



安踏體育用品有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：2020



## 與自然同行

## 報告原則

此報告涵蓋我們在二零一九年一月一日至十二月三十一日期間的可持續發展方針，於中國主要營運點<sup>1</sup>的所有業務，包括設計、開發、製造和行銷等，於環境、社會及管治表現及具體實踐。報告準則主要依據港交所證券上市規則附錄二十七所載的《環境、社會及管治報告指引》以及《環境、社會及管治報告指引諮詢總結》的建議編製，並盡最大程度參照全球報告倡議組織(GRI)標準的「核心選項」，期望透過嚴格的報告披露指引，全面提高報告的全面性及代表性。

此報告所引用的數據及資料均沿自於我們各項存檔文件、記錄、統計及研究。為增加數據的可比較性，我們繼續聘請了低碳亞洲進行碳排放評估及其他環境數據的統計及分析，同

時亦繼續委託諮詢機構進行持份者溝通及重要性評估。我們相信通過獨立第三方機構的評估，可以進一步提高報告的公信力、透明度及客觀性。在報告刊發時，董事會已全面知悉並確認此報告的內容。

我們重視持份者對於報告的意見。如閣下對此報告有任何反饋，歡迎發送電郵至ir@anta.com.hk，你的寶貴意見將令我們得以不斷完善，與時並進。而閣下所填寫的資料將得到保密，不會向第三方披露。如需參閱我們過往的報告，閣下可瀏覽ir.anta.com/tc/about\_sus.php。我們感謝閣下對我們可持續發展道路上的關注。



## 公司資料

安踏品牌始創於一九九一年，而安踏體育用品有限公司（股份代號：2020.HK）在二零零七年於香港交易所主板上市，是中國領先的體育用品公司。多年來，安踏體育主要從事設計、開發、製造和行銷體育用品，在中國向大眾市場提供專業的體育用品，類型包括運動鞋、服裝及配飾。透過多元化的品牌組合，包括安踏、FILA、DESCENTE、SPRANDI、KINGKOW 及 KOLON SPORT，以及組成投資者財團於二零一九年成功收購芬蘭運動品牌集團 Amer Sports Corporation，擁有國際認可品牌包括 Salomon, Arc'teryx, Peak Performance, Atomic, Suunto, Wilson 和 Precor 等，安踏體育旨在發掘大眾及高端體育用品市場的潛力。

1. 此報告所涵蓋的生產體系包括安踏中國（中國）、寰球（中國）、泉州鞋材（中國）、河南鞋材（中國）、安踏廈門（中國）、廈門安踏實業（中國）及安踏長汀（中國）。行政體系則包括廈門、晉江和上海的營運大樓、自營FILA和DESCENTE專賣店以及物流中心。本報告之披露內容並不包括 Amer Sports Corporation 業務。資料主要由內部檔案與紀錄及內部人員估算所得。

## 報告概念

根據聯合國政府間氣候變化專門委員會(Intergovernmental Panel on Climate Change)(「IPCC」)於二零一八年發表的報告指出，若全球升溫幅度能控制在1.5°C以內，全球遭遇極端熱浪的人會減少6,500萬。加州大火、澳洲山火、亞馬遜雨林大火等相繼發生的天災為全球氣候危機響起警號，人類及企業都不能置身事外。全球氣候變化、世界政經局勢休戚與共，風險絕對不容忽視，各地企業應該為潛在的氣候相關風險做好萬全準備，確保在面對危機時進退有度，可在風雨中抓緊機遇，才能踏上可持續發展的永續之路。

安踏體育的願景是成為一家受人尊重的世界級多品牌體育用品集團，我們致力於為全球減碳出一分力。因此，我們把氣候變化的風險納入為環境因素評估及分析的重要項目，以制定及執行相關營運政策，來支持聯合國的17個可持續發展目標。屬於安踏體育的第五份《環境、社會及管治報告》以「與自然同行」為主題，表達我們對氣候轉變的重視，同時展現我們如何將改善行動納入實際的業務營運，並回應各持份者對於氣候轉變的關注。

雖然企業需要付出額外資源來應對全球氣候變化帶來的問題，但是作為行業領導者及企業社會責任的行動者，我們責無旁貸，肩負推動社會持續發展、守護未來的責任。

## 集團架構

詳細架構和定義可參考《二零一九年年報》。

## 董事會聲明

董事會視可持續發展為我們戰略制定工作的組成部份，同時已透過外部專業機構的協助，識別各環境、社會及管治相關之關鍵議題，並已對這些議題的監測及管理進行監督。董事會亦確認已審閱此報告的內容，董事並會對此報告肩負最終責任。

## 目錄

- 2 主席的話
- 4 二零一九年重點
- 10 氣候變遷的風險與機遇
- 11 持份者溝通及重要性評估
- 16 二零一九年整體表現
- 50 展望
- 53 可持續發展概覽
- 65 詞彙

## 主席的話



尊敬的各位持分者：

本人謹代表董事會，欣然呈報我們截至二零一九年十二月三十一日止年度之《環境、社會及管治報告》。

我們只有一個地球，人類需要依賴地球的天然資源而生存發展，同

時，人類的活動和行為也會影響著地球。幾十年來，各界專家一直在警告我們氣候變化的嚴重後果。雖然大家已越來越重視「人與自然如何和諧共生」的關係，不過，各界採取的措施似乎仍不足夠。安踏體育作為領先企業，為全球溫室氣體減排盡一分力，我們責無旁貸。

安踏體育一直關注氣候變化為我們帶來的風險，並盡力透過實況的分析、策略的制定及政策的執行作為風險管理的手段。我們相信，只要管理好面前的困難局面，即能轉危為機，繼續迎難而上，在逆流中抓緊機遇奮力前進。



於本年度，我們一直關注在環境、社會及管治等方面的表現及影響，在此報告中，全面展示了我們於本年度各項可持續發展相關的政策及措施，同時披露了各項溫室氣體排放、資源使用、員工培訓和社會公益活動等相關數據，讓各持份者可以通過報告作為監察平台，檢視我們的表現。當中，我們首次以線上問卷進行調查，共收到多於60位關鍵持份者的反饋，旨在能更有效地收集持份者對我們在執行各項政策及措施時的意見，從而改善及調整政策制定的方向。此外，今年是我們第五份《環境、社會及管治報告》，此報告綜合了我們過去五年的溫室氣體排放數據，讓各持份者更充份地了解和比較我們多年來的表現。縱使我們本年度的收益增長40.8%至人民幣339.3億元，溫室氣體排放總量也無可避免地隨著我們業務發展而不斷增加，但是溫室氣

體排放總量和碳強度(按每百萬元人民幣收益計算)的變化都處於可接受的範圍內。這些數據顯示，我們並沒有因為快速的業務擴張而放任溫室氣體的排放，反而持續加強整體的管控，多管齊下，盡量避免不必要的排放。

另一方面，我們於七月正式成為「良好棉花發展協會」的會員，成為首家加入該協會的中國體育用品公司，採購優質和可持續發展的棉花作原材料。另外，我們的研發費用接近人民幣八億元，並首次利用回收廢棄塑膠樽為原料，推出環保喚能科技系列「訓練有塑」，向大眾傳遞環保的資訊，一盡企業公民責任。

現在已是最關鍵的時刻，縱然我們深知現行的政策及措施並非完美，但金無足赤，為了能夠快速應對氣

候變化，我們將繼續善盡責任，並承諾在過程中不斷改進。同時，我們將兼顧考慮所有持份者的利益，特別是與上下游合作夥伴攜手努力，共同建立行業綠色發展體系。我們相信，只要我們注重公司的長期發展，專注整體的可持續發展潛力，定能減低氣候變化和其他社會及管治的風險，向國際社會展示我們的勇氣及承擔。



丁世忠

董事會主席兼首席執行官

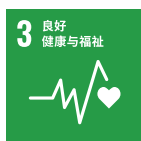
香港，二零二零年六月十九日

## 二零一九年重點



### 無貧窮

- 捐贈現金超過人民幣 **3,600** 萬元
- 捐贈運動裝備超過零售價人民幣 **1** 億元



### 良好健康與福祉

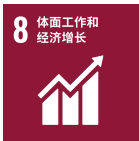
- 繼續推廣安踏「茁壯成長公益計劃」，為 **2,286** 間學校的超過 **770,000** 名青少年帶來運動的快樂
- 推廣「全民運動」
- 安排合資格的回收商回收有害廢物，維持社區良好居住環境



### 優質教育

- 開展體育教師培訓，推動欠發達地區的體育發展
- 推廣「安踏運動夢想課程」





## 體面工作和經濟增長

- 於本年度收益增長

**40.8%** 至人民幣 **339.3** 億元

- 男女平等就業，實現同工同酬

**男：38% 女：62%**

- 禁止童工和強制性勞工
- 提供健康的工作環境



## 產業、創新和基礎設施

**1,200** 位的设计同事

來自 **16** 個不同國家

- 加強與自有廠房和供應商的緊密合作以提高工作效率，推出受歡迎的產品
- 研發費用達人民幣**7.89**億元



## 負責任消費和生產

- 成為首家加入良好棉花發展協會(BCI)的中國體育用品公司，BCI採購良好棉花以推動供應鏈創新，與上下游夥伴共同打造更健康、更綠色的良性紡織生態圈
- 利用回收廢棄塑膠樽為原料，製成再生滌綸面料(「RPET」)的服裝，推出環保喚能科技系列「訓練有塑」



# 二零一九年重點

## 可持續發展概覽

### 我們的業務

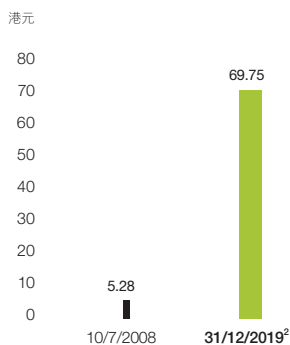
可持續發展的  
定義

增加創造長期  
價值的潛力

日益增長的  
收益潛力

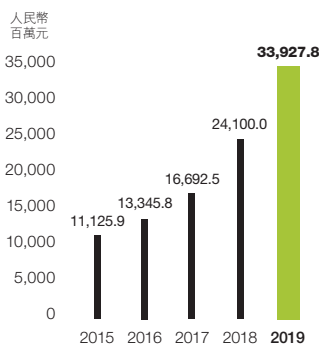
提高  
創新潛力

自上市以來股價表現持續攀升

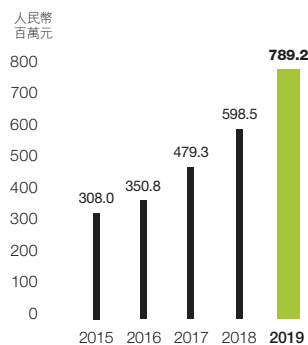


2. 彭博數據

收益保持增長趨勢



具體研發支出的投入



我們的表現

多品牌戰略



二零一九年安踏的 SKU



## 二零一九年財務表現

### 業績摘要

#### 財務表現



收益增加  
40.8%至

人民幣 **339.3** 億元



毛利率上升  
2.4個百分點至

**55.0%**



股東應佔溢利  
增加30.3%至

人民幣 **53.4** 億元



每股基本  
盈利增加30.0%至

人民幣 **198.70** 分



股息佔  
股東應佔溢利之

**30.7%**

#### 業務表現



於中國大陸之  
安踏店  
(包括安踏兒童獨立店)  
數目共

**10,516**家



於中國大陸及香港之  
KOLON SPORT店  
數目共

**185**家



於中國大陸、香港、  
澳門及新加坡之FILA店  
(包括FILA KIDS和FILA FUSION獨立店)  
數目共

**1,951**家



於中國大陸、香港及澳門之  
KINGKOW店  
數目共

**41**家



於中國大陸之  
DESCENTE店  
數目共

**136**家



於中國大陸之  
SPRANDI店  
數目共

**114**家

## 二零一九年重點

### 主要成份股

安踏體育納入以下主要成份股系列：

指數簡稱	中文指數名稱
BWORLD	彭博世界指數
BESGPRO	彭博ESG數據指數
BWRETL	彭博世界零售指數
HSCI	恒生綜合指數
HSLI	恒生綜合大型股指數
HSCEI	恒生中國企業指數
HSCGSI	恒生消費品製造及服務業指數
HSSUSB	恒生可持續發展企業基準指數
HSCEESG	恒生國指ESG指數
SBBMGLU	標普BMI全球指數（美元）
SCRTCN	標普BMI中國指數
SCRTEM	標普新興市場BMI指數

### 評級和獎項

#### 安踏體育的評級：

##### 我們過往的評級

在MSCI維持「BB」評級



在香港品質保證局可持續發展的評級維持「A+」評級





## 安踏體育：



於SocietyNext Foundation及協辦單位舉辦的InnoESG大獎榮獲「InnoESG大獎2019」



於第10屆西湖公共關係論壇暨金旗獎頒獎盛典中取得「2019金旗獎企業社會責任金獎」



在新浪財經主辦的2019金貴獎中榮獲「最佳公司治理責任獎」

在中國企業公民交流總結大會被評為「2019中國三星級企業公民」

在中國企業公民責任品牌峰會組織委員會榮獲「2019中國企業公民責任品牌60強」

## 我們的二零一八年報告：

在低碳想創坊的低碳關懷® ESG標籤2019中，取得「ESG報告最佳匯報實踐第二級」



# 氣候變遷的風險與機遇



## 我們的政策

每年的世界經濟論壇均會定期發佈「全球風險報告」，向全球指出可見未來的潛在重大風險，藉以警醒各國及企業預早作出準備。氣候變遷帶來的影響已連續數年成為全球最大的風險之一。由此可見，全球氣候變遷帶來的衝擊遠比預期的來得更快，若企業想在這場氣候變化的戰爭中得以倖存，必須識別氣候相關的風險，盡快落實各項應對措施及政策，將風險降至最低，以免日常業務受到極端天氣和氣候變遷的影響。

