

2022

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

目錄

關於本報告	2
重要性評估	5
我們對可持續發展的態度	8
利益相關者參與	10
重要主題	13
其他標準披露－環境	42
回饋意見	51

關於本報告

歡迎閱讀喆麗二零二二年環境、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二份環境、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，且須與二零二二年年報及其所載企業管治報告一併閱讀。

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**」或「**指引**」）

- 本ESG報告乃根據聯交所於二零一九年十二月發佈的新ESG報告指南披露義務而編制。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所述有關環境和社會方面的「不遵守就解釋」條文的報告。
- 內容索引載於在本報告結尾「聯交所ESG報告指引：索引表」。
- 本報告遵守《指引》中概述的所有強制性披露規定及「遵守或解釋」條文。本報告亦參考聯合國可持續發展目標（「**UN SDGs**」）的經挑選披露或部份內容。

喆麗的概況

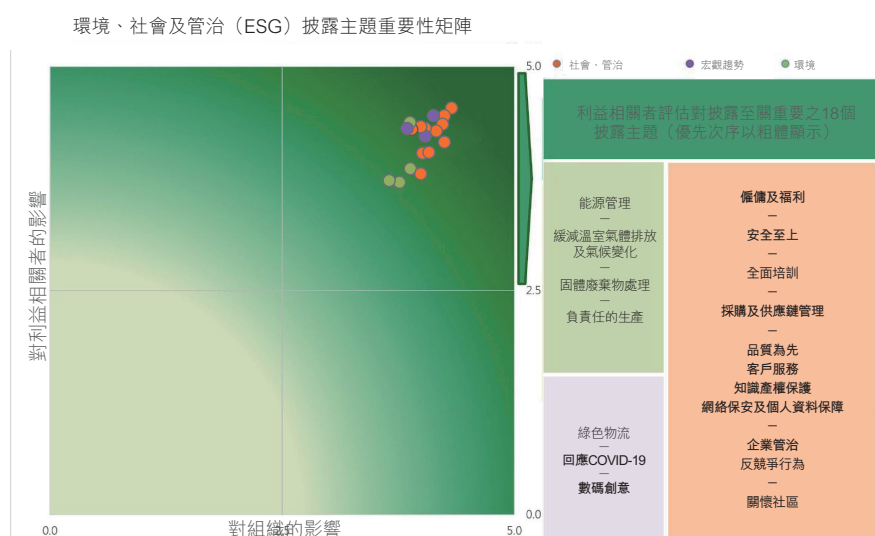
喆麗成立於一九九七年，是一間總部位於中華人民共和國香港特別行政區（「**香港**」）的網上零售商，從事採購及銷售第三方品牌及無品牌亞洲時裝與生活時尚、美容及娛樂產品，並向全球客戶銷售有關產品。我們主要通過我們的網上平台銷售產品，同時通過我們的網下企業對企業（「**B2B**」）銷售渠道銷售部分娛樂產品作為補充。

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手機應用程式平台和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www.YesAsia.com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葵涌葵昌路100號KC100 5樓。於二零二二年十二月三十一日，我們在香港、日本和大韓民國（「**南韓**」）分別租賃七個、一個和一個物業，總樓面面積分別為約255,354、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，以及向外部客戶提供物流服務。

報告範圍

本ESG報告涵蓋本集團於截至二零二二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（包括採購、產品貿易、物流及倉儲服務和投資控股活動）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。於報告年度，這9個設施／場所對應於喆麗的所有經營地區和本集團全資附屬公司。於報告年度，由於終止一項租賃協議，本集團設施／場所數量從11個減少到9個。



報告原則

根據該指引，我們以下列原則為基礎：

重要性：於二零二二年，我們的ESG工作組（「工作組」，成員包括喆麗內部如產品、物流及倉庫、人力資源、資訊科技及客戶服務等多個管理人員團隊）聘請了獨立第三方顧問，設計並實施了一個以企業可持續發展為主題的利益相關者參與活動。除與該指

引的框架保持一致外，ESG及業內宏觀趨勢亦納入到調查當中。我們識別出及評估18個ESG主題。我們的內部和外部利益相關者獲邀參與，我們收到了來自董事、客戶、僱員和供應商的回應，並評估了每個主題對本集團業務可持續性的重要性。這項工作構成了我們重要性評估過程中的一個重要部分。

調查結果被映射到披露主題重要性矩陣中，反映了每個被識別ESG主題的相對重要性。

在第一象限的18個披露主題中，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。

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：關於本集團環境、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《如何準備環境、社會及管治報告》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》以及相關國際認可的方法乃所有定量計算的參考。

- **溫室氣體(GHG)排放的計算參考和方法**是根據香港政府環境保護署(EPD)和機電工程署(EMSD)發佈的《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的審計和報告指引》(二零一零年版)及IPCC第六次評估報告(AR 6)。

一致性：本報告採用了一致的方法，以便對不同時期的相關數據進行有意義的比較，而方法及報告範圍的變更已在附註澄清，供利益相關者參考。

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、遇到的問題及改進範疇。

審查及批准

董事（「**董事**」）會（「**董事會**」）知悉須對本集團ESG策略及報告負全責，並確保本報告的完整性，而就彼等深知，本報告涉及所有相關的重大事宜，並公平地呈列本集團的ESG表現。董事會確認其已審查並批准本報告。本報告於二零二三年四月二十一日獲本公司董事會審查及批准。

一致性：本報告採用了一致的統計方法，以便對不同時期的相關數據進行有意義的比較，而方法和報告範圍的變化在注釋中得到澄清，供利益相關者參考。

重要性評估

重要性評估的方法

在制定ESG報告時，我們直接與利益相關者進行重要性評估程序。此舉有助於我們確定與企業最相關並對利益相關者有重大影響的事宜，並確定其優先次序。本報告已說明有關結果。

1. 確定並優先考慮重大主題

工作組在獨立第三方顧問協助下，設計並實施了以企業可持續發展為重點的利益相關者參與活動。此舉涉及審查內部文件、公司政策、諮詢主題專家、與聯交所建議的報告框架保持一致，並結合ESG及業內宏觀趨勢，共識別出18個重大主題供進一步評估。此外，工作組還採訪董事會成員，以確認有關主題與可持續發展績效管理的相關性。獨立顧問進行行業研究，並將本公司的表現與同業進行比較，並識別出一系列與我們的環境及社會影響有關的可持續性事宜。

2. 與內部和外部利益相關者驗證主題

為了確保過程所涉及的外部利益相關者樣本的代表性，我們邀請客戶和供應商等長期合作夥伴參與，而他們對年度創收和運營成功方面具有重要意義。我們的內部利益相關者包括對環境和氣候相關事宜有所認識，並對我們的主要業務和相關行業有良好瞭解的員工。在維期五個星期內，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進行。我們邀請了總共108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。此外，我們亦尋求反饋，瞭解如何影響喆麗的可持續發展績效及／或將塑造了我們的營運與人員的業務關係。

3. 課題排名和建立重要性矩陣

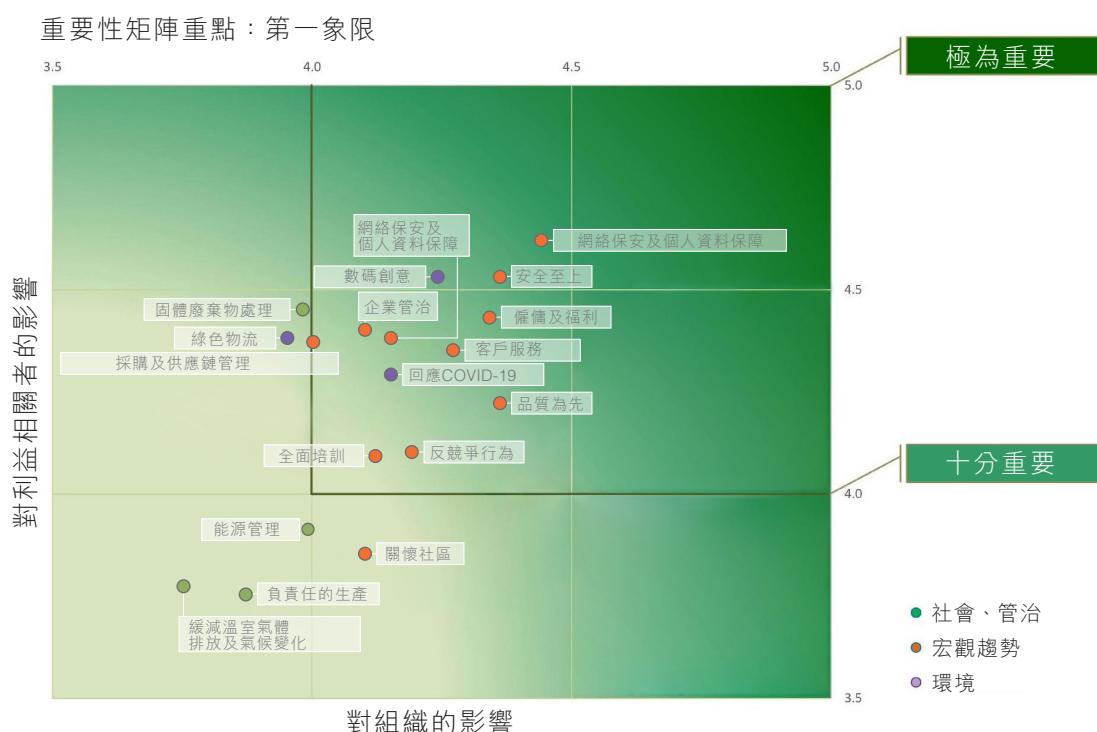
利益相關者根據他們重要性的認知水平對可持續性主題進行評估及排名。利用有關資料，我們創建了一個矩陣來繪製有關主題。由所產生的重要性矩陣乃根據該等主議題對可持續發展和社會的重要性，以及與業務成功及運作的相關性來呈列。

