

金猫银猫CSmall

金猫银猫集团有限公司

CSmall Group Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：1815

環境、社會及管治報告

2023

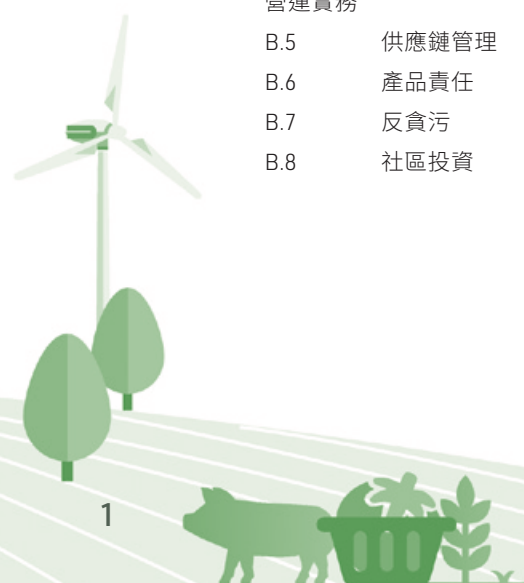




環境、社會及管治報告

目錄

報告簡介	2
集團簡介	3
董事會聲明	3
持份者參與	4
重要性評估	5
反饋	6
A. 環境保護	6
A.1 排放及廢棄物	6
A.1.1 排放數據	7
A.1.2 溫室氣體排放	8
A.1.3 所產生的廢棄物、無害廢棄物總量及密度	9
A.1.4 有害及無害廢棄物的處理	9
A.1.5 就減低排放量的措施及成果	9
A.2 資源利用	10
A.2.1 直接及間接能源	10
A.2.2 總耗水量及密度	10
A.2.3 能源使用及適量用水計劃	11
A.2.4 製成品所用包裝材料的總量	12
A.3 環境及天然資源	12
A.4 氣候變化	12
B. 社會	13
僱傭及勞務實務	
B.1 僱傭	13
B.2 健康與安全	17
B.3 發展及培訓	18
B.4 勞工準則	19
營運實務	
B.5 供應鏈管理	19
B.6 產品責任	20
B.7 反貪污	23
B.8 社區投資	23



環境、社會及管治報告

報告簡介

本環境、社會及管治報告(「**本報告**」)涵蓋金貓銀貓集團有限公司(「**本公司**」或「**公司**」,連同其附屬公司統稱「**本集團**」、「**集團**」或「**我們**」)於二零二三年一月一日至二零二三年十二月三十一日(「**報告期間**」、「**報告期**」或「**本年度**」)的主要經營活動對環境、社會及管治(「**ESG**」)之影響,連同二零二二年一月一日至二零二二年十二月三十一日期間(「**上年度**」)的比較數字。

主營業務

本報告涵蓋於報告期間就本集團主要經營活動對環境及社會影響,其主要經營活動指於中華人民共和國(「**中國**」)經營設計及銷售黃金、白銀、寶石、有色寶石及其他珠寶產品(「**珠寶新零售業務**」)及於中國進行生鮮食品的線上線下一體化銷售並為中國涉農供應鏈提供相關電子平台和品牌及SaaS(軟件即服務)服務(「**生鮮食品零售業務**」)。

主要報告指引

本報告乃根據香港聯合交易所有限公司(「**香港聯交所**」或「**聯交所**」)證券上市規則(「**上市規則**」)附錄C2《環境、社會及管治報告指引》(「**環境、社會及管治報告指引**」)(自二零二三年十二月三十一日起有效的版本)而編製。本報告就本集團於報告期間在環境保護、僱傭及勞務實務、營運慣例及社區投資四個主要範疇之政策及表現做出匯報。

報告原則

本報告根據下列原則編製：

重要性：當本公司董事會(「**董事會**」)釐定有關ESG事宜會對本集團的投資者及其他持份者產生重要影響時,本集團就應作出匯報,有關詳細內容已於「持份者參與」及「重要性評估」部分披露；

量化：本報告中已呈列量化環境及社會信息,並描述其目的及影響,且後續報告將提供比較信息；

一致性：本報告為我們的第六份ESG報告。我們在本報告中採用一致的ESG信息披露方法,以便逐年進行有意義的比較。

發佈形式

本報告分別以中、英文版本通過網絡發佈。股東及各持份者可登錄香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.csmall.com)查閱本報告,如中文版與英文譯本存在歧義,概以英文版本為準。



環境、社會及管治報告

集團簡介

本集團於二零一八年三月十三日完成其全球發售並於香港聯交所主板上市。集團會繼續保持線上一體化的珠寶零售模式，有別於傳統珠寶零售品牌，我們運用平台、技術、供應鏈及新線上線下一體化零售平台的綜合優勢，整合、優化、賦能傳統珠寶零售特許經營商，互補優勢及共同發展，作為中國領先的線上線下一體化互聯網珠寶零售商，本集團注重多元化設計及品牌價值。

本集團實施嚴格的質量控制政策和管理控制及提供高質量的產品和優質的售後服務，洞察黃金、白銀、寶石、有色寶石及珠寶行業的市場趨勢及作出相應策略調整，並保持合理毛利的銷售，為持份者提供最大的可持續價值。

