



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)

(香港上市股份代號：825)



可持續發展報告

2020



環境保護

我們的方法與措施

新世界百貨綠色管理流程

能源管理

溫室氣體排放

用水管理

廢物管理

綠色採購

社區發展

我們的方法與措施

我們的舉措

我們的表現

36

37

37

38

40

42

43

45

46

47

48

49

獎項與嘉許

獎項

外部倡議

數據表

社會數據

環境數據

內容索引

通用準則

特定主題準則

驗證聲明

50

50

51

52

52

54

56

56

57

62



報告期間

本報告概述了本集團自2019年7月1日至2020年6月30日止報告期間(簡稱「2020財年」或「回顧年度」)在環境、社會及管治方面的表現，以及各項另有指明在2020財年以後實行的最新措施。

報告範圍和邊界

本報告範圍涵蓋我們設於香港和上海的辦事處，以及本集團在中國內地的零售業務。環境和社會數據範圍涵蓋新世界百貨旗下30家百貨店和購物中心以及兩個企業辦事處。我們進行了持份者參與和重要性評估，以釐定本報告應涵蓋的重大主題。有關結果詳載於「新百可持續發展」章節內的「持份者參與」和「重要性評估」部分。

關於 本報告

我們欣然發表《新世界百貨可持續發展報告2020》(「本報告」)。本報告旨在讓持份者了解本集團的可持續發展框架和進程。我們致力將健全的環境、社會及管治實務模式融合於業務中，並繼續推行、改善及優化策略，務求超越持份者的期望。

為了優化和自動化數據收集和管理流程，我們自2017財年起採用「可持續發展數據管理系統」(「數據系統」)。該系統有效提升數據準確度及即時性，讓我們更有效地監察各項可持續發展表現。集中化系統讓我們在編撰本報告、以及計量和監察日後的目標進程中發揮了重要優勢。

參考和驗證

本報告依循《全球報告倡議組織可持續發展報告標準》(「GRI標準」)中的核心選項，以及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄二十七載列的最新《環境、社會及管治報告指引》(「ESG報告指引」)的要求進行編制。

為確保本報告的可靠性和可信度，我們委託了香港品質保證局對本報告進行獨立有限驗證，確保其全面滿足上述要求。詳情請參閱「驗證聲明」章節。

意見反饋

我們自2018財年起僅以電子形式發佈本報告，不再發佈印刷版，以減低對環境造成的影響。如欲獲取更多補充資訊，請參閱我們的年報或瀏覽本公司網站的「企業可持續發展」部分(www.nwds.com.hk/tc/csr/)。

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：nwdscad@nwds.com.hk。

主席寄語



2020財年對全世界來說是多事之秋，亦促使可持續發展議題成為焦點。2019冠狀病毒病的爆發不僅影響了經濟和社會的各個領域，還從多方面改變經濟活動、供應鏈、社交互動以及大眾對健康與安全的看法。雖然這次全球健康危機的整體影響仍有待浮現，但已經觸發企業的經營方式出現重大改變，本集團亦不例外。

隨着2019冠狀病毒病帶來嚴重又迫切的威脅，各國領導人亦逐漸將氣候變化與相關環保議題視為首要風險之一。越來越多國家致力實現「淨零碳排放」目標，包括中國亦於最近承諾爭取在2060年前實現這個目標。企業應帶頭履行這方面的責任，同時將面對更大的壓力應對氣候變化。

在此瞬息萬變和不明朗的時代，我們繼續秉持新世界2030可持續發展願景（「2030願景」）明確前進的方向，堅定履行我們對可持續發展的承諾。我們圍繞2030願景的四大支柱—「環保」、「健康」、「關愛」和「智能」—將環境和社會考慮因素融入我們的活動當中，以推動業務發展，為持份者創造共同價值。

提升身心健康與福祉

顧客和員工的身心健康與福祉是我們的重中之重。在2019冠狀病毒病於中國爆發期間，我們的「N+便利店」堅持24小時營業並引入商品配送服務，在保持社交距離的同時亦滿足民眾的日常生活需求。

我們所有分店均堅持遵循高水平的安全與衛生標準，並全方位引入額外措施以保障員工和顧客免受潛在病毒感染的威脅。例如，我們為員工提供視頻問診服務，並向他們派發超過183,500個口罩。我們還開展了2019冠狀病毒病感染控制線上培訓，為員工提供正確的病毒感染預防知識，並已錄得超過4,250參與人次。

利用創新思維釋放潛能

創新能力對企業策劃解決方案以應對未來挑戰至關重要。由於2019冠狀病毒病減少人流和面對面交流的機會，本集團轉趨發展線上渠道與顧客交流互通。本集團抓緊新消費常態帶來的機遇，對自家電商平台「新閃購」進行全面升級。與此同時，我們加強使用各種線上營銷渠道，如直播和微信群等，為顧客的購物體驗注入更多互動元素。截至2020年6月30日，我們建立了41個微信公眾號與顧客和員工緊密聯繫。

在分店設施方面，我們在16家分店引入了93台智能顧客服務機械人，其人工智能科技讓機械人能夠與顧客交流互動，並為我們的營銷和品牌策略提供寶貴洞見。

推展環保工作，擴大影響力

多年來，本集團就能源管理、減少廢物、正確使用資源和推廣綠色生活等落實一系列環保舉措，以減少我們在中國內地的環境影響。由於我們堅持不懈，加上在2020年初多家百貨店因2019冠狀病毒病爆發而暫時關閉，我們2020財年的生態足跡大幅減少。與2019財年相比，能源消耗強度與碳排放強度分別下降9.6%和9.0%，水消耗強度則下降20.8%。

為進一步加強廢物管理，我們幾乎在所有中國內地的百貨店和購物中心引入生活垃圾分類制度和垃圾三級分揀確認制度。除考慮我們的業務營運外，我們還鼓勵顧客實踐綠色生活方式，以及在LOL原創生活概念店引入環保概念商品，例如由天然纖維製成的「Quy Cup」隨身杯。

為社區和員工創造共同價值

本集團致力為業務營運所在社區和員工創造價值。年內，我們繼續透過義工計劃為社區貢獻綿力。我們還在分店落實各種關愛舉措，如育嬰室和無障礙設施等，以提升顧客體驗和促進包容共濟。

在員工發展方面，我們加強了人才發展培育計劃，並開發了線上學習平台以支援雲端培訓，突破時間與空間的限制。為裝備員工應對疫情的持久影響，我們推出針對上述主題的管理和營運課程。於2020財年，我們向每位員工提供人均44.9小時的培訓，培訓時數比去年顯著增加。

我們在可持續發展領域所作的各種努力贏得了各方的嘉許。我們在2020財年獲得多項嘉獎，更連續六年於「《財資》環境、社會及管治企業大獎2019」中獲《財資》頒發「環境、社會及管治」組別金獎，並獲強制性公積金計劃管理局評為「積金好僱主」。我們從業界獲得的認可足證我們正朝着正確方向昂然前進，亦堅定了我們對可持續發展和為所有持份者創造共同價值的決心。

展望未來，隨着2019冠狀病毒病的影響持續籠罩全球，氣候變化再次成為全球首要關注的議題，我們預計2021財年將充滿挑戰與不確定性。我們在2020財年所經歷的種種變化可能永久地改變我們的生活方式，促使社會適應在疫情重創下的全球「新常態」。

我們對可持續發展的承諾將使我們處於有利位置，讓我們靈活應變，迎接未來的各種挑戰。我希望藉此機會感謝每位員工在這個前所未有的時期所展示出的勇氣、敏銳和堅毅；我們將再接再厲，攜手努力在疫情後的新常態下奮勇向前。

鄭家純博士
主席

香港，二零二零年十二月

主要亮點

我們一直積極管控可持續發展表現，而我們的努力亦取得正面成效。我們在此欣然與您分享我們的成果。



環保

- 在2019冠狀病毒病疫情和我們舉措的綜合影響下，我們實現了以下方面的減量：
 - -9.6%能源消耗強度(以兆瓦時/平方米計)
(2030財年的目標與2015財年的基準相比：-2%)
 - -9.0%碳排放強度(以公噸二氧化碳當量/平方米計)
(2030財年的目標與2015財年的基準相比：-12%)
 - -20.8%水消耗強度(以立方米/平方米計)
- 在中國內地的百貨店推行生活垃圾分類
- 在上海陝西路店舉辦由上海本地藝術家袁隆先生發起的「塑料紀(Plastic Era)」展覽，以推廣減少使用塑料製品
- 自2016財年以來，已有51,300名訪客參觀了上海浦建店的有機屋頂花園
- 在LOL原創生活概念店引入由天然纖維製成的有機商品「Quy Cup」隨身杯



健康

- N+便利店即使在疫情期間仍堅持24小時營業
- 於新世界超市及N+便利店引入商品配送服務，以滿足民眾保持社交距離的需要
- 在疫情期間向員工提供超過183,500個口罩及視頻問診服務
- 推出以應對疫情為主題的管理及營運課程
- 提供職業健康與安全培訓
- 更新「安全管理實務手冊」，並發佈2019年版本



關愛

- 在各分店實施多項關愛兒童及顧客的舉措
- 共1,190名義工，義工服務時數達9,191.2小時
- 人均培訓時數為44.9小時
- 利用線上學習元素強化新世界百貨人才培育發展規劃
- 組織321個員工關愛活動



智能

- 升級「新閃購」線上商城，推動雲逛街模式
- 於16家分店引入93台智能顧客服務機械人，提供導購服務
- 利用41個微信公眾號與員工和顧客緊密聯繫



我們的業務



公司背景

新世界百貨中國有限公司(香港股份代號: 825)(「本公司」)及其附屬公司(統稱「新世界百貨」或「本集團」)乃新世界發展有限公司(香港股份代號: 17;「新世界發展」或「母公司」)於中國內地的零售旗艦。新世界百貨於1993年成立,憑藉「一市多店」及「輻射城市」等具前瞻性的拓展策略致力推動業務發展。本集團於2007年在香港聯合交易所有限公司主板上市。於2020年6月30日,新世界發展擁有本集團75%的股權。

新世界百貨的總部設於香港,是中國內地規模最大的百貨店擁有人和經營者之一。為整合及集中資源,本集團於2020財年縮減了一家分店,即上海虹口店。於2020年6月30日,我們經營30家百貨店及購物中心,概約總樓面面積為1,232,350平方米,覆蓋全國各地17個主要地點。

業務回顧

經濟表現摘要

收益

2020財年

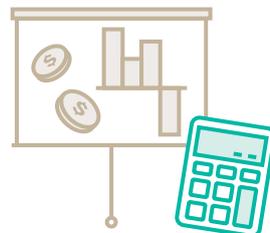
2,232.7
百萬港元



虧損

2020財年

483.7
百萬港元



概約總樓面面積

2020財年

1,232,350
平方米



主要收益來源

2020財年



- 專櫃銷售佣金收入
39.7%
886.9百萬港元
- 租金收入
32.6%
727.8百萬港元
- 自營貨品銷售
27.1%
605.5百萬港元
- 作為出租人的
融資租賃利息收入
0.6%
12.5百萬港元

零售網絡

22 家

以「新世界」命名的百貨店

8 家

以「巴黎春天」命名的
百貨店及購物中心

17 個

中國內地主要地點



2020財年業務回顧

面對嚴峻的國內外經濟環境，本集團於回顧年內以降本提效為主旋律，確保業務穩定發展。

本集團於2020財年上半年先後對多家門店進行升級改造，強化門店體驗和商品力。我們同時積極佈局線上渠道，借力新零售、新技術、新營銷策略，務求提供線上線下一體化的購物體驗。

然而2019冠狀病毒病疫情在中國內地爆發，為本集團2020財年下半年的業務計劃帶來了不利影響。為應對突如其來的挑戰，本集團採取了多項措施，包括全面降低成本、保留營運資金、推廣線上銷售渠道及提升營運效益等，以減輕疫情對業務營運的影響。

百貨業務

面對疫情下消費者購物習慣和商品需求的轉變，本集團加快構建線上線下多平台矩陣，以推動數字化轉型和全渠道戰略落地。其中，本集團的自家電商平台、以微信小程序形式營運的「新閃購」線上商城已於2020年6月完成全面升級，以提升用戶體驗並引入互動功能。此外，本集團更與第三方快遞公司合作推出「新閃購」宅配服務。

儘管疫情似乎令民眾消費意慾大減，本集團仍有效促活現有會員，並成功吸納新會員。VIP會員人數於年內增加至603萬人以上。於2020年6月30日，本集團及旗下門店的官方微信及微博賬號累積超過431萬名粉絲。「新閃購」線上商城的註冊VIP會員人數亦大幅增至40萬人。



自有品牌業務

為更好地照顧疫情下民眾的生活所需，本集團致力鞏固超級市場及便利店等生活保障類業態。

新世界超市

本集團旗下設有四家「新世界超市」，分別位於北京、蘭州、煙台及武漢。其中，我們於北京崇文店的超市率先引入餐飲堂食服務和自助收銀台。我們亦聯手線上外賣平台推出餐飲外送服務，將超市打造成一站式社區服務站。

N+ 便利店

本集團於2020年上半年於北京市內新增兩家「N+便利店」，在東城區和朝陽區形成兩區四店的網點佈局。新店以提供現場製售的熟食產品為主，輔以其他便民的生活服務。

LOL (Love • Original • Life) 原創生活概念店 (「LOL」)

於2020年6月30日，LOL在中國內地設有12家門店，其中三家設於本集團分店網絡系外。於2020年，北京利瑩店的LOL引入各類潮流美容及護理儀器，以配合其嶄新門店形象。

新百可持續發展



理想

獲公認為中國最具影響力、效益最佳的連鎖時尚都市百貨。



使命

創新、前瞻、高效，構建都市時尚生活新典範。



信念

以「創新、前瞻、誠信、嚴謹、尊重」為核心價值，共建新世界百貨未來之路。

在昂首邁進新一個十年之際，我們將可持續發展視為新世界百貨的重心。除了在管理和擴展業務方面體現這個理念外，將策略重點聚焦可持續發展上，亦讓我們更有力地賦能每一個人、保護環境以及支援當地社區發展。

自2018年起，我們已配合母公司的可持續發展目標和方向，邁步實踐「新世界2030可持續發展願景」(「2030願景」)。我們深明未來的商業活動需要承擔更多責任及更積極回應可持續發展訴求。縱使前路充滿挑戰，我們整裝待發，致力將可持續發展目標視為首要任務，同時以創新、前瞻、高效的態度，為顧客構建都市時尚生活新典範。

新世界2030可持續發展願景

我們的可持續發展方針以四個支柱為重點：「環保」、「健康」、「智能」和「關愛」。

在邁向實現可持續發展的旅程中，我們致力於實現以下三項與我們業務和持份者最相關和最重要的聯合國可持續發展目標(「SDGs」)：

- UN SDG 12：採用可持續的消費和生產模式；
- UN SDG 3：確保健康的生活方式，促進各年齡段人群的福祉；及
- UN SDG 8：促進持久、包容和可持續經濟增長，促進充分的生產性就業和人人獲得體面工作

通過將這幾項可持續發展目標與我們的2030願景及首要關注議題進行配對，我們希望將注意力集中在對我們業務和持份者至關重要的項目上，並善用資源為所選定的可持續發展目標作出貢獻。

為實現2030願景，我們在2019年委託第三方顧問機構制訂有關能源消耗和溫室氣體排放的可量化環保目標。我們將在不久將來確立減少用水和減廢目標。有關詳情，請參閱「環境保護」章節。