根據氣候變遷相關財務揭露(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)(「TCFD」)的建議，我們開始識別各經營業務的風險及機會，探索把環境風險及管理指標等融入日常營運政策的可能性，全面地考慮氣候變遷在不同業務範疇的影響，以制定出長遠可持續改善的目標和切實可行的政策。此外，我們亦希望透過推行不同的減排及環保措施，為全球的減排進程出一分力，推動可持續發展的營運生態。

## 風險管理

董事會確認對風險管理及內部監控系統負責，並有責任持續檢討其有效性。董事會已將其風險管理及內部監控的職責(與相關權力)轉授予風險管理委員會。風險管理委員會(代表董事會)監督管理層對風險管理及內部監控系統的設計、實施及監察，而管理層已向風險管理委員會(及董事會)確認，截至二零一九年十二月三十一日止年度有關系統行之有效。

- 與氣候變遷相關的管理政策及策略

全球氣候變遷的影響及速度遠較我們想像中來得快與劇烈。我們意識到環境對整體行業發展舉足輕重，各企業應該盡快反應，避免發展出在不可逆轉的局面。

我們雖然未有制定與氣候變遷直接相關的管理政策及措施，但我們關注氣候變遷為我們帶來的影響，所以已就相關議題展開討論，並將持續關注相關的風險與機遇。透過現有的風險管理架構，我們將識別由氣候變遷帶來的影響，並在未來制定出有效、可行的管理準則及機制。

# 持份者溝通及重要性評估

## 持份者溝通及重要性評估

我們一直以來與專業第三方機構合作進行持份者溝通及重要性評估，收集

持份者對特定的關鍵議題的意見及進行評估。透過與持份者溝通，我們整合各持份者對公司的意見並作出適當的判斷，並以此作為此報告內容的披

露框架。我們相信可持續發展是促進公司長遠發展的重要一環，持續有效的持份者溝通，能協助我們改進，並為各項政策及措施提供調整方向。

### 關鍵議題識別流程：

#### 步驟

# 1

#### 資料收集及識別議題

由專責小組與第三方專業機構按港交所證券上市規則附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》、GRI準則、聯合國17個可持續發展目標、行業相關新聞及諮詢機構之建議，在考慮集團之現行營運狀況下，進行相關的關鍵議題識別

#### 步驟

# 2

#### 議題分析及排序

在識別出關鍵議題後，我們按此制定線上問卷並派發至各持份者，邀請他們對各議題評分及提出意見，並作為關鍵議題排序的根據

#### 步驟

# 3

#### 制定重要性矩陣

按照整理好的關鍵議題及相關評分，製作重要性矩陣，為報告提供披露的根據

## 關鍵議題識別

我們的業務範圍廣泛，因此難以將所有議題全部在報告內有效呈現。基於報告質量考量，我們在收集持份者的意見後整理出與業務相關的特定的關鍵議題，並按他們的意見訂立此報告的披露框架。

## 於本年度關鍵議題

為簡化關鍵議題分類及提高全面性，在經過內部討論後，於本年度特定的關鍵議題的用字及定義與去年略有不同，同時亦新增了個別議題，包括：

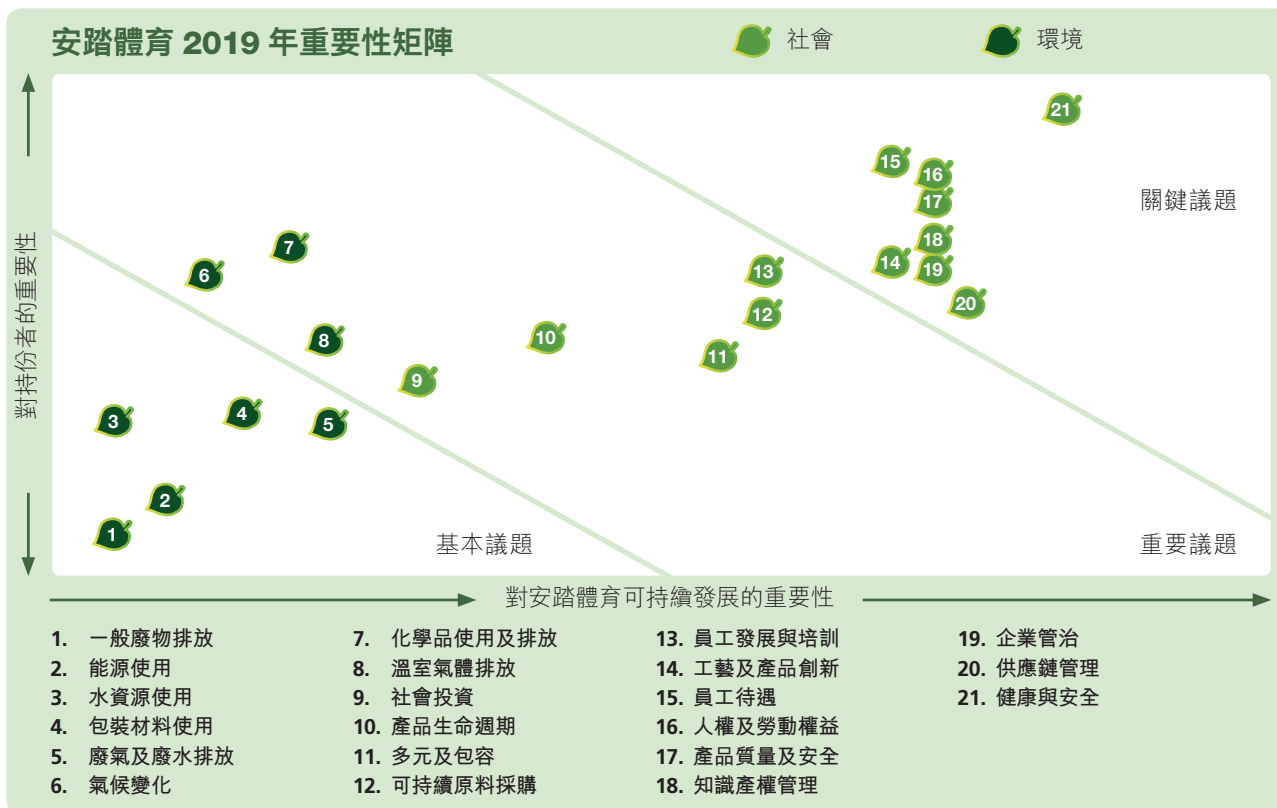
1. 「反貪污」現包括在「企業管治」議題之內；
2. 「溫室氣體」議題已合併至「氣候變化」議題之內；
3. 「產品責任」議題分拆為3個細分議題，包括「產品品質及安全」、「知識產權管理」及「工藝及產品創新」；及
4. 新增設「可持續原料採購」及「多元及包容」議題。

# 持份者溝通及重要性評估

完成意見收集及分析後，我們識別出以下的議題為集團的關鍵議題：

議題類別	議題內容	
環境責任	6 氣候變化	8 溫室氣體排放
營運排放	1 一般廢物排放 2 能源使用 3 水資源使用 4 包裝材料使用	5 廢氣及廢水排放 7 化學品使用及排放 12 可持續原料採購
營運慣例與管理	10 產品生命週期 11 多元及包容 14 工藝及產品創新 17 產品質量及安全	18 知識產權管理 19 企業管治 20 供應鏈管理
安全與健康	21 健康與安全	
員工的權利與發展	13 員工發展與培訓 15 員工待遇	16 人權及勞動權益
社會承擔	9 社會投資	

以問卷收集意見後，第三方專業機構按整體評分整理出以下重要性矩陣：



根據以上的重要性矩陣顯示，首八個關鍵議題與去年的排序有以下的變化：

二零一九年	二零一八年	
健康與安全	健康與安全	關鍵議題
員工待遇	員工福利	
人權及勞動權益	僱傭童工及強制勞動	
產品質量及安全	產品責任	
知識產權管理	人權	
企業管治	反貪污	
工藝及產品創新	員工發展及培訓	
供應鏈管理	供應鏈管理	

於本年度，我們根據各持份者對我們的影響性、重要性原則和與我們的互動，定義了關鍵持份者。訪問對象涵蓋集團員工、投資者、供應商、分銷商、消費者、媒體及非牟利機構等。而此次的重要性矩陣主要依據獨立諮詢機構首次以線上問卷與60多位關鍵持份者進行調查。在內部持份者方面，受訪對象為主要包括主管及主管或以下的前線員工，旨在能夠進一步收集到前線員工在執行各項政策及措施時的意見，從而改善及調整政策制定的方向。至於在外部持份

者方面，超過一半的受訪對象為投資者及供應商，其意見將為我們提供更多改善的參考。

於本年度，矩陣主要將議題分為三種，分別為「關鍵議題」、「重要議題」及「基本議題」。結果顯示，社會相關議題比環境議題有較高的關注度，持份者對於人權及勞動權益、產品質量及安全以及知識產權管理的重視程度越發上升。至於氣候變化、其他環境議題及供應鏈管理等方面，雖然持份者評分顯示的關注

程度較低，但由於這些議題均為投資者及同業所關注的重點，所以我們將這些議題提升至「重要議題」級別。然而，其中議題5和10範疇，由於我們正在優化數據收集系統，所以將不會在此報告中披露。

為了進一步了解到不同持份者的看法，我們整理了不同持份者對各議題的重視程度，以確保我們在制定政策是能夠充分考慮到不同持份者的意見，並作出合適的回應。

# 持份者溝通及重要性評估

各持份者組別最關心的首三項議題：





## 持份者溝通

除了上述因關鍵議題識別而進行的問卷調查及深入訪談外，我們在本年度亦進行多項不同類型的持份者溝通活動，讓以下重要持份者能與我們保持緊密聯繫。

外部持份者	於本年度之溝通活動
投資者／股東	一對一會議、投資論壇及電話會議
	於香港、北京、上海、深圳、廣州、台灣、新加坡、東京、紐約、波士頓、芝加哥和多倫多等地進行路演
	舉辦公司、店鋪和訂貨會參觀活動
	舉辦年度及中期業績發佈會
消費者	進行消費者滿意度調查
	透過不同途徑如投訴熱線和零售店員收集消費者意見
供應商	收集供應商意見
	進行供應商滿意度調查
	舉辦供應商大會
分銷商	舉辦訂貨會
	舉辦分銷商大會
媒體	舉辦媒體發佈會
	出席媒體訪問
政府／監管機構	舉辦標準制定會議
業主	以會談或書面形式協商溝通
	邀請業主參加品牌活動
品牌代言人	與代言人定時交流，收集他們對產品的用後感
	按他們的要求為他們制定專用產品
中國運動員	贊助運動員的參賽服裝及裝備
內部持份者	於本年度之溝通活動
董事會	舉行董事會會議
管理層	參與公司決策及營運，行使管理職能、指揮或協調員工完成工作職責
員工	隨機抽樣特定的員工代表進行深入訪談
	參與各項員工活動

## 二零一九年整體表現

不論是自然環境或是經營環境，二零一九年外圍環境的急劇變化，我們做出多種應對方式，為業務建造一個具長遠發展能力的營運環境。作為行業中領先的一員，我們有責任為同業作出示範，展示在環境保護、社會投資及企業管治等層面的各項措施，促進同業對可持續發展概念的認知及理解，從而達到推動行業發展的效果。



### 環境方面

氣候的極端轉變讓社會意識到人類的進步均建基在環境的犧牲上。因此，我們致力於探索發展與環境並存的方法，透過科技的應用及負責任的選擇，減低業務營運對環境帶來的衝擊，在環境轉變的關鍵時刻作出及時的反應。

雖然為了減低對環境的影響將無可避免地提升營運及生產成本，但我們認為隨著極端天氣的頻密出現，這些舉措將能減低集團需要面對的環境風險，同時更

可推動行業對可持續發展的重視，長遠而言改善經營環境，降低整體的營運風險。

### 我們的立場：



- 嚴格遵守營運地點之環保相關法例法規，盡力避免對環境造成傷害；

- 我們有責任推動行業及社會對環境保護的重視；
- 密切留意環境變化為我們帶來的衝擊並做好相應的準備；
- 透過各種行政及營運手段，規管各類型的供應商，盡可能從供應鏈中剔除對環境造成負面影響的因素。

## 風險與應對

風險點	影響	應對方式
國家環保法規的收緊	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 環保法規的收緊淘汰了不少規模較小、環保措施落後的工廠，影響了行業上游材料，例如染色布料的整體供應，導致品牌在確保材料來源及生產時間控制上遭遇到更多不穩因素</li> <li>• 增加了生產成本</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 調整內部採購流程及時間表，除了盡量集中下單，以訂單規模確保優先處理外，更讓OEM有更充裕的生產時間</li> <li>• 為合作的供應商提供支援，確保他們的設施、生產流程及措施均符合國家要求</li> <li>• 透過整合集團旗下品牌的需求，統一向供應商下單，以數量降低生產成本</li> </ul>
老舊生產機械設備增加排放量	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 過舊或機件有問題的生產機器或導致生產過程之各項排放有所上升，甚至超出法例上限</li> <li>• 排放增加導致集團生產成本上升</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 定期檢查工廠內各機器的狀況並進行保養，確保機器的運作狀態正常</li> <li>• 定期升級固有生產系統</li> <li>• 密切注意環保相關法例及法規的發展，確保生產及排放表現合規</li> </ul>
供應鏈中發生污染環境事件	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 環保團體向集團施壓</li> <li>• 影響公眾對品牌的印象</li> <li>• 影響產品質量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 制定內部監控及危機控制政策，並就此向員工進行培訓</li> <li>• 制定更嚴格的供應鏈管理政策，並監督供應商之表現</li> </ul>
環保產品開發壓力增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加開發及生產成本</li> <li>• 環保材料或未能達到特定功能性產品的需求，影響產品質量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過整合集團旗下品牌的需求，將新物料的生產規模化，減低成本</li> <li>• 支持供應商成立「開發實驗室」，共同開發符合需求的新物料</li> </ul>
消費者的購物喜好及習慣改變	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者對環保議題越發重視，對品牌的生產要求更趨嚴格</li> <li>• 氣候轉變導致消費者需求更難以預料，集團更難以掌握當季的銷售重點</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 拓展更多產品類型，提供更多負責任生產的產品供消費者選擇</li> <li>• 透過雲端科技改善提取及分析零售數據的方式及效率，從而能夠更及時及精準地了解消費者的偏好</li> </ul>

