

# 2025 寶尊集團 可持續發展報告

SUSTAINABILITY REPORT FOR FISCAL YEAR 2025



# 目錄

## CONTENTS

關於本報告	01
管理層致辭	03
走進寶尊集團	05
可持續發展管理	09

### 01

#### 韌性向前 夯實穩健發展根基

公司治理	16
風險管理	18
反腐敗與商業道德	19
資訊安全與私隱保護	23

### 02

#### 數智賦能 創新驅動品質服務

研發創新	30
產品質素與安全	34
客戶服務管理	35
負責任行銷	39

### 03

#### 生態共創 攜手同心共贏未來

員工責任	42
可持續供應鏈管理	52
賦能行業發展	54
公益慈善與義工服務	57

ESG數據表及附註	85
-----------	----

附錄	94
----	----

附錄1: 報告對標索引表	94
--------------	----

附錄2: 核證聲明	102
-----------	-----

### 04

#### 低碳轉型 繪就綠色發展新篇

環境管理體系	59
應對氣候變化	61
「全鏈式」綠色運營	77
排放物管理	83



# 關於本報告

《寶尊集團 2025 年度可持續發展報告》(以下簡稱「本報告」)是寶尊電商有限公司發佈的第 6 份可持續發展報告，闡述了公司 2025 年度履行可持續發展責任所秉持的原則及推行的工作績效，包括重要持份者所關注的可持續發展議題。

## 報告範圍

本報告涵蓋寶尊電商有限公司，包含其綜合入帳附屬公司及可變利益實體(統稱「寶尊集團」「寶尊」「公司」)，與年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。

## 報告期間

本報告期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。本報告中的資料如無特別說明，均為此期間內資料。

## 編制依據

本報告編制依據香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》(2025 年 12 月 31 日生效版)(簡稱聯交所《ESG 守則》)、Nasdaq ESG Reporting Guide 2.0 (2019)(簡稱 Nasdaq《ESG 報告指南 2.0》)，並參照全球可持續發展標準委員會(GSSB)《可持續發展報告標準》(2021)(簡稱「GRI 標準」)。

## 報告原則

本報告遵循聯交所《ESG 守則》、Nasdaq《ESG 報告指南 2.0》及 GRI 標準等報告原則，包括：

### ◦ 重要性

公司識別出投資者等持份者關注的與經營相關的重要性議題，作為本報告匯報重點。本報告中對重要性議題的匯報同時關注公司運營涉及的行業特徵以及所在地區特徵。重要性議題的分析過程及結果詳見本報告「持份者溝通」與「議題重要性分析」章節。同時，本報告對環境、社會和公司治理方面可能對投資人及其他相關方產生重要影響的事項進行重點匯報。

### ◦ 準確性

本報告盡可能確保資訊準確。其中，定量資訊的測算已說明資料口徑、計算依據與假定條件，以保證計算誤差範圍不會對資訊使用者造成誤導性影響。定量資訊及附注資訊詳見本報告「ESG數據表及附註」章節。董事會對報告的內容進行保證，在重大方面上不存在虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏。

### ◦ 平衡性

本報告內容反映客觀事實，對涉及公司正面、負面的資訊均予以不偏不倚的披露。

### ◦ 清晰性

本報告以簡體中文、繁體中文及英文發佈。本報告中包含表格、模型圖等資訊，作為本報告中文字內容的輔助，便於持份者更好地理解報告中文字內容。為便於持份者更快獲取資訊，本報告提供目錄及 ESG 標準的對標索引表。

### ◦ 量化及一致性

本報告披露關鍵定量績效指標，並盡可能披露歷史資料。本報告對同一指標在不同報告期內的統計及披露方式保持一致；若統計及披露方式有更改，在報告附注中予以充分說明，以便持份者進行有意義的分析，評估公司 ESG 績效水準發展趨勢。

### ◦ 完整性

本報告披露對象範圍涵蓋與公司合併財務報表範圍保持一致。

### ◦ 時效性

本報告為年度報告，覆蓋時間範圍為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日。公司盡力在報告年度結束後儘快發佈報告，為持份者決策提供及時的資訊參考。

### ◦ 可驗證性

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

## 資料說明

報告中資料和案例來自企業實際運行的正式記錄。同時，報告中的財務資料均以人民幣為單位，並與企業年度財務報告相符，如有不符的需進行說明。

## 可靠性保證

寶尊承諾：本報告在重大方面上不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，公司董事會對報告內容的真實性、準確性和完整性承擔責任。本報告遵循平衡性原則，對公司相關正面、負面資訊進行客觀公允披露，不存在應披露而未披露、因在重大方面違反相關法律法規受到主管部門處罰或產生重大影響的負面事件。

## 報告語言

本報告提供簡體中文、繁體中文及英文供讀者參閱，如有任何衝突或不一致之處，概以中文版本為準。

## 聯繫方式

公司十分重視持份者的意見，並歡迎讀者通過以下聯絡方式與公司聯繫。您的意見將協助公司進一步完善本報告以及提升寶尊整體的可持續發展表現。

聯繫地址：上海市靜安區江場西路510弄數智大廈

聯繫電話：86(21)80266000 分機：6128；6599

聯繫郵箱：wenjie.zhang037826@baozun.com；wendy.sun@baozun.com

## 管理層致辭

作為以科技成就商業未來的服務商，寶尊始終將可持續發展視為戰略轉型的底層邏輯，致力於成為可持續商業的先行者，為各個持份者創造經濟、環境和社會的綜合價值。2025年，我們通過技術創新與前瞻式佈局，將可持續發展融入核心商業運營當中，打造綠色生態全產業鏈，構建以技術為核心的數碼化產品與服務矩陣，以全鏈路整合與全渠道協同驅動品牌價值提升，與生態夥伴共築繁榮、包容、綠色的數碼商業未來。

### 深化「全鏈式」綠色運營，譜寫低碳發展新篇章

面對日益加劇的氣候與環境挑戰，我們以「全鏈式」綠色運營策略為核心，持續完善環境管理體系，在辦公、倉儲、物流及包裝等關鍵環節發力，推進資源節約和循環利用。同時，2025年，我們系統性評估氣候相關風險、機遇及其影響，制定並落實多維度應對策略，包括推進碳中和園區建設、試點物聯網綜合能源管理平台、部署倉儲自動化應用、推行綠色無紙化作業等。此外，我們積極參與編制物流行業首批零碳智慧物流園區團體標準，以實際行動為行業提供可複製的低碳轉型範本。

### 數智驅動品牌躍遷，持續賦能高質素增長

我們以前瞻性技術創新為驅動，致力於為品牌客戶提供回應行業變革的創新解決方案，開拓可持續的業務增長新路徑。2025年，我們持續加大技術研發投入，探索端到端智能化場景與生成式 AI 技術的實際應用。我們的 DTC 數碼化觸點解決方案、PIM 全渠道商品管理系統和 OMS 分散式訂單管理系統入選 Gartner 2025 年多項研究報告。通過全渠道深耕與精益運營，我們助力品牌以數智化手段優化資源配置，提升運營效率與市場回應能力，為行業注入穿越週期的「新質生產力」。

### 打造幸福活力「FUN」職場，踐行向善社會責任

我們努力推動企業價值與社會價值的深度融合。我們踐行「以人為本」理念，積極打造幸福活力職場，組織「金秋活力跑」「寶尊家庭日」等活動。我們重視員工價值創造與職業成長，建設寶尊能力發展中心，構建完善的人才發展體系。2025年，我們蟬聯權威機構評選的「最佳雇主」榮譽。我們保持「以公益鑄就仁心」的初心，在教育助學、醫療健康等領域持續投入，構築充滿溫情與責任的和諧社區關係，為建設美好社會貢獻力量。

### 健全公司治理體系，夯實穩健發展根基

我們始終將透明、規範、高效的公司治理作為可持續發展的核心基石，以穩健運營為宗旨，不斷完善決策機制、內控體系與監督流程。我們建立系統化、專業化的全面風險管理體系，強化全鏈條風險防控能力。在反腐敗與商業道德領域，我們持續建設廉潔文化，設立透明的檢舉機制，嚴守商業道德底線。作為全球品牌數碼商業夥伴，我們更將資訊安全與私隱保護置於核心位置，築牢資料安全根基，切實保障股東、客戶、員工等各持份者的合法權益，夯實穩健發展根基。

面向未來，我們滿懷信心，以可持續理念開啟全新加速期，持續深化「電商服務 + 品牌管理」雙輪驅動戰略，以技術創新與前瞻佈局為引擎，與所有同行者緊密協作，為各方創造綜合價值，書寫商業與社會共榮的嶄新篇章。

### 仇文彬 Vincent Wenbin Qiu

寶尊集團創始人

寶尊集團董事長兼首席執行官



# 走進寶尊集團

## 關於寶尊集團

寶尊電商有限公司(簡稱「寶尊集團」「寶尊」或「公司」)創立於2007年,是中國品牌電商服務行業的領導者、先行者及數碼商業賦能者,於2015年5月在美國納斯達克上市,2020年9月在香港聯交所二次上市。2022年11月,公司自願於香港聯交所主機板的第二上市地位轉換為主要上市地位,現為香港聯交所及美國納斯達克雙重主要上市公司。

公司秉持「科技成就商業未來」的願景,已通過雲端運算、大數據、人工智能等技術,不斷實現技術升級和轉型,憑藉端到端的電商服務能力、全渠道的專業知識和技術驅動的解決方案,廣泛賦能品牌合作夥伴,服務全球使用者,助力品牌成就科技未來。



### 願景

科技成就商業未來



### 使命

以科技創新和客戶需求為引擎,致力成為全球品牌電商的商業夥伴、服務夥伴和交易夥伴



### 價值觀

誠信、擔當、進取、  
協同、創新





### 公司名稱

寶尊電商有限公司



### 公司總部

中國上海



### 上市代碼

09991.HK  
NASDAQ: BZUN



### 運營起始時間

2007 年



### 三大業務線

寶尊電商 (BEC)

寶尊品牌管理 (BBM)

寶尊國際 (BZI)



### 業務板塊

電商業務：品牌店鋪運營、客戶服務、技術服務、數碼行銷、倉儲物流五大服務內容，涵蓋品牌官方商城、線上購物平台天貓與京東、社交移動商城及線下智能門店等全渠道

品牌管理業務：戰略和策略定位、品牌與市場行銷、零售與電商運營、供應鏈和物流及技術賦能等全方位品牌管理



### 公司規模

# No.1

蟬聯中國品牌電商服務商排行榜第一（來源於艾媒諮詢）

# 30+

覆蓋中國超 30 多個主流電商平台，提供全渠道新零售電商服務

# 8

覆蓋 8 大垂直行業

# 2地上市

2015 年美國納斯達克上市，2020 年香港聯交所二次上市，2022 年香港美國雙重主要上市



## 寶尊集團業務亮點

### 業務拓展

#### 全渠道運營生態建設

跨平台聯動打通小紅書生態鏈，榮膺小紅書**2025年度電商運營服務商**等殊榮  
深化全域運營，攬獲天貓、京東、騰訊、小紅書、抖音等平台權威認證

#### 客戶價值可持續拓展

**8**大區域運營中心，S-ANY一站式客戶服務管理平台  
**4A**級市場行銷經驗，**500+**電商行銷專家團隊，全年打造品牌平台活動**15**場

#### AI科技賦能服務

S-Whiz 閃智精靈融入奢品服務  
店小蜜紅寶書踐行智能客服，AI客服工具場景覆蓋率**62%**

#### 品牌發展與社區賦能

品牌管理業務總計經營**177**間線下店鋪  
攜手故宮、Melting Sadness等IP推出聯名系列產品  
「優質」社區店核心城市全面佈局

#### 高效供應鏈解決方案

近**100萬**平方米物流中心，**11**大城市倉儲中心  
自動化電商倉庫，日峰值訂單量**1,802,610**

## 模式創新

### 可持續運營轉型

提升以客戶為中心的服務質素，增加優質收入，通過提高效率改善盈利能力，培養可持續的企業文化

### 負責任的全球化佈局

踐行「全球本土化」概念，在全球**10**個市場設立經營部，本土化服務賦能品牌合作夥伴

### 踐行創新，賦能升級

應用數碼化經銷模式，提升為全面的貿易合作夥伴  
作為零售 AI 先鋒踐行行業從技術探索向商業價值落地邁進

### 全鏈域生態協同

三大業務線互相反哺，賦能寶尊集團，實現寶尊全鏈域協同



# 可持續發展管理

## 可持續發展治理架構

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

### 寶尊ESG管理架構



### 寶尊ESG管理架構對應主要職責

#### 董事會

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

#### 可持續發展委員會

- (a) 識別重大環境、社會及管治議題，判定重大環境、社會及管治事宜將為本公司帶來的風險和機遇；
- (b) 建議及定期檢視本公司的環境、社會及管治願景、策略；
- (c) 基於相應的策略制定其對應的目標，並定期進行目標進度的監督及檢視；
- (d) 審閱與環境、社會及管治相關的政策；
- (e) 就重大環境、社會及管治事宜相關的政策進行檢視及監督，並確保其適用於本公司；
- (f) 董事會授予的其他職責。

#### 可持續發展工作小組

- (a) 推動各部門執行各項環境、社會及管治政策，匯報環境、社會及管治項目落實情況；
- (b) 每年識別與公司有關的環境、社會及管治風險，評估此類風險對公司的影響，並就風險應對向董事會提供建議；
- (c) 協助編制年度可持續發展報告及其他環境、社會及管治相關披露資訊，並提交董事會審議及批准予以披露；
- (d) 董事會授予的其他職責。

公司定期召開可持續發展委員會會議，通過研討 ESG 領域最新政策動向，不斷深化對全球可持續發展標準的理解，為將相關標準融入公司戰略決策提供有益參考。此外，會議中，董事會審議上年度 ESG 目標進展及下年度工作目標，確保公司可持續發展工作按計劃推進，並與公司中長期發展規劃相融合。

2025 年 8 月，公司召開可持續發展委員會會議，對 ESG 最新政策進行解讀，提升公司 ESG 管理能力。同時，總結上年度 ESG 目標進展，並確定「範圍三」價值鏈溫室氣體排放管理能力建設、氣候情景分析、碳排放目標更新等年度工作目標及年度規劃。

## 可持續發展策略

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



# 可持續發展貢獻

## 回應SDGs行動

寶尊關注聯合國可持續發展目標 (SDGs)，基於自身可持續發展策略，明確了與公司最為相關的五項可持續發展目標，積極開展相關行動以助力可持續發展目標的實現。

貢獻SDGs	目標與行動舉措
負責任的創新	<p><b>目標12.5</b> 到2030年，通過預防、減排、回收和再利用，大幅減少廢物的產生。</p> <p>公司致力於構建產業協同創新平台，攜手價值鏈合作夥伴，在包裝設計、倉儲管理、物流運輸等領域開展深度合作，實現全流程資源效率提升並促進資源循環利用。2025年，公司包裝材料循環使用量11,042噸。</p>
	<p><b>目標13.3</b> 加強氣候變化減緩、適應、減少影響和早期預警等方面的教育和宣傳，加強人員和機構在此方面的能力。</p> <p>公司秉持綠色發展理念，通過創新驅動提升行業運營效能，助力行業向綠色低碳轉型，構建可持續發展的產業生態體系，為實現碳中和目標貢獻力量。2025年，公司範圍一、範圍二溫室氣體排放量（不含Gap中國）較基準年下降26.96%。</p>
共用的社會價值	<p><b>目標4.4</b> 到2030年，大幅增加掌握就業、體面工作和創業所需相關技能，包括技術性和職業性技能的青年和成年人數。</p> <p>公司設立寶尊-南通開放大學電商產業學院，採用學習與實踐結合模式，開發涵蓋運營、設計、直播、客服的電商課程，全方位提升學員技能。此外，公司開展多種多樣的校企合作項目，包括工學交替、集中實習及618和雙十一實訓等項目在內，2025年約有2,000名學生參與其中，提供了沉浸式的實戰體驗。</p>
	<p><b>目標8.5</b> 到2030年，所有男女，包括青年和殘疾人實現充分和生產性就業，有體面工作，並做到同工同酬。</p> <p>公司積極打造多元、平等、尊重的文化氛圍，抵制一切基於性別、年齡、身體狀況等因素的歧視行為，確保所有員工得到公平對待。</p> <p>公司為殘障人士提供體面的就業機會，支持殘障人士的職業發展，截至2025年底，公司在職殘障員工夥伴3名。</p>
完善的公司治理	<p><b>目標5.5</b> 確保婦女全面有效參與各級政治、經濟和公共生活的決策，並享有進入以上各級決策領導層的平等機會。</p> <p>公司為女性員工提供平等的就業機會，積極聘用女性董事及女性高級管理層，助力女性實現職業價值。截至2025年底，公司董事及高級管理層員工中已有80名女性。</p>

## 2025年可持續發展亮點績效

### 負責任的創新

已累計持有專利**10**項

電腦軟件版權**292**項

持續助力碳中和，

累計打造**2**個「碳中和園區」，

參與制定**2**項零碳智能物流園區團體標準

### 共用的社會價值

寶尊獲第十屆  
智通財經上市公司評選-

**「最佳 ESG 創新獎」**

寶尊獲 2025 雇主品牌創意大賽 -

**「員工體驗創新獎」和「最佳雇主品牌宣傳片獎」**

寶尊成為企業職業技能等級評價機構，

被設為電子商務師、全媒體運營師職業**技能認證考試點**

### 完善的公司治理

通過 **ISO 27001** 資訊安全管理體系認證、通過 **ISO 27701** 私隱資訊管理體系認證

斬獲**「磐石行動」卓越應急獎**，實戰淬煉築牢數碼安全防線

對 **7** 個辦公場所及分子公司開展資訊安全風險評估，識別出提升項並協助編制整改方案

注：資料口徑與寶尊合併財務報表範圍保持一致，涵蓋2025年1月1日至2025年12月31日。



## 持份者溝通

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

主要持份者	溝通渠道與方式	關注議題
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> <li>項目合作</li> <li>會議交流</li> <li>監督檢查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>反腐敗與商業道德</li> <li>應對氣候變化</li> <li>環境管理體系</li> <li>排放物管理</li> <li>資源管理</li> <li>負責任行銷</li> <li>風險管理</li> </ul>
股東與投資者	<ul style="list-style-type: none"> <li>業績公告會</li> <li>股東大會</li> <li>資訊披露</li> <li>接待分析師及投資者調研</li> <li>出席投資者交流會議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理</li> <li>研發創新</li> <li>產品質素與安全</li> <li>風險管理</li> </ul>
客戶 (品牌客戶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶滿意度調查</li> <li>定期溝通</li> <li>行業峰會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資源管理</li> <li>應對氣候變化</li> <li>研發創新</li> <li>資訊安全與私隱保護</li> <li>負責任行銷</li> <li>客戶服務管理</li> </ul>
客戶 (消費者)	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶熱線等客戶服務</li> <li>推廣可持續消費理念</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>客戶服務管理</li> <li>產品質素與安全</li> <li>負責任行銷</li> <li>資訊安全與私隱保護</li> </ul>
供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>供應商評估與審核</li> <li>供應商培訓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>可持續供應鏈管理</li> <li>賦能行業發展</li> <li>反腐敗與商業道德</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期會議</li> <li>員工培訓</li> <li>員工活動</li> <li>投訴與回饋</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>員工僱傭與權益</li> <li>員工平等與多元化</li> <li>員工職業健康與安全</li> <li>員工培訓與發展</li> </ul>
社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>社區活動</li> <li>定期溝通</li> <li>媒體溝通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境管理體系</li> <li>公益慈善與義工服務</li> </ul>

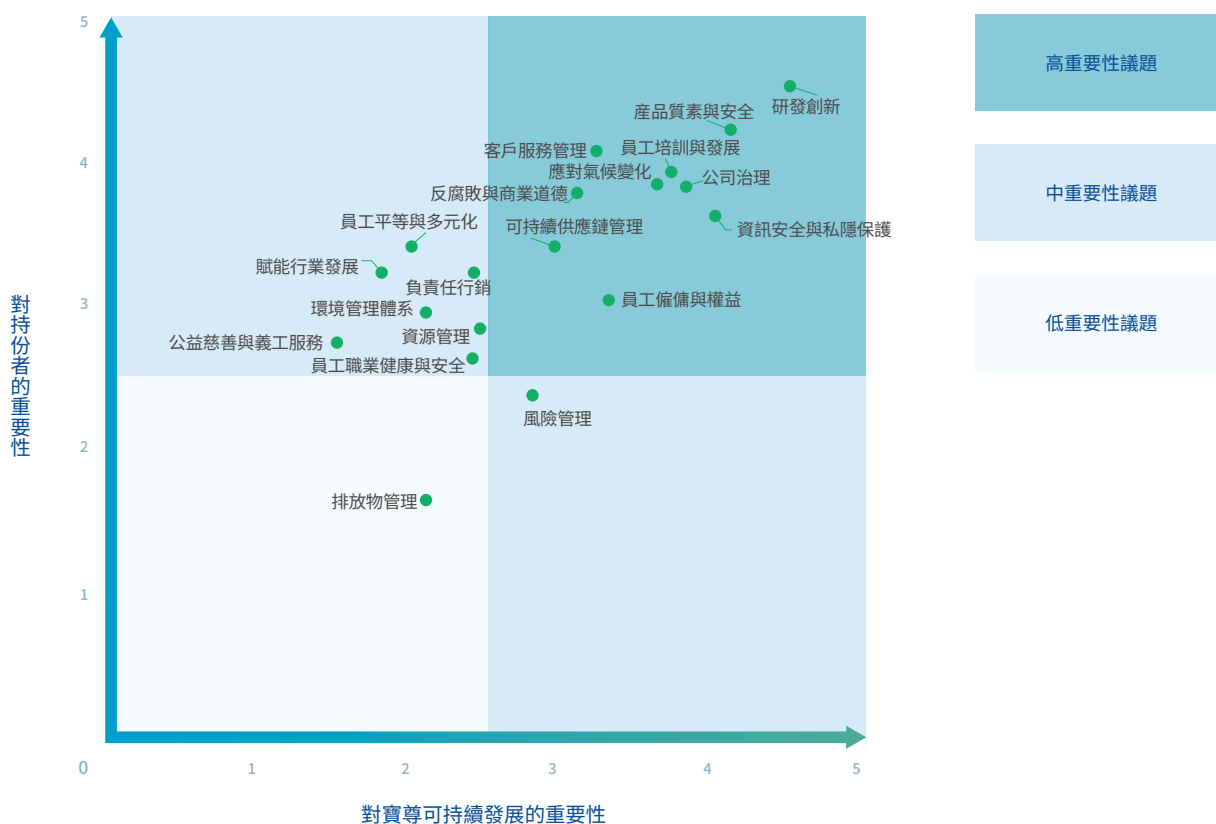
## 議題重要性分析

寶尊遵守香港聯交所《ESG 守則》中的「重要性」原則，定期開展持份者量化問卷調研，每年開展重要性議題分析。2025 年，公司依據香港聯交所《ESG 守則》及 Nasdaq《ESG 報告指南 2.0》等監管要求，參照 GRI、SASB 及聯合國可持續發展目標 (SDGs) 等可持續發展框架，結合 MSCI ESG、S&P CSA ESG 等主流評級指標及行業對標分析，確定了 19 項 ESG 議題。公司對議題進行重要性分析，從「對寶尊可持續發展的重要性」與「對持份者的重要性」雙重維度，對議題重要性進行賦分，得到議題重要性矩陣。未來，公司將進一步明確資源配置的優先順序，實現議題的動態管理，支撐可持續發展戰略目標的制定。

### 寶尊重要性議題分析流程

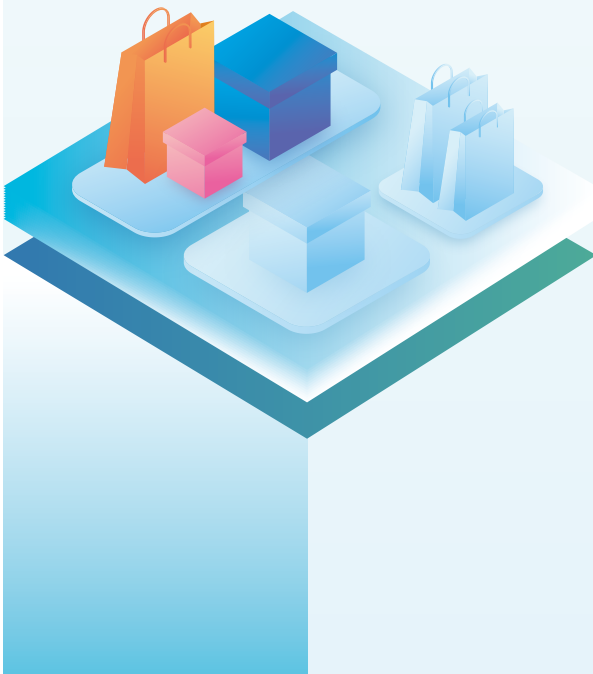
① 識別議題庫	② 持份者參與	③ 重要性分析	④ 議題確認與報告
<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 識別企業可持續發展背景，瞭解重點持份者。</li> <li>◦ 系統性參考政策標準、同業優秀實踐和專家意見識別並篩選關鍵議題。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 確定重點持份者溝通的方式和渠道。</li> <li>◦ 定期邀請重點內、外部持份者填寫調研問卷，對議題的重要性進行評分。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 梳理問卷回饋和評分結果，邀請專家對議題額的重要性進行評分。</li> <li>◦ 結合議題內、外部重要性評分給出重要性排序。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 可持續發展委員會審閱並確認重要性議題後匯報至董事會。</li> <li>◦ 重要性議題在年度可持續發展報告中重點披露。</li> </ul>

### 寶尊議題重要性矩陣



## 韌性向前 夯實穩健發展根基

寶尊始終將透明、規範、高效的公司治理作為企業可持續發展的核心基石，持續構建權責清晰的企業治理架構。公司通過不斷完善決策機制、內控體系與監督流程，強化全鏈條風險管理能力，嚴守合規底線與商業道德準則，切實保障股東、客戶、員工及持份者的合法權益。公司以高標準治理實踐夯實發展根基，全面提升運營質效與核心競爭力，以高質素、可持續發展賦能數碼商業生態，共築行業未來。

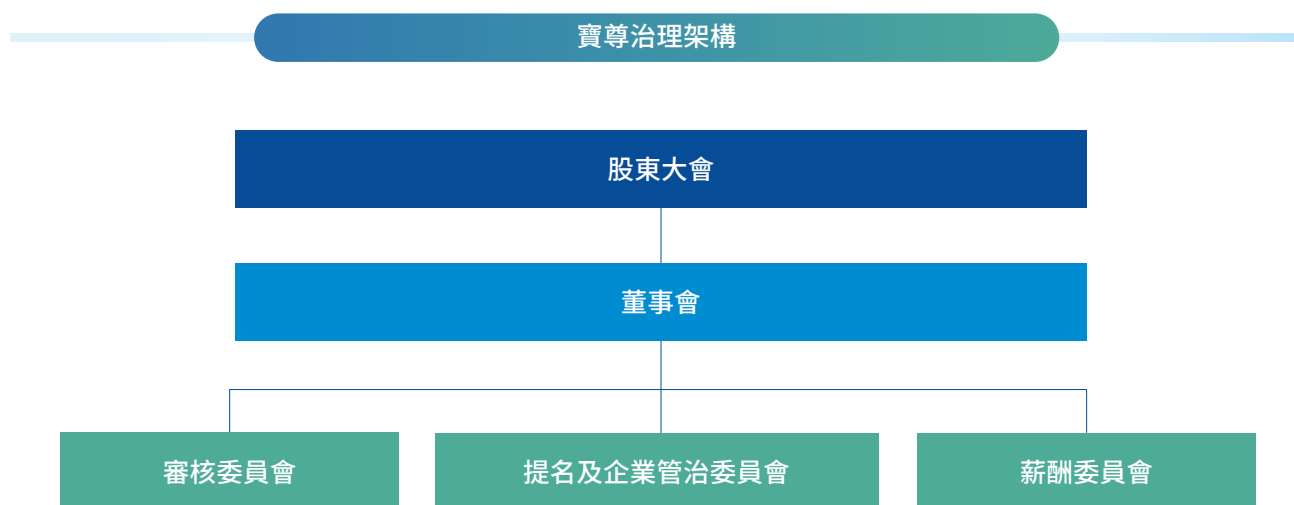


## 公司治理

### 治理架構

寶尊嚴格遵守《開曼群島公司法》《Rule 5200. 在納斯達克股票市場首次和持續上市的一般程序和先決條件》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規、監管規則及規範性文件要求，搭建由股東大會、董事會及專門委員會構成的三級公司治理架構。