SDGs



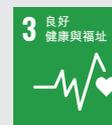
12 負責任消費和生產

2030願景支柱



環保

我們透過經營模式(例如可持續採購)及投資環保方案(例如清潔能源、氣候適應力和資源效率措施)，讓城市發展更環保及配合未來需求。



3 良好健康與福祉



健康

我們投資健康業務及相關計劃，並設計更體貼用家身心靈健康需要的空間。



8 體面工作和經濟增長



智能

我們將科技作為另外三個支柱的推動力量，鼓勵創意及創新。



關愛

我們努力創造機會，支援當地社區，並為員工及其家人提供培訓，同時細心保育本地文化。

可持續發展管治

新世界百貨可持續發展委員會

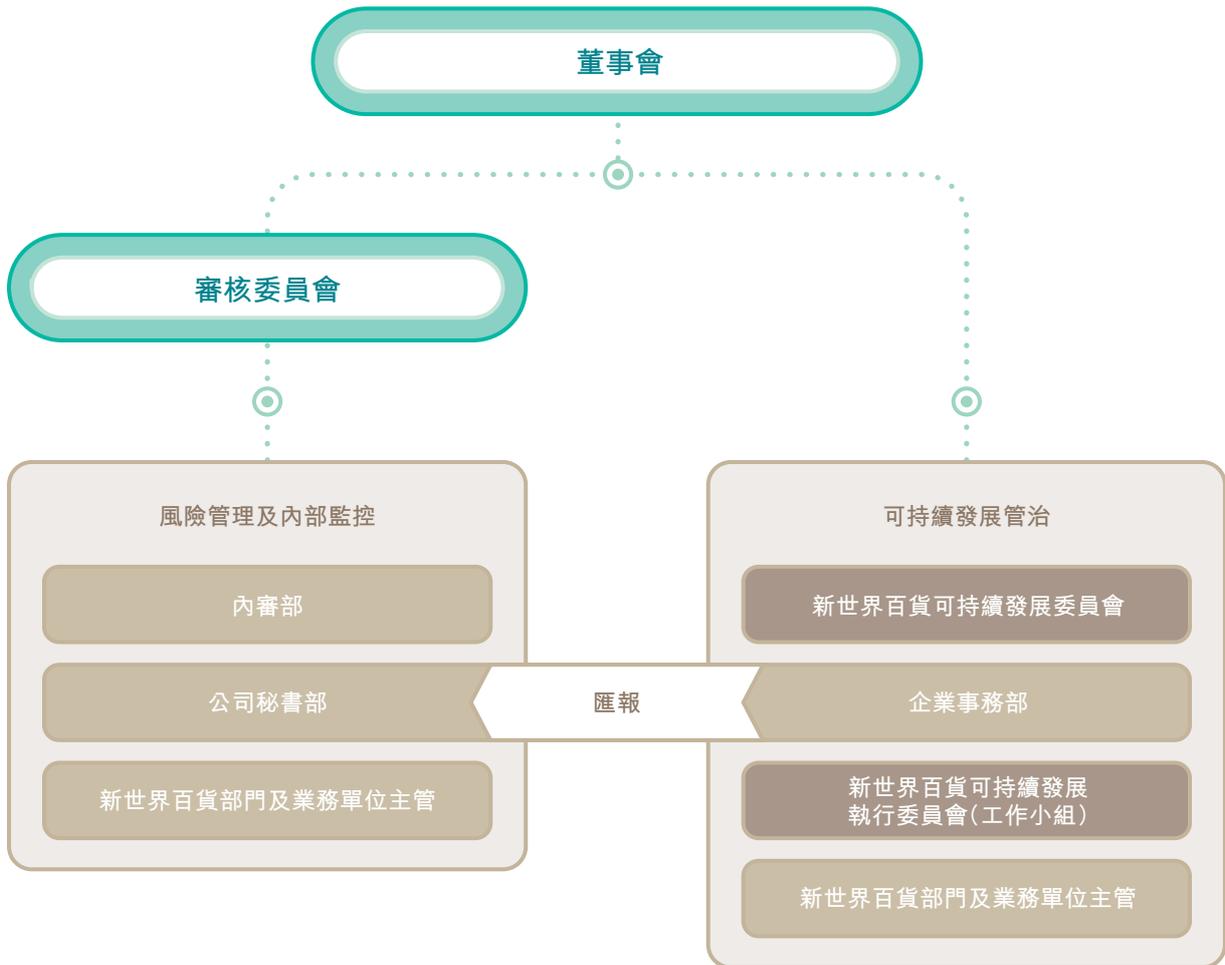
本集團的可持續發展管治架構為界定、制定和推動可持續發展議程奠定了穩固的基礎，該架構涵蓋本集團各個層級，包括董事會、新世界百貨可持續發展委員會、執行委員會以及所有核心業務部門。

新世界百貨可持續發展委員會於2010年由董事會授權成立，為監督可持續發展事務以及環境、社會及管治議題和風險的最高級別機構。該委員會負責向董事會匯報，由企業事務部主管擔任主席，其成員包括相關部門及業務單位的高級管理人員。

執行委員會負責協調、實施和匯報所有辦事處及分店的可持續發展策略、工作計劃和表現目標。此外，執行委員會每年因應本集團的企業發展方向、社會需求及資源充裕度推行新的可持續發展舉措。

於2020財年，委員會及相關人員舉行了多次會議，就特定環境、社會及管治議題進行討論。在所有討論議題中，追蹤2030願景目標的實現情況為重中之重，其他議題包括落實環境、社會及管治相關政策、推行內地垃圾分類制度、環境與社會數據收集與審核，以及分店層面的可持續發展活動的最新動態。

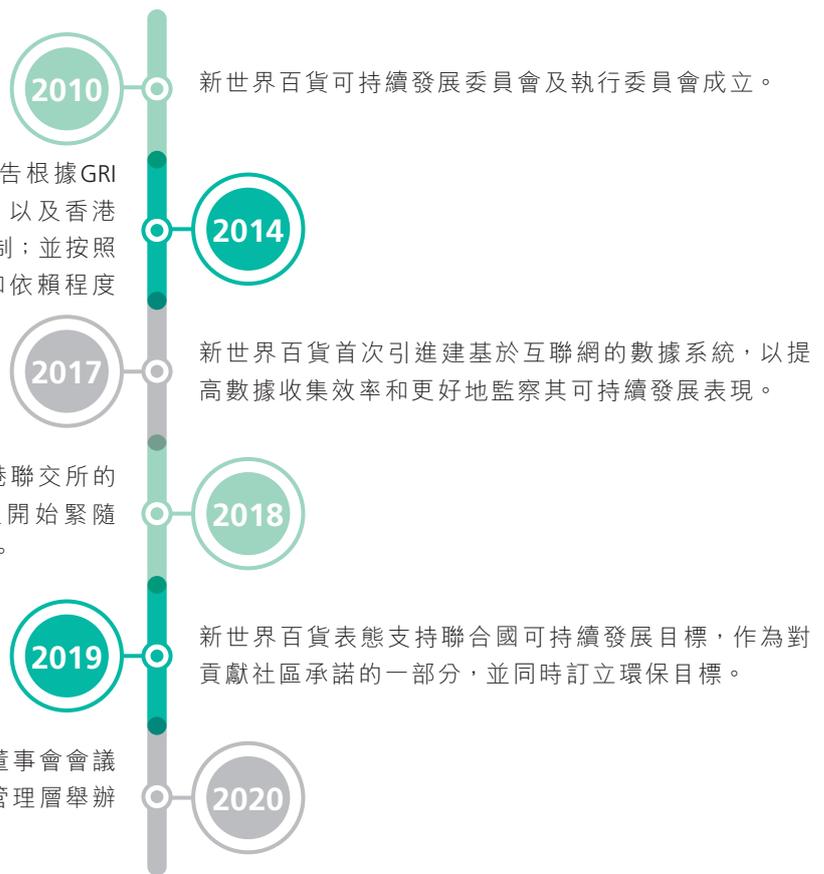
新世界百貨的可持續發展管治架構



新世界百貨首份可持續發展報告出版，報告根據GRI的《G4可持續發展報告指南》的核心選項，以及香港聯交所的《環境、社會及管治報告指引》編制；並按照不同持份者群組對新世界百貨的影響力和依賴程度進行排序。

新世界百貨依循GRI標準的核心選項及香港聯交所的ESG報告指引編制其可持續發展報告，並開始緊隨新世界集團公佈的2030願景開展有關工作。

新世界百貨將環境、社會及管治議題納入董事會會議議程。由第三方顧問為董事會成員和高級管理層舉辦首次環境、社會及管治培訓。



[^] 指在回顧年內更新的政策。

^{*} 指在回顧年內推行的新政策。

[#] 指將於下一財年作進一步檢討及修訂的政策。

風險管理

本集團採用自上而下及自下而上的環境、社會及管治相關風險管理方法。風險管理程序已融入為本集團日常營運的一部份，涵蓋本集團的所有百貨店和辦事處，以及由董事會下至營運層面。

反貪腐

新世界百貨禁止任何形式的貪腐行為。我們深信，貪腐對經濟發展造成負面影響，必須完全杜絕，才能建設可持續發展、共融和透明的社會。我們強烈反對任何不良行為，諸如不忠、賄賂、利益衝突或欺詐。因此，我們嚴肅處理並徹底調查每宗違規事件(如有)，並按照本集團的政策予以適當紀律處分。

誠信與真誠是新世界百貨取得長遠成功的核心價值。新世界百貨不時審閱並負責推行「員工職業操守」，務求貫徹建立「忠誠、正直、誠實、廉潔」文化的承諾。新世界百貨要求所有員工遵守「員工職業操守」以及本集團訂立的政策和規則，旨在確保我們多元化業務領域中的所有員工在提供服務時秉持道德責任，從而為本集團贏得信任。

回顧年內，我們並無接獲任何與違反反貪腐法律及法規有關的舉報個案。

利益衝突

我們設有管理員工利益衝突的政策和程序。我們備有正式的申報和審批程序，以便他們就任何個人利益收取及可能引致潛在利益衝突的情況作出申報，其中包括提交《利益衝突申報書》或《收取個人利益申報書》。處於敏感或高風險領域的員工必須遵循特定規則和接受培訓，學習如何避免出現利益衝突的情況。

申訴管理

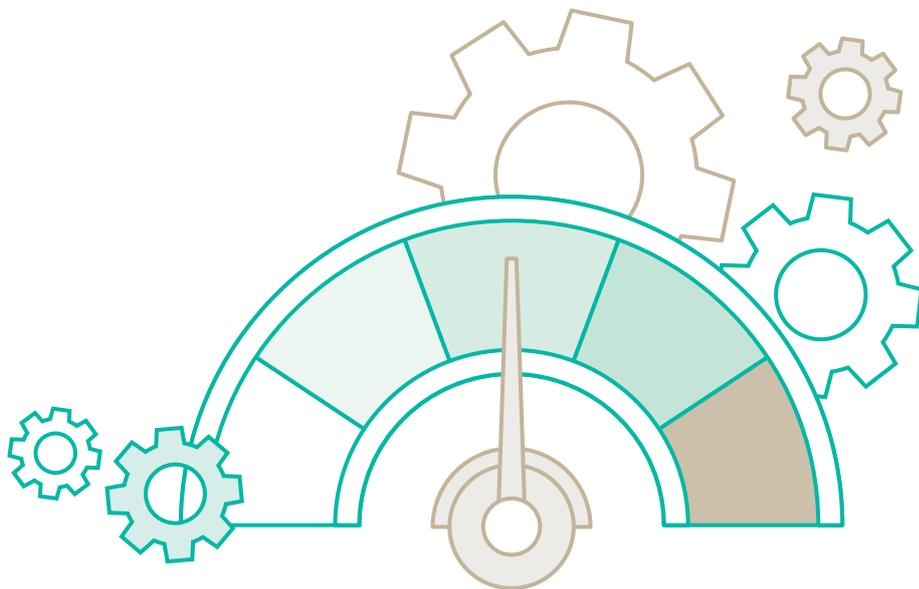
本集團鼓勵員工舉報涉嫌企業內部業務違規、人權侵犯和工作場所不當行為的情況，並特此設立申訴和舉報渠道。董事會和管理層需負責處理有關違規的舉報個案。我們致力保障員工能在絕對保密情況下作出舉報，並按照公平原則處理每個個案。

環境、社會及管治風險管理

根據香港聯交所的ESG報告指引，董事會需負責釐定和評估本集團面對的環境、社會及管治風險，從而確保實施有效的環境、社會及管治風險管理和內部監控。

所有部門及分店每六個月須向董事會提交《風險管理及內部監控評估清單》(「清單」)。審核委員會根據清單中列明的五個主要範疇，即監控環境、風險評估及應對、監控活動、資訊及溝通，以及監察方面，評估和監察每個部門的合規情況。業務風險和環境、社會及管治風險的綜合評估結果將連同合規情況提交予董事會。

在上述半年度評估中識別的所有重大環境、社會及管治風險由負責人員向母公司屬董事會層面的可持續發展委員會匯報，並由其統一監督新世界集團所有環境、社會及管治的重要議題。

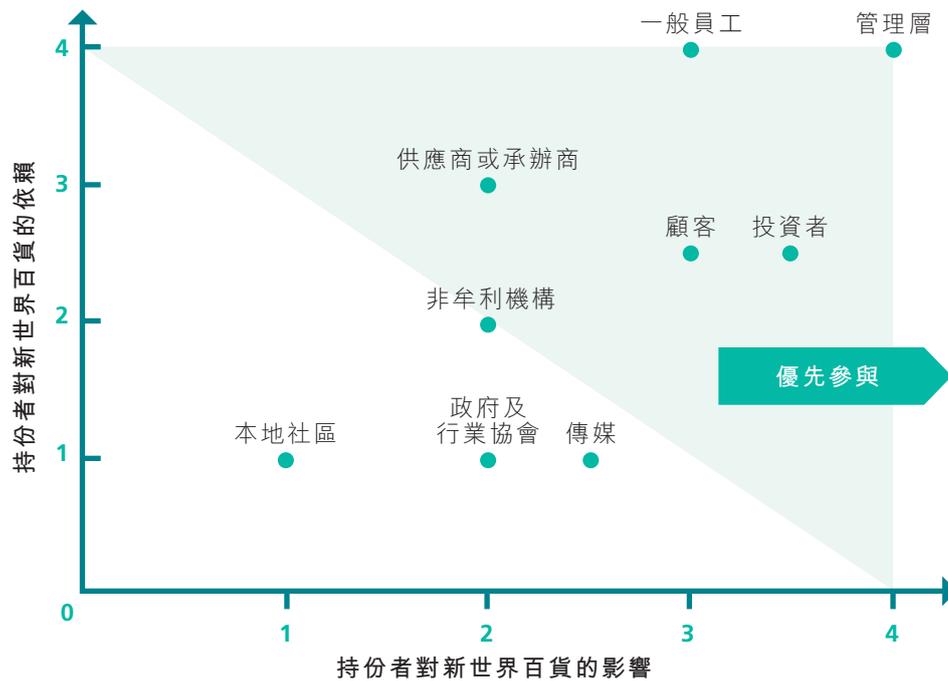


持份者參與

持份者為我們首要關注的議題提供真知灼見。我們以開放和積極的態度，與對我們的業務有高度影響力，以及受到我們營運重大影響的持份者保持溝通和聯繫。了解主要持份者的期望、優次考慮和意見，有助我們更

好地滿足其不斷變化的需要，亦有助了解其對我們在可持續發展進程上的關注點。我們在第三方顧問機構的協助下，確立了持份者群組的優先參與次序。此外，我們定期從不同渠道收集持份者的意見。

新世界百貨持份者優先參與次序分析圖



通過推動積極參與，加深與持份者的關係

管理層

- 新世界百貨管理層年會及半年會
- 持份者參與訪談
- 半年度重大風險匯報機制

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
- 社區義工服務
- 《新百之窗》員工電子季刊
- 微信公眾平台及其他社交媒體

投資者

- 股東週年大會及業績公佈
- 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

供應商或承辦商

- 招標及採購程序
- 簡報、會議及參觀
- 供應商審核及表現評估

顧客

- VIP會籍及活動
- 顧客服務櫃檯及熱線
- 「新閃購」顧客手機應用程式
- 微信公眾平台及其他社交媒體
- 企業網站

傳媒

- 傳媒採訪及新聞稿
- 提供反饋及回應傳媒查詢

政府及行業協會

- 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

非牟利機構

- 合辦活動

本地社區

- 公眾或社區活動
- 社區項目，如贊助及捐贈
- 義工服務

我們的持份者定期通過上述渠道與我們分享意見。後頁列表概列了主要持份者的意見及我們的回應。我們

採取必要行動以回應持份者關注的議題，務求不斷改善我們的可持續發展表現。

持份者群組	意見及建議	我們的回應
管理層	減輕2019冠狀病毒病對業務表現的負面影響及降低各項營運成本	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 與業主協商租金減免或豁免，及推行內部架構重組，以降低整體營運成本 ➢ 保留營運資金、節省非必要開支，以維持穩定現金流 ➢ 安排人手和資源促進線上銷售及吸引新顧客
	應對疫情期間的消費行為變化	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 於2020年6月全面升級「新閃購」，推出新功能及優化用戶體驗 ➢ 與第三方快遞公司合作為各類業務推出商品配送服務，以應對全國性的封鎖及出行限制
	提升不同持份者對可持續發展的關注	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 將環境、社會及管治議題納入董事會會議議程 ➢ 訂立可量化的目標並追蹤進度，以回應環保議題
一般員工	保障員工於疫情期間的健康與福祉	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 自2020年初實施彈性工作安排，按月向全體員工派發口罩 ➢ 採用網絡會議工具，盡量減低員工和訪客感染病毒的風險 ➢ 在所有分店及辦事處內人流密集的地方頻密進行消毒
	利用新科技確保持續營運和提升營運效益	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 推出雲端線上學習平台，以便於中國不同城市進行遠程員工培訓 ➢ 應用「商業智能(BI)」及「辦公室自動化(OA)」手機應用程式，提升企業決策和審批效率
股東及投資者	關注新世界百貨的企業管治和風險管理	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 採用健全的企業管治架構，以及有效的內部監控及風險管理機制 ➢ 在風險評估過程中，加入由部門主管和分店總經理識別的環境、社會及管治風險 ➢ 按要求適時向公眾作出披露
顧客	照顧疫情期間顧客的生活所需	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 與超市和便利店供應商緊密合作，以穩定商品供應和生活必需品定價
	注重顧客個人資料私隱情況	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 於2020年7月推出「個人信息保護政策」，管理處理顧客資料的內部流程 ➢ 加強數碼基礎設施和提升網絡安全，以確保線上交易和數據傳輸安全

