

CAPITAL GRAND

BEIJING CAPITAL GRAND LIMITED

首創鉅大有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司
股份代號：1329



2022
環境、社會及
管治報告



目錄

- 2 關於本報告
- 3 關於首創鉅大
- 4 我們的進展
 - 4 (一) ESG戰略與治理
 - 7 (二) 董事會聲明
 - 8 (三) 利益相關方溝通
 - 9 (四) 實質性議題
 - 12 (五) ESG工作小組承諾
- 13 專題：勇毅前行，ESG長期價值賦能商業運營
 - 13 (一) 堅持防疫防控，保障運營安全
 - 15 (二) 攜手商戶夥伴，分享低碳理念
 - 17 (三) 組建志願團隊，體現社區擔當
- 19 一、美好服務，品質典範
 - 20 (一) 誠心奧萊，客戶放心
 - 23 (二) 貼心奧萊，客戶暖心
 - 30 (三) 知心奧萊，客戶安心
- 37 二、美好僱主，成就人生
 - 38 (一) 保障員工權益
 - 40 (二) 打造安全職場
 - 42 (三) 培養優秀人才
 - 44 (四) 重視員工關懷
- 46 三、美好夥伴，協作共贏
 - 47 (一) 建設負責任供應鏈
 - 49 (二) 攜手商戶互助共贏
 - 51 (三) 緊密行業合作溝通
- 56 四、美好社區，共享和諧
 - 57 (一) 支持社區共建
 - 59 (二) 助力鄉村振興
 - 61 (三) 培育品牌公益
- 64 五、美好生態，綠色發展
 - 65 (一) 優化落實，打造綠色生態奧萊
 - 71 (二) 細節入手，實行全面綠色辦公
 - 76 (三) 積極應對，抵禦氣候變化風險
 - 77 (四) 環境績效數據
 - 80 (五) 環境目標
- 81 六、精誠治理，安全穩健
 - 81 (一) 完善公司治理
 - 85 (二) 優化經營管理
 - 88 (三) 維護投資者權益
- 89 未來展望
- 90 附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引



關於本報告

報告簡介

本報告旨在提供首創鉅大有限公司（「首創鉅大」、「本公司」或「我們」，連同其附屬公司統稱「本集團」）在環境、社會及管治（「ESG」）方面的管理理念，以及截至2022年12月31日之年度內的ESG表現。如無特殊說明，報告覆蓋範圍與年報一致。本報告應與《首創鉅大有限公司2022年報》中「企業管治」報告章節共同閱讀。

涵蓋期間

如無特別註明，報告涵蓋期限為2022年1月1日至2022年12月31日。

內容範疇

為滿足《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》（「上市規則」）所載之附錄二十七《環境、社會及管治報告指引》（《ESG報告指引》）信息披露的要求，本公司開展首創鉅大有限公司環境、社會及管治報告（本報告）的編寫工作。本報告內容綜合考慮了首創鉅大利益相關方之關注重點，本公司業務特點，以及本公司於環境、社會及管治層面的管理理念與2022年度相關績效表現。

報告範疇

本公司的主要業務在中國，除另有說明外，本報告披露範圍為首創鉅大本部以及北京公司、湖州公司、昆山公司、杭州公司、合肥公司、武漢公司、南昌公司、鄭州公司、濟南公司、西安公司、重慶公司、昆明公司、南寧公司、青島公司、廈門公司15個運營期項目。與去年披露範疇相比，增加了今年開業的青島公司和廈門公司。

參考指引

本報告內容遵循香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則附錄二十七《ESG報告指引》，並參考全球可持續發展標準委員會《GRI可持續發展報告標準》（GRI Standards），編製內容索引載於本報告附錄。

報告原則

重要性：我們已開展利益相關方參與及重要議題識別，並參考識別的結果開展報告內容與範圍界定。具體內容參見「利益相關方參與和重要議題識別」。

量化：報告涉及數據的覆蓋範圍與計算方法皆已於本報告中進行標注和說明。

一致性：除另有註明外，編製本報告所採用的方法與上一年度一致。

確認及批准

本報告於2023年3月21日獲董事會通過。

關於首創鉅大

本公司，港交所股份代碼1329.HK，是目前中國規模領先的奧特萊斯綜合營運商之一。

憑藉奧特萊斯「大品牌、小價格、好服務」的新型休閒購物模式，借力中國消費升級的強勁勢頭，首創鉅大已成功佈局15座城市，包括北京、重慶兩大直轄市，杭州、南昌、武漢、合肥、濟南、鄭州、西安、昆明、南寧等省會城市，以及湖州、昆山、青島、廈門等潛力消費城市，並於2022年實現全面開業。

公司快速發展過程中，首創鉅大也獲得了國際重量級資本遠洋集團和KKR的青睞。隨着遠洋集團和KKR的資本投入，不僅使公司的股東結構實現多元化，公司治理更加規範和專業化，而且還快速提升了公司在全球資本市場和商業領域的知名度，增強了公司對接國際領先商業資源的能力，為首創鉅大實現跨越式發展提供了更為堅實的基礎。

首創鉅大在北京首創城市發展集團有限公司（「首創城發集團」，本公司之間接控股股東）的領導下，踐行「以利潤為中心」的經營理念和「以客戶為中心」的服務理念，依託本股東（「股東」）的雄厚背景和強有力的支持，依靠全體同事同心共進和奮勇拼搏的努力，主動調整運營、營銷、招商模式，完成組織與人員優化，保持公司經營總體平穩態勢。

我們的進展

[本章所回應：ESG-G管治架構、董事會聲明]

(一) ESG戰略與治理

ESG策略

本集團充分認知ESG的長期必然性和對業務長期發展的必要性，運用ESG視角重新審視公司業務戰略，釐清ESG與本公司業務的關係，制定清晰的ESG策略方針，將ESG管理和實踐與本公司日常管理和商業活動相結合。為此，本公司制定《首創鉅大有限公司環境、社會及管治(ESG)戰略規劃(2021-2023)》。ESG戰略以本公司主營業務為支撐，以ESG為內生動力，將高效、價值、賦能、韌性作為管理宗旨，圍繞着「美好服務、美好僱主、美好夥伴、美好社區、美好環境」等主題，制定了各階段年度管理目標，明確本公司ESG管理提升方向，確立ESG戰略規劃基本原則，設立ESG戰略願景，並制定分項實施方案，貫穿本公司營運、品牌建設、人與社區關係的構建，增強首創鉅大的發展韌性，形成可持續的商業營運模式，推動奧特萊斯行業的可持續發展。



ESG戰略規劃「領創計劃」

我們的進展

本公司制定了三年的ESG戰略規劃「領創計劃」，同時也提出了2030的ESG戰略願景，成為ESG長期價值的領創者，持續創新ESG與商業的融合方式，為長期價值創造提供解決方案。我們識別出作為ESG管理支柱的重要利益相關方，並與生態環境、消費者、員工、品牌商等、社會居民等重要利益相關方相對應，制定了ESG戰略規劃五大美好行動，推動戰略規劃落地。

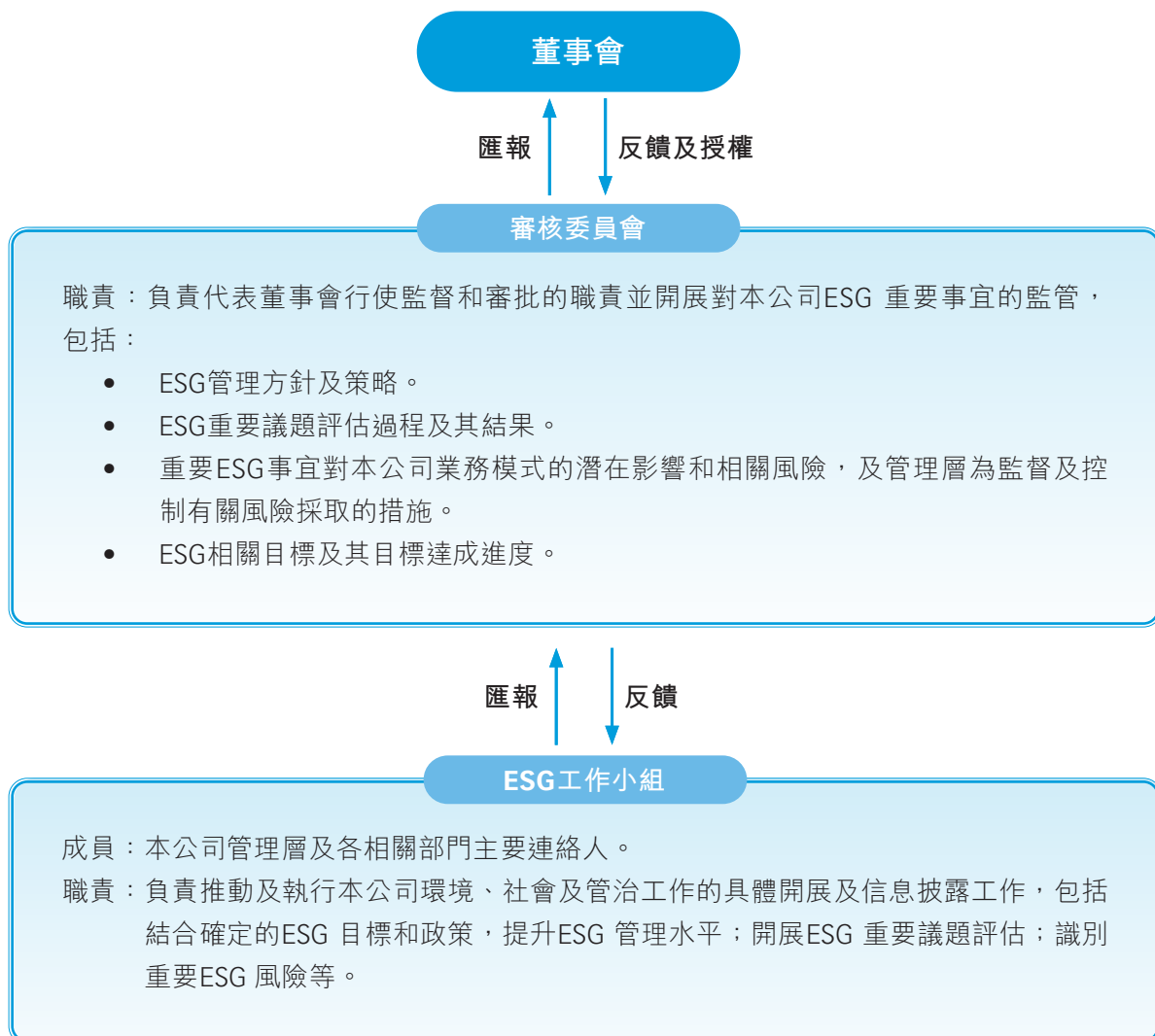


ESG戰略規劃五大美好行動

我們的進展

ESG管治架構

本公司不斷完善ESG管治體系建設，建立了涵蓋本公司治理層、管理層及執行層的ESG管治架構，明確本公司各層級在ESG方面的職責，形成規範的管理體系。其中，董事會負責為本公司ESG工作提供指引及監督；審核委員會負責代表董事會行使監督和審批的職責並開展對本公司ESG重要事宜的監管；由本公司管理層及ESG相關部門聯繫人組成的ESG工作小組負責ESG事宜的推進及執行；各職能部門作為執行層，負責開展實施具體執行工作，以確保本公司ESG管理工作的全面落實。



我們的進展

(二) 董事會聲明

本集團始終秉持成為「成為中國最具價值、提供卓越消費者體驗的奧萊運營商」的企業願景，深入夯實運營根基，董事會在結合本公司戰略發展的同時，高度重視ESG及可持續經營發展的相關事宜，並對ESG管理工作承擔最終責任。同時，董事會授權審核委員會監管公司對ESG策略、關鍵議題的執行和表現情況，識別和評估ESG風險和機遇，制定應對計劃，並定期向董事會匯報ESG治理規劃和目標的達成情況。

公司董事會始終高度重視ESG管理及行動，持續關注國內外可持續發展趨勢，識別與公司業務相關的ESG因素，依據外部環境變化研判更新對本公司及利益相關方而言重要或相關的ESG議題、風險和機遇，然後採用重要性矩陣圖展開實質性議題評估，將其訴求納入董事會決策考慮中，明確ESG工作重點，對ESG過程進行監管，提升日常ESG管理水平，推動做出兼顧業務發展和社會環境效益的科學決策，獲得股東、消費者及其他利益相關方的長期信任。

公司遵循ESG政策要求，在ESG管治過程中設立中長期建設目標，逐年分解，審閱議題目標，關鍵成果和行動路徑，每年進行目標達成度對比分析，持續優化改進計劃，推進公司治理與合規管理，為股東、政府及監管機構、消費者、員工、合作商戶、供應商及社區等利益相關方創造可持續的綜合價值。公司董事會已專門聽取並審議公司《2022年度環境、社會及管治報告》，並對照設定的ESG目標的完成情況進行定期審視並開展檢討。

我們的進展

(三) 利益相關方溝通

我們致力於通過提升ESG治理，為更廣泛的利益相關方群體創造價值，我們開放多樣的渠道，保證利益相關方及時準確地了解公司表現。結合公司業務開展情況，本年度我們識別出的利益相關方包括：投資者／股東、政府及監管機構、消費者、員工、合作商戶、供應商及社區。

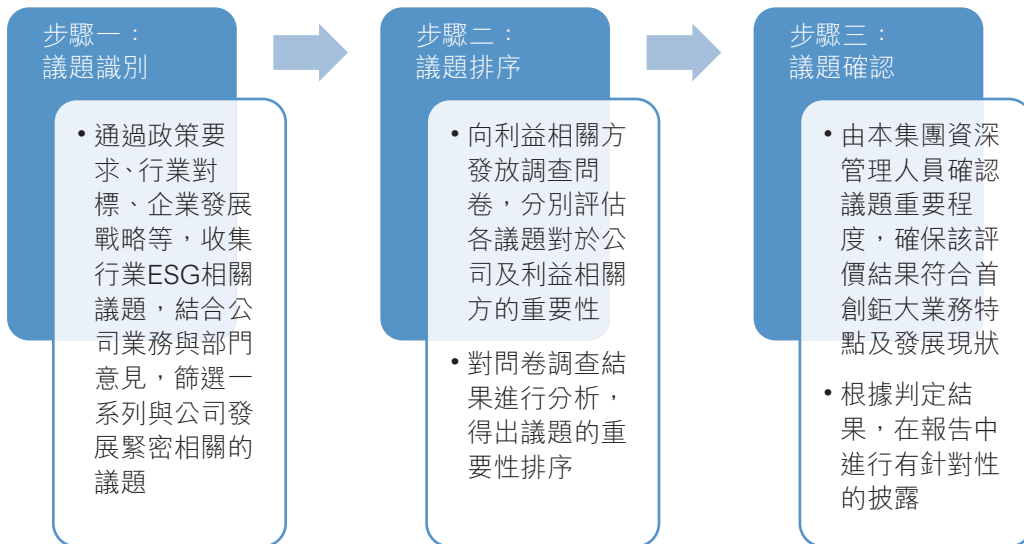
利益相關方	訴求與期望	溝通與回應
投資者／股東	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理； 合規經營； 創造市場價值； 創新轉型； 數字化管理； 疫情常態化管理。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續創造經營績效； 召開股東大會； 發佈年度與半年度報告； 官網信息公開； 書面及電郵反饋。
政府及監管機構	<ul style="list-style-type: none"> 守法合規； 依法納稅； 疫情常態化管理； 創新轉型； 低碳發展； 商場安全。 	<ul style="list-style-type: none"> 合規經營； 履行納稅義務； 接受政府部門檢查； 加強公文往來； 出席相關會議； 配合工作匯報。
消費者	<ul style="list-style-type: none"> 優質產品與服務； 疫情常態化管理； 創新轉型； 商場安全； 環境保護。 	<ul style="list-style-type: none"> 開展滿意度調查； 優化CRM系統； 舉辦消費者回饋活動； 完善服務投訴與處理機制； 開放官方傳播渠道。
員工	<ul style="list-style-type: none"> 疫情常態化管理； 保障員工權益； 創新轉型； 商場安全。 	<ul style="list-style-type: none"> 企業內部公告； 組織內部溝通會； 建設匿名反饋機制。
合作商戶	<ul style="list-style-type: none"> 疫情常態化管理； 商場安全； 創新轉型； 服務與商品質量保障； 數字化管理； 租金減免支持。 	<ul style="list-style-type: none"> 商戶管理制度； 提供商戶支持服務； 落實優惠政策。
供應商	<ul style="list-style-type: none"> 疫情常態化管理； 創新轉型； 公平公開採購； 數字化管理。 	<ul style="list-style-type: none"> 供應商評估制度； 召開供應商溝通會。
社區	<ul style="list-style-type: none"> 疫情常態化管理； 貢獻社區建設； 提供就業機會。 	<ul style="list-style-type: none"> 定期開展公益項目； 打造社區支持項目； 實行本地化招聘。