其中，股東大會作為最高決策機構，切實保障股東權益。董事會為日常業務決策機構並下設審核委員會、提名及企業管治委員會以及薪酬委員會，各專門委員會依照《公司章程》與董事會授權履行履職，各層級權責清晰、協同運轉，保障公司規範穩健運營。



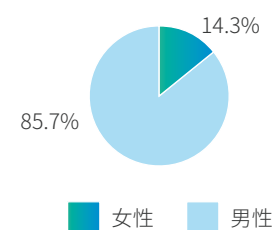
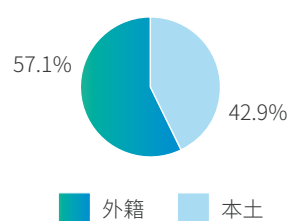
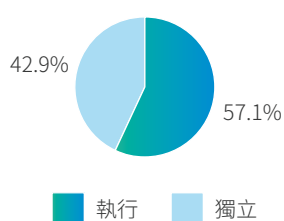
### 董事會構成與薪酬

2025年，公司更新《提名及企業管治委員會章程》，確保董事會選舉公開、公平、公正且具備獨立性，堅持唯才委任原則，保證董事會科學決策的基本能力，保障股東權益、促進公司高質素發展。

公司注重董事會多元化建設，綜合考量性別、年齡、種族、國籍、行業經驗、專業背景與教育學歷，適配業務多元化需求，提升公司決策效率、人才吸引力與創新能力。2025年，公司持續優化董事會治理結構，獨立董事占比穩步提升，其依託行業經驗為公司戰略、風險防控等提供獨立專業意見，以期最大化保障公司與股東利益。同時，目前公司為在任獨立董事提供固定薪酬。截至2025年底，董事會共計7名成員，其中包括女性董事1名、獨立董事3名。現任董事會成員擁有供應鏈管理、IT、財務、工商管理領域的專業能力和行業經驗。

## 寶尊董事會構成

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



注:

[1] C=主席, ●=委員

[2] 在本報告中, 本土指代中國內地, 即不包含中國台灣、香港特別行政區及澳門特別行政區。

公司建立董事會問責機制, 並通過引入董高責任險, 為董事及高級管理人員履職提供風險保障, 同時, 公司簽訂董事會責任相關協定安排, 明確責任邊界與履職要求, 並建立董事會成員輪換機制, 實行年度輪換與每三年一次的全面輪換制度, 以此保障董事會規範高效運作。

此外, 為強化對公司高級管理人員的責任約束, 提升財務報告披露的準確性與透明度, 公司面向高管制定《激勵性薪酬追回政策》, 明確在公司發生財務結果重述時, 可依據特定條件追回已發放的激勵性薪酬, 持續推動高管履職盡責。同時, 由董事會薪酬委員會審議審批 CEO 年度績效目標, 考核維度涵蓋多項財務指標, 以及股東價值創造與回報等關鍵內容。

## 風險管理

寶尊制定並完善《BEC 運營應急事件管理制度 V2.3》《集團採購管理制度 V4.0》《寶尊集團費用報銷制度》《寶尊集團外包倉管理制度》《寶尊集團資本金管理制度》等制度，建立系統化、專業化的全面風險管理體系，高效推進風險管理工作。

董事會作為公司內部控制與風險管理的最高責任機構，每年定期審閱公司財務、經營及合規領域的風險管理與內部控制系統有效性。同時，公司搭建由運營管理層、高級管理層領導的內控團隊及審核委員會組成的「三道防線」，確保各項業務運營全面落實風險管理要求。

### 寶尊風險管理「三道防線」

#### 第一道防線

##### 運營管理層

由一線員工和管理層構成，負責內部控制執行和日常監督、執行內控管理的相關規定，並針對發現的風險點採取及時的應對措施。

#### 第二道防線

##### 由高級管理層領導的內控團隊

通過體系化和常態化的管理，實現對風險的監控與預警、識別與評估、以及應對與監督檢查，建立起整個企業範圍內對風險和控制的統一認識。

#### 第三道防線

##### 審核委員會

負責組織獨立、客觀的審計和諮詢活動，通過採用系統、規範的方法評估和改善風險管理、控制和治理流程的有效性，實現風險的全面識別與管理。

公司內審團隊直接向董事會匯報，獨立開展風險評估工作，識別戰略、財務、市場、運營、法律等各類潛在風險，對公司風險管理與內部控制體系的有效性進行獨立評價與核證，及時發現管控缺陷、提出改進方案並跟蹤落實整改成效。

公司持續維護公司級風險控制矩陣(RCM)，並根據年度外審建議及業務發展情況進行動態更新，矩陣覆蓋銷售、運營、財務、採購、IT、人事、行政等全流程關鍵控制點，以此作為公司日常運營與風險管控的核心依據。此外，公司通過業務評估、操作監控與專項優化，持續識別風險並推動整改，引導業務及歸口部門實現自主風險管控，相關成果同步納入風險控制矩陣進行完善更新。

對於識別出的風險，公司開展風險緩解和相關整改措施。例如，2025年，針對識別出的未經集團採購部集中採購的風險，公司通過完善採購、合同、付款全流程鏈路，強化資訊系統前置審批強校驗功能，從流程與系統層面防範不合理自行採購行為，保障採購合規性與管控有效性。此外，針對帳號許可權管理不規範的風險，公司在帳號覆核中已發現並清理冗餘許

可權數十條。公司同步建立帳號定期覆核機制與定時任務監控機制，將許可權開通能力統一收歸運維部門集中管理，實現帳號許可權全生命週期可控、可查、可追溯。

2025年，公司依據審計委員會批准的年度內審計劃，完成人力資源、TIC等7個部門內審項目，通過雙周在「BEC 運營管理看板」更新問題及整改進度，以及每季度向審計委員會匯報項目進展與整改情況，實現內審工作閉環管理。公司開展流程管控，重點識別採購、合同、付款、IT、退款等環節風險，持續完善管控機制。同時，公司每年開展SOX審計，持續強化內部控制體系，及時識別並整改內控缺陷，並面向特定品牌業務開展年度SOC 1與SOC 2審計，從財務及非財務雙維度提升合規管理水準與風險抵禦能力。

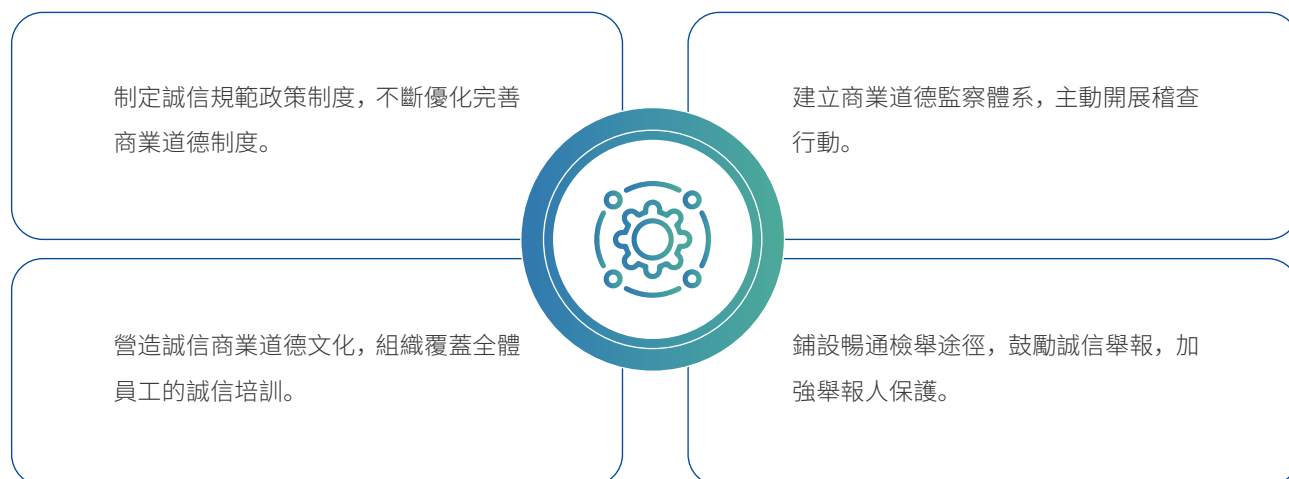
2025年，公司共識別經濟損益、資料質素、流程規範、管理優化等風險問題36項，截至2025年底整改完成率65%。

此外，公司積極開展風控宣導工作，舉辦內控內審培訓與專題宣導，持續強化全員風險意識。

## 反腐敗與商業道德

寶尊將誠信經營作為核心價值觀，嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反壟斷法》《謝爾曼反托拉斯法》《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反洗錢法》等法律法規以及電商服務行業職業道德準則，確保各項經營活動合法合規、規範透明。同時，公司持續完善誠信管理體系，不斷提升合規治理水準，夯實發展根基。

### 寶尊商業道德誠信體系



## 政策與制度建設

寶尊設立紀檢監察部，按照線索發現、案件受理、調查溝通及處理結論的規範流程開展相關工作，並直接向董事會匯報工作進展與成果。同時，公司結合業務發展實際，定期更新與優化相關制度，為商業道德工作的規範化開展提供堅實的制度保障。

公司建立反賄賂反腐敗監督管理機制，強化相關政策與制度建設，統籌監察工作總體方向，並協同業務負責人制定應對預案。

在商業秘密保護方面，公司制定《寶尊集團保密管理辦法》，明確部門職責，建立權責清晰的保密管理體系，規範不同密級資訊的全流程管理，嚴防資訊泄露。

在反洗錢方面，公司制定《寶尊電商反洗錢管理辦法》，通過可疑行為監測、客戶盡職調查、交易記錄留存及大額與可疑交易報告等措施，從源頭防範洗錢活動，助力構建健康經濟生態。

在反貪污與反賄賂方面，公司推行《寶尊商業行為道德規範細則》《員工手冊》等制度文件，要求集團及下屬子公司、可變利益實體全體全職員工(含董事)嚴格遵守，全面規範全員商業行為。

此外，公司在《寶尊電商饋贈和款待制度》中明確了敏感交易具體審批程序，即員工作為接受方，嚴禁收受現金及現金等價物，違者視為受賄並解除勞動合同。同時，員工作為饋贈方，不得主動索取利益，非屬現金及現金等值物件之正常饋贈與款待，須符合財務規範，有關限額不得超過五百元，惟人均超逾二百元（包括二百元）之饋贈必須作出申報。公司嚴禁下級向上級、上級向下級索要禮品款待，所有往來不得附帶條件。公司嚴禁員工向任何本國及海外政府官員行賄。

對於違反規定的員工，公司將堅持「零容忍」的原則，立即啟動專項調查程序，全面核實違規事實，並收集相關證據。經查實確認違規的，公司將根據違規情節輕重以及造成的公司損失，給予通報批評、降職降級、解除勞動合同等相應處理。若違規行為涉嫌違法犯罪，公司將第一時間移交司法機關處理，追究其法律責任。

公司高度重視合作夥伴的商業道德建設，通過構建誠信合規管理機制，嚴格防範業務往來中的貪污腐敗與不正當競爭行為，攜手合作夥伴共建廉潔誠信的行業生態。

公司與供應商簽訂《寶尊電商保密協議》《寶尊電商反腐敗與合規聲明》《寶尊電商親友關係聲明》，要求供應商嚴守保密義務、遵守反腐敗法律法規及公司規定，防範合作中的利益衝突。公司建立覆蓋供應商准入、審核、分級管理與績效評估的全流程反貪腐管控制，定期開展反舞弊排查與招投標現場監督，對異常情況及時預警跟蹤，並結合內外部資料對可疑供應商專項核查，有效防範舞弊風險。2025年，公司共抽取60家供應商開展分析核查，供應商審核通過率達100%。








## 開展風險防控工作

2025年，寶尊開展經營稽核與資訊安全稽核工作，其中，經營稽核負責對公司經營資料、財務狀況進行合規核實與監督校驗；資訊安全稽核則針對外部複雜嚴峻的資訊安全環境，對資訊安全事故及異常情況開展核查與研判，保障公司資訊安全與運營規範。

作為領先的電商服務企業，公司持續聚焦倉儲、物流、退換貨等關鍵環節風險點，定期對交易金額、市場價格、退換貨行為開展稽查，識別潛在的商業道德與資產損失風險，並採取差異化管控措施，切實保障公司合規運營與經濟利益。2025年，公司圍繞工程發包、庫存盤點、退款訂單、退換貨及損失預防等領域主動開展稽查工作，通過預防性排查及時發現異常行為，堅決杜絕違規失德行為，有效防範資產與經濟損失。

## 寶尊稽查措施及具體內容

措施	具體內容
 <b>工程稽查</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對以往大於 10 萬元的發包工程，調取報價單及驗收單，首先核對工程報價是否與市場價相當，再將報價清單、驗收清單與現場實際情況進行核對，檢查是否一致。</li> </ul>
 <b>庫存盤點稽查</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>稽查倉庫是否有按要求進行盤點，有無盤點資料，有無異常，針對異常資料前三展開回顧，找出異常原因。</li> </ul>
 <b>退款訂單稽查</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>結合財務資料，每月對包含全額或大額退款的訂單進行核查，對異常訂單進行篩選、研判與核實，排除風險點。</li> </ul>
 <b>退換貨稽查</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>所有退換貨商品在退貨口由運營、防損、承運商一同清點數量，而後送至質檢區由專人錄入公司系統後拆箱質檢，質檢不合格品向店鋪回饋確認後拒收，由運營、防損、承運商共同確認拒收數量、規格等資訊，防止空退。</li> </ul>
 <b>損失預防稽查</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>通過對作業人員的背調、培訓，對監控等安防設備的檢查，門窗鎖具封條的檢查，流程控制及崗位控制等手段達到預防損失的目的。</li> </ul>

## 內部文化建設

寶尊始終致力於構建廉潔誠信的職場生態，通過開展誠信培訓、普法宣講等多元化舉措，持續深化誠信文化建設，全面提升全員廉潔從業意識。

公司構建分層分類、精準覆蓋的廉潔教育體系。面向董事、監事及高級管理人員，公司定期組織誠信訪談與專項培訓，強化關鍵少數廉潔自律意識與道德規範，形成自上而下的誠信文化；面向中高層管理人員，公司常態化開展專項普法培訓，依託真實案例深化法治教育，築牢管理層合規經營底線；面向全體全職員工，公司持續完善誠信教育機制，新員工入職須完成廉潔培訓並 100% 簽署《新員工承諾書》，全部在職員工參加線上培訓，該培訓涵蓋考試。

此外，公司聚焦採購、供應鏈等高敏感崗位，通過現場培訓與專題宣講強化關鍵崗位人員誠信意識，並綜合運用監察、審計等監督手段，構建全方位、全流程的商業道德保障機制。

除組織誠信培訓外，公司還通過內部推送、新聞宣傳、海報展示等多種形式，引導員工恪守商業道德承諾，持續營造廉潔誠信的企業文化氛圍。2025 年，公司依託「寶尊監察」公眾號這一全員資訊服務平台，常態化推送職場誠信普法知識、節日饋贈合規提醒及誠信培訓相關內容，全年累計推送 4 次，不斷強化全員合規意識。



寶尊發佈中秋節日提醒海報

## 檢舉機制與舉報人保護

公司建立規範的舞弊事件舉報機制，監察部作為唯一授權調查稽核部門，全權負責舞弊相關調查，其他部門未經授權不得私自開展。同時，公司同步開展全面舉報渠道培訓，新員工入職需參加現場視頻培訓，年中組織線上監察制度培訓，所有員工均完成誠信小視頻觀看及線上測驗，培訓成果通過「寶尊監察」公眾號公示。該機制明確監督主體、實現全員培訓，有效防範舞弊風險、保障公司合法權益。

公司宣導全員參與廉潔監督，充分凝聚各方監督合力。公司建立多元暢通的舉報渠道，鼓勵全職員工、非正式員工(兼職、實習生等)及客戶、供應商、合作夥伴，對實際或疑似違規行為進行實名或匿名舉報。公司自收到舉報資訊後 3 個工作日內予以響應，並在法律法規及公司制度允許範圍內開展調查取證。通過電話、郵箱、微信公眾號、信函及「監察諮詢渠道」等多種方式，並針對公司投訴舉報渠道涉及的相關資訊進行核實，保護舉報人資訊，為違規行為舉報提供高效便捷的保障。

為切實維護舉報人合法權益，公司制定《舉報人保護和獎勵制度》，明確對舉報人個人資訊及舉報材料實行嚴格保密，確保員工及外部合作方不因合法舉報而遭受解雇、降級、停職、恐嚇、騷擾等不公平待遇及打擊報復行為。對打擊報復舉報人或相關證人的行為，公司將根據情節嚴重程度嚴肅處置，處置措施包括但不限於撤職、解除勞動合同，涉嫌違法犯罪的依法移交司法機關。

2025 年，公司未涉及任何針對公司或員工的貪污指控或訴訟案件，亦無因上述事項引發的法律糾紛。

### 寶尊舉報途徑

舉報電話 15-316-222-110

舉報郵箱 jubao@baozun.com

微信公眾號 寶尊電商

企業微信 監察諮詢渠道

信函舉報

上海市靜安區江場西路510弄數智大廈（  
監察部收）



BAO ZUN

## 資訊安全與私隱保護

### 資訊安全管理體系

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人資訊保護法》《中華人民共和國數據安全法》《資訊安全技術網絡安全等級保護基本要求》《資訊安全技術個人資訊安全規範》《數據出境安全評估辦法》及歐盟《通用數據保護條例》(GDPR)等資訊安全與私隱保護相關法律法規、標準規範。2025年，公司未發生任何因違反資訊安全與私隱保護相關法律法規而受到相關部門處罰的事件。

公司建立層級明確、權責清晰的資訊安全管理架構，由資訊安全管理委員會作為資訊安全管理的最高決策機構，全面負責資訊安全與私隱保護工作，並定期向董事會匯報相關事宜，確保資訊安全戰略的有效執行與持續優化。2025年，公司進一步擴展資訊安全全部管理職能與責任範疇，推進資訊安全統籌管理，有效增強對子公司資訊安全的管控力度，從而構建更統一、更高效的資訊安全防線。

#### 寶尊資訊安全管理架構



公司構建由《寶尊資料安全管理規範》《雲服務安全管理規定》《威脅情報管理規定》等 53 份文件組成的資訊安全制度體系，其管理範疇涵蓋資料安全、網絡安全等關鍵領域，對資料訪問、存儲、傳輸、加密、備份及恢復等核心環節實施全生命週期管控，從而系統性強化公司整體資訊安全防護能力。該體系適用於寶尊及所有子公司與可變利益實體，公司通過年度評審與更新機制，確保其符合法律法規與監管要求。此外，公司制定《寶尊集團保密管理辦法》，持續加強公司商業秘密及內部事項的風險管控，規範保密工作流程，防範洩密風險。

公司對標國內外資訊安全與私隱保護標準，持續完善資訊安全管理體系建設，全面提升公司資訊安全管理水準。2025年，公司首次通過資訊安全服務資質安全認證，進一步完善了面向客戶提供專業資訊安全服務的合規能力與服務保障體系。此外，本年度公司 ISO 27001 資訊安全管理體系、ISO 27701 私隱資訊管理體系認證持續有效，核心系統已通過網絡安全等級保護三級測評。

### 寶尊2025年資訊安全與私隱保護認證

認證類型	認證範圍
ISO 27001 資訊安全管理體系	◦ 與互聯網電子商務平台的開發、運行維護、運營管理相關的資訊安全管理活動。
ISO 27701 私隱資訊管理體系	◦ 作為個人身份資訊(PI)處理者，與互聯網電子商務平台的開發、運行維護、運營管理相關的私隱資訊管理活動。
網絡安全等級 保護測評(三級)	◦ 寶尊電商交易系統、寶尊電商全鏈路業務系統、寶尊全渠道資料分析平台、寶尊全渠道數碼化運營平台、寶通 LMIS 物流資訊管理系統、寶通 WMS 倉儲管理系統。

### 寶尊2025年資訊安全與私隱保護亮點績效



## 資訊安全技術與管理措施

公司深刻理解資訊安全對於自身運營和合作夥伴的重要性，持續通過多元化的資訊安全保障措施與技術升級，構建完善的資訊安全保護體系，助力構建安全健康的網絡生態。

## 寶尊資訊安全管理措施

### 資料分級與許可權管理

- 資料分為絕密、機密、秘密、內部公開 4 個等級，針對絕密、機密、秘密三個敏感等級資料實施全流程嚴格管控，內部公開資料規範傳播範圍，嚴禁外傳至外部；
- 絕密資料僅對個別重要人員公開，內部取閱須經 CEO 批准；機密資料僅對部門涉及小組內部人員公開，其他人員無權審閱；秘密資料僅對涉及部門公開，其他部門無權審閱。

### 數據存取控制

- 許可權授予嚴格遵循最小許可權原則，依據員工崗位職責僅配置必需許可權，許可權開通與調整均須履行書面申請及審批流程；
- 實施帳號全生命週期管理，員工轉崗及時回收原崗位許可權，離職當日立即禁用所有系統帳號及設備綁定資訊；
- 每半年開展集團許可權專項審查，核驗帳號許可權與崗位職責匹配性，清理冗餘及失效帳號並歸檔留存；
- 核心系統統一接入認證平台並啟用雙因素認證，通過雙重驗證強化登錄安全，防範帳號被盜及非法登錄風險。

### 資料加密

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

### 第三方資料使用管控

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

### 電腦使用權限管控

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

### 電腦防護軟件升級

- 對全體員工電腦安裝卡巴斯基終端安全軟件，具備威脅防護、入侵防禦等安全功能，病毒庫每 6 小時進行更新；
- 針對重要人員的電腦終端安裝資料防洩露軟件。

### 核心系統安全排查

- 對集團旗下的核心系統進行安全排查，加強存取控制管理，包括升級網絡應用防火牆(WAF)防護，提升系統安全性，防範潛在安全風險。

針對網絡漏洞風險，公司制定《寶尊網絡管理規定》《寶尊漏洞補丁管理規定》等制度，明確網絡架構安全、網絡區域劃分、網絡行為管理、設備安全配置等安全建設要求，同時建立跨部門協同的漏洞處理作業流程，採用產品經理、項目經理、資訊安全團隊、開發人員及運維人員分工合作的模式，實現漏洞從監測、修復到預防的高效閉環管理。此外，公司每年按照項目需求開展內外部滲透測試，完成測試後報告發送至項目相關方進行漏洞評估及修復排期，全面杜絕資料泄露隱患。2025年，公司針對寶尊自有及品牌託管系統開展57次系統滲透測試。

針對AI相關資料安全與私隱合規風險，公司制定《寶尊集團使用、開發和集成AI系統安全規定》，確保AI工具的合規應用，系統規避AI使用帶來的資料安全負面事件。在工具使用方面，員工須優先選用內部已批准的AI工具，未獲批准的AI

需要進行單獨備案。在資料安全方面，公司嚴禁將敏感資訊、個人資料、核心代碼及未授權的商業秘密上傳至外部AI平台，同時涉及大資料量使用時必須提前審批，個人資訊需經脫敏處理。在開發與集成環節，所有項目需事先備案並評估供應商的合規資質評估，系統設計需融入安全考量並通過滲透測試，介面許可權遵循最小化原則。

公司持續完善資料安全應急回應機制，組建由前端業務團隊、後端IT團隊和資訊安全團隊組成的應急回應實施小組，同時建立標準化的資訊安全事件的匯報流程，以確保資料安全事件能夠得到快速回應。此外，公司每年針對資料易泄露的業務場景開展至少1次數據泄露演練，2次網絡切換演練，每月1次資料備份恢復測試，在確保應急回應機制高效運作的同時提升相關員工的應急回應能力。

## 案例

### 寶尊以優異應急能力築牢數碼安全防線

2025年，公司參與上海市「磐石行動」網絡安全實戰演練，憑藉多層次安全防護體系與高效的應急回應能力，在為期10天的對抗中成功攔截近五千萬次外部攻擊，通過AI+人工研判封禁攻擊IP近千個，並精準溯源、提前抑制攻擊行為，通過高強度實戰檢驗了公司在主動監測、快速研判與應急處置方面的優異能力。最終公司從187支隊伍中脫穎而出，榮獲2025年上海市工業和資訊化領域網絡安全實戰攻防活動「卓越應急獎」。



為系統評估資訊安全管理的有效性，公司持續推進核心場所年度資訊安全巡檢工作。2025年，公司通過線下訪談和線上訪談審計相結合的方式，對7個場所開展年度巡檢，重點檢查上一年度不符合項的整改情況，確保相關問題得到閉環管理，提升資訊安全整體管控水準。

公司對資訊洩漏事件秉持「零容忍」態度。公司建立資訊安全事件報告與處理機制，監控平台在發現事件後須立即將事件性質、影響範圍和嚴重程度等關鍵資訊上報至相關部門，對於外部人員發現的資訊安全事件，公司設立人工、電話熱線等上報渠道，確保所有事件得到及時回應。公司對資訊安全事件實行分級管理，對於重大資訊安全事件，相關責任部門須開展根源分析，明確責任歸屬，並形成詳細的調查報告，上報至資訊安全管理委員會進行審議與處理。此外，事件的調查結果、處理方法等資訊均需系統記錄並歸檔，以形成管理閉環。

此外，公司制定《寶尊集團資訊安全違規行為處罰規定》，明確界定違規行為，並根據其嚴重程度採取通報批評、書面警告等處罰措施。

在強化自身資訊安全管理的同時，公司將資訊安全合規要求延伸至供應鏈端，建立供應商資訊安全管控機制。公司在供應商准入環節強化資訊安全審核，要求供應商填寫資訊安全評審調查表並對其進行評估；在合作環節，公司通過合同明確供應商安全合規要求，並要求供應商和承包商簽署資訊保密協定，以確保資料安全與私隱保護合規性。

#### 寶尊在資訊安全方面取得的技術成果：

- **資料安全綜合防護體系：**「安全治理 - 安全運營中心專業服務 - 安全技術」三位一體的防護體系，通過結合邊界防護與全鏈路管控技術，並依託安全運營中心進行常態化資產識別與風險回應，保障安全防護的有效性。
- **「PII 保險箱」私隱保護方案：**針對個人私隱資料 (PII) 在複雜業務流轉中的泄露風險，寶尊自研「PII 保險箱」解決方案，通過「加密存儲 - 脫敏傳輸 - 染色追溯」的全流程設計，實現對 PII 資料的集中管控與全生命週期保護，可將泄露事件的溯源定位時間從傳統的 72 小時縮短至數小時內，並實現許可權級快速阻斷。
- **全流程化安全閉環運營：**圍繞「事前預防 - 事中控制 - 事後處理」的核心理念，構建寶尊安全營運中心 (BAOZUN ROCK)，通過資產、事件、漏洞管理的核心模組協同，為全業務場景提供持續、穩定的安全運營支撐。






## 員工與用戶私隱保護

公司根據 ISO 27701 私隱資訊管理體系搭建自身管理架構，尊重個人資訊權益，遵循明示同意、最小必要、公開透明、確保安全、主體參與的原則，確保個人資訊在收集、傳輸、存儲、使用、共用及刪除等全生命週期內得到嚴格保護。2025 年，公司未發生客戶私隱資料泄露相關事件。

公司設置資料保護官 (DPO) 作為資訊安全部負責人，負責私隱保護相關事宜，並通過《寶尊資訊安全與私隱方針》《寶尊資訊安全與私隱管理手冊》《資訊安全與私隱組織管理規定》《寶尊集團帳號管理制度》等內部文件加強對於員工與用戶私隱保護的規範化管理。

2025 年，公司面向全體員工組織開展 2 次使用者私隱保護專項培訓，培訓內容覆蓋使用者私隱安全基本原則、使用者私隱資料全流程操作規範、違規事件上報機制及渠道等核心要點。為保障培訓落地成效，公司資訊安全管理委員會對培訓組織、實施及效果進行全程監督與跟進，引導員工準確理解並嚴格執行私隱保護相關要求，持續強化全員私隱保護意識與合規履職能力。

