



安踏體育用品有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司

股份代號：2020



匯報原則

這是安踏體育發佈的第六份《環境、社會及管治報告》。本報告涵蓋我們在一九二零年一月一日至十二月三十一日期間的可持續發展方針及我們於中國主要營運點的所有業務（品牌營銷、生產、設計、採購、供應鏈管理、批發及零售）在環境、社會及管治表現及具體實踐。本報告乃依據上市規則附錄二十七編制（已應用四項匯報原則，包括「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」），並盡最大程度參照全球報告倡議組織標準的「核心選項」。我們期望透過嚴格的指引，以提高本報告的全面性及代表性。

我們重視持份者對本報告的意見，如閣下對本報告有任何的意見，歡迎發送電郵至ir@anta.com.hk，閣下的寶貴意見將令我們得以不斷完善。而閣下的資料將獲保密，不會向第三方披露。如需參閱我們過往的報告，閣下可瀏覽<https://ir.anta.com/esg/tc/index.php>。我們感謝閣下對我們可持續發展道路上的關注。

匯報範圍

本報告所涵蓋的生產體系包括安踏中國(中國)、寰球(中國)、泉州鞋材(中國)、河南鞋材(中國)、安踏廈門(中國)、廈門安踏實業(中國)及安踏長汀(中國)。行政體系則包括廈門、晉江和上海的營運大樓、自營FILA和DESCENTE專賣店以及物流中心。

經與專業諮詢機構磋商與討論，本公司認為，AS Holding不屬上市規則及相關財務報告準則項下之本公司附屬公司。Amer Sports之可持續發展表現因此不包括於本報告內。若有需要了解Amer Sports之可持續發展表現，可參閱以下連結：<https://www.amersports.com/responsibility/reporting/>。

本報告所引用的數據及資料均沿自於我們各項存檔文件、記錄、統計及研究。為增加數據的可比較性，我們繼續聘請一家獨立專業機構對於碳排放及其他環境數據進行統計、評估及分析，同時亦繼續委託一家諮詢機構進行持份者溝通及重要性評估。我們相信通過獨立第三方機構的評估，其可靠的建議可優化我們的可持續發展披露質量。



公司資料

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

報告概念

邁步向前

二零二零年起伏不斷，不論是疫情、多國森林大火和氣候變暖等，均為社會帶來影響深遠的變化。這些事件影響了人類的生活模式，甚至造成人口的流離失所，威脅全球人類的生命。其中，氣候變化的威脅更是不容輕視。世界經濟論壇將氣候危機選為全世界政治領袖的首要面對問題，預視持續的溫室氣體排放將不可避免地加速各種氣候問題，將地球推進更嚴峻的境地。

因此，各國企業有著不可推卸的責任，以減緩溫室效應帶來的影響。雖然企業或需要付出額外資源來應對全球氣候變化帶來的問題，但作為行業領導者及企業社會責任的行動者，我們必須邁步向前，肩負推動守護未來的責任。

在中國承諾於二零六零年實現碳中和的背景下，我們將繼續檢視現有業務運作模式，並盡可能將可持續發展因素納入業務營運中，以實際行動回應持份者對我們應對環境、社會及管治相關能力的關注。

目錄

- | | | | |
|----|-------------|------|-----------|
| 2 | 主席的話 | 16 | 二零二零年整體表現 |
| 4 | 二零二零年重點 | 47 | 展望 |
| 10 | 氣候變遷的風險與機遇 | 50 | 可持續發展概覽 |
| 11 | 持份者溝通及重要性評估 | 封底內頁 | 詞彙 |

集團架構

我們的詳細架構請參考《二零二零年年報》。

董事會聲明

董事會對公司的環境、社會及管治策略和匯報肩負整體責任，並視可持續發展為戰略制定工作的組成部份。透過外部專業機構的協助，我們已識別環境、社會及管治相關之關鍵議題，並已對這些議題進行監察及管理。董事會已審閱並確認本報告的內容。

董事會持續檢視環境、社會及管治相關之政策及風險，並制定及更新相關目標。透過內部團隊及外部諮詢機構的協助，我們旨在通過制定合適的政策和目標，以及隨後的持續評估和優化，為本集團建立長期價值。

主席的話

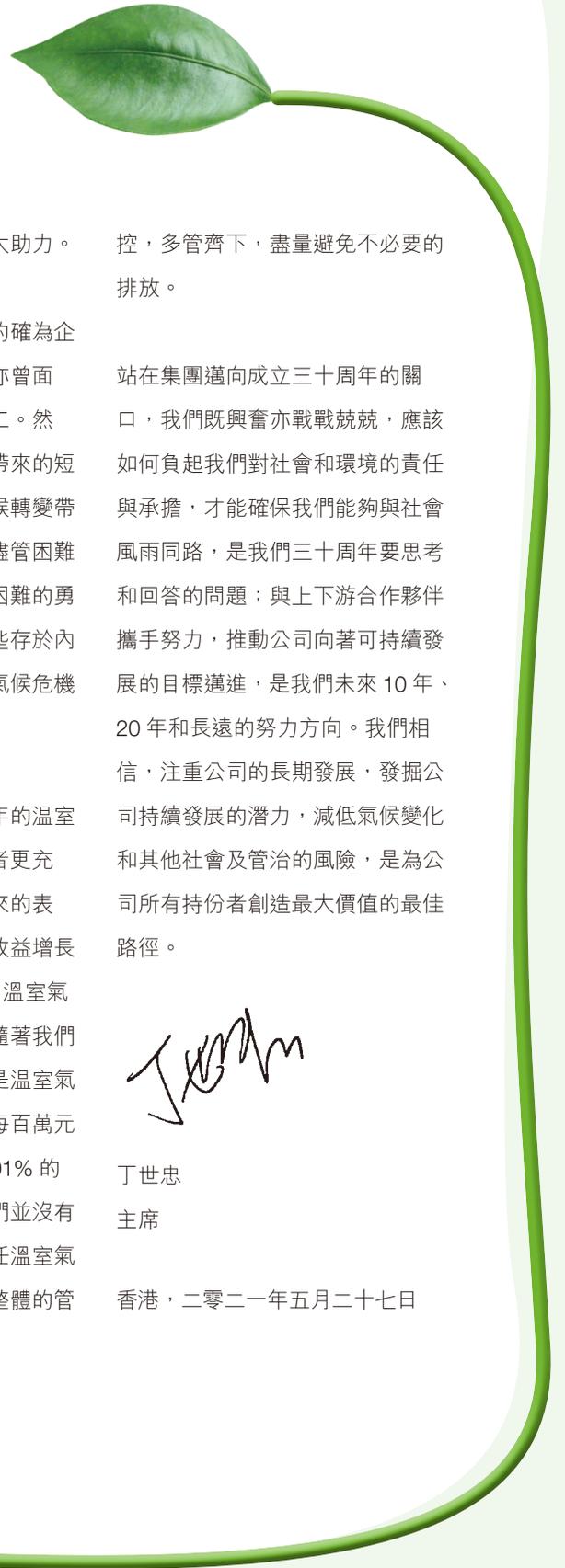


尊敬的各位持份者：

本人謹代表董事會，欣然呈報我們截至二零二零年十二月三十一日止年度之《環境、社會及管治報告》。

二零二零年是不平凡的一年。疫情蔓延全球，對全球的經濟帶來了史無前例的衝擊。全球各地都出現了行業蕭條，國際政治經濟形勢動盪，復甦的前路上依然有很多不確定，而氣候變化議題也逐漸成為必須面對的課題，突顯了環境、社會及管治議題在疫情期間的重要性。

於本財政年度，疫情的出現顛覆了全球的社會運作模式，為不少的企業帶來發展阻力，難以繼續向前邁進。我們本著「永不止步」的精神，積極變革，希望能夠在困境中覓得新路向，繼續邁步向前。我們相信具有強大可持續能力的企業，在危機結束後，會更迅速地從危機中恢復並實現長期價值。對外，透過採取 DTC 模式，推動線上線下渠道



互通的無界融合和數字化改革，我們為消費者創造了更貼合時需求的購物方式，堅持「消費者為導向」的初心，拉近我們與消費者的距離。

對內，我們重視員工在疫情下的健康與安全。我們明白，若無員工萬眾一心的無私付出與堅持，我們根本難以在逆風下砥礪前行，為創造長遠價值建立牢固基礎。因此，為配合疫情防控工作及確保員工的健康與安全，我們遵循各地政府相關部門的指引和要求，在疫情最嚴重時期，讓不同區域部分門店暫停營業。同時，我們啟動員工「居家辦公」模式，一些重點工作也在線上有序推進。此外，自有工廠在農曆新年假期之後，再停產兩周，並容許身在比較受影響省市的員工延遲上班。這些安排雖然會減慢生產速度及營運效率，但卻能大幅降低員工的染疫風險，保障他們的人身安全。因此，我們感謝各員工在二零二零年的貢獻與辛勞，他們的汗水

成為了推動我們向前的最大助力。

誠然，二零二零年的起伏的確為企業的發展帶來窒礙，我們亦曾面對不同程度的影響甚至停工。然而我們除了需要面對疫情帶來的短期風險，也要積極對應氣候轉變帶來的中長期影響及風險。儘管困難重重，但只要我們有面對困難的勇氣，以及行動的魄力，這些存於內心的力量將成為我們扭轉氣候危機的關鍵因素。

本報告綜合了我們過去五年的溫室氣體排放數據，讓各持份者更充份地了解和比較我們多年來的表現。我們於本財政年度的收益增長4.7%至人民幣355億元，溫室氣體排放總量也無可避免地隨著我們業務發展而不斷增加，但是溫室氣體排放總量和碳強度（按每百萬元人民幣收益計算）錄得4.01%的減少。這些數據顯示，我們並沒有因為快速的業務擴張而放任溫室氣體的排放，反而持續加強整體的管

控，多管齊下，盡量避免不必要的排放。

站在集團邁向成立三十周年的關口，我們既興奮亦戰戰兢兢，應該如何負起我們對社會和環境的責任與承擔，才能確保我們能夠與社會風雨同舟，是我們三十周年要思考和回答的問題；與上下游合作夥伴攜手努力，推動公司向著可持續發展的目標邁進，是我們未來10年、20年和長遠的努力方向。我們相信，注重公司的長期發展，發掘公司持續發展的潛力，減低氣候變化和其他社會及管治的風險，是為公司所有持份者創造最大價值的最佳路徑。

丁世忠
主席

香港，二零二一年五月二十七日

二零二零年重點



無貧窮

- 捐贈現金達人民幣 **3,200** 萬元
- 捐贈運動產品價值超過人民幣 **1** 億元



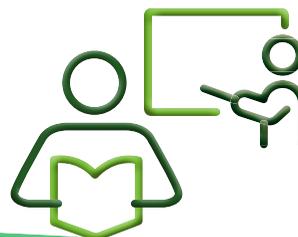
良好健康與福祉

- 繼續推廣安踏「茁壯成長公益計劃」，
至今為 **4,645** 間學校的超過 **140** 萬名青少年
帶來運動的快樂
- 推廣「全民運動」
- 安排合資格的回收商回收有害廢物，維持社區良好居住環境



優質教育

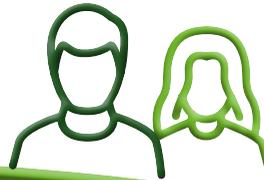
- 開展體育教師培訓、建設安踏運動場和安踏運動營，
推動欠發達地區的體育發展
- 建設冬奧宣傳教育基地





體面工作環境

- 疫情期間啟動員工「居家辦公」模式及「延遲上班」安排，以確保員工的健康與安全
- 加入了商務社會責任國際協會(「BSR」)的全球HER健康項目，以提高女工健康意識和健康行為
- 禁止童工和強制性勞工
- 提供健康的工作環境