4. 驗證及審查

在分析利益相關者的調查結果後，董事會審查並確定優先考慮的重大主題範圍、主題界線及完整性。本報告已披露重大主題的管理方法、關鍵績效指標及相關數據。在未來的報告，本公司將通過收集利益相關者的反饋對重大主題進行定期審查，並確保有關主題與我們的可持續發展策略一致。

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。在第一象限的18個主題中，當中在「對利益相關者的影響」及「對組織的影響」的評分均超過3.5分結果顯示外部和內部的利益相關者認為全部18個主題對企業都是重要的。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。



重要性分析的結果有助於確定最重要的ESG主題及本報告中包含的關鍵披露內容。主題的優先次序為未來的ESG策略及風險管理奠定基礎。

ESG主題是根據其所認知的重要性進一步排列優先排序。在「對利益相關者的影響」及「對組織的影響」兩個方面得分在4分或以上的ESG主題獲確定為最重要的ESG主題。

最重要的ESG主題為：

網絡保安及個人資料保障、品質為先、安全至上、僱傭及福利、客戶服務、數碼創意、反競爭行為、知識產權保護、回應COVID-19、全面培訓、企業管治、採購及供應鏈管理。

其他ESG主題為：

綠色物流、能源管理、關懷社區、負責任的生產、以及緩減溫室氣體排放及氣候變化。

在我們的ESG政策發展及ESG管理方法的資源分配中已經考慮到最重要的ESG主題。在編撰本報告時，我們整理最重要主題下的資料，並以關鍵披露方式呈列，以回應利益相關者的要求及期望。

是項分析(包括利益相關者參與及重要性評估)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，並強調完全遵守有關的披露義務，我們在下表中列出18個ESG主題，與聯交所定義的12個社會及環境層面相關聯：

ESG 主題	聯交所層面
緩減溫室氣體排放	A1 排放物
能源管理	A2資源使用
綠色物流	A2資源使用
負責任的生產	A2資源使用
	A3環境及天然資源
氣候變化	A4氣候變化
僱傭及福利(包括公平招聘)	B1僱傭及福利
	B4勞工準則
安全至上	B2健康與安全
全面培訓	B3發展及培訓
採購及供應鏈管理	B5供應鏈管理
客戶服務	B6產品責任
品質為先	B6產品責任
網絡保安及個人資料保障	B6產品責任
知識產權保護	B6產品責任
企業管治	B1僱傭
反競爭行為	B7反貪污
關懷社區	B8社區投資
數碼創意	A2資源使用
回應COVID-19	B2健康與安全

我們對可持續發展的態度

董事會聲明

董事會的監督

本公司董事會由八名男性成員及一名女性成員組成，董事會在性別、年齡、文化及教育背景、知識及專業經驗方面具有足夠的多元化。詰麗的ESG表現、管理方針和戰略由董事會透過風險及合規委員會（「委員會」）進行監督，成員包括劉國柱先生、朱麗琮女士及朱健恒先生。委員會的責任包括建立、採用和審查我們的ESG政策，並每年評估本集團ESG的相關風險。為了確保ESG相關事宜被完全納入我們的戰略，董事委員會的工作範圍被擴大到包括本集團ESG相關事宜。

為了引領這項工作，在委員會下成立了一個工作組（「工作組」）。工作組被指派為負責可持續發展績效審查及本集團整體報告程序的主要工作小組，並發佈我們的第二份ESG報告。

根據委員會的授權，工作組負責制定ESG相關管理策略，協調和管理相關的政策和措施，並進行風險評估及讓利益相關者參與反饋意見。

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。董事會及管理層（如有需要）將不時審視及修訂我們的管理及內部監察程序，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，且標為能即時應對不斷演變的環境及威脅。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，選擇本公司租賃物業（如辦公室及倉庫）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

於報告年度，為了減少我們運營的碳足跡，工作小組提出了可於二零二五年達成的可衡量中期環境目標，而建議目標得到了董事會的大力支持。這些目標將適用於我們在香港（主要營運所在）的所有業務和地點的ESG表現評估。

二零二二年環境、社會及管治報告

我們根據潛在影響和發生的可能性，對以下ESG風險進行了評估及分類，從極低到高：

風險水平	ESG風險
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 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 回應COVID-19

挑戰與機遇

我們旨在實現以下多種目標，如通過企業社會責任促進環境保護，遵守適用法律及法規，擴大股東的多樣性及進入資本市場。為確保實現該等目標，我們需要持續強化企業管治與及時報告及評估。

為了確保我們的管理團隊及執行成員的可持續貢獻，並為我們的業務及利益相關者帶動積極的長遠價值，董事會將繼續審查及批准預算、業務目標及指標，加強對ESG相關目標及指標的監督。此舉將使董事會在加強可持續發展努力方面發揮更積極的作用。

利益相關者參與

本公司知悉利益相關者對實現可持續發展的重大貢獻，並重視他們的反饋及意見，以指導本公司在有關可持續發展事宜的管理策略。為確保透明的與利益相關者溝通，本公司已實施舉報渠道，作為其企業管治及利益相關者參與框架的重要組成部分。此外，本公司亦建立各種溝通渠道，以促進與不同利益相關者的有效互動，並深入瞭解他們對本公司長期增長軌跡的期望。

下表概述了我們與主要利益相關者的持續溝通活動，以識別及回應他們所關注的事宜：

主要利益相關者	溝通渠道
社區	<ul style="list-style-type: none"> • 本公司網站及社交媒體 • ESG報告
客戶	<ul style="list-style-type: none"> • 本公司網站及社交媒體 • 客戶意見調查 • 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 • 匿名投訴渠道及反饋意見 • 普查 • 定時績效審查 • 全體員工大會

主要的ESG評級和獎項

喆麗控股有限公司

歡迎母乳餵哺感謝狀
2022/2023年
由聯合國兒童基金頒發

香港回歸25周年企業貢獻大獎(創新及科技)
2022年
由新城廣播有限公司頒發

香港人力資源大獎「青年大使計劃獎」
2021,2022年
JobsDB頒發

香港最優秀企業大獎
2019, 2020年
由CORPHUB頒發

PayPal最暢銷企業
2018, 2019年
由PayPal頒發

YesStyle.com Limited

商界展關懷
2022年
由香港社會服務聯會頒發

開心企業
2022年
由香港提升快樂指數基金頒發

商界展關懷
2021年
由香港社會服務聯會頒發

香港人力資源大獎「青年大使計劃獎」2021年
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

指引的相關層面：

層面B6產品責任

與聯合國可持續發展目標 (UN SDGs) 聯繫：

本章涉及的聯合國可持續發展目標：



年度業績

為應對食物及燃料脹價的挑戰並保持競爭力，本集團推出新舉措時將優先考慮節約成本及提高運營效率。此舉包括與策略物流合作夥伴嘉泓物流國際控股有限公司(「嘉泓物流」)的緊密合作，以比其他供應商更優惠的價格將產品運送到海外市場。此外，本集團的全資附屬公司YA Logistics Limited(「YA Logistics」)已租用個機械人倉庫，以降低配送勞動成本，並為預期的網上線業務增長擴大產能。

我們嚴格遵守業務運營地區的適用法規，包括香港的宣傳品規例(如香港的商品說明條例)及韓國的公平標籤及廣告法等。於報告年度，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廣告、標籤及補救方法有關的適用法律及規例被違犯之重要情況。

客戶情況

我們的電子商務平台客戶群一般包括最終用戶或小型商戶，他們可能通過搜索引擎及手機應用程式、第三方社交媒體平臺或其他網站的廣告發現我們的網站。我們很幸運地能夠累積形形色色、各種不同的客戶群。相比之下，我們的網下企業對企業客戶主要包括日本當地娛樂零售商。

客戶參與、營銷和廣告

運用社交媒體平台可與客戶直接聯繫並接收關於我們產品及服務的即時反饋。來自有關平台的反饋有助於我們制定有針對性及有效的營銷及推廣策略，並調整產品組合以更理想地切合消費者喜好。我們在各種平台上擁有超過374萬名社交媒體追隨者，如Instagram、Facebook、Pinterest、Twitter及YouTube，確保我們能夠持續及全面地接觸客戶。我們的社交媒體賬戶追隨者及觀眾可以輕易地被引導到我們的網站及手機應用程式，令他們更方便地找到感興趣的項目。

