



JEBSEN

捷成集團

香港銅鑼灣恩平道28號嘉蘭中心28樓
電話：(852) 2923 8777
傳真：(852) 2882 1399
電郵：feedbackonCSR@jebesen.com
www.jebesen.com



捷成集團企業社會責任報告

邁向可持續的未來



JEBSEN CSR

目錄

關於本報告

本報告是捷成集團自2009年首次發佈報告以來，連續第六年發佈企業社會責任報告，是對集團2013年在可持續發展領域開展諸多積極有效探索與實踐的真實反映。根據業務單位的多元性特點，重點審核了2013年集團在責任管理、環境保護、員工福祉、公益事業方面的努力，力求全面展現捷成不同業務單位履行企業社會責任的現狀和發展規劃。

報告範圍

本報告涵蓋了集團對在財務和營運政策及措施有控制權或有重大影響的所有實體，包括集團管理公司和工業、消費品、奢侈品、飲料和其他業務分公司等，記錄了捷成集團2013年1月至12月在大中華地區，經濟、環境和社會方面的營運情況，所用資料來自捷成的正式檔案和內部統計報告。

報告中的「我們」、「捷成」、「集團」均代指「捷成集團」。

欲知有關捷成集團的詳情，請參閱：www.jebsen.com

匯報指引

本報告是參考全球報告倡議組織（GRI）的《可持續發展報告指南》（G3.1）匯編而成。

報告獲取

本報告為電子版，於2014年7月以中文簡體、中文繁體、英文版同時發佈（上期報告於2013年6月發佈），如需網上瀏覽或下載本報告，請參閱：www.jebsen.com

回饋

捷成集團將繼續致力改善環境和提高相關利益者的利益，您的寶貴意見將對改進企業社會責任方面的工作計劃極有幫助，請隨時電郵至feedbackonCSR@jebsen.com，我們會對您的回饋以保密方式處理。

集團董事總經理致辭	01
2013年責任大綱	03
關於我們	05
策略性業務單位	06
百年捷成	07
可持續發展績效	10
合規管理	12
風險控制	13
信息安全	14
社會責任管理	15
社會責任策略	16
社會責任管理體系	17
利益相關方溝通	19
商業夥伴關係	21
合作關係與業務發展	22
發展多渠道經銷	25
致力環境保護	27
碳管理	28
綠色行銷	32
綠色供應	37
綠色辦公	38
支持環保NGO	39
員工發展與福祉	41
員工福利	42
員工溝通	43
員工成長	44
員工關愛	47
打造和諧社區	49
行善永不停步	50
未來展望	57
榮譽	59
附錄 GRI指標對照表	61



集團董事總經理致辭

邁向可持續的未來

2013年，是比預期更具挑戰性的一年，然而，我們依然努力取得了不俗的成績。在業務夥伴與所有利益相關方的支持下，捷成去年的營業額達到145億港幣。此外，2013年所開展的一些業務計劃已在2014年初見成效。

與此同時，我們在企業社會責任（CSR）領域的工作也一直在進行中，在過去六年的實踐基礎上，圍繞環境保護、員工福祉及公益事業這三大重點，通過成立內部團隊，繼續強化集團的企業社會責任框架，支持集團的CSR策略。2013年，我們選舉產生了覆蓋各個辦公地點的CSR大使；2013年，也是我們與香港一家獨立的第三方管理機構合作實施碳審計與報告的第五年，迄今捷成集團連續兩年獲得該機構頒發的低碳關懷標籤，這是第三方對我們履行環境責任、積極應對氣候變化的持續認可；2013年春天，我們還在中國內地組織了首次捷成義工活動，獲得了熱烈的反響，之後，越來越多的捷成員工主動投身公益活動，共同努力改善捷成業務所及的區域人們的生活與社區環境，這些都是捷

成集團作為卓越的企業公民積極回饋社會的承諾。借此機會，我特別感謝過去一年以來支持捷成集團企業社會責任工作的每一位員工，這些工作滲透著捷成的核心價值觀：承諾，責任，信任，確認，卓越。

作為立足大中華區域超過百年的集團企業，捷成沒有因此而沾沾自喜。眼前所面臨包括全球經濟持續波動，電子貿易蓬勃發展，以及公司合作夥伴與員工關係亟待維護等各種機會與挑戰，如何在保持集團業務持續增長的基礎上，將企業社會責任的觀念落實到集團每一個環節，需要捷成每一個成員的努力，方能有助於這個目標的實現。

新的一年裡，我們將繼續穩健前行，積極擴大在華業務，努力探索和實踐新的社會責任管理方法與模式；與此同時，加強推動利益相關方對話以及社區參與，努力把可持續發展的理念融入到捷成集團的各個業務單位、各個店鋪，確保將此理念傳遞到每一位員工的心裡。

捷成集團董事總經理 海寧
2014年7月1日

2013年責任大綱

業務發展



營業額達到 **145** 億港幣
持續三年超過百億港幣



商業夥伴關係

2013年，在中國內地開設了近

200
家戴森零售網點

與保時捷合作 **58** 年



2013年集團共計向
中國消費者交付
6,632
台保時捷汽車

亞洲最大的保時捷中心——上海
閔行保時捷中心投入使用



推出線上品牌零售商店
「至誠尚品」(J-Select)
藍妹啤酒進駐中國內地知
名B2C網上超市「1號店」



捷成工業榮膺傳視數碼頒發
的「年度最佳分銷商」大獎



公益事業



捷成集團全年共組織了
21 次義工活動

參與公益慈善活動
17 次

參與人數達到
920 多人

企業社會責任費用投入約
400萬 港幣



參與義賣籌款活動
931 人次



合計籌得善款
371,196 港幣



舉辦首屆
BRAIN IT ON!
腦動起來！影視設計比賽

幫助培養創新電影製作人才，
並在接下來六年每兩年舉辦一
屆，投入金額超過

500萬 港幣

「晨星計劃」已累計投入超過

310萬 元人民幣



自2010年設立至2013年底，
南開捷成教育基金
累計頒發獎勵金 **40萬** 元人民幣

40名傑出年青教師及80名優秀學生受惠



集團內部誕生首屆14名CSR大使，
全新CSR標識、吉祥物、宣傳口
號及宣傳視頻，並設立了CSR大
使代表委員會



環境保護



捷成集團的碳排放總量為
6,702.12
噸二氧化碳當量



與基準年2009年
相比，碳強度下降 **22%**
達到設定的碳管理計劃目標 (20%)

上海閔行保時捷中心建成投
入使用，中心引進國外先進
的綠色科技，普遍應用高效
節能設備和建築材料，銳意
打造「最少碳足跡」
的低碳建築



以香港辦公室為試點，實施「全面綠色辦公室方案」



預計減少
30%
碳排放量

預計減少
30%
影印機用電量

節省超過
20%
紙張用量



投資了兩項綠色親氣候
項目，共購買碳信用

抵消2012年捷成集團產生
的碳排放，實現

6,926 噸 **碳中和**



員工福祉



女性僱員佔
46.6%
管理層中女性佔
38.1%



捷成集團累計開展 **56** 次
豐富多彩的康樂活動，
累計 **952** 人次參與其中，
娛樂身心、豐富生活



內部員工
晉升人數為 **212** 人
約佔整個集團員工的 **10%**



員工參與培訓的總時數為
14,698 小時
培訓總投入為 **330萬** 港幣



2013年
集團共組織了 **36** 場午餐講座
共有 **735** 名員工參與



關於我們

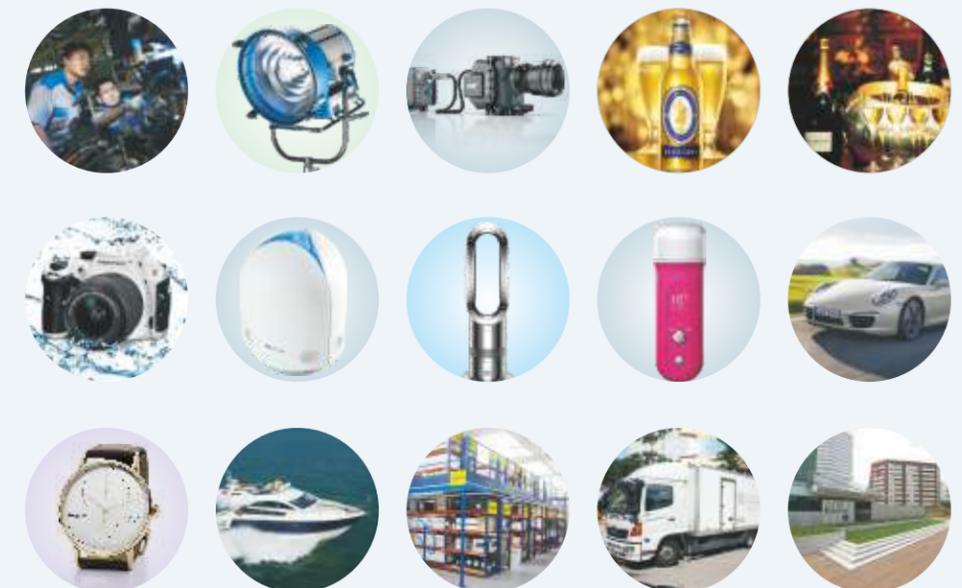


捷成集團創辦於1895年，總部位於香港，現已成為專為多種高品質產品開拓市場和分銷的業界領導企業，業務集中在中國內地、香港、澳門及台灣，並在世界各地包括東南亞、丹麥、德國及澳大利亞設有姊妹公司。為提升在中國內地的服務品質，捷成集團在北京、上海及廣州設有公司，並在成都、大連、杭州、青島、深圳、天津、武漢及西安均設有當地機構。



策略性業務單位

捷成集團業務包括消費品、工業、飲料和奢侈品四大策略性業務單位。經過兩年的內部重組，四大業務單位現以獨立法律實體營運，核心業務營運效率得到有效提升。此外，捷成還經營其他專門業務，包括物流與建築產品。目前，捷成集團代理超過200個產品品牌。



