



GAP INC.

Impact Report 2025

關於本報告

本報告涵蓋 Gap Inc. 2025 會計年度的全球營運狀況。往年所有報告均可造訪我們的網站查閱。本報告重點說明了我們在 2025 會計年度中，針對優先關注領域及相關目標所取得的進展。本報告提供關於計畫目標、營運活動及管理方法的詳細資訊。

本報告參照全球報告倡議組織 (GRI) 準則編製，並與永續會計準則委員會 (SASB) 準則及氣候相關財務揭露工作小組 (TCFD) 之建議保持一致。Gap Inc. 致力於落實聯合國全球契約 (UNGC) 十項原則，本報告即為我們對此的進度通報。Gap Inc. 將永續發展目標 (SDG) 第 5、6、8、10、12 及 13 項列為與我們業務最為相關的目標，而第 7 及第 17 項則與我們的策略方向相互呼應。

我們的溫室氣體排放數據已取得獨立有限確信。所有其他指標均須經過內部品質審查。

若對 Gap Inc. 的永續發展工作或本報告內容有任何疑問，請透過 sustainability@gap.com 與我們聯絡。

注意事項

本報告所載資訊以誠信原則編製，並以截至 2026 年 1 月 31 日 (除非另有說明) Gap Inc. 可取得之

資訊為準。鑑於對未來狀況之預測與模型分析存在固有之不確定性，於解讀本報告所載資訊時，應審慎判斷。此外，本報告所描述之管控措施、流程、實務做法及基礎設施，並不意圖構成任何形式之聲明、保證或其他確信，表明該等管控措施、流程、實務做法及基礎設施將產生任何特定成果、結果，或達成任何所述之目標。

為避免疑義，本報告後續頁面中針對環境、社會及公司治理相關重大主題之界定、對與我們業務相關、具支持作用或相互關聯之永續發展目標 (SDG) 之識別，以及為回應 GRI、SASB 或 TCFD 報告框架所提出之任何重大主題、影響、風險、策略或機會，均不應被解讀為向 Gap Inc. 之投資人針對此類主題、影響、風險、策略或機會或其相關資訊之重大性或財務影響所作之任何定性。有關對 Gap Inc. 投資人而言屬重大之風險討論，請參閱我們截至 2026 年 1 月 31 日止會計年度之 10-K 表格年度報告，以及我們向美國證券交易委員會提交之其他文件。

本報告亦可能包含美國聯邦證券法所定義之「前瞻性陳述」。前瞻性陳述指除歷史事實陳述以外之任何陳述。前瞻性陳述代表我們對未來可能發生事件的當前判斷，此類陳述通常可藉由以下詞彙或類似表達、其變化或否定形式識別，例如：「相



信」、「將」、「預期」、「估計」、「打算」、「策略」、「未來」、「機會」、「計畫」、「可能」、「應該」、「將會」以及「持續」等。然而，即便陳述中未出現這些詞彙，亦不代表該陳述不具前瞻性。在做出這些陳述時，我們所依據的假設與分析，是基於我們對歷史趨勢、當前狀況及預期未來發展的經驗與認知，以及我們在此情況下認為適當之其他因素。

我們相信這些判斷是合理的，但這些陳述並非對任何未來事件或財務結果之保證，且我們的實際結果可能因多種因素而產生重大差異，其中許多因素已於我們截至 2026 年 1 月 31 日止會計年度之 10-K 表格年度報告，以及我們向美國證券交易委員會提交之其他文件中加以說明。我們提醒讀者，請勿過度依賴前瞻性陳述。前瞻性陳述僅代表其發布當日之觀點，除非法規明確要求，否則我們不承擔任何公開更新或以其他方式修訂任何前瞻性陳述之義務，無論是因為新資訊、未來事件或其他影響該等陳述主題之因素所致。

關於 GAP INC.

The Gap, Inc. (以下簡稱「Gap Inc.」、「本公司」、「我們」、「我們的」) 旗下擁有多個美國經典品牌，為男性、女性及兒童提供服飾、配件及個人護理產品，品牌包括 Old Navy、Gap、Banana Republic 及 Athleta。

Gap Inc. 是一家全通路零售商，透過公司直營及加盟門市、官方網站以及第三方合作等管道，於實體店面與線上通路向顧客銷售商品。截至 2026 年 1 月 31 日，我們在美國、加拿大、日本及台灣設有公司直營門市。我們亦簽有加盟協議，在亞洲、歐洲、拉丁美洲、中東及非洲等地區經營 Old Navy、Gap、Banana Republic 及 Athleta 品牌。根據這些協議，第三方於現行或未來將經營之門市與官方網站，將銷售我方品牌之服飾及相關產品。我們亦與被授權人簽訂授權協議，允許其使用我方品牌名稱銷售產品。

除了在專門店、暢貨中心、線上通路及加盟通路營運之外，我們亦運用全通路能力，串聯數位世界與實體門市。我們的全通路服務進一步提升了購物體驗，包括線上購買、店內取貨 (BOPIS)、店內訂購、以及店內出貨 (SFS)，此外還有強化的行動裝

置體驗，讓顧客能夠在我們旗下各個品牌與通路之間無縫購物。我們旗下品牌共享供應鏈及資訊科技之投資，從而能夠優化營運效率與反應速度。

了解更多：[年度申報文件](#)

目錄

1	宏偉藍圖	35	公司治理
2	關於本報告	36	供應商合規性
4	我們的承諾：執行長致詞	38	管理監督
5	公司簡介	39	風險管理
6	我們的品牌陣容	40	利害關係人參與
7	我們的影響力策略	41	商業道德與誠信經營
8	我們的影響力歷程		
9	2025 年度亮點	42	附錄
10	Gap Inc. 目標與進展		
12	環境	43	重大主題評估
		44	全球報告倡議組織 (GRI) 索引
13	縮小氣候差距	49	永續會計準則
16	水資源管理		委員會 (SASB) 索引
18	產品	55	氣候相關財務揭露
20	廢棄物管理與循環經濟		工作小組 (TCFD) 索引
21	社會	56	數據確信
22	人權		
23	縮小公平差距		
26	縮小機會差距		
29	縮小包容性差距		
31	人力資本管理		
33	社區參與		



我們的承諾 執行長致詞

自成立以來，我們始終致力於縮小差距、創造更美好的世界，並秉持一個簡單的信念：當使命與利潤相一致時，企業便能成為造福社會與地球的積極力量。

在服裝業經歷了極其動蕩的一年後，我為 Gap Inc. 能夠因應當下而感到自豪——在轉型的同時提升營運表現，並強化我們的業務以及我們每天所創造的正面影響。

作為美國最大的專業服飾公司之一，我們擁有足夠的規模、能力與平台，能夠發揮影響力。正因如此，對我們來說，將使命與利潤結合不僅是正確的事，更是一項策略。

我們致力於縮小差距、創造更美好的世界，並專注於在以下四個關鍵領域發揮影響力：

縮小氣候差距

簡單來說，沒有大自然，我們就無法生存。事實上，全球 GDP 有一半依賴於自然，與此同時，對水資源的需求也持續上升。¹

如同棉花一樣，水是我們產品中不可或缺的元素。我們認知到隨著業務成長，也必須使用更多自然資源，因此將自然視為一項資產，並致力補充我們所使用的一切。2025 年，我們的水資源管理措施在整個供應鏈中補充了 39% 的淡水使用量，使我們有望在 2030 年前達成 100% 的目標。透過合作夥伴關係，我們正在擴大自身的影響力。我們與 Water.org 共同發起了一項名為「Get Blue」的活動，旨在終結全球水資源危機。該活動與全球一些最具代表性的品牌聯盟一同啟動。

除了水資源之外，重新思考產品製造方式以及整個價值鏈中資源的使用方式，也正在加速我們的進展。今年，我們達成了纖維目標——100% 的棉花採購自更具永續性的來源，且回收聚酯纖維占比達 65%。但我們不會止步於此。我們參與美國棉花信任協議，體現了我們對持續改善與支持最佳實務的承諾。

根據我們的經驗，負責任的實務能建立韌性企業，而韌性企業能有出色的營運表現。我們致力於在 2050 年前達成淨零排放，這反映了我們對於創新更永續的產品製造方式、同時為後代守護自然資源的承諾。

縮小公平差距

女性佔我們顧客、員工及供應鏈勞動力中的多數。因此，投資於她們的成功既是機會，也是責任。我們與合作夥伴密切合作，以維護人權、確保安全工作環境，並推動同工同酬。

2025 年，全球 100% 的策略性一級工廠參與了 RISE 計畫的投資，協助近 11 萬 3,000 名工作者建立重要的專業與生活技能——這是自 2007 年以來已惠及數百萬人的更廣泛努力的一環。

縮小機會差距

我們相信每個人都應該有機會建立有意義的職業生涯——我們也一直在尋找新一代人才。我們身為時尚企業，不僅培訓和培養世界級的設計師、行銷專家和財務專業人才；同時也是新銳律師、策略師和工程師的職涯歸屬。

Gap Inc. 是美國最大的初階工作提供者之一，擁有足夠的規模、影響力與資源，能夠消除障礙、打開機會之門。我們讓員工能夠在我們營運所在的社區中，從事有意義的工作。自 2007 年啟動以來，我們的 This Way ONward 計畫一直扮演著重要橋樑的角色——激發潛能、強化社區，並培養新一代人才。

縮小包容性差距

我們旗下擁有多個美國經典品牌，觸及每一種世代、性別與地域的消費者。我們秉持初衷，持續精心設計讓每個人都能感到自信的產品、訴說頌揚共同人性的品牌故事，並打造才華洋溢、表現出色，且能反映顧客社群組成的團隊，努力縮小包容性差距。

2025 年，我們持續投資於領導力培訓，以培養具備包容性思維的領導階層——這些領導階層能夠有效地與全球各地多元的員工團隊、顧客及合作夥伴建立連結。我們也推進了文化參與計畫，在公司內外部營造歸屬感。

雖然我們對 2025 年所創造的影響力感到自豪，但我們仍專注於保持這種勢頭，並進一步深化我們的影響力。

我們深知，更強勁的營運表現能帶來更大的影響力，並為所有利害關係人——從員工、顧客到社區、合作夥伴與投資人——創造長期且永續的價值。感謝您持續關注我們的進程。

如欲持續關注，請造訪 gapinc.com。



向前邁進！

RICHARD DICKSON
GAP INC. 總裁暨執行長

¹ 世界經濟論壇

公司簡介

Gap Inc. 匯聚多個經典品牌，是美國最大的專業服飾公司之一。我們旗下的 Old Navy、Gap、Banana Republic 和 Athleta 品牌為男性、女性和兒童提供服裝、配飾及生活風格產品。自 1969 年以來，Gap Inc. 不僅打造出塑造文化的產品與體驗，同時也恪守對員工、社區及地球的責任。我們的品牌激發真我的自我表達——感動人心、串聯社區、引領時尚。

我們的願景

成為一個表現卓越、匯聚多個塑造文化的美國經典品牌集團。

我們的目標

我們彌合分歧，創造美好世界。

我們的價值觀

以顧客為中心 | 以好奇心引領創新
坦誠協作 | 追求卓越

獎項與榮譽

《時代雜誌》
「創新者」 – 2025 年全球百大最具影響力公司

美國最具代表性企業，總排名第 100 名 (共 250 名)

道瓊斯最佳類別指數
連續第 13 年入選

《富比士》
2025 年全球女性最佳雇主，總排名第 338 名

2026 年美國最受信賴企業，總排名第 231 名

《新聞週刊》
2025 年美國最負責任企業零售業第 13 名，
總排名第 90 名 (共 600 名)

美國機會指數
零售業第 7 名

Ceres (環境責任經濟聯盟)
水資源評價金融倡議基準 – 服裝業第 1 名，總排名第 10 名
(共 71 名)

美國形象獎
Zac Posen，年度設計師

GAP INC. 2025 會計年度數據一覽

154 億美元

淨銷售額，

其中 39%

來自線上銷售²

2,474

家直營門市，以及約

1,000

家加盟門市，遍布約

35

個國家/地區

4

個美國經典品牌

79,000

名員工

200

家供應商 (大約)，生產據點
遍布約

30

個國家/地區



² 線上銷售主要包括來自我們線上通路的銷售，包含自門市取貨或由門市出貨的訂單，以及來自其他具營收貢獻之策略性計畫的淨銷售額。

我們的品牌陣容

我們透過四個美國經典品牌激發自我表達——Old Navy、Gap、Banana Republic 和 Athleta。每個品牌都以其獨特的定位，為我們的環境與社會影響力做出貢獻。³



1,242 家門市
87 億美元淨銷售額

Old Navy 是一個北美平價服飾品牌，致力於讓每個人都能輕鬆擁有時尚潮流。該品牌結合潮流設計、穩定品質與實惠價格，打造充滿玩趣風格的服飾。Old Navy 於 1994 年在加州科爾馬開設第一家門市，此後已擴展至全球超過 1,200 家直營門市（包含暢貨中心）、線上通路，以及其他加盟零售據點。



582 家門市
35 億美元淨銷售額

Gap 是全球知名的美式休閒風格代表品牌。自 1969 年於舊金山創立以來，Gap 持續透過打造深受喜愛的經典必備單品，以及提供具文化時代感的品牌體驗，鼓勵人們展現原創精神與個人風格。Gap 是一個服裝與配飾品牌，旗下產品系列涵蓋 GapKids、babyGap、Gap Maternity、GapBody 和 GapFit，以及與 GapStudio 和合作品牌共同推出的限量聯名系列。該品牌也為注重實用價值的顧客提供專門為 Gap Outlet 和 Gap Factory 門市設計的系列商品。Gap 是我們的同名品牌，透過線上通路、直營門市以及全球各地的加盟零售據點與顧客建立連結。



398 家門市
19 億美元淨銷售額

Banana Republic 是一個以故事講述為核心的品牌，以高品質、工藝精湛的系列商品與體驗，為現代探索者打造穿搭，激發並豐富他們的旅程。Banana Republic 創立於 1978 年，並於 1983 年由 Gap Inc. 收購。該品牌透過線上通路、公司直營的 Banana Republic 與 Banana Republic Factory 門市，以及全球各地的加盟零售據點與顧客建立連結。



252 家門市
12 億美元淨銷售額

Athleta 是一個高階機能生活品牌，使命是透過運動啟發女性與女孩建立自信、力量與歸屬感，點燃女性的力量。Athleta 創立於 1998 年，並於 2008 年由 Gap Inc. 收購。該品牌通過 B 型企業 (B Corp) 認證，致力於為女性及女孩打造兼顧產品創新與時尚風格的服飾。Athleta 產品在美國及加拿大的直營門市、全球各地的加盟零售據點，以及線上通路均有販售。

³ 淨銷售額指截至 2026 年 1 月 31 日之 2025 會計年度數據。門市數量統計至 2026 年 1 月 31 日，且不包含加盟門市。

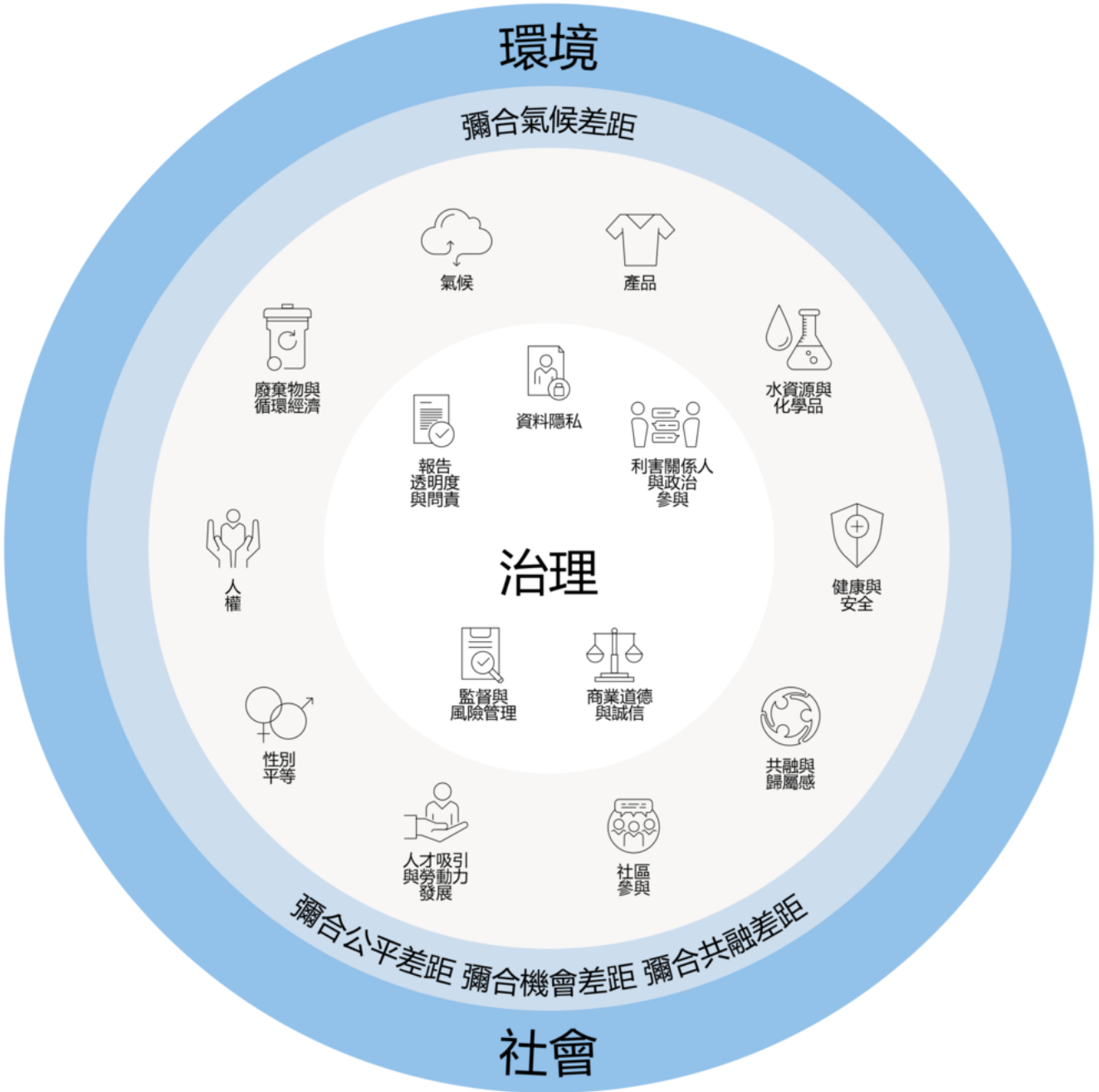
我們的影響力策略

我們相信，當我們在差距中找到共同連結與共同人性時，便能帶來進步。

Gap Inc. 以四大使命支柱為引領：縮小氣候差距、縮小公平差距、縮小機會差距、縮小包容性差距。我們的各項計畫依據重大主題評估結果制定，並納入全方位的企業策略中，以提升營運效率、促進價值創造，並激發創新。

我們透過穩健的治理架構，對自身營運中所涉及的環境與社會議題承擔責任。指定的董事會委員會負責監督相關的環境與社會議題，並定期接收進度更新。我們透過與各品牌和職能部門的高階主管合作，管理整個業務中的相關風險和機會。

了解更多：[公司治理](#)、[重大主題評估](#)



簽署組織與會員資格

- 美國服裝與鞋類協會 (AAFA)
- AFIRM 集團 (服裝與鞋類國際限用物質清單管理組織)
- 服裝影響力研究所 (Aii)
- 良好棉花倡議
- 優於現金聯盟
- 黑人時尚理事會
- 美國男孩女孩俱樂部
- 社會責任商業聯盟 (BSR)
- 商業圓桌會議
- CanopyStyle
- Cascale, Inc.
- Ceres (環境責任經濟聯盟)
- 時尚公約
- 國際協議
- 國際勞工組織 (ILO) 與國際金融公司 (IFC) 之「更佳工作」計畫
- 生命安全與建築安全倡議 (LABS)
- 微型纖維聯盟 (TMC)
- 國家移民論壇 (NIF)
- 全國零售聯合會基金會 (NRF)
- Nirapon
- 對所有人開放
- Opportunity@Work
- 零售業領袖協會 (RILA)
- RISE (促進平等產業再造倡議)
- 社會與勞工融合計畫 (SLCP)
- 難民帳篷夥伴關係
- 紡織品交易所
- 聯合國全球契約 (UNGC)
- 《聯合國氣候變化綱要公約》時尚業氣候行動憲章
- 美國棉花信任協議
- 執行長水資源管理倡議及水資源恢復力聯盟 (WRC)
- Welcome.US
- 世界經濟論壇水資源未來社群

我們的影響力歷程

自 1969 年創立以來，我們的使命就不僅僅是賣衣服而已。起初只是一個旨在縮小代溝的零售概念，如今已啟發了更多可能性。

我們知道自己永遠可以做得更多。這就是為什麼我們持續將永續發展融入整體業務，並專注於能為利害關係人創造價值的各項計畫。

1994

建立供應商合規計畫



2003

發布第一份社會責任報告



2007

推出 This Way ONward 及 P.A.C.E. (個人進步與職涯提升) 計畫



2010 – 2011

首次提交 CDP 氣候與水資源問卷



2014

成為第一家宣布同工同酬的《財富》500 大企業



2016

加入聯合國全球契約執行長水資源管理倡議



2018

Athleta 獲得 B 型企業認證



2019

加入《時尚公約》



2023

啟動「Women + Water 合作計畫」，並與 BSR、HERproject™、CARE 及 Better Work 合作推出 RISE 計畫，擴大 Gap Inc. P.A.C.E. 計畫的影響力



2024

設定 2050 年價值鏈淨零碳排放的科學基礎減量目標，並更新 2030 年科學基礎減量目標



2025

達成或超越在產品、全球公平與機會方面的目標：

- 100% 棉花來自更具永續性的來源，65% 聚酯纖維來自回收材質。
- 100% 的策略性一級工廠透過 RISE 計畫投資於女性賦權。
- 2025 年，Old Navy 基層門市員工中有 10% 來自 This Way ONward 計畫，自 2007 年以來已惠及超過 33,000 名年輕人。



請參閱第 9 頁的其他 [2025 年度亮點](#)。

2025 年度亮點



縮小氣候差距

100% 棉花來自更具永續性的來源⁴，且 65% 聚酯纖維來自回收材質，已超越我們的目標。

總淡水抽取量的 39% 已補充回自然環境中。

直接營運中用電量的 46% 來自再生電力。

自 2017 年以來，範疇 1 與範疇 2⁵ 排放量減少 70%。

自 2017 年以來，範疇 3.1 (採購商品與服務) 排放量減少 20%。



縮小公平差距

全球 100% 的策略性一級⁶工廠⁷皆投資於 RISE 計畫⁸，僅 2025 年就有近 11 萬 3,000 名工作者接受專業與生活技能培訓。

100% 的一級工廠已建立基於性別的暴力與騷擾預防與因應管理系統及培訓。

86% 的業務支出分配至綠色評級工廠。



縮小機會差距

自 2007 年以來，超過 33,000 名年輕人參與 This Way ONward 計畫並受益，已超越我們的目標。

Old Navy 基層門市員工中有 10% 透過 This Way ONward 計畫聘用，已超越我們的目標。



縮小包容性差距

87% 的員工一直認為 Gap Inc. 致力於推動包容，並且他們能夠在工作中展現真實的自我，此表現已超越零售業的基準。

超過 3,400 名主管完成了「包容性領導」培訓。

成立包容理事會及委員會，為高階領導團隊營造包容文化與歸屬感。

⁴ 定義為：良好棉花 (Better Cotton)，前身為 BCI)、經美國種植驗證的棉花 (USCTP)、有機棉、轉化棉 (轉化為經驗證的有機棉)、回收棉或再生棉。
⁵ 範疇 1：直接排放；範疇 2：公司直營設施因外購電力使用所產生的間接排放。
⁶ 供應鏈層級是依據紡織交易所之定義：一級為成品製造；二級為材料製造；三級為中間材料加工 (如紡紗、鞣革)；四級為原材料生產與初級加工。
⁷ 策略性一級工廠，是指於 2021 會計年度占我們總業務支出 80% 的工廠，並以此作為我們 2025 年目標的基準 (定義為：採購訂單原始成本)。
⁸ 這包括 Gap Inc. 的 P.A.C.E. (個人進步與職涯提升) 計畫，這是 RISE 的一項既有計畫。