我們採用全面的數碼營銷戰略，部署各種媒體工具，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。為了貫徹判斷客戶的品味與潮流，我們會收集市場反饋，及時評估市場走勢及行業變化，並緊貼瞭解新興消費趨勢。該等政策使我們能夠提供均衡的貨品組合，切合客戶需求。

除社交媒體營銷，我們亦採納績效營銷、客戶保留營銷及意見領袖營銷計劃。藉著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。

我們的意見領袖營銷計劃十分成功，直至二零二二年十二月三十一日，約有279,000名KOL及意見領袖加入，他們來自世界各地，為我們提供由數百萬用戶組成的廣泛追隨者基礎，使我們能夠接觸到更多受眾，增加銷售。

我們的品牌形象受到委託推廣產品的意見領袖及KOL的接觸面所影響。我們的營銷策略的成功有賴於是否能謹慎甄選合適的意見領袖及KOL。我們並未依靠外部機構來進行甄選，而是透過本身的渠道來物色意見領袖及KOL。我們的嚴格甄選及管理政策確保能夠維持一致的品牌形象，並有效運用意見領袖及KOL的知名度。

挑選意見領袖及KOL時，我們一般考慮其追隨者數目及過往所張貼內容、產品類別、市場趨勢及目標受眾等因素。我們會用優惠券獎勵製作自創內容的KOL。如KOL希望收取佣金，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。有關準則及政策可協助我們有效管理及維持與KOL的關係，同時向更多受眾推廣產品。

我們致力於悉心挑選及管理意見領袖及KOL，此乃我們營銷工作成功的關鍵。通過與符合品牌價值及目標受眾的個人合作，我們已經能夠增加接觸面及提高品牌形象。我們將繼續運用意見領袖及KOL的影響力來推廣產品，同時保持一致的品牌形象及維護我們的價值觀。

客戶保留

我們的客戶服務及營運的質素及效率對客戶保留率起關鍵作用。有關職能可由我們的內部人員內部處理及由第三方服務供應商處理。雖然將若干客戶服務活動(如支援中心)外包可能會影響我們在所有客戶服務流程中保持一致性的能力，但我們已經建立嚴格的甄選程序來審查服務供應商及監察其表現。

補救的方法

我們歡迎客戶在我們的網站、手機應用程式和社交媒體平台上分享意見及回饋。我們已制定了政策來，監測及處理不適當、虛假或惡意的產品評論。此外，我們收集用戶及客戶的評論及反饋，以加增內容，並向供應商及品牌合作夥伴提供最新的市場資訊。我們的內容現時有七種全球主要語言，即英文、法文、德文、西班牙文、意大利文、荷蘭文及中文，迎合不同的國際受眾。

退貨和換貨政策

於整個報告年度，我們任何產品而言並無遭任何客戶大量取消訂單。為了確保客戶滿意，以及消除在我們網站及手機應用程式購物的任何潛在猶豫，我們實施靈活的退貨或換貨政策。根據產品類別和具體狀況，客戶可在14天內退貨或換貨，無需提供任何解釋。藉著優先考慮客戶體驗及忠誠度，我們可以有效地獲得及保留客戶，最終促進業務成功。

*YesStyle Elite Club*的保留營銷策略包括實施忠誠度計畫，以鼓勵重複購買及培養客戶的忠誠度。該計畫一直在檢討中，通過四級會員制運作，即普通會員、銅會員、銀會員和金會員，每一級都可以獲得獨特的會員折扣、優惠券及特別促銷活動，如生日優惠。會員可以通過各種活動積累計劃代幣，包括購物、撰寫產品評論及下載應用程式，從而晉升到更高的級別。

我們對每個平台及產品類別都有具體的退換貨政策：

- 購買特定時裝、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不同尺寸。就若干時裝與生活時尚項目，客戶可於14日內要求替換為不同尺寸。退回項目最重要是保持原廠包裝，且必須是未經使用的全新狀態。不完整的退貨可能會不予受理。
- 喆麗電子商務平台容許客戶在購買視像、音樂、指定電視、演唱會及音樂視像、動畫及收藏品及玩具後，在14日退貨期間內退回所購買產品。如物品出現瑕疵，我們一般會進行替換，惟指定遊戲產品及電視機頂盒除外。
- 我們通常僅接受*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。然而，客戶向我們退還產品時通常須承擔付運開支，惟退回或替換有瑕疵貨品除外。

供應商對確保所提供產品品質負全責。我們收回的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。我們謹此強調，在香港相關法律及條例的許可範圍內，我們通常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）。然而，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。

為了確保我們只向客戶提供最優質的產品，倉庫團隊會在產品運抵倉庫時對徹底檢查產品，於產品貼上條碼及將其連接到存貨管理系統。此外，我們在包裝客戶訂單時進行第二輪檢查，以儘量減少交付有缺陷或不正確貨物的錯誤。

查詢處理

我們的客戶服務團隊勤奮地記錄、審查及評估所有與產品及交付服務有關的查詢。倘若發生任何事項，我們的物流及服務團隊會根據客戶服務部門的指示及時處理。此外，我們專門的客戶服務人員致力通過原來的溝通渠道回應所有查詢，並每日跟進客戶以確保客戶滿意。為了監督員工表現，每名成員都有自己的登錄賬號，我們可藉此進行績效分析。

倘若客戶關注產品品質，我們會盡最大努力及時有效地解決。我們首先審查評論，謹慎地收集所有事實，以全面瞭解問題。我們的品質團隊將首先評估操作流程的潛在變化。然後，我們會讓供應商參與，瞭解他們的流程，並在需要時倡議製造商進行調查，以識別整個生產或品質保證流程中的任何不準確、疏忽或錯誤。然後，我們將計畫並採取措施來解決問題，如維修、更換或提供折扣。最後，我們會跟進客戶，確保他們對提供的解決方案滿意。

於報告年度，本集團接獲46,559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。

	查詢總數		完滿解決個案數目	
	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年
接獲產品和服務相關查詢 ¹	46,559	41,229	46,559	41,229

本集團藉客戶關係管理系統(「**客戶關係管理**」)系統提供客戶服務，該系統採用先進的對話式人工智能技術，可全天候自動從全面的客戶互動中心分析數據、目的及工作，使我們能夠隨時為客戶提供及時及有效的幫助。

除了提供優質的客戶服務外，我們的客戶關係管理系統亦讓我們可根據客戶行為創建定制的用戶體驗。通過追蹤客戶在不同溝通渠道的互動及購買情況，監察客戶的重複下單率，從而獲取寶貴的見解，瞭解哪些管道對創造收益最有效，洞悉先機。有關資料有助我們優化溝通策略，使我們能夠更有針對性地開展營銷工作，擴大收益。

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。

總括而言，我們在客戶關係管理系統中使用先進的對話式人工智能技術，使我們能夠提供卓越的客戶服務，同時亦能盡量擴大我們的業務收益。通過利用數據及見解來創建定制的用戶旅程，我們能夠為每一位客戶提供高度個性化體驗，確保客戶對我們品牌的滿意度及忠誠度。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（如美國及加拿大），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）。

網絡保安及個人資料保障

指引的相關層面：

層面B6 產品責任

與聯合國可持續發展目標（UN SDGs）聯繫：

本章涵蓋的UNSDG：



網絡安全

本公司非常重視對電子資訊的保護。我們確保所有電子資料的保密性、完整性及可用性在任何時候都得到保障。為了實現這目標，我們自行開發或者從信譽良好的第三方技術服務供應商獲取軟件、系統及其他技術工具。我們的資訊科技基建由各種內部開發的技術組成，支援我們的前端、後端、存檔及資料探勘系統。我們極重視確保機密資料在公共網路上的安全傳輸，並已制定嚴格的政策。為了維持持續及不受干擾的運營，我們與第三方服務供應商合作管理伺服器。再者，我們已經購買保險，以保護我們免受因資訊科技系統故障導致的業務中斷而產生任何成本增加。此外，我們亦致力對所保管的所有電子資訊維持最大程度的安全及保護水平。

我們已經在香港聘請資訊科技顧問，對我們的資訊科技系統及與個人資料保護措施有關的內部控制政策進行徹底審查。目的是要確保我們遵守主要業務管轄區的相關資料私隱法律及規則（「**相關資料私隱法律及規則**」），包括（但不限於）香港的個人資料（私隱）條例、歐盟的《通用數據保護條例》（「**GDPR**」）及美國的《加州消費者私隱法》、韓國的個人資訊保護法（PIPA）以及日本的個人資訊保護法等。此全面審查包括就緒情況評估、差距分析、差距修復及補救，以及對我們關鍵業務流程領域的重新評估。我們的首要任務是確保本公司可在接受、處理、存儲或傳輸客戶信用咭資訊時，維持環境安全。就此而言，我們已於二零二一年十一月進行滲透測試，隨後於二零二二年九月進行驗證測試（修復後重新測試）。該等測試的重點乃符合支付咭行業數據資料安全標準（「**PCI DSS**」）的規定。

