管理的商業模式以應對此等風險。我們就我們銷售的商品採用即時存貨管理策略，從而在需要時準確掌握現有存貨情況，盡力減少存貨過剩並降低存貨過時的可能性。然而，我們亦認識到就預計能迅速銷售產品配備最佳存貨量的重要性，及時滿足客戶需求並避免缺貨或延期交貨。因此，我們根據需求預測作出採購決策並有效管理存貨。該等預測有助於我們預測客戶需求並相應調整存貨量。在我們下達採購訂單後，供應商會對照採購訂單核對其產品存貨，並向我們提供預期交付時間表。就大部分產品而言，供應商將貨品寄送至我們的香港倉庫、相關地方辦事處或第三方貨物轉運中心，然後我們再安排送貨至全球零售或批發客戶。

電子商務平台

當有客戶下達訂單，我們的訂單管理系統會自動處理訂單。系統會進行一次庫存檢查，以確定倉庫中可用的訂購產品。倘倉庫並無所訂購產品的存貨，系統會自動生成採購訂單，並將訂單直接發送予該等產品的相應供應商。

於收到採購訂單後，供應商將安排交付所需產品。根據安排，供應商可以將產品直接交付至：

- 1) 我們的香港倉庫，
- 2) 我們的相關地方辦事處，或
- 3) 指定第三方貨物轉運中心。

為確保高效管理，所有產品(不論交貨地點)最終均會進行合併並運送至我們的香港倉庫。

作為一家電子商務公司，我們推行實時存貨監察系統。接獲客戶訂單後，產品團隊以背靠背方式採購大多數產品，從而有效降低營運資金需要及盡力減輕存貨過期風險。

我們已採用文件及紙張管理系統，以盡力減少浪費紙張作記錄之用，並避免不必要的打印，推廣更可持續策略。我們亦採用了「及時」的採購策略，以提高資源利用率，當中涉及對庫存進行仔細管理，以減少過量的庫存及浪費。在裝運產品方面，我們充分運用訂制的紙箱、膠箱及袋子、紙管、包裝及緩衝材料，以盡量減少浪費。此外，我們致力於盡量減少用於產品裝運的包裝材料，確保使用合適的紙箱可供重新包裝，以適應各種尺寸的產品。

包裝材料消耗

下表載有於報告年度使用的包裝材料。塑料和紙質包裝材料的大幅增加，主要是由於客戶訂單量增多所致。

	消耗總量		按收益劃分的總強度 (按美元)	
	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年
塑膠包裝材料(公噸)				
總計	337.70	187.54	9.77×10^{-7}	9.42×10^{-7}
香港辦公室及倉庫	337.61	187.31	9.77×10^{-7}	9.41×10^{-7}
日本辦公室	0.091	0.16	2.63×10^{-10}	8.28×10^{-10}
南韓辦公室	0	0	0	0
中國辦公室	0	0	0	0
紙張包裝材料(公噸)				
總計	258.77	123.00	7.49×10^{-7}	6.18×10^{-7}
香港辦公室及倉庫	258.71	122.93	7.48×10^{-7}	6.18×10^{-7}
日本辦公室	0.056	0.074	1.62×10^{-10}	3.72×10^{-10}
南韓辦公室	0	0	0	0
中國辦公室	0	0	0	0

固體廢物處理

守則的相關層面：

A1 排放物

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團的業務活動並不產生危險廢物。然而，非危險廢物的產生(包括送往填埋場處置及回收站的廢物)於報告年度並無計量或記錄，因此無法獲得有關數據。

從我們的快遞公司收到的包裝盒是我們運營中產生的非危險廢物之一。我們確保將該等包裝盒送到附近的回收公司或工廠以盡量減少對環境及社會的影響。鑒於與其他重大ESG主題相比，收到的包裝盒數量不足及該等廢物的影響相對較小，我們並未建立內部數據收集系統來監察非危險廢物的產生情況。然而，我們努力跟蹤及披露有關是項廢物管理安排的可用資料。此外，倘未來董事會或利益相關者認為非危險廢物產生的影響變得重大時，我們將制定相關的績效目標。

關於我們在紙張使用及減少使用方面的績效和目標設定的詳情，請參閱本報告「其他標準披露－環境－環境目標」章節。

向水及土地排放

守則的相關層面：

A1 排放物

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團的日常營運並不涉及任何產品生產過程，本集團於報告年度內並無廢水排放至土壤及水源的情況。