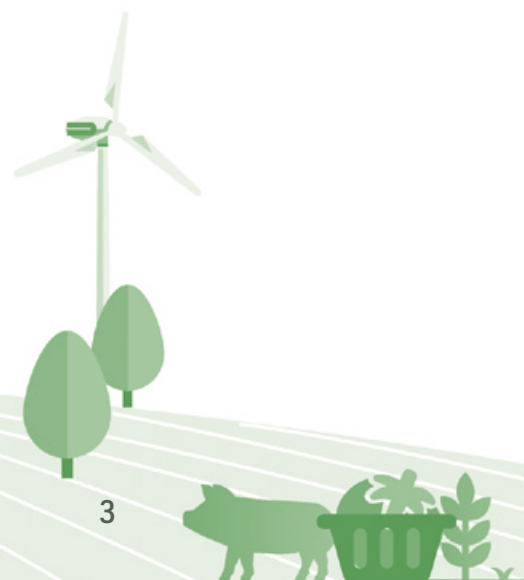
二零二二年內，本集團收購新的生鮮食品零售業務分部，於中國進行生鮮食品的線上線下一體化銷售，以及開發及運營電子平台「農牧人」，為中國涉農供應鏈提供品牌及SaaS（軟件即服務）服務。農牧人平台於針對高頻剛需的豬肉品類，運營「肉掌櫃」平台業務通過S2B2C的數字化供應鏈模式賦能中小商戶，實現從鮮豬肉生產端到市民消費過程中的全程數字化，從農牧人的渠道進行訂貨，並接受考核、督導。從屠宰場直接到農貿市場攤主，攤主和豬肉生產廠商兩端溝通，然後利用物流冷鏈系統，直接完成肉類供應，省去了中間兩級的批發環節，新業務期望成為集團的核心業務和未來的主要盈利來源，同時為持份者帶來新的價值。

董事會聲明

為確保建立有效的ESG風險管理措施及內部控制制度，董事會負責指導可持續發展策略及ESG的匯報工作，而本集團的管理人員將在日常營運中執行該等策略並實踐可持續發展。

董事會不時檢討及修訂本集團的可持續發展政策，以確保該制度有效達成持份者的期望及需要。董事會將對ESG措施進行年度審閱，確保已採取足夠措施提升可持續發展管治。我們每年進行重要性評估及持份者評估，以確定及優先處理重大ESG以及風險相關議題。

長遠而言，我們旨在強調業務的可持續性，並致力在環境保護方面維持更高標準的商業常規。



環境、社會及管治報告

持份者參與

本集團重視各持份者及其對本集團業務和ESG議題的看法。為了了解並理解各持份者的期望，本集團一直通過不同的參與方式和溝通渠道與各持份者保持密切溝通。本集團在制定業務和ESG策略時亦考慮了各持份者的關注議題，如下所示：

主要的持份者	關注問題	參與管道
聯交所	上市規則合規情況	聯交所網站上之公佈 會議 電話及電郵溝通
政府／監管機構	遵守相關法律及法規 繳納適當稅項 食品安全及生產環境	現場檢查及核查 定期申報 新法例於憲報之公告 在其網站刊登年報及其他刊發資料
股東及投資者	投資回報 資料的透明披露 保護股東權益及公平對待股東	股東週年大會及其他股東會議 年報、公告及其他刊發資料 聯交所網站／集團網站公佈訊息 由專人負責之公司電郵
僱員	薪酬福利 保護僱員權利及權益 職業發展及培訓 辦公室防疫安全	定期會議 各方面培訓 內部網路及電郵 定期公司活動
客戶	安全及優質產品 良好關係 商業道德 售後服務 產品及食品安全	網站 電視廣播 微信 互動性客戶評估
供應商及合作夥伴	長期合夥關係 公平競爭 食品安全	採購合同、電子郵件、電話聯絡、面談 互動性供應商評估
媒體	企業管治 環境保護	關切議題溝通說明文件 網站
公眾及社區	環境議題 社區公益回饋	社區活動



環境、社會及管治報告

重要性評估

於報告期間內，本集團與各管理層人員進行討論及透過不同渠道，進行重要性評估，列出主要持份者與本集團所關心的ESG項目，再評估雙方對各項目的重視程度，從而選擇出相對重要的環境及社會議題。對於重要性評估，本集團已採取以下三個流程：



下表為本集團重大ESG議題之摘要：

環境	社會
<ul style="list-style-type: none"> • 排放控制 • 廢物管理 • 資源利用 • 能源管理 • 水管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 僱傭慣例 • 職業健康與安全 • 職業發展及培訓 • 預防童工和強制勞工 • 供應鏈管理 • 產品責任 • 客戶服務 • 保護私隱 • 知識產權 • 反貪污 • 社區投資



環境、社會及管治報告

反饋

我們鼓勵持份者提供意見和建議，如閣下對本環境、社會及管治報告或本集團可持續發展表現有任何意見，可電郵 cs@small.cn，本集團願意不斷作出檢討及改進。

A. 環境保護

本集團致力不斷提升企業環保及社會責任，使本集團可持續發展。本集團目標在於減少日常業務過程中排放的有害溫室氣體及不必要的廢物棄置。同時，本集團已制定多項保護環境的政策及指引，並同時確立、追蹤及緊密監察各關鍵績效指標，以作不斷改進，並定期更新通知本集團管理層有關工作進度及關鍵績效指標的結果，確保本集團的跟從政策方向，及秉持相同理念。

於報告期間，本集團遵守對本集團有重大影響的有關空氣及溫室氣體排放，向水體及土地排放以及產生有害及無害廢物的相關法律及規例，例如《中華人民共和國環境保護法》及《建設項目環境保護管理條例》。於報告期間本集團並無違反任何有關中國的環境保護法及規例，亦無被處以重大罰款，非金錢處分或面臨有關環境違規的訴訟。