## 二零一九年整體表現

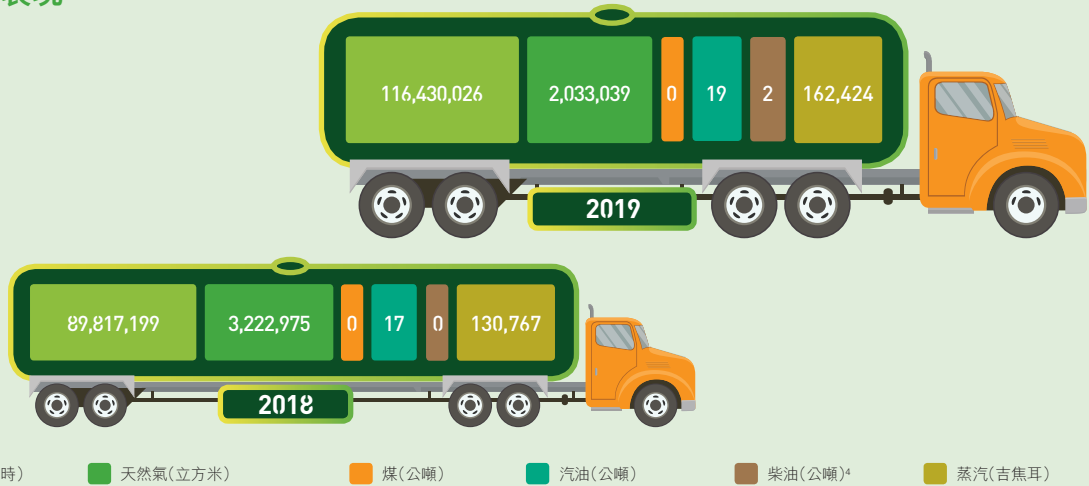
以下為我們在溫室氣體排放及環保方面的表現：



二零一九年是我們連續第五年披露溫室氣體排放的表現。整體而言，由於我們的業務發展正處於擴張階段，故整體收益亦有所增長，但碳排放增長率低於收益增長率，仍屬可控範圍，可見我們施行的環保政策略有成效。

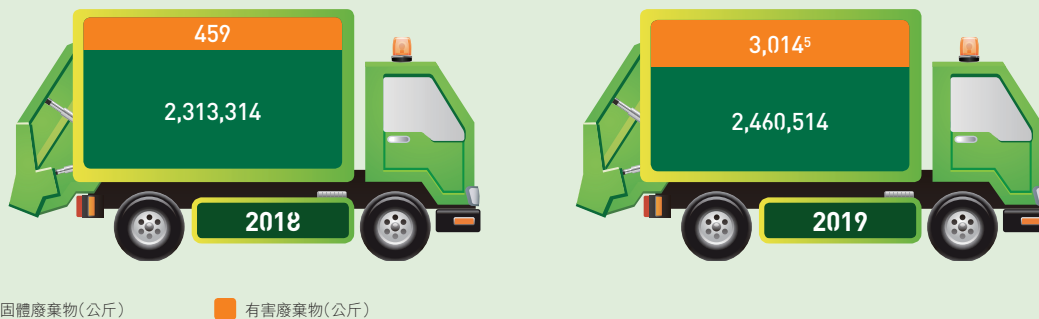
3. 我們採取「股權比例法」，按照我們對旗下各單位的持股比例，對整體的溫室氣體排放計算作出調整。

## 能源使用表現



在能源使用方面，由於FILA和DESCENTE自營店鋪的擴張，使我們整體用電量較去年上升29.6%。泉州鞋材(中國)於本年度採用較多價格更相宜的蒸汽，導致減少天然氣用量，影響整體蒸汽和天然氣使用量表現。於本年度，整體蒸汽量上升24.2%，整體天然氣則下跌36.9%，此外，我們已連續兩年沒有使用煤。

## 廢棄物產生量



在廢棄物產生量方面，基於現時生產技術的提升，整體的物料使用及生產過程一般均為安全無害，按我們的收益規模，產生量依然屬於較低量，有害廢棄物產生量亦不多。我們於本年度的有害廢棄物主要為廢油及污泥，會暫時安排貯存在指定危險廢物間，並定時安排合資格的回收商進行回收。

4. 只覆蓋上海營運大樓的行政用車相關數據。

5. 只覆蓋寰球(中國)和河南鞋材(中國)廠房的相關數據，將待其他廠房的數據收集表現更為成熟後，再進一步擴大披露範圍。

# 二零一九年整體表現

## 政策與措施



作為一個負責任的生產者，我們重視生產過程為環境帶來的影響，期望能夠透過各項政策及行政措施，減低相關影響。從設計、採購、生產、物流至零售，我們均制定了相關政策，並向全體員工加以宣傳，讓他們了解政策內容，並提高環保意識，確保相關政策能夠準確落實。

### 上游部份

上游業務可分為自主設計研發及採購兩部份，是奠定產品品質的重要階段。產品的設計會影響到物料選用、生產工藝、生命週期、包裝及運輸規管等環節，影響重大。而根據前文展示的關鍵議題在價值鏈中的影響，大部份環保相關議題均對上游部份具影響性。

#### • 環保原料的選用與採購

我們於本年度七月正式成為「良好棉花發展協會」(簡稱「BCI」)的會員，成為首家加入該協會的中國體育用品公司，展現了良好的供應鏈管理及可持續發展理念的實踐。



BCI是一家非牟利的國際性會員組織機構，覆蓋從農田到時尚和紡織品牌的全線供應鏈，是全球最大的棉花可持續發展項目，目標是為了使全球棉花的種植及生產更有利於棉農、種植環境及棉花產業的可持續發展。

棉花產業的種植環境以及棉農的生存環境都與我們有著密切的關係。作為中國體育用品行業的領軍企業，棉花的選用及採購對於我們的可持續發展具有不可或缺的重要性。因此，加入BCI顯示了我們對於選擇優質原材料的重視，更展現



了將可持續發展融入日常業務運營的決心，從而推進行業的可持續發展。

目前BCI與全球超過220萬棉農合作，擁有近1,600名會員組織單位，覆蓋從農場到時裝、紡織品牌及民間社會等組織，以推動棉花產業走向可持續發展。

安踏將通過BCI採購良好棉花，有關產品預期將於二零二零年推出市場。

#### • 創新環保產品設計

在創新環保產品方面，我們首次推出以回收塑膠為原材料的環保喚能科技系列「訓練有塑」。此系列利用回收廢棄塑膠樽為原料，透過科技的研發及應用，製成再生滌綸面料，讓安踏成為具有再生滌綸企業檢驗標準的中國體育品牌。在研發團隊與供應商夥伴的合作研發下，我們突破了多項技術障礙，令此再生滌綸面料系列在性能上與傳統面料服裝無異，各項指標完全符合生態紡織品安全要求，而且綜合成本比國際品牌降低了30%至50%。

一件喚能科技服裝所需的再生滌綸面料平均需要11個550毫升的廢棄塑料瓶，於本年度，我們回收了770萬個塑膠樽，製作了今年所使用的再生滌綸面料，成功為廢棄塑膠提供了新的回收方案。

另外，KOLON SPORT啟動了NOACH環保項目，旨在保護瀕臨滅絕的動植物，改善生態環境。KOLON SPORT於本年度推出NOACH系列，採用「天然纖維之王」面料，具質地柔軟、防紫外線、吸濕排汗和透濕散熱等功能及特點。與此同時，KOLON SPORT開展了百萬植樹計劃，在荒漠化地區以植

樹改善生態環境，在社會各界組織、學校和個人的共同支持下，KOLON SPORT至今已在內蒙和寧夏植樹。另外，KOLON SPORT每賣出一件指定產品，便會捐贈人民幣5元給百萬植樹計劃，顧客每購買兩件，還可以獲贈公益植樹捐贈證書，及獲得親自參與植樹的機會。

推動可持續發展是我們一直以來在創新領域的重點工作，盡我們所能為環境保護事業做出貢獻也是我們應盡的企業社會責任。未來我們將繼續加大研發投入，進一步探索環保科技的創新。



## 二零一九年整體表現

### 中游部份

中游業務主要集中在生產過程中的能源消耗、排放及各項化學物的處理。透過監控產品生產的過程及制定相關工作守則，盡可能把對環境影響減至最低。

- **綠色員工指引**

我們鼓勵員工減少浪費，遵循「環保四用」守則：減少使用、循環再用、廢物重用及替代使用，旨在減少一般廢物的產生。所產生的一般廢物將依循內部處理守則處理，按實際情況進行回收或棄置。

- **審慎及規管化學物的使用**

在規管化學物的使用方面，我們透過制定較國家法規更嚴格的《限用化學物清單》，確立員工處理及使用化學物的方式及原則，在讓員工更清楚我們對化學物質管制的同時，確保在生產過程中所選用的化學物均能通過我們嚴格的要求。如果情況許可，我們會盡量使用較安全、環保的替代品，將化學物對環境帶來的影響減到最低。

雖然在生產過程中未能全面淘汰化學物的使用，但我們將盡量減少使

用量，同時會透過嚴格的篩選，小心選擇影響較低的種類，保護環境。

### 下游部份

下游業務主要涵蓋產品物流、客戶服務及門店管理。我們期望能夠透過改善物流過程，以及加強消費者對環保的重視，改善下游的環境表現。

- **物流園全面投入使用**

於本年度，我們旗下多個品牌共擁有超過12,000家店鋪，當中的物流配送過程產生大量碳排放。若能簡化當中的物流程序，避免重複配送



路程，除了可以提升物流效率之餘，更可以改善下游部份的溫室氣體排放表現。

因此，物流中心的全面投入使用，為物流過程及供應鏈管理提供了更好的方案。物流中心可提供倉儲、運輸及快遞管理等服務。透過使用此物流中心的服務，我們將可以在接收到分銷商的訂單後，直接集合工廠的出貨運送至區域倉再轉送至門店，做到物流資源共享的效果，

避免了送貨路線的重疊，從而減少整體溫室氣體的排放。

#### • 環保員工活動

在四月，我們舉辦了「永不止步感恩林」植樹活動，吸引了200多名員工參加，一起為健康低碳出一分力。

### 管治方面

在整個業務的價值鏈當中，企業管治貫穿所有業務環節，有效性及針對性的政策奠定了一家企業的營運及風險管控

能力，是企業能否長遠發展的基石。因此，我們重視管治績效，會透過定時的監察督導及政策調整促進管治表現，同時以培訓及績效指標的方式提高員工的管治意識，確保企業管治得到全面落實。

自早前改革內部系統後，我們進一步加強內部訊息的管理與整合，確保公司上下信息一致，並加強與對外的溝通和管理，同時保持供應鏈穩定，為公司的長遠發展建立良好的基礎。

## 2019 年度相關數據

	2019	2018	2017	2016	2015
<b>上游部份</b>					
研發活動成本比率(佔收益百分比)	2.3%	2.5%	2.9%	2.6%	2.8%
中國供應商數目	超過649家	超過645家	超過615家	516家	703家
海外供應商數目	超過20家	超過8家	超過8家	14家	4家
<b>中游部份</b>					
員工總數	30,800人	25,000人	18,800人	17,800人	16,700人
男女員工比例	男32%：女68%	男36%：女64%	男40%：女60%	男42%：女58%	不適用
員工成本比率(佔收益百分比)	11.7%	10.9%	12.0%	11.3%	11.2%
因工受傷人數	44人	58人	39人	35人	19人
與貪腐相關之案件	2	3	0	0	不適用
<b>下游部份</b>					
因安全或健康理由而須回收的產品比例	0.03%	少於0.01%	少於0.01%	少於0.01%	0宗
顧客個人資料洩露個案	0宗	0宗	0宗	0宗	不適用
顧客投訴總數	5,433	4,479	5,299	4,321	3,627

