



安踏體育用品有限公司

於開曼群島註冊成立的有限公司

股份代號：2020



VALUE Creation through MUTUALISM

創造價值 和諧共生

環境、社會及管治報告2021

匯報原則

這是安踏體育發佈的第七份《環境、社會及管治報告》。本報告涵蓋我們在二零二一年一月一日至十二月三十一日期間於中國主要營運點的所有業務(品牌營銷、生產、設計、採購、供應鏈管理、品牌體育產品批發及零售)在環境、社會及管治方面的表現和具體實踐。本報告乃依據上市規則附錄二十七所編製(已應用四項匯報原則，包括「重要性」、「量化」、「平衡」及「一致性」)。我們期望透過嚴格遵守指引，以提高本報告的全面性及代表性。出於編寫本報告目的，我們已聘用一家獨立專業機構與我們的主要持份者進行了全面的溝通，並充分考慮各方意見，以辨識關鍵議題及釐定本報告具體內容。我們將持續加強報告信息收集工作，以提高我們在可持續發展領域上的匯報表現和披露水平。

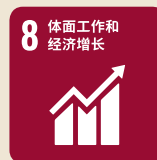
匯報範圍

本報告所涵蓋的生產體系包括安踏(中國)有限公司、泉州寰球鞋服有限公司、泉州安踏鞋材有限公司、河南安踏鞋材有限公司、廈門安踏體育用品有限公司、廈門安踏實業有限公司、長汀安踏體育用品有限公司以及商丘安踏鞋業有限公司(僅包括社會數據)。物流體系包括福建安踏物流信息科技有限公司。行政體系則包括廈門、晉江以及上海的營運大樓。店鋪體系則包括自營的安踏店、FILA店、DESCENTE店以及KOLON SPORT店。

Amer Sports的ESG表現並未包含在本報告中。請查閱網站(<https://www.amersports.com/corporate-sustainability-reports/>)有關Amer Sports ESG表現的更多信息。

公司資料

安踏品牌始創於一九九一年，而安踏體育用品有限公司(股份代號：2020.HK)在二零零七年於香港交易所主板上市，是全球領先的體育用品公司。多年來，安踏體育主要從事設計、開發、製造和行銷安踏體育用品，在中國向大眾市場提供專業的體育用品，類型包括運動鞋、服裝及配飾。透過多元化的品牌組合，包括安踏、FILA、DESCENTE及KOLON SPORT，以及組成投資者財團於二零一九年成功收購國際運動品牌集團Amer Sports Corporation，擁有國際認可品牌包括Salomon、Arc'teryx、Wilson、Peak Performance、Atomic等，安踏體育旨在發掘大眾及高端體育用品市場的潛力。



數據來源及可靠性

本報告的數據和案例主要來源於公司統計報告及其他相關文件。公司確認本報告不存在任何虛假記載、誤導性陳述，並對其內容真實性、準確性和完整性負責。

獲取及回應本報告

本報告電子版可於公司可持續發展網站獲取。

如對本報告及其內容有任何疑問或反饋意見，歡迎通過以下方式與我們聯繫：

地址：

安踏體育用品有限公司

香港九龍九龍灣宏泰道23號

Manhattan Place 16樓

電話：(852) 2116 1660

傳真：(852) 2116 1590

電郵地址：ir@anta.com.hk

可持續發展網站：

<https://ir.anta.com/esg/sc/index.php>

目錄

2	主席寄語
4	董事會聲明
6	二零二一年重點
12	安穩發展·踏行致遠
24	安守品質·敢於創新
32	安創價值·合作共贏
38	以人為本·成就員工
48	安保青山·綠化環境
54	安享美好·回饋社會
57	展望—安踏體育30載， 創造共生價值
62	附錄
81	詞彙

主席寄語

尊敬的各位持份者：

本人謹代表董事會，欣然呈報我們截至二零二一年十二月三十一日止年度之《環境、社會及管治報告》。

30週年 揚帆新起點

二零二一年，是我們成立的第30個年頭，也是我們回顧30年奮鬥歷程，展望未來可持續發展的關鍵節點。在新起點，我們不忘初心使命，提出下一個十年的新願景、新價值與新戰略，為未來十年的發展打下穩固基礎。

共生 強化管治力

「創造共生價值」是我們新發展階段的價值新主張，以與消費者、生態夥伴、環境、社會共生四大維度為基礎打造共生

型組織，推動實現可持續發展及共同富裕。為此，我們在追求完成業務指標同時，堅持誠實、守信、依法經營，加強資源節約和環境保護，保障生產安全，維護員工合法權益，參與社會公益事業。我們亦持續完善ESG治理架構，成立可持續發展委員會，實現從董事會層面參與可持續發展事務，與此同時我們成為聯合國全球契約的簽署成員，支持聯合國全球契約的十項原則。我們堅信完善內部可持續發展管治，增強企業發展對環境和社會影響的管控，可持續地為持份者創造更多價值。

共生 專注品質創新

我們與消費者共生，多品牌創造頂級消費者價值。我們每年為消費者提供優質運動產品，讓消費者盡享運動帶來的快樂，並在每一件產品中都傾注了對於品質與創新的執著。我們於本財政年度申請並被核准註冊商標超1,000項，擁有的有效專利超1,000項。此外，我們不斷加強在技術研發的投入，在過去10年，我們累計投入研發費用達人民幣30億元，也擁有來自18個國家和地區、超200名國際設計研發專家的團隊。同時，可持續發展也作為我們在新時代的著力點並融入產品當中，為消費者樹立可持續消費觀念。



共生 實現生態夥伴共贏

我們與生態夥伴共生，建立高效及可持續的產業鏈。於本財政年度，獲得ISO 9001/ISO 14001/ISO 45001認證的供應商分別達267/162/65家，獲得bluesign®認證的供應商也達45家。我們繼續深化與上下游合作夥伴的共生關係。我們與員工共生，促進員工共同成長。我們亦高度重視員工的多元性，倡導尊重包容和多元開放的企業文化。於本財政年度，員工培訓覆蓋率達79.7%。我們致力於為員工提供廣闊的事業平台，完善全球化、多元及多層次的人才梯隊結構。於本財政年度，我們的員工當中女性高管的佔比達34.7%。在邁向成功的道路上，生態夥伴的同行讓我們走得更穩，行得更遠。

共生 守護綠色家園

我們與環境共生，與環境協調可持續發展。我們持續關注著環境保護和生態文明建設，始終堅持將可持續發展貫穿於集團經營及決策的制定中，力求對環境更小的影響，創造更大的價值。碳中和是關乎子孫萬代的環境問題，未來高碳

的產品，將逐步失去市場競爭力。作為可持續發展的踐行者，我們致力於提高綠色生產與產品碳管理能力，在實現經濟效益這座「金山銀山」的同時，我們將通過優化產品碳排放、創新環保過程等方式保護我們賴以生存的這座「綠水青山」家園。

共生 回饋社會大眾

我們與社會共生，並傾力回饋社會。我們一直致力於參與社區建設，並通過多元化的社區活動，為構建和諧社會貢獻一份力量。於本財政年度，我們向不同的慈善機構現金捐贈合共人民幣6,500萬元，以及運動產品價值(以吊牌價值計算)超過人民幣2.7億元。「茁壯成長公益計劃」實施多年來，我們累計捐建150家「安踏夢想中心」，培訓了2,817名體育教師，捐贈運動產品價值(以吊牌價值計算)超過人民幣4.9億元，在中國9,137間學校的超過350萬名學生受惠。我們也開展了一系列服務公眾社會的活動，如助力二零二二年北京冬季奧運會、服務社區、促進共同富裕、幫助有需要的人士等。此外，我們積極鼓勵員工投身於公益活動當中，共同履行企業社會責任。

在股東方面，我們自二零一四年開始每年派付股息超過人民幣10億元，二零一四年至二零二零年累計派付股息超過人民幣110億元。在二零二一年，我們已派付和宣派的股息合共達人民幣35.24億元，為股東帶來穩健的回報。

二零二一年，我們回顧了30年的發展歷程，制定了未來10年的發展戰略，堅持為消費者創造價值，推動全民運動，與上下游合作夥伴以及全體員工攜手努力，肩負起對社會和環境的責任，向可持續發展的目標邁進。我們相信，聚焦體育用品賽道，多品牌發展匹配市場需求，深化全球化佈局，創造共生價值，是為所有持份者創造最大價值的最佳路徑。



丁世忠
主席

香港，二零二二年五月十八日

董事會聲明



在業務持續發展的同時，董事會高度重視可持續發展管理。參考香港聯交所《ESG報告指引》，公司已建立多層級、高效並可執行的ESG管理體系。我們會持續更新、完善ESG管理架構，使董事會在參與、監督集團ESG事務中發揮主導及積極作用。

ESG管理責任

董事會對公司的ESG策略和匯報肩負整體責任。作為公司ESG的最高治理機構，董事會須負責制定集團的可持續發展管理方針、策略及目標，並建立及維持ESG風險管理及內部監控系統。董事會亦負責籌劃年度ESG報告及監督匯報

過程。二零二一年，公司成立可持續發展委員會，由三名執行董事、三名獨立非執行董事及一名董事會指定的高管組成，負責協助董事會制定及檢討集團可持續發展戰略目標，帶領及推動各部門以可持續發展角度提升各業務環節思維及營運舉措，識別及管控ESG風險，並統籌及規範ESG相關數據信息收集



ESG匯報與本報告

本報告乃由董事會所籌劃，已應用以下四項匯報原則：

重要性：執行重要性評估，以識別對於投資者及其他持份者而言為之重要的ESG事項，並評估該等事項對集團及持份者而言直接或間接的重大程度。

量化：在適當情況下提供量化信息，以協助報告使用者客觀地評核集團的ESG表現；量化信息會附帶(如需)說明闡述其目的及影響，及比較數據。

平衡：作出不偏不倚的披露，包括其ESG正面和負面的信息及表現。

一致性：除於正文或註釋中另有說明者外，本報告所列報的ESG數據乃採用於各個時段一致的方法所編製。

(我們採取「運營控制法」對2021年環境數據進行統計及換算，未根據持股比例對旗下各單位數據進行折算，而2020年及以前，我們採取「股權比例法」，依持股比例對整體數據進行了調整。)

本報告已經由董事會及可持續發展委員會審閱及批准。

以 (i) 識別ESG相關事宜的適當優次排列從而推進公司ESG治理績效並 (ii) 提高ESG信息披露質量。

ESG風險管理

我們重視ESG相關風險和機遇所帶來的潛在影響。因此，董事會監督ESG相關風險和機遇的評估，以及確保設置了適當和有效的ESG風險管理和內部監督機制。

檢討ESG目標的進展情況

我們建立了發展目標管理機制，涵蓋了主要的ESG績效指標，我們會定期對這些指標進行審核。另一方面，我們將整合ESG績效指標作為集團關鍵部門的KPI，推動ESG目標的實現。在中期ESG目標方面，董事會將定期檢討這些目標的進展情況。

二零二一年重點



- 成立可持續發展委員會，實現從董事會層面參與可持續發展事務
- 成為聯合國全球契約的簽署成員，支持聯合國全球契約的十項原則
- 宣派的股息合共達人民幣 **35.24** 億元



無貧窮

- 現金捐贈現金達人民幣 **6,500** 萬元
- 捐贈運動產品價值超過人民幣 **2.7** 億元
(以吊牌價值計算)



良好健康與福祉

- 繼續推廣安踏「茁壯成長公益計劃」至今為 **9,137** 間學校的
超過 **350** 萬名學生帶來運動的快樂
- 安排合資格的回收商回收有害廢物，維持社區良好居住環境





優質教育

- 累計培訓了 **2,817** 名體育教師、捐建 **150** 家「安踏夢想中心」、建設安踏運動場和安踏運動營，推動欠發達地區的體育發展
- 建設冬奧宣傳教育基地



體面工作和經濟增長

- 禁止童工和強制性勞工
- 提供健康的工作環境
- 總員工人數達 **52,000**，當中女性高管的佔比達 **34.7%**



產業、創新和基礎設施

- 來自 **18** 個國家和地區、超 **200** 名國際設計研發專家的團隊
- 加強與自有廠房和在中國的 **357** 個供應商及 **22** 個在海外供應商的緊密合作，推出受歡迎的產品
- 近10年累計投入研發支出達人民幣 **30** 億元



負責任消費和生產

- 推出環保產品，實現環保概念與循環經濟
- 獲得ISO 9001/ISO 14001/ISO 45001認證的供應商分別達 **267/162/65** 家，獲得bluesign®認證的供應商達 **45** 家
- 申請並被核准註冊商標超 **1,000** 項，擁有有效專利超 **1,000** 項



二零二一年重點

可持續發展概覽 我們的業務

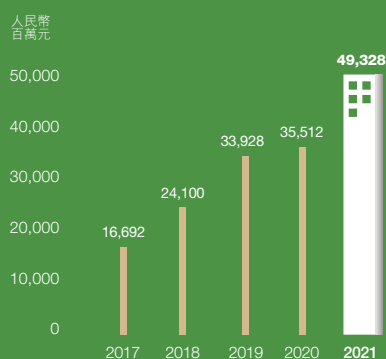
可持續
發展的定義

穩健增長的
收益潛力

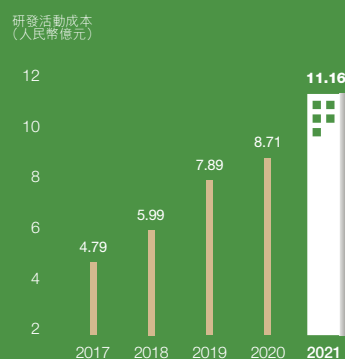
提高
創新潛力

我們的表現

收益保持增長趨勢



持續投入研發創新



多品牌戰略



2021年表現 業績摘要

財務表現



收益增長 38.9% 至
人民幣 493 億元



毛利率上升 3.4 個百分點至
61.6%



股東應佔溢利增長 49.6% 至
人民幣 77 億元



每股基本盈利增長 49.5% 至
人民幣 2.87 元



股息佔股東應佔溢利之
45.6%

業務表現

於中國大陸及海外
地區之安踏店
(包括安踏兒童獨立店)
數目共

9,403 家

於中國大陸、香港、澳門和
新加坡之 FILA 店
(包括 FILA KIDS 和 FILA FUSION 獨立店)
數目共

2,054 家

於中國大陸、
香港和澳門之
DESCENTE 店
數目共

182 家

於中國大陸之
KOLON
SPORT 店
數目共

152 家



二零二一年重點

主要成份股

指數簡稱	中文指數名稱
HSI	恒生指數
HSCEI	恒生中國企業指數
HSML100	恒生中國(香港上市)100指數
HSFML25	恒生中國(香港上市)25指數
HSCI	恒生綜合指數
HSCICD	恒生綜合行業指數－非必需性消費品
HSLI	恒生綜合大型股指數
HSLMI	恒生綜合大中型股指數
HSLMIV	恒生大中型股(可投資)指數
HSSCNAH	恒生港股通非AH股公司指數
HSSCMLC	恒生港股通中國內地公司指數
HSHKI	恒生港股通指數
HSSCHK	恒生全港股通指數
HSCGS	恒生消費品製造及服務業指數
HSIESG	恒指ESG指數
HSCEESG	恒生國指ESG指數
HSESG50	恒生ESG50指數
HSHKS50	恒生港股通高持股50指數
BWORLD	彭博世界指數
BESGPRO	彭博ESG資料指數
BWRETL	彭博世界零售指數
SBBMGLU	標普BMI全球指數(美元)
SCRTCN	標普BMI中國指數
SCRTEM	標普新興市場BMI指數

評級和獎項

安踏體育的評級：



在香港品質保證局可持續發展
評級中榮獲「A-」評級



在MSCI
維持「BB」評級

我們的二零二一年ESG報告的獎項：



於低碳創想坊的低碳關懷®
ESG 標籤 2021 中榮獲
「ESG 報告最佳匯報實踐第二級」

安踏體育的獎項：



榮獲香港投資者關係協會頒發的
「最佳ESG(公司治理)
(大市值公司)」



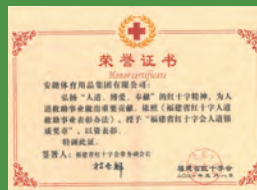
於新浪財經金麒麟2021
最佳港美股上市公司評選中榮獲
「最具社會責任上市公司」



榮獲中國企業
社會責任年會頒發的
「2021年度綠色企業」



榮獲SocietyNext Foundation、
香港聯合國教科文組織協會和中心、
扶輪社港澳分會頒發的
「ESG Care Label」認證標籤



榮獲福建省
紅十字會頒發的
「人道銀質獎章」



於2021「金鑰匙一面向SDG
的中國行動」中榮獲可持續發展
經濟導刊頒發的「優勝獎」

安穩發展 · 踏行致遠



本章節闡述的重要ESG議題

企業管治
反貪腐

我們堅持履行社會責任，制定ESG戰略及目標，積極支持聯合國17個可持續發展目標實現。同時，我們與各持份者積極溝通，聽取持份者建議；我們不斷完善自身可持續發展架構，建立健全企業管治與合規體系，管控經營風險，提升對ESG事務的管治能力，與社會各界攜手共建更美好的社會。

