



# 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)



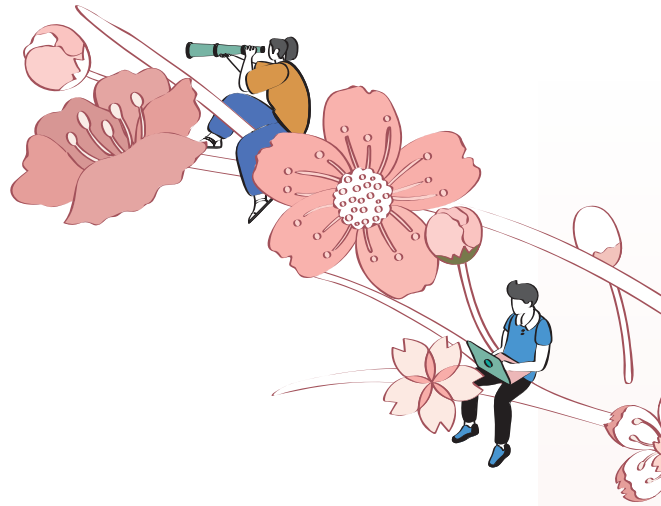
可持續發展  
報告 2021



# 櫻花

象徵著冬去春來，生機再現

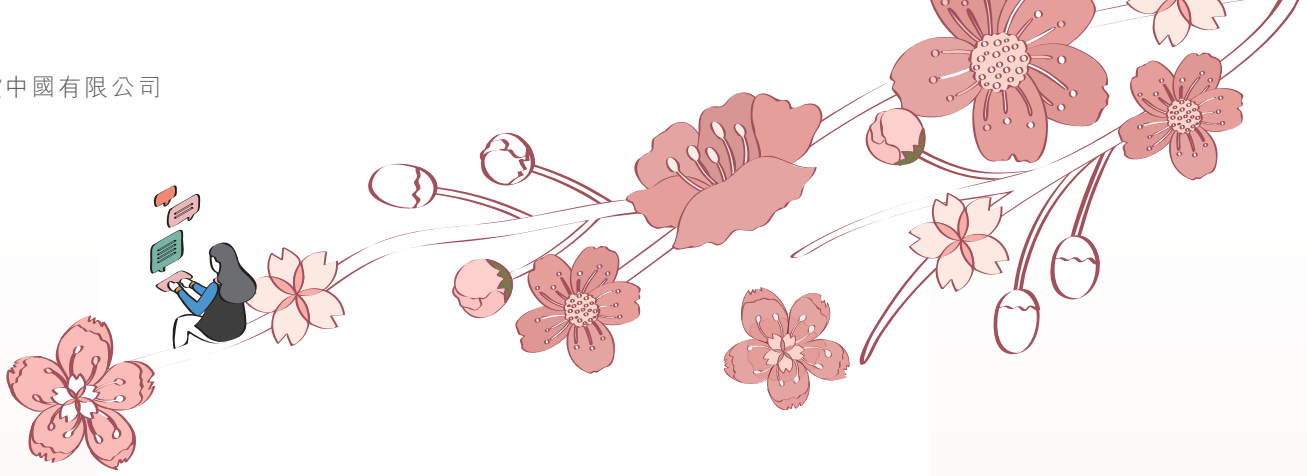




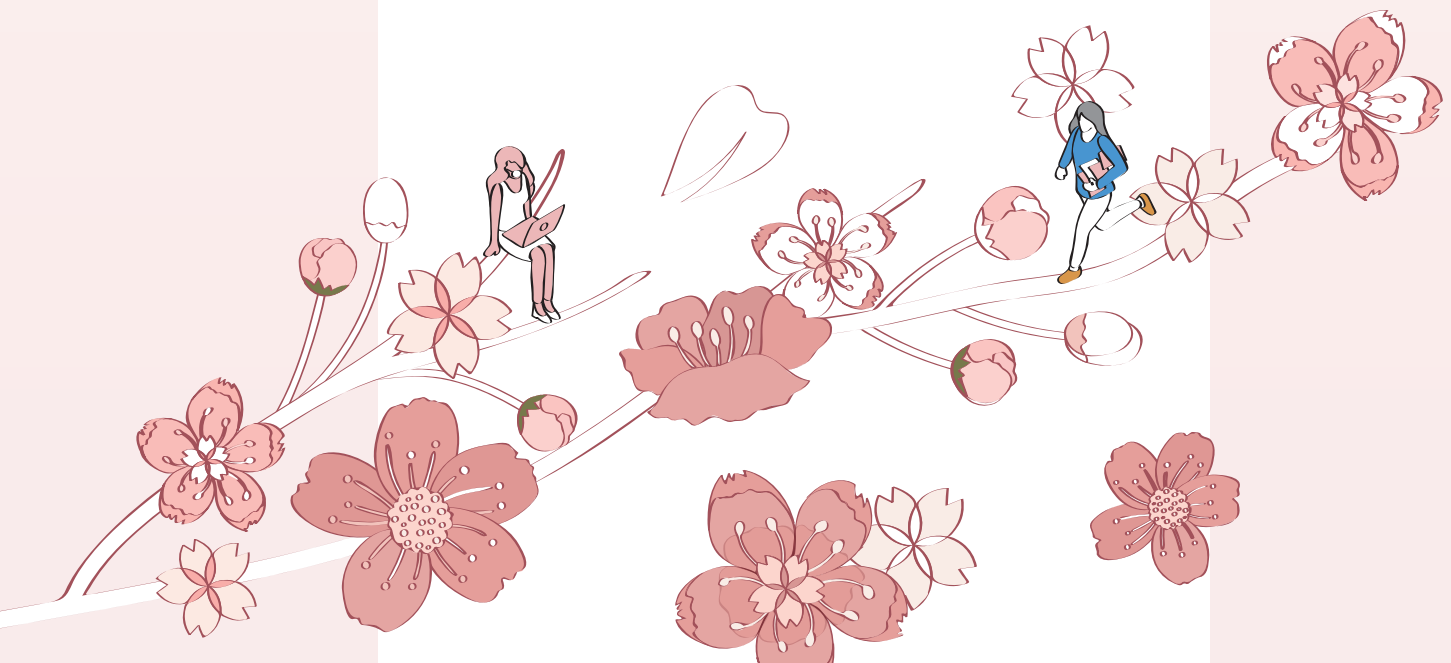
# 目錄

<b>關於本報告</b>	<b>3</b>	<b>員工關愛</b>	<b>19</b>
<b>主席寄語</b>	<b>4</b>	我們的方法與措施	21
<b>2021年可持續發展表現亮點</b>	<b>6</b>	多元化和平等機會	21
<b>新世界百貨簡介</b>	<b>7</b>	勞動準則	21
公司背景	8	員工福利及待遇	22
年度回顧	8	培訓與發展	24
2021財年業務回顧	8	職業健康與安全	27
財務表現摘要	10	員工參與	28
<b>我們的可持續發展方針</b>	<b>11</b>	<b>業務營運</b>	<b>29</b>
可持續發展管治	11	我們的方法與措施	31
新世界百貨可持續發展委員會	11	供應鏈管理	31
可持續發展相關政策	12	專櫃	32
可持續發展策略	13	租戶	32
「新世界2030可持續發展願景」	13	顧客	33
持份者參與	14		
重要性評估	17		
風險管理	18		
反貪腐	18		
利益衝突	18		
申訴管理	18		
環境、社會及管治風險管理	18		





<b>環境保護</b>	<b>39</b>
我們的方法與措施	41
新世界百貨綠色管理流程	41
節能降耗和能源效益	42
溫室氣體排放管理	45
節約用水	48
廢物管理	48
綠色採購	50
<b>社區發展</b>	<b>51</b>
我們的方法與措施	53
我們的舉措	54
我們的表現	55
<b>獎項與嘉許</b>	<b>56</b>
<b>可持續發展數據摘要</b>	<b>58</b>
<b>內容索引</b>	<b>62</b>
<b>驗證聲明</b>	<b>68</b>





## 報告期間

本報告概述了本集團自2020年7月1日至2021年6月30日止報告期間(簡稱「2021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2021財年期間實行的最新措施。

## 報告範圍和邊界

本報告範圍涵蓋本集團在中國內地的零售業務，以及其設於香港和上海的辦事處。

可持續發展表現的資料涵蓋本集團的主要業務活動，包括旗下29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「我們的可持續發展方針」章節內的「持份者參與」和「重要性評估」部分。



## 關於本報告

《新世界百貨可持續發展報告2021》(「本報告」)概述了新世界百貨中國有限公司及其附屬公司的可持續發展框架和進程。我們希望本報告讓持份者了解我們於業務中融合的環境、社會及管治實務模式以及所採取的策略步驟，務求令我們的績效超越持份者的期望。

自2017財年起，我們建立了「可持續發展數據管理系統」(「數據系統」)，優化了數據收集和管理流程。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個領域的可持續發展表現。

這對編撰本報告發揮著非常重要的作用，而數據系統提供的準確數據及資料有助我們確立和監察未來目標。

## 報告指引和獨立驗證

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(「香港聯交所」)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」)的要求進行編製。

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的有限驗證，確保其全面滿足ESG報告指引和GRI標準(核心選項)的要求。詳情請參閱「驗證聲明」章節。

## 意見反饋

自2018財年起，本報告僅以電子形式發佈，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，請參閱年報2021 (<https://www.nwds.com.hk/announcements/report>) 或瀏覽新世界百貨網站的「企業可持續發展」部分 (<http://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：[nwdsacad@nwds.com.hk](mailto:nwdsacad@nwds.com.hk)。

# 主席寄語



2021財年仍然是充滿挑戰的一年。面對2019冠狀病毒病疫情的餘波，我們部分的業務運作繼續受到影響。然而，亦提供了一個良好機會讓企業重新評估其可持續發展策略及規劃減碳路線。在本年度內，我們採用了創新而務實的策略來促進線上線下渠道的融合。我們還積極發掘新品牌、資源和合作夥伴，務求不斷優化我們的產品供應和租戶組合，從而保持強勁和可持續的業務增長。我們繼續奮力克服各項挑戰之餘，亦一直專注於秉持「新世界2030可持續發展願景」（「2030願景」），以明確的目標和樂觀的態度實現我們的發展里程碑。《新世界百貨可持續發展報告2021》重點列出了我們在落實保護環境方面的工作，以及如何將環境、社會及管治元素融入我們的業務流程和工作中。

在本年度內，我們在推動業務數字化轉型以及線上零售業務創新及整合方面取得了進展，亦同時鞏固了我們在市場和行業的領導地位。我們持續投放資源，以先進科技為顧客帶來「客戶導向」及智能化的購物體驗。而隨著全球開始脫離2019冠狀病毒病疫情的陰霾，經濟逐步復甦，提升顧客體驗仍處於我們工作的核心。新世界百貨將一直緊貼消費者行為模式和趨勢的變化，繼續探索新的商業科技，致力在市場中保持競爭力，並時刻追求高效和創新的業務運作。

多年來，我們不斷審視我們的環保績效，並採取不同措施以減少業務的生態足跡。在2021財年，我們採取了多項對環境和社會負責的措施，以滿足顧客對環保不斷提高的期望及實踐我們的可持續發展目標。本集團積極利用各種科技方案，例如智能能源管理系統來監察用電量，從而識別可予改進的領域。此外，我們亦透過減少使用即棄物品等措施，以及與員工、顧客、業務夥伴、非政府組織等攜手合作，以減少廢物產生。通過各種努力，本集團的碳排放量和能源消耗量一直穩步下降。我們對至今為止取得的成果感到鼓舞，但仍會加倍努力為顧客營造更完善、更環保的購物體驗。

員工的健康與福祉是我們的重中之重。一如去年，我們採取全面措施以積極保護員工和顧客免受2019冠狀病毒病的威脅，其中包括提供口罩以至安排更多的衛生和健康培訓等。我們繼續支持建立多元化、平等和彼此共融的工作環境，讓員工能盡展所長為顧客服務。我們重視培養未來領袖，招募新人才，並為員工裝備適當技能配合未來的發展。

我們亦透過各個社區項目以實踐對社區支援的理念。我們積極參與及舉辦一系列活動，當中由環境保育以至支援自閉症兒童，以祈提高市民大眾意識，為社區締造共同價值。我們還致力在社區推廣藝術普及化，與年輕本土藝術家合作，讓他們在店內展示其創作。本集團將繼往開來，通過在社區內建立牢固的聯繫，繼續優先讓弱勢社群得到適切關愛。

縱使從2019冠狀病毒病疫情復甦的路途中荊棘重重，但無可否認的是環境、社會及管治因素在「新常態」下將會更顯得重要。在實現可持續發展的旅程中，我們將與各位持份者攜手努力，堅定不移地履行承諾，繼續推進可持續發展議程並朝著「2030願景」邁進。

**鄭志剛博士**

主席

香港，二零二一年十一月





# 2021 年可持續發展 表現亮點



我們致力積極管控可持續發展表現，而我們的努力亦取得了正面成效。我們在此欣然與您分享我們的成果。



## 環保

- ☁ 溫室氣體排放總量(範疇一和範疇二)
  - ☁ **86,816**公噸二氧化碳當量/平方米(與2020財年相比：**-13.3%**)
- ☁ 所有業務營運的能源消耗強度
  - ☁ **0.473**千兆焦耳/平方米(與2020財年相比：**-6.7%**)
- ☁ 所有業務營運的水消耗強度
  - ☁ **0.508**立方米/平方米(與2020財年相比：**-19.5%**)
- ☁ 將氣候相關風險等**環境、社會及管治**因素納入一年兩次的風險管理檢討
- ☁ 百貨店不再分發**塑料袋**和**一次性塑料物品**，部分分店以**可生物降解**或**手提紙袋**作替代



## 健康

- ☁ 組織**464**個員工關愛活動，包括各種體育活動和一日遊，以促進健康生活，構建積極的工作文化
- ☁ 在新百雲學院線上學習平台提供以**工作場所壓力和情緒管理**為主題的培訓
- ☁ 在百貨店和購物中心設置了**33**項提升員工身心健康的設施，包括員工康樂設施、休息室、育嬰室和飯堂
- ☁ 更新《安全管理政策》以建立更健全的緊急應變程序，並組織安全演習以增強員工對突發事故的應變能力
- ☁ 2021財年錄得**0**宗員工死亡事故，誤工事故率有所下降



## 關愛

- ☁ **52.9%**管理職位由女性擔任
- ☁ 人均培訓時數為**25.5**小時
- ☁ 在百貨店和購物中心提供**208**個家庭友善設施，包括兒童遊樂區、嬰兒車借用服務、兒童洗手間和育嬰室
- ☁ 共**1,124**名義工，義工服務時數達**15,094**小時
- ☁ 推出「**新翼計劃**」致力推動中層員工的人才發展

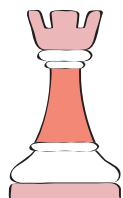


## 智能

- ☁ 試行「**Eco-World**」智能電錶能源管理系統以提升分店的能源數據收集和監察能力，找出可改善能源效率的範圍
- ☁ 升級「**新閃購**」線上商城，務求提升用戶體驗，提供更加多元化的產品
- ☁ 集團及旗下門店擁有**40**個官方微信及微博帳號，並累積超過**433**萬名粉絲
- ☁ 在超市安裝了具備**面部識別**和**非接觸式支付技術**的自助收費櫃位，以提升購物體驗
- ☁ 在新世界百貨網站引入額外的網絡安全措施，以加強保障用戶的資料私隱，降低其他網絡安全風險
- ☁ 在線上中央品牌平台管理達**6,603**個品牌

