



La Chapelle



新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司



(在中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)



環境，社會及管治報告 2023



(股份代號：06116)

目錄

1	關於本報告	2
2	總裁致辭	4
3	ESG聲明	5
4	環境、社會及管治概要	6
4.1	集團ESG策略	6
4.2	集團ESG管治架構	7
4.3	利益相關方參與及重要性評估	8
5	僱傭與勞工常規	11
5.1	僱傭	11
5.2	健康與安全	20
5.3	發展與培訓	21
5.4	勞工與人權	23
6	反貪污	24
6.1	反貪污培訓	24
6.2	反腐倡廉，公開透明	25
7	供應鏈管理	26
7.1	集中採購，降本提效	26
7.2	綠色採購，線上管理	27
7.3	責任採購，現場審驗	27
8	產品責任	29
8.1	迎接挑戰，探索轉型	29
8.2	開拓業務，直播創新	31
8.3	品質時尚，融入環保	32
8.4	善用數據，高效決策	33
8.5	溫馨服務，賦能夥伴	34
8.6	多管齊下，保障隱私	34
8.7	嚴厲打假，合規管理	35
9	社區投資	36
9.1	賦能產業，促進招商	36
9.2	同舟共濟，公益有我	37
10	環境保護	38
10.1	資源使用與排放物	38
10.2	積極應對氣候變化	42
10.3	環境及天然資源	44
	附錄.ESG指標索引表	45

1 關於本報告

編製基礎

本報告按照香港聯合交易所《證券上市規則》之附錄C2《環境、社會及管治報告指引》編製，報告期間為2023年1月1日至2023年12月31日，部分內容追溯至以前年度或延伸至報告披露日。本報告將刊載於香港聯合交易所網站與本集團官方網站。

集團業務

新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司（「**本公司**」）（前身為成立於2001年的上海徐匯拉夏貝爾服飾有限公司）於2011年5月23日在中華人民共和國註冊成立，2014年10月9日在香港聯合交易所有限公司主板上市。本公司及其附屬公司（統稱「**本集團**」）是一家定位於大眾消費市場的多品牌、全渠道

運營的時裝集團，自成立以來始終專注於服裝服飾領域，堅守「為美好生活設計」的品牌初心和發展理念，致力於為廣大消費者提供兼具時尚、品質的各式時裝產品。

本集團擁有La Chapelle、Puella及USHGEE等多個風格差異互補、客群定位交織延展的大眾時尚女裝品牌，能夠滿足女性消費者多樣化的衣著需求。

於本報告期內，本集團加速經營轉型，啟動品牌重塑戰略，以目標消費者為核心，全力打造以女裝品牌為核心的品牌集群；同時，為激發線上業務渠道的變革動力，我們此前已將線上業務由「企劃設計—自主採購—平台運營—線上銷售」的傳統模式調整為「品牌賦能+運營服務」的新模式，實現集團向輕資產、數字化、科技化的轉型。



1 關於本報告

於本報告期內，本集團實現營業收入人民幣1.70億元。我們依托線下零售網絡結合「品牌授權+運營服務」的新模式，通過新零售戰略整合線下零售網點與在線銷售平台，為廣大消費者提供更為便捷實惠的全渠道消費體驗。

報告範圍

本報告的主體為新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司及其附屬公司，其中政策和社會範疇的數據覆蓋全部業務，環境數據的範疇為：電力和水資源使用涵蓋本集團擁有運營控制權的物業，包括位於上海市閔行區吳涇鎮的總部及四處倉儲物流中心（分別位於江蘇省太倉市、廣東省中山市、四川省成都市¹及天津市）。

數據來源

本報告數據來源於新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司及其附屬公司的內部文件和相關統計資料。

指代說明

為便於表述，「新疆拉夏貝爾服飾股份有限公司」在本報告中也以「拉夏貝爾」、「拉夏」、或「我們」表述。

¹ 成都倉儲物流中心數據範圍為2023年1月至2023年8月。

2 總裁致辭

各位拉夏貝爾的朋友們，大家好！

在歷史的交匯點上，我們面臨前所未有的挑戰與機遇。在變革的大潮中，我們站在新的起點。2023年，全球經濟環境依然複雜多變，服裝行業也面臨諸多挑戰。作為一家成立二十餘年的企業，拉夏貝爾在過去取得了令人矚目的成績。我們曾被譽為「國民女裝」品牌，曾創造「百億營收」的佳績，也曾位列女裝市占率全國前三。作為首家「A+H」上市的服裝企業，我們曾一度引領行業的發展。

然而，我們也深知，如同潮起潮落是自然規律，近年來拉夏貝爾面臨了前所未有的挑戰。自2020年以來，集團加速轉型，啟動品牌重塑戰略，打造以時尚女裝為核心的品牌集群。我們重新梳理品牌架構和定位，實施業務發展策略，整合資源推動品牌年輕化、品質化建設。經過近些年的努力，品牌重塑已完成，主營業務回歸正軌，內生成長能力逐步加強。

在「煥 新生」主題發佈會上，我們推出了La Chapelle、Puella、USHGEE三個女裝品牌的秋季新品。新產品更年輕化、潮流化，更貼近流行趨勢。同時，我們開設了全新線下旗艦店，保持原有風格傳承的基礎上，從產品設計和店鋪呈現入手，推進整體形象煥新。

此外，集團建立創業平台機制，與代理、加盟核心團隊的合作，共同出資、合夥經營、共享收益、共擔風險。促進了代理、聯營業務模式的發展，並實現經營結構的優化升級。同時，吸引和留存對集團發展有重要影響和貢獻的核心人員，保持核心團隊穩定及經營業務的深度綁定。

回顧過去，拉夏貝爾經歷過高峰和低谷。2023年，我們致力於推動公司重整，與債權人溝通解決債務問題。通過多項舉措降本增效，減輕經營壓力，現已取得積極成效。集團線上線下業務經營穩定，主營業務已回歸正軌。

展望未來，我們將以對所有利益相關者和員工負責的態度，努力實現公司的良性、快速和可持續發展。我們將繼續聚焦女裝主業，拓展加盟／聯營業務模式和升級線上渠道。前路仍充滿挑戰，但我們會砥礪前行，開創更美好的未來，相信一個全新的拉夏貝爾將在不久的將來呈現於眾人面前！

總裁
張瑩女士

3 ESG聲明

為規範環境、社會及管治(以下簡稱ESG)管理機制，提高ESG管理質量，本集團建立了以董事會為ESG事宜的最高負責和最終決策者的ESG管治架構。董事會對本集團ESG的整體方向、戰略、目標、表現和報告事宜承擔全部責任，負責ESG事宜的監管，包括ESG關鍵議題的識別和優先次序排列、其目標承諾及實際表現監管，確保ESG理念與集團戰略的融合。此外，我們設有由高級管理層領導、中層管理人員參與的ESG工作委員會，該委員會負責向董事會匯報，以助其評估及梳理集團ESG的風險管理及內部控制系統，監督達成企業戰略目標及提升企業ESG表現。

本集團一貫將企業社會責任和可持續發展視為集團的重要戰略組成部分。董事會重視ESG重要議題的確定，以企業管理策略、經營現狀為基礎，通過與利益相關方的交流和溝通，與行業領先實踐的對標、參考同業公司的披露指標，識別和篩選出ESG核心議題，以確定明年的工作方向。

本報告披露了本集團2023年ESG工作的進展與成效，於2024年4月29日經董事會審議通過。

本公司董事會保證本報告內容不存在任何虛假記載、誤導性陳述或重大遺漏，並對其內容的真實性、準確性和完整性承擔個別及連帶責任。

4 環境、社會及管治概要

4.1 集團ESG策略

本集團始終把企業社會責任視為自己義不容辭的責任和企業價值的昇華與延伸。我們將以人為本的經營理念融入日常管理，堅持僱傭平等，關注員工的培訓與發展，重視員工福利；堅決反對經營中的不正當行為，持續加強宣傳教育，提高集團內部法律意識，同時加大違規行為懲治力度，與各利益相關方一同維護公平交易原則，為社會主義市場經濟健康有序運行做出努力。

保證顧客和員工的健康與安全是企業經營活動中的應盡責任，也是企業可持續發展的重要基石。我們建立嚴格的供應鏈管理制度，確保本集團產品符合安全、質量、環保等各方面指標，同時也注重與供貨商溝通，不斷優化供應鏈管理流程，開發線上管理系統，提高採購效率，在可持續發展之路上攜手共進，促進行業健康快速發展。

創造和諧、美好的環境是企業社會責任心的表現。本集團一向倡導按需使用的可持續發展理念，提倡節約水、電等資源，避免過度耗用資源，即便是環保材料製成的包裝物，也鼓勵減少使用，將綠色環保理念貫穿到設計、施工與日常經營的方方面面。

積極承擔社會責任、回饋社會是企業發展過程中義不容辭的責任。本集團一直積極參與社會公益事業，我們鼓勵員工參與街道組織的獻血，並提供相應假期和營養補貼，貢獻溫暖力量；認真貫徹落實國家鄉村振興戰略，為促進服裝行業發展做出積極貢獻。

本集團不斷在企業內部深化可持續發展理念，主動把環境責任和社會責任融入企業內部管理體系，對外做到環境友好與社會和諧，力爭實現企業發展、環境保護與社會效益三者之間的共贏，並且在力所能及的範圍內，通過自覺承擔環境與社會責任，加強企業品牌的持續競爭力。

4 環境、社會及管治概要

4.2 集團ESG管治架構

本集團設立三級ESG治理架構，包括：

- (1) 董事會負責制定集團可持續發展戰略，確定集團可持續發展目標，以及負責ESG相關事宜的監管，對本集團的ESG工作起引領作用；
- (2) 由高級管理層領銜、中層管理人員參與的ESG工作委員會，負責定期向董事會匯報，以助其評估及梳理集團ESG的風險管理及內部控制系統。ESG工作委員會由董事會辦公室、財務部、法務部、人力資源

部、行政部、代理加盟部、直營部、審計監察部、物流部、店裝工程部等部門的代表組成，涵蓋了本集團日常管理的各相關部門。ESG工作委員會負責傳達和溝通環境管治與社會管治方面的集團戰略、具體舉措和反饋意見，是我們可持續發展道路上的核心推動力量。