可持續發展

ESG戰略

我們明確自身在環境、社會與管治方面的總體目標，堅持誠實守信、依法經營，加強資源節約和環境保護，保障生產安全，維護職工合法權益，參與社會公益事業，對社會承擔更大的義務。

我們支持聯合國二零三零年可持續發展目標及可持續發展議程，將履行ESG責任納入公司戰略目標，堅持創造與消費者、生態夥伴、環境、社會的共生價

值，堅信履行社會責任、對持份者負責是實現企業可持續增長的關鍵。我們不斷完善ESG管理體系，專注產品質量、員工福祉、環境保護及社會公益等領域。

支持聯合國 可持續發展目標

可持續發展與環境、社會以及全球變化息息相關，為此聯合國為解決經濟、社會、環境三個維度的發展問題，明確界定17個可持續發展目標，呼籲各國採取

行動，在二零三零年前實現消除貧窮、平等和應對氣候變化等目標，促進經濟繁榮的同時並保護地球，邁向可持續發展道路。

我們非常重視企業的管治責任、產品責任、員工責任、供應鏈責任、環境責任和社會責任。基於我們的可持續發展策略及重要性議題評估，已辨識出17個可持續發展目標與我們的目標相對應，可更有效地推動我們的可持續發展戰略，持續提升我們的可持續發展競爭力。

我們的目標	聯合國17個可持續發展目標
<p>經濟增長</p> <p>提升發展質量、創造可持續經濟效益，推動經濟發展，帶動就業機遇。</p>	
<p>產品飛躍</p> <p>將產品質量保持在高水平，同時將技術創新作為品牌第一生命力，贏取客戶對集團品牌的長期信任。</p>	
<p>關愛員工</p> <p>為員工打造平等包容、健康安全的工作環境，建設多元化人才發展的培訓體系，關注員工成長，攜手員工共創美好未來。</p>	
<p>打造綠色供應鏈</p> <p>持續帶動供應商共同構建綠色供應鏈，推廣應用可持續包裝，加強核心技術自主研發，促進供應鏈向綠色轉型升級。</p>	
<p>守護環境</p> <p>承擔環境保護責任，踐行節能減排、綠色低碳，聯合上下游夥伴共同應對氣候變化風險。持續推動綠色產品及可持續物流。提倡綠色辦公，開展多種員工活動，提升員工及家人的環保意識。</p>	
<p>回饋社會</p> <p>積極響應國家宏觀策略，承擔企業社會責任，積極參與社區建設，並通過多元的社區活動，為構建和諧社會貢獻力量。</p>	

安穩發展 · 踏行致遠

ESG 治理架構

我們高度重視可持續發展，堅持完善內部可持續發展管治，增強企業發展對環境及社會影響的管控，力求持續為持份者創造價值。於本財政年度，我們建立由上而下的ESG治理架構，從治理層面推動集團整體可持續發展績效。董事會對公司的ESG策略和匯報肩負整體責任，並對公司整體ESG治理進行監督。

可持續發展委員會由公司若干執行以及非執行董事及集團高管組成，獲董事會轉授職責(連同有關授權)，協助董事會制定及檢討集團可持續發展戰略目標，帶領及推動各部門以可持續發展角度提升各業務環節思維及營運舉措，識別及管控ESG風險，並統籌及規範ESG相關信息數據收集以(i)提高ESG信息披露質量及(ii)可持續發展委員會承擔識別ESG相關事宜的適當優次排列，從而推進本公司ESG治理績效。



可持續發展委員會於二零二一年十二月十八日成立，由三名執行董事、三名獨立非執行董事及一名董事會指定的高管組成。有關我們可持續發展委員會的詳情，請參閱《可持續發展委員會職權範圍》。

可持續發展委員會構成



持份者溝通

於本財政年度，我們通過多種渠道積極與各持份者進行溝通，與重要持份者保持緊密聯絡，不斷提高我們營運的透明度，積極了解和回應持份者的期望和要求，實現互惠互利的良性互動，並為他們創造可持續價值。

外部持份者	持份者期望	於本財政年度溝通成效
投資者／股東	<ul style="list-style-type: none"> ● 風險管理 ● 投資回報 ● 企業管治 ● 信息披露 	出席一對一會議、非交易路演、投資論壇及電話會議
		舉辦年度及中期業績發佈會
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ● 高質量產品 ● 多元化產品 ● 完善的客戶服務 ● 暢通的溝通渠道 	進行消費者滿意度調查
		透過不同途徑收集消費者意見，如投訴熱線和零售店員的意見反饋
供應商	<ul style="list-style-type: none"> ● 公平、公開、公正採購 ● 供應商支援 	進行供應商滿意度調查
		舉辦供應商大會並交流意見
分銷商	<ul style="list-style-type: none"> ● 互利共贏 ● 共同成長 	舉辦訂貨會
		舉辦分銷商大會並交流意見
媒體	<ul style="list-style-type: none"> ● 信息公開透明 ● 產品質量與安全 ● 反貪腐 	舉辦媒體發佈會
		出席媒體訪問
政府／監管機構	<ul style="list-style-type: none"> ● 合規經營 ● 依法納稅 ● 帶動區域經濟發展 	舉辦標準制定會議並交流意見
品牌代言人	<ul style="list-style-type: none"> ● 品牌形象 ● 產品質量 ● 產品研發創新 ● 知識產權 	與代言人及時交流，收集他們對產品的反饋
		按需求定製專用產品
運動員	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品性能 ● 產品研發創新 	贊助運動員的參賽服裝及裝備

安穩發展 · 踏行致遠

內部持份者	持份者期望	於本財政年度溝通活動
董事	<ul style="list-style-type: none"> 企業管治 反貪腐 風險管理 	舉行董事會會議
管理層	<ul style="list-style-type: none"> 產品質量與安全 環境影響管理 	參與集團決策及營運，行使管理職能、指揮或協調員工完成工作職責
員工	<ul style="list-style-type: none"> 員工待遇 員工發展與培訓 反貪腐 	問卷調研、參與線上和線下的員工活動

ESG議題重要性

於本財政年度，我們聘請獨立專業機構對內外部持份者進行問卷調研，收集持份者意見，並按議題重要性分析對議題進行優先順序排序，為集團完善ESG管理提供參考，更好地回應持份者的期望和訴求。

議題重要性分析流程



我們的二零二一年議題重要性矩陣



我們於本財政年度重要議題列表

議題重要性	議題範疇	重要議題
關鍵議題	環境	化學品使用及排放
	社會	工藝及產品創新
	社會	知識產權管理
	社會	產品質量與安全
	社會	健康與安全
	社會	供應鏈管理
	社會	員工待遇
	社會	員工發展及培訓
	管治	反貪腐
	管治	企業管治

議題重要性	議題範疇	重要議題
重大議題	環境	包裝材料使用
	環境	氣候變化
	環境	產品生命週期
	環境	可持續原材料採購
	環境	溫室氣體排放
	社會	人權及勞動權益
	社會	負責任營銷
	社會	社會投資
基本議題	環境	廢氣及廢水排放
	環境	一般廢物排放
	環境	能源使用
	社會	水資源使用
	社會	多元及包容

安穩發展 · 踏行致遠

根據以上的議題重要性矩陣顯示，首八個議題與二零二零年相比有以下變化：

	二零二一年	二零二零年
1	知識產權管理	健康與安全
2	反貪腐	產品質量及安全
3	產品質量與安全	員工待遇
4	企業管治	人權及勞動權益
5	健康與安全	產品質量及安全
6	化學品使用及排放	知識產權管理
7	供應鏈管理	企業管治
8	員工待遇	產品及工藝創新

與二零二零年度相比，我們發現二零二一年：

- 首八個議題與二零二零年高度重合，排名略有變化；
- 反貪腐、化學品使用及排放和供應鏈管理進入首八個議題範疇，其中反貪腐議題為二零二一年新增議題，受員工、消費者及投資者高度關注；及
- 知識產權管理由於受到員工、投資者及分銷商更高關注，從二零二零年排名第六位升至二零二一年排名第一位。

主要持份者關注的首三個議題

	 員工	 供應商	 消費者	 分銷商	 投資者
1	反貪腐	產品質量與安全	反貪腐	員工待遇	工藝及產品創新
2	知識產權管理	人權及勞動權益	產品質量與安全	產品質量與安全	反貪腐
3	產品質量與安全	健康與安全	企業管治	反貪腐	產品質量與安全



企業管治

公司治理

我們認同，要達致較高企業管治標準的價值和重要性，在於能提升企業表現、透明度和問責水平，從而取得股東和社會大眾的信心。董事會盡力遵守標準企業管治原則及採納有效的企業管治常規，以滿足法律上及商業上的要求，專注於包括風險管理及內部監控、公允披露及向股東負責等範疇。

董事會共同對公司的管理、營運及決策負責。

董事會負責監督管理公司的所有重要事項，包括制定及批准所有政策、整體戰略、風險管理和內部監控系統，及監察管理團隊的表現。所有董事均須承擔所有適用法律及上市規則項下相同的法律責任。彼等在履行董事職責的過程中，均須誠實及真誠行事，以本公司的整體利益為本，避免出現實際及潛在的利益及職責衝突，合理的謹慎和勤勉行事，就本公司的最佳利益作客觀決策。

多元化治理

我們致力組建多元化治理架構，董事會下設五個委員會，包括審核委員會、

薪酬委員會、提名委員會、風險管理委員會及可持續發展委員會。各委員會已訂立具體職權範圍，職權範圍已登載於本公司(ir.anta.com)及香港聯交所(www.hkexnews.hk)的網站。委員會獲提供足夠的資源履行其責任，及在適當情況下能提出合理要求以本公司的開支尋求獨立專業意見。董事會／委員會定期舉行會議以討論本集團的整體戰略、營運和財務表現及企業管治事宜，審閱和批准業績，亦會對董事會／委員會表現進行年度評核。

安穩發展 · 踏行致遠

獨立非執行董事的獨立性

就本財政年度，公司已接獲各獨立非執行董事根據上市規則第3.13條發出之年度獨立性確認書。提名委員會已評核所有獨立非執行董事之獨立性，董事會及提名委員會認為，所有獨立非執行董事都按上市規則維持其獨立性。戴仲川先生自二零零九年四月起擔任獨立非執行董事，已服務本公司超過十一年。提名委員會每年進一步評估戴先生作為獨立非執行董事的角色，考慮的因素包括但不限於戴先生的信譽、經驗、協助董事會的能力、觀點和技能以及承擔，並同時充分考慮了公司的董事會成員多元化政策。

二零二一年關鍵績效



董事會／委員會會議 21 次

於各董事會／
委員會會議董事／
委員平均出席率 100%

(註：若某一董事於董事會／
委員會會議所討論的事項存有利益，
會於該會議投票時迴避。)

姓名	丁世忠先生	丁世家先生	賴世賢先生	
性別	男性	男性	男性	
年齡	51	57	47	
董事會服務任期 (截至二零二一年十二月三十一日)	14 年	14 年	14 年	
技能、 知識及 專業經驗	(a) 會計及金融		✓	
	(b) 業務發展	✓		
	(c) 品牌管理	✓		
	(d) 資本市場		✓	
	(e) 企業責任／可持續發展	✓	✓	
	(f) 企業戰略及規劃	✓		
	(g) 行政管理及領導技巧	✓	✓	✓
	(h) 投資者關係			✓
	(i) 法律			✓
	(j) 製造		✓	
	(k) 其他上市董事會經驗／職務			✓
	(l) 營運管理	✓	✓	✓
	(m) 風險管理			✓
(n) 銷售及營銷	✓			
(o) 供應鏈管理		✓	✓	
(p) 資金管理			✓	
(q) 信息管理			✓	

截至二零二一年十二月三十一日董事會詳情

- 董事會由11名成員組成，包括六名執行董事、一名非執行董事以及四名獨立非執行董事
- 女性董事一名
- 董事會成員年齡由42歲至65歲
- 董事具有多元化及互為補充的背景，擁有不同的技能、知識及專業經驗



吳永華先生	鄭捷先生	畢明偉先生	王文默先生	戴仲川先生	姚建華先生	賴顯榮先生	王佳茜女士
男性	男性	男性	男性	男性	男性	男性	女性
51	53	49	65	56	61	65	42
14年	12年	0.5年	14年	12年	3.5年	1年	0.5年
✓	✓	✓			✓		✓
✓	✓						✓
✓	✓	✓			✓	✓	✓
✓	✓	✓			✓	✓	✓
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
				✓		✓	
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
✓	✓	✓		✓	✓		✓
		✓	✓				
		✓					

安穩發展 · 踏行致遠



商業道德

我們遵守《中華人民共和國監察法》《中華人民共和國公司法》等國家法律規定，制定並遵守《反腐敗條例》等內部管理制度，明確列示公司反腐敗(如禁止一切形式的疏通費用)及相應處罰標準。於本財政年度，我們於公司層面成立誠信道德委員會，由集團審計監察部、集團法務管理部、集團事務部、集團財務部、集團人力資源部管理人員組成，組成反貪腐監察的最高機構。

我們與集團員工簽訂《廉潔自律承諾書》，並在《員工勞動合同》中加入反腐規定，加強內部反貪腐約束。此外，我們已在二零一九年以會員單位身份加入陽光誠信聯盟及企業反舞弊聯盟，學習優秀企業經驗，完善企業內部反貪腐體系建設；並於本財政年度與聯盟內公司達成反舞弊共識，共享失信名單，承諾拒絕錄用違背道德的失信人員。

董事會多元化

董事會具備集團業務所需的適當技巧、經驗及多樣的觀點角度。董事會中執行董事與非執行董事(包括獨立非執行董事)的組合均衡，以使董事會有強大的獨立元素，能夠有效地作出獨立判斷。董事會已建立常規，確保董事會組成的變動(如有)不會出現不當的干擾。

董事會已根據企業管治守則所載之要求，採納董事會成員多元化政策。該政策旨在列載董事會為達致其成員多元化而採取的方針。公司明白並深信董事會

成員多元化對公司開拓視野及提升表現素質裨益良多。公司致力於在各方面尋求一個全面多元化的董事會，並將對其的組成進行持續檢討。董事會成員的所有委任均以用人唯才為原則，按客觀條件考慮人選，並適度顧及董事會成員多元化的好處。甄選人選將按一系列董事會成員多元化政策項下可計量目標為基準，包括(但不限於)性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務任期。在設定董事會成員組成時，公司亦將根據本身的業務模式及不時的特定需要去考慮各種因素。最終將按人選的長處及可為董事會提供的貢獻而作決定。



二零二一年
關鍵績效



我們發現
並已移送司法機關
處理的企業職務犯罪
案件為 1 件

舉報管理

為加強內外部監察舉報工作，有效打擊貪腐舞弊行為，營造誠實規範的工作環境，我們依據有關法律法規制定舉報相關內部制度，對舉報信息受理、登記、保管、調查等各個環節進行流程性規範。同時，我們為員工、客戶、供應商等內外部持份者提供郵箱、熱線、微信及信箱等多個7×24小時的獨立舉報渠道，並保證由具備專業技能的專職調查人員受理，且保證舉報人信息保密。

反貪腐宣導

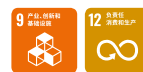
我們積極建設反貪腐文化，通過安踏大講壇、安踏青年、廉潔安踏、廉潔月宣傳等渠道對董事會、管理層及員工進行宣傳培訓，宣傳覆蓋率可達100%。於本財政年度，所有董事都參與了反貪腐培訓。在二零二一年四月舉行的第89期安踏大講壇，管理層面對全體員工宣傳集團反貪腐敗相關制度、文化及措施，倡導全體員工堅守底線，堂堂正正做人，踏踏實實做事。員工在過程中簽訂《廉潔自律承諾書》，做出廉潔自律承諾。

供應鏈反腐敗

針對供應鏈反腐敗管理，我們與供應商簽訂《反商業賄賂承諾書》，在准入階段即與供應商達成廉潔承諾，如違反反貪腐責任條款，將予以違約金處罰。此外，我們通過供應商大會以及社交媒體等渠道對供應商落實廉潔宣貫，提升供應商廉潔反腐意識。



安守品質 · 敢於創新



本章節闡述的重要ESG議題

- 工藝及產品創新
- 知識產權管理
- 產品質量與安全
- 產品生命週期
- 化學品使用及排放
- 負責任營銷

我們始終將產品質量保持在高水平，同時將技術創新作為品牌第一生命力。我們認為，產品質量範圍不僅局限於產品生產質量上，還須通過提高產品設計與技術含量、創新水平與服務等各個環節的質量水平，才能贏取客戶對我們的長期信任。

