



# 目錄

# CONTENTS

管理層致辭	01
走進寶尊集團	03
可持續發展管理	07

## 01 合規治理 護航企業穩健發展

公司治理	16
風險識別與管理	18
反腐敗與商業道德	19

## 03 價值共用 攜手共建美好未來

員工責任	47
可持續供應鏈	60
社區公益	63

## 02 創新驅動 責任構建服務新生態

研發與創新	25
客戶服務	32
負責任營銷	39
資料與私隱保護	40

## 04 低碳築基 譜寫綠色發展新篇章

環境管理體系	68
環境管理目標	68
氣候變化減緩與適應	69
「全鏈式」綠色運營	76
排放物管理	84

可持續發展管理績效	85
報告索引表	90
報告鑒證	96
報告編制說明	98



# 管理層致辭

作為以科技驅動商業生態的服務商，寶尊始終將可持續發展視為戰略轉型的底層邏輯，致力於將環境責任、社會價值與治理效能融入全價值鏈，實現商業增長與社會福祉的共榮。2024 年，寶尊持續深化「科技成就商業未來」的使命，以數碼化能力賦能品牌夥伴構建韌性供應鏈，以創新技術驅動綠色消費場景，在數碼經濟浪潮中持續助力行業向更高效、更包容、更可持續的未來邁進。

## 構築全鏈式低碳生態，探索可持續商業範式

我們以「全鏈式」的綠色運營策略為核心，從綠色辦公、綠色倉儲、綠色物流、綠色包裝到綠色合作，全方位降低環境足跡。通過成立 ESG 執行委員會，我們建立了跨部門協同機制，高效推動各生產環節精細化的減排管理。與此同時，我們積極回應「雙碳」目標，搭建氣候變化管理體系，並在碳績效管理、碳排放監測、加速綠色能源轉型等方面持續發力，為行業探索可複製的低碳解決方案，與合作夥伴攜手共創綠色未來的生態實踐。

## 打造數智化創新引擎，助力行業效能躍遷

我們始終將技術創新視為突破增長邊界的第一動力，構建起貫穿全鏈路的數碼化創新引擎，通過多元化的產品矩陣，持續拓展技術應用的深度與廣度；通過打造覆蓋消費者觸達、全管道運營與資料智慧的全管道解決方案，助力品牌實現從流量運營到價值創造的戰略躍遷。2024 年，我們緊跟時代浪潮，進一步深化生成式 AI 與大語言模型的應用探索，將大模型技術運用於可落地的運營場景，為行業提供兼具敏捷性與可持續性的數碼化轉型範式，持續為電商行業注入蓬勃活力。

## 構建幸福職場生態，共築美好向善未來

我們始終將「以人為本」的理念貫穿于組織建設與社區共建的實踐中。我們以「活力」為文化底色，通過多元活動充分激發組織動能，讓員工在創新實踐中感受歸屬感與幸福感，構建幸福職場；在人才戰略上，我們以「綻放個體、成就團隊」為內核，打造了覆蓋職業發展全週期的成長生態，致力於以體系化的培訓賦能員工跨越能力邊界，助力個體價值與團隊效能的協同共振。同時，我們秉持「以公益鑄就仁心」的初心，通過教育援助、醫療幫扶、社區義工服務等行動踐行責任擔當，攜手各方共建美好未來。

站在 2025 年的全新起點，我們滿懷信心與激情，期待以可持續理念回應時代賦予的新興命題，並與所有同行者攜手共進，緊密合作，共同構築一個更加綠色、活力、可持續的未來，讓我們的努力成為推動世界前行的力量。

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」或「寶尊集團」）創立於 2007 年，是中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數碼商業賦能者，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，公司自願於香港聯交所主機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。

公司秉持「科技成就商業未來」的願景，已通過雲計算、大資料、人工智慧等技術，不斷實現技術升級和轉型，憑藉端到端的電商服務功能、全管道的專業知識和技術驅動的解決方案，廣泛賦能品牌合作夥伴，服務全球使用者，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

**公司總部**

中國上海

**上市代碼**

09991.HK

NASDAQ: BZUN

**運營起始時間**

2007 年

**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**

涉及網店運營、客戶服務、IT 解決方案、數字營銷、倉儲配送五大服務內容, 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慧門店等全管道

**全職員工總數**

7,650 人

**公司規模****NO.1**

在《2024 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)

**30+**

覆蓋中國超 30 多個主流電商平臺, 提供全管道新零售電商服務

**490+**

超 490 家品牌運營合作夥伴, 覆蓋 8 大垂直行業

**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



## 寶尊集團服務亮點



### 技術中心

依託智慧技術, 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

自動化

運營工具 & 資料專家



### 店站運營

引入資料分析商業智慧和人工智慧成果, 為業務導向並對業績負責

8

大類目涵蓋

一站式

端到端解決方案

490+

品牌電商服務經驗



### 數字營銷

將品牌營銷和銷售完美結合, 賦能品牌私域業務的全鏈路方案

4A

級市場營銷經驗

500+

電商營銷專家團隊

15

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

71.2%

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

近 100

萬平方米物流中心

10

大城市倉儲中心

自動化

電商倉庫

2,766,298

日峰值訂單量



# 可持續發展管理

## 可持續發展治理架構

寶尊集團將高層參與視作公司可持續發展的重要環節，不斷優化自上而下的 ESG 管理架構與工作機制，致力於將可持續發展理念深度融入企業文化和日常經營。

### 寶尊ESG管理架構



**董事會主要職責包括：**

- (a) 監督公司可持續發展相關事宜；
- (b) 評估公司可持續發展管理績效，並檢討 ESG 目標的進展；
- (c) 管理公司潛在 ESG 風險並對其最終負責。

**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資訊，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。

公司定期召開可持續發展委員會會議，通過研討 ESG 領域最新政策動向，不斷深化對全球可持續發展標準的理解，為將相關標準融入公司戰略決策提供有益參考。



# 可持續發展貢獻

## 可持續發展策略

寶尊集團作為中國電商服務行業的先行者，始終將可持續發展視為公司的核心戰略與重要責任。公司以自身「科技基因」作為可持續發展的內在驅動力，致力於在環境保護、關愛社會等方面貫徹寶尊的可持續發展理念，為全球可持續發展目標貢獻力量。

### 寶尊可持續發展策略



#### 承諾

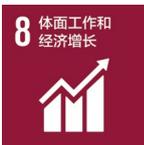
- 以負責任的創新與可持續的營運，攜手持份者共同推動可持續消費方式
- 創造積極的社會影響，貢獻高品質的就業與社會共同繁榮
- 實踐健全透明的營運模式，通過完善公司治理實現企業經營的可持續性

#### 行動策略

- 通過創新解決方案提升行業整體營運效率
- 為員工創造平等與多元化的發展平台
- 增強董事會多元與獨立性
- 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，積極倡導綠色低碳生活方式
- 提供職業教育培訓及就業崗位，助力高品質就業與鄉村振興
- 建立公正、廉潔與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，明確了與公司最為相關的五項可持續發展目標，積極開展相關行動以助力可持續發展目標的實現。

貢獻SDGs	目標與行動舉措
 <p>12 負責任消費和生產</p>	<p><b>目標12.5</b> 到2030年，通過預防、減排、回收和再利用，大幅減少廢物的產生。</p> <p>公司致力於構建產業協同創新平臺，攜手價值鏈合作夥伴，在包裝設計、倉儲管理、物流運輸等領域開展深度合作，實現全流程資源效率提升並促進資源循環利用。2024年，公司包裝材料循環使用量9,484噸。</p>
<p>負責任的創新</p>  <p>13 氣候行動</p>	<p><b>目標13.3</b> 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。</p> <p>公司秉持綠色發展理念，通過創新驅動提升行業運營效能，助力行業向綠色低碳轉型，構建可持續發展的產業生態體系，為實現碳中和目標貢獻力量。2024年，公司範圍一、範圍二溫室氣體排放量（不含Gap中國）較基準年下降35.46%。</p>
<p>共用的社會價值</p>  <p>4 優質教育</p>	<p><b>目標4.4</b> 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。</p> <p>公司設立寶尊-南通開放大學電商產業學院，採用學習與實踐結合模式，開發涵蓋運營、設計、直播、客服的電商課程，全方位提升學員技能。此外，公司開展多種多樣的校企合作項目，包括工學交替、集中實習及618和雙十一實訓等項目在內，2024年共有1,594名學生參與其中，提供了沉浸式的實戰體驗。</p>
<p>完善的公司治理</p>  <p>8 體面工作和經濟增長</p>	<p><b>目標8.5</b> 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。</p> <p>公司積極打造多元、平等、尊重的文化氛圍，抵制一切基於性別、年齡、身體狀況等因素的歧視行為，確保所有員工得到公平對待。</p> <p>公司為殘障人士提供體面的就業機會，支持殘障人士的職業發展，截至2024年底，公司已有18名殘障員工夥伴。</p>
<p>完善的公司治理</p>  <p>5 性別平等</p>	<p><b>目標5.5</b> 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。</p> <p>公司為女性員工提供平等的就業機會，積極聘用女性董事及女性高級管理層，助力女性實現職業價值。截至2024年底，公司董事及高級管理層員工中已有80名女性。</p>

## 2024 年可持續發展亮點績效

### 負責任的創新

新增專利申請 **1** 項、電腦軟體著作 **44** 項

已累計申請專利 **76** 項、電腦軟體著作 **351** 項

持續擴大碳中和範圍，共打造 **2** 個「碳中和園區」



### 共用的社會價值



寶尊獲第九屆智通財經上市公司評選「**最佳 ESG 創新獎**」

寶尊獲 2024 國際零碳節「**2024ESG 典範獎**」

寶尊品牌管理公司 Gap 中國在 2024「雇主品牌創意大賽」中榮獲「**最佳社會責任獎**」

寶尊品牌管理公司 Gap 中國榮獲「**2024 年度公益踐行獎**」

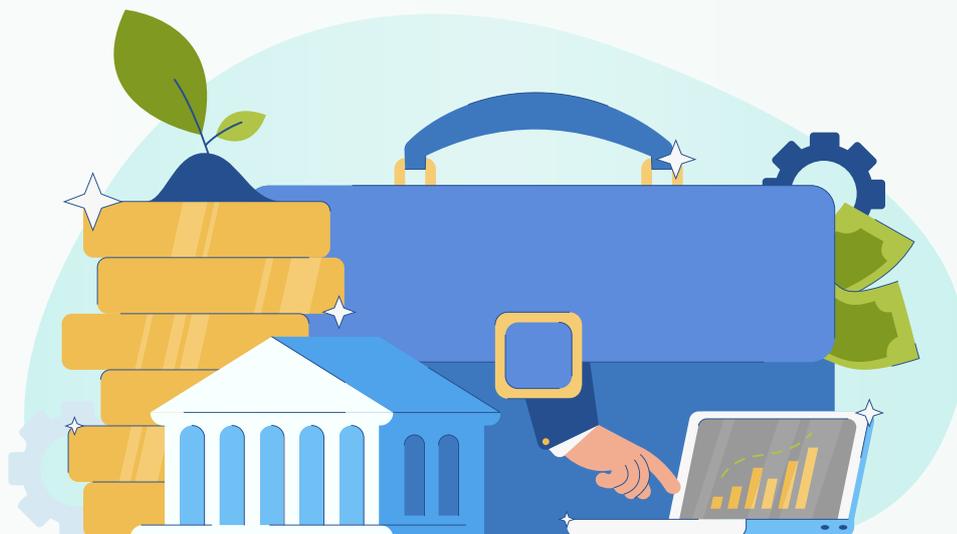
### 完善的公司治理

通過 **ISO 27001** 資訊保安管理系統認證、通過 **ISO 27701** 私隱資訊管理體系認證

擴大網路安全等級保護測評**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 **10** 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：資料口徑與寶尊合併財務報表範圍保持一致，涵蓋2024年1月1日至2024年12月31日。



# 重要性議題與持份者溝通

## 持份者溝通

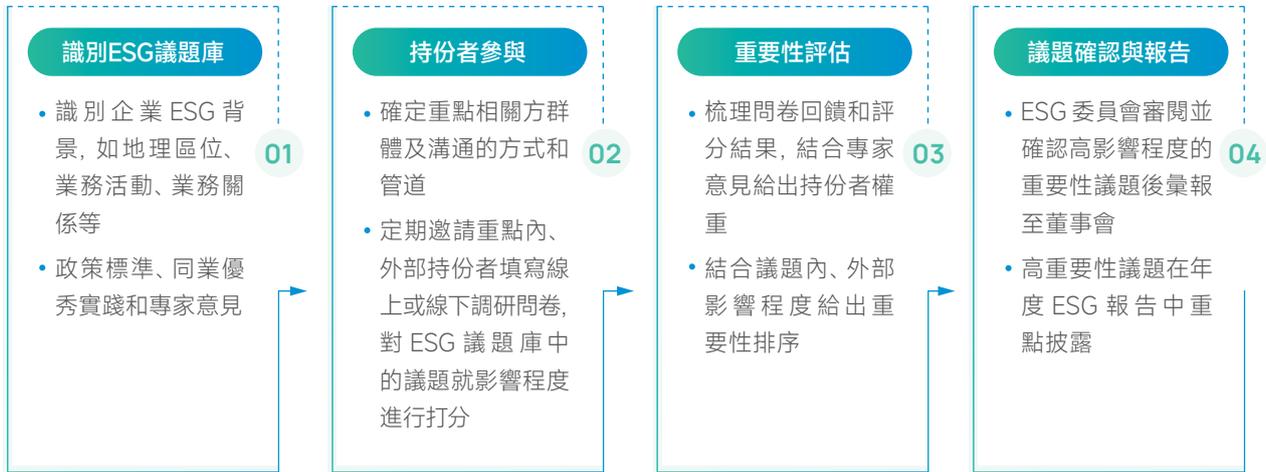
寶尊高度重視持份者溝通，主動識別持份者並建立多元化的溝通管道與常態化的溝通機制，以深入瞭解各持份者的價值觀念。同時，公司積極回應持份者的訴求與期望，將各持份者的核心關注點融入公司運營和決策過程，建立相互信賴、相互支持的良好合作關係。

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

## 重要性議題

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，定期開展持份者量化問卷調研，每年開展一次重要性議題定性分析。持份者重要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 重要性議題，作為公司管理和報告披露的重點。

### 寶尊重要性議題分析流程



### 寶尊重要性議題矩陣



# 01

## 合規治理 護航企業穩健發展

寶尊始終將透明且高效的公司治理視作企業可持續發展的基石，致力於通過完善治理架構、強化風險管理、嚴守商業道德等方式助力企業實現高品質發展，成就數字商業未來。



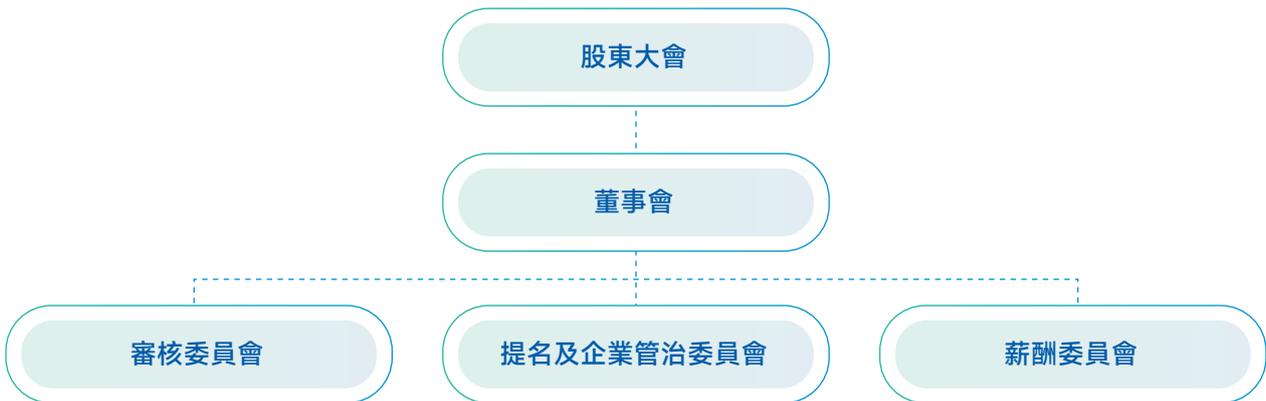
# 公司治理

## 治理架構

寶尊嚴格遵守《開曼群島公司法》《Rule 5200. 在納斯達克股票市場首次和持續上市的一般程式和先決條件》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規、監管規則及規範性檔要求，搭建了由股東大會、董事會和專門委員會構成的三級公司治理架構，各層級權責清晰明確，協同推動公司的穩健運營，實現對公司的全面治理。

- 股東大會是最高決策機構，通過科學決策充分保障股東權益；
- 董事會是日常業務的決策機構，下設審核委員會、提名及企業管治委員會、薪酬委員會；
- 專門委員會依照《公司章程》和董事會授權履行職責，為公司決策執行提供有力支援。

### 寶尊治理架構



## 董事會構成與薪酬

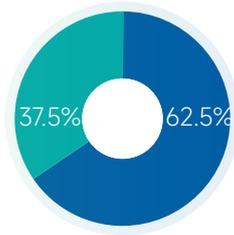
為確保董事會選舉的公開、公平、公正、獨立，寶尊制定《提名及企業管治委員會章程》，在董事會選舉過程中遵循唯才委任的原則，保證董事會制定科學決策的基本能力，切實保障股東權益，促進公司高品質發展。

在充分保證董事會決策能力的基礎上，公司高度重視董事會的多元化建設，綜合考量性別、年齡、行業經驗、專業背景、教育學歷等因素，致力於通過多元化建設滿足各業務板塊對於工作技能和行業經驗的多元化需求，同時提升董事會決策效率、企業人才吸引與留任、創新能力等非財務表現。此外，為進一步提升董事會的獨立性，公司聘請具有特定行業經驗的獨立董事，為公司在業務戰略、業績表現、風險防控和利益衝突等方面提供獨立的專業意見和判斷，確保公司及股東的利益的最大化。目前，公司在任的獨立董事領取固定薪酬。

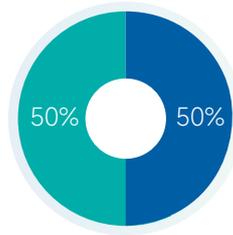
截至 2024 年底，董事會共計 8 名成員，其中包括女性董事 1 名、獨立董事 3 名。現任董事會成員擁有供應鏈管理、IT、財務、工商管理領域的專業能力和行業經驗。

## 寶尊董事會構成

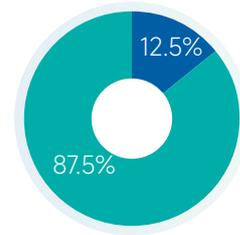
	姓名	性別	委員會委任情況		
			審核委員會	提名及企業管治委員會	薪酬委員會
創始人、 主席兼首席執行官	仇文彬	男			
聯合創始人兼董事	吳駿華	男			
董事	岡田聰良	男			
董事	王俊	男			
董事	餘濱	女			
獨立董事	Yiu Pong Chan	男	●	●	C
	Steve Hsien-Chieng Hsia	男	●	C	●
	葉長青	男	C	●	●



● 獨立 ● 執行



● 外籍 ● 本土



● 男性 ● 女性

注:

