

DONGXIANG

China Dongxiang (Group) Co., Ltd. 中國動向(集團)有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司) 股份代號: 3818

2023/2024

環境、社會及
管治報告

目錄

關於我們	2
主席致辭	2
關於本報告	3
2023/2024 ESG亮點	4

開篇： 綠動與時，共向未來

這一次，重新認識中國動向	5
我們如何提供滿足未來需求的產品	7
我們如何承擔可持續價值使命	8
我們的可持續發展承諾	10

附錄：	
聯交所《ESG報告指引》索引	61
關鍵績效指標表	65
讀者意見反饋	68

第一章 負責任公司治理

高效公司治理	12
深化ESG管理	15
負責任投資	20

第二章 可持續運動時尚

章節故事 — 價值先行的中國動向	
產品先鋒	23
責任營銷	28
服務與支持	31

第三章 卓越夥伴關係

章節故事 — 包容開放的中國動向	
我們的員工	35
負責任供應鏈	42
促進行業發展	44

第四章 地球守護行動

章節故事 — 綠色底色的中國動向	
氣候行動	47
循環經濟	51
化學品安全	55

第五章 公民價值傳達

章節故事 — 有溫度的中國動向	
推廣運動文化	58
公益慈善	59
社區參與	60

01 誠·信



02 質·贏



03 人·和



04 綠·動



05 社·融



關於我們

主席致辭

當前，全球正經歷前所未有的時代變革，從氣候安全到數字革命，再到消費者意識的覺醒，給各行業注入全新活力的同時也帶來不可忽視的挑戰和機遇。中國動向作為始終探索和創新的企業，我們追求以綠色創新為引擎，驅動產業升級，在變化中尋求實現未來適應力的關鍵，致力於推動運動時尚行業的轉型升級，讓可持續時尚無處不在。

重塑經典，前瞻未來 — 中國動向的創新征程。我們堅信，經典之所以永恒，是因為它總能在不同的時代語境下煥發出新的生命力，而前瞻，則是對未來趨勢的敏銳洞察與主動塑造。過去一年裡，我們的產品開發團隊不斷挖掘傳統價值，融合現代科技與設計美學，讓經典產品煥發新生，滿足市場對新奇與懷舊並蓄的需求。同時，我們持續深耕全渠道戰略目標，以「提效率，強準備，強營運」為戰略核心思路，深度融合AI技術、數據洞察與供應鏈優化，以科技賦能可持續發展，強化線上線下整合營銷，為用戶提供無縫對接的購物體驗，引領行業向綠色、健康、可持續的方向進發。

治理之道，責任為基 — 打造穩健的管理架構。集團以高效公司治理為基底，構築起高效與透明的管治模式，我們在董事會的指導下於報告期內更新ESG委員會職權範圍，全面升級並完成了23項重大ESG議題的評估與應對策略制定，確保ESG管理與國際同頻接軌。此外，集團以負責任的

投資策略為支撐，確保企業航向穩定而長遠的發展，並且依靠嚴密的內部控制與獨立客觀的審計機制，為企業的每一步決策與執行保駕護航。

時尚前沿，綠色使命 — 擁抱可持續的潮流。我們不僅致力於設計引領風尚的精品，更將可持續發展融入每一細節。報告期內，我們的KAPPA品牌以「激情不凡，拒絕平庸」為核心理念，實現Z世代消費者心智追蹤，探索將更多環保理念體現在服裝生產的方方面面，實現時尚與綠色並行。PHENIX品牌則不斷挖掘科技創新與環保材料的碰撞交融，特別在滑雪裝備領域，我們的產品覆蓋了輕鬆戶外到專業滑雪運動的不同場景需求，滿足普通消費者和專業運動員的不同需求側的期待，未來我們會堅持通過服裝倡導一種自由、健康、積極的生活態度，同時引領行業走向更加綠色的未來。

夥伴同行，共築信任 — 培育負責任員工與供應鏈。中國動向深知同行的夥伴是企業可持續發展的命脈。在卓越夥伴關係的構建中，我們重視員工的全面發展，加強員工的權益保障、多元化建設、人才培養的實踐，並且開放更透明和可觸及的溝通機制建立深層次的雙方信任。在供應鏈管理方面，我們視供應商為親密夥伴，因此希望通過實施嚴格的供應商篩選機制，確保每一位合作夥伴都能遵循我們的可持續發展和道德貿易原則。報告期內，我們推動更多供應商提供負責任相關認證，如ZDHC、FSC等，同時，通過定期舉辦培訓研討會，促進合作交流，確保在供應鏈的每一個環節注入責任與可持續的理念，共創未來。

文化傳遞，公益擔當 — 有溫度的品牌價值。我們深知品牌價值的深度不僅限於產品與服務本身，更在於那份觸動人心的溫度，以及對社會的積極貢獻。中國動向致力於成為有溫度的企業，我們將企業文化的精神內涵與社會責任融為一體，傳遞正能量於社會的每一個角落。我們從支持女性足球運動、捐贈校服，以及推廣奧運冠軍的運動精神，通過贊助和推動多項運動文化活動，在促進運動文化普及的同時，旨在激發更多大眾對健康生活方式的追求，同時也在文化傳遞與公益行動的行動中，賦予品牌在社會中得到了更豐富的內涵。

未來已來，共繪綠潮新篇章。中國動向以前瞻的視角和堅定的步伐，不斷在環境、社會、公司治理領域持續推進創新與責任實踐，引領綠色航向，共繪未來新篇章。

主席

陳義紅

二零二四年六月二十六日



關於本報告

報告範圍

本報告旨在向各利益相關方披露中國動向(集團)有限公司及旗下各子公司(以下簡稱「中國動向」「集團」或「我們」)在環境、社會及管治(以下簡稱「ESG」)方面開展的工作及所取得的成果。除另有說明，本報告覆蓋範圍為2023年4月1日至2024年3月31日，為提高報告完整性，部分信息及數據適當向前後延伸。

報告編製依據

本報告依據香港聯合交易所有限公司(以下簡稱「香港聯交所」)《主板上市規則》附錄C2所載之《環境、社會及管治報告指引》編製，並參考聯合國可持續發展目標(Sustainable Development Goals, SDGs)，聯合國全球契約組織(UN Global Compact, UNGC)十項原則。本報告應與年報中《企業管治報告》以及載於集團官方網站的「社會責任」專欄一併閱讀。

匯報原則

在本報告編製過程中，依據「重要性」「量化」「平衡」及「一致性」原則，以界定報告的內容及資訊的呈列方式。



重要性：本報告已在編製過程中識別主要利益相關方及其關注的ESG議題，並根據其關注議題的相對重要性水平，在報告中做有針對性的披露。有關重要性評估工作的詳情參見後文「利益相關方溝通」與「實質性議題分析」小節。



量化：本報告採用量化資料的方式展現環境與社會層面的關鍵績效指標，有關本報告中關鍵績效指標的計量標準、方法、假設及/或計算工具、以及使用的轉換系數來源，均已在相應位置做出說明。



平衡：本報告旨在平衡地陳述本集團在ESG各方面的努力，包括環境、員工、產品責任、供應鏈管理和社區投資等方面，避免可能會影響報告讀者進行不恰當的決策或判斷。



一致性：本報告所披露數據採取與往年一致的統計方法，個別變動之處已做出解釋說明，以確保一致性。

報告信息來源

本報告所使用的信息、數據和案例，均來自集團的正式文件、統計報告、財務報告或公開文件，以及經集團各職能部門統計與匯總的ESG實踐信息，董事會對報告內容的真實性、準確性和完整性負責。

獲取及評價本報告

本報告電子版可通過集團官方網站(www.dxsport.com)及聯交所官方網站(www.hkexnews.hk)查閱，如您對本報告的內容有任何意見或建議，歡迎在本報告的讀者意見反饋部分提交您的意見或者電郵至ir@dxsport.com.cn。

支持氣候行動，2023財年，集團溫室氣體排放總量相較於上一財年

下降
13.82 %

減少資源消耗，2023財年，集團包裝材料總量相較於上一財年

下降
29.54 %

邁向循環經濟，2023財年，集團採購的全部鞋盒及紙包裝物經FSC認證的比例

100 %

注重打造多元化職場環境，2023財年，我們的女性員工佔比達

65.68 %

我們透過贊助運動競技節目、舉辦滑雪賽事、支持中國女性足球事業等多元化措施推廣

全民運動。

KAPPA和PHENIX持續深耕開發環保及低碳產品，並提倡

綠色消費概念。



建立全面的董事會-ESG委員會-ESG工作小組的ESG管治架構，

確保ESG工作保持進步和領先。

修訂《中國動向ESG委員會職權範圍》文件，

推動ESG事務目標清晰、分工明確。

辨識並評估**23**個影響集團營運與發展的核心ESG議題，

提升ESG風險管理及機會應對。

開篇：綠動與時，共向未來

這一次，重新認識中國動向

這一次，重新認識中國動向，是從經典重塑到未來探索的跨越之旅。

當我們提及中國動向，或是在回憶那個曾經讓街頭巷尾為之瘋狂的背靠背KAPPA，其標誌性OMINI LOGO鑄刻於每一份青春記憶之中，更是自2006年起在中國市場煥發新生；抑或是探討它如何在PHENIX品牌滑雪服上續寫輝煌，不僅捕捉了冰雪世界的速度與激情，更將科技與時尚巧妙融合，為極限運動愛好者打造了一道道劃破寒風的亮麗風景線。作為中國領先的國際運動服裝品牌企業，自2007年上市以來，中國動向已累計設計並推出了超過一萬六千多款運動服裝產品，見證了數百萬消費者的生活變遷，推動產品向更加綠色、健康、可持續的未來邁進。

中國動向不僅是時尚的引領者，更是運動精神的傳遞者。它以不設限的創意視野，挑戰傳統與現代的邊界，讓「激情」不僅僅侷限於汗水淋漓的瞬間，而是昇華為對生活的無限熱愛與追求；「先鋒」，不再單純是時間的先行者，而是一種敢於突破常規，探索未知領域的生活態度；「性感」，被重新定義為力量與美的和諧共存，是對自我表達的自信與驕傲。

這一次，我們看見的是一個不斷進化、勇於革新的中國動向。它不僅僅是在服飾領域推陳出新，更是在文化、科技與可持續發展的道路闊步前行，用每一次的創新嘗試，拓寬運動與時尚的無限可能。從智能穿獻的科技融入，到環保材料的廣泛應用，中國動向正以前所未有的姿態，詮釋著對地球未來的責任與關懷。

因此，當我們重新認識中國動向，是在見證一個品牌的蛻變與飛躍，是一次對運動潮流深度與廣度的全新探索。它邀請我們一同踏上這場旅程，不僅僅是穿上一件衣服，而是擁抱一種生活哲學，一種不斷追求更好、更快、更強，同時不失優雅與品味的生活方式。在這個過程中，中國動向再次證明——真正的潮流，無關乎追隨，而是關於創造與引領。

願景

中國時尚運動裝備
第一提及品牌

使命

- 幫助用戶提升自信
- 帶來愉悅自我的體驗
- 高品質健康的生活方式



報告期內，我們致力於可持續的穩健經營理念，集團整體表現穩中有進。通過有序推進全渠道零售網絡的優化，集團收入保持了穩定的增長態勢，關鍵經營指標實現逐步提升，反映出集團營運的高效和市場需求之間的緊密結合。門店網絡

的持續優化和擴張，不僅增強了市場滲透力，也是我們對ESG責任的實際履行。尤為關注的是，體育業務的經營利潤實現同比大幅改善，映證了我們對財務基礎的加強和盈利能力提升策略的有效性。本著共享價值的理念，並為了回饋股東對

集團一直以來的支持，董事會建議派發集團截至二零二四年三月三十一日止之十二個月末期特別股息每股人民幣0.51分。集團累計派息金額達人民幣79億元，集團上市至今累計派息率約88%。本財年的主要財務及營運成果如圖所示。



收入
人民幣

1,744

百萬元

同比上升**3.9%**



中國區
運動裝備分部
線下收入

同比上升**14%**



中國區
運動裝備分部
經營盈利

人民幣**106**
百萬元



累計派息率

88%



門店數量

1,012

家

我們如何提供滿足未來需求的產品

在運動時尚的前沿，中國動向攜旗下營運品牌KAPPA以及PHENIX，不斷探索並定義未來生活方式的需求。我們深知，滿足未來需求的產品不僅要引領潮流，更需兼顧科技、環保與個性化，以期在日新月異的市場中保持領先地位。以下是我們的品牌介紹與產品核心策略：



品牌歷史

誕生於1916年的KAPPA品牌早在20世紀六七十年代便開始在歐洲嶄露頭角並逐步發展成為歐洲最具盛名的運動休閒服裝品牌。自那時開始，KAPPA品牌的產品所代表的生活方式，也隨著品牌極具識別度的品牌標識Omini—兩名背靠背而坐的男女風靡世界。



品牌定位

10餘年的摸索和發展為KAPPA品牌在中國市場再進一步奠定了堅實的基礎。現如今的KAPPA品牌在傳承運動基因的基礎上，以「激情不凡，拒絕平庸」為核心理念，將自身定位為帶有潮流屬性的運動生活品牌。



產品核心策略

我們始終以「幫助用戶提升自信，帶來愉悅自我的體驗，以及高質量健康的生活方式」為使命，致力於為消費者提供多樣的優質產品。我們嚴格把控產品質量，切實保障消費者權益，加強規範產品標籤信息和廣告宣傳，堅決維護集團知識產權。同時，我們重視產品綠色創新，積極採用前沿的環保材料，向消費者傳遞構建綠色地球的理念，體現企業的環境責任擔當。



品牌歷史

PHENIX品牌誕生於1952年，自誕生之日起就全力投入在滑雪項目中，並致力於為更多愛好者提供更加舒適的功能性服裝體驗。多年來陪伴眾多頂級滑雪運動員征戰賽場，並以高端的品牌形象受到全球滑雪愛好者的追捧。



品牌定位

經過多年對人體力學、工程學和生物學的深入研究，PHENIX品牌將滑雪精神融入到自我超越的哲學中，對品質和技術的極致追求使品牌在發展過程中不斷打磨，將功能與潮流完美融合，演繹全新的潮流趨勢和時代特徵。



產品核心策略

PHENIX品牌不僅具備運動時的人體保護功能，還貼合消費者對人性化和健康保護的訴求。抗紫外線、防靜電、四面彈以及功能性透濕和永久性防水設計等都為消費者提供了優異的科技性能。

我們如何承擔可持續價值使命

中國動向高度重視企業發展和社會、環境的關聯性，堅信可持續是推動服裝行業創新與長遠發展的關鍵要素。公司通過董事會的引領，積極履行企業公民職責，確保可持續發展理念滲透至企業營運的每一環節，並推廣至整個供應鏈生態，共同構建全球價值鏈上的可持續競爭優勢。

中國動向深知在全球化背景下，構建與國際接軌的可持續發展框架至關重要。為積極融入並引領全球運動服裝行業的綠色發展潮流，我們主動對標聯合國可持續發展目標(SDGs)，確保我們的業務戰略與營運實踐同世界最先進的社會責任和環保標準同頻共振。

根據集團業務特色，我們識別了SDGs中的關鍵優先領域，並將其與集團的環境、社會與治理(ESG)戰略緊密結合，作為ESG工作的指導方針。我們積極支持SDGs及《中國2030年可持續發展議程國別方案》，並在確認的重點SDGs領域內，實施了以下多項具體舉措：

SDGs	SDGs中國國別方案 ¹	我們的可持續發展行動
 <p>3 良好健康與福祉</p>	<ul style="list-style-type: none"> 促進基本醫療衛生服務的公平性和可及性。 	<ul style="list-style-type: none"> 關注員工職業健康安全，為員工提供勞動保護用品、醫療保險等健康安全保障。 定期安排員工進行體檢，培訓宣傳職業健康安全知識。
 <p>5 性別平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> 增強全社會性別平等意識，消除對婦女和女童一切形式的歧視和偏見。 	<ul style="list-style-type: none"> 反對任何形式的歧視，努力發展多元化的力量，堅決反對種族、國籍、宗教、性別、年齡、婚姻、殘疾等任何歧視行為。
 <p>8 體面工作和經濟增長</p>	<ul style="list-style-type: none"> 確保經濟保持中高速增長，產業邁向中高端水平。 依法打擊使用童工、強迫勞動等違法犯罪行為，對滿十六週歲不滿十八週歲的未成年工予以特殊保護。 維護勞動者勞動報酬、休息休假、社會保險等正當權益。 完善就業創業服務體系，推行終身職業技能培訓制度。 	<ul style="list-style-type: none"> 積極拓展業務發展，與合作夥伴共同成長，助力經濟增長，為社會提供更多優質的工作崗位。 完善入職人員信息識別系統，嚴格審核待入職人員的年齡信息，確保候選人符合法定僱傭年齡。 制定《招聘管理制度》《薪酬管理制度》等內部規章制度，對員工的招聘、薪酬、工時等方面進行規範化管理。 建立員工培訓體系，為員工的發展與成長提供支持。
 <p>10 減少不平等</p>	<ul style="list-style-type: none"> 建立健全更加公平、更可持續的社會保障制度，加強婦女、未成年人、殘疾人等社會群體權益保護。 	<ul style="list-style-type: none"> 開展公益活動，發揮品牌優勢，組織開展多元化的業務推廣活動，傳遞積極向上的精神。