- (3) 直營門店店長，負責業務一線ESG事宜的實施。

4 環境、社會及管治概要

4.3 利益相關方參與及重要性評估

本集團ESG的利益相關者主要包括內部人員、供應商、客戶、股東及投資者、政府及業務所在地社區。我們積極搭建與利益相關方的溝通渠道，完善內部及外部溝通的平台，從更加多元的視角來看待企業社會責任，並規劃相關實踐活動。重要性評估的形式包括訪談和問卷。我們持續關注各利益相關者，每年覆核並更新重要性評估。

利益相關方溝通

通過不斷完善溝通渠道，積極與各利益相關方展開溝通，我們得以更好地獲取利益相關方意見，瞭解利益相關方重點關注議題，並根據意見和議題組織檢討有關行動的成效。

權益人組別	關注議題	溝通方式	溝通實踐
員工	薪酬福利 健康與安全 培訓發展	員工面談 內部電郵 企業微信	不定時 組織多場培訓
股東／投資者	經營戰略 公司治理 投資回報	股東大會 網上業績說明會 投資者熱線	股東大會10次 不定時 積極解答來電垂詢
政府／監管機構	合規運營 依法納稅	現場調研、會談 主動納稅	不定時
供貨商	業務發展 透明採購	現場調研 供貨商大會	不定時 供貨商訂貨大會4次
消費者	產品及服務質量 產品創新	官方網站／線下門店 會員公眾號／小程序 新零售渠道	不定時 運營公眾號3個，發佈微信文章共計172篇
媒體	公司經營	互動、採訪	邀請媒體參加「煥 新生」主題發佈會
社區	慈善公益	為公益類活動免費提供場地	多次

4 環境、社會及管治概要

重要性評估

本集團重視利益相關方的期望和訴求。2023年，本集團通過向利益相關方發放ESG調查問卷，並組織了多場內部利益相關者深度訪談，收集內外部利益相關者關注的各類議題並進行總結，瞭解各內部利益相關者對本集團ESG實踐的關注重點及期望。根據集團的實際發展情況和ESG體

系，參照企業ESG實質性議題分析模型，從「對經營管理的重要性」和「對利益相關方的重要性」兩個維度，識別出對企業和利益相關方均有較大影響的實質性議題，並通過結合集團與各個利益相關方在過去一年內的溝通情況，以及總結對本集團戰略運營影響程度及對利益相關方影響程度，最終得出本年度的重要性矩陣。

拉夏貝爾 2023 年 ESG 重要性議題列表

非常重要

01 企業管治及合規運營	02 商業道德與誠信	03 環境制度與政策
10 產品質量與安全	11 僱傭與員工權益	13 勞工準則
15 職業健康與安全	16 客戶權益保障	18 信息安全與隱私保護

重要

08 應對氣候變化	12 多元化與機會平等	14 發展及培訓
17 知識產權保護與科技創新	19 供應鏈管理	21 負責任營銷

相關

04 能源管理	05 排放物管理	06 水資源利用
07 原料及包裝材料的使用	09 溫室氣體排放	20 社區投資與公益活動

4 環境、社會及管治概要



5 僱傭與勞工常規

人才是企業發展的核心競爭力。我們凝聚起一批認同企業文化的員工在逆境中堅守崗位，攜手前行，並堅持待遇留人、感情留人和事業留人並重，實現員工和企業的同奮鬥，共成長。

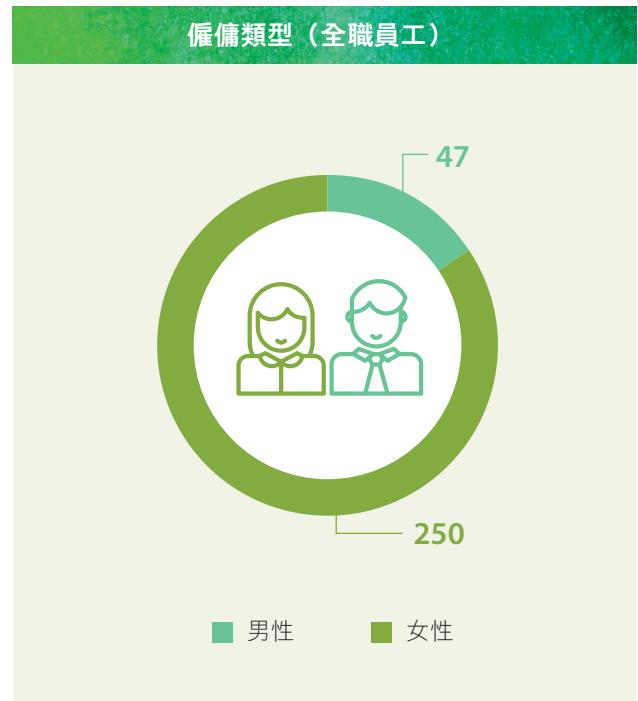
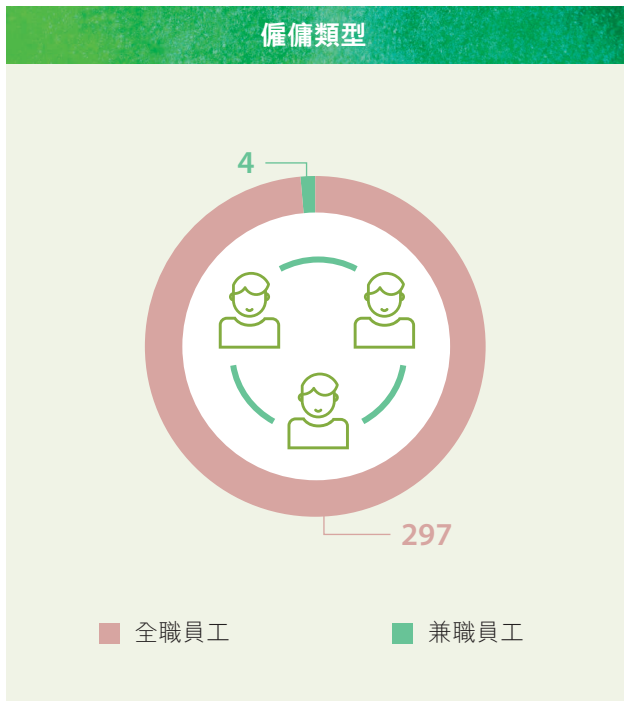
5.1 僱傭

5.1.1 規範用工，保障權益

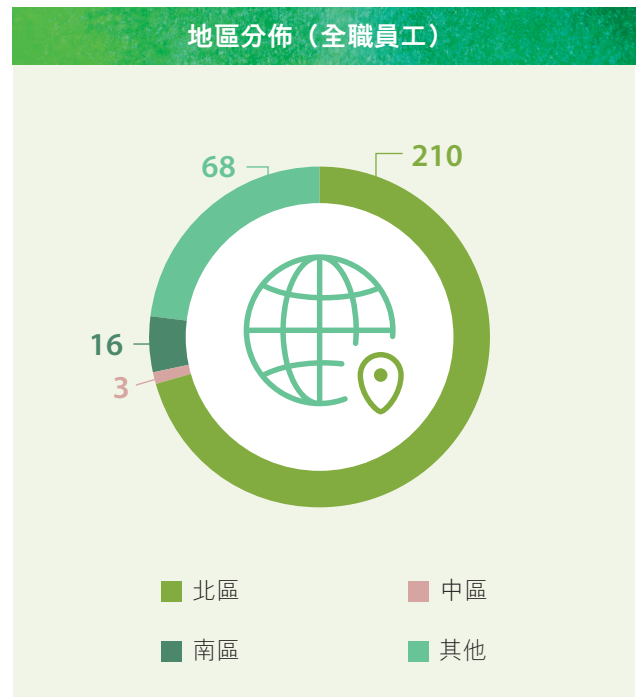
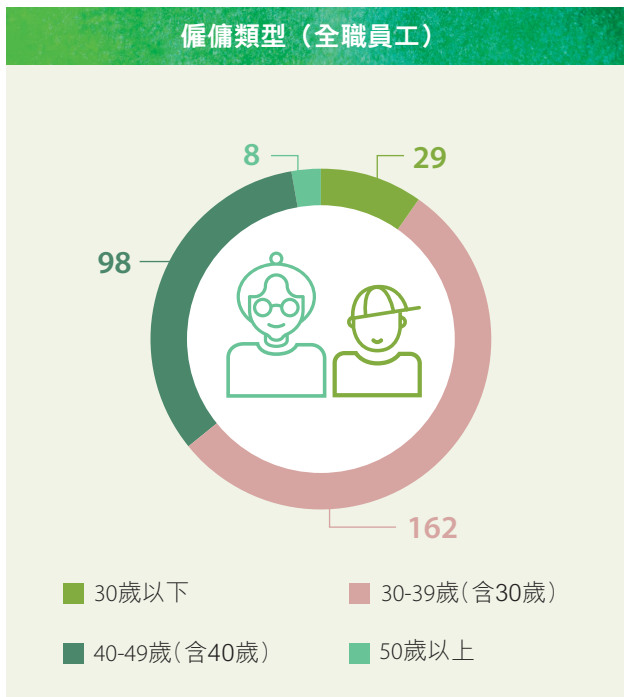
本集團嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國社會保險法》等法律法規，制定《員工手冊》等制度措施，完善員工管理，切實保

障員工合法權益。此外，本集團鼓勵男女平等和用工多元化，杜絕一切歧視行為，努力打造公平、互相尊重及多元的工作環境。我們尊重每一位員工、重視民族團結，不以員工的性別、年齡、種族、宗教、殘疾、家庭、生育等狀況歧視任何人。報告期內，本集團未發現工作場所存在歧視行為。

