



# 星盛商業管理股份有限公司

## E-STAR COMMERCIAL MANAGEMENT COMPANY LIMITED

(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
股份代號：6668

# 環境、社會及管治報告 2025





# 目錄



● 關於本報告	2
序言	2
報告範圍	2
報告框架及準則	2
報告期間	2
董事會聲明	3
關於我們	4
報告獲取	7
意見與反饋	7
● 可持續發展管理	8
環境、社會及管治治理架構	8
可持續發展目標	8
持份者參與	9
重大性議題識別與分析	11
● 永續治理根基	13
夯實合規運營	13
廉潔建設	14
知識產權管理	14



● 踐行低碳運營	15
排放物管理	15
溫室氣體排放	15
廢氣排放	18
廢水排放	18
廢棄物管理	19
資源效率	21
節能降耗	21
水資源管理	23
包裝材料使用	24
應對氣候變化	24
物理風險	24
轉型風險	26



● 堅持以人為本

合規僱傭	28
多元化、平等與包容	28
防止僱傭童工及強制勞工	29
招聘、晉升及離職	30
薪酬與福利	31
員工關懷	32
培訓與發展	33
職業健康與安全	35



● 煥新品質服務

品牌責任	36
至誠服務	42
供應鏈管理	45
● 共築和諧社會	47
公益攜手同行	47
和諧社區共建	49



● 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引	51
------------------------------	----



## 關於本報告

### 序言

此環境、社會及管治報告(「**本報告**」)為概述星盛商業管理股份有限公司(「**本公司**」或「**星盛商業**」)及其附屬公司(統稱「**本集團**」或「**我們**」)在環境、社會及管治(「**環境、社會及管治**」)範疇上的表現所編撰之報告。

### 報告範圍

本集團最高級的行政管理人員在考慮了不同業務活動對本集團政策、財務及環境社會表現的影響程度後，決定將本集團委託管理服務、品牌及管理輸出服務及整租服務中有實際運營控制權並有重大環境、社會及管治影響的運營及辦公地點納入本報告的匯報範圍，該報告範圍與本集團年報的報告範圍一致。由於品牌及管理輸出服務所產生的水、電、及廢棄物處理費用均由業主承擔，故於本報告披露的環境數據不會納入該服務項目所產生的數據。

### 報告框架及準則

本報告依照香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)發佈的主板上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》(「**環境、社會及管治報告守則**」)所編製。本集團在編製本報告過程中高度重視重要性、量化、一致性和平衡的原則，本集團依據環境、社會及管治報告守則應用了這些匯報原則，詳情如下：

#### 重要性

本集團通過重要範疇評估分析重大環境、社會及管治議題，將已識別的重大議題作為編製本報告的重點。不同議題的相對重要性已由董事會及高級管理層審閱及確認。有關進一步詳情，請參閱「持份者參與」與「重要範疇評估」各節。

#### 一致性

除對披露範圍及計算方法的變動另有說明外，本報告按照與截至2024年12月31日止年度(「**2024財政年度**」)一致的關鍵績效指標計算方法、標準及報告範圍編製。

#### 量化

本報告披露了計算相關數據使用的標準和方法，以及適用的假設。對關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」)輔以說明性附註，以在可行的情況下建立基準。

#### 平衡

本報告透明、客觀地概述本集團在環境、社會及管治方面的表現，以及我們在重大環境、社會及管治方面的成就和改進領域。

有關本集團的企業管治常規，請參閱本集團2025財政年度報告第31至43頁「企業管治報告」。

### 報告期間

除另有說明外，本報告涵蓋本集團於截至2025年12月31日止年度(「**2025財政年度**」)取得的環境、社會及管治方面的活動、挑戰及措施。



## 關於本報告

### 董事會聲明

尊貴的持份者：

本集團欣然發佈2025財政年度的環境、社會及管治(ESG)報告，回顧我們在可持續發展方面的表現。作為首家在港股上市的純商業運營企業，本集團已建立多個運營成熟且廣受認可的品牌，並始終致力於將ESG理念融入日常營運，以提升持份者的福祉，並為氣候變化、數字化發展與社會公益等全球性可持續發展議題作出貢獻。

本集團的董事會(「**董事會**」)對ESG相關事宜承擔全面責任，並已根據聯交所《ESG報告守則》要求，本集團於2021年設定了環境議題的相關目標，並建立了多級ESG管理體系。董事負責授權監督本集團的ESG願景、目標、策略、管理架構及政策，並由ESG工作小組(「**工作小組**」)落地與推進ESG相關工作，並向董事會定期回饋。有關環境、社會及管治治理架構的詳情請參閱「環境、社會及管治治理架構」一節。

董事會定期對本集團的ESG事項進行檢視，包括審閱及批准溫室氣體排放、廢棄物處理、能源使用及水資源使用的目標和改善方案。本年度，我們對2025年所設定的ESG目標進行了系統性檢視，確認各項行動已如期落實。集團將在此基礎上，持續優化現有舉措，鞏固可持續發展成效。同時，本集團持續結合行業風險趨勢、監管動態及國家宏觀政策，動態更新ESG議題庫，並將與利益相關方的有效溝通視為推動可持續發展的重要驅動力。我們通過線上線下多元渠道，主動傾聽並回應各方訴求，並定期邀請其參與重大議題的重要性評估，以準確把握不同ESG議題對其影響的演變。基於相關調研結果，本集團不斷優化ESG風險識別與應對機制；2025財政年度，我們特別聚焦氣候變化所帶來的物理風險與轉型風險，並已制定針對性的緩解與適應措施。

展望未來，本集團將持續鞏固在粵港澳大灣區的領先優勢，穩步拓展全國業務版圖。我們將堅守「以商業智慧構築城市繁榮」的核心理念，積極把握利益相關方關注的新機遇，提供具競爭力的產品與服務，強化企業品牌價值，持續創造經濟、社會與環境的綜合效益，為城市高質量發展、社會責任履行與生態環境保護貢獻更大力量。

最後，董事會誠摯感謝各位股東、業務夥伴及客戶長期以來對本集團的信任、支持與理解，亦衷心感謝集團各部門及關鍵團隊為ESG實踐與整體發展所付出的卓越努力與寶貴貢獻。



## 關於本報告

### 關於我們

作為大灣區商用物業營運服務的翹楚，本集團以全國佈局為依託，憑藉本集團全面及廣受認可的品牌體系，如「COCO Park」、「COCO City」、「iCO」、「COCO Garden」與「第三空間」等，全面覆蓋不同消費層級與區域，為廣大消費者提供一站式的高品質購物體驗。本集團依託四大專業能力，向客戶提供全面的商用物業運營服務，包括：

- 1) 定位、建築諮詢及租戶招攬服務
- 2) 運營管理服務
- 3) 物業租賃服務
- 4) 增值服務

本集團致力於通過靈活的營運模式及全方位的服務體系，為租戶打造高效營商環境，也為業主實現物業增值，持續推動商業運營的成功及可持續發展。

### 榮譽一覽：

依托本集團的運營管理與高品質服務，本集團在報告期內獲得多個獎項，對本集團的成果予以肯定。

獎項名稱	頒發機構	獎項詳情
2025年中國商業地產運營十強企業	中指院	
2025年中國商業地產百強企業	中指院	
2025年房地產開發企業商業地產運營TOP10	中國房地產協會	



## 關於本報告

獎項名稱	頒發機構	獎項詳情
2025年度新質運營商管公司卓越榜	中購聯	
2025年CCFA金百合購物中心 最佳營銷創新實踐案例	CCFA	
2025年度影響力商管領軍企業	觀點指數研究院	
2025年度購物中心運營商表現20	觀點指數研究院	
2025年度商業地產創新能力表現20	觀點指數研究院	
2025年度零售商業地產企業綜合實力 TOP100	贏商網	



## 關於本報告

獎項名稱	頒發機構	獎項詳情
2025年度卓越服務企業	萬商俱樂部	
2025年購物中心綜合實力卓越表現50 深圳福田星河COCO Park	觀點指數研究院	
睿行•2025-2026資管新勢力優秀資管項目 深圳龍崗星河COCO Park	睿和智庫	

### 業務概況：

2025財政年度，本集團的業務概覽如下：



已簽約物業  
52家



總合約建築面積<sup>1</sup>  
2.5百萬平方米



收入  
582.9百萬元人民幣



已開業物業  
27個



已開業建築面積  
1.6百萬平方米



## 關於本報告

本集團以大灣區作為發展基地，並致力開拓長三角等地區的商機。截至2025年12月31日／2025財政年度，本集團已簽約物業及業務收入按地理位置劃分如下：

地點	物業數目(個)			收入佔比(%)		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023
大灣區 <sup>2</sup>	32	33	34	75.9	73.9	79.3
— 深圳	20	19	18	67.2	64.1	71.6
長三角 <sup>3</sup>	9	9	9	14.5	14.0	11.2
華中地區 <sup>4</sup>	1	1	1	—	—	0.9
其他地區 <sup>5</sup>	10	10	11	9.6	12.1	8.6
總計	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>55</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

備註：

- 截至2025年12月31日和2024年12月31日的合約建築面積分別不包括9個和8個諮詢服務項目的建築面積。
- 包括深圳、廣州、中山、惠州、珠海、東莞及茂名。
- 包括上海、南京、常州、無錫、嘉興及六安。
- 包括武漢。
- 包括天津、揭陽、鄂爾多斯、成都、日照、廈門及濟寧。

### 報告獲取

本報告提供繁體中文和英文兩個版本供讀者參閱。本報告電子版可在公司官方網站 ([www.g-cre.com](http://www.g-cre.com)) 或聯交所網站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 查閱並下載。

### 意見與反饋

本集團歡迎持份者提供意見及建議。閣下可就本報告或其在可持續發展方面的表現提供寶貴意見，並透過以下方式與本集團聯絡：

電話：(852) 3643 1525

電郵：[info@chngalaxy.com](mailto:info@chngalaxy.com)



## 可持續發展管理

### 環境、社會及管治治理架構

本集團成立了環境、社會及管治(ESG)工作小組，由來自不同部門的核心成員組成，負責搜集與ESG相關的資料以編製本報告。董事會負責設定本集團ESG戰略的整體方向，並確保ESG風險控制及內部監控機制的有效性。工作小組定期向董事會匯報，協助辨識與評估本集團的ESG風險，並評估內部監控機制的有效性及重大ESG議題的處理情況。此外，工作小組負責檢查與評估本集團在企業管治、綠色運營、產品與服務、用工慣例、社會公益等範疇的表現，以及所設定目標的進度與相關措施的有效性。透過這一治理架構，我們致力於將ESG理念融入企業運營的各個層面，推動可持續發展目標的實現。我們將持續優化ESG治理架構，深化風險管理與內部監控機制，為企業的可持續發展奠定更堅實的基礎。



### 可持續發展目標

在2015年，聯合國(「UN」)的各成員國共同認可並採納了17項可持續發展目標(「SDGs」)，旨在消除貧困、保護地球環境、並改善全人類的生活品質及未來發展。本集團作為肩負社會責任的企業，堅信支持SDGs的實現是我們的使命所在。我們致力於通過行動實踐支持這一目標，並與政府機構和其他企業共同努力，為我們的國家乃至全球實現可持續發展做出積極貢獻。



## 可持續發展管理

### 持份者參與

本集團高度重視各類持份者對於集團經營及ESG事務的意見與建議，採用雙軌溝通機制與持份者開展交流互動，全面洞察、回應並解決其核心關切，以攜手實現共創共贏、共同成長。集團主要持份者涵蓋員工、投資者、消費者、商戶、物業發展商及業主、供應商與合作夥伴、政府及監管機構，以及社會公眾。

通過多元立體的持份者參與與溝通渠道，我們將持份者的期望與訴求深度融入日常運營及可持續發展戰略之中。以下為本集團與主要持份者的溝通渠道，以及其對集團的期望與關注點：