¹ 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。



SDGs	SDGs中國國別方案 ¹	我們的可持續發展行動
 <p>12 負責任消費和生產</p>	<ul style="list-style-type: none"> 調整經濟結構，轉變發展方式，大力推動可持續生產。 控制能源資源消費總量，推動能源資源利用結構優化，大幅提高二次能源資源利用。 	<ul style="list-style-type: none"> 完善供應商管理機制，關注供應鏈環境、社會風險管理。 持續加大環保類材料的使用，制定了化學品、膠水處理劑管理制度和流程，減少有害化學品使用。 打造可持續的供應鏈，鼓勵供應商將環保理念納入自身管理體系中。
 <p>13 氣候行動</p>	<ul style="list-style-type: none"> 做好應對氣候變化和保護環境宣傳教育工作，普及氣候變化知識和低碳發展理念，引導全民積極參與應對氣候變化行動。 	<ul style="list-style-type: none"> 識別集團的主要氣候變化風險與機遇，並逐一分析了各項風險或機遇對於集團未來營運的影響。 推行綠色辦公、綠色生產，以節約能源使用，降低溫室氣體排放水平。 加強供應鏈環境風險的管理，賦能供應商投身環保實踐。
 <p>16 和平、正義與強大機構</p>	<ul style="list-style-type: none"> 堅決整治和查處侵害群眾利益的不正之風和腐敗問題，層層傳導壓力，強化責任落實。 	<ul style="list-style-type: none"> 制定《反不正當競爭和商業賄賂制度》等反貪腐管理制度，保障集團業務的有序發展，樹立誠信、廉潔的企業形象。 注重採購廉潔，進一步規範公開、公平、公正的採購，持續完善供應商准入標準和制度，以及相關評估流程和監督機制。 面向全體董事與員工開展了廉潔專項培訓，提高員工對廉潔風險和相關法律法規的認識，避免相關違法行為的發生。
 <p>17 促進目標實現的夥伴關係</p>	<ul style="list-style-type: none"> 借鑑夥伴關係的經驗和籌資戰略，鼓勵和推動建立有效的公共、公私和民間社會夥伴關係。 	<ul style="list-style-type: none"> 參加行業峰會／論壇，了解原材料供應商在可持續發展領域的最新成果，並同其他品牌探討將低碳原材料進行推廣使用的更多途徑，以及解決碳減排技術應用難題的創新方式。

¹ 摘自《中國落實2030年可持續發展議程國別方案》。

我們的可持續發展承諾

在中國動向的企業藍圖中，可持續發展不僅是時代賦予的責任，更是我們深植內心的信念與追求。面對全球環境與社會的複雜挑戰，我們深知作為行業領先者所肩負的重任，為此，我們提出「綠動有時，共向未來」的承諾，旨在通過創新、合作與責任，推動運動、戶外與潮流領域的綠色轉型，共同開啟一段向著可持續未來進發的旅程。

在邁向可持續未來的征途中，中國動向將持續發揮引領作用，不僅為消費者提供高質量、可持續的產品，更致力於成為推動行業和社會可持續發展的重要力量。我們深知，這是一場漫長而艱巨的旅程，但每一步都至關重要。讓我們攜手並進，以行動兌現承諾，共同守護這個唯一的地球家園，共創一個更加綠色、公平與繁榮的未來。

中國動向「綠動有時，共向未來」承諾		
目標分類	目標內容	2023財年進展
倡導可持續消費與行業轉型 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動科技及綠色產業轉型，持續探索更多3D設計和虛擬展示技術，加大環保材料使用和低碳產品研發。 2. 始終秉承開放共享的心態，推動行業綠色轉型，積極參與國內外生態及可持續聯盟組織。 	<ul style="list-style-type: none"> 2023財年，我們開發了多款環保及低碳產品，詳細請見「循環經濟」章節。 2023財年，中國動向仍是首批加入中國紡織工業聯合會「30·60碳中和加速計劃」，重點企業之一。
地球友好與應對氣候行動 	<ol style="list-style-type: none"> 3. 努力減少我們自身營運所產生的碳排放，並推動我們的業務合作夥伴和供應商減少價值鏈的碳排放，支持全球行動。 4. 優化水資源管理，到2026財年，實現北京、上海辦公樓節水水龍頭安裝率達到100%，集團總用水量降低30%。 5. 到2026財年，集團採購的全部鞋盒及紙質包裝物均經過FSC認證。 	<ul style="list-style-type: none"> 2023財年，集團溫室氣體排放總量相較於上一財年，下降13.82%。 2023財年，集團總用水量相較於上一財年，下降3.81%。 2023財年，集團採購的全部鞋盒及紙質包裝物經FSC認證的比例為100%。
夥伴賦能與社區參與 	<ol style="list-style-type: none"> 6. 支持我們的合作供應商以長期增長的方式開展業務實踐並以期攜手實現長遠可持續發展目標。 7. 賦能成長，支持及幫扶少數群體及弱勢群體獲得更多公平機會和成就。 	<ul style="list-style-type: none"> 2023財年，我們鼓勵更多供應商關注自身的ESG實踐，並積極獲取第三方審核認證。 2023財年，KAPPA捐贈貧困生贈送校服數量91件，截至2024年3月31日，共資助貧困學生12人。

第一章

負責任公司治理

高效公司治理

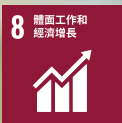
深化ESG管理

負責任投資

誠·信

本集團持續構建健全、透明、高效的企業治理架構，努力踐行高標準商業道德。我們也深知加速ESG行動和負責任投資將領航企業在變革的商業環境中加速可持續轉型和價值創造。

本章節對應的聯合國可持續發展目標



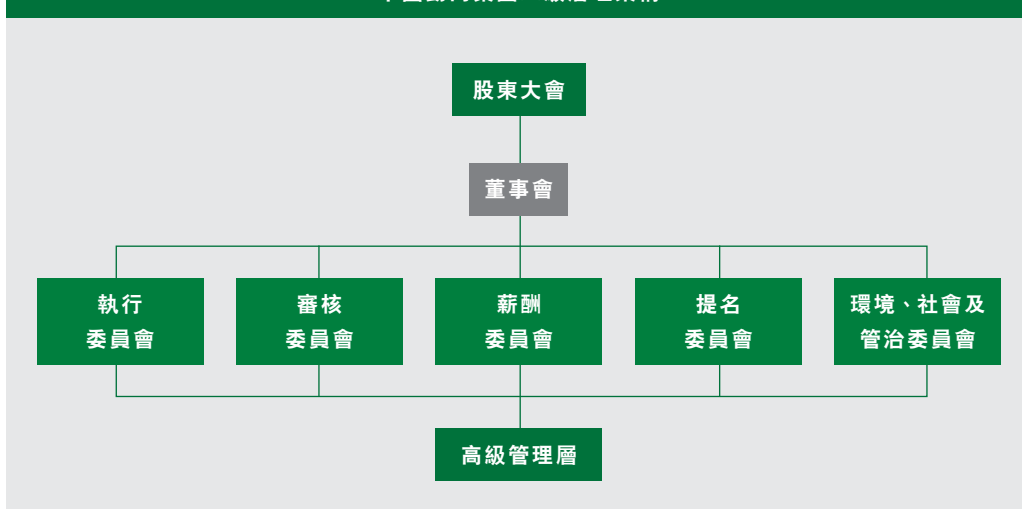
第一章：負責任公司治理

高效公司治理

中國動向致力於建立現代化、全球型的企業治理模式，我們通過持續完善集團規範的治理結構、高度重視投資者關係管理以及董事會多元化機制建設，在日常營運中加快提升合規管理水平，創造安全穩定的營運環境，提振利益相關方對本集團的關注和信心，樹立中國企業的全球形象和價值擔當。

中國動向擁有科學規範、運行高效、邊界清晰的治理體系，持續維持公司穩健運行和可持續發展。我們按照《中華人民共和國公司法》《中華人民共和國證券法》《上市公司治理準則》《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》等法律法規和監管要求，建立了以股東大會、董事會和高級管理層為主體的公司治理架構。我們定期召開股東週年大會，公平透明的與股東溝通公司的經營策略和投資計劃，維護和尊重全體股東尤其是中小股東的合法權益。我們的董事會全權負責本公司業務的整體管理，董事會下

中國動向集團三級治理架構



設執行委員會、審核委員會、薪酬委員會、提名委員會、環境、社會及管治委員會五個專門委員會，各委員會依照《公司章程》《委員會職權範圍》以及董事會的授權，負責管理本公司的具體的策略政策、財務、營運等相關事項。

報告期內，我們共召開多次股東大會及董事會會議，充分探討並表決通過各種提案，確保公司決策嚴謹、高效。

本財年，股東大會

召開次數	二次(股東周年大會及股東特別大會各一次)
審議議案	九項

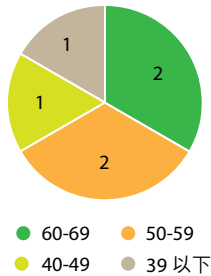
本財年，董事會會議

召開次數	十三次
平均出席率	96.47%

在追求高效公司治理的道路上，我們始終堅持董事會的多元化和精細化管理，這種多元化的構成有助於我們更全面地理解和應對複雜多變的商業環境，為公司帶來更加穩健和可持續的發展。在董事會管理方面，我們注重合規性和透明度，確保董事會的決策和行動符合法律法規的要求，並及時向公眾披露相關信息。我們明確了各委員會的職權範圍，確保董事會各委員會能夠高效運作，為公司發展提供有力支持。此外，我們還加強了審計檢查和風險管控，通過定期審查和評估公司的財務狀況和業務營運，及時發現和應對潛在的風險，確保公司的穩健營運。在投資者關係管理方面，我們積極與投資者溝通，傾聽他們的聲音，了解他們的需求和期望。我們定期發佈財務報告和業績公告，向投資者展示公司的經營成果和未來發展計劃。通過加強與投資者的互動和合作，我們建立了穩固的投資者關係，為公司的發展提供了有力的資本支持。

董事會多元化

在當前全球化和快速變化的商業環境中，董事會的多元化是企業可持續發展的重要基石。我們深信，董事會成員的多元化不僅有助於企業在戰略決策過程中更全面地考慮各種因素，還能夠為企業帶來不同的視角和創新的思維方式，從而提升公司的綜合競爭力。截至報告期末，本集團共設有3名執行董事及3名獨立非執行董事，董事成員提名經由嚴謹的遴選程序，我們會將董事會成員的行業經驗、學歷及文化背景、能力、性別等多元化因素納入董事會選舉的衡量標準中。

董事會成員： 共計6名	董事會成員 性別多元化	男性董事：5名	執行董事：3名
		女性董事：1名	獨立非執行董事：3名
	董事會成員 背景多元化	<p>*執行董事均為運動服裝行業資深管理者，具有資深戰略管理經驗</p> <p>*獨立非執行董事在財務、經濟及營運等方面具備豐富的專業經驗和背景</p>	<p>董事會成員 年齡多元化</p>  <p>● 60-69 ● 50-59 ● 40-49 ● 39以下</p>

董事會管理

在當今企業治理結構中，董事會管理的重要性不言而喻。它不僅作為一種激勵機制，激發董事會成員積極履行職責，推動公司戰略目標的實現，更是確保公司治理結構健全、營運合規、透明且有效的核心保障。董事會管理的合規建設、各委員會職權範圍的明確界定、嚴格的審計檢查以及全面的風險管控，共同構成了這一體系的核心要素，為企業的穩定發展和長期價值創造奠定了堅實基礎。

合規性和透明度

全面、系統的合規管理機制和策略，確保企業在法律法規、行業標準及內部政策方面全面遵循，提升企業治理水平，降低合規風險，保障企業長遠健康發展。我們定期依照ISO 37301：2021《合規管理體系要求及使用指南》開展合規管理體系建設及認證項目，對包括勞動用工、反壟斷、反賄賂等14項合規議題開展業務風險識別及評估，將合規風險管理嵌入日常經營管理中，對於重大風險點制定有針對性的改善舉措。另外，公司也將「合規違規事件」指標納入各部門組織績效中，並制定相應的評分規則。報告期內，為進一步增加企業用工法律風險防範意識，規範勞務用工形式，科學管理和開展人力資源工作，我們開展了「勞動用工風險專項培訓」，為構建科學的用工風險防範體系和營造和諧有序的用人環境夯實了基礎。



▶ 勞動用工風險專項培訓

風險管理

中國動向始終相信完善的風險管理是企業可持續發展的保障。公司建立並持續優化風險管理機制，強化內部風險控制及合規建設，加強審計監察力度，切實增強風險管控能力。我們制定了《中國動向(集團)有限公司反腐敗反賄賂舉報獎勵制度》《中國動向(集團)有限公司反不正當競爭和商業賄賂制度》等相關制度文件，並通過構建風險管理「三道防線」建設，明確各級各部門職責，保證公司穩定合規營運。

中國動向風險管理「三道防線」

第一道防線

公司業務部門

- 是所轄領域風險管理的第一責任人，負責在業務運作中控制風險。

第二道防線

支持職能部門

- 負責全面收集發生在各個領域的各類違紀行為信息，支撐業務部門有效開展風險管理工作。

第三道防線

內控內審部

- 負責建立並完善集團風險控制管理體系，提供方法與工具，並對業務風險管理有效性進行獨立評估、對舞弊的調查及問責落實。

報告期內，我們持續開展內部審計及內部控制評價工作，在往年的基礎上，通過三大維度「擴大審計範圍」、「挖掘審計深度」、「加強審計風險提示」的升級，對分銷商、供應鏈、差旅報銷等高風險領域開展專項調查審計，對業務重點流程控制要素深入分析，基於發現的內容加強制度補充和流程優化，不斷提升管理水平效率。

反腐敗與反不正當競爭

在反腐敗及反賄賂方面，我們制定了《中國動向(集團)有限公司反腐敗反賄賂舉報獎勵制度》，要求全體員工在開展業務和相關活動的過程中，嚴格遵守各項規定，我們對於貪污、收受賄賂或索取財物等違規行為採取嚴重的處罰措施。我們在內控內審部設立違紀行為舉報中心，全面收集在業務各環節的各類違紀行為信息。同時，我們提供線上、線下兩種模式確保舉報渠道的透明，線上可發送舉報投訴郵件至內控內審部郵箱或撥打內控內審部電話，線下可直接同集團違紀舉報中心同事面談。我們接受並鼓勵全體員工、供應商以及各類合作夥伴對任何違法違規行為進行舉報，並通過完善舉報人保護機制，確保舉報人的安全得到有效保證，任何形式的打擊報復將按國家法律法規及動向集團制度從嚴從重處理。**報告期內，本集團未發生任何的因舞弊、腐敗導致的違法案件。**

中國動向倡導公平競爭，我們恪守《中華人民共和國反不正當競爭法》等法律法規並制定《中國動向(集團)有限公司反不正當競爭和商業賄賂制度》，堅決杜絕任何混淆市場、誤導消費者的行為，不實施賄賂等不正當競爭手段謀取交易機會。同時，公司尊重並保護商業秘密，不進行虛假宣傳，保障交易公正透明；在網絡經營活動中，不破壞網絡產品或服務的正常运行，致力於營造公平競爭的市場環境。**報告期內，本集團未發生與不正當競爭行為、反壟斷相關的法律訴訟。**

信息安全

中國動向高度重視員工及消費者的信息安全及隱私保護，我們基於《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》以及歐盟《通用數據保護條例》(GDPR)等營運所在地相關法律法規，制定《中國動向集團IT賬號管理制度》《中國動向集團IT服務目錄》《中國動向集團IT固定資產管理制度》《中國動向集團機房管理制度》《中國動向集團上網行為管理制度》等相關制度。對於涉及跨境產品或服務的用戶信息傳遞，公司嚴格按照適用法律法規的規定執行，對跨境數據進行合法、安全的管理與傳輸，保證用戶的個人信息安全。

公司搭建完善的信息安全與隱私保護管理體系，將隱私保護政策與相關工作的實施整合入全公司範圍的風險與合規管理中，定期對隱私政策的合規性開展內外部審查工作，確保公司的隱私政策能夠有效實施。為確保體系運轉有效，公司每年定期開展信息安全方面的內審和監管審核，並接受外部機構跟蹤審核。**本財年內，公司未發生信息及隱私泄露事件。**

深化ESG管理

中國動向始終把ESG管理融入企業商業營運，我們制定並持續關注自身的ESG短中長期策略重點、目標實現、績效表現，持續推動和深化自身的可持續發展。我們持續推動董事會對集團ESG事務的參與程度，通過完善的ESG管治架構，確保ESG原則從戰略層面到執行層面得到有效的實施和監督。同時，我們始終堅持開放、透明的原則，定期與股東、員工、客戶、供應商等利益相關方進行溝通，持續採納意見及期待，確保我們在可持續發展領域保持進步和領先。

董事會聲明

中國動向董事會對本集團環境、社會及管治的策略和匯報承擔全部責任。我們授權環境、社會及管治委會進行負責監督本集團ESG事宜的有效落實和行動，董事會在環境、社會及管治委員會的協助下，對集團ESG的政策和實踐實施監督職責；環境、社會及管治委員會對關於ESG方面的管理方針和工作進行檢討並向董事會提供建議，定期對工作目標、報告披露以及相關ESG重大事項進行審議與決策。集團、各子公司及ESG相關部門負責開展ESG具體工作，包括落實ESG相關行動計劃、協同ESG工作高效有序地進行、推動ESG相關實踐等。我們定期對環境、社會及管治議題重要性進行評估，具體評估過程和結果在本集團年度環境、社會及管治報告「利益相關方溝通」及「重大性議題矩陣」小節詳述。本集團環境、社會及管治委員會協助董事會全面識別了與本集團相關的重大ESG風險，包含供應鏈勞工準則、反貪污、氣候變化等風險，並制定了相關應對措施，我們亦要求相關部門在營運管理中落實具體行動。

於本匯報年度內，環境、社會及管治委員會組織並參加了2次ESG工作匯報會議，聽取並了解ESG發展趨勢、ESG日常管理成效以及本財年ESG工作計劃等重要事項，並對集團未來的ESG管理提出了建議。董事會每年對環境目標完成情況進行檢討，並設立下一財年的目標。於本匯報年度內，董事會已在碳排放、能源使用、用水效益、減廢方面檢討並修訂了與業務營運相關聯的環境目標。本報告亦詳盡披露了上述環境、社會及管治相關事宜，已經由董事會於二零二四年六月二十六日審閱批准。

ESG管治

完善的ESG管治架構確保企業在環境、社會和公司治理方面的戰略和營運得以有效實施和監督，同時也是實現可持續發展目標和提升ESG績效的關鍵。報告期內，我們建立了全面而完善的ESG管治架構，並於2024年3月20日修訂了《中國動向ESG委員會職權範圍》文件（您可通過www.hkxnews.hk查閱），為未來系統的推進可持續發展工作奠定基礎。董事會作為本集團ESG工作的最高決策機構，負責審議ESG的整體戰略方向和目標，確保公司長期、可持續的發展。ESG委員會作為執行管理層，在董事會的指導下工作，負責具體執行ESG戰略，監督ESG相關政策和標準的制定與實施，確保ESG目標與公司整體業務目標相協調。ESG工作小組作為ESG工作的具體執行層，負責將ESG理念在各部門日常業務中得到貫徹執行。



中國動向ESG管治架構

董事會

- 全面監督和審批公司ESG策略、ESG中長期規劃、ESG委員會年度規劃以及ESG政策制定和執行情況；
- 回顧公司ESG重大議題及ESG目標達成進度；
- 審批與本公司發展相關的ESG風險與機會等事宜。