產業、創新和基礎設施

- 大約 **1,200** 名來自不同國家的設計、研發和質量人員
- 加強與自有廠房和供應商的緊密合作，推出受歡迎的產品
- 研發支出達人民幣 **8.71** 億元



負責任消費和生產

- 推出環保產品包括安踏的霸道跑步鞋和DESCENTE的RE:DESCENTE BIRTH系列，實現環保概念與循環經濟



二零二零年重點

可持續發展概覽 我們的業務

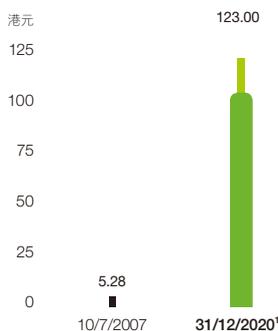
可持續發展的
定義

增加創造長期
價值的潛力

穩健增長的
收益潛力

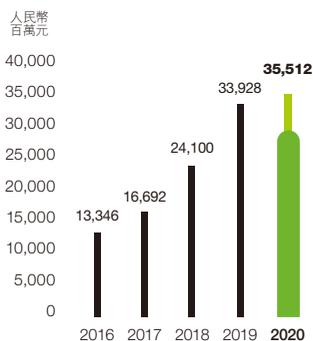
提高
創新潛力

自上市以來股價表現持續攀升

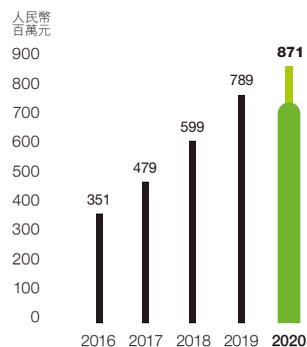


1. 彭博數據

收益保持增長趨勢



紮實研發支出的投入



我們的表現

多品牌戰略



2020年表現 業績摘要

財務表現



收益增加 4.7% 至
人民幣 **355** 億元



毛利率上升 3.2 個百分點至
58.2%



股東應佔溢利
減少 3.4% 至
人民幣 **52** 億元



每股基本盈利減少 3.4% 至
人民幣 **191.92** 分



股息佔股東應佔溢利之
30.3%

業務表現



於中國大陸及海外國家之安踏店
(包括安踏兒童獨立店)
數目共

9,922



於中國大陸及香港之
DESCENTE 店
數目共

175



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

2,006



於中國大陸和香港之
KOLON SPORT 店
數目共

157

二零二零年重點

主要成分股

指數簡稱	中文指數名稱
HSI	恒生指數
HSCEI	恒生中國企業指數
HSML100	恒生中國(香港上市)100指數
HSFML25	恒生中國(香港上市)25指數
HSCI	恒生綜合指數
HSCICD	恒生綜合行業指數 – 非必需性消費品
HSLI	恒生綜合大型股指數
HSLMI	恒生綜合大中型股指數
HSLMIV	恒生大中型股(可投資)指數
HSSCNAH	恒生港股通非AH股公司指數
HSSCMLC	恒生港股通中國內地公司指數
HSHKI	恒生港股通指數
HSSCHK	恒生全港股通指數
HSCGS	恒生消費品製造及服務業指數
HSIESG	恒指ESG指數
HSCEESG	恒生國指ESG指數
HSSUSB	恒生可持續發展企業基準指數
HSESG50	恒生ESG50指數
HSHKS50	恒生港股通高持股50指數
BWORLD	彭博世界指數
BESGPRO	彭博ESG資料指數
BWRETL	彭博世界零售指數
SBBMGLU	標普BMI全球指數(美元)
SCRTCN	標普BMI中國指數
SCRTEM	標普新興市場BMI指數

評級和獎項

安踏體育的評級：



在香港品質保證局可持續發展
評級中榮獲「A」評級



在MSCI維持「BB」評級

我們的二零一九年ESG報告：



於低碳創想坊的低碳關懷®
ESG 標籤 2020 中榮獲「ESG
報告最佳匯報實踐第二級」

安踏體育：



於 SocialNext Foundation、
香港聯合國教科文組織協會和平中心、
香港國金獅子會及扶輪和平動起來
合辦的 InnoESG 大獎中榮獲
「InnoESG 大獎 2020」



榮獲共青團湖北省委員會及
湖北省青少年發展基金會頒發的
「希望工程突出貢獻獎」



於金蝶國際及眾旗合辦的 2020 年度
中國人力資源數字化
轉型高峰論壇中榮獲
「2020 年度中國人力資源
數字化轉型先鋒獎」



於 CSR 中國教育獎中被評為
「最佳年度 CSR 品牌」



榮獲智聯招聘頒發的
「2019 中國年度最佳僱主」



榮獲 WWF 中國世界自然基金會頒發
「綠色轉型開拓者」

氣候變遷的風險與機遇



全球氣候變化帶來的衝擊遠比預期的來得嚴重。根據世界經濟論壇在二零二一年發佈的全球風險報告顯示，氣候變遷仍是長期存在的重大風險之一。我們預計，管理由氣候變遷所帶來的風險將繼續成為日常營運的一部分，除了如何減緩氣候變化，更需發掘潛在風險與機遇，提高業務的可持續性。

作為一家世界級多品牌體育用品集團，我們致力識別並控制在營運當中的氣候風險，期望能夠透過參考各種最佳實踐方式，減低業務對氣候的影響，以提高適應能力。

我們的看法

我們雖然未完成制定氣候變化相關政策及措施，但我們持續關注氣候變化帶來的影響，並按過往討論所得，制定相關立場及原則。建基於氣候相關財務披露(TCFD)的建議，我們繼續檢視現有業務模式之氣候風險，確保董事會已知悉相關風險，並能及時制定應對措施。

我們的立場：

- 作為體育用品生產商及品牌營運商，我們致力識別並管理氣候變化

相關的風險，同時參考各種可行的舉措，提高我們在應對氣候變化方面的能力：

- 我們有責任減少業務營運中產生的碳足跡；
- 我們積極採用各種新設計、新技術及新材料以減少產品的碳排放；
- 我們鼓勵供應商及各合作夥伴，將氣候變化相關因素融入業務營運當中。

持份者溝通及重要性評估

我們與諮詢機構合作進行持份者溝通及重要性評估，藉以收集持份者的意見及識別關鍵議題，並評估持份者對其重視

的程度及進行分析，為本報告內容建立匯報框架。我們相信，可持續發展是本公司長遠成功的重要一環，而持續有效

的持份者溝通，將能協助我們優化現有表現，並為各項政策及措施提供調整方向。

關鍵議題識別流程：

步驟

1

資料收集及識別議題

專責小組與諮詢機構，經考慮我們的現行營運狀況及參照上市規則附錄二十七之《環境、社會及管治報告指引》、GRI準則、聯合國提出的17個可持續發展目標、行業相關新聞及諮詢機構的建議，識別關鍵議題

步驟

2

議題分析及排序

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

步驟

3

制定重要性矩陣

根據持份者對不同關鍵議題的排序，製作重要性矩陣，為本報告提供披露的根據

關鍵議題識別

我們的業務範圍廣泛，因此難以將所有議題全部在本報告內有效呈現。基於本報告質量考量，我們在收集持份者的意見後，識別若干關鍵議題，並按他們的意見訂立本報告的披露框架。

於本財政年度關鍵議題

我們根據各持份者對我們的影響性、重要性原則和與我們的互動，定義了若干關鍵持份者。為了進一步提高持份者溝通的代表性，我們擴大了受邀持份者的範圍，包括員工、消費者、供應商、投資者、媒體和分銷商等，

最終共收到了120份有效的問卷。在內部持份者方面，主管以上和主管及以下級別的意見收集比例為40：60，其問卷結果適度代表了管理層與員工的意見，能夠為改善及調整政策制定的方向提供良好的意見基礎。

持份者溝通及重要性評估

完成意見收集及分析後，我們識別出以下的議題為關鍵議題：

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

諮詢機構按整體評分整理出以下重要性矩陣：

安踏體育二零二零年重要性矩陣



- 1. 一般廢物排放
- 2. 能源使用
- 3. 水資源使用
- 4. 包裝材料使用
- 5. 廢氣及廢水排放
- 6. 氣候變化
- 7. 化學品使用及排放

- 8. 溫室氣體排放
- 9. 社會投資
- 10. 產品生命週期
- 11. 多元及包容
- 12. 可持續原料採購
- 13. 員工發展與培訓
- 14. 工藝及產品創新

- 15. 員工待遇
- 16. 人權及勞動權益
- 17. 產品質量及安全
- 18. 知識產權管理
- 19. 企業管治
- 20. 供應鏈管理
- 21. 健康與安全

根據以上的重要性矩陣顯示，首八個關鍵議題與去年的排序有以下的變化：

	2020年	2019年
1	健康與安全	健康與安全
2	產品質量及安全	員工待遇
3	員工待遇	人權及勞動權益
4	人權及勞動權益	產品質量及安全
5	員工發展與培訓	知識產權管理
6	產品及工藝創新	企業管治
7	企業管治	產品及工藝創新
8	知識產權管理	供應鏈管理

於本財政年度，矩陣主要將議題分為三類，分別為關鍵議題、重要議題及基本議題。與二零一九年的矩陣比較，我們發現二零二零年度：

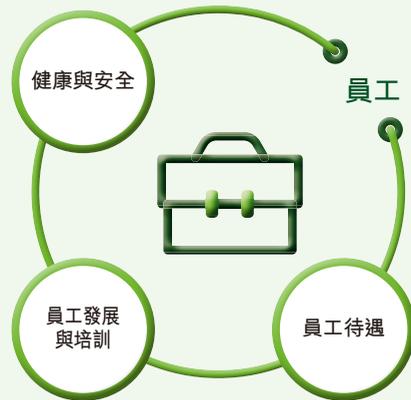
1. 關鍵議題的排序與二零一九年大致相同；
2. 健康與安全與二零一九年一樣仍為最關鍵議題；
3. 在重要性矩陣中，雖然社會及供應鏈議題並未有納入首八個關鍵議題內，但相關議題比環境議題較受關注；

4. 員工發展與培訓的重要性排序有所提升，表示員工技能提升，有助提高業務表現和員工滿意度，以及保留人才；及
5. 我們正在優化數據收集系統，廢氣及廢水排放和產品生命週期相關資料並不包括於本報告內。

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

持份者溝通及重要性評估

持份者最關注之首三項議題：



持份者溝通

於本財政年度，基於疫情的影響，我們盡可能避免面對面的會議，並盡最大程度使用各項線上溝通工具，在保障員工人身安全的前提下，繼續與不同的持份者進行溝通。除了上述進行的問卷調查外，我們於本財政年度亦進行多項不同類型的持份者溝通活動，讓我們能與以下重要持份者保持緊密聯繫。

外部持份者	於本財政年度之溝通活動
投資者／股東	出席一對一會議、非交易路演、投資論壇及電話會議
	舉辦年度及中期業績發佈會
消費者	進行消費者滿意度調查
	透過不同途徑收集消費者意見，如投訴熱線和零售店員的意見反饋
供應商	進行供應商滿意度調查
	舉辦供應商大會並交流意見
分銷商	舉辦訂貨會
	舉辦分銷商大會並交流意見
媒體	舉辦媒體發佈會
	出席媒體訪問
政府／監管機構	舉辦標準制定會議並交流意見
業主	以會談或書面形式協商溝通
	邀請業主參加品牌活動
品牌代言人	與代言人及時交流，收集他們對產品的反饋
	按他們的要求定製專用產品
中國運動員	贊助運動員的參賽服裝及裝備