工藝和設計創新

我們始終堅持「創新為企業生存之本」，加強自主創新能力。我們已經建立完善的研發創新架構，在此架構基礎上，全面推進技術創新、產品創新、設計創新、工藝創新等不同維度的研究工作。

技術研發創新

我們十分重視技術的研發創新。於二零零五年，我們成立中國行業首家國家級運動科學實驗室。多年以來，運動科學實驗室收集全國各地人的腳型數據，為我們的自主研發和創新提供有效的數據支持。我們於全國各地建立設計中心，配合來自美國、日本及韓國等世界各地的設計師，組成國際性的設計團隊；我們專注加強運動產品的研發，整合全球資源來更好的滿足經濟社會、企業發展和多元化市場的不同需求。



二零二一年
關鍵績效



研發費用：
近 10 年累計投入研發費用達
人民幣 30 億元

引入頂尖人才：
擁有來自 18 個國家和地區、
超 200 名國際設計研發專家

合作權威科研機構：
與清華大學、中國標準化
研究院等機構合作

產品設計創新

產品設計創新是我們深耕的重要領域。除了融入大量科技元素，我們對產品設計有獨特的審美和要求。設計風格方面，我們創新地將多種風格元素融入到運動美學設計中，如中國風、意式風等。面料選擇方面，我們主動引入可再生聚酯纖維等環保材料（如Sorona[®]纖維），打造兼具時尚與環保的可持續性單品。通過前瞻性運動科技研發與創新市場轉化的深度融合，我們力爭未來在材料和設計上實現引領行業未來發展的重大突破，助力中國運動品牌以創新驅動增長，走向世界。

科技創新的積累，得以讓我們為消費者帶來更優質的產品。安踏多年來陸續推出自有科技產品，包括能量環、彈力膠、C202跑鞋、KT系列籃球鞋等都受到消費者的歡迎。於本財政年度，安踏與中國奧委會合作，正式發

佈中國體育代表團二零二零年東京夏季奧運會領獎裝備「冠軍龍服」。「冠軍龍服」由著名視覺藝術家葉錦添先生領銜設計，加入了創新的中式元素，融入傳統文化理念和哲學，對於領獎鞋的設計，設計團隊參考了漢代出土織錦文物「五星出東方利中國」，並在鞋面的飛織花紋中採用了織錦中雲紋、瑞獸、日月等圖案，寓意奧運健兒能在奧運賽場上創造佳績。在頂尖技術應用方面，安踏利用Nitro Speed技術及Smart Sam科技，實現回彈吸震二合一，助力奧運健兒亮相領獎高光時刻。



知識產權管理

我們高度重視知識產權保護，全面落實知識產權管理工作，並在品牌保護和商標專利方面設立完善的管理制度。我們嚴格遵循《中華人民共和國專利法》《中華人民共和國商標法》《中華人民共和國著作權法》等法律法規，持續完善《知識產權管理制度》《知識產權審核管理制度》《產品知識產權風險管理流程》等內部制度。於本財政年度，我們對知識產權風控審核制度和私域流量直播售假問題的管控流程進行規範和更新。

安守品質 · 敢於創新

於本財政年度，我們將知識產權管理的重點工作放在風險防範和反侵權假冒。

- 對內：

我們根據法律法規對業務中可能發生的侵權風險進行審核管控；

- 對外：

我們依法採取多種措施打擊假冒、仿冒產品的行為。



產品質量與安全

我們嚴格遵循《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》等法律法規，持續完善內部質量和安全管理體系，全方位落實質量監控流程和安全保障措施，並不斷研發和運用新科技提升產品品質，致力讓所有消費者在體驗高品質體育用品的同時享受運動帶來的樂趣。

重視產品質量

我們以品質立身，承諾向消費者供應優質產品。我們參考ISO 9001質量管理

體系要求和行業相關標準，制定了覆蓋產品全生命週期的質量控制體系，確保生產線的穩定和潛在風險的降低。我們的《質量管理手冊》對產品質量管理進行了完整介紹，包含化學品規範、召回管理、產品風險評審等多個制度。此外，我們還對部分產品進行專項質量審查，如產品防黴專項審核檢查、產品金屬品專項審核檢查等。我們亦針對不同品牌，制定了《質量管理手冊》，有效的保證不同產品的高品質化。

二零二一年
關鍵績效



申請並被核准
註冊商標超 **1,000** 項

有效專利超 **1,000** 項

品牌保護行動案件
超 **2,000** 宗

成功打擊的生產性假冒案
以及各品牌侵權活動
(獲得法院的刑事判決書)
共 **19** 宗

於本財政年度，我們在質量提升方面落實全方位優化工作：

- **制度方面**：制定精品改進項目清單及計劃，完善不同品類產品標準；
- **體系認證方面**：進行了ISO 45001、ISO 9001和ISO 14001三體系的年度審核認證；
- **產品生產方面**：新增自動化設備和專屬車間以提高生產效率和質量；
- **質量檢測方面**：通過自動化、智慧化設備研發，進行檢測系統優化，不斷提升檢測準確性及效率；
- **科研創新方面**：推進鞋生產智能化和裁斷自動化等相關創新技術；
- **學習培訓方面**：多次組織內部業務團隊和外部供應商進行質量方面的培訓學習。

為更好地保障「冠軍龍服」質量，我們制定專門的冬奧會服配產品質量標準，並且安排專人進行現場產品生產的監控。與此同時，我們還啟動第三方全

查嚴控機制，確保產品的全方位品控管理。此外，我們還建立了試穿、檢測、材料專項管理，為「冠軍龍服」保駕護航。

產品召回管理

我們對售出產品的質量進行跟蹤管理，建立健全產品召回機制。如有在出廠後發現存在質量問題或安全隱患的產品，我們會根據《安踏召回管理制度》進行回收處理，避免為消費者帶來損失。對於任何不符合法規的產品、自檢過程中發現問題的產品或同款產品回收比率超過5%，我們均在確定召回後一個工作日內發出下架通知，通知分銷商、DTC加盟商及直營店鋪退回產品集中處理，絕不容許員工私自處理。於本財政年度，安踏和FILA沒有發生因安全與健康理由而需回收產品事件。

化學品安全管理

我們高度重視化學品的安全管理，嚴格遵守環保相關法律、法規，建立化



學品管理制度，並將供應商納入管理範圍。依據中國相關規定以及市場要求，我們制定了《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》和《化學安全過程管控指南》等規範。我們鞋、服、配件各品牌質量部根據這些規範來確定檢測項目，並依據相關文件對相應的產品或材料進行抽檢，對所有使用的化學品進行全面識別和統計。此外，我們致力於逐步減少直至停止使用有害及受限化學品。我們統計產品生產全過程的使用化學品情況，並按照相關法規及行業標準要求，列舉出淘汰或禁用高風險化學品的種類和數量清單，包括殺蟲劑、增塑劑、芳香胺染料、致癌染料、致敏分散染料、和其他禁用染料等。

安守品質 · 敢於創新



我們要求供應商和生態夥伴也應符合對消費者安全和環境保護的承諾。因此，我們制定了《供應商化學品安全管理實施指南》等制度來確保產品和原材料在穿著、維護、處理過程中不會對人體健康和環境安全造成危害。我們對供應商合作夥伴在化學品使用各環節進行有效的管控，堅決維護消費者權益，實現長期合作共贏。

科技助力品質提升

於本財政年度，安踏公佈五年發展戰略及快速增長「贏領計劃」，提出整合全球運動科技研發力量，未來持續加大研發投入。科技創新的多年積累讓我們為消費者帶來更優質的產品。安踏不斷推出自有科技產品，包括能量環、彈力膠、閃能科技、氫科技、熾

熱科技、冰膚科技以及吸濕速乾科技等多項創新科技。我們團隊將繼續深入落實創新工作，著力用科技創新賦能我們的長遠發展。

憑藉其先進的科技研發，安踏推出 FLASHLITE ZERO 氫跑鞋，產品獲得比 FLASHLITE 2.0 更加熱烈的市場反應。FLASHLITE ZERO 氫跑鞋使用的物料密度減至每立方厘米 0.1 克，比之前的版本低 28%，能量回歸率達 77%，比 FLASHLITE 2.0 高 16%。安踏熾熱科技是我們科學實驗室設計研發的創新科技平台，通過超級羽絨、聚熱棉和石墨烯等技術，實現超強保暖的性能。於二零二一年十一月，安踏熾熱科技應用於安踏冬季運動系列產品。安踏以熾熱科技專業裝備助力運動員與志願者，又以同款科技產品普惠大眾消費者，讓消費者都能享受奧運裝備科技帶來的極致體驗。

數字化賦能

自二零二零年起，我們在DTC模式上加大大投入，並佈局未來10年發展。通過DTC模式實現人、貨、場的重構，確立了提升會員價值、強化技術中台、創新品智能；實現了安踏和終端零售的高效打通，DTC模式有助安踏快速地回應消費者的需求。

在研發的過程當中，我們大大縮短了研發的週期，利用AI技術自動生成配色、設計，3D技術建模打樣，並通過分析做不同配色，讓設計師參考。我們亦能看到銷售前端的數據，能迅速根據市場反饋的信息，對產品設計做出改進，此外我們的智能工廠通過數字技術的運用，展現了製造業轉型升級。

優質客戶服務

「以消費者為導向」是我們的初心和出發點。我們嚴格遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，認真對待和處理

消費者訴求，保障客戶的合法權益。我們通過不斷完善客戶服務體系，開展高效客戶溝通，及時響應和反饋客戶訴求，大大提升客戶滿意度，為不同類型的消費者帶來優質的服務體驗。

客戶服務體系

我們已建立相對完善的客戶服務體系，針對不同品牌制定個性化客戶服務制度。我們設立《客戶服務管理制度》。FILA設立了完整的會員權益管理章程及客戶服務制度，依托客戶服務及會員管理部門，提供高效客戶服務。

響應客戶訴求

我們重視每個客戶的訴求，制定客戶管理制度，規範客戶投訴處理流程。客戶可以通過電話、郵件、社交媒體、門店等多種渠道進行投訴。我們

根據不同品牌的相關內部制度對投訴進行受理、分類、解答、回覆和追蹤等一系列處理流程。客服部門在接到投訴信息後會在規定的一個工作日內進行處理，涉及質量相關投訴則會在一至三個工作日內進行回覆。

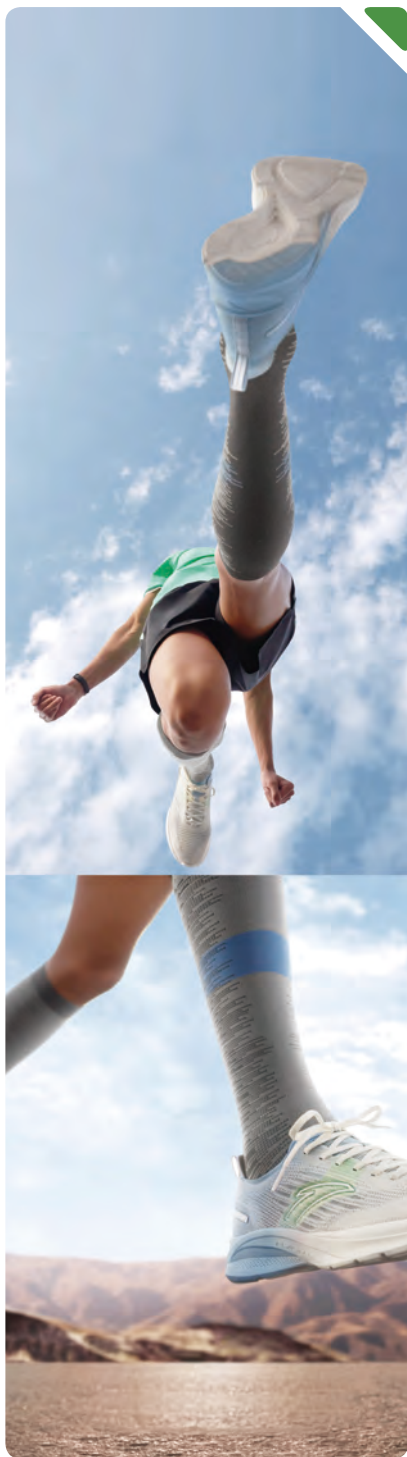
為進一步提升客戶服務質量，我們還將客戶訴求處理納入相關員工績效考核中。我們開展終端客戶服務考核工作，對於接待客戶和售後服務有相應的標準。同時，總部會定期安排相關人員對終端的門店進行暗訪，並對收集到的消費者投訴數據進行分析。

二零二一年
關鍵績效



我們總部的
客服系統的
投訴處理完結率是 100%

安守品質 · 敢於創新



讓客戶滿意

我們不斷優化產品，完善客戶服務體系以提升客戶滿意度。我們亦會通過客戶滿意度調研的方式傾聽客戶的需求。為了有效量化用戶滿意度，我們開展淨推薦分數問卷調查，顧客在門店、FILA小程序、FILA天貓官方旗艦店消費後會自動觸發淨推薦分數問卷調研，同時客戶也可通過掃描淨推薦分數二維碼主動參與調研。

負責任營銷

我們謹遵《中華人民共和國廣告法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國電子商務法》等法律法規，嚴格把控電視、紙媒、門戶網站、流媒體等輸出渠道的信息口徑，確保對外宣傳信息的準確性、合法性、真實性，避免或降低因為不恰當的輸出對品牌造成不良的社會影響和法律風險，努力踐行負責任的營銷。

營銷風險管理

我們高度重視負責任營銷，切實保障消費者合法權益。我們依據相關法

律、法規，針對各業務部門在產品銷售過程中對廣告語的使用等進行嚴格審查，避免消費者對廣告語、產品包裝、產品名稱、產品說明等產生錯誤的聯想或解讀，嚴格規範品牌宣傳活動。

我們定期對相關業務部門(包括全體銷售員工)進行負責任營銷的宣貫和培訓，確保其營銷行為符合負責任營銷原則。

倡導可持續消費

我們遵循全球減排目標，在倡導可持續消費領域發揮正面影響力。我們在追求盈利和成長的同時，兼顧提升消費者可持續消費意識，我們計劃在二零三零年前帶動三億消費者參與可持續發展。為此，我們推出多種廣受消費者歡迎的環保產品，如可回收鞋款—「環保」系列的霸道跑鞋、以回收塑膠為原材料的「訓練有塑」系列產品、採用可回收紗線的NOACH系列產品以及達高標準的無氟防水「雨翼科技」系列產品等。我們通過切實的行動，實現環保概念與循環經濟，以推



動綠色消費以及提升消費者對綠色環保的意識。

於本財政年度，我們推出採用了「優可絲(EcoCosy)」纖維面料系列產品，演繹了可持續時尚。優可絲高質量纖維素纖維源自於原產地的高質量種植林，經過科研人員從種子階段開始的多年精心培育。通過不同的紡紗工藝定制，優可絲纖維面料不僅具有手感柔軟、色澤優異的特點，還可以實現100%生物降解及循環再生。

信息安全和隱私

我們高度重視信息安全和客戶隱私，嚴格遵循《中華人民共和國網絡安全

法》《中華人民共和國數據安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規，建立和實施了信息安全管理體系，制定了由28個信息安全制度構成的完善的信息安全管理制度矩陣。於本財政年度，我們對這28個信息安全制度進行了檢討，評估制度內容的適宜性、充分性和有效性，涉及修訂15個制度的30多個條款。此外，我們還新增了《個人信息保護管理制度》《數據分類分級管理標準》《數據共享流程》等制度來加強對企業數據及個人信息的安全管理。我們每年開展信息安全的內審和外審工作。於本財政年度，我們已完成信息安全的內審工作，並取得ISO 27001的體系認證。

我們通過多種技術措施保障信息安全和客戶隱私。我們對核心數據的處理建立有相應的管理流程。我們的核心客戶數據存儲於私有雲中，通過持續完善信息安全技術防護體系，有效地保障了核心數據安全。我們內部還會定期開展大量滲透測試，進行攻防演練，確保本地數據得到有效防護。此外，當發生信息安全事件時，員工可以根據《信息安全事件管理制度》規定

的流程進行申報，由信息安全部按事件的等級組織不同程度的調查、評估、處理、上報、總結等。

我們在軟硬件層面均已有的措施來確保核心信息安全，包括使用動態口令、數據鎖定不能拷貝、非授權通道管控、電腦到達報廢要求會對硬盤數據進行合規檢查及回收備份等。我們會加強員工信息安全意識以及細化核心崗位內部系統權限，嚴防信息被盜取。如有發生信息盜竊案例，我們會根據制度進行懲處，並在社交媒體對外披露，起到警示作用。

我們向全體員工宣貫信息安全意識。每年持續開展信息安全意識培訓，並在安踏人才研修院在線學習平台開設相關信息安全課程。於本財政年度，大部分員工完成了IT領域信息安全系列必修課和員工信息安全系列必修課培訓及考試，並通過釣魚郵件演練等方式強化員工信息安全意識。