Gap Inc. 目標與進展

● 已達成 ● 符合預期 ● 偏離預期

2025 年，我們達成了多項目標，並將持續探索各種方式，強化我們對縮小差距、創造更美好世界的策略承諾。

目標 ⁹	目標年度 ¹⁰	狀態	2025 年進展
環境			
縮小氣候差距 ¹¹			
以 2017 年為基準，將範疇 1 與範疇 2 溫室氣體 (GHG) 排放量減少 90%	2030	●	減少 70%
以 2017 年為基準，將範疇 3 來自採購商品與服務的溫室氣體排放量減少 32.5%	2030	●	減少 20%
為全球直營設施採購 100% 再生電力	2030	●	直營設施中 46% 的用電來自再生能源
在整個價值鏈中達成淨零碳排放	2050	●	自 2017 年基準以來減少 20%
水資源管理 ¹²			
支持受到服裝業影響的 500 萬人，改善他們公平取得清潔用水與衛生設施的機會	2030	●	自 2017 年以來，已惠及 280 萬人
減少用水量，並將相當於服裝生產及直營設施淡水使用量 100% 的水資源補充回自然環境 ¹³	2030	●	總淡水抽取量的 39% 已補充回自然環境中
產品 ¹⁴			
100% 的棉花來自更具永續性的來源 ¹⁵	2025	●	已達成 100%
至少 45% 的聚酯纖維來自回收來源	2025	●	已達成 65%

⁹ 針對以 2025 年為截止期限的目標，我們計畫隨著計畫與策略的演進，持續揭露相關指標。

¹⁰ 所有目標年份均指會計年度結束時，除非另有說明。

¹¹ 範疇 1：直接排放；範疇 2：公司直營設施因外購電力使用所產生的間接排放；範疇 3：價值鏈活動所產生的間接排放，例如商品生產、運輸及加盟店排放。

¹² 我們持續致力於達成執行長水資源管理倡議 2050 年目標，以在水資源緊張地區實現正向水資源影響，並支持具備水資源韌性的供應鏈。這些承諾已於[水資源管理](#)一節中討論。

¹³ 我們的水資源使用量計算方法已更新，採用一級與二級工廠的 Higg FEM 數據，以區分淡水與灰水（回收/再利用水）的使用。任何缺失的數據，皆依據該國家/地區及該類別的平均值進行估算。這反映了我們在掌握水資源依賴程度以及水資源使用對淡水生態系統所造成影響方面的最佳實務做法。

¹⁴ 該數據代表 Gap Inc. 2025 年春季至 2025 年節慶系列產品所用主要布料，在原材料階段的纖維消耗計算值。Gap Inc. 的纖維數據是根據季節性廢法，依所有品牌（不包括 Banana Republic Home 產品）的採購訂單材料數據推導而來。我們對於第三方授權與配件產品的數據掌握有限，但正持續加強這部分的數據連結。

¹⁵ 定義為：良好棉花（Better Cotton，前身為 BCI）、經美國種植驗證的棉花（USCTP）、有機棉、轉化棉（轉化為經驗證的有機棉）、回收棉或再生棉。

Gap Inc. 目標與進展

● 已達成 ● 符合預期 ● 偏離預期

目標 ¹⁶	目標年度 ¹⁷	狀態	2025 年進展
社會			
縮小公平差距			
100% 的策略性一級工廠透過參與 P.A.C.E./RISE 計畫，投資於女性賦權 ¹⁸	2025	●	已達成 100%
100% 受僱於策略性一級工廠的工作者，都能透過代表性的工作場所委員會表達意見	2025	●	已達成 100% ¹⁹
100% 的策略性一級工廠在基層主管層級實現性別平等	2025	●	性別平等達成率為 57%，未達目標。更多資訊請參閱 能力培養計畫
100% 的一級工廠建立預防與因應管理系統及培訓，以處理基於性別的暴力與騷擾問題	2025	●	已達成 100%
縮小機會差距			
每年，Old Navy 基層門市員工中有 5% 來自 This Way ONward 計畫的招募	2025	●	已達成 10%
透過 This Way ONward 計畫惠及 20,000 名年輕人	2025	●	自 2007 年以來，已惠及超過 33,000 名年輕人
公司治理 – 供應商合規性			
到 2023 年，100% 適用範圍內的一級工廠皆參與全行業的相關倡議 (SLCP 及/或 ILO-IFC 更佳工作計畫) 到 2025 年，100% 的策略性二級工廠參與其中 ^{20,21}	2023/2025	●	100% 適用範圍內的一級工廠以及 100% 的策略性二級工廠參與其中
Gap Inc. 的採購中有 80% 分配至綠色評級工廠	2025	●	已達成 86%
佔 Gap Inc. 業務支出 90% 的一級供應商，已 100% 獲邀參與 Better Buying 計畫，其評分結果將按品牌分別計算，致力於每年公開報告採購實務的改進	2025	●	已達成 100%，且結果顯示整體持續逐年改善

¹⁶ 針對以 2025 年為截止期限的目標，我們計畫隨著計畫與策略的演進，持續揭露相關指標。
¹⁷ 所有目標年份均指會計年度結束時，除非另有說明。
¹⁸ 策略性一級工廠，是指於 2021 會計年度占我們總業務支出 80% 的工廠，並以此作為我們 2025 年目標的基準 (定義為：採購訂單原始成本)。
¹⁹ 定義為：達成至少 70% 的相關 Better Work 學院社會對話指標 (SDI)，並滿足最低要求指標 (SDI 9、SDI 17 及 SDI 18)。
²⁰ 供應鏈層級是依據 [紡織交易所](#) 之定義：一級為成品製造，二級為材料製造，三級為中間材料加工 (如紡紗、鞣革)，四級為原材料生產與初級加工。
²¹ 適用範圍內的工廠不包含 Banana Republic Home 工廠以及員工數少於 50 人的工廠。

環境

我們與企業、非營利組織及政府合作，推動產業內的環境永續發展。我們將更永續的實務做法融入產品開發，並聚焦於氣候、水資源及廢棄物管理，以對人類與自然產生正面影響。

氣候行動

水資源管理

產品

廢棄物管理與循環經濟



由左至右：Matt Damon (Water.org 共同創辦人)、Richard Dickson (Gap Inc. 總裁暨執行長)、Gary White (Water.org 共同創辦人)、Kara Hurst (Amazon 副總裁暨永續長) 於世界經濟論壇年會。

超過 20 億人缺乏安全的清潔用水。為協助縮小此一差距，Gap Inc. 與 Water.org、Amazon、Starbucks 及 Ecolab 合作，共同發起 Get Blue™ 計畫。

這項倡議於 2026 年 1 月在世界經濟論壇上正式宣布，旨在透過匯集企業領導力、消費者參與及資金，支持 Water.org 經過驗證、以市場為導向的解決方案，以加速普及安全用水與衛生設施。

受到 (RED) 運動的啟發 (Gap 品牌於 2006 年為該運動的創始 成員之一)，Get Blue 代表了一個全新的契機，集結全球最具影響力的品牌，共同支持一項共通的使命。身為該產業的一份子，我們有機會也有責任，運用我們的規模、創意與影響力，將認知轉化為行動。透過攜手合作，我們能夠幫助地球上每個人獲得安全的用水，並展現當我們的產業挺身而出、發揮正面力量時，能夠取得怎樣的成就。

Get Blue 將觸及世界各地有需要的家庭與社區，推動 Water.org 於 2030 年前惠及 2 億人的目標，同時也將推進 Gap Inc. 於 2030 年前惠及 500 萬人的目標。當家庭在家中能夠取得安全的用水時，他們將因此受益，包括改善健康狀況、獲得更多時間投入教育與賺取收入，以及擁有更多機會。

我們認識到，水資源是企業經營的關鍵要素。Get Blue 將領導力、合作關係以及顧客參與，轉化為對「Bring Water Home™」解決方案的持續投資，從而進一步推動我們的水資源相關計畫。

「Get Blue 已開始凝聚一個社群，讓大家認識到每個人都能在終結全球水資源危機中貢獻心力。尤其是當品牌能以這種方式發揮影響力時，進展便會快速擴散——而這正是這場運動的核心宗旨。」

– MATT DAMON，
WATER.ORG 共同創辦人

縮小氣候差距

氣候行動

我們的減碳策略遵循領先的氣候科學與產業最佳實務，以減少碳足跡並防範氣候變遷的衝擊。

到 2030 年的目標	進度
以 2017 年為基準，將範疇 1 與範疇 2 溫室氣體 (GHG) 排放量減少 90%	減少 70%
以 2017 年為基準，將範疇 3 來自採購商品與服務的溫室氣體排放量減少 32.5%	減少 20%
為全球直營設施採購 100% 再生電力	直營設施中 46% 的用電來自再生能源
到 2050 年的目標	進度
在整個價值鏈中達成淨零碳排放	自 2017 年基準以來減少 20%

我們的 2030 年減排目標與 2050 年淨零目標，已通過科學基礎減量目標倡議 (SBTi) 的審核。我們的目標符合攝氏 1.5 度的情境，並遵循範疇 2 的市場基礎計算方法。

我們的策略方針

我們承諾遵守《聯合國氣候變化綱要公約》(UNFCCC)。我們定期進行氣候情境分析，以優先減緩氣候相關的實體風險與轉型風險。

了解更多：[風險管理](#)

我們的減碳措施包括：

直接營運

我們的門市、配送中心 (DC) 與辦公室構成了範疇 1 與範疇 2 的排放，且主要位於北美。

效率：我們更新屋頂、照明、能源管理系統 (EMS)、暖氣、通風與空調 (HVAC) 系統，並致力於推動營運的電氣化與自動化。

再生電力：我們投資於場內及場外的太陽能與風力專案，以支持營運全面使用 100% 再生電力的承諾，並持續探索更多機會。

供應鏈

我們大部分的排放來自範疇 3 類別 1 (採購商品與服務)。因此，我們與供應商合作，透過一系列涵蓋能源效率、再生能源及其他促進措施的計畫，加速推動其減碳策略。雖然我們過往的減碳措施主要集中在一級供應商，但我們也評估所有供應鏈層級的排放貢獻。展望未來，我們認識到二級供應商具有最大的減排潛力。

再生電力：我們透過可行性評估與財務方案規劃，支持供應商轉用再生電力。

目標設定：我們支持供應商設定符合科學基礎的減量目標 (SBT)，並制定詳細的減碳路徑圖。

破匯與碳抵銷：我們投資於自然基礎解決方案，例如再生農業與流域復育，同時在適當情況下考慮碳抵銷的機會。

煤炭淘汰：我們的工廠審核流程禁止任何新設工廠使用現場燃煤，而所有目前使用煤炭的工廠也訂有 2030 年前逐步淘汰的時程表。我們也參與聯合國氣候變化綱要公約 (UNFCCC) 的煤炭逐步淘汰工作小組。

纖維轉化：我們將**產品**中的纖維轉換為低碳替代材質。²²

低碳能源：2025 年，我們與 Aii 及產業峰會合作，推出低碳熱蒸汽技術，並將其應用於關鍵工廠。

供應鏈的推動手段包括：

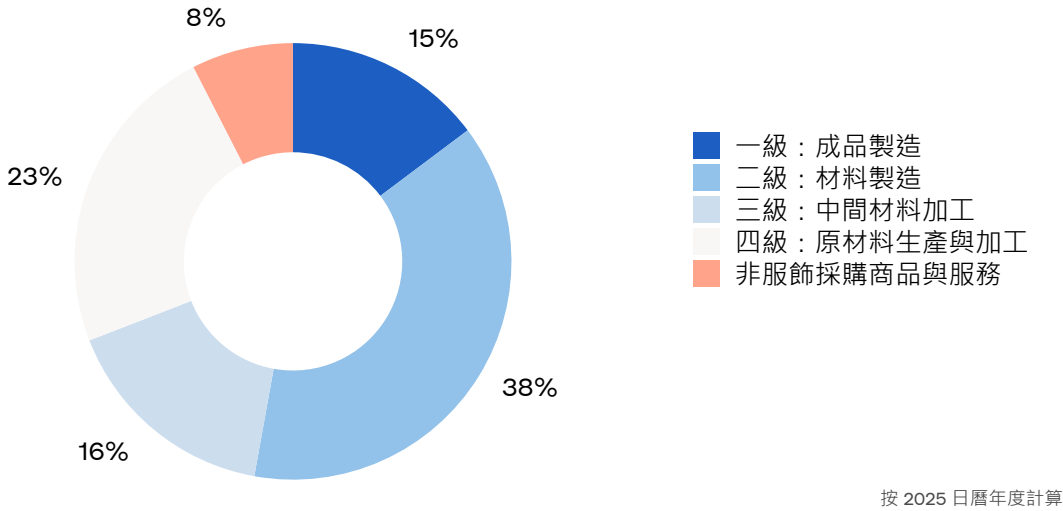
供應商合規：我們監控**供應商是否遵守**《供應商行為準則》中的環境標準，並追蹤其糾正措施計畫 (CAP) 的執行成效。

資料管理：我們要求供應商每年填寫 Higg 設施環境模組 (FEM)，以追蹤並監測其能源與水資源消耗資料，以及減碳表現。

供應商分配：我們的採購團隊會將供應商的環境表現納入供應商分配決策，作為業務獎勵的依據。

融資：我們參與集體行動計畫，以支持供應商在再生電力或逐步淘汰煤炭方面的投資。我們參與**花旗銀行**的一項供應鏈融資計畫，為在 Higg FEM 中獲得高分的供應商提供優惠利率。此外，我們也積極

Gap Inc. 範疇 3.1 採購商品與服務排放量 — 依供應鏈層級分析



探索其他供應商融資方案，以協助供應商轉型至低碳技術與再生能源。

政策倡導：我們透過聯合國氣候變化綱要公約 (UNFCCC) 及產業峰會等組織，在重點供應鏈地區倡議有利於再生能源的政策。

Solar VPPA (一項 7.5 百萬瓦的場外太陽能專案)，以及在加州佛雷斯諾配送中心設置的一座 3 百萬瓦的場內太陽能裝置。自 2021 年起，我們的投資已使北美地區的 Athleta 門市達成 100% 使用再生電力。

2025 年進展

直接營運

效率：在北美地區，約有 38% 的門市已導入能源管理系統 (EMS)。這些門市每平方英尺的用電量比未導入 EMS 的門市減少約 8%，2025 年節省了約 280 萬美元的成本。

再生電力：自 2020 年起，我們投資了以下項目：北達科他州的 Aurora Wind VPPA (一座 90 百萬瓦的場外風力發電廠)、北卡羅來納州的 Fern

²² 我們使用 Higg 材料永續性指數 (MSI) 來評估纖維轉換對氣候的影響。

氣候行動 續

應鏈

再生電力：截至 2025 年底，已有 420 家一級與二級工廠投資於再生能源。在越南，有兩家工廠與 Aii 合作完成了專案，安裝了屋頂太陽能板，可滿足其約三分之一的用電需求。我們也篩選出符合資格的供應商，並鼓勵其參與 Aii 的再生能源轉型倡議 (RETI)。

目標設定：2025 年，約有 40 家一級與二級供應商已加入或完成了 Cascale 的**製造商氣候行動計畫** (MCAP)。MCAP 參與者將獲得指導，以設定符合科學基礎的目標，並制定減碳計畫，提升能源效率與增加再生能源的使用。截至 2025 年 12 月，已有 23 家一級與二級供應商提交或通過了 MCAP 或 SBTi 的目標。

碳匯與碳抵銷²³：2024 年及 2025 年，我們向美國棉花信任協議 (USCTP) 的氣候智慧棉花計畫購買了碳匯額度，該計畫支持美國農民採用美國農業部的氣候智慧農業實務做法。²⁴

資料管理：2025 年，我們的 518 家 (100%) 一級供應商完成了 Higg FEM 評估，513 家 (99%) 完成了回應驗證；在二級供應商中，413 家 (67%) 完成了評估，387 家 (63%) 完成了回應驗證。我們也將 Higg 的應用擴展至三級供應商，以提高供應鏈的透明度。

交通電氣化

我們將四個配送中心的柴油調度卡車更換為電動車型，2025 年節省了超過 31,000 加侖的柴油。我們計畫於 2026 年將其推廣至其餘廠區。

我們參與了馬士基的 ECO Delivery 平台，並持續在南加州將短途貨櫃運輸車輛轉換為電動車。2025 年，該州有 99.6% 的港口貨櫃拖運作業採用電動卡車執行。



溫室氣體排放量 ¹				
公噸二氧化碳當量	2017 會計年度 ^{2、3}	2023 會計年度	2024 會計年度	2025 會計年度
範疇 1	27,220	36,164	39,569	44,847
範疇 2 (基於位置)	379,837	218,342	210,902	202,504
範疇 2 (基於市場) ⁴	361,734	85,094	59,753	70,902
範疇 3.1：採購商品與服務 ⁵	4,730,372	4,076,765	4,098,703	3,794,153
範疇 3.3：燃料與能源相關活動	15,518	18,498	51,664 ⁷	56,388
範疇 3.4：上游運輸與配送	514,832	263,233	526,578 ⁸	429,999
範疇 3.5：營運產生的廢棄物	14,645	10,068	13,295	88,705 ⁹
範疇 3.6：商務旅行	48,801	2,186	21,119	16,185
範疇 3.7：員工通勤	256,355	70,531	76,290	72,930
範疇 3.9：下游運輸與配送	55,379	68,470	126,896 ⁸	184,334
範疇 3.11：售出商品的使用 ⁶	2,095,886	936,193	977,583	994,456
範疇 3.12：售出產品的廢棄處理	119,353	83,648	105,260	118,809
範疇 3.14：加盟店	28,531	24,651	25,715	43,543

了解更多：[CDP 報告](#)

¹我們的碳會計方法遵循溫室氣體盤查議定書，並採用營運控制法來界定我們的組織邊界。排放數據經有限確信等級查證，詳見我們的 [確信聲明](#)。

²作為 2023 年更新科學基礎目標的一部分，我們重新計算了 2017 年的基準。因此，部分更新後的數據可能與我們先前提交的 CDP 氣候變遷資料或過往報告不一致。

³2017 年是 Gap Inc. 淨零目標與科學基礎目標的基準年。

⁴相較於 2017 年基準年，範疇 2 (市場基礎) 的排放量減少，主要來自我們 VPPA 專案的再生能源發電。

⁵範疇 3.1 是依據一級與二級供應商提供的日曆年度數據計算。隨著我們對各家供應商排放占比的掌握程度逐年提升，數據可能每年有所調整。

⁶範疇 3.11 未納入我們的科學基礎目標，且主要非 Gap Inc. 所能控制。

⁷範疇 3.3 從 2023 年到 2024 年的增加，主要是由於排放係數計算方法學的更新。

⁸範疇 3.4 與 3.9 從 2023 年到 2024 年的增加，主要來自數據完整性與準確度的提升。

⁹範疇 3.5 從 2024 年到 2025 年的增加，主要是因為採用了 Cornerstone 的美國環境延伸投入產出模型 (USEEIO) 所更新的排放係數。

²³ 碳匯與碳抵銷的不同之處在於，碳匯代表的是買方自身供應鏈內的排放減量。
²⁴ 根據溫室氣體盤查議定書，我們從 USCTP 購買的碳匯額度不計入碳會計，將另行揭露。

水資源管理

我們投資於水資源，並透過更有效率的製造方式減少淡水使用，以打造更具韌性的公司與供應鏈，同時支持為我們製作服裝的人們。

到 2030 年的目標	進度
支持受到服裝業影響的 500 萬人，改善他們公平取得清潔用水與衛生設施的機會	自 2017 年以來，已惠及 280 萬人
減少用水量，並將相當於服裝生產及直營設施淡水使用量 100% 的水資源補充回自然環境	總淡水抽取量的 39% 已補充回自然環境中
執行長水資源管理倡議 2050 年承諾目標	進度
在水資源緊張地區實現正向水資源影響	已制定路徑圖，並開始實施多項計畫，以推動 2030 年中期目標的進展
支持具備水資源韌性的供應鏈	



Gap Inc. 連續第二年在 Ceres 的「水資源評價金融倡議基準」評比中，獲評為服裝業領導企業。

我們的策略方針

在 Gap Inc.，我們相信用水權是一項基本人權，並認知到妥善的水資源管理，能夠減緩對營運的負面影響，並減少營運對水資源的衝擊。在許多服裝業²⁵關鍵採購國，水資源緊張問題相當嚴峻，女性在取得安全用水、衛生設備與個人衛生 (WASH) 服務方面，面臨著不成比例的障礙。

我們採取三管齊下的策略，其制定依據為風險評估與利害關係人參與，並優先鎖定位於高度缺水流域、且對業務至關重要的地區。²⁶

了解更多：[風險管理](#)

減量：我們協助位於中高度缺水地區且用水量較高的供應商，²⁷根據當地水資源狀況設定因地制宜的目標。我們共同努力，透過導入提升效率及增加水回收再利用的技術，減少淡水抽取量。

補充：我們投資於自然環境與基礎設施專案，將水資源補充回生態系統，並強化淡水資源，以支持具備韌性的供應鏈。

可及性：我們改善受產業影響社區中居民公平取得安全用水與衛生設備的機會。

我們監測供應商是否遵守《[供應商行為準則](#)》(COVC) 及環境標準，這些標準要求保障成衣工作者的基本 WASH 需求。支持人類健康與衛生，有助於壯大 Gap Inc.、我們的供應商，以及我們營運所在的社區。

了解更多：[供應商合規性](#)

²⁵ 歐洲環境署：水資源緊張是指在一定期間內，用水需求超過可用水量，或因水質不佳而限制其使用的情況。
²⁶ 流域：指水體被收集、流經並最終匯出的地理區域；也可指某個場址從中取水或排放廢水的地理範圍。
²⁷ 水資源稀缺的定義，是採用世界自然基金會所開發、公開且具科學基礎的「水風險過濾器」。我們使用「水資源可用性」指標的閾值，將一級與二級製造商評估為「中高風險」。

水資源管理 (續)

2025 年進展

2025 年 4 月，Gap Inc. 與 Water.org 合作發起「共同點計畫」(CGP)，這是一項集結知名品牌的倡議。CGP 正在探索具創新性的方式，讓品牌能夠以使命為核心，善用文化影響力、創意與行銷，為全球水資源危機提供支持。

全球性的 [Get Blue™](#) 活動即源於這項合作而誕生。[Get Blue](#) 將提高大眾對 Water.org 使命的認知，並為其募資，幫助全球各地有需要的家庭與社區，同時推動 Gap Inc. 於 2030 年前惠及 500 萬人的目標。

減量

我們與位於缺水地區的重點供應商工廠合作，實施淡水減量與水回收再利用措施。

Arvind 水資源合作計畫：Gap Inc. 與供應商 Arvind Limited (位於印度) 合作的廢水處理廠，每年可回用超過 10 億公升的再生廢水，替代淡水使用。

自 2024 年與 Arvind 合作成立全球水資源創新行動中心 (GWICA) 以來，我們已試行多項與基礎設施相關的技術，並針對廢水處理、再利用與回收等主題，對供應商進行培訓。

Washwell: 自 2016 年以來，我們持續推動 Washwell 計畫。2025 年，我們為 Washwell 計畫的轉型奠定基礎，將焦點轉向位於二級工廠 (特別是布料廠) 的水資源回收，因為這些工廠的用水量佔整體製造用水的大部分。2025 年，Gap Inc. 有 28% 的服飾符合 Washwell 標準，這些服飾所使用的布料來自至少使用 25% 灰水 (回收/再利用水) 的工廠。

補充

我們啟動了多項水資源補充計畫，以實現 2030 年的承諾。

- 印度邦加羅爾的 *FIDO Tech* : 2025 年，我們與 FIDO Tech 及邦加羅爾供水與污水處理委員會合作，透過修復管線漏損，將近 100 億公升的水資源補充回自然環境。該專案運用 AI 技術，在長達 350 公里的水管網路中偵測漏損。

- 印度亞穆納河流域的 *Parmarth Samaj Sevi Sansthan (PSSS)* 專案：2025 年，該專案開始建置地下水補注系統、推動流域復育方案，並為當地農民提供水資源管理技術培訓。

- 巴基斯坦波拉里河流域的聯合國開發計畫署 (*UNDP*) 專案：2025 年，這項專案正式啟動，旨在建置雨水儲存系統、修復當地水資源基礎設施，並在巴基斯坦成立水資源治理委員會。