截至報告期末，本集團擁有301名員工，其中包括1名殘疾員工和9名少數民族員工，按各類型劃分的具體員工數據情況如下所示：



5 僱傭與勞工常規



我們根據員工崗位和工作性質，採用不同的工時制度，旨在確保員工的合法權益得到充分保障，同時滿足集團業務發展的需求，具體制度如下：

- 對於店舖員工和物流一線操作工，我們採用綜合工時制，以季度為週期綜合計算工作時間。在綜合工時制下，員工的平均工作時間和平均周工作時間與法定標準工作時間基本相同。
- 對於總部高管和直播業務相關人員，我們採用不定時工時制。在這種工時制度下，員工沒有固定的工作時間和排班的限制，而是根據實際工作任務安排出勤。
- 對於其他總部人員，我們採用標準工時制。員工根據集團考勤管理制度規定的上下班時間出勤，並接受考勤考核。員工確需加班應事先提出申請並經過審批，我們將根據國家法律規定進行調休或發放加班費。

5 僱傭與勞工常規

5.1.2 關懷員工，提升幸福

在社會保障及生活福利方面，我們依法為員工繳納五險一金，配合協助員工辦理居住證積分以及為符合落戶條件的員工辦理落戶手續。我們每年為員工提供免費的年度體檢，也為員工提供伙食補貼、節日禮物、生日關懷等。為進一步推進集團精神文明建設並增強團隊凝聚力，同時致力於為員工創造健康、安全、充滿活力及舒適的工作環境，集團會組織開展多元化及多維度的員工活動，顯著提高了員工的歸屬感，也為積極和諧的工作氛圍奠定了基礎。

5.1.3 健身設施，促進健康

本集團關注員工工作與生活的平衡，為豐富員工的業餘生活，提高員工的身體素質，在總部大樓為員工提供免費的健身房及乒乓球桌等運動設施。健身房配置了專業的跑步機、橢圓機、啞鈴、仰臥起坐架、多功能健身器等多種綜

合健身器材，還貼心地設置了更衣室和淋浴房，為員工健身和放鬆提供更多選擇，增加員工業餘生活的樂趣，增強了團隊凝聚力和員工歸屬感。員工在工作之餘可以強健體質、愉悅身心，預防因久坐導致的腰肌勞損等健康問題，亦有利於提升其工作效率。

5.1.4 關愛女性，落到實處

本集團積極培育多元包容文化，關愛女性員工。為了更好地關心和支持我們女性員工的健康和福利，我們在總部大樓為哺乳期女員工提供獨立的母嬰室，設置有冰箱、消毒櫃、飲水機、取暖器等設備，以供哺乳期女性員工休息、吸奶和母乳存放等需要。同時，懷孕滿7個月的員工每天可享受1小時產前公休假，哺乳期員工每天可享受1小時哺乳假。除此之外，三八婦女節女性員工除放假半天外，並還會收到本集團準備的精美禮品。我們相信這些措施將有助於提高員工的工作滿意度和幸福感。

5 僱傭與勞工常規

5.1.5 民主管理，多元共融

本集團堅持員工民主制度，涉及員工出勤、考核及薪酬等方案均通過郵件、人事系統等渠道向全集團員工公示。我們將人事資料維護、入職流程、轉正流程及離職流程都整合到一個系統進行，免去了數個系統之間的對接，提高了流程運轉的效率和準確性，使得員工和人力資源部的操作對接更加便捷，數據信息化程度顯著提高，也減少了紙張使用。IT部自行研發的「拉夏貝爾－附加應用」系統則合併了考勤平台和算薪平台，相比外部共享平台更符合我們的實際需求，更具個性化辦公的特點，並且提高了對於日常需求的更新處理速度，提升效率的同時也降低了辦公成本。報告期內，IT部自行開發了基於企業微信的數據分析

圖表功能，進一步以數據賦能企業管理。除此之外，我們在微信小程序中上線了人力資源線上管理功能，員工可以線上查看有關工資發放條、通知、公告、制度、待辦項目提醒等內容，便於員工隨時隨地瞭解與自身相關的人事信息。

我們會不定期與員工進行一對一訪談，了解員工工作和業務上的困難並聽取反饋，訪談對象涵蓋關鍵崗位負責人、部門經理、不同年齡層的員工等。

本集團鼓勵多元化並積極錄用不同民族員工，對少數民族員工提供相應的福利政策，充分尊重少數民族地區的生活習慣，提高員工歸屬感。

5 僱傭與勞工常規

案例：

喜迎佳節，同享歡樂：中秋節活動

2023年中秋節之際，拉夏貝爾舉辦了員工遊園活動，以增進同事間的感情，共同歡度佳節。活動現場熱鬧非凡，員

工們積極參與，歡聲笑語不斷。此外，集團還為員工準備了精美的月餅，寓意團圓和美滿。月餅口味豐富，甜而不膩，深受大家喜愛。此次活動不僅讓員工感受到了集團的關懷與溫暖，也增強了團隊的凝聚力。



中秋遊園活動

5 僱傭與勞工常規

案例：

溫暖常伴，攜手與共：聖誕節活動

聖誕節來臨之際，拉夏貝爾為員工們準備了一場溫馨、歡樂的聖誕活動。我們在活動現場佈置了一系列聖誕裝扮，

如彩燈、雪花、聖誕襪等，增添了濃濃的節日氣息，更為員工們帶來了溫馨與歡樂。活動現場還有神秘的聖誕老人現身，他走遍了每一個工位，親自為員工們送上了我們精心準備的禮物，承載著冬日的溫暖和美好的祝福。



聖誕節活動現場

5 僱傭與勞工常規

案例：

夏日送涼，情暖人心：高溫慰問關懷

2023年7月14日，集團聯合工會在炎炎夏日為員工送上一份特別的關懷。為確保員工在高溫下仍能保持高效工作狀

態，工會精心準備了慰問品，以表達對員工辛勤付出的感激之情。此次慰問品發放體現了集團對員工的關愛，也激發了員工的工作熱情和歸屬感。



高溫慰問活動

5 僱傭與勞工常規

案例：

凝心聚力，共築夢想：團建活動

集團各部門開展了形式多樣的團建活動。這些活動加強了部門內部的溝通和協作，提升團隊凝聚力。通過共同參

與、互相支持，員工們不僅增進了彼此的瞭解和信任，還共同創造了愉快的團隊氛圍，對集團的整體發展起到了積極的推動作用。



各部門團建活動

5 僱傭與勞工常規

案例：

夢想起航，共繪華章：集團年會活動

集團成功舉辦了溫馨的年會活動，活動內容豐富多彩，包括節節高昇、啤酒大作戰、街舞表演、擊鼓表演以及抽獎

活動等。這些活動不僅展示了員工們的才藝和活力，更體現了團隊的凝聚力和協作精神。抽獎活動更是將現場氣氛推向了高潮，大家共同分享著幸運與喜悅，整場年會活動在歡聲笑語中圓滿落幕。



集團年會活動

5 僱傭與勞工常規

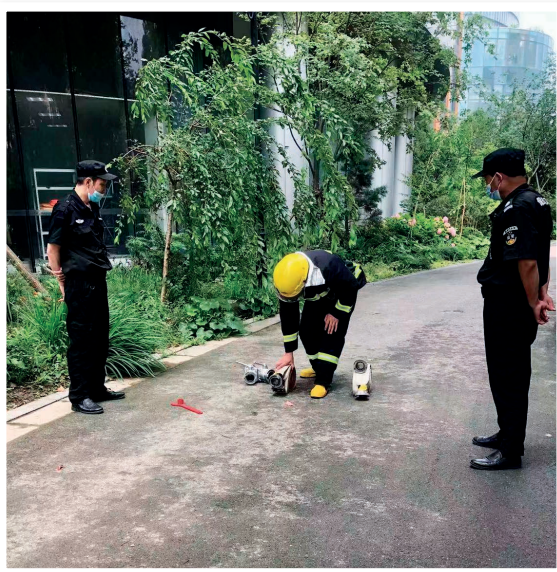
5.2 健康與安全

本集團從場所安全、身體健康與人身安全以及心理健康三個方面，進行員工健康與安全管理。

5.2.1 場所安全

在保障員工安全方面，本集團始終堅守承諾，竭盡全力為員工提供一個安全的工作環境。為了實現這一目標，我們採取了一系列措施。本集團境內的線下零售網點遍佈在建造於不同年代的百貨商店或購物中心。本集團與線下直營門店所屬物業均簽訂了《拉夏消防安全責任書》，並對門店員工進行消防知識普及，以保證員工在面對突發事件時具備適當的安全防範意識，同時也有助於降低線下直營門店日常經營中的消防安全隱患。對於線下代理門店，我們會主動對代理商進行消防相關事項宣導，如門店中貨架位置的合理擺放，積極配合所屬物業的消防設施擺放要求等。

在總部辦公園區內，我們嚴格遵守《上海市消防條例》，在大樓內按消防規範配備了相應的滅火設備，如滅火器及消防栓等，並由物業人員定期進行檢查，以確保設備處於良好的使用狀況，並對租戶予以宣導。我們定期舉行消防演習，幫助員工和租戶瞭解並掌握滅火器的使用方法，同時也會對消防警鈴功能進行測試，以及進行緊急逃生疏散等演習。在園區的日常管理中，我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國建築法》等相關法律法規，確保各項安全措施得到有效執行。2023年度，我們未發生任何安全違規情況，這得益於我們始終堅持以人為本、安全第一的原則，以及全體員工的共同努力和配合。



消防演習現場



5 僱傭與勞工常規

在未來，我們將繼續加強消防安全工作，不斷完善相關制度和措施，提高員工的消防安全意識和應對能力。同時，我們也將積極探索新的技術和方法，為保障員工的安全和健康做出更大的貢獻。

5.2.2 身體健康與人身安全

本集團關心員工身體健康，本集團總部落座的園區提供餐廳和健身房。總部園區總建築面積達16萬平方，建有5棟獨立大樓，並配有2個地下室餐飲區域。我們引進了國內知名第三方餐飲品牌作為管理方，為園區員工和來賓提供美味舒適的用餐環境及貼心可口的飯菜。同時，辦公樓設有健身房、瑜伽房等，向員工免費開放。

此外，本集團亦向員工定期進行安全生產培訓，如定期舉辦消防演習及安全培訓，以加強員工的安全意識。本集團所有僱員均參與工傷的相關社保計劃。報告期內，集團為員工購買了商業保險，提供意外和工傷的額外醫療報銷和工傷補助。近三年內，本集團未獲悉任何有關職業健康安全重大違規事件，無員工因工死亡情況，無員工因工傷損失工作日等事項發生。