A.1 排放及廢棄物

作為線上線下一體化互聯網珠寶零售商以及經營生鮮食品零售業務包括豬肉經銷及食品貿易，在報告期間內，本集團並無任何製造業務，所以，在業務過程中並沒有產生任何有害廢物。

本集團擁有一輛私家車，用作探訪我們珠寶新零售業務的客戶。銷售渠道除了透過展廳及實體店與客戶當面交收產品，還透過網上銷售，並聘大型運輸公司負責運送。除以上提及之私家車外，本集團沒有擁有自營的車隊，我們生鮮食品零售業務依靠外聘冷凍食品運輸服務供應商負責運送生鮮肉類到合作夥伴(即稱為「肉掌櫃」的鮮肉檔)。因此，我們未能就有關汽車氣體排放進行直接測算。

董事會將在來年盡最大努力減少溫室氣體排放及提高用電效率。本集團已制定一系列資源使用指引，以確保本集團的可持續發展及經營。



環境、社會及管治報告

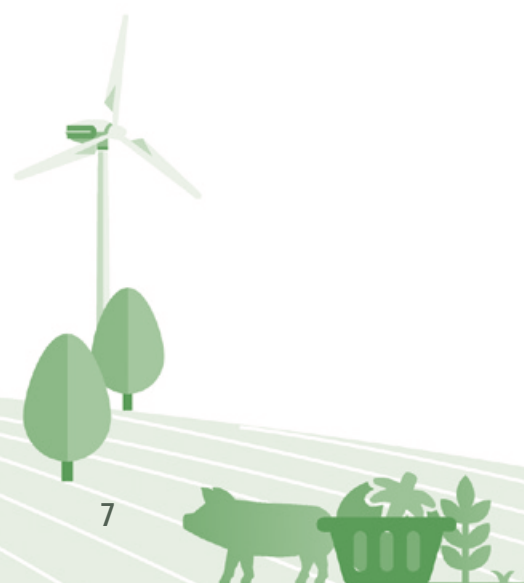


為實現該目標將採取的步驟包括但不限於：

- 非工作時間不使用空調
- 將空調系統的目標溫度保持於25°C
- 鼓勵使用更節能的設備
- 離開辦公室時關掉燈及電腦
- 盡量減少出差及鼓勵在線視頻或電話會議以減少交通需要
- 盡量減少禮品包裝的包裝材料並考慮使用回收材料

A.1.1 排放數據

汽車排放資料	二零二三年	二零二二年
種類	私家車	私家車
數量	1輛	1輛
行駛公里	32,755公里	56,000公里
燃料類別	無鉛汽油	無鉛汽油
汽車消耗燃料	2,105公升	5,300公升
氮氧化物(NO _x)排放量	2,446.80克	4,183.20克
硫氣(SO _x)排放量	30.94克	77.91克
顆粒物排放量	180.15克	308.00克



環境、社會及管治報告

A.1.2 溫室氣體排放

集團沒有製造車間，業務中產生的氣體排放主要來自辦公室外購電力和用水、僱員乘坐飛機出外公幹、探訪客戶的私家車。生鮮食品零售業務因租用共享辦公室，租賃費用已包含電力、水及紙張等日常辦公開支，而生鮮食品門店服務，部份合作夥伴(即肉掌櫃)是以濕貨市場、超市、雜貨店等形式進行，相關的水和電力費用由合作夥伴承擔或會包含在租金或管理費費用內，合作夥伴未能掌握上述的消耗量，因此我們未能對相關的溫室氣體排放進行直接測算。

	二零二三年		二零二二年	
	二氧化碳當量排放(噸)	密度(註1)	二氧化碳當量排放(噸)	密度(註1)
範圍1—直接溫室氣體排放				
流動源的燃料燃燒所致的溫室氣體排放	5.7	1.14	14.35	0.80
範圍2—能源間接排放				
主要來源為購買電力	75.95	15.17	82.12	4.59
範圍3—其他間接排放				
政府部門處理食水及污水時而消耗的電力	1.01	0.20	1.06	0.06
僱員乘坐飛機出外公幹	27	0.61	2.44	0.14
	85.71	17.12	99.97	5.59

註1：密度為集團收入每億元人民幣而產生之噸數，於報告期間，本集團收入為人民幣5.01億元(二零二二年：人民幣17.9億元)。

本集團於報告期間溫室氣體排放主要為二氧化碳(CO₂)，排放數據及圖表如下。

二氧化碳當量排放比例



本年度，業務中用電佔總氣體排達89%(二零二二年：82%)。



環境、社會及管治報告

A.1.3 所產生的廢棄物、無害廢棄物總量及密度

本集團營運的珠寶新零售業務分部業務為銷售黃金、白銀、有色寶石、寶石及其他珠寶產品，因此並沒有涉及排污等問題。

生鮮食品零售業務分部營運中所產生的無害廢水主要源自鮮肉加工場及肉掌櫃的清洗污水，以及辦公室的生活污水。相關的污水由合作夥伴處理及排放或包含在租金或管理費費用內，合作夥伴未能掌握上述的消耗量，故我們未能對排放進行直接測算。而我們產生的無害廢物主要為集團辦公室運作產生的少量一般廢棄物，如文具。按公司評估，此類廢棄物有限，因而沒有作出有關披露。

A.1.4 有害及無害廢棄物的處理

生鮮食品零售業務分部所產生的無害廢棄物主要為鮮肉處理時產生的有機廢物，以及集團日常營運中的生活垃圾。我們透過準確數據預測，減少存貨數量，以減少無害廢棄物棄置量及減少因生鮮食品因過期而造成棄置廢物對環境所造成的影響，而日常營運中的生活垃圾則由物業管理公司收集處理。本集團亦就日常辦公所產生的辦公室廢棄物採取適量及節約的政策，例如鼓勵員工重覆用紙，以電子資訊系統發佈內部行政文件代替紙質通告等，透過日常的細節體現節約精神。