- 美國加州克恩河流域的 *Trout Unlimited* : 在美國，我們參與了加州水資源韌性倡議，並與 Trout Unlimited 合作，在克恩高原進行草原復育，以提升並穩定加州中央谷地的水資源供應。

水資源利用與補充			
水量 (百萬公升)	2023 會計年度	2024 會計年度	2025 會計年度
直營設施淡水抽取量	895	767	896
供應鏈取水 ¹	37,800 ²	46,800 ²	41,600
灰水使用率 (回收/再利用水)	25%	28%	29%
淡水抽取率	75%	72%	71%
Water replenished to nature	1,200	1,100	11,400 ³
淡水抽取量補充率	4%	3%	39%
¹ 我們的水資源使用量計算方法已更新，採用一級與二級供應商的 Higg FEM 數據，以區分淡水與灰水 (回收/再利用水) 的使用。任何缺失的數據，皆依據該國家/地區及該類別的平均值進行估算。這反映了我們在掌握水資源依賴程度以及水資源使用對淡水生態系統所造成影響方面的最佳實務做法。			
² 2023 與 2024 會計年度的供應鏈用水量數據已重新調整，以反映方法學的改善；2025 會計年度數據則反映了一級與二級供應商回覆 Higg FEM 的涵蓋範圍持續擴大。			
³ 2025 會計年度水資源補充量的增加，反映了 Gap Inc. 因增加對自然與基礎設施型補充專案的投資所帶來的體積性水資源效益。			

可及性

自 2017 年以來，我們已改善 WASH 服務，惠及 280 萬人，並可望在 2030 年前達成 500 萬人的目標。

Women + Water 合作計畫：該計畫²⁸透過支持當地社區領袖 (尤其是女性) 投資供水基礎設施、推動衛生宣導活動及擴大水處理系統，為印度缺水社區提供 WASH 服務。

2025 年，該計畫擴展至恆河流域，延續了在戈達瓦里河與克里希納河流域的工作成果。

WaterEquity: 自 2023 年起，我們投資了 WaterEquity 的「全球可及性基金 IV」(Global Access Fund IV)，該基金規模為 1.5 億美元，專注於強化當地金融機構的小額信貸計畫；以及「水資源與氣候韌性基金」(Water and Climate Resilience Fund)，該基金規模為 1 億美元，用於支持創新的水資源解決方案。²⁹

2025 年，「水資源與氣候韌性基金」投資了 SunCulture，用於開發太陽能水泵，提供比柴油與手動水泵更經濟實惠的替代方案；同時也投資了 Organica Water，以擴大在南亞與東南亞地區分散式生物廢水處理系統的部署。

²⁸ Women + Water 合作計畫是由水資源恢復力聯盟 (WRC)、WaterAid、Cargill 與 GSK 共同合作推動。2025 年，該合作計畫迎來了 Cummins、Google 與 BESTSELLER 基金會成為新的策略夥伴，加入原有的 Levi Strauss & Co.、可口可樂基金會 (The Coca-Cola Foundation)、Veralto 及 ClearBridge。

²⁹ 聯合國全球契約

產品

我們使產品設計與原材料選擇，與我們的氣候、水資源管理及循環經濟策略保持一致，同時優先確保產品品質與安全。

到 2025 年的目標	進度
100% 的棉花來自更具永續性的來源	已達成 100%
至少 45% 的聚酯纖維來自回收來源	已達成 65%

我們的策略方針

原材料與聲明

原材料的生產與加工會對氣候、水資源及自然環境造成影響。我們與供應商合作，採用更具永續性的材料，以支持我們的氣候與水資源目標，並與《時尚公約》及《聯合國氣候變化綱要公約》時尚業氣候行動憲章的目標保持一致。

原材料：我們與供應商合作，採購優選纖維、評估各項認證標準，並運用 Cascale 的 Higg 材料永續性指數 (MSI) 及紡織交易所的 纖維與材料矩陣等工具，評估材料的環境影響、資源使用及生產條件。

針對用量最高的纖維——棉花與聚酯纖維——我們優先採購來自更具永續性來源的棉花，³⁰ 並提高回收聚酯纖維的使用比例。

聲明：我們透過內部培訓與工具管理 [產品永續性行銷](#)，以確保所有聲明均準確且有據可依。自 2023 年起，我們已獲得符合紡織交易所標準的品牌認證。

可追溯性

我們致力於擴大並強化可追溯性，以更有效地降低風險，並將採購決策與環境影響相互連結。自 2022 年起，我們與 TextileGenesis™ 建立合作關係，並於 2021 年至 2024 年間參與良好棉花可追溯性小組。

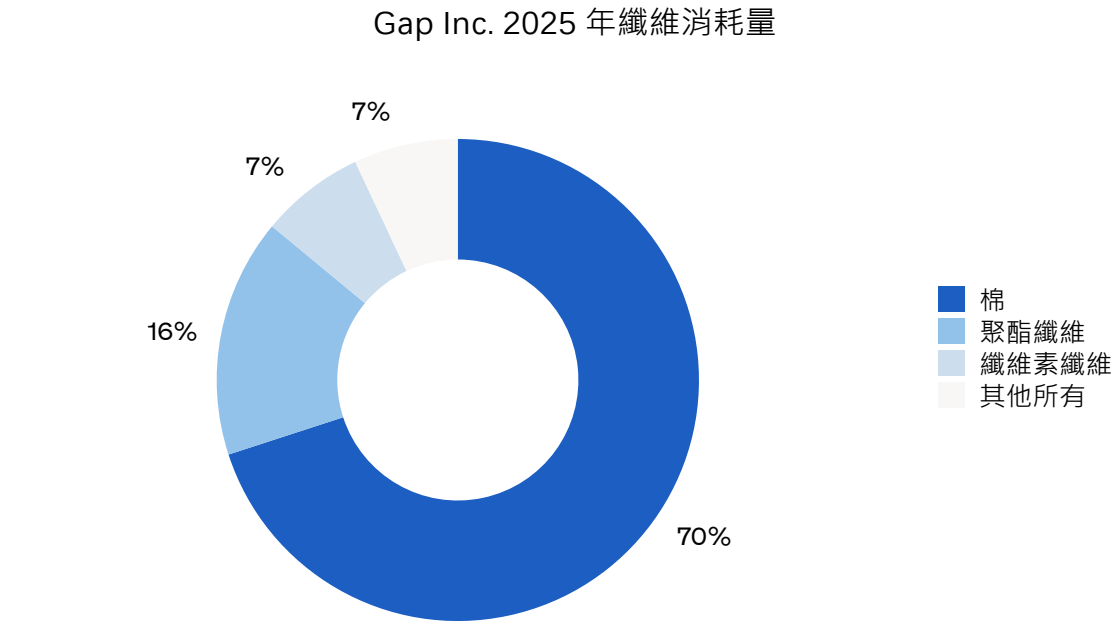
化學品管理

在產品製造過程中落實有效的化學品管理，對於保護顧客、供應商、員工及環境的健康至關重要。我們致力於避免並淘汰有害化學物質，轉向採用優選化學品（例如 2023 年逐步淘汰含 PFAS 的加工整理劑），透過第三方檢測執行化學品限用規定，並處理不符合規定的情況。³¹ Gap Inc. 是 AFIRM 集團的活躍成員。

投入管理：選擇更安全的化學投入物與材料，以減少有害化學品的使用與排放。我們要求供應商遵守「有害化學物質零排放 (ZDHC) 製造業限用物質清單 (MRSL)」。

流程管理：在製造過程中遵循化學品管理最佳實務，對於降低人員與環境風險至關重要。我們要求供應商遵守《[供應商行為準則](#)》(COVC)，並透過 Higg FEM 評估其化學品管理績效。

產出管理：製造過程的產出物包括成品與廢水。我們要求成品符合 AFIRM 集團的限用物質清單 (RSL)，並透過第三方檢測對產品進行稽核。我們要求供應商遵守 ZDHC 廢水指南，並透過我們的水質計畫 (WQP) 落實該指南。WQP 強制要求進行廢水檢測並提交化學品清單 (CIL)，同時支持供應商調查並解決不符合規定的情況。



此數據為 Gap Inc. 2025 年春季至節慶系列產品所用主要布料，在原材料階段的纖維消耗計算值。Gap Inc. 的纖維數據是根據季節性曆法，依所有品牌（不包括 Banana Republic Home 產品）的採購訂單材料數據推導而來。我們對於第三方授權與配件產品的數據掌握有限，但正持續加強這部分的數據連結。

微纖維

纖維與紡織品在生產與使用過程中可能產生碎片，導致微纖維釋放到環境中。

自 2020 年起，Gap Inc. 成為微纖維聯盟 (TMC) 的成員，積極參與業界組織，並支持關鍵研究，以解決服裝業的微纖維排放問題。我們依照 TMC 指南進行布料測試，以協助充實 TMC 在纖維脫落率方面的知識庫。我們與供應商合作實施 ZDHC 廢水指南，透過限制總懸浮固體 (TSS) 的量（其中一部分即為纖維碎片），協助控制製造廢水中微纖維的排放。

³⁰ 定義為：良好棉花（Better Cotton，前身為 BCI）、經美國種植驗證的棉花 (USCTP)、有機棉、轉化棉（轉化為經驗證的有機棉）、回收棉或再生棉。
³¹ 儘管設有嚴格的管控措施，產品仍可能因環境污染、使用回收材料等外部因素，而含有極微量非刻意添加的化學物質。

產品
(續)

2025 年進展

原材料與聲明

棉花：2025 年，我們達成 100% 棉花來自更具永續性來源的目標，這些來源包括良好棉花倡議 (BCI)、回收棉、有機棉或轉型中有機棉、再生農業棉花，以及可追溯的美國種植棉花 (USCTP)。我們亦宣布 2026 年的目標，希望將美國種植棉花的採購量提升至兩倍，並將依照 USCTP 流程，透過 TextileGenesis™ 進行追溯。

2025 年，Gap Inc. 加入 BCI 理事會，任期三年。Gap Inc. 自 2016 年起一直是 BCI 的忠實成員，並自 2024 年起擔任 USCTP 的理事會成員。

聚酯纖維：我們已超越「聚酯纖維 45% 來自回收材質」的目標，符合紡織交易所 2025 年回收聚酯

纖維挑戰的目標。2025 年，我們產品中的聚酯纖維有 65% 來自回收材質。

我們亦簽署了一份意向書，目標是在 Gap Inc. 旗下品牌中使用 Syre 的紡織品對紡織品回收聚酯纖維粒。Athleta 正持續推動 Ambercycle 的 cycora® 紡織品對紡織品回收聚酯纖維的商業化應用。

除了棉花與聚酯纖維之外，我們的品牌也運用嚴謹的認證與計畫，採購各類優選纖維，包括：

- European Flax™ 標準亞麻
- The Good Cashmere Standard® 喀什米爾羊毛
- 低環境衝擊的人造纖維素纖維，包括 Lenzing™、Tencel™ 與 EcoVero™，以及 Birla Cellulose 的 Livaeco™。(例如，Athleta 在其全系列產品中均採用 100% 低環境衝擊的³²人造纖維素纖維。)
- 負責任羊毛標準認證羊毛

可追溯性

我們持續將供應商導入區塊鏈產品可追溯性平台 TextileGenesis™，進而增加了可追溯的優選纖維種類與訂單數量。自合作以來，我們已在超過 2.9 億件服裝中完成優選纖維的追溯；而單在 2025 日曆年度，追溯的服裝數量就達到 1.65 億件。

化學品管理

2025 年，所有在生產過程中採用濕式製程及/或使用化學品的一級與策略性二級工廠 (超過 300 家)，皆參與了水質計畫 (WQP)。

超過 400 家一級與二級工廠接受了化學品管理與 Higg FEM 相關培訓。

自然與生物多樣性

我們認識到，我們依賴自然，也與自然建立夥伴關係。自然是一個複雜的系統，會影響氣候、水資源、生物多樣性及在地社區。

在探索我們與自然相處之道的早期階段，我們以科學基礎目標網絡行動框架 (AR3T) 為指導，並正在確定供應鏈中的生態熱點，以便有機會恢復和再生態系統。

2025 年，我們繼續與保護國際基金會合作，以了解我們的原材料採購與高優先保護區和主要自然風險的重疊之處。這項工作奠基於我們先前與保護國際基金會合作進行的土地使用足跡評估。這些發現將為我們的自然策略提供參考依據。

我們正致力於完善既有的動物性材料與木材纖維政策，以因應自然相關風險。



³² Athleta 所採用的低環境衝擊的人造纖維素纖維，包括 Lenzing™ EcoVero™ 嫻縐、Tencel™ 萊賽爾或莫代爾，以及銅氨絲。

廢棄物管理與循環經濟

我們考量服裝的完整生命週期，致力於採用更循環的商業模式，同時將包裝與直接營運所產生的廢棄物降到最低。

目標進展與發展

我們為履行對《時尚公約》的承諾，制定了消除包裝中不必要或有問題的塑膠，以及讓至少半數塑膠包裝採用 100% 回收材料的目標。2025 年，《時尚公約》不再將這些項目列為目標。隨著這一轉變，我們正在調整策略，將遵守包裝與紡織品的生產者延伸責任 (EPR) 法規，作為推動我們進展的關鍵動力。

我們的策略方針

廢棄物

我們透過三管齊下的策略，來處理不必要且有問題的塑膠包裝廢棄物³³：

- 消除塑膠包裝，並以非塑膠替代方案取代。我們專注於衣架、購物袋、聚酯郵寄袋（塑膠袋）及電子商務配送袋，這些品項構成了我們大部分的包裝材料。
- 盡可能透過回收來減少塑膠垃圾掩埋量。
- 將必要的塑膠包裝轉為非原生材料。

循環經濟

雖然目前大多數紡織品仍以線性系統處理，但我們的產業有機會透過循環創新，在擴大市場佔有率的同時降低環境影響。我們將循環經濟的基本原則融入營運中：

循環設計：優先考量產品耐用性、可重複使用性與可回收性，同時加強產品品質保證，以延長服裝的使用壽命。

材料與製造：最大限度使用安全、可再生與回收材料，並推動循環製造的創新。

進階資源回收：支持舊紡織品的收集、分類及回收系統，將舊紡織品轉化為時尚產業的新材料。

循環商業模式：為顧客探索新價值主張，同時實施精準預測與高效庫存管理。

2025 年進展

廢棄物

包裝：在我們所有品牌中，我們持續使用 100% 回收材料製成的塑膠袋與配送袋。

2025 年，我們位於田納西州加拉廷的配送中心，將超過 10 萬磅的特種塑膠薄膜回收，並使其免於進入垃圾掩埋場。

紡織品：透過產品開發流程的數位化，我們減少了對實體樣品的需求。這降低了材料使用量，以及生產與運輸過程中的排放。從這種做法中獲得的洞察，幫助我們更精準地預測需求和管理庫存，進而減少過度生產與紡織廢棄物。



循環經濟

循環商業模式：我們與 ThredUp® 合作，鼓勵顧客將狀況良好的二手衣物放入 Clean Out 套件中進行轉售，並以此換取我們參與品牌的購物金。

2025 年，Clean Out 套件讓超過 70 萬件衣物（以重量計算約為 70 萬磅）免於進入垃圾掩埋場。在這些被分流出來的衣物中，Athleta、Banana Republic 及 Gap 的計畫分別貢獻了 78%、14% 及 8%。

此外，Athleta 透過由 ThredUp® 代管的 Preloved 網站，售出了超過 9,000 件品牌商品；自 2022 年推出以來，累計售出超過 40,000 件。

減少舊金山總部的廢棄物

- 與 Tech Exchange 合作下，我們將約 7,000 磅的電子廢棄物從垃圾掩埋場中分流出來。Tech Exchange 是灣區的一家非營利組織，為有需要的家庭與其他非營利組織提供翻新科技設備。近 900 件電子設備（筆記型電腦、桌上型電腦及顯示器）依照 Tech Exchange 的零掩埋政策進行捐贈或回收。
- 超過 3,000 磅的食物被從廢棄物中分流出來，捐贈給當地慈善機構，提供了約 3,000 份餐點，體現了我們對舊金山社區的承諾。

了解更多：[社區參與](#)

2025 年，Gap 品牌與 Sean Wotherspoon 合作推出第三個 [GapVintage](#) 系列，共包含 148 件典藏款服飾。該系列藉由回收二手服飾並透過轉售延長其使用壽命。Banana Republic 也推出了 [Abandoned Republic](#) 系列，這是由 Marcus Allen 策劃的限量系列，精選了來自 70、80 及 90 年代的 70 件古著單品。

循環設計：2025 年，我們加入了由英國非政府組織廢棄物與資源行動計畫 (WRAP) 所發起的耐久性加速器倡議，以更深入了解服裝耐久性標準。我們將於 2026 年開始進行服裝耐久性測試，以瞭解我們可以在哪些方面提升產品組合的使用壽命。

我們也提供資金給 [Accelerating Circularity](#)、世界自然基金會 (WWF) 及社會責任商業聯盟 (BSR)，用於研究並繪製全球二手材料的流向，以掌握消費後服飾轉售與回收的機會。

³³ 為履行對《時尚公約》海洋支柱的承諾，我們採用艾倫麥克阿瑟基金會對「不必要且有問題的塑膠」的定義，該定義包含五項標準。我們所有的包裝都被歸類為「必要」、「不必要」、「有問題」或「無問題」類別。根據不同類別，包裝將被設定為「淘汰」、「分流」或「轉換」。

社會

Gap Inc. 是首家揭露薪資平等數據的《財星》500 大企業，此後更持續擴大相關計畫，支持全球服裝工作者的公平薪資與勞動力發展。我們為我們營運所在地的民眾和社區創造機會，並培養包容性文化，使我們的員工和客戶顧客得以蓬勃發展。

人權

能力建構計畫

機會推動計畫

包容與歸屬感

人力資本管理

社區參與

人權

支持基本人權是我們經營企業的根本，也是所有社會計畫的基礎。無論是直接營運或供應鏈，我們都持續與利害關係人互動，並進行盡職調查。

我們的策略方針

我們建立安全且支持員工發展的工作環境，以促進工作者福祉，並提供個人與專業成長的機會，進而提升工作者的招募、留任率與生產力。

我們的策略與政策旨在為價值鏈中的工作者營造更安全、更公平的環境，並防範強迫勞動、童工及歧視等情事。我們設有反報復政策，絕不容忍對人權捍衛者的威脅或攻擊。

直接營運

在我們的直接營運中，[《商業行為準則》](#) (COBC) 是公司遵循法規的基礎。任何與 Gap Inc. 有業務往來或受其影響的人，均可透過由獨立第三方管理、[全年無休且保密的《商業行為準則》熱線](#)提出疑慮。公司嚴格執行對報復行為的零容忍政策，以保護所有舉報疑似違反《商業行為準則》及人權行為的人。我們也透過培訓，以及在門市與配送中心 (DC) 定期進行內部和第三方安全稽核，來保障員工的[職業健康與安全](#)。

供應鏈

在我們的供應鏈中，[《人權政策》](#)與[《供應商行為準則》](#) (COVC) 構成了我們人權與社會對話方法的基石。我們的《供應商行為準則》提供 [24 種語言](#) 版本，並透過[供應商合規計畫](#)加以執行。這些政策不僅符合我們營運所在地的當地勞動法令，也參考了以下框架：

- 世界人權宣言 (UDHR)
- 聯合國工商企業與人權指導原則
- 聯合國全球契約 (UNG)
- 經濟合作暨發展組織 (OECD) 跨國企業指導原則
- 國際勞工組織 (ILO) 核心公約

盡職調查與利害關係人參與

我們的盡職調查流程包括定期評估各項政策，過程中會納入利害關係人的意見，並考量持續變動的法規。

我們的人權團隊定期與利害關係人會面，而我們的[供應商合規](#)團隊則負責蒐集相關資訊，以了解供應商的實務做法與工作條件。我們對一級與二級供應商進行評估，並透過評估、培訓及調查與一級供應商保持互動，過程中會納入工作者及其代表的意見。其中一種參與方式，是邀請一級供應商填寫 Better Buying 問卷。

了解更多：[利害關係人參與](#)

2025 年進展

政策

2025 年，我們評估並更新了《供應商行為準則》，以確保能持續符合國際標準、新興法規及產業趨勢的演進。在達成「將基於性別的暴力與騷擾 (GBVH) 預防與因應計畫擴展至 100% 一級工廠」的公開目標之後，我們已將該計畫的核心要求納入修訂後的《供應商行為準則》，以強化問責機制。2026 年，修訂後的《供應商行為準則》將正式發布，屆時將要求供應商遵循這些標準。

合作夥伴關係

2023 年，Gap Inc. 加入了「國際紡織與成衣業健康安全協議」，並參與其在巴基斯坦的計畫。截至 2025 年底，我們在巴基斯坦的 100% 一級供應商均已加入並接受巴基斯坦協議的查驗。這項進展奠基於我們長期以來的努力，包括在孟加拉透過 Nirapon，以及在柬埔寨、印度、印尼和越南透過生命安全與建築安全倡議 (LABS)，持續推動工作者安全。

2025 年，品牌、供應商與勞工團體之間為期三年的「丁迪古爾協議」正式結束。該協議旨在解決印度泰米爾納德邦 Natchi Apparel 工廠內的性別暴力與騷擾問題。11 月，康乃爾大學全球勞工研究所發布了獨立的[最終評估報告](#)，結果顯示該協議強化了工作者對性別暴力與騷擾的認知，提升了使用申訴機制的信心，並促成了更快速、有效地解決與性別暴力及騷擾相關的議題。基於這些發現，我們正與 RISE (促進平等產業再造倡議) 合作，共同發展更有效的產業解決方案。



2024 年，我們加入了「採收未來——印度棉花計畫」(Harvesting the Future – Cotton in India)。這項多方利害關係人專案在[公平勞工協會 \(FLA\)](#) 的指導下進行，旨在改善印度中央邦 (印度最大的棉花生產邦之一) 超過 30 個村莊中棉花種植者、採收者及其家人的生活條件。2025 年，「採收未來——印度棉花計畫」與地方政府建立了合作夥伴關係，並為社區領袖、農民及其家人舉辦了培訓，內容涵蓋薪資、職業健康與安全、申訴機制、兒童保護、招募實務等多個主題。

我們的主要人權議題

我們根據產品與原物料的採購地區，以及與以下項目相關的風險，確定了主要關注區域——南亞、東亞與東南亞、中美洲及中東：

- 童工與年輕工作者
- 歧視與騷擾、性別暴力與騷擾、性別平等與包容
- 外籍合約工作者與負責任招募
- 結社自由
- 申訴機制
- 人口販運與強迫勞動
- 人道待遇
- 職業健康與安全 (包括消防、建築及用電安全)
- 短期合約
- 未經授權的分包
- 薪資與福利
- 工作時數

了解更多：[人權與勞工議題](#)



照片由 ©RISE 提供

女性是我們全球供應鏈背後的主要推動力量。她們推動著我們的業務，在製造現場擔任領導角色，同時也壯大我們營運所在的社區。正因如此，我們投資於縮小公平差距，並擴大機會的取得管道。

從亞洲到中美洲，我們策略性工廠中的女性正逐步培養技能、晉升領導職位、發揮自身全部潛能——不僅推動了我們業務的發展，也推動了她們自身和她們家庭的進步。

在印度，Rachna 在工廠的內部申訴委員會中擔任新的領導職務；而在瓜地馬拉，Irma 則晉升為生產線主管。

當被問及是什麼幫助她們取得這些里程碑式的成就時，兩位女性都提到了「促進平等產業再造倡議」(RISE) 項目，這是一個旨在增強女性技能和自信，同時讓男性作為合作夥伴共同構建更公平的工作場所和家庭的行業合作項目。

參與 RISE 後，來自越南的 Chu Van Thiem 增加了在家中的責任分擔，並花更多時間陪伴孩子。

2025 年，我們達成了一項重要里程碑：100% 的策略性一級工廠均投資於 RISE 計畫，且每家工廠都對超過半數的女性勞動力提供培訓。自 2007 年以來，Gap Inc. 在性別平等方面的投資已惠及超過 180 萬人。

