



# 目錄

|                |    |             |    |               |    |
|----------------|----|-------------|----|---------------|----|
| 關於本報告          | 2  | 3. 提升顧客體驗   | 33 | 5. 踐行社會公益     | 55 |
| 主席寄語           | 3  | 3.1 創新體驗    | 34 | 附錄            | 69 |
| 2024年可持續發展表現亮點 | 4  | 3.2 產品與服務責任 | 38 | 獎項與榮譽、外部倡議與身份 | 69 |
| 新世界百貨簡介        | 9  | 3.3 價值鏈共建   | 42 | 關鍵績效指標        | 72 |
| 1. 穩健企業治理      | 12 | 4. 建設人才梯隊   | 44 | 聯交所指標索引       | 81 |
| 1.1 合規治理及風險管理  | 13 | 4.1 合規僱傭    | 45 | GRI指標索引       | 86 |
| 1.2 ESG願景及治理   | 15 | 4.2 員工權益保障  | 45 | 驗證聲明          | 93 |
| 1.3 商業道德       | 21 | 4.3 人才培訓與發展 | 50 |               |    |
| 2. 堅持綠色發展      | 23 | 4.4 職業健康與安全 | 52 |               |    |
| 2.1 綠色管理       | 24 |             |    |               |    |
| 2.2 應對氣候變化     | 25 |             |    |               |    |
| 2.3 降低環境影響     | 29 |             |    |               |    |

## 報告概述

我們發佈了新世界百貨中國有限公司(以下簡稱「新世界百貨」、「本集團」或「我們」)的《可持續發展報告2024》(以下簡稱「本報告」)。該報告全面解釋了新世界百貨中國有限公司及其附屬公司在2023年7月1日至2024年6月30日(「2024財年」或「本年度」)針對環境、社會和治理(「ESG」)問題的政策、措施和表現。

## 報告範圍

除非另有說明，本報告範圍涵蓋本集團在中國內地的零售業務，以及其設於香港和上海的辦事處。可持續發展表現的數據涵蓋本集團的主要業務活動，包括旗下22家百貨中心和購物中心，以及兩個企業辦事處。時間範圍涵蓋2023年7月1日至2024年6月30日期間(以下簡稱「報告期」)。

## 報告原則

本報告參照《全球報告倡議組織可持續發展報告標準》(「GRI準則」)2021年版，以及《香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)證券上市規則》附錄C2的《環境、社會及管治報告指引》(「ESG報告指引」)的要求編製。按照「香港聯交所」的要求，我們每年發佈ESG報告，並遵守以下原則：

**重要性：**通過重要性評估確定關鍵的ESG問題，並在可持續發展報告中披露相關信息。

**量化：**披露計算關鍵績效指標所使用的標準、方法、假設和轉換因子的信息。

**平衡：**本報告不偏不倚地呈報發行人的表現。

**一致性：**本報告中披露ESG信息所使用的方法與《可持續發展報告2023》中使用的方法一致，報告範圍無重大變更。如有特殊情況，已在本報告中特別解釋說明。

## 獨立驗證

為確保本報告的可靠性和可信度，我們委託了通標標準技術服務有限公司，依據審驗準則AA1000，對本報告進行獨立的中度審驗，確保其全面滿足ESG報告指引和GRI準則的要求。獨立驗證的詳情請參閱「驗證聲明」章節。

## 更多信息

本報告僅以電子形式發佈，以減低對環境造成的影響。如欲獲取更多補充資訊，請參閱年報2024或瀏覽下列本集團公司網站的「企業可持續發展」部分。

本公司網站：<https://www.nwds.com.hk/tc/>

本公司網站的「企業可持續發展」部分：<https://www.nwds.com.hk/tc/develop1>

歡迎閣下就本報告內容和其他與可持續發展有關事宜提出意見。請以電郵方式與本集團聯繫：[shmocad@nwds.com.cn](mailto:shmocad@nwds.com.cn)。



在全球經濟形勢錯綜複雜、充滿不確定性的今天，我們正站在關鍵的十字路口，面臨著一系列全新的挑戰。國際政治經濟格局的變動、貿易摩擦的加劇以及疫情後的衝擊，都對零售行業造成了深遠的影響。如何在動蕩中保持穩定，在變革中尋求突破，已成為我們必須面對的重要課題。在這樣的大背景下，新世界百貨作為中國內地的零售旗艦，必須審時度勢，積極應對，以穩健的步伐在變革中尋求新的發展機遇。

新世界百貨始終堅持「創新、前瞻、高效，構建都市時尚生活新典範」的使命。我們的企業發展戰略與「新世界2030可持續發展願景」（「2030願景」）緊密結合，致力於實現環保、健康、智能及關愛四大支柱目標。

在提升客戶體驗方面，新世界百貨不斷推陳出新，致力於提供更加個性化和高質量的服務。我們通過數字化升級，如會員體系的融合與創新，為顧客帶來了更加便捷的積分體驗和個性化服務。「小新V卡」等針對性的會員計劃，不僅增強了兒童會員的歸屬感，也豐富了家庭親子時光。此外，我們利用新媒體平台開

展的「瘋狂星期四」和「會員日」等直播活動，以及「總經理直播間」等現場直播購物體驗，極大地豐富了顧客的互動和購物樂趣。這些創新舉措，不僅提升了顧客的購物體驗，也加深了我們與顧客之間的情感連接。

在綠色發展方面，新世界百貨實施了一系列有效措施，包括節能減排、綠色管理流程的建立以積極應對氣候變化風險。我們通過科學的管理資源消耗和排放，減少了經營活動對環境的影響，為消費者提供了更加綠色與環保的購物體驗。例如，我們所有門店均開展一般垃圾和餐廚垃圾的分類工作。另外，我們已實現41%的用紙辦公項目的無紙化。

新世界百貨深知人才是企業發展的核心動力。我們通過建立公平的薪酬體系和全面的福利政策，為員工提供了一個穩定而富有吸引力的職業發展平台。在培訓與發展方面，我們實施了多元化的培訓計劃和人才梯隊培育項目，旨在不斷提升員工的專業技能和管理能力。此外，我們還推行了靈活的工作制度和關愛假期，以適應員工多樣化的工作生活需求，確保了員工的高滿意度和忠誠度，為企業的長遠發展奠定了堅實的人才基礎。

新世界百貨始終秉承著回饋社會的企業精神，積極投身於社會公益活動。我們通過組織和參與多樣化公益活動，如舊衣捐贈、以愛之名兒童福利院支援等，展現了企業對社會責任的承擔和對社區發展的支援。

展望未來，新世界百貨將繼續深化ESG戰略，加強與各利益相關方的溝通與合作，不斷提升企業的社會價值和環境責任。我們堅信，通過不懈努力，新世界百貨將能夠在可持續發展的道路上走得更遠，為社會創造更多的價值。在此，我對所有支持和信任新世界百貨的同仁們、合作夥伴以及廣大消費者表示衷心的感謝。讓我們攜手共進，迎接更加美好的明天。

張輝熱先生

主席

中國香港，2024年10月

2024年可持續發展表現亮點

# 環境

## 環境

我們**100%**的門店均開展一般垃圾和餐廚垃圾的分類工作

使用線上OA流程進行各項事務的審批和流轉，實現**41%**的用紙辦公項目的無紙化，大大減少了紙張使用

共有**兩家**門店不再使用自有車輛，鼓勵公務出行時使用公共交通工具，從而減少直接能源消耗

蘭州店及鄭州店開展應對各類型極端天氣的應急演習，提升應對極端天氣的能力

上海淮海店及北京崇文店組織綠色騎行活動，呼籲低碳出行，堅持可持續發展生活理念



公司延續「香港綠色機構」證書以及「綠色辦公室10+」及「健康工作間」標誌



2024年可持續發展表現亮點

# 社會

## 社會

開展多元化新媒體直播活動，以提供給客戶全新的購物體驗



女性對男性員工的基本薪資與薪酬的比例為**1.03:1**

培訓總時數**35,518**小時

沒有任何員工死亡事故發生

員工義工服務總時數達**700.5**小時

會員體系升級，推出全國首創的兒童會員體系



2024年可持續發展表現亮點

開展員工關愛活動總數**268次**



開展「三十而立」主題活動，包含員工運動會、公益慰問、「把愛帶回家」員工關懷等活動



繼續推行關愛假期以幫助員工達成工作與生活的平衡



2024年可持續發展表現亮點

# 管治

## 管治

沒有發生任何貪腐訴訟事件

99%的中國大陸員工簽署行為準則

99%的中國大陸員工接受行為準則培訓



新世界百貨簡介

22



家分店

12



個主要地點

|             | 開業日期     | 概約樓面面積(平方米)    |
|-------------|----------|----------------|
| <b>百貨中心</b> |          | <b>514,200</b> |
| 北京崇文店       | 1998年7月  | 117,200        |
| 北京千姿店       | 2010年9月  | 55,600         |
| 北京利瑩店       | 2008年9月  | 52,000         |
| 北京彩旋店       | 2007年3月  | 31,200         |
| 上海浦建店       | 2007年9月  | 46,000         |
| 上海五角場店      | 2006年12月 | 44,000         |
| 上海寶山店       | 2010年1月  | 39,000         |
| 上海成山店       | 2010年4月  | 38,000         |
| 重慶店         | 2006年9月  | 42,000         |
| 天津店         | 1997年10月 | 14,200         |
| 綿陽店         | 2011年12月 | 35,000         |

|             | 開業日期     | 概約樓面面積(平方米)    |
|-------------|----------|----------------|
| <b>購物中心</b> |          | <b>399,200</b> |
| 武漢建設店       | 1994年11月 | 42,000         |
| 武漢徐東店       | 2008年1月  | 29,400         |
| 上海陝西路店      | 2011年11月 | 42,000         |
| 上海天山路店      | 2013年8月  | 37,600         |
| 上海淮海店       | 2001年12月 | 22,500         |
| 南京店         | 2007年11月 | 41,200         |
| 長沙時尚廣場      | 2006年9月  | 35,000         |
| 煙台店         | 2013年12月 | 55,600         |
| 鄭州店         | 2011年4月  | 35,500         |
| 瀋陽津橋路時尚廣場   | 2011年5月  | 34,000         |
| 蘭州店         | 2005年9月  | 24,400         |

概約總樓面面積 **913,400**

新世界百貨簡介

公司背景

新世界百貨中國有限公司(股份代號：825)於1993年成立，乃新世界發展有限公司(股份代號：17)在中國內地的零售旗艦，現已發展為集百貨中心與購物中心為一體的零售集團。於2007年，本集團在香港聯合交易所有限公司主板上市。新世界百貨肩負著「創新、前瞻、高效，構建都市時尚生活新典範」的使命，銳意透過多元化的商品及更全面、更豐富、更周到的服務，提升消費者的生活質量，享受新時代的美好生活。公司將繼續植根百貨中心及購物中心的零售業務，同時全力以赴，不斷發展自營業務和線上業務，讓每一位消費者都能擁有愉快購物、便捷消費、愜意享樂的美好生活體驗。

業務佈局圖

百貨中心：



百貨及購物中心

本集團採取「一市多店」及「輻射城市」的發展策略，有序地在中國內地拓展業務網絡。於2024年6月30日，本集團經營的百貨中心及購物中心當中，有15家以「新世界」命名，而另外7家於上海的分店則以「巴黎春天」命名，總樓面面積概約為920,000平方米，覆蓋中國內地12個主要地點，包括北京、上海、重慶、武漢、南京、天津、長沙、鄭州、煙台、瀋陽、蘭州及綿陽。

購物中心：



按概約樓面面積依次排序

新世界百貨簡介

LOL (LOVE • ORIGINAL • LIFE) 原創生活概念店

LOL品牌是新世界百貨旗下自營品牌，主打原創、獨特、藝術和時尚的生活方式。LOL品牌的商品涵蓋多個領域，包括但不限於服飾、生活概念產品等。截至2024年6月30日，本集團共營運五家LOL原創生活概念店。其中三家位於上海，兩家位於北京。



LOL門店



新世界超市

新世界超市是新世界百貨旗下的大型綜合類超市，致力於為顧客提供一站式購物體驗。新世界超市不僅銷售日常生活用品，還引入了多種高端和特色商品，滿足不同顧客的需求。截至2024年6月30日，本集團共營運三家大型綜合類超市「新世界超市」，分別位於北京、武漢及煙台。

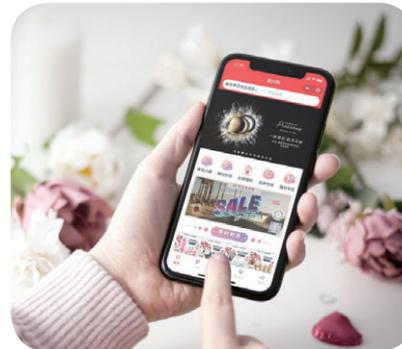


新世界超市門店



新閃購線上業務

新世界百貨不斷優化實體門店經營能力的同時，也在積極進行數字化變革。以實體店鋪為依託，利用本集團自營電商平台「新閃購」將線下商品的經營優勢引流到線上業務，豐富線上商品品類，聯手第三方物流配送服務，實現由店到家的配送模式。



新閃購電商平台

新世界百貨簡介

財務表現摘要

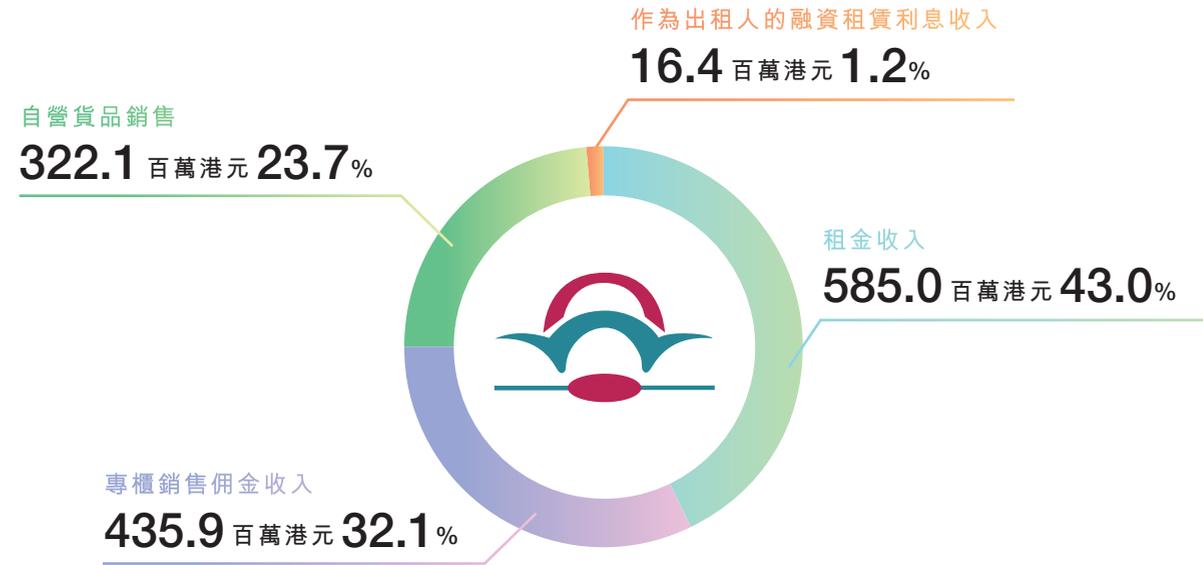
收益

利潤

概約總樓面面積



本集團主要收益來源



零售網絡



1 概約總樓面面積包括22家百貨中心及購物中心以及兩所企業辦事處。



目錄

關於本報告

主席寄語

2024年  
可持續發展  
表現亮點

新世界百貨  
簡介

穩健  
企業治理

堅持  
綠色發展

提升  
顧客體驗

建設  
人才梯隊

踐行  
社會公益

附錄



穩健  
企業治理

穩健企業治理 > 1.1 合規治理及風險管理

作為中國內地零售旗艦的百貨公司，我們不斷完善內控制度及風險管理體系建設，恪守商業道德，加強ESG治理，將可持續發展與公司經營管理相交融，攜手行業內外利益相關方共同創造可持續發展新成就。