A.1.5 就減低排放量的措施及成果

本集團在營運的過程，把環境保護及資源效益納入考量要素，例如考慮以電話會議和視訊會議代替出差、鼓勵員工重覆用紙、精簡庫存及交付程序以降低運輸頻率，以多方、有效的方法減少日常運作產生的排放。



環境、社會及管治報告

A.2 資源利用

本集團致力優化資源使用和營運模式，以減低對環境的影響。由於我們在營運過程中主要消耗電力和用水，為了降低耗用量，我們採取有效措施降低消耗量和提高資源效率。

於報告期間，本集團的珠寶新零售業務有租用獨立辦公室，當中提供電力、水及紙張等日常辦公資源，因此我們能對有關使用率進行直接測算。

然而，生鮮食品零售業務的辦公室因租用共享辦公室，租賃費用已包含各項日常辦公開支，故未能對使用率進行直接測算。而生鮮食品門店服務，部份合作夥伴(即肉掌櫃)是以濕貨市場、超市、雜貨店等形式進行，相關的水和電力費用由合作夥伴承擔或會包含在租金或管理費費用內，合作夥伴未能掌握上述的消耗量，故我們未能對使用率進行直接測算。

A.2.1 直接及間接能源

本集團致力鼓勵員工適量用電。我們已採取若干措施提高能源效率，例如減少用電及令室內溫度保持在合理水平，選用高能源效益設備等。於報告期間，本集團辦公室紀錄能源用量情況如下：

資源利用	二零二三年	二零二二年
耗電量		
用量(千瓦時)	116,708	126,197
密度(註2)	23,318	7,049

註2：密度為集團收入每億元人民幣而產生之千瓦時數，於報告期間，本集團收入為人民幣5.01億元(二零二二年：人民幣17.90億元)。

A.2.2 總耗水量及密度

本集團提倡可持續及高効用水。由於本集團的經營地點，我們在獲取適用水源上沒有遇到任何重大問題。

本集團通過張貼節水標誌提醒僱員節約用水及定期檢查供水管道防止漏水實現提高用水效率的目標。

在報告期間內，辦公室總用耗水量為2,023立方米(二零二二年：2,112立方米)。按每億元人民幣收入密度去計算，水量密度為404立方米(二零二二年：119立方米)。



環境、社會及管治報告

A.2.3 能源使用及適量用水計劃

董事會於未來一年將盡最大努力減少能源、紙張及水以及包裝材料的消耗。為實現該目標，本集團一直積極開展節水措施以減少耗水。我們已採取若干措施減少碳排放及提高能源效率；減少用電及令室內溫度保持在合理水平。本集團亦希望員工同心協力為環保出力。

本集團致力提升員工在工作場所的環境管理意識，同時鼓勵員工減少電力、紙張及水資源的消耗。在對新辦公室進行裝修時，本集團使用更節能的LED照明及空調。我們在顯眼位置張貼告示，提醒員工離開辦公室時關掉電源，並在使用後立即關閉水龍頭。本集團大力鼓勵雙面打印、使用電子文檔及回收使用過的紙張，以減少紙張消耗。本集團辦公室設有專用垃圾箱，以方便廢物分類及回收。



節約用紙



節約用電



環境、社會及管治報告

A.2.4 製成品所用包裝材料的總量

集團珠寶新零售業務下的主營業務是黃金、白銀、有色寶石、寶石及其他珠寶產品的銷售，公司為環境考慮，本年度把塑料的包裝盒換成更環保及可回收的紙張，及把日常辦公室的包裝盒廢物利用，剪裁成適合發貨盒。生鮮食品零售業務分部的包裝物料主要為塑料，該部份由合作夥伴提供予消費者，故本集團沒有就有關數據進行統計。就本集團有統計的包裝物料而言，常用物料為塑料、瓦楞紙、紙張。以下是報告期間的本集團包裝用量。

種類	二零二三年		二零二二年	
	用量 (噸)	密度 (噸/億元 人民幣) (註3)	用量 (噸)	密度 (噸/億元 人民幣) (註3)
塑料	0.3	0.06	4.1	0.23
瓦楞紙	-	-	7.2	0.40
紙張	4.5	0.90	0.4	0.02

註3：密度為集團收入每億元人民幣而產生之噸數，於報告期間，本集團收入為人民幣5.01億元（二零二二年：人民幣17.90億元）。

A.3 環境及天然資源

本集團致力為保護環境出力，在日常運作上，盡可能減少對環境的影響。在包裝過程中，為減少碳排放，我們的包裝以方便客戶收藏產品為其中一個考慮，以增加包裝的功能性，從而減少即棄的包裝物料。在日常辦公過程，本集團亦不忘提醒員工節省能源的重要，務求創造綠色辦公場所。

A.4 氣候變化

氣候變化的實際影響（包括極端天氣事件或對設備的損害）會直接影響營運並被視為營運風險。通過瞭解這些趨勢與自身業務的關連，有助我們作好準備，分析可能出現的風險和機遇，長遠而言有助把握機遇的潛在得益及建立本集團的應對能力。

為了應對氣候變化，本集團致力減少辦公室碳排放及廢物的產生。本集團目標減少電、水、紙張、車輛所用汽油的消耗以及出差的次數。



環境、社會及管治報告

B. 社會

僱傭及勞務實務

B.1 僱傭

本集團遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國婦女權益保障法》、《中華人民共和國社會保障法》、《中華人民共和國工會法》及《女職工勞動保護特別規定》等有關法規，及時對五險一金（即五種社會保險，包括養老保險、醫療保險、失業保險、生育保險及工傷保險及住房公積金）作出供款。