持份者	期望和關注	溝通渠道
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業健康</li> <li>職業發展</li> <li>薪酬福利</li> <li>平等機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>培訓和研討會</li> <li>員工面談</li> <li>員工活動</li> <li>績效回顧及評核</li> <li>年會</li> </ul>
投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>投資效益</li> <li>經營規範</li> <li>風險控制</li> <li>可持續發展</li> <li>提升信息透明度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東週年大會及其他股東會議</li> <li>財務報告</li> <li>新聞公告</li> <li>投資者熱線及郵箱</li> <li>官方網站</li> <li>在線及線下路演</li> <li>現場參觀及調研</li> <li>業績發佈會</li> <li>境內外券商策略會</li> </ul>
消費者	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品與服務質量</li> <li>消費者購物體驗</li> <li>信息保護</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者熱線</li> <li>顧客滿意度調查</li> <li>社交媒體</li> <li>COCO Club</li> </ul>
商戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>商業誠信</li> <li>吸引客流量</li> <li>及時溝通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>入駐審核</li> <li>商家篩選</li> <li>商戶活動</li> <li>社交媒體</li> <li>現場交流</li> <li>全國品牌答謝會</li> </ul>



## 可持續發展管理

持份者	期望和關注	溝通渠道
物業發展商及業主	<ul style="list-style-type: none"><li>• 品牌影響力／品牌聲譽</li><li>• 吸引客流量</li><li>• 租戶管理</li><li>• 長期合作關係</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 官方網站</li><li>• 社交媒體</li><li>• 公告欄</li><li>• 服務電話</li><li>• 現場交流</li></ul>
供應商／合作商	<ul style="list-style-type: none"><li>• 公開平等</li><li>• 誠信經營</li><li>• 互利共贏</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 日常招標及採購溝通</li><li>• 定期評估</li><li>• 電話會議</li><li>• 年度供應商大會</li></ul>
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"><li>• 政策落實</li><li>• 依法納稅</li><li>• 環境保護</li><li>• 信息披露</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 現場調研</li><li>• 定期會談</li></ul>
社會與公眾	<ul style="list-style-type: none"><li>• 扶貧濟困</li><li>• 和諧發展</li><li>• 社區環境</li><li>• 社區福利</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 社會捐助</li><li>• 社區活動</li><li>• 環境、社會及管治報告</li><li>• 社交媒體</li></ul>



## 可持續發展管理

### 重大性議題識別與分析

為了深入理解持份者的關注點，並識別對本集團當前及未來業務至關緊要的議題，以優化我們的可持續發展策略與方針，本集團特聘請了專業的獨立可持續發展顧問，負責執行持份者溝通及年度重大議題評估工作。具體的分析步驟如下：

#### 第一步： 識別相關議題

- 1 本集團在顧問協助下依據本集團的業務發展、行業關注點及同行實踐對標，識別並確定了本集團2025財政年度的環境、社會及管治議題清單；
- 2 清單涵蓋對本集團業務的重要性及持份者評估的影響程度較高的14項議題，包括「環境保護」、「僱傭及勞工常規」、「營運慣例」和「社區投資」四大範疇。

#### 第二步： 識別重大性議題

- 1 通過往年持份者問卷調研結果及同行重大性議題對標分析，評估14項議題的重要性，編繪本年度重大性議題矩陣；
- 2 審閱持份者意見與重大性議題評估結果，本集團管理層及工作小組討論並確定本年度ESG報告披露重點，以及未來提升環境、社會及管治實踐成果的要點。

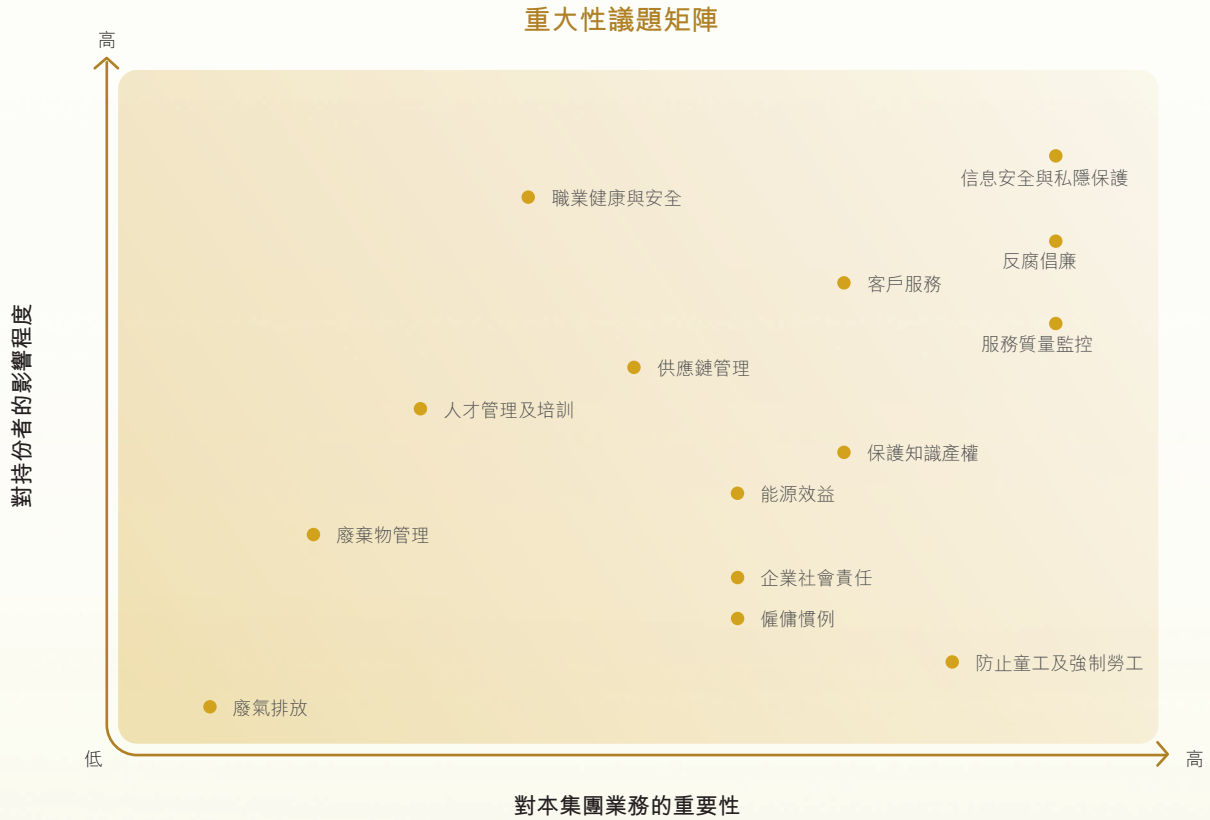
#### 第三步： 確認及審批 重大性議題

- 1 ESG工作小組審視本年度重大性議題排序及矩陣，並遞交至董事會；
- 2 董事會審閱及批准本年度重大性議題分析結果，確認議題矩陣及重大性排序，作為ESG管理提升的重點。



## 可持續發展管理

報告期內，由於本集團的業務未發生重大變化，因此在本集團高級管理層及董事會的審核後，繼續沿用過往的重大性議題清單，基於此對議題的重要性進行評估與分析。以下為本報告所載屬本集團重大性環境、社會及管治事宜之矩陣圖：





## 永續治理根基



### 表現摘要

截至**2025年12月31日**，  
本集團共出現**0宗**涉及賄賂、勒索、欺詐及洗錢的案件。

接獲**0起**關於員工、商業夥伴或其他利益相關方的舉報及舉報情況。

新入職員工廉潔培訓  
覆蓋率達**100%**；  
人均培訓時長不少於**3小時**。

### 夯實合規運營

本集團嚴格遵循《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國招標投標法》《中華人民共和國反不正當競爭法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規開展經營活動。2025財政年度，經內部審查及監督核查，集團未發生違反上述法律法規的重大事項，亦無已審結的針對本集團及員工的貪污相關訴訟案件。

本集團始終將廉潔合規文化視為可持續發展與長期穩健經營的重要根基，將反腐倡廉建設與內控體系完善納入戰略層面，持續營造風清氣正、公開透明的運營環境。2025財政年度，集團持續深化反貪腐合規培訓體系，為新入職員工開展不少於3課時的廉潔從業專項培訓，深入踐行「其身正，不令而行」的廉潔文化理念。集團要求全體員工恪守商業道德與職業操守，承諾在執業過程中堅決杜絕貪污、賄賂等行為，不參與任何欺詐、勒索、洗錢等違法違規活動。誠信廉潔作為集團核心價值觀，貫穿於經營管理各環節，引導全體員工以正直自律的職業行為，築牢企業信譽基石。

為有效防範經營風險，本集團建立健全內部管控制度，對員工、董事及高級管理人員存在的潛在利益衝突實施全流程規範管理。集團明確禁止相關人員從事與集團業務存在競爭關係或與其崗位職責相衝突的經營活動，從源頭防範利益輸送及不正當競爭行為。同時，集團實行利益衝突年度申報制度，要求相關人員如實申報潛在利益衝突事項，並由專業團隊開展審核與跟進處置，最大限度降低利益衝突風險，杜絕商業賄賂、徇私舞弊等違規違紀行為發生。



## 永續治理根基

### 廉潔建設

本集團持續強化全體員工的廉潔從業意識，積極宣導並鼓勵員工對任何涉嫌貪污、舞弊及欺詐行為進行舉報。集團在接獲相關舉報後，將第一時間啟動獨立調查流程，並依據調查結果採取及時、必要且恰當的處置措施，確保相關問題得到規範處理與有效解決。集團鄭重承諾對舉報人的個人資訊予以嚴格保密，切實保障舉報人不因舉報行為而受到任何打擊報復或不公正對待，從機制上防範利益衝突及各類可能損害集團與利益相關方合法權益的行為。同時，集團將定期對舉報管理機制進行檢視、評估與優化，持續提升制度運行的有效性與適用性，不斷完善內控管理，夯實企業治理基礎。

集團在強化內部廉潔管理與舉報機制建設的同時，亦高度重視對外合作環節的合規管控。集團在與外部合作方簽訂的各類商業合同中，均專門設置廉潔從業相關條款，將合規要求嵌入合作全流程。例如，在與合作方簽署的商舖租賃合同中附加廉潔承諾書，在採購部門與供應商簽訂的合同中明確廉潔從業約束條款，通過合同層面的剛性約定，從源頭防範商業賄賂行為，保障各類商業合作全程規範、透明、廉潔。

### 知識產權管理

本集團高度重視知識產權在企業可持續經營與長遠發展中的重要價值，並建立起完善的知識產權保護體系。集團綜合運用商標法、著作權法等法律法規、商業秘密保護措施、資訊披露限制條款及知識產權使用約束協議等多重手段，對自身知識產權實施全面保護。

集團在勞動合同中明確列明技術資訊、經營資訊及其他涉密事項，並要求全體員工簽署《保密協議》，作為勞動合同的重要補充協議。該協議清晰界定公司與員工所涉保密資訊及知識產權的範圍、保密義務、保密要求及相應違約責任，從制度層面強化知識產權與商業秘密保護。

2025財政年度，集團知識產權佈局持續完善，其中擁有境內有效註冊商標252個、香港地區有效註冊商標15個，已註冊域名5個，為業務穩定運營與品牌價值提升提供堅實保障。



## 踐行低碳運營



### 表現摘要

2025年財政年度，本集團溫室氣體排放當量約**100,649.70**噸二氧化碳當量，相當於每千元人民幣收入產生約**0.17**噸二氧化碳當量。

共消耗**1,917,713.24**噸水。

外購電力**186,633.69**兆瓦時。

共產生**10,918.14**噸一般廚餘垃圾；**1,116.92**噸隔油池油渣；**14,074.51**噸辦公垃圾。

### 排放物管理

本集團高度重視環境管理工作，將其作為履行企業社會責任的關鍵內容，嚴格依照國家及地方適用的環境法律法規開展經營運作。集團所遵循的法規體系包括《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》《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》等。在此框架下，本集團將可持續發展理念全面融入運營全過程，穩步推進各項環境保護舉措，對經營活動中產生的溫室氣體、廢水及固體廢物等實施有效管控，認真履行企業環境責任。