5.2.3 心理健康

除了在保障員工身體健康方面下功夫，本集團也關注員工的心理健康，尤其是在一線直面消費者，或其他長期在高強度或高壓力下工作的員工。各級領導和工會不定期與員工溝通，主動關心員工心理狀態，舒緩工作壓力。

5.3 發展與培訓

本集團重視員工的提升與發展，始終秉承與員工共同發展的理念，鼓勵員工在工作中歷練，也為員工提供輔導反饋和培訓課程。本集團將培訓目標與企業的發展戰略緊密結合，制定符合企業發展和員工發展需求的培訓計劃，為員工創造學習機會，提供多元成長機制，不斷提高員工的知識水平、工作能力和能動性。通過專業培訓、領導力培養、人才梯隊建設等措施，打造學習型組織，幫助員工快速提升能力，完成自我實現，增強企業核心競爭力。

5.3.1 員工培訓

我們秉承在工作中學習的理念，通過組織員工參與線下學習培訓與線上視頻課程培訓相結合、部門帶教、行動學習和項目制培訓項目等多維度結合的方式，讓員工不斷參與到學習中，從工作中學習。本集團秉承以員工發展為己任，在人才發展與培養方面為員工創造了良好的學習氛圍以及學習通道。以內部培養為主，外部課程學習為輔的學習形式，將項目制、導師制、行動學習等多維度相結合，為集團儲備和培養人才。

為促進員工全方面發展，響應政府同步提升企業勞動者綜合素質與專業技能的號召，我們組織員工開展一系列基本素養與實務技巧培訓。

5 僱傭與勞工常規

5.3.2 職業發展

本集團擁有完善的員工職業晉陞體系，並建立開放多元的職業發展通道，促使員工自我學習，自我提升，進而提升員工的崗位勝任能力，實現企業與員工的共同成長、相互成就。為了配合集團的經營調整，將區域和總部人員結構梳理，崗位整合，引進新鮮血液。因此，在集團招聘程序上，根據內部分析，如果有內部轉崗的可能性，優先內部轉崗和分流；如果內部沒有，通過員工內部推薦和外部面試選拔的流程進行招聘。若內推成功，員工還會獲得相應

的內推懸賞金。報告期內，我們根據集團的新業務發展需求，對人員進行合理配置，並制定出相應的績效方案，推廣全員績效考核制度。

因經營策略變化和市場環境等因素的影響，集團進行了經營調整，我們關閉無效虧損店舖，對區域和總部人員進行結構梳理，崗位整合，招聘引進新鮮血液。對於主動離職的員工，我們在能力範圍內主動為離職員工提供再就業渠道，向員工介紹就業平台，增加員工的再就業機會。對於辭退員工，我們至少提前1個月與員工溝通辭退事宜，在



5 僱傭與勞工常規

符合相關法律規定可實現範圍內為員工提供補償，協助配合有需要且符合申領條件的員工領取失業金。本集團盡其所能保障員工權益，維護良好的僱傭關係與社會和諧。

5.4 勞工與人權

本集團嚴格遵守《中華人民共和國未成年人保護法》《中華人民共和國禁止使用童工規定》等法律法規，明確禁止使用童工。本集團在招聘的時候嚴格禁止招用18週歲以下員工，應聘登記表中明確有不錄用童工的聲明，人力資源部門結合信息化手段負責審核應聘者之身份證明文件，確保

不會聘用童工，從源頭杜絕違規情況發生。如果發現誤用童工，將立即終止合同，並追究經辦人責任。

本集團根據《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》、各地《工資制支付規定》等法律法規，為員工辦理入職手續，簽訂勞動合同，繳納社保，並在節假日按照法律規定支付加班工資或給予調休。本報告期內，本集團未發生僱傭童工和強迫勞工事件，也沒有任何相關的歧視和騷擾事件。

6 反貪污

本集團堅決反對任何破壞公平競爭環境的行為，堅守「誠信、廉潔、守法」三項基本原則，反對任何貪腐行為。因此，本集團結合國家政策之《中華人民共和國反不正當競爭法》，已設立書面之反貪污政策，包括《反腐敗條例》《投訴舉報獎勵制度》《禮品及饋贈制度》等，嚴禁任何賄賂，欺詐或洗黑錢的行為，以建立良好的商業運作組織架構。

集團嚴禁的不誠信行為主要包括但不限於：

- 行賄及收賄；
- 非法政治獻金；
- 其他被認定為不當的行為。

本集團還推出了《員工遵守反腐敗條例承諾書》、《供應商反商業賄賂協議書》和《開發部反商業賄賂協議》。我們不斷強化過程控制、資金控制、投資控制以及企業內部審計控制，致力從源頭上封堵不廉潔行為。

6.1 反貪污培訓

為了營造反腐倡廉的工作環境，我們為入職的員工提供有關於防止賄賂、勒索、欺詐和洗黑錢等方面的培訓，推出《員工遵守反腐敗條例承諾書》，禁止員工利用職務之便收受任何形式的賄賂以及利用集團資源謀取私利。如發現違反相關法例法規的員工，我們會予以嚴懲，如有觸犯法律，則移交司法機關依法處理。為提高員工的反貪腐意識，我們編寫了《反腐敗培訓案例》，並定期組織反腐敗培訓與考核。報告期內，我們對總部全體員工進行了「反腐敗培訓」，以提高員工對採購常見的貪污陷阱和舞弊手法的警覺性，並協助員工在進行採購時降低有關風險。集團共319人參加該反腐敗培訓，其中參訓男性員工為47人，參訓女性員工為272人，且有18名核心管理人員，人均受訓時長為0.5小時。此外，我們還通過電子郵件向董事、監事、高管人員以及全體員工發送了預防職務犯罪、廉潔從業、反貪污受賄警示教育的相關培訓學習資料。這一舉措旨在提高全體員工的法律意識，加深他們對職務犯罪的認識，並展示出集團對反貪腐工作的堅定態度。通過這樣的培訓學習，我們期望能夠在整個集團範圍內營造一個廉潔從業的文化氛圍，為集團的健康發展提供有力保障。

6 反貪污

6.2 反腐倡廉，公開透明

本集團為堅持營造廉潔的商業環境，持續與多家國內外知名企業、以及知名大學研究中心合作，如：與中國人民大學形式法律科學研究中心等一起建立了職場不誠信檔案數據庫。因在反舞弊方面做出的傑出榜樣，本集團於2017年9月成為陽光誠信聯盟成員，於2018年6月成為企業反舞弊聯盟成員，2018年9月成為廣東省企業內部控制協會理事單位，於2019年9月榮獲2015年-2018年度企業反舞弊工作先進單位的榮譽稱號。此外，拉夏貝爾作為企業反腐敗聯盟的會員，始終堅持誠實守信、廉潔自律的原則，積極參與反腐敗工作，為建設一個公平、透明、廉潔的商業環境而努力。

本集團始終堅持全方位的反腐倡廉措施，於2015年成立了監察部，要求員工與供應商等合作夥伴，分別與本集團簽署相關的反貪污承諾書或協議。我們設立了多種舉報渠道檢舉任何涉嫌違反法律法規、腐敗及賄賂的行為，包括電話021-5460 7110、郵箱jiancha@lachapelle.cn、公眾號平台等方式。此外，我們還開設了微信號「廉潔拉夏」，累計已有1.5萬餘人關注，並定期發佈反腐敗相關文章。

本集團對舉報員工的身份給予嚴格保密，堅持最少化知情原則，避免員工因舉報而受到報復和歧視，從而引導全體員工共同預防和制止腐敗行為發生，促進企業業務良性發展，維護市場環境健康。審計監察部員工每天查看監察郵箱，收到舉報信後會在三個工作日內書面或者郵件回復，進行及時反饋和溝通；如果收到投訴舉報信息詳盡，審計監察部員工會進一步進行訪談和詢問。

2023年5月31日，集團再次宣導「門店風控十條禁令」，使員工更加明確工作中需要注意的風險點，提高員工的風險意識和警惕性，也進一步幫助了集團加強門店管理和風險控制，提升品牌形象和顧客信任度，促進集團穩健發展。集團審計監察部對終端店鋪開展定期巡查和不定期突擊式抽查，2023年度巡查店鋪佔全部直營店鋪30%，未發現舞弊事件。

2023年全年，本集團未獲悉任何有關反貪污的重大違規事件。

7 供應鏈管理

本集團希望通過對標國際標準和行業領先實踐，帶動品牌價值鏈的合作夥伴共同成長。2023年，我們依照《成衣供應商考核評級管理辦法》《新供應商准入管理辦法》等一系列內部制度，對供應鏈管理的工作流程、考核標準和目標進行要求，以實現責任供應鏈目標，推動供應鏈的可持續發展。

7.1 集中採購，降本提效

本集團於2015年建立了集采制度，從需求量大、通用性強、集中採購具有價格優勢的面輔料著手，逐步擴大集采品類，進一步提升採購效率、降低商品與管理成本。2018年，本集團上線了產品生命週期項目系統，以便建立起支撐拉夏品牌開發現狀和未來需求的主體業務平台。截至報告期末，本集團與182家境內供應商和15家代理商展開業務合作，具體分佈情況如下：

地區	供應商數量(家)
華南地區	21
華中地區	2
華東地區	159

地區	代理商數量(家)
東北地區	1
華北地區	5
西北地區	2
華中地區	2
華東地區	2
西南地區	3

供應鏈管理中心持續助力企劃、商品以及供應鏈建立協同快速機制，並在以往的基礎上拓展了實力比較強的供應商，豐富了產品類別，多樣化採購，品質較以往也有所提升，助力集團完善高效化供應鏈管理。

我們一直努力為合作夥伴提供良好服務平台，打造多方共贏的經營環境。為積極應對近年來實體經營市場環境的轉變，以及主動迎合當下年輕消費者的購物傾向，集團自2020年以來調整業務佈局戰略，線下拓寬合作渠道，線上賦能優質夥伴，努力擴大盈利業務優勢。為加快供應鏈管理與戰略轉型融合，集團信息部根據業務需求為線上天貓商城開發並實現了一鍵代發系統，與10多家代發供應商完成了系統對接。通過該系統供應商可使用小程序對庫存進行實時更新與管理，快速協調並及時調貨，從而實現提高供貨效率的目的。一鍵代發系統有效緩解了庫存不足的壓力並通過了「雙十一」的考驗。

