

Beautiful 美麗在望 Ambition 莎莎 2025

Making Life 締造美麗人生
Beautiful



主席的話

過去十二個月，莎莎面對的轉變和衝擊是史無前例的。在這極其艱難的期間內，能夠成為由環境運動委員會聯同環境保護署及九個機構合辦的「香港環境卓越大獎」中榮獲商舖及零售業界別的金獎得主，實在令我們格外鼓舞。

正當所有企業機構包括莎莎在內的社會各界都在奮力應對新冠肺炎為社會經濟帶來的負面影響的同時，意想不到地，我們卻看到全球因交通運輸及工業活動大減而帶來對環境的重大正面影響。

故此，我們不要忘記：經濟、人類的健康和福祉、以及環境，都是息息相關、互相依靠的，而我們生活的地球唯有靠我們善待它，才能得以持續。

於2019/20年度，莎莎制定為期五年的可持續發展框架「美麗在望：莎莎2025」，藉此希望引領我們在可持續發展道路上，成就「締造美麗人生」的願景。

★ 郭詩慧女士

◆ 可持續發展督導委員會主席

★ 郭少明博士，銀紫荊星章，太平紳士

◆ 董事會主席



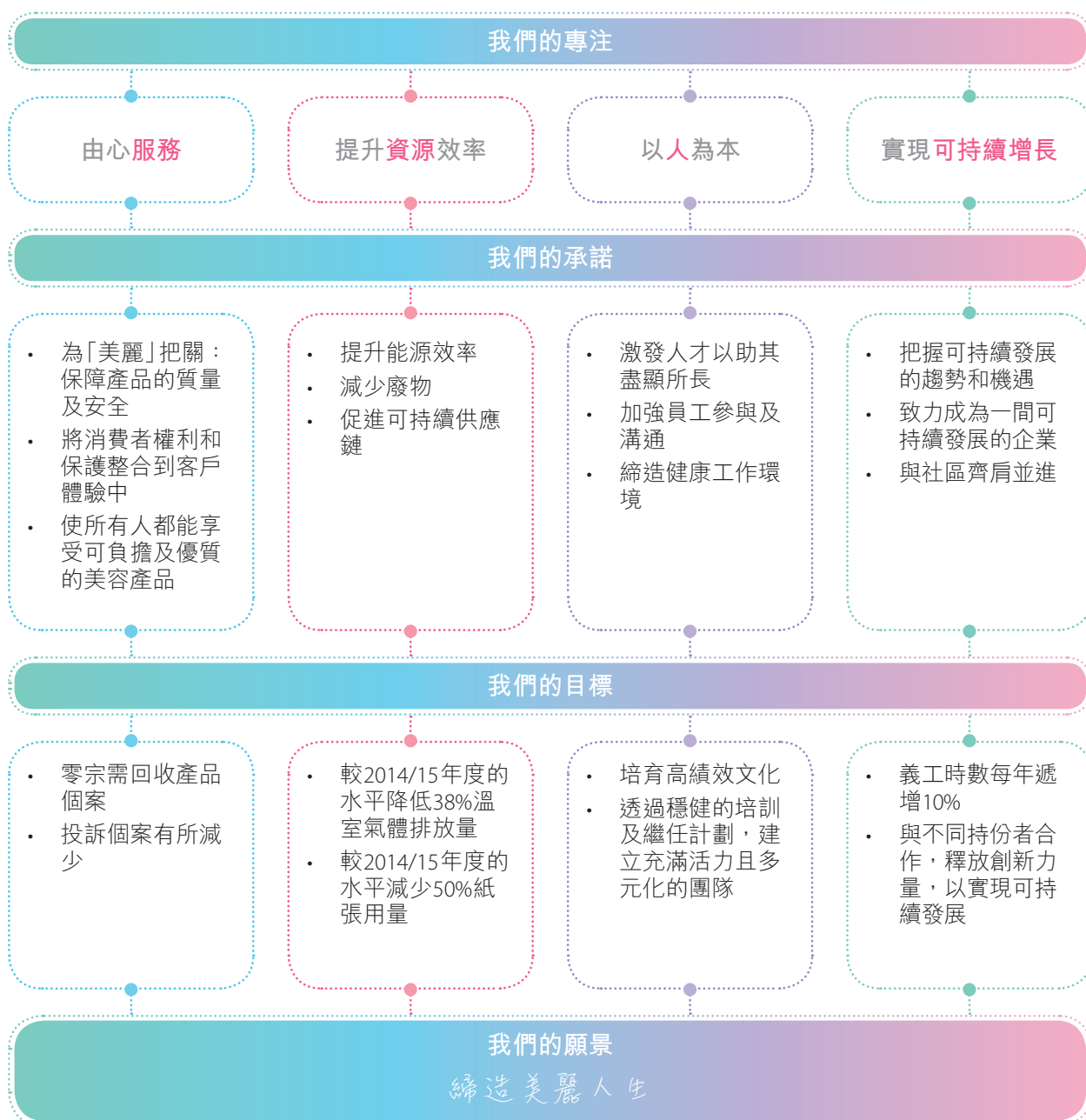
如何實現可持續發展

如何實現可持續發展

我們的可持續發展框架

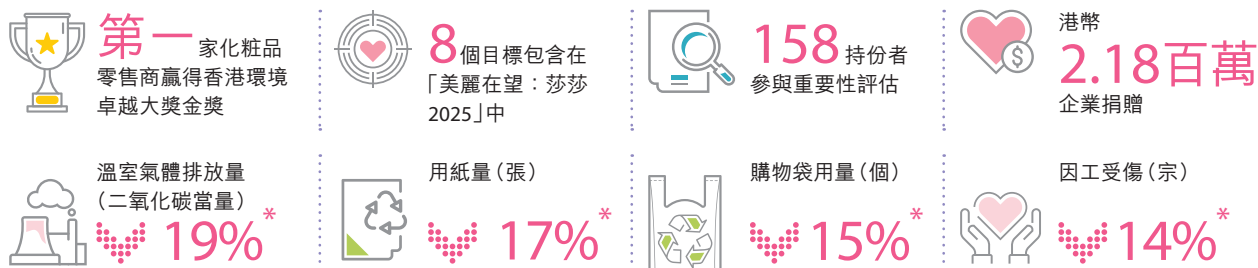
「美麗在望：莎莎2025」代表莎莎對實現可持續發展的願景 - 在未來五年，為顧客和員工締造美麗人生，為環境和社區構建美麗將來。秉承關懷至上的公司傳統，我們的可持續發展框架不單連接着我們的策略重點，亦引領我們向著成為負責任和可持續發展的企業邁步前行。

美麗在望：莎莎2025



我們的表現重點

除了建立可持續發展框架外，我們在2019/20年取得了以下成果：



我們的可持續發展管治架構

我們深信，健全管治架構是由堅定的領導、明確的方向及充份發揮策略的影響力組成的，此對莎莎可持續發展的成功整合和有效管理至關重要。

我們的管治架構以直接向董事會匯報的可持續發展督導委員會為中心，而委員會由執行董事郭詩慧女士領導，成員包括多個部門的主管。可持續發展督導委員會每季舉行會議，並討論可持續發展策略的重點、方向及目標。推動我們前進的背後理念包括了制定具體的政策建議、提高效率、降低成本及讓更多員工參與到我們的可持續發展之中。

我們的可持續發展管治架構旨在於各個層面建構對可持續發展的負責任態度，令全體員工在可持續發展融入日常業務營運的過程中出一分力。

自上而下的策略



董事會

- 負責規劃莎莎的整體可持續發展策略及匯報，為莎莎的長期發展及定位訂立方向

可持續發展督導委員會

- 制定可持續發展策略和目標供董事會審批
- 監督轄下工作小組工作進度
- 定期向董事會匯報，使其能夠履行監督職責

工作小組

- 各工作小組負責可持續發展策略的各個範疇
- 由指定部門主管領導，負責執行具體措施
- 向可持續發展督導委員會匯報

環境、社會及管治團隊

- 為可持續發展督導委員會和各個工作小組協調
- 為可持續發展督導委員會提供基準、市場情報和建議，以制定戰略、方向和目標
- 與持份者進行互動，協調和溝通，以確保有效實施可持續發展策略

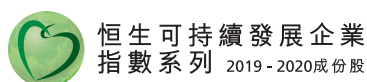
由下而上的資訊流通

* 對比2018/19水平。

可持續發展基準和承諾

莎莎致力於讓公眾了解我們的可持續發展表現，而這種透明度亦成為我們繼續以可持續發展方式經營的動力。在緊貼最新的市場趨勢以外，我們一直透過不同的可持續發展標準，認清自身的優缺點，務求在可持續發展方面走得更遠。

- 連續第九年獲納入恒生可持續發展企業基準指數，並獲得A+評級
- MSCI的環境、社會及管治評級由「BBB」躍升至「A」
- 獲香港社會服務聯會頒授「15年+商界展關懷」標誌



持份者諮詢

作為引領行業的化粧品零售商，我們的表現仰賴與顧客、員工、投資者、供應商和承包商，以及本地社區、非政府組織合作夥伴、政府部門、學術界、媒體及同業和協會之間直接且頻繁的諮詢與互動。他們的觀點和意見不僅有助我們了解持份者的需要和期望，更可提高我們現有及未來可持續發展策略的相關性和成效。

持份者	溝通渠道
員工	日常溝通、表現評估及人才發展計劃
投資者、股東和環境、社會及管治研究分析師	可持續發展報告、標準和指數、訪談及股東週年大會
顧客	社交媒體、莎莎網站、神秘顧客計劃
供應商和承包商	定期項目會議及表現評估
社區	捐贈和社區計劃及活動
非政府組織、學術界及行業協會	合作及會議
政府部門及監管機構	持續進行對話和信息披露
媒體	採訪和新聞發布

對莎莎重要的可持續發展議題



現今社會瞬息萬變，我們能否取得成功取決於我們可否了解及回應持份者的意見及期望。因此，我們會定期進行重要性評估，檢視不斷變化的可持續發展環境，並核實、排序及匯報對我們的業務及持份者而言最為重要的可持續發展議題。

識別

本年度，基於我們在2016/17年度進行的重要性評估、行業研究、競爭對手及同業的標準分析和持份者的意見，我們識別出47個行業獨有的議題，進行了排序。

排序

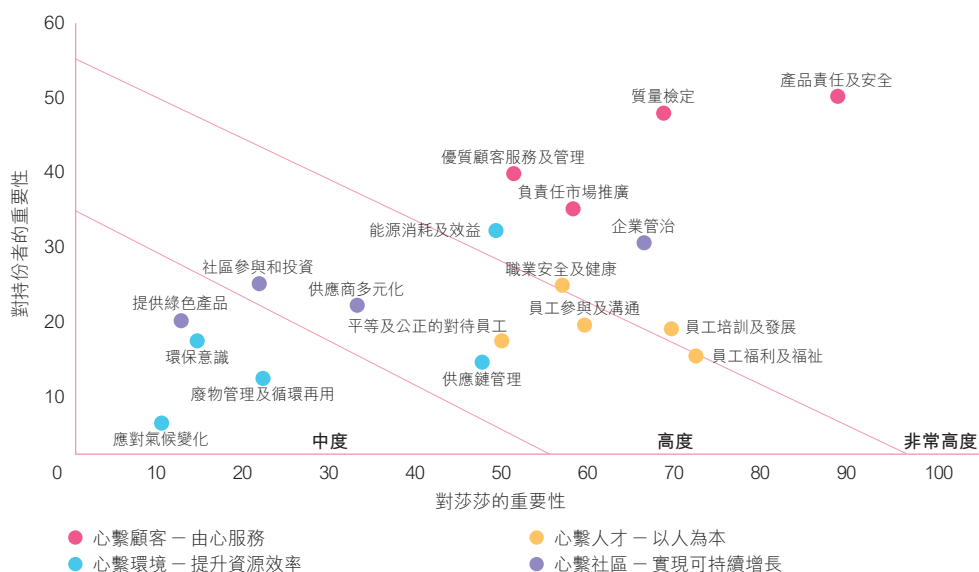
透過訪問、問卷調查和其他形式的持份者諮詢，一共收集了158名內部及外部持份者的意見，我們認為24個行業獨有的議題較為重要。