[1]. C= 主席, ● = 委員

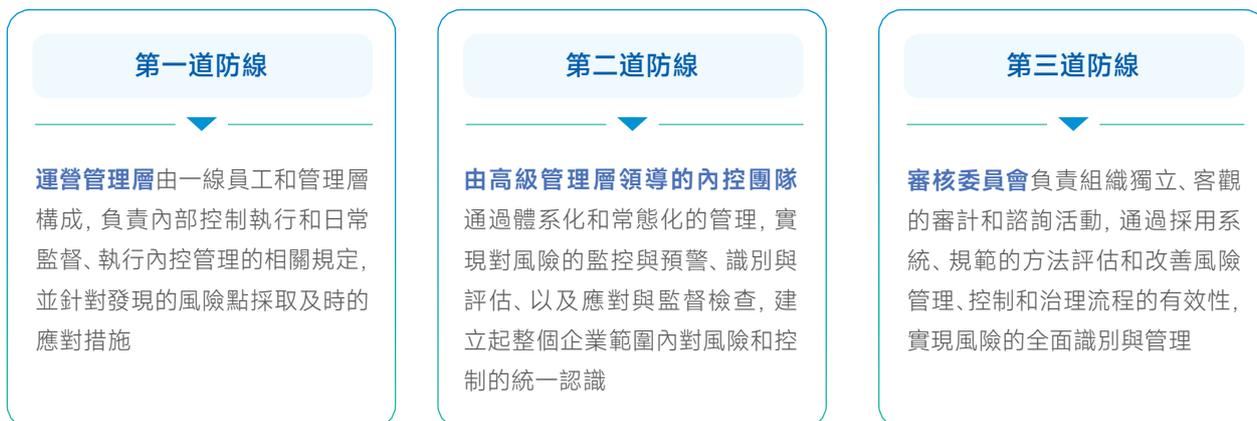
[2]. 在本報告中, 本土指代中國大陸, 即不包含中國臺灣、香港特別行政區及澳門特別行政區。

為強化對於公司高級管理人員的責任約束、提升公司財務報告披露的準確性, 董事會薪酬委員會面向公司高管制定《激勵性薪酬追回政策》, 明確規定在公司進行財務結果重述的情況下可以根據特定條件追回到向高管發放的激勵性薪酬, 持續激勵高管提升履職盡責能力水準。

## 風險識別與管理

為高效推進風險管理工作，寶尊建立了系統化、專業化的全面風險管理體系：董事會作為公司內部控制和風險管理的最高責任機構，每年定期審閱公司財務、經營及合規方面風險管理及內部控制系統的有效性。同時，公司搭建了由運營管理層、高級管理層領導的內控團隊、審核委員會組成的「三道防線」，確保公司業務運營的各個方面有效落實風險管理政策。

### 寶尊風險管理三道防線



內審團隊直接向董事會委員會彙報，負責定期開展獨立風險評估，識別可能影響公司業務的策略、財務、市場、經營、法律等風險。此外，內審團隊負責為公司風險管理及內部控制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、提出改進計畫並持續追蹤改進計畫的落實情況。

為實現全面風險管理，公司制定或更新了《BEC決策授權體系》《寶通易捷庫存管理制度》《寶尊集團費用報銷制度》《BEC虛擬卡管理制度》《寶尊集團投資公司和重點項目資訊管理制度》《寶尊集團店鋪收款帳號管理制度》《寶尊集團資本金管理制度》等制度，並設置審計項目池，根據業務類型、流程等要素，識別各類項目的審計重點及主要風險點，並預評估風險等級。

公司制定年度審計計畫，並計畫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，並通過定期會議追蹤整改進展，同時，公司審核委員會每季度會聽取審計項目彙報。

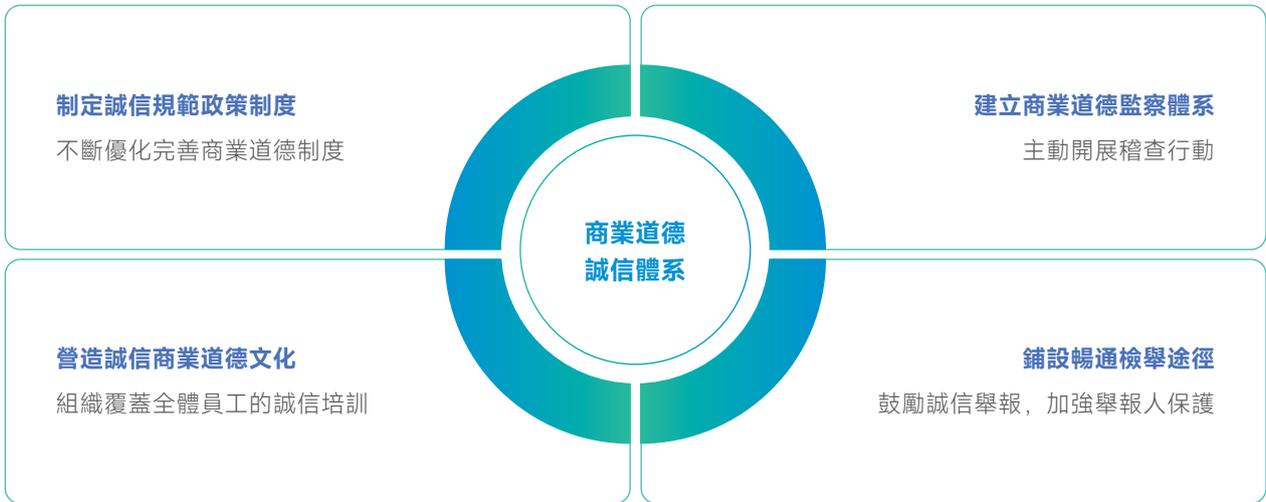
2024年，公司設置挽損防損、風險防範等目標，並持續追蹤目標實現進展，共開展控股公司綜合審計、業務或職能部門審計、高風險流程專項審計等8個審計項目，累計識別風險問題99項，整改完成率達到90.3%。此外，公司每年面向寶尊集團開展SOX審計，以持續強化內部控制，及時識別和糾正內部控制缺陷，同時面向特定品牌業務開展年度SOC 1和SOC 2審計，從財務與非財務雙重視角提升合規性與抗風險能力。

公司在BEC運營管理看板設置「風險管理」模組，以實現對服務、運營等風險的持續監測；在此基礎上，公司不斷加強風險文化建設，通過開展風險培訓提升全員意識水準。2024年，公司開展使用者私隱資料安全培訓、智慧財產權方面的合規培訓。

# 反腐敗與商業道德

寶尊高度認可遵守商業道德規範對企業健康發展的重要性，並將誠信運營視作寶尊的核心價值觀之一。公司嚴格遵守《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》等法律法規及電商服務行業道德規範，保障公司運營合法合規。在遵守相關法律法規的基礎上，公司不斷優化商業道德誠信體系建設，促進公司商業道德管理水準的穩步提升。

寶尊商業道德誠信體系



## 商業道德制度建設

為全面落實商業道德相關工作，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程式執行相關工作，並直接向公司董事會彙報工作進展與成果。此外，公司結合業務發展現狀定期對相關制度進行更新和優化，為工作開展提供規範化的制度支撐。

針對商業秘密保護，公司制定《寶尊集團保密管理辦法》，明確各部門的職責，建立權責分明的保密工作管理體系，規定不同密級資訊的保密期限，並對其存儲、使用、傳遞制定針對性的管理措施，嚴格防控洩露保密資訊的不當商業行為。

針對反洗錢，公司制定《寶尊電商反洗錢管理辦法》，針對可疑行為採取預防、監控措施，從源頭杜絕洗錢活動的發生。同時，公司開展客戶盡職調查、留存客戶身份資料和交易記錄、報告大額交易和可疑交易，致力於在維護公司自身權益的同時助力構建健康的經濟生態。

針對反貪污與反賄賂，公司制定並要求寶尊及其下屬所有子公司和可變利益實體中的所有全職員工（含董事）遵守《寶尊電商饋贈和款待制度》《寶尊商業行為道德規範細則》，嚴格規範全體員工的商業道德行為。

2024年,公司更新《寶尊電商監察制度》,明確公司對於腐敗事件及事故類型的定義,進一步完善腐敗事件回應機制,對不同等級的廉潔事故設置不同的彙報流程和責任機構,確保所有廉潔事故都能得到妥善且高效的解決。此外,公司對不同程度的違規行為採取分級分類的處罰措施,並對任何形式的貪污腐敗堅持「零容忍」原則,任何員工一旦出現腐敗行為,公司將立即解除與其的勞動合同,情節特別嚴重或涉嫌違反犯罪將依法移交司法機關處理。

### 員工腐敗行為

- 利用職務便利為自己、利害關係人或他人謀取不正當利益;
- 利用職務便利在經濟往來中收受回扣、手續費及其它好處歸個人或小團體所有;
- 接受禮品、款待及饋贈不上交或申報;
- 貪污、挪用公款、侵佔公司資產;
- 存在《員工手冊》《商業行為道德規範細則》定義的利益衝突未按要求予以申報;
- 惡意洩露公司客戶資料等保密檔或資源(包括未經上級允許,私自外發公司保密的文件資料)。

公司亦關注合作夥伴的商業道德表現,力求通過建立誠信規範機制,嚴格防控與合作夥伴業務往來過程中的任何貪污腐敗及不正當競爭行為,攜手合作夥伴共建廉潔誠信的行業環境。

為加強供應商商業道德管理,寶尊與供應商簽訂《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中獲取的保密資訊,遵守適用的反腐敗法律法規及寶尊內部規定,避免合作中出現利益衝突事件。此外,公司持續完善貫穿供應商准入、審核、分級管理、績效評估全流程的反貪污與反賄賂管理流程,並定期開展供應商反舞弊專項風險排查,在招投標階段參與現場監督,對異常情況進行提醒和持續追蹤,同時,公司定期從系統中拉取供應商資訊,結合工商資訊風險項,對可疑供應商進行逐一排查,防範舞弊風險。2024年,公司共抽取36家供應商進行分析並針對發現的異常進行核查,供應商審核通過率達到100%。



## 誠信文化建設

寶尊力求打造廉潔誠信的工作環境，通過開展誠信培訓、普法宣講等方式穩步推進誠信文化建設，提升全員廉潔意識水準。

面向董監高，公司定期開展誠信訪談和誠信培訓，以強化董監高的廉潔意識、規範董監高的商業道德行為，建立自上而下的誠信文化；面向中高層管理人員，公司定期開展專項普法培訓，結合真實案例對管理層員工進行更加深入的法律宣貫，敲響警鐘；面向所有全職員工，公司不斷完善誠信教育系統，要求新員工在入職時參與廉潔培訓，100% 簽署《新員工承諾書》，並通過寶尊能力發展中心定期向存量員工推送商業道德培訓和考試。此外，公司重點關注採購、供應鏈等高敏感崗位的商業道德行為，通過面對面培訓、宣講的方式強化關鍵員工的誠信意識，並通過監察、審計等管理手段加強保障。

### 寶尊商業道德培訓



2024 年，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 1 小時，培訓覆蓋率為 100%。

### 2024 年度集團監察制度培訓

2024 年，公司開展誠信培訓，培訓測驗達 8,862 人次。初測集團員工完成率與通過率均可達到 99.41%，為確保培訓效果，公司進一步開展補測，培訓通過率達到 100%。

### 2024 年度集團專項普法宣講

2024 年，寶尊在多個城市的職場開展了「案件公告與普法宣講」線下專項培訓，共計場次 20 場，覆蓋各事業部中高層管理人員及重點培養對象共 889 人。

通過對職務侵佔及受賄案例的分享，公司不斷強化相關法律要點，極大程度上提高了參訓員工對相關法律的掌握程度與法律意識，預防類似違法事件的發生。



除培訓外，公司還通過推送、新聞、海報等多種形式提醒員工踐行商業道德承諾，努力營造廉潔誠信的商業道德文化。2024 年，公司「寶尊監察」公眾號作為面向全體員工的資訊服務平臺，持續向全員推送誠信職場普法知識、節日禮品饋贈提醒以及誠信培訓資訊，全年累計推送量達 17 次。

## 風險防範與稽查

作為領先的電商服務公司，公司持續關注倉儲、物流、退換貨等重要環節的風險點，定期針對交易金額、市場價格、退換貨行為開展稽查行動，以及時識別潛在的商業道德和資產損失風險，並對不同風險點採取差異化的控制措施，實現對公司商業道德規範和經濟利益的全面保護。

2024 年，公司主動在工程發包、庫存盤點、退款訂單、退換貨及損失預防等方面採取稽查措施，通過預防性手段排查潛在異常行為，堅決遏制違反商業道德的行為，盡可能避免資產和經濟利益損失。

### 寶尊稽查措施

措施	主要內容
工程稽查	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、驗收清單與現場實際情況進行核對，檢查是否一致。
庫存盤點稽查	稽查倉庫是否有按要求進行盤點，有無盤點資料，有無異常，針對異常資料前三展開複盤，找出異常原因。
退款訂單稽查	結合財務資料，每月對包含全額或大額退款的訂單進行核查，對異常訂單進行篩選、研判與核實，排除風險點。
退換貨稽查	所有退換貨商品在退貨口由運營、防損、承運商一同清點數量，而後送至質檢區由專人錄入公司系統後拆箱質檢，質檢不合格品向店鋪回饋確認後拒收，由運營、防損、承運商共同確認拒收數量、規格等資訊，防止空退。
損失預防稽查	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。

## ■ 檢舉管道與檢舉人保護

寶尊宣導全員參與廉潔監督，以充分發揮各相關方的監督作用。為此，公司開設多元且暢通的舉報途徑，鼓勵全職員工、非正式員工（兼職、實習生等）以及與公司有業務往來的客戶、供應商、合作夥伴對發現的實際或疑似違規行為進行實名或匿名舉報。公司將在收到舉報資訊起的 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。

2024 年，在延續以往電話、郵箱、微信公眾號、信函等舉報途徑的基礎上，公司在企業微信增設「監察諮詢視窗」，進一步為違規行為舉報提供便利條件。

舉報途徑	
 <p><b>舉報電話</b> 15-316-222-110</p>	 <p><b>微信公眾號</b> 寶尊電商</p>
 <p><b>舉報郵箱</b> jubao@baozun.com</p>	 <p><b>企業微信</b> 監察諮詢視窗</p>
 <p><b>信函舉報</b> 上海市靜安區江場西路510弄市北數智大廈(監察部收)</p>	

為維護舉報人的合法權益，公司制定《舉報人保護和獎勵制度》，明確規定對舉報人個人資訊及舉報資料進行嚴格保密，確保員工或外部人員不會因合法舉報遭到解雇、降級、停職、恐嚇、騷擾等不公平待遇或其他形式的打擊報復行為。針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。

2024 年商業道德亮點績效				
2024年，寶尊集團：				
不正當競爭制裁 <sup>1</sup>	員工貪污案件 <sup>2</sup>	供應鏈腐敗事件	利益衝突事件	洗錢或內幕交易事件
0 起	0 起	0 件	0 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].指彙報期內對寶尊或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件數。

# 02

## 創新驅動 責任構建服務新生態

作為中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數碼商業賦能者，寶尊始終秉承「科技成就商業未來」的願景，緊跟品牌客戶需求，以創新為驅動力為多元化的全管道品牌提供一站式電子商務解決方案，致力於成為全球品牌數碼商業夥伴。



## 研發與創新

寶尊通過提供針對品牌電商的一站式解決方案，憑藉全鏈路整合與全管道服務，助力全球品牌客戶實現數碼化轉型。為此，公司聚焦新產品與新技術，以開放互聯的理念和完善的管理作為創新的原動力，與品牌客戶和消費者攜手推動可持續增長，為電商和實體經濟行業帶來新的活力。

### 創新的產品與服務

寶尊積極應對電商領域發展的新形勢，以構建全管道數碼化運營為創新發展目標，通過前瞻性技術創新，持續為品牌客戶提供與時俱進的解決方案，打造新的業務增長點。2024 年，寶尊連續兩次入選全球權威資訊科技研究機構 Gartner 發佈的技術服務商推薦指南，旗下兩大旗艦產品 OMS 4.0 和 DTC 2.0 均榮獲推薦，充分彰顯寶尊出色的市場競爭力和創新實力。

公司持續優化公司的商業品牌寶舵 (BOCDOP)，通過構建技術驅動的全管道數碼化產品與服務佈局，以「好科技」賦能「好服務」，為品牌客戶和消費者創造真實價值。立足于深厚的技術積澱，2024 年，公司對技術產品進行全面升級，並推出 BBI Cloud 1.0 等創新產品，不斷拓展技術邊界，提升產品的多樣性與智慧化。

#### 寶尊2024年主要技術創新產品

##### BBI Cloud 1.0 全管道資料智慧分 析平臺

- 基於多年電商運營經驗和海量資料，提供全管道覆蓋的深度業務分析和即時資料洞察，支援品牌定制化的業務儀錶板與策略助手。
- 引入 AI 大模型，建立自助式平臺進行靈活高效的分析，快速生成視覺化報表，支援特定場景的對話式深度分析 (ChatBI)。
- 即時監控商品價格和全管道營銷投放效果，提供 BBI 自研的行業趨勢圖譜，幫助品牌精準把握市場動態。
- 支援一、二、三方資料的集成與無縫對接，覆蓋 60 餘個行業類目和 2,000 餘家競品店鋪，幫助品牌獲得全面的市場洞察與競爭優勢。



**實力蟬聯，寶尊兩次入選Gartner技術服務商指南**

Gartner 通過甄選數碼商務技術領域的優秀供應商並編制推薦指南，為企業選擇技術服務合作夥伴提供重要參考，幫助其識別行業內的領先解決方案提供商。2024 年 6 月，Gartner 發佈的《2024 年數碼商務技術供應商指南》中，寶尊兩大旗艦產品 OMS 4.0 和 DTC 2.0 雙雙入選推薦名錄。

OMS 4.0 和 DTC 2.0 是寶尊賦能零售企業全管道數碼化運營的核心產品。通過兩者協同，品牌能夠實現從前端消費者互動到後端供應鏈的無縫整合，從而提升運營效率，推動資料驅動的決策制定，助力品牌持續增長。截至 2024 年底，已有超過 80% 的寶尊服務品牌使用全管道 OMS 系統，約 20% 的品牌採購 DTC 私域建站服務。

值得一提的是，寶尊早在 2024 年 1 月 Gartner 發佈的《分散式訂單管理系統市場指南》中作為亞太地區唯一上榜的技術服務商獲得認可。連續兩次獲得 Gartner 認可，彰顯了寶尊在全球品牌電商和技術服務領域的知名地位。未來，寶尊將繼續加強技術研發和產品創新，提供更加靈活和定制化的解決方案，幫助品牌應對日益變化的市場環境，並驅動行業數碼化轉型的進程。

## 寶尊科技：GARTNER 認定 DOM 領域代表性服務商 & Digital Commerce 技術服務商

### 2024 Market Guide for DOM

DISTRIBUTED ORDER MANAGEMENT 系統代表性服務商

Vendor	Headquarters
Baozun	Shanghai, China
Deck Commerce	St. Louis, Missouri
Deposco	Alpharetta, Georgia, United States
Fluent Commerce	Sydney, Australia
Fulfillmentools	Cologne, Germany
IBM	Armonk, New York, United States
Klarna	Paris, France
Keros Digital	
Kibo	
Korber	
Magnus Black	
Manhattan Associates	Atlanta, Georgia, United States
New Store	Boston, Massachusetts, United States
OneStock	Toulouse, France
Orpic	Austin, Texas, United States
Planet	London, England
Salesforce	San Francisco, California, United States
SAP	Walldorf, Germany
SymphonyAI	Palo Alto, California, United States

亞太地區  
唯一上榜服務商

- 系統核心功能
- 客戶所在行業和地區
- 客戶群規模以及新客戶數量
- 在Gartner客戶諮詢中被討論的次數

### 2024 Digital Commerce Technology Vendor Guide

數字商務技術服務商

Vendor	Headquarters
Baozun	Shanghai, China
Bagisto	India
HCL Software	India
Infosys	India
Maropost Co.	
OpenCart	
Shopex	China
Shoptine	Singapore
Ultra Commerce	Australia
Zen Cart	Philippines
Zeuscart	India