於本年度，我們在管治方面的數據與去年相約，整體並無大變化。

# 二零一九年整體表現

## 政策與措施

清晰的政策與確實執行的措施是一家企業實行良好管治的基礎。因此，我們按照各營運環節的需求，制定了清晰、務實的政策及守則，保障業務的有序運行。

上游部份－供應商管理／  
產品開發管理

我們的立場：



- 我們支持原創設計，重視知識產權；
- 我們致力監管供應商的表現，確保他們遵循適用的環境、社會及管治方面的準則，並符合法例的要求，與我們一同履行企業社會責任；

- 我們有責任確保供應鏈上的員工獲得合理待遇及保障；
- 我們盡量將環境保護納入設計及採購考慮當中，為消費者提供更多環保產品的選擇。

## 風險與應對

風險點	影響	應對方式
<b>上游業務相關</b>		
員工私下與供應商達成未經申報的合作協議	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 員工與供應商之私下協議或會使公司蒙受經濟損失，甚至為品牌形象帶來負面影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 制定明確的員工守則，並定期為員工提供相關的培訓，確保他們了解相關要求。同時，透過有效的行政及監察架構，減低風險發生的機會</li> </ul>
產品開發風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 面對快時尚文化，消費者對面料和服裝款式的喜好轉變快，故產品開發能力及市場觸角是對產品的銷售情況的關鍵</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 投入更多資源進行產品開發；收集並分析市場反應及消費者意見，以緊貼市場走勢及抓緊消費者的喜好</li> </ul>
供應商表現未符合法例法規之要求	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商可能出現的違規行為，當相關執法部門嚴格執法時，會影響供應商之生產進程，導致供應緊張；另外，供應商違規或會影響到品牌聲譽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 制定及落實執行有效的供應商管理政策，並設立監察系統，定期實地考察巡查，以減低潛在風險</li> </ul>
供應商的營運及技術發展未能跟上集團步伐	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 若供應商的技術及營運狀況未能符合我們的發展需求，將影響我們的產品生產穩定性，甚至拖累我們的發展速度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主動向合作供應商提供資訊，以輔助他們提升營運能力，以配合集團的發展方向</li> </ul>

風險點	影響	應對方式
<b>中游業務相關</b>		
發生工業意外	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 生產所用的膠水、成品及半製成品均含易燃成份，一旦發生火災將直接影響生產鏈的進度，繼而影響經營業務</li> <li>• 產品生產過程涉及大量機器的使用，若發生意外會造成員工身體損傷，不但會影響公司形象，更會影響生產進度及穩定性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 為車間員工安排職業安全培訓，提高安全意識；</li> <li>• 為不同崗位上的員工提供合適的工作裝備，保護他們免受傷害；</li> <li>• 妥善存放易燃品於適當地方，並張貼警告字句；</li> <li>• 定期要求工廠員工參與火警演習，確保他們清晰知道應付火警時的相關程序，同時定期檢查生產線範圍之防火設備，確保相關設備均處於良好狀態</li> </ul>
員工成本上升	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 增加集團經營成本，造成盈利壓力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提高生產過程中自動化的部份，減低對人手的需求；</li> <li>• 考慮將特定生產基地轉移至成本較低之區域</li> </ul>
前線員工流失	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 影響集團整體的人手調配，降低營運效率</li> <li>• 影響員工士氣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 為前線員工提供較行業平均優厚的待遇；</li> <li>• 營造包容、愉快的企業文化保持與員工良好溝通</li> </ul>
員工技術及生產工藝水平不一	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 造成產品品質問題，同時品質的不穩定性會影響整體生產效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 按照員工的能力，定時提供技術及工藝培訓，提升他們的水平；</li> <li>• 按照不同崗位需求，提供合適的技能訓練，並要求員工定期參與考核，確保員工能掌握所需技能</li> </ul>

## 二零一九年整體表現

風險點	影響	應對方式
<b>下游業務相關</b>		
品牌仿冒風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>如果產品在市場上被大量仿冒，將對我們品牌形象及盈利能力產生不利影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>鼓勵消費者舉報仿冒品；</li> <li>與供應商及執法部門合作向相關工廠採取行動，保障品牌的市場地位</li> </ul>
網絡銷售安全及穩定性	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著電子商務的佔比越發提高，若網絡安全系統出現漏洞將帶來更大的影響及損失，甚至造成大規模的消費者資料洩露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>加大在伺服器系統及網絡保安方面的投入，全面提升後台系統的能力</li> </ul>
<b>與新型冠狀肺炎相關</b>		
員工集體感染新型冠狀肺炎風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>勞動密集場所增加員工感染新型冠狀病毒的機會，或會嚴重危害員工的人身安全，造成大規模的傳染</li> <li>或引致生產線全面停工及店鋪關閉，導致難以估計的損失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>密切監測疫情最新狀況，並按照政府及專家建議，制定合適的防疫措施；</li> <li>向全體員工提供合適的防疫設備，並制定相關工作守則派發之員工，確保他們清楚防疫期間應注意的事項</li> </ul>

### 上游業務相關政策：

上游業務主要涵蓋產品開發、產品設計、原材料選用及供應商管理等環節，而其中產品開發及設計對材料選用、生

產工藝、後續工序、市場推廣及運輸物流均有重大影響。因此，我們謹慎地制定上游業務相關的政策，從源頭開始管理，盡可能減低業務中和下遊的營運風險。

### 1. 產品開發及設計

產品開發及設計為整個供應鏈的起源，不但會影響到物料的選用、生產的程序及運輸的要求等，更會對品牌的形象



及市場銷售策略產生關鍵影響。因此，我們非常重視產品開發及設計，除了透過市場調查掌握市場脈搏，緊抓市場對「運動休閒」、「功能化」、「差異化」和「高端化」產品的龐大需求外，更致力添加環保元素，增加市場上環保產品的選擇，以及提高消費者的環保意識。於

本年度，我們研發支出的投入達人民幣789.2百萬元。

## 2. 供應商管理

供應商是我們供應鏈重要一環，與業務營運密不可分。作為負責任的採購者，我們對供應商於環境、社會及工作制定

了嚴格的守則與要求，並設立了監察機制，務求讓供應商的表現能夠達到良好的水準，維持我們供應鏈的穩定。基本而言，我們的供應商監測標準主要分為業務營運及企業社會責任兩大部份，並在此兩大部份下分出多個細項，為供應商逐項評分。



## 二零一九年整體表現



安踏和FILA的供應商總數(包括服裝及鞋類產品的原材料及OEM)

	2019	2018
中國供應商	超過649家	超過645家
海外供應商	超過20家	超過8家

於本年度，我們持續推動我們的供應商加強管理能力，鼓勵他們獲得更多認證，提高在環境、管治及質量方面的表現，共同於可持續發展的道路上邁進。

於本年度，獲得ISO9000品質保證認證標準的供應商和獲得ISO14000環境管

理國際標準的供應商，都較去年增加了超過70%。此外，我們更成功引入ISO26000社會責任指引至特定的供應商的日常營運中，提高他們對其能源管理、材料回收及社會責任的理解及實踐。同時，我們亦鼓勵服裝供應商獲得藍色標誌(Bluesign®)認證，以確保原料

的製作過程符合生態環保健康、安全規範標準，將有害物質堵截於生產的源頭，於本年度已有40家服裝分銷商擁有相關標誌。

基本供應商評核標準：

- 在信譽度、合同精神及資金穩定等三大方面的表現及評分；
- 在符合產品類型、價格及公司規模的要求上，確保供應商擁有研發能力、生產管理能力及符合行業標準的品質管制體系；
- 持有生產及品質體系的認證，並盡量持有其他國際標準及認證體系；
- 符合背景調查問卷中的要求；及
- 對所有供應商進行盡職調查。

由於產品類型眾多，我們的供應鏈既長且複雜，合作的供應商涉及多種規模及性質，當中的差異性增加了我們在管理上的難度。因此，我們在法例法規之上制定了非常詳盡的要求準則，並引入了零容忍政策，確保供應商在重大議題上採取了合適措施，減低營運風險。

## 十個基本準則



於本年度，我們按供應商應負之社會企業責任制定了更為完整的審核要求，在十個重要方面明確了他們的責任：

### 主要要求準則



#### 童工

- 必須遵守當地最低工作年齡的規定
- 持有員工年齡的證明文件



#### 強迫勞工

- 不能強迫員工工作，並違背他們的意願
- 不能僱用監獄勞動或抵押式勞工
- 不可要求員工向僱主作出擔保
- 員工有離職及自由出入的權利



#### 歧視

- 不能在招聘、薪酬調整、晉升或降職過程中存在歧視
- 不可要求女性員工入職前進行妊娠診斷
- 不能拒絕僱用或辭退孕婦



#### 申訴機制和溝通渠道

- 設有有效的申訴機制和溝通渠道
- 保護舉報者，確保作出申訴的員工不會被打擊報復



#### 薪酬和福利

- 必須確保員工薪酬不少於當地最低工資
- 必須按時發放足額工資
- 必須按法例規定為員工購買足額社會保險及公積金
- 必須為員工提供法定假期



#### 懲戒性措施

- 不能出現體罰、脅迫、剝削及性強迫行為
- 需要定明員工的申訴渠道及程序
- 制定嚴謹的內部規章，明文說明員工的權利及應遵守的守則，並需確保員工知悉及了解相關內容



#### 工作時數

- 必須提供工資和工作紀錄

## 二零一九年整體表現

### 主要要求準則



#### 人事管理體系

- 每位員工需簽訂僱傭合約



#### 社會責任管理體系

- 設有工時及薪資管理制度
- 鼓勵獲得不同範疇的認證



#### 健康與安全

##### 廠房、宿舍、飯堂

- 需確保各種場所及營運點取得當地政府和消防的合法經營准許
- 不容許車間、倉庫及宿舍位於同一棟樓的三合一工廠
- 各種場所都應具備合適的溫度、光線及通風設備，並且保持良好衛生
- 需確保員工均能自由使用所有衛生、住宿及餐飲設備
- 需要確保員工在工作區域能免費獲得清潔的飲用水

##### 電器安全、化學品安全

- 電器設備需處於良好狀態並獲得適當的保養
- 按照工作場所的風險分析結果，配有適當的安全設備
- 為所有的化學物品整理好清晰的存量清單，同時貼上正確的標籤，並確保它們均存於在特定場所內
- 確保處理危險品的工人已接受合適的培訓，並為他們免費提供合適的保護裝備以及急救設備
- 需要為相關工人提供處理危險品的流程及守則

##### 消防安全

- 車間必須擁有兩個出口，出口必須通向室外安全地區
- 緊急出口必須全天候開啓
- 確保所有工廠範圍均已設置合適的消防系統，並定期檢查確保狀態良好
- 定期舉辦防火演習



為了確保供應商均切實執行以上十個企業社會責任要求，同時監察他們的實際營運情況，我們會進行實地稽核及績效管理，並進行績效的統計和匯總。

稽核缺失分為「零容忍問題點」、「高風險問題點」、「中風險問題點」、「低風險問題點」及「良好操作」。除了「零容忍風險點」外，每個風險點均要求該供應商在限期內完成整改，無法達標的供應商將受到處分，包括減少訂單或終止合作。所有觸發「零容忍問題點」的供應商，均會立刻被停止合作。

我們一直強調與供應商管理層的聯繫和溝通，除了定期舉辦座談會及會議外，我們更透過讓供應商參與各項戶外團體活動，加強團體協作思維，建立我們與供應商之間更強的聯繫，不再只以合約為合作基礎，而是一種全新的互助互補的合作新思維。



#### 中游部份－生產及營運管理／員工管理

##### 我們的立場：

##### 生產及營運管理方面

- 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求；
- 作為一家負責任的企業，我們需要確保集團的管治質量，同時亦確保各合作單位於營運時均遵循雙方定立的準則，符合法例要求之餘，更必須符合社會規範；

- 我們有責任確保我們的管治架構公開、透明，保證所有持份者均能循合理的途徑得到及了解相關資訊。

##### 員工管理方面

- 我們堅守法例法規，盡可能杜絕任何形式的剝削；
- 我們唯才是用，尊重員工的個人選擇，不論性別、年齡、宗教信仰、國籍、膚色、種族、性取向、婚姻狀況及其他個人取態；
- 我們有責任為員工提供合理待遇及保障，讓他們能夠在居住地區擁有合理的生活質素。

## 二零一九年整體表現

- 我們有責任確保員工在安全的環境下工作；
- 我們有責任為員工提供完善的培訓機制，讓他們能在合適的崗位上一展所長；
- 我們重視員工的家庭崗位需要，會盡力配合並作出適當的安排；
- 我們致力維持高企業管治的水平，期望員工能恪守最高的道德操守標準，對工作言行負責，遵守業務行為操守，符合相關法律法規地處理公司業務。

### 中游業務相關政策：

中游業務主要涵蓋生產營運、員工管理、產品質量及健康與安全等環節，是我們供應鏈中重要的組成部份。為了向

消費者供應優質產品，我們制定了全面的質量管理制度，讓生產線保持穩定，致力減低潛在風險。此外，我們重視員工價值，希望員工能在工作崗位上一展所長之餘，更可以發展自身潛力，與我們一同邁步向前。

### 1. 生產及營運管理的相關政策

#### 管治架構

本公司業務的整體管理由董事會負責。董事會負責監督管理本公司的所有重要事項，包括制定及批准所有政策、整體戰略、內部監控和風險管理系統，及監察管理團隊的表現。董事須就本公司的利益作客觀決定。

根據上市規則附錄十四企業管治守則及企業管治報告所載的守則條文A.2.1條，主席和首席執行官的角色應該要分

開，並不應由同一人兼任。於本年度，主席和首席執行官的角色都是由丁世忠先生擔任。因丁先生對體育用品消費市場有豐富的經驗，彼負責本集團整體的戰略計劃和業務發展。董事會認為，丁先生同時兼任主席和首席執行官的角色，對本集團的業務前景和管理有莫大益處，而董事會和管理人員都是具備豐富經驗和才能的人才，可以確保權力與職權平衡。現時，董事會有五位執行董事，一位非執行董事和三位獨立非執行董事，因此在董事會成員架構中有很強的獨立性。

我們相信公司的有效運作需建基在各項行之有效的制度及政策上。因此，我們在內控審計、監察和重大合同審核等方面均建立了嚴格的監察管理系統，讓董事會及其他管理層可評估企業內部的潛在風險，並按相關風險制定應對措施及政策，全面提高我們的風險管控能力。