# 新世界百貨簡介

**29** 家分店



**17** 個主要地點



	開業日期	概約樓面面積 (平方米)
<b>北區</b>		<b>737,500</b>
北京崇文店	1998年7月	117,200
北京利瑩店	2008年9月	52,000
北京千姿店	2010年9月	55,600
北京彩旋店	2007年3月	31,200
長沙時尚廣場	2006年9月	35,000
哈爾濱店	1996年11月	50,000
蘭州店	2005年9月	28,500
瀋陽津橋路時尚廣場	2011年5月	34,000
天津店	1997年10月	57,000
西安時尚廣場	2012年12月	58,700
燕郊店	2013年4月	32,000
煙台店	2013年12月	55,600
鄭州店	2011年4月	35,500
武漢建設店	1994年11月	42,000
武漢武昌店	2005年10月	24,000
武漢徐東店	2008年1月	29,200
<b>南區</b>		<b>471,850</b>
成都店	2006年12月	30,000
重慶店	2006年9月	42,000
昆明店	2004年6月	12,600
綿陽店	2011年12月	35,000
南京店	2007年11月	41,200
上海寶山店	2010年1月	39,000
上海成山店	2010年4月	38,000
上海淮海店	2001年12月	22,500
上海浦建店	2007年9月	46,000
上海七寶店	2005年12月	36,550
上海陝西路店	2011年11月	42,000
上海天山路店	2013年8月	43,000
上海五角場店	2006年12月	44,000
<b>概約總樓面面積</b>		<b>1,209,350</b>



## 公司背景

新世界百貨中國有限公司(香港股份代號：825)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。本集團於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年在香港聯交所主板上市。於2021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2021財年縮減了一家分店，即武漢時尚廣場。於2021年6月30日，我們經營29家百貨店及購物中心，概約總零售樓面面積為1,209,350平方米，覆蓋全國各地17個主要地點。



## 年度回顧

### 2021財年業務回顧

繼2019冠狀病毒病疫情對本集團的業務造成嚴重影響後，隨著疫情防控進入常態化階段及疫苗接種的步伐不斷加快，線下消費業務正在緩慢復甦。縱使面對重重挑戰，本集團亦能夠堅持在做好疫情防護措施以及推動社會經濟發展之間取得平衡，以恢復正常生活，重新激發業務活力。

本集團還開展了多個項目以支持業務穩定和持續增長。2021財年，我們先後對多家分店進行升級改造以不斷優化顧客體驗，推動租戶和產品組合多元化發展，並加強不同業務部門之間的合作。此外，本集團還積極通過整合線上線下營銷策略推動變革，以把握零售業務的機遇。通過各種努力，本集團得以迎合不同顧客群組的需要，鞏固和強化核心競爭力，並且使我們的長期創收能力更多元化。

通過採取措施實現更有效的成本管理、優化營運模式和提高營運效率，我們在減輕2019冠狀病毒病疫情對業務和營運造成的幹擾方面已取得了初步成果。

### 百貨業務

鑑於後疫情時代市況比較波動，本集團一直密切注視消費者購物習慣的變化，以更全面掌握他們的需要及豐富的顧客體驗。我們在2021財年對九家分店進行了升級改造以多樣化店內的產品和服務，務求更廣泛吸引各類型顧客。

為配合「宅經濟」的興起，本集團進一步發展其「新閃購」線上商城，為線上業務增長締造更大動力。集團透過更多增值服務，以不斷增加會員尊享優惠。本集團及各分店的官方微信及微博帳號已累積超過433萬名粉絲。於2021年6月30日，各分店的註冊VIP會員總人數增加至超過641萬人，比去年增加5.3%。



**自有品牌業務**

本集團的超市和便利店積極採取措施，以確保能為顧客持續供應各種生活必需品和衛生用品，攜手對抗疫情。2021財年，我們不斷完善的線下和線上的購物體驗，進一步融入創新產品和服務，並同時繼續提升我們的可持續發展能力。

**新世界超市**

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。北京崇文店超市的裝修工程已於2021年7月竣工，務求提升整體顧客體驗並提升獲取顧客的能力。有關的優化工作包括擴大產品組合、改善店內的視覺設計以及引入多樣化的移動支付方式。新安裝的自助收費櫃位能支持面部識別和非接觸式支付技術，進一步提供卓越的購物體驗，同時確保營運安全和衛生。



Natural taste plus



**N+ 便利店**

本集團於北京東城區內設有一家「N+便利店」。我們的「N+便利店」不斷擴大和更新產品的供應，以配合消費者的需要和喜好，並希望能繼續深受年輕消費者的青睞。我們力求為顧客的日常生活提供便捷而優質的服務，從而為顧客創造價值。



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

LOL是新世界百貨旗下的自有品牌，其品牌理念包含四個基本要素—品味、時尚、原創與生活。於2021年6月30日，LOL在北京和上海設有九家分店。在報告期間內，LOL推出了由天然材料製成的產品，如由軟木製成的環保袋和玫瑰配飾等，以鼓勵可持續的消費模式。展望未來，本集團將不斷調整LOL的產品系列，推出時尚產品，並將品牌理念分享予供應鏈。



## 財務表現摘要

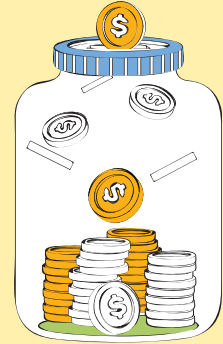
## 收益



港元  
**2,246.0**  
百萬

2021財年

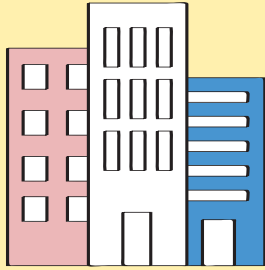
## 虧損



港元  
**229.4**  
百萬

2021財年

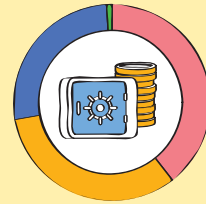
## 概約總樓面面積



**1,211,288**  
平方米<sup>1</sup>

2021財年

## 集團主要收益來源



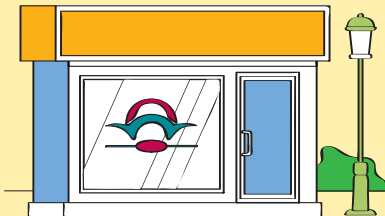
- 專櫃銷售佣金收入  
**39.8%**  
893百萬港元
- 自營貨品銷售  
**28.2%**  
633.6百萬港元
- 租金收入  
**31.3%**  
703.4百萬港元
- 作為出租人的  
融資租賃利息收入  
**0.7%**  
16.0百萬港元

2021財年

## 零售網絡

**21**

家以「新世界」  
命名的百貨店



**17**

個中國內地  
主要地點



**8**

家以「巴黎春天」  
命名的百貨店及  
購物中心



<sup>1</sup> 總樓面面積包括29家百貨店及購物中心以及兩所企業辦事處。

# 我們的可持續發展方針

新世界百貨一直竭力將可持續發展放在業務活動的重心。我們在策略規劃和業務營運中秉持這個理念，以讓我們更有力地賦能每一個人、保護環境並為當地社區創造價值。

自2018年起，我們配合母公司的可持續發展目標和方向，一直以「新世界2030可持續發展願景」(「2030願景」)引領策略發展。我們積極作出優化，確保我們的商業活動更能善盡責任及更積極回應訴求，並視可持續發展目標為首要任務，以創新、前瞻、高效的態度，為顧客構建都市時尚生活的典範。

## 可持續發展管治

新世界百貨長期致力將可持續發展持續整合到各個業務領域中。我們通過制定明確的問責制度和職責範圍來實現這個目標，以促進有效和精明的決策。

### 新世界百貨可持續發展委員會

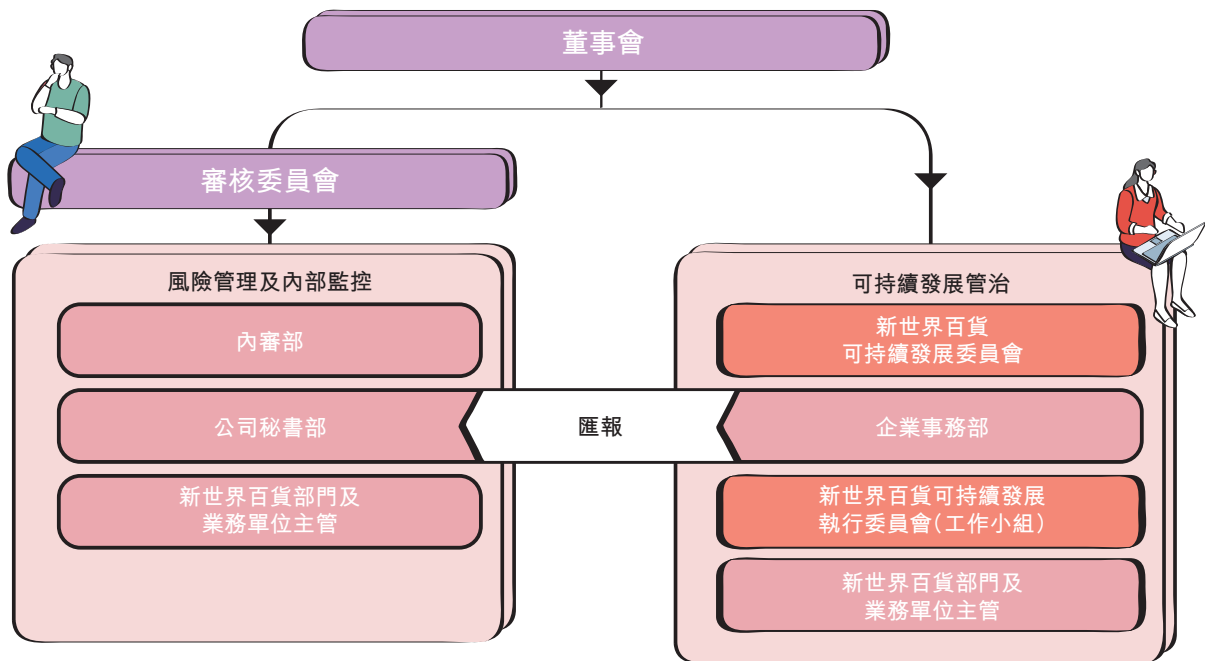
可持續發展已融入新世界百貨的各個層級，包括董事會、新世界百貨可持續發展委員會、執行委員會以及所有核心業務部門。這種管治架構可確保本集團的可持續發展議程的進度能符合「2030願景」。

董事會是監督可持續發展事務的最高級別機構。董事會定期召開會議為本集團提供策略指引、檢討新世界百貨的可持續發展措施和表現，並監督各項可持續發展措施的進展情況。董事會和高級管理層還參加了環境、社會及管治專家提供的外部培訓，以掌握可持續發展領域的最新發展、風險和熱點課題。

在2021財年，董事會召開了兩次討論特定處理環境、社會及管治議題的會議。這些會議的討論焦點包括追蹤「2030願景」中碳排放和節能目標的實現情況。其他討論議題包括氣候風險評估和披露、分店層面的減碳措施以及分店層面的最新可持續發展活動。

新世界百貨可持續發展委員會於2010年由董事會授權成立，以推動本集團落實可持續發展目標和策略。該委員會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。

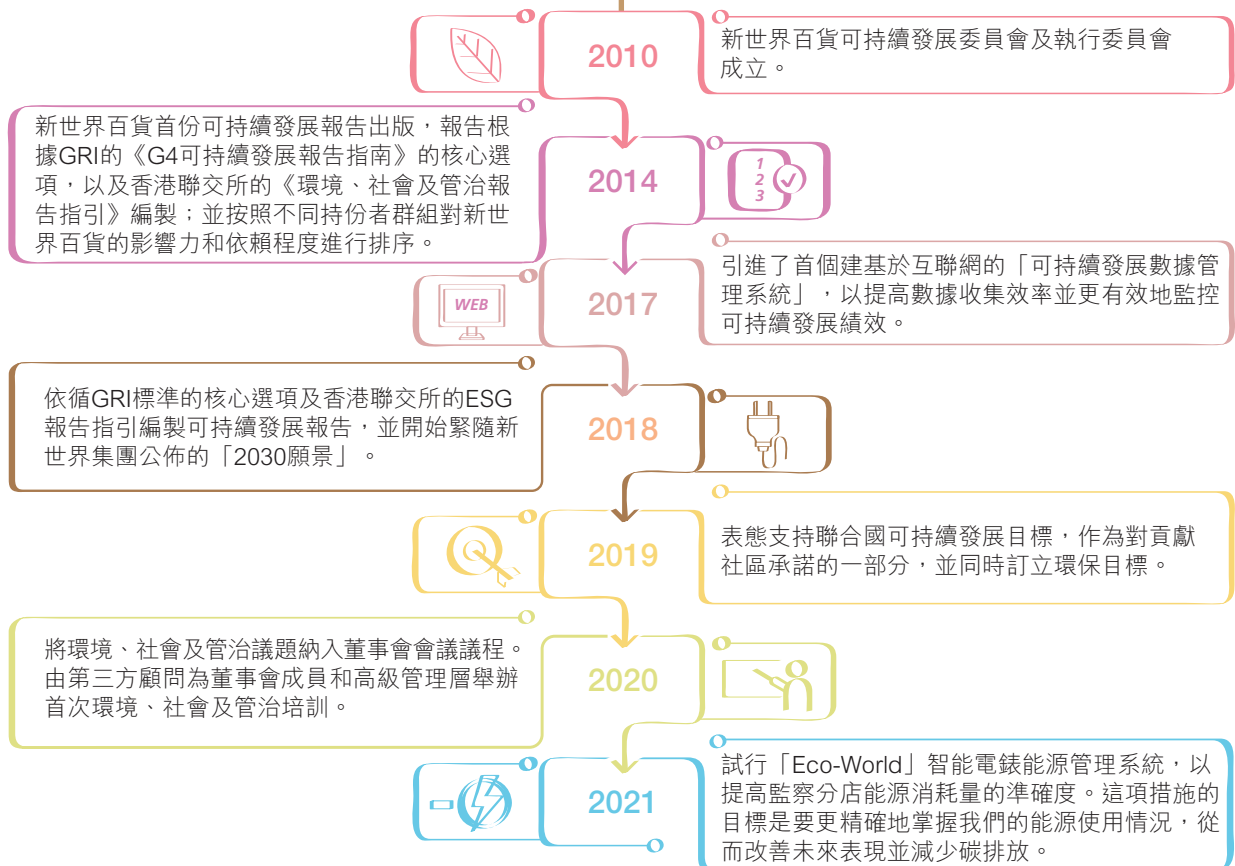
### 新世界百貨的可持續發展管治架構







### 我們的可持續發展之旅



## 可持續發展策略

可持續發展策略赋能我們履行作為負責任企業公民的承諾，並回應各項可持續發展訴求。

### 「新世界2030可持續發展願景」



#### 新世界2030 可持續發展願景

自2018年起，我們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」，該願景為我們提供了一個指導框架，圍繞下列四大支柱持續堅定履行我們對可持續發展的承諾並作出改進：「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。

通過將我們的「2030願景」與這三項可持續發展目標進行配對，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，以善用資源為所選定的可持續發展目標作出貢獻。

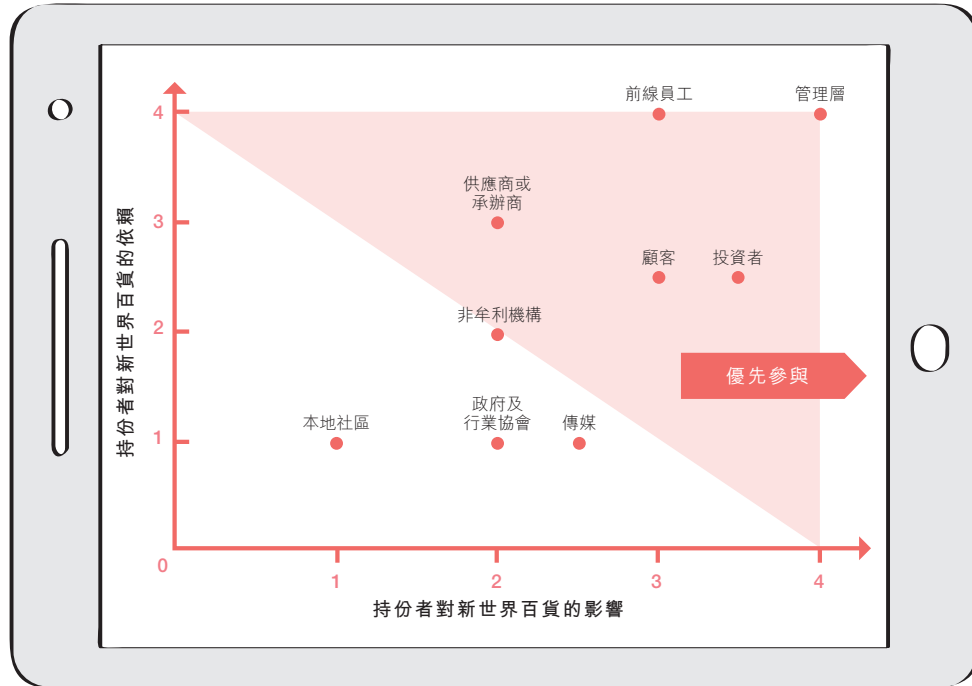
為邁步實踐「2030願景」，我們在2019年制訂了有關能源消耗和溫室氣體排放的可量化環保目標。董事會定期監察減碳和節約用電措施的進展，我們亦計劃在不久將來制定減少用水和減廢目標。有關詳情，請參閱「環境保護」章節。