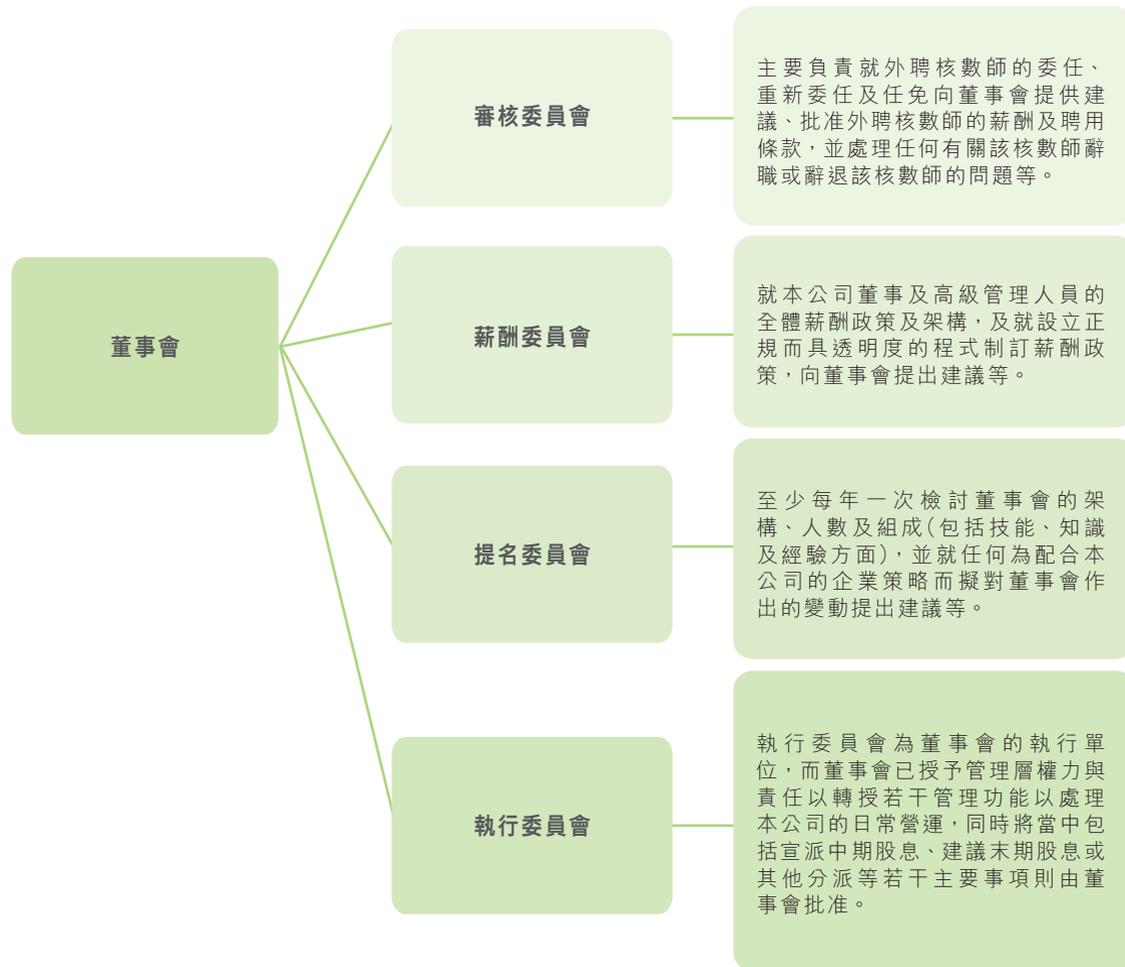
### 1.1 合規治理及風險管理

新世界百貨嚴格遵守《中華人民共和國公司法》及聯交所主版上市規則附錄C1《企業管治守則》等相關要求，完善公司治理結構，健全風險管理體系，嚴守商業道德，以可持續發展理念不斷提升公司管治水平。

#### 董事會治理架構

新世界百貨董事會負責領導及監督公司業務、策略方針和表現，並履行企業管治職責，包括健全公司的管治體系、制定公司的整體戰略規劃、確定長期績效和管理目標等。董事及董事會選任程序符合有關法律法規的規定。董事會下設審核委員會、薪酬委員會、提名委員會和執行委員會，共同協助董事會開展管治監督工作，確保公司決策科學有效。

新世界百貨董事會治理架構如下所示：



## 董事會成員及多樣化

報告期內，新世界百貨董事會由九位董事組成，包括兩位執行董事，兩位非執行董事，及五位獨立非執行董事。

新世界百貨視董事會多元化為實現公司可持續發展的關鍵因素。為搭建多元化的董事會，有效執行董事會職責，我們根據董事會多元化的原則，在甄選董事人選時以一系列多元化範疇為基準，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及服務任期，以確保董事會成員在技能、經驗以及視角的多元化方面達到適當的平衡並擇優錄取，提升董事會的有效運作並保持高標準的企業管治水平。我們定期評價董事會多元化狀況及實現多元化目標的進展。報告期內，本集團董事會成員均具備豐富的行業經驗。目前，新世界百貨共委任女性董事三名。

## 風險管理

新世界百貨堅信健全的內部控制與風險管理體系是公司穩健治理的保障。我們嚴格依照《中華人民共和國公司法》，結合公司實際情況，建立了一套行之有效的內控規則。我們將持續完善內控管理架構，進一步規範和優化內控與風險管理體系，護航穩健經營。

### 財務審計

圍繞經營、後台等開展財務審計工作。通過嚴謹細緻的審查，我們發現潛在的問題，並將這些問題點及相關建議傳遞給董事會決策。

### 設備安全審計

遵循集團制定的安全標準，我們針對其日常的消防、安全監管、維護等方面進行審計。

### 數字化審計

針對系統經營安全開展審計工作，保障公司的信息化發展。

### 2024財年重點審計工作

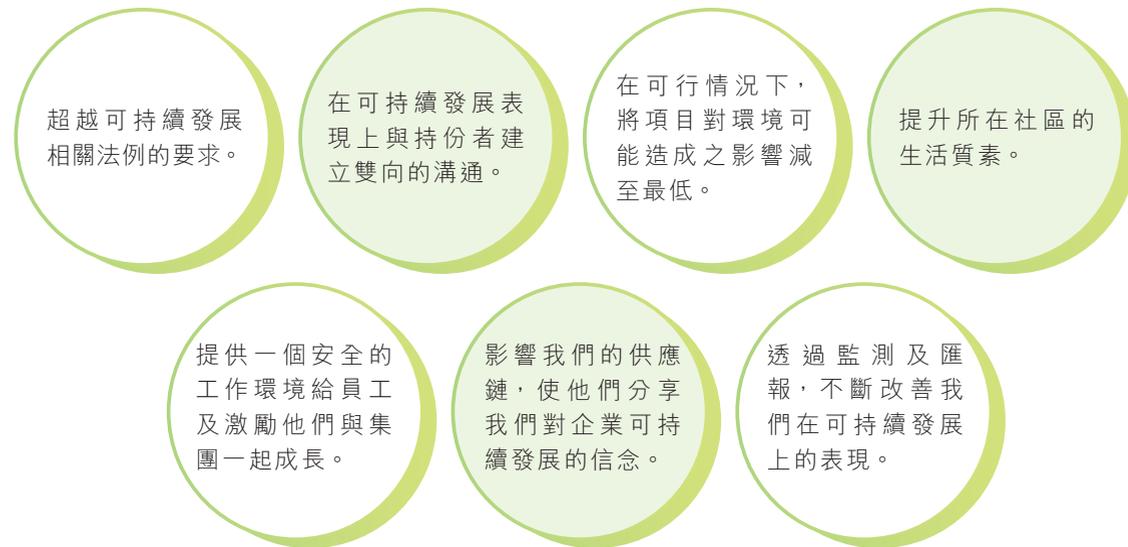
更多公司的風險管理內容請見2024年年報。

## 1.2 ESG願景及治理

新世界百貨始終堅持踐行可持續發展理念，以「2030願景」為方向，不斷優化ESG管理架構，與利益相關方保持有效溝通，保障企業穩健、可持續和健康發展。

### 新世界2030可持續發展願景

自2018年，新世界百貨一直以「2030願景」指引本集團可持續發展的方向。承接母公司的可持續發展方向和目標，我們以環保、健康、智能及關愛四大支柱引領「2030願景」，並提出七大ESG發展的「致力方向」，為可持續發展提供策略方針，持續優化經營模式，優先推進相關目標。



七大ESG發展的「致力方向」

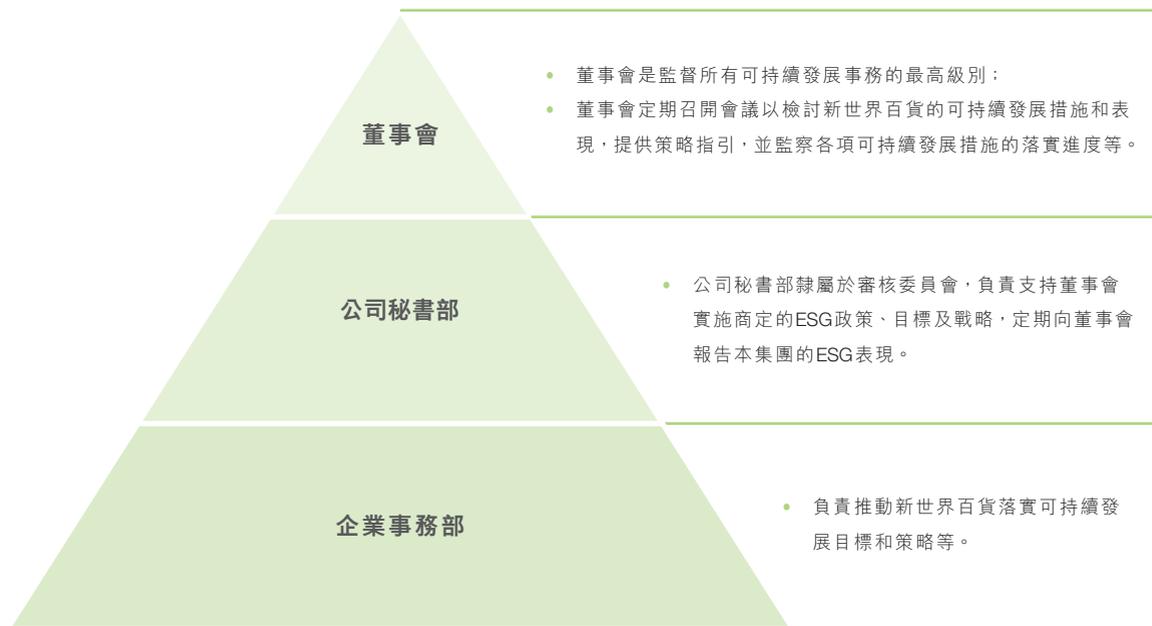
新世界百貨在追求經濟效益的同時，亦將聯合國可持續發展目標（「SDGs」）融入本集團的ESG發展願景。通過「2030願景」與「SDGs」的深度融合，新世界百貨不僅在提升自身品牌價值和市場競爭力上邁出堅實步伐，更在推動社會進步和全球可持續發展中扮演著積極角色。

穩健企業治理 > 1.2 ESG願景及治理

| SDGs  | 2030 願景 | 我們的努力  |
|---|---------|--|
|   | 環保      | 我們注重水資源的可持續運用，並通過多個節能減排措施致力於減少溫室氣體排放，應對氣候變化。     |
|   | 健康      | 我們致力於提升員工和社區健康水準，共同推動全球健康事業的進步。                  |
|    | 智能      | 我們通過多樣化經營、數字化轉型和創新，實現更高水準的經濟效益。                  |
|    | 關愛      | 對外，我們致力於社會公益，關注公益教育事業。對內，我們創造優良、平等、多元的辦公氛圍，關愛員工。 |
|   |         |  |
|   |         |  |
|   |         |  |

### ESG 治理

新世界百貨將可持續發展理念深植於公司戰略與日常經營中。公司的董事會對ESG事宜負最高責任。公司可持續發展相關事宜由企業事務部牽頭推進。我們已明確各層級的職責分工，確保ESG管理有效執行落地，為本集團可持續發展提供有力保障。



新世界百貨ESG管治架構及職責



## 董事會聲明

董事會責任：董事會對新世界百貨的ESG管理方針、策略、目標制定和目標進度監督，以及ESG表現等肩負最終責任，並對ESG披露及策略承擔全部責任。董事會亦需監督和檢查ESG相關表現、風險及目標，適當調整ESG戰略並審閱ESG報告。

ESG風險管理：新世界百貨的企業事業部負責牽頭對ESG相關的風險進行重要性評價，並協同各職能部門制定相應的風險應對措施，並持續監測本集團的ESG相關風險。董事會就識別出的ESG風險(例如氣候風險等)對業務發展方向作出調整。

ESG日常實施：企業事務部負責ESG工作的實施與落實，搭建ESG指標體系，定期收集ESG相關數據，將可持續發展融入日常經營。

重大性議題分析：新世界百貨與內外部利益相關方保持有效的溝通，從中識別出重大ESG議題，並制定相應的可持續發展戰略、目標與管理方針。報告期內，企業事務部所領導的重大議題識別和分析工作，共識別出17項重大性議題，以呈報董事會審閱並獲得了批准。

## 利益相關方溝通

新世界百貨積極與各界利益相關方進行深度溝通，主要包含股東和投資者、管理層、一般員工、顧客、供應商或承包商、媒體、政府、監管機構及行業協會、非營利組織、本地社區。我們通過現場調研、訪談、問卷等多元化形式進行定期和不定期溝通，深入瞭解持份者等利益相關方於ESG方面切實關注的具體問題，以便在經營過程中納入相關反饋，採取精準的措施及時回應利益相關方的有關要求。

### 股東和投資者

- 股東周年大會及業績公佈
- 年報、中期報告及可持續發展報告
- 投資者會談及會議
- 環境、社會及管治獎項
- 企業網站

### 顧客

- VIP會籍及活動
- 顧客服務處及熱線
- 顧客手機應用程序，例如「新閃購小程序」
- 微信公眾平台及其他社交媒體管道
- 企業網站

### 政府、 監管機構及 行業協會

- 政府或行業協會發起的計劃或約章
- 行業協會研討會或會議

### 管理層

- 新世界百貨管理層年會及半年會
- 半年度重大風險匯報機制

### 供應商或承包商

- 招標及採購程序
- 簡報、會議及參觀
- 供應商審核及表現評估

### 非牟利組織

- 合辦活動

### 一般員工

- 專責小組及委員會
- 培訓活動及人才發展計劃
- 員工比賽及團隊建設活動
- 《新百之窗》員工電子季刊
- 微信公眾平台及其他社交媒體

### 媒體

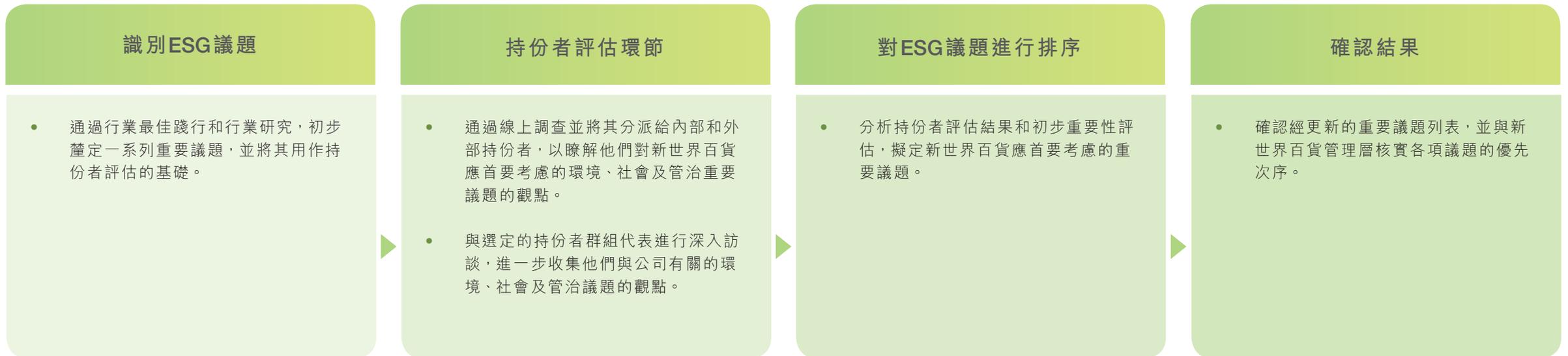
- 媒體採訪及新聞稿
- 提供反饋及回應傳媒查詢

### 本地社區

- 公眾或社區活動
- 贊助及捐贈
- 社區義工服務

## 實質性議題分析

新世界百貨與各大利益相關方保持緊密的交流，定期通過問卷調查、電話採訪、研討及會議等內外部活動，獲取並更新利益相關方對ESG議題的關注，識別和篩選ESG議題。同時，我們多方收集意見和要求，釐定有關議題的優先次序，經過深入分析形成重大性議題矩陣。