2025財政年度，本集團嚴格遵守上述環境法律法規，在廢氣、溫室氣體、污水、有害及無害固體廢物的產生與排放管理環節，未出現違反當地相關環境法律法規的重大違規情形，環境合規水準保持穩定。

### 溫室氣體排放

本集團溫室氣體排放主要分為直接排放(範圍一)與間接排放(範圍二)兩大類：其中，範圍一直接溫室氣體排放主要來源於發電機柴油消耗及供暖熱水鍋爐天然氣消耗；範圍二能源間接溫室氣體排放則主要來自外購電力的使用。



## 踐行低碳運營

為積極回應「雙碳」目標，持續減少溫室氣體排放，本集團主動採取一系列節電、節能管控措施，重點規範空調、照明設施及各類辦公電器的使用標準，相關具體措施將在本報告「能源管理」章節中詳細闡述。通過各項措施的落地實施，本集團致力於持續降低自身溫室氣體排放水準，助力國家「雙碳」戰略推進。

在上述舉措下，於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團溫室氣體排放具體表現如下：

指標	單位 <sup>6</sup>	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
直接溫室氣體排放(範圍一)	噸二氧化碳當量	502.06 <sup>8</sup>	654.59	2,305.28
能源間接溫室氣體排放(範圍二)	噸二氧化碳當量	100,147.64	101,900.66	79,593.34
溫室氣體排放總量(範圍一及二)	噸二氧化碳當量	100,649.70	102,555.26	81,898.62
溫室氣體排放密度 <sup>7</sup>	噸二氧化碳當量／千元人民幣總收入	0.17	0.16	0.13

備註：

- <sup>6</sup> 溫室氣體排放數據乃按二氧化碳當量呈列，並參照包括但不限於世界資源研究所及世界可持續發展工商理事會刊發的《溫室氣體盤查議定書：企業會計與報告標準》《如何準備環境、社會及管治報告－附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》《第五次評估報告》的全球升溫潛能值。
- <sup>7</sup> 於2025財政年度，本集團總收入約為人民幣582.9百萬元。此數據亦會用作計算其他密度數據。
- <sup>8</sup> 於本報告期內，因營運車輛使用年限較長，基於安全環保及效益考慮，本集團於2025年已處置全部自有車輛。因此，本年度未產生與車輛燃料消耗相關之汽油使用數據及行駛里程。此亦構成本年度本集團範圍一(直接溫室氣體排放)及較上一年度顯著下降之主要原因。



## 踐行低碳運營

在低碳理念傳播與實踐方面，本集團已於2023年明確設立相關目標：自2025年起，集團所有在營商場項目每年均需舉辦至少一次低碳環保相關活動。

2025年，集團首創「可持續探索計劃」年度IP，在深圳、廈門、廣州等10城17個商業項目落地全鏈路綠色運營生態，打造都市牧野綠色場域、可持續主題展等多元場景，落地「可持續好集了」新能源車尾箱市集、設置智能回收裝置，並聯動所有項目參與「地球一小時」熄燈等低碳活動。同時率先在深圳發起「無廢商圈倡議」，聯動多區域重點商圈簽署倡議書，還聯動150家優質品牌成立「可持續好店俱樂部」構建綠色門店體系，通過舊物改造、不插电音樂會、低碳公益跑等多元形式引導公眾參與。

活動期間，本集團帶動旗下15個可比項目客流、銷售額分別實現12.5%和15%的同比增長，更發動公眾通過舊物再用、資源回收等方式減少約11噸額外碳排放，讓綠色消費可視、可感、可參與。

### 破標桿實踐

2025年，本集團旗下深圳星河WORLD • COCO Park作為綠色低碳實踐標桿項目，深度落地「可持續探索計劃」，打造都市牧野綠色場域，落地「可持續好集了」新能源車尾箱主題市集、設置智能回收裝置，並積極參與「地球一小時」熄燈等低碳活動，更聯動深圳北理莫斯科大學附屬龍崗園山學校開展國際零廢物日垃圾分類主題宣傳活動，讓綠色低碳理念融入消費場景與公共生活。



## 踐行低碳運營

### 廢氣排放

本集團的廢氣排放源由業務屬性決定。於本報告期內，因營運車輛使用年限較長，基於安全、環保及效益考慮，本集團已於2025年處置全部自有車輛，因此本年度未產生與車輛燃料消耗相關之汽油使用數據、行駛里程，亦無氮氧化物(NOx)及顆粒物(PM)等移動源廢氣排放。

針對旗下部分商場餐飲商舖的油煙排放，本集團統一安裝先進油煙淨化機組，對商舖排出的油煙進行二次淨化處理後再實施高空排放，有效降低油煙對周邊環境的影響，持續改善區域空氣品質。

於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團的廢氣排放表現如下：

指標	單位	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
氮氧化物(NOx)	公斤	0 <sup>9</sup>	9.75	35.25
硫氧化物(SOx)	公斤	0.015	0.05	0.10
顆粒物(PM)	公斤	0 <sup>9</sup>	0.91	3.33

備註：

<sup>9</sup> 於本報告期內，因營運車輛使用年限較長，基於安全環保及效益考慮，本集團於2025年已處置全部自有車輛。因此，本年度未產生與車輛燃料消耗相關之汽油使用數據及行駛里程。此亦構成本年度本集團無氮氧化物(NOx)及顆粒物(PM)等移動源廢氣排放數據統計主要原因。

### 廢水排放

本集團的用水消耗主要來源於旗下運營物業項目，所產生的廢水均通過市政污水管網統一輸送至區域水質淨化廠進行專業處理，集團耗水量與污水排放量基本保持一致。關於本集團水源消耗的具體資料，將在本報告「水資源管理」章節中詳細闡述。



## 踐行低碳運營

### 廢棄物管理

本集團嚴格遵循廢棄物規範化管理原則，確保業務運營活動產生的各類廢棄物得到妥善收集、處理與處置。集團對運營過程中產生的廢棄物進行精準識別與分類，建立集中存放、統一處置的管理機制，在各運營場所設置標準化分類收集箱，並指定專人負責廢棄物的及時處理，同時持續保持收集箱周邊環境整潔。本集團所有廢棄物管理操作均嚴格符合國家及地方相關環境法律法規要求，保障廢棄物管理工作合法合規開展。

本集團已設立明確目標：自2025年起，旗下所有在營商場項目每年均舉辦至少一次與減廢、迴圈再造相關的主題活動，將迴圈利用的可持續發展理念深度融入商業運營實踐。

#### • 購物中心廢棄物管理

本集團旗下購物中心運營過程中產生的垃圾，主要包含廚餘垃圾與其他一般垃圾，其中廚餘垃圾均來源於場內餐飲商戶，具體可細分為一般廚餘垃圾和隔油池油渣兩類。為從源頭減少廚餘垃圾產生量，集團在各商場積極推行「光盤計劃」，通過多樣化宣傳形式引導顧客適量點餐、珍惜糧食。針對不同類型廚餘垃圾，集團實施分類處置：一般廚餘垃圾統一存放於垃圾房凍庫，交由當地政府相關部門集中處理；餐飲排水產生的油渣則單獨規範儲存，由指定相關部門統一回收處置。

為進一步提升環保運營效能，本集團為旗下商場配備可重複利用的商舖裝修圍擋服務，從源頭減少裝修類垃圾的產生與排放；同時對商場日常垃圾開展二次分類工作，對可回收垃圾進行單獨收集和專業處理，持續降低垃圾整體排放量。此外，集團高度重視環保理念的培育與落地，2025財政年度，在各商場多次組織開展垃圾分類專題宣講與培訓活動，覆蓋場內全體商戶及保潔工作人員，鼓勵相關人員主動參與垃圾分類工作，將環保理念深度融入商場日常運營的各個環節。

於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團直接產生的無害廢棄物棄置表現概述如下：

數據類別	單位	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
辦公垃圾(生活垃圾)	噸	14,074.51	14,336.35	9,984.48
廚餘垃圾	噸	10,918.14	8,126.73	6,084.46



## 踐行低碳運營

### 辦公區域廢棄物管理

本集團辦公場所產生的無害廢棄物以紙張為主，針對這一特點，集團積極響應政府綠色辦公的號召，著力打造環保型辦公環境。一方面，在各辦公區域全面推行垃圾分類管理制度，鼓勵全體員工主動參與垃圾分類；另一方面，大力推進無紙化辦公模式，宣導員工在工作中優先採用紙張雙面列印、影印的方式，同時通過內部電子郵件、電子格式檔開展日常工作銜接與對外溝通，切實強化全體員工在日常辦公中減少廢棄物產生的責任意識。

於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團直接產生的辦公廢棄物棄置表現概述如下：

數據類別	單位	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
紙張消耗量	噸	3.62	4.11	4.68
紙張消耗密度	公斤／百萬元 人民幣總收入	6.21	6.38	7.37

本集團在業務運營過程中產生的有害廢棄物總量較少，2025財政年度，集團產生的有害廢棄物主要包括隔油池油渣、廢棄燈泡／燈管、廢棄墨盒／硒鼓及廢棄電池。針對該類有害廢棄物，本集團嚴格恪守國家及地方相關環境法律法規要求，委託具備相應專業資質的有害廢棄物回收處置機構，對其進行規範化、專業化處理，確保有害廢棄物處置全過程合法合規、安全可控，切實防範環境風險。

數據類別	單位	2025年財政年度
隔油池油渣	噸	1,116.92
廢棄燈泡／燈管	噸	0.37
廢棄電池	噸	0.10
廢棄墨盒／硒鼓	噸	0.03



## 踐行低碳運營

### 資源效率

#### 節能降耗

本集團的能源消耗主要涵蓋日常運營所需電力、發電機柴油及供暖熱水鍋爐天然氣四大類別。秉持節能減排的核心理念，本集團積極踐行企業環境責任，在日常運營中嚴格控制非必要電力消耗，着力打造綠色環保的辦公與運營環境。通過科學管控空調、辦公電腦等設備的使用，廣泛採用環保節能燈具，並在自然採光條件良好的情況下減少人工照明使用，有效降低整體電力消耗水準。

為降低能源消耗與碳排放，本集團早於2023年訂立目標：於2025財政年度提升已開業項目內LED燈管佔全部照明燈管的比列。為此，本集團制定了清晰的管理措施並積極踐行。截至報告期末，集團整體LED照明覆蓋率達100%，達成預期節能成效。

#### 星盛商業多項目空調與設備系統節能改造實踐

在商業運營可持續發展實踐中，公司旗下多項目聯動開展空調與設備系統節能改造，在保障環境舒適的同時實現能耗顯著降低。

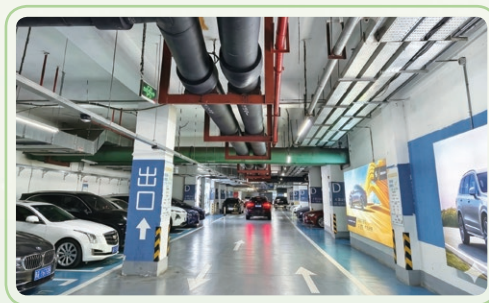
深圳龍崗星河COCO Park更換6台老舊空調風櫃並加裝變頻器，在12月—3月非夏季月份降頻運行，既優化了環境舒適度，也有效節約了能耗。深圳龍華星河COCO City先後完成冷卻塔降噪散熱系統優化、空調末端維修，以及南北區冷水機組並管改造，通過優化水路結構、提升設備能效與主機運轉效率，減少了能耗支出。

第三空間更換破損老化的空調酚醛風管，提升送風量、降低漏風率，2025年6月改造後，內場舒適度與空調效能顯著改善；廈門星河COCO Park完成6樓屋面9台排油煙風機變頻改造並優化運行策略，削減能耗；嘉興星河COCO City在屋面穹頂玻璃貼膜基礎上增設噴霧系統，通過降低玻璃表面溫度、減少熱輻射，穩定室內溫度的同時降低了能源消耗。

