



**GXG**

Mulsanne Group Holding Limited

慕尚集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 1817

2025

環境、社會及管治報告

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND  
GOVERNANCE REPORT

# 目錄

## Contents

01/ 環境、社會及管治報告概覽

02/ 董事會聲明

03/ 關於慕尚集團

05/ ESG管理

56/ 附錄

56/ ESG關鍵績效指標

62/ ESG報告守則內容索引



# GXG

## 01

### 堅守產品責任

- 13/ 產品質量
- 15/ 產品創新
- 16/ 客戶滿意度
- 18/ 負責任營銷

## 02

### 夥伴共同發展

- 21/ 員工共同成長
- 28/ 供應鏈攜手共進
- 31/ 社區公益踐行

## 03

### 引領綠色時尚

- 35/ 氣候相關信息披露
- 39/ 能源管理
- 41/ 水資源管理
- 41/ 廢棄物管理
- 44/ 包裝材料管理

## 04

### 穩健治理领航

- 47/ 公司治理
- 49/ 合規及風險管理
- 50/ 商業道德
- 52/ 信息安全與隱私保護
- 55/ 知識產權

GXG | 更适合通勤的青年男装

# 環境、社會及管治報告概覽

## 關於本報告

本環境、社會及管治報告（「本報告」）描述慕尚集團控股有限公司（「本公司」）及其附屬公司（統稱「本集團」）關於環境、社會及管治（「ESG」）方面的表現。本報告闡明本集團履行企業社會責任的主要要求及其對企業社會責任所提出的願景和承諾。

本報告根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄 C2 項下的《環境、社會及管治報告守則》（「環境、社會及管治守則」）編製。本報告符合強制披露規定及「不遵守就解釋」條文，且於環境、社會及管治報告編製期間遵守重要性、量化、平衡和一致性報告原則。

於閱讀本報告時，建議一併細閱本公司 2025 年度的年度報告。本報告所用計算方法與去年的報告一致。我們避免了作出可能會影響讀者決策或判斷的任何選擇、遺漏或呈現形式。

本報告覆蓋期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日（以下簡稱「2025 年」、「報告期內」或「本年度」）。如無特殊說明，本報告所示金額均以人民幣列示。本集團希望通過本報告改善與其持份者的溝通，並就本集團的社會責任和可持續發展的戰略建立共識。

## 報告範圍

本報告涵蓋整個集團，包括政策、措施及環境及社會事宜合規性的一般披露。本報告環境關鍵績效指標（「KPI」）之披露範圍涵蓋本集團於中華人民共和國（「中國」）的營運及生產基地。由於本集團產品的生產流程由原設備製造商（「OEM」）進行，及運輸流程經第三方物流服務供應商完成，本報告涵蓋本集團庫房、零售店、總部及分公司的主要業務範圍。

## 免責聲明

本報告可能載有前瞻性內容，可能受到不確定因素的影響導致其與實際結果產生重大差異。本集團不承擔更新本報告中任何前瞻性聲明的義務。

## 報告獲取

本報告提供繁體中文及英文兩個版本供讀者參閱，若本報告中英文版本有不一致之處，請以繁體中文版本為準。本報告電子版可在香港交易所網站 ([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)) 及本公司網站獲取。

# 董事會聲明

本集團董事會肩負統籌、主導及監督公司可持續發展管理以及 ESG 信息披露的重要職責。本公司將 ESG 因素全面融入戰略決策及日常營運管理之中，並由董事會負責統籌識別行業可持續發展的趨勢、制定可持續發展戰略以及確定 ESG 管理的重點事項。董事會與管理層定期召開會議，對 ESG 相關工作的成果進行監督與審閱。

董事會每年均會定期舉行會議，聆聽 ESG 工作小組就 ESG 管理工作進展所作出的報告。在充分明晰公司 ESG 管理現狀的基礎上，識別 ESG 管理風險，並對 ESG 目標的達成狀況進行監察和檢討。董事會承擔著審議及批准年度 ESG 報告的職責，以確保年度 ESG 工作的重點以及公司的可持續發展理念得以充分披露。

董事會授權 ESG 工作小組對 ESG 相關事宜進行監管，以保障公司在這些領域的合規性以及可持續性。ESG 工作小組負責識別、評估及管理重要的 ESG 事宜，並向董事會匯報工作進展及成果。基於持份者反饋的議題以及重要性評估的結果，ESG 工作小組確定 ESG 關鍵議題的重要性矩陣，最終經由公司董事會審核確認，作為編製 ESG 報告的依據。

在報告期內，董事會通過討論、問卷調研等多種形式，積極參與 ESG 議題重要性及優次順序的評估和判定工作，針對可能對本公司長期可持續發展產生影響的 ESG 議題提供深刻的見解和建議，並對議題的優先順序進行評估。此外，董事會通過聽取 ESG 工作小組的匯報，審查公司在 ESG 相關目標和指標方面的進展情況，積極推動 ESG 工作與公司業務戰略的融合發展。與此同時，董事會逐步將氣候相關的風險與機遇納入整體風險管理的範疇之內，並初步制定了公司應對氣候變化的策略方向，以確保公司能夠識別潛在的影響，並採取適當的應對措施。

本集團致力於在各個層面積極推動 ESG 實踐，以確保公司的長期可持續發展與社會的和諧共進。我們期望與各方持份者攜手合作，共同為社會和環境的可持續發展貢獻力量。

本報告詳盡且真實地披露了本集團 2025 年 ESG 工作的進展和成效，並於 2026 年 3 月 26 日經董事會審議通過。

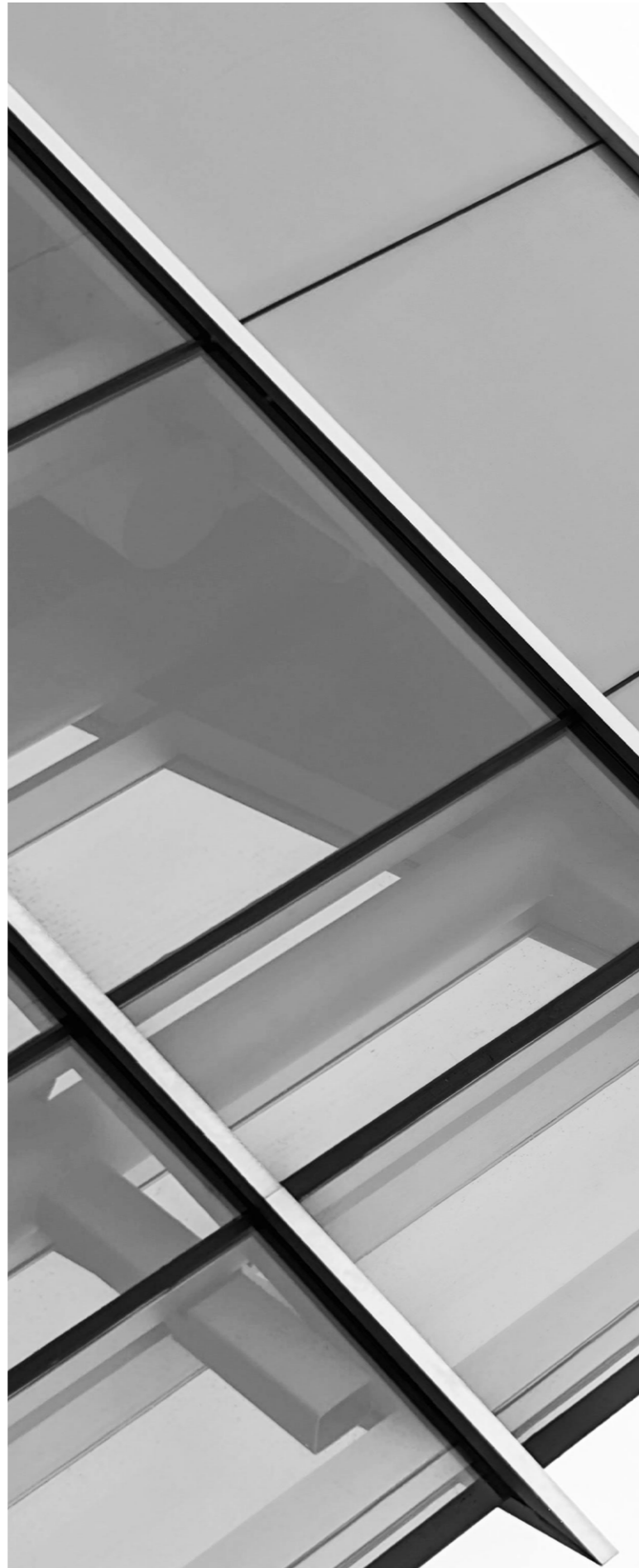


# 關於慕尚集團

## 主營業務

慕尚集團控股有限公司（「本公司」、「慕尚」或「我們」，連同其附屬公司為「本集團」或「慕尚集團」）是總部設於中國的領先時尚男裝公司，同時覆蓋中性時裝領域。憑藉我們對時裝行業的經驗及執行能力，我們優化品牌，把握未來市場機遇。我們的創始人於 2007 年首次推出旗艦品牌 GXG 產品，而我們於 2010 年引入 gxg jeans，迎合不同的男裝風格。於 2020 年，我們推出了主打高質感的通勤服裝品牌 MODE COMMUTER，進一步強大了本集團的品牌陣營。我們的品牌各自均擁有獨特的設計形象，並且包含一系列產品，提供各種剪裁、面料、樣式、風格和價格點，旨在吸引廣泛的消費者。

我們採用一體化的全渠道商業模式，利用線上線下優勢，為顧客提供無縫和一致的購物體驗，並提升庫存管理、供應鏈管理、產品選擇及物流方面的效率。我們根據對顧客的深入了解，採取以顧客為中心的模式，為顧客提供一站式購物體驗。我們在線上和線下渠道提供類似的產品類別及統一價格、共享庫存，以及提供靈活高效的物流支援。此外，通過以產品生命週期管理系統分析來自線上渠道及線下零售店的大數據，我們可準確計算需求水平，並通過調整生產及庫存計劃，迅速回應市場最新趨勢，這對我們的庫存控制及供應鏈管理尤其重要。新零售已成為近年中國服裝行業的主要趨勢。包括我們在內的中國主要時尚服裝品牌已採用新零售商業模式，並融入創新的舉措，而在新零售整合方面，我們是眾多品牌中的領導者。



## 獎項及認可



第十四屆寧波品牌雙評選活動  
「年度金口碑品牌」

2025 年度中國品牌萬物奔騰未來峰會  
「Blooming Brands 年度·品牌 TOP100」



格隆匯 ESG 環境友好卓越企業金格獎

2025 寧波市服務業百強企業（第 51 位）



榮登 2025 浙商 ESG 經典 100 榜單

2025 年度寧波市綠色直播間

# ESG 管理

## ESG 管治

環境、社會與治理（ESG）績效已成為衡量企業長期發展潛力與非財務價值的核心標尺。秉持這一理念，本集團堅守可持續發展原則，高度重視營運中的各項 ESG 議題影響。我們以道德規範與環境管理為基礎，積極推動綠色倡議，將環保標準貫穿於產品生命週期，確保綠色發展策略的有效實施。同時，本集團積極投入資源解決社會問題，優先關注員工成長，並積極參與社會公益活動，致力於實現經濟效益與社會價值的共贏。

董事會作為集團 ESG 管治的核心決策機構，將 ESG 融入戰略規劃與監督範疇，負責制定 ESG 發展戰略，設定可持續發展方向，並督導各單位推動落實。董事會定期審視 ESG 風險與機遇，平衡業務發展與 ESG 責任，強化整體績效；此外，董事會通過分析業務活動對環境及社會的影響、評估持份者關注事項、識別業界重要議題，制定符合港交所《ESG 守則》的報告方針及行動計劃，進一步完善 ESG 管治體系。



為確保 ESG 目標的有效實現，本集團制定了《環境及企業社會責任管理制度》，明確領導責任、部門分工及全員參與機制，構建了全面的 ESG 管治架構。該架構涵蓋股東、員工、供應商、客戶、消費者及社區等持份者的權益保護，並注重產品質量、環境保護及社會公益的協同發展。通過每年開展 ESG 風險評估與績效分析，本集團不斷優化管理舉措，推動可持續發展與社會責任的深度融合，致力於為持份者創造長期價值。