本集團明白員工是重要的資產，業務發展理想全賴於員工的努力付出。員工的成長引領本集團產品不斷創新，成就本集團的卓越優質。本集團已參考行業慣例和基準為在職員工提供具競爭力的薪酬待遇，當中包括有薪年假，婚假，產假，內部晉升機會及年度花紅等。本集團亦為僱員提供內部晉陞機會，以認可彼等之出色表現及努力工作。

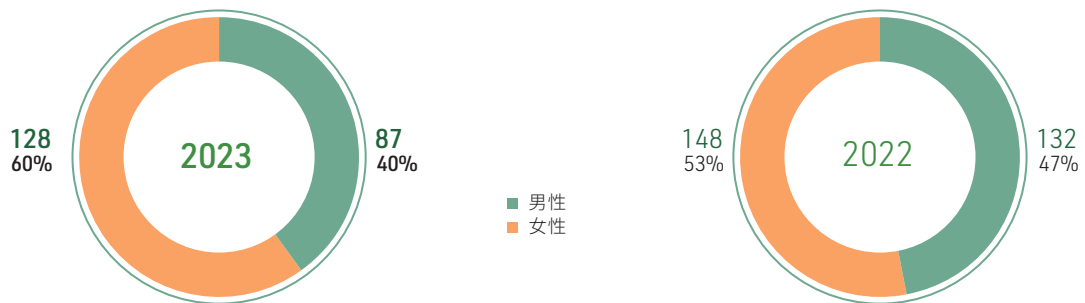
在招募過程中，力求公平和公正，採用公開的招募程式。集團不會容忍有任何形式的歧視，包括性別、性取向、殘疾、年齡、宗教、家庭背景或其他受到法律保護的個人特徵。



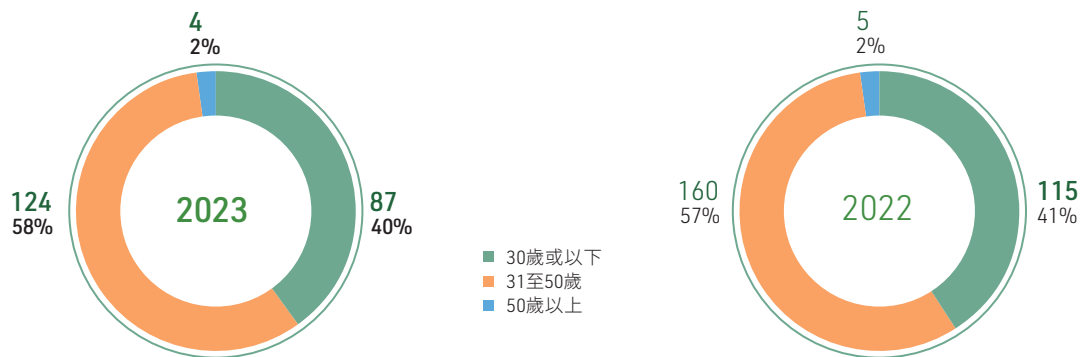
環境、社會及管治報告

於報告期末，本集團共有215名僱員（二零二二年：280名），較二零二二年底減少65名，當中66名僱員受僱於生鮮食品零售業務分部。所有僱員均為全職僱員。我們重視員工的意見，於集團中鼓勵員工發表意見，共同建立舒適的工作環境。因此，本集團設備收集員工意見的電郵跟收集箱，作為員工跟本集團其中一個的溝通渠道。此外，我們深信集團的成功亦有賴員工的投入跟歸屬感。有賴員工對集團的竭誠服務，我們成功建設了一個多元融合、互相尊重的工作環境。以下數據乃根據截至報告期末的總員工人數編製。