一系列改造覆蓋多維度，既優化了運營成本，也營造了更舒適的綠色商業環境，彰顯了公司在節能減碳與可持續運營上的實踐成效。



廈門星河COCO Park完成排油煙風機變頻運行改造



深圳龍華星河COCO City完成南北區兩套冷水機組並管改造



## 踐行低碳運營

### 星盛商業多維度節能降耗實踐

本集團搭建「商場能耗日控平台」，將能耗管控頻率由每月優化為每日，依託飛書平台及AI智能工具，實現能耗數據自動採集、精準分析、空調運行策略智能優化及給水防漏預警等全流程管控功能。2025財政年度，該平台在全國15個運營項目落地推廣應用，有效管控並降低中央空調能耗約1.42百萬度，同時成功監控並防範長期隱蔽性漏水約1800噸，實現能耗精細化管理與節能降耗雙重成效。

除搭建智能化管控平台外，集團針對性開展設備更新改造，提升節能效能。深圳福田星河COCO Park完成空調主機系統全面更新改造，將已連續使用18年的空調製冷主機、循環水泵及冷卻塔等老舊設備，全部更換為新型高效節能設備，同時引入AI智能控制系統，在顯著節約電力消耗的基礎上，進一步優化商場室內溫度調控精度，提升商場整體環境品質，實現節能與體驗雙提升。

在設備更新改造的基礎上，集團同步推進系統互聯優化，挖掘節能潛力。深圳星河WORLD•COCO Park推進商場空調主機系統與超市主機系統互聯改造，通過系統聯動優化，有效減少冬季空調主機運行數量，合理調配能源消耗，切實降低電力使用量，踐行精細化節能管理理念。

針對大功率設備能耗管控，集團結合項目經營實際優化運行策略。廣州南沙星河COCO Park、江陰星河COCO City結合場內商鋪設備配置及實際經營情況，針對性優化排油煙風機等大功率設備的啟停時間與運行頻率，採用降頻運行等科學管控方式，減少設備無效能耗，有效降低整體電力消耗水平。

此外，集團聚焦運營細節，通過照明設施升級實現精細化節能。嘉興星河COCO City、廈門星河COCO Park在設備房門加裝行程開關，實現照明啟停自動控制，達成「人走燈滅」的節能效果；深圳龍華星河COCO City將停車場部分老舊燈具更換為微波感應節能燈具，日照星河iCO在後勤通道及停車場加裝照明感應開關，通過照明設施升級與精細化管控，有效節約照明用電，推動節能理念落地到運營細節。

為進一步提升能效水平，產品管理中心未來將重點開展以下工作：全面排查所有在營項目的製冷系統及設備末端運行情況，針對低能效運行狀態進行專項分析，並制定相應優化策略；系統梳理全部在營項目公共區域製冷系統末端設備的運行數據，識別具備節能潛力的項目，並量身定制降耗實施方案，持續深化精細化節能管理。

我們致力推廣可再生能源的使用，同時增強持份者的相關意識。2025財政年度，惠州星河COCO Garden及深圳龍崗星河COCO Park兩個項目已落地光伏發電應用，其中惠州星河COCO Garden發電量達419,705度，深圳龍崗星河COCO Park發電量達821,607度，以清潔電力助力項目運營減碳。未來公司逐步在所管理的其他項目中推廣試行該模式，持續深化綠色能源佈局與可持續發展實踐。



## 踐行低碳運營

本集團已明確要求各運營項目結合當地氣候條件、日落時間變化及經營需求，每月調整設備執行時間計劃，按月更新並嚴格執行《設備設施執行時間表》，通過常態化管控，保障設備節能高效運行。於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團的能源消耗表現如下：

數據類別	單位	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
汽油	兆瓦時	0 <sup>10</sup>	25.82	64.20
柴油	兆瓦時	9.35	5.15	1.09
天然氣	兆瓦時	2,500.42	3,453.87	2,783.27
電力	兆瓦時	186,633.69	189,900.60	139,563.99
能源消耗密度	兆瓦時／千元 人民幣總收入	0.32	0.29	0.22

備註：

<sup>10</sup> 於本報告期內，因營運車輛使用年限較長，基於安全環保及效益考慮，本集團於2025年已處置全部自有車輛。因此，本年度未產生與車輛燃料消耗相關之汽油使用數據及行駛里程。此亦構成本年度本集團無相關能源消耗數據統計主要原因。

### 水資源管理

本集團的用水需求以生活用水為主，主要涵蓋辦公及運營區域的衛生間用水、洗刷用水及保潔用水等場景。為引導員工及客戶養成良好節水習慣、提升全員節水意識，本集團在辦公及運營區域開展多維度節水宣傳工作，在顯眼位置張貼節水標語，重點強調「人走水關」的節水理念，引導各類用水主體合理用水。同時，集團全面採用節水型潔具，並定期對各樓層衛生間、茶水間的供水及排水系統進行全面檢查，及時排查並修復滲漏點，從設施管控層面減少水資源浪費。

本集團於2023年設定目標，要求所有在營項目於2025年前實現每年至少開展一次「漏水及節水」專項檢查。截至2025年底，該目標已全面落實，所有在營項目均按計劃完成年度檢查，有效識別並修復潛在用水風險，提升用水效率。自2026年起，集團將把此項檢查納入常態化運營管理機制，並進一步優化檢查標準與數位監測工具應用，持續強化水資源管理績效。

2025年8月，集團組織全國各運營項目開展「防漏水及節水」專項檢查工作，全面排查暗埋給水主管、公共區域水管、空調水管等潛在漏水隱患，同步檢查各項目節水措施的落實情況，形成專項檢查報告並跟蹤整改進度；同時，在公共用水設施區域統一張貼節水標識，進一步強化全員節水意識，推動節水工作落地見效。



## 踐行低碳運營

### 案例：商場總給水防跑漏線上管控

為實現水資源精細化管控，集團推行商場總給水防跑漏線上管控舉措。2025財政年度，集團持續對各運營項目實施每日總用水量線上監測專項工作，其中9月通過監測發現惠州星河COCO Garden消火栓管道存在漏水情況，當日立即關閉相關閥門，並在10天內完成漏水點排查、開挖及修復工作，有效避免了長期漏水造成的水資源浪費及經濟損失；2025財政年度，其他各運營項目未發生長期隱蔽性漏水問題。

結合本集團各運營點位的地理位置特點，目前集團在適用水源的獲取方面未面臨任何重大困難，水資源供應穩定，能夠滿足日常辦公及運營用水需求。於2025財政年度及2024、2023財政年度，本集團的水源消耗表現如下：

數據類別	單位	2025財政年度	2024財政年度	2023財政年度
總用水量	立方米	1,917,713.24	1,904,067.73	1,476,240.30
用水密度	立方米／千元 人民幣總收入	3.29	2.95	2.32

### 包裝材料使用

鑒於本集團的業務並不直接涉及任何工業生產，亦無任何工廠設施，因此並無就包裝產品使用大量包裝材料。

### 應對氣候變化

面對全球氣候變化帶來的嚴峻挑戰，全球生態環境及各行業均受到深遠影響，本集團深刻認識到氣候變化對自身業務運營產生的多維度衝擊。為此，本集團秉持綠色低碳運營理念，將氣候相關議題全面納入風險管理與內部控制體系，專門制定《氣候變化政策》，核心目標為識別、監控並管理氣候變化相關風險，科學評估其對業務運營的潛在影響，並制定針對性應對策略。依據該政策，本集團已明確識別出以下兩類氣候相關風險，分別採取差異化管控措施。

#### 物理風險

- 物理風險概述

氣候變化導致極端天氣事件的發生頻率顯著增加、強度持續增強，主要包括颱風、洪水、暴雨等，同時還帶來海平面上升、全球變暖等長期氣候影響。其中，極端天氣事件或海平面上升引發的水災，可能對本集團擁有運營權的物業及基礎設施造成物理損壞，進而增加集團在維修、防災救災及保險等方面的相關支出；在極端情況下，可能影響集團正常業務運營，甚至威脅員工人身安全；若此類事件處置不當，還將對集團品牌聲譽造成負面影響。



## 踐行低碳運營

### • 應對措施

為有效管控物理風險，保障業務運營韌性及社區安全，本集團已制定並落地一系列內部政策與流程，重點用於識別、評估氣候相關實體風險，確保日常運營在動態變化的氣候環境中保持穩定。具體風險類別、潛在影響及應對措施如下表所示：

風險類別	對業務及價值鏈的潛在影響	應對措施
急性風險 極端天氣事件	颱風、暴雨及洪澇等極端天氣事件頻發，可能對商業物業及配套設施造成物理損害，並衍生維修成本上升、應急處置支出增加及保險費用上漲。	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定應急預案，根據極端天氣預警資訊及時啟動應對小組及回應機制，做好事前安全檢查及必要的緊固、保護措施；</li> <li>提前採購應急物資，確保極端天氣事件發生時能夠快速回應、高效處置；</li> <li>對沿海物業實施防洪設計與改造，提升防洪能力，同時定期對防洪設施進行檢查與維護，保障其正常運行。</li> </ul>
慢性風險 長期氣候影響	全球氣溫上升及區域性乾旱等長期氣候變化，可能加速設施老化、增加維護頻次，並推升能源消耗與運營成本。	<ul style="list-style-type: none"> <li>對物業屋頂、周邊設備、排水管道等進行定期強化維護，採取除鏽、防銹等防護措施，延長設施使用壽命；</li> <li>優化能源管理系統，提升能源利用效率，降低因氣候變化引發的運營成本上升風險。</li> </ul>
業務連續性	重大氣候事件可能影響集團的正常營運、供應鏈受阻，影響收入穩定性。	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期檢討並更新業務連續性計劃，確保發生重大氣候事件時能夠快速回應，保障業務正常運轉；</li> <li>加強員工應急處置培訓，提升員工應對突發氣候事件的能力。</li> </ul>

### • 持續監控與改進

本集團將持續跟蹤氣候相關的現有及新興趨勢、政策法規變化，必要時及時向高級管理層回饋，規避因政策調整、趨勢變化導致的成本增加、違規罰款及反應遲緩引發的各類風險。本集團致力於在有效應對氣候變化帶來的實體風險的同時，保障業務可持續發展，守護社區安全與福祉。



## 踐行低碳運營

### 轉型風險

在全球共同應對氣候變化的大背景下，作為負責任的商業運營企業，本集團深刻認識到，評估氣候相關機遇與風險對資產管理制度的潛在影響，並制定科學應對策略，是實現可持續發展的重要前提。結合行業發展趨勢及自身運營實際，本集團識別出轉型相關的氣候風險，並明確對應應對策略，具體如下表所示：

氣候機遇	對業務及價值鏈的潛在影響	應對策略
政策和法律	隨著環境政策持續收緊、氣候監管要求提升及綠色建築標準迭代，集團可能面臨設備升級改造成本增加、合規性支出上升，以及未來碳交易機制與碳稅政策實施對利潤空間的擠壓。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提前規劃設備改造與技術研發工作，積極投入綠色低碳智慧物業管理技術研發，確保各項運營活動符合最新政策法規要求；</li> <li>• 積極探索成本效益較高的解決方案，合理控制設備改造及技術研發成本。</li> </ul>
技術	實施節能減排專案、推廣低碳產品和技術，以及報廢高耗能設備，可能增加運營、管理、物料採購及維護成本，並對企業短期財務表現造成壓力。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 集團搭建「商場能耗日控平台」，依託AI智能工具實現能耗全流程精細化管控；並同步推進設備更新改造、系統互聯優化及照明設施升級，以多維度節能降耗實踐將轉型風險轉化為綠色競爭優勢。</li> <li>• 加強員工專業技能培訓，提升設備維護效率，緩解短期財務壓力。</li> </ul>
市場	客戶行為改變、市場對綠色產品需求增加以及減排目標的實現要求，可能導致傳統產品和服務需求減少、管理和運營成本上升，並增加運營管理壓力及維護和合規成本。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優化資源配置，提升整體運營效率，有效應對傳統產品服務需求減少及成本上升帶來的壓力。</li> </ul>



