

2025

環境、社會及管治報告

喆麗控股有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

股份代號：2209

目錄

2	1 關於本報告
2	1.1 歡迎閱讀 麗二零二五年環境、社會及管治報告
2	1.2 報告框架
3	1.3 詰麗的概況
3	1.4 報告範圍
3	1.5 報告原則
4	1.6 利益相關者參與
6	2 重要性評估
6	2.1 重要性評估的方法
7	2.2 重要性矩陣和重要主題的優先次序
9	3 董事會聲明—我們對可持續發展的態度
9	3.1 董事會多元化
9	3.2 治理架構
11	3.3 風險管理
13	3.4 挑戰與機遇
14	3.5 氣候相關能力建設
15	4 主要ESG獎項
17	5 環境
18	5.1 排放
18	5.1.1 固體廢物處理
19	5.1.2 向水及土地排放
19	5.2 資源使用
19	5.2.1 能源管理
21	5.2.2 負責任的生產
22	5.2.3 節約用水
23	5.2.4 數碼創新
24	5.3 環境及天然資源
25	6 社會
25	6.1 僱傭
29	6.2 健康與安全
29	6.2.1 安全至上
31	6.2.2 傳染病應對
31	6.3 發展及培訓
33	6.4 勞工準則
34	6.5 供應鏈管理
36	6.6 產品責任
36	6.6.1 品質為先
39	6.6.2 客戶服務
43	6.6.3 網絡安全及個人資料保護
46	6.6.4 保障知識產權
49	6.7 反貪污
51	6.8 社區投資
54	7 氣候
54	7.1 氣候策略
54	7.1.1 時間範圍
54	7.1.2 氣候情境分析
58	7.1.3 風險與機遇識別
58	7.1.4 應對氣候變化的韌性
61	7.1.5 財務影響
62	7.2 指標與目標
62	7.2.1 指標
65	7.2.2 目標
66	8 回饋意見
67	香港聯合交易所有限公司：環境、社會及管治報告守則內容索引表

1 關於本報告

1.1 歡迎閱讀喆麗二零二五年環境、社會及管治報告

本報告為喆麗控股有限公司(「**喆麗**」或「**本公司**」，連同其附屬公司，統稱「**本集團**」)(股份代號：2209)自二零二一年上市以來的第五份環境、社會及管治(ESG)報告。當中涵蓋本集團的可持續發展方針及政策，並針對ESG及氣候相關風險及目標檢討其表現與策略。本ESG報告的英文版本已於我們的網站(<https://www.yesasiaholdings.com>)及香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)網站(<http://www.hkexnews.hk>)刊發，且須與二零二五年年報及其所附企業管治報告一併閱讀。

1.2 報告框架

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

- 本ESG報告乃根據聯交所發佈的新ESG報告守則的披露要求而編製。我們遵守一系列的強制性披露要求，在報告中加入本公司董事會(「**董事會**」)的明確聲明，說明董事會對ESG事宜的考慮，以及對我們的管治結構和對管理環境和社會風險的描述。為優先處理就「不遵守就解釋」規定的報告，我們根據守則的環境及社會層面進行重要性評估。
- 內容索引載於本報告結尾「聯交所ESG報告守則：索引表」一節。
- 本報告乃按照國際財務報告可持續披露準則(IFRS)第2號氣候相關披露及聯交所發佈的新氣候相關披露要求編製。本報告遵守守則中概述的所有強制性披露規定及「不遵守就解釋」條文，包括披露有關本集團氣候相關表現、風險、機會及政策的資料。
- 本報告亦參考聯合國可持續發展目標(UN SDG)經挑選披露或部分內容。

1.3 喆麗的概況

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

我們的主要業務活動可分為兩個業務分部：

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

我們的公司總部位於香港新界葵涌葵昌路100號KC100 5樓。截至二零二五年十二月三十一日，我們在香港租賃十處物業、在南韓租賃四處物業、在日本及德國各租賃一處物業。我們並不擁有任何物業。我們租賃的物業主要用作辦公室及倉庫，以及向外部客戶提供物流服務。

1.4 報告範圍

本ESG報告概述本集團於截至二零二五年十二月三十一日止財政年度(「**報告年度**」)的可持續發展方針、政策、表現和策略，與本公司年報的內容一致。除另有說明者外，資料及數據乃收集自本集團以下四個營運場所／地點(涵蓋採購、產品貿易、物流及倉庫服務活動以及投資控股活動)：

- (i) 於香港的辦事處和倉庫；
- (ii) 於日本的辦事處；
- (iii) 於南韓的辦事處、倉庫及展廳；及
- (iv) 於德國的工作站。

於報告年度，這十六處設施／場所指喆麗的所有經營地區和附屬公司。

1.5 報告原則

本報告的編製遵循重要性、定量、平衡及一致性的報告原則。

(i) 重要性

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

(ii) 定量

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

(iii) 一致性

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

(iv) 平衡

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

1.6 利益相關者參與

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

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

二零二五年環境、社會及管治報告

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

利益相關者	主要溝通渠道
僱員	<ul style="list-style-type: none">• 內聯網及電子郵件• 匿名投訴及反饋意見• 普查• 定時績效審查• 全體員工大會
供應商	<ul style="list-style-type: none">• 本公司網站及社交媒體• 以電子郵件、書信及短信應用程式進行通訊• 定期會議
客戶	<ul style="list-style-type: none">• 本公司網站及社交媒體• 客戶意見調查• 以電子郵件進行查詢• 產品評級
社區	<ul style="list-style-type: none">• 本公司網站及社交媒體• ESG報告
股東	<ul style="list-style-type: none">• 本公司網站• 年報、中期報告及致股東之通函• 與股東舉行股東大會• 投資者會議• 新聞發佈及公告

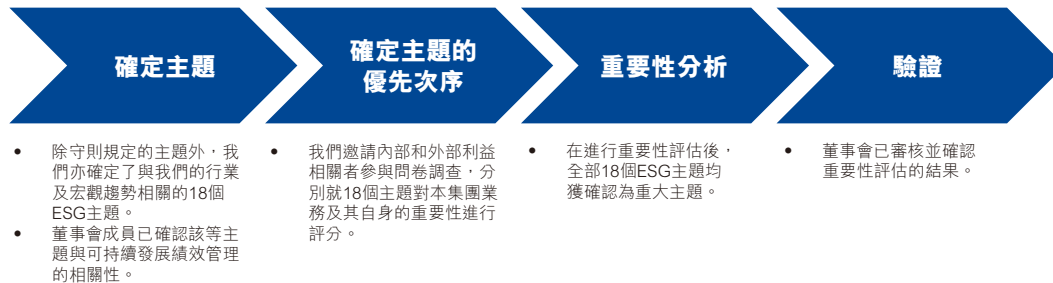
2 重要性評估

2.1 重要性評估的方法

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

在進行重要性評估時，我們直接與利益相關者接觸，以識別與業務相關性最大且對我們的利益相關者具有重大影響的事宜並確定其優先級。為了確保外部利益相關者樣本的代表性，我們邀請客戶和供應商等長期合作夥伴參與，而他們對年度創收和運營成功方面具有重要意義。我們的內部利益相關者包括對環境和氣候相關事宜有所認識，並對我們的主要業務和相關行業有良好了解的員工。我們開展了一項為期四週的網上調查，並在確保利益相關者匿名和保密的情況下進行。我們邀請了170個利益相關者，包括董事會、僱員、客戶、供應商／承包商及內容創作者，就18個可持續發展主題對整體業務運營的重要性進行評分。此外，我們亦尋求反饋，了解靚麗的可持續發展績效如何影響或塑造彼等與我們的業務關係。

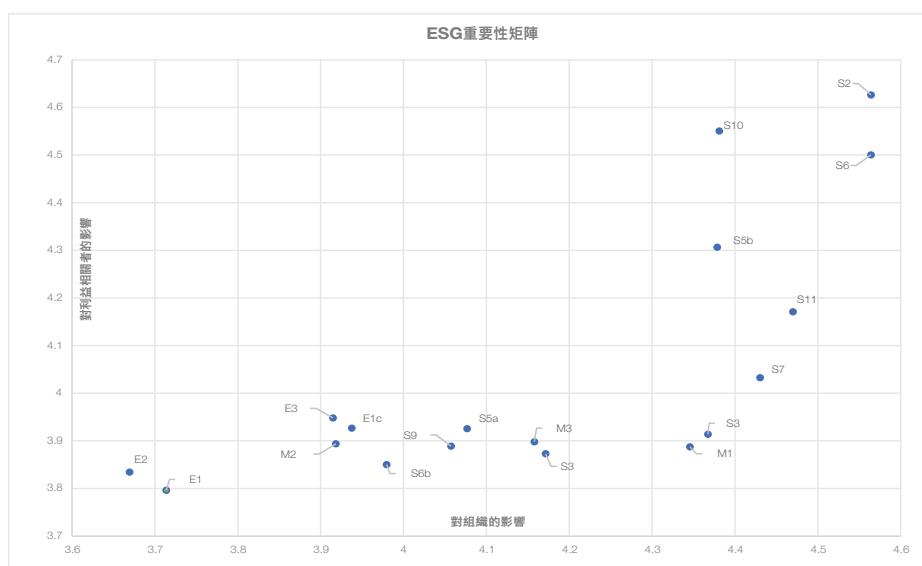
我們利用調查結果繪製重要性矩陣，以反映所識別各項ESG主題的相對重要性以及與業務成功及運作的相關性。結果顯示外部和內部的利益相關者認為全部主題對業務而言均屬重要且為關鍵披露內容。



2.2 重要性矩陣和重要主題的優先次序

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

重要性分析的結果有助於確定更重要的ESG主題。平均加權評分在4.02分或以上的主題獲確定為最重要的ESG主題。ESG主題的優先次序亦為未來的ESG策略及風險管理奠定基礎。



ESG主題

- E1 能源管理
- E2 減輕溫室氣體排放及氣候變化
- E3 負責任的生產
- E4 固體廢物處理
- S1 反競爭行為
- S2 關懷社區
- S3 全方位培訓
- S4 企業治理
- S5 客戶服務
- S6 資訊安全及個人資料保護
- S7 僱員待遇及福利
- S8 採購與供應鏈管理
- S9 保障智慧財產權
- S10 品質為先
- S11 安全至上
- M1 數碼創新
- M2 綠色物流發展
- M3 傳染病應對

利益相關者評估認為屬重要披露內容的十大披露主題

評級	ESG主題	ESG層面
1	S7 僱員待遇及福利	社會
2	S11 安全至上	社會
3	S6 資訊安全及個人資料保護	社會
4	S10 品質為先	社會
5	S2 關懷社區	社會
6	S1 反競爭行為	社會
7	S8 採購與供應鏈管理	社會
8	M3 傳染病應對	宏觀趨勢
9	M2 綠色物流發展	宏觀趨勢
10	S3 全方位培訓	社會

在我們的ESG政策發展及ESG管理方法的資源分配中已經考慮到最重要的主題。在編撰本報告時，資料以相關重要主題的方式呈列，以回應利益相關者的要求及期望。是項分析(利益相關者參與及重要性評估)符合聯交所的要求，並展示在編製報告內容時應用四大報告原則。為了確保報告結構的一致性，並強調完全遵守有關的披露義務，我們在下表中列出與聯交所定義的C部分：「不遵守就解釋」條文中的11個社會及環境層面以及D部分：氣候相關披露中的氣候層面相關聯的18個ESG主題：

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

3 董事會聲明－我們對可持續發展的態度

本集團的目標是確保整個營運過程的問責制及透明度。我們致力於遵循企業治理守則規定的高標準企業治理。我們自豪地報告，我們於二零二五年完全遵守企業治理守則的規定，惟有關偏離建立內部審核職能的守則條文第D.2.5條除外。

3.1 董事會多元化

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

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

我們重視在各個層面(包括董事會)實現性別、年齡、文化及教育背景、知識及專業經驗的多樣性的承諾。截至二零二五年十二月三十一日，我們的董事會由八名男性及一名女性成員組成，女性佔比為11%，從而能全面監督靚麗的ESG表現、管理方針及策略。