## 寶尊用戶私隱安全原則

 <p>明示同意</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 向使用者明示個人資訊處理的目的、方式、範圍等規則，應在資訊收集前向使用者徵求其授權同意，處理個人資訊的同意應該為個人在充分知情的前提下給出的具體且清晰明確的意願表示。</li> </ul>
 <p>最小必要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 只處理滿足原始目的所需的最少個人資訊類型和數量，目的達成後應及時刪除個人資訊。</li> </ul>
 <p>公開透明</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 以明確、易懂和合理的方式公開處理個人資訊的範圍、目的、規則等，並接受外部監督。</li> </ul>
 <p>確保安全</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 具備與所面臨的安全風險相匹配的安全能力，並採取足夠的管理措施和技術手段，保障個人資訊的機密性、完整性、可用性。</li> </ul>
 <p>主體參與</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 向個人資訊主體提供能夠查詢、更正、刪除其個人資訊，以及撤回授權同意、註銷帳戶、投訴等的途徑。</li> </ul>



## 數智賦能 創新驅動品質服務

作為中國品牌電商服務行業的領先企業與先行者，寶尊始終以「科技成就商業未來」為願景，緊密圍繞品牌客戶的需求，以創新為核心驅動力，為多元化的全渠道品牌提供一站式電子商務解決方案，致力於成為全球品牌值得信賴的數碼商業合作夥伴。



# 研發創新

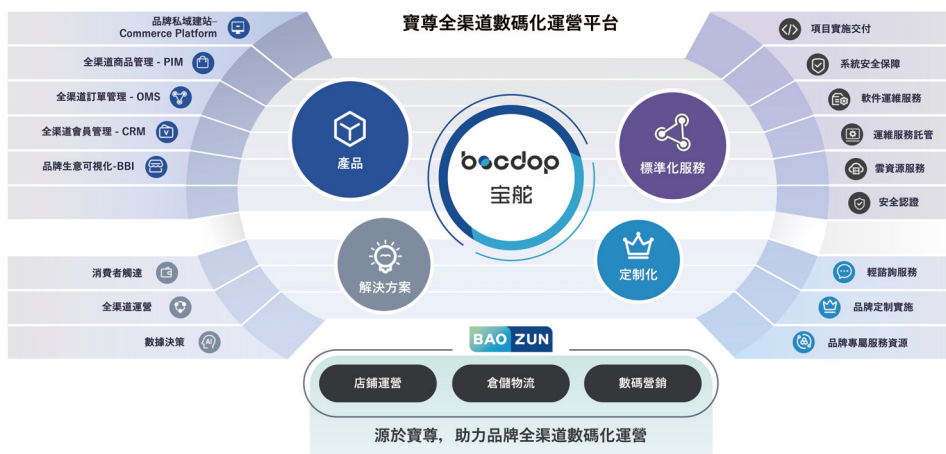
## 產品與服務創新

寶尊聚焦電商行業發展趨勢，將構建全渠道數碼化運營生態作為核心戰略方向，並以前瞻性技術創新為驅動，致力於為品牌客戶提供回應行業變革的創新解決方案，開拓可持續的業務增長新路徑。公司著力打造並持續升級商業品牌寶舵 (BOCDOP)，構建以技術為核心的數碼化產品與服務矩陣，通過全鏈路整合與全渠道協同，賦能品牌合作夥伴在數碼化浪潮中實現韌性增長。

### 案例

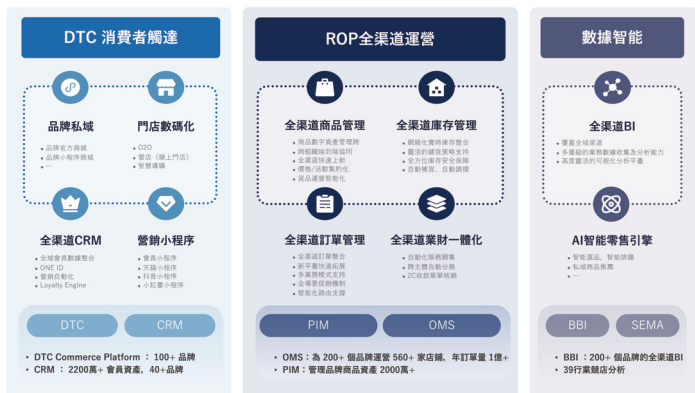
#### BOCDOP 寶舵：賦能全渠道零售數碼化轉型

寶舵 (BOCDOP) 是寶尊集團旗下的全渠道數碼化技術服務品牌，以「技術 + 數據」為雙引擎，系統整合寶尊全鏈路技術能力，支援多渠道差異化運營、線上線下全渠道融合、多業態一體化整合與分級管理，並實現商品運營、訂單履約、庫存管理等後端運營的一體化協同，助力品牌電商實現數碼化轉型。



基於多年電商運營和零售數碼化經驗，寶舵沉澱了一套端到端的全渠道數碼化零售解決方案，賦能品牌實現消費者觸達、全渠道精細化運營和智能決策：

- 1) DTC 消費者觸達：提供量身定制的私域建站方案和個性化行銷玩法，推動品牌私域業務增長；
- 2) ROP 全渠道運營：賦能品牌快速拓展全渠道業務，保障全渠道品牌價值一致性；
- 3) 數據智能：圍繞大數據模型算法和前沿科技創新，打造智能全渠道零售引擎。



為助力品牌實現以消費者為中心的運營模式轉型，公司持續推進產品技術升級與功能創新，通過探索端到端的智能化場景，致力於打造覆蓋全流程且持續演進的數碼化運營生態，不斷提升解決方案的智能化水準。

## 寶尊2025年產品創新成果

### DTC 數碼化觸點解決方案

- 推出「碰碰貼」功能，消費者通過手機觸碰門店 NFC 標籤，AI 即可自動生成圖文筆記，說明消費者實現「一鍵發佈」。該功能簡化了傳統社交分享的冗長流程，有效提升使用者參與度，從而為品牌門店帶來低成本流量；
- 在搜索功能中引入 AI 語義理解功能，將用戶輸入的搜索條件智能擴展為商品的關鍵字、同義詞，從而精準匹配商品內容，提升使用者的轉化率和複購率；
- 部署智能導購助手，基於多元數據自動完成客戶分層併為其匹配差異化的內容策略，通過融合使用者資訊與商品資訊實現個性化推薦。

### OMS 全渠道智能履約

- 優化派單策略和智能化庫存管理，幫助商家及時回應市場變化，滿足多元銷售模式與渠道需求；
- 支援多平台即時零售業務的全方位拓展，以滿足不同電商平台的即時履約需求，同時依託自動觸發接單、運單狀態即時回傳等功能提升運營效率。

### PIM 全渠道商品管理

- 新增 AI 商品識別功能，通過品牌平鋪圖自動識別商品屬性、類目、吊牌資訊，並匹配不同平台的類目要求，實現商品資訊自動化處理，在減少人工維護誤差的同時降低資訊維護時間成本；
- 升級影像處理引擎，推出循環上架功能，並配套多種上新模式的支援，提升商品資料處理的規範性和效率。

### BBI 全渠道數據智能分析平台

- 引入覆蓋銷售訂單、出入庫、退貨退款三大場景的數據智能體，支援按品牌、店鋪、渠道、時間、商品類目等多個維度進行數據分析，協助品牌追蹤銷售趨勢、評估各渠道效能並即時監控售後表現；
- 接入支援部署 AI 應用程式的開源平台，品牌用戶可結合實際業務需求，自主配置數據智能體，使數據分析功能更貼合其應用場景；
- 設置產品訂閱助手，通過對話式交互，實現訂閱開通、退訂及相關資訊查詢的一站式辦理。

## 寶尊2025年度產品創新獎項

**DTC 數碼化觸點解決方案**入選 Gartner《Magic Quadrant™ for Digital Commerce, 2025》(2025 年數碼商業魔力象限)「Honorable Mentions」(榮譽提名)名單

**PIM 全渠道商品管理系統**入選 Gartner《Hype Cycle for Digital Commerce, 2025》(2025 年數碼商業技術成熟度曲線)

**OMS 分散式訂單管理系統**蟬聯入選 Gartner《Market Guide for Distributed Order Management Systems, 2025》(2025 年分散式訂單管理系統 (DOM) 市場指南)

公司圍繞電商運營價值鏈，持續探索生成式 AI 技術的實際應用場景，通過搭建包含「通用大模型層 - Agent 平台與 MaaS 工程層 - AI 元件層 - 應用層」四層能力的 AI 基礎設施，系統提升公司內部 AI 工具的開發效率，確保 AI 解決方案的靈活部署和安全穩定。公司已推出文本生成工具 BaozunGPT、圖像設計工具 BaozunART、視頻生成工具 BaozunVIDEO、對話式數據分析工具 ChatBI、智能客服 S-Whiz、自動化工具 BaozunRPA 等 AI 工具，有效提升零售全鏈條運營效率。2025 年，公司搭建並上線 AI 能力門戶，為公司內部產品和服務提供了穩定、可靠的 AI 能力調用與管理平台。

公司高度關注 AI 技術在實際業務場景中的賦能與應用，定期開展覆蓋知識庫管理、開發、測試、運維等維度的 AI 培訓和實踐案例分享，同時通過舉辦 AI 創新大賽，全面激發組織的創新活力與實踐潛能，確保技術能力與業務價值緊密聯結。

## 案例

## 寶尊舉辦AI創新大賽

2025 年，公司組織開展以「挖掘創意、提升產品核心競爭力」為主題的 AI 創新大賽，聚焦於產品創新與日常提效徵集創意方案。針對評選出的十佳創意作品，專家組為其提供專項輔導，並設定週期推動創意落地，切實賦能現有產品與日常工作提效。



在持續深化技術創新的基礎上，公司不斷拓展產品與服務創新的內涵，圍繞品牌管理業務，融合國際品牌資產與本地消費者洞察，持續提升品牌本土化運營能力，為國際品牌本土化運營提供可複製的解決方案，為行業探索具有實踐價值的創新路徑。

其中，在產品方面，公司以 Gap 中國服飾產品為代表，結合本土消費者需求開展產品設計與開發，並與故宮、中國京劇等文化 IP 及本土原創品牌開展聯名合作，推出兼具文化內涵與時尚表達的服裝系列產品，結合節日場景與圈層文化，豐富商品供給，增強品牌與消費者之間的情感連接。在運營管理方面，公司構建線上線下一體化的統一經營模型，在商品、供應鏈與渠道等方面加強協同管理，並持續優化庫存週轉效率與單店經營表現。

此外，公司高度重視研發交付效率和交付質素的提升，制定《TIC 質素管制體系》《研發立項管理制度》，推行「項目制」管理模式，將研發項目管理納入日常運營，同時根據實際需求完善《寶尊 TIC 結項管理制度》，優化結項管理流程，提升研發項目管理效率。此外，公司成立交付中心，集中化管理對客實施的交付資源，實現遠端快速回應，推廣成熟產品的標準化實施方法，並引入項目績效評價機制，有效提高資源使用效率和研發成果交付質素。

## 知識產權保護

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等相關法律法規，制定《知識產權管理總則》，系統加強知識產權的管理與保護，在保護自身專利、商標、軟件著作權的同時避免侵犯他人知識產權，維護公司的競爭優勢和品牌聲譽。

為有效降低侵權風險，公司積極實施包括競品排查、類似專利申請監測等侵權預防措施。同時，公司出台《TIC 專利申請獎勵辦法》等制度，進一步強化對技術研發人員的激勵與獎勵，充分激發技術創新活力。為支持員工參與專利申請，公司制定《專利申請說明》相關文件，並於 2025 年面向申請軟著的團隊舉辦知識產權申請分享會，詳細介紹申請流程、週期要求及申請材料注意事項等內容，提升員工在知識產權申請方面的實務能力。

### 2025年研發創新亮點績效

截至2025年12月31日，寶尊



已累計取得專利 **10** 項

電腦軟件版權 **292** 項



## 產品質素與安全

寶尊重視產品質素與消費者安全管理。公司旗下品牌管理業務主營產品為 Gap 中國的服飾類商品，涵蓋針織、毛織、牛仔及嬰幼兒服飾等不同品類，並採用工廠定制模式開展生產管理。針對不同面料及產品類別特性，公司嚴格遵循《國家紡織產品基本安全技術規範》(GB 18401-2010)、《嬰幼兒及兒童紡織產品安全技術規範》(GB 31701-2015)等國家標準，結合品牌全球質素管制要求，形成內部質素管制規範和操作指引，為產品質素管制提供制度基礎。

公司針對產品開發(PD)、打樣、生產及驗貨等關鍵環節建立標準操作流程(SOP)，明確各部門的職責分工及協作機制，強化跨部門銜接與支持，推動質素管制要求在各環節落實到位。在品牌管理業務的供應鏈管理方面，公司每月對供應商驗貨員資質進行審核，確保工廠端質素控制能力符合相關要求。

公司建立產品質素檢測與不合格品管理機制，並在必要時對存在安全隱患或可能涉及人身安全風險的產品依法啟動召回程序。如市場監督管理部門認定產品存在缺陷，公司將配合開展召回工作；在接到自查要求時，公司亦及時組織內部排查並制定整改措施。2025年，公司未發生產品召回事件。

圍繞內部及供應鏈質素能力建設，公司定期組織質素相關培訓與溝通活動，持續提升內部專業能力與供應鏈質素管制水準。

### 寶尊產品質素培訓

#### 內部崗位培訓

- 面向產品質素與合規管理相關崗位定期開展培訓，系統講解產品全球統一質素測試流程、限用物質清單管控要求、高風險品類測試選樣原則及第三方實驗室送檢流程等關鍵內容，提升產品開發與量產階段的質素與合規管控能力。
- 每年為 PD 人員提供質素培訓，涵蓋質素提升、功能性紡織品實現原理及檢測方法等主題，並組織相關人員前往第三方實驗室參觀學習，深入瞭解檢測原理、方法及標準要求，加深對質素標準和檢測要求的理解與應用。

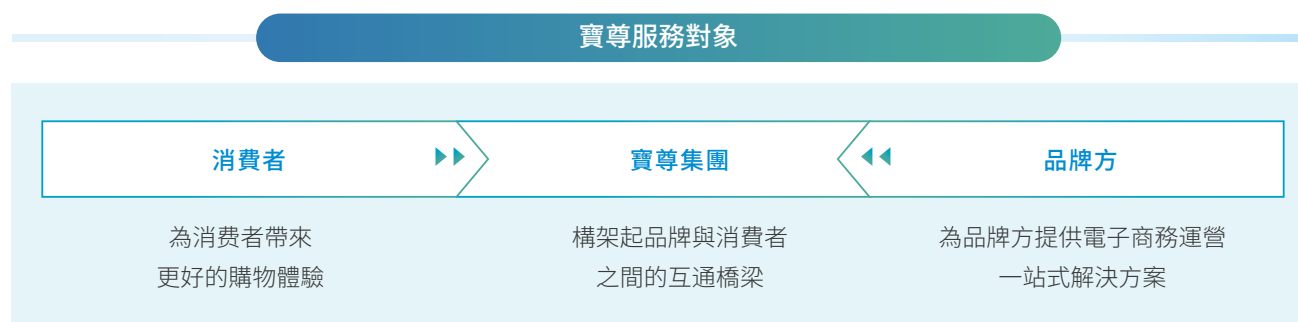
#### 供應鏈培訓與溝通

- 定期開展供應商質素培訓及考試認證，確保供應商理解並掌握公司的質素要求。
- 建立供應商質素考核機制，結合驗貨報告準確性、倉檢結果一致性及市場投訴等指標進行量化評分與分級管理，對供應商實施動態監督與准入 / 淘汰管理。



## 客戶服務管理

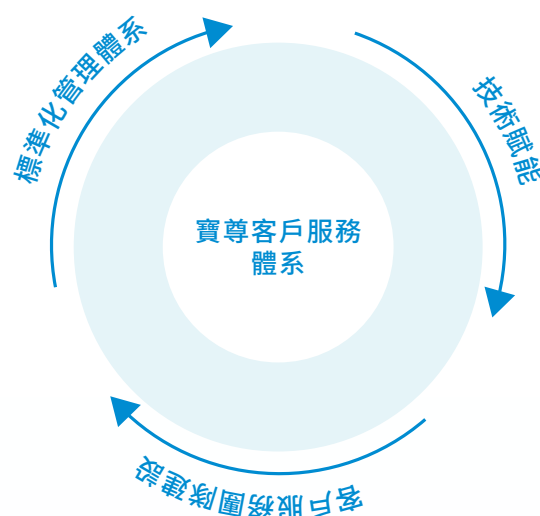
寶尊致力於為品牌方提供一站式電子商務運營解決方案，在全業務流程中深度融入消費者與品牌方的互動，構建高效協同的溝通橋樑。公司依託綜合性的客戶運營與服務能力，始終秉持「以客戶為尊」的理念，致力於打造品牌方與消費者雙向賦能、協同共贏的優質服務體驗。



公司圍繞規劃、流程、人員、績效四大管理要素，設立由多專業背景成員組成的客戶服務委員會。委員會彙聚客戶服務、資料分析、SOP 制定、新項目搭建、質素管制及現場運營等領域的專業力量，打破行業經驗邊界，聚焦多行業客戶服務痛點，提供系統化診斷與優化方案，持續推動客戶服務體系的升級與精細化運營。

公司以客戶滿意度提升為目標，借助創新科技賦能優化客戶服務管理體系，強化客服團隊專業能力建設，為品牌方和消費者提供高效、優質、專業的服務。2025 年，公司再次入選由中國企業聯合會、中國企業家協會發佈的「中國服務業企業 500 強」榜單。

此外，公司獲得「2025 年度天貓生態卓越服務獎」及「店小蜜官方認證服務商」。



## 建立完善的客戶服務體系

針對消費者，公司制定《寶尊客戶服務運營管理體系》《客服違規投訴及處理辦法》等制度，建立客服運營管理流程和應急事件處理機制，確保客戶服務體系高效穩定運行。針對品牌方，公司制定《客戶投訴管理機制》，為客戶提供暢通的投訴渠道，及時根據客戶回饋意見進行調整和改進，不斷精進服務。



公司建立分級分類的客戶投訴升級機制，明確不同風險等級對應的升級路徑與回應時效，並通過標準化的記錄、上報及跨部門協同流程，確保問題及時識別、快速升級與有效閉環。在統一管理框架下，公司針對不同品牌客戶制定定制化的升級流程，以確保機制落地執行。

### 寶尊客戶投訴升級機制

事件等級	典型情形	回應時效	應對措施
危機或潛在危機事件	產品質素與安全問題、人身傷害、財產損失、資料私隱泄露、媒體或監管介入、大規模輿情等	10 分鐘內	通過郵件或即時通訊方式升級至管理層及相關團隊，啟動跨部門協同處理，同時納入投訴管理系統持續跟蹤處理
緊急事件	資訊發佈錯誤、系統異常、嚴重投訴等	30 分鐘內	完成事件評估後轉交對應的責任部門，必要時建立正式投訴處理記錄，並跟進處理進展
一般事件	重複性問題、跨部門溝通問題、常規運營投訴等	當天	匯總相關案例資訊，升級至指定責任部門處理，並建立正式投訴處理記錄，跟蹤至問題解決

公司高度關注品牌合作夥伴的需求，針對核心品牌客戶引入淨推薦值(NPS)評價體系。2025年，公司NPS得分為8.39分(滿分10分)。公司通過定向深度訪談與多維度定量問卷相結合的方式，精準識別客戶滿意度關鍵影響因素，制定針對性改進舉措，並建立長期客戶體驗監測與回饋閉環機制，確保服務質素持續優化與穩步提升。

## 案例

### 寶尊退貨問題識別與客戶體驗提升實踐

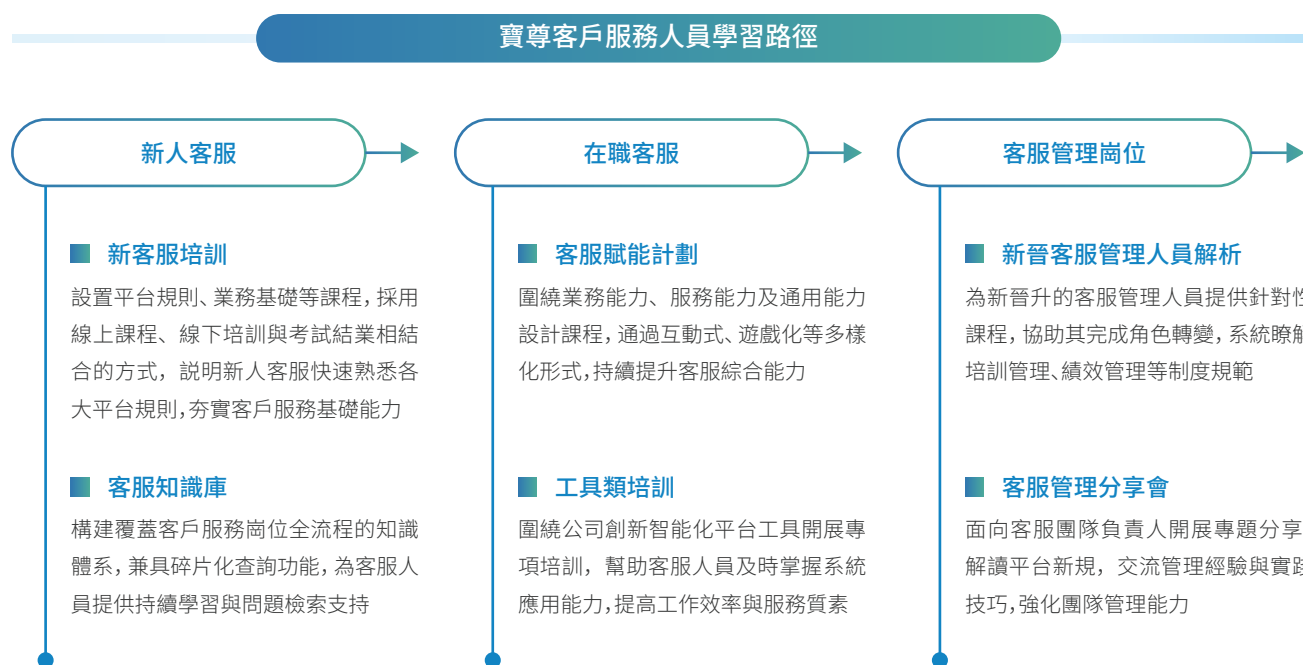
2025年，針對非標類商品退貨率較高的問題，公司基於190餘家店鋪的退款鏈路數據開展系統分析，識別出尺碼決策、商品認知及物流體驗等關鍵退貨驅動因素。在此基礎上，公司構建覆蓋購買後、物流在途及簽收後的分場景決策矩陣，優化商品詳情頁資訊呈現及服務干預機制，將退貨治理由事後回應轉向售前、售中環節的前置化管理。

圍繞尺碼決策問題，公司進一步建立標準化試穿報告機制，根據商品尺碼區間匹配不同體型的模特開展試穿，形成結構化的試穿資料，並將選碼建議應用於商品詳情頁及尺碼推薦邏輯優化，為消費者提供更具參考價值的選碼支援。公司持續開展資料跟蹤與效果評估，監測尺碼類退貨率及諮詢頻率變化，推動客戶體驗提升與退貨成本優化的協同改善。

## 打造高水準客戶服務團隊

高質素的客服團隊是為消費者和品牌客戶提供優質服務的重要保障。為持續提升團隊專業能力，公司構建系統化的客服培訓與能力發展體系，制定清晰的學習路徑，針對新人客服、在職客服及新晉管理人員分層開展專業培訓與技能提升；同時，通過客戶服務委員會定期組織專題共創工作坊及經驗交流活動，促進優異實踐成果共用與管理能力沉澱。

在客服後備人才儲備方面，公司堅持多區域分散化佈局的長期戰略，在應對業務突發需求時實現靈活調配與快速回應。



2025年，公司共開展客服新員工培訓176場，覆蓋新入職客服人員2,200人，培訓總時長達3,836小時，培訓覆蓋率達100%。

### 案例

#### 寶尊打造COPC標準化管理

公司建立多層次客戶服務專業認證體系，涵蓋業內權威的客服績效認證中心（COPC）管理標準體系認證以及面向客服人員的「客服精英」認證機制，構建從個人能力到組織管理的專業發展路徑。公司每年在客戶服務委員會大會上為通過認證的員工舉行授證儀式，持續激勵團隊提升專業能力與服務水準。

《COPC® 客戶服務提供者標準》是國際公認的客戶服務績效與管理權威標準。公司與COPC保持長期合作，組織員工參加《COPC® 顧客體驗優秀實踐培訓》，系統引入國際先進的客戶服務管理理念與方法論，強化顧客體驗管理能力與服務績效水準。



## 技術賦能客戶服務能力提升

寶尊依託多年客戶服務經驗，緊跟前沿科技發展，將新技術與業務場景深度融合，持續賦能客戶服務能力升級，為消費者提供更優質、高效的購物體驗。公司積極推動 AI 生成內容 (AIGC) 在客戶服務領域的應用，以「產業實用」為導向，不斷優化智能應答、話術推薦、客服培訓及資料分析等關鍵業務場景，有效提升運營效率和客戶滿意度。

公司自主研發的一體化管理平台 S-ANY 通過智能化、視覺化和即時管理功能，高效統籌客服團隊運營，同時精準捕捉消費者回饋，助力客戶體驗持續優化，並通過輿情監控快速識別潛在風險，確保品牌形象得到及時維護。此外，公司基於 AIGC 構建客戶之聲分析模型，整合消費者需求和回饋，實現

精準洞察使用者需求，優化服務策略與銷售轉化，推動客戶服務體系向智能化、精準化和可持續化發展。

同時，為提升大促及日常行銷活動的客戶服務效率與滿意度，公司建立覆蓋活動前、中、後三大階段的智能客服活動配置全流程管理框架，實現從機制拆解到售後佈防的全鏈路閉環管理，保障客服應答的精確性與服務連續性。

2025 年，公司在 S-ANY 平台上推出 AIGC 智能客服陪練系統，並對閃智精靈 (S-Whiz) 持續迭代，進一步提升客戶服務效率和質素。

### 案例

#### 寶尊推出AIGC智能客服陪練系統

2025 年，寶尊推出 AIGC 智能客服陪練系統，提升客服人員應對大促活動的能力。公司通過該系統對員工進行實操訓練，完整複製真實客服介面，支援員工熟悉操作流程和訂單處理動線，並提供全流程類比，包括商品連結、商品詳情及訂單資訊的演練。公司同時設計動態擬人化交互機制，並設置高併發訓練，使員工能夠在模擬中靈活應對買家追問與回饋。公司累計組織 769 人次通過該系統開展培訓，總培訓時長超過 1,000 小時，為大促期間高效、專業的客戶服務提供有力支撐。

### 案例

#### 寶尊持續迭代閃智精靈S-Whiz

寶尊持續迭代旗下智能客服工具閃智精靈 S-Whiz，先後推出識圖功能和智能操作輔助模組。識圖功能能夠快速匹配店鋪內相似商品，提升商品推薦的準確性與及時性；智能操作輔助模組能夠自動識別消費者諮詢，並結合知識庫生成回復話術，簡化客服操作流程、解決聊天併發問題，從而加快回應速度。

2025 年「618」大促期間，公司使用 S-Whiz 的客服團隊客戶滿意度和轉化率明顯高於未使用的團隊，「雙十一」期間，公司借助 S-Whiz 優化兼職員工的日常操作，使培訓週期縮短 35%，平均回應時間縮短 2.5 秒，整體運營效率提高 13%，同時客戶滿意度提升 2.4%，有效提升客戶服務質素和運營效能。

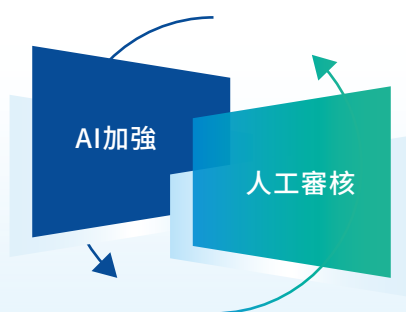
## 負責任行銷

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

公司嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，通過「AI+ 人工」雙重責任客服模式，強化產品資訊審核和服務質素管制，有效防止行銷過程中的誤導、誇大或欺詐行為，保障消費者權益。

### 寶尊負責任行銷管理策略

通過持續優化和訓練 AI 模型，不斷提升其生成內容的準確性和可靠性



對 AI 生成的內容進行嚴格人工審查，確保發佈資訊符合標準和規範

針對 AI 客服，公司制定《AI 配置完善交互流程》，在標準化流程中設置精細化配置和方案核對步驟，對產品資訊、促銷資訊等關鍵內容進行嚴格把控，確保 AI 客服提供的內容真實、準確，避免誤導用戶。在知識庫管理方面，公司實施系統化升級計劃，每年在大促前推進知識庫版本迭代，提升答案覆蓋率與準確性，確保智能客服在各類業務場景下為用戶提供可靠、負責任的服務。

