



新世界百貨中國有限公司

New World Department Store China Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：825)



可持續發展報告  
2025

# 目 錄

2 關於本報告

4 主席寄語

6 2025年亮點回顧

8 關於新世界百貨

12 可持續發展管理

21 1. 夯實治理基石

22 1.1 合規治理

24 1.2 商業道德

27 2. 打造綠色零售

28 2.1 環境管理

29 2.2 應對氣候變化

36 2.3 降低環境影響

41 3. 優化消費體驗

42 3.1 客戶權益

45 3.2 服務品質

51 4. 協同可靠夥伴

52 4.1 供應鏈管理

53 4.2 安全管理

57 5. 建設人文生態

58 5.1 員工共創

65 5.2 社區共融

70 附錄

70 獎項與榮譽、外部倡議與身份

72 關鍵績效指標

77 聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

81 GRI內容索引

84 鑒證聲明

# 關於本報告

## 報告概述

我們發佈了新世界百貨中國有限公司(以下簡稱「新世界百貨」、「本集團」或「我們」)的《可持續發展報告2025》(以下簡稱「本報告」)。本報告全面解釋了新世界百貨中國有限公司及其附屬公司在2025財年針對環境、社會和管治(ESG)問題的政策、措施和表現。

## 報告範圍

除非另有說明，本報告範圍涵蓋本集團在中國內地的零售業務，以及其設於中國香港和上海的辦事處。時間範圍涵蓋2024年7月1日至2025年6月30日期間(以下簡稱「報告期」)。

## 報告原則

本報告參照《全球報告倡議組織可持續發展報告標準》(「GRI準則」)2021年版，以及截至2024年12月31日止年度適用的《香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告指引》的要求編制。我們亦參考了附錄C2《環境、社會及管治報告守則》修訂之D部分所載的氣候相關披露，該修訂守則適用於2025年1月1日或之後開始的財政年度。按照香港聯交所的要求，我們每年發佈可持續發展報告，並遵守以下原則：



### 重要性

通過重要性評估確定關鍵的ESG問題，並在可持續發展報告中披露相關資料。



### 量化

披露計算關鍵績效指標所使用的標準、方法、假設和轉換因數的資料。



### 平衡

本報告不偏不倚地呈報發行人的表現。



### 一致性

本報告中披露ESG資料所使用的方法與2024財年可持續發展報告中使用的方法一致，報告範圍無重大變更。如有特殊情況，已在本報告中特別解釋說明。

## 報告核實

本報告經由董事會審議及通過。

為確保本報告的準確性和可信度，我們委託了SGS通標標準技術服務有限公司對本報告進行獨立鑒證。有關獨立鑒證的詳情請參閱「鑒證聲明」章節。

## 聯繫我們

我們歡迎閣下對本報告及其他可持續發展事宜提出意見，請電郵至 [shmocad@nwds.com.cn](mailto:shmocad@nwds.com.cn)。



# 主席寄語



企業可持續發展能力已成為高品質發展的重要支撐。新世界百貨堅持踐行「2030+可持續發展願景」，強化經營韌性，堅守責任初心，凝聚生態合力共築美好未來。

「企業韌性」是我們穩健發展的堅實保障。我們以合規治理為底線，恪守商業道德準則，通過制度規範與文化塑造的雙重驅動，構建全員廉潔誠信的營運生態。同時，我們持續深化多元化建設，董事會成員在專業背景、行業經驗等維度形成互補，為戰略決策注入多元視角，推動治理效能持續提升，為企業可持續發展保駕護航。

「切合未來的地方」是我們對環境承諾的堅定踐行。本財年，我們錨定更具前瞻性的綠色目標，持續提升碳盤查工作的完整性，為長期綠色發展繪製清晰路徑。在能源管理方面，我們通過智慧監測系統優化和設備能效提升，實現能源消耗與碳排放強度的顯著下降，綠色轉型成效持續顯現。在資源使用方面，我們在全線門店推行電子化單據，提升資源利用效率，以技術更新助力低碳營運。這些系統性舉措推動我們的綠色水準持續提升，讓「未來適應性零售空間」的理念在實踐中落地生根。

「豐盛生活」是我們與利益相關方共創價值的核心路徑。面向消費者，我們深耕體驗升級，首創自有IP「小新V友」，以情感化符號連接多元客群；通過「V友節」、IP合作等豐富活動及LOL多元創作空間等場景創新，打造兼具文化內涵與互動體驗的消費生態，讓每一次到店都成為美好生活的延伸。對於員工，我們堅持構建安全、包容的工作環境，通過分層級、定製化的培養體系助力員工成長，並鼓勵員工投身社區服務，以實際行動傳遞企業溫度。本財年，我們聚焦兒童關愛、社區福祉及可持續生活宣導等領域，通過理念傳播及公益活動等務實行動，深度融入社區發展，踐行價值共創承諾。

「2030+ 可持續發展願景」的藍圖已經繪就，展望未來，我們將繼續以三大支柱為指引，在合規治理中夯實發展基礎，在綠色轉型中強化經營韌性，在價值共創中凝聚生態合力。新世界百貨將始終堅守責任初心，以可持續發展的堅定步伐，與各方攜手共築商業繁榮與社會美好的共生未來。

張輝熱先生  
主席

中國香港，2025年9月





# 2025年亮點回顧

## 環境



溫室氣體排放(範圍一、範圍二)強度**0.06**噸二氧化碳當量/平方米，同比下降近**15%**



開展節能技改，電力消耗同比減少**9%**



宣導綠色出行，汽油消耗同比減少**24%**



電子現沽單**100%**覆蓋全部專櫃交易，極大程度減少了紙張使用



全國多家門店開展可持續潮流生活藝術節、地球一小時、綠色騎行等活動，傳播綠色生活理念

## 社會



創新消費場景，打造多元化消費體驗



女性員工佔比**49%**，女性對男性員工的基本薪資與薪酬比為**0.99**



員工培訓總時數**21,443**小時



鼓勵員工深度參與社區發展，員工義工服務總時數**604**小時

## 管治



沒有發生任何貪腐訴訟事件



**100%**的中國大陸員工簽署行為準則



**100%**的中國大陸員工接受行為準則培訓



# 關於新世界百貨

## 公司背景

新世界百貨中國有限公司(股份代號：825)於1993年成立，乃新世界發展有限公司(股份代號：17)(「新世界發展」)在中國內地的零售旗艦，現已發展為集百貨中心與購物中心為一體的零售集團。於2007年，本集團在香港聯合交易所有限公司主板上市。於2025年6月30日，新世界發展擁有本集團約為75%的股份。

## 百貨中心



北京崇文店



北京千安店



北京利瑩店



北京彩旋店



上海浦建店



上海五角場店



上海寶山店



上海成山店



重慶店



天津店



綿陽店

## 零售網絡

本集團採取「一市多店」及「輻射城市」的發展策略，有序地在中國內地拓展業務網絡。於2025年6月30日，本集團經營的百貨中心及購物中心當中，有15家以「新世界」命名，而另外7家於上海的分店則以「巴黎春天」命名，總樓面面積概約為92萬平方米，覆蓋中國內地12個主要地點，包括北京、上海、重慶、武漢、南京、天津、長沙、鄭州、煙台、瀋陽、蘭州及綿陽。

## 購物中心



武漢建設店



武漢徐東店



上海陝西路店



上海悅匯天山



上海淮海店



南京店



長沙時尚廣場



煙台店



鄭州店



瀋陽津橋路時尚廣場

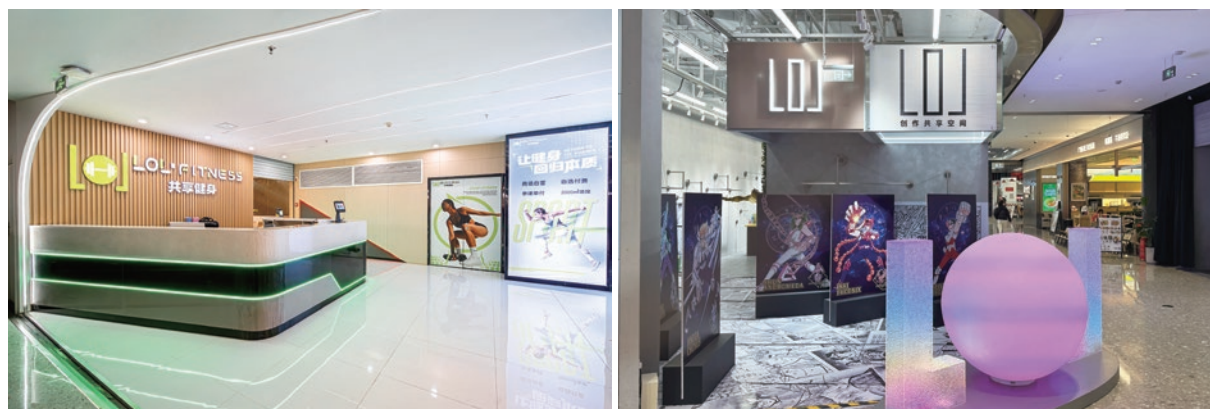


蘭州店



## 業務營運

本集團積極推行門店分類管理，並採用「一店一策」的經營策略，鼓勵分店面對市場採取不同策略，以多樣化業務模式和商品力的不斷提升打造核心競爭力。除百貨中心及購物中心業務外，本集團同步拓展自營業務，如LOL (Love • Original • Life)多元創作空間及「新世界超市」，以實現差異化經營。



LOL多元創作空間



新世界超市

## 財務表現摘要

### 收益



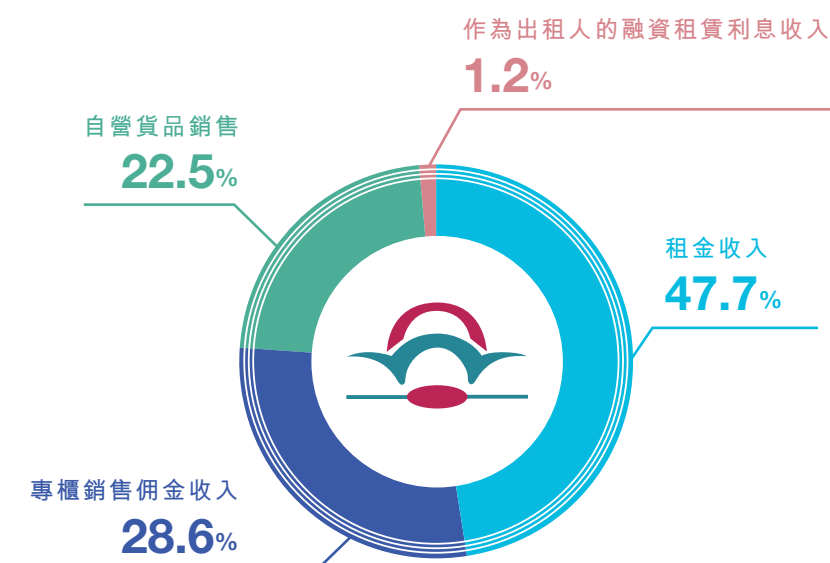
港元  
**1,182.8**  
百萬

### 年度利潤



港元  
**25.3**  
百萬

### 本集團主要收益來源



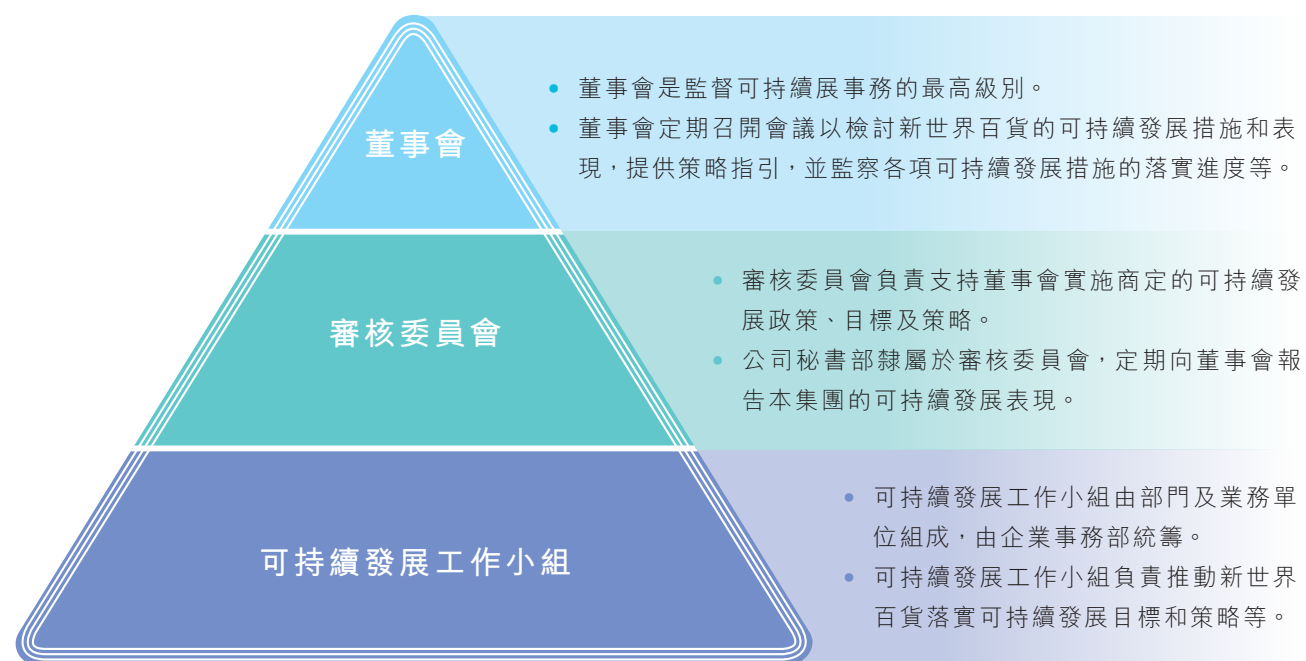


# 可持續發展管理

新世界百貨通過健全的可持續發展管治架構，將可持續發展理念深度融入企業營運。基於「2030+願景」戰略框架，我們確立了涵蓋環境、社會及管治三大維度的五項可持續發展方針，並通過系統性的持份者溝通機制，持續識別和評估重要性議題，確保企業發展戰略與各持份者期望及行業最佳實踐保持同步。

## 可持續發展管治

為規範可持續發展管理機制，提高可持續發展管理品質，新世界百貨已建立自上而下的可持續發展管治架構，並已將可持續發展納入戰略決策和日常管理。董事會承擔可持續發展戰略的最高監督職責，定期審議可持續發展目標進展及重大風險。董事會下設審核委員會為主責委員會，在董事會授權下行使具體管治職能，由公司秘書部協調落實管理要求。為進一步強化可持續發展工作意識，本集團成立跨部門可持續發展工作小組，由企業事務部統籌，協同各業務單位推進可持續發展目標和戰略的實施。我們已明確各層級的職責分工，確保可持續發展管理有效執行落地，為本集團可持續發展提供有力保障。



新世界百貨可持續發展管治架構及職責

## 董事會聲明

新世界百貨高度重視可持續發展管理，建立了有效的可持續發展治理機制。董事會對新世界百貨的ESG管理方針、策略、目標制定和目標進度監督以及ESG表現等肩負最終責任，並對ESG披露及策略承擔全部責任。董事會亦需監督和檢查ESG相關表現、風險及目標，適當調整ESG策略以確保與企業長期發展深度契合，並審閱年度可持續發展報告。在董事會的領導下，由本集團審核委員會負責監督、可持續發展工作小組負責貫徹落實可持續發展各項事宜。

本集團企業事務部負責識別ESG相關風險，持續評估ESG相關風險與機遇可能性及影響程度，協同各職能部門制定相應的風險應對措施，並持續監測ESG風險變化。董事會針對潛在的ESG風險及機遇視情況對業務發展方向做出調整。