## 持份者參與

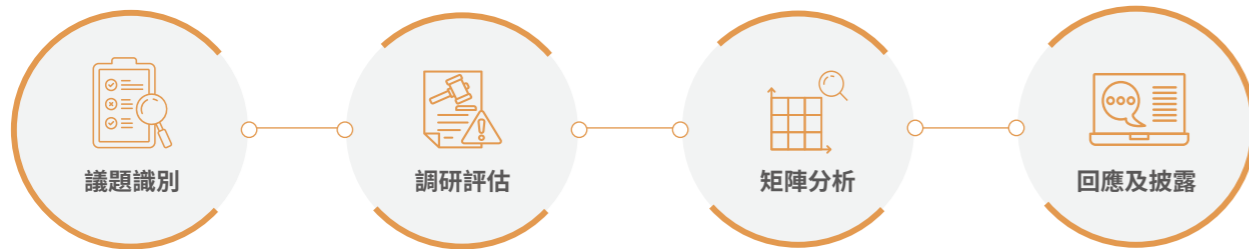
本集團致力推動可持續業務發展，持續與員工、客戶或消費者、供應商、合作夥伴、投資者、政府機構及社區組織等持份者保持溝通互動。通過建設性對話協調多元觀點與利益，切實保障全體持份者長期權益，構建穩定可持續的合作關係。

持份者類型	持份者關注	持份者溝通渠道及頻率
 股東及投資者	- 合規及風險管理 - 企業管治 - 產品責任與創新研發	- 股東大會（每年） - 公司官網（實時） - 業績發佈會議（每半年） - 公司公告（年報、中報、ESG 報告及臨時報告等） - 投資者熱線、投資者關係專欄、郵箱（實時）
 客戶或消費者	- 客戶滿意度 - 化學品安全 - 產品責任與創新研發 - 信息安全和隱私保護	- 現場溝通（不定期） - 社交媒體（不定期） - 顧客服務熱線（實時）
 員工	- 員工權益保障 - 職業健康與安全 - 員工發展及培訓	- 定期績效評估反饋（每年） - 內部溝通平台（實時） - 員工滿意度調查（每年）
 供應商及合作夥伴	- 供應鏈管理 - 可持續原材料採購 - 資源與能源使用 - 商業道德	- 日常供應商交流（不定期） - 供應商評估（每年） - 供應商大會，行業交流活動（每年） - 合作協議溝通（不定期）
 政府機構及監管機構	- 合規及風險管理 - 環境及天然資源 - 職業健康與安全	- 定期對話（每年） - 政策研討會（每年） - 合規報告提交（每年） - 專項溝通會議（不定期）
 社區組織	- 社會公益 - 應對氣候變化 - 廢棄物管理	- 社區活動參與（不定期） - 公益項目合作（不定期） - 社區溝通專線（實時）

# 實質性議題評估

本集團高度重視 ESG 議題的重要性，定期進行全面的 ESG 議題重要性評估。我們聘請獨立專業機構對持份者進行調研，廣泛收集持份者的反饋。通過問卷調查，我們收集了 118 份內外部持份者的意見，並依據議題的重要性進行分析，對議題進行優先順序排序，旨在為集團 ESG 報告和戰略提供信息，將議題重要性分析融入企業整體風險管理中，為公司完善 ESG 及相關風險管理提供參考，更好地回應內外持份者的期望和訴求。2025 年，我們對重要性議題的設置與排序進行了覆核，既有議題及優先級次序持續適用。

## ESG 議題重要性評估流程



### 議題識別

通過綜合國家政策、公司發展戰略、披露標準、資本市場要求及同行對標五個維度，基於現有重要性議題清單，多角度識別與梳理本年度 ESG 重要性議題，構建動態更新的議題庫。

- 政策趨勢分析：**  
深入研究國家及地方政策法規，結合行業政策導向，分析可持續發展趨勢。
- 業務相關性分析：**  
定期檢視 ESG 議題庫與公司戰略目標及業務模式的匹配度，確保議題的業務相關性。
- 披露標準分析：**  
參考 GRI 標準、TCFD 指南、港交所《ESG 報告守則》及 SASB 行業標準等，掌握最新披露要求及管理趨勢。
- 資本市場分析：**  
匯總資本市場 ESG 評級及指數的評估要求，更新評級相關議題庫。
- 同行對標分析：**  
對標國內外優秀同行實踐，識別行業重點關注議題。

### 調研評估

基於初步評估結果，結合與持份者的日常溝通，通過線上、線下訪談或問卷調研，深入了解其核心關注議題，進一步完善本年度重要性議題的評估與檢視。

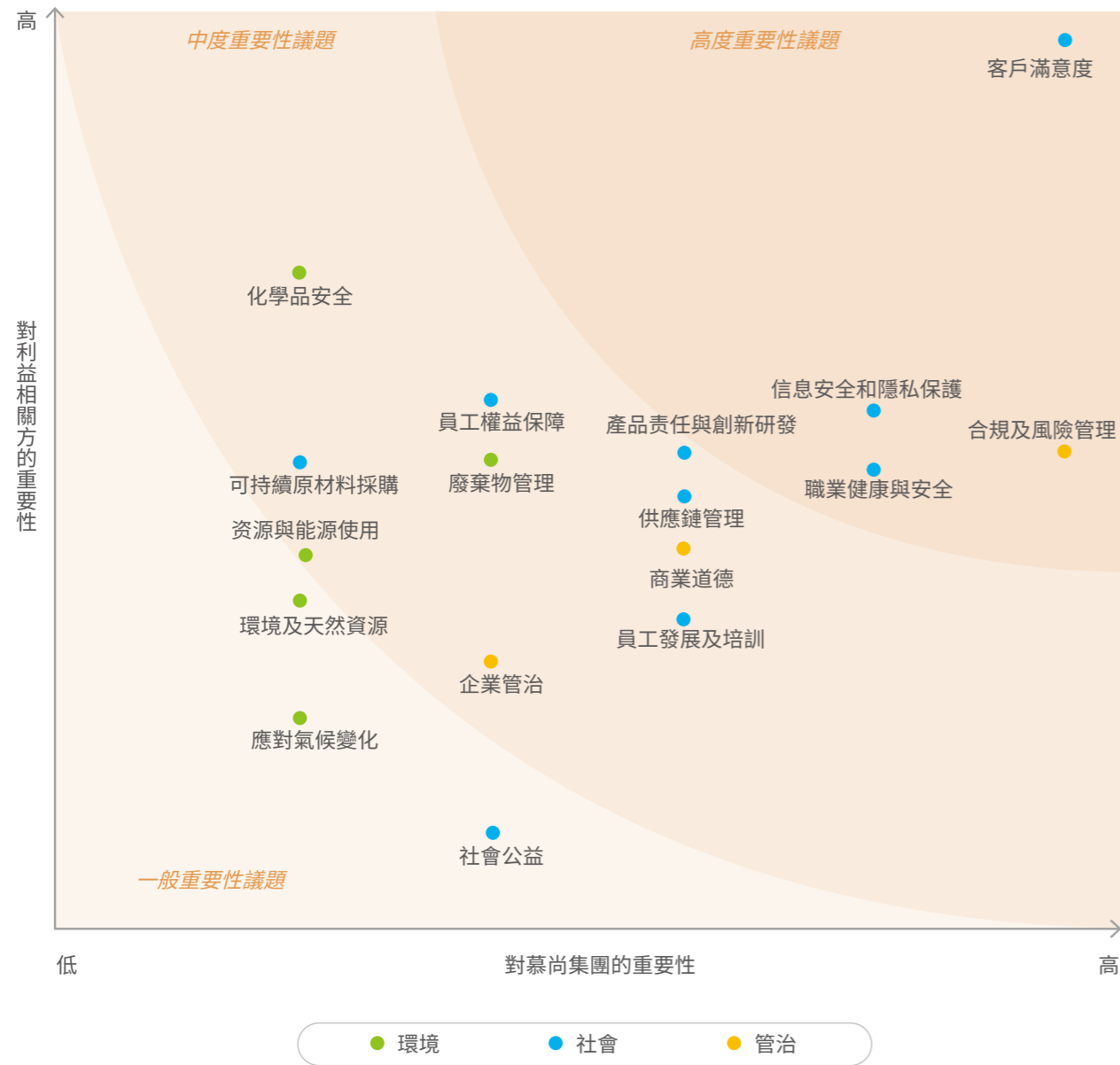
### 矩陣分析

綜合考慮管理層意見及持份者需求，對識別出的 ESG 議題進行重要性排序，並通過內部管理層與外部專家的雙重審核，確保分析結果的科學性與合理性。

### 回應及披露

針對確定的重要性議題，制定並實施行動計劃，提交董事會審議確認，並在 ESG 報告中進行重點回應與披露，確保透明度和問責性。

2025 年度慕尚集團環境、社會及管治重要性議題矩陣



重要性	議題範疇	議題
高度重要性	社會	客戶滿意度
		信息安全和隱私保護
		職業健康與安全
	管治	合規及風險管理
		化學品安全
		廢棄物管理
中度重要性	環境	資源與能源使用
		產品責任與創新研發
		可持續原材料採購
		員工權益保障
	社會	員工發展及培訓
		供應鏈管理
		商業道德
		企業管治
	管治	應對氣候變化
		環境及天然資源
		社會公益
		社會公益

## ESG 風險管理

本集團高度重視 ESG 相關風險與機遇對業務運營的潛在影響，並將其全面納入風險評估及內部控制管理流程。通過系統化的風險識別與評估機制，我們定期對 ESG 風險進行優先次序排序，並制定針對性的應對措施，以提升風險管理效能及營運韌性。

在具體實踐中，本集團重點關注產品質量、商業道德及氣候變化等領域的風險與機遇。有關氣候風險管理，請見「氣候相關信息披露」章節。

# 01

## 堅守產品責任

STICK TO PRODUCT LIABILITY

回應ESG議題

· 客戶滿意度

· 產品責任與創新研發

聯合國SDGs



# 產品質量

為保障產品質量與安全，本集團構建完備的全流程管理體系，設立生產管理中心，下轄生產跟單、理單兩個專門部門：生產跟單負責大貨全流程質量管控，嚴把生產各環節；理單專注理化檢測，確保產品符合服裝類國家標準。採購環節專設品控部門，負責產品尾部驗收查驗，進一步築牢質量防線。管理體系層面，集團制定並實施《質量管理制度》《質量管理流程圖》《質量管理流程說明》《服裝產品質量與安全的管理理念、方針、策略》《檢品制度》，實現設計、生產、出庫、銷售至售後維修全流程覆蓋，細化各類質量問題處置規範。



## 報告期內

慕尚集團控股有限公司獲得 ISO 9001:2015 質量管理體系認證。

本集團貫徹「質量至上，安全第一」理念，透過前置質量風險評估、強化全鏈條質量風險管理、搭建全方位檢測體系、收集客戶反饋以促進質量改善、設立全維度績效考核機制，確保產品從設計到交付全環節符合標準，達成年度安全零事故、產品質量合格率 95% 以上的管控目標。



## 原材料質量控制

- 建立嚴格的供應商准入、審核與季度績效考核機制，考核維度涵蓋質量合格率、理化檢測合格率、準時交付率、重大質量事故；2025 年，我們對關鍵供應商開展專項培訓，下發兩項質量標準，並將產品驗收的可接受質量限（AQL）由 1.5 收緊至 1.0，以更嚴格的品質要求驅動供應鏈提質。
- 執行高風險物料「三必查」規則：必查合規證書與檢測報告、必查批次一致性並逐批抽檢 / 送檢、必查供應商資質與現場審核記錄，不合格物料嚴禁上線；生產前對原材料開展理化檢測把關，不合格品禁止進入生產環節，確保原料質量穩定。



## 生產過程控制

- 推行風險評估前置管控，大貨投產前組織生產、技術、設計、採購部門聯合開展風險評估，對存在風險的產品或工藝提前優化調整；投產後建立供應商風險預警報告機制，重點管控特殊面料、特殊工藝的理化檢測、安全工藝與服用性能。
- 從設計到出廠全環節設置專項質量管理措施，明確四大重點監控工序：染色 / 印花 / 水洗、裁剪與縫製、檢針與金屬探測、成品外觀與理化檢測，覆蓋環保排放、色牢度、尺寸穩定性、斷針風險等核心節點。
- 開展供應商技術人員質量與工藝專項培訓，由生產跟單及主管駐場管控標準執行情況；定期組織採購、生產部門巡店查驗，核驗終端產品與封樣標準一致性，對不合格在倉產品開展二次反查，規範處置無法返修的不合格品。同步推行全員質量意識教育，確保員工嚴守質量標準。



## 產品檢測與測試

- 搭建完善的全鏈條檢測體系，對面料、縫紉質量、阻燃性能、色牢度、PH 值、甲醛、異味等核心指標開展全面檢驗，檢驗體系覆蓋原物料、半成品、成品、包裝及環保安全檢測全環節，確保各生產階段符合國家標準、生產規範與客戶需求。



## 標識合規管理

- 建立全流程合規管控機制，產品吊牌等特殊標識啟用前，設置高級管理者與法務部雙重審核環節，透過「輔料及附件審批流程」確保產品描述與性能表述有據可依；嚴格遵循各品類國家標準與特殊標識要求，提前向第三方認證機構開展諮詢，杜絕誤導性標識。