內部持份者	於本財政年度之溝通活動
董事會	舉行董事會會議
管理層	參與公司決策及營運，行使管理職能、指揮或協調員工完成工作職責
員工	參與線上和線下的員工活動

二零二零年整體表現



環境方面

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

為了減低業務對環境帶來的影響，我們無法避免需要提高營運及生產成本，但隨著極端天氣的頻繁出現，這些舉措將能減低風險事故發生的機率及對營運帶來的衝擊。同時更可推動

行業、上下游合作夥伴對可持續發展的重視和參與，長遠而言持續改善經營環境，降低整體的營運風險。

我們的立場：



- 嚴格遵守營運地點之環保相關法例法規，盡力避免對環境造成不可挽回的傷害；

- 我們有不可推卸的責任推動行業及社會對環境保護的重視；
- 密切留意環境變化為業務帶來的衝擊，並做好相應的準備；
- 我們盡力在採購及設計中納入環境保護考量，為消費者提供更多環保產品的選擇；
- 透過各種行政及營運手段，規管各類型的供應商，盡可能從供應鏈中剔除對環境造成負面影響的因素。

風險與應對

風險點	影響	應對方式
國家環保政策法規的收緊	<ul style="list-style-type: none"> • 環保法規的收緊淘汰部分落後的工廠，影響行業上游材料供應，增加材料採購及生產時間上之不穩因素 • 增加生產成本 	<ul style="list-style-type: none"> • 調整內部採購流程及時間表 • 為合作的供應商提供支援，確保他們的設施、生產流程及措施均符合國家要求 • 透過整合集團旗下品牌對材料的需求，統一向供應商下單，以數量降低生產成本
老化的生產機器或會增加環境污染物的排放	<ul style="list-style-type: none"> • 過舊或機件有問題的生產機器或導致生產過程之各項排放上升，甚至超出法例上限 • 污染物排放增加導致集團整體成本上升 	<ul style="list-style-type: none"> • 定期檢查工廠內各機器的狀況並進行保養，確保機器的運作狀態正常 • 定期升級固有生產系統 • 密切注意環保相關法例及法規的發展，確保生產及排放表現合規
供應鏈中發生污染環境事件	<ul style="list-style-type: none"> • 環保團體向集團施壓 • 影響公眾對品牌的印象 • 影響產品質量 	<ul style="list-style-type: none"> • 制定內部監控及危機控制政策，並就此向員工進行培訓 • 制定更嚴格的供應鏈管理政策，並監督供應商之表現
環保產品開發壓力增加	<ul style="list-style-type: none"> • 增加研發及生產成本 • 環保材料或未能達到特定功能性產品的需求，影響產品質量 	<ul style="list-style-type: none"> • 透過整合集團旗下品牌的需求，將環保物料的生產規模化，減低成本 • 支持供應商成立「研發實驗室」，共同開發符合需求的環保物料
消費者的購物喜好及習慣改變	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者對環保議題越發重視，對品牌的生產要求更趨嚴格 • 氣候轉變導致消費者需求更難以預料，集團更難以掌握當季的銷售重點 	<ul style="list-style-type: none"> • 拓展更多產品類型，提供更多負責任生產的產品供消費者選擇 • 透過數碼化改善提取及分析零售數據的方式及效率，從而能夠更及時及精準地了解消費者的偏好

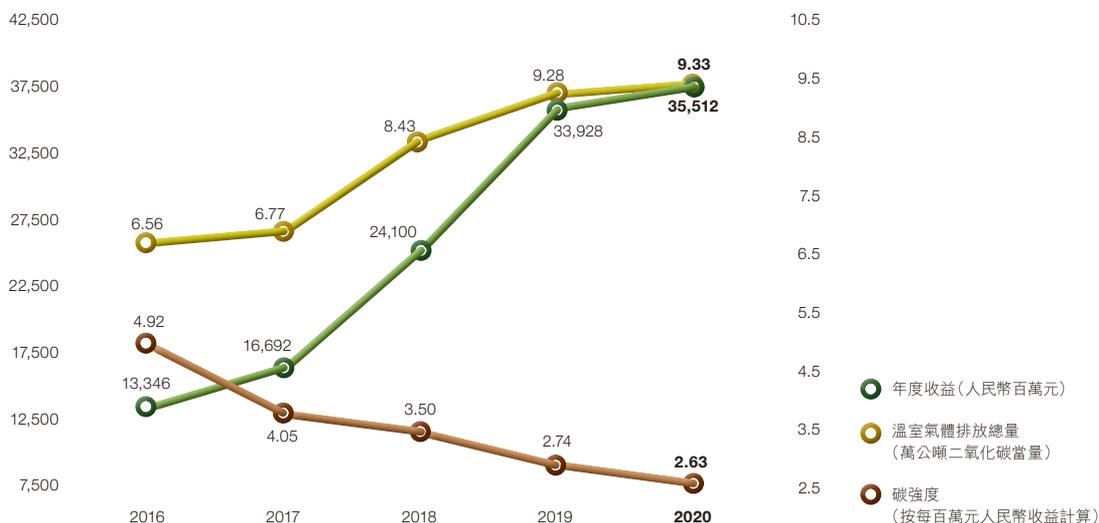
二零二零年整體表現

以下為我們在溫室氣體排放及環保數據^{2,3}方面的表現：

二零一六年至二零二零年度的溫室氣體排放量(單位：公噸二氧化碳當量)



二零一六至二零二零年度收益及碳排放表現

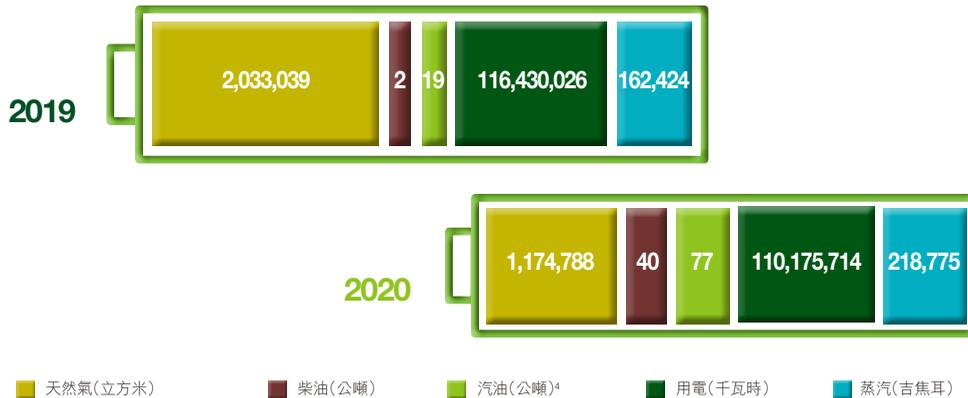


儘管受到疫情的影響，我們仍能於業務發展的同時，執行有效的環境保護措施，把對環境的影響減至最低。於本財政年度，我們的收益增加了4.67%至人民幣335億，然而對比去年溫室氣體總排放量只上升了0.48%至93,265公噸二氧化碳當量。於本財政年度的碳強度(按每百萬元人民幣收益計算)則下跌了4.01%至2.63公噸二氧化碳當量。因此，我們相信現時所推行的各項環保措施為有效的，能夠確保我們在發展之餘，兼顧業務營運對環境帶來的影響。

2 出於我們的環境、社會及管治報告目的，一家獨立專業機構已獲聘用多年作溫室氣體排放量及其他環境數據計算。經該獨立專業機構審視及更新二零一九年度的公式及結果，二零一九年度溫室氣體排放量數據已予以重列。

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

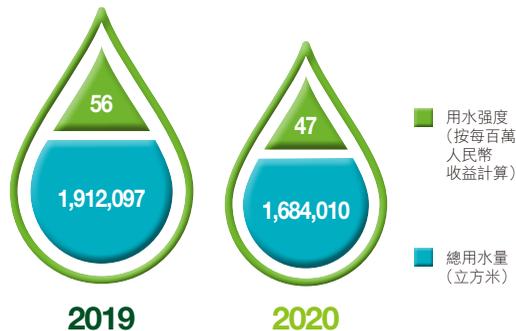
能源使用表現



在能源使用方面，整體的使用表現與去年相約，而由於在疫情期間生產線曾暫停營運，天然氣用量及用電量均較去年有所下降。此外，我們部分生產線持續採用更多價格更相宜的蒸汽，令天然氣用量持續下降。至於柴油及汽油用量方面，雖然上升幅度較大，但主要由於去年的用量較低，以及於本財政年度擴大匯報範圍，故此升幅依然處於合理水平。

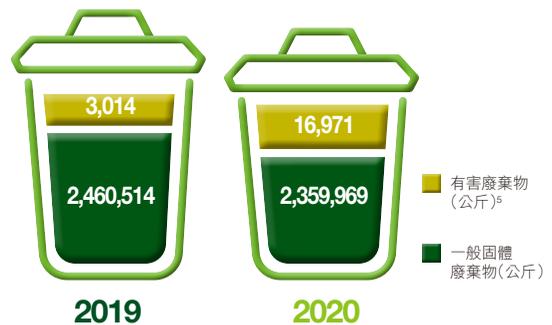
4 覆蓋廈門、晉江和上海營運大樓、河南鞋材(中國)、廈門安踏實業(中國)和安踏長汀(中國)的用車相關數據。

用水表現



我們主要使用政府供水，並無直接從天然水源取水。由於我們的生產工序中並不需要大量用水，而重要性矩陣亦無顯示用水量為關鍵議題，故我們暫時亦未就水回收及再利用制定詳細計劃。由於在疫情期間生產線曾暫停運作，我們整體的用水量較去年有所下降。未來，我們將繼續監測整體用水情況，並積極尋求改善。

廢棄物產生量



在廢棄物產生量方面，基於現時生產技術的提升，整體的物料使用及生產過程一般均為安全無害，按我們的收益，產生量依然屬於較低水平，有害廢物產生量不多。我們於本財政年度的有害廢物主要為來自鞋廠之有機化學物、礦物油及有機溶劑等，會安排合資格的回收商定時進行回收。

5 覆蓋寰球(中國)、河南鞋材(中國)和安踏中國(中國)廠房的相關數據，將待其他廠房的數據收集更為完整後，再進一步擴大披露範圍。

二零二零年整體表現

政策與措施



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

上游部份

上游業務可分為自主設計研發及採購兩部份，是奠定產品品質的重要階段。產品的設計會影響到物料選用、生產工藝、生命週期、包裝及運輸。



- 安踏和DESCENTE推出環保產品

安踏於本年度推出首對可回收「霸道跑步鞋」，其部份製作材料為可回收或生物可降解物質，務求將浪費減到最低，改善資源分配。DESCENTE亦有推出由舊衣服製成的RE:DESCENTE BIRTH系列，實現環保概念與循環經濟。



二零二零年整體表現



中游部份

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

• 綠色員工指引

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

• 審視及規管化學物的使用

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

雖然在生產過程中未能全面淘汰化學物的使用，但我們將盡量減少使

用量，同時會透過嚴格的篩選，小心選擇影響較低的種類以保護環境。

下游部份

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

• 物流園全面投入使用

於本財政年度，我們旗下多個品牌共擁有超過12,000家店鋪，當中的物流配送過程產生大量碳排放。若

能簡化當中的物流程序，避免重複配送路程，除了可以提升物流效率之餘，更可以改善下游部份的溫室氣體排放表現。

因此，物流中心的全面投入使用，為物流過程及供應鏈管理提供了更完善的方案。物流中心可提供貨倉、運輸及快遞管理等服務。透過使用此物流中心的服務，我們將可以在接收到門店的訂單後，直接集合工廠的出貨運送至區域貨倉再轉送至門店，做到物流資源共享的效果，避免送貨路線的重疊，從而減少整體溫室氣體的排放。

管治方面

在整個業務的價值鏈當中，企業管治貫穿所有業務環節，具有效性及針對性的政策奠定了一家企業的營運及風險管控能力，是企業能否長遠發展的基石。因此，我們重視管治績效，會透過定時的監察督導及政策調整來促進管治表現，同時以培訓及績效指標的方式提高員工的管治意識，確保企業管治得到全面落實。