3.2 治理架構

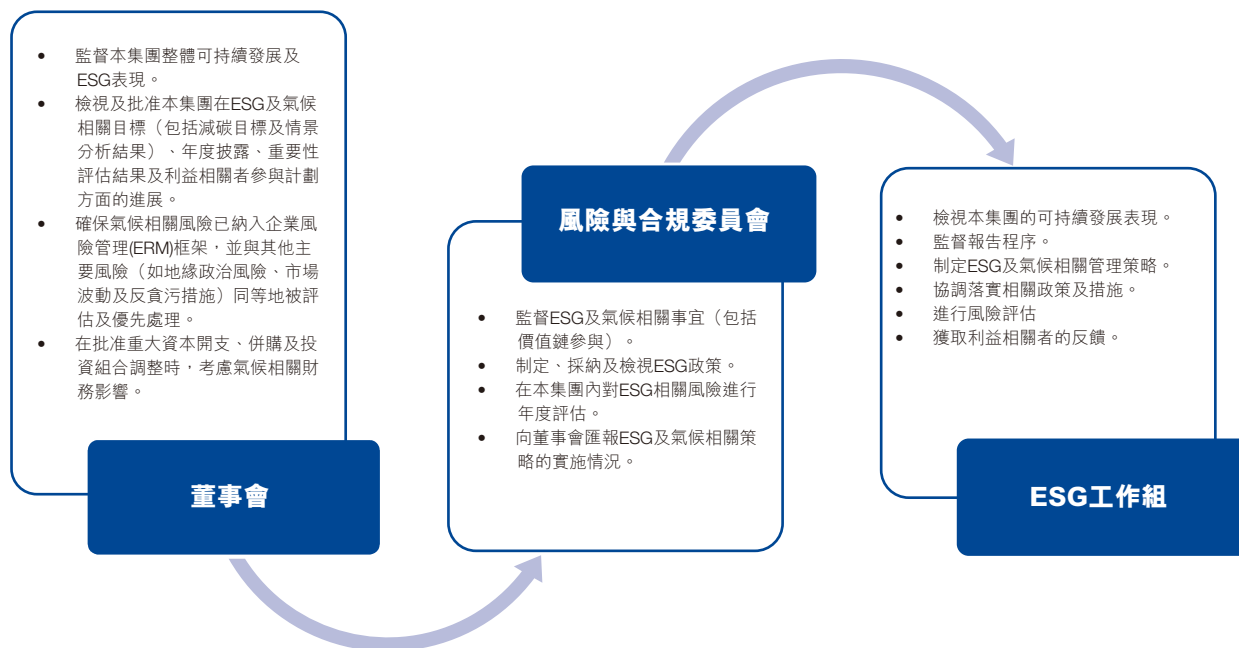
董事會是本集團負責氣候相關風險與機會的最高層級機構。其監督氣候相關事宜的識別、評估、管理及披露，以確保氣候考量完全融入本集團的長期業務策略及可持續發展目標。董事會認為，在業務營運及策略中考量氣候變化應對至關重要，此舉為管理氣候相關風險奠定基礎。董事會亦持續監察更廣泛的ESG事宜，確保營運符合適用的當地法律法規，保障本集團及其利益相關者的利益，並提升企業聲譽及品牌價值。董事會每年均會檢討企業管治政策及企業管治守則的遵守情況，恪守「不遵守就解釋」原則。上市後，本集團將在年報中全面報告此等實踐。董事會將定期評估將氣候表現指標納入薪酬政策以提升激勵效用的適用性及可行性。

本集團在董事會下設立若干委員會，包括審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。此外，我們亦成立稅務委員會及風險與合規委員會，以加強我們的企業治理實踐。該等委員會在監督企業治理的各方面並確保遵守相關法規方面發揮重要作用。經審核本集團業務的規模、性質及複雜程度，董事會認為並無即時需要在本集團內設立內部審核職能，並將由董事會直接負責本集團的內部控制並檢討其有效性。此外，我們欣然報告，於報告年度內，並無任何與貪污行為有關的訴訟個案，亦無對本集團或員工提起訴訟。

董事會將責任授予風險與合規委員會(「**委員會**」)，其由劉國柱先生、朱麗琮女士及朱健恒先生(均為執行董事)組成，負責檢討、監察及管理本集團的ESG及氣候相關事宜，並支持董事會監督相關政策、策略及風險管理常規。為了引領這項工作，在委員會下成立了一個工作組，成員由喆麗各團隊的管理人員組成，包括產品、物流及倉庫、人力資源、資訊科技及客戶服務以及財務及會計。工作組為負責審查本集團可持續發展績效並監督報告程序的主要工作小組。

ESG資料通過上述委員會及工作組收集。其後，該等數據會被整合、分析並於ESG報告中披露。在董事會年度會議上，董事審閱ESG報告中所呈列的績效指標及氣候相關風險與機會，評估其與本集團業務策略及法規合規的一致性，並識別對本集團及其利益相關者而言屬重大的關鍵可持續發展議題，從而為適當的決策提供依據，並就改進範疇提供意見。如有需要，董事會及管理層會定期檢討及監察內部監控程序，以確保其有效性及效率。董事會明確識別及優先處理對本集團財務狀況、營運韌性及長期價值有重大影響的議題，包括：

- 氣候相關風險：實體風險(如極端天氣對供應鏈的影響)及轉型風險(如碳定價政策對投資組合的影響)；
- 其他重大ESG風險：勞工權益與員工福祉、反貪污及反洗錢、數據私隱與網絡安全、產品責任及客戶服務質量。

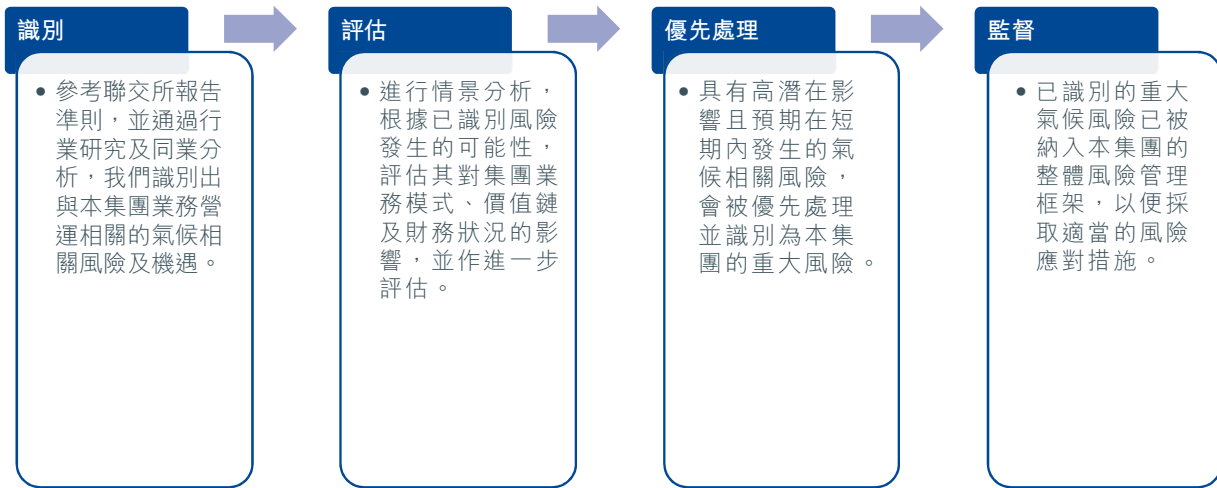


本集團的管治機構將氣候風險及機遇納入其策略監督及風險管理流程中，且在適用情況下，董事會及高級管理人員的薪酬待遇以及本集團的交易決定亦會考量氣候因素及指標，以強化管治激勵機制，並確保每項與風險及機遇相關的潛在交易均能被充分評估。

3.3 風險管理

本集團已建立全面的風險管理框架，根據年度重要性評估、利益相關者參與及氣候風險分析，系統性地定期識別、評估、監督及管理ESG及氣候相關風險。

氣候相關風險通過既定的管治架構及跨部門協作進行管理，採用定性與定量相結合的方法，以確保有效的風險控制並支持可持續的業務發展。已識別的氣候風險會根據其發生的可能性，以及對本集團業務模式、價值鏈及財務狀況的潛在影響作進一步評估。發生概率較高且對本集團有顯著影響的風險被歸類為重大風險。發生概率較低且影響微小的風險則被指定為低風險。評估後，風險會根據其對本集團的重要性及關聯性被優先處理。結果將提交予董事會、委員會及工作組審閱及監督，以確保本集團的可持續發展措施與長期股東價值保持一致。



本集團將繼續執行其既定ESG政策，以積極抓緊市場及綠色轉型機遇，同時嚴格控制營運成本，並加強其全面的ESG及氣候風險管理框架。董事會保留對以下決定的最終批准權：確定與可持續發展相關的行政人員薪酬和福利，選擇公司租賃物業(如辦公室及倉庫)的地點，以及制定中短期至長期業績目標。以下是董事會二零二五年的風險評估結果：

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

3.4 挑戰與機遇

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

本集團將進一步加強其內部監控及培訓計劃，涵蓋範疇包括氣候風險識別、國際財務報告可持續披露準則第2號披露規定及反貪污合規。該等措施將確保員工具備應對複雜的ESG及氣候挑戰的專業能力。

展望未來，董事會預期本集團的ESG及氣候策略將受以下主要趨勢影響，而相關積極措施已落實到位：

- 地緣政治因素：經濟波動及供應鏈重組將加劇氣候轉型風險。本集團將繼續拓展跨區域收入來源，以減輕地緣政治及貿易風險對營運表現的影響。
- 環境與氣候：全球淨零排放法規日趨嚴格。本集團已設定碳排放目標，承諾到二零五零年將範圍1至3的排放量在二零二五年水平的基礎上減少35%。本公司目前按要求披露相關資料，並正積極探討全面遵循國際財務報告可持續披露準則第2號氣候相關財務披露的時間表及可行性，包括量化在1.5°C及3°C情景下的財務影響。

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

為推動業務及利益相關者的長期正面價值，並確保管理團隊及行政人員對可持續發展作出貢獻，本集團將密切監察市場趨勢及氣候情景分析結果，以動態調整策略。例如，利用情景分析評估在1.5°C路徑下的轉型機遇。董事會將監督該等發展，並在二零二五年年報中披露情景分析結果及財務影響評估。更多詳情請參閱本報告「7.1氣候策略」及「7.2指標與目標」各節。

3.5 氣候相關能力建設

董事會整體具備有效監督本集團氣候相關風險，並就把握相關機遇提供策略指導所需的技能。除彼等的既有專業知識，我們亦認識到，通過持續學習及發展提升董事會的可持續發展能力至關重要。為此，董事會及管理團隊就ESG事宜(包括氣候相關風險的影響)持續進行知識分享。

為提升本集團各層級在氣候變化及可持續發展方面的專業知識及能力，我們致力於提供針對性的培訓計劃。於報告年度，我們參與由顧問組織的培訓課程，涵蓋聯交所新氣候披露規定等主題，以加強對更新後氣候標準的理解、詮釋及實施；並參與集團範圍的氣候風險管理培訓，以提升高級管理層及部門團隊的意識和理解。

這種結合內部培訓與外部協作的全面方針確保董事會及管理層能有效引領本集團的可持續發展策略。

4 主要ESG獎項

YesStyle.com Limited



企業義工—感謝狀
二零二四年六月
香港家庭福利會頒發



二零二五年度開心企業
二零二五年三月
香港提升快樂指數基金及香港中華廠商聯合會頒發



二零二五年新生力渠道獎
二零二五年三月
CIE頒發



「歡迎母乳餵哺」運動—感謝狀
二零二五年四月
聯合國兒童基金香港委員會頒發

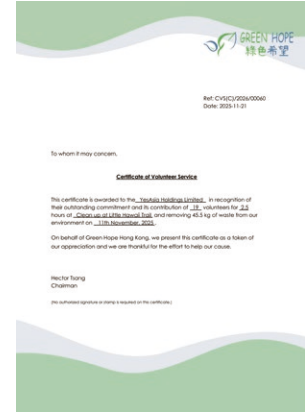
喆麗控股有限公司



HROnline員工體驗大獎2025—
最佳員工友善工作場所銀獎
二零二五年六月
Human Resources Online頒發



支持「饑饉一餐2025」—感謝狀
二零二五年九月
香港世界宣明會頒發



義工服務證
二零二五年十一月
香港綠色希望頒發



積金好僱主
二零二五年九月
強制性公積金及計劃管理局
頒發



二零二四／二五年度
「商界展關懷」標誌
二零二五年十二月
香港社會服務聯會頒發

5 環境

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

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

作為電子商務行業的從業者，我們的業務性質並不涉及製造，我們的業務並非環境污染的主要來源。因此，我們不涉及任何直接空氣排放、廢水排放、噪音排放及大量廢物產生。因此，我們目前尚未設定排放目標，但將持續監察本集團業務營運對環境造成的影響，並於適當時候制定排放目標。我們並不知悉有任何相關的環境法律及規例會對我們的業務造成重大影響。我們已遵守所有適用ESG相關規例，確保我們的營運符合環境標準。此外，由於我們並無與不合規事項相關的整改費用，我們並無產生任何直接ESG合規成本。

5.1 排放

ESG主題的相關層面：固體廢物處理、向水及土地排放
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



我們與外部運輸車隊合作，將貨物從供應商運送至我們的倉庫，並最終送達消費者手中。本集團優先考慮與認同我們可持續發展目標，並積極減少其營運對環境造成影響的物流服務供應商合作。我們挑選展現出高度環境管理的合作夥伴，特別是採取措施以降低運輸車隊(包括運送我們存貨進出倉庫的貨車)所造成的空氣污染及直接溫室氣體排放的供應商。該等供應商使用環保商用車輛，相較傳統貨車，其污染物排放量較低，並符合環境保護部門批准的標準。

此外，我們正將液化石油氣叉車更換為電動叉車，此舉使氮氧化物排放量大幅減少68%，有助營造更清潔、更安全的工作環境。

	二零二五年	二零二四年
空氣污染物		
氮氧化物(千克)	56,819.93	180,169.74
硫氧化物(千克)	284.34	900.97
顆粒物(千克)	0	0

5.1.1 固體廢物處理

本集團的業務活動不涉及任何產品製造過程，且於報告年度內並無產生有害廢棄物。因此，期內並無向土壤或水源排放廢水的情況，亦無有害廢棄物產生數據可供報告。本集團將繼續監察營運變化，以確保持續符合環境標準及ESG期望。

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

5.1.2 向水及土地排放

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

5.2 資源使用

ESG主題的相關層面：能源管理、負責任的生產、節約用水、數碼創新
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



5.2.1 能源管理

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

本集團致力減少碳排放、節約能源及其他資源。我們採用顧及社會及環境需要的商業慣例，以實現可持續發展。在我們的營運中，我們已經採取改善能源效益的措施，包括將香港倉庫液化石油氣叉車更換為電動叉車，並謹慎規劃其使用，以優化能源使用。由第三方服務供應商運營的數據中心為我們間接溫室氣體排放的主要來源。儘管我們對數據中心能源使用的控制有限，但我們會定期檢視數據中心運營商的實踐。