重要性評估

重要性評估有助我們識別應該重點關注及向持份者匯報的環境、社會及管治首要議題。評估結果作為我們制定可持續發展策略和方針的重要依據，亦有助我們善

用資源回應持份者所識別的最關鍵議題。在編制本年度報告的過程中，我們已按照以下步驟，根據GRI標準確定相關議題及其重要性。



1. 識別可持續發展議題

- 借鑒本集團目前對於環境、社會及管治議題所實行的管理方針，識別需要進行重要性評估的相關環境和社會議題



2. 對可持續發展議題進行排序

- 收集和分析持份者對各項議題的看法，並根據在可持續發展方面對持份者的影響程度，將所識別的重要議題進行排序
- 參考行業最佳實務模式對重要議題進行基準評比



3. 確認結果

- 確認重要議題，並與管理層核實各項環境、社會及管治議題的排列次序



4. 審核報告

- 根據重要性評估結果審核報告

經過內部審核和考量自身業務和營運據點的穩定性後，主要在2018財年與持份者進行詳細深入的溝通和研究的基礎上，2020財年重要議題的評估結果保持不

變，並根據該結果列出持份者的關注議題。本集團已識別並將焦點放在九項對持份者和本集團業務重要的議題上，涵蓋員工、營運、環境和社區方面。

可持續發展重要議題及邊界

重要議題		邊界	
		本集團內	本集團外
員工	員工福利	✓	
	員工培訓及支持	✓	
營運	負責任採購	✓	✓
	顧客資料及私隱保障	✓	✓
	顧客身心健康	✓	✓
環境	節約能源	✓	
	節約用水	✓	
	廢物管理	✓	✓
社區	公益慈善活動	✓	✓



員工關愛



新世界百貨將員工視為最重要的資產。員工是我們業務的重要持份者，也是我們努力創造可持續的社會價值和利潤的關鍵。

在SDG 3「良好健康與福祉」的指引下，我們致力透過各項員工福利計劃、職業健康與安全制度以及員工參與舉措，打造支持型、健康和安全的工作場所。

我們秉持SDG 8「體面工作和經濟增長」的精神，為員工提供體面工作，並確保每位員工均獲平等對待。

我們致力為員工提供平等機會和全面發展的支援，同時確保為所有員工提供安全及安穩的工作環境。此舉有助增強員工投入感，並增強員工對公司的信任。我們相信，我們能夠為顧客提供更優質的服務，為持份者創造長遠價值，並為廣大社區作出貢獻。

我們的方法與措施

平等機會

本集團致力打造一個人權得到充分尊重，每位員工均可獲得平等就業機會以盡展所長的良好工作環境。我們嚴格根據應徵者的能力，以公正而透明的招聘制度招聘員工。我們尊重多樣性，致力營造一個無分種族、族裔、國籍、宗教、信仰、殘疾、性別、年齡、出生地、性取向、價值觀和工作方式的多元共融環境。截至2020年6月30日，我們聘用了25位殘障人士，藉此體現我們提供平等就業機會的精神。

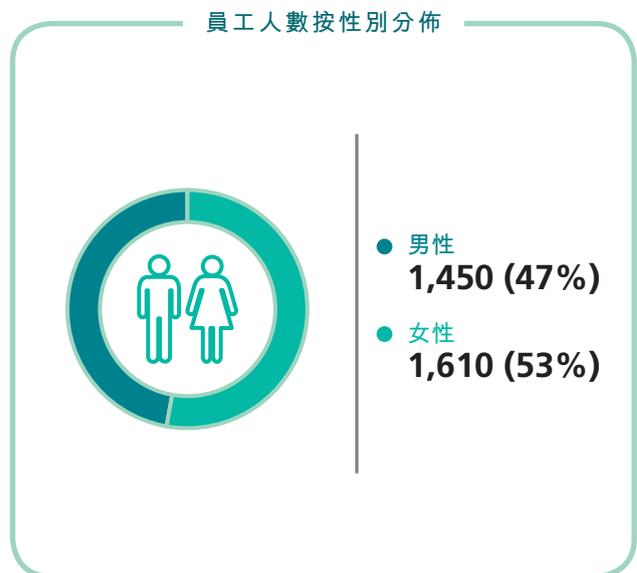
我們不時檢討員工薪酬、晉升及福利政策，以確保符合市場水平。我們亦積極培育年輕人才，並為優秀表現者構建內部晉升階梯。單是本財年內，我們晉升了217名員工，佔員工總人數的7.1%。截至2020年6月30日，本集團共有221個管理職位由1985年或以後出生的員工擔任。

勞動準則

新世界百貨通過遵循業務營運所在地的勞動法律法規及準則，確保員工權利得到保障。我們將於2021財年起用新世界集團的「人權政策」。該政策擁護多項重要的國際人權舉措，以體現我們致力捍衛每個人享有尊嚴、公平待遇和尊重的權利。其參照的指引包括《世界人權宣言》、《聯合國工商企業與人權指導原則》以及聯合國可持續發展目標。

我們在整個業務營運中嚴禁任何僱用童工和強迫勞動的情況。人力資源部在招聘篩選的過程中嚴格審核應徵者的身份、資歷和實際年齡，防止僱用童工。

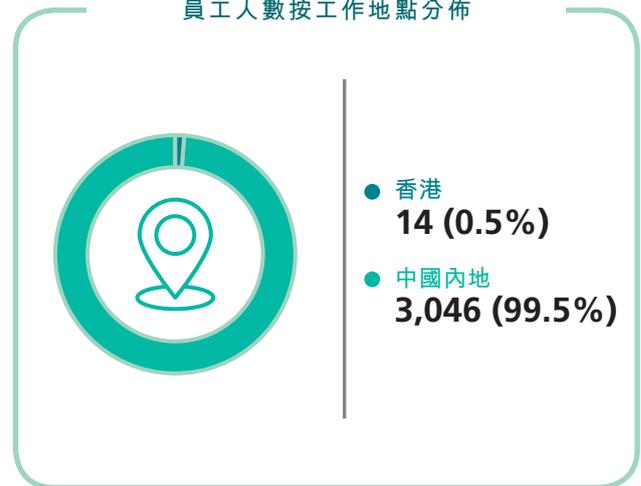
報告年內，我們並無接獲任何有關違反僱傭實務和勞動準則，包括強迫勞動或僱用童工的舉報個案。我們亦無接獲任何與歧視有關的報告。



員工人數按年齡分佈



員工人數按工作地點分佈



員工福利及待遇

我們的人力資源政策嚴格按照當地法律、條例和規定制訂。我們致力向員工提供具有競爭力的薪酬福利方案、支援完善的工作環境以及良好的工作與生活平衡。為挽留人才和保持競爭力，我們定期檢討我們的薪酬與職業發展機會，尤其是對於主要職位。我們的「薪酬福利管理制度」將於2021財年更新，旨在透過制訂富競爭力的薪酬方案吸納、聘用和挽留人才。

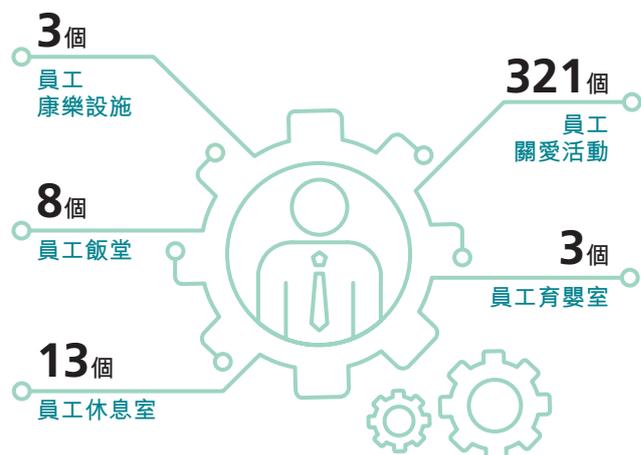
除優厚薪酬外，我們在回顧年內亦更新了福利待遇。我們的員工有權享受不同類型的休假，包括產假、待產假、生日假、婚假、節育假、有薪工傷及職業病假、恩恤假、勤工假和考試假。此外，本集團亦為所有全職員工，按比例繳納基本醫療保障社會保險、失業保險、住房公積金及養老保險。管理級員工更享有額外的個人意外保險、危疾保險及醫療保險等。

我們不但關愛員工，更顧及其家庭。如遇上家中突發情況，我們的員工在本集團的員工關愛計劃下可申請每個月半天的有薪關愛假。為提升員工士氣和歸屬感，該計劃亦撥款支持各分店和辦事處舉辦員工活動，例如春茗、生日會、運動競賽和團隊建設活動等。



我們在2020財年的年度員工離職率為9.3%。我們密切監察員工離職率，並透過離職調查收集相關意見和資料。我們通過這方面的努力應對員工所關注的問題，落實人才挽留措施。

在2020財年，我們繼續舉辦各類員工關愛活動，對員工展現關懷並為他們締造共融和關愛的工作環境。



「春風十里，不如識你」 北方區團體建設活動



我們明白不少員工因2019冠狀病毒病影響而感到焦慮、不安，尤以前線員工為甚。為安撫員工情緒，北方區全線分店於2020年4月舉行「春風十里，不如識你」團體建設活動，讓管理層和前線員工聚首一堂，在休閒的氛圍中加深對彼此的了解。全體員工均被邀請參加此項活動，各分店主管和部門主管需要根據提示，如個人特徵、愛好、特長等辨認出每位團隊成員。我們相信，這項暖心遊戲有助促進管理層與員工之間的了解和感情，從而提升團隊協作能力和工作表現。



「悅行樂動，顯乒乓魅力」 煙台店和成都店乒乓球比賽



為增強員工凝聚力，鼓勵他們在疫情封鎖期過後多鍛鍊身體，煙台店和成都店在2020年7月分別舉辦「悅行樂動，顯乒乓魅力」乒乓球比賽。我們的員工積極參與此項混合雙打賽事，充分享受團體建設活動所帶來的樂趣。本次活動在鼓舞員工積極向上生

活的同時，也激勵他們更加投入工作，和新世界百貨一起健康成長。



「遊覽北京古北水鎮和司馬台長城」 天津店團體建設活動



2019年11月上旬，天津店員工參與員工旅行，遊覽著名的北方水鄉——北京古北水鎮，並攀登司馬台長城。儘管參與者來自不同部門和科組，他們在健行的旅程中亦互相鼓勵和支持對方。各位參加者彼此扶持，一同登上司馬台長城頂峰。

除了感謝員工過去一年的辛勤勞動和付出外，本次活動亦激勵他們為天津店22週年慶及未來的挑戰作好準備。



培訓與發展

我們尊重和支持員工不斷成長和迎接新挑戰，並為他們提供一系列機會，以累積經驗和充分發揮個人專長、技能和能力。

新世界百貨管理學院

新世界百貨管理學院(「管理學院」)於2005年成立，通過提供各類創新和以需求為導向的培訓計劃和課程，促進員工的個人成長和事業發展。我們致力通過管理學院裝備員工，讓他們具備創新視野，以更高服務標準滿足顧客需要，並使他們能夠廣泛發揮專長和知識，同時在新世界百貨內建立網絡。

我們的培訓工作涵蓋一系列課題，包括企業文化、安全和風險管理、技術培訓以及管理實務，以照顧各分店及企業辦事處新入職員工以至管理人員等不同職級員工的需要。

新世界百貨人才培育發展規劃

新世界百貨根據2019年推出的《新世界百貨人才培育發展規劃》(「人才規劃」)不斷加強其系統化培訓，確保員工具備所需技能。

為培育人才，確保本集團人才繼任規劃得宜，有關人才規劃集中處理以下四個主要範疇：

主要範疇

梯隊人才培育

在崗能力提升

專項定制提升

通用文化提升

重點內容

以「三鵬」進階發展計劃(新鵬計劃、飛鵬計劃和大鵬計劃)為核心，確保關鍵崗位人才儲備及梯隊人才培育

通過一幫一帶、言傳身教和其他多元化培訓，集中提升各級員工的在崗能力和專業發展

從業務和營運的實際需求出發，通過討論和分析核心業務問題，聚焦問題解決方案

通過多維度學習方式，讓員工了解本集團的企業文化，加強團隊精神和凝聚力



新百雲學院—助力人才規劃的新線上學習工具

- 於2020年3月推出升級版線上學習平台，支援雲端培訓，突破時間與空間的限制
- 將個人學習地圖、直播、培訓課堂、互動分享、論壇交流及考試評估集於一體
- 推行以應對2019冠狀病毒病為主題的培訓
- 優化管理類、服務類、營運類和文化類的內部培訓課程，提供線上營銷與創新等外部引入的熱門課程

見習管理生
管理學院為我們的見習管理生提供「三鵬」(即大鵬計劃、飛鵬計劃和新鵬計劃)進階發展計劃相關培訓，

促進他們的專業發展，並培育他們成為本集團的未來領袖。

培訓計劃	培訓對象	事業發展	員工參與
大鵬計劃	業務部門主管	成為專業功能部門主管或多部門主管，或最理想情況是成為分店總經理	2020財年有九人參加；自2008年計劃推出以來錄得554參與人次。
飛鵬計劃	業務部門優秀員工	成為業務部門主管	2020財年有22人參加；自2012年計劃推出以來錄得152參與人次。
新鵬計劃	新入職員工(實習生)	成為業務部門優秀員工	自2006年推出以來錄得625參與人次。

大鵬計劃和飛鵬計劃新舉措

- 推行新的培訓計劃，集內外部參訪交流、商圈調研、導師制、輔導、輪崗實踐、結業匯報為一體
- 在2020年1月至6月的階段培訓期間，實施雲端培訓模式

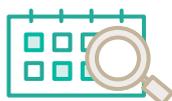


回顧年內，本集團先後推出637個培訓節數，共錄得137,477.4小時的員工培訓時數，人均培訓時數為44.9小時。其中，男女員工的人均培訓時數分別為44.5小時和45.3小時。由於新百雲學院在2020年3月推出，加上本集團從後台數據庫提取線上培訓時數包含於總培訓時數內，導致本集團2020財年員工培訓時數大幅

上升。培訓應用程序升級後，幾乎所有新世界百貨的培訓課程均可在線上提供，包括與2019冠狀病毒病相關的必修課程。該等措施有助員工突破時間與地域上的限制參加線上培訓，激發員工更加積極透過手機應用程式參與線上學習。



新世界百貨培訓課程的
總參與人次：
47,320 人次



總培訓時數：
137,477.4 小時



人均培訓時數：
44.9 小時

對象	課題	內容
董事會成員和 高級管理層	環境、社會及管治	2020年，我們為董事會成員和高級管理層舉辦環境、社會及管治的培訓課程。本次培訓涵蓋了環境、社會及管治的最新發展與趨勢，以及在新的環境、社會及管治報告要求下，管理相關事務的角色和職責。這個課程有助提升環境、社會及管治意識，成為我們開展有關旅程的良好開端。
管理人員	TTT導師訓	TTT導師訓旨在通過為管理人員提供培訓，從而賦能員工，讓他們將知識和技能傳授他人。學員須完成有關人力資源管理和商業實務等多個主題的視頻課程，方能成為認可導師。2020財年，共有99位員工接受培訓並成為認可導師。 
一般員工	2019冠狀病毒病 防疫相關培訓 賣場安全維護與管理	這項線上培訓課程涵蓋2019冠狀病毒病的感染預防與控制的基礎知識。2020財年錄得4,252參與人次。 我們定期為前線員工提供安全培訓，以提高其安全意識及對消防安全的認識。2020財年錄得60參與人次。 

員工參與

新世界百貨致力構建積極的企業文化，以提升員工士氣和表現。我們鼓勵員工通過調查、交流會和焦點小組討論提出建議、意見和反饋。我們相信，我們優秀的團隊和開放的工作文化將產生協同效應，推動本集團蓬勃發展，並在業內保持領先地位。