百年捷成



-1895
Jacob Jebsen和Heinrich Jessen聯合成立捷成洋行



-1903-1907
在上海和廣州設立分公司



-1930
贏得奔馳公司在中國的代理權

-1939-1945
全球經濟低迷時期仍維持業務



-1955-1961
向香港進口首輛保時捷跑車，成為德國漢莎航空公司代理

-1969
捷成洋行合股改制為有限公司



-1986
捷成數碼影像在香港贏得賓得公司代理業務

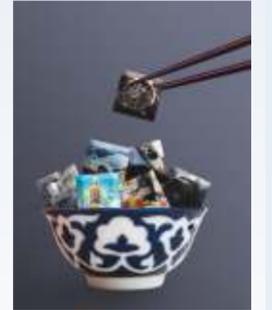
-1994
到20世紀90年代中期，已在中國內地成立七家辦事處



-1995
捷成洋行成立100週年



-2004
捷成（中國）貿易有限公司成立



-2009
成立四大策略性業務單位：消費品、工業、飲料及奢侈品

全新領域

變革大潮

成功之旅

光明前景

-1897
與巴斯夫公司簽訂靛藍類染料貿易協議



-1906-1909
收購藍妹啤酒品牌



-1953
以空運方式向香港進口首輛大眾甲殼蟲轎車



-1963
中國內地經濟政策變化，成為最後一批退出中國內地市場的外資公司

-1970-1979
中國國門再次向少數公司開放，捷成榮幸成為其中一員



-2001
集團內部完成ERP系統整體實施，全面提升企業管理和營運效率



-2005
與保時捷公司合作50週年

-2007
成立美特·捷成，作為第一個在中國為高端汽車市場生產平衡軸的合資公司

-2013
營業額達到145億港幣；在中國內地開設了近200個戴森零售網點；與保時捷合作58年，目前為止亞洲最大的保時捷中心——上海閘行保時捷中心建成投入使用



三魚標誌



捷成集團標誌是一個由並行的三條鯖魚組成的圖案，從捷成創辦人故鄉奧本羅城的盾形紋章演變而來。1895年，Jacob Jebsen先生和Heinrich Jessen先生將印有「三魚」標誌的商旗樹立在香港，並將這個新洋行命名為捷成洋行(Jebsen & CO.)。百年以來，「三魚」標誌作為整個集團的象徵，同時代表著互惠、平等、誠信與友好的企業原則，對捷成來說，既是對傳統和文化的一份尊重，也是這兩個家族對其業務、員工及社區的一份承諾。

核心價值



核心目標

「以優質產品和卓越服務，豐富人們的生活」

集團提供豐富多樣的產品組合，代理超過200個活躍品牌，在大中華地區的高增長市場中，與許多客戶及供應商的合作關係迄今已有數十載歷史。

商業模式

捷成主要專注於營銷與分銷合作夥伴的產品。作為品牌的代表，在當地市場建立品牌知名度。當合作夥伴將成品託交到捷成手中，營運人員便會將產品分銷給合適的批發商、零售商或終端消費者；捷成也開始通過合資形式參與到產品研發、製造環節，此外也通過建立零售店鋪、4S門店、網絡銷售等形式直接為消費者提供優質產品和服務。



可持續發展績效

2013年，在相對疲弱的國際貿易環境下，捷成集團依然在各大主營業領域取得了不俗的成績。此外，捷成還連續五年不遺餘力開展碳審計行動，完成自身設立的碳管理計劃目標，並通過購買碳信用實現了「碳中和」，未來，捷成將繼續加強社會責任方面的資金和人力投入。

財務指標



環境指標



社會指標

2013年，捷成對自身企業責任承諾的履行不僅反映在集團所作出的慈善捐獻上，還體現在調動員工積極參與到慈善籌款活動中以及他們自己對活動作出的捐獻。

2013年CSR投入費用（港幣）

4,000,000



2013年參與義賣籌款活動人次

931 人次



2013年籌款（港幣）

371,196



合規管理

捷成集團嚴格遵守所在國家和地區的法律、政策，積極主動防範法律風險。過去的一年裡，捷成集團保持全方位遵守法律要求，並進一步完善了企業的合規管理體系。

合規管理體系

捷成集團制定了各種層面的規則制度，形成合規管理體系，規範整個集團的運作。

合規管理政策	細則	範疇
員工行為守則（中國）	-	反賄賂、私隱保護、消除歧視、紀律處分
人力資源管理程式（中國）	招聘、離職、退休、紀律處分和解僱程式、員工申訴程式、工作表現管理制度、工作評定和職級、晉升、降職和調職（中國）、內部職位申請（中國）、合同期限等	勞工
薪酬（中國）	薪資、加班費、銷售佣金和激勵獎金、年度工資調整（中國）、特殊工資調整（中國）	勞工
福利（中國）	社會保險與住房公積金、團隊壽險、個人意外險與附加醫療險、團體商務旅行保險、禮金、慰問津貼、長期服務獎、捷成獎學金	勞工
工作時間、休假與假期安排（中國）	合同期限、工作日及工作時間、年假、病假、產假與待產假、其它假期	勞工
舉報和告發瀆職違規行為	-	反賄賂等

員工行為合規

員工自身行為構成企業形象，員工行為合規亦是企業管理框架的重要組成部分。為了保障內部有序的運作，集團制定了一系列的管理政策，如《員工行為守則》等，要求所有員工時刻以禮貌、關懷及尊重的態度對待業務夥伴、客戶、公眾以及同事，任何違反集團各種規章制度的員工將受到紀律處分，包括口頭警告、書面警告和解除勞動合同，情節嚴重時還會收到法律起訴。

2013年，集團進一步規範了合規管理，諸如利用職務方便謀取利益、賄賂等對公司影響較大的違規事件將會反映在季度匯報中；同時還更新了舉報系統，設置了專門的熱線和舉報郵箱，以此保護檢舉人並防範不良事件發生。

風險控制

捷成非常重視風險管理與控制。在捷成看來，風險管理「必須是一種持續改進的運動，一種文化，一種解決問題、制定程式及決策的方法」。在實踐中，捷成制定了《風險管理政策手冊》，對整個集團進行有效的風險管理。在手冊指引下，建立了一個牢固且實用的風險管理架構，幫助董事會及所有員工了解公司所面臨的各種組織層面和營運層面的風險，並將有效的風險管理融入到捷成的業務營運中，以期在創造機遇時能夠預測並減小風險的發生，進而實現成功的營運及投資，為整個集團創造並維持可持續的價值。

作為優質管理規範必不可少的一部分，捷成風險管理程式包括確定風險內容、風險評估、風險處理、風險監測和風險報告五個方面的內容，且已融入捷成的核心規劃、決策及營運活動當中，並於每年定期開展一次深層次和一次淺層次的風險管理程式，之後便形成檔案，將風險管理融入日常的決策程式中。



信息安全

捷成通過建立客戶關係管理系統（CRM系統），並根據不同用戶制定相應的操作規定，保護客戶信息私隱，降低洩密風險。

技術基礎設施

現有的客戶關係管理系統在企業伺服器中進行維護，而企業伺服器則託管在站外數據中心。在服務水平協議（SLA）的支配下，數據中心可在非常短的系統停機時間內提供可用性高的環境，只有授權的員工允許訪問數據中心。

備份和防護

客戶關係管理系統實行日常備份程式，妥善保管備份磁帶並在站外鎖好。為避免未經授權而對核心數據庫直接訪問，我們設置了防火牆將系統數據庫與任何不相關的訪問隔離，從而保護客戶的敏感數據。同時，我們還通過頻繁更新安全修補程式或最新的防毒簽名以確保客戶關係管理系統的安全。

用戶和供應商訪問控制

根據用戶的工作角色（例如數據輸入、銷售人員、銷售經理等），制定明確的規則與授權，限制並約束用戶的系統操作。我們為供應商訪問系統提供了專用帳號，專用帳號密碼會由系統管理者妥善保管。

社會責任管理



捷成集團矢志承諾，通過為消費者提供優質產品和卓越服務，實現業務的可持續發展。集團確立了環境保護、員工福祉和公益事業三大可持續發展重點，並將之納入企業營運的各個環節，致力於為各利益相關方創造共享價值。

社會責任策略

企業社會責任理念

在當今社會，成為良好的企業公民、獲得良好的商譽已是企業最重要的資產之一。捷成如眾多卓越機構一樣，已將CSR作為基本要求納入營運理念中。捷成的主要目標是為客戶提供優質的產品和服務，保持業務的增長，以及改善環境和社區福利。在明確的目標和承諾下，捷成決心通過企業社會責任計劃實現目標，將經濟、社會和環境考量納入企業的策略和運作中。捷成深信，企業社會責任是雙贏的解決方案，除了有助於環境和社會的發展，還是企業可持續增長的關鍵，是必須迫切並持續履行的一環。

捷成的社會責任行動需要每一位捷成僱員的共同努力，我們積極鼓勵員工在本職崗位上發揮能量，同時用自己閒餘時間參與社會公益，充分展現個人社會價值。我們期望：「點滴奉獻，豐富人生」能成為捷成員工參與CSR行動的出發點和源動力！

企業社會責任重點

2013年，集團對企業社會責任進行重組，專注於環境保護、員工福祉及公益事業三大領域。集團將集中資源，可持續地開展環境保護、員工福祉及公益事業活動，並鼓勵員工參與，最終促進利益相關方受益。



社會責任管理體系

為了系統地推行CSR工作，集團構建了相對完善的企業社會責任管理架構。自2007年9月啟動企業社會責任計劃起，集團便成立了企業社會責任委員會，負責協調、落實企業社會責任相關政策，監督整個集團的企業社會責任管理，並直接向捷成管理高層匯報。2013年，在企業社會責任委員會設立了CSR大使代表委員會，負責推行CSR項目和CSR大使管理。CSR大使作為捷成CSR體系的重要組成部分，更積極地參與CSR活動的策劃與組織，並作為集團與員工溝通的橋樑，以榜樣的力量帶動其他員工投身CSR行動。

集團企業社會責任委管理架構



在這種管理體系下，集團通過Top-Down（自上而下）和Bottom-Up（自下而上）兩種路徑，推動CSR工作有序開展，同時實行溝通會議制，即各區域大使月度溝通會議、CSR大使代表與集團CSR委員會的季度溝通會議，並發行了《捷成CSR大使工作手冊》、《CSR活動申請表》，規範企業社會責任管理。

2014年，對內捷成將延續上述兩種路徑，全面推行集團社會責任工作進程，一方面，通過Top-Down（自上而下），在各地組織由集團層面統一策劃、開展的CSR項目，如繼續開展「健康周」活動、奧比斯考察活動等；另一方面，通過Bottom-Up（自下而上），在捷成CSR策略框架下，由區域CSR大使團在其所在區域發起、組織更多CSR項目及活動，改善和提高員工義工的參與度、積極性和滿意度，進而提升員工義工對CSR活動的認可和支持。對外，捷成集團則積極通過媒體宣傳企業社會責任舉措，建立更多溝通管道讓外界了解捷成的重要項目（如「晨星計劃」），呼籲公眾保護環境，專注有需要群體。另外，與更多NGO交流，尋求更多合適的合作機會。