7 供應鏈管理

7.2 綠色採購，線上管理

為推廣綠色環保的線上採購，本集團自2016年起開發並應用了供應鏈管理系統，通過該系統，本集團以及供應商能夠實現無紙化下單，線上採購。該系統能夠幫助供應商實時瞭解不同時間節點的需求量，有助於雙方及時調整庫存；於2018年開發了供應商結算信息化系統，實現系統自動對賬以及支付，縮短對賬及支付週期；集團供應商及採購業務自2022年起已進行全線上管理，並在採購訂單、異常協議、退貨訂單、對賬單等環節使用電子簽章。在選擇供應商時，集團設立了供應商開發的基本準則，使質量、成本、交付與服務並重，在這四者中，質量因素是最重要的，首先要確認供應商是否建立有一套穩定有效的質量保證體系，然後確認供應商是否具有持續生產所需特定產品的設備和工藝能力。其次是成本與價格，要運用價值工程的方法對所涉及的产品進行成本分析，並通過雙贏的價格談判實現成本節約。在交付方面，要確定供應商是否擁有足夠的生產能力，人力資源是否充足，有沒有擴大產能的潛力。最後也是非常重要的一點，即：供應商的售前、售後服務的紀錄。

7.3 責任採購，現場審驗

本集團專注於設計與營銷，為顧客提供的所有商品皆來自於供應商，因此於日常工作中審慎對待供應商准入和審核，以確保商品質量。為了實現供應鏈的可持續發展，本集團與供應商簽訂了《社會責任承諾函》與《反商業賄賂協議》。為保證產品質量，我們嚴格按照國標執行產品質量審核工作，並對供應商貨品進行全面抽檢。

對於不再符合本集團業務需求及標準要求的供貨商，或在審查中發現存在虛假記錄、商業賄賂、僱傭童工、非法排放污水及危險廢物等任何「零容忍項」的供貨商，本集團有權終止合作。我們也同時考慮供貨商退出帶來的供應鏈空缺和其他相關風險，制定不影響整體供應鏈的退出解決方案和風險防控措施，保證供應鏈的健康持續發展。

7 供應鏈管理

2023年，本集團及供應商聯合檢測行業領先的專業的第三方機構，共同承擔理化檢測事務。同時，本集團亦積極採取產品質量管控前置措施，從原材料抓起，在委託國際公認的第三方檢驗機構基礎上，在倉庫設置成品質量驗收關卡，以及上櫃產品外觀質量抽查等多環節把控產品質量，確保消費者購買的產品質量過關。報告期內，本集團一直按照《理化檢測規範》執行，對集團產品上市進行理化檢測，確保合格產品上櫃。

未來，我們將繼續向供貨商進行質量培訓，協助供貨商提升履責能力的同時，共同促進商品質量的提升，構築可持續供應鏈。

8 產品責任

本集團始終不忘「為美好生活設計」的品牌初心和發展理念，牢記「創造美好生活」的企業使命，嚴守質量底線，不斷創新，打造拉夏貝爾企業名片。

8.1 迎接挑戰，探索轉型

報告期內，本集團在著力提升線下渠道精細化管理水平的同時，不斷探索新的業務模式，加快打造線上渠道品牌賦能新生態。截至2023年12月31日，本集團共有217個線下經營網點，其中直營網點數量為82個、加盟／聯營零售網點數量為135個，且扶持擴容百餘家線上店鋪，進一步提升品牌能效，在新決策下與代理商實現雙贏。為了更好地管理授權商和明確授權流程，我們制定了《授權業務管理制度》，對授權客戶實地考察佔比超過80%。報告期內，本集團加強與平台、合作夥伴的溝通協商，就共同加強品牌保護達成共識，後續將通過體系化、動態化的聯手合作，建立聯動打假機制，加快打造品質動態化監管體系，謀求長期可持續的發展。

自2020年以來，集團開啟了輕資產運營模式，集團日常經營支出已有較大幅度縮減。在線下業務渠道方面，本集團進一步拓展全渠道模式，銷售經營模式更加多元化。為配合上述多項新業務模式的開展，銷售RMS系統歷經多次重大更新。我們正加速經營轉型及業務變革。除在品牌重塑、商品企劃、產品設計等方面積極變革外，集團還積極探索新的業務模式，以革新管理理念及提升運營效率為目標，從而實現由內而外的整體蛻變。2023年，拉夏貝爾通過與代理、加盟核心團隊的合作，建立共同出資、合夥經營、共享收益、共擔風險的創業平台機制，促進集團代理、聯營業務模式的大力發展，並在一定程度上實現經營結構的優化升級。同時，共建合夥人機制也可以吸引和留存對集團發展有重要影響和貢獻的核心人員，保持核心團隊穩定及經營業務的深度綁定。

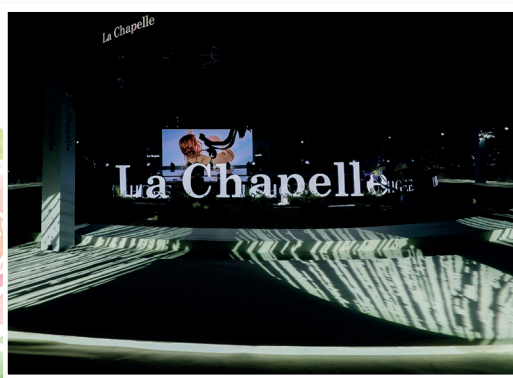
8 產品責任

案例：

煥然新生，重新起航：「煥」新生主題發佈會

5月9日晚，拉夏貝爾「煥新生」主題發佈會在上海總部隆重舉行，受邀到場的數百名社會各界人士共同欣賞了一場

精彩紛呈的新品時裝秀。借發佈會契機，集團還向大眾傳達了經歷沉浮後的重塑之路，以及重新起航、從「心」出發的信心。

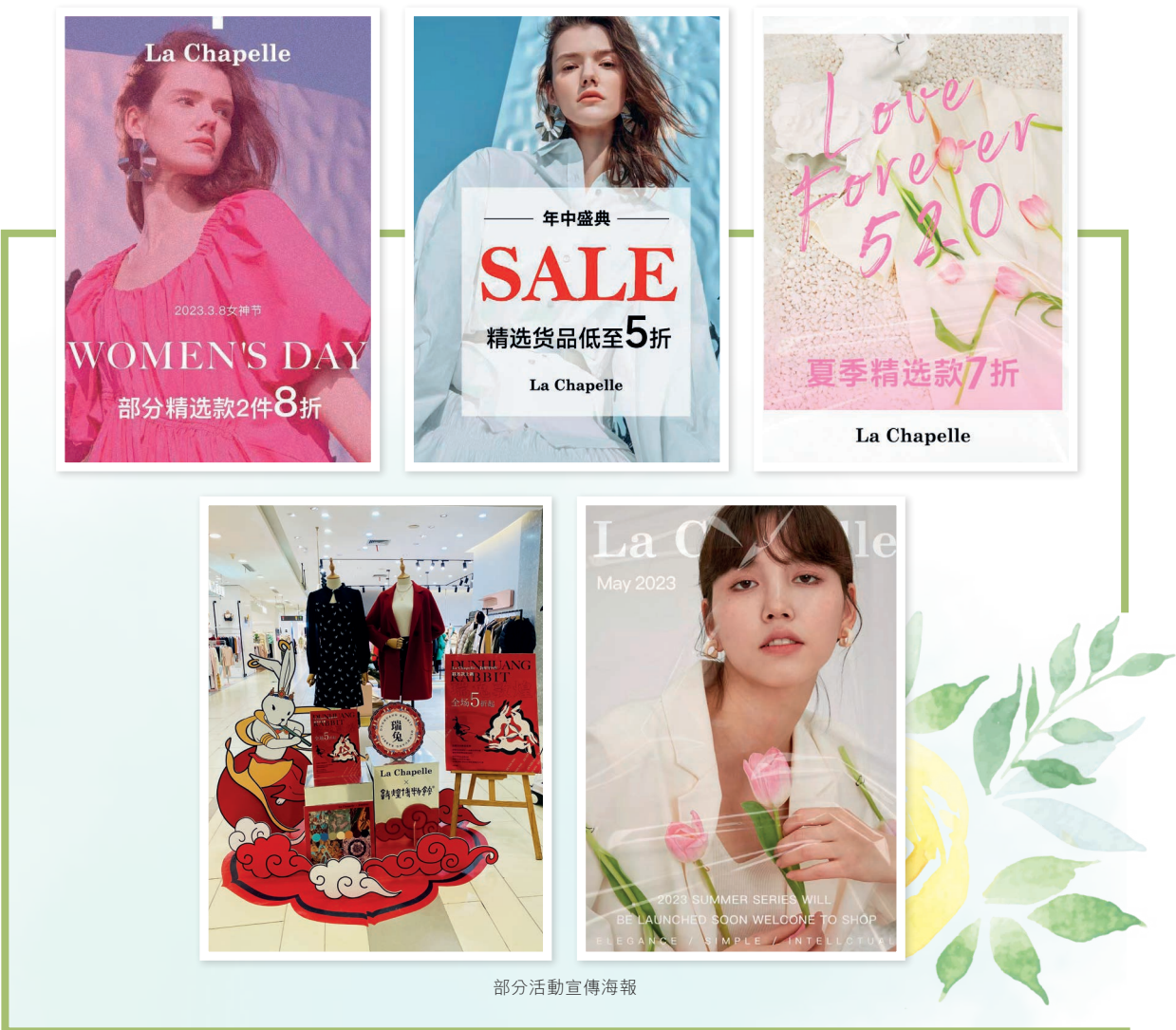


8 產品責任

8.2 開拓業務，直播創新

報告期內，集團在提升運營資金使用效率的同時，也為線上業務的渠道擴張助力。線上業務平台主要包括：天貓、淘寶、抖音、京東、拼多多、得物、愛庫存、唯品會等渠道，其中抖音授權店鋪數量佔比較高。線上直播銷售活動