我們持續投資於 RISE 計畫的擴展，讓更多品牌、供應商與工作者參與其中，同時探索新的方式，以深化並維持長期的影響力。

「這個計畫幫助我提升了溝通技巧，讓我有信心能與主管和同事坦誠交流。漸漸地，我開始不再害怕地表達自己的想法。即使在家裡，我也找到了說不的勇氣、尋求幫助的勇氣，以及在感到脆弱時能開口表達的勇氣。RISE 幫助我成為一個更好、更堅強、也更有自信的自己。」

– Rachna | RISE 學員

縮小公平差距

能力建構計畫

我們致力於為供應鏈員工創造更好的工作條件，保障女性的安全與權利，並支持她們發揮領導潛能。

到 2025 年的目標	進度
100% 的策略性一級工廠透過參與 P.A.C.E./RISE 計畫，投資於女性賦權	已達成 100%
100% 受僱於策略性一級工廠的工作者，都能透過代表性的工作場所委員會表達意見	已達成 100%
100% 的策略性一級工廠在基層主管層級實現性別平等	已達成 57%
100% 的一級工廠建立預防與因應管理系統及培訓，以處理基於性別的暴力與騷擾問題	已達成 100%

我們的策略方針

全球服裝供應鏈中的大多數工作者為女性，而她們往往面臨著系統性的障礙。超過 15 年來，Gap Inc. 持續進行領先業界的投資，從自身供應鏈中直接受影響的工作者開始，致力於縮小平等差距。

我們與供應商、同業、產業倡議組織、非政府組織及 ILO-IFC「更佳工作」計畫合作，針對美國境外為 Gap Inc. 生產服裝的一級工廠，實施以下能力建構計畫。這些計畫採取全方位的做法（詳見右圖），支持工作者的意見表達、安全與機會，從而打造更具生產力與公平性的職場。

- 促進平等產業再造倡議 (RISE) 基礎課程
- 職場合作計畫 (WCP)
- 主管技能培訓 (SST)
- 基於性別的暴力與騷擾 (GBVH) 預防與因應
- 數位薪資

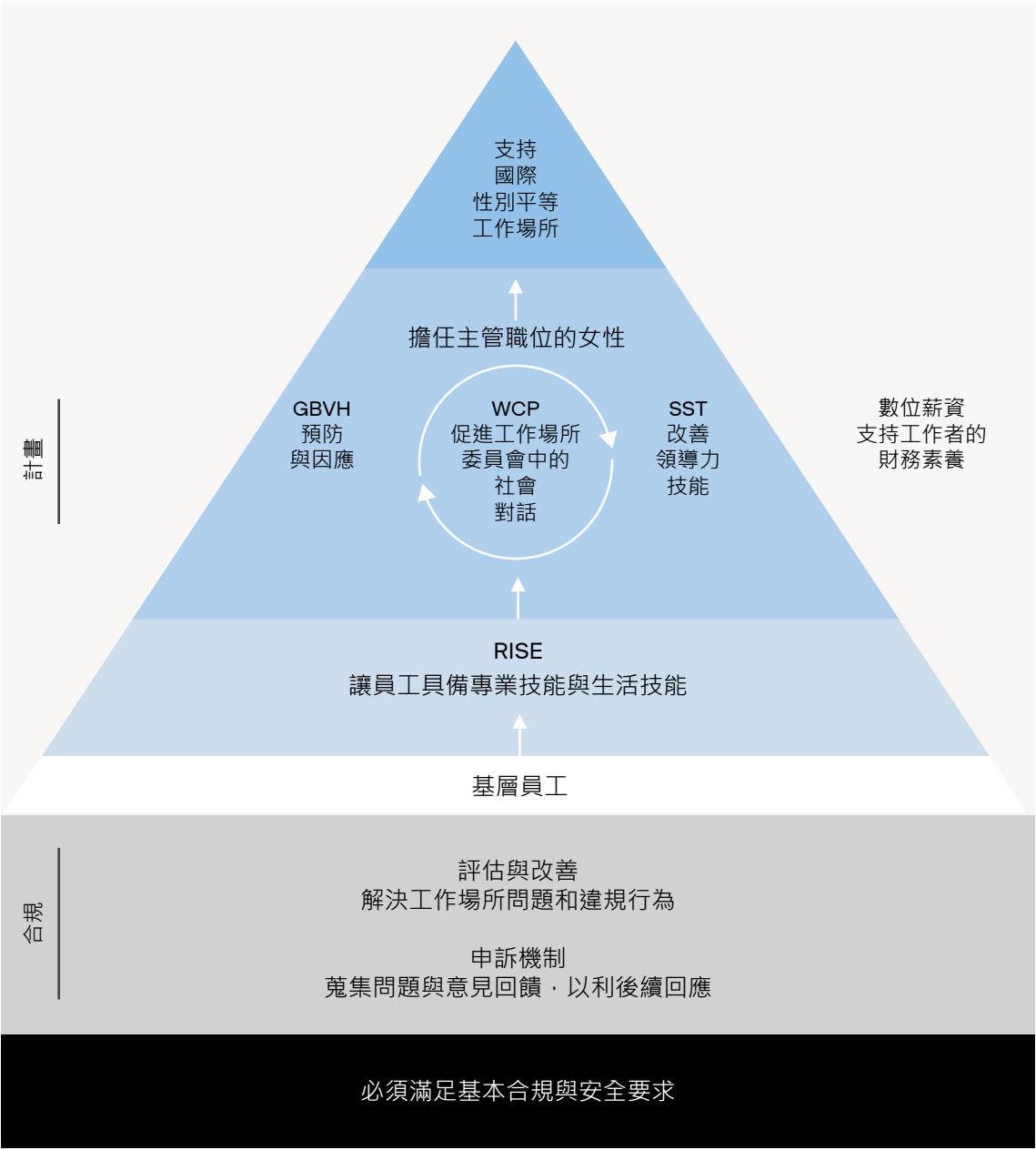
2025 年進展

今年，我們在 2021 年所設定的四項目標中，已達成其中三項，這些目標旨在擴大能力建構計畫的參與管道，以促進全球供應鏈中的女性賦權。

2025 年，我們與全球工作者對話組織 (GWD) 合作，透過與供應鏈工作者直接且獨立的互動，評估我們計畫的成效。全球工作者對話組織的研究發現，我們的計畫對女性工作者的賦權與晉升有顯著貢獻。

2026 年，我們將與 RISE 合作試行一項新計畫，該計畫將借鑒全球工作者對話組織的研究成果及其他產業倡議——包括終結性別暴力的丁迪古爾協議——旨在促進產業在性別平等方面的共識與投資。

雖然我們未能達成在主管層級實現性別平等的目標，但仍取得了顯著的進展。2021 年，女性雖占全球工作者的絕大多數，但在我們策略性一級工廠的主管中，卻僅占 45%。此一差距在孟加拉尤為顯著，女性主管比例僅有 5%。目前，孟加拉的女性主管比例已提升至 27%，而在我們整體的策略性一級工廠中，女性主管比例則達到 63%。



能力建構計畫 (續)

RISE

RISE 成立於 2023 年，是一項多方利害關係人共同參與的倡議，旨在改善全球供應鏈中女性工作者的生活。作為創始成員之一，Gap Inc. 不僅參與 RISE 的指導委員會，也加入多個技術工作小組。RISE 基礎課程承襲了 Gap Inc. P.A.C.E. 計畫所開創的影響力，為服裝工作者提供溝通、問題解決、財務素養、工作者權利與義務，以及性與生殖健康等方面的培訓。

2025 年，100% 的策略性一級工廠皆參與了 RISE 計畫，培訓了超過 11.3 萬名工作者。在一級工廠



2025 年，Gap Inc. 與同為 RISE 品牌成員的 DÖEN 合作，將 Gap x DÖEN 聯名系列的所有產品，全數委由已實施 RISE 計畫的工廠生產。這種做法不僅提升了消費者的認知，也獲得了正面的媒體報導，並讓門市員工參與社會影響力的推動。

中，已有 70% 的女性勞動力參與了 RISE 基礎課程與 P.A.C.E. 計畫。自 2007 年以來，Gap Inc. 在性別平等方面的投資，包括 P.A.C.E. Community、P.A.C.E. Workplace 及 RISE 基礎課程，已惠及超過 180 萬人。

我們持續擴大 RISE 計畫的規模，以觸及更多工廠與工作者，並透過 Gap Inc. 供應商計分卡鼓勵參與。

職場合作計畫

職場合作計畫 (WCP) 於 2016 年啟動，為勞資雙方共同組成的委員會提供培訓，內容涵蓋職場溝通、風險評估、問題解決、健康與安全、性別互動關係，以及國際勞工組織關於基本權利的核心公約。勞資雙方委員會由工廠管理層與產線各自推選出的代表共同組成。參與者調查結果顯示，勞資委員會有助於工作者更有信心地表達疑慮，通常也能加速問題的解決。

自該計畫啟動以來，WCP 已在 373 家一級工廠實施。

主管技能培訓

主管技能培訓於 2018 年啟動，針對現任與未來可能晉升的主管，提供傾聽、公平、衝突解決及時間管理等技能的培訓。該計畫協助女性為擔任主管職位做好準備，進而促進職場中的性別平等。計畫評估結果顯示，接受過主管技能培訓的主管在自我效能感、對待工作者的態度以及生產力方面均有顯著提升。

自 2018 年以來，我們已有 57% 的一級工廠實施了主管技能培訓。已有約 33,000 名現任與未來可能晉升的主管 (其中 49% 為女性) 完成培訓；而在 177 家工廠中，至少有 90% 的現任主管已接受過該培訓。

基於性別的暴力與騷擾 (GBVH) 預防與因應

GBVH 預防與因應計畫於 2018 年啟動，旨在建立更有效的系統，以預防及減輕性別暴力與騷擾的發生。我們提供相關支援，以確保所有工作者每年都能接受培訓。我們對肢體、心理及性騷擾採取零容忍政策。

100% 的一級工廠已實施該計畫。

我們定期審查並協助改善各工廠的基於性別的暴力與騷擾政策及申訴機制，以符合當地法律與國際標準。一旦發現相關案件，我們會與工廠合作進行調查、為倖存者提供保護，並設法解決問題。根據 Gap Inc. 的政策，加害者將面臨處分，甚至可能遭到解僱。我們的首要之務是保護倖存者，致力保障其工作權益，並營造安全的環境，讓員工能夠在無須擔心報復的情況下舉報案件。

了解更多：[供應商合規性](#)

數位薪資

2017 年，我們與聯合國「優於現金聯盟」合作，透過鼓勵從現金支付轉換為數位薪資支付系統，開始致力於縮小工作者的財務平等差距。2025 年，將近所有一級工廠都提供數位薪資支付系統，相較之下，2017 年此一比例為 68%。

公平貿易認證™

自 2016 年以來，Athleta 已向四間公平貿易認證工廠的工作者提供約 390 萬美元的社區發展基金。2025 年，該品牌有 14% 的產品來自這些工廠。

自 2024 年以來，Banana Republic 已向三間公平貿易認證工廠的工作者提供超過 77,000 美元的社區發展基金。2025 年，該品牌有 7% 的產品來自這些工廠 (不含 Banana Republic Factory)。



Gap Inc. 與 RISE 攜手在印尼推動財務韌性與福祉

普惠金融有助於營造公平的工作場所，並支持女性的發展與晉升。2025 年，Gap Inc. 協助在印尼安排了一場會議，與會方包括供應商 Makalot 以及聯合國秘書長普惠金融特別倡導人、荷蘭王后麥克西瑪陛下。王后陛下與 RISE 計畫的參與者會面，了解她們的經驗，並推廣財務韌性。



對許多年輕人來說，第一份零售業的工作不僅僅是一份薪水，更是開啟未來職涯的起點與跳板。讓更多人能夠獲得這些早期的機會，正是我們致力於縮小機會差距的驅動力。

自 2007 年以來，Gap Inc. 與美國男孩女孩俱樂部等頂尖非營利組織合作，其旗艦計畫 *This Way ONward* 已惠及超過 33,000 名年輕人。

其中一位是 Yumina Campbell。Yumina 曾是舊金山男孩女孩俱樂部的學員，並獲選為高中年度風雲青年。她在俱樂部的就業博覽會上了解到 *This Way ONward* 計畫，隨後加入並開始在我們位於舊金山總部的 Old Navy 門市工作。

為了分擔家計、支持母親和正在讀大學的弟弟，Yumina 開始工作，也逐漸建立起獨立自主的能力。她甚至省下薪資，自行支付了駕訓班的費用。在 Old Navy，她受到主管的指導與啟發，鼓勵她勇於表達、提出問題，並看見自己的潛力。

2025 年，Yumina 從高中畢業，並進入加州大學洛杉磯分校 (UCLA) 攻讀神經科學。

她在銷售現場所建立的自信，如今也在課堂與實驗室中展現出來。原本只是一份入門工作，卻讓她從此相信自己擁有無限潛能。她的故事只是美國與加拿大數千個故事中的一個，證明了只要給予機會，就能創造更多可能性。

「男孩女孩俱樂部教會我如何勇敢做自己、與眾不同，並且不害怕表達自己的想法。」

This Way ONward 讓我看到，確實有雇主真心相信，盡全力工作並勇於表達自己的想法是很重要的事。

這些經歷與我所建立的人際關係，不僅拓展了我對自己是否適合這裡的看法，更讓我看到了未來更多的可能性。」

– YUMINA CAMPBELL
This Way ONward 計畫學員

縮小機會差距

機會推動計畫

我們的機會推動計畫不僅在北美各地的社區中促進了經濟機會與流動性，同時也填補了門市與配送中心 (DC) 的重要職缺。

到 2025 年的目標	進度
每年，Old Navy 基層門市員工中有 5% 來自 This Way ONward 計畫的招募	已達成 10%，超出目標
透過 This Way ONward 計畫惠及 20,000 名年輕人	自 2007 年以來，已惠及超過 33,000 名年輕人

我們的策略方針

作為美國最大的專門服飾公司之一，我們的門市與配送中心需要成千上萬名員工來服務顧客。為滿足人才需求並解決就業的主要障礙，Gap Inc. 在營運所在的社區投資各項機會推動計畫。

門市

Old Navy 的旗艦計畫 This Way ONward 於 2007 年推出，為年輕人開啟經濟機會的大門，具體方式包括：

- 與社區組織合作，提供培訓與工作機會。
- 提供支援性服務，³⁴如交通補助、服裝、理財教育及職涯輔導，協助消除就業障礙。
- 運用品牌領導力、員工志工及補助金，推動計畫實施並落實能創造機會的人才實務做法。



Gap Inc. 機會推動團隊與 This Way ONward 長期合作夥伴 The Door 的成員合影。

This Way ONward 的參與者不僅能建立自信、減少社交焦慮，還能培養溝通與時間管理等可轉移技能，同時拓展個人的職場社會資本。

2025 年，Burning Glass 研究所的一項獨立分析發現，This Way ONward 的參與者更有可能長期就業、晉升管理或創業職位，並每年為美國整體經濟貢獻數億美元的收入。

在 Old Navy 的 This Way ONward 取得成功之後，我們計畫在 2030 年前，於 Gap Inc. 旗下所有品牌推動更多與品牌定位一致的機會倡議。

配送中心

我們的配送中心機會計畫聚焦於當地的人才需求，提供免費英語教學、職涯輔導、支援性服務及技能提升等項目。我們與在地社區大學，以及難民帳篷夥伴關係、國家移民論壇和 Welcome.US 等組織合作，共同推動這項工作。

我們計畫進一步擴大並優化這些計畫，以繼續造福我們的企業和當地社區。

³⁴ 支援性服務是指組織所提供或統籌的一系列全方位支援服務，其核心精神在於以人為本。在此脈絡下，當員工擁有穩定的住所、充足的食物、便利的交通以及適宜工作的服裝時，便更能在職場環境中充分發揮潛力、邁向成功。雖然職業培訓可能是機構提供的核心服務，但也可能同時提供其他統籌性的配套服務，以滿足員工在居住、交通、食物、服裝等方面的需求，及其他相關服務。

機會推動計畫
續

2025 年進展

門市

Old Navy 連續第二年達成 2025 年 This Way ONward 目標，透過該計畫觸及超過 33,000 名年輕人，並聘用 10% 的基層門市員工，為原定聘用目標的兩倍。

僅今年一年，This Way ONward 就觸及了近 6,000 名年輕人，且 Old Navy 有 70% 的門市至少聘用了一名 This Way ONward 計畫的學員。這些獲聘員工在敬業度與主管領導效能評分方面，皆展現出優異的表現。

This Way ONward 所產生的漣漪效應，遠遠超越了計畫參與者本身。2025 年，估計有近 6,000 名家庭成員因年輕人就業而獲得經濟上的助益；此外，由於年輕人自信心與社交能力的提升，約有 24,000 人的關係品質也因此獲得改善。

透過社區合作夥伴關係，This Way ONward 進一步擴大了其觸及範圍：

美國男孩女孩俱樂部：2025 年，透過就業準備計畫觸及了 595 個俱樂部中近 19,000 名年輕人。

延續我們與美國男孩女孩俱樂部長達 31 年合作關係的肯定，Old Navy 於 2025 年推出了一項新做法——**提案競賽**，以吸引俱樂部中的青少年參與。來自威斯康辛州密爾瓦基的獲勝團隊，前往 Gap Inc. 位於舊金山的總部，簡報其提案、探索職涯機會，並親身體驗企業文化。這是我們向年輕人傳達「他們屬於這裡，且他們的聲音很重要」的另一種方式。

The Door – 多元發展中心：超過二十年來，Gap Inc. 很榮幸能與 The Door 合作，在紐約市主導我們的 This Way ONward 計畫。2025 年，我們進一步擴大了合作範圍，以協助年輕人取得產業認可的證照。此外，Old Navy 總裁暨執行長 Haio Barbeito 頒發了全國零售聯合會基金會 2026 年「RISE Up 年度合作夥伴獎」給 The Door。

配送中心

自 2021 年以來，我們已透過機會推動計畫招募近 1,800 名員工進入配送中心工作，擴大了在地社區的就業機會。

繼在紐約推出英語學習計畫之後，英語學習者持續成為強大且穩定的人才庫，穩定了前線人力配置，並降低了業務高峰期的招聘風險。值得注意的是，英語學習者的推薦率更高，顯示他們對工作場所有高度的投入與信任；而且其初期的工作表現與其他員工相當，這凸顯了包容性人才管道與招聘做法，有助於打造一個人人皆能成功的職場環境。

2025 年，我們在目標配送中心推動英語學習計畫的重點成果包括：

- 32 位前線主管參與了語言課程，以強化他們領導與支援多語言團隊的能力，這體現了我們致力於打造包容性職場的承諾。
- 近 200 名員工透過 EnGen³⁵ 註冊了英語課程³⁵，該課程已擴展至我們北美地區的所有配送中心。在受訪的參與者中，有 84% 展現了英語能力的提升，81% 表示在生活與工作中更能應對自如。此外，約有 100 名員工透過當地社區大學獲得了免費的英語課程。

- 我們持續強化多語言團隊，方法包括建立關鍵倉儲詞彙的翻譯詞彙表、提供電話即時口譯服務，以及以多種語言提供面試與入職培訓支援。

我們正積極在各配送中心推動機會計畫，以滿足當地社區與業務需求。例如，在 2025 年：

- 我們與加拿大社區組織 Achēv 合作，針對位於安大略省布蘭普頓的配送中心，試行一項獨特的跨文化與職場溝通改善計畫。
- 此外，我們也與國家移民論壇合作，為配送中心員工試辦公民身分服務。超過 120 名員工及其家庭成員因此獲得了與美國公民申請流程相關的免費、保密的法律支持。由於試辦成果斐然，我們已將其擴大為提供給全美所有員工的一項福利。



來自密爾瓦基男孩女孩俱樂部的 Bridging the Gaps 提案競賽獲勝團隊，於我們的舊金山總部合影。

機會推動計畫 參與者所填補的職位概估人數	2025 會計年度
門市	2,200
配送中心	400
整個公司	2,600
門市部分，自 2007 年以來的累計數據	11,000
配送中心部分，自 2021 年以來的累計數據	1,800
全公司範圍，自 2007 年以來的累計數據	12,800

³⁵ EnGen 是一個數位英語技能提升平台，提供為 Gap Inc. 量身訂製的學習單元。



包容性文化不僅能提升企業營運績效，更能深化歸屬感。在 Gap Inc.，我們透過有意識的具體行動，在日常體驗中體現公司價值觀，持續推動這份文化。

今年，我們首次舉辦了為期一個月的慶祝活動，向塑造 Gap Inc. 的多元經驗、觀點、文化與傳統致敬。

我們透過工作坊與網路研討會凝聚員工，激發有意義的對話，促進更深層的理解。

我們也與 Disability:IN 合作，舉辦了一場互動式的身心障礙包容工作坊，不僅彰顯了身心障礙員工的貢獻，也促使我們進一步思考職場中的無障礙與機會平等。

在世界心理健康日當天，我們舉辦了網路研討會，旨在提升大眾意識、減少污名，並動員各方對心理健康議題的支持。

我們的員工資源團體 (ERG) 以具體且貼近社區的方式，將包容精神付諸實踐。

Pride@Gap 號召員工與盟友參與舊金山卡斯楚街博覽會——該活動於 1974 年由 Harvey Milk 創立，旨在支持 LGBTQ+ 族群經營的商家。

Women@Gap 邀請員工穿上綠色服飾，響應國際女孩日，並舉辦了一場頌揚多元聲音的書籍募集活動。所選書籍反映了不同的身分認同與生命經歷，幫助讀者拓展視野。

API@Gap Inc. 則在我們各主要據點，以傳統美食、舞蹈及文化慶典，一同慶祝排燈節。

縮短包容性差距，是我們打造更強大企業、社區與世界的途徑。這些活動展現了我們如何將包容精神融入日常體驗，並採取具體行動來縮短包容性差距。

「我們的員工資源團體不僅是社群，更對所有人開放。它們是創新的平台、領導人才的培育管道，以及歸屬感的驅動引擎。這樣的架構為我們的員工與公司，共同打造了一個更好的 Gap Inc.。」

– TISH ARCHIE-OLIVER
包容與歸屬長

縮小包容性差距

包容與歸屬感

自 1969 年 Gap 開設第一家門市以來，將包容性實務做法融入企業營運，一直是我們的核心精神。



我們的策略方針

我們致力於成為一個表現卓越、匯聚多個形塑文化的美國經典品牌集團，而我們的「包容與歸屬感」策略，使我們能夠營造出一個讓每個人皆因其真實面貌而獲得肯定，並受到鼓舞、展現最佳自我。我們相信，營造歸屬感的文化是每個人的責任；透過攜手合作，我們縮小平等、包容與機會的差距，共同創造更美好的世界。

我們將承諾落實於以下三個方面：

工作場所

我們營造一種包容的文化，讓每位員工都感到被重視、支持與尊重。

薪資公平：我們致力於推動薪資平等，並每年在各市場進行內部薪資平等評估，以確保我們的薪資制度公平且具有競爭力。

包容性領導：我們培養能夠展現、模範並促進包容行為的領導階層。我們透過提供員工在高效能環境中茁壯所需的支持，賦予他們建立協作式工作場所社群的能力，以培養包容且具有韌性的團隊文化。

員工隊伍

我們致力於確保我們的員工隊伍能夠反映多元的背景、經驗與觀點，以更好地服務每個市場中的消費者與社區。

包容性招募：我們透過招募來自多元背景、觀點、經驗及機會計畫的人才，確保我們的員工隊伍能夠代表我們的顧客與社區。

培養人才：我們透過確保公平且一致的人才管理制度，建立領導人才管道與接班計畫。

機會：我們為員工隊伍與社區中面臨就業障礙的人們，創造經濟流動的途徑。

市場

我們將機會與包容融入企業策略，為消費者創造永續價值，並為我們的社區夥伴縮小差距。

為所有人而創，與所有人共創：我們支持旗下品牌為顧客打造包容且貼近需求的產品與行銷活動。

促進社區歸屬感：我們持續運用我們的生態系統，為社區夥伴帶來正向影響，同時消除教育、就業與發展機會的障礙。

了解更多：[縮小包容性差距](#)