ESG
委員會

- 制定本集團短、中、長期ESG發展願景、策略與管理方針；
- 監督本集團環境、社會及管治目標的製定和實施，定期檢討目標實現的進度以及目標實現所需行動的支持；
- 審批並釐定本集團ESG相關風險及機會（包括氣候變遷相關的），並評估ESG相關風險管控的足夠性和有效性；
- 持續監察與各持份者的多元化溝通管道，確保取得本集團ESG的意見或建議以作持續改善；
- 審閱本集團年度ESG相關成果，包括ESG報告、ESG政策、ESG績效、行動與承諾、榮譽與認可等。

ESG
工作小組

- 圍繞ESG目標，推動ESG實踐，落實ESG績效達成；
- 建立ESG風險管理流程，日常識別、評估ESG風險及機會；
- 收集持份者ESG訴求，準確傳達集團ESG實務及成果；
- 定期負責ESG資訊的統計、整理、報告揭露、品牌宣傳等實務工作。

利益相關方溝通

我們十分重視與利益相關方的溝通，始終將其意見與訴求作為集團戰略規劃的重要考量因素和持續推動ESG管理的重要動力。我們通過多種渠道，積極與利益相關方開展溝通，及時了解利益相關方之需求並予以回應。我們在上一個財年的基礎上，於報告期內重新梳理和認定我們的利益相關方組別，共形成了包括政府及監管機構、投資者／股東、客戶及消費者、供應商／經銷商、行業協會／同行、員工、環境、社會公眾、媒體、NGO組織／社區在內的9個利益相關方組別。我們通過多元化的渠道跟各利益相關方實現透明、雙向的溝通，以期實現合作共贏。

主要利益相關方	政府及監管機構	投資者／股東	客戶及消費者	供應商／經銷商	行業協會	員工	媒體	NGO組織／社區	社會公眾
主要關注與期望	<ul style="list-style-type: none"> 響應國家發展戰略 風險與合規管理 推動產業發展 帶動當地經濟社會發展 產品質量與安全 	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理 風險與合規管理 穩健的投資回報 經營信息公開 技術研發與創新 	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量和安全 技術研發與創新 客戶服務提升 智能出行 信息安全與隱私保護 	<ul style="list-style-type: none"> 打造可持續供應鏈 供應商賦能與培訓 合作共贏 	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 技術研發與創新 知識產權管理 合作共贏 	<ul style="list-style-type: none"> 員工權益保障 職業健康與安全 職業發展通道 工作生活平衡 	<ul style="list-style-type: none"> 信息披露與傳播 與媒體互動 	<ul style="list-style-type: none"> 環境保護 扶貧濟困 教育支持 企業能與其保持透明、開放和及時的溝通 	<ul style="list-style-type: none"> 公益捐贈 帶動當地經濟社會發展 減少環境負面影響
溝通與參與方	<ul style="list-style-type: none"> 制定碳中和戰略 助力鄉村振興 響應監管要求 加強政企溝通 提供就業崗位 加大研發投入 	<ul style="list-style-type: none"> 健全治理機制 及時披露經營信息 豐富投資者溝通渠道 加大研發投入 	<ul style="list-style-type: none"> 加大研發投入 開展客戶滿意度調查 處理客戶反饋和投訴 開展品牌會員日活動 開展線上及線下活動 營運社交媒體 健全數據安全管理 	<ul style="list-style-type: none"> 開展供應商審核與評價 實行現場調研和檢查 推進負責任採購 優化經銷商網絡 完善供應商管理系統 	<ul style="list-style-type: none"> 參與行業標準制定 加大研發投入 加強產學研合作 推進行業信息交流與共享 	<ul style="list-style-type: none"> 組織員工座談會 實施商業保險計劃 暢通溝通渠道 開展員工活動 	<ul style="list-style-type: none"> 召開新聞發佈會 召開產品發佈會 開展媒體日活動 	<ul style="list-style-type: none"> 推廣全民運動文化 社區參與與合作項目 開放日與座談會 	<ul style="list-style-type: none"> 助力鄉村振興 開展公益志願活動 提供就業崗位 推進綠色生產營運

重要性評估

为了更好的識別及評估本財年及其未來2年相關ESG議題的優先級，報告期內，我們邀請外部專家顧問通過四大工作步驟開展了ESG議題重要性評估工作。



1. ESG議題識別

我們通過構建廣泛的評估體系和維度，對ESG議題進行了篩選和確定，最終確定跟本集團業務相關程度較高的23個ESG議題，參考的維度包括：

- 參考國家政策及監管要求，例如中國「30·60雙碳」戰略；
- ESG報告主要標準和相關倡議的要求，包括但不限於：香港交易所《環境、社會及管治報告指引》、氣候相關財務披露建議(TCFD)、全球報告倡議組織(GRI)可持續發展報告標準、可持續會計準則委員會(SASB)可持續發展會計準則及聯合國可持續發展目標倡議(SDGs)等；
- 國際主流ESG評級要求，例如MSCI(明晟)ESG指數、CDP(碳信息披露項目)等；
- 國際、國內ESG及可持續發展趨勢；
- 以及行業可持續發展趨勢等。

2. 利益相關方溝通

我們通過專業的調研工具，收集不同利益相關方對我們ESG議題的重要性評估及未來提升建議，我們共計收集超過200份問卷數量，其中我們的6位董事會成員全部參與本次調研工作並對我們的ESG工作提出具有戰略性和建設性的建議。

3. ESG議題重要性評估

在利益相關方的調研結果的基礎上，我們結合公司現階段及未來發展戰略、行業趨勢、高級管理層溝通等方式，確定高度重要性議題、中度重要性議題和一般重要性議題，並繪製重大性議題矩陣。

4. ESG議題重要性審核確認

將產出的重大性議題排序及重大性議題矩陣提交至ESG委員會審批通過。

中國動向ESG重大性議題矩陣



● 環境議題 ● 社會議題 ● 公司治理議題 ● 其他議題

議題類別	序列	議題名稱
環境議題	1	溫室氣體排放
	2	推動產品碳足跡降低
	3	減少廢棄物和污染
	4	化學品管理
	5	原材料採購
	6	推廣循環包裝
	7	減緩氣候變化
社會議題	8	僱員權益保障
	9	員工發展
	10	多元化、公平性和包容性
	11	健康與安全
	12	信息安全與隱私保護
	13	供應鏈可持續管理
	14	提供可信賴的產品
	15	提供環境友好的產品
	16	負責任營銷
	17	社區參與及貢獻
公司治理議題	18	穩健經營
	19	商業道德管理
	20	反貪污與反不正當競爭
其他議題	21	ESG風險管理
	22	可持續投資
	23	推動可持續時尚行業發展

負責任投資

在當前全球經濟和社會背景下，可持續投資和負責任投資已經超越理想化的概念，而逐漸成為全球資本市場的核心驅動力之一。中國動向在投資業務開展過程中，尤為重視合作夥伴在ESG方面的表現與承諾。報告期內，我們通過謹慎、多元的投資佈局理念，注重優化投資資產結構，加強與投資項目管理方的密切溝通，並希望關注核心投資夥伴ESG策略和方向，確保我們的投資業務通過專業、可持續、負責任的投資活動形成高質量資本，放眼當下，造福未來。

我們的投資業務合作夥伴 — CPE源峰

CPE源峰是一家具有國際視野和豐富中國經驗的資產管理機構，旨在運用長遠眼光和價值投資策略，專注為科技與工業、醫療與健康、消費、基礎設施等四大重點領域的龍頭企業提供創新性的投資方案。中國動向於2011年開始與CPE源峰攜手，在合作框架內，我們除了關注財務回報，還希望將視角延伸到投資標的的環境友好、社會責任履行，確保所投企業不僅經濟效益良好，同時也能在支持國家雙碳戰略目標實現、促進公平正義、社區貢獻等方面交出滿意的答卷。

CPE源峰一直倡議責任投資，長期以「投資改變世界」為使命，將ESG視作為投資者、被投企業、員工和社會創造長期價值的基礎和保障，是中國PE基金行業的ESG先行者。2021年8月，CPE源峰正式簽署聯合國支持的「負責任投資原則」(The UN-supported Principles for Responsible

Investment，簡稱「UNPRI」)，成為資產管理機構簽署方中的一員。此外，CPE源峰建立了ESG管理委員會與ESG工作小組，並確立了基金層面的六大立場聲明。

2023財年，CPE源峰因優秀的ESG實踐，榮獲行業多個ESG獎項，包括清科「2023年中國股權投資市場ESG優秀機構」、《財經》雜誌「2023年長青獎 — ESG股權投資貢獻獎」、21世紀創投研究院「2022-2023年度ESG投資優秀案例集」、21世紀經濟報道「2022-2023年度ESG投資特殊貢獻機構」、北京基金業協會「未來可持續投資」2023年度優秀案例等。

CPE源峰秉承著將ESG理念貫穿於整個投資管理週期，其被投企業也與基金一併創造更美好的環境，在實現商業價值的同時，帶來更有意義的社會價值。例如，在中國動向投資期間，CPE源峰順利投資並退出了某垃圾焚燒項目，該項目因其領先的垃圾焚燒發電技術與綜合能源利用能力的應用，在CPE源峰的協同下，為中國動向集團對供應鏈優化管理改革提供了不同維度的指引思考。

我們的投資業務合作夥伴 — 雲鋒基金

雲鋒基金成立於2010年，是一家專業私募基金投資機構，致力於成就面向未來的優秀企業，陪伴企業共同創造長期價值，共建美好未來。在與雲鋒基金的合作中，中國動向著眼於健康與可持續消費領域，投資那些能夠引領消費者走向更加健

康、環保生活方式的企業。通過這些投資，我們不僅是在創造經濟價值，更是在培育一個更加注重新健康和環保意識的消費市場，為實現社會可持續發展目標奠定堅實的基礎。

雲鋒基金一直倡議責任投資，將ESG納入投資管理全流程、企業戰略、經營管理、企業文化等方面，以「為社會創造長期價值，推動可持續發展」為理念，踐行責任投資，與所投企業共同樹立長遠目標，共創長期價值。為了實現可持續增長和韌性價值，雲鋒基金實施了一個全面的ESG治理體系，包括ESG政策、行為準則和投後ESG管理政策等。此外，雲鋒基金還成立了ESG投資委員會，負責監督和管理其投資組合中ESG原則的實施，並通過與投資組合公司合作，推出與其營運目標相一致的ESG戰略。

報告期內，雲鋒基金獲得多項外部ESG認可及獎項榮譽，包括2023年度ESG投資機構TOP20、2023中國最佳ESG實踐投資機構TOP50、2023向光獎 — 最具影響力投資機構TOP10、2023創投機構ESG最佳實踐獎等。

未來，中國動向將繼續與雲鋒基金探索更多創新合作路徑，通過負責任投資鼓勵並支持更多企業及項目擁抱新技術、新材料，減少資源消耗和地球負荷，與全球合作夥伴一起，為建設一個更加綠色、健康、公平的世界注入資本動力。



第二章

可持續 運動時尚

章節故事 — 價值先行的中國動向

產品先鋒

責任營銷

服務與支持

質·贏

在「幫助用戶提升自信，帶來愉悅自我的體驗，以及高品質健康的生活方式」的使命驅動下，集團持續推動質量變革創新，加速產品多元先鋒、旨在為消費者提供優質、多樣的產品，推動「中國製造」「中國服務」和「中國品牌」大踏步邁入全球行列。

本章節對應的聯合國可持續發展目標



第二章：可持續運動時尚

章節故事 — 價值先行的中國動向

2024年春夏季，KAPPA開啓了一段全新旅程，以全新「KAPPA PLAYER輕戶外」系列，向世界展示了品牌對自然和諧共存的深刻理解，這不僅是一場時尚的革新，更是一次與大自然的深情對話。

故事從一群KAPPA年輕的設計師團隊開始，他們熱愛自然，崇尚生態。在工作之餘，設計師們經常遠離城市的喧囂，去享受生機盎然的戶外風光，同時，他們也會約上同事夥伴一起去徒步、登山、露營，用腳步丈量人生，並去感知周圍的一切。而正是喜歡戶外的一群設計師，決定通過設計讓更多的人感受戶外的自在和對大自然的熱愛。

「KAPPA PLAYER輕戶外」系列的靈感，來自森林，來自溪流，也來自每一片土地。因為這份來自，我們希望賦予每一件衣物以環保的使命，每一件產品，不僅僅是布料和線的結合，更承載著對地球的溫柔關懷，設計師們希望，當人們穿上這些衣物時，能感受到自然的觸摸，聽見風的低語。

這個系列不僅捕捉了春夏季節的盎然生機，更是一種對自由生活態度的倡導。它鼓勵每一位穿著者在戶外活動中感受自然的美好，共同擁抱積極正向的戶外生活方式，體驗戶外生活的簡單樂趣。無論是徒步、野餐，還是悠閒漫步，這一系列都以其輕便、舒適的設計，讓每一次出行變得更加輕鬆愉快。

KAPPA PLAYER系列的核心公式是「半飽和亮色」+「功能性面料」+「可疊穿設計」。這些設計元素共同構成了KAPPA獨特的輕戶外風格。

- **半飽和亮色**是自然治愈系的配色，如藍天、綠樹和黃花的色彩，讓人心曠神怡。這些色彩不僅能讓你在戶外活動中煥發光彩，更能治癒都市生活帶來的疲憊。
- **功能性面料**則是為了應對多重輕戶外探索場景的變換。品牌將防潑水、防紫外線UV50+等關鍵技術運用到衣物設計中，更適合徒步和溯溪活動。輕量化面料與寬鬆版型的結合，以及四面彈力面料的使用，提升了戶外衣物的舒適度和靈活性。
- **可疊穿設計**則讓每一件衣物都能與其他單品自由搭配，防風衣、馬甲、T恤在不同疊穿搭配中展現出神奇效果。可拆卸長褲與同色系套裝的長短搭配，口袋Tee的網狀斜插口袋，為配飾提供了更多搭配空間。這種靈活性，讓每一個穿著者都能找到自己的獨特風格，享受自由的戶外生活。

你或許會問，相較於傳統的戶外系列，新推出的KAPPA PLAYER輕戶外系列又有什麼不同？謎底就在於「PLAYER」這個詞。如今大眾戶外活動的本質是玩樂和消遣，KAPPA PLAYER系列正是為了最契合這種戶外玩法而生。設計師們將品牌經典元素與當下流行的穿搭風格和輕戶外的功能性設計進行了全面融合。

KAPPA相信，真正的時尚，不僅僅在於外表的光鮮亮麗，更在於內心的平和與滿足。在都市與自然的邊界上，KAPPA希望每一個人都能找到那份屬於自己的寧靜與快樂。穿上「KAPPA PLAYER輕戶外」系列，走進自然，感受生活，讓每一天都充滿活力與希望。這，就是KAPPA的故事，也是每一個熱愛生活、熱愛自然的人的故事。



產品先鋒

在中國動向的戰略藍圖中，我們逐漸探索並確立了推動產品持續演進的四大基石：一是多元化產品矩陣的構建與強化，旨在廣域覆蓋與細分深耕；二是堅守品質卓越，確保從原料到成品的每一步精益求精；三是融入科技創新，借力新興技術驅動產品與功能升級；四是促進環保時尚融合，不為所懼使用可持續材料，引領綠色潮流。

多元產品矩陣

在全球化競爭與消費升級的背景下，中國動向深刻認識到，構建多元、靈活的產品矩陣是企業保持競爭力、滿足市場需求多樣性的關鍵。通過營運KAPPA以及PHENIX品牌，中國動向打造出了一個覆蓋廣泛消費群體、融合時尚與功能、橫跨多個細分市場的多元化產品體系，以此實現市場滲透、品牌影響力的擴展及可持續增長。



KAPPA 1916系列

KAPPA 1916系列從KAPPA品牌百年歷史當中尋找設計靈感，將品牌發源地意大利都靈及歷史襪廠等眾多品牌元素融入至產品設計中。透過復刻經典足球球衣重新演繹KAPPA贊助足球俱樂部的輝煌時刻，引領新一代Blokecore復古運動穿搭風潮。



KAPPA Player系列

KAPPA Player系列將當下最流行的時尚運動文化結合KAPPA品牌歷史基因進行全新演繹。主打潮流文化故事，流行的街頭運動搭配，運用流行色彩搭配創新版型，讓年輕消費者更彰顯其個性，突顯KAPPA品牌的張揚性格，以品牌獨有屬性故事搭載流行風格吸引年輕消費者群體。



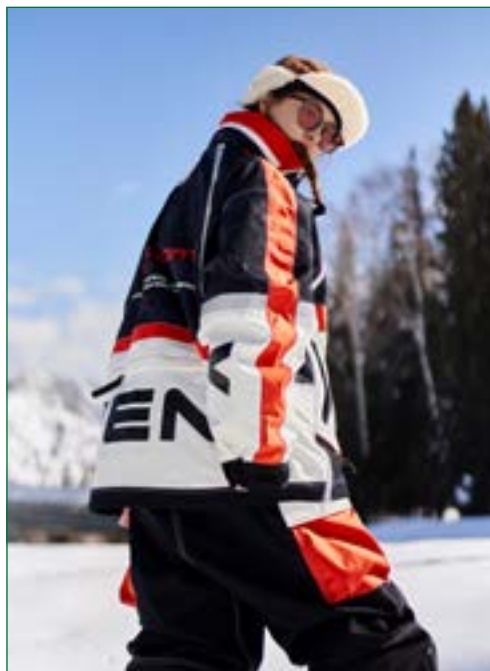
KAPPA Gara系列

報告期內，KAPPA Gara系列以功能科技結合時尚設計為導向，樹立核心競爭力。品牌推出的科技平台K-TECH持續為KAPPA Gara產品注入綜合科技。通過K-UVCUT、K-ICEKOOL等科技，為消費者帶來高質感、高時尚度的運動產品，讓時尚更加舒適，盡顯KAPPA的高級品質。



PHENIX X-niX單板系列

報告期內，PHENIX重啟針對具有九十年代復古風格的X-niX單板系列，在被賦予極具特色的風格元素的同時，還保有PHENIX品牌一貫秉承的高質量面料與功能科技細節。除了保留原有的復古基因，亦融合當下年輕人喜好的單板滑雪穿搭風格，為單板滑雪愛好者提供極具個性的造型。



PHENIX SP27單板系列

報告期內，SP27單雙板滑雪服作為品牌的代表作之一，以其出色的性能和時尚的外觀贏得了眾多滑雪愛好者的青睞。採用專業3L複合防水彈性面料，戶外專業級防風雪放肆撒野寬鬆輕盈、回彈力強。



