

Gap Inc.

2021 年環境、社會及公司治理報告

# 平等包容 用心打造





# 目錄



## 宏偉藍圖

關於 Gap 集團	3
我們對環境、社會及公司治理 (ESG) 的承諾、CEO 致辭	4
2021 年亮點	5
我們的方法 – Judy Adler, 環境、社會及公司治理副總裁	6
我們的目標導向品牌	7
Old Navy	8
Gap	9
Banana Republic	10
Athleta	11
目標和進展	12

## 賦權女性

Gap 集團 P.A.C.E.	3
人權與社會對話	4
在 COVID-19 疫情期間協助維持我們供應鏈的安全	5

## 創造機會

This Way ONward	16
人才發展	19
平等與歸屬	24
員工和社區影響	24

## 回饋社區

水資源管理	27
女性 + 水資源	29
資源效率與製造	31
化學品管理	32
氣候管理	32
原料與產品	32
循環與廢棄物	32

## 公司治理

ESG 監督	35	47
負責的企業實踐	36	49
利益相關者參與	37	50
產品生命週期	38	51
ESG 附錄和前瞻性聲明	39	52
全球報告倡議 (GRI) 指數	42	53
永續性會計標準委員會 (SASB) 指數	44	64
氣候相關財務揭露 (TCFD) 工作小組指數	46	72

# 宏偉藍圖

## 關於 GAP 集團

Gap 集團於 1969 年在舊金山創立，擁有一系列目標導向的生活方式品牌，主營女性、男性和兒童服裝、配飾、居家用品和個人護理產品，旗下品牌包括 Old Navy、Gap、Banana Republic 和 Athleta。



我們的 Athleta 品牌是獲得認可的共益企業，同時我們修訂了 Athleta 的法定章程，成為特拉華州公益公司，進一步彰顯品牌以人為本、關愛地球的理念。

截至 2021 年會計年度結束，我們已在約 25 個國家/地區有相關設施的約 250 家供應商採購自有品牌和非自有品牌的商品。截至 2022 年 1 月 29 日，我們擁有約 97,000 名員工。

Gap 集團是一家全渠道零售商，通過線下店鋪和線上平臺向顧客銷售產品，銷售渠道包括公司運營的門店、特許經營店、公司擁有的網站和第三方平臺。

瞭解詳情  
> 年度記錄

## 關於此報告

本報告涵蓋 Gap 集團於 2021 年會計年度的全球營運狀況，除非另有說明，否則該會計年度係於 2022 年 1 月 29 日結束。我們上一份報告涵蓋了 2020 年會計年度，您可以在我們的網站查看我們過去的永續發展報告。本報告的主要重點在於我們關鍵計畫的發展與行動、2021 年會計年度在公司以及品牌目標方面所取得的進展、2021 年和 2022 年活動的準備狀況，以及在條件允許情況下提供趨勢和業務影響的分析。針對我們的許多計畫，我們提供有關目標、營運和管理方法的詳細資訊，您可以透過各節中的連結存取相關內容。

透過這份報告，我們將永續發展確定為優先重點，指導我們以負責任的方式運營，確保社會和地球未來的健康。透過本報告，ESG（環境、社會和管理）係用於指稱 Gap 集團核心團隊，該團隊擁有並支援與影響公司在 ESG 問題相關表現成效的所有工作。

我們在準備本報告時會參考全球報告倡議 (GRI) 標準，並且會與永續會計準則委員會 (SASB) 標準以及氣候相關財務揭露 (TCFD) 工作小組維持一致。Gap 集團致力於遵守聯合國全球盟約 (UNG) 的十項原則，此報告則作為我們的進展報告。我們尚未就本報告獲得外部保證，但其內容已透過內部品質審核確認。