在不久的將來，我們有令人興奮的計畫來進一步加強我們的技術堆疊。我們最近完成將服務遷移到雲端資料中心，此舉將導致更快的速度、更高的可靠性及成本節約。隨著我們網站及手機應用程式的發展，我們預計即時流量及訂單將激增。為了適應有關增長，我們將推行額外的網路安全措施，如IDS、DDoS防護、WAF及負載平衡，以確保客戶個人資料的安全及私隱。

我們對保持網站及手機應用程式的更新感到非常自豪，確保客戶經歷無縫及愉快的體驗，同時加強我們的專業品牌形象。為了證明我們對服務全球受眾的承諾，我們最近在二零二二年推出荷蘭版YesStyle網站。

此外，我們已經實施精密的客戶關係管理系統，使我們能夠追蹤客戶的進入點及產品喜好，令我們能夠為用戶提供量身定制歡新體驗。此外，我們亦還推出整合YesStyle應用程式及網絡體驗，提供一系列刺激新功能，如上傳圖片搜索產品以及基於位置的定制功能。

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。

於報告年度，我們並無接獲任何有關因平台漏洞或我們的客戶或第三方服務供應商（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、信用咭、Sofort、iDeal及Google Pay）。為了促進交易，我們與支付網關公司合作，不斷監控我們的商戶帳戶。此外，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。我們的網上信貸團隊會逐個審查此類交易。

於報告年度，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

每年，我們都非常重視安全問題，計畫並開展全面的培訓課程，使我們的員工具備必要的知識，以駕馭在日常運營中可能遇到的任何風險。我們的團隊努力提供引人入勝的培訓材料、內容豐富的研討會及具有挑戰性的電子郵件測驗，以確保員工具備最新資訊及作好準備。

此外，我們的資訊科技團隊總是在探索新軟件功能，以來部署及不斷培訓員工運用有關功能。我們瞭解在不斷發展的電子商務行業中掌握最新情況的重要性，這亦是我們提供專注於技術進步及消費趨勢等專門培訓的原因。

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。本公司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及手機應用程式上查閱，並在有關平台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及手機應用程式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

我們認真對待個人資料的保護，優先實施組織及技術保障措施，以確保個人資料安全。為此，我們每年為員工提供資料相關事項及私隱實踐的培訓。我們希望所有員工都能遵守員工手冊所載的既定業務原則及道德責任，規範個人資料的處理。該等政策向全體僱員傳閱，並有助確保整個組織遵守保密性及資料私隱。

為了確保私隱保護處於最高水平，所有處理個人身份資料的員工都必須參加年度資料私隱培訓。此外，所有員工在入職時都要簽署一份通用的保密協定聲明。對員工手冊的任何更新都會通過電子郵件與所有員工分享，並希望員工審查及理解更新條文。

我們亦實施物理及邏輯訪問控制管理，並在必要時進行更新，同時採用安全流覽及電子資料傳輸配置，力求確保安全性。

法規與合規

於報告年度，本公司在業務運營中遵守相關資料私隱法律及規則，並且並未發現不遵守條例的情況。

品質為先

指引的相關層面：

層面B6 產品責任

與UN SDG聯繫：

本章涵蓋的UNSDG：



產品品質監控

我們的首要任務是保持卓越的產品品質，並盡量減少錯誤包裝貨品給客戶帶來任何不便。為了實現此目標，我們從甄選賣方過程中就已經一絲不苟地審查供應商。我們依靠市場資料、客戶反饋及評論來評估其聲譽及品牌價值。我們的產品支援團隊會抽樣檢查，以確保我們的產品標準得以落實，而客戶所提出的任何問題都會由我們的運營支援團隊及時解決。

當供應商的包裹運抵我們的場所，我們會進行徹底的品質檢查，以確定並無缺陷或損壞。產品團隊與供應商密切合作，解決可能出現的任何問題，並確保能有效及具效率的解決。

在交付之前，物流團隊會根據儲存在系統中的客戶訂單記錄核實每個包裹。每件產品都被仔細掃描，以確保規格及數量與客戶訂單相符。對品質控制的承諾，我們是堅定不移的，對於交付產品符合客戶期望，我們感到自豪。

我們不斷監察客戶對我們電子商務平台所發表的產品評論。我們的電子商務平台有明確及容易取得的退貨政策及程序。每當有客戶查詢產品時，我們都會仔細檢查及調查產品，以確保產品符合電子商務平台規定的品質標準。由於與供應商建立良好關係，我們能夠及時處理客戶的退貨及換貨要求。

我們為客戶提供各種溝通渠道，包括聊天機械人、電子郵件支援，以及與我們的行政總裁直接溝通，客戶可以通過有關渠道對產品提出任何關注。倘若接獲有關產品投訴，我們會進行調查，以確定產品是否真正存在問題。如確定確實存在問題，我們會向相關的供應商提供反饋，並要求承擔責任，退款或提供替代品。此外，我們以退款或更換產品的形式補償受影響客戶。

與所提供的產品和服務有關的健康與安全事項

我們要求上游供應商確保從他們所採購產品符合歐盟化學品註冊、評估、授權及限制的規定（「**REACH**」）。我們的時裝、生活時尚產品及娛樂產品通常並無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。在處理涉及化學品的產品時，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。如無相關文件，我們會自行獲取有關產品成分的資料，以確不含有害化學物質，方能在我們的平台上銷售。

於報告年度，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。於報告年度，本公司並無發現任何可能對本公司有重大影響而與健康及安全有關的適用法律及規例被違反之重要情況（其中包括但不限於香港的消費品安全條例、日本的四大產品安全法及韓國的產品責任法等）。

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。於報告年度內並無回收產品。

存貨管理

本公司密切監控我們的存貨水平，以儘量降低存貨過期的風險。我們的存貨監控團隊編製每月報告，而運營團隊則每年進行盤點，以確保存貨處於最佳水平。滯銷存貨指在指定時間期間內未能清貨的的產品，並由存貨監控及營銷團隊進行識別。為了促進有關產品的銷售，我們的營銷團隊分析數據，並為每項滯銷存貨設定折扣。然後，我們在清倉大減價活動或折扣區中按較低價格售出。我們在過去二零二二年及二零二一年兩年存貨週轉日數分別約為69日及47日。

為避免撇銷存貨，運營支持團隊會定期評估包裝狀況欠佳或即將到期的產品（如適用）。在提出撇銷要求之前，我們首先向相關供應商查詢是否可替換有關產品。此外，存貨監控團隊可能會要求撇銷未能透過清貨大減價活動或折扣出售的滯銷產品。在過去三年，我們的存貨撇銷微不足道。大多數美容產品的保質期為兩年，故二零二二年或之前大量採購的美容產品仍在保質期內。

標籤

於報告年度，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。然而，我們必須注意，供應商提供的若干產品可能存在缺陷或質量未能達標或可能欠缺合適描述、警告或標籤。

於報告年度，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。於報告年度，本公司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（包括但不限於美國的《公平包裝和標籤法》（「**FPLA**」）及歐盟《通用產品安全指令2001/95/EC》（「**GPSD**」）及香港的商品說明條例等）。

我們設有內容監控程序，並購買產品責任保險。就二零一七年至二零二二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，倘若若干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

為了確保客戶網上評論的質素，我們已經制定相關內部監控措施。對於純文字評論，我們已經安裝內部字詞過濾程式，能夠根據若干準則識別評論。如果評論被標記，我們的編輯團隊會進一步分析，方能在網站及手機應用程式上發佈。此外，內容團隊亦會審查客戶評論的內容(包括所附帶圖片及影片)後才發佈評論。

安全至上

指引的相關層面：

層面B2健康與安全

與UN SDG聯繫：



本公司非常重視員工安全及健康。我們致力於切合並盡可能超越所有健康及安全的法定要求。為確保員工有充份準備足以處理任何潛在的職業安全隱患，我們要求所有倉庫員工在入職時參加全面的安全培訓。

我們明瞭自然災害或其他不可預見的情況等意外事件會干擾業務運作，所以我們定立一個強大的業務連續性計畫，為應對突發事件做準備。所有在公司場地工作的團隊均努力不懈落實預防措施，以盡量減少受傷及業務中斷的風險。對於緊急情況時，我們設置疏散程式，指定人員將協助疏散過程，並在其指定集合點進行點名。

為了進一步確保員工安全及健康，我們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、倉庫、公共區域、茶水間、洗手間及接待區。我們所有設施均嚴格執行此政策。

我們非常認真地對待職業安全及健康措施。我們各自的人力資源及行政部門以及部門負責人定期進行抽查，以確保我們所有安全協定得以落實施及遵守。

保單

我們根據香港總部位置及主要營運場所投購以下保單：

- (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) 網絡、安全及私隱保護保險，以投保因洩露資料私隱、安全及私隱責任以及網路勒索威脅而造成的損失；
- (v) 董事及高級職員責任保險，以保障對本公司董事及高級職員的法律訴訟；及
- (vi) 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；