中國市場  
三大認可服務商

- Gartner分析師通過市場調查、客戶互動以及同業洞察中總結並達到標準的服務商

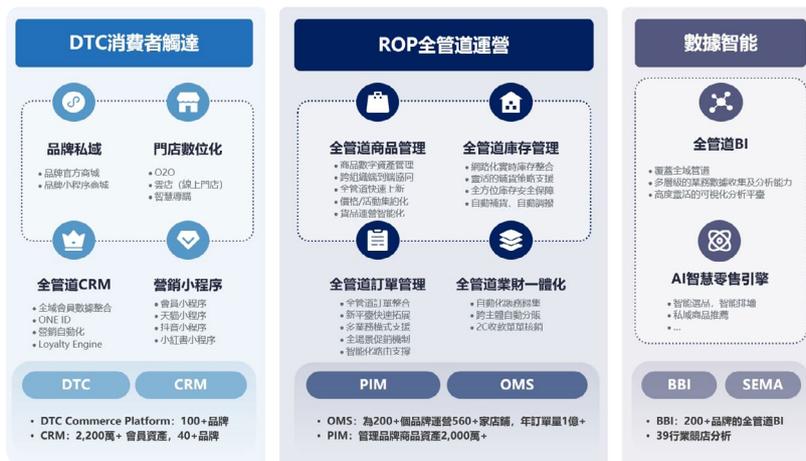
## BOCDOP 寶舵：賦能全管道零售數碼化轉型

寶舵 (BOCDOP) 是寶尊旗下以生意結果為導向的全管道數碼化技術服務品牌。以「業務 + 資料」雙中台為基礎，寶舵充分整合了寶尊全方位的技术能力，不僅關注不同管道間的差異化業務佈局、線上線下全管道的融合，還關注多種業務形態的一體化整合和多組織運營形態的分級授權，以及面向多個管道在後端商品運營、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。2024 年，寶舵持續深化全管道、大模型和生成式 AI 等技術向場景化解決方案的升級，探索更智慧的零售場景綜合解決方案。



基於 17 年服務 400 多家知名品牌的電商運營和零售數碼化經驗，寶舵沉澱了一套端到端的全管道數碼化零售解決方案，包含 DTC 消費者觸達、ROP 全管道運營、資料智慧三個部分：

- 1) DTC 消費者觸達：提供量身定制的私域建站方案和個性化營銷玩法，助力品牌私域業務增長；
- 2) ROP 全管道運營：賦能品牌快速拓展全管道業務，保障全管道品牌價值一致性；
- 3) 數據智能：圍繞大資料模型演算法和前沿科技創新，打造智慧全管道零售引擎。



寶舵已助力眾多國內外品牌完成一體化商務戰略升級，提供全管道一致、即時和個性化的消費體驗，成為品牌數碼化轉型的關鍵力量。未來，寶舵將全面升級產品與服務，攜手更多品牌深度探索一體化商務的無限潛力，推動行業變革。

寶尊積極探索大語言模型和生成式 AI 技術在零售和電商領域的實際應用，並逐步分階段部署落地，應用到多元運營場景。2024 年，寶尊已在內部推出多種基於大模型技術的工具，如文本生成工具 BaozunGPT、圖像設計工具 BaozunART、視頻生成工具 BaozunVIDEO、對話式資料分析工具 ChatBI、智慧客服 S-Whiz、自動化工具 BaozunRPA 等，有效提升運營效率。隨著 AI 技術快速發展，寶尊將進一步聚焦特定業務場景，構建起完整的業務流程線，不斷深化全方位的整體解決方案。

在技術不斷創新的同時，寶尊重視研發機制的優化與交付能力的提升。公司實施《TIC 品質管制體系》，明確標準研發流程、品質交付流程、業務監控與運營和事故管理流程。2024 年，公司制定《研發立項管理制度》，推行「項目制」管理模式，將研發項目管理納入日常運營流程，為持續創新提供堅實保障。所有產品研發項目均需完成立項手續，即時監控項目進度與成本，並嚴格遵循項目驗收機制。

此外，公司成立交付中心，集中化管理對客實施的交付資源，實現遠端快速回應，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研發成果交付品質。

## 智慧財產權保護

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，並制定《智慧財產權管理總則》，以加強智慧財產權的管理與保護，確保自身專利、商標、軟體著作權等不受侵害，同時避免侵犯他人智慧財產權，維護公司的競爭優勢和品牌聲譽。公司通過實施侵權預防措施，如競品排查、類似專利申請檢測等，有效降低侵權風險。

公司制定《TIC 專利申請獎勵辦法》等管理制度，進一步加強對技術研發人員的激勵與獎勵，充分激發技術創新活力。為支持員工參與專利申請，公司提供《專利申請說明》文件，並定期舉辦專利知識專題講座，詳細講解專利申請流程、專利類型及授予條件等相關內容。通過這些舉措，公司積極向員工傳遞智慧財產權知識，推動技術創新成果的轉化與保護。

### 2024 年寶尊研發創新亮點績效

截至2024年12月31日，寶尊集團：

已累計申請專利

**76** 項

電腦軟體著作

**351** 項

2024年新增專利申請

**1** 項

電腦軟體著作

**44** 項

## 助力電商行業發展

作為中國領先的電商服務商，寶尊始終堅信「眾行致遠」，致力於促進產業網路的互聯互通與協同發展。公司積極參與行業展會、論壇等活動，與各方展開深入交流與合作，共同推動電商行業的創新與繁榮，為構建更加開放、共贏的產業生態貢獻力量。

2024 年，寶尊與彭博商周 (Bloomberg Business Week) 聯合主辦第八屆全球品牌電商峰會。該峰會由寶尊創立，多年來為電商行業提供前瞻性洞察與趨勢解讀，已成為品牌電商領域的風向標。此外，寶尊受邀出席 2024 全球跨境電商年會、第十七屆金投賞國際創意節、中國數碼化創新博覽會等活動並發表主題演講，進一步提升公司在行業內外的影響力和品牌聲量。

### 寶尊賦能品牌價值增長，共探數字商業新未來

2024 年，第八屆全球品牌電商峰會以「新質生產力——數字商業增長新動能」為主題，聚焦當前國內經濟環境和消費市場背景，深入探討了新質生產力等創新技術如何推動電商行業變革，為企業和品牌帶來全新機遇與挑戰，並助力其在未來競爭中佔據優勢。

會上，寶尊提出在全新的數碼化時代，品牌應更加明確自身的長期價值定位。通過專業有效的合作，寶尊能夠幫助品牌聚焦核心競爭力，長期持續地為消費者提供價值。除了與品牌在需求鏈上開展傳統合作，寶尊還積極拓展供應鏈服務，將服務能力、資料資源及解決方案進一步延伸至品牌的價值鏈中，為品牌創造更多價值。

此外，寶尊推出全管道增長引擎 i-MORE 模型，分別代表 intelligence-empowered (數智賦能)、Dynamic Merchandising (靈動策品)、Connected Omni-channel (全域聯動)、Reliable Supply-chain (智鏈管理) 和 Unified Experience (同感同權) 五大重點運營方向。基於寶尊技術創新的能力及團隊多年來沉澱的成熟產品和解決方案，寶尊致力於幫助品牌實現全管道的高效數碼化轉型，推動品牌在數碼化浪潮中實現可持續增長，共同邁向數字商業的新未來。



## 寶尊以創新策略重新定義GMV，賦能品牌高品質增長

在第十七屆金投賞國際創意節上，寶尊以「不用 GMV 回答 GMV，尋找有創造力的新答案」為主題發表演講，指出在電商存量競爭時代，GMV 已不再是簡單的數字遊戲，而是高品質增長的象徵。基於此，寶尊通過數碼化零售中台賦能經銷商，推動線上線下深度融合，助力品牌實現可持續的 GMV 增長。同時，寶尊與品牌合作夥伴共同探索長期品牌建設、全盤生意思維以及數智賦能，以創新策略重新定義 GMV，為品牌提供更具價值的增長路徑。寶尊期待與更多品牌攜手，持續推動電商行業邁向更高水準的發展，驅動行業創新與變革。



## 2024年寶尊獲得行業獎項（部分）

獲得獎項	頒獎機構
 <p>ADMEN國際大獎 (內容營銷類、數碼營銷類實戰金案)</p>	 <p>廣告人文化集團</p>
 <p>IAI傳鑒國際廣告獎 (年度數字營銷公司、優秀營銷案例獎、電商營銷金獎)</p>	 <p>IAI國際廣告研究所</p>
<p>金投賞商業創意獎 (電商代理大獎、全鏈路整合營銷賽道金獎、全鏈路整合營銷賽道提名獎)</p>	 <p>金投賞</p>
<p>阿裡媽媽未來商業獎 (AI創變全域經營生態夥伴獎、AI創變全域經營增長品牌獎、AI創變全域經營生態夥伴獎)</p>	 <p>阿裡媽媽</p>
<p>Quick BI數智生產力大賽優秀案例獎</p>	 <p>阿裡雲智能集團</p>
<p>CDI2024優秀數碼化技術服務商</p>	 <p>中國數碼化創新博覽會</p>
<p>年度最佳零售數智化轉型服務商</p>	 <p>第十屆WRE零售數碼化峰會組委會</p>

# 客戶服務

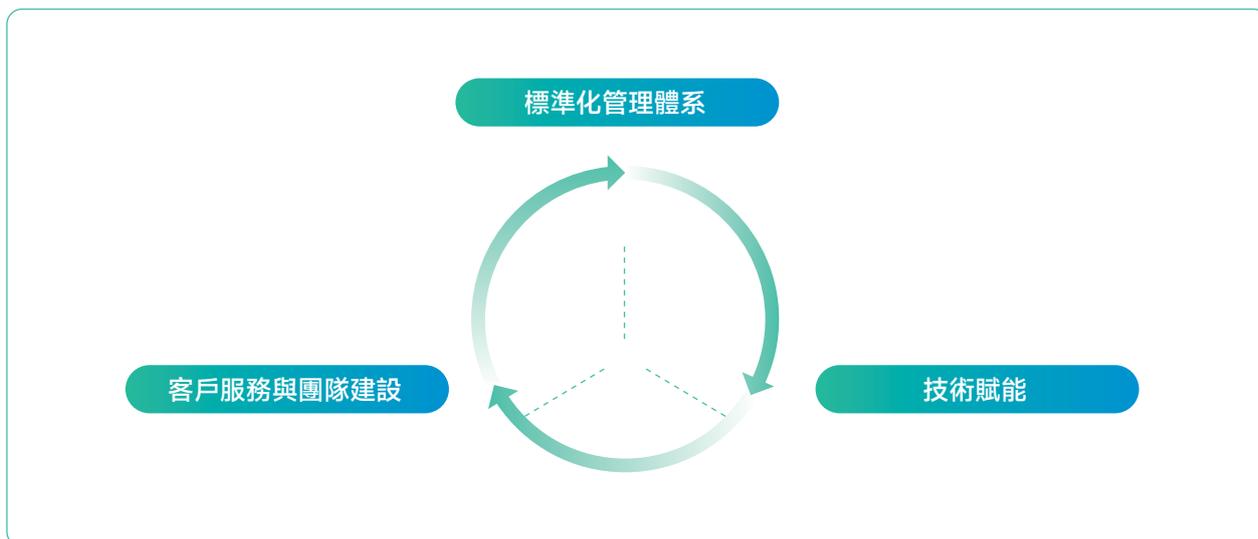
寶尊致力於為品牌方提供一站式電子商務運營解決方案，在全業務流程中深度融入消費者與品牌方的互動，搭建高效溝通的橋樑。公司憑藉綜合性的客戶運營與服務能力，始終秉持「以客戶為尊」的理念，打造品牌方與消費者雙向共贏的優質服務體驗。

## 寶尊集團服務對象



公司以客戶滿意度提升為目標，借助創新科技賦能優化客戶服務管理體系，強化客服團隊專業能力建設，為品牌方和消費者提供高效、優質、專業的服務。2024 年，公司入選由中國企業聯合會、中國企業家協會發佈的「2024 中國服務業企業 500 強」榜單，且獲得「天貓生態卓越服務獎」。

## 寶尊客戶服務體系



## ■ 建立完善的客戶服務體系

公司圍繞規劃、流程、人員、績效四大管理要素，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戶服務委員會。委員會彙聚客戶服務、資料分析、SOP 制定、新項目搭建、質檢及現場管理等多專業背景的成員，打破行業經驗邊界，針對多行業客服痛點提供精準診斷與優化方案，推動客戶服務體系的持續升級與高效運營。

針對消費者，公司制定《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，公司制定《客戶投訴管理機制》，為客戶提供暢通的投訴管道，並定期向客戶開展滿意度調查，及時根據客戶回饋意見進行調整和改進，不斷精進服務。

公司高度關注品牌合作夥伴的需求，針對核心品牌客戶引入淨推薦值（NPS）品質管制體系，2024 年公司 NPS 得分達到 8.53。公司通過針對性訪談、多維度定量問卷評估相結合的方式，精準識別客戶滿意度痛點，制定有效的改進方案，並建立長期關聯式客戶體驗監測體系閉環，確保服務品質的持續優化與提升。

## ■ 打造高水準客戶服務團隊

高質素的客服團隊是為消費者和品牌客戶提供優質服務的基礎。為此，公司構建了全面的客服培訓體系，制定了客服人員的學習路徑，針對新人客服、現職客服及新晉客服管理人員提供有針對性的培訓與技能提升。客戶服務委員會也定期組織專題共創工作坊，促進客服管理經驗的交流與分享，持續優化團隊的整體服務能力。

2024 年，Gap 中國持續推進客服組織能力建設，提升員工專業素養與團隊協作能力。同時，Gap 中國開展各模組業務日常互動溝通與分享，促進跨部門協作。



## 寶尊客戶服務人員學習路徑



2024年，公司開展客服新員工培訓250場，累計培訓新人2,075人，培訓總時長6,496小時，培訓覆蓋率達100%。

## 打造COPC標準化管理

公司為客服人員設立了多層次的認證體系，包括業內權威的客服績效認證中心（COPC）管理標準體系認證，以及專門針對客服人員的客服精英認證體系。公司每年在客戶服務委員會大會上，都會為通過認證的員工舉行授證儀式，以激勵團隊持續提升專業能力。

《COPC® 客戶服務提供者標準》是國際公認的針對客戶服務績效和管理的權威標準。公司與 COPC 緊密合作，為員工提供為期 5 天的《COPC® 顧客體驗優秀實踐培訓》。2024 年，共有 10 名員工全脫產參與培訓，全員以優異的成績通過認證，均獲取 COPC 顧客體驗領航員資質證書，進一步強化了公司在客戶服務管理方面的專業能力。



### 寶尊客服精英認證項目

公司依照業務實際需求，對內部客服精英積分體系進行優化，分為專業能力和管理認知 2 大項目，每季度進行一次認證。

專業能力涵蓋熱線電話、輸入技能、商務英語、培訓技能、AI 智慧訓練師、售後綜合能力、銷售能力和 Office 技能 8 大認證項目，針對每個認證項目設置「新秀」「達人」「大神」三個等級，說明員工循序漸進地提升專業能力。2024 年，共有 1,002 人次完成認證，認證通過 621 人次，通過率達 62%。

管理認知課程參考「COPC 全球客服外包服務提供者績效管理體系」，涵蓋綜述與概念、顧客體驗、品質管制、人工管道績效、定義流程及知識庫管理、WFM 勞動隊伍管理和人員管理 7 大課程，為客服管理提供了明確的方向和清晰的指導。2024 年，共有 111 人參加了管理認知的課程學習，33 人通過全部課程測試，通過率 30%。

在客服後備人才儲備方面，堅持多區域分散化佈局的長期戰略，在應對突發需求時靈活調度資源。此外，公司積極與多所當地院校建立深度合作關係，共建實踐教學基地，提前儲備優質人才，助力行業人才生態建設。

### 寶尊2024年校企合作項目進展（部分）

公司與武漢工商學院、山東外國語職業技術大學深入開展校企合作，公司委派專業任課教師赴校企基地實踐交流，深度參與課程共建，打造兼具實用性與前瞻性的教學體系，以提升教學品質和學生的就業競爭力。

公司與江西科技學院合作共建的電商產業學院採用「學校 + 名企」模式，整合雙方優勢資源，為學生拓展實習和就業機會，培養適應行業的高質素人才。學生們可以在學校內前置性學習《PS 基礎》《移動電商設計與策劃》《商品基礎知識》等電商課程。截至 2024 年底，已有近 150 名學生從中受益。

此外，校企合作還涵蓋工學交替、集中實習、618 實訓和雙十一實訓等多樣化的實踐項目，為學生提供沉浸式的行業實戰體驗。2024 年，共有 1,594 名學生參與相關實踐。



## ■ 技術賦能客戶服務能力提升

寶尊依託多年客戶服務經驗的深厚積累，精準把握前沿科技發展趨勢，將新技術與業務場景深度融合，持續賦能客戶服務升級，不斷拓展服務邊界，為消費者帶來更優質、高效的購物體驗。

公司積極擁抱 AI 浪潮，以「產業實用」為指導，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。

公司自主研發的一體化管理平臺 S-ANY 通過智慧化、視覺化和即時管理功能，高效統籌客服團隊運營，確保品牌提供卓越服務，同時精準捕捉消費者回饋，助力客戶體驗的持續優化。2024 年，S-ANY 推出了輿情監控和閃智精靈（S-Whiz）的新功能，進一步提升客戶服務效率和品質。

2024 年，Gap 中國通過自動化挽單功能的應用，成功優化退貨管理流程，有效提升訂單保留率，增強客戶粘性，並進一步優化消費者購物體驗。



### S-ANY：負面輿情識別與回應

輿情監控功能通過篩選和梳理負面評價關鍵字，快速識別潛在風險，並根據風險等級設定相應的處理流程。相關負責人在收到警告後需及時回應，未及時處理的情況將由平臺中控人員介入協調，並觸發超時告警機制，確保品牌形象和消費者體驗得到及時保護。

此外，平臺會定期發佈品牌輿情監控報告，涵蓋負面輿情分析、消費者回饋趨勢及優化建議，說明品牌客戶精準應對市場輿情，優化用戶體驗，並提升品牌聲譽管理能力。2024 年，負面輿情平均處理時長由 6.5 小時下降至 2.5 小時，實現輿情監控 24 小時全覆蓋。

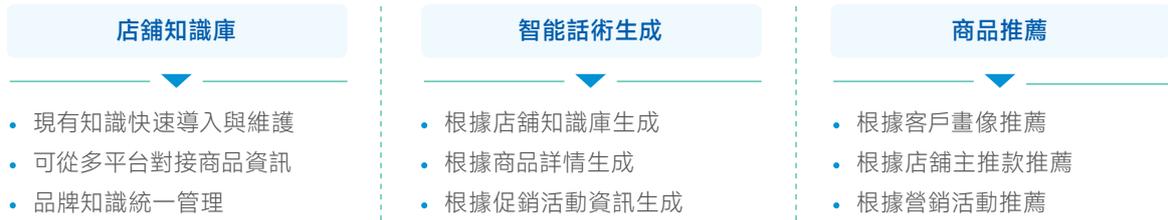


### S-ANY: 閃智精靈S-Whiz

寶尊以「科技成就商業未來」為願景，推出了自主研發的智慧客服助手閃智精靈 S-Whiz，利用先進的人工智能技術提升客服服務的智慧化與個性化。通過資料分析和持續學習，S-Whiz 不斷優化服務流程，提高服務品質與效率，助力品牌客戶推動業務增長。

2024 年，閃智精靈已成功實現三大功能模組：店鋪知識庫、智慧話術生成、商品推薦，能夠適配客戶服務的多種應用場景，幫助品牌大幅度提升服務效率和客戶體驗。

在 2024 年「雙十一」期間，閃智精靈生成的話術得到了廣泛認可，話術複製率提升至 47%。



### AIGC賦能客戶服務：智慧化應用與VOC解決方案

寶尊積極推動 AI 技術在客戶服務領域的深度融合，持續優化智慧應答、話術優化、客服培訓及資料分析等關鍵業務場景，有效提升運營效率與客戶體驗。

公司基於 AIGC 構建客戶之聲 (VOC) 分析模型，通過需求溝通、平臺評論採集和觀點提取，全面收集消費者回饋，並結合智慧分析工具，對用戶需求進行精準洞察。該模型不僅助力品牌優化產品與服務策略，提升銷售轉化率，還有效降低退貨率，推動客戶服務體系的智慧化、精準化與可持續發展。

2024 年，寶尊資料部門 (BBI) 按行業維度匯總旗下店鋪資料，實施 VOC 分析優化方案的品牌，其退款率增幅較寶尊運營的同行業平均水準低 20%。



此外，寶尊深刻認識到在 AI 技術日益成為電商行業核心驅動力的背景下，提升員工對 AI 工具的應用能力對於業務可持續發展至關重要。公司積極引入先進的 AI 技術，致力於通過系統化培訓與實踐，加強員工的數碼化技能培養，進一步優化智慧化客戶服務體系，以推動智慧化客戶服務體系的持續優化與升級。