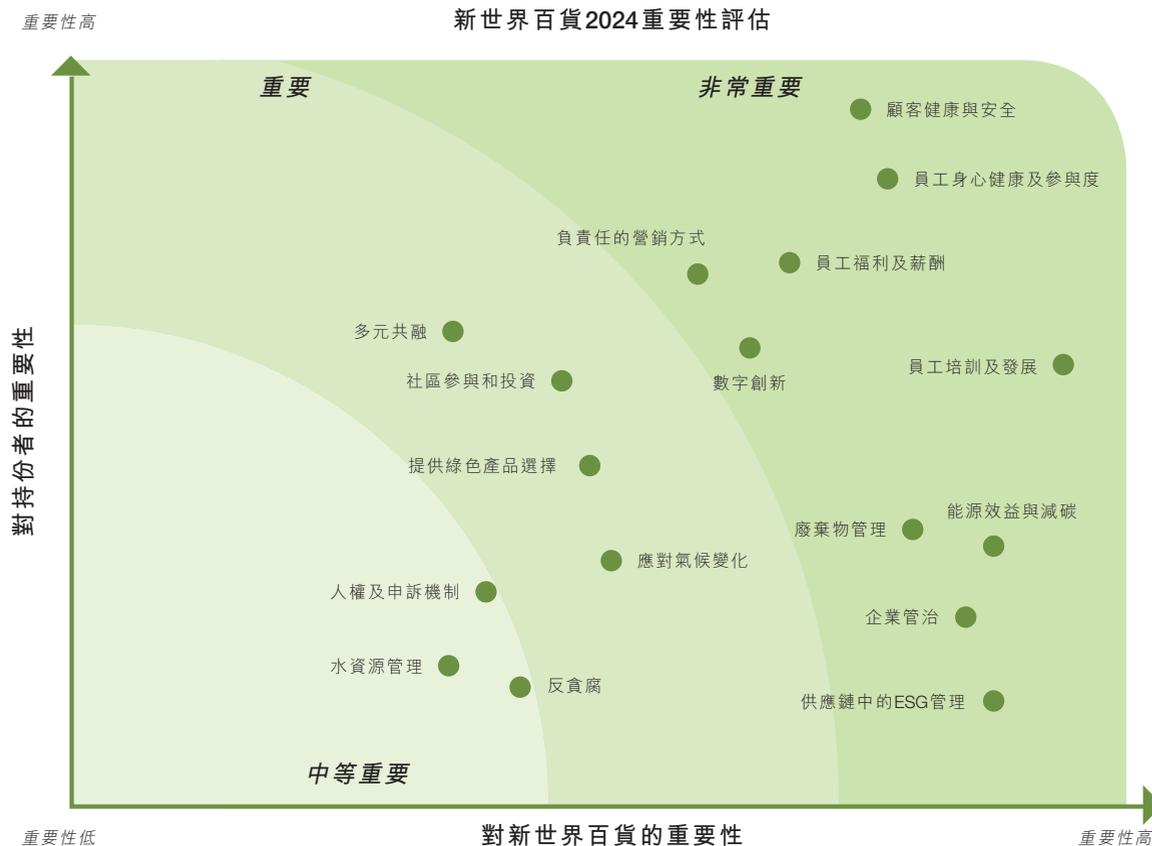
新世界百貨重大性議題矩陣識別過程

穩健企業治理 > 1.2 ESG願景及治理

我們於2024財年識別和梳理出17個ESG議題。報告期內，我們對2024財年的ESG重大性議題進行了回顧與審閱。基於審閱結果，17個ESG議題對我們的經營及外部相關方仍然重要，因此我們在本報告中將繼續詳細闡述相關信息。

新世界百貨重大性議題矩陣結果

| 非常重要       | 重要       | 中等重要    |
|------------|----------|---------|
| 顧客健康與安全    | 多元共融     | 人權及申訴機制 |
| 員工身心健康及參與度 | 社區參與和投資  | 水資源管理   |
| 員工福利及薪酬    | 提供綠色產品選擇 | 反貪腐     |
| 負責任的營銷方式   | 應對氣候變化   |         |
| 員工培訓及發展    |          |         |
| 數字創新       |          |         |
| 廢棄物管理      |          |         |
| 能源效益與減碳    |          |         |
| 企業管治       |          |         |
| 供應鏈中的ESG管理 |          |         |



### 1.3 商業道德

#### 商業行為規範及反貪腐

新世界百貨嚴格遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》及《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》等法律法規，制定並執行《員工職業操守》等內部政策文件，對索取、收受、提供、輸送不當利益等違規行為做出了明確規定，持續推進新世界百貨的商業道德建設。

為了加強管理人員的責任管理能力，強化管理人員的商業道德意識，減少和杜絕各類失職行為，我們建立《管理人員問責制》制度。對於管理人員在其管轄的部門和經營管理活動中，如出現品行不端，舞弊造假、洩露機密和言論不當等行為造成嚴重後果的，我們會解除員工勞動合同或移交司法機關處理。

新世界百貨堅決打擊任何貪污腐敗及侵犯權益的行為，不斷完善相關查驗與舉報機制，設立多種舞弊案件投訴和舉報管道，並設立完善的事件處理機制，對所反映的問題及時跟進及調查。另外，為了保證舉報檢舉人員勇於從不同管道反映問題，我們會對舉報檢舉人員的信息進行嚴格保密，保護舉報檢舉人員不受歧視或迫害。報告期內，本集團並未發生貪腐案件。



《管理人員問責制承諾書》

在與商業夥伴的合作中，我們始終保持廉潔與透明。我們與商業夥伴簽署《陽光協議》，明確雙方的權利義務，為合作提供了清晰的規範和約束，促進合作的透明性，最終實現合作雙方的共贏發展。

新世界百貨積極開展商業道德培訓文化建設，旨在強化員工的法律意識和道德準則，在思想源頭上築牢商業道德的防線，營造風清氣正的企業環境，維護企業的公平正義與良好形象。

#### 新員工商業道德培訓

新世界百貨開展了面向新員工入職的商業道德培訓。在培訓中，講師讓新員工明晰了舞弊行為的界定與危害，提前敲響警鐘。此次培訓能幫助新員工樹立正確的職業價值觀，營造誠信守法的工作環境，減少潛在的舞弊風險，保障公司的利益與聲譽，促進公司穩定、有序地發展。

### 知識產權保護

我們積極保護自身的合法權益，也嚴厲禁止他人對我們的侵權。我們始終嚴格遵守知識產權相關的法律法規，例如《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國專利法》等。新世界百貨嚴格按照法律法規的要求，在商業活動中，不使用未經授權的商標、標識、版權等。我們堅決不會侵犯他人的知識產權，同時也對被侵權行為持零容忍態度。報告期內，我們新增兩個版權。我們成功協助上海成山店及北京千姿店分別取得「橙嘸嘸」吉祥物系列作品登記證書及「蕉仔」吉祥物系列作品登記證書。





# 堅持 綠色發展

堅持綠色發展 > 2.1 綠色管理

作為一家致力於實現可持續發展的企業，我們深知環境保護的重要性。我們秉承綠色發展的理念和原則，在業務經營中採取多項措施以降低能源消耗、資源使用，同時減少廢棄物。

## 2.1 綠色管理

基於「2030願景」，新世界百貨積極實踐綠色發展理念，建立了完善的綠色管理流程，旨在通過科學有效的管理，減少經營活動對環境的影響，為消費者提供更加綠色與環保的購物體驗，實現可持續發展。



### 1 擬訂綠色政策及指引

- 我們設立可持續發展政策和指引，助力我們管理能源使用、溫室氣體排放、廢物管理、環保工作和採購等主要環境議題。

### 2 訂立環保基準和目標

- 我們現時的目標是以2015財年為基準，將2030財年的能源消耗強度和碳排放強度分別降低2%（以兆瓦時/平方米計）和12%（以公噸二氧化碳當量/平方米計）<sup>2</sup>。另外，我們計劃持續降低用水強度和排放物（包括廢水、廢氣、廢棄物）強度。我們將持續審視並制定與我們的長期可持續發展目標一致的新目標，成為我們實現「2030願景」的關鍵里程碑。

### 3 收集環境數據

- 準確披露環境資料對有效管理我們的環境影響至關重要。我們利用能源管理系統記錄了所有環境數據，如分店和辦事處的能源、水及物料的消耗情況，以監察我們是否能持續作出改進。

### 4 推行綠色措施

- 我們積極投資節能建築服務系統，升級和更換更為節能的設備，優化日常經營，並監察和控制即時能源消耗，同時與租戶合作，確保作出持續改進。

### 5 定期監察和檢討

- 我們時刻關注最新環保議題和監管規定走向，定期檢討及更新環保政策和指引。此外，我們聘請第三方廠商對本報告進行驗證，以確保報告資料的可信度，促進環境管理措施的持續改善。詳情請參閱「驗證聲明」章節。

### 向持份者傳達承諾

- 我們非常重視與持份者攜手共同致力於可持續發展。我們與持份者保持密切溝通，交流及分享我們的可持續發展經驗，同時瞭解他們關注的事項。

### 新世界百貨綠色管理流程

報告期內，本公司沒有發生環保方面的違規事件。

2 我們在2015財年設立目標時，所涵蓋的範圍為九家門店及兩個辦事處。

## 2.2 應對氣候變化

氣候變化已成為全球共同面臨的嚴峻挑戰，對人類社會和經濟發展產生深遠影響。新世界百貨充分認識到氣候變化問題的緊迫性和重要性。在「2030願景」的指引下，我們將應對氣候變化作為企業社會責任的核心議題之一，致力於探索有效的應對策略，以降低氣候變化帶來的風險。

### 氣候變化風險管治與管理

在推動綠色發展的進程中，新世界百貨始終將氣候變化風險的識別工作視為企業管理的核心環節。我們參考聯交所最新的氣候信息披露<sup>3</sup>指導原則，推進相關工作。在治理層面，董事會積極監督氣候相關風險與機遇的管理，將氣候風險治理納入ESG治理工作中。在策略層面，我們開展氣候變化風險與機遇的識別，並評估其對企業潛在的影響。在風險管理層面，我們將氣候議題納入企業日常經營的風險管控中，並建立完善的風險預警與應對機制。在指標和目標層面，我們積極披露氣候相關的指標與目標。

## 氣候變化風險與機遇評估

報告期內，我們識別出的氣候變化風險與機遇及其應對舉措如下所示：

| 風險類別 | 風險子類別 | 風險描述   | 潛在影響                 | 應對措施  |
|------|-------|--|----------------------|---|
| 實體風險 | 急性風險  | 洪水可能導致資產損壞，門店設施損壞，產生額外的維修開支。                               | 資產貶值<br>收入降低<br>成本上升 | 為應對風、暴雨或水災等各種極端天氣事件，我們已在各門店實施《危機通報與處理指引》，以提高員工的流動性、靈活性和抗禦能力。  |
|      |       | 暴雨可能會令我們的門店面臨水災威脅，特別是地面及地庫樓層/設施(如停車場)會面對的威脅更大，水災可能會導致服務中斷。 | 資產貶值<br>收入降低         | 提前準備好應急物資儲備包，其中包括手電筒、沙包等物品。<br>針對各類型的極端天氣開展應急演習，提升應對極端天氣的能力。<br>檢查建築物的屋頂和門窗，確認它們是否牢固並能抵禦強降雨。<br>確保排水系統沒有堵塞，增強水災的抵禦能力。 |
|      | 慢性風險  | 全球暖化及/或熱浪可能會增加對冷卻系統的需求，能源成本上升導致開支增加。                       | 成本上升                 | 通過開展節能減排舉措，例如嚴格設定空調的溫度等，減緩氣候變化的進程。  |

3 香港交易及結算所有限公司(香港交易所)全資附屬公司香港聯合交易所有限公司(聯交所)於2024年4月19日就優化環境、社會及管治框架下的氣候相關信息披露的諮詢檔刊發諮詢總結(諮詢總結)。

堅持綠色發展 > 2.2 應對氣候變化

| 風險類別 | 風險子類別    | 風險描述  | 潛在影響   | 應對措施                                    |
|------|----------|---|--------|---|
| 轉型風險 | 政策、法律及法規 | 未能減少高碳強度的業務運作、產品和服務帶來的影響，未能達到監管機構的碳減排標準/法規。 | 可能面臨罰款 | 新世界百貨積極向低碳轉型，通過安裝實控照明系統，中央空調監控系統等降低碳排放。 |
|      |          | 未能滿足更加嚴格的披露要求。                              | 可能面臨罰款 | 在開展節能減排的同時，積極測算碳排放，並積極披露碳排放數據。          |
|      | 技術風險     | 更換現有科技和設施，會致消費者接受度不高，從而導致客流下降，收入降低。         | 收入降低   | 新世界百貨推出多項消費者數字化升級新服務，為消費者提供更優質的服務。      |
|      |          | 線上零售購物逐漸取代實體店零售業務。                          | 收入降低   | 創新購物體驗，逐漸向線上化轉型。                        |
|      | 市場變化     | 租戶在能源效益和數據透明度方面有更高要求。                       | 收入降低   | 制定《機電設計標準政策》，明確能源效益，提高透明度。              |

我們在應對氣候變化帶來的風險與挑戰時，也積極識別氣候變化所帶來的機遇，旨在將挑戰轉化為企業發展的新動力。我們知道全球氣候的不斷變化既是一場考驗，也是一次轉型的契機。因此，我們致力於通過氣候變化的識別與分析，準確把握氣候變化帶來的機遇，同時我們不斷優化經營策略、升級戰略佈局，搶佔綠色發展的市場先機。

| 機遇類別    | 機遇名稱               | 機遇描述                             |
|---------|--------------------|----------------------------------|
| 能源效率提升  | 提升建築物能源效率。         | 提升建築物的能源使用效率能節約能源使用量，從而降低企業經營成本。 |
| 投資者偏好轉變 | 投資者愈發偏向於投資低碳轉型的企業。 | 通過低碳轉型發展，降低自身的碳排放，吸引更多的投資者。      |

## 氣候減緩行動

低碳經營是當下發展的必然要求。為了促進氣候目標的達成，無論是在前期設計端還是經營端，我們都通過採用先進的技術和管理手段，對能源的使用進行科學規劃和合理配置，推動能源的高效利用，從而實現低碳、高效、綠色發展。

在店鋪改造和施工端，我們設立《機電設計標準政策》，讓新世界百貨所有籌備中項目均依照能耗標準開展設計和施工。例如，我們會對項目的製冷量和供暖量進行嚴格的規定，避免出現因設計量遠大於實際需求量而造成能源浪費的情況。

經營方面，本集團通過提升能源的使用效率來有效降低我們的碳排放。空調系統是商場耗電量較多的電器，我們通過強化對空調的管理，以減少電力的使用。例如，按需開關空調，在閉店前一小時提前關閉空調。同時，我們定期對空調進行維護、保養，減少空調在使用過程中的電力損耗。另外，我們通過高效的管理手段，降低分店的空置率，提升整體的能源使用效率。

我們持續關注可再生能源對碳減排的貢獻，並已開始佈局可再生能源項目。除此之外，我們持續推行一系列的節能減排措施，降低能源消耗，減少碳排放。

在過渡季節，充分利用新風，減少不必要的空調使用。

安裝中央空調監控系統，即時監控並調節溫度，降低用電量。

安裝由時間控制的照明系統開關，減少不必要的電能浪費。

增加機房群控系統，實現能效統計、全自動運行等智慧化節能。

對冷卻水泵加裝變頻控制，在過渡季節避免不必要的能源浪費，實現節能。

天津店及上海陝西路店從2024年1月起停止使用自有車輛，減少直接能源消耗。

新世界百貨節能舉措

堅持綠色發展 > 2.2 應對氣候變化

### 上海陝西路店空調改造

為解決上海陝西路店空調機組老化、製冷和製熱效率低問題，上海陝西路店啟動了空調改造項目，利用高效風冷模塊機組替換了原有的機組，以大大增強空調機組的製熱性能。同時，我們通過更換高效的變頻水冷機組，提升了製冷性能。有關工程將於2025年4月完成，經過改造，空調主機製冷效率提升超過兩倍，大幅節約製冷用電量。

環保



高效風冷模塊機組



高效變頻水冷機組

### 綿陽店利用新的水冷機組替換溴化鋰機組

為優化用於製冷和製熱的溴化鋰機組之運作效率，綿陽店已與業主核對專案方案，計畫於2024年下半年啟動綿陽店的設備改造項目，通過一台新的水冷離心機組替代原來的溴化鋰機組。通過改造，主機的製冷性可提升五倍，從而可節約機組使用能耗。

環保



水冷離心機組

堅持綠色發展 > 2.2 應對氣候變化

我們亦積極在全國各大門店開展多種多樣的綠色環保活動，攜手顧客，一起創造低碳未來。

### 上海淮海店低碳推廣活動

為向廣大消費者推廣低碳生活、響應環保，上海淮海店於年內利用不同方式，積極舉辦低碳生活的推廣活動，包括於「公益環保日」通過現場諮詢、分發環保宣傳手冊的形式，呼籲大家低碳生活，保護環境。另外，分店也組織綠色騎行活動，通過可持續的交通方式，呼籲低碳出行，堅持可持續發展生活理念。

環保



上海淮海店綠色騎行活動

### 2.3 降低環境影響

新世界百貨關注自身環境治理情況，搭建完善的環境管理體系，減輕經營對環境的影響。我們始終從自身環境管理角度出發，為構建綠色的行業生態貢獻力量。

#### 水資源及廢水管理

新世界百貨嚴格遵守《中華人民共和國水法》及分店所在營運地的法律法規及相關制度，內部持續優化《可持續辦公室指引》，規範用水行為，提升用水效率。同時，本集團積極識別和管理企業的水資源使用風險，並合理規劃與利用水資源。我們從源頭端減少水資源使用、通過升級節水設備、檢查用水設備等方式，持續提升本集團的水資源利用效率。報告期內，公司的水資源均來自於市政供水，所有經營地均沒遇到取水困難的問題。