集團員工人數—按性別分佈



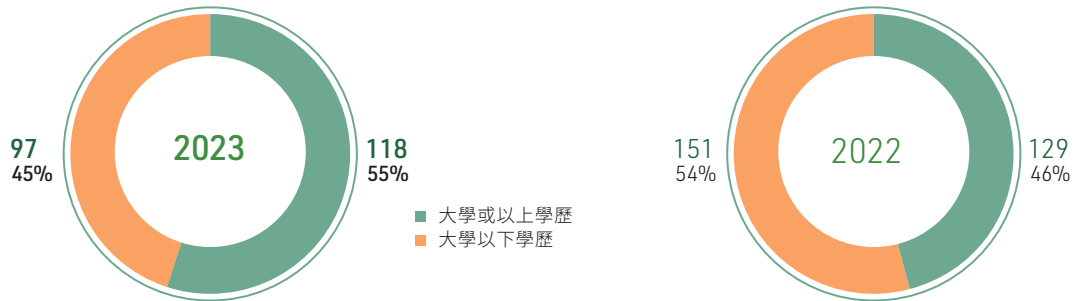
集團員工人數—按年齡分佈



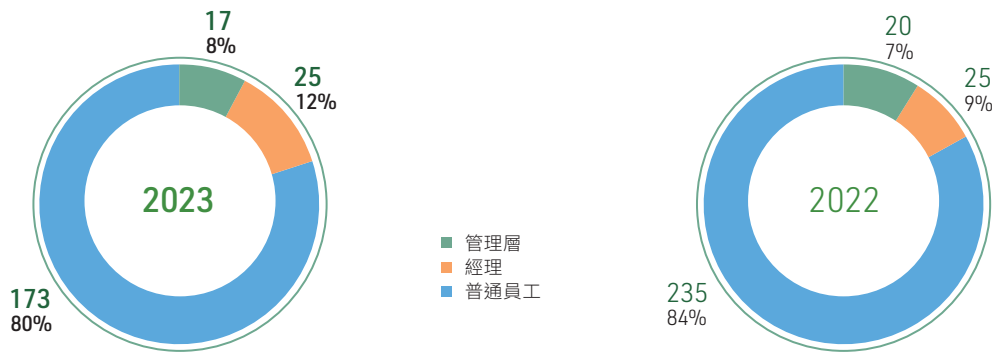


環境、社會及管治報告

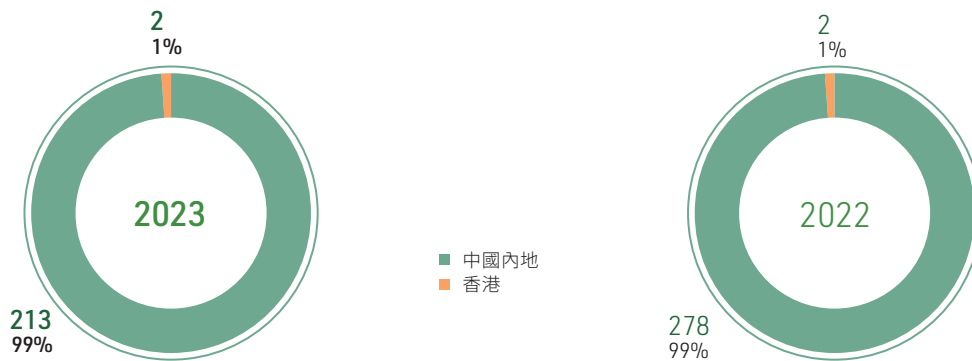
集團員工人數—按學歷分佈



集團員工人數—按職級分佈



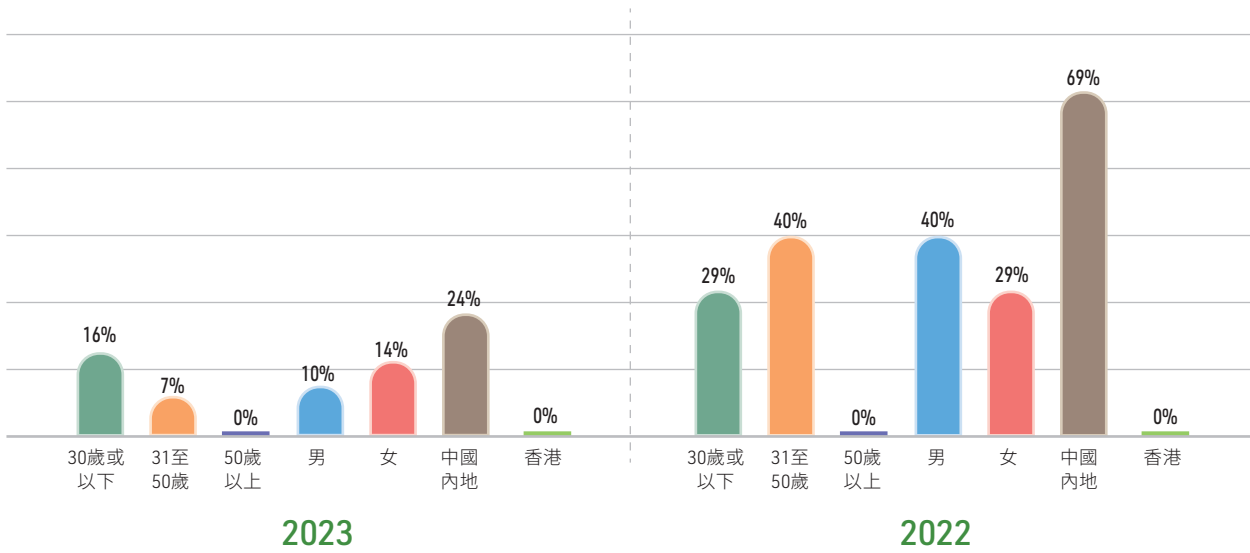
集團員工人數—按地區分佈



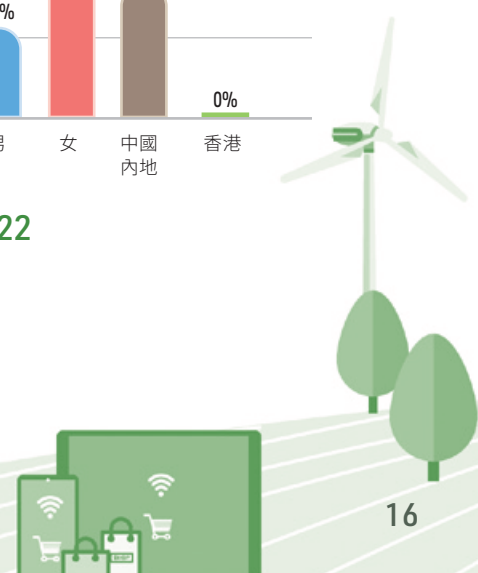
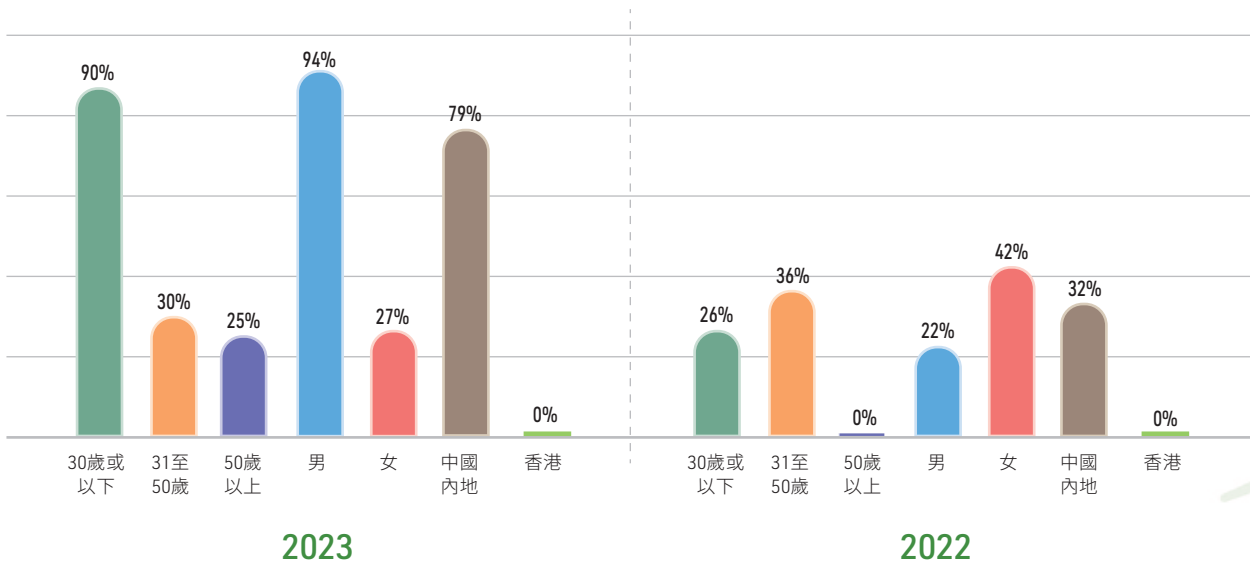
環境、社會及管治報告

報告期間的員工新入職跟流失率分析如下：

新員工入職率



員工流失率





環境、社會及管治報告

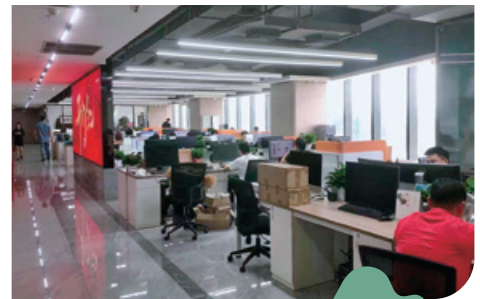
B.2 健康與安全

於報告期間內，本集團已遵守對本集團有重大影響的有關提供安全工作環境及保障僱員免受職業性危害的相關法律及規例，例如《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國職業病防治法》，以確保員工在保障健康、衛生、通風、氣體安全、建築結構及逃生方法方面均屬安全的環境下工作。

為員工提供一個安全、放鬆的工作環境是集團的關注項目之一，工作間已推行各類措施，以配合政策推動。當中措施如下：

- 工作間內不准吸煙，濫用酒精及藥物
- 提供整潔的休息空間
- 工作間內有足夠的照明系統及走廊通道保持暢通，特別是逃生出口
- 提供可調較椅子及電腦螢幕，以保持正確坐姿及保護雙眼