本公司在日本及韓國均遵守勞動保險條例。在日本，我們履行相關法律責任，購買付健康、福利及勞動保險。於報告年度，我們所有在香港、日本及南韓的辦公室及香港的倉庫並無發生重大工傷事故或與工作有關的死亡事件，且於報告年度並未錄得因工傷而損失工作日數。此外，我們並不知悉於報告年度有任何重大違反與工作場所安全及僱員職業危害保護有關的法律及規則，包括職業安全及健康條例（香港法律第509章）。

	二零二二年	二零二一年	二零二零年
與工作有關的死亡人數及比率	0(0%)	0(0%)	0(0%)
因工傷而損失的日數	0	0	0

知識產權保護

指引的相關層面：

層面B6 產品責任

與UN SDG聯繫：



本公司提供的產品由第三方製造商所生產，倘沒有適當授權，當中若干產品可能侵犯第三方的知識產權。為了解決此問題，我們採取盡量減少風險的措施，在供應商協議中加入相關條款及條件。此外，在過去三年中，我們在與新供應商合作之前會進行背景檢查，有關供應商為主要品牌擁有人及授權經銷商。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權，以使用其知識產權來銷售及推廣其產品。該等特許權到期日與各自供應商協議的期限相對應。

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：

- (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) 我們已加強對網站及手機應用程式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及手機應用程式上發布；
- (iii) 我們會定期根據內部數據庫檢查要在電子商務平台及手機應用程式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及手機應用程式上的產品信息的法律保護。

我們於報告年度並未接獲或作出任何知識產權申索。

於報告年度，我們並無涉及任何侵犯第三方知識產權的重大糾紛或申索：

	二零二二年	二零二一年
與第三方或零售客戶有關侵犯知識產權的重大爭議或申索	0	0

內容監察

本公司非常關注我們在網站、手機應用程式及社交媒體平台所，確保所分享內容的質素。為實踐此目標，我們創建原創照片及視頻，或使用供應商所提供的素材。為了在法律上保障自己免受任何潛在法律申索，我們要求供應商為主要產品簽署賣方確認函。此舉確保我們毋需對推廣或銷售其產品而可能出現的任何問題負責，如侵犯第三方知識產權或不遵守適用的法律及規則或產品標籤或安全事宜。我們的註冊用戶亦可於我們的平台上載各種內容，包括使用者資料及產品評論。然而，在註冊之前，我們會要求用戶確認他們的內容符合相關的法律及規則，並沒有侵犯他人的合法權利(包括版權)。此外，我們設有內部程序來防止在我們的平台上顯示受禁或盜版內容，而我們專設內容監察團隊，致力於防止公開發佈不當或違法內容。

保單

為了減少侵犯知識產權行為的潛在影響，我們已購買網絡保險。此保單為各種法律問題提供保護，包括版權、商標及域名侵權、侵犯私隱、抄襲、虛假宣傳及其他與媒體有關的責任。

公平招聘

指引的相關層面：

層面B4勞工準則

與UN SDG聯繫：



本公司經營電子商務平台，總部設於香港，受惠於多樣化工作團隊，員工來自17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、菲律賓、比利時、印尼、荷蘭、新加坡及台灣，員工多樣化為我們提供對當地市場的寶貴見解及知識。

二零二二年環境、社會及管治報告

於十二月三十一日之僱員人數

	僱員人數			
	二零二二年	%	二零二一年	%
總數	489	100	588	100
男士	147	30.1	167	28.4
女士	342	69.9	421	71.6

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。我們致力於使用公平及業績掛鉤的方式來招聘優秀人才。通過我們嚴格及透明的招聘程序，我們以經驗、態度及潛力來評估申請人。我們重視資深員工的技能及知識，以及年輕應徵者的活力及靈活性。

我們強烈譴責不公平及不公正解僱，並在公司內部嚴格禁止這種行為。我們在有證據表明存在犯罪行為、嚴重不當行為、不道德或腐敗行為以及類似的違法行為時才會解僱員工。解僱員工乃基於合理合法的理理由，並以書面形式向員工提供終止僱傭合約的通知。

我們的程序及政策倡導保護人權，並指出在我們的業務中消除一切形式的童工及強迫勞動，並均已藉入職培訓課程及員工手冊明確傳達給員工。本公司會對僱傭實踐（包括童工及強迫勞動）進行年度審查，以確保運營中不存在此類不良行為，並在發現此類不良行為時啟動系統性改進。

本公司保證不強迫任何員工違背其意願工作，不強制工作，或遭受與工作相關的脅迫。本公司嚴禁招募童工或強迫勞動，一經發現，將立即解僱。

於報告年度，本公司已遵守避免童工及強制勞工的相關法律及規則。我們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。

企業管治

指引的相關層面：

層面B1僱傭

與UN SDG聯繫：



管治架構

本公司致力於維護符合企業管治守則規定的高標準企業管治。為此，我們在董事會下設立若干委員會，包括審核委員會、提名委員會及薪酬委員會，以確保遵守上市規則及其他適用法律及規例。此外，我們成立稅務委員會及風險與合規委員會，以進一步加強我們的企業治理實踐。我們在這方面的努力得到回報，我們於二零二二年完全遵守企業管治守則的規定，惟有關偏離建立內部審核職能的第D.2.5條條文除外。此外，我們自豪地報告，於報告年度內，並無任何與貪污行為有關的訴訟個案，亦無對本公司及員工提起訴訟。

為了保持對卓越企業管治的承諾，董事定期參加專業發展活動，包括實體及電子學習課程。我們利用法律顧問所作出安排，參加由會計監管機構主辦的研討會，並緊跟聯交所上市及其他適用法律及規則所規定的更新資料。

董事會在每個財政年度審查我們的企業管治政策及遵守企業管治守則的情況。我們將繼續堅持「不遵守就解釋」原則，並在上市後的年報內詳細報告我們的企業管治實踐。我們致力於保持最高標準企業治理，並將為實現此目標而努力不懈。

董事會多元化

本集團已實施董事會多元化政策(「**董事會多元化政策**」)，以確保董事會是多元化以及能夠有效支援我們的業務策略。我們的政策旨在挑選具有所需技能、專業知識及觀點的董事會成員，以增強我們業務策略的執行。在挑選新董事時，我們將考慮如技能、專業經驗、教育背景、知識、專長、文化、獨立性、年齡及性別等多種因素。

我們相信，根據優點及貢獻來委任董事將使我們能夠最理想地服務股東及其他利益相關者。目前，董事會由九名成員組成，包括執行董事、非執行董事及獨立非執行董事的均衡組合。董事在管理、策略發展、財務及會計方面均累積廣泛多元化的經驗。新董事及資深董事的組合十分均衡，可以為本集團帶來寶貴的知識及見解。

我們重視性別多元化，並致力於在各個層面促進性別多元化，包括董事會。於二零二二年十二月三十一日，董事會由八名男性及一名女性組成，女性代表超過11%。我們仍然致力在董事會層面維持性別多元化，並繼續在各個層面上促進性別多元化。

為了監督董事會多元化政策的實施，提名委員會將每年報告董事會的組成情況，並定期審查該政策的有效性。任何被視為必要的修訂將被推薦予董事會審議及批准。

貪污預防措施及舉報程序

於報告年度，本集團(包括人力資源及行政部門及審核委員會)並無接獲與貪污及舉報問題有關的個案。於報告年度，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反之重要情況，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。報告年度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。

二零二二年

二零二一年

針對本集團或其僱員提起有關貪污行為的

已結案或持續法律案件數量

0

0

本集團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。為了提高企業管治質素，董事會成員及員工提供培訓機會，內容涉及與企業治理及業務誠信有關的主題，包括反貪污及反賄賂措施。有關培訓是強制所有助理經理或以上級別的團隊成員必須參與，而所有其他團隊成員亦可以參與。通過是項培訓，團隊成員獲得有關反貪污法律的知識，提高對日常工作中貪污誘惑的認知，並培養作出道德決策及管理貪污風險的技能。

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，團隊成員應通過本公司提供的舉報渠道，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

	類別小計		單位
	二零二二年	二零二一年	
出席總數	28	110	人
	280.0	110.0	小時
按僱員類別			
董事	23	3	人
	230.0	3.0	小時
管理層及一般員工	5	107	人
	50.0	107.0	小時

僱傭與福利

指引的相關層面：

層面B1僱傭

與UN SDG聯繫：



僱員一經通過試用期便合資格便合資格收取酌情表現花紅及獲提供醫療保險。誠如強制性公積金計劃條例規定，我們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，涵蓋招聘及解僱、福利及待遇、工作時間及休息安排、平等機會、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。我們的企業文化裡已嵌入創辦人的DNA。我們認識到，業務未來能否成功極為依重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，特別是在各處駐守的管理層、技術、營銷及其他經營人員。我們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。該等價值觀結合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。於二零二二年十二月三十一日，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10.7年以上。我們承諾遵守所有與補償及解雇、招聘及晉升、工作時間、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利有關的就業法律及規則。於報告年度，本集團並無發現任何可能對本集團有重大影響的違反該等法律及規例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》、《性別歧視條例》、《殘疾歧視條例》、《家庭崗位歧視條例》及《種族歧視條例》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，我們亦在韓國產品團隊旗下設立業務開發部門。該新團隊藉著與現有及潛在供應商建立及保持積極的關係，收集反饋意見，增強韓國產品團隊的採購能力。該業務開發小組的成員精通韓語，對韓國市場有深刻的瞭解。鑒於目前的情況，我們打算維持該團隊的規模，並無計劃擴大韓國產品開發團隊。

