

2021

環境、社會 及管治報告

喆麗控股有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

股份代號：2209

二零二一年環境、社會及管治報告

喆麗控股有限公司二零二一年環境、社會及管治報告	1
關於本報告	2
重要性評估	4
我們對可持續發展的態度	6
重要主題	10
其他標準披露－社會	28
其他標準披露－環境	33
回饋意見	40

關於本報告

歡迎閱讀喆麗二零二一年環境、社會及管治報告

本報告為喆麗控股有限公司（「**喆麗**」或「**本公司**」，連同其附屬公司，統稱「**本集團**」）（股份代號：2209）自二零二一年七月九日上市以來的第一份環境、社會及管治（「**ESG**」）報告（「**本ESG報告**」或「**本報告**」）。當中涵蓋本集團的可持續發展方針及政策，並針對ESG相關風險及目標檢討其表現與策略。本報告ESG報告的英文版本已在我們的網站(<https://www.yesasiaholdings.com/>)及香港聯合交易所有限公司（「**聯交所**」）（網站(<http://www.hkexnews.hk>)）發表。

報告框架

聯交所證券上市規則（「**上市規則**」）附錄27所載環境、社會及管治報告指引（「**ESG報告指引**」）

- 本ESG報告採用了聯交所於二零一九年十二月發佈的新ESG報告指南披露義務。我們遵守一系列的強制性的披露要求，在報告中加入本公司董事會（「**董事會**」）的明確聲明，說明董事會對環境、社會及管治問題的考慮，以及對我們的管治結構和對管理環境和社會風險的描述。我們已經進行了重要性評估，以確定我們對上市規則附錄27所述之聯交所12項環境和社會方面的「不遵守就解釋」條文的報告。

喆麗的概況

喆麗成立於一九九七年，是一間總部位於中華人民共和國香港特別行政區（「**香港**」）的網上零售商，從事採購及銷售第三方品牌及無品牌亞洲時裝與生活時尚、美容及娛樂產品，並向全球客戶銷售有關產品。我們主要通過我們的網上平台銷售產品，同時通過我們的網下企業對企業（「**B2B**」）銷售渠道銷售部分娛樂產品作為補充。

我們的主要業務活動可分為兩個業務部門：(i)在我們的www.YesStyle.com（「**YesStyle**」）在線B2C和www.AsianBeautyWholesale.com（「**AsianBeautyWholesale**」）網上B2B平台上銷售時尚生活和美容產品；及(ii)在我們的YesAsia網上B2C銷售平台和通過我們的網下B2B銷售渠道銷售娛樂產品。

我們的公司總部位於香港新界。我們在香港、日本和大韓民國（「**南韓**」）分別租賃九個、一個和一個物業，總樓面面積分別為184,669、1,921和4,915平方尺。我們並不擁有任何物業。我們租賃的物業主要用作辦公室及倉庫。

報告範圍

本ESG報告涵蓋本集團於截至二零二一年十二月三十一日止財政年度（「**報告年度**」）的可持續發展方針、政策、表現和策略，與本公司年報的內容一致。除另有說明者外，本報告所收集資料及數據與本集團營運（包括貿易、採購、投資控股和物流及倉儲服務活動）有關，包括(i)在香港的辦事處和倉庫，(ii)在日本的辦事處，及(iii)在南韓的辦事處。這11個設施／站點對應於喆麗的所有地區和全資附屬公司。

報告原則

四項報告原則—重要性、定量、平衡和一致性—是編寫本報告的基礎。對該等報告原則的應用，將按

重要性：於二零二一年第四季度，我們的ESG工作組聘請了第三方顧問，設計並實施了一個以企業可持續發展為主題的單一利益相關者參與活動。根據聯交所的框架，我們定義並探討20個ESG主題。我們的內部和外部利益相關者獲邀參與，我們收到了來自客戶、僱員和供應商的代表性回應，並評估了每個主題對業務可持續性的重要性。



這項工作形成了我們重要性評估過程中的一個重要部分。結果被映射到重要性矩陣中，反映了每個ESG主題的相對重要性。

在第一象限的20個主題中，結果顯示，外部和內部的利益相關者認為所有的主題對企業都重要的，且對披露至關重要。並無任何「不遵守就解釋」條文的規定是以不重要為由而不予披露。

關於重要性評估過程和結果的詳情，包括第一象限的放大圖，載於本報告的「重要性評估」一節。關於重大主題的披露，載於本報告的「重要主題」一節。

定量：關於環境、社會及管治績效的關鍵績效指標（「**關鍵績效指標**」）的編制與呈列，同時確保它們將是可計量，並可與歷史數據相比較。由聯交所頒佈的《附錄2：環境關鍵績效指標報告指引》及《附錄3：社會關鍵績效指標報告指引》以及國家認可的方法，作為所有定量計算的參考。歷史數據將在第一個報告年度後提供，並從二零二一年起提供比較。

- **溫室氣體(GHG)排放和能源消耗的計算參考和方法**是以聯交所頒佈《附錄2：環境關鍵績效指標報告指引》為基礎、政府間氣候變化專門委員會(IPCC)發佈的《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》、IPCC第五次評估報告；全球環境戰略研究所發佈的《電網排放因子清單》10.10版中的最新電網排放因子，以及包括中電(2020年)及東電(2020年)的公用事業公司。
- **減少紙張垃圾的短期至中期目標**乃根據二零二一年的績效基線而制定。進一步詳情於本報告「標準披露—環境—環境目標」一節披露。

一致性：本報告採用可靠的收集和處理方法，以便在不同時期對相關數據進行一致、有意義的比較。

平衡：本集團客觀報告於報告年度內在環境、社會及管治理領域的表現，並以負責任的方式披露取得的成果、遇到的問題及改進情況。

重要性評估

本報告中包含的披露主題是由二零二一年第四季度進行以可持續發展為主題的重要性分析結果決定。我們的重要性評估使我們能夠確保報告的成熟度，並為我們在環境、社會及管治績效及戰略方面的整體責任設定預期效果。是項分析(重要性評估及利益相關者參與)符合聯交所的要求，並展示在編製報告內容時應用四大報告原則。為了確保報告結構的一致性，並強調本集團完全遵守有關「不遵守就解釋」條文的披露義務，我們在下表中列出了20項確定主題，與聯交所定義的12個社會及環境層面相關聯：

確定披露主題	上市規則附錄27的相關層面		頁次
廢氣及二氧化碳排放	A1	排放物	39-40
固體廢棄物處理			
能源管理	A2	資源使用	38
節約用水			
負責任的生產	A2	資源使用	35-37
	A3	環境及天然資源	
氣候變化	A4	氣候變化	37-38
僱傭及福利	B1	僱傭	24-26
公平招聘	B1	僱傭	21-22
	B4	勞工準則	
安全至上	B2	健康及安全	19-20
全面培訓	B3	發展及培訓	28-29
採購及供應鏈管理	B5	供應鏈管理	29-32
客戶服務	B6	產品責任	10-13
品質為先			16-18
資訊安全及個人數據保護			13-16
知識產權的保護			20-21
企業管治	B7	反貪污	22-24
反競爭行為			26
關懷社區	B8	社區投資	33

額外建議於本報告披露的兩項主題：

數碼創意	其他	創新靚麗的電子商務平台與和相關的IT基建及支援。	32
回應COVID-19	其他	靚麗減輕COVID-19疫情風險與關注的方法。	27-28

確定並優先考慮重大主題

我們的ESG工作組委聘第三方顧問，設計並實施了一個以企業可持續發展為主題的單一利益相關者參與活動。在審查了內部文件、公司政策、諮詢主題專家並考慮了報告框架的一致性後，ESG工作組共篩選出了20個重大主題供進一步評估。在初步階段，工作組還拜訪董事會的代表，以進一步確認所確定的主題與可持續性績效管理相關。

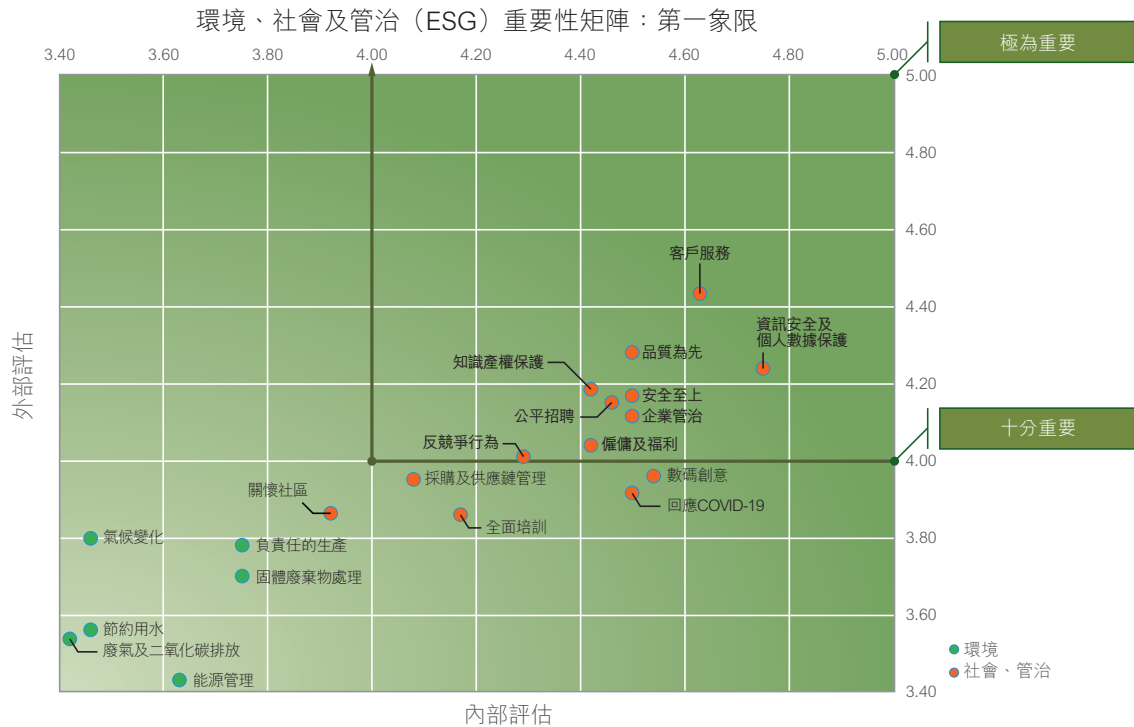
與內部和外部利益相關者驗證主題

為了建立一個有代表性的外部利益相關者樣本，我們挑選與本公司有長期合作關係的客戶和供應商，而且他們在考慮我們的年度創收和運營成功方面具有重要意義。另一方面，內部利益相關者包括對環境和氣候相關問題有合理認識的員工，以及對我們主要業務和相關行業情況的瞭解。在五個星期內，我們發起了一項網上調查，並在確保利益相關者匿名和保密的情況下獨立進行。我們邀請了總共58個內部和外部利益相關者，包括僱員、客戶和供應商，對每個主題對整體業務運營的可持續性的進行重要性評分。同時，我們尋求反饋，瞭解如何塑造了靚麗的可持續發展績效，及／或將影響我們的營運與人員的業務關係。