## 售後服務體系

- 建立完善的售後服務體系，顧客可透過門店店員反饋產品質量問題，集團即時響應並採取換貨、返修等對應處置措施，全力保障顧客滿意度。持續收集消費者反饋意見，為產品優化與質量持續改進提供數據支撐。

我們持續改進產品質量，針對產品質量抽檢與合規跟進工作，對相關部門開展專項合規培訓，並採用 PDCA 等質量改進模式，深入分析質量問題，制定有效的糾正與預防措施。

2025 年度，本集團榮獲第十四屆寧波品牌雙評選活動「年度金口碑品牌」，未來將繼續深化產品創新與服務升級，用更高標準打造令消費者信賴的標杆品牌。

## 產品創新

本集團以「有愛、年輕、創新、信任、活力」為核心文化基因，將創新作為驅動企業戰略升級與產品迭代的關鍵引擎。我們深信，創新不僅體現於技術突破，更應落實於對消費者需求的精準洞察、產品運營機制的體系化建設，以及對產品品質標準的持續優化。

本年度，我們建立常態化市場洞察機制，定期收集終端客戶反饋、退貨分析與銷售數據，從中提煉核心創新需求；同步搭建定期新品集中推介機制，實現創新成果的集中檢閱與市場信號的實時採集，以需求為導向深耕「青年通勤休閒」領域，持續推動產品創新升級；在標準管控層面，本集團針對本年度更新的褲子工藝要求，組織供應商技術人員及品牌生產、採購、質檢部門開展工藝標準專項培訓，推動全鏈路工藝標準達成統一，為產品創新提供堅實保障。

同時，本集團在科技面料領域亦取得突破：

### ■ 可機洗羊毛產品——新澳 EASY CARE

為提升產品耐用性與使用便利性，推動可持續消費理念，本集團發售選用新澳 EASY CARE 紗線的可機洗羊毛產品。該產品通過特殊防縮處理工藝，在保留羊毛天然特性與優良品質的同時，顯著提升產品的耐洗性與穩定性。

在工藝方面，通過對羊毛纖維表面鱗片進行適度處理，並在表面形成保護層，有效減少外力作用下鱗片位移，從而降低織物縮水與變形風險。同時，羊毛纖維本身具有類似螺旋彈簧的結構特性，使產品在多次洗滌後仍能保持良好的彈性與形態穩定性。

相較傳統需手洗護理的羊毛製品，該系列產品可在 30°C 以下水溫條件下進行機洗，且多次洗滌後仍不易褪色或變形，有效延長產品使用壽命，減少因不當護理導致的資源浪費，助力實現更加綠色、可持續的消費模式。



### ■ 科技環保面料 SOLOTEX®

SOLOTEX® 是日本帝人富瑞特的主打面料產品。SOLOTEX® 纖維具有如同彈簧一樣柔韌的螺旋狀分子構造。因此 SOLOTEX® 具有柔軟的質感、優越的伸展性、良好的發色性和柔和的緩衝性等特性。SOLOTEX® 纖維的部分聚合物，使用了來源於織物的原料，其比例高達聚合物整體的 37%，由此消滅了新的石化資源的消耗，為減少溫室效應氣體排放做出了貢獻，致力於地球環境保護。



展望未來，本集團將圍繞「更適合通勤的青年休閒男裝」之品牌定位，聚焦青年工作與生活雙重場景，於未來三至五年內加大資源投入，持續優化產品創新機制、完善產品結構與用戶體驗，穩步確立「青年通勤休閒男裝第一品牌」之市場地位，引領行業可持續發展。

## 客戶滿意度

本集團建立了職責清晰、運行穩定的客戶服務保障管理架構，實行《客戶服務崗位及接待規範》《售後及客訴問題處理流程及服務規範》《質量問題處理標準》《客服績效考核及獎金承諾書》《客服部門規章制度》《客服績效改進計劃》等管理規範，並於本年度調整優化《質量問題處理標準》。

客戶服務部門統籌負責客戶服務保障全流程工作，下設服務業務規範培訓、服務質量監督、投訴處理、崗位制度規範、服務目標 KPI 管理等模塊，由客服組長及客服主管負責團隊日常監督管理，確保服務流程高效運轉與客戶需求快速響應。核心管理職責涵蓋客戶諮詢與問題反饋的統一受理跟進、服務流程與標準的制定執行監督、客戶投訴閉環管理、服務質量檢查與合規風險管控、客服人員培訓與日常管理，整體架構健全、職責明確，有效保障客戶服務質量與客戶合法權益。

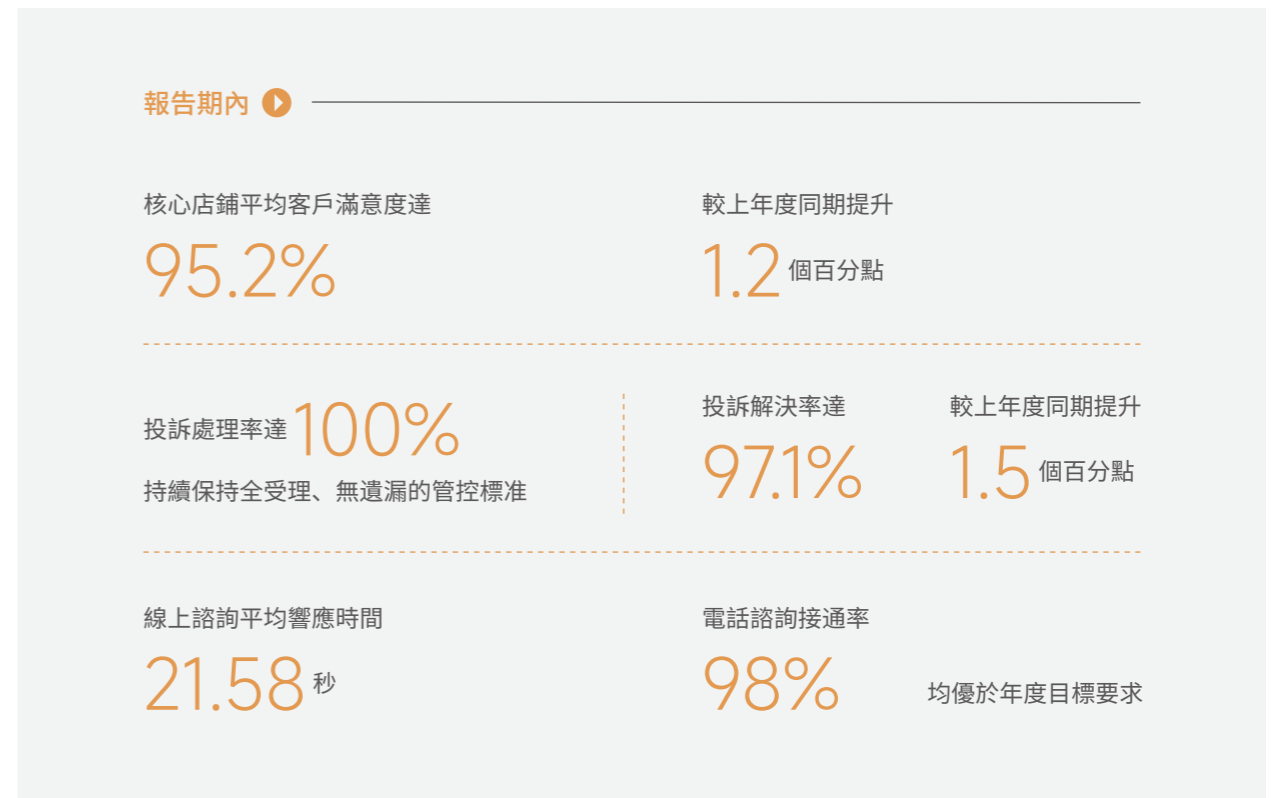
在管理舉措方面，本公司貫徹「以客戶為中心」的服務宗旨，通過持續優化與精細化管理，不斷提升服務質量。以「客戶滿意優先」為核心，落地多項服務提升舉措。



集團建設全渠道客戶投訴管理機制，客戶可透過客服電話、線上客服、官方平台、APP、留言反饋等多渠道提交投訴，由客戶服務部門統一負責接收、登記、跟進與解決。我們嚴格執行制度要求的處理時限，快速核實問題、分析成因，針對多環節複雜問題建立跨部門協同聯動機制，同步深挖投訴根源、跟蹤整改進度，辦結後第一時間向客戶反饋結果與改進措施，實現投訴全閉環管理。

我們建立常態化的客戶滿意度評價機制，於每日業務問題解決後 24 小時內開展隨機回訪評價，調研覆蓋全部服務渠道及個人用戶、企業客戶、渠道合作方等全類客戶群體。透過線上問卷、線上與電話回訪、服務評價等多形式開展調查，核心評估服務響應速度、問題解決效率、服務態度、專業性、流程便捷度等維度，同步建立結果分析改進機制，形成「調研—分析—整改—提升」的閉環管理，持續改善服務品質。

本年度，公司圍繞客戶服務質量提升制定了明確量化的服務保障目標，核心包括：客戶滿意度年度目標 ≥ 95%、投訴處理率年度目標 100%、投訴解決率年度目標 ≥ 95%、線上諮詢響應時間 ≤ 25 秒、電話諮詢接通率 ≥ 95%。截至本年度末，核心指標均達成或超額完成年度目標。



## 負責任營銷

本集團嚴格遵守業務所在國家及地區的法律法規，致力推行負責任的營銷策略，以負責任營銷作為品牌信任建設的基石與企業可持續發展的核心驅動力，圍繞「真實性、尊重性、責任感」三大維度開展各項營銷活動，確保品牌宣傳真實透明、符合社會價值觀。我們建立「廣告素材三層審核機制」，所有對外發布的廣告文案、視覺素材均需完成品牌創作、法務合規審查、產品團隊技術參數與功能性二次驗證的全流程把關，所有對外宣傳內容均配套對應的第三方檢測報告或國際權威認證，保障宣傳信息的準確性。

與此同時，我們高度重視消費者隱私保護，嚴格遵循「最小必要」原則開展用戶資訊收集，僅獲取與服務直接相關的必要數據，並明確告知用戶收集目的、使用範圍及存儲期限；建立完善的數據安全管理制度，對消費者個人資訊進行加密存儲與脫敏處理，未經用戶明確授權，絕不向第三方共享數據或用於額外營銷推送，確保數據使用合法合規。

我們通過全渠道投訴閉環處理機制與全天候輿情監測體系，搭建積極高效的消費者溝通與反饋機制，針對全渠道投訴實行統一入口管理與敏感標籤專項管控，組建 3×24 小時快速響應小組，確保每筆投訴規範處置、件件有回音；同時引入專業數字輿情監測平台，結合人工巡檢開展 7×24 小時全網實時監測，通過語義分析實現負面輿情分級預警與分級處置，快速響應消費者訴求，持續提升消費者信任與滿意度，推動品牌與社會共同成長。本年度，本集團未獲悉任何有關產品及服務的健康與安全、廣告、標籤及隱私事宜的重大違規事件。

# 02

## 夥伴共同發展

MUTUAL DEVELOPMENT WITH PARTNERS



### 回應ESG議題

- 員工權益保障
- 職業健康與安全
- 員工發展及培訓

- 供應鏈管理
- 社會公益

### 聯合國SDGs



# 員工共同成長

## 合規僱傭

### 合規用工

本集團全面落實合規僱傭管理，嚴格依照《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關法律法規進行合規用工，以保障員工合法權益。集團堅決反對僱傭童工、強迫勞動等違法行為。在招聘過程中，我們依法對求職者提供的身份證明、求職背景等資料進行審慎核查，以免任何形式的招用童工或強迫勞動事件的發生。如發現相關跡象，我們將第一時間啟動應急處理機制，對相關人員進行妥善安置，並深入追溯問題環節，追究相關責任，以優化內部管控流程。

#### 報告期內

本集團所有業務範圍、運營點位及合作供應商中，均未發生僱傭童工或強迫勞動事件。

## 僱員招聘

本集團堅守公平、公正、公開的招聘原則，致力於為每一位求職者提供平等、透明的就業機會。我們搭建了多元的招聘體系，以社會招聘為核心，同步整合內部推薦、獵頭尋才等多種渠道，精準匹配業務發展所需人才。

### 社會招聘

通過 BOSS 直聘、社交媒體、人才庫及專項獵頭合作，高效觸達目標候選人才群體

### 內部推薦

持續推行內推激勵政策，以才引才，實現人才精準匹配

### 獵頭尋才

針對高端、稀缺技術及管理崗位，與知名獵頭深度合作，填補關鍵人才缺口

同時，本集團實施動態化的招聘策略，HRBP 深度參與各業務單位的季度規劃會議，主動預判、提前識別關鍵崗位需求，保障人才供給與業務發展同頻同步。

## 多元包容

本集團始終堅持打造多元、包容的職場環境，堅決落實反歧視、反騷擾政策，承諾平等對待每一位員工，不因性別、年齡、民族、地域、國籍、宗教信仰差異而有所區別。集團亦高度重視女性管理者的成長與發展，將促進女性管理者能力提升作為推動組織多元共融的重要實踐。我們通過內部專題培訓、外部行業研討會及領導力工作坊等形式，全方位賦能女性管理者，持續提升其領導力、戰略視野與綜合影響力。