在首屆捷成培訓生共同努力下，將集團CSR理念重新包裝，包括推出了集團全新CSR標識、吉祥物、CSR宣傳口號、宣傳視頻及首屆CSR大使。並於2013年8月通過北京、上海、廣州和香港四地的CSR午間分享會跟員工溝通。



CSR標識



Jebby

CSR吉祥物

點滴奉獻豐富人生

CSR宣傳口號

CSR大使

首屆CSR大使由14位捷成員工擔任，任期為一年，通過自薦或推薦方式提名，並最終由500多名員工投票選舉產生。



北京CSR大使



香港CSR大使



上海CSR大使



廣州CSR大使

利益相關方溝通

企業的經營離不開利益相關方的配合與支持，因而聽取不同利益相關方的聲音對於企業持續發展至關重要。捷成根據自身特點，識別出與其發展密不可分的利益相關方，在實際營運中亦不斷完善溝通機制，注意了解各相關方在社會責任領域的不同訴求，並用實際行動回應相關方關注的議題，促進利益相關方的參與，進而實現與利益相關方的全面、可持續發展。

利益相關方	關注議題	溝通形式及表現
政府	誠信守法 商業道德 依法納稅 保障就業	依法合規 誠信經營 響應政府政策 廣泛吸納就業 積極主動與主管及相關部門開展溝通對話
客戶	產品、服務品質 業務流程便捷 確保信息安全	客戶滿意度調查 客戶意見徵詢 開展客戶關懷 組織客戶活動 借助新媒體，網上溝通 持續產品創新 持續提升服務品質
合作夥伴	品牌發展 支持社會公益 節能減排	提供廣闊的經銷渠道、完善的物流網絡以及可靠的管理人才 發展合資模式，實現產品本土化生產 各業務單位開設官方網頁及新媒體溝通工具 《Moments》季刊 合作夥伴在線管理系統
投資者	企業營運 信息披露	投資者關係管理 董事局會議 年報 《Moments》季刊
僱員	權益保障 薪酬福利 教育培訓 個人發展	完善員工關愛與福利內容 開展員工溝通 開展員工優惠活動 提供全面培訓體系 開展豐富多彩的康樂活動 開展員工義工活動 《Moments》季刊
非營利組織	解決社會問題	共同實施公益項目 開展可持續的自然保護 開展志願服務
環境	節能減排 綠色辦公 綠色產品	宣導環境保護理念 碳管理 碳中和 全面綠色辦公室方案 綠色裝修項目 綠色建築項目
高校	專業人才培養	設立捷成教育基金 提供實習機會 支持影視製作大賽

利益相關方溝通案例

■ 客戶意見徵詢

捷成集團各業務單位均有開展客戶滿意度調查、客戶意見徵詢等活動，聽取客戶回饋，提升服務品質。例如，2013年12月至2014年1月底，捷成工業對相關行業的300多個客戶，完成了一系列客戶調查，收集客戶對產品、服務品質、業務流程等諸多方面的意見。



■ 形式多樣的客戶互動

捷成保時捷中心開展了一系列客戶互動活動，不僅為每一名客戶提供現場導購、登記回訪、寄送賀卡，為來店維修客戶提供返程代步費用，還開通了官方微信服務帳戶，使客戶可以網上預約試駕、保養維修服務和活動報名。此外，還設計了車主課堂，幫助新車主客戶正確使用及保養愛車，並進一步結合高爾夫球比賽、自駕遊、保時捷運動駕駛學院以及保時捷旅行俱樂部，為車主們提供以車會友的溝通平台。

例如，在2013年，廣州保時捷中心全年組織客戶活動21場，參與人數達到706人，上海閩行保時捷中心在成立後的三個月時間內就組織了三場車主活動，惠及149名客戶。

魅力保時捷



品酒活動



微笑工程



尋寶行動



卡丁車大賽



車主課堂

商業夥伴關係

捷成之所以能夠成為專為多種高品質產品開拓市場和分銷的業界領導者，離不開捷成與業務夥伴之間的合作理念——信賴與承諾。在這種理念的指引下，依託與地方政府和企業的良好關係以及對國內外市場的深刻見解，捷成集團將繼續致力於與業務夥伴合作創造共贏。

合作關係與業務發展

經銷與代理

作為可靠的代理商和經銷商，捷成集團竭誠為合作夥伴服務，幫助其逐步打開及發展中國市場。我們致力於為合作夥伴提供廣闊的經銷渠道、完善的物流網絡以及可靠的管理人才，以滿足合作夥伴在人力資源、資金及系統方面的各項需求。

同時，為保證消費者的權益，捷成集團慎重選擇合作品牌。在捷成看來，產品是合作的首要關鍵因素，會親自試用體驗，確定其效果；其次是產品所屬公司的理念，集團願意與視線長遠的公司探討產品發展；最後則是公司背後的實力，不僅僅是資金實力，還包括其多元化的實力，捷成集團一直堅守這三個原則，與志同道合的夥伴合作創造共贏。

■ 戴森門店遍地開花

2012年11月，捷成消費品將戴森產品正式引入內地市場。在最初的前半年僅有十家店，隨後的四個月，每月以新增20家店的速度快速擴張，截至2013年底已開設了近200個零售網點。



在進行戴森產品行銷時，公司堅持一套繁瑣的評估體系，不為開店而開店，並親歷營運，以及時捕捉消費者的需求變化，進而調整銷售策略。在此過程中，還將自身的渠道優勢和對中國消費市場的理解，與產品專員的培訓、IT系統和售後服務網絡構建等結合起來，促成戴森品牌在中國內地市場的成功。

■ 代理保時捷58年

基於雙方理念的契合，早在1955年，從在香港進行保時捷汽車的分銷起，捷成集團便與保時捷開始了合作，如今，合作關係跨越近60年後，捷成集團依然是全球最大的保時捷經銷商之一。

多年以來，捷成汽車與時俱進，通過定制化的品牌定位、跨界行銷、培養人才及增值客戶服務、投資新媒體平台等方式，不斷提升保時捷的品牌知名度和客戶服務品質，並培育其市場需求，將保時捷品牌與消費者對高端生活方式快速崛起的需求對接。

2013年，鑒於捷成對保時捷品牌的貢獻，一批捷成售後服務技師獲得了保時捷金牌及銀牌售後服務技師認證。同年，捷成集團亦迎來了其第八家保時捷中心上海閘行保時捷中心的建立。



■ 多品牌多渠道拓展洋酒業務

2013年，捷成洋酒的業務進入第22個年頭，過去十年來，捷成洋酒的業務錄得500%的增長。面對激烈競爭，依然運用細緻的策略性措施及不懈努力持續取得增長。在過去的年頭，代理一系列世界各地優秀的葡萄酒品牌，開拓烈酒與礦泉水業務，並投資自有葡萄園，不斷鞏固自身業務的發展。如今，捷成洋酒擁有七個葡萄酒品牌，跨越法國、義大利、澳大利亞、紐西蘭、智利和南非，其業務量約佔整個洋酒業務單位葡萄酒銷量的四分之一。



放眼未來，捷成洋酒將採取獨有的發展策略，繼續投資及代理更多的產品。同時利用網上平台擴展B2B的業務模式，並通過體驗性行銷的手法推動葡萄酒文化，如品酒會與葡萄酒文化培訓、參觀葡萄園、與奢侈品牌合作舉行活動等。

■ 捷成工業榮獲「年度最佳分銷商」稱號

自2006年建立合作關係以來，捷成工業積極地向中國內地和香港的電影業推廣傳視數碼生產的優質電子設備。傳視數碼產品品質卓越、技術先進，擁有人性化的設計和堅固的構造，而捷成工業則擁有行業專長、市場知識和廣泛的分銷網絡，雙方多年來的合作產生了積極的業務成果，這種雙贏合作未來還將延續下去。

2013年9月，捷成工業榮獲傳視數碼（Transvideo）頒發的「年度最佳分銷商」大獎。這項大獎不僅肯定了公司在品牌推廣上投入的時間和資源，而且也明確認可了其合作理念，即與合作夥伴培養長久、互信的良好關係。



合資

在傳統商業模式的基礎上，捷成集團還發展出合資模式，幫助合作夥伴實現其技術優勢的本地化，從而更接近客戶群，並與製造商一起創造商機，實行產品本土化生產，滿足當地市場不斷增長的需求，促進業務的長期增長。

迄今為止，捷成工業已成功在中國大連建立了美特·捷成汽車系統（大連）有限公司、捷成唯科汽車系統（大連）有限公司和美斯瑞捷成科技三家合資企業，更加專注於中國內地市場的本土化需求。未來，捷成工業將開展更多合資項目。

■ 美特·捷成將生產國產汽車關鍵零部件

憑藉世界一流的技術解決方案及本土化成本結構優勢，2013年第二季度，美特·捷成已與國內兩家知名汽車品牌旗下的OEM廠商達成提供汽車平衡系統的協議，這是美特·捷成首次將其平衡軸產品作為關鍵零部件應用於國產汽車的生產上。

供應鏈中心

捷成集團在香港和中國內地都建有自己的物流中心——捷成物流和捷成（中國）物流公司，致力為客戶提供全面物流解決方案及全程供應鏈管理服務。其中，捷成物流依託覆蓋全球的服務網絡，高效的電子資訊技術和資料處理系統，可為眾多國際客戶提供即時及增值的物流解決方案；捷成（中國）物流公司是目前中國北方最大的保稅倉庫之一，擁有先進物流軟件支持下的保稅倉儲及配送，並享受保稅區和出口加工區疊加政策，以及港區聯動功能，可為國內外客戶提供一體化、專業化、高效率的物流服務。

捷成物流自2010年5月開始陸續取得香港品質保證局（HKQAA）葡萄酒儲存管理體系認證（包括商品葡萄酒及高級葡萄酒）、運輸服務供應商葡萄酒儲存管理體系認證（包括商品葡萄酒及高級葡萄酒）。

發展多渠道經銷

歷經百年，捷成集團多元化業務蓬勃發展，在鞏固進口貿易、經銷代理、自營門店等傳統銷售渠道的基礎上，與時俱進，積極進軍電子商貿，通過建立自營消費品網店、藍妹啤酒進駐網上超市、策劃B2B網站、開通手機移動應用程式等方式，進一步貼近消費者生活，提供多元、便捷的購物選擇。

開設至誠尚品網店

繼在京東上取得戴森銷售佳績，捷成集團繼續擴大其數碼版圖，在香港發佈網上銷售平台「至誠尚品」。「至誠尚品」集結了東方和西方的精華，提供優質家品、電子消費品、保健及美容產品、手錶和精選洋酒，並以高標準的服務要求自己，提供快捷可靠的送遞上門服務和更多可選商品，消費者可以輕易在掌上享受一站式、個性化的消費體驗。此外，「至誠尚品」還設立了FACEBOOK頁面，消費者可在此處找到相關的牌故事、新品訊息及最新的促銷內容。