衛生間和門店的設施更換為節水器具。

定期檢查和維護冷卻塔，避免結構不良導致的水浪費。

對水管的滲漏進行日常檢測。

新世界百貨節水舉措

在廢水排放方面，本集團嚴格遵守《排污許可管理條例》《中華人民共和國水污染防治法》等法律法規，內部嚴格規範污水排放管理。本集團的廢水均來自於生活用水。

### 廢氣管理

在廢氣排放方面，我們嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》，同時遵守經營所在地的法律法規與相關標準。新世界百貨主要產生的廢氣類型為氮氧化物、硫氧化物與顆粒物，源頭均來自於自有車輛使用。為了降低車輛造成的環境污染，我們提倡綠色出行以減少排放。

公司少數的分店有自有食堂，我們食堂產生的油煙均通過專業的油煙處理設備合規處置。對於商鋪租戶所產生的油煙，我們密切關注其處置情況，以確保合規。

### 廢棄物管理

在廢棄物管理方面，本集團始終遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》《生活垃圾分類工作指引》等相關合規要求。我們產生的有害廢棄物主要來自辦公端產生的墨水匣，無害廢棄物主要來自於辦公端的廢紙和餐飲租戶產生的廚餘垃圾。

在店鋪改造和施工方面，我們制定《工程項目施工管理》制度，致力於打造一個文明、環保、整潔的施工環境。針對建築、生活垃圾、粉塵污染等問題，我們制定了詳細的控制措施，最大程度減少對周邊環境的影響。

新世界百貨致力於從源頭減少廢棄物的產生，為消費者營造了更綠色、健康的購物和生活環境。我們在自有超市中，率先採用生物可降解塑膠袋。這種袋子可重複使用，大大減少了塑膠垃圾的數量。對於商場內的租戶，我們也提出了嚴格要求，規定租戶所使用的一次性餐具需採用生物可降解的材料。對於日常辦公經營，我們充分應用線上化的手段，減少不必要的流程和紙張使用。

### 無紙化辦公

新世界百貨充分利用現代信息技術，積極推行無紙化辦公，成效顯著。我們使用線上OA流程進行各項事務的審批和流轉，告別繁瑣的紙質文件傳遞。我們的文件校對工作也轉為線上進行，在減少紙張使用的同時大大提高了效率。公司郵件成為主要的溝通方式，減少列印需求。同時，電子名片的應用更是為無紙化辦公提供了有力支援。經努力，我們已成功實現41%的用紙辦公項目的無紙化，極大減少了紙張使用為環保做出了貢獻。

環保



智能



我們亦重視廢棄物管理工作，並嚴格按照規定處理所有廢棄物。我們對全國22家門店的一般垃圾和餐廚垃圾進行了嚴格的分類。對於可回收垃圾，商場積極聯繫相關企業進行回收再利用。通過這種精細化的管理方式，新世界百貨不僅有效減少了對環境的壓力，還為循環經濟做出一定貢獻。

堅持綠色發展 > 2.3 降低環境影響

### 煙台店空瓶回收計劃

於2024年5月，煙台店舉辦了一場別開生面的空瓶回收環保活動，鼓勵顧客將空瓶帶至商場指定的地點回收。通過開展這樣的活動，不僅能促進資源的循環再利用，還能減少垃圾對環境的負面影響，同時能為地球的可持續發展貢獻自己的一份力量。

環保



煙台店空瓶回收環保活動

### 上海陝西路店舊物改造DIY活動

隨著低碳、可持續理念成為企業與人們生活的熱門議題，新世界百貨著力探尋綠色商場理念，引導人們更加關注綠色生活。於2023年9月，上海陝西路店以綠色為理念出發，開展了一場「童心重塑 舊物改造」環保活動，旨在激發孩子的創造力，並宣傳資源節約、舊物利用的循環經濟理念。

環保



上海陝西路店舊物改造DIY活動

### 煙台店淨灘活動

於2023年7月，煙台店組織員工和多位顧客參與淨灘活動，宣導遊客保護環境、保護海洋，不隨便丟垃圾，同時宣傳和提高人們的海洋環境保護知識。



煙台店淨灘活動



# 提升 顧客體驗

阳光国际艺术中心  
Sunshine International Art Center

福蝶节

福蝶节

提升顧客體驗 > 3.1 創新體驗

新世界百貨相信卓越的顧客體驗是構建品牌口碑的基石，營造良好的顧客體驗環境有助於我們積極應對市場挑戰，實現差異化競爭。因此，新世界百貨時刻將顧客的需求和安全放在首位，著力在創新體驗、產品質量保障、消費者健康與安全、數據安全、售後服務、供應商管理等方面採取多項行動，努力為顧客群體提供優質的消費體驗。

### 3.1 創新體驗

2024財年，新世界百貨的各個門店充分調動線上線下資源進行創新融合，提升服務品質，聯動多方媒體平台，佈局線上購物渠道，推動創新營銷進程。此外，新世界百貨也同步加強資源整合，豐富線下活動形式，進一步提升消費者的線下體驗。

#### 擁抱數字智慧化

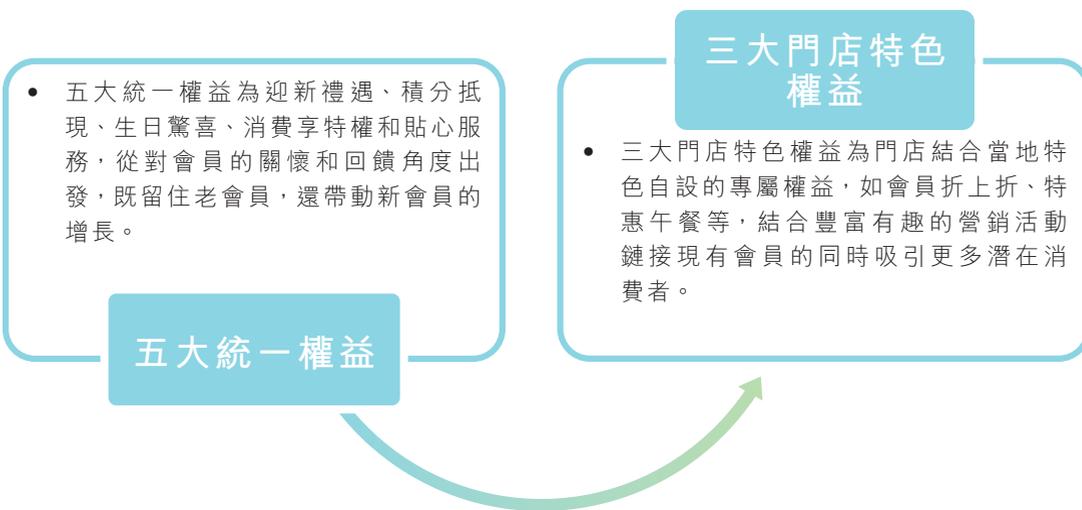
自2020年起，新世界百貨反覆迭代、優化多平台矩陣，積極擁抱數字智慧化服務，通過為不同消費群體引入不同的會員與服務方式，形成商場、品牌、消費者的全鏈路轉化閉環，實現客戶綜合體驗與經營效率雙提升。

2024財年，新世界百貨推出多項消費者數字化升級新服務。例如，我們通過內部系統升級，打通與K11商場會員體系融合，實現便捷會員積分。此外，新世界百貨電子版兒童會員同步上線，用戶可通過在線「新閃購小程序」註冊綁定。各門店結合全新的兒童「小新V卡」開展各類專屬活動，通過兒童品牌福利、「小新V卡」護照本集章等活動，打造溫馨親子時光，讓孩子們與新世界百貨一起快樂成長。

### 案例：全新升級的會員權益2.0

新世界百貨基於對客群圈層，特別是90後、95後等新消費主力的深度調研和理解，通過精細化經營與分析，為消費者推出會員權益2.0全新服務連結。

會員權益2.0圍繞「五大統一權益+三大門店特色權益」共八項權益展開，會員們只需展示會員卡，就可以享受到額外的折扣和積分倍增等多種福利。



我們希望通過全新升級的會員權益2.0體系，為消費者提供包含體驗、服務、環境、以及情感關懷的全新體驗。

提升顧客體驗 > 3.1 創新體驗

### 新媒體創新活動

在傳統的會員權益與活動基礎上，新世界百貨於2024財年創新應用多種線上新媒體活動，為消費者增進線上互動社交機會，以帶來更為新鮮的吃喝玩樂逛的體驗感。

#### 「瘋狂星期四」及「周二會員日」抖音聯動直播

針對數字化消費體驗，我們開展了一系列新媒體的創新營銷活動，帶給消費者們創新的購物體驗。新世界百貨在抖音平台開啟了一系列購物直播，讓消費者們足不出戶即可瞭解到新世界百貨豐富、優質的產品。

智能



#### 「田園櫻桃記」直播活動

我們在2024年6月開展了第3季「田園櫻桃記活動」，在煙台櫻桃生產基地進行直播購物，實現了當季櫻桃的實地採摘、順豐鮮達與品質甄選，為消費者提供了優質的線上購物體驗。

智能



提升顧客體驗 > 3.1 創新體驗

### 多場景主題活動

除了提供數字化的購物體驗，我們也致力於優化實體店內的顧客體驗。為此，我們開展了一系列針對線下消費者的主題活動，我們期望在實體店內為顧客創造一個更加舒適和愉悅的購物環境。

#### 上海浦建店兒童會員活動

在上海浦建店，我們開展了一系列針對線下消費者以及兒童群體的主題活動，為兒童青少年群體帶來了豐富的課外活動，也為各個顧客家庭帶來了優質的親子互動活動。



兒童糕點手作活動



端午手作活動



兒童乒乓球挑戰活動



父親節漆扇手作活動

#### 北京千姿店吃西瓜大賽

2024年6月，北京千姿店與「愛上順義」媒體平台合作開展趣味性線下活動，以吸引更多家庭顧客。炎炎夏日，每位顧客可在現場領取西瓜，同時先吃完的顧客獲勝，可額外領取精美禮品一份。活動現場氛圍活躍，期間時段聚集客流量超過100人次。



北京千姿店吃西瓜大賽活動

提升顧客體驗 > 3.1 創新體驗

### 落日放映廳活動

新世界百貨開展「落日放映廳」活動，在商場外為市民免費放映熱播影片，為消費者在購物之餘提供了別樣的休閒娛樂體驗。



北京崇文店落日放映廳現場

### 15分鐘便民生活圈

上海成山店以多方面滿足周邊社區居民日常生活需求為出發點，著力完善一站式鄰里精緻生活中心，打造15分鐘便民生活圈。商場內，最新落成的鄰里中心，提供多項便民服務項目，包括珠寶維修、五金維修、手機維修、改衣裁衣、棉絨衝壓、充電租賃等低頻次、高需求的服務。商場致力於將其打造成滿足周邊居民日常生活、基本社交、家庭需求、購物體驗、情感交互等多種社交與服務功能的鄰里中心，實現社區優質生態圈的建設。



運動類商戶



鄰里中心總經理接待日

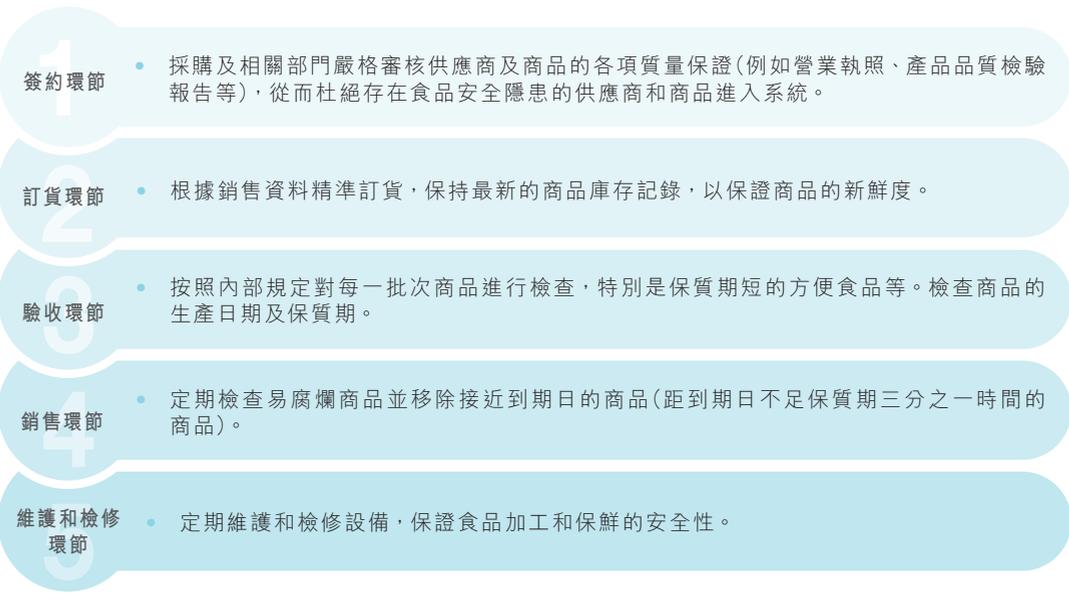


便民餐飲體驗

### 3.2 產品與服務責任

#### 產品與服務質量保障

新世界百貨致力於為客戶提供一系列優質、安全的商品。我們通過選取優質品牌入駐，在引入階段對各品牌類別相關質量保證證件進行審核，並定期與各個品牌進行溝通交流，保障入駐品牌產品的質量與安全。例如，針對食品類商品，我們建立了嚴格的食物安全管理指引和流程，為餐飲租戶提供食物衛生和安全培訓，備存準確的採購和銷售記錄，並落實食品安全事件的報告。此外，為保持食品新鮮，我們定期更替商品庫存，對各種設施進行升級，包括增設自助收銀和冷藏儲存服務等，以提升顧客的購物體驗。



食品安全管理流程

在產品質量檢驗程序和流程上，我們實施店鋪的巡查檢驗制度，一旦發現產品存在質量問題，我們會從消費者的角度出發，要求相關品牌進行必要的改進。此外，我們還設立了罰款機制，對違反產品質量規定的供應商及員工進行處罰。

在售後服務方面，新世界百貨建立了《業務改進程序及審批政策》，以完善消費者投訴機制與渠道，我們致力於快速、公正地處理每一項顧客投訴與訴求，保障顧客舒適的消費體驗。



顧客投訴處理流程

## 責任營銷

新世界百貨嚴格按照相關法律法規確保產品標籤和宣傳合規，避免顧客受到任何形式的虛假或誤導信息的影響。針對新媒體營銷的高速發展，我們也制定了《新世界百貨新媒體規範要求》，在充分發揮新媒體的對外宣傳和信息交流作用外，加強新媒體宣傳的規範化與合規化。

新媒體宣傳規範要求重點內容包括但不限於：

新媒體平台發佈的照片、文字字體、背景音樂、畫面特效等信息必須確保不涉及版權及侵權問題風險。

新媒體平台發佈內容的方式一般較為輕鬆，但必須確保信息的準確性和中立性，以及不具攻擊性與誤導性。

新媒體負責部門應根據新媒體平台設立的目的，訂立發佈內容的風格及形式，並以此方向發佈所有信息，以確保內容的一致性。

新媒體平台帳戶必須遵守該新媒體網站或平台訂立的條款、細則及國家的法律法規。

## 消費者健康與安全

新世界百貨始終秉持高度警覺性，堅守對顧客及員工健康安全的承諾。我們努力為所有顧客營造一個安全無憂的購物環境，通過不斷提升我們的安全措施與執行流程，確保安全措施的全面落地。

我們依據《百貨商場／超市定期安全檢查政策》，要求行政部及安全管理科對旗下所有門店進行定期的安全審查，並及時解決審查中發現的任何安全隱患。其中，夜間巡查是安全管控中的關鍵環節，其宗旨在於審視安保人員和相關設備在夜間的運行狀態，確保夜間場所的安全性，從而降低夜間出現異常事件的風險。各門店的安全管理人員將定期執行夜間巡查任務，對門店的門面設施、監控警報系統、櫃檯、倉庫、應急通道等區域進行檢查，確保一切運作正常，並按時填寫《夜間巡查報告》向上匯報。行政部則定期與各門店的相應團隊舉行安全會議，共同探討安全隱患，進行深入的案例分析，並制定針對性的預防策略。