### 寶尊智能知識庫迭代升級計劃

#### 知識庫定位與排查優化

- 更新店鋪知識庫問題定位與排查流程，明確各環節責任人及節點標準，實現問題可追溯、流程可迭代。

#### 迭代自檢與評估機制

- 建立結構化《知識庫自檢明細表》，涵蓋內容覆蓋度、答案準確性及場景匹配度等指標，對更新前後的知識庫進行系統化評估。

#### 問題發現與持續優化

- 構建「發現問題—分析—優化—驗證」閉環流程，配套《知識庫優化操作指南》，確保團隊能夠快速回應並落實改進。

#### 答案配置策略精細化

- 基於多場景使用者意圖分析，設計知識庫答案配置策略思維導圖，明確不同問答類型的結構化配置方法，提升答案覆蓋精準性與適用性。

公司建立即時監控系統，對潛在違規場景進行動態監測，強化行銷合規管理，保障消費者權益與品牌信譽。此外，公司定期開展客服質素抽檢工作，覆蓋服務規範性、回復準確性、回應及時性和風險防控等維度，每日通過系統全量抽檢結合人工複檢隨機評估客服會話，每月針對高風險場景開展專項檢查，確保客服提供真實、準確、合規的資訊。

Gap 中國確保門店銷售嚴格遵循總部價格和促銷指引，所有廣告宣傳物料均由品牌管理業務總部市場部統一設計製作。公司通過商品質素管控、真實價格標識和規範商品說明等機制，保障行銷內容的真實性與合規性，並設立嚴格的違規處罰措施，杜絕誤導或欺詐行為。

公司面向包括全職及兼職員工在內的所有客服人員、直播人員的開展行銷合規培訓，明確服務紅線，不斷強化客服人員的負責任行銷意識。

### 寶尊客戶服務人員負責任行銷培訓流程

#### 負責任行銷意識培訓

將負責任行銷嵌入日常客戶服務培訓體系，共設有線上及線下行銷合規類課程 3 門。



#### 產品資訊準確性培訓

由各店鋪向客戶服務人員和直播員開展產品資訊準確性培訓，以期確保向消費者所提供的產品資訊均與品牌客戶所提供的標準產品介紹保持一致。



## 生態共創 攜手同心共贏未來

寶尊始終致力於推動企業價值與社會價值深度融合，堅持可持續發展理念，積極履行社會責任。公司重視員工價值創造與職業成長，構建完善的人才發展體系。公司積極投身社會公益實踐，並主動培育產業人才，助力行業生態建設，與各持份者攜手共進，共同構建美好未來。



## 員工責任

### 員工僱傭與權益

寶尊嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，制定《員工手冊》《管理人員婚戀道德規範》《性騷擾防治》等制度，並整合招聘、晉升、績效等管理模組形成《人力資源管理手冊》，全方位保障員工合法權益。

公司尊重員工基本人權，開展人權盡職調查工作，調查範圍不僅覆蓋公司自身運營環節，還延伸至供應鏈全鏈條，重點排查人權方面的負面影響及潛在風險。

公司嚴格禁止各類非法用工行為，通過身份資訊核驗等方式核實候選人年齡與身份，杜絕僱傭童工現象。公司尊重員工勞動意願，合理安排工作任務，設定最大工作時間，避免或減少加班或過度工作的情況，若出現加班情況，公司按時發放加班報酬。同時，公司嚴防強制勞動發生，若發現童工、強制勞動等違規情形，公司將第一時間上報相關主管部門，並主動採取措施及時整改，切實保障員工合法權益與人身權利。

2025年，公司未出現與員工招聘與解雇、工時與假期、晉升與平等機會、反歧視與多元化、僱傭童工與強制勞工等勞工準則方面的重大違法違規情況，也未發生由上述事項引起的重大訴訟案件。

公司建立全週期用工管理體系，招聘環節嚴格遵循各運營地法律法規及僱傭合同約定，解聘環節制定標準化流程，如設

定大規模裁員前的最低協商或通知期限等，充分保障員工合法權益。此外，公司在薪酬方面實行定崗定薪制度，確保員工薪酬不低於當地最低工資標準，長期病假期間薪酬按不低於最低工資標準的80%執行，不足部分予以補足。同時，公司嚴格參照《上海市企業工資支付辦法》發放病假等薪資。

公司通過與工會簽訂《集體合同》《工資專項集體合同》《女職工特殊利益專項集體合同》等文件並提交上海市人力資源和社會保障局備案，以制度化形式夯實員工權益保障基礎。

公司根據工作類別實行標準工時、綜合工時及不定時工時制，員工依法享有國家法定節假日、婚假、產假、病假、陪產假、生育假、育兒假等帶薪假期。同時，公司額外提供福利年假與司齡假。在保險方面，公司為員工繳納社會保險，並為員工（包括正式員工及兼職員工）購買雇主責任險，為正式員工購買商業保險，為實習生購買實習生責任險。公司亦推出健康福利計劃，為員工額外購買商業保險。此外，公司為員工提供免費班車、健身房等多元化待遇，並為司齡滿3年、5年、10年、15年及以上的員工分別增設司齡假以及積分獎勵。



寶尊員工福利概覽

- 福利年假
- 寶尊能力發展中心
- 商業保險
- 生日祝福
- 生育假
- 育兒假
- 生育賀禮
- 交通補貼、午餐補貼
- 員工內購
- 健身房
- 福利體檢
- 司齡假
- 週五文化下午茶
- 免費班車
- 「樂活寶尊」
- 家庭日
- 媽咪小屋
- 居家辦公選項
- 兼職工作選擇
- 靈活工作時間



公司致力於為員工打造充滿活力的工作環境，通過豐富多元的活動提升員工體驗，包括文體活動、創新大賽、週五文化下午茶等，有效促進員工工作與生活的平衡。同時，公司依託「寶尊文化」公眾號、寶尊人小報、海報張貼等多元渠道，及時傳遞公司動態，持續深化企業文化建設，不斷增強員工的歸屬感與團隊凝聚力。

案例

寶尊組織「金秋活力跑」活動

2025年，公司舉辦「寶尊金秋活力跑」主題活動，活動面向員工、合作夥伴及VIP客戶，採用線上線下相結合的形式開展。該活動線上設置健步走打卡、活力跑打卡等輕量化項目，共有330人組隊參與並完賽；線下舉辦專業跑步賽事，224名員工參與其中，包括團隊賽140人、個人賽84人，同時邀請33位元VIP客戶共同參與。本次活動以運動競技與團隊協作為核心，既豐富了員工文化生活，也營造了積極向上的組織氛圍，有效增強了團隊凝聚力與企業文化影響力。



「寶尊金秋活力跑」活動

## 案例

### 寶尊開展「家庭日」活動

2025年10月25日，寶尊在聚能灣園區舉辦年度特色活動「寶尊家庭日」，邀請近千名員工及家屬共同參與。活動通過參觀寶尊博物館、「正當贏」主題市集、寶尊大講堂、品牌特賣會及趣味互動遊戲等豐富環節，讓家屬沉浸式瞭解員工工作環境與企業發展歷程，近距離感受寶尊的企業文化與人文關懷，進一步拉近了企業、員工與家庭之間的情感聯結。



「寶尊家庭日」活動

公司高度重視員工訴求，積極宣導員工溝通交流，建立公開透明的溝通機制與多元渠道，用心傾聽員工聲音，營造開放、透明、互信的工作氛圍。

公司設有職工代表與工會代表，通過定期或不定期會議及時收集員工意見與建議。同時，公司定期舉辦經理及以上層級參與的高管溝通會，為員工搭建與高層直接交流的平台。公司依據員工回饋持續優化管理舉措，不斷提升員工的參與感與歸屬感。

此外，公司持續完善日常回饋機制，搭建線下員工服務中心、線上企業微信智尊寶及8080服務熱線等多元渠道，便捷員工回饋訴求、解決工作難題。

## 寶尊員工溝通渠道

工會與職工代表大會

高管溝通會

HRBP溝通小組

員工服務中心

企業微信智尊寶

8080服務熱線

2025年，公司獲得「2025 典範雇主」「前程無憂 2025 傑出雇主」等多項行業權威認可，並在雇主品牌創意大賽中分別摘得「員工體驗創新獎」與「最佳雇主品牌宣傳片獎」，同時入選「中歐國際工商學院 Best Company Event」，充分彰顯了公司在員工體驗、人才發展及雇主影響力方面的優異表現。

## 員工平等與多元化

寶尊始終秉持公平、公正、公開的僱傭原則，在招聘、錄用、晉升、調動、薪酬福利等環節，為不同年齡、性別、籍貫、民族、宗教信仰、婚姻狀況的員工提供平等發展機會，堅決反對任何形式的歧視行為。

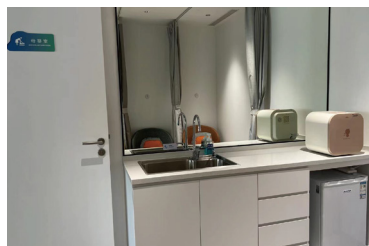
公司積極宣導僱傭多元化，致力於構建包容、尊重的職場環境。公司切實維護少數群體、弱勢群體及女性員工的合法權益，定期組織反騷擾培訓，堅決抵制任何形式的歧視與騷擾行為，並在《性騷擾防治》制度中明確規範了相關事件的上報流程與後續應對措施。2025年，公司未發生任何歧視及騷擾類事件。

公司始終堅持「關注適度，平等對待」的原則，積極為殘障人士提供有尊嚴、有發展的就業崗位，支援殘障員工在各自崗位上發揮專業能力與創新價值。公司在辦公場所配置了齊全的無障礙衛生間、輔助設備及通行通道，全面保障殘障員工日常工作與出行便利。截至2025年底，公司在職殘障員工共3人。

同時，公司高度重視女性員工的職場價值，將其視為企業發展的重要力量。公司嚴格遵守國家及地方相關法律法規，依法保障女性員工享有婚假、產檢假等法定福利，對各類職場騷擾行為堅持零容忍，堅決杜絕任何歧視性、貶低性言論與

資訊。此外，公司通過與工會簽訂《女職工專項集體合同》，明確女性員工各項權益保障機制，並常態化開展女性員工交流活動、落實專屬節日福利，全方位守護女性員工合法權益。

針對孕期、哺乳期女員工的實際需要，公司專門打造高標準「媽咪小屋」，為其提供舒適、安全、私密的休息空間，助力女性員工更好地平衡工作與家庭。為進一步關愛女性身心健康，公司還為女員工開通 HPV 九價疫苗預約綠色通道，並定期邀請外部專家開展女性健康與職業發展專題講座，持續提升女性員工的健康保障與歸屬感。



寶尊打造  
高標準「媽咪小屋」

## 員工培訓與發展

### 人才體系建設

寶尊以「精于質，成於人」為核心理念，將激發員工個人潛能、凝聚團隊力量、構建多元包容文化融入人才戰略全域。公司深度融合績效資料與能力維度，搭建系統化的人才評估矩陣，以人才盤點九宮格為實操工具，建立科學嚴謹的評估體系。通過對員工績效表現與發展潛力的雙維度綜合評定，公司精準篩選高潛人才與關鍵核心人才，並據此制定繼任者計劃，動態明晰人才儲備狀態。此外，公司持續歸集與梳理人才資訊，建立覆蓋公司各部門關鍵崗位的分層分類人才庫，為企業長期發展夯實人才基礎。

2025年，公司採用線上線下融合模式開展人才盤點，全年共完成盤點3,865人，較上一年度新增203人，新增人員以執行層員工為主。其中，線上端依託人才數碼化系統完成598人盤點，重點聚焦集團中高層管理者和店長及品牌經理等關鍵崗位，並構建了店長與品牌經理人才庫；線下端完成3,267人盤點，各部門已基本建立從中高管理層到基層執行層的較全面體系化的年度人才盤點機制，彰顯出人才發展重心持續向中基層人才梯隊建設傾斜。

### 員工培訓

為適配業務戰略與人才發展需要，寶尊構建了系統化的人才發展與培訓體系，持續優化寶尊能力發展中心，通過線上線下相融合的形式，針對不同職級員工開展多元化培訓，有效支撐戰略落地、業務增長與組織能力提升，滿足人才培養、崗位技能升級及組織創新變革的發展要求。

寶尊能力發展中心以融貫東西方管理智能與企業實踐為核心，針對員工不同成長階段，提供專業化、高效的學習解決方案。該中心願景是成為未來數碼商業人才的「黃埔軍校」和全球品牌數字商業的企業智庫；使命是打造全球知名品牌數字商業的企業大學，為公司和行業培育輸送數智時代的商業精英與領袖，同時將寶尊建設成為優異的學習型組織。該中心下設新青年人才學院、領導力學院、品牌電商學院、數字科技學院、供應鏈學院等重點能力模組，為公司和行業人才發展提供系統化、全維度的支撐。



### 寶尊能力發展中心

2025年，寶尊能力發展中心線上、線下培訓共計153場，參訓31,146人次。其中，線下培訓145場，覆蓋13,682人次，首次實現線下參訓人數破萬。此外，該中心開設針對全員8個線上培訓項目，包括黃金十二宮、金算盤、績效管理、用戶私隱、監察制度等內容，覆蓋17,464人次。

## 寶尊人才培養項目及具體內容（部分）

項目名稱	具體內容
新員工入職培訓	◦ 設定線上、線下的必修課程，提升入職體驗和培訓效果，幫助新員工快速融入。
寶尊大講堂	◦ 寶尊人學習與交流的知識共用平台。該平台有寶尊專家內訓師多年經驗的分享和新技能的傳授，精品課程和熱點技能循環開課，隨到隨學，助力寶尊人的成長和職業發展。
新青年學院	◦ 針對初入職場的應屆畢業生，提供全系列的專業技能和職業技能課程，結合各崗位特點，試行個性化帶教方案，快速培養數碼商業領域的職場新銳。
寶尊集團CAP項目	◦ 寶尊關鍵崗位能力加速項目，也是公司中層關鍵人才儲備項目，旨在通過密集的專項培訓為具備高潛力的員工在短期內迅速提升專業能力，加速個人職業發展。
領導力學院	◦ 寶尊對管理層構建的系統化人才培養體系。針對從新晉主管到總監的四個核心層級（R4-R7），設置差異化課程，課程內容深度融合財務管理與人力資源兩大專業板塊，旨在通過遞進式培養提升各層級管理者全面的職業技能與管理能力，為組織發展提供堅實的人才保障。

## 案例

## 寶尊大講堂

寶尊大講堂是寶尊人學習與交流的知識共用平台，該平台有寶尊專家內訓師多年經驗的分享和新技能的傳授，精品課程和熱點技能循環開課，隨到隨學，助力寶尊人的成長和職業發展。2025年，寶尊大講堂進入品牌化運營，打造涵蓋AI/辦公技能/電商/商品/物流等主題系列課程。2025年共計開展線下培訓24場，覆蓋2,603人次，綜合評分4.8分。



寶尊大講堂現場照片

### 案例

#### 寶尊新青年項目

寶尊新青年 Z 計劃作為戰略性人才孵化引擎，通過 52 周定制化培養，打造數碼商業人才梯隊。2024 年，項目全面升級課程體系、帶教體系、學分體系和認證體系等四大體系，並作為靜安區企業唯一代表入選上海市新型學徒制項目，參考國家職業技能認證體系，建立並頒發《寶尊電商運營師(參照中級)》認證。2025 年 7 月，115 位 24 級學員順利結業，覆蓋上海、成都、南通和合肥等四個區域，包含運營、商品、技術、供應鏈、投放等五大專業班級。24 級全年完成 97 場培訓參訓 8,676 人次。同年 6 月，上海地區的 91 名學員獲頒第一屆《寶尊電商運營師(參照中級)》認證，為集團輸送高質素儲備人才，有效突破招聘瓶頸。

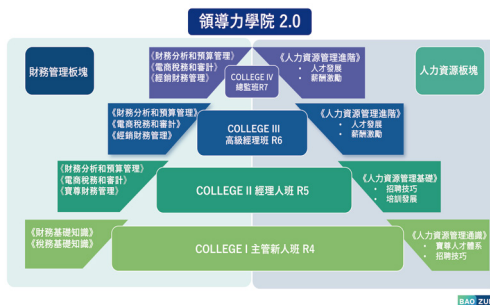


寶尊新青年項目

### 案例

#### 寶尊領導力學院

寶尊領導力學院是面向管理層的系統化人才培養體系，覆蓋 R4 至 R7 四個核心層級，以財務管理與人力資源管理為核心模組，通過差異化的遞進式的課程，提升管理者綜合能力。2025 年，第一階段財務管理系列課程完成 5 場培訓，覆蓋 141 人次，綜合評分高達 4.94 分。



寶尊領導力學院

### 案例

#### 寶尊開展「黃金十二宮」電商知識排位賽

「黃金十二宮」電商知識排位賽是寶尊能力發展中心面向全員推出的提升電商專業能力的學習活動，以十二關趣味闖關賽制覆蓋電商運營、數字行銷、物流供應鏈等核心領域，於 2025 年 4 月 8 日至 5 月 12 日開展，採用線上學習 + 答題形式，完成全部關卡可獲「電商小百科」認證。活動吸引 1,466 名員工參與，覆蓋多個事業部，設置「黃金戰士獎」「黃金軍團獎」，有效普及電商知識，夯實員工專業能力。



「黃金十二宮」電商知識排位賽

### 案例

#### 寶尊開展「金算盤」財務知識競賽

「金算盤」財務知識競賽是寶尊面向全員開展的專業財務能力提升項目，通過趣味競賽形式增強員工財務知識與業務應用能力。活動於 2025 年 8 月 1 日至 9 月 12 日舉行，參賽者需完成財務基礎知識、店鋪經營、財務管理三大模組的學習與考核，通關後可獲「財務小掌櫃」認證，還可參與經銷業務專項挑戰，獲取「經銷財務通」認證資格。活動共吸引 760 名員工參與，五大事業部榮獲「金算盤事業部獎」，174 名學員通過考核獲得「金算盤獎」個人榮譽。



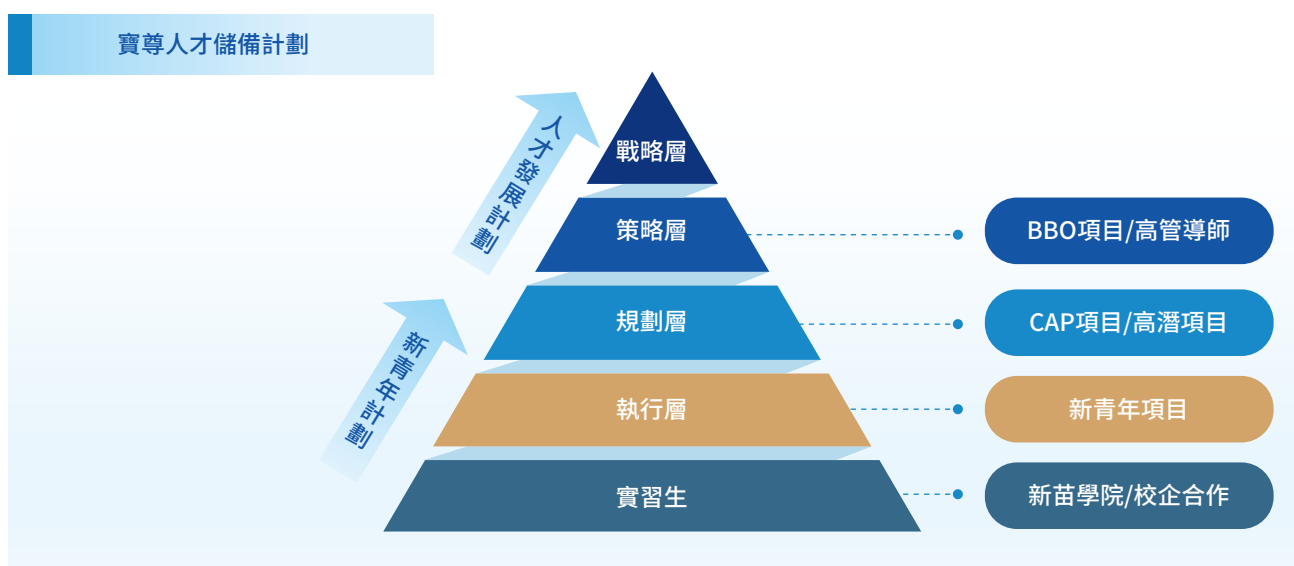
「金算盤」財務知識競賽

## 晉升與發展

寶尊秉持「德能並重、逐級晉升」的人才發展理念，制定《晉升管理辦法》《績效管理辦法》等制度，在支撐企業高質素發展的同時，為員工搭建廣闊的職業發展平台，助力員工實現個人職業價值。公司建立三級人才發展委員會制度，圍繞集團戰略精準識別關鍵崗位與核心人才，系統規劃中長期人才梯隊佈局，持續推進人才培養與梯隊建設。

公司以完善清晰的職級體系作為人才規劃、選拔任用、績效評估與薪酬管理的重要基礎，構建執行層、規劃層、策略層、戰略層四層職級架構，覆蓋 R1 (助理) 至 R11 (總裁) 全序列，並自 R4 (主管 / 高級專員) 起設置專業與管理雙軌發展通道。依託職級體系，公司建立《職級通用能力定義》《管理能力模型》《崗位能力模型》等勝任力標準，為人才發展提供清晰的人才畫像與評價依據。

### 寶尊人才發展體系架構



在晉升管理方面，公司明確各級崗位的晉升評估標準，為全體員工構建了公開透明的能力標準框架與清晰的職業發展路徑。2025年，為加速中基層人才培養，公司開啟季度晉升通道，中基層晉升人數占比達到84%，有效夯實了人才梯隊基礎。

2025年，公司更新發佈《寶尊績效管理制度》，制度內容涵蓋績效管理體系、管理原則、考核對象、年度績效流程及結果應用等方面，進一步規範並明確了公司的績效管理體系，通過系統化的管理流程，提升個人、團隊與組織的整體效能，保障組織人才的可持續發展，助力戰略目標實現，促進公司與員工共同成長。

公司的績效評估流程包含員工自評、上級評分與績效校準三大環節，從個人、上級及組織三個維度對員工績效進行全方位審視，以確保評估結果的客觀與準確。在上級評估階段，經理可結合員工負責的工作內容，邀請相關同事參與回饋，以獲取多維度評價；績效校準環節則由經理的上級主導，從組織整體視角出發，對下屬團隊的評估結果進行覆核與調整，保障績效評估在個人與組織層面均做到全面、一致。此外，公司在績效週期內設有持續的跟蹤與回饋機制，鼓勵管理者與員工定期開展平等對話，共同回顧工作成果，結合業務目標與員工發展需求制定改進計劃，推動組織戰略落實與人才發展的有機結合。




在獎金激勵方面，公司構建了完善的激勵制度以驅動業績增長。公司以經營單元和專業團隊為激勵對象，採用「組織績效決定獎金包 + 個人績效決定分配」的模式，實現自負盈虧與多勞多得，充分激發組織與個體的活力。

## 職業健康與安全

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》等法律法規，持續完善職業健康安全管理體系，並將相關要求納入公司制度與工作方針。公司設立高級別跨部門安全生產管理委員會，各園區同步成立安全小組，負責日常安全維護與隱患排查，全力守護員工職業健康與職場安全。

公司圍繞「零工傷」「零災害」的目標，通過安全培訓、應急演練等方式強化員工安全意識，推動全員參與隱患排查，並根據職能部門、倉儲物流等不同場景實施差異化保障措施，規範工傷事故調查流程，實現職業健康安全全過程管控。過去連續三年內，公司發生工傷死亡事故數為 0，職業病發生數為 0，火災事故數為 0。

### 寶尊2025年度重點安全行動

措施	具體內容
 <p>安全培訓</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 對新入職人員進行安防培訓，對在崗人員展開操作安全培訓。</li> <li>◦ 每年組織兩次消防演習。</li> <li>◦ 每月開展安全意識宣貫。</li> <li>◦ 每年 10 月開展安全月活動，提高全員安全意識及安全技能。</li> </ul>
 <p>安全風險評估</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 成立由副總裁、人力資源部負責人以及事業部負責人組成的安全生產管理委員會。</li> <li>◦ 每月由業務部門組織多部門對物流園區聯合巡查，並召開月度安全會議。</li> <li>◦ 每半年對所有園區展開一次安全風險評估。</li> <li>◦ 根據安全風險評估等級，制定針對性防控措施。</li> </ul>
 <p>安全檢查與評比</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 所有物流園區按面積大小分成三類，每個園區成立安全小組，由防損監察部進行指導。</li> <li>◦ 寶尊倉儲安保員工協同第三方安全人員、業務部門員工一同開展安全防護工作，定期形成週報、季報。</li> <li>◦ 承包商入園施工前需提出施工申請，並與公司簽訂相關協議書、承諾書等，確保安全施工。</li> <li>◦ 每月防損監察部根據《安防先進園區評比表》對各園區進行評比。</li> </ul>

公司高度關注員工身心健康，開展「健康周」等活動，為員工提供健康診療服務，有效緩解工作壓力。同時，公司持續推行員工援助計劃（EAP），通過線上諮詢、線下培訓等多種形式，為員工提供專業的心理評估、指導與支援服務，切實保障員工心理健康。



寶尊開展「健康周」活動

## 可持續供應鏈管理

寶尊供應商主要涵蓋工程行政、專業服務、IT 及數據中心、數碼行銷、靈活用工及倉儲物流等品類，Gap 中國核心供應商品類為成衣代工。公司嚴格遵守《中華人民共和國民法典》《中華人民共和國招標投標法》等法律法規，制定《集團採購管理制度 4.0》等制度文件，明確負責任採購相關原則，搭建供應商資格審核、採購策略制定、招標採購、入庫管理、供應商考核評價全生命週期的管理體系與流程，實現公司採購全流程的規範化、體系化管控。

### 寶尊可持續採購原則



### 寶尊全生命週期供應商管理體系

供應商管理環節	具體內容
<p>供應商資質審核與入庫</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司制定《寶尊集團供應商准入制度》，明確要求供應商填報《寶尊電商供應商資訊收集表》，瞭解供應商基本情況、設備配置情況、產品體系、人員架構及供應能力等核心資訊，奠定供應商准入環節的管理基礎。</li> <li>公司運用第三方平台啟信慧眼，全維度採集供應商成立年限、註冊資本等關鍵資訊，為供應商安全審核、准入評估與風險防控提供資料支撐，進一步提升供應商管理的規範性與精準性，通過多維度核查有效防範供應鏈管理風險。</li> <li>公司對於關鍵性產品與服務開展供應商現場評估工作。</li> <li>每年年初，公司對上年合作的供應商開展綜合考評，考評維度涵蓋質素、成本、交付、服務四大方面，全面評估供應商合作履約能力。若考評分數偏低，採購部將及時向業務端回饋相關情況，並溝通核實具體問題，確保入庫供應商資質合規。</li> <li>公司監察部門制定與更新黑名單制度，將黑名單內企業資訊錄入啟信慧眼(客商版)平台，與公司當前合作供應商進行關聯關係比對，切實防範違規合作風險，強化供應商合規管理。</li> <li>供應商入庫需要簽署相關入庫附件，即《供應商行為準則》《保密協議》《反腐敗》《親友關係》《網絡安全協定》，要求合作供應商嚴格恪守商業道德，堅決杜絕各類不正當競爭行為，同時強化資訊與資料安全管理，共同維護公平、公正、透明的商業環境，推動供應鏈可持續發展。其中，《供應商行為準則》從人權保障、環境保護、私隱保密、反腐敗、促進經濟發展等維度規範並督促合作夥伴，攜手共建電商行業可持續發展生態。</li> <li>2025 年，公司經審核的供應商共 31 家，通過審核的供應商共 31 家。</li> </ul>

## 供應商管理環節

## 具體內容

### 採購決策



- 公司將 ESG 要求納入採購合同附件,要求供應商承攬的業務適用於《供應商準則》中的環境保護內容。
- 公司建立品類採購策略計劃,引入綜合成本管理理念。在價格、服務、質素三大核心維度基礎上,將供應商可持續發展水準納入採購評估體系,引導公司自身、品牌客戶等相關方在採購決策中優先選擇綜合成本更優、可持續性更強的供應商。
- 公司優先採購環保原材料,如經森林管理委員會(FSC)認證的包裝箱,以及回收紙製作的紙箱。
- 本公司建議供應商依據 ISO 14001 或同等標準建立環境管理體系,承諾高效利用原材料、能源及天然資源,減少廢物、噪音等排放。