我們自2017年起召開新世界百貨管理層年會及半年會，以加強各分店與功能部門之間的聯繫，確保本集團的策略得以妥善推行。



我們透過微信公眾平台，向各級員工發佈本集團的最新消息。至今，總部、各分店及自有品牌已設立共41個微信公眾號與員工和顧客緊密聯繫。

為加強員工參與，本集團每季出版內部員工刊物《新百之窗》。《新百之窗》能充當有效平台，讓員工分享最新動態，同時掌握本集團的最新政策和措施。

職業健康與安全

新世界百貨致力為全體員工構建健康和安全的工作環境。每個員工必須保持身心健康，才能發揮最佳表現，推動創新。為此，我們盡力確保公司全面遵守當地司法管轄區的職業健康與安全法律及法規的要求。

賣場安全管理

新世界百貨於2020財年更新了「安全管理實務手冊」（「安全手冊」），明確列出安全管理相關的各項要求和標準。「安全手冊」內容涵蓋一系列全面的指引，包括消防安全、保安、燃氣設備、扶手電梯管理、餐飲租戶管理及防汛防颱管理，讓員工清晰了解我們分店在日常營運時所需的安全措施。為進一步確保工作場所和門店符合安全，我們在2020財年更新了「安全檢查隱患清單、隱患級別扣分標準及對應制度要求」。我們現正計劃在2021財年推出「安全管理政策」。

行政及工程部每六個月檢查每家門店的所有安全設備和程序。此外，所有新入職員工必須參加賣場安全維護與管理的強制性培訓，以提高他們對一般安全措施的認識，讓其掌握門店消防安全措施的基本預防原則。



全方位加強2019冠狀病毒病預防措施

保障顧客的健康與福祉是我們的首要任務，我們致力全方位實施高標準的安全和衛生措施，防止潛在病毒感染風險。

保持衛生的購物環境

我們每天在百貨店以稀釋的家用漂白水對接觸的表面、公用物品和地板進行清潔消毒，然後以清水沖洗並擦乾。我們特別注意公眾經常接觸的區域的衛生，例如升降機按鈕板面、扶手電梯、育嬰室、大堂入口、等候區域、走廊、顧客服務台等，並加強對這些區域進行清潔消毒。



為確保安全健康的購物環境，我們在顧客服務台和公共區域提供手部消毒劑、酒精清潔抹紙和口罩以供有需要人士隨時使用。訪客在進入分店前必須檢查體溫，如有發燒或呼吸道症狀等應配戴口罩和及時就醫。所有訪客均需配戴口罩並進行手部衛生清潔，以時刻保持警覺並維持良好的個人衛生。



此外，我們在食品衛生相對重要的地方，例如新世界百貨旗下的四家「新世界超市」，特別加強預防措施；所有員工都需要佩戴口罩和橡膠手套，並每四小時進行體溫檢查。我們還每兩小時對公眾經常接觸的區域進行衛生檢查，並定時對各個角落、入口和購物車進行徹底消毒。



員工健康管理

為保障員工的身心健康，本集團資助員工進行健康檢查，以篩查潛在疾病，針對性管理健康風險。

為確保各分店做好重新開業和恢復營運的準備，我們旗下四家武漢分店的員工於2020年4月進行了核酸檢測，所有檢測結果均呈陰性。



為員工送上最有溫度的禮物—視頻問診

新世界百貨在疫情期間為員工提供免費視頻問診服務。視頻問診服務又稱虛擬醫療或遠程醫療服務，無論員工身處何方，都可享受及時且便捷的健康問診和藥物配送服務，以助診斷病情或治療疾病。該

服務不僅能減低員工到診所或醫院求診時受交叉感染的潛在風險，亦緩解了當地醫療機構的壓力。



疫情期間保障員工健康

保障員工健康和預防職業病是我們的首要任務，尤其是在2019冠狀病毒病疫情期間。

各級員工必須佩帶口罩，每天檢查體溫，並對疫情防控相關的健康狀況進行監控。員工在工作場所必須保持社交距離，亦應錯開休息及用餐時間。向員工提供飯餐時，盡可能為每位員工安排預先打包好的餐盒或袋，而非以自助餐的形式取餐。

2019冠狀病毒病感染控制線上培訓課程的內容包括對2019冠狀病毒病的感染預防與控制的基礎知識，並錄得4,252參與人次。我們還確保前線清潔員工接受環境消毒程序的培訓，其監督人員亦應閱讀和熟悉有關的消毒指引。

本集團允許靈活工作安排，並鼓勵透過Zoom召開會議，以維護安全的工作環境。我們已向恢復日常工作的員工派發超過183,500個口罩。



消防安全及緊急應變

新世界百貨將確保員工和其他人士的安全、預防疾病傳播、以及迅速採取行動以減低對其業務的影響列為首要任務。我們定期舉行有關防火與保安措施、疾病預防及個人健康的培訓，並舉辦不同類型的安全演習，以增強員工的安全意識和面對突發事故的緊急應變能力。

在2020財年內，本集團錄得六宗工傷個案(工傷率：0.188)。誤工天數為974.5日(誤工率：30.510)，缺勤率為1.77%。回顧年內，我們並無接獲任何與違反職業健康與安全規定有關的舉報個案。



業務營運



新世界百貨致力促進顧客的「健康」，努力維持和提升顧客的滿意度、信心和信任。自營運以來，我們始終不渝地貫徹全線業務

提供以顧客為依歸的優質商品和服務。為落實這方面的工作，本集團優先集中精力提升產品安全、顧客資料私隱、顧客店內體驗以及供應鏈管理。

我們致力提供優質安全的商品和服務，提升顧客的身心健康，以全力支持SDG 3「良好健康與福祉」的實踐。此外，SDG 12「負責任消費和生產」引導我們推行負責任的供應鏈管理，其中包括穩妥的供應商評估和甄選過程。

回顧年內，我們並無接獲任何與提供產品和服務有關之違反健康與安全和私隱方面的法律及法規的舉報個案。但是，我們接獲兩宗與廣告和標示有關的舉報個案。本集團將與相關供應商保持密切聯繫，以防止同類事件再次發生。

我們的方法與措施

顧客

本集團繼續貫徹確保產品安全、保安完善和便利購物體驗的基本政策，積極考慮顧客意見，務求提供超越顧客期望的產品質量和顧客服務。



我們聚焦特定主要議題，以提升顧客身心健康為宗旨：



產品安全

新世界百貨的首要任務是提供顧客可安心使用的可靠產品。我們根據法律法規採取多項措施以符合安全標準，同時致力超越這些標準的要求，不斷提升各分店全部銷售商品的質量與安全水平。

非食用商品

本集團的商品部專責監督對專櫃品牌、租戶和LOL原創生活概念店供應商的評估過程。本集團定期更新安全要求並將之傳達給供應商。這旨在讓我們銘記承諾，確保商品質量超出顧客期望。

食用商品

自2019冠狀病毒病爆發以來，消費者的食品安全意識已大幅提升，現時對食品質量的要求亦顯著上升。本集團為照顧疫情下民眾的生活所需，於2020財年鞏固超級市場及便利店等生活保障類業態。我們致力遵循所有適用的食品安全法律(即《中華人民共和國食品安全法》)，提供安全、優質的貨品和食用商品。此外，我們已就各個品類訂立標準程序，檢查產品檢測證書、製造商營業執照和許可證。

新世界超市

自2020年初爆發2019冠狀病毒病以來，封鎖措施和出行限制對消費者行為帶來改變。隨着人們保持社交距離，他們更傾向短途購物，通過批量購物來減少採購出行次數，以及選擇超市等多品類、多品牌的零售店。

超市一直是新世界百貨等社區服務百貨公司的重要一環。於2020年6月30日，本集團設有四家「新世界超市」，分別位於北京、蘭州、煙台及武漢。其中，北京崇文店的超市除了新增餐飲堂食服務和自助收銀台外，自2020年起更與線上外賣平台合作，為顧客提供餐飲外送服務。

作為中國內地最具規模的食品雜貨商之一，我們致力遵循適用於本集團業務的食品安全法律及法規，提供安全優質的食品。為減少供應鏈中與食品安全

相關的風險，我們對員工進行了食品安全培訓，嚴格控制生食、熟食或即食產品的儲存。



我們務求以更大眾化的價錢和更便捷的購物方式提供健康食品。回顧年內，本集團強化「新世界超市」的上下游供應鏈，務求穩定貨源和價格，從而滿足民眾的生活所需。



N+ 便利店

了解到消費者在疫情下僅希望短途採購生活類商品，我們加大力度，於北京市內新增兩家「N+便利店」以擴大便利店網絡，目前在東城區和朝陽區已形成兩區四店的網點佈局。即使在疫情期間，便利店仍然堅持一週七天、每天24小時的營業模式。自2020年起，便利店還引入了商品配送服務，以滿足民眾保持社交距離的需要。

除了提供現場製售的熟食產品，並輔以其他便民的生活服務外，我們首要關注並積極處理與食品安全相關的事宜。我們落實了「便利店商品管理制度」，列明有關產品檢驗、庫存檢查、產品保質期等要求。所有商品在送抵門店時均由店長嚴格檢查，以確保標示完好無損且信息正確、包裝妥當，以及生產日期和到期日期清晰可見。我們還加強控制產品消毒措施，每日集中對包裝商品進行消毒。

此外，「便利店商品日常報損流程」指導我們的員工向財務部匯報商品損壞情況，從而盡量減少損失及損耗，並達致更有效的成本控制。



賣場安全

本集團最注重為顧客和員工提供安全的環境。如在「員工關愛」章節中的「職業健康與安全」分節所述，我們的「安全手冊」已於2020財年更新，明確列出了安全管理相關的各項要求和標準。我們目標於2021財年推出「安全管理政策」，以提高對緊急事故(如火災和電力風險)的快速應變能力，維持分店暢順安全營運。

此外，本集團的上海管理中心行政及工程部專責對全線分店開展半年一次的安全檢查。檢查內容根據已於2020財年更新的「安全檢查隱患清單、隱患級別扣分標準及對應制度要求」制訂。每次檢查完成後，有關部門將提交報告，列明該店的安全評分和跟進事項，並與分店管理層進一步討論。分店須根據安全評分和建議跟進事項於一個月內推行改善工作，以提升安全標準。

分店裝修工程管理

我們持續改進我們的商店設計和配套服務，以滿足顧客不斷變化的需求。我們致力減少我們或第三方在百貨店或購物中心開展裝修工程帶來的環境滋擾。在裝修工程進行期間為顧客維持安全的購物環境，亦是我們的關注重點。

《商戶裝修管理指引》指導專櫃商及租戶按照本集團的標準管理其裝修工作，同時鼓勵他們使用環保元素。該指引清晰列明各類裝修項目的要求，包括商店設計、電力供應、安全系統、排水系統、消防安全系統以至通風系統等。



N+ 食品安全管理流程

簽約環節

- 採購及相關部門嚴審供應商及商品的各項資格，從而杜絕存在食品安全隱患的供應商和商品進入系統



驗收環節

- 嚴格按內部規定對每一批次商品進行檢驗，特別是短保質期商品、方便食品等
- 檢查商品的製造日期及保質期



銷售環節

- 定期檢查臨期商品，如有發現及時下架
- 匯報日配商品損壞情況

訂貨環節

- 依據銷售資料精準訂貨，保持商品科學庫存，保證商品的新鮮度



24小時營業

- 開通主倉店24小時營業，結合開通外賣平台，以滿足顧客日常配送服務需求



維護和檢修環節

- 定期維護和檢修設備，保證食品加工和保鮮的安全運行
- 通過對設備使用方面的培訓，保證食品安全



顧客資料私隱

新世界百貨持續積極應對私隱環境的變化，透過保護顧客、員工和其他持份者的個人資料，贏取他們的信任。本集團通過完善的管治架構及有效的私隱政策，嚴格遵從香港特別行政區《個人資料(私隱)條例》(第486章)、《中華人民共和國消費者權益保護法》和《中華人民共和國侵權責任法》的規定。

在這個嶄新的數字化時代，全球私隱領域和資訊與溝通科技正處於前所未有的高速發展與變化中，令我們每天都面臨着日新月異的私隱挑戰和風險。為應對這些挑戰和持續贏得持份者的信任，我們落實「私隱政策」，該政策概述了本集團在收集和使用顧客個人資料時的做法和顧客就此可作的選擇。在日常營運中涉及顧客個人資料的處理時，各分店必須採用商業上合理的保安措施和定期檢查行銷溝通渠道，以避免洩漏或在未經授權的情況下使用顧客個人資料。例如，當互聯網使用者到訪我們的官方網站時，我們的伺服器只會收集與其到訪相關的資料(包括但不限於IP地址、域名、瀏覽器類型和訪問時間)，但不會收集其個人資料。2020財年，我們發佈了新的「個人信息保護政策」，其中描述了我們對從微信和微博收集的個人資料的處理和保護方式。

此外，我們已經制定程序，以保護和處理專有信息及知識產權事宜。網絡安全措施並正逐步推行，提升員工對網絡安全的認識，以及加強我們數碼基礎設施的保安。顧客個人資料的實體及電子紀錄均儲存於訪問權受限制的安全地點。例如，敏感資料經由互聯網傳送前須進行加密處理。只有經過正規訓練、受保密責任約束並獲本集團授權的人士，方能在「有需要知道」和「有需要使用」的原則上存取相關紀錄或使用相關伺服器。

回顧年內，我們並無接獲與侵犯顧客私隱或遺失顧客資料有關並經證實的投訴。

顧客體驗

本集團非常重視並會慎重考慮顧客提出的意見，務求在購物場景、設施設備以至顧客服務等各方面，提升我們分店的商品質量和顧客的購物體驗。2020財年，我們於中國內地的分店落實多項關愛顧客的舉措：



面對疫情下民眾購物習慣的改變和無接觸服務的需求，本集團加快推進新零售佈局，構建線上線下多平台矩陣，推動數字化轉型和全渠道戰略落地。

為了讓線上營銷更為奏效，本集團推動門店利用微信社群積極聯繫顧客，以個別門店或品牌現有顧客為基礎建立微信導購群，並在群內開展營銷活動，通過社

群推廣和短視頻的推送，增加顧客互動和粘性。另一方面，本集團亦借力主流視頻分享平台，以短視頻或直播帶貨等話題性的營銷方式，推動線上線下渠道形成合力，從而達成品牌與營銷效應合一。

我們的舉措

「新閃購」 線上購物平台

本集團抓緊疫情下民眾傾向線上購物的機遇，於2020年6月全面升級本集團的自家電商平台，以微信小程序形式營運的「新閃購」。除了優化用戶體驗和豐富品類選擇之外，更新增直播、團購及預售等營銷功能。透過強化互動功能，分店的營銷團隊積極舉辦店長直播、主題造節、雲逛街等創意營銷活動。為形成線上購物閉環，本集團更聯手第三方快遞公司推出「新閃購」宅配服務，以回應民眾保持社交距離的新常態。



新閃購
NEW · LAB



這次升級不僅為線上顧客提供更多增值服務，還確保不會收取原定目的範圍以外的顧客個人資料。與此同時，小程序的安全保護機制避免資料遺失，並防止在未經授權的情況下使用、修改、刪減、披露和被第三方讀取資料。

「新閃購」平台自2017年首次推出以來已累積近400,000名註冊VIP會員。



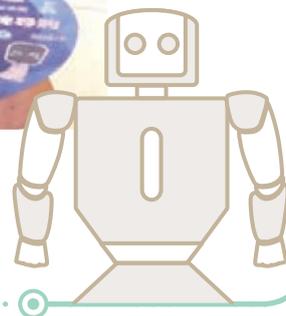
智能顧客服務機械人

本集團已在16家分店引進93台智能顧客服務機械人，在店內與顧客互動並提供嚮導服務，以提升顧客的購物體驗。

這些機械人設有大型顯示屏，將高靈活性和先進技術混為一體，結合包括導購、顧客諮詢和聯繫以及營銷推廣等互動功能，以人工智能為骨幹，驅動機械人的語音合成技術和面部識別功能。智能機械人帶來巨大價值，能透過與顧客的交流互動獲取顧客行為數據，讓我們得以透過分析和追蹤數據，制訂互動式市場和品牌策略。



智能



供應鏈管理

近年來，持份者日漸意識到企業在整個供應鏈流程中履行其整體責任的重要性。在朝着2030願景邁進的過程中，我們充分認識到我們的採購活動對環境、社會和經濟造成的影響，並深深認同我們有責任把這些影響減至最低。

為配合SDG 12「負責任消費和生產」，提升我們在供應鏈中的表現，我們制訂了有效的政策和機制以甄選和管理三大類供應商，包括專櫃品牌、租戶和LOL供應商。

供應商可持續發展計劃

新世界百貨與供應商緊密合作，共同在負責任採購、勞動環境、健康與安全和環境保護等領域開展相應舉措。

雖然我們的採購貨源來自不同供應商，但我們致力從當地進行採購，從而減少我們在物流和運輸過程中產生的溫室氣體排放。回顧年內，給供應商的支出佔比按地區分佈如下：中國內地(93.3%)，香港(6.7%)。與當地供應商協作能帶來多項正面影響，例如確保穩定供應、加強社區關係及支持當地經濟發展。