重要性矩陣和重要信息披露的優先次序

重要性矩陣以圖形方式表示參與結果，並作為一種分析工具。在第一象限的20個主題中，結果顯示外部和內部的利益相關者認為所有主題對企業都是重要的，是披露的關鍵，並對我們企業的長期前景表示出高度的總體興趣。每個主題之間的相對位置提供了關於我們如何進一步優先安排資源的見解，以證明我們的業務活動和運營在可持續增長方面的韌性。

根據重要性，最重要的主題為：客戶服務、資料安全及個人數據保護、品質為先、安全至上、知識產權保護、公平招聘、企業管治、僱傭與福利、反競爭行為、數碼創新和COVID-19響應。



我們對可持續發展的態度

董事會聲明

董事會的監督

董事會通過其風險及合規委員會(「委員會」)對喆麗的ESG表現、管理方針和戰略承擔最終監督。委員會負責建立、採用和審查我們的ESG政策，並每年對ESG相關的風險(包括本集團業務面對的風險)進行評估。為了確保ESG相關問題被納入我們的戰略，我們的常設委員會的工作範圍被擴大到ESG相關問題。在委員會下，已經成立了一個ESG工作組(「工作組」)。隨著我們第一份ESG報告的發佈，該工作組被委員會指定為負責可持續發展績效審查和本集團整體報告程序的關鍵工作組。

工作組由來自喆麗的產品團隊、物流倉庫、人力資源、資訊科技和客戶服務的管理人員組成，被授權制定ESG相關的管理策略，協調和管理相關政策和措施，並進行風險評估和利益相關者的參與。

二零二一年環境、社會及管治報告

在委員會的協助和工作小組的支持下，董事會在每年的年度董事會會議上審查詰麗的ESG表現、ESG相關目標及目的之進展和報告披露，並就發現的問題和需要改進的地方提出建議。董事會將不時審視及修訂我們的管理及監察程序，以確保其成效及效率。此外，我們已經制定ESG政策，以減少與旗下業務有關的風險，冀能即時應對威脅。董事會保留對以下決定的最終批准權：確定與可持續發展相關的行政人員薪酬和福利，選擇租賃公司物業(如辦公室、倉庫、採購設施)的位置和地點，以及制定中長期業績目標。

ESG目標設定和風險管理

今年，為了減少我們直接運營的碳足跡，工作小組提出了二零二五年可衡量的中期環境目標，並得到了董事會的大力支持。這些目標將適用於我們在香港的所有業務和地點的ESG表現。

我們根據影響和發生的可能性，對以下ESG風險進行了評估，從極低到高：

風險水平	ESG類別
極低	水管理 能源效益 緩解氣候變化 減少自然災害風險(NDR)
低	廢物及可回收物管理 自有／品牌產品／平台的研究和開發 反競爭／反壟斷行為
中	平等機會 供應鏈管理 綠色採購 企業管治和風險管理 關懷社區
高	僱員福利 職業健康及安全 人才管理 產品安全 產品多樣性 資訊安全及個人數據保護 知識產權及保護 數碼創新 COVID-19響應

挑戰與機遇

我們期望有更強力的管治和報告能夠幫助指導和展示本集團在實現以下目標的進展：通過企業社會責任來保護環境、遵守法律法規、股東多元化和擴張以及進入資本市場。

展望未來，董事會考慮在加強監督方面發揮更大的作用，通過更密切審查和批准所需的預算、目標和指標，授權我們的執行成員和管理團隊做出可持續的貢獻，並為我們的業務和寶貴的利益相關者推動積極與長期的價值。

與利益相關者溝通

喆麗擁有一個龐大而多元化的利益相關者群體，包括對我們的業務至關重要並可能受到我們業務運作影響的團體及個人。我們積極管理各種利益相關者的關係，以促進公開對話，並收集關於ESG優先問題的反饋意見。

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

主要的ESG評級和獎項

結麗控股有限公司

香港最優秀企業大獎

2019, 2020

由CORPHUB頒發

*PayPal*最暢銷企業

2018, 2019

由PayPal頒發

YesStyle.com Limited

商界展關懷

2021年

由香港社會服務聯會頒發

Young Ambassador Program Award from the Hong Kong HR Awards

2021年

由JobsDB頒發

Best Diversity & Inclusion Strategy Award (Gold) from the Best HR Awards

2021年12月

由Ctgoodjobs頒發

Cosmetics Retailer of the Year – Hong Kong

2021年8月

由Retail Asia Awards頒發

科技卓越獎—電子商務零售

2020年

由香港商業頒發

亞洲最有價值服務大獎之年度亞洲最傑出網上時裝及美容產品零售商

2020年

由Myth Focus頒發

香港最優秀服務大獎之年度最佳美容及時裝平台

2020年

由CORPHUB頒發

亞洲最佳電子零售獎—最佳跨境獎

2020年

由ABEA頒發

重要議主題

客戶服務

年度業績

COVID-19大流行病給喆麗帶來自己的獨特挑戰，其中包括不斷增加的貨運成本。與二零二零年相比，本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益減少約6.5%。為了應對挑戰，喆麗已經並將繼續專注於節約成本與提高效率，積極採取新措施，特別是與嘉泓物流國際控股有限公司（「嘉泓物流」）簽訂諒解備忘錄，嘉泓物流將為我們提供更具競爭力的物流服務；以及規劃利用人工智能、機械人及自動化技術的智能倉庫，建立一個人工智能機械人倉庫。

於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與廣告及補救方法有關的法律及規例被違反之重要情況。

客戶情況

電子商務客戶一般包括通過搜索引擎、第三方社交媒體平台或其他網站的廣告找到我們的網站的終端客戶或小型企業。我們的客戶群多元。我們的網下B2B客戶主要由日本本地娛樂零售商組成。

客戶參與、營銷和廣告

運用社交網絡平台可讓我們直接連結客戶，從而獲得其對我們產品及服務的即時反饋，有助我們制定營銷及推廣策略，並檢討及調整產品組合以匹配現行消費者喜好。截至二零二一年，我們的平台上有超過370萬名的社交媒體追隨者。

我們利用多個主流社交媒體平台，包括Instagram、Facebook、Pinterest、Twitter及YouTube，確保我們持續全面接觸到客戶。我們社交媒體賬戶的追隨者及用戶可能對我們報導的某項貨品特別感興趣，並被無縫引導到我們的網站和移動應用程式。

我們採用全面的數碼營銷策略，結合各種媒體工具以盡可能擴大對目標消費者的接觸面。我們已制定內部監控政策以監察我們上傳至社交媒體平台的內容，並確保符合該等社交媒體平台的政策。持續判斷客戶的品味與潮流，及適時且以具成本效益的方式提供符合客戶需求的均衡貨品組合的政策，需要盡快收集市場反饋意見、準確評估市場走勢及深入了解行業變化，以及新興的消費趨勢。

除社交媒體營銷、績效營銷及客戶保留營銷外，我們亦已採用意見領袖營銷計劃，利用意見領袖及關鍵意見領袖（「KOL」）的廣泛追隨者群體以提高我們的曝光率及加強與客戶的互動。我們於二零一八年一月及二零一九年二月分別推出KOL計劃及「YesStyle意見領袖計劃」，使我們能夠在不同平台上與KOL及意見領袖合作，深入了解客戶需要、擴闊我們與消費者的接觸面及促進我們產品的銷售。直至二零二一年十二月三十一日，來自世界各地的218,000多名KOL和意見領袖加入了我們的意見領袖營銷計劃，為我們提供了數以百萬用戶計的廣泛追隨者基礎。

案例研究：YesStyle Elite Club的保留營銷

我們建立了一個忠誠度計劃，並不斷作出檢討，以培育客戶的忠誠度，鼓勵客戶重複購買。就YesStyle而言，我們的會員系統YesStyle Elite Club實行四級會員制，即普通會員、銅會員、銀會員和金會員，每一級都可以獲得不同的會員折扣和優惠券，以及潛在的特殊促銷活動，如生日優惠。我們的會員通過積累我們的項目代幣來提升他們的會員等級，這些代幣可以通過購物、撰寫產品評論和下載應用程式等活動輕易獲得。

由於我們委託大量意見領袖及KOL宣傳產品，客戶及用戶可能將我們的品牌形象與該等意見領袖及KOL的形象掛鉤。營銷策略的成效取決於我們能否選擇適當的意見領袖及KOL推廣產品。我們透過本身的渠道物色意見領袖及KOL，亦無就此外聘任何代理商。