2025 年進展

2025 年，在年度公司敬業度調查中，有 87% 的受訪員工認為 Gap Inc. 致力於營造工作場所包容性。

包容性領導：3,410 名主管完成了「包容性領導」培訓，重點在於建立信任、心理安全感與成長心態。

我們成立了「包容性回應專案小組」，這是一個由各部門領導者組成的跨職能團隊，負責確保針對可能對員工隊伍與工作場所產生重大影響的事項，採取主動、協調且包容的行動。

員工資源小組與傳統月：Gap Inc. 的七個員工資源小組 (ERG) 對所有員工開放，由高階主管贊助人領導，在促進包容與社群感方面發揮關鍵作用。

2025 年，我們重新啟動了員工資源小組，重新聚焦於將活動與公司的轉型目標對齊。範例包括：

- API@Gap Inc. 舉辦了社區博覽會，慶祝 API 傳統月。
- Black@Gap Inc. 成員參觀了全美各地的非裔美國人博物館，以紀念六月節。
- Hola@Gap Inc. 邀請了引發熱潮的 2025 年 Gap「Better in Denim」廣告活動總監 Bethany Vargas，進行了一場爐邊對談，以慶祝拉丁裔傳統月。
- Parents@Gap 舉辦了一場虛擬返校活動，為家庭提供支持。
- Pride@Gap Inc. 成員透過 Denim Divas 變裝秀與 Point of Pride 信件書寫活動，慶祝驕傲月。

- Women@Gap Inc. 在慶祝婦女歷史月期間，與 Katie Sowers (超級盃史上首位公開出櫃的女性教練) 進行了一場爐邊對談。
- Veterans@Gap 參與了「全美覆蓋花園」活動，向已故退伍軍人致敬。

科技領域的包容：Gap Inc. 員工獲選參加了 AfroTech (北美規模最大的多元文化科技會議) 以及 Grace Hopper 大會 (全球規模最大的女性與非二元性別技術人員聚會)。

促進社區歸屬感：Gap Inc. 持續與 Lower Eastside Girls Club (LESGC) 合作，捐贈了 25,000 美元，並出動志工協助發放食物包。我們的投資幫助 LESGC 提供了青少年領導力課程、健康服務，並每月透過食物發放站支持我們的紐約社區鄰里。

2025 年，Gap 品牌與 Gap Inc. 捐贈了 14 萬美元的現金與服裝給 The Brotherhood Sister Sol (BroSis)，並在返校與節日活動中擔任志工，支持 BroSis 全方位推動教育、社會正義與領導力發展。在 BroSis 的「Voices Gala」晚會上，Gap 品牌執行長 Mark Breitbard 因其在包容性與青年賦權方面的領導貢獻而獲得表揚。

人力資本管理

我們的人才管理實務做法，旨在營造包容與歸屬感的文化、提供公平的發展機會、確保福利完善，並促進健康、安全與福祉。

公平機會與薪資

我們是提供平等機會的雇主，招募、聘用、培訓及晉升所有背景的合格人才，不論其身分地位。我們致力於打造一個沒有騷擾與歧視的工作場所。

薪資公平：在全球範圍內，Gap Inc. 以同工同酬的標準，支付女性與男性相同的薪資。2014 年，Gap Inc. 成為第一家宣布同工同酬的《財星》500 大企業，此後我們持續委託領先的第三方機構進行內部薪資公平審查。

人才發展

無論是在門市、配送中心或總部，我們將每個職位視為能力發展的投資。員工學習支持業務營運的必要技能，並確保其職涯能為未來做好準備。

我們的人才規劃實務做法提供了一套全面的方法，以強化領導人才管道。我們評估主管的潛力、制定聚焦的發展計畫，並促進接班規劃的討論。透過這些做法，我們識別關鍵的領導能力，提升組織的靈活度、關鍵職位的連續性，並建立更為多元且準備就緒的領導人才管道。

我們的人才發展計畫以「成就自己、成就團隊、成就彼此」為核心：

成就自己

我們鼓勵員工主動掌握自己的職涯發展，並善用我們提供的各種技能發展工作坊。

成就團隊

我們透過針對性的發展計畫，幫助主管更有效地激發團隊成員的表現與潛力。

- 領導力發展培訓：透過一套涵蓋全公司的領導力框架與培訓，使員工能夠領導自己、領導各自的團隊，並領導業務。



我們輪調管理計畫的下一代人才。

- 加速領導力計畫 (ALP)：專為總監與資深總監設計，旨在強化與 Gap Inc. 價值-導向領導行為一致的關鍵領導能力。透過該計畫，參與者建立領導者社群、深化使命-導向的領導力，並提升其靈活應變、包容與策略影響力。

成就彼此

我們的員工熱情投入指導、分享職涯故事，並投入時間彼此培養與成長。

- 輪調管理計畫 (RMP)：這是一項極具選擇性的職涯初期領導力發展計畫，旨在培養 Gap Inc. 品牌組合中的下一代領導者。透過跨品牌與跨部門的輪調，參與者能夠了解創造力、策略與嚴謹執行如何相輔相成，共同推動績效。該計畫的學員現遍布各品牌與部門，其中許多人擔任高階領導職位，協助塑造 Gap Inc. 及更廣泛零售業的未來。

- 實習計畫：提供關鍵業務領域中具意義的實務經驗，以培養未來人才。

員工績效與滿意度

我們的績效管理方法透過設定明確的期望、將工作與公司優先事項對齊、以及發展人才，來支持高績效文化。我們根據成果以及工作完成的方式來評估績效，並以價值導向領導行為為基礎。

員工與主管會設定與公司優先事項、團隊及職位成果一致的年度目標，並在全年中持續檢視。「持續對話」以及「年中績效與發展檢核點」，提供了一個結構化的機會來檢視進度、隨著優先事項的轉變調整目標，並就發展行動達成共識。

在年終，員工會完成自我評估，主管則使用我們的五點評分量表完成評估。透過全公司的人才校準，有助於促進一致性與公平性。年終的績效結果會影響薪酬決策，包括績效調薪。

「敢於想象」：年度員工意見調查結果

我們透過年度問卷調查來了解員工的感受。2025 年，我們全公司的問卷完成率達到 84%，比去年高出 8 個百分點。

調查結果顯示，我們的敬業度指數為 73%，這反映出員工對以下陳述給予正面評價時所展現的滿意度：「我以為在 Gap Inc. 工作為榮」、「我的工作帶給我個人成就感」，以及「我推薦 Gap Inc. 是一個很棒的工作場所」。

此外，有 87% 的員工認為 Gap Inc. 致力於營造工作場所包容性。

在我們持續邁向成為高績效組織的旅程中，員工的意見回饋正為創新、成長以及更具包容性的工作場所鋪路。Gap Inc. 的領導階層致力於有意識地運用員工回饋——讚揚我們的優勢，並處理需要改進的領域。

人力資本管理 (續)

福利和工作生活平衡

我們全面的福利計畫旨在協助員工充分掌握其專業與個人生活，提供具競爭力、現代化且切合需求的健康與財務健全福利，以吸引並留住人才。我們投入大量心力，透過全年多次的推廣活動，向所有員工（包括門市、配送中心及兼職員工）傳達並使其參與了解這些福利。

財務健全與保障

GapShare 401(k) 退休計畫（美國）與財務健全資源：我們透過匹配員工提撥金額（最高可達基本薪資的 4%）來協助員工建立財務安全感，且全職員工與符合最低服務時數要求的員工可享有 100% 立即既得。對於未達最低服務時數要求的兼職員工，我們提供自到職日起即可提撥的選擇。數位與電話財務健全資源則為 *GapShare 401(k)* 提供補充。美國以外的員工則可享有符合當地市場的退休福利。此外，我們也透過員工援助計畫，在全球各地提供進一步的財務健全資源。

週薪制：為進一步提升財務健全，美國大部分門市與配送中心員工採週薪制，讓員工能更快取得薪資，並提供管理個人財務的靈活性。

員工股票購買計畫 (*ESPP*)：為讓員工共享公司財務成功的果實，我們提供所有非季節性的美國與加拿大員工，每季以 15% 的折扣購買 *Gap Inc.* 股票。

員工商品折扣計畫：我們為員工提供在全球門市和線上通路（美國和加拿大）購買正價商品最高 50% 的折扣，讓員工能夠輕鬆購買到我們的產品。

通勤福利：美國員工可透過自動的稅前薪資扣除，節省符合資格的通勤費用。

補充教育補助：我們為非季節性的全職員工提供學費補助、折扣學費課程以及免學費的高等教育選擇。

財務風險保障：我們為所有美國全職員工提供公司付費的人壽與傷殘保險。兼職與季節性員工可透過 *Avibra* 獲得免費人壽保險，並購買額外的保障方案。美國以外的員工則可享有符合當地市場的風險保障福利。

法律服務計畫：美國全職員工只需每期薪資支付少許費用，即可無限次使用律師網絡的法律諮詢服務。兼職員工亦可透過 *Avibra* 支付少許費用，獲得同等級的法律支持服務。此外，我們也透過全球員工援助計畫 (*EAP*) 提供一般的免費法律支持。

健康與心理福祉

我們為美國全職員工提供全面的醫療、牙科與視力保險。相較於同業，我們的「優先提供者組織」(*PPO*) 核心計畫，其從薪資中扣除的保費屬於市場最低之列，以確保醫療保健服務的可及性。兼職員工可使用 *Stride Health*，該服務提供透過健保交易平台取得保險的諮詢，此外亦可購買折扣的牙科與視力保險。美國以外的員工，則視市場或地區情況，由公司提供醫療保險。

所有美國員工均可透過我們的 *Lyra* 心理健康與員工援助計畫，獲得免費的心理健康治療或教練課程，以及其他相關資源。

美國員工可使用生育/家庭規劃教育平台 *Inflection*。*Inflection* 亦提供更年期支持與教育。參與我們醫療計畫的員工，還可在美國與加拿大獲得先進的生育醫療治療。

我們為全球所有員工提供免費的線上通用健康與心理健康資源。

休假與彈性工作

帶薪休假 (*PTO*)：在美國，我們提供帶薪休假，包括病假與個人假日，休假天數隨年資增加，全職員工最高可達 30 天。總監級以上員工則享有「依需求」的帶薪休假。

育嬰假：美國員工享有 12 週帶薪育嬰假。³⁶ 服務滿六個月的全職員工，以及在休育嬰假前六個月內，每週工作至少 24 小時的兼職員工，皆有資格申請。不符合帶薪育嬰假資格的全職員工，仍可享受無薪但保障職位的休假。此外，我們還提供保障職位的懷孕傷殘假，通常為六週或更長，全職與兼職員工皆適用。全職員工在懷孕傷殘假期間，可透過我們的風險保障福利領取薪資。

美國以外的員工，則可享有符合當地市場規範的休假與同等保障。

領養/代理孕母補助計畫：*Gap Inc.* 為美國與加拿大的全職員工提供財務補助，用於支付領養 18 歲以下兒童（無論是透過公立、私立或國際領養管道）或因代理孕母而擴建家庭所產生的相關費用。

逐步減量/逐步增量：符合資格的員工可在育嬰假或家庭照顧假前後，暫時減少工作時數。

照顧者協助：美國的全職與兼職員工可線上使用兒童、長者及寵物照顧資源，並享有備用兒童與長者照護服務，以及全國兒童照護中心的優先使用權。我們透過 *Bright Horizons* 提供便捷的照護服務管道，全職員工還可登記受扶養者（日間）照護彈性支出帳戶，以免稅方式支付兒童或成人受撫養者的照護費用。

排班與薪資：我們提供反映當地勞動市場競爭力的薪資，並遵守所有薪資透明法規，依法向員工揭露薪資範圍與福利。我們每年進行薪資範圍基準分析與調整，以維持競爭力，並定期進行內部薪資平等審查，同時委託外部顧問驗證審查結果。我們已採取措施改善排班制度，包括取消待命排班，並提前 10 至 14 天向員工提供排班表。

了解更多：[Gap Inc. 福利](#)

職業健康與安全

我們遵循國家與州層級的職業安全與健康管理局 (*OSHA*) 標準，致力於透過整合性的方法，實施完善的工程控制、預防傷害，並及時處理事故：

危害識別、預防與宣導：我們在門市與倉庫的設計與佈局，以及合約中，納入安全標準，以限制與供應商及承包商服務和專案相關的風險與責任。我們透過在職培訓計畫，教導員工安全的工作實務。

評估與稽核：專責團隊分析風險，並與營運主管合作，根據新興的事故趨勢調整業務實務。我們的內部稽核部門會針對配送中心與門市的特定範圍完成審查，以評估流程合規性，並徵求業務夥伴的回饋意見。此外，我們也委託第三方機構對配送中心、總部辦公室及數據中心進行評估與調查。

事故應變與監督：主管與員工皆有責任遵循我們的故事調查與通報流程。所有通報的資訊都會集中分析，以評估風險並制定預防措施。

³⁶ 六週全薪，六週半薪。

社區參與

透過志工服務、捐款與策略夥伴關係，我們不僅縮小了社區中的差距，也讓員工凝聚成一個更緊密的 Gap Inc. 社群。



我們的策略方針

我們的目標是透過與利害關係人投資與合作，促成社會挑戰的解決方案。透過合作夥伴關係與員工參與，我們為所在的社區貢獻心力。

志工服務

來自全公司的社區義工活動領導人，會與其團隊和門市共同組織地方與區域性的志工及參與活動。當團隊為符合資格的社區組織完成 25 小時志工服務時，即可為該組織申請 250 美元的團隊獎助金；員工每為符合資格的非營利組織完成 15 小時志工服務，Gap Inc. 便會向該非營利組織捐贈 150 美元。³⁷

企業捐贈

我們提供過剩庫存的實物捐贈，以最大化產品的價值並促進循環經濟。³⁸

我們每年為全職員工匹配捐贈最高 15,000 美元，兼職員工則為 1,000 美元。我們也為符合資格員工擔任董事會成員的非營利組織提供資金。

災害應變

我們透過向非營利合作夥伴提供財務與實物捐贈，或透過我們的 **Selvage** 基金（用於支援遭遇困境的 Gap Inc. 員工），來支持受到自然災害影響的員工與社區。

2025 年進展

2025 年，超過 35,200 名員工在食物銀行、衣物捐贈活動、社區清潔、寵物寄養、指導以及其他社區服務活動中擔任志工。

Gap Inc. 透過員工參與活動（包括團隊獎助金與「時間換金錢」計畫的志工匹配、Gap Inc. Gives 的節日獎助金與禮物捐贈，以及社區義工活動領導人感謝日），向全球超過 3,200 個組織捐贈了約 200 萬美元。

我們配送中心的員工參與度連續第二年成長，所有廠區皆參與了全球「為水而行」活動。

災害應變：Gap 基金會捐贈了 27.5 萬美元以支持災後重建。此外，透過 **Selvage** 基金，另有 7,000 美元發放給受 2025 年總統宣布之災難影響的員工。

為因應德州中部的突發洪水，Gap 基金會向美國紅十字會捐贈了 10 萬美元的一般營運資金。超過 8,000 件衣物捐贈給服務災民的組織。我們周邊地區的門市維持營運，並提供社區折扣。

12 月，香港大埔區發生了一起嚴重的住宅火災。香港是我們全球採購辦公室的所在地，也是數百名 Gap Inc. 員工的家園。Gap 基金會向 **Feeding Hong Kong** 捐贈了 75,000 美元，並捐贈約 2,000 件衣物，以支援火災受災民眾。

由於政府關閉加劇了糧食不安全問題，Gap 基金會向 **Feeding America**（美國消滅飢餓組織）捐贈了 10 萬美元。

衡量員工參與度與企業捐贈成效	2025 會計年度
員工志工服務比例	45%
志工服務時長	263,000
志工服務的貨幣價值（貨幣價值係依據 Independent Sector 之估算方法）	900 萬美元
實物捐贈數量 ³⁷	74,000
實物捐贈價值 ³⁷	\$564,000
Gap Inc. 現金捐贈價值	820 萬美元
Gap 基金會捐贈總額	100 萬美元

³⁷ 美國地區的團隊獎助金由 Gap 基金會支付；所有其他員工參與相關的捐贈則由 Gap Inc. 支付。
³⁸ 2025 年，我們更新了實物捐贈的計算方法，此次更新已排除部分其他已達使用壽命終點的處理方式。

社區參與
(續)

舊金山向前行

舊金山是 Gap Inc. 的家鄉——是我們創立公司的城市，也是我們品牌核心的一部分。我們透過社區夥伴關係、志工服務及文化活動，持續投資於這座城市的未來，強化舊金山作為一個宜居、宜工作、宜拜訪的城市。

2025 年，我們深化了這份承諾，並優先投入持續的參與、可衡量的影響力，以及能夠回應城市不斷變遷需求的夥伴關係。

志願服務：Gap Inc. 員工在舊金山各組織中貢獻了近 4,000 小時的志工服務，包括延續我們與 GLIDE 長達 20 多年的夥伴關係，我們協助了 37 次午餐值班，為面臨糧食不安全的舊金山鄰居提供穩定、可靠的支援。

市中心志工聯盟 (DVC): 2024 年，我們與 HandsOn Bay Area、摩根大通、Levi Strauss & Co.、Visa 及富國銀行共同發起 DVC。今年，我們獲得了 Beyond the Check 社區影響力獎。成立一年來，DVC 已完成 40 個專案，共有 130 名 Gap Inc. 員工志工參與。

Gap 基金會捐贈：Gap 基金會向 五個致力於舊金山城市復興工作的非營利組織捐贈了 35 萬美元。

Nest + Makers United: 我們擴大了與 Nest 的合作，透過一場教育峰會以及在 Gap Inc. 總部舉辦的第二屆年度節日創作者市集，支持超過 80 位灣區創作者，該市集吸引了超過 2,000 名訪客，一同慶祝當地的藝術社群。我們也與 DLA Piper 合作，為參與 Nest 的 10 家小型企業舉辦了一場公益法律諮詢服務。

Gap Chestnut Street 門市開幕：Gap 重新開幕了其位於 Marina 區的旗艦門市，作為品牌的全新呈現，並透過宣傳與公民參與，成為我們建立「舊金山向前行」動能的關鍵時刻。開幕儀式由舊金山市長 Daniel Lurie 主持剪綵。

Outside Lands 音樂節：Gap 為舊金山最大的音樂節 Outside Lands 帶來了沉浸式的「Hoodie House」客製化體驗，2025 年有近 225,000 人參加。

節日亮點：Gap Inc. 支持了 Let's Glow SF，這是一項以沉浸式藝術投影為特色的城市復興計畫。我們也贊助了 2025 年冬季漫步節日市集，並在聯合廣場開設了第一家 Old Navy 快閃店。我們參與了 GLIDE 的年度食品雜貨袋贈送活動，並在我們的總部門市舉辦了第一次節日購物樂活動，讓孩子與照顧者獲得禮物卡，一起選購禮物、慶祝佳節。



左上：Gap Chestnut Street 門市開幕 | 右上：Gap 在 Outside Lands 音樂節設立的 Hoodie House 體驗區 | 左下：Nest 節日創作者市集 | 右下：GLIDE 志工服務時段

公司治理

透過強而有力的公司治理，我們旨在以合乎道德的方式經營，遵守法律法規，降低風險，並與利害關係人合作，以保護人類和地球。

供應商合規性

利害關係人參與

管理監督

商業道德與誠信經營

風險管理

供應商合規性

我們透過監測、評估及與供應商合作，來促進負責任且符合道德的供應鏈，以維護高標準的社會與環境要求。

到 2025 年的目標	進度
到 2023 年，100% 適用範圍內的一級工廠皆參與全行業的相關倡議（SLCP 及/或 ILO-IFC 更佳工作計畫）	已達成 100%
到 2025 年，100% 的策略性二級工廠參與其中	已達成 100%
Gap Inc. 的採購中有 80% 分配至綠色評級工廠	已達成 86%
佔 Gap Inc. 業務支出 90% 的一級供應商，已 100% 獲邀參與 Better Buying 計畫，其評分結果將按品牌分別計算，致力於每年公開報告採購實務的改進	已達成 100%，且結果顯示整體持續逐年改善

我們的策略方針

我們的供應商合規計畫透過評估、改善、培訓、供應商計分卡及負責任的採購實務，監測並協助改善供應商的社會與環境績效。

我們的策略方針以《[供應商行為準則](#)》(COVC) 為核心，該準則於 1996 年首次實施，並定期更新以反映國際與當地法規的演變。

所有為 Gap Inc. 生產商品的工廠都必須遵守《供應商行為準則》，此要求已正式納入我們的《供應商合規協議》與《二級工廠合規協議》。《供應商行為準則》訂定了一系列期望，包括遵守我們的[《人權政策》](#)以及每年完成 Higg FEM 評估。

評估與改善：我們的《評估手冊》明確定義了用於評估及改善勞工與工作條件問題的相關規範。

- 我們對所有工廠進行三種類型的評估：1) 初次評估，用於核准供應商啟用；2) 年度評估，檢視《供應商行為準則》的合規情況；3) 評估，用以追蹤改善行動的進度。在可行的情況下，我們與社會與勞工融合計畫 (SLCP) 及 ILO-IFC 更佳工作計畫合作，以減少重複作業並促進產業一致性。
- 根據所發現問題的數量與嚴重程度，工廠會獲得一個顏色編碼評分：綠色 (86-100 分) 代表社會與環境績效良好；黃色 (65-85 分) 表示需要改進；紅色 (0-64 分) 則表示需要立即關注。在初次評估中獲得紅色評等的工廠，將不會被納入採購範圍。由於 Gap Inc. 的《供應商行為準則》正在進行修訂，2026 年將視需要審查並調整工廠評分與評等系統。
- 違反《供應商行為準則》的行為會透過正式的改善流程處理，包括調查、盡職調查及根本原因分析。我們會與申訴人、工廠與供應商、當地與國際利害關係人，以及從該工廠採購的其他品牌合作，共同制定改善行動計畫。改善行動預計在 30 至 60 天內完成，嚴重問題則需立即處理，而長期的預防計畫則在 120 天內制定完成。結案需符合《供應商行為準則》與《人權政策》的要求。



照片由 ©RISE 提供

- 若發生持續或嚴重的違規行為，可能導致工廠或供應商遭到除名。在整個停用過程中，我們會持續監測該工廠，以協助解決尚未處理的問題。

申訴機制：我們的《供應商行為準則》要求工廠為工作者提供安全、匿名的申訴管道。雖然我們不追蹤直接向管理層提出的申訴，但我們的《供應商行為準則》評估會辨識系統性問題與需要改進的領域。

我們透過[能力建構計畫](#)及「員工意見表達計畫」來強化工作者的聲音。「員工意見表達計畫」是一項由供應商主導的倡議，透過問卷調查、訪談及訊息傳遞等方式，讓工作者能夠提供保密的意見回饋，從而促進勞資對話，並推動工廠層級的持續改善。

供應商計分卡：評估結果會被納入供應商計分卡中，供 Gap Inc. 採購團隊用於商業決策。計分卡既是激勵工具，也是問責工具，用以縮小績效差距並推動持續改善。

採購實務：我們參與 Better Buying 計畫，該計畫收集一級供應商的意見回饋，以強化供應鏈中的勞工實務與人權。每年，我們都會邀請佔 Gap Inc. 業務支出 90% 的一級供應商填寫 Better Buying 問卷，以促進我們在合作關係與採購實務上的改善。

2025 年，調查結果顯示持續的逐年改善；供應商特別肯定我們「共創雙贏的永續夥伴關係」。

供應商合規性 (續)

2025 年進展

政策更新：2025 年，我們評估並更新了《供應商行為準則》的標準。

了解更多：[人權](#)

2024 年，我們推出了《二級工廠合規協議》，將監督範圍擴大至由一級供應商提名指定的二級工廠。此舉提升了上游供應鏈的可視性，並使得針對聘僱外籍合約工作者的二級工廠進行專案評估成為可能。我們亦在韓國舉辦了工作坊，有近 100 家工廠代表參與，以支持此協議的實施。

評估與改善：在供應商評估方面，17% 由 Gap Inc. 執行，37% 由 ILO-IFC 更佳工作計畫執行，44% 透過 SLCP 執行，其餘不到 3% 則由其他第三方執行。

截至 2025 年底，80% 的一級工廠獲得綠色評等（較 2024 年增加 2%），20% 獲得黃色評等，低於 1% 獲得紅色評等。我們有 86% 的業務支出分配至綠色評等工廠，超越了我們原先設定的「2025 年前至少 80% 採購來自綠色評等工廠」的目標。在我們更新《供應商行為準則》標準後，將於 2026 年視需要對合規評等系統進行評估與調整。

了解更多：[《供應商行為準則》評估結果](#)