本報告中所包含的資訊係根據 Gap 集團截至 2022 年 1 月 29 日（除非另有指明）所獲得的可用及有效資訊，完全遵循誠信原則。這些披露的範圍不包括 Gap Home 系列。鑒於預測和模擬未來狀況所固有的不確定性，在解釋本報告中提供的資訊時應保持謹慎態度。此外，本報告中描述的控制措施、流程、實踐和基礎設施，不構成對於能夠實現任何具體成果、結果或既定目標的聲明、擔保或其他保證。本報告中沒有佩戴口罩的人物照片是在 COVID-19 疫情前所拍攝，或是根據 CDC 相關指導和建議。如果對於 Gap 集團永續發展工作或是本報告內容有任何疑問，請聯絡 [sustainability@gap.com](mailto:sustainability@gap.com)。



# 我們對環境、社會、與管理 (ESG) 的承諾

「作為一間服務範圍遍及全球數百萬人的跨國性公司，Gap 集團有責任（也應該把握機會）為我們的利益相關者推動積極的變革。我們與合作夥伴攜手，踐行平等包容，用心打造的理念，創造一個更永續的企業和更公平的行業。」

「在這份報告中，我們在三個重點領域展現我們在實現明確而且極具企圖心的目標方面取得的進展：賦權女性、創造機會和回饋社區。憑藉我們與各個行業和政府，以及《聯合國全球契約》其他簽署人之間合作關係，我們能夠發揮更大的影響力。今年是重要的里程碑：100 萬名婦女和女孩現已完成我們的標誌性技能培訓計劃（即 P.A.C.E.）；我們與美國國際開發署（USAID）的女性與水資源聯盟聯盟合作，幫助 150 萬人改善獲得乾淨用水和衛生設施的機會；同時在我們強大的 ESG 架構的指導下，我們根據基於科學的目標設定了未來的氣候目標。」

「我們知道還有更多工作需要完成，我們在致力發展公司業務的同時，還能做到保護地球並為後代子孫提供



健康的社區。對於需要採取行動的企業而言，現在可能是最為重要的時刻。這是我們的顧客和社區對我們的期望，也是我們作為一間以價值觀為導向、有能力塑造人們生活方式的公司對於自我的要求。」

**Sonia Syngal**  
CEO

「對於需要採取行動的企業而言，現在可能是最為重要的時刻。」



「我們以創造顧客喜愛的產品為榮，同時為我們的顧客、我們的社區和地球做正確的事。作為公司創辦人，Doris 和 Don Fisher 夫婦對成功的設想中，有一個關鍵環節就是創造更多機會，服務於我們的業務所覆蓋的世界各地人群和社區。今天，我們為促進永續發展付出了更多努力，包括設定了大膽的目標，制定了新計劃並且攜手相關各方，推動我們的行業朝更好的方向發展。」

「我們的每個品牌都做出堅定承諾以幫助我們實現平等包容用心打造目標，每項承諾現在皆設有適當的執行永續發展督導委員會。我們意識到只有承諾並不足夠，因此我們透過運用創新、跨產業合作以及與專家組織和我們業務範圍所在社區的合作，展示我們在目標達成和發揮影響的進展。」

**Sally Gilligan**  
企業成長轉型長

「現今，我們比以往任何時刻都更加努力，以期讓我們的企業更具永續性…」



# 2021 年亮點



## 賦權女性

### 100 萬以上

自 2007 年以來，有 100 萬名以上的婦女和女孩參加 P.A.C.E. 計劃，達成我們的 2022 年目標。

### 68%

我們的採購量中有 68% 來自綠色評級\* 的設施，在 2025 年時可望達到 80%。

### 90%

的工廠已經完成了對中高階管理階層的性別意識培訓。

### 75%

的 1 級工廠正在參與 ILO 更好的工作 (Better Work) 和/或 SLCP (社會和勞工融合計劃)。

\*綠色評級表示高績效工廠，出現違規的情況很少，而且沒有任何重大違規。若要瞭解更多資訊，請參閱第 20 頁。



## 創造機會

### 10,600+

This Way ONward 自 2007 年以來聘用的青年人數達到 10,600 名以上，可望在 2025 年之前達到 20,000 名的計劃目標。This Way ONward 的員工佔 Old Navy 入門級門店員工的 3%，可望在 2025 年實現 5% 的目標。