我們已經制定了關於意見領袖和KOL的挑擇和管理過程的標準和政策。挑選KOL時，我們一般考慮其追隨者數目及歷史內容、我們的產品類別、市場趨勢及目標受眾等因素。KOL製作自創內容一般可獲授優惠券。KOL如欲收取佣金，通常會加入我們與美國的聯盟營銷網絡合作的聯盟營銷計劃。

客戶保留

客戶保留率很大程度取決於我們的客戶服務及營運的質素及效率，這可由我們的內部人員內部處理，亦可能由第三方服務供應商處理。將若干客戶服務(如支援中心)外包可能會降低我們確保整體客戶服務流程一致的能力，但我們已經制定了一個嚴格的客戶服務供應商挑選程序。

補救的方法

我們鼓勵客戶在我們的網站、手機應用程式和社交媒體賬戶上留下評論和意見，並制定了政策來管理不適當、虛假或負面的產品評論。同時，我們收集用戶及客戶的評論及反饋，以進一步豐富內容，並向供應商及品牌合作夥伴提供最新的市場資訊。相關內容現時亦以七種主要全球語言版本發佈，即英文、法文、德文、西班牙文、意大利文、日文及中文，迎合國際受眾。

退貨和換貨政策

於二零二一年，就我們所有產品而言，我們並無任何客戶大量取消訂單。我們採納以客為本的退貨及替換政策，以求方便客戶及令其在我們網站購物的過程暢順無阻。就若干產品類別及在某些情況下，客戶可於十四日內退換及替換於我們網站購買的產品，且毋須給予理由。該等政策改善客戶體驗及提高客戶忠誠度，繼而有助我們吸引及保留客戶。

直至二零二一年，我們對每個平台及產品類別都有具體的退換貨政策：

- 購買若干時裝、配飾、生活時尚、美容、個人衛生及護理產品的YesStyle客戶可於14日退貨期間內退回其所購貨品。消費者可以在若干指定時段（通常為接獲訂單日期起14日，視所涉及的產品類型而定）退回不需要的產品、更換有缺陷的物品或要求更換尺寸。就若干時裝與生活時尚產品，客戶可於14日內要求替換為不同尺寸。退回的物品須保持原廠包裝，且必須是未使用過的全新狀態。不完整的退貨可能會被拒或不予處理。
- 購買視像、音樂、指定電視、演唱會及音樂視像、動畫及收藏品及玩具的YesAsia客戶可於14日退貨期間內退回其於我們的電子商務平台購買的產品。我們一般會替換有瑕疵的貨品，惟指定遊戲貨品及電視機頂盒除外。
- 我們一般僅接受AsianBeautyWholesale及線下B2B客戶退回或替換有瑕疵的貨品。我們承擔向客戶付運替換貨品的付運成本，而不論原有產品是否有瑕疵或被要求替換。客戶向我們退還產品時一般須承擔付運開支，惟退回或替換有瑕疵貨品除外。

供應商負責確保所提供產品的品質。我們收回的任何有缺陷產品將由我們全權酌情決定退還予供應商，而我們多數不會就退還產品產生任何損失。在香港相關法例的許可下，我們一般不會就我們售出的貨品提供保用擔保（包括特定目的之適銷性及適用性）。倘若我們的供應商就材料或工藝缺陷給予產品保用擔保，我們可全權酌情選擇協助顧客交付產品至相關供應商以便進行修理或替換。

為減少交付有缺陷及不正確貨品的錯誤，倉庫團隊會於產品運抵倉庫時檢查產品、於產品上貼上條碼及將其連接至存貨管理系統。我們將於訂單貨品裝箱時進行第二輪檢查。

查詢處理

客戶服務團隊會記錄、檢討及分析有關產品及交付服務的查詢。物流及服務團隊將按照客戶服務團隊的要求採取糾正行動。接獲電子商務客戶的查詢後，客戶服務人員會經由我們原先接獲有關查詢的渠道回應客戶的投訴，並通常會每日跟進客戶查詢及投訴。每名客戶服務人員有專屬登錄賬戶，可供我們分析其表現。

二零二一年環境、社會及管治報告

於二零二一年，本集團接獲41,229項有關產品及服務的查詢，全部得以完滿解決。然而，本集團並無接獲任何重大客戶投訴以致對業務造成重大不利影響，本集團亦無因任何產品責任申索或客戶投訴而向客戶支付任何重大補償。

接獲產品和服務相關查詢¹

年度	查詢總數	完滿解決個案數目
截至二零二一年十二月三十一日止年度	41,229	41,229 (100%)

協助中心

客戶服務已採納對話式人工智能技術，可全天候自動從全面的客戶互動中分析數據、目的及工作。此外，客戶可透過不同渠道(例如網上書面即時通話、來電、各個社交媒體平台官方賬戶)以及向客戶服務團隊甚至直接向行政總裁發送電郵以提出查詢及投訴。

於我們產生收益的若干主要國家(如加拿大)，我們委聘不同的服務供應商，以為客戶提供退貨授權服務、客戶關係管理以至客戶聯絡管理解決方案及服務(包括電郵及其他電子渠道支援)。

資訊安全及個人資料保護

資訊安全

我們致力保障所有電子資料的保密性、完整性及可用性。我們使用的軟件、系統及其他技術工具由我們的資訊科技團隊開發，或獲得第三方技術服務供應商正式許可。我們的資訊科技系統主要包括自家開發以支持前線、後勤、存檔及資料探勘系統的科技基建。我們在設有公共網絡上安全傳輸機密資料政策。我們使用第三方服務供應商，務求令伺服器運作暢順，而我們已購買保險，以保障因資訊科技系統故障而導致的業務中斷所增加的成本。

本年度，我們已委聘一間獨立香港資訊科技顧問(「資訊科技顧問」)檢討我們的資訊科技系統及對個人資料保障措施的內部監控政策，以及我們於主要業務司法權區對相關資料私隱法律及法規的合規情況。有關檢討包括主要業務程序範圍的準備程度評估、漏洞分析、漏洞修正／補救及再評估。

¹ 我們的客戶服務團隊將「查詢」定義為所有接收到與產品更換或退款有關的電子郵件及查詢。

我們將加以開發技術庫存(包括轉移技術至雲端數據中心以提升速度、穩定度及成本效益)，以緊貼網站及手機應用程式開發所導致的預期急增的網上實時瀏覽量及訂單。我們亦計劃加以強化網絡安全措施，包括實行或加強IDS、DDoS防護、WAF及負載平衡。

我們繼續更新網站及手機應用程式的功能，以提升客戶體驗及我們的專業品牌形象。舉例而言，我們計劃以內部及第三方應用程式改良API整合，以(其中包括)提升個人化、營銷、社交媒體及詐騙偵測功能。我們亦會升級搜索引擎硬件及軟件，以支援多語言版本的可擴展搜尋查詢，提高速度、相關性及準確性。我們計劃建立客戶美容檔案及數據分析功能，以把握市場對個人定制及多元化產品日漸增加的需求。我們將進一步擴張YesStyle手機應用程式的性能及增加功能，例如透過上載圖片搜尋產品及根據位置的個性化設定。

產品訂單及交易

目前，我們提供的產品訂單及付款均通過我們的網站及系統進行。在此類交易中，維護客戶的信用卡資料、個人資料以及賬單及送貨地址等機密資料傳輸的絕對安全，對於維繫消費者瀏覽我們的平台及在平台上購物的信心至關重要。

於二零二一年，我們並無接獲任何有關因平台漏洞或我們的第三方服務供應商(如快遞公司)違反保密規定而導致機密訊息洩露的索賠，也沒有遭受任何由此產生的重大不利影響。

付款方法

我們接受各式各樣的支付方式，令我們承擔第三方付款手續相關風險。我們接受客戶使用多類付款方式，主要包括銀行轉賬、網上信用卡付款及透過第三方網上支付平台付款(例如PayPal、Apple Pay及Google Pay)。我們通常委聘支付網關公司處理客戶的電子商務交易。與我們合作的支付網關公司時常監控我們的商戶賬戶。我們亦使用欺詐探測系統，該系統會標記可能發生的欺詐交易。網上信貸團隊個別審查此類已識別的潛在欺詐交易。

於二零二一年，我們並未遇到任何對我們的業務或財務狀況有重大不利影響的重大付款欺詐。我們亦受限於規管或另行監管電子資金轉賬的不同規則、法規及規定。

僱員培訓

我們每年進行安全規劃及培訓，為員工提供培訓材料、研討會及電郵測驗，以指導彼等如何權衡在日常營運中可能會遇到的風險。我們的資訊科技團隊擬在新軟件功能啟用時為我們的員工提供持續的培訓。我們針對電子商務行業性質（如技術發展的快速步伐，以及電子商務的消費趨勢）提供培訓。

私隱及個人數據保護

客戶賬戶的保安是我們首要任務之一。透過客戶的線上銷售訂單、快訊訂閱、賬戶註冊加上我們意見領袖計劃以及其他營銷和促銷活動，我們按適用法律及法規所規定的存取及保留期，從客戶收集、接收、儲存和處理客戶各項個人、交易及行為數據。其後，我們將會刪除個人資料。我們已制定於收集個人資料前向資料當事人取得明確同意的措施，以及讓彼等撤回同意的程序。本集團處理個人資料受組織內私隱政策、使用條款及資訊科技保安政策監管。我們的私隱及安全政策可在我們的網站上查閱，並在每個網站上建議客戶註冊賬戶時閱讀。

根據已履行的審閱程序，資訊科技顧問認為本集團對個人資料保障的內部監控職能屬充分有效，並無發現重大監控漏洞。本集團於重大方面已符合歐盟一般數據保護條例的所有主要條文，該數據私隱條例覆蓋全球，而不論企業註冊地點。董事相信，我們已採取適當的措施，保障用戶和客戶的個人資料。