減輕溫室氣體排放及氣候變化

守則的相關層面：

A4氣候變化

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



溫室氣體排放績效⁹

由於我們的業務性質使然，我們的範圍1排放甚微。溫室氣體排放的主要來源是間接來源於汽油及柴油消耗，乃由於外聘運輸車隊將貨物從供應商運送至我們的倉庫及消費者。由於我們已將運輸安排外包予獨立物流服務公司，故無法直接獲取此類排放的相關資料。然而，我們與那些與我們一樣致力於可持續發展並優先考慮減少其運營對環境影響的物流服務提供商建立夥伴關係。具體而言，我們挑擇與那些表現出更高的環保意識並已採取措施減少其運輸車隊(包括將我們存貨運入及運出倉庫的貨車)的直接溫室氣體排放的供應商合作。根據本集團對環境責任的承諾，我們確保物流業務所使用的貨車對環境友善。該等商業車輛產生的排放量低於傳統貨車，並獲環境保護部門批准。

有關本集團二零二四年的排放類型及相應數據的詳情載列如下。於報告年度，本集團排放了722.89公噸二氧化碳當量的溫室氣體。與二零二三年相比增加了37.80%，主要是由於紙張使用的範圍3排放量增加以及頻繁的商務差旅所致。

⁹ 溫室氣體排放的計算標準及方法：

- 參考香港政府環境保護署(EPD)及機電工程署(EMSD)發佈的《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(二零一零年版)。
- IPCC 第六次評估報告(AR6)的全球變暖潛能值(「GWP」)率。

	二零二四年	二零二三年 ¹⁰
溫室氣體排放總量(範圍1、2及3)	722.89	524.61
範圍1—直接		
固定燃燒(噸二氧化碳當量)	2.94	2.50
移動燃燒(噸二氧化碳當量)	20.97	15.43
範圍2—能源間接 ¹¹		
購買電力(噸二氧化碳當量)	634.59	482.23
範圍3—其他間接		
商務航空差旅(噸二氧化碳)	9.80	5.93
紙張處置(噸二氧化碳當量)	54.59	18.51
按收益劃分的溫室氣體排放強度(噸二氧化碳／美元)	2.09 x 10⁻⁶	2.64 x 10 ⁻⁶
按勞動力劃分的溫室氣體排放強度(噸二氧化碳／人)	1.39	1.16
空氣污染物		
氮氧化物(千克)	180,169.74	152,848.92
硫氧化物(千克)	900.97	764.33
顆粒物(千克)	0	0

¹⁰ 二零二三年的部分數據已被更新。

¹¹ 關於購買電力導致的間接溫室氣體排放的計算方法，我們參考了《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(二零一零年版)。以香港為基地的業務的排放係數乃參考中華電力有限公司在二零二四年公佈的排放強度，而以日本及韓國為基地的業務的排放係數則參考二零二四年的碳數據庫倡議。

氣候變化

本集團重視減少業務運營對環境的影響以及自然資源的消耗。我們致力保護環境並採取行動減輕氣候變化的影響。根據該項承諾，我們遵守相關法例及全球公認的重視氣候行動的行為標準，並已將氣候變化原則納入我們的內部管理程序。

我們的董事已經確定，以下幾類與氣候有關的重大風險已經或可能會影響我們的業務：

1) 與極端天氣事件有關的急性風險：

我們認識到極端天氣事件可能造成的破壞，並採取積極措施減輕其影響。我們對旗下倉庫設施及伺服器進行定期及臨時的檢查及維護，以減少水災的影響。此外，我們會隨時向受影響的客戶通報任何潛在的交貨延誤或中斷情況。

2) 與國家政策和法規的變化有關的政策和法律風險：

我們密切關注與氣候變化相關的國家政策及法規的變化，以確保合規性並相應地調整營運以盡量減低對我們業務的負面影響。

3) 由於消費者對環保產品偏好的變化而產生的市場風險：

我們認識到消費者對環保產品的需求不斷增長。我們已推出一個自有品牌環保時裝系列，與對環境負責的供應商合作，並迎合具有生態意識的消費者。

4) 由於在ESG層面表現不佳及與利益相關者溝通不暢而導致的聲譽風險：

我們了解強勁的ESG表現的重要性。ESG表現不佳可能會導致聲譽風險。我們開展了一項專門針對可持續發展主題的利益相關者參與活動。此舉有助於我們更好地識別及報告ESG重大問題，與利益相關者進行有效溝通，並了解他們的期望。