本集團已建立常態化持份者雙向溝通機制，積極關注並及時回應持份者的要求，定期開展重要議題評估工作。2025財年，我們結合自身戰略及業務發展等因素，對可持續發展目標進行了回顧，並確立新的基準年為2019財年，設立了2030財年的能源消耗強度和溫室氣體排放（範圍一、範圍二）強度新目標，即以2019財年為基準，2030財年的能源消耗強度降低22%（以兆瓦時／平方米計），溫室氣體排放強度降低42%（以噸二氧化碳當量／平方米計）。目標已通過董事會批准，以指導本集團未來營運發展。

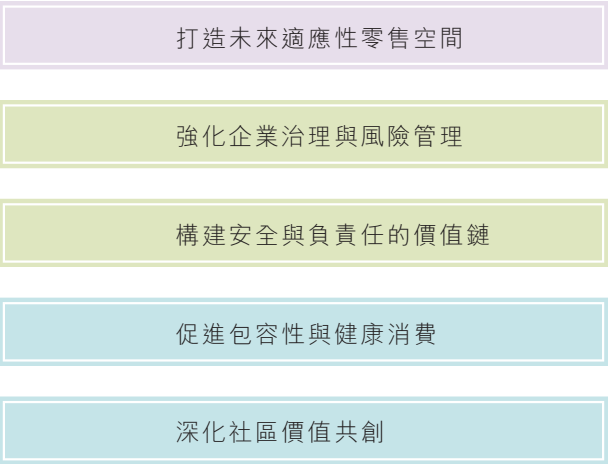
新世界百貨2030+可持續發展願景



新世界百貨深度融入母公司新世界發展2030+可持續發展願景(「SV2030+」)，有效回應內外持份者需求變化，並結合自身業務特點，對可持續發展策略進行了升級，以「切合未來的地方」、「企業韌性」和「豐盛生活」三大支柱為根基，確立五項可持續發展核心方針，持續聚焦可持續發展工作重點，提升管理效率與執行效果。



可持續發展願景



可持續發展核心方針

新世界百貨將聯合國可持續發展目標(SDGs)融入本集團的可持續發展願景，在提升品牌價值和市場競爭力的同時，積極履行社會責任，助力全球可持續發展進程。

| 可持續發展支柱 | 可持續發展方針      | 關注議題                                                | SDGs        | 對應章節   |
|---------|--------------|-----------------------------------------------------|-------------|--------|
| 切合未來的地方 | 打造未來適應性零售空間  | 能源效益<br>應對氣候變化<br>廢棄物管理<br>水資源管理                    | 6 清潔水和衛生設施  | 打造綠色零售 |
|         |              |                                                     | 7 經濟適用的清潔能源 |        |
| 企業韌性    | 強化企業治理與風險管理  | 企業管治<br>商業道德                                        | 13 氣候行動     | 夯實治理基石 |
|         |              |                                                     | 8 體面工作和經濟增長 |        |
| 豐盛生活    | 構建安全與負責任的價值鏈 | 負責任供應鏈                                              | 12 負責任消費和生產 | 協同可靠夥伴 |
|         |              |                                                     | 3 良好健康與福祉   |        |
| 豐盛生活    | 促進包容性與健康消費   | 顧客健康與安全<br>提供綠色產品選擇<br>負責任營銷<br>數字創新                | 1 無貧窮       | 優化消費體驗 |
|         |              |                                                     | 4 優質教育      |        |
| 豐盛生活    | 深化社區價值共創     | 多元共融<br>員工身心健康及參與度<br>員工薪酬及福利<br>員工培訓及發展<br>社區參與和投資 | 5 性別平等      | 建設人文生態 |
|         |              |                                                     | 11 可持續城市與社區 |        |

持份者溝通

新世界百貨持續優化持份者溝通機制，通過多元溝通管道及形式，識別並回應核心持份者的ESG關切。我們結合監管要求和行業發展趨勢變化，動態調整溝通策略，將持份者回饋納入經營決策和ESG管理改進措施。

| 持份者類別        | 溝通管道                                                                                                                                 |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 股東和投資者       | <ul style="list-style-type: none"><li>股東周年大會及業績公佈</li><li>年報、中期報告及可持續發展報告</li><li>投資者會談及會議</li><li>環境、社會及管治獎項</li><li>企業網站</li></ul> |
| 政府、監管機構及行業協會 | <ul style="list-style-type: none"><li>政府或行業協會發起的計畫或約章</li><li>行業協會研討會或會議</li></ul>                                                   |
| 顧客           | <ul style="list-style-type: none"><li>VIP會籍及活動</li><li>顧客服務櫃及熱線</li><li>顧客手機應用程式</li><li>微信公眾平台及其他社交媒體管道</li><li>企業網站</li></ul>      |
| 管理層          | <ul style="list-style-type: none"><li>新世界百貨管理層年會及半年會</li><li>半年度重大風險匯報機制</li></ul>                                                   |

| 持份者類別   | 溝通管道                                                                                                                                        |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一般員工    | <ul style="list-style-type: none"><li>專責小組及委員會</li><li>培訓活動及人才發展計畫</li><li>員工比賽及團隊建設活動</li><li>《新百之窗》員工電子季刊</li><li>微信公眾平台及其他社交媒體</li></ul> |
| 供應商或承包商 | <ul style="list-style-type: none"><li>招標及採購程式</li><li>簡報、會議及參觀</li><li>供應商審核及表現評估</li></ul>                                                 |
| 媒體      | <ul style="list-style-type: none"><li>媒體採訪及新聞稿</li><li>提供回饋及回應傳媒查詢</li></ul>                                                                |
| 本地社區    | <ul style="list-style-type: none"><li>公眾或社區活動</li><li>贊助及捐贈</li><li>社區義工服務</li><li>與非盈利組織機構合辦活動</li></ul>                                   |



重要性議題分析

新世界百貨採用多維度溝通管道，結合行業發展趨勢和監管要求演變，建立科學的重要性議題識別與評估流程。基於對評估結果的專業分析，我們適時更新ESG重要性議題矩陣，為戰略決策提供依據。

ESG議題識別

通過行業最佳踐行和行業研究，初步釐定一系列重要議題，並將其用作持份者評估的基礎。

ESG議題評估

通過線上調查，了解內部和外部持份者對新世界百貨應首要考慮的環境、社會及管治議題的觀點。

與選定的持份者群組代表進行深入訪談，進一步收集他們對與新世界百貨有關的環境、社會及管治議題的觀點。

ESG議題排序

分析持份者評估結果，開展初步重要性評估，擬定新世界百貨應首要考慮的重要性議題。

結果確認

確認經更新的重要議題列表，並與新世界百貨管理層核實各項議題的優先次序。

重要性議題識別及評估過程

報告期內，我們基於外部環境以及公司業務發展等因素，對2025財年的ESG重要性議題進行了評估與審閱。針對識別出的16項重要性議題<sup>1</sup>，我們在本報告中將詳細闡述相關資料。

<sup>1</sup> 本財年，本集團新增應對氣候變化、商業道德為高度重要議題。



新世界百貨ESG重要性議題矩陣

| 高度重要       |    | 重要       |    | 中等重要   |    |
|------------|----|----------|----|--------|----|
| 應對氣候變化     | 環境 | 提供綠色產品選擇 | 社會 | 水資源管理  | 環境 |
| 能源效益       | 環境 | 社區參與和投資  | 社會 | 廢棄物管理  | 環境 |
| 顧客健康與安全    | 社會 | 多元共融     | 社會 | 負責任供應鏈 | 社會 |
| 員工身心健康及參與度 | 社會 |          |    | 數字創新   | 社會 |
| 員工薪酬及福利    | 社會 |          |    |        |    |
| 負責任營銷      | 社會 |          |    |        |    |
| 員工培訓及發展    | 社會 |          |    |        |    |
| 企業管治       | 管治 |          |    |        |    |
| 商業道德       | 管治 |          |    |        |    |



關於  
新世界百貨

可持續發展  
管理

夯實  
治理基石

打造  
綠色零售

優化  
消費體驗

協同  
可靠夥伴

建設  
人文生態

附錄

# 夯實 治理基石



新世界百貨切實履行上市公司義務，嚴格遵守營運所在地法律法規要求，持續完善合規和風險管理體系，堅守商業道德底線，保障本集團穩健發展。

1.1 合規治理

企業管治

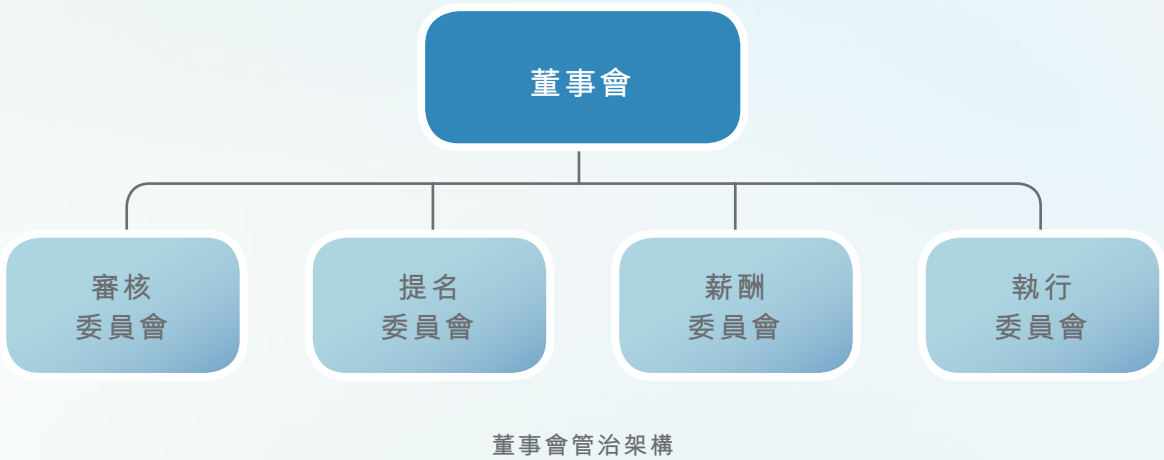
新世界百貨嚴格遵守《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》等法律法規，與聯交所主板上市規則附錄C1《企業管治守則》等相關要求，建立了完善的企業管治架構。董事會作為本集團的核心治理結構，全面負責企業戰略決策與監督管理。董事會下設審核委員會、提名委員會、薪酬委員會和執行委員會，共同協助董事會開展工作，保障董事會決策的科學性和有效性。

董事會多元化

為實現董事會的高效運作，新世界百貨在董事選拔過程中嚴格遵循多元化原則，綜合考慮性別、年齡、教育背景、專業技能、行業資歷等多重維度，確保董事會成員在專業能力、管理經驗及戰略視野上形成優勢互補。我們定期對董事會多元化的實際狀況進行全面評估，並密切跟蹤多元化目標的實現進度。

報告期內，新世界百貨董事會由十位成員組成，包括五位執行董事及五位獨立非執行董事，董事會成員均擁有深厚的行業經驗。目前，新世界百貨共委任三位女性董事，體現了我們對多元包容理念的承諾與實踐。

關於董事會成員的詳細履歷，請參考本集團官網及2025年年報。



風險管理

為更好地管理與應對風險，我們積極配合母公司開展年度風險評估工作。評估範疇涵蓋戰略、政策和監管、財務、業務操作四個關鍵維度。通過科學的風險量化方法，我們對識別出的各項風險進行評估與排序，系統梳理現有管理措施，並深入分析風險及機遇應對策略，為風險管控提供有力支撐。

我們將可持續性因素融入業務操作風險評估中，依據評估結果制定有針對性的風險應對舉措，提升相關風險管理工作的前瞻性和有效性。

1. 氣候變化抗災和適應能力
2. 環境退化和資源效率
3. 社區和持份者健康和參與
4. 多元化、公平和包容性
5. ESG合規性和報告

基於風險評估結果，我們開展ESG專題培訓，實現覆蓋戰略決策和業務執行的ESG風險管理防線。對於董事會及高級管理層，我們委託協力廠商機構提供專項培訓，聚焦ESG監管等方面，切實提升管理層的決策水準。對於各職能部門及分店，我們圍繞業務中的ESG風險管控需求，確保風險管理要求有效落實到日常營運的各個環節。

合規管理

新世界百貨堅信，健全的內部控制體系是實現穩健治理的核心保障。我們定期開展審計工作，並結合自身經營實際與發展需求，適當調整審計工作的重點方向，不斷優化內控管理體系，為本集團的穩健經營與可持續發展保駕護航。

- 經營管理審計

  - 在以往基礎上，根據不同業務板塊，進行跨分店、跨區域的資料比較，開展更具有針對性的專項審計工作。
  - 著眼於經營管理、制度管理及措施保障，降低本集團業務風險。
- 設備安全審計

  - 圍繞分店在日常設備使用管理維護中易出現的特大或重大安全隱患，部署並開展審計工作。
- 數字化審計

  - 重點關注資產有效性、完整性和可用性，運維管理，基礎架構及應用安全四個方面，排查開發系統中的盲區及漏洞。



## 1.2 商業道德

### 商業行為規範與反貪腐

新世界百貨堅持誠信經營、廉潔自律的原則，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規，制定《員工職業操守》等內部政策，明確禁止索取、收受、提供、輸送不當利益等行為，樹立廉潔的企業形象。為進一步提升管理人員的責任意識，本集團建立了包含八項規定在內的《管理人員問責制》制度，明確管理職責。

我們要求員工全面遵守行為準則，包括《員工職業操守》及《管理人員問責制》，並在入職階段接受行為準則培訓。一旦發生違規行為，我們將視情節嚴重程度給予解除勞動合同或移交司法機關等措施，踐行誠信經營理念。

報告期內，新世界百貨未發生有關賄賂、壟斷、敲詐、勒索、欺詐及洗錢的法律事件，亦無任何與本集團或僱員有關貪污行為的法律案件。

### 舉報機制

我們制定了公開透明的舉報投訴及調查機制，鼓勵各持份者通過多種途徑舉報本集團內發生或涉嫌的貪腐舞弊事件。



舉報途徑：

[shmocms@nwds.com.cn](mailto:shmocms@nwds.com.cn)

021-5094 1888\*515

接到舉報投訴事件後，集團內審部將指定專人負責，並及時與舉報人進行聯繫。對於實名舉報事件，在調查程式結束後，我們會向舉報人進行正式的結果回饋，確保舉報人的知情權得到充分保障。為保護舉報人的合法權益，我們對舉報人資料進行嚴格的保密，在事件調查過程中使用匿名化稱謂、縮小接觸範圍等措施，堅決杜絕任何形式的報復行為。

### 商業道德文化建設

新世界百貨積極推動商業道德文化建設，致力於強化員工的合規意識與道德操守，從思想源頭構建道德防線。

在日常審計工作及分店審計總結會議中，新世界百貨結合業務需求，不定期開展商業道德專題宣貫，強化團隊的商業道德意識。此外，為提升培訓覆蓋率，我們正在開發線上商業道德主題培訓，未來將通過數字化手段實現全員靈活學習，持續加強商業道德文化建設。

### 商業道德主題培訓

為提高門店管理層的商業道德意識，提升風險防範能力，新世界百貨將反舞弊、反賄賂及反欺詐等主題培訓納入門店管理層固定培訓體系，覆蓋新招聘及內部晉升人員。結合外部商業環境變化及新興舞弊手法，我們每半年更新培訓內容，確保與業務實際緊密關聯。

報告期內，我們共開展4場專項培訓，針對性強化廉潔從業理念，助力管理層在複雜商業環境中堅守合規底線，保障企業穩健營運。

### 知識產權保護

知識產權(IP)是本集團核心競爭力的重要保障，我們嚴格遵循《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》等相關法律法規，對侵權行為秉持零容忍的態度，積極保護自身合法權益。我們也杜絕使用任何未經授權的商標、標識及版權內容，從源頭避免侵權風險。