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

二零二零年度相關數據

	2020	2019	2018	2017	2016
上游部份					
研發活動成本比率(佔收益百分比)	2.5%	2.3%	2.5%	2.9%	2.6%
中國供應商數目	698家	超過649家	超過645家	超過615家	516家
海外供應商數目	22家	超過20家	超過8家	超過8家	14家
中游部份					
員工總數	41,000人	30,800人	25,000人	18,800人	17,800人
男女員工比例	男27%：女73%	男32%：女68%	男36%：女64%	男40%：女60%	男42%：女58%
員工成本比率(佔收益百分比)	12.5%	11.7%	10.9%	12.0%	11.3%
因工受傷人數	67人	44人	58人	39人	35人
與貪腐相關之案件	0宗	2宗	3宗	0宗	0宗
下游部份					
因安全或健康理由而須回收的產品比例	0.01%	0.03%	少於0.01%	少於0.01%	少於0.01%
顧客個人資料洩露個案	0宗	0宗	0宗	0宗	0宗
顧客投訴總數	5,011	5,433	4,479	5,299	4,321

於本財政年度，我們在管治方面的數據與去年相約，整體並無大變化。

二零二零年整體表現

政策與措施

我們不斷完善公司管治，按照各營運環節的需求，制定了全方位的政策及守則，力求清晰且務實地保障業務有序運行。

上游部份－供應商管理／產品開發管理

我們的立場：

- 我們致力監管供應商的表現，確保他們遵循適用的環境、社會及管治方面的準則，並符合法例的要求，與我們一同履行企業社會責任；
- 我們有責任確保供應鏈上的每位員工獲得合理待遇及保障；
- 我們支持原創設計，重視知識產權；

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

風險點	影響	應對方式
中游業務相關		
發生工業意外	<ul style="list-style-type: none"> 生產所用的膠水、成品及半製成品均含易燃成份，一旦發生火災將直接影響生產鏈的進度，繼而影響經營業務 產品生產過程涉及大量機器的使用，若發生意外會造成員工身體損傷，不但會影響公司形象，更會影響生產進度及穩定性 	<ul style="list-style-type: none"> 為員工安排職業安全培訓，提高安全意識 為不同崗位上的員工提供合適的工作裝備，保護他們免受傷害 妥善存放易燃品於適當地方，並張貼警告字句 定期要求工廠員工參與火警演習，確保他們清晰知道應對火警時的相關程序，同時定期檢查生產線範圍之防火設備，確保相關設備均處於良好狀態
員工成本上升	<ul style="list-style-type: none"> 增加集團經營成本，造成盈利壓力 	<ul style="list-style-type: none"> 提高生產過程中自動化的部份，減低對人手的需求 考慮將特定生產基地轉移至成本較低之區域
前線員工流失	<ul style="list-style-type: none"> 影響集團整體的人手調配及營運效率 影響員工士氣 	<ul style="list-style-type: none"> 為前線員工提供較行業平均水平更優厚的待遇 營造包容、愉快的企業文化保持與員工良好溝通
員工技術及生產工藝水平不一	<ul style="list-style-type: none"> 造成產品品質問題，同時品質的不穩定性會影響整體生產效率 	<ul style="list-style-type: none"> 按照員工的能力，定時提供技術及工藝培訓，提升他們的水平 按照不同崗位需求，提供合適的技能訓練，並要求員工定期參與考核，確保員工能掌握所需技能
生產線因疫情而須暫時停工／員工大規模感染新型冠狀病毒風險	<ul style="list-style-type: none"> 生產線停頓影響公司生產進度，造成嚴重經濟損失 勞動密集場所增加員工感染新型冠狀病毒的機會，或會嚴重危害員工的人身安全，造成大規模的感染 或引致生產線全面停工及店鋪關閉，導致難以估計的損失 	<ul style="list-style-type: none"> 安排工廠員工彈性上班，並跟據實際情況調整訂單結構，以量少批次多的方式應對 密切監測疫情最新狀況，並按照政府及專家建議，嚴格執行防疫措施 嚴格執行訪者及員工的排查和檢疫 向全體員工提供合適的防疫設備，並制定相關工作守則派發給員工，確保他們清楚防疫期間應注意的事項

二零二零年整體表現

風險點	影響	應對方式
下游業務相關		
品牌仿冒風險	<ul style="list-style-type: none"> 如果產品在市場上被大量仿冒，將對我們品牌形象及盈利能力產生不利影響 	<ul style="list-style-type: none"> 鼓勵消費者舉報仿冒品 與供應商及執法部門合作向相關工廠採取行動，保障品牌的市場地位
線上平台安全及穩定性	<ul style="list-style-type: none"> 隨著電子商務的佔比越來越高，若網絡安全系統出現漏洞將帶來更大的影響及損失，甚至造成大規模的消費者資料洩露 	<ul style="list-style-type: none"> 加大在伺服器系統及網絡保安方面的投入，全面提升後台系統的能力
疫情後消費者的習慣改變	<ul style="list-style-type: none"> 店鋪人流減少導致產品銷量存在風險 轉至網上消費 	<ul style="list-style-type: none"> 調整生產和銷售策略 加大對線上渠道的資源投入
因疫情而減少店鋪數目及人手	<ul style="list-style-type: none"> 影響店效 	<ul style="list-style-type: none"> 積極應用電商平台優勢去帶動銷售 透過「全員零售」系統和直播帶貨等策略，推動整體線上銷售，緩解線下門店及庫存受到的衝擊 取消分銷商的部份季度訂單，並進行庫存回購及銷售退貨，以及對有關貨品進行二次銷售
店鋪因疫情而須暫時停工	<ul style="list-style-type: none"> 影響整體銷售，甚至造成庫存問題，影響零售表現 	<ul style="list-style-type: none"> 積極應用網店優勢，盡量減低門店零售減少帶來的影響



上游業務相關政策

上游業務主要涵蓋產品研發、產品設計、原材料選用及供應商管理等環節，而其中產品研發及設計對材料選用、生產工藝、市場推廣及運輸物流均有重大影響。因此，我們制定上游業務相關的政策，從價值鏈前端開始管理，盡可能減低業務中游和下游的營運風險。

1. 產品研發及設計

產品研發及設計為整個供應鏈的起點，不但會影響到物料的選用、生產的工序及運輸的要求等，更會對品牌的形象及市場銷售策略產生關鍵影響。因此，我們非常重視產品研發及設計，除了透過市場調查掌握市場走勢，

緊抓市場對「運動休閒」、「功能化」、「差異化」和「高端化」產品的龐大需求外，更致力添加環保元素，增加市場上環保產品的選擇，以及提高消費者的環保意識。於本財政年度，我們的研發活動成本比率（佔收益百分比）達 2.5%。



二零二零年整體表現

2. 物流管理

我們主要通過優化外部及內部物流安排，來確保整體供應鏈的物流穩定性，從而減輕物流相關風險。

在管理內部物流方面，自營的物流中心不但提供了貨倉供存貨之用，更承辦了庫存規劃及物流運輸的工作，為物流管理提供了更全面的解決方案，也使我們能夠更有效地控制庫存，並將其保持在合理水平。

3. 供應商管理

供應商是我們供應鏈重要一環，與業務營運密不可分。作為負責任的採購者，於環境、社會及管治各方面，我們對供應商均制定了政策及守則，並設立了監察機制，務求使供應商的表現能夠維持其應有的良好的水平，確保我們供應鏈的穩定。我們的供應商監測機制主要分為業務營運及企業社會責任兩部份，每部份下另設有不同針對性的

評分標準來評核供應商的表現。我們制定了非常詳盡的要求準則，並採用了零容忍政策，確保供應商在重大議題上採取了合適措施，減低營運風險。





12 負責任
採購和生產

安踏和FILA的供應商總數(包括服裝及鞋類產品的原材料及OEM)：

	2020	2019
中國供應商	698家	超過649家
海外供應商	22家	超過20家

於本財政年度，我們增加了原材料供應商數量，而適當地減低OEM數量。我們持續推動供應商管理能力的提升，鼓勵他們獲得更多認證，提高在環境、管治及質量方面的表現，共同於可持續發展的道路上邁進。於本財

政年度，獲得ISO 9000品質保證認證標準和ISO 14000環境管理國際標準的供應商，都較二零一九年有所增加。部分供應商亦引入了ISO 26000社會責任指南以提高其對社會責任的理解。同時，我們亦鼓勵服裝供應商獲得藍

色標誌(Bluesign®)認證確保供應商以負責任、可持續的方式面對人、環境和資源，以確保製作過程符合環保、健康及安全規範標準，將有害物質堵截於生產的源頭，於本財政年度，有40家服裝供應商擁有相關標誌。

基本供應商評核標準包括：

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

我們亦重視供應鏈上勞工的人權，於本財政年度，我們加入了BSR的全球HER健康項目，並於四間工廠試行，通過不同的健康培訓，提高女工健康意識。

二零二零年整體表現

十個基本準則



基本要求準則

 <p>童工</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 必須遵守當地最低工作年齡的規定 • 持有員工年齡的證明文件
 <p>強迫勞工</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 不能強迫員工工作，並違背他們的意願 • 不能僱用監獄勞動或抵押式勞工 • 不可要求員工向僱主作出擔保 • 員工有離職及自由出入工作地點的權利
 <p>歧視</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 不能在招聘、薪酬調整、晉升或降職過程中存在歧視 • 不可要求女性員工入職前進行妊娠診斷 • 不能拒絕僱用或辭退孕婦
 <p>申訴機制和溝通渠道</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 設有有效的申訴機制和溝通渠道 • 保護舉報者，確保作出申訴的員工不會被打擊報復
 <p>薪酬和福利</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 必須確保員工薪酬不少於當地最低工資 • 必須按時發放足額工資 • 必須按法例規定為員工購買足額社會保險及公積金 • 必須為員工提供法定假期
 <p>懲戒性措施</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 不能出現體罰、脅迫、剝削及性強迫行為 • 需要制定員工的申訴渠道及程序 • 制定嚴謹的內部規章，明文說明員工的權利及應遵守的守則，並需確保員工知悉及了解相關內容
 <p>工作時數</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 必須提供工資和工作紀錄

基本要求準則



人事管理體系

- 每位員工需簽訂僱傭合約



社會責任管理體系

- 設有工時及薪資管理制度
- 鼓勵獲得不同範疇的認證



健康與安全

廠房、宿舍、飯堂

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

電器安全、化學品安全

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

消防安全

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

二零二零年整體表現



為了確保供應商均切實執行十個基本準則，我們會進行實地稽核及績效管理，並就績效進行評分和匯總。

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

我們一直強調與供應商管理層的聯繫和溝通，除了定期舉辦座談會及會議外，我們更舉辦不同的戶外團隊建設活動讓供應商參與，加強團體協作思維，建立我們與供應商之間更強的聯繫，不僅是以合約為合作基礎，而是一種互助互補的合作思維。

中游部份－生產及營運管理／員工管理

我們的立場：

生產及營運管理方面

- 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求；
- 作為一家負責任的企業，我們需要確保集團的管治質量，符合法例要求之餘，更必須符合社會規範；
- 我們有責任確保我們的管治架構公開、透明，保證所有持份者均能循合理的途徑得到及了解相關資訊。



員工管理方面

- 我們堅守法例法規，杜絕任何形式的剝削；
- 我們唯才是用，尊重員工的個人選擇，不論性別、年齡、宗教信仰、國籍、膚色、種族、性取向及婚姻狀況；
- 我們有責任為員工提供合理待遇及保障，讓他們能夠在居住地區擁有合理的生活質素；
- 我們有責任確保員工在安全的環境下工作；
- 我們有責任為員工提供完善的培訓機制，讓他們能在合適的崗位上一展所長；
- 我們重視員工的家庭崗位需要，會盡力配合並作出適當的安排；
- 我們致力維持高企業管治的水平，期望員工能恪守最高的道德操守標準，對工作言行負責，遵守業務行為操守，符合相關法律法規地處理公司業務。