我們的進展

（四）實質性議題

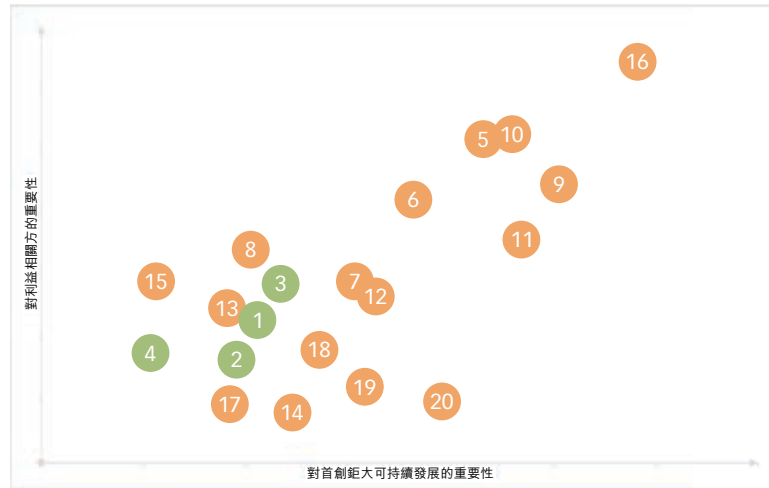
我們重視回應利益相關方的ESG訴求，吸納利益相關方建議，判定企業ESG發展實質性議題。通過向公司內部、消費者、商戶等群體發放實質性議題調查問卷，我們回收並統計相關方填寫結果，進而按照對公司發展的重要程度及對利益相關方的重要程度得出實質性議題矩陣，做到對利益相關方年度關注的充分了解。同時，實質性議題的分析，有助於我們理清2022年ESG報告內容的披露方向，也實現我們對利益相關方期待的有效回應。

以下是我們的實質性議題識別過程：



我們的進展

下圖為基於本年度收集的561份調研問卷所得的實質性議題矩陣：



重要性矩陣圖標註

1 降污減排	8 防止僱用童工及強制勞工	15 支持社區發展
2 能源使用	9 保障消費者權益	16 疫情常態化管理
3 保護生態環境	10 商場安全與應急管理	17 廣告合規宣傳
4 應對氣候變化	11 服務品質	18 創新發展
5 保障員工權益	12 把控商品質量	19 知識產權管理
6 員工職業健康與安全	13 客戶隱私保護	20 反腐倡廉
7 助力員工發展	14 供應鏈管理	

● 為環境類議題 ● 為社會類議題

為迎接「後疫情時代」的到來，我們從始至終堅定落實疫情防控措施，為集團內外部利益相關方及時提供所需支持，我們的行動成果也通過年度最重要議題得以體現。除此之外，我們還在ESG實質性議題分析中，識別出商場安全與應急管理、保障消費者權益、保障員工權益、服務品質、員工職業健康與安全、把控商品質量、助力員工發展、保護生態環境等重要議題；以及創新發展、能源使用、客戶隱私保護、降污減排、應對氣候變化、廣告合規宣傳、支持社區發展、供應鏈管理、反腐倡廉、防止僱用童工及強制勞工、知識產權保護等多樣的企業ESG議題。我們綜合考慮以上對社會、經濟、管治方面的相關方關注，調整ESG管理方向，動態更新實質性議題表現。

我們的進展

重要議題	涉及的主要利益相關方	本年度重點工作
疫情常態化管理	投資者／股東、政府及監管機構、消費者、員工、合作商戶、供應商、社區居民	支持政府落實疫情防控工作，嚴格監測商場人員健康情況，開展每日消殺工作，幫助供應商、商戶等商業夥伴共同渡過疫情難關，支持社區防疫。
商場安全與应急管理	政府及監管機構、消費者、員工、合作商戶	成立安委會，落實安全生產主體責任，關注商場安全管理，通過開展安全巡檢、應急演練、學習培訓等工作，防患於未然。
保障員工權益、員工職業健康與安全、助力員工發展	投資者／股東、政府及監管機構、員工	尊重及關愛員工，為員工營造平等包容的就職環境，提供意見投訴渠道；組織開展健康活動，提升員工自我保護意識；為員工技能提升與職業晉升提供培訓與路徑，持續開展內部培訓。
保障消費者權益、服務品質、把控商品質量	投資者／股東、政府及監管機構、消費者	持續關注消費者購物體驗，保護消費者權益不受侵害；積極檢討商戶資質把控情況，優化商品質量管理體系。
保護生態環境、降污減排、能源使用	政府及監管機構、消費者、社區居民	堅持綠色辦公理念，實施舉措節能減排，營造綠色辦公環境；採取措施，提升商場資源使用效率。
應對氣候變化	投資者／股東、政府及監管機構、供應商、消費者	積極制定氣候變化風險管理與應對計劃。
支持社區發展	政府及監管機構、社區居民	帶動當地就業和經濟發展，堅持公益事業。
供應鏈管理	政府及監管機構、供應商、合作商戶	保證招投標過程的公開、透明；完善供應商准入準則；推動供應商提高其對環境社會風險的關注，鼓勵供應商進行環境社會風險管理。
創新發展、知識產權管理	投資者／股東、政府及監管機構、消費者、員工、合作商戶、供應商、社區居民	緊跟行業發展前沿動向，提升運營效率，參加行業峰會分享創新管理經驗，踐行知識產權保護。

我們的進展

（五）ESG工作小組承諾

新任管理層全球化視野開闊，進一步對接國際ESG治理準則，推動及執行公司ESG工作的具體開展及信息披露工作，為公司ESG工作小組增強新鮮血液，ESG工作小組作為公司ESG工作的樞紐，在明確ESG工作組成員職責及分工的基礎上，內部探索形成了常態化溝通、合作機制，將相關部門負責人等重要成員凝聚在一起，為跨部門ESG溝通合作搭建了橋樑，形成高效協同機制。

在新任管理層的帶領下，公司持續提高ESG管理水平，ESG工作小組在日常工作中，承擔識別ESG風險，針對各項ESG風險制定計劃和目標，匯報ESG進展等職責。同時，將董事會層面的ESG決策和要求進行細化分解，精準地傳遞給本部職能部門、項目公司等下級組織，並將下級組織在實際運營中發現的ESG問題、取得的進展等，通過審核委員會反饋到董事會層面，共同推動企業ESG工作自上而下高效落地，承諾為提升企業ESG治理水平築牢組織保障。

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營

2022年度，疫情常態化為國家經濟、人民健康安全帶來了衝擊與考驗。在這樣的時代背景下，首創鉅大秉承企業擔當，始終踐行ESG長期價值，發揮防疫中堅力量，攜手各利益相關方，探索後疫情時代發展新模式，堅持落實防疫防控舉措，積極組建志願者團隊，服務社區工作，賦能商業運營。

（一）堅持防疫防控，保障運營安全

首創鉅大防控工作領導小組制定並下發《關於進一步加強新冠疫情防控工作的通知》，召開《首創鉅大防疫防控專題工作會議》，切實保障各地首創奧萊的防疫安全。各項目公司充分貫徹上級關於疫情防控的要求和指示，落實落細常態化疫情防控措施，持續做好現有的日報報送機制，並開展疫情防控知識普及，提高出入人員防疫意識，確保奧萊安全。同時，首創鉅大積極與各利益相關方保持有效溝通，及時開展疫情管控措施，保障商場穩健運營。



嚴格落實每日消毒殺菌工作，在辦公區、電梯、衛生間等人流密度較大的空間特別增加消毒頻率



在商場出入口設立健康碼掃碼點，並設置1米間距和隔離帶等措施，保障出入人員安全距離

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營



在各店舖主入口處提供消毒液、免洗洗手液、一次性口罩等防疫用品



開展疫情防控培訓，宣傳防疫防控知識



為員工發放防疫物資及藥品

[案例] 英勇擔當，昆山首創奧特萊斯積極保障抗疫物資供應

2022年5月初，昆山首創奧特萊斯全面復工，為保證常態化核酸檢測工作平穩有序開展，第一時間發出倡議，組建防疫人員隊伍，各部門員工積極參與到防疫志願隊伍之中。

昆山首創奧特萊斯自開始核酸檢測工作任務以來，日均樣本採集量超過800份，為滿足日常抗疫物資需求，物業安保部專業經理趙建偉和人力行政部專員李波主動承擔起了後勤物資保障工作，除了保障日常防疫物資的穩定供應外，在每日完成核酸採樣任務後，繼續對所有物資進行消殺、清點、清理和打包工作，積極保障園區每日防疫工作有序開展，保障園區健康安全。

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營

（二）攜手商戶夥伴，分享低碳理念

在疫情封控、貨品封控、物流中斷等困難的大情況下，首創鉅大落實互利合作、主動賦能的ESG理念，加強商戶溝通合作，為保障商戶夥伴的利益，出台一系列租金減免政策，積極探索線上銷售渠道，開展多場品牌直播活動，對各個品類進行產品推廣，同時，管理層帶頭，組織員工開展線上VIP的維護和銷售，並在首創奧萊公眾號上幫助品牌商戶進行宣傳，方便顧客直接進群購買諮詢，幫助店舖精準引流新客源，借助直播及短視頻渠道，穩定品牌商銷售，攜手商業夥伴攻克難關。

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營

[案例]首創奧萊開展線上直播帶貨活動

2022年5月，首創奧萊開展「超品帶貨全民直播」活動，首創鉅大常務副總裁親自上陣，攜北京、湖州、昆山、杭州、南昌、合肥、武漢、鄭州、濟南、西安等全國各項目總經理，親自講解帶貨商品，解答網友問題。

我們通過開展本次國潮及運動專場，實現了數萬人觀看、漲粉數千，達成銷售數千單的佳績。同時，通過線上渠道的突破，也帶動了首創奧萊在營門店線下渠道的銷售業績，實現了總客流和銷售環比增長20%。

面對疫情帶來的商業大洗牌態勢，首創奧萊已不再拘泥於門店數量與規模，而是在新經濟浪潮下，加速打通全渠道，擁抱「互聯網+零售」行業發展趨勢，成為奧萊行業線上線下融合的排頭兵。



首創奧萊開展「超品帶貨全民直播」活動

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營

（三） 組建志願團隊，體現社區擔當

2022年以來，各地疫情反覆爆發，首創鉅大在積極配合上級要求的防疫防控政策，踐行ESG價值理念，切實地為商戶以及周邊居民考慮。在疫情期間，各項目內超市、藥店、餐飲店、便利店等便民設施正常運營並適當延長營業時間，針對社區工作壓力大，人手不足等問題，各首創奧萊積極組織員工支援社區工作，緩解社區防疫壓力。

- 北京首創奧特萊斯抽調工程、安保部門的6名員工配合屬地政府疫情防控部門開展核酸信息採集工作，協助屬地政府核酸檢測共計8,938人次，日均1,117人次，無一失誤。
- 合肥首創奧特萊斯協助西杭社區開展疫情防控工作，共計完成場內及周邊社區5,000餘人次的核酸檢測任務。
- 重慶首創奧特萊斯組織志願者團隊，維持核酸檢測現場秩序，協助社區人員答疑解惑群眾問題。
- 湖州首創奧特萊斯組建志願者隊伍，配合屬地政府每周的核酸檢測工作，維持現場秩序，對進出園區的遊客及車輛進行防疫安全檢查，確保轄區疫情防控工作落實到位。
- 武漢首創奧特萊斯疫情期間為保證消費者安全，在場內設置口罩自助販賣機，方便顧客購買和使用。

專題：勇毅前行，ESG 長期價值賦能商業運營



維持現場秩序，協助社區核酸檢測工作



建立核酸檢測點



設置自助口罩販賣機

一、美好服務，品質典範



[開篇案例]顧客為先，打造美好奧萊生活圈

公司重視新開業的青島、廈門首創奧特萊斯，新任管理層前往現場視察並指導各項準備工作，關注消費者需求，對未來的發展提出意見和殷切希望，努力打造美好奧萊生活圈，真誠回饋消費者信任支持，致力於為消費者提供更優質服務。



青島和廈門首創奧特萊斯開業現場

商業是滿足人民對美好生活嚮往的必由之路。首創鉅大堅持客戶至上原則，嚴格遵守《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》等與本集團業務所涉產品及服務、隱私事宜相關的法律法規，持續改革創新，保障商場運營安全，滿足消費者對商品品質、購物體驗等需求，為客戶提供多維度、全周期的服務，也利用自身優勢造福周邊社區，努力打造美好奧萊生活圈，為消費者提供提升生活品質、獲得幸福感和滿足感的美好空間。

本報告期內，本公司未發生已售或已運送的自營產品因安全或健康理由而需召回的情況。本公司未知悉有違反產品和服務質量、客戶隱私保護、消費者權益保護等產品責任方面法律規定且並未對公司有重大負面影響的事件。

一、美好服務，品質典範

(一) 誠心奧萊，客戶放心

我們始終以客戶為中心，將為客戶提供放心的服務設定為本公司不斷追求的方向，為客戶提供全維度、全周期的服務，持續提升消費者服務體驗，並攜手合作夥伴，持續創造商業價值和社會價值。

品控有道，把優質商品帶給更多顧客

我們高度重視商品的質量保障，始終高標準、嚴要求，關注商品管理。我們緊扣大眾對品質生活的需求，在公平招商的基礎上，堅持對合作商戶進行嚴格篩選，把控商品質量，為顧客提供放心的商品。

2022年度，本公司自營產品未有因健康安全而召回的情況發生。如有合作品牌發生召回事件，我們亦將全力配合品牌方開展工作。

本公司旗下首創奧萊在2022年中國國際服務貿易交易會舉辦的「美好生活•2022國際消費全球趨勢大會」上，榮獲「國際消費'品質中國•優質服務'示範企業推介」榜單，加速推動國際消費中心城市進程。



我們的管理舉措：

- 首選品牌直營店舖，打造貨品真實、價格合理、服務周到、貨源穩定的全面優勢。
- 如果暫時無法引入品牌直營店舖，按照總代理、區域代理、加盟商的順序，優先選擇具備合規資質、且渠道級別最高的商戶。
- 餐飲類合作商戶在簽訂合同時需提供餐飲服務許可證、從業人員健康證明等，並在運營中嚴格遵守本公司《運營管理工作手冊》中列出的環境衛生標準，接受不定期檢查和措施糾正。

一、美好服務，品質典範



昆山首創奧特萊斯獲得「五星示範承諾商家」和「先進示範單位」榮譽



南昌首創奧特萊斯獲得「江西省創建放心消費示範單位」

完善品牌授權鏈數據庫，用專業引領行業升級

我們高度重視奧特萊斯與商業品牌合作中的潛在風險，持續提升商戶資質及商品質量管控能力，通過大數據技術建立了品牌授權鏈數據庫，併發佈《品牌授權鏈數據庫應用指引》指導實踐應用，對品牌授權鏈數據庫數據取得、數據入庫操作流程、數據更新維護要求等方面做出嚴格規定，進一步實現了公司商業品牌資源數據化、動態化管理。並在確保了品牌授權資質的準確性、有效性、完整性、真實性及合法性的同時，控制潛在風險，保障消費者及本公司的合法權益。

一、美好服務，品質典範

我們的管理措施：

- 全面梳理公司品牌資源，提升合同審核效率。
- 準確鑑別進駐品牌信息，打造公司知識產權保護屏障。
- 鎖定品牌資源，拓展公司商業及核心價值資源。
- 保護品牌知識產權，防範商標侵權風險。
- 保護消費者合法權益，提升公司商譽和信譽。