## 2. 維持廉潔管治

	2019	2018
與貪腐相關之案件	2宗	3宗



而在提高管控效率方面，我們透過設立審計監察部，分別對工廠、供應鏈、品牌管理、工程及零售等五個方面進行審計監察工作，確保達到全面覆蓋整體業務。此外，我們亦設有專職調查人員，確保在審計過程中保持反腐工作的獨立性、客觀性及公平公正，進一步降低公司發生貪腐事件的風險。

除了整體監察外，我們編制了適用於全體員工的《廉潔責任書》，清楚闡明對員工於道德行為、法律、合規及遵守公司準則的要求，期望員工了解應當遵守的原則，避免任何瓜田李下之嫌。此外，為了提升員工對反貪腐的相關法律知識水平，我們更在定期出版的《安踏青年》中設置相關專欄，普及與反貪腐相關的法例知識。對外方面，我們要求所有合作供應商均必須簽訂《反商業賄賂合同書》，以法律方式規範他們的行為，避免有貪污賄賂案件發生。

為了確保相關政策的有效執行，我們建立了系統化的反腐監察機制：通過大數據異常、板塊運營及重大項目的比對分析管理問題，同時採取針對人、事及問題點作定期、不定期及突擊等多種方式的抽查。

本公司決意實現並維持高度透明、廉潔及勇於承擔的企業文化。本集團訂有檢舉政策，藉以建立機制使僱員及業務夥伴可在保密情況下，舉報涉及本集團的違規行為。舉報者的身分將絕對保密。

在舉報渠道方面，我們一如以往設立多種保密渠道，接受員工向集團審計部門作出匿名舉報。舉報途徑包括：

1. 舉報郵箱：安踏審計監察部郵箱 (jc@anta.com)
2. 舉報熱線：安踏審計監察部舉報熱線(180-3031-1272)
3. 舉報信郵寄地址：廈門市思明區觀音山嘉義路99號安踏營運中心集團審計監察部
4. 向董事會主席或審核委員會主席舉報



## 二零一九年整體表現



### 3. 維持產品優良質量

產品的質量直接影響市場及消費者的反應。因此，我們重視產品質量，並希望消費者能夠透過我們的高質量的產品享受到運動的樂趣。為了管理生產質量，我們認真處理每個生產階段，我們透過制定全面的品質監控流程及運用新科技，提升產品品質的穩定性，盡力減少產品退殘率。同時制定了嚴謹的《服裝、寫及配件化學品安全技術規範》，確保產品質量卓越並安全，以保障消費者權益。於本年度，我們並沒有因安全或健康理由而須回收服裝產品。

#### 以行政方式規範產品品質

《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》，為我們的工廠、代工生產商及供應商提供指引，嚴格規管於生產過程中使用的材料及成品必須符合中國對化學品安全的相關法規，並在產品週期的各階段開展風險評估及檢驗管控，例如原材料安全採購指引、產品檢測要求、化學品限值要求、有害化學品含量等健康安全項目。我們已根據這些方面的評估與檢驗，制訂並實施相應的具體檢驗計劃、標準及執行守則：

我們嚴肅對待任何涉嫌違法、違反管治方針及操守準則的不當行為，審計監察部獨立於管理層，專責調查反腐敗，確保了在企業治理結構中反腐敗工作的獨立性及客觀性。此部門採取了嚴密的保安措施，以保護舉報人隱私，確保所收到的信息、登記資料及調查進展等環節均受到嚴密保護。另外，為了進一步保

護舉報人，我們建立了「安踏舉報激勵制度」，實名舉報人將列入「特別保護名單」，使他們免受不必要的滋擾。

若查明貪腐案件屬實，舉報的員工將被獲頒發案件金額的百分之五十以資獎勵，最高為人民幣一百萬元。

	2019	2018
因安全或健康理由而須回收的產品比例(只包安踏和FILA產品)	0.03%	少於0.01%



**1.** 在產品開發階段，我們就材料及產品進行前期評審驗證，內容包括各類型的健康安全專案；



**2.** 在材料與產品生產過程中，嚴格要求各供應商按制訂的產品檢驗計劃及標準進行檢驗，我們會對各產品，進行工藝流程專項審核；



**3.** 在交付成品時，我們需進行驗貨、入庫稽查以及監控產品質量風險，並每季均需按已制定的產品化學安全抽檢計劃對產品化學安全進行檢驗。

若在出廠後發現存在品質問題或安全隱患的產品，我們會根據的《產品召回管理制度》進行後續回收處理，確保問題產品得到妥善處理，避免有消費者因此受到損傷。凡是發現不符合任何法規的產品、在自檢過程中發現問題，或同款產品回收比率達5%以上，我們將在確定召回後一個工作天內完成下架通知，並同時通知分銷商全數退回，絕不容許員工私自處理。

#### 以科技提升品質管理效率

我們重視新科技的應用，以加強我們的生產效率，同時確保產品質量符合標準，以減少因品質問題而產生退貨的機會。我們在本年度率先試用智慧化運營管理平台(IMOM)系統，可以讓我們實時觀察目標產量和實際產量，反映生產進度和產品質量。若有發現任何問題，將可及時對相關問題進行跟蹤及記錄。

#### 員工管理的相關政策

人才是企業的基石，若一家企業缺乏了可靠、優秀的員工，不論產品及服務有

多出色，始終不能維持可持續的發展動力，難以成為能夠世代傳頌的品牌。因此，我們重視優秀人才的招聘，旨在建立有能力的人才梯隊，透過具包容力的企業文化，及具競爭力的福利與待遇來吸引和挽留人才，提高員工忠誠度，盡量保持較低的流失率。與此同時，由於我們屬於勞動密集的行业，每天均需要大量人手維持生產線的穩定運作，我們重視員工的健康與安全，致力為他們提供安全、舒適的工作環境。

在合規方面，我們確保業務的運作均符合法規要求，包括《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》等。我們尊重人權，不允許童工或強迫勞動的情況於公司及合作夥伴的營運上出現。我們用人唯才，遵循平等自願及誠實信用原則，亦尊重員工的意願，更希望他們能夠發展自我價值，所以我們承諾在作出升遷、調職或其他決策時，不會以其性別、年齡、宗教信仰、國籍、膚色、種族、性取向、婚姻狀況等為考慮因素，維持平等工作環境。

## 二零一九年整體表現

### 健康與安全

	2019	2018
因工受傷人數	44人	58人

在合規方面，我們確保業務的運作均符合法規要求，包括《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國工傷保險條例》等法例要求。同時，我們亦已按照營運的實際情況，制定了一系列的政策，以保障各部門的員工，確保他們的職業健康與安全，當中包括：

- 按照不同崗位的工作強度、工種、操作的機械、處理的物料等方面，為員工提供合適裝備；
- 定期巡查生產設施及檢查機器的狀態，確保所有設施均處於良好狀態，避免工業意外；
- 為員工提供與健康與安全相關的培訓及進行考核，確保員工充分了解機械操作的正確方式及處理物料的方法，避免因為操作不當而受傷；

- 為員工提供每年一次健康檢查；及
- 設立了「醫療無憂計劃」，向所有員工提供醫療保險。

此外，我們重視員工的身心健康，不希望員工長期處於緊張的工作狀態，所以我們不鼓勵加班。為了維持生產的穩定性，除了在生產旺季增聘短期員工外，更透過引入自動化科技減輕對人手的依賴，簡化生產過程對人工工藝的要求，以確保能夠應付不斷增長的訂單。

我們已建立好健康及安全事故相關機制，如發生任何事故，均能確保事件獲得適當處理。如有員工因工受傷，我們將按既定機制通報人事部及相關管理人





員，確保受傷員工能夠得到適當的幫助及處理。

## 權利與福利

為了全面提高員工保留率，我們一直向員工提供優秀的福利與待遇，希望能夠讓他們感覺到被珍惜與尊重。同時，我們亦著重員工與管理層之間的溝通及互動，建立雙方之間的互信與協作精神，並保障員工的權利。

### 一 提高員工生活質量

我們為員工提供合理的薪酬與福利，旨在讓他們能夠在居住地區擁有合理的生活質素。因此，我們在薪酬以外進一步提供各種福利與生活援助，希望能夠透過減輕他們日常生活開支的壓力，讓他們更能享受生活樂趣。雖然我們在生活工資方面的政策或討論並未有定論，但我們一直將員工的福祉放在首要位置，希望現行的福利及配套能讓員工過上更好的生活。

就最基本的待遇而言，我們會準時向所有員工發放足額薪酬，更會按法例要求為他們繳付五險一金，並確保他們能夠享有法定假期、病假、產假及陪產假等，保障他們的應有的基本權益。在基本待遇之上，我們更進一步提供多方面的保障，盡力為員工提供無憂的生活環境。



### 一 員工住房援助

居住地方是所有人的基本需求，亦是安穩生活其中一項最重要的條件。我們為了讓員工能夠安心發展事業，不必為生活基本需求而煩惱，所以為一眾員工提供住宿，更在宿舍為已婚員工提供家庭房。此家庭房政策不但可以減輕員工的負擔，更可以配合他們的家庭生活需要，不必因為經濟問題而令一家人分居而住。若員工有需要在工作當地置業，我們透過「安居計劃」，按員工職級及年資提供房屋貸款幫助，旨在讓他們擁有更穩定、更優質的生活。

### 一 小孩託管服務

我們一向重視員工的家庭角色，鼓勵他們盡量承擔家庭責任，所以我們亦盡量調整相關政策，希望能夠為員工製造一個更具彈性的工作模式。因此，我們透過在部份廠區成立了托兒中心，為同在宿舍居住的已婚員工提供托兒服務，讓他們能夠兼顧工作與家庭。除了託管服務外，我們更為員工提供了小車接送服務，讓在工作中的父母不必為小孩的安全而擔憂。此外，我們亦會舉辦每年一次的員工親人探訪，資助員工們遠在家鄉的父母、親人能夠前來廠區探望，共敘天倫。

## 二零一九年整體表現

### 一 積極與員工溝通

我們相信廣納員工意見是讓公司政策不斷完善的不二法門。為了鼓勵員工積極表達意見，我們設立了多種渠道，包括工會及部門主管定期交流等，在收集到他們的意見之餘，更能確保他們了解作為員工的權利。此外，我們每年均會邀請員工填寫員工滿意度調查，以檢討我們作為僱主的表現。

### 培訓和教育

隨著時間的進步，產品的多樣性、科技的變異以及員工的知識需求均越趨複雜。為了讓公司能夠有長遠發展的能力，我們一直致力為員工提供拓展技能、發展自我的學習機會，讓他們能夠成為業務發展的最大助力。

#### 一 安踏企業大學

安踏企業大學於本年度成立，是一個嶄新的內部培訓線上線下學習發

展平台，願景是以中西融合的管理智慧，再加上公司的實踐經驗以支持人才發展戰略，培育優質和高效的人才。員工可不定時登入線上平台學習不同類型的課程，我們亦會邀請外部專業人士和內部管理人員為員工授課，並會於課程完結後收集員工滿意度，以不斷改善課程內容。我們把學習領域分為五個主要的領域，以便員工挑選合適的課程，當中包括：

	領導力	商業力	通用力	文化力	專業力
目的	提升管理能力	打造商業人才	提高職業化水準	融入公司文化	培養業務專家
項目	舉辦特訓營，提升團隊合作和領導力	項目管理、目標管理和戰略管理	結構性思考和電腦技術技能	管理生培訓、新員工培訓和全員文化必修課	企業策劃、品牌推廣和設計、渠道規劃和管理

經過一年的努力，  
安踏企業大學成功舉辦：

**66** 場外部精品課程

**73** 場線下培訓

**1,500** 場線上課程

**85,000** 學習時數

由於今年是安踏企業大學成立後第一年，我們正在優化數據收集系統，故有關數據並不會在此報告披露。未來，我們除了會加強改善數據收集外，還會繼續舉辦更多不同種類的課程，讓員工與我們一同不斷成長。

#### 一 安踏兒童「未來領袖」行動學習項目

為了培養未來領袖，我們在二零一九年舉辦了「未來領袖」行動學習項目，由安踏兒童高層及教練團隊帶領54位學員，一同就各種管理及經營課題進行研討。此項目一共分為鞋商品、服商品、零售營運、品牌、渠道及團隊等六個學習課題，讓參加的學員能夠學習到實際的業務營運技巧，不但能夠推動到業績，更能實現學員的個人成長。

#### 和諧企業文化

於本年度，除了繼續營造包容、友善的企業文化之外，我們主要著重增加員工的團隊精神，希望各員工能夠透過各項文娛活動，加增強與同事之間的默契及信任。因此，除了繼續舉辦各種節日性活動或體育活動外，我們在不同的部門均舉辦了以團體協作為目標的活動，讓員工能夠享受戶外樂趣之餘，更可與讓部門團隊快速成長。

#### 一 「共建協同」30km徒步挑戰賽

團隊力量是我們成功的關鍵。在集團文化建設的過程中，我們透過多種方式，培養員工的團隊精神。在六月，服裝及配飾採購部的60名同事在不到6小時內成功挑戰完成30公里徒步挑戰賽。

本次徒步挑戰賽以「Cooperation共建協同」為主題，採用團隊賽的形式要求團隊成員全體到達方可完成挑戰。我們相信透過此類協作活動，將能進一步提高同事之間的團隊精神，建立互信關係，讓他們更能夠在工作上有充分的理解和溝通，為公司發展而共同努力。

#### 一 物流鐵軍25km徒步挑戰賽

除了服裝及配飾採購部外，物流部也舉辦了25km的徒步挑戰賽，讓同事嘗試挑戰自我，在過程中找到自

己的極限。在過程中，有參加同事滑倒、受傷、迷路、甚至多走了五公里的山路，但他們均勇於面對困難，完成全程比賽。

#### 一 服裝生產中心首屆趣味運動會

圍繞著「匠享夏日 趣味無限」為主題，服裝生產中心舉辦了第一屆的趣味運動會。透過各項競爭項目，不但激發了員工力爭上游的鬥志，更體驗到同事之間的互相鼓勵，加強團隊的團結協作。