安創價值 · 合作共贏



本章節闡述的重要ESG議題

供應鏈管理



作為行業領軍者，我們重視與社會各界建立廣泛的戰略聯盟和密切的合作關係。我們秉持合作共贏的理念，重點關注供應商管理流程的規範性、專業性與社會責任表現，以不斷推進供應鏈的可持續發展。

供應鏈管理

供應鏈管理是我們營運不可或缺的一部分。我們致力於在供應鏈管理上踐行可持續發展理念，打造可持續供應鏈。我們積極踐行負責任的採購，通過賦能供應商將ESG風險理念融入供應鏈管理，以降低產業鏈整體的社會與環境風險。

供應商選擇與准入

我們制定《鞋供應商准入與退出管理制度》《供應商化學品安全管控遵守聲明》等內部政策和制度，對各事業部在供應

商管理方面的職責進行明確，建立起完整規範的供應商管理體系。我們遵循公開、公平、公正的採購原則，對供應商准入、評估、勘驗、整改和退出進行規範，結合供應商的績效水平和戰略潛力對其進行嚴格的分級、分類管理，建立差異化的供應商管理策略，落實對供應商質量把控與科學管理。

於本財政年度，與安踏和FILA簽署合同的供應商共有379家供應商，其中357家位於中國，22家位於海外。我們的營運部門和現場評估小組負責評估和管理供應商的表現。

我們持續推動供應商管理能力的提升，鼓勵他們獲得更多認證，提高在環境、管治及質量方面的表現，共同

二零二一年
關鍵績效

與安踏和
FILA簽署合同的
供應商總數
(包括鞋類、服裝及配件)



中國供應商：
357
海外供應商：
22

在可持續發展的道路上邁進。於本財政年度，獲得ISO 9001品質保證認證標準、ISO 14001環境管理國際標準、ISO 45001職業健康安全國際標準的供應商，都較二零二零年有所增加。部分供應商亦引入了ISO 26000社會責任指南以提高其對社會責任的理解。同時，我們亦鼓勵服裝供應商獲得bluesign®認證確保供應商以負責任、可持續的方式與人、環境和資源互動，以確保生產過程符合環保、健康及安全規範標準，將有害物質堵截於生產的源頭。於本財政年度，有45家服裝供應商擁有相關認證。

供應商績效評價

我們的供應商考核機制包括營運及企業社會責任兩部分，每部分均設有針對性的評分標準來評估供應商的各項表現。為此，我們制定了科學管理的要求準則，並設定了零容忍政策，確保供應商在重大風險上能夠採取應急整改措施，降低營運和ESG有關的風險。同時，為推動供應商績效考核動態化，我們通過《集團採購供應商績效考核管理制度》，建立健全公平、公



二零二一年關鍵績效 供應商各類外部認證的數量



267



162



65



45

開、透明的評估平台，以此增強供應商的積極性和主觀能動性，充分發揮績效考核制度對供應商的激勵作用。

為了保證供應商的合規營運，我們對供應商的產品質量、供貨能力、到貨及時率等因素開展季度、半年度或年度的基本供應商評核，並由獲認可的第三方機構對供應商進行年度質量審核。

基本供應商評核標準包括：

- 在信譽度、履約精神及財務穩定等三大方面的表現及評分；

- 在符合產品類型、價格及公司規模的要求上，確保供應商擁有研發能力、生產管理能力及符合行業標準的質量管理體系；

- 持有中國生產及品質體系的認證，並期望持有其他國際標準及認證體系的認證；

- 符合背景調查問卷中的要求；及

- 對所有供應商進行盡職調查。

同時，我們鼓勵供應商完善企業社會責任與自身 ESG 管理水平，計劃將勞工權益、人權保障、綠色生產等ESG表現

安創價值 · 合作共贏

納入供應鏈管理體系之中，並在後續採購中優先選擇ESG管理表現優異的供應商。

此外，為了加強與供應商的聯繫與溝通，我們不僅會定期舉辦座談會，還會邀請供應商一併參與戶外活動，構建互信共贏、緊密互助的合作關係。於本財政年度，供應商管理部舉辦了考核溝通會，並對各供應商的能力潛力進行評估。

加強供應商培訓

我們持續推動供應商管理能力的提升，鼓勵他們獲得更多認證，提高在環境、管治及質量方面的表現，在可持續發展的道路上攜手前進。於本財政年度，我們為供應商提供了各類培訓，包括社會責任培訓、廉潔自律培訓、質量驗證培訓、生產前風險驗證培訓、評審工程師培訓、化學品安全培訓及各類專業技術培訓等。培訓重點主要針對供應商的專業技術能力和數字化能力的提升，並針對能力相對較弱的供應商制定詳細的提升舉措以提升有關供應商的管理能力。

供應商勞工管理

為提升供應商的勞工管理，我們要求供應商堅守合規運營標準，尊重勞工權益，保障員工的職業安全、健康及福祉等十項供應商基本要求準則，並鼓勵供應商通過工藝技改或設備升級等措施，以提升供應鏈的工作效率，降低勞工作業風險。

- 人事管理體系：我們要求供應商與所有正式勞工簽訂勞動合同，與實習生及臨時工等簽訂勞務合同，並落實保密協議簽署。
- 社會責任管理體系：供應商必須設有工時及薪資管理制度，並鼓勵勞工積極獲取職業發展的能力認證。
- 禁止童工僱傭：供應商必須要求勞工入職前需持有年齡證明文件，確保其符合當地最低工作年齡的規定，杜絕使用童工。
- 禁止強迫勞工：我們要求供應商嚴格規範勞工工作時數，尊重勞工自

由出入和請假離職的權利，堅決反對強制勞工。

- 反歧視：我們要求供應商平等對待每一位勞工，不因其社會身份而在就業、薪資、待遇及晉升等方面進行差異化對待，並保障待孕員工的工作機會，切實關愛職場媽媽。
- 工作時數：我們要求供應商記錄勞工的實際工作時數，為其提供相應的勞工薪資。
- 懲戒性措施：我們要求供應商制定並宣貫勞工行為守則，禁止並防範體罰、脅迫、剝削及性強迫等違法、違規行為。
- 薪酬與福利：供應商必須為勞工發放足額工資，確保薪酬不低於當地最低工資標準，並保障勞工享有法定節假日和假期，為勞工繳納養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險和住房公積金。

- 健康與安全：我們禁止供應商建設車間、倉庫及宿舍的三合一工廠，確保各種場所具備適宜的溫度、光線及通風設備，保持食堂、宿舍及廠房的安全衛生；確保所有運營場所均取得合法經營許可，制定並要求勞工嚴格遵守安全規章制度和全操作指引，為勞工配備工作所需的勞保用品，定期檢查作業環境和設備安全，組織開展安全培訓和應急演練，保障勞工作業健康安全。

- 申訴與溝通：供應商應就勞工的申訴和意見表達提供有效的渠道，並健全舉報人保護機制，制定舉報人免遭打擊報復的保護措施。

我們依據稽查結果，按「良好操作」、「低風險問題點」、「中風險問題點」、「高風險問題點」及「零容忍問題點」評定供應商的履約情況，要求出現低、中、高風險問題點的供應商限期完成整改，以確保供應商能持續穩定地提供合格的產品與服務，並對無法達標的供應商處以減少訂單或終止合作的

懲罰。而所有觸發「零容忍問題點」的供應商，我們均會立刻終止與其合作。

供應商廉潔管理

我們高度重視供應鏈採購環節的廉潔誠信，在合作協議中訂有廉潔責任條款，公開投訴舉報渠道，並在日常溝通和培訓中對供應商進行廉潔教育，提升供應商廉潔反貪腐意識。我們堅持對供應商及經銷商廉潔表現進行監督管理，並將違反廉潔責任條款的供應商納入黑名單並停止合作。

二零二一年
關鍵績效



供應商
「商業行為守則」
簽署率高達
96.6%



安創價值 · 合作共贏



供應鏈風險管理

我們深知供應鏈穩定對於生產營運的重要性，氣候變化、乾旱和自然災害等環境和社會風險造成原材料價格的波動，進而影響供應鏈的運作和穩定。因此，我們建立了供應鏈風險管理機制以穩定在紛繁複雜的環境社會因素給供應鏈帶來的不確定性。

風險識別及管理

- 政策法律風險：在中國進一步推進雙碳目標的背景下，對企業節能減排工作提出了更高層次的要求。我們積極審視供應鏈中是否存在高碳高污染的組成部分，並對其進行識別
- 極端天氣風險：識別判斷颱風天氣、暴雨天氣等可能給我們的供應鏈帶來的潛在影響
- 社會風險：我們持續監測勞資糾紛、人權風險等社會問題而造成的供應短缺和中斷，對採購活動的可持續性構成額外的風險
- 風險管理：在識別風險後，我們將對有關風險進行管理，如增加不同區域供應商數量以減少同一地區出現極端天氣影響的負面影響

綠色供應鏈

為響應國家對於包裝材料輕量化、去塑化的發展趨勢，我們不斷帶動供應商共同構建綠色供應鏈，推廣應用綠色環保包裝，加強核心技術自主研發，促進供應鏈向綠色轉型升級，努力提升價值鏈，確保供應鏈安全。

可持續採購

我們始終致力於不斷推進行業的可持續發展質量與標準，並將其作為創新領域的重點工作。我們積極探索可持續原材料採購，在採購中優先選擇獲得相關國際標準認證的供應商，用全球資源培育全球採購能力，構築互利共贏的供應鏈合作體系，深化國際產能合作。

原材料溯源

為確保全程掌控產品質量風險，我們分階段制定並建立原材料追溯管理機制，當中包括可回收紗線採用追蹤元素的方

法溯源。為保證原材料溯源的有效性，我們將不斷完善管理機制，目標達至覆蓋從原材料到提供給消費者產品的生產全過程，並嚴格根據產品與原材料特點持續制定追溯範圍、時間和評定標準，確保每個環節準確無誤。

推動行業發展

30年來，我們持續不斷地投入科技創新與研發，形成集團全球資源的前瞻性研發、快速轉化的實用型研發與整合社會學術資源的產學研合作三重研發模式。作為行業發展的先行者，我們通過開拓行業合作、加強行業交流，與行業夥伴共同探索、突破更多可能，實踐創新合作的落地模式。

- 開拓多元合作渠道：我們開拓多元化合作渠道，與杜邦、陶氏化學等國際供應商聯合共同研發前沿運動材料和技術。技術創新為我們帶來

了持續的發展能力，也推動了行業的科技進步，更推進著整個中國體育事業的發展。

- 推動產學研合作：我們在研發創新上注重基礎學科的投入，持續深耕運動科技研發與創新設計領域，成立中國行業內首家獲國家認定的國家級運動科學實驗室，並積極與中國各大知名高校深度合作，形成一套完善的產學研合作模式，已陸續推出數十種鞋底及面料科技，提升全球消費者的運動表現，打造顯著的差異化競爭優勢。於本財政年度，我們與清華大學聯合創立「清華大學—安踏(中國)有限公司運動時尚聯合研究中心」，旨在為體育行業建立一個全球領先的創新平台，以及結合清華大學多院系跨學科資源，通過體育科技研發與市場轉化的融合，助力中國運動品牌以創新驅動增長，走向世界。

以人為本 · 成就員工



本章節闡述的重要ESG議題

- 員工待遇
- 人權及勞動權益
- 多元及包容
- 健康與安全
- 員工發展及培訓

員工是企業長效發展的基石，我們視人才為最寶貴的核心競爭力，尊重員工的基本權益，致力於為員工打造平等包容、健康安全的工作環境，建設多元化人才發展的培訓體系，關注員工成長，攜手員工共創美好未來。

勞工管理

僱傭合規

我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》《禁止使用童工規定》等有關勞動及僱傭的法律法規，通過制定《社會招聘推薦管理制度》等內部管理制度，規範招聘需求、面試篩選、審批錄用等招聘流程管理，依法保障職員的勞工權利和基本權益，實現公平合規的僱傭招聘，建立企業和員工穩定良好的勞動關係。

薪酬福利

薪酬績效

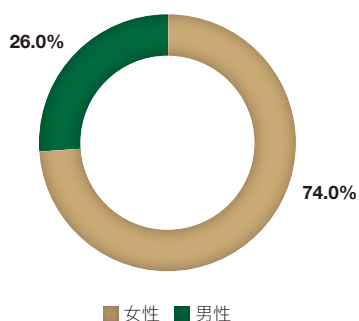
我們致力於提供公平合理、具有市場競爭力的薪酬福利，制定《社會招聘推薦管理制度》，通過以價值貢獻為基礎的績效管理機制，充分調動員工積極性和主觀能動性，保障員工個人價值體現最大化，發揮薪酬績效制度對人才的激勵作用，不斷吸引和保留內外部的優質人才。

二零二一年 關鍵績效

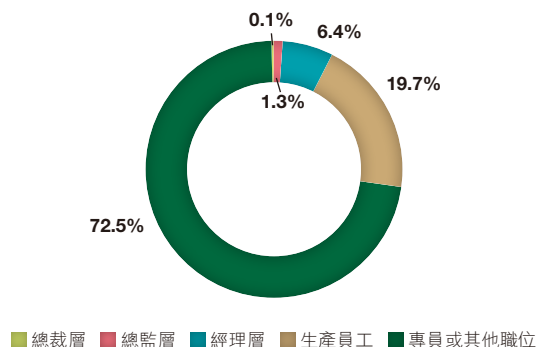


我們的員工總人數約 **52,000** 人，當中男性佔 **26.0%**，女性佔 **74.0%**，其中女性高管的佔比為 **34.7%**

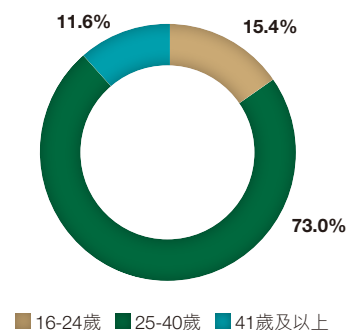
二零二一年按性別劃分的員工百分比



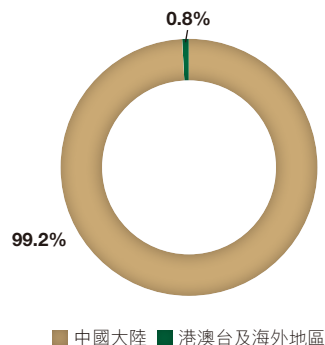
二零二一年按職級劃分的員工百分比



二零二一年按年齡劃分的員工百分比



二零二一年按地區劃分的員工百分比



我們持續推行科學有效的績效考核模式。基於各職能崗位特性和業務發展的特點，我們以經營計劃為導向，制定《個人績效管理制度》《電商店鋪人員績效管理規定》《集團零售區域辦公

室個人績效管理制度》等管理制度，明確規範各崗位員工的業績管理，實行月度與半年度的績效評價機制。我們通過員工個人業績和部門組織業績作為績效得分的評分依據，輔以績效獎

金作為激勵機制，鼓勵引導員工實現自身創新突破的同時，亦注重對組織發展的貢獻。

以人為本 · 成就員工

我們遵循最低工資標準，並每年根據市場薪資水平和經營業績，適當調整員工薪資福利水平，不斷完善薪酬激勵政策，提高員工福利待遇，保障員工的基本權益，履行珍視員工、尊重勞動的承諾。我們著眼於長遠發展與治理，面向高級管理人員設立股份獎勵計劃，助力營造價值共享、責任共擔的企業氛圍。



福利待遇

法定福利	基本福利	專項福利
<p>根據國家和地方規定，我們為員工提供：</p> <ul style="list-style-type: none">• 法定節假日、休息日• 給予休假的權益，包括病假、工傷假、事假、婚假、喪假、產假、待產假、哺乳假、年休假、調休假等• 社會保險，包括基本養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險等• 住房公積金• 其他法定員工福利	<p>全體員工享有：</p> <ul style="list-style-type: none">• 重大節日的福利品	<p>部分員工可享有：</p> <ul style="list-style-type: none">• 補充醫療保險• 員工宿舍• 住房補貼• 股份獎勵計劃



招賢納士

廣納英才才是助力我們發展的源動力，我們依照企業戰略和崗位特性，持續完善招聘管理體系，標準化招聘流程，通過校園招聘、社會招聘、獵頭推薦及內部員工舉薦等多渠道匯聚行業精英人才，實現高效精準的人才招聘，強化我們的人才梯隊建設。同時，我們通過「星星計劃」、「冠軍班」等人才培育計劃吸納更多有潛質、有能力的人加入集團，不斷壯大人才隊伍，助力集團高質量發展。此外，我們亦結合業務需求、部門規劃及人才市場的供求關係，優先推動本地化招聘，積極為當地社區創造就業的機會。

尊重人權

禁止童工與強制勞動

我們作為聯合國全球契約組織成員，遵循聯合國《世界人權宣言》及《國際人權公約》所闡述的所有國際公認的人權政策，充分保障員工的合法權益，嚴禁任何營運單位僱傭童工或容許任何形式的強制勞動。