主要由各大平台的代理運營店鋪組織開展。我們的線上品牌業務基本思路立足於「重塑品牌、保護品牌」，也是基於保護品牌形象、產品力考慮，現階段線上業務仍聚焦在本集團具備強把控力的女裝領域，暫時沒有大力拓展其他品類。



部分活動宣傳海報

8 產品責任

本集團正持續加強與平台、合作夥伴的溝通協商，就共同加強品牌保護達成共識，後續將通過體系化、動態化的聯手合作，建立聯動打假機制，加快打造品質動態化監管體系，謀求長期可持續的發展。

由於直播業務對網絡穩定性提出了更高的要求，信息部採取了多項應對措施：開設多條帶固定IP的高帶寬線路保障直播業務；所有核心網絡設備都採用HA模式部署，保障直播的高可用性；對直播線路和網絡設備進行監控，保障直播業務不受影響。在直播過程中，不單是網絡，視頻的推送質量也至關重要。為了滿足系統快速處理單據的需求，信息部特別提供了推流電腦、高質量相機等直播設備。這些設備不僅保證了直播的順利進行，還為低延時、高可用性的直播間工作場景提供了強大的支持。針對線上授權商的直播商標，線下代理的商品陳列都會由統一標準進行管理，並且就規範營銷進行培訓。

8.3 品質時尚，融入環保

本集團致力於為顧客提供高質量的產品。為了保證產品質量，從採購環節開始，我們就禁止採購含有毒和有害物質的產品，確保在對外銷售的產品全部符合國家相關質量標準GB 18401-2010《國家紡織產品基本安全技術規範》的規定。產品檢定按照國家規定的品類產品標準以及集團制定的「服飾外觀檢驗標準」執行，具體措施包括：每款貨品送專業第三方機構進行內在質量檢測，檢測合格後方可批量生產，需供應商提供檢測報告；每款貨品生產尾期安排QC進廠尾檢，抽檢合格後方可進倉。貨品的抽檢頻率為每月抽檢3-5款並對其理化和外觀進行驗證。

為保證產品質量，線下所有店鋪(含直營和代理店鋪)均需進行驗貨，驗貨合格後方可進倉。驗貨以國家標準為質量標準，一次驗貨合格可直接進倉，不必進行二次驗貨；不合格經返修後申請二次驗貨，驗貨合格後方可進倉。2023年度，本集團並無因安全與健康理由而須收回的產品，且一次驗貨和二次驗貨的合格率均較以往年度有所提升。

8 產品責任

在實際產品形成的各個環節，本集團充分融入環保思想，如提升上游面料工廠的環保要求嚴格度，使用環保型染料(如環保型分散染料、環保型活性染料、環保型還原染料)，要求對人體無害，對環境無害，不含偶氮不含鉛等。在選用物料上，我們也會從環保角度考慮，在產品開發前期的企劃階段減少皮草及毛領的使用比例。在商品吊牌上，我們在確保信息充分標識的基礎上，合理規劃減少吊牌數量，從而節約用紙。在電商物流環節，我們精心選擇包裝物，減少快遞二次包裝，有力推動了供應鏈可持續發展，也向消費者宣導了ESG理念。

款式開發過程中，我們通過對打樣進行控制，避免多次打樣，來減少資源使用和能源使用。近年來，打樣週期變短，對打樣成功率要求更高，我們一方面提升開發款的精準度，減少無效款的開發和打樣；另一方面，通過開發具有企劃設計能力的供應商，亦有效降低了打樣的比例。除此之外，拉夏貝爾定位於大眾時尚，即服裝在滿足了基本功能之外，還兼具有美學意義。本集團設計團隊時刻關注時尚動向、及時分析銷售反饋，巧妙構思出了一件件精美優雅的服裝，針對消費者喜好進行產品設計，滿足消費者的廣泛需求。例如女裝品牌USHGEE在品牌理念上就是注重環保，開設自然共生的品牌風格，因此在產品材質上會優先選用天然可再生材質的纖維，並倡導養護方法等減少對環境的影響。

8.4 善用數據，高效決策

為解決服裝類產品追單週期長的問題，集團以部分品牌為試點，通過整合銷售、庫存等多維數據，使用新型智能預測模型對市場實時需求進行跟蹤與判斷。該模型可以實現對產品上櫃初期的銷售情況進行暢、滯銷快速鑒別，精準挑選需要追單的商品，相較於以往分析工具完成同類工作所需時間平均縮短1-2周，為快速準確應對市場反應提供了數據決策基礎。我們也會通過培訓和文件的形式為自有員工以及線下代理商和線上授權商進行同步信息的分享與指導，為利益相關方的經營與發展進行賦能。

為解決商品和門店之間店貨匹配的問題，集團對門店採取分級、分類的門店管理體系制度，綜合考慮門店銷售量、銷售週期、供貨量等一系列影響因素，最佳匹配商品和門店供應關係，為目標客戶提供最合適的商品選擇，最大化提升門店銷貨率，減少滯銷商品積壓的情況。

2023年，我們在渠道端進一步規範了代理加盟業務的運作，系統上將原先管理較複雜、特例情況較多的原代理流程調整成按保證金機制控制配貨、發貨和對賬邏輯。清晰的管理邏輯簡化了系統的流程，提高了工作效率；在直播業務、私域小程序商城和天貓商城上，集團引入授權商鋪貨、代發供應商，信息部基於新的OMS系統，設計了一鍵代發、滾動對賬入賬的流程，在貨品流轉複雜度提高的情況下，保障了新零售相關業務的穩定運行。

8 產品責任

8.5 溫馨服務，賦能夥伴

截至報告期末，我們的線下門店(含代理和直營)基本未收到投訴，若有客戶反饋，基本可以做到當場解決；對線上授權業務，如有消費者投訴，我們明確告知在遇到問題時，應當聯繫相應的商家進行解決。報告期內，我們自營渠道未收到來自線上客戶的任何投訴。

為了加強線上平台的規範管理，我們在授權商引入流程中制定了一系列考核制度，並通過抽查、暗訪、舉報等方式對已有授權商進行監管控制。我們要求所有授權商所提供的產品都必須出示符合國家質檢標準及本集團的質檢標準的第三方質檢報告。自2021年開始我們要求授權商戶每月15日前向集團提供平台上架的所有貨款信息，以確保我們對其銷售貨品能夠進行及時把控。對於已有授權商，一旦該商戶被集團確認為不良商戶，如出現造假、不接受集團統一監管、擾亂線上授權體系(例如惡意低價競爭)、有損集團聲譽行為、非法倒賣吊牌等行為，即刻中止合作並追究相應責任。

為進一步提升線上銷售質量，自2021年底開始，集團針對線上商家開啟了新一輪的復盤，對發貨不及時、產品質量差、售後服務差、有損集團名譽的線上授權店鋪進行關店處理。報告期內，我們共終止代理商3家。

集團日常線下代理商服務維護主要通過郵件進行，會日常處理線下代理商產品返修以及提供數據資料輔助線下代理商貨品售賣等，通過不斷完善線下代理銷售的經營模式，維護與代理商的友好合作關係。截至報告期末，集團尚未接收過線下代理商投訴。

8.6 多管齊下，保障隱私

我們高度重視客戶信息安全，嚴格遵守《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》等相關法律法規。對於內部信息管控，我們要求集團的交易數據均保留在內部獨有機房中，並設置網絡防火牆和其他相關數據安全機制，在未經客戶允許的情況下絕不將客戶資料提供給第三方。本集團建立了嚴格的數據使用分級和權限制度，需要相應職責和權限才能接觸數據，保證不相關的員工無法接觸到隱私信息。所有員工在入職時，均簽署《員工保密協議》，該協議明確了員工對集團業務信息、財務資料等相關數據的保密義務，以保護集團的核心機密。我們每半年對員工進行客戶隱私保護的教育和培訓，讓其瞭解到隱私保護的重要性，提升其對客戶隱私保護的意識。

對於代理及經銷商，我們在與商戶簽署的合同條款中明確規定了保密協議條款，並通過加強對天貓、京東等網店的網絡安全保護以保證顧客信息安全。除此之外，為提高集團數據安全保障能力水平，延用自2021年發佈的《數據安全及客戶隱私保護制度》，進一步落實消費者的個人信息保護的管理要求。

8 產品責任

為增加消費者粘性從而更好地服務消費者，拉夏貝爾有會員體系、天貓粉絲、私域流量裡的客戶維護等。我們力求做到對個人信息保護和使用數據賦能運營並重，在盡可能減少對消費者個人信息收集的同時，對特定行為標籤化，並基於標籤數據開展運營分析。集團的消費者數據基於微信公眾號上的小程序收集並留存到企業微信裡，保存以無意義的編號形式存在。消費者暱稱等隱私信息經過脫敏後才會存儲到企業數據庫，且並未開放前台導出的功能。集團採取多種手段，以確保消費者隱私得到嚴格保護，從而杜絕了隱私洩露事件的發生。報告期內，集團未發生個人隱私洩露事件。

8.7 嚴厲打假，合規管理

集團深知創新對於時尚的重要性，嚴格遵守《中華人民共和國知識產權保護法》《中華人民共和國著作權法》、《中華人民共和國商標法》和《中華人民共和國專利法》，高度重視和保護旗下品牌的知識產權、專利等創新成果，我們通過品牌部門以及授權業務和法務進行聯動保護，同時尊重他人的創新成果，並遵守行業標準和規範。本集團鼓勵創新，歡迎創意人才加盟，每年在設計創新和面料創新上投入大量資源，不斷加強自主設計、研發創新的能力。

本集團密切關注市場上(尤其是電商平台)的拉夏貝爾產品，並定期與銷售渠道、供應商進行比對，對異常情況進行調查。集團上架貨品標牌全部由集團統一進行把控，並通過抽檢、巡檢、售後等方式持續提升線上產品的規範化程度。自2022年起，本集團使用了新防偽技術系統，方便消費者驗證貨品真偽，產品吊牌由集團統一編碼，產品附有集團編製的防偽二維碼，消費者購買商品後可直接微信掃碼驗證真偽，方便快捷。截至報告期末，該系統已有近千次的終端查詢，為內部打假和外部消費者識別正品提供了有效幫助。此外，我們根據大數據分析以及不定期巡查，將發現的線索及時呈報公安系統，配合打假執法，維護了拉夏貝爾的品牌聲譽，也保護了消費者避免受到誤導或欺騙。