品牌授權鏈數據庫運行期間，數據庫中數據至少每天備份一次，並建立數據備份日誌；嚴格執行數據保密要求，數據庫設置安全密碼，並規定使用人員的操作權限。此外，公司不定期針對品牌授權資質資料的有效性、完整性、真偽性以及項目公司關於品牌授權資質資料的日常管控情況等方面進行檢查；通過檢查為公司不斷完善相關制度提供依據，致力於為消費者提供貨真價實的商品。同時，我們也嚴格遵守數據保密要求，保障自身知識產權及品牌商利益。

公司不斷完善品牌授權鏈數據庫，打造了數據真實、品牌種類豐富的品牌數據庫，將公司的品牌授權鏈管理體系提升到了一個新的高度，推動首創奧萊招商系統的整體化運作。同時，也提高自身對外輸出能力，攜手各方社會資源共同建設奧特萊斯營運行業新生態。

一、美好服務，品質典範

(二) 貼心奧萊，客戶暖心

我們在日常點滴工作中融入「以客為先」的價值導向，不斷貼近客戶的需求，注重顧客反饋，及時處理投訴問題，並通過數字化技術不斷提升客戶體驗，形成更為緊密的會員關係，為每一位顧客營造健康舒適的購物體驗。

以客為先，提供一站式休閒服務

我們不止於追求為消費者提供最優的購物體驗，亦結合消費市場的體驗化、多樣化趨勢，積極創新業態，探索提供一站式休閒服務。2022年度，發佈實施《首創鉅大奧特萊斯項目業務流程手冊運營分冊》和《首創鉅大奧特萊斯項目業務流程手冊籌建分冊》更新版，完善各奧特萊斯的服務標準，強化客戶關懷，用心服務客戶，不斷提升顧客購物體驗。

我們的管理措施：

- 精準定位在營奧特萊斯項目，依據項目所在城市、區位配套、資源稟賦、周邊客群、商業環境等因素將項目劃分為名品奧萊、精品奧萊、區域奧萊，在招商調整中匹配相應的資源與品牌，支持項目發展。
- 創新產品線設計與落地試點，在西安項目引入了約2,500 m²的知名特色餐飲品牌袁家村，在南昌首創奧特萊斯三層規劃了運動特色主題空間Sportlife，豐富項目餐飲、體驗消費。
- 結合市場特性，在產品設計階段更加強調服務周邊社區功能，在最新亮相的廈門首創奧特萊斯中，餐飲業態實現比例較過往項目的5%-6%提升至12%-13%。

一、美好服務，品質典範

我們的具體行動：

- 公共衛生間區域設計母嬰室、無障礙衛生間、親子衛生間及兒童專用潔具。
- 超國家標準配置衛生間潔具數量，各衛生間同時安裝蹲便器和坐便器，以滿足不同消費者的需求。
- 使用智能機器人引導客戶，為商場內消費者提供場內人機交互、語音導覽、服務諮詢等基礎服務，優化購物體驗。
- 關注特殊群體，為殘疾人提供無障礙服務窗口，讓殘疾人群體切實感受到關心和愛護。
- 北京首創奧特萊斯、南寧首創奧特萊斯增加採購公共場所生命安全應急救援設備AED配置，保障客戶生命安全。

[案例]多舉措並施，提升消費者體驗

2022年，鄭州首創奧特萊斯換新中心廣場草坪，在商場增加美陳裝置，並對大門入口，中心廣場進行亮化處理，通過環境營銷提升顧客的到店體驗，增加顧客的留店時間，提高顧客滿意度。與此同時，鄭州首創奧特萊斯加強異業聯盟，與「北京金山安全軟件有限公司」合作，在項目27處客流主入口實現機器人智能導航，通過向機植入場內業務介紹、場內品牌明細定位等基礎素材，合作夥伴即可通過智能機器人免費向商場內消費者提供場內人機交互、語音導覽、服務諮詢等基礎服務，提升消費者體驗。



鄭州首創奧特萊斯對中心廣場進行亮化處理在客流主入口實現機器人智能導航

一、美好服務，品質典範



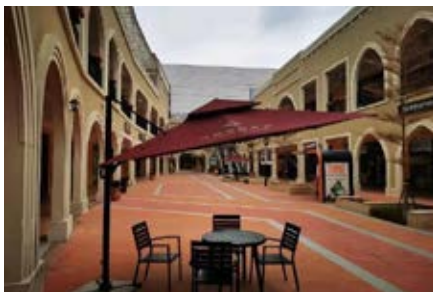
湖州首創奧特萊斯設置無障礙服務台



濟南首創奧特萊斯
為殘疾人客戶
提供輪椅租借服務



南昌首創奧特萊斯聯合周邊母嬰產品機構舉辦夜間集市，
豐富社區居民夏日消暑夜生活



南寧首創奧特萊斯夏季在公共區域各通道內提供休息區遮陽傘，
在街區內設置寵物椅，打造人與動物和諧共存的消費場景



一、美好服務，品質典範



南寧首創奧特萊斯聯合
南寧市興寧區開展
「車創美好•潮動興寧」
2022 第三屆興寧區
汽車生活節



合肥首創奧特萊斯
結合 38 麗人節，創新打造
「浪漫櫻花花海」氛圍場景，開展
「浪漫櫻花季最美女神節」活動

傾聽客戶聲音，回應客戶訴求

我們始終以客戶為中心，建立投訴管理長效機制，優化投訴處理流程，確保投訴渠道暢通，投訴處理及時，用心用情服務客戶。

我們在每個首創奧萊項目都設立了客服中心，並配備完善的客戶服務體系，確保顧客的訴求得到及時接待、處理。消費者、商戶及社會各界人士可通過首創奧萊小程序、APP 或公共網站等渠道進入客戶投訴頁面，提供監督意見或建議。我們亦通過對公開信息的搜索監控，及時跟進消費者通過公開途徑提出的關於首創奧萊產品的質量或服務問題。

2022 年度，我們繼續遵守《首創鉅大有限公司接訴即辦工作指引規範（試行）》《客戶服務標準》《導購員接待服務標準》等制度，對各個項目客服中心、商戶、導購員的投訴處理規範、工作流程等進行明確規定。我們將客戶投訴解決率等納入客服人員的績效考核指標，從而更好地落實客戶投訴應對措施，有效處理顧客投訴。對於所有顧客提出的退換貨需求，我們均予以同等重視；我們設立有公正、合規的處理流程，客服管理人員基於與合作商戶的約定，遵守消費者保護相關法規及產品質量判斷標準，嚴格執行公司關於商品的退換貨制度，並採取合理的解決措施，公正解決顧客反饋的瑕疵或質量問題。

一、美好服務，品質典範



在商場設置消費者意見箱

我們同樣重視線上用戶的權益保護。為提升線上用戶體驗，本公司督促相關部門做好發貨前貨品檢查，避免發出殘次品，顧客因質量等原因提出的退換貨申請會被立即受理。另外，針對顧客的建議和意見，首創奧萊線上商城制定了細化版的《接訴即辦》政策，設置公開投訴郵箱，並進行日常檢查。根據公司投訴管理制度，投遞至公開郵箱的客戶投訴會在一個工作日（24小時）內處理。

2022年度各項目客訴統計

投訴類別	數量
商品相關投訴	460
服務相關投訴	166
硬件相關投訴	50
其他投訴	100

- 2022年度未有任何對本集團造成重大影響的投訴；
- 其他投訴數量：本報告期內，本單位收到的其他投訴數量（包括由於消費者／客戶個人原因進行投訴，但實際鉅大無責任的投訴）；
- 統計範圍涵蓋本部（即本公司）及北京公司、湖州公司、昆山公司、杭州公司、合肥公司、武漢公司、南昌公司、鄭州公司、濟南公司、西安公司、重慶公司、昆明公司、南寧公司、青島公司14個運營期項目。此外，由於廈門公司開業時間為2022年12月31日，故暫未將其納入統計範圍。

在公司的不懈努力及與消費者、合作商戶的有效溝通下，上述投訴基本全部得到有效解決。我們會對投訴意見的處理結果做回訪調查，其中重要的投訴信息將會被反饋至公司管理層，由管理層介入並負責追蹤直至完全解決。

一、美好服務，品質典範

[案例]開展消費者專項培訓，推動可持續時尚消費

2022年11月22日，湖州首創奧特萊斯開展「2022年消費者權益保護和消費投訴處理專項培訓」，積極參與放心消費建設，倡導安全健康消費理念，進一步提升員工的服務意識、自律意識和自律能力，持續提升客戶服務質量，榮獲湖州市南太湖新區頒發的「時尚消費教育基地」榮譽，營造和諧、誠信的商場消費環境。



開展消費者權益保護和消費投訴處理專項培訓，2022年被評為「時尚消費教育基地」

在大型節假日、客流集中時段，首創奧萊客服中心熱心為顧客服務，幫助顧客廣播尋人、尋找丟失物品，全心全意為顧客服務。

廣播尋人播報，解決急難愁盼

2022年10月，湖州首創奧特萊斯客服中心員工收到一對夫妻的請求，這對夫妻與10來歲的兒子走散，要求廣播尋人。客服人員當即詢問父母孩子的姓名、年齡、明顯的外貌特徵、走失地點等基本信息，客服人員做好登記後立即連續廣播，並考慮10來歲的小朋友已具備基本行為能力，建議顧客前往走失地點或停車場等尋找小朋友。在保安的陪同下，順利在停車場的自家汽車旁找到走失男孩，至此尋人圓滿結束。2022年度，湖州首創奧特萊斯開展廣播尋人26起，幫助眾多顧客找到失散親友。

一、美好服務，品質典範

拾金不昧永傳承，一心一意為顧客

2022年12月，重慶首創奧特萊斯GXG導購在門店更衣室拾到一個手機，因一直未有顧客到店鋪進行領取，該名導購及時聯繫並交給客服中心，客服中心收到手機後第一時間做好遺失物品登記，並進行了失物招領廣播通知。失主聽到廣播後撥打了客服中心的電話，並到客服中心經現場認領手機。客服人員確認後將手機物歸原主，顧客非常感謝商場，並對門店導購及客服人員點贊。



幫助顧客找到遺失物品

會員維護，構建良好的客戶關懷與互動體驗

我們致力於構建良好的客戶關懷與互動體驗，滿足消費者對社群互動空間的需求與期待。2022年度，我們以數字服務創新為驅動，重構大會員系統，推動會員商城加速轉型，積極開展品牌種草等多樣化活動，為會員提供特色服務，激發消費者的積極性和參與性，提升會員購物服務體驗。2022年會員總量有序增長，新增會員69萬。

我們的管理措施：

- 重新定位首創奧萊線上商城為「會員積分抵現商城」，2022年7月1日正式取消會員積分抵現，改為積分換禮。
- 開闢新線上銷售渠道。首創自營於2022年3月開始註冊並使用企業微信，提升銷售員工對於客戶維護的工作效率，同時也提高了銷售業績。截至2022年12月，小程序商城會員共計27,175人。
- 創建社群，開拓多渠道服務窗口。武漢首創奧特萊斯創建門店級社群，沉澱門店粉絲的同時為消費者提供線上服務諮詢平台。

一、美好服務，品質典範



開展VIP美食品鑑會

（三） 知心奧萊，客戶安心

商場是大型活動人群聚集地，商場加強日常的監督管理工作對於保障廣大人民的生命安全有着非常重要的意義。我們將客戶安全作為工作重點，建立了從前期防範到後期保障的安全管理體系。細化安全保障的應對措施，開展以提升安全意識為目的的宣貫活動，多維度保障客戶安全。

保障商場運營安全

購物環境的安全保障，是消費者及商戶的關注重點之一。各項目奧特萊斯多位於郊區，周邊醫療設施及資源不足，不僅要關注傳統意義上的公共場所安全，還要關注其環境中人的安全，尤其要考慮到社會新興安全隱患及不同個體的突發事件。

首創鉅大堅持「以人為本、安全發展」的理念，把商場安全擺到更加重要的位置。為此，我們制定了《首創鉅大安全管理手冊》《突發事件處理措施》等安全管理制度，促進商區安全管理、突發事件應急流程的標準化管理，督促各運營期首創奧萊項目做好商區安全工作。

安全管理架構

公司建立安全管理架構，組建了安委會，明確了安委會的職責涵蓋整個項目的開發期及運營期，且各項目公司都成立了安全管理辦公室。同時，公司全面落實安全生產主體責任，明確公司各部門的安全職責，堅持「誰主管，誰負責」「管生產必須管安全」及「責任權利相統一」的原則，根據《中華人民共和國安全生產法》等法律法規的規定，結合公司實際情況，特成立安全生產領導小組並與政府部門簽訂安全生產責任書。

一、美好服務，品質典範

首創鉅大安委會具體職責：

為切實做好安全生產工作，嚴格履行公司安全生產管理制度，有效防範各類安全事故發生，促進本單位安全穩定，圓滿完成公司下達的年度安全生產目標，首創鉅大安委會職責如下：

- 認真貫徹落實國家安全法律法規，及時修訂和完善各項安全生產規章制度，健全安全生產激勵約束機制，將安全生產責任目標分解細化並認真考核落實。
- 繼續推進安全生產標準化建設、安全文化建設。推動商場安全管理逐步向標準化和規範化轉變。
- 深入開展安全隱患排查整治活動，根據公司安排和季節特點及安全生產實際狀況，每月至少進行一次安全隱患大排查，對查出的安全隱患，及時整改落實到位，整改率達到100%。
- 加強安全生產法律法規和安全知識的宣傳教育，積極組織參加「安全生產月」等安全生產宣傳教育活動。積極組織參加上級及公司組織的各種安全技術培訓，確保持證上崗率100%。
- 每周組織召開一次安全生產例會，聽取各班組安全生產工作匯報，研究部署和解決安全生產工作中存在的各種問題。
- 不斷修訂和完善應急救援預案，組織好應急救援隊伍，儲備充足的應急救援設備和物資，全年組織應急演練不少於2次，保障突發事件需要。
- 對商場發生的各類安全事故，按照有關規定程序、時間逐級上報，對事故分析堅持「四不放過」原則，指事故原因未查清不放過、責任人未處理不放過、責任人和群眾未受教育不放過、整改措施未落實不放過，認真落實事故責任追究制度，事故處理結案率100%。

一、美好服務，品質典範



2022年4月，首創鉅大召開安全生產經營專題工作會議

完善安全管理制度

我們不斷完善安全管理體制，進一步夯實了商場運營安全管理工作。2022年3月，公司開展了安全生產「春雷」行動，首創鉅大本部及各項目均簽訂了《安全生產責任書》，3月31日完成了《首創鉅大公司2022年安全生產「春雷行動」總結》。

- 新增《自營門店撤店流程》，梳理自營門店撤店需籌備事宜，明確各口徑責任，避免漏項。
- 新增《自營精裝安全生產管理制度》明確自營門店精裝安全責任，提高全體員工的安全意識，落實各項安全管理措施，保證生產經營秩序的正常進行。
- 新增《進口貨品疫情防控工作要求》，應對當前疫情防控形勢，落實「人物並防」策略，確保進口商品常態化，疫情防控措施周密、安全有效落地。

安全監督檢查

2022年，首創鉅大繼續利用安全生產隱患排查管理信息系統，對商區日常安全工作進行管理。所有首創奧萊項目導購員和首創鉅大全體員工均可通過該系統了解辦公區、商區安全管理的重點要求。物業管理人員可通過該系統查詢各個安全隱患檢查點的日常管理情況，以及相關負責人員的反饋信息，使得隱患排查、重大風險源、應急管理和事故管理等的管控工作更加高效有序。

一、美好服務，品質典範

我們的管理舉措：

- 所有運營期項目都配備了有資質的安保公司。
- 所有物業管理人員必須定期接受安全應急培訓。
- 安保人員每兩小時對奧特萊斯項目重點區域進行一次巡視檢查。
- 項目質量檢查範圍包括滲漏防範、外牆系統、電梯及門窗安裝等安全隱患。
- 針對二次裝修現場、餐飲合作商戶燃氣報警裝置、節假日前期消防保障等特定項目開展專項消防安全檢查等。
- 每日運營結束後，相關管理部門對所有商戶「三關一閉」，即關水、電、燃氣設施和關閉店門，防範措施進行檢查。