SDGs	「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。
	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。
	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。

## 持份者參與

持份者為我們首要關注的議題提供真知灼見。我們以積極的態度，與對我們的業務有高度影響力，以及有可能受到我們營運影響的持份者保持溝通和聯繫。持續對話使我們更加能夠了解持份者的期望、優次考慮和關注事項，從而讓我們制定適當的策略和決策，與他們保持一致的價值觀。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。

### 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

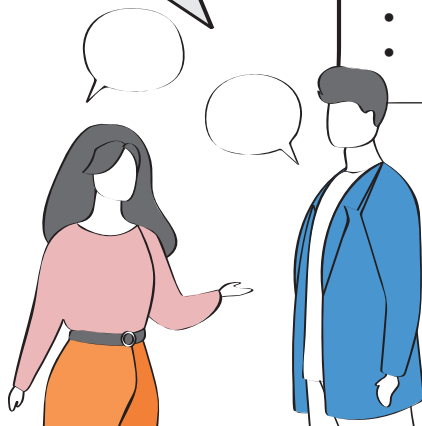
我們建立了不同的持份者參與活動和開放透明的溝通渠道，以鼓勵持份者分享意見和提供反饋。

#### 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



**股東和投資者**

- 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

**非牟利機構**

- 合辦活動

**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渠道
- 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

**傳媒**

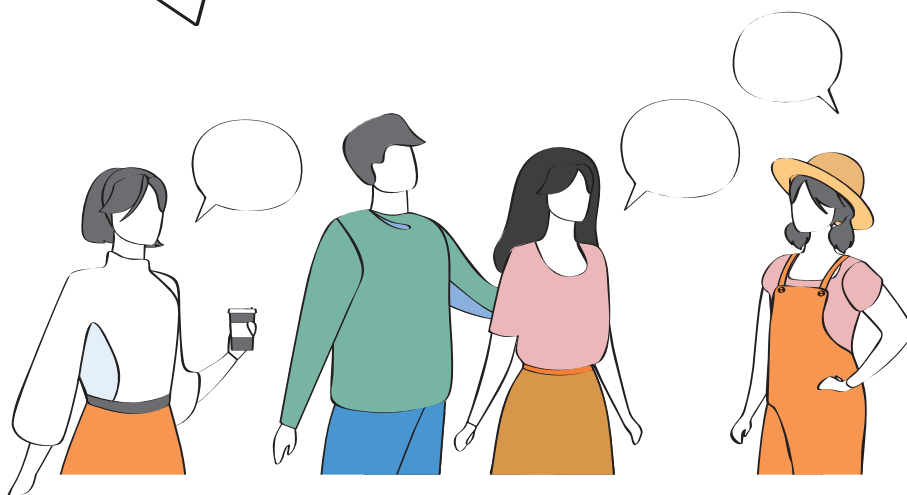
- 傳媒採訪及新聞稿
- 提供反饋及回應傳媒查詢

**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

**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





## 新世界百貨對持份者意見的回應

下表概列了部分持份者的意見以及我們的回應。我們會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。

### 持份者的意見及期望

“

時刻保持警覺，確保我們的持份者免受2019冠狀病毒病疫情相關風險的影響，並減輕疫情對業務表現的持續負面影響

“

提升不同持份者對可持續發展的關注

“

採取積極措施保障員工的身心健康與福祉

“

利用新科技確保持續營運和提升營運效益

“

關注新世界百貨的企業管治和風險管理

“

鑒於顧客傾向線上零售購物的轉變，提升顧客在新的線上購物平台的用戶體驗

“

注重顧客個人資料私隱情況

### 我們的回應

於百貨店採用標準租金，以符合市場標準  
修訂租戶管理制度，包括引入新的空租政策

- 召開了兩次董事會會議以檢討新世界百貨的可持續發展措施和表現，並監察其落實進度
- 修訂《安全管理政策》，增設與氣候相關的極端天氣應對措施

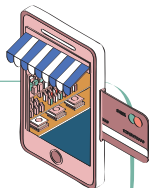
- 響應國家的疫苗接種工作，通過提供靈活有薪假期，鼓勵員工接種疫苗
- 為接種疫苗可能帶來的副作用提供額外的醫療保險
- 經常為分店及辦事處內人流密集的地方進行消毒

- 在企業網站引入新的網絡安全措施，以保障用戶的資料私隱
- 將雲端線上學習的範圍從基本安全培訓擴展至員工身心健康工作坊
- 在百貨店引入「Eco-World」智能電錶能源管理系統，以更精確地掌握用電情況，持續作出改善

- 採用更全面的企業管治架構，以及更有效的內部監控及風險管理機制
- 將部門主管和分店總經理所識別的環境、社會及管治元素納入風險評估過程中
- 按要求適時向公眾作出披露

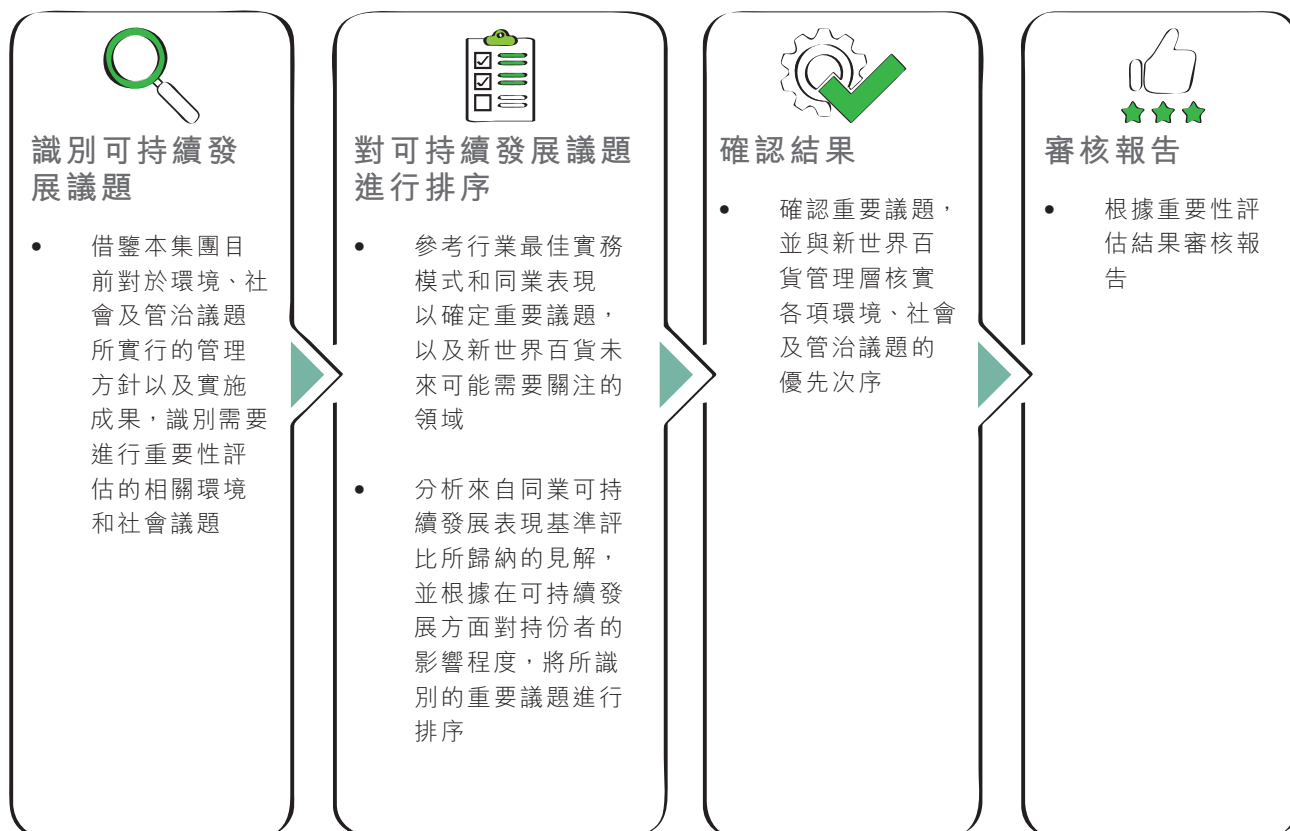
- 於2021年3月對「新閃購」進行升級，以提供新產品和進一步提升用戶體驗

- 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
- 進行信息技術（IT）內部審計，並聘請第三方顧問進行IT外部審計



## 重要性評估

通過重要性評估，我們能優先考慮對業務有影響的環境、社會及管治議題，並制定相應的可持續發展策略和方針。這讓我們可有效地善用資源處理對業務和持份者而言最關鍵的重要議題。在編製本年度報告的過程中，我們已按照以下四個步驟，並根據GRI標準確定相關議題及其重要性。



我們根據對行業標準與同業可持續發展表現的深入檢討，對一系列重要議題進行對照。最新的重要議題在員工、營運、環境和社區的支柱下分為八個類別，與「2030願景」互相配合。其中，我們秉持照顧員工身心健康的基本價值觀，加上本集團對疫情的關注，我們更加重視員工的健康及安全。我們還採取了額外措施，以應對與能源、碳排放有關的氣候變化風險以及供應鏈管理這些日益令人關注的議題。

## 可持續發展重要議題及邊界

「2030願景」		議題邊界	
支柱	重要議題	本集團內	本集團外
員工	員工福利	X	
	培訓及發展	X	
	健康及安全	X	
營運	供應鏈管理	X	X
	保障顧客資料及企業管治	X	
環境	能源消耗及碳排放	X	X
	廢物管理	X	X
社區	社區參與	X	X

## 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。風險管理已融入為日常營運的一部份，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

新世界百貨絕不容忍任何賄賂、利益衝突或欺詐等不良行為。因此，本集團會嚴肅處理任何涉嫌或潛在的違規行為。如果發現任何員工違反本集團政策，會同樣地予以適當紀律處分。

新世界百貨定期審閱《員工職業操守》，以確保它能有助本集團樹立「忠誠、正直、誠實、廉潔」的企業文化。為持續履行這個承諾，本集團的人力資源部就職業道德和保密政策發出了最新指引。高級管理層還接受了額外的培訓以加深他們對商業道德行為的了解，其中87.5%的集團董事完成了10.5小時的反腐敗政策和程序培訓。

2021財年，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程序和政策。我們設置了正式的申報和審批程序，以便員工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》。出現利益衝突或面對潛在利益衝突情況的員工必須遵循特定規則和接受培訓，學習如何處理利益衝突的情況。

### 申訴管理

本集團非常注重與持份者公開坦誠溝通，並鼓勵舉報涉嫌不當行為，例如涉嫌企業內部業務違規、人權侵犯和工作場所不當行為等情況。我們特此設立了申訴和舉報渠道，並由董事會和管理層負責處理有關不當行為的舉報個案。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

董事會負責釐定和評估本集團面對的環境、社會及管治風險，從而確保設置有效的風險管理制度，並落實和定期審閱有關的控制措施。這些管治措施是根據香港聯交所的ESG報告指引而實施。

2021財年，本集團檢討了其風險管理系統及內部控制系統，並發佈了《整合內部監控自我評估證明》及《風險辨識及評估問卷問卷》，其中包含了氣候相關風險等新興環境、社會及管治元素，以作為風險管理標準的參數之一。作為風險管理流程的一部分，所有功能部門和企業辦事處都必須檢討和找出可能影響其運作的風險領域，評估風險發生的可能性，並列出已經或將會採取的緩解措施。部門提出的綜合意見由董事會負責審閱，以評估和確定風險的性質和程度。所有識別的重大環境、社會及管治風險須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。我們會向會對業務有潛在重大影響的領域制定緩解策略，以確保有效監察和控制風險。

加強風險管理能夠增加本集團的營運彈性，適應瞬息萬變的風險格局。報告年內，本集團在2021財年並未發現高風險領域。





# 員工關愛







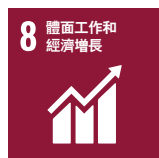
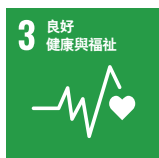
# 橙花 珠芽百合



帶有尊重和感恩的內涵



新世界百貨將員工視為創造可持續社會價值和利潤的最寶貴資產，我們致力採取一切必要措施保障員工的身心健康與福祉。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，打造互相扶持、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，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營造愉快及富有效率的工作環境。此舉有助提升員工投入感，並增強員工對公司的信任，更重要的是能夠增加員工對公司的歸屬感。我們相信，這些措施讓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

### 多元化和平等機會

本集團繼續採取更多措施支持建立多元化、平等和彼此共融的良好工作環境，讓所有人享有平等就業機會以盡展所長。我們制定了相應的政策和實務措施，以在集團內部加強鞏固這些重要的價值觀。

我們以公正而透明的制度招聘，並嚴格根據應徵者的能力，致力為殘疾人士提供平等就業機會。我們尊重多元化，絕不容忍因種族、族裔、國籍、宗教、信仰、殘疾、性別、年齡、出生地、性取向、價值觀和工作方式而出現的任何形式的歧視或騷擾。截至2021年6月30日，我們聘用了30位殘疾人士成為了新世界百貨團隊中的一員，體現了我們在平等就業機會方面的努力。

我們定期檢討員工薪酬制度、晉升及整體福利政策，以確保符合市場水平，並同時積極吸引和挽留人才。我們亦積極培育年輕人才，並為優秀表現者提供內部晉升機會。單是2021財年，我們晉升了61名員工。截至2021年6月30日，本集團共有89個管理職位是由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、資歷和年齡，防止僱用童工。

2021財年內，我們並無接獲任何有關違反強迫勞動或僱用童工法律法規的舉報個案。共有九宗與勞動有關的糾紛亦已經得到解決。這些糾紛涉及加班工作或休假的酬勞支付或終止僱傭合同的處理。新世界百貨已採取措施防止日後發生類似情況，包括嚴格遵守加班工作和休假政策，以及與離職員工達成共識以避免出現勞資糾紛。

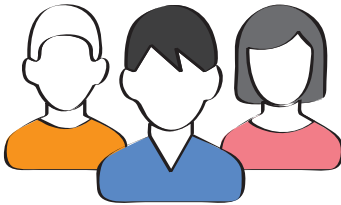


## 員工福利及待遇

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。為了確保員工能獲得滿足其需要的支援和福利，我們在2021財年檢討並修訂了《人事規章制度》及相關政策。其中包括僱用和招聘指引、僱傭合同管理以及本地和外籍員工管理政策。此外，我們還更新了《員工職業操守》，提供了有關職位等級、評核模式和加班補貼政策的最新資訊。

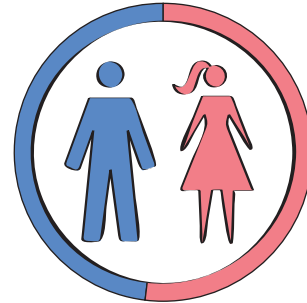
為激勵員工士氣，我們向2,322名表現優秀的員工頒發了超過人民幣424,000元的獎金，另共有90名員工獲得表彰。