2023年，我們針對所有涉及的業務部門進行了知識產權培訓，以確保他們具備相應的合規意識和風險防範能力。培訓活動為非定期舉行，主要根據實際需要和業務發展狀況靈活安排。培訓的內容主要聚焦於廣告合規和防止產品侵權兩大方面，以確保集團在商業運營中嚴格遵守相關法律法規，避免因侵權行為而引發不必要的法律糾紛和經濟損失。通過這些培訓，我們不僅提高了員工的知識產權保護意識，還加強了集團在知識產權領域的風險防範能力，為可持續發展奠定了堅實的基礎。

9 社區投資

積極承擔社會責任、回饋社會是企業發展過程中義不容辭的責任。本集團一直積極參與社會公益事業，在謀求發展的同時，不忘回饋社會，熱心參與公益活動，為建設美好和諧社會奉獻綿薄之力。

9.1 賦能產業，促進招商

報告期內，本集團總部所處的辦公園區設立了一個名為「蓮花盛開——雲中投資會客廳」的公開展區。該展區不僅配備了專業的展覽員，還精心設計了一系列展示內容，旨在通過城市會客匯合廳的形式，為政府提供全面而有力的支持。通過這樣的交流與合作，我們將與政府攜手共進，共同推動城市的繁榮與發展。



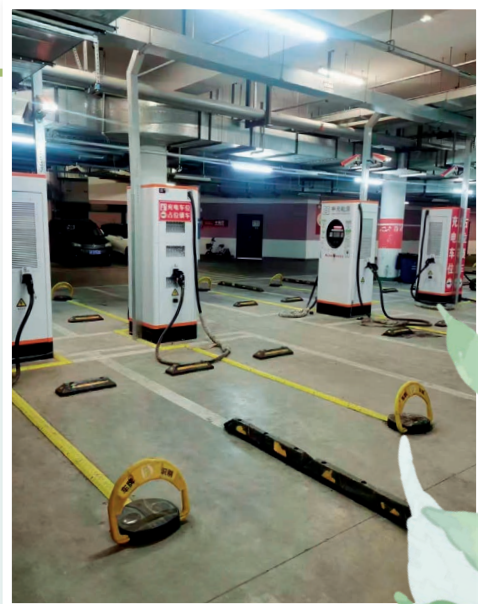
雲中投資會客廳現場

9 社區投資

近年來，國內連續出台了多項政策和措施，推動新能源汽車的研發和使用，隨著新能源電動汽車的不斷普及，電動汽車的數量也隨之不斷增加。因此，集團合理佈局規劃，設立新能源車位，既便利了使用新能源汽車的員工，也面向社會開放，為新能源車主的充電創造了條件。

9.2 同舟共濟，公益有我

拉夏貝爾始終密切關注社區需要，承擔企業的社會責任。本集團重視獻血活動，並積極鼓勵員工參與其中。我們深知獻血不僅是一項社會公益活動，更是對生命的尊重與關愛。我們鼓勵員工在身體狀況允許的情況下，積極參與獻血活動，為社會貢獻自己的一份力量。集團將給予獻血員工適當的休假，以便他們充分休息，保障身體健康。同時，我們還將為獻血員工提供一定的補貼，以表達對他們無私奉獻的感激之情。我們傳遞關愛與溫暖，讓更多人感受到社會的溫暖與關懷，共同為社會的發展和進步貢獻力量。



新能源車位

10 環境保護

本集團把「綠色地球是我們生活的目標，拉夏貝爾支持世界環保」作為長期堅持的理念，把環保作為集團的核心價值觀之一，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，並通過建立健全環境管理制度，以及在經營活動中實踐綠色發展、低碳發展、循環發展的理念，達成「創造美好生活」的願景。2023年，本集團未發生違反環境方面法律法規的事件。

我們主要的環保理念包括：

- 使用可再生材料製成的包裝材料；
- 在經營和辦公場所採用節能設備；
- 鼓勵員工在日常工作中節約資源；
- 將環保構思融入服裝設計與製造；
- 將節能理念融入場所規劃與建造。

10.1 資源使用與排放物

本集團在中國大陸擁有線下門店，多個物流倉儲中心及總部辦公區域，每時每刻都在耗用能源。我們深知一個良好的生態環境對於企業長久發展的重要意義，因此一直秉持環保辦公，節能經營的發展理念，努力減少環境污染、加強廢物管理及包裝材料的控制，減小自身以及整條價值鏈的環境足跡。

10.1.1 節能減排，綠色辦公

對於集團總部，我們一直致力於優化辦公能源使用，推廣及探索可持續發展的辦公方式。自2020年以來，我們主動尋求專業第三方對總部園區的用電系統進行節能改造，並結合實際運營情況，合理規劃項目進展安排，在不影響園區內客戶正常工作的前提下完成節能改造工作，並最終實現我們與供應商、使用方之間共同利益。

在集團總部所在的寫字樓中，我們通過合理管控中央空調的使用以達到綠色辦公的環保目標。我們將工作日中央空調的使用時間(工作日上班時間)和使用溫度(夏季超過28攝氏度，冬季低於10攝氏度方可使用)進行適當管理。除此之外，我們亦在部分辦公室中設置了VRV獨立空調系統，節約能源和成本，可滿足員工在特殊情形下的正常使用。同時，我們一直提倡員工高效工作，鼓勵員工在工作時間內完成本職工作任務，通過一系列文化倡導與合理舉措以在可行範圍內減少不必要的能源消耗。

在辦公用紙方面，為了持續推動無紙化辦公環境，集團實行辦公用紙領用登記制度，透過辦公用紙的申領登記管制和回收紙的有效利用，有效降低了辦公用紙的請購需求。

10 環境保護

對於線下門店，儘管我們對位於百貨商場內的經營網點所採用的設備和用電方式的影響有限，但我們仍然盡己所能節約用電，均使用LED燈具，且已達成100%門店覆蓋。2023年，本集團在店鋪裝修及翻新中，採用環保乳膠漆，減少刷漆對人健康的影響；貨架等多採用不銹鋼材質，減少對天然資源的使用並便於重複利用。報告期內，選擇更加環保的材料，我們努力減少裝修過程中對環境的影響，同時為消費者提供一個更加健康、安全的購物環境。

另外，本集團在線下店鋪的節慶裝飾上多採用輕量化的材料，並通過前瞻性的視覺設計考慮，增加可重複利用的情景，以達到材料循環使用的目的。

我們積極履行上海對於垃圾分類的要求，對員工進行環保意識、社會責任心的宣傳與培訓。根據《上海市生活垃圾管理條例》，結合實際垃圾產生及處理情況，本集團特制定《垃圾分類管理制度》，督促各部門要求所屬員工嚴格執行垃圾分類標準，提高垃圾分類意識，規範統一，共創整潔的辦公環境和美好的生活家園。我們在園區辦公樓內設有垃圾房，並按規定時間進行檢查，監督垃圾分類情況。對於廚餘垃圾，我們對員工積極宣揚光盤行動，以從源頭減少廚餘垃圾產生。



食堂宣傳標語

10 環境保護

關鍵績效

耗電量

類別	單位	2023 年	2022 年
電(註 1)	千瓦時	1,055,695.00	3,763,051.47

燃料能源消耗量

類別	單位	2023 年	2022 年
天然氣(註 1)	立方米	19,878.00	100,131.00
汽油	噸	12.43	7.95

註1：耗電量和天然氣使用量大幅減少均是因為集團不再承擔總部大樓公共部分設施的能耗。

無害廢棄物

由於我們的業務不涉及直接生產，因此集團運營所產生的廢棄物均為無害廢棄物。集團總部辦公園區內產生的無害廢棄物主要為辦公垃圾和廚餘垃圾，均由物業統一收集處理。2023年，集團總部園區辦公大樓群共計分類垃圾4,386桶(2022年：3,196桶)，其中，分類干垃圾4,071桶(2022年：2,860桶)，濕垃圾315桶(2022年：336桶)。本集團所有生活垃圾嚴格按照垃圾分類標準執行，通過對廣大員工日常的宣導，張貼宣傳手冊，張貼垃圾分類標示，及物業人員的垃圾分類參與，使垃圾分類工作在2023年度圓滿有效的落實執行，未發生因未分類及隨意處置導致的環境安全事件。

10.1.2 科學佈局，循環用水

水是生命之源，我們深知淡水資源的可貴，採取了多種舉措加強集團內部對水資源的利用，包括在辦公大樓的用水設施旁張貼宣傳標語，加強員工的節水意識；我們在工程項目上均使用節水龍頭，辦公樓水龍頭自2020年至今陸續改為感應式水龍頭。此外，我們對於用水量 and 管網情況均進行合理控制，並安排專人負責給水管網的保養，並安排物業人員每天記錄水表用量並觀察是否有異動產生，以及時排查是否有漏水情況杜絕「跑、冒、滴、漏」現象。

我們的用水來源主要取自市政用水，在求取水源上無任何問題。本集團總部辦公園區設有雨水收集系統，除夏季高溫情況外，收集的雨水均可滿足園區內的日常綠化維護和澆灌需求。污水排放方面，總部園區和物流園區均只有日常生活污水產生，並統一接入城市污水管網進行統一處理。

10 環境保護

水資源消耗量

2023年，集團總部已制定人均用水量不超過40L/天的節水目標，截至2023年12月底，該指標已達成。

類別	單位	2023年	2022年
耗水量	立方米	9,755.00	57,442.43

10.1.3 包裝材料，力求環保

無論線上銷售還是終端零售，為確保我們的商品到達消費者手中時的良好狀態，我們均為商品配套了良好的包裝，因此包裝材料領域亦是我們可持續發展的重點關注領域。

本集團的包裝材料主要在物流環節和零售環節耗用。集團在供應鏈各個流程中均設置回收功能，實現包裝材料的回收再利用，減少資源浪費。

在物流環節，集團提倡在能有效保護商品的前提下盡量節約包材，避免過度包裝。現階段，本集團將注意力更多地集中在能夠有效管理的包材使用上，如循環使用部分紙箱，將無法循環使用的紙箱交予有資質的廢品回收機構等。