PHENIX x FR2聯名系列

報告期內，PHENIX與日本知名潮牌#FR2聯名發佈以「The Year Of The RABBIT」為主題的系列產品，聯名系列除詮釋PHENIX標誌性單品和代表元素外，亦融入了#FR2的經典配色與標誌，呈現亮眼新貌。



鞋類系列

報告期內，鞋類經典代表性產品——便裝鞋家族及國王家族在第二和第三季度帶來亮眼的業績表現，帶動鞋類產品全部售罄，創新產品千禧板鞋與品牌旗下一線新產品足球生活鞋TIFO展現出強大的銷售和吸客能力。足球生活鞋TIFO將成為未來2-3年內核心打造的關鍵產品家族。



提供可信賴的產品

在「幫助用戶提升自信，帶來愉悅自我的體驗，以及高品質健康的生活方式」的使命驅動下，集團嚴格管控產品質量，不斷加強供應商管理工作，打造可持續供應鏈，賦能價值鏈合作夥伴，共同為消費者提供優質、多樣的產品。

我們堅信良好的產品品質是品牌成功的關鍵。集團在產品的開發、選樣、生產、銷售等各個環節，均嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》，依照相關國家及行業執行標準，確保產品符合GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》、GB-T 22853-2009《針織運動服標準》、GB 30585-2014《兒童鞋安全技術規範》、GB/T 15107-2013《旅遊鞋標準》、GB 20400-2006《皮革和毛皮有害物質限量》、GB 31701-2015《嬰幼兒及兒童紡織產品安全技術規範》、QB/T 2673-2023《鞋類產品標識》等要求。

為了確保產品從設計、開發到最終生產的每一個環節均達到卓越標準，集團精心制定了全面的質量控制與技術規範體系，其中包括但不限於《KAPPA材料內控標準》《KAPPA服裝產品質量標準》《服裝版型縫製工藝手冊》《動向集團(鞋)開發樣品操作手冊》《動向集團(鞋)技術生產操作手冊》《鞋產品原材料物性標準》《鞋類產品物性測試方法》等一系列產品質量標準手冊，以規範產品從開發到量產階段各個環節的流程標準。報告期內，我們進一步梳理內部各項保障產品質量規範標準及實施流程，確保在產品各階段嚴格管控產品質量。

配件系列

報告期內，配件業務銷售穩定增長，配合服裝產品的整體風格，深挖品牌運動基因，打造具有品牌屬性的配件產品，提升市場競爭力。同時，配件線上聯營業務亦快速發展，通過建立專業的配件電商平台並加強線上推廣，成功拓展消費者群體，推出多款熱賣產品，帶領線上銷售額上升。





產品開發期間

- **物料進廠前：**嚴格把關供應鏈的最前端，對即將進入生產線的原材料實施全面的篩選與預審流程；
- **物料入廠後：**對使用的物料進行物性指標檢驗並評估開發產品的安全性能，避免產品在使用過程中出現安全問題。工廠將根據來料的檢測報告再進行抽檢，不合格的物料將被直接退回，從源頭控制產品質量；
- **正式開發階段：**特殊材料進行特殊處理，如襪子開發中有採用發熱紗線，需供應商出具相關權威檢測報告以及數值來進行開發評估。

產品選樣期間

- **跨部門安全審查：**開發部門、生產部門、銷售部門共同對產品在使用過程中的潛在風險開展安全評估；
- **內部體驗反饋循環：**內部人員試用產品樣品，以便儘早發現問題並予以解決，避免缺陷產品流入市場。

產品生產期間

- **樣品審核時：**確認工廠製作的樣品，待樣品通過產品性能測試後，工廠可安排生產；
- **生產過程中：**質檢人員嚴格監督生產流程，嚴格遵守安全生產標準；
- **成品出廠前：**產品生產完成後，集團開發生產專員到工廠查驗產品質量；
- **產品送倉前：**檢測行送檢按照標準的檢測要求確保面料成品合格後方可送倉；
- **倉儲入庫後：**產品到達物流部門後，集團倉庫質檢員按照標準進行抽檢，保障產品質量達到規定要求。

產品銷售期間

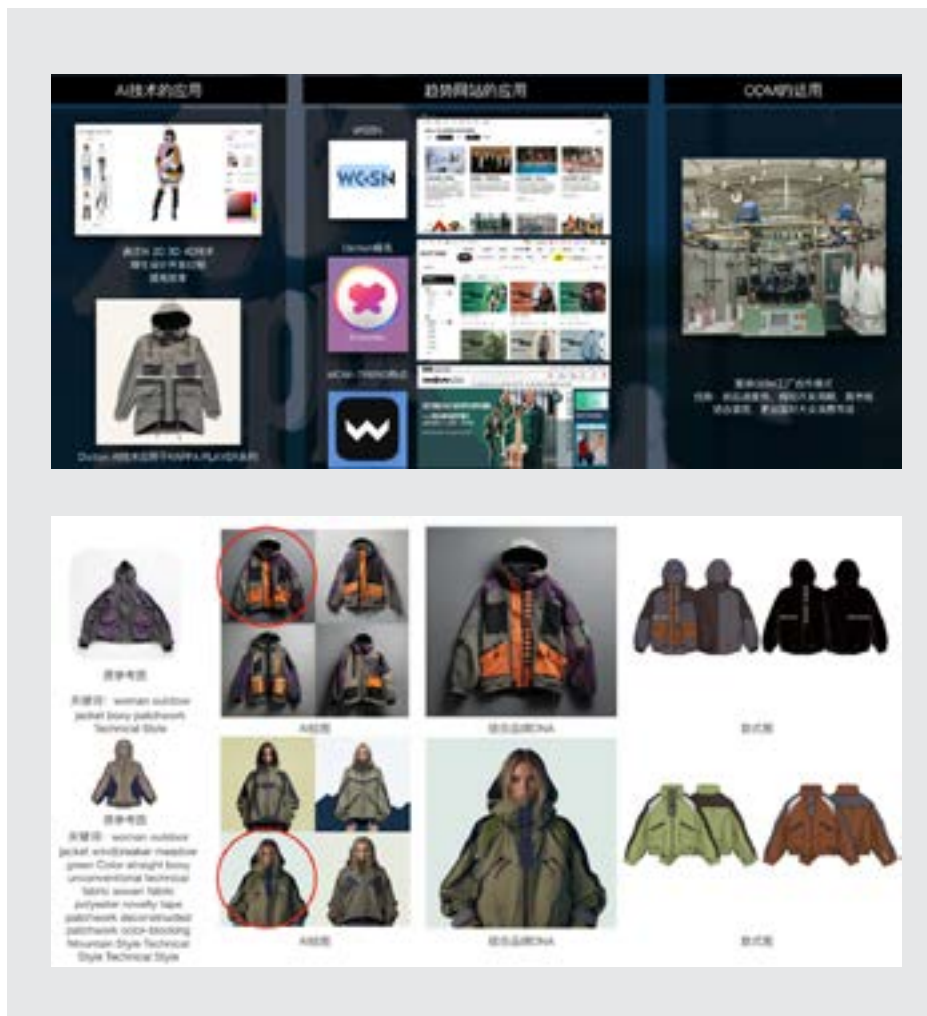
- **上市前第三方複檢：**對訂單產品開展第三方質量檢測，杜絕有質量問題的產品上市流通；
- **消費者聲音驅動改進：**集團重視並持續關注消費者的意見與建議，不定期開展門店巡視以收集消費者意見，針對消費者反饋的產品問題進行調整，根據消費者的使用體驗及需求有針對性地提供維修、退換等服務；
- **健全服務體系與持續優化：**集團制定了規範的《產品質量三包服務承諾》《殘次品退貨標準》以及殘次品回收處理流程，並定期向供應商反饋質量問題，持續改善產品質量。

我們深知，卓越的產品質量是贏得市場信賴、驅動品牌持續成長的關鍵。因此，公司全面升級了質量管控體系，涵蓋了從原料篩選、生產加工、成品檢驗到售後服務的全鏈條管理，確保每一件產品都能達到甚至超過行業標準及消費者的期望值。除此之外，集團定期與國家質檢機構聯合進行關於產品質量相關事宜的內部分享會，並進行現場質量標準的培訓答疑，以提升並加強員工對公司品質管控意識。

通過強化全鏈路質量管理，嚴守從原料到售後每一環，讓我們的產品超越標準，贏取市場信賴。

擁抱創新技術

當下，全球新一輪科技革命與產業變革正加速推進，人工智能、新能源、新材料等科技創新的「領跑軍」正以前所未有的力度改變我們的的生活和工作方式，中國動向堅持以開放、探索、擁抱新鮮事物的心態，始終思考如何通過科技創新帶動運動休閒服裝產業發展，加速構建穿著新場景，大力促進行業邁向數字化。報告期內，我們利用新技術、新材料、新工藝開發創新產品，將科技和可持續理念融入進每一道流程中以提高產品性能和附加價值，並通過運用AI技術、趨勢網站和ODM優化賦能供應鏈管理、市場營銷和用戶體驗，提升整體競爭力。



環保與時尚共生

可持續時尚的魅力在於我們始終帶著為「下一代」負責的決心為消費者設計時尚與環保共生的產品，並真切推動可持續的消費與生活方式，中國動向在倡導可持續發展的時代背景下，旨在創建一個可以支持時尚產業發展和地球友好的發展願景。我們高度重視低碳產品的創新研發與生產，通過加大環保類材料使用、降低有害化學品使用，以持續降低產品對環境及天然資源的負面影響，向消費者傳遞綠色消費理念，打造負責任的企業形象。

更多關於環保材料使用及低碳產品開發的信息請見「循環經濟」章節。

責任營銷

為確保廣告宣傳工作的合法性與責任感，本集團全面遵循國家法律法規框架，包括《中華人民共和國廣告法》《廣告絕對化用語執法指南》《互聯網廣告管理辦法》等，嚴格管理廣告宣傳工作，努力踐行負責任的營銷。通過以下四個方面細化管理措施，踐行高標準的營銷準則。

廣告內容



始終本著真實性和合規性原則，實行統一領導、分級管理的模式，尊重他人知識產權，禁止編輯、篡改、傳播未經授權的圖片、字體、文字、軟件及音樂作品等，確保宣傳內容的真實性，避免對消費者產生誤導。

廣告審核



持續完善產品宣傳和推廣內容的審核制度與流程，要求所有信息內容在發佈之前需嚴格履行集團審核程序，嚴禁任何失實陳述或誇大的廣告宣傳。2023/2024財年，我們延續對客服溝通話術及對外發佈素材的審核流程，杜絕在客戶溝通中出現市場監管總局發佈的《廣告絕對化用語執法指南》中禁止的詞語。

廣告投放



任命明確的負責人管理廣告投放，並實施項目追責制度，確保廣告投放合法、合規，避免各類廣告侵權事件的發生。同時，對未經同意或授權、以集團名義發佈廣告等其他宣傳的個人或企業，我們將第一時間追究其法律責任。

產品標識



高度重視產品標籤信息的透明度與規範程度，嚴格遵守GB/T 8685-2008《紡織品維護標識規範符號法》、GB 5296.4-2012《消費品使用說明書第4部分：紡織品和服裝使用說明書》等國家及行業標準，要求在產品標識中如實傳遞產品信息，杜絕任何不實信息，幫助消費者清晰地識別和掌握產品信息，以增強消費者對本品牌的信任，塑造負責任的企業形象。

在中國動向的品牌建設征途中，我們不僅恪守廣告合規的底線，更積極探索多元化與創新性的營銷戰略，深化消費者對我們品牌的認知與情感聯結。我們相信，真正的品牌力量源自創意與誠意的融合，於是，我們打破傳統框架，運用數字營銷、跨界合作、體驗式營銷等多種手段，講述品牌故事，傳遞品牌價值。通過精準的市場洞察，我們設計了一系列富有創意的營銷活動，觸及消費者生活的各個角落，激發共鳴，讓中國動向的品牌形象更加鮮活生動，深入人心。

「我和地球背靠背」(不綠色就不酷)



項目內容

- 在全球運動時尚界的綠色風潮與亞運會的熱情交織下，KAPPA蓄勢待發，意欲借亞運契機躍上可持續時尚的新高點。通過攜手代言人孫一文，我們在亞運時刻推出「我和地球背靠背」綠色倡議，同步釋出創意宣傳片#不綠色就不酷#，以此展現前沿生活態度與環保決心。



項目成果

- 小紅書收穫上百份消費者反饋，激發了消費者一波創作熱情，喚醒了部分消費者對KAPPA的記憶。
- 整體曝光達**1,000萬**(小紅書+朋友圈)，核心主流媒體發佈，為KAPPA品牌資產長期賦能。



極具創意及生活態度的宣傳片



我和地球背靠背IP
主視覺及LOGO

《勢不可擋》運動綜藝贊助



項目內容

- 面對騰訊、芒果TV、愛奇藝即將推出的體能競技綜藝熱潮，乘年初戶外運動興起之勢，KAPPA緊抓**愛奇藝S+級綜藝《勢不可擋》**啟動良機，該節目由李晨擔任「創勢人」，蘇炳添、張偉麗等擔任「勢能官」，聚集了100位體能達人，精準切入運動健身社群，助力品牌入局服裝贊助黃金期。



項目成果

- KAPPA權益數量超前，以232個權益位列贊助品牌前二，**節目中全部隊員均穿著KAPPA服裝。**



TIFO發佈整合營銷



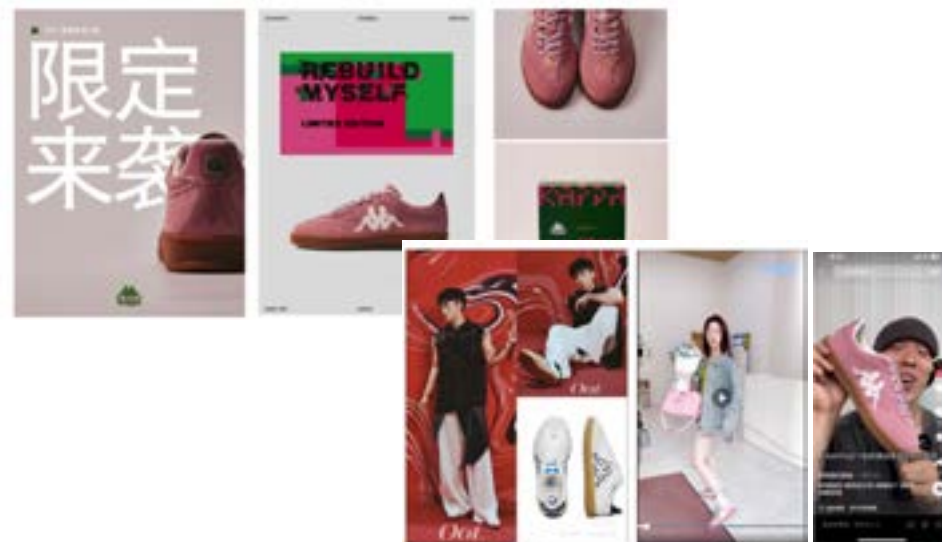
項目內容

- 結合全網德訓鞋熱潮，KAPPA巧推TIFO系列，聚焦與潮人夏嘉歡共創事件營銷，實現從限量共創到大貨銷售的流量轉化。項目以「REBUILD MYSELF 重塑自我」為主題，以動態變化的視角，通過不斷的自我重塑，貫徹創新，實現進化，以「像素」概念喻示每雙鞋的獨特故事與價值，打造品牌和產品的雙驅動、**實現聲量和銷量雙轉化。**



項目成果

- 天貓加購銷售穩居**Top 1**。
- 小紅書共計發佈筆記**超100篇**，曝光量**1,600萬+**，閱讀量170萬+，#KAPPA德訓鞋話題瀏覽量達100萬+。



電子雜誌

購物直播

報告期內，PHENIX品牌也蓄勢待發，邁向新的征途，精心策劃了一系列重點營銷推廣活動，與全球消費者一同探索未知，突破自我限制，共同書寫關於勇氣、創新與美學的新篇章。

2023財年PHENIX品牌重點營銷推廣活動

項目名稱	項目介紹	項目效果
PHENIX x NIO Life聯名產品合作 	2023年下半年，PHENIX與蔚來汽車生活方式品牌NioLife攜手，共同推出「飛躍雪線」聯名滑雪裝備系列產品。該系列巧妙結合了PHENIX專研面料科技與經典版型結合蔚來經典色彩與標識，為追求品質與激情的蔚來車主及粉絲提供一場「NIO(new) PHENIX」雪上美學，並在蔚來會員專屬平台上架銷售，充分利用了蔚來強大的品牌社群效應與用戶黏性，成功觸達目標客群。	<ul style="list-style-type: none"> • 覆蓋蔚來品牌近30萬車主用戶； • 為PHENIX品牌帶來更多跨界合作的可能性。
東方甄選團建雪服合作 	2023年12月，PHENIX與知名生活方式品牌「東方甄選」攜手，在崇禮太舞四季小鎮滑雪場共同策劃了一場團建活動，聚焦於高端滑雪裝備的體驗與推廣。活動期間，東方甄選的頭部主播親自上陣，全副武裝穿著合作精選的滑雪裝備，不僅現場分享滑雪的樂趣與技巧，還通過各大大自媒體平台，包括微博、抖音、快手、小紅書等，持續發佈了一系列生動有趣的視頻和圖文，記錄了從裝備穿戴到滑雪體驗的全過程，引發了粉絲們的熱烈討論與廣泛關注，成功「發酵」，形成了話題熱度。	PHENIX搜索指數激增，全網流量過億。



服務與支持

集團深知服務與支持是品牌與消費者之間不可或缺的橋樑，我們不僅專注於產品創新與設計，更致力於提供貼心、無憂的服務體驗，切實保障消費者權益，積極構建並維護負責任且值得信賴的企業形象。

集團嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國電子商務法》《中華人民共和國產品質量法》等相關法律法規，制定並持續細化《客戶服務操作流程》及《客戶投訴處理流程》，規範客戶投訴應對及處理辦法，完善消費者隱私保護管理，不斷提高客戶服務質量與水平。我們依據相關法律法規制定了《產品質量三包服務承諾》，為消費者提供售後諮詢、殘次品判定、產品維修、產品退換等服務，切實保障消費者權益，給予客戶安心的消費體驗及滿意的售後服務。