藍妹啤酒進駐「1號店」

藍妹啤酒也開始進軍電子商務，正式登錄內地知名B2C網上超市「1號店」。除了現有的渠道如餐廳和酒吧外，藍妹啤酒也在積極籌備其他銷售渠道，如大型超級市場以及便利店等，以滿足更多消費者的需求。



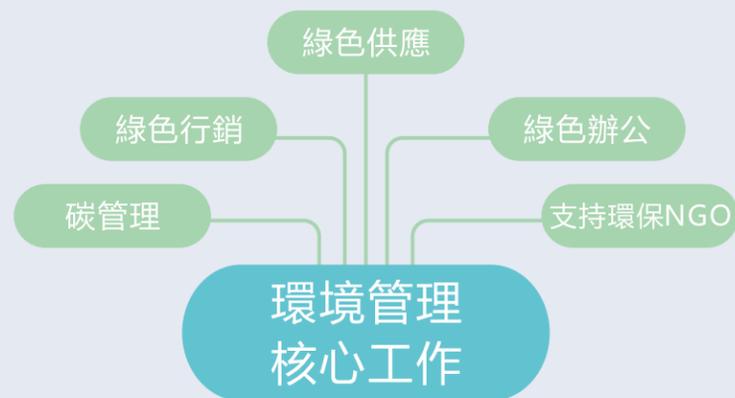
全方位啟動電子商務

捷成工業率先推出企業（B2B）在線銷售平台，成為行業進軍電子商務領域的先驅。捷成洋酒網站於2014年在香港推出。另外，捷成汽車也在積極籌備一款專為保時捷車主而設的手機應用程式。



致力環境保護

捷成集團員工與客戶對環境負責，致力推行和支持節約能源耗用和減少製造廢料的工作與項目，從而確保遵循環境法例，促進企業社會責任政策的實施。自2009年起，捷成集團對環境的關注主要聚焦在五個領域：碳管理、綠色行銷、綠色供應、綠色辦公及支持環保NGO。



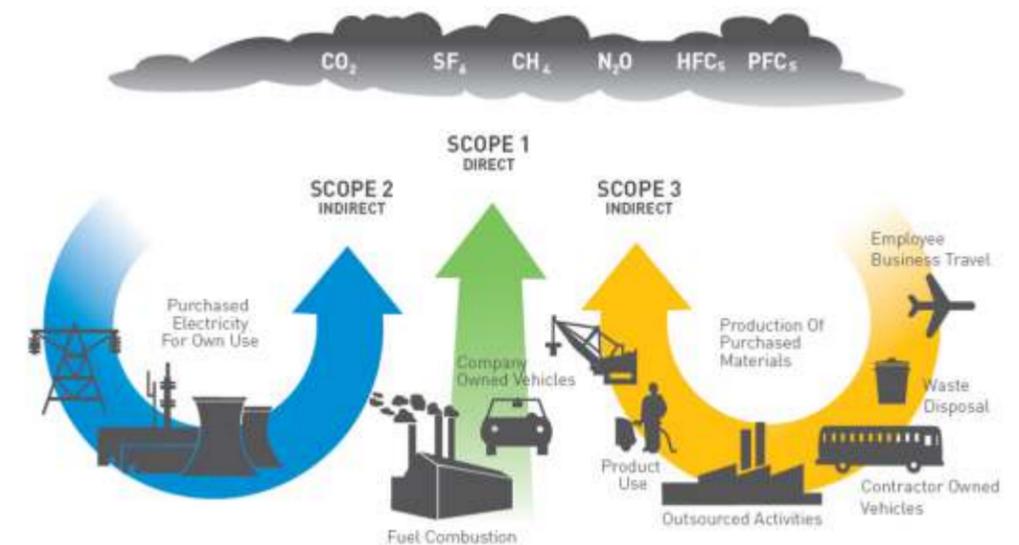
碳管理

碳審計

捷成集團在實施企業社會責任計劃時，設定了碳管理計劃目標，即以2009年作為基準年，到2013年集團的碳強度（單位營業額的碳排放量）需減少20%。為此，集團內部建立了碳審計小組，進行專業的碳管理，監測集團日常營運產生的碳排放量，形成年度碳審計報告並通過第三方機構Carbon Care Asia（低碳亞洲）的審核，以此對自身碳績效進行考核，力求不斷推進整個集團的節能減排步伐。

為便於管理，捷成根據碳排放源的差異，將碳排放劃分為三個類別*，其中，範圍1為公司擁有或控制的直接排放，範圍2為公司購買和消費的電、熱能或蒸汽消耗導致的能源間接排放，範圍3為所有其他間接溫室氣體排放。碳審計測量範圍包括捷成集團在香港、澳門以及中國內地的設施的所有直接排放與間接排放。範圍3的碳排放不在審計範圍。

* 劃分類別參考的依據為世界資源研究所/世界商業可持續發展理事會的《溫室氣體議定書：企業核算與報告準則》（修訂版）和國際化組織ISO14064-1。



碳績效

根據已審核的2013年碳審計報告，捷成集團在2013年的碳排放總量為6,702.12噸二氧化碳當量，相較於2009年基準年的5,341.48噸二氧化碳當量，總排放量有所增加，這是由商業活動顯著增加所致。但碳強度為563.03噸二氧化碳當量/10億港幣，相較於2009年的721.82噸二氧化碳當量/10億港幣，減少了22%，達到了設定的碳管理計劃目標。

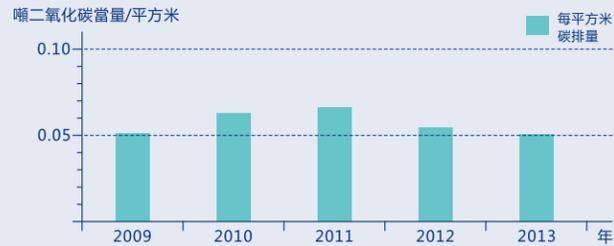
2013年捷成集團不同區域範圍1與範圍2碳排放量



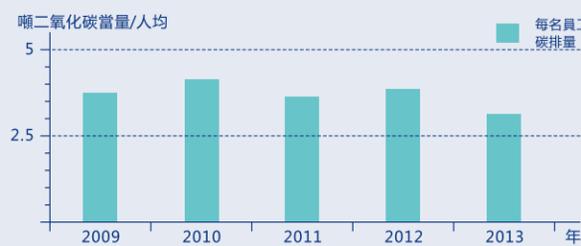
2009年-2013年捷成集團碳強度



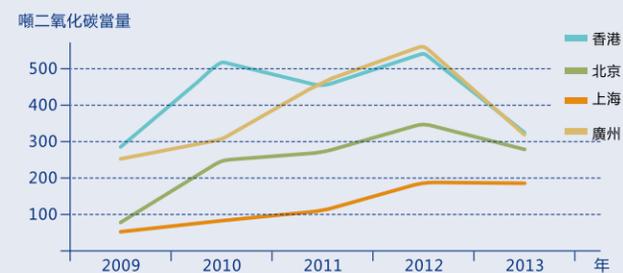
2009年-2013年捷成集團單位面積碳排放量



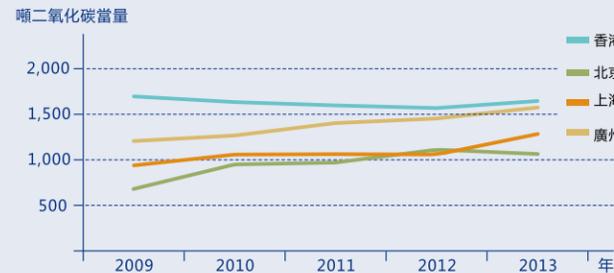
2009年-2013年捷成集團人均碳排放量



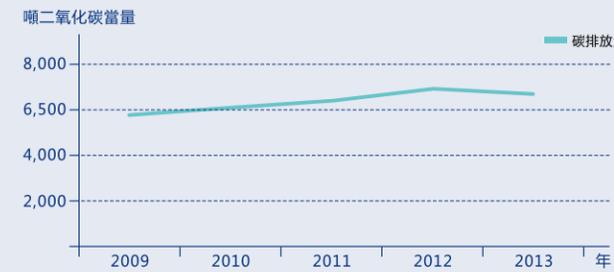
2009年-2013年捷成集團不同區域範圍1碳排放量



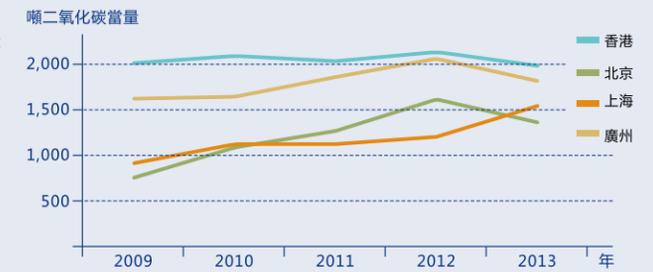
2009年-2013年捷成集團不同區域範圍2碳排放量



2009年-2013年捷成集團碳排放量

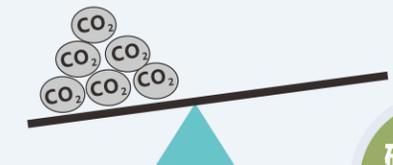


2009年-2013年捷成集團不同區域碳排放量



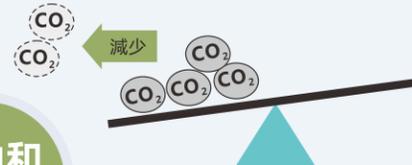
了解碳足跡

測量因日常業務運作，如差旅飛行和能源消耗而產生的二氧化碳排放



減少碳排放

通過內部減碳措施，如綠色辦公減少用電等，減少二氧化碳排放



碳中和過程

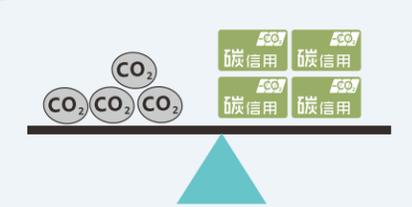
購買碳信用

向經過核準的清潔技術和提高能效等項目購買“碳信用”（如風力發電、廢氣捕捉和再利用項目）



碳中和

抵消剩余的二氧化碳排放量，實現碳中和



碳中和

捷成集團一直將碳中和列為環境保護的重要指標。由於企業營運過程總會消耗能源產生碳排放，因此，捷成集團除了通過採取各種內部措施減少碳排放外，還從2012年起開始與國際減排組織Climate Friendly合作，通過投資環保項目和購買碳信用，抵消業務營運產生的碳排放，最終實現集團的碳中和。2013年，捷成投資了兩項綠色親氣候項目，分別是暹羅水泥生物質項目與河北省崇禮清三營風力項目，共購買碳信用6,926噸，抵消2012年集團產生的碳排放量，首次實現集團的碳中和。在2014年將繼續和Climate Friendly合作，對亞洲的綠色項目進行投資，計劃購買6,703噸碳信用用於抵消集團在2013年產生的碳排放量，繼續實現碳中和，履行環境責任。