### 採購執行



- 公司在採購時全面融入 ESG 評價維度,推動品牌合作方將綠色物流、人權保障、規範用工等相關要求逐級傳導落實。
- 公司積極推行本土化採購政策,本土採購比例超過 90.85%,在減少運輸成本的同時,減少運輸過程的環境影響。

### 供應商考核



- 公司將供應商分為 A、B、C 三類: A 類供應商: 年度採購量 >500 萬人民幣; B 類供應商: 200 萬人民幣 < 年度採購量 <500 萬人民幣; C 類供應商: 年度採購量 <200 萬人民幣。
- 對考核結果為優秀的供應商,公司予以擴大業務合作規模;評定為良好的供應商,公司針對其短板環節督促整改提升;對評定為合格的供應商,暫停新增業務合作,限期完成整改優化。
- 此外,公司對不同供應商品類開展針對性考核,制定《供應商評價表》《供應商/承包商 EHS 稽查制度》,從質素、價格、服務、職業健康與安全等多個維度進行審核,確保供應商所提供的產品質素符合公司標準。
- Gap 中國每年委託第三方機構對所有供應商進行驗廠評估,全面審查品牌管理業務的供應商在合規運營和可持續發展方面的執行情況。評估內容涵蓋反重工、反賄賂、反強迫勞工等政策的制定與落實情況,員工的福利、安全工作環境、環境保護等指標。對於驗廠過程中發現的不符合項,給出整改計劃並跟進督促完成。
- 2025 年,公司考核了 16 家供應商,優秀占比 37.5%、良好占比 31.25%,合格占比 31.25%。

### 供應商賦能



- 公司推動供應商多元化,致力於與多元化供應商共建公平公正的競爭環境,共擔社會責任。
- 公司定期開展供應商培訓。針對大促期間的臨時客服供應商,每年開展兩次供應商培訓,分享真實發生的運營事故案例,並根據案例的沉澱總結,自檢自查,並提前預警相關隱患。
- 公司邀請供應商共同交流可持續發展知識。
- 公司為採購方與內部持份者提供關於供應商 ESG 項目角色的培訓,在物流板塊推進易商吳江南二期、大富豪光伏項目,打造綠色物流體系。同時,在行政方面試點物聯系統,深挖節能潛力,實現電量、電價雙降;圍繞能耗管控與能效目標,投用紅外感應、光伏及電動汽車充電樁等智能節能設施。
- 2025 年,公司開展供應商培訓覆蓋供應商 1,234 家,累計培訓時長 652 小時。

此外,公司開展供應商資料管理,提高運維效率。2025 年,公司正籌備實施新的 MDM 主資料管理系統,對供應商數據進行統一管理。例如,公司將供應商從單一維度細化為普通、內結、一次性、虛擬、批量導入、歷史等多維度分類,借此優化供應商管理體系,全面提升供應商管理整體效率。

## 賦能行業發展

作為國內電商服務領域的領軍企業，寶尊積極深化產學研融合，依託校企合作模式為在校學生搭建專業化就業實訓平台，精準助力職業教育提質發展，持續為電商行業輸送高質素專業人才。

### 寶尊2025年校企合作項目進展

寶尊持續深化校企合作機制，與南通職業大學、南通理工學院、武漢工商學院、山東外國語職業技術大學及江西科技學院等多所院校建立長期合作關係，圍繞人才共育、課程共建與實踐教學開展系統合作，推動產教融合向縱深發展。

- 在培養模式方面，公司選派專業教師參與課程體系共建，打造兼具實踐性與前瞻性的教學內容，提升學生就業競爭力。同時，與江西科技學院共建電商產業學院，採用「學校+名企」協同培養模式，整合雙方資源，為學生提供系統化電商課程學習及實習就業機會，截至2025年底，累計惠及近200名學生。
- 在實踐教學層面，合作項目覆蓋工學交替、集中實習以及「618」「雙十一」等電商大促實訓，為學生提供沉浸式行業實踐體驗。2025年，共有2,000名學生參與相關實踐活動，進一步增強職業適應能力與實戰水準。



### 案例

#### 寶尊開展「行寶商貿節」活動

2025年，寶尊與上海行健職業學院聯合打造產教融合品牌活動——「行寶商貿節」，該活動已成功舉辦三屆，以「雙十一」為主題開展實戰實踐，百餘名跨專業學子深度參與預熱內賣會全流程。本屆創新引入直播運營模式，融合傳統商貿與數碼經濟，啟用精品直播實訓室，16支參賽小組完整演繹數碼行銷全流程。此次活動深化校企協同育人機制，持續深耕產教融合，培育複合型電商人才。



寶尊開展「行寶商貿節」活動

公司始終堅信「眾行致遠」理念，積極參與行業論壇交流等活動，主動分享前沿行業洞察與實戰發展成果，旨在加強行業協同聯動與經驗互通共用，推動行業內互學互鑒、聚力同行、協同共進，全方位助力電商行業實現可持續健康發展。

## 案例

### 寶尊參加時尚與精品行業論壇

2025年11月，寶尊亮相時尚與精品行業論壇，以行業引領者視角分享零售行業發展新趨勢，為行業發展賦能獻策。寶尊精準洞察到行業從「爆破式增長」轉向經營「持續性關係」的變革核心，提出交易場與體驗場融合的發展方向，並分享了沉浸式直播秀場、科技賦能產品體驗等創新實踐。同時，寶尊還分享了打造用戶核心技術中台、依託英賽廣告提供全域增長服務等落地舉措，以真實案例驗證品效銷一體化策略的有效性，憑藉深度行業洞察與實戰經驗，為品牌發展提供新思路，推動零售行業向精準化、體驗化轉型升級。



寶尊參加時尚與精品行業論壇

## 案例

### 寶尊參加第十八屆金投賞國際創意節

2025年10月，寶尊集團董事長仇文彬先生受邀參與第十八屆金投賞國際創意節，並在以「品牌在不確定時代的信心與發展預期」為主題的行業圓桌論壇上分享實踐經驗與前瞻性觀點，為行業發展提供重要參考。同時，仇文彬先生結合寶尊集團發展全週期的實操經歷，提出企業預算制定需要平衡規劃性與靈活性，此外，針對目前的AI浪潮給出了理性佈局、靈活賦能的發展建議，並分享寶尊服務品牌與運營自有品牌的雙軌佈局模式，助力行業有效應對市場不確定性，為行業高質素發展貢獻力量。



寶尊參加第十八屆金投賞國際創意節

### 2025年寶尊集團獲得行業獎項（部分）



#### 2025年第十八屆金投賞商業創意獎



金投賞

#### 年度「京卓越」合作夥伴稱號



京東

#### 阿里媽媽2025營銷夥伴雙認證

(超級營銷夥伴品牌經營、超新星營銷夥伴UD效果)



阿里媽媽

#### 阿里媽媽未來商業獎

(AI創變一年度全域經營夥伴獎、AI創變一年度人群經營增長獎、AI創變一年度貨品打爆大獎)



阿里媽媽

#### 天貓「內容合作夥伴」



淘寶-天貓

#### 2025年度天貓生態卓越服務獎



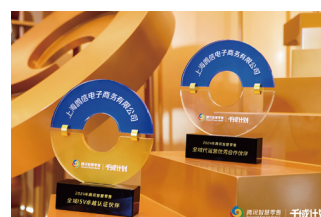
淘天集團

#### 2025年度店小蜜官方服務商認證



淘天集團

#### 騰訊千域計劃 「卓越認證夥伴」&「全域營運獎」榮譽



騰訊

## 公益慈善與義工服務

寶尊始終懷揣高度社會責任感，始終秉持「以公益鑄就仁心」的公益理念，通過物資捐贈、志願者活動、公益課程等多種形式積極踐行企業社會責任。公司聚焦教育援助、醫療援助等公益領域持續深耕，致力於構築充滿溫情與責任的和諧社區關係，為建設美好社會貢獻力量。2025年，公司常態化開展公益慈善與義工服務相關活動，以實際行動傳遞溫暖、回饋社會，積極彰顯公司的責任與擔當。

### 案例

#### 寶尊開展「夏日送清涼」公益活動

2025年8月，寶尊工會圍繞「夏日送清涼」主題，開展系列公益關懷行動，切實履行企業社會責任。8月4日，公司響應市北工會號召，啟動為期一周的「愛心水站」活動，為環衛工人、快遞員、外賣騎手等戶外工作者提供免費飲水，緩解高溫作業壓力。8月22日，公司組織高溫慰問，為一線員工發放防暑降溫飲品、藥品及用品，傳遞組織關懷。本次活動彰顯了公司對勞動者的尊重與關愛，切實履行企業社會責任。



寶尊開展「愛心水站」公益活動



寶尊組織「高溫慰問」活動

此外，公司高度關注鄉村教育發展，通過公益捐贈等形式改善鄉村學校辦學條件，並守護鄉村學生視力健康，助力鄉村教育提質升級，為鄉村教育事業的發展貢獻力量。

### 案例

#### 寶尊雲南麻栗坡縣護眼燈捐贈項目

2025年，寶尊第三年向雲南麻栗坡縣開展護眼燈公益捐贈活動。本次活動為麻栗鎮茅草坪小學、南油小學及大坪鎮上涼小學、馬達小學共捐贈 232 盞護眼燈，直接惠及 300 余名鄉村學生，有效改善了當地鄉村學校的教學硬件設施，為孩子們的視力健康築牢防護屏障。同時，該活動展現企業正積極踐行社會責任，助力鄉村教育不斷發展。



寶尊雲南麻栗坡縣護眼燈捐贈項目

## 低碳轉型 繪就綠色發展新篇

面對日益加劇的氣候與環境挑戰，寶尊堅持以低碳發展為基礎導向，秉持綠色發展理念，在推動經濟增長的同時主動承擔環境保護責任。公司持續完善環境管理體系，確保各類排放與廢棄物得到規範、有效處理。在辦公、倉儲、物流及包裝等關鍵環節，全面推進「全鏈式」綠色運營策略，從資源節約、能源優化到循環利用多維發力，系統性降低環境足跡，不斷夯實低碳發展根基，譜寫與自然環境和諧共生的綠色發展新篇章。



## 環境管理體系

寶尊嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國大氣污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》及海外運營地相關環保法律法規，重視運營中的綠色管理與實踐，推動價值鏈協同實現低碳綠色發展。2025年，公司未發生違反環境保護相關法律法規的事件，未發生污染物超標、違規排放或由此引發的訴訟案件。

公司建立完善的環境管理體系，全力降低運營對環境的影響。在可持續發展委員會指導下，行政部負責總部辦公園區的環境管理，落實廢棄物減量及節能減排措施；物流與供應鏈成立 ESG 執行委員會，由各事業部領導園區生產環節的環境管理工作，持續降低生產過程中的環境影響。

為保障環境管理體系高效運行，公司制定《環境監測管理制度》《寶尊集團辦公區管理規範》《倉儲運營節能管理辦法》《倉庫廢棄物管理辦法》《寶通易捷節能降耗管理制度》等規章制度。2025年，子公司寶連通獲得 ISO 14001 環境管理體系認證。

公司定期開展覆蓋全員（包括臨時工在內的全部用工形式員工）的環境保護培訓，內容涵蓋節約用水、節約用電、減少廢物產生等主題，並在辦公區張貼節能降耗海報以提升員工環保意識。2025年，公司每月向員工推送節能資料及節電措施，分享階段性節能減排成果，鼓勵員工持續保持綠色的生活方式。在園區生產環節，公司編制節能培訓教材並定期宣導，每季度評選並分享節能減排優秀案例，提升員工環保實踐能力。

寶尊將環境管理要求延伸至供應商及合作夥伴，推動綠色理念在供應鏈落地。針對供應商，公司提出明確環境管理規範，例如督促餐廳進行垃圾分類並採用整合壓縮等措施減少廢棄物；在物料採購方面，優先選擇具備 FSC 認證的包裝材料以降低資源消耗。與此同時，公司與合作夥伴緊密協作，不斷探索和完善的環保舉措，共建可持續發展合作生態。

### 案例

#### 「舊鞋新生」，寶尊打造常態化回收實踐

寶尊持續推進「舊鞋新生」回收行動，通過聯合品牌方組織員工開展舊鞋捐贈與資源再生活動，回收舊鞋經專業處理後用於建設環保運動場地等公益項目。2025年，公司進一步在濟南園區與易商園區設立長期回收點，便利員工隨時參與回收行動。全年活動獲得 200 餘名員工的支持，累計回收舊鞋 120 餘雙，持續推動資源循環利用與社會公益協同發展。

案例

塑膠瓶回收製作環保馬甲

寶尊將回收的廢棄塑膠瓶交由供應商進行專業處理，經清洗、分選、壓制、抽絲及染整等工序轉化為再生滌綸 (rPET) 面料，並用於製作供園區員工及訪客使用的環保馬甲。2025 年，公司共製作 200 件 rPET 馬甲，每件產品由 6 個塑膠瓶再造而成。員工通過以舊換新方式領取馬甲，在減少塑膠廢棄的同時促進資源循環利用。



為推動綠色運營，公司制定涵蓋溫室氣體排放、能源消耗、水資源利用、包裝材料使用及廢棄物處置等多維度的環境管理目標，並明確各業務環節的具體實踐要求。公司通過定期監控目標進展，結合實際運營情況持續優化節能減排措施，致力於不斷提升環境績效表現。

寶尊環境管理目標及進展

目標	進展
<p><b>溫室氣體排放</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 2030 年，實現範圍一、範圍二溫室氣體排放量較 2021 年下降 50%；同時實現範圍三溫室氣體排放量相較 2021 年下降 50%</li> <li>◦ 2050 年，實現全價值鏈碳中和 (包括範圍一、範圍二、範圍三)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 目標持續推進中</li> <li>◦ 2025 年，公司範圍一、範圍二溫室氣體排放量 (不含 Gap 中國) 較基準年下降 26.96%</li> </ul>
<p><b>能源消耗</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 積極推進光伏發電，到 2040 年，運營活動可再生能源使用比例達 80%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 目標持續推進中</li> <li>◦ 2025 年，公司可再生能源使用比例為 13.65%</li> </ul>
<p><b>水資源利用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 減少水資源消耗，努力降低人均水資源消耗量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 相關管理與實踐符合既定目標要求</li> <li>◦ 2025 年，公司耗水量較 2024 年下降 11.78%</li> </ul>
<p><b>包裝材料使用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 協同品牌方及上下游合作夥伴減少電商快件二次包裝，提升快件不再二次包裝率</li> <li>◦ 持續推動自營倉儲物流園區之間的周轉箱等包裝循環使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 相關管理與實踐符合既定目標要求</li> <li>◦ 2025 年，公司包裝材料循環使用量較 2024 年增長 16.42%</li> </ul>
<p><b>無害廢棄物處置</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 到 2025 年，辦公大樓、倉儲物流園區推行垃圾分類比例達 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 目標已達成</li> <li>◦ 2025 年，公司落實固體廢棄物分類管理要求，對各類廢棄物實施分類收集與規範儲存，垃圾分類實施比例達 100%</li> </ul>
<p><b>有害廢棄物處置</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 到 2025 年，有害廢棄物合規處置率保持 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 目標已達成</li> <li>◦ 2025 年，公司有害廢棄物均交由具備資質的第三方機構處理，合規處置率為 100%</li> </ul>

## 應對氣候變化

寶尊依據聯交所《ESG 守則》、Nasdaq《ESG 報告指南2.0》氣候相關披露要求，參照國際可持續發展準則理事會（International Sustainability Standards Board, ISSB）發佈的《國際財務報告可持續披露準則第 2 號——氣候相關披露》（International Financial Reporting Standards S2 – Climate-related Disclosures），從「治理」「戰略」「風險管理」以及「指標與目標」四個層面，構建氣候變化管理體系，識別並應對相關風險與機遇，設定並推動碳中和目標，以實現可持續發展的長期願景。

### 寶尊氣候變化管理體系

#### 治理

- 構建以董事會為領導的氣候治理架構，確保氣候變化管理工作自上而下系統推進。
- 將應對氣候變化作為各業務部門、物流和供應鏈管理的工作重點之一。

#### 戰略

- 針對識別出的重大風險與機遇，評估對公司的潛在影響，制定相應的管理策略。
- 識別溫室氣體排放的主要來源，在減少運營全生命週期碳足跡方面開展相關管理行動。

- 識別運營活動潛在的風險與機遇，為應對策略的制定提供依據。
- 將氣候變化的風險與機遇納入整體運營風險管理的一部分。

#### 風險管理

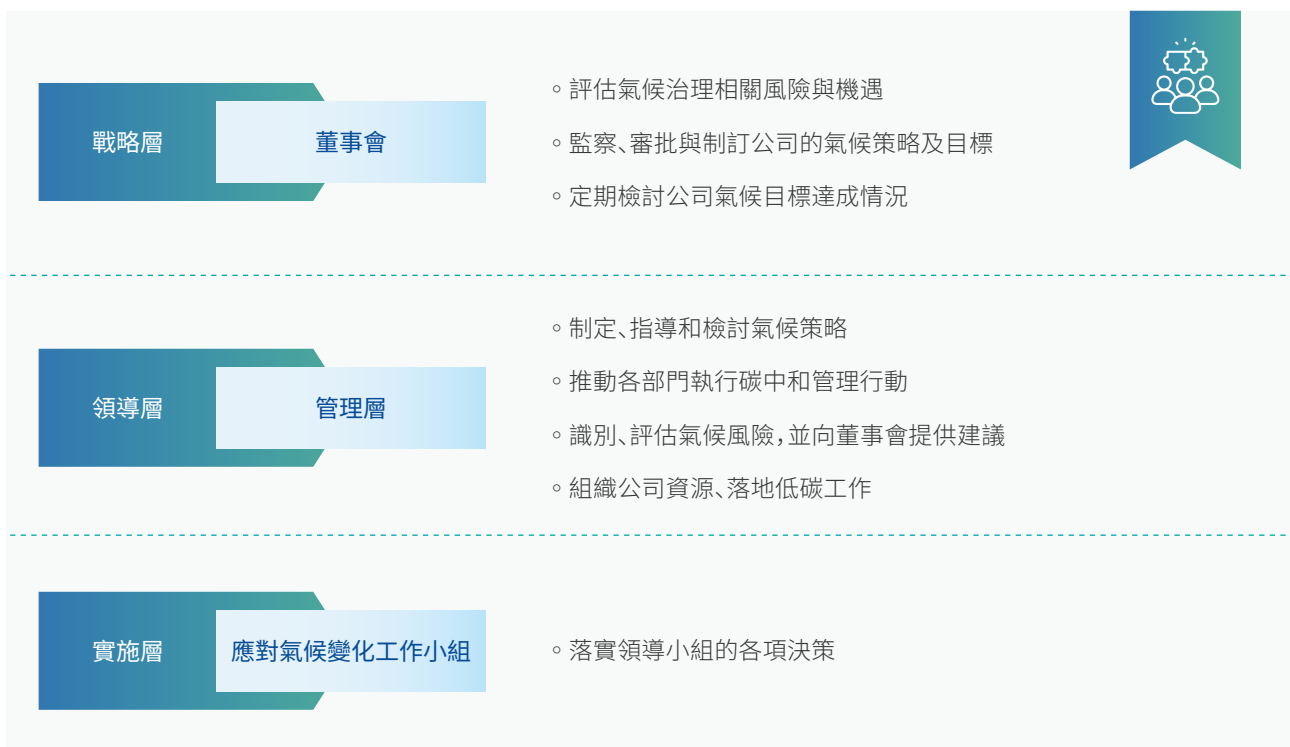
- 制定溫室氣體減排目標，每年在可持續發展報告中披露溫室氣體排放量與排放密度，以此評估公司應對氣候變化管理績效水準，制定改進方案。

#### 指標與目標

## 治理

公司氣候變化治理架構分為「戰略層—領導層—實施層」三個層級。董事會負責監督並制定公司中長期應對氣候變化的管理策略和方向。管理層進行跨部門整合氣候行動的資源，監督氣候風險與機遇的識別與管理過程，對重大項目進行決策部署，並向董事會匯報。在規劃實施方面，公司成立應對氣候變化工作小組，負責執行相關決策。公司將氣候相關治理要求納入整體風險管理與內部控制體系，通過董事會監督、管理層統籌及工作小組執行的機制，推動氣候相關管理與日常經營管理相銜接。針對鑒別的重大風險與機遇，公司評估其潛在的營運與財務影響，並將結果應用至相關業務決策。

## 寶尊氣候變化治理架構及職責



公司成立可持續發展委員會，由董事長兼 CEO、CSO、高級副總裁、獨立董事等相關人員組成，具有豐富的可持續發展經驗。公司每年召開可持續發展委員會會議，期間匯報氣候相關風險與機遇識別結果、溫室氣體排放表現、減排目標進展及重點項目實施情況，制定並商討氣候相關議題和策略。此外，公司通過定期組織相關培訓，提升管理層對氣候相關議題的監督能力，以確保其具備監督公司氣候戰略及相關風險管理工作的適當技能與勝任能力。

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

## 戰略

為積極回應全球碳中和發展態勢與國家「雙碳」戰略目標，公司將應對氣候變化與溫室氣體排放管理深度融入可持續發展戰略核心框架，依託技術創新、管理優化和產業鏈協同，持續增強公司氣候韌性，致力於實現碳中和目標。

## 氣候風險和機遇清單

公司定期識別並披露氣候變化潛在風險與機遇，明確對公司產生重大影響的風險與機遇，為應對策略的制定提供依據。

## 寶尊氣候變化相關風險與機遇清單

風險/機遇類型		具體風險/機遇	
氣候相關風險	物理風險	高溫熱浪、極寒、乾旱、水資源短缺、強降水、颱風、野火、海平面上升、生態環境破壞	
	轉型風險	聲譽風險	資訊披露不足
		政策和法律風險	國際氣候政策
		資源使用風險	能源與資源短缺
		技術風險	綠色技術開發
氣候相關機遇	轉型機遇	資源效率機遇	資源利用效率提升
		市場機遇	綠色產品與服務
		適應力機遇	前瞻性應對

## 氣候情景分析

2025年，公司進一步系統化開展氣候情景分析，參考聯合國政府間氣候變化專門委員會（IPCC）第五次和第六次評估報告，選取共用社會經濟路徑（SSPs）相關情景開展物理風險的情景分析。同時，公司採用央行與監管機構綠色金融網絡（NGFS）的2050淨零排放情景（Net Zero Emissions by 2050, NZE 2050）和延遲轉型情景（Delayed Transition, DT）開展轉型風險的情景分析。

為保證分析結果的時效性、適用性及與公司經營實際的相關性，公司計劃原則上每5年重新開展一次氣候情景分析。同時，公司建立動態重評機制，當國家「雙碳」政策、行業技術路徑、監管要求或公司業務結構發生重大變化時，將適時啟動重評程序，及時更新相關分析結果。

公司開展氣候物理風險、轉型風險與轉型機遇的情景分析，以識別和評估氣候相關風險對運營與業務表現的潛在影響。其中，物理風險分析以總部大樓、客服中心和物流園區為分析對象，用於評估極端天氣事件對公司重點運營場所及價值鏈的潛在影響；轉型風險分析以上海寶尊、Gap中國和寶通易捷三家公司為分析對象，用於評估在政策變化、市場轉型、技術升級及低碳要求提升背景下，公司業務活動可能面臨的潛在影響。現階段，上述分析範圍覆蓋了公司氣候風險識別中的重點運營資產和核心業務主體。

本次情景分析通過測算各相關資產點的物理風險災害性等級與暴露度以及相關業務主體的碳在險價值(CVaR)，對特定氣候情景下的風險承擔進行量化分析，並評估氣候風險導致的資產或業務活動財務影響占企業價值的百分比，以增強公司對氣候風險潛在財務影響的識別和理解。

公司將影響的時間範圍劃分為短期(0-1年)、中期(2-6年)及長期(7年及以上)。針對不同時間範圍的風險與機遇，公司制定相應的策略，以實現短中期風險可控、機遇落地，長期戰略轉型目標達成，保障業務韌性與可持續增長。

本次情景分析結果已納入公司氣候相關戰略研判和風險管理工作，並作為識別重點氣候風險、評估潛在影響及完善應對措施的重要依據。相關分析結論將隨本報告提交董事會及管理層審閱，並為公司後續氣候目標設定、資源配置和韌性提升提供支援。

### 風險和機遇情景分析清單及相關假設

分析模組	發佈機構	情景名稱	情景描述	代表溫度	風險分析流程	關鍵假設
物理風險	IPCC	共用社會經濟路徑 SSP 2-4.5	有一定氣候變化政策干預的中等排放情景。 在該情景下，全球溫室氣體排放在本世紀中期之前保持在目前的水準左右。	2.7°C	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對每類物理風險，選取世界銀行等國際權威氣候情景資料庫中的相關重點指標進行分析。</li> <li>以物理風險的災害性等級和暴露度為測算指標展開分析，其中：災害性主要考慮資產所在地和所選情景下特定物理災害程度等因素；暴露度主要考慮資產所占面積等因素。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>假設此次情景分析的資產所在地在情景分析的時間範圍內(即2050年及以前)保持不變。</li> <li>此次情景分析未考慮保險或任何氣候物理風險應對措施。</li> </ul>
		共用社會經濟路徑 SSP 5-8.5	無氣候變化政策干預的很高排放情景。 在該情景下，全球溫室氣體排放總量到2050年比目前的水準增加一倍。	>4°C		
轉型風險	NGFS	2050年淨零排放情景 (NZE 2050)	該情景假設全球在當下就引入有效的氣候政策，進行有序轉型，在2050年實現淨零排放，並在世紀末達到巴黎協定1.5°C控溫目標。	<1.5°C	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據過往溫室氣體排放量、碳減排目標等資料，類比各資產未來碳排放路徑。</li> <li>根據樣本資產所在地區、所屬行業，考慮地區碳減排政策和減排壓力，得出各資產的碳排放缺口。</li> <li>根據NGFS氣候情景下樣本資產所在地區碳價，計算得出碳在險價值(CVaR)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據公司氣候相關目標，本次情景分析假設樣本資產2030年溫室氣體排放較2024年下降42%，並在2050年實現碳中和目標。</li> <li>假設樣本資產以線性趨勢進行減排。</li> </ul>
		延遲轉型情景 (DT)	該情景為無序情景，假設全球年排放量到2030年才會減少，屆時需要強有力的政策將升溫限制在2°C以下。	2°C		

## 氣候相關物理風險

根據氣候相關物理風險對公司實質性影響評估結果，此次情景分析針對高溫熱浪、極寒、乾旱、水資源短缺、強降水、颱風、野火、海平面上升、生態環境破壞共9類物理風險類型開展。物理風險情景分析選取 IPCC SSP 2-4.5 和 SSP 5-8.5 情景，體現氣候變化極端情況下的風險情況。公司選用物理風險災害性等級和暴露度<sup>1</sup>預估資產所在地點氣候災害發生頻率及強度，並將其作為估量因氣候物理風險造成損失占其資產價值比例的指標。

寶尊氣候相關物理風險情景分析測算結果（總部及客服園區）

風險類型	SSP 5-8.5情景			SSP 2-4.5情景		
	上海總部	南通客服園區	合肥客服園區	上海總部	南通客服園區	合肥客服園區
高溫熱浪						
極寒						
乾旱						
強降水						
海平面上升						
水資源短缺						
颱風						
野火						
生態環境破壞						

寶尊氣候相關物理風險情景分析測算結果（物流園區）

風險類型	SSP 5-8.5情景	SSP 2-4.5情景
高溫熱浪	99.97%	95.41%
極寒	9.13%	9.13%
乾旱	0.00%	0.00%
強降水	7.86%	2.62%
海平面上升	0.00%	0.00%
水資源短缺	92.91%	92.91%
颱風	87.86%	87.86%
野火	12.08%	11.72%
生態環境破壞	12.17%	12.17%

### 圖例

#### 氣候相關風險影響

影響較低

影響較高

注：

[1] 物理風險災害性等級以熱力圖的形式呈現具體物理風險的影響程度。物理風險暴露度為中高風險與高風險資產占比，以相關資產面積占比計算。

**風險分析結果：**

- 在 IPCC SSP 2-4.5 和 SSP 5-8.5 情景下，公司資產點位普遍面臨偏高的高溫熱浪和颱風風險。水資源短缺風險亦較為顯著，強降水、野火和生態環境破壞風險等級在中等及以上的資產點位也相對較多。
- 兩種情景下，公司樣本資產點位均面臨中等及以上高溫熱浪風險，同時，多個樣本資產點位位於沿海地區，易受颱風影響。而在區域水資源宏觀調控與水價宏觀調控的機制影響下，公司樣本資產水資源短缺影響相對有限。
- 經分析，公司面臨的重要氣候相關物理風險為高溫熱浪和颱風風險。公司將持續關注氣候物理風險變化趨勢，進一步優化應對策略，針對重點資產點位，進一步提升基礎設施韌性、優化應急回應機制，適時調整相關運營並採取措施。