中游業務相關政策

中游業務主要涵蓋生產營運、員工管理、產品質量及健康與安全等環節，是我們供應鏈中重要的組成部份。為了向消費者供應優質產品，我們制定了全面的質量管理制度，讓生產線保持穩定，致力減低潛在風險。此外，我們重視員工價值，希望員工能在工作崗位上一展所長之餘，更可以發展自身潛力，與我們一同邁步向前。

面對疫情，我們亦成立「安踏集團疫情預防應急管理指揮小組」，密切監控疫情，並做好全員防護工作。我們採取積極措施應對當下零售挑戰，線下門店陸續恢復營業的同時，積極推廣電商平台的銷售。

1. 生產及營運管理的相關政策

管治架構

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

根據上市規則附錄十四企業管治守則及企業管治報告所載的守則條文A.2.1條，主席和首席執行官的角色應該要分開，並不應由同一人兼任。於本財政年度，主席和首席執行官的角色都是由丁世忠先生擔任。因丁先生對體育用品消費市場有豐富的經驗，彼負責本集團整體的戰略計劃和業務發展。董事會認為，丁先生同時兼任主席和首席執行官的角色，對本集團的業務前景和管理有莫大益處，而董事會和管理人員都是具備豐富經驗和才能的人才，可以確保權力與職權平衡。現時，董事會有五位執行董事，一位非執行董事和三位獨立非執行董事，因此在董事會成員架構中有很強的獨立性。

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

二零二零年整體表現

2. 維持廉潔管治

	2020	2019
與貪腐相關之案件	0宗	2宗

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

除了整體監察外，我們編制了適用於全體員工的《廉潔責任書》，清楚列明對員工於道德行為、法律、合規及遵守公司準則的要求，期望員工了解應遵守的原則。此外，為了提升員工對反貪腐的相關法律知識水平，我們更定期在《安踏青年》和廉潔安踏官方微信號設置相關專欄。對外方面，我們要求所有合作供應商均必須簽訂《反商業賄賂合同書》，以法律方式規範他們的行為，避免有貪污賄賂案件發生。

為了確保相關政策的有效執行，我們建立了系統化的反貪腐監察機制：通過大數據異常、板塊運營及重大項

目，我們比較及分析管理問題，同時採取針對人、事及問題點作定期、不定期及突擊等多種方式的抽查。

我們嚴肅對待任何涉嫌違法、違反管治方針及操守準則的不當行為，審計監察部獨立於管理層，能直接向本公司風險管理委員會匯報。專責調查反貪腐，確保了在企業治理結構中的獨立性及客觀性。該部門採取了嚴密的保密措施，以保護舉報人隱私，確保所收到的信息、登記資料及調查進展等環節均受到嚴密保護。

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

本政策下設定的檢舉機制之目的是：

- 於本集團內部培養開通和正大光明的文化；

- 保障企業內部公正；
- 鼓勵僱員及與本公司有業務往來的人士向本公司舉報本集團內部可能存在的違規行為，並提供舉報的保密渠道；及
- 在釀成嚴重後果之前，讓本集團有機會針對不當或舞弊行為採取補救措施。

檢舉政策之詳情，請參閱《二零二零年年報》內之《企業管治報告》。

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

- 舉報郵箱：安踏審計監察部郵箱(jc@anta.com)
- 舉報熱線：安踏審計監察部舉報熱線(180-3031-1272)
- 舉報線上渠道：廉潔安踏官方微信號(180 3131 1272)
- 舉報信郵寄地址：廈門市思明區觀音山嘉義路99號安踏營運中心集團審計監察部
- 向董事會主席或本公司審核委員會主席舉報

3. 維持產品優良質量

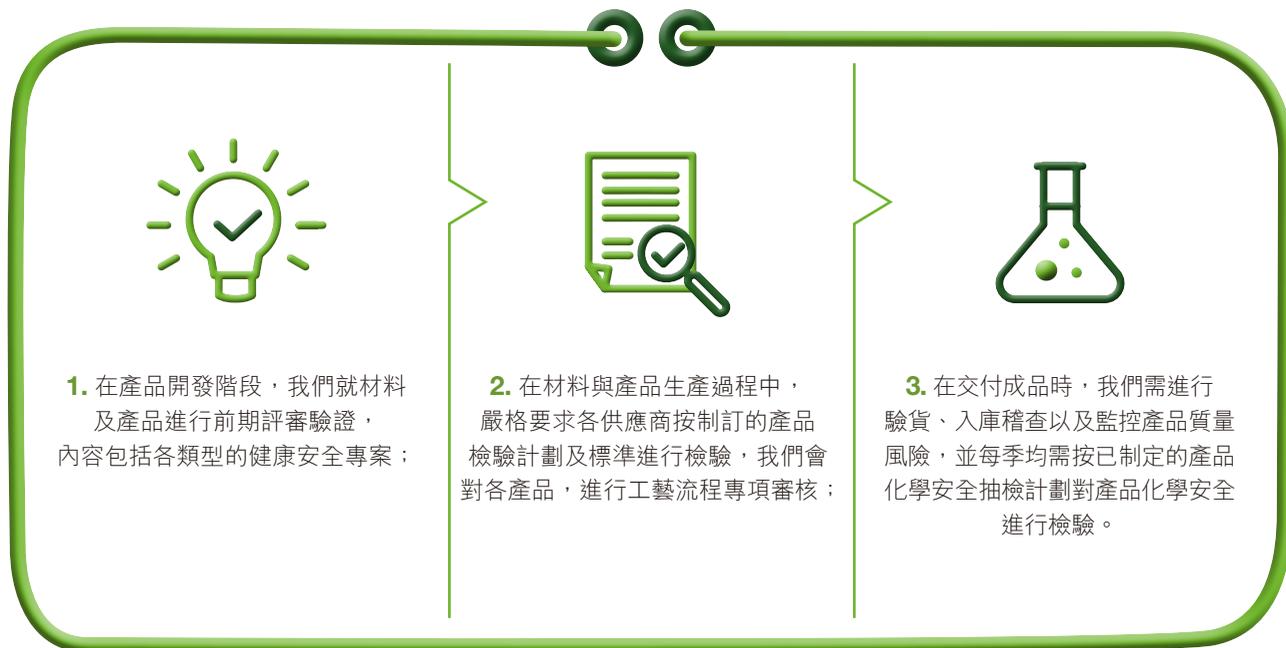
	2020	2019
因安全或健康理由而須回收的產品比例 (只包安踏和FILA產品)	0.01%	0.03%

產品的質量是獲取市場佔有率和維繫消費者的關鍵。因此，我們重視產品質量，並希望消費者能夠透過我們的高質量的產品享受到運動的樂趣。我們透過制定全面的品質監控流程及運用新科技，提升產品品質的穩定性，盡力減少產品退殘率。同時制定了嚴謹的《服

裝、鞋及配件化學品安全技術規範》，確保產品質量卓越並安全，以保障消費者權益。

我們的《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》，為我們的工廠、代工生產商

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



若在出廠後發現存在品質問題或安全隱患的產品，我們會根據《產品召回管理制度》進行後續回收處理，確保問題產品得到妥善處理，避免有消費者因此受

傷。凡是發現任何不合法規的產品，在自檢過程中發現問題，或同款產品回收比率達5%以上，我們將在確定召回後一個工作天內發出下架通知，並同時

通知分銷商全數退回，絕不容許員工私自處理。

二零二零年整體表現

以科技提升品質管理

我們重視應用新科技。新科技可加強我們生產效率的同時，亦可確保產品質量符合標準，以減少因品質問題而產生退貨的機會。於本財政年度，我們應用智慧化運營管理平台(IMOM)系統，以實時觀察目標產量和實際產量，反映生產進度和產品質量。若有發現任何問題，系統可及時對相關問題進行跟蹤及記錄。

員工管理的相關政策

人才是企業的基石，若一家企業缺乏了可靠、優秀的員工，不論產品及服務有多出色，始終不能維持可持續的發展動力，難以成為能夠世代傳頌的品牌。因此，我們重視優秀人才的招聘，旨在建立有能力的人才梯隊，透過具包容力的企業文化，及具競爭力的福利與待遇來吸引和挽留人才，提高員工忠誠度，盡量保持較低的流失率。與此同時，由於我們屬於勞動密集的行業，每天均需要大量人手維持生產線的穩定運作，我們重視員工的健康與安全，致力為他們提供安全、舒適的工作環境。

在合規方面，我們確保業務的運作均符合法規要求，包括《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》等。

我們尊重人權，不允許出現童工或強迫勞動的情況。我們用人唯才，遵循平等自願及誠實信用原則，亦尊重員工的意願，更希望他們能夠發展自我價值，所以我們承諾在作出升遷、調職或其

他決策時，不會以其性別、年齡、宗教信仰、國籍、膚色、種族、性取向、婚姻狀況等為考慮因素，確保平等工作環境。

健康與安全



	2020	2019
因工受傷人數	67人	44人



在合規方面，我們確保業務的運作均符合法規要求，包括《中華人民共和國職業病防治法》、《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國工傷保險條

例》等法例要求。同時，我們亦已按照營運的實際情況，制定了一系列的政策，以保障各部門的員工，確保他們的職業健康與安全，當中包括：

- 按照不同崗位的工作強度、工種、操作的機械、處理的物料等方面，為員工提供合適裝備；
- 定期巡查生產設施及檢查機器的狀態，避免工業意外；
- 為員工提供與健康與安全相關的培訓及進行考核，確保員工充分了解機械操作的正確方式及處理物料的方法，避免因為操作不當而受傷；
- 為員工提供每年一次健康檢查；及
- 設立了「醫療無憂計劃」，向所有員工提供醫療保險。

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

我們已建立好健康及安全事故相關機制，如發生任何事故，均能確保事件獲得適當處理。如有員工因工受傷，我們將按既定機制通報人力資源部及相關管理人員，確保受傷員工能夠得到適當的支援及治療。

疫情下的特別措施

二零二零年，突如其來的疫情來勢洶湧，迅速蔓延至全球多國，嚴重衝擊環球經濟和消費增長。面對嚴峻的形勢，我們已審時度勢，採取全面的應對措施，有效地抵禦疫情的衝擊和挑戰。

我們把員工放在首位。為積極配合疫情防控工作及確保員工的健康與安全，我們遵循各地政府相關部門的指引和要求，在疫情最嚴重時期，讓不同區域部分門店暫停營業。同時，我們啟動全體員工居家辦公模式，一些重點工作也在線上有序推進。此外，各自有工廠在農曆新年假期之後，再停產兩周，並容許身在比較受影響省市的員工延遲上班，這些防疫制度無可避免地影響營運和生產進度。疫情亦對我們的業務和消費者的消費習慣上，將持續帶來影響。因此，我們必須密切監測有關情況，並為短期內的不明朗因素作好準備。

為了對抗疫情，我們分析了形勢，並採取全面和有效的措施，以減低疫情帶來的風險。在疫情爆發初期，我們

成立了「安踏集團防疫應急指揮部」，密切監控疫情，並確保採取一切措施支持員工做好疫情預防與保護工作。

權利與福利



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

同時，我們重視人權，致力確保員工及合作夥伴能在一個互相尊重的環境下工作，並為他們提供合理的待遇及福利，盡力確保他們能夠過上有尊嚴且體面的生活。

一 提高員工生活質量

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

二零二零年整體表現



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

— 員工住房援助

居住地方是所有人的基本需求，亦是安穩生活其中一項最重要的

條件。為了讓員工能夠安心發展事業，不必為生活基本需求而煩惱，我們為一眾員工提供住宿，更在宿舍特別為已婚員工提供家庭房。此家庭房政策不但可以減輕員工的負擔，更可以配合他們的家庭生活需要，不必因為經濟問題而令一家人分居而住。

