



PRADA S.p.A.

普拉達股份有限公司

(香港股份代號：1913)

2017年社會責任報告

目錄



歷史悠久的PRADA店舖
位於GALLERIA VITTORIO EMANUELE II, MILAN
照片Armin Linke

致持份者函件	3	4. PRADA 宇宙：文化舉措	49
1. PRADA 集團	4	4.1 打造創意未來	50
1.1 歷史	5	4.2 PRADA 基金會	50
1.2 二零一七年摘要	9	4.3 PRADA 與建築：榮宅	55
1.3 價值鏈	9	4.4 其他特別項目	57
1.4 道德、管治、合規及風險管理	14	5. 與社區一起	59
2. 追求卓越	19	5.1 環境保護	59
2.1 知識	19	5.2 保護所在地區	63
2.2 客戶體驗	34	6. 方法附註	66
3. 工作場所道德	39	6.1 重大方面識別	66
3.1 工作人員	40	6.2 報告程序	69
3.2 僱員關係	42	7. 為「符合」核心方案的GRI內容索引	71
3.3 多元化及機會均等	46		
3.4 貫穿整個供應鏈的工人安全	47		



致持份者函件

**Prada 集團的人員仔細觀察及
尊重民間團體及個人生活模式所發生的深度變化，
及科技與社會機構之間的分歧所產生的危機的影響。**

**這個不斷演變的情況促使我們的組織架構
須作出重大舉措以求適應，**

其主要是令所有業務範疇根據本集團的長遠增長策略而進行迅速數碼化。

**與此同時，我們需要保存且創新
Prada 的核心價值，**

並由內部知識、求知慾和敏銳洞察力構成的建設性對話體現出來，
讓我們能透過培養工作上所依據的創作力，詮釋複雜難解的情況，
並套用在由我們文化發展所引進的新模範上：最重要是可持續以保護下一代。

**Prada 計劃展示其社會承諾，
致力在當代世界不斷演變的景況中
對本主題進行深入分析。**

PRADA S.p.A. 主席

Carlo Mazzi

米蘭，二零一八年三月九日

1. PRADA 集團



歷史悠久的PRADA店舖
位於GALLERIA VITTORIO EMANUELE II, MILAN
照片Agostino Osio

Prada 集團是奢侈品行業全球領先公司之一，其透過 Prada、Miu Miu、Church's 及 Car Shoe 品牌設計、生產及分銷名貴手袋、皮具用品、鞋履、服飾及配飾。

本集團亦根據與行業領先者訂立的特定許可協議在眼鏡及香水行業開展經營，及透過收購 Pasticceria Marchesi 1824 進軍食品行業，定位於最高質量水平。

於二零一七年十二月三十一日，產品通過 625 間直接營運店舖(直營店)以及經過篩選的奢侈品百貨公司、獨立零售商及特許經營店網絡在全球 70 個國家銷售。

1.1 歷史

品牌的歷史可追溯至上世紀初。在一九一三年，Mario Prada在米蘭的Galleria Vittorio Emanuele II開設一家奢侈品商店，售賣皮手袋、旅行衣箱、化妝盒、精緻名貴配飾、珠寶以及貴重物品。憑藉產品的專門設計，加上選用上乘用料及精湛的手藝，Prada很快成為了歐洲貴族及高級資產階級尊貴份子的購物勝地。

一九一九年，Prada成為意大利皇室御用供應商。Prada一直能夠在其商標上展示薩伏爾家族的盾形紋章徽號及結繩設計。

經歷多年，Prada的名氣及聲譽與日俱增。

一九七零年代後期，本集團的發展出現轉捩點，當時Mario Prada的孫女Miuccia Prada與塔斯卡尼商人Patrizio Bertelli展開合作。本次合作集創造力與經營理念於一體，為即將到來的國際化擴張奠定基礎。Patrizio Bertelli打破奢侈品行業的常規，為該行業引入新企業模式，通過該模式，彼可直接對所有過程實施內部控制，確保整個生產週期遵守卓越質量標準。Miuccia Prada的創造天賦及前衛做法吸引了全球時尚界的關注，而其以獨到視角觀察世界的的能力，讓其不僅參與潮流，而是時常掀起領潮流。

一九七七年，Patrizio Bertelli整合其過去十年在皮具用品分部方面建立的生產資源及獲Miuccia Prada授予獨家特許使用權，以生產及分銷印有Prada品牌名稱的皮具用品。此後數年，兩個家族的業務活動逐步匯集由單一集團進行。





MIUCCIA PRADA及PATRIZIO BERTELLI
照片 Brigitte Lacombe

一九八三年，Prada 家族在米蘭的尊貴地段 Via della Spiga 開設第二家商店，米蘭為歐洲其中一個主要購物勝地。該新店展示了全新品牌形象，將傳統元素糅合到現代建築風格中，標誌著奢侈品零售行業的變革並從此真正成為業內新標準。

為響應 Prada 產品的受歡迎程度不斷提升，一九七九年女性系列由皮具拓展至首次推出鞋履系列，首個服飾系列於一九八八年在米蘭推出。同時，隨著在紐約、馬德里、倫敦、巴黎及東京等地新店舖的開設，Prada 開始走向國際化。

一九九三年，Prada 進軍男性市場，並首次推出男性服飾及鞋履系列。同年，受靈感啟發，Miuccia Prada 創建新品牌—Miu Miu—專為專注潮流及精緻，尤其時尚前沿及注重前衛的女性而設計。Miu Miu 目前提供女裝服飾、手袋、配飾、鞋履、眼鏡及香氛，其佔本集團銷售額的主要部份。

同樣在一九九三年，在開展創業活動的同時，Miuccia Prada 與 Patrizio Bertelli 創立「Milano Prada Arte」，及後發展成為「Prada 基金會」，以追求彼等對藝術及文化領域的興趣。

一九九七年，在其對運動酷愛的啟迪下，Patrizio Bertelli 組建「二零零零年美洲盃 Prada Challenge」帆船隊。Prada 的休閒系列產品亦於一九九七年問世，該系列標有獨特的「Linea Rossa」(「紅條」)。

一九九九年，享譽盛名的 Church's 品牌(於一八七三年創立於北安普頓)收歸 Prada 集團旗下。該投資最初與私募投資公司分享，然後 Prada 於二零零七年完成收購。該品牌專注於手工製高端鞋履，因其優質英倫傳統及練達優雅而享譽世界。

二零零一年，在與雷姆·庫哈斯(Rem Koolhaas)的合作設計下，Prada的「超級旗艦店」在紐約百老匯開業。這是「超級旗艦店」項目的首家門店，其設計目的為以全新的方式反思購物的涵義，以及與客戶進行新型互動試驗。二零零四年，第二家「超級旗艦店」在東京青山開業，緊接其後的第三家則位於比華利山羅迪歐街。

同年，Prada取得歷史悠久的意大利品牌Car Shoe的控制權，Car Shoe因其獨有軟皮平底駕駛便鞋而馳名。

二零零三年，Prada與意大利眼鏡生產商Luxottica訂立特許協議並於二零一二年將其續新，Luxottica為世界領先眼鏡企業。Luxottica Group現時為Prada及Miu Miu品牌生產及分銷眼鏡。同年，本集團亦開始與西班牙化妝品生產商Puig Beauty & Fashion Group合作，並於二零零四年年底推出首款名為Amber的香水。

二零零六年，為凸顯其品牌形象，Miu Miu在巴黎舉行了首個時裝秀。

二零零七年三月，由LG生產的首款Prada手機面世，這是世界上首款觸屏手機。二零零八年，與LG的成功合作關係續期，二零一一年，再度推出兩款手機。

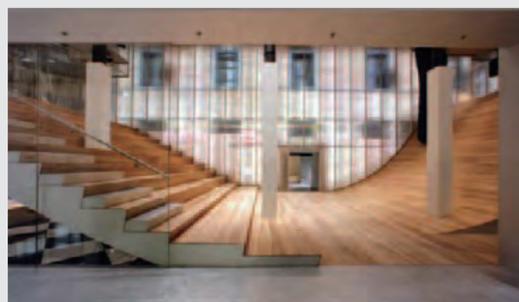
二零一一年六月二十四日，普拉達股份有限公司成功在香港聯交所主板上市。

二零一四年三月，普拉達股份有限公司宣佈取得Angelo Marchesi srl公司的控制權，該公司擁有成立於一八二四年歷史悠久的米蘭糕點店的所有權，成為正式進軍食品市場的標誌。

二零一五年，Prada集團完成收購法國Tannerie Mégisserie Hervy以進一步增強其綜合生產專有技術。同年，Prada集團與Coty Inc.合作推出首款Miu Miu香水。隨著於九月在米蘭蒙特拿破崙大街開設首家糕點店，Marchesi品牌的商業業務發展已開始成形。

二零一六年對製造業作出了廣泛的投資，從而完成了Scandicci皮革生產基地，以及翻新了意大利托斯卡納與翁布里亞之間的多家工廠。新的製成品物流中心的首個建設階段在托斯卡納完成。零售方面，Prada及Miu Miu商店推出了新概念。

二零一七年，Prada及Miu Miu店舖繼續進行有關重建品牌形象的工作，並推出期間限定活動以進一步支持零售活動。新Prada電子商貿平台在中國揭幕，此乃本集團邁向數碼策略的重要一步，而新電子商貿體驗將於二零一八年在全球推出。此外，於二零一七年，Prada集團獲納入二零一五年意大利第128號法令推出的合作合規制度。根據合作合規制度，本集團已根據相互透明及信任與意大利稅務機構成立了有系統及開放的溝通渠道，此舉將有助減低業務經營在稅務方面的不確定因素。



一九一九年

一九七七年

一九八八年

一九九三年

一九九七年

一九九九年

二零零一年

二零零三年

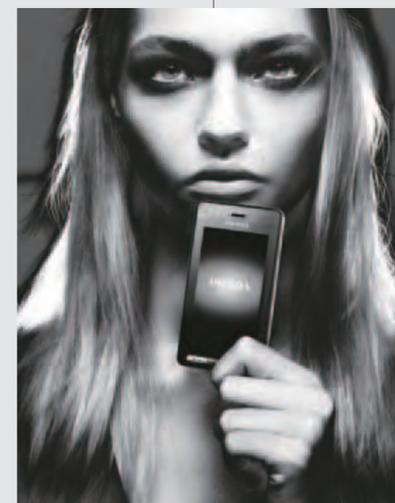
二零零六年

二零零七年

二零一四年

二零一五年

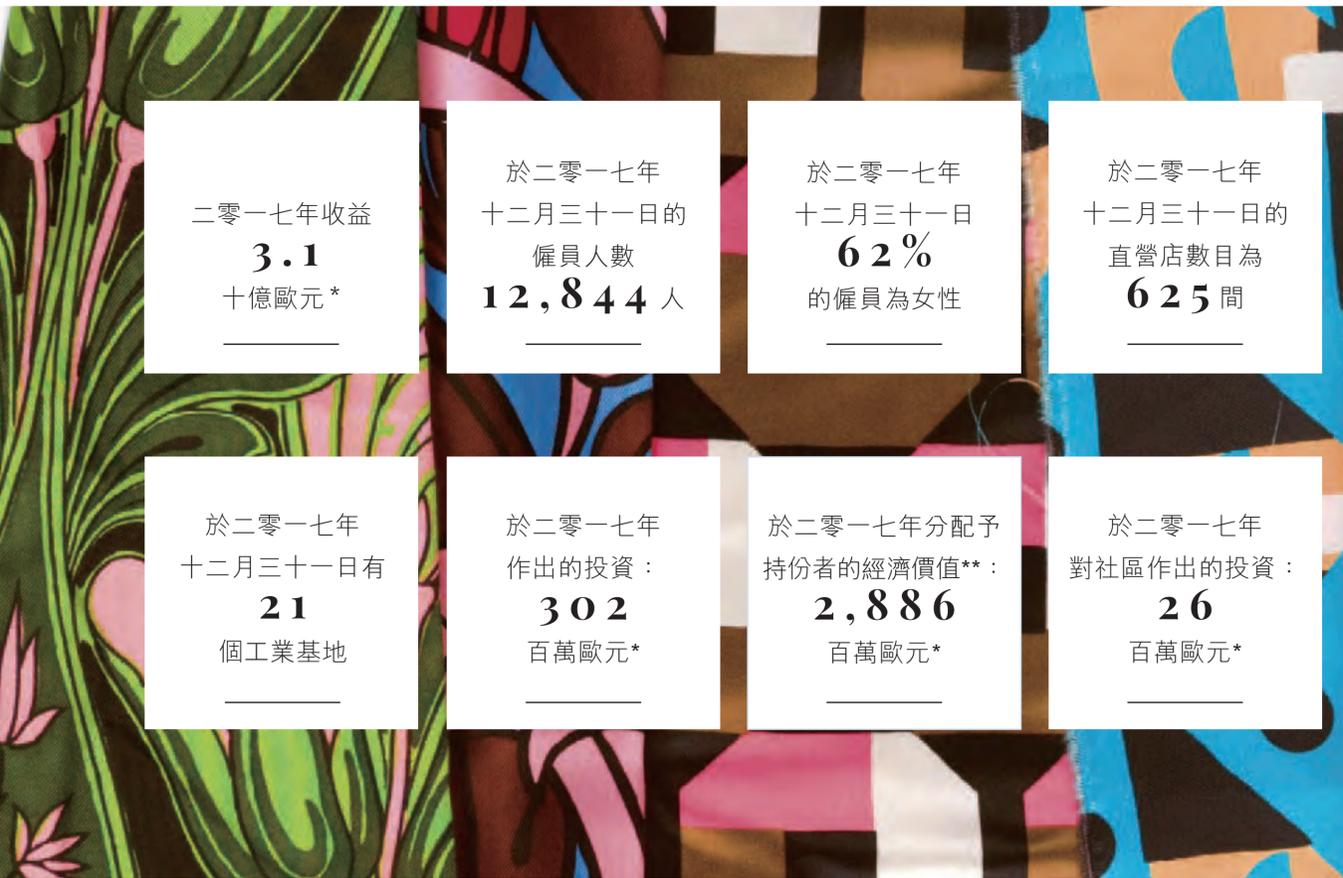
二零一七年



一九一九年－Prada，意大利皇室的御用供應商 | 一九七七年－Miuccia Prada及Patrizio Bertelli合夥 | 一九八八年－Prada女裝 | 一九九三年－Prada基金會 | 一九九七年－Luna Rossa | 一九九九年－收購Church's | 二零零一年－蘇豪區超級旗艦店 | 二零零三年－Prada香水 | 二零零六年－Miu Miu 在巴黎展示其收藏 | 二零零七年－Prada觸屏手機 | 二零一四年－收購Pasticceria Marchesi | 二零一五年－Miu Miu香水 | 二零一七年－Prada電子商貿平台在中國揭幕

1.2 二零一七年摘要

(備考經濟數據*)



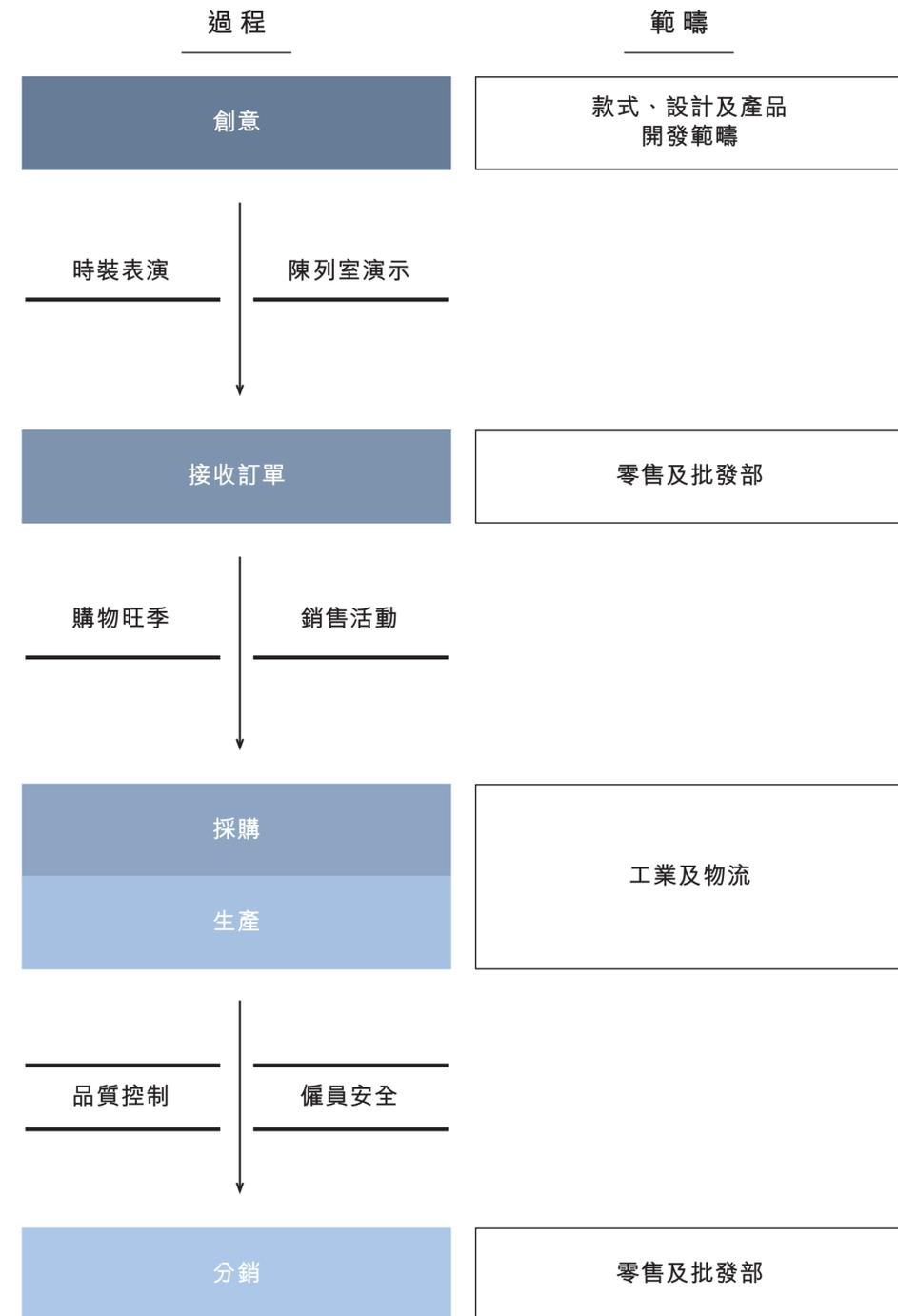
* 二零一七年一月三十一日至十二月三十一日的備考數據：將結算日由一月三十一日更改為十二月三十一日後，本年度的法定賬目為十一個月。