## 僱員薪酬及福利

### 薪酬福利

本集團高度重視員工福祉，已構建兼具內部公平性與外部競爭力的全面薪酬體系。我們堅守「同崗同酬」原則，薪酬結構以基本工資為基礎，以績效獎金、福利保障以及額外激勵為補充，確保員工獲得公平、合理且具激勵性的回報。針對關鍵崗位，集團每年開展薪酬回顧與市場對標，確保薪酬水平保持市場競爭力，以強化人才吸引與保留能力。

### 績效考核

本集團的績效考核體系聚焦「過程」與「結果」雙維度，通過 KPI 與 360 度評估相結合的方式，全面衡量員工表現。評估流程涵蓋員工自評、上級評價、同事評價、績效面談及校準五個步驟，以確保評價的客觀性與公平性。考核結果不僅用於薪酬激勵、晉升發展與輪崗決策，亦作為識別員工能力提升與改善方向的重要依據，從而針對性助力員工持續成長。

### 員工關懷

本集團秉承「以人為本」的價值觀，通過全面的福利保障與員工關懷，持續提升員工的歸屬感與幸福感。我們嚴格遵守國家規定，為全體員工繳納五險一金，履行企業法定義務。同時，我們為員工提供包括年度健康體檢、專屬健身房、餐補、通訊補貼、交通補貼、員工宿舍 / 住房補貼、彈性打卡等在內的多元福利保障，以及包括運動會、周年慶禮物、節日禮盒、員工慰問（婚喪孕病）、生日福利等在內的多維暖心關懷。同時，本集團積極推進員工健康關懷體系建設，通過組織年度健康體檢、建設集團專屬健身場所、開設瑜伽等特色課程、配備專業健身設備等多項舉措，切實幫助員工更好地維護身心健康。

### ■ 慕尚集團家庭友好型職場建設

報告期內，本集團在嚴格落實法定產假、哺乳假及陪產假的基礎上，持續深化家庭友好型職場建設，構建起覆蓋員工全生育週期的福利體系，積極營造尊重、包容、有溫度的工作環境：

**孕期居家辦公支持機制：**針對孕婦的特殊健康需求，開放最長達 3 個月的居家辦公申請，保障孕期員工的健康與工作平衡；

**全面升級母嬰室設施：**於每層辦公區域設立母嬰室，配備獨立沙發、專用儲奶冰箱，並新增奶瓶清洗劑、奶瓶刷等精細化清潔用品，為哺乳期員工提供安全、私密、舒適的哺乳空間；

**婚假政策優化：**將員工婚假時長由 3 天增長至 13 天，切實提升員工的獲得感與幸福感；

**生育禮包暖心發放：**為生育員工發放生育禮包，傳達集團的真誠祝福與暖心關懷。



### ■ 慕尚集團出色運動會

5 月 22 日，本集團舉辦了一場別開生面的公司運動會，比賽項目涵蓋平板支撐吉尼斯挑戰、乒乓球、羽毛球、小輪車技巧賽及飛盤競技等。六支隊伍在激烈角逐中奮勇爭先，充分展現了員工的活力、協作精神與拼搏風貌。

本次運動會不僅在輕鬆愉悅的氛圍中傳遞了健康辦公、積極生活的理念，更在協作與拼搏中拉近了彼此距離，提升了團隊凝聚力和企業歸屬感。



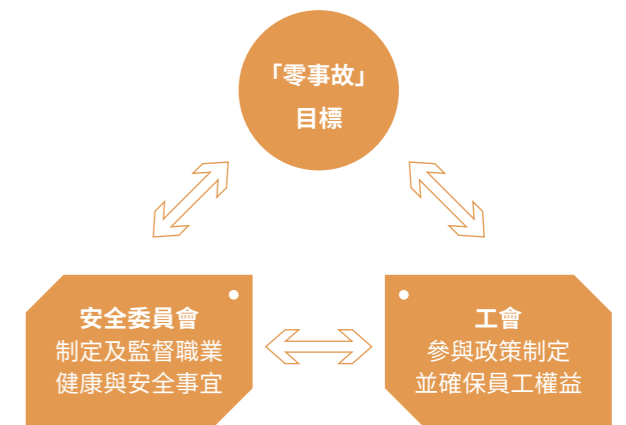
### 民主溝通

本集團亦高度重視員工的聲音，致力於建立開放、透明的民主溝通機制。通過定期開展員工滿意度調查，我們深入聆聽員工心聲，並將調查結果作為衡量組織健康度、優化管理決策的重要依據。集團已建立起「調研—反饋—改進—追蹤」的閉環管理機制，以確保每一份意見都被聽見、被回應、被落實。同時，集團設立了暢通且保密的申訴渠道，員工可通過掃描二維碼直接向總裁發表意見或投訴，相關意見由獨立團隊專責受理、即時反饋，以確保員工的合理訴求和權益得到傳達和保障。

### 職業健康與安全

本集團始終秉持「以人為本，安全發展」的理念，將保障員工的職業健康與安全視為企業發展的基石和必須堅守的底線。我們以打造「零事故」的工作場所為目標，致力於營造安全、健康、舒適的工作環境。在組織架構方面，專門設有安全委員會，負責制定及監督職業健康與安全事宜，工會則參與政策制定並確保員工權益，兩者協同合作以落實安全管理措施。為確保順利達成「零事故」目標，本集團通過績效考核機制將安全績效與管理績效掛鉤，全面排查隱患並保障工作環境安全及員工身心健康。

為持續強化辦公場所安全管理，本集團引入專業物業公司對園區進行系統化管理，並設立環境、安全、綜合部門，制定了完善的安全管理規則及應急處置措施，以全面保障辦公場所安全及員工人身安全。報告期內，我們重點開展了非機動車停放區域優化升級、配電房設施設備改造提升、電梯定期檢修維護、消防器材更新升級等工作，以全面保障辦公場所安全及員工人身安全。我們還積極開展防詐騙訓練和禁毒宣傳，提升員工的安全意識與自我保護能力。



### 報告期內

慕尚集團控股有限公司獲得 ISO 45001:2018 職業健康安全管理體系認證。



# 員工發展及培訓

## 員工培訓

本集團高度重視員工的職業發展，已制定《員工培訓管理制度》《學習平台管理制度》《內訓師管理制度》等培訓制度，建立起系統化的人才發展與培養體系。我們已搭建三級培訓管理架構，由培訓委員會統籌規劃課程開發、資源配置、效果評估，人力資源部 COE 專家中心主導員工職業生涯全周期培訓執行，業務部門協同落實，確保培訓策略與業務需求緊密結合，有效支持人才成長與組織發展。



為滿足員工全職業週期的發展需求，本集團形成了以「自驅力」為核心，以「雙通道、五層級」為支撐的差異化培訓體系，支持員工自由選擇專業或管理通道的發展路徑，實現職業發展的多元可能。

層級	培養內容	培養形式
新手層	G-young 新員工培訓、管培生培養計劃	
專業 / 骨幹層		線下集訓、線上學習平台 (G 學堂)、輪崗實踐、導師帶教、外部研修、專案歷練等多元形式結合
基層管理者	尚啟計劃、尚領計劃、尚羽計劃	
中層管理者		
中高層管理者		

### 報告期內

集團培訓委員會與 COE 專家中心圍繞業務賦能與人才梯隊建設，系統推進多項重點培訓專案：

- **督導 & 大店長人才培養項目**：覆蓋終端核心管理崗 259 人次，實現了區域運營與團隊帶教能力強化；
- **「對話面料」專題培訓**：針對電商板塊開展專題培訓與從業規範培訓，助力員工業務專業度與合規經營能力的提升；
- **內訓師培訓**：培養區域內訓師 45 人，為知識複製提供師資保障；
- **新員工培訓**：開展新員工培訓，助力 50 名新員工快速掌握通用知識技能、快速融入職場；
- **G 學堂運營優化**：持續推動 G 學堂常態化運營，優化平台內容生態與學習體驗；
- **外部課程組織**：安排員工外出參與優質課程 11 場，以拓展員工行業視野；
- **多元專題培訓**：開展「春日養生指南」「MBTI 加油站」等多元化專題培訓，豐富員工學習體驗，營造積極團隊氛圍。



此外，本集團亦高度重視員工專業能力建設，已建立職業資格考證激勵機制，對成功取得與崗位相關的權威職業資格證書的員工提供考試費用全額報銷及一次性獎勵的激勵政策，鼓勵員工持續提升專業素養，強化組織專業底蘊。

## 《結構化思維》課程版權認證

報告期內，本集團培訓負責人參加了《结构性思维》版权课程认证并取得证书。後續，負責人將主導面嚮公司全員的《结构性思维》系列培訓，系統賦能員工邏輯表達，提升組織工作效率。

2025 年，本集團累計培訓時長達 4,317 小時，受訓總人數為 679 人（涵蓋期間離職員工與終端前台協作人員）。未來，我們將根據員工需求及人才模型，制定下一年度的培訓與發展目標計劃，持續提升員工能力與組織競爭力。

### 報告期內

本集團累計培訓時長達

4,317 小時

受訓總人數為

679 人

## 職業晉升

滿足員工多元化的職業追求，本集團推行「雙通道晉升體系」，讓員工可選擇專業或管理發展方向。本集團建立了公開、透明的晉升評估機制，為員工提供平等的晉升機會。我們以年度 / 半年度為周期開展晉升評估，並結合員工績效表現、能力測評與述職答辯進行多維度評價。關鍵崗位晉升須經由業務部門與 HR 共同參與的人才盤點會，確保決策客觀公正。同時，集團建立了「選拔 - 培養 - 任用」閉環的後備人才管理，通過人才盤點識別並儲備高潛人才及各層級關鍵人才。

## 產學研合作

本集團積極推動產學研合作，構建了開放共贏的創新生態。報告期內，我們致力於搭建校企交流平台，與浙江萬里學院、浙江紡織服裝職業技術學院等院校保持常態化溝通，為後續人才共育與實踐合作奠定基礎。未來，我們將根據業務需求進一步深化校企合作，加強行業人才儲備。

# 供應鏈携手共進

## 供應鏈管理體系

基於端到端一體化供應鏈管理中心架構，本集團構建了高效協同、權責清晰的供應鏈組織體系，全面統籌計劃、採購、生產、質量、風控與數字化等關鍵環節，深度融合多品牌運營、柔性快反模式和全渠道交付需求，確保供應鏈的敏捷響應和穩定交付。報告期內，集團設立供應鏈負責人崗位，負責供應鏈相關戰略制定、流程優化、協同保障等，且直接向集團 CEO 匯報，實現供應鏈管理戰略決策與業務執行的高效貫通、快速對接。

為加強供應鏈的規範化和可持續管理，本集團建立了完善的供應商管理機制，制定並落實《供應商管理制度》《採購管理制度》《招投標管理制度》等相關制度文件，對供應商開發評定、日常管理、定期考核、不良汰換等全流程進行了規範要求，涵蓋供應商的資質審查、質量保證、交付能力、環境保護及社會責任等方面。

### 慕尚集團供應商管理流程



#### 供應商開發與評定

**資質要求：**新開發的供應商需具備有效的營業執照、稅務登記證及符合要求的生產經營場所，並承諾以「誠信為首、質量第一」的原則提供產品及服務。納入評估範圍的供應商還需具備健全的組織架構與穩定的運營團隊，在所屬領域擁有領先的生產工藝與技術創新能力，且具有持續穩定的產能輸出和成熟的品質管控體系。

**評定流程：**採購人員對供應商進行實地考察，評估其生產能力、質量保證體系及合作意願，並填寫《新供應商信息採集表》。考察內容覆蓋：供應商實業規模、人員數量及僱傭性質、合作客戶、業務運營模式及設備清點等。同時，供應商需提供樣品以供本集團評估其研發能力。通過評定的供應商將被納入合格供應商名錄。