有關Climate Friendly及項目的詳細信息，請訪問：<http://www.climatefriendly.com/>

■ 暹羅水泥生物質項目

暹羅水泥生物質項目涉及對五家泰國水泥工廠進行改造，促進其棄用化石燃料，改用稻殼、木材加工剩餘物及其他農業廢料等可再生生物燃料來生產電能，以減少大量有害氣體排放。據統計，該項目的實施可避免60萬噸溫室氣體排放，環境效益非常可觀。



■ 河北省崇禮清三營風力項目

河北省崇禮清三營風力項目建設有58座風車的風力發電站，利用清潔能源生產電力，發電量高達109千兆瓦時，每年可減少10.8萬噸溫室氣體的排放。



綠色行銷

捷成的各個業務單位也積極回應集團節能減排的要求，共同努力，建設低碳捷成。

捷成工業

■ 推出潤滑油重複四次使用方案

捷成工業與德國IMT Recycling und Dialyse有限公司在香港推出了一種名為「油透析」的創新解決方案，可淨化用過的潤滑油，使之可以立即在發動機/汽車發動機中重複使用多達四次，提高資源利用率。該解決方案是專為工業與運輸企業而設計，適用於工業用油、液壓油及齒輪油等各種油料。



■ 代理NGR塑膠回收機器

捷成工業是奧地利NGR公司NGR塑膠回收機器在大中華地區的獨家代理，其NGR塑膠回收造粒機採用特有的專利技術，可對各種類型的熱塑性材料進行回收造粒加工，且能耗少，過程安全高效，符合生態標準。



■ 取得環保型柴油發動機代理權

約翰迪爾公司的柴油機產品符合嚴格的排放法規，並獲得了 Tier 3、EU Stage 2 和 MSHA (礦用證書) 認證。捷成工業取得了其工業柴油發動機 (30 kW 至 448 kW) 和船舶柴油發動機 (56 kW 至 559 kW) 在大中華地區的總代理權，為大中華地區市場提供環保型柴油發動機。



■ 合資公司開發小排量發動機零配件減少碳排放

捷成合資公司將環境保護的重要性納入其經銷的產品之中。其中，美特·捷成生產的平衡軸在駕駛過程中可抵消發動機振動和噪音，使四缸發動機獲得六缸發動機的駕駛體驗，從而減少燃料消耗。捷成唯科的機油泵產品，運用先進複合材料和高精度元件，可同時提高燃油效率減少二氧化碳排放量並延長引擎使用壽命。美斯瑞捷成則致力於引進新型燃油技術，生產高效燃油系統相關零部件。

■ 啟動廢棄物無害化處理項目

項目旨在幫助中國一些污染比較嚴重的地方政府、企業引入國外的一些無害化處理設備，為其進行廢棄物無害化處理提供一個全面的方案。

捷成飲料

■ 藍妹啤酒生產廠「清潔生產」行動

從2006年起，藍妹啤酒生產工廠就逐步開始實施「清潔生產」措施，履行企業社會責任，做負責任的酒精飲料製造商。



2006年		玻璃瓶減重:330ml裝由250g減為200g ; 640ml裝由452g減為389g
2009年		六支裝減重：由360g減為320g
2009年		蒸汽鍋爐燃料燃油改為天然氣， 減緩空氣污染
2010年		330ml瓶裝及罐裝產品使用單向塑膠託盤， 其原料為100%可循環的聚丙烯
2011年		將單向塑膠託盤推廣到640ml瓶裝產品
2013年		替換高能效設備降低能源消耗率（相對2012年降低了5.8%）



捷成奢侈品

■ 建成「最少碳足跡」的上海閔行保時捷中心

2013年10月開始營業的上海閔行保時捷中心，建築面積約20,000平方米，是目前亞洲最大的保時捷中心。中心為實現環保理念，引進國外先進綠色科技，廣泛應用高效節能設備和建築材料，建立了雨水回收系統、廢氣採集系統、地熱供暖系統、中央供油及廢油收集系統、現代化高效供暖和通風系統等多個環保低碳系統，銳意打造「最少碳足跡」的低碳建築。

2014年，上海閔行保時捷中心還將與社會企業Greenovate攜手打造「綠色職場」，鼓勵員工從日常生活中的細節做起，為環保工作貢獻自己的力量。該項目主要包括綠色辦公、共同創造工作坊和培訓講師三個部分，同時，還將組織一系列月度環保活動，如有機廚餘垃圾堆肥、電子垃圾換禮品、環保騎行等，以此倡導員工積極參與環境保護。

捷成建築產品部門

竭力通過優質的建築產品及服務，從環境保護、醫療保健及安全和保安三方面提升人們的生活素質。在環境保護方面，一直貫徹「可持續發展」的企業方針，匯集一系列具備環保功能和國際環保認證的產品，並提供全方位可持續發展的建築方案。

■ 代理高端環保建材

2013年，捷成建築產品部門再次在其豐富的產品組合中添加了更多的綠色產品。2013年內新增銷售的環保產品包括：Amtico乙烯地板（英國），具有易清潔、可減少清洗用水及化學清潔劑用量、VOC排放量低、包含40%可循環再用物料的親環境特點。該產品已通過多項國際品質檢定，並有助建築項目獲取國際認可環保認證。Deflecta混凝土細菌防制方案（澳大利亞），該產品可殺菌防霉及密封混凝土，起保護作用。產品可100%生物降解、無VOC與CFC、對人畜無害，並已通過HACCP和澳大利亞水質中心測試。

Amtico 乙烯地板



Deflecta 混凝土細菌防制方案

■ 參與綠色建築項目

捷成致力提供優質的綠色建築產品。迄今為止，已為醫院、大學等多個綠色建築項目提供建築產品，其綠色優質產品獲得社會的普遍認可。2013年，捷成啟動或完成的綠色建築項目包括：

綠色產品	項目名稱	適用範圍	親環境特點
Twyford雙沖水式座廁	維多利亞公園游泳池場館重建工程、啟曆學校(九龍灣校舍)、紅磡庇利街政府聯用大樓、公開大學銀禧學院	洗手間	節約用水，防止廢水產生
iqua感應式水龍頭	啟德郵輪碼頭發展郵輪碼頭大樓、維多利亞公園游泳池場館重建工程、啟曆學校(九龍灣校舍)、紅磡庇利街政府聯用大樓	洗手間	節約用水，防止廢水產生
Dyson幹手機	中環交易廣場一、二期及三期翻新工程	洗手間	減少使用紙巾擦手
DVS雙掣式沖廁水箱及小便門感應沖洗閘	啟曆學校(九龍灣校舍)、公開大學銀禧學院	洗手間	節約用水，防止廢水產生
Biowood複合木地板	九龍灣中央郵件中心、Dunbar Place住宅項目	園景區	100%再循環及PEFC林業認證
Buzon可調節高度基座	啟德郵輪碼頭發展郵輪碼頭大樓、香港中文大學康本國際學術園及綜合教學大樓、九龍灣中央郵件中心、香港科學園第三期、Dunbar Place住宅項目、上海濱江凱旋門住宅項目、福建永嘉天地商業項目	園景區	基座使用100%再循環物料製造
Exterpark戶外甲板地材	中環寵物公園	園景區	FSC林業認證



■ 維多利亞公園游泳池場館重建工程

■ 公開大學銀禧學院

■ 中環寵物公園



■ 啟曆學校(九龍灣校舍)

■ 九龍灣中央郵件中心

■ 紅磡庇利街政府聯用大樓

綠色供應

綠色包裝

在綠色包裝方面，捷成集團重點關注銷售點及倉儲的物料減量與循環再用，具體行動包括：利用環保材料製作銷售點宣傳物品及印刷產品價目表等；減少宣傳物品的包裝和體積；將銷售點宣傳物品循環使用於戶外廣告和商店裝飾中；在倉儲過程中削減包裝，儘量使用產品原包裝，並回收再用包裝材料；在貨倉則制定了棄置泡沫塑料、氣袋、層板和其他包裝物料的處理程式，確保廢棄物料得到妥善管理。



綠色物流

捷成物流主要關注車隊車輛的節能及提高司機的節能環保意識。為改善空氣品質，捷成響應香港政府分階段淘汰歐盟四期以前柴油商業車輛的號召，在2014年正式申請特惠資助計劃，購置歐盟四期柴油貨車。同時，還根據政府的建議，嚴格要求貨車司機在貨車裝卸貨物時關掉引擎。



綠色辦公

香港辦公室全面綠色辦公室方案

為履行企業社會責任承諾，進一步減少碳足跡，2013年，捷成集團率先在香港辦公室開展「全面綠色辦公室方案」(Total Green Office Solution, TGOS)項目，通過與理光合作，在2014年一季度顯著減少集團香港辦公地點碳排放和相關費用，並提高工作效率和品質。以香港物流部為例，根據理光為其量身定制的中央影印方案，僅需三台中央影印機便可滿足整個香港物流部的辦公需求。

項目全面實施後，預計能減少30%左右的影印機用電量、30%左右的碳排放量(由影印機產生)，每年約減少11噸二氧化碳排放，節省超過20%的紙張用量，可有效削減辦公成本，降低環境負荷。

中國內地辦公室的綠色行動

從2009年起，在內地辦公室提倡綠色理念，執行綠色方案。通過提倡員工調整辦公習慣、張貼綠色標識、實行垃圾分類並設置專門廢物分類回收箱、租賃綠色植物、租賃功能一體化的影印設備、綠色迎新、環保會議與活動、綠色裝修項目等行動，推進內地辦公室的綠色辦公進程。



捷成集團綠色裝修項目

地點	時間	內容	效果/優點
北京辦公室	2010年-2011年	T8燈管改為T5燈管	可節電15%-20%
廣州、上海與北京辦公室	2012年-2013年	採用德國Waldmann感應燈	比T5燈管節電20%-30% 可循環使用
廣州辦公室、北京辦公室、捷成消費品上海辦公室	2013年-2014年	普通射燈改為LED射燈	比T8燈管節電60%
成都辦公室	2012年-2013年	採用大廈提供的節能燈具 採用T5燈管	T5燈管可節電15%-20%