此外，在氣候物理風險的財務影響方面，颱風等急性物理風險造成的資產直接損失主要為倉庫防洪防颱風的維修費用<sup>1</sup>，2025 年公司未受到因氣候物理風險而造成的公司資產及經營活動方面的重大影響，無重大資本支出。2025 年，公司圍繞固定資產保險、防洪物資等方面投入支出共計約 320 萬元。公司應對氣候物理風險的相關投入資金主要來源於自有資金。

**重要氣候相關物理風險影響分析及應對舉措**

風險類別	影響時期	影響路徑及受影響業務	價值鏈影響範圍	財務影響說明	韌性建設舉措
高溫熱浪	短期 中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 能耗增加：持續高溫天氣可能影響樓宇、物流園區的能源供應，導致用電和設備運維成本上升，增加溫度敏感型貨物品質保障難度，大幅提高能源成本。</li> <li>◦ 人員安全：高溫熱浪嚴重危害一線員工的身心健康，員工易出現中暑、熱射病等健康問題，導致工作效率降低、缺勤率上升，增加企業的人力成本與生產損失。</li> <li>◦ 火災風險：高溫熱浪可能導致生活垃圾乾燥易燃，戶外活動及設備過熱易引發火源，威脅企業生產經營，可能導致設施損壞、人員疏散，增加應急成本和安全隱患。</li> </ul>	上游 直接運營 下游	能源消耗量上升，運營成本增加；貨物受損賠償，運營成本和債務增加；產品服務受限，營業收入減少；員工人身安全受到威脅。	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 能耗增加：(1) 優化倉儲設備，通過自動化、一體化設備優化倉儲物流中心減少能源消耗，提升能效；(2) 引入屋頂光伏發電、光伏車棚發電等可再生能源，降低對傳統能源的依賴，減少能源成本；(3) 開展物聯網綜合能源管理平台試點，實現電量與電價的雙重優化。</li> <li>◦ 人員安全：(1) 完善員工防暑降溫保障，為員工提供居家辦公選項、靈活工作時間等福利；(2) 通過空調集控平台統一調節各工區溫度，並啟用新風系統自控模式，以改善室內空氣品質和員工舒適度；(3) 通過安全培訓、應急演練等方式強化員工安全意識，推動全員參與隱患排查，並根據職能部門、倉儲物流等不同場景實施差異化保障措施。</li> <li>◦ 火災風險：(1) 加強高溫天氣下的設備運維監控，優化物流園區基礎設施耐熱設計；(2) 開展安全風險評估、安全檢查與評比等措施，成立安全小組，防範火災風險；(3) 制定應急預案，定期演練，提升應急處置能力，降低火災風險。</li> </ul>

注：

[1] 該費用主要由各倉庫所屬物業(非寶尊所有)承擔。

重要氣候相關物理風險影響分析及應對舉措

風險類別	影響時期	影響路徑及受影響業務	價值鏈影響範圍	財務影響說明	韌性建設舉措
颱風	短期 中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 運營中斷：強風暴雨可能破壞運營場所的設施，導致場地漏水、設備或貨物暴露受損，尤其對物流配送貨物造成損害，資產受損價值高昂；同時，公司需按應急預案停工，將直接中斷公司運營。</li> <li>◦ 供應鏈受阻：公司運營依賴穩定物流運輸，颱風來襲導致港口作業停滯、公路運輸中斷，影響物流運輸，造成訂單交付延遲，損害與供應商、客戶的長期合作關係，增加供應鏈管理成本與風險。</li> <li>◦ 人員安全：極端天氣威脅員工通勤、運輸及戶外作業安全。</li> </ul>	上游 直接運營 下游	<p>設備維修及保險費用增加，導致運營成本與資本支出增加；貨物受損賠償，運營成本和債務增加；產品服務受限，營業收入減少；員工人身安全受到威脅。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◦ 運營中斷：(1) 監測極端氣候事件，著手建立完善的極端天氣應急管理預案，按照「預警 - 檢查 - 物資準備 - 值班 - 災後複查」五步流程預防相關風險；(2) 成立 LSG 公司級應急小組，明確相關人員職責，回應防颱防汛工作；(3) 制定《防颱防汛管理制度》，針對不同等級預警設置對應管理流程，通過《防颱防汛檢查表》與防汛物資盤查預防相關風險；(4) 保障應急物資，提前準備沙包、應急照明、繩索、鎬、鏵、疏通工具、抽水機、雨布等應急工具，放在適當的位置以便及時取用</li> <li>◦ 供應鏈受阻：(1) 推動供應商多元化，通過定期培訓與供應商分享真實發生的運營事故案例，自檢自查，並提前預警相關隱患；(2) 建立分級分類的客戶投訴升級機制，明確不同風險等級對應的升級路徑與回應時效，並通過標準化的記錄、上報及跨部門協同流程，確保問題及時識別、快速升級與有效閉環。</li> <li>◦ 人員安全：(1) 監測到紅色預警後，及時發出減緩出勤通知，保障員工人身安全；(2) 出現人員異常情況時，及時上報處理。</li> </ul>



## 氣候相關轉型風險

低碳轉型過程中政策收緊及市場機制變化可能帶來經營影響，尤其是碳約束持續強化背景下碳成本上升對公司業務活動及價值實現可能具有潛在影響。基於此，公司選取央行與監管機構綠色金融網絡(NGFS) 2050 淨零排放情景和延遲轉型情景作為轉型風險分析情景，以研判在有序和無序轉型路徑下的公司風險。

公司基於溫室氣體排放基準線和過往排放資料、既定減排目標及業務發展情況，對相關業務主體未來排放路徑進行類比，並結合適用地區及行業政策要求，測算潛在碳排放缺口。公司引用 NGFS 氣候情景下樣本資產所在地區碳價資料，測算相關業務主體的碳在險價值 (CVaR)<sup>1</sup>，以評估碳價上升可能對公司資產或業務活動價值產生的潛在影響。通過將潛在碳排放缺口與情景碳價相結合，將轉型風險轉化為可量化的財務影響，從而識別不同業務主體的風險暴露情況，為氣候目標設定、風險應對及資源配置提供參考。

### 寶尊氣候相關轉型風險情景分析測算結果

樣本資產	2050淨零排放情景		延遲轉型情景	
	CVaR值所在區間	風險等級	CVaR值所在區間	風險等級
上海寶尊電子商務有限公司	0%-1%	低	0%-1%	低
寶通易捷智慧科技（蘇州）有限公司	0%-1%	低	0%-1%	低
蓋璞（上海）商業有限公司	0%-1%	低	0%-1%	低

#### 圖例

#### 氣候相關風險影響

影響較低

影響較高

#### 風險分析結果：

- 在 NGFS 2050 淨零排放情景下，氣候轉型政策強力，碳價呈現持續上升趨勢，至 2050 年達到 708.8 美元 /t CO<sub>2</sub>。在 NGFS 延遲轉型情景下，氣候轉型政策相對放緩但仍較強力，至 2050 年達到 279.0 美元 /t CO<sub>2</sub>。上述金額按 2010 年美元購買力水準計算，剔除後續通脹影響，便於跨時期對比。
- 在 NGFS 2050 淨零排放情景和延遲轉型情景下，公司樣本資產 CVaR 值均處於 0%-1% 的區間內，轉型風險均為低風險。目前，氣候轉型風險對公司的財務影響較小。未來，公司仍將持續關注相關行業轉型政策要求，持續提升運營效率，探索多種減碳新路徑。

此外，在氣候轉型風險的財務影響方面，2025 年，公司在應對氣候轉型相關過程中，圍繞節能降碳技術應用，開展智能物流園區、電動轉貨車應用等項目，相關資本支出合計約 62 萬元。同時，公司圍繞碳中和園區項目與 ESG 和氣候管理體系建設，開展採購綠色電力證書等措施，相關運營支出合計約 44.82 萬元。公司應對氣候轉型的相關投入資金主要來源於自有資金。

注：

[1] 碳在險價值 (CVaR) = 碳排放總成本 / 企業價值。其中，碳排放總成本 = 自身碳排放缺口 × 碳價。代表公司易受氣候相關轉型風險影響的資產百分比。

氣候轉型風險影響分析及應對舉措

風險類別	影響時期	影響路徑及受影響業務	價值鏈影響範圍	財務影響說明	韌性建設舉措
聲譽風險	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>持份者期望公司積極應對氣候變化並提升資訊披露透明度。若公司未回應相關訴求，或在治理、綠色技術創新、碳中和目標推進等方面表現不足，可能導致聲譽受損。</li> </ul>	直接運營	<ul style="list-style-type: none"> <li>營業收入下降：聲譽受損將降低客戶的合作意願，導致客戶訂單減少或轉向競爭對手，從而直接影響銷售規模與市場份額，造成營業收入下降。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定碳中和目標，持續開展減排行動，並定期公開披露減排進展；</li> <li>不斷優化溫室氣體排放核算方法與覆蓋範圍，確保披露資訊的完整性與真實性。</li> </ul>
政策和法律風險	長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>可能由於不符合氣候相關政策或法律，被依法追究法律責任、採取監管措施、給予紀律處分，出現財產損失或商業信譽損失。</li> </ul>	直接運營	<ul style="list-style-type: none"> <li>信用風險增加：若合規性不足，可能影響公司在客戶及金融機構中的信用評價，導致融資成本上升；</li> <li>運營成本增加：為滿足新政策，公司需加大資金投入清潔能源使用等碳中和戰略實施過程；</li> <li>減碳成本增加：碳價上漲將導致碳排放合規成本增加。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>嚴格遵守國內外運營所在地已出台的碳相關的法律法規，並努力識別未來可能存在的政策與法律風險。</li> </ul>
資源使用風險	中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>生產運營所需原材料、能源、水資源可能因氣候變化受影響而短缺，或因氣候變化導致森林資源受到更嚴格管控，造成包裝價格上漲。</li> </ul>	直接運營	<ul style="list-style-type: none"> <li>運營成本增加：資源短缺和管控可能導致採購成本上升，壓縮利潤空間，並影響產品與服務交付的穩定性，進而影響營業收入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>聯合品牌方、服裝代工廠、物流合作商努力推行綠色包裝與材料的循環使用；</li> <li>推進可再生能源的使用，通過光伏發電系統等措施實現運營成本的顯著降低。</li> </ul>
技術風險	中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>在技術轉型過程中，綠色包裝、綠色服務、廢棄物處理等節能環保技術的開發與應用可能面臨技術瓶頸、成本壓力或市場接受度不足等挑戰。</li> </ul>	上游 直接運營 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>資本支出與運營成本增加：需投資資金用於研發和節能降碳改造，增加轉型投入。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推進綠色包材的研發與可持續服裝產品設計，促進廢棄物的循環利用，並持續監測廢棄物末端處理機構與二次用途。</li> </ul>

### 氣候相關機遇

在評估轉型風險的同時，公司也關注到氣候轉型帶來的積極因素。在市場開發、資源效率以及組織適應等方面，公司面臨新的發展機遇，有助於降低運營成本、提升市場競爭力並增強整體韌性。公司對主要轉型機遇的影響路徑、價值鏈環節及財務影響進行識別，並提出針對性的建設性舉措，以推動機遇轉化為長期發展動力。

2025年，隨著低碳產品與服務和綠色運營需求的提升，具有減碳要求的客戶為公司貢獻的營業收入占比持續上升，為公司業務發展帶來一定市場機遇。

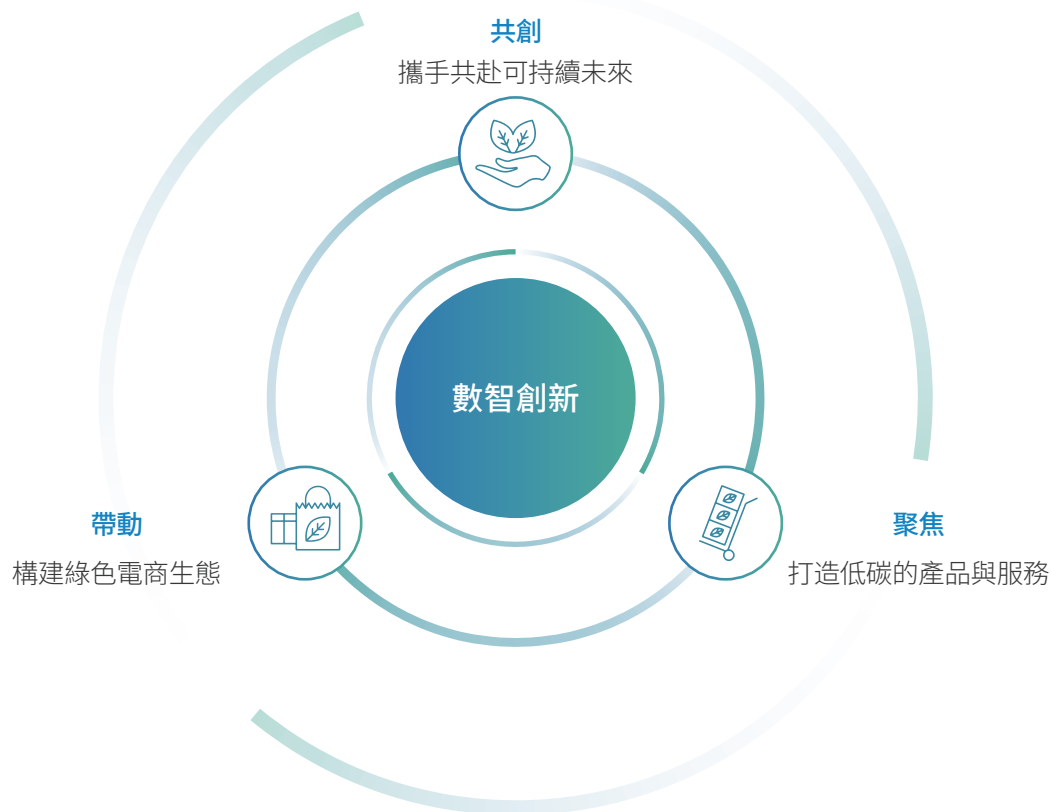
#### 重要轉型機遇影響分析及應對舉措

機遇類別	影響時期	影響路徑及受影響業務	價值鏈影響範圍	財務影響說明	韌性建設舉措
資源效率 機遇	短期 中期	<ul style="list-style-type: none"> <li>通過鋪設可再生能源發電設施、採用更高效的運輸模式，可降低碳排放和能源成本；通過引入自動化設備、優化倉儲物流管理，可進一步提高運營效能、減少資源浪費。</li> </ul>	直接運營	<ul style="list-style-type: none"> <li>運營成本降低：減少能源、水等資源消耗費用，同時降低碳排放相關成本。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動能源結構綠色轉型，不斷優化倉儲物流環節的傳輸效能，從而提升能源使用效率；</li> <li>推進物聯系統試點，整合光伏、空調集控、配電及高能耗設備到統一平台，挖掘節能空間，實現「電量和電價」雙降；</li> <li>投入紅外線感應設備、光伏充電樁、電動汽車充電樁等節能設備，實施智能化建設，對空調、照明、電梯等辦公設施進行精細化電能管控。</li> </ul>
市場機遇	中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>品牌客戶及消費者對綠色產品和服務的關注度持續提升，若公司在相關方面處於領先地位，可吸引更多重視可持續發展的品牌客戶和消費者。</li> </ul>	直接運營 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>營業收入增加：通過打造綠色產品和服務，有助於拓展綠色業務、吸引新消費者，增強市場競爭力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開展多樣化的可持續消費宣導活動，傳播綠色消費理念。</li> </ul>
適應力機遇	中期 長期	<ul style="list-style-type: none"> <li>通過推動綠色供應鏈、促進氣候變化相關業務研究及行業交流，公司可提升應對氣候風險、抓住氣候機遇的能力，增強履責形象。</li> </ul>	上游 直接運營 下游	<ul style="list-style-type: none"> <li>營業收入增加：更快適應政策和市場變化，提升公司韌性、業務協同能力和客戶認可度，獲取綠色融資與業務機會，支持中長期業務發展。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動供應鏈綠色發展，將溫室氣體排放等環境因素納入供應商考核的內容中，並開展供應商環保意識宣貫；</li> <li>參與行業綠色標準的制定，實施零碳園區試點項目，提升企業整體適應能力。</li> </ul>

## 碳中和戰略

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

### 寶尊碳中和核心策略

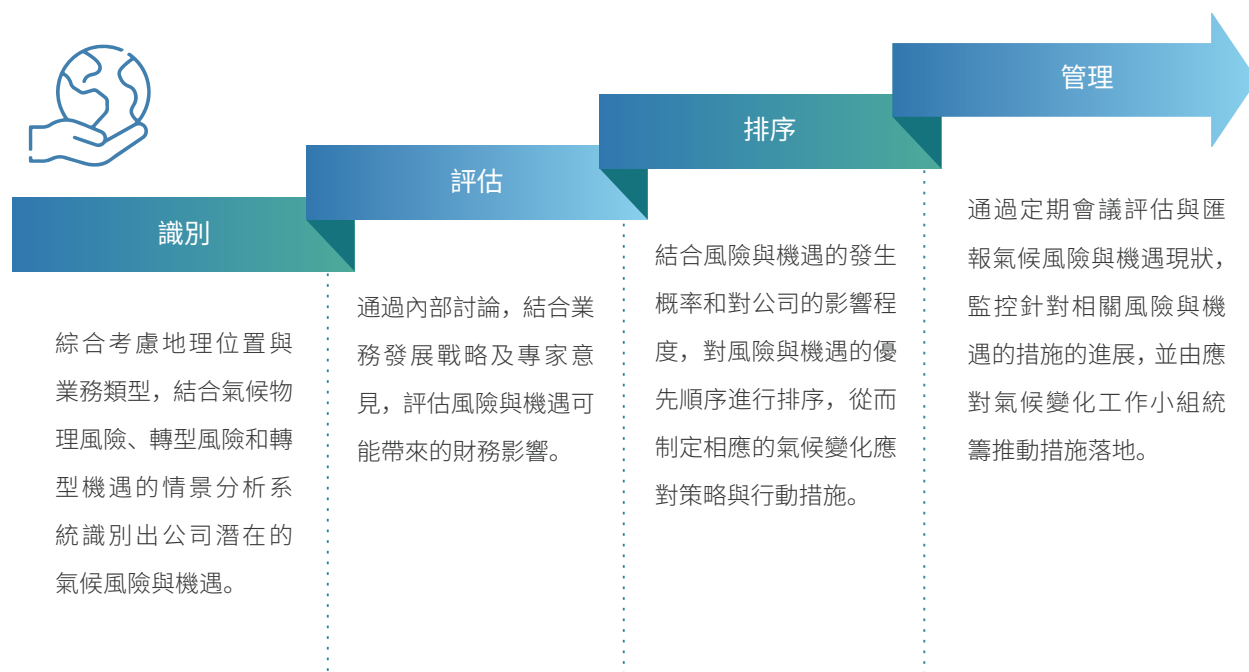


## 影響、風險和機遇管理

公司重視氣候風險管理，建立完善的氣候風險管理流程，並將其融入現有風險管理流程作為主要風險管理類型之一，形成更為全面的風險管理體系，有效抵禦氣候風險。基於風險與機遇識別結果，公司重點關注自身的聲譽風險、資源使用風險及資源效率機遇。



### 寶尊應對氣候變化風險管理流程



依據全生命週期評價(LCA)的管理思路，公司就業務運營各環節產生的溫室氣體排放進行系統性地分析與計算，明確公司在業務開展全流程的溫室氣體排放來源及排放量，並進一步梳理公司應對氣候變化的策略。結合各排放環節的減排潛力，以及公司對各環節的影響力程度，公司將商品採購、物流倉儲、辦公室和門店運營、員工通勤與差旅作為碳排放管理的重要環節。

### 寶尊溫室氣體排放主要來源

覆蓋範圍	生命週期關鍵環節	碳排放來源
自身運營 (範圍一、二)	辦公室和門店運營	◦ 辦公和 Gap 中國門店運營環節的直接能源和電力消耗。
	內部物流倉儲	◦ 自有倉庫及物流運輸環節的直接能源和電力消耗。
價值鏈 (範圍三)	商品採購	◦ 包含在採購的商品和服務的生產、運輸環節等產生的溫室氣體排放。
	第三方物流倉儲	◦ 第三方運營的倉庫及物流運輸環節的直接能源和電力消耗。
	員工通勤與差旅	◦ 公司運營全環節由員工通勤、商務差旅產生的溫室氣體排放。

2025 年，公司積極落實碳中和策略，在 4 個園區新增部署光伏發電系統，正式投入運營自動駕駛無人車隊，推進綠色無紙化作業。相關內容詳見本報告「『全鏈式』綠色運營」章節。

### 案例

#### 寶尊踐行電商碳中和項目，雙認證園區見證綠色承諾

寶尊以物流為切入點，將綠色低碳實踐貫穿各個業務環節。2025 年，公司旗下寶通易捷獲得 ISO 14064-1 溫室氣體核查聲明，其下屬托普園區和易商園區通過實施光伏發電、照明改造、綠電採購等減排措施，獲得 ISO 14068-1 碳中和核查聲明。對於完成碳中和認證的園區，公司每年組織碳中和管理評審，涵蓋減排目標達成情況、措施有效性、資金投入、外部政策變化等內容，發布年度《碳中和報告》，踐行綠色承諾。



## 指標與目標

2025 年，公司披露範圍一、範圍二及範圍三溫室氣體排放資料，並持續提升碳排放資料的完整性、準確性和可比性。公司溫室氣體排放核算參考《溫室氣體核算體系：企業核算與報告標準》(The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard)開展，結合公司運營實際，選取適用的活動資料、排放因子及計算假設進行測算。

公司用於計量溫室氣體排放的活動資料主要包括但不限於能源消耗、員工通勤與差旅、物流運輸、產品與服務採購等。公司根據資料可得性、業務相關性及核算邊界，持續優化資料來源和計算邏輯。對於範圍二排放，公司披露基於地域的溫室氣體排放量。對於範圍三排放，公司根據業務模式及資料基礎，識別並披露與公司相關的範圍三類別。2025 年，公司進一步完善範圍三排放類別覆蓋及核算方法。相關內容詳見本報告「ESG 數據表及附註」章節。

為回應國家「雙碳」政策導向、公司業務發展規劃以及最新氣候變化國際協定和相關政策趨勢對企業低碳轉型的要求，公司基於對自身碳排放的盤查與管理，結合對行業趨勢及社會可持續發展方向的深入洞察，以 2021 年為基準年，依據科學碳目標倡議 (SBTi) 核心方法論確立碳排放總量的中期和長期目標，並通過其工具測算並驗證目標的合理性。碳排放目標的設定未採用行業脫碳法 (SDA)，納入的溫室氣體種類包括二氧化碳 (CO<sub>2</sub>)、甲烷 (CH<sub>4</sub>)、一氧化二氮 (N<sub>2</sub>O)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs)、六氟化硫 (SF<sub>6</sub>)、三氟化氮 (NF<sub>3</sub>)。

## 寶尊碳中和承諾

## 中期目標

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

## 長期目標

2050年，實現全價值鏈碳中和(包括範圍一、範圍二、範圍三)。

2025年，公司持續追蹤氣候相關目標的實現情況，通過監測當年度溫室氣體排放量較基準年下降比例與減排行動年度進展確保氣候行動不偏離原規劃路徑。公司2025年的範圍一、範圍二溫室氣體排放量相較於基準年下降26.96%<sup>1</sup>。

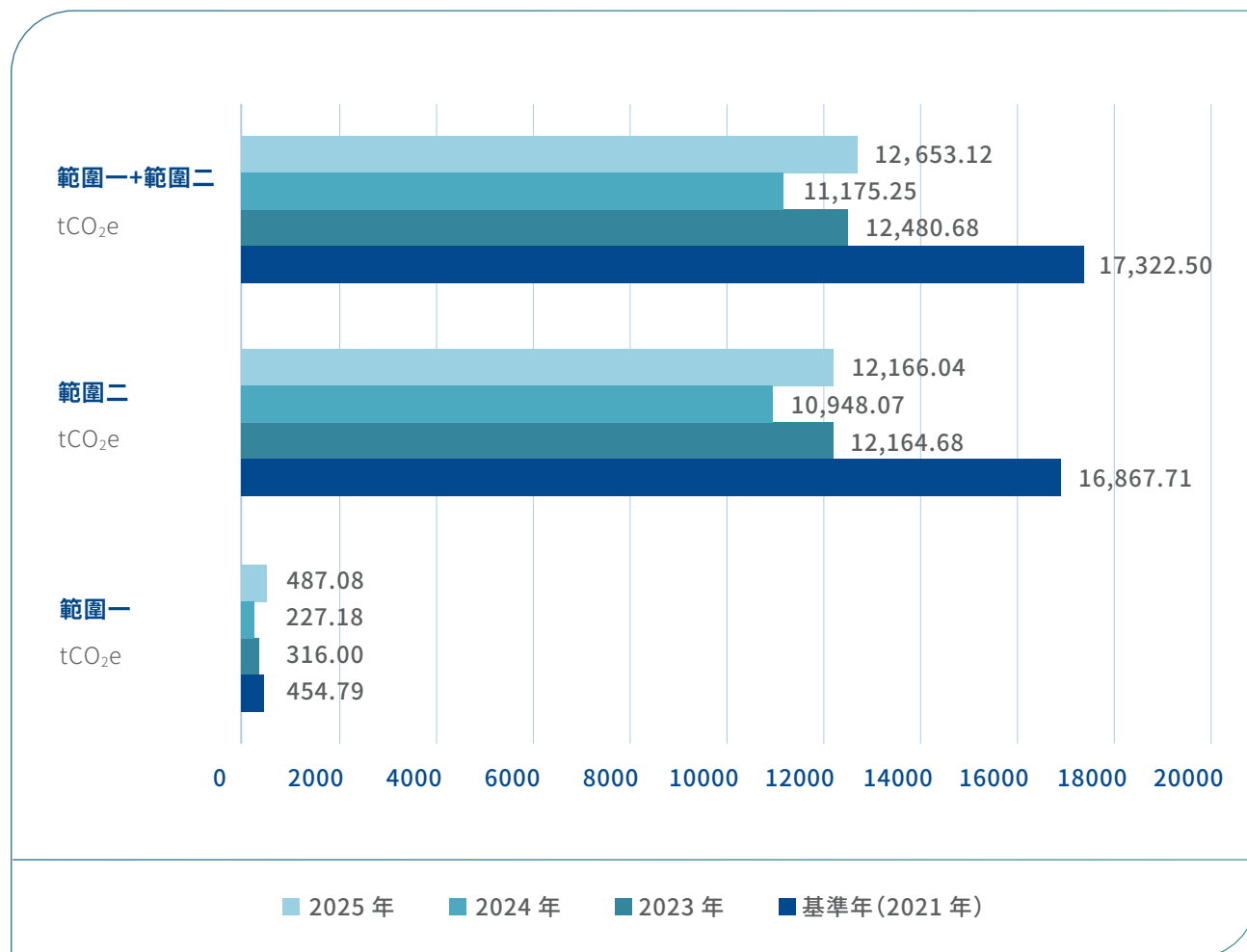
指標	單位	基準年(2021年)	2023年	2024年	2025年
範圍一溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	454.79	316.00	227.18	487.08
範圍二溫室氣體排放	噸二氧化碳當量	16,867.71	12,164.68	10,948.07	12,166.04
溫室氣體排放總量 (範圍一、範圍二)	噸二氧化碳當量	17,322.50	12,480.68	11,175.25	12,653.12



注：

[1] 為與基準年資料具有可比性，本章節範圍一、二溫室氣體排放量的資料統計口徑與公司合併財務報表範圍的區別在於不含 Gap 中國，含 Gap 中國的溫室氣體排放資料詳見「ESG 數據表及附註」。

基準年及2023-2025年度寶尊自身運營溫室氣體排放量



同時，公司對基準年排放進行重新審視，評估表明收購 Gap 中國對溫室氣體排放基線的影響較為顯著。因組織邊界發生變動，原基準線無法充分反映當前運營排放水準，公司正著手于重新評估基準年並同步更新減排目標，確保貼合實際運營與碳中和戰略。