我們嚴格執行國家及地方的法律、法規，與員工簽訂勞動合同，加強對員工

僱傭的合規管理，要求應聘人員於入職時提供身份證明文件，確保其符合當地法律規定的最低工作年齡要求。

我們對內加強對員工進行人權方面的宣貫，通過《員工手冊》讓員工了解自身所擁有的權利及可能侵害其他員工權益的行為，如發現違規情況會依法處置違規事項。一旦發現發生誤招童工的情況，我們將立即停止涉事人員工作，為其開展健康檢查，並上報至有關部門進行復核查驗。一經證實為童工，我們將發放足額工資，並將其安全送至家人／監護人身邊。對外嚴格審核供應商的人權保障情況，如供應商出現相關的違規情況，則予以警告和懲罰。



二零二一年
關鍵績效



我們未發生違法僱傭的事件，不存在僱傭童工或強制勞動的現象，以及未收到人權問題投訴

以人為本·成就員工

我們於本財政年度加入聯合國全球契約組織，履行在人權、勞工標準等領域的基本責任，尊重和維護國際公認的各項人權，承諾絕不參與任何漠視與踐踏人權的行為，積極消除各種形式的強迫性勞動，杜絕任何歧視行為。

多元共融

我們高度重視員工的多元性，於《員工手冊》中，倡導尊重包容和多元開放的企業文化，不因員工性別、年齡、宗教信仰、國籍、膚色、種族、性取向、婚姻狀況等社會身份而差異化對待員工的招聘就業、薪資待遇及晉升發展。我們承諾秉持合法公開的原則，公平公正對待每一位員工，推進企業多元化與包容性的文化建設，使員工免遭騷擾，包括人身、言語、性或心理方面的騷擾、虐待或威脅。為了協助外籍員工適應在中國的生活與工作，我們推行獎金激勵機制以鼓勵在華工作的外籍員工學習中文，幫助他們參加國家標準化漢語級別考試。

員工溝通

我們高度重視員工的意見，主動傾聽員工的聲音，為員工提供暢通的發聲渠道，通過內網、微信及安踏大講壇等形式，促進集團管理層與基層員工的溝通交流，切實了解員工的訴求，及時給予反饋及協助困難解決，保障員工權益，不斷提升員工的滿意度和歸屬感。

此外，我們堅持為員工的申訴舉報和意見表達提供暢通渠道，採取必要措施保護善意舉報人的合法訴求和權益，鼓勵

二零二一年
關鍵績效



我們委任第三方機構
進行員工滿意度調查。
員工滿意度是 **73%**

員工通過舉報郵箱、舉報熱線、廉潔安踏官方微信號等線上線下平台進行實名或匿名舉報申訴。

職業健康及安全

安全生產管理體系

我們將生產安全視作業務管理的重中之重，確保業務的運作均符合法規要求，嚴格遵守《中華人民共和國職業病防治法》《中華人民共和國安全生產法》《工傷保險條例》等國家法律法規，完善規範安全生產管理體系，設立安全生產管理架構，明確各層級主要組成人員，落實安全生產責任制，切實保障安全生產。此外，我們已通過GB/T 45001-2020/ISO 40051:2018職業健康與安全認證和安全生產標準化三級企業的認證。





為實現「零傷亡」的安全目標，我們加強危害預防與控制，每年進行職業病危害因素監測，完成作業場所職業病危害申報，每月對生產區域組織安全檢查，定期查驗、維護生產設施和員工作業裝備的狀況，並通過引入自動化科技設備以減少作業安全事故的發生，切實消除安全生產隱患。

針對已發生的生產安全事故，我們參照《工傷保險條例》，根據事故的性質、嚴

重程度及影響範圍等，進行分級分類管理，明確事故處理流程，由事故部門向人力資源部提供工傷事故調查報告，行政部依據調查結果依法對相關責任人進行處理和追責。

於本財政年度，我們未發生違反職業健康與安全法律、法規的事件，因工傷損失工作日數為4,813天，於二零一九年至二零二一年期間，工傷死亡事件為零¹。

安全培訓及演練

在集團發展壯大的同時，我們同樣關注員工的職業健康與安全。我們明確職業安全管理責任，通過定期的安全培訓和演練，強化員工安全應急實踐能力，並為員工配備工作所需的勞保用品，降低職業病及受傷風險，保證員工健康安全，營造安全舒適的職場環境。其中，於本財政年度，我們在晉江開展健康安全培訓319次，培訓時長總計7,897小時，參與人數共3,195人，覆蓋率達96%。

¹ 數據來自集團人力資源部門記錄並得到當地政府機關核實的工傷死亡事件。

以人為本 · 成就員工



安全防護措施

我們為員工配備工作所需的勞動防護用品及急救設施，包括為服裝生產員工配備防噪耳塞，為充絨房工作的員工提供防塵保護服、為進行裁剪工作的員工配備鋼絲手套、在生產車間設有洗眼器等。此外，我們亦積極投入大量的人力和物力支援疫情防控，為員工發放防疫物資，要求員工進入廠區需佩戴口罩、測量體溫，並對廠區定期進行消毒消殺，落實園區健康安全的防疫常態化管理，保障園區安全有序、運作正常。

安全文化建設

我們始終將「安全文化」視作企業安全生產管理的基礎。我們通過消防知識競賽、女性健康宣導會等安全生產專項活動，持續推進企業安全文化的建設，提高員工的安全意識和責任，將安全第一的理念深植心中。

安全培訓教育

我們重視員工健康安全培訓和宣傳，並根據崗位實際工作內容，開展有針對性的安全教育工作。我們定期組織新員工

三級安全教育、工傷防範培訓、機台操作規範等安全培訓，提高員工安全監督管理能力。同時，我們在可能涉及職業病危害因素的場所設置警示標識，並通過海報、橫幅及標語向各生產單位進行健康安全宣貫，推動全員健康安全意識的整體提升。

安全應急演練

我們每年都依照年度應急預案演練計劃開展消防安全應急疏散演練，並根據實際情況持續補充、完善颱風暴雨應急防控、流行性傳染病預防等緊急預案。

員工發展與培訓

培訓體系

我們立足於企業的長遠發展，秉承「培養安踏鐵軍」的初心，投入大量資源打造員工培訓體系，拓寬員工發展空間，持續建設適應業務發展的人才隊伍。

我們設立人才研修院作為員工培訓平台，通過搭建全面的培訓體系，為各職級員工提供多元化培訓，豐富培訓的深度與廣度，助力人才的職業發展。我們制定《培訓運營管理制度》《安踏應屆生培養管理制度》《講師及教材管理制度》等培訓政策，明確培訓營運流程與講

師職責，建立、健全培訓管理機制。同時，我們各業務線依據崗位特性和業務需求，設立如《零售校招管培生培養管理制度》等的內部業務培訓制度，以鞏固員工的業務基礎，豐富員工職業技能的提升，實現以崗位專業技能為支撐的企業人才建設。

人才培養體系

我們的人才研修院依照員工職級與崗位需求，採用線上線下培訓方式，依據縱向層級、橫向能力，構建以人力特徵、領導力和專業力為基礎的人才培訓體系，持續建設適合員工職業發展的培養計劃。

專項技能培訓

我們始終相信「專業力」是企業在鞋服零售業中最核心的競爭力，持續圍繞關鍵崗位建設相應的專業技能課程。通過梳理關鍵崗位的工作流程、所需的專業能力和崗位特質，我們為不同的員工打造商品力、品牌力、生產力和零售力四個維度培訓課程。

我們與清華大學合作，開展「清華—安踏」冠軍人才培養計劃。該培訓計劃以「CEO帶教、校企共創」的模式進行聯合培養，通過商學課堂、拓展融煉、跨界學習、商戰模擬、案例研討、項目共創等培訓項目，打造深度體驗式學習，為企業的未來骨幹拓展國際視野，鍛造領導能力，引領中國企業走向全球的業界精英。

培訓類型	培訓項目	培訓崗位
專項技能培訓	商品力	<ul style="list-style-type: none">• 企劃• 設計• 商品營運• 技術工程
	品牌力	<ul style="list-style-type: none">• 品牌推廣
	生產力	<ul style="list-style-type: none">• 工藝• 材料• 版型
	零售力	<ul style="list-style-type: none">• 電商店長• 零售管理• 零售營銷

以人為本 · 成就員工



ESG主題培訓

隨著可持續發展成為中國企業共同面對的重要議題，我們響應國家法規政策和社會對行業龍頭企業的期望，開展與ESG議題相關的多項培訓，包括與清華美院合作的綠色材料使用、可持續發展設計課程，與WWF合作的「地球生命力」報告和「野生動物保護」課程，以鞏固可持續發展的人才根基。於本財政年度，我們的學習平台上線了四門與反貪腐議題相關的課程，並為外籍員工配備英文課程。

學歷與技能提升

我們鼓勵員工通過繼續教育獲取學歷提升和外部專業技能認證，並積極開展與高校合作，為工廠低學歷的員工提供學習成長的機會。我們亦鼓勵員工提升自身管理能力，通過提供部分或全部教育培訓費用，支持他們參加MBA、EMBA、MPA及其他同等正式學歷或學位教育，助力管理者深造發展。

晉升機制

為促進人才的識別、任用和發展，我們依據《晉升管理制度》《集團零售終端員

工及大店長職級變動制度》等內部晉升制度，為辦公室員工、零售體系終端、生產體系等崗位員工設計多類型的職業發展通道，擴展員工職業晉升與發展的空間。

我們致力於建立更加簡潔、有效、靈活的晉升機制。每年三月和九月為常規晉升期，基於員工的工作表現、培訓結果、企業文化匹配情況，我們向所有符合資格的員工提供平等的晉升機會。針對表現出色、有潛力、為集團作出突出貢獻的員工，我們也將給予破格晉升的機會。除常規晉升外，我們也鼓勵員工隨時登錄企業內部「員工職業發展平台」，通過公開競聘的方式實現職級晉升與個人發展。



二零二一年
關鍵績效



員工培訓覆蓋率：
79.7%

關愛員工

困難員工幫扶

我們關愛有需要的員工及其家庭，有效為員工排憂解難，讓員工感受公司的關愛。我們及時了解困難職工的需求並給予幫助，在增強企業凝聚力的同時，積極倡導互幫互助的和諧氛圍。於本財政年度，創始人家族成立的福建省和敏慈

善基金會共計投入人民幣194萬元用於困難員工幫扶，包括走訪慰問困難員工家庭、資助困難員工子女、救助患病員工及家屬等。

工作生活平衡福祉

我們堅持以人為本，在關注員工成長發展的同時，心繫員工福祉，為員工提供豐富多彩的關懷活動，支持員工平衡工作和生活。

- 住房保障：為員工提供職工宿舍，還為已婚員工提供家庭房，並通過「安居計劃」向有需求的特定員工提供房屋貸款的幫助。
- 託管服務：部分廠區成立托兒中心，為員工小孩提供小車接送和託管服務。
- 女性關懷：為職場媽媽設置「愛心母嬰室」，配置哺乳椅和愛心冰箱，定期為女性員工發放衛生用品，額外組織女性參加婦科體檢。
- 健康保障：為員工配備日常工作所需的勞保用品，定期向員工進行安全生產宣貫，通過「醫療無憂計劃」為所有員工提供年度健康體檢和醫療保險，並針對女性員工每年開展「兩癌」篩查。
- 防疫關懷：鼓勵員工接種疫苗，為在崗辦公的員工定期發放口罩等防疫物資，保持辦公區域常態清潔消毒，並為員工提供心理健康諮詢服務。



安踏青山·綠化環境



本章節闡述的重要ESG議題

- 氣候變化
- 可持續原材料採購
- 包裝材料使用
- 溫室氣體排放
- 一般廢物排放
- 廢氣及廢水排放
- 能源使用
- 水資源使用

我們持續關注環境保護及生態文明建設，致力於將可持續發展貫穿於企業活動及決策中。我們持續推動綠色產品設計、包裝減量化項目及可持續物流，推動從生產、營運到終端產品全過程的環境影響管控，節約能源、資源，減少排放物和廢棄物產生。我們亦積極踐行綠色辦公，並開展多種員工活動，提升員工及家人的環保意識。

應對氣候變化

低碳管理

當前，氣候問題已成為全球面臨的最大挑戰。我們積極響應中國二零六零年前實現碳中和的目標，聯合上下游夥伴共同應對氣候變化，並做出在二零五零年實現碳中和的承諾。我們已連續七年主動披露溫室氣體排放表現，致力減少溫室氣體排放，在業務快速擴張的同時，持續加強碳足跡管理，碳強度按年遞減，引領行業綠色低碳循環發展。

氣候變化風險應對

我們承諾將依據聯合國可持續發展目標，聯合上下游的合作夥伴共同應對氣候變化風險。我們致力應對氣候變化相關的風險，計劃開展集團層面的氣候變化風險管理和重要性評估，識別和評估氣候風險。此外，我們亦針對颱風、地震等極端天氣和自然災害設置應急預案，以保證生產及營運工作的穩定進行。



產品碳足跡

我們推出用可降解或可回收材質製作的環保鞋，將環保理念更多地融入到產品設計、生產、研發和製造的過程中，讓消費者穿得好看的同時，感受我們倡導的環保生活理念和態度，進一步豐富了品牌的內涵價值。

綠色設計

我們注重環境友好型產品的開發，將環保理念融入產品設計的過程中。我們積極使用可降解材料及生物基材料替代不可回收原料，力求減少對環境的影響。我們選用杜邦SORONA、再生纖維素纖維、回收紗線及纖維等環保材料進行服裝及鞋生產，創造可持續運動用品；鞋產品實現用水性膠替代油性膠，減少有害化學品使用，降低對勞工的健康影響及環境影響。此外，我們研發新型材料，以創新科技推動可持續發展。於本財政年度，FILA發佈618主題款環保鞋，不僅鞋面紡織物及革料使用環保材料，鞋盒材料使用100% FSC認證紙張。

使用的 包裝材料 總量² (噸)



可持續包裝與物流

可持續包裝材料

我們推動包裝材料可持續轉型，減少生產過程中的資源與環境壓力，倡導循環使用，研發應用可降解原材料。

包裝減量化

在生產到銷售的全過程，我們積極減少包裝材料的使用：

- 工廠內部流轉使用周轉箱，盡可能減少吊牌和包裝的使用。

- 將吊牌數量減少。
- 減少服飾包裝隔離紙的使用。
- 改善商品在銷售終端的陳列方式，以減少包裝材料用量。

環保材料

我們使用可回收材料及再生材料等環保材料，減少塑膠包裝：

- 使用可降解紙張或再生紙作為鞋包裝，99.9%的鞋類產品不使用塑料袋。
- 使用環保蠟繩代替透明字母扣、再生PE材料防潮袋以及PE膠帶。
- 使用食品級包裝，提升包材質量及安全。

綠色物流

我們不斷探索綠色物流的多種實現方式，致力於降低在原材料及產品配送過程中產生的碳足跡。我們遵守法律法規，制定內部制度，建設綠色物流體系。我們在物流園區逐漸使用電動車替換原有燃油車。

² 2021年因採取「運營控制法」及擴大使用包裝材料種類的統計範圍(包含製成品所用的全部類型包裝材料)導致總量有所上升。

安保青山·綠化環境

綠色生產

我們遵守國家法律法規，制定並遵守嚴格的管理制度，減低生產過程中的環境污染，在生產過程中推行多種綠色環保措施，分類處理廢棄物、節約資源使用。同時，我們根據ISO 14001標準設定管理體系，目前，安踏(中國)有限公司、商丘安踏鞋業有限公司、廈門安踏實業有限公司已通過ISO 14001環境管理體系認證。

排放物與廢棄物

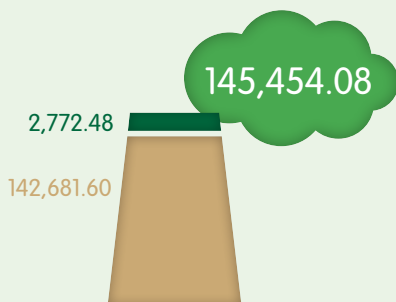
排放物管理

我們制定制度對排放物進行管理，同時對廢水、廢氣及噪聲進行定期檢測，保證排放物合規。於本財政年度，我們未受到與環境/生態相關的罰款。

我們採取有效措施實現綠色生產，包括積極管控生產過程造成的環境影響，減少粉塵等污染物的產生及排放：

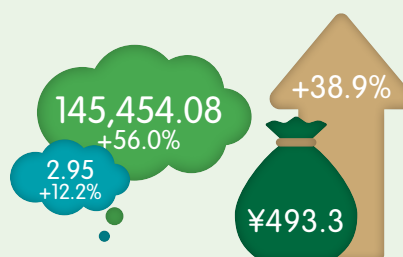
- 我們使用全自動防潑水設備，使用機械手臂代替人工，在密閉環境中噴塗，防止藥水擴散
- 電雕機加裝脈衝除塵裝置，減少粉塵污染
- 新增裁斷廢料回收裝置，創新使用液氮速冷粉碎技術，完整回收廢料，極大的減少廠房粉塵