此外，我們已制定一套《安全管理政策》與《安全管理務實手冊》，確立了緊急情況下的標準操作程序和一系列的安全工作指引。為了有效防範事故風險，我們定期開展消防演習和場所安全檢查。我們規定所有百貨門店每半年進行一次消防疏散演練，同時制定了一系列應急預案和演練計劃並要求門店每年開展一次應急預案的演練，包括但不限於停電、水災、防恐防爆等，以便各門店根據實際情況進行相應的調整。同時，我們每兩年至少對商場內的關鍵設施進行一次全面檢查，對分店的安全管理情況進行評分、考核和糾正，以便我們能夠迅速回應並處理潛在的安全隱患。

### 數據安全與隱私保護

我們致力於遵循數據保護和隱私的高標準，並將持續採取一切必要措施。我們對實現此目標的承諾體現在我們制定的全面的《個人信息保護政策》中，包括但不限於個人信息匿名化技術、保密協定、數據存取權限控制等具體操作層面的規定。在執行層面，我們將各項政策落到實際行動，包括對監控系統、存取權限和帳戶管理等基礎管理措施的嚴格執行，確保客戶個人信息的安全。



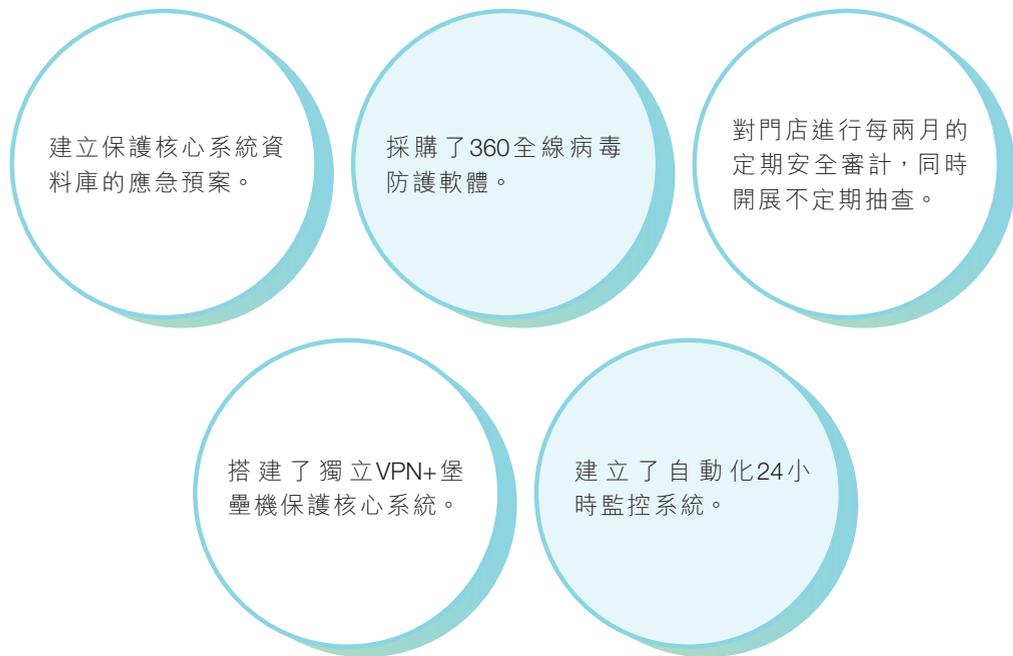
數字化中心成立了四個信息管理小組，通過不同維度強化網路防禦與使用者隱私保護措施，增強對潛在安全風險的應對能力。該體系規定了各級別警報的回應時間，有效提高了故障診斷的效率和資源的利用效率。



我們的安全措施涵蓋防止未經授權的訪問、洩露、使用、修改、破壞或丟失數據等多種情況。在信息安全違規的損失方面，我們通過制定相關政策和程序文件，包括對內員工問責制度、隱私保護措施及信息安全保護等多種方法，降低違規風險，減少潛在損失。

提升顧客體驗 > 3.2 產品與服務責任

在信息安全認證與審查方面，我們積極尋求外部的助力。我們與第三方信息安全專業公司合作，對我們的信息技術系統進行漏洞評估與數據安全審查。在報告年內，我們已合作完成了一系列數據安全方面的工作，包括：



### 數據安全培訓

新世界百貨於報告年內開展了「為什麼要保存個人數據清單？如何管理個人數據？」以及「2024數據安全和個人信息保護執法」主題培訓，進一步加強了相關管理人員的數據安全意識與管理能力。



數據安全培訓

在報告年內，我們未收到任何經證實的侵犯客戶隱私或丟失客戶數據的投訴。

### 3.3 價值鏈共建

#### 價值鏈賦能

我們相信與產業鏈各環節的合作夥伴進行深度合作，對於我們實現長期可持續發展至關重要。新世界百貨與品牌方及商鋪租戶保持持續的互動，將可持續發展的理念整合到他們的業務踐行中。

#### 品牌溝通活動

為持續提升品牌服務質量，新世界百貨於報告年內開展了多次品牌服務管理流程分享會，面向時裝、商超、餐飲等多領域的合作夥伴。在品牌分享會中，新世界百貨圍繞細化流程、完善服務、相互協作等方面開展了溝通交流，分享優質服務案例，幫助品牌合作夥伴提高整體的服務質量，為客戶帶來更好的購物體驗。



品牌溝通活動

#### 供應商管理

我們堅信，供應鏈的長期穩定性與適應性對我們業務的順暢運作至關重要。在供應鏈管理方面，我們已將ESG標準納入考量，以加強我們的可持續發展戰略。我們已經將與供應商相關的風險納入集團的整體風險管理框架，由相關部門負責監控和處理。我們制定了《供應商行為準則》和《供應商可持續發展自評問卷》，明確了我們期望供應商遵循的具體標準。這些標準現已成為供應商選拔過程中的關鍵考量點，並且遵守這些標準也成為所有供應商合同義務的一部分。這些標準涵蓋了以下關鍵領域：

反對歧視與人權保護

職業健康與安全

環境管理體系

法律合規性

商業道德

勞動踐行



為推動供應商提供環保產品和服務，提升供應商的ESG意識，我們在供應商合同中增加了環保相關條例，並進行安全交底培訓，確保供應商理解和遵守公司的環保及安全要求。在採購端，我們要求各類物料特別是裝修物料需按照環保材料的相關要求進行提供。此外，我們加強供應商培訓，提高其對環保重要性的認識，並通過政策要求促進供應商採用環保產品和服務，例如在能耗管理方面利用政策要求減少能源費用支出等。

此外，我們制定了新世界百貨的《環保採購政策》，推動公司的環保踐行與可持續供應鏈的構建。我們要求採購的商品及服務均符合環保相關的法規，且鼓勵供應商提供循環再生的產品並在提供服務的過程中考量環境因素。在政策的執行中，採購人員將應用一系列環保採購措施，包括如下：





建設  
人才梯隊



在新世界百貨，我們深刻認識到員工是我們業務成功和實現可持續發展的關鍵動力。我們致力於打造一個培養人才、重視安全、積極進取的工作環境，讓員工得以施展才華，充分發掘自身潛力。通過一系列提升員工福利的措施，我們致力於提供平等的機會和全面的支援，以促進員工的個人成長和發展。公司還倡導開放和誠實的溝通方式，旨在營造一個讓所有員工感到被尊重和信任的工作環境，以促進溝通的雙向性。報告期內，新世界百貨開展員工關愛活動總計268次。

## 4.1 合規僱傭

我們遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，保障員工的合法權益。在發現招聘過程中出現違規的情況下，我們將立即停止其相關行為，並對涉及的人員進行調查和問責。如有必要，我們將通過舉報方式及時向有關部門報告，積極配合調查。此外，我們積極加強對公司員工的培訓和教育，提高員工對童工和強迫勞動問題的認識，以避免相關問題的發生。除自身合規僱傭管理外，我們對供應商也進行了社會評估，確保他們不使用童工或強迫勞動，並與業務夥伴合作，共同推動供應商的社會責任。

## 4.2 員工權益保障

### 員工權益

在員工權益保護方面，我們遵循《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等相關法律法規，明確了雙方的合作關係和權益保障。

我們提供了明確的舉報渠道，讓員工能夠及時反饋問題，維護自身權益。員工可以通過線下抽查時直接與調查人員聯繫，或者通過其他線上方式進行舉報，我們將記錄並核實舉報內容，如果有實質性的證據，我們會及時處理。此外，我們對分店主管進行選拔和培訓，以確保他們具備相應的管理能力。

在員工溝通及有效管理等方面，我們通過定期向審核委員會匯報，以及一年兩次的定期交流，讓委員會瞭解員工對公司的意見與反饋，並會將發現的問題點傳遞給董事會。

我們關注員工的滿意度，通過調查瞭解員工的需求和意見，以便更好地改進公司的管理和服務。我們將定期進行員工滿意度調查，及時瞭解員工的工作環境和福利待遇，並根據調查結果採取相應的改進措施。

建設人才梯隊 > 4.2 員工權益保障

薪酬與福利

新世界百貨致力於建立並維護一個公平、合理的薪酬福利體系，以吸引和保留人才，提高員工的工作滿意度和效率。我們制定了完善的薪酬政策和制度，如《薪酬管理暫行辦法》《績效評估實施細則》等，通過打造規範的員工薪酬體系，以公平地反映員工的崗位價值、工作業績和貢獻。

本集團還提供豐富的福利，我們制定了《新世界百貨福利政策》，為員工提供法規要求外的附加福利：

- 我們為所有員工提供健康保險、養老保險、失業保險等，以保障員工的生活質量。
- 我們推出了「關愛假期」政策，為所有正式員工提供假期，以幫助他們在工作和個人生活之間保持平衡，提高工作滿意度和效率。
- 我們制定了靈活的調休政策，以應對員工因私事請假的需求。
- 我們持續開展一系列員工活動，在春節、中秋節、端午節、聖誕節、員工生日等時期發放各類福利與禮物，舉辦豐富的員工活動。

新春慶祝活動

為慶祝新春佳節，增進各分店同事間交流與友誼，提高團隊凝聚力，新世界百貨各家分店及辦事處均以不同形式舉辦新春慶祝活動。

於2024年農曆新年前，北京、武漢及長沙等地的分店開展了「國風芳華」團拜會，讓廣大員工歡度新春。在團拜會中，各分店成員身穿不同主題的國風服裝服飾，表演了精心準備的唱歌、舞蹈等精彩節目，現場反響熱烈。



北京各店團拜會



武漢建設店團拜會



長沙時尚廣場團拜會

關愛



建設人才梯隊 > 4.2 員工權益保障

新春慶祝活動

另外，新世界百貨有多家分店遵循傳統習俗，組織同事們開展包餃子活動，讓各位同事共度佳節。

此外，新世界百貨各營運單位均於新春佳節舉辦各式各樣的慶祝活動，例如組織醒獅活動、製作手工品及拍攝祝福視頻等等，祈求於新一年公司上下全人一帆風順，公司業務蒸蒸日上。



煙台店包餃子活動



北京彩旋店新春舞龍活動



上海浦建店「新春DIY」活動



上海寶山店包餃子活動



重慶店包餃子活動



香港辦公室新年賀詞拍攝活動

建設人才梯隊 > 4.2 員工權益保障

### 員工關懷 — 員工生日會

新世界百貨各分店不定期為員工舉辦生日會，為生日員工準備了生日蛋糕、生日禮品、慶祝儀式與娛樂活動，給員工們帶來精彩的生日體驗。在報告年度內，公司各分店開展了多次生日會，讓員工們在工作中也能慶祝生日，享受生活。

關愛



武漢徐東店員工生日會



北京崇文店員工生日會

### 女性員工關懷 — 「38女神節」活動

一年一度的婦女節，公司為每一位奮鬥在新世界百貨的女士們送去關愛。節日活動以「女神下午茶」為主打，以野餐盒為靈感，為每一位女性員工送去了一份誠意滿滿的下午茶，包含了各色甜品飲料，同時公司也準備了不同色系的鮮花，鮮花的奶橘與紫色配合著清甜的香味，頓時成為了女士們的夢中「情花」。此外，在節日當天，門店還邀請女士們觀看最新上映的電影，讓女士們在工作之餘享受放鬆娛樂時光。

關愛



上海成山店38女神節活動

建設人才梯隊 > 4.2 員工權益保障

### 新世界百貨「30周年未來可期」主題活動

新世界百貨成立三十周年之際，以「三十而立」為主題，邀請全體員工共慶。

我們舉辦了新世界百貨的夏季運動會，跳繩、羽毛球、乒乓球、籃球、同心協力、精神堡壘、力拔山河、協同共進等競技和趣味項目相繼展開。賽程中穿插了限定原創主題曲及青春舞蹈展示，溫馨的30周年紀錄片與全體大合唱將整場運動會推向高潮。賽程中穿插了限定原創主題曲及青春舞蹈展示，溫馨的30周年紀錄片與全體大合唱將整場運動會推向高潮。

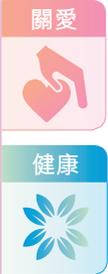
運動會中，廣大員工積極參與各項活動，帶來了精彩的賽事與表演。



此外，三十周年主題活動將新百歷年傳統—「把愛帶回家」家屬同樂計劃融入其中。每位員工付出的努力、得到的成就，離不開家人的支持與鼓勵，為感謝每一位新百員工家屬的付出，公司給員工及其家屬發放了專屬禮物與福利，讓員工在工作之餘關注家庭生活，與家人同樂。



同時各區域、各分店圍繞大主題，自行開展分支活動，如老照片紀念展、公益慰問、運動會選拔賽等，將三十周年的主體精神延展到每個角落。



新世界百貨始終關注員工的工作與生活平衡，提供各種措施促進員工的身心健康。通過這些活動與福利，本公司致力於實現員工與企業的共同發展，為企業的長遠發展提供人才保障。

## 4.3 人才培訓與發展

新世界百貨始終致力於構建一個全面的員工職業發展與培訓體系，通過公司整體的人才規劃與發展，確保所有員工在職業發展中享有平等的發展機遇。

### 員工培訓

我們重視培訓的質量和效果，通過高質量的培訓項目，如「星級講師」評級制度，激勵員工自我提升，培養了一批具備全面管理能力的人才。此外，我們還與各業務領域的管理人員合作，舉辦知識分享會，確保員工能夠掌握最新的業務知識。

#### 階梯人才培育

- 通過一對一輔導、言傳身教和其他多元化培訓，提升儲備人才的綜合管理能力，實現職業發展。

#### 高品質培訓

- 重新界定新世界百貨講師的角色，嚴格篩選講師資格，並開展「十佳講師」和「星級講師」等評選活動。

#### 業務賦能培訓

- 在本年度，我們的人力資源與發展部門一直致力於找出各業務領域的主要挑戰，並積極推動內部培訓以應對這些問題。我們與各業務領域的管理人員合作，舉行一系列知識分享會。

#### 提升在職能力

- 人力資源與發展部門與商品部合作，開展零售業務方面的培訓。這些培訓課程涵蓋了品牌庫系統、零售系統和辦公室自動化系統的使用、試算表技能，以及有關化妝品、女士用品和餐飲銷售的促銷策略。
- 人力資源與發展部門還通過經授權的課程，為前線同事提供銷售和顧客服務培訓。我們向參與者分享了向不同類型的客戶有效銷售產品，以及提供卓越顧客服務的技能與技巧。

#### 合資格內部講師

- 我們對講師資格進行了資格審核，以激勵講師不斷提高他們的培訓能力。

### 新世界百貨培訓體系亮點

在報告年內，新世界百貨積極開展各類培訓活動，共有七千餘人次參加了培訓。通過這些培訓，員工的專業技能和業務能力得到了提升，為公司的發展奠定了基礎。

### 梯隊人才培育項目 • 北京集訓之旅

新世界百貨的新百三級鵬梯隊人才在北京開展了為期四天的深度培訓，通過拓展活動和讀書推薦會建立友誼和團隊信任；新穎的課程學習，掌握業務提升關鍵知識；新百「TED演講」的形式表述自己於新百的緣分，暢談未來理想。本次北京集訓，共有階梯人才26位，課程滿意度以5分為滿分，達4.9分。

關愛



新百梯隊人才培育計劃

### 員工發展

在員工晉升機制上，我們設立了明確的政策和制度。通過設立多樣化的晉升通道，為員工提供明確的職業發展路徑。我們的晉升和選拔嚴格遵循公平、公正的原則，確保每位員工都能在公平競爭的環境中展現自己的才華。

展望未來，我們將持續完善員工職業發展通道，優化晉升和選拔機制，加強培訓體系建設，提供更多元化、專業化的培訓課程，支援企業的可持續發展。



## 4.4 職業健康與安全

### 員工健康與安全管理

新世界百貨高度重視員工的職業健康與安全，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》，並為此實施了一系列嚴格的管理制度，以保障員工在工作場所的安全和身心健康。我們的管理措施涵蓋了定期的安全巡查和隱患排查、對新員工進行全面的安全教育、為不同崗位的員工提供定制化的安全指導、定期開展專題培訓以確保年度培訓計劃的全面性、對供應商進行安全教育並要求其做出安全承諾、定期實施安全演習以強化員工的應急反應能力，以及開展急救培訓，確保員工掌握基本的急救技能。