在知識產權管理方面，集團配備專職人員負責知識產權相關工作，並聘請專業顧問公司提供支援，確保各項工作有序推進。在日常經營中，我們完成包括商標續展、延期等常規工作，保障本集團知識產權的延續性。

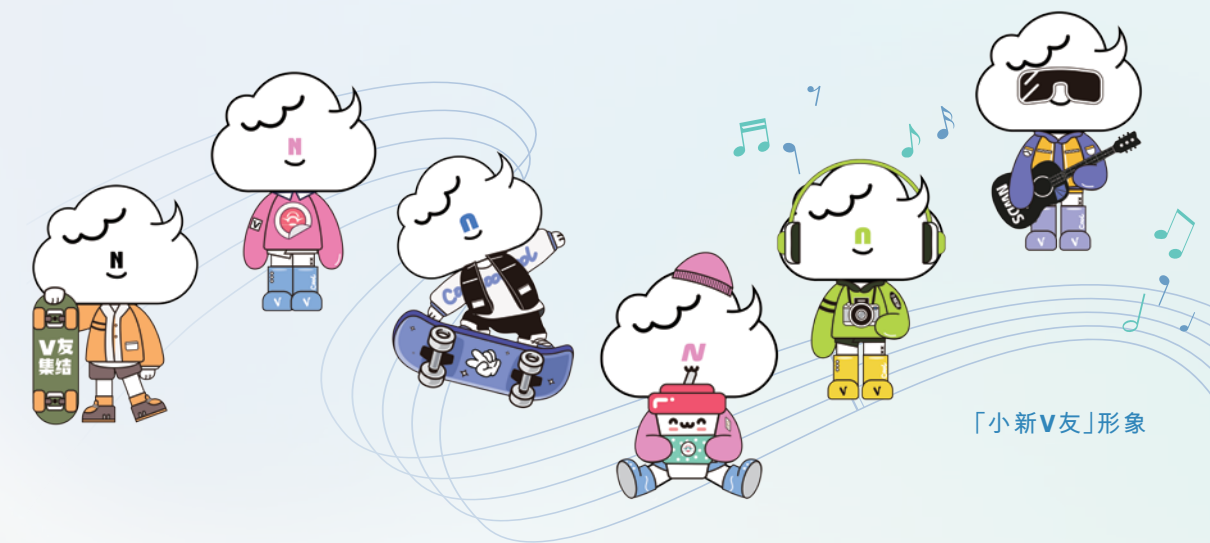
報告期內，新世界百貨未發生任何知識產權侵權事件。

### 新世界百貨首創自有IP

新世界百貨基於對年輕消費群體精神需求的深度洞察，於報告期內創新推出自有IP「小新V友」，並已完成IP著作權登記。

該IP以「都市自由雲朵」為原型，通過六大擬人化形象，精準對接百貨多元業態與客群細分需求。設計巧妙融合雲朵頭型、品牌標誌性「N」字五官特徵及鮮明角色性格，賦予各角色差異化商業延展空間。

這一創新實踐不僅實現了知識產權從創意到商業化的全週期管理，更打造兼具情感溫度與商業延展性的IP資產。未來，我們將持續深化IP管理，進一步釋放知識產權的商業價值與社會影響力。



「小新V友」形象





關於  
新世界百貨

可持續發展  
管理

夯實  
治理基石

打造  
綠色零售

優化  
消費體驗

協同  
可靠夥伴

建設  
人文生態

附錄

# 打造 綠色零售





新世界百貨持續完善環境管理體系建設，通過多維度舉措系統性降低營運活動對資源與環境的影響。我們以目標為導向明確量化基準，以體系為支撐落實管理舉措，以實踐為路徑推進綠色轉型，為環境管理、應對氣候變化及降低環境影響等工作築牢基礎，全力塑造負責任的綠色零售標杆。

## 2.1 環境管理

新世界百貨以「2030+可持續發展願景」為引領，將綠色發展理念深度融入企業營運，通過搭建系統化的環境管理架構，從政策制定到落地執行形成閉環管理機制，降低經營活動對生態環境的影響，為消費者營造兼具環保屬性與品質體驗的購物空間。

### 1 擬訂綠色 政策及指引

- 我們設立可持續發展政策和指引，科學管理能源使用、溫室氣體排放、廢物管理、環保工作和綠色採購等主要環境議題。

### 2 訂立環保 基準和目標

- 我們新設立的環保目標以 2019 財年為基準，聚焦能源與碳排放管控。我們計劃2030財年將實現能源消耗強度(以兆瓦時／平方米計)較基準年下降22%、溫室氣體排放強度(以噸二氧化碳當量／平方米計)較基準年下降42%。同時，用水強度及排放物(含廢水、廢氣、廢棄物)強度仍將保持持續降低態勢。我們將動態審視目標體系，通過制定與長期可持續發展策略相契合的階段性目標，持續推進「2030+ 願景」的實現。

### 3 收集環境 資料

- 精準的環境資料是有效管理的基礎。我們通過能源管理系統實現全場景資料追蹤，即時記錄各分店及辦事處的能源、水資源與物料消耗資料，為環境改進措施的制定與效果評估提供資料支撐。

### 4 推行綠色 措施

- 我們即時監控能源消耗，優化日常營運流程，持續升級節能建築服務系統與設備。同時，我們深化與租戶的協同合作，推動綠色措施在全價值鏈落地見效。

### 5 定期監察和 檢討

- 我們密切關注環境領域政策動態與行業趨勢，定期複盤並更新綠色政策與指引。此外，我們聘請獨立協力廠商對本報告進行鑒證，以確保報告資料的可信度，促進環境管理措施的持續改善。詳情請參閱「鑒證聲明」章節。

### 6 向持份者 傳達承諾

- 我們重視與各持份者攜手共同推動可持續發展。通過常態化溝通機制，我們傾聽持份者關切，共同構建綠色零售生態。

#### 綠色管理流程

報告期內，新世界百貨未發生任何環保方面的違規事件。

## 2.2 應對氣候變化

作為綠色零售轉型的踐行者，新世界百貨將應對氣候變化納入企業核心戰略。我們在「2030+可持續發展願景」的引領下，以「切合未來的地方」為可持續發展支柱，通過「打造未來適應性零售空間」的可持續發展方針，持續強化氣候韌性，提升氣候風險管理能力，推動企業綠色轉型目標落地實現。



### 氣候變化管治

我們以聯交所氣候相關披露準則<sup>2</sup>為行動依據，通過多層級制度設計提升氣候治理水準。在管治架構上，董事會牽頭負責氣候相關風險與機遇的監督工作，將氣候風險治理納入ESG治理核心領域，確保戰略推進的整體性與一致性。在策略規劃上，我們建立氣候變化風險與機遇識別流程，評估其對經營活動的潛在影響邊界與程度。在風險管控上，我們將氣候變化議題納入日常經營風險防控體系，打造包含預警、處置環節的全流程應對機制。在指標管理上，我們根據營運狀況定期制定、更新、公開氣候相關量化指標及階段性目標，增強管理過程的透明度與目標執行的約束力。



### 氣候變化策略

新世界百貨高度重視應對氣候變化議題，將氣候變化因素的動態監控與管理深度結合到企業營運各關鍵環節。我們緊密結合行業趨勢與企業發展目標，制定了全面且具前瞻性的策略。一方面，我們將氣候風險與機遇評估納入企業長期戰略規劃流程，識別氣候因素對營運各環節的潛在影響，從供應鏈穩定性、能源成本波動到消費者綠色需求轉變等方面，為戰略決策提供有力支撐。另一方面，我們在節能設備升級、智慧能源管理系統運行以及綠色供應鏈構建項目中持續投入，利用氣候變化帶來的潛在機遇，打造更具氣候韌性的零售模式。

<sup>2</sup> 香港交易及結算所有限公司(香港交易所)全資附屬公司香港聯合交易所有限公司(聯交所)於2024年4月19日就優化環境、社會及管治框架下的氣候相關信息披露的諮詢檔刊發諮詢總結(諮詢總結)。



報告期內，我們識別出的氣候變化風險與機遇及其應對舉措如下所示：

| 風險類別 | 風險子類別 | 風險描述                                                                | 潛在財務影響               | 應對措施                                                                                                                                                                    |
|------|-------|---------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 實體風險 | 急性風險  | 洪水可能導致資產損壞，門店設施損壞，產生額外的維修開支。                                        | 資產貶值<br>收入降低<br>成本上升 | 為應對颱風、暴雨或水災等各種極端天氣事件，我們已在各門店實施《危機通報與處理制度》，以提高員工的流動性、靈活性和抗禦能力。                                                                                                           |
|      |       | 暴雨可能導致門店面臨水災威脅，特別是地面及地庫樓層／設施(如停車場)會面對的威脅更大，可能導致營運及服務中斷。             | 資產貶值<br>收入降低         | 提前準備好應急物資儲備包，其中包括手電筒、沙袋等物品。<br><br>針對各類型的極端天氣開展應急演習，提升應對極端天氣的能力。                                                                                                        |
|      |       | 颱風常伴隨強風、暴雨及風暴潮，可能導致門店建築結構受損、戶外設施毀壞，同時引發區域性停電、停水及交通中斷，影響門店正常開放與物資運輸。 | 資產貶值<br>收入降低<br>成本上升 | 檢查建築物的屋頂和門窗，確認其是否牢固並能抵禦強降雨、強颱風。加固燈箱、樹苗等易損的室外設施，提前防範極端天氣。<br><br>定期檢查集水井、集水泵，確保排水系統沒有堵塞，增強水災的抵禦能力。<br><br>建立颱風預警回應機制，提前根據預警級別組織人員疏散。<br><br>在工程項目前期加強溝通，針對地區性災害提前規劃改造內容。 |
|      |       |                                                                     |                      |                                                                                                                                                                         |
|      | 慢性風險  | 環境溫度上升及／或熱浪可能會增加對冷卻系統的需求，導致能源相關開支增加。                                | 成本上升                 | 通過開展節能減排舉措，例如嚴格設定空調的溫度等，減緩能源成本上升。                                                                                                                                       |

| 風險類別 | 風險子類別    | 風險描述                                        | 潛在財務影響 | 應對措施                               |
|------|----------|---------------------------------------------|--------|------------------------------------|
| 轉型風險 | 政策、法律及法規 | 未能減少高碳強度的業務運作、產品和服務帶來的影響，未能達到監管機構的碳減排標準／法規。 | 可能面臨罰款 | 積極向低碳轉型，通過安裝實控照明系統、中央空調監控系統等降低碳排放。 |
|      |          | 未能滿足更加嚴格的披露要求。                              | 可能面臨罰款 | 動態追蹤監管要求，依託能源管理體系，定期規範披露相關資料。      |
|      | 技術風險     | 更換現有技術和設施，會致消費者接受度不高，從而導致客流下降。              | 收入降低   | 推出多項消費者數字化升級新服務，為消費者提供更優質的服務。      |
|      | 市場變化     | 線上零售購物逐漸取代實體店零售業務。                          | 收入降低   | 創新購物體驗，逐步推進數字化服務轉型。                |
|      |          | 租戶在能源效益和資料透明度方面有更高要求。                       | 收入降低   | 制定《機電設計標準》政策，明確能源效益要求，提高資料透明度。     |

我們在應對氣候變化帶來的風險與挑戰時，亦積極識別氣候變化所帶來的機遇，持續優化經營策略，升級戰略佈局，抓牢綠色發展的市場先機。

| 機遇類別    | 機遇名稱              | 機遇描述                              |
|---------|-------------------|-----------------------------------|
| 能源效率提升  | 提升建築物能源效率         | 提升建築物的能源使用效率能夠節約能源使用量，從而降低企業經營成本。 |
| 投資者偏好轉變 | 投資者愈發偏向於投資低碳轉型的企業 | 通過低碳轉型發展，降低自身及價值鏈的碳排放，從而吸引更多的投資者。 |



## 氣候變化風險管理

新世界百貨已將「氣候變化抗災能力與適應能力」納入本集團核心風險清單。我們梳理氣候相關風險類別，涵蓋極端天氣事件、生態環境變化等可能影響營運的因素，構建風險評估框架。

基於風險發生概率與潛在影響程度的綜合分析，我們對各類氣候風險進行優先順序排序，確保資源向高優先順序風險傾斜。同時，我們結合現有營運場景優化風險應對機制，強化跨部門協同的應急回應流程，完善設施防護標準與物資儲備方案。通過動態更新風險清單與應對策略，我們持續提升企業在氣候波動環境下的韌性，保障業務營運的穩定性與可持續性。



## 氣候變化指標與目標

為提升資料覆蓋完整性，新世界百貨本財年著力優化溫室氣體排放管理體系，結合當前減排進程，對溫室氣體減排目標進行更新。我們將基準年調整為2019財年，明確2030財年能源消耗強度（兆瓦時／平方米）相較基準年降低22%、溫室氣體排放（範圍一、範圍二）強度<sup>3</sup>（噸二氧化碳當量／平方米）相較基準年降低42%的量化目標。

報告期內，為提升溫室氣體排放核算的完整性和準確性，我們首次依據《溫室氣體核算體系要求》開展全價值鏈溫室氣體盤查，系統梳理價值鏈各環節排放源，為全面降碳減排奠定基礎。

本財年新世界百貨的範圍一溫室氣體排放量為2,502噸二氧化碳當量，範圍二溫室氣體排放量為52,850噸二氧化碳當量。溫室氣體排放（範圍一、範圍二）強度降至0.06噸二氧化碳當量／平方米，已實現上一個週期的環境目標，且相較上一財年下降近15%，減排效果顯著。範圍三溫室氣體排放量為86,610噸二氧化碳當量，其中外購商品與服務、下游租賃類別排放量佔比最高，構成價值鏈碳排放主要來源。

未來，本集團將持續關注各環節減碳關鍵節點，加強與供應商、租戶等合作夥伴的溝通協作，在綠色採購、節能營運等領域探索針對性減碳方案，助力實現綠色目標。

## 綠色低碳行動

新世界百貨持續推進綠色低碳營運體系建設，將可持續發展理念深度融入商業營運全流程。本集團已建立覆蓋資料獲取與分析、設備運行監控與維護、商場環境節能措施、商場後場節能措施的規範化文檔。報告期內，我們更新了空調能源管控技術標準、燈光回路編制規範等專項標準，通過精細化用電管控與高能效工程改造雙軌並進，系統性降低能耗強度。



### 前場用電 動態管控

- 空調系統：**嚴格依據國家規定設定商場溫度標準，結合店鋪區域人流量及營業時間動態調節運行參數。
- 設備時序管理：**按商場開閉店時間自動啟停照明等設備。部分自動扶梯加裝變頻器，實現無人狀態下低轉速運行。
- 智能監控：**部署電力遠端抄表平台等智慧化工具，即時追蹤能耗異常並優化設備運行策略。



### 後場用電 標準化管理

- 照明控制：**倉庫、通道等非營業區域執行分時照明控制，採用感應式開關減少待機能耗。
- 變頻控制：**對冷卻水泵加裝變頻控制，在過渡季節避免不必要的能源浪費，實現節能。
- 巡檢維護：**定期開展用電設備巡檢維護，確保冷凍機組、水泵等後場高耗能設備處於高效運行狀態。

## 節能降耗舉措

在商場工程管理方面，報告期內，我們更新了《機電設計標準》政策，並從設施改造及合作模式創新等維度，形成可複製的低碳實踐路徑。我們要求環保施工，嚴格遵照《民用建築工程室內環境污染控制規範》《關於加強建築工程室內環境品質管制的若干意見》和《關於實施室內裝飾裝修材料有害物質限量10項強制性國家標準的通知》的要求，選擇綠色建材，組織綠色施工。