我們使用安全的伺服器，客戶在發送前所輸入的資料都會通過該伺服器由安全通訊端層加密，並且安全防止未經授權的登入。我們通常將這些數據儲存在我們自有的加密數據庫中。我們收集這些數據主要用於我們的採購、促銷及客戶服務目的，並且僅在本集團內部以及在正常業務營運必要時與若干關鍵服務提供商共享有關數據，例如船運供應商、開票及退款供應商以及付款處理公司。本集團內的數據處理活動已註冊並保存在記錄中，並有明確的數據分類、法律依據及保留時間表。在對每個數據處理活動進行註冊後，將進行數據保護影響評估，並獲得我們的數據保護人員的批准。我們的客戶亦可能與我們聯繫，以從我們的數據庫中刪除其個人訊息。

保護個人資料（包括客戶及員工的資料）對我們的業務極其重要。我們已經在本身的網上平台上登載我們的私隱政策，將我們收集及使用客戶個人資料之方式以及客戶各自的權利告知客戶。員工方面，我們已經發佈關於個人數據處理的內部政策。

內部培訓

關於已實施的組織及技術保障，計劃每年向員工提供有關數據相關事項及隱私實踐的培訓。

僱員處理個人資料須受僱員手冊所載的既有業務原則及道德責任規管。所有僱員須了解及遵從有關本集團的資料監管的手冊條文。該等政策向全體僱員傳閱及管理本集團內保密原則及個人資料合規要求。處理個人可辨識資料的員工亦須參與每年舉辦的資料私隱相關培訓。全體僱員同樣須接受及簽署一般不披露協議聲明以作其僱傭合約的一部分。僱員手冊的任何更新將透過電郵發送予全體僱員，而僱員須閱畢及了解經更新條文。此外，亦會根據需要採用的安全瀏覽及電子數據傳輸配置來實施及更新物理及邏輯訪問控制管理。

法規與合規

根據我們香港律師的建議，於二零二一年，本公司在業務運營中遵守香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》，並且並未發現不遵守條例的情況。

品質為先

產品品質監控

品質監控的主要目的是確保我們向客戶交付的產品的品質，以及盡量減少錯誤包裝貨品的數目，從而降低退還及替換該等貨品的成本。

品質管理早至供應商挑選程序時已展開。我們根據關於供應商的可得市場數據評估供應商，例如其附屬品牌的聲譽及有關客戶評價及查詢。此外，產品支援團隊抽樣檢驗產品以確保其符合我們的標準。當我們透過客戶產品評論收到查詢，營運支援團隊會調查及檢驗產品。

當供應商的包裹運抵我們的辦事處或倉庫，我們現有政策規定進行總體檢查以確保並無產品差異或損毀。一旦我們發現任何瑕疵，產品團隊會與供應商跟進，務求有效且具效率地解決問題。然後在交付各客戶所訂購產品前，物流團隊一般會對照系統內儲存的客戶訂單記錄檢查每個包裝，並掃描每項所選產品的標籤以確保產品的規格及號碼準確無誤。

我們定期監察我們在電子商務平台上發售的產品的客戶評價。退貨政策及程序亦於電子商務平台清楚列出及可輕易閱覽。當我們接獲任何有關任何產品的客戶查詢，我們會審視及調查產品，確保其符合我們電子商務平台所聲明的品質。鑑於我們與供應商的關係堅實，我們能夠快速回應客戶的退貨及替換要求。

我們為客戶提供聊天機械人及電郵等各種溝通渠道，方便客戶聯絡客戶服務部門或直接聯絡我們的行政總裁，提出對產品的任何關注。如收到產品投訴，我們會對產品問題進行調查。若個案屬實，我們會向相關供應商提供反饋，要求有關供應商以退款或更換的方式負責。另一方面，我們亦會以退款或更換產品之方式為受影響的客戶提供補償。

與所提供的產品和服務有關的健康與安全事項

時裝與生活時尚產品及娛樂產品一般不設到期日或指定產品生命週期。至於設有到期日的美容產品，其貨架壽命一般介乎製造日期起計兩至三年。對於涉及化學品的產品，我們通常會從產品供應商處獲得其產品的測試報告或證書，以確保在我們平台銷售的產品不含有害化學品。

於二零二一年，我們並未遇到任何重大的產品品質問題，也沒有因健康和 safety 問題而收回任何產品。於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與健康及安全有關的法律及規例被違反之重要情況。

萬一所售產品出現潛在安全或品質問題，我們將會回收產品。二零二一年內並無回收產品。

存貨管理

我們的存貨監控團隊編製每月報告，而營運團隊則每年進行盤點，以監控存貨水平及降低存貨過期風險。存貨監控團隊及營銷團隊會找出滯銷存貨，一般為在指定期間內未能清貨的存貨。營銷團隊會根據數據分析為每項滯銷存貨設定折扣。該等產品其後會於清貨大減價活動或折扣區中按較低價格售出。截至二零二零年十二月三十一日止三個年度，我們的存貨週轉日數分別約為34日、37日及27日。

營運支援團隊就若干產品(包括包裝狀況欠佳或即將到期的產品)進行定期存貨撇銷評估。提出撇銷要求前，產品團隊會首先向相關供應商查詢是否可替換有關產品。此外，存貨監控團隊就部分未能透過清貨大減價活動或優惠活動以較低價格出售的滯銷產品提出撇銷要求。於二零一八年、二零一九年及二零二零年(「**往績期間**」)，我們的存貨撇銷微不足道。

標籤

於二零二一年，我們向位於亞洲及北美的眾多供應商採購產品。我們通常採用供應商提供的產品說明、聲稱及標籤。供應商提供的若干產品可能存在缺陷或質量不佳或可能欠缺合適描述、警告或標籤。

於二零二一年，我們沒有收到任何與產品責任、產品描述、警告及標籤有關的重大索賠，或遭受任何由此類索賠引起的重大不利影響。於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與標籤有關的產品責任法律及規例被違反之重要情況。

我們設有內容監控程序，並購買產品責任保險。就二零一七年至二零二一年期間與產品描述及警告有關的事件及索賠而言，我們已採納額外內部監控措施以防止日後再次發生同類事件：

- (i) 誠如美國法律顧問所告知，我們已向打算從我們的電子商務平台購買產品的加州客戶展示必要的合規警告，其中這些產品包含第65號提案規定的化學品。我們亦向員工提供指引，倘若產品根據加州法律需要警告標籤，則在該等產品上貼上適當的警告標籤；
- (ii) 就我們產品的標籤和警告說明，我們的產品團隊會對最新的產品安全及消費者保護法規進行年度審閱。本集團將在必要時根據相關法律法規的任何變化更新其內部監控政策及操作規程；
- (iii) 我們僅發佈取自官方來源及／或供應商（包括供應商網頁）的產品資料；
- (iv) 我們已經並將繼續要求與主要產品供應商簽署供應商確認函，以增強我們對供應商提供並顯示在我們網站上的產品信息的法律保障；及
- (v) 我們將聘請法律顧問，以根據本集團與產品供應商及客戶的商業安排，檢討本集團是否履行了對產品描述和警告的責任，以確保在必要時合規。

客戶評論內容質量監控

我們為客戶的網上評論採取質量監控措施。我們根據一套準則僅對純文字評論執行內部字詞過濾以標籤評價。之後，該等經標籤的評論會轉交編輯團隊以供進一步審批，方會於網站及手機應用程式刊登。內容團隊亦會審查客戶評論的內容（包括但不限於其附帶圖片及影片）後才發佈評論。

安全至上

我們非常重視工作安全。我們致力符合所有健康及安全的法定要求，並在合理可行的情況下超越有關要求。我們的倉庫員工在開始工作前均須參加安全培訓。

我們亦定有一個業務連續性計劃，做好準備，以便在業務因控制以外的因素(如自然災害、人為事件)而長時間服務中斷時運營業務。本公司的所有場所將在可能情況下實施預防措施，以儘量減少員工傷亡及業務中斷的風險。在確保員工安全的情況下，業務應儘可能迅速恢復。疏散程序也已設立，如發生火災，指定人員將協助疏散，並在其集合點進行點名。

我們已在所有的設施中採取全面禁煙的措施。嚴禁在辦公室的所有封閉區域吸煙，包括私人辦公室、會議室／會議廳、倉庫、公共區域、茶水間、洗手間及接待區。

我們各自的人力資源及行政部門以及各部門負責人負責不時進行抽查，以確保此等職業安全及健康措施的實施。

保單

我們根據香港總部位置投購以下保單：

- (i) 符合香港法例第282章《僱員補償條例》的僱員補償保險，涵蓋本集團就香港僱員受僱於我們期間的人身傷害承擔的賠償及費用；
- (ii) 集團人壽保險，涵蓋香港僱員受僱於我們期間的死亡及殘疾補償；
- (iii) 集團醫療及牙科保險，涵蓋香港僱員受僱於我們期間的住院、手術及門診開支；
- (iv) 為香港辦公場所及辦公設備投購的辦公室保險，其中相關保單主要涵蓋盜竊、參保財產遭受損壞及因業務中斷導致成本增加所產生的損失；

本集團亦分別根據日本及南韓的當地法律及法規投購相關的勞工保險。於二零二一年，我們沒有經歷過重大的工作場所安全事故，而在我們所有的辦公室和倉庫，與工作有關的死亡和因工傷而損失的日數分別為零。於截至二零二一年十二月三十一日止三個年度，並無發生(0%)與工作有關的死亡事件。

於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與提供安全工作環境及保護員工免受職業危害有關的法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於香港法例第509章《職業安全及健康條例》。