#### 遵守法律法規

- 在遵守法律法規方面，新世界百貨嚴格遵守國家的法律法規，確保公司經營的合法合規。我們同時建立了安全檢查流程和隱患排查標準，以保證全國範圍內的門店安全檢查能夠統一、有效地執行。

#### 健康與安全培訓

- 在健康與安全的培訓方面，新世界百貨的新員工必須接受全面的安全培訓，確保他們瞭解並遵守公司的安全規定和操作流程。針對不同崗位的員工，我們提供專項培訓，如餐飲和非餐飲商戶員工的定期專項培訓，確保員工能夠持續更新和提升其安全知識和技能。

#### 職業健康服務

- 在職業健康服務方面，新世界百貨致力於為員工營造一個安全健康的工作氛圍。我們配備了必要的個人防護用品，如安全帽、手套、護目鏡等，以保障員工在需要時得到適當的防護。此外，我們還提供了一系列職業健康服務，包括週期性的健康體檢、職業病的預防措施和控制方案，以及為員工提供健康諮詢和專業指導。我們的目標是讓員工在工作過程中保持良好的身心健康狀態，從而提升工作效率和生活品質。

### 職業健康與安全演習

為不斷提升員工的健康安全意識與能力，公司開展了各類演習活動，讓廣大員工在踐行活動與講座中加強安全意識，提升應對突發事件的能力，共同建立一個健康安全的工作環境。



鄭州店防汛演習



北京利瑩店防恐演習



長沙時尚廣場消防演習



健康



### 員工免費體檢及義診服務

為了讓員工更加關注自我身心健康，綿陽店於2023年7月誠意邀請青年中醫學研究院的志願者到分店為員工提供免費體檢及義診服務，通過一系列活動就常見疾病進行諮詢、分析，並就預防保健知識進行講解，使員工更加瞭解自己的身體情況，在快樂工作的同時，也注意健康生活。



綿陽店免費體檢及義診服務

健康



### 施工安全管理

在施工現場的安全管理方面，新世界百貨制定了《工程項目施工管理》政策，以保障施工工程項目的安全作業以及現場人員的健康與安全。

#### 安全制度保障

- 承包任何工程項目的承包商，均須提供《現場文明施工制度》《現場安全生產制度》《現場施工隊伍管理制度》。建立安全責任制，制定安全生產指標，加強各級安全教育，完善施工組織設計中的安全措施。

#### 安全培訓

- 上崗人員均應經安全培訓，特殊工種需持上崗證。

#### 安全追蹤管理

- 對施工單位安全文明措施費的使用進行追蹤管理，從安全檢查、專題會議、績效考核等多種形式進行，從專案主管部門視角關注及監督相關方安全生產管理的績效。

#### 消防安全管理

- 現場消防管理是安全管理的重中之重，需要專案方制定有效管控流程，加強檢查力度，清除現場隱患，重點關注易燃材料的堆放，電焊等動火作業的申報審批流程，現場防火措施的落實等工作。分店則負責督促商戶遵守店內裝修守則及動火作業審批的要求。

### 施工安全專題會議

本公司會根據分店施工項目的開展情況，不定期開展施工安全的專題會議，加強作業人員的安全意識與能力，保障工程項目的順利進行。對於現場發現的安全隱患，我們將要求施工方及時進行整改，杜絕安全事故的發生。



上海五角場施工安全專題培訓

健康



報告期內，本公司沒有發生職業健康及安全方面的違規事件。



踐行  
社會公益

踐行社會公益

新世界百貨秉承業務與社區利益共同發展的理念，積極在各個門店開展與當地社區互動活動，倡導員工積極參與社區服務，並與合作夥伴共創，為當地社區發展提供支援與動力。

本公司各分店與當地社區進行積極互動，為員工提供參與社區服務的機會，例如通過參與義工服務、公益獻血和籌款等社區活動來支持當地發展。為鼓勵員工並提高員工社區活動的熱情，規範新世界百貨員工志願活動，我們制定了《新世界百貨義工隊隊員手冊》，通過對不同義工活動的主題、意義、價值、受惠物件、報名方式、以及其他相關信息介紹，加強對員工志願活動監管，提升志願活動效果。在慈善捐助方面，我們通過教育援助、慈善捐款以及與慈善組織或非政府組織合作等方式，積極投資社區並參與社區活動。報告期內，新世界百貨員工義工服務總時數達700.5小時，對慈善團體的捐款額合計超過15萬元港幣。

兒童關愛活動

孤獨症意識日畫展

2024年4月，上海天山路店聯合上海愛好兒童康復培訓中心，上海市殘疾人聯合會以及上海市志願者協會為上海藍絲帶孤獨症關愛中心兒童開展「心中有愛，所以會好」孤獨症意識日畫展活動。本次活動共計55名員工參與，並吸引200名義工支持。

我們旨在通過「第17個世界孤獨症意識日」向公眾展示我們的社會責任感和使命感，讓更多的人參與到關愛自閉症兒童的活動中來，獻出愛心，收獲美好。



上海天山路店孤獨症意識日畫展

關愛



健康



踐行社會公益

### 自閉症兒童關愛活動

為推動自閉症健康知識普及呼籲社會各界更多地關注自閉症孩子的現狀，北京千姿店於2024年5月與順義在線聯合發起了一場大型公益跳蚤市場活動。

本次活動鼓勵小賣家將物品以個人名義捐贈予中國福利基金會—自閉症兒童，同時捐贈的商家也將獲得一張由主辦方頒發的公益證書，以提高公眾對自閉症人士的關注。

此外，我們也真正走進需要關愛的兒童身邊，通過開展運動會等活動，實實在在地陪伴在自閉症兒童身邊，通過「讓愛在一起」活動，捐贈我們的愛心。

關愛



健康




北京千姿店公益活動

踐行社會公益

社區健康關愛活動

獻血活動

為傳遞社會責任擔當，以實際行動為健康助力，為生命接力，來自上海成山店及綿陽店等多名員工志願者，在專業醫護工作人員的組織下，於年內積極參與了義務獻血活動，將愛心傳遞。



綿陽店獻血活動



上海成山店獻血活動



### 長者關愛活動

#### 中秋節敬老活動

為提升社會各界對長者關愛的重視，推動社區共融發展，於2023年9月，新世界百貨香港辦公室與香港基督教青年會合作，於中秋節前到位於東涌區的安老院舍向長者派發曲奇及超級市場現金券，以身作則承擔社會責任，為需要幫助的老人帶去溫暖與支持。



香港長者捐贈活動



踐行社會公益

重陽節敬老活動

為發揚尊老、敬老、愛老、助老的企業社會責任，2023年重陽節之際，新世界百貨多家門店分別在當地開展了敬老捐贈及關愛活動。新世界百貨義工來到敬老院為長者提供了各式禮品、組織現場表演等活動，促進我們與老人的交流，在節日期間奉獻溫暖。



南京店敬老活動



上海各店聯合敬老活動



北京崇文店敬老活動



### 暖心送贈活動

#### 冬至暖心行活動

在傳統節日「冬至」到來之前，鄭州店於2023年12月為清潔工人、快遞員等戶外工作者舉辦了「冬日所盼 如約而至」冬至暖心行活動。分店精心準備了保暖手套、口罩、熱奶茶作為慰問，組織員工送至每位辛勤的戶外工作者手上，在寒冷冬日為他們送上一絲溫暖。



鄭州店冬至暖心行活動

關愛



踐行社會公益

夏日送清涼活動

綿陽店以及南京店於2023年7月先後開展了夏日送清涼活動。

南京店發揮員工的積極性、主動性，為南京市新街口街道及玄武區消防大隊戶外勞動者送去水等消暑飲品，讓街道及消防大隊勞動者體會到新世界百貨工會組織的關心，增強工會與社區的凝聚力。

綿陽店則進行了「清涼一夏•愛心贈飲」公益活動，為廣大戶外工作者在炎熱夏季送上飲品，該活動也受到了廣大戶外工作者一致好評及讚許。



南京店夏日送清涼活動



綿陽店清涼一夏•愛心贈飲活動



踐行社會公益

軍隊慰問活動

於報告期內，北京崇文店積極組織部隊慰問活動，通過物資捐贈、活動組織等形式，感謝他們一直以來對社會的奉獻，表達新世界百貨的問候與敬意，並通過這次活動積極學習高質量發展、協同合作等部隊精神。

關愛



北京崇文店軍隊慰問活動

公益剪髮活動

新世界百貨不僅在服務上充分考慮社區及客戶的實際需求，也時時刻刻將公益活動與社區需求結合起來。為此，北京利瑩店聯同望京阜榮街道於2024年1月及3月開展了主題為「新世界益行動」公益剪髮活動，通過提供免費的剪髮活動，將愛心真正融入社區生活中，促進社區共同發展。

關愛



北京利瑩店公益剪髮活動

踐行社會公益

慈善捐助活動

機甲熊貓義賣活動

2024年4月，北京利瑩店聯同望京街道啟動了「相約花溪慈善拍賣」主題公益活動。本次活動邀請了神秘嘉賓—望京機甲熊貓設計者到場，拍賣帶有創作者親筆簽名的機甲熊貓模型。

活動中，望京機甲熊貓設計師向大家介紹了望京機甲熊貓及其與望京街道的機緣，並獲得由望京街道為其頒發的捐贈證書，以表示對他的愛心奉獻的感謝。在拍賣師熱情洋溢地講解和引導下，現場氣氛熱烈，大家紛紛參與，競價聲此起彼伏，充分展示了對公益事業的熱忱與支持。本次「相約花溪 慈善拍賣」活動所籌集的資金捐贈於「守望公益專項基金」，用於開展地區助老、扶幼、濟困、助殘等公益活動。

關愛



北京利瑩店機甲熊貓義賣行動



大型親子公益市集

2024年1月，煙台店聯合本地幼稚園機構舉辦了愛心義賣活動，希望通過點滴善行點亮孩子們內心善良的明燈，培養孩子們的社會責任感，從愛出發為孩子提供充滿歡樂的體驗。

活動共同招募200組家庭舉行大型親子義賣活動，家長與幼兒自行準備售賣商品及零錢，將活動取得的善款為四川大涼山的貧困孩子購買棉衣手套等過冬物資。我們希望通過此次愛心義賣活動，為公益出一份微薄的力量，也激發孩子們的愛心，讓他們更加珍惜今天生活的美好。

關愛



煙台店大型親子公益市集

踐行社會公益

以愛之名活動

2024年3月，瀋陽津橋路時尚廣場攜手瀋陽小藍愛心公益團隊，舉辦舊衣捐贈活動，顧客可將自己閒置衣物捐贈給來自新民誠仁兒童福利院中心及新民愛灑人間愛心之家中需要的人，用我們的愛心給這些舊衣物增添新的光彩。



瀋陽津橋路時尚廣場愛心活動

關愛



看望轄區困難家庭義工活動

新世界百貨積極深入不同弱勢群體內部，瞭解不同群體的現實需求，樹立具有實際改善意義的社會責任活動。2023年7月，重慶店將愛心投向困難家庭群體，通過公益捐贈，實際幫扶困難家庭度過難關。我們相信積小成多，積極在這場綠色行動中，以自身影響力激發社會大愛。

關愛



重慶店義工活動

### 可持續主題活動

#### 環保繪畫活動

2024年4月，瀋陽津橋路時尚廣場聯合蔚來公益組織及馬良創意機構，舉辦「愛瀋陽，畫瀋陽，童心益起來」活動，邀請30組親子家庭及公益志願者到店參與環保繪畫活動。



瀋陽津橋路時尚廣場環保繪畫活動

關愛



環保





踐行社會公益

### 兒童公益巨幅百米畫環保繪畫活動

「小朋友看昆蟲，大朋友看破繭」，北京崇文店在2024年6月開展了一場別開生面的「兒童公益巨幅百米畫 — 讓蝴蝶躍然紙上」環保繪畫活動。活動現場，孩子們紛紛拿出畫筆，繪畫心中的蝴蝶形象，現場的家長們也受到氛圍鼓舞，與孩子們一同創作。新世界百貨希望通過這次活動，引導孩子們關注大自然，關注我們美好的家園。





### 動物保護活動

#### 寵物領養活動

多年來，新世界百貨除了深入關懷社區、弱勢群體外，也將目光投向更廣泛的可持續話題。為了給流浪或被遺棄的寵物一個新家，建設更友好的動物友好環境，上海陝西路店於2023年9月開啟了一場寵物領養活動，希望通過新世界百貨的平台，為支持動物保護及動物福利貢獻一份力量。



上海陝西路店寵物領養活動

### 獎項與榮譽、外部倡議與身份

#### 環境保護

##### 環境運動委員會—

「香港綠色機構認證計劃」中取得「香港綠色機構」認證證書、「卓越級別」減廢證書、「基礎級別」節能證書、「良好級別」清新室內空氣證書



世界綠色組織—於「聯合國可持續發展目標—綠色辦公室獎勵計劃」中獲頒「綠色辦公室」及「健康工作間」10+標誌



#### 僱員福利

香港提升快樂指數基金及香港中華廠商聯合會—於「開心工作間推廣計劃2024」中獲頒「開心企業5+」標誌



強制性公積金計劃管理局—於2023/24年度「積金好僱主」嘉許計劃中獲評為「積金好僱主5年」及頒發「電子供款獎」和「積金推廣獎」



### 社會公益

香港社會服務聯會—  
於2023/24年度  
「商界展關懷」計劃中獲  
頒「10年Plus商界展關  
懷」標誌



北京市朝陽區  
望京街道辦事處 — 東西部協作愛心企業



### 企業管治

《財資》—於「《財資》環境、社會及管治企業大獎2023」中獲頒  
「環境、社會及管治」組別金獎



### 外部倡議和會員身份

| 倡議機構   | 參與行動   |
|--------|--|
| 聯合國    | 聯合國可持續發展目標<br>支援機構<br> |
| 世界綠色組織 | 「惜紙行動」參與機構<br>        |

| 倡議機構           | 參與行動   |
|----------------|--|
| 香港特別行政區<br>環境局 | 「氣候變化香港行動」<br>碳審計綠色機構<br><br>「活動減廢承諾」參與機構<br> |
| 中國國際投資<br>促進會  | 企業會員<br>                                    |

## 環境數據

| 類型和指標                       | 單位          | 2023財年  | 2024財年  |
|-----------------------------|-------------|---------|---------|
| <b>能耗<sup>(1)</sup></b>     |             |         |         |
| 天然氣                         | GJ          | 47,255  | 51,985  |
| 汽油                          | GJ          | 1,294   | 1,129   |
| 柴油                          | GJ          | 739     | 546     |
| 電力(百貨淨用量)                   | GJ          | 332,840 | 354,507 |
| 市政供暖                        | GJ          | 65,000  | 67,549  |
| 直接能源消耗                      | GJ          | 49,288  | 53,660  |
| 間接能源消耗                      | GJ          | 397,840 | 422,056 |
| 單位面積能源消耗                    | GJ/平方米      | 0.471   | 0.520   |
| <b>溫室氣體排放<sup>(2)</sup></b> |             |         |         |
| 範圍一溫室氣體排放量                  | 噸二氧化碳當量     | 2,671   | 2,896   |
| 範圍二溫室氣體排放量 <sup>(3)</sup>   | 噸二氧化碳當量     | 58,190  | 61,835  |
| 溫室氣體排放總量                    | 噸二氧化碳當量     | 60,861  | 64,731  |
| 單位面積溫室氣體排放量                 | 噸二氧化碳當量/平方米 | 0.064   | 0.071   |
| <b>水資源使用</b>                |             |         |         |
| 用水消耗                        | 立方米         | 477,366 | 500,302 |
| 單位面積用水消耗量                   | 立方米/平方米     | 0.503   | 0.547   |
| <b>廢水排放</b>                 |             |         |         |
| 廢水排放量 <sup>(4)</sup>        | 立方米         | 不適用     | 400,241 |
| 單位面積廢水排放量                   | 立方米/平方米     | 不適用     | 0.437   |

<sup>(1)</sup> 轉換因子源自2016年EPA發佈的《Greenhouse Gas Inventory Guidance — Direct Emissions from Stationary Combustion Sources》。

<sup>(2)</sup> 溫室氣體盤查類別範圍一包括固定源、移動源，範圍二包括電力消耗、市政供暖。

<sup>(3)</sup> 中國大陸地區的電力排放因數來源於2022年範圍二溫室氣體排放的計算參照國家發展改革委員會發佈的《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南發電設施(2022年修訂版)》(環辦氣候[2021]111號)進行核算與編制。香港地區電力排放因數來源於《2023年港燈可持續發展報告》。暖氣的排放因子選自EIA與2002年發佈的《Voluntary Reporting of Greenhouse Gases》

<sup>(4)</sup> 廢水排放量依據中華人民共和國生態環境部2021年發佈的《生活污染源產排污係數手冊》中建議的城鎮生活污水產生量折污係數計算，折污係數取0.8。