選用無機水性塗料、聚酯類漆，施工採用高壓無氣噴塗施工技術。



現場材質取樣對甲醛、苯等TVOC含量進行檢測，項目驗收環節開展室內空氣品質檢測。



現場不開展木材、石材、瓷磚等原料切割，減少粉塵及噪音對周圍的污染。

## 綠色施工舉措

<sup>3</sup> 溫室氣體目標所覆蓋的範圍包括全線門店及上海辦事處。



## 上海雙店綠色標杆實踐

上海淮海店和上海浦建店在碳排放管理、能源使用優化、門店設施設備能效管理等方面實現卓越提升。

### 上海浦建店：

- 安裝中央空調即時線上監控系統，通過即時監控主機運行資料，確保問題及時發現與調整。
- 定時巡測賣場即時溫度，並據此調節空調主機及末端風櫃，確保夏季賣場溫度維持在約26°C。
- 冷卻塔和水泵的運行根據主機開關時間進行合理控制，確保運行數量與主機相匹配。
- 客梯和自動扶梯在開店時間開啟，遵循由低層往高層提前5分鐘開啟原則，自動扶梯安裝了變頻器以進一步提升能效。
- 門店玻璃穹頂天幕通過引入自然採光，減少能源使用。



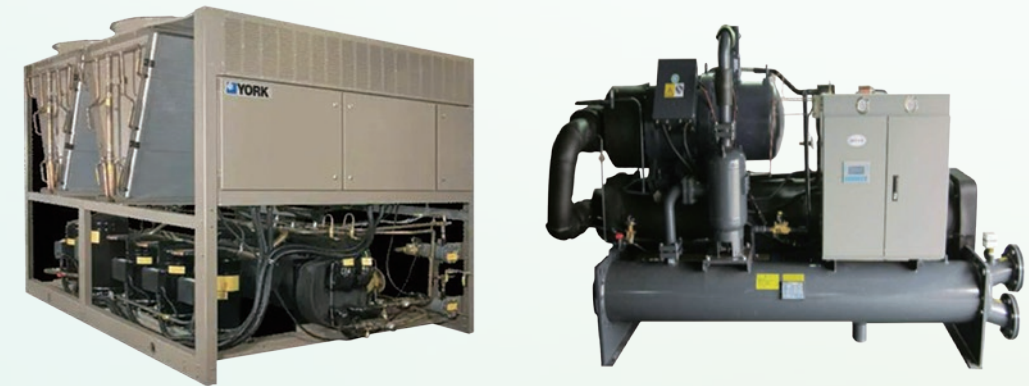
上海浦建店天幕引入自然光

### 上海淮海店：

- 安裝自動扶梯自動變頻控制系統，無人乘坐時低轉速運行，有人乘坐時自動勻加速至正常轉速，已完成12台設備更換，實現耗電量減少。
- 將空調冷水機組和循環泵組移至屋頂，使用低揚程冷卻塔水泵，進一步降低耗電量。
- 安裝11台排油煙風機變頻器，依據末端商戶不同使用數量管道內的壓差，自動閉環控制變頻器調節電機轉速，達到節能目的。
- 應用電力系統能耗監測／遠端抄表計量系統，每個商戶安裝自動計量抄表，通過能耗分類、分項、分戶計量，掌握能耗即時狀況，了解能耗結構，監控各環節的能耗異常情況，並挖掘節能潛力。

## 門店空調系統低碳改造

報告期內，上海陝西路店啟動了高效風冷模塊機組替換計劃，主機製熱效率由2.9提升至3.4。門店同步新增一台變頻水冷螺桿機組，主機製冷效率由2.8提升至6.3。項目完成後預計可實現年節電50萬度，極大提升了門店能源使用效率。此外，門店更換了水泵並加裝變頻裝置，通過冷卻塔風扇電機變頻改造，實現整體能耗降低。



高效風冷機組及高效變頻水冷機組

綿陽店則開展了高效離心機組更換項目，主機製冷效率由1.1提升至5.5，大幅降低了燃氣消耗。



高效水冷離心機組



## 2.3 降低環境影響

新世界百貨在日常營運中持續關注廢棄物、水資源及廢水、廢氣等關鍵環境領域的管理優化，通過不斷完善相關管理舉措推動綠色營運落地，降低對生態環境的負荷和影響，助力行業生態可持續發展。

### 廢棄物管理

新世界百貨嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《生活垃圾分類工作指引》等規定，扎實推進廢棄物管理工作。我們對廢棄物進行明確分類，並根據經營所在地要求進行合規處置，對於可回收廢棄物，我們積極聯繫具有資質的專業機構進行回收再利用。我們產生的有害廢棄物主要來自辦公端產生的墨水匣，無害廢棄物主要來自於辦公端的廢紙和餐飲租戶產生的廚餘垃圾。

本集團已制定《工程項目施工管理》制度，規範建築和生活垃圾清運，加強粉塵污染控制，最大程度降低施工對周邊環境的影響。

為減少不必要的廢棄物產生，我們採取了以下措施：



塑料

- 自有超市使用可重複利用、易降解的環保塑膠袋。
- 要求商場租戶的一次性餐具必須採用可降解材料。



紙張

- 日常辦公全面推行線上化流程，減少紙張使用。
- 透過會員卡數字化、發票小票電子化、會員營銷在線化等模式，實現無紙化營運。



包裝材料

- 不使用或減少使用一次性用品和塑料包裝，精簡商品包裝，採用環保的包裝材料。
- 優選踐行可持續發展理念的供應商。

廢棄物管理舉措

### 無紙化轉型

為落實綠色營運，減少紙張消耗與廢棄物產生，本集團聚焦門店收銀及租賃聯營管理環節，推進無紙化轉型，通過數字化工具實現環保效益與營運效能的協同提升。

在收銀模式優化中，本集團全面推行電子現沽單替代傳統紙質單據，已實現電子現沽單全覆蓋，大幅減少交易環節的紙張使用量。同時，我們建立支付方式與ERP科目／組別的標準化映射體系，通過資料線上流轉進一步降低紙質憑證需求。

針對租賃聯營業務，本集團實施上報系統無紙化轉型，依託數字化平台實現業務資料全程線上交互。通過電子資料替代紙質材料，從源頭減少廢棄單據產生，配合系統即時校驗功能，同步降低因紙質材料錯漏導致的重複列印浪費，切實達成減廢目標。

在強化自身廢棄物管理的基礎上，新世界百貨積極承擔綠色消費理念傳播責任，通過門店場景向消費者傳遞循環經濟知識。我們依託線下營運網絡，組織開展多元化宣傳推廣活動，構建消費者參與的環保互動場景。

## 綠色消費理念傳播

報告期內，本集團通過多門店特色活動聯動傳播綠色消費理念，推動可持續發展理念融入商業場景與社區生活。

上海淮海店在五五購物節期間策劃「共生未來 • 淮海可持續潮流生活藝術節」，以「環保主題影片觀影+特色可持續手作」系列活動為載體，推動商業空間與綠色理念融合。活動通過手作體驗傳遞「舊物新生」理念，教授參與者利用廢棄材料製作服飾配飾、書簽等實用物品，生動詮釋資源循環利用的環保價值。



上海淮海店手作活動

瀋陽津橋路時尚廣場結合世界清潔日策劃「為地球做檢法」主題活動，聚焦兒童環保意識提升。活動邀請志願者帶領小朋友參與「變廢為寶—尋『寶』」活動，在商場周邊開展垃圾清理與分類實踐。店內設置環保知識普及環節，小朋友現場製作環保袋並學習環保知識。通過沉浸式體驗，推動綠色消費理念深入社區，實現環保意識從家庭向社會延伸。



瀋陽津橋路時尚廣場為地球做檢法活動

## 水資源及廢水管理

在水資源管理方面，新世界百貨以合規為基礎，嚴格落實《中華人民共和國水法》及各營運所在地之水資源監管法規與制度規範。在廢水排放方面，本集團的廢水均來自於生活用水，我們嚴格遵守《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，實施規範污水排放管理。

為提升用水效率，構建長效保障機制，新世界百貨已形成《可持續辦公室指引》，從制度層面規範各環節用水行為。我們將水資源風險管控納入經營規劃核心環節，根據用水需求實現水資源的合理調配。此外，我們聚焦源頭減量、節水設備升級及用水設施常態化巡檢等關鍵舉措，全方位提升水資源利用效能。報告期內，本集團所有經營場所均使用市政供水網路保障用水，未發生取水受限或供應中斷情況，保障了營運用水的穩定供應。



衛生間和門店的設施更換為節水器具。



定期檢查和維護冷卻塔，避免結構不良導致的水資源浪費。



對水管的跑冒滴漏進行日常檢測。

節水舉措

## 廢氣管理

新世界百貨廢氣排放主要來源於自有車輛使用過程中產生的氮氧化物、硫氧化物和顆粒物。我們嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》及經營所在地相關環保法規，建立了完善的廢氣排放管理體系，並持續優化車輛管理制度，積極推進綠色出行計畫，以減少車輛排放對環境的影響。

在餐飲油煙管理方面，我們對自有食堂和商鋪租戶實施統一監管。所有自有食堂均按要求配備專業油煙處理設備，並確保其正常運行。同時，我們通過租賃合同條款約定和日常檢查，監督商鋪租戶規範處置餐飲油煙，確保符合環保要求。





關於  
新世界百貨

可持續發展  
管理

夯實  
治理基石

打造  
綠色零售

優化  
消費體驗

協同  
可靠夥伴

建設  
人文生態

附錄

# 優化 消費體驗





新世界百貨始終將客戶置於業務發展的核心位置，致力於通過負責任的商業實踐提升消費體驗。我們從客戶權益、服務品質、負責任營銷、資料安全等多維度發力，全方位提升客戶消費體驗，推動企業與社會的和諧共生。

3.1 客戶權益

客戶訴求響應

新世界百貨建立了多管道、高效率的客戶服務與投訴處理體系，力求及時、準確地收集與回饋客戶要求。我們設立了線上線下一體化的客戶反饋途徑，客戶可以通過門店服務台直接進行投訴，也可以撥打門店或總部電話進行投訴。

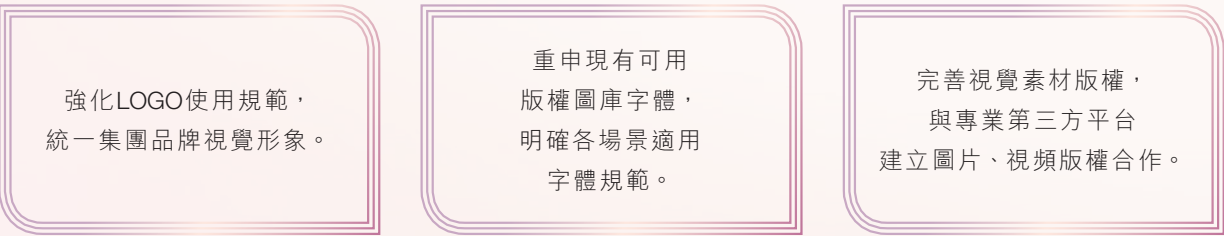


客戶投訴處理流程

未來，新世界百貨將通過優化服務流程、加強員工培訓等措施，持續提升客戶滿意度，為廣大客戶提供更加專業、高效的消費體驗。

負責任營銷

新世界百貨秉持負責任營銷理念，嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》等法律法規，確保所有營銷活動符合道德規範與法律法規要求。在新媒體宣傳方面，我們制定了《新世界百貨新媒體規範要求》，嚴格審核對外傳播資料，保證其真實性與準確性，避免虛假、誇大宣傳等誤導消費者的行為，保障消費者合法權益。

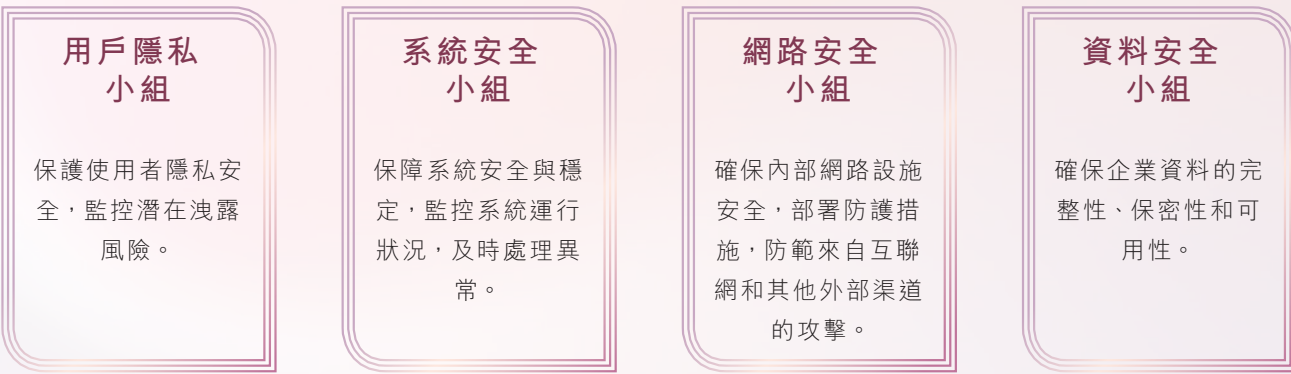


負責任營銷重點工作

客戶隱私保護與數據安全

新世界百貨深知客戶隱私和數據安全的重要性。我們制定了《個人信息保護政策》，以「取得個人同意」作為處理客戶個人資料的核心合規基礎，通過清晰完整的隱私條款，我們明確告知客戶資料處理的目的、方式和範圍，保障使用者的知情權和選擇權。同時，我們建立了覆蓋資料收集、存儲、使用全生命週期的許可權管控體系，守護客戶隱私和資料安全。

在管理機構層面，新世界百貨數字化中心下設四個信息管理小組，通過專業化分工與協同機制全面強化安全防護體系。該機制明確規範不同級別安全事件的處置時限，提升了故障診斷效率，實現了資源的最優配置。



信息管理小組

報告期內，我們實施多重信息安全防護技術，持續加強網路安全防護建設。

### 軟件安全升級

- 全面部署企業級殺毒防護軟件。
- 實現生產系統漏洞的掃描與補丁更新。

### 智能監控體系

- 自主搭建24小時預警系統，即時監控業務系統異常。一旦檢測到服務器異常，系統將立即向管理員發送告警，管理員收到後會依據問題類型檢查網路負載、CPU等關鍵指標，定位問題後迅速採取修復措施，保障系統穩定運行。
- 採用安全態勢感知系統，動態監控安全信息和網路行為。

### 訪問控制強化

- 部署堡壘機機制，旨在集中化訪問控制與安全審計設備，為運維人員提供統一、安全、可審計的遠程訪問入口，實現最小權限訪問和合規審計。
- 建立第三方訪問錄影追溯機制，嚴格管理供應商訪問。

### 備份體系優化

- 升級、優化、重置全線設備密碼，並進行加密儲存。
- 每日獨立備份核心資料，開展跨區域備份恢復演練，驗證備份有效性。

#### 信息安全技術優化

### 數據安全備份演練

報告期內，新世界百貨針對核心數據庫系統開展了專項恢復演練，以加強數據備份管理。本次演練類比了數據庫突發故障場景，重點驗證了備份數據的完整性和可用性，並測試了緊急恢復流程的時效性。此次實戰演練不僅檢驗了資料備份的可操作性，更進一步提升了技術團隊應對突發數據安全事件的能力，為業務系統的穩定運行提供了可靠保障。

此外，我們嚴格遵循ISO27001信息安全管理體系標準實施系統化管控，並聘請協力廠商完成獨立審計。內部審計方面，我們採取常態化運作模式，每月對各分店實施多維度綜合審查，每年實現門店全覆蓋。針對審計過程中發現的問題，我們通過正式報告及郵件通知方式要求整改，為信息系統安全運行提供有力保障。