我們辦公室和倉庫的用電，以及由第三方服務供應商運營的資訊科技伺服器所使用電力，是我們業務中能源消耗的主要來源。由於我們的業務營運並不涉及重大的製造活動，亦沒有廣泛使用機械及車輛，故本集團於本報告年度並未設定具體的能源消耗或用水效益目標。我們將繼續監察我們在此方面的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得重大時制定相關的績效目標。我們仍然致力於不斷改進能源管理實踐並探索進一步提高效率的機會。本集團於報告年度的電力消耗估算情況如下：

	消耗總量		按收益劃分的總強度 (按美元)		按勞動力劃分的總強度 (按人頭)	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
總計(兆瓦時)	2,694.09	1,756.67	5.38x10⁻⁶	5.08x10 ⁻⁶	4.35	3.38
間接能源消耗						
購買電力(兆瓦時)	2,513.47	1,652.53	5.02x10⁻⁶	4.78x10 ⁻⁶	4.06	3.18
直接能源消耗						
輕型貨車使用的柴油(升)	14,661.21	7,604.57	2.93x10⁻⁵	2.20x10 ⁻⁵	23.69	14.65
叉車使用的液化石油氣(「LPG」) (千克)	307.80	976	6.15x10⁻⁷	2.82x10 ⁻⁶	0.50	1.88

本集團於報告年度的耗電量(2,513,471.53千瓦時)較前一年(二零二四年：1,652,527.72千瓦時)增長52.10%，主要由於以下原因：

- 1) 於豐樹青衣物流中心推出第二個智能倉庫。增設自主移動機械人(AMR)令用電量上升。有關第二個AMR倉庫的詳情，請參閱5.2.4數碼創新。
- 2) 在南韓設立新倉庫。
- 3) 延長倉庫運作時間，以滿足香港及南韓B2B業務收益大幅增長所帶來的配送需求。

5.2.2 負責任的生產

本集團深知與存貨管理相關的環境風險及其對我們電子商務營運的影響。季節性因素、新產品推出、產品生命週期變化、定價壓力、產品缺陷以及消費者消費模式轉變等因素，均可能顯著影響對我們主要產品的需求，從而增加存貨過時、價值下降以及潛在撇減或撇銷的風險。為應對該等挑戰，本集團已建立以有效存貨控制和優化供應鏈管理為核心的穩健業務模式。

此方針的主要元素包括採用及時存貨策略，確保產品能在確切需要時供應，從而最大限度地減少過剩存貨和過時風險。本集團為高需求項目維持最佳存貨水平，以迅速滿足客戶需求，避免缺貨或延遲交付，同時利用先進的需求預測指導採購決策並動態調整存貨水平。客戶下單後，我們的自動化訂單管理系統會進行實時存貨檢查；倘香港倉庫無貨，系統會無縫地生成並向相關供應商發送採購訂單。

供應商隨後安排將產品運送至我們的香港倉庫、當地辦公室或指定的第三方轉運中心，所有貨物最終會集中到中央倉庫，以便有效地分銷至全球的零售及批發客戶。這種由實時存貨監控支持的背對背採購模式，進一步降低營運資金需求及過時風險。作為該等措施的補充，本集團已實施數碼化文件及紙張管理系統，以減少記錄保存產生的紙張廢棄物，同時配合及時採購策略，提升資源效益並遏制存貨過剩。

在包裝及配送方面，本集團通過最大限度地利用紙箱、膠箱、袋子、紙管、包裝及緩衝材料優先減少廢棄物，同時選擇尺寸合適的紙箱進行重新包裝，以適應不同產品的尺寸。該等措施共同彰顯了本集團對可持續存貨管理的承諾，將營運效率與環境責任相結合。

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

	消耗總量		按收益劃分的總強度 (按美元)	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
塑膠包裝材料(公噸)				
總計	487.22	337.70	9.73 x 10⁻⁷	9.77 x 10 ⁻⁷
香港辦公室及倉庫	487.22	337.61	9.73 x 10⁻⁷	9.77 x 10 ⁻⁷
日本辦公室	0.03	0.091	5.69 x 10⁻¹²	2.63 x 10 ⁻¹⁰
南韓辦公室	0	0	0	0
紙張包裝材料(公噸)				
總計	449.74	258.77	8.98 x 10⁻⁷	7.49 x 10 ⁻⁷
香港辦公室及倉庫	449.74	258.71	8.98 x 10⁻⁷	7.48 x 10 ⁻⁷
日本辦公室	0.003	0.056	6.17 x 10⁻¹²	1.62 x 10 ⁻¹⁰
南韓辦公室	0	0	0	0

5.2.3 節約用水

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

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

於報告年度，總耗水量與二零二四年(461.90立方米)相比增加了77.78%。這一增長受到了運營方面因素的影響，包括員工人數的增加、新倉庫及辦公室的運營，以及為滿足不斷增長的客戶需求而延長的營運時間。

	二零二五年	二零二四年
耗水量(立方米)		
總計	821.17	461.90
香港辦公室及倉庫	821.17	461.90
日本辦公室	0	0
南韓辦公室	0	0
按收益劃分的用水強度(立方米／美元)	1.64x10⁻⁶	1.34x10 ⁻⁶
按勞動力劃分的用水強度(立方米／人)	1.33	0.89

5.2.4 數碼創新

創新及技術是推動物流業發展及改進的關鍵因素。利用先進技術，本集團能夠適應客戶不斷變化的需求，並建立能夠應對快速變化市場動態的韌性供應鏈。此外，技術有助於簡化營運流程、優化效率並提高整個物流網路的整體績效。我們認識到科技在提供可持續解決方案及加速行業轉型方面的主導作用。本集團在採用新技術方面雄心勃勃，始終走在創新的最前沿，以改進我們的營運並為客戶提供卓越的服務。

機械人與自動化

於二零二二年，本集團在青衣嘉民領達中心啟動首個自主移動機械人(AMR)智能倉庫，配置了161個配備語音揀選技術的AMR，實現全天候運作。該設施能夠在訂單履行過程中無縫、準確地檢索商品，處理來自不同時區的訂單，自啟動以來準確率高達99.99%，每日處理能力提高2.3倍。

在此成功基礎上，本集團於豐樹青衣物流中心推出第二個智能倉庫，該倉庫與Geek+合作，配備了260個AMR，並整合了930個智能貨架單位。這兩個AMR賦能設施建立了亞洲最先進的電子商務物流網絡之一，鞏固了本集團在全球市場(包括美國、歐洲、拉丁美洲及中東)的競爭地位及增長。

此外，AMR能夠自動將貨物轉移給倉庫操作員，推動高效的履行流程，並將錯誤減至最低，從而提升整體生產力及訂單準確性。

供應鏈優化中的數碼創新

本集團已開發人工智能賦能的操作系統，該系統改變了網絡零售業的供應鏈管理。這個先進的人工智能平台匯集來自互聯網的消費趨勢及產品特徵見解，利用複雜的算法提供全面的市場需求分析，為戰略決策提供資訊。

除技術進步外，本集團通過多樣化的互動渠道積極與意見領袖互動，以加深對消費者偏好的了解。該等意見領袖直接與其受眾溝通，提供有關產品需求的寶貴實時反饋，該等反饋被系統地共享到整個組織，並整合到供應鏈決策中，以便快速進行設計及開發調整。

在根據該數據完善設計後，供應鏈會迅速響應，將產品原型發給意見領袖進行市場測試，確保在全面推出前能夠及早評估消費者反應並實施必要的改進。通過戰略性的預售安排，此方法最大限度地減少了超額存貨需求，降低了存貨過期及浪費的風險，且在響應速度方面優於傳統的網絡零售模式。

因此，本集團靈活的供應鏈促進了潮流產品的加速推出，推動業務擴張，同時在整個網絡零售業中推進可持續實踐。

5.3 環境及天然資源

ESG主題的相關層面：負責任的生產

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：

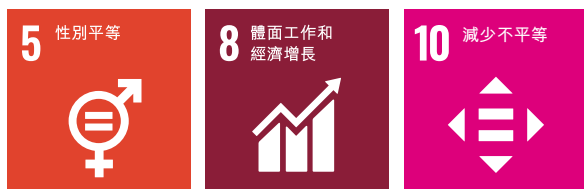


鑒於我們的業務性質，我們相信我們的業務營運對環境及天然資源的直接影響甚微。

6 社會

6.1 僱傭

ESG主題的相關層面：企業治理、僱員待遇及福利
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



作為我們人力資源策略的組成部分，我們提供具競爭力的薪酬待遇，包括基本薪金、浮動薪金、花紅及與業績掛鈎的其他福利。員工一經通過試用期便合資格收取酌情表現花紅及獲提供醫療保險。本公司確保遵守香港《強制性公積金計劃條例》，為合資格員工作出強制性公積金的定額供款(根據員工基本薪金的一定百分比作出)，協助員工進行退休儲蓄。

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

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

為營造積極的工作環境，管理層培養了以客戶為本的企業文化，重視尊重、尊嚴、團隊合作、創新及高品質工作。該等核心價值觀、員工發展計劃及激勵計劃深深吸引及激勵員工。我們確保員工所有公司事件、活動及政策更新均可供員工知悉。為促進團隊建設並創造積極的工作環境，我們在香港的辦事處舉辦各種活動，例如真人桌上足球比賽、任天堂Switch《煮糊了》錦標賽、慶祝愛心夥伴計劃圓滿落幕、參加2026渣打香港馬拉松、支持世界宣明會饑饉一餐行動。許多團隊員工在本集團長期任職，具有較高的滿意度及忠誠度。截至二零二五年十二月三十一日，高級管理人員及中層員工(助理經理級別或以上)的平均僱用年期分別為16年及9年。



慶祝YesStyle愛心夥伴計劃2025圓滿落幕的午後派對



《大亂鬥》(Chop Till You Drop) – 任天堂Switch《煮糊了》錦標賽



真人桌上足球比賽



2026渣打香港馬拉松



世界宣明會饑饉一餐

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

南韓業務開發團隊

除了在南韓、日本及香港的當地產品團隊外，我們認識到支持業務運作及在南韓市場保持強大影響力的價值和重要性，並在韓國產品團隊旗下設立業務開發部門。該專門團隊藉著與現有及潛在供應商建立及保持積極的關係，收集有價值的反饋意見，增強南韓產品團隊的採購能力。團隊成員精通韓語，對南韓市場有深刻的了解。憑藉彼等的專業知識，我們能夠有效地適應當地商業環境，並為本集團尋覓戰略機遇。於報告年度，我們在中國新設立本地產品團隊，以支持通過天貓平台的銷售。我們將繼續投資於該團隊的專業發展，並為其提供必要的資源，以確保成功推進業務增長。

截至二零二五年十二月三十一的員工流動率及人數如下：

	人數		流動率 ¹	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
總計	619	520	11.3%	13.3%
性別				
男性	178	155	10.1%	11.6%
女性	441	365	11.8%	14.0%
僱傭類別				
全職	606	502	9.4%	10.0%
兼職	13	17	84.6%	47.1%
定期／合同	0	1	不適用 ²	200.0% ³
學徒及實習生	0	0	0%	100.0% ⁴
年齡組別				
16-24	46	55	34.8%	50.9%
25-34	296	226	12.5%	14.6%
35-44	134	114	10.4%	7.0%
45-54	116	102	1.7%	0%
55-64	27	23	3.7%	0%

¹ 流動率=子類別辭職員工人數／子類別員工總數x100%

² 於二零二五年底並無定期／合同員工，但有1人辭職。

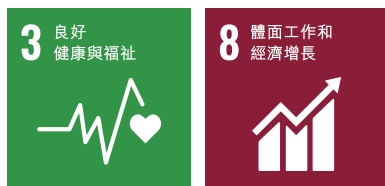
³ 有2名合同員工加入本公司，但於二零二四年底辭職，因此流動率超過100%。

⁴ 有8名實習生加入本公司，但於二零二四年底辭職。

	人數		流動率 ¹	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
地理區域				
香港	506	473	11.1%	13.7%
日本	7	6	0%	16.7%
南韓	76	26	15.8%	7.7%
德國	12	4	16.7%	0%
英國	11	9	0%	0%
中國	7	2	0%	50.0%
員工級別				
高級管理層	38	35	0%	0%
中級管理層	175	135	5.1%	5.2%
一般員工	406	350	15.0%	17.7%

6.2 健康與安全

ESG主題的相關層面：安全至上及傳染病應對
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



6.2.1 安全至上

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

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

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

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

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

保單

我們根據香港總部位置及主要營運場所投購以下保單：

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

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

二零二五年環境、社會及管治報告

於報告年度，一名員工在裝卸區協助固定貨物時不幸從裝卸台墜下，因工傷而損失工作日數17.5天。我們已向員工賠償保險公司申報該個案，並向相關人員作出賠償。

	二零二五年	二零二四年	二零二三年
與工作有關的死亡人數及比率	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
因工傷而損失的日數	17.5	10	92

6.2.2 傳染病應對

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

6.3 發展及培訓

ESG主題的相關層面：全方位培訓

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



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

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

於整個年度，有599名員工參加培訓項目，累積逾4,330個培訓小時。這反映出我們投資於員工成長及發展的承諾。下表載列於報告年度員工參加培訓的比例及所完成平均培訓時數：

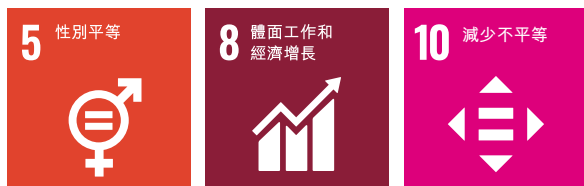
	員工培訓百分比 ⁵		員工平均培訓時數 ⁶	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
總計	96.8%	100%	2.83小時	2.07小時
性別				
男性	22.0%	29.8%	6.59小時	2.95小時
女性	78.0%	70.2%	7.41小時	2.43小時
按員工類別				
高級管理層	8.7%	15.3%	3.25小時	3.02小時
中級管理層	30.7%	26.5%	3.29小時	3.13小時
一般員工	60.6%	58.2%	2.54小時	1.34小時