** 「分配予持份者的經濟價值」符合 GRI-G4 指標 EC1 參照第 13 頁。

1.3 價值鏈

本集團的業務模式是基於將手工技能與生產工藝工業化相結合的價值創造鏈。由於這一整合，本集團利用其風格技巧，能夠將前衛概念轉化成創新的高級產品，將產能與質量標準的嚴格控制相結合；同時，Prada 特別致力於沿整個供應鏈開發專有技術及保護道德價值。目標一直是為客戶提供體現 Prada 世界誠信及聲譽的精緻、高級及優質產品。

核心業務



1.3.1 創意

創意是價值創造過程的首個步驟。

Miuccia Prada 與勝任的設計師團隊一起擁有將求知慾、對新意及非一般意念的追

求、文化及社會利益與強烈的時尚感相結合的能力。這使得在 Prada 建立真正的「內部」設計文化成為可能，這亦是基於方法及紀律，引領創作過程中的每個人。

此獨特方式使 Prada 能夠預測並經常能夠影響潮流，不斷嘗試新的設計、面料、皮革及生產技術。這種嘗試及意見交換是於集團各項產品中發現的設計內容的重要組成部分。在「製圖板」及「試衣室」花於研究及品牌風格發展方面的時間對確定每個系列至關重要，其中服裝、鞋履及配飾相輔相成，確定了品牌的一致及代表性形象。

Prada 的創意以及公司傳統及標準所展現的強大吸引力持續吸引來自世界各地的人才，他們希望在眾多不同創意領域分享 Prada 的經驗。這導致在創作過程的各個環節建立了團隊：從時裝設計到製造、從建築到通訊及攝影、從店舖的室內設計到 Prada 集團參與的所有獨特及特殊的項目。

1.3.2 時裝表演及系列

系列的靈感來自時裝表演，這些表演總有豐富的內容，且過程一絲不苟，將創新時尚概念轉化成商業產品。

1.3.3 接收訂單

新系列在集團旗下的特定品牌陳列室展示，並與來自世界各地的內部及獨立買手及買家進行多次演示及分析。通過分享導致創造及通過地方市場產生變化的過程，每名終端消費者都可以獲得屬本集團商品特點的創新、獨特性及品質。

1.3.4 採購

選擇合適的供應商對達到最高質量標準至關重要。過往，本集團一直與最好的原材料供應商合作，其供應商本身在其行業為領導者及基準。在大多數情況下，這些都是長期關係，乃經過嚴格的挑選過程後建立，其嚴格的參數旨在確保最高的技術、經濟及道德可靠性標準。Prada 集團一直以來重視建立於日常互動之上的長期關係：這些合作關係不僅對參與者的增長及改善至關重要，而且對共享一個由質量、卓越及中長期價值創造而定的單一策略目標亦至關重要。

1.3.5 生產

除了廣泛的供應商網絡外，Prada 集團的產品在 21 個直接擁有的生產基地(意大利 18 個、英國 1 個、法國 1 個及羅馬尼亞 1 個)生產。本集團的大部分合作夥伴都是具有豐富經驗及十分傳統的工藝手工坊。這些作坊會獲提供經精心挑選的材料及所需的一切技術規格—從圖樣到數據表—首先生產樣品，然後生產商品。本集團經驗豐富的技師會在整個生產過程中不斷提供支援。

生產基地代表了 Prada 集團製造傳統的最佳表達，將傳統手工技能的保存與最先進的技術工藝結合起來，旨在於精益求精、品質及做工方面達到及保持無與倫比的標準。

在本集團的產業發展策略框架下，二零一七年位於托斯卡納的 Valvigna 新工業基地開始全面投產。年內，切割及原材料倉庫已配備為工業流程提供支援的所有設施；

現有員工 700 名。此外，本集團亦已完成新製成品物流樞紐(將 Prada 及 Miu Miu 產品分銷至世界各地的中央設施)的第二個工程部分，並已開設第三座原材料切割設施。除在規模經濟及工序控制方面的明顯效益外，該等基地在空間質量及每一個環節所使用的高科技方面均見突出。

1.3.6 控制

本集團利用大量資源以確保其原材料及產品加工質量卓越，同時保障終端消費者的健康及安全。每個工業部門都僱有技術人員，其職責是通過對進出材料進行嚴格控制及對外部生產基地進行日常視察來確保達到這些目標。產品及流程控制不僅可以確保達到標準，而且有助於持續改進。

Prada 已成立工業合規委員會，以確保其全球產品的生產及分銷一直符合適用的法律。委員會的目標不僅是符合所有現行法例，還要制訂比法律要求更嚴格的標準及程序。最終目標是對整體由消費者、製造商及外部環境組成的整個系統採取積極主動的態度。

1.3.7 分銷

定期研究及提升零售網絡，令店舖可吸引更多客戶，而且產品陳列更讓人印象深刻。

數年來，本集團擴大分銷網絡，在大型國際購物中心最繁華地段的直營店增至 625 家，與各品牌的形象、傳承及獨特性保持一致。這一龐大網絡可陳列新系列，是與

客戶的聯絡點，故為本集團的實質資產。除主要承擔的銷售功能外，直營店亦是重要的溝通途徑：是品牌的真正代言人，以一貫堅定的方式傳達品牌形象，並不時提供保障產品品質及耐用性的服務。直營店亦可讓本集團實時監察各品牌及產品種類在不同市場的銷售表現。

批發渠道(百貨店、多品牌商店、特許經銷商及電子零售商)提供根據地點聲望挑選的額外場所，並可與其他品牌進行直接及即時的比較。近年來，我們仔細檢討該銷售渠道及逐步削減賬戶數目，以符合本集團的零售策略及品牌定位。此外，本集團在數碼世界的發展已令其與主要電子零售商建立新的合作關係。

1.3.8 商標保護

本集團的知識產權部致力於保護商標以及打擊假冒及侵犯知識產權。為實現這一目標，本集團在全球範圍內有系統地採取預防及防禦措施，並不斷監察第三方對與 Prada 集團的區別性標記相同或可能混淆的商標、圖樣或設計的註冊。本集團時刻提防其商標、圖樣或設計被非法佔用，並監察傳統及網上零售及批發渠道。任何侵犯 Prada 知識產權的行為都將因本集團向主管當局提出反對或註銷程序而受到質疑。

Prada 每天與國家及國際海關機構以及意大利金融警察 Guardia di Finanza 及警方合作，以便攔截及充公假冒商品並評估在打擊假冒行動方面取得的進展。本集團亦就

此主題與包括世界知識產權組織、國際反假冒聯盟、法國的製造商聯盟 Union des Fabricants 及 Istituto di Centromarca per la Lotta alla Contraffazione 在內的組織合作。

隨著時間的推移，這些控制措施使本集團能夠為應對童工、強迫勞動、逃稅及洗黑錢等許多時與假冒案件有關的各種犯罪活動作出重要貢獻。

通過與當局的密切合作，過去三年，Prada 的反假冒措施在全球範圍內搜到 2.5 百萬件假冒貨品被扣押，對逾 335,000 條電子商務廣告提出爭議，以及從逾 4,737 個網站刪除非法內容。

Prada 集團密切關注社交網絡上日益猖獗的假冒產品非法銷售現象，於二零一七年下半年有逾 11,000 個非法帖子被刪除。在意大利，本集團與 Guardia di Finanza 的重要合作，令本集團得以攔截非法網站的活動，不僅在意大利，在歐洲其他地區及中國亦產生了廣泛影響。此外，近年來，Prada 集團透過舉報數百個出售假冒產品的網站，為國際刑警組織及歐洲刑警組織聯合採取的「我們的網站」(In Our Site (IOS)) 國際行動作出了貢獻。該行動於二零一六年關閉了 4,500 個網站，於二零一七年關閉超過 20,520 個網站。

1.3.9 特別項目

藝術、建築、文學及電影只是本集團不斷獲取靈感的部分文化範疇。網絡連接拓寬了視野、顛覆格局、大膽挑戰預期及創造突破常規的情景。與這些明顯不同領域的互動使多個特別項目得以實現，多年來有助於界定 Prada 宇宙的多個面貌(詳見下文第 4 章)。

1.3.10 經營表現及業務策略

更改年度報告期間的結算日

於二零一七年五月三十一日，本公司於股東大會上批准公司章程第 27 條，將年度報告期間的結算日由一月三十一日更改為十二月三十一日。批發渠道的旺季集中於每個曆年的年中和年底，過去數年，來自批發渠道的綜合收益比例大幅下降，而零售渠道的綜合收益則見增長。因此，於二零零四年將報告期間結算日更改為一月的理由現已不再適用。

二零一七年摘要

年內，Prada 集團專注於在提升銷量及盈利的中期策略中，進行一系列專為刺激商業表現而設的措施。

基於此目標，本集團重新調整各店舖內的商品組合，以較新開發的產品為主題特色，這實在有賴創意無限的設計團隊人才，他們經常利用形狀、物料和生產技術作試驗而取得靈感。新組合涉及所有產品類別，並獲得各種支援以進一步提升購物體驗及加強與客戶的關係。本集團的二零一六年計劃取得進一步發展，按照品牌的新審美觀概念，更新 Prada 及 Miu Miu 店的概念；Church's 是下一個重建品牌形象的另一間品牌店。同時，本集團的銷售計劃獲得數碼方面的大膽行動支持，而實體零售仍然是全渠道策略的中心。年內，本集團鞏固與主要網上銷售營運商的合夥關係。此外，直接電子商貿渠道處於發展階段：範疇已擴大，而採用全新圖像及具備各種功能的 prada.com 網站已於十二月在中國推出，新網站亦將於二零一八年逐步

擴展至所有國家。新平台的設計讓人重獲無微不至的購物體驗，同時亦融入實體店和社會網絡元素。數碼策略亦涉及可觀的廣告和傳訊投資，增設針對社交網絡及網上世界的媒體內容。

本集團一直忙於在不同市場推廣「期間限定」活動：在全球最具名氣並推出全新產品並強調品牌形象的商場作短期陳列商品。由於期間限定概念可提供即時轉交管理層的消費模式及零售店舖存貨量等重要資料，故這概念將於二零一八年作擴展和演進。

市場對市場推廣工作的反應令人鼓舞，但是在地域和產品上則有所不同。整體而言，本年度的銷售趨勢顯示銷量按月逐步增長，而在盈利方面，貢獻較大的是二零一六年的正價貨品。這加強了管理層對達致中／長期目標的信心。

生產方面，為求加強及優化生產及分銷，本集團作出額外投資。位於托斯卡納的Valvigna新切割設施及材料倉庫現正全面投產，並已擴充至包括所有生產支援業務，現有員工700名。此外，本集團亦已完成新物流樞紐(Prada及Miu Miu將商品運往世界各地的中央設施)的第二個工程部分，並已開設第三座切割設施。後者投資是一項大型項目的一部分，旨在維持生產過程的重要階段，從而確保頂級質素。新製造設施在工序及質量控制方面帶來重大效益，在先進技術及精心設計的工作空間均見突出。

二零一七年是進行形象及客戶關係特別策略項目的一年。

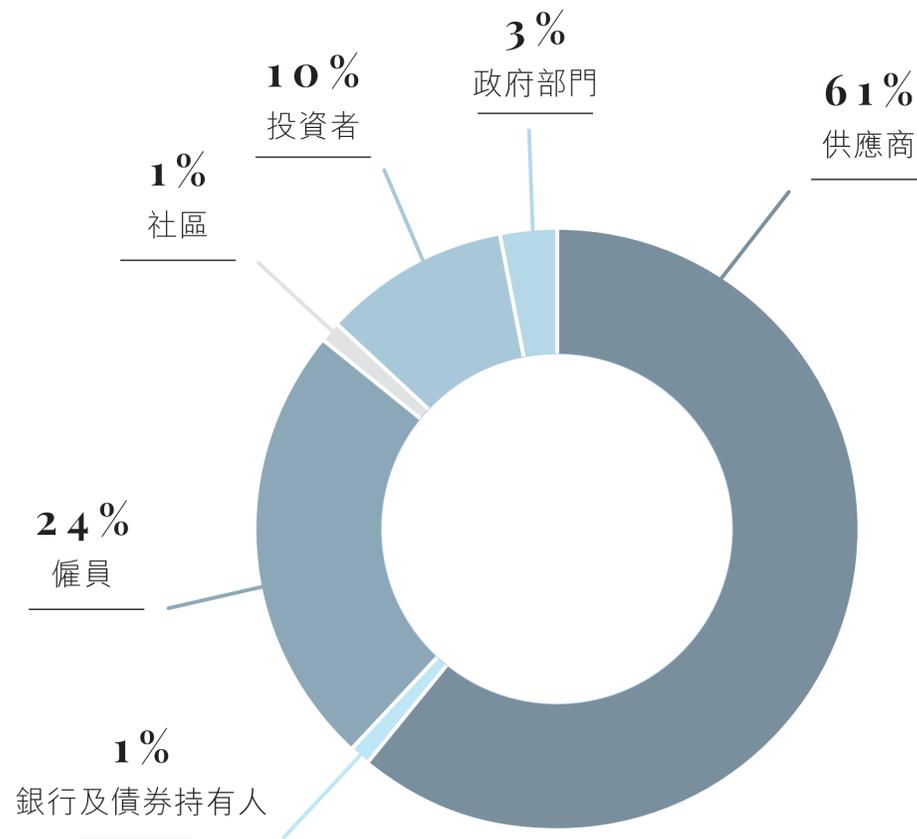
經過漫長的精心復修工程後，本集團於十月重開上海自由風格古宅榮宅，榮宅現為本集團在中國的文化場所。於本年稍後時間，Prada正式參與第36屆美洲杯帆船賽，並將贊助Luna Rossa隊及首次擔任整個帆船賽事的冠名及特約贊助商。

於二零一七年，本集團在多個業務範疇作出重大投資。同時，本集團可能賺取與去年同期相若的經營溢利。

EC1 指標 – 已產生及已分配直接經濟價值	二零一五年 二月一日至二零一六年 一月三十一日止 十二個月 千歐元	二零一六年 二月一日至二零一七年 一月三十一日止 十二個月 千歐元	二零一七年 一月一日至二零一七年 十二月三十一日止 十二個月備考 千歐元
	已產生經濟價值	3,553,898	3,190,896
已分配經濟價值	3,207,289	2,925,740	2,885,678
經營成本	2,014,073	1,831,423	1,753,276
分配予僱員的價值	702,543	677,144	696,759
分配予銀行及債券持有人的價值	19,420	17,293	16,876
分配予政府部門的價值	159,367	95,647	85,156
分配予投資者的價值	284,699	282,180	308,073
分配予社區的價值	27,187	22,053	25,538
已保留經濟價值	346,609	265,155	177,188

二零一七年十二個月備考合併利潤表(根據EC1 (GRI-G4)指標界定的已產生及已分配經濟價值的模型呈列)顯示的已保留經濟價值為177.2百萬歐元，比二零一六年十二個月下降了88百萬歐元。此縮減除了因為報告期間縮短以外，主要亦由於零售額下降，導致已產生經濟價值減少。同時，分配予股東及僱員的價值影響較大，分別佔已產生價值的10.1%及22.7%(二零一六年分別佔8.8%及21.2%)，進一步攤薄已保留價值部分(由二零一六年的8.3%降至二零一七年的5.8%)。

下圖列出了分配予持份者的經濟價值：



1.4 道德、管治、合規及風險管理

1.4.1 道德守則

Prada集團認為尊重道德原則是其價值觀及成功的基本支柱。本集團相信並按以下方式經營：

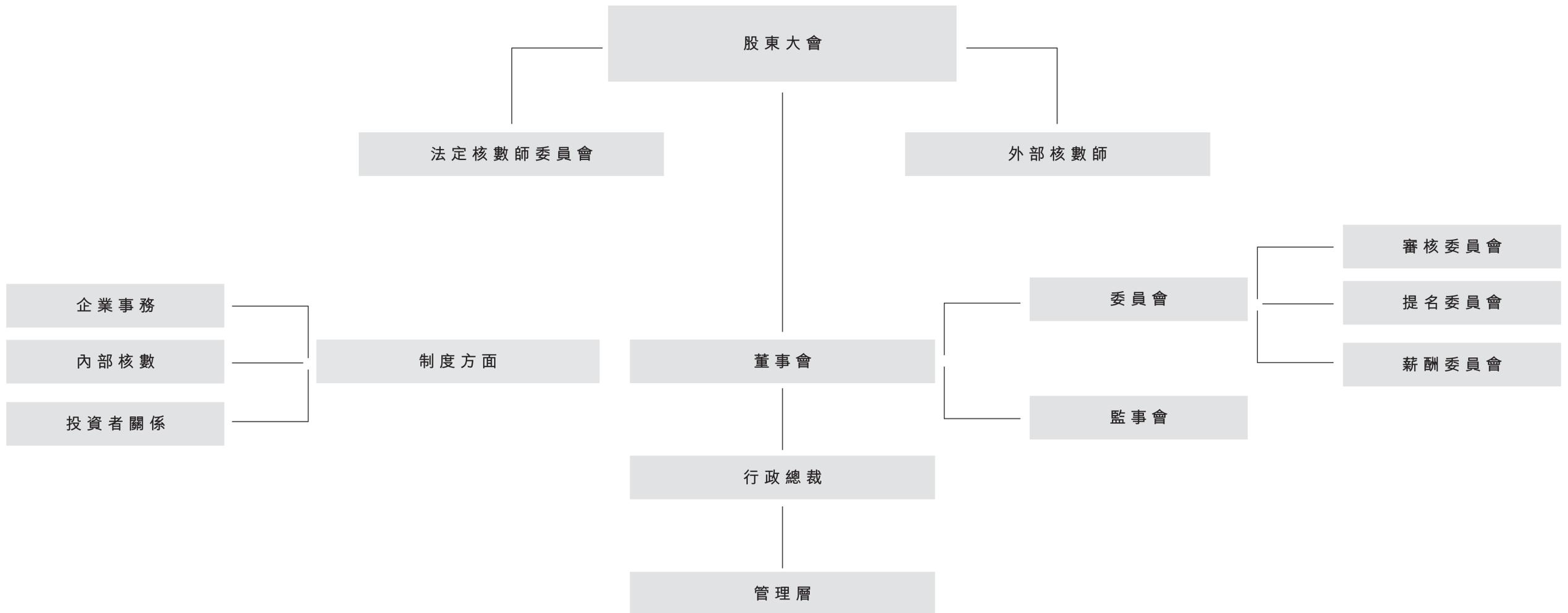
- 遵守其經營所在各國的立法及監管規定；
- 合法、忠誠、正確及透明；
- 尊重私隱；
- 尊重人的價值；
- 尊重競爭，作為經濟體系發展的一項重要工具；
- 尊重環境及有保護環境的意識。

自二零零七年以來，這些原則已在Prada集團的道德守則中得到了正式的表達。守則載有組織的指導原則，作為本集團管治模式的主要支柱之一，得到一套程序的支持，以便將這些價值觀轉化成日常行動。