1. 線下門店服務

KAPPA & PHENIX門店均致力於為顧客提供一個溫馨、專業的購物環境。我們不僅優化店內佈局，確保商品展示清晰有序，還提供專業的運動裝備諮詢，幫助顧客根據個人需求挑選最適合的裝備。

本財年內，集團啟動了「六代+」項目，六代+形象設計以空間設計語言傳達百年品牌的性格和敘事，尋求美學與零售功能結合後的突破。為年輕消費者提供時尚、潮流的空間體驗。形象設計選用噴砂不鏽鋼、藝術漆等簡潔、高質感的材料。粗糙的肌理和細緻質感相得益彰，層次豐富。形象設計使用簡約的設計結構，凸顯極具時尚運動設計感的商品，更迎合年輕消費群體的喜好。



2. 線上電商服務

一站式購物平台：KAPPA與PHENIX官方網站及淘寶、京東、得物、抖音等各大電商平台店鋪，提供全天候在線購物體驗，商品信息詳盡，支付安全快捷。

智能推薦系統：基於大數據算法，為顧客提供個性化商品推薦，提升購物效率與滿意度。



2024年5月1日，位於長沙IFS國金中心的KAPPA全國首家形象店正式開幕，這家位於CBD核心地段的形象店，融合了現代設計與時尚元素，打造出獨特的品牌體驗空間。與傳統零售店鋪明亮奪目的燈光氛圍不同，本門店採用了全息屏的創新佈局，通過全息屏上，KAPPA不僅展示了最新季度的產品系列，還通過動態演示的方式展現了產品的設計理念和工藝特點，消費者只需在屏幕前駐足，就能欣賞到逼真生動的全息投影效果，彷彿實體商品就在眼前一般，營造出一種全新的購物體驗。

這種結合前沿技術與沉浸式體驗的創新零售模式，不僅提升了KAPPA品牌在消費者心中的形象，也為未來零售業的發展探索了新的可能性。相信通過全息屏等數字化手段，KAPPA將為消費者帶來更加魅力四射的全新購物體驗。



完善會員機制

為了進一步增強顧客忠誠度與品牌互動，我們精心設計並優化了會員體系，尤其在鉑金會員特權、積分累積機制以及互動體驗三個方面進行了全面升級，致力於為會員提供更加個性化、尊享的購物體驗。

鉑金會員尊享禮遇：在特別的會員日活動中，鉑金及以上級別的會員將收到來自品牌的專屬電話邀請，享受一對一的尊貴進店禮遇。進店的鉑金會員將獲贈精選高品質禮品，這些贈品不僅代表了品牌的用心，也是對會員忠誠度的回饋，增加了會員的尊榮感。此外，我們提供一對一的私人顧問服務，從購物諮詢到個性化搭配建議，確保每位鉑金會員享受到無微不至的關懷與專業服務。

積分加倍累積：在會員日或其他指定時段內，所有進店消費的會員均可享受雙倍積分累積，加快積分累積速度，使會員能夠更快兌換心儀的獎品或服務，有效提升了會員的消費動力與滿意度。

豐富互動體驗：我們設置具有品牌特色的打卡牆，鼓勵會員拍照分享至社交平台，並且推出了盲盒抽獎活動，為會員購物之旅增添一份驚喜與樂趣。獎品涵蓋小至精美周邊、大至限量商品，每一份盲盒都是一次探索品牌驚喜的機會。此外，我們提供精緻冷餐與輕鬆的交流空間，讓會員在享受美食的同時，與其他會員或品牌代表交流心得，營造溫馨的社群氛圍，加深品牌與會員間的情感聯繫。

通過上述措施，我們旨在構建一個多層次、互動性強、回饋豐富的會員生態系統，不僅讓會員感受到物質上的實惠，更重要的是建立起情感上的連接，從而深化品牌忠誠度，促進長期的會員活躍與品牌健康發展。

加強售後服務

在持續優化客戶體驗的道路上，我們深刻認識到售後服務的重要性，特別是在殘次品管理和產品維修保養方面的精細運作。以下是我們在這些領域採取的關鍵措施：

殘次品管理機制優化：我們嚴格遵守國家相關法律法規，構建了一套完善的殘次品管理體系，確保從回收、專業判定到退換的每一步驟都高效透明。這一流程旨在迅速響應顧客需求，保護消費者權益不受侵害，同時通過對殘次品的系統分析，反哺生產環節，不斷提升產品出廠質量。

維修與保養服務升級：我們致力於簡化退換流程，確保顧客能夠便捷地完成退換，提升顧客滿意度。無論在線上下單還是實體店購買，我們都承諾提供無縫對接的無憂退換體驗，結合快返機制，減少顧客等待時間，增加購物信心。

PHENIX維修與保養一站式服務

鑒於滑雪裝備的專業性與特殊需求，PHENIX推出了針對性的維修服務，包括有償與無償選項，旨在確保每一件滑雪裝備都能維持最佳性能狀態。從板刃磨礪到裝備保養，我們由專業團隊操刀，讓顧客的冰雪之旅無後顧之憂。



2023財年品牌日活動



中國動向的服務與支持體系，不僅專注於問題解決，更致力於創造超越期望的附加價值，確保每位消費者都能在享受高品質產品的同時，體驗到貼心、便捷與尊貴的全方位服務。無論是 KAPPA 的時尚運動風潮，還是 PHENIX 的專業滑雪領域，我們都力求以最優質的服務，陪伴每一位消費者走向更加精彩的生活旅程。

第三章

卓越 夥伴關係

章節故事 — 包容開放的中國動向

我們的員工

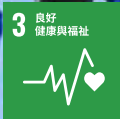
負責任供應鏈

促進行業發展

人·和

中國動向作為負責任的企業公民，我們積極推動構建可持續夥伴關係，致力於為員工、供應商、行業夥伴創造穩定的經濟、社會和環境價值，努力推動價值變革，打造嵌入全球價值鏈的可持續競爭力。

本章節對應的聯合國可持續發展目標



第三章：卓越夥伴關係

章節故事 — 包容開放的中國動向

在2023年的金秋時節，中國動向成功舉辦了一場盛大的「激情燃動，聚勢向前」秋季運動會。作為疫情全面過後的首次線下大型體育活動，此次運動會不僅具有代表性和紀念意義，更展現了公司包容開放的文化氛圍和活力四溢的精神風貌。

來自10多個體系／系統及銷售各區域公司的300多名員工代表齊聚一堂，通過分組對抗的形式，加深了跨部門間的交流與合作。入場簽到、創意入場儀式、運動員代表宣誓、領導致辭等環節，彰顯了公司的正式與莊重。而熱身操、田徑賽事、足球表演賽和趣味賽事等豐富多彩的活動，則讓員工們盡情釋放激情，享受運動的快樂。

員工們對此次運動會讚譽有加，不僅因為他們積極參與、奮力拼搏，更因為他們在比賽中展現出的團結、協作和包容開放的精神。我們鼓勵不同層級、年齡和不同文化的員工一起交流碰撞，這種精神風貌正是中國動向公司一直以來所倡導和踐行的。

此次秋季運動會不僅是一次體育活動的盛宴，更是一次展示公司品牌形象、活力、凝聚力和文化氛圍的絕佳機會。它讓每一位員工都深切感受到公司的包容開放和積極向上的氛圍，進一步增強了員工們的歸屬感和凝聚力。

【激情燃動，聚勢向前】2023年中國動向秋季運動會



我們的員工

我們始終將員工的權益放在首位，視其為企業穩定發展的根本。我們致力於為員工打造一個安心、健康的職場環境，這不僅是企業的責任，更是我們的使命。為實現這一目標，我們制定並實施了全面的員工僱傭與勞工權益保護制度，確保每位員工都能得到公平公正的待遇。同時，我們關心員工的身心健康和全面發展，助力他們實現個人價值。我們堅信，只有員工與企業共同成長，才能實現企業的長遠發展和社會的和諧進步。

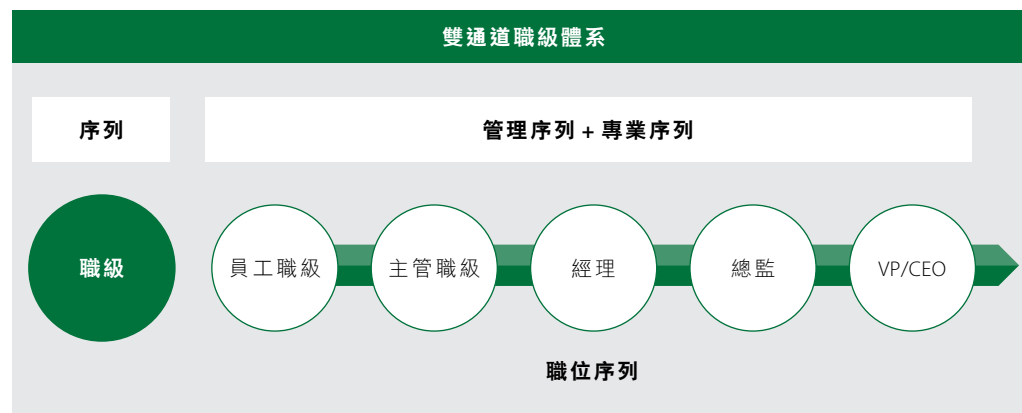
平等僱傭

我們始終將《中華人民共和國勞動法》《勞動合同法》等一系列法律法規作為行動指南，不斷完善我們的《招聘管理制度》《薪酬管理制度》以及《考勤管理制度》，確保在招聘、薪酬、工時等方面給予員工最公平、最合理的待遇，全力保障每一位員工的合法權益。我們堅守員工僱傭與勞工權益保護的初心，堅決杜絕任何形式的僱傭童工和強制勞工行為。我們已建立起一套完善的入職人員信息識別系統，嚴格審核每位候選人的年齡信息，確保每位員工都符合法定僱傭年齡。

一個包容、平等的工作環境是我們一直所追求的，我們反對任何形式的歧視。在這裡，無論種族、國籍、宗教、性別、年齡、婚姻狀況或殘疾情況，我們都將給予每位員工平等的機會和公正的待遇。一旦發現任何潛在歧視或企業道德的行為，我們將迅速採取行動，確保問題得到及時、妥善的解決。我們珍視每一位員工的貢獻，也期待每一位員工都能與我們攜手共進，共同創造一個更加美好的未來。我們積極拓展多種人才招聘渠道，如校園招聘、社會招聘、員工推薦等，旨在吸引更多優秀的人才加入我們的大家庭。截至2024年3月31日，我們已擁有350名充滿活力和創造力的員工。我們期待與您一起，攜手前行，共創輝煌！

加速成長

我們持續建設並完善人才晉升機制，制定《晉升管理制度》和《集團人員職業發展制度》，搭建了涵蓋晉升申請、晉升資質審核、晉升工作匯報、晉升評估的體系化晉升機制。為拓展員工的職業發展空間，我們構建涵蓋專業序列、管理序列的雙通道職級體系，並針對不同職位序列制定晉升路徑，為員工提供多種職業發展通道。



通過持續優化績效考核與管理制度，確保每位員工都能得到公正、客觀的評估。我們要求各部門明確設定關鍵績效指標，並持續跟蹤、指導員工的績效表現，同時給予及時反饋。在日常工作中，我們積極與員工保持溝通，傾聽他們在工作中遇到的挑戰和需求，並提供及時的支持和幫助。

我們定期執行績效評估，以全面了解員工的績效狀況。在評估過程中，我們與員工共同制定績效改進計劃，助力他們不斷提升個人能力和工作績效。報告期內，我們取消了考核結果的強制分佈，並且針對評價類指標，調整了打分與系數的對應規則，同時為了保障績效評估的公正性，我們建立了反饋機制，允許員工對評估結果提出異議。若員工對績效評估結果有疑問，可以提交書面申訴，集團將重新評估相關績效，確保評估結果的公平與公正。



績效考核得分	績效考核係數	參考標準
100分(不含)-120分(含)	績效考核係數與績效考核得分一一對應	超出本崗位的能力要求； 在保證工作任務按時完成的基礎上，能夠找到並運用有效方法提升效率； 工作態度非常積極、認真負責；
90分(不含)-100分(含)	績效考核係數為100%	符合本崗位的工作能力要求； 能夠按時有效完成工作任務； 工作態度良好；
80分(不含)-90分(含)	績效考核係數與績效考核得分一一對應	基本符合本崗位的工作能力要求； 基本能夠按時有效完成工作任務； 工作態度一般；
80分及以下	績效考核係數與績效考核得分一一對應	不能勝任本崗位的工作； 無法按時完成工作任務； 工作態度消極；

我們秉持「員工至上」的理念，持續傾注心力強化人才隊伍的打造，堅信人才成長與企業騰飛是相輔相成的。在集團內部，我們精心編織了一系列培訓制度網，如《培訓管理制度》《新員工培訓管理制度》《外派培訓管理制度》等，旨在滿足不同崗位、不同層級、不同業務領域員工的個性化發展需求。

2023財年，我們更是火力全開，在集團層面舉辦了一場場精彩紛呈的培訓盛宴！新員工們在這裡揚帆起航，高層管理精英們則在這裡激盪智慧，店舖店長們錘煉領導力，銷售團隊們磨礪服務技能，還有職業技能基礎班的同學們夯實根基。這一系列線下培訓不僅讓員工的綜合素質和能力得到了全方位的提升，更讓工作與學習變得充滿樂趣和活力！我們期待每一位員工都能在這片成長的沃土上，綻放屬於自己的光芒！我們堅持「以員工為中心」，不斷強化人才隊伍建設，致力於實現人才成長與企業發展的雙贏。

高管培訓

今年的高層管理人員培訓項目經過精心策劃，旨在促進高管團隊之間的深度融合。為了加強彼此間的互信、凝聚共同的認識，並確保大家的目標高度一致，我們特意選擇了一個富有挑戰性的環境——庫布奇沙漠，來開展這次別開生面的培訓。

在這四天的培訓中，15名管理層成員共同徒步穿越庫布奇沙漠。艱苦的環境不僅考驗了他們的意志力和團隊協作精神，更促使他們在面對困難時相互扶持，打開心扉，共同面對挑戰。這種特殊的經歷不僅為他們留下了深刻的共同記憶，也進一步傳遞了堅韌不拔、勇往直前的中國運動文化。除了徒步穿越，我們還穿插了各種富有意義的活動和分享交流環節。這些活動不僅豐富了培訓內容，更讓管理層成員們有機會深入交流，增進彼此之間的了解和信任。通過這一系列精心設計的培訓環節，我們成功地促進了高管團隊的深度融合，為他們未來的工作奠定了堅實的基礎。



新員工培訓

新員工培訓和以往相比我們做了很大的突破，為增加團隊互信，提高團隊凝聚力，使新員工更全面的感知企業文化，我們安排在懷柔舉行文化融入培訓，總計受訓人數62人，培訓2.5天。通過培訓新員工對公司歷史、企業文化有了更深刻的感受，彼此之間更加熟悉。

根據培訓結果調研統計，發現大家對品牌歷史、企業文化、發展歷程及未來方向、核心價值觀、高管成長經歷等層面有了更深刻的了解與認識，並且大家深刻的感受到了中國動向的家文化，以及團隊成員的活力，對公司更加有歸屬感，團隊協作加強了彼此的鏈接，促進了新員工之間的融合和信任。

在子公司層面，我們也同樣重視員工的培訓與發展。2023年財年，我們的子公司精心策劃了一系列員工培訓課程。這些課程旨在通過理論學習與店鋪實操相結合的方式，強化員工對產品的理解、銷售技巧、服務技能以及陳列基礎等方面的能力。我們深信，只有員工具備了紮實的專業知識和高效的工作技能，才能為公司創造更大的價值。

「訓戰合一·一觸激發技能大比拼」活動分別於2023年7月11日和2023年8月10日在長沙亞朵酒店及長沙方圓薈店鋪火熱展開。本次活動以「提效率，強營運」為目標，在一個月的週期內，通過實戰演練提升員工的業務技能和團隊協作能力，結合競技比拼激發員工的學習熱情和創新活力，使員工在競爭中成長，在挑戰中突破。此次比拼不僅是一場技能的較量，更是一次智慧的眾籌和經驗的沉澱，讓員工在實戰中磨練技能，為企業的終端贏取貢獻智慧和力量。



健康與安全

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國職業病防治法》《工傷保險條例》《中華人民共和國消防法》等相關法律法規，通過《福利管理制度》等內部制度保障員工健康、安全的工作環境。報告期內，集團內出現任何因工傷傷亡事件，也未出現任何違反員工健康與安全法規的重大事件。在職業健康與安全方面，我們堅守「生命無價」的原則，致力於打造一個全面而嚴謹的管理體系。為了守護生產第一線員工的安全，我們為他們配備了「超級英雄裝備」— 高質量的勞動保護用品，確保他們在忙碌的工作中也能得到全方位的防護。而我們的安全生產監督小分隊則像一群「安全守護者」，不定期地巡視各個角落，確保操作規範、勞保用品佩戴正確，為每一位員工築起一道堅實的安全屏障。

此外，我們深知消防安全的重要性，因此每個工廠都接受了嚴格的消防安全檢查，確保每個角落都符合安全標準。我們還定期舉辦消防演練和培訓，讓員工們成為真正的「消防小能手」，不僅提高了他們的安全防護意識，還增強了自救能力，為企業的安全發展築起了一道堅實的防線。



在關心員工身心健康方面，我們更是不遺餘力。我們為員工提供了全方位的補充醫療保險和人身險，就像為他們準備了一把「健康保護傘」，無論是疾病、意外還是生育，都能得到強有力的保障。對於零售店鋪的夥伴們，我們還額外購買了僱主責任險，讓他們的工作更加安心、放心。我們始終將員工的健康與安全放在首位，為員工打造一個既安全又溫暖的工作環境！

同時，我們深知每位員工的健康需求都是獨特的，因此我們會根據員工的性別、年齡等因素，為他們定製不同類別的體檢項目，以滿足他們個性化的健康需求。我們致力於為員工創造一個健康、安全、舒適的工作環境，讓每一位員工都能在工作中感受到溫暖和關懷。

我們高度重視員工就餐環境和膳食質量，報告期內，我們對員工食堂進行全面升級改造，以進一步保障員工的用餐體驗和健康。我們建立了由各部門員工代表組成的供餐管理委員會，旨在讓更多人員參與到供餐管理這項關係到福祉民生的工作中，遴選出更為滿意的供餐公司；在保障用餐安全方面，我們每餐所有餐品均為當天採購食材當天製作，並嚴格檢查供應商廚師資質、服務人員健康證件及身體情況，抽查供應商中央廚房衛生，並做到每餐留樣備查。此外，我們供餐委員會會不定期反饋和參與用餐體驗，促進員工用餐的日常監管，保障員工工食用的安全和健康。