於相關財政年度十二月三十一日的員工流動率及人數如下：

	人數		流動率 (%) ¹	
	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年
總計	489	588	33.5	21.6
性別				
男性	147	167	22.4	23.4
女性	342	421	38.3	20.9
僱傭類別				
全職	473	555	30.0	18.0
兼職	16	33	138.0^{2,3}	74.0
年齡組別				
18-24	53	79	34.0	50.6
25-34	217	272	47.9	22.8
35-44	120	131	13.3	12.2
45-54	82	87	25.6	8.0
55-64	17	19	29.4	10.5
地理區域				
香港	466	567	33.7	21.7
日本	6	6	0	0
南韓	17	16	41.2	25.0
僱員級別				
高級管理層	27	24	18.5	4.2
中級管理層	114	119	10.5	11.8
一般員工	348	445	42.2	25.2

¹ 流動率=分級辭職員工人數/分級員工總數x100%

² 因報告年度僱員數目變動，流動率可能超過100%。

³ 兼職職位以合約為準，這可解釋流動率的增加。

反競爭行為

指引的相關層面：

層面B7反貪污

與UN SDG聯繫：



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。

於報告年度，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，於二零二二年，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。於報告年度，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。

回應COVID-19

指引的相關層面：

層面B2健康與安全

與UN SDG聯繫：



辦公室及工作人員的安排

於報告年度，儘管COVID-19持續席捲全球，本公司仍然保持警惕，致力於採取必要的預防措施及抗疫協定，以確保員工健康及安全，同時維持客戶服務不致中斷，並盡量減少對業務運營的干擾。雖然，香港疫情有改善跡象，但本公司繼續實施在家辦公的政策及特別工作時間安排，以減少感染風險。此外，本公司發佈衛生指引，供全體員工遵守，以保持工作場所的基本衛生標準。辦公室及倉庫已經安裝空氣淨化系統，以消除可能對員工構成健康風險的揮發性有機化合物。此外，香港辦事處亦引進透明塑膠隔板，分隔各個工作站，減少空氣傳播病毒。為盡量減少感染風險，按需要提供病毒防護包，當中包含外科口罩、酒精凝膠及維他命C片。韓國及日本辦事處亦遵循工作場所協定和旅遊指引（如適用），並在當地團隊領導的批准下採取在家辦公的安排。此外，韓國及日本辦事處均提供外科口罩。

應急計劃

儘管爆發COVID-19，我們相信，由於採取應對措施，我們的業務運營並未實質性影響。於二零二二年上半年，我們鼓勵員工在家辦公，以減少感染風險，並已於二零二二年六月六日恢復正常營運。在整個疫情期間，我們公司一直關注ESG的可持續性，特別強調COVID-19對人們及就業的影響。我們努力為團隊成員做正確的事，包括分發近40,000個外科口罩，並在工作場所安排消毒服務。人力資源部門亦提供超過4項指引及超過15項更新，讓團隊成員瞭解任何變化。此外，人力資源部處理超過840個與團隊成員的諮詢及支持相關的個案，重點關注工作彈性、家庭作業、心理健康及長期封鎖期間及之後的僱員參與度等問題。這些努力使人力資源管理成為董事會的優先主題，並為人力資源部門及管理層設計及推動恢復工作提供機會。

採購及供應鏈管理

指引的相關層面：

層面B5供應鏈管理

與UN SDG聯繫：



我們總部設於香港，香港是全球著名的物流中心，本集團的倉儲、配送及交付功能始終保持高效率。為了確保我們提供符合客戶需求的產品，我們在南韓、日本及香港建立本地產品團隊，負責採購供應商及產品。

我們的供應商分為兩類，產品供應商及其他供應商。前者主要供應我們的時裝及生活時尚、美容及娛樂產品，而後者則提供物流服務、支付網關服務及線上廣告服務。為了運送我們的產品，我們使用第三方速遞公司，並與本地及國際主要速遞公司合作。

於二零二二年，我們主要從亞洲及北美的品牌擁有人及轉售商直接或透過第三方電子商務平台採購產品。主要產品供應商多數位於兩個國家南韓及中國。

本公司致力於與現有和新供應商保持良好的關係，這些供應商能夠跟上快速變化的消費者喜好，並提供有吸引力的產品。在挑選新供應商時，我們依靠自己在行業的知識及市場研究方面的能力，包括從現有客戶收集有關品牌及產品的反饋。此外，我們亦進行徹底檢查，以確保供應商符合我們的品質、安全、職業健康、培訓及反貪污措施的標準。如果供應商未能通過年度評估，他們必須採取更正措施，否則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，並認為能符合我們的市場定位及要求，產品支援團隊將進行隨機抽樣檢查，確保品質一致。

我們根據環境影響建立挑選供應商及商業夥伴的標準。我們運用ISO 20400等參考及標準，以及由Ceres及香港生產力促進局制定的標準。該等標準的重點是減少塑膠消耗，增加包裝材料中的回收成分，減少紙張的使用，以及其他環境友善的實踐。

我們的ESG政策在去年經過更新，以反映我們承諾對與優先考慮ESG因素(包括緩減社會及環境風險)的供應商合作。對於我們的美容產品，往往涉及到化學品的使用，我們要求產品供應商提供測試報告或證書，以確保所銷售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。

作為我們持續評估供應商的一部分，本集團進行年度審查，以評估我們現有供應商在可持續發展方面的實踐。如果供應商一直不符合我們的期望，我們可能會考慮終止合作，或者在極端情況下，將該供應商列入黑名單。

我們並無重大依賴任何特定的產品或服務供應商。我們通常與第三方供應商建立服務協議，如技術服務供應商、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。如有需要，該等協議可按短期通知終止。

於報告年度，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：

按地理區域及供應商類別劃分的供應商³

	供應商數目	
	二零二二年	二零二一年
總計	18,662	22,661
地理區域		
香港	97	74
日本	52 ⁴	47 ⁵
南韓	373	401
中國	18,107	22,108
亞洲(上述以外地區)	27	22
美國	6	9
評估基準		
新供應商	7,822	11,534
已評估新供應商	7,822	11,534
已評估現有供應商	10,840	11,127
與企業社會責任評估有關的供應商數目	88 ⁶	87 ⁷

COVID-19

疫情大流行對整個行業(包括喆麗)造成重大影響。由於實施了前所未有的措施，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。在我們開展業務的地區及國家，包括香港、日本及南韓，當地政府於二零二二年恢復該等措施。該等措施亦在為我們收益來源的主要國家實施，如美國、英國、澳洲、加拿大及歐盟。

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報告年度內並無重大供應中斷。

³ 就本關鍵績效指標(B5.1.5.2)而言，只考慮產品供應商。

^{4,5} 包括托運供應商。

⁶ 88家(100%)南韓美容產品供應商為我們提供無動物實驗、純素產品。

⁷ 87家(100%)南韓美容產品供應商為我們提供無動物實驗、純素產品。

數碼創意

指引的相關層面：

層面A2資源使用

與UN SDG聯繫：



創新及技術在幫助物流業改進及發展方面繼續發揮著重要作用。利用技術的力量有助於本公司找到適應客戶需求不斷變化的新方法，並在服務於快速變化市場的供應鏈中建立韌性。本集團在採用新技術方面雄心勃勃，努力提供可持續的解決方案，並在加速行業轉型方面發揮帶頭作用。

機械人與自動化

本公司最近在香港青衣嘉民領達中心建設智慧倉庫，全球最高的倉庫設施之一。此倉庫擁有145個自主移動機械人(AMR)，配備語音揀選技術，提高訂單處理效率，此倉庫亦配備經改良的儲存架，能精簡庫存管理。該設施是香港最大的電子配送倉庫之一，其主要目的是提高準確性及效率，同時減少員工受傷。受惠於這個智能物流解決方案，揀選及包裝過程的準確性及效率能夠大大的提升。自主移動機械人能夠全天候運作，處理來自不同時區的電子商務訂單，使本公司能夠加快交付週轉時間，為全球客戶提供卓越服務。此外，自主移動機械人能夠自動將貨物轉移給倉庫操作員，從而使整個配送過程更加準確及高效。

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，並將訊息回饋給我們及供應鏈。然後，供應鏈調整產品設計，並將產品發給意見領袖以測試市場的反應。通過預售安排，供應鏈能夠減輕沉重的庫存負擔。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，減少產品過時或浪費，推出更多的時尚商品，從而促進網絡零售業的可持續發展。