於過往六年各年（包括報告期間），並無錄得因工死亡個案。於報告期間，並無錄得因工受傷個案。



環境、社會及管治報告

B.3 發展及培訓

為保持本集團及僱員的競爭力，人力資源團隊為僱員組織內部及外部培訓，以支持彼等之個人成長及持續發展。

報告期間，本集團為員工提供多範疇的培訓計劃，包括新人入職培訓、職業安全健康教育、公司政策培訓及在職進修培訓。於報告期間，員工參與培訓時數如下：

	二零二三年	二零二二年
培訓總時數/僱員總數		
按職級：		
—經理級或以上	2.35	0.75
—經理級以下	1.69	4.16
按性別：		
—男性	1.93	1.59
—女性	1.62	6.53

本報告期間，員工接受培訓的百分比為：管理層：48%，經理級別以下員工：67%；男：68%，女：60%。





環境、社會及管治報告

B.4 勞工準則

本集團嚴格依照業務所在地的相關法律，包括《中華人民共和國勞動法》、《未成年工特殊保護規定》、《禁止使用童工規定》等，絕對不會聘用童工或非自願勞動。報告期間，本集團經營活動中概無童工或強制勞工。

本集團充分明瞭剝削兒童及強迫性勞工違反人權及國際勞工公約，故設有相關政策禁止於業務營運中僱用強迫性勞工、債役工或其他非自願勞工。此外，本集團亦透過其採購及投標政策，致力確保供應商及承包商並無僱用強迫性勞工、債役工或其他非自願勞工。

營運實務

B.5 供應鏈管理

本集團主要供應商包括珠寶新零售業務的原材料供應商，以及生鮮食品零售業務的生鮮食品供應商。我們致力為客戶提供優質產品及服務，為確保珠寶產品及生鮮食品質素，本集團對供應商質素作出嚴謹篩選，包括在選取新供應商時作盡職調查，了解供應商公司背景及是否符合環保許可等，希望透過自身影響上一級供應商對環保及市場品質的承擔。