多元員工生活

我們堅持「以人為本」，提供多樣化的員工福利，加強人文關懷。此外，我們開展豐富的員工活動，倡導員工積極參與，切實提升團隊歸屬感、向心力和凝聚力。

員工福利

我們感恩員工的付出與辛勞，為員工提供多樣化的薪酬福利，包括內購福利、餐費補貼、通訊補貼、駐廠補貼、托兒費補貼、生活必需品等多項公司專屬福利。此外，我們還為員工開設健身房、舞蹈俱樂部、搏擊俱樂部等，鼓勵員工在工作之餘強身健體，勞逸結合。報告期內，我們基於員工實際訴求，新增加了家長會假和金榜題名假，近一步打造溫暖、和諧的職場環境，豐富員工的多元化工作體驗。

新增福利一： 家長會假



為支持員工參與其子女在學校的集體活動，公司特別設立家長會議假。員工如因子女所在學校組織的集體會議需要請假，只需提供相關的證明材料，公司將給予0.5個工作日的帶薪假期。

新增福利二： 金榜題名假



為慶祝員工子女金榜題名，成功被高等院校錄取的喜訊，公司特別設立金榜題名假。員工在收到子女的錄取通知書後，憑此通知可向公司申請連續3個工作日的帶薪假期，員工可以用來陪伴子女入學或進行相關的入學準備。

同時今年為了更好地滿足員工在用餐方面的需求，我們決定提升餐補標準。對於工作在一線城市(包括北京、上海、廣州、深圳以及香港)的員工，我們將工作餐的補助標準提升至每人每天30元。而對於在非一線城市工作的員工，工作餐的補助標準則定為每人每天20元。這一舉措旨在確保員工能夠在工作期間享受到更加合理和滿意的餐飲待遇。

司慶活動

在2023年4月10日至4月18日期間，公司成功舉辦了首次線上覆蓋全集團及大區後台人員的司慶活動。此次活動旨在讓新老員工共同回顧公司21年的發展歷程，通過「有獎答題」形式加深員工對公司歷史的印象，並送上司慶福利。活動內容包括「曬出我的21」拍照打卡、「動向歷史直通車」在線答題以及司慶美食節。本次活動共帶動280多名員工積極參與，他們通過發現或創造與「21」相關的元素，展現了豐富的創意和熱情。此次活動不僅增強了員工的歸屬感和凝聚力，也有效提升了司慶日的熱度和公司的宣傳效果。

此外，中國動向2024年會盛典以「同心致遠，龍耀未來」為主題，時隔五年在疫情後首次盛大回歸線下，帶來了一場別開生面的沉浸式體驗。年會不僅首次嘗試讓員工自願報名節目，充分展現了員工們的才華和自信，更通過設計多樣化的遊戲活動和豐富的獎品，讓員工在自由參與中盡享歡樂，深刻感受到公司的開放與包容。從辦公區域煥然一新到新年工作禮包的發放，再到各種趣味遊戲和精彩晚宴的呈現，整場年會都充滿了歡樂和驚喜。員工們紛紛表示，此次年會不僅讓他們感受到了公司文化的魅力，更增強了團隊之間的凝聚力和向心力，為未來的工作注入了新的活力。



快樂團建

「誕願有你」動向聖誕Party，成為員工們期待已久的節日福利活動。在本次聖誕活動上，員工們暢飲美酒、品嚐豐盛西餐，感受節日的溫馨與喜悅。DJ的動感表演、精彩紛呈的互動遊戲和盲盒獎勵，讓現場氣氛持續升溫。重磅「火雞」更是將派對推向了高潮，員工們紛紛上台表演節目，現場共舞，盡情釋放熱情與活力。此次活動不僅讓員工們感受到了公司的關懷與溫暖，也促進了跨部門員工之間的交流與互動，進一步增強了團隊的凝聚力和向心力。



「誕願有你」動向聖誕Party



「健康運動」踢毽挑戰賽

此外，為了讓員工注重勞逸結合和傳遞運動文化，我們特地在2023年11月23日展開一場別開生面的踢毽活動。本次活動旨在利用午休時間，為來自六個體系、八個部門的25名員工提供一個輕鬆愉快的休閒運動平台。員工們通過個人挑戰賽展示踢毽技巧，結識新朋友；團隊挑戰賽則激發了大家的團隊合作精神，現場臨時組隊挑戰紀錄，氣氛熱烈非凡。公司藉此機會，不僅為員工提供了放鬆身心的機會，也傳遞了積極參與運動、追求健康生活的理念。

在子公司層面，我們也精心策劃了多場精彩紛呈的員工活動。長沙子公司於2023年7月，我們舉辦了「裸心會」，在長沙溫德姆酒店與員工進行了真誠的心談。通過了解員工的規劃和展望，我們增強了團隊的同頻共振和信心。2023年12月在電影院我們為後台員工舉辦了一場特別的生日會，通過生日儀式、蛋糕分享和電影觀賞，讓大家在歡樂中感受到團隊的溫暖。這不僅提升了員工的幸福感，也為他們繁忙的工作帶來片刻的寧靜。另外，在2024年春季，我們組織了「在路上，更青春」湖南毅行活動。員工們結伴徒步，完成了42公里的環保路線。這不僅鍛煉了團隊，也展現了我們對環保和公益的承諾。我們用實際行動為社會貢獻了力量。

這些活動不僅豐富了員工的業餘生活，也極大地提升了團隊的凝聚力和向心力。未來，我們將繼續舉辦更多有意義的活動，為員工創造更多驚喜和體驗，共同推動公司的持續進步。



生日會活動



「在路上，更青春」湖南毅行活動

負責任供應鏈

在構建負責任的供應鏈過程中，我們始終秉持可持續發展的理念，嚴格把控供應商的准入門檻。我們注重供應商的產品質量，堅持選擇那些符合高標準、具備嚴格質量控制體系的供應商作為合作夥伴。同時，我們也十分重視供應商的培訓與發展，通過定期舉辦培訓班和分享會，幫助供應商提升質量水平、管理能力和環保意識，共同推動供應鏈的綠色、高效發展。我們相信，只有與優秀的供應商攜手合作，才能確保供應鏈的穩健可靠，為社會和環境創造更大的價值。

供應商准入

在供應商的准入環節，我們堅持的原則是，供應商必須具備國內外一線品牌產品的生產經驗，並需要通過我們集團嚴格的實地考察和全面評估，才能納入我們的供應商名單。我們制定了一套詳

盡的供應商評價標準，該標準覆蓋企業背景、營運資質、經營理念、ESG評估、財務狀況、開發能力、技術實力、生產體系以及質量水平等多個維度。通過全方位的綜合評估和打分，我們將供應商分為ABCD四個等級，對於D級供應商，我們堅決予以淘汰。

此外，我們還對供應商進行多層次的稽查，從基礎硬件設施、開發生產能力、生產流程管理、營運能力、現場管理能力以及標準落實情況等方面進行細緻考察。我們特別青睞那些符合ISO9001質量管理體系認證、BSCI (Business Social Compliance Initiative, 商業社會標準) 認證、FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會) 認證、OEKO-TEX系列認證的供應商，以確保其產品製作流程及品質管理達到標準化、合理化和制度化。

本財年，我們對所有新聘用的供應商均進行了准入評價工作，確保整個供應鏈體系的穩健和高效。

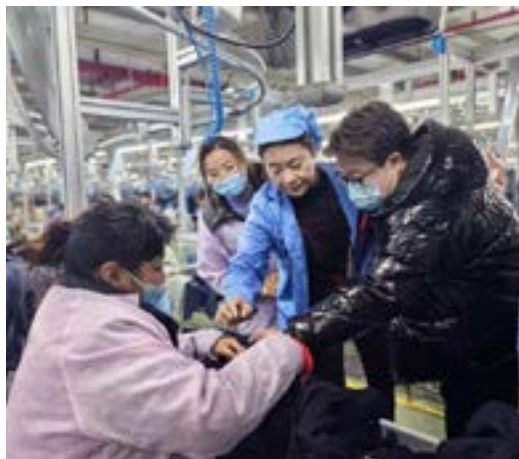
供應商考核

在供應商考核階段，我們要求供應商遵循嚴格的質量控制流程，從原材料採購到產品製造，每一個環節都要經過嚴格的質量檢測。我們與供應商建立了定期的質量評估機制，對產品質量進行持續跟蹤和監測。對於存在質量問題的產品，我們將要求供應商立即整改，並採取相應的糾正措施，確保產品質量的穩定和可靠。這種對產品質量的高度重視，不僅體現了我們對消費者的負責態度，也為我們贏得了市場的廣泛認可和信任。在追求與供應商建立長期、穩定合作關係的同時，我們亦致力於供應鏈的可持續發展，深入評估每一環節的環境與社會風險。

環境風險評估

在環境風險評估方面，我們採取了一系列嚴格措施。首先，對供應商的環保設施及原材料進行現場審核，確保物料符合環保標準。我們明確要求供應商遵守環境保護法律法規，並傾向於選擇已通過ISO14001環境管理體系認證、ISO50001能源管理體系認證等標準的企業。我們嚴格審查供應商在印花、染色、噴漆等重污染工序中的操作流程，確保其符合國家及地方環保標準。若供應商存在違規行為，我們將要求其立即整改或終止合作。同時，我們積極推廣環保材料的使用，制定化學品、膠水處理劑的管理制度，努力減少有害化學品的使用。我們每年都會對產品進行抽檢，確保產品安全，包括PH值、甲醛含量、異味以及可分解致癌芳香胺染料等關鍵指標的檢測。

為鼓勵供應商將環保理念融入其管理體系中，我們要求供應商定期提供CTI (華測檢測認證)、ITS (Intertek Testing Services) 檢測、SGS (Société Générale de Surveillance SA) 檢測、ZDHC (有害化學物質零排放聯盟) 檢測或FSC認證等標準體系的認證檢測報告，並鼓勵其採用可持續原材料，以降低對環境的負面影響。這不僅保障了員工的職業健康安全，也為消費者提供了更加安全、環保、健康的產品。



社會風險評估

在社會風險評估方面，我們同樣秉持嚴謹的態度。我們優先選擇符合ISO45001職業健康安全管理體系認證、BSCI (Business Social Compliance Initiative, BSCI)等國內外行業標準的供應商，確保勞工合規和職業健康安全管理。我們關注供應商的用工合法性、工人技術水平及操作熟練度，評估其產能穩定性，並預估實際產能以合理安排訂單。同時，我們將供應商的工時管理、薪酬福利、員工培訓等方面納入綜合評價體系，以確保員工的權益得到保障。此外，我們還通過實地考察，

評估供應商原料選用及生產加工流程的安全性，從而保障供應商員工及消費者的健康與安全。

供應商賦能

我們注重與供應商的溝通，實現供應鏈合作共贏。我們圍繞生產管理、質量標準、消費者訴求及行業動態等多個方面，開展供應商培訓。報告期內，我們結合最新的質量及工藝標準，集團工藝質量管理人員定期在供應商工廠產線驗貨，並開展質量提升現場指導，深化供應商對集團產品質量要求的理解。在2023年11月，我們在廈門艾德

召開供應商培訓，宣導電商快返模式以及優化供應鏈，同時鼓勵供應商開展產品技術革新，攜手供應商與我們共同成長。

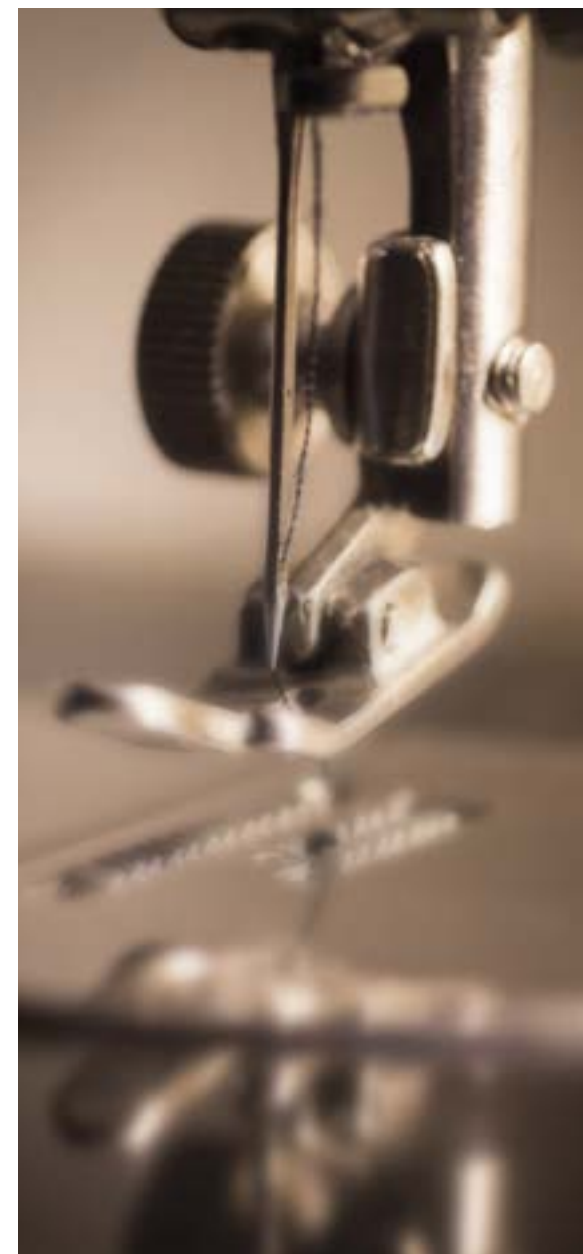
除此以外，今年我們還特地增加了雙向互動，我們邀請供應商夥伴來參與我司的決策中，提供更多寶貴的意見。如邀請供應商參與季度訂貨會，感受訂貨會的氣氛和整體流程。同時在每一季產品會啟動之後，在尺寸樣，上會樣，量產這3個階段，我們都會來到供應商現場與供應商進行現場交接以及例行巡廠。



產前確認溝通會及過程巡檢



供應商現場質量標準培訓



促進行業發展

我們始終將人才培育與產學研合作置於發展戰略的核心地位。我們深知，人才的培養是推動行業發展的關鍵因素，而產學研合作則是實現知識轉化和技術創新的重要橋樑。同時，通過聯動更多生態夥伴，為行業的可持續發展貢獻更多力量。

基於此，我們每年都與北京服裝學院展開緊密的合作，以期實現資源共享、優勢互補，共同推動服裝設計領域的技術創新和產品升級。通過多年合作不僅為我們選拔了一批才華橫溢、富有創新精神的服裝設計人才，更在共同探索服裝設計領域的前沿技術，推動面料科技的研發，以及設計思路和顏色搭

配等方面有了更多的突破。我們也期待與更多優秀的高校和科研機構建立合作關係，共同推動產學研合作的深入發展，挖掘更多新生力量。

作為推進碳達峰、碳中和的重要領域，中國紡織服裝行業一直是全球可持續治理的活躍力量，我們積極響應中國紡織工業聯合會社會責任辦公室的號召，自2021年起，集團成為首批支持國家30·60碳中和計劃的企業之一。我們深知環境保護的重要性，始終將環保理念融入企業營運的各個環節。在碳達峰、碳中和的雙碳目標下，我們不斷優化環境保護管理政策，實施節能減排措施，以減少生產、運輸及集團營運對環境的影響。我們積極倡導並踐行環保理念，攜手員工、供貨商等合作夥伴共同為綠色可持續發展貢獻力量。



「30·60中國紡織服裝碳中和加速行動」發佈儀式

第四章

地球 守護行動

章節故事 — 綠色底色的中國動向

氣候行動

循環經濟

化學品安全

綠·動

我們堅持綠色發展理念，在氣候行動、循環經濟和化學品安全管理方面持續採取系統性措施，致力於打造環境友好型企業，與利益相關方共同構建可持續發展的美好未來。

本章節對應的聯合國可持續發展目標



第四章：地球守護行動

章節故事 — 綠色底色的中國動向

「我家裡一直都有堅持舊衣服循環使用的習慣。」

— 孫一文

KAPPA選擇綠色生活就是選擇一種新的時尚生活方式，我們聚焦在「可持續時尚」這一與我們強關聯的環保支線，號召大家加入到這樣的生活中來，持續熱愛生活，並讓生活可持續。本財年，中國動向攜手中國國家擊劍隊運動員、第三十二屆夏季東京奧運會女子重劍個人金牌獲得者孫一文共同發起可持續時尚倡議 — 我和地球背靠背。而就在這樣的機緣下，我們跟孫一文面對面，聊了聊她的生活，她的亞運會，還有她眼中的 — 可持續時尚。

孫一文從小就對時尚有著敏銳的洞察力，但她對時尚的理解與眾不同，她認為時尚不僅僅是追求潮流和新穎，更應該與環保和可持續性緊密相連。孫一文的家裡有一個特別的傳統，那就是舊衣物的循環使用。從小，她就會穿上哥哥姐姐們穿不下的衣物，當她長大後，那些她曾經珍愛的衣物又會傳遞給弟弟妹妹們。孫一文從小耳濡目染，深深地理解了衣物循環利用的意義，這不僅是對資源的節約，也是對環境的保護。

隨著時間的推移，孫一文逐漸長大，她開始更加深入地思考時尚與環保之間的關係。她發現，很多人為了追求時尚而不斷購買新的衣物，這不僅造成了資源的浪費，也給環境帶來了巨大的壓力。從運動員的角度出發，孫一文的修煉過程也包括對社會責任的承擔，而這次與KAPPA共同發起的可持續時尚倡議 — 我和地球背靠背，便是她實踐完善的其中一步。

「這次的可持續時尚倡議，不再是侷限於理念，而是從重複利用到舊衣再造再到回收共享、減少不必要的消費以及負責任消費，為大家提供了實踐路徑。這個倡議讓大家能夠發現，時尚和環保並不是兩條不相交的平行線，環保也不是難以落地的口號。」

於是，孫一文開始在社交平台上分享自己的綠色生活小妙招，鼓勵更多的人加入到這個行列中來。她分享了自己家裡循環使用舊衣物的故事，也分享了自己如何改造舊衣物、讓它們煥發新的生命力的經驗。她的分享吸引了越來越多的人關注，越來越多的人開始意識到時尚與環保之間的緊密聯繫。