全面培訓

指引的相關層面：

層面B3發展及培訓

與UN SDG聯繫：



為了提升員工的知識及技能，以實現有效的工作現現，增加整體效率、員工忠誠度及留任率，我們提供技術及操作方面的在職培訓、發展計畫、購股權計畫、績效獎金及晉升機會。

本公司已實施二零二二年的學習及發展政策及計畫，重點放在僱主品牌推廣，利用靚麗的企業文化及價值觀來激發組織內的學習風氣。此計畫涵蓋多個領域，如企業文化、領導技能及以活動為本的學習。其目的是支援員工在不同角色的個人成長及發展，同時亦促進員工技能及潛力。於二零二二年，所有培訓項目合共有465名團隊成員參加，累積逾1,700個培訓小時。

已培訓僱員

	僱員培訓百分比 (%) ⁸	
	二零二二年	二零二一年 ⁹
總數	45.2	36.0
性別		
男性	31.2	34.4
女性	68.8	65.6
按僱員類別		
高級管理層	5.8	8.1
中級管理層	24.9	37.6
一般員工	69.2	54.3

⁸ 分級員工的總培訓時間／分級員工總數X100%

⁹ 在數據審查後，二零二一年的數據在應用二零二二年相同的計算方法進行重述。

已完成培訓小時

	僱員平均培訓時 ¹⁰ (小時)	
	二零二二年	二零二一年
按性別		
男性	3.79	5.30
女性	3.56	8.78
按僱員類別		
高級管理層	4.48	3.78
中級管理層	6.55	8.00
一般員工	2.60	7.87

關懷社區

指引的相關層面：

層面B8社區投資

與UN SDG聯繫：



本集團致力從事企業社會責任，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。

我們很榮幸在促進企業社會責任方面的努力獲得認可。從二零零七年到二零二二年，我們已經連續15年獲得香港社會服務聯會頒授「商界展關懷」標誌。此外，我們獲JobsDB頒發「青年大使計劃獎」，以表揚我們與年輕求職者及未來人才有效的參與計畫。

我們優先考慮本公司所有事件、活動及政策更新的透明度及能見度。我們升級後的人力資源資訊系統(HRIS)啟用員工自助服務平台，從而有助減少用紙張列印工資單。為了促進團隊建設，我們在香港、日本及韓國辦事處組織各種活動，如網絡遊戲競賽、中秋節活動及世界盃足球賽。

此外，我們的員工助理計畫(EAP)義工加入了香港家庭福利會(HKFWS)，支援來自低收入家庭的兒童。此舉提供社交機會，加強與人際溝通能力。

於報告期內，我們為社會公益事業貢獻24小時義工工作，並向社區捐贈3,000港元。

¹⁰ 分級僱員總培訓時間／分級僱員接受培訓總數

其他標準披露－環境

討論概述

於二零二二年，我們制定ESG政策，目的是盡量減少我們對環境的影響。我們根據相關的法律規定及環境後果，確定並評估環境風險。於報告期間，我們並無收到客戶、商業夥伴或任何其他各方關於任何ESG問題的投訴。此外，我們亦無遇到營運引起的重大環境事件。再者，本集團並無涉及適用環境法律及規例的重大不合規事宜，包括香港法例第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。作為電子商務行業的從業者，由業務並非製造性質，我們認為所經營業務不涉及任何重大的直接空氣排放、廢水排放、噪音排放及廢物產生，故並非環境污染的主要來源。因此，我們並不知悉在空氣及溫室氣體排放、向水及土地排放以及產生危險及非危險廢物方面有任何相關的環境法律及規例會對本集團造成重大影響。我們已遵守所有適用ESG相關規例，且並無產生任何直接ESG合規成本，當中指與糾正ESG違規問題相關的任何成本。

環境目標

於報告年度，為了減少我們運營的碳足跡，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	達標時間
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為定量目標及定性目標提出建議。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。

二零二二年環境、社會及管治報告

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，如果已用紙不轉為回收再造，則佔埋廢物的四分之一左右¹¹。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。這些目標適用於本集團整體，並在我們所有的業務運營和場所進行進展評估及監測活動。

目標類別	二零二一年		位置
	二零二二年	績效基準線 ¹²	
用紙總量(噸)	5.26	17.90	香港辦公室及倉庫
	0.06	0.21	日本辦公室
	0.35	0.46	南韓辦公室
按收益劃分的總用紙強度(噸/美元)	4.40994 × 10⁻⁸	1.14538 × 10 ⁻⁷	香港、日本及南韓辦公室及倉庫
按員工人數劃分的總用紙強度(噸/人)	0.011	0.031	

根據重要性評估，我們認為上市規則附錄27下的關鍵績效指標A2.3和A2.4的目標設定並非最重要的ESG主題中。本集團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於報告年度並非重要主題。儘管倉庫自動化通常會導致耗電量的增加，但本集團報告年度耗電量卻比截至二零二一年十二月三十一日止年度為低。此乃因為本公司去年必須處理COVID-19的問題，必須採取在家工作的政策，導致本集團主要耗電來源之一的辦公室在該期間的耗電量為零。此外，本公司實施智能倉庫系統，關閉若干冗餘倉庫，進一步促進耗電量的減少。

¹¹ The World Counts 二零二二年，於三月十八日存取，<https://www.theworldcounts.com/challenges/consumption/>

¹² 在數據審查後，二零二一年的數據在應用二零二二年相同的計算方法進行重述。

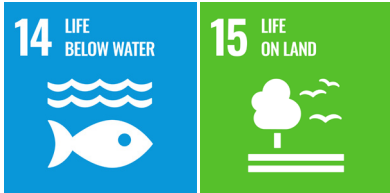
負責任的生產

指引的相關層面：

層面A2資源使用

層面A3環境及天然資源

與UN SDG聯繫：



由於各種因素，如季節性、新產品的推出、產品生命週期的變化、定價、缺陷、消費者消費模式及口味的變化，在我們訂購存貨及預期銷售日期之間，我們若干暢銷產品的需求可能會發生重大變化。因此，在電子商務行業，我們面臨著存貨過時、存貨價值下降、存貨撇減或註銷的高風險。為了應對此等風險，我們已開發具備有效庫存控制及優化供應鏈管理的商業模式。

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，並就預計能迅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。在我們下達採購訂單後，供應商會對照採購訂單核對其產品存貨，並向我們提供預期交付時間表。就大部分產品而言，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。

我們相信，鑑於本集團的業務性質，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進行中央配送管理。

二零二二年環境、社會及管治報告

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。

作為一家電子商務公司，我們推行實時存貨監察系統。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減輕存貨過期風險。

為管理辦公室的資源利用，我們採用文件管理系統及紙張管理系統。我們的目的是減少浪費紙張作記錄之用，並避免不必要的打印。

至於倉庫的資源利用管理，我們部署「及時」的採購策略，當中涉及對庫存進行仔細管理，以減少過量的庫存及浪費。在裝運產品方面，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，減少浪費。我們致力為盡量減少用於產品裝運的包裝材料，確保使用合適尺寸的紙箱可供重新包裝，以適應各種尺寸的產品。

包裝材料消耗

包裝材料種類(公噸)	總計		香港辦公室和倉庫		日本辦公室		南韓辦公室	
	二零二二年	二零二一年 ¹³	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年
總計，塑膠	157.01	206.42	156.81	206.02	0.20	0.40	0.0	0.0
總計，紙張	113.24	131.52	113.03	130.99	0.21	0.53	0.0	0.0

¹³ 在數據審查後，二零二一年的數據在應用二零二二年相同的計算方法進行重述。

固體廢物處理

指引的相關層面：

層面A1排放物

與UN SDG聯繫：



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，因此無法獲得報告年度的有關數據。

從我們的快遞公司收到的包裝盒是我們運營中產生的非危險廢物之一。就此而言，該等包裝盒被送到附近的回收公司或工廠，以盡量減少對環境及社會的最終影響。由於其重要性與最重要的環境主題相比相對較低，本集團並未建立內部數據收集系統來監察非危險廢物的產生情況。我們將努力跟蹤及披露有關是項安排的現有資料，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得有意義時，制定相關的績效目標。

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

指引的相關層面：

層面A1排放物

與UN SDG聯繫：



本集團的日常營運並不涉及任何產品生產及製造過程。因此，並無產生廢水向土壤及水資源排放。本集團於報告期內並無大量排放廢水。

氣候變化

指引的相關層面：

層面A4氣候變化

與UN SDG聯繫：



本公司高度重視減少業務運營對環境的影響以及自然資源的消耗。我們致力保護環境及減輕氣候變化的影響。除遵守相關法例及全球公認的重視氣候行動的行為標準外，本公司已將氣候變化原則納入我們的內部管理程序。

我們的董事已經確定，以下幾類與氣候有關的重大風險會或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及伺服器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任何受影響的交付情況。

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，以改善報告及識別出ESG重大問題的成熟度。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

指引的相關層面：

層面A2資源使用

與UN SDG聯繫：



本公司高度重視資源保護，因為此舉不僅有利於生態系統，更能通過提高資源使用，效率降低經營成本，增強本公司市場競爭力。本公司認為，環境責任至關重要，這種責任不僅局限於項目實施，亦擴展到日常營運。為應對能源管理的關注，本公司要求員工遵循節約資源的倡議，使用經過認證的節能電器及設備。同時，員工亦應該啟動裝置的節能模式，並將空調房間的溫度保持在20°C至25.5°C之間。