道德守則的採納及應用對於實現本公司的主要目標至關重要，其中包括為股東、僱員、客戶及整個社區創造價值。

道德守則分發予所有僱員和參與開發、製造、推廣、分銷及銷售組織的組合中品牌產品的各方。本集團通過網上出版物、直接通訊等多種方式宣傳守則的知識，並依照程序作為與大多數合作夥伴訂立的供應合約的一部分，因為其被認為是建立所有合約關係的先決條件。

1.4.2 管治模式



本集團採用的公司管治模式包括一套規管本公司在本集團內部建立高效透明業務的規則、規定、慣例及程序，以保障本公司股東的權利及提高股東價值。本公司採用的公司管治模式亦符合適用規定，特別是符合香港聯交所上市規則附錄十四所載的企業管治守則的原則。

本公司已根據意大利民法典採納一套「傳統」管治制度，包括管理機構－董事會、監督機構－法定核數師委員會以及審計及會計監控機構－核數師行。本公司亦根據責任準則採納代表及權力制度，旨在確保按照本公司自身採納的程序有效及規範地開展業務。

為了實現可持續及均衡的發展，本公司視董事會層面的多元化為達致其策略目標的關鍵因素。所有董事會的任命都是基於用人唯才，而候選人乃根據客觀標準及各人

可以為董事會自身的運作作出的專業貢獻選出。董事會多元化政策自二零一三年以來已獲董事會審議通過，涵蓋多項因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業經驗、技能、知識及國籍。

截至二零一七年十二月三十一日止十一個月的財務報表獲批准為止，履職的董事會由九名董事組成，於二零一五年五月二十六日舉行的股東大會上獲任命，任期為三個財政年度(二零一五年至二零一七年)。具體來說，董事會由四名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事組成。

所有董事都在各自的專業領域中成就卓越，並在各自的職能中協助董事會。

董事會負責本公司的日常及特殊管理工作。董事會有權進行其認為適當的一切行為，以實施並達到公司的企業目的，惟法律或公司章程規定保留屬股東大會權限的行為除外。

特別是，董事會負責制定本集團的整體策略，以及批准年度預算、非經常交易、與關連方的交易以及所有其他具有重大財務影響的舉措。董事會亦負責檢討本公司及本集團的經營及財務表現；其詳細審查每個季度的經濟表現，並於必要時更新預算。

董事會主席為本公司法律代表。主席保證企業管治常規及程序的適當應用並監督其應用，同時召集會議及負責董事會的活動。行政總裁透過董事會採納的策略，負責管理本公司的業務。

董事會	職位	性別	年齡
執行董事			
Carlo Mazzi	主席	男性	> 50
Miuccia Prada Bianchi	行政總裁	女性	> 50
Patrizio Bertelli	行政總裁	男性	> 50
Alessandra Cozzani	財務總監	女性	> 50
非執行董事			
Stefano Simontacchi		男性	30 - 50
Maurizio Cereda		男性	> 50
獨立非執行董事			
Gian Franco Oliviero Mattei		男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50

董事會由其所設委員會，即審核委員會、薪酬委員會及提名委員會進行的主要初步及諮詢活動得到協助。每個委員會(包括其主席)主要由獨立非執行董事組成。

審核委員會的主要職責是就本公司的財務報告流程以及其內部控制及風險管理系統的有效性，為董事會提供獨立意見。

審核委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50

薪酬委員會的主要職責是就本公司董事及高級管理層的薪酬政策向董事會提出建議。

薪酬委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
Giancarlo Forestieri		男性	> 50
Carlo Mazzi		男性	> 50

提名委員會的主要職責是制訂及修改提名董事的政策、每年評估獨立非執行董事的獨立性，並就董事會的架構、規模及組成向董事會提出建議。

提名委員會	職位	性別	年齡
Gian Franco Oliviero Mattei	主席	男性	> 50
廖勝昌		男性	> 50
Carlo Mazzi		男性	> 50

諮詢委員會提出的建議定期提交董事會討論及考慮通過。

法定核數師委員會負責核實對適用法律、法規及公司章程的遵守，以及對完善管理原則的遵守，特別是本公司採納的組織、行政及會計架構的適切性及其正常運作。

於二零一五年五月二十六日舉行的股東大會任命了由三名法定核數師及兩名替任法定核數師組成的現任法定核數師委員會，任期為三個財政年度(二零一五年至二零一七年)，即直至截至二零一七年十二月三十一日止年度的財務報表獲批准為止。

法定核數師委員會	職位	性別	年齡
Antonino Parisi	主席	男性	> 50
Roberto Spada		男性	> 50
David Terracina		男性	30 - 50

根據意大利二零零一年六月八日第231號法令，本公司設立了監督機構，其主要職責是確保本公司根據該法令採納的組織模式的運作、有效性及執行。監督機構是由合資格及具備經驗的人士中挑選及由董事會提名的三名成員組成。

監督機構	職位	性別	年齡
David Terracina	主席	男性	30 - 50
Paolo De Paoli		男性	30 - 50
Gian Franco Oliviero Mattei		男性	> 50

二零一六年，企業社會責任委員會成立，旨在推動社會責任領域的計劃及項目，並與高級管理層分享實施方針。委員會就被認為對本集團更具策略性的社會責任事項與各部門開展系統對話。

有關企業管治的更多詳盡資料載於二零一七年年報所載的企業管治一節。

1.4.3 合規及風險管理

鑑於複雜的監管環境，Prada集團指派多個部門及聘請外部專家以了解不斷變化的法律及法規的最新情況，以便其能適時修改其程序及將違規風險降至可接受水平。

本集團總體上已將內部控制制度作為本集團附屬公司管治機構、管理層及公司執行的一個流程，以就控制目標將會達到提供合理確定。

更具體地說，普拉達股份有限公司董事會參照CoSO報告(Treadway委員會贊助組織委員會－最佳的國際常規)等國際認可模式，參與通過檢查其主要組成部分的運作持續完善內部控制及風險管理制度，而這些組成部分包括以下各項：

- 控制環境；
- 風險評估；
- 控制活動；
- 資訊及溝通；
- 控制制度。

內部控制制度有助於確保公司資產的保護、其流程的效率及效益、提供予其管治機構及市場的資訊的可靠性以及對法律法規及公司章程與內部程序的遵守。

參與內部控制及風險管理的機構乃董事會、審核委員會、監督機構及法定核數師委

員會以及全體管理人員，其主要工作是執行所有必要的流程及程序來實現公司的目標，以通過適當控制制度來減少組織風險。

此外，內部審核部門與上述機構密切合作，除一般的保證活動外，目前亦在(其中包括)風險管理活動方面協助董事會及內部審核委員會。此外，工業合規委員會就實施影響原材料及成品進出口的法律及法規制訂指引，同時在工業合規方面向製造部門提供各種形式的協助。

為符合二零零一年六月八日第 231 號法令的規定，本公司已成立一個監督機構，其主要職責是確保本公司依據上述法令所採納的組織、管理及控制模式的運作、有效性及執行，以便控制風險及防止參與本公司業務的董事、僱員及第三方進行有關法令所載列的犯罪行為，包括但不限於賄賂及洗黑錢。

於財務期間，本公司並無發現於 Prada 集團開展業務過程中存在任何嚴重不符合有關賄賂、勒索、欺詐及洗錢的適用法律及法規的情況。

風險評估包括確定及分析可能使業務目標難以達到的因素，並藉著確定如何避免、降低或承擔這些風險的過程而完成。經濟、監管及經營環境不斷變化的事實，使之有需要建立有助確定及應對這些變化帶來的具體風險的機制。

對於 Prada 集團，風險可分為以下幾類：

1. 與國際奢侈品市場或整體經濟狀況、知識產權保護、形象及品牌知名度以及預

測潮流及應對消費者不斷轉變的品味的能力有關的風險；

2. Prada 集團特有的與要員重要性、策略實施、外判、法律及監管合規以及數據及資料處理有關的風險。關於本公司應對風險的方法，舉例而言，值得一提的是就稅務風險採取的行動：Prada 集團獲納入二零一五年意大利第 128 號法令引入的「合作合規」制度，僅有少數意大利公司獲納入該制度。目前本集團正在申請加入國際「合作合規」制度；

3. Prada 集團特有的與匯率波動、利率波動、信貸風險及流動資金風險有關的財務風險。

其他資料載於二零一七年年報的財務回顧及企業管治章節。

除二零一七年年報呈列的資料外，尤其是有關稅務審核及爭議的附註 26 (「風險及費用撥備」)，Prada 集團於年內並無遭受大額罰款或非金錢處罰。

2. 追求卓越



2.1 知識

Prada 印證了品質上乘，工藝技術超凡可在創造力與規範、傳統和技術進步、工藝與工業生產之間創造永續性和平衡。

所有的產品製造工序仍保留了注重產品質量與細節的傳統手工藝精神，它們被巧妙地融匯入一個由 21 個專利廠房組成的工業團體（意大利 18 個、英國 1 個、法國 1 個及羅馬尼亞 1 個），以及經嚴格挑選和監控的外部供應商網絡內。

設計、產品開發及直接生產與外判生產的強大整合，讓 Prada 能夠對品牌的工藝技術及整個供應鏈的品質標準進行嚴密監控。

絕大多數原型、樣版及部分製成品都是本集團本身的設施生產製造，而最重要的生產環節，例如對所有原材料的控制及皮革的切割，亦由本集團負責。

2.1.1 原材料的採購及使用

原材料的質量是 Prada 產品的基礎所在，亦是本集團優先考慮的事項。這正是本集團的服飾、鞋履及皮具用品生產部門直接挑選其供應商、直至製成品完成為止一直協調和監督製造過程的原因。從一開始，這種方法便是 Prada 工業策略的一個決定性要素，並確保全面控制價值鏈中的關鍵環節。

製造過程中使用的主要原材料是皮革、布料及紗線。百分之百的皮革都附有原產地證書、為其質量和符合標準提供保證的數據表，以及關於本集團限用物質清單(簡稱 RSL)上規定的參數的檢定。

本集團嚴格遵守有關原材料採購、進口、使用和出口的地區及國際規例，例如《瀕危野生動植物物種國際貿易公約》(簡稱 CITES)。

對於 Prada 而言，可持續原材料管理等同於採用旨在消除浪費並從而將皮革及布料消耗量減至最低的方法，實現資源利用優化。近年實現的工業發展投資促使不同生產階段能夠內部化，目的是保持最高水平的出眾質量，同時改善對原材料消耗的控制(進一步詳情請參閱第 5 節)。



Prada在製造過程中使用的材料可細分為主要材料，如皮革、布料及紗線，以及輔助材料或半成品，如鞋底、鞋跟、拉鏈、鈕扣、線、絲帶、搭扣、夾扣及品牌名稱飾牌。

以下列出二零一五年至二零一七年期間¹與使用的原材料相關的最重要資料，包括相關計量單位。

原材料	單位	二零一五年 (十二個月)	二零一六年 (十二個月)	二零一七年 (十二個月)
皮革	呎	36,245,611	20,319,996	25,015,850
布料	米	2,862,145	2,427,903	2,813,776
紗線	公斤	90,984	91,995	130,664
鞋底	對	940,641	941,903	916,516

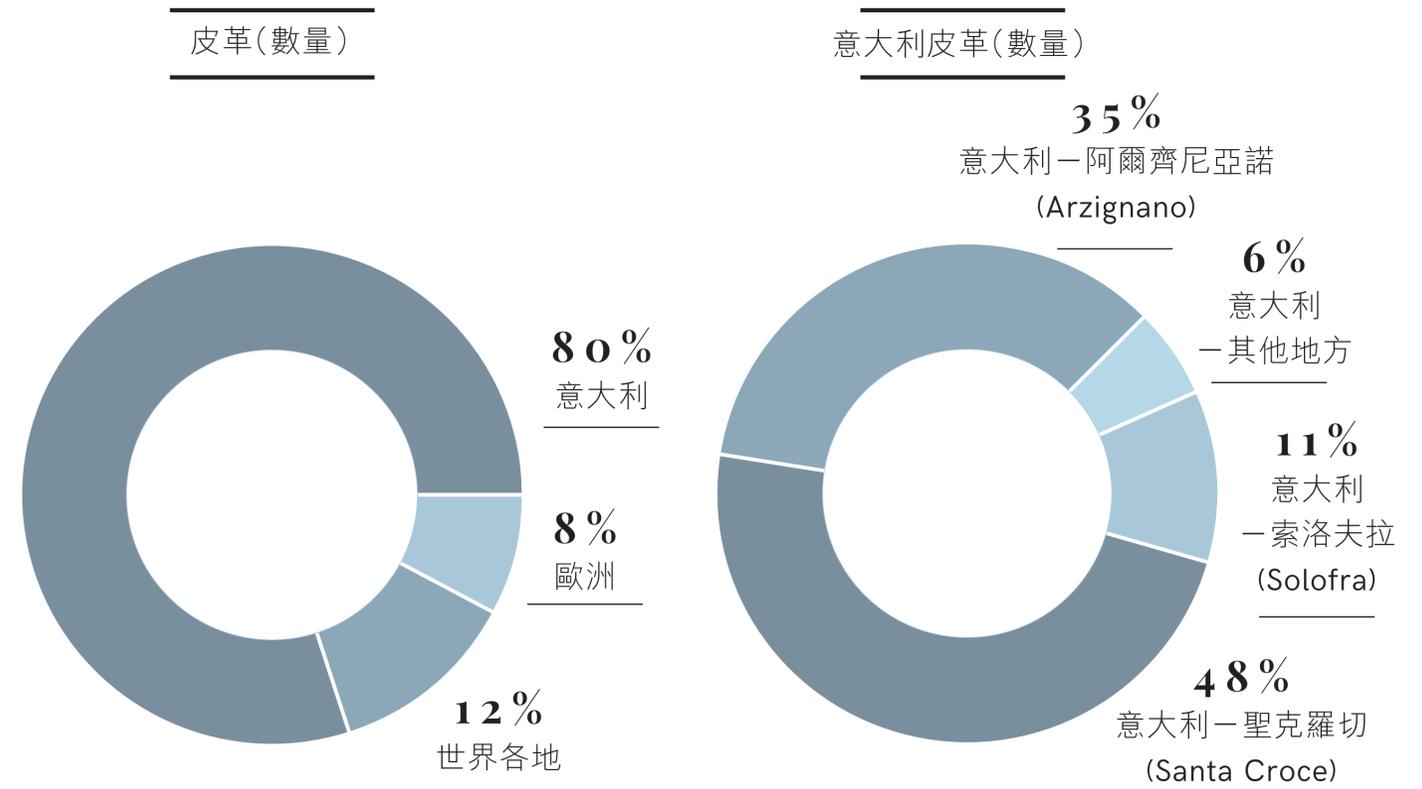
二零一七年的採購量儘管只涵蓋11個月，但顯示隨著店內產品種類計劃擴充而有所增加。總體而言，上述原材料的採購佔二零一七年採購的所有原材料及半成品材料的經濟價值約56%。

2.1.2 製造過程中與社區的聯繫

Prada集團在國際市場上的驕人成就深深紮根於意大利，亦有賴於其供應鏈。二零一七年，本集團向大約530家供應商²購買材料，其中約82%位於意大利，9%位於其他歐盟國家，餘下9%位於其他非歐盟國家。在許多情況下，材料均是由已建立長久合作關係的合作夥伴按依照嚴格的技術及設計規格，特為Prada製造的材料，其中60%已經與本集團合作10年以上，另外有16%已經與本集團合作5至10年。

鞋履及服飾用皮革的採購數據證明了產自意大利的說法。以數量計，於二零一七

年，80%的皮革來自以品質和悠久傳統聞名的意大利皮革廠。另外8%來自歐洲供應商，其餘12%來自歐洲以外地區的供應商。



位於聖克羅切(托斯卡納)及阿爾齊尼亞諾(威尼托)的產業集群分別佔Prada集團在意大利採購的所有皮革的48%及35%。這些地方是專門出產皮革的地區，成為世界各地設定優質皮革生產標準的參考指標。同時鑑於與鞣製相關的生產流程(尤其是在水消耗量及廢氣排放方面)對環境造成的較大影響，這兩個地區都非常重視環境可持續性。

在生產工序外判方面，Prada集團因堅持傳承意大利傳統經典手工藝經驗而與眾不同。二零一七年，除上述530家原材料供應商外，本集團亦與大約400家供應商³合作。76%的製造供應商位於意大利，12%位於其他歐盟國家，餘下12%位於非歐盟國家。在這些供應商中，42%的供應商已經與本集團合作10年以上，另有22%的供應商已經與本集團合作5至10年。本集團與供應商每天一起工作，務求不斷改進和學習，兩者之間的長久合作關係建立在相互信任的基礎上。

¹ 由於結算日更改為十二月三十一日，二零一七年的數據指二零一七年二月一日至十二月三十一日止的十一個月期間。

² 為了進行分析，僅將二零一七年由二零一七年二月一日至十二月三十一日採購額3萬歐元以上之原材料供應商列入考慮因素之列。

³ 為了進行分析，僅將二零一七年採購額3萬歐元以上之製造供應商列入考慮因素之列。

2.1.3 本集團的合格供應商名單程序

Prada集團已採納「本集團的合格供應商名單」程序，以重新界定評估道德、技術及經濟可靠性所需的責任及營運行為。採購政策制定了對開展及繼續維持供應關係所需的額外監控，要求通過額外監控及問責制減低違規風險。

專門針對道德事項、供應商資質的認定和續領而進行的工作是以收集文件、證明及自我聲明書為基礎，以確保遵守有關酬金、社會保障、稅項、健康和環境、隱私及管治模式的法律。最後，與Prada合作的基本先決條件是簽署道德守則。

此項資料會定期更新並進行系統性檢查，以確保真實性及一致性。有關監控透過採購架構或業務範疇進行，集中於不同主題，是抽樣或在遇到問題時進行。在懷疑並無遵守勞工、工作場所安全及社會保障繳費法律的自我聲明書的情況下，該程序可能包括進一步查詢。這種類型的監控加上工業部門到訪供應商(對於最重要的供應商幾乎每天到訪)，除了可確保遵守技術及商業協議外，亦為工作環境提供額外肯定。如違規情況可予糾正，供應商可能需暫時停工，而對於涉及道德、技術及經濟要求等方面的較嚴重違規情況，可能會被即時解除合約。

上述程序於二零一六年進行重大改革後，於二零一七年年初推出應用，規定合格供應商須為在母公司所處的工業領域內經營的企業(約佔製造業合作項目的80%)。於

報告日期，已對近三分之二的供應商完成合格供應商名單程序所要求的檢查，以確保定期監控與社會責任有關的問題。目前正在擴大檢查範圍至餘下部分，管理層有信心在短期內實現此目標。於應用該程序期間，並無出現違規情況導致終止合作關係。