溫室氣體排放量



- 範圍一直接溫室氣體排放量³ (噸二氧化碳當量)
- 範圍二間接溫室氣體排放量⁴ (噸二氧化碳當量)

收益和溫室氣體排放量



- 2021年收益 (人民幣億元)
- 溫室氣體總排放 (噸二氧化碳當量)
- 溫室氣體總排放密度 (噸二氧化碳當量/每百萬元人民幣收益)

³ 範圍一溫室氣體主要源於公司運營/生產過程消耗化石燃料產生的直接溫室氣體排放(如汽油、柴油、天然氣)以及製冷劑排放，化石燃料消耗產生的主要溫室氣體排放所採用的計算公式為：化石燃料燃燒二氧化碳排放量=燃料消耗量×低位發熱量×單位熱值含碳量×燃料碳氧化率×44/12，製冷劑排放數據計算方法參照聯交所文件《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。

⁴ 範圍二溫室氣體排放主要源於集團運營/生產過程消耗的外購電力和蒸汽所產生的間接溫室氣體排放，計算方法參照聯交所文件《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》，其中2021年度電力排放因子採用《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南發電設施》(環辦氣候[2021]9號)中的電網排放因子0.5810 tCO₂/MWh，因採取「運營控制法」及擴大數據統計範圍導致2021年範圍二排放數據有所上升。

過去 30 年來，我們蓬勃發展，不僅在經營和財務業績方面，更在保護綠色環境方面，都取得了亮麗的成績。我們繼續盡量減少對環境的影響，並在有效的環境保護措施下運作。於本財政年度，我們的收益增加了38.9%至人民幣493.28億元，對比二零二零年溫室氣體總排放密度(噸二氧化碳當量／每百萬元人民幣收益)則上升12.2%至2.95噸二氧化碳當量。於本財政年度，我們擴大數據統計範圍並且採取「運營控制法」對環境數據進行統計及換算，未根據持股比例對旗下各企業數據進行折算，而二零二零年及以前，我們採取「股權比例法」依持股比例對整體數據進行了折算，因此二零二一年披露溫室氣體排放數據較二零二零年有所上升。

廢棄物產生量



廢棄物管理

我們制定並遵守《廢棄物管理制度》《廢棄物管理規定》《危廢管理制度》等內部制度及指引，明確各部門職責，對生產過程中的廢棄物分類管理、處置並留存記錄。同時，我們根據情況對廢棄物回收方作一般或重點控制，向回收方傳達我們的環境方針，對廢棄物回收處理結果進行了解，必要時進行跟蹤。

廢棄物分類處理措施

- 可回收廢棄物：包括廢紙類、廢金屬類。定點集中，分類後交由廢舊物資回收部門回收
- 不可回收廢棄物：包括生活及工程垃圾。存放在指定垃圾桶或放置處，由環衛部門定期清運
- 有害廢棄物：集中定點放置，由有資質的第三方統一處理，重點控制及監督回收處理情況

⁵ 有害廢棄物數據來自集團生產型企業危險廢物處置量，2021年數據覆蓋泉州寰球鞋服有限公司、河南安踏鞋材有限公司和安踏(中國)有限公司的相關數據。

⁶ 2021年無害廢棄物數據來自生活廚餘垃圾(除福建安踏物流信息科技有限公司和自營店舖外)及集團旗下所有生產型企業一般工業固體廢物處置量(不可回收)，因採取「運營控制法」及擴大數據統計範圍導致無害廢棄物數據有所上升。

安保青山 · 綠化環境

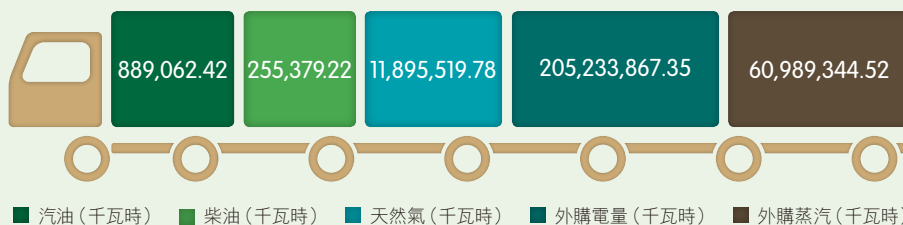
能源管理

為推動節約及合理利用能源，提高能源利用效率和經濟效益，我們制定了《節能減排管理制度》等內部管理制度。我們明確提出生產過程中的具體能源節約措施，委派責任人對日常節能措施實施情況進行巡查監督。

能源節約措施

- 採購具有節能標識的電氣設備
- 對用電線路及設備經常進行巡迴檢查，及時改善不合理用電，減少電力損耗
- 照明使用大功率節能燈，按照自動開關，滿足照明度前提下減少用燈數量、調節照明時間，及時關閉照明用燈並由專人檢查
- 嚴格管理空調、電梯使用，按需定時開放

能源使用表現



提升能源效益措施

- 將高能耗的老舊硫化設備報廢，更換為低能耗的設備
- 將部分模具的急冷設計進行優化，急冷的時間縮短40%，提升能源的使用率
- 將部分模具的急熱設計進行優化，急熱的時間縮短40%，提升能源的使用率
- 引入無膜壓底機、全自動滾紗機、全自動烘乾機、全自動二次中底成型機、全自動小發泡機台、全自動橡膠鞋底油壓機等自動化鞋機設備
- 推廣引進全自動折紙盒機

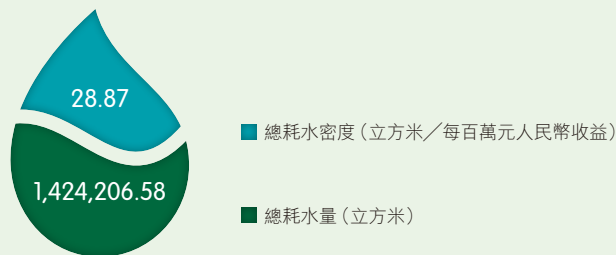
水資源管理

我們發佈《工業園節約費用的措施細則》及《工業園節能降耗、安全生產函》，規定生產過程節水明細舉措，並通過巡查制度保證執行。

水資源節約措施

- 改造鍋爐回水管道系統，循環使用蒸汽鍋爐用水
- 日常檢查水暖設備，杜絕因設備損壞造成的水管跑冒滴漏、爆管等情況
- 車間衛生間水箱內放置裝滿水的礦泉水瓶以佔用水箱容積，減少沖廁用水
- 保持水龍頭閥門適中，降低水資源的浪費

耗水表現



綠色倡導

我們制定《辦公室管理制度》，對辦公區域能源資源使用進行規範，並推進多項綠色辦公措施。

綠色辦公措施

- 建立公共區域定期巡查制度，同時進行安全隱患檢查，確保實現人均能耗最低
- 在空調、燈控開關處張貼指引，提醒員工合理用能
- 對辦公設備進行定期保養，延長使用壽命，提升資源使用效益
- 推廣無紙化辦公，實行筆、墨、紙等辦公物品統一管理
- 利用視頻會議代替部分差旅出行，從而減少差旅產生的溫室氣體排放
- 設定雙面列印為默認設定，減少辦公用紙的消耗

除自身踐行綠色行動外，我們亦致力喚醒人們的環保意識，培養對自然的感恩和敬畏之心。

生物多樣性保護

我們承諾依據全球生物多樣性保護目標和《中華人民共和國自然保護綱要》，識別和管理業務活動對生物多樣性和生態系統產生的潛在負面影響。

我們也正在與合作夥伴合作，以更好地踐行整個供應鏈中的生物多樣性保護，例如我們和世界自然基金會合作通過持續的宣傳和教育重點保護東北虎與江豚兩大瀕危物種。我們亦持續關注並開展森林可持續經營管理和天然植被恢復工作，為野生動物的回歸創造良好的環境，保護地球生物多樣性，推動人與自然和諧共處，實現全球可持續發展。

此外，我們於北京十三陵林場啟動名為「安踏林」的森林及景觀恢復項目，在區內多個林場進行森林生態系統復修工作，從而保護其生物多樣性以及抵銷溫室氣體排放量，並為二零二二年北京冬季奧運會的綠色景觀提供助力。於本財政年度，我們未發生對生物多樣性產生負面影響的事件。

安享美好 · 回饋社會



本章節闡述的重要ESG議題

社會投資



多年來，我們在促進生產經營的同時，積極參與社區建設，並通過多元的社區活動，為構建和諧社會貢獻一份力量。除了對內建立了濟困互助基金外，我們還專注於服務社區、發展扶貧、救急扶危等公共事業。另外，我們也鼓勵員工積極參與公益活動，共同履行企業社會責任。

心繫體育

作為中國領先的體育用品公司之一，我們時刻心繫國民體育健康。我們致力於通過推動不同的社會項目，在運動發展及大眾健康方面投入更多資源以提升國民身心健康。我們通過提出行業改革建議、運動產品捐贈、基金捐款、運動員贊助、培養青少年教育等，從多方面普及體育活動與提升體育事業發展。

助力奧運

安踏連續16年成為中國奧委會合作夥伴，贊助了22支中國國家代表隊，包括冬季運動、拳擊、跆拳道、體操、舉重、摔跤、游泳和蹦床等運動項目，為相關運動員提供專業運動裝備，顯示了安踏多年來為弘揚奧林匹克精神和民族精神的努力。安踏發佈中國體育代表團二零二零年東京夏季奧運會領獎裝備「冠軍龍服」。「冠軍龍服」將中國傳統文化底蘊、美感和高科技融於一身，助力中國奧運健兒亮相領獎。

運動員社會互動

運動健兒作為社會模範，為年輕人樹立積極向上的形象。安踏致力於拉近運動員與社會大眾的距離，加強雙方的良性互動。於本財政年度，中國第一位花樣滑冰世界冠軍陳露出現在「冬奧有我」茁壯成長運動營。通過陳露老師的專業指導，孩子們在冰上放飛自我，盡情地體驗冰雪的樂趣，鍛煉堅強的意志和強健的體魄。



助力體教融合

體育是國家課程設計的學科，使學生掌握體育與保健的基礎知識、基本技能，實現學生思想品德教育，對中國國民體質提升起著至關重要的作用。我們積極響應國家體育總局和教育部體教融合倡導，致力於青少年體育教育發展。

於本財政年度，我們將「安踏公益茁壯成長計劃」推廣至家鄉—福建晉江，攜手合作夥伴開發「安踏體育課」，緊密結合青少年身心發育及成長特點和需求，

培養青少年的綜合體育素質。47名學生體驗了我們提供的體育課，還有33名體育教師及安踏志願者接受了「安踏體育課」的體育教師專業培訓。項目通過培訓一線體育教師，提升專業體育教育水平，激發體育教師的教學熱情，從而改善體育教育質量，促進青少年全面健康成長的目的。

支持教育

我們長期投身教育公益事業，通過對「人」的投資和培養，為社會創造更大的

價值。我們加大終身學習和教育體系建設力度，致力於讓全民隨時隨地具備學習新知識、新技能的條件。同時，我們不斷適應經濟社會發展新要求，打通高等教育與高質量就業之間的斷層，突破職業困局，助力國民教育的健康發展。我們秉持著「誠信、感恩」的核心價值觀，將社會責任融入到企業發展戰略和文化建設中，讓公益責任之心代代傳承。

公益慈善

我們在鄉村振興、關愛兒童、抗擊疫情、社區公益、保護生物多樣性等多個領域長期開展公益事業。通過踐行社會公益，弘揚榜樣力量，我們致力於讓社會變得更美好。

社區公益

我們堅持深耕社會公益領域，用愛心回饋社會，致力於支持災害救助和社區發展，實現企業商業價值與社會價值融合。

安享美好 · 回饋社會

二零二一年
關鍵績效

我們向不同的慈善機構現金捐贈合共**人民幣6,500萬元**，以及捐贈運動產品價值(以吊牌價值計算)超過**人民幣2.7億元**

「茁壯成長公益計劃」實施多年來：



捐建**150**家「安踏夢想中心」



培訓了**2,817**名體育教師



捐贈運動產品價值(以吊牌價值計算)超過**人民幣4.9億元**



在中國**9,137**間學校的超過**350萬**名學生受惠

我們致力於讓體育精神融入每個孩子的生活，通過自身資源與優勢，我們為這些青少年創造更完善的成長環境，幫助他們形成健康的生活方式和健全人格。

此外，河南省暴雨過後，我們向河南省慈善網捐贈價值人民幣5,000萬元的現金和運動產品，以支持災區前線救援工作，幫助受災地區民眾盡快恢復正常生活，並向所有受災的河南員工及員工的家人提供援助。

志願服務

我們作為中國體育事業的領軍企業，積極參與社區公益與志願服務。於本財政年度，我們的「志願者協會服務基地」在上海正式揭牌，同時也啟動了「安踏滑雪運動營」。活動當天，由十位員工組成的夢想營志願者們為孩子們服務，我們的志願者與專業老師，向孩子們講述滑雪運動起源與發展，為孩子們的滑雪夢想打下專業知識基礎。

我們在二零一七年發起「茁壯成長公益計劃」，聯合中國青少年發展基金會和上海真愛夢想公益基金會共同實施，以「讓孩子們享受體育運動帶來的快樂」為

己任，聚焦青少年體育公益，從產品捐贈、素養教育及運動課程三大項目入手，讓欠發達地區青少年能夠快樂成長。

展望

— 安踏體育30載，創造共生價值

二零二二年站在新時代的開端，我們致力於與持份者價值共生，推動實現可持續發展。在新起點，我們堅持將「超越自我」的體育精神融入每個人的生活。同時穩中求變，提出「成為世界領先的多品牌體育用品集團」新願景，並以「創造共生價值」為商業準則打造「共生型組織」，以配合「單聚焦、多品牌、全球化」的新戰略。我們將繼續在可持續發展領域深耕，致力於與持份者價值共生，在消費者、生態夥伴、環境及社會四大領域，推動實現可持續發展。我們制定的可持續發展基本框架，主要分為「追隨者」、「參與者」及「引領者」等三個階段。在可持續發展的道路，我們現正處於「參與者」的階段，旨在響應參與國際倡議項目、制定長期目標戰略。我們堅信，只要繼續向著所定的目標逐步發展，定能成為「引領者」。

現有階段

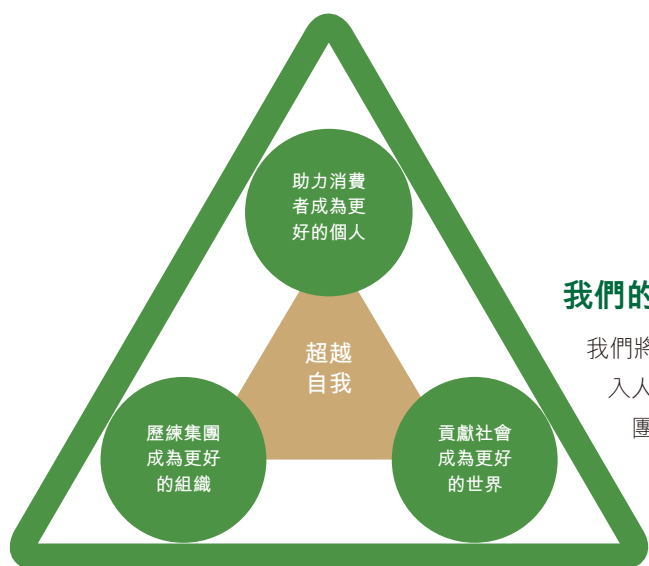


展望

— 安踏體育30載，創造共生價值

我們的新十年願景

我們變中尋機，永不止步，並提出在市場份額、品牌價值、科技創新、社會責任與員工發展五個方面成為「世界領先的多品牌體育用品集團」。



我們的新十年使命

我們將繼續深理解廣大消費者的需求，提供個性化的產品，讓運動融入人們的生活。在「超越自我」中助力消費者成為更好的個人；歷練集團成為更好的組織；貢獻社會成為更好的世界。