我們在2013年開展了供應商可持續發展計劃，推出「供應商守則」及《供應商可持續發展自我評估問卷》(「供應商問卷」)。所有新供應商須遵循「供應商守則」及填寫供應商問卷。我們會定期提醒供應商遵守可持續發展原則的責任，並從供應商處獲取書面合規確認函。

供應商守則

我們訂立「供應商守則」，以展示我們在企業和供應鏈中推行負責任商業模式的承諾。我們期望供應商不斷提升表現，提供安全的工作場所，靈活應對環境變化，並以高標準的業務透明度和道德操守營運。我們不僅以質量、成本、交付與服務的準則評估和甄選供應商，還考慮他們在道德操守、環境、健康與安全方面的舉措。在供應商甄選過程中，我們以供應商是否能夠展示其秉持「供應商守則」的承諾，作為確定供應商成功入選的重要標準之一。截至2020年6月30日，185家供應商(主要為百貨業務供應商)已同意遵從「供應商守則」。

我們已提醒所有供應商遵循「供應商守則」的要求，其中包括尊重員工自由選擇就業、獲得人道待遇以及免受歧視的權利。我們還要求所有供應商進一步加強供應鏈管理，以防止發生強迫勞工的情況。

《供應商可持續發展自我評估問卷》

所有新供應商須完成供應商問卷。我們會根據問卷結果評估供應商是否遵循「供應商守則」，以及履行可持續發展承諾。截至2020年6月30日，本集團共收回185份供應商問卷。

《供應商可持續發展資料收集表》

我們還會邀請供應商填寫《供應商可持續發展資料收集表》(「供應商收集表」)，以確保其合規和持續作出改進。供應商須報告其於廢物管理、節約能源、遵守法規、公益及社區服務，以及反歧視等範疇的最新表現。截至2020年6月30日，本集團共收回151份供應商收集表。部分供應商已落實可持續發展政策或開展環境保護方面的舉措。

專櫃

品牌儲備訊息系統

於2018年，我們設立了線上中央品牌平台——「品牌儲備訊息系統」，以確保專櫃品牌質量。系統整合了各分店接洽和紀錄過的所有品牌，讓我們能有條不紊地紀錄新品牌和潛在品牌。系統亦有助我們追蹤分店與品牌的合作歷史和監察相關品牌於分店的落地情況，從而為未來品牌策略提供參考。

此外，系統讓我們得以根據市場定位和聲譽等主要甄選準則評估和檢視品牌質量，從而有效應對質量問題。除此以外，系統亦有助提升我們的品牌質量管理，同時避免不同分店接洽相同品牌而出現工作重疊的情況。

迄今為止，系統已儲存了超過3,400個品牌。我們將繼續優化系統，使之更具條理及完善。我們務求與提供優質產品的品牌廣泛合作，以提升顧客的身心健康。

租戶

生活類租戶組合

隨着電商競爭加劇，店內體驗成為我們傳統零售企業的重點關注項目。為吸引客流到店和提升顧客體驗，我們引進更多生活類租戶，優化店內業態組合，以鞏固我們的市場地位。此外，我們更就廢物回收和廚餘收集等多項環保措施與租戶攜手合作。於2020年6月30日，租賃業態佔新世界百貨全線門店總經營面積約58.3%。





環境保護



為響應保護地球，造福現今一輩和子孫後代，我們以環保的方式營運業務並在與持份者的互動中宣導良好實踐。我們本着SDG 12「負責任消費和生產」的信念，致力減少使用自然資源和能源，履行環境責任。

我們的綠色管理實務貫徹整個企業，旨在減少能源和自然資源消耗、減少廢物和盡可能使用環保產品和服務。我們通過內部渠道和義工活動來提高環保意識，並向員工傳遞綠色價值觀。我們的政策、指引和服務鼓勵員工、供應商、租戶和顧客與我們攜手提升其環保績效。

年內，我們將重點放在三項重要環保議題上，包括節約能源、節約用水和廢物管理。

本集團確保其業務嚴格遵守營運所在地的環保法律及法規。回顧年內，我們並無接獲任何與違反環境保護法律及法規有關的舉報個案。

我們的方法與措施

我們通過以下五步流程進行環境管理，以回應本集團及持份者所識別的主要環保議題。我們的環境、社會及管治承諾激發我們透過政策、措施和監察活動，在各個業務領域內實踐環境管理。

新世界百貨綠色管理流程



1 擬定綠色政策及指引

新世界百貨通過制訂並落實涵蓋能源消耗、溫室氣體排放、廢物管理、環保工作間和綠色採購等主要環保議題的政策和指引，展示其奉行環境管理的承諾。以下是我們為回應與業務息息相關的多項環保議題所落實的環保政策和指引。

關注領域	政策／指引(實施年份)
能源消耗	百貨店及辦公室節能指引(2015財年) 營運中分店賣場LED燈具更換實施政策(2017財年)
溫室氣體排放	溫室氣體排放及減除的審計指引(2015財年)
廢物管理	辦公室減廢指引(2015財年) 廢物量度指引(2016財年) 廚餘減少建議(2017財年) 廚餘量度指引(2018財年)
環保工作間	環保工作間政策(2016財年) 可持續辦公室指引(2016財年)
綠色採購	環保採購政策(2008財年) [#] 環保採購指引(2017財年)

[#] 指將於下一個財年檢討和修訂的政策。

2 訂立環保基準和目標

新世界百貨致力減少能源消耗，並將整個產品、服務和業務活動週期內所產生的溫室氣體排放降至最低。我們正朝着兩個可量化的環保目標邁進，將業務產生的負面環境影響減至最低，包括將2030財年的能源消耗強度和碳排放強度與2015財年的基準相比，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）（兩者均剔除租戶用量）。該倡議展示了我們對可持續發展的長期承諾。這些目標亦成為我們實現2030願景的關鍵里程碑。

3 收集環境數據

我們明白對持份者準確披露資料及保持聯繫溝通的重要性。我們每年發佈可持續發展報告，旨在全面傳達年度報告未涵蓋的非財務資訊，包括創造中長期價值的政策和可持續發展策略，讓持份者以全面的角度了解新世界百貨創造和維持價值的能力。

自2017財年起，我們引進了建基於互聯網的數據系統以提高數據收集的透明度及效率。所有環境數據，如分店和辦事處的能源、水及物料的使用情況，均被定期採集並紀錄在數據系統中。為確保數據準確性，數據輸入及審核流程亦已概述於《可持續發展數據管理系統操作手冊》，以供各分店和辦事處參考。

4 推行綠色措施

新世界百貨根據其環保原則和目標踐行各項環保舉措。本集團投資了節能建築服務系統和升級設備，優化日常營運時間表，並通過實時能源監控和分表計量加強監察和控制，同時與租戶合作減少能源消耗。多年來，本集團已就能源管理、減少廢物、正確使用資源和推廣綠色生活落實一系列環保舉措，以應對中國內地的主要環保議題。詳情於以下分節提供。

5 定期監察和檢討

新世界百貨定期檢討及更新其環保政策和指引，確保能緊貼最新的環保議題和監管規定。我們亦時常監控分店和辦事處的環境數據，務求做好數據管理和持續改善。

此外，我們已獲得第三方驗證，以確保報告數據的可信度和促進環境管理的持續改善。例如，我們於2018財年委任了一家外部顧問機構來評估我們的內部監控程序。相關建議亦已納入考慮之列，以改善我們的內部數據收集和審核能力。2020財年，我們委託香港品質保證局對本報告所載數據和資料的完整性、準確性和可靠性進行獨立驗證。有關詳情，請參閱「驗證聲明」章節。

能源管理

我們的2030願景



能源消耗強度目標：

-2%

（兆瓦時／平方米）

新世界百貨訂立了目標，旨在將2030財年的能源消耗強度與2015財年的基準相比降低2%（以兆瓦時／平方米計，並剔除租戶用量）。以上目標由第三方顧問機構經過技術性實地審計和管理層訪談後建議，以作為我們實現2030願景的部分舉措。此項目標的適用範圍僅包括新世界百貨或母公司擁有完全營運控制權的九家分店¹和兩所企業辦事處。在我們「環保」願景的指引下，以上目標標誌着我們作為新世界集團一員，在應對氣候變化和全球暖化方面的長期承諾。

我們的方法

根據重要性評估結果，節約能源被定為重要議題之一，因此，我們將重點放在提升能源效率和節約能源上，具體措施包括投資節能設備升級，優化其日常營運時間表，以及通過實時能源監控來加強監察和控制。

高能源效益的LED照明系統

本集團結合百貨店和購物中心的混合經營模式對LED照明系統具有較強依賴性。2017財年，我們採用「營運中分店賣場LED燈具更換實施政策」（「LED政策」），以減低

¹ 涵蓋的九家分店為北京崇文店、哈爾濱店、南京店、上海陝西路店、上海天山路店、瀋陽津橋路店、天津店、武漢建設店和鄭州店。

照明系統的能源消耗。此外，LED政策針對分店不同用途提供了有關照明強度的具體指引。通過將LED照明與智能照明方案互相結合，如安排照明時間和劃分照明區域，我們能夠隨着時間的推移優化能源使用，以減少能源消耗並實現我們節能降耗的目標。

優化能源使用

我們的行政及工程部負責維護各項設施以優化能源使用。相關措施包括按照當地日落時間啟用室外照明、盡可能抽取鮮風換熱以取代空調，以及日常維護及更換耗電設備。

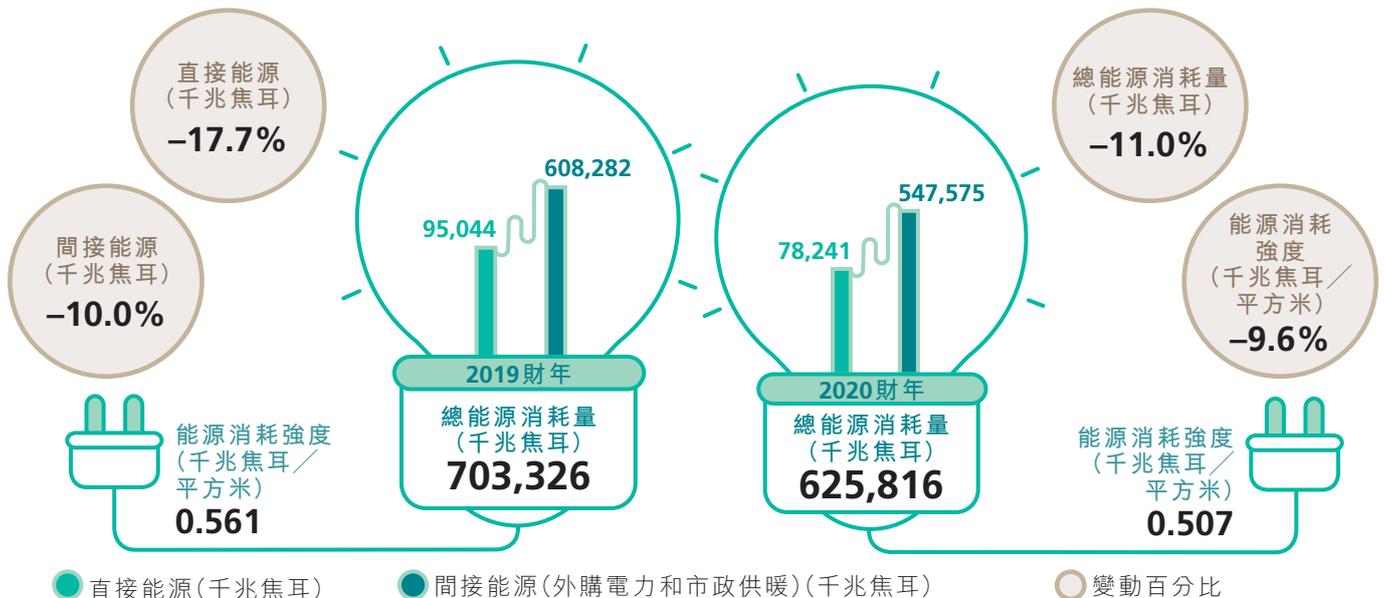
為減少業務營運的能源消耗，我們在2020財年繼續推行以下措施：

節能減排措施	
百貨店	<ul style="list-style-type: none"> 上海浦建店、重慶店和長沙時尚廣場採用玻璃屋頂避免陽光直射和減少製冷能源的使用 控制分店照明時間，同時確保光線充足、無損優質購物體驗 加強空調系統的維護，以減少能源損耗 清潔通風系統，以提升空調的製冷效率 調整自動電梯的運作時間，以避免不必要的能源浪費
辦事處	<ul style="list-style-type: none"> 提醒員工關掉不必要的燈具和電器 提醒員工於午飯時間關掉燈具和顯示屏

加強環保意識

我們致力推廣、教育和培訓員工節約能源，以提高其環保意識，同時推廣綠色生活方式。電器設備旁邊已放置指示牌，提醒員工在離開工作範圍前關掉燈具和空調。

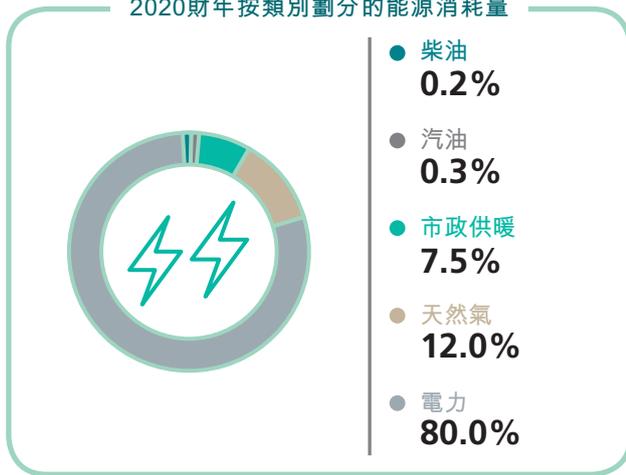
2020財年，本集團的總能源消耗量為625,816千兆焦耳，而2019財年為703,326千兆焦耳²。能源消耗強度由2019財年的0.561千兆焦耳/平方米下降至2020財年的0.507千兆焦耳/平方米，下降幅度為9.6%。在評估我們的環境數據時，需考慮2019冠狀病毒病疫情已改變能源需求模式。本集團2020財年的能源消耗強度大幅下降，某程度由於多家百貨店在2020年初暫時停業及縮短營業時間所致。



資訊重編：2019財年的市政供暖數據已作修訂，以剔除燕郊店的物業供暖數據，該數據在2019財年被誤作市政供暖數據處理。因此，2019財年的間接溫室氣體排放量、溫室氣體總排放量、溫室氣體排放強度、市政供暖消耗量、總能源消耗量和能源消耗強度均已重編以反映修正後情況。

² 於2020年6月30日或之前結業的一家分店沒有計入2020財年的環境數據內。

2020財年按類別劃分的能源消耗量



本集團接近80%的能源消耗來自電力使用，其餘主要來自直燃機、製冷機、天然氣空調、自有車輛以及市政供暖。為反映本集團的可控消耗量，我們自2018財年起已於數據整合和評估過程中剔除租戶電力消耗的部分。我們的電力消耗總量在2020財年下降10.5%至500,412千兆焦耳(2019財年為558,837千兆焦耳)，而2020財年的電力消耗強度下降9.0%至每平方米405.4兆焦耳(2019財年為每平方米445.7兆焦耳)。我們相信，這是我們推行節約用電舉措以及2019冠狀病毒病疫情影響的綜合效應。

溫室氣體排放

新世界百貨的首要關注議題，是減少其業務營運所產生的環境影響和溫室氣體排放。為配合2030願景應對氣候變化，我們採用了以上分節所提及的各種節能措施，務求持續降低我們的碳排放量。

我們所訂立的第二項環保目標，旨在將2030財年的碳排放強度與2015財年的基準相比降低12%(以公噸二氧化碳當量/平方米計，並剔除租戶用量)。以上目標與涉及及能源使用的第一項目標本質上相輔相成，且已考慮新世界百貨的減碳路徑。此項目標的適用範圍與能源消耗強度目標相同，涵蓋新世界百貨或母公司擁有完全營運控制權的九家分店³和兩所企業辦事處。