2.1.4 產品責任

產品質量與客戶的健康和安全是Prada集團製造流程的核心關鍵。產品必須達到統一質量標準，並符合Prada集團在當地進行銷售的70多個國家的所有現行規例。

為實現這些目標，本集團聘用了大約291名技術人員，每名技術人員具有至少十年經驗，在由採購到最後工作的整個生產過程中所使用的每一種材料進行嚴格質量監控。技術人員會定期到訪原材料供應商及分包商的製造場所，以評估其生產進度、其貨品質量及整體工作場所環境。

二零一零年，本集團成立了一個委員會，在遵守法律相關事宜方面為製造部門提供協助。委員會由工業領域的高層管理人員組成，就遵守關於原材料成份本質及原產地證明、製造品設計創造，以及消費者整體健康與安全等事宜的國家及國際法例的各方面制定指引。

在這些監控及指導活動的範圍內，自二零一四年以來，Prada集團已編製及更新了一份限用物質清單(簡稱RSL)，乃為限制其產品中不得使用的化學品類別而設的程序。二零一六年，Prada採取額外步驟，使其RSL中列明的限制與意大利國家時裝商會(Camera Nazionale della Moda Italiana)(簡稱「CNMI」)認可的「服裝、皮革製品、鞋履及配件生態毒理學要求指引」(Guidelines on ecotoxicological requirements for clothing, leather goods, footwear and accessories)中概述的更嚴格和更積極方法一



致。這些限制屬於國際慣例中最有道德的規範，旨在確保定出比最嚴格國家及國際法律規定的化學品安全標準更高的安全標準。Prada 的原材料、包裝材料及製造服務供應商代表 Prada 的生產鏈，均已收到本集團的 RSL：截至二零一七年一月三十一日止已正式接受並簽署有關程序的供應商數目佔採購量的 72%，而於二零一七年十二月三十一日，與 Prada 工業供應商有關的採購量的 92% 及於本集團生產基地 100% 的生產均「主動」遵循了 RSL。

Prada 集團打算通過旨在鼓勵其他供應商簽署文件的延伸活動來提高上述百分比。擴大 RSL 的覆蓋範圍對於提高本集團生產週期的可持續性至關重要，正如 Prada 對 CNMI 化學品計劃作出的持續承諾，據此 Prada 已開始深入研究在製造過程及其他事項上採用有關指引。

為確保遵循 RSL，除了要求每名供應商進行認證及測試外，Prada 集團亦會通過認可實驗室對所有採購材料進行抽查，從而監督對指引及供應商認證的遵守情況。

於二零一七年，在中國出現一宗(二零一六年：兩宗)所出售產品不符合健康及安全規定的違規個案，導致被罰款總共約 6,000 歐元。在本集團經營直營店部分位於北美洲的百貨公司錄得不符合信息及／或標籤規定的數宗違規個案，導致被罰款約 16,000 歐元。不過，於本報告日期，Prada 正在進行調查，本集團估計可以獲得賠償。

PRADA ETIQUETTE

Etiquette 手袋展現出純 Prada 風格的時尚法則：工藝更加上乘，並對品牌形象、產品與內而外原則關係提出質疑。一向隱藏在成衣內襯裡，只有穿用者可見的標誌性藍色品牌標籤大膽地展示於外。

PRADA MONOCROME

Prada Monochrome 手袋時尚簡約，採用三維同色系 Saffiano 皮革浮雕標誌，可隨著光線的變化而顯現或消失。Monochrome 優雅描繪 Prada 的設計美學。

PRADA CLOUDBUST

Cloudbust 運動鞋鞋身輕巧、採用先進工藝網面、曲線橡膠鞋底、鞋幫縫製橡膠裝飾，並配有魔術貼搭扣；周密的搭配讓 Cloudbust 充滿未來元素，並將複雜的運動與當代設計完美融合。

MY MIU

My Miu 手袋首次於袋身加上突出的品牌標誌，並配上特大鎖扣。My Miu 配搭華麗珠寶袋扣，加上上乘工藝，展現出品牌的女性氣質和玩味。

MIU RIDER

Miu Rider 腰包集經典運動設計、品牌著名的奢華材質和精緻工藝於一身。腰包採用了品牌最具代表性的 matelassé 皺褶皮革及色彩對比圖案拼貼設計，並配有單拉鍊，使用方便。

MIU RUN

全新的 Miu Run 運動鞋，欣喜的女性化款式，以輕鬆與不羈的設計為特色，玩弄形式與功能的並列對比，採用最具品牌代表性的 Miu Miu 布料及高效的技術設計。

CHURCH' S SHANNON

Church' s 的經典款式小牛皮 Shannon 德比鞋，整塊皮革製成光滑鞋面，而縫線則圍繞著全人手製的鞋襟。





PRADA MONOCROME
照片: Willy Vanderperre



PRADA CLOUDBUST
照片: Willy Vanderperre



MY MIU
由 Miu Miu 提供



MIU RUN
由 Miu Miu 提供

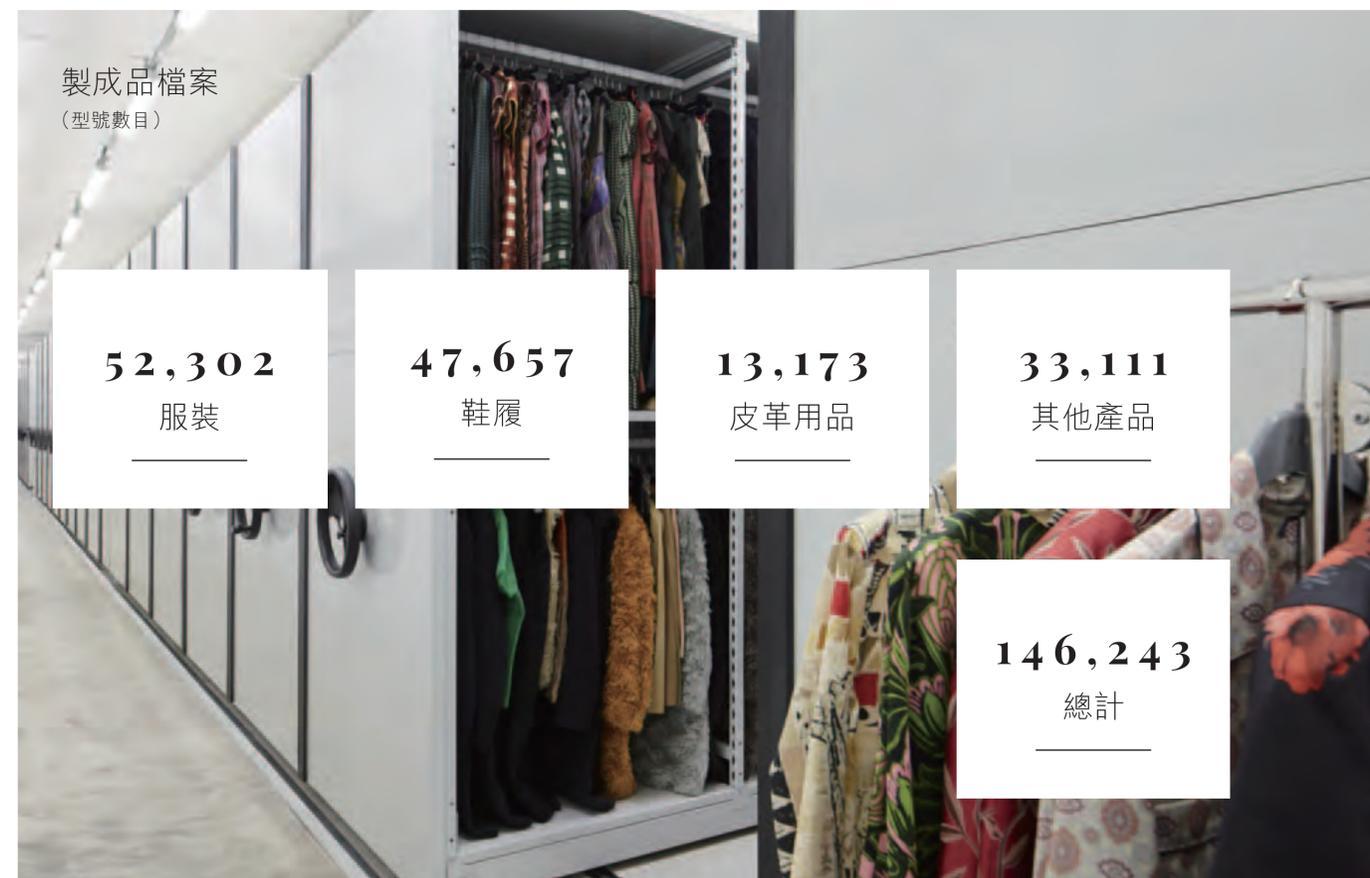


MIU RIDER
照片: Atasdair McLellan



CHURCH'S SHANNON
照片：Lachlan Bailey

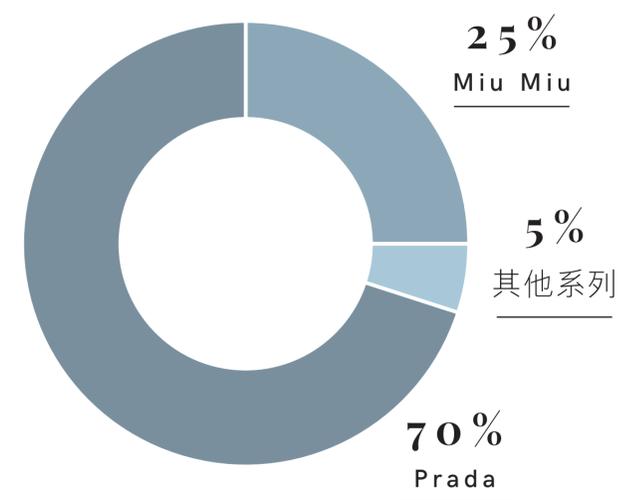
歷史檔案：製成品及布料



製成品

製成品的歷史檔案代表著本集團的真正策略性資產，亦是其品牌歷史的有力證據。一直帶來源源不絕的設計靈感，檔案重新整理展現了Prada在時尚和文化領域中既複雜而又往往縝密的思考和實驗。

該檔案位於托斯卡納與米蘭兩地的5個倉庫內，會隨著品牌推出新系列產品不斷更新，於本報告日期，包含了146,000款產品。





布料

專為布料而設的檔案是 Prada 的獨特工藝技術優勢，該檔案由 24,272 個原始布料樣本組成，涵蓋了 5,200 多種不同設計，既獨特又獨家的印花、蕾絲花邊、裝飾編結等及其他。

隨著不斷將新系列採用的布料整合到檔案中，檔案內的布料總量不斷增加，已為布料拍攝照片並加插入電腦系統內，以加快研究及視覺化的速度。

工程設計檔案

工程設計檔案佔地逾 6,000 平方米，用以按 1:1 的比例模擬新店舖的概念，並設計店舖櫥窗陳設。檔案分為：

- 樣本檔案，收集了約 10,000 個用以發展店舖及品牌設計的研究材料樣本。材料種類繁多，包括木材、金屬、布料、顏料、蠟畫、玻璃、塑膠材料、大理石及石頭；
- 模型檔案，包括數以百計的建築模型，家具及固定裝置。當中包括一個營運中的模型實驗室，配有可進行建模及三維打印的先進電腦設備；
- 傳統家具檔案，包括獨特的精美家具及家具配件，是所有設計活動的寶貴靈感來源。

圖書館

圖書館最初設立於托斯卡納，只收藏了少量書冊，其後於二零零一年遷往米蘭。目前圖書館收藏了超過 40,000 冊書籍，包括書本、時裝畫冊、DVD、產品目錄及雜誌，部分更可追溯至一八九四年，內容主要為時裝、風俗、藝術、攝影、建築、設計、珠寶、布料及圖案。

系統式的研究及收購讓館內的珍貴文物不斷增加，對本集團而言有著不可取代的價值。





2.1.6 傳統縫製技藝保存和技能發展

傳統縫製技藝的保存及提升對 Prada 集團來說極為重要，Prada 集團以傳承技能，代代相傳為榮。

早於九十年代，本集團便開始將所有工業及手工工藝程序編寫成手冊及將程序書面化，以便可供集團內部存取。時至今日，仍然不斷將相關細節加入這些記錄中，從而確保工藝技術的傳承及一致性，並為企業活動提供靈感。

PRADA ACADEMY

Prada Academy 集實體與虛擬於一身，用以分享和開發知識、技能、技巧、實踐和創意，藉此培育人才，確保本集團的未來增長。

Prada Academy 旨在透過針對三大領域(即工藝學院、零售培訓及企業培訓)以項目、工具及培訓形式發展人力資本及傳承專業技藝。



工藝學院

與工業生產有關的教育路徑於工藝學院透過鞋履、皮革用品及服裝製造技術課程進

行。主要目標為保護和保存行業知識和工藝財富，以及向新一代工匠傳承技藝。

各路徑包括理論培訓(原材料、製造流程及技術，如科技、資訊科技及英語)以及於由本集團及其供應商主辦的活動進行實踐。

零售培訓

除了為有經驗的員工提供日常支援外，為零售員工提供的活動包括 Prada Academy 機構培訓課程，以鞏固專業技能、產品知識及客戶服務。

課程特別著重採用新的溝通方式和客戶關係，該等技術來自最近涉及本集團整個零售網絡的數碼技術投資，讓銷售員工可立即得到廣泛和有用的資訊和材料。

企業培訓

企業領域人員的專業培訓集中於提升關係和行為技能的課程，旨在更有效管理營運的複雜性。

除了傳統的理論培訓，每名僱員均可進入數碼平台，透過網上課程、多媒體圖書館、教程、博客及網上社區，持續進行社交培訓和發展。此工具以簡易及「按需要」方式為每名僱員提供教材。

此外，於意大利企業和製造業部門的新員工融入計劃中，Prada 集團安排訂製課程以讓員工在課堂上了解本公司的歷史、文化及主要流程，並到工業場地進行視察。

零售及企業培訓時數

為發展技能、拓闊知識層面以及從而增加僱員作為專業人員的價值，於二零一七年，已為 13,335 名參與者提供了 87,403 個培訓時數⁴的培訓課程。以下是按性別劃分的培訓時間的概要。

全球各地的培訓	總計	女性	男性
培訓時數數目	87,403	58,089	29,314
年內每名僱員平均培訓時數	6.80	7.34	5.95
僱員人數	12,844	7,914	4,930

2.2 客戶體驗

通過有針對性的溝通活動令產品價值得以提升，這些活動旨在使用所有提供的渠道，傳承強大、一致的品牌形象，掌握加強客戶關係的機遇。最終，Prada 與客戶建立了獨特的個人關係，這些客戶明白奢華產品的元素有助他們確立自己的形象和身份。

2.2.1 零售網絡及多渠道策略

Prada 集團在獨家地點擁有 625 家直接營運店舖，包括建立多年的店舖、實驗店舖及較為傳統的店舖。Prada 集團銷售淨額 81% 來自該渠道。

Prada 的店舖不只是簡單的銷售點，亦是作為品牌「推廣大使」、其品牌認同及展示最新系列的重要傳播工具。每家店舖均是根據非常準確的內部指引設計、建造及管理，以傳遞創新的分銷和傳播理念，並尊重每個品牌的不同定位。所有店舖由細心挑選並且會參與定期培訓活動的人員經營，Prada 開設店舖的目的不單止是為了為客戶提供最佳購物體驗及對產品系列的風格主題提出深刻見解，同時亦傳達產品所代

⁴ 培訓時數並不包括健康及安全培訓





PRADA ST. BARTH



PRADA 邁亞密





表的價值觀、文化及文化傳承遺產。銷售人員提供有關產品及保養需知以及維修服務的清晰信息，從而通過確保其質量和耐久性，強化 Prada 商品的價值。

為探討不同的購物語言，並使其品牌受惠於現代店舖，Prada 集團與最享負盛名的國際性建築公司合作，制訂創新的零售解決方案。這些合作讓實驗概念得以實現，並與傳統銷售渠道同時發展，以探討可提升購物體驗的多種形式。這些店舖並非只用作銷售及服務，亦同時用作溝通和傳播文化。

作為另類購物體驗研究的一部分，於二零一七年進行了多個期間限定項目，即旨在加強品牌形象及產品特色的以獨特概念掛帥的短期藝術裝置。於最新的藝術裝置中，Prada 於澳門呈獻名為「Prada Silver Line」的巡回項目(二零一七年十二月)。此期間限定項目的靈感源自品牌及其基本理念(如旅遊和現代性)，代表著 Prada 與時併進的形象。此概念結合不同美學主題，重塑了理想中的火車。店舖外部是一個金屬殼，令人回想起一九三零年代及一九五零年代美國的「蒸汽火車」，而內部牆壁則飾以紅色花卉圖案織錦，營造奢華浪漫感覺。地板採用 Prada 自一九一三年起使用於世界各地店舖的標誌性黑白格紋，令設計更為完滿。於二零一八年，「Prada Silver Line」將陸續登陸各大城市，包括亞洲、歐洲和美國等地。

二零一七年，為配合品牌的全新美學指引，本集團繼續為 Prada 及 Miu Miu 店舖進行重建品牌形象的工作，以打造更個人化的購物體驗。

新的 Prada 概念以模塊化設計為基礎，並加入了嶄新元素，而各產品類別的位置



將更為接近。重建品牌形象計劃亦成功創造獨特概念，例如Prada Miami Design District，以及專為度假區而設的概念，如Prada Saint Barth。

Miu Miu的重建品牌形象工作包括重新打造自二零零六年起確定店舖概念的品牌設計，於二零一六年徹底地對用色、燈光及內部佈置進行改造。此外，除在所有現有店舖進行重建品牌形象的工作外，亦為該品牌創造獨特概念，例如Miu Miu Aoyama的概念。Miu Miu青山與於紐約、洛杉磯及東京的三家Prada Epicenter店舖一樣，因與一些全球最享負盛名的建築公司合作(如Herzog & de Meuron及Rem Koolhaas)而應運而生，且以創新購物體驗概念來說是意義最重大的項目之一。

直營店是本集團全渠道業務策略的核心，在線下方面與個別獨立商店及百貨公司合作，而於線上方面，則與本集團的電子商務網站及個別領先線上銷售營運商(電子零

售商)合作。將實體店與數碼銷售渠道整合，透過個人化的營銷服務和措施，加強銷售員工與客戶之間的直接連繫，進一步豐富購物體驗。

基於重新定義其數碼傳訊的更廣泛策略，二零一七年，Prada集團加強其於數碼內容創造及傳播方面的投資。

於二零一七年十二月三十一日，與社交網絡有關的數據如下：



通過建立新網站www.pradagroup.com，參與數碼傳訊亦對本集團的企業概況有所影響。該現代化HUB網站讓訪客探索Prada集團的各個方面，旨在傳達本集團的價值觀、詳述主要品牌項目、推廣「公司聲譽」及促進Prada集團多個數碼渠道之間的資訊傳閱。