能源管理

守則的相關層面：

A2資源使用

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團重視資源保護，因為此舉不僅有利於生態系統，更能通過降低營運成本及提高資源使用效率，增強我們的市場競爭力。我們認為，環境責任至關重要，這種責任不僅局限於項目實施，亦擴展到日常營運。為應對能源管理的關注，營運場地張貼了節能標識，以增強員工在節約能源和資源方面的意識。我們的員工應遵循節約資源的倡議，使用經過認證的節能電器及設備。電器在閒置時必須啟用節能模式，且空調房間的溫度需保持在20°C至25.5°C之間。

本集團致力減少碳排放、節約能源及其他資源。我們採用顧及社會及環境需要的商業慣例，以實現可持續發展。在我們的營運中，我們已經採取改善能源效益的措施，包括我們已在香港辦公室安裝180個LED燈，並謹慎規劃香港倉庫的叉車使用，以優化能源使用。由第三方服務供應商運營的數據中心為我們間接溫室氣體排放的主要來源。儘管我們對數據中心能源使用的控制有限，但我們會定期檢視數據中心運營商的實踐。

能源消耗

我們辦公室和倉庫的用電，以及由第三方服務供應商運營的資訊科技伺服器所使用電力，是我們業務中能源消耗的主要來源。然而，由於環境及社會影響的重要性相對於其他重大ESG主題較低，本集團目前並未設定具體的能源效率目標。我們將繼續監察我們在此方面的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得重大時制定相關的績效目標。本集團於報告年度的電力消耗估算情況如下：

	消耗總量		按收益劃分的總強度 (按美元)		按勞動力劃分的總強度 (按人頭)	
	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年
總計(兆瓦時)	1,756.67	1,310.16	5.08 x 10 ⁻⁶	6.58 x 10 ⁻⁶	3.38	2.89
間接能源消耗						
購買電力(千瓦時)	1,652.53	1,232.10	4.78 x 10 ⁻⁶	6.19 x 10 ⁻⁶	3.18	2.71
直接能源消耗						
輕型貨車使用的柴油(升)	7,604.57	5,596.95	2.20 x 10 ⁻⁵	2.81 x 10 ⁻⁵	14.65	12.33
叉車使用的液化石油氣(「LPG」)(千克)	976	828	2.82 x 10 ⁻⁶	4.16 x 10 ⁻⁶	1.88	1.82

節約用水

守則的相關層面：

A2資源使用

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



鑒於我們日常業務運作的性質，除員工消耗的小量生活用水外，我們認為我們的用水總量並不重大。因此，由於環境及社會影響的重要性相對於其他重大ESG主題較低，本集團目前並未設定具體的能源效率目標。然而，我們將繼續監察我們在此方面的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得重大時制定相關的績效目標。

為避免因使用塑膠水瓶而產生塑膠垃圾，我們在我們的場所內安裝過濾自來水的飲水機，以供飲用。同時，我們在獲取適合辦公室用水方面並無任何困難。

於報告年度，本集團的總耗水量與二零二三年相比同比增加了72.35%。這一增長受到了運營方面因素的影響，包括員工人數的增加、外包勞動力的使用，以及為滿足不斷增長的客戶需求而延長的營運時間。

	二零二四年	二零二三年
耗水量(立方米)		
總計	461.90	268.00
香港辦公室及倉庫	461.90	268.00
日本辦公室	0	0
南韓辦公室	0	0
中國辦公室	0	0
按收益劃分的用水強度(立方米／美元)	1.34 x 10⁻⁶	1.35 x 10 ⁻⁶
按勞動力劃分的用水強度(立方米／人)	0.89	0.59