[案例]安裝報警裝置，預防和應急處置後廚火情

為減少火災事故、降低火災風險，北京首創奧特萊斯針對餐飲商舖廚房灶具使用情況，通過提倡安裝廚房自動滅火裝置、燃氣報警裝置、動火離人報警裝置、油溫檢測報警裝置「廚房四寶」報警裝置，將後廚現場火災探測器感應傳輸至中控室動作，中控室第一時間到達現場處置，現場設備報警，專職消防員及安保人員、後廚人員能夠快速處置，有效的預防和應急處置後廚火情，做到早發現、早報警、早處置。

一、美好服務，品質典範

安全應急演練

根據公司要求，各項目公司均制定了適應運營管理現狀的消防安全、反恐防暴、汛期搶險等應急預案，並由首創鉅大本部評估和批准。各項目安保隊伍依據應急預案，定期開展針對不同類型的突發事件演練，在演練中與相關部門密切協作，為應對實際情況積累經驗，達到良好的演練效果。

2022年度，我們開展了安全生產「仲夏行動」活動，各項目公司積極響應，根據活動方案有序開展安全隱患排查、應急預案演練。一方面，各項目公司開展安全隱患排查工，檢查屋面、露台、陽台、雨棚等排水口及排水管道，檢查車庫出入口排水溝及集水坑抽水設施。另一方面，各項目開展防汛應急預案和有限空間作業演練，使員工提升處理突發事件能力，提高安全意識，熟練使用各種安全設備，掌握突發事件處置技能，加強安全生產管理，預防安全生產事故的發生。



北京首創奧特萊斯制定《首創奧特萊斯2022年度防汛演練》方案，組織員工開展防汛演練



昆山首創奧特萊斯舉行安全生產月消防演習活動，特別邀請蘇州市消防救援郭澤路支隊進行了消防救援及滅火演示，並組織了新員工消防滅火器使用培訓及消防安全知識問答活動

一、美好服務，品質典範

安全文化教育

公司通過創雲書園、騰訊軟件組織本部及各項目公司進行「新安全生產法」「有限空間作業基礎知識及事故案例」安全生產知識學習培訓及考試，提升員工安全健康知識與能力。

[案例]開展「安全生產月」主題公益直播活動

安全生產，人人有責。2022年6月是第21個全國「安全生產月」。首創鉅大開展了「安全生產月」活動，在創雲書園推出安全生產學習地圖，共計7門課程，提高員工的安全生產及疫情防控意識，保護員工生命健康安全。



強化信息安全

我們遵守國家法律法規要求，制定《信息安全管理制度》《機房管理制度》¹，逐步構建科學規範的信息安全體系，加強系統安全層級，規避信息安全風險，監控並及時修復安全漏洞，築牢信息安全堅實屏障。公司定期對全體員工進行安全技術和安全意識培訓，強化全員安全防範意識和能力。

2022年度，開展奧萊私有雲平台長途傳輸網絡優化和奧萊私有雲平台計算能力擴容，完成私有雲平台的資源優化，在城發總部、鉅大本部、各奧萊項目之間構建起了一整套業務分級高效安全通信體系。為首創鉅大商業經營支持、數據分析決策提供了強有力的保障。

1 本制度適用於首創鉅大本部，主要涉及北京核心機房。

一、美好服務，品質典範

保護客戶隱私

我們嚴格遵守國家《數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規要求，對各個渠道的首創奧萊會員隱私授權文件進行統一規劃，於公司各端口同步發佈。同時，我們採取多方面管理措施加強消費者信息保護。為用戶信息提供可靠安全保障保護和高效管理。2022年度，本公司未知悉本集團內有任何客戶隱私洩露事件發生。

我們的管理舉措：

- 首創鉅大「奧萊私有雲平台」系統通過了國家安全等級保護（等保三級），持續對公司數據安全體系進行強化升級。
- 與首創鉅大全體在職員工簽署數據保密協議，承諾對包括消費者信息在內的運營信息進行保密。
- 我們建立安全策略、管理職責相關手冊，直接接觸數據的員工另行簽署信息保密守則及《安全操作承諾書》。
- 規範員工系統賬號數據獲取權限的授權、審批體系，包括用戶訪問權限、BI數據訪問權限等。
- 我們與系統開發及運營維護軟件開發公司簽訂保密協議，約定雙方對消費者資料保密的責任。

二、美好僱主，成就人生



[開篇案例]組織開展線上培訓，搭建學習交流平臺

今年以來，各地疫情反覆爆發，工作開展困難重重。首創鉅大新任管理層依然堅定的開展人才培養計劃，搭建線上學習交流平臺，組織全員精煉業務技能，分享各自領域的專業知識，以不同的角度和方式加強部門溝通合作，賦能一線的同時，也為大家提供了工作交流平臺，打破因疫情帶來的溝通障礙，提高各部門之間的工作黏性。

- 針對營銷活動的內容，以案例分析的方式講解如何了解項目需求和客群定位，讓更多鉅大人了解如何樹立品牌的形象和價值的提升。
- 從奢侈品定義、行業結構、發展現狀、行業佈局、國際市場的最新趨勢策略等角度，讓更多員工了解到項目適合導入什麼樣的國際品牌以及引入的條件。
- 從管理部工作職能、現場運營管理、經營分析和經營輔導等方面分享商場運營管理工作。
- 分享奢侈品牌的發展史以及中國奢侈品市場的現狀，讓更多人對奢侈品牌有了初步的認知。
- 從開發基因、營銷複盤、市場分析、核心舉措和產品業態優勢分析等方面，對工作模式及流程有了一定的認知。
- 從合同管理辦法、合同審批流程、起草合同的要點等多方面分享如何規避風險，讓更多鉅大人了解如何做好風險管理。

我們繼續秉持「人才是公司發展的核心動力」的理念，讓每一位員工從加入首創鉅大的第一天起，就身處在一個公平公正、多元發展、安全健康的工作環境中，從而獲得成長，創造價值，並從中得到支持和關愛。我們相信，每一位員工都能在公司實現自己的價值，與公司共同成長和發展。

二、美好僱主，成就人生

（一）保障員工權益

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國合同法》《中華人民共和國勞動合同法》《中華人民共和國婦女權益保障法》《禁止使用童工規定》《職工帶薪年休假條例》《全國年節及紀念日放假辦法》《企業職工帶薪年休假實施辦法》等法律法規的要求，規範有關薪酬及僱傭、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視等相關制度，並定期追蹤識別相關法律法規的更新情況，保障員工合法權益，同時，公司為所有員工提供補充醫療保險、定期體檢等福利。

平等僱傭

我們堅持公平公正招聘員工，禁止任何形式的歧視，對不同民族、性別、籍貫、宗教信仰和文化背景的員工一視同仁。公司積極為弱勢群體提供就業機會，結合崗位要求及人才供需特點確定對應的選拔渠道，廣泛吸納各類人才，與員工簽訂勞動合同，完善保險保障制度。對於任何歧視、僱用童工或強制勞工的違法違規事件，公司將按照相關法律法規採取應對補償措施，並嚴肅追究相關人員責任。

加強溝通

我們重視員工的內部溝通與團隊建設，致力於營造和諧的團隊氛圍與公司文化。為了讓員工感受到企業的關懷，激發員工的工作積極性，我們鼓勵員工勞逸結合，並提供郵件、面對面溝通等員工反饋途徑，溝通內容等信息受本公司嚴格保護。

2022年度，本公司未知悉內部有任何僱用童工、強迫勞動或其他侵犯員工人權之情況發生。

二、美好僱主，成就人生

指標 ¹	2022年
員工總人數(人)	722
按性別劃分的員工人數(人)	
男性員工人數	355
女性員工人數	367
按年齡劃分的員工人數(人)	
年齡30歲以下的員工人數	120
年齡30歲至40歲(不含)的員工人數	430
年齡40歲至50歲(不含)的員工人數	149
年齡50歲(含)以上的員工人數	23
按僱傭類型劃分的員工總數(人)	
全職員工人數	722
兼職員工人數	0
按地區劃分員工總數(人) ²	
華東地區員工人數	212
華南地區員工人數	66
華中地區員工人數	119
華北地區員工人數	192
西北地區員工人數	59
西南地區員工人數	74
東北地區員工人數	0
港澳台地區員工人數	0
境外員工人數	0
按學歷劃分員工總數(人)	
大專學歷(含)以下員工人數	205
本科學歷員工人數	472
碩士及以上學歷員工人數	45
按員工層級劃分員工總數(人)	
高級管理層員工人數 ³	36
其中：高層男性員工人數	28
其中：高層女性員工人數	8
中級管理層員工人數 ³	90
基層員工人數	596

1. 員工相關數據涵蓋首創鉅大本部及旗下所有奧特萊斯項目；

2. 披露口徑為員工履職工作崗位所在地區；

3. 2022年度數據披露口徑與年報一致。

二、美好僱主，成就人生

指標 ¹		2022年
員工流失比率	總員工流失比率	35.56%
按性別劃分的員工流失比率	男性員工流失比率	50.31%
	女性員工流失比率	22.18%
按年齡組別劃分的員工流失比率	年齡30歲以下的員工流失比率	32.88%
	年齡30歲至40歲(不含)的員工流失比率	35.29%
	年齡40歲至50歲(不含)的員工流失比率	42.41%
	年齡50歲(含)以上的員工流失比率	21.74%
按地區劃分的員工流失比率 ²	中國內地員工流失比率	35.56%
	港澳台地區員工流失比率	0
	國外員工流失比率	0

- 員工離職率相關數據涵蓋首創鉅大本部及旗下所有奧特萊斯項目；2022年度，公司主營業務由重資產逐步轉型為輕資產，在此過程中主動離職人員較多。這是2022年員工流失率較高的主要原因。
- 披露口徑為員工履職工作崗位所在地區。

(二) 打造安全職場

我們致力於為員工打造安全健康的工作環境。我們充分意識到安全的工作環境與員工的職業安全 and 健康息息相關，我們持續完善安全管理架構和制度，為員工打造安全健康的工作環境，公司嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國突發事件應對法》《中華人民共和國工傷保險條例》《生產安全事故報告和調查處理條例》等與健康及安全相關並對本公司又重大影響的法律法規，持續完善安全管理體系，明確安全職責，控制並減緩職業健康安全風險，提高員工安全意識並保障安全工作環境。

指標 ¹	2022年	2021年	2020年
因工作關係死亡事故數(起)	0	0	0
因工作原因導致員工死亡人數(人)	0	0	0
因工作關係死亡人員比率(%)	0	0	0
因工受傷人數(人) ¹	3	1	0
因工傷損失工作時間(天)	41	68	0

- 因工受傷是指本單位在職員工在從事職業活動或者與職業活動有關的活動時受傷，即有工傷認定。

二、美好僱主，成就人生

關愛員工健康

我們為打造全面健康的職場氛圍，提高員工的健康自我管理意識，首創鉅大積極響應首創城發121齊步走員工健康管理培訓，以「全員參與，文明健康」的原則，以健康多樣的方式，大力推動員工文體活動的廣泛開展。

各項目公司積極開展員工健康培訓活動：

- 湖州公司為全體員工提供健身設備，開展趣味籃球賽等互動，不僅給員工帶來了歡樂，更是加強了身體鍛煉。
- 杭州公司在大家工作時間開展辦公室健身操活動，短短的十幾分鐘，不僅緩解了員工的工作壓力，又充分激發了員工的工作熱情，提高辦公效率。
- 南寧公司在保證疫情防控要求和業務工作的前提下，積極組織形式多種多樣：籃球、羽毛球、瑜伽、游泳等活動。
- 濟南公司為員工提供運動健康主題課程，在緊張工作之餘，消除工作疲勞。
- 合肥公司積極引導員工填寫2022個人健康計劃，每周定期開展運動活動，培養員工鍛煉的好習慣，以最佳的狀態投入工作中。



南昌公司開展員工開展趣味運動會

二、美好僱主，成就人生

（三）培養優秀人才

2022年是首創鉅大十四五規劃的第二年，也是戰略轉型的一年，我們在各種內外部環境的高壓態勢下，人才培養方針由「更多」轉變為「更精」，側重於夯實人才專業能力，推動輪崗交流，搭建多層次培訓體系，在表明新任管理層對公司發展信心的同時，也傳達了公司對人才培養的重視，積極做好人才培養和儲備。

四大培訓項目

我們堅信培養優秀人才是公司可持續發展的源動力，我們針對各級管理層、專業技術人員和一般員工制定不同的培訓計劃，始終把打造學習型組織和人才培養工作放在戰略發展的重要位置，加強人才盤點工作，建立儲備人才庫，注重從經營一線和艱苦項目上考察和選拔幹部，持續優化四大培訓項目。

鉅人：新入職員工培訓

鉅能：針對專業能力進行培訓

鉅才：為公司培養後備管理人才

鉅擎：高層管理人員培訓

我們創建了「創雲書園」學習平台，為保障疫情居家辦公的員工可以提高工作效率，學習部門專業知識。

- 昆山奧特萊斯先後發佈組織員工在線學習4次，發佈計劃課程68門，其中包含全員必修課程19門，部門選修課程39門，課程內容涵蓋了部門專業型知識和通用技能型知識；合計參與學習達232人次，參與率100%。

二、美好僱主，成就人生

指標 ¹	2022年
各類培訓項目數量(個)	589
培訓經費支出總額(萬元)	14.63
培訓總人數(人)	722
按性別劃分員工參加培訓總人數(人)	男性員工參加培訓人數 355 女性員工參加培訓人數 367
按性別劃分的受訓員工百分比(%)	男性員工參加培訓百分比 100% 女性員工參加培訓百分比 100%
按員工層級劃分員工總人數(人)	高級管理層員工參加培訓人數 36 中級管理層員工參加培訓人數 90 基層員工參加培訓人數 596
按員工層級劃分的受訓員工百分比(%)	高級管理層員工參加培訓百分比 100% 中級管理層員工參加培訓百分比 100% 基層員工參加培訓百分比 100%
人均參與培訓時長(小時)	50.80
按性別劃分的員工參與培訓總時長(小時)	男性員工培訓總時長 18,354 女性員工培訓總時長 18,387
按性別劃分的員工人均參與培訓時長(小時)	男性員工人均培訓時長 51.7 女性員工人均培訓時長 50.1
按員工層級劃分的員工參與培訓的總時長(小時) ²	高級管理層培訓總時長 1,403 中級管理層培訓總時長 4,961 基層員工培訓總時長 31,636
按員工層級劃分的員工參與培訓的平均時長(小時)	高級管理層人均培訓時長 38.97 中級管理層人均培訓時長 55.12 基層員工人均培訓時長 53.08

1. 員工培訓相關數據涵蓋首創鉅大本部及旗下所有奧特萊斯項目的人力系統組織的培訓；

2. 2022年度數據披露口徑與年報一致。

二、美好僱主，成就人生

（四）重視員工關懷

我們持續為員工打造健康及充滿幸福感的工作環境，從工作中的細枝末節體現對員工的關懷，積極組織相應活動，制定相應措施，保障員工在工作中的身心健康，加強員工的凝聚力和歸屬感。

在夏季7-9月高溫時期，關心關懷員工身體健康，各項目公司為員工準備了各式各樣防暑降溫的措施，給員工在炎炎夏日帶來一絲愜意、一縷清涼。濟南公司精心制準備了「西瓜盛宴」送清涼方案，購置了西瓜雪糕、西瓜冷飲及其他西瓜相關的消暑食品。

- 杭州公司在夏日炎熱期間給員工準備清涼用品，並在辦公室準備各類防暑降溫的藥品。
- 青島公司為員工準備了綠豆湯、西瓜及防暑藥品。
- 重慶公司給員工準備清涼解暑自製飲品、飲料。

二、美好僱主，成就人生

[案例]3.8女神節，關愛女性員工身心健康

2022年3月8日，在嚴守疫情防控的前提下，各項目公司積極開展女神節活動，為女性員工送去節日的關懷和祝福，增進了員工間溝通交流，愉悅了大家的工作氛圍，豐富了女同事的文化生活。