3. 工作場所道德



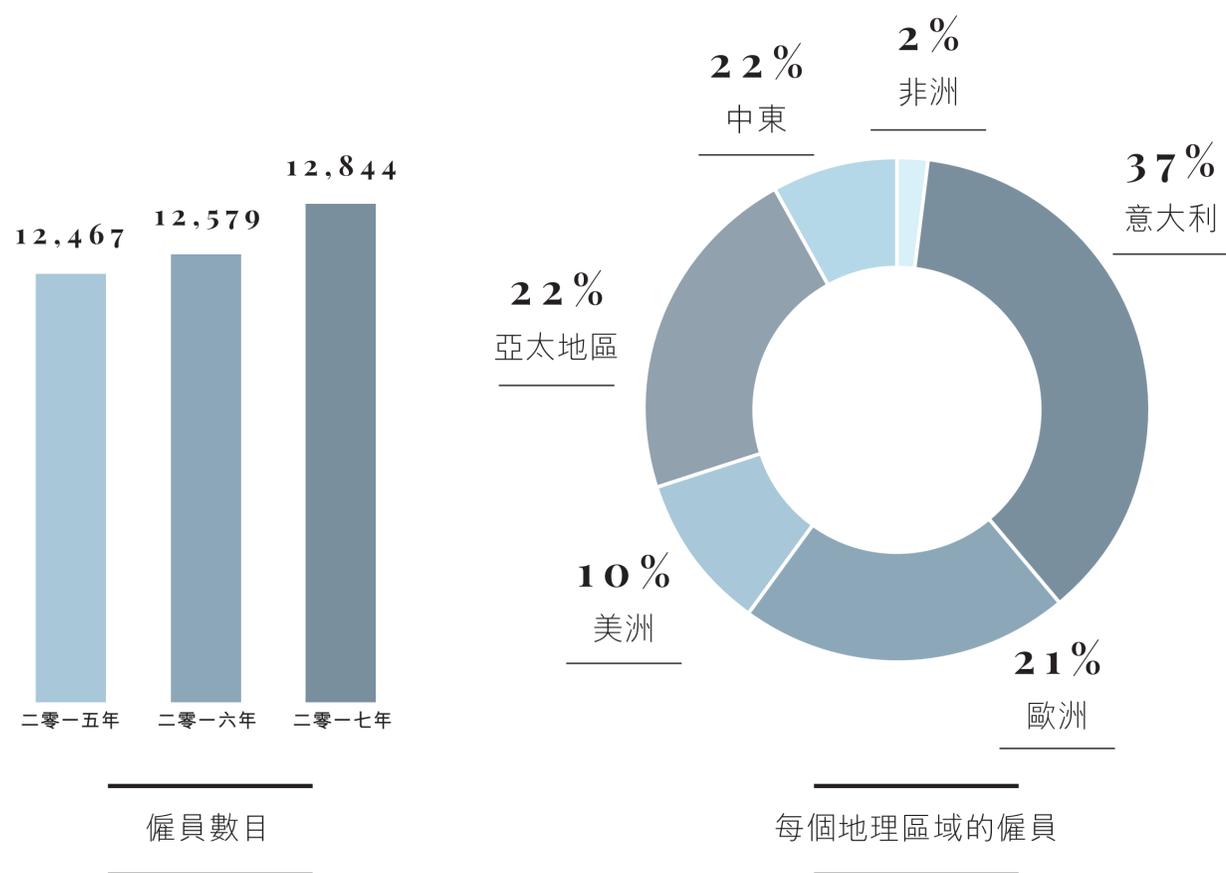
Prada 集團的業務方式基於促進多樣性、保障就業以及關愛及尊重員工。Prada 始終將人力資本視為其競爭優勢的關鍵並作出一切努力促進及獎賞專業技能和團隊合作，同時注重成果。

僱員的熱情、技藝以及求知慾是支持本集團產品的創新及質量的要素。隨著時間的推移，本集團的目標是建立及加強人際關係由共鳴及相互理解促進的開放式工作環境，包括通過特別設計的溝通渠道。

為了增強對Prada集團的歸屬感，本集團針對所有員工以四種語言(意大利文、英文、中文及日文)同時草擬公司時事通訊，提供關於本集團進行的活動最新資料和關於奢侈品行業的新聞。年內，共發出16篇時事通訊。

3.1 工作人員

截至二零一七年十二月三十一日，本集團有12,844名僱員，其中37%在意大利工作，較去年增加2.1%，主要是由於本集團擴展零售組織。



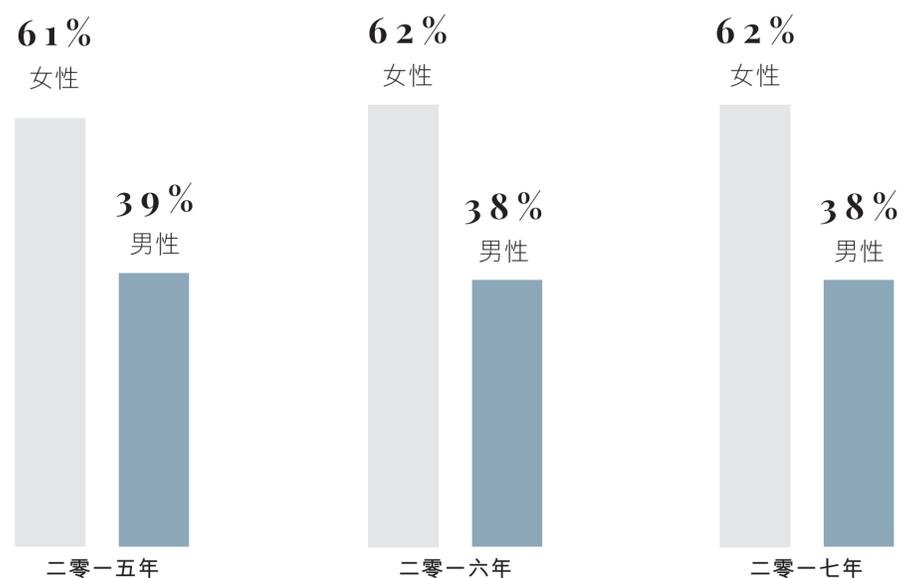
在意大利之外，工作人員最多的部分為亞太地區(22%)，其次為歐洲其他地區(21%)。



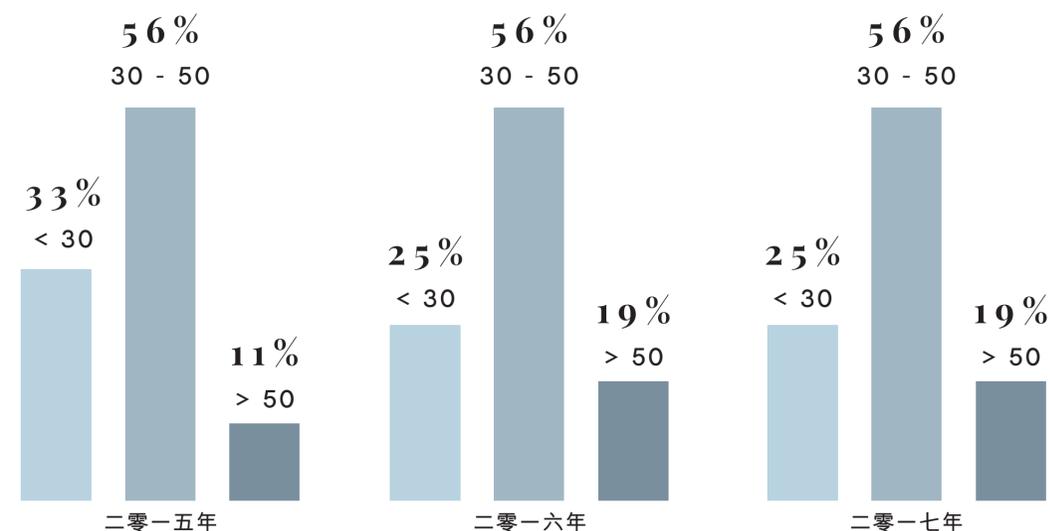
在本集團21個生產設施中的18個所在地意大利，大部分僱員(63%)在工業部門工作，而在625個直營店中的568個所在的其他國家，84%的僱員在零售業工作。

在至少十年生產及工藝經驗尤為重要的工業部門，54%的工作人員年齡在30至50歲之間，35%則為50歲以上。

按性別劃分的僱員



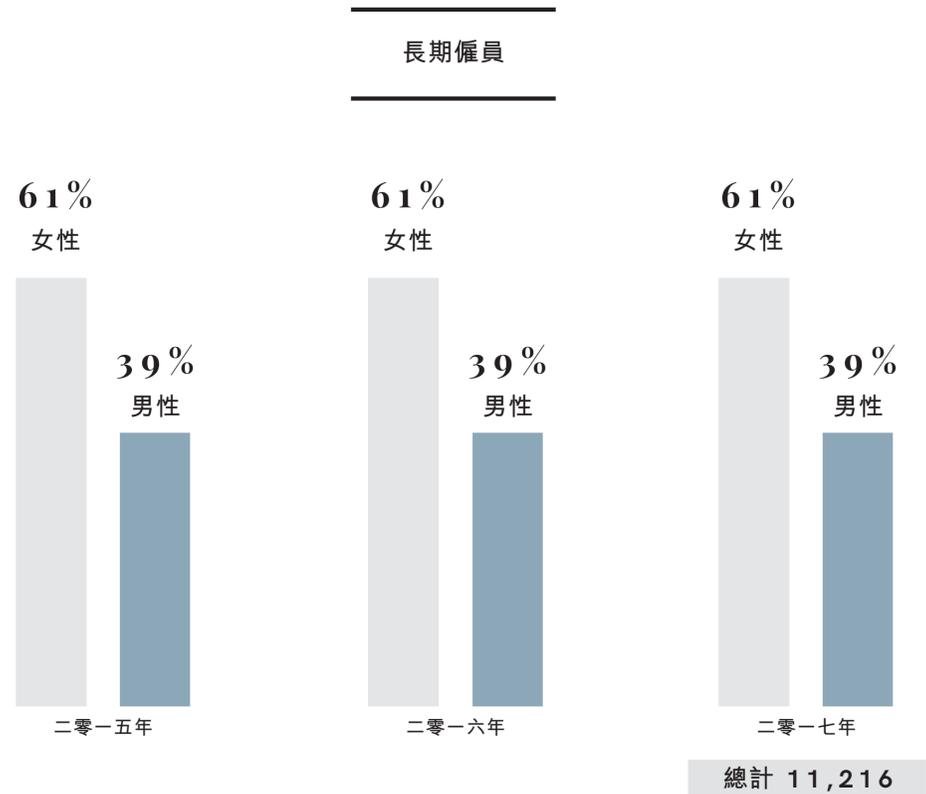
按年齡範圍劃分的僱員



按年齡劃分的工作人員明細顯示，於二零一七年，Prada的25%僱員未滿30歲，56%的年齡為30至50歲。進一步的分析顯示33%的零售工作人員年齡未滿30歲，

於二零一七年，按年齡及性別劃分的僱員明細保持相當穩定，於「員工」及「行政人員及經理」組別中，30至50歲組別的女性分別佔總工作人員的23.3%(男性為12.7%)及5.5%(男性為4.1%)。

年份	勞工						員工						行政人員及經理					
	女性			男性			女性			男性			女性			男性		
	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50	< 30	30 - 50	> 50
二零一五年	0.4%	5.6%	5.7%	1.2%	4.4%	3.2%	11.7%	23.8%	7.1%	6.6%	12.8%	4.3%	0.2%	5.9%	1.1%	0.2%	4.5%	1.3%
二零一六年	0.9%	5.8%	4.5%	1.8%	4.5%	2.5%	13.8%	23.4%	6.3%	7.9%	12.6%	3.5%	0.2%	5.5%	1.0%	0.2%	4.3%	1.2%
二零一七年	1.2%	5.7%	4.7%	2.1%	4.4%	2.6%	13.7%	23.3%	6.1%	7.4%	12.7%	3.5%	0.3%	5.5%	1.1%	0.3%	4.1%	1.3%



在合約類型方面，略高於87%的國際僱員為長期僱用，證明本集團致力於在人力資源方面保持穩定並進行長期投資。

大部分固定年期合約涉及零售領域中較年輕(30歲以下)的員工。64%的合約為女性訂立。

97%的僱員全職工作。於二零一七年，全職與兼職合約之間在福利上並無差異。

3.2 僱員關係

為招募及吸引人才，本集團與開辦側重營銷及零售研究生課程的大學及實體合作。Prada亦向新畢業生提供實習機會，以使其能夠獲取經驗及展現技能，且此後有機會在商界工作。





選拔過程包括根據所提供職位以及求職者經驗所採取的各種評估方法，乃基於透明的內部政策並確保機會均等。

新的大學或高中畢業生以及擁有最多三年經驗的求職者會通過個別及集體考試篩選，擁有豐富經驗的求職者則通過個別程序進行篩選。

Prada集團的薪酬及挽留政策乃為獎賞及挽留高度專業的員工及技術熟練的經理而制訂，深信價值乃通過持續的組織學習以及增加經驗及提升技術水平於中長期創造。

該政策具有固定及可變、直接及遞延部分的均衡組合，為職位及專業資格量身訂製且符合多個地理區域的需求。

薪酬制度由人力資源管理部採用中央及外圍員工的持續比較並由對國際市場進行薪金調查並專門從事時尚及奢侈品行業的外部公司制訂。

本集團的薪酬政策基於以下各項：

- 計及與公司職位及內部薪酬公允性有關的整體市場競爭力的定期薪金檢討；
- 將薪酬與本公司盈利及個人表現掛鈎的年度獎勵計劃；
- 與三年溢利增長掛鈎的長期獎勵計劃(為關鍵管理人員制訂)，使個人目標與股東的目標保持一致；
- 為銷售團隊制訂的特定獎勵計劃；同樣，向技術專業人員發放與開發季節系列有關的花紅；

- 每個國家的特定福利計劃，全部或部分補充強制權利(醫療、保險等)及福利，包括社會服務及家庭援助(公共交通、汽車、學校補貼、生活津貼等)。

Prada集團與工會合作改善其僱員的工作環境並促進其僱員和周邊社區的中期／長期福祉。多年來，本集團尤其已在意大利、英國及法國(本集團在這些國家提供優於當地集體談判協議所規定的福利)簽訂許多補充協議。例如，意大利的80%僱員以及法國的100%僱員可受益於補充協議。英國工業部門的僱員亦受益於補充協議。

本年度該等協議最重要的裨益如下：

- 表現花紅：與生產、銷售及溢利目標掛鈎的可變花紅；
- 假期花紅：與集體談判協議中界定的一個月薪酬相等的固定金額；
- 可輕鬆獲取遣散費預付款；
- 讓僱員能夠達致更高效的工作與生活平衡的彈性工作時間；
- 附加醫療基金：可選擇以特別費率添加直系親屬的附加醫療保險；
- 在法國因僱員子女(12歲或以下)生病而缺勤的特別假期；
- 法規、就業保障以及在法國店鋪周日加班費方面的更佳條件。

由於本集團對意大利工會(二零一七年本集團26%的僱員為其成員)的尊重、與其對



話及合作，年內並無發生工人罷工，而二零一六年亦無發生工人罷工。

於二零一七年，集團開始進行初步研究，為意大利架構的補充談判協議引入企業福利制度，旨在讓僱員可獲得包括健康、休閒、教育、文化等服務的薪酬待遇。使用該等服務的款項亦可由補充協議所獲得的額外資源提供。

經考慮獲分派的職務及責任，並考慮在規模及複雜性與Prada集團相若的企業中適用於類似職位的市場報酬，董事會連同薪酬委員會積極參與決定最高管理層薪酬。



3.3 多元化及機會均等

Prada集團廣泛的全球據點反映多種不同的文化、技能、國籍及宗教。其經營的社區及地區不斷貢獻靈感及增長動力。

本集團堅定相信作為業務靈感以及一種文化豐厚、福祉及創意形式的多元化價值觀，這令其能夠與多元化的全球客戶建立密切關係。

關於僱員原籍的統計數據是工作人員多種背景的證明。實際上，100個不同國籍的人士(二零一六年為101個)為本集團工作。

較多的女性人數從每個工作類別的男性與女性比例可以獲得反映：女性不僅佔勞工(56%)及員工(65%)的大多數；彼等亦佔行政人員及經理的最大部分(55%)。

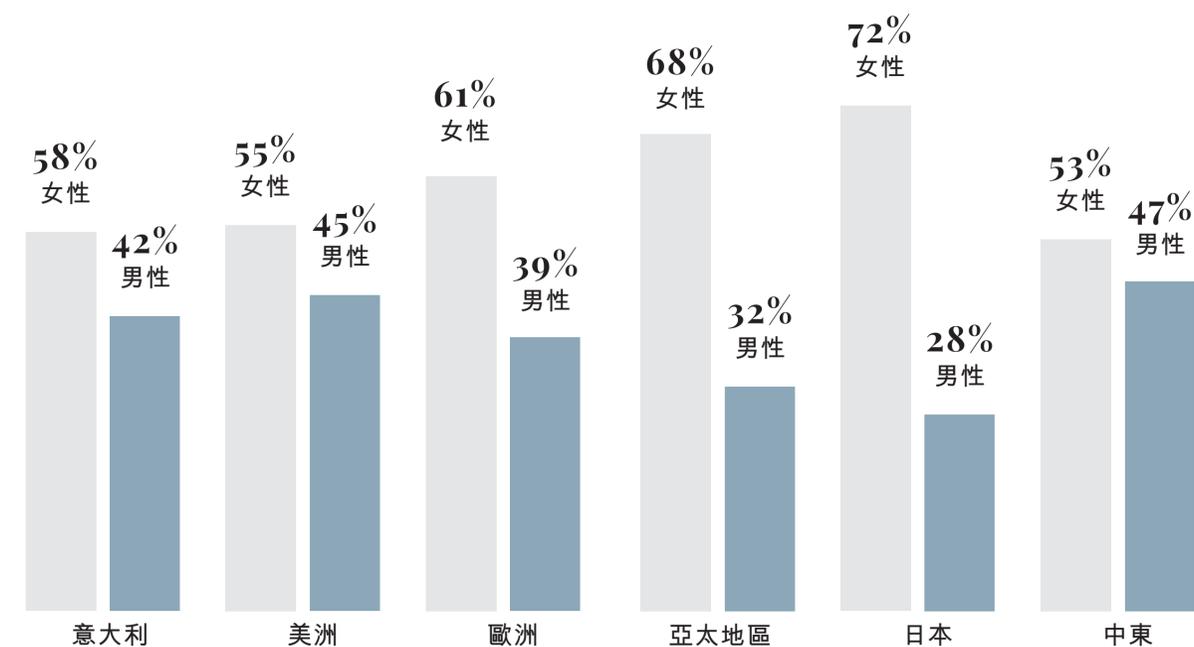
年份	勞工		員工		行政人員及經理	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一五年	54%	46%	64%	36%	54%	46%
二零一六年	56%	44%	64%	36%	54%	46%
二零一七年	56%	44%	65%	35%	55%	45%