我們的方法

通過評估我們對環境的影響，我們根據《香港建築物(商業、住宅或公共用途)的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(2010年版)進行年度碳審計。溫室氣體排放以二氧化碳當量(CO₂-e)進行量化，本報告所涵蓋的溫室氣體種類包括二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟化碳(PFCs)和六氟化硫(SF₆)。我們監察和收集分店和辦事處層面營運過程中電力、市政供暖和燃料的使用情況。能源消耗產生的溫室氣體排放量通過將電力、市政供暖和燃料(包括自有車輛使用的燃料等)用量乘以碳排放系數計算得出。我們今年使用的所有碳排放系數與2019財年的相同，以確保計算得出的溫室氣體排放量具有可比性。為向員工提供進一步指引，推進分店和辦事處的碳審計過程，我們早前亦發佈了《溫室氣體排放及減除的審計指引》。

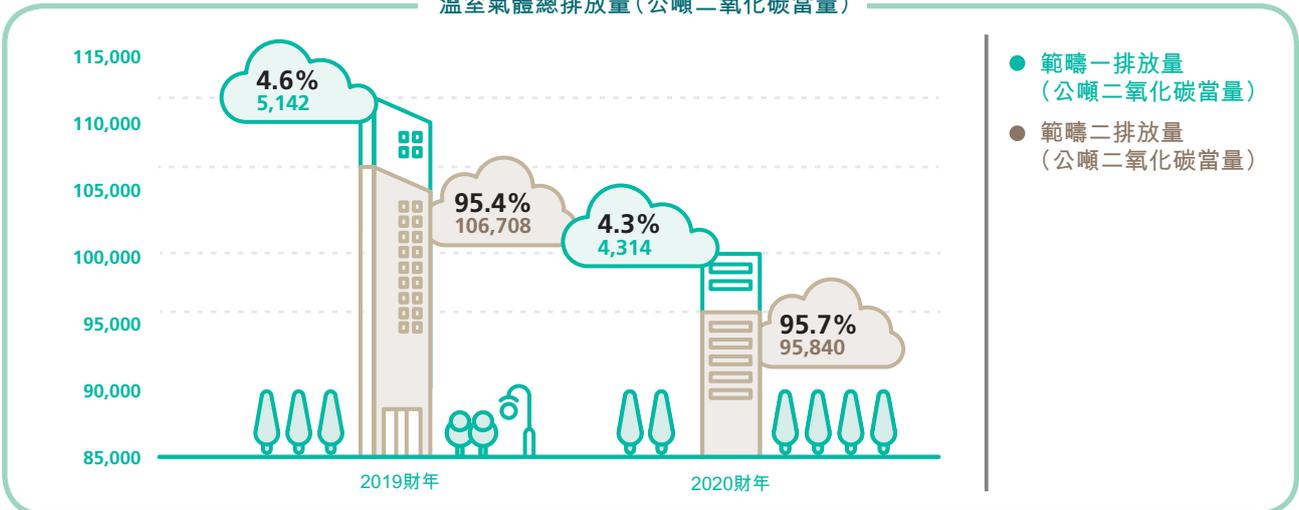
2020財年，本集團的溫室氣體排放量為100,154公噸二氧化碳當量(2019財年為111,850公噸二氧化碳當量)，其中間接碳排放(即範疇二排放量，涉及電力和市政供暖的消耗)佔95.7%。年度平均碳排放強度從2019財年的每平方米0.089公噸二氧化碳當量下降至2020財年的每平方米0.081公噸二氧化碳當量，下降幅度達9.0%。

³ 涵蓋的九家分店為北京崇文店、哈爾濱店、南京店、上海陝西路店、上海天山路店、瀋陽津橋路店、天津店、武漢建設店和鄭州店。

我們的2030願景



溫室氣體總排放量(公噸二氧化碳當量)



資訊重編：2019財年的市政供暖數據已作修訂，以剔除燕郊店的物業供暖數據，該數據在2019財年被誤作市政供暖數據處理。因此，2019財年的間接溫室氣體排放量、溫室氣體總排放量、溫室氣體排放強度、市政供暖消耗量、總能源消耗量和能源消耗強度均已重編以反映修正後情況。

為城市居民而設的有機屋頂花園

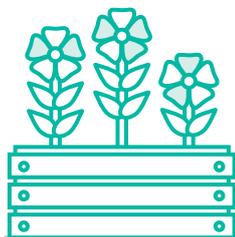
新世界百貨在過去五年一直是城市耕作運動的先驅。自2015年起，我們一直與屋頂花園營運商天闊農業合作，在上海浦建店開設屋頂花園，佔地面積達900平方米。截至2020年6月30日，屋頂花園的累計訪客量達51,300。

上述合作將持續到2023年，旨在讓我們的顧客和城市居民學習有機耕種和收割。更甚的是，屋頂花園所使用的肥料已獲香港通用檢測認證有限公司(SGS)認證，含有高於60%的有機成分。

屋頂花園的概念不僅提高了持份者的環保意識，還有助降低環境中的二氧化碳濃度，增加可呼吸氧氣含量。



我們寄望城市耕作的潛力能夠改變上海的城市空間與思維，使上海更具可持續性和更宜居。



用水管理

在全球層面，用水量迅速增加，加上水質惡化對寶貴水資源帶來極大壓力。鑒於水源稀缺的問題嚴峻，本集團繼續採取措施，降低分店和辦事處的水消耗量，有效用水，維持可持續的清潔供水，以配合業務營運及業務所在社區的需要。

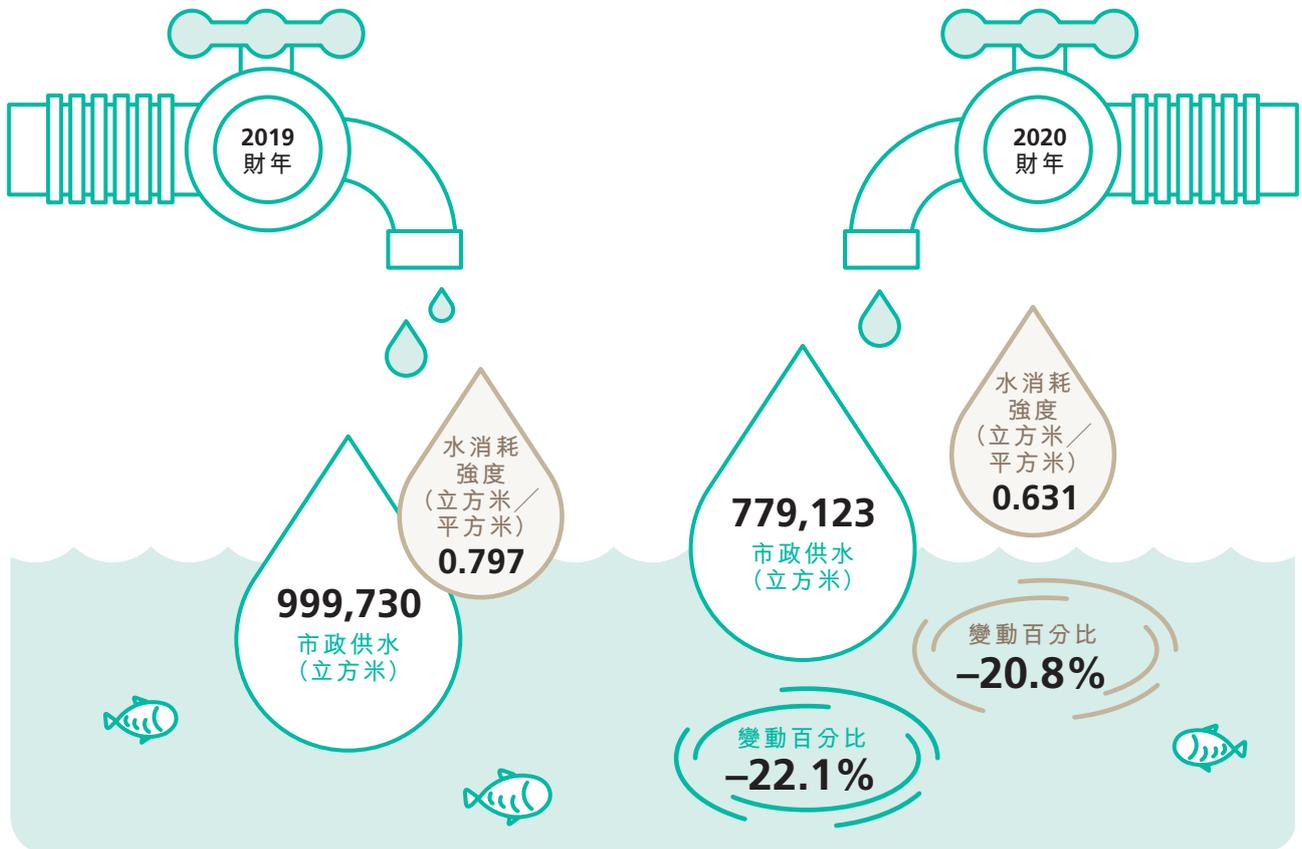
我們的方法

為貫徹新世界集團節約用水的堅定決心，我們致力於在可行情況下持續加強節約用水的工作。

我們根據「環保工作間政策」負責任地管理水消耗量和優化營運系統，該政策推廣節約用水，並提高員工對此

項議題的認識。2020財年，我們定期進行水管洩漏檢測，增加對漏水水龍頭的維護次數，在夏季檢查冷卻塔以及在衛生間內安裝紅外線水龍頭。

自2018財年起，我們已於數據整合和評估過程中剔除租戶的水消耗量，以反映本集團實際可控的消耗情況。我們在2020財年的水消耗量下跌22.1%至779,123立方米（2019財年為999,730立方米）。相關跌幅亦與水消耗強度由2019財年的每平方米0.797立方米下降至2020財年的每平方米0.631立方米，下降幅度為20.8%有關。在評估我們的水消耗數據時，需考慮2019冠狀病毒病疫情已改變用水需求模式。本集團2020財年的水消耗強度大幅下降，某程度由於多家百貨店在2020年初暫時停業、縮短營業時間，以及餐飲業租戶業務受限所致。



廢物管理

廢物是中國最逼近眉睫的環境隱憂之一。新世界百貨致力減少資源消耗，增加資源回收，務求在業務活動以及整個產品和服務生命週期中有效地使用資源。

廚餘是另一個隨着全球人口增長而來的主要議題。縱使廚餘數量主要取決於消費者行為這個假設一直甚具爭議性，作為零售商，我們仍然可以影響廚餘數量的產生。隨着近年我們百貨店內的餐飲租戶越見增多，我們亦正不斷努力改善我們處理廚餘的方法和優化我們的減廢工作。

我們的方法

我們的廢物管理方法集中於減少廢物產生的絕對數量，並從源頭進行廢物分類，促進回收工作的進行。

減少廢物產生的絕對數量

惜物減廢原則

多年來，新世界百貨一直秉持「惜物減廢」的原則。基於這個原則，我們在2015財年和2016財年分別推出了《辦公室減廢指引》和《廢物量度指引》。通過相關指引，我們旨在加強監察日常營運中產生的廢物，讓員工對減少廢物有更深入的了解。

實現無紙化

我們一直對顧客和員工減少用紙，以節約和減少使用產生碳排放的紙資源和郵寄品。

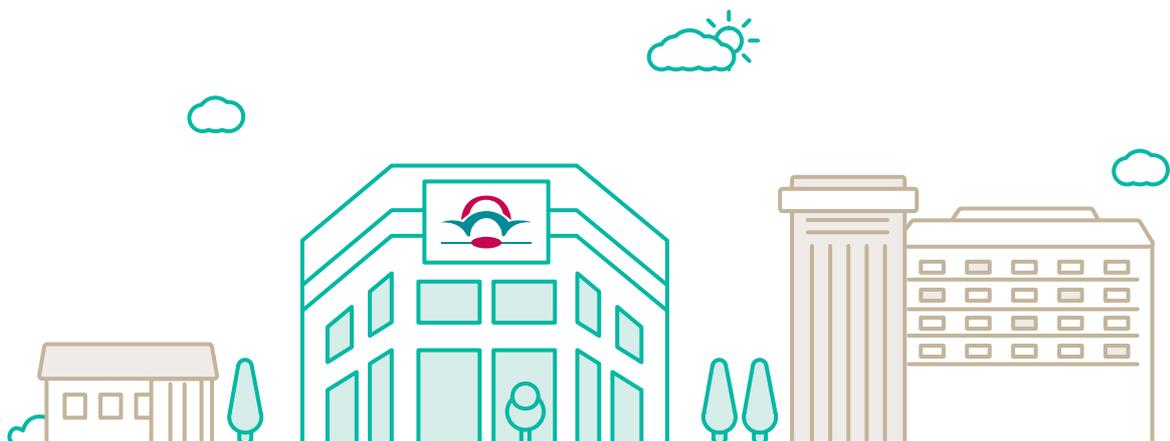
「實現無紙化」措施

百貨店	<ul style="list-style-type: none"> 於新世界百貨微信公眾號推出電子會員卡、優惠券及發票 引入支付寶、微信支付及Apple Pay等電子付款方式，加快無紙化支付進程 引入電子收據取代列印收據，減少用紙
辦事處	<ul style="list-style-type: none"> 建立統一的企業資源計劃(ERP)系統，推動辦公室自動化和無紙化營運

推動廢物源頭分類

由於餐飲業態在我們百貨店經營面積中佔據頗大的比例，我們統一收集餐飲店的廚餘，確保妥善處理。我們於2017財年參考了社區惜食計劃推出《廚餘減少建議》。

此外，我們積極鼓勵餐飲業租戶推行各自的措施來減少廚餘。我們於2018財年推出了《廚餘量度指引》和《廚餘量度紀錄表》，詳細列出了廚餘管理的額外細則及方法。



推行「垃圾分類的新生活模式」

隨着急速的城市化和經濟發展，城市固體廢物儼然已成為中國的一個嚴重問題，尤以主要城市為甚。為推廣可持續發展的生活模式，中國政府自2017年推行城市固體廢物分類策略，上海被選為首批城市固體廢物分類試點城市。

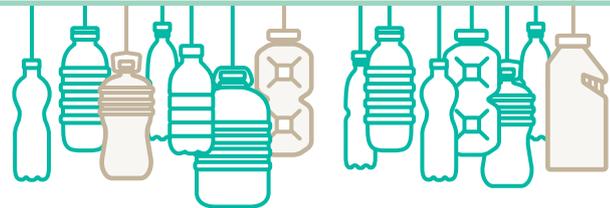
根據上海市人民代表大會出和於2019年7月1日生效的《上海市生活垃圾管理條例》，新世界百貨致力實施城市固體廢物分類，包括根據上述條例於上海各分店對垃圾進行分類投放、收集、運輸和棄置。我們在分店及垃圾收集處內放置帶有乾濕垃圾分類標誌的垃圾桶。

我們亦鼓勵顧客、租戶和員工於分店進行垃圾回收並將其分為四類：濕垃圾、可回收垃圾、有害垃圾和其他垃圾，又稱乾垃圾或殘餘垃圾。



為確保垃圾分類正確，我們設立了罰款制度，要求所有租戶將垃圾棄置到垃圾收集處前預先進行適當分類。我們的垃圾收集人員將進行垃圾三級分揀確認和分類，以確保符合法規要求，同時妥善回收棄置物料。

於2020財年，我們推進垃圾分類工作，由上海分店擴展至中國內地大部分分店。



透過「環遊記」展覽 呼籲減少塑料使用



由上海本地藝術家袁隆先生發起的環保展覽——「塑料紀 (Plastic Era)」於2019年12月在上海陝西路店舉行，旨在提高公眾對海洋塑料污染的認識。藝術家與近300名群眾義工利用5,000多個當地家庭捐贈的一次性塑料製品完成「巨環」藝術品。其餘展品亦向大眾展示塑料重生的良好循環，引發公眾思考共同尋找解決方法，包括支持棄用一次性塑料製品、回收不可避免使用的塑料製品等簡單方法。



綠色採購

近年，持份者越來越關注產品製造的資源採購過程中引致的環境違規事件。新世界百貨正加大力度，在採購決策中力圖減少對環境的影響。皆因我們相信，綠色採購不僅可以向顧客推廣綠色生活，更有助我們減輕供應鏈中的環保風險。

我們的方法

新世界百貨致力確保採購實務與環境和社會協調一致。在2009年訂立、並將於2021財年更新的「環保採購政策」概述了綠色採購原則，指導我們在經營業務時考慮產品生命週期對環境的影響。

我們旨在推動減少使用原材料、以可循環再用物品代替即棄物品、選用高能源效益產品、以及環保包裝等等。此外，我們在採購決策中加入環境影響考慮因素，以及更好地管理採購過程。

我們於2017財年制訂了《環保採購指引》，為各分店和辦事處提供有關綠色產品規格的參考。為配合該指引，我們優先考慮環保材料，例如在印刷財務報告時選用經森林管理委員會(FSC™)認證的紙品及大豆油墨，或為各分店和辦事處選購環保裝飾物料。