驗證

經過與可持續發展督導委員會成員及董事會共同對結果進行驗證，最終得出18個對我們業務獨有的議題。為了使議題更加清晰，我們修正了個別議題的名稱。

最重要的是2019年重要性評估促成了美麗在望：莎莎2025可持續發展框架及其四大專注範圍「由心服務」、「提升資源效率」、「以人為本」及「實現可持續增長」的制定。

整體而言，結果與過往一致。以下矩陣圖列出並匯報了我們所識別的18個中度、高度及非常高度關注的議題。



由心服務



當我們的顧客選擇到莎莎購物時，正正代表他們對我們的產品質量投以信心的一票。作為回報，我們由心而發為他們服務，盡力滿足顧客的各種需要，通過引入優質而多元化的產品，並提供貼心的購物體驗，迎合顧客的需要及喜好，讓顧客能塑造自己的美麗人生。

主要挑戰

1. 零售行業環境不斷變化

- 電子商務和數碼化的衝擊帶來更多機遇，但亦造成新的競爭
- 顧客更常利用社交媒體發表意見

2. 顧客的需要和期望

- 顧客的着眼點不僅在產品的多元和價錢上，對整個端到端體驗也愈來愈有要求
- 產品安全對於顧客而言至關重要，他們對化妝品的成分及組成變得更講究

3. 顧客的健康

- 消費者日益關注健康及可持續的生活模式，這些元素越發影響消費者的購買取向

美麗在望：莎莎2025

我們的承諾

- 為「美麗」把關：保障產品的質量及安全
- 關注消費者權益和安心享受的服務體驗
- 使所有人都能享受可負擔及優質的美容產品

我們的目標

- 零宗需回收產品個案
- 投訴個案每年有所減少

我們本年度的主要發展

- 我們的卓越服務繼續廣受肯定
- 與 HKTVMall 合作發展本地市場
- 推出微信小程序，一方面分享美妝資訊潮流，一方面促進銷售

為「美麗」把關：保障產品的質量及安全

莎莎現時管理約18,000款產品，讓不同年齡、不同背景的顧客都能找到適合自己的產品。但是，要確保每一款產品的質量及安全，則有賴品牌管理及產品發展、品質管理、前線銷售以至顧客服務的整個團隊共同努力，確保品質和安全永遠為我們的優先考慮因素。與往年一樣，莎莎本年度沒有產品因安全或健康問題而需要回收的個案，也沒有觸犯任何相關規例的事件。



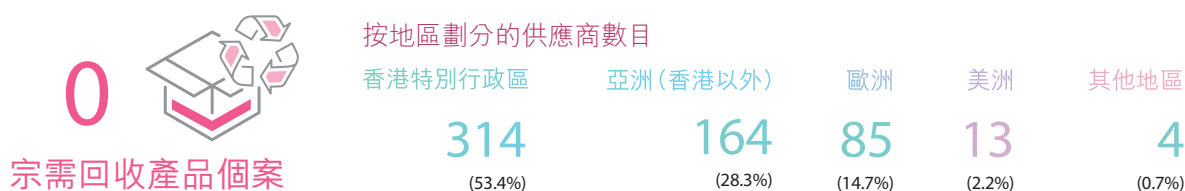
榮獲香港優質標誌局「Q嘜人氣品牌大獎2019（化粧品類別）」，肯定我們對「由心服務」承諾的堅持，並為顧客帶來最優質的產品和購物體驗。

我們關鍵的供應鏈流程，包括物流、品牌管理及產品發展、市場推廣及客戶服務，均獲第三方認證，如由國際標準組織所制定的品質管理系統（ISO9001：2015）。

為確保顧客滿意我們的產品及服務，我們投放資源實行各項措施：

- ✓ 大部分產品於生產受到嚴格化粧品及個人產品條例管制的地方生產，例如歐盟、美國、日本及韓國。
- ✓ 承諾確保每件上架貨品都有超過六個月的保質期（食物及藥物除外，因產品性質所限，其在架上的保質期較短）。
- ✓ 通過供應商評估、合同約束措施、倉庫質量控制及店內每月檢查，以確保顧客購得具有合理有效期的優質「正版正貨」。
- ✓ 向供應商提供主要地區必須避免或限制使用的最新有害成分名單。
- ✓ 我們在產品安全和真偽方面一直採取審慎原則。可能出現任何潛在問題的產品會先被下架以策安全，直至得出調查結果。高級管理層會直接參與所有存在潛在安全或其他問題的產品的調查，而有問題的產品皆會下架。

除了嚴格的產品安全和質量監控，我們還鼓勵供應商持續改善其在環境和社會方面的可持續發展表現。我們亦要求供應商和服務提供商，在大部分合約中提供相關的保證條款，以確保尊重知識產權及第三方權利*。



* 我們亦制定政策嚴格禁止下載電影、音樂及盜版軟件。

關注消費者權益和安心享受的服務體驗

莎莎通過以下措施致力為顧客提供安心、優質的服務體驗：

- ✓ 30天購物保證：我們的所有銷售平台均向顧客提供30天購物保證，令他們於任何莎莎的接觸點購物時倍感安心。
- ✓ 內部神秘顧客計劃：全線店舖推行，以客觀的角度反映店舖的服務表現，藉此確立莎莎的服務保證及了解我們的進步空間，為顧客帶來更貼心的服務。
- ✓ 服務體驗培訓：持續為前線員工提供最新產品及其他資訊的顧客服務和店舖實地培訓指導。
- ✓ 投訴及跟進機制*：接獲意外事故、產品質素、服務質素等投訴後，立即展開內部機制跟進，並及時向客戶回覆。
- ✓ 個人資料私隱：業務嚴格遵守個人資料(私隱)條例，致力確保我們收集的顧客資料僅用作明確指定和顧客獲悉的用途。

神秘顧客計劃得分

90%

8.3% 與2018/19比較

提供優質的美容產品予社會各階層

為了應對零售行業環境變化，莎莎已經將「新零售」模式確立為我們的中長期戰略發展方向。將消費者、產品、交付方式和供應鏈緊密聯繫起來的同時，我們亦利用網絡平台接觸顧客，並與HKTVMall、蝦皮購物、天貓國際、京東集團、小紅書、考拉海購和微信小程序等多個知名的電子商務平台合作，加強與顧客的互動和提供更輕鬆愉快的購物體驗。

莎莎微信小程序榮獲「微信力量－年度智慧服務」大獎。莎莎透過微信小程序與顧客互動溝通，一方面分享美妝資訊潮流，增加顧客忠誠度，一方面利用微信龐大的流量促進銷售。



* 本年度接獲的投訴和讚美數目分別為96宗和255宗。

走向可持續之美

綠色美容在現今社會日益受到重視，香港當然亦不甘後人，所以除了無微粒美容及護膚產品外，我們亦向顧客提供多種標籤列明無動物測試、ECOCERT有機認證、不含對羥基苯甲酸、轉基因等等說明的綠色美容產品。

齊心抗疫

莎莎一向以顧客、社區和員工的安全和福祉為先，面對防疫產品的龐大需求，我們的採購團隊一直在全世界尋找貨源，確保供應，物流團隊則不間斷地為我們處理物流事宜，為店舖及顧客送上抗疫物資。



你可知道.....

為確保顧客可以儘早得到口罩供應，口罩到港後，物流團隊會立即進行品質管理，並於同日內將口罩送到店內供顧客選購。

同時，為了保證質素，我們的品牌管理及產品發展團隊亦訂立嚴格的質量要求，確保我們不會向顧客出售包裝受損的產品。

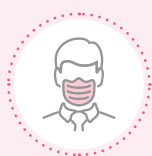


實踐安全零售

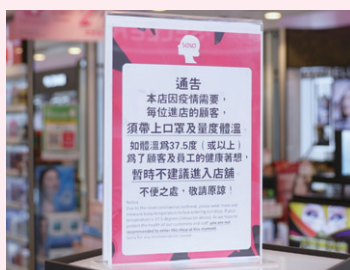
由於前線員工和顧客的安全及健康對莎莎至關重要，為了令他們免受疫症威脅，我們的店舖均已進行一系列消毒措施：



定期消毒店舖的貨架和貨品



要求顧客配戴口罩



店舖入口加設搓手消毒機



為顧客量度體溫



試用產品前消毒雙手



付款後再次消毒雙手



滿足各種顧客需要

由於顧客更常利用社交媒體，故我們細心傾聽他們在網上發表的意見並會儘快作出回應。於疫情爆發初期，我們發現抗疫產品供不應求，所以我們立即盡力為顧客搜羅物資，為他們燃點希望。同時，我們採取了以下的措施，確保防疫物資送到顧客手上：

- 店舖、物流中心及供應商緊密聯繫，令抗疫產品可優先通過供應鏈進行快速補貨。
- 對需求較大的抗疫產品實施購買數量限制，令顧客受到公平對待。
- 通過在不同平台上出售口罩來支持安全零售，包括我們的店舖、透過莎莎網3天送貨上門、GULU和支付寶網店。
- 不定期在店舖推出抗疫產品閃購活動，以照顧不熟悉科技的顧客。

- 顧及顧客不同的需要，我們出售不同種類及價位的防護口罩。
- 除了自日本、韓國、越南、美國及歐洲尋找貨源外，我們亦支持本地品牌口罩。
- 提供超值防疫心意包供貴賓和有即時風險的顧客選購。

出售口罩的種類：



72

出售消毒濕紙巾的種類：



55

出售消毒搓手液的種類：



71

出售所有抗疫產品的類型：



265

2019/20 年度主要成就

香港零售管理協會2019年「傑出服務獎」

- 十大傑出服務零售品牌大獎
- 優質服務之星 — 獲得三個獎項
- 金獎 — 主管級別
- 金獎 — 基層級別
- 銀獎 — 基層級別

「神秘顧客計劃」

- 卓越成就獎 — La Colline專門店
- 最佳服務零售商(化粧品店組別獎) — La Colline專門店

頭條No.1大獎2019

- No.1全方位美肌連鎖化粧品店

微信

- 微信力量 — 年度智慧服務

香港優質標誌局

- Q嚟人氣品牌大獎2019(化粧品類別)

莎莎的下一步行動

為了更能滿足顧客對美的追求，我們將會繼續：

- 積極聆聽及回應顧客對社會和環境責任方面的訴求，細心處理資料保安、產品安全和負責任市場行銷等問題。
- 保持公開透明，真誠待客，與顧客共同踏上可持續的美麗旅程。