支持環保NGO

與中國探險學會合作進行自然保護

2012年，捷成集團與致力於在中國偏遠地區、以溫和公平方式實施保護自然和文化項目的中國探險學會(CERS)達成合作夥伴關係，旨在通過探索、研究以及保護等工作，豐富人們的文化和自然遺產認識。

為提升員工的文化和自然遺產知識，2013年3月，CERS的一名主要研究員Paul Buzzard受邀參加捷成的一個內部研討會，為大家講述犛牛的生存現狀。在2013年會上，捷成還邀請中國探險學會創始人黃效文進行了專題演講，分享CERS在自然保護領域的工作。

有關CERS的詳細資訊，請訪問：<http://www.cers.org.hk/index.php/zh-CN/>



與WWF合作開展的活動

捷成集團於2000年加入世界自然基金會香港分會的公司會員計劃(CMP)，既是創會會員，又是活躍的鑽石會員，捷成試圖通過此平台更好地參與到全球及地方的環境保護工作中。

2013年3月23日，捷成第五度參與全球熄燈一小時活動。當天晚上，捷成在香港及大陸地區所有辦公室的一切非必要照明、霓虹燈及廣告牌均熄燈一小時，共同創造美麗的「黑暗時刻」。



員工發展與福祉

人才是捷成集團最寶貴的資產，捷成百餘年的成功，離不開員工的努力。截至2013年底，捷成在大中華地區擁有2,300餘名員工，其中有900名在香港工作，1,400名在中國內地工作。集團女性員工比例為46.6%，管理層女性員工比例為38.1%。捷成關心所有員工的成長與職業發展，並不斷完善各種福利機制，力爭成為員工心目中的理想僱主。

員工福利

捷成集團以人為本，非常重視員工福祉。集團遵守合法與公平的僱傭條款，在法定福利外，為員工提供了多元的補充福利，包括團體壽險、個人意外險與附加醫療險、節日禮金、慰問津貼、長期服務獎、捷成獎學金、銷售聯盟獎等多個內容。此外，捷成還給員工提供了購物優惠政策，員工可以享受產品優惠價格。

捷成獎學金項目

捷成集團自2008年起設立捷成獎學金項目，通過嘉獎員工子女出色的學業表現來表達集團對員工的關懷。集團在香港、中國內地、澳門和台灣地區的所有全職正式員工皆可為其子女申請捷成獎學金。截至2013年底，集團累計為40名員工子女頒發了獎學金26.7萬元人民幣。

銷售聯盟獎

為表彰銷售團隊的成就和貢獻，捷成工業於2012年推出了「銷售聯盟」獎勵項目，旨在獎勵表現最傑出的銷售人員，同時通過獲獎員工經驗分享，形成正面的推動力量。2013年，12名銷售員工獲得了捷成工業最佳銷售業績2013年第一、二季度大獎。



員工溝通

員工是捷成集團的財富，集團採用不同渠道加強與員工之間的溝通，以維持暢順無間的合作。同時，集團還不斷開闢越來越多快捷便利的創新溝通渠道，務求高層與員工之間、員工與員工之間的溝通暢通高效。

內聯網Morus、《Moments》

內聯網Morus是員工互動協作和獲取集團內部一手信息的最快捷的渠道。《Moments》是捷成在2009年開始推出的集團季刊，每期季刊都被賦予特定主題，涵蓋捷成集團各個業務單位及企業資訊，向集團內外傳遞資訊。

員工大會

集團會定期舉行員工大會，與員工一起共商集團發展大計。在2013年，公司還舉辦了兩場經理級以上的員工大會，由來自香港、內地、台灣和澳門的G1-4職級的所有管理人員直接面對面討論集團的發展與政策，收效良好。

員工心聲調查

為了解員工在捷成的感受及想法，改善集團人力資源管理，集團於2013年9月首次推出了年度員工心聲調查，參與率達到80%。調查結果顯示：員工認定捷成是一個高度具有社會責任的機構，重視職業安全，且重視人與人之間的互動，尤其是與客戶及同事的關係。另一方面，相當多的員工認為應當在員工溝通、工作流程、薪酬、職業發展機會等方面進行持續改善。調查為管理層改進公司管理水平提供了有代表性的參考意見，2014年，集團將根據心聲調查報告實施一系列的行動計劃、改進措施。



員工成長

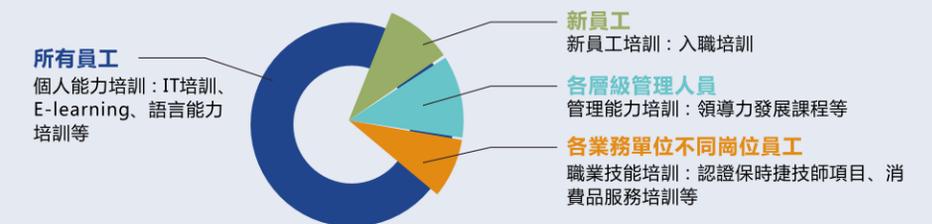
捷成集團的可持續發展離不開員工知識與技能的不斷豐富與提升，集團為員工提供各種學習和發展機會，致力員工提升自我和發展潛能。

捷成培訓體系

捷成集團為員工豐富知識與提升技能制定了全面的培訓體系，覆蓋新員工、基層與中層管理者及高層管理者。



培訓體系



2013年員工培訓績效



■ 新員工培訓

所有新員工在入職第一個月內接受由集團人力資源部安排的新員工入職培訓。其內容包括公司歷史和業務、文化和核心價值觀、員工行為守則、薪酬福利政策、員工關係和工作表現管理制度等。



■ 消費品銷售與服務培訓

為維護在集團內部的策略價值同時加強在市場上的領導地位，捷成消費品聯手集團人力資源部明確了前線服務策略，以期將我們與其他競爭對手區分開來，並同時實現最佳的客戶滿意度。在綠養坊、YA-MAN及戴森三個品牌的服務策略制定後，集團人力資源部與消費品管理團隊合作建立起明確的前線需遵守的銷售與服務行為標準，並設計「實現銷售與服務卓越」培訓班加強客戶接觸、意見處理及關閉與附加銷售能力。量身定制的「GREATER」銷售與服務模式強調提供全程優質服務，採用結構化詢問方式、產品展示及試用等技巧向消費者提供諮詢服務，以及向個體消費群推薦完美合適的美容、健康與豐富家庭產品。

「實現銷售與服務卓越」試點培訓班於2013年3月正式開班。健康顧問、美容顧問與產品專員被任命參加此次為期一天的集中培訓班，學習與練習新的銷售與服務模式。並在4月初舉辦了另一場主題為「為更高的銷售業績而輔導」的培訓班，目的在於加強銷售主管在美容方面的輔導能力或健康顧問應用「實現銷售與服務卓越」培訓班所學技能的能力。此外，為支持在中國內地日益增長的業務需求，捷成消費品還與集團人力資源部舉辦了一場培訓師訓練班，審核所選的零售主管與內部培訓師，有助於通過內部資源長期推動服務文化及維持服務培訓。

捷成培訓生計劃

捷成深信，優秀的人才隊伍成就偉大的企業，致力培養具有潛質的畢業生來引領公司未來的發展。因此，從2011年起，集團開始實施捷成培訓生計劃，計劃為期兩年，分為認知（企業）-學習與執行（特定的業務單位）-實踐及應用三個階段。期間，為培訓生設立了明確的職業發展規劃和挑戰性的工作，以及量身定制的學習課程和系統的個人職業發展培訓。

首屆捷成培訓生共七名於2011年加入捷成大家庭，經過兩年的培訓與輪崗，於2013年5月在各自的業務單位作最終定崗。在2013年7月，捷成則迎來了新一屆捷成培訓生共九名，未來兩年他們將在不同地點及業務單位輪崗，接受在職及系統的培訓。除了既有的捷成導師計劃之外，還新構建了「夥伴體系」，即新一屆的培訓生可從上一屆培訓生身上得到額外的幫助，意在鼓勵兩屆培訓生之間進行學習和交流，從而營造一個有效的學習環境。



員工關愛

集團提倡積極的工作和生活態度，引導員工保持身心健康，確保工作與生活平衡。

關愛員工健康

為了鼓勵員工更關注自己的健康，集團分別於2013年9月在香港、10月在中國內地和台灣地區舉辦了「健康周」活動，讓員工在辦公室內享受了按摩、血脂肪測試、耳穴治療、經顱多普勒測試及中醫問診等一系列免費保健服務。此外，還在健康周期間推出了「豐盛員工計劃」，協助員工應對各種心理和生活挑戰。

健康周後緊接著是10月23日的捷成「工作與生活平衡日」，通過贈送水果、體育活動和午餐研討會等活動，鼓勵員工更協調地平衡工作、社交與家庭生活。



豐富員工生活

集團每年都會在香港、中國內地及台灣地區舉辦各種精彩的康樂活動，以豐富員工生活。2013年，捷成集團累計開展56次康樂活動，累計952人次參與其中。

集團繼續開展午餐講座，2013年共組織了36場午餐講座，重點關注人的身心健康，共有735名員工參與其中。



關懷員工心理

豐盛員工計劃是由集團為員工設置的一套系統、長期的福利與支持項目。通過專業人員24小時熱線電話，對組織的診斷、建議和對員工及其直系親屬提供專業指導、培訓和諮詢，旨在幫助解決員工及其家庭成員的各種心理和行為問題，內容包括壓力管理、職業心理健康、職業生涯發展、健康生活方式、家庭問題、情感問題、法律糾紛、理財問題、飲食習慣等各個方面，全面幫助員工解決個人問題。



打造和諧社區

作為營業地區內支持社會持續發展的企業公民，捷成集團樂意擔當更積極的角色。我們堅守倫理和道德指引，全力支持與集團價值一致的公益活動，以配合社會的需求。

捷成公益活動基本守則

公司核心價值：承諾、責任、信任、確認與卓越——公益活動應與所述價值一致
 企業形象：公益活動能配合集團的正面形象
 公益活動成效：公益資金能為社區創造最大利益

捷成公益活動指引

- 捐獻的金額能帶來實質效益
- 員工參與
- 贊助項目的可持續性

行善永不停步

2013年，捷成集團保持一貫的熱心公益態度，投入社會責任費用約400萬港幣，發起和參與了許多公益慈善項目及活動。全年累計組織21次義工活動，參與公益慈善活動17次，參加人數達到920多人次；共931人次參與義賣籌款活動，合計籌得善款371,196港幣。