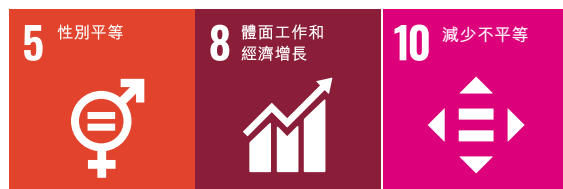
其他標準披露－社會

公平招聘

守則的相關層面：

B4勞工準則

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團總部位於香港，擁有多樣化及多元文化的員工。我們的員工來自20個不同國家及地區，包括香港特別行政區、南韓、日本、美國、英國、加拿大、荷蘭、法國、德國、危地馬拉、印度尼西亞、意大利、約旦、馬來西亞、墨西哥、摩洛哥、菲律賓、俄羅斯、新加坡和突尼斯。多樣化員工群體是我們的一項重要資產，因為其為我們提供對當地市場的寶貴見解及知識。員工多樣化令我們能夠了解及滿足不同地區客戶的需求及喜好。

	二零二四年	二零二三年
員工總數	520	454
男性	155 (29.8%)	141 (31.1%)
女性	365 (70.2%)	313 (68.9%)

本集團的政策是廣納各方人才，為不同年齡、性別及志向的人才提供平等的機會。我們致力於使用公平及業績掛鉤的方式來招聘人才。通過我們嚴格及透明的招聘程序，我們以經驗、態度及潛力來評估申請人。我們高度重視資深員工的技能及知識，以及年輕應徵者的活力及適應能力。

我們強烈譴責不公平及不公正解僱，並在本集團內部禁止此類行為。我們在有具體證據表明存在犯罪行為、嚴重不當行為、不道德或腐敗行為以及類似的違法行為時才會解僱員工。解僱員工乃基於合理合法的理理由，並以書面形式向員工提供終止僱傭合約的通知。

我們的程序及政策倡導保護人權，並明確聲明我們的業務中出現一切形式的童工及強迫勞動。該等原則已藉入職培訓課程及員工手冊明確傳達給員工。我們會對僱傭實踐進行年度審查以確保合規性，（包括盡職調查），以識別使用童工或強迫勞動的情況。如果發現任何此類不良行為，我們將立即採取行動進行糾正並實施系統性改進。我們保證不強迫員工違背其意願工作，不強制工作，或遭受與工作相關的脅迫。本公司嚴禁招募童工或強迫勞動，一旦發現有任何涉及此類行為的員工，將立即予以解僱。

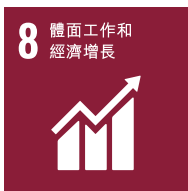
於報告年度，本集團已遵守避免童工及強制勞工的相關法律及規則。我們並不知悉任何可能對本集團有重大影響而與避免童工及強制勞工有關的法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於香港法例第57章《僱傭條例》以及南韓、日本及德國的相關法規。

傳染病應對

守則的相關層面：

B2健康與安全

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



為保持工作場所的基本衛生標準，我們發佈衛生指引，供全體員工遵守。此外，我們在辦公室及倉庫安裝空氣淨化系統，以減少可能對員工構成健康風險的揮發性有機化合物。我們亦採用透明塑膠隔板，分隔各個工作站，以形成物理屏障並減少空氣傳播病毒。

全方位培訓

守則的相關層面：

B3發展及培訓

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團重視員工的持續發展，以確保有效的工作績效、提高效率以及員工的總體忠誠度及留任率。我們提供一系列培訓及發展機會，包括技術及操作方面的在職培訓以及職業健康與安全培訓，使員工具備職責所需的技能及知識。此舉有助於員工獲得實際經驗，同時增強員工特定領域的專業知識。

二零二四年環境、社會及管治報告

除在職培訓外，我們亦實施專注於增強各種技能及能力的發展計劃，涵蓋績效管理、企業文化、資訊安全、活動為本的學習及夥伴計劃培訓。員工還參加了環境培訓，以提高他們對永續實踐的認識，並推動環保舉措。透過提供該等機會，我們旨在支援員工的個人成長及發展，同時亦促進員工技能及潛力。

於整個報告年度，有648名團隊成員參加培訓項目，累積逾1,300個培訓小時。這反映出我們投資於員工成長及發展的承諾。下表載列於報告年度員工參加培訓的比例及所完成平均培訓時數：

	僱員培訓百分比 ¹²		僱員平均培訓時數 ¹³	
	二零二四年	二零二三年	二零二四年	二零二三年 ¹⁴
總計	100.0%	97.4%	2.07小時	2.38小時
性別				
男性	29.8%	32.1%	2.95小時	4.89小時
女性	70.2%	67.9%	2.43小時	4.05小時
按僱員類別				
高級管理層	15.3%	6.6%	3.02小時	2.58小時
中級管理層	26.5%	31.3%	3.13小時	3.40小時
一般員工	58.2%	62.1%	1.34小時	1.84小時