知識產權保護

我們銷售第三方製造的產品。倘沒有正式授權，若干該等產品可能侵犯第三方的知識產權。我們通過在供應商協議中加入相關條款和條件來減少有關風險。截至二零二一年十二月三十一日止三個年度，我們於委聘供應商(包括主要品牌擁有人及授權分銷商)前進行背景檢查。當我們與品牌夥伴或供應商訂立協議，彼等一般向我們提供特許，以使用其知識產權來銷售及推廣其產品。該等特許為有關協議的延伸。

於二零二一年，我們並無涉及任何侵犯第三方或零售客戶知識產權的重大糾紛或申索，以致我們的經營、財務及聲譽造成重大影響。

「詰麗已經充分保護供應商的知識產權(包括供應商的專利、產品技術、包裝設計等)。」

經考慮二零一九年兩項知識產權申索，我們已採納以下額外內部監控措施以防止日後再次發生同類事件：

4.04/5 供應商評分

- (i) 經過內部調查後，我們已立即刪除在我們網站上出售的指稱產品及其他類似產品；
- (ii) 我們已加強對網站上顯示的產品信息的內部監控措施。產品信息，例如產品說明及照片，必須由供應商提供，並由我們的產品團隊及內容團隊進行審查，然後才能在我們的電子商務平台上發布；
- (iii) 我們會定期根據內部數據庫檢查要在電子商務平台上顯示的產品信息及圖像，以檢查是否存在任何潛在的版權或商標侵權；及
- (iv) 我們已經並將繼續要求與主要產品的供應商簽署供應商確認函，以增強我們對供應商提供並顯示在我們網站上的產品信息的法律保護。

我們認為，我們已採取一切合理措施防止任何第三方知識產權的侵犯。當我們曾接獲若干知識產權持有人通知有關可能涉及商標或設計侵權的產品，我們會對該等事件展開內部調查，在認為適當的情況下移除相關產品，並在雙方同意後解決所有申索。

內容監察

至於我們於網站、手機應用程式及社交媒體平台分享的內容，我們致力製作原創照片及影片，或使用供應商提供給我們的資料。我們已經及將繼續要求與主要產品的供應商簽署賣方確認函，以加強對供應商所提供及我們的網站所展示的產品資料的法律保障。根據有關確認，倘於推廣及銷售其產品的過程中，品牌夥伴及供應商因其侵害第三方知識產權及／或未有遵守適用法律及法規一類過失而招致任何申索、損害、責任、罰款或開銷，彼等有責任保障我們不會因此蒙受損失。

在我們的內容監察程序規限下，註冊用戶可於我們的網站及手機應用程式上載各類內容，如更新用戶資料及發佈產品評論。我們要求用戶在註冊之前確認將上載的內容符合相關法律及法規，且沒有侵犯其他方的合法權利(包括版權)，同時要求用戶向我們補償因上載或鏈接內容而遭第三方向我們提出申索而產生的一切損失。此外，我們已採納並實施相關內部程序，旨在確保平台上不會展示任何受禁或盜版內容。我們亦專設內容監察團隊，負責監察並防止在我們的網站及手機應用程式上公開發佈不當或違法內容。

保單

我們已購買網絡保險，以盡量減少侵權損失的風險。此類保險涵蓋版權、商標及域名侵權，侵犯隱私、抄襲、任何虛假信息以及相關媒體內容責任。

公平招聘

作為總部駐於香港的全球電子商務平台，我們的員工來自12個不同國家及地區，包括香港、南韓、日本、美國、澳洲、英國、加拿大、中華人民共和國(不包括香港)(「中國」)、法國、德國、危地馬拉共和國及菲律賓，為我們提供獨特的當地情報。於二零二一年，本公司獲Ctgoodjobs頒發「Best Diversity & Inclusion Strategy Award (Gold) from the Best HR Awards」。

性別平衡

	二零二一年	
	僱員人數	%
總數	592	—
男士	167	28.2%
女士	425	71.8%

我們在招聘中堅持機會平等和反歧視，結果是在我們的員工隊伍中，每一名男性員工就有2.55名女性員工；在我們的董事會中，九名董事當有兩名是女性。

本公司的政策是廣納各方人才，為不同年齡、性別及志向的人才提供平等的機會。

我們一般從公開市場或透過職業介紹所招聘員工，並與彼等訂立僱傭合約。入圍應徵者要求提供身份證明文件，以證明充分滿足允許就業的最低法定年齡。與我們的核心業務和供應鏈相關的行業和經濟活動並非勞動密集型，故我們認為通過工作場所行為或供應商或客戶關係促成僱用童工及強迫勞動或與之相關的風險極低。於截至二零二一年十二月三十一日止三個年度內，我們從未發現童工及強迫勞動的案例。

於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與避免童工及強制勞工有關的法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於香港法例第57章《僱傭條例》以及南韓及日本的相關法規。

「喆麗實踐並保護員工的勞動權利(如多元化、反歧視、平等)。」

4.33/5 僱員評分

「喆麗是一間具社會責任感的公司。」

4.25/5 僱員評分

「我理解喆麗的可持續性願景。」

3.92/5 僱員評分

企業管治

管治架構

董事會已根據上市規則附錄十四企業管治守則(「企業管治守則」)成立多個委員會。本公司已根據上市規則之規定設立三個董事會委員會，包括審核委員會、提名委員會及薪酬委員會。本集團已成立審核委員會，以檢討內部監控系統及程序，以符合上市規則、香港法例第622章《公司條例》以及其他適用法律、規則及法規的規定。本集團亦成立稅務委員會及風險與合遵委員會兩個委員會。

於二零二一年，本公司完全遵守企業管治守則的條文，並無任何偏離。針對本公司和員工的貪腐行為的結案或起訴法律案件為零。為了進一步提高我們的企業管治質量，我們的董事參加了我們的持續專業發展計劃的實體和電子學習，通過我們的法律顧問的安排、會計監管機構舉辦的研討會以及瞭解聯交所上市規定的更新，建立本身的專業知識。

董事將於每個財政年度檢討我們的企業管治政策及對企業管治守則的合規情況，並於上市後在年報所載企業管治報告內遵守「不遵守就解釋」原則。

董事會多元化

我們已採納董事會多元化政策(「董事會多元化政策」)，當中載列達致及維持董事會多元化的目標及方式，從而增強董事會的作用。董事會多元化政策訂明，本公司須竭力確保董事會成員具備支持我們執行業務策略所需的合適技能、專識及多元角度見解。根據董事會多元化政策，挑選董事候選人將基於一系列多元化角度，包括但不限於技能、專業經驗、教育背景、知識、專長、文化、獨立性、年齡及性別。

董事會認為以資質及貢獻為基礎的任命可讓本公司日後更好地服務股東及其他利益相關者。董事會由九名成員組成，包括三名執行董事、三名非執行董事及三名獨立非執行董事。董事的經驗背景十分均衡，包括管理及策略發展、財務及會計經驗。此外，董事會同時包含新董事及資深董事，後者多年來已累積寶貴知識及對本集團業務的理解，而新董事則預計會為本集團帶來全新理念及角度。

我們重視性別多元化，並將繼續採取行動在董事會層面推廣性別多元化。具體而言，我們三名執行董事中，有兩名為女性，董事會主席亦為女性，足證本集團致力在董事會層面實現性別多元化。

我們的提名委員會將(i)每年於年報所載企業管治報告中從多元化的角度呈報董事會組成情況及監察董事會多元化政策的實施；及(ii)將檢討董事會多元化政策(如適用)，藉此確保董事會多元化政策有效落實，並討論任何可能需要作出的修改，及向董事會推薦任何有關修改以供其考慮及批准。

貪污預防措施及舉報程序

於二零二一年，我們的人力資源及行政部門或審核委員會並無接獲與貪污及舉報問題有關的個案。於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢有關的反貪污法律及規例被違犯之重要情況，包括但不限於香港法例第201章《防止賄賂條例》以及南韓及日本的相關法規。二零二一年內並無針對本集團或其僱員的貪污行徑的已結案或正在進行的訴訟案件。

我們將員工手冊分發給所有員工、承包商、分包商，當中載列期望不參與包括任何形式的貪污及賄賂行為，以及對任何違規行為的舉報程序。在我們的內部控制手冊中，我們用了整整一章的篇幅來介紹預防欺詐行為。於二零二一年十二月十五日，廉政公署(ICAC)在我們的香港辦公室舉辦了一次反貪污講座，作為培訓項目，所有助理經理級別的團隊成員必須參加，並開放給所有普通團隊成員參與。培訓為團隊成員提供反貪污法律知識，提高對日常工作中誘使作出貪污行徑的認識，以及作出合乎道德的決策及管控貪污風險的技能。

我們的內部控制手冊訂明，如有可疑的貪污個案或不當行為，本公司提供舉報渠道，讓團隊成員能夠直接及匿名地向審核委員會報告。舉報人的資料將獲保密。調查按公平基準進行而我們絕不姑息賄賂、欺詐、貪污及洗黑錢等各種違法行為。所有報告均作謹慎及公平的處理，確保舉報人得到保護，免遭不公平的解僱及不正當的紀律處分。

反貪污培訓

	二零二一年 類別小計	單位
總計	110	人
	110.0	小時
僱員類別		
董事	3	人
	3.0	小時
管理層及一般員工	107	人
	107.0	小時

僱傭與福利

通過試用期的僱員有權收取酌情表現花紅及獲提供醫療保險。我們根據香港法例第485章《強制性公積金計劃條例》的規定為合資格香港僱員作出強制性公積金的定額供款。供款乃根據員工基本薪金的一定百分比作出。

我們的員工手冊訂明政策及程序，包括招聘及解僱、福利及待遇、工作時間及休息安排、平等機會、晉升方面的反歧視以及團隊成員的其他權利及福利。

我們會定期檢討員工表現，並參考有關表現檢討釐定酌情表現花紅、進行薪金檢討及晉升評估，以吸引及保留人才。

二零二一年環境、社會及管治報告

創辦人的DNA已嵌入我們的企業文化裡。我們的業務未來能否成功在很大程度上依賴主要人員的不懈努力，特別是我們的創辦人，以及我們吸引、培訓及挽留合資格人員的能力，特別是在各處駐守，具備時裝與生活時尚、美容及娛樂行業專業知識的管理層、技術、營銷及其他經營人員。