我們的新十年戰略

單聚焦

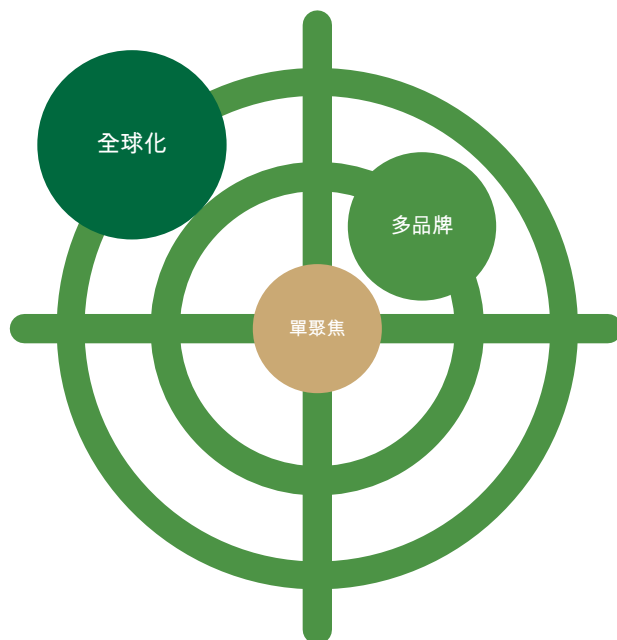
聚焦運動鞋服行業和消費者價值，做好每一雙鞋和每一件衣服。

多品牌

以多品牌滿足消費者需求，創造多元化消費者價值，打造專業運動、時尚運動、戶外運動多品牌矩陣；強化賦能多品牌發展的集團共享平台。

全球化

讓中國品牌走向世界，讓全球品牌在中國市場深耕發展。



我們的企業價值主張

與生態夥伴共生：

攜手產業鏈，與員工共成長

我們深知合作才能成就共贏，希冀攜手各方共生共進步。同時，我們視員工為集團可持續發展的基石。我們致力於保障每一位員工的基本權益，打造公平公

正的僱傭環境和安全健康的工作環境，實施多元化人才戰略，為員工提供一個能充分施展其才華的事業平台。

<p>深化與上下游合作夥伴的共生</p>	<p>到二零三零年，我們將</p> <ul style="list-style-type: none"> • 帶動超過3,000家合作夥伴及30萬從業人員共同成長 • 攜手超過百家核心零售渠道合作夥伴，以多品牌智能零售終端以及高品質的體驗式服務，促進零售市場繁榮和渠道數字化變革，保持行業領先
<p>視員工為成長最重要的事業夥伴</p>	<p>到二零三零年，我們將：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 堅持「以消費者為導向、高標準對標、幹部做榜樣」三大文化核心，持續保持行業領先的就業標準及工作環境 • 建立行業領先的高效高薪薪酬制度，加大對員工長期激勵的投入，促進員工與集團的共同成長 • 將為員工提供廣闊的事業平台，完善全球化、多層次的人才梯隊結構 • 加大「青年人才培養計劃」，吸納超過10萬名高校畢業生和年輕人才加入公司 • 將總監級及以上管理者中的女性佔比提升至40%以上 • 為殘障及家庭困境人士提供就業機會

與消費者共生：

多品牌創造，頂級消費者價值

我們洞察消費者需求，致力與消費者共生共成長。到二零三零年，我們將把「全球化多品牌卓越運營能力」打造為創造消費者價值的核心能力。我們旗下多品牌將以精準定位服務消費

者，以專業運動、時尚運動、戶外運動三大差異化品牌群形成三條增長曲線。

- 到二零三零年，我們將累計投入超過人民幣200億元推動自主創新研發，整合全球最頂尖的創意、設計、技術、學術研究及供應商資

源，升級全球科研創新中心，支持「中國創造」達到國際領先水平

- 將加大資源投入，通過以消費者為導向的數字化轉型，打造賦能消費者價值創造、上下游夥伴互聯互通的數字化平台，全面提升服務消費者、組織、社會和合作夥伴的運營效率

展望

— 安踏體育30載，創造共生價值

與環境共生：

二零五零年實現碳中和

我們緊跟中國綠色發展碳中和戰略大計，用自身行動守護這片家園。於本財政年度，我們建立可持續發展委員會，持續回應產品碳管理、應對氣候變化、綠色生產與可持續包裝物流等議題。

我們制定實現與環境共生的目標：積極推進

「1+3+5」戰略目標：

①

實現一個
總目標：
二零五零年前
實現碳中和

③

三個「零」：
二零三零年前

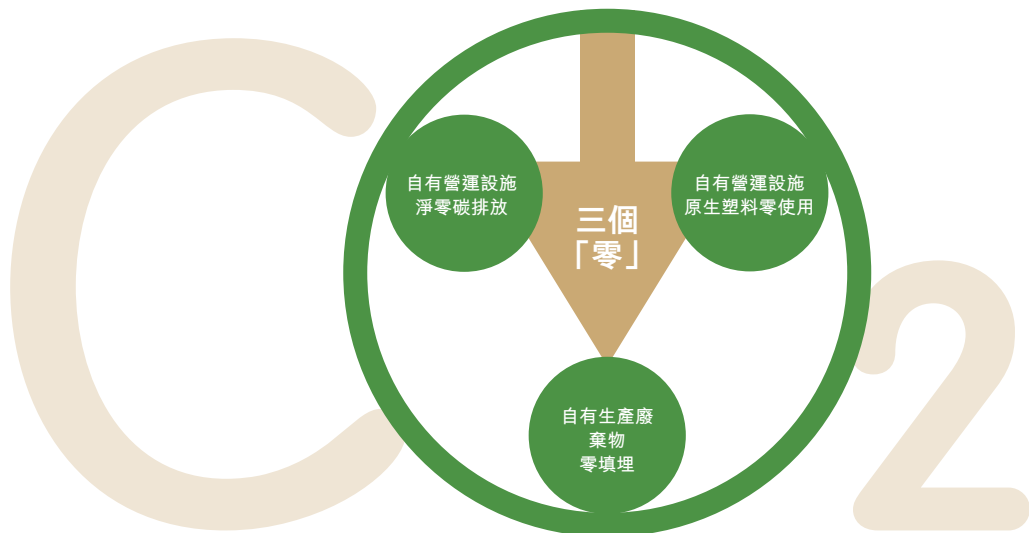
⑤

五
個「50%」：
二零三零年前

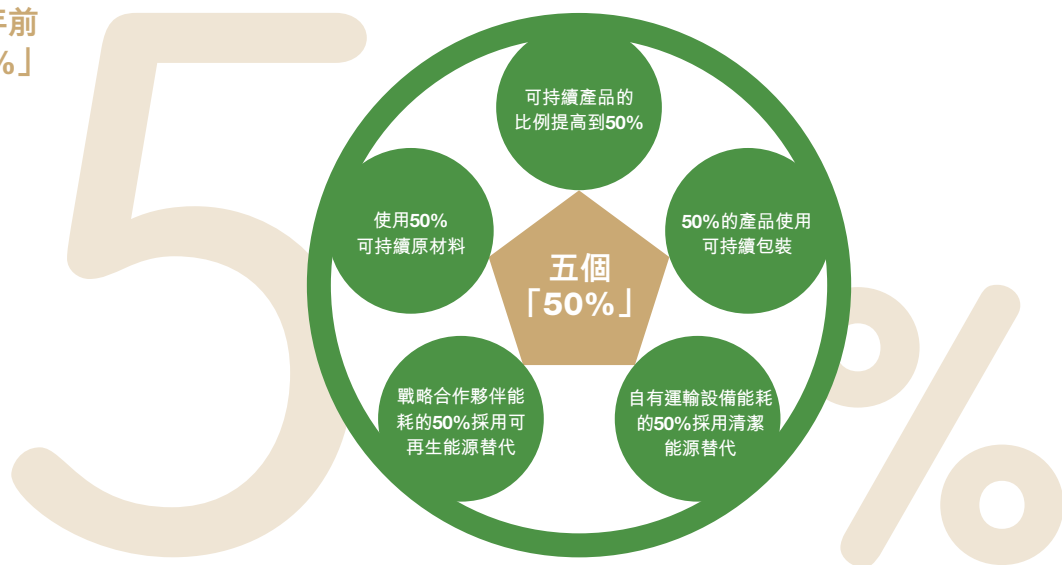


實現一個
總目標，
於二零五零
年前實現
碳中和

二零三零年前
三個「零」



二零二零年前 五個「50%」



二零二零年前 「兩個提升」

1 影響上下游3,000家生態夥伴
提升可持續發展水平

2 帶動3億消費者
踐行可持續性消費

與社會共生：

成立人民幣100億元公益基金

作為富有社會責任感的企業，我們堅持將自身發展與踐行社會責任結合，積極參與社區建設，積極參與公益慈善，以實際行動助力和諧社會發展，

用善意共創美好社會。集團創始人家族將再投入價值人民幣100億元的現金及股票，成立「和敏基金會」，承擔更多社會責任。

關注領域	重點行動
醫療救助	捐資興建國家級三甲公立醫院
體育事業	發起「安踏運動員保障發展行動」
鄉村振興	發動青少年體育公益項目「安踏茁壯成長公益計劃」：將捐贈現金及裝備，幫助欠發達地區青少年參與健康體育運動
環境保護	積極與環保組織合作，參與救助瀕危物種，助力生物多樣性

我們相信，與社會共生合作為我們帶來源源不斷的活力和能量，也是我們為國家和世界帶來的價值。

附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表

ESG指標	法律法規／政策	內部政策
A.環境	<p>《國家危險廢物名錄》</p> <p>《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》</p> <p>《中華人民共和國環境保護法》</p> <p>《中華人民共和國環境影響評價法》</p> <p>《中華人民共和國自然保護綱要》</p>	<p>《廢棄物管理制度》</p> <p>《危廢管理制度》</p> <p>《辦公室管理制度》</p>
B1.僱傭	<p>《中華人民共和國勞動法》</p> <p>《中華人民共和國勞動合同法》</p> <p>《中華人民共和國就業促進法》</p> <p>《中華人民共和國社會保險法》</p> <p>《禁止使用童工規定》</p> <p>《中華人民共和國未成年人保護法》</p>	<p>《個人績效管理制度》</p> <p>《電商店鋪人員績效管理規定》</p> <p>《集團零售區域辦公室個人績效管理制度》</p> <p>《社會招聘推薦管理制度》</p> <p>《安踏集團校園招聘管理辦法》</p> <p>《內部招聘推薦管理制度》</p>
B2.健康與安全	<p>《中華人民共和國勞動法》</p> <p>《中華人民共和國消防法》</p> <p>《中華人民共和國安全生產法》</p> <p>《中華人民共和國職業病防治法》</p> <p>《中華人民共和國突發事件應對法》</p> <p>《工傷保險條例》</p> <p>《安全生產許可證條例》</p> <p>《生產安全事故報告和調查處理條例》</p>	<p>《工傷預防和處理機制》</p>

ESG指標	法律法規／政策	內部政策
B3.發展及培訓		《培訓營運管理制度》 《講師及教材管理制度》 《進出口培訓運營管理制度》 《安踏應屆生培養管理制度》 《零售校招管培生培養管理制度》 《晉升管理制度》 《集團零售終端員工及大店長職級變動制度》
B4.勞工準則	《中華人民共和國勞動法》 《中華人民共和國勞動合同法》 《中華人民共和國就業促進法》 《中華人民共和國社會保險法》 《禁止使用童工規定》 《中華人民共和國未成年人保護法》	《社會招聘推薦管理制度》 《安踏集團校園招聘管理辦法》 《內部招聘推薦管理制度》
B5.供應鏈管理		《鞋供應商准入與退出管理制度》 《服配供應商准入與退出管理制度》 《供應商化學品安全管控遵守聲明》 《集團採購供應商績效考核管理制度》 《反商業賄賂承諾書》 《鞋化學品安全管理辦法》

附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表

ESG指標	法律法規／政策	內部政策
B6.產品責任	<p>《中華人民共和國著作權法》</p> <p>《中華人民共和國商標法》</p> <p>《中華人民共和國廣告法》</p> <p>《中華人民共和國專利法》</p> <p>《中華人民共和國民法典》</p> <p>《中華人民共和國消防法》</p> <p>《中華人民共和國產品質量法》</p> <p>《中華人民共和國消費者權益保護法》</p> <p>《中華人民共和國數據安全法》</p> <p>《中華人民共和國個人信息保護法》</p> <p>《中華人民共和國電子商務法》</p> <p>《中華人民共和國網絡安全法》</p>	<p>《知識產權管理制度》</p> <p>《知識產權審核管理制度》</p> <p>《產品知識產權風險管理流程》</p> <p>《質量管理手冊》</p> <p>《安踏召回管理制度》</p> <p>《服裝、鞋及配件化學品安全技術規範》</p> <p>《化學安全過程管控指南》</p> <p>《供應商化學品安全管理實施指南》</p> <p>《安踏集團產品安全標準制修訂規程》</p> <p>《產品標準制修訂規程》</p> <p>《客戶服務管理制度》</p> <p>《個人信息保護管理制度》</p> <p>《數據分類分級管理標準》</p> <p>《數據共享流程》</p> <p>《應用系統開發與維護安全管理規定》</p> <p>《系統訪問管理規定》</p> <p>《信息安全事件管理制度》</p>
B7.反貪腐	<p>《中華人民共和國公司法》</p> <p>《中華人民共和國反洗錢法》</p> <p>《中華人民共和國反壟斷法》</p> <p>《中華人民共和國反不正當競爭法》</p> <p>《國家工商行政管理局關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》</p> <p>《中華人民共和國監察法》</p>	<p>《反腐敗條例》</p> <p>《審計監察制度》</p> <p>《集團商務贈禮管理制度》</p> <p>《管理問責制度》</p> <p>《離任審計制度》</p>

附錄二：可持續發展概覽

香港聯交所ESG索引表

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
A：環境		
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。	安保青山 • 綠化環境 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 A1.1	排放物種類及相關排放數據。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 A1.2	直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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)。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表

附錄二：可持續發展概覽

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
關鍵績效指標 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)。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境 展望—安踏30載，創造共生價值
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境 展望—安踏30載，創造共生價值
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。	安保青山 • 綠化環境 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 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)。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境 展望—安踏30載，創造共生價值

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境 展望—安踏30載，創造共生價值
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境 ESG關鍵績效指標數據表
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。	安保青山 • 綠化環境 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境
A4：氣候變化		
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。	安保青山 • 綠化環境
關鍵績效指標 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。	安保青山 • 綠化環境

附錄二：可持續發展概覽

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
B：社會		
僱傭及勞工常規		
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。	以人為本 • 成就員工 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 B1.1	按性別、僱傭類型(如全職或兼職)、年齡組別及地區劃分的僱員總數。	以人為本 • 成就員工 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率。	ESG關鍵績效指標數據表

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
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。	以人為本 • 成就員工 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 B2.1	過去三年(包括匯報年度)每年因工亡故的人數及比率。	以人為本 • 成就員工 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 B2.2	因工傷損失工作日數。	以人為本 • 成就員工 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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。	以人為本 • 成就員工
B3：發展與培訓		
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。	以人為本 • 成就員工
關鍵績效指標 B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層)劃分的受訓僱員百分比。	以人為本 • 成就員工 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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。	ESG關鍵績效指標數據表

附錄二：可持續發展概覽

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
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。	以人為本 • 成就員工 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工。	以人為本 • 成就員工
關鍵績效指標 B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟。	以人為本 • 成就員工
營運慣例		
B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策。	安創價值 • 合作共贏 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 B5.1	按地區劃分的供應商數目。	安創價值 • 合作共贏 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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，以及相關執行及監察方法。	安創價值 • 合作共贏 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 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，以及相關管理及監察方法。	安創價值 • 合作共贏
關鍵績效指標 B5.4	描述在揀選供應商時促使多用環保產品及服務的慣例，以及相關管理及監察方法。	安創價值 • 合作共贏

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
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。	安守品質 • 敢於創新 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 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。	安守品質 • 敢於創新 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法。	安守品質 • 敢於創新 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例。	安守品質 • 敢於創新
關鍵績效指標 B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序。	安守品質 • 敢於創新
關鍵績效指標 B6.5	描述消費者資料保障及私隱政策，以及相關管理及監察方法。	安守品質 • 敢於創新

附錄二：可持續發展概覽

層面、一般披露及關鍵績效指標	描述	披露章節
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。	安穩發展 • 踏行致遠 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 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。	安穩發展 • 踏行致遠 ESG關鍵績效指標數據表
關鍵績效指標 B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關管理及監察方法。	安穩發展 • 踏行致遠
關鍵績效指標 B7.3	描述向董事及員工提供的反貪污培訓。	安穩發展 • 踏行致遠 ESG關鍵績效指標數據表
社區		
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。	安享美好 • 回饋社會 附錄一：所遵守的ESG政策及法規列表
關鍵績效指標 B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)。	安享美好 • 回饋社會
關鍵績效指標 B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)。	安享美好 • 回饋社會 ESG關鍵績效指標數據表

ESG關鍵績效指標數據表

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
A. 環境¹					
A1 排放物	A1.1 排放物種類及相關排放數據²				
	顆粒物	噸	3.87	未披露	未披露
	二氧化硫	噸	0.14	未披露	未披露
	氮氧化物	噸	1.26	未披露	未披露
	A1.2 直接(範圍1)及能源間接(範圍2)溫室氣體排放量及密度				
	範圍一直接溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	2,772.48 ³	2,713	4,458
	範圍二間接溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	142,681.60 ⁴	90,552	88,358
	溫室氣體總排放	噸二氧化碳當量	145,454.08	93,265	92,816
	範圍一溫室氣體排放量密度	噸二氧化碳當量／ 每百萬元人民幣收益	0.05	未披露	未披露
範圍二溫室氣體排放量密度	噸二氧化碳當量／ 每百萬元人民幣收益	2.90	未披露	未披露	
溫室氣體總排放密度	噸二氧化碳當量／ 每百萬元人民幣收益	2.95	2.63	2.74	