莎莎時刻銘記「締造美麗人生」的願景，致力把環保元素納入企業管理的決策層面。我們採取一系列環保措施，把業務對環境帶來的影響減至最小。

主要挑戰

1. 氣候變化

- 世界呼籲採取集體行動，將全球氣溫升幅限制在攝氏2度以下
- 極端天氣可影響我們的銷售、產品供應及供應鏈的可靠性
- 向低碳經濟轉型的需求日益增長

2. 廢棄物

- 香港正面臨極大的廢棄物挑戰，棄置香港堆填區的固體廢物量創新高，而本地廢棄物回收率卻錄得歷史新低

3. 供應鏈

- 由於供應鏈結構複雜，有愈來愈多聲音呼籲採取集體行動和提高透明度

美麗在望：莎莎2025

我們的承諾

- 提升能源效率
- 減少廢物
- 促進可持續供應鏈

我們的目標

- 較2014/15年度的水平降低38%溫室氣體排放量
- 較2014/15年度的水平減少50%紙張用量

我們本年度的主要發展

- 為溫室氣體排放及廢棄物設定和披露減排目標
- 將十一月指定為莎莎環保月，舉辦綠色活動以提高生態意識
- 安裝智能電錶以實時監控用電
- 參加中電的高峰用電管理計劃

提升能源效益推動低碳營運

應對氣候變化是莎莎《環保政策》中的主要優先事項。作為負責任的企業公民，我們目標是於2025年之前將我們的溫室氣體排放量減少至低於2014/15年度基準水平的38%，為促進低碳經濟轉型出一分力。

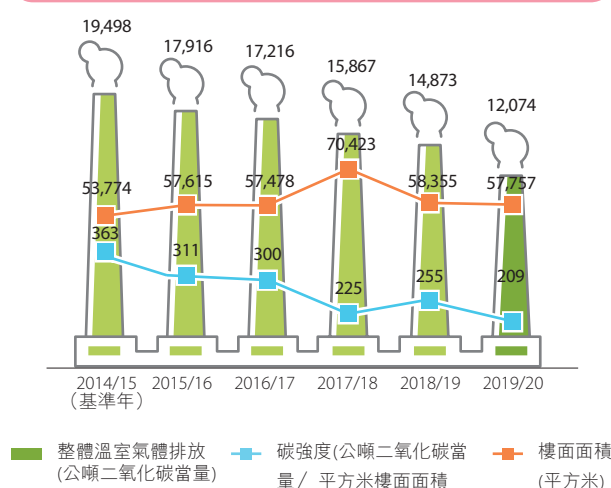


環保政策

2019/20年度，莎莎在香港及澳門合共經營112間店舖。莎莎因業務而產生的二氧化碳當量為12,074公噸。自2019年6月起，在社會動盪和新冠肺炎期間，由於商店營業時間的縮短、商店的臨時關閉和商舖的結業，我們的溫室氣體排放量較2018/19年度大幅下降下降了19%。與2014/15年度的基準水平相比，我們已減少排放達38%，但我們預計新冠肺炎過後的溫室氣體排放將再次上升。受2019/20年這非同尋常的一年的啟發，我們設立了一個雄心勃勃的目標，即到2025年，在這後新冠肺炎時代，我們仍然能夠保持38%溫室氣體排放量的降幅（對比2014/15年度）。

莎莎的溫室氣體排放，主要是使用電力引致的能源消耗（範圍2），佔我們的碳排放總量超過96%。而在莎莎的主要營運設施中，以零售店舖的能源消耗最多，佔79%，而物流設施和辦公室則分別佔14%和7%。在2019/20年度，集團整體的耗電量較2018/19年度下降了19%。

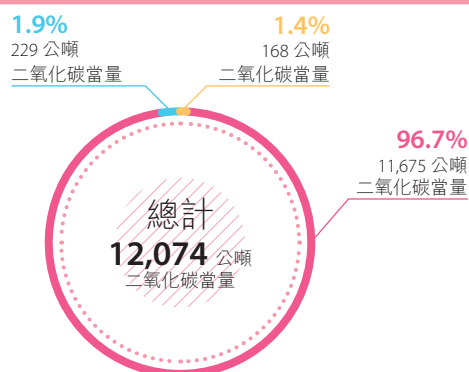
溫室氣體排放量及碳強度



我們的溫室氣體排放目標：

38%
較2014/15*減少

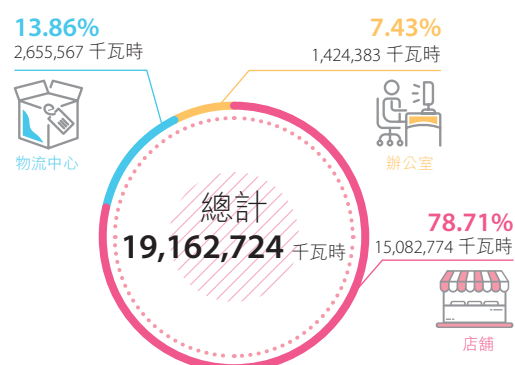
按範圍1、2及3劃分的溫室氣體排放



- 範圍一：直接溫室氣體排放**
本集團擁有的運輸車隊及商業用途的僱員私家車輛
- 範圍二：電力間接溫室氣體排放**
用於店舖、總部和物流設施的購電量
- 範圍三：其他間接溫室氣體排放**
廢紙棄置、航空公幹、淡水供應及污水處理、運輸承辦商的燃料消耗

* 2014/15年為我們作比較的基準年。

按設施類型劃分的能源消耗



2019/20
年度耗電量：

19%
較2018/19減少

2019/20

年度耗電強度：

332 千瓦時 / 平方米

節約用水

莎莎的業務毋須大量用水，用水僅佔我們碳足跡的0.1%，但我們仍密切監察辦公室、零售店舖及物流中心營運的用水情況，以減少用水。為提醒同事們節約用水，我們在水龍頭旁邊張貼了珍惜用水的提示。受今年的冠狀病毒影響，我們更注重衛生，因此比去年消耗了多21%的水。



你可知道.....

- 莎莎是環境局《戶外燈光約章》的先行採納者和簽署人之一。簽署《約章》的商戶須在預調時間關掉不必要的戶外燈光，以減少光滋擾及能源浪費。本年度，莎莎有48間店舖獲頒發金獎。
- 從2019年中開始，我們的商舖需要在非營業時間關閉其讀卡器，以節省多達3%的總能耗。
- 我們的LED燈安裝率從84% (2018/19) 提高到90% (2019/20)。



源頭減廢支持城市減廢目標

特區政府已制定目標，將每人每年的廢物棄置量減至292公斤，以減輕垃圾堆填區的飽和問題。為幫助我們的城市實現此目標，莎莎願意出一分力。這一年來，我們貫徹執行既有策略，在物流中心、店舖和辦公室三方面，減少產生廢物、重用可用資源、回收有用物料，達致資源循環再用，以減輕香港堆填區的壓力。

我們意識到，在運送途中用作保護產品的包裝材料是其中一個主要的廢物來源。莎莎採購的產品，大部分會先被送到物流中心處理，然後再分發到各個零售店舖。我們不斷努力尋求新方法減少分發過程中產生的廢物，並已在我們的物流中心採取多項措施減廢、重用及回收。



減廢

- 不斷評估產品包裝，盡可能減少使用包裝材料，例如於2019/20年度，我們開始使用雙層瓦通紙箱代替三層瓦通紙箱，以減少廢棄物。雖然每個紙箱的重量較原本輕31%，但仍能為產品提供充足保護。
- 設置卡板包裝機，減少包裝卡板所消耗的包裝膜
- 針對莎莎前20位最暢銷單品，店舖要求補貨時，最少的訂量必須是「原箱」的倍數，以避免重新包裝。這環保舉措同時也為我們節省了時間和成本。



重用

- 每個紙箱平均使用四次才會回收。



回收

- 我們用過的紙皮、膠膜及卡板均會交由回收公司收集及回收。

回收紙箱：



148 噸

回收木卡板：



4.7 噸

回收膠膜及密封包裝：



3.2 噸

妥善分類垃圾處理有害廢物

廢物分類是開發健全的廢物管理系統的重要一環。損毀或需要棄置的到期貨品按固體、液體或化學廢料進行分類，並按下述方式棄置：

- 固體廢物和液體廢物儲存到一定數量時，向環保署遞交「於堆填區傾倒特殊廢物許可證」，獲批後，便會把貨品交由外判商送到堆填區棄置。於2019/20年度，我們共棄置19.2噸固體廢物（如面膜）及15.7噸液體廢物（如洗頭水）。
- 化學廢物（如香水）儲存到一定數量時，通知化學廢物處理中心安排回收。我們於本年度沒有棄置任何化學廢物。

在店舖實行負責任的廢物管理

我們的廢物管理工作小組將繼續協調各店舖的減廢工作，以下是我們採取的部分措施：

- 提供獎賞鼓勵店舖加強減廢、重用及回收工作。
- 與相關管理公司及清潔公司聯繫和協調，督促其配合我們的回收工作。
- 將紙箱從店舖運回物流中心，以便重用。
- 用供應商的紙箱將貨物交付到店舖，以節省紙箱。
- 為承包商訂立指引，店舖裝修過程中產生的所有廢物應妥善處理。



莎莎員工積極參與環保工作

減低顧客對環境的影響

莎莎履行香港法例第603章《產品環保責任條例》和澳門第16/2019號法例《塑料袋供應限制》。莎莎在香港向要求供應膠袋*的顧客收取每個膠袋港幣5角的費用，在澳門則收取1澳幣。在2019/20年度，莎莎向顧客提供了約2.37百萬個膠袋，較上年度減少15%。雖然有更多的顧客自帶購物袋到莎莎購物，但減少的部分原因是今年交易宗數下降所致。因今年澳門的交易也計算在內，平均每次交易的膠袋使用量為0.168個，較上年度減少6.7%。

* 莎莎提供給顧客含有塑膠成分的紙袋，原料均採購自獲森林管理委員會(FSC)認證、可持續和負責任方式管理的森林；而購物袋的塑膠部分則以氧化式生物可分解材料製成，以減少對環境的影響。

自膠袋徵費全面推行後，莎莎承諾每年撥出收益用於推廣環保的工作上。自2015年起，我們共撥出近港幣390萬元，用於激勵我們的員工和社區為地球出一分力，當中超過港幣100萬元來自膠袋徵費所得的收益。

遺憾的是，由於出現社會動盪及新冠肺炎，大部分原定於截至2020年3月31日止財政年度進行的活動均告取消。儘管如此，由綠領行動舉辦旨在提高大眾環保意識及推廣重用的利是封回收計劃仍按原定計劃進行。

方便顧客參與回收利是封

2020年，莎莎贊助並連續七年參與環保組織綠領行動舉辦的「利是封回收重用大行動」。莎莎在辦公室及50間店舖設置收集箱，在農曆新年過後共收集1,869.5公斤的利是封，以每公斤400個計算，即接近747,800個利是封，相當於拯救了約38^{*}棵樹。



綠領行動的何漢威先生和葉翠雯小姐與我們的高級物流經理黃家怡女士一同檢查利是封

節省紙張

廢紙是都市固體廢物的第二大成分，有見及此，我們的目標是在2025年將紙張使用量與2014/15基準水平相比減少50%。除了安裝紙張回收箱外，我們還推出「隨行打印(follow me printing)」，員工必須掃描員工證方可使用打印機打印文件。除了減少每週傳閱資料，我們還鼓勵店舖員工在設備上查閱。

莎莎不再提供即棄餐具

自從莎莎建立起「自備餐具」文化，我們已停止在公司的聯誼活動中提供即棄餐具。今年本公司更購置額外的可再用碗碟和餐具，確保即使同事一時忘記自備餐具，仍能保持拒絕即棄的綠色文化。

此外，今年我們從辦公室和同事的捐款中收集了158件物品，捐贈給香港明愛電腦工場進行回收。

* 根據主辦團體的計算，3.2億個利是封，相當於砍伐16,300棵樹。故此回收作重用的747,800個利是封，即相當於約拯救38棵樹。

建立強大的可持續發展企業文化

莎莎理解到提高能源和資源效率需要每一位員工全力配合，因此莎莎一直積極參與其中，持續投放資源增強員工的可持續發展意識。我們相信，只要我們的員工得到啟發，以可持續的方式生活，他們便會逐漸改善工作習慣，為周遭以至我們的業務帶來正面影響。