公眾環境研究中心 (IPE)：IPE 的平台使我們能夠監測中國的污染數據，並在發生違規情況時協助採取改善行動。截至 2025 年底，已有 51 家一級供應商與 61 家二級供應商在 IPE 平台上註冊接受監測。

了解我們的供應鏈

提升績效始於識別與定位供應商，並了解其能力與面臨的挑戰。



可追溯性
我們每年發布兩次一級工廠名單，並正在提高二級以下工廠的透明度。

Open Supply Hub：[Gap Inc. 概況](#)



合作

- 一級和二級供應商
- 產業合作夥伴
- 創新與技術合作夥伴
- 非政府組織

評級供應商

我們會為每家工廠計算合規與永續性分數，作為一級供應商計分卡的一部分，該計分卡採用紅、黃、綠（最佳）三級評等系統。我們透過多種方法評估供應商的社會與環境合規表現。



合規與永續性評分組成部分

社會

SLCP、ILO 更佳工作計畫及 Gap Inc.《供應商行為準則》評估

RISE 參與程度及女性受益者比例

環境

SLCP、ILO 更佳工作計畫及 Gap Inc.《供應商行為準則》評估

Higg 設施環境模組 (FEM)

鼓勵行動

我們的目標是透過精簡的產業工具與流程，支持工作者福祉、尊重人權、減少環境衝擊，並協助供應商提升效率。



改善措施
我們與利害關係人合作，共同制定改善行動計畫。



採購實務
我們參與 Better Buying 計畫，並鼓勵一級供應商提供意見回饋。



能力建構計畫

我們不僅致力於基本合規，更進一步支持供應商的能力建構，以促進更優良的工作條件與環境績效。

了解更多：[氣候行動](#)、[水資源管理](#)、[能力建構計畫](#)

管理監督

穩健的治理架構使我們在營運與供應鏈中，對環境與社會議題負起責任。

我們的策略方針

有效的治理有助於確保在我們的商業實務中納入永續發展的考量。我們針對環境與社會倡議、目標、風險與機會，維持以下管理方式：

業務整合：全球永續發展團隊將永續目標整合至核心業務功能，包括產品開發、全球供應鏈、採購及物流。團隊共同監測纖維轉換至更具永續性來源的進展、推動社會與環境相關的供應商計畫，並驗證產品的永續性聲明。我們將與環境和社會倡議相關的財務風險與機會，納入公司規劃與風險管理流程的一部分。

監督架構：董事會及其委員會積極參與監督我們的環境、社會與治理計畫，因為公司相信環境、社會與治理策略對於實現長期成長目標具有重要性。各董事會委員會在監督環境、社會與治理計畫的不同面向中扮演重要角色，並定期向全體董事會提供進度更新。董事會在審酌這些報告後，會將相關風險與機會納入其整體風險管理與策略職責的一部分。³⁹

治理與永續委員會：監督公司的環境管理實務、涉及供應鏈的社會與社區議題、慈善與社區捐贈，以及公共倡議與政治捐贈。

審計與財務委員會：監督公司的企業合規計畫、內部稽核職能與企業風險管理，以及與資料隱私和網路安全相關的公司計畫。

薪酬與管理發展委員會：監督公司的人力資本管理與人才發展職能，包括與機會聘用、薪資平等及員工包容與歸屬感相關的計畫與策略。

資料完整性和透明度：我們跨部門合作進行資料治理，建立穩健的控制環境與內部審查層級，以確保資料的完整性。我們依據科學基礎目標網絡 (SBTN)、全球報告倡議組織 (GRI)、永續會計準則委員會 (SASB)、聯合國工商企業與人權指導原則、巴黎氣候協定及氣候相關財務揭露工作小組 (TCFD) 的標準，透明地報告環境與社會指標。

2025 年進展

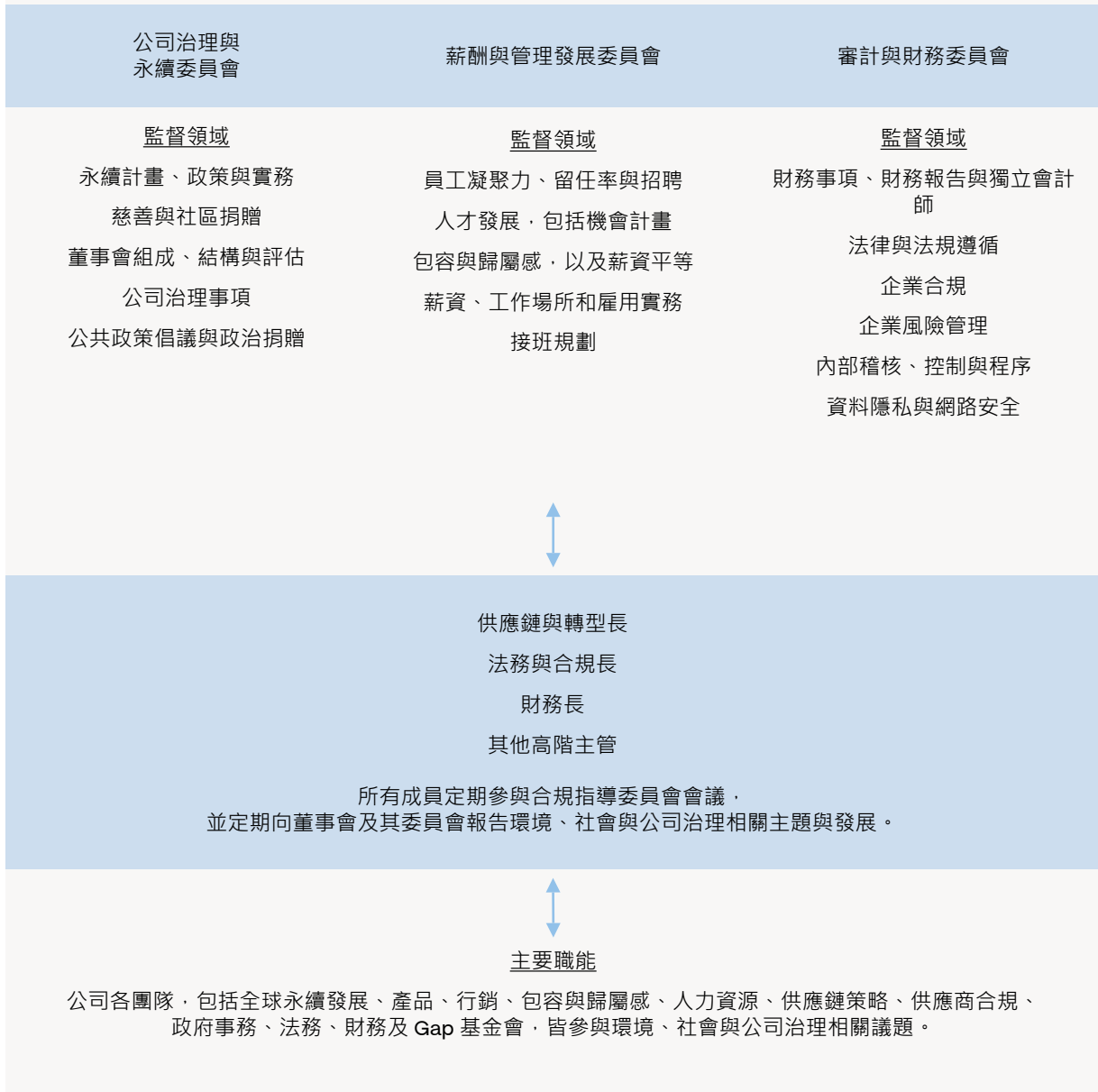
今年，我們進一步將治理實務與日益增多的法規及現有承諾保持一致。我們定期召開由高階領導團隊組成的合規指導委員會，以確保我們的計畫與實務持續符合適用的法律與法規，主動因應潛在挑戰，確保負責任的採購實務，並履行我們對永續發展的承諾。

了解更多：[股東會委託書](#)

³⁹ 法務與合規長會定期向 Gap Inc. 董事會審計與財務委員會報告公司企業合規計畫的執行成效。

監督架構

我們的董事會目前由 11 名成員組成，其中 10 名經認定符合紐約證券交易所規則所定義之獨立性。我們要求三個常設委員會的成員組成須達到 100% 獨立性。董事會定期接收各委員會就其監督職責範圍所提出之報告，並監控相關風險與機會。更多資訊請參閱我們的[股東會委託書](#)。



風險管理

每年，我們會識別並評估對公司營運及達成目標能力最具潛在影響的既有與新興風險。

我們的策略方針

企業層級：每年，公司的內部稽核部門會推動全面的企業風險評估 (ERA)，並輔以全年持續進行的風險監控。此評估涵蓋運用風險框架所辨識出的重大風險領域，包括策略、營運、合規、財務、永續、聲譽及氣候風險。企業風險評估旨在蒐集有關主要企業風險、新興與持續演變的風險，以及可能影響公司達成目標與執行策略能力的關鍵風險事件的相關資訊。風險會依職能領域進行歸屬，並根據公司的潛在曝險程度及因應策略的成熟度進行分類。公司的風險委員會（目前由全體高階領導團隊組成）負責監督企業風險評估流程。主要的評估方法包括：與員工、主要高階主管及董事會成員進行訪談與問卷調查；檢視公司關鍵策略與倡議；以及監測法規發展與新興產業趨勢及議題。

企業風險評估的結果會由執行長與風險委員會進行審查，並由稽核長至少每年向董事會報告一次，以促進對重大風險領域、新興與持續演變的風險，以及相關因應策略的討論。評估結果為年度內部稽核計畫、管理階層的監測與風險因應措施，以及董事會層級的持續監督提供了基礎。

風險委員會在全年定期召開會議，審查特定風險及潛在的關鍵風險情境，以及管理階層的相關因應計畫與進展。風險委員會下設的風險指導委員會負責協調企業風險活動、支持跨職能的風險歸屬，並制定風險委員會更廣泛討論的議程，包括公司風險概況變化的相關更新。

我們的稽核長每季向審計與財務委員會報告公司企業風險概況的變化，以及內部稽核計畫的更新。此外，我們也將關鍵第三方依賴關係納入整體營運持續規劃與韌性管理的一環進行監測，並定期向審計與財務委員會提報相關更新。我們的法務與合規長每季與審計與財務委員會進行一次非公開會議，其中部分議程是向委員會報告法律、法規及合規風險的最新情況。此外，管理階層會定期與董事會進行正式與非正式的溝通，討論關鍵倡議、策略及產業動態，部分目的在於評估與管理潛在風險。我們也推動跨職能的培訓演練，以協助公司更妥善地因應關鍵風險事件。

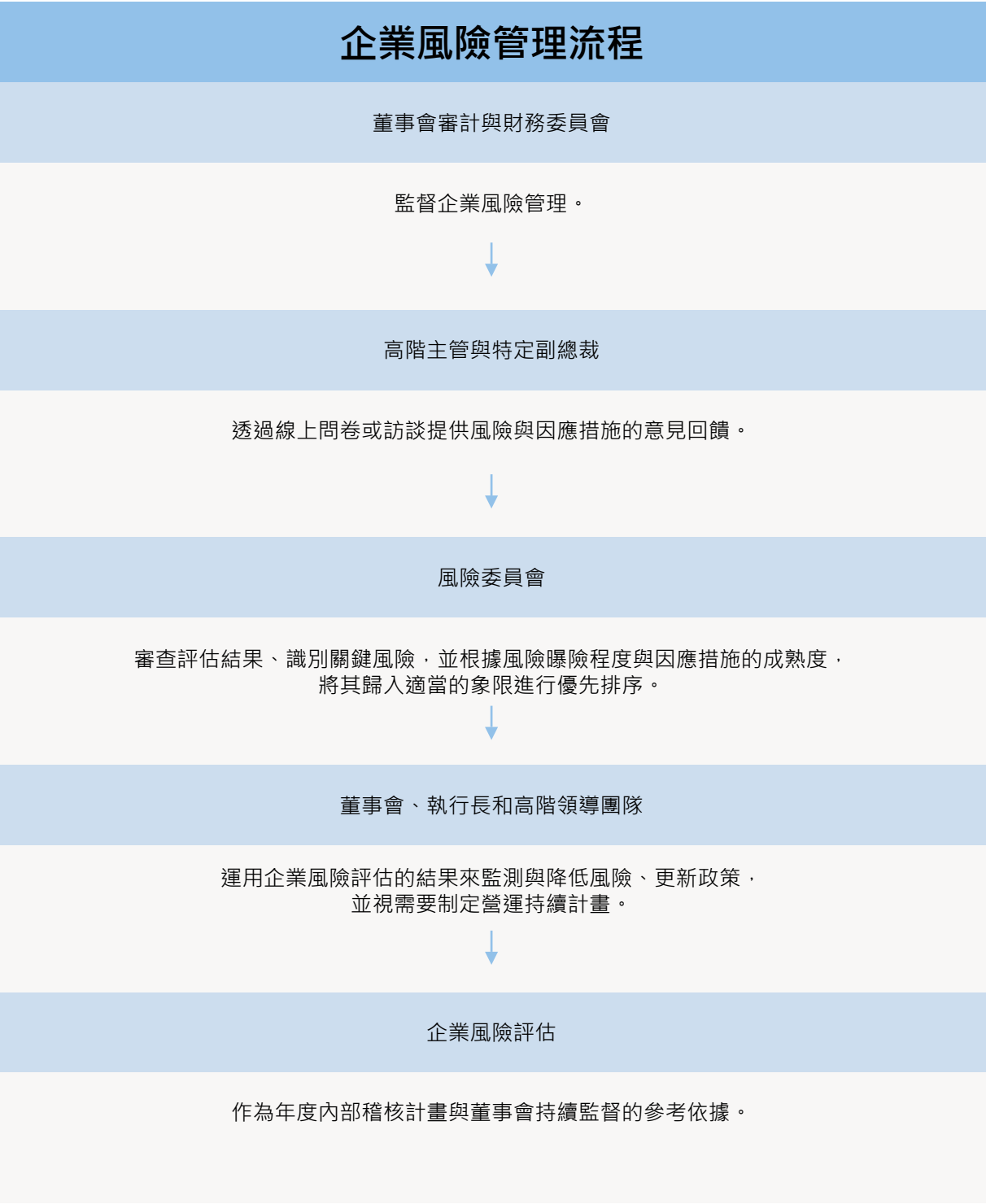
氣候、人權與勞工，以及其他與永續發展相關的風險與機會，皆已納入企業風險評估流程，並在法規發展、市場期望、營運影響及長期策略考量等脈絡下加以評估。

實體資產層面：我們的全球韌性團隊協助降低實體風險，以保護公司營運的據點。我們運用來自國家海洋暨大氣總署等機構的預測與實際模型，以評估在制定應變計畫後仍存在的剩餘風險。

2025 年進展

2025 年，我們運用了氣候情境分析的結果——該分析指出水資源短缺、河水氾濫及極端氣溫是我們價值鏈中的主要實體風險——來協助我們與供應商共同界定優先介入與風險降低的重點區域。我們也運用世界自然基金會的水風險過濾器，策略性地將與供應商的水資源補充工作聚焦於南亞、東南亞及中美洲地區。2025 年，我們與多家供應商合作，透過節水技術及水資源再利用與回收，減少淡水使用，以降低水資源短缺帶來的風險。

了解更多：[商業道德與誠信經營](#)、[氣候行動](#)、[水資源管理](#)



利害關係人參與

利害關係人議合、合作夥伴關係及政治對話，對我們的策略至關重要，並有助於最大化我們計畫的正面影響力。

我們的策略方針

我們定期與利害關係人互動，以了解影響他們、我們的產業及社會的各項議題。我們與利害關係人議合的頻率，取決於他們與我們業務的關聯性、我們對他們的影響力，以及所處理議題的重要性。對話有助於我們改善策略、設定目標、聚焦行動，並擴大產業解決方案的規模。

為蒐集意見回饋、據此回應，並推動業務各方面的改進，我們採取以下做法：

- 召集產業與利害關係人夥伴，討論需要協作處理的系統性議題，包括我們對美國服裝與鞋類協會 (AAFA) 社會責任委員會、美國零售業領袖協會 (RILA) ESG 委員會，以及全國零售聯合會 (NRF) 永續發展委員會的參與。
- 針對重大議題，與專業組織進行正式與非正式的諮詢。
- 透過政府參與，在政策議題上表達我們的立場。

我們的利害關係人議合對象包括但不限於此處所列舉的類別。

2025 年進展

員工：我們透過年度意見回饋調查來了解員工的感受。2025 年，調查結果顯示我們的凝聚力指數為 73%。

了解更多：[人力資本管理](#)

政府：在 Gap Inc.，我們相信積極參與民主進程，是實踐我們「縮小差距、創造更美好世界」此一使命的核心。

2025 年，我們重新啟動了 Gap Inc. Good Government Fund (GGF)，這是我們公司的政治行動委員會 (PAC)，允許 Gap Inc. 員工每年自願捐款最高 5,000 美元，以支持在對我們業務、員工及股東重要議題上有所參與的候選人。員工每向 GGF 捐贈 1 美元，Gap Inc. 便會相對捐贈 1 美元給員工所選擇的 501(c)(3) 慈善機構。

政府事務大使計畫：該計畫於 2023 年啟動，政府事務大使是由遍布全美的 Gap Inc. 員工所組成，他們向各自選區的民選官員分享我們的故事。2025 年，大使們邀請民選官員參觀我們的門市與配送中心，讓政策制定者深入了解我們的營運狀況、我們對員工與社區的承諾，以及 Gap Inc. 在推動經濟機會與促進影響產業及勞動力議題對話方面所扮演的角色。

利害關係人類型與議合方式				
利害關係人	議合形式	頻率	主要議題	了解更多
投資人	法說會、與投資分析師的互動	每季度	• 財務 • 風險與機遇 • 市場影響	投資人關係 股東會委託書
	股東外展計畫	每半年		
消費者	已向 Gap Inc. 內部社群成員傳送線上調查問卷	至少每年一次	• 品牌認知度 • 社會與環境計畫	聯絡我們
員工	「敢於想象 (Imagine Better) 」問卷 COBC 熱線	每年以及視需要	• 工作場所滿意度	人力資本管理
供應商	Better Buying 問卷 會議、評估、培訓、問卷調查	每年以及視需要	• 人權與勞工 • 職業健康與安全 • 環境績效	人權 能力建構計畫 供應商合規性
供應鏈工作者	訪談、問卷調查	定期	• 人權與勞工	政治參與政策 我們的影響力策略
勞工與人權組織	會議、問卷調查	至少每月一次	• 人權與勞工	
非政府組織和工會	會議	定期	• 人權與勞工	
政府	會議	定期	• 影響我們業務與社區利益的相關議題	
業界倡議	會議、問卷調查	至少每週一次	• 法規 • 環境 • 人權與勞工	

2025 年，Gap Inc. 贊助了多項活動：

- 一年一度在華盛頓特區舉行的國會棒球賽是一項跨黨派傳統活動，讓國會議員齊聚一堂，進行友好的競賽。今年的比賽為 45 個位於華盛頓特區的非營利組織籌集了創紀錄的 275 萬美元，其中包括 [This Way ONward](#) 的合作夥伴「男孩女孩俱樂部」。
- 第 43 屆年度南方風情晚宴在華盛頓特區舉行，該活動匯聚了政府、企業及非營利組織的領袖，為美國南部地區致力於提升兒童識字能力的非營利組織募集了 130 萬美元。

- 加州州際協會在華盛頓特區舉辦的金州晚宴，慶祝加州成為美國第 31 個州屆滿 175 週年。活動所得款項用於支持無黨派、非營利性質的相關工作，以促進華盛頓特區地區的加州企業之間的聯繫。
- 在紐約市，Gap Inc. 在全國零售聯合會年度大型零售展期間，邀請了七位州立法者參觀我們位於時報廣場的 Old Navy 與 Gap 門市。這些門市導覽活動展示了我們第一線團隊的風采，以及我們的門市在當地社區中所扮演的角色，同時也與立法者就影響產業的政策議題進行對話。

- 2025 年 10 月，我們在紐約總部為員工舉辦了一場座談會，針對 2025 年紐約市長選舉提供客觀、中立的觀點，討論公共安全、稅收、交通與住房等關鍵議題。

商業道德與誠信經營

我們的全球誠信與合規計畫旨在協助員工與董事會成員在秉持誠信經營的同時，符合各項法律要求。

《商業行為準則》

自 1998 年以來，我們的《[商業行為準則](#)》(COBC) 一直是我們全球誠信與企業合規計畫的基礎，其中包含了所有 Gap Inc. 員工與董事應遵循的政策與原則。2025 年，我們更新了《商業行為準則》，以反映我們當前的工作方式，同時仍根植於定義我們核心價值的理念。更新後的《商業行為準則》透過一個簡單而有力的原則，將這些價值觀具體落實：「做對的事」。這不僅意味著遵循規則，更代表在我們所做的每一件事中，都以使命與誠信為引領。

所有員工在加入公司時皆可取得《商業行為準則》，並以書面同意遵守，同時也須完成相關培訓。根據工作地點、職級與職務的不同，員工可能還需要完成額外的培訓，主題涵蓋性騷擾防治、零容忍政策（禁止歧視、騷擾或報復）、工資與工時合規、工作場所合理調整、反貪腐，以及資料隱私與安全等。

我們鼓勵員工向直屬主管、更高一層的主管、當地人力資源部門或我們的全球誠信團隊提出疑慮。此外，我們設有由獨立第三方供應商管理的 [COBC 保密熱線](#)，[全年無休](#)、[全天候 24 小時開放](#)，提供給所有與 Gap Inc. 有業務往來或受僱於 Gap Inc. 的任何人使用。所有通報者均可選擇保持匿名。舉

報疑似違反《商業行為準則》行為的人，均受到公司嚴格執行之報復行為零容忍政策的保護。

我們的調查團隊會在本公司的 網路通報系統中，對申訴案件進行分類處理，並追蹤相關的調查進程與改善措施。這些也會由我們的全球誠信團隊與內部稽核團隊進行監測與審查。

全球誠信團隊會定期進行評估，以衡量計畫的影響力，並致力於根據法律與法規要求、美國司法部的指導方針、企業倫理最佳實務，以及我們自身的高標準，持續改善此計畫。

審計與財務委員會負責監督企業合規計畫，並定期接收法務與合規長提供的進度更新。

了解更多：[企業合規](#)

反貪腐與反賄賂

作為一家上市公司，我們嚴格遵守反貪腐政策及相關程序，包括我們的全球反貪腐政策與反貪腐盡職調查 (ACDD) 流程。這些措施有助於確保我們遵守美國《海外反腐敗行為法》及各地的反賄賂法律。

我們透過反貪腐與反賄賂政策、培訓計畫及對第三方的盡職調查，來促進合規，並監測與因應貪腐及賄賂風險。反貪腐培訓的對象為全球總監級以上職位，以及高風險職能部門的主管。必要時會提供額外的培訓。

我們運用計畫評估來檢視反貪腐計畫的成效，在高風險市場執行反貪腐盡職調查流程，並要求對所有第三方經銷商，以及所有代表我們與政府官員及/或第三方經銷商互動的第三方，進行反貪腐盡職調查報告。

Gap Inc. 的合規計畫獲選為今年女性白領犯罪防衛協會 (WWCDA) 團體獎的得主。

競爭法與反托拉斯法

在我們營運所在的許多國家/地區，皆訂有競爭（反托拉斯）法。這些法律強化了我們的標準——每個人都必須能夠在自由市場中公平競爭。為防止不當行為，員工與董事須遵守我們的內部競爭法政策及當地法律。任何違反本政策的行為，都可能受到紀律處分，最嚴重者可達解僱、重大金錢損害賠償或罰款，甚至面臨法律訴訟。

資料隱私與網路安全

我們致力於讓顧客與員工了解相關資訊，使其能夠掌握個人資料的蒐集與使用方式。我們的隱私實務符合營運所在各司法管轄區的法律，並遵循以下既定原則：公平與透明、僅蒐集必要資訊、僅將個人資料用於指定用途、確保資料準確、負責任地保存資料、有效保護資料安全，並落實問責機制。

了解更多：[隱私政策](#)

保護我們的資訊系統，以及我們所接收與儲存有關顧客、員工、供應商及其他對象的資訊，是 Gap Inc. 的重要優先事項。我們設有一套網路安全計畫，包含技術性與組織性的防護措施，旨在識別、評估、管理、降低及回應網路安全威脅，包括與使用第三方系統相關的威脅。