若員工有需要在工作當地置業，我們透過「安居計劃」，按員工職級及年資提供房屋貸款幫助，旨在讓他們擁有更穩定、更優質的生活。

— 小孩託管服務

我們一向重視員工的家庭角色，鼓勵他們盡量承擔家庭責任，所以我們亦盡量調整相關政策，希望能為員工製造一個更具彈性的工作模式。為此，我們透過在部份廠區成立了托兒中心，為同在宿舍居住的已婚員工提供托兒服務，讓他們能夠兼顧工作與家庭。除了託管服務外，我們更為員工提供了小車接送服務，讓在工作中的父母不必為小孩的安全而擔憂。

一 積極與員工溝通

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

疫情期間我們開通了員工心理諮詢熱線，為更好疏導員工心理健康，緩解員工身心壓力。熱線由專業心理諮詢機構主導，為員工提供長期且有效的心理諮詢服務，心理諮詢主題範圍包括情緒困擾、壓力應對、人際關係困擾、情緒焦慮與抑

鬱、睡眠障礙、戀愛情感、夫妻溝通、子女教育、退休生活、環境適應、職業生涯規劃、工作能力提升及工作與生活的協調等心理困惑。而為了保護每位員工的私隱，諮詢顧問會遵守保密原則，任何內容不會透露予第三方。

培訓和教育



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

一 安踏企業大學

安踏企業大學於二零一九年上線，秉承「培養安踏鐵軍」的初心，安踏企業大學以實踐經驗，貫穿線上線下學習發展平台，讓員工自主學習，培養職業化員工，塑造國際化領導團隊，推動企業發展成為行業領先者。

員工可不定時登入線上平台學習不同類型的課程，我們亦會邀請外部專業人士和內部管理人員為員工授課，並會於課程完結後收集員工滿意度，以不斷改善課程內容。我們把學習領域分為五個主要的領域，以便員工挑選合適的課程，當中包括：

	領導力	商業力	通用力	文化力	專業力
目的	提升管理能力	打造商業人才	提高職業化水準	融入公司文化	培養業務專家
項目	舉辦特訓營，提升團隊合作和領導力	項目管理、目標管理和戰略管理	結構性思考和電腦技術技能	管理生培訓、新員工培訓和全員文化必修課	企劃、品牌推廣和設計、商品運營和零售管理等

為了持續保持我們的專業競爭力，我們定義出15個關鍵職位，並由安踏企業大學承接培養工作。安踏企業大學

會每年挑選其中兩至三個關鍵職位，進行課程開發工作，並由總監級以上人員擔任課程開發導師與培訓導師，

希望我們的員工可以藉著不同的課程，加強對各職位的瞭解以及保持一定的競爭優勢。

二零二零年整體表現

於本財政年度，
安踏企業大學成功吸引
和舉辦：

26,145

參加人數

427

場外部精品課程

1,402

場線上課程

3,972

場線下培訓

788,818

小時之學習時數

由於今年是安踏企業大學成立後第二年，我們正在優化數據收集系統，故有關培訓數據並不會在本報告披露。未來，我們除了會加強改善數據收集外，還會繼續舉辦更多不同種類的課程，讓員工與我們一同不斷成長。

下游部份－產品銷售及客戶關係管理

我們的立場：

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

下游業務相關政策：

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

疫情改變了消費習慣，為消費行業帶來挑戰和機會，使我們必須對「人、貨、場」作出重新定義，以保持長遠的競爭力。不過，以「消費者為導向」依然是變革中唯一不變的要素。消費者期望獲得最佳的消費體驗，透過線上線下互通的無界融合，能為消費者提供更快和更方便的體驗和服務。同時，疫情令電子商貿業務更為重要，形成新的消費趨勢。我們在線上平台和社交媒體持續投放資源，以增加我們的影響力。

銷售管理的相關政策及措施

－ 快速疫情應對措施

我們加速電商發展，以應對我們部分線下門店因疫情原因被迫暫時關閉的情況。我們採用「全員零售」體系，緩解了疫情下線下門店和庫存的壓力。二零二零年是中國直播帶貨的蓬勃發展之年，所以我們力推「直播+電商」的營銷模式以提振線上銷售，為消費者提供不同的體驗。我們旗下不同的品牌可在綜合電商平台共享資源，有利於探索全渠道運營和整合。

第一，我們通過動態管理和改善營運流程，降低運營成本。第二，我們採取了減單和回購的措施，嚴控庫存風險。第三，所有品牌參與業主協商，務求能降低零售平台的租賃成本。作為領先的運動服裝企業之一，我們致力於履行企業社會責

任，我們向中華慈善總會捐贈冬衣及相關物資，以實際行動支持一線醫務人員對抗疫情。

— 提升消費者體驗

消費者的購物體驗一向是我們重視的環節。因此，於本財政年度我們全面提升安踏第十代店的數字化系統，務求讓消費者的購物體驗更加流暢、有效率及方便。

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

我們相信透過這一系列的數字化提升系統，可以為顧客帶來更好的消費體驗，增加互動性，讓門市零售提升至全新層次。在門店營運方面，移動收銀系統讓快速增長的支付業務需求變得簡單快捷，我們可以透過即時數據顯示影音視頻，方

便後台隨時了解店鋪情況，快速應對實際場面，同時收集實時銷售數據，為未來的產品設計及市場推廣提供分析的基礎。

分銷商的管理

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

成為分銷商的主要考慮條件有：

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

在達到以上的基本要求後，我們會就分銷商的實際情況進行審核，並向他們深入解釋我們在營運水平、環境政

策、僱傭關係及社會責任等方面的要求，避免因分銷商管理不當而造成的風險。為了讓分銷商能夠有據可依，統一規管他們的表現，我們制定了《標準營運程式》、《終端活動管理辦法》及其他營運條款，要求分銷商在零售政策、存貨管理、店鋪擺設、推廣、客戶服務及售後服務標準等方面與公司期望統一。

重視與分銷商的溝通

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

此外，我們舉辦了新材料博覽會。我們以「科技賦能價值創新」為主題，向一眾分銷商及供應商推廣展示創新科技的成果，也能夠了解我們最新發展情況。於本財政年度，安踏成人品牌分銷商約有30家。

二零二零年整體表現

客戶關係管理的相關政策及措施

消費者投訴處理

若消費者遇上任何疑問或不滿，他們可以從多個渠道向我們反映意見，包括：

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

客戶服務人員會按照《客戶服務部章程》，為顧客的投訴及意見進行歸檔及整理，再轉交至相關的自營店鋪或分銷商調查及核實情況。為了確保分銷商有如實處理相關投訴，客戶服務部

人員會進行顧客回訪，並確認相關處理結果得到顧客的認可。

如果出現大量相同投訴，則有可能是生產整體出了問題，我們會就該批產品進行全面調查及改進，必要時進行全面回收。於本財政年度，我們沒有因大批次問題貨物而受到顧客投訴。

我們設有多種溝通渠道，涵蓋互聯網、手機應用程式和面對面等。這些

溝通渠道不僅是針對內部持份者，更是面向所有持份者。無論是機構、社區還是個人，是內部還是外部，亦不論是關注我們或需投訴，都可以與我們直接聯繫。

我們在企業內部，例如廠房、分銷商、門店及網店等都有張貼如何通過多種渠道反映意見或發表關注，以確保所有潛在受影響的持份者能使用到這些方式進行溝通。

於本財政年度，我們收到的消費者投訴量如下：

	2020	2019
投訴總數	5,011	5,433
鞋類	2,808	3,014
服裝	2,123	2,353
配件	80	66



顧客隱私保障

除了遵守中國法律和法規的要求外，本集團大部份的非生產體系已得到ISO 27001資訊安全國際認證，必須遵守隱私以及保護個人身份信息，並制定了完善的公司訊息安全管理體系。其中，我們根據《26個資訊安全制度》，規管我們工場的安全管理規定、法律符合性管理規定及網路訪問規定等。

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

於本財政年度，公司並沒有出現資料洩露個案。



社會方面



社會的進步與發展均建基於不同持份者對社會的承擔與支持。作為社會的一份子，我們希望能夠透過持續推動不同的社會項目，在運動發展及大眾健康方面投入更多資源。我們透過提出行業改革建議、運動產品捐贈、基金捐款、運動員贊助、培養青少年教育等，從多方面提升中國體育用品行業及體育事業發展。

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

我們的立場：

- 配合國家政策，推動行業發展，讓中國體育用品品牌能在國際上佔一席位；
- 透過品牌影響力提高社會對運動的重視及瞭解，致力降低各種運動的參與門檻，提倡健康生活；

- 讓中國貧困地區每一個青少年都能穿上高品質的運動產品，使他們能享受運動所帶來的喜悅；
- 普及中國優質體育教育；
- 整合資源支持中國運動員；
- 積極配合政府抗疫行動。

二零二零年整體表現



1. 二零二零年度相關數據



我們向不同的慈善機構如白求恩公益基金會和「茁壯成長公益計劃」等捐贈現金人民幣合共3,200萬元，以及捐贈運動產品價值超過人民幣1億元。



透過「茁壯成長公益計劃」，我們多年來已捐贈現金和運動產品總價值人民幣2.5億元，覆蓋了超過4,645間學校，超過140萬名青少年受惠，讓其有機會享受運動帶來的快樂。

2. 政策與措施

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

政府及行業

於本財政年度，董事會主席兼首席執行官丁世忠先生向政府提供推動行業方面的建議，建議國家採取積極措施擴大內

需消費市場，給低於一定收入水平的中低收入群體發放消費券；同時加大對中

小企業減稅降費的力度，保障就業市場的穩定，刺激商業活動及消費的復甦。

兒童及青少年

在過去的
「茁壯成長公益計劃」中，
我們多年來：

在中國
17 個省份建成了
127 間
「安踏夢想中心」

培訓了
1,174 名
體育教師

在 **305** 間
欠發達地區的學校
舉辦「樂動匯」趣
味運動會

捐贈運動產品
總價值超過
**人民幣
2.5 億**

在中國
4,645 間
學校的超過
140 萬
名學生受惠

我們與中國青少年發展基金會及上海真愛夢想公益基金會發起了「茁壯成長公益計劃」，我們從產品捐贈、素養教育及運動課程推廣三大項目入手，讓欠發達地區青少年能夠在系統化的體育運動及素養教育當中快樂成長。「茁壯成長公益計劃」，從扶體、扶智雙向入手，聚焦於貧困地區青少年體育的精準扶貧。

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

在九月，我們在四川涼山舉行了「安踏茁壯成長公益計劃2.0」啟動儀式，同

時宣佈成立「茁壯成長運動員專業委員會」。我們期望更多運動員和專業人士加入專業委員會，共同開發適合青少年體育教育的項目，並通過「永不止步」的精神激勵欠發達地區青少年用運動實現夢想，促進運動資源與公益資源價值融合，共同推動「茁壯成長公益計劃」的深入發展。

二零二零年整體表現

未來我們會：



建設「安踏夢想中心」



培訓體育老師



捐贈運動產品



建設安踏運動場



舉辦安踏運動營，為孩子們提供更專業的運動指導

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

• 助力湖北欠發達地區青少年

我們聯同中國青少年發展基金會捐贈人民幣350萬元，為受疫情而影響但不能實現線上學習的青少年購買線上教育設備和資源。同時，為響應世界讀書日，我們為6,000名青少年提供運動產品，未來我們將繼續關心和資助欠發達地區青少年，向他們傳遞社會大家庭的關懷和溫暖。

• 冬奧宣傳教育基地

於本財政年度，我們於河北張家口的首家冬奧宣傳教育基地正式啟動，配以可愛的冬奧繪本，讓青少年了解冬奧比賽項目，激發他們參與冰雪運動的積極性和熱情，充分享受運動所帶來的健康和歡樂。