陸楷博士
首席財務總監及執行董事

2019/20年度主要發展

莎莎環保月：減少浪費，回收重用

為了營造具影響力的可持續發展企業文化，我們將十一月指定為莎莎環保月，透過舉辦本年度的各項「綠色生活」盛事和活動，讓全公司上下每位員工獲得綠色生活所需的各種實用環保知識、建議和幫助。承接往年的環保工作，今年我們繼續選取負責任的廢物管理作為我們的環保主題，以加強員工在家中和工作環境中的減廢重用力度。

第一週：漂書行動

莎莎於十一月份首次推出漂書閣，鼓勵同事漂書送人，以書換書。漂書行動不僅有助同事培養閱讀習慣，還可以讓舊書重獲新生。更重要的是，每一次的漂書閱讀都能夠減少書本的碳足跡。



鼓勵同事「放漂」書本，從中建立綠色閱讀文化。

第二週：年度綠色午餐分享會「廢物不廢」

我們舉辦年度綠色午餐分享會，為前線、物流及後勤員工提供素食自助午餐，並在午餐期間和他們分享與其生活和健康息息相關的逼切環境挑戰和後果。



朱漢強先生分享「廢物不廢」的心得。

今年我們邀請了綠惜地球的朱漢強先生與我們分享他對於「廢物不廢」的見解。我們的首席財務總監兼執行董事陸楷博士亦向我們傳授了在家中和工作環境中減少浪費的經驗和秘訣。

第三週：識煮惜食咪咗嘢

廚餘是2018年都市固體廢物中最大的成分，為此我們舉辦「識煮惜食咪咗嘢」烹飪班，以鼓勵同事善用食材，珍惜食物。通過這些活動，員工一方面學習到如何以既簡單健康又環保的方式煮食，一方面享受放鬆的烹飪時光，亦加強了同事之間的凝聚力。



德國寶的專業廚師為我們的同事提供綠色烹飪課程。

第四週：舊布再造：蜂蠟保鮮布

我們的員工早已戒掉「即棄餐具」文化，有見及此，我們為員工舉辦了兩場工作坊，將舊布製成蜂蠟保鮮布，以取代塑膠保鮮膜或鋁箔紙保鮮食物。每位參加工作坊的員工不僅獲得一套環保保鮮布，還掌握了自製環保保鮮布的技巧。



舉辦蜂蠟保鮮布工作坊，以有趣的方式鼓勵員工踐行環保。

環保資訊傳遍莎莎上下

除了定下莎莎環保月，我們繼續通過多種溝通渠道，向員工傳遞莎莎推動環保的理念、願景和所面對的挑戰：

- 自2012年起，我們每季出版員工通訊，並向全體員工派發。每期加入「綠色美麗」專欄，旨在鼓勵員工關注最新的環保消息及提供日常環保的小貼士。
- 不定期發放電子通訊，提供環保政策和程序的最新資訊。
- 所有新入職僱員都需要接受培訓，了解莎莎的環保政策，包括如何減低業務對環境帶來的潛在影響，為他們日後加入環保大使做好準備。



我們每年都會在內部宣傳惜食堂的月餅捐贈計劃

促進可持續供應鏈

作為亞洲地區居領導地位的化粧品零售集團，莎莎要求自身嚴守社會責任。我們致力在業務營運和供應鏈中應對我們業務對環境和社會的影響，因為我們相信，經營可持續發展的業務能夠讓我們為顧客提供永續的服務。我們在亞洲擁有超過一百間零售店，我們亦希望運用我們的影響力，推動持份者參與促進可持續的供應鏈，從而加強我們業務的彈性。

緩解氣候變化

莎莎認為，要減輕氣候變化的影響，亦需要供應鏈中所有持份者克盡己任，一同對抗氣候變化。因此，我們致力推行積極進取的減排減廢措施，並鼓勵產品供應鏈的持份者攜手參與。由於供應鏈結構複雜，我們亦會繼續與供應商、非政府機構、顧客及其他各方通力合作，藉著共同建設可持續的供應鏈，為企業、社會及環境創造價值。

嚴選合作夥伴國際標準把關

我們鼓勵與我們合作的供應商，實行可持續發展措施。這項承諾貫徹於我們的產品責任及供應鏈政策之中，並已整合到我們現時聘用新供應商的國際標準組織ISO流程，並會優先選擇其業務涵蓋以下方面的供應商：保護環境、保障勞工福利及權利、提供平等機會、不參與動物實驗、保護瀕危物種及負責任採購。而外判物流車隊招標時，也會把環保表現列為評分準則之一。



產品責任和
供應鏈政策

企業責任綠色採購

莎莎為顧客提供優質產品的同時，也會顧慮到產品對環境所造成的影響。其中塑膠污染危害全球海洋，備受國際社會的關注。莎莎關注業務中涉及塑膠的範疇，並已經落實相應對策，減少對環境和生態的影響，讓海洋回復「美麗」。

莎莎履行在2016年就淘汰微膠珠*產品所作出的承諾，在2018年年底前，所有莎莎自家品牌以及其他代理品牌的磨砂及清潔用品，不再使用微膠珠。莎莎相信此舉，可讓我們與顧客攜手，為保護海洋環境和人類健康出一分力。莎莎是香港首批作出承諾，淘汰含微膠珠磨砂和清潔產品的化粧品零售商，為同業起了示範作用，促進政府部門與業界討論如何進一步監管有關產品，為保護海洋環境盡一分力。

莎莎會在消費者選用產品、追求美麗人生，以及肩負企業責任、保護海洋環境之間爭取平衡，密切注意國際間針對個人護理和化粧品對環境影響的最新研究和發展，採取適時的相應措施。



我們致力維持最高水平的產品質量

2019/20年度主要成就

莎莎榮獲香港環保卓越計劃金獎殊榮

莎莎很榮幸成為首個獲得2019年香港環保卓越計劃零售業界別金獎的本地化粧品零售商。

香港環保卓越計劃是香港最負盛名的環保獎項計劃，計劃鼓勵各行各業持續推動環境管理及實踐環保創意概念，並藉此表揚對環保作出貢獻的機構。

該獎項對於深植香港的莎莎而言是極大的鼓勵，因為這項殊榮表彰了莎莎對於實現卓越環保表現的承諾、決心和動力，令香港和地球成為可持續的生活和工作環境。除了表揚我們的環保領導，該獎項亦表揚我們在持續改善環境方面的團隊合作及與夥伴機構之間建立綠色運營的協力合作。



我們的執行董事郭詩慧女士代表莎莎接受金獎

莎莎的下一步行動

為進一步提升莎莎的資源效率，我們計劃：

- 繼續尋找改進空間，致力減少全公司的能源使用及廢棄物
- 進行氣候轉變影響情境分析，從而更深入了解氣候變化的性質及其對零售業的潛在影響
- 發展供應商可持續發展風險評估

* 微膠珠是指直徑或長度少於五毫米的塑膠，過去幾十年才被廣泛地加入不同種類的美容及護膚產品內，如用於面部或身體的清潔和磨砂產品，近年的研究指出，微膠珠對海洋環境和人類健康構成負面影響。部分國家及主要跨國品牌正計劃或已經停止在沖洗性產品中加入微膠粒。



要為顧客帶來優質多元的美容化粧品，塑造自己的美麗人生，我們必須讓每一位員工發展美麗事業，提供最優質的服務。為了讓我們的人才盡展潛能，成為幫助顧客「締造美麗人生」的大使，莎莎多年來一直不遺餘力地培訓及裝備每一位員工，幫助他們發展技能，為他們創造機會，成為化粧品零售業的專才。

主要挑戰

1. 零售機遇

- 受全球及本地環境的影響，預期將出現長期經濟衰退，對香港零售業發展帶來隱憂

2. 員工參與

- 如何在不影響質量的情況下，以有限資源就不斷變化的需求、態度及技術創新為員工轉型並不容易

3. 健康工作環境

- 對工作與生活平衡以及工作環境安全與健康的期望不斷轉變

美麗在望：莎莎2025

我們的承諾

- 激發人才，以助其盡顯所長
- 加強員工參與及溝通
- 締造健康工作環境

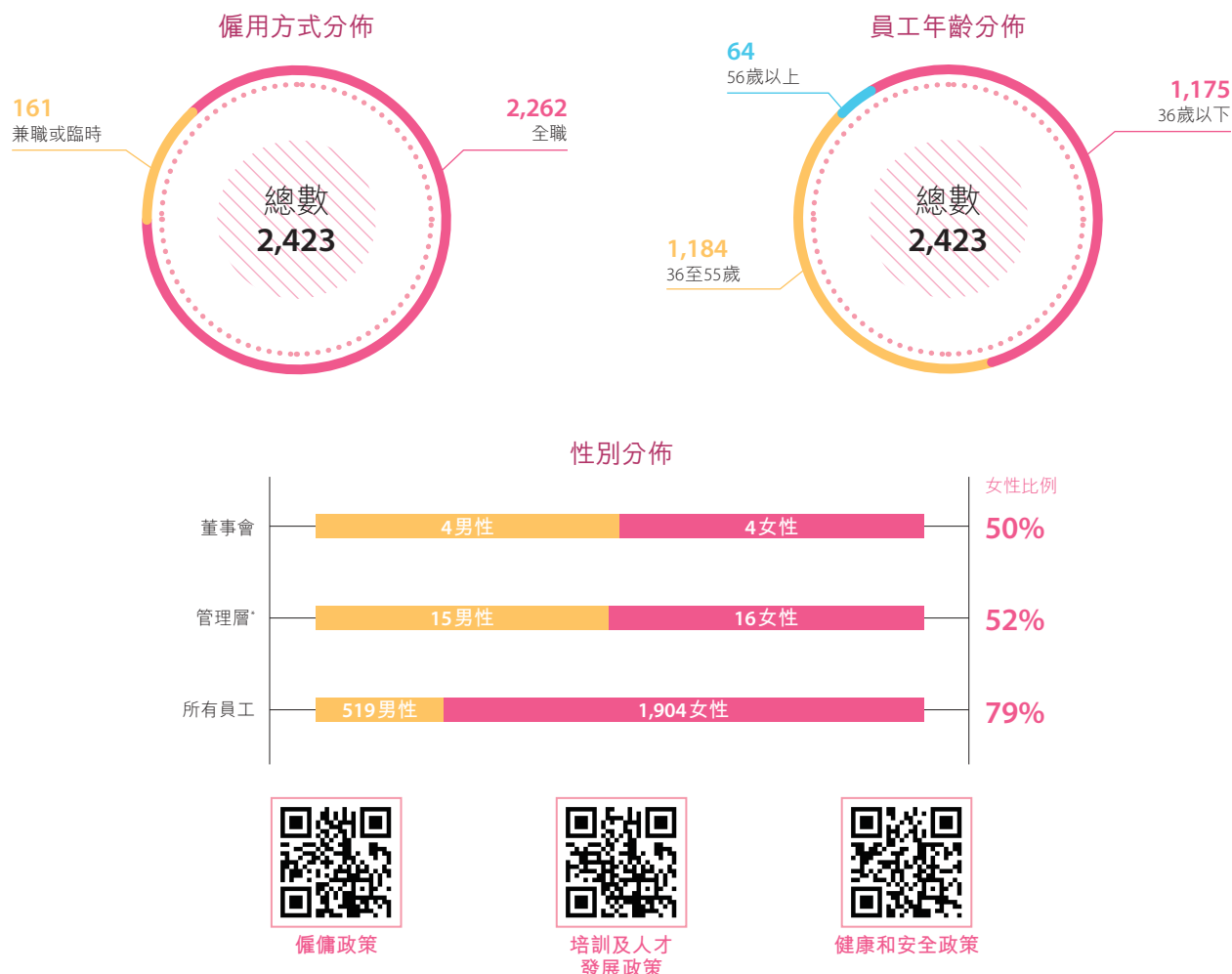
我們的目標

- 培育高績效文化
- 透過穩健的培訓及繼任計劃，建立充滿活力且多元化的團隊

我們本年度的主要發展

- 為各階層員工設立24小時壓力管理熱線，於有需要時與外部專家私下自由對談
- 成功為我們的見習美容顧問培訓課程申請認證
- 為本公司各階層員工升級醫療保險

人才概覽



激發人才盡顯所長

人才是莎莎的核心元素，我們的業務與未來亦交託予他們每位大使。我們致力為人才締造美麗人生，使其對我們的願景產生共鳴，從而積極貢獻，一同為成功而努力，讓莎莎綻放光芒。我們就此為他們提供各種機會學習和發揮、建立自信心，更為自己的角色感到自豪。