⁵ 子類別培訓員工人數／培訓員工總數x100%

⁶ 子類別員工培訓總時數／子類別培訓員工總數

6.4 勞工準則

ESG主題的相關層面：僱員待遇及福利、公平招聘
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



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

	二零二五年	二零二四年
員工總數	619	520
男性	178 (28.8%)	155 (29.8%)
女性	441 (71.2%)	365 (70.2%)

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

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

我們的程序及政策倡導保護人權，並明確聲明我們的業務中杜絕一切形式的童工及強迫勞動。該等原則已藉入職培訓課程及員工手冊明確傳達給員工。我們會對僱傭實踐進行年度審查以確保合規性，包括進行盡職調查以識別使用童工或強迫勞動的情況。如果發現任何此類不良行為，我們將立即採取行動進行糾正並實施系統性改進。我們保證不強迫員工違背其意願工作，不強制工作，或遭受與工作相關的脅迫。本公司嚴禁招募童工或強迫勞動，一旦發現有任何涉及此類行為的員工，將立即予以解僱。

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

6.5 供應鏈管理

ESG主題的相關層面：採購與供應鏈管理
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



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

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

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

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

二零二五年環境、社會及管治報告

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

按地理區域及類別劃分的供應商⁷

於二零二五年，我們主要從亞洲及北美的品牌擁有人及經銷商直接或透過第三方電子商務平台採購產品。我們的主要產品供應商位於日本、南韓及中華人民共和國(「中國」)。於報告年度，按地理區域劃分的供應商數目及已實施與委聘供應商有關的常規之供應商數目如下：

	二零二五年	二零二四年
總計	25,089	17,380
地理區域		
香港	150	126
日本	147	103
南韓	475	354
中國	24,243	16,755
亞洲(上述以外地區)	54	35
美洲	11	6
歐洲	9	1
評估基準		
新供應商	7,281	7,422
已評估新供應商	7,281	7,422
已評估現有供應商	17,808	9,958

⁷ 就本關鍵績效指標(B5.1及B5.2)而言，只考慮產品供應商。

6.6 產品責任

ESG主題的相關層面：客戶服務、品質為先、資訊安全及個人資料保護、保障智慧財產權
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



6.6.1 品質為先

產品品質監控

本集團維持嚴格的產品質量標準，以確保客戶滿意度並將營運干擾降至最低。嚴格的供應商甄選流程會根據全面的市場數據、客戶反饋及獨立評論來評估供應商，以確認其聲譽、可靠性及品牌誠信。

我們的供應商對確保其提供產品的品質負全部責任。如收到有缺陷的產品，我們保留酌情退回產品的權利，以盡量減少我方的潛在損失。在香港相關法律及法規的允許範圍內，我們通常不就我們銷售的產品提供保證(包括適銷性或特定用途適用性的保證)。然而，如果我們的供應商就材料或工藝上的缺陷提供保證，我們可酌情協助客戶將產品運送予相關供應商進行維修或更換。

產品支持及營運團隊與供應商緊密合作，迅速處理任何質量問題。收到貨物後，會進行徹底檢查(包括隨機抽樣)，以識別缺陷或損壞，並核實是否符合既定標準。每件產品均貼上條碼，並連接至我們的存貨管理系統。

在交付給客戶之前，物流團隊會仔細將每個包裹與系統中的訂單記錄進行核對，每件產品均會經過掃描，以確認規格及數量與客戶要求完全相符，從而保證營運的準確性及可靠性。

二零二五年環境、社會及管治報告

與所提供的產品和服務有關的健康與安全事項

我們要求上游供應商確保其產品符合歐盟化學品註冊、評估、授權及限制(REACH)的規定。本集團的時裝、生活時尚產品及娛樂產品通常並無具體的到期日或明確的產品生命周期。具有指定有效期的美容產品通常有自生產日期起計兩至三年的保質期，有助於有效的存貨管理及產品新鮮度保證。為確保含有化學品的產品的安全，我們要求供應商提供測試報告或證書。如無相關文件，我們會自行全面評估產品成分，以確保不含有害化學物質，方能在我們的平台上銷售。

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

	二零二五年	二零二四年
因安全及健康原因而召回的產品佔總銷量的百分比	0%	0%

存貨管理

本集團的存貨管理方法通過主動監控及控制，有效地降低了存貨過期風險。運營團隊會進行年度盤點，而存貨監控團隊則每月生成報告，以確保所有類別的存貨處於最佳水平。

此外，存貨監控團隊與營銷團隊合作，識別超出指定時間範圍仍未售出的滯銷商品，並制定合適的折扣以促進銷售，盡量降低持有成本。該等折扣商品主要在清倉促銷活動或專門折扣區中售出。這種規範的流程確保了高效的存貨週轉，並符合本集團對資源優化及可持續營運的承諾。就存貨週轉而言，我們於二零二五年及二零二四年的銷售及補充存貨所需的天數分別約為89天及84天。

為避免撇銷存貨，運營支持團隊會定期評估包裝狀況欠佳或即將到期的產品(如適用)。在提出撇銷要求之前，我們會探索與供應商進行產品更換的可能性。此外，存貨監控團隊可能會為未能透過清貨大減價活動或折扣出售的滯銷產品提出撇銷要求。鑒於大多數美容產品的保質期通常約為兩到三年，故二零二五年或之前大量採購的美容產品仍在保質期內，並未任何重大產品到期相關問題。

標籤

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

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

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

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

6.6.2 客戶服務

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

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

此外，我們的兩個智能倉庫降低了配送勞動成本並擴大了產能，以應對網絡業務的增長。更多詳情，請參閱「資源使用－數碼創新」一節。

營銷和廣告

通過社交媒體平台，本集團已與客戶建立直接聯繫，能夠即時收到關於產品及服務的反饋，進而為針對性營銷及推廣策略提供信息，並支持根據不斷變化的消費者偏好持續調整產品組合。本集團維持廣泛的社交媒體影響力，在Instagram、Facebook、Pinterest、Twitter及YouTube等平台上擁有約527萬追隨者，確保我們能夠持續及全面地接觸客戶群，並促進順暢訪問本集團網站及手機應用程序，以獲得增強的瀏覽體驗。

媒體工具已被納入全面的數碼營銷策略中，以盡可能擴大對目標消費者的接觸面。我們已制定內部監控政策以監察我們上傳至社交媒體渠道的內容，確保符合平台要求及企業標準。通過收集反饋、定期評估市場趨勢及行業動態，以及積極監測新興消費者偏好，本集團能夠提供均衡的產品組合，以滿足客戶需求並增強市場響應能力。

除社交媒體營銷外，本集團亦採納績效營銷、客戶保留營銷及意見領袖營銷計劃，以加深客戶參與度並推動銷售。藉著於二零二二年五月推出的YesStyle意見領袖忠誠度計劃，本集團制定更多計劃及激勵措施以激勵意見領袖的表現，利用關鍵意見領袖(KOL)及意見領袖的廣泛追隨者群體來提高品牌曝光率、加強客戶互動並更好地了解消費者需求。截至二零二五年十二月三十一日，全球約有2,000名KOL及502,000名意見領袖加入本集團的意見領袖網絡，為本集團意見領袖營銷活動的強勁表現作出貢獻，並支持在各種社交媒體平台上製作有趣的視頻及帖文，以覆蓋更廣泛的受眾並推動銷售。品牌形象在很大程度上由這個龐大的意見領袖及KOL網絡塑造，本集團採取結構化的方式物色合作夥伴，考慮因素包括追隨者數量、歷史內容、產品類別、市場趨勢及目標受眾。我們亦透過美國的聯盟營銷網絡與希望收取佣金的合作者開展聯盟營銷計劃。

嚴格的甄選及管理政策確保與KOL及意見領袖的關係得到有效培養，品牌一致性得到維持，而推廣活動仍與核心品牌價值保持一致。通過與分享本集團品牌精神及目標受眾的合作夥伴合作，本集團成功擴大了其覆蓋範圍並加強了其品牌形象，並將繼續致力於利用意見領袖及KOL的影響力推廣其產品，同時維持一致的品牌形象及基本價值觀。

於報告年度，本集團遵守與廣告相關的適用法律及規例。據我們所知，並無任何可能對本集團造成重大影響的廣告相關重大違規情況，包括但不限於《商品說明條例》(第362章)及韓國、日本及德國的相關規例。

客戶保留

我們的客戶服務及營運的質素及效率對客戶忠誠度至關重要。本集團已委派內部人員及精心挑選的外部服務供應商管理客戶服務活動，包括位於馬尼拉的外包客戶服務中心，以確保服務質量及營運效率。然而，外包可能會影響我們在所有流程中保持一致標準的能力。我們已建立嚴格的甄選程序來全面評估及密切監察供應商的表現，從而確保在整個營運過程中維持我們設定的高水平客戶服務標準。

客戶參與度

我們高度重視客戶的意見及反饋，並鼓勵客戶在我們的網站、手機應用程序及社交媒體平台上分享想法。我們積極監測電子商務平台上的產品評論，以掌握客戶體驗並找出改進機會，確保服務質量的持續改進。我們根據客戶的寶貴市場意見不斷改進產品選擇，並定期提供予供應商及品牌合作夥伴。

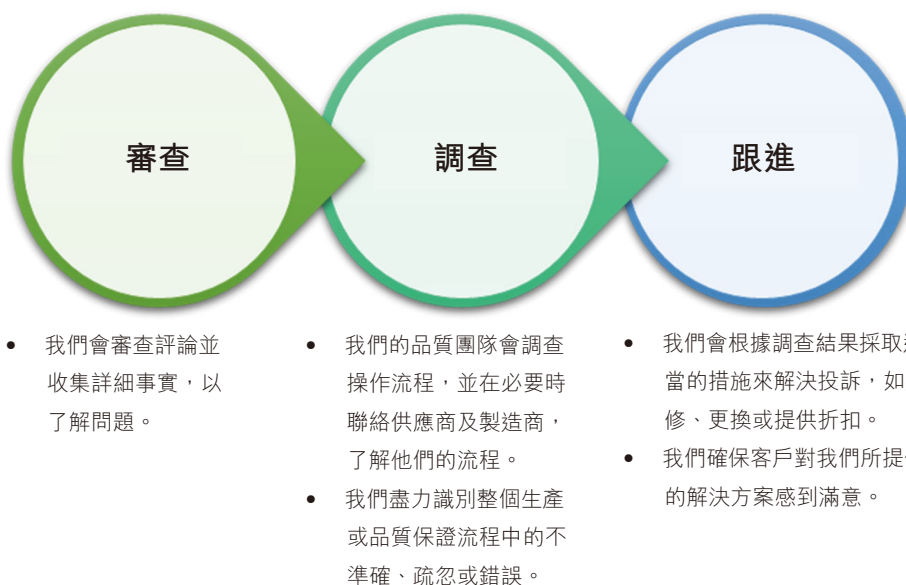
為維持積極及建設性環境，我們已實施內部控制措施，於在我們的網站及手機應用程式上發佈評論之前，監測及處理不適當、虛假或惡意的產品評論。我們已安裝內部字詞過濾程序，能夠根據預設標準識別文字評論。被此自動化系統標記的評論將由編輯團隊進行進一步詳細分析，以確保準確性、合規性及質量標準。此外，我們的內容團隊對所有客戶評論(包括所附帶照片及視頻)進行全面審查。該額外審查流程能夠對內容是否適合發佈進行徹底評估，確保在發佈前完全符合既定的標準及指引。

為迎合多元化國際受眾，我們的內容現時有九種全球主要語言，即阿拉伯文、中文、荷蘭文、英文、法文、德文、意大利文、波蘭文及西班牙文。多語言內容有助於我們與不同地區的客戶進行有效溝通，並以客戶的首選語言提供無縫體驗。

查詢處理

我們提供多種溝通渠道，包括聊天機器人、電話、電郵支持、我們的官方社交媒體平台及直接與行政總裁聯繫，讓客戶能夠提出與產品相關的查詢或疑問。在我們的主要創收國家(如美國和加拿大)，我們與服務供應商合作，提供退貨授權服務、客戶關係管理及客戶聯絡管理解決方案。我們的客戶服務團隊及服務供應商會完整記錄、審查及評估與我們的產品及配送服務相關的所有查詢，並根據既定程序迅速回應。員工每日通過原始溝通渠道進行跟進，以確保問題解決及客戶滿意，同時使用個人登入賬戶管理查詢，便於績效追蹤、識別待改進領域，並提供針對性支持以提升生產力及服務質量。

該團隊亦與可靠的供應商緊密合作，進行徹底調查，以核實是否遵守指定的質量標準。若確認存在合理問題，供應商將通過退款或換貨方式承擔責任，從而加強本集團對誠信經營及客戶信任的承諾。



於報告年度，本集團接獲224,699項有關產品及服務的查詢，全部得以完滿解決。我們欣然報告，並無任何投訴對本集團的業務造成重大影響，同時本集團亦無因任何產品責任申索或客戶投訴而向客戶支付任何重大補償。

	查詢數目		完滿解決個案數目	
	二零二五年	二零二四年	二零二五年	二零二四年
接獲產品和服務相關查詢 ⁸	224,699	168,989	224,699	168,989

退貨及換貨政策

我們重視客戶的體驗。清晰的退貨政策及簡化程序已顯著展示於我們的平台上，以提升客戶滿意度。

我們欣然報告，於報告年度內，並無寶貴客戶要求大量取消訂單。我們在其平台及產品類別中實施靈活的退貨及換貨政策，包括14天毋需說明的保證(視乎產品類型及具體條件而定)。該等安排旨在提升客戶滿意度，並減輕客戶於本集團網站及手機應用程式購物時的疑慮。政策詳情載列如下：