這次活動不僅深化了用戶對KAPPA新形象的認識，更讓綠色、可持續的理念深入人心。在超過1,000萬次的曝光中，KAPPA品牌通過核心主流媒體的發聲，向全社會傳遞了綠色、健康、環保的生活態度。這不僅為KAPPA品牌資產帶來了長期的正面影響，更為整個行業樹立了綠色、可持續的標桿。

展望未來，KAPPA將繼續秉承綠色、可持續的發展理念，通過更多創新、有趣的活動，讓每一位消費者都能感受到品牌帶來的正能量。我們相信，在KAPPA的引領下，綠色、可持續的生活方式將成為更多人的選擇，共同為地球的美好未來貢獻力量。



「不想卷，只想酷」

隨時隨地，隨心而行。

所有改變，都是微小的力量。

環保就是一種態度，不綠色就不酷。

氣候行動

在全球高度重視應對氣候變化的背景下，服裝行業正面臨著低碳轉型的巨大機遇與挑戰。我們堅持綠色發展理念，積極應對氣候變化，在董事會的監督下積極推進氣候變化風險識別及機遇應對相關事宜的管理工作，持續探索能效提升、提升資源利用效率，最小化廢棄物排放，盡最大努力控制溫室氣體排放，為實現碳中和目標貢獻力量。

應對氣候變化

我們深知應對氣候變化是全球共同的責任，在國家提出的碳達峰和碳中和遠大戰略目標下，我們深入識別了集團面臨的主要氣候變化風險與潛在的機遇，並對這些風險和機遇對集團未來營運的影響進行了詳細的分析。基於這些風險與機遇的評估，我們將持續強化管理，並採取切實可行的措施，積極應對氣候變化帶來的挑戰。集團面臨的氣候變化相關風險及機遇涵蓋了急性實體風險、慢性實體風險、政策與法律變化風險以及市場變化帶來的機遇，基於識別的風險我們制定了完善的應急預案，以增強企業的氣候適應能力。

風險／機遇類型

實體風險 — 急性風險



潛在影響

集團面臨的急性實體風險包括但不限於雷暴、洪災、颱風、極端低溫等劇烈氣候現象。集團主要自有工廠位於江蘇省，地處中國大陸東部沿海地區，是受到氣候變化影響較為明顯的地區。同時，集團營運地及倉庫還遍佈中國大陸多個地區，可能面臨較高的急性風險。

劇烈氣候現象可能對集團生產及營運所需的電力設施、用水設施及生產營運設備造成破壞，可能增加營運成本。極端氣候現象發生時，集團可能因氣候惡劣而導致停工停產、產品可能因運輸線路受阻而無法正常配送，以至集團訂單無法按期交付，進而導致集團營業收入受損。

應對措施

集團將建立極端天氣預警機制，並逐步出台極端天氣應急預案以及業務連續性管理辦法，配備專業的應急與救援設備，定期向員工開展安全知識培訓以及應急演練。

集團將定期開展設備巡檢，及時排查並消除安全隱患。集團還逐步將高能耗及老舊設施設備替換為高效節能、節水的環保型設施，提高資源利用效率。

實體風險 — 慢性風險



集團面臨的慢性實體風險包括但不限於海平面上升、平均氣溫升高、極端天氣頻率及嚴重程度增高等。集團所生產及銷售的服飾、鞋類及配件的原材料很大程度上依賴於棉花等天然纖維。因此，農業種植模式與農作物成本與集團的營運成本與原材料可得性有著較為密切的聯繫。

慢性氣候變化引起的海平面上升可能會縮減全球的可用耕地面積，從而降低棉花產量；平均溫度升高可能會影響棉花的生長速度，從而降低棉花產量；極端天氣頻率及嚴重程度增高同樣可能影響棉花產量。棉花產量的減少將抬高棉花單價，從而增加集團的採購成本。

集團將持續關注原材料產地氣溫變化情況、極端天氣發生頻率，以及海平面上升速度等氣候變化情況，及時識別可能影響原材料產量的慢性實體風險。

我們謹慎評估供應商面臨的氣候變化風險，並考慮多樣化採購策略，降低對於單一供應商的依賴程度，提升原材料供應鏈穩定性，降低由於氣候變化引發的供應鏈斷裂風險。

我們還將在面料採購階段對面料消耗進行優化估算，在生產階段進行精確裁剪，以全面提升面料的使用效率。



風險／機遇類型	潛在影響	應對措施
過渡風險 — 政策及法律 	<p>中國政府對氣候變化高度關注，持續加強相關法律法規的數量與約束力度，並設置了「碳达峰、碳中和」目標。同時，交易所等監管機構對於上市公司氣候信息披露的要求也愈發嚴格，強制企業開展更加完整、詳實、可靠的氣候變化應對情況披露。</p> <p>日益嚴苛的監管政策對於集團的氣候變化管理能力、數據統計能力，以及信息披露能力均提出了更高要求，為集團的可持續經營以及合規披露氣候變化信息帶來挑戰，可能提高集團的合規成本。</p>	<p>集團密切關注氣候變化相關政策，研判政策形勢，定期開展氣候變化相關的法律合規性檢索，回顧集團相關制度與實踐的合規性，並根據法律法規要求，及時對相關制度予以更新。</p> <p>面對趨嚴的信息披露要求，集團將加強氣候變化方面的知識儲備及人才儲備，聯合外部機構加強員工培訓，提升氣候變化政策變更的應對能力。我們積極投身氣候變化相關工作，包括參與「30·60中國紡織服裝碳中和加速行動」「FIS第六屆國際鞋業創新峰會」「第八屆鞋材高峰論壇」等相關活動，探索並開展紡織品全生命週期碳排放測評等相關工作。</p>
機遇 — 市場變化 	<p>更多的消費者已逐步關注並意識到氣候變化問題的嚴峻性，並將自身的消費偏好轉向低碳產品以及環境友好型企業。因此，樹立環境友好的品牌形象、為消費者提供更多低碳環保產品，將有可能吸引更多消費者的關注，並可能為集團帶來營業收入的增長。</p>	<p>集團加強低碳產品的創新及應用力度，優先選擇低碳環保的產品及服務，並在鞋類及T恤類產品中更多地應用環保材料，如生物基纖維、再生聚酯纖維等。集團還將提升對於低碳產品以及低碳理念的宣傳力度，在積極承擔減碳責任的同時，塑造良好的品牌形象。此外，我們時刻關注消費者的偏好變化，加大綠色產品創新研發力度，向消費者提供滿足其運動偏好與需求的綠色產品。</p>

能源轉型

能源轉型是企業應對氣候變化、實現低碳發展的關鍵舉措。我們制定了系統的能耗管理體系，對生產經營各環節的能源消耗情況進行全面統計和分析，不斷明確節能責任並建立了嚴格的檢查制度。基於此，我們在辦公設備節能、空調節能、照明燈具節能以及清潔能源選擇等方面開展了一系列措施持續提升能效水平，並制定了階段性的能耗定額和節能目標。報告期內，我們辦公軟件全面接入並應用飛書系統，通過雲文檔在線編輯等功能，進一步節約文件打印、紙質文件傳輸等傳統辦公過程帶來的碳排放與資源浪費。

我們持續努力打造高效節能的線下門店，並積極向數字化、自動化、智能化方向轉型。通過一系列切實有效的營運管理手段、創新高效的設備設施和技術方案，我們不斷減少電力、製冷劑等能源消耗。我們在門店內安裝LED燈，減少大功率主光燈的使用數量，並根據光照情況適當減少或調整射燈，以減少用電。我們還在全部店鋪內安裝變頻空調以降低能源消耗。每日營運結束後，門店人員仔細檢查並確保電氣設備均處於關閉狀態。


辦公設備節能管理

每日電源設備開啟時間為8:30-20:30，最後離開的員工負責關閉本區域電源，同時每週五及節假日前通過OA提醒員工關閉電源，減少不必要的電力消耗，同時降低火災等安全隱患。


空調節能管理

在每年製冷季開始前及結束後均定期對空調進行檢修維護與保養，設備開啟時間為8:00-17:00分區域控制，以保證空調的低能耗運轉。


照明燈具節能管理

公司辦公區域均為LED燈，並於每晚8點半自動斷電，以節約辦公區域無人使用時電燈常量導致的電力消耗。員工加班期間，我們將為相關樓層員工提供單層供電。


清潔能源選擇

公司安裝太陽能熱水器，充分利用太陽能，在冬季為員工提供洗手間洗手熱水供給。

同時，我們也致力於提升所有內部員工對綠色發展的認知，鼓勵組織加強與消費者的溝通，將可持續意識和行為融入日常工作和生活消費中。我們積極開展綠色辦公實踐，通過低碳環保主題培訓提高員工的綠色低碳意識，並鼓勵員工依託公司和品牌的影響力，帶動更多消費者和社會公眾共同參與氣候行動。

優化資源利用

水資源是企業生產經營不可或缺的重要資源，我們高度重視水資源的可持續利用。在水資源管理方面，我們制定了《節水管理制度》，貫徹落實「環保合規、節水優先、經濟排放、科學治理」的節水管理方針。通過不斷完善用水統計和監測體系，實時掌握各生產環節的用水情況。在太倉工廠，我們對全體員工宣傳節約用水意識，提倡「人走水停」的生活習慣，並在洗手台旁張貼節約用水

標誌。同時，我們也制定了階段性的用水定額和節水目標，通過持續優化工藝流程、採用先進的節水技術等措施，不斷提高用水效率。

材料的可持續使用是我們循環經濟實踐的關鍵環節，為最大限度地提高原材料利用效率，我們通過工藝升級優化、殘次品回收利用以及成品包裝優化三大策略進行有效部署，在提高原材料使用效率的同時，降低了生產成本，也進一步體現了我們對環境保護的承諾和追求。

減少廢棄物和污染

我們高度重視廢棄物的分類管理與合規處置，在集團的行政辦公環節，我們積極推行減廢措施。我們在打印機旁設立了廢紙回收區，收集廢紙、廢舊快遞文件紙袋以及紙箱，供員工循環使用，打印設備產生的墨盒和硒鼓有害廢棄物，我們統一委託具有專業資質的第三方進行合規的回收和處理，以確保這些物品得到妥善處理。我們統一採購桶裝飲用水，以減少廢棄水瓶的數量。在上海辦公室，我們根據《上海市生活垃圾管理條例》

制定了《上海KAPPA垃圾分類制度》，確保員工能夠嚴格遵守垃圾分類要求，進一步強化了廢棄物的回收管理。

在生產過程中，我們注重減少廢棄物和廢水的產生。在產品設計與生產階段，我們依據面料倉提供的實測幅寬、縮率等關鍵參數，進行精確的排版設計，以最大化原材料的利用率，減少廢棄邊角料的產生。在廢水方面，我們持續優化生產工藝，減少不必要的用水環節，同時採用先進的洗滌技術，最大限度地降低單位產品用水量。在產品配送運輸環節，我們優先選擇可循環使用的紙箱，以降低木材製品的浪費。同時，在產品回收階段，我們強化了面料和樣衣的回收機制，積極推動資源的循環再利用。

在門店營運方面，我們也積極推行減廢措施。目前，集團門店所使用的衣架均獲得了全球回收標準(GRS)認證，具有顯著的二次利用價值。在門店裝修過程中，我們統一審批並採購符合環保要求的裝修物料，儘量減少牆板塗料的使用，以降低裝飾裝修材料對環境的影響。當門店進行裝修升級時，我們的承建施工方會統一回收燈具、衣架等可再利用的物料，從而有效減少資源的浪費。



工藝優化升級

我們持續改進生產工藝，提高原料利用率，減少原料在生產過程中的損耗和浪費。同時引入先進的切割技術，最大限度地減少原料裁剪過程中的邊角料。



殘次品回收利用

對於生產過程中產生的殘次品，我們建立了完善的回收利用機制。通過再加工或再利用，變廢為寶，實現資源的二次利用。



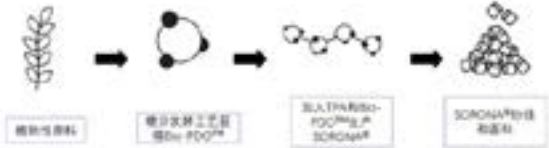


成品包裝優化

我們優化產品包裝方案，減少包裝材料的使用量，同時採用可回收利用的包裝材料，降低包裝對環境的影響。

循環經濟

中國動向遵循《「十四五」循環經濟發展規劃》及歐盟《循環經濟行動計劃》等海內外相關政策及倡議，我們堅持環境影響最小化的產品設計理念，重視低碳產品的創新研發與生產，通過加大環保類材料使用、降低有害化學品使用，以持續降低產品對環境及天然資源的負面影響，向消費者傳遞綠色消費理念，打造負責任的企業形象。

報告期內，KAPPA品牌產品主要採用的環保材料如下：

產品品類	面料類別	面料特性或原理	應用情況	圖片示例
服裝	生物基纖維 — SORONA®(1977)	<p>該面料含有37%的植物性可再生原料(植物澱粉糖)，與傳統尼龍面料相比，SORONA®的產品製造工藝過程可降低約37%的石油資源消耗，節省30%的能源使用，減少63%的溫室氣體排放。</p> 	2023/2024財年約27萬訂單件應用了SORONA®面料的服裝產品。	
	生物基纖維 — 優可絲®	<p>面料使用了優可絲®木源纖維，纖維源自國際權威認證負責任管理的種植林。種植林生長過程中，沐浴陽光和水，吸收二氧化碳，降低溫室氣體排放，減少碳足跡。100%生物基認證，可28天自然生物降解，可循環再生從自然而來，歸回自然。</p>	2023/2024財年約1萬訂單件應用了優可絲®面料的服裝產品。	

產品品類	面料類別	面料特性或原理	應用情況	圖片示例
鞋	TPU(熱塑性聚氨酯彈性體)材料	該材料在可以被回收再利用的同時，兼具減少溢出毛邊、擠出廢膠等廢棄物的特質，有效提升材料使用效率。	2023/2024財年，集團旗下KAPPA品牌中含TPU的鞋類產品已超過20萬雙。	
	PU(聚氨酯)	聚氨酯鞋底具有密度低、質地柔軟，彈性佳，穿著舒適輕便；良好的耐氧化性能、優異的耐磨性等優點。	2023/2024財年，含PU的鞋類產品已超過6萬雙。	

PHENIX始終秉持循環經濟的理念，將可持續發展融入產品開發的每一個環節。我們堅信，只有對每一道工序都精益求精，才能為消費者帶來真正安全、可靠、高品質的產品。報告期內，PHENIX品牌產品主要採用的環保材料如下：

產品品類	面料類別	面料特性或原理	應用情況	圖片示例
服裝	Smawarm®環保棉	<p>採用多層不同低熱傳導材質複合，纖維的細度只有羽毛的1/3，不讓體溫流失。纖維經充分混練天然礦物粉，由於粉末的多孔性材質，能起過濾作用，消除空氣中各種異味及細菌等有害物質，因含有微量金屬及吸濕快乾特性，能夠減少冬天衣物穿著時所帶來的靜電困擾。</p> 	2023/2024財年20%的產品使用了Smawarm®環保棉。	
	PrimaLoft®環保棉	<p>該保暖面料由回收塑料製成，可實現循環使用，促進資源節約和高效利用。</p> 	2023/2024財年約1萬件服裝已使用PrimaLoft®環保棉。	

產品品類	面料類別	面料特性或原理	應用情況	圖片示例
	Recycled Polyester Yarn再生聚酯纖維	<p>使用ECO滌綸纖維，通過物理法加工工藝，將廢棄PET塑料瓶熔融後製成PE切片，進而紡絲、織造，有效減輕生態環境負擔。</p> 	2023/2024財年約2千件服裝使用再生聚酯纖維面料。	
服裝	ECOUSE再生聚酯纖維面料	<p>由塑料瓶和製造過程中產生的木材廢料等原料製成，在紗線、棉花、面料和紡織品產品中得到越來越廣泛的應用。</p> 	2023/2024財年日本產品線使用了日本美麗的ECOUSE再生聚酯纖維面料。	

化學品安全

我們致力於建立全面的化學品安全管理體系，確保生產和經營活動中使用的化學品對員工、消費者以及環境負責任。我們將通過規範化的化學品管理流程、嚴格的准入審核、有效的監測與控制，最大限度地降低化學品風險，為社會創造更加安全綠色的產品。同時我們也將不斷優化工藝，選用更加環保的替代化學品，持續改善化學品使用過程的安全性。

化學品安全管理

我們建立並逐步完善的化學品管理體系及流程，涵蓋採購、運輸、儲存、使用、處置等全流程。我們嚴格遵守相關法律法規，定期評估化學品安全性，識別潛在風險。在生產過程中，我們採用先進的監測設備，實時監控關鍵指標，及時發現並處理異常情況。我們還建立了應急預案，確保一

旦發生化學品泄露事故能夠快速有效地進行處理和應對。我們指定專人負責化學品管理，並建立健全的台賬和預警機制。所有與化學品相關的工作均有明確的職責分工和操作標準，相關人員需經過專業培訓才能上崗。我們定期開展化學品風險評估，並據此制定持續改進計劃。同時，我們還建立了完善的化學品事故應急機制，確保能夠快速響應並有效控制。報告期內，我們邀請了第三方獨立檢測機構，按照國內外相關標準，對服裝、鞋類產品及材料進行了全面的化學品檢測，涉及PH值、甲醛含量、殺蟲劑、鄰苯二甲酸酯、芳香胺染料、致癌染料等多個類別。未來，除了加強化學品全生命週期的安全管理，我們計劃制定系統的化學品淘汰計劃了，致力於逐步淘汰對環境和健康存在潛在風險的化學品。

供應商化學品管理

我們指定專人負責化學品管理，並建立健全的台賬和預警機制。所有與化學品相關的工作均有明確的職責分工和操作標準，相關人員需經過專業培訓才能上崗。我們定期開展化學品風險評估，並據此制定持續改進計劃。同時，我們還建立了完善的化學品事故應急機制，確保能夠快速響應並有效控制。

培訓與賦能

我們為相關員工提供系統化的化學品安全培訓，包括化學品識別和分類、操作流程、應急處置等內容。同時我們還組織定期的演練和知識競賽，持續提高員工的化學品安全意識和操作技能。此外，我們也要求核心供應商定期組織這些培訓課

程，並保留培訓記錄。我們也會不定期開展現場檢查，確保供應商員工掌握了必要的化學品安全知識和技能。只有供應商內部員工具備紮實的化學品安全意識和操作能力，我們的化學品管理體系才能真正發揮應有的作用。