另一顯著特點為所有部門以女性居多。

年份	工業		公司		行政人員及經理	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一五年	65%	35%	64%	36%	64%	36%
二零一六年	59%	41%	54%	46%	64%	36%
二零一七年	59%	41%	55%	45%	64%	36%

甚至在地區層面上：女性佔所有地區的員工數目一半以上，日本及亞太地區最多，女性分別佔僱員的72%及68%。

按性別及地理區域劃分的僱員



在提升技能及價值基礎上，平等機會反映在薪酬及福利制度中，確保不同性別、年資及職位的員工能夠獲得平等對待。

有關男性與女性平均工資的性別薪酬差距呈列於下文。與按資歷劃分的女性比例數據一致，Prada集團的薪酬待遇顯然大致平等，所有資歷類型的比率幾乎總是等於100%。

薪酬差距(以中位數為100%)						
年份	勞工		員工		行政人員及經理	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性
二零一五年	101%	98%	102%	106%	102%	98%
二零一六年	102%	95%	101%	97%	100%	97%
二零一七年	97%	102%	91%	104%	98%	103%

3.4 貫穿整個供應鏈的工人安全

人身保護對本集團至關重要：內部政策符合最高標準及全面遵守地方及國際法規，保障所有公司場所的僱員健康及安全。

在大部分場所(辦公室、倉庫及店舖)，與本集團營運有關的風險有限。在健康及安全方面，生產設施的風險最大，但仍處於較低程度。

年份	受傷率 (意外數目/工作時數) *1,000,000	嚴重性 (意外損失日數/工作時數) *1,000
二零一五年	11.08	0.19
二零一六年	11.02	0.21
二零一七年	11.34	0.29

*數據僅代表本集團21個工業基地中的18個所在地意大利。

指標突顯出受傷事故近乎零，此亦有賴培訓活動及經更新的安全措施，特別是於工業地區。在意大利發生85宗事故，其中62%牽涉女性。40%發生於往返公司途中及60%發生於本公司場所(25%由於絆倒/滑倒所致)。期內在意大利有一宗職業病案例。

為宣傳普遍安全意識及部分由於對該事項的監管發展，本公司利用專門IT平台的簡便使用在線安全課程。於二零一七年，意大利有超過1,632名人員接受培訓。

在本集團內部並無設立委員會負責制訂及監察職業健康及安全計劃，而Prada所在各國按當地法例規定的職位及內部組織架構確實存在。

此外，生產設施的安全性為目標計劃的重點。在二零一二年意大利艾米利亞羅馬涅區發生一次慘烈的地震後，Prada集團委聘一支專業人士團隊評估其於意大利的所有自有生產設施是否容易遭受地震破壞。其後，對地震法律生效前建造的所有構築物，按照超過樓宇守則所規定標準的安全標準進行自願升級改造。除了已進行的工作(其中部分已完成)外，於二零一七年對位於翁布里亞托爾吉亞諾內的工廠進行抗震改造工程。

一般而言，工業投資通過升級樓宇內外地方已計及在工作環境中確保工人高安全標準及高工作環境質素的需要。

本集團致力於保證其產品是在反映其於工作場所尊重人權的承諾以及遵循工人安全及福祉的國際規則的狀況下所創造。

本集團鼓勵業務夥伴採用高於最低監管規定的要求及促使參與各方進行對話，以便利實施及遵守標準，從而建立正面的工作關係。與供應商的關係方面，社會意識獲得提升，而監管知識及採用環境、社會及質量認證則獲得推動。

Prada的承諾通過宣傳、傳播及簽署本集團的道德準則得以部分實現，道德準則通常納入業務協議內。

道德準則為供應商設定與以下各項有關的最低標準：

- 僱員權利及工作環境(包括正常/加班/假期工作時數、薪金，並對童工及強迫勞動零容忍)；

- 僱員的安全、健康及福祉；
- 為僱員提供平等機會；
- 結社自由；
- 僱員醫療保險；
- 在採購材料及生產活動過程中保護環境；
- 保護知識產權及打擊假冒產品。

工廠及外部供應商須保證任何向彼等提供材料及／或勞工以製造產品的第三方已獲授權及遵守道德準則。



4.1 打造創意未來



於二零一七年三月二十日及二十一日，「塑造創意未來」會議於米蘭舉行，超過300名學生、教授、專業人士、企業家及新聞工作者出席。會議由Prada集團與耶魯大學管理學院及米蘭理工大學合辦，代表著探索創意、可持續發展及創新之間新聯繫的機遇。

討論會首次獲多個來自不同行業的商界領袖參與，並與機構和國際組織的代表、講師及學生就可持續發展議題進行討論，這些議題為現今希望取得中至長期增長和成功的公司需克服的其中一個最大挑戰。

討論集中於四個引人入勝的議題：

- 「品牌傳承及市場價值」，即品牌歷史對其產品的影響力及手工技能的保存；
- 「透過創新及傳統為可持續發展進行設計」，即將傳統與創新結合，達致可持續結果；
- 「可持續發展及創造價值」，即以創新及可持續發展作為創造價值的主要因素；
- 「推動卓越的創意思維」，對領導能力作為啟發創意及創新的元素進行探討。

會議舉行前亦設有一個動態工作對話(於第二天的討論繼續)，當中公司及協會代表與兩間大學的教授及學生會面，以從批判角度探討可持續發展及創新。

Prada集團透過該會議再次重申其承諾，將會促進有關由民間團體就探求更多可持續解決方案提出的重要議題的討論。

4.2 PRADA 基金會

Miuccia Prada及Patrizio Bertelli的興趣與愛好引領Prada集團自一九九三年以來一直支持Prada基金會於文化藝術領域的活動。

Prada基金會的成立目的為作為一個構思及發展藝術展覽，以及建築、電影及哲學項目的平台。自二零一一年起，基金會亦於其威尼斯的十八世紀官殿威尼斯皇后宮(Ca' Corner della Regina)內舉辦五個研究展、作為一個實驗性電影平台及舉辦名為《The Boat is Leaking. The Captain Lied》的跨媒體展覽項目，該項目是藝術家Thomas Demand、導演及編劇Alexander Kluge及舞台設計師Anna Viebrock的合作作品。



芝加哥著名藝術家。一九六五年至一九七五年
照片: Roberto Marossi
由Prada基金會提供



LEON GOLUB
照片: Roberto Marossi
由Prada基金會提供



「芝加哥著名藝術家。一九六五年至一九七五年」
 照片: Roberto Marossi
 由Prada基金會提供

在米蘭的永久總部於二零一五年揭幕，由建築公司大都會建築事務所(OMA)設計，於二零一七年舉行了一系列選集回顧展，亦作為特定地點藝術裝置、電影節及實驗性虛擬實境藝術裝置的場地。總部亦展出了由基金會Thought Council構思的《輕微的波動》(Slight Agitation)展覽第二及第三部曲，當中包括由Pamela Rosenkranz及Gelitin組合製作的藝術裝置，總部亦舉辦了為第二次世界大戰後芝加哥藝術界而設的展覽，該展覽由Germano Celant策劃，包括有關Leon Golub、H.C. Westermann及Chicago Imagists組合的部分稱為Chicago Imagists。於米蘭場地的電影院舉辦了兩個電影節，一個是有關Alexander Kluge的作品，另一個是為新美國電影作者進行的實驗電影而設。

基金會與意大利廣播電視公司(RAI)合作舉辦《七十年代的電視：Francesco Vezzoli眼中的意大利廣播電視公司》(TV 70: Francesco Vezzoli guarda la Rai)展覽，透過藝



TV 70: FRANCESCO VEZZOLI GUARDA LA RAI
 照片: Delfino Sisto Legnani e Marco Cappelletti
 由Prada基金會提供



ABORTO
MOVIMENTO
FERTILITÀ

ABORTO
MOVIMENTO
FERTILITÀ

ABORTO
MOVIMENTO
FERTILITÀ

TRENTINO ALTO-ADIGE

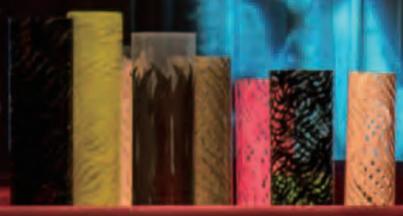
TRENTINO ALTO-ADIGE

TRENTINO ALTO-ADIGE

SI 50.3%
NO 49.7%

SI 50.3%
NO 49.7%

SI 50.3%
NO 49.7%



TV 70: FRANCESCO VEZZOLI GUARDA LA RAI
照片: Delfino Sisto Legnani and Marco Cappelletti
由 Prada 基金會 提供



術家 Francesco Vezzoli 探討七十年代的意大利電視製作。《Maratone TV 70》活動亦配合該展覽放映該年代最受歡迎的電視節目。

導演 Alejandro G. Iñárritu 執導由 Legendary Entertainment 及 Prada 基金會製作的虛擬實境電影《肉與沙(看似存在，實則無形)》(CARNE y ARENA (Virtually Present, Physically Invisible))。該創新的跨媒體項目為第七十屆康城電影節的官方入圍影片，導演的藝術才華與先進的技術和諧共生，令影片在洛杉磯獲得由電影藝術與科學學院頒發的奧斯卡特別成就獎。

Prada 基金會的展覽亦包括三個榮獲國際策展獎 (Curate Award) 的項目 (由 Michael Wang 構思在米蘭展出的《荒野滅絕》(Extinct in the Wild)、由 Evelyn Simons 構思在雅典展出的《浮木，或我們如何在湍流中顯露》(Driftwood, or how we surfaced through currents) 及由 Adnan Misal 構思在柏林展出的《Mutterzunge》) 以及由 Carsten Höller 構思的真正夜店的裝置作品《Prada 邁阿密雙重俱樂部》(The Prada Double Club Miami) 在邁阿密開了三個晚上。

除了展覽及文化活動外，Prada 基金會持續於 Accademia dei bambini 推廣新工作坊系列，各個工作坊由不同的特定領域「大師」構思，當中包括藝術家 Mario Airò 及書法家陳莉。

展望台 (Osservatorio) 為於二零一六年十二月在埃瑪努埃爾二世拱廊專為攝影而開設的展覽場地，當中的展覽包括由日本藝術家藤原聰志及意大利攝影師 Stefano Graziani 的個人展覽。



4.3 PRADA 與建築：榮宅

為展示 Miuccia Prada 與 Patrizio Bertelli 對中國文化遺產的尊重和欣賞，於二零一一年，Prada 開始修復位於上海市中心於一九一八年建成的歷史建築榮宅，並於二零一七年完成修復工作。榮宅的修復體現出 Prada、西方建築師、學者與中國工匠真正的全球文化合作。

“建築一向是 Prada 的靈感泉源。

透過致力參與現代建築實驗項目及積極保存歷史建築，對建築的實際、商業及歷史意義的分析一直於 Prada 的業務發展擔當著重要角色。

特別是，中國 — 不論是國家及歐洲人對中國的觀感 — 一直是品牌形象的一部分。

透過擴展公司及 Prada 基金會的不同文化活動，我們已掌握機遇擴展於中國建築及其他藝術領域的探究。

此亦正是我們進行榮宅項目的原則，

該歷史住宅能真正體現我們對中國文化及中歐交流的持續承諾。”

Miuccia Prada 及 Patrizio Bertelli





榮宅於二零零四年成為文化地標，並於二零零五年獲列入上海市優秀歷史建築，榮宅於二零一七年十月首次舉行多項活動，包括展示榮宅修復過程的展覽及Prada之前的建築探究。

該項目以及米蘭埃瑪努埃爾二世拱廊及威尼斯Ca' Corner della Regina的修復項目，引證了本集團對修復及重新鑑定歷史建築的興趣。

4.4 其他特別項目

Miuccia Prada對電影作為一種當代藝術的興趣，亦引領Prada合作拍攝大量短片。《Miu Miu女人的故事》系列，於二零一七年十二月共有14部短片，由具有不同思想背景的國際知名女導演執導，以探索女性世界。

電影世界的互動亦造就了其他電影計劃，包括由國際導演執導的特定題材電影製作，例如喬丹·斯科特(Jordan Scott)及雷德利·斯科特(Ridley Scott)導演的《Thunder Perfect Mind》(二零零六年)、羅曼·波蘭斯基(Roman Polanski)導演的《A Therapy》(二零一二年)、魏斯·安德森(Wes Anderson)導演的《Castello Cavalcanti》(二零一三年)及最近期由奧斯卡得獎導演大衛·歐·羅素(David O. Russell)執導的《Past Forward》(二零一六年)。



MIU MIU WOMEN'S TALE
CARMEN
照片. Brigitte Lacombe
由 Miu Miu 提供

5. 與社區一起



5.1 環境保護

環境保護是 Prada 集團關注事項之一，Prada 集團自覺有責任從事及培養促進其可持續增長且屬於整個行業良好常規範例的高尚行為。

對尊重環境的承諾是道德準則的關鍵要素，該要素通過不斷提高員工意識在組織內部無差別採用並對與本集團合作的第三方採用。

本集團業務的主要直接影響源自將能源用於辦公室、工廠、物流中心以及世界各地的店舖。該目標是實現越來越高的能源效率並持續探尋減少廢物的新方式。

在遵守環境法規方面，Prada集團於年內並無錄得巨額罰款或非金錢懲處。

5.1.1 能源消耗及二氧化碳排放

於二零一七年⁵，Prada集團錄得用電量148,108兆瓦時，在三年期間內下降3.5%；燃氣消耗為2,367,905立方米，較二零一五年微升3.7%。主要用於運輸(自有及租賃)的柴油及煤油燃料消耗量為1,203,669公升，較二零一五年下降14.2%。

能源消耗	度量單位	二零一五年	二零一六年	二零一七年**
燃氣*	立方米	2,283,624	2,361,125	2,367,905
柴油及煤油	公升	1,403,059	1,230,361	1,203,669
電能*	千瓦時	153,502,779	153,049,412	148,107,827

* 電力及燃氣消耗數據為估計數據。

** 二零一七年數據被重新分攤至十二個月期間，以使該數據可與過往數年的數據相比較。

電力、天然氣及燃料消耗產生的二氧化碳排放於下表呈報：直接排放(範圍1)(即自有車輛消耗天然氣及燃料產生的排放)達5,456噸，較二零一五年微升1.4%，主要由於燃氣消耗增加所致；間接能源排放(範圍2)為71,240噸，較二零一五年下降3.5%，由於電力消耗減少所致；與租賃車隊的燃料消耗有關的其他間接排放(範圍3)為2,381噸，較二零一五年下降14.9%。

二氧化碳排放	度量單位	二零一五年	二零一六年	二零一七年**
直接排放(範圍1)	噸二氧化碳	5,381	5,431	5,456
樓宇	噸二氧化碳	4,464	4,616	4,651
交通工具(自有)	噸二氧化碳	917	815	806
能源-間接排放(範圍2)*	噸二氧化碳	73,835	73,617	71,240
其他間接排放- 交通工具(租賃)(範圍3)	噸二氧化碳	2,799	2,443	2,381

* 在更新排放係數後，二零一六年及二零一五年從電力消耗得出的二氧化碳排放數據與Prada集團二零一六年企業責任報告所公佈的數據有所不同(資料來源：terna 2015)。

** 二零一七年數據被重新分攤至十二個月期間，以使該數據可與過往數年的數據相比較。

在過往數年中，通過落實採取能效措施及增加使用可再生能源的一項長期計劃，令工業及零售環境中的能源消耗愈來愈可持續發展。該計劃的措施包括：

- 向使用認證的可再生能源的交易商購電(100%)；
- 通過開發專注於光伏業務的項目，盡量使用自生能源；
- 評估ESCo(節能公司)合夥的能效項目；
- 安裝數字萬用表以監測及優化用電量；
- 以低功耗LED燈泡提供最終及完全照明的有效措施；
- 以最新的高能效系統逐步代替所有空調；
- 在缺乏換流器的電動機上逐步安裝換流器；

光伏系統

於二零一七年十二月三十一日，七個光伏廠房投入運作，覆蓋相同數量的工業樓宇，總裝機量為1.2兆瓦，在十一個月期間內產生的能源量相當於1,232.6兆瓦時，

⁵ 為比較三年期間內的能源消耗及排放量數據，以下二零一七年期間數字被重新分攤至十二個月。



其中 63% 為自身消耗，剩餘 37% 流入電網。約 86% 的能源來自斯坎迪奇 (Scandicci) 生產基地及新物流樞紐(均位於托斯卡納)。此外，物流樞紐廠房的擴建工程已竣工，發電量將增加 880 峰瓦，預計將於二零一八年第一季度投入運作。可再生能源投資計劃涉及未來數年的新廠房興建。

工廠供暖及空調系統

二零一七年，本集團通過安裝可保證降低能耗的新機器，繼續推行更換工業及企業樓宇的製冷和供暖系統的計劃。除該等投資外，本集團於年內對剩餘設備採取改善措施，以優化運作時間。本集團開展以合理恰當用電為主題的員工培訓。

更換照明系統項目

自二零一四年起，本集團一直進行以 LED 技術替換店舖照明系統的重要項目(「更換照明系統項目」)，該項目最初更換家具及產品展示區的熒光燈，而在仍在進行中的第二階段，亦涉及更換天花板照明中的鹵素燈及金屬鹵化物燈。

由於該舉措，到二零一七年十二月三十一日，本集團幾乎所有直營店的家具及產品展示區均使用 LED 燈，而其中約三分之一的店舖使用 LED 燈進行所有店舖照明。

家具直接節省約 10% 能源，天花板節省 70%。最終，間接能源節省是燈泡產生的熱量減少(這讓 Prada 能夠在夏天較少使用空調)以及減少廢物因為 LED 燈泡平均使用時間遠長於熒光燈或鹵素燈，相比之下後者不含任何水銀。

二零一七年，「更換照明系統」項目擴大至托斯卡納的工業基地及米蘭的企業基地，實現能耗降低約55%。

LEED（能源與環境設計領導力－Leadership in Energy and Environmental Design）於二零一七年，Prada集團的兩間店舖取得LEED黃金級認證：瑞士及馬來西亞。於二零一七年十二月三十一日，本集團共取得9項認證，估計將於二零一八年取得其他認證。