YesStyle	YesAsia's E-commerce platform	AsianBeauty Wholesale
<ul style="list-style-type: none"> 涵蓋特定時裝、配飾、生活時尚、美容、個人衛生及護理產品。 客戶可以在規定時間內退回不需要的產品、更換有瑕疵的物品或要求更換不同尺寸。 退換貨期限通常為接獲訂單日期起14日，視所涉及的產品類型而定。 符合條件的時裝與生活時尚產品，客戶可於14日內要求更換尺寸。 退回產品必須保持原廠包裝，且必須是未經使用的全新狀態。 不完整的退貨可能會不予受理。 	<ul style="list-style-type: none"> 適用於視像、音樂、指定電視、演唱會、音樂視像、動畫、收藏品及玩具。 提供14天退貨期。 除指定遊戲產品及電視機頂盒外，有瑕疵的產品均可以換貨。 	<ul style="list-style-type: none"> 主要接受有瑕疵商品的退貨或換貨。 不論原有產品是否有瑕疵或被要求替換，我們均為發送予客戶的替換貨品提供免費送貨服務。 客戶向我們退還產品時通常須承擔運費，惟退回或替換有瑕疵貨品除外。

⁸ 我們的客戶服務團隊將「查詢」定義為所有接收到與產品更換或退款有關的電子郵件及查詢。

客戶關係管理(CRM)及忠誠度計劃

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

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

作為客戶保留營銷策略的組成部分，我們推出強大的「YesStyle Elite Club」忠誠度計劃，以鼓勵重複購買及培養客戶的忠誠度。截至二零二五年十二月三十一日，我們現時獲得超過20,200,000名會員的支持。該計劃採用四級會員制，即普通會員、銅會員、銀會員和金會員，每一級均提供獨特的會員折扣、優惠券及特別促銷活動，如個性化生日優惠。會員可以通過購物、撰寫產品評論及下載應用程式積累計劃代幣，從而晉升到更高的級別。我們不斷檢討及改進該計劃，以確保為我們的會員提供卓越的價值及獎勵。

6.6.3 網絡安全及個人資料保護

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

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

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

於報告年度，我們委聘外部顧問審閱我們的資訊科技系統及內部控制政策，以加強我們的數據保護措施，並確保遵守數據私隱法律及法規。審閱者評估我們的準備情況，並識別在遵守歐盟《通用數據保護條例》(GDPR)方面的任何差距。如發現差距，彼等會建議補救措施，並對關鍵業務流程領域進行重新評估。

我們的首要任務是確保本公司可在接受、處理、存儲或傳輸客戶信用卡資訊時，維持環境安全。於二零二五年，我們按照支付卡行業數據安全標準(「PCI DSS」)的規定進行滲透測試，以評估我們系統的安全性。在根據測試結果對識別的風險進行修復及改進後，我們進行了驗證測試(重新測試)，以確保有效實施所需的安全措施。此外，我們已將服務遷移到雲端資料中心。主要系統現時託管於雲端平台，從而提供更好的可靠性及可擴展性。

我們對保持網站及手機應用程式的更新感到非常自豪，確保客戶經歷無縫及愉快的體驗，同時加強我們的專業品牌形象。我們推出整合YesStyle手機應用程式及網絡體驗，提供一系列刺激新功能，如基於圖片搜索產品以及基於位置的定制功能，從而為客戶提供更多便利及個性化選項。截至二零二五年十二月三十一日止年度，我們的YesStyle手機應用程式下載量超過4,800,000次。為應對我們網站及手機應用程式上不斷增長的實時流量和訂單，我們已更換網站的負載均衡器以支持更高的網站流量。我們的雲端平台亦已設置入侵偵測系統(IDS)以偵測安全問題。在不久的將來，我們將實施更多網絡安全措施，例如分散式阻斷服務(DDoS)防護及網站應用程式防火牆(WAF)，以確保客戶數據的安全及私隱。

產品訂單及交易

為方便客戶，我們提供多種付款方式，包括銀行轉賬、信用卡及第三方網上平台，如PayPal、Apple Pay、信用卡、Sofort、iDeal、Google Pay及加密貨幣。然而，我們意識到第三方付款處理可能帶來的潛在風險。我們致力於讓客戶在瀏覽我們的平台及進行購物時建立信心。因此，確保交易過程中機密信息(如信用卡信息、個人詳細資料、賬單及送貨地址)的完全安全至關重要。我們與付款網關公司合作，彼等勤勉地監控我們的商戶賬戶，以確保交易順暢安全。此外，我們已部署欺詐偵測系統，用於識別可疑交易，並由我們專門的網上信貸團隊逐個仔細審查。於報告年度，本集團並無遭遇任何對其營運或財務狀況造成重大或不利影響的重大支付欺詐事件。此外，並無接獲任何因平台漏洞或本集團或其第三方服務供應商(如快遞公司)違反保密規定而導致機密信息洩露的索償，本集團於報告年度亦未就此遭受任何重大不利影響。本集團亦遵守規管電子資金轉賬的各類監管及非監管規則、規例及要求。

私隱及個人數據保護

客戶數據的安全仍然是本集團的首要任務之一。透過網上銷售平台、通訊訂閱、意見領袖計劃及其他營銷活動收集的個人、交易及行為數據，均獲安全存儲，並僅按適用法律及法規指定的期限保留於我們的系統中。該等保留期滿後，相關數據會根據既定協議被安全刪除。我們已制定內部政策，以確保所有處理個人數據的員工均遵守嚴格的安全及合規標準。

在收集個人數據前，我們會向數據當事人取得明確同意，客戶可隨時輕鬆選擇退出同意。我們制定了涵蓋所有個人數據處理活動的組織層面私隱政策、使用條款及資訊科技安全政策，並在我們的網站及手機應用程式上顯著展示，讓客戶了解其個人信息如何被收集、使用，以及他們的相應權利。我們強烈鼓勵客戶在註冊賬戶時審閱並熟悉該等政策，以確保完全透明及知情參與。

我們對個人數據保護的內部監控功能已由資訊科技顧問進行獨立審閱，確保我們的數據保護政策充分有效，且未發現重大監控缺陷。我們致力遵守歐盟《通用數據保護條例》的主要條文，該條例全球適用，不論企業的註冊地點為何。我們已實施強而有力的措施來保障訪客和客戶的個人信息，從而加強對本集團數據治理框架的信任。

為確保客戶信息的安全傳輸，我們採用配備安全通訊端層(SSL)技術的安全伺服器，對客戶輸入的所有數據進行加密，防止未經授權存取，並存儲於我們的加密數據庫中。我們收集個人數據主要用於採購、推廣及客戶服務目的。我們僅在本集團內部共享此數據，並在正常業務運營必要時，與主要服務供應商(如運輸供應商、賬單及退款供應商以及付款處理商)共享。本集團內的數據處理活動均按明確的數據分類、法律理據及保留時間表進行註冊和維護。我們的數據保護官批准對每項已註冊的數據處理活動進行的數據保護影響評估。客戶亦可聯繫我們，要求將其個人信息從我們的數據庫中刪除。

增強安全性及準備情況

我們努力在組織內營造一種安全意識及準備能力。處理可識別個人資料的員工每年必須參加相關事項及私隱實踐的全方位培訓。該等培訓課程旨在讓僱員掌握必要的知識及技能，以應對日常營運過程中可能出現的任何潛在風險。於本年度，共有427名僱員參加年度強制性數據私隱培訓。我們的專業團隊努力提供具吸引力的培訓素材、內容豐富的研討會及具挑戰性的電子郵件測驗，以確保僱員充分知情並做好準備。

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

行為守則

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

法規與合規

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

6.6.4 保障知識產權

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

二零二五年環境、社會及管治報告

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

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

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

	二零二五年	二零二四年
與侵犯第三方智慧財產權有關的重大糾紛或申索	0	0

內容監察

本集團致力於在其網站、手機應用程式及社交媒體平台上提供高質量內容。內容使用內部團隊製作的原創照片和視頻創建，並僅輔以來自值得信賴供應商的素材，確保真實性和可靠性。

為減輕潛在法律索償的風險，本集團要求主要產品的供應商簽署供應商確認書。此程序使本集團免受因產品推廣或銷售(包括第三方知識產權侵權、不遵守適用法律法規，或與產品標籤及安全相關的問題)而產生的法律責任。

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

保單

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

6.7反貪污

與我們的ESG主題相關的層面：企業管治、反競爭行為
與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



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

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

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

貪污預防措施

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

舉報程序

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

反賄賂簡報

我們承諾確保所有僱員充分了解自身在維護道德行為及防止貪污方面的責任。為此，我們為新僱員提供的培訓包括入職培訓、反賄賂簡報等培訓。在該等培訓期間，我們已解釋員工手冊所載反貪污政策。我們向僱員提供預防及解決貪污行為的知識及工具，以期提高僱員對反貪污重要性的認識，並在整個組織內打造透明、誠信及合規的文化。董事亦於本年度參與反貪污培訓，以進一步強化其道德操守意識，加強遵守相關法律法規，並恪守本集團對貪污及賄賂的零容忍立場。

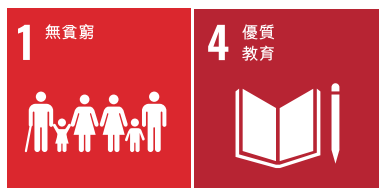
於報告年度，本集團(包括人力資源及行政部門及審核委員會)並無接獲與貪污或舉報問題有關的案例。此外，我們並不知悉任何可能對本集團有重大影響而與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢有關的反貪污法律及規例被違犯之重要情況，包括但不限於香港法例第201章《防止賄賂條例》以及南韓、日本、德國及英國的相關法規。此外，於報告年度，並無針對本集團或其僱員的貪污行徑的已結案或正在進行的訴訟案件。

	二零二五年	二零二四年
接獲與貪污或舉報問題有關的案件數量	0	0
嚴重違反反貪污法律及規例的案件數量	0	0
針對本集團或其僱員提起有關貪污行為的已結案或持續法律案件數量	0	0

6.8 社區投資

與我們的ESG主題相關的層面：關懷社區

與聯合國可持續發展目標(UN SDG)聯繫：



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

我們很榮幸在促進企業社會責任方面的努力獲得認可。從二零零七年到二零二五年，我們已經連續19年獲得香港社會服務聯會頒授「商界展關懷」獎。

於報告年度，我們貢獻了256小時的社區服務和環境志願工作。我們向社區捐贈了超過594,000港元，包括我們的產品、衣物、月餅及對符合我們社會和環境責任承諾的本地組織的財務支持。



關懷需要



捐贈月餅支持「食德好」舉辦的「月餅捐贈計劃」，分發予弱勢家庭



參與「渣打香港馬拉松2026」



向香港特別行政區政府「大埔王福苑支援基金」捐款500,000港元及500件必需品衣物及鞋履，以支援受影響家庭

支持可持續發展



與香港家庭福利會及其中心義工合作，於天主教伍華小學舉辦「精明小管家」學生理財工作坊



參與並捐款予香港世界宣明會舉辦的「饑饉一餐2025」活動，以改善非洲、拉丁美洲及東南亞地區的生計

環境保護



與「香港綠色希望」合作，清潔將軍澳小夏威夷徑及衛奕信徑

7 氣候

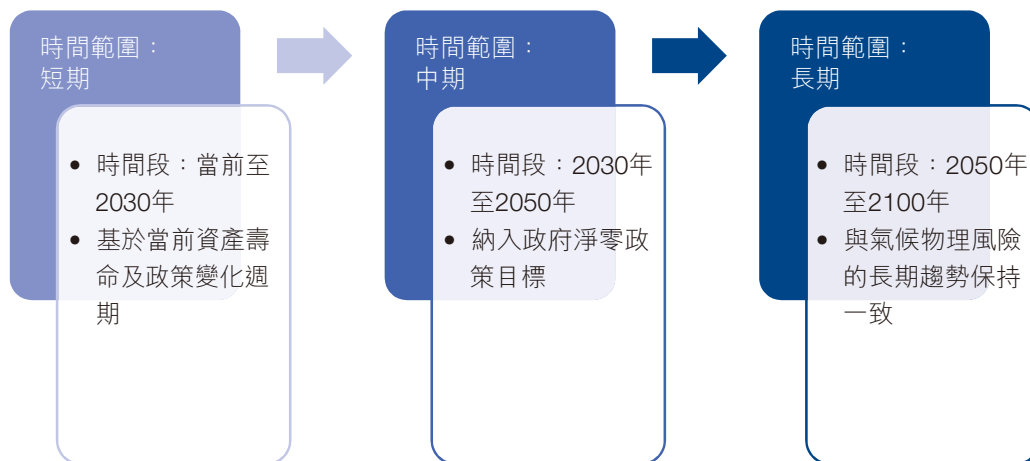
7.1 氣候策略

本集團視氣候變化為一個關鍵問題，可能對業務運營、價值鏈、戰略決策及財務表現產生短期、中期及長期影響。因此，我們致力於在不同時間範圍內進行情境分析，以識別和評估與氣候相關的實體風險，監測和評估其對本集團的潛在影響，並制定和實施具體的緩解、適應措施及策略，以將不利影響降至最低。

本集團基於兩種情境和三個時間範圍進行了與氣候相關的情境分析，以確定實體風險和轉型風險。實體風險包括由極端天氣事件直接產生的急性風險，以及因漸進的氣候變化影響我們運營而隨時間顯現的慢性風險。轉型風險源於嚴格的氣候政策和法規，涵蓋監管、技術、市場及聲譽方面的挑戰。

7.1.1 時間範圍

三個時間範圍是根據行業的固有特性和本集團的氣候目標選擇的。這些範圍用於評估與氣候相關的風險、設定目標，並為戰略決策提供信息，確保與我們全面的氣候適應措施和方向保持一致。時間範圍定義如下：