通過上述措施，我們正在逐步降低化學品對環境和員工健康的影響，為社會提供更加安全綠色的產品。我們將繼續加大在這方面的投入和行動力度，為實現化學品全面綠色轉型做出應有貢獻。



第五章

公民價值傳達

章節故事 — 有溫度的中國動向

推廣運動文化

公益慈善

社區參與

社·融

我們堅持對社區持續關注和深度融合，專注推廣運動文化、貧困幫扶和社區參與，積極投入資源，踐行社會責任，用行動回饋社會，與社區共同發展。

本章節對應的聯合國可持續發展目標



第五章：公民價值傳達

章節故事 — 有溫度的中國動向

我們上山下海走遍中國發現了很多鮮活的足球女孩面孔，我們試圖從這種大量的記錄中找到一股女性力量，這種力量是守望相助，是夥伴精神，不會隨著時間流逝，反而會聚沙成塔。故事來到了貴州省榕江縣，這裡除了以侗族文化聞名全國外，還有讓八方來客為之震撼的「村超」。榕江城北體育場的路標上寫著「人生就該有追球」，2024年村超舉辦當日就涌入了近5萬多人來觀賽，無論你會不會踢球，來到這裡都會自然地愛上這項運動。



侗族女孩鄭茂歡，是榕江縣忠誠村球隊唯一一位女足球員，是球隊的中後衛。從2023年加入球隊以來，即使隊裡的哥哥們總是照顧著她，但是她總能感受到周圍的質疑聲，而這種質疑聲總是脫離不開男女先天身體素質的差異。但鄭茂歡坦然面對這些質疑，除了訓練努力外，還不斷找時間給自己加練，爭取趕超男性運動員。她給自己設下了一個目標：「比賽中打進一顆關鍵球！」

高二的她就拿到了二級運動員證，憑藉這個專項考取了大學，如今又因為「村超」的緣故，它不僅收穫了父母的認可，還被村裡喜歡足球的小孩們當作明星來崇拜。「不管是升學，還是做女足球員，「村超」都讓我的人生發生了改變，這是我以前絕不可能想到的。」



堅持一項運動，向世界證明女孩子跟男孩子沒有什麼不一樣，都能做得很好，這種堅韌不拔，永不言敗的鏗鏘玫瑰精神，把困境寫成詩篇，讓汗水涌動激情，在絕望中升騰起希望，正符合現如今的KAPPA品牌在傳承運動基因的基礎上，以「激情不凡，拒絕平庸」為核心理念，讓我們持續耕耘，做一個有溫度的中國動向。

推廣運動文化

「潮流運動」彰顯了我們對全民運動理念的堅定承諾。KAPPA與PHENIX兩大品牌，不僅代表著前沿的時尚潮流，更承載著我們對於運動文化的深度理解和尊重。我們致力於將品牌的價值觀與全民運動的理念相結合，通過推廣潮流運動，激發更多人參與運動的熱情，享受運動帶來的樂趣。這不僅是我們品牌的追求，更是我們對社會的責任與擔當。

當三大平台騰訊視頻、芒果TV、愛奇藝紛紛推出體能競技類綜藝時，KAPPA以敏銳的洞察力捕捉到這一潮流的脈搏，果斷贊助了愛奇藝的《勢不可擋》。這檔被評為內部S+級的綜藝，不僅吸引了李晨、張雨綺、蘇炳添、張偉麗等明星嘉賓的加入，更有100位業內知名體能達人的精彩參與。KAPPA的贊助不僅為節目提供了專業的服裝支持，更通過這一平台，向廣大觀眾傳遞了全民健身的理念。隨著節目的熱播，飛盤、騎行、露營、溯溪等小眾運動逐漸走進大眾視野，成為越來越多人追求健康、活力的新選擇。KAPPA的此次贊助，無疑為全民健身注入了新的活力。它讓人們看到，健身不僅僅是專業運動員的事情，更是每個人都可以參與、享受的生活方式。讓我們一起跟隨KAPPA的步伐，加入全民健身的行列，共同追求健康、快樂的生活！

PHENIX一直以來致力於推廣雙板自由式這項運動，更倡導大家敢於打破生活現狀，勇敢嘗試新的領域。2023年，PHENIX舉辦了多場運動文化的推廣活動，其中包括舉辦的PHENIX「兄弟杯」高山滑雪杯比賽和開展的PHENIX x chicamp自由式訓練營，帶動全網將近有400萬人參與。這些活動不僅面向成熟的參賽選手，還覆蓋了初級的滑雪運動愛好者，在教練團隊的帶領下用1-2天時間體驗自由式滑雪的樂趣，感受滑雪樂趣，全方位的推動全民運動的理念。



PHENIX「兄弟杯」高山滑雪杯比賽



PHENIX x chicamp自由式訓練營

新疆可可托海滑雪場，以其壯麗的自然風光和優質的滑雪條件吸引著無數運動愛好者。這裡是挑戰自我、體驗速度與激情的絕佳之地，也是感受大自然魅力的絕佳場所。我們為了在雪季之初推廣自由式滑雪文化，提倡讓更多運動愛好者體驗滑雪運動，在全網發起趣味運動視頻徵集活動，從中我們評選出數名熱門內容製作者，並且邀請他們來到可可托海滑雪場開板，體驗PHENIX品牌產品及集團業態。同時我們邀請運動類達人，藝人，國家級自由式滑手共同參與，讓更多的人了解並喜愛上自由式滑雪這項運動。



公益慈善

我們一直以來都將公益慈善視為企業發展中不可或缺的一部分。作為一家有影響力的企業，我們肩負著回饋社會、關愛弱勢群體的重任。因此，我們不僅在商業領域追求卓越，更在公益慈善領域積極行動，通過捐款、援助、志願服務等多種形式，為社會貢獻我們的力量。我們深知，公益慈善不僅是一項社會責任，更是一種價值觀的體現，我們將持續致力於此，為社會傳遞愛與希望，共同構建更加美好的未來。

KAPPA，一個不僅關注時尚潮流，更致力於推動女性力量與偏遠地區公益行動的品牌。我們的KAPPA品牌在產品設計方面，將女性友好作為獨特的設計理念提供給女性消費者，旨在帶來更多便利性的同時展現自己的風采和力量。在公益活動方面，我們鼓勵女性勇敢追求夢想，展現自我，成為生活中的強者。我們定期在偏遠地區開展慈善捐贈活動，以實際行動為那些需要幫助的人們送去溫暖和希望。

在我們的校服業務方面，我們每年參與學校的愛心義賣，並將義賣款捐贈給偏遠貧困山區。每年6月中考、高考我們會通過贈送送考服，讓畢業年級的送考老師統一著裝送孩子們進考場，給孩子們增加必勝的動力。我們會按照有畢業年級的學校進行贈送，累計服務教師千餘人，教師們穿著送考服跟畢業年級的學生合影，給學生留下了美好的回憶。整個2023財年KAPPA捐贈貧困生贈送校服數量91件，贈送考服1,000餘件。



身著KAPPA「必勝考衣」的送考老師們



社區參與

我們重視建立穩定有效的社區溝通機制，堅持將企業發展成果回饋於社會，積極展開社會責任實踐。我們考慮業務活動對社區公眾的影響，通過與社區溝通，聆聽社區聲音，助力社區發展。本財年，我們發揮品牌優勢，組織開展多元化的業務推廣活動，打造「有溫度、有態度、有深度」的品牌，向新時代青年傳遞積極向上的精神。

KAPPA為北京某學校定製設計了50餘款的學生裝款式，涵蓋了一年四季、多種穿著場景的學生裝，同款多色、多款多色、針織、梭織、棉羽、男女款等多種類型服裝的定製設計，滿足了給學生對學生裝多樣化的選擇。合作初期，我們清晰了解到學校的校園歷史文化、教學理念、想達到的穿衣效果等基礎信息後進行了首輪方案設計，從百餘款設計中拆選出80多款作為打樣候選款式，樣品完成後經過層層評選最後定出50款作為最終大貨投產的品類。學生可以通過線上小程序進行訂購，訂購流程簡單快捷，48小時發貨，同時我們配備了實時在線客服回覆，給家長們帶來了方便快捷的體驗，得到了學校、家長、學生的一致好評。



附錄：

聯交所《ESG報告指引》索引

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
A. 環境		
層面A1：排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A1.1	排放物種類及相關排放數據	附錄 — 關鍵績效指標表
指標A1.2	直接(範疇1)和能源間接(範疇2)溫室氣體排放量(以噸計算)，及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	附錄 — 關鍵績效指標表
指標A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	附錄 — 關鍵績效指標表
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)	附錄 — 關鍵績效指標表
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	地球守護計劃 — 氣候行動

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟	地球守護計劃 — 氣候行動
層面A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A2.1	按類型劃分的直接及/或間接能源(如點、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)	附錄 — 關鍵績效指標表
指標A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	附錄 — 關鍵績效指標表
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	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量	附錄 — 關鍵績效指標表

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
層面A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	地球守護計劃 — 氣候行動
層面A4：氣候變化		
一般披露	識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策	地球守護計劃 — 氣候行動
指標A4.1	描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動	地球守護計劃 — 氣候行動
B. 社會		
僱傭及勞動常規		
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	卓越夥伴關係 — 我們的員工
指標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	附錄 — 關鍵績效指標表

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	附錄 — 關鍵績效指標表
層面B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	卓越夥伴關係 — 我們的員工
指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率	附錄 — 關鍵績效指標表
指標B2.2	因工傷損失工作日數	附錄 — 關鍵績效指標表
指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行的監察方法	附錄 — 關鍵績效指標表
層面B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動	卓越夥伴關係 — 我們的員工
指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比	附錄 — 關鍵績效指標表
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	附錄 — 關鍵績效指標表

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
層面B4：勞工準則		
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	卓越夥伴關係 — 我們的員工
指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	卓越夥伴關係 — 我們的員工
指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	卓越夥伴關係 — 我們的員工
營運慣例		
層面B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	卓越夥伴關係 — 負責任供應鏈
指標B5.1	按地區劃分的供應商數目	附錄 — 關鍵績效指標表
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	卓越夥伴關係 — 負責任供應鏈

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
指標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	卓越夥伴關係 — 負責任供應鏈
層面B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	可持續運動時尚 — 責任營銷
指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	可持續運動時尚 — 服務與支持
指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	可持續運動時尚 — 服務與支持
指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	可持續運動時尚 — 責任營銷

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	可持續運動時尚 — 產品先鋒
指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	負責任公司治理 — 高效公司治理
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	負責任公司治理 — 高效公司治理
指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	負責任公司治理 — 高效公司治理
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	負責任公司治理 — 高效公司治理

規定、主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標(指標)		披露位置或備註
層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
指標B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓	負責任公司治理 — 高效公司治理
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	公民價值傳達 — 公益慈善、社區參與
指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)	公民價值傳達 — 公益慈善、社區參與
指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	公民價值傳達 — 公益慈善、社區參與

關鍵績效指標表

關鍵績效指標	單位	2021/2022財年	2022/2023財年	2023/2024財年
可持續運動時尚				
主動召回產品數量	件	0	0	0
被動召回產品數量	件	0	0	0
卓越夥伴關係				
員工總數	人	376	471	350
按性別劃分的員工人數				
男性員工總數	人	140	155	121
女性員工總數	人	236	316	229
按年齡劃分的員工人數				
30歲及以下的員工總數	人	59	51	48
年齡31-50歲的員工總數	人	306	400	290
年齡51歲及以上的員工總數	人	11	20	12
按層級劃分的員工人數				
管理層員工總人數	人	101	86	80
非管理層員工總人數	人	275	385	270
按地區劃分的員工人數				
中國大陸員工總人數(人)	人	374	469	348
港澳台地區員工總人數	人	2	2	2
其他海外地區員工總人數	人	0	0	0

關鍵績效指標	單位	2021/2022財年	2022/2023財年	2023/2024財年
集團員工流失比率	%	28.92%	26.98%	37.39%
按性別劃分的員工流失比率				
男性員工	%	27.84%	26.89%	33.52%
女性員工	%	29.55%	27.02%	39.26%
按年齡劃分的員工流失比率				
30歲及以下員工	%	27.16%	32.00%	31.43%
31至50歲員工	%	29.49%	26.61%	36.96%
51歲及以上員工	%	21.43%	20.00%	58.62%
按員工層級劃分的員工流失比率				
管理層員工	%	21.70%	25.86%	13.98%
非管理層員工	%	31.25%	27.22%	42.06%
按地區劃分的員工流失比率				
中國大陸員工	%	28.92%	27.06%	37.52%
海外及港澳台員工	%	0.00%	0.00%	0.00%
按性別劃分的受訓僱員百分比				
男性員工培訓人數佔比	%	60.71%	71.61%	70.25%
女性員工培訓人數佔比	%	69.07%	73.10%	58.08%
按僱員類別劃分的受訓僱員百分比				
管理層員工培訓人數佔比	%	55.45%	69.77%	77.50%
非管理層員工培訓人數佔比	%	69.82%	71.95%	57.78%

關鍵績效指標	單位	2021/2022財年	2022/2023財年	2023/2024財年
按性別劃分的每名僱員受訓的平均時數				
男性員工人均培訓時長	小時	3.27	13.26	7.52
女性員工人均培訓時長	小時	4.12	15.80	6.72
按僱員類別劃分的每名僱員受訓的平均時數				
管理層員工人均培訓時長	小時	4.85	9.02	9.13
非管理層員工人均培訓時長	小時	3.47	16.53	6.20
財年因工損失的工作日數	天	60.50	34.50	45.50
過去三年因工亡故人數	人	0	0	0
過去三年因工亡故人數比率	%	0.00%	0.00%	0.00%
供應商總數	個	71	62	53
按地區劃分的供應商數量				
華東地區供應商數量	個	32	40	34
華中地區供應商數量	個	8	2	1
華北地區供應商數量	個	16	2	1
華南地區供應商數量	個	15	15	14
華北地區供應商數量	個	0	3	3

關鍵績效指標	單位	2021/2022財年	2022/2023財年	2023/2024財年
地球守護計劃				
直接溫室氣體排放(範圍一)	噸二氧化碳當量	26.12	16.79	14.84
間接溫室氣體排放(範圍二)	噸二氧化碳當量	1,282.51	1,228.07	1,057.95
溫室氣體排放總量(範圍一及範圍二) ¹	噸二氧化碳當量	1,308.64	1,244.86	1,072.79
按員工核算的溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量／人	1.56	1.98	3.07
按營收核算的溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量／人民幣百萬元	0.75	0.71	0.62
按面積核算的溫室氣體排放強度	噸二氧化碳當量／平方米	0.06	0.05	0.05
能源消耗總量 ²	兆瓦時	2,129.86	2,008.73	1,181.80
直接能源消耗	兆瓦時	105.00	67.40	58.55
— 汽油	兆瓦時	81.87	51.60	49.94
— 柴油	兆瓦時	23.13	15.80	8.61
間接能源消耗	兆瓦時	2,024.86	1,941.33	1,123.25
— 外購電力	兆瓦時	2,024.86	1,941.33	1,123.25
總用水量 ³	噸	30,649.76	35,807.60	34,444.48
按員工核算用水量強度	噸／人	81.52	76.02	98.41

¹ 基於營運特性，集團主要氣體排放為溫室氣體排放，源自使用由化石燃料轉化的電力及燃料。集團溫室氣體排放清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮。溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《2019年度減排項目中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《IPCC 2006年國家溫室氣體清單指南》進行核算。

² 能源消耗量數據根據電力及燃料的消耗量及中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》中換算因子計算。外購電力不包括哈爾濱辦公室的數據，其電費包含在物業費中，用電量尚不能單獨統計。

³ 用水量包括北京、南京、大連、武漢、昆明等地區辦公室和太倉工廠的用水量，其餘地區(上海、深圳、鄭州、長沙)水費包含在物業費中，用水量尚不能單獨統計，我們依據中華人民共和國水利部發佈的統計公報《2021年中國水資源公報》進行了估算。

關鍵績效指標	單位	2021/2022財年	2022/2023財年	2023/2024財年
按面積核算用水量強度	噸	1.21	1.56	1.66
包裝材料總量 ⁴	噸	1,357.10	940.01	662.29
— 塑料類	噸	/	/	152.14
— 紙板類	噸	/	/	509.15
按營收核算的包裝材料密度	噸/人民幣百萬元	0.71	0.56	0.38
有害廢棄物總量 ⁵	噸	0.13	0.12	0.11
按員工核算有害廢棄物密度	噸/人	0.0002	0.0002	0.0003
無害廢棄物總量 ⁶	噸	28.56	54.05	54.95
按員工核算無害廢棄物密度	噸/人	0.03	0.08	0.16
公民價值傳達				
校服捐贈數量	件	/	/	91

⁴ 包裝材料主要包括服裝、鞋、配件及物流環節於報告期內所採購的紙箱、塑料袋、包裝紙。

⁵ 集團涉及的有害廢棄物類型主要包括廢棄硒鼓及墨盒。

⁶ 集團營運涉及的無害廢棄物主要包括辦公樓生活垃圾、生產邊角料及廢棄電子設備。辦公樓生活垃圾由辦公樓物業統一處理，生產邊角料和經審批報廢後的廢棄電子設備由回收商進行回收處理。

讀者意見反饋

尊敬的讀者：

您好!

非常感謝您閱讀本報告。我們誠摯地期待您對本報告進行評價，提出寶貴意見，以便我們持續改進ESG工作，提升履責能力與水平！我們鄭重承諾將對您的個人信息嚴格保密。

選擇題：(請您在相應的位置選擇打「✓」)

- 對於中國動向而言，您的身份是：
 - 員工
 - 消費者
 - 供應商
 - 監督機構
 - 媒體
 - 其他(請註明)
- 您對本報告的總體印象是：
 - 很好
 - 較好
 - 一般
 - 較差
 - 很差
- 您認為本報告中所披露的ESG信息質量：
 - 很高
 - 較高
 - 一般
 - 較低
 - 很低
- 您認為報告結構：
 - 很合理
 - 較合理
 - 一般
 - 較差
 - 很差
- 您認為報告版式設計和表現形式：
 - 很好
 - 較好
 - 一般
 - 較差
 - 很差

開放性問題

- 您認為本報告哪些方面最讓您滿意？

- 您認為本報告還需要披露哪些您希望進一步了解的信息？

- 您對我們的ESG工作有哪些意見和建議？

如果方便，請您告訴我們您的信息：

姓名：_____

聯繫電話：_____



我們的聯繫方式：ir@dxsport.com.cn

DONGXIANG

我們期待和您共創一個
更可持續發展的中國動向！