生鮮食品零售業務分部設有評價和評審機制，確保供應商的合法性及供應品質。在甄選新供應商時，我們會優先選擇信譽較佳的潛在供應商，並對其生產和質量安全保證能力進行初步審核。其後，我們會對後選供應商的產品、生產能力及質量安全管理體系的實施情況進行調查；我們亦會於必要時要求候選供應商提供樣品作評估檢驗，以及進行實地評估。只有通過審核程序的供應商方可被納入合格供應商名單。此外，我們會對新供應商進行評審及基本概況查核，包括在到供應商的場所進行現場考核，審閱體系認證、產品安全認證證書、營業執照等證件，以保證供應商的合規情況。之後，我們定期根據價格、品質、交貨期等方面對現有供應商進行評分，而不合格供應商將會被淘汰。

本集團設立採購部門專責處理採購，為做到公平採購，我們以多方面比價。採購部門亦與客戶服務部直接交流，以適時了解客戶對產品品質的意見，從而將意見反饋供應商。

就生鮮食品零售業務分部，為保障食品安全，公司嚴格揀選合作夥伴，合作商家必須提供《食品安全許可證》或《全國工業產品生產許可》。我們亦會要求外聘運輸車隊於運送過程中的溫度管控，保證食品生鮮運送到肉掌櫃。另肉掌櫃需要對處理肉類器具適時進行清洗和消毒。

本報告期間內，我們共有12家珠寶供應商和68家生鮮食品供應商，全部供應商位於中國。



環境、社會及管治報告

B.6 產品責任

在報告期間內，本集團已遵守對本集團有重大影響的有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的相關法律及規例，例如《商品說明條例》(香港法例第362章)、《中華人民共和國產品質量法》及《中華人民共和國消費者權益保護法》。

商品安全及質量保證

本集團提供自營品牌及第三方品牌珠寶產品，旗下自營品牌由我們的開發團隊設計，每個產品都根據有關法例及行業常規正確地附上產品資料及使用標籤。本集團承諾日後會繼續維持最高水平的產品安全，定期評估產品質素及積極作出改進。

本報告期間內，並沒有收到任何有關產品及服務質量的重大投訴，亦無因安全及健康事件而採取召回行動。



環境、社會及管治報告

售後服務

珠寶新零售業務分部

本集團不僅提供高質量的產品，更會配合一套完善的售後服務，於網站清楚列明有關購買後的事項，包括發票事宜、維修服務、翻新服務、退換、縮放尺寸、清洗護理、檢查及回購等細則，同時亦成立專業客服團隊於線上提供客服諮詢及處理投訴。為確保我們與客戶有良好的溝通，本集團設立專屬部門負責處理客戶的來電，客服部門快速回饋客人意見給相關部門及積極的態度後續跟進客戶情況。部門設有獨立房間，以確障客戶私隱。

生鮮食品零售業務分部

為確保客戶得到優質服務及產品，本集團對肉掌櫃進行一系列的評分機制，透過定期監測，為肉掌櫃進行評估，不合格的肉掌櫃將會解除合作關係。當收到客戶投訴時，生鮮食品零售業務分部的相關部門會了解投訴內容，向出售相關肉掌櫃了解情況，並於24小時內回覆客戶，以及採取適當的行動，避免相同或類似情況再次發生，提升客戶滿意度。我們會詳細記錄相關投訴資料，作為日後管理的參考。



環境、社會及管治報告

資料私隱

集團明白於銷售過程中，透過會員計劃，社交媒體平台及公司網站，均會收集到客戶的個人資料，集團視保護私隱及個人資料為業務管理的一部份，把資料保密規定納入企業政策，據此顧客資料僅可用於與本集團營運有關的事宜。集團亦一直嚴格遵守與私隱有關的相關法律及規例，確保所有有關個人私隱的資料妥善處理。

報告期間內，本集團沒有接獲任何有關侵犯私隱的投訴。

知識產權

本集團對創新及藝術的熱誠，促使我們更加重視知識產權，我們會定期檢視有關知識產權政策，對集團的品牌及設計申請註冊專利，捍衛多元化設計及品牌價值，截至二零二三年底集團在中國擁有88項註冊商標（二零二二年：72項），及1項已註冊及有效的外觀設計專利（二零二二年：1項）。

本報告期間內，本集團並無違反任何關聯人士的知識產權。



環境、社會及管治報告



B.7 反貪污

在報告期間，本集團已遵守對本集團有重大影響的有關賄賂、敲詐、舞弊及洗黑錢的相關法律及規例，例如《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國懲治貪污條例》及《防止賄賂條例》(香港法例第201章)。

本集團為建立一個公開、公平及透明的商業文化，杜絕一切賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢等違規活動，特別成立了廉正合規部，負責受理及審查相關舉報，決意打擊一切腐敗的銷售活動。

受理舉報包括但不僅於以下：

- 向集團員工索取或收受賄賂，賄賂包括現金，高檔禮品及任何形式的奢侈待遇
- 行使職務期間存在利益衝突，如違反集團投資規定，及同時就職於集團供應商，商家及合作夥伴等
- 員工外洩公司機密資料及數據
- 員工利用職位謀取個人利益

本集團鼓勵舉報者用實名舉報，並承諾保護舉報者身份，同時對舉報者內容絕對保密。對所有已立案的調查，部門都會根據留下的聯絡方法將調查結果進行反饋。

於報告期間，概無審結涉及本集團的反貪污的個案。

為提高自律意識，本集團為董事會及僱員提供相關的反貪污及反賄賂培訓。所有新僱員均接受反腐敗商業道德及反洗錢培訓，以增強彼等的自律意識及強調誠信及道德的重要性。本集團的「反腐敗政策」於二零二二年三月在本公司官網正式發佈且亦納入員工手冊。

B.8 社區投資

本集團鼓勵員工參與社區及慈善活動，回饋社會，遵照「取之於社會，用之於社會」的理念，積極、主動地參與公益事務。