7.1.2 氣候情境分析

本集團已按照聯交所的報告框架進行氣候情境分析，以評估在短期、中期及長期內對其價值鏈、業務模式、財務表現及現金流的潛在影響。借鑒國際標準和廣泛的行業基準比較，我們在兩種氣候情境和三個時間範圍下進行了情境分析，以評估實體風險和轉型風險。在此基礎上，我們評估了各類風險的影響，並考慮了本集團的業務概況和發展策略，以及內部和外部利益相關者的優先事項。

本集團遵循政府間氣候變化專門委員會(IPCC)第六次評估報告中的共享社會經濟路徑(SSP)，以及國際能源署(IEA)的全球能源與氣候模型(GEC Model)，分別進行實體風險和轉型風險分析，以評估本集團的氣候韌性。情境分析評估本集團的氣候適應能力，並有助於了解氣候變化如何改變本集團的財務狀況和業務，使我們能夠識別氣候脆弱性，並制定應急措施和策略，以增強業務模式和價值鏈的韌性。

進行氣候情境分析

評估氣候變化對公司運營影響的時間及程度

- 定義兩種氣候情境—低排放和高排放
- 使用公開可用的情境模型進行分析
- 獲取兩種情境的定量/定性參數
- 基於情境分析結果，並考慮本集團的業務特點和地理位置，評估與氣候相關風險和機遇的短期、中期及長期影響

情境分析原則

為準確評估與氣候相關的實體風險和轉型風險，本集團採用多情境分析框架，前瞻性地評估其主要運營區域在全球變暖1.5°C和3°C情境下的潛在風險，涵蓋短期(2030年)、中期(2050年)及長期(2100年)範圍。

關於實體風險評估，我們選擇了具代表性的IPCC共享社會經濟路徑(SSP)：

- SSP1-2.6：代表積極減排的可持續發展路徑，與巴黎協定1.5°C控溫目標高度一致；
- SSP3-7.0：代表區域競爭加劇、溫室氣體高排放的情境，對應於更高溫升(接近3°C或以上)下的嚴重實體風險。

在評估轉型風險時，我們主要參考國際能源署(IEA)全球能源與氣候展望中的兩個核心情境：

- 二零五零年淨零排放情境(NZE)：該情境概述了到二零五零年全球實現淨零排放的可能路徑及其對能源、金融和工業的深遠影響，與本集團的氣候轉型計劃和減碳承諾密切相關；
- 既定政策情境(STEPS)：該情境反映了當前已實施和已宣布政策的實際執行結果，用於檢視本集團在現有政策環境和業務狀況下可能面臨的轉型風險敞口。

以上情境的選擇確保了風險評估結果與本集團的業務計劃、戰略方向、氣候轉型計劃以及公開宣佈的中長期減碳目標高度一致，為後續制定針對性的氣候適應和緩解策略提供了科學且穩健的分析基礎。

	低排放情境	高排放情境
情境定義	雄心勃勃的氣候行動將全球變暖限制在1.5°C或遠低於2°C，到二零五零年實現碳中和(淨零排放)。	全球氣候政策幾乎停滯，經濟體嚴重依賴化石燃料，清潔技術發展遠遠落後，溫室氣體排放持續高企，預計本世紀末全球變暖將超過3°C。
情境描述	世界已認識到氣候變化的嚴重性，各國正加強氣候行動力度，立即實施嚴格政策以減少排放，力求在本世紀末將全球變暖限制在1.5°C或遠低於2°C。技術進步和意識提高推動向低碳、低能耗轉型，市場正轉向更環保的生產和消費。社會和消費者對企業氣候行動的壓力也在增加。	國際氣候協議已失效，導致各國恢復煤炭、石油和天然氣的開採，並廢除碳定價和減排政策。技術創新偏離低碳路徑，而人口和資源需求激增。頻繁的極端天氣事件、海平面上升和生態系統崩潰對集團運營構成重大實體風險。

	低排放情境	高排放情境
選擇原因	<p>到二零五零年實現溫室氣體淨零排放，到二一零零年將全球變暖限制在遠低於工業化前水平1.5°C以內。選擇此情境是為了評估旨在實現巴黎協定1.5°C或遠低於2°C目標的雄心勃勃的氣候行動的影響，在此情境下我們將更關注轉型風險。</p>	<p>到二零五零年維持穩定的溫室氣體排放水平，到二一零零年減少排放，並將溫度升幅限制在3°C以上。作為最壞情況的壓力測試，這評估了倘國際合作崩潰或轉型停滯，極端實體風險對供應鏈和運營地點的最大影響，確保本集團在最具挑戰性的條件下仍能保持韌性。</p>
主要參考	<p>IPCC SSP1-2.6 :</p> <p>透過強有力的氣候政策和技術創新，主要依賴清潔能源，實現1.5°C或遠低於2°C的全球溫度目標。</p> <p>IEA NZE :</p> <p>能源系統快速脫碳，依賴可再生能源、電氣化和技術突破，需要強有力的國際政策支持。到二零五零年實現全球碳中和。</p>	<p>IPCC SSP3-7.0 :</p> <p>氣候政策幾乎停滯。經濟高度依賴化石燃料，溫室氣體排放持續高企，預計本世紀末變暖將超過3°C。極端天氣事件、海平面上升和生態系統崩潰的風險極高。</p> <p>IEA STEPS :</p> <p>新的氣候政策出台，排放水平到二零五零年維持或略有降低，但遠未達到淨零目標。全球變暖趨勢指向3°C或更高，加劇實體風險。</p>

7.1.3 風險與機遇識別

與氣候相關的風險主要分為兩類：與向低碳經濟轉型相關的風險，以及源於氣候變化實體影響的風險，概述如下：

轉型風險	實體風險
<ul style="list-style-type: none"> • 監管 • 技術 • 市場 • 聲譽 	<ul style="list-style-type: none"> • 急性 • 慢性

轉型風險源於嚴格氣候法規的實施和市場向淨零發展的轉變，涵蓋政策、技術、市場和聲譽挑戰。實體風險包括極端天氣事件即時影響集團運營的急性風險，以及因漸進的氣候變化而產生長期影響的慢性風險。

總體而言，並未識別出任何可能對業務產生重大潛在影響的重大氣候相關風險（無論是轉型風險還是實體風險）。本集團認為，在非重大風險條件下披露的氣候情境分析、轉型計劃和機會相關信息對利益相關者而言並不重大。因此，我們專注於披露關鍵的情境分析結果。已識別的氣候相關風險主要集中於供應鏈、營運及下游分銷，由於客戶對低碳產品的需求轉變。詳情請參閱下文「7.1.4 應對氣候變化的韌性」中的表格。

7.1.4 應對氣候變化的韌性

為增強本集團應對氣候變化的韌性，我們將氣候適應策略的重點放在盡量減少氣候相關風險的不利影響和最大化氣候相關機遇上。

本集團管理層通過在所選情境分析下進行問卷評估，識別氣候相關風險並確定其優先級，評估其在短期（一至三年）、中期（三至五年）和長期（五至十年）範圍內的潛在影響。定期的氣候情境分析有助於評估主要風險及其對運營的影響，使我們能夠設計和實施針對性的適應和緩解措施，以盡最大可能減少潛在影響。此過程亦允許我們及時調整策略和業務模式。下表總結了氣候情境分析的結果以及具體的風險適應和緩解措施。調查結果的差異可能源於管理人員之間不同的氣候意識水平和專業判斷標準。為解決此問題，本集團將繼續加強管理層和員工的氣候意識。

我們確保現有財務資源保持靈活性，以應對情境分析識別出的影響，包括根據需要部署、重新利用、升級或淘汰現有資產。此外，我們積極投資於氣候緩解和適應措施，以增強韌性。這些努力不僅保障了當前的運營，也使本集團能夠在向低碳經濟轉型過程中把握機遇。

此外，本集團已制定脫碳策略，目標是到2050年減少35%的碳排放。我們認為實現運營能源效率是減少碳排放的主要途徑。為推進和提高能源效率，我們與供應商和客戶等主要利益相關者合作，確保價值鏈上的主要流程納入由創新技術支持的節能實踐。

氣候相關風險

風險類型	風險	情境	時間範圍			潛在財務影響	已採取／計劃採取的措施
			短期	中期	長期		
轉型風險 市場	客戶行為變化	1.5°C情境	低	低	低	綠色產品／服務的供應未能滿足消費者對低碳影響選擇(例如天然、可持續產品、避免化石燃料)日益增長的偏好，可能導致能源價格突然飆升、品牌價值下降以及價值鏈採購成本上升，從而降低本集團盈利能力。	<ul style="list-style-type: none"> 在業務運營中推廣可持續實踐，定期與投資者和客戶溝通氣候行動，以增強ESG品牌吸引力，有效減少客戶流失。 與具有高度環保意識和可持續運輸車隊的供應商合作。 多元化供應商以建立韌性供應鏈。 積極考慮推出可持續產品線。
		3°C情境	低	低	低		
聲譽	消費者偏好轉變	1.5°C情境	低	低	低	公司品牌未能與低碳經濟保持一致，導致商品需求下降，收益減少。	<ul style="list-style-type: none"> 在業務運營中推廣可持續實踐。 定期與投資者和客戶溝通氣候行動，以增強ESG品牌吸引力，有效減少客戶流失。 追蹤和披露氣候績效，優化報告流程，並聘請專業顧問以確保準確性。 定期與利益相關者溝通以避免撤資。
		3°C情境	低	低	低		
	利益相關者關注增加或負面反饋	1.5°C情境	低	低	低	公司未能與低碳經濟轉型保持一致可能導致收益減少，因為本集團可能難以滿足利益相關者對可持續性日益增長的興趣。	
		3°C情境	低	低	低		

風險類型	風險	情境	時間範圍			潛在財務影響	已採取／計劃採取的措施
			短期	中期	長期		
實體風險 急性	極端天氣事件 (例如颱風、 洪水、熱浪)	1.5°C情境	低	低	低	供應鏈／運營中斷可能導致錯失銷售機會。	<ul style="list-style-type: none"> 設立健全的應急計劃，定期進行疏散演習，多元化供應商網絡，並制定靈活的運營協議。 對倉庫設施和伺服器進行定期及臨時檢查和維護，以預防及減輕與洪水相關的影響。 主動聯繫客戶告知任何受影響的交付，及時提供最新信息，以保持透明度和信任。
		3°C情境	低	低	低		
慢性	降水模式及天氣模式的極端變化	1.5°C情境	低	低	低	天氣模式的慢性變化對我們的實體資產構成風險，並可能在極端天氣事件期間阻礙向客戶提供服務，從而中斷運營。	<ul style="list-style-type: none"> 適應性物流規劃，多元化供應商。 主動聯繫客戶告知任何受影響的交付，及時提供最新信息，以保持透明度和信任。
		3°C情境	低	低	低		
	平均溫度上升	1.5°C情境	低	低	低	平均溫度上升、熱浪以及酷熱天數增加提高了運營和能源成本，同時加劇供應鏈中斷的風險。	<ul style="list-style-type: none"> 將氣候風險納入財務規劃、壓力測試和情境分析。 對地理位置進行脆弱性評估。 適應性物流規劃，多元化供應商。
		3°C情境	低	低	低		

局限性

於報告年度內，本集團參考聯交所環境、社會及管治報告守則及國際財務報告可持續披露準則第2號的規定，制定氣候信息披露框架，同時整合行業最佳實踐及最新科學研究。然而，情景分析存在固有局限，未能全面涵蓋所有潛在氣候風險及機遇，其結果亦受數據質素、假設準確性及技術限制所影響。我們將持續監察新興風險，優化分析流程，並歡迎持份者提出寶貴意見，以提升日後披露的準確度及可靠性。

於進行情景分析時，我們審慎考慮各項不確定因素，包括氣候系統的複雜性、未來氣候政策、規劃適應措施的成效、經濟狀況及潛在監管變動。鑒於該等不確定性，我們採取靈活且具適應性的方針，以加強評估及應對潛在氣候相關影響的能力。

未來改進

本集團的氣候相關披露工作尚處初步階段，本報告尚未就氣候風險(如颱風中斷營運或碳稅負擔)及機遇(如太陽能產業擴展)在短期、中期及長期內可能產生的財務影響提供量化評估。展望未來，我們將提升情景分析能力，逐步引入量化模型，以評估潛在財務影響的規模及概率。此外，我們將評估財務資源的靈活性，並就分析所識別的主要影響制定針對性應對策略。在此基礎上，我們將制定全面的氣候過渡計劃，以增強本集團的氣候適應能力及韌性，確保業務可持續營運。

7.1.5 財務影響

我們的情景分析結果尚未轉化為經濟因素敏感度分析，以評估氣候變化對我們業務營運的預期財務影響。鑒於該等評估模型仍在不斷演進，我們認為現階段進行預期財務影響分析尚為時過早。

當前財務影響

於報告年度內，本集團的能源消耗總量及範圍1至3溫室氣體排放量較去年分別增加52.1%及302,150%。然而，由於我們本年擴大了範圍3溫室氣體排放計算的覆蓋範圍，該顯著增幅並未完全反映本集團的減碳工作。當採用與過往年度相同的計算邊界比較二零二五年的表現時，溫室氣體排放總量增加60%，主要由於業務結構擴張及實現收益增長，而非直接與氣候相關的事件所致。該增幅並未觸發資產減值、額外資本開支或收益波動。

本集團於報告年度內並無因極端天氣事件而錄得重大資產損失，亦未從綠色技術或可持續投資項目中實現重大收益。我們將持續密切關注氣候因素對財務表現的影響，並承諾於日後報告中逐步引入更精細的量化披露。任何重大財務影響將按照監管要求及時予以披露。