除優厚薪酬福利外，我們的員工還有權享受全面而靈活的福利待遇，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。



2021財年員工總人數  
**2,844**

員工人數按性別分佈



● 男性 1,372 (48%) ● 女性 1,472 (52%)

員工人數按年齡分佈



● 30歲以下 246 (9%) ● 30至50歲 2,440 (86%) ● 50歲以上 158 (5%)

員工人數按工作地點分佈



● 香港 14 (0.5%) ● 中國內地 2,830 (99.5%)

員工的健康和福祉是我們的首要考慮。為響應《中共中央、國務院關於深化醫療保障制度改革的意見》，我們為本集團所有職級的員工擴大了醫療保險的保障範圍。總共有653名員工在我們的醫療保障範圍內進行了全身健康檢查。鑒於2019冠狀病毒病令大眾更加關注健康的重要性，因此本集團進一步推出相關政策和措施，以保障我們員工的健康。

我們在2021財年的年度員工離職率為10.9%。本集團密切監察員工離職率，並邀請離職員工填寫離職調查以收集意見並實施人才挽留措施，以減少人才流失。

在2021財年，我們繼續通過舉辦各類關愛活動與員工進行互動，以積極鞏固我們的企業文化，締造一個共融和關愛的工作環境。



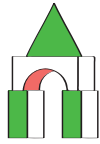
● 員工關愛活動  
464



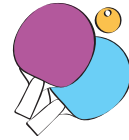
● 員工飯堂  
8



● 員工休息室  
9



● 員工育嬰室  
5



● 員工康樂設施  
11



關愛



「對抗疫情 感激有你」— 向前綫人員表達謝意

這場疫情讓我們所有人明白到前線員工的重要性，他們冒著生命危險為他人提供服務。疫情在全球肆虐，在這段充滿不確定性的時期，前線員工經常受到忽視，他們的努力也甚少獲得應有的認同。

為了感謝他們所付出的巨大努力，西安時尚廣場與區內其他十家本地企業合作，為10,000名前線員工舉辦活動。在長沙時尚廣場，我們還派遣了同事為附近的前線員工送上小吃，以聊表我們對其辛勤工作和貢獻的謝意。





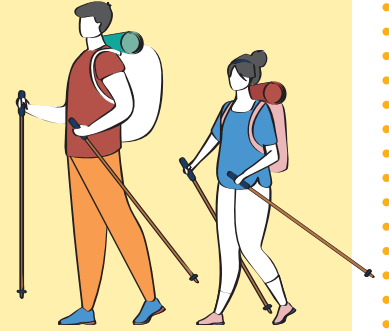


### 健康



#### 「在秋遊中收穫一份親密了解」— 團體建設活動

為推廣健康的生活方式，多家分店組織了戶外出遊活動，讓員工煥發精神，同時建立彼此的聯繫。上海成山店的員工進行了巴城鎮一日遊，了解其文化歷史；



上海天山路店的員工在長興島進行了10公里的風景漫步；天津店的員工到訪了寧靜的月坨島；長沙時尚廣場、武漢建設店和上海陝西路店的員工則享受了遠足旅程。這些活動不僅為員工提供了一個忙裡偷閒的機會，還有助培養他們對新世界百貨的歸屬感，同時促進他們的身心健康。

### 健康



#### 「在挑戰中建立團結無畏」— 團體運動活動

為了培養團隊精神，加強員工之間的聯繫，多家分店在年內開展了不同的團隊建設活動。北京崇文店、南京店和鄭州店組織了各種體育比賽。北京千姿店的團

隊成功挑戰自我，完成了10公里的山地滑索和徒步旅程。通過這些活動，員工有機會與同事建立更深厚的關係，真正體驗新世界百貨的共融文化。



## 培訓與發展

我們鼓勵員工發展個人事業，並支持他們迎接新挑戰。我們為他們提供大量機會，以累積新經驗和培養個人專長、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職業能力的發展。我們致力通過管理學院裝備員工，讓他們具備適當技能和視野，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，同時擴大他們在新世界百貨內的人際網絡。

### 新世界百貨人才培育發展規劃

新世界百貨在2019年推出《新世界百貨人才培育發展規劃》(「人才規劃」)以不斷加強集團的系統化培訓，確保員工具備所需技能不斷持續改進，為迎接未來做好準備。

我們的人才規劃集中以下四個主要範疇，確保本集團能培育適當人才以及人才繼任規劃得宜：

## 主要範疇重點內容

人才進階發展計劃(包括新鵬計劃、飛鵬計劃、新翼計劃和大鵬計劃)，確保培育關鍵崗位領袖人才

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



通過一對一友導、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

提供多維度學習方式，讓員工了解本集團的企業文化，以加強團隊精神和凝聚力

### e-Learning

#### 新百雲學院 — 新用戶體驗的反思

- 為了應對疫情帶來的變化，我們於2020年3月推出升級版線上學習平台，支援雲端培訓，突破學習上的時空環境限制。
- 2020年11月，綿陽店管理人員成立了一個焦點小組，分享他們使用這個線上學習平台的經驗以及他們對新百雲學院的看法和建議。
- 「壓力和情緒管理」研討會特別受員工歡迎，其內容涉及有效的壓力管理，有助建立個人應變和適應能力。



### 見習管理生

管理學院為我們的見習管理生提供進階發展計劃相關培訓(即大鵬計劃、飛鵬計劃、新翼計劃和新鵬計劃)，促進他們的專業發展，並培育他們成為本集團的未來領袖。為進一步加強我們的核心業務，我們在2021財年推出了「新翼」培訓計劃，為更廣泛的員工提供發展技能的機會。

培訓計劃	培訓對象	事業發展前景	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	2021財年有16人參加；自2008年計劃推出以來錄得576參與人次
飛鵬計劃	表現優秀的中層員工	成為業務部門主管	2021財年有40人參加；自2012年計劃推出以來錄得249參與人次
新翼計劃	新招聘的中層員工	培養新招聘的員工，使員工具備所需技能有效履行職責	2021財年有16人參加
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



回顧年度內，本集團先後推出885個培訓節數，共錄得72,452.8小時的員工培訓時數，人均培訓時數為25.5小時。其中，男女員工的人均培訓時數分別為23.5小時和27.3小時。新百雲學院的線上學習平台幾乎使所有新世界百貨的培訓課程均可在線上提供。該培訓應用程序的升級有助員工突破時間與地域上的限制參加線上培訓，讓員工有更多學習機會。



### 嶄新的「新翼計劃」

- 在對培訓和教育架構進行檢討後，我們於2020年10月推出了「新翼計劃」。
- 這個為期九個月的培訓計劃主要集中為新招聘的中層員工配備所需技能，以應對新挑戰並有效履行職責。
- 該培訓計劃由五個階段組成——入職培訓、崗位輪換、定崗、晉升培訓、崗位考核。這個安排能提升新員工的專業知識和能力，並發揮他們的潛能。



新世界百貨培訓課程的總參與人數

59,530 人



總培訓時數

72,452.8 小時



人均培訓時數

25.5 小時



## 培訓亮點

對象	課題	內容
董事會成員和 高級管理層	環境、社會及管治	2021財年，我們為董事會成員和高級管理層舉辦兩次環境、社會及管治的培訓課程。培訓涵蓋了環境、社會及管治的最新發展與趨勢、新的綠色金融策略以及與氣候相關的課題。這個課程有助為新世界百貨的領導層提供必要知識，推動集團的可持續發展策略向前邁進。
管理人員	中層管理人員在職能力提升	新世界百貨的中層管理人員是本集團得以持續發展的中流砥柱，其中包括支持員工在特定職能方面不斷改進，或者是透過我們的職業發展計劃促進員工的事業發展。 為支持我們的中層管理人員履行職責，我們在2021年1月舉辦了一個為期三天的工作坊，邀請外部培訓人員提供有關有效溝通和管理、職責分配和激勵員工等主題的培訓。
一般員工	賣場安全維護與管理	我們為前線員工提供安全培訓，以提高其安全意識及對緊急事故的應變做好充分準備。我們還提供線上培訓課程，2021財年合共錄得2,800參與人次。

## 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環境。除了做好預防措施以避免發生潛在的職業事故外，我們還致力保持每個員工的身心健康，讓他們發揮最佳表現。我們盡力確保公司嚴格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。



### 工作場所安全管理

為履行我們為顧客和員工提供安全環境的承諾，我們對《安全管理政策》作出了修訂，詳載於「業務營運」章節內的「賣場安全管理」部分。我們新修訂的《安全管理政策》對多項措施作出了更新，以加強員工對緊急事件的應變措施，進一步保護顧客免受突發風險的影響。

若發生工傷個案，我們將會迅速採取行動以照顧有關員工。在2021財年，本集團錄得六宗工傷個案(工傷率：0.202)。誤工總天數為215日(誤工率：7.243)，缺勤率為1.38%。

### 員工健康管理

在2019冠狀病毒病疫情下，人們更加關注健康問題，本集團採取了額外措施進一步保障員工的身心健康。除了已經採取的一般衛生預防措施外，我們還鼓勵員工接種疫苗以保障新百團隊和顧客的健康。







## 在疫情期間保障員工的健康

為配合政府措施遏制2019冠狀病毒病的傳播，我們在2021年為接種疫苗的員工提供兩天帶薪假期。這項安排為員工提供了靈活性，並同時鼓勵疫苗接種，截至2021年6月30日，超過5,800名新世界百貨員工和其他在分店工作的人士已接種了至少一劑疫苗。為進一步鼓勵疫苗接種，我們還就為接種疫苗可能帶來的副作用向新世界百貨員工提供額外的醫療保險。

多家百貨店還舉辦了培訓課程向員工講解最理想的傳染病預防和控制措施，同時派發小禮品或獎勵以提高員工士氣。

所有員工必須佩帶口罩，每天檢查體溫，以監控並迅速應對潛在的健康風險。員工在工作場所必須保持社交距離，並建議錯開休息及用餐時間。我們致力通過電子通信渠道或傳單發放最新的健康資訊和提示，讓員工及時掌握與2019冠狀病毒病疫情相關的最新情況。



## 員工參與

新世界百貨希望通過構建良好的合作關係和正面的企業文化，以激勵和提高員工的表現。我們鼓勵員工通過意見調查、交流會和焦點小組討論提出反饋和建議。我們相信，開放的工作文化和致力培育人才的承諾將有助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40個官方微信及微博帳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、措施和發展。



## 認真傾聽員工的聲音，支持他們的成長需要

為了更深入地了解員工的想法和意見，幫助他們解決問題，部分百貨店展開了季度小組討論會，讓員工分享經驗並尋求同事的反饋。討論會營造了一種相互協作的氛圍，鼓勵更有效率地解決工作中遇到的問題，創造更積極的工作體驗。迄今為止，我們分兩個階段進行了18次討論，共有241名來自不同部門的參加者，並就日常工作提出了110多個涉及不同領域的問題和建議。





# 業務營運

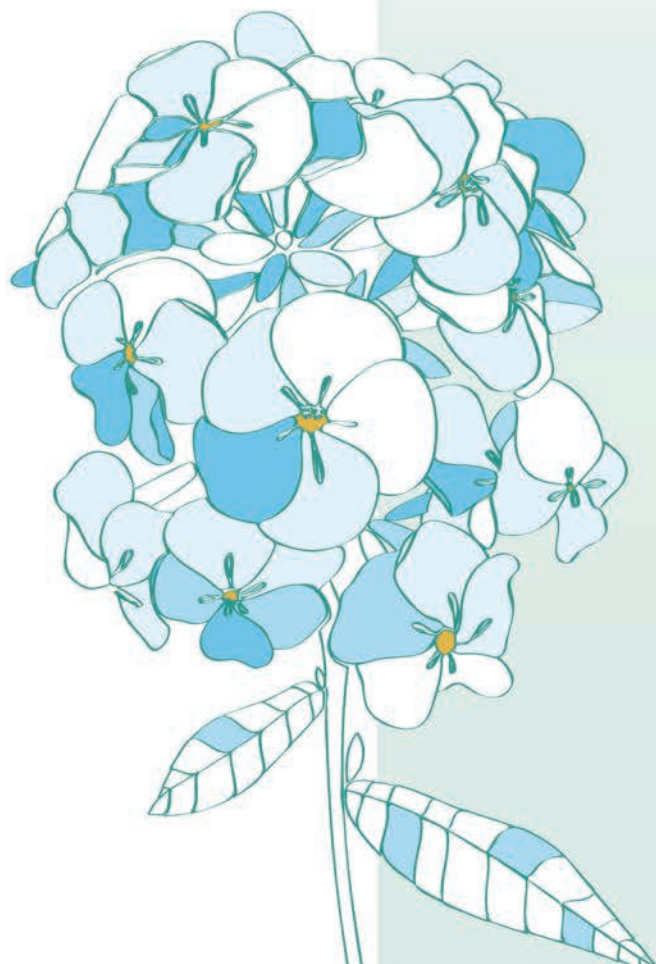




# 天藍繡球

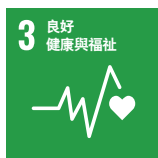


代表團結和夥伴關係





在SDG3「良好健康與福祉」的指引下，本集團致力提升顧客的身心健康和了解其需要，努力確保維持顧客的滿意度、信心和信任。自開始營運以來，新世界百貨始終不渝地於全線業務提供「客戶導向」的優質商品和服務。其中我們優先提升產品安全和顧客店內體驗、保護顧客資料私隱、以及將可持續發展概念植入供應鏈管理中。



我們致力提供符合高安全標準，負責任且優質的商品和服務。SDG12「負責任消費和生產」引導我們通過全面的供應商評估和甄選過程，推行負責任的供應鏈管理。

回顧年度內，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。我們接獲了一宗與廣告和標示有關的舉報個案並已經妥善處理。

## 我們的方法與措施

### 供應鏈管理

為實現可持續發展目標，我們與供應鏈中的合作夥伴緊密合作，進一步在採購流程中考慮環境、社會及管治因素。

我們就三大類供應商（即專櫃品牌、租戶和LOL供應商）的採購事務和管理制訂了有效的政策。我們的「供應商可持續發展計劃」旨在提升整個供應鏈的可持續發展實踐模式和標準。目前，我們正在修訂和更新用以管理業務夥伴（包括專櫃品牌和租戶）事宜的《業務改進和評估政策》，並預計將於2022財年發佈。

### 供應商可持續發展計劃

為提高供應鏈的可追溯性和透明度，新世界百貨在負責任採購、勞動環境、健康與安全和環境保護等領域與供應商緊密合作。

我們致力從當地進行採購，從而減少在商品運輸過程中產生的溫室氣體排放。與當地供應商協作也能帶來諸多正面影響，例如確保穩定供應、加強社區關係及支持當地經濟發展。2021財年，超過90%的經營開支流向了中國內地的供應商，其中大部分用於產品採購、工程服務和銀行服務等。本集團在中國內地和香港擁有90多家供應商<sup>1</sup>，供應鏈由多個部門進行管理。

<sup>1</sup> 供應商總數量是指與新世界百貨簽訂有效合約且於報告期內開支總額達500,000港元或以上者。

我們在2013年開展了「供應商可持續發展計劃」，其中包括推出「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。此外，我們要求供應商填寫書面合規確認函，以提醒他們遵守責任。

### 供應商守則

「供應商守則」有助管理供應鏈風險、維持高標準的可持續發展表現和推動負責任商業模式。「供應商守則」描述了我們在環境和社會方面的最低要求，包括遵守相關規章制度、確保工作場所的健康和安全、保護員工免受歧視、促進員工權利、採取預防措施防止發生強迫勞工的情況以及實行合理的薪酬政策。所有供應商必須遵守「供應商守則」，並視守則為供應商合約中的一部分。