LOL原創生活概念店 提供新款可持續商品選擇

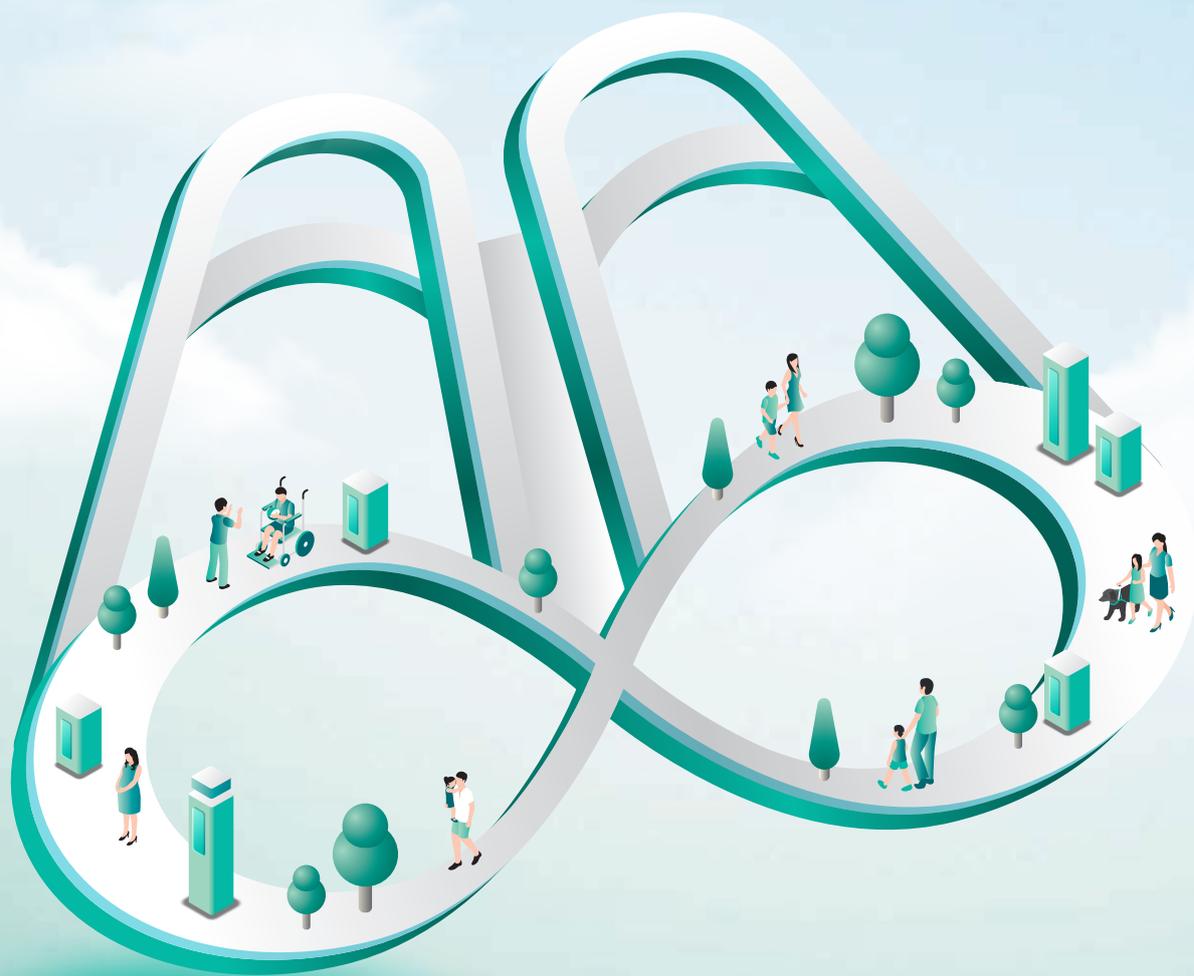
本集團近年來一直積極拓展自營業務，包括自有品牌LOL (Love • Original • Life) 原創生活概念店，以推廣低碳生活方式和提供新款的綠色商品選擇。

我們深明可持續供應鏈和採購實務在整個產品生命週期中，能對環境、社會和經濟產生最正面的影響。因此，我們引入「LOL環保建議書」，在與供應商開展合作前表明我們優先考慮可持續發展概念產品，要求供應商證明其產品符合環保規格。



我們通過優先選用耐用材料和環保商品來達到減少廢物的目的，並於今年在LOL原創生活概念店引入了新款可持續商品——Quy Cup隨身杯。Quy Cup隨身杯是由天然竹纖維、木纖維以及玉米澱粉製成的有機商品，對環境和人體健康無害。竹子即使在極端環境下亦毋需特殊的護理或殺蟲劑仍能快速生長，與不含基因改造生物(GMO)的玉米澱粉混合在一起，形成耐用物料。





社區發展



鑒於2019冠狀病毒病繼續影響全球人類的生計，令公共健康和安​​全風險加劇，本集團積極承擔重大的社會責任，發揮主導角色應對挑戰，給我們的員工和顧客，以至整個社會創造福祉。有鑒於此，我們的社區發展願景以四個核心價值為中心——社會責任、創造進取、以人為本和追求卓越。本集團推行企業社會責任計劃，以滿足社會需求，從而促進社區的可持續發展，特別是在疫情持續期間。

我們的核心價值



我們的員工和顧客在中國內地的不同社區生活和工作。我們致力通過我們的零售網絡成為負責任的企業公民和僱主，即使在疫情持續期間也以大眾化的價錢提供日常生活所需的食品 and 貨物，及維持就業機會，並通過積極參與社區發展，為改善環境、關愛大眾和緊急應對社區的需要作出貢獻。

我們的方法與措施

除了重點關注為兒童和學生、殘障人士、長者和缺乏資源社群這四類主要受惠對象提供支援外，我們在疫情持續期間也致力照顧好我們的員工和顧客。

雖然2019冠狀病毒病疫情導致多個工作場所關閉和採取隔離措施，我們評估了當時的形勢並採取了一系列措施削減成本，以避免大規模裁員或分店停業。我們在營運所在的17個城市保留了大量員工，藉此繼續提供就業機會。

自2019冠狀病毒病爆發以來，我們格外努力履行作為百貨店零售企業的角色，以穩定生活類商品的供應和價格。雖然全國實施封鎖措施和旅遊限制，但我們想方設法確保超市和便利店保持營業，讓附近的市民可以採購所需物品。我們亦採取多項措施以確保員工的安全，同時致力保持業務正常運作。

我們鼓勵員工身體力行參與義工活動，協助籌款和其他慈善項目，積極貢獻社區，從而為當地經濟提供支持。我們自2013年起成立了全國性的新世界百貨義工隊以推廣新的義工服務機會和社區活動，讓員工為社會作出貢獻，並履行其公民責任。我們每年均會就此舉辦義工嘉許和頒獎禮。

2013年，我們制訂了「新世界百貨義工隊隊員手冊」向員工提供有關主要受惠對象、義工服務機會報名方法以及新世界百貨義工隊的資訊。我們亦會在內部和外部通訊平台，包括內聯網、定期員工電子通訊及微信公眾號發佈最新的義工活動。



本集團鼓勵各分店與當地慈善組織和非牟利機構建立更緊密的聯繫，以識別我們所能提供支援並為社區舉辦活動的領域。本集團亦鼓勵各分店通過微博和微信等社交媒體平台與當地持份者進行有效互動。為追蹤本集團的表現，我們定期更新義工服務紀錄，並將之儲存於人力資源電子數據庫內。

我們的舉措

武漢

無懼時艱 合力抗疫

2020年年初，冠狀病毒病疫情席捲武漢及周邊地區。為遏止疫情蔓延，武漢在1月下旬實施封城，成千上萬的市民在接下來的幾個月需要接受檢測和隔離。商店、餐廳和企業需要暫停營業，其中包括新世界百貨在武漢的四家分店。所有大型公眾聚會被迫取消，民眾必須避免參與聚會。市民的日常生活無可避免受到干擾，購買食物和生活必需品等日常活動也面對不少困難。

新世界百貨將工作重點放在限制有關情況對員工和顧客直接造成的影響，並同時支持抗疫工作以阻止疫情蔓延。我們迅速組建了一支由區域總經理牽頭，並得到武漢四家分店的總經理和部門主管支持的防控工作小組。該小組實施了一系列工作，包括部署、分派和發送疫情防控物資，追蹤員工的健康狀況，定期進行消毒以消除店內疫情傳播的隱患。

儘管公共交通系統在疫情期間暫停服務，我們的前線員工用盡各種方法返回分店，承擔行政方面的額外職務，並為在分店值班的保安人員送餐。

購買食品和生活必需品成為武漢市民面臨的一大挑戰。在疫情持續爆發的最嚴峻時期，我們通過穩定供應並以大眾化的價錢出售食品和生活類商品，竭盡每一分力滿足社區居民的迫切需要。

關愛



上海

國際護士節「致敬人間小天使」

為響應「致敬人間小天使」的主題，我們上海分店的代表於2020年5月12日的國際護士節探訪了上海市普陀區人民醫院、上海交通大學醫學院附屬第九人民醫院黃浦分院以及鄰近兩個社區衛生服務中心的白衣天使。我們的代表向為保護上海市民生命而默默奮戰的前線護士和醫護人員送上鮮花和咖啡，並致以最真摯的問候。雖然抗疫工作仍任重道遠，但我們希望喚起公眾對護士工作的敬意，同時向各位護士提供支持，加強他們對抗疫情的信念。



關愛

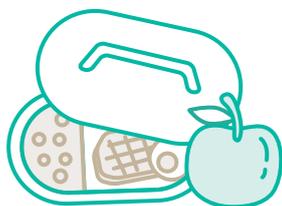


除了真摯的探訪外，我們上海分店還通過每小時消毒門店、實行人群控制措施、縮短營業時間以及提供免費口罩、消毒劑和其他防護裝備，致力將員工和顧客受到感染的風險降到最低。

香港

2019冠狀病毒病抗疫行動

作為一家獲「商界展關懷」標誌嘉許的企業，我們香港辦事處發起了「2019冠狀病毒病抗疫行動」，旨在疫情流行期間加強履行企業社會責任，建立具有凝聚力的社會。2020下半年，我們贊助香港基督教青年會舉辦「愛心午餐計劃」，向香港低收入家庭派發飯餐和水果。在今年後期，我們與香港青年協會賽馬會葵芳青年空間合作，攜手向有需要的兒童捐贈內含口罩、酒精搓手液、酒精手部消毒噴霧和清潔消毒噴霧的防疫包。



關愛



我們的表現

2020財年，本集團通過組織或參與義工活動和企業社會責任項目繼續支持及服務社區，義工服務時數共計9,191小時。此外，本集團向上海市慈善基金會楊浦區分會、北郎東社區2019年救助活動扶貧款等中國內地慈善團體和機構捐贈6,889港元的善款。



義工人數：
1,190人



總義工服務時數：
9,191小時

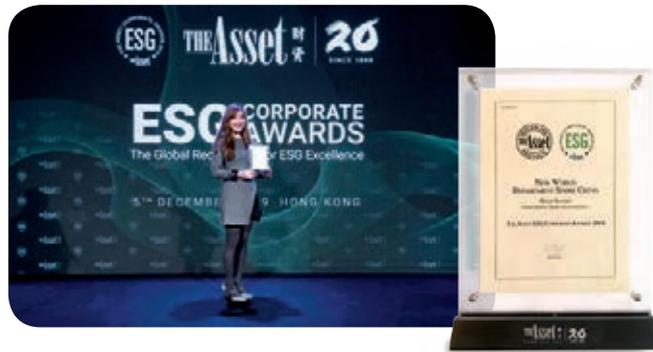
獎項與嘉許

獎項

★ 企業管治 ★

《財資》

於「《財資》環境、社會及管治企業大獎2019」中獲頒「環境、社會及管治」組別金獎



★ 僱員福利 ★

香港提升快樂指數基金及
香港生產力促進局

於「開心工作間推廣計劃2020」中
獲頒「開心企業」標誌



強制性公積金計劃管理局
於2019/20年度「積金好僱主」嘉許計劃中
獲評為「積金好僱主」、及
頒發「電子供款獎」及「積金推廣獎」

★ 環境保護 ★

世界綠色組織

於「綠色辦公室及健康工作間獎勵計劃」中
獲頒「綠色辦公室」及「健康工作間」標誌



★ 社會公益 ★

香港社會服務聯會
於2019/20年度「商界展關懷」計劃中
獲頒「5年Plus商界展關懷」標誌



義務工作發展局
獲頒發「香港義工團(團體會員)嘉許狀」

香港生產力促進局
於「第十屆香港傑出企業公民獎」之「企業」及
「義工隊」組別中獲頒「企業公民」嘉許標誌



外部倡議



數據表

社會數據

		總數	性別		地區	
			男性	女性	香港	中國內地
按僱傭合約劃分	永久合約	1,747	844	903	14	1,733
	固定期限或臨時合約	1,313	606	707	0	1,313
按僱傭類別劃分	全職	3,060	1,450	1,610		
	兼職	0	0	0		

總勞動力；永久合約員工中的離職及新進員工⁽¹⁾

	2020 財年		
	總勞動力	離職員工	新進員工
按職級劃分			
前線科長級及以下	1,367		
後勤科長級及以下	1,325		
助理經理	162		
經理	107		
高級經理	30		
助理總經理及以上	69		
按性別劃分			
男性	1,450	66 (3.8%)	0
女性	1,610	96 (5.5%)	0
按年齡組別劃分			
30歲以下	308	7 (0.4%)	0
30至50歲	2,618	142 (8.2%)	0
50歲以上	134	13 (0.7%)	0
按地區劃分			
香港	14	3 (0.2%)	0
中國內地	3,046	159 (9.1%)	0
總數	3,060	162 (9.3%)	0

培訓時數	2020財年	
	培訓時數	平均培訓時數
按職級劃分		
前線科長級及以下	62,420.0	45.7
後勤科長級及以下	60,241.0	45.5
助理經理	6,972.4	43.0
經理	4,907.1	45.9
高級經理	1,360.3	45.3
助理總經理及以上	1,576.6	22.8
按性別劃分		
男性	64,551.6	44.5
女性	72,925.8	45.3
總培訓時數／人均培訓時數	137,477.4	44.9

職業健康與安全	2020財年				
	缺勤率 ⁽²⁾	工傷率 ⁽³⁾⁽⁴⁾	誤工率 ⁽⁴⁾	職業病率 ⁽⁴⁾	死亡率
按性別劃分					
男性	1.42%	0.066	28.342	0	1 (0.03%)
女性	2.09%	0.298	32.463	0	0
按地區劃分					
香港	0.77%	0	0	0	0
中國內地	1.78%	0.189	30.644	0	1 (0.03%)
總數	1.77%	0.188	30.510	0	1 (0.03%)

備註：

- (1) 為與母公司的披露慣例保持一致，此處列報的離職及新進員工的人數和比率僅涵蓋永久合約員工。
- (2) 缺勤率按「總缺勤日數除以總工作日數」計算。
- (3) 以上工傷率不包括輕傷(急救程度)事故。
- (4) 工傷率、誤工率及職業病率指每100名員工每年發生事故的次數。該些比率的算式為「事故總數乘以每100名員工每年的工作時數，再除以總工作時數」。



環境數據⁽¹⁾

廢氣排放 ⁽²⁾		
種類	單位	2020財年 ⁽³⁾
氮氧化物(NOx)	公噸	0.0414
硫氧化物(SOx)	公噸	0.0008
懸浮粒子(PM)	公噸	0.0031

溫室氣體排放			
種類	單位	2019財年	2020財年 ⁽⁴⁾
直接溫室氣體(範疇一)	公噸二氧化碳當量	5,142	4,314
間接溫室氣體(範疇二)	公噸二氧化碳當量	106,708 ⁽⁵⁾	95,840
總數	公噸二氧化碳當量	111,850⁽⁵⁾	100,154
溫室氣體排放強度⁽⁶⁾	公噸二氧化碳當量／ 平方米	0.089⁽⁵⁾	0.081

能源消耗 ⁽⁷⁾			
種類	單位	2019財年	2020財年 ⁽⁴⁾
天然氣	千兆焦耳	91,596	75,348
汽油	千兆焦耳	2,371	1,803
柴油	千兆焦耳	1,077	1,090
電力	千兆焦耳 (度)	558,837 (155,232,613)	500,412 (139,003,326)
市政供暖	千兆焦耳	49,444 ⁽⁵⁾	47,163
總數	千兆焦耳	703,326⁽⁵⁾	625,816
能源消耗強度⁽⁶⁾	千兆焦耳／平方米	0.561⁽⁵⁾	0.507