首次發布

### 平等與歸屬

報告，按[這裡](#)瞭解詳情。

### 支援機會招聘

2021 年，我們與「帳篷難民合作組織 (Tent Partnership for Refugees)」、「第二次機會商業聯盟 (Second Chance Business Coalition)」和 STARs (透過替代途徑熟練) 進行合作。



## 回饋社區

### A 級評等

在 CDP 的氣候變遷與水資源方面獲得 A 級評等。

### 150 萬+

人透過女性與水資源聯盟 (自 2017 年起) 服務參與了我們為 200 萬人提供改善用水的旅程。

### 79%

的棉花採購自更具永續發展性的來源。

### 92%

含 PFC 加工處理布料已成功轉換或結束使用，可望在 2023 年達到 100%。

### 10%

的聚酯纖維來自回收來源。

# 我們的方法



ESG 副總裁 JUDY ADLER

在 Gap 集團，我們 ESG 團隊的願景是成為行業的驅動力，共同為我們的企業、全球社區、人類和地球打造一個更永續的未來。

為此，我們利用我們的業務規模和品牌實力來賦權女性、創造機會並回饋社區。我們將自己的工作視為一個鏡頭，透過這個鏡頭，我們可以想像並創造蓬勃發展的企業和更美好的世界。

在 Gap 集團，我們以我們的價值觀為主導，並從整體上思考環境和社會責任如何與我們的業務和世界聯繫起來，尤其是與代表性不足群體的人們的生活。

這種交叉性思維可在我們處理三個重點領域的每個領域時給予指導：

1. 我們透過我們的個人提升與職業發展 (P.A.C.E.) 計劃賦予婦女和女孩權力，奠定基礎工作，讓女性充分發揮潛力並協助改變阻礙她們工作和社區的權力結構。自 2007 年以來，該計劃已惠及超過 100 萬婦女和女孩，為來自我們供應鏈內外社區中受到性別歧視、缺乏教育和醫療保健機會以及氣候變遷和水資源危機的惡化影響的人們給予支持。透過攜手共同解決這些問題，我們可以在所有這些方面取得指數級進展。
2. 我們創造機會透過與我們的平等與歸屬感團隊一起培養包容性文化，並利用我們的業務規模創造每個人都可以使用的永續經濟。透過像 Old Navy 的 This Way ONward 這樣的計劃，我們正在為來自弱勢群體的年輕人提供寶貴的第一份工作經驗。與此同時，我們正在應用我們在 Gap 集團中學到的知識幫助解決就業的系統性障礙。

3. 我們回饋社區，旨在為受氣候變遷和水資源危機等環境問題嚴重影響的地區產生淨值正面效益。我們的 2050 年環境目標最終是為子孫後代保護世界自然資源。我們有諸如 USAID Gap 集團女性與水資源聯盟聯盟之類的計劃，這些計劃結合了賦與婦女權力和提高印度部分地區的社區水資源復原的目標，在這些地區，水資源壓力和貧困已經對於日常生活構成嚴重威脅。在我們的合作夥伴 CARE、Water.org、WaterAid 和永續社區研究所的支持下，該計劃已經改善中央邦和馬哈拉施特拉邦的 150 萬人在取得乾淨用水和衛生設施的情況。

我們的品牌也發揮帶頭作用，從 Banana Republic 與 Charles Harbison 合作推出更具永續並且讚美黑人女性的服裝系列，到 Athleta 對可再生電力的投資現在可抵銷其所有北美零售店的收入，再到 Old Navy 携手非盈利組織 15 Percent Pledge，致力于為不同的群體爭取權利；以及 Gap 更具永續性的產品系列 Generation Good。

透過提升永續性在我們企業中所扮演的角色，我們可以加深我們對人類、我們的社區和地球的積極影響。

**Judy Adler**





## 我們以目標為導向的品牌

我們的品牌旨在對人類和地球產生持久的積極影響。我們的方法建立在我們在賦權女性、為人們創造職業發展的機會以及負責任的環境管理方面的深厚底蘊。我們的每個品牌都是賦權女性、創造機會和回饋社區的領導者。