## 二零一九年整體表現



### 一 舉辦集團物流競賽

而為了團結物流員工，增加他們對公司的歸屬感，我們於本年度舉辦了集團物流技能競賽，讓他們提升團隊意識，增加員工之間的互信程度。我們相信，雖然物流服務處於供應鏈下游，但對消費者而言，物流服務屬於最直接的服務項目之一，相關員工的表現將直接影響集團的經營以及消費者體驗。因此，透過舉辦此類型的團體協作活動，我們希望可以全面提高物流員工的能力，從而全面提高物流服務的質素。

### 一 以行動向安踏工匠致敬

我們一向重視員工價值，感謝他們一直以來對公司發展所付出的

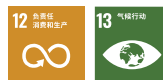
貢獻。因此在四月，我們舉辦了一年一度的生產「五一」表彰大會，在晉江邀請了102位優秀員工共聚一堂。這些得獎者均來自生產前線，他們秉持工匠精神，為消費者帶來更有價值的產品。

### 一 安踏集團家庭日

在九月，我們舉辦了第二屆的安踏集團家庭日，員工帶領孩子們歡聚在廈門，活動當日按不同的孩子們的年齡層進行各種活動和比賽，當中包括親子團體比賽，來考驗親子的合作和默契。另外，孩子們還能體驗手工坊和中秋互動博餅區，以及學習垃圾分類的知識。

## 下游部分－生產及營運管理／員工管理

### 我們的立場：



- 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求；
- 作為一家負責任的企業，我們需要確保管治質量符合法例要求之餘，更必須符合社會規範。

### 下游業務相關政策：

我們的下游業務主要覆蓋產品銷售及客戶關係管理等方面，而有效的管理政策將可以讓我們與消費者建立互信的關係，從而建立最佳的企業形象。我們相信，只有讓消費者能夠相信我們產品的品質，並願意向我們提供反饋，才能使我們持續進步，創作出更好的產品。

### 銷售管理的相關政策及措施

#### 一 提升消費者體驗

消費者的購物體驗一向是我們重視的環節。因此，於本年度我們全時面提升第九代店的數字化系統，務



求讓消費者的購物體驗更加流暢、有效率及方便。

我們建立自助收銀系統，減少顧客等待時間，同時避免了因為排隊而引起的空間局促及秩序問題。同時，我們更增添可移動屏幕系統，讓顧客能更清晰了解鞋牆產品功能。此外，我們亦添加了VIP區視頻互動系統，讓消費者能夠隨時了解公司動態、明星單品及會員專享訊息，更可以獲取定制的配搭推薦。

我們相信透過這一系列的數字化提升系統，可以為顧客帶來更好的消費體驗，增加互動性，讓門市零售提升至全新層次。在門店營運方面，移動收銀系統讓快速增長的支付業務需求變得簡單快捷，我們可以透過即時數據顯示影音視頻，方便後台隨時了解店鋪情況，快速應對實際場面，同時收集實時銷售數據，為未來的產品設計及市場推廣提供分析的基礎。

將包裝盒更換為「一撕得」包裝，讓顧客在開啟包裝時可以不使用任何工具徒手打開，同時可避免運送途中的損害及二次包裝。而FILA KIDS的產品包裝盒更曾以玩具為設計靈感，讓顧客在收到貨物時，能夠讓包裝紙盒成為孩子的玩具，為包裝紙盒賦予第二生命。

## 分銷商的管理

我們擁有眾多品牌，亦擁有龐大的銷售網絡，分銷管理成為了我們穩定業務營運中重要的一環。因此，我們重視與分銷商之間的溝通及管理，希望能夠確保分銷網絡的效率及維持一致的銷售形象，確保消費者均能接受到優質的服務。

成為分銷商的主要考慮條件有：

1. 銷售經驗；
2. 達到銷售目標的能力；
3. 足夠營運資金以經營授權店鋪；
4. 尋找適合的店鋪位置及面積的能力；及
5. 付款及信貸期記錄。

在達到以上的基本要求後，我們會就分銷商的實際情況進行審核，並向他們深入解釋我們在營運水平、環境政策、僱傭關係及社會責任等方面的要求，避免因分銷商管理不當而造成的風險。為了讓分銷商能夠有據可依，統一規管他們的表現，我們制定了《標準營運程式》、《終端活動管理辦法》及其他營運條款，要求分銷商在零售政策、存貨管理、店

鋪擺設、推廣、客戶服務及售後服務標準等方面與公司要求統一。

為了確保相關措施已被全面落實，我們會進行每季一次的通知或匿名抽樣調查，並將結果整理成報告供管理層參考。如若有分銷商未能達到相關要求，我們會發出要求整改的指令，並邀請他們再次參與評核。若不達標情況持續，我們將停止與該分銷商的合作。

## 重視與分銷商的溝通

在四月，我們橫跨長沙、成都、昆明三大區域共47家門店，舉辦了4場分銷商座談會。我們的管理同事在活動過程中親身與消費者及分銷商對話，深入了解他們對產品的意見。另外，我們還會舉行一年四次的訂貨會，向分銷商和加盟商介紹未來主推科技產品和相關產品知識，同時與各地的分銷商進行交流，調整未來營銷策略，以及改善未來發展方向。

在四月，我們舉辦了「安踏集團20Q3至21Q1新材料博覽會」。我們以「科技賦能價值創新」為主題，向一眾分銷商及供應商推廣展示創新科技的成果，讓供應鏈的其他組成部份，也能夠了解安踏的最新發展情況。於本年度，安踏成人品牌分銷商約有42家。

## 二零一九年整體表現

### 客戶關係管理的相關政策及措施

若消費者遇上任何疑問或不滿，他們可以從多個渠道向我們反映意見，包括：

1. 通過我們全年常設的《400客服熱線》向客戶服務專員反映意見；
2. 撰寫郵件或發信息至我們的客戶服務平台、微信平台、直接與店鋪員工溝通等。

客戶服務同事會按照《客戶服務部章程》，為顧客的投訴及意見進行歸檔及整理，再轉交至相關的自營店鋪或分銷商調查及核實情況。為了確保分銷商有如實處理相關投訴，客戶服務部同事會進行顧客回訪，並確認相關處理結果得到顧客的認可。

如果出現大量相同投訴，則有可能是生產整體出了問題，我們會就該批產品進行全面調查及改進，必要時進行全面回

於本年度，我們收到的消費者投訴量如下：

	2019	2018
投訴總數	5,433	4,479
鞋類	3,014	2,514
服裝	2,353	1,936
配件	66	29



收。於本年度，我們暫未因大批次問題貨物而受到顧客投訴。

### 顧客隱私保障

除了遵守中國法律和法規的要求外，本集團大部份的非生產體系已得到ISO27001資訊安全國際認證，必須遵

守隱私以及保護個人身份信息，並制定了完善的公司訊息安全管理體系。其中，我們根據《26個資訊安全制度》，規管所有廠商及外包業務的安全管理規定、法律符合性管理規定及網路訪問規定等。另外，我們亦限制了員工的資料查閱許可權，減低資料洩漏的風險。

在系統的安全管理方面，客戶服務部的負責人亦會對系統進行長期的管理，確保日常運作順暢正常。我們在資訊安全管理體系所制定的《應用系統開發與維護安全管理規定》及《系統訪問管理規定》中，均有明確的安全保障要求，同時更會邀請外部諮詢機構進行審視，進一步確保系統運行流暢，保安嚴密。

於本年度，公司並沒有出現資料洩露個案。

## 社會方面



社會的進步與發展均建基於不同持份者對社會的承擔與支持。作為社會的一份子，我們希望能夠將收益的一部份，投放在社會建設上，並透過持續推動不同的社會項目，在運動發展及大眾健康方面投入更多資源。我們透過提出行業改革建議、物質捐贈、基金捐款、運動員贊助、青少年素養教育等，從多方面提升中國體育用品行業及體育事業發展。

為了確保我們將資源用於合適的地方，我們會按照實際的營運狀況及社會角色，分配可調動的資源，針對體育用品產業、扶貧項目、運動發展及體育素養教育等方面，推動社會的發展。

### 我們的立場：

- 讓中國貧困地區每一個青少年都能穿上高品質的運動裝備，使他們能享受運動所帶來的喜悅；
- 普及中國優質體育教育；
- 整合資源支持中國運動員；
- 積極配合國家抗疫行動。
- 配合國家政策，推動行業發展，讓中國體育用品品牌能在國際上佔一席位；
- 透過品牌影響力提高社會對運動的重視及瞭解，致力降低各種運動的門檻，提倡健康生活；





## 二零一九年整體表現



### 1. 二零一九年度相關數據



向不同的慈善機構和慈善活動如晉江慈善總會、白求恩公益基金會和「茁壯成長公益計劃」等捐贈現金超過人民幣3,600萬元，以及捐贈運動裝備超過零售價人民幣一億元。



經過了近三年的時間，透過「茁壯成長公益計劃」，我們已捐贈現金和運動裝備超過零售價人民幣1.74億元，覆蓋了超過2,286所貧困地區的學校，超過77萬多的青少年受益，有機會享受運動帶來的快樂。

### 2. 政策與措施

於本年度，我們主要針對政府及行業、兒童及青少年、運動員及當地社區等四方面實施不同的項目及政策，希望能夠透過品牌的影響力及資源為社會帶來正面的改變。

## 政府及行業

向政府提供推動行業及教育方面的建議：

“ 我於本年度的第十三屆全國人民代表大會上，  
遞交了《關於繼續加強培育冰雪產業內生增長動能的建議》  
及《關於加快青少年體育相關標準建設、  
助力青少年健康成長的建議》，希望能夠透過集團  
在運動行業的經驗及瞭解，  
為中國體育產業的發展解決提供有效建議。 ”

丁世忠，董事會主席兼首席執行官

### 《關於繼續加強培育冰雪產業內生增長動能的建議》

中國參與冰雪運動的人口持續穩步增長，冰雪產業發展進入非常關鍵的戰略機遇期，主要存在四個問題：

- ❶ 冰雪產業相關消費仍處於低水準階段；
- ❷ 冰雪項目普及受制於地理條件，現時整體未有為大眾提供足夠冰雪場地；
- ❸ 針對青少年的冰雪運動培訓未夠完善；
- ❹ 冰雪運動產業自主品牌較少，競爭力較低。

因此，我們認為要解決一系列問題，應當以培育內需增長為首要，通過擴大參與冰雪運動的人口，達到促進相關消費增加的效果，為冰雪產業的健康可持續發展提供基礎。其餘建議如下：

- ❶ 要積極舉辦冬奧及冰雪文化主題推廣活動，豐富冰雪運動內容的有效供給；
- ❷ 繼續加強普及青少年冰雪運動，形成政府主導、企業支援、社會參與的合力發展局面；
- ❸ 加強冰雪運動場地設施及城市地標建設；
- ❹ 發展冰雪運動自主品牌；及
- ❺ 設立冰雪運動發展專項引導資金；
- ❻ 加快構建包括職業聯賽、青少年聯賽在內的冰雪運動競賽體系

## 二零一九年整體表現

### 《關於加快青少年體育相關標準建設、助力青少年健康成長的建議》

丁先生在提議中指出，目前青少年體育整體標準建設相對滯後，青少年體育品牌建設相對緩慢，不利於青少年群體參與體育、學習體育技能，甚至對於身心健康存在損害風險。主要問題有：

- 現時社會欠缺青少年體育培訓標準，難以有效評估培訓質素，不利於體育培訓產業的健康發展；
- 青少年體育用品標準研發工作需要升級，以提升行業整體競爭力；及
- 現時未能有效建立青少年體育組織標準，導致各類活動或賽事舉辦水準參差不齊，存在安全風險甚至引發社會問題。

因此，我們認為必須制定青少年體育標準化工作的中長期發展規劃，鼓勵及大力支持青少年體育從業各方積極參與標準化建設工作。

作為行業領先的一份子，我們有責任向政府機構作出有益於行業發展的建議，並按照實際狀況提供確切可行的實行提案。配合國家將於二零二二年舉辦的冬季奧運會，我們於本年度針對中國冰雪運動的發展，加速社會對此類運動的認知與了解，同時盡量為他們提供更多嘗試的機會，享受到冰雪運動的樂趣。





此外，青少年的體育素養教育一向是我們的發展重點。我們希望透過直接與政府機構進行溝通，為青少年制定更合適、更具吸引力的教育及推廣計劃，增加中國青年人對冰雪運動的理解，提高他們的興趣。而針對貧窮地區的資源缺乏，我們希望能夠在平台、師資、裝備及教育方面著手，帶動當地的體育發展，讓所有青少年均能享受到運動帶來的樂趣。

### 先拔頭籌推動「快樂冰雪」進校園

作為北京二零二二年冬季奧運會的官方合作夥伴，我們創建的首家「茁壯成長公益計劃—冬奧宣傳教育基地」在河北省張家口經濟開發區第二小學啟動，重點在張家界推廣冰雪運動，並以學校為起點，培養青年人對冰雪運動的認知與興趣。我們希望能夠透過積極推廣冰雪運動，實踐「三億人參與冰雪運動」的目標。我們相信，透過持續深化「茁壯成長公益計劃」，可為中國青少年創造更多更好的運動條件，並進一步促進青少年在冰雪運動的發展。