截至 2024 年底，已有超過 6,500 名員工在日常工作中使用 AI 工具，累計生成的作品數量超過 49 萬件，平均月活躍用戶數超過 1,600 人。

## 合作共創助力行業發展

### 阿裡智慧客服培訓分享

阿裡平臺高度認可寶尊智慧客服訓練師團隊的技術能力和實踐經驗，並邀請訓練師團隊參與公開培訓分享。寶尊在確保資料脫敏和資訊安全合規的前提下，積極推動行業技術交流，並通過經驗分享促進行業內技術創新與服務優化。

此外，公司通過學習和推廣成功案例和實踐，助力建立更高標準的客戶服務體系，推動行業整體服務品質的提升，進一步促進客戶服務的可持續發展和數智化轉型。



### 阿裡品牌生態共建會議

2024年5月，阿裡生態及客戶體驗事業部（CCO）團隊與寶尊舉行共創會議，寶尊積極推動跨平臺溝通機制優化，建立專屬服務溝通群，以提升店鋪運營效率。在「雙十一」期間，該溝通平臺更是成為核心策略協調管道，涵蓋價格保護、物流保障、客戶服務等關鍵策略的即時調整，使雙方能夠精準應對業務挑戰，確保高峯期的服務穩定性，助力消費者獲得優質的購物體驗，同時優化品牌與平臺的業務表現。

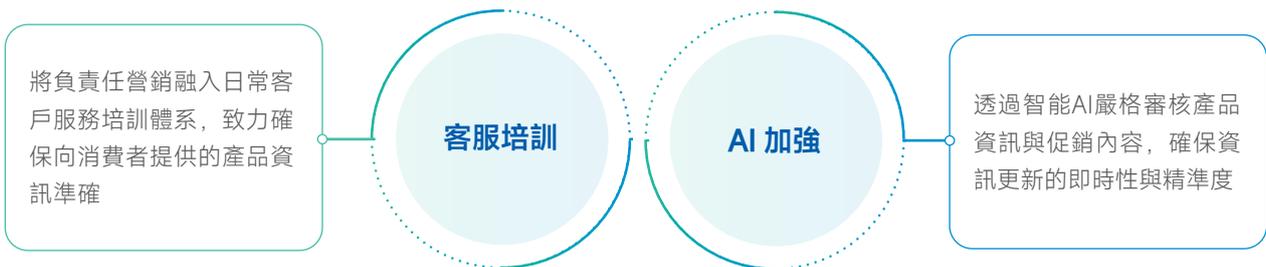


## 負責任營銷

負責任營銷是客戶服務的基石，旨在確保消費者獲得真實、準確的產品與營銷資訊。作為品牌客戶的客服代運營服務商，寶尊在品牌方與消費者之間搭建信任橋樑，不僅履行合規經營義務，確保品牌資訊的規範傳遞，同時也承擔起向消費者提供真實可靠產品資訊的責任，推動透明、公正的市場環境建設。

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，通過人工 + AI 雙負責客服模式，強化產品資訊審核與服務品質管制。公司積極採取多項措施，以期杜絕營銷過程中的誤導、誇大及欺詐行為，以保障消費者權益，營造誠信透明的市場環境。

### 寶尊負責任營銷管理策略



公司開展面向包括全職及兼職員工在內的所有客服人員、直播人員的營銷合規培訓，明確服務紅線，提升客服人員的負責任營銷意識。同時，公司建立即時監控系統，對潛在違規場景進行動態監測，進一步強化營銷合規管理，保障消費者權益與品牌信譽。

針對 AI 客服，公司制定《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，嚴格審核產品資訊、促銷資訊等，確保 AI 客服提供的內容真實、準確。

Gap 中國確保門店銷售統一遵循總部價格和促銷指引，所有廣告宣傳物料由總部市場部統一設計製作。公司針對消費者通過嚴格的商品品質管控、真實價格標識和規範商品說明等機制，確保營銷內容的真實性與合規性，並設立嚴格的違規處罰措施，以期杜絕誤導與欺詐行為。

### 寶尊客戶服務人員負責任營銷培訓流程



# 資料與私隱保護

## 資訊安全管理系統

作為一家聚焦電子商務與技術研發解決方案的企業，寶尊高度重視資料安全與客戶私隱保護，持續強化資訊安全管理系統。公司根據 ISO 27001 構建完善的安全管理架構，健全制度流程，並每年接受外部審計與管理體系認證，確保合規性。此外，公司積極推進資訊安全文化建設，提升全員風險防範意識，保障資料安全與使用者私隱。

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國網路安全法》《中華人民共和國個人資訊保護法》《中華人民共和國資料安全法》《資訊安全技術網路安全等級保護基本要求》《資訊安全技術個人資訊安全規範》《資料出境安全評估辦法》及歐盟《通用資料保護條例》（GDPR）等資訊安全與私隱保護相關法律法規、標準。2024 年，公司一貫嚴格遵守有關資訊安全及私隱保護的法律法規與監管要求，於報告期內並無任何因違反相關規定而遭受相關監管機構處罰之情況。

公司建立了全面的資訊安全管理制度，適用於寶尊及所有子公司和可變利益實體，並確保每年定期審視與修訂，以符合最新的法律法規要求。資訊安全管理涵蓋《寶尊資料安全管理規範》《雲服務安全管理規定》《威脅情報管理規定》等 53 份制度檔，覆蓋資料安全、網路安全等資訊安全關鍵領域，全面管理資料訪問、存儲、傳輸、加密、備份及恢復等核心要素，強化企業資訊安全保障能力。

在資訊安全管理架構方面，公司內部設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，全面負責資訊安全與私隱保護工作。該委員會直接向董事會彙報相關事宜，確保資訊安全戰略的有效執行與持續優化，保障公司及客戶資料的安全與合規性。

此外，為建立公司保密管理體系，公司監察部門還發佈了《寶尊集團保密管理辦法》，加強公司商業秘密及內部事項的風險管控，規範保密工作流程，防範洩密風險。



➤ 寶尊資訊安全管理架構



在資訊安全與合規文化建設方面，公司持續強化全員資訊安全意識，每年舉辦兩次使用者私隱資料安全培訓，由資訊安全管理委員會主導，資訊安全部與人力資源部協同跟進，員工培訓覆蓋率 100%。2024 年，寶尊的資訊安全部門獲得了國內外多個專業認證，如「註冊資料安全治理專業人員」、「國際資訊系統審計師」、「註冊資訊安全專業人員」、「資料保護官認證」等。

公司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準。2024 年，ISO 27001 資訊保管理系統、ISO 27701 私隱資訊管理體系認證以及網路安全等級保護測評（三級）認證持續有效，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。

➤ 寶尊2024年資料與私隱保護認證情況

認證類型	認證範圍
ISO 27001 資訊保管理系統	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、客戶營銷管理、消費者資訊業務管理、員工資訊儲存、訪問中台等內部核心管理系統均已通過雙認證
ISO 27701 私隱資訊管理體系	
網路安全等級保護測評 (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物流資訊管理系統、寶通WMS倉儲管理系統

## 寶尊 2024 年資料與私隱保護亮點績效

2024年, 寶尊集團:

共開展資訊安全內外滲透測試

31 次

共開展網路安全、資訊安全及個人私隱相關的培訓和宣導

2 次

共開展新員工資訊安全與私隱保護意識培訓, 覆蓋

1,944 人次

共開展資訊安全應急演練

1 次

培訓覆蓋全職員工

9,158 人次

## 資料安全管理與應急回應

在數碼化時代, 寶尊堅定履行資料保護的承諾, 不斷提升資料安全管理能力, 全方位守護合作夥伴與消費者私隱, 助力構建安全健康的網路生態。公司通過多元管理手段與技術升級, 構建完善的資料管理體系, 並建立應急回應機制, 有效防範資料洩露, 確保公司及合作夥伴的資料安全穩健可控。2024 年, 公司榮獲第二屆浦東新區數碼安全風險智慧管控技能競賽資料安全優秀案例。

## 寶尊資料安全重點保障措施與行動

## 資料資訊識別與分類

資料分為絕密、機密、秘密、內部公開 4 個等級; 對所有絕密、機密、秘密資訊進行管控。

## 設置資料公開範圍

絕密資料僅對個別重要人員公開, 內部取閱須經 CEO 批准; 機密資料僅對部門涉及小組內部人員公開, 其他人員無權審閱; 秘密資料僅對涉及部門公開, 其他部門無權審閱。

## 數據存取控制

以最小許可權原則為員工開啟許可權, 員工許可權的開通、調整均需通過審批方可運行。員工轉崗 / 離職後帳號及時禁用, 公司每半年對帳號許可權進行一次審查, 確保存取權限範圍的合理, 並在帳號登錄設置雙因素認證, 加強資料訪問安全性。

## 資料加密

對於業務平臺的重要資料及個人敏感性資料, 採用加密有效措施, 例如: 密碼安全及金鑰安全, 實現重要資料資訊傳輸、存儲的保密性。

**第三方資料使用  
管控**

通過合同約束第三方在使用資料時的責任與義務，提前征得資訊所屬方的授權同意，並完整記錄資料分享情況。除完成必要的服務外，不會向第三方出租、出售或提供任何資料資訊。

**電腦使用權限  
管控**

回收全體員工電腦系統管理員許可權和 USB 許可權，員工不得在公司電腦自行安裝和下載軟體，以及通過移動硬碟進行資料傳輸。

**電腦防護軟體  
升級**

對全體員工電腦安裝卡巴斯基終端安全軟體，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 資料防洩露軟體。

**核心系統安全排查**

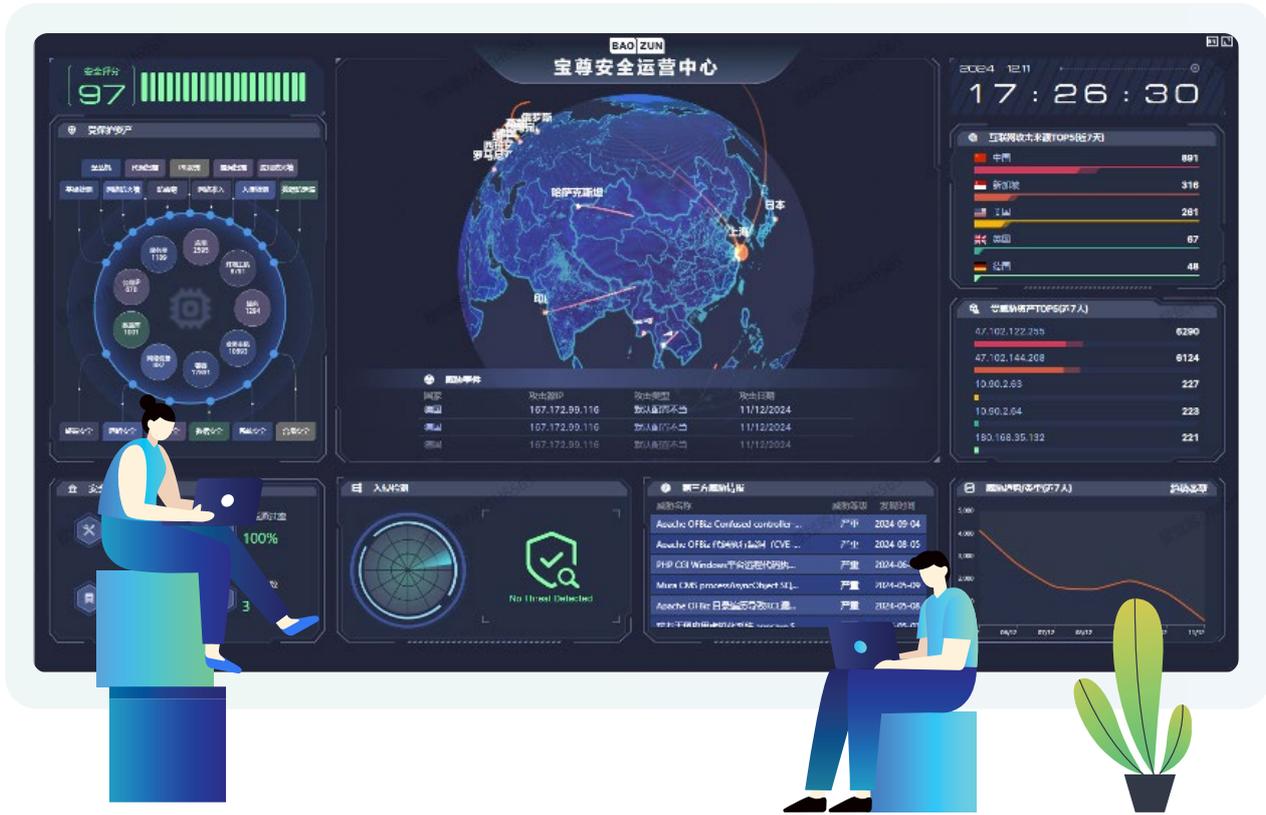
對集團旗下的核心系統進行安全排查，加強存取控制管理，包括升級 WAF 防護，提升系統安全性，防範潛在安全風險。

防範資料洩露是資料安全管理重點工作之一。公司持續完善資料安全應急回應機制，建立資訊安全事件的彙報流程，成立應急回應實施小組（包括前端業務團隊，後端 IT 團隊，資訊安全團隊成員）。同時，寶尊每年針對不同的資料易洩露的業務場景，開展至少 2 次數據洩露演練，加強員工資訊安全意識，確保應急回應機制高效運作。

針對網路漏洞風險，公司制定《寶尊網路管理規定》《寶尊漏洞補丁管理規定》等一系列制度，明確網路架構安全、網路區域劃分、網路行為管理、設備安全配置等安全建設要求，降低網路風險。同時，公司建立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，高效預防和應對外部攻擊，協同開展漏洞監測與修復工作。

此外，公司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，杜絕資料洩露隱患。2024 年，寶尊對 10 個辦公場所及分子公司開展資訊安全風險評估，整體安全等級較去年提升，進一步降低了風險水準。此外，公司共接受來自品牌方的資訊安全相關外部需求合計 60 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，並提供 17 個品牌的資訊安全等級保護支援。

公司在供應商准入環節強化資訊安全審核，要求供應商填寫資訊安全評審調查表並進行評估，同時在合同中明確安全合規要求。此外，公司還要求供應商和承包商簽署資訊保密協定，以確保資料安全與私隱保護合規性，保障供應鏈的安全可控。



## 員工與用戶私隱保護

寶尊根據 ISO 27701 私隱資訊管理體系搭建自身管理架構，尊重個人資訊權益，遵循明示同意、最小必要、公開透明、確保安全、主體參與的原則，確保個人資訊在收集、傳輸、存儲、使用、共用及刪除等全生命週期內得到嚴格保護。

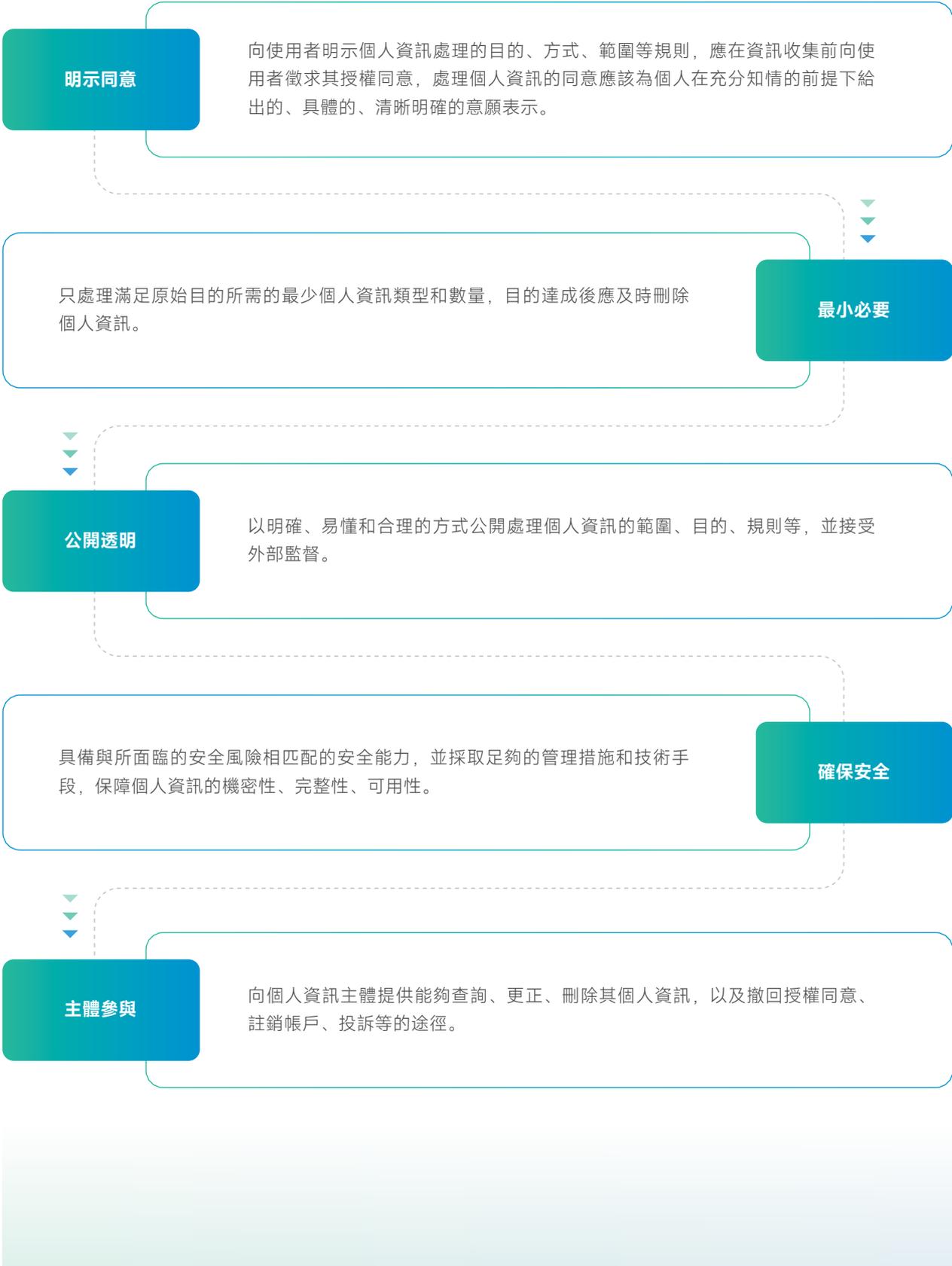
公司關注私隱保護相關政策的變化，根據法規政策的要求不斷完善自身管理，在《寶尊資訊安全與私隱方針》《寶尊資訊安全與私隱管理手冊》《資訊安全與私隱組織管理規定》等資訊安全頂層制度檔中納入更多私隱保護內容。

公司制定了《寶尊集團帳號管理制度》，按風險等級對店鋪帳號進行許可權分配，禁止私自操作，並定期巡檢，強化帳號安全。同時，公司建立私隱服務系統（PII），通過資料隔離與資料加密存儲，降低資料洩露風險。

守護使用者的資料安全是公司的核心工作之一，2024 年，寶尊針對使用者個人資訊保護的設計方案在上海市浦東新區數碼安全風險智慧管控技能競賽中獲得「資料安全優秀案例」獎項。

此外，每年 618 與雙 11 活動前夕，公司面向全體員工開展 2 次使用者私隱保護培訓，內容涵蓋使用者私隱安全原則、使用者私隱資料操作規範、違規事件上報通道等。公司資訊安全管理委員會全程跟進培訓進展，確保員工深入理解並嚴格執行私隱保護要求，不斷提升員工在用戶私隱保護方面的意識與能力。2024 年，公司未發生客戶私隱資料洩露相關事件。

寶尊用戶私隱安全原則



# 03 價值共用 攜手共建美好未來

寶尊集團致力於實現企業價值與社會價值的深度融合。公司珍視員工的付出與成長，積極投身社會公益事業，大力培養產業人才，與各持份者攜手共進，共同構建美好未來。



## 員工責任

公司高度認可員工在推動寶尊商業大廈可持續發展中發揮的關鍵作用，始終將員工視作公司寶貴的財富，致力於打造多元、平等、幸福的職場。公司堅決保障員工的合法權益，為員工提供全方位的福利待遇，讓員工深切感受到「樂活寶尊」的理念；公司不斷完善寶尊能力發展中心培養體系，為員工提供公平的晉升機會和廣闊的職業發展平臺，全力支援員工個人的成長與發展；公司重視每一位員工的健康與安全，力求打造健康安全的工作環境。