成為美容專才實現美麗夢想

我們主要任務之一是培育莎莎的專業美容顧問。我們以認真態度培訓具備以下目標的人才：致力奉獻於化粧品及零售行業、為客戶提供優質服務及實踐我們「締造美麗人生」願景與長期業務目標。

我們設有完整的人才發展及培訓藍圖和計劃，確保他們具備所需知識與技能一展所長和用心服務。我們為前線人才提供清晰明確的晉升階梯，平均六年時間，可由銷售見習生晉升為助理店舖主管、店舖主管或銷售主管。

* 在此《環境、社會及管治報告》所指的「管理層」包括此年度報告第55-60頁的高級管理層，以及所有部門主管、部門總監及副總監。

前線員工的美麗進程



見習美容顧問

175小時

銷售見習生

~80小時

招聘對象為在同類職位中沒有工作經驗的高中畢業生，四個月的培訓課程包括：

- 化粧品的基本知識
- 銷售及溝通的技巧
- 實務銷售機會

招聘具一到兩年工作經驗者，提供長達六個月的培訓課程，包括：

- 個人化粧技巧
- 銷售技巧
- 實用英語
- 顧客服務
- 產品知識

美容顧問

核心：35小時

進階：37小時

共：72小時

由銷售見習生到正式成為專業的美容顧問，大概需時十二個月，其間持續接受培訓，包括：

- 進階產品知識
- 進階顧客服務
- 銷售技巧及顧客心理學

大姐姐／大哥哥

核心：18小時

進階：3小時

共：21小時

目標是傳授經驗，培養新一代美容顧問，其形式為一對一或一對二，協助受指導的員工，適應及投入工作。大姐姐及大哥哥通過指導工作亦可學習新技能，為將來擔當店舖管理的角色作準備。目前公司有200多位大姐姐及大哥哥。

資優大姐姐／大哥哥／店舖銷售教練

核心：30小時

進階：3小時

共：33小時

持續擔任「大姐姐／大哥哥」，讓同事循序漸進學習當店舖主管的角色，學習人事管理的事宜，為晉升及其他機會作準備。

106名員工在本年度完成見習美容顧問課程，開展他們的美麗事業。



培育莎莎未來領袖

為部署長遠發展，莎莎致力培育具備潛質的大學生及資深員工，讓他們成為莎莎的未來管理層，傳承及延續「締造美麗人生」的理念。



我很高興自己畢業了，亦感激莎莎肯定我的努力。參加初級見習美容顧問及管理見習生計劃後，我的服務技巧、銷售技能及對產品的認識進步了不少。我在工作中運用這些技能知識，不但能提升自信心，亦能準確解答顧客的疑問，對我日常工作極有幫助。更重要是，我現在更清楚了解莎莎的策略決定，使我能好好裝備自己，配合公司的目標和長期發展計劃。

邱詠嘉

初級見習美容顧問及管理見習生畢業生

莎莎管理見習生計劃

- 為期24個月
- 自2004年起，此計劃已舉辦十七年
- 專為準備接受挑戰的應屆大學畢業生而設
- 給予他們在適應力、團隊合作和解決問題的技巧方面實戰的機會

管理見習生計劃供不同興趣和背景的年轻人選擇



銷售營運

- 專責零售店運作
- 深入的產品洞察力及顧客關係管理



市務、品牌管理及產品發展

- 專責新產品採購及宣傳
- 了解業務營銷及產品購買



儲運

- 專責改善業務及流程
- 參與追求最佳物流解決方案



財務及會計

- 專責財務會計為主
- 參與交易及財務報表的各個範疇

見習生申請人數

507

入選人數

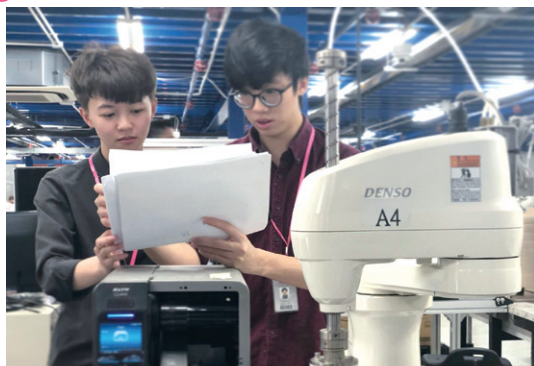
8

面試次數

3

培訓期

24個月



能加入合適的公司開展事業生涯，而且每天工作都為我帶來快樂和滿足，我深感幸運，就像覺得『終生伴侶』一樣。

陳希彤
業務分析師

香港以外的實習機會

適合派駐外地且才能出眾的員工有機會獲調派到香港以外，協助拓展其他市場的業務，擴闊視野。過往見習生曾被派駐內地、澳門和馬來西亞。

「企業接班人」計劃

莎莎視員工為重要資產，為培育人才，我們最近推行「企業接班人」計劃。部門主管選出合適的中層管理人員參加由培訓及人才發展團隊設計的結構化培訓，旨在將他們的績效表現提升至高峰，培訓他們成為企業接班人。

鼓勵持續進修培育行業專才

莎莎提供與時並進的技能培訓，協助人才取得專業認證，讓他們成為美容業界中最全面的專才。我們因此而提升整個化粧品零售業的水平，業界亦紛紛效法。我們同時亦與院校合作，為行業未來培育及儲備人才。

資歷架構認證專業資格

部分莎莎專業美容顧問已服務顧客十多年，為肯定他們在美容業的專業知識和經驗，莎莎參與資歷架構下的「過往資歷認可」機制^{*}，為美容從業員提供另一個途徑，把經驗轉化為正式資格，令他們的專業資格受到社會廣泛認可，提升他們在學習或工作上的進階機會。

計劃由2015/16年度至今

為 **197** 位員工

申請資歷架構下的
「過往資歷認可」第3及第4級



本年度 **123** 位員工

申請「過往資歷認可」，全數獲得認可

^{*} 零售及美容業「過往資歷認可」的評估由職業訓練局進行。

為進一步提升每一位人才取得的專業認可，於2019年7月，莎莎成功申請香港學術及職業資歷評審局認可的資歷架構評審。初級見習美容顧問計劃中的四個經選定範疇現時已達二級資歷學分。

香港商業專業評審中心頒發榮譽院士榮銜及商務師專業資格

香港商業專業評審中心在2019榮譽院士、院士、副院士及商務師證書頒授典禮上，向莎莎執行董事郭詩慧女士頒發榮譽院士榮銜，表揚其於香港商界的傑出成就及對化粧品業界和社會的正面貢獻。此外，九位莎莎前線員工亦於頒授典禮中獲頒商務師專業資格。



郭詩慧女士及九位前線員工互相祝賀

結合線上培訓

「莎莎美麗學院」是一個內部多媒體培訓線上平台，以確保員工掌握顧客不斷轉變的需求及期望，並持續裝備自己，用心待客。

持續進修津貼

除了培訓及人才發展部以及人力資源部提供的結局化培訓課程外，每名員工均可獲得公司提供培訓補貼**，津貼金額為每個財政年度港幣10,000元或工資的30%。

* 見習美容顧問計劃中的以下四個範疇現時達二級資歷學分：1)分辨各類皮膚及皮膚護理；2)使用一般化粧品和工具；3)與顧客建立關係；及4)運用良好溝通技巧協助完成交易。

** 須符合下列條件：

- a. 該課程由其上司確認與職務相關。
- b. 該員工在未來12個月仍然任職，否則透過津貼計劃收取的金額須奉還

為行業培訓未來人才



名學員得到實習機會

教育局「商校合作計劃」

為學員提供實習機會，到前線店舖進行兩天的工作體驗，加深他們對行業的認識。



名學員接受培訓

VTC Earn & Learn職學計劃

提供有薪的實習機會／資助部分學費，讓參與學員可以一面接受在職培訓，一面讀書進修，培育新一代的零售專才。

將「美麗人生」注入工作：關注莎莎員工的參與、待遇及健康

莎莎相信將資源投放於培育人才，有助業務發展壯大。我們積極將「美麗人生」的理念，注入各個與員工相關的範疇，例如薪酬待遇、工作環境、內部溝通等。我們的最終目標是為莎莎締造完美工作環境，員工能在莎莎大家庭發揮所長，互相支持，每天為莎莎、為自己、為顧客全力以赴，成就美麗。

員工參與

我們珍惜與員工互動和吸收最前線經驗的機會，管理層亦會藉此協助確立公司的發展策略。我們通過多元渠道與員工互動溝通，適時聽取員工的意見，好讓集團掌握每一位員工的需要和期望，作出及時而適切的回應。



2019年目標交流會議

溝通渠道	參與者	詳情
董事會會議	董事會成員	今年共召開四次董事會會議及15次董事會委員會會議，以處理主要持份者的權益，並釐定及確立策略重點
管理層會議	管理層	每月召開一次，以確保營運持續符合公司既定的策略重點；另設每週會議，讓各核心業務部門參與，協調部門之間的工作
目標交流會議	全體前線員工及中高層管理人員	每年一度的大型早餐會議，讓香港及澳門超過100間店舖的全體前線員工與中高層管理人員互相交流，了解該年度的主要策略目標，鞏固後勤辦公室對前線的支援。目標是提升集團質素，在市場保持競爭力。本年度的主題為「團結一致，成就美麗」
主管會議	全體店舖主管與寫字樓主要業務部門代表	全體店舖主管與管理人員每月定期會面，就重要事項定期進行討論，及推行相關的措施
營運經理會議	前線員工及寫字樓個別部門主管或代表	本年由營運經理主持召開三次會議，讓店舖員工能聚首一堂，互相交流及分享經驗
內部通訊	全體員工	通過電郵，每季度向所有員工、每月向前線員工發放公司最新有關可持續發展方面的資訊
員工康樂會	全體員工	舉辦各類聯誼及康樂活動，例如電影之夜、燒烤、烹飪班等
可持續發展工作坊及活動	全體員工	每年舉辦多種以環保為題的活動，與員工交流環保資訊

檢視薪酬待遇

莎莎每年檢視薪酬待遇，並因應員工表現，提供酌情獎金、銷售獎金、銷售佣金、股份獎賞及股份認購權利，以表揚表現出眾的員工，答謝他們對公司的貢獻。有關細節於《僱傭政策》和《僱員手冊》中詳細列出。本集團本年度的僱員薪酬及福利支出總額為1,027百萬港元，佔集團年度營業額約18%。