報告期內，新世界百貨未發生任何經證實的侵犯私隱或數據安全事件。

## 3.2 服務品質

### 產品與服務品質

品質是企業的生命線，也是保障客戶消費體驗的基礎。新世界百貨構建了覆蓋品牌選擇、產品採購、銷售等各環節的產品品質管控體系，對產品品質進行全程嚴格監控。

在品牌選擇方面，本集團建立了常態化品牌資源庫。我們每月對門店提報的品牌進行嚴格篩選，旨在為客戶提供具有品質保障的多樣選擇。報告期內，品牌資源庫結合市場新業態及新品牌，新增1,417家品牌。

在商品品質管理方面，新世界百貨搭建了嚴格的全流程管控機制。例如，針對食品類商品，我們制定食品安全管理規範，嚴格執行採購銷售記錄制度，建立供應商及員工品質違規處罰機制，並定期組織開展餐飲租戶衛生安全培訓，確保產品品質標準得到有效執行。同時，我們實施食品安全事件報告機制，及常態化的店鋪巡查檢驗制度，對發現的品質問題，要求相關品牌限期整改。此外，我們通過定期更新商品庫存、升級冷藏存儲設施及增設自助收銀服務等措施，持續優化食品保鮮條件與消費體驗。

### 多元消費體驗

新世界百貨始終將提升客戶消費體驗作為核心目標，積極推動數字化轉型與線下體驗升級，通過多管道資源整合，打造全方位的消費服務生態。

#### 數字化服務

新世界百貨持續推進數字化轉型戰略，通過持續優化多平台服務矩陣，打造智慧化零售服務體系。報告期內，我們通過多種方式升級服務，在提升客戶體驗的同時實現經營效率的顯著提升。

#### 服務效率

- 全面推行電子化流程，專櫃收銀升級為電子二維碼支付系統，簡化結帳流程，提升服務效率。

#### 會員服務

- 深化異業合作，與雲閃付、美團充電寶、樂摩吧等多個品牌打通會員權益，實現積分互用。

#### 線上活動

- 與主流媒體平台深度合作，拓展電商管道與直播購物場景。

#### 數字化服務升級



## 新世界百貨16<sup>th</sup>不打烊活動

新世界百貨每年舉辦「不打烊」活動，通過線上線下深度融合的營銷策略，打造了極具吸引力的消費場景。

我們與抖音、大眾點評等本地生活平台深度合作，邀請百萬粉絲達人進行專場直播，通過「雲逛店」形式展示商品細節，直播間同步發放平台專屬補貼，實現線上引流與線下體驗的有機結合。

此外，我們開展「瘋狂星期四」專場活動，推出多檔團購優惠，並設置驚喜福袋互動環節，有效提升用戶參與度。所有線上團券均可與線下品牌折扣疊加使用，真正實現「折上折」的全管道優惠體驗。

這一系列營銷創新不僅大幅提升了銷售轉化率，更通過直播帶貨、達人合作等新型營銷模式提升市場競爭力，為消費者帶來更加豐富、多元的購物體驗。



線上直播間

## 創新消費場景

新世界百貨積極順應消費升級趨勢，不斷創新消費場景。為了滿足消費者多樣化的消費需求，我們在線下門店強化體驗式消費，通過主題營銷活動、品牌快閃、文化活動等多樣化形式，為顧客營造沉浸式的購物環境。

## 新世界百貨V友節

2024年9月，新世界百貨推出「V友節」會員專屬活動。活動期間，我們通過重構會員權益體系，推出包括註冊禮、首單禮在內的多重專屬福利，同時創新打造「V友Club」服務平台，將優質服務與豐富的會員活動相結合，有效強化了品牌與會員的情感聯結。各門店因地制宜推出特色活動，充分發揮「V友節」IP價值，打造長期可持續的會員營運標桿。

北京崇文店舉辦沉浸式落日音樂會和二次元主題的「穀子市集」，精準觸達年輕消費群體。



北京崇文店特色活動

上海浦建店聚焦家庭客群，打造DIY親子工作坊、遊樂會等特色主題活動。



上海浦建店特色活動



## 新世界百貨32周年慶活動

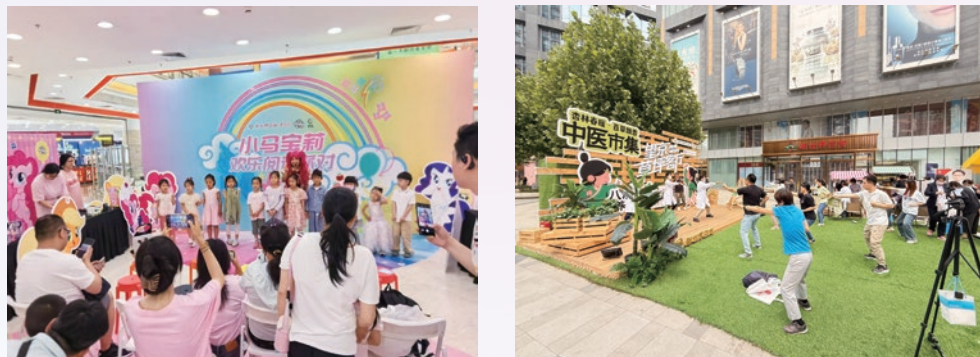
新世界百貨32周年集團慶期間，以「撞走焦慮，撞出好運」為核心理念，通過線上線下深度融合的體驗設計，成功構建了具有情感價值的消費場景。

活動期間，全國門店統一佈置氣模雲朵、雲狀懶人沙發等巨型體驗式雲朵裝置，滿足消費者對減壓的情感需求。活動同步開展線上拍雲大賽與線下打卡領福利周邊，實現聯動融合。



周年慶海報及體驗式雲朵裝置

活動還特別關注家庭客群，依託兒童會員體系，在北京、上海等地門店舉辦「小馬寶莉魔法閱讀派對」等親子活動。同時，我們跨界聯動同仁堂等品牌，推出「脆皮打工人養生市集」等特色體驗，滿足不同客群需求。

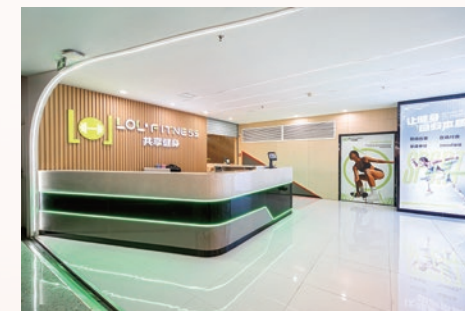


閱讀派對及養生市集體驗活動

## 新世界百貨LOL多元創作空間

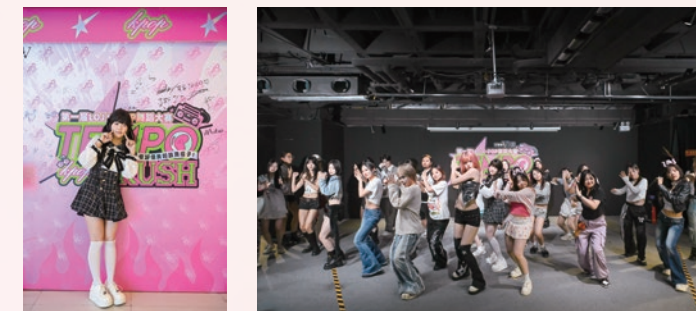
新世界百貨在實體商業轉型升級過程中，敏銳捕捉Z世代消費需求，創新推出「LOL多元創作空間」，通過年輕化、場景化、差異化體驗，打造覆蓋青年文化消費多維度需求的新型商業空間。

南京店以「共用經濟+靈活付費+零推銷」模式推出「LOL共享健身空間」，開啟健康生活新場景。項目聯動商場運動品牌與業態，打造「健身、購物、美食、生活、娛樂」一站式消費體系，顯著提升客戶消費便利性。



LOL共享健身空間

上海淮海店以「創作與共用」為核心理念，為「LOL共享空間」配備專業級音響系統、舞台燈光、多角度拍攝支架及全景落地鏡等設施，構建起集運動社交、編舞創作、主題沙龍於一體的複合型體驗場域。2025年5月，上海淮海店成功舉辦「第一屆LOL KPOP舞蹈大賽暨Tempo Crush KPOP嘉年華」，推動傳統零售向「文化+社交+消費」複合場景轉型。

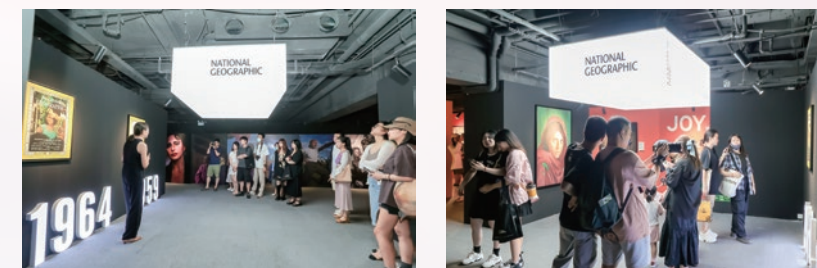


LOL KPOP舞蹈大賽

## 新世界百貨IP聯合活動

新世界百貨與國家地理開展深度合作，創新引入「百年魅力•天生出彩」女性主題經典影像大展。作為本集團在藝術IP與商業空間深度結合領域的首次嘗試，我們在商場打造了一個沉浸式藝術體驗空間，開創了百貨業態升級的新模式。

此次展覽精心遴選國家地理百年歷史中跨越30多個國家和地區的近100幅女性主題經典作品，通過時間脈絡的敘事方式，從百年前的黑白影像到當代彩色攝影，全方位展現全球女性的生活圖景。



「百年魅力•天生出彩」影像大展





關於  
新世界百貨

可持續發展  
管理

夯實  
治理基石

打造  
綠色零售

優化  
消費體驗

協同  
可靠夥伴

建設  
人文生態

附錄

# 協同 可靠夥伴





新世界百貨注重構建多方協同的發展生態，建立覆蓋供應商管理、租戶合作及安全管理的全鏈條協同機制。在供應鏈端，我們強化供應商ESG管控及可持續採購實踐；在營運端，我們深化租戶環境與社會責任管理並開展聯合行動，攜手各方商業夥伴實現可持續發展價值共創。

## 供應商與租戶管理

本集團制定《供貨商行為準則》，明確供應商需踐行的合規標準與責任要求。同時，我們要求供應商填報《供貨商可持續發展自評問卷》，以了解與評估供應商履責水準及ESG表現。這些標準涵蓋了以下關鍵領域：



在與商業夥伴的全週期合作中，新世界百貨始終堅守廉潔透明的合作準則，通過制度建設規範合作流程。本集團與所有商業夥伴簽署《陽光協議》，明確雙方在合作中的權利邊界與義務規範，構建陽光透明的合作機制，為實現雙方價值共贏奠定制度基礎。

我們堅信，與產業鏈各環節夥伴的深度協同是實現長期可持續發展的重要支撐。通過與品牌方及商鋪租戶建立常態化互動機制，我們將可持續發展理念系統融入合作夥伴的業務實踐中，推動綠色營運標準在合作場景落地，形成覆蓋產業鏈的可持續發展合力，助力實現商業價值與社會價值的協同增長。

## 4.1 供應鏈管理

供應鏈的長期穩定與動態適應能力是支撐業務高效運轉的關鍵基石。為深化可持續發展戰略落地，本集團已將ESG標準納入供應鏈管理體系，並將供應鏈風險作為業務操作風險中的重要環節，由責任部門負責監控和處理。

## 可持續採購

為推動供應商提供環保產品與服務、促進可持續供應鏈建設，本集團將環保專項條款作為供應商合同中的重要組成部分，並通過安全交底培訓確保其充分理解並遵守環保相關要求。同時，我們定期開展供應商環保培訓，借助政策引導推動其採用環保解決方案。

本集團制定《環保採購政策》，要求採購的商品與服務均符合環保法規，並鼓勵供應商提供循環再生產品，在服務中納入環境考慮。採購團隊在執行中應用多項環保採購措施，具體包括：

- 在產品或服務的生命週期內儘量減少耗用原始物料(如採購再造紙以替代普通紙張)
- 優先採購可重複使用或回收再用的物品(如減少一次性水杯採購)
- 降低產品及服務在其整個生命週期內對環境的影響(如採購可降解產品)
- 避免不必要的產品包裝，減少過度包裝造成的資源浪費
- 關注產品能耗表現，減少高能耗產品採購

### 環保採購措施

## 4.2 安全管理

新世界百貨始終將安全經營置於營運管理的重要位置，通過構建系統化安全管控體系，築牢安全屏障。集團聚焦風險防控與應急回應兩大關鍵領域，建立覆蓋全門店的安全管理框架，全力保障業務營運的安全穩定。

### 安全生產管理體系

新世界百貨已建立健全的安全生產管理體系，包括《安全管理政策》《安全管理獎懲辦法》《安全培訓工作指引》等多項內部標準文件。我們成立了由項目經理、項目技術負責人、安全員和各專業工程師及施工作業層組成的安全生產管理機構，並由企業總部主管部門提供垂直保障。我們定期接受來自市級建設工程安全監督部門的檢查，確保安全生產規範。

在日常經營中，本集團依據《百貨商場／超市定期安全檢查政策》，構建覆蓋全門店的安全管控體系，由行政部與安全管理科牽頭實施定期安全審查，對排查出的隱患實行閉環整改。夜間巡查作為安全管控核心環節，聚焦安保人員履職狀態與設備夜間運行情況，由門店安全管理人員定期對門面設施、監控警報系統、櫃檯、倉庫及應急通道等關鍵區域開展檢查，形成《夜間巡查報告》動態上報，以強化夜間場所安全防控，降低異常事件風險。

針對涉及改造的項目，本集團開展區域季度巡檢，對各門店資料管理和設施設備管理進行檢查，針對發現的問題整改複盤，形成檢查總結及管理意見，並後期跟蹤確保問題得到解決，及時排除安全隱患。

## 應急管理

新世界百貨以《安全管理政策》為指引，通過制定《安全管理實務手冊》，細化各類緊急情況的標準處置流程。我們針對觸電、高處墜落及物體打擊、火災、機械傷害、中毒、突然停電等各類情景制定應急預案，明確應急小組崗位職責及具體應急措施，以及時應對突發安全事件，保障人員生命安全與場所營運秩序。

同時，我們實行常態化演練與週期性檢查相結合的風險防控機制，每半年開展一次覆蓋所有門店的消防疏散演練，每年組織停電、水災、防恐防爆等專項應急演練，並實施動態優化。我們定期對商場關鍵設施進行全面檢查，通過檢查 — 評分 — 整改 — 複查的閉環管理，實現安全管理效能持續提升。



## 全線門店安全應急演練

為切實提升安全管理水準，我們嚴格落實「安全第一，預防為主」的方針，全面檢查商場安全設施運行狀態，系統性開展門店應急演練，針對自然災害、火災、電梯困人等場景制定處置預案，切實提升全員安全意識，為顧客營造安全放心的購物環境。



門店安全應急演練現場





關於  
新世界百貨

可持續發展  
管理

夯實  
治理基石

打造  
綠色零售

優化  
消費體驗

協同  
可靠夥伴

建設  
人文生態

附錄

# 建設 人文生態



新世界百貨始終將人才視為企業發展的核心戰略資源，保障員工權益，打造安全、平等、包容的工作環境。我們重視人才發展，完善系統化的培訓體系，全面支援員工職業能力提升和個人價值實現。同時，我們積極推動社區共融，鼓勵員工投身社區服務，實現員工與企業、社區的共贏成長。

5.1 員工共創

合規僱傭

新世界百貨嚴格遵循《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，尊重和保障員工權益，並在招聘階段嚴格篩選簡歷，堅決抵制如使用童工、強迫勞動等任何非法用工現象。

報告期內，我們制定《員工多元化政策》，堅決反對任何形式包括針對性別、年齡、民族、宗教信仰、婚姻狀況等在內的歧視、騷擾、恐嚇或暴力行為，營造平等、包容、相互支援的工作環境。本集團承諾保持員工在性別、背景、技能及經驗等方面的多元化，讓全體員工享有平等發展機會。