預期財務影響

本集團已進行多情景分析，並初步嘗試將實體風險及轉型風險與財務影響進行對應。然而，由於外部情景參數(包括政策路徑、技術成本曲線及區域氣候預測的變化)存在不確定性，內部數據粒度有限，加上建模能力目前仍處於發展階段，我們認為現階段提供未來財務影響的具體量化預測或區間估計尚為時過早。

本集團將採取審慎而循序漸進的方針，將持續改進工作聚焦於：

- 加強與國際同業及專業機構的模型基準對標；
- 待內外部條件成熟及關鍵假設的不確定性大幅降低後，系統性地引入量化結果。

我們致力恪守最高標準的透明度及審慎原則。一旦建立可靠且可驗證的量化基礎，我們將於後續報告中適時披露相關預期財務影響。現階段，我們的工作重點仍為定性分析，並將氣候相關不確定性作為戰略規劃及風險管理的關鍵考量因素。

7.2 指標與目標

本集團已建立全面的溫室氣體排放氣候指標及目標，以有效追蹤應對氣候相關風險與機遇的表現，同時便利持續監察管理工作的進展。此結構化框架有助於本集團符合國際氣候目標，並為邁向低碳經濟的更廣泛轉型作出貢獻。

7.2.1 指標

碳排放表現

本集團量化及報告絕對碳排放量，以評估其減碳策略及路徑的成效。排放量根據《溫室氣體核算體系企業核算與報告標準》計算，採用活動數據、排放系數及全球升溫潛能值以確保準確計算(2004)。本方法採用活動數據、排放因子及全球暖化潛能值，以確保結果精確，採用該方法，是因其收到國際認可、符合聯交所要求，並能確保跨年度數據的可比性。

二零二五年環境、社會及管治報告

因應提升的ESG報告要求及本集團的環境責任承諾，溫室氣體核算範圍已擴大至涵蓋整個價值鏈的範圍3排放，連同範圍1的直接排放及範圍2的能源間接排放(根據《溫室氣體議定書》範圍2指引，採用基於地點的方法，使用與用電地點相關的電網平均排放因子計算)。此全面核算範圍乃通過向上游供應商及下游活動收集大量數據，並與合作夥伴進行廣泛溝通而達致。

營運控制法界定碳排放報告的邊界，與本報告的整體報告範圍完全一致。我們的碳排放詳情如下：

	二零二五年	二零二四年
範圍1 – 直接⁹		
固定燃燒(噸二氧化碳當量)	0	2.94
移動燃燒(噸二氧化碳當量)	41.31	20.97
範圍2 – 能源間接¹⁰		
購買電力(噸二氧化碳當量)	976.65	634.59
範圍3 – 其他間接¹¹		
類別1 – 購買的產品與服務(噸二氧化碳當量)	2,125.40	不適用
類別2 – 資本貨品(噸二氧化碳當量)	2,194.60	不適用
類別3 – 與燃料和能源相關的活動(噸二氧化碳當量)	9.21	不適用
類別4 – 上游運輸與配送	56,366.53	不適用
類別5 – 營運中產生的廢物(噸二氧化碳當量)	77.96	54.59
類別6 – 差旅(噸二氧化碳當量)	63.92	9.80
溫室氣體排放總量¹²	61,855.58	722.89
按收益劃分的溫室氣體排放強度(噸二氧化碳/美元)	1.23 x 10⁻⁴	2.09 x 10 ⁻⁶
按勞動力劃分的溫室氣體排放強度(噸二氧化碳/人)	99.93	1.39

⁹ 直接溫室氣體排放源包括車輛汽油及柴油消耗所產生的排放，其計算方法基於政府間氣候變化專門委員會(IPCC)於二零零六年發佈的《國家溫室氣體清單指南》。

¹⁰ 間接溫室氣體排放源為購買電力產生的排放。我們參考了《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(二零一零年版)。以香港為基地的業務的排放係數乃參考中華電力有限公司在二零二四年公佈的排放強度，以日本為基地的業務的排放係數參考日本環境省發佈的《電氣事業者別排出係數》(二零二五年版)，以韓國為基地的業務的排放係數則參考二零二五年的碳數據庫倡議。

¹¹ 範圍3 各類別的計算均依據《溫室氣體核算體系企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準》進行。類別1(購買的產品與服務)採用基於支出的計算方法，而類別6(差旅)涵蓋商務航空旅行，並使用國際民用航空組織(ICAO)的碳排放計算器進行計算。數據收集系統於二零二五年新設立，故未能取得二零二四年類別1至類別4的數據。

¹² 溫室氣體計算所採用的全球升溫潛能值(GWP)，乃基於政府間氣候變化專門委員會(IPCC)第六次評估報告(AR6)所公佈的數據。與上年度相比，方法及假設均未作變更。由於獲得新數據，電力排放因子已更新至2025年電網數據。

由於本集團的業務活動性質，導致其產生的範圍1溫室氣體排放量微不足道。直接溫室氣體排放的主要來源，為外部運輸車隊將貨物從供應商運送至我們的倉庫，並最終送達消費者過程中的汽油及柴油消耗。

於報告年度內，本集團排放的溫室氣體為61,855.58噸二氧化碳當量。較二零二四年(722.89噸二氧化碳當量)大幅增加，主要由於範圍3計算範圍擴大所致。本集團將持續監察能源使用及碳排放情況，並將通過提升能源效益及推行節能措施，減少業務營運對環境的影響。

易受氣候相關轉型風險及實體風險影響的資產

於報告年度內，我們已於集團層面及報告營運點層面進行氣候脆弱性評估。按百分比或資產價值計算，並未識別出重大易受影響資產。

涉及氣候相關機遇的業務活動

本集團定期評估使用收益作為指標，將其產品劃分為綠色類別及一般類別以計算綠色產品收益的適用性。就報告年度而言，該評估目前並不適用。

內部碳定價

本集團正積極探討應用內部碳定價機制，以為氣候相關風險及機遇的財務評估提供支持，並推動向低碳經濟轉型。

薪酬

本集團正積極考慮將氣候相關表現納入其薪酬政策，以激勵管理層及員工推動可持續發展目標。

基於行業的指標

於報告年度內，本集團已按照聯交所氣候相關披露規定報告其氣候表現，未有參考國際財務報告可持續披露準則第2號行業基礎施行指引或其他行業基準。

7.2.2 目標

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

於二零二一年，我們的工作組制定了一系列可量化的環境目標，主要聚焦於減少營運中的用紙量。在此基礎上，於報告年度內引入了全新且全面的碳減排目標，以進一步提升本集團在所有營運地點的可持續發展策略。

溫室氣體排放目標

本集團致力達成巴黎協定目標，將全球氣溫升幅限制在1.5°C以下。本集團已制定於二零五零財政年度或之前實現的總體碳減排目標，其中以二零二五財政年度為基準線，其範圍與本報告所披露的排放量一致。

於短期至長期內，我們計劃以二零二五年為基準線，目標於二零三零年(短期目標年份)前將範圍1至3的排放強度減少15%，於二零三五年(中期目標年份)前減少20%，並於二零五零年(長期目標年份)前減少35%。

該目標是透過與電子商務同業進行內部基準比較，並參照1.5°C 減排路徑而設定。董事會及ESG工作組將每年審閱該目標，並納入更新的排放因子及業務增長情境。進展將透過內部關鍵績效指標監察，我們亦積極探索未來第三方核證的可行性。相應的管理策略已制定，以實現該等目標的進程，體現了我們在相關營運邊界內採取結構化及規範化的排放管理方針。此承諾展現了本集團通過分階段減少溫室氣體排放，致力邁向低碳經濟的決心，以支持全球將平均氣溫升幅限制在1.5°C以下的努力。由於2025年為既定基準年，本報告暫不披露績效進展，相關資訊將於未來報告中披露。

	單位	5年目標 (二零三零年 之前)	10年目標 (二零三五年 之前)	25年目標 (二零五零年 之前)	二零二五年 進展
按收益劃分的溫室氣體 排放強度	噸二氧化碳/ 美元	減少15%	減少20%	減少35%	二零二五年為 基準年度*

* 基準年度(二零二五年)：1.23 x 10⁻⁴噸二氧化碳/美元

用紙目標

紙張製造在工業層面上是一個高耗水量的程序。此外，大量的紙張消耗導致森林砍伐，如果已用紙不轉為回收再造，則佔埋廢物的很大比例。於二零二一年，本集團開始系統性地收集用紙數據，從而意識到為紙張回收及減少廢物制定目標的必要性。該等目標其後以二零二一年為基準線設定，目標於二零二五年(即本報告年度)達成，並適用於整個集團，涵蓋我們所有的業務營運及地點，彰顯我們對資源效益及環境表現的主動承諾。

	單位	5年目標 (二零二五年之前)	二零二五年進展
按收益劃分的總用紙強度	噸/美元	減少10%*	已達成； 已減少71.40%
按勞動力劃分的總用紙強度	噸/人	減少10%#	已達成； 已減少14.49%

附註：

* 基準年度(二零二一年)：1.15 x 10⁻⁷噸/人

基準年度(二零二一年)：0.03噸/美元

我們欣然匯報，我們已成功實現用紙減量目標。與二零二一年的基準相比，本集團的整體總用紙量減少了約12%。按收益及勞動力劃分的用紙強度已分別降低逾71%及14%。用紙量得以大幅減少，有賴於我們兩個自主移動機器人倉庫，減少了在履約流程中印刷文件的需要，並轉為電子數據處理。此項成就彰顯了我們對負責任資源管理及可持續發展的承諾。

	二零二五年	二零二四年	二零二一年 基準線
用紙總量(噸)	16.41	11.37	18.57
香港辦公室及倉庫	16.14	11.21	17.90
日本辦公室	0.19	0.08	0.21
南韓辦公室	0.08	0.08	0.46
按收益劃分的總用紙強度(噸/美元)	3.28 x 10⁻⁸	3.29 x 10 ⁻⁸	1.15x10 ⁻⁷
按勞動力劃分的總用紙強度(噸/人)	0.027	0.022	0.03

8 回饋意見

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

香港聯合交易所有限公司：環境、社會及管治報告守則內容索引表

描述		章節
C部分：「不遵守就解釋」條文		
A. 環境		
範疇A1：排放		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地排放、有害及無害廢棄物的產生等方面的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理 向水及土地排放
關鍵績效指標A1.1	排放物種類及相關排放數據。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理 向水及土地排放
關鍵績效指標A1.2	於二零二五年一月一日刪除	
關鍵績效指標A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	業務運營並不產生危險廢棄物。
關鍵績效指標A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理
關鍵績效指標A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 環境
關鍵績效指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所設定的減廢目標及為達到這些目標所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理
範疇A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。	<ul style="list-style-type: none"> 節約用水 能源管理 數碼創新
關鍵績效指標A2.1	按類型(如電、氣或油)劃分的直接及/或間接能源總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> 能源管理
關鍵績效指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> 節約用水
關鍵績效指標A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 能源管理

	描述	章節
關鍵績效指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 節約用水
關鍵績效指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計)及(如適用)每生產單位佔量。	<ul style="list-style-type: none"> 負責任的生產
範疇A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	<ul style="list-style-type: none"> 負責任的生產
關鍵績效指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動。	<ul style="list-style-type: none"> 負責任的生產
B. 社會		
僱傭及勞工常規		
範疇B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利 企業管治
關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利
關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利
範疇B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上 傳染病應對
關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括報告年度)每年因工亡故的人數及比率。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上
關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上

描述		章節
關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行和監督方法。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上 傳染病應對
範疇B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	<ul style="list-style-type: none"> 全方位培訓
關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別劃分(如高級管理層、中級管理層)的受訓僱員百分比。	<ul style="list-style-type: none"> 全方位培訓
關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	<ul style="list-style-type: none"> 全方位培訓
範疇B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： <ul style="list-style-type: none"> (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。 	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利 公平招聘
關鍵績效指標B4.1	描述檢討僱傭慣例的措施以避免童工或強制勞工。	<ul style="list-style-type: none"> 公平招聘
關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 公平招聘
營運慣例		
範疇B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	<ul style="list-style-type: none"> 採購與供應鏈管理
關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供應商數目。	<ul style="list-style-type: none"> 採購與供應鏈管理
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，以及相關執行和監督方法。	<ul style="list-style-type: none"> 採購與供應鏈管理
關鍵績效指標5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行和監督方法。	<ul style="list-style-type: none"> 採購與供應鏈管理
關鍵績效指標5.4	描述揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行和監督方法。	<ul style="list-style-type: none"> 採購與供應鏈管理

描述	描述	章節
範疇B6：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： (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。	<ul style="list-style-type: none"> • 客戶服務 • 品質為先 • 資訊安全及個人資料保護 • 保障智慧財產權
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 品質為先
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 客戶服務
關鍵績效指標B6.3	描述維護及保障智慧財產權有關的慣例。	<ul style="list-style-type: none"> • 保障智慧財產權
關鍵績效指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	<ul style="list-style-type: none"> • 品質為先
關鍵績效指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行和監督方法。	<ul style="list-style-type: none"> • 資訊安全及個人資料保護

	描述	章節
D 部分：氣候相關披露		
(I) 管治		
19	<p>發行人須披露有關以下方面的資料：</p> <p>(a) 負責監督氣候相關風險和機遇的治理機構(可包括董事會、委員會或其他同等治理機構)或個人的信息。具體而言，發行人須指出有關機構或個人及披露以下信息：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 該機構或個人如何釐定是否有適當的技能和勝任能力來監督有關氣候相關風險和機遇的策略； (ii) 該機構或個人獲悉氣候相關風險和機遇的方式和頻率。 (iii) 該機構或個人在監督發行人的策略、重大交易決策和風險管理程序的過程中，如何考慮氣候相關風險和機遇，包括該機構或個人是否有考慮與該等氣候相關風險和機遇相關的權衡評估。 (iv) 該機構或個人如何監督氣候相關風險和機遇相關目標的制定，並監察實現該等目標的進展(請參閱第37至40段)，包括是否及如何將相關表現指標納入薪酬政策(請參閱第35段)。 <p>(b) 管理層在用以監察、管理及監督氣候相關風險和機遇的管治流程、監控及程序中的角色，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 該角色是否委派予特定管理層人員或管理層委員會，以及該個人或委員會如何接受監督；及 (ii) 管理層是否及如何運用監控及程序，以協助監督氣候相關風險和機遇，以及該等監控及程序如何與其他內部職能整合。 	<p>3.2 治理架構</p> <p>3.4 挑戰與機遇</p> <p>3.5 氣候相關能力建設。</p>