社會責任費用投入約



組織義工活動 參與公益慈善活動



參與義賣籌款活動



主動發起各類公益慈善活動

■ 與奧比斯合作實施「晨星計劃」

2011年6月，捷成在兒童節當天宣佈攜手國際非牟利組織奧比斯在中國啟動為期五年的「晨星計劃」，承諾將在五年內投入500萬元人民幣到甘肅、黑龍江、廣東、四川、雲南等農村貧困地區，為當地醫生提供專業培訓，並為需要幫助的孩童和年長人士提供眼疾治療，避免由於醫療資源不足、缺乏眼健康知識和經濟困難而導致失明。

在捷成和奧比斯成功合作的三年間，「晨星計劃」已總計投入人民幣超過310萬元。「晨星計劃」成效頗豐，僅僅在項目前兩年，就為甘肅、黑龍江、廣東、四川、雲南等偏遠地區超過40萬名門診患者進行專業的視力篩查，並為15萬餘名眼疾患者提供藥物治療。與此同時，共計有超過1.2萬名患者在「晨星計劃」的幫助下進行了免費的眼部手術。由捷成集團主要贊助的奧比斯黑龍江項目點在2013年4月成立，目前已建立齊齊哈爾市第二醫院、依安縣中醫醫院、鶴崗市紅十字醫院及尚志市中醫醫院等四家分中心。

除了資金贊助，捷成的員工還會組成義工隊伍參與「晨星計劃」。自計劃啟動以來，每年都會有多達20名捷成的員工代表親身前往「晨星計劃」項目所在地，開展為期三至四天的義工行動，並增強社會對中國農村地區所面臨的問題的關注。截至2013年底，已開展了四次實地考察活動。

此外，2013年捷成集團義工參加了奧比斯「駐院培訓計劃」項目，通過拍攝照片與視頻，記錄具有代表性的場景；通過採訪，記錄醫護人員和受益人的故事。



「在眾多贊助奧比斯項目的企業中，捷成集團不僅有經濟上的贊助，更難能可貴的是可以讓公司的員工作為義工親身參與到奧比斯的各種項目當中，做到親力親為，這比單純的經濟贊助更值得尊敬和贊賞。」

——王培蓓，奧比斯發展經理

「很認同晨星計劃的原因是它旨在讓更多偏遠地區的醫療人員能從事教育防盲的工作。知識改變命運，深信這個計劃可以讓更多有需要的人重見光明。」

——黃曉怡，集團人力資源和企業傳訊董事



「晨星計劃不僅恢復了人們眼前的光明，更點亮了人們心中的明燈，為貧苦的人們帶去了希望之光。能夠成為一名親歷晨星計劃的義工，我為此而感到驕傲。」

——盛培娜，捷成飲料



■ 贊助主辦影視設計大賽

為支援大中華地區電影製作的長期發展，捷成工業於2013年5月在廣州舉辦了首屆「BRAiN iT ON! 腦動起來! 影視設計比賽」，活動前後持續了五個多月，最終產生了影視設計冠軍等十項大獎。

「BRAiN iT ON! 腦動起來! 影視設計比賽」兩年一屆，致力於為大中華地區的影視設計界學生提供一個交流與展示平台，促進不同地區學生充分發揮創意、切磋交流，並分享創作心得。參賽學生團隊可以在捷成的資助和指導下，使用先進的數碼設備製作視頻，參賽作品均由業界專業人士評審，對於提高學生的影視設計及製作技術水準具有重要意義。



作為大中華地區電影及廣播行業領先的供應商，捷成工業將在接下來的六年，提供超過500萬港幣獎勵金，繼續舉辦這一項重大賽事，並希望透過此項賽事培養創新電影製作人才。

■ 設立教育基金和獎學金計劃

捷成一直以不同的方式扶持教育、回饋社會。多年來，捷成在香港及內地與多所名校合作設立了教育基金和獎學金計劃，致力人才培養。

南開捷成教育基金和實習生培訓計劃

南開捷成教育基金和實習生培訓計劃始於2010年，延續五年，每年捷成將頒發教育基金十萬元人民幣，分別用於幫助優秀教師在其教學專業領域取得更多的研究成果，及鞭策優秀學生不斷努力進取回饋社會。南開捷成教育基金和實習生培訓計劃體現了捷成對內地人才培養的重視，同時亦為在校大學生搭建了實習實踐的優質平台，體現了其尊重人才、扶植人才的一貫堅持。



發動義工服務

捷成鼓勵員工及其親友共同參與在大中華地區主要城市舉辦的各類義工活動。每季度，多達100名義工參與，服務範圍主要包括弱勢社群、長者、兒童、病患者及流浪動物等。2013年全年總計開展21次義工活動，參與人數達到361多人次。



積極支援公益慈善行動

2013年，共931人次參與義賣籌款活動，合計籌得善款371,196港幣，主要用於支持政府或非盈利機構的公益活動。

參與義賣籌款活動

 931 人次

合計籌得善款

 371,196 港幣

■ 支援四川地震災民

四川雅安地震發生後，捷成集團在第一時間發動全體員工伸出援手。最終，香港地區共籌得20萬港幣，中國內地籌得12萬元人民幣，所籌善款分別捐贈給樂施會和壹基金用於災害救助。

■ 資助「撿回珍珠計劃」

2013年底，捷成鐘錶開始參與「撿回珍珠計劃」，該計劃由台灣企業家張君達先生於2007年發起，用以資助貧困高中生繼續接受教育。除了通過慈善拍賣為該計劃籌備資金外，集團還在2014年初的「撿回珍珠」慈善晚宴中，捐出三萬元人民幣善款。



■ 參加奧比斯「你的視界」慈善晚宴

12月15日，奧比斯舉行了第三屆「你的視界」慈善晚宴，宴請包括捷成集團在內的多家贊助企業以及百餘位社會名流和愛心人士，總共募集善款94.89萬元人民幣，其中捷成集團贊助了十萬元人民幣，以支持奧比斯於2014年在黑龍江、廣東及雲南省的項目。



■ 支持公益金「百萬行」慈善活動

捷成集團每年都會參與公益金「百萬行」慈善活動。「百萬行」全程長約十公里，歷時三至四個小時，捷成員工及家屬均有參與其中。2013年，「百萬行」慈善活動中籌得13,667港幣，連同集團的捐款，超過六萬港幣的善款將撥捐香港公益金，用於資助公益金的23個會員社會福利機構。



未來展望

捷成對大中華地區市場充滿信心，未來將秉持對地區、員工和業務所在社群的不渝承諾，一方面，繼續對包括消費品、工業、飲料和奢侈品業務在內的四個業務單位進行投資，為客戶和合作夥伴提供更加優良的產品與服務；另一方面，加強企業的社會責任能力建設，未來三年，捷成集團將聚焦以下三個方面，不斷推進企業的社會責任進程：

首先，進一步完善集團的社會責任管理體系，推動各個業務單位的社會責任工作，並豐富和完善社會責任管理制度，促進社會責任工作的日常化和規範化。

其次，策劃更加多元化的社會責任項目，鼓勵不同興趣、不同需求的員工參與其中，並實現跨業務單位的互動、聯動，讓集團的社會責任策略與理念深入貫徹到各個業務單位的所有基層員工。

最後，集團將完善各種激勵措施，推動社會責任融入員工工作實踐，形成自下而上的合力，努力實現社會和諧、環境保護，並為合作夥伴和客戶創造更多社會責任共贏和參與的機會。



榮譽



獲頒2013低碳關懷標籤

2013年5月，捷成獲得低碳亞洲頒發的2013年低碳關懷標籤。該標籤是對捷成抵消2012年碳排放，首次成功實現碳中和所作出的肯定。



獲得「商界展關懷」榮譽

基於捷成集團2013年的傑出表現，2014年，香港社會服務聯會再次將「商界展關懷」榮譽授予捷成，表揚捷成在關懷社區、員工以及環境方面的卓越表現。這已經是集團連續五年獲得此項嘉許。



獲得企業社會責任嘉獎

2013年1月，捷成獲得香港生產力促進局頒發的傑出企業公民銀獎，重點嘉獎其對奧比斯「晨星計劃」的承諾和付出。

ERB2012-2014年度 人才企業首獎 (MD 1st)

2012年，捷成集團再次獲得由僱員再培訓局頒發的2012-2014年度「人才企業首獎」資格。「ERB人才企業嘉許計劃」是由香港首個全面評估機構在「人才培訓及發展」策略及工作完善程度的認證系統，旨在推廣及宣導以「人才培訓及發展」為本的企業文化，加強僱主及僱員對在職培訓及自我增值的重視與參與，對實踐以「人才培訓及發展」為目標的僱主給予肯定及支持。



附錄 GRI指標對照表

編號	GRI G3.1指標內容	披露位置
1 策略及分析		
1.1	機構最高決策者（如首席執行官或與其相當的高級職位）就可持續發展與機構及其策略的相關性的聲明	P2
1.2	主要影響、風險及機遇的描述	P2、P57-P58
2 機構概況		
2.1	機構名稱	P5
2.2	主要品牌、產品和/或服務	P6
2.3	機構的營運架構，包括主要部門、營運公司、附屬及合資企業	P5
2.4	機構總部的地址	P5
2.5	機構在多少個國家營運，在哪些國家有主要業務，或哪些國家與報告所述的可持續發展事宜特別相關	P5
2.6	所有權的性質及法律形式	P5
2.7	機構所服務的市場（包括地區細分、服務的行業、客戶/受惠者的類型）	P5
2.8	報告機構的規模（含員工人數、營運地點數量、淨銷售額、總市值、所提供產品或服務的數量等）	P5-P6、P10、P41
2.9	報告期內機構規模、架構或所有權方面的重大變化	無重大變化
2.10	報告期內所獲得的獎項	P59-P60
3 報告參數設置		
3.1	所提供信息的報告期（如財政年度/日曆年）	關於本報告
3.2	上一份報告的日期（如有）	關於本報告
3.3	報告週期（如每年、每兩年一次）	關於本報告
3.4	查詢報告或報告內容的聯絡點	關於本報告
3.5	界定報告內容的過程	-
3.6	報告的邊界（如國家、部門、附屬機構、租用設施、合資企業、供應商）	關於本報告
3.7	指出任何有關報告範圍及邊界的限制	關於本報告
3.8	根據什麼基礎，報告合資企業、附屬機構、租用設施、外包業務及其他可能嚴重影響不同報告期和/或不同機構間可比性的實體	關於本報告
3.9	數據測量方法及計算基準，包括用以編制指標及其他信息的各種估測所依據的假設及方法	關於本報告
3.10	解釋重訂前期報告所載信息的影響及重訂的原因（例如合併/收購、基準年份/期間變化、業務的性質和測量方法變化）	不適用
3.11	報告的範圍、邊界或所用的測量方法與此前報告期間的重大差異	無重大差異
3.12	用表格確定各標準披露在報告中的位置	附錄 GRI指標對照表
3.13	機構為報告尋求外部審驗的政策及現行措施。如未在可持續發展報告附帶的審驗報告中列出，則需解釋已提供的任何外部審驗的範圍及根據，並說明報告機構與驗證提供者之間的關係	不適用
4 治理、承諾和利益相關方參與		
4.1	機構的治理架構，包括最高治理機構下負責特定事務的各個委員會，例如制定策略或組織監管的委員會	P17
4.2	指出最高治理機構的主席是否兼任行政職位（如有，請說明其在機構管理層的職能及如此安排的原因）	-
4.3	如機構屬單一董事會架構，請指出最高治理機構中獨立和/或非執行成員的人數和性別	-
4.4	股東及員工向最高治理機構提出指導或建議的機制	P19、P43
4.5	對最高治理機構成員、高層經理及行政人員的報酬（包括離職安排）與機構績效（包括社會及環境績效）之間的關係	-