## 踐行低碳運營

氣候機遇	對業務及價值鏈的潛在影響	應對策略
聲譽	商業服務在減緩和應對氣候變化方面要求提升，企業落實環保政策可能影響聲譽；未按要求披露資料或違反政策法規，會增加聲譽風險；宣傳綠色形象會增加行銷成本。	<ul style="list-style-type: none"><li>• 建立健全環境資訊披露機制，確保相關資料準確、及時披露，規避違規風險；</li><li>• 加強品牌建設與綠色行銷工作，提升企業綠色品牌形象，增強市場競爭力，同時合理控制行銷成本。</li></ul>

為有效應對各類轉型風險，本集團將定期監控氣候相關趨勢、政策法規及市場變化，必要時及時向高層管理團隊回饋，切實規避成本上升、違規罰款及聲譽受損等相關風險，保障企業可持續運營。



## 堅持以人為本



### 表現摘要

截至2025年12月31日，  
本集團共有874名全職僱員，  
其中女性員工占比達36.61%。

0宗因工死亡或嚴重受傷事故，  
因公損失天數0天。

接受培訓員工總人次1,190人次，  
培訓總時長9,293.5小時。

### 合規僱傭

#### 多元化、平等與包容

本集團堅信員工是企業最重要且最具價值的資產，更是競爭優勢的核心。員工的專業知識、經驗與發展為我們帶來創意與獨創性，助力企業的成長與創新。為保障員工權益並提供平等機會，我們制定了全面的人事管理政策，涵蓋薪酬及解僱、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與福利，致力於營造和諧且積極的工作文化。為確保員工遵守公司規範與準則，我們制定了《人事管理程序》並發放《員工手冊》，明確員工行為準則與人力資源制度。在招聘過程中，我們嚴格遵守國家及地方政府法規，不因種族、膚色、年齡、家庭背景、性別、宗教、民族血統或社會出身等因素而區別對待，確保每位申請者及員工獲得公平待遇，並維護團隊的多樣性。未來，我們將持續完善僱傭政策，深化員工權益保障與多元化發展，為員工創造更公平、包容的就業環境。

於2025財政年度，本集團恪守僱傭相關法律法規，包括《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國勞動法》及《香港僱傭條例》，並未識別任何重大違規事項。截至2025年12月31日，本集團共有874名全職僱員，其中4名駐於中國香港，其餘分佈於中國大陸。女性員工比例達36.61%，此成果源於本集團長期致力構建包容職場文化，並推行有利於女性及家庭的支持政策。



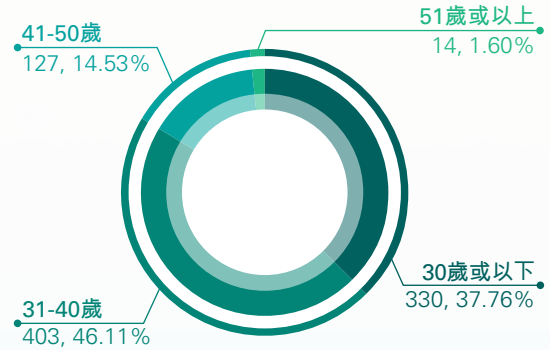
## 堅持以人為本

於2025財政年度，有關員工就職情況的數據如下：

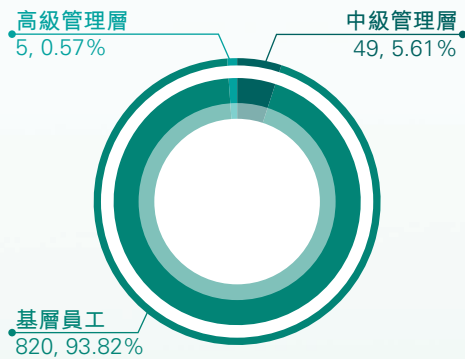
按性別劃分員工人數



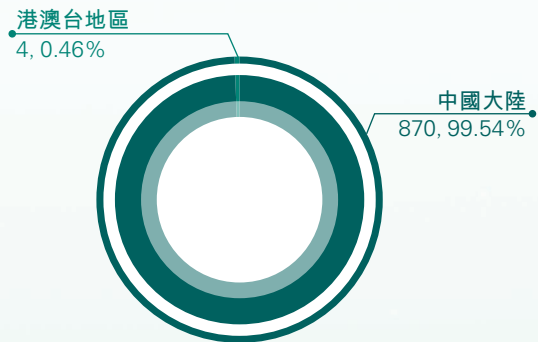
按年齡組別劃分員工人數



按職級類型劃分員工人數



按地區劃分員工人數



### 防止僱傭童工及強制勞工

本集團始終嚴格遵守各項預防童工與強制勞工的法律法規，包括香港《僱傭條例》、中國內地《勞動保障監察條例》《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《未成年工特殊保護規定》及《中華人民共和國禁止使用童工規定》等。我們對僱用童工行為持零容忍態度，並通過《招聘管理程序》《人事檔案管理程序》等內部制度，對招聘准入、勞動關係確立及人事檔案管理進行規範化約束。

招聘過程中，我們要求所有新入職人員如實提供個人資料，由專人對身份證明、戶籍文件等進行逐項嚴格審核。此外，我們建立了常態化的員工信息復核機制，定期開展內部檢查，杜絕任何涉及童工的經營行為。我們將持續保持高度警覺，確保集團勞動用工完全符合法律與道德要求，若發現違規情況，將立即採取相應處理措施。2025財政年度，本集團未出現違反防止童工或強制勞工相關法律法規的重大事件。



## 堅持以人為本

### 招聘、晉升及離職

本集團已建立完善的招聘、晉升及離職相關制度，涵蓋員工入職指引、轉正、調動、離職、勞動關係及人事檔案管理等多項工作。人力資源部負責管理、培訓及招聘僱員，積極推行人才強企戰略，吸引和招攬來自不同背景的優秀人才。

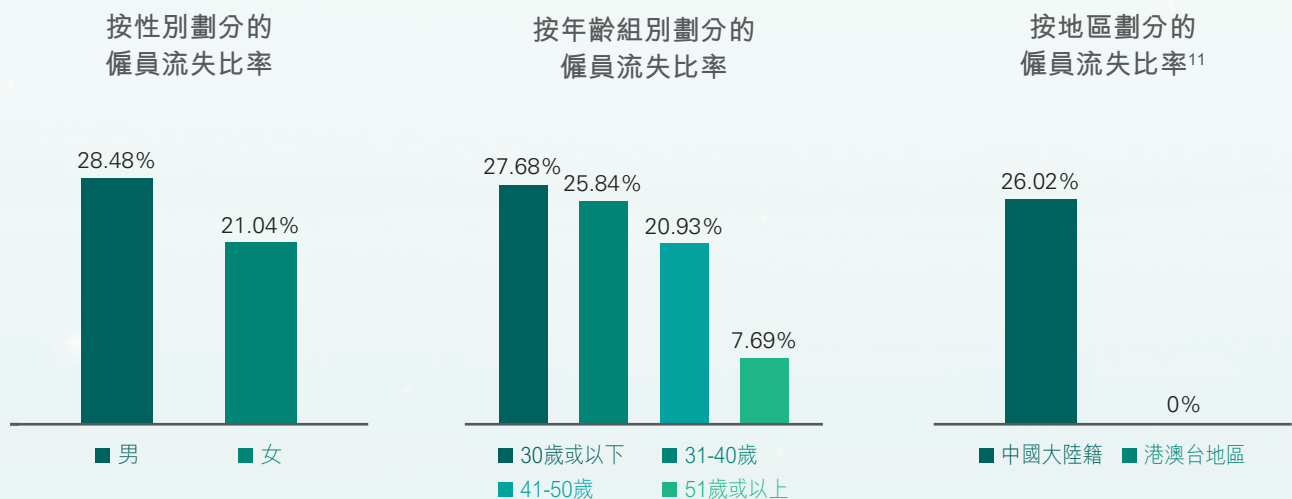
為確保招聘過程的規範性和透明度，本集團制定了《招聘管理程序》，明確了招聘及錄用流程。我們依據申請者的工作經驗、專業技能、能力水準等進行多輪評估，力求找到與本集團發展戰略及經營計劃相契合的最佳人選。具體招聘流程如下：



為了讓本集團每位員工都能擁有清晰的職業發展路徑，以激發其工作熱忱和積極性，我們特別制定了《職位體系管理手冊》。該手冊為全體員工規劃了職業發展通道，並對職位調動或晉升等事宜設定了標準化的管理制度。

我們將所有職位分為三大類別：管理、專業及操作序列，並為每個序列設定了相應的職銜標準和管理要求。根據集團的職位等級體系，我們為員工提供了清晰的職位晉升通道，並明確了不同晉升通道的資格條件。我們會根據這些條件，組織和安排員工的崗位晉升，以確保員工能夠在集團內實現職業成長和發展。

於2025財政年度，本集團的整體僱員流失率約為25.93%，有關僱員流失比率的具體數據如下：



<sup>11</sup> 本集團的僱員流失率計算公式為：於報告期間該類別離職的僱員人數 / (報告期間起始該類別的僱員總人數 + 於報告期間該類別新招聘的僱員人數) x 100%



## 堅持以人為本

### 薪酬與福利

為規範薪酬管理體系，強化體系的市場競爭力、內部公平性與激勵導向，本集團結合市場薪酬水準及崗位實際情況，搭建了完善的薪酬福利管理制度。除基礎薪酬外，集團亦建立績效考核管理制度，按季度、半年度及年度開展評估，客觀衡量員工工作成效、專業能力與工作態度，並對業績突出者給予對應績效獎勵，以充分調動員工的工作熱情、主動意識與創新潛能。

圍繞項目運營與整體經營目標，集團亦設立多類專項獎勵機制：針對招商引進、項目拓展、商業運營、市場推廣及會員運營等核心領域，設立招商專項激勵、拓展項目激勵、專項業務先進評選等獎勵；為保障商業項目如期開業運營，設立項目開業獎勵與外派人員補貼制度；同時設立經營業績獎，鼓勵員工深度參與經營管理，對超額完成業績目標的項目團隊及個人予以獎勵。

在長期激勵層面，本集團持續完善多元化機制，深化員工與公司利益綁定。公司上市前設立德瑞投資發展有限公司，專用於實施管理層股權激勵計劃；上市後，該公司所持1.5億股股份用於股權激勵，激勵力度處於行業中上游水準。公司亦於2021年11月4日採納受限制股份單位計劃，用於獎勵業績優異的符合資格員工。

目前集團實施的股份激勵計劃包括：

- 購股權計劃：於2020年12月採納，最多可發行1億股，有效期為上市日起10年，旨在激勵對集團長期發展具貢獻的合資格參與者，並助力吸引及保留優秀人才。
- 受限制股份單位計劃：於2021年11月4日由董事會採納，授予股份總數不超過採納日已發行股本的5%（個人上限為1%），有效期十年，用以表彰表現卓越的員工。
- 股份獎勵計劃：由主要股東德瑞投資發展有限公司於2023年4月17日採納，總額1.5億股，其中已向合資格參與者授出54.8百萬股獎勵股份，旨在推動集團可持續發展，實現公司、員工與股東的長期共贏。

在此基礎上，本集團透過經營業績獎等短期激勵與前述長期機制相配合，全面構建「長期+短期」「物質+發展」相結合的綜合激勵體系。

本集團依據《中華人民共和國勞動合同法》制定《勞動合同管理辦法》，依法與全體員工簽訂並履行勞動合同，並按規為員工繳納養老、醫療、失業、工傷、生育五項社會保險及住房公積金，切實保障員工社會保障權益。同時，依據《中華人民共和國勞動法》《員工工資支付條例》等國家及地方相關法規，制定《考勤與休假管理辦法》及薪酬福利體系，依法維護員工合法權益，保障員工休息休假權利。集團設有事假、病假、婚假、產假、喪假、福利年假、工傷假及傳統節假日等完善的休假類型。