員工權益保障

新世界百貨構建了系統化的員工溝通體系，通過多層次、多管道的溝通機制，確保員工需求得到及時解決。我們建立了包括員工會議、意見郵箱、意見信箱在內的多元化回饋管道，並定期開展員工滿意度調查，深入了解員工需求，持續收集員工建議以優化管理實踐。

本集團嚴格遵循國家相關法規，在各分店設立工會組織。我們定期召開職工代表大會，對涉及員工權益的重要事項進行民主決策，充分保障員工的參與權和知情權。為促進資訊透明化，我們每季度發行《新百之窗》內刊，向全體員工傳遞公司動態和活動資訊。

員工薪酬與福利

新世界百貨致力於構建公平、合理且具有競爭力的薪酬福利體系。我們制定並嚴格執行《薪酬管理暫行辦法》《績效評估實施細則》等制度，確保薪酬體系科學、透明，能夠準確反映員工的崗位價值、工作績效和個人貢獻。

本集團全面推行OKR(目標與關鍵成果)考核體系，確保組織目標與個人績效的有效銜接。該體系聚焦季度週期，通過設定具有挑戰性的目標及可量化的關鍵成果，明確員工工作方向與貢獻標準。每季度末，評核人與員工複盤進展，動態調整下季度工作目標，促進員工與企業共同進步。

在員工福利保障方面，本集團制定了《新世界百貨福利政策》，完善員工福利體系，為員工提供超越法定要求的全方位關懷。

全面保障

- 為所有員工提供健康保險、養老保險等在內的綜合保障。

育兒支持

- 嚴格落實國家規定，為員工提供子女三周歲前育兒假，支援員工平衡工作與家庭責任。

人性化假期

- 推出生日假及「關愛假期」政策，幫助員工實現工作與生活的平衡，提高員工滿意度。

靈活機制

- 實施彈性調休制度，滿足員工個性化需求。

節日關懷

- 在傳統佳節等特殊時點，發放福利禮品。

文化活動

- 定期舉辦豐富多彩的員工活動，增強團隊凝聚力。

福利體系



## 把愛帶回家

2025年6月，新世界百貨成功舉辦第九屆「把愛帶回家」員工家庭關懷活動。本次活動為員工精心準備了智慧啞鈴及兒童防曬帽，將健康關懷延伸至員工家庭，提升員工歸屬感與工作積極性。同時，多家分店組織開展DIY手作課堂、攀岩挑戰等親子互動活動，通過寓教於樂的形式增進員工家庭情感交流。



精美禮品



親子互動活動

## 新春活動

2025年新春之際，新世界百貨以「金蛇起舞·福起新歲」為主題，面向全體員工開展特色活動。活動融合乙巳蛇年元素，在辦公區域佈置立體方陣、大雁風箏及新春風鈴等裝飾，並特別設置蛇年主題拍攝區。各分店創新編排舞蹈接力視頻，穿插年度大事記、員工活動精彩瞬間等內容，完成屬於新世界百貨的新春合輯。



新春佈置及主題拍攝區



貼對聯、包餃子等迎新活動



## 三八婦女節活動

為慶祝「三八」國際婦女節，新世界百貨為女性員工精心準備了節日禮盒，並開展了手工藝術、觀影會等形式多樣的關懷活動，感謝女性員工為新世界百貨的辛勤付出與努力，切實傳遞我們對女性員工身心健康的關懷。



健康關懷節日禮盒



鄭州店DIY活動



天津店「最美插花人」活動

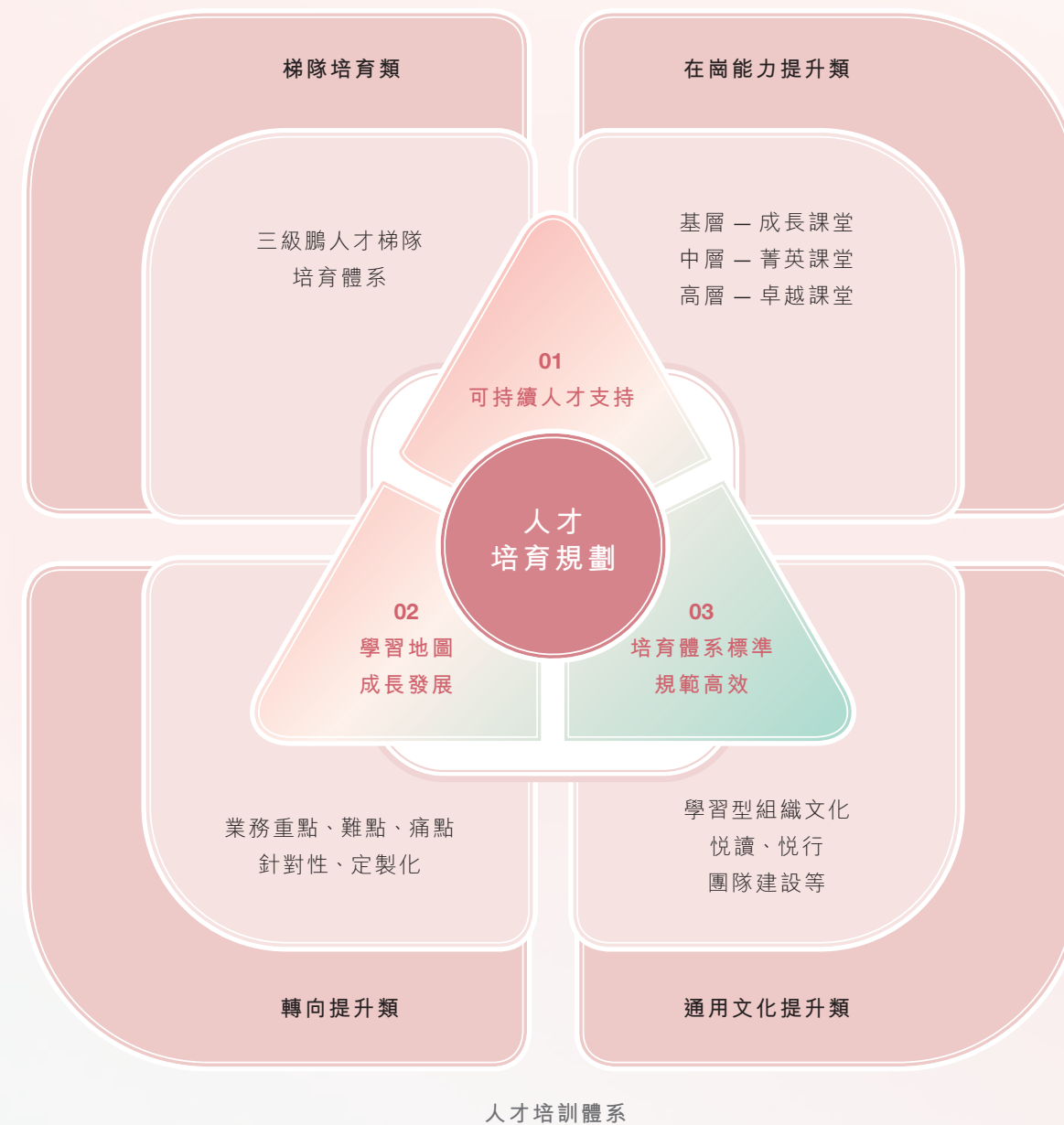
## 人才發展與培訓

新世界百貨將人才視為企業可持續發展的核心動力，積極為員工搭建成長平台。我們設置了公平、透明的員工晉升機制，為員工職業發展提供多元化培養路徑。我們設置了明確的晉升標準與培訓要求，採用績效考核與培訓達標綜合評審機制，確保晉升選拔的公平性與科學性。

我們建立了完善的分層培訓體系，針對不同層級、不同崗位的員工制定個性化培訓計畫。我們開發了包含心態素養、知識資訊、技能實務三大類共10門線下課程，涵蓋專業技能、管理能力等

多個領域。例如，我們面向基層員工推出業績提效課程；為中層管理者提供營運能力提升培訓；針對高管團隊開設創新變革課程。這些系統化的分層培養，有效提升了各層級員工的專業能力，為公司發展提供了堅實的人才保障。

此外，我們針對不同崗位員工需求，支持員工參與會計、消防等專業認證培訓及考試，並通過課程費用報銷、靈活工作時間選擇等方式，為員工提供全方面的發展支援。





## 展翅賦能培訓

為支撐與落實「攻堅致勝●贏戰未來」的戰略目標及關鍵行動，報告期內，新世界百貨啟動展翅賦能培訓項目，在三級鵬人才培育體系的基礎上，快速打造新世界百貨核心人才陣容。

該項目面向管理層及以上人員，通過每月一期的沙盤模擬工作坊與圓桌會議，強化戰略思維與實戰能力，並為打造人才矩陣、滿足人才需求、完善培育體系打下了堅實的基礎。

報告期內，我們對培訓體系進行升級，完成線上學習平台迭代，實施「必修課+學分制」考核機制，建立覆蓋全員的崗位勝任力跟蹤計畫，優化課程分類管理與「考試+評估」雙維考核體系。未來，新世界百貨將持續優化培訓體系，通過數字化手段提升培訓效果，完善內部講師隊伍建設，為員工職業發展提供全方位支援，助力企業戰略目標實現。

## 職業健康安全

新世界百貨高度重視員工職業健康與安全，嚴格遵守《中國人民共和國職業病防治法》及《中華人民共和國安全生產法》，圍繞合規建設、安全培訓及健康服務等方面搭建全面的職業健康安全管理体系，致力於為全體員工構建安全、健康的工作環境。

合規建設

- 建立標準化安全管理體系，制定統一的安全檢查流程和隱患排查標準，確保門店的安全管理工作規範、有效執行。

## 安全培訓

- 將消防安全作為新員工必修課程。
- 針對不同崗位員工，定期開展專項安全培訓。
- 根據門店實際需求，組織開展急救培訓，提升員工應急處置能力。

## 健康服務

- 為特定崗位員工配備職業安全防護裝備(如安全帽、護目鏡等)。
- 開展每兩年一次的全員健康檢查。
- 實施職業病預防方案，定期開展座談會，全面保障員工身心健康。

職業健康安全管理體系

中秋中醫問診活動

新世界百貨關注員工健康，在2024年中秋節來臨之際，綿陽店創新性地將傳統文化慶祝與員工健康管理相結合，舉辦特色節日活動。活動現場設置投壺、套圈等傳統遊戲環節，並特邀廣東省青年中醫學院團隊提供專業中醫問診服務。

此次活動不僅傳承了中華優秀傳統文化，更通過健康諮詢加強員工健康意識，體現了我們對員工身心健康的重視。

## 5.2 社區共融

新世界百貨堅守社會責任，秉持業務與社會價值共創的理念，將社區發展納入企業可持續發展願景，通過實際行動回饋社會。

我們結合自身業務及優勢，創新提出了社區公益的行動策略及主要方向，聚焦兒童關愛、社區福祉以及可持續生活三大支柱領域，促進社區共融。同時，我們以員工義工隊為支撐，制定《新世界百貨義工隊隊員手冊》，規範志願服務的主題、流程及管理標準，提升志願活動效果。

報告期內，新世界百貨員工義工服務總時數達604小時。



社區共融行動策略

## 兒童關愛

### 孤獨症兒童關愛活動

作為社區友好型企業，新世界百貨持續開展融合商業與公益的創新活動，切實履行企業社會責任。

上海五角場店每年開展「關愛孤獨症」公眾意識宣傳活動，提升社會對孤獨症群體的認知與接納，榮獲上海市精神殘疾及親友協會、上海愛好兒童康復培訓中心及上海藍絲帶孤獨症關愛中心聯合頒發的「公益好夥伴」獎項，體現了社會各界對新世界百貨公益實踐的高度認可。



上海五角場店「關愛孤獨症」宣傳空間

北京千姿店聯合順義在線共同發起「以愛之名，以物暖心」大型公益跳蚤市場活動，旨在推動孤獨症健康知識普及，提升社會對孤獨症兒童的關注與理解。活動將公益與商業相結合，鼓勵參與者以個人名義將閒置物品捐贈至中國福利基金會專項基金，所有捐贈商家均獲得主辦方頒發的公益證書。

北京利瑩店與北京市朝陽區多智慧康復中心聯合舉辦「星星之光」慈善義賣活動。活動展出來自孤獨症兒童的繪畫及手工作品，通過藝術展示讓公眾了解特殊群體的獨特才華，最終籌得善款全部用於孤獨症兒童康復項目。



北京利瑩店孤獨症兒童作品展示

### 小記者俱樂部社區活動

為支持本地社區發展，培養青少年綜合素質，報告期內，綿陽店與綿陽小記者俱樂部合作開展公益培訓項目，通過專業課程及實踐，為50名青少年提供了系統性的新聞技能培養。該項目創新結合商業資源，通過提供實踐平台及專業指導，增強參與者表達能力與社會責任感，促進社區青少年全面發展。



小記者俱樂部活動現場

### 基層兒童關愛活動

新世界百貨關注基層兒童成長需求，攜手香港基督教青年會(YMCA Hong Kong)開展系列聖誕關懷活動。我們組織員工志願者與100名低收入家庭兒童共同改造回收玩具製作聖誕樹，通過創意手作激發孩子們的想像力，與孩子們一起實現聖誕願望。此外，我們積極參與「聖誕派對100」活動，與這些兒童共渡溫馨歡樂的節日時光，並精心準備了節日禮物。



聖誕節兒童關懷活動



## 社區福祉

### 新世界百貨聯合壹基金開展全國防災減災日宣傳活動

2025年5月12日是第17個全國防災減災日，新世界百貨積極回應國家號召，聯合壹基金在全國門店開展「人人講安全、個個會應急」主題宣傳活動。通過電子屏滾動播放防災減災主題海報及公益視頻，向商戶、消費者和社會公眾傳遞「人人來減災」的理念，切實提升商場及周邊社區防災能力，攜手築牢安全防線。



主題海報宣傳

### 敬老活動

為了宣導新世界百貨企業文化，傳承公益精神，樹立企業責任感，全國多家分店組織開展敬老義工活動。志願者們與老年人們親密交流，開展互動遊戲並贈送禮品，為老年人送去最深切的關懷與祝福。

北京千姿店員工前往順義仁和鎮養老照料中心，開展以「情暖夕陽，益起同行」為主題的2024年重陽節慰問義工活動。志願者們為老人送去牛奶、米麵、被褥等生活物資，並主動打掃院落衛生。活動特別設置「重陽記憶」環節，邀請老人分享人生經歷，通過拉家常、聽故事等溫馨互動，給予老人關懷與溫暖。



敬老義工活動

### 殘障人士關愛活動

上海淮海店、上海五角場店及上海寶山店聯合組織義工隊前往陽光基地開展殘障人士關愛行動。活動設置節目表演、新年禮物DIY、互動遊戲等環節，鼓勵殘障人士積極參與社會活動，增強他們的自信心和社會融入感。

## 可持續生活

### 綠色騎行活動

新世界百貨積極回應國家雙碳目標，開展「綠色騎行倡環保」主題公益活動。

北京千姿店聯合哈囉單車推出綠色出行活動，通過騎行宣傳等形式，宣導綠色出行理念。

瀋陽津橋路時尚廣場邀請騎行愛好者參與騎行活動，途經大帥府、故宮、市府廣場等文化地標，讓參與者在踐行低碳生活的同時感受城市文化魅力。



綠色騎行活動

### 地球一小時

北京崇文店積極回應可持續發展號召，於3月22日深度參與「地球一小時」全球環保行動。門店通過關閉二期所有非必要照明、設備照明及景觀照明等舉措，以實際行動踐行低碳生活理念。本活動讓消費者與員工共同探索更多節能措施，踐行可持續生活和消費方式，營造節能氛圍。