公司當前聚焦能效提升、清潔能源替代、價值鏈協同等直接減排措施推進氣候目標落地，核心排放源仍有較大減排空間，暫未使用碳信用抵消排放。此外，公司積極披露溫室氣體排放資訊，2025 年公司 CDP 氣候變化榮獲管理等級(B 級別)。

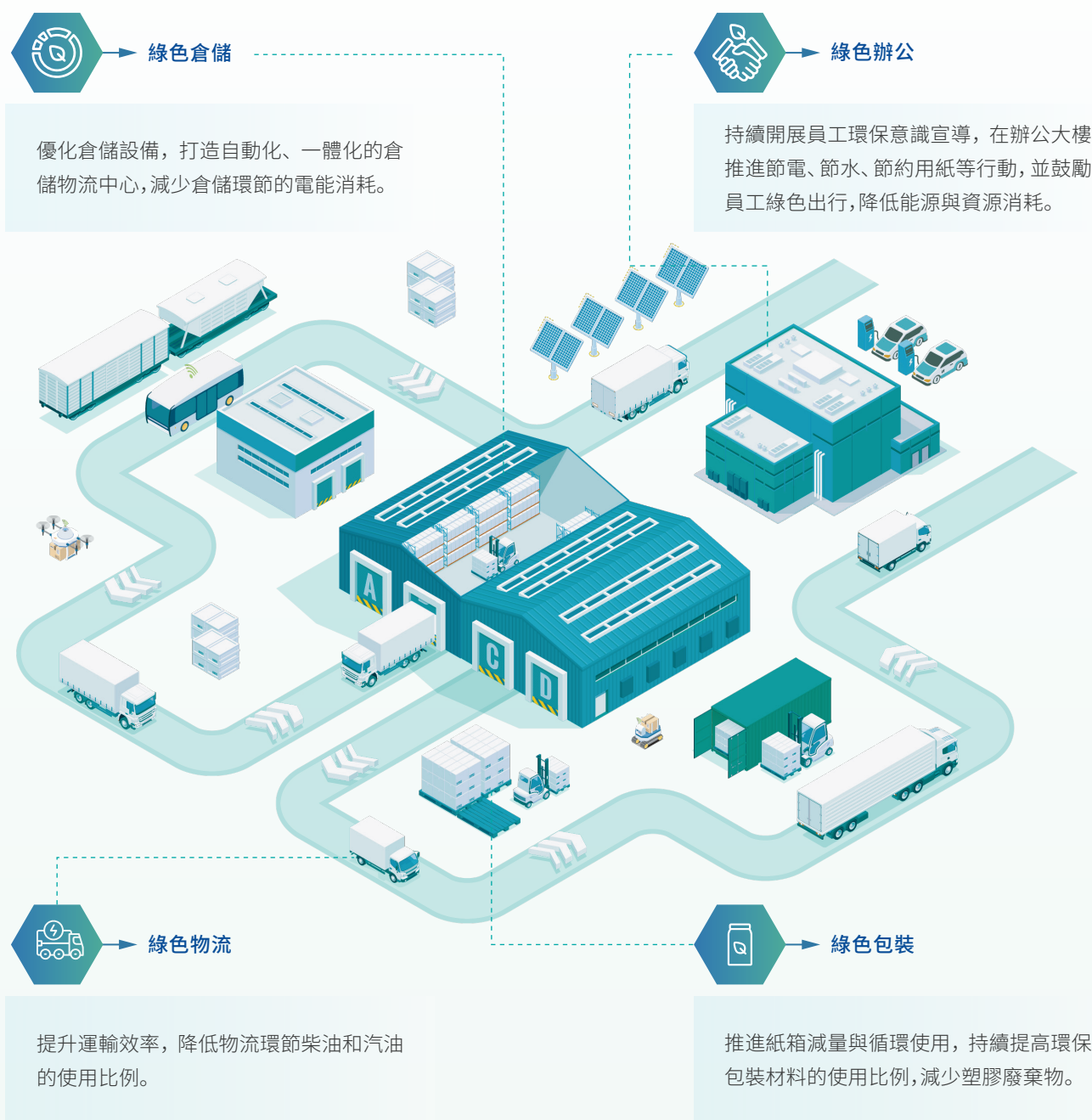
## 寶尊碳中和路線圖與減排行動年度進展



## 「全鏈式」綠色運營

寶尊堅持以科技創新推動綠色發展，通過數智化技術和先進設備構建「全鏈式」綠色運營模式，提升辦公、倉儲、物流和包裝環節的能源與資源效率，為消費者提供更環保、低碳的產品和服務。

### 寶尊「全鏈式」綠色運營全景圖



## 綠色辦公

公司在日常辦公中積極踐行綠色理念，致力於打造綠色環保的辦公環境。公司持續推進資源節約行動，在水資源管理方面，確保取用水源安全合規；在能源管理方面，重點減少電力、燃油及紙張消耗，並運用數碼化技術提升辦公區域能源利用效率。2025年，公司總部大樓通過精益化運營管理有效管控能耗，全年節約能源成本人民幣47萬元。

### 寶尊綠色辦公主要措施

#### 減少電力消耗

##### 空調集控與運維

通過空調集控平台統一調節各工區溫度，為空調外機加裝遮陽板、增加系統維護頻率，並啟用新風系統自控模式，在過渡季合理使用，以提升能源使用效率，並改善室內空氣質素和員工舒適度。

##### 自感應高效照明

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

##### 辦公設備節能

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

#### 光伏車棚發電

在總部大樓辦公區投入使用光伏車棚，年度累計發電量58.91兆瓦時。

#### 減少燃油消耗

##### 公交通勤宣導

提供短駁巴士接送員工，減少員工自駕或打車次數，降低單位里程碳排放。

##### 車輛充電設施建設

在辦公園區安裝充電樁，鼓勵員工使用新能源車輛，減少化石燃料消耗。

#### 節約水資源

##### 節水設備

使用節水型產品與設備，將洗手池與衛生間沖水設備更換為感應式開關。

##### 節水制度

加強水資源管理，向食堂供應商與員工徵收適當水費，並在用水區域放置節約用水標語，減少食堂與員工宿舍公區用水浪費。

#### 節約紙張

##### 雙面列印

提倡雙面列印，推行無紙化辦公。

##### 無紙日

每月5日設置為無紙日，限制紙巾供應，宣導員工節約用紙。

## 案例

### 寶尊物聯網綜合能源管理平台試點實踐

為持續推進節能減排，寶尊於 2025 年開展物聯網綜合能源管理平台試點，以實現電量與電價的雙重優化。公司將光伏系統、空調集控、配電系統及高能耗設備接入統一平台，通過大數據分析挖掘節能潛力，並聯動管控空調、照明、電梯等設施，實現精細化用能管理，在降低用電量的同時實現相應的碳減排。

此外，公司積極探索與具備綠電售電資質的合作方開展市場化合作，以優化電力採購結構、降低用電成本。通過系統部署與運營優化的協同推進，寶尊將逐步形成數碼化驅動的節能管理模式，助力運營環節實現綠色低碳轉型，預計每年可節約能耗支出約 25 萬元。

## 綠色倉儲

園區倉儲是寶尊推動低碳運營的重要環節。依託 365 綜合能源服務平台，公司實現對水、電、氣等資源的即時視覺化監控，持續提升能源與資源使用效率。同時，公司開發碳排數碼化大屏，通過即時資料支持，幫助管理者分析排放狀況並制定科學有效的減排措施。

公司積極開展碳核查與碳中和園區建設工作，為碳減排目標的科學管理與持續優化提供資料支撐，持續降低園區碳足跡。2025 年，公司參與物流行業首批零碳智能物流園區團體標準編制，進一步強化在低碳園區建設與碳管理方面的實踐積累與專業能力。

## 案例

### 寶尊參編零碳智能物流園區標準

在「雙碳」目標推動下，物流園區智能化、零碳化轉型加速，但行業長期缺乏統一建設與碳管理規範。為明確發展路徑、提升行業協同水準，寶尊集團參與制定《零碳智能物流園區 建設與運營指南》《零碳智能物流園區 碳管理要求》兩項團體標準。標準從園區規劃建設與運營管理、碳排放核算與管理實施等方面提出系統要求，構建覆蓋全生命週期的框架，為新建及改擴建園區提供可操作的指導依據。

作為參編單位中唯一的電商服務商，寶尊集團以自身綠色物流實踐為標準提供經驗支撐。公司持續推進低碳園區建設，截至 2025 年已建成 2 個碳中和園區，多個園區通過 ISO 14064 溫室氣體排放核查認證。通過參與標準編制，寶尊將實踐經驗轉化為行業參考，助力推動物流行業綠色低碳轉型。

公司持續優化倉儲管理，通過推進精細化運營與設備升級，打造先進的低碳綠色自動化倉庫。2025 年，公司在 4 個園區新增部署光伏發電系統，年發電量提升約 4,300 兆瓦時，預計可避免碳排放約 3,450 噸二氧化碳當量，進一步推動倉儲環節的低碳轉型。

寶尊綠色倉儲主要節能降耗措施



照明優化

- 庫區使用高效 LED 照明系統，將常亮照明燈替換為感應燈；園區戶外探燈安裝定時開關，照明燈使用太陽能燈，每年節電量經估算約 450 兆瓦時；
- 根據商品銷量和調配需求劃分補貨區，設定補貨區照明開啟時段，將照明時長降低 50%。



設備升級

- 通過引入自動化設備和智能型機器人，實現智能傳送與分揀，提升效率並減少能源消耗；
- 取消空載率較高的輸送線和分揀機，將流水線空載休眠時間縮短 20 秒，減少空載能源浪費。



光伏發電

- 在昆山花橋、吳江南、托普、張浦、易商、大富豪園區全面安裝綠色能源，光伏裝載總面積 7.4 萬平方米，每年平均發電量經估算約 10,500 兆瓦時。

案例

寶尊推進倉儲自動化應用，提升園區能源使用效率

為解決倉儲園區在存儲揀選與收貨登記環節存在的空間利用率不足、作業路徑冗餘及設備運行效率不高等問題，寶尊集團持續推進自動化技術應用，以提升運營效率並優化能源使用水準。

在存揀環節，公司引入自動化箱式搬運機器人系統（ACR），並結合自主開發的倉儲執行系統（WES）與倉儲控制系統（WCS）進行調度，實現「貨到人」揀選作業。該模式有效提升貨架空間利用率，減少人工搬運與無效運輸路徑，提高單位能耗對應的作業產出，緩解高峰期作業壓力。

在收貨環節，公司應用「飛流登記收貨」自動化設備，通過自動識別分流替代人工登記，單台設備處理能力達2,000件/日、準確率達99.7%，有效縮短車輛等待與作業時長，減少設備空轉與延時作業帶來的能耗。

通過推進多場景自動化實踐，公司在提升倉儲運營效率的同時，不斷優化能源利用效率，為綠色倉儲園區建設積累實踐經驗。



在水資源管理方面，公司通過在園區建設完善的雨水收集與再利用系統，將自然降水用於綠化灌溉及其他非飲用場景，有效降低對市政供水的依賴，並以精細化、體系化管理為導向，實現水資源的高效循環利用。

基於長期推進綠色運營管理體系建設及節能環保實踐所取得的成效，公司易商園區與大富豪園區榮獲 LEED O+M（運營與維護）鉑金級認證，標誌著園區的綠色倉儲管理能力獲得權威認可。

## 綠色物流

交通運輸排放是物流環節環境足跡的重要來源。公司依託大數據技術持續優化運輸路徑，在提升配送效率的同時降低燃料消耗。在中長距離運輸中，公司逐步推動運輸結構優化，提升鐵路、水路等低碳運輸方式占比，並推進物流電動化，通過擴大新能源車輛應用及探索可再生燃料使用，持續降低運輸階段碳排放。

### 寶尊綠色物流主要節能降耗措施

#### 訂單包裹直發



- 通過智能演算法優化配送策略，實現訂單包裹從倉庫發出後直達目的地，減少中轉倉儲帶來的能源消耗和時效浪費；

- 2025 年，超過 70 萬單訂單採用直發模式，年減少燃油消耗約 257 噸。

#### 運輸「空轉陸」



- 針對符合條件的訂單，以陸路運輸替代空運並推廣鐵路運輸，同時開發高鐵運輸資源，應用於小件及小批量高頻次發運場景；

- 2025 年，陸運訂單比例增加 35%，年減少燃油消耗約 870 噸。

#### 清潔能源使用



- 場內以電動叉車替代燃油叉車，並配置電動短駁車取代燃油貨車，年減少燃油消耗約 2.6 噸；場外逐步提高新能源車輛占比，並在部分幹線運輸中使用生物質柴油；

- 2025 年，園區引入自動駕駛無人車隊，實現電動化自動運輸，提升效率並降低運營排放。

## 案例

### 寶尊無人車隊推動園區綠色運輸實踐

2025 年，公司在園區正式投入運營自動駕駛無人車隊，作為國家級智能交通試點項目，實現集貨、發貨與退貨全鏈路智能運輸常態化運行。項目通過電動化與智能化運輸替代傳統人工及燃油作業方式，提升作業協同效率並優化物流鏈路，同時有效降低運輸環節碳排放，推動綠色高效物流模式在日常運營中的應用。



## 綠色包裝

在倉儲物流環節，公司主要使用紙箱、塑膠、膠帶及防水袋等包裝材料，並持續推進綠色包裝管理，通過優化材料使用、提升循環利用率及引入環保替代材料，降低包裝資源消耗。同時，公司對廢棄物產生情況進行記錄與審核，識別包裝與作業環節的減量與再利用機會，進一步提升資源使用效率。2025年，公司包裝材料循環使用量為 11,042 噸。

### 寶尊綠色包裝主要措施



#### 減量 (Reduce)

##### ◦ 紙箱減量

系統按商品尺寸自動推薦適配紙箱，減少包裝浪費。

##### ◦ 膠帶減量

優化膠帶封箱方式，由王字型改為工字型或一字型；部分流程透明膠帶寬度由 6cm 改為 4.8cm，全年減少膠帶使用量約 10 噸。



#### 循環 (Recycle)

##### ◦ 託盤循環

回收待報廢託盤，通過維修或更換部件實現再利用，減少新託盤消耗，全年循環使用託盤約 900 件。

##### ◦ 紙箱循環

庫位元及退倉紙箱全部使用回收紙箱，全年紙箱回收再利用量約 10,700 噸；門店發貨 80% 以上使用回收紙箱，購物袋 100% 採用再生紙。



#### 替換 (Replace)

##### ◦ 電子設備替換列印紙

使用掌上終端 (PDA) 設備，實現無單上架、補貨與盤點，並通過商品二維碼替代裝箱清單。

##### ◦ 封口材料替換

全面使用可循環纏繞帶，全年減少塑膠纏繞膜約 3 萬卷；門店包裝袋封口由透明膠帶替換為可重複利用的自粘封條。

### 案例

#### 寶尊PDA自動指派助力綠色無紙化作業

為降低包裝與作業環節材料消耗，公司於 2025 年推進 PDA 自動指派項目，在符合條件的倉庫推廣電子化揀貨模式。項目以系統自動指派替代列印、理單、送單及派單等紙質流程，從源頭減少標籤單證及相關紙張使用，降低廢棄物產生並優化作業流程。通過減少耗材與人工投入，該項目累計節約紙張約 678 萬張，實現投資回報率 114%，並同步降低庫內作業碳足跡。

## 排放物管理

### 污染物處理

公司電商板塊主營業務不涉及產品生產與製造環節，不產生生產相關的大氣污染物及工業廢水排放。公司運營過程中產生的生活污水統一接入市政污水管網，由相關主管部門集中處理。為降低生活污水污染負荷，公司在食堂廚房優先選用環保型清潔劑，並設置隔油池對廚餘廢水進行預處理；同時定期開展生活污水水質檢測與設施運行維護，確保排放過程符合相關法律法規及管理要求，持續降低對環境的潛在影響。

在公司品牌管理板塊價值鏈管理方面，Gap 中國上游服裝代工廠在生產過程中存在廢水排放。相關代工廠通過建設生物降解處理設施或配置水循環系統，對生產廢水進行處理，確保廢水排放符合國家法律法規要求並實現達標排放。

在降低自身運營環境影響的同時，Gap 中國通過設計優化與供應鏈管理協同推進污染物減排。在服裝設計與生產環節，Gap 中國優先選用綠色可持續面料(如蘭精纖維、天絲纖維等)，目前約 10% 的面料為環保材料；同時承諾不使用含全氟碳化物(PFCs)的塗飾劑，以降低有害化學物質對環境的潛在影響。此外，Gap 中國與代工廠合作開展「智能牛仔布清洗」項目，通過工藝創新減少生產廢水產生量，降低價值鏈上游活動對自然水體環境的影響。

### 廢棄物處置

公司的固體廢棄物主要來源於倉儲物流環節、Gap 中國門店、食堂及辦公區域。公司落實固體廢棄物分類管理要求，對不同類型廢棄物實施分類收集與規範儲存，並委託具備資質的單位進行合規處置或資源化利用。

#### 寶尊廢棄物處置措施

類型	產生環節	處置方式
有害廢棄物	辦公環節	◦ 廢墨水匣：交由供應商或其他專業機構回收處理。
	辦公環節	◦ 生活垃圾(主要為餐廚垃圾)：交由供應商或物業統一處置。
無害廢棄物	門店	◦ 生活垃圾：交由物業統一處置。 ◦ 廢舊紙箱包裝：交由供應商統一處置。
	倉儲物流	◦ 廢舊棧板：所有園區設立內部託盤棧板維修區，定期維修損壞棧板。 ◦ 廢棄線棒：內部設備人員利用廢棄線棒製作線棒台、工作台。 ◦ 廢舊託盤、貨架、分揀車、廢棄紙箱：第三方專業回收機構回收再利用。

## 案例

### 寶尊物流倉庫廢棄物分類回收管理

公司結合不同品牌客戶的環保要求與業務特點，建立廢棄物分類回收管理方案，加強物流倉庫環境管理並規範作業過程中的廢棄物分類回收。方案覆蓋收貨、存儲、發貨及退貨等主要環節，明確分類方式、回收路徑與監督機制，形成系統化管理基礎。

公司以某品牌客戶物流倉庫為實施場景，對紙箱、花紙板等紙類物料集中回收再利用，對塑膠包裝材料分類收集並交由專業機構處理，對一般廢棄物統一規範處置，並通過現場標識、人員培訓及巡檢考核保障執行。相關舉措有效提升廢棄物的資源回收利用水準，減少填埋需求，推動倉儲運營向綠色與可持續方向發展。



# ESG數據表及附註

## 治理維度數據表及附註

績效指標	單位	2023年度	2024年度	2025年度
公司治理				
董事持續專業發展培訓（企業管治及ESG主題）覆蓋率 <sup>1</sup>	%	/	/	100
董事人均接受持續專業發展培訓（企業管治及ESG主題）小時數	小時	/	/	5
反腐敗與商業道德				
董事接受反貪污培訓覆蓋率	%	100	100	100
董事人均接受反貪污培訓小時數 <sup>2</sup>	小時	0.5	0.5	1.0
員工接受反貪污培訓覆蓋率	%	100	100	100
員工人均接受反貪污培訓小時數 <sup>3</sup>	小時	2	1	1
因違反反貪污相關法律法規而受到的罰款總額	萬元 人民幣	0	0	0
匯報期內對發行人或其員工提出並已審結的貪污訴訟案件數	件	0	0	0
匯報期內因運營中的不正當競爭行為或違反托拉斯法和反壟斷法而受到相關部門的制裁的案件數	件	0	0	0

注：

[1] ESG 數據表中，「/」表示該指標未納入統計範圍，故未披露相關資料。

[2] 董事人均接受反貪污培訓小時數 = 全體董事接受反貪污培訓的總小時數 / 董事人數。

[3] 員工人均接受反貪污培訓小時數 = 員工接受反貪污培訓的總小時數 / 員工總數。

# 社會維度數據表及附註

## 產品責任

績效指標	單位	2023年度	2024年度	2025年度
研發創新				
新增專利申請數量	項	8	1	0
累計申請專利數量	項	75	76	76
新增電腦軟件版權申請數量	項	62	44	21
累計申請電腦軟件版權數量	項	321	351	371
產品質素與安全				
售出產品中因安全與健康理由而須回收的比例	%	0	<0.01	0
客戶服務管理				
接獲關於產品及服務的投訴總數	件	2,593	1,063	1,108
接獲關於產品及服務的投訴處理率	%	100.00	100.00	100.00
違反有關客戶私隱保護的法規及自願性準則的事件總數	件	0	0	0

## 員工責任<sup>1</sup>

績效指標	單位	2023年度	2024年度	2025年度	
員工僱傭					
員工總數	人	7,827	7,874	8,550	
按僱傭類型劃分	全職勞動合同制員工數	人	7,531	7,612	6,744
	全職勞務派遣制員工數	人	28	38	18
	其他僱傭類型員工數 <sup>2</sup>	人	268	224	1,788
按性別劃分	男性員工數	人	3,085	3,008	2,559
	女性員工數	人	4,742	4,866	4,203
按年齡劃分	大於50歲員工數	人	53	65	48
	30歲至50歲員工數	人	4,516	4,745	4,580
	小於30歲員工數	人	3,258	3,064	2,134

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
按職級劃分	高級管理層員工數 <sup>3</sup>	人	168	182	149
	中級管理層員工數 <sup>3</sup>	人	3,070	3,001	2,713
	基層員工數	人	4,589	4,691	3,900
按地區劃分	內地員工數	人	7,678	7,722	6,644
	港澳台以及海外員工數	人	149	152	118
按國籍劃分	中國籍員工數 <sup>3</sup>	人	/	/	6,722
	外籍員工數 <sup>3</sup>	人	/	/	40
按民族劃分	少數民族員工數	人	/	/	179
	非少數民族員工數	人	/	/	6,583
女性管理層員工比例 <sup>4</sup>		%	52.00	53.00	55.97
按職級劃分	女性高級管理層員工比例	%	42.00	44.00	53.02
	女性中級管理層員工比例	%	52.00	53.00	56.14
在創收部門中擔任管理職位的女性占所有創收部門經理數量的比例 <sup>5</sup>		%	/	/	62.28
STEM相關崗位女性員工比例 <sup>6</sup>		%	/	/	39.45
員工人均招聘成本 <sup>4</sup>		元人民幣	2,323.00	2,371.00	3,624.59
新進員工總數 <sup>4</sup>		人	1,455	1,643	1,729
按性別劃分	新進男性員工數	人	/	/	608
	新進女性員工數	人	/	/	1,121
按年齡劃分	新進大於50歲員工數	人	/	/	1
	新進30歲至50歲員工數	人	/	/	761
	新進小於30歲員工數	人	/	/	967
按職級劃分	新進高級管理層員工數	人	/	/	21
	新進中級管理層員工數	人	/	/	487
	新進基層員工數	人	/	/	1,221
按國籍劃分	新進中國籍員工數	人	/	/	1,710
	新進外籍員工數	人	/	/	19

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
內部競聘填補空缺職位的員工比例 <sup>4,7</sup>		%	28.60	34.90	40.17
按性別劃分	內部競聘填補空缺職位的男性員工比例	%	/	/	35.52
	內部競聘填補空缺職位的的女性員工比例	%	/	/	42.42
按年齡劃分	內部競聘填補空缺職位的大於50歲員工比例	%	/	/	75.00
	內部競聘填補空缺職位的30至50歲員工比例	%	/	/	46.71
	內部競聘填補空缺職位的小於30歲員工比例	%	/	/	33.68
按職級劃分	內部競聘填補空缺職位的高級管理層員工比例	%	/	/	12.50
	內部競聘填補空缺職位的中級管理層員工比例	%	/	/	42.43
	內部競聘填補空缺職位的基層員工比例	%	/	/	39.55
按國籍劃分	內部競聘填補空缺職位的中國籍員工比例	%	/	/	40.42
	內部競聘填補空缺職位的外籍員工比例	%	/	/	5.00
<b>員工流失</b>					
員工流失率 <sup>8</sup>		%	31.74	32.10	25.88
按性別劃分	男性員工流失率	%	32.21	33.50	26.32
	女性員工流失率	%	31.43	31.06	25.61
按年齡劃分	大於50歲員工流失率	%	32.91	25.29	28.36
	30至50歲員工流失率	%	23.70	21.83	21.68
	小於30歲員工流失率	%	40.43	43.51	33.48
按職級劃分	高級管理層員工流失率	%	/	/	13.87
	中級管理層員工流失率	%	/	/	21.09
	基層員工流失率	%	/	/	29.25
按地區劃分	內地員工流失率	%	31.54	31.84	25.52
	港澳台及海外員工流失率	%	40.87	39.68	41.91

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
按國籍劃分	中國籍員工流失率	%	/	/	25.76
	外籍員工流失率	%	/	/	42.03
員工自願離職率 <sup>4,9</sup>		%	15.97	16.35	17.33
<b>員工權益</b>					
男女員工平均工資差距百分比 <sup>10</sup>		%	/	/	22
男女員工工資中位數差距百分比 <sup>10</sup>		%	/	/	15
男女員工平均獎金差距百分比 <sup>10</sup>		%	/	/	23
男女員工獎金中位數差距百分比 <sup>10</sup>		%	/	/	17
工會覆蓋員工比例 <sup>11</sup>		%	/	/	67.41
<b>員工培訓與發展</b>					
員工人均培訓費用		元人民幣	/	/	872.35
接受培訓的員工覆蓋率		%	/	/	100
按性別劃分	接受培訓的男性員工覆蓋率	%	/	/	100
	接受培訓的女性員工覆蓋率	%	/	/	100
按職級劃分	接受培訓的高級管理層員工覆蓋率	%	/	/	100
	接受培訓的中級管理層員工覆蓋率	%	/	/	100
	接受培訓的基層員工覆蓋率	%	/	/	100
員工培訓總時長		小時	64,775.66	89,021.33	54,750.50
員工人均培訓時長		小時	8.28	11.31	8.10
按性別劃分	男性員工人均培訓時長	小時	7.86	11.23	7.44
	女性員工人均培訓時長	小時	8.55	11.35	8.50
按年齡劃分	大於50歲員工人均培訓時長	小時	/	/	4.17
	30至50歲員工人均培訓時長	小時	/	/	7.82
	小於30歲員工人均培訓時長	小時	/	/	8.78
按職級劃分	高級管理層員工人均培訓時長	小時	13.79	14.23	8.96
	中級管理層員工人均培訓時長	小時	6.38	7.62	8.30
	基層員工人均培訓時長	小時	9.40	13.48	7.92
按國籍劃分	中國籍員工人均培訓時長	小時	/	/	8.10
	外籍員工人均培訓時長	小時	/	/	7.94

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
接受定期績效和職業發展考核的員工總數百分比		%	99.48	97.09	94.90
按性別劃分	男性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	99.61	98.01	96.72
	女性員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	99.39	96.53	96.26
按職級劃分	高級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	99.40	97.25	97.99
	中級管理層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	99.58	98.87	95.21
	基層員工接受定期績效和職業發展考核的覆蓋率	%	99.41	95.95	94.67
人力資本投資回報率 <sup>12</sup>		%	/	/	4.71
<b>職業健康與安全</b>					
因工傷損失工作天數 <sup>13</sup>		天	1,073	618	452
因工作關係而死亡的員工人數		人	0	0	0
員工百萬工時可記錄工傷率 <sup>14</sup>		次/百万小时	1.28	0.83	1.05
員工百萬工時損工率 <sup>15</sup>		/	547.66	326.06	212.34
承包商因工傷死亡人數		人	/	/	0
承包商員工百萬工時損工率 <sup>16</sup>		/	/	/	0

注：

[1] 除特別說明，員工資料範圍覆蓋寶尊電商有限公司，以及綜合入帳的附屬公司、可變利益實體及其子公司，與年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。2023-2024年，公司員工資料口徑包含全職勞動合同制員工、全職勞務派遣制員工及其他僱傭類型員工；2025年，除員工總數及按僱傭類型劃分的員工數外，員工資料口徑僅包含全職員工。

[2] 其他僱傭類型員工包括兼職員工、實習生、顧問以及簽約主播等。2025年，公司進一步梳理並細化其他僱傭類型員工的分類與統計口徑，因此該類員工人數較2024年大幅上升。

[3] 2025年，管理層員工數量排名前五位的國籍分別為中國(含港澳台)、新加坡、馬來西亞、菲律賓、澳大利亞，各國籍對應的管理層員工占比分別為99.53%、0.32%、0.04%、0.04%、0.04%；員工數量排名前五位的國籍分別為中國(含港澳台)、馬來西亞、新加坡、菲律賓、美國，各國籍對應的員工占比分別為99.31%、0.26%、0.24%、0.11%、0.02%。上述比例基於寶尊電商有限公司及其全資子公司員工資料統計，整體能夠反映公司員工的國籍分佈情況。