## 堅持以人為本

### 員工關懷

本集團深信，員工是企業最寶貴的資產，並持續打造有溫度的人文關懷體系。2025財政年度，我們以節日為契機，將關懷融入工作與生活的日常節點：三八婦女節聚焦女性員工的成長與身心健康，六一兒童節延伸關愛至員工家庭，週年慶活動凝聚共識、強化歸屬感，並在多個城市開展形式多樣的團隊建設活動，促進協作與凝聚力。透過節日慰問、團隊共建與家庭友善舉措的有機融合，我們營造出積極向上、和諧共融的組織氛圍，讓員工在職業發展中真切感受到尊重、支持與溫暖。



深圳龍崗星河COCO Park「快樂牛馬週五狂歡」活動



深圳星河World • COCO Park三八婦女節活動



深圳龍華星河COCO City週年慶活動



星盛商業總部六一兒童節活動



## 堅持以人為本

### 培訓與發展

本集團堅信員工是提升服務品質和優化客戶體驗的關鍵因素。為保留及激勵人才，我們持續為員工提供職業發展前景及業務所需之專業技能培訓，並根據業務需求及長期戰略，為各管理級別設計定期培訓項目。

為規範培訓工作，本集團制定了《星盛商業培訓管理制度》，明確培訓工作的整體流程，全面提升崗位員工的工作能力和綜合素質，確保集團各項工作順利進行。為充分發揮內部講師資源，我們制定了《星盛商業內部講師管理辦法》，對星級講師的認證程序、激勵及年度評優等作出說明，積極培養和建設公司培訓講師隊伍，發揮內部講師在整體培訓體系中的核心作用。目前，本集團擁有近百名星級講師，每年九月會對他們的星級進行評定和梳理。

我們每年為員工制定涵蓋業務運營關鍵領域的課程，包括企業文化及政策、特定職位所需技術知識、領導技能及服務性質的常規知識。現有內部課程超過600門，分為專業課程體系(營運、招商、推廣、工程、財務、人力等)及通用課程體系(領導力提升、職業素養、溝通及談判等)。

此外，本集團亦鼓勵和支持員工持續學習，積極考取專業證書或提升學歷。根據《員工手冊》相關規定：①經公司批准的外出培訓，如安排於正常工作日，可按正常出勤處理；②員工自主參加專業資格(職稱)考試，若需佔用工作時間，考試當日可視為正常出勤；③員工報讀碩士研究生(含)以上學歷教育，在不影響日常工作的前提下，持有效證明文件，自首次上課之日起，每年可申請最多5天的學習假期獎勵，該假期亦按正常出勤處理。

	已培訓僱員百分比(%) <sup>12</sup>			平均受訓時數(小時) <sup>13</sup>		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023
<b>性別</b>						
男性	71	75	67	8.78	22.44	35.68
女性	29	25	33	5.15	19.06	34.42
<b>職級類型</b>						
高級管理層	1	1	1	42.00	2.50	72.00
中級管理層	4	4	6	48.49	10.00	88.09
基層員工	95	95	93	5.90	22.15	31.38

備註：

<sup>12</sup> 本集團的培訓僱員百分比的計算公式為：於報告期間接受培訓的特定類別僱員人數／截至報告期間結束接受培訓的僱員總人數x100%

<sup>13</sup> 平均受訓時數的計算公式為：特定類別僱員於報告期間接受培訓的總時數／於報告期間接受培訓的特定類別僱員人數



## 堅持以人為本

本集團於2020年6月成立星盛商業學院，積極籌備不同的工作坊和訓練課程，具有「三星班」、「項目總沙龍」等較為完善的梯隊人才培養路徑，同時結合業務發展與員工成長需求，開設多類專題培訓，涵蓋新消費時代需求培訓、招商訓練營及短視頻製作工坊等，全方位補充人才培養場景，助力員工提升綜合素質與專業能力。其中「三星班」包括：

### 「未來星計劃」

- 以通過校園招聘計劃聘用的初級僱員為培訓對象，為其提供的入門課程涵蓋商用物業運營服務行業的常規知識、推廣及企劃營銷活動以及服務性質。我們亦提供一對一的指導計劃，為每位新入職者分配一位經驗豐富的員工導師。導師將培訓及監督新員工，並提供定期評估。

### 「啟明星計劃」

- 以業務骨幹員工為目標，為其提供更深層次的課程，如團隊管理課程等，以增強其溝通及表達能力。我們亦提供專門協助僱員調任及勝任管理職位的課程，包括項目領袖代理任務導入，令僱員有機會體驗項目領袖的職能、獲取經驗以及執行戰略。

### 「儲備項目總培訓營計劃」

- 以培養項目總經理為目標，為其提供管理意識、商業模式學習、跨部門溝通技巧及項目籌備等課程，旨在培訓其成為有能力帶領及運營項目的項目領袖。計劃亦著重體驗式學習，提供運營階段的現場培訓，模擬主要運營階段，令僱員可練習運營技巧及專注應用。



## 堅持以人為本



儲備項目總部培訓班



新消費時代需求培訓



招商訓練營



短視頻製作工坊

### 職業健康與安全

本集團高度重視員工職業健康與安全保障，全力排查並管控工作場所各類潛在安全與健康風險，並針對突發應急場景為員工開展專項安全培訓，切實保障員工在工作期間的身體健康與生命安全。集團專設員工休息區域，助力員工舒緩工作壓力，致力於構建健康、安全、舒適的職場環境。

本集團嚴格恪守《中華人民共和國勞動法》《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》《中華人民共和國消防法》等各項法律法規要求。集團高度重視辦公場所消防安全管理，在新員工入職培訓體系中設置消防安全專題課程，向員工講解消防設施器材功能與操作方法、部門消防安全職責、應急處置流程及風險防範措施。通過常態化安全提醒，強化員工火險防範意識，有效排查消除消防隱患，防範火災事故發生，保障員工人身與財產安全，維護公共安全秩序，確保各項經營工作平穩有序開展。於2025、2024及2023財政年度，本集團並未發生因工死亡或嚴重受傷事故，因工傷損失工作天數0天。



## 煥新品質服務



### 表現摘要

截至2025年12月31日，本集團共出現0宗產品及服務的重大投訴。



發現0宗違反產品及服務質量相關的法律法規的重大事宜。

發生0宗造成嚴重受傷的安全事故。

客戶投訴解決率達100%。

### 品牌責任

本集團擁有市場知名且完整的品牌體系，致力於打造並持續提升五大友好服務體系，為消費者提供更好的消費服務體驗。

品牌名稱	品牌類型	品牌定位
 COCO park	城市型購物中心	以城市消費者為目標，旨在成為城中熱點
 COCO city iCO	區域型購物中心	以購物中心五公里範圍內的消費者為目標
 COCO garden	社區型購物中心	以購物中心一至三公里範圍內的消費者為目標
星河·第3空間	高端家居佈置購物中心	提供一站式的全面家庭裝飾解決方案



## 煥新品質服務

### 五大友好服務體系

	便民友好	面向所有消費者的列印、複印、失物招領、醫藥箱使用等具備普適性的便民服務。
	母嬰友好	面向母嬰群體的母嬰室配套服務、母嬰用品服務等服務。
	女性友好	面向女性群體的女性用品服務、美妝物品等服務。
	兒童友好	面向兒童群體的童車租借服務、防走失手環租借等服務。
	寵物友好	面向養寵群體的寵物用品租借服務、寵物友好標識指引等服務。

本集團將服務品質視為核心競爭力，認為品質監控是企業長期穩健發展的關鍵，由運營管理部專業團隊負責品質監督工作，確保各項服務標準落地執行。同時，我們嚴格遵守《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國產品品質法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》及《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規。2025財政年度，集團未發現重大產品及服務品質違規事項，亦無重大投訴及因安全健康問題需回收產品的情況，切實保障消費者合法權益。

### 數智賦能商業營運

本集團堅信，科技是實現可持續發展的核心驅動力，因此積極推進數字化轉型，打破傳統購物中心經營模式，以科技為支撐，實現顧客、品牌與運營方的高效聯動，落實精細化運營，引領未來商業發展方向，致力於為消費者提供線上線下融合的全方位商業服務。目前，本集團已將日常商業運營數智化提升至戰略層面，透過各類智慧科技賦能消費者日常生活。

2025財政年度，本集團持續藉助科技賦能推進精細化管理。內部運營層面，集團完成數字化工具的深度迭代與落地，8月15日正式上線飛書平台，推動組織文化從「流程驅動」向「創新驅動」轉型，管理理念從「審批管控」向「業務驅動」全面升級；12月舉辦首屆「飛書效率先鋒大賽」，篩選出13個覆蓋招商、營運、會員等核心領域的優秀數字化實踐案例，並在全業務單元推廣落地，以技術工具撬動組織效能提升。同時以AI能力為核心驅動，構建起客戶端精準獲客、管理端自動化管理提效、商戶端智能決策的全鏈路應用閉環，全面推動業務向自動化、智慧化、高效益轉型。



## 煥新品質服務

在生態合作層面，集團持續深化全域數字化佈局，構建「一雲多端」的數字化經營矩陣。依托COCO Club核心C端平台，聯動美團、抖音等主流平台，打造全域行銷生態，並通過達人探店、直播帶貨等多元形式，推動「公域引流、私域沉澱、持續轉化」的良性增長循環。2025年9月28日，集團與美團服務零售正式達成戰略合作，全面推進旗下購物中心線上化，進一步強化實體商業與數字平台的深度融合，加速傳統商戶邁向線上線下一體化經營。

### 案例：星盛商業與美團服務零售戰略合作構建實體商業數智化新生態

2025年9月28日，本集團與美團服務零售正式達成深度戰略合作，旗下所有購物中心全面入駐美團平台，依託前期試點累積的成熟經驗，實現從簡單線上曝光到「流量—價值」深度整合的跨越式升級。雙方聚焦商戶銷售增長、會員數據互通、科技提效三大核心方向，組織全品類商戶深度融入美團生態，透過零售卡券行銷、美團神券MALL聯動、商戶關聯行銷等形式拓寬流量渠道；10月成功落地「無感積分」功能，實現美團消費鏈路與COCO Club會員體系的積分、卡券、等級互通，助力會員拉新轉化；同時推出「AI問問」智能工具及數字化經營工具包，覆蓋銷售數據分析、行銷策劃等功能，幫助傳統商戶快速適配線上線下融合經營模式，構建起購物中心、本地生活平台與商戶的三贏共同體，為實體商業數智化轉型樹立可複製範本。



星盛商業與美團服務零售戰略合作

同時，本集團積極探索綠色可持續發展進階路徑，基於「減少、重用、回收、取代」四大核心原則，在減排運營、資源利用、循環經濟等領域切實履行企業社會責任：採取節點管控及節能措施減少溫室氣體排放；嚴格恪守廢棄物管理原則，規範處置各類廢棄物；推廣綠色辦公及運營環境；搭建環境檢測系統與樓宇自控系統聯動機制，根據即時環境參數動態調整區域空調、通風系統運行狀態，多維度助力可持續發展。

憑藉深厚行業積澱與前瞻性戰略佈局，星盛商業二十年來持續領跑商業浪潮。未來，本集團將秉承「以商業智慧構築城市繁榮」的核心理念，持續提升數智力與創新力，攜手各界夥伴，為商業領域數字化升級與可持續發展注入強勁動力。