莎莎亦有定期檢視員工福利，我們安排穿梭巴士服務減輕同事們在上班繁忙時段通勤的問題。此外，本公司亦於本財政年度為各階層員工升級醫療保險計劃。

人事部也將不定期與前線員工面談，進一步收集大家的意見，撰寫報告呈交管理層檢閱。

- * 當中包括：
- a. 招聘、薪酬及福利
 - b. 職能評核及晉升
 - c. 工時及假期
 - d. 解僱員工及終止合約安排

鼓勵員工健康生活

工作與生活平衡

莎莎上下員工全力投入工作，公司亦秉持「愉快工作樂也融融」的理念。我們每年為員工舉辦不同的康樂活動，為公司建立安穩的工作環境，並推動工作與生活平衡。

DIY牛仔工作坊

莎莎為員工舉辦DIY牛仔工作坊，參加員工在資深牛仔設計師的指導下，體驗紡織印刷、潑墨及激光印刷製作，親手製造獨一無二的牛仔布袋，度過一個輕鬆愉快的週日。



月球燈製作班

莎莎舉辦多次月球燈製作班，讓員工發揮創意製作設計新穎獨特的燈籠，為房間增添色彩。員工攜着月球燈帶著祝福，回家與至親歡度中秋。

七月

八月

九月



為員工及親朋戚友舉辦電影之夜
莎莎重視員工與家人和朋友的相聚時刻。去年八月，莎莎贊助舉辦電影之夜活動，與員工的親朋戚友分享歡樂時光。當晚大家邊觀賞電影《電流戰爭》，邊享用免費爆谷汽水，忙裡偷閒，放鬆身心。



員工康樂活動

舉辦活動總數：

6 個

參加人數：

591 人



莎莎與本地花店SaFleur合作，在聖誕前夕為員工舉辦DIY聖誕花環工作坊。員工在專業插花師指導下，利用SaFleur提供的新鮮常綠植物、各種葉片及乾果製作美觀艷麗的聖誕花環。



十一月

十二月

「禪繞畫」工作坊

人力資源部在十一至十二月舉辦連串「靜觀畫－基礎禪繞畫」工作坊，鼓勵員工放鬆心境。參加員工學習禪繞畫的基本技巧及步驟，透過畫畫投射自身心情，專注沉澱心靈，在禪繞畫中了解自己的內心。



2019年聖誕嘉年華

我們本年首次以嘉年華形式舉辦年度聖誕派對，員工帶同一家老幼前來享用自助聖誕大餐，歡度佳節，同場亦設有攤位遊戲及抽獎。本年為莎莎第二年不提供即棄餐具，全體員工均使用可重用餐具用膳。

莎莎大家庭

莎莎盼望每名員工能樂在工作，視莎莎為大家庭，攜手實現「樂在莎莎」、「美麗飛揚」的目標。



每月生日午餐派對

我們深信和諧的工作環境有助鞏固員工對莎莎的歸屬感。我們每月為生日之星舉辦午餐派對及準備生日蛋糕，由公司主廚炮製美食，亦使用可重用餐具進餐。



食月餅慶中秋

莎莎大家庭一同慶祝佳節，我們的主席及副主席向前線後勤每個部門送贈月餅禮盒，為節日增添暖意。



團隊活動基金

莎莎贊助各部門自行組織團隊活動，以答謝員工辛勤貢獻。

締造安全健康、和諧共融的工作環境

健康及安全委員會由人力資源部主管領導，成員來自各個部門，專責監督莎莎《健康與安全政策》的實施情況。《健康與安全政策》列明僱主及僱員於維持安全及健康工作環境所擔當的角色，並且將定期進行檢討，以確保定期更新及改善。為將工傷減至最少，員工入職培訓亦包括工作場所安全。2019/20年度，莎莎並無任何觸犯有關健康及安全規例的事件。

遠離壓力

我們明白壓力來源無處不在。人力資源部為各級員工舉辦了七個工作坊，讓員工學習如何處理壓力，活動共有169人參與。每個工作坊均請來專業社工分享小技巧 and 簡單練習，協助員工放鬆身心。此外，今年還新設24小時輔導和諮詢熱線，供全體員工私下向外部專家暢談自己的想法。

保障員工健康，共同齊心抗疫

我們相當重視員工的安全。在這段前所未有的艱難時間，我們採取了多項措施來確保員工安全健康，並且得到充份支援，有關措施包括：

- 在工作期間為我們所有員工提供優質的一次性口罩及酒精搓手液。
- 供應白米、卷紙及酒精搓手液等日用品，確保員工有足夠物資對抗疫情。
- 為員工預留配額，讓他們購買口罩供家人使用。
- 經常清潔及消毒公共地方。



保護員工，免受新冠病毒感染



壓力管理研討會

- 確保曾外遊的員工遵守特區政府的強制檢疫措施，並鼓勵員工跟從衛生防護中心指引的健康衛生習慣。
- 強制每日測量體溫兩次。
- 比較容易受影響的員工實施遠程工作安排及輪班政策。
- 在辦公室採用特殊的座位安排，並在店舖實施監控和測量。
- 全線店舖於晚上8時結束營業。

追求尊重與公正

我們相信，員工不同的經驗和技能會激發我們為多元化的顧客和社區提供更貼心的服務，促進更多樣化的互動。因此，莎莎亦致力打造和維持一個平等共融的工作環境。《僱傭政策》*清楚訂明維持包容及和諧工作環境的重要性，確保員工在工作環境內不會因種族、宗教、膚色、性別、身體或精神殘疾、年齡、出生地、婚姻狀況、性取向或其他獲法律認可的狀況而遭受歧視、身體或言語上的騷擾。

為締造一個公平廉潔的工作環境，莎莎已制定防止賄賂政策及操作手冊**，過去一年並沒有發生與賄賂相關的違規事件。我們的內部審核及管理服務部專責執行該等政策，詳細內容請參閱《企業風險管理報告》。

2019/20年度主要成就

贏得「最佳關顧員工健康大獎」

莎莎榮獲CTgoodjobs舉辦的Best HR Awards 2019頒發「最佳關顧員工健康大獎—白金獎」，表揚集團致力關懷員工身心健康，改善員工投入度及工作表現，長遠提高生產力。

榮獲領英「2019年最佳僱主品牌」

為吸引合適人才，莎莎致力建立品牌意識，讓我們的理想人才能夠設想在莎莎的工作情形以及莎莎所提供的職業機會。為表揚莎莎致力之優秀品牌策略及內容，將品牌提升至市場首選，並在同行突圍而出，求職社交平台領英(LinkedIn)向我們頒發「2019年最佳僱主品牌」。



莎莎的下一步行動

為了讓我們的人才繼續在莎莎感到倍受尊重並且釋放潛能，我們計劃：

- 改造莎莎的電子學習平台「莎莎美麗學院」，使我們各級員工都能夠更容易接受內部培訓。
- 通過人才發展工作小組和健康及安全委員會，繼續集體而有系統地檢討並製定旨在改善人才保留和員工健康的舉措。

* 我們譴責任何剝削兒童的行為，不僱用童工及遵守有關法定工作年齡的法例規定。本公司亦支持消除任何形式的強迫、強制勞役或債役。

** 舉報政策：提供渠道供員工舉報公司內部的不當行為。接受饋贈政策、利益衝突政策及「防止賄賂條例」指引；管理及防止賄賂與利益衝突。

實現可持續增長



社區繁榮發展是我們業務取得成功的先決條件，因為繁榮的社區為我們提供所需的市場、資源和基礎設施，讓我們的業務得以蓬勃發展。作為具有社會責任的企業公民，我們必須努力實現可持續增長，協助收窄經濟、社會和環境方面的差距。

主要挑戰

1. 貧窮率創十年新高

- 超過141萬香港居民生活在貧困線下

2. 生活貧困的獨居長者人數日益增加

- 長者貧窮人口激增至516,600人，當中有獨居低收入者

3. 性別平等

- 性別平等被納入聯合國可持續發展目標（目標五），旨在提升婦女及女童獲得與男性一樣的權利

4. 千禧世代對負責任企業的要求

- 要是我們開展業務時忽略了千禧世代對社會責任日漸提高的期望，便意味著我們有可能失去作為潛在僱主、美容專家或社區夥伴對他們的吸引力

美麗在望：莎莎 2025

我們的承諾

- 心繫社區 綻放光彩
- 把握可持續發展的趨勢和機遇
- 致力成為一間負責任的企業

我們的目標

- 義工時數每年遞增10%
- 與不同持份者合作，釋放創新力量，實現可持續發展

我們本年度的主要發展

- 打造「美麗在望：莎莎2025」，建設一間更可持續發展、更有責任感、更具應對力的企業
- 使社會及環境風險與我們的企業風險保持一致
- 「莎莎要你終身美麗」慈善基金於2019/20年度捐出218萬港元，通過向有需要人士伸出援手，共建和諧社會。

美麗人生 延伸社區

支持社區發展，讓美麗人生延伸到社區，是莎莎長久以來肩負的責任和秉承的傳統。我們在營運業務的同時，善用公司資源，鼓勵員工及社區夥伴攜手參與，致力於業務所在的社區發揮積極影響。

支援女性發展，綻放生活姿彩

莎莎目前大約有八成員工是女性，不少銷售見習生都是中學畢業，沒有多少工作經驗。沒有正式高等教育學歷，職業選擇可能因而受到局限。集團為她們提供全面的在職培訓，並訂下清晰的晉升階梯，從銷售見習生可拾級而上，晉升至初級見習美容顧問、美容顧問、資深美容顧問、大姐姐或大哥哥、助理店舖主管及店舖主管，更有機會成為營運經理。對於學歷水平不太高的員工來說，莎莎為他們提供的不僅是一份工作，而是一個有前景的專業發展機會，並可以以此作為終身的事業。

Women of Hope 2019 企業家大獎

為表揚莎莎的領導力以及一直致力為社會弱勢社群和廣大女性締造更美麗人生，集團創辦人及副主席郭羅桂珍博士榮獲港安醫院慈善基金頒授「Women of Hope 2019企業家」大獎。「Women of Hope企業家大獎」評選並表彰傑出女性領導，她們積極開拓自己的事業，藉著自身的社會地位帶來積極的經濟或文化影響，為未來賦予希望。



每位女性都應該瞭解到，只要她願意，她也有能力讓自己活出美麗人生，尤其是發展女性的事業。所以，自莎莎成立以來，一直致力協助女性發揮所長，盡展潛能。而我相信，當女性擁有經濟能力，我們生活的社會將會變得更公平、繁榮和美麗，我們的業務和經濟也得以蓬勃發展。

郭羅桂珍博士
莎莎創辦人及副主席

通過義工服務和公益活動，為社會帶來積極正面的影響

心繫社區一直以來是莎莎的核心價值之一。雖然部分活動由於當地情況（如近期爆發新冠肺炎）而被取消，但公司上下依然有426名員工參與11次公益活動和義工服務，合共服務436小時，為社會上的有需要人士伸出援手。