## 附錄 &gt; 關鍵績效指標

| 類型和指標                         | 單位     | 2023財年 | 2024財年 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|
| <b>一般廢棄物<sup>(5)</sup></b>    |        |        |        |
| 一般固體廢棄物產生量(可回收)               | 噸      | 139    | 144    |
| 一般固體廢棄物產生量(不可回收)              | 噸      | 6,285  | 5,371  |
| 一般固體廢棄物產生總量                   | 噸      | 6,436  | 5,515  |
| 單位面積一般固體廢棄物產生量 <sup>(6)</sup> | 公斤/平方米 | 6.80   | 10.27  |
| <b>危險廢棄物<sup>(7)</sup></b>    |        |        |        |
| 危險廢棄物產生總量                     | 公斤     | 85     | 85     |
| 單位面積危險廢棄物產生量 <sup>(8)</sup>   | 千克/平方米 | 0.0012 | 0.0012 |
| <b>廢氣排放<sup>(9)</sup></b>     |        |        |        |
| 氮氧化物                          | 噸      | 0.0186 | 0.0146 |
| 硫氧化物                          | 噸      | 0.0005 | 0.0005 |
| 顆粒物                           | 噸      | 0.0014 | 0.0011 |
| <b>物資使用</b>                   |        |        |        |
| 紙張使用(A4)                      | 公斤     | 13,526 | 12,643 |
| 紙張使用(A3)                      | 公斤     | 218    | 160    |
| 紙製品                           | 公斤     | 8,824  | 9,613  |
| 塑膠包裝袋 <sup>(10)</sup>         | 公斤     | 2,228  | 1,696  |
| 其他 <sup>(11)</sup>            | 公斤     | 不適用    | 4,298  |

<sup>(5)</sup> 一般廢棄物僅統計部分門店，有九家分店及上海辦事處未納入統計。

<sup>(6)</sup> 2023財年單位面積一般固體廢棄物產生量數據發生變動的原因為本報告中計算2023財年無害廢棄物強度的分母採用部分門店的總面積，有九家分店及上海辦事處未納入統計。

<sup>(7)</sup> 危險廢棄物統計類別為廢墨水匣，統計範圍僅限長沙時尚廣場和上海成山店。

<sup>(8)</sup> 2023財年單位面積危險固體廢棄物產生量數據發生變動的原因為本報告中計算2023財年危險廢棄物強度的分母統計範圍僅限長沙時尚廣場和上海成山店。

<sup>(9)</sup> 廢氣排放來源於自有車輛的燃油消耗。

<sup>(10)</sup> 塑膠包裝袋統計範圍僅為煙台店。

<sup>(11)</sup> 「其他」類別主要包含了紙袋和無紡布袋，2023財年暫未統計。

附錄 > 關鍵績效指標

社會數據

| 員工人數   |           |       |       |       |    |       |
|--------|-----------|-------|-------|-------|----|-------|
| 2023財年 |           | 總數    | 性別    |       | 地區 |       |
|        |           |       | 男性    | 女性    | 香港 | 中國內地  |
| 僱傭合約類型 | 永久合約      | 1,166 | 543   | 604   | 13 | 1,153 |
|        | 固定期限／臨時合約 | 951   | 482   | 469   | 0  | 951   |
| 僱傭類別   | 全職        | 2,117 | 1,044 | 1,073 | 13 | 2,104 |
|        | 兼職        | 0     | 0     | 0     | 0  | 0     |
| 2024財年 |           | 總數    | 性別    |       | 地區 |       |
|        |           |       | 男性    | 女性    | 香港 | 中國內地  |
| 僱傭合約類型 | 永久合約      | 1,838 | 953   | 885   | 13 | 1,825 |
|        | 固定期限／臨時合約 | 0     | 0     | 0     | 0  | 0     |
| 僱傭類別   | 全職        | 1,838 | 953   | 885   | 13 | 1,825 |
|        | 兼職        | 0     | 0     | 0     | 0  | 0     |



## 附錄 &gt; 關鍵績效指標

| 員工多元化指標     |     |     |      |
|-------------|-----|-----|------|
| 2023財年      |     |     |      |
|             | 總數  | 性別  |      |
|             |     | 男性  | 女性   |
| 擔任STEM職位的員工 | 778 | 588 | 190  |
| 2024財年      |     |     |      |
|             | 總數  | 性別  |      |
|             |     | 男性  | 女性   |
| 擔任STEM職位的員工 | 519 | 340 | 179  |
| 2023財年      |     |     |      |
|             | 總數  | 地區  |      |
|             |     | 香港  | 中国內地 |
| 擔任管理職務的員工   | 185 | 6   | 179  |
| 殘疾員工        | 12  | 0   | 12   |
| 2024財年      |     |     |      |
|             | 總數  | 地區  |      |
|             |     | 香港  | 中国內地 |
| 擔任管理職務的員工   | 171 | 6   | 165  |
| 殘疾員工        | 15  | 0   | 15   |

附錄 > 關鍵績效指標

薪酬比例

女性對男性基本薪資與薪酬的比例

2023財年

2024財年

1.12 : 1

1.03 : 1

培訓時數

2023財年

2024財年

總培訓時數

培訓人數

總培訓時數

培訓人數

按等級劃分

經營及前線員工

44,366.5

871

17,765.1

1,000

一般員工

44,366.5

916

9,572.4

475

助理經理

6,338.2

144

3,910.5

626

經理

3,686.4

91

2,268.4

100

高級經理

1,537.1

28

956.6

32

助理總經理及以上

1,642.7

66

1,044.9

75

按性別劃分

男性

25,767.4

1,044

16,081.6

1,160

女性

31,803.5

1,072

19,436.3

1,148

總數

57,570.9

2,116

35,517.9

2,308

附錄 > 關鍵績效指標

| 員工行為準則      |    |   |        |        |
|-------------|----|---|--------|--------|
| 類別          | 單位 |   | 2023財年 | 2024財年 |
| 需要遵守行為準則的員工 | 人數 | 人 | 2,104  | 1,825  |
|             | 比例 | % | 99%    | 99%    |
| 簽署行為準則的員工   | 人數 | 人 | 2,104  | 1,825  |
|             | 比例 | % | 99%    | 99%    |
| 接受行為準則培訓的員工 | 人數 | 人 | 2,104  | 1,825  |
|             | 比例 | % | 99%    | 99%    |
| 休假福利        |    |   |        |        |
| 類別          |    |   | 2023財年 | 2024財年 |
| 育兒假         |    |   |        |        |
| 享有產假的員工     |    |   | 1,073  | 885    |
| 領取產假的員工     |    |   | 32     | 17     |
| 產後重返工作崗位的員工 |    |   | 24     | 17     |
| 享有陪產假的員工    |    |   | 1,044  | 953    |
| 領取陪產假的員工    |    |   | 18     | 17     |
| 關愛假         |    |   |        |        |
| 享有關愛假的員工    |    |   | 2,117  | 1,838  |
| 領取關愛假的員工    |    |   | 42     | 26     |

附錄 > 關鍵績效指標

| 員工僱傭數據  |        | 單位 | 2023財年 | 2024財年 |
|---------|--------|----|--------|--------|
| 類別      |        |    |        |        |
| 總新進員工人數 |        | 人  | 1      | 160    |
| 按年齡     | 30歲以下  | 人  | 1      | 46     |
|         | 30-50歲 | 人  | 0      | 111    |
|         | 50歲以上  | 人  | 0      | 3      |
| 按性別     | 男性     | 人  | 0      | 84     |
|         | 女性     | 人  | 1      | 76     |
| 按管理層級   | 管理層    | 人  | 0      | 20     |
|         | 非管理層   | 人  | 1      | 140    |

| 員工離職數據     |        | 2023財年 |       | 2024財年 |      |
|------------|--------|--------|-------|--------|------|
| 類別         |        | 人數     | 離職率   | 人數     | 離職率  |
| 員工離職人數及離職率 |        |        |       |        |      |
| 按年齡        | 30歲以下  | 26     | 1.2%  | 0      | 0.0% |
|            | 30-50歲 | 212    | 10.0% | 99     | 5.4% |
|            | 50歲以上  | 23     | 1.1%  | 47     | 2.6% |
| 按性別        | 男性     | 119    | 5.6%  | 47     | 2.6% |
|            | 女性     | 142    | 6.7%  | 99     | 5.4% |
| 按管理層級      | 管理層    | 不適用    | 不適用   | 10     | 0.5% |
|            | 非管理層   | 不適用    | 不適用   | 136    | 7.4% |



## 附錄 &gt; 關鍵績效指標

## 職業健康與安全數據

|                  | 2023 財年             |           |           |
|------------------|---------------------|-----------|-----------|
|                  | 缺勤率 <sup>(12)</sup> | 職業病率      | 死亡率       |
| <b>性別分類</b>      |                     |           |           |
| 男性               | 1.39%               | 0%        | 0%        |
| 女性               | 1.70%               | 0%        | 0%        |
| <b>按地區分類</b>     |                     |           |           |
| 香港               | 1.29%               | 0%        | 0%        |
| 中國內地             | 1.55%               | 0%        | 0%        |
|                  | 2024 財年             |           |           |
|                  | 缺勤率                 | 職業病率      | 死亡率       |
| <b>性別分類</b>      |                     |           |           |
| 男性               | 0.74%               | 0%        | 0%        |
| 女性               | 1.17%               | 0%        | 0%        |
| <b>按地區分類</b>     |                     |           |           |
| 香港               | 0.02%               | 0%        | 0%        |
| 中國內地             | 1.89%               | 0%        | 0%        |
| <b>2024 財年總數</b> | <b>1.91%</b>        | <b>0%</b> | <b>0%</b> |

<sup>(12)</sup> 缺勤率按「缺勤日數除以總工作日數」計算。

附錄 > 關鍵績效指標

| 工傷數據 <sup>(13)</sup> |      | 2024財年 |
|----------------------|------|--------|
| 統計類別                 |      | 2024財年 |
| 因工傷而損失的工作日數          | 中國內地 | 1,459  |
|                      | 香港   | 0      |

| 因公亡故人數 |    |      | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 |
|--------|----|------|--------|--------|--------|
| 統計類別   |    |      | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 |
| 因公亡故人數 | 性別 | 男性   | 0      | 0      | 0      |
|        |    | 女性   | 0      | 0      | 0      |
| 因公亡故人數 | 地區 | 香港   | 0      | 0      | 0      |
|        |    | 中國內地 | 0      | 0      | 0      |

| 產品責任                  |  | 2023財年 | 2024財年 |
|-----------------------|--|--------|--------|
| 已售產品總數中因安全或健康理由須收回的數量 |  | 0      | 0      |
| 關於產品及服務的投訴數目          |  | 0      | 0      |

| 供應商數量 |      | 2023財年 | 2024財年 |
|-------|------|--------|--------|
| 統計類別  |      | 2023財年 | 2024財年 |
| 供應商總數 |      | 52     | 56     |
| 按地區   | 香港   | 7      | 9      |
|       | 中國內地 | 45     | 47     |
|       | 其他   | 0      | 0      |

<sup>(13)</sup> 2023財年因數據有限，我們僅披露了工傷導致的誤工率數據；2024財年我們統計且披露了「因工傷而損失的工作日數」，從而更好得滿足港交所的披露要求。

## 聯交所指標索引

| 環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI) |  | 所在章節           |
|-----------------------------|--|----------------|
| 環境                          |  |                |
| 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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 2.3降低環境影響      |
| 關鍵績效指標A1.1                  | 排放物種類及相關排放數據。  | 附錄：關鍵績效指標—環境數據 |
| A1：<br>排放物                  | 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)。             | 附錄：關鍵績效指標—環境數據 |
| 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)。                                      | 附錄：關鍵績效指標—環境數據 |
| 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)。                                      | 附錄：關鍵績效指標—環境數據 |
| 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。   | 2.1綠色管理        |
| 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。                                     | 2.3降低環境影響      |

附錄 > 聯交所指標索引

| 環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |  | 所在章節                              |
|-----------------------------|------------|--|-----------------------------------|
| A2 :<br>資源<br>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。                                 | 2.2應對氣候變化<br>2.3降低環境影響            |
|                             | 關鍵績效指標A2.1 | 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)。 | 2.2應對氣候變化                         |
|                             | 關鍵績效指標A2.2 | 總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。                                 | 附錄:關鍵績效指標—環境數據                    |
|                             | 關鍵績效指標A2.3 | 描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。                            | 2.1綠色管理                           |
|                             | 關鍵績效指標A2.4 | 描述求取適用水源上可有任何問題,以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。              | 2.1綠色管理<br>2.3降低環境影響              |
| A3 :<br>環境及天然資源             | 關鍵績效指標A2.5 | 製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量。                         | 附錄:關鍵績效指標—環境數據                    |
|                             | 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。                                  | 2.3降低環境影響                         |
|                             | 關鍵績效指標A3.1 | 描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動                         | 2.1綠色管理<br>2.2應對氣候變化<br>2.3降低環境影響 |
| A4 : 氣候變化                   | 一般披露       | 識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。                         | 2.2應對氣候變化                         |
|                             | 關鍵績效指標A4.1 | 描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜,及應對行動。                         | 2.2應對氣候變化                         |

附錄 > 聯交所指標索引

| 環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |  | 所在章節           |
|-----------------------------|------------|--|----------------|
| 社會                          |            |  |                |
|                             | 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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 4.建設人才梯隊       |
| B1：<br>僱傭                   | 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。   | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 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   | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。                      | 4.4職業健康與安全     |
| B2：<br>健康與安全                | 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。  | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 關鍵績效指標B2.2 | 因工傷損失工作日數。   | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 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。   | 4.4職業健康與安全     |
|                             | 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。  | 4.3人才培訓與發展     |
| B3：<br>發展及培訓                | 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)劃分的受訓僱員百分比。  | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 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。  | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |

附錄 > 聯交所指標索引

| 環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |  | 所在章節           |
|-----------------------------|------------|--|----------------|
| B4：<br>勞工準則                 | 一般披露       | 有關防止童工或強制勞工的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。                       | 4.1 合規僱傭       |
|                             | 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。   | 4.1 合規僱傭       |
|                             | 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。  | 4.1 合規僱傭       |
| B5：<br>供應鏈管理                | 一般披露       | 管理供應鏈的環境及社會風險政策。   | 3.3 價值鏈共建      |
|                             | 關鍵績效指標B5.1 | 按地區劃分的供應商數目。   | 3.3 價值鏈共建      |
|                             | 關鍵績效指標B5.2 | 描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及相關執行及監察方法。                                       | 3.3 價值鏈共建      |
|                             | 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。  | 3.3 價值鏈共建      |
|                             | 關鍵績效指標B5.4 | 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。   | 3.3 價值鏈共建      |
| B6：<br>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：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 3.2 產品與服務責任    |
|                             | 關鍵績效指標B6.1 | 已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比。   | 附錄：關鍵績效指標—社會數據 |
|                             | 關鍵績效指標B6.2 | 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。  | 3.2 產品與服務責任    |
|                             | 關鍵績效指標B6.3 | 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。   | 3.2 產品與服務責任    |
|                             | 關鍵績效指標B6.4 | 描述質量檢定過程及產品回收程序。   | 3.2 產品與服務責任    |
|                             | 關鍵績效指標B6.5 | 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。  | 3.2 產品與服務責任    |



## 附錄 &gt; 聯交所指標索引

| 環境、社會及管治範疇與一般披露及關鍵績效指標(KPI) |            |   | 所在章節                    |
|-----------------------------|------------|---|-------------------------|
| B7：<br>反貪污                  | 一般披露       | 有關防止賄賂，勒索，欺詐及洗黑錢的：<br>(a) 政策；及<br>(b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料。 | 1.3商業道德                 |
|                             | 關鍵績效指標B7.1 | 於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果。                           | 1.3商業道德                 |
|                             | 關鍵績效指標B7.2 | 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法                                       | 1.3商業道德                 |
|                             | 關鍵績效指標B7.3 | 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。   | 1.3商業道德 <sup>(14)</sup> |
| B8：<br>社區投資                 | 一般披露       | 有關以社區參與來了解經營所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策。                         | 5踐行社會公益                 |
|                             | 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)                                | 5踐行社會公益                 |
|                             | 關鍵績效指標B8.2 | 在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。   |                         |