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所維護資料中心的資訊科技服務器所使用電力。第三方服務供應商的數據中心為我們間接溫室氣體排放的主要來源。因此，改善能源效率一直是我們營運中的關鍵考慮因素之一。目前，我們在控制耗能可發揮的作用有限，並依靠我們的數據中心運營商的實踐，而我們將不時對此進行審查。

在我們的營運中，我們已經採取改善能源效益的措施，例如在香港的倉庫安裝LED燈並計劃使用叉車。

本公司的業務主要使用電力作為能源來源。本集團於截至二零二二年十二月三十一日止兩個年度的電力消耗情況如下：

能源消耗

能源種類	單位	總消耗		按收益劃分總強度 (每美元)		按勞動力劃分總強度 (按人頭計算)	
		二零二二年	二零二一年 ¹⁴	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年
總計	兆瓦時	1544.40	1966.3	0.000012	0.000012	3.16	3.34
間接能源消耗							
購買電力	千瓦時	1,466,318.00	1,932,908.0	0.011	0.012	2998.60	3,265.0
直接能源消耗							
輕型貨車使用的柴油	升	7,390.00	2,453.6	0.000057	0.000015	15.10	4.17
叉車使用的液化石油氣(LPG)	千克	288.00	648.0	0.000004	0.000005	0.59	1.10

由於環境及社會影響的重要性相對於重要的ESG主題較低，本集團目前並未設定其能源效率目標。我們將繼續監察我們的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得有意義時制定相關的績效目標。

¹⁴ 在數據審查後，二零二一年的數據在應用二零二二年相同的計算方法進行重述。

節約用水

指引的相關層面：

層面A2資源使用

與UN SDG聯繫：



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。為避免因使用塑膠水瓶而產生塑膠垃圾，我們在我們的場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

	單位	總計		香港辦公室和倉庫		日本辦公室		南韓辦公室	
		二零二二年	二零二一年	二零二二年 ¹⁵	二零二一年	二零二二年	二零二一年	二零二二年	二零二一年
總水耗	平方米	1,865.0	2,001.0	1,865.0	2,001.0	0.0	0.0	0.0	0.0
按收益計算的總強度(每美元)	平方米/美元	0.000015	0.000012						
按勞動力分類的總強度(按人頭)	平方米/按人頭	3.81	3.10						

由於環境及社會影響的重要性相對於重要的ESG主題較低，本集團目前並未設定其能源效率目標。我們將繼續監察我們的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得有意義時制定相關的績效目標。

減輕溫室氣體排放及氣候變化

指引的相關層面：

層面A1排放物

與UN SDG聯繫：



由於我們的業務性質，本公司產生的溫室氣體排放主要是間接，來源於本集團外聘運輸車隊所消耗的汽油及柴油，以將貨物從供應商運送至我們的倉庫，再將之運送到最終消費者付運目的地。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，故無法直接獲取此類排放的相關資料。

本公司已經與那些與我們一樣致力於可持續發展並優先考慮減少其運營對環境影響的物流服務提供商建立夥伴關係。具體而言，我們挑擇與那些表現出更高的環保意識並已採取措施減少其運輸車隊的直接溫室氣體排放的供應商合作。這包括將我們存貨運入及運出倉庫的貨車。

此外，根據本公司對環境責任的承諾，我們已確保物流業務所使用的貨車是對環境友善。該等商業車輛獲環境保護部門批准，其排放水平低於傳統貨車。藉使用該等汽車，我們正在採取積極措施減少碳足跡，並盡量減少對環境的影響。

本公司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），而由於本集團業性質使然，直接排放（範圍1）極為輕微。於報告年度，本集團總共排放約113,655.26噸二氧化碳當量(tCo₂e)的溫室氣體。有關本集團二零二二年的排放類型及分別的排放數據之進一步詳情載於下表。

二零二二年環境、社會及管治報告

本集團溫室氣體(GHG)排放績效概要¹⁶

	二零二二年	二零二一年	單位
總溫室氣體排放(範圍1、2及3)	35,982.81	113,655.26	噸二氧化碳當量
範圍1-直接			
固定燃燒	0.87	1.96	噸二氧化碳當量
自移動燃	20.38	6.75	噸二氧化碳當量
範圍2-間接能量			
購買電力	573.72	724.14	噸二氧化碳當量
範圍3-其他間接			
商務航空差旅	0.93	0.47	噸二氧化碳當量
紙張處置	35,386.91	112,921.95	噸二氧化碳當量
以收益劃分總強度(按美元)	0.00028	0.00070	噸二氧化碳當量/美元
以勞動力劃分總強度(按人頭)	73.58	193.30	噸二氧化碳當量/按人頭
空氣污染物			
氮氧化物	1,416,968.00	5,667,872.00	千克
硫氧化物	7049.60	28,198.40	千克
懸浮顆粒	0.00	0.00	千克

我們致力優化減排表現，並將審視內部監察措施及程序，致力達致減排目標。

由於環境及社會影響的重要性相對於重要的ESG主題較低，本集團目前並未設定其能源效率目標。我們將繼續監察我們的績效，並在未來董事會或利益相關者認為其影響變得有意義時制定相關的績效目標。

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。

¹⁶ 溫室氣體排放的計算標準及方法：

- 參考香港政府環境保護署(EPD)及機電工程署(EMSD)發佈的《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(二零二零年版)。
- IPCC第六次評估報告(AR6)的全球變暖潛能值(「GWP」)率。

¹⁷ 關於購買電力導致的間接溫室氣體排放的計算方法，我們參考了《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(二零二零年版)。以香港為基地的業務的排放係數乃參考中華電力有限公司在二零二二年公佈的排放強度，而以日本及韓國為基地的業務的排放係數則參考二零二二年的氣候透明度報告。

附錄一 聯交所環境、社會及管治報告指引索引

層面	關鍵績效指標	披露	相關章節
A. 環境			
A1：排放		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。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理 向水及土地的排污 減輕溫室氣體排放及氣候變化
	A1.1	排放物種類及相關排放數據。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理 向水及土地的排污
	A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> 減輕溫室氣體排放及氣候變化
	A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理
	A1.4	所產生有害廢棄物總量(以噸計)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理
	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。	<ul style="list-style-type: none"> 其他標準披露—環境
	A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所設定的減廢目標及為達到這些目標所採取的措施。	<ul style="list-style-type: none"> 固體廢物處理

層面	關鍵績效指標	披露	相關章節
A. 環境			
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 節約用水 • 能源管理 • 數碼創意 • 綠色物流
	A2.1	按類型(如電、氣或油)劃分的直接及／或間接能源總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> • 能源管理
	A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	<ul style="list-style-type: none"> • 節約用水
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 能源管理
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 節約用水
	A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計)及(如適用)每生產單位估量。	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任的生產
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任的生產
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任的生產
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	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任的生產
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 負責任的生產

層面	關鍵績效指標	披露	相關章節
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
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。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利 企業管治
	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。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利
	B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利
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。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上 回應COVID-19
	B2.1	過去三年（包括報告年度）每年因工亡故的人數及比率。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上
	B2.2	因工傷損失工作日數。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上
	B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。	<ul style="list-style-type: none"> 安全至上 回應COVID-19
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。	<ul style="list-style-type: none"> 全面培訓
	B3.1	按性別及僱員類別劃分（如高級管理、中層管理）的受訓僱員百分比。	<ul style="list-style-type: none"> 全面培訓
	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。	<ul style="list-style-type: none"> 全面培訓

層面	關鍵績效指標	披露	相關章節
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
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。	<ul style="list-style-type: none"> 僱傭及福利 公平招聘
	B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工或強制勞工。	<ul style="list-style-type: none"> 公平招聘
	B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	<ul style="list-style-type: none"> 公平招聘
營運慣例			
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。	<ul style="list-style-type: none"> 採購及供應鏈管理
	B5.1	按地區劃分的供應商數目。	<ul style="list-style-type: none"> 採購及供應鏈管理
	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，	<ul style="list-style-type: none"> 採購及供應鏈管理
	B5.3	以及相關執行及監察方法。	<ul style="list-style-type: none"> 採購及供應鏈管理
	B5.4	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。	<ul style="list-style-type: none"> 採購及供應鏈管理

層面	關鍵績效指標	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	相關章節
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 客戶服務 • 品質為先 • 網絡保安及個人資料保障 • 知識產權保護
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 品質為先
	B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	<ul style="list-style-type: none"> • 客戶服務
	B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	<ul style="list-style-type: none"> • 知識產權保護
	B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	<ul style="list-style-type: none"> • 品質為先
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 網絡保安及個人資料保障

層面	關鍵績效指標	披露	相關章節
B. 社會			
僱傭及勞工常規			
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 企業管治 • 反競爭行為
	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。	<ul style="list-style-type: none"> • 企業管治
	B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	<ul style="list-style-type: none"> • 企業管治
	B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	<ul style="list-style-type: none"> • 企業管治
社區			
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。	<ul style="list-style-type: none"> • 關懷社區
	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)。	<ul style="list-style-type: none"> • 關懷社區
	B8.2	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	<ul style="list-style-type: none"> • 關懷社區