[4] 2023-2024年，相關指標資料口徑僅包含寶尊電商有限公司。2025年，公司擴大資料統計範圍，口徑與年報合併財務報表中所涵蓋的實體一致。

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

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

[7] 內部競聘填補空缺職位的員工比例 = 內部競聘填補空缺職位的員工人數 / (新進員工人數 + 內部競聘填補空缺職位的員工人數)。

[8] 員工流失率 = 員工流失人數 / (員工總數 + 員工流失人數) × 100%。

[9] 員工自願離職率 = 員工自願離職人數 / (員工總數 + 員工自願離職人數) × 100%。

[10] 男女員工薪酬差距百分比 = (男性員工薪酬 - 女性員工薪酬) / 男性員工薪酬 × 100%。2025年，公司首次統計並披露男女員工薪酬差距百分比相關指標，相關差異主要源於崗位結構、職級分佈及績效激勵等因素的綜合影響。

[11] 工會覆蓋員工比例 = 工會成員人數 / 員工總數 × 100%。

[12] 人力資本投資回報率 = [營業收入 - (運營費用 - 公司支付的員工工資和福利總額)] / 營業收入 × 100%。

[13] 2025年，員工工傷事件主要為上下班途中的交通事故。為此，公司加強安全出行宣導，持續提升員工的安全意識。

[14] 員工百萬工時可記錄工傷率 = 工傷事故數 / 員工工作總時長 × 1,000,000。

[15] 員工百萬工時損工率 = 員工因工傷損失工作時長 / 員工工作總時長 × 1,000,000。

[16] 承包商員工百萬工時損工率 = 承包商員工因工傷損失工作時長 / 承包商員工工作總時長 × 1,000,000。

## 供應鏈管理

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
供應商總數		家	3,213	4,550	5,887
按地區劃分	中國內地供應商數	家	2,942	4,432	5,300
	港澳台以及海外供應商數 <sup>1</sup>	家	271	118	587
按供應鏈層級劃分	一級（直接）供應商數	家	/	/	730
	非一級（間接）供應商數	家	/	/	5,157
開展環境、社會影響評估的供應商數 <sup>1</sup>		家	532	786	1,081
通過環境、社會影響評估的供應商數		家	532	786	1,081
經確定為具有實際或潛在重大負面環境、社會影響的供應商數		家	0	0	0
關鍵供應商總數 <sup>2</sup>		家	/	/	67
按供應鏈層級劃分	關鍵一級（直接）供應商數	家	/	/	33
	關鍵非一級（間接）供應商數	家	/	/	34
關鍵一級供應商採購支出比例 <sup>3</sup>		%	/	/	81.60
經過案頭或現場評估的關鍵供應商數		家	/	/	67
經確定為具有實際或潛在重大負面環境、社會影響的關鍵供應商數		家	/	/	0
經確定為具有實際或潛在重大負面環境、社會影響，且已與其達成糾正行動或改進計劃的關鍵供應商數		家	/	/	0
經確定為具有實際或潛在重大負面環境、社會影響，且經評估後決定終止關係的關鍵供應商數		家	/	/	0
經確定為具有實際或潛在重大負面環境、社會影響，且在實施糾正行動計劃中獲得支持的關鍵供應商數		家	/	/	0
開展能力建設項目的關鍵供應商數		家	/	/	0

注：

[1] 2025年，隨著公司業務區域拓展，海外地區供應商顯著增加，公司相應擴大環境與社會影響評估範圍，以覆蓋新增供應商。

[2] 公司基於業務相關性、採購金額及合作地域等因素識別關鍵供應商，並據此實施分級管理。

[3] 關鍵一級供應商採購支出比例 = 關鍵一級供應商採購支出金額 / 一級供應商採購支出總金額 × 100%。

## 公益慈善

績效指標	單位	2023年度	2024年度	2025年度
慈善捐贈	萬元 人民幣	208.38	106.33	47.78

## 環境維度數據表及附註<sup>1</sup>

績效指標	單位	2023年度	2024年度	2025年度
環境管理體系				
因違反環境保護法律法規而受到處罰的事件數	件	0	0	0
應對氣候變化				
溫室氣體排放量（範圍一） <sup>1,2</sup>	噸二氧化碳 當量	316.00	227.18	487.08
溫室氣體排放量（範圍二）（基於市場） <sup>3</sup>	噸二氧化碳 當量	20,750.28	16,766.96	17,457.49
溫室氣體排放量（範圍二）（基於市場） <sup>3</sup>	噸二氧化碳 當量	/	17,190.68	19,159.98
溫室氣體排放量（範圍三） <sup>4</sup>	噸二氧化碳 當量	63,910.61	61,893.46	201,963.52
溫室氣體排放總量（範圍一、範圍二） <sup>3</sup>	噸二氧化碳 當量	21,066.28	16,994.14	17,944.57
單位營收溫室氣體排放量（範圍一、範圍二） <sup>3</sup>	噸二氧化碳 當量/百萬元 人民幣	2.39	1.80	1.80
資源管理				
汽油用量 <sup>1</sup>	升	17,456	23,737	124,045
柴油用量	升	74,179	42,669	50,475
天然氣用量	立方米	30,469	27,706	31,548
光伏發電用電量 <sup>5</sup>	兆瓦時	654.26	1,466.13	3,804.97
外購電力用量	兆瓦時	36,384.86	31,246.67	32,901.42
綜合能源消耗量 <sup>6</sup>	兆瓦時	38,275.22	33,652.45	38,654.40
單位營收綜合能源消耗量	兆瓦時/百萬元 人民幣	4.34	3.57	3.89
可再生能源用量	兆瓦時	2,631.26	3,357.13	5,275.97
不可再生能源用量	兆瓦時	35,643.96	30,295.32	33,378.43

績效指標		單位	2023年度	2024年度	2025年度
耗水量		立方米	202,244.18	262,243.58	231,358.60
單位營收耗水量		立方米/百萬元人民幣	22.95	27.83	23.26
製成品包裝材料使用量 <sup>7</sup>		噸	/	7,268.56	2,244.47
按材料類型劃分	紙張包裝材料使用量	噸	/	/	1,738.50
	塑膠包裝材料使用量	噸	/	/	16.00
	其他包裝材料使用量	噸	/	/	489.97
單位營收製成品包裝材料使用量 <sup>7</sup>		噸/百萬元人民幣	/	0.77	0.23
包裝材料循環使用量		噸	14,704.03	9,484.27	11,042.00
排放物管理					
無害廢棄物產生量 <sup>1,8</sup>		噸	9,403.96	7,786.78	9,659.55
按處置方式劃分	回收/再利用的無害廢棄物量	噸	/	/	8,959.80
	填埋的無害廢棄物量	噸	/	/	426.00
	其他無害廢棄物量	噸	/	/	273.75
單位營收無害廢棄物產生量		噸/億元人民幣	106.72	82.64	97.12
有害廢棄物產生量 <sup>9</sup>		噸	/	/	0.07
按處置方式劃分	回收/再利用的有害廢棄物量	噸	/	/	0.07
	其他有害廢棄物量	噸	/	/	0
單位營收有害廢棄物產生量		噸/億元人民幣	/	/	0.0007

注：

[1] 2023-2024年，環境資料口徑主要基於運營管理情況及資料可獲得性，覆蓋管理控制程度高的經營實體。2025年，公司進一步完善環境資料統計邊界，以截至2025年12月31日的財年年報合併財務報表所涵蓋的實體為基礎，篩選業務聯繫緊密、環境影響大的實體納入統計範圍，以更全面反映公司整體環境表現。受統計邊界擴大的影響，範圍一溫室氣體排放量、汽油用量及無害廢棄物產生量同比出現明顯上升。此外，本報告中往年資料已經過核查後調整，因此較2024年度可持續發展報告中披露的資料有所差異。

[2] 範圍一溫室氣體排放量來源包括自有車輛汽油、自有車輛柴油、天然氣。2025年，相關溫室氣體排放因子參考《中國能源統計年鑒》(2024)和《省級溫室氣體清單編制指南》(2025年版)確定。

[3] 範圍二溫室氣體排放量來源為外購電力。電力排放係數來源於中國生態環境部，2023年取0.5703噸二氧化碳當量/兆瓦時；2024年基於位置法取0.5366噸二氧化碳當量/兆瓦時，基於市場法取0.5856噸二氧化碳當量/兆瓦時；2025年基於位置法取0.5306噸二氧化碳當量/兆瓦時，基於市場法取0.6096噸二氧化碳當量/兆瓦時。此外，溫室氣體排放總量(範圍一、範圍二)及單位營收溫室氣體排放量(範圍一、範圍二)均按基於位置法計算。

[4] 範圍三溫室氣體排放量來源為公司價值鏈上的間接排放，計算方法參考《溫室氣體核算體系：企業價值鏈(範圍三)核算與報告標準》。2023-2024年，範圍三溫室氣體排放核算主要覆蓋對公司具有實質性的相關活動，包括包裝材料採購、上游運輸與配送、商務差旅、員工通勤及數據中心租賃等5個類別。2025年，公司進一步擴大核算範圍，涵蓋類別1(外購商品和服務)、類別2(資本商品)、類別3(燃料和能源相關活動)、類別4(上游運輸和配送)、類別5(運營中產生的廢物)、類別6(商務旅行)、類別7(雇員通勤)、類別8(上游租賃資產)和類別15(投資)。其中，類別1包括採購包裝材料以及數據中心租賃服務的上游排放。

[5] 光伏發電用電量為總部辦公大樓及部分園區利用分散式光伏系統的發電量。2025年，公司進一步擴大園區光伏發電系統的部署範圍，光伏發電用電量明顯增長。

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

[7] 公司以單件包裝材料重量推算總重量。2025年，公司優化單件包裝材料重量的測算方法，並據此對2024年相關資料進行追溯調整；此外，受倉儲物流業務規模下降影響，包裝材料需求減少，使用總量同比大幅下降。

[8] 2025年，公司在既有統計口徑基礎上進一步完善資料覆蓋範圍，將可回收的廢棄紙箱及塑膠纏繞膜納入統計，並對2023-2024年相關資料進行追溯調整。

[9] 2023-2024年，公司有害廢棄物主要為硒鼓及墨水匣，均由第三方進行回收處理，因此未對其重量進行統計。自2025年起，公司完善統計方法，按重量計量相關有害廢棄物。

# 附錄1：報告對標索引表

## 香港交易所《環境、社會及管治報告守則》(2025年12月31日生效版)對標索引表

B部分：強制披露規定	
強制披露項	報告章節
管治架構	可持續發展治理架構
匯報原則	關於本報告-報告原則
匯報範圍	關於本報告-報告範圍

C部分：「不遵守就解釋」條文			
主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節
A.環境		A3.環境及天然資源	環境管理體系 應對氣候變化
A1.排放物	排放物管理	A3.1	應對氣候變化
A1.1	排放物管理 ESG 數據表及附註	B.社會	
A1.3	ESG 數據表及附註	僱傭及勞工常規	
A1.4	ESG 數據表及附註	B1.僱傭	員工責任
A1.5	應對氣候變化	B1.1	員工責任 ESG 數據表及附註
A1.6	排放物管理	B1.2	ESG 數據表及附註
A2.資源使用	環境管理體系 應對氣候變化 「全鏈式」綠色運營	B2.健康與安全	員工責任
A2.1	ESG 數據表及附註	B2.1	ESG 數據表及附註
A2.2	ESG 數據表及附註	B2.2	ESG 數據表及附註
A2.3	環境管理體系 應對氣候變化	B2.3	員工責任
A2.4	環境管理體系 「全鏈式」綠色運營	B3.發展及培訓	員工責任
A2.5	ESG 數據表及附註	B3.1	ESG 數據表及附註
		B3.2	ESG 數據表及附註

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節	主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標	報告章節
B4.勞工準則	員工責任	B6.4	產品質素與安全
B4.1	員工責任	B6.5	資訊安全與私隱保護
B4.2	員工責任	B7.反貪污	反腐敗與商業道德
營運慣例		B7.1	反腐敗與商業道德
B5.供應鏈管理	可持續供應鏈管理	B7.2	反腐敗與商業道德
B5.1	ESG 數據表及附註	B7.3	反腐敗與商業道德 ESG 數據表及附註
B5.2	可持續供應鏈管理	社區	
B5.3	可持續供應鏈管理	B8.社區投資	公益慈善與義工服務 賦能行業發展
B5.4	可持續供應鏈管理	B8.1	公益慈善與義工服務 賦能行業發展
B6.產品責任	研發創新 反腐敗與商業道德	B8.2	ESG 數據表及附註
B6.1	ESG 數據表及附註		
B6.2	ESG 數據表及附註 客戶服務管理		
B6.3	研發創新		

D部分：氣候相關披露			
氣候相關披露		報告章節	
管治			
19		應對氣候變化-治理	
策略			
氣候相關風險和機遇	20	應對氣候變化-戰略	
業務模式和價值鏈	21	應對氣候變化-戰略	
策略和決策	22	應對氣候變化-戰略	
財務狀況、財務表現及現金流量	23	應對氣候變化-戰略	
	24	應對氣候變化-戰略 《寶尊集團 2025 年度報告》	
	25	應對氣候變化-戰略	
氣候韌性	26	應對氣候變化-戰略	

氣候相關披露		報告章節
風險管理		
	27	應對氣候變化-影響、風險和機遇管理
指標及目標		
溫室氣體排放	28	應對氣候變化-指標與目標 ESG 數據表及附註目標
	29	應對氣候變化-指標與 ESG 數據表及附註
氣候相關轉型風險	30	應對氣候變化-戰略
氣候相關物理風險	31	應對氣候變化-戰略
氣候相關機遇	32	應對氣候變化-戰略
資本運用	33	應對氣候變化-戰略 《寶尊集團 2025 年度報告》
內部碳定價	34	應對氣候變化-戰略
薪酬	35	應對氣候變化-治理
行業指標	36	不適用
氣候相關目標	37	應對氣候變化-指標與目標
	38	應對氣候變化-指標與目標
	39	應對氣候變化-指標與目標
	40	應對氣候變化-指標與目標

# Nasdaq ESG Reporting Guide2.0 對標索引表

關鍵績效指標	報告章節
<b>E.環境</b>	
E1.溫室氣體排放	ESG 數據表及附註
E2.排放強度	ESG 數據表及附註
E3.能量使用	ESG 數據表及附註
E4.能量強度	ESG 數據表及附註
E5.能源結構	應對氣候變化 ESG 數據表及附註
E6.耗水量	ESG 數據表及附註
E7.環境管理	環境管理體系
E8.氣候監督委員會	應對氣候變化
E9.氣候監督/管理	應對氣候變化
E10.緩解氣候風險	應對氣候變化
<b>S.社會</b>	
S3.員工離職	員工責任
S4.性別多樣性	員工責任 ESG 數據表及附註
S5.臨時工人比率	ESG 數據表及附註

關鍵績效指標	報告章節
S6.反歧視	員工責任
S7.事故率	員工責任
S8.全球健康與安全	員工責任
S9.童工和強迫勞動	員工責任
S10.人權	員工責任
<b>G.治理</b>	
G1.董事會多樣性	公司治理
G2.董事會獨立性	公司治理
G4.集體談判	員工責任
G5.供應商行為守則	可持續供應鏈管理
G6.道德與反腐敗	反腐敗與商業道德
G7.資料私隱	資訊安全與私隱保護
G8.ESG報告	已滿足
G9.披露做法	可持續發展管理 報告編制說明
G10.外部核證	附錄2：核證聲明

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

使用聲明	寶尊電商有限公司在 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日參照 GRI 標準報告了在此份 GRI 內容索引中引用的資訊。
使用的 GRI1	GRI 1: 基礎 2021

GRI 標準	披露項	報告章節
GRI 2: 一般披露 (2021)	2-1 組織詳細情況	走進寶尊集團
	2-2 納入組織可持續發展報告的實體	關於本報告
	2-3 報告期、報告頻率和連絡人	關於本報告
	2-4 資訊重述	可持續發展管理
	2-5 外部核證	附錄2: 核證聲明
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	走進寶尊集團
	2-7 員工	ESG 數據表及附註
	2-8 員工之外的工作者	ESG 數據表及附註
	2-9 管治架構和構成	公司治理
	2-10 最高治理機構的提名和遴選	公司治理
	2-12 在管理影響方面，最高管治機構的監督作用	管理層致辭
	2-13 為管理影響的責任授權	可持續發展管理
	2-14 最高治理機構在可持續發展報告中的作用	可持續發展治理架構
	2-15 利益衝突	公司治理 反腐敗與商業道德
	2-17 最高治理機構的共同知識	可持續發展管理
	2-19 薪酬政策	公司治理

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 2：一般披露 (2021)	2-22 關於可持續發展戰略的聲明	管理層致辭
	2-23 政策承諾	員工責任
	2-24 融合政策承諾	可持續發展治理架構 可持續發展貢獻 可持續供應鏈管理 ESG 數據表及附註
	2-25 補救負面影響的程序	反腐敗與商業道德
	2-26 尋求建議和提出關切的機制	反腐敗與商業道德
	2-27 遵守法律法規	ESG 數據表及附註
	2-29 持份者參與的方法	持份者溝通 議題重要性分析
	2-30 集體談判協定	員工責任
GRI 3：重要性議 題 (2021)	3-1 確定重要性議題的過程	持份者溝通 議題重要性分析
	3-2 重要性議題列表	持份者溝通 議題重要性分析
	3-3 重要性議題的管理	持份者溝通 議題重要性分析
GRI 203：間接經 濟影響 (2016)	201-1 直接產生和分配的經濟價值	管理層致辭
	201-2 氣候變化帶來的財務影響和其他風險和機遇	應對氣候變化
GRI 205：反腐敗 (2016)	205-2 反腐敗政策和程序的傳達及培訓	反腐敗與商業道德
	205-3 經確認的腐敗事件和採取的行動	不涉及
GRI 206：反競爭 行為 (2016)	206-1 針對反競爭行為、反托拉斯和反壟斷實踐的法律訴訟	反腐敗與商業道德
GRI 301：物料 (2016)	301-1 所用物料的重量或體積	ESG 數據表及附註
GRI 302：能源 (2016)	302-1 組織內部的能源消耗量	ESG 數據表及附註
	302-3 能源強度	ESG 數據表及附註
	302-4 減少能源消耗	ESG 數據表及附註
	302-5 產品和服務的能源需求下降	「全鏈式」綠色運營

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 303: 水資源和污水 (2018)	303-1 組織與水作為共有資源的相互影響	環境管理體系
	303-5 耗水	ESG 數據表及附註
GRI 305: 排放 (2016)	305-1 直接 (範圍1) 溫室氣體排放	應對氣候變化 ESG 數據表及附註
	305-2 能源間接 (範圍2) 溫室氣體排放	應對氣候變化 ESG 數據表及附註
	305-4 溫室氣體排放強度	ESG 數據表及附註
	305-5 溫室氣體減排量	ESG 數據表及附註
GRI 306: 廢棄物 (2020)	306-1 廢棄物的產生及廢棄物相關重大影響	排放物管理
	306-2 廢棄物相關重大影響的管理	排放物管理
	306-3 產生的廢棄物	ESG 數據表及附註
	306-4 從處置中轉移的廢棄物	ESG 數據表及附註
GRI 308: 供應商環境評估 (2016)	308-2 供應鏈中的負面環境影響以及採取的行動	可持續供應鏈管理 ESG 數據表及附註
GRI 401: 僱傭 (2016)	401-1 新進員工僱傭率和員工流動率	ESG 數據表及附註
	401-2 提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	員工責任 ESG 數據表及附註
	401-3 育兒假	員工責任
GRI 403: 職業健康與安全 (2018)	403-5 工作者職業健康安全培訓	員工責任
	403-6 促進工作者健康	員工責任
	403-8 職業健康安全管理體系覆蓋的工作者	員工責任 ESG 數據表及附註
	403-9 工傷	員工責任 ESG 數據表及附註
	403-10 工作相關的健康問題	員工責任

GRI標準	披露項	報告章節
GRI 404: 培訓與教育 (2016)	404-1 每名員工每年接受培訓的平均小時數	ESG 數據表及附註
	404-2 員工技能提升方案和過渡援助方案	員工責任
	404-3 定期接受績效和職業發展考核的員工百分比	員工責任 ESG 數據表及附註
GRI 405: 多元性與平等機會 (2016)	405-1 管治機構與員工的多元化	員工責任
GRI 406: 反歧視 (2016)	406-1 歧視事件及採取的糾正行動	員工責任
GRI 407: 結社自由與集體談判 (2016)	407-1 結社自由和集體談判權可能面臨風險的運營點和供應商	員工責任
GRI 408: 童工 (2016)	408-1 具有重大童工事件風險的運營點和供應商	員工責任
GRI 411: 原住民權利 (2016)	411-1 涉及侵犯原住民權利的事件	不涉及
GRI 413: 當地社區 (2016)	413-1 有當地社區參與影響評估和發展計劃的運營點	公益慈善與義工服務 賦能行業發展
	413-2 對當地社區有實際或潛在重大負面影響的運營點	不涉及
GRI 414: 供應商社會評估 (2016)	414-2 供應鏈中的負面社會影響和採取的行動	可持續供應鏈管理
GRI 416: 客戶健康與安全 (2016)	416-2 涉及產品和服務的健康與安全影響的違規事件	ESG 數據表及附註
GRI 417: 行銷與標識 (2016)	417-1 對產品和服務資訊與標識的要求	負責任行銷
	417-2 涉及產品和服務資訊與標識的違規事件	不涉及
	417-3 涉及行銷傳播的違規事件	不涉及
GRI 418: 客戶私隱 (2016)	418-1 涉及侵犯客戶私隱和丟失客戶資料的經證實的投訴	不涉及

# 附錄2：核證聲明



審驗聲明：寶尊集團 2025 年度可持續發展報告

## 對寶尊電商有限公司 2025 年度可持續發展報告的獨立審驗聲明

致寶尊電商有限公司的管理層及持份者：

北京商道融綠諮詢有限公司（以下簡稱“商道融綠”）受寶尊電商有限公司（以下簡稱“寶尊集團”）的委託，對其《寶尊集團 2025 年度可持續發展報告》（以下簡稱“《可持續發展報告》”）披露的有關信息進行獨立的第三方審驗。商道融綠的審驗情況如下。

### 審驗範圍

#### 1. 時間範圍

本次審驗時間範圍限於《可持續發展報告》披露的 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間的信息，報告期之外的任何相關信息均不在本次審驗範圍之內。

#### 2. 信息範圍

本次審驗的範圍限於《可持續發展報告》涵蓋的寶尊集團的信息，不包括寶尊集團的供應商等其他第三方的信息。對於《可持續發展報告》中披露的已經通過獨立第三方機構審計或審驗的信息和資料，本次不再重複審驗。

#### 3. 審驗範圍

本次審驗範圍包括兩方面：一為評估《可持續發展報告》是否有不符合 AA1000AP（2018）中包容性、實質性、回應性和影響性原則的情況；二為評估選定《可持續發展報告》中的特定績效信息的可靠性和質量，特定績效信息包括：

- 可再生能源用量
- 不可再生能源用量
- 無害廢棄物產生量
- 溫室氣體排放量（範圍一）
- 溫室氣體排放量（範圍二）（基於位置）
- 溫室氣體排放量（範圍二）（基於市場）
- 因工作關係而死亡的員工人數（人）

### 責任

寶尊集團的管理層對《可持續發展報告》的編制和內容負全部責任，並保證《可持續發展報告》的內容以及提供給商道融綠的資料信息的完整性和真實性，不存在重大錯誤陳述。

商道融綠的責任是根據寶尊集團提供的資料信息，依據 AA1000 審驗標準 v3（AA1000AS v3）出具獨立的審驗聲明。

### 標準

商道融綠使用 AA1000AS v3 作為審驗服務參照的標準。AA1000AS v3 是指由 AccountAbility 創建的審驗標準。本次審驗類型和深度為“類型二、中度審驗”。

商道融綠依據《商道融綠非財務報告審驗方法》編制本審驗聲明。

商道融綠同時參考的標準、原則及倡議還包括：全球報告倡議組織（GRI）《可持續發展報告標準》/香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》/滬深北三大交易所《上市公司可持續發展報告指引》/氣候相關財務信息披露工作組（TCFD）框架/國際可持續準則理事會（ISSB）《國際財務報告可持續披露準則第 1 號——可持續相關財務信息披露一般要求》、《國際財務報告可持續披露準則第 2 號——氣候相關披露》/歐盟《企業可持續發展報告指令》（CSRD）/溫室氣體核算體系（GHG Protocol）等。

### 審驗方法

#### 1. 制定審驗計畫



審驗聲明：寶尊集團 2025 年度可持續發展報告

商道融綠在審驗計畫中記錄關鍵的資源需求、需收集的證據、任務、活動、可交付成果和時間表，形成審驗計畫書。

## 2. 收集信息

商道融綠依據明確性、平衡性、完整性、時效性的原則，評估所收集信息的質量。

## 3. 進行審驗

- 開展訪談，訪談人員包括內控內審部等負責可持續發展相關工作的人員。
- 審驗寶尊集團所提供的相關檔資料。
- 審驗《可持續發展報告》的信息是否符合 AA1000AP (2018) 中包容性、實質性、回應性及影響性原則。
- 審驗選定《可持續發展報告》中的特定績效信息的可靠性和質量。
- 審驗《可持續發展報告》是否根據香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》編制。

## 4. 商道融綠認為其他必要的工作

### 獨立性和能力

#### 1. 獨立性

商道融綠聲明，與寶尊集團為完全相互獨立的公司，對該公司不存在偏見和利益衝突。

#### 2. 能力

商道融綠專注於為客戶提供環境、社會和公司治理 (ESG) 評級、綠色金融戰略規劃、環境和社會風險管理 (ESRM)、綠色金融產品創新、綠色金融與責任投資研究、綠色債券評估認證、綠色信貸和責任投資能力建設等可持續金融方面的專業諮詢、研究和培訓等服務。

商道融綠已獲得使用 AA1000AS v3 的許可。該許可授權商道融綠使用和遵守 AccountAbility 的 AA1000AS v3，以及使用與此類可持續性審驗服務相關的 AA1000AS v3 標誌。

商道融綠審驗團隊人員擁有 AA1000 認證可持續發展審驗師 (CSAP) 證書、ISO14001 內審員資質、CFA-ESG 證書、EFFAS-CESGA 證書、GRI 培訓證書、碳資產管理師等可持續發展領域的資質，團隊由擁有豐富可持續發展領域經驗的專業人士構成，其對 AA1000AS v3 標準有全面的理解。

### 局限性

商道融綠在本次《可持續發展報告》審驗中，所需的信息和資料完全依賴寶尊集團提供的相關信息和資料，未從其他外部渠道搜集信息，亦未對外部持份者進行訪談。

### 審驗內容

#### 1. AA1000AP (2018) 原則審驗

**包容性：**寶尊集團識別了主要持份者，通過不同的方式持續與主要持份者溝通，並對外展示溝通情況。寶尊集團為持份者參與提供了必要的的能力建設。

**實質性：**寶尊集團收集了主要持份者的意見，識別出了與公司高度相關的 ESG 議題，並有明確的方法來確定實質性議題的優先度。

**回應性：**寶尊集團對其主要持份者關注的實質性議題做出了回應，重視 ESG 相關風險的管控，且在能力建設和資源投入方面有所行動。

**影響性：**寶尊集團建立了衡量、評估和管理公司的影響的流程，並將部分影響納入公司的實質性議題和戰略目標。

#### 2. 特定可持續發展績效信息審驗

核證《可持續發展報告》中的特定績效信息的質量和可靠程度。



審驗聲明：寶尊集團 2025 年度可持續發展報告

## 結論

- 商道融綠未發現《寶尊集團 2025 年度可持續發展報告》有不符合 AA1000AP (2018) 中包容性、實質性、回應性和影響性原則的情況。
- 商道融綠未發現任何事項影響《寶尊集團 2025 年度可持續發展報告》中選定的特定可持續發展績效信息的可靠性及質量。該特定績效信息可供持份者使用。
- 商道融綠未發現《寶尊集團 2025 年度可持續發展報告》有不根據香港聯合交易所《環境、社會及管治報告守則》編制內容的情況。



AA1000  
Licensed Report  
000-543/V3-Q62CX

審驗機構：北京商道融綠諮詢有限公司

審驗負責人：吳豔靜

2026 年 4 月 20 日 中國，北京

**BAO ZUN**