運動員

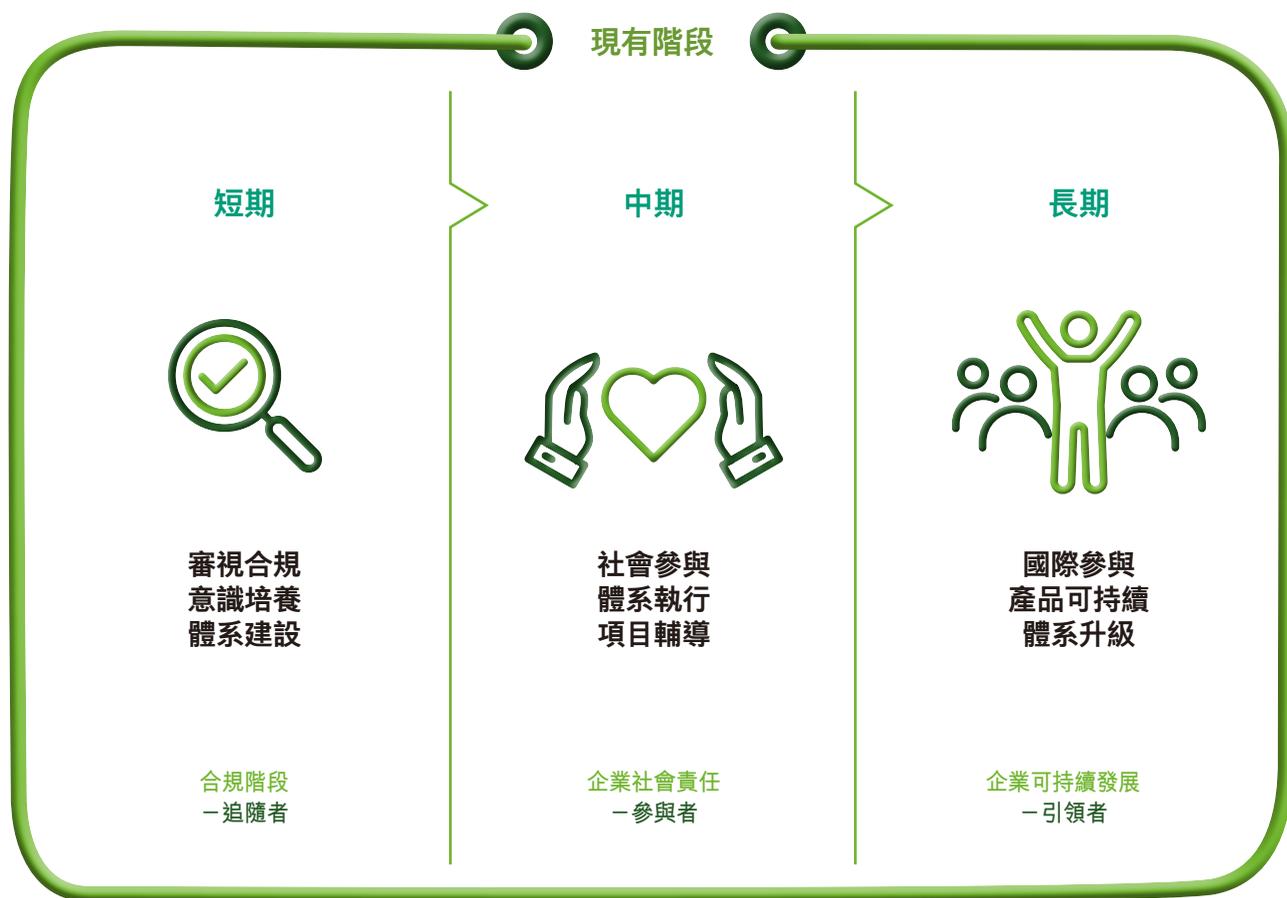
於本財政年度，安踏繼續支持中國運動員，並邀請了武大靖、張繼科和谷愛凌等成為安踏的代言人。安踏作為中國奧委會官方的合作夥伴，贊助了22支中國國家代表隊，包括冬季運動、拳擊、跆拳道、體操、舉重、摔跤等運動項目。此外，我們推出了全新的線上健身活動，邀請我們的品牌運動員拍攝短視頻與消費者互動，從而促進家庭健身風潮，鼓勵消費者在家抗疫同時又能保持強壯的身體。



展望

儘管疫情已逐漸緩和，而疫苗有望為公眾帶來新的曙光，但疫情所帶來的影響將永久改變我們的生活方式。二零二一年是安踏體育成立三十週年，對我們來說亦是意義非凡的一年。在過去的三十年，我們展現了克服挑戰及實現可持續增長的能力。

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



展望

可持續發展目標	二零二零年進展	階段性目標
資料收集及硬件提升	<ul style="list-style-type: none"> 檢視了我們在廢棄物及其回收量方面的數據，並改善當中流程，以提高準確度 	<ul style="list-style-type: none"> 將數據收集及內部監控範圍進一步擴大，完善現有的披露範圍
資訊管理系統	<ul style="list-style-type: none"> 配合集團DTC模式，全面提升內部資訊管理系統，促進營運效率 	<ul style="list-style-type: none"> 與合作的專業資訊科技企業進一步改善現有系統
增加指引的透明度及認受性	<ul style="list-style-type: none"> 每年出版本報告，並將本報告的中英文版本上載至線上供大眾隨時查閱 開設可持續發展網站，為公眾查閱相關表現添加新途徑 本報告連續四年榮獲低碳想創坊頒發的「低碳關懷®ESG標籤」 	<ul style="list-style-type: none"> 全面提升報告所使用的披露準則至國際性報告披露準則 繼續爭取加入國際可持續發展機構及獲取相關認證
產品設計	<ul style="list-style-type: none"> 推出環保產品，以實現環保概念與循環經濟 	<ul style="list-style-type: none"> 尋找在設計及研發階段時提高產品環保元素的方式 增加具有環保特性的產品比例

可持續發展目標	二零二零年進展	階段性目標
碳排放數據管理	<ul style="list-style-type: none"> 全面檢查數據的全面性及準確性 	<ul style="list-style-type: none"> 將碳排放數據收集的方式制度化及標準化，提高數據的準確性
持份者溝通	<ul style="list-style-type: none"> 管理層持續討論並籌備獨立可持續發展工作小組 	<ul style="list-style-type: none"> 成立獨立可持續發展工作小組
員工權益	<ul style="list-style-type: none"> 在疫情下持續為員工提供多元化的線上培訓 就實際的疫情情況，為員工提供合適的上班安排，保障他們的安全 	<ul style="list-style-type: none"> 就生活薪酬水平進行討論及研究，並建立更全面的薪酬及福利制定制度
供應商管理	<ul style="list-style-type: none"> 增加了原材料供應商數量和適當地減低OEM數量 	<ul style="list-style-type: none"> 與外部機構合作，落實可以持續發展採購

未來，我們將繼續依靠我們的堅實基礎及敏捷性邁向成功，與我們的口號「永不止步」呼應。無論外在環境如何不確定，我們打勝仗的能力、清晰戰略思維、核心競爭力及鐵軍文化將引領我們在快速轉變的環境中創造更長遠的價值。

可持續發展概覽

A. 環境

- 嚴格遵守經營地點之環保相關法例法規，盡力避免對環境造成不可挽回的傷害。
- 我們有不可推卸的責任推動行業及社會對環境保護的重視。
- 密切留意環境變化為業務帶來的衝擊，並做好相應的準備。
- 我們盡力在採購及設計中納入環境保護考量，為消費者提供更多環保產品的選擇；
- 透過各種行政及營運手段，規管各類型的供應商，盡可能從供應鏈中剔除對環境造成負面影響的因素。

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

層面A1：排放物

排放物種類及相關排放數據	溫室氣體排放總量：93,265公噸二氧化碳當量 範圍一(固體、液體及氣體化石燃料)：2,713公噸二氧化碳當量	A1.1 A1.2	√
溫室氣體總排放量及密度	範圍二(向電網購買之電力)：90,552公噸二氧化碳當量 碳排放強度：2.63公噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收益		
所產生有害廢棄物總量及所產生無害廢棄物總量	一般固體廢棄物：2,359公噸 有害廢棄物：17公噸 在廢棄物產生量方面，基於現時生產技術的提升，整體的物料使用及生產過程一般均為安全無害。我們於本財政年度的有害廢物主要為來自鞋廠之有機化學物、礦物油及有機溶劑等，會透過安排合資格的回收商定時進行回收。 根據我們的收益規模，所產生有害廢物總量及無害廢物總量之密度(每百萬元人民幣收益)並不重大，本報告並無列示有關數據。	A1.3 A1.4	

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
減低排放量的措施及所得成果	<p>由於我們仍然處於業務發展的上升軌道，範圍二的排放逐年上升，導致集團的碳排放跟隨業績表現趨勢，未能做到在絕對排放值上有所下降。然而，我們在碳強度方面呈現明顯的下降趨勢，顯示集團的碳排放處於受控狀態，業務發展並未使我們的碳排放高居不下，而碳強度趨勢更是我們的環保政策行之有效的證明。</p> <p>於本財政年度，我們繼續緊守謹慎使用能源的政策，盡量避免使用燃煤及其他極具污染性的能源，致力控制整體的溫室氣體排放在合理升幅之內。</p>	A1.5	√
處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	<p>有害廢物方面，我們制定了嚴格的守則規範處理及使用化學物的方式，並透過準確的使用量估算，避免準備過多分量，從而產生有害的廢棄物。若預備的分量過多，剩下的化學品將按集團所制定的流程處理。</p> <p>無害廢物方面，我們鼓勵員工減少浪費，遵循「環保四用」守則：減少使用、廢物重用、循環再用及替代使用，旨在能減少一般廢物的產生。所產生的一般廢物將依循內部守則處理，按實際情況進行回收或棄置。</p>	A1.6	√

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
層面A2：資源使用			
按類型劃分的直接及間接能源總耗量	天然氣消耗總量：12,704,352千瓦時 柴油消耗總量：152,407千瓦時 汽油消耗總量：313,192千瓦時 電力消耗總量：110,175,714千瓦時 蒸汽消耗總量：60,770,785千瓦時 根據我們的收益規模，直接及間接能源總耗量之密度（每百萬元人民幣收益）並不重大，本報告並無列示有關數據。	A2.1	√
總耗水量	總耗水量：1,684,010立方米 根據我們的收益規模，總耗水量之密度（每百萬元人民幣收益）並不重大，本報告並無列示有關數據。	A2.2	√
能源使用效益計劃及所得成果	於本財政年度，我們持續減低天然氣的使用量，進一步降低了對化石燃料的依賴。作為替代，我們提高了電力及蒸汽的使用量，以維持生產線及業務分部的正常營運。	A2.3	√
求取適用水源問題、提升用水效益計劃及所得成果	我們主要使用政府供水維持生產及營運，並無直接從天然水源取水，因此概無求取適用水源問題。 由於我們的生產工序中並不需要大量用水，而重要性矩陣亦無顯示用水量為關鍵議題，故我們暫時亦未就水回收及再利用制定詳細計劃。由於在疫情期間生產線曾暫停運作，我們整體的用水量較二零一九年有所下降。未來，我們將繼續監測整體用水情況，並積極尋求改善。	A2.4	√

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
製成品所用包裝材料的總量	<p>一般用紙使用總量：64.1公噸</p> <p>包裝材料使用總量：12,283,446公噸</p> <p>透過改善集團在包裝材料方面的數據收集，我們能進一步提供包裝材料數據。在未來，我們將持續鼓勵員工減少派發紙袋，並加強消費者教育，希望能減少包裝材料的用量，同時將進一步探索使用可再生材料及設立包裝回收計劃的可能性。</p> <p>生產僅為我們業務其中一環，而我們的主營業務為批發及零售品牌運動服飾，披露製成品所用包裝材料的總量之每生產單位估量數據不具意義。</p>	A2.5	√