## 煥新品質服務

### 會員煥新升級

於2025財政年度，本集團持續致力於優化會員數字生態系統，會員分級管理進一步升級，旨在為會員提供更精細化，更豐富，更便利的服務。

- 會員分級管理升級：2025財政年度以新會員轉化、提升舊會員的復購率為方向，相比2024財政年度，會員總銷售額增長12%。這得益於會員整體人數增長率達19%，其中銀卡以上的增長幅度達28%。會員復購率達46%（其中銀卡以上消費人數增長82%，復購率達56%）。2025財政年度，會員結構持續優化，截至2025年末，會員銷售佔比超31%，活躍消費人數同比提升35%，會員體系的規模化與高質量發展成效顯著。
- 會員服務精細化：「金卡」及以上的高端會員除了享受常規的停車場一定時長免費停車服務以及商戶的會員折扣外，COCO Club還為會員們精心準備了生日禮、季度禮、升級禮等。「黑鑽卡」會員在部分項目還可以享受熱門餐飲免排隊的服務，通過黑鑽卡客戶經理即可協助實現。針對女性高端會員，項目還為會員提供美甲、臉部護理等限時服務。結合集團五大友好體系建設，2025財政年度進一步為家庭客群優化親子服務動線，讓不同圈層會員均能獲得精準適配的服務體驗。
- 會員體驗豐富化：會員積分兌換選擇更加多元化，積分除了兌換停車優惠、工作坊、代金券等，可以兌換提貨卡當現金用。在年底「嗨星嘉年華」年終大促期間，每個項目均推出不少於50款禮品供會員兌換，部分項目通過第三方品牌提供積分兌換自助拍照、互動遊戲抽獎等活動，滿足不同會員的需求。2025財政年度，會員積分兌換新增與美團等外部平台的權益互通，進一步豐富會員價值場景；2025年末「嗨星嘉年華」期間，全國15個項目聯動實現總銷售額同比增長6.5%、總客流量同比增長12.7%，會員銷售佔比達33.3%。
- 會員消費場景便利化：通過微信支付與支付寶支付圈店，讓會員實現「支付即積分」，在付款的瞬間即可積分成功。於2025財政年度，無感積分的占積分交易筆數已經超過68.5%，會員的所有權益使用和互動都從線上轉變到了線下，能夠在COCO Club小程序完成卡券兌換，再到線下商戶憑券換取禮品或優惠。為商戶創造到店商機，豐富了系統會員畫像。通過會員不斷地消費、積分、兌換等循環，星盛進一步了解會員的喜好、需求、傾向，從而結合場內商戶內容，為會員及時推送感興趣的產品與內容，提升連帶消費。

2025財政年度，集團持續深化集團版「會員日」運營，沿用原有積分禮遇規則，進一步鞏固會員消費粘性，全年會員日活動累計帶動會員銷售額持續增長。



## 煥新品質服務

### 資訊科技系統管理

為降低對人工的依賴、提升整體運營競爭力，本集團積極引入技術手段，推進核心業務運營的數智化轉型，依託科學資料分析制定業務戰略，通過技術賦能實現動態管理過程的數智化與視覺化，提升運營效率與決策科學性。

本集團以高效數字工具驅動敏捷商業創新，在會員運營、商戶經營、資料管理等核心領域實現數智化升級：會員運營方面，通過智慧行銷工具、自營線上零售商城、「一雲多端」矩陣化部署，試水品牌聯域行銷，實現從「流量」到「留量」的轉化，突破消費轉化新高度；商戶經營方面，通過數智化平臺工具「星管家」商戶服務平臺，簡化服務流程、提升服務效率，重塑數智化商戶服務新範式；資料管理方面，依託完善的業務洞察工具、持續迭代優化的資料整合能力、移動端BI平臺工具搭建，實現資料高效利用，持續完善資料管理體系：

- COCO Club會員服務系統(會員管理類)：主要用於管理會員資訊，搭建會員線上互動平臺，強化集團與會員之間的溝通聯動，提升會員體驗與粘性；
- 星河智慧iPOS系統(銷售收銀系統)：負責處理租戶銷售業務、記錄銷售資料、累計會員積分及每日銷售資料對賬，採用自動化、便捷化的移動支付方式，有效提升支付效率與客戶消費體驗；
- 資產租賃系統(租戶合約管理類)：提供租賃合約全流程管理服務，記錄合約相關安排，便捷集團與租戶之間的溝通協作，提升租賃管理效率；
- BI系統(商業智慧類)：通過預設分析模型，向智慧運營資料中心提供各類核心運營資料，為管理層決策提供資料支撐；
- 星管家(租戶服務類)：為租戶提供全流程運營服務，實現服務過程的資料化、智慧化，提升租戶服務品質；未來，集團將持續深化租戶服務，實現租戶全場景服務覆蓋，運用智慧科技推動租戶可持續發展。



## 煥新品質服務

### 負責任營銷與宣傳

本集團秉持高度的企業社會責任，對所有產品及服務的行銷宣傳活動進行嚴格監管與審核，確保各項工作符合宣傳及標籤相關適用法律法規，踐行負責任品牌理念。2025財政年度，集團在為客戶提供公平、透明的產品及服務資訊方面採取多項舉措，具體如下：

- 嚴控廣告投放：建立嚴格的廣告投放審核機制，明確審核標準與流程，確保所有廣告內容真實、準確，不誇大產品功能、不誤導消費者；廣告投放前，由專門審核團隊對廣告文案、圖片、視頻等素材進行多輪審核，確保符合相關法律法規及公司內部標準。
- 規範物料審核：針對宣傳冊、海報、線上宣傳頁面等各類宣傳物料，設立詳細的審核流程，安排專人負責審核內容準確性、資料可靠性及設計合規性，確保宣傳物料能夠真實、客觀地展示產品與服務資訊，杜絕虛假宣傳。
- 堅守信息底線：建立完善的資訊回饋機制，鼓勵員工及客戶對發現的不準確資訊及時回饋；對於回饋的問題，集團將快速核實、及時修正，確保所有對外發佈的資訊真實可靠，築牢負責任品牌形象。確保所有合作及宣傳活動中資訊披露透明、誠信，例如在與KOL合作過程中，要求KOL公開、真實披露與集團的付費合作關係，維護與受眾之間的信任，踐行誠信經營理念。
- 強化品牌引領：聚焦品牌引領行動，通過提前介入新聞策劃、突出造勢抓好新聞宣傳、聚焦價值提煉核心文化等方式，營造積極向上的發展氛圍，深化品牌化建設，提升品牌影響力。
- 完善機構建設：強化品牌工作「一把手」工程，加大人才儲備與資金保障力度，確保品牌建設擁有充足的資源支持，提升品牌管理效率，統籌推進品牌高品質發展。
- 推進專項行動：突出「品牌價值創造」核心，主動創新、積極探索，凝心聚力開展主題宣傳活動，鞏固品牌引領成效，持續提升品牌價值與社會影響力。
- 深化責任合作：積極參與各類社會責任相關合作，與秉持可持續發展、包容性、心理健康等契合集團價值觀的KOL開展溝通合作，提升品牌社會責任形象；此類合作不僅提高了受眾參與度，也進一步塑造了集團負責任的企業形象。



## 煥新品質服務

### 至誠服務

本集團始終將服務品質置於經營發展的首要戰略位置，深信全鏈條、體系化的品質管控是保障業務行穩致遠、實現長效可持續發展的核心基石，為此集團營運管理部專項設立專業品質監控團隊，全面統籌全業務運營環節的品質管理工作，既全程監督業務運營全流程的品質落地情況、嚴守既定品質標準，也負責統籌搭建標準化的內部管理政策與運營程式體系，並對相關標準與制度的執行情況開展全週期常態化監察。

同時，集團已建立起一套完善閉環的服務品質監控制度，配套多套覆蓋全業務場景的標準化內部政策與執行流程，明確要求全體僱員及合作分包商須在每一輪定期檢查完成後規範填妥檢查清單，詳實記錄物業狀況觀測結果與最新動態資訊，以全流程可追溯、全環節嚴管控的管理機制，切實將品質管控要求貫穿業務運營的每一個環節，為集團高品質發展築牢堅實的品質根基。

#### 案例：廣州南沙星河COCO Park提貨卡運營品質管控

針對廣州南沙星河COCO Park星河提貨卡操作培訓及營運管理工作，集團依託營運管理部專業品質監控團隊，搭建專項標準化操作與培訓體系，全程監督提貨卡髮卡、核銷、客戶諮詢及異常處置全流程規範落地，嚴格執行閉環品質監控制度，督促崗位員工按期填寫操作檢查清單、詳實留存業務台賬與培訓記錄，實現全環節可追溯、嚴管控，既嚴守預付卡相關法律法規要求、防範合規風險，又以體系化品質管控夯實服務品質，切實將集團全鏈條品質管理戰略落到實處，保障商業項目運營穩健有序。



廣州南沙星河COCO Park  
星河提貨卡操作培訓



## 煥新品質服務

### 客戶溝通與反饋

本集團始終秉持「星河精品，至誠服務」的核心服務理念，憑藉專業化商業地產運營管理體系，持續為客戶帶來高品質、精細化的服務體驗。在日常運營管理中，我們主動聆聽並高度重視各類客戶反饋，以客戶需求與滿意度為核心導向，持續優化服務品質。

#### 多元化客戶反饋渠道

1. 客戶服務中心現場回饋

2. 各購物中心專屬服務熱線及400全國統一服務熱線

3. 集團官方社交媒體帳號回饋渠道

客戶回饋及投訴範圍涵蓋多方面內容，包括但不限於租戶提供的服務品質、租戶所售商品品質、購物中心整體服務水準、場內設施設備運行狀況、物業管理服務細節，以及客戶提出的建設性意見與表揚等。為實現客戶回饋的規範化、高效化管理，集團專門搭建了客戶回饋及投訴全流程管理系統，制定了統一適用的內部管理政策與標準化處理流程，對客戶回饋及投訴進行全面記錄、及時回應，並同步跟蹤客戶對處理結果的評價情況。上述內部政策與處理流程已全面覆蓋集團所有經營項目，確保服務標準統一、管理規範有序。

#### 2025年度客戶滿意度調研

2025財政年度，本集團持續完善客戶滿意度管理機制，針對2024年調研中識別出的重點訴求，積極推進相關優化工作。通過系統性整改與服務提升舉措，2025年商戶及顧客整體滿意度均較上年有所提高，反映集團在回應利益相關方期望方面取得積極進展。未來，集團將持續聆聽客戶聲音，聚焦體驗痛點，不斷提升運營品質與服務水平。



## 煥新品質服務

在各購物中心運營過程中，專職客戶服務人員負責全面記錄客戶的投訴與建議，在每一項客戶訴求處理完畢後，主動與客戶進行跟進回訪，收集客戶對服務過程及處理結果的評價，持續優化服務細節。若客戶回饋或投訴無法即時解決，客戶服務主管將第一時間向上級管理層彙報，建立專項跟進機制，定期同步問題解決進度，確保所有訴求得到妥善處置。

報告期內，本集團通過客戶服務中心現場回饋、400全國統一熱線、各購物中心櫃檯電話等多元管道，累計接收客戶投訴892起，所有投訴均已完成閉環處理，處置閉環率達100%。未來，本集團將持續維護、優化客戶溝通管道，主動收集客戶各類意見建議，高效處置客戶投訴，定期對客戶投訴情況及服務品質進行複盤調研，不斷完善客戶服務管理制度與流程，持續提升客戶服務水準與客戶滿意度。

### 信息安全與隱私保護

基於本集團業務特性，運營過程中會接觸大量客戶、租戶個人資訊及會員資料。集團高度重視客戶權益與隱私保護，嚴格遵守監管規定，執行高標準安全保密要求，建立覆蓋資料全生命週期的管理體系，對資料提取、複製、傳輸、銷毀全流程實施嚴格管控。我們按崗位、職級及業務需求差異化分配資料存取許可權，與所有合作方均簽訂保密條款，對違規行為嚴肅追責。報告期內，集團未發生重大電腦系統及網路安全事故。

措施類型	防護措施
病毒防護	安裝並及時更新防毒軟件，定期開展病毒檢測與檢查。
系統安全	執行系統檢查、密碼政策、用戶授權認證、數據備份與復原等程序，保障用戶數據安全。
合規評估	由信息科技管理部對數字化平台定期評估，確保信息收集、存儲及使用符合內部政策與相關法律法規。