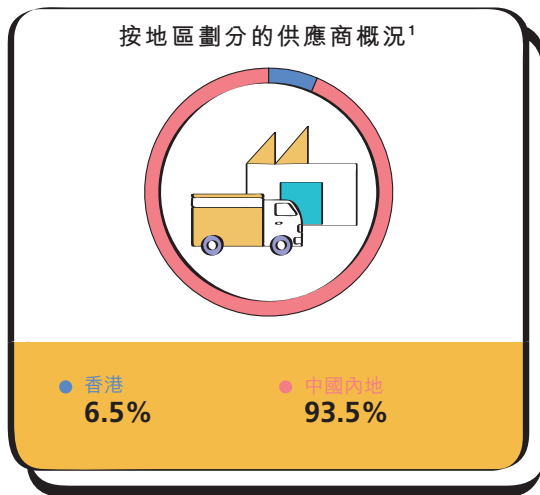
我們不僅以質量、成本、交付與服務的準則評估和甄選供應商，還考慮他們在道德操守、環境、健康與安全方面的舉措。在供應商甄選過程中，我們重點評估供應商是否能夠展示其秉持「供應商守則」的承諾。截至2021年6月30日，221家供應商(主要為百貨業務供應商)已承諾遵從「供應商守則」。

#### 供應商可持續發展自我評估問卷

供應商問卷的答覆有助我們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。供應商須披露促進員工身心健康的政策、對環境的積極貢獻、經認證的綠色產品以及任何相關資料。這些因素在甄選過程中被視為有利的考慮因素。截至2021年6月30日，本集團共收回221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」)，以確保其可持續發展措施的合規性和持續作出改進。供應商須聲明已遵守相關法律法規和報告其於廢物管理、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2021年6月30日，本集團共收回203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，我們推出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。系統整合了各分店曾經接洽和進行零售的所有品牌，讓我們能有條不紊地紀錄所有新品牌和潛在品牌。系統亦記錄了分店與品牌的合作歷史和監察相關品牌於分店的銷售情況，從而為未來品牌策略提供參考。

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，從而有效應對質量問題。

截至2021年6月30日，系統已儲存了6,603個品牌，其中大部分品牌與本集團建立了長期合作關係。我們還定期與不同地區的分店召開會議，分享有關特定品牌的資源和資訊，以尋求合作機會。



## 租戶

由於疫情持續對零售行業造成影響，新世界百貨致力為業務夥伴提供支持，並建立長遠關係。回顧年度內，新世界百貨修訂了租戶管理制度，包括新增空鋪管理制度，檢視餐飲租戶管理程式，以及修訂品牌進場、退場和續約程序。

本集團持續密切監察租金水平和租戶空置情況，為仍在努力適應疫情相關影響的商戶提供額外的營運支持。我們會定期審查租戶的業務改進措施，以降低進一步營運風險。此外，我們已在購物中心採用標準租金，以根據市場標準調整租金和保障我們的長期收入。

<sup>1</sup> 供應商總數量是指與新世界百貨簽訂有效合約且於報告期內開支總額達500,000港元或以上者。



本集團對中國內地業務的穩步增長保持信心，並對各主要分店的業務轉型進行了投資，包括北京崇文店、北京彩旋店、上海淮海店和瀋陽津橋路時尚廣場等。我們已物色出多個年輕生活類品牌來加入我們日益多元化的租戶組合，並引進國內外品牌在我們的百貨店開設首家專門店。本集團致力與租戶共同改善購物中心營運，刺激客流和消費，創造雙贏局面。

截至2021年6月30日，租賃業態佔新世界百貨全線分店總經營面積約61.6%。

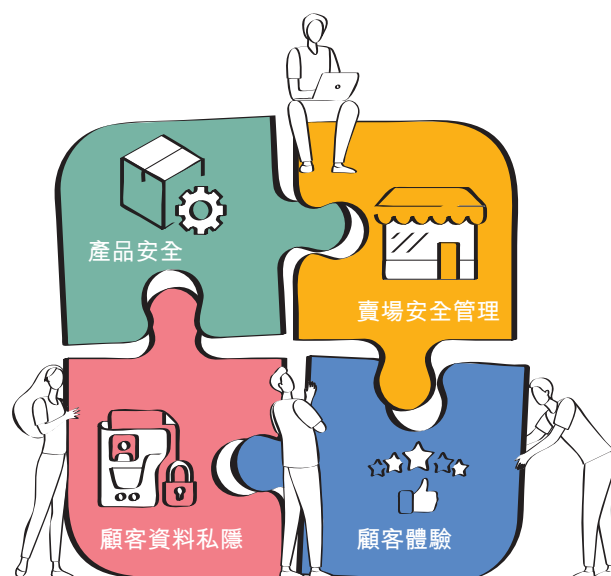


## 顧客

本集團繼續將重點放在產品和服務的質量上。除了貫徹確保產品安全、保安完善和便利購物體驗的基本承諾外，我們積極考慮顧客意見，務求提供超越顧客期望的產品和服務。



我們聚焦四個主要議題，以提升顧客身心健康：



### 產品安全

新世界百貨的首要任務是保證產品的安全。我們不斷提升各分店商品的質量與安全水平，致力超越安全法律法規的要求以達到更高的標準。

### 非食用商品

新世界百貨指定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，務求讓我們宣揚和銘記承諾，確保商品質量超出顧客期望。

### 食用商品

考慮到2019冠狀病毒病疫情下，人們越來越重視食品安全和衛生問題，本集團為照顧這方面的需求，鞏固了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、優質的商品和食品。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。

## 我們的舉措



健康



## 新世界超市

我們的超市在社區服務中扮演著重要角色。承接2020財年為應對疫情導致消費習慣轉變的措施，我們採取了進一步行動，繼續保證「新世界超市」四家分店的食品安全。

關愛



為維持食品安全和質量，冷凍食品和熟食產品均須接受冷凍鏈監督。我們致力縮短生產地點和分店之間的運輸時間。指定人員每兩個小時檢查溫度並對包裝進行消毒，以確保冷凍鏈商品的質量。



健康



## N+ 便利店

2019冠狀病毒病疫情改變了人們的消費習慣，他們更傾向於短途購物。在疫情期間，我們的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，便利店還引入商品配送服務，以滿足民眾保持社交距離的需要。

我們積極處理與食品安全相關的事宜。我們的「便利店商品管理制度」列明了有關產品檢驗、庫存檢查、產品保質期等便利店必須遵守的要求。所有商品在送抵分店時均由店長例行檢查，以確保標籤信息正確、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。





## 食品安全管理流程：



## 賣場安全管理

新世界百貨於2021財年修訂了《安全管理政策》，以更新各項安全要求和標準，並確保主動積極的風險管理。更新的內容包括安全檢查程序和隱患判定標準、危險作業安全管理指引和危機管理。我們引入了三個階段的檢查程序，進一步保證了安全管理的一致性，這包括每月分店自查，季度地區檢查和由上海管理中心行政及工程部進行的定期突擊檢查。



上海管理中心行政及工程部負責徹底檢查每家分店的所有安全設備和程序。為確保所有員工清晰了解日常營運的安全措施和相關應急程序，上海管理中心行政及工程部每月與分店的行政及工程部召開線上會議。會議上報告本集團的內部安全事件以及分店附近的任何當地火災事故，隨後更對為避免發生安全事故而採取的預防措施進行案例分析。

各分店的總經理定期與安全小組舉行會議，而行政及工程部則需每月發佈安全工作報告。回顧年度內，行政及工程部先後推出12個安全培訓節數，共有5,339名員工參與。



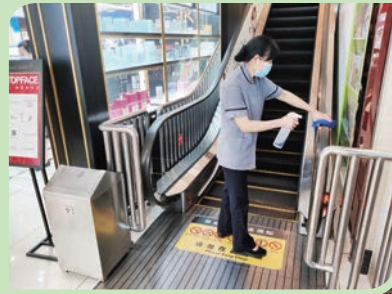


## 對 2019 冠狀病毒病保持警覺

雖然疫情給我們的營運模式帶來了前所未有的變化，但我們在所有業務層面均堅持遵循高水平的安全與衛生標準，務求預防病毒感染，保障顧客和員工的健康與福祉。

為確保安全健康的購物環境，我們要求所有員工和訪客在進入分店前佩戴口罩、檢查體溫和消毒雙手。我們增加了清潔次數並對經常接觸的表面，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、顧客服務台等使用抗菌消毒劑。

為了減低病毒傳播的風險，如果員工曾到訪外地，尤其是在農曆新年假期期間，必須向部門主管匯報。我們將通過微信社群、公告或分店傳單，定期向員工傳達最新的健康資訊和提示。



### 緊急應變及準備

我們實施了一套健全的緊急應變程序和指引，以在緊急情況下保障員工和顧客的安全，並同時保護我們的資產。每家分店開展兩到四節有關應對火災和疏散安排的培訓課程。我們已向2,800多名員工分享消防安全培訓視頻，以確保他們充分了解應急程序。

我們於2021財年更新了《危機通報與處理指引》，其中增加了應對自然災害緊急情況的具體程序。例如，面對颱風或暴風雨等極端天氣，員工須成立防汛應急小組，提前做好應急準備。分店還將針對防洪應急計劃開展特別訓練，讓員工做好應對該等情況的準備。

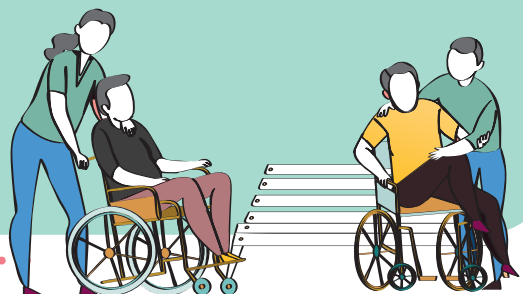
### 關愛

## 殘障人士防災活動



為實現高安全標準的無障礙購物體驗，南京店於2021年5月12日（即第13個全國防災減災日）為身體殘障人士組織了防災演示活動。

義工和參與者向身體殘障人士演示了緊急情況和可行的實用應對措施。此次活動不僅讓我們能夠評估現行安全措施的有效性，還有助提高殘障人士面對火災或地震等緊急情況時的自我保護能力。





### 危害識別和風險管理

行政及工程部每半年開展一次安全檢查，以確保分店已執行所有必要的安全健康政策和措施以及有效的風險控制措施。檢查內容根據「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，行政及工程部將向分店管理層提交報告，列明該店的安全評分和跟進事項。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。

### 分店裝修工程管理

我們持續改進分店設計和相關服務，以滿足顧客不斷變化的需求。我們致力減少本集團或第三方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》指導專櫃商及租戶確保其裝修工作符合本集團的標準，同時鼓勵他們使用具有環保認證、消防安全認證或可持續發展方面有更佳表現的物料。該指引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。

### 顧客資料私隱

新世界百貨致力透過保護顧客、員工和其他持份者的個人資料隱私，維持他們的信任。本集團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》、《中華人民共和國民法典》之第七編：侵權責任、《中華人民共和國數據安全法》和《中華人民共和國個人信息保護法》等資料保護法的規定。

現今資訊與溝通科技的發展已迅速改變全球資料私隱領域的形勢。為有效應對這些挑戰和持續贏得持份者的信任，我們落實《個人信息保護政策》，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。2021財年，我們在網站上新增了網絡安全措施，以進一步保護用戶的個人資料和降低其他網絡安全風險。這些措施包括引入雙因素認證登陸系統，為新世界百貨網站獲取安全套接字層協議(「SSL」)證書，為新註冊用戶提供電子郵件身份認證，和實施網絡協定(IP)訪問控制列表以管理入站流量。

新世界百貨已制定標準化程序來處理專有信息和保護知識產權事宜。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。今年，我們開展了IT內部審計，並聘請了第三方顧問對本集團IT系統進行外部審計，以確保遵守顧客資料保護法規和評估潛在的數據風險和跟進事項。

回顧年度內，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

我們每天都與形形色色的顧客交流互動，他們的需要永遠放在首位。我們致力為每位顧客提供完善、愉快和難忘的購物體驗。顧客提出的意見引領新世界百貨進一步改善產品供應和門店購物體驗等，包括購物場景、設施設備以至顧客服務。我們於中國內地的分店落實多項關愛顧客的舉措，以提供合適的設施，總結如下：



關愛

23

育嬰室



健康

14

兒童洗手間



11

兒童遊樂區



20

嬰兒車借用服務



78

無障礙設施



21

輪椅借用服務



40

店內急救箱



1

屋頂花園

鑒於消費者將購物習慣轉至線上零售平台，本集團進一步推進業務數字化轉型，以更有效地吸引顧客。

數字化平台如微信公眾號和微博平台等均有助我們與顧客保持交流互通，提升整體顧客體驗。本集團以個別分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。社群推廣和視頻內容推送有助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，達致品牌與營銷效應合一。

### 我們的舉措



智能



升級「新閃購」線上商城


**新閃購**  
NEW · LAB

「新閃購」線上商城的轉型優化已於2021年3月完成，以適應快速發展的數字化領域。

「新閃購」匯集本集團的資源，推出重點產品和吸引更多會員。為促進「新閃購」持續增長，我們正在增加國際商品的供應品類，尤其是化妝品。如今，顧客可以在「新閃購」上通過日常購物賺取積分，並兌換禮品、優惠券、泊車票等。

產品的多樣性以及創新的營銷活動使「新閃購」成為顧客首選的線上購物平台。「新閃購」平台自2017年首次推出以來已累積超過680,000名註冊VIP會員。





# 環境保護







# 玉蘭花



帶有不屈不撓、適應變化和愛護自然的寓意





我們致力以環保的方式營運業務並朝著減排目標邁進。我們本著SDG12「負責任消費和生產」的信念，透過實施有效的資源管理，履行環境責任。



新世界百貨在各個業務領域實施多項計劃，以管理碳排放、廢物、噪音以及能源和資源消耗等議題。本集團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。

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、租戶和顧客共同努力，與我們一起提高他們的環保表現。

本集團確保遵守相關環保法律及法規；回顧年度內，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

我們採用五步流程進行環境管理，以回應所識別的主要環保議題，並朝著「2030願景」向前邁進。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

我們根據能源消耗、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管理原則和方針，制定相應的政策和指引。以下是我們為回應與業務相關的環保議題而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。我們的目標是以2015財年為基準，將2030財年的碳排放強度和能源消耗強度分別降低12%和2%，以盡量減少我們的業務對環境的負面影響。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

準確披露環境數據及與持份者進行清晰明確的溝通對有效管理我們的環境影響至關重要。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。其中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如何創造和維持價值。

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，努力實現持續改進。我們已就能源管理、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，確保能預先掌握最新的環保議題和監管規定走向。持續監測和檢討百貨店和辦事處的環境數據已經成為本集團恆常工作的一部分。我們對這些數據進行追蹤和跨年度比較，務求確保妥善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。2021財年，我們繼續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。

### 節能降耗和能源效益

#### 我們的「2030願景」



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百貨店<sup>1</sup>和兩所企業辦事處。在我們「環保」願景的指引下，以上目標標誌著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

外購電力是我們分店和辦事處營運中最重要的能源供給。因此，節約能源在本年度重要性評估結果中被定為重要議題之一。為此，我們將重點放在提升能源效益上和致力尋求可節約能源的機會，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。

<sup>1</sup> 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、瀋陽津橋路時尚廣場、天津店、武漢建設店和鄭州店。

### 「Eco-World」智能電錶

2021年7月，新世界百貨試行「Eco-World」智能電錶能源管理系統，以提升能源數據收集和監測的準確性和一致性。此舉亦符合我們善用科技提升環保績效的理念。雖然本集團已實施了有助降低業務營運中能源消耗量的舉措，而準確監測可以協助我們辨識需要進一步節能降耗的領域，最終能更有效地管理氣候變化風險。

### 高能源效益的LED照明系統

本集團的混合經營模式包括百貨店和購物中心，其中照明系統發揮著必不可少的作用。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」），以減低照明系統的能源消耗。此外，LED政策針對不同用途的照明提供了有關具體的強度指引。通過採用LED照明與智能照明方案，我們能夠隨著時間的推移優化能源使用，以減少能源消耗並實現節能降耗的目標。

### 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2021財年繼續推行以下措施：



## 節能減排措施

### 百貨店

- 控制分店非必要照明的運作時間，尤其是在非營業時間
- 在寒冷季節利用室外冷風為室內作空調，從而達到節能效果
- 優化餐飲租戶廚房排氣和通風系統，提高去除廚房油煙和熱氣的能力，從而減少空調負荷
- 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