## 兒童及青少年

### 「茁壯成長公益計劃」

在過去的三年，我們與中國青少年發展基金會及上海真愛夢想公益基金會發起了「茁壯成長公益計劃」，我們從裝備捐

我們公益行在過去的三年  
在「茁壯成長公益計劃」：

在中國17個省份建成了  
**83**  
間「安踏夢想中心」

培訓了  
**628**  
名運動夢想老師

在  
**104**  
間欠發達地區的學校舉辦  
「樂動匯」趣味運動會

向中國30個省份的1,750間  
學校捐贈超過零售價人民幣  
**1.58億**  
的運動裝備

贈、素養教育及運動課程推廣三大項目入手，將投入超過五億元，讓1,000萬欠發達地區青少年能夠在系統化的體育運動及素養教育當中快樂成長。「茁壯成長公益計劃」，從扶體、扶智雙向入手，聚焦於貧困地區青少年體育的精進扶貧。

今年「茁壯成長公益計劃」覆蓋範圍主要集中在貧困地區，在六月，「愛不止步點亮未來」公益行在甘肅會寧舉行，我們的管理層都親身出席活動。在七月，我們的員工帶領親屬們，一同走進四川邛崃，探訪了「安踏夢想中心」，與四川的孩子們度過了一場短暫但意義非凡的夏令營。

一直以來，我們認為不僅要做捐助者，更要成為深度的參與者和貢獻者，所以我們將此項目視為持續發展的項目，而非一次性項目。這個「茁壯成長公益計劃」的目標，是希望能夠讓1,000萬鄉村孩子獲得更健全的體育教育和素養教育的資源，激發他們的體育精神，享受運動帶來的樂趣，讓他們能夠茁壯成長。我們相信，只有把企業的核心能力植入到公益項目中，這樣的公益才能持續。

## 運動員

### 贊助中國代表隊出征奧運項目

自二零零九年開始，我們已連續多年成為中國奧委會官方合作夥伴。在這些年來，我們為包括參與多個國際奧運賽事的中國代表團，提供比賽裝備和領獎裝備。未來，我們將再次攜手北京冬季奧運組織委員會，成為北京二零二二年冬季奧運會和冬季殘疾奧運會官方體育服裝贊助商。

## 二零一九年整體表現



### 社區

#### 「安踏夢想營志願者協會」

在二零一七年年底，我們成立了「安踏夢想營志願者協會」，全國將設立六大分會，每個分會每年將獲得若干資金資助他們從事各項公益活動，成立目的主要在於鼓勵員工積極參與公益活動，讓他們能夠更投入各式社會活動，為社會發展出一分力。此協會在全國總共有六大分會，每年均獲集團分配有獨立的公益活動預算，同時我們亦會給予每個參與員工每年5小時的公益假期，增加員工投入公益活動的動力。於本年度，在「安踏公益日」的活動中，不同分區的協會各舉辦不同的活動：



#### 廈門

聯合自閉症康復中心，在康復中心進行義賣，並將善款交給給心智障礙的兒童，以用於康復訓練。

#### 北京

參加支援中心，與家長及機構工作人員開展座談會，以及為自閉症兒童培訓。

#### 上海

組織衣物募捐，寄給廣西南寧的村民和學生。

#### 晉江

進行徒步活動，途中清潔環境。

#### 首個「安踏戈友會夢想中心」揭幕

「安踏戈友會夢想中心」是戈壁遠征軍參與者所成立的組織，旨在鼓勵戈友徒步戈壁的同時，更是關注中國西北地區的環境保護，以及關注當地的孩子的教育素養。

在「安踏戈友會夢想中心」中，我們為孩子們捐贈運動裝備和書籍，幫助孩子們在知識和身體健康方面同步發展。當地的孩子們可以參與不同主題的素養課程，例如運動課程及環保意識培養，讓資源相對缺乏的孩子們能夠有機會接觸到不同範疇的知識，使他們能夠熱愛運動，健康成長。

## 疫情下的變化和支援

### 於疫情下實施新零售

在二零二零年，受疫情的影響及抗疫措施的要求，我們將銷售重點轉至線上電商渠道，透過我們員工的努力，全面提高線上銷售的投入。同時，我們邀請品牌代言人及簽約運動員拍攝室內運動短

片，鼓勵大眾在家運動，抗疫之餘依然保持身體健康。

我們相信，在疫情過後，大眾對健康生活的追求將會更為積極，消費需求亦將比過去更為強勁。因此，我們希望能夠進一步推廣健康生活及可持續發展的生

活模式，為迎接疫情過後的消費需求。

作為有能力調動各項資源的企業，我們在疫情關鍵時刻積極響應，快速應變及調配手頭上資源，向相關機構及人仕作出實質的物資援助及現金捐獻。

捐款對象	 中華慈善總會	 湖北一線 醫護工作人員	 湖北黃岡 一家縣級醫院
捐助物資總額	人民幣 <b>1,000</b> 萬元	物資價值人民幣 <b>2,000</b> 萬元 包括保暖及生活裝備，受惠人數達 <b>30,000</b> 名醫護人員	人民幣 <b>100</b> 萬元

我們希望以上的資助，能為前線的醫護人員和受影響人仕提供最大程度的幫助，以確保他們能夠有足夠的資源應付不同的難關，同時感謝醫護人員對社會的奉獻與犧牲。

# 展望

踏入二零二零年，全球突然陷入前所未見的危機之中，不論是經濟、民生、文化交流等方面，均因突如其來的疫情陷入停頓。然而，我們相信靠著安踏體育的穩健基礎，以及快速應變的能力，定能克服困難，走過低谷。一如我們「永不止步」的口號，無論外部環境如何多變，憑著我們的創新能力、前瞻戰略及優秀團隊，我們定能在危機中走出一條創新之路。

為了時刻檢視我們的可持續發展表現，在經過多重討論後，我們制定了可持續發展基本框架，主要分為「追隨者」、「參與者」及「引領者」等三個階段。在可持續發展的道路上，我們現正處於「參與者」的中期階段，旨在透過執行各項響應國際倡議的社會項目。我們相信，只要繼續向著所定的目標逐步發展，定能達到成為「引領者」的目標，與國際同業比肩，成為受人尊重的世界級多品牌體育用品集團。



可持續發展目標	二零一九年進展	階段性目標
資料收集及硬件提升	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新增物流中心以及上海辦公室數據披露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 將數據收集及審視範圍進一步擴大，完善現有的披露範圍</li> </ul>
資訊管理系統	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 本年度率先試用智慧化運營管理平台(IMOM)系統，可以讓我們實時觀察目標產量和實際產量，反映生產進度和產品質量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 與合作的專業資訊科技企業進一步改善現有系統，並協助分銷商提升其系統</li> </ul>
增加指引的透明度及認受性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年定期出版此報告，並將此報告的中英文版本上載至線上供大眾隨時查閱</li> <li>• 開設製作集團可持續發展網站，為公眾查閱相關表現添加新途徑</li> <li>• 此報告連續四年榮獲「低碳想創坊」頒發「低碳關懷ESG標籤」</li> <li>• 繼續改善報告質量，以維持於香港品質保證局可持續發展及MSCI的評級</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 全面提升報告所使用的披露準則至國際性報告披露準則</li> <li>• 繼續爭取加入國際可持續發展機構及獲取相關認證</li> </ul>
產品設計	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 安踏利用回收廢棄塑膠樽為原料，製成再生滌綸面料的服裝，推出自主研发環保喚能科技系列「訓練有塑」，成為具有再生滌綸企業檢驗標準的中國體育品牌</li> <li>• KOLON SPORT啟動了NOACH環保項目，旨在保護瀕臨滅絕的動物，改善生態環境。KOLON SPORT於本年度推出NOACH系列，採用「天然纖維之王」面料，具質地柔軟、防紫外線、吸濕散熱等功能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 尋找在設計及研發階段時提高產品環保元素的方式</li> <li>• 增加具有環保特性的產品比例</li> </ul>

## 展望

可持續發展目標	二零一九年進展	階段性目標
碳排放數據管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面檢查數據的全面性及準確性，並改善不理想的部份，例如把上海辦公室的車輛納入計算當中</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將碳排放數據收集及整理的方式制度化及標準化，提高數據的準確性</li> </ul>
資料收集系統化及完整性	<ul style="list-style-type: none"> <li>已要求部份供應商獲得訊息系統認證或相關體系的認證</li> </ul>	
持分者溝通	<ul style="list-style-type: none"> <li>管理層持續討論並籌備獨立可持續發展工作小組</li> <li>首次以線上問卷形式邀請持份者對各項議題評分及提出意見</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立獨立可持續發展工作小組</li> </ul>
員工權益	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦更多不同的員工活動，建立更具包容性的企業文化，同時培養團隊精神</li> <li>解決員工住屋問題，以此減輕他們的負擔及切合他們的家庭生活需要，讓員工能夠安心發展事業。我們不單為員工提供宿舍，和提供家庭房予已婚員工，更設立「安居計劃」，按員工職級及年資向他們提供房屋貸款</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>就生活薪酬水平進行討論及研究，並建立更全面的薪酬制定制度</li> </ul>
供應鏈管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>制定清晰和詳細的供應商多維度評分準則，除了業務能力以外，同時將各社會責任及管治表現納入評分考量中</li> <li>與BCI達成合作協議，改善棉花採購來源，成為中國第一家與BCI合作的體育用品品牌</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>與外部機構合作，落實可持續發展採購</li> </ul>

展望未來，我們將繼續秉持「永不止步」的精神，繼續改善公司可持續發展表現，同時致力協助行業發展，為公司及行業創造更長遠的價值。

# 可持續發展概覽

## A. 環境

- 嚴格遵守經營所在地之環保相關法例法規，盡力避免對環境造成不可挽回的傷害；
- 我們有不可推卸的責任推動行業及社會對環境保護的重視；
- 密切留意環境變化為集團帶來的衝擊並做好相應的準備；
- 透過各種行政及營運手段，規管各類型的供應商，盡可能從供應鏈中剔除對環境造成負面影響的因素。

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

### 層面A1：排放物

<p>排放物種類及相關排放數據</p> <p>溫室氣體總排放量</p>	<p>溫室氣體排放總量：103,656公噸二氧化碳當量</p> <p>範圍一(固體、液體及氣體化石燃料)：15,298公噸二氧化碳當量</p> <p>範圍二(向電網購買之電力)：88,358公噸二氧化碳當量</p> <p>碳排放強度：3.06公噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收益</p>	<p>A1.1</p> <p>A1.2</p>	<p>√</p>
<p>所產生有害及無害廢棄物總量</p>	<p>一般固體廢棄物：2,460,514公斤</p> <p>有害廢棄物：3,014公斤</p> <p>在廢棄物產生量方面，基於現時生產技術的提升，整體的物料使用及生產過程一般均為安全無害，按我們的收益規模，產生量依然屬於較低量。有害廢物產生量亦不多。我們於本年度的有害廢物主要為廢油及污泥，會暫時安排貯存在危險廢物間，並定時安排合資格的回收商進行回收。</p>	<p>A1.3</p> <p>A1.4</p>	



## 可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
減低排放量的措施及所得成果	<p>整體而言，由於我們的業務發展正處於擴張階段，故整體收益亦有所增長，但碳排放增長率低於收益增長率，仍屬可控範圍，可見我們施行的環保政策略有成效。</p> <p>於本年度，我們繼續緊守謹慎使用能源的政策，盡量避免使用燃煤等極具污染性的能源，致力控制整體的溫室氣體排在合理升幅之內。</p>	A1.5	√
處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	<p>有害廢物方面，我們制定了嚴格的守則規定處理及使用化學物的方式，並透過準確的使用量估算，避免準備了多於需要的分量，從而產生有害的廢棄物。若預備的分量過多，剩下的化學品將按集團所制定的流程處理。</p> <p>無害廢物方面，我們鼓勵員工減少浪費，遵循「環保四用」守則：減少使用、循環再用、廢物重用及替代使用，旨在能減少一般廢物的產生。所產生的一般廢物將依循內部處理守則處理，按實際情況進行回收或棄置。</p>	A1.6	√

### 層面A2：資源使用

按類型劃分的直接及間接能源(如電、氣或油)	天然氣消耗總量：2,033,039立方米 柴油消耗總量：2公噸 煤消耗總量：0公噸 汽油消耗總量：19公噸 電力消耗總量：116,430,026千瓦時 蒸汽消耗總量：162,424吉焦耳	A2.1	√
總耗水量(立方米)	總耗水量：1,912,097立方米	A2.2	√

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
能源使用效益計劃及所得成果	於本年度，我們持續減低天然氣的使用量，進一步降低了對化石燃料的依賴。作為替代，我們提高了電力及蒸汽的使用量，以維持生產線及各業務分部的正常營運。	A2.3	√
提升用水效益計劃及所得成果	我們主要使用政府供水，並無直接從天然水源取水。我們暫時亦未有設立完善的水回收及再利用計劃。  由於業務發展迅速，我們的用水量較去年增加約14.0%，但此增幅與我們的收益增長比較，仍屬於合理的水平。未來，我們將繼續監測整體用水情況，並積極尋求改善用水變現的方式。	A2.4	√
製成品所用包裝材料的總量	用紙量(主要包括紙箱、手提袋及鞋頭紙等)：11,561公噸  包裝材料用量較去年大幅上升，主要由於物流中心的全面投入使用，以及FILA門店增加所致。現時主要的包裝材料主要為紙類製品，暫時並未使用可再生材料，亦尚未有設立包裝回收計劃。我們會持續鼓勵員工減少派發紙袋，並加強消費者教育，以期能進一步減少包裝材料的用量。	A2.5	√

### 層面A3：環境及天然資源

業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取行動	我們的主要業務主要為品牌營運、產品生產及銷售，除了溫室氣體的排放和廢料棄置外，並無對環境及天然資源造成重大影響。  我們已在上文披露各種減低影響的方式及策略，希望能減輕業務為環境所帶來的負擔。	A3.1	√
-------------------------	--	------	---