我們亦建立強大的中層管理團隊，負責各種業務職能。管理層培養了以客戶為本的企業文化，重視尊重、莊嚴、團隊合作、創新及高品質工作。該等價值觀連同員工發展計劃及激勵計劃深深吸引及激勵員工。許多員工在本集團長期任職。於二零二一年十二月三十一日，高級管理人員及中層僱員（助理經理級別或以上）的平均僱用年期為10年以上。

於二零二一年，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響而與補償及解僱、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有關的僱傭法律及規例被違反之重要情況，包括但不限於香港的香港法例第57章《僱傭條例》以及南韓及日本的相關法規。

在南韓的業務發展擴張

除了在南韓、日本及香港的當地產品團隊外，我們亦於韓國產品團隊旗下設立業務發展分部。該新團隊加強韓國產品團隊物色新供應商、與彼等維持良好關係及向現有及新供應商收集反饋的能力。該等業務發展人員熟諳韓語及了解南韓當地市場。日後，我們計劃增聘僱員以進一步擴張韓國產品團隊及其業務發展分部。

勞動力，總數及按性別、僱傭類別、年齡、地理區域、僱員類別劃分

	類別小計 (人數)	按類別劃分 流動率(%)
總計	592	21.5%
性別		
男性	167	23.3%
女性	425	20.7%
僱傭類別		
全職	557	不適用
兼職	35	不適用
年齡組別		
16-24	79	50.6%
25-34	274	22.6%
35-44	133	12.0%
45-54	87	8.0%
55-64	19	10.5%
>65	0	0%
地理區域		
香港	570	21.6%
日本	6	0%
南韓	16	25.0%
僱員類別		
高級管理層	24	4.2%
中級管理層	119	11.8%
一般員工	449	24.9%

反競爭行為

作為品牌中立的全球電子商務平台，我們可自由向眾多品牌及供應商採購產品。我們的業務模式吸引知名品牌及其分銷商，尤其是設法在國際市場上推廣及銷售產品的新興韓國美容品牌及供應商。結合創新的營銷方法及強大的社交媒體影響力，我們能為該等品牌及供應商提供一站式服務，包括免費品牌推廣及產品營銷以至客戶生成內容及相關數據分析。其亦能令我們控制供應商脫中介化的風險。除了不時向供應商取得多種免費產品樣本以作品牌及產品推廣外，我們並無自有關安排以金錢或其他形式收取任何補償。

於二零二一年，五大產品供應商及五大其他供應商均為獨立第三方。據董事所深知及確信，於二零二一年，概無董事或其緊密聯繫人或任何股東（據董事所深知，實益持有超過5%股份）於本集團五大供應商擁有任何權益。於二零二一年，並無五大產品供應商及五大其他供應商（產品供應商除外）同時為客戶。

COVID-19響應

辦公室及工作人員的安排

鑒於COVID-19爆發，我們已經實施在家工作的政策及特殊的工作時間安排。我們向每名員工發出衛生指引，以確保在工作場所達到基本的衛生標準。我們已經在辦公室和倉庫安裝空氣淨化系統，以清除對員工健康造成威脅的揮發性有機化合物。香港辦公室改變其開放的辦公室佈局，採用透明的塑膠隔板，將個人辦公桌分開，並儘量減少空氣中的病毒傳播。為減低僱員之間的感染風險，我們會在有需要時提供病毒防護包(包括外科口罩、酒精搓手液及維生素C片)。

「喆麗提供足夠的個人防護設備。喆麗工作環境是安全和衛生的。」

4.46/5 僱員評分

南韓及日本的辦公室均遵循當地適用的工作場所協定及差旅指引，並在當地團隊負責人的批准下採納在家辦公安排。本公司亦在該兩個辦事處提供外科口罩。日本政府於二零二一年第一季度授出補貼，用於購買我們日本辦事處在家辦公安排設備。

應急計劃

鑒於所採取的措施，我們認為我們的業務運營自COVID-19爆發以來並無產生重大不利影響。我們鼓勵員工在家工作，以減少日常面對面交流中的感染風險。我們亦定有指引及應急計劃，以應對在員工中發現COVID-19確診病例的潛在風險。一旦本集團的成員被確診感染COVID-19，我們的應對小組將立即啟動相關程序，包括向管理層及主管部門報告、確定密切接觸人員、安排病毒檢測及隔離高感染風險員工由專業人員進行消毒清潔等。

如香港辦公室出現感染情況，人力資源部門負責用電子郵件和SNS短信及時發佈有關在辦公室和倉庫工作的受感染同事信息。我們與政府衛生部門聯繫，隨時瞭解最新情況並配合採取緩解措施。對辦公區域進行消毒，在同一樓層工作的同事只有在提交抗原檢測陰性結果的證明後才可以恢復上班。

營運及供應中斷

於二零二一年，本集團的運輸安排與去年相比並無重大變動。倉庫分部的營運時間並無受到影響，而香港本地運輸及物流服務亦維持運作。然而，儘管並無因COVID-19而導致重大供應中斷，疫情仍導致運費上調及可用物流供應商數目減少，但我們能夠將該等增幅轉嫁予客戶，而未有對我們的營運及財務業績造成任何重大不利影響。由於物流成本增加，我們自二零二零年四月及二零二零年五月起，分別對若干國家的客戶取消標準免運費選項，並提高免運費的每筆訂單最低交易額，以確保訂單能夠在合理時間內配送。

其他標準披露－社會

全面培訓

為改善僱員知識及技能以履行工作職責、提高整體效率、員工忠誠度及員工保留率，我們為員工提供技術及營運在職培訓、人才發展計劃、認股權計劃、表現花紅計劃以及晉升前景。我們於二零二一年已因為COVID疫情而暫停面對面培訓，惟本公司已經制定二零二二年的學習與發展政策及計劃。

我們致力保障所有電子資料的保密性、完整性及可用性。有關數據保護及資料科技安全的培訓主題的進一步詳情，請參考本報告的「訊息安全及個人數據保護－僱員培訓」一節。

已培訓僱員

二零二一年		
僱員培訓百分比(%)		
總數	37.3%	總人數
性別		
男性	45.5%	類別人數
女性	34.1%	類別人數
僱員類別		
高級管理層	75.0%	類別人數
中級管理層	69.7%	類別人數
一般員工	26.7%	類別人數

已完成培訓時長

	二零二一年 每名僱員已完成 培訓平均時長	單位
性別		
男性	5.30	類別每人時長
女性	8.78	類別每人時長
僱員類別		
高級管理層	3.78	類別每人時長
中級管理層	8.00	類別每人時長
一般員工	7.87	類別每人時長

採購及供應鏈管理

作為一間技術型公司，我們的內部資訊科技團隊致力開發資訊科技技術及基礎建設，以提高營運效率及客戶體驗。我們在南韓、日本及香港建立本地產品團隊，以物色客戶所喜好的供應商及產品。

我們的供應商主要可分為：(i)產品供應商，主要供應我們的時裝及生活時尚、美容及娛樂產品；及(ii)其他供應商，主要涉及提供物流服務、支付網關服務及線上廣告服務。我們使用第三方物流公司交付訂單，並透過大型本地及國際物流公司送貨。

於二零二一年，我們一般直接或透過其他第三方電子商務平台向供應商（包括亞洲及北美的品牌擁有人及轉售商）採購產品。主要產品供應商多數位於兩個國家南韓及中國。

個案研究：時尚綠色採購

YS by Yesstyle，是一個新的自有品牌時裝系列，集合不受時間限制的單品及額外的潮流項目，以及日常生活中的衣櫥必備品。在這些獨特設計中，首要考慮的是把可持續發展和產品質量作為我們產品的核心價值—超過一半的設計，即47件中的27件，都採用了有助於我們減少產品對環境影響的技術和原材料來生產。我們精心挑選每件作品的面料，包括有機棉、有機織品和再生聚酯等環保材料，然後從具有國際公認的再生聚酯全球回收標準(GRS)和有機棉全球有機紡織品標準(GOT)資格的面料廠採購。經過認證的有機棉在整個生產過程中，從原材料到耕作和製造都符合嚴格的標準。

將塑料回收到聚酯纖維織物中，不僅可以減少塑膠垃圾，還可以減少服裝生產的碳足跡，因為與普通聚酯纖維相比，再生聚酯纖維(rPET)生產所需的能源和資源更少。與傳統棉花相比，有機棉保持了同樣的天然、可生物降解的品質，同時在生長過程中不使用化學殺蟲劑、合成肥料或基因改造生物(GMOs)。對環境和農民來說，有機種植的棉花能降低溫室氣體排放，減少土壤破壞，並為農業社區提供更安全的條件。

在營銷和推廣方面，我們已經設計了我們的電子商務網站，在產品列表頁的頂部顯示生態友好產品，作為一個突出的推廣功能。「生態友好」一詞出現在每個產品列表的標題中，並可作為一個過濾選項，以便為具有環保意識的消費者進行精確搜索。我們已經決定利用可回收的紙質標籤和可回收的塑膠袋來包裝這個時尚系列的產品。