2019年5月、8月、11月：

關懷長者-作為保良局長者探訪活動的長期贊助商和支援組織，莎莎集團員工與家人會定期探訪將軍澳的獨居長者，為他們送上溫暖和關懷。今年，我們曾三度探訪一眾長者們。



2019年12月：

關注口腔健康，展現閃亮笑容-莎莎連續第5年支持公益愛牙日。該活動目的是宣揚愛護牙齒，亦協助公益金為香港有需要受助者提升口腔健康。



2019年8月：

為弱勢社群籌集社會服務資金-我們繼續參與保良局的主要收入來源之一保良局賣旗日，支持兒童和青年服務、教育服務、老年服務和復康服務等廣泛的社會服務。



2020年1月：

為慈善起跑：除了擔任保良局慈善跑的獎品贊助商之外，一眾同事們亦親身參與慈善跑，為保良局的兒童和青少年服務及其醫療援助籌款計劃籌集資金。



2019年10月：

慈善便服日-莎莎再次參與公益金便服日。員工穿著便服，對社會上有需要人士以示支持。



2020年1月：

公益金百萬行-為了表彰公益金致力幫助有需要人士，莎莎今年通過捐款和參與其中一項重要活動「港島、九龍區百萬行」，繼續積極支持公益金。



跨代共融

自去年起，莎莎與長期合作伙伴保良局，攜手開展為期兩年的慈善計劃，藉著STEAM(科學(Science)、科技(Technology)、工程(Engineering)、藝術(Art)及數學(Mathematics))教育模式，建構「跨代」間互相交流和合作的平台。由於爆發新冠肺炎和其他當地情況，出於安全考慮，計劃中的STEAM活動和長者與青少年之間的交流活動均延遲進行。然而，我們的公司大使與鄰近社區的部分青少年仍然設法向荃灣有需要的長者派發防疫物資，同時與他們分享在這個艱難時期預防新冠肺炎的正確知識。此外，為了響應「停課不停學」的理念，保良局方樹福堂兒童及青少年發展中心通過網上學習平台為800名參與者提供各種自學STEAM課程，包括DIY班和科學課程。



疫情爆發前，我和朋友們每天放學後都會去保良局方樹福堂兒童及青少年發展中心參加課外活動。我很高興能夠參加中心提供的網上課程。雖然我不是真的坐在課室裡，但我仍然可以透過螢幕學習，緊貼最新的STEAM課程。除了洗手的科學理論，我更學會如何自製搓手液。這種網上安排不僅增強我在家中的自律和自學能力，還讓我接觸到靈活的電子學習模式，我相信這將會成為我們這一代人的重要學習渠道。



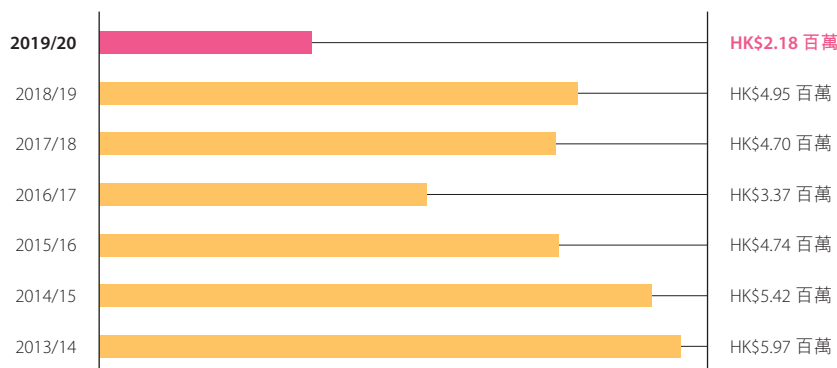
「莎莎有心人」

「莎莎有心人」是我們的公司義工隊，宗旨是集合對服務社區有熱誠的同事，參加莎莎舉辦的活動，為社區帶來正面的影響。為了鼓勵員工加入義工隊，出席活動的員工及家人都會獲得出席證書及超級市場禮券，以示感謝。

我們的慈善委員會由各部門派代表組成。委員會提供一個平台，讓志同道合的同事能夠增進交流，擴大對社區的正向影響力。

莎莎美麗人生慈善基金

莎莎明白到，社區發展對我們業務成功作出了莫大貢獻。莎莎美麗人生慈善基金自2013成立以來，努力不懈地為有需要人士提供財務援助，共建和諧社會。在集團主席郭少明博士和副主席郭羅桂珍博士親自領導下，慈善基金於2019/20年度捐出港幣2.18百萬元，為不同的慈善團體提供協助，支援關懷長者、貧困家庭，釋放青年和女性潛能等方面的工作。



新冠肺炎專題故事



合共捐出消毒劑：



748,500 毫升

合共捐出濕紙巾：



6,250 件

合共捐出一次性口罩：



90,060 個

合共捐出消毒噴霧：



5,000 毫升

受惠機構總數：



11 個

我們的抗疫工作：



為弱勢社群提供防疫物資，共同齊心抗疫

自1978年以來，莎莎一直與香港並肩同行，走過高低順逆。莎莎見證著一眾港人於新冠肺炎爆初期如何全力抗疫，守護健康，因此我們的團隊亦竭盡所能提供協助。除了關心員工和客戶的健康，莎莎亦投入我們的公司資源和網絡，在這段艱難時期為社區合作夥伴和弱勢群體提供支援。我們衷心希望，在這個關鍵時刻，我們在社區中能夠通過不同渠道為各人抒解抗疫的壓力。秉持著「締造美麗人生」的信念，我們相信，社區齊心抗疫，定能攜手再創更好明天。

夥拍公益金

作為公益金的長期贊助商和支援組織，莎莎向公益金捐贈各種防疫產品。我們的主席聯同黎明先生與公益金的包裝團隊一同為有需要人士準備愛心防疫包，內附一次性口罩和酒精搓手液。



熱心奉獻保良局

除了金錢上的支持外，莎莎作為保良局的忠實支持者，更積極參與對社區的支援活動。

齊心抗疫 共渡時艱

即使面對新冠肺炎帶來的沉重打擊，但莎莎依然不遺餘力關心社區。我們與保良局一同向長者和殘疾人士派發口罩。



群策群力 社區送愛

當地社區缺乏防疫產品時，莎莎調配資源，優先提供予保良局製作防疫包，然後透過各個保良局中心直接派發給弱勢社群。我們的副主席聯同無線電視藝人的義工隊代表（包括周柏豪先生、連詩雅小姐和菊梓喬小姐）利用一個下午在其中一間中心打包和派發防疫包。



支援教育 燃點希望

今天的年輕人是明天的社會基石。莎莎向六間本地小學捐贈一次性口罩，幫助減輕學校在復課前為學生採購防疫產品的行政壓力。

以愛護老

長者昔日為香港作出莫大貢獻，我們相信，我們有責任關愛長者，確保他們身心康泰，頤享晚年。

莎莎敬老扶老 關心長者健康

莎莎秉承「尊重生命 影響生命」的座右銘，贊助基督教靈實協會，提供酒精搓手液和濕紙巾，以表我們在這艱難時期對長者的關懷和愛心。

長者優惠

我們明白長者不熟悉網上購物和社交媒體，因此我們提供14萬個口罩，凡出示長者卡即可以「暖心長者價」每個港幣1元購買。

為所有文憑試考生提供免費店內列印服務

為確保所有文憑試考生的健康，香港考試及評核局要求考生進入試場前提交健康申報表。莎莎為所有文憑試考生提供免費列印服務，為考生打氣。

在把握可持續發展的趨勢和機遇方面表現領先

莎莎作為化粧品零售行業的領導者，我們一直領先市場。我們不但向顧客提供最新的化粧和美容產品，早在ESG趨勢興起之前，莎莎已發展成香港化粧品零售行業的先驅。我們的努力為我們帶來多個知名獎項和評級，為其他同業起示範作用。從我們下文兩項進取的舉措可以看出，隨著社會對企業的期望不斷提高，為了在未來十年繼續發光發亮，莎莎必須繼續保持領先地位，把握可持續發展的機遇，為我們經營所在的社區創造可持續的正面影響。

「微膠珠」：我們全面停用，業界紛紛響應

2014年：與無塑海洋（非政府環保組織）討論有關微膠珠*的問題

2016年：香港首間化粧品連鎖零售店引入於2018年淘汰微膠珠的政策

2018年：完成逐步淘汰*微膠珠，其他同業亦加入行列

2019年及之後：特區政府正在研究方法減輕微膠珠造成的影響

綠色產品 琳瑯滿目

早於2016年，莎莎便開始推出綠色美容產品。每年，我們都會為顧客提供越來越多的綠色美容產品。今年，我們一直內部研究各種方法，使顧客能夠更深入了解綠色美容，從而讓他們在追尋美麗的同時，亦可揀選理想的成份。

致力成為一間更負責任的企業

從環境足跡到社會影響、投資者需求等各方面，大眾期望企業在這些領域都能夠表現出負責任的行為，而且需要對越來越廣泛的持份者負責。要是我們在任何一方面有所落後，我們便將失去兩項寶貴的要素：聲譽和信任。為了在業界保持競爭力，莎莎致力成為一間更具責任感並且能夠迅速應對各種情況的企業。

為了實現該目標，新成立的可持續發展督導委員會的首個項目就是與董事會緊密合作，打造「美麗在望：莎莎2025」五年計劃，建設一間更可持續發展、更有責任感、更具應對力的企業。此外，為了使我們能夠快速響應不同持份者的需要和期望，我們已實施政策，將ESG納入莎莎的風險管理框架中。

莎莎的下一步行動

為了實現我們企業和社區的可持續增長，我們計劃：

- 讓各級員工每年均接受ESG培訓，進一步提高莎莎的ESG意識，讓員工在常規工作中亦能實踐可持續發展
- 吸引不同持份者，釋放創新力量，實現可持續發展
- 以企業義工活動為重點，共創恆久美麗、和諧共融的社區

* 由於部分美容及護膚產品，如防曬乳、眼影、眼線筆、唇膏、粉底等含的微膠珠成分，目前未有物料替代，所以停用微膠珠只適用於所有莎莎自家品牌以及代理品牌的磨砂及清潔用品。

關於本報告

報告範圍

這是莎莎國際控股有限公司發表的第七份《環境、社會及管治報告》，披露由2019年4月1日至2020年3月31日期間，莎莎在重大可持續發展範疇的資訊。

除另有指明外，《環境、社會及管治報告》僅涵蓋莎莎於香港及澳門的業務。該等市場為本公司所有業務的核心，在截至2019年3月31日止的年度佔本集團營業額超過80%。

報告標準和核實

本報告根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄27之《環境、社會和管治報告指引》中的「不遵守就解釋」和「建議披露」指引撰寫。我們確認本報告已採納及完全遵守《指引》內所有「不遵守就解釋」和「建議披露」條文。相關的主要表現指標的參考，載於本報告內第134至135頁，「香港聯交所《環境、社會及管治報告》內容索引」中。