# 可持續發展概覽

## B. 社會

### 僱傭及勞工準則

- 我們堅守法例法規，盡可能杜絕任何形式的剝削；
- 作為一家唯才是用的公司，我們尊重員工的個人選擇，不論性別、年齡、宗教信仰、種族及其他個人取態；
- 我們有責任為員工提供合理待遇及保障，確保他們能夠在居住地區擁有合理的生活質量；
- 我們有責任確保員工在安全的環境下工作；
- 我們有責任為員工提供完善的培訓機制，確保他們能在合適的崗位上一展所長；
- 我們重視員工的家庭崗位需要，會盡力配合作出適當的安排。

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

### 層面B1：僱傭

按性別、僱傭類型及年齡組別劃分的僱員總數	員工總數= 30,800人 整體男女比例=男性佔31.6%；女性佔68.4% - 按職級及性別劃分： 辦公室員工=男性佔11.8%；女性佔12.9% 零售人員=男性佔5.7%；女性佔35.2% 工廠員工=男性佔14.1%；女性佔20.3% - 按年齡組別劃分： 16歲以下= 0% 16-24歲= 15.6% 25-40歲= 69.9% 41-59歲= 14.4% 60歲或以上= 0.1%	B1.1	√
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	我們正在優化數據收集系統，將不會在此報告中披露。	B1.2	√

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告  
倡議組織

層面B2：健康與安全

<p>因工作關係而死亡的人數及比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 因工受傷人數： 辦公室員工= 4人 零售人員= 27人 工廠員工= 13人</li> <li>- 因工受傷比率： 辦公室員工= 0.05% 零售人員= 0.2% 工廠員工= 0.1%</li> <li>- 因工死亡人數：0人</li> <li>- 因工死亡比率：0%</li> </ul>	<p>B2.1</p>	<p>√</p>
<p>因工傷損失工作日數</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 辦公室員工= 55天</li> <li>- 零售人員= 240天</li> <li>- 工廠員工= 551天</li> </ul>	<p>B2.2</p>	
<p>已採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 按照不同崗位的工作強度、工種、操作的機械、處理的物料等方面，為員工提供合適裝備</li> <li>- 定期巡查生產設施及檢查機器的狀態，確保所有設施均處於良好狀態，避免工業意外</li> <li>- 為員工提供與健康與安全相關的培訓及進行考核，確保員工充分了解機械操作的正確方式及處理物料的方法，避免因為操作不當而受傷</li> <li>- 為員工提供每年一次健康檢查</li> <li>- 設立了「醫療無憂計劃」，向所有員工提供額外醫療保險</li> </ul>	<p>B2.3</p>	<p>√</p>

## 可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
<b>層面B3：發展及培訓</b>			
按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	我們正在優化數據收集系統，將不會在此報告中披露相關數據。	B3.1	√
按性別及僱員類別劃分每名僱員完成受訓的平均時數	我們正在優化數據收集系統，將不會在此報告中披露相關數據。	B3.2	√
<b>層面B4：勞工準則</b>			
招聘慣例	<p>我們制定《禁止招聘童工政策及補救措施程序》，所有業務均不會僱用童工或強制勞動。集團與僱員簽訂勞動合同，明確約定違規處理及責任承擔。</p> <p>於本年度，我們並沒有聘請16歲以下的人士擔任任何職位。</p>	B4.1	√
發現違規情況時的補救措施	一旦發現誤招童工，我們將立即採取糾正方案，先報告勞動部門進行覆核證實，同時要求立即停止該名員工的工作並送其進醫院進行健康檢查。一旦證實為童工，我們將發放其足額工資並通知其家人以便及時交付於該監護人手中；此外，我們將妥善保存其年齡證明文件複印本作紀錄。	B4.2	√

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告  
倡議組織

層面B5：供應鏈管理

- 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求；
- 作為一家負責任的企業，我們需要確保集團的管治質量符合法例要求，更必須符合社會規範；
- 我們有責任確保集團的管治架構公開、透明，保證所有持份者均能循合理的途徑得到及了解集團相關資訊；
- 我們致力監管供應商的表現，確保他們遵循適用的在環境、社會及管治方面的準則，並符合法例的要求，與我們一同履行企業社會責任；
- 我們有責任確保供應鏈上的員工獲得合理待遇及保障。

按地區劃分的供應商數目	中國供應商=超過649家 國外供應商=超過20家	B5.1	√
有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目，以及執行有關慣例及監察方法	<p>基本供應商評核標準：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 在信譽度、合同精神及資金穩定等三大方面的表現及評分</li> <li>- 在符合產品類型、價格及公司規模的要求上，確保供應商擁有研發能力、生產管理能力及品質管制體系符合行業標準</li> <li>- 持有中國生產及品質體系的認證，並盡量持有其他國際標準及認證體系</li> <li>- 符合背景調查問卷中的要求及</li> <li>- 對所有供應商進行盡職調查</li> </ul> <p>我們在法例法規之上制定了非常詳盡的要求準則，並引入了「零容忍政策」，確保供應商在重大議題上採取了合適措施，減低營運風險。</p> <p>為了確保供應商均切實執行明文規定的十個企業社會責任要求，同時監察他們的實際營運情況，我們會按合作年期、過往表現等條件，進行實地稽核及績效管理，並在進行績效的統計和匯總。</p>	B5.2	√



## 可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
<b>層面B6：產品責任</b>			
– 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求。			
已出售或已運送產品總數中因安全或健康理由而須回收的百分比	總計回收佔比：低於0.03%	B6.1	√
接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	<p>我們在二零一九年共收到5,433個客戶投訴個案，當中鞋類相關佔55.5%、服裝相關佔43.3%，及配件相關佔1.2%。</p> <p>客戶服務同事會按照《客戶服務部章程》，為顧客的投訴及意見進行歸檔及整理，再轉交至相關的自營店鋪或分銷商調查及核實情況。為了確保分銷商有如實處理相關投訴，客戶服務部同事會進行顧客回訪，並確認相關處理結果得到顧客的認可。</p>	B6.2	√
維護及保障知識產權相關價例	<p>我們重視對知識產權的保護，尊重設計的原創性。因此，我們內部制定嚴格的設計流程，同時鼓勵消費者舉報仿冒品，同時會與供應商及執法部門合作向相關工廠採取行動，保障品牌的市場地位。</p> <p>於本年度成功打擊的生產性假冒案以及各品牌侵權活動共有約1,600宗，其中仿冒品生產工廠佔約三成，而售賣仿冒品的店鋪則佔約七成。此外，成功刪除的網上侵權商品鏈接數量為約378萬條。</p>	B6.3	√

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
質量檢定過程及產品回收程序	<p>《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》，為我們的工廠、代工生產商及供應商提供指引，嚴格規管於生產過程中使用的材料及成品必須符合中國對化學品安全的相關法規，並在產品週期的各階段開展風險評估及檢驗管控，例如原材料安全採購指引、產品檢測要求、化學品限值要求、有害化學品含量等健康安全項目。我們已根據這些方面的評估與檢驗，制訂並實施相應的具體檢驗計畫、標準及執行守則。</p>	B6.4	√
消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	<p>本集團大部份的非生產體系已得到ISO27001資訊安全國際認證，並制定了完善的公司訊息安全管理體系。其中，我們根據《26個資訊安全制度》，規管安全管理規定、法律符合性管理規定及網路訪問規定等。在系統的安全管理方面，我們在資訊安全管理體系所制定的《應用系統開發與維護安全管理規定》及《系統訪問管理規定》中，均有明確的安全保障要求，同時更會邀請外部諮詢機構進行審視。</p> <p>於本年度，我們並沒有出現資料洩露個案。</p>	B6.5	√

# 可持續發展概覽

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

## 層面B7：反貪污

<p>– 我們致力維持高企業管治的水平，期望員工能恪守最高的道德操守標準，對工作言行負責，遵守業務行為操守，合規處理公司業務</p>			
本年度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	於本年度共有2宗與貪污相關的訴訟案件。	B7.1	√
防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	<p>我們嚴肅對待任何涉嫌違法、違反管治方針及操守準則的不當行為，審計監察部門獨立於管理層，專責調查反腐敗，確保了在企業治理結構中反腐敗工作的獨立性及客觀性。此部門採取了嚴密的保安措施，以保護舉報人隱私，確保所收到的信息、登記資料及調查進展等環節均受到嚴密保護。另外，為了進一步保護舉報人，我們建立了「安踏舉報激勵制度」，實名舉報人將列入「特別保護名單」，使他們免受不必要的滋擾。</p> <p>若查明貪腐案件屬實，舉報的員工將被獲頒發案件金額的百分之五十以資獎勵，最高為人民幣一百萬元。</p> <p>在教育及意識提高方面，我們除了為員工開展反腐專項培訓之外，亦要求他們熟讀《廉潔責任書》，確保他們對反貪有全面的認識。</p>	B7.2	√

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告  
倡議組織

層面B8：社區投資

- 配合國家政策，推動行業發展，讓中國體育用品品牌能在國際上佔一席位；
- 透過品牌影響力提高社會對運動的重視及瞭解，致力降低各種運動的門檻，提倡健康生活；
- 讓中國國貧困地區每一個青少年都能穿上高品質的運動裝備，使他們不論貧富均能享受運動所帶來的喜悅；
- 普及中國優質體育教育，培養年輕一代正確的運動科普知識；
- 整合資源支持中國運動員；
- 積極配合國家抗疫行動。

專注貢獻範疇(如教育、  
環境事宜、勞工需求、健  
康、文化、體育)

- 向全國人民代表大會提交了兩份建議：一份是《關於繼續加強培育冰雪產業內生增長動能的建議》，一份是《關於加快青少年體育相關標準建設、助力青少年健康成長的建議》
- 作為北京2022年冬季奧運會的官方合作夥伴，我們重點在張家界推廣冰雪運動，並以學校為起點，依托安踏夢想中心，培養青年人對冰雪運動的認知與興趣

B8.1

√

## 可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 「安踏戈友會夢想中心」是戈壁遠征軍參與者所成立的組織，旨在鼓勵戈友徒步戈壁的同時，更是關注中國西北地區的環境保護，以及關注當地的孩子的教育素養</li> <li>- 我們在疫情關鍵時刻積極響應，早在1月已向相關防疫支援機構，例如中華慈善總會，捐贈人民幣1,000萬元。同時，我們更捐贈物資價值人民幣2,000萬元，包括保暖及生活裝備，受惠人數達 30,000名醫護人員</li> </ul>		
在專注範疇所動用資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 向不同的慈善機構和慈善活動如晉江慈善總會、白求恩公益基金會和「茁壯成長公益計劃」等捐贈現金超過人民幣3,600萬元，以及捐贈運動裝備超過零售價人民幣一億元</li> <li>- 經過了近三年的時間，透過「茁壯成長公益計劃」，我們已捐贈現金和運動裝備超過零售價人民幣1.74億元，覆蓋了超過2,286所貧困地區的學校，超過77多萬的青少年受益，有機會享受運動帶來的快樂</li> </ul>	B8.2	√



# 詞彙

## AMER SPORTS

Amer Sports Oy (Amer Sports Corporation)，一間於芬蘭共和國註冊成立的體育用品公司

## 安踏

安踏品牌

## 安踏長汀(中國)

長汀安踏體育用品有限公司

## 安踏中國(中國)

安踏(中國)有限公司

## 安踏兒童

安踏兒童品牌，專為兒童提供安踏產品

## 安踏體育 / 公司 / 集團 / 我們 / 我們的

安踏體育用品有限公司

## 安踏店

安踏零售店

## 安踏廈門(中國)

廈門安踏體育用品有限公司

## 寰球(中國)

泉州寰球鞋服有限公司

## BCI

良好棉花發展協會

## 董事會

本公司之董事會

## 低碳亞洲

低碳亞洲有限公司，專業顧問公司

## 中國

中華人民共和國

## CO<sub>2</sub>e

二氧化碳當量

## 諮詢機構

獨立第三方專業諮詢機構

## DESCENTE

DESCENTE 品牌

## FILA

FILA 品牌

## FILA KIDS

FILA KIDS 品牌，專為兒童提供 FILA 產品

## FILA 店

FILA 零售店

## GRI

全球報告倡議組織

## 河南鞋材(中國)

河南安踏鞋材有限公司

## 港交所

香港聯合交易所有限公司

## 香港

中國香港特別行政區

## KINGKOW

KINGKOW 品牌

## KOLON SPORT

KOLON SPORT 品牌

## 上市規則

香港聯合交易所有限公司證券上市規則

## 澳門

中國澳門特別行政區

## MSCI

摩根士丹利資本國際標準指數

## OEM

代工生產商

## 疫情

二零一九年新型冠狀病毒疾病 (COVID-19)

## 泉州鞋材(中國)

泉州安踏鞋材有限公司

## 研發

研究與開發

## 報告

《環境、社會及管治報告》

## 人民幣 / RMB

中國之法定貨幣

## SDGS

聯合國提出的17個可持續發展目標

## 股東

本公司股東

## SKU

庫存單位

## SPRANDI

SPRANDI 品牌

## 廈門安踏實業(中國)

廈門安踏實業有限公司

## 本年度

截至二零一九年十二月三十一日止年度



[IR.ANTA.COM](http://IR.ANTA.COM)

如有查詢，請聯系：

安踏體育用品有限公司-投資者關係部

地址：香港九龍九龍灣宏泰道23號

Manhattan Place 16樓

電話：(852) 2116 1660

傳真：(852) 2116 1590

電郵：[ir@anta.com.hk](mailto:ir@anta.com.hk)