- 南寧公司為全體女性員工送上節日禮品和賀卡。
- 昆山公司準備了節日禮包，並現場開展育兒、健康、廚藝和美膚交流會。
- 湖州公司舉辦插花體驗活動。



組織女性員工開展插花活動

三、美好夥伴，協作共贏



[開篇案例]賦能商戶，組織舉辦櫥窗陳列評比大賽

櫥窗陳列是奧特萊斯商戶內部陳列的融縮體，也是品牌形象對外宣傳的主窗口。北京首創奧特萊斯開展了「北京首創奧萊2022年冬季陳列美大賽」。大賽要求各參賽品牌構思品牌主題，結合季節與所選主題佈置品牌櫥窗。活動吸引20家品牌參賽，各商戶以多樣的時尚理念，呈現出各具特色的陳列佈局，提升了品牌對櫥窗美陳的重視度，也加強了各品牌店舖之間的學習和溝通。該評比大賽為導購員提供一個展示技能、切磋技藝、提高服務水平的平台，增加了員工對櫥窗美陳的深入理解和自信心，同時為奧特萊斯商場增添了節日氣息，進一步提升了商場品牌櫥窗的美觀度。



商戶參賽作品

合作夥伴是公司重要的利益相關方，首創鉅大秉持互利合作、主動賦能的理念，建立互惠共贏的長遠夥伴關係。我們持續監察對公司產品有重大影響的供應商信息，以評價供應鏈的環境、安全、質量與社會風險；加強商戶溝通，形成優勢互補的良好局面；積極開展多方合作，探索行業合作新模式，共同實現負責任的商業發展。

三、美好夥伴，協作共贏

(一) 建設負責任供應鏈

我們積極推動ESG理念在供應商管理方面的應用，優化供應商管理流程與機制，以公開、公平、公正的理念完成招投標流程，優先本地供應商合作，提振當地經濟的同時，注重減少合作期間由產品運輸等環節產生的物資消耗與廢棄物排放。

我們支持多元化的供應商合作。結合公司最新業務發展，我們將供應商分為物業管理、辦公用品、服務支持、建築工程等多種類型。本年度我們的供應商地域分佈如下表所示：

指標	地區	2022年
按地區劃分的供應商數量(個)	中國境內地區	476
	港澳台地區	0
	中國境外地區	11

1. 基於行業特性，合作品牌方不歸屬於供應商統計範圍。

全生命周期管理

我們制定了包括供應商准入管理、供應商庫管理、供應商履約評價等供應商管理制度，形成針對各類供應商從准入、履約評價到退出的全生命周期管理流程。本年度，我們已對所有新增供應商完成了准入審核。

我們的供應商評級管理體系中包含對供應商進行定期履約評價，評價結果將影響相應供應商在評級體系中的級別。我們也針對履約過程中出現的問題為供應商提出解決方案，落實跟蹤改進情況，確保供應商良好履約。

三、美好夥伴，協作共贏

針對開發期供應商，在項目開發前，公司從成本控制角度出發，確定項目工程採購框架，每年制定年度招標計劃。招標開始後，通過資格預審、評標、定標來確定供應商，並按季度對供應商進行履約評價。針對運營期供應商，公司每年開展運營期項目年度預算，各項目公司根據需求立項，並按照招標制度要求開展招投標流程。對於在招標過程中發現數據弄虛作假、現場存在重大安全隱患、生產設備對環境產生重大污染而未採取滿足國家標準的處理措施等情況，我們將直接認定候選人考評結果為不合格，拒絕候選人入圍投標。

供應商ESG資質管理

我們鼓勵供應商與公司共同成長。在供應商招採過程中我們考慮ESG因素，對合作供應商提出合法合規、保障安全等方面的嚴格要求，並將此類環境、社會要求納入供應商准入流程與履約評價流程。

在進行供應商篩選及審查階段，公司關注其過往ESG輿情表現、資質與認證情況。我們認為，獲得ISO 9001質量管理體系認證、ISO 14001環境管理體系認證、ISO 45001職業健康安全管理体系認證等認證證書的供應商更具備長期合作的能力。同時，我們通過開展實地調研考察，認真覆核資質審核數據的真實性，並檢查其現場環境與安全管理能力。在同等條件下，我們將優先選擇滿足國家環保規定及使用環保產品的供應商。

本公司還根據不同供應商特點，採取針對性的環境及社會風險管理措施。例如針對物業服務外委供應商管理，我們設置對供應商的初選、考察評價、入庫流程，動態完善物業外委供應商戰略採購品牌庫。

三、美好夥伴，協作共贏

(二) 攜手商戶互助共贏

奧特萊斯入駐商戶是本公司的主要合作夥伴，我們竭力為奧特萊斯商戶營造優質經營環境。我們規範業務流程，由本部制定商戶服務模板，並統一向各項目公司發放傳達，規範各項目公司在商戶運營期內的服務質量與標準，確保商戶入駐體驗。

前瞻商舖需求，賦能商戶成長

公司借助數字信息化手段，不斷完善商戶入駐手續办理流程，提升與商戶業務開展的流暢度；通過大客戶專業負責制與項目負責制的推行，我們為合作商戶提供專業的開店支持與幫助，縮短商戶因業務流程不熟悉而帶來的運營適應期。同時，本公司持續性開展商戶員工專業技能培訓，為商戶打造良好的經營發展基礎；在重大節假日，統一開展品牌洽談，協調資源，有效提升活動參與率。在行業經濟低迷期間，我們也秉承合作之誼，為商戶爭取減免機會，以共擔共贏的合作理念與奧特萊斯商戶開展長期、穩定的合作。



南寧首創奧特萊斯通過每日晨會、每周培訓會、月度店長會、季度交流會進行專業技巧、店舖管理經驗培訓、分享，分析存在問題和解決措施，執行落地

三、美好夥伴，協作共贏

[案例]注重技能培訓，齊抓服務與收益

為提升商戶服務人員服務意識與服務水平，各項目公司組織開展導購員專項技能提升活動，以培訓、考評、比拼等形式促進一線銷售人員提高自身能力，為商戶的日常運營提質增效。

- 南寧首創奧特萊斯開展了為期近1個月的首屆「燃我精彩」服務技能大賽。大賽針對新人新場存在問題和不足，開展相關零售運營的系列培訓及訓練，參賽人員涵蓋商管員工、品牌導購、外委員工等近1,000人，覆蓋到商場所有重要崗位，助力夯實運營基礎。



南寧首創奧特萊斯舉辦第一屆服務技能大賽

- 武漢首創奧特萊斯開展收銀知識競賽，從業務实操、業務知識掌握等方面考核店鋪員工的綜合能力素質。為結合社群、直播等線上業態興起趨勢，本次知識競賽設置有直播銷售模擬環節，引導店鋪員工不斷加強直播銷售意識和能力素質。



武漢首創奧特萊斯開展的收銀知識競賽

三、美好夥伴，協作共贏

- 重慶首創奧特萊斯針對商場全體營業員分批次開展銷售流程相關的專業培訓，以提高銷售員的銷售能力，使其有序的開展工作，提高工作效率，最大程度增加銷售額，創造更好的經濟效益。



重慶首創奧特萊斯開展銷售流程培訓

- 合肥首創奧特萊斯組織開展技能比武大賽，以檢驗導購員日常基本功扎實情況，促進員工學技能、強業務、提素質，養成比學趕幫超的良好精神風貌。本次大賽充分調動起全體導購員的工作積極性和創造性，激發其掌握基本技能的熱情，形成了愛崗敬業的良好氛圍。



合肥首創奧特萊斯開展導購員技能比武大賽

(三) 緊密行業合作溝通

我們在帶動行業發展的道路上從不停步，與同行加強聯繫，提高行業運營質效；致力於產業鏈上下游共建可持續合作夥伴關係，通過積極探索完善奧萊發展形態，加速整個產業的革新與發展；與行業夥伴保持密切交流，持續引進多方資源，以優質的合作實現共贏價值。

三、美好夥伴，協作共贏

交流分享行業經驗

公司將「持續引領行業發展，打造行業新標準」作為首創鉅大的發展坐標，重視參與行業重要溝通會，交流學習行業最新動向與趨勢，分享公司運營中的獨有見解，堅持推動奧特萊斯行業高質量發展。

[案例]參加行業峰會，研討奧萊發展

2022年7月22日，「第九屆中國奧特萊斯產業發展論壇暨2021年度中國奧萊頒獎盛典」在廣州舉行，論壇圍繞奧特萊斯新十年的趨勢和格局之變展開。首創鉅大同奧特萊斯業內數百位行業領袖、精英，包括奧特萊斯開發商、運營商、品牌商以及知名專家學者一同赴會，分享了「首創奧萊標準」體系，為奧萊運營管理賦能貢獻創新觀點，收獲熱烈反響。同時，首創鉅大及下屬項目公司也在本次論壇中收獲18項行業大獎，為公司在行業中的積極表現給予了充分認可。



首創奧特萊斯獲得中國奧萊20年·領軍商業品牌

整合業態優勢資源

為了更好地吸引客流、提高建築利用率，我們採取奧特萊斯商場與傳統購物中心相結合的商業形態，挑選一批兼具品質與口碑的大眾品牌，開展戰略合作。各項目公司結合實際需求和發展需要，靈活引入多類優勢品牌，提升入駐品牌量級，幫助打通品牌宣傳渠道，借助品牌優勢，打造適合全年齡段的購物娛樂場所；拓寬行業合作範圍，共創業界發展。

三、美好夥伴，協作共贏

[案例]拓寬合作品類，賦予奧萊新活力

- 昆明首創奧特萊斯引入連鎖超市、快時尚、體育服飾等店舖，為客戶完善購物體驗。
- 青島首創奧特萊斯配置部分品牌優選體驗店、旗艦店，吸引消費者到店體驗。
- 西安首創奧特萊斯積極實現優勢品類店舖的形象升級，包含運動及兒童品牌數餘家，通過引入時尚潮流品牌，提升了項目定位和目標客群質量。
- 重慶首創奧特萊斯引進大型運動中心，包含籃球、羽毛球、攀岩等運動項目，結合少兒培訓，解決長期閒置4,000餘方可租賃面積的同時，為項目吸引周邊5KM-10KM範圍內的家庭型客流帶來了顯著的作用。
- 南寧首創奧特萊斯引入超市、影院、運動品牌旗艦店等類型商戶，以奧特萊斯世界品牌折扣店為核心，打造出集購物、觀光、旅遊、娛樂、休閒、教育、餐飲等功能為一體的意大利風情全家庭度假式購物小鎮。
- 合肥首創奧特萊斯引入大型兒童遊樂品牌，經營面積近2,000平方米，涵蓋兒童遊樂綜合業態，完善了合肥奧萊的配套體驗功能。



兒童遊樂品牌入駐合肥首創奧特萊斯

三、美好夥伴，協作共贏

[案例]合作平台多元化，合力提升會員體驗

- 武漢首創奧特萊斯積極聯合主流媒體、大型機構、地產企業等開展豐富活動，在降本增效的同時，提升會員體驗感。
- 南寧首創奧特萊斯聯合廣西新聞頻道跨年晚會，在元旦開展造夢音樂節和嘻哈音樂派對等國潮夜活動，吸引關注度，配合商場促銷補貼引流及品牌強有力的優惠促銷，吸引優質消費群體。



南寧首創奧特萊斯舉辦元旦慶祝演出

聯絡政府政策支持

各級政府的幫助與扶持是我們前行道路上的信實保障。為克服時艱，我們持續關注政府政策更新，積極開展與政府部門間的溝通與交流，以政策為指導共創社會發展。各項目公司因勢而動，加強與政府部門往來，在政府部門的充分指導與建議下，通過參與申請各項政府減免與補貼，獲得政府專項資金支持，為公司的資金流健康保駕護航。

三、美好夥伴，協作共贏

- 湖州首創奧特萊斯獲得旅遊發展補助、應急救援小分隊補助等多項減免和補貼共計302萬元。
- 北京首創奧特萊斯獲得北京市商務局2022年度本市大型商場疫情期間補貼資金50萬元。
- 昆明首創奧特萊斯獲批昆明市商務局促銷費穩增長資金補貼13萬元。
- 杭州首創奧特萊斯獲得穩崗補貼、殘保金減免、零售增量等多項財政獎勵累計超過2,500萬元。
- 合肥首創奧特萊斯獲得政府獲城鎮垃圾處理費退稅1.68萬元，政府高質量發展獎勵40萬元、增值稅退稅2,358萬元。
- 濟南首創奧特萊斯獲得濟南市首店經濟專項補貼150萬元、企業所得稅退稅3,115.89萬元。
- 南寧首創奧特萊斯獲得政府退稅797.15萬元，其他留工、穩崗補貼1.93萬元。
- 青島首創奧特萊斯獲得土地出讓金返還款1,000萬元、增值稅留抵退稅814萬元、所得稅匯算清繳退稅45.2萬元。
- 武漢首創奧特萊斯收到政府促進消費獎勵金、防疫支出、穩崗補貼共計68.74萬元財政獎勵，申報高質量發展獎勵實現存量增值稅進項一次性留抵退稅577萬元。
- 鄭州首創奧特萊斯完成增值稅存量留抵退稅工作，退稅金額2,547.75萬元。
- 重慶首創奧特萊斯取得政府部門返還的留抵退稅2,214萬元。

四、美好社區，共享和諧



[開篇案例] 不忘初心，堅持開展「愛閱計劃」公益項目

在追求高質量發展的同時，公司始終不忘初心，堅持開展「愛閱計劃」公益項目，以書本為載體，以傳遞愛心為理念，積極鼓勵各個項目公司借助各類平台，為困難學生購買書籍、學習用品。2022年12月，我們向廈門翔安區第六實驗小學捐贈體育用品5箱，共80餘件，為貧困地區的孩子們送去希望和快樂，通過切實的行動回饋社會，彰顯國企擔當。



開展「愛閱計劃」公益活動

首創鉅大積極踐行企業責任和使命，通過與社區保持積極聯動、利益相關方共享資源與成果，促進社會和諧、鄉村振興、公益慈善和可持續發展。2022年，公司積極響應國家戰略號召，嚴密部署，精心組織，嚴格落實鄉村振興項目、定點幫扶計劃和核心公益項目，以產業幫扶、教育幫扶、消費幫扶、公益幫扶為重點，助力社會可持續發展，彰顯國企品牌擔當。

四、美好社區，共享和諧

(一) 支持社區共建

作為與大眾生活息息相關的企業，我們不斷加強與社區的互動，鼓勵員工參加社會慈善活動，組織志願者服務隊，與當地社區建立良好關係，心繫居民，積極與當地社區開展聯動活動，協助社區解決問題，促進企業與社區共同發展。

- 2022年5月30日，重慶奧特萊斯志願隊慰問轄區農民工子弟小學安瀾鎮學校，向兒童送去了書籍、筆袋、衣褲等慰問物資，在六一節來臨之際，為困難兒童送去關愛和溫暖，踐行國企責任擔當。



關愛兒童活動

- 杭州奧特萊斯勇於擔當社會責任，心繫周邊居民，從2019年9月起至今，向所屬街道中心幼兒園及分園無償提供愛心護學崗服務，守護祖國的未來。



愛心護學崗服務

四、美好社區，共享和諧

- 2022年1月25日上午，杭州奧特萊斯員工代表周琪、胡琴去看望結對的4位小朋友，在新春佳節期間為小朋友帶來溫暖的禮品和親切的問候，幫助小朋友健康成長。



關愛困難兒童

- 青島奧特萊斯組織員工代表看望慰問高齡獨居老人，聆聽老人訴求，解決老人問題，並送來慰問禮品，弘揚中華民族尊老、敬老、愛老的優良傳統。



看望獨居老人

四、美好社區，共享和諧

(二) 助力鄉村振興

我們積極響應國家關於鄉村振興戰略，充分發揮首創奧萊項目選址特性，優先聘請項目所在地勞動人才，支持本地就業，每個首創奧萊項目的開業都會為當地帶去近千個就業崗位，同時幫扶鄉村產業發展，提供農產品銷售渠道，讓本地農商享受經濟開發帶來的紅利。

[案例]杭州奧特萊斯開展「葡味品鑑月」活動

2022年8月，受疫情反覆影響，富陽果農的葡萄出現了大量滯銷的情況，杭州首創奧萊為解決這一問題，積極組織開展「葡味品鑑月」活動，連續5年(2018-2022)舉辦葡萄文化旅遊節。

- 舉辦萬斤葡萄免費送活動，會員消費500積分轉發1天即送1斤，轉發2天送2斤以此類推，會員還可以獲得品牌滿減券1張，此舉吸引大量顧客參加，解決葡萄銷量的同時也為商戶帶來了營業額。
- 舉辦葡萄集市活動，通過集市活動渲染現場氛圍，讓果農現場設攤售賣，形成一定的宣傳及售賣效果。
- 舉辦相關表演增加場內節日氛圍，聚集人氣，在滿足疫情防控相關要求下增加場內客流，促進銷售。