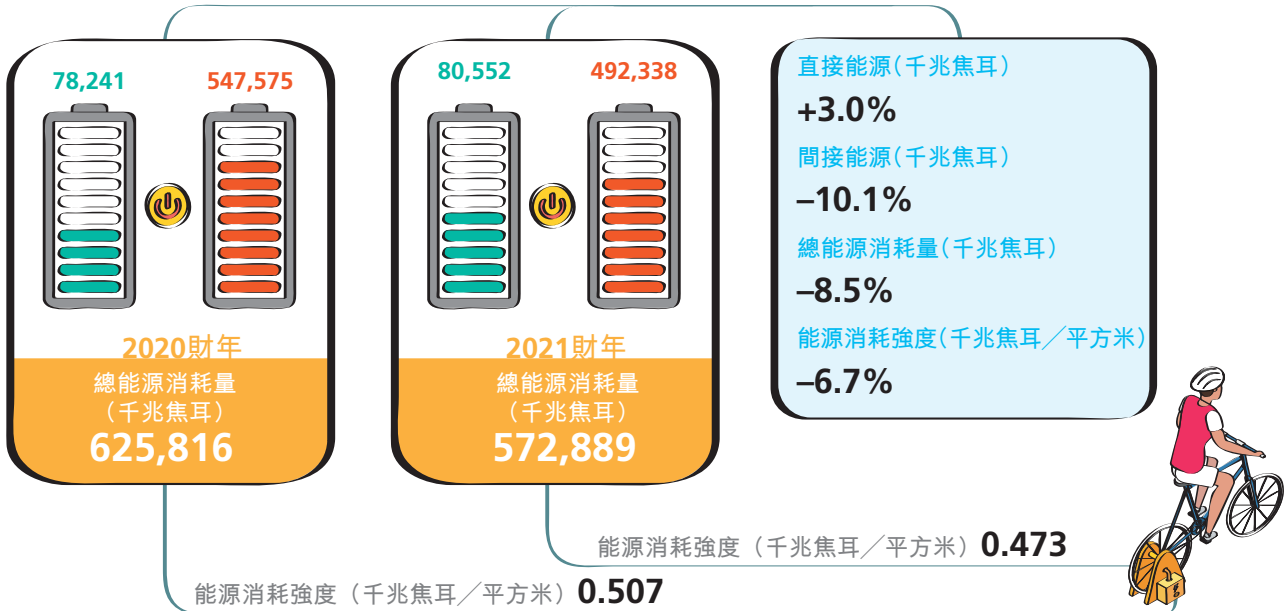
- 提醒員工關掉不必要的燈具和電器
- 提醒員工於午飯時間關掉燈具和顯示屏

### 加強環保意識

我們在減低與業務營運直接相關的負面環境影響方面扮演積極角色。我們通過組織各項活動、教育和培訓計劃在員工當中推廣環保習慣，提高環保意識，以支持公司內部的環保工作。

### 在節能降耗和能源效益方面的表現

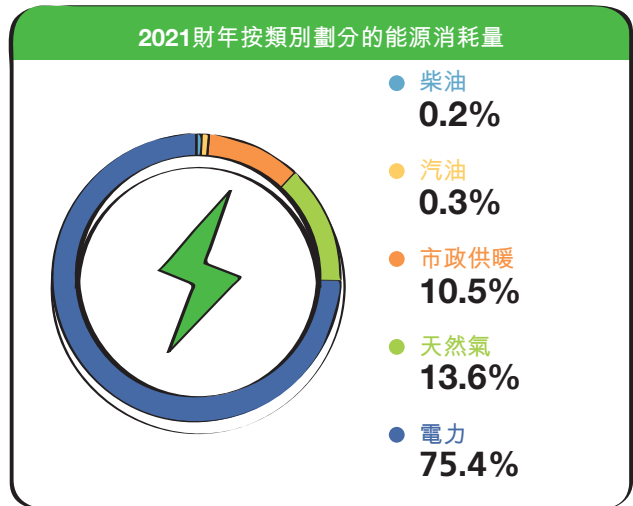
新世界百貨的總能源消耗量由2020財年<sup>1</sup>的625,816千兆焦耳下降至2021財年的572,889千兆焦耳，下降幅度為8.5%。能源消耗強度由2020財年的0.507千兆焦耳/平方米下降至2021財年的0.473千兆焦耳/平方米，下降幅度為6.7%。能源消耗下降的主要因素包括調整業務活動(縮減一家百貨店和縮短營業時間)以及全年實施能源管理舉措。



● 直接能源(千兆焦耳) ● 間接能源(外購電力和市政供暖)(千兆焦耳) ○ 變動百分比

本集團超過75%的能源消耗來自空調、照明系統和電梯等的電力使用，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。為反映本集團控制的消耗量，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2021財年下降13.6%至432,223千兆焦耳(2020財年為500,412千兆焦耳)，而2021財年的電力消耗強度下降11.9%至每平方米0.357千兆焦耳(2020財年為每平方米0.405千兆焦耳)。在我們實施節能措施推動進一步節能的同時，還有其他因素推動能源降耗。這些因素包括調整業務活動(縮減一家百貨店和縮短營業時間等)以及部分分店的裝修工作。



<sup>1</sup> 於2021年6月30日或之前結業的一家百貨店沒有計入2021財年的環境數據內。



## 溫室氣體排放管理

新世界百貨致力減少進入到大氣中的溫室氣體排放，努力實現低碳營運。為配合「2030願景」應對氣候變化，我們採用了以上分節詳述的各種措施，務求持續降低我們的碳排放量。

### 我們的「2030願景」



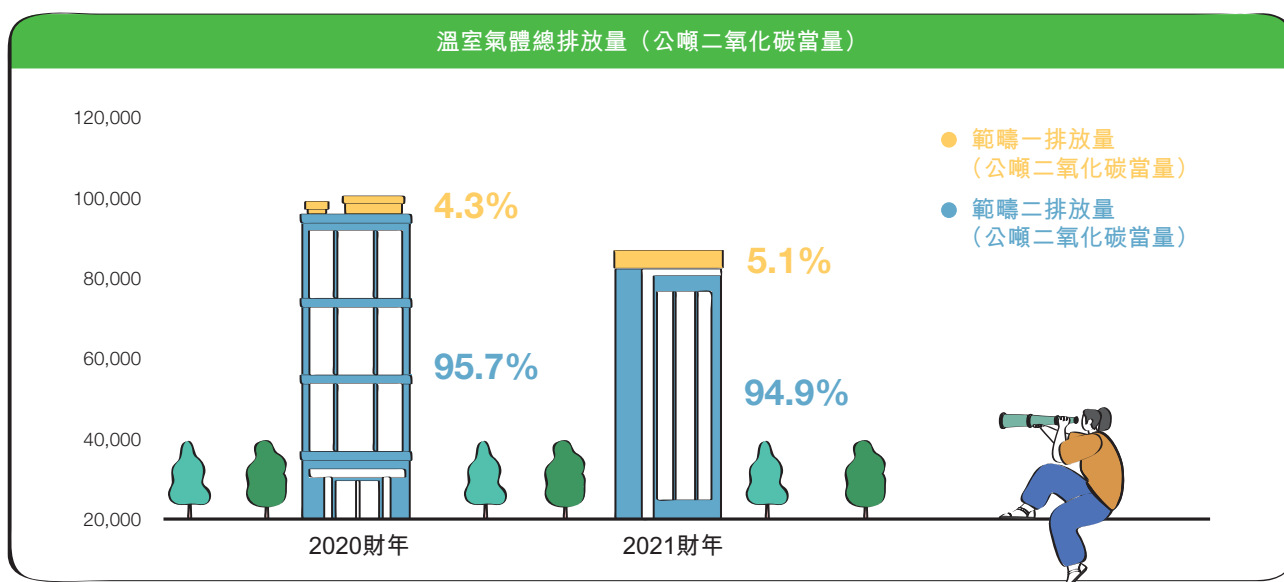
我們所訂立的第二項環保目標，旨在將2030財年的碳排放強度與2015財年的基準相比降低12%（以公噸二氧化碳當量/平方米計，並剔除租戶用量）。以上目標與涉及能源使用的第一項目標本質上相輔相成，且是通往新世界百貨減碳路徑的必經之路。此項目標的適用範圍與能源消耗強度目標相似，涵蓋新世界百貨或母公司擁有完全營運控制權的九家分店<sup>1</sup>和兩所企業辦事處。

### 我們的方法

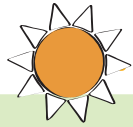
為評估我們對環境的影響，我們根據《香港建築物（商業、住宅或公共用途）的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》（2010年版）進行年度碳審計。溫室氣體排放以二氧化碳當量（CO<sub>2</sub>-e）進行量化，本報告所涵蓋的溫室氣體種類包括二氧化碳（CO<sub>2</sub>）、甲烷（CH<sub>4</sub>）、氧化亞氮（N<sub>2</sub>O）、氫氟碳化物（HFCs）、全氟化碳（PFCs）和六氟化硫（SF<sub>6</sub>）。我們監察和收集分店和辦事處層面營運過程中電力、市政供暖和燃料的使用情況。能源消耗產生的溫室氣體排放量通過將電力、市政供暖和燃料（包括自有車輛使用的燃料等）用量乘以排放系數計算得出。2021財年，電力（香港和中國內地）和市政供暖（中國內地）排放系數已更新，以反映公用事業機構的最新績效。除此以外，所有其他已使用的碳排放系數保持不變，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》。

### 溫室氣體排放管理方面的表現

2021財年，本集團的溫室氣體排放量為86,816公噸二氧化碳當量（2020財年為100,154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94.9%。年度平均碳排放強度從2020財年的每平方米0.0811公噸二氧化碳當量下降至2021財年的每平方米0.0717公噸二氧化碳當量，下降幅度達11.6%。



<sup>1</sup> 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、瀋陽津橋路時尚廣場、天津店、武漢建設店和鄭州店。



環保



## 舉辦「為地球發聲」環保活動，邀請顧客助力環保工作

為進一步實現我們的環保承諾，本集團繼續支持最大型的環保行動「地球一小時」提高人們對全球氣候危機的認識。今年，新世界百貨的多家百貨店和購物中心組織了「地球一小時2021」相關活動，以促進環境保護和邀請顧客助力關愛地球。

在「2021年世界地球日」當天，上海淮海店邀請了多個家庭，共同以「保護地球」為主題進行繪畫創作。此次活動旨在呼籲公眾關注環境污染及砍伐森林等不同的環境問題。

上海陝西路店聯合六家品牌合作夥伴，為顧客帶來趣味互動的環保活動，例如DIY環保藝術項目和不插电音樂會等。



環保



## 組織騎行活動，推廣綠色生活

2021年5月，五家分店攜手業務夥伴，組織低碳騎行活動。北京、天津、瀋陽和鄭州等城市的員工紛紛帶着引人注目的海報和綠

色標語，開啟他們的騎行之旅。此次騎行活動旨在宣揚綠色生活理念，鼓勵公眾在日常生活中多做對環境友好的決定。





環保



## 為城市居民而設的有機屋頂花園

自2015年以來，新世界百貨一直在上海浦建店培育屋頂花園，該花園佔地面積達900平方米，以推進城市耕作運動。屋頂花園改變了市民對城市空間的認知，使上海成為更具可持續性和更宜居的城市。截至2021年6月30日，屋頂花園的累計訪客量達59,095。

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。這個項目將持續到2023年，幫助我們的顧客和城市居民了解有機耕種和收割。更甚的是，屋頂花園所使用的肥料已獲認證，含有高於60%的有機成分。



### 應對氣候變化

氣候變化是全球當前面對的挑戰，對環境以至我們的社會經濟體系有着深刻的影響。全球氣溫上升、極端天氣事件、洪水、乾旱和海平面上升等氣候變化影響不僅可能使基建設施受損，還會破壞農業生產，甚至危及生命安全。本集團意識到，企業必須採取緩解和適應措施以管理物理風險和轉型風險。新世界百貨正在加快實施氣候應對行動的步伐，通過調整管理方針增加應對氣候風險的抵禦能力，並同時借助業務夥伴網絡來提升可持續發展表現。

隨着中央政府提出2060年前實現碳中和的目標，能源供應將發生重大變化，地區或國家層面的氣候政策也將陸續出台。向低碳經濟過渡的過程中還會導致碳排放成本增加；由於能源消耗是排放的主要來源，我們的碳成本將與能源管理措施的有效性密切相關。

除轉型風險以外，氣候模式的變化還增加了發生極端天氣(如颱風和洪水)的可能性。嚴重的物理風險可能會損壞我們的資產，增加維護成本，對我們顧客和員工的安全產生負面影響，並導致營運受影響。

考慮到上述風險，我們在所有營運領域制訂了減少能源消耗和相關的碳排放措施，並針對可能發生的與水相關的氣候事件制訂了應急計劃。本集團持續制訂和更新危機應對措施，務求將發生業務中斷的可能性降至最低。有關我們在這些方面所作出的努力，請參閱「節能降耗和能源效益」、「溫室氣體排放管理」和「賣場安全管理」分節。

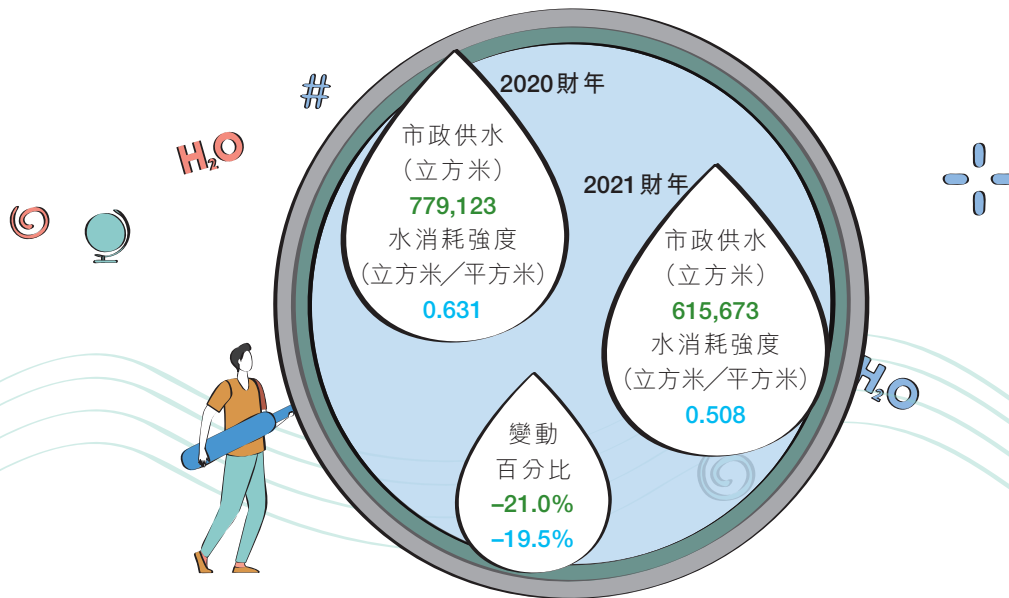


## 節約用水

水資源缺乏和水危機已被視為全球主要危機，新世界百貨已採取措施，以負責任和可持續發展的方式使用水資源。提高節約用水意識有助保護水資源和確保維持可持續供水，以配合業務營運及業務所在社區的需要。

### 節約用水方面的表現

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，以反映本集團可控的消耗情況。我們在2021財年的水消耗量下跌21.0%至615,673立方米(2020財年為779,123立方米)。相關跌幅亦與水消耗強度由2020財年的每平方米0.631立方米下降至2021財年的每平方米0.508立方米，下降幅度為19.5%有關。2021財年錄得的絕對水消耗量和水消耗強度的下跌，主要是由於縮減一家百貨店，因2019冠狀病毒病疫情減少營運活動，對部分分店進行裝修以及實施水資源管理舉措等所致。