節能盒項目

二零一七年，本集團亦推出「節能盒」項目，該項目是在工業基地、辦公室及店舖實施的一項旨在降低能耗的長期計劃。該項目通過安裝萬用表，準確比較兩個期間的用電量，持續監測並掌握能耗信息。從這些工具獲得的數據可以減少廢物、識別實際消耗量與賬單上消耗量之間的差異，優化維護及簡化支出預測。於二零一七年十二月三十一日，歐洲安裝了112個萬用表，亞太地區安裝了114個。本集團估計將於二零一八年在美國繼續推行安裝計劃。

5.1.2 廢物

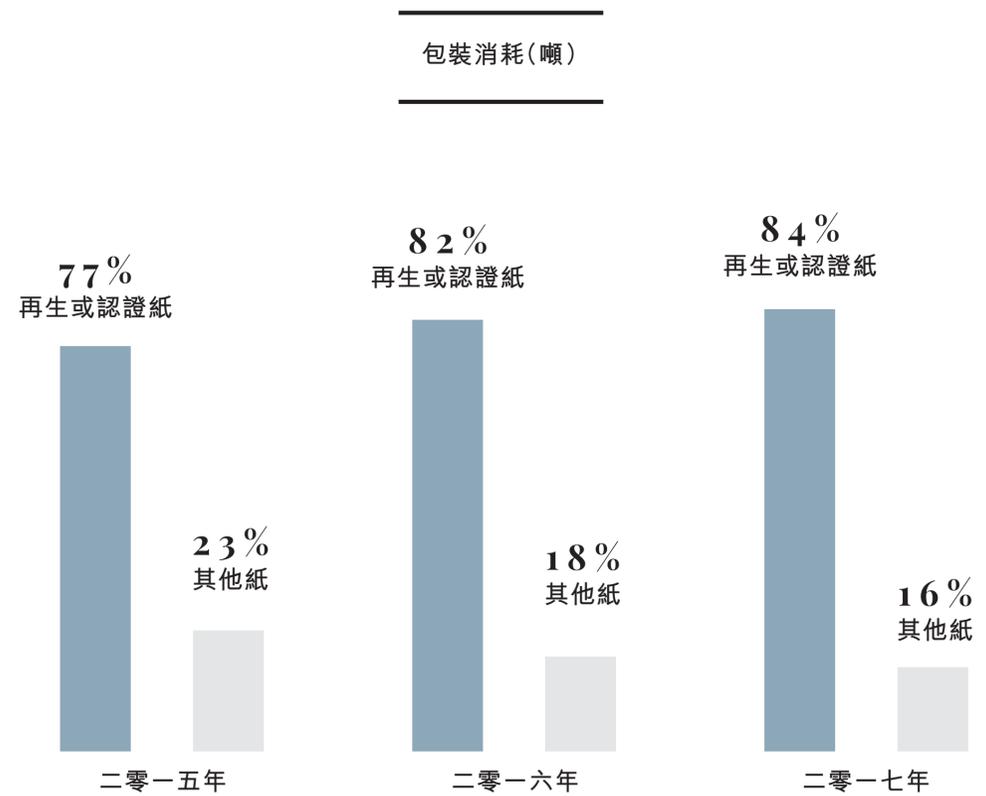
本集團認識到負責任地使用自然資源以及廢物管理的重要性。

本公司對工廠各製造階段進行的工序以及產生的廢物進行分析，其後建立制度管理廢物運輸、收集、臨時儲存及處理的內循環。該分析使得優化可用資源成為可能，從而減少廢物的產生並增加廢物回收。此外，所實施的新程序讓Prada集團能夠在工廠以及本集團的辦事處回收更多紙張、塑料、玻璃及打印機墨盒。

Prada集團專注於推廣能夠確保再利用及回收或處理符合最佳常規的內部工業廢物收集方法及標準。

5.1.3 使用再生及認證紙

於截至二零一七年十二月三十一日止十一個月期間，Prada集團在世界各地使用3,437噸材料包裝產品，而於截至二零一七年一月三十一日止十二個月期間，消耗量為3,460噸。於十一個月期間，森林管理委員會認證的紙張以及再生紙佔總包裝消耗量的84%。



5.2 保護所在地區

自 Prada 集團開創以來，尊重其經營所在地方一直是其指導原則。減少徵地、翻新現有建築物並致力於樓宇重新認證激發了在超過三十年行業發展中作出的決定。

Prada 集團相信新建工程能夠對某一地區造成巨大影響以及僅在必要時方作出此項決定，Prada 集團偏向於購買及回收利用現有樓宇。實際上，少數新建樓宇和諧地融入當地區域，不會造成干擾。

Prada 集團擁有超過 200,000 平方米的生產設施及倉庫空間，其中包括意大利的 181,000 平方米。其中四棟為新建樓宇，三個為工業考古修復項目，若干個為重新利用廢棄多年的降級地盤。最重要的工業項目中有四個委派予建築師圭多卡納利 (Guido Canali) (為意大利可持續建築的大師) 負責。

5.2.1 行業發展中的物價穩定措施

二零一五年，為期三年的投資計劃開始重新定性及重整本集團的製造架構，以便保留手工技術、配合生產工藝的技術開發並提高工作環境的質量。於二零一五及二零一六年，本集團開展許多翻新項目，並於二零一七年翻修意大利佩魯賈卡斯泰洛城、蒙托內和阿雷佐的工廠。

意大利馬爾凱大區蒙特格拉納羅工廠的擴建

蒙特格拉納羅項目包括總面積為 3,600 平方米的內部全面翻新、戶外環境的大範圍改建，以及安裝梯台式系統，為操控車輛及 75 個新停車位提供空間。為完成翻修計



蒙特格拉納羅



劃，工廠將建立一個原材料倉庫、兩個製成品質控服務實驗室、一個製造車間及一個員工食堂。

於二零一七年十二月三十一日，該工廠僱用 197 人。

意大利托爾賈諾(佩魯賈)工廠

佩魯賈的托爾賈諾工廠是 Prada 集團歷史悠久的針織品製造中心，該工廠已完成大規模轉型及內部重組項目，其中包括啟用一座 2,000 平方米的新樓宇。

此舉旨在引入以往外包的一些生產線和業務活動，以提升生產工藝及製成品的效率與質量控制。通過購買設備和機器以及招聘員工，擴建現有構築物，從而實現該目標。

該項目分階段實施，首先啟用在設計風格上尤其注重工作品質的新樓宇，新樓宇在空間、固定裝置及照明上散發現代時尚氣息，吊燈和落地窗更添明亮光彩。第二步是徹底修復現存樓宇(現在與新樓宇相連)，翻新構築物，安裝新固定裝置、地板及窗戶。

於二零一七年十二月三十一日，該工廠僱用 105 人。

意大利阿雷佐的新 LEVANELLA 及 BURESTA 餐廳

Levanella 及 Buresta 工業基地(均位於托斯卡納的阿雷佐省)的新員工餐廳風格典雅，設施一流，採用尖端科技，玻璃牆、花園、休閒區一應俱全，旨在提供最優質服務和最佳空間利用率。

Levanella 餐廳現在每天平均可供應 400 餐，餐廳除餐飲區外，還全新設計一個配備

有自助餐廳設備、座椅和桌上足球的休閒區，該區域與其他空間完全隔開，旨在鼓勵同事之間進行溝通及交流。

Buresta 餐廳經通道影業的翻新，開闢出一個花園，用作休閒區、綠化帶及花園屋頂。

5.2.2 物流樞紐

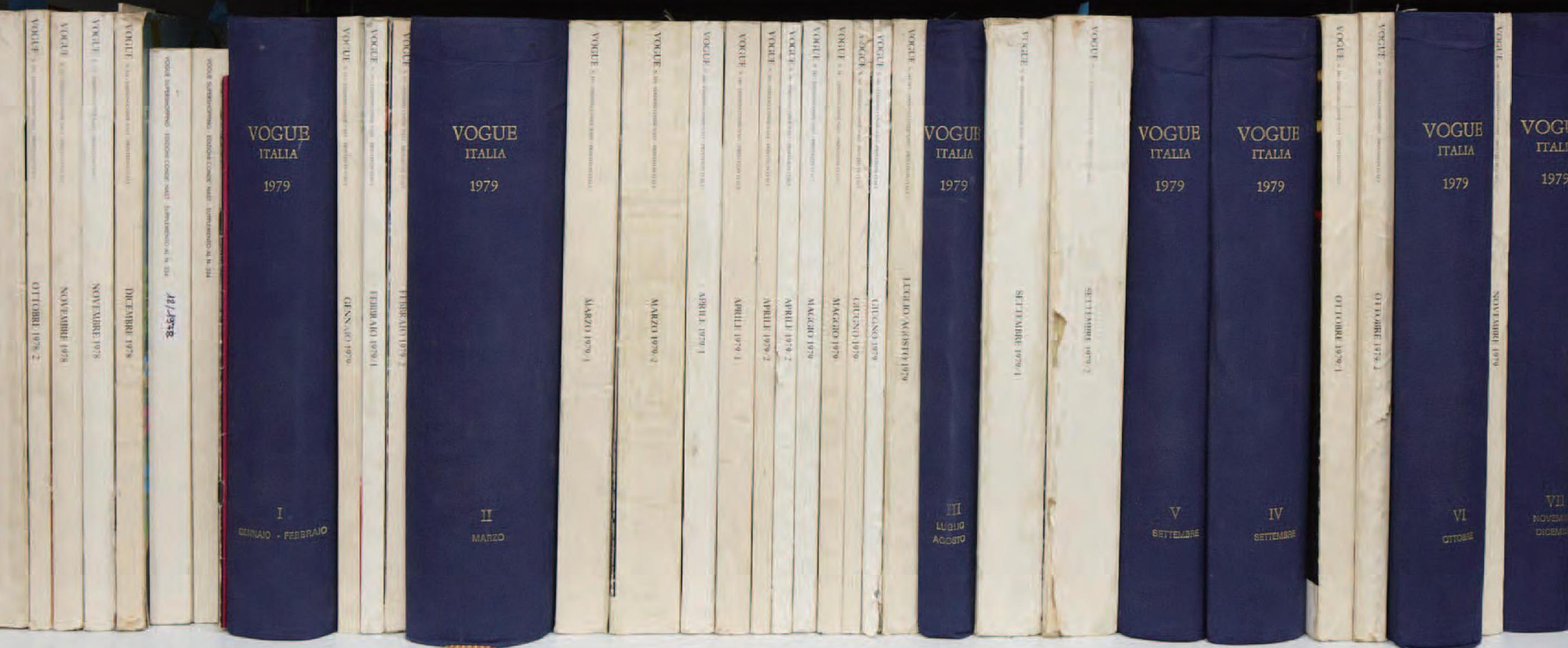
位於托斯卡納的新 Levabella 物流樞紐是重組製成品的倉儲及分銷的重大計劃的一部分。新物流樞紐由圭多卡納利 (Guido Canali) 設計，由於邊界植物、人造沙丘、屋頂花園、水景、觀景窗及自然路徑，該樞紐具有環境友好性、工人友好性且負責任地融入社區。

綠化帶佔這個設施全部地面的 70% 以上。具體而言，1,030 棵楊樹栽種在環繞整片區域的 1,200 米環形人行道旁，35 棵桑樹為員工停車場帶來蔭涼。最後，本集團將栽植一條由典型的地中海灌木植物組成的 1,000 米長樹籬，一旦完工，樹籬將環繞所有樓宇，使外人不得窺見樓宇內的情景。截至二零一七年十二月三十一日，約 360 米樹籬已建成。

在能源效率方面，該物流樞紐是本集團採用尖端工業結構的典範，它使用太陽能屋瓦(預計每年發電約 561 兆瓦時)、LED 照明、節能智能家居系統、低損耗變壓器、高效發電機及地熱電站。於二零一六年開始施工，並於年內落成兩個倉庫中的首個倉庫，第二個倉庫將於二零一八年竣工。



6. 方法附註



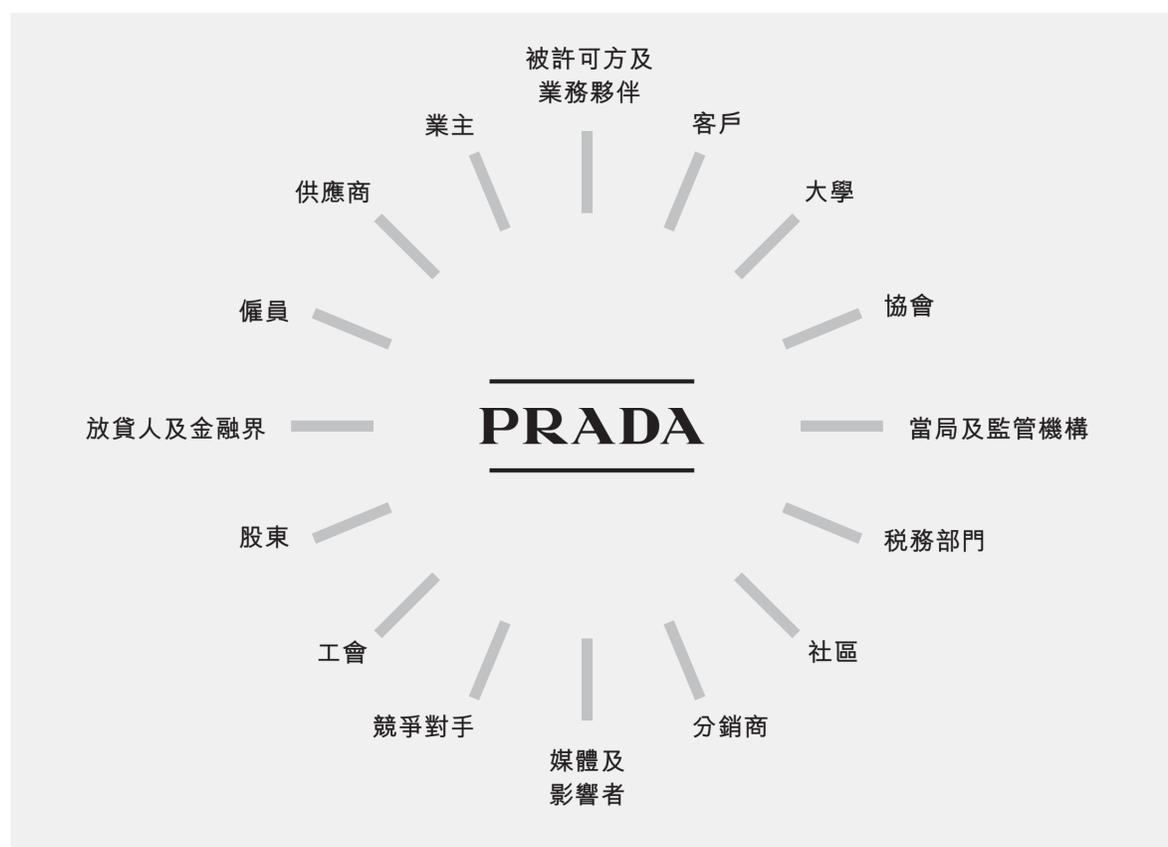
6.1 重大方面識別

在開展業務時，Prada集團與許多持份者互動，該等持份者均能夠直接或間接影響業務目標的實現或受其影響。

在價值鏈上從頭至尾地標註持份者之後，本集團按照下列基準決定哪些持份者最為重要：

- 對Prada的影響：影響公司策略或營運決策的能力；
- 對Prada的依賴：持份者依賴公司決定、產品及活動的程度。

該過程識別下列類別中的許多關鍵持份者：



為識別有利於實現長期目標(就 Prada 集團而言包括業務增長以及產品質量及工作組織的持續改進)的重大方面，在滿足持份者利益的同時，Prada 搜集每天與持份者互動的各個部門主管的觀點。連同重要性分析(請參閱下面一段)，這幫助本集團確定本公司及其持份者相關性的可持續發展事宜。

重要性分析

Prada 集團已根據全球報告倡議組織的最新可持續發展報告指引(GRI-G4)及遵循香港聯交所的「環境、社會及管治報告指引」草擬二零一七年社會責任報告。

賦予各個主題的深度及細節反映二零一五年最後幾個月進行的的重要性分析的結果：識別、評估及對與持份者相關且影響我們於短期、中期及長期創造價值的能力的可持續發展方面劃分等級的過程。

該重要性分析乃一個分為兩個階段的過程，其中涉及：

1. 識別可持續發展事宜：確定哪些事宜是了解 Prada 業務及策略環境以及描述其主要環境、經濟及社會影響的關鍵；
2. 劃分等級：根據該等方面對實現業務目標(內部重要性)的相關性以及持份者的關切(外部重要性)對該等方面進行整理。

Prada 集團可持續發展事宜的全面清單通過以下方式識別：

- 標註關鍵持份者並分析其關切；
- 對意大利及國際時尚及奢侈品公司進行基準分析，製作業內最常見可持續發展事宜的清單；
- 進行新聞回顧以呈列公眾輿論對每項可持續發展事宜的看法。本集團進行此項分析，以便每項事宜亦能夠依據其在公司之外的影響進行評估；
- 審閱內部文件(年報、道德準則、政策及程序)，以了解對各項可持續發展事宜的商業觀點；
- 分析 GRI-G4 指引中包括的可持續發展事宜。