#### 日常管理與定期考核

**日常管理：**採購部建立並維護《合格供應商目錄》，確保僅與合格供應商合作，各部門需定期反饋供應商的生產、交貨及服務情況，作為考核依據；

**定期考核：**按季度圍繞品控、交期、服務及合規四大維度開展供應商績效評估，對同類別、同規模的供應商進行排名，排名直接關聯下一季度訂單分配，以動態激勵供應商。同時，相關結果與採購、生產、品控等有關部門績效直接掛鉤。

**分級管理：**根據供應商在合作過程中的綜合表現（品控、交期、產能、配合度等）劃分主力戰略供應商及普通合作供應商並分級管理。



### 供應商整改及淘汰

**整改及淘汰流程：**供應鏈管理部門將對多季度績效排名靠後，或發生重大質量事故、違規操作、嚴重合規問題及重大經營風險的供應商進行通報處置。供應鏈負責人根據事件性質、影響程度等綜合評估，判定是否要求供應商限期整改或停止合作。

**黑名單管理：**若供應商存在違反《廉潔協議》、質量問題長期未解決或給本集團造成重大損失等行為，將被列入「供應商黑名單」，並終止一切合作。

## 供應鏈 ESG 風險管理

本集團將 ESG 因素全面融入供應鏈管理。我們通過建立風險評估機制、系統規範供應商環境保護舉措、強化供應商勞工合規稽核及商業道德審計，持續提升供應鏈的環境表現、社會責任與治理水準，打造透明、可持續且具有韌性的供應生態體系。

### 風險識別

本集團已識別並持續監控關鍵供應鏈風險，以系統提升供應鏈韌性：

供應鏈風險	應對方式
供應商集中度高、來源單一	多元化採購，開發備用供應商；
關鍵原材料斷供或價格波動	<b>戰略儲備：</b> 對極高風險物料儲備 3-6 個月安全庫存； <b>產能規劃：</b> 提前規劃產能需求，與核心供應商協同排產，設置交付預警機制。
產能瓶頸或交期延誤	
品質不穩定導致客戶投訴	<b>閉環整改：</b> 加強供應商日常管理，實施質量問題追溯與閉環整改機制，嚴格落實定期考核及整改淘汰。
勞工、安全、環保等合規風險引發停產或聲譽影響	<b>合規監管：</b> 將 ESG 合規納入供應商准入與考核，定期開展現場審核，發現問題及時督促整改，防範社會責任風險。
極端天氣（颱風、強降雨）可能導致供應鏈中斷、物流延遲、門店運營受影響	<b>氣候預警：</b> 建立氣候風險預警機制，優化區域倉儲佈局，制定應急預案，提升物流靈活調度與快速恢復能力。

## 綠色供應鏈

本集團將環境保護全面融入供應商評估與管理體系，致力於打造綠色、低碳、可持續的供應鏈。我們優先考慮具備國際環保認證（如 RDS、bluesign®、OEKO-TEX® 等）的供應商，以確保原料來源合乎環境標準。我們亦優先選擇採用環保產品及服務的供應商，並鼓勵供應商積極參與或主動開展綠色創新項目，如研發低碳生產工藝或可持續材料，從源頭促進產品與製程的環境升級。

針對關鍵原物料，集團已將化學品管理納入材料准入機制，實施受限物質檢測與合規審查，以管控有害化學品使用，確保產品安全與環境友善。

在資源使用方面，要求供應商採用節能減排技術，持續降低能源消耗與溫室氣體排放。同時，我們鼓勵供應商使用可再生材料及環保染料，並要求其提供相應認證。

在廢棄物管理方面，要求供應商建立完善的廢棄物分類、回收與處理機制，確保各類廢棄物的分類、回收及處置符合環保要求。

### 供應鏈勞工管理

本集團高度重視供應鏈勞工權益與合規管理，制定了《供應商勞工管理制度》，明確公平薪酬、合理工時、禁止童工及強迫勞動等勞工權益保護要求及職場反歧視、多元化政策要求，並定期審查供應商制度落實情況，確保制度有效執行。

### 廉潔供應鏈

本集團於供應商合同中納入廉潔條款，要求供應商簽署誠信承諾書，嚴格禁止賄賂、貪腐及不正當競爭行為。我們亦定期實施商業道德審計，以強化供應鏈誠信文化，全面提升合規治理水準。

## 供應商能力提升

本集團每年舉辦供應商大會，會議邀請頂級供應商參與，聚焦產品品質提升、可持續發展實踐與未來合作機會，促進雙向交流與產業協同。



### 案例

### 品質專項供應商會議

報告期內，集團針對休閒褲、外套及針織等核心品類，與約 30 家重點供應商召開品質專項會議。會議系統復盤了歷史問題，並與供應商共同制定全年品質提升目標與改進方向及協同行動方案，為實現穩定交付與客戶滿意度提升奠定了堅實基礎。

# 社區公益踐行

在不斷發展自身業務的同時，本集團亦積極投身公益事業，將自身價值與社會價值深度融合，切實踐行企業社會責任。集團於 2024 年以留本捐息形式捐贈 300 萬元建立慈善冠名基金，每年按 6% 增值率捐給寧波市江北區慈善總會，用於支持當地扶貧、教育發展與醫療援助等公益項目。2025 年，慈善冠名基金穩健運行，持續提升集團社會價值創造能力。

集團由總裁辦牽頭，與當地慈善機構及組織合作，結合業務優勢開展特色公益項目，並與政府、紅十字會等公益組織建立合作生態，擴大公益影響力。未來，集團將繼續深化公益實踐，整合資源，為社會可持續發展貢獻更多力量。

報告期內



本集團在社會公益方面的投入達

18 萬元

## 案例 | 「衣路有你，慕尚童行」愛心行動

慕尚集團開展 2025 年「衣路有你，慕尚童行」愛心捐贈活動，為江西省都昌縣的孩子們提供冬衣等愛心物資支持，將企業資源與社會需求精準對接，以實際行動傳遞溫暖關懷，守護他們度過一個暖意融融的冬天。



「衣路有你，慕尚童行」愛心行動



# 03

## 引領綠色時尚

LEADING THE GREEN TREND



回應ESG議題

- 廢棄物管理
- 化學品安全
- 資源與能源使用
- 環境及天然資源
- 應對氣候變化
- 可持續原材料採購

聯合國SDGs



# 氣候相關信息披露

聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 指出，氣候變化影響已在全球範圍內顯現，且極端天氣事件的頻率與強度持續上升，對經濟社會系統及企業運營帶來持續性影響。在此背景下，慕尚集團高度關注氣候變化帶來的挑戰，持續完善氣候治理體系，將氣候因素納入經營權衡中，系統識別並管理氣候相關風險與機遇，進而推進減緩與適應計劃的實施。

本章內容參考香港交易所附錄 C2《環境、社會及管治報告守則》D 部分：氣候相關披露，《香港交易所環境、社會及管治框架下氣候信息披露的實施指引》開展披露。此外，我們採用了《環境、社會及管治報告守則》所提供的實施寬免，相關使用情況如下：

披露要求	合理資料寬免	能力寬免	商業敏感寬免	財務影響寬免
當前財務影響				•
預期財務影響		•		
使用氣候相關情景分析	•	•		
範圍 3 溫室氣體排放之計量	•			
跨行業指標	•			

## 管治

本集團的氣候管治建立在整體 ESG 管治架構之上，已將氣候相關風險與機遇全面納入 ESG 管理範疇。董事會作為集團 ESG 及應對氣候變化工作的最高決策機構，對 ESG 及氣候相關議題的有關事項承擔最終責任，其主要職責如下：

- 定期審閱並監督氣候戰略及風險管理策略的制定與執行；
- 監督氣候相關目標的制定與達標進度，定期審閱關鍵指標及落實情況；
- 根據氣候相關風險評估結果，監控其對企業戰略、重大交易決策和風險管理程序的影響；
- 在制定集團戰略規劃、重大投資決策、風險管理程序和相關政策的過程中，將氣候因素作為考量之一。

管理層組建跨部門氣候應對團隊，涵蓋生產、採購、物流等相關部門，並與 ESG 工作小組中的環保議題小組協同推進氣候戰略的落實，定期匯報進展並統籌協調相關資源。

## 策略

本集團已系統識別氣候相關實體風險與轉型風險，並同步梳理潛在氣候相關機遇，以持續提升應對氣候變化的能力與韌性；在此基礎上，結合自身業務特性，對氣候風險與機遇在業務及價值鏈層面的潛在影響進行評估，並制定適應與減緩措施，保障集團在不同氣候變化情景下實現穩健發展。

我們將評估時間框架劃分為短期、中期和長期，以支持不同階段的戰略決策與資源配置。具體劃分如下：



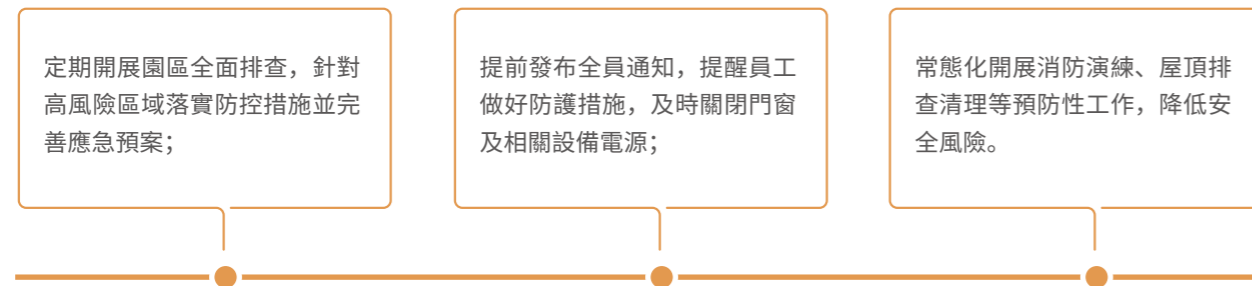
慕尚集團氣候風險與機遇評估表

風險類型	風險描述	影響時期	對業務或價值鏈的影響	預期財務影響	適應或減緩舉措
實體風險	急性風險 如颱風、極端降雨等	短期 中期 長期	颱風及強降雨可能導致生產及倉儲設施受損，物流運輸受阻，門店階段性停業，進而影響產品交付效率與銷售節奏；上游供應商生產中斷亦可能引發供應鏈波動。	收入：- 成本：+ 資本支出：+	完善極端天氣應急預案，強化廠房及倉儲防洪防風能力；優化供應鏈佈局與物流路徑，提高多節點備貨與調配能力；為倉庫配置覆蓋自然災害相關條款的財產保險。
	慢性風險 如極端高溫、海平面上升等	長期	極端高溫可能影響員工健康與作業效率，增加生產及門店運營中的降溫需求，進而推高能源消耗；高溫亦可能影響物流效率及部分產品儲存條件。	收入：- 成本：+ 資本支出：+	優化作業時間安排並加強員工高溫防護；提升廠房及門店的隔熱與製冷效率；推進節能設備及綠色電力的投資與應用。
轉型風險	政策與法律	短期 中期	隨著碳排放管控、能源使用等監管要求持續趨嚴，企業在生產運營、供應鏈管理及信息披露方面面臨更高合規要求，可能增加運營複雜性並對供應商合規能力提出更高要求。	成本：+ 資本支出：+	跟蹤氣候相關政策與監管動態，完善合規管理體系；將氣候要求納入供應鏈管理與準入標準；加強氣候信息披露能力建設，確保符合相關監管要求。
	聲譽	中期 長期	若在氣候變化應對、綠色產品或供應鏈管理方面表現不足，可能引發公眾質疑，進而對品牌形象與消費者信任造成不利影響，並波及銷售表現。	收入：- 成本：+	持續提升氣候與環境信息披露的透明度與規範性；加強綠色產品與可持續實踐的持份者溝通，避免誇大或不當宣傳。

風險類型	風險描述	影響時期	對業務或價值鏈的影響	預期財務影響	適應或減緩舉措
市場 / 技術	消費者環保意識提升，可能導致市場需求變化，對綠色技術提出要求	中期長期	市場需求逐步向綠色低碳產品傾斜，若未能及時響應，可能削弱品牌競爭力並影響銷售表現；同時，綠色技術及材料的應用要求提升，可能對產品設計、生產工藝及供應鏈協同提出更高要求。	收入：- 成本：+ 資本支出：+	推進環保面料（如再生纖維、有機棉）應用及低碳設計（如低碳染色技術），降低產品碳足跡；推動工廠採用節能設備及清潔生產工藝；將環境標準納入供應商準入與評估體系，優先選擇有可持續原材料應用及開發能力的供應商，關注再生材料在特定產品上的功能表現；
機遇	綠色消費與可持續產品需求增長	中期長期	消費者對環保、可持續產品的關注度持續提升，推動綠色服裝及環保材料產品需求增長，有助於公司拓展產品結構、增強品牌吸引力。	收入：+ 成本：+ 資本支出：+	推進可持續時尚系列開發與綠色營銷，提升市場競爭力。

本年度，集團加強應對氣候管理，建立由專業物業團隊負責的園區管理機制，設立應急救災小組，明確職責分工並確保響應及時；同時配備必要的應急物資與設備，提升災害應對能力。持續關注氣象及災害預警信息，提前開展預警與防範工作，統籌做好人員分工與應急準備，確保災害發生時能夠快速響應。