## 廢物管理

根據我們的重要性評估結果，廢物是最受關注的環境議題之一。中國內地部分城市實施的廢物分類政策，使持份者和當地社區更加迫切地需要進行廢物管理。為進一步實現減少生態足跡的承諾，我們致力減少材料消耗和盡可能地將其回收利用，以在業務活動中有效利用資源。

廚餘是廢物管理的另一大議題。作為零售商，我們意識到自己在廚餘產生中的角色。隨着我們百貨店內的餐飲租戶越見增多，我們正不斷努力改善我們處理廚餘的方法，探討避免廚餘產生的方法。

### 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。

我們的《環保工作間政策》推廣節約用水，並提高員工對這個議題的認識。2021財年，我們定期進行水管洩漏檢測，並在夏季檢查冷卻塔，以防止因結構缺陷而造成水資源浪費。

### 我們的方法

我們在營運過程中貫徹落實4R:拒絕浪費(Refuse)，減少廢物(Reduce)，廢物利用(Reuse)和循環再造(Recycle)，以減少廢物產生量，並從源頭進行廢物分類，促進回收工作的進行。

#### 減少一次性塑料

本集團實施了不同舉措，目標在於減少我們營運過程中，尤其是在為顧客提供服務過程中，因使用塑料所產生的負面影響。

自2021年起，除非顧客另有要求，我們的百貨店不再主動分發塑料袋或一次性塑料物品。部分分店則以可生物降解袋子或紙袋來取代塑料袋。這些措施有助減少營運過程中產生的廢物數量，同時亦展示了我們對可持續發展的承諾。





環保

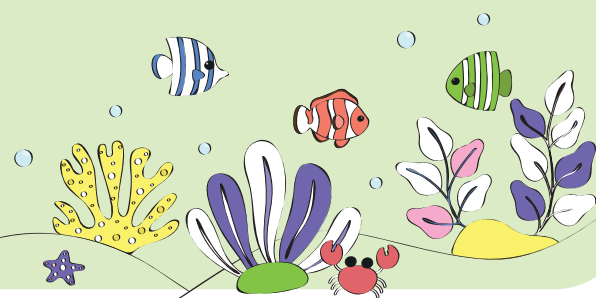


## 「深藍之境 重塑未來」—保護海洋，減塑淨塑

2021年5月，煙台店舉辦了一場環保運動，呼籲公眾本着可持續發展精神，以切身行動保護海洋生物。「深藍之境重塑未來」是此次活動的主題，強調了我們應避免使用一次性塑料，防止海洋污染。



80多位小朋友參加了環保時裝秀，他們用再生或回收材料製造服裝並向觀眾展示。其他小朋友則參與「繪製蔚藍海洋百人長卷繪畫」活動，展示自己的創造力。這幅畫後來在煙台店展出，向顧客傳遞有關全球塑料危機日益嚴重的信息，以及保護海洋棲息地和海洋生物的必要性。



### 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。本集團在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

各項內部流程已實現數字化，以提高我們的營運效率和避免不必要的紙張使用，進一步減少碳排放。

#### 「實現無紙化」措施

##### 百貨店

- 將「品牌庫存管理系統」和《經理工作檢查報告》轉移至網上數據庫，以減少用紙，提升歸檔效率
- 引入電子消費方式加快無紙化及於官方微信帳號上加入電子會員卡、電子現金券和電子發票等功能
- 引入電子收據取代列印收據，減少用紙

##### 辦事處

- 建立標準化的「企業資源計劃(ERP)系統」，推動營運自動化和無紙化營運

### 推動廢物源頭分類

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。

中央政府於2017年推行了城市固體廢物分類，其中上海為首批固體廢物分類試點城市。隨著《上海市生活垃圾管理條例》於2019年7月1日生效，新世界百貨致力採取措施，通過管理上海各分店對固體廢物的收集、運輸和棄置，促進城市固體廢物的分類。我們實施了多項減少和回收廢物的措施，例如在各分店內放置帶有清晰標示的回收箱，以提高人們對資源回收的認識，並促進廢物分類。工作人員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。我們設立了罰款制度，確保所有租戶在棄置垃圾前預先進行適當分類。

在未來幾年，我們計劃將城市固體廢物分類工作推廣到中國內地其他百貨店。

### 綠色採購

新世界百貨致力將環保原則融入到所有業務領域，包括在採購決策中力圖減少對環境的影響。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境風險。

#### 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。《環保採購政策》概述了綠色採購原則，反映了我們會優先考慮跟我們可持續發展承諾類似的供應商合作。本集團於2017財年制訂《環保採購政策》，為分店和辦事處提供指引，並選取對環境影響較小的材料作替代。

我們優先考慮可持續發展的替代材料來減少生態足跡，包括在印刷年度報告時選用經森林管理委員會(FSC)認證的紙品及選用大豆油墨，或為各分店和辦事處選購環保裝飾物料。

環保



### LOL原創生活概念店提供新款可持續商品選擇

新世界百貨希望通過拓展自營業務，包括LOL (Love • Original • Life) 概念店，提供新款的綠色產品選擇，推廣低碳生活方式。

我們意識到，可持續供應鏈和採購實務在整個產品生命週期中，對環境、社會和經濟的影響最大。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。

新世界百貨選擇綠色產品作為LOL原創生活概念店的主打產品，以支持環保產品的研發。今年的可持續概念主打產品是考格(KAOGÉ)品牌以軟木製成的環保袋和配件，其中軟木為可降解的自然環保材料。







# 社區發展





# 六出花

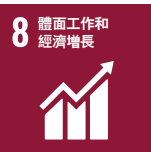


象徵財富、繁榮及連繫

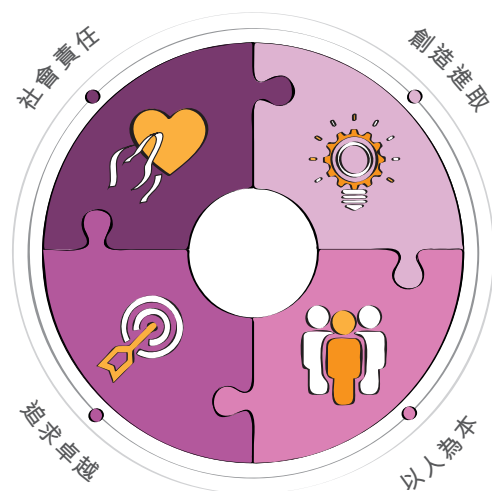




我們一直努力與我們所服務和經營所在的社區建立穩固的關係。儘管在2019冠狀病毒病的持續影響下，公眾對公共衛生的關注日益增加，但新世界百貨有信心履行各種社會責任，並擔當領導角色，改善員工、顧客以至整個社會的福祉。本集團推行企業社會責任計劃，以滿足社會需求，從而在新冠疫情期間和疫情後促進社區的可持續發展。



### 我們的核心價值



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。本集團的業務遍及17個主要地點，我們力求滿足當地社區的需要。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，以大眾化的價錢提供日常生活所需的食品和貨物，並提供就業機會。同時，我們也積極參與社區發展，為改善環境和關愛大眾作出貢獻。

## 我們的方法與措施

為了讓我們的社區參與發揮更大的影響力，本集團重點為長者、弱勢社群、殘疾人士和學生提供協助。鑑於疫情持續，我們還採取了進一步措施以體現我們對員工和顧客的關愛。

我們鼓勵員工通過參與義工服務和籌款活動來支持當地經濟，從而積極貢獻社區。我們自2013年起成立了新世界百貨義工隊，以推廣全國性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。

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布最新的義工活動。

本集團承諾回饋當地社區，支持各分店與當地慈善組織和非牟利機構建立更緊密的聯繫，這有助我們辨識需要支援的領域，並為社區舉辦相應活動。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



關愛



### 「愛讓星空藍起來」— 關愛自閉症兒童愛心公益活動

新世界百貨一直為自閉症譜系患者提供多方面支援，包括組織活動以提高公眾意識、與患者進行互動，以及與自閉症譜系障礙支援組織攜手舉辦籌款活動。



我們的八家百貨店與不同的非政府組織，在2021年「世界提高自閉症意識日」舉辦了特別義賣活動和展覽。顧客捐款人民幣42元，就會獲贈由自閉症兒童製作的繪本。百貨店共籌得善款超過人民幣25,000元，所得款項全部用予支援自閉症兒童。



關愛



### 在公益中收穫一份友善共情

作為負責任的企業公民，關愛長者及創造和諧共融社區是我們的責任。我們的員工通過參與家訪和贈送禮物，主動表達對長者的關心、關愛和支持。



2020年重陽節期間，我們八家分店組織了關愛長者的義工活動。綿陽店員工攜帶禮物包探訪當地護老服務中心，展示關愛和陪伴長者。上海七寶店為當地一家護老院的長者組織了娛樂節目，而另一家分店則準備了禮物包向長者送暖。

參與義工服務的員工不僅能夠回饋當地社區，還能通過行善獲得滿足感。新世界百貨鼓勵發展以社區為導向的思維模式，不止於為顧客提供服務，亦為經營所在的社區作出貢獻。





關愛



## 與本土藝術家合作推廣藝術和文化

「The Artisanal Movement」承載著新世界發展對於文化的希冀，在推動這一文化願景的歷程中，新世界百貨致力為本地社區有才華的工匠創造機遇。我們為本土藝術家提供平台，讓他們在我們的百貨店內展示其品牌和創作。2021財年，上海淮海店與一個網上社交平台合作，將25個本土設計師品牌引進店內，以推廣新潮流、時尚和藝術。

為感謝武漢市和全體市民的堅持，武漢建設店邀請了本土攝影師舉辦一場展覽，展示在持續數月的封城期間捕捉到的難忘時刻。

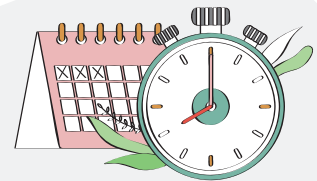


## 我們的表現

過去一年的表現堅定了我們支援社區的決心。在2021財年，本集團繼續與不同界別的夥伴合作，扶助社區中的弱勢社群。我們積極參與義工活動和企業社會責任項目，義工服務時數共計15,094小時。此外，本集團也向中國內地慈善團體和機構捐贈了7,251港元的善款。



義工人數：  
**1,124**人



總義工服務時數：  
**15,094**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2020中獲頒「環境、社會及管治」組別金獎



#### 香港管理專業協會

- 於「2021年度最佳年報比賽」中獲頒環境、社會及管治資料報告卓越獎



#### 香港提升快樂指數基金及香港中華廠商聯合會

- 於「開心工作間推廣計劃2021」中獲頒「開心企業」標誌



#### 強制性公積金計劃管理局

- 於2020/21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」



### 僱員福利



環境保護

世界綠色組織

- 於「聯合國可持續發展目標－綠色辦公室獎勵計劃」中獲頒「綠色辦公室」及「健康工作間」標誌



環境運動委員會

- 「香港綠色機構認證計劃」中取得「卓越級別」減廢證書和「良好級別」級節能證書



社會公益

香港社會服務聯會

- 於2020/21年度「商界展關懷」計劃中獲頒「10年Plus商界展關懷」標誌



外部倡議



# 可持續發展數據摘要

## 社會數據

員工人數		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	1,597	782	815	14	1,583
	固定期限／臨時合約	1,247	590	657	0	1,247
按僱傭類別劃分	全職	2,844	1,372	1,472		
	兼職	0	0	0		

培訓時數		2021 財年
<b>按職級劃分</b>		
前線科長級及以下		30,628.1
後勤科長級及以下		27,953.1
助理經理		6,705.4
經理		3,969.0
高級經理		1,044.3
助理總經理及以上		2,152.9
<b>按性別劃分</b>		
男性		32,299.1
女性		40,153.7
<b>總培訓時數</b>		<b>72,452.8</b>



總勞動力；永久合約員工中的離職及新進員工<sup>(1)</sup>

	2021 財年		
	總勞動力	離職員工	新進員工
<b>按職級劃分</b>			
前線科長級及以下	1,114		
後勤科長級及以下	1,350		
助理經理	184		
經理	107		
高級經理	27		
助理總經理及以上	62		
<b>按性別劃分</b>			
男性	1,372	77 (4.8%)	1
女性	1,472	97 (6.1%)	2
<b>按年齡組別劃分</b>			
30歲以下	246	9 (0.6%)	2
30至50歲	2,440	153 (9.6%)	1
50歲以上	158	12 (0.8%)	0
<b>按地區劃分</b>			
香港	14	3 (0.2%)	3
中國內地	2,830	171 (10.7%)	0
<b>總數</b>	<b>2,844</b>	<b>174 (10.9%)</b>	<b>3</b>

## 職業健康與安全

	2021 財年				
	缺勤率 <sup>(2)</sup>	工傷率 <sup>(3)(4)</sup>	誤工率 <sup>(4)</sup>	職業病率 <sup>(4)</sup>	死亡率
<b>按性別劃分</b>					
男性	1.27%	0.140	7.471	0	0
女性	1.47%	0.260	7.030	0	0
<b>按地區劃分</b>					
香港	1.76%	0	0	0	0
中國內地	1.37%	0.203	7.277	0	0
<b>總數</b>	<b>1.38%</b>	<b>0.202</b>	<b>7.243</b>	<b>0</b>	<b>0<sup>(5)</sup></b>

## 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事故(病假<零日)。
- (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」。
- (5) 2020財年及2019財年的死亡數及死亡率分別為1(0.03%)及0(0%)。



環境數據<sup>(1)</sup>

廢氣排放 <sup>(2)</sup>			
種類	單位	2020財年	2021財年
氮氧化物(NO <sub>x</sub> )	公噸	0.0414	0.0252
硫氧化物(SO <sub>x</sub> )	公噸	0.0008	0.0008
懸浮粒子(PM)	公噸	0.0031	0.0019

溫室氣體排放			
種類	單位	2020財年	2021財年
直接溫室氣體(範疇一)	公噸二氧化碳當量	4,314	4,471
間接溫室氣體(範疇二)	公噸二氧化碳當量	95,840	82,346
<b>總數</b>	<b>公噸二氧化碳當量</b>	<b>100,154</b>	<b>86,816</b>
溫室氣體排放強度 <sup>(3)</sup>	公噸二氧化碳當量／平方米	0.0811	0.0717

能源消耗 <sup>(4)</sup>			
種類	單位	2020財年	2021財年
天然氣	千兆焦耳	75,348	77,794
汽油	千兆焦耳	1,803	1,842
柴油	千兆焦耳	1,090	915
電力	千兆焦耳 (度)	500,412 (139,003,326)	432,223 <sup>(5)</sup> (120,061,807)
市政供暖	千兆焦耳	47,163	60,116 <sup>(6)</sup>
<b>總數</b>	<b>千兆焦耳</b>	<b>625,816</b>	<b>572,889</b>
能源消耗強度 <sup>(3)</sup>	千兆焦耳／平方米	0.507	0.473

水消耗 <sup>(4)</sup>			
種類	單位	2020財年	2021財年
市政供水	平方米	779,123	615,673
水消耗強度 <sup>(3)</sup>	立方米／平方米	0.631	0.508

物料使用			
種類	單位	2020財年	2021財年
紙張(A4)	公噸	20.3	20.6
紙張(A3)	公噸	0.4	0.5
紙製品	公噸	8.5	7.7
塑料袋	公噸	7.3	4.2





廢物處理			
種類	單位	2020財年	2021財年
<b>經回收的有害廢物</b>			
碳粉	公噸	0.2	0.2
<b>棄置於堆填區或經焚化的無害廢物</b>			
一般廢物	公噸	3,813.9	4,076.5
紙張	公噸	6.7	3.7
塑料	公噸 (公斤)	0 (37)	0 (0)
廚餘	公噸	5,450.4	6,844.4
<b>總數</b>	<b>公噸</b>	<b>9,271.1</b>	<b>10,924.8</b>
<b>經回收或再用的無害廢物</b>			
紙板	公噸	255.2	697.3
廢鐵	公噸 (公斤)	2.1 (2,050)	0 (10)
<b>總數</b>	<b>公噸</b>	<b>257.3</b>	<b>697.3</b>