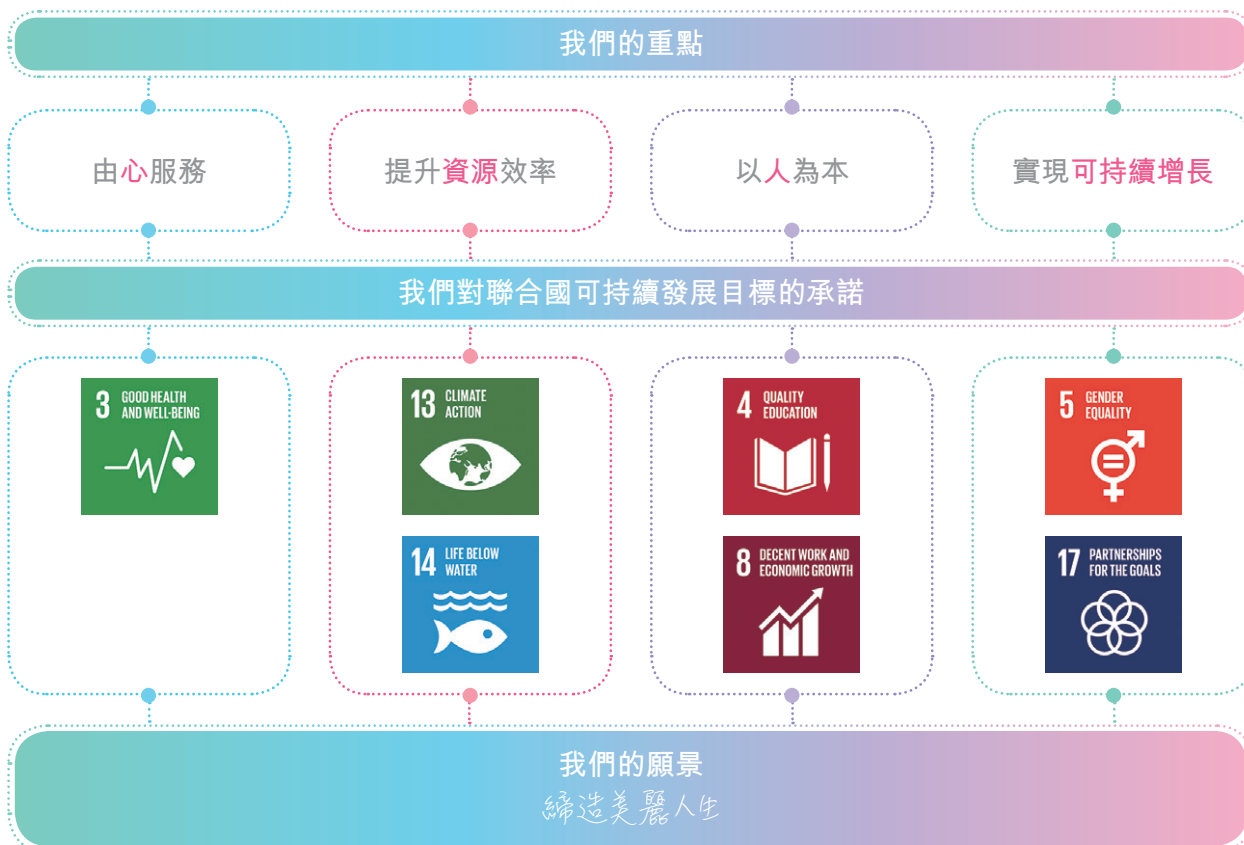
意見

歡迎閣下就我們的《環境、社會及管治報告》或我們的可持續表現，向我們提供意見和建議，請填寫網上問卷或直接電郵至 esg@sasa.com。



美麗在望：莎莎 2025

這個框架亦顯示出我們對聯合國可持續發展目標的承諾，以及我們面對現今社會問題時所採取的應對方法。我們無法憑一己之力解決現今社會所面對的各種挑戰，但我們仍致力與不同的持份者合作，務求在我們的美麗旅途中精益求精，並向大家展現我們在可持續發展方面的進步。



社會 ¹		2018/19年度	2019/20年度
僱員數目	人數	3,049	2,423
按性別劃分	人數		
男性		640	519
女性		2,409	1,904
按年齡劃分	人數		
36歲以下		1,635	887
36歲至55歲		1,282	1,184
55歲以上		132	64
按僱用種類劃分	人數		
全職		2,653	2,262
兼職／短期合約		396	161
僱員接受培訓 ² 的人均時數及人數比例	小時	13.6 (59%)	19.7 (67%)
按性別劃分	小時		
男性		12 (58.9%)	14.6 (51.4%)
女性		14.1 (58.4%)	20.8 (70.9%)
僱員類別	小時		
管理層 ³		4.4 (33.3%)	4.3 (38.3%)
經理		2.5 (57.2%)	3.7 (52.6%)
一般員工		15.7 (59.2%)	22.2 (68.4%)
因工死亡個案	宗	0	0
工傷事故	宗	35	30
工傷事故引致的總傷病天數	天	1,133.5	1,588
員工每月平均病假	天	0.25	0.27

	2018/19		2019/20	
	總計	不涵蓋在 試用期期間 離職的僱員	總計	不涵蓋在 試用期期間 離職的僱員
全職僱員流失率	36.5%	21.5%	35.6%	28.1%
按性別劃分				
男性	16.5%	10.0%	34.9%	27.3%
女性	54.3%	31.8%	36.1%	28.4%
按年齡劃分				
36歲以下	45.8%	29.0%	45.5%	32.4%
36歲至55歲	27.6%	13.4%	23.1%	15.4%
55歲以上	11.7%	11.7%	124.4%	137.8%

數據附註：

¹ 我們重整社會數據的範圍，現僅涵蓋香港和澳門的員工，與整體報告範圍一致。² 培訓是指所有類型的內部或外部職業培訓；現僅涵蓋全職員工；平均培訓時數為以截至2020年3月31日止的僱員數目來計算。³ 在此《環境、社會及管治報告》所指的「管理層」包括此年度報告第55-60頁的高級管理層，以及所有副總裁、部門總監及副總監。

環境	單位	2019/ 20年度	2018/ 19年度	2017/ 18年度	2016/ 17年度	2015/ 16年度	基線 2014/ 15年度
溫室氣體排放量¹							
範疇1	本公司的運輸車隊及用於商業用途的僱員私家車輛	公噸二氧化碳當量 170	14,897 ² 156	15,867 151	17,216 159	17,916 148	19,498 137
範疇2	用於我們辦公室、物流中心及店舖的購電量 ³	公噸二氧化碳當量 11,675	14,364	15,303	16,619	17,511	19,063
範疇3	航空公幹	公噸二氧化碳當量 61	66	85	92	125	143
	淡水供應及污水處理	公噸二氧化碳當量 12	10	16	17	19	18
	廢紙棄置 ⁴	公噸二氧化碳當量 86	88	99	72	112	137
	運輸承辦商的運輸車隊	公噸二氧化碳當量 70	213	204	-	-	-
碳強度⁵							
	公斤二氧化碳當量／平方米樓面面積	209	255	225	300	311	363
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	2,547	2,097	2,347	2,747	2,858	2,663
	公斤二氧化碳當量／人	4,892	-	-	-	-	-
耗電量							
店舖	兆瓦時	19,162	23,534	24,329	24,941	26,406	26,392
辦公室	兆瓦時	15,082	18,876	19,996	20,919	22,504	23,105
物流中心	兆瓦時	2,656	1,564	1,584	1,623	1,629	1,407
	兆瓦時	1,424	3,094	2,750	2,399	2,273	1,880
耗電強度							
	千瓦時／平方米樓面面積	332	403	345	434	458	491
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	4,044	2,025	2,263	2,652	2,793	2,604
耗水量							
	立方米	19,517	16,198	26,495	28,495	33,515	30,691
耗水強度							
	立方米／平方米樓面面積	0.34	0.28	0.38	0.50	0.58	0.57
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	4.12	1.34	2.30	2.67	3.03	2.44
車輛燃油消耗							
本公司的運輸車隊及用於商業用途的僱員私家車輛	千升	84,628	130,697	127,364	140,458	54,323	50,119
運輸承辦商的運輸車隊	千升	61,908	61,683	55,224	58,658	54,323	50,119
	千升	23,520	69,014	72,140	81,800	-	-
車輛燃油效率							
	升／平方米樓面面積	1.47	2.24	1.81	2.44	0.94	0.93
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	50	51	54	64	24	19
車輛硫氧化物排放量							
	克	1,272	1,972	1,915	2,115	-	-
紙張消耗							
	千克	31,020	37,510	41,544	43,176	47,771	47,056
	千張	6,265	7,508	8,304	8,631	9,547	9,316
紙張消耗強度							
	張／人	2,586	2,462	2,713	2,757	3,028	2,872
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	12	10	15	14	18	19
航空公幹							
	千公里旅程	435	447	578	595	804	929
航空公幹強度							
	公里旅程／人	174	147	189	190	255	286
	公斤二氧化碳當量／一百萬港元收入	13	9	13	15	20	20
紙箱消耗							
	千個	436	376	405	411	305	-
購物袋消耗⁶							
	千個	2,373	2,805	2,529	2,646	2,866	3,010
購物袋消耗強度⁶							
	個／交易	0.168	0.180	0.178	-	-	-
自然資源回收							
紙張	辦公室	千克	19,514	22,412	20,816	24,894	18,602
	物流中心 ⁵	千克	148,000	232,600	-	-	-
塑膠	辦公室	千克	241	294	161	102	38
	物流中心	千克	3,200	20,702	-	-	-
鋁							
	千克	114	91	102	87	65	-
一般廢棄物	辦公室	千克	21,971	22,308	25,143	26,043	23,907
	店舖	千克	494,684	581,660	-	-	-
有害廢棄物							
	千克	-	-	-	1,696	3,874	-

¹ 溫室氣體排放根據機電工程署及環境保護署發布的《香港建築物的溫室氣體排放及減除的核算和報告指引》(2010年版)所計算。

² 去年，我們報告的溫室氣體排放總量為14,873 tCO₂e。實際是14,897 tCO₂e。

³ 有關採購電力的排放乃根據電力公司最新可得的排放系數。

⁴ 這數字包括辦公室、物流中心及店舖的影印紙，不包括作物流用途的紙箱及其他影印品，如宣傳刊物。並已經納入回收紙張所減少的溫室氣體排放。

⁵ 碳強度(單位：公斤二氧化碳當量／人)是今年新增的。

⁶ 根據《產品環保責任條例》(第602章)有關塑膠購物袋徵費，僅包括在香港店舖所派發的購物袋數量。

主題範疇、層面、 一般披露及 主要表現指標	描述	參考頁數／解釋
A. 環境		
層面A1：排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第105頁 《環保政策》
指標A1.1	排放物種類及相關排放數據	第105及133頁
指標A1.2	溫室氣體總排放量及(如適用)密度	第105及133頁
指標A1.3	所產生有害廢棄物總量及(如適用)密度	第133頁
指標A1.4	所產生無害廢棄物總量及(如適用)密度	第133頁
指標A1.5	描述減低排放量的措施及所得成果	第105至108頁
指標A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	第108至111頁
層面A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	第105頁 《環保政策》
指標A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源總耗量及密度	第105及133頁
指標A2.2	總耗水量及密度	第106及133頁
指標A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果	第105至107及111頁
指標A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果	莎莎在求取適用水源上沒有任何問題。
指標A2.5	製成品所用包裝材料的總量及(如適用)每生產單位佔量	第106,107,133頁
層面A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	第105頁 《環保政策》
指標A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	第110至111頁
B. 社會 僱傭及勞工常規		
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的 (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第113頁 《僱傭政策》
指標B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	第113頁
指標B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	第132頁
層面B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第113頁 《健康及安全政策》
指標B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	第132頁
指標B2.2	因工傷損失工作日數	第132頁
指標B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	第122頁
層面B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動。	第113至118頁 《僱傭政策》及《培訓及人才發展政策》
指標B3.1	按性別及僱員類別劃分的受訓僱員百分比	第132頁
指標B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	第132頁

主題範疇、層面、 一般披露及主要表現指標	描述	參考頁數／解釋
層面B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第113頁 《僱傭政策》
指標B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	第113頁 《僱傭政策》
指標B4.2	描述在發現違規情況時消除童工及強制勞工情況所採取的步驟	第123頁
營運慣例		
層面B5：供應鏈管理供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	第110頁 《產品責任及供應鏈政策》
指標B5.1	按地區劃分的供應商數目	第99頁
指標B5.2	描述有關聘用供應商的慣例，向其執行有關慣例的供應商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	第99至100及111頁
層面B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第110頁 《產品責任及供應鏈政策》
指標B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	第99頁
指標B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	第100頁
指標B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	第100頁
指標B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	第99頁
指標B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	第100頁
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	第123頁
指標B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	第123頁
指標B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	第123頁
社區		
層面B8：社區投資		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	第124頁 《環境、社會及公司管治政策》
指標B8.1	專注貢獻範疇	第125至130頁
指標B8.2	在專注範疇所動用資源	第127頁