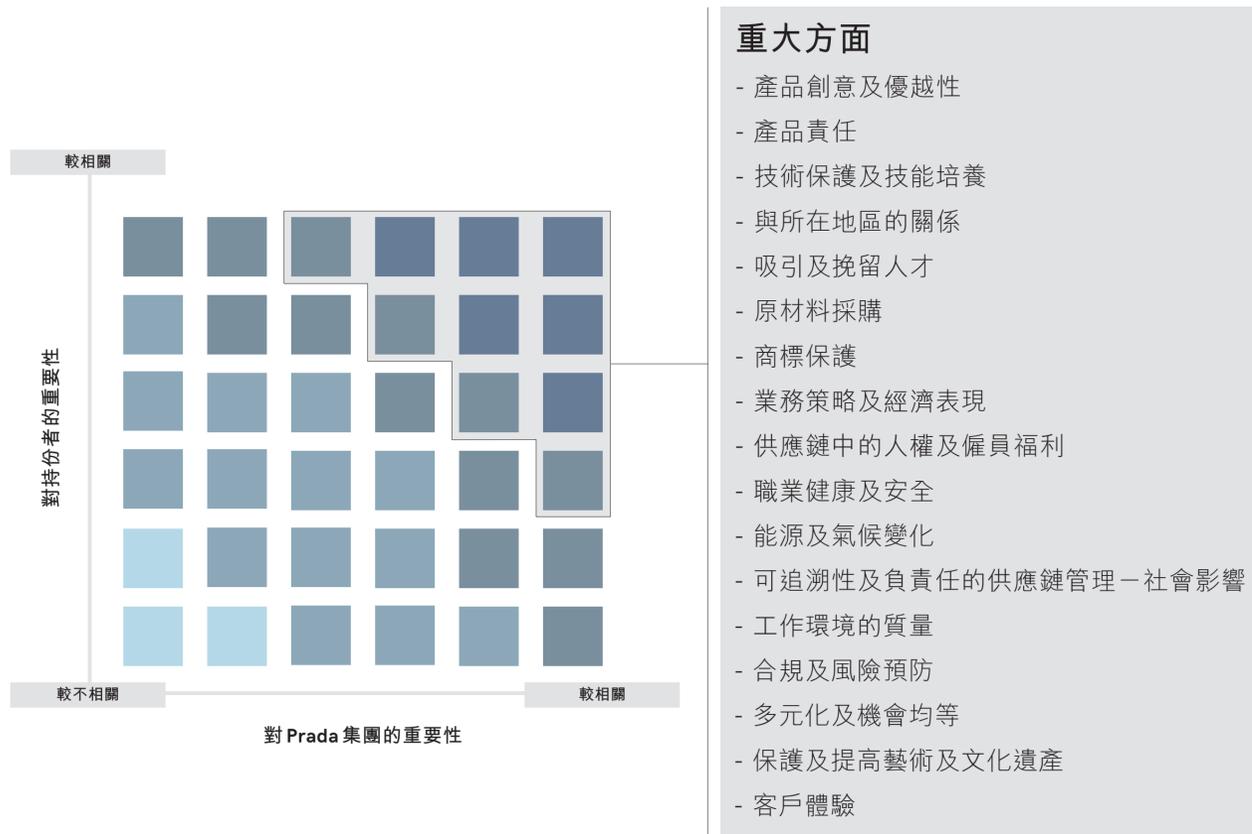
一旦可持續發展事宜被界定，該等事宜即按重要性劃分等級，以便其中較重要者將納入本報告。此舉通過採訪關鍵部門主管實現，該等主管根據相關事宜對 Prada 及其持份者的重要性給予優先排序。

根據 GRI-G4 指引，該等方面依據其在組織內外的影響評級，即將分析擴大至整個價值鏈。

部門主管提供的輸入數據然後與管理團隊觀點之外的其他標準綜合。尤其是：

- 內部重要性亦在考慮 Prada 集團對個別事宜的承諾以及其對各種形式「資本」(定義見綜合報告(財務、製造、自然、人力、知識及社會及關係資本))的影響之後評估；
- 在評估外部重要性(對持份者的重要性)時，分析側重於與 Prada 集團特定行業有關的各個方面。

如以下矩陣所示，Prada 集團的重要方面被界定為對本公司的重要性與對持份者的重要性的交點。



在較顯著的結果中：

- 事實證明最重要的方面是產品創意及優越性，其證實在整個價值鏈伴隨 Prada 商品的高標準質量及款式的根本重要性(對本集團及其持份者而言)；
- 與長期價值創造有關的方面最為重要(業務策略及經濟表現、商標保護)，與人力資本管理(技術保護及技能培養、工作環境質量、吸引及挽留人才)以及客戶體驗一樣；
- 與生產工藝以及其於整個供應鏈的影響有關的方面對持份者最為重要(產品責任、供應鏈中的人權及僱員福利、職業健康及安全、原材料採購、可追溯性及負責任的供應鏈管理)。

在 CSR 工作組與各業務部門開展的會議期間，上述相關議題亦被確認為本報告所述的二零一七財政年度議題。根據全球報告倡議組織的一般標準披露及特定標準披露與重要方面有關的現有覆蓋範圍，我們已選擇實施採用「符合－核心」方案的 GRI-G4 標準。香港聯交所的「環境、社會及管治報告指引」(主板上市規則－附錄 27)於內容索引⁶列舉。

下表載列全球報告倡議組織 G4 可持續發展報告指引(特定標準披露)中界定的重大方面：其以相關涵蓋範圍以及關於不將披露擴大至組織以外的任何限制呈報 Prada 的重大方面。

⁶ 並無列舉香港聯交所環境、社會及管治報告指引層面 A3 的一般披露(環境及天然資源)以及 A2.2 及 A2.4 (關於水資源管理)的遵守或解釋條文，因為目前根據 GRI-G4 的重要性評核，這個議題對於組織而言並未列為重要議題。相反，為著資料完整性考慮，儘管與貪污有關的方面對本集團而言並不重大，仍於「合規及風險管理」一段中處理一般披露 B7 (反貪污)。

GRI-G4 重要性方面	各方面範圍		各方面範圍限制	
	機構內	機構外	機構內	機構外
經濟績效	集團	-	-	-
採購工作	集團	-	-	-
材料	集團	-	-	-
排放	集團	獨立客戶(*)及 供應商	-	未延伸至獨立客戶(*) 及供應商
能源	集團	獨立客戶(*)及 供應商	-	未延伸至獨立客戶(*) 及供應商
環境合規	集團	-	-	-
僱傭	集團	-	-	-
多元文化及機會均等	集團	-	-	-
男女薪酬平等	集團	-	-	-
培訓與教育	集團	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
職業健康與安全	集團	獨立客戶(*)及 供應商	-	未延伸至獨立客戶(*) 及供應商
供應商勞動常規評估	集團	-	-	-
供應商人權評估	集團	-	-	-
消除歧視	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
結社自由與集體談判	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
童工	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
強迫或強制勞動	-	工業供應商	-	未延伸至工業供應商
合規—產品責任	集團	-	-	-
產品及服務標籤	集團	-	-	-
客戶健康與安全	集團	-	-	-
合規—社會	集團	-	-	-

(*) 獨立客戶指百貨店、多品牌店及特許經營店

6.2 報告程序

範圍

本文件為 Prada 集團(第三份根據 GRI-G4 原則編製)的第五份社會責任報告及對二零一七財政年度(即二零一七年二月一日至二零一七年十二月三十一日)採取的主要措施以及二零一五年至二零一七年三年期間的表現趨勢進行說明；於報告日期已知的二零一八財政年度特別重要措施及事件亦包含在內。

年內，普拉達股份有限公司股東大會批准將年度報告期結束時間由每年一月三十一日更改為十二月三十一日，從而將財政年度重新調整為歷年。因此應注意的是，二零一七年的報告期為十一個月，而不同於二零一六年及二零一五年的十二個月。因此，不可能就若干績效指標對三年趨勢作出正確解釋。

二零一五年及二零一六年每年收集績效指標，而二零一七年報告期為十一個月(二零一七年二月至二零一七年十二月)(倘於文本中並無不同表示)；報告週期乃根據年度頻率設置。報告範圍與二零一七年年報或普拉達股份有限公司及其附屬公司報告的資料相同，但文中明確指明的部分數據除外。

普拉達股份有限公司(連同其附屬公司統稱「Prada 集團」)為一家在意大利註冊成立及註冊的股份有限公司，總部位於 Via Antonio Fogazzaro 28, 20135 Milan，其股本由 Prada Holding spa(一家在意大利註冊的公司)擁有 80%，其餘股份(20%)於香港聯交所主板上市。

確保可持續發展報告質量的原則

本文件乃為報告 Prada 集團的成功方面及不足之處而編製，並載有對未來改善的意見。

所包含資料及指標旨在對本集團可持續發展表現及措施作出均衡描述。

報告、收集及匯總數據的過程乃以使持份者能夠充分比較及理解本文件所包含的資料為最終目的而構建。

計算方法

Prada集團涉及所有公司職能，並委聘意大利安永會計師事務所的氣候變化及可持續發展服務團隊釐定可持續發展報告的內容。

關於計算方法：

- 受傷率為因傷損失總小時數與工作總小時數之間的比率；
- 倘環境數據不可獲得，則使用保守估計，致使選擇與本公司最差正面環境表現相關的假設；
- 溫室氣體排放使用以下排放系數進行計算：
 - 排放範圍一：自環境、領土與海洋部(Ministry of Environment and Protection of Land and Sea)公佈的意大利標準參數列表獲取的排放系數；
 - 排放範圍二：自有關二零一五年 Enerdata 數據的 Terna 國際比較獲取的排放系數；
 - 排放範圍三：自環境、領土與海洋部公佈的意大利標準參數列表獲取的排放系數。

最後，二氧化碳是唯一考慮的溫室氣體。

二零一五年及二零一六年數據可能與二零一五年／二零一六年社會責任報告所發佈

數據略有差異，乃由於於有關報告發表後可獲得數據匯總所致。基於相同理由，二零一七年數據反映使用當二零一七年社會責任報告發表時可獲得數據的最佳估計。

7. 為「符合」核心方案的GRI內容索引



指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
一般標準披露				
策略與分析				
G4-1		最高決策人就可持續發展議題與機構的相關性及機構的發展策略的聲明	第3頁	
機構概況				
G4-3		機構名稱	第69頁	
G4-4		主要品牌、產品及／或服務	第4, 9-12; 24-31頁	
G4-5		機構總公司的所在地	第69頁	
G4-6		機構在多少個國家營運，在哪些國家有龐大業務，或哪些國家與社會責任報告所述的可持續發展主題特別相關	第4, 19-21頁	
G4-7		所有權的性質及法律形式	第69頁	
G4-8		所服務的市場	第4, 9-12頁	
G4-9		機構規模	第9, 12-14; 19; 34-38頁	
G4-10	KPI B1.1	以僱傭合約、僱傭類型、地區及性別劃分的員工總數	第39-42頁	
G4-11		集體談判協議涵蓋的員工總數百分比	第42-44頁	
G4-12	KPI B5.1	闡述機構供應鏈的情況(供應商數目、數量及來源市場)	第9-12; 19-22頁	
G4-13		報告期內，有關機構規模、架構、所有權或供應鏈方面的重大變動	第9, 12-14; 69頁	
G4-14		說明機構是否及如何按預警方針或原則行事	第17-18; 70頁	
G4-15		參與或支持外界有關經濟、社會及環境公約、原則或其他倡議項目	第14, 22-23頁	
G4-16		全國及／或國際性倡議團體成員	本集團的主要合夥關係是與： Assonime、 Camera Nazionale della Moda Italiana、 Assolombarda 及 Confindustria Toscana	
確定的重要性議題及範圍				
G4-17		列出機構的綜合財務報表中包括的所有實體及未納入社會責任報告的實體	第69頁	

指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
G4-18		說明界定報告內容的過程，以及機構如何應用相關報告原則	第66-69頁	
G4-19		列出確定的所有重要性議題	第69頁	
G4-20		說明機構內每個重要性議題的涵蓋範圍	第69頁	
G4-21		說明機構外每個重要性議題的涵蓋範圍	第69頁	
G4-22		說明重列過往報告所載資料的影響及原因	第69頁	
G4-23		說明在匯報範疇及涵蓋範圍的重大變動	第69頁	
持份者參與				
G4-24		機構的持份者列表	第66-67頁	
G4-25		就所選定的持份者，說明識別及選擇的根據	第66-67頁	
G4-26		與持份者溝通的方法	第66-67頁	
G4-27		與持份者溝通期間提出的關鍵議題及關注事項，以及機構如何回應這些主要議題及事項(包括通過其報告)	第66-69頁	
報告概況				
G4-28		所提供資料的匯報期	第69頁	
G4-29		上一份社會責任報告的日期	第69頁	
G4-30		報告周期	第69頁	
G4-31		關於社會責任報告或報告內容問題的聯絡方法及有用資料	第74頁	
G4-32		說明機構選擇的「符合」方案及所選方案的GRI內容索引	第68頁	
G4-33		為報告尋求外部核證的政策和目前的做法	本文件未提交予外部保證	
管治				
G4-34		機構的管治架構，包括最高管治單位的委員會及負責就經濟、環境及社會影響作出決策的委員會	第15-17頁	
商業道德及誠信				
G4-56		說明內部開發使命、價值觀、行為守則、重大經濟、環境及社會表現原則以及其執行進度	第14, 22-23頁	

重要性議題

指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
特定標準披露				
經濟績效指標				
經濟績效				
G4-DMA	G.D. B8	管理方法披露	第 12-14; 50-57 頁	
G4-EC1	KPI B8.2	機構產生和分配的直接經濟價值	第 13-14 頁	
採購行為				
G4-DMA		管理方法披露	第 20-22 頁	
G4-EC9	KPI B5.1	在主要營運地點，向當地供應商採購支出佔採購預算的比例	第 21 頁	
環境績效指標				
原材料				
G4-DMA	G.D. A2	管理方法披露	第 20-21; 62 頁	
G4-EN1	KPI A2.5	所用原材料的總重量或體積	第 21; 62 頁	
排放物				
G4-DMA	G.D. A2	管理方法披露	第 59-65 頁	
G4-EN3	KPI A2.1	機構內部的能源消耗量	第 60 頁	
G4-EN6	KPI A2.3	減少能源消耗	第 60-65 頁	
排放物				
G4-DMA	G.D. A1	管理方法披露	第 59-65 頁	
G4-EN15	KPI A1.1 KPI A1.2	直接溫室氣體排放量(範圍一)	第 60 頁	
G4-EN16	KPI A1.1 KPI A1.2	消耗能源所間接產生的溫室氣體排放量(範圍二)	第 60 頁	
G4-EN17	KPI A1.1 KPI A1.2	其他間接產生的溫室氣體排放量(範圍三)	第 60 頁	
合規				
G4-DMA	G.D. A1	管理方法披露	第 59-60 頁	
G4-EN29	G.D. A1	不符合環保法律法規的案例	第 60 頁	
社會績效指標				
勞工守則				
僱傭				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 39-45 頁	
G4-LA2	G.D. B1	按重要營運地點劃分，不提供給臨時或兼職員工，只提供給全職員工的福利	第 42 頁	

指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
職業健康與安全				
G4-DMA	G.D. B2 KPI B2.3	管理方法披露	第 47-48 頁	
G4-LA5	KPI B2.3	由勞資雙方組建的職工健康與安全委員會中，能幫助員工監督和評價健康與安全相關項目的員工代表所佔的百分比	第 47 頁	
G4-LA6	KPI B2.1 KPI B2.2	按地區和性別劃分的工傷、職業病、損失工作日數及缺勤比率，以及因工死亡總人數	第 47 頁	
培訓與教育				
G4-DMA	G.D. B3	管理方法披露	第 33-34 頁	
G4-LA9	KPI B3.1 KPI B3.2	按員工類別和性別劃分，每名員工每年接受培訓的平均小時數	第 34 頁	當時按類別劃分的平均培訓小時數資料仍未獲提供。Prada 致力於收集未來資料。
多元文化及平等機會				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 16-17; 40-42; 46 頁	
G4-LA12	KPI B1.1	按性別、年齡組別、少數族裔成員及其他多元文化指標劃分，管治機構成員和各類僱員的組成	第 16-17; 41-42;46 頁	
男女薪酬平等				
G4-DMA	G.D. B1	管理方法披露	第 46 頁	
G4-LA13		按員工類別和重要營運地點劃分，男女基本薪金和報酬比率	第 46 頁	
有關勞工守則的供應商評估				
G4-DMA	G.D. B5 KPI B5.2	管理方法披露	第 14; 22; 47-48 頁	
G4-LA15	KPI B5.2	供應鏈中勞工實踐的重大實際及潛在負面影響以及所採取的措施	第 22 頁	於二零一七年，在根據包括勞工實踐在內的標準對合資格供應商名單程序進行審查後，Prada 集團已開始將其逐漸應用於自身供應鏈。於本文件日期，所收集的資料仍不完整，因此指標獲部分涵蓋。
人權				
消除歧視				
G4-DMA		管理方法披露	第 14; 22; 47-48 頁	
G4-HR3		歧視個案總數，以及機構採取的改善行動		此時涵蓋指標(機構以外議題範圍)所需資料仍未獲提供。

指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
結社自由				
G4-DMA		管理方法披露	第 14; 22; 47-48	
G4-HR4		已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體談判的營運點及主要供應商，以及保障這些權利所採取的措施		此時涵蓋指標(機構以外議題範圍)所需資料仍未獲提供。
童工				
G4-DMA	G.D. B4 KPI B4.1 KPI B4.2	管理方法披露	第 14; 22; 47-48 頁	
G4-HR5	KPI B4.1 KPI B4.2	已發現具有嚴重使用童工風險的營運點和主要供應商，以及有助於有效杜絕使用童工情況的措施	第 22 頁	於二零一七年，在根據包括勞工實踐在內的標準對合資格供應商名單程序進行審查後，Prada集團已開始將其逐漸應用於自身供應鏈。於本文件日期，所收集的資料仍不完整，因此指標獲部分涵蓋。
強迫或強制勞動				
G4-DMA	G.D. B4 KPI B4.1 KPI B4.2	管理方法披露	第 14; 22; 47-48 頁	
G4-HR6	KPI B4.1 KPI B4.2	已發現具有嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運點，以及有助於消除一切形式的強迫或強制勞動的措施	第 22 頁	於二零一七年，在根據包括勞工實踐在內的標準對合資格供應商名單程序進行審查後，Prada集團已開始將其逐漸應用於自身供應鏈。於本文件日期，所收集的資料仍不完整，因此指標獲部分涵蓋。
供應商人權評估				
G4-DMA	G.D. B5 KPI B5.2	管理方法披露	第 14; 22; 47-48 頁	
G4-HR11	KPI B5.2	供應鏈中的重大實際及潛在負面人權影響以及所採取的措施	第 22 頁	於二零一七年，在根據包括勞工實踐在內的標準對合資格供應商名單程序進行審查後，Prada集團已開始將其逐漸應用於自身供應鏈。於本文件日期，所收集的資料仍不完整，因此指標獲部分涵蓋。
社會				
合規				
G4-DMA		管理方法披露	第 17-18 頁	
G4-SO8	G.D. B1 G.D. B2 G.D. B4 G.D. B7	違反法律及法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的總次數	第 18 頁	

指標	香港交易所ESG 報告指引索引	說明	索引	遺漏
產品責任				
消費者健康與安全				
G4-DMA	G.D. B6	管理方法披露	第 22-23 頁	
G4-PR2	G.D. B6	按後果類別劃分，違反有關產品和服務健康與安全影響的法規及自願性準則的個案總數	第 23 頁	
產品及服務標籤				
G4-DMA	G.D. B6	管理方法披露	第 23 頁	
G4-PR4	G.D. B6	按後果類別劃分，違反有關產品和服務資訊及標籤的法規及自願性準則的個案總數	第 23 頁	
合規				
G4-DMA		管理方法披露	第 23 頁	
G4-PR9	G.D. B6	如有違反提供及使用產品與服務的有關法律及法規，說明相關重大罰款的總金額	第 23 頁	

有關本社會責任報告的其他資料，可通過以下聯絡方式索取：

PRADA S.p.A.
Via Antonio Fogazzaro, 28
20135 Milan
Italy
電郵：csr@pradagroup.com

來源：

頁碼：3-19-20-23-24-29-30-31-32-39-42-43-44-45-66-71

照片 Agostino Osio

頁碼：59-61-63-64

照片 Francesco Castagna