杭州首創奧萊積極響應號召國家戰略，助力鄉村產業發展，提供銷售渠道和平台，成功幫助了富陽本地果農解決葡萄滯銷問題。



葡味品鑑月現場

四、美好社區，共享和諧

- 北京首創奧萊為本地提供了2,600餘個導購崗位，其中，當地農村戶口就業員工1,430餘人，佔比55%。
- 杭州首創奧萊為當地政府提供了近1,200個就業崗位，其中導購1,000餘人，保安保潔及其他技術工種150人。
- 合肥首創奧萊在本地舉辦專場招聘會，提供700餘工作崗位，其中農村戶口人數為428人，佔比61%。
- 湖州首創奧萊在當地提供505個就業崗位，其中周邊人口455人，佔比超90%。
- 濟南首創奧萊為本地提供1,244個工作崗位，其中保潔90人，導購員1,154人。
- 昆明首創奧萊為本地提供了923個工作崗位，其中保安50人，保潔30人，工程技工20人以及導購823人。
- 南寧首創奧萊為當地提供了983個就業崗位，其中當地農村戶口為285人，佔比29%。
- 鄭州首創奧萊為本地提供了800餘就業崗位，其中管理人員48人，導購732人，保安29人，保潔24人，當地農村戶口就業佔比68%，人數560餘人。

四、美好社區，共享和諧

(三) 培育品牌公益

首創鉅大重視公益慈善事業，堅持開展各類公益活動，心繫受災地區，積極組織志願者馳援前線，慰問受災群眾，支援救災隊伍，彰顯企業品牌力。

[案例] 傳承民俗文化活動

在特定民俗文化節日時期，各首創奧萊積極開展民俗文化活動，把民俗文化因素融入園區中，同時聯合商戶舉辦具有民俗文化色彩的相關活動，提高顧客購物體驗感的同時，也讓顧客充分了解到各個民俗文化背後的故事和意義。

- 合肥奧特萊斯在春節期間舉辦舞獅迎新春活動，並聯合商戶以春節為主題開展櫥窗美陳比賽，提升顧客購物體驗。
- 濟南奧特萊斯在春節期間舉辦舞龍舞獅等傳統民俗活動，吸引顧客光臨，提高營業額。

武漢奧特萊斯在原有網紅打卡點上進行新春氛圍升級，在全場通道下掛滿了大紅燈籠，營造出極具中國味的佳節氛圍。中秋期間，武漢首創奧萊打造武漢首秀「巨型月亮」，引眾多市民前來打卡拍照，更有嫦娥仙子翩然而至，烘托出濃厚的中秋文化氛圍。端午期間，舉辦「惠享端午」活動，傳達民俗文化的同時也吸引了大量顧客，提高顧客購物體驗感。



中秋文化活動「巨型月亮」



新年舞獅活動

四、美好社區，共享和諧

讓愛循環、衣舊情深

2022年，湖州首創奧萊持續做好愛心捐贈工作，開展了「讓愛循環、衣舊情深」的愛心捐贈活動，向青海、西寧等邊區捐贈衣服2,000餘件，踐行公益事業，承擔企業責任。



衣物捐贈活動

我們的行動：

- 2022年5月護士節，武漢首創奧萊針對醫護人員愛心贈送100元電子券包，體現了武漢首創奧萊的社會責任感。



慰問白衣天使活動

四、美好社區，共享和諧

- 2022年8月在得知轄區界石發生特大山火後，重慶奧特萊斯在第一時間為救援人員送去金銀花露10箱、礦泉水40件、藿香正氣液100盒等慰問物資，以實際行動支持關懷救火英雄，落實了國企的責任與擔當。



為救援人員送去慰問物資

五、美好生態，綠色發展



[開篇案例]「風雨無情，人有情」，青島奧特萊斯積極應對極端天氣

2022年9月，颱風「梅花」登陸青島，帶來短時間強降雨天氣。青島首創奧特萊斯在得知消息後，高度重視颱風天氣影響，組織全體員工提前鋪排，實施對策。颱風登陸前3天，現場管理人員便開始對可能出現的漏點進行全面排查，並做好相應的防汛準備，同時組織人員採購防汛用品，做到有備無患。

颱風登陸當晚，青島首創奧特萊斯管理層及全體員工加班值守，搭建遮雨簾、封堵漏水點、轉移商品、緊急搶修、清理積水。儘管風大雨急，大家的戰鬥熱情始終不減，公司全員各司其職、上下同心，使抗汛工作得以有條不紊地推進。青島首創奧特萊斯為極端天氣到來做好提前預警與準備，時刻守護着商場環境，透露出全體員工對青島首創奧特萊斯的堅守與摯愛。



青島首創奧特萊斯員工清理積水

首創鉅大積極踐行國家「雙碳」政策，堅決履行《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》《中華人民共和國固體廢棄物污染防治法》等環境保護相關法律條例及《北京市生活垃圾管理條例》等地方管理條例，嚴格排放物管理，安裝節能降耗裝置，踐行綠色辦公理念，前置應對氣候變化風險，建設富有生態氣息、環境友好的商區及辦公環境，打造「環境友好」型奧萊，讓經濟發展和生態環境保護協調共進，讓青山常在、綠水長流、空氣常新，共建人與自然和諧共生的現代化奧特萊斯。

五、美好生態，綠色發展

2022年度，本公司未發生由於環境污染導致的罰款或相關訴訟。

基於本公司業務特點，我們的主要環境影響包括總部及各項目公司辦公區的溫室氣體排放與資源使用，以及各項目公司在商場運營期產生的環境影響及資源消耗。本公司通過推行綠色辦公，以及在奧特萊斯項目設計、建設、運營等過程中的多種環境保護實踐，盡可能降低對環境及天然資源造成的影響。

（一） 優化落實，打造綠色生態奧萊

我們堅持以對環境負責的態度進行運營活動，不斷提升綠色運營意識，持續探索低碳發展之路。我們通過實施節能減排措施，採用清潔能源，收獲降費節能成果。各項目公司之間博採眾長，積極藉鑑優秀環保案例，將其融入項目運營之中，形成良好的低碳環保新風尚。

強化環境管理

在項目運營過程中，我們鼓勵各項目公司制定能源消耗、水資源消耗及排放物管理目標，多措並舉、因地制宜地開展能源、水及排放物管理。

所有項目公司的餐飲商鋪均安裝了油煙淨化系統，各餐飲廚房的排油煙經屋頂的油煙淨化器處理達標後排放，有益於奧特萊斯商場的環境清潔。此外，多個項目公司使用霧森系統，內含加壓噴霧系統，既保證了夏季降溫的效果，也不會造成水資源浪費。

五、美好生態，綠色發展

減少能源消耗

我們通過對奧特萊斯商區的用電管理、空調能耗管理降低商區能源使用。各項目公司充分考慮日落時間、人流量等因素，針對車庫用電、中央空調溫度控制等方面制定節能政策，提高能源利用率，避免不必要的能源消耗，助力降低碳排放。

- 鄭州首創奧特萊斯發現平日後勤通道及車場通過人員很少，為避免浪費能耗，根據現場經營實際情況將長明式LED燈具照明調整為隔一亮一。其後場及車場燈具約670個，經隔一亮一調整，光源開啟減少一半，能源節省約14,000元。
- 重慶首創奧特萊斯結合項目當地春夏季節光照強的特點，對公區照明、廣告燈箱吊招、車庫照明關閉30%，節約電量15萬度。
- 北京首創奧特萊斯根據日落時間的不同適時調整燈具開啟時間，減少車庫照明數量，節省費用3.6萬元。
- 多個項目公司參與電力市場化交易進行節費，其中昆明節費收益20萬元、合肥2萬元、武漢0.72萬元。
- 通過對中央空調系統進行精細化控制管理，綜合考慮人流大小、室外溫度、濕度等因素，以最優化方式開啟或關閉設備運行時間，實現北京首創奧特萊斯節約能耗7.43萬度，西安首創奧特萊斯節約能耗0.74萬度。

五、美好生態，綠色發展

使用清潔能源

太陽能是可再生能源，具備不消耗燃料、規模靈活、無污染、安全可靠、維護簡單、壽命長等特點，我們積極在各項目公司推動光伏發電項目，利用項目商場自身建築條件，搭建光伏發電板，為項目帶來無污染的能量來源，也為項目增加額外收益。

- 合肥首創奧特萊斯與第三方合作共同建立了光伏發電系統，通過在屋頂安裝396KW分佈式光伏發電組件，優先使用所發電量，從而達到綠色、節能、降本的效果。2022年度合肥首創奧特萊斯光伏發電的總量39.57萬度電，年度收益26萬元。



合肥首創奧特萊斯的光伏發電系統

- 杭州首創奧特萊斯利用停車樓7,000平方米的屋頂面積，引進光伏發電系統。該項目採用自發自用、餘電上網模式，2022年實際產生66.14萬度電，年度收益7.72萬元。



杭州首創奧特萊斯的光伏發電系統

- 濟南首創奧特萊斯利用屋面可用面積引進光伏發電系統，2022年總發電量約為120.02萬度，年度收益8萬元。



濟南首創奧特萊斯的光伏發電系統

五、美好生態，綠色發展

節約水資源

我們重視水資源的保護與回收，在奧特萊斯商區內採用滴灌技術為綠植澆水，及時檢查漏水點，減少水資源的大面積浪費；更換衛生間節水裝置，採用污水回收利用系統，提高水資源利用率。

- 合肥首創奧特萊斯加強巡查頻次及力度，對各種跑冒滴漏現象及時反饋維修，完成了外圍主供水管網的兩次維修，2022年1-11月份公區用水同比降低47.69%。
- 昆明首創奧特萊斯正式投入使用中水系統，公區用水量同比去年同期下降94%。
- 北京首創奧特萊斯保障正常用水同時，通過對衛生間水龍頭更換節水型水龍頭，調節出水流量的大小，每年為項目節約成本費用約1萬元。

排放物管理

我們的主要氣體燃料排放物為辦公和運營中由於能源使用而產生的溫室氣體排放，其中總部辦公區及奧特萊斯商場使用的直接能源包括駕駛公車所消耗的汽油、食堂提供餐飲所燃燒的天然氣，辦公區及奧特萊斯商場使用的間接能源為外購電力。

公司產生的無害排放物包括總部及各項目公司辦公區中，由於員工辦公所產生的生活垃圾、外包食堂的餐廚垃圾及可回收垃圾如飲料瓶、紙板；各項目公司商場公共區域產生的無害廢棄物如餐廚垃圾、可回收垃圾和其他生活垃圾，其中可回收垃圾包含現場產生的紙板、飲料瓶、餐飲紙盒包裝物等。

公司產生的有害排放物包括總部及各項目公司辦公區中，由於員工辦公所產生的廢熒光燈管、廢硒鼓、廢墨盒、廢舊電池、油漆塗料廢桶、管道清洗藥劑桶等；各項目公司商場公共區域產生的無害廢棄物主要為廢棄燈管。

以上所述無害廢棄物均交由回收商進行處理，有害廢棄物均交由第三方或供應商處理。

五、美好生態，綠色發展

生態設計

我們重視將環保理念融入奧特萊斯商場建設，依照國家綠色建築要求，提升施工過程中的能源使用效率，減少有害物排放。我們在項目設計期間積極申請綠色建築認證，在項目工程竣工後認真落實驗收工作，將綠色環保的理念植入更多的建築設計中。

序號	項目名稱	綠色建築等級
1	南昌奧特萊斯項目	一星
2	濟南奧特萊斯項目	一星
3	北京奧特萊斯項目	一星
4	重慶奧特萊斯項目	一星
5	廈門奧特萊斯項目	一星
6	西安奧特萊斯項目	二星
7	合肥奧特萊斯項目	二星
8	南寧奧特萊斯項目	二星

1. 根據中華人民共和國住房和城鄉建設部發佈的《綠色建築評價標準》，綠色建築等級從低到高分別為一星、二星和三星。

此外，我們在奧特萊斯商場的建設過程中，充分考慮人文因素，在商場佈置中增加使用特色文化元素，將商場的購物屬性與遊玩屬性相結合，注重營造具有打動人心力量的商場環境，為消費者帶來乾淨、優美、舒適的到訪體驗。

- 北京首創奧特萊斯改造老化噴泉，為原有的單一模式定向噴泉增添功能，打造出可以隨音樂變化的音樂跳泉，改善了因噴泉設施老化而影響顧客體驗的情況。



北京首創奧特萊斯改造後的噴泉

五、美好生態，綠色發展

- 武漢首創奧特萊斯依託獨特的托斯卡納建築風格特色，精心打造多出網紅打卡點與休閒娛樂區，豐富顧客購物體驗。
- 青島首創奧特萊斯以地理位置為特色，在項目南門處設立姿態生動活潑的海豚雕塑，突出海洋文化元素，使其成為青島首創奧特萊斯的獨特標誌體現之一。



青島首創奧特萊斯的海豚雕塑

- 武漢首創奧特萊斯結家庭式微度假的項目定位，打造全新「夢幻青羽」美陳以及中心廣場、大台階、南門入口的亮化翻新，並結合武漢櫻花季、踏青露營的本地熱點話題，通過櫻花樹改造、大台階亮化升級、教堂廣場形象升級、大草坪煥新、風車換新等舉措提高視覺衝擊力，為顧客帶來別樣體驗。



武漢首創奧特萊斯商場佈景

五、美好生態，綠色發展

(二) 細節入手，實行全面綠色辦公

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》《中華人民共和國節約能源法》等法律法規，在公司所有辦公場所全面推廣 5S 環境管理理念（即整理、整頓、清掃、清潔、素養），開展綠色辦公，強化環境保護與節約資源意識，促進全員參與綠色辦公實踐，引導員工養成節能降耗的職業習慣，營造綠色低碳的辦公環境。



辦公室5S原則

節約辦公能源

我們通過優化辦公場所用電時間，降低用電量，降低空調能耗，改善供配電系統，降低辦公區域的日均用電量及損耗。其他用電管理措施還包括：

五、美好生態，綠色發展



- 降低空調耗能，規定辦公室空調溫度調控範圍，加強設備機房空調溫度控制管理。
- 減少辦公電子電器設備的待機時間，提倡長時間不使用的電子設備應關機。
- 杜絕辦公室無人長明燈現象，非工作時間應關閉照明，工作時間宜充分利用自然光照，減少照明設備耗能。
- 商場內，夜間只留有夜間巡查燈；地下車庫只留下能滿足照明需求的小部分照明使用。
- 購買節能認證產品，逐步淘汰部分項目公司能效等級低的設備及產品，替換為新能源產品及節能產品。
- 項目內LED屏分時段使用，非周末開啟時間11:00-12:00和16:00-17:00，周末節假日增加時段19:00-20:00。
- 項目內衛生間抽風排風定時節能，工作日開啟時間10:00-21:30，周末節假日開啟時間10:00-22:00，且運營時都開啟節能模式。
- 項目內扶梯在運營階段都開啟節能模式。
- 提倡「午休熄燈一小時」，在辦公區點燈開關處張貼標識，不必要開的燈堅決不開，下班後及時閉燈，以實際行動節約能耗。

公司本部及各項目公司均重視在辦公室推廣節約水資源理念。我們提倡員工開會自帶飲水杯，減少瓶裝水使用；在公共區域黏貼節約用水標識，加強宣傳和監督提醒，提高員工節約意識；同時，我們在每年的世界環境日、世界地球日、世界水日組織相關活動，提倡員工減少資源浪費和過度消費。

五、美好生態，綠色發展



電器節電通知



節約能源標識

減少辦公耗材

我們在各項目公司所在地按照當地要求進行垃圾分類，統一收集處置辦公易耗品，將廢紙等可回收廢棄物交由當地回收商回收，少量廢棄熒光燈等有害廢棄物暫存於專用垃圾箱中，並定期由供應商進行無害化處置。