### 員工權益與福利

公司嚴格遵守《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，持續健全用工管理體系。2024 年，公司對《員工手冊》及相應附件進行更新，新增《管理人員婚戀道德規範》《性騷擾防治》等制度，並整合招聘、晉升、績效等方面的管理內容形成《人力資源管理手冊》，為全面保障員工合法權益提供基礎支撐。

公司秉持公平、公正、公開的僱傭原則，承諾在招聘、錄用、晉升、調動、薪資等方面為不同年齡、性別、籍貫、民族、宗教信仰、婚姻狀況的人才提供平等的機會，堅決反對任何形式的歧視與區別對待。此外，公司嚴厲杜絕一切非法用工行為，通過查驗身份證等方式核實候選人年齡與身份資訊，防止僱傭童工事件的發生，並承諾在尊重員工勞動意願的基礎上合理分配工作，避免強制勞動，一旦發現任何童工或強迫勞動的情況，公司將立即將事件上報至相關部門，並主動採取措施以消除非法用工行為。

2024 年，公司未出現與員工招聘與解雇、工時與假期、晉升與平等機會、反歧視與多元化、僱傭童工與強制勞工等勞工準則方面的重大違法違規情況，也未發生由上述事項引起的重大訴訟案件。

#### 寶尊員工僱傭和基本權益制度概覽

##### 招聘管理

- 招聘：按照不同運營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雇流程，全面保障員工在解雇過程中的合法權益。
- 薪酬：公司實施定崗定薪管理。

##### 晉升發展

- 晉升：提供公開、透明的晉升管道，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援。

##### 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。

為了更好地維護員工在勞動報酬、工作時間、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。

在保障員工依法取得勞動報酬、享有法定五險一金等合法權利的基礎上，公司積極落實各項福利政策，為員工提供良好的福利待遇，包括但不限於免費班車、健身房、節假日禮包等。

保險方面，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，公司持續推出健康福利計畫，通過購買商業保險為員工提供額外保障；假期方面，公司為員工提供額外的福利年假及每年 12 天（每月 1 天）的帶薪病假，並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。

### 寶尊員工福利概覽



公司致力於為員工打造充滿活力的工作環境，創造豐富多彩的工作體驗，開展文體活動、創新大賽、週五文化下午茶等活動促進員工工作與生活平衡。此外，公司通過「寶尊文化」公眾號、寶尊人小報、張貼海報等途徑，向員工及時傳遞公司動態，持續推進企業文化建設，增強員工的歸屬感與凝聚力。

2024年，寶尊以「活力」為關鍵字，在「文體娛」方面開展了豐富多元的員工活動，全面打造充滿活力的組織文化。

### 寶尊好聲音歌手大賽

為促進員工溝通交流，激發組織活力，打造有特色的企業文化，寶尊推出包括寶尊好聲音歌手大賽在內的多項文體活動，為寶尊人提供充分展現才華的舞臺。

2024年，第二屆以「唱響活力」為主題的寶尊好聲音歌手大賽如期舉行。海選階段累計投出約2.5萬選票，選出50名選手通過海選，30名選手晉級決賽，在45名專業和大眾評委的評選下，最終選出歌手大賽的十佳選手。該活動豐富了寶尊員工的工作生活，營造了充滿活力的工作氛圍。



### 寶尊金秋活力跑

為幫助員工培養健康意識、養成健康習慣，讓健康和快樂成為寶尊工作生活的一部分，公司在2024年舉辦第一屆寶尊金秋活力跑活動。該活動採用「線上+線下」玩法互動的形式充分調動員工的積極性，不同部門、不同性別、不同年齡段的760名員工組成了38支小隊踴躍參與，在公司內部掀起了運動熱潮。

10月，150人參與濱江線下跑，一起出發，一起到達，極大程度增強了團隊的凝聚力。



## 寶尊家庭日

公司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，讓員工家人有機會瞭解寶尊員工的工作環境和內容，親身感受寶尊的企業文化。

2024 年，共有 200 多個家庭參與到寶尊家庭日活動中，累計接待超 700 人次。公司與公益組織合作，將慈善義賣融入家庭日活動，共募集義賣品 1,239 件，銷售 549 件，全場募集款超 1 萬元。本次活動的滿意率達到 98.78%。



## 員工溝通

公司重視員工訴求，鼓勵員工主動開展溝通交流，為此公司制定公開透明的溝通機制，開放多元化的溝通管道，以更好地傾聽員工的聲音，營造開放、透明、信任的工作氛圍。

公司成立工會並定期召開職工代表大會，及時收集員工的建議、意見和想法；同時，定期開展由經理及以上級別員工參與的高管溝通會，為員工提供更多和高層深入交流的機會。結合員工的回饋意見，公司持續改進公司的管理舉措，使員工獲得更多的參與感與滿足感。

此外，公司努力為員工進行日常反饋提供便利條件，在總部所有樓層設置滿意度評價螢幕，每月進行綜合性資料複盤，以及時發現潛在問題並採取整改措施；同時，公司建立線下「員工服務中心」和「企業微信智尊寶」「8080 服務熱線」線上諮詢管道，方便員工及時反饋意見，幫助員工解決工作中遇到的問題。

公司開展第三方企業健康度調研，邀請員工從敬業度、組織能力等方面進行打分，以衡量員工對企業的滿意度。結合調研報告，公司會針對滿意度低的維度進行員工訪談，深入瞭解員工的真實訴求並做出改善行動。2024 年，該調研覆蓋了 92% 的員工，員工滿意度達到 80.9 分，比同行業市場高 5.2 分；企業健康度 76 分，略高於同行業市場。

### 寶尊員工溝通管道



## 員工包容與多元化

寶尊提倡僱傭多元化，致力於打造包容、尊重的工作環境。公司維護少數群體、弱勢群體及女性員工的權益，堅決抵制任何形式的歧視與騷擾行為，並於《性騷擾防治》制度中明確規範了歧視與騷擾事件的上報流程，制定了相關事件發生後的應對措施。2024 年，公司未發生歧視騷擾事件。

### 打造多元、包容的工作環境

#### 關愛殘障員工

- 提供體面的就業機會
- 杜絕一切職場歧視行為
- 完善無障礙設施，為殘障員工提供便利的工作條件

#### 關愛女性員工

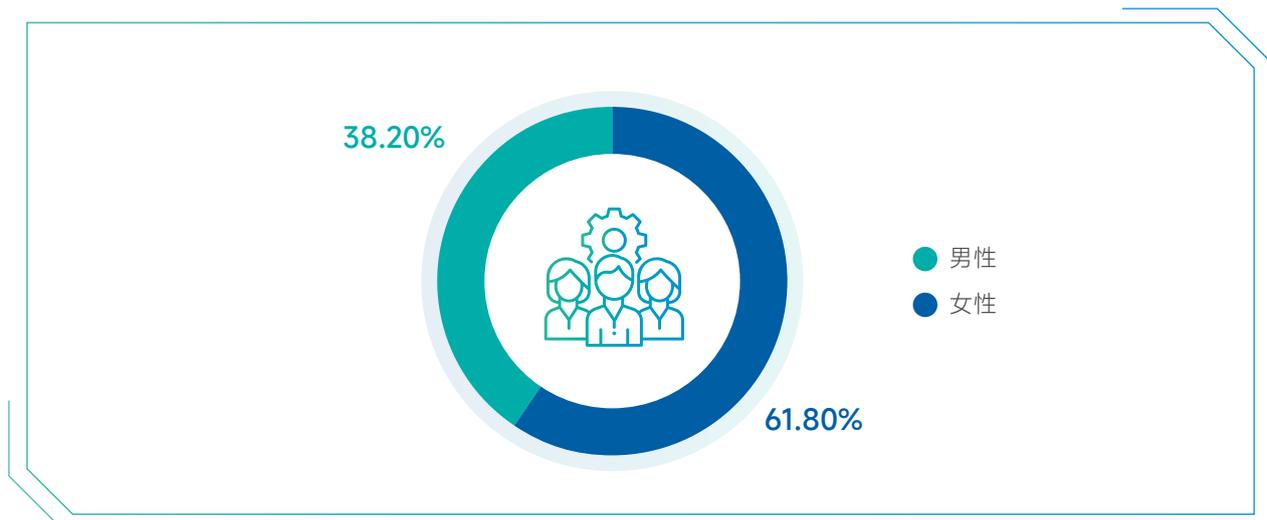
- 依法保障女性員工的權益
- 對任何形式的職場騷擾零容忍
- 設置「媽咪小屋」，關愛職場孕產女性員工

秉持「關注適度，平等對待」的原則，寶尊為殘障人士提供體面的就業機會，鼓勵殘障員工在崗位上施展才能、發揮創造力；公司在辦公區域設立完善的無障礙洗手間、輔助設施與通道，為殘障員工的辦公與出行提供便利。截至 2024 年底，公司已有 18 名殘障員工夥伴。

公司視女性員工為職場中不可或缺的力量，嚴格按照國家及地方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資訊；同時，公司在與工會簽訂的《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、提供女性員工專屬節日假期等，充分保障女性員工權益。

此外，公司關注孕產期女員工的職場困境，在公司設立了 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；公司重視女性健康，為女員工提供 HPV 九價疫苗綠色預約通道、邀請外部專家開展女性職業健康講座。

### 員工性別比例





「媽咪小屋」



### 職場女性健康講座

2024年，公司開展以「關愛女性 守護健康」為主題的三八婦女節關愛活動，邀請4位不同領域的醫學專家進行女性健康講座，為女性提供健康諮詢，通過專業的講解和定制化的建議，幫助女性更好地瞭解自身健康狀況，提升對自身健康的重視程度，啟發更多女性在兼顧事業、家庭、孩子的同時關注個人身心健康。



## 員工培訓與發展

### 人才梯隊建設

秉承「精于質 成於人」的理念，寶尊堅持以綻放個人、成就團隊、打造多元包容的人才戰略與文化，結合客觀資料績效與人才能力，打造自身的人才評估矩陣體系。公司使用人才盤點九宮格作為盤點工具，制定科學的評估標準，以績效和潛力對員工進行全面評估，以識別出高潛人才、關鍵人才，並制定根據人才九宮格確定繼任者計畫，明確人才儲備狀況。同時，公司持續匯總梳理人才資源，構建公司和部門各級關鍵崗位的人才庫。

2024年，公司人才盤點採用線上線下相結合的模式，共盤點3,662人，盤點人數對比2023年上漲50%。線上階段，公司通過人才數碼化系統完成了607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；線下階段，有效完成全集團中基層員工共計3,055人的人才盤點，體現了各部門對中基層員工發展和人才梯隊建設的高度關注。

## 能力培訓

為滿足公司業務戰略需求和人才發展需求，公司建立體系化的人才發展和培訓機制，不斷完善寶尊能力發展中心，通過對各職級員工開展多元化的培訓，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。2024 年，寶尊能力發展中心線上線下實現一體化更新，不僅作為提供各類培訓課程的學習平臺，更是寶尊加強品牌雇主建設的有效工具。

### 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、高效的學習解決方案。



## 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

寶尊線上學習平臺：線上自選課程、學習社群交流

2024 年，寶尊能力發展中心線上線下培訓共計 178 場，參訓 35,006 人次，達到 2023 全年場次的 1.5 倍，培訓滿意度平均達到 4.9 分（5 分制）。

### 寶尊能力發展中心2024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	23	1,281
新青年人才培養項目	應屆畢業生	75	5,715
領導力學院管理課程	中高層管理崗	7	214
商業思維與表達系列課程	中高層管理崗	8	170
商務英語培訓項目	業務管理崗	3	90
CAP運營能力加速項目	儲備店長、品牌經理	17	689
精益管理培訓項目	中後端員工	2	42
經銷業務培訓項目	經銷崗員工	2	133
內訓師培訓項目	內訓講師	2	36
合規培訓系列線上課程	全員	4	16,026
績效管理系列線上課程	全員	1	4,650
寶尊大講堂	全員	15	2,359
職業技能公開課	全員	5	776

### CAP運營能力加速項目

2024 年，公司明確人才自培的人才戰略，全面開啟業務中層人才電商運營能力加速項目（Capability Acceleration Program），以通過完善的人才孵化機制自培初級 / 中級管理者。該項目清晰構建寶尊運營能力模型和人才標準畫像、精準識別內外部人才能力短板，配套人才發展加速計畫，搭建系統化的運營能力培訓課程。

- CAP 集訓營 **80** 位學員完成 **8** 大模組授課和作業
- **54** 名業務骨幹擔任帶教導師，推進 **5** 大帶教任務
- **17** 場培訓，課程綜合評價 **4.92** 分
- 組建 **30** 人的 CAP 電商專家團進行近 **20** 場教研會研發課程，**17** 人作為內訓師親自下場授課



「商業思維與表達」核心技能課程

「商業思維與表達」課程系列是以寶尊業務和戰略為導向，為集團層面通用的商業人才和商業管理者必備技能所定制的系列課程，並按照人才發展和崗位職責遞進規律逐級提升。該核心技能課程已覆蓋關鍵業務管理崗近 250 人次。



寶尊新青年項目

寶尊新青年 Z 計畫作為寶尊人才發展體系的人才孵化引擎，通過定制化的人才發展通道及培養模式，為整個寶尊集團輸送優質儲備人才。寶尊新青年項目作為 2024 年靜安區企業代表入選上海市新型學徒制項目，參考國家職業技能認證體系，建立認證體系並頒發《寶尊電商運營師（參照中級）》證書。

2024 級新青年全年入職 242 位，共參與新青年培訓 70 場，共計培訓 152 小時，總參與 5,130 人次，培訓均分 4.89。



## 內訓師項目

內訓師項目是寶尊能力發展中心體系建設中的重點項目之一，為在更好地萃取組織內部經驗的同時發掘內部講師人才，拓展員工在組織內部的職業生涯路徑，2024 年公司對內訓師項目做出全新升級。

2024 年，公司分別針對初級、中級內訓師開展了 10 場內訓師教研工作坊，全面覆蓋業務六大事業部的骨幹講師，截至 2024 年底，寶尊共有內訓師 164 人，2024 年全年內訓課占比 75% 以上。



### 2024 年人才培訓亮點績效

員工線上線下總培訓時長

**89,021.33** 小時

員工人均培訓時長

**11.31** 小時

員工培訓人均投入金額

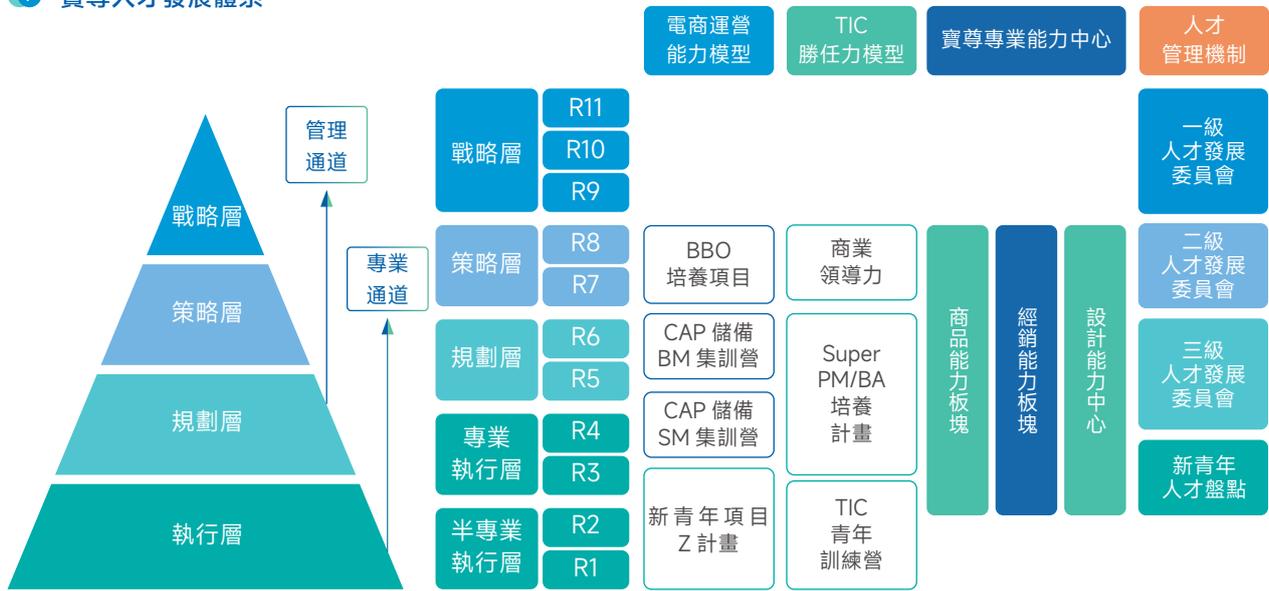
**416** 元人民幣

## 晉升發展

寶尊遵循「德能並重、逐級晉升」的人才發展原則，制定《晉升管理辦法》《績效管理辦法》，力求在滿足自身發展需要的同時，為員工提供廣闊的職業發展空間，助力員工實現個人職業目標；此外，公司建立《寶尊集團三級人才發展委員會制度》，該委員會負責結合公司戰略需求識別關鍵崗位和關鍵人才，有序規劃支持中長期業務發展的人才梯度建設，推動各級人才梯隊的培養和發展。

公司始終將清晰的職級體系視為公司制定人才規劃選拔、績效評價、薪酬待遇等制度的基礎。寶尊的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 R11（總裁），並自 R4（主管 / 高級專員）職級起分別設置專業通道和管理通道的職業路徑。基於該職級體系，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。

寶尊人才發展體系



晉升、激勵機制

- 晉升管理方面，寶尊明確各級崗位的晉升評估標準，為全體員工晉升提供公開透明的能力標準框架以及清晰的職業發展路徑。2024年，為加速培養中基層人員，公司開通了季度晉升通道，中基層晉升人數占比達到91%。
- 績效管理方面，寶尊建立覆蓋全體員工的全面績效管理體系，每年開展一次員工績效評估，並通過目標管理提升員工的自我驅動力，以實現戰略落地、管理提升和員工發展的有效結合。
- 獎金激勵方面，寶尊建立完善的激勵制度以驅動業績增長。以經營單元和專業團隊為激勵對象，採用「組織績效決定獎金包+個人績效決定分配」的模式，實現自負盈虧和多勞多得。

寶尊2024年度僱傭榮譽

最佳雇主品牌實踐獎

員工體驗創新獎



## 職業健康與安全

為保障員工職業健康，構建安全職場，寶尊在運營過程中嚴格遵守《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，不斷完善管理體系，將保障員工職業健康與安全相關內容融入公司制度和方針。為推動相關工作的落實，公司成立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，具體負責園區日常安全維護、識別園區安全隱患。

為實現「零工傷」「零災害」的核心目標，公司通過開展安全培訓、組織安全演習等方式提升員工安全意識，推動全員參與崗位隱患排查等日常監督工作，並針對職能部門、倉儲物流業務部門等不同類型的員工和工作場景採取不同保障措施，制定清晰的工傷事故調查程式，以實現對職業健康與安全的全方位把控。

過去連續三年內，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。

### 寶尊2024年度安全行動重點

#### 安全培訓

- 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，公司亦關注員工的身心健康，在 2024 年開展「健康周」活動，為員工提供健康診療，同時舒緩員工的工作壓力；此外，公司持續開展員工援助計畫（EAP），通過線上諮詢、線下培訓等形式，為員工提供專業的心理診斷、建議和諮詢，保證員工的心理健康。

 快樂工作 幸福生活——員工健康關愛周

2024 年，寶尊開展兩場「員工健康關愛周」活動，旨在向員工傳遞公司的人文關懷，提升全員對身心健康的關注度，打造幸福職場。

該活動涵蓋了包括肩頸推拿、儀器檢測、健康問診等多項健康關愛服務，提升員工的健康水準；此外，公司還開展心理冥想、解壓手工等趣味活動，幫助員工在工作之余有效紓解工作壓力。