附錄

獎項與榮譽、外部倡議與身份

| 獎項與榮譽          |                                          |                                                                                       |
|----------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 頒發機構           | 獎項名稱                                     |                                                                                       |
| 企業管治           |                                          |                                                                                       |
| Wind           | Wind ESG評級<br>—「A」級評級                    |    |
| BDO            | 「BDO環境、社會及管治大獎2024」<br>—「最佳ESG報告」獎項      |   |
| 香港管理專業協會(HKMA) | 「HKMA最佳年報比賽2024」<br>—「最佳ESG報告」獎項         |  |
| 環境保護           |                                          |                                                                                       |
| 環境運動委員會        | 「香港綠色機構」認證證書<br>「卓越級別」減廢證書<br>「基礎級別」節能證書 |   |

| 獎項與榮譽                                                                                                                                                   |                                   |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--|
| 頒發機構                                                                                                                                                    | 獎項名稱                              |  |
| 僱員福利                                                                                                                                                    |                                   |  |
| 香港提升快樂指數基金及<br>香港中華廠商聯合會                                                                                                                                | 「開心工作間推廣計畫2025」<br>—「開心企業5+」標誌    |  |
|                                                                      |                                   |  |
| 社會公益                                                                                                                                                    |                                   |  |
| 香港社會服務聯會                                                                                                                                                | 「商界展關懷」計畫<br>—「10年Plus商界展關懷」標誌    |  |
|                                                                      |                                   |  |
| 外部倡議與身份                                                                                                                                                 |                                   |  |
| 倡議機構                                                                                                                                                    | 參與行動                              |  |
| 世界綠色組織                                                                                                                                                  | 「惜紙行動」參與機構                        |  |
|                                                                    |                                   |  |
| 香港特別行政區環境局                                                                                                                                              | 「氣候變化香港行動」碳審計綠色機構<br>「活動減廢承諾」參與機構 |  |
|                                                                    |                                   |  |
| 中國國際投資促進會                                                                                                                                               | 企業會員                              |  |
|  中国国际投资促进会<br>China Council for International Investment Promotion |                                   |  |



關鍵績效指標

環境績效

| 類型和指標                   | 單位          | 2024財年  | 2025財年  |
|-------------------------|-------------|---------|---------|
| 能耗 <sup>4</sup>         |             |         |         |
| 天然氣                     | 吉焦          | 51,985  | 45,104  |
| 汽油                      | 吉焦          | 1,129   | 855     |
| 柴油                      | 吉焦          | 546     | 456     |
| 電力(百貨淨用量)               | 吉焦          | 354,507 | 322,730 |
| 市政供暖                    | 吉焦          | 67,549  | 56,504  |
| 直接能源消耗                  | 吉焦          | 53,660  | 46,415  |
| 間接能源消耗                  | 吉焦          | 422,055 | 379,234 |
| 單位面積能源消耗                | 吉焦／平方米      | 0.520   | 0.465   |
| 溫室氣體排放                  |             |         |         |
| 範圍一溫室氣體排放量 <sup>5</sup> | 噸二氧化碳當量     | 2,896   | 2,502   |
| 範圍二溫室氣體排放量 <sup>6</sup> | 噸二氧化碳當量     | 61,835  | 52,850  |
| 溫室氣體排放總量 <sup>7</sup>   | 噸二氧化碳當量     | 64,731  | 55,352  |
| 單位面積溫室氣體排放量             | 噸二氧化碳當量／平方米 | 0.071   | 0.060   |
| 範圍三溫室氣體排放量 <sup>8</sup> | 噸二氧化碳當量     | 不適用     | 86,610  |

<sup>4</sup> 轉換因數選自2016年EPA發佈的《Greenhouse Gas Inventory Guidance-Direct Emissions from Stationary Combustion Sources》。

<sup>5</sup> 溫室氣體盤查類別範圍一包括固定源、移動源，主要的化石能源包括天然氣、柴油和汽油。

<sup>6</sup> 溫室氣體盤查類別範圍二包括電力消耗、市政供暖。中國大陸地區的電力排放因數來源於生態環境部《關於發佈2022年電力二氧化碳排放因數的公告》進行核算與編制。香港地區電力排放因數來源於《2024年港燈可持續發展報告》。暖氣的排放因數選自EIA發佈的《Voluntary Reporting of Greenhouse Gases》。

<sup>7</sup> 溫室氣體排放總量包含範圍一、範圍二。

<sup>8</sup> 溫室氣體盤查類別範圍三包括外購商品及服務、資本商品、燃料和能源相關的活動、營運中產生的廢棄物、商務旅行、僱員通勤、下游運輸和分配和下游租賃資產。我們對供應商採取分級分類管理，現已在範圍三排放的計算過程中納入了對經營活動具有高度重要性的供應商。未來我們將持續推進供應鏈數字化平台建設，加強供應商管理，逐步納入其他供應商。

計算方法參考世界資源研究所(WRI)及世界可持續發展工商理事會(WBCSD)發佈的《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》(GHG Protocol A Corporate Accounting and Reporting Standard)和《溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準》(GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard)。排放因子主要選取自國際EEIO 資料庫、《UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting 2025》及生態環境部《關於發佈2022年電力二氧化碳排放因子的公告》。

| 類型和指標              | 單位      | 2024財年  | 2025財年              |
|--------------------|---------|---------|---------------------|
| 水資源使用              |         |         |                     |
| 用水消耗               | 立方米     | 500,302 | 584,350             |
| 單位面積用水消耗量          | 立方米／平方米 | 0.547   | 0.638               |
| 廢水排放               |         |         |                     |
| 廢水排放量 <sup>9</sup> | 立方米     | 400,241 | 467,480             |
| 單位面積廢水排放量          | 立方米／平方米 | 0.437   | 0.511               |
| 一般廢棄物              |         |         |                     |
| 一般固體廢棄物產生量(可回收)    | 噸       | 144     | 135                 |
| 一般固體廢棄物產生量(不可回收)   | 噸       | 5,371   | 6,227 <sup>10</sup> |
| 一般固體廢棄物產生總量        | 噸       | 5,515   | 6,362               |
| 單位面積一般固體廢棄物產生量     | 千克／平方米  | 10.27   | 9.72                |
| 危險廢棄物              |         |         |                     |
| 危險廢棄物產生總量          | 千克      | 85      | 72                  |
| 單位面積危險廢棄物產生量       | 千克／平方米  | 0.0012  | 0.0001              |
| 廢氣排放               |         |         |                     |
| 氮氧化物               | 千克      | 14.6    | 11.9                |
| 硫氧化物               | 千克      | 0.5     | 0.3                 |
| 顆粒物                | 千克      | 1.1     | 0.8                 |
| 物資使用               |         |         |                     |
| 紙張使用(A4)           | 千克      | 12,643  | 8,457               |
| 紙張使用(A3)           | 千克      | 160     | 240                 |
| 紙製品                | 千克      | 9,613   | 7,180               |
| 塑膠包裝袋              | 千克      | 1,696   | 1,684               |
| 其他 <sup>11</sup>   | 千克      | 4,298   | 1,639               |

<sup>9</sup> 廢水排放量依據中華人民共和國生態環境部2021年發佈的《生活污染源排污係數手冊》中建議的城鎮生活污水產生量折污係數計算，折污係數取0.8。

<sup>10</sup> 2025財年一般固體廢棄物產生量(不可回收)包含一般廢棄物和廚餘廢棄物。

<sup>11</sup> 「其他」類別主要包含了紙袋和無紡布袋。

社會績效

| 類型和指標    |           | 2024 財年 |       | 2025 財年 |       |
|----------|-----------|---------|-------|---------|-------|
| 董事會多元化   |           |         |       |         |       |
| 董事會成員    | 總數        | 9       |       | 10      |       |
|          | 男性        | 6       |       | 7       |       |
|          | 女性        | 3       |       | 3       |       |
| 員工概況     |           |         |       |         |       |
| 員工總數     |           | 1,838   |       | 1,599   |       |
| 年齡組別     | 30歲以下     | 127     | 6.9%  | 99      | 6.2%  |
|          | 30–50歲    | 1,531   | 83.3% | 1,300   | 81.3% |
|          | 50歲以上     | 180     | 9.8%  | 200     | 12.5% |
| 性別       | 男性        | 953     | 51.8% | 820     | 51.3% |
|          | 女性        | 885     | 48.2% | 779     | 48.7% |
| 地區       | 中國內地      | 1,825   | 99.3% | 1,589   | 99.4% |
|          | 中國香港      | 13      | 0.7%  | 10      | 0.6%  |
| 僱用合約類型   | 永久合約      | 1,838   | 100%  | 1,599   | 100%  |
|          | 固定期限／臨時合約 | 0       | 0%    | 0       | 0%    |
| 僱用模式     | 全職        | 1,838   | 100%  | 1,599   | 100%  |
|          | 兼職        | 0       | 0%    | 0       | 0%    |
| 職位       | 營運／前線員工   | 761     | 41.4% | 630     | 39.4% |
|          | 一般職能員工    | 365     | 19.9% | 290     | 18.1% |
|          | 助理經理      | 541     | 29.4% | 506     | 31.6% |
|          | 經理        | 86      | 4.7%  | 92      | 5.8%  |
|          | 高級經理      | 25      | 1.3%  | 24      | 1.5%  |
|          | 助理總經理及以上  | 60      | 3.3%  | 57      | 3.6%  |
| 員工多元化    |           |         |       |         |       |
| 管理職位     | 總數        | 171     | 9.3%  | 172     | 10.8% |
|          | 中國內地      | 165     | 96.5% | 168     | 97.7% |
|          | 中國香港      | 6       | 3.5%  | 4       | 2.3%  |
| STEM相關職位 | 總數        | 519     | 28.2% | 411     | 25.7% |
|          | 男性        | 340     | 65.5% | 251     | 61.1% |
|          | 女性        | 179     | 34.5% | 160     | 38.9% |
| 殘疾人士     |           | 15      |       | 15      |       |
| 性別薪酬比率   |           | 1.03    |       | 0.99    |       |

| 類型和指標         |            | 2024 財年 |      | 2025 財年 |      |
|---------------|------------|---------|------|---------|------|
| 員工流失及新入職員工比率  |            |         |      |         |      |
|               |            | 員工流失    | 新入職  | 員工流失    | 新入職  |
| 員工流失及新入職員工總數  |            | 146     | 160  | 344     | 119  |
| 員工流失率和新入職員工比率 |            | 7.9%    | 8.7% | 21.5%   | 7.4% |
| 年齡組別          | 30歲以下      | 0%      | 2.5% | 2.4%    | 2.1% |
|               | 30–50歲     | 5.4%    | 6.0% | 16.5%   | 5.2% |
|               | 50歲以上      | 2.5%    | 0.2% | 2.6%    | 0.1% |
| 性別            | 男性         | 2.6%    | 4.6% | 11.3%   | 3.9% |
|               | 女性         | 5.3%    | 4.1% | 10.2%   | 3.5% |
| 地區            | 中國內地       | 7.7%    | 8.6% | 21.4%   | 7.4% |
|               | 中國香港       | 0.2%    | 0.1% | 0.1%    | 0%   |
| 自願離職          |            | 3.2%    | 不適用  | 8.2%    | 不適用  |
| 發展與培訓         |            |         |      |         |      |
| 受訓員工百分比       |            | 100%    |      | 100%    |      |
| 性別            | 男性         | 50.3%   |      | 51.7%   |      |
|               | 女性         | 49.7%   |      | 48.3%   |      |
| 職位            | 營運／前線員工    | 43.3%   |      | 38.8%   |      |
|               | 一般職能員工     | 20.6%   |      | 21.6%   |      |
|               | 助理經理       | 27.1%   |      | 29.3%   |      |
|               | 經理         | 4.3%    |      | 5.3%    |      |
|               | 高級經理       | 1.4%    |      | 1.5%    |      |
|               | 助理總經理及以上   | 3.3%    |      | 3.5%    |      |
|               | 每名員工平均受訓時數 | 15.4    |      | 10.7    |      |
| 性別            | 男性         | 13.9    |      | 10.3    |      |
|               | 女性         | 16.9    |      | 11.2    |      |
| 職位            | 營運／前線員工    | 17.8    |      | 9.1     |      |
|               | 一般職能員工     | 20.2    |      | 10.0    |      |
|               | 助理經理       | 6.2     |      | 11.0    |      |
|               | 經理         | 22.7    |      | 12.4    |      |
|               | 高級經理       | 29.9    |      | 13.3    |      |
|               | 助理總經理及以上   | 13.9    |      | 27.8    |      |



| 類型和指標                      |                      | 2024 財年    | 2025 財年   |
|----------------------------|----------------------|------------|-----------|
| 健康與安全                      |                      |            |           |
| 員工                         | 工傷引致損失工作日            | 1,459      | 188.5     |
|                            | 缺勤率                  | 1.9%       | 1.7%      |
|                            | 職業病率                 | 0%         | 0%        |
|                            | 因工死亡數字 <sup>12</sup> | 0          | 0         |
|                            | 因工死亡比率               | 0%         | 0%        |
| 員工關愛                       |                      |            |           |
| 育兒假                        | 享有產假的員工              | 885        | 779       |
|                            | 領取產假的員工              | 17         | 13        |
|                            | 享有陪產假的員工             | 953        | 820       |
|                            | 領取陪產假的員工             | 17         | 8         |
|                            | 假期結束後重返工作崗位的員工       | 17         | 18        |
| 關愛假                        | 享有關愛假的員工             | 1,838      | 1,599     |
|                            | 領取關愛假的員工             | 26         | 21        |
| 產品責任                       |                      |            |           |
| 已售產品總數中因安全或健康理由須回收的數量      |                      | 0          | 0         |
| 關於產品及服務的投訴數目 <sup>13</sup> |                      | 0          | 500       |
| 供應商數量                      |                      |            |           |
| 供應商總數 <sup>14</sup>        |                      | 56         | 42        |
| 地區                         | 中國內地                 | 47         | 35        |
|                            | 中國香港                 | 9          | 7         |
| 反貪污                        |                      |            |           |
| 由發行人或其員工提出並已結案的貪污案件數量      |                      | 0          | 0         |
| 社區投資                       |                      |            |           |
| 員工志願服務時數                   |                      | 700.5      | 604       |
| 慈善捐款金額                     |                      | 約150,000港元 | 約12,000港元 |

<sup>12</sup> 2023財年、2024財年、2025財年員工因工死亡數字及因工死亡比率均為0。

<sup>13</sup> 報告期內，投訴覆蓋範圍新增全線分店服務台投訴，故數目較上一財年增加。

<sup>14</sup> 全年採購金額超過50萬港幣的供應商。

聯交所《環境、社會及管治報告指引》索引

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |                                                                           | 所在章節                   |
|--------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 環境                       |            |                                                                           |                        |
| A1：<br>排放物               | 一般披露       | 有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 2.3降低環境影響              |
|                          | 關鍵績效指標A1.1 | 排放物種類及相關排放數據。                                                             | 關鍵績效指標                 |
|                          | 關鍵績效指標A1.2 | 直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。                   | 關鍵績效指標                 |
|                          | 關鍵績效指標A1.3 | 所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。                                 | 關鍵績效指標                 |
|                          | 關鍵績效指標A1.4 | 所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。                                 | 關鍵績效指標                 |
|                          | 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步驟。                                                | 2.1環境管理                |
| A2：<br>資源使用              | 關鍵績效指標A1.6 | 描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。                                | 2.3降低環境影響              |
|                          | 一般披露       | 有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。                                                  | 2.2應對氣候變化<br>2.3降低環境影響 |
|                          | 關鍵績效指標A2.1 | 按類型劃分的直接及／或間接能源(如電，氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。                  | 關鍵績效指標                 |
|                          | 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)。                                                  | 關鍵績效指標                 |
|                          | 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步驟。                                             | 2.1環境管理                |
|                          | 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步驟。                               | 2.1環境管理<br>2.3降低環境影響   |
|                          | 關鍵績效指標A2.5 | 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。                                          | 關鍵績效指標                 |