員工每年皆須接受網路安全培訓，我們也會在全年期間提供其他針對性的網路安全認知與教育活動。我們與外部顧問合作，定期進行「桌上演練」，模擬真實的網路安全事件情境，以評估我們的整備程度、測試事件應變計畫，並找出潛在的改進空間。我們會定期稽核網路安全風險管理流程，並持有網路安全風險保險。

Gap Inc. 的資訊安全長 (CISO) 負責監督網路安全計畫資訊安全長直接向技術長報告 (CTO)，並負責評估與維持公司的網路安全風險管理流程。董事會審計與財務委員會負責監督公司的網路安全計畫，以及相關風險曝露情況，並檢視管理階層為監測與降低網路安全風險所採取的措施。資訊安全長每季輪流向審計與財務委員會或全體董事會報告網路安全計畫的最新進展。

了解更多：[年度報告](#)

人工智慧

我們對人工智慧 (AI) 的態度，植基於一項信念：技術應能賦能員工並驅動商業價值。我們的 AI 辦公室負責管理 AI 的使用，以確保其符合我們的價值觀、業務目標與道德標準。生成式 AI 可能反映社會偏見；因此，我們要求員工簽署生成式 AI 認知確認書。我們建議生成式 AI 的輸出內容在使用前應經由人工審查，而我們的政策也要求使用者在開發與測試 AI 工具的過程中，檢查 AI 是否存在可察覺的偏誤，並確保其準確性。

行銷與產品聲明

我們的目標是確保在所有行銷訊息中（包括我們所提出的各項永續性聲明），都能準確、有根據且合乎倫理地呈現我們的產品與服務。

我們訂有相關政策，要求每一項環境或社會面向的產品聲明，都必須有經過驗證且記錄在案的利益作為依據。我們針對產品聲明及產品聲明工具包對員工進行培訓，並對所有對外訊息遵循嚴格的審查、核准與[資料驗證流程](#)。

附錄

重大主題評估

TCFD 索引

GRI 索引

數據確信

SASB 索引

重大主題評估

在一個快速變遷的世界中，我們的目標是識別並回應對我們業務及優先利害關係人具有重大意義的環境、社會與治理相關議題。

重大主題

2023 年 3 月，我們與第三方專家合作，依據全球報告倡議組織 (GRI) 準則及 AA1000 當責性原則，進行了一次重大主題評估。作為評估的一部分，我們透過問卷調查與訪談，與主要利害關係人進行了互動，包括 Gap Inc. 與各品牌的員工、顧客、投資人、非營利組織領袖及資料彙整機構。

了解更多：[SEC 申報文件](#)

重大主題		
資源使用、稀缺性與影響	人權與社會影響	公司治理與營運環境
水資源管理	性別平等	透明度和問責
化學品管理	安全衛生	生產量管理
氣候變遷因應	產品品質與安全	負責任行銷與消費者互動
排放減量	僱用標準	人才招募與勞動力發展
土地與自然資源使用	供應鏈勞工標準	商業誠信
生物多樣性	社區發展	資料隱私與網路安全
動物福利	包容與歸屬感	採購實務
循環經濟		
廢棄物管理		
塑膠減量		



全球報告倡議組織 (GRI) 索引

Gap Inc. 已參照 GRI 準則 (2016、2018、2020 及 2021 年版)，針對 2025 年 2 月 2 日至 2026 年 1 月 31 日期間，於本 GRI 內容索引中報告所引用之資訊。我們參考了 GRI 1: Foundation 2021 來編製此內容索引。

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
一般揭露		
GRI 2：2021 年一般揭露	2-1 組織詳細資訊	影響力報告； 關於本報告 年度報告；第一部分，第 1 項，業務 年度報告；第一部分，第 2 項，物業 年度報告；第二部分，第 5 項，登記人普通股權益市場、相關股東事項及發行人購買股權證券
	2-2 組織永續報導中包含的實體	年度報告；第一部分，第 1 項，業務 附件 21「登記人之子公司」
	2-3 報告週期、頻率和聯絡人	影響力報告； 關於本報告
	2-4 資訊重編	2023 與 2024 會計年度的供應鏈用水數據已重編，以反映方法學的改善。 影響力報告；環境， 水資源管理 SASB CG-EC-000.A 與 CG-EC-000.C 之 2024 會計年度指標已重編，以更正先前報告之金額。
	2-5 外部保證	影響力報告； 關於本報告
	2-6 活動、價值鏈和其他業務關係	影響力報告；附錄， 數據確信 年度報告；第一部分，第 1 項，業務 年度報告；第一部分，第 2 項，物業 年度報告；第二部分，第 7 項，管理階層對財務狀況與營運結果之討論與分析 影響力報告；公司治理， 管理監督
	2-7 員工	年度報告；第一部分，第 1 項，業務 年度報告；第二部分，第 7 項，管理階層對財務狀況與營運結果之討論與分析
	2-8 非員工之工作者	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；社會， 能力建構計畫
GRI 2：2021 年一般揭露 (續)		

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
	2-9 治理結構與組成	影響力報告；公司治理， 管理監督 投資人關係網頁； 公司治理概況說明 投資人關係網頁； 委員會組成 投資人關係網頁； 董事會
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	投資人關係網頁； 公司治理概況說明 投資人關係網頁； 董事會
	2-11 最高治理單位的主席	投資人關係網頁； 董事會
	2-12 最高治理單位於監督影響管理的角色	影響力報告；公司治理， 利害關係人參與 影響力報告；公司治理， 管理監督 影響力報告；公司治理， 風險管理 影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營 投資人關係網頁； 公司治理準則 2025 年 CDP 提交 ；4.1.2、4.3、4.3.1
	2-13 管理影響之責任的委任	投資人關係網頁； 委員會組成 投資人關係網頁； 公司治理與永續發展委員會章程 影響力報告；公司治理， 管理監督
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	投資人關係網頁； 公司治理與永續發展委員會章程 影響力報告；公司治理， 管理監督
	2-15 利益衝突	投資人關係網頁； 公司合規
	2-16 溝通關鍵問題	影響力報告；公司治理， 管理監督
	2-17 最高治理單位的群體智識	2025 年 CDP 提交 ；4.2
	2-18 最高治理單位的績效評估	投資人關係網頁； 公司治理 投資人關係網頁； 公司治理準則 投資人關係網頁； 公司治理概況說明
GRI 2：2021 年一般揭露 (續)	2-19 薪酬政策	股東會委託書
	2-20 確定薪酬的流程	股東會委託書
	2-21 年度總薪酬比例	股東會委託書 ； 執行長薪酬比率
	2-22 永續發展策略聲明	影響力報告； 我們的影響力策略 影響力報告；公司治理， 供應商合規性
	2-23 政策承諾	Gap Inc. 透過對其產品進行測試，將預防原則應用於其化學品的使用，並承諾淘汰含 PFC 加工處理布料。 更多資訊，請參閱 化學品管理 與影響力報告；公司治理、 商業道德與誠信經營

⁴⁰ 備註：「影響力報告」是指 Gap Inc. 2025 年影響力報告；「網頁」是指我們的全球網站；「年度報告」是指 Gap Inc. 截至 2026 年 1 月 31 日止會計年度之 10-K 表格 [年度報告](#)；「股東會委託書」是指 [2026 年股東常會之開會通知及委託書](#)。更多資訊，請參閱我們的投資人關係網頁。

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
	2-24 落實政策承諾	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
	2-25 補救負面影響的流程	影響力報告；公司治理， 利害關係人參與
		影響力報告；公司治理， 供應商合規性
	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	投資人關係網頁； 公司合規
		投資人關係網頁； 商業行為準則
		影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
	2-27 法規遵循	投資人關係網頁； 公司合規
		影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
	2-28 會員資格	影響力報告； 我們的影響力策略
	2-29 利害關係人議合方針	影響力報告；公司治理， 利害關係人參與
	2-30 團體協約	網頁； 人權政策
重大主題		
GRI 3：2021 年重大主題	3-1 確定重大主題的流程	影響力報告； 關於本報告
		影響力報告；附錄， 重要性評估
	3-2 重大主題清單	影響力報告；附錄， 重要性評估
經濟績效		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	年度報告；第二部分，第 7 項，管理階層對財務狀況與營運結果之討論與分析
		年度報告；第二部分，第 7A 項，市場風險之量化與質性揭露
GRI 201：2016 年經濟績效	201-1 產生與分配之直接經濟價值	年度報告；第二部分，第 7 項，管理階層對財務狀況與營運結果之討論與分析
	201-2 氣候變遷所致之財務影響及其他風險與機會	2025 年 CDP 提交 ；2.4、2.2.2、3.1、3.6、9.3
	201-3 確定給付制退休金計畫之義務及其他退休計畫	影響力報告；社會、 人力資本管理
	201-4 政府提供的財政援助	網頁； 福利與津貼
採購實務		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；附錄， 重要性評估
		影響力報告；社會， 人權
		影響力報告；公司治理， 供應商合規性
		影響力報告；環境， 產品
GRI 204：2016 年採購實務	204-1 本地供應商支出比例	資訊缺失/不完整。
反貪腐		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
GRI 205：2016 年反貪腐	205-1 已評估貪腐相關風險的營運據點	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及培訓	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
反競爭行為		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
GRI 206：2016 年反競爭行為	206-1 涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷實踐的法律行動	影響力報告；公司治理， 商業道德與誠信經營
材料		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境， 產品
		影響力報告；環境、 廢棄物和循環經濟
		影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-440a.4
GRI 301：2016 年材料	301-1 按重量或體積使用的材料	影響力報告；環境， 產品
	301-2 使用的回收再生材料	影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-440a.4
	301-3 回收產品及其包裝材料	影響力報告；環境， 產品
0% – Gap Inc. 並未直接回收或再利用任何產品。		
能源		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境、 氣候行動
		2025 年 CDP 提交 ；4.1.2、4.2、4.3、4.3.1、4.5.1
GRI 302：2016 年能源	302-1 組織內的能源消耗	2025 年 CDP 提交 ；7.5、7.29、7.30、7.30.1、7.30.6、7.30.7、7.30.14、7.30.16
		影響力報告；環境、 氣候行動
		影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-MR-130a.1
		影響力網頁； 確信聲明
GRI 302：2016 年能源（續）		影響力報告；附錄， 數據確信
	302-2 組織外部的能源消耗	2025 年 CDP 提交 ；7.5、7.8、7.29、7.30、7.30.1、7.30.6、7.30.7、7.30.14、7.30.16
		影響力報告；環境、 氣候行動
	302-3 能源強度	2025 年 CDP 提交 ；7.45
	302-4 減少能源消耗	影響力報告；環境、 氣候行動
		2025 年 CDP 提交 ；7.53.1、7.54、7.54.1、7.55、7.55.1、7.55.2、7.55.3
		影響力報告；環境、 氣候行動
	302-5 降低產品和服務的能源需求	2025 年 CDP 提交 ；7.74
		影響力報告；環境、 氣候行動
		影響力報告；環境， 產品

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
水與放流水		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境， 水資源管理 2025 年 CDP 提交 ；2.2.1、2.2.2、2.4、3.1、4.1.2、4.3、4.3.1、4.6、4.6.1、5.1、5.1.1、6.1、9.1、9.2
GRI 303：2018 年水與放流水	303-1 共享水資源之相互影響	影響力報告；環境， 水資源管理 2025 年 CDP 提交 ；2.2.1、2.2.2、3.1、5.11、5.11.1、5.11.5、5.11.6、5.11.7、5.11.9、9.15.1、9.15.2
	303-2 管理放流水相關影響	影響力報告；環境， 水資源管理
	303-3 取水	影響力報告；環境， 產品
		影響力報告；環境， 水資源管理 2025 年 CDP 提交 ；9.2.2、9.2.4、9.2.7
	303-4 放流水	2025 年 CDP 提交 ；9.2.2、9.2.8、9.2.9
GRI 303：2018 年水與放流水（續）	303-5 水消耗	2025 年 CDP 提交 ；9.2.2、9.2.8、9.2.9
生物多樣性		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境， 產品
GRI 304：2016 年生物多樣性	304-1 組織所擁有、租賃、管理之營運據點，位於或鄰近保護區及保護區外的高生物多樣性價值區域	影響力報告；環境， 產品 影響力報告；環境、 氣候行動
	304-2 活動、產品及服務對生物多樣性的顯著影響	影響力報告；環境， 產品
GRI 304：2016 年生物多樣性（續）	304-3 受保護或復育的棲息地	目前尚無相關資訊，因為我們正在擴大 木質纖維政策 的適用範圍，以納入土地使用、森林保育及森林砍伐風險的管理。
	304-4 受營運影響的棲息地中，已被列入 IUCN 紅色名錄及國家保護名冊的物種	
排放量		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	2025 年 CDP 提交 ；2.2.2、3.1、3.6、4.1.2、5.1.2、7.55.3 影響力報告；環境、 氣候行動
GRI 305：2016 年排放量	305-1 直接（範疇 1）溫室氣體排放	2025 年 CDP 提交 ；7.2、7.5、7.6、7.10.1、7.15、7.15.1、7.16、7.17、7.17.1、7.45
		影響力報告；環境、 氣候行動
		網頁； 確信聲明
		影響力報告；附錄， 數據確信

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
	305-2 能源間接（範疇 2）溫室氣體排放	2025 年 CDP 提交 ；7.2、7.3、7.4、7.5、7.7、7.10.1、7.10.2、7.16、7.20、7.20.1、7.45 影響力報告；環境， 氣候行動 影響力網頁； 確信聲明 影響力報告；附錄， 數據確信
	305-3 其他間接（範疇 3）溫室氣體排放	2025 年 CDP 提交 ；7.2、7.5、7.8 影響力報告；環境， 氣候行動 網頁； 確信聲明 影響力報告；附錄， 數據確信
	305-4 溫室氣體排放強度	2025 年 CDP 提交 ；7.45 影響力報告；環境， 氣候行動
	305-5 溫室氣體排放減量（續）	2025 年 CDP 提交 ；3.6、7.5、7.53、7.53.1、7.54、7.54.1、7.54.3、7.55、7.55.1、7.55.2 影響力報告；環境， 氣候行動 影響力報告； Gap Inc. 目標與進展
	305-6 臭氧層破壞物質 (ODS) 之排放	Gap Inc. 並未排放臭氧層破壞物質。
	305-7 氮氧化物 (NOx)、硫氧化物 (SOx) 及其他重大氣體排放	2025 年 CDP 提交 ；7.15.1 影響力報告；環境， 氣候行動
廢棄物		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
GRI 306：2020 年廢棄物	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著影響	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
	306-2 管理廢棄物相關顯著影響	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
	306-3 產生的廢棄物	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
	306-4 從處置場分流出的廢棄物	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
		影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-MR-410a.3
	306-5 廢棄物處置	影響力報告；環境， 廢棄物和循環經濟
供應商環境評估		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；公司治理， 供應商合規性 影響力報告；環境， 水資源管理
GRI 308：2026 年供應商環境評估	308-1 使用環境標準篩選的新供應商	影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-430a.1、CG-AA-430a.2、CG-AA-430b.1、CG-AA-430b.2

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
GRI 308 : 2026 年供應商環境評估 (續)	308-2 供應鏈中的負面環境影響和所採取的行動	影響力報告；公司治理， 供應商合規性
		影響力報告；環境， 水資源管理
		影響力報告；環境， 氣候行動
		影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-430b.2
僱用		
GRI 3 : 2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會、 人力資本管理
GRI 401 : 2016 年僱用	401-1 新員工僱用和員工流動率	影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-EC-330a.2
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	影響力報告；社會、 人力資本管理 網頁； 福利與津貼
	401-3 育兒假	影響力報告；社會、 人力資本管理 網頁； 福利與津貼
職業健康與安全		
GRI 3 : 2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會、 人力資本管理
GRI 403 : 2018 年職業健康與安全	403-1 職業健康與安全管理體系	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-2 危害識別、風險評估與事件調查	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-3 職業健康服務	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-4 工作者參與、諮詢及溝通職業健康與安全	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-5 職業健康與安全工作者培訓	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-6 促進工作者健康	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-7 預防與減輕直接由業務關係引起的職業健康與安全影響	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-8 職業健康與安全管理體系所涵蓋之工作者	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-9 工傷	影響力報告；社會、 人力資本管理
	403-10 與工作相關的疾病	影響力報告；社會、 人力資本管理
	職業健康與安全 (美國地區之曆年數據)	職業傷害相關死亡事件 2023 : 0 2024 : 0 2025 : 0 每百萬工時傷害率 (LTIFR) 2023 : 4.08 2024 : 3.79 2025 : 3.72 涵蓋率 (員工佔比) 2023 : 94% 2024 : 85% 2025 : 91%
	培訓和教育	
GRI 3 : 2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會、 人力資本管理

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
GRI 404 : 2016 年培訓與教育	404-1 每位員工每年平均培訓時數	影響力報告；社會， 人力資本管理
	404-2 員工技能提升計畫及職涯轉換協助方案	影響力報告；社會， 人力資本管理
	404-3 接受定期績效和職涯發展審查的員工百分比	影響力報告；社會， 人力資本管理
多元與平等機會		
GRI 3 : 2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會， 包容與歸屬感
GRI 405 : 2016 年多元與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元性	EEO-1 申報文件
	405-2 女性對男性之基本薪資與薪酬比率	影響力報告；社會， 包容與歸屬感 投資人關係網頁； 法國與英國之性別薪酬差距揭露歷史 (企業合規)
當地社區		
GRI 3 : 2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會， 機會推動計畫
		影響力報告；環境， 水資源管理
GRI 413 : 2016 年當地社區	413-1 當地社區溝通、影響評估和發展計畫的營運活動	影響力報告；社會， 機會推動計畫
		影響力報告；環境， 水資源管理
		影響力報告；環境， 水資源管理
	413-2 對當地社區具有顯著實際與潛在負面影響的營運活動	影響力報告；環境， 水資源管理
		影響力報告；環境， 產品

GRI 標準	揭露	Gap Inc.參考資料 ⁴⁰
供應商社會評估與勞動		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；公司治理， 供應商合規性 網頁； 加州供應鏈透明度法案與英國現代奴役法案聲明
GRI 414：2016 年供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選的新供應商	影響力報告；公司治理， 供應商合規性 影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-430b.1，CG-AA-430b.2
	414-2 供應鏈中負面的社會影響以及採取的行動	影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-430b.1，CG-AA-430b.2
GRI 406：2016 年不歧視	406-1 歧視事件及所採取的矯正行動	影響力報告；公司治理， 供應商合規性 影響力報告；附錄， SASB 索引 ，CG-AA-430b.1，CG-AA-430b.2
GRI 408：2016 年童工	GRI 408-1：營運據點與供應商面臨重大童工風險	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；公司治理， 供應商合規性
GRI 409：2016 年強迫或強制勞動	409-1 營運據點與供應商面臨重大強迫或強制勞動風險	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；公司治理， 供應商合規性
公共政策		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；公司治理， 利害關係人參與 網頁； 政治參與政策
GRI 415：2016 年公共政策	415-1 政治獻金	影響力報告；公司治理， 利害關係人參與 網頁； 政治參與政策
顧客健康與安全		
GRI 3：2021 年重大主題	3-3 重大主題主題	影響力報告；環境， 產品
GRI 416：2016 年顧客健康與安全	416-1 產品與服務類別的健康與安全影響評估	影響力報告；環境， 產品
	416-2 產品與服務健康與安全影響之違規事件	2025 年未發現任何違規事件。 消費品安全委員會

永續會計準則委員會 (SASB) 索引

國際財務報導準則基金會 (IFRS) 轄下之國際永續準則理事會 (ISSB) 是一個獨立的私部門準則制定組織，致力於透過促進高品質、符合投資人需求之重大永續資訊揭露，以提升資本市場的效率。我們依據 SASB 永續行業分類系統 (SICS) 所定義的標準，針對服飾、配件與鞋類產業進行揭露，並從電子商務、綜合及專業零售與通路商，以及家庭與個人用品等產業中，選取相關的揭露項目。

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
服裝、配飾和鞋類					
產品中的化學物質管理					
有關維持限用物質法規遵循之流程討論	討論與分析	不適用	CG-AA-250a.1	Gap Inc. 的化學品限制受到全球法規以及基於危害和風險的考慮所影響。它們包括我們的受限物質清單 (RSL) 和我們的製造受限物質清單 (MRSL)。自 2008 年以來，我們一直要求 Gap Inc. 的供應商必須遵守我們的 RSL。自 2015 年起，我們要求所有供應商遵守有害化學物質零排放 (ZDHC) 製造業限用物質清單，並與服裝及鞋類國際限用物質清單管理 (AFIRM) 集團的限用物質清單保持一致。我們追蹤新興化學物質議題，並視需要更新我們的因應做法。我們在落實化學品政策方面的做法包括： - 產業合作與標準：我們與 AFIRM 集團及 Cascale 等產業組織合作，採用一致的工具與流程，以支持最佳實務做法、監測供應商績效，並鼓勵使用更安全的化學品。 - 供應商溝通：我們透過《供應商行為準則》(COVC) 及《二級工廠合規協議》，向供應商傳達化學品合規要求，並要求供應商確認並遵守這些條件。 - 合規與監測：我們透過第三方對產品、產品組件及廢水排放進行檢測，並運用產業數據平台，監測供應鏈的績效，並驗證其是否符合全球化學品法規及 Gap Inc. 的化學品限用規定。	影響力報告；環境， 產品
有關評估與管理產品中化學品相關風險及/或危害之流程討論	討論與分析	不適用	CG-AA-250a.2	Gap Inc. 使用以下流程來評估和管理與其產品材料和化學品相關的潛在風險和危害。我們追蹤新興化學物質議題、善用產業合作關係，並分析來自專家與供應鏈的資訊，以評估潛在風險與危害。我們透過《供應商行為準則》(COVC) 向供應商傳達化學品合規要求，並要求供應商確認並遵守這些條件。我們已實施製造業限用物質清單 (MRSL) 及限用物質清單 (RSL)，並視需要更新相關做法。我們透過第三方對產品、產品組件及廢水排放進行檢測，並運用產業數據平台，監測供應鏈的績效，並驗證其是否符合全球化學品法規及 Gap Inc. 的化學品限用規定。 - 投入管理：選擇更安全的化學投入物與起始原料，是減少有害化學品使用與排放的關鍵環節。 - 流程管理：在製造過程中遵循化學品管理最佳實務，對於降低人員與環境風險至關重要。 - 產出管理：服裝和製鞋業的產出包括成品以及廢水。Gap Inc. 對已知有害化學物質予以限制。	影響力報告；環境， 產品

⁴¹ 備註：「影響力報告」是指 Gap Inc. 2025 年影響力報告；「網頁」是指我們的全球網站；「年度報告」是指 Gap Inc. 截至 2026 年 1 月 31 日止會計年度之 10-K 表格 [年度報告](#)；「股東會委託書」是指 [2026 年股東常會之開會通知及委託書](#)。更多資訊，請參閱我們的投資人關係網頁。