## 可持續供應鏈

公司積極推進可持續供應鏈管理，以最大程度降低採購過程對環境和社會的不利影響。寶尊通過對供應鏈的可持續管理和評估，與合作夥伴緊密協作，強化員工權益保障、商業道德合規以及環境保護等可持續發展實踐。在推動供應鏈可持續升級的同時，公司也致力於提升自身業務的長期穩健性和可持續發展能力。

公司嚴格遵守《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國招標投標法》等法律法規，制定《寶尊電商採購政策 3.0》《Gap 中國採購政策》，明確公司的負責任採購原則，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。

公司的主要供應商類別包括工程行政類、專業服務類、IT 及資料中心、數碼營銷類、靈活用工及倉儲物流類；Gap 中國的主要供應商品類涉及成衣代工。

### 寶尊可持續採購原則

- 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
- 行業資訊共用與互通
- 堅持綠色採購原則



寶尊全生命週期供應商管理體系

供應商管理環節 行動舉措



供應商資質審核與入庫

- 制定《寶尊集團供應商准入制度》，要求供應商填寫《寶尊電商供應商資訊收集表》，以瞭解供應商的基本情況、設備情況、產品情況、人員情況、供應能力等
- 供應商准入制度要求所有合作夥伴嚴格遵守合規與誠信經營原則，接受並簽署五大協定《保密協定》《反腐敗與合規聲明》《親友關係聲明》《供應商行為準則》及《網路安全與資料保護標準條款》，確保供應商在合作過程中恪守商業道德，以期杜絕任何形式的不正當競爭行為，同時強化資訊與資料安全管理，共同維護公平、公正、透明的商業環境，推動供應鏈的可持續發展。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
- 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
- 公司對尚未簽署相關協議的存量供應商進行了補充簽署，確保供應鏈合規管理的覆蓋度。2024年，五大協定的簽署率已達96%。對於因特殊情況暫未簽署的供應商，公司設有嚴格的特批流程，經審批後方可繼續合作



採購決策

- 建立品類採購策略計畫，引入綜合成本的理念。除價格、服務、品質三個維度外，公司亦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



質量

專業性、品質保證



價格

價格具競爭力



服務

準時交付  
售後服務



可持續性

環境表現與綠色屬性  
職業健康與安全

- 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，便於員工日常循環使用
- 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
- Gap中國在考慮成本和質地因素的基礎上，優先選用可提供環保可持續面料的供應商，對於可提供環保面料的供應商會予以相應的訂單量傾斜



採購執行

- 積極推行本土化採購政策，本土採購比例超過99%，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

## 行動舉措



供應商考核

- 公司依據採購金額對供應商進行分級管理，每年對A類供應商進行兩次考核，對B類供應商進行一次考核。此外，公司對不同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》，從品質、價格、服務、職業健康與安全等多個維度進行審核，確保供應商所提供的產品品質符合公司標準
- 對於考核未達標的供應商，公司要求其限期整改，並在整改完成前暫停合作，以保障供應鏈的穩定性和高品質發展
- Gap中國每年委託第三方機構對所有供應商進行驗廠評估，全面審查供應商在合規運營和可持續發展方面的執行情況。評估內容涵蓋反童工、反賄賂、反強迫勞工等政策的制定與落實情況，員工的福利、安全工作環境、環境保護等指標。對於驗廠過程中發現的不符合項，給出整改計畫並跟進督促完成



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，2024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。2024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

## 寶尊 2024 年供應商管理亮點績效

2024年，寶尊集團：

共有供應商

4,550 家

其中國內供應商

4,432 家

占比

97%

經審核供應商

22 家

通過審核供應商

21 家

供應商培訓覆蓋供應商

1,276 家

累計培訓時長

636 小時

## 社區公益

### 踐行「以公益鑄就仁心」理念

寶尊懷揣高度社會責任感，始終秉持「以公益鑄就仁心」的公益理念，通過物資捐贈、舉辦義工活動、開展公益課程等方式積極履行企業社會責任，在社區發展、教育援助、醫療援助等公益領域持續發力，力求打造充滿愛與責任的良好社區關係，為構建美好社會貢獻力量。

2024 年，公司常態化開展無償獻血、愛心水站等社區公益活動，為當地社區發展提供力所能及的支持。此外，Gap 中國也積極投身公益慈善活動，並在 2024 年榮獲「優秀義工服務隊伍」稱號及「2024 年度公益踐行獎」。

#### 無償愛心獻血活動

寶尊鼓勵全體員工積極參與公益活動，連續多年開展無償愛心獻血活動。為提高員工的積極性與參與度，公司還為報名並成功獻血的員工提供包括獻血假、代金券及Gap小熊和盲盒在內的多項獎勵。

#### 「愛心水站送清涼」項目

隨著夏日高溫的持續，上海多地設立「愛心水站」，為在炎炎夏日中堅守崗位的戶外工作者們送去關懷與清涼。

2024年8月，寶尊集團工會加入「愛心水站」公益行動，為環衛工人、交警、快遞員、外賣騎手等戶外工作者免費提供冰鎮礦泉水，讓他們在酷暑中感受到一絲涼意，傳遞社會對他們的敬意和感激。



## 敬老活動

2024年10月，Gap中國在重陽節前夕，攜手上海市南京西路社區義工服務中心開展敬老月主題活動，與退休老幹部和孤寡老人一起製作創意手作，為老人們送去了關愛與祝福，有效加強了與社區之間的互動，為構建和諧社區貢獻了力量。



## 思源微笑行動捐贈

2024年7月，Gap中國主動向「思源微笑行動」項目捐贈了市價人民幣13萬餘元的Gap品牌童裝產品，為唇齶裂患兒提供衣物支援。此外，Gap中國還組織了近三十名員工參與縫製微笑小象玩偶的義工服務活動，作為禮物贈送給患兒們，旨在緩解和消除他們手術前可能產生的緊張與不安情緒，傳遞希望。



## 先天性心臟病患兒援助

2024年，針對中國貧困家庭先天性心臟病患兒的治療需求，Gap中國積極與上海心連心專項基金合作，通過捐贈善款與產品義賣等方式，為偏遠地區患兒提供手術援助。截至11月，Gap中國已累計資助44名來自貧困家庭的患兒完成手術治療，成功挽救他們的生命，改變他們的人生。



## Gap中國社會公益榮譽獎項

「優秀義工服務隊伍」稱號

2024年度公益踐行獎



此外，寶尊高度關注鄉鎮教育水準和邊遠地區女性職業發展，通過開展鄉村結對幫扶公益項目、女企業家交流活動為鄉鎮小學及邊遠地區女性提供實質性的幫助，從多角度推動鄉村振興和社會經濟全面發展。



## 「寶尊·愛傳遞 綠色電腦教室」落戶麻栗坡縣天保鎮老寨小學

自與雲南省文山州麻栗坡縣政府結對以來，寶尊積極開展多樣化的共建活動。2024年，寶尊主動履行與麻栗坡縣的結對承諾，攜手上海眾谷公益青年發展中心開展系列公益活動，助力麻栗坡縣教育水準和資訊化水準的提升。

**電腦教室搭建：**在本次公益活動中，寶尊共向老寨小學捐贈了33台學生電腦和5台教師辦公電腦，義工們全程參與電腦教室的搭建，為當地資訊化教育設施建設獻上綿薄之力。

**公益電腦課：**寶尊開設公益電腦課，由義工向學生講解電腦使用知識和技巧，通過生動有趣的教學方式，幫助同學們建立對電腦操作的初步認識。

**護眼燈捐贈：**為解決部分中小學教室光線昏暗的問題，寶尊工會向大坪鎮瓦渣小學、麻栗鎮老地房小學捐贈護眼燈，為學生提供良好的學習環境。



## 寶尊攜手她無限，賦能鄉村女性發展

寶尊堅信持續學習和開放交流是取得商業成功的關鍵。2024 年，寶尊攜手「她無限女性發展中心」邀請邊遠地區的女性企業家和主理人到寶尊大樓進行參觀，親自感受寶尊的企業文化與公司氛圍。

此外，結合電商服務行業的行業屬性，寶尊向各位女性企業家分享了「電商趨勢與寶尊解決方案」「小紅書種草營銷方法論」等內容，幫助女性企業家們解析民族品牌的營銷之道，更好地把握電商運營的脈搏，往更大更成熟的企業平臺發展。



## 支持產業人才培養

寶尊作為中國電商服務行業的領導者，致力於不斷深化產學研融合，為在校生提供就業實訓崗位，以校企合作的方式助力職業教育，為電商行業輸入源源不斷的優秀人才，促進電商行業的可持續發展。

### 寶尊產業人才培育行動

- 設立寶尊-南通開放大學電商產業學院，與南通開放大學聯手探索系統化的產業人才培養路徑，採用學習與實踐結合的模式集中教學，開發了電商設計課程，涵蓋運營、設計、直播、客服等四大塊系，全方位提升學員的綜合質素和技能
- 關注鄉村等偏遠地區的教育水準，主動將自身職業教育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，在為寶尊增加人才儲備的同時助力健全鄉村振興長效機制
- 連續多年開展「行寶商貿節」活動，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

# 04 低碳築基 譜寫綠色發展新篇章

面對不斷加劇的氣候與環境挑戰，寶尊秉持綠色發展理念，在推動經濟發展的同時，肩負起環境保護的責任。公司構建完善的環境管理體系，確保排放與廢棄物得到妥善處理。在辦公、倉儲、物流及包裝等多個環節，公司推行「全鏈式」綠色運營策略，從資源節約、能源優化到循環利用，全方位降低環境足跡。公司與各方合作夥伴緊密攜手，共同探索創新解決方案，致力於實現與自然環境的和諧共生。



## 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，重視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。2024 年，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。

寶尊建立完善的環境管理體系，全力減少自身運營對環境的負面影響。在公司可持續發展委員會的指導下，行政部負責寶尊總部辦公園區的環境管理工作，落實辦公區域的廢棄物減量化及節能減排措施；物流與供應鏈成立 ESG 執行委員會，領導各事業部負責物流園區生產環節的環境管理，持續降低生產過程中的環境影響。公司制定《環境監測管理制度》《寶尊集團辦公區管理規範》《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》等一系列規章制度，確保環境管理體系的高效運行。

公司定期開展覆蓋全員（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，內容包含節約用水、節約用電、減少廢物產生等主題，並在辦公區張貼節能降耗相關海報，以提升全員的環保意識。2024 年，公司每月定期向員工推送節能資料及節電措施，分享公司在節能減排方面的階段性成果與進展，鼓勵員工持續保持綠色的生活方式。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，提升員工節能環保意識和實踐能力。

## 環境管理目標

為實現「全鏈式」綠色運營，寶尊制定全面的環境管理目標，涵蓋溫室氣體排放、能源消耗、水資源利用、包裝材料使用及廢棄物處置等多個維度，明確各業務環節的實踐要求。通過定期監控目標進度，公司結合實際調整節能減排措施，以持續改善環境績效表現。為積極應對全球氣候變化的挑戰，寶尊於 2022 年正式發佈覆蓋自身運營及價值鏈的碳中和目標，詳細內容可參閱《寶尊電商碳中和白皮書》。

### 寶尊環境管理目標

#### 溫室氣體排放 (詳見本報告「氣候變化減緩與適應」)

- 2030 年，實現範圍一、範圍二溫室氣體排放量較 2021 年下降 50%；同時實現範圍三溫室氣體排放量相較 2021 年下降 50%。
- 2050 年，實現全價值鏈碳中和（包括範圍一、範圍二、範圍三）。

#### 能源使用

- 積極推進光伏發電，到 2040 年，運營活動可再生能源使用比例達 80%。

#### 水資源使用

- 減少水資源消耗，努力降低人均水資源消耗量。

<p><b>包裝材料使用</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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。</li> <li>• 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。</li> </ul>
<p><b>無害廢棄物處置</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 到 2025 年，辦公大樓、倉儲物流園區推行垃圾分類的比例達 100%。</li> </ul>
<p><b>有害廢棄物處置</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 到 2025 年，有害廢棄物合規處置率保持 100%。</li> </ul>

## 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，寶尊積極開展應對氣候變化行動，助力國家實現「2030 年前碳達峰，2060 年前碳中和」的目標。

公司參照國際可持續發展準則理事會 (ISSB) 發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 2 號——氣候相關披露》(IFRS S2)，從治理、戰略、風險管理以及指標和目標四個層面，構建氣候變化管理體系，識別並應對相關風險與機遇，設定並推動碳中和目標，以實現可持續發展的長期願景。

### 寶尊氣候變化管理體系



## 氣候治理

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。

公司實施碳績效管理機制，將碳減排目標細化並拆分至各個園區，推動各園區落實減排任務。為確保減排工作有效執行，公司將碳中和目標的階段性成果納入相關負責人的績效考核體系，定期考核園區的減排工作。對於達成目標的負責人，公司將給予獎勵；對於績效考核不佳者，公司將開展培訓。

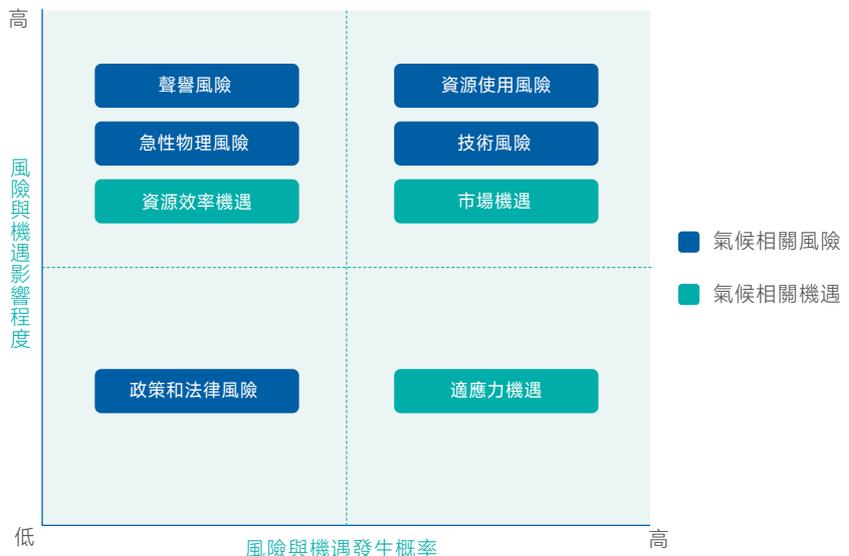
### 寶尊氣候變化治理架構



## 氣候戰略

寶尊定期識別並披露氣候變化潛在風險與機遇，通過構建氣候變化相關矩陣，明確對公司產生重大影響的風險與機遇，為應對策略的制定提供依據。

### 寶尊氣候變化相關風險與機遇矩陣



## 寶尊氣候變化潛在風險與機遇

類型	具體描述	影響範圍	財務影響	影響週期
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。	直接運營	營業收入↓ 信用風險↑	長期
技術風險	在技術轉型的過程中，綠色包材、綠色服裝、廢棄物處理等節能環保技術的開發與應用可能面臨技術瓶頸、成本壓力或市場接受度不足等挑戰，進而對公司的運營效率和業務拓展產生影響。	直接運營	運營成本↑ 營業收入↓	中期 長期
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。	直接運營	運營成本↑ 營業收入↓	中期 長期
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訊披露透明性。若公司無法回應持份者的訴求，或在氣候變化治理、綠色技術創新、碳中和目標推進等方面表現不足，可能導致公司聲譽受損，對公司業務造成影響。	直接運營	營業收入↓	短期 中期
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，導致公司上下游供應鏈的產品生產延遲、物流配送受阻等問題。	價值鏈上游 價值鏈下游	運營成本↑ 營業收入↓	長期
市場機遇	品牌客戶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，可能吸引更多注重可持續發展的品牌客戶和消費者。	直接運營 價值鏈下游	營業收入↑	中期 長期
適應力機遇	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，公司提高應對氣候風險、抓住氣候機遇的能力，增強履行社會責任的品牌形象。	價值鏈上游 直接運營 價值鏈下游	營業收入↑	中期 長期
資源效率機遇	通過鋪設可再生能源發電設施，採用更高效的運輸模式，顯著降低碳排放和能源成本。同時，通過引入自動化設備、優化倉儲物流管理，公司進一步提高運營效能，減少資源浪費。	直接運營	運營成本↓	短期 中期

依據全生命週期評價（LCA）的管理思路，寶尊就業務運營各環節產生的溫室氣體排放進行系統性地分析與計算，明確公司在業務開展全流程的溫室氣體排放來源及排放量，並進一步梳理公司應對氣候變化的策略。

寶尊溫室氣體排放來源

	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

基於風險與機遇識別結果，公司重點關注自身的聲譽風險、資源使用風險及資源效率機遇。結合各排放環節的減排潛力，以及寶尊對各環節的影響力程度，公司將商品採購、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重要環節。

公司制定碳中和策略，以數智創新技術為核心，聚焦自身運營環節，通過打造低碳產品與服務，推進範圍一、範圍二的碳中和目標。公司積極帶動上下游合作夥伴，構建綠色電商生態系統；攜手員工、品牌電商、消費者，宣導可持續的生產與生活方式，共創綠色價值鏈，助力中國「30·60」雙碳目標實現。

寶尊碳中和核心策略



## 氣候風險管理

寶尊建立完善的氣候風險管理流程。公司綜合考慮地理位置與業務類型，系統識別出寶尊潛在的氣候風險與機遇，並通過內部討論，結合業務發展戰略及專家意見，評估風險與機遇可能帶來的財務影響。基於評估結果，公司結合風險與機遇的發生概率和對公司的影響程度，對風險與機遇的優先順序進行排序，從而制定相應的氣候變化應對策略與行動措施，以有效管理氣候相關挑戰並把握發展機會。

### > 寶尊氣候變化風險與機遇應對行動

#### 政策和法律風險

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。

#### 技術風險

寶尊推進綠色包材的研發與可持續服裝產品設計，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。

#### 資源使用風險

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材料的循環使用。

#### 聲譽風險

寶尊制定碳中和目標，持續開展減排行動，並定期公開披露減排進展。

#### 急性物理風險

寶尊監測極端氣候事件，著手建立較完善的極端天氣应急管理預案。

#### 市場機遇

寶尊正在開展多樣化的可持續消費宣導活動，傳播綠色消費理念。

#### 適應力機遇

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。

#### 資源效率機遇

寶尊持續推動能源結構綠色轉型，不斷優化倉儲物流環節的傳輸效能，從而提升能源使用效率。

## 氣候指標和目標

基於對自身碳排放的盤查與管理，結合對行業趨勢及社會可持續發展方向的深入洞察，公司確立碳排放的中期和長期目標。相較於基準年 2021 年，寶尊 2024 年的範圍一、範圍二溫室氣體排放量下降 35.46%<sup>[1]</sup>。此外，公司積極披露溫室氣體排放資訊。2024 年，寶尊 CDP 氣候變化調查問卷成績為 B 等級（管理級別）。