## 備註：

- (1) 武漢時尚廣場已於2021年6月30日或之前結業，因此並無計入2021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) 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度內全年營運分店和企業辦事處的概約總樓面面積計算所得(即2020財年為1,234,288平方米，2021財年為1,211,288平方米)。
- (4) 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。
- (5) 2021財年的電力消耗量大幅下降，是由於2019冠狀病毒病疫情以及武漢時尚廣場結業而導致運營調整的綜合效應所致。
- (6) 由於2021財年冬季天氣較為寒冷，各分店的暖氣使用有所增加。



# 內容索引

## 通用準則

披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
GRI 101: 基礎2016			
GRI 102: 一般披露2016			
<b>組織概況</b>			
102-1	組織名稱	新世界百貨簡介(第7至10頁)	
102-2	活動、品牌、產品與服務	新世界百貨簡介(第7至10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	新世界百貨簡介(第7至10頁)	
102-5	所有權與法律形式	新世界百貨簡介(第7至10頁) 年報2021—財務報表附註(第81頁)	
102-6	提供服務的市場	新世界百貨簡介(第7至10頁)	
102-7	組織規模	新世界百貨簡介(第7至10頁) 員工關愛(第19至28頁) 可持續發展數據摘要(第58至61頁)	
102-8	員工與其他工作者的資訊	員工關愛(第19至28頁) 可持續發展數據摘要(第58至61頁)	關鍵績效指標B1.1
102-9	供應鏈	業務營運(第29至38頁)	層面B5供應鏈管理: 一般披露 關鍵績效指標B5.1
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	新世界百貨簡介(第7至10頁) 業務營運(第29至38頁)	
102-11	預警原則或方針	新世界百貨簡介(第11至18頁) 年報2021—企業管治報告(第34至46頁)	
102-12	外部倡議	我們的可持續發展方針(第11至18頁) 獎項與嘉許(第56至57頁)	
102-13	公協會的會員資格	獎項與嘉許(第56至57頁)	
<b>策略</b>			
102-14	決策者的聲明	主席寄語(第4至5頁)	
<b>倫理與誠信</b>			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	我們的可持續發展方針(第11至18頁)	
<b>治理</b>			
102-18	治理結構	我們的可持續發展方針(第11至18頁) 年報2021—企業管治報告(第34至46頁)	
<b>利害關係人溝通</b>			
102-40	利害關係人團體	我們的可持續發展方針—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	我們的可持續發展方針—持份者參與(第14至16頁)	
102-43	與利害關係人溝通的方針	我們的可持續發展方針—持份者參與(第14至16頁)	
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	我們的可持續發展方針—持份者參與(第14至16頁)	
<b>報道實務</b>			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	年報2021—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	我們的可持續發展方針—重要性評估(第17頁)	
102-47	重大主題表列	我們的可持續發展方針—重要性評估(第17頁)	

披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
102-48 資訊重編	不適用		
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	2020年12月		
102-52 報導週期	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62至67頁)		
102-56 外部保證/確信	驗證聲明(第68頁)		

## 特定主題準則

GRI標準	披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
<b>重大主題</b>				
<b>GRI 200經濟準則系列</b>				
<b>經濟準則系列</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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	新世界百貨簡介(第7至10頁)  年報2021—財務摘要、財務回顧 (第4至5、24至27頁)		
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)		層面A4氣候變化： 一般披露 關鍵績效指標A4.1
<b>採購實務</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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	業務營運(第29至38頁)		
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29至38頁)		
<b>反貪腐</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)		層面B7反貪污： 一般披露 關鍵績效指標B7.1 關鍵績效指標B7.2 關鍵績效指標B7.3
	103-2 管理方針及其要素			
	103-3 管理方針的評估			
GRI 205 反貪腐2016	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	我們的可持續發展方針—反貪腐 (第18頁)		
<b>GRI 300環境準則系列</b>				
<b>物料</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	我們正在優化數據收集系統，尋求在往後的報告披露相關的數據。	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			
	103-3 管理方針的評估	環境保護(第39至50頁)  環境保護—我們的方法與措施 (第41至42頁)  環境保護—廢物管理 (第48至50頁)		
GRI 301 物料2016	301-1 所用物料的重量或體積	可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		

GRI標準	披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
<b>能源</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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			
	103-3 管理方針的評估	環境保護(第39至50頁)  環境保護—我們的方法與措施 (第41至42頁)  環境保護—節能降耗和能源效益 (第42至44頁)		
GRI 302 能源2016	302-1 組織內部的能源消耗量	環境保護—節能降耗和能源效益 (第42至44頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
	302-3 能源密集度	環境保護—節能降耗和能源效益 (第42至44頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
	302-4 減少能源消耗	環境保護—節能降耗和能源效益 (第42至44頁)		
<b>水</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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			
	103-3 管理方針的評估	環境保護(第39至50頁)  環境保護—我們的方法與措施 (第41至42頁)  環境保護—節約用水(第48頁)		
GRI 303 水資源與污水 2018	303-1 共享水資源之相互影響	環境保護—節約用水(第48頁)	本集團只使用市政供水。	
	303-2 管理與排水相關的影響	環境保護—節約用水(第48頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
<b>生物多樣性</b>				
GRI 304 生物多樣性 2016	304-3 受保護或復育的棲息地	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)		層面A3環境及天然 資源:一般披露 關鍵績效指標A3.1
<b>排放</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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			
	103-3 管理方針的評估	環境保護(第39至50頁)  環境保護—我們的方法與措施 (第41至42頁)  環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)		
GRI 305 排放2016	305-1 直接(範疇1)溫室氣體排放	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
	305-2 能源間接(範疇2)溫室氣體 排放	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
	305-4 溫室氣體排放密集度	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
	305-5 溫室氣體排放減量	環境保護—溫室氣體排放管理 (第45至47頁)		
	305-7 氮氧化物(NOx)、硫氧化物 (SOx), 及其它重大的氣體 排放	可持續發展數據摘要 (第58至61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	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
<b>廢汗水和廢棄物</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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39至50頁)  環境保護—我們的方法與措施 (第41至42頁)  環境保護—廢物管理 (第48至50頁)	
	103-3	管理方針的評估		
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48至50頁)  可持續發展數據摘要 (第58至61頁)	
<b>有關環境保護的法規遵循</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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39至50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39至50頁)	
<b>供應商環境評估</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B5供應鏈管理: 一般披露 關鍵績效指標B5.2 關鍵績效指標B5.3 關鍵績效指標B5.4
	103-2	管理方針及其要素	業務管理(第29至38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	業務管理—供應商守則 (第31至32頁)	我們的供應商守則列明了我們供應商環境保護的要求。
<b>GRI 400 社會準則系列</b>				
<b>勞僱關係</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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19至28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	可持續發展數據摘要 (第58至61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—員工福利及待遇 (第22至23頁)	
<b>勞僱關係</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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27至28頁)	
	103-3	管理方針的評估		
GRI 403 職業安全衛生2018	403-1	職業安全衛生管理系統	業務營運—賣場安全管理 (第35至37頁)	
			業務營運—緊急應變及準備 (第36頁)	
	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	業務營運—危害識別和風險管理 (第37頁)	

GRI標準	披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引
	403-3 職業健康服務	業務營運 – 賣場安全管理 (第35至37頁)		
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	業務營運 – 賣場安全管理 (第35至37頁)		
	403-5 工作者職業健康安全培訓	業務營運 – 賣場安全管理 (第35至37頁)		
	403-6 工作者健康促進	員工關愛 – 職業健康與安全 (第27至28頁)		
	403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	業務營運 – 賣場安全管理 (第35至37頁)		
	403-9 工傷、職業病、誤工及缺勤人數及比率, 以及因工亡故人數	員工關愛 – 職業健康與安全 (第27至28頁)		
		可持續發展數據摘要 (第58至61頁)		
<b>訓練與教育</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)		層面B3發展及培訓: 一般披露
	103-2 管理方針及其要素			
	103-3 管理方針的評估	員工關愛 (第19至28頁)		
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24至27頁)	我們正在優化數據收集系統, 尋求在明年的報告披露相關的數據。	關鍵績效指標B3.1 關鍵績效指標B3.2
	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24至27頁)		
<b>童工</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)		層面B4勞工準則: 一般披露
	103-2 管理方針及其要素			關鍵績效指標B4.1
	103-3 管理方針的評估	員工關愛 – 勞動準則(第21頁)		關鍵績效指標B4.2
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 – 勞動準則(第21頁)	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。	
		業務管理 – 供應商守則 (第31至32頁)		
<b>強迫或強制勞動</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)		層面B4勞工準則: 一般披露
	103-2 管理方針及其要素			關鍵績效指標B4.1
	103-3 管理方針的評估	員工關愛 – 勞動準則(第21頁)		關鍵績效指標B4.2
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 – 勞動準則(第21頁)	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。	
		業務管理 – 供應商守則 (第31至32頁)		
<b>當地社區</b>				
GRI 103 管理方針2016	103-1 解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)		層面B8社區投資: 一般披露
	103-2 管理方針及其要素			關鍵績效指標B8.1
	103-3 管理方針的評估	社區發展 (第51至55頁)		關鍵績效指標B8.2
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51至55頁)		

GRI標準	披露項目	相關部分	備註(如:遺漏)	香港聯交所的ESG報告指引	
<b>供應商社會評估</b>					
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B5供應鏈 管理:一般披露 關鍵績效指標B5.2 關鍵績效指標B5.3	
	103-2	管理方針及其要素			
	103-3	管理方針的評估			業務管理(第29至38頁)
GRI 414 供應商社會 評估	414-1	使用社會標準篩選的新供應商	業務管理—供應商守則 (第31至32頁)	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。	
<b>顧客健康與安全</b>					
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B6產品責任: 一般披露	
	103-2	管理方針及其要素			
	103-3	管理方針的評估			業務管理(第29至38頁)
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	業務管理(第29至38頁)		
<b>行銷與標示</b>					
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B6產品責任: 一般披露	
	103-2	管理方針及其要素			
	103-3	管理方針的評估			業務管理(第29至38頁)
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	業務管理(第29至38頁)	本集團接獲一宗 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			
<b>客戶隱私</b>					
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18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			
	103-3	管理方針的評估			業務管理(第29至38頁)
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	業務管理—顧客資料私隱 (第37頁)		
<b>社會經濟法規遵循</b>					
GRI 103 管理方針2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B1僱傭: 一般披露	
	103-2	管理方針及其要素			
	103-3	管理方針的評估			員工關愛(第19至28頁) 業務管理(第29至38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	我們的可持續發展方針 (第11至18頁)	層面B4勞工準則: 一般披露 層面B6產品責任: 一般披露 層面B7反貪污: 一般披露	
					員工關愛(第19至28頁)
					業務管理(第29至38頁)

# 驗證聲明



## 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2021年可持續發展報告(「報告」)進行獨立驗證。報告內容覆蓋新世界百貨2021財政年度即2020年7月1日至2021年6月30日。

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(「香港聯交所」)的證券上市規則附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》(「ESG報告指引」)的要求編製而成。

香港品質保證局的責任是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》的核心選項及香港聯交所的《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2030目標表現及進度、環境績效數據、社會績效數據等；及
- 檢討用以編製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》的核心選項和香港聯交所的《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，與負責編製報告的代表面談。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

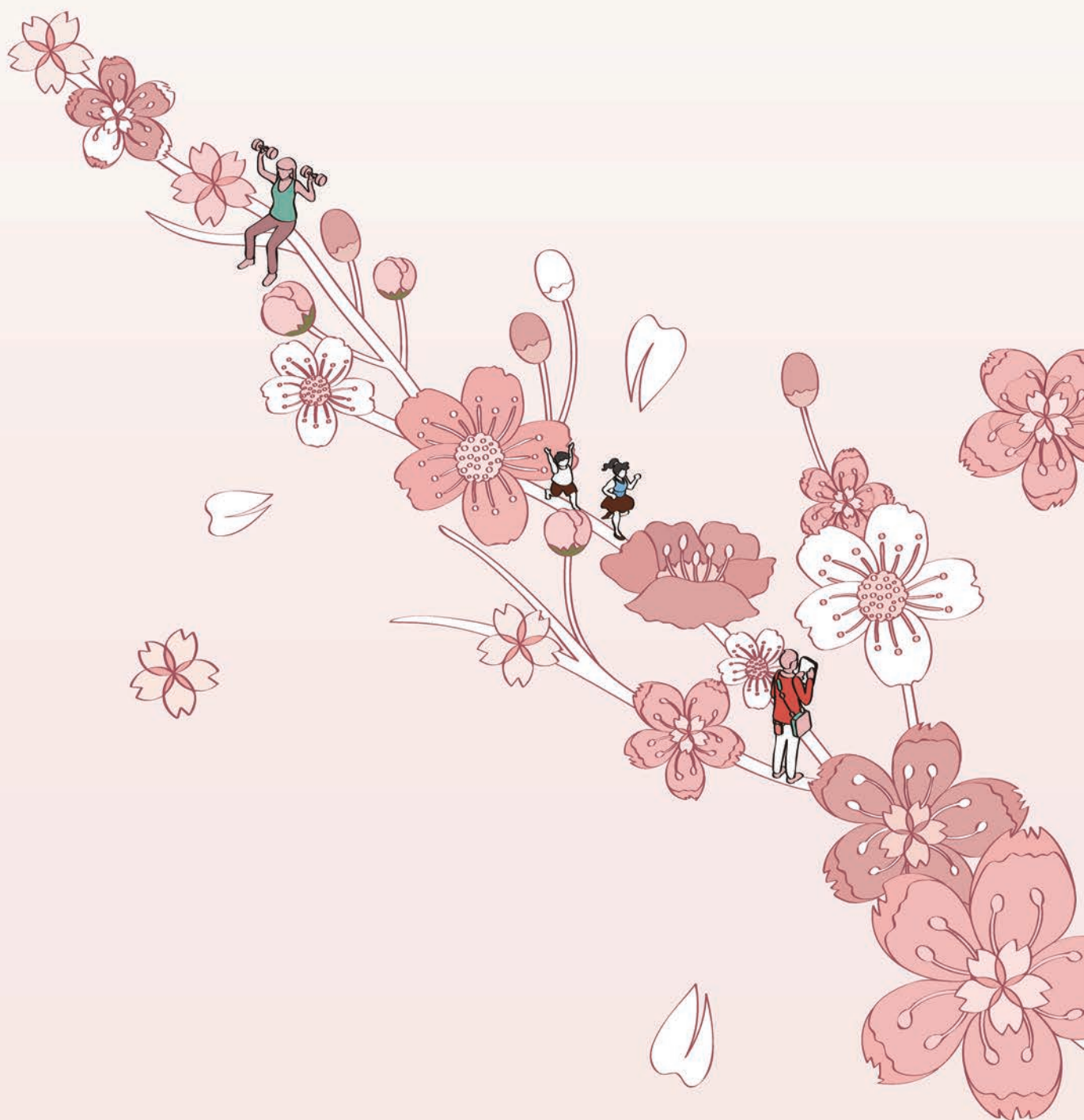
新世界百貨負責收集和陳述報告內容。香港品質保證局的工作不涉及收集和計算數據或參與編撰報告的內容，而整個核實過程是完全獨立於新世界百貨。

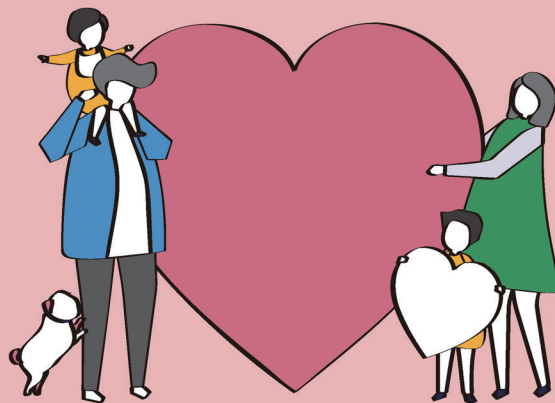
## 結論

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》的核心選項和香港聯交所的《ESG報告指引》而編製。總括而言，此報告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  
2021年11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：nwds@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