我們與能夠適應瞬息萬變的消費者喜好的現有供應商維持關係，以及尋覓能夠提供令人心儀產品的新供應商。挑選新供應商時，我們的決定一般基於行業經驗及市場研究數據(包括品牌及產品的現有客戶評價及反饋)。此外，我們亦進行嚴格檢查，以確保其在品質及安全、職業健康及培訓、反貪污等方面達到標準。未能通過年度評估的供應商需要及時採取糾正及／或修正措施；否則，不合格的供應商將被暫停資格或從獲准供應商名單中除名。當我們信納新供應商所提供的品牌及產品能符合我們的市場定位及要求、顧客口味及具有良好銷售潛力，產品支援團隊委聘有關供應商前一般會進行抽樣檢查，確保產品品質穩定及符合我們的標準。我們今年更新了ESG政策，表明我們考慮與重視ESG因素的供應商合作。

對於涉及化學品的產品，我們通常會從產品供應商處獲得其產品的測試報告或證書，以確保在我們平台銷售的產品不含有害化學品。特別是，我們從南韓採購的美容產品在生產過程中並無進行任何動物測試。

二零二一年環境、社會及管治報告

我們並無重大依賴任何特定的產品或服務供應商。我們通常與第三方服務供應商(包括技術服務供應商、速遞、貨物轉運中心、聯絡中心、香港倉庫的外包勞工及付款網關服務供應商)訂立可按短期通知終止的服務協議。自二零二一年以來，我們與若干供應商簽訂零售及分銷的獨家協議。

於二零二一年，我們在「西方時尚」產品類中推出自有品牌「YS by YesStyle」。該品牌提供採用環保物料(如有機棉及再生聚酯)製成的優質時裝，其物料亦符合全球回收標準(GRS)或全球有機紡織品標準(GOTS)。

於二零二一年，按地理區域劃分的供應商數目及已實施與委聘供應商有關的常規之供應商數目如下：

供應商²，總數及按地理區域及供應商類別劃分

	二零二一年 供應商數目
總計	22,661
地理區域	
香港	74
日本	47 ³
南韓	401
中國	22,108
亞洲(上述以外地區)	22
美國	9
其他	0
評估基準	
新供應商／服務供應商	11,534
已評估新供應商／服務供應商	11,534 (100%)
已評估現有供應商／服務供應商	11,127 (100%)
已作企業社會責任評估之所有供應商／服務供應商	87 ⁴

COVID-19

二零二一年第一季經營受到若干阻礙，包括中國時裝與生活時尚產品製造商的暫停運作，以及速遞公司提供的物流服務受阻。

疫情大流行對全球經濟(包括靚麗)造成重大影響，亦對整個行業帶來挑戰，此乃由於在與我們的業務營運相關的地區及國家(包括香港、日本及南韓)，以及我們收益來源的主要國家(如美國、英國、澳洲、加拿大及歐盟)，當地政府於二零二一年重新實施史無前例的措施(例如封城、外遊限制、隔離檢疫及停業)，導致業務營運及物流安排受阻。

² 就本關鍵績效指標(B5.1,5.2)而言，只考慮產品供應商。

³ 包括托運供應商。

⁴ 位於南韓的401間供應商中有87家為我們提供無動物實驗、純素產品。

在南韓及中國等國家，由於限制措施一般不適用於跨境陸路運輸、貨運航班或我們的供應商聘用的海外貨運代理服務供應商，我們的產品供應商於往績期間後並無重大供應中斷。

數碼創意

未來計劃

我們計劃繼續改良物流過程、基建及網絡，方法為改進現有算法及採用新技術以動態優化配送及存貨管理實力。我們設有管理源自超出我們控制或該等物流公司控制範圍事件引致受阻風險的政策，例如惡劣天氣、天災、政治活動、交通中斷、勞工糾紛或全球及／或區域大流行病。

具體而言，我們計劃優化香港的倉庫，藉此增加產品供應及提高配送速度及準確度，從而提升供應鏈的整體效率。我們亦計劃落實語音揀貨技術以提高訂單處理效率並安裝經改良的貨架以精簡存貨管理。此外，我們有意與物流夥伴更緊密合作、減少付運時間及成本及改良海外客戶訂單追蹤，從而提升交付服務。為提高每日訂單配送能力，我們將增聘全職及兼職物流工人以增加人手，確保可應付於旺季及其他時間的客戶需求。

電子商務平台一般經過日積月累的經驗形成自身的經營實力。透過長期經營網上直接平台，業者培養出強大的經營及管理團隊和技術熟練的備用技術人員，並獲得充分的經營經驗以達致高效率及優質服務。

同時，隨著意見領袖試用及評價產品，彼等為供應商及品牌合作夥伴提供詳盡的產品評論及用戶原創內容。於二零二零年九月，我們就YesStyle意見領袖計劃獲《香港商業雜誌》頒發「科技卓越獎」。

個案研究：供應鏈優化中的數碼創新

我們正在開發一個經人工智能強化的操作系統，它首先會瀏覽互聯網，然後生成對最新消費趨勢和特徵的分析。同時，通過各種互動渠道，意見領袖瞭解其粉絲的需要，並將訊息回饋給供應鏈。然後，供應鏈開始設計產品，並傳遞給意見領袖以測試市場的反應。通過預售安排，供應鏈能夠減少沉重的庫存負擔。與傳統的網絡零售供應鏈相比，靈活的供應鏈能夠更快地響應市場需求，推出更多的時尚商品，從而促進網絡零售業的可持續發展。

關懷社區

本集團篤行企業社會責任，務求惠澤社群。本集團鼓勵團隊成員積極參加義工服務，參與社區項目。展望未來，本集團將繼續參與各類社區項目，造福社會。

為了表彰我們在促進企業社會責任方面的努力，我們從二零零七年到二零二一年連續14年獲香港社會服務聯會頒授「商界展關懷」標誌。貢獻社會和支持有價值的事業一直是本集團的首要任務。因此，本集團通過慈善、環境主題及教育方面的工作，致力促進社會發展及進步。於報告年度，在COVID-19期間，為了支持有需要的人士，我們向香港家庭福利會捐贈4,500瓶消毒凝膠（價值約6,400美元）和杯子套裝（價值約3,400美元），並向明愛／救世軍捐贈25個硬紙箱（價值約1,600美元）。

回到我們的辦公室，YS辦公室組織了一次垃圾分類義工活動，以促進工作場所的環境保護。我們連續第二年在香港政府舉辦的STEM實習計劃中提供五個實習職位，以鼓勵年輕人才追求他們的專業目標並獲得行業經驗。

投資於社區

114,000美元

動員社區資源

25名義工
50個義工時長

社區項目

5個項目／活動

其他標準披露－環境

討論概述

為了減低營運對環境造成的影響，我們於二零二一年設立ESG政策，並根據相關的法律規定及環境後果來識別及評估環境風險。

於二零二一年，我們並無收到業務夥伴、客戶或任何其他各方有關任何ESG問題的投訴，我們亦無遇到營運引起的重大環境事件。本集團並無涉及任何可能對本集團有重大影響而與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有關的適用環境法律及規例（包括但不限於香港法例第311章《空氣污染管制條例》、香港法例第354章《廢物處置條例》、香港法例第358章《水污染管制條例》以及南韓及日本的相關法規）的重大不合規事宜。我們已遵守適用的ESG相關規則及規例，以及並無直接錄得任何合規成本。

環境目標

今年，為了減少我們直接運營的碳足跡，我們決定制定可計量及方向性的目標，以表明我們對環境保護和減緩氣候變化的承諾：

目標類型	詳情
定量目標	於二零二五年前，與二零一九年相比，香港辦公室的總用紙強度(按員工人數計算)減少10%。 中期(3-5年)
	於二零二五年前，與二零一九年相比，香港倉庫的總用紙強度(按收益計算)減少10%。 中期(3-5年)
定性目標	於二零二三年前，在香港辦公室及香港倉庫建立減少紙張使用的機制

我們的目標設定過程是由我們的ESG工作小組發起，當中涉及包括聘請外部顧問作出首項建議。然後，我們按需要修改建議，並在董事會批准之前，尋求我們的高層管理人員－財務總監及行政總裁檢查。

紙張製造在工業層面上是一個用水密集型的程序。大量的紙張消耗導致森林砍伐，如果不轉為回收再造，則佔埋廢物的四分之一左右。⁵我們已經決定，在二零二三年及二零二五年之前，制定紙張回收及減少廢物的短期至中期目標，並以二零二一年為基線，當時我們首次開始收集紙張用量的可計量數據。這些目標適用於本公司整體，並在我們所有的業務運營和場所進行進展評估及監測。

目標類別	二零二一年 績效基線	
用紙總量／於埋填場處置的廢物(克)	22,852,780	香港辦公室及倉庫
	248,050	日本辦公室
	424,578	南韓辦公室
按收益劃分的總用紙強度(克／美元)	0.141	香港辦公室和倉庫
按員工人數劃分的總用紙強度(克／人)	38,602	
為回收所收集的廢紙總量(克)	0	橫跨香港、日本及南韓辦公室及倉庫

⁵ TheWorldCounts 二零二二年，於二零二二年三月十八日存取，<<https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/other-products/environmental-impact-of-paper/story>>

二零二一年環境、社會及管治報告

於報告年度，本公司已開始建設採用人工智能、機械人及自動化技術的智能倉庫（「人工智能機械人倉庫」），預計在二零二二年第三季度投入運作後，將大大減少本集團的用紙量／於填埋場處置的廢物。

根據香港交易所的報告框架，我們認為關鍵績效指標A2.3和A2.4的目標設定對於今年的披露並不重要。由於本公司不涉及製造或大量使用機器及車輛，我們認為能源使用效率目標及水效率目標對我們的營運不重要。

負責任的生產

在訂購存貨和我們希望出售存貨的日期之間，對產品的需求可能發生重大變化。需求可能受到季節性、新產品推出、產品生命週期和定價的變化、產品缺陷、消費者消費模式的變化、消費者對我們產品品味的變化和其他因素的影響，從而影響預期的訂單數量。然而，我們已經辨識電子商務行業中存貨過時、存貨價值下降、存貨撇減或註銷的高風險，並且已經開發有效存貨管理及優化供應鏈的商業模式。