Old Navy 是一個全球性的服飾品牌，讓當下流行的美國風必備款走進千家萬戶。Old Navy 創立於 1994 年，通過新潮、有趣、實惠、優質的產品支持時尚和服務的多元共享、觸手可及。Old Navy 所肩負的使命是為子孫後代想像更美好的未來。



## 380 萬美元

籌集並捐贈給 Imagine Mission Fund 以支持 This Way ONward 的總金額



## 96%

的 Old Navy 的牛仔系列採用節水技術

# IMAGINE

2021 年，Old Navy 發起了想像使命基金 (Imagine Mission Fund) 以支持品牌的價值觀工作。該基金包括 Old Navy 和顧客捐款、Navyist 獎勵積分捐贈，以及結帳時的顧客捐款。

## 賦權女性

### 更具包容性的未來

Old Navy 與 Gap 集團共同致力於為其員工、品牌和社區謀取福祉。2021 年，Old Navy 引入了 BODEQUALITY 來重新定義尺寸包容性。Old Navy 現在提供各種尺碼的女裝款式，價格方面沒有差異。Old Navy 是第一家以同等價格為所有女士款式提供 0-30 和 XS-4X 尺碼的價值零售商。我們重新設計了合身流程和尺碼標準，為品牌打造最大眾化、舒適以及一致的尺碼。

## 創造機會

### 更光明的未來

This Way ONward 為下一代領導者提供在職場中取得成功所需的技能和自信。Old Navy 肩負在 2025 年之前為來自未得到充分代表的社區青年提供 20,000 個工作機會的任務，目前公司已實現一半的承諾，該計畫的畢業生已超過 10,600 人。去年，Old Navy 捐贈 130 萬美元給想像使命基金<sup>1</sup>以支持 This Way ONward。

## 回饋社區

### 更環保的未來

#### 水資源

截至 2021 年底，Old Navy 有 96% 的牛仔系列都採用了省水技術，自 2019 年以來已經省下超過 20 億公升的水。

#### 紡織品

Old Navy 正朝向在 2022 年達成 100% 的棉花永續採購的目標邁進，並致力於增加在其牛仔服飾系列中對於可回收棉的使用。此外，品牌也努力在 2025 年之前將其 60% 的傳統聚酯纖維轉化為再生聚酯纖維。

#### 塑膠

Old Navy 正在減少其整個供應鏈上的塑膠廢料，並且朝向在 2023 年之前，美國和加拿大的店鋪將不再使用所有塑膠購物袋的目標前進。

瞭解詳情

[> Old Navy Imagine](#)

1. Imagine Mission Fund 是 T. Rowe Price Charitable 的捐贈者建議基金 (DAF)。DAF 是一種捐贈工具：由第 501(c)(3) 節組織（即贊助組織）維護和營運的單獨標識的基金或帳戶。





Gap 認為應該向善而行，保護人類和地球。Gap 的宗旨是推動永續的變化，回饋社區環境，為當代和子孫後代造福。從用水到水洗，從纖維到工廠，Gap 以負責任的態度，尊重和保護環境的理念打造顧客喜愛的服裝。

永續發展是一段不完美的旅程。Gap 的承諾是引領行動，而不是順應行動。節省資源，而不是浪費資源。

## GAP 的新目標

# 100%

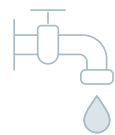
到2030年時，100% 使用可再生、有機、轉化為有機或可回收棉

# 100%

到2030年時100% 使用可再生聚酯纖維；到2025年達到50%

# 100%

到2025年時，100% 使用 Washwell™ 牛仔<sup>2</sup> 和梭織下裝



「我的夢想和目標是為那些無法獲得乾淨水源的人提供乾淨用水。」

Pramila Ahoriya 是印度 Karajwani 村的一名農民和大學生，那裡的婦女平均每天花1.5小時為家人打水。

## 賦權女性

### Empower@Work

2021年，Gap 承諾到2025年時，其100%的成品工廠都將參與 Empower@Work。Empower@Work（請參閱第18頁）專注於建立和部署永續、有系統以及可擴展的計劃，以促進全球供應鏈中的性別平等，進而為後代子孫提升女性及其家庭的地位。