層面A3：環境及天然資源

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

可持續發展概覽

B. 社會

僱傭及勞工準則

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

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

層面B1：僱傭

按性別、僱傭類型及年齡組別劃分的僱員總數	<p>員工總數= 41,000人</p> <p>整體男女比例=男性佔27.1%；女性佔72.9%</p> <ul style="list-style-type: none"> - 按職級及性別劃分： <ul style="list-style-type: none"> 辦公室員工=男性佔47.1%；女性佔52.9% 零售人員=男性佔12.4%；女性佔87.6% 工廠員工=男性佔38.4%；女性佔61.6% - 按年齡組別劃分： <ul style="list-style-type: none"> 16歲以下= 0% 16-24歲= 11.6% 25-40歲= 74.3% 41-59歲= 14.0% 60歲或以上= 0.1% <p>本集團的收益、費用、利潤、資產及負債(及員工)主要来自單一地區，即中國。因此，並無呈報地區分析。</p>	B1.1	√
按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	相關數據收集系統尚在優化中，有關信息將於未來披露。	B1.2	√

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告
倡議組織

層面B2：健康與安全

<p>因工作關係而死亡的人數及比率</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 因工受傷人數： 辦公室員工= 8人 零售人員= 19人 工廠員工= 40人 - 因工受傷比率： 辦公室員工= 0.1% 零售人員= 0.1% 工廠員工= 0.4% - 因工死亡人數：0人 - 因工死亡比率：0% 	<p>B2.1</p>	<p>√</p>
<p>因工傷損失工作日數</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 辦公室員工= 295.5天 - 零售人員= 493天 - 工廠員工= 1,815天 	<p>B2.2</p>	
<p>所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 按照不同崗位的工作強度、工種、操作的機械、處理的物料等方面，為員工提供合適裝備 - 定期巡查生產設施及檢查機器的狀態，確保所有設施均處於良好狀態，避免工業意外 - 為員工提供與健康與安全的培訓及進行考核，確保員工充分了解機械操作的正確方式及處理物料的方法，避免因為操作不當而受傷 - 為員工提供每年一次健康檢查 - 設立了「醫療無憂計劃」，向所有員工提供額外醫療保險 	<p>B2.3</p>	<p>√</p>

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
層面B3：發展及培訓			
按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	相關數據收集系統尚在優化中，有關信息將於未來披露。	B3.1	√
按性別及僱員類別劃分每名僱員完成受訓的平均時數	相關數據收集系統尚在優化中，有關信息將於未來披露。	B3.2	√
層面B4：勞工準則			
檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	<p>我們制定《禁止招聘童工政策及補救措施程序》，並會定期對該程序進行檢視，包括不定期走訪供應商，以確保所有業務均不會僱用童工或強制勞動。集團與僱員簽訂勞動合同，明確約定雙方權責及違規處理安排。</p> <p>於本財政年度，我們並沒有聘請16歲以下的人士擔任任何職位。</p>	B4.1	√
發現違規情況時的補救措施	一旦發現誤招童工，我們將立即採取糾正方案，先報告勞動政府機關進行覆核證實，同時立即停止(如屬供應商之員工，將要求立即停止)該名員工的工作並送其進醫院進行健康檢查。一旦證實為童工，我們將安排發放足額工資並及時通知及轉交予其家人／監護人；此外，我們將妥善保存其年齡證明文件複印本作紀錄。	B4.2	√

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告
倡議組織

層面B5：供應鏈管理

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

按地區劃分的供應商數目

中國供應商=698家
國外供應商=22家

B5.1

√

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
<p>聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法</p>	<p>聘用供應商基本評核標準：</p> <ul style="list-style-type: none"> - 在信譽度、合同精神及資金穩定等三大方面的表現及評分； - 在符合產品類型、價格及公司規模的要求上，供應商須具有研發能力、生產管理能力及符合行業標準的品質管制體系； - 持有中國生產及品質體系的認證，並期望持有其他國際標準及認證體系； - 符合背景調查問卷中的要求；及 - 對所有供應商進行盡職調查。 <p>我們在法例法規之上制定了非常詳盡的要求及準則，並引入了「零容忍政策」，確保供應商在重大議題上採取了合適措施，減低營運風險。</p> <p>為了確保供應商均切實執行明文規定的上述十個基本準則，我們會進行實地稽核及績效管理，包括就績效進行統計和匯總。</p>	<p>B5.2</p>	<p>√</p>

關鍵績效指標

港交所指引

全球報告
倡議組織

層面B6：產品責任

– 我們有責任確保生產過程全面符合國家法例法規之要求。

已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	總計回收佔比：0.01%	B6.1	√
接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	<p>我們在二零二零年共收到5,011個客戶投訴個案，當中鞋類相關佔56.0%、服裝相關佔42.4%，及配件相關佔1.6%。</p> <p>客戶服務人員會按照《客戶服務部章程》，為顧客的投訴及意見進行歸檔及整理，再轉交至相關的自營店鋪或分銷商調查及核實情況。為了確保分銷商有如實處理相關投訴，客戶服務部人員會進行顧客回訪，並確認相關處理結果得到顧客的認可。</p>	B6.2	√

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
維護及保障知識產權相關慣例	我們重視對知識產權的保護，尊重設計的原創性。因此，我們內部制定嚴格的設計流程，同時鼓勵消費者舉報仿冒品，同時會與供應商及執法部門合作向相關工廠採取行動，保障品牌的市場地位。	B6.3	√
質量檢定過程及產品回收程序	《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》，為我們的工廠、OEM及供應商提供指引，嚴格規管於生產過程中使用的材料及成品必須符合中國對化學品安全的相關法規，並在產品週期的各階段開展風險評估及檢驗管控，例如原材料採購安全、產品檢測要求、化學品限值要求、有害化學品含量等健康安全項目。我們已根據這些方面的評估與檢驗，制訂並實施相應的具體檢驗計畫、標準及執行守則。	B6.4	√

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	<p>本集團大部份的非生產體系已得到ISO 27001資訊安全國際認證，並制定了完善的公司訊息安全管理體系。其中，我們根據《26個資訊安全制度》，規管安全管理、法律符合性管理及網路訪問。在系統的安全管理方面，我們在資訊安全管理體系所制定的《應用系統開發與維護安全管理規定》及《系統訪問管理規定》中，均有明確的安全保障要求，同時更會邀請外部諮詢機構進行審視。</p> <p>於本財政年度，並沒有出現資料洩露個案。</p>	B6.5	√

層面B7：反貪污

<p>– 我們致力維持高企業管治的水平，期望員工能恪守最高的道德操守標準，對工作言行負責，遵守業務行為操守，合規處理公司業務</p>			
本年度對本公司或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	於本財政年度共有0宗與貪污相關的訴訟案件。	B7.1	√

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	<p>我們嚴肅對待任何涉嫌違法、違反管治方針及操守準則的不當行為，審計監察部獨立於管理層及能直接向本公司風險管理委員會匯報，專責調查反貪腐，確保了在企業治理結構中獨立性及客觀性。該部門採取了嚴密的保密措施，以保護舉報人隱私，確保所收到的信息、登記資料及調查進展等環節均受到嚴密保護。</p> <p>本集團訂有檢舉政策，藉以建立機制使僱員及業務夥伴可在保密情況下，向本公司審核委員會及董事會舉報涉及本集團的違規行為。舉報者的身分將絕對保密。</p> <p>本政策下設定的檢舉機制之目的是：</p> <ul style="list-style-type: none"> 於本集團內部培養開通和正大光明的文化； 保障企業內部公正； 鼓勵僱員及與本公司有業務往來的人士向本公司舉報本集團內部可能存在的違規行為，並提供舉報的保密渠道；及 在釀成嚴重後果之前，讓本集團有機會針對不當或舞弊行為採取補救措施。 <p>檢舉政策之詳情，請參閱《二零二零年年報》內之《企業管治報告》。</p> <p>在教育及意識提高方面，我們除了為員工開展反腐專項培訓之外，亦要求他們熟讀《廉潔責任書》，確保他們對反貪有全面的認識。</p>	B7.2	√

	關鍵績效指標	
	港交所指引	全球報告 倡議組織

層面B8：社區投資

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

<p>專注貢獻範疇</p>	<p>於本財政年度，董事會主席兼首席執行官丁世忠先生向政府提供推動行業方面的建議。</p> <p>我們與中國青少年發展基金會及上海真愛夢想公益基金會發起了「茁壯成長公益計劃」，我們從產品捐贈、素養教育及運動課程推廣三大項目入手，讓欠發達地區青少年能夠在系統化的體育運動及素養教育當中快樂成長。</p> <p>在九月，我們在四川涼山舉行了「安踏茁壯成長公益計劃2.0」啟動儀式，同時宣佈成立「茁壯成長運動員專業委員會」。</p> <p>於本財政年度，安踏繼續支持中國運動員，並邀請了武大靖、張繼科和谷愛凌等成為安踏的代言人。安踏作為中國奧委會官方的合作夥伴，贊助了22支中國國家代表隊，包括冬季運動、拳擊、跆拳道、體操、舉重、摔跤等運動項目。</p>	<p>B8.1</p>	<p>√</p>
---------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------	----------

可持續發展概覽

		關鍵績效指標	
		港交所指引	全球報告 倡議組織
在專注範疇所動用資源	<p>我們向不同的慈善機構如白求恩公益基金會和「茁壯成長公益計劃」等捐贈現金人民幣3,200萬元，以及捐贈運動產品價值超過人民幣1億元。</p> <p>透過「茁壯成長公益計劃」，我們多年來已捐贈現金和運動產品總價值人民幣2.5億元，覆蓋了超過4,645間學校，超過140萬名青少年受惠，讓其有機會享受運動帶來的快樂。</p>	B8.2	√

詞彙

AMER SPORTS

Amer Sports Oy (Amer Sports Corporation)，一間於芬蘭共和國註冊成立的體育用品公司及由 AS Holding 全資擁有

安踏

安踏品牌

安踏長汀（中國）

長汀安踏體育用品有限公司

安踏中國（中國）

安踏（中國）有限公司

安踏兒童

安踏兒童品牌，專為兒童提供安踏產品

安踏體育 / 公司 / 集團 /

我們 / 我們的

安踏體育用品有限公司

安踏店

安踏零售店

安踏廈門（中國）

廈門安踏體育用品有限公司

AS HOLDING

Amer Sports Holding (Cayman) Limited

寰球（中國）

泉州寰球鞋服有限公司

董事會

本公司之董事會

中國

中華人民共和國

CO₂e

二氧化碳當量

諮詢機構

獨立第三方專業諮詢機構

DESCENTE

DESCENTE 品牌

DTC

直面消費者

FILA

FILA 品牌

FILA KIDS

FILA KIDS 品牌，專為兒童提供 FILA 產品

FILA 店

FILA 零售店

GRI

全球報告倡議組織

河南鞋材（中國）

河南安踏鞋材有限公司

港交所

香港聯合交易所有限公司

香港

中國香港特別行政區

KOLON SPORT

KOLON SPORT 品牌

上市規則

香港聯合交易所有限公司證券上市規則

澳門

中國澳門特別行政區

MSCI

摩根士丹利資本國際標準指數

OEM

代工生產商

疫情

二零一九年新型冠狀病毒疾病 (COVID-19)

專業機構

獨立第三方專業機構

泉州鞋材（中國）

泉州安踏鞋材有限公司

研發

研究與開發

報告

《環境、社會及管治報告》

人民幣 / RMB

中國之法定貨幣

SDGS

聯合國提出的17個可持續發展目標

股東

本公司股東

SKU

庫存單位

廈門安踏實業（中國）

廈門安踏實業有限公司

本年度

截至二零二零年十二月三十一日止年度



IR.ANTA.COM

如有查詢，請聯系：

安踏體育用品有限公司-投資者關係部

地址：香港九龍九龍灣宏泰道23號

Manhattan Place 16樓

電話：(852) 2116 1660

傳真：(852) 2116 1590

電郵：ir@anta.com.hk