在零售環節，又分為線上銷售和門店銷售：對於線上銷售，本集團包裝的耗用主要是塑料包裝袋，2015年10月後的新品已全部採用PE(聚乙烯)材料包裝袋；對於門店銷售，主要的包裝材料是購物紙袋，本集團提供的購物紙袋系環保可回收的原料(二次紙)製成，可以循環使用或回收。我們對包裝袋實行集中採購、分店配送，以確保流程的可控及可追溯性。我們優化了成衣吊牌設置，在滿足面料洗護信息充分溝通的基礎上，從原先每件衣服3-4張吊牌紙精簡到1-2張吊牌紙/件。

本集團通過加強終端門店對於包裝紙袋的管理，根據顧客的購買小票數配置包裝紙袋數量，減少包裝紙袋使用數量；此外，本集團還加強終端門店PE塑料袋的二次利用，產品到店拆包後，所有可再次利用的PE塑料袋全部整理歸類管理，退貨時再次用於包裝；在進行包裝時，我們善加利用包裝物內空間，按需使用。

包裝材料消耗量

類別	單位	2023 年	2022 年
包裝紙袋	個	191,168	131,300
PE 包裝袋	個	250,000	450,000

10.2 積極應對氣候變化

我們深知當前熱議的氣候變化話題是一個對全球性的宏觀存在的問題，因此我們參考氣候相關財務風險披露(TCFD)框架，對所面臨的環境、社會及氣候相關風險進行風險識別，並評估其對我們經營、戰略與財務表現的現實及潛在影響。

管治

本集團設立三級ESG治理架構，董事會負責制定集團可持續發展戰略，確定集團可持續發展目標，以及負責ESG相關事宜的監管，並對本集團應對氣候變化的年度表現、目標實現進度進行檢討，確保氣候相關風險管理工作推進的有效性。

策略

拉夏貝爾深知氣候變化會產生洪水、極端天氣或氣溫上升等實體風險，亦可能帶來由市場、監管、政策等變化而引起的轉型風險等。因此我們從自身業務類型及集團運營出發，並結合國家政策、行業趨勢及利益相關方關注等角度進行風險識別分析，並研究相關應對策略，以減少氣候變化對本集團業務、財務的不利影響。

10 環境保護

風險類別		氣候相關風險	應對措施
實體風險	急性	重大極端天氣災害事件極易給人員通勤的安全、供應鏈的穩定和物流運輸的效率增加不利因素。	建立自然災害應急預案，定期進行災害評估，並制定應急預案。
	慢性	較為長期的氣候模式轉變，例如氣溫與降雨量的逐漸變化，海平面上升等。	
轉型風險	政策和法律	隨著政策的完善和出台，監管部門必將採取愈加嚴格的溫室氣體限排措施，並強化溫室氣體排放披露要求。	緊貼最新政策趨勢及發展，以於需要時制定相應計劃及行動。
	技術	在引入新的技術或設備來適應氣候變化時，可能會面臨技術不成熟、設備故障或維護成本過高等問題。	加大技術研發投入，建立更加靈活可靠的供應鏈，與技術供應商建立長期合作關係，以便應對氣候變化帶來的影響。
	市場	隨著政策和市場的引導，以及低碳環保意識的逐步提升，市場可能會轉向購買更環保綠色的產品或更具科技感的產品，使本集團在銷售方面受到影響。	制定相關採購政策，減少對於相關資源的消耗以減少相關資源的採購。
	聲譽	隨著各利益相關方對應對氣候變化相關問題關注度的持續提高，若本集團未能滿足利益相關方期待或出現與此相關違法違規行為，可能會造成聲譽損害。	持續關注利益相關方的期待，積極回應與開展應對氣候變化的相關活動。

10 環境保護

氣候因素是服裝生產中的一個複雜影響因子，如果能夠使用氣候變成預測工具，能夠指導我們在生產服裝品類和厚度上對相應的調整，這樣就會使得我們的服裝更迎合氣候變化，從而能夠在生產環節減少不應季產品的生產，在銷售環節提高產品的售賣。我們在銷售結果考核指標中也會對相關崗位制定售罄率考核目標，即對產品應季度有一定的要求，只有供應的產品應季度高，才能夠在產品上櫃後快速消化，從而減少庫存積壓和避免過多投入資源的浪費。對此，我們在線下銷售渠道將直營、代理和加盟多種業務模式相結合，併合理規劃供應商所在區域的多樣性，

以降低因集中採購而產生的薄弱環節易受極端天氣影響的風險。我們已通過定期培訓等方式建立了在城市場景下的極端天氣或重大突發事件的應急預案，我們的門店員工均積極參與所在購物中心或百貨商場各類應急演練。我們亦積極發展線上銷售渠道，將直播等符合現代年輕人購物習慣的消費模式作為我們新的發展領域，消費者足不出戶即可購買到我們的服飾。就慢性實體風險和轉型風險而言，我們暫未發現對業務的重大影響，但我們仍會密切關注政策法規、技術創新、消費者偏好等的變化，並積極準備，以應對氣候變化這一全人類的課題。

溫室氣體排放

類別	單位	2023年	2022年
範圍一 ² ：直接排放	噸二氧化碳當量	80.88	243.22
範圍二 ³ ：間接排放		602.06	2,689.25
合計		682.94	2,932.47

10.3 環境及天然資源

本集團盡自己的一份力量保護地球。我們恪守於業務中有效地使用資源、減少產生廢棄物及減少溫室氣體排放的承諾，不斷完善環境管理體系，優化環境管理措施。在優選環保面料的同時，我們亦注重自身運營對自然環境所產生的影響，推廣綠色環保措施和意識，為更好地保護地球貢獻力量。

² 由於總部大樓和部分倉庫已不再納入集團合併報表範圍，因此天然氣使用量降幅較大，導致範圍一溫室氣體排放和2022年相比差距較大。

³ 由於總部大樓已不再納入集團合併報表範圍，故2023年電力數據只涵蓋集團租賃部分，不包含公區分攤，導致範圍二溫室氣體排放大幅下降。

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引		
層面	內容	章節	頁碼	
A：環境				
A1：排放物	<p>一般披露：</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p> <p>註： 廢氣排放包括氮氧化物、硫氧化物及其他受國家法律及規例規管的污染物。溫室氣體包括二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟化碳及六氟化硫。有害廢棄物指國家規例所界定。</p>	10.1	38-40	
	關鍵績效指標A1.1		排放物種類及相關排放數據。	40
	關鍵績效指標A1.2		直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）	44
	關鍵績效指標A1.3		所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	註1
	關鍵績效指標A1.4		所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	40
	關鍵績效指標A1.5		描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	38-41
	關鍵績效指標A1.6		描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	40

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引	
層面	內容	章節	頁碼
A2：資源使用	<p>一般披露</p> <p>有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策。 註：資源可用於生產、存儲、運輸、樓宇、電子設備等。</p>	10.1	38-40
	<p>關鍵績效指標A2.1</p> <p>按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。</p>		40
	<p>關鍵績效指標A2.2</p> <p>總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。</p>		41
	<p>關鍵績效指標A2.3</p> <p>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。</p>		38-40
	<p>關鍵績效指標A2.4</p> <p>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。</p>		40-41
	<p>關鍵績效指標A2.5</p> <p>製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量。</p>		42
A3：環境及天然資源	<p>一般披露</p> <p>減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p>	10.3	44
	<p>關鍵績效指標A3.1</p> <p>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。</p>		44
A4：氣候變化	<p>一般披露</p> <p>識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。</p>	10.2	42-44
	<p>關鍵績效指標A4.1</p> <p>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。</p>		42-44

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			索引	
層面	內容		章節	頁碼
B：社會				
B1：僱傭	一般披露 有關薪酬及解僱、招聘及晉陞、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。		5.1	11-14
	關鍵績效指標B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。		11-12
	關鍵績效指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。		註2
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。		5.2	20-21
	關鍵績效指標B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。		21
	關鍵績效指標B2.2	因工傷損失工作日數。		21
	關鍵績效指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法。		20-21

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			索引	
層面	內容		章節	頁碼
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。 註：培訓指職業培訓，可包括由僱主付費的內外部課程。		5.3	21-22
	關鍵績效指標B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比。		註2
	關鍵績效指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。		24
B4：勞工準則	一般披露 有關防止童工或強制勞工的： <ul style="list-style-type: none"> (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。 		5.4	23
	關鍵績效指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。		23-24
	關鍵績效指標B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		23-24
B5：供應鏈管理	一般披露 管理供應鏈環境及社會風險的政策。		7	26-28
	關鍵績效指標B5.1	按地區劃分的供貨商數目。		26
	關鍵績效指標B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法。		26-28
	關鍵績效指標B5.3	描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。		27-28
	關鍵績效指標B5.4	描述在揀選供貨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。		27-28

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標		索引	
層面	內容	章節	頁碼
B6：產品責任	<p>一般披露</p> <p>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：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	8	29-35
	<p>關鍵績效指標B6.1</p> <p>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。</p>		不適用
	<p>關鍵績效指標B6.2</p> <p>接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。</p>		34
	<p>關鍵績效指標B6.3</p> <p>描述與維護及保障知識產權有關的慣例。</p>		35
	<p>關鍵績效指標B6.4</p> <p>描述質量檢定過程及產品回收程序。</p>		32-33
	<p>關鍵績效指標B6.5</p> <p>描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法。</p>		34-35
B7：反貪污	<p>一般披露</p> <p>有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：</p> <p>(a) 政策；及</p> <p>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。</p>	6	24-25
	<p>關鍵績效指標B7.1</p> <p>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。</p>		25
	<p>關鍵績效指標B7.2</p> <p>描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。</p>		24-25
	<p>關鍵績效指標B7.3</p> <p>描述向董事及員工提供的反貪污培訓。</p>		24

附錄：ESG指標索引表

主要範疇、層面、一般披露及關鍵績效指標			索引	
層面	內容		章節	頁碼
B8：社區投資	一般披露 有關以社區參與來瞭解發行人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。		9	36-37
	關鍵績效指標B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。		36-37
	關鍵績效指標B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。		36-37

註1：本集團的經營不涉及有害廢棄物的產生。

註2：因本集團近年業務調整幅度較大，該關鍵績效指標暫不披露。