我們結合國家及各項目所在地區的相關環保要求，制定了《辦公用品管理制度》《辦公環境管理規定》《信息系統及軟件資產管理規定》等相關制度，並採取多方面措施來減少耗材：

- 無紙化辦公，鼓勵各部門使用多媒體形式展示會議材料，使用電子掃描文件存盤，並通過電子郵件溝通信息，減少用紙。
- 重複利用紙張，鼓勵員工除正式公文外，盡量使用雙面打印或二次用紙打印內部溝通文件。
- 循環使用辦公用品，各項目公司的辦公用品領用部門主動回收閒置的燕尾夾、回形針等，在部門間循環分配使用。
- 加強辦公費用管控力度，要求各項目公司做好預算計劃，杜絕資源浪費現象，不斷強化辦公室5S管理。
- 提倡黑白打印、雙面打印，節約辦公耗材。

此外，我們使用獲得FSC(森林管理委員會)認證的環保紙張印刷我們的中期報告與年度報告，以減少紙張使用過程中對環境的影響。

五、美好生態，綠色發展



影印室張貼節約紙張標識

推廣綠色低碳會議

公司踐行綠色低碳的辦公方式，推廣綠色低碳會議。我們倡導減少線下會議的召開，採用網絡會議的形式，召開遠程線上會議，在線上傳輸會議材料，提升工作文件傳達及落實效率，減少不必要的資源使用和垃圾排放。在召開線下會議時，我們通常簡化會場佈置，除必須使用的會議材料外，不提供額外的打印材料備份，不統一提供瓶裝水或一次性紙杯，鼓勵參會成員自帶水杯，減少水資源、紙製品的浪費。我們合理使用舊辦公家具，提高資源利用率，避免廢物生成，減少碳排放量，將綠色發展和可持續發展運用到公司的運營中，引領公司形成勤儉節約、文明健康的辦公新風尚，用實際行動踐行綠色發展、低碳發展、循環發展理念，為國家碳達峰和碳中和的目標實現貢獻力量。



設置綠色低碳會議現場

推廣垃圾分類

我們積極響應國家對於垃圾分類的有關政策，組織全體員工在辦公區域內開展垃圾分類，堅持設施規範，分類容器設置基本做到全部達標，將垃圾分類減量工作貫穿全年，完成創建垃圾分類示範單位。

五、美好生態，綠色發展

各項目公司根據當地政府要求進行垃圾分類，並配備對應的垃圾分類設施；積極組織各項垃圾分類主題活動，增強員工對垃圾分類知識的了解，讓更多員工參與到垃圾分類的行動中來，倡導關愛自然，節約資源、愛護環境的文明風尚。



垃圾分類容器及標識

倡導綠色出行

儘管公車出行並未為公司增加過量的溫室氣體排放，我們仍然通過加強公務用車管理促進減少大氣污染物的直接排放。我們的相關措施包括控源、節流、替代等：

- 新配備公務用車嚴格執行配備標準，優先選用新能源汽車。
- 新購及租賃小轎車作為一般公務用車，排量須為1.8升及以下。
- 下調公務用車配備比例，嚴格履行公交使用申請審批流程，實現公交資源的合理配置。
- 管理現有公務用車使用強度，控制車輛耗油費用預算。
- 使用視頻遠端會議及電話會議系統，減少不必要的出差。
- 提倡員工在出差途中盡量使用公共交通工具，主動安排接駁巴士往來公司及市區接送員工等。



五、美好生態，綠色發展

踐行糧食節約

本公司秉持着「厲行節約、反對浪費」的環保理念，加強員工教育，杜絕餐飲浪費行為，要求開設食堂的各項目公司制定並優化《食堂管理規定》，明確相關管理規範，並鼓勵員工樹立勤儉節約的思想意識，拒絕浪費，倡導光盤行動。

（三）積極應對，抵禦氣候變化風險

全球氣候變化正在影響着人類的生產與活動。我們的項目公司遍佈中國15座城市，其中不乏由於地理位置而受到極端天氣影響嚴重的案例。本年度中全國多個城市曾受到極度高溫天氣影響或颱風影響，此類氣象因素也直接為奧特萊斯商場的運營造成了一定的考驗。本公司不斷提高對氣候變化的認識程度，識別更新潛在實體風險與轉型風險，並提出應對措施。各項目公司根據自身需要，針對颱風、暴雪、洪水等突發氣象災害，制定相應極端惡劣天氣應急預案，同時做好應急物資儲備，積極配合當地政府落實極端天氣對抗措施。我們也積極向綠色低碳轉型，通過清潔能源的使用、溫室氣體的減排、綠植的種植為減緩全球變暖貢獻力量。

風險類型	潛在風險識別與評估	應對舉措
實體風險	<p>全球氣候變暖效應造成局地性極端天氣增加，例如颱風、暴雨、冰雹等，對開放式的奧特萊斯項目造成潛在影響，包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 極端氣候導致固定資產損壞； • 高溫熱浪等氣候使得空調耗電增加； • 發生極端氣候影響消費者購物體驗或減少客流； • 給員工上下班出行帶來的風險等。 	<ul style="list-style-type: none"> • 增加降溫設施（霧森系統）； • 屋頂建設太陽能板轉換能量； • 提高商場綠化率，種植當地植物； • 提高在線銷售營銷力度等； • 增強員工的警覺性，並採取全面的預防措施，開展極端天氣應急演練； • 響應政府極端天氣員工辦公建議，實行錯峰或者居家辦公，落實減電號召； • 為公司資產和運營提供適當的保險；持續完善風險管理機制，依據危機管理流程、溝通和上報流程，對重大風險、事故作出迅速及有效的響應。

五、美好生態，綠色發展

風險類型	潛在風險識別與評估	應對舉措
轉型風險	《聯合國氣候變化框架公約》第26次締約方大會(COP26)的召開，以及中國在碳達峰、碳中和等一系列目標和規劃的提出，增加了我們為滿足在環境管理方面的監管要求而產生的的合規成本，或是因無法滿足監管要求而面臨的訴訟處罰的風險。	積極跟進合規要求並落實各項管理措施；倡導各項目公司開展更加精細化的能源管理，制定能源使用目標，提升能源使用效率；在部分有條件的項目，逐步使用太陽能等新能源。

(四) 環境績效數據

我們在奧特萊斯商場的運營管理中，涉及總部辦公區、商場辦公區及商場公共區三處環境統計區域，其中商場指北京首創奧特萊斯、湖州首創奧特萊斯、昆山首創奧特萊斯、西安首創奧特萊斯、南昌首創奧特萊斯、杭州首創奧特萊斯、武漢首創奧特萊斯、鄭州首創奧特萊斯、濟南首創奧特萊斯、合肥首創奧特萊斯、重慶首創奧特萊斯、昆明首創奧特萊斯、青島首創奧特萊斯¹、南寧首創奧特萊斯十四個在營項目²。此外，由於廈門首創奧特萊斯開業時間為2022年12月31日，故暫未將其納入環境數據統計範圍。

在我們的日常經營中，自有包裝物的數量極微小，故不進行披露。此外，我們將依照總部辦公區及商場辦公區、商場公共區及商戶的順序依次披露環境數據。

五、美好生態，綠色發展

首創鉅大總部及商場辦公區

指標 ³	2022年
溫室氣體排放總量(範疇一及範疇二)(噸) ⁴	1,440.27
範疇一溫室氣體排放(直接排放)(噸)	31.86
公車耗油 ⁵	31.86
範疇二溫室氣體排放(間接排放)(噸)	1,408.41
外購電力	1,408.41
每年每平方米建築面積溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.0815
有害廢棄物排放總量(噸) ⁶	0.17
每年每平方米建築面積有害廢棄物排放量(噸/平方米)	0.00001
無害廢棄物排放總量(噸) ⁶	134.77
餐廚垃圾	20.51
其他垃圾	109.64
可回收垃圾	4.62
每年每平方米建築面積無害廢棄物排放量(噸/平方米)	0.0076
能源消耗總量(兆瓦時) ⁷	2,462.66
直接能源消耗量(兆瓦時)	130.17
汽油(兆瓦時)	130.17
間接能源消耗量(兆瓦時)	2,332.5
電力(兆瓦時)	2,332.5
每年每平方米建築面積能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.1321
水資源消耗總量(噸)	11,199.9
每年每平方米建築面積水資源消耗量(噸/平方米)	0.6341

- 截至2022年12月31日，青島首創奧特萊斯運營期未滿一年；
- 本年度未產生新的在建項目；
- 本公司氣體排放主要涉及由駕駛公車及辦公用電所帶來的溫室氣體排放，其中公用車排放物如PM2.5、PM10等氣體排放物相對溫室氣體排放量極其微小，故不作披露；
- 溫室氣體清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮，溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《2019年度減排項目中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《IPCC2006年國家溫室氣體清單指南2019修訂版》進行核算；
- 總部辦公區在2022年退還上級公司公車一輛，其數據不包含在本次統計中；
- 無害廢棄物均交由回收商進行處理，有害廢棄物均交由第三方或供應商處理；
- 能源消耗總量根據電力和油耗量及中華人民共和國國家標準《綜合能耗計算通則(GB/T 2589-2020)》中換算因數計算。

五、美好生態，綠色發展

首創鉅大北京首創奧特萊斯、湖州首創奧特萊斯、昆山首創奧特萊斯、西安首創奧特萊斯、南昌首創奧特萊斯、杭州首創奧特萊斯、武漢首創奧特萊斯、鄭州首創奧特萊斯、濟南首創奧特萊斯、合肥首創奧特萊斯、重慶首創奧特萊斯、昆明首創奧特萊斯、青島首創奧特萊斯¹及南寧首創奧特萊斯的商場環境表現如下：

商場公共區及商戶數據

指標 ²	2022年
溫室氣體排放總量(範疇一及範疇二)(噸)³	106,906.96
公共區域範疇一溫室氣體排放(直接排放)(噸)	1,091.22
天然氣	1,091.22
公共區域範疇二溫室氣體排放(間接排放)(噸)	17,595.41
外購電力	17,595.41
公共區域單位建築面積溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.0197
商戶範疇一溫室氣體排放(直接排放)(噸)	251.64
天然氣	251.64
商戶範疇二溫室氣體排放(間接排放)(噸)	87,968.69
外購電力	87,968.69
商戶單位建築面積溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.1402
每年每平方米建築面積溫室氣體排放量(噸/平方米)	0.0687
有害廢棄物排放總量(噸)⁴	1.70
每年每平方米建築面積有害廢棄物排放量(噸/平方米)	0.000001
無害廢棄物排放總量(噸)⁴	11,019.28
餐廚垃圾	1,716.75
其他垃圾	8,858.34
可回收垃圾	444.19
每年每平方米建築面積無害廢棄物排放量(噸/平方米)	0.0071
能源消耗總量(兆瓦時)	164,621.84
公共區域直接能源消耗量(兆瓦時)	5,536.85
天然氣(兆瓦時)	5,536.85
公共區域間接能源消耗量(兆瓦時)	34,239.48
電力(兆瓦時)	34,239.48
公共區域單位建築面積能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.0419
商戶直接能源消耗量(兆瓦時)	1,276.82
天然氣(兆瓦時)	1,276.82
商戶間接能源消耗量(兆瓦時)	123,568.69
電力(兆瓦時)	123,568.69
商戶單位建築面積能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.1984
每年每平方米建築面積能源消耗量(兆瓦時/平方米)	0.1058
水資源消耗總量(噸)	808,616.59
公共區域水資源消耗總量(噸)	604,555.90
公共區域建築面積水資源消耗量(噸/平方米)	0.6363
商戶水資源消耗總量(噸)	204,060.69
商戶建築面積水資源消耗量(噸/平方米)	0.3243
每年每平方米建築面積水資源消耗量(噸/平方米)	0.5198

五、美好生態，綠色發展

1. 截止到2022年12月31日，青島首創奧特萊斯運營期未滿一年；
2. 本公司氣體排放主要涉及由駕駛公車及辦公用電所帶來的溫室氣體排放，其中公用車排放物如PM2.5、PM10等氣體排放物相對溫室氣體排放量極其微小，故不作披露；
3. 溫室氣體清單包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮，溫室氣體核算按二氧化碳當量呈列，並根據中華人民共和國生態環境部刊發的《2019年度減排項目中國區域電網基準線排放因子》及政府間氣候變化專門委員會(IPCC)刊發的《IPCC2006年國家溫室氣體清單指南2019修訂版》進行核算；
4. 除特殊說明外，無害廢棄物交由回收商進行處理，有害廢棄物均交由第三方或供應商處理。

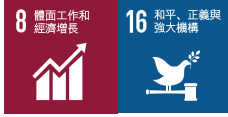
(五) 環境目標

結合自身業務屬性及公司未來的發展方向，我們於2021年制定了首創鉅大3年環境目標，為公司環境履責起到指引性影響。本年度，我們也在持續推行各項節能減排措施。

我們的環境目標包括：

- 3年內電力消耗量相比基準年降低10%以上。
 - 3年內溫室氣體排放量相比基準年降低10%以上。
 - 3年內水資源消耗量相比基準年降低12%以上。
 - 嚴格進行有害廢棄物及無害廢棄物的分類處理，並鼓勵顧客與商戶共同參與，提高垃圾分類效率。
1. 以上目標均以2020年6月1日至2021年5月31日為基準年。

六、精誠治理，安全穩健



[案例]開展廉政建設宣傳教育活動，築牢廉潔防線

2022年9月，公司開展廉政建設宣傳教育月活動，聚焦廉潔主題，鼓勵開展廉政微視頻、微電影、微課等新穎宣傳形式，共收集作品18個，微電影9部、微課9部，推動微視頻、微電影等在公司廣泛傳播，在公司傳遞向上向善價值觀，營造風清氣正的氛圍，激發員工廉潔從業正能量，增強員工抵禦風險和提高防腐拒變的能力和意識，築牢反腐倡廉「防火牆」。

首創鉅大完善公司治理，依法合規經營，堅決抵制任何形式的賄賂、勒索、稅務欺詐、洗錢等行為，營造公正廉潔氛圍，塑造公司誠信形象，保障股東權益，以規範經營、透明管理贏得各利益相關方的長久信賴與支持。

（一）完善公司治理

我們嚴格遵守法律法規要求，結合公司實際情況，開展公司治理活動，識別ESG風險，加強內部控制與風險管理監督，完善並檢討內部監控系統。恪守商業道德，反對任何形式的商業賄賂與腐敗行為，推動管治水平不斷提升，促使公司可持續發展、提高核心競爭力。

提升治理能力

我們貫徹落實董事會成員獨立性和多元化政策，從性別、年齡、文化教育背景或專業經驗等方面豐富董事會多元建設，不斷提高公司決策能力。目前董事會有九名董事，包括兩名執行董事，四名非執行董事，三名獨立非執行董事，獨立董事成員達到三位。董事會中有兩名女性董事，董事會和高級管理層的專業經驗、知識和技能、文化和教育背景以及服務年限均達到平衡，保障董事會治理有效性，我們也會繼續不斷提升董事會的獨立性和專業性。

六、精誠治理，安全穩健

完善合規管理

我們建立健全法律合規管控體系，制定貼合公司經營實際的合規制度，根據外部法律法規、監管政策變化，持續強化內部管理體系建設，制定並遵守《訴訟案件管理辦法》《明令禁止條例》《業務流程手冊》《內控手冊》《風險管控辦法》《接訴即辦管理辦法》《合同審核管理手冊》《合同履行法律風險防控細則》等制度，建立全面的合規信息台賬，推進企業依法合規經營。2022年度，董事會任命總法律顧問，發揮企業總法律顧問的監督制衡和協助經營雙重職能作用，建立健全企業法律風險防範機制。2022年度，公司也出台了《外聘律師管理辦法》，規範全系統外聘律師管理標準，提高外聘律師服務質量。

[案例]開展普法宣傳活動，增強全員合規意識

我們倡導和要求公司全員知法守法，圍繞《民法典》《北京知識產權保護條例》《企業數字化轉型中的合規風險識別與防控對策探討》《企業合規建設的步驟和流程》等主題，開展普法系列宣傳活動，通過視頻、漫畫等新穎形式，向全體員工宣貫國家《民法典》《企業國有資產法》等相關法律法規，提升員工遵守民法典等相關法律法規的意識，讓全體員工了解合規的重要性，進一步提高企業全體員工法治意識和法治觀念。