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
供應鏈的環境影響					
(1) 一級供應商工廠和 (2) 一級以下供應商工廠，符合廢水排放許可和/或合約協議的百分比	定量	百分比 (%)	CG-AA-430a.1	<u>水質計畫的參與總人數：</u> 2023：170 2024：294 2025：311 <u>符合傳統參數及 ZDHC MRSL 參數的一級工廠百分比：</u> 2023：95% 2024：91% 2025：96% <u>符合傳統參數及 ZDHC MRSL 參數的二級工廠百分比：</u> 2023：91% 2024：89% 2025：88%	影響力報告；環境， 產品
(1) 一級供應商工廠及 (2) 一級以下供應商工廠已完成永續成衣聯盟之 Higg 指數設施模組 (Higg FEM) 評估或其他同等環境數據評估之百分比	定量	百分比 (%)	CG-AA-430a.2	<u>完成 Higg FEM 的一級供應商：</u> 2023：100% (565) 2024：100% (567) 2025：100% (518) <u>完成 Higg FEM 驗證的一級供應商：</u> 2023：85% (478) 2024：91% (519) 2025：99% (513) <u>完成 Higg FEM 的二級供應商：</u> 2023：73% (200) 2024：74% (186) 2025：67% (413)	影響力報告；環境， 水資源管理 影響力報告；環境、 氣候行動
供應鏈中的勞動條件					
(1) 一級供應商工廠及 (2) 一級以下供應商工廠已接受勞動行為準則稽核之百分比，以及 (3) 由第三方稽核員執行之稽核占總稽核之百分比	定量	百分比 (%)	CG-AA-430b.1	<u>依 COVC 評估之一級品牌供應商百分比：</u> 2023：100% 2024：100% 2025：100% <u>由第三方 (如 ILO-IFC 更佳工作計畫及社會與勞工融合計畫 (SLCP)) 執行之評估百分比：</u> 2023：83% 2024：89% 2025：83% <u>依 COVC 評估之一級以下供應商百分比：</u> 2023：31% 2024：33% 2025：23% ⁴²	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；公司治理， 供應商合規性
供應商勞動行為準則審核的重點不合格率和相關的糾正措施率	定量	比率	CG-AA-430b.2	我們使用色彩編碼系統對每個設施的績效進行評價。零重大違規且其他違規事項較少之績優工廠評為綠色；表現一般者評為黃色；須處理一項以上重大問題者評為紅色。 <u>評估評等：</u> 綠色 – 2023 年：79% 2024 年：78% 2025 年：80% 黃色 – 2023 年：20% 2024 年：20% 2025 年：20% 紅色 – 2023 年：1% 2024 年： 2% 2025 年：<1% <u>COVC 問題解決率</u> 會計年度初期尚未結案，且相關矯正措施計畫已於年度結束前完成之問題所佔百分比： 2023：78% 2024：82% 2025：78%	影響力報告；公司治理， 供應商合規性 網頁； COVC 評估結果
供應鏈中最重大的 (1) 勞動風險，以及 (2) 環境、健康與安全風險之描述	討論與分析	不適用	CG-AA-430b.3	1. 為 Gap Inc. 旗下品牌生產服飾的第三方供應商，其勞動實務與工作條件可能影響本公司的聲譽、營運韌性及營運成本。 2. 過度加班、消防與結構安全，以及騷擾，是供應鏈中風險較高的議題，我們已設有具體計畫來因應。	影響力報告；社會， 人權 影響力報告；公司治理， 供應商合規性

⁴² 此為一級以外經鑑別之設施中，透過 SLCP 依據我們的《供應商行為準則》進行評估之百分比。我們已鑑別並確認供應鏈中的 613 家二級設施 (此數字包含由供應商提供的布料廠)，並認知到此項數據可能隨著更多資訊的取得而有所變動。

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
原材料採購					
(1) 優先原材料清單；針對各項優先材料：(2) 最可能威脅採購之環境及/或社會因素；(3) 與環境及/或社會因素相關之商業風險及/或機會的討論；以及 (4) 因應商業風險與機會之管理策略。	討論與分析	不適用	CG-AA-440a.3	環境及/或社會因素，以及商業風險及/或機會之討論： - 棉花：水資源獲取變化、乾旱、洪災、熱浪、土壤劣化，以及其他氣候、水資源與生物多樣性影響，均可能影響棉花的供給量、成本與品質。棉花的種植與加工通常涉及大量水資源與化學品的使用，且往往發生在面臨水資源與氣候風險的地區。 - 聚酯纖維：作為一種石油基合成纖維，聚酯纖維及回收聚酯纖維 (rPET) 的生產，容易受到我們採購與生產地區之需求、供給及環境因素變化所導致的價格波動影響。 管理策略： 我們的纖維策略仰賴生命週期評估 (LCA) 資料，以評估生產過程中的生物多樣性、循環性、化學品使用、土地利用變遷及社會條件等因素。Gap Inc. 的供應鏈與採購團隊運用多因素模型（涵蓋棉花與聚酯纖維價格）來監測並因應關鍵原材料的風險。 我們透過設定並努力達成公開目標，以提升產品中更具永續性的棉花與回收聚酯纖維的使用比例，藉此衡量我們的進展。我們與紡織交易所的回收聚酯纖維挑戰、rPET 圓桌會議及生物合成纖維工作小組等產業夥伴合作，以改善材料的採購實務。⁴³	影響力報告；環境， 產品 2025 年 CDP 提交 ；2.2.2、4.5
(1) 按材料別劃分的優先原材料採購量，以及 (2) 各項優先原材料中，通過第三方環境及/或社會標準認證之數量（按標準別劃分）。	定量	公噸 (t)	CG-AA-440a.4	<u>符合良好棉花倡議 (BCI)、全球有機紡織品標準 (GOTS)、有機含量標準 (OCS) 認證之棉花百分比</u> 2023 : 98% 2024 : 98% 2025 : 100% <u>符合全球回收標準 (GRS)、回收聲明標準 (RCS) 認證之聚酯纖維百分比</u> 2023 : 19% 2024 : 40% 2025 : 65%⁴⁴	影響力報告；環境， 產品
活動指標					
(1) 一級供應商和(2) 一級以外的供應商	定量	數字	CG-AA-000.A	<u>一級品牌供應商工廠數量：</u> 2023 : 682 2024 : 606 2025 : 560 <u>二級供應商工廠數量：</u> 2023 : 707 2024 : 532 2025 : 613	影響力報告；公司治理， 供應商合規性

⁴³ 我們的優先原材料是依據紡織交易所之指導方針所鑑別，以支持我們對聯合國氣候變化綱要公約 (UNFCCC) 承諾 6 之履行，即於 2030 年前達成 100% 採購兼具優選特性與低氣候衝擊之優先材料。

⁴⁴ 百分比亦可能包含通過內部可追溯性標準門檻之纖維，以符合更具永續性的實務做法。

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
電子商務					
硬體基礎設施能源與水資源管理					
(1) 總取水量；(2) 總耗水量；以及各項在基線水資源壓力屬於「高」或「極高」地區之百分比	定量	立方米 (m³) · 百分比 (%)	CG-EC-130a.2	請參閱取水相關參考資料。2025 年，我們更新了 WWF 水風險過濾器的方法論，明確以「水資源可用性」指標作為界定高、中、低風險等級的門檻，並以此方法重新計算了 2023 年與 2024 年的數據。供應商數據透過 Higg FEM 自行申報，可能存在缺漏。 <u>供應商於 WWF 風險等級 <2.6 (低) 之取水量：</u> 2023 : 54% 2024 : 66% 2025 : 50% <u>供應商於 WWF 風險等級 2.6–3.4 (中) 之取水量：</u> 2023 : 31% 2024 : 22% 2025 : 35% <u>供應商於 WWF 風險等級 >3.4 (高) 之取水量：</u> 2023 : 15% 2024 : 12% 2025 : 15%	影響力報告；環境 · 水資源管理
資料安全					
描述識別和解決資料安全風險的方法	討論與分析	不適用	CG-EC-230a.1	請參閱參考文件。	年度報告；第 1C 項，網路安全 影響力報告；公司治理 · 商業道德與誠信經營 隱私政策
員工招募、包容與績效					
員工敬業度百分比	定量	百分比 (%)	CG-EC-330a.1	2025 年，員工敬業度指數中，有 73% 的員工給予正面評價。 此方法學與往年相比已有所更新。	影響力報告；社會 · 人力資本管理
(1) 自願離職率及 (2) 非自願離職率 (全體員工)	定量	比率	CG-EC-330a.2	<u>自願離職率：</u> 2024 : 72% 2025 : 56% <u>非自願離職率：</u> 2024 : 16% 2025 : 7% <u>內部晉升比率 (依職位別)</u> 副總裁以上職位 – 2023 年：96% 2024 年：70% 2025 年：59% 總監及高級總監 – 2023 年：74% 2024 年：81% 2025 年：77% 經理及高級經理 – 2023 年：55% 2024 年：75% 2025 年：75% 整體預測 – 2023年：40% 2024 年：35% 2025 年：41%	

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
(1) 管理階層、(2) 技術人員、(3) 其他所有員工之性別與種族/族裔占比	定量	百分比 (%)	CG-EC-330a.3	請參閱 EEO-1 申報參考資料。 會計年度結束時的員工總數，已於我們的 Form 10-K 年度報告中揭露。 2023：85,000 2024：82,000 2025：79,000 新聘員工總數 (包含全球臨時與季節性員工之聘用) 2023：89,000 2024：75,000 2025：66,000 全公司員工年齡結構分布 30 歲以下 – 2023 年：56% 2024 年：56% 2025 年：56% 30-50 歲 – 2023 年：31% 2024 年：31% 2025 年：30% 50歲以上 – 2023 年：13% 2024 年：13% 2025 年：14%	EEO-1 申报文件
產品包裝和配送					
產品運輸的總溫室氣體 (GHG) 足跡	定量	公噸 (t) CO ₂ e	CG-EC-410a.1	請參閱範疇 3 類別 4 與 9 (上游與下游運輸及配送) 之參考資料。	影響力報告；環境、 氣候行動
減少產品運送對環境影響之策略討論	討論與分析	不適用	CG-EC-410a.2	Gap Inc. 為北極企業航運承諾之簽署方。該承諾是與海洋保育組織合作制定，誓言絕不刻意將船舶駛經脆弱的北極生態系統。 Gap Inc. 亦為美國環境保護署 (EPA) SmartWay 運輸夥伴計畫之成員。該倡議協助企業以最潔淨、最具能源效率之方式運送貨物，以保護公眾健康並減少排放。	影響力報告；環境、 氣候行動
活動指標					
使用者活動的實體定義度量	定量	數字	CG-EC-000.A	全球線上訂單總數 (含美國專門店 (網站與應用程式)、美國 Factory、加拿大及日本；不含加盟店、取消訂單及退貨)： 2023 年：7,610 萬 2024 年：8,370 萬 2025 年：7,770 萬	
出貨數量	定量	數字	CG-EC-000.C	全球客戶出貨總數 (美國、加拿大及日本；不含加盟店) 2023 年：1.028 億 2024 年：1.144 億 2025 年：1.07 億	
居家及個人用品					
水資源管理					
(1) 總取水量；(2) 總耗水量；以及各項在基線水資源壓力屬於「高」或「極高」地區之百分比	定量	立方米 (m³) · 百分比 (%)	CG-EC-130a.2	請參閱 CG-EC-130a.2 及相關參考資料。	影響力報告；環境、 水資源管理
水資源管理風險之描述，以及減緩該等風險之策略與實務討論	討論與分析	不適用	CG-HP-140a.2	請參閱參考文件。	影響力報告；環境、 水資源管理
產品環境、健康與安全績效					
有關鑑別與管理新興關注物質及化學品之流程討論	討論與分析	不適用	CG-HP-250a.3	請參閱 CG-AA-250a.1、CG-AA-250a.2 及相關參考資料。	影響力報告；環境、 產品
包裝生命週期管理					
(1) 包裝總重量；(2) 採用回收或可再生材料製成之百分比；以及 (3) 可回收、可重複使用或可堆肥之百分比	定量	公噸 (t)、百分比 (%)	CG-HP-410a.1	請參閱包裝中回收材料占比，以及可回收、可重複使用或可堆肥百分比之參考資料。	影響力報告；環境、 廢棄物和循環經濟
減少包裝在整個生命週期中對環境影響之策略討論	討論與分析	不適用	CG-HP-410a.2	請參閱參考文件。	影響力報告；環境、 廢棄物和循環經濟

主題/會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料 ⁴¹
綜合及專業零售與通路商					
零售與配銷之能源管理					
(1) 總能源消耗量；(2) 電網電力百分比；(3) 再生能源百分比	定量	十億焦耳 (GJ)	CG-MR-130a.1 CG-EC-130a.1	電網電力百分比之數據缺失。 請參閱參考資料 (排放量以二氧化碳當量公噸為單位，能源消耗量以千瓦小時為單位) 。	影響力報告；環境、 氣候行動 影響力報告 ； 附錄 、 數據確信 2025 年 CDP 提交 ；7.30、7.30.1
員工多元與包容					
(1) 管理階層以及 (2) 其他所有員工之性別與種族/族裔占比	定量	百分比 (%)	CG-MR-330a.1	請參閱 CG-EC-330a.3 及相關參考資料。	EEO-1 申報文件
產品採購、包裝和行銷					
有關評估與管理產品中化學品相關風險及/或危害之流程討論	討論與分析	不適用	CG-MR-410a.2	請參閱 CG-AA-250a.2 。	影響力報告；環境、 產品
減少包裝對環境影響之策略討論	討論與分析	不適用	CG-MR-410a.3	請參閱參考文件。	影響力報告；環境、 廢棄物和循環經濟
活動指標					
數量：(1) 個零售據點和(2) 配送中心	定量	數字	CG-MR-000.A	<u>公司直營零售據點：</u> 2023：2,562 2024：2,506 2025：2,474 <u>配送中心：</u> 2023：8 2024：8 2025：9	2025 年年度報告 ；第 27 頁 2024 年年度報告 ；第 28 頁 2023 年年度報告 ；第 28 頁
(1) 零售空間與 (2) 配送中心之總面積	定量	平方英尺 (m²)	CG-MR-000.B	<u>直營零售空間 (平方英尺)</u> 2023 年：3,060 萬 2024 年：3,010 萬 2025 年：2,960萬 <u>配送中心空間 (平方英尺)</u> 2023 年：960 萬 2024 年：960 萬 2024 年：1,060 萬	2025 年年度報告 ；第 21 頁 2024 年年度報告 ；第 21–22 頁 2023 年年度報告 ；第 22 頁

氣候相關財務揭露工作小組 (TCFD) 索引

TCFD 是一套建議框架，旨在協助企業進行更有效的氣候相關揭露，以促進更具資訊基礎的投資、授信及保險核保決策。今年是我們依循 TCFD 架構進行揭露的第五年。

TCFD 指標		Gap Inc.參考資料 ⁴⁵
治理：揭露組織在氣候相關風險與機會方面的治理機制。		
a) 描述董事會對氣候相關風險與機會之監督。	2025 年 CDP 提交 ； 4.1.2	影響力報告；公司治理， 管理監督
b) 描述管理階層在評估和管理氣候相關的風險和機會時扮演的角色。	2025 年 CDP 提交 ； 4.3、4.3.1	影響力報告；公司治理， 管理監督
策略：揭露氣候相關風險與機會對組織業務、策略及財務規劃之實際與潛在影響。		
a) 描述組織已辨識之短、中、長期氣候相關風險與機會。	2025 年 CDP 提交 ； 2.1、3.1、3.6	影響力報告；環境、 氣候行動
b) 描述氣候相關風險與機會對組織業務、策略及財務規劃之影響。	2025 年 CDP 提交 ； 3.1、3.6、5.1.1、5.1.2、5.2	影響力報告；環境、 氣候行動
c) 描述組織策略之韌性，並納入不同氣候相關情境之考量，包括升溫不超過 2°C 或更低的情境。	2025 年 CDP 提交 ； 2.2.2、5.1、5.1.1、5.1.2	影響力報告；環境， 氣候行動
風險管理：揭露組織如何鑑別、評估及管理氣候相關風險。		
a) 描述組織鑑別與評估氣候相關風險之流程。	2025 年 CDP 提交 ； 2.2.2	影響力報告；公司治理， 風險管理
b) 描述管理階層在評估和管理氣候相關的風險和機會時扮演的角色。	2025 年 CDP 提交 ； 2.2.1、2.2.2	影響力報告；公司治理， 風險管理
c) 描述識別、評估和管理氣候相關風險已納入組織的整體風險管理。	2025 年 CDP 提交 ； 2.2.1、2.2.2	影響力報告；公司治理， 風險管理
指標：揭露用於評估和管理氣候相關風險與機會的指標與目標。		
a) 揭露組織用來評估氣候相關風險和機會的指標符合其策略和風險管理流程。	2025 年 CDP 提交 ； 7.54、7.54.1、7.54.3、9.15、9.15.1、9.15.2	影響力報告；環境、 氣候行動
b) 揭露範疇 1、範疇 2 以及 (如適用) 範疇 3溫室氣體 (GHG) 排放和相關風險。	2025 年 CDP 提交 ； 7.6、7.7、7.8、7.8	影響力報告；環境、 氣候行動
c) 描述組織用於管理氣候相關風險和機會的目標以及針對目標的績效。	2025 年 CDP 提交 ； 5.2、7.53、7.53.1、7.54、7.54.1、7.54.3、9.15、9.15.1、9.15.2	影響力報告； Gap Inc. 目標與進展

⁴⁵ 備註：「影響力報告」是指 Gap Inc. 2025 年影響力報告；「網頁」是指我們的全球網站；「年度報告」是指 Gap Inc. 截至 2026 年 1 月 31 日止會計年度之 10-K 表格 [年度報告](#) ；「股東會委託書」是指 [2026 年股東常會之開會通知及委託書](#)。更多資訊，請參閱我們的投資人關係網頁。

數據確信



Safety. Science. Transformation.™



Verification Opinion Declaration:
Greenhouse Gas Emissions and Environmental Data Statement

Project Number: 4792147353
Issue Date: May 29, 2026

To: The Stakeholders of The Gap, Inc.

In accordance with ISO 14064 Part 3: 2019 and ISO 14016: 2020, UL Solutions has verified the GHG emissions and environmental data statement of The Gap, Inc. (hereinafter referred to as "Gap Inc.") to a limited level of assurance for the period of February 1st, 2025, to January 31st, 2026. In UL Solutions' opinion, based on the verification activities performed, there is no evidence that the GHG emissions and environmental data statement:

- is not materially correct and is not a fair representation of GHG data and information
- has not been prepared in accordance with ISO 14064 Part 1: 2018 and the GHG Protocol Corporate Standard

GHG emissions and environmental data statement: February 1st, 2025, to January 31st, 2026

SCOPE	SOURCE	UNIT	QUANTITY
Scope 1	Natural gas, propane, fuel oil, diesel, gasoline, jet fuel, refrigerants	Metric tons CO2e	44,847
Scope 2 (LBM)	Electricity (grid, DPPA), chilled water, steam		202,504
Scope 2 (MBM)	Electricity (grid, DPPA, vPPA), chilled water, steam		70,902
Scope 3	Category 3 – Fuel and energy related activities		56,388
	Category 4 – Upstream transportation and distribution		429,999
	Category 5 – Waste generated in operations		88,705
	Category 6 – Business travel		16,185
	Category 7 – Employee commuting		72,930
	Category 9 – Downstream transportation and distribution		184,334
	Category 11 – Use of sold products		994,456
	Category 12 – End-of-life treatment of sold products		118,809
	Category 14 – Franchises (electric power)		43,543
	Total scope 3 emissions		2,005,349
Total Energy	Scope 1 sources: natural gas, propane, fuel oil, diesel, jet fuel	kWh	204,495,333
	Scope 2 sources: electricity consumed (grid, DPPA), chilled water, steam		655,872,043
	Scope 2 sources: electricity non-renewable		649,442,204
	Scope 2 sources: renewable electricity, RECs		297,603,854

Note: Quantities are rounded to the nearest whole number. Location-based method (LBM). Market-based method (MBM).
Note: For this initial year, fleet activity data was estimated using mileage (distance); therefore, fleet data was not included in Category 3 – Fuel and energy related activities and Total Energy calculations.
Note: Total scope 3 emissions do not include Category 1 – Purchased goods and services.

LA

Lauren Alexander, Lead Verifier, May 29th, 2026



UL Verification Services, Inc.
333 Pfingsten Road
Northbrook, IL 60062 USA

Nature of Engagement:

UL Solutions was engaged by Gap Inc. to perform an independent verification of the greenhouse gas (GHG) emissions and environmental data statement reported by Gap Inc. for the period of February 1st, 2025, to January 31st, 2026.

Gap Inc. was responsible for the preparation and fair presentation of the GHG emissions and environmental data statement. UL Solutions was responsible for the independent verification of Gap Inc.'s GHG emissions and environmental data statement to a limited level of assurance. At the limited level of assurance, verification activities are less extensive in nature, timing, and extent than activities applied in a reasonable level of assurance.

Verification Standard and Criteria:

UL Solutions conducted the engagement in accordance with ISO 14064-3:2019 and ISO 14016:2020, and applied the criteria set out in ISO 14064-1:2018 and the GHG Protocol Corporate Standard.

Scope:

Level of assurance and materiality threshold:

- Limited level
- The verification applied a materiality threshold of 5% for aggregate errors in sampled data

Organizational boundary:

- Global operations
- # of sites: 4,323 (including 1,717 franchises)

Consolidation approach:

- Operational control

Reporting boundary:

- See GHG emissions and environmental data statement on page 1

Period of verification:

- Fiscal year 2025 (February 1st, 2025, to January 31st, 2026)

Types of GHGs included:

- CO₂, CH₄, N₂O, HFCs
- GWP Version: AR5, AR6

Verification Methodology

UL Solutions applies a risk-based approach to verification that incorporates an investigation of the inherent and control risks associated with reporting. The activities performed by UL Solutions (below) were based on professional judgement.

- Conducted interviews with relevant stakeholders to understand and evaluate the data management systems, processes used for collecting and reporting on the data, and quality management of the data
- Reviewed supporting documentation and evidence

數據確信
續



- Reviewed the processes used to gather and aggregate data
- Reviewed quality management practices
- Tested a selected sample of sites and sources for data completeness and accuracy, including a review of emission factors, unit conversions, and calculation models

Verification Observations:

Gap Inc.'s reported sources of Scope 1 and 2 emissions are from global retail/outlet stores, offices, distribution centers, and data centers where the company has operational control. Franchises are not included within Gap, Inc.'s operational boundary, but are included within Scope 3 calculations.

Supporting data and information for Scope 1 and 2 GHG emissions consisted of monthly fuel and energy supplier information, and utility invoices, and activity data collected from Gap Inc. site users. In cases where actual data was not available, usage was determined through gap filling and estimations (energy use intensities).

Supporting data and information for Scope 3 GHG emissions consisted of mainly actual data (e.g., spend, usage, and transactional-level data), although in some cases, data were estimated (e.g., Electric power for Franchises was estimated using floor area-based energy use intensities. Fleet activity data was estimated using mileage/distance.)

Gap Inc. utilized publicly available industry standard calculation models, emission factors, unit conversion factors, and estimation methodologies.

Based on the verification activities performed, UL Solutions did not find evidence that the GHG emissions and environmental data statement was not in accordance with the required criteria.

Independence and Impartiality:

UL Solutions is independent from Gap Inc. and its stakeholders in reaching an impartial assurance conclusion. UL Solutions' assurance team has the relevant professional and technical knowledge, and experience to conduct assurance to the ISO 14064 standard. While other divisions of UL Solutions may provide services to Gap Inc., UL Solutions keeps certain activities of its divisions separate from each other in order to preserve the independence and objectivity of their respective activities. As a result, UL Solutions has established policies and procedures to maintain the independence of the team engaged in this project and members of this team did not participate in the preparation of Gap Inc.'s reported values.



DISCLAIMER

No content contained in these materials may be modified, reverse engineered, reproduced or distributed in any form or by any means, either in whole or in part, without the prior written permission of UL Solutions.

The information in this publication should not be relied upon in making, or refraining from making, any investment decisions with respect to a specific company or security, or be used as financial, investment, or legal advice. UL Solutions' conclusions, findings, observations, and other analyses are statements of opinion as of the date they are expressed; they are not statements of fact or recommendations to purchase, hold, or sell any securities or to make any investment decisions. Historical data and analysis should not be taken as an indication or guarantee of any future performance, analysis, forecast or prediction. The materials have been prepared solely for informational purposes based upon information generally available to the public and from sources believed to be reliable. However, no representation is made, or warranty given, in respect of the accuracy of this information. UL Solutions assumes no obligation to update the content following publication in any form or format.

UL Solutions does not guarantee the accuracy, completeness, timeliness or availability of the information. UL Solutions are not responsible for any errors or omissions, regardless of the cause, for the results obtained from the use of the information.

UL SOLUTIONS MAKES NO WARRANTIES OR REPRESENTATIONS, AND, TO THE MAXIMUM EXTENT PERMITTED BY LAW, UL SOLUTIONS HEREBY EXPRESSLY DISCLAIMS ANY AND ALL EXPRESS OR IMPLIED WARRANTIES, CONDITIONS, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, ANY WARRANTIES OF MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE OR USE.

In no event shall UL Solutions be liable to any party for any direct, indirect, special, incidental, exemplary, compensatory, punitive, special or consequential damages, costs, expenses, legal fees, or losses (including, without limitation, lost income or lost profits and opportunity costs) or any other damages in connection with any use of the information/content even if notified of the possibility of such damages.