具體措施包括：



## 風險管理

為強化企業氣候韌性，本集團初步開展氣候風險管理工作。董事會在制訂集團戰略規劃、重大投資決策、風險管理程序和相關政策的過程中，將氣候因素作為考量之一，評估其潛在影響以支持集團穩健發展。

## 指標與目標

在目標方面，本集團已制定涵蓋短期、中期及長期的氣候戰略目標，助力國家碳達峰、碳中和目標的實現。

**短期戰略（2025-2026 年）**

- **可再生能源使用：**持續拓展工廠屋頂太陽能板鋪設可再生能源；
- **綠色原材料：**優先選擇低碳排放原材料；
- **員工培訓：**開展員工氣候相關培訓。

**中期戰略（2027-2029 年）**

- **優化生產工藝：**與 OEM 供應商合作開展節能減排項目，優化生產流程，通過設備升級與技術改造提高能源效率；
- **綠色物流：**探索綠色運輸方案，如增加電動車輛比例。

**長期戰略（2030 年及以後）**

- 制定碳中和目標，通過碳抵消、碳捕獲等技術實現淨零排放；
- 加大可持續材料研發投入，推動產業鏈綠色轉型。

在指標方面，本集團參照《公共建築運營單位（企業）溫室氣體排放核算方法和報告指南（試行）》對溫室氣體排放進行計算，排放來源主要為汽油的直接燃燒及所外購電力。

指標	單位	2025 年	2024 年
溫室氣體排放量（範圍 1 及範圍 2）	噸二氧化碳當量	2,155.83	1,791.21
溫室氣體排放強度（範圍 1 及範圍 2）	噸二氧化碳當量 / 億元人民幣	104.86	78.92
直接（範圍 1）溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	6.00	6.24
間接（範圍 2）溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	2,149.83	1,784.98

其他指標及有關聲明

**內部碳定價**

鑒於本集團在碳管理方面的策略實施仍處於逐步推進階段，截至報告期末，尚未建立或實施內部碳定價機制。未來，集團將根據監管要求以及業務發展情況，持續評估內部碳定價工具的適用性與可行性。

**氣候相關因素與薪酬政策**

截至報告期末，本集團尚未將氣候相關績效指標納入薪酬政策。未來，集團將結合監管發展趨勢、公司治理實踐及業務實際情況，持續評估將氣候相關因素納入績效管理及激勵機制的適用性與可行性。

# 能源管理

本集團始終將能源管理作為可持續發展的重要環節，以優化資源利用、減少能源消耗、營造綠色辦公環境為核心目標，系統推進各項能源管理工作。2025 年，集團完成辦公地整體搬遷，能源管理相關制度得以延續並全面適用於新辦公地址，主要依據包括《辦公室用電設備管理制度》《公共區域使用管理規定》及《慕尚 PARK》系列區域使用規範。

## 慕尚 PARK 日常行為規範小百科

會議室使用規範

休息區使用規範

吸煙室管理規定

衛生間使用規範

食堂就餐規範

垃圾分類規範

在管理架構方面，集團能源管理由行政部、物流部及工程部協同推進，建立了完善的政策執行與傳導體系。集團通過「慕尚小百科」平台定期評審及更新相關能源管理制度，同時將常規用電及能源類制度納入新員工必學內容，確保制度傳導的一致性與執行力；在日常執行層面，結合 8 小時保潔巡查、24 小時保安巡查及部門責任分工，將節能要求全面落實到辦公現場管理中。

報告期內，集團建立多維度能源管理體系，從日常用能管控、設備節能改造、資源循環利用、可再生能源應用及員工行為管理五方面推進節能減碳工作，持續提升能源使用效率與綠色營運水準。

### 日常用能管控



嚴格控制公共區域照明開啟時間，持續排查冬季大功率電器使用情況，通過巡查降低設備空轉及無效照明。

### 設備節能改造



新辦公樓配置分區溫控空調、集中照明控制模組及遠端控制模組，在消防樓梯、貨梯區域及停車場採用聲控照明，提升用電精細化管理水準。

### 資源循環利用



持續推行廢紙再次打印、快遞室紙箱循環利用，減少辦公資源消耗與浪費。

### 可再生能源應用



象山物流倉庫光伏發電項目於年內持續穩定運行，推動清潔能源替代與低碳發展。

### 員工行為管理



在新辦公樓導入遠端功耗管理，建立部門對接群、推行區域包乾制，明確茶水間及開關管理責任，推動節能要求延伸至員工日常行為。



象山物流倉庫佈設光伏發電

## 慕尚集團榮獲「格隆匯金格獎——ESG 環境友好卓越企業」

慕尚集團憑藉在環境保護、社會責任及公司治理（ESG）方面的卓越表現，榮獲格隆匯頒發的「金格獎——ESG 環境友好卓越企業」獎項，彰顯其在可持續發展領域的領先實踐與行業影響力。



慕尚集團榮獲「格隆匯金格獎——ESG 環境友好卓越企業」

### 報告期內

本集團可再生能源消耗量達 **725,392** 千瓦時，其均來源於象山物流倉庫光伏發電。

## 水資源管理

本集團已建立完善的水資源管理體系，水源供應方面不使用地下水，因此不存在地下水供應中斷的風險。為有效降低水資源浪費及設施故障風險，本集團制定並落實多項管理舉措，包括在洗手間設置節水提示、節假日期間關閉非必要用水設施，以及冬季對供水管道進行保溫處理，從而減少不必要的水資源消耗及管道破裂帶來的浪費。

本集團水資源管理工作由行政部、物流部及工程部按辦公及設施運行情景協同推進，本年度重點聚焦節假日停水管理及冬季供水管路維護，並從日常控耗與設施維護兩方面系統落實管理要求。

日常控耗方面，集團在節假日期間關閉水源，避免因故障未能及時處置造成的水資源浪費；設施維護方面，冬季對供水管路進行保溫處理，有效防止管道爆管及由此引發的額外耗水風險。

針對節假日無人值守、冬季低溫這兩類高耗水風險場景，本集團通過上述對應措施，實現從源頭管控漏水、爆管問題，充分體現了設施維護與節水管理相結合的管理思路。

## 廢棄物管理

集團嚴格遵循《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》及相關法律法規，並依據《慕尚 PARK - 垃圾分類規範》及《資產管理制度》開展各類廢棄物管理，為管理工作提供系統化指導框架。報告期內，本集團產生的廢棄物主要為辦公廢棄物，包括紙張、電子廢棄物等，同時涵蓋廢棄資產及店面運營廢棄物等類型。

本集團建立了明確的廢棄物管理架構，辦公及資產管理層面由行政部、IT 部及店務部協同推進，電子廢棄物依賴外部專業服務進行處置，店面運營端則由店務部會同營銷部、陳列部、總經辦及總裁辦共同參與。未來，本集團將結合廢棄物管理情況，進一步制定具體的減廢目標，以持續提升資源利用效率與環境績效。

本年度，集團以源頭分類、標準化處置及產品減廢三條主線，踐行「減少 (Reduce)、重複使用 (Reuse)、回收 (Recycle)、再生 (Regenerate)、替代 (Replace)」5R 原則，實施科學有效的廢棄物管理措施。



GXG 端午節禮盒

報告期內

慕尚集團控股有限公司獲得 ISO 14001:2015 環境管理體系認證。



集團推動消費者踐行可持續時尚，通過打造沉浸式消費互動場景，將環保理念深度融入日常消費行為，引導公眾參與紡織品循環利用，共同助力低碳時尚發展。

GXG 大衣換新

我們於 2025 年 9 月 26 日至 10 月 31 日發起「大衣換新」主題活動，將可持續時尚理念深度融入消費互動場景。活動期間，消費者攜閒置舊大衣到店，即可享指定新款大衣 7.8 折起優惠，並獲得專屬環保證書。本次活動引導消費者踐行綠色消費，推動紡織品循環利用，既為消費者衣櫥減負，亦切實落地低碳環保目標，以實際行動深化 ESG 管理成效，傳遞品牌可持續發展價值。



「GXG 大衣換新」宣傳海報

「GXG 大衣換新」活動頁面

# 包裝材料管理

集團始終以實現環保與效率的平衡為目標，建立了完善的包裝材料管理體系。集團設立專門的包裝材料管理部門，負責包裝材料的採購、使用及回收管理，並與採購部、生產部及物流部緊密協作，確保環保標準落地及材料合理使用。在此基礎上，集團進一步明確分工協作機制：終端運營場景下由店務部牽頭，銷售部、陳列部、總經理辦及總裁辦協同參與；節慶禮盒包裝替代等行政場景則由行政部、物流部及工程部提供資料支援。

集團包裝材料主要用於保護產品在運輸過程中免受損壞，以膠袋、紙盒和紙袋為主，消耗主要源於產品銷售環節。集團從環保標準、庫存管理、包裝設計三大方面推行具體管理措施：



**環保標準：**優先選擇可降解或可回收的包裝材料，如使用再生紙製成的紙盒和紙袋，以及符合環保標準的膠袋。

**庫存管理：**採用先進的庫存管理系統，實時監控包裝材料的庫存水準，避免過量採購和浪費；在內部物流中推行包裝材料的重複使用，如將紙盒和紙袋用於多次運輸。

**包裝設計：**通過優化包裝設計，減少不必要的包裝材料使用。例如，採用輕量化設計的紙盒和膠袋，降低材料消耗，同時確保產品在運輸過程中的安全性。

本年度，本集團進一步圍繞循環再用及替代一次性包裝兩個方向優化管理：



上述舉措體現了集團在不同場景中逐步形成包裝減量與循環利用的實踐路徑。通過一系列管理措施，本集團有效降低了包裝材料對環境的影響，進一步提升了價值鏈可持續性，充分展現了對環境保護的堅定承諾。

# 04

## 穩健治理領航

ROBUST GOVERNANCE STEWARDSHIP



回應ESG議題

- 合規及風險管理
- 商業道德
- 企業管治
- 信息安全和隱私保護

聯合國SDGs



# 公司治理

本集團董事會是公司的最高決策核心，由執行董事、非執行董事及獨立非執行董事共同組成，全面主導集團的戰略方向制定、風險管理機制建設與整體運營監督。

為提升治理專業性與決策效率，董事會下設三個專責委員會：審計委員會專注財務報告流程、內部控制體系以及合規性的監督；薪酬委員會負責規劃與審議高階管理層的薪酬架構；提名委員會則主導董事候選人的評估與遴選，並致力於推動董事會多元化發展。根據相關法規與公司治理準則，董事會定期召開會議，並籌備股東大會。

## 董事會獨立性與多元化

董事會多元化是促進企業均衡與可持續發展的關鍵因素，有助於提升公司的整體競爭力。本集團的獨立非執行董事來自多元行業背景，具備財務、法律、稅務等領域的深厚專業知識，能有效發揮專業判斷與治理制衡功能，維護股東及各持份者的權益。提名委員會已根據《上市守則》的獨立性要求，對獨立非執行董事的獨立性進行評估，並綜合考量其服務年期、專長、經驗與為董事會帶來的多元視角，確認其具備獨立地位。公司已取得各獨立非執行董事的年度獨立性確認，董事會亦已正式確認其獨立性，確保治理運作合規且具公信力。

董事會由 9 名董事組成，其中非執行董事和獨立非執行董事成員佔董事會成員比例為 88.99%，獨立非執行董事 3 名，佔比為 33.3%。董事會女性佔比為 22.2%。各委員會均由非執行董事及獨立非執行董事組成，佔比均為 100%，確保監督與決策的專業性、獨立性。

### 報告期內

董事會董事共	獨立非執行董事佔比為	女性佔比為	各委員會佔比均為
9 名	33.3%	22.2%	100%

	審計委員會	薪酬委員會	提名委員會
委員會人數	3 人	5 人	4 人
召集人	獨立非執行董事	獨立非執行董事	獨立非執行董事
非執行董事及獨立非執行董事佔比	100%	100%	100%

## 董事會效能

為持續提升董事會履責能力與決策效能，本集團結合 2025 年監管政策更新及集團業務發展需求，持續豐富培訓內容、創新培訓形式，著力提升培訓實效。2025 年共舉辦董事會專項培訓 5 次，較 2024 年增加培訓頻次，進一步強化董事履職能力與專業素養。

時間	培訓內容
2025 年 4 月 8 日	由公司境外律師 STB 團隊為各位董事舉辦主題為「董事責任及關聯交易」的現場培訓，協助董事明確職責範圍，規範關聯交易管理流程。
2025 年 7 月 10 日	透過電郵向各位董事分享港交所第十二期《上市監管及規則執行通訊》，及時傳遞最新監管動態。
2025 年 10 月 28 日	透過電郵分享香港秘書公會（HKCGI）舉辦的線上培訓——「港股上市公司董事培訓示範公開課第七講：港股上市企業高質量發展新趨勢—從合規驅動到價值賦能」，協助董事掌握行業發展方向，提升價值創造意識。
2025 年 12 月 2 日	透過電郵分享港交所第十三期《上市監管及規則執行通訊》，持續跟進監管政策的最新變化。
2025 年 12 月 12 日	透過電郵分享港交所發布的各上市公司年報審閱結果報告、更新版年報編備指引及《年報易覽》，協助董事深入了解年報編製的相關要求。