¹² 子類別培訓僱員人數／培訓僱員總數x 100%

¹³ 子類別僱員培訓總時數／子類別培訓僱員總數

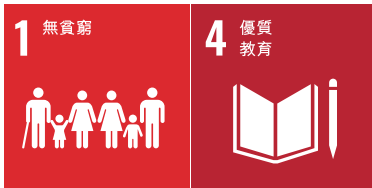
¹⁴ 二零二三年僱員平均訓練時數的計算方法已更新

關懷社區

守則的相關層面：

B8社區投資

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



本集團致力承擔企業社會責任，積極參加惠澤社群的活動。我們鼓勵員工參加義工服務，參與社區項目。展望未來，我們將繼續參與各類社區項目，造福社會。

我們很榮幸在促進企業社會責任方面的努力獲得認可。從二零零七年到二零二四年，我們已經連續18年獲得香港社會服務聯會頒授「商界展關懷」獎。

於報告年度，我們貢獻了307小時的社區服務和環境志願工作。我們向社區捐贈了超過15,900港元的現金及實物，包括我們的產品、衣物、日用品、月餅及對符合我們社會和環境責任承諾的本地組織的財務支持。我們還是香港家庭福利會舉辦的「健康家庭－創建幸福紀錄」75週年活動的官方贊助商，旨在鼓勵家庭在忙碌的生活中優先關注身心健康。



二零二四年環境、社會及管治報告

關懷需求



參與並捐款支持香港家庭福利會舉辦的「愛心編織義工活動」，並將手工編織的衣物送贈給長者



環境保護



參與並捐款支持「無塑海洋」舉辦的「海灘清潔活動」。參與者還事先參加了研討會，了解海洋保育的重要性以及塑膠污染對海洋生態系統的影響



在辦公室發起「職場綠化！國際地球日活動」，以響應我們對環境永續的承諾，並推動綠色辦公環境



回饋意見

如閣下對本報告的內容有任何建議或意見，請發送電子郵件至 ir@yesasiaholdings.com，以便我們能夠進一步提高整體表現，並保持報告質量與時俱進。

聯交所ESG報告守則內容索引表

聯交所ESG報告指引	描述	章節
A.環境		
範疇A1：排放		
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方面的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	- 固體廢物處理 - 向水及土地的排污 - 減輕溫室氣體排放及氣候變化
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	- 固體廢物處理 - 向水及土地的排污
關鍵績效指標A1.2	溫室氣體排放總量(以噸計)以及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	減輕溫室氣體排放及氣候變化
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	業務運營並不產生危險廢棄物。
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	固體廢物處理
關鍵績效指標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措施。	其他標準披露－環境
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所設定的減廢目標及為達到這些目標所採取的措施。	固體廢物處理
範疇A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	- 節約用水 - 能源管理 - 數碼創意
關鍵績效指標A2.1	按類型(如電、氣或油)劃分的直接及／或間接能源總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	能源管理
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	節約用水

聯交所ESG報告指引	描述	章節
關鍵績效指標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措施。	能源管理
關鍵績效指標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措施。	節約用水
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計)及(如適用)每生產單位佔量。	負責任的生產
範疇A3：環境及天然資源		
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。	負責任的生產
關鍵績效指標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。	負責任的生產
範疇A4：氣候變化		
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。	負責任的生產
關鍵績效指標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。	負責任的生產
B.社會		
僱傭及勞工常規		
範疇B1：僱傭		
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： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	- 僱傭及福利 - 企業管治
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	僱傭及福利
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	僱傭及福利

聯交所ESG報告指引 描述		章節
範疇B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	- 安全至上 - 回應傳染病
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括報告年度)每年因工亡故的人數及比率。	安全至上
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	安全至上
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行和監督方法。	- 安全至上 - 回應傳染病
範疇B3：發展及培訓		
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。	全方位培訓
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別劃分(如高級管理層、中級管理層)的受訓僱員百分比。	全方位培訓
關鍵績效指標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。	全方位培訓
範疇B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	- 僱傭及福利 - 公平招聘
關鍵績效指標B4.1	描述檢討僱傭慣例的措施以避免童工或強制勞工。	公平招聘
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的措施。	公平招聘