水消耗 ⁽⁷⁾			
種類	單位	2019財年	2020財年 ⁽⁴⁾
市政供水	立方米	999,730	779,123
水消耗強度⁽⁶⁾	立方米／平方米	0.797	0.631

物料使用			
種類	單位	2019財年	2020財年 ⁽⁴⁾
紙張(A4)	公噸	25.5	20.3
紙張(A3)	公噸	0.6	0.4
紙製品	公噸	19.9	8.5
塑料袋	公噸	11.1	7.3

廢物處理			
種類	單位	2019財年	2020財年 ⁽⁴⁾
經回收的有害廢物			
碳粉	公噸	0.3	0.2
棄置於堆填區或經焚化的無害廢物			
一般廢物	公噸	3,849.9	3,813.9
紙張	公噸	7.7	6.7
塑料	公噸	0	0
	(公斤)	(42) ⁽⁸⁾	(37)
廚餘	公噸	6,387.8 ⁽⁹⁾	5,450.4
總數	公噸	10,245.5⁽¹⁰⁾	9,271.1
經回收或再用的無害廢物			
紙板	公噸	334.2	255.2
廢鐵	公噸	0.9	2.1
總數	公噸	335.1	257.3

備註：

- (1) 上海虹口店已於2020年6月30日或之前結業，因此並無計入2020財年環境數據中。
- (2) 以上廢氣排放數據乃根據香港環境保護署的EMFAC-HK汽車排放計算模型以及美國國家環境保護局的汽車排放模型軟件—MOBILE6.1計算所得。
- (3) 此乃2020財年新披露項目，2019財年的數據未能追溯。
- (4) 鑒於2019冠狀病毒病疫情於2020財年下半年影響業務正常營運，及2020財年環境數據並無計入上海虹口店的數據(該店於2020財年內結業)，所列報的2020財年環境數據與2019財年相比大幅下降。
- (5) 資訊重編：2019財年的市政供暖數據已作修訂，以剔除燕郊店的物業供暖數據，該數據在2019財年被誤作市政供暖數據處理。因此，2019財年的間接溫室氣體排放量、溫室氣體總排放量、溫室氣體排放強度、市政供暖消耗量、總能源消耗量和能源消耗強度均已重編以反映修正後情況。
- (6) 以上列報的溫室氣體排放強度、能源消耗強度和水消耗強度乃根據回顧年內全年營運分店的概約總樓面面積計算所得(即2019財年為1,253,888平方米，2020財年為1,234,288平方米)。
- (7) 為更準確反映本集團的真實消耗情況，我們已於數據整合和評估過程中剔除租戶的電力及水消耗量。
- (8) 資訊重編：塑料棄置數據已作重編，以修正2019財年上海天山路店的垃圾房管理費被誤作塑料廢物數據的情況。
- (9) 資訊重編：廚餘棄置數據已作重編，以修正2019財年上海陝西路店的垃圾房管理費被誤作廚餘廢物數據的情況。
- (10) 資訊重編：2019財年棄置於堆填區或經焚化的無害廢物數據已作修訂，以反映備註(8)和(9)的數據重編。



內容索引

通用準則

披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG報告指引
GRI 101：基礎 2016			
GRI 102：一般披露 2016			
組織概況			
102-1	組織名稱	我們的業務(第7至9頁)	
102-2	活動、品牌、產品與服務	我們的業務(第7至9頁)	
102-3	總部位置	香港銅鑼灣興發街88號七樓全層	
102-4	營運據點	我們的業務(第7至9頁)	
102-5	所有權與法律形式	我們的業務(第7至9頁) 年報2020—財務報表附註 (第143至146頁)	
102-6	提供服務的市場	我們的業務(第7至9頁)	
102-7	組織規模	我們的業務(第7至9頁) 員工關愛(第18至27頁) 數據表(第52至55頁)	
102-8	員工與其他工作者的資訊	員工關愛(第18至27頁) 數據表(第52至55頁)	關鍵績效指標B1.1
102-9	供應鏈	業務營運(第28至35頁)	層面B5： 供應鏈管理： 一般披露： 關鍵績效指標B5.2
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	我們的業務(第7至9頁) 業務營運(第28至35頁)	
102-11	預警原則或方針	新百可持續發展(第10至17頁) 年報2020—企業管治報告(第28至38頁)	
102-12	外部倡議	獎項與嘉許(第50至51頁)	
102-13	公協會的會員資格	獎項與嘉許(第50至51頁)	
策略			
102-14	決策者的聲明	主席寄語(第4至5頁)	
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	新百可持續發展(第10至17頁)	
治理			
102-18	治理結構	新百可持續發展(第10至17頁) 年報2020—企業管治報告(第28至38頁)	
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人團體	新百可持續發展—持份者參與(第14至16頁)	
102-41	團體協約	我們的僱員不受團體協約的約束。	
102-42	鑑別與選擇利害關係人	新百可持續發展—持份者參與(第14至16頁)	
102-43	與利害關係人溝通的方針	新百可持續發展—持份者參與(第14至16頁)	
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	新百可持續發展—持份者參與(第14至16頁)	
報道實務			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	年報2020—財務報表附註 (第143至146頁)	
102-46	界定報告書內容與主題邊界	新百可持續發展—重要性評估(第17頁)	
102-47	重大主題表列	新百可持續發展—重要性評估(第17頁)	
102-48	資訊重編	環境保護(第36至45頁) 數據表(第52至55頁)	

披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG報告指引
102-49	報道改變	關於本報告(第3頁)	
102-50	報告期間	關於本報告(第3頁)	
102-51	上一次報告書的日期	2019年12月	
102-52	報道週期	關於本報告(第3頁)	
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告(第3頁)	
102-54	依循GRI標準報道的宣告	關於本報告(第3頁)	
102-55	GRI內容索引	內容索引(第56至61頁)	
102-56	外部保證／確信	驗證聲明(第62頁)	

特定主題準則

GRI標準	披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG報告指引
重大主題				
GRI 200 經濟準則系列				
經濟績效				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	
	103-2	管理方針及其要素		
	103-3	管理方針的評估		
GRI 201： 經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	我們的業務(第7至9頁) 年報2020—財務摘要、財務回顧 (第4至5、19至21頁)	
採購實務				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁) 業務營運(第28至35頁)	層面B5： 供應鏈管理： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素		
	103-3	管理方針的評估		
GRI 204： 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	業務營運(第28至35頁)	
反貪腐				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B7： 反貪污： 一般披露；
	103-2	管理方針及其要素		關鍵績效指標B7.1；
	103-3	管理方針的評估		關鍵績效指標B7.2
GRI 205： 反貪腐2016	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	新百可持續發展—反貪腐 (第13頁)	
GRI 300 環境準則系列				
物料				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	沒有機制分開 計算使用的可 再生及不可再 生物料。 層面A2： 資源使用： 一般披露； 關鍵績效指標A2.5
	103-2	管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)	
	103-3	管理方針的評估	環境保護—我們的方法 與措施(第37至38頁) 環境保護—廢物管理 (第43至44頁)	
GRI 301： 物料2016	301-1	所用物料的重量或體積	數據表(第52至55頁)	

GRI 標準	披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG 報告指引
能源				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)		層面A2： 資源使用； 一般披露； 關鍵績效指標A2.1； 關鍵績效指標A2.3
	103-2 管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)		
	103-3 管理方針的評估	環境保護—我們的方法與措施 (第37至38頁)		
		環境保護—能源管理 (第38至40頁)		
GRI 302： 能源2016	302-1 組織內部的能源消耗量	環境保護—能源管理 (第38至40頁)		
		數據表(第52至55頁)		
	302-3 能源密集度	環境保護—能源管理 (第38至40頁)		
		數據表(第52至55頁)		
	302-4 減少能源消耗	環境保護—能源管理 (第38至40頁)		
水				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)		層面A2： 資源使用； 一般披露； 關鍵績效指標A2.2； 關鍵績效指標A2.4
	103-2 管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)		
	103-3 管理方針的評估	環境保護—我們的方法與措施 (第37至38頁)		
		環境保護—用水管理(第42頁)		
GRI 303： 水2016	303-1 依來源劃分的取水量	環境保護—用水管理(第42頁)	本集團只使用 市政供水。	
		數據表(第52至55頁)		
生物多樣性				
GRI 304： 生物多樣性 2016	304-3 受保護或復育的棲息地	環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		層面A3： 環境及天然資源； 一般披露； 關鍵績效指標A3.1
排放				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)		層面A1： 排放物； 一般披露； 關鍵績效指標A1.1； 關鍵績效指標A1.2； 關鍵績效指標A1.5
	103-2 管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)		
	103-3 管理方針的評估	環境保護—我們的方法與措施 (第37至38頁)		
		環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		
GRI 305： 排放2016	305-1 直接(範疇1)溫室氣體排放	環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		
		數據表(第52至55頁)		
	305-2 能源間接(範疇2)溫室氣體排放	環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		
		數據表(第52至55頁)		
	305-4 溫室氣體排放密集度	環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		
		數據表(第52至55頁)		
	305-5 溫室氣體排放減量	環境保護—溫室氣體排放 (第40至41頁)		
	305-7 氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)，及其它重大的氣體排放	數據表(第52至55頁)		層面A1： 排放物； 一般披露； 關鍵績效指標A1.1

GRI 標準	披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG 報告指引
廢汗水和廢棄物				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面A1： 排放物： 一般披露； 關鍵績效指標A1.3； 關鍵績效指標A1.4； 關鍵績效指標A1.6
	103-2	管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)	
	103-3	管理方針的評估	環境保護—我們的方法與措施 (第37至38頁) 環境保護—廢物管理 (第43至44頁)	
GRI 306： 廢汗水和廢棄 物2016	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄 物	環境保護—廢物管理 (第43至44頁) 數據表(第52至55頁)	
有關環境保護的法規遵循				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面A1： 排放物： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	環境保護(第36至45頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 307： 有關環境保護 的法規遵循 2016	307-1	違反環保法規	環境保護(第36至45頁)	
供應商環境評估				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B5： 供應鏈管理： 一般披露； 關鍵績效指標B5.2
	103-2	管理方針及其要素	業務營運(第28至35頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 308： 供應商環境評 估2016	308-1	採用環境標準篩選新供應商	業務營運(第28至35頁) 供應商守則	我們的供應商 守則列明了我 們對供應商的 環保要求。
GRI 400 社會準則系列				
勞僱關係				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B1： 僱傭： 一般披露； 關鍵績效指標B1.1； 關鍵績效指標B1.2
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛(第18至27頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 401： 勞僱關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	數據表(第52至55頁)	
	401-2	提供給全職員工(不包含臨時 或兼職員工)的福利	員工關愛—員工福利與保障 (第20至21頁)	
職業安全衛生				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B2： 健康與安全： 一般披露； 關鍵績效指標B2.1； 關鍵績效指標B2.2； 關鍵績效指標B2.3
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛—職業健康與安全 (第25至27頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 403： 職業安全衛生 2016	403-2	傷害類別，傷害、職業病、損 工日數、缺勤等比率，以及因 公死亡事件數	員工關愛—職業健康與安全 (第25至27頁) 數據表(第52至55頁)	

GRI標準	披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG報告指引
訓練與教育				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B3： 發展及培訓： 一般披露； 關鍵績效指標B3.2
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛(第18至27頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 404： 訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	員工關愛—培訓與發展 (第22至24頁) 數據表(第52至55頁)	
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	員工關愛—培訓與發展 (第22至24頁)	
童工				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B4： 勞工準則： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛—勞工準則(第19頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 408： 童工2016	408-1	營運據點和供應商使用童工之 重大風險	員工關愛—勞工準則(第19頁) 供應商守則	我們的供應商 守則列明了我 們禁止供應商 僱用童工的要 求。
強迫或強制勞動				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B4： 勞工準則： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛—勞工準則(第19頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 409： 強迫或強制 勞動2016	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	員工關愛—勞工準則(第19頁) 供應商守則	我們的供應商 守則列明了我 們禁止供應商 強迫勞動的要 求。
當地社區				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B8： 社區投資： 一般披露； 關鍵績效指標B8.1； 關鍵績效指標B8.2
	103-2	管理方針及其要素	社區發展(第46至49頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 413： 當地社區 2016	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和 發展計劃的營運活動	社區發展(第46至49頁)	
供應商社會評估				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B5： 供應鏈管理： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	業務營運(第28至35頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 414： 供應商社會 評估	414-1	使用社會標準篩選之新供應商	業務營運(第28至35頁) 供應商守則	我們的供應商 守則列明了我 們對供應商的 社會要求，例 如禁止僱用童 工及強迫勞動。

GRI 標準	披露項目	相關部分及／或網址	備註 (如：遺漏)	香港聯交所 ESG 報告指引
顧客健康與安全				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B6： 產品責任： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	業務營運(第28至35頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 416： 顧客健康與安 全2016	416-2	違反有關產品與服務的健康和 安全法規之事件	業務營運(第28至35頁)	
行銷與標示				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B6： 產品責任： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	業務營運(第28至35頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 417： 行銷與標示 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標 示相關法規的事件	業務營運(第28至35頁)	本集團接獲兩 宗與廣告及標 籤相關的舉報 個案。
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事 件		
客戶隱私				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B6： 產品責任： 一般披露； 關鍵績效指標B6.5
	103-2	管理方針及其要素	業務營運(第28至35頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 418： 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客 戶資料的投訴	業務營運(第28至35頁)	
社會經濟法規遵循				
GRI 103： 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B1： 僱傭： 一般披露
	103-2	管理方針及其要素	員工關愛(第18至27頁)	
	103-3	管理方針的評估	業務營運(第28至35頁)	
GRI 419： 社會經濟法規 遵循2016	419-1	違反社會與經濟領域之法律和 規定	新百可持續發展(第10至17頁)	層面B4： 勞工準則： 一般披露
			員工關愛(第18至27頁)	
			業務營運(第28至35頁)	
				層面B6： 產品責任： 一般披露
				層面B7： 反貪污： 一般披露



驗證聲明



香港品質保證局

範圍及目的

香港品質保證局獲新世界百貨中國有限公司(「新世界百貨」)委託，對其2020年可持續發展報告(「報告」)進行獨立驗證。報告內容覆蓋2019年7月1日至2020年6月30日的2020財政年度。

是次核實的目的是對報告內容提供有限保證。報告是根據《全球報告倡議組織可持續發展報告標準》(「GRI標準」)的核心選項和香港聯合交易所有限公司的《環境、社會及管治報告指引》(「ESG報告指引」)的要求編制而成。

香港品質保證局透過是次核實工作對報告中所載述的數據和資料的完整性、準確性及可靠性進行獨立驗證，目的是：

- 評核報告內容是否涵蓋所有與新世界百貨可持續發展表現有關的重要範疇；
- 核實報告是否符合GRI標準的核心選項及ESG報告指引的要求；
- 評定報告所選載的數據及陳述是否準確，包括環境績效數據、社會績效數據、目標制定及進展等；及
- 檢討用以編制報告的數據及資料管理機制是否可靠。

保證程度和核實方法

是次核實工作是根據(i)國際審計與鑒證準則理事會發佈的《國際核證聘用準則(ISAE)3000(修訂版)》「歷史財務資料審計或審閱以外的核證聘用」及(ii)《國際核證聘用準則(ISAE)3410》「溫室氣體排放聲明核證聘用」執行。

核實過程是為獲取恰當的有限保證意見和結論而制定。核實的範圍按照GRI標準的核心選項和ESG報告指引而訂立。

核實程序包括檢閱收集、計算和匯報可持續發展表現數據的系統和過程，核實有關文件資料，與負責編制報告的代表面談。相關原始數據和支持證據亦根據抽樣計劃於核實過程中詳細審閱。

獨立性

新世界百貨負責收集和陳述報告內容。香港品質保證局不涉及收集和計算數據或參與編撰報告的內容。我們的核實工作是完全獨立於新世界百貨。

結論

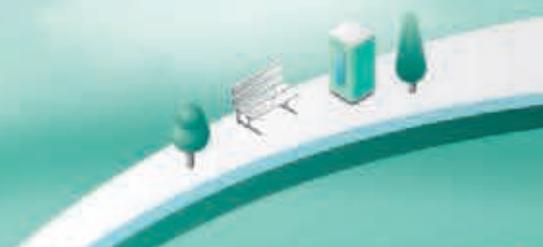
根據是次核實的結果，我們並沒有發現任何證據，使我們相信報告在所有重大範疇內沒有按照GRI標準的核心選項和ESG報告指引而編制。總括而言，所提供作驗證的數據和資料可靠和完整。

沈小茵

審核主管

香港品質保證局

二零二零年十二月







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)

(香港上市股份代號：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：nwdsca@nwds.com.hk
網址：www.nwds.com.hk
微信：nwds-china
微博：e.weibo.com/xinshijiebaihuo



網頁



微信



微博