<sup>(14)</sup> 由於內部原因，2023財年僅向員工開展反貪污培訓。未來，我們將計劃開展針對董事會的反貪腐培訓。



## GRI 指標索引

| GRI 標準                | 披露標題             | 有關章節／或其他說明         |
|-----------------------|------------------|--------------------|
| <b>GRI 2：一般揭露2021</b> |                  |                    |
| <b>1. 組織及報導實務</b>     |                  |                    |
| 2-1                   | 組織詳細資訊           | 關於新世界百貨            |
| 2-2                   | 組織永續報導中包含的實體     | 關於本報告              |
| 2-3                   | 報導期間、頻率及聯絡人      | 關於本報告              |
| 2-4                   | 資訊重編             | 關於本報告              |
| 2-5                   | 外部保證／確信          | 附錄：驗證聲明            |
| <b>2. 活動與工作者</b>      |                  |                    |
| 2-6                   | 活動、價值鏈和其他商業關係    | 年報2024<br>3.3價值鏈共建 |
| 2-7                   | 員工               | 4.建設人才梯隊           |
| 2-8                   | 非員工的工作者          | 不涉及                |
| <b>3. 治理</b>          |                  |                    |
| 2-9                   | 治理結構及組成          | 1.1合規治理及風險管理       |
| 2-10                  | 最高治理單位的提名與遴選     | 年報2024             |
| 2-11                  | 最高治理單位的主席        | 年報2024             |
| 2-12                  | 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 | 年報2024             |
| 2-13                  | 衝擊管理的負責人         | 年報2024             |
| 2-14                  | 最高治理單位於永續報導的角色   | 1.2 ESG願景及治理       |
| 2-15                  | 利益衝突             | 1.3商業道德            |
| 2-16                  | 溝通關鍵重大事件         | 1.1合規治理及風險管理       |

[附錄 > GRI 指標索引](#)

| GRI 標準                | 披露標題         | 有關章節／或其他說明                                    |
|-----------------------|--------------|---|
| 2-17                  | 最高治理單位的群體智識  | 年報2024<br>1.2 ESG願景及治理                        |
| 2-18                  | 最高治理單位的績效評估  | 年報2024<br>1.2 ESG願景及治理                        |
| 2-19                  | 薪酬政策         | 年報2024  |
| 2-20                  | 薪酬決定流程       | 年報2024  |
| 2-21                  | 年度總薪酬比率      | 本年尚沒有此數據。我們將繼續完善資料收集的做法，以便在未來的報告中提供更全面的ESG績效。 |
| <b>4. 策略、政策與實務</b>    |              |   |
| 2-22                  | 永續發展策略的聲明    | 主席寄語<br>1.2 ESG願景及治理                          |
| 2-23                  | 政策承諾         | 1.2 ESG願景及治理                                  |
| 2-24                  | 納入政策承諾       | 1.2 ESG願景及治理                                  |
| 2-25                  | 補救負面衝擊的程序    | 1.3 商業道德                                      |
| 2-26                  | 尋求建議和提出疑慮的機制 | 1.3 商業道德                                      |
| 2-27                  | 法規遵循         | 各章節均有涉及                                       |
| 2-28                  | 公協會的會員資格     | 獎項與榮譽、外部倡議與身份                                 |
| <b>5. 利害關係人議合</b>     |              |   |
| 2-29                  | 利害關係人議合方針    | 1.2 ESG願景及治理                                  |
| 2-30                  | 團體協約         | 我們的僱員不受團體協約的約束。                               |
| <b>GRI 3：重大主題2021</b> |              |   |
| 3-1                   | 決定重大主題的流程    | 1.2 ESG願景及治理                                  |
| 3-2                   | 重大主題列表       | 1.2 ESG願景及治理                                  |
| 3-3                   | 重大主題管理       | 1.2 ESG願景及治理                                  |


[附錄 > GRI 指標索引](#)

| GRI 標準                    | 披露標題             | 有關章節／或其他說明              |
|---------------------------|------------------|-------------------------|
| <b>反貪腐</b>                |                  |                         |
| 3-3<br>GRI 205：反貪腐 2016   | 重大主題 2021        | 1.3 商業道德                |
| 205-1                     | 已進行貪腐風險評估的營運據點   | 本集團進行的風險評估和內部控制已涵蓋貪腐風險。 |
| 205-2                     | 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練 | 1.3 商業道德                |
| 205-3                     | 已確認的貪腐事件及採取的行動   | 1.3 商業道德                |
| <b>能源效益與減碳</b>            |                  |                         |
| 3-3<br>GRI 302：能源 2016    | 重大主題 2021        | 2.2 應對氣候變化              |
| 302-1                     | 組織內部的能源消耗量       | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據        |
| 302-2                     | 組織外部的能源消耗量       | 目前未收集有關數據。              |
| 302-3                     | 能源密集度            | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據        |
| 302-4                     | 減少能源消耗           | 2.2 應對氣候變化              |
| 302-5                     | 降低產品和服務的能源需求     | 目前未收集有關數據。              |
| <b>水資源管理</b>              |                  |                         |
| 3-3<br>GRI 303：水與放流水 2018 | 重大主題 2021        | 2.3 降低環境影響              |
| 303-1                     | 共享水資源之相互影響       | 2.3 降低環境影響              |
| 303-2                     | 與排水相關衝擊的管理       | 我們的污水均排放至市政污水網路做處理。     |
| 303-3                     | 取水量              | 目前未收集有關數據。              |
| 303-4                     | 排水量              | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據        |
| 303-5                     | 耗水量              | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據        |



## 附錄 &gt; GRI 指標索引

| GRI 標準                                  | 披露標題   | 有關章節 / 或其他說明                                      |
|---|--|---|
| <b>能源效益與減碳&amp;應對氣候變化</b>               |  |   |
| <b>3-3</b><br><b>GRI 305 : 排放 2016</b>  | <b>重大主題 2021</b>   | <b>2.2 應對氣候變化</b>                                 |
| 305-1                                   | 直接(範疇一)溫室氣體排放  | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                                  |
| 305-2                                   | 能源間接(範疇二)溫室氣體排放  | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                                  |
| 305-3                                   | 其它間接(範疇三)溫室氣體排放  | 目前未收集有關數據。  |
| 305-4                                   | 溫室氣體排放強度   | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                                  |
| 305-5                                   | 溫室氣體排放減量   | 2.2 應對氣候變化<br>附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                    |
| 305-6                                   | 臭氧層破壞物質(ODS)的排放  | 目前未收集有關數據。  |
| 305-7                                   | 氮氧化物(NO <sub>x</sub> )、硫氧化物(SO <sub>x</sub> )，及其它顯著的氣體排放 | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                                  |
| <b>廢棄物管理</b>                            |  |   |
| <b>3-3</b><br><b>GRI 306 : 廢棄物 2020</b> | <b>重大主題 2021</b>   | <b>2.3 降低環境影響</b>                                 |
| 306-1                                   | 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊   | 2.3 降低環境影響  |
| 306-2                                   | 廢棄物相關顯著衝擊之管理   | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據                                  |
| 306-3                                   | 廢棄物的產生   | 2.3 降低環境影響  |
| 306-4                                   | 廢棄物的處置移轉   | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據：一般固體廢棄物產生量(可回收)；但未統計最終廢棄物的處置方式。  |
| 306-5                                   | 廢棄物的直接處置   | 附錄：關鍵績效指標 — 環境數據：一般固體廢棄物產生量(不可回收)；但未統計最終廢棄物的處置方式。 |

附錄 > GRI 指標索引

| GRI 標準                       | 披露標題                      | 有關章節 / 或其他說明             |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| <b>供應鏈中的 ESG 管理</b>          |                           |                          |
| 3-3<br>GRI 308 : 供應商環境評估2016 | 重大主題2021                  | 3.3價值鏈共建                 |
| 308-1                        | 使用環境標準篩選新供應商              | 3.3價值鏈共建                 |
| <b>GRI 414 : 供應商社會評估2016</b> |                           |                          |
| 414-1                        | 使用社會標準篩選新供應商              | 3.3價值鏈共建                 |
| 414-2                        | 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動       | 3.3價值鏈共建                 |
| <b>員工福利及薪酬</b>               |                           |                          |
| 3-3<br>GRI 401 : 勞僱關係2016    | 重大主題2021                  | 4.2員工權益保障                |
| 401-1                        | 新進員工和離職員工                 | 附錄：關鍵績效指標 – 社會數據         |
| 401-2                        | 提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利    | 4.2員工權益保障                |
| 401-3                        | 育嬰假                       | 附錄：關鍵績效指標 – 社會數據：但未按性別劃分 |
| <b>員工身心健康及參與度</b>            |                           |                          |
| 3-3<br>GRI 403 : 職業安全衛生2018  | 重大主題2021                  | 4.4職業健康與安全               |
| 403-1                        | 職業安全衛生管理系統                | 4.4職業健康與安全               |
| 403-2                        | 危害辨識、風險評估及事故調查            | 4.4職業健康與安全               |
| 403-3                        | 職業健康服務                    | 4.4職業健康與安全               |
| 403-4                        | 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通      | 4.4職業健康與安全               |
| 403-5                        | 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 4.4職業健康與安全               |
| 403-6                        | 工作者健康促進                   | 4.4職業健康與安全               |
| 403-7                        | 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 4.4職業健康與安全               |



## 附錄 &gt; GRI 指標索引

| GRI 標準                        | 披露標題                    | 有關章節／或其他說明       |
|-------------------------------|-------------------------|------------------|
| 403-8                         | 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者       | 4.4 職業健康與安全      |
| 403-9                         | 職業傷害                    | 附錄：關鍵績效指標 — 社會數據 |
| 403-10                        | 職業病                     | 附錄：關鍵績效指標 — 社會數據 |
| <b>員工培訓及發展</b>                |                         |                  |
| 3-3<br>GRI 404：訓練與教育2016      | 重大主題2021                | 4.3 人才培訓與發展      |
| 404-1                         | 每名員工每年接受訓練的平均時數         | 附錄：關鍵績效指標 — 社會數據 |
| 404-2                         | 提升員工職能及過渡協助方案           | 4.3 人才培訓與發展      |
| 404-3                         | 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比     | 未披露              |
| <b>多元共融</b>                   |                         |                  |
| 3-3<br>GRI 405：員工多元化與平等機會2016 | 重大主題2021                | 4.2 員工權益保障       |
| 405-1                         | 治理單位與員工的多元化             | 附錄：關鍵績效指標 — 社會數據 |
| 405-2                         | 女性對男性基本薪資與薪酬的比率         | 附錄：關鍵績效指標 — 社會數據 |
| <b>人權及申訴機制</b>                |                         |                  |
| 3-3<br>GRI 408：童工2016         | 重大主題2021                | 4.1 合規僱傭         |
| 408-1                         | 營運據點和供應商使用童工之重大風險       | 4.1 合規僱傭         |
| <b>GRI 409：強迫或強制勞動2016</b>    |                         |                  |
| 409-1                         | 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商 | 4.1 合規僱傭         |



## 附錄 &gt; GRI 指標索引

| GRI 標準                     | 披露標題                  | 有關章節／或其他說明     |
|----------------------------|-----------------------|----------------|
| <b>顧客健康與安全</b>             |                       |                |
| 3-3<br>GRI 416：顧客健康與安全2016 | 重大主題2021              | 3.2產品與服務責任     |
| 416-1                      | 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊    | 3.2產品與服務責任     |
| 416-2                      | 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件  | 附錄：關鍵績效指標－社會數據 |
| <b>GRI 418：客戶隱私2016</b>    |                       |                |
| 418-1                      | 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴   | 3.2產品與服務責任     |
| <b>負責任的行銷方式</b>            |                       |                |
| 3-3<br>GRI 417：行銷與標示2016   | 重大主題2021              | 3.2產品與服務責任     |
| 417-1                      | 產品和服務資訊與標示的要求         | 3.2產品與服務責任     |
| 417-2                      | 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 | 無              |
| 417-3                      | 未遵循行銷傳播相關法規的事件        | 無              |



### 驗證聲明

## SGS通標標準技術服務有限公司可持續發展活動報告—新世界百貨中國有限公司提交的《新世界百貨中國有限公司2024年度環境、社會及管治報告》

#### 查證/驗證的性質和範圍

SGS通標標準技術服務有限公司(以下簡稱「SGS」)受新世界百貨中國有限公司(以下簡稱「新世界百貨」)的委託,對《新世界百貨中國有限公司2024年度環境、社會及管治報告》中文版(以下簡稱「報告」)進行獨立驗證。

#### 驗證聲明的使用者

本驗證聲明意圖提供給所有新世界百貨的利益相關方。

#### 責任聲明

新世界百貨的2024年度環境、社會及管治報告中的資訊及報告由其企業事務部負責。SGS並未參與該報告任何材料的準備。

我們的責任旨在告知所有新世界百貨的利益相關方,在以下規定的驗證範圍內表達對文本、數據、圖表和聲明的意見。

#### 驗證標準、類型與驗證等級

SGS已根據國際公認標準和指南,為ESG & 可持續發展報告驗證開發了一套規章,包括:

- 全球報告倡議組織可持續發展報告標準(GRI Standards)中包含的原則和報告流程:
  - GRI 1: 基礎2021, 規定了報告資訊品質的要求
  - GRI 2: 一般披露2021, 用於組織說明報告實踐和其他組織詳情
  - GRI 3: 實質性議題2021, 用於組織說明其確定實質性議題的過程、實質性議題清單以及每個議題的管理方法
- AA1000系列標準和ISAE3000中的驗證等級指南

本報告的驗證依據下列驗證標準開展:

- SGS ESG & SRA驗證規章(基於GRI原則與AA1000指南), 本報告以中度審查等級開展驗證。

#### 驗證範圍和報告標準

驗證的內容包括評估下列指定績效資訊的品質、準確性和可靠性以及評估報告內容對下列報告標準的遵循情況:

- 香港聯合交易所有限公司《環境、社會及管治報告指引》
- GRI Standards 2021 (參照)

#### 驗證方法

驗證包括驗證前調研、採訪了位於上海市浦東新區浦建路76號由由國際廣場5樓新世界百貨中國有限公司相關員工;與香港辦公室進行文檔和記錄的線上審查和確認。

#### 驗證局限性

從獨立審計的財務報告中提取的財務數據,並未作為本驗證流程的組成部分與來源數據進行核對。

報告中的碳排放相關數據由企業自行計算,本次審驗過程中僅確認了所披露數據的計算過程,不作為第三方核查證明。驗證方式為集團驗證,未包含對下屬子公司原始數據的全面溯源。

本次驗證只對相關部門的部分員工進行了訪談和相關資料的查閱,訪談並未涉及到外部利益相關方。

#### 獨立性與能力聲明

SGS是全球領先的檢驗、鑒定、測試和認證機構,是公認的品質和誠信的基準。SGS集團是檢驗、測試和驗證領域的全球領導者,在多個國家/地區開展業務,提供包括管理體系和服務認證在內的服務;品質、環境、社會和道德審核和培訓;環境、社會和可持續發展報告驗證。SGS申明與新世界百貨為完全獨立之組織,對該機構、其附屬機構和利益相關方不存在偏見和利益衝突。

本次驗證團隊是由具備與此項任務有關的知識、經驗和資質的人員組成的,包括註冊於CCAA的ISO9001審核員、ISO37001審核員、ISO37301審核員和SGS認可的具備GRI、AA1000等知識的社會責任/ESG報告主任審驗員。

#### 發現與結論

#### 查證/驗證意見

基於上述方法論和所進行的驗證,《新世界百貨中國有限公司2024年度環境、社會及管治報告》中包含的資訊和數據是準確的、可靠的,對新世界百貨在2023年7月1日至2024年6月30日期間的可持續發展活動提供了公正和中肯的陳述。

驗證團隊認為:

- 報告參照了GRI Standards 2021進行報告。
- 報告符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄C2之《環境、社會及管治報告指引》中的績效披露要求。

#### 彙報原則

#### 重要性

新世界百貨在報告中闡述了環境、社會及管治議題的實質性調研和分析的方法論,通過重要性分析,對相關方關注的環境、社會及管治的影響,進行了重點彙報,基本滿足重要性原則。

#### 量化

新世界百貨針對關鍵定量績效指標進行了統計和分析,並在報告中披露了影響和目的。報告中大部分數據均以近兩年同比形式進行了披露,更好的幫助利益相關方對其管理系統的效益進行評估和決策。

#### 平衡

新世界百貨在報告中就環境、社會及管治議題進行了如實彙報,基本能滿足平衡性原則。

#### 一致性

新世界百貨在報告中採用了一致的內容披露方法,包括關鍵定量績效指標的統計方法和統計口徑,並在報告中進行了適當的備註和解釋,讓利益相關方可以清晰地進行比較。

#### 發現與建議

對於本次審驗過程中發現的良好實踐,環境、社會及管治報告及其管理過程中的建議,均在內部管理報告中進行了描述,並提交給新世界百貨的相關部門,供其持續改進的參考。

簽字:

代表通標標準技術服務有限公司

David Xin  
Sr. Director — Business Assurance  
北京市阜成路73號世紀裕惠大廈16層

2024年09月12日  
WWW.SGS.COM



新世界百貨中國有限公司  
New World Department Store China Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)  
(股份代號：825)

香港銅鑼灣興發街 88 號七樓全層

電話：(852) 2753 3988 傳真：(852) 2318 0884

電郵：shmocad@nwds.com.cn

網址：www.nwds.com.hk

微信：nwds-china

微博：e.weibo.com/xinshijiebaihuo



網頁



微信



微博