### 寶尊碳中和承諾

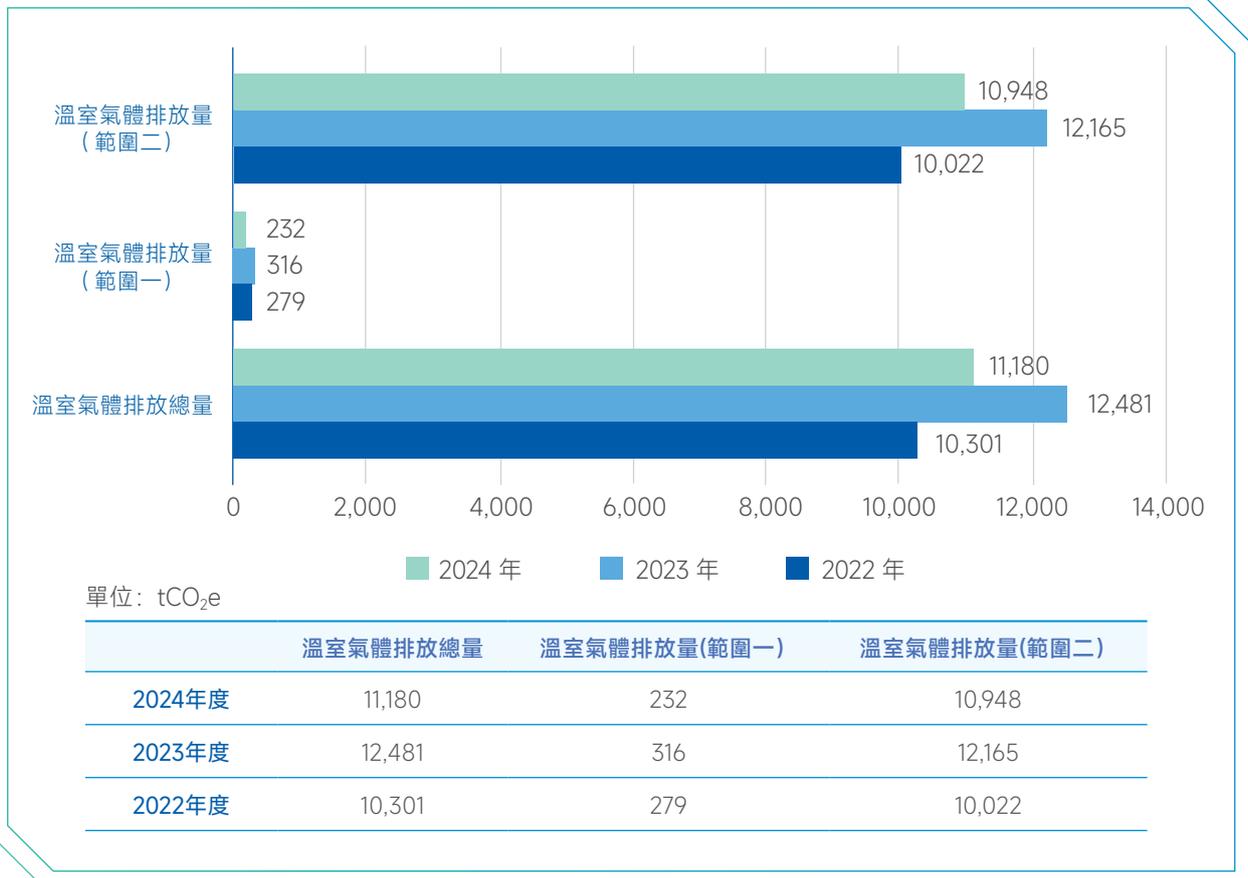
#### 中期目標

**2030年**，實現範圍一、範圍二溫室氣體排放量較2021年下降50%；同時實現範圍三溫室氣體排放量相較2021年下降50%。

#### 長期目標

**2050年**，實現全價值鏈碳中和（包括範圍一、範圍二、範圍三）。

### 2022-2024年度寶尊自身運營溫室氣體排放量



注：

[1]. 為與基準年資料具有可比性，本章節範圍一、二溫室氣體排放量的資料統計口徑與公司合併財務報表範圍的區別在於不含Gap中國，含Gap中國的溫室氣體排放資料詳見「可持續發展管理績效-環境」。

寶尊碳中和路線圖與減排行動年度進展



## 「全鏈式」綠色運營

寶尊堅持以科技創新推動綠色發展。通過數智化技術和先進設備的應用，公司優化辦公環境和倉儲物流園區的能源利用效率。同時，公司與品牌客戶及供應鏈合作夥伴緊密合作，聚焦包裝、運輸等環節，借助智慧優化、能源轉型與資源節約等手段，打造「全鏈式」綠色運營方式，為消費者提供更加環保、低碳的產品和服務。

### ► 寶尊「全鏈式」綠色運營全景圖



## 綠色辦公

寶尊在日常辦公中積極踐行綠色理念，打造綠色環保的辦公環境。公司持續開展能源和資源節約行動，聚焦減少電力、燃油、水資源和紙張的消耗。在求取適用水源方面，公司確保無風險，並運用數碼化技術優化辦公區的能源使用效率。2024年，公司總部大樓通過精益化運營管理有效管控能耗，年度節約能源成本人民幣33萬元。

### > 寶尊綠色辦公主要措施



#### 減少電力消耗

##### 空調集控與運維

通過空調集控平臺統一調節各工區溫度，為空調外機加裝遮陽板，並增加系統維護頻率，提升空調系統能源使用效率

##### 辦公設備節能

調整電子辦公設備的能耗狀態，未使用時段切換為低能耗模式，下班前關機並拔插頭，同時加強會議室時間限制，減少閒置帶來的電力浪費

##### 自感應高效照明

優先採用自然光辦公，導入LED節能燈與聲控感測器，並調整工位佈局減少夜間照明範圍，宣導下班隨手關燈，通過定時巡檢加強管控

##### 光伏車棚發電

在總部大樓辦公區投入使用光伏車棚，年度發電量79.89兆瓦時，避免42.87噸二氧化碳排放



#### 減少燃油消耗

##### 公交通勤宣導

提供短駁巴士接送員工，減少員工自駕或打車次數，降低單位里程碳排放

##### 車輛充電設施建設

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，推行無紙化辦公

##### 無紙日

每月5日設置為無紙日，限制紙巾供應，宣導員工節約用紙

### 數碼化技術賦能空調系統高效運行

寶尊在總部大樓安裝變製冷劑流量 (VRV) 多聯式空調集控系統，該系統能夠在後臺統一控制空調開關、設定溫度區間、選擇冷暖模式，並通過溫度感測器自動優化機組送風量，以確保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。

2024年，公司進一步細化空調運行模式的切換規則，在依據季節時段切換的基礎上，新增感應室外溫度的功能，實現製冷、制熱、通風三種模式的自動轉換，使能源管控更加精細化和智慧化。此外，公司將系統夜間自動關閉頻率設定為3次，避免因長時間運轉導致的能源浪費，進一步提升節能效果。



### 節能降耗挑戰賽

2024年，公司於總部大樓開展節電評比活動，以樓層為單位設立節能小組，將各樓層的耗電量與自身進行同比，通過樓層間相互競爭，促進員工節能意識的提升。活動設立專項獎勵機制，每月節降比例最高的樓層將獲得「下午茶」獎勵。通過該活動，公司於2024年共計節約用電量354.99兆瓦時。該活動不僅有效減少電力消耗，更營造了綠色低碳的工作氛圍。

## 綠色倉儲

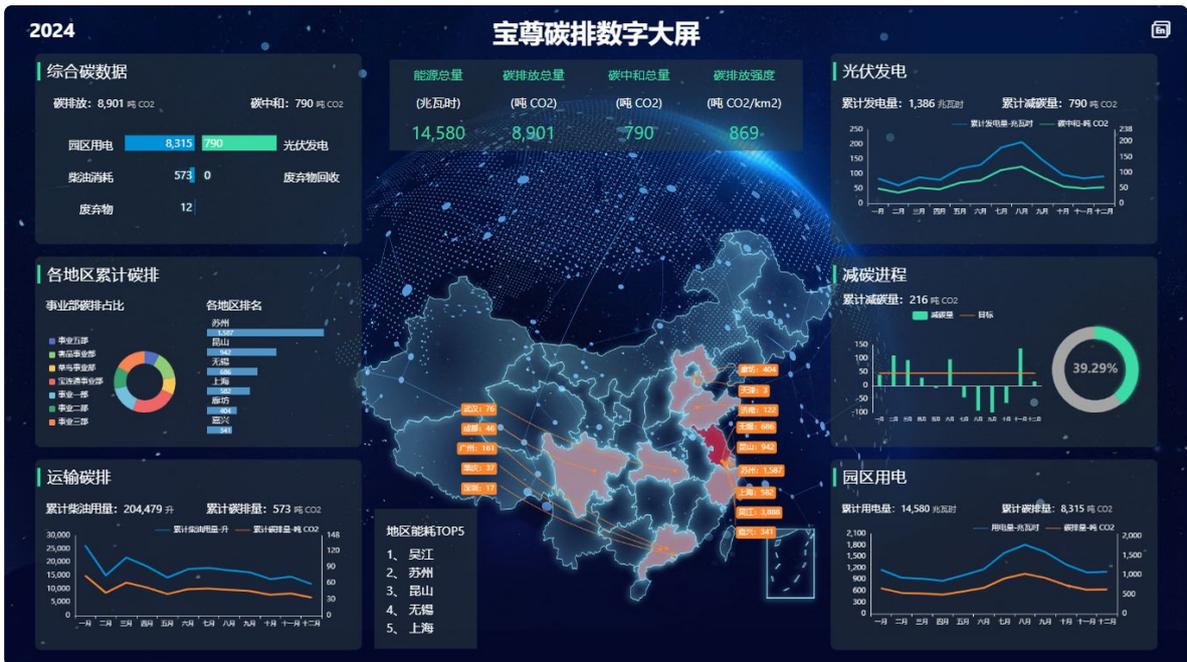
園區倉儲是寶尊推動低碳運營的重要環節。借助 365 綜合能源服務平臺，公司實現對水、電、氣等資源的即時可視化監控，持續提升能源和資源的使用效率。2024 年，公司開發碳排數碼大屏，通過提供即時資料支持，幫助管理者分析碳排放情況並制定科學有效的碳減排措施。此外，公司積極開展碳核查與碳中和園區建設工作，努力降低園區的碳足跡。



### 寶尊碳排數碼大屏上線

2024年7月，由寶尊自主開發的碳排數碼大屏正式上線。該系統集資料收集、處理、分析和可視化於一體，支持查看寶尊整體及各事業部的碳排放情況，包括碳排放總量、碳排放強度等關鍵資料。此外，系統能夠處理歷史資料，呈現碳排放的變化趨勢，並在減碳進程出現異常或未達成減碳目標時，提供紅色預警提醒。

通過即時展示公司的碳排資料，碳排數碼大屏能夠說明管理層全面瞭解公司的碳排放現狀，為制定節能減排策略提供科學依據。目前，碳排數碼大屏主要覆蓋寶尊各事業部的範圍一和範圍二資料，未來將逐步涵蓋整個寶尊集團及被投公司，同時納入範圍三的資料。



### 寶尊持續推動碳中和園區建設

寶尊積極開展碳核查工作，為碳減排目標的科學管理和持續優化提供資料支撐。2024年，公司共有3個園區取得ISO 14064認證。

公司積極踐行「3R」減排理念，通過直接減少自身碳排放、加速綠色能源轉型以及採用高品質碳匯抵消剩餘碳排放等手段，在部分園區實現運營碳中和，並將進一步擴大碳中和的實踐範圍。2024年，寶尊打造易商、托普兩個碳中和園區，兩個園區均獲得PAS 2060碳中和認證。



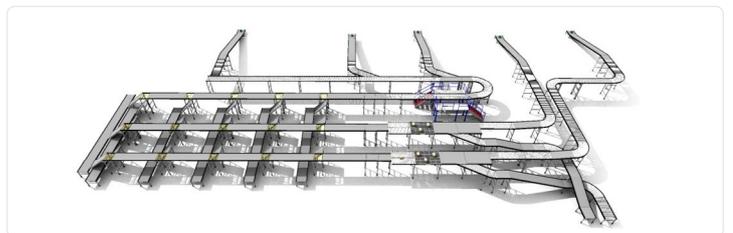
公司不斷優化倉儲管理，通過精細化運營和設備升級等措施，打造先進的低碳綠色自動化倉庫。2024 年，公司在多個園區部署光伏發電系統，提高綠色能源比重，進一步推動倉儲環節的低碳發展。

### 寶尊綠色倉儲主要節能降耗措施



### 自動化集貨與分揀系統提升能源使用效率

2024年，寶尊啟用全新的集貨設備——Deep Blue。該設備由貨架、軌道線、AGV穿梭車與提升機等結構組成，可實現大波次自動集貨，顯著提高整體接駁效率。此外，公司投入使用包裹分揀矩陣，整體分揀能力可達到每小時1.1萬個包裹。在促銷期間，包裹分揀矩陣充分發揮產能，進一步提升包裹的分揀效率。通過這兩項自動化設備的應用，公司不僅優化了作業流程，更通過高效的負載管理和智慧化調度，減少不必要的能源消耗，從而提升能源的使用效率。



## 綠色物流

交通工具排放是物流環節主要的環境足跡來源。寶尊利用大資料等技術不斷優化運輸路線，在提升配送效率的同時減少燃料消耗，有效降低成本並減輕環境影響。在中長距離運輸中，公司逐步推動空轉陸運輸，並增加鐵路和水路等低碳運輸方式的比重。此外，公司積極推動物流電動化，通過逐步增加新能源車輛的使用，探索可再生燃料的應用，努力減少運輸階段的碳足跡，助力綠色物流的發展。

### 寶尊綠色物流主要節能降耗措施

#### 訂單包裹直發

通過智慧演算法優化配送策略，實現訂單包裹從倉庫發出後直達目的地，減少中轉倉儲帶來的能源消耗和時效浪費。2024 年，超過 70 萬單訂單採用直發模式，年減少燃油消耗約 257 噸。



#### 運輸「空轉陸」

不斷優化物流結構，降低配送環節的碳排放。針對符合條件的訂單，推行低碳排放的陸路運輸替代空運，並推廣鐵路運輸。2024 年，陸運訂單比例增加 35%，年減少燃油消耗約 870 噸。



#### 清潔能源使用

場內大規模引入電動叉車替代燃油叉車，並定制 3 輛電動短駁車取代園區內的燃油貨車，年減少燃油消耗約 2.6 噸。場外逐步增加新能源車輛的比例，在部分幹線運輸中使用生物質柴油，減少運輸碳足跡。



### 推動低碳運輸，昆明至上海鐵路運輸成功試運行

2024 年 4 月，經過多輪篩選與評估，公司最終選定昆明作為鐵路運輸的試運行城市。在試運行過程中，經過約 2,000 公里的鐵路運輸，貨物全部順利送達昆明門店並完成清點交接。在與公路運輸相同的時效下，鐵路運輸能夠避免約 0.308 噸二氧化碳當量的碳排放。自 2024 年 7 月起，公司正式將上海至昆明的幹線運輸全面切換為鐵路運輸，進一步推動綠色低碳物流體系的建設。

## 綠色包裝

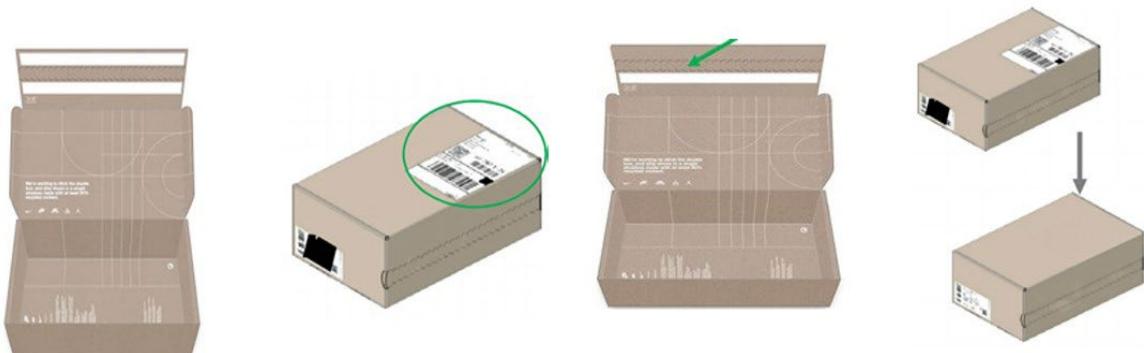
在倉儲物流環節，寶尊主要使用紙箱、塑膠、膠帶、防水袋等包裝材料。公司積極探索綠色包裝應用場景，持續創新包裝材料的精細化管理，並通過循環使用和替換環保材料等方式，不斷減少包裝消耗。2024 年，公司包裝材料循環使用量為 9,484 噸。

寶尊綠色包裝主要措施

		
減量 (Reduce)	循環 (Recycle)	替換 (Replace)
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>紙箱減量:</b> 系統根據商品尺寸自動推薦大小合適的紙箱, 減少紙箱浪費。</li> <li><b>膠帶減量:</b> 簡化部分膠帶封箱方式, 由王字型改為工字型、一字型; 部分流程使用的透明膠帶由6cm改為4.8cm, 年度減少膠帶使用量約10噸。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>託盤循環:</b> 回收待報廢的託盤, 通過更換或修復破損部件實現再次利用, 有效減少新託盤的消耗, 年度循環使用託盤約900件。</li> <li><b>紙箱循環:</b> 庫位元紙箱、退倉紙箱全部使用回收紙箱, 年度紙箱回收再利用量約9,252噸。門店發貨80%以上使用進貨的回收紙箱, 購物袋為100%環保再生紙。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>電子設備替換打印紙:</b> 使用掌上型電腦 (PDA) 設備, 實現無單上架、無單補貨和無單盤點, 同時通過在商品上粘貼二維碼, 替代傳統的裝箱清單。</li> <li><b>封口材料替換:</b> 全面導入可循環使用的纏繞帶, 年度減少塑膠纏繞膜使用量約3萬卷。將門店產品包裝袋封口的透明膠帶替換為可重複利用的自粘封條。</li> </ul>
		

 Onebox鞋盒, 讓包裝更加環保化

寶尊始終秉承綠色可持續發展理念, 積極與合作夥伴攜手, 共同探索包裝優化方案。公司協同某品牌客戶推行 Onebox 鞋盒項目, 即將鞋盒與快遞箱合二為一, 從源頭上減少包裝廢棄和碳排放。公司調整倉儲系統與流程, 助力降低包裝材料的消耗。2024年, 寶尊使用 Onebox 鞋盒, 共節省20萬個原出庫鞋盒外包裝。



## 綠色合作

除了自身運營環節，寶尊還與合作夥伴攜手，推動綠色環保理念的實踐，共同探索創新的解決方案。通過與合作夥伴的緊密配合，公司不斷創新和完善環保措施，積極促進資源的循環利用，合力推進可持續發展。

### 「舊鞋新生」，攜手共創綠色未來

2024年4月，寶尊聯合品牌方舉辦「舊鞋新生」地球日活動。本次活動得到2,000餘名員工的支持，覆蓋全國超過30個物流園區及分公司，共計回收舊鞋7,500餘雙，為公益環保助力。回收的舊鞋經技術加工後，將用於建造環保運動場。目前，寶尊已建成2個環保型球場，分別坐落在永鼎園區和易商園區。



### 塑膠瓶回收打造環保馬甲

寶尊與供應商攜手，共同推進塑膠瓶回收利用項目。寶尊將回收的塑膠瓶交由供應商進行專業處理，經過清洗、分類、形變打板、拉絲、染色等工藝流程，轉化為可再生滌綸 (rPET) 面料，用於製作供園區員工和訪客使用的環保馬甲。2024年，寶尊共製作500件rPET馬甲，每件馬甲由6個塑膠瓶製作而成。各事業部員工通過以舊換新的方式領取馬甲，積極踐行綠色環保理念，不僅減少塑膠廢棄，同時促進資源的循環利用。



## 排放物管理

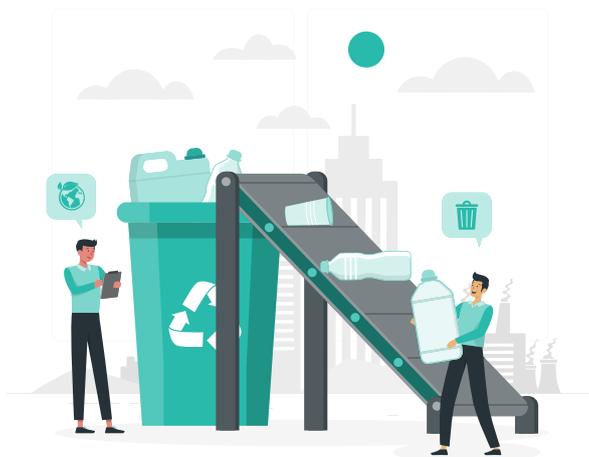
寶尊主營業務不直接參與產品的生產與製造，無生產相關的大氣污染物與廢水排放。公司日常運營中產生的生活污水統一排入市政管網，由相關部門集中處理。Gap 中國上游環節的成衣代工廠有生產廢水排放，部分代工廠設置生物降解處理池或水循環系統，確保所有廢水均嚴格按照國家法律法規的要求進行處理並達標排放。