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |                                                                                          | 所在章節                   |
|--------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| A3：<br>環境及天然<br>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。                                                                  | 2.2應對氣候變化<br>2.3降低環境影響 |
|                          | 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。                                                        | 2.2應對氣候變化<br>2.3降低環境影響 |
| A4：<br>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。                                                         | 2.2應對氣候變化              |
|                          | 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。                                                         | 2.2應對氣候變化              |
| 社會                       |            |                                                                                          |                        |
| 僱傭及勞工常規                  |            |                                                                                          |                        |
| B1：<br>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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 5.1員工共創                |
|                          | 關鍵績效指標B1.1 | 按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。                                                         | 關鍵績效指標                 |
|                          | 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。                                                                    | 關鍵績效指標                 |
| B2：<br>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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。                      | 5.1員工共創                |
|                          | 關鍵績效指標B2.1 | 過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。                                                                | 關鍵績效指標                 |
|                          | 關鍵績效指標B2.2 | 因工傷損失工作日數。                                                                               | 關鍵績效指標                 |
|                          | 關鍵績效指標B2.3 | 描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。                                                             | 5.1員工共創                |

| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |                                                                                | 所在章節     |
|--------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------|
| B3：<br>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。                                                  | 5.1員工共創  |
|                          | 關鍵績效指標B3.1 | 按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。                                              | 關鍵績效指標   |
|                          | 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。                                                      | 關鍵績效指標   |
| B4：<br>勞工準則              | 一般披露       | 有關防止童工或強制勞工的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。                       | 5.1員工共創  |
|                          | 關鍵績效指標B4.1 | 描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。                                                         | 5.1員工共創  |
|                          | 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步驟。                                                        | 5.1員工共創  |
|                          | 營運慣例       |                                                                                |          |
| B5：<br>供應鏈管理             | 一般披露       | 管理供應鏈的環境及社會風險政策。                                                               | 4.1供應鏈管理 |
|                          | 關鍵績效指標B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。                                                                   | 關鍵績效指標   |
|                          | 關鍵績效指標B5.2 | 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及相關執行及監察方法。                                       | 4.1供應鏈管理 |
|                          | 關鍵績效指標B5.3 | 描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。                                          | 4.1供應鏈管理 |
|                          | 關鍵績效指標B5.4 | 描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。                                           | 4.1供應鏈管理 |
| B6：<br>產品責任              | 一般披露       | 有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 3.2服務品質  |
|                          | 關鍵績效指標B6.1 | 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。                                                   | 關鍵績效指標   |
|                          | 關鍵績效指標B6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。                                                          | 3.1客戶權益  |
|                          | 關鍵績效指標B6.3 | 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。                                                             | 1.2商業道德  |
|                          | 關鍵績效指標B6.4 | 描述質量檢定過程及產品回收程序。                                                               | 3.2服務品質  |
|                          | 關鍵績效指標B6.5 | 描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。                                                    | 3.1客戶權益  |



| 主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |                                                               | 所在章節    |
|--------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|---------|
| B7：<br>反貪污               | 一般披露       | 有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 1.2商業道德 |
|                          | 關鍵績效指標B7.1 | 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。                           | 1.2商業道德 |
|                          | 關鍵績效指標B7.2 | 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。                                      | 1.2商業道德 |
|                          | 關鍵績效指標B7.3 | 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。                                             | 1.2商業道德 |
| 社區                       |            |                                                               |         |
| B8：<br>社區<br>投資          | 一般披露       | 有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。                         | 5.2社區共融 |
|                          | 關鍵績效指標B8.1 | 專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。                               | 5.2社區共融 |
|                          | 關鍵績效指標B8.2 | 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。                                           | 5.2社區共融 |

GRI 內容索引

|                |                                                             |                 |
|----------------|-------------------------------------------------------------|-----------------|
| 使用說明           | 新世界百貨中國有限公司在2024年7月1日至2025年6月30日參照GRI標準報告了在此份GRI內容索引中引用的資訊。 |                 |
| 使用的GRI 1       | GRI 1：基礎2021                                                |                 |
| GRI標準編號        | GRI標準內容                                                     | 所在章節            |
| GRI 2：一般揭露2021 |                                                             |                 |
| 組織及報導實務        |                                                             |                 |
| 2-1            | 組織詳細資訊                                                      | 關於新世界百貨         |
| 2-2            | 組織永續報導中包含的實體                                                | 關於本報告           |
| 2-3            | 報導期間、頻率及聯絡人                                                 | 關於本報告           |
| 2-4            | 資訊重編                                                        | 關於本報告           |
| 2-5            | 外部保證／確信                                                     | 鑒證聲明            |
| 活動與工作者         |                                                             |                 |
| 2-6            | 活動、價值鏈和其他商業關係                                               | 年報2025          |
| 2-7            | 員工                                                          | 5.1員工共創         |
| 治理             |                                                             |                 |
| 2-9            | 治理結構及組成                                                     | 1.1合規治理         |
| 2-10           | 最高治理單位的提名與遴選                                                | 年報2025          |
| 2-11           | 最高治理單位的主席                                                   | 年報2025          |
| 2-12           | 最高治理單位於監督衝擊管理的角色                                            | 年報2025          |
| 2-13           | 衝擊管理的負責人                                                    | 年報2025          |
| 2-14           | 最高治理單位於永續報導的角色                                              | 可持續發展管理         |
| 2-15           | 利益衝突                                                        | 1.2商業道德         |
| 2-16           | 溝通關鍵重大事件                                                    | 可持續發展管理         |
| 2-17           | 最高治理單位的群體智識                                                 | 年報2025          |
| 2-18           | 最高治理單位的績效評估                                                 | 年報2025          |
| 2-19           | 薪酬政策                                                        | 年報2025          |
| 2-20           | 薪酬決定流程                                                      | 年報2025          |
| 策略、政策與實務       |                                                             |                 |
| 2-22           | 永續發展策略的聲明                                                   | 主席寄語<br>可持續發展管理 |
| 2-23           | 政策承諾                                                        | 可持續發展管理         |
| 2-24           | 納入政策承諾                                                      | 可持續發展管理         |
| 2-25           | 補救負面衝擊的程序                                                   | 1.2商業道德         |
| 2-26           | 尋求建議和提出疑慮的機制                                                | 1.2商業道德         |
| 2-27           | 法規遵循                                                        | 各章節均有涉及         |
| 2-28           | 公協會的會員資格                                                    | 獎項與榮譽、外部倡議與身份   |
| 持份者參與          |                                                             |                 |
| 2-29           | 利害關係人議合方針                                                   | 可持續發展管理         |
| GRI 3：重大主題2021 |                                                             |                 |
| 3-1            | 決定重大主題的流程                                                   | 可持續發展管理         |
| 3-2            | 重大主題列表                                                      | 可持續發展管理         |

| GRI標準編號 GRI標準內容     |                                | 所在章節      |
|---------------------|--------------------------------|-----------|
| GRI 201：經濟績效2016    |                                |           |
| 201-1               | 組織所產生及分配的直接經濟價值                | 關於新世界百貨   |
| 201-2               | 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會           | 2.2應對氣候變化 |
| GRI 203：間接經濟衝擊2016  |                                |           |
| 203-1               | 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊             | 5.2社區共融   |
| GRI 205：反貪腐2016     |                                |           |
| 205-2               | 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練               | 1.2商業道德   |
| 205-3               | 已確認的貪腐事件及採取的行動                 | 1.2商業道德   |
| GRI 301：物料2016      |                                |           |
| 301-1               | 所用物料的重量或體積                     | 關鍵績效指標    |
| GRI 302：能源2016      |                                |           |
| 302-1               | 組織內部的能源消耗量                     | 關鍵績效指標    |
| 302-3               | 能源密集度                          | 關鍵績效指標    |
| 302-4               | 減少能源消耗                         | 2.2應對氣候變化 |
| GRI 303：水與放流水2018   |                                |           |
| 303-1               | 共享水資源之相互影響                     | 2.3降低環境影響 |
| 303-2               | 與排水相關衝擊的管理                     | 2.3降低環境影響 |
| 303-4               | 排水量                            | 關鍵績效指標    |
| 303-5               | 耗水量                            | 關鍵績效指標    |
| GRI 305：排放2016      |                                |           |
| 305-1               | 直接（範疇一）溫室氣體排放                  | 關鍵績效指標    |
| 305-2               | 能源間接（範疇二）溫室氣體排放                | 關鍵績效指標    |
| 305-3               | 其它間接（範疇三）溫室氣體排放                | 關鍵績效指標    |
| 305-4               | 溫室氣體排放強度                       | 關鍵績效指標    |
| 305-5               | 溫室氣體排放減量                       | 2.2應對氣候變化 |
| 305-7               | 氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)，及其它顯著的氣體排放 | 關鍵績效指標    |
| GRI 306：廢棄物2020     |                                |           |
| 306-1               | 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊               | 2.3降低環境影響 |
| 306-2               | 廢棄物相關顯著衝擊之管理                   | 2.3降低環境影響 |
| 306-3               | 廢棄物的產生                         | 關鍵績效指標    |
| GRI 308：供應商環境評估2016 |                                |           |
| 308-1               | 使用環境標準篩選新供應商                   | 4.1供應鏈管理  |
| GRI 401：勞僱關係2016    |                                |           |
| 401-1               | 新進員工和離職員工                      | 關鍵績效指標    |
| 401-2               | 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利         | 5.1員工共創   |
| 401-3               | 育嬰假                            | 關鍵績效指標    |

| GRI標準編號 GRI標準內容        |                           | 所在章節               |
|------------------------|---------------------------|--------------------|
| GRI 403：職業安全衛生2018     |                           |                    |
| 403-1                  | 職業安全衛生管理系統                | 4.2安全管理<br>5.1員工共創 |
| 403-2                  | 危害辨識、風險評估及事故調查            | 4.2安全管理<br>5.1員工共創 |
| 403-3                  | 職業健康服務                    | 5.1員工共創            |
| 403-4                  | 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通      | 4.2安全管理<br>5.1員工共創 |
| 403-5                  | 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 5.1員工共創            |
| 403-6                  | 工作者健康促進                   | 5.1員工共創            |
| 403-7                  | 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 4.2安全管理<br>5.1員工共創 |
| 403-8                  | 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者         | 4.2安全管理<br>5.1員工共創 |
| 403-9                  | 職業傷害                      | 關鍵績效指標             |
| 403-10                 | 職業病                       | 關鍵績效指標             |
| GRI 404：訓練與教育2016      |                           |                    |
| 404-1                  | 每名員工每年接受訓練的平均時數           | 關鍵績效指標             |
| 404-2                  | 提升員工職能及過渡協助方案             | 5.1員工共創            |
| GRI 405：員工多元化與平等機會2016 |                           |                    |
| 405-1                  | 治理單位與員工的多元化               | 1.1合規治理<br>5.1員工共創 |
| 405-2                  | 女性對男性基本薪資與薪酬的比率           | 關鍵績效指標             |
| GRI 408：童工2016         |                           |                    |
| 408-1                  | 營運據點和供應商使用童工之重大風險         | 5.1員工共創            |
| GRI 409：強迫或強制勞動2016    |                           |                    |
| 409-1                  | 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商   | 5.1員工共創            |
| GRI 414：供貨商社會評估2016    |                           |                    |
| 414-1                  | 使用社會標準篩選新供應商              | 4.1供應鏈管理           |
| 414-2                  | 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動       | 4.1供應鏈管理           |
| GRI 416：顧客健康與安全2016    |                           |                    |
| 416-1                  | 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊        | 3.2服務品質            |
| 416-2                  | 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件      | 關鍵績效指標             |
| GRI 417：行銷與標示2016      |                           |                    |
| 417-1                  | 產品和服務資訊與標示的要求             | 3.1客戶權益            |
| 417-2                  | 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件     | 3.1客戶權益            |
| 417-3                  | 未遵循行銷傳播相關法規的事件            | 3.1客戶權益            |
| GRI 418：客戶隱私2016       |                           |                    |
| 418-1                  | 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴       | 3.1客戶權益            |



鑒證聲明



鑒證聲明 CN25/00006369

SGS通標標準技術服務有限公司關於新世界百貨中國有限公司提交的《新世界百貨中國有限公司2025年可持續發展報告》的鑒證報告

鑒證 / 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」）受新世界百貨中國有限公司（以下簡稱「新世界百貨」）委託，對《新世界百貨中國有限公司2025年可持續發展報告》中文版（以下簡稱「報告」）進行獨立鑒證。

鑒證聲明的使用者

本鑒證聲明意圖提供予所有新世界百貨的持份者。

責任聲明

新世界百貨中國有限公司2025年可持續發展報告中的所有資料及內容由其董事會及管理層負責。SGS並無參與該報告任何材料的準備。

我們的責任旨在向所有新世界百貨持份者披露，在以下規定的鑒證範圍內，表達對文本、數據、圖表及聲明的意見。

SGS對於任何由於使用本報告中的資料而引致的直接或間接損失不承擔任何責任。

鑒證標準、類型與保證等級

SGS根據AA1000系列標準及ISAE3000等國際公認的鑒證準則，為ESG及可持續發展報告鑒證（SRA）制定了一套程序。

本報告的鑒證依據下列鑒證標準開展：

| 鑒證標準             | 鑒證等級 |
|------------------|------|
| AA1000AS v3（類別二） | 中度   |

鑒證範圍和報告準則

鑒證內容包括評估報告內可持續發展績效的準確性和可靠性，以及評估報告內容對下列標準的遵循狀況：

- 香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》
- GRI Standards 2021（參照）

鑒證方法

鑒證包括鑒證前調研、現場採訪位於上海市浦東新區浦建路76號由由國際廣場5樓新世界百貨相關員工，包括進行必要的文件及記錄審查與確認。

鑒證局限性

從獨立審計的財務報告中提取的數據，並未作為本鑒證流程的組成部分與來源數據進行核對。報告中溫室氣體排放相關數據由新世界百貨自行核算，未經獨立第三方核查，本次鑒證過程僅做抽樣驗證。本次鑒證僅限於集團層面，未對新世界百貨全部附屬公司進行原始數據溯源。本次鑒證僅對新世界百貨集團層面部分員工進行訪談及查閱相關文件，並未涉及外部持份者。



獨立性與能力聲明

SGS集團為全球檢驗、檢測及認證領域的領導者，在多個國家 / 地區開展業務。SGS申明與新世界百貨為完全獨立之組織，對該機構、其附屬機構及持份者不存在偏見和利益衝突。

本次鑒證團隊由具備與此任務有關的知識、經驗及資歷之人員組成。

發現與結論

鑒證 / 驗證意見

根據上述方法論及所進行的鑒證，新世界百貨中國有限公司2025年可持續發展報告所載的資料及數據均屬準確、可靠，對新世界百貨於2024年7月1日至2025年6月30日期間的可持續發展活動提供了公平及中肯的陳述。

香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》及全球報告倡議組織《可持續發展報告準則》結論、發現及建議

鑒證團隊認為，新世界百貨中國有限公司2025年可持續發展報告已遵循香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告指引》的披露要求，並參照了GRI Standards 2021的要求。

發現和建議

對於鑒證過程中發現的良好實踐、可持續發展活動及其管理過程中的建議，均已於《可持續發展報告鑒證內部管理報告》中反映，並提交予新世界百貨相關管理部門作持續改善之參考。

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09月17日  
WWW.SGS.COM





新世界百貨中國有限公司  
New World Department Store China Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
(股份代號：825)

香港九龍長沙灣瓊林街83號A座8樓802室  
電話：(86) 21 5094 1888 (內線 578)；(852) 2753 3988  
傳真：(852) 2318 0884  
電郵：shmocad@nwds.com.cn  
網址：www.nwds.com.hk  
微信：nwds-china  
微博：e.weibo.com/xinshijiebaihuo



網頁



微信



微博