員工集中觀看「美好夥伴 民法典相伴」宣傳視頻

六、精誠治理，安全穩健

反腐敗與商業道德

我們嚴格遵守《中華人民共和國刑法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國反洗錢法》《國務院辦公廳關於完善反洗錢、反恐怖融資、反逃稅監管體制機制的意見》等反貪污相關法律法規要求，建立了明確的企業管治規則，通過《首創鉅大明令禁止條例》《中共首創鉅大有限公司初核管理規範》《中共首創鉅大有限公司廉政談話工作規範》《首創鉅大紀委談話函詢工作規定》《首創鉅大紀檢委員工作清單說明書》等公司管理制度，詳細界定各級員工在履行職責時所必須遵循的行為準則和職業道德。2022年度，公司制定了《首創鉅大有限公司內部問責委員會議事規則》，設立了專門機構內部問責委員會，並更新廉潔風險識別清單，開展商業道德宣貫和培訓，嚴格杜絕腐敗、貪污、賄賂、欺詐、洗錢等事件發生。

2022年度，公司及員工未發生重大腐敗事件，不存在已審結貪污訴訟案件。

內部風險排查

我們每年初組織巡查巡檢，主要針對內控和專項兩個層面，每半年對審計、巡查、巡視類工作進行回顧，年底向審核委員會匯報。風險控制審查範圍包括離任審計、全面風險梳理、管控後評價，審查點包括流程、制度、運營管理、招採、費用報銷、工程質量等，包括工作流程的各個階段。

我們積極開展廉潔風險排查與整改工作，共梳理總部層面廉潔風險點41個，匯總形成《廉潔風險識別清單》，並針對發現的問題和風險點，督促提醒與整改。

陽光採購

在採購方面，我們始終秉承陽光採購的合作理念，要求下屬公司與全部供應商皆簽訂《反商業賄賂協議》，共同抵制商業賄賂行為，維護雙方共同的合法權益，保證雙方合作關係長遠健康發展。

六、精誠治理，安全穩健

舉報程序與舉報人保護

我們不斷完善信訪舉報工作的內控機制和舉報人保護制度，承諾絕不開展報復行為。我們在官方網站、辦公區域、奧特萊斯商場公共區域等位置公示了統一的信訪舉報渠道，公佈紀檢郵箱scjdjiwei@bcgrand.com，並安排專人受理信訪舉報信息。我們在受理環節，確定專人負責信訪舉報件的接收、登記；在流轉環節，確定專人負責信訪舉報件的移交、郵寄。要嚴格執行信訪舉報工作紀律，對信訪舉報件做到「五個嚴禁」：嚴禁私存不交、嚴禁擅自處置、嚴禁擴大知情範圍、嚴禁推脫不辦、嚴禁以信謀私。

組織反腐宣貫

我們持續開展反貪污培訓和警示工作，組織召開多種形式的廉潔與反貪腐宣傳教育活動，對公司各級員工開展正面引導和反面典型違規案例培訓以及知識答題活動，強化全員反腐和廉潔自律意識。

2022年度，公司針對董事和員工組織開展了全員反貪污培訓，通過學習反腐敗相關的法律法規、觀看反腐宣傳片，深入推進廉潔文化建設。員工反貪污培訓總受訓共677人次。

2022年5月，公司集中開展「黨規黨紀教育學習活動」，參與活動人數400餘人，並開展知識答題活動。通過線上答題的形式，以考促學、以學促行，進一步樹牢首創鉅大清正廉潔的工作作風。



開展警示教育及紀檢委員專題培訓

六、精誠治理，安全穩健

強化監督管理

我們擁有完善的對公司各級員工的日常監督制度，並對公司新晉升領導崗位和改選或新當選支部（副）書記分別進行廉政談話；對各級領導崗位進行任前廉政考察。每逢重大節假日，我們會以下發通知、召開會議等形式，發佈廉潔過節相關要求，及時喊話提醒，嚴紀律、立規矩，持續推進公司廉潔文化及反腐工作建設。



紀委書記開展廉政談話

（二）優化經營管理

我們依法開展經營活動，不斷提升運營管控水平，以穩健增長的經營業績回報廣大投資者。2022年，我們修訂了原有的《首創奧萊企業手冊》，發佈《2022版首創奧萊企業手冊》，推動公司各中心及各項目業務工作和對外招商的順利開展，提升公司商譽和信譽。2022年11月，首創鉅大在觀點機構主辦的2022觀點商業年會上，憑藉優異表現躋身「2022年度商業地產企業表現（100強）」，位列第40位，這也是奧特萊斯行業中排名最高的企業。

知識產權保護

我們嚴格遵守《中華人民共和國商標法》《知識產權認證管理辦法》《企業知識產權管理規範》等相關法律法規的規定，承諾尊重、保護自身和他人的知識產權，並對侵權行為進行追責。在自身知識產權保護方面，我們旗下「首創鉅大」、「CAPITAL OUTLETS」、「CO」等圖形及文字標識，均已向國家商標局申請了商標註冊。同時，我們外聘知識產權律所跟進相關工作，積極保護自身合法權益和商標價值，持續保持公司市場競爭優勢並防範自有知識產權被侵犯的風險。2022年度本公司未知悉有任何重大知識產權侵權且對公司造成重大影響的事件。

六、精誠治理，安全穩健

我們將知識產權保護納入採購合作和品牌管理過程中，發揮首創鉅大奧特萊斯行業引領優勢，建立了首創鉅大品牌授權鏈數據庫，並制定了《首創鉅大品牌授權鏈數據庫應用指引》，積極探索更好的品牌授權鏈管理模式。我們準確鑑別進駐品牌信息，保護品牌知識產權，防範商標侵權風險，打造公司知識產權保護屏障，鎖定品牌資源，拓展公司商業核心價值資源，保護消費者合法權益，為消費者提供高品質的正品商品，提升公司商譽和信譽，進一步提升公司首創奧萊商業項目品牌授權鏈管理水平。

2022年上半年，我們通過授權鏈數據庫簽署招商合同1,205份，有效保護品牌知識產權，防範商標侵權風險，並為提升業務人員「商標」法律觀念和法律風險防範意識，定期解答商標專業知識，分享經典商標侵權案例，未雨綢繆，增強商標保護意識。

營銷規範管理

我們嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國廣告法》《廣告管理條例施行細則》《中華人民共和國商標法》等國家、地方法律法規，並持續跟進相關要求的變化。我們遵法依規開展商品宣傳和標識使用，制定了《首創鉅大有限公司商業項目品牌傳播管理辦法》《首創鉅大有限公司商業項目推廣形象管控說明》《首創鉅大營銷新媒體群管理辦法》《商業營銷類供應商甄選管理辦法》(試行版)等相關管理制度，建立多級審核機制，規範廣告宣傳。在大型活動節點前，我們會組織各相關負責人參加集中宣貫會，提供大型營銷活動合規宣傳文案模板，誠信營銷，避免虛假宣傳。在公司進行新媒體端的品牌宣傳室，會通過OA系統進行「意識形態四級審核」，包括部門審核、主管領導審核、黨委審核等。2022年度，本公司未知悉有任何違反廣告標識相關法律法規且對公司造成重大影響的事件。

六、精誠治理，安全穩健

2022年，我們規範營銷，採用微信視頻號進行直播，帶動合作品牌線上銷售，全年直播觀眾近182萬人，點贊近510萬，線上成交近2萬筆，直播銷售近354萬元，團購類銷售近57萬元，共計銷售近420萬元。



首創奧萊十二城開展「超品帶貨全民直播」活動

輿情控制處理

我們不斷健全企業輿情風險管理機制，在輿論監督壓力之下找到企業實現「與消費者共贏」這一可持續發展的關鍵因素，在公司開展輿情防控知識的培訓，不斷提升企業內部的輿情風險防範意識，控制負面輿情，最大限度上降低輿論監督給企業造成的潛在風險和壓力，維護公司品牌美譽度。2022年度，本公司制定了《首創鉅大&首創奧萊輿情處理手冊（2022版）》，幫助我司各相關中心及各項目公司應對新增負面輿情或突發的輿情危機情況。

截止到2022年末，公司共計監測到負面輿情預警約3,000條，處理率為100%。

四級審核機制

2022年度，我們繼續推行「四級審核機制」，並將該機制包含到了OA系統中。公司與第三方輿情監測公司合作，針對公司全網輿情情況進行7*24小時*365天進行全方位監測，當有負面輿情發生時，輿情監測公司將負面輿情匯總給公司品牌企劃中心（一級），我司品牌企劃中心將負面輿情編輯轉發給各中心或各項目（二級）、各中心或各項目視負面輿情情況做出處理或匯報（三級），當負面輿情妥善處理後，各項目會將詳細處理方式和結果反饋至品牌企劃中心（四級），並做好總結。

六、精誠治理，安全穩健

（三）維護投資者權益

作為上市公司，我們嚴格確保關連交易公平合理，加強資產管理，健全良好的投資者溝通機制，持續提升信息透明度與在資本市場的可信度，防範運營風險，提升公司經營質量。

暢通信息溝通渠道

我們深信與股東及投資者保持有效及適時溝通至為重要，並致力加強與股東及投資者之溝通。通過中期報告、年度報告、公告、新聞資訊、股東大會等方式，保障投資者及時、準確知悉公司戰略、重大事項、企業運營及財務表現等重要資訊，保證股東享有充分的知情權。同時，股東也可隨時向董事會以書面方式或電郵提出查詢及表達意見，搭建雙向、高效的投資者交流平台，維護和諧穩定的投資者關係。

2022年度，公司召開3次董事會會議，1次股東會會議，在香港聯交所發佈32份披露文件，包括但不限於公告、通函。

未來展望

回首2022年，集團歷經風霜與雨雪，始終保持砥礪前行，揭開發展的新畫卷。面對不穩定的社會經濟形勢與氣候變化所帶來的挑戰，本集團迎難而上，在變化中尋求發展。隨着全國疫情的逐漸好轉，服務業與消費市場穩步回暖，集團也主動謀劃創新轉型，為新環境下的蓬勃發展奠定基石，助力實現國家「十四五」規劃，矢志打造符合「成為中國最具價值、提供卓越消費者體驗的奧萊運營商」稱號的實力與影響。

本集團基於《首創鉅大有限公司環境、社會及管治(ESG)戰略規劃(2021-2023)》，穩步踐行ESG發展建設，不斷構建業務的多樣性，謀求企業新發展；堅持長期、多元的服務賦能，以品質服務擦亮集團品牌；持續提升企業人才保留優勢，為員工搭建可持續的發展平台；與合作夥伴守望相助，共渡行業難關；認真做好企業公民，為人民群眾的幸福生活描繪美好藍圖；以綠色發展為引領，為實現碳達峰、碳中和目標貢獻力量；優化提升企業經營管理，放大集團經濟價值。

結合集團ESG發展理念的「美好服務」、「美好僱主」、「美好夥伴」、「美好社區」、「美好生態」五個部分及誠信、穩健的公司治理，逐步提高企業ESG治理水平，成為行業ESG價值標桿。

所有過往，皆為序章。在未來，首創鉅大將繼續堅守企業初心，履行好國企責任，將ESG理念深刻植入企業經營管理戰略，以更高的站位、更廣的視野、更強的擔當，為廣大利益相關方創造長遠價值。



首創鉅大ESG戰略宣傳海報

附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
ESG管理	管治架構	<p>由董事會發出的聲明，當中載有下列內容：</p> <ol style="list-style-type: none"> 披露董事會對ESG的監管情況； 公司／董事會的ESG管理方針及策略，包括評估、優先排序及管理重要的ESG／可持續發展相關事宜（包括對發行人業務的風險）的過程； 董事會如何按ESG／可持續發展相關目標檢討進度，並解釋它們如何與發行人業務有關聯。 	我們的進展
	匯報原則	<p>描述或解釋在編備ESG報告時如何應用下列匯報原則：重要性、量化、一致性。</p> <p>重要性：(1)識別重要ESG因素的過程及選擇這些因素的準則；(2)如發行人已進行利益相關方參與，已識別的重要利益相關方的描述及發行人利益相關方參與的過程及結果。</p> <p>量化：有關匯報排放量／能源耗用（如適用）所用的標準、方法、假設及或計算工具的資料，以及所使用的轉換因素的來源應予披露。</p> <p>一致性：發行人應在ESG報告中披露統計方法或關鍵績效指標的變更（如有）或任何其他影響有意義比較的相關因素。</p>	關於本報告
	匯報範圍	<p>解釋環境、社會及管治報告的匯報範圍，及描述挑選哪些實體或業務納入環境、社會及管治報告的過程。若匯報範圍有所變動，發行人應解釋不同之處及變動原因。</p>	關於本報告
環境	A1排放物	<p>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</p> <ol style="list-style-type: none"> 政策；及 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例。 <p>A1.1排放物種類及相關排放數據。</p>	五、美好生態

附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
		A1.2直接（範圍1）及能源間接（範圍2）溫室氣體排放量及（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
		A1.3所產生有害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
		A1.4所產生無害廢棄物總量（以噸計算）及（如適用）密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
		A1.5描述所訂立的排放量目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
		A1.6描述處理有害及無害廢棄物的方法，及描述所訂立的減廢目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
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。	五、美好生態
		A2.1按類型劃分的直接及／或間接能源（如電、氣或油）總耗量（以千個千瓦時計算）及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
		A2.2總耗水量及密度（如以每產量單位、每項設施計算）。	
		A2.3描述所訂立的能源使用效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
		A2.4描述求取適用水源上可有任何問題，以及所訂立的用水效益目標及為達到這些目標所採取的步驟。	
		A2.5製成品所用包裝材料的總量（以噸計算）及（如適用）每生產單位佔量。	本集團主營業務為奧特萊斯商業地產，使用包裝物數量極微小，暫不納入披露範圍。

附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
	A3環境及天然資源	<p>一般披露：減低上市公司對環境及天然資源造成重大影響的政策。</p> <p>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。</p>	五、美好生態
	A4氣候變化	<p>一般披露：識別及應對已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜的政策。</p> <p>A4.1描述已經及可能會對發行人產生影響的重大氣候相關事宜，及應對行動。</p>	五、美好生態
社會	B1僱傭	<p>一般披露：有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時間、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：</p> <p>(1) 政策；及</p> <p>(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例。</p> <p>B1.1按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數。</p> <p>B1.2按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。</p>	二、美好僱主
	B2健康與安全	<p>一般披露：有關提供安全工作環境及保障員工避免職業性危害的：</p> <p>(1) 政策；及</p> <p>(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例。</p> <p>B2.1過去三年（包括匯報年度）每年因工亡故的人數及比率。</p> <p>B2.2因工傷損失工作日數。</p> <p>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。</p>	二、美好僱主

附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
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。	二、美好僱主
		B3.1按性別及僱員類別（如高級管理層、中級管理層等）劃分的受訓僱員百分比。	
		B3.2按僱員類別及性別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數。	
B4勞工準則		一般披露：有關防止童工或強制勞工的：	二、美好僱主
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對上市公司有重大影響的相關法律及規定的資料。	
		B4.1描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	
	B4.2描述在所發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。		
B5供應鏈管理		一般披露：管理供應鏈的環境與社會風險管理政策。	三、美好夥伴
		B5.1按地區劃分的供應商數目。	三、美好夥伴
		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相關執行及監察方法。	三、美好夥伴
		B5.3描述有關識別供應鏈每個環節的環境及社會風險的慣例，以及相關執行及監察方法。	三、美好夥伴
	B5.4描述在選擇供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關執行及監察方法。	三、美好夥伴	
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、標籤及隱私事宜以及補救方法的：	一、美好服務 六、精誠治理
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規定的資料。	

附錄：《環境、社會及管治報告指引》內容索引

範疇	議題	績效指標	對應本報告章節
		B6.1 已售或已運送產品數量中因安全與健康理由而須回收的百分比。	一、美好服務
		B6.2 接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	一、美好服務
		B6.3 描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	六、精誠治理
		B6.4 描述質量檢定過程及產品回收程序。	一、美好服務 三、美好夥伴
		B6.5 描述消費方資料保障及隱私政策，以及相關執行及監察方法。	一、美好服務
B7 反貪污		一般披露：有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：	六、精誠治理
		(1) 政策；及	
		(2) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規定的資料。	
		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的數目及訴訟結果。	
		B7.2 描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法。	
		B7.3 描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	
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。	四、美好社區
		B8.1 專注貢獻範圍(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	
		B8.2 在專注範圍所動用資源(如金錢或時間)。	