公司的固體廢棄物主要來源於倉儲物流環節、Gap 中國門店、食堂及辦公區域產生的生活垃圾和電子廢棄物。公司落實固體廢棄物分類管理，針對不同類型的廢棄物進行合規處置和有效利用。

### 寶尊廢棄物處置措施

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

在減少自身運營環境影響的同時，Gap 中國積極通過設計優化和供應鏈管理等措施，降低服裝產品上游製造環節的代工廠環境排放。在服裝設計和生產過程中，Gap 中國優選綠色可持續面料，如蘭精、天絲等，目前約 10% 的面料為環保材料。同時，Gap 中國承諾不使用全氟碳化合物（PFCs）的塗飾劑，以減少有害化學品的環境暴露風險。基於自身的可持續設計創新，Gap 中國協同代工廠開展「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對自然水體的影響。



# 可持續發展管理績效

## 合規管理與商業道德

績效指標	單位	2022年度	2023年度	2024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事件數	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 <sup>1</sup>	小時	1	0.5	0.5
員工接受反貪污培訓覆蓋率	%	54	100	100
員工人均接受反貪污培訓小時數 <sup>2</sup>	小時	1	2	1

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<sup>1</sup>

績效指標	單位	2022年度	2023年度	2024年度
<b>能源</b>				
耗電量	兆瓦時	17,903	37,039	32,713
其中, 清潔電耗 <sup>2</sup>	兆瓦時	329	654	1,466
天然氣	立方米	26,304	30,469	27,706
汽油	升	6,158	17,456	23,737
柴油 <sup>3</sup>	升	73,657	74,179	42,669
綜合能源消耗量 <sup>4</sup>	兆瓦時	18,601	37,945	33,652
單位營收綜合能源消耗量 <sup>4</sup>	兆瓦時/百萬元人民幣	2.21	4.31	3.57
<b>溫室氣體</b>				
溫室氣體排放量(範圍一) <sup>5</sup>	噸二氧化碳當量	279	316	227
溫室氣體排放量(範圍二) <sup>6</sup>	噸二氧化碳當量	10,022	20,750	16,767
溫室氣體排放量(範圍三) <sup>7</sup>	噸二氧化碳當量	-	63,911	61,893
溫室氣體排放總量(範圍一、範圍二、範圍三)	噸二氧化碳當量	-	84,977	78,888

績效指標	單位	2022年度	2023年度	2024年度
溫室氣體排放總量(範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量	10,301	21,066	16,994
單位營收溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量/ 百萬元人民幣	1.23	2.35	1.80
<b>資源</b>				
耗水量	立方米	207,274	202,244	262,244
單位營收耗水量	立方米/百萬元人 民幣	24.67	22.95	27.83
製成品所用包裝材料的總量	噸	38,657	42,680	57,570
包裝材料循環使用量	噸	2,240	14,704	9,484
<b>廢棄物</b>				
無害廢棄物產生量 <sup>8</sup>	噸	1,539	5,009	3,422
單位營收無害廢棄物產生量	噸/百萬元人民幣	0.18	0.57	0.36
有害廢棄物產生量 <sup>9</sup>	件	4	16	12

注:

[1]. 環境資料口徑包含: 寶尊電商有限公司, 其綜合入帳附屬公司, 可變利益實體及其子公司, 與截止到2024年12月31日的財年年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。其中, 能來源資料已統計Gap中國耗電量, 暫未覆蓋其天然氣、汽油和柴油用量。廢棄物資料暫未覆蓋Gap中國。本報告中2023年資料已經核查後調整, 因此較2023年可持續發展報告中披露的資料有所差異。

[2]. 清潔電耗為總部辦公大樓及部分園區利用分散式光伏系統的發電量。2024年, 公司進一步擴大園區光伏發電系統的部署範圍, 清潔電耗明顯增長。

[3]. 2024年, 公司物流園區使用柴油車進行轉倉的業務減少, 柴油用量下降。

[4]. 綜合能源消耗量的計算參考《綜合能耗計算通則》(GB/T2589-2020), 涵蓋的能源類型包括電力、天然氣、汽油和柴油。

[5]. 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)。

[6]. 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, 2022年電網排放係數取0.5703 tCO<sub>2</sub>e/MWh; 2023年電網排放係數取0.5703 tCO<sub>2</sub>e/MWh; 2024年電網排放係數取0.5366 tCO<sub>2</sub>e/MWh。

[7]. 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、員工通勤和資料中心租賃等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》。

[8]. 2024年, 公司通過推行垃圾分類、宣導節約用紙等措施, 減少無害廢棄物產生量。

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

## 員工<sup>1</sup>

績效指標	單位	2022年度	2023年度	2024年度	
<b>員工僱傭</b>					
員工總數 <sup>2,3</sup>	人	7,588	7,827	7,874	
按性別劃分	男性員工數	人	3,067	3,085	3,008
	女性員工數	人	4,521	4,742	4,866
按僱傭類型分	勞動合同制	人	7,040	7,531	7,612
	勞動派遣	人	14	28	38
	其他僱傭類型	人	534	268	224

績效指標		單位	2022年度	2023年度	2024年度
按年齡劃分	小於30歲員工數	人	3,701	3,258	3,064
	30至50歲員工數	人	3,836	4,516	4,745
	大於50歲員工數	人	51	53	65
按職級劃分	高級管理層員工數	人	144	168	182
	中級管理層員工數	人	2,646	3,070	3,001
	基層員工數	人	4,798	4,589	4,691
按地區劃分	大陸員工數	人	7,440	7,678	7,722
	港澳臺以及海外員工數	人	148	149	152
女性管理層員工比例 <sup>4</sup>		%	52	52	53
按職級劃分	女性高級管理層員工比例	%	41	42	44
	女性中級管理層員工比例	%	53	52	53
按職能劃分	創收部門女性管理層占比 <sup>5</sup>	%	80	84	83
	STEM崗位女性管理層占比 <sup>6</sup>	%	37	35	37
新進員工總數 <sup>4</sup>		人	2,554	1,455	1,643
內部競聘填補空缺職位的員工比例 <sup>4</sup>		%	18.90	28.60	34.90
全職員工人均招聘成本 <sup>4</sup>		元	2,529	2,323	2,371
<b>職業健康與安全</b>					
因工傷損失工作天數 <sup>7</sup>		天	508	1,073	618
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 <sup>8</sup>		次/小時	0.59	1.28	0.83
百萬工時損工率 <sup>9</sup>		/	198.57	547.66	326.06
<b>員工培訓與發展</b>					
員工培訓總時長		小時	152,751.00	64,775.66	89,021.33
員工人均培訓時長		小時	20.13	8.28	11.31
按性別劃分	男性員工人均培訓時長	小時	19.97	7.86	11.23
	女性員工人均培訓時長	小時	20.24	8.55	11.35
按職級劃分	高級管理層員工人均培訓時長	小時	27.78	13.79	14.23
	中級管理層員工人均培訓時長	小時	22.32	6.38	7.62
	基層員工人均培訓時長	小時	18.62	9.40	13.48
接受定期績效和職業發展考核的員工總數百分比		%	95.52	99.48	97.09
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	%	96.19	99.61	98.01
	女性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	95.07	99.39	96.53

績效指標		單位	2022年度	2023年度	2024年度
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	%	93.06	99.40	97.25
	中級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	96.03	99.58	98.87
	基層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	95.31	99.41	95.95
<b>員工流失</b>					
員工流失率 <sup>10</sup>		%	39.28	31.74	32.10
按性別劃分	男性員工流失率	%	41.27	32.21	33.50
	女性員工流失率	%	37.88	31.43	31.06
按年齡組別劃分	小於30歲員工流失率	%	51.16	40.43	43.51
	30至50歲員工流失率	%	26.82	23.70	21.83
	大於50歲員工流失率	%	23.01	32.91	25.29
按地區劃分	大陸員工流失率	%	39.55	31.54	31.84
	港澳臺及海外員工流失率	%	24.57	40.87	39.68
員工主動離職率 <sup>4</sup>		%	25.40	19.00	19.56

注：

[1]. 員工數據口徑包含：寶尊電商有限公司，其綜合入帳附屬公司，可變利益實體及其子公司，與截止到 2024 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。

[2]. 員工總人數含全職員工（包括勞動合同制與勞動派遣員工）及其他僱傭類型員工。

[3]. 2024年員工數量排名前五位的員工國籍分別為中國（含港澳臺）、馬來西亞、新加坡、菲律賓、美國，各國籍對應的員工占比分別為 99.10%、0.39%、0.23%、0.11%、0.04%，各國籍對應的管理層員工占比分別為 99.34%、0.08%、0.35%、0.04%、0%。

[4]. 數據口徑包含：寶尊電商有限公司。

[5]. 「創收部門」是指與財務、行政、法務等職能中後臺部門相區別，直接促進公司營收的部門。

[6]. 「STEM相關職位」是指與科學 (Science)、技術 (Technology)、工程 (Engineering) 和數學 (Mathematics) 相關的職位。

[7]. 2024年員工工傷事件主要為上下班途中的交通事故。為此，寶尊加強安全出行宣導，持續提升員工的安全意識。

[8]. 百萬工時可記錄工傷率 = 工傷事故數 / 員工工作總時長 × 1,000,000。

[9]. 百萬工時損工率 = 所有員工損工時長 / 員工工作總時長 × 1,000,000。

[10]. 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	2024年度
慈善捐贈	萬元人民幣	208.38	106.33

## 供應鏈管理

績效指標		單位	2022年度	2023年度	2024年度
供應商總數 <sup>1</sup>		家	1,236	3,213	4,550
按地區劃分	中國大陸供應商數	家	1,215	2,942	4,432
	港澳臺以及海外供應商數	家	21	271	118
開展環境或社會影響評估的供應商數量		家	41	532	786
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，因此供應商總數上漲。2024年供應商總數上漲主要因為公司將收購公司納入統一的供應商管理體系，且涉及的直播及數字營銷等業務板塊不斷引入新資源適配業務需求。

## 產品及服務

績效指標	單位	2022年度	2023年度	2024年度
接獲有關產品及服務的投訴總數	件	-	2,593	1,063
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 <sup>1</sup>	%	0	0	<0.01
新增專利申請數量	項	0	8	1
累計申請專利數量	項	67	75	76
新增電腦軟體著作申請數量	項	26	62	44
累計申請電腦軟體著作數量	項	241	321	351

注：

[1]. 統計範圍為2024年寶尊電商自營業務售出產品和子公司Gap中國售出產品的回收情況。2024年，公司對2022-2023年間在電商平臺銷售的39台超音波美膚滋養儀進行回收，主要因為品牌方設計缺陷導致產品存在安全隱患。截至2024年底，全部涉事產品均已回收，未引發安全事故。公司已積極配合市場監管部門完成相關處理。

# 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	可持續發展治理架構
彙報原則	報告編制說明-報告原則
彙報範圍	報告編制說明-報告範圍

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
<b>A. 環境</b>	
<b>A1. 排放物</b>	排放物管理
A1.1	排放物管理 可持續發展管理績效
A1.2	可持續發展管理績效
A1.3	可持續發展管理績效
A1.4	可持續發展管理績效
A1.5	氣候變化減緩與適應
A1.6	排放物管理
<b>A2. 資源使用</b>	環境管理目標 氣候變化減緩與適應 「全鏈式」綠色運營
A2.1	可持續發展管理績效
A2.2	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
A2.4	環境管理目標 「全鏈式」綠色運營
A2.5	可持續發展管理績效
<b>A3. 環境及天然資源</b>	環境管理體系 氣候變化減緩與適應
<b>B. 社會</b>	
<b>僱傭及勞工常規</b>	
B1. 僱傭	員工責任
B1.1	員工責任 可持續發展管理績效
B1.2	可持續發展管理績效
<b>B2. 健康與安全</b>	員工責任
B2.1	可持續發展管理績效
B2.2	可持續發展管理績效
B2.3	員工責任
<b>B3. 發展及培訓</b>	員工責任
B3.1	可持續發展管理績效
B3.2	可持續發展管理績效
<b>B4. 勞工準則</b>	員工責任
B4.1	員工責任
B4.2	員工責任

層面、一般披露及 關鍵績效指標	報告章節
<b>營運慣例</b>	
<b>B5. 供應鏈管理</b>	可持續供應鏈
B5.1	可持續發展管理績效
B5.2	可持續供應鏈
B5.3	可持續供應鏈
B5.4	可持續供應鏈
<b>B6. 產品責任</b>	研發與創新 反腐敗與商業道德
B6.1	可持續發展管理績效
B6.2	可持續發展管理績效 客戶服務
B6.3	研發與創新
B6.4	公司主要提供網店運營、客戶服務、IT 解決方案等服務內容，因此不涉及品質檢定過程及產品回收程序。

層面、一般披露及 關鍵績效指標	報告章節
B6.5	資料與私隱保護
<b>B7. 反貪污</b>	反腐敗與商業道德
B7.1	反腐敗與商業道德
B7.2	反腐敗與商業道德
B7.3	反腐敗與商業道德 可持續發展管理績效
<b>社區</b>	
<b>B8. 社區投資</b>	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
<b>E. 環境</b>	
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
<b>S. 社會</b>	
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
<b>G. 治理</b>	
G1. 董事會多樣性	公司治理
G2. 董事會獨立性	公司治理
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	資料與私隱保護
G8. ESG 報告	已滿足
G9. 披露做法	可持續發展管理 報告編制說明

## 全球可持續發展標準委員會《可持續發展報告標準》(2021) (GRI Standards 2021) 索引表

<b>使用聲明</b>	寶尊電商有限公司在2024年1月1日至2024年12月31日參照GRI標準報告了在此份GRI內容索引中引用的資訊。
<b>使用的GRI 1</b>	GRI 1: 基礎 2021

GRI標準	披露項	位置
<b>GRI 2:一般披露(2021)</b>	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	可持續發展管理
	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
	2-10 最高治理機構的提名和遴選	公司治理
	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	可持續發展管理
	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 反腐敗與商業道德
	2-17 最高治理機構的共同知識	可持續發展管理
	2-19 薪酬政策	公司治理
	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	可持續發展治理架構 可持續發展貢獻 可持續供應鏈 可持續發展管理績效
	2-25 補救負面影響的程式	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	可持續發展管理績效	
2-29 持份者參與的方法	重要性議題與持份者溝通	
2-30 集體談判協定	員工責任	

GRI標準	披露項	位置
GRI 3:重要性議題 (2021)	3-1 確定重要性議題的過程	重要性議題與持份者溝通
	3-2 重要性議題列表	重要性議題與持份者溝通
	3-3 重要性議題的管理	重要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
GRI 203:間接經濟影響 (2016)	203-1 基礎設施投資和支援性服務	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 反腐敗政策和程式的傳達及培訓	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
GRI 302:能源 (2016)	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
	303-5 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
	305-4 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 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)	308-2 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標準	披露項	位置
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 職業健康安全管理体系覆蓋的工作者	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 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、影響評估和發展計畫的運營點	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)	414-2 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	可持續發展管理績效
GRI 417:營銷與標識(2016)	417-1 對產品和服務資訊與標識的要求	負責任營銷
	417-2 涉及產品和服務資訊與標識的違規事件	不涉及
	417-3 涉及營銷傳播的違規事件	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

# 報告鑒證




## 鑑證聲明 CN25/00002444

### SGS 通標標準技術服務有限公司關於寶尊電商有限公司提交的《寶尊集團 2024 年度可持續發展報告》的鑑證報告

#### 鑑證/驗證的性質和範圍

SGS 通標標準技術服務有限公司（以下簡稱「SGS」）受寶尊電商有限公司（以下簡稱「寶尊電商」）的委託，對《寶尊集團2024年度可持續發展報告》中文版（以下簡稱「報告」）中的全部可持續發展績效進行了獨立鑑證。

#### 鑑證聲明的使用者

本鑑證聲明意圖提供給所有寶尊電商的利益相關方。

#### 責任聲明

寶尊電商的《寶尊集團2024年度可持續發展報告》中的可持續發展績效及報告由其董事會以及寶尊電商的管理層負責。SGS並未參與該報告任何材料的準備。

我們的責任旨在告知所有寶尊電商的利益相關方，在以下規定的鑑證範圍內表達對可持續發展績效的意見。

SGS對於任何由於使用本報告中的資訊而引起的直接或間接損失不承擔任何責任。

#### 鑑證標準、類型與保證等級

SGS已根據AA1000系列標準和ISAE3000等國際公認的鑑證準則，為環境、社會及管治（ESG）和可持續發展報告鑑證（SRA）開發了一套規章。

本報告的鑑證依據下列鑑證標準開展：

鑑證標準	鑑證等級
ISAE3000	有限保證

#### 鑑證範圍

本次鑑證僅對《寶尊集團 2024 年度可持續發展報告》中全部可持續發展績效資訊的準確性和可靠性進行鑑證。

#### 鑑證方法

鑑證包括鑑證前調研、現場訪問位於上海市靜安區江場西路 510 弄數智大廈寶尊電商有限公司的相關員工。

有限保證鑑證執行的程序在性質和用時上與合理保證不同，並且在範圍上也小於合理保證。因此，有限保證獲得的保證等級大大低於合理保證等級。

#### 鑑證局限性

從獨立審計的財務報告中提取的數據，並未作為本鑑證流程的組成部分與來源數據進行核對。

SGS

報告中溫室氣體排放相關數據未經獨立第三方核查，本次鑑證過程僅做抽樣驗證。  
本次鑑證僅限於寶尊電商集團層面，未對所有下屬機構進行原始數據的溯源。

#### 獨立性與能力聲明

SGS 集團是檢驗、檢測和認證領域的全球領導者，在多個國家/地區開展業務。SGS 申明與寶尊電商有限公司為完全獨立之組織，對該機構、其附屬機構和利益相關方不存在偏見和利益衝突。

本次鑑證團隊由具備與此項任務有關的知識、經驗和資格的人員組成。

#### 發現與結論

##### 鑑證/驗證意見

基於上述方法論和所進行的鑑證，《寶尊集團2024年度可持續發展報告》鑑證範圍內的可持續發展績效沒有發現不準確、不可靠的情況。

簽字：



代表通標標準技術服務有限公司

David Xin  
Sr. Director – Business Assurance  
北京市阜成路 73 號世紀裕惠大廈 16 層

2025年04月16日  
WWW.SGS.COM



# 報告編制說明

《寶尊集團 2024 年度可持續發展報告》(以下簡稱「本報告」)是寶尊電商有限公司發佈的第 5 份可持續發展報告,闡述了公司 2024 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》(2023 年 12 月 31 日起生效版),並參照全球可持續發展標準委員會《可持續發展報告標準》(2021) (簡稱「GRI 標準」)。

## 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「公司」「寶尊」「寶尊集團」),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 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日,部分資訊略有超出。

## 報告原則

本報告應用全球可持續發展標準委員會《可持續發展報告標準》(2021)的報告原則,確保報告資訊的品質以及適當呈現。

### 重要性

公司識別出投資者等持份者關注的與經營相關的重要性議題,作為本報告彙報重點。本報告中對重要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。重要性議題的分析過程及結果詳見本報告「重要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

本報告盡可能確保資訊準確。其中,定量資訊的測算已說明資料口徑、計算依據與假定條件,以保證計算誤差範圍不會對資訊使用者造成誤導性影響。定量資訊及附注資訊詳見本報告「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

本報告內容反映客觀事實，對涉及公司正面、負面的資訊均予以不偏不倚的披露。公司對本報告範圍內的對象，通過上海青悅信用資料庫開展檢索，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資訊，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資訊，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，並盡可能披露歷史資料。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 績效水準發展趨勢。

### 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 2024 年 1 月 1 日至 2024 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資訊參考。

### 可驗證性

本報告中案例和資料來自公司實際運行的原始記錄或財務報告。所披露資料來源及計算過程均可追溯，可用於支持外部鑒證工作檢查。

## 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。

公司十分重視持份者的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與公司聯繫。您的意見將協助公司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：[wenjie.zhang037826@baozun.com](mailto:wenjje.zhang037826@baozun.com)；[wendy.sun@baozun.com](mailto:wendy.sun@baozun.com)

**BAO ZUN**