編號	GRI G3.1指標內容	披露位置
4.6	避免最高治理機構出現利益衝突的程式	-
4.7	如何決定最高治理機構及其委員會的組成，應具備的資格及專長，包括對性別的其他多樣性指標的考慮	-
4.8	機構內部制定的使命陳述或價值觀，行為守則，及關於經濟、環境及社會績效的原則，以及其實施狀況	P9、P10-P11、P12、P15-P16、P27、P49
4.9	最高治理機構對報告機構如何確定和管理經濟、環境及社會績效（包括相關的風險、機遇），以及對機構是否遵守國際公認的標準、行為守則及原則的監督程式	P13
4.10	評估最高治理機構本身績效的程式，特別是有關經濟、環境及社會的績效	P28
4.11	解釋機構是否及如何按預警方針或原則行事	P13
4.12	機構參與或支持的外界發起的經濟、環境及社會公約、原則及其他倡議	P49
4.13	機構加入的協會（如行業協會）和/或全國/國際倡議組織的會籍並發揮作用	P39-P40
4.14	機構的利益相關方群體列表	P19
4.15	識別及決定選擇誰成為利益相關方的根據	P19
4.16	利益相關方參與的方法，包括按不同的利益相關方類型及組別的利益相關方參與頻率	P19-P20
4.17	利益相關方參與的過程中提出的關鍵主題及顧慮，以及機構回應的方式（包括以報告回應）	P19
5 管理方法及績效指標		
經濟責任指標		
EC1	機構產生及分配的直接經濟價值，包括收入、營運成本、員工薪酬、捐獻及其他社區投資、留存收益、向出資人及政府支付的款項	P10-P11
EC2	氣候變化對機構活動產生的財務影響及其風險、機遇	-
EC3	機構養老金固定收益計劃所需資金的覆蓋範圍	-
EC4	政府給予的重大財政補貼	-
EC5	不同性別的工資起薪水平與機構重要營運地點當地的最低工資水準的比例範圍	-
EC6	機構在各重要營運地點對當地供應商的策略，措施及支出比例	P22-P26
EC7	機構在重要營運地點聘用當地社區員工的程式，以及在當地社區聘用高層管理人員所佔的比例	-
EC8	機構通過商業活動、實物捐贈或免費專業服務等形式主要為公共利益開展的基礎設施投資及服務及其影響	P50-P56
EC9	機構對其重大間接經濟影響（包括影響的程式）的理解和說明	-
環境		
EN1	所用物料的重量或體積	-
EN2	採用經循環再造的物料的百分比	-
EN3	初級能源的直接能源消耗量	-
EN4	初級能源的間接能源消耗量	-
EN5	通過節約和提高能效節省的能源	P38
EN6	提供具有能源效益或基於可再生能源的產品及服務的計劃，以及計劃的成效	-
EN7	減少間接能源消耗的計劃，以及計劃的成效	-
EN8	按源頭說明總耗水量	-
EN9	因取水而受重大影響的水源	-
EN10	循環及再利用水的百分比及總量	-
EN11	機構在環境保護區或其他具有重要生物多樣性意義的地區或其毗鄰地區，擁有、租賃或管理土地的位置及面積	-

附錄 GRI指標對照表

編號	GRI G3.1指標內容	披露位置
EN12	描述機構的活動、產品及服務在生物多樣性方面，對保護區或其他具有重要生物多樣性意義的地區的重大影響	-
EN13	受保護或經修復的棲息地	-
EN14	管理對生物多樣性影響的策略、目前的行動及未來計劃	-
EN15	按瀕危風險水準，說明棲息地受機構營運影響，列入國際自然保護聯盟（IUCN）紅色名錄及國家保護名冊的物種數量	-
EN16	按品質說明，直接和間接溫室氣體總排放量	P29
EN17	按品質說明，其它相關間接溫室氣體排放量	-
EN18	減少溫室氣體排放的計劃及其成效	P28-P30、P38
EN19	按品質說明，臭氧消耗物質的排放量	-
EN20	按類別及品質說明，氮氧化物(NO)、硫氧化物（SO）及其它主要氣體的排放量	-
EN21	按重量及排放目的地說明污水排放總量	-
EN22	按類別及處理方法說明廢棄物總重量	-
EN23	嚴重洩漏的總次數及總量	无泄漏
EN24	按照《巴塞爾公約》附錄 I、II、III、VIII 的條款視為有毒的廢棄物經運輸、輸入、輸出或處理的重量，以及運往全世界的廢棄物的百分比	-
EN25	受機構污水及其他（地表）徑流排放嚴重影響的水體及相關棲息地的位置、面積、保護狀態及生物多樣性價值	-
EN26	降低產品及服務的環境影響的計劃及其成效	P32-P37
EN27	按類別說明，售出產品及回收售出產品包裝物料的百分比	-
EN28	違反環境法律法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的次數	无罚款或制裁
EN29	為機構營運目的而運輸產品、其他貨物及物料以及機構員工交通所產生的重大環境影響	-
EN30	按類別說明總環保開支及投資	-
勞工實踐和體面工作		
LA1	按僱傭類型、僱傭合約及地區劃分的勞動力總數，並按性別區分	P41
LA2	按年齡組別、性別及地區劃分的新進員工和員工流失總數及比率	-
LA3	按主要業務地區劃分，只提供給全職員工（不給予臨時或兼職員工）的福利	P42
LA4	受集體協商協議保障的員工百分比	-
LA5	有關重大營運變化的最短通知期，包括指出該通知期是否在集中協議中具體說明	-
LA6	由勞資雙方組建的職工健康與安全委員會中能幫助員工監督和評價健康與安全相關項目的員工代表在總職員工人數中所佔的百分比	-
LA7	按地區和性別劃分的工傷、職業病、誤工及缺勤比率，以及和工作有關的死亡人數	-
LA8	為協助勞工及其家屬或社區成員應對嚴重疾病而安排的教育、培訓、輔導、預防與風險控制計劃	P47-P48
LA9	與工會達成的正式協議中的健康與安全議題	-
LA10	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受培訓的平均時數	P44
LA11	加強員工持續就業能力及協助員工轉職的技能管理及終生學習計劃	P44-P46
LA12	按性別劃分，接受定期績效及職業發展考評的員工百分比	-
LA13	按性別、年齡組別、少數族裔成員及其它多元化指標劃分，治理機構成員和各類員工的組成	-
LA14	按員工類別和主要營運地區劃分，男女基本薪金和報酬比率	-
LA15	按性別劃分，產假/待產假後回到工作和保留工作的比率	-
人權		
HR1	含有人權條款或已進行人權審查的重要投資協議和合約的總數及百分比	-
HR2	已進行人權審查的重要供應商、分包商、其他商業夥伴的百分比，以及採取的行動	-

編號	GRI G3.1指標內容	披露位置
HR3	就經營相關的人權政策及程式，員工接受培訓的總小時數，以及受培訓員工的百分比	-
HR4	歧視個案的總數，以及機構採取的糾正行動	無歧視個案
HR5	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體談判的營運點或主要供應商，以及保障這些權利的行動	無相關營運點及供應商
HR6	已發現具有嚴重童工事件風險的營運點和主要供應商，以及有助於有效杜絕童工的措施	無相關營運點及供應商
HR7	已發現具有嚴重強迫與強制勞動事件風險的營運點和主要供應商，以及有助於消除一切形式的強迫與強制勞動的措施	無相關營運點及供應商
HR8	安保人員在營運相關的人權政策及程式方面接受培訓的百分比	-
HR9	涉及侵犯原住民權利的個案總數，以及機構採取的行動	無相關個案
HR10	接受人權審查和/或影響評估的營運點的百分比和總數	-
HR11	經由正式申訴機構解決的與人權有關的申訴數量	無相關申訴事件
社會		
SO1	實施了當地社區參與、影響評估和發展計劃的營運點計劃	-
SO2	已實施腐敗風險分析的業務單位的總數及百分比	-
SO3	已接受機構的反腐敗政策及程式培訓的員工的百分比	-
SO4	針對腐敗個案所採取的行動	-
SO5	對公共政策的立場，以及在發展及遊說公共政策方面的參與	-
SO6	按國家說明，對政黨、政治人士及相關組織做出財務及實物捐獻的總值	-
SO7	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷措施的法律訴訟的總數及其結果	無相關法律訴訟事件
SO8	違反法律法規被處重大罰款的金額，以及所受非經濟處罰的次數	無相關處罰
SO9	對當地社區具有重大潛在影響或實際負面影響的營運點	無相關營運點
SO10	在對當地社區具有重大潛在影響或實際負面影響的營運點實施的預防和消除措施	不適用
產品責任		
PR1	在生命週期階段為改進產品和服務的在健康與安全上的影響而進行的評估，以及須接受這種評估的重要產品及服務類別的百分比	-
PR2	按後果類別說明，違反有關產品及服務健康與安全影響的法規及自願性準則的事件總數	無相關違反事件
PR3	程式要求的產品及服務資訊種類，以及需要標明這種信息的重要產品及服務的百分比	-
PR4	按後果類別說明，違反有關產品及服務信息和標識的法規及自願性準則的事件總數	無相關違反事件
PR5	有關客戶滿意度的措施，包括調查客戶滿意度的結果	P20
PR6	為遵守有關市場推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法律、標準及自願性準則而制定的計劃	-
PR7	按後果類別說明，違反有關市場推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	無相關違反事件
PR8	侵犯客戶私隱權及遺失客戶資料的經證實投訴總數	無相關投訴
PR 9	如有違反提供及使用產品及服務的法律法規，說明相關重大罰款的總金額	無違反相關法律或處罰金額