¹ 我們採取「運營控制法」對2021年環境數據進行統計及換算，未根據持股比例對旗下各單位數據進行折算，而2020年及以前，我們採取「股權比例法」，依持股比例對整體數據進行了調整。

² 排放物(氮氧化物、二氧化硫及顆粒物)主要源於集團旗下生產型企業排放的廢氣及公務車使用過程所排放的廢氣，其中公務車排放數據計算方法參照聯交所文件《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。

³ 範圍一溫室氣體主要源於公司運營／生產過程消耗化石燃料產生的直接溫室氣體排放(如汽油、柴油、天然氣)以及製冷劑排放，化石燃料消耗產生的主要溫室氣體排放所採用的計算公式為：化石燃料燃燒二氧化碳排放量=燃料消耗量×低位發熱量×單位熱值含碳量×燃料碳氧化率×44/12，製冷劑排放數據計算方法參照聯交所文件《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》。

⁴ 範圍二溫室氣體排放主要源於集團運營／生產過程消耗的外購電力和蒸汽所產生的間接溫室氣體排放，計算方法參照聯交所文件《附錄二：環境關鍵績效指標匯報指引》，其中2021年度電力排放因子採用《企業溫室氣體排放核算方法與報告指南發電設施》(環辦氣候[2021]9號)中的電網排放因子0.5810 tCO₂/MWh，因採取「運營控制法」及擴大數據統計範圍導致2021年範圍二排放數據有所上升。

附錄二：可持續發展概覽

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
A1排放物	A1.3所產生有害廢棄物總量及密度				
	有害廢棄物總量 ⁵	噸	24.13	17	3.01
	有害廢棄物密度	千克／每百萬元人民幣收益	0.49	未披露	未披露
	A1.4所產生無害廢棄物總量及密度				
	無害廢棄物總量 ⁶	噸	3,248.83	2,359	2,460.51
	無害廢棄物密度	噸／每百萬元人民幣收益	0.07	未披露	未披露
A2資源使用	A2.1按類型劃分的直接及間接能源總耗量及密度⁷				
	汽油	千瓦時	889,062.42	313,192	19 ⁸
	柴油 ⁹	千瓦時	255,379.22	152,407	2 ⁸
	天然氣	千瓦時	11,895,519.78	12,704,352	2,033,039 ¹⁰
	外購電量	千瓦時	205,233,867.35	110,175,714	116,430,026
	外購蒸汽	千瓦時	60,989,344.52	60,770,785	162,424 ¹¹
	能源總耗量	兆瓦時	279,263.17	未披露	未披露
能源總耗密度	兆瓦時／每百萬元人民幣收益	5.66	未披露	未披露	

⁵ 有害廢棄物數據來自集團生產型企業危險廢物處置量，其中2021年和2020年數據覆蓋泉州寰球鞋服有限公司、河南安踏鞋材有限公司和安踏(中國)有限公司的相關數據，2019年數據覆蓋泉州寰球鞋服有限公司和河南安踏鞋材有限公司的相關數據，2019年有害廢棄物數據於2019年ESG報告中披露為3,014公斤，為優化統計口徑和保持單位一致性，對2019年廢棄物進行換算，故將數據調整為3.01噸。

⁶ 2021年無害廢棄物數據來自生活廚餘垃圾(除福建安踏物流信息科技有限公司和自營店鋪外)及集團旗下所有生產型企業一般工業固體廢物處置量(不可回收)，因採取「運營控制法」及擴大數據統計範圍導致無害廢棄物數據有所上升；2019年無害廢棄物數據於2019年ESG報告中披露為2,460,514公斤，為優化統計口徑和保持單位一致性，對2019年廢棄物進行換算，故數據調整為2,460.51噸。

⁷ 能源消耗量(單位：千瓦時)由汽油、柴油、天然氣、外購電量及外購蒸汽耗用量折算得出，計算方法參照《綜合能耗計算通則》(GB2589-2020)。

⁸ 單位為公噸。

⁹ 2021年因採取「運營控制法」導致柴油消耗量有所上升。

¹⁰ 單位為立方米。

¹¹ 單位為吉焦耳。

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
A2資源使用	A2.2水資源消耗量及密度				
	總耗水量	立方米	1,424,206.58	1,684,010	1,912,097
	總耗水密度	立方米／每百萬元人民幣 收益	28.87	47	56
	A2.5製成品所用包裝材料的總量及每生產單位佔量				
	使用的包裝材料總量 ¹²	噸	21,943.96	12,283.45	未披露
	使用的包裝物料密度	噸／每百萬元人民幣 收益	0.44	未披露	未披露
B.社會					
B1僱傭	B1.1僱員人數：按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分				
	全體僱員人數 ¹³	人	52,000	41,000	30,800
	按性別劃分				
	男性	百分比	26.0	27.1	31.6
	女性	百分比	74.0	72.9	68.4
	按職能劃分				
	辦公室員工	百分比	20.6	未披露	未披露
	生產及物流員工	百分比	22.7	未披露	未披露
	零售員工	百分比	56.7	未披露	未披露
	按職級劃分				
	總裁層	百分比	0.1	未披露	未披露
	總監層 ¹⁴	百分比	1.3	未披露	未披露
	經理層	百分比	6.4	未披露	未披露
	專員或其他職位	百分比	72.5	未披露	未披露
	生產員工	百分比	19.7	未披露	未披露

¹² 2021年因採取「運營控制法」及擴大使用包裝材料種類的統計範圍(包含製成品所用的全部類型包裝材料)導致總量有所上升，2020年包裝材料使用量數據實際為12,283.45噸，2020年ESG報告單位換算有誤，在本報告進行糾正。

¹³ 全體僱員人數統計範圍為我們所聘用的正式員工，此外我們有1,051名其他類別員工，如由我們直接運營和管理的業務所聘用的臨時工，見習生及實習生等。

¹⁴ 數據匯報範圍包括集團總監層，不包公司之董事會成員。

附錄二：可持續發展概覽

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
B1僱傭	按年齡劃分				
	16-24歲	百分比	15.4	11.6	15.6
	25-40歲	百分比	73.0	74.3	69.9
	41歲及以上	百分比	11.6	14.1	14.5
	按地區劃分				
	中國大陸	百分比	99.2	未披露	未披露
	港澳台及海外地區	百分比	0.8	未披露	未披露
	B1.2僱員流失率：按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分¹⁵				
	員工整體流失率	百分比	52.8	未披露	未披露
	按性別劃分				
	男性	百分比	65.1	未披露	未披露
	女性	百分比	48.5	未披露	未披露
	按年齡劃分				
	16-24歲	百分比	89.9	未披露	未披露
	25-40歲	百分比	47.1	未披露	未披露
	41歲及以上	百分比	39.8	未披露	未披露
	按地區劃分				
	中國大陸	百分比	52.8	未披露	未披露
	港澳台及海外地區	百分比	53.4	未披露	未披露

¹⁵ 員工整體流失率=(於本財政年度員工離職人數/於二零二一年十二月三十一日員工人數)x100%。各類別員工流失率=(於本財政年度該類別員工離職人數/於二零二一年十二月三十一日該類別員工人數)x100%。員工流失反映離職(因自願離職、解僱、退休或身故而與集團解除僱傭關係)的員工人數。我們數據統計及匯報範圍包含所有運營地點的所有正式僱員，試用期內離職僱員數量亦包含在內，且由於零售行業及生產製造業均屬勞動密集型行業，因而員工流動性較大，我們未來將持續監測員工流失率情況並積極尋求改善。

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
B2健康與安全	B2.1過去三年(包括匯報年度)因工亡故的人數及比率¹⁶				
	因工作關係而死亡的人數	人	0	0	0
	因工作關係而死亡的比率	百分比	0	0	0
	B2.2因工傷損失工作日數¹⁷				
	辦公室員工	天	422	295.5	55
	生產及物流員工 ¹⁸	天	2,313	1,815	551
	零售員工	天	2,078 ¹⁹	493	240
B3發展與培訓	B3.1按性別及僱員類別劃分僱員受訓百分比²⁰				
	受訓僱員比例	百分比	79.7	未披露	未披露
	按性別劃分受訓比例				
	男性僱員	百分比	23.0	未披露	未披露
	女性僱員	百分比	77.0	未披露	未披露
	按職級劃分受訓比例				
	總裁層	百分比	0.1	未披露	未披露
	總監層 ²¹	百分比	1.4	未披露	未披露
	經理層	百分比	7.1	未披露	未披露
	專員或其他職位	百分比	77.6	未披露	未披露
	生產員工	百分比	13.8	未披露	未披露

¹⁶ 數據來自人力資源部門記錄並得到當地政府機關核實的工亡事件。

¹⁷ 數據涵蓋範圍為中國內地員工，數據來自自由集團中國內地人力資源部門記錄並得到地方人力資源和社會保障局認定的工傷事件。對於其他地區僱員的工傷數據，我們正在優化相關數據收集系統，有關信息將於未來披露。

¹⁸ 2021年，我們對員工職能統計類別進行更新，將工廠員工更新為生產及物流員工。因工傷損失工作日數方面，2021年數據匯報範圍為生產及物流員工，2020年及2019年匯報範圍為工廠員工，不作追溯調整。

¹⁹ 數據有所增長乃由於安踏因DTC業務轉型與FILA及其他品牌的零售業務規模有所擴展，導致零售員工人數上升，員工規模整體變大，使因工傷損失工作日數有所上升。

²⁰ 數據匯報範圍不包括泉州寰球鞋服有限公司。受訓僱員百分比=(受訓僱員/僱員人數)x100%，按相關類別劃分的僱員受訓百分比=(該類別僱員受訓人數/受訓僱員人數)x100%。

²¹ 數據匯報範圍包括集團總監層，不包公司之董事會成員。

附錄二：可持續發展概覽

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
B3發展與培訓	按職能劃分受訓比例				
	辦公室員工	百分比	21.9	未披露	未披露
	生產及物流員工	百分比	15.1	未披露	未披露
	零售員工	百分比	63.0	未披露	未披露
	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²²				
	僱員平均受訓時數	小時	17.58	未披露	未披露
	男女僱員平均受訓時數				
	男性僱員平均受訓時數	小時	14.35	未披露	未披露
	女性僱員平均受訓時數	小時	18.65	未披露	未披露
	各職級平均受訓時數				
	總裁層	小時	6.33	未披露	未披露
	總監層 ²³	小時	19.33	未披露	未披露
	經理層	小時	19.67	未披露	未披露
	專員或其他職位	小時	19.63	未披露	未披露
	生產員工	小時	7.61	未披露	未披露
	各職能平均受訓時數				
	辦公室員工	小時	16.96	未披露	未披露
	生產及物流員工	小時	7.13	未披露	未披露
	零售員工	小時	21.14	未披露	未披露

²² 僱員平均受訓時數=總受訓時數/僱員總人數，相關類別僱員平均受訓時數=特定類別僱員受訓總時數/特定僱員人數。

²³ 數據匯報範圍包括集團總監層，不包公司之董事會成員。

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
B5供應鏈管理	B5.1按地區劃分的供應商數目				
	供應商總數	個	379 ²⁴	720 ²⁵	超過669 ²⁶
	簽署合同的中國供應商	百分比	94.2	96.9	97.0
	簽署合同的海外供應商	百分比	5.8	3.1	3.0
	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				
	簽署商業行為守則的 供應商 ²⁷	百分比	96.6	未披露	未披露
	取得ISO 9001認證的 供應商數量	個	267	未披露	未披露
	取得ISO 14001認證的 供應商數量	個	162	未披露	未披露
	取得ISO 45001認證的 供應商數量	個	65	未披露	未披露
	取得bluesign®的供應商 數量	個	45	40	40

²⁴ 數據匯報範圍為與集團簽訂合同的直接供應商數目，我們正在優化上游業務相關數據指標的統計管理方式與數據收集系統，故2021年度二級及三級供應商數據並不會在本報告披露，有關信息將考慮於未來披露。

²⁵ 數據匯報範圍包括直接供應商及部分二級三級供應商。

²⁶ 數據匯報範圍包括直接供應商及部分二級三級供應商。

²⁷ 數據匯報範圍為與集團簽訂合同的直接供應商。

附錄二：可持續發展概覽

範疇	ESG指標	單位	2021年	2020年	2019年
B6產品責任	B6.1已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而需回收的百分比				
	需回收產品	百分比	不涉及	0.01	低於0.03
	B6.2接獲關於產品及服務的投訴數目²⁸				
	產品投訴	個	294,924 ²⁹	5,011 ³⁰	5,433 ³¹
	其中：鞋類	百分比	63.8	56.0	55.5
	服裝	百分比	35.0	42.4	43.3
	配件	百分比	1.2	1.6	1.2
	服務投訴 ³²	個	6,060	未披露	未披露
B7反貪腐	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				
	與貪污相關的訴訟案件	宗	1	0	2
	B7.3向董事及員工提供的反貪腐培訓				
	管理層及董事反貪污培訓受訓情況 ³³	參加人數	728	未披露	未披露
	辦公室員工反貪污培訓受訓情況	百分比	100.0	未披露	未披露
	董事反貪污培訓受訓情況	百分比	100.0	未披露	未披露
B8社區投資	B8.2在專注範疇所動用資源				
	現金	萬元人民幣	6,500	3,200	3,600
	產品價值(以吊牌價值計算)	億元人民幣	超過2.7	超過1	超過1

²⁸ 數據匯報範圍為安踏及FILA品牌。

²⁹ 2021年，我們優化統計方式，產品投訴統計範圍擴大質量退殘問題、400電話熱線客訴及線上客訴。

³⁰ 數據匯報範圍為質量退殘問題。

³¹ 數據匯報範圍為質量退殘問題。

³² 響應DTC業務轉型及電子商貿業務運營升級，我們日益重視客戶服務質量，努力優化服務品質，致力於為消費者提供更優質的購物體驗。2021年，我們完善了數據統計及匯報方式，將服務相關投訴納入ESG關鍵績效指標統計及管理。

³³ 數據匯報範圍為總裁及總監層。

詞彙

AMER SPORTS

Amer Sports Oy (Amer Sports Corporation)，一間於芬蘭共和國註冊成立的體育用品公司

安踏

安踏品牌

安踏兒童

安踏兒童品牌，專為兒童提供安踏產品

安踏體育 / 公司 / 集團 /

我們 / 我們的

安踏體育用品有限公司

安踏店

安踏零售店

審核委員會

公司之審核委員會

董事會

公司之董事會

企業管治守則

上市規則附錄十四《企業管治守則》

中國

中華人民共和國

中國奧委會 / COC

中國奧林匹克委員會

CO₂

二氧化碳

CO₂e

二氧化碳當量

CSD

中國體育代表團

DESCENTE

DESCENTE 品牌

DESCENTE 店

DESCENTE 零售店

DTC

直面消費者

ESG

環境、社會與管治

執行董事

公司之執行董事

FILA

FILA 品牌

FILA FUSION

FILA 子品牌，專為年輕人提供服飾

FILA KIDS

FILA KIDS 品牌，專為兒童提供 FILA 產品

FILA 店

FILA 零售店

本年度

截至二零二一年十二月三十一日止年度

GHG

溫室氣體

集團

公司及其附屬公司

香港

中國香港特別行政區

香港聯交所 / HKEX

香港聯合交易所有限公司

獨立非執行董事

公司的獨立非執行董事

KOLON SPORT

KOLON SPORT 品牌

KOLON SPORT 店

KOLON SPORT 零售店

KPI

關鍵績效指標

上市規則

香港聯合交易所有限公司證券上市規則（按不時修訂）

澳門

中國澳門特別行政區

中國大陸

中國大陸區域，地理上不包括香港、澳門及台灣

MSCI

摩根士丹利資本國際標準指數

提名委員會

公司之提名委員會

非執行董事

公司之非執行董事

疫情

二零一九年新型冠狀病毒疾病 (COVID-19)

研發

研究與開發

薪酬委員會

公司之薪酬委員會

報告

《環境、社會及管治報告》

風險管理委員會

公司之風險管理委員會

人民幣 / RMB

中國之法定貨幣

SDGs

聯合國提出的17個可持續發展目標

股東

公司股東

可持續發展委員會

公司之可持續發展委員會

UNESCO

聯合國教科文組織



如有查詢，請聯繫：

安踏體育用品有限公司

地址：香港九龍九龍灣宏泰道23號

Manhattan Place 16樓

電話：(852) 2116 1660

傳真：(852) 2116 1590

電郵：ir@anta.com.hk