# 合規及風險管理

為提升運營效率與審核品質，本集團成立了風險控制部，下設內控組和審計組，並成立採購二部，負責對 IT、行政、會員贈品、福利等採購項目進行價格審核，持續優化內部流程。2025 年，集團新增及修訂多項管理制度，包括商品價格及折扣管理制度、店鋪管理底線、開閉店管理制度、採購管理制度、內部審計管理制度等領域，進一步夯實風險管理基礎，強化內部控制體系。

制度名稱	新增內容
商品價格及折扣管理制度	吊牌價設置、零售折扣設置、電商上新折扣設置、客戶合作政策及折扣、庫存批發折扣、特賣折扣、員工內購折扣季贈品使用
店鋪管理底線	個人形象和行為規範、客戶服務規範、品牌形象規範、門店資產規範、財務管理規範、商場管理規範、區域要求和底線處罰
開閉店管理制度	店鋪新開、重裝／翻新、轉性質、閉店等管理規定
內部審計管理制度	審計的職責、權限及審計程序
商品公關券使用制度	公關券的發放對象、發放及使用規定、折扣標準、違規處罰
慕尚集團員工內購制度	內購渠道、折扣標準、發貨及退貨流程、違規處罰
招投標管理制度	招投標適用範圍、組織職責、招投標程序、特殊情況處理

本集團不斷完善風險管理機制，貫穿風險預防、識別、評估、應對至監督改善的全過程，並將環保合規、職業健康安全、產品質量及供應鏈管理等 ESG 議題納入風險考量。2025 年，內控小組開展了制度流程建設、日常監控檢查、改善措施的執行情況檢查、重點事項的風險應對及執行情況跟蹤，有效降低風險對業務的衝擊。

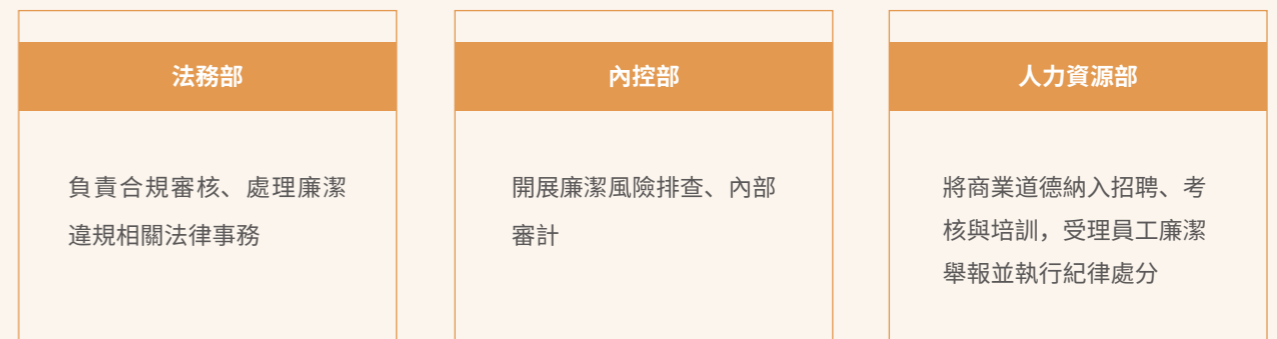
風險審查	風險評估
<p>集團針對發現的薄弱環節提出具體改善方案，各業務部門接獲整改要求後迅速回應，落實修正措施，並確保全體員工知悉相關規範。</p>	<p>針對門店擴張、現金流、客戶信用、庫存積壓、新大樓裝修、採購及固定資產管理等七大重點風險領域，推動專項管控措施，確保各項風險處於可控狀態。</p>

# 商業道德

商業道德是企業可持續發展的基石，直接影響企業聲譽與各持份者的信任。本集團堅定踐行誠信經營理念，致力於構建系統化、全方位的商業道德體系，確保在複雜多變的市場環境中始終守住道德底線。

集團成立內控項目組，建立由集團總裁、法務部、內控部、人力資源部構成的四級聯動商業道德管理架構，協同推動公司商業誠信與廉潔環境的建設與維護。

管理層（集團總裁）：統籌商業道德管理整體工作



## 反貪污與反欺詐

本集團嚴格遵循《中華人民共和國監察法實施條例》《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，並根據實際運營情況制定與執行《反欺詐及反貪污管理規定》，明確界定違規行為，規範調查流程，設立懲戒機制。同時，定期更新廉潔自律協議，要求全體員工簽署承諾，並將廉潔條款納入對外合同，強化合作約束力。我們設立多渠道舉報平台，鼓勵內部員工及外部合作方舉報違規行為，對舉報資訊嚴格保密，杜絕任何形式的貪污與不誠實行為。

## 反勒索與反洗錢

在反勒索與反洗錢方面，集團建立穩健的風控框架，對所有員工及關聯人士的相關行為採取零容忍態度。各部門須妥善保存客戶身份資料與交易記錄，持續進行交易監測與數據分析，防止未經授權的資訊使用。在反洗錢方面，各部門需明確工作職責及業務界限，禁止從事超出授權範圍的活動。本集團通過嚴格監督與審查，打擊非法金融交易，確保業務活動的合法合規。

## 反不正當競爭

為維護公平競爭秩序，集團嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》，定期檢視市場行為，重點防範價格壟斷、虛假宣傳、商業誹謗及侵犯商業秘密等違規風險。通過健全的內部監控機制，確保市場推廣活動透明合規。同時，在與供應商及合作夥伴的合同中明確禁止不正當競爭行為，共同促進健康有序的商業環境。

## 舉報管理

本集團建立了完善的舉報機制，在廉潔自律協議中明確舉報途徑，僱員可選擇實名或匿名方式舉報貪污、賄賂及欺詐等商業道德違規事件。集團高度重視舉報人隱私，已建立嚴格的舉報人保密機制，絕不洩露任何舉報人的身份信息。同時，對於可能面臨報復風險的舉報人，集團將提供全面的保護措施，確保其人身及職業安全無虞。所有舉報案件均由專責部門嚴謹調查，並依結果落實後續處理，彰顯集團對商業道德的堅定承諾。

報告期內

開展全面的反貪污培訓，實現

100% 董事及員工覆蓋

董事及員工反貪污培訓小時數為

1,212 小時



## 信息安全與隱私保護

本集團將內部與客戶信息安全視為核心管理要務，建立覆蓋機房安全、網絡防護、系統運維、雲與服務器數據管理、電子文檔管控及結賬流程的全方位信息安全體系，並制定專項管理制度，規範賬號權限、數據操作等關鍵環節，有效防範訪問風險，確保系統的整合性、合規性與運營效益。

本集團對收集、處理、儲存、使用及保留客戶資料（包括姓名、電話號碼、地址等詳細資料）實施嚴格的安全措施。所有敏感的客戶數據均由指定人員以最高機密方式處理。本集團遵守管治守則，為參與保障客戶資料的員工提供全面培訓，以提高意識及防止個人資料遺失、未經授權查閱、濫用、更改或未經授權披露。本集團根據部門劃分及職務限制存取客戶資料，以防止非法活動，例如未經授權向第三方披露客戶資料。

此外，本集團確保客戶資料迅速備份及安全儲存於指定地點。資訊科技部對客戶資料進行例行檢查及評估，任何資料轉移均需相關部門及資訊科技部主管共同授權，以加強客戶資料的安全管理。

## 安全技術建設

本集團持續加強安全技術體系建設，從多維度著手，全面保障信息資產安全與系統的穩定運行。

<b>物理訪問控制</b>	<b>應用系統訪問</b>	<b>網絡安全</b>	<b>安全加固</b>
將承載用戶敏感數據的服務器在物理網絡上與其他區域相對隔離，並通過防火牆進行通訊管控	實行嚴格的賬號分權管理，特殊權限的開通需經過規範的流程審批	定期對公司相關設備進行更新和軟件升級，確保病毒庫及安全威脅庫始終保持最新狀態，保證信息安全	每半年開展一次業務系統災備恢復演練，確保災備系統的正常運作

## 安全技術防護

為全面提升信息安全防護能力，本集團採取多項舉措，實現從被動防禦到主動防控的轉型。

### 強化運維安全：精準管控，全程可溯

#### 部署堡壘機系統

- 在日常業務系統的運維過程中，由堡壘機記錄登錄口令，並開啟二次驗證，確保每位用戶擁有獨立賬號，且每次登錄使用唯一驗證碼，從而最大限度地保留用戶操作痕跡，便於事後審計的追溯。

### 優化網絡管理：精細隔離，快速定位

#### 推行弱實名制

- 確保在網絡安全事件發生時能夠快速定位到相關設備終端。

#### 啟用獨立訪客網絡

- 設立專用訪客網絡控制，與內網物理隔離，該網絡無法訪問內部數據，並配置獨立出口，保障訪客與企業數據雙安全。

### 構建智能響應：雲地協同，閉環管理

#### 簽約深信服 MSS 重保服務

- 7×24 小時雲端 + 本地專家值守，對關鍵信息資產實施主動防禦。
- 實現「分鐘級發現、小時級處置」高效響應。

#### 多設備聯動防禦

- 一體化協同 AF、aES、WAF 等安全設備。
- 支持「一鍵封堵、秒級遏制」威脅擴散。

#### 全流程閉環管理

- 事前加固 → 事中監測 → 事後溯源 → 復盤優化。

## 業務系統數據與權限劃分

本集團在業務系統數據對外展現時進行脫敏處理，在保留企業數據分析及報表展現的需求前提下，盡可能多的對用戶敏感性資料脫敏處理，維護用戶信息與隱私安全。

在業務系統的權限劃分上，我們將業務系統權限分為系統管理員、業務管理員、資料管理員、用戶四個級別，並對管理員級別的帳號開通設置嚴格流程控制，確保權限管理的安全性和規範性。

## 數字化創新

2025 年，本公司積極開展數字化創新，優化企業內部運營的流程、工具、系統，切實提升運營效率。我們採用外購商用軟件聯合定製開發的模式建設業務系統，圍繞數智化升級落地多項兼具創新性與實用性的核心舉措。報告期內，已完成 CRM、ERP、SCM 三大核心系統的產品化迭代與功能創新，實現客戶全生命週期精細化運營、端到端業務流程優化、供應鏈全節點信息自動傳遞，全面強化業務全鏈路支撐能力。

### 報告期內

落地場景化 RPA 流程自動化產品，覆蓋 10+ 項高頻流程，替代 80% 重複性人工操作，單月節省工時約 200 小時，數據差錯率降至 0.5% 以下。

通過自研數據融通產品打通系統數據壁壘，實現跨部門業務流與數據流無縫銜接，協作成本減少 40%，業務流轉效率提升 35%。

自主創新搭建經營數據分析駕駛艙產品，通過可視化、實時化功能重構，將報表生成時長從 2 天縮至 5 分鐘，決策響應速度提升 60%。

# 知識產權

本集團高度重視知識產權保護，制定《知識產權登記申請規範》，系統性管理商標、專利、版權等無形資產，並規範設計版權與商標的使用，降低權益受損與侵權風險。

本集團已就管理知識產權事務實施清晰的營運政策。

階段	負責部門	主要職責	輸出成果
材料審核	業務部門（設計部等）	審核並驗證知識產權申請相關資料	確認材料齊全、真實
法律評估	法律部門	對標識與圖形進行合規性與註冊可行性評估，提供反饋	提出修改建議或通過意見
最終審批	總裁辦	綜合前序意見，完成最終審批	決定是否提交註冊申請
合同保障	法律部門	將知識產權條款納入所有合同版本	保障知識產權安全

本集團每年舉辦知識產權相關主題的培訓課程，並集中採購版權產品，如字體、音樂及資訊科技版權，以提高其使用頻率及效益。我們將持續監察其域名，確保於到期前及時續期，長期策略性地使用其註冊域名及多種商標，以有效保護其知識產權利益。此外，本集團聘請獨立的法務服務機構協助本集團處理及解決與知識產權有關的問題及衝突，從而保障本集團的合法權益。2025 年，本集團對公司現有使用、發佈的所有對外文案、設計進行不定期排查，包括軟件、字體、商標、美術作品及音樂等，旨在保證集團知識產權的合規性。