我們的業務模式需要我們有效管理庫存。我們一般就我們銷售的大部分產品採用及時存貨管理策略，並就快速銷售產品配備最佳存貨量。我們根據對各種產品的需求預測做出採購決策及管理庫存。收到採購訂單後，供應商一般對照採購訂單核對其相關產品存貨，並與我們確認預期交付時間表。我們通常先向供應商付款，然後供應商才安排向我們交付產品。就大部分產品而言，於收訖付款後，供應商將貨品寄送至我們的香港倉庫、相關地方辦事處或第三方貨物轉運中心，然後我們再安排送貨至全球零售或批發客戶。鑑於本集團的業務性質，我們相信旗下業務營運對環境及天然資源的直接影響甚微。

電子商務平台

當有客戶下達訂單，我們的訂單管理系統會自動處理訂單並與存貨水平進行配對。倘倉庫並無所訂購產品的存貨，我們將直接向相關供應商下達採購訂單。

待我們發出指示後，供應商將安排訂購產品(i)直接交付至香港倉庫；(ii)直接交付至相關地方辦事處；或(iii)交付至指定第三方貨物轉運中心。所有產品最後將付運至香港倉庫。

作為一家電子商務公司，我們推行存貨水平實時監察系統。接獲客戶訂單後，產品團隊以背靠背方式採購大多數產品，從而降低營運資金需要及存貨過期風險。

關於辦公室的資源利用管理，我們採用文件管理系統及紙張管理系統，目的是減少用於記錄的紙張浪費，並避免不必要的打印。

關於倉庫的資源利用管理，我們採取「及時」的採購策略，對庫存的進出進行仔細管理，以減少過量的庫存及浪費。在裝運方面，我們充分運用訂制的紙箱、膠箱及袋子、紙管、包裝及緩衝材料。為儘量減少用於產品裝運的包裝材料，我們致力確保始終有不同尺寸的紙箱可供重新包裝，以適應各種尺寸的訂購產品。

線下B2B銷售渠道

供應商一般會將訂購產品(i)交付至香港或南韓辦事處，再由我們的職員安排交付至日本辦事處；或(ii)在某些情況下交付至日本辦事處或日本指定第三方租賃倉儲。

日本辦事處職員會對照客戶的訂單檢查產品資訊及安排交付予客戶。日本辦事處收到商品後，一般於一至兩個工作日內付運予客戶。產品所有權和損失風險一般在交付後轉移予客戶。

個案研究：數碼創新促進採購及倉庫效率

就暢銷產品而言，我們依賴數據分析以釐定適當的產品採購量。編製採購計劃及釐定最佳存貨水平時，存貨監控團隊會考慮數據庫內過往銷售數字、客戶評論、現行趨勢、季節因素、推廣時間表及供應鏈狀況等因素。之後，產品團隊會向相關供應商下達採購訂單。

我們擬改良倉儲、配送及物流容量以應付客戶訂單量增加、提升客戶服務、改善多個市場的覆蓋範圍及支持新產品分類的擴張。具體而言，我們計劃探索人工智能倉庫技術以優化香港的倉庫，從而提高訂單處理效率。我們亦會改進倉儲貨架以簡化存貨管理。

包裝材料消耗

包裝材料種類	總計	單位	二零二一年		
			香港辦公室 和倉庫	日本辦公室	南韓辦公室
總計，塑膠	204.87	公噸	204.47	0.40	不適用
總計，紙張	133.08	公噸	132.55	0.53	不適用

固體廢物處理

從我們的速遞公司收到的包裝盒是我們運營中產生的主要非危險廢物之一。就此而言，該等包裝箱被送到附近的回收公司或工廠。

由於業務性質，本集團並不產生危險廢物，而非危險廢物的產生—包括送往填埋場處置及回收站的廢物—並無計量或記錄，因此今年無法獲得有關數據。

關於我們在紙張使用及減少使用方面的績效和目標設定，請參閱本報告「其他標準披露—環境—環境目標」部分。

向水及土地的排污

本集團的日常營運並不涉及任何生產及製造過程。因此，並無向水及土地的排污。並無大量的廢水排放。

氣候轉變

我們及時處理和履行訂單並提供高質量客戶服務的能力，取決於我們倉庫的效率與無間斷的運作。我們的董事已經確定，以下幾類與氣候有關的風險可能會影響我們的業務：

- (i) 與極端天氣事件有關的急性風險；
- (ii) 與國家政策和法規的變化有關的政策和法律風險；
- (iii) 由於消費者對環保產品偏好的變化而產生的市場風險；及
- (iv) 由於本集團未能在ESG層面充分展示強大的表現，或未能與利益相關者進行有效溝通並瞭解他們的期望而導致的聲譽風險。

為了減少氣候變化導致的極端天氣對旗下營運的影響，我們對旗下倉庫設施進行定期及臨時的檢查及維護，以消除或減少水災的影響，並讓受影響客戶了解受影響的交付情況。

於二零二一年，我們展現積極的措施來減輕這些風險。我們已經制定了業務連續性政策及災難復甦計劃，以減輕或應對我們倉庫設施運作的重大中斷，無論是由於自然災害還是其他原因所引致。我們已投購保險，以保障倉庫存貨及設備的若干損壞或損失。

我們開展了一項專門針對可持續發展主題的利益相關者參與活動，以改善報告的成熟度，並識別出ESG的重大問題。我們推廣一個著重環保的自有品牌時裝系列，與對環境負責的供應商合作，並迎合具有生態意識的消費者。關於該等主題的進一步資料，請分別參閱本報告中的「重要性評估」及「採購及供應鏈管理」等節。

能源管理

本公司的政策是減少碳排放，節約能源及其他資源。我們致力採用顧及社會及環境需要的商業慣例，以實現可持續發展。我們的能源消耗主要來自辦公室及倉庫以及存放於第三方服務供應商資料中心的資訊科技服務器的電力消耗。後者亦為我們間接溫室氣體排放的主要來源。因此，提高能源效率一直是我們營運中的關鍵考慮因素之一。目前，我們能發揮的作用有限，並依靠我們的數據中心運營商對能源使用的控制。

在我們自己的直接營運中，我們已經在香港的倉庫安裝LED燈並使用叉車。

能源消耗

能源種類	單位	二零一一年		
		總消耗	總強度， 收益 (每美元)	總強度， 勞動力 (按人頭計算)
總計	'000千瓦時	10,473.2	0.000065	17.7
<i>間接能源消耗</i>				
購買電力	千瓦時	1,932,908.0	0.012	3,265.0
<i>直接能源消耗</i>				
柴油	升	2453.6	0.000015	4.1
液化石油氣(「LPG」)	兆焦耳	30,650.4	0.00019	51.8

節約用水

我們認為我們的用水量微不足道，因除了員工消耗的小量生活用水外，我們的日常業務營運不需要用水。為避免因使用塑膠瓶而產生塑膠垃圾，我們在我們的處所內安裝過濾自來水的飲水機，以供飲用。我們在採購適合辦公室用水方面並無任何問題。

耗水

	總計	單位	二零二一年		
			香港辦公室 和倉庫	日本辦公室	南韓辦公室
總水耗	1,972	平方米	1,972.0 ⁶	0.0	0.0
按收益計算的總強度 (每美元)	0.000012	平方米／美元			
按勞動力分類的總強度 (按人頭)	3.33	平方米／按人頭			

廢氣及二氧化碳排放

我們產生的空氣排放主要是間接放，來源於本集團外聘運輸車隊所消耗的汽油及柴油，以將貨物從我們的倉庫運送到目的地。由於我們已將運輸安排外包予物流服務公司，該等公司為獨立第三方，不為我們所擁有或控制，因此檢索此類排放的相關資料並不可行。

然而，我們熱衷於與環保意識相對較高的物流服務供應商合作，並努力將其運輸車隊的直接排放對環境的影響降到最低。

我們用於運輸倉庫存貨的貨車乃經環境保護署審批的環保型商業車輛，排放程度較低。

本集團的溫室氣體排放之主要來源是紙張處理的其他間接排放(範圍3)，外購電力的能源間接排放(範圍2)。於二零二一年，本集團總共排放約113,655.26噸二氧化碳當量的溫室氣體。有關本集團二零二一年的排放類型及分別的排放數據之進一步詳情載於下表。

⁶ 香港用水量數據並不完整。由於計費安排，我們其中一個倉庫的用水量資料在十一月底被中斷，故僅呈列一月份至十一月份的數據。

本集團溫室氣體(GHG)排放績效概要

二零二一年		單位	二零二一年		
			香港辦公室 和倉庫	日本辦公室	南韓辦公室
	總計	單位			
總溫室氣體排放 (範圍1、2及3)	113,655.26	噸二氧化碳當量			
總強度·收益	0.00070	噸二氧化碳 當量/美元			
總強度·勞動力(人)	191.99	噸二氧化碳 當量/按人頭			
空氣污染物⁷					
氮氧化物	5,667,872.0	千克			
硫氧化物	28,198.4	千克			
懸浮顆粒	0.0	千克			
範圍1—直接					
固定燃燒	1.96	噸二氧化碳當量	1.96	0.00	0.00
流動燃燒	6.75	噸二氧化碳當量	6.75	0.00	0.00
範圍2—能源間接					
購買電力	724.14	噸二氧化碳當量	697.83	7.27	19.04
範圍3—其他間接					
商務航空差旅	0.47	噸二氧化碳當量	0.47	0.00	0.00
紙張處置	112,921.95	噸二氧化碳當量	109,693.34	1,190.64	2,037.97

我們致力優化減排表現，並將審視內部監察措施及程序，致力減排。

回饋意見

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

⁷ 氮氧化物與懸浮顆粒的排放數據並不完整，原因是無法獲得按車輛類型劃分的排放數據，例如並無測量行駛公里數。