### 供應鏈管理

#### 負責任採購

本集團採購事務由採購管理部統一負責審閱各項採購申請，並呈報高級管理層審批。審批過程中，高級管理層依據《中華人民共和國招標投標法》及公司採購管理制度，綜合審視採購事項是否在年度預算範圍內、採購類型與具體內容、是否需要公開招標與競標、合作記錄、定價與品質篩選標準、服務範圍，以及環境及社會因素等多個維度，並在採購中優先選擇提供環保產品及服務的供應商。採購申請獲批後，由採購部門按規定開展招標及競標程序，並在招標文件中明確要求供應商產品符合國家及地方環保規定與相關標準，有國家標準的執行國家標準，無國家標準的執行行業標準，無國家及行業標準的則按供應商生產標準執行。招標與競標過程均以履約評估為基礎，公平篩選參標單位，確保全程公開、公平、公正。

本集團建立規範化的採購流程，首先組織競標團隊從不少於三名候選供應商中開展遴選，其後在採購程序中對供應商資料進行評估、審閱與收集，最終完成合約的草擬、審查、落實與批准。本集團堅持公平、公開、公正的競爭原則，在相互信任的基礎上與供應商建立長期穩定的合作關係，既重視與現有戰略供應商的長期合作，亦歡迎新供應商依法參與競標，並嚴格遵守《中華人民共和國招標投標法》等相關規定，確保各項採購活動合規開展。

本集團要求所有供應商切實履行企業社會責任，遵守相關法律法規、國際公約及合同約定。集團對賄賂及貪污行為實行零容忍，嚴禁供應商及合作方以任何形式進行利益輸送以獲取採購合同或合作機會。與此同時，集團對員工開展的採購活動實施嚴格監督，杜絕違反商業道德的行為，確保採購過程公開透明、公平公正，不存在歧視或不當優待。如發現員工與相關供應商存在利益關聯，將立即禁止其參與相關採購事項。本集團亦會定期檢視採購相關制度，持續優化並確保其有效運行。



## 煥新品質服務

### 供應商管理與監督

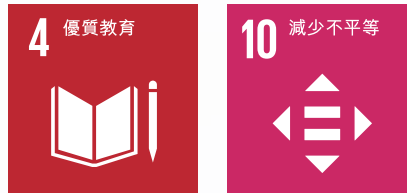
本集團制定《供應商管理作業指引》，對供應商實行規範化全流程管理。採購管理部每年開展供應商年度評價工作，綜合考量供應商背景、資質、行業聲譽以及所提供產品與服務的質量等維度，對供應商庫進行全面評估。對於連續多次表現未達標準的供應商，集團將予以除名，以此持續優化供應商資源結構，保障供應商隊伍的穩定性與可靠性，為集團經營發展提供堅實的物資與服務保障。

本集團將部分勞動密集型服務進行專業化分包，主要包括保安、清潔等服務，通過與專業分包商合作，有效提升服務效率與品質、控制經營成本，使集團能夠集中資源強化核心管理能力，進而提升整體經營效益。報告期內，集團與供應商未發生重大業務分歧，亦未出現對集團業務運營、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的情形。

2025財政年度，集團合資格供應商合共516間，其中位於中國大陸503間、中國香港13間，所有供應商均已通過集團規定的入選審核程序。



## 共築和諧社會



### 表現摘要

截至**2025年12月31日**，本集團的公益慈善及社區活動總投入為**860,100元**人民幣。

社會公益活動員工參與人數為**1,403人**。

社會公益活動時長達**176小時**。

本集團堅持傳承公益精神與人文關懷，長期深耕社會公益與社區共融事業，積極踐行企業社會責任。為此，我們制定《社區投資政策》，鼓勵員工主動參與社會實踐，緊扣社區需求開展多元公益活動，以實際行動為社區持續創造長期價值、貢獻愛與力量。

在商業項目運營中，集團搭建母嬰專屬服務體系，設立母嬰專用停車位、童車租借及母嬰安全響應機制，為母嬰群體提供貼心便利與安全保障。同時，集團持續強化商戶扶持，通過豐富主題營銷活動、一對一銷售提升服務及資源整合等舉措，助力商戶穩定經營、提升效益。圍繞環保減廢、綠色低碳、動物保護、文化傳承、社區關懷、法治科普、特殊群體關愛等方向，廣泛開展可持續市集、舊物循環、親子環保實踐、傳統文化體驗、流浪動物領養、反詐與法治宣導等活動，不斷傳遞綠色理念與人文溫度，構建和諧共融的社區生活圈。

### 公益攜手同行

本集團積極踐行企業社會責任，充分發揮自身資源與場域優勢，以實際行動回饋社會、助力社區發展。集團持續聯合各地公益機構、學校及社區組織，開展多元公益實踐活動，涵蓋流浪動物救助領養、青少年綠色環保實踐、資源循環利用推廣等多個領域，通過形式豐富的公益活動傳遞人文關懷與環保理念，同時帶動員工、社區居民及消費者共同參與公益行動，以集體力量增進民生福祉，樹立有溫度、有擔當的企業形象。



### 「不流浪」計劃

2025年10月25-26日，江陰星河COCO City聯合螢火蟲救助基地開展為期2天的「不流浪計劃」愛心貓咪領養活動，面向周邊社區宣導「領養代替購買」理念，吸引眾多愛心家庭及人士參與互動，提升公眾流浪動物保護認知。活動為成功領養者免費提供貓糧、貓咪餵食水碗，活動結束後還向基地捐贈一批貓糧，以物資支持流浪動物日常救助工作，踐行企業社會責任與人文關懷。



### 兒童環保服裝秀

2025年4月6日，中山天奕星河COCO City舉辦兒童環保服裝秀，孩子們身著由廢舊報紙、塑膠袋、紙箱等材料製作的創意服裝走秀，既打造了童趣滿滿的視覺盛宴，更以沉浸式體驗開展環保實踐教學，讓孩子直觀感受資源迴圈利用的意義，根植綠色環保理念。



### 濱江科技城小學毛線樹衣編織活動

2025年11月22日，江陰星河COCO City聯合濱江科技城小學開展毛線樹衣編織公益活動，以手工編織為載體為城市樹木禦寒，傳遞關愛自然、綠色環保的理念。活動中孩子在家長陪伴下動手創作，既鍛煉了動手與創新能力，更親身感受環保意義，樹立守護城市、愛護自然的責任意識與成就感。





### 和諧社區共建

為營造和諧共生、睦鄰友好的社區文化氛圍，本集團聯合各地社區打造多元社區人文活動，並持續創新活動模式，將法治科普、傳統文化、環保理念與鄰里互動有機融合，豐富社區居民的精神文化生活，全方位滿足不同年齡段居民的需求，構建社區共融、健康向上的生活氛圍，鑄就有溫度、有內涵的社區生活圈。

#### 以物傳情睦鄰共建親子跳蚤市集煥活閒置資源

2025年7月19日，嘉興星河COCO City聯合由拳社區舉辦「以物傳情睦鄰共建」親子跳蚤市場，設多品類閒置交易攤位，居民以以物易物、低價售賣形式盤活閒置物品。孩子們化身小掌櫃體驗買賣樂趣，現場同步開展出版物鑒別、資訊保護等知識科普，既培養孩子環保、社交與理財觀念，更深化社區睦鄰理念，打造有溫度的社區生活圈。



#### 法治生活節融商業與社區讓憲法精神走進生活

2025年11月30日，長水街道平安法治辦、由拳社區攜手嘉興星河COCO City，於商場中庭開展以「拳力守護美好展憲精彩生活」為主題的憲法日社區法治生活節。活動打破傳統普法模式，將法治宣傳與商業空間、社區生活深度融合，打造集趣味互動、便民服務、文化體驗於一體的普法陣地，通過法治遊戲打卡、非遺金箔法治手作、專業律師現場諮詢、安全知識集市等多元板塊，以互動體驗式形式向居民普及憲法、民法典及反詐、禁毒、消防等安全知識，同時聯動商戶提供配套服務，讓法治理念融入日常。





### 新春大聯歡多元活動營造濃濃年味

2025年1月10日，福安社區舉辦新春大聯歡活動，文藝表演薈聚舞蹈、合唱、快板、樂器合奏等多樣形式，福新小學學生、長青老齡合唱班等各年齡段居民同台展藝，呈現精彩新春盛宴。活動同步設置特色趣味遊園環節，打造古風對詩、特色油茶品鑒、寫春聯拓福等傳統民俗體驗，及漆扇製作、糖畫、套圈等趣味項目，讓居民沉浸式感受傳統年味，盡享新春歡樂。





## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
強制披露規定		
管治架構	<p>由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：</p> <p>(i) 披露董事會對環境、社會及管治事宜的監管；</p> <p>(ii) 董事會的環境、社會及管治管理方針及策略，包括評估、優次排列及管理重要的環境、社會及管治相關事宜(包括對發行人業務的風險)的過程；及</p> <p>(iii) 董事會如何按環境、社會及管治相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關連。</p>	<p>關於本報告</p> <p>可持續發展管理</p>
匯報原則	<p>描述或解釋在編備環境、社會及管治報告時如何應用匯報原則</p>	<p>關於本報告</p>
	<p>重要性：(i)識別重要環境、社會及管治因素的過程及選擇這些因素的準則；(ii)如發行人已進行利益相關方參與，已識別的重要利益相關方的描述及發行人利益相關方參與的過程及結果。</p>	
	<p>量化：有關匯報排放量／能源耗用(如適用)所用的標準、方法、假設及／或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。</p>	
	<p>一致性：發行人應在環境、社會及管治報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更(如有)或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	
匯報範圍	<p>解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所改變，發行人應解釋不同之處及變動原因。</p>	<p>關於本報告</p>



## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
「不遵守就解釋」條文		
A. 環境		
層面A1：排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	踐行低碳運營
指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	踐行低碳運營
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)。	踐行低碳運營
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)。	踐行低碳運營
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)。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營



## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
<b>層面A2：資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	由於本集團的業務性質，有關包裝材料事宜對本集團而言不適用。
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)。	踐行低碳運營
指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營
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。	由於本集團的業務性質，有關包裝材料事宜對本集團而言不適用。
<b>層面A3：環境及天然資源</b>		
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。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營
<b>層面A4：氣候變化</b>		
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。	踐行低碳運營
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。	踐行低碳運營



## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
<b>B. 社會</b>		
<b>層面B1：僱傭</b>		
<b>一般披露</b>	有關薪酬及解雇、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	堅持以人為本
<b>指標B1.1</b>	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。	堅持以人為本
<b>指標B1.2</b>	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	堅持以人為本
<b>層面B2：健康與安全</b>		
<b>一般披露</b>	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	堅持以人為本
<b>指標B2.1</b>	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	堅持以人為本
<b>指標B2.2</b>	因工傷損失工作日數。	堅持以人為本
<b>指標B2.3</b>	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。	堅持以人為本
<b>層面B3：發展及培訓</b>		
<b>一般披露</b>	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。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。	堅持以人為本
<b>指標B3.1</b>	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。	堅持以人為本
<b>指標B3.2</b>	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	堅持以人為本



## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
<b>層面B4：勞工準則</b>		
<b>一般披露</b>	有關防止童工或強制勞工的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	堅持以人為本
<b>指標B4.1</b>	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	堅持以人為本
<b>指標B4.2</b>	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	堅持以人為本
<b>層面B5：供應鏈管理</b>		
<b>一般披露</b>	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	煥新品質服務
<b>指標B5.1</b>	按地區劃分的供應商數目。	煥新品質服務
<b>指標B5.2</b>	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、以及有關慣例的執行及監察方法。	煥新品質服務
<b>指標B5.3</b>	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。	煥新品質服務
<b>指標B5.4</b>	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。	煥新品質服務
<b>層面B6：產品責任</b>		
<b>一般披露</b>	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： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	煥新品質服務
<b>指標B6.1</b>	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。	煥新品質服務
<b>指標B6.2</b>	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	煥新品質服務
<b>指標B6.3</b>	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	永續治理根基



## 附錄：香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》內容索引

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		披露位置或備註
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	煥新品質服務
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。	煥新品質服務
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a)政策；及 (b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	永續治理根基
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。	永續治理根基
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。	永續治理根基
指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	永續治理根基
層面B8：社區投資		
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。	共築和諧社會
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)。	共築和諧社會
指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	共築和諧社會



星盛商業

E-STAR COMMERCIAL