## 報告期內

慕尚集團共計申請商標

20 項

註冊成功商標

5 項

累計獲得商標數量

218 項

# 附錄

## ESG 關鍵績效指標

### 數據清單

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
<b>環境類指標</b>			
<b>A1.1 排放物<sup>1</sup></b>			
氮氧化物 (NOx)	千克	21.24	1.64
硫氧化物 (SOx)	千克	0.04	0.04
懸浮顆粒物 (PM)	千克	2.04	0.12
廢氣總排放量	千克	23.31	1.80
廢氣總排放密度	千克 / 人民幣億元	1.13	0.08
<b>A1.2 溫室氣體排放<sup>2</sup></b>			
溫室氣體總排放（範圍 1 及範圍 2）	噸二氧化碳當量	2,155.83	1,791.21
直接溫室氣體排放量（範圍 1）	噸二氧化碳當量	6.00	6.24
間接溫室氣體排放量（範圍 2）（位置法）	噸二氧化碳當量	2,149.83	1,784.98
溫室氣體排放強度（範圍 1 及範圍 2）	噸二氧化碳當量 / 人民幣億元	104.86	78.92
<b>A1.3 有害廢棄物<sup>3</sup></b>			
廢電池	噸	0.02	0.04
電子廢棄物	噸	2.50	6.30
有害廢棄物總量	噸	2.52	6.34
有害廢棄物密度	噸 / 人民幣億元	0.12	0.28
<b>A1.4 無害廢棄物<sup>4</sup></b>			
辦公室紙張消耗	噸	3.60	3.00
零售店鋪翻新廢棄物	噸	2,310.00	2,480.00
無害廢棄物總量	噸	2,313.60	2,483.00
無害廢棄物密度	噸 / 人民幣億元	112.53	109.39

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
<b>A2.1 能源總耗量及密度<sup>5</sup></b>			
汽油	升	2,640.00	2,400.00
柴油	升	0	300.00
外購電力耗用量	千瓦時	4,051,705.00	3,326,455.00
可再生能源消耗量	千瓦時	725,392	/
能源總耗量	兆瓦時	4,800.71	3,350.87
能源總消耗密度	兆瓦時 / 人民幣億元	233.50	147.63
<b>A2.2 總耗水量及密度</b>			
天然水資源	噸	40,675.00	32,114.00
水資源消耗密度	噸 / 人民幣億元	19.78	14.15
<b>A2.5 資源使用<sup>6</sup></b>			
<b>產品包裝材料</b>			
膠袋	噸	307.40	308.80
膠袋密度	噸 / 人民幣百萬元	0.15	0.14
<b>線下零售過程中使用的包裝材料</b>			
紙袋	噸	225.90	258.00
紙盒	噸	441.96	264.00
紙袋密度	噸 / 人民幣百萬元	0.11	0.11
紙盒密度	噸 / 人民幣百萬元	0.21	0.12
<b>線上零售過程中使用的包裝材料</b>			
紙袋	噸	160.90	161.50
紙盒	噸	511.40	282.60
紙袋密度	噸 / 人民幣百萬元	0.08	0.07
紙盒密度	噸 / 人民幣百萬元	0.25	0.12

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
<b>社會類指標</b>			
<b>B1.1 僱員總數</b>			
僱員總人數	人	404	467
<b>按聘用形式劃分</b>			
在職全職員工數	人	404	467
兼職員工數	人	0	0
<b>按性別劃分</b>			
男性	人	152	165
女性	人	252	302
<b>按年齡劃分</b>			
30 歲及以下	人	145	217
31-50 歲	人	256	248
51 歲及以上	人	3	2
<b>按教育背景劃分</b>			
本科及以上學歷	人	177	205
專科學歷	人	151	174
職業學校及高中學歷	人	61	73
初中及以下學歷	人	15	15
<b>按地區劃分</b>			
寧波	人	398	457
上海	人	3	6
廣州	人	1	1
北京	人	1	1
香港	人	1	2

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
<b>B1.2 僱員流失比率</b>			
離職員工	人	139	174
<b>按性別劃分</b>			
男性	%	31.7	46.0
女性	%	68.3	54.0
<b>按年齡劃分</b>			
30 歲及以下	%	59.6	58.0
31-50 歲	%	39.7	40.8
50 歲及以上	%	0.7	1.1
<b>按地區劃分</b>			
寧波	%	97.1	99.4
上海	%	2.2	0.0
廣州	%	0.0	0.0
北京	%	0.0	0.6
香港	%	0.7	0.0
<b>B2.1 工亡</b>			
過去三年（包括匯報年度）因工亡故的人數	人	0	0
過去三年（包括匯報年度）因工亡故的比率	%	0	0
<b>B2.2 因工損失工作日數</b>			
因工傷損失工作總日數	天	28	33
<b>B3.1 受訓僱員百分比</b>			
受訓僱員總數 <sup>7</sup>	人	679	914
<b>按性別劃分</b>			
男性	%	29.0	26.0
女性	%	71.0	74.0

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
<b>按僱員類別劃分</b>			
高級管理層	%	0.6	0.8
中級管理層	%	6.2	10.2
一般僱員	%	93.2	89.1
<b>B3.2 僱員平均受訓時數</b>			
員工總受訓時數	小時	4,317.0	6,368.0
員工平均受訓時數	小時	6.4	7.0
<b>按性別劃分</b>			
男性	小時	7.4	6.5
女性	小時	6.2	7.1
<b>按職級劃分</b>			
高級管理層	小時	4.4	5.0
中級管理層	小時	6.5	6.4
一般僱員	小時	6.4	7.0
<b>B5.1 供應商數目</b>			
供應商總數目	個	363	267
<b>按地區劃分</b>			
華東地區	%	66.4	78.3
華南地區	%	16.0	16.1
東北地區	%	2.5	2.6
華北地區	%	1.7	2.2
華中地區	%	13.5	0.7
<b>按職能劃分</b>			
OEM 供應商	%	74.4	55.4
原材料供應商	%	23.2	41.9
物流供應商	%	1.5	1.9

ESG 指標	單位	2025 年	2024 年
其他	%	0.9	0.7
<b>B6.1 產品回收</b>			
已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	%	0	0
<b>B6.2 服務投訴</b>			
售後服務或產品相關投訴	次	182	160
<b>管治類指標</b>			
<b>B7.1 反貪污</b>			
面向董事會及員工的反貪污培訓的數目	次	1	1
董事及員工接受反貪污培訓平均時長	小時	3	3
董事及員工反貪污培訓覆蓋率	%	100	100
<b>B8.1 社區投資</b>			
公益慈善投入	萬元	18.00	18.00

## 附注

<sup>1</sup> 排放物（氮氧化物、硫氧化物及顆粒物）主要源於本集團旗下公務車使用過程所排放的廢氣，其中公務車排放數據計算方法參照港交所文件《如何編備環境社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。2025 年，因集團新增輕型汽車替代舊有轎車，廢氣總排放量整體上升。

<sup>2</sup> 範圍 1 溫室氣體排放主要源於本集團運營 / 生產過程消耗化石燃料產生的直接溫室氣體排放，化石燃料消耗產生的主要溫室氣體排放參考國家發展和改革委員會辦公廳發布的《公共建築運營單位（企業）溫室氣體排放核算方法和報告指南（試行）》計算；範圍 2 溫室氣體排放主要源於本集團運營 / 生產過程消耗的外購電力所產生的間接溫室氣體排放並以位置法計算，計算方法參照港交所發佈的《如何編備環境社會及管治報告—附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》，其中 2025 年範圍 2 溫室氣體排放計算採用生態環境部印發的《關於發布 2023 年電力二氧化碳排放因數的公告》中的全國電力平均二氧化碳排放因子 0.5306 kgCO<sub>2</sub>/kWh。

<sup>3</sup> 有害廢棄物數據源於本集團運營過程中產生的廢電池及廢電子設備處置量。

<sup>4</sup> 無害廢棄物數據主要源於本集團生產及物流體系無害廢物處置量。

<sup>5</sup> 能源總耗量由汽油、柴油、外購電力耗用量及可再生能源消耗量加總折算得出，計算方法參照《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)。2025 年，我們新增來源於自有光伏發電的可再生能源消耗量統計。此外，我們的柴油消耗來源於柴油發電機，本年度未使用。

<sup>6</sup> 2025 年，集團進一步完善紙盒消耗量統計口徑，納入所採購的所有規格紙盒消耗量；往期僅統計主要為發貨規格的紙盒消耗。

<sup>7</sup> 受訓僱員總數統計範圍涵蓋期間離職員工與終端前台合作人員（非正式員工），故受訓僱員總數高於報告期末僱員總數。

## ESG 報告守則內容索引

層面	主要表現指標	對應報告章節
<b>A1 排放物</b>		
一般披露	有關廢氣排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (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。	廢棄物管理
A1.1	排放物種類及相關排放數據。	ESG 關鍵績效指標
A1.2	[ 於 2025 年 1 月 1 日刪除 ]	/
A1.3	所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效指標
A1.4	所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 關鍵績效指標
A1.5	描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	廢棄物管理
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	廢棄物管理
<b>A2 資源使用</b>		
一般披露	有效使用資源（包括能源、水及其他原材料）的政策。	能源管理；水資源管理；包裝材料管理
A2.1	按類型劃分的直接及 / 或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	ESG 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）。	ESG 關鍵績效指標
A2.3	描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	能源管理；水資源管理
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	水資源管理
A2.5	製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	ESG 關鍵績效指標

層面	主要表現指標	對應報告章節
<b>A3</b>	<b>環境及天然資源</b>	
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。	水資源管理，廢棄物管理
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。	水資源管理，廢棄物管理
<b>A4</b>	<b>氣候變化</b>	
一般披露	[於 2025 年 1 月 1 日刪除]	/
A4.1	[於 2025 年 1 月 1 日刪除]	/
<b>B1</b>	<b>僱傭</b>	
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。	員工共同成長
B1.1	按性別、僱傭類型（如全職或兼職）、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	ESG 關鍵績效指標
B1.2	按性別、年齡組成及地區劃分的僱員流失比率。	ESG 關鍵績效指標
<b>B2</b>	<b>健康與安全</b>	
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。	員工共同成長
B2.1	過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。	ESG 關鍵績效指標
B2.2	因工傷損失工作日數。	ESG 關鍵績效指標
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	員工共同成長

層面	主要表現指標	對應報告章節
<b>B3</b>	<b>發展及培訓</b>	
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。	員工共同成長
B3.1	按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	ESG 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。	ESG 關鍵績效指標
<b>B4</b>	<b>勞工準則</b>	
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	員工共同成長
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	員工共同成長
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	員工共同成長
<b>B5</b>	<b>供應鏈管理</b>	
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	供應鏈携手共進
B5.1	按地區劃分的供應商數目。	ESG 關鍵績效指標
B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及相關執行及監察方法。	供應鏈携手共進
B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈携手共進
B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	供應鏈携手共進
<b>B6</b>	<b>產品責任</b>	
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及隱私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。	產品質量；負責任營銷

層面	主要表現指標	對應報告章節
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。	ESG 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。	客戶滿意度
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	知識產權
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	產品質量
B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。	信息安全與隱私保護
<b>B7</b>	<b>反貪污</b>	
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。	商業道德
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。	ESG 關鍵績效指標
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	商業道德
B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	商業道德
<b>B8</b>	<b>社區投資</b>	
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。	社區公益踐行
B8.1	專注貢獻範疇（如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育）。	社區公益踐行
B8.2	在專注範疇所動用資源（如金錢或時間）。	ESG 關鍵績效指標

## D 部分：氣候相關披露

範疇	序號	對應報告章節
<b>(I) 管治</b>	19	氣候相關信息披露
<b>(II) 策略</b>		
氣候相關風險和機遇	20	氣候相關信息披露
業務模式和價值鏈	21	氣候相關信息披露
策略和決策	22	氣候相關信息披露
	23	氣候相關信息披露
	24	氣候相關信息披露
財務狀況、財務表現及現金流量	25	氣候相關信息披露
氣候韌性	26	氣候相關信息披露
<b>(III) 風險管理</b>	27	氣候相關信息披露
<b>(IV) 指標及目標</b>		
溫室氣體排放	28	ESG 關鍵績效指標
	29	ESG 關鍵績效指標
氣候相關轉型風險	30	氣候相關信息披露
氣候相關物理風險	31	氣候相關信息披露
氣候相關機遇	32	氣候相關信息披露
資本運用	33	氣候相關信息披露
內部碳定價	34	氣候相關信息披露
薪酬	35	氣候相關信息披露
行業指標	36	氣候相關信息披露
	37	氣候相關信息披露
	38	氣候相關信息披露
	39	氣候相關信息披露
氣候相關目標	40	氣候相關信息披露
	41	氣候相關信息披露
跨行業指標及行業指標的適用性	41	氣候相關信息披露

# GXG

GXG | 更适合通勤的青年休闲男装

中国通勤男装品牌开创者

公司地址：浙江省宁波市鄞州区金源路 628 号

客诉电话：400-870-1978

热线电话：0574-83017610

邮箱：IR@gxggroup.com

供应商招募邮箱：sourcing@gxg1978.com