描述		章節
(II) 策略		
氣候相關風險和機遇		
20	發行人須披露資料，以清楚說明其合理預期在短期、中期或長期內可能影響其現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。具體而言，發行人須：	7.1氣候策略
	(a) 描述合理預期在短期、中期或長期內可能影響發行人現金流量、融資渠道或資本成本的氣候相關風險和機遇。	
	(b) 說明所識別的氣候相關風險屬實體風險或是轉型風險。	
	(c) 就各項已識別的氣候相關風險和機遇，提供有關其時間範圍(短期、中期或長期)合理預期的具體資料。	
	(d) 解釋發行人如何界定短期、中期及長期，以及該等界定如何與其戰略決策的範疇相關聯。	
業務模式及價值鏈		
21	發行人須披露有助了解氣候相關風險和機遇對其業務模式及價值鏈的當前及預期影響的資料。具體而言，發行人須披露	7.1氣候策略
	(a) 描述氣候相關風險和機遇對發行人業務模式及價值鏈的當前及預期影響；及	
	(b) 描述氣候相關風險和機遇集中於發行人業務模式及價值鏈的哪一部分(例如：地理區域、設施及資產類型)。	

描述		章節
策略及決策制定		
22	<p>發行人須披露有助了解氣候相關風險和機遇對其策略及決策影響的資料。具體而言，發行人須披露：</p> <p>(a) 有關發行人計劃如何在策略及決策制定中應對氣候相關風險和機遇的資料，包括發行人計劃如何實現所制定的任何氣候相關目標及任何法律或監管規定的目標。具體而言，發行人須披露以下資料：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 發行人現時及未來因應氣候相關風險和機遇而對其業務模式(包括資源分配)作出的變動。 (ii) 任何已經進行或預期將進行(直接或間接)的適應或緩解工作。 (iii) 發行人的任何氣候相關過渡計劃(包括制定過渡計劃時所用的主要假設及計劃所依據因素的資料)，或倘發行人並無該等計劃，則作出適當的否定聲明。 (iv) 發行人計劃如何實現第37至40段所述的任何氣候相關目標(包括任何溫室氣體排放目標(如有))。 <p>(b) 有關發行人計劃如何為第22(a)段所披露的行動提供資源的資料。</p>	<p>7.1 氣候策略</p> <p>由於並未識別出重大氣候風險或可量化的財務影響，本集團認為與不重大風險相關的過渡計劃資料對持份者而言並不重大。</p>
23	<p>發行人必須就過往各報告期間，披露第22(a)段所披露計劃的進展。</p>	

描述		章節
財務狀況、財務表現及現金流量		
當前財務影響		
24	發行人須披露以下定性及定量資料：	並無因極端天氣產生重大開支，亦無因違反氣候相關法律法規而面臨重大罰款。在融資方面，本集團並未發行綠色債券以籌集資金投資氣候項目。
	(a) 氣候相關風險和機遇於報告期間如何影響發行人的財務狀況、財務表現及現金流量。	
	(b) 當存在重大風險，可能導致下一報告年度的相關財務報表中資產及負債的賬面值須作出重大調整時，有關第24(a)段所識別的氣候相關風險和機遇的資料。	
預期財務影響		
25	發行人須披露以下定性及定量資料：	鑒於評估模型仍在不斷演進，我們認為現階段進行預期財務影響分析尚為時過早。
	(a) 在考慮其管理氣候相關風險和機遇的策略，並考慮以下各項後，發行人預期其財務狀況在短期、中期及長期將如何變化： (i) 其投資及出售計劃；及 (ii) 其為實施策略而計劃的資金來源；及	

	描述	章節
氣候韌性		
26	<p>在考慮發行人已識別的氣候相關風險和機遇後，發行人須披露有助他人了解其策略及業務模式對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性的資料。發行人須採用氣候相關情景分析，以適合其情況的方式評估其氣候韌性。在提供定量資料時，發行人可披露單一金額或一個範圍。具體而言，發行人須披露：</p>	
	<p>(a) 發行人對其截至報告日期的氣候韌性評估，該評估有助了解：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 分析結果對發行人策略及業務模式的影響，包括發行人將如何應對氣候相關情景分析所識別的影響。 (ii) 發行人在評估氣候韌性時所考慮的重大不確定性的範圍；及 (iii) 發行人根據氣候發展情況調整其短期、中期及長期策略及業務模式的能力。 	7.1 氣候策略
	<p>(b) 如何及何時進行氣候相關情景分析，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 所使用的輸入數據包括： <ul style="list-style-type: none"> (1) 發行人在分析中所使用的氣候相關情景及其來源。 (2) 分析是否涵蓋多個不同的氣候相關情景。 (3) 分析中所使用的氣候相關情景是否與氣候相關轉型風險或氣候相關實體風險有關。 (4) 發行人在分析中是否使用了與最新國際氣候變化協議一致的情景。 (5) 為何發行人認為所選定的氣候相關情景與評估應對氣候相關變化、發展或不確定性的韌性具有關聯性。 (6) 發行人在分析中所使用的時間框架；及 (7) 分析所涵蓋的營運範圍(例如：分析所涉及的地點及業務單位)。 (ii) 發行人在分析中所作的主要假設 (iii) 進行氣候相關情景分析的報告期間。 	7.1 氣候策略

描述	章節
(III) 風險管理	
27.	發行人須披露以下資料：
	<p>3.3 風險管理</p> <p>(a) 發行人用於識別及評估氣候相關風險、進行優先排序及持續監控的流程及相關政策，包括有關以下各項的資料：</p> <p>(i) 發行人使用的數據及參數(例如：數據來源及流程所涵蓋的營運範圍)。</p> <p>(ii) 發行人能夠及如何運用氣候相關情景分析來識別氣候相關風險。</p> <p>(iii) 發行人如何評估該等風險相關影響的性質、可能性及程度(例如：發行人是否考慮定性因素、定量閾值或其他所用標準)。</p> <p>(iv) 發行人如何監控其氣候相關風險</p> <p>(v) 相較於過往報告期間，發行人能夠及如何改變其流程。</p> <p>(b) 發行人用於識別及評估氣候相關機遇、進行優先排序及持續監控的流程，包括有關發行人能夠及如何運用氣候相關情景分析以確定氣候相關機遇的資料。</p> <p>(c) 識別、評估、優先排序及監控氣候相關風險和機遇的流程，如何及在多大程度上融入發行人的整體風險管理流程。</p>
(IV) 指標與目標	
溫室氣體排放	
28	發行人須披露報告期間內的絕對溫室氣體排放總量(以噸二氧化碳當量計算)，並按以下類別劃分：
	<p>7.2 指標與目標</p> <p>(a) 範圍1溫室氣體排放</p> <p>(b) 範圍2溫室氣體排放</p> <p>(c) 範圍3溫室氣體排放</p>

	描述	章節
29.	發行人須：	
	<p>(a) 除非監管機構或發行人上市的另一家交易所另有規定，否則發行人必須按照《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準(二零二四年版)》對其溫室氣體排放進行量化。</p> <p>(b) 披露用於計量溫室氣體排放的方法，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) 發行人用以量化其溫室氣體排放的計量方法、輸入數據及假設。 (ii) 發行人為何選擇此計量方法、輸入數據及在計量溫室氣體排放時所作的假設。 (iii) 在報告期間內對計量方法、輸入數據及假設所作的任何變動，包括變動原因。 <p>(c) 對於根據第28(b)段披露的範圍2溫室氣體排放，按地域披露發行人的範圍2溫室氣體排放，以及任何為了解該等排放而必需的合同文件。</p> <p>(d) 對於根據第28(c)段披露的範圍3溫室氣體排放，根據《溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍3)核算與報告標準(二零一一年版)》，披露範圍3溫室氣體排放量化中所包含的類別。</p>	
氣候相關轉型風險		
30	發行人必須披露易受氣候相關轉型風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	按百分比或資產價值計算，並未識別出易受影響的重大資產。
氣候相關實體風險		
31	發行人必須披露容易受到氣候相關實體風險影響的資產或業務活動的金額及百分比。	按百分比或資產價值計算，並未識別出易受影響的重大資產。

描述	章節
氣候相關機遇	
32	<p>發行人必須披露與氣候相關機遇有關的資產或業務活動的金額及百分比。</p> <p>使用收益作為指標，將產品劃分為綠色類別及一般類別以計算綠色產品收益的做法目前並不適用。我們將定期評估其適用性。</p>
資本支出	
33	<p>發行人必須披露與氣候相關風險和機遇有關的資本開支、融資或投資金額。</p> <p>與氣候相關風險有關的支出已於第7.2指標與目標中披露。</p> <p>然而，本集團並未引進任何融資金額。</p>
內部碳定價	
34	<p>發行人須披露以下資料：</p> <p>(a) 解釋發行人如何在決策中應用碳定價(例如：投資決策、轉移定價及情景分析)。</p> <p>(b) 用於評估每噸溫室氣體排放成本的溫室氣體排放定價。</p> <p>我們尚未將內部碳定價納入決策流程。我們將於未來探討內部碳定價的應用。</p>
薪酬	
35	<p>發行人必須披露氣候相關考慮因素如何可能納入薪酬政策，或提供適當的否定聲明。此項可構成第19(a)(iv)段所規定披露的一部分。</p> <p>我們將探討將氣候相關指標納入高級管理層薪酬考慮因素的可行性。</p>

描述		章節
行業指標		
36	交易所鼓勵發行人披露與一種或多種特定業務模式及活動相關的行業指標，或與相關行業特徵普遍關聯的指標。在決定披露哪些行業指標時，交易所鼓勵發行人參考國際財務報告可持續披露準則第2號「行業披露指引」及國際環境、社會及管治報告框架中的其他行業披露要求，並考慮其適用性。	我們尚未參考國際財務報告可持續披露準則第2號行業基礎施行指引及其他行業披露要求。我們將於未來探討行業指標的應用。
氣候相關目標		
37	發行人須披露	我們已制定為期25年的溫室氣體排放目標及為期5年的用紙目標。展望未來，我們將考慮由第三方核證我們的目標。 我們已於報告年度達成用紙目標，並將考慮制定未來的新目標。
	(a) 為監察實現其氣候相關策略目標的進度而設定的定性及定量目標；及	
	(b) 任何法律或法規規定的目標，包括溫室氣體排放目標。發行人必須就各項目標披露以下資料：	
	(a) 用於設定目標的指標。	
	(b) 目標的目的(例如：緩解、適應或基於科學的倡議)。	
	(c) 目標的範圍(例如：目標適用於整個發行人集團，或是僅適用於特定業務單位或地理區域)。	
	(d) 目標的適用期間。	
	(e) 衡量進展的基準期間。	
	(f) 任何中期或階段性目標(如有)。	
(g) 倘為量化目標，屬絕對目標或是強度目標。		
(h) 最新的國際氣候變化協議(包括該等協議產生的任何法律承諾)如何協助發行人設定目標。		
38	發行人須披露設定及檢討各項目標的方法，以及如何監察實現目標的進度，包括：	
	(a) 目標本身及設定目標的方法是否經第三方核證。	
	(b) 發行人審閱目標的流程。	
	(c) 用於監察實現目標進度的指標。	
	(d) 對目標所作的任何修訂及其原因。	

描述	章節
39	發行人須披露有關各項氣候相關目標表現的資料，以及對發行人表現趨勢或變化的分析。
40	<p>就第37至39段所披露的各項溫室氣體排放目標，發行人須披露：</p> <p>(a) 該目標涵蓋哪些溫室氣體。</p> <p>(b) 該目標是否涵蓋範圍1、範圍2或範圍3溫室氣體排放。</p> <p>(c) 該目標屬溫室氣體排放總量目標或是溫室氣體淨排放目標；倘為淨排放目標，發行人亦須披露相關的溫室氣體排放總量目標。</p> <p>(d) 該目標是否採用行業脫碳方法制定</p> <p>(e) 發行人計劃如何使用碳信用以抵銷溫室氣體排放，從而實現任何溫室氣體淨排放目標。關於碳信用的使用，發行人須披露：</p> <p>(i) 在多大程度上及以何種方式依賴碳信用以實現任何溫室氣體淨排放目標</p> <p>(ii) 將由哪些第三方計劃核證或認證該等碳信用</p> <p>(iii) 碳信用的類型，包括相關抵銷是基於自然或是技術碳移除，以及相關抵銷是通過減排還是碳移除實現；及</p> <p>(iv) 為使他人理解發行人計劃使用的碳信用的可信度及完整性而必需的任何其他重要因素(例如：關於碳抵銷效果的假設)。</p>
跨行業指標及行業指標的適用性	
41	<p>為編製符合第21至26段及第37至38段規定的披露內容，發行人必須參考(i)跨行業指標(請參閱第28至35段)及(ii)行業指標(請參閱第36段)，並考慮其適用性。</p>
	<p>7.2 指標與目標</p> <p>我們將探討購買碳信用以抵銷營運產生的溫室氣體排放的可行性。</p>
	<p>我們尚未參考跨行業指標或行業披露要求。我們將於未來探討其適用性。</p>