### 水資源是人權

透過 USAID Gap 集團結女性與水資源聯盟聯盟（請參閱第36頁），Gap 品牌正與印度的非營利合作夥伴合作，幫助像是 Pramila 這樣的農民及其社區改善取得乾淨用水和衛生設施的機會，支持與我們的供應鏈保持一致的長期水資源恢復能力。

## 回饋社區

### Washwell™

與傳統水洗工藝相比，Gap 的 Washwell™ 計劃至少可以減少20%的用水。自2016年以來，該品牌已節省約5億公升的水。

## 更優質材料

在2021年，Gap 開始為農民提供培訓支援和採購承諾，幫助他們在三年期間從傳統的農業作法轉型為認證的有機農業，不使用有害的合成殺蟲劑及肥料。

Gap 登記了紡織交易所（Textile Exchange）的2025年再生聚酯挑戰，挑戰內容要求服飾品牌共同努力，將行業中再生聚酯所佔百分比在2025年前提高至45%。Gap 設定了在2025年時達到50%的更高目標。

## 循環利用

2021年，Gap 更新了對於艾倫·麥克亞瑟基金會（Ellen MacArthur Foundation）的牛仔服再設計（Jeans Redesign）挑戰的承諾，設計出經久耐用、更永續的牛仔布，可重複使用和回收。為了協助盡可能延長產品的使用時間，Gap 與 thredUP® 和 Give Back Box 建立了合作關係。顧客可將使用過的衣服、鞋類和配飾打包裝箱，然後列印免運費標籤，將產品送出，展開產品的再生之旅。

瞭解詳情

> Gap for good

2021年  
目標



實現

# 100%

Washwell™ 牛仔<sup>2</sup>

# 100%

更永續的棉花

2. 到2021年時使用100%符合條件的牛仔（所有牛仔的86%）。



Banana Republic 致力於做出更好的產品決策。進一步瞭解關於其升級再造的傳統、保護工作、永續風格以及讓世界變得更美好的倡議，一次介紹一件衣服。

## 回饋社區

我們的創辦人環遊世界，對衣服進行升級改造，將衣服修改成具有現代化的美感並且製作成自己的衣服。這種冒險精神和對永續發展的獨特願景今天仍在繼續之中。

## 循環經濟

Banana Republic 致力於使用更永續的棉花和聚酯纖維，並在設計產品時考慮到可回收性。為了實現這一目標，該品牌參與了艾倫·麥克亞瑟基金會 (EllenMacArthurFoundation) 的牛仔再設計 (JeansRedesign) 企劃，重新構思有機棉牛仔。該品牌還推出了 BRVintage，其中包含從檔案資料庫中精心挑選的 200 多件作品的兩個系列。內容概要將隨著第三方合作夥伴供應商策劃的全新款式每季不斷演變。

## 原料

Banana Republic 依照負責任羊毛標準 (Responsible Wool Standard) 計劃，在生產我們的羊毛產品時保護綿羊及其放牧的土地。品牌還致力於支援全球範圍內負責任的皮革製造，是皮革工作組織的成員，我們為此感到自豪。Banana Republic 簽約成為優質羊絨標準 (Good Cashmere Standard) 的成員，旨在改善喀什米爾山羊的福利、農民和農業社區的生活以及他們生活的環境。



# 3400 萬

公升的水已節省，  
此為自 2020 年起  
計算的數量

## 水資源

Banana Republic 實施了 Washwell™ 計劃，該計劃自 2020 年以來已經協助節省約 3400 萬公升的水。該品牌還有意識地採用了特殊的染色技術和水洗方法，透過使用生物軟化劑和泡沫染料，確保水道更加清潔並減少用水量。

## 合作夥伴關係

Banana Republic 不斷尋找有助於支援其關鍵永續發展支柱的合作聯盟。目前的例

子包括：

**轉換中的棉花農場：**品牌長期承諾從阿利拉傑普爾、昆達普拉和烏代加托 (印度) 中央邦地區約 1,500 名合作農民採購轉化棉和有機棉。Banana Republic 正與 Arvind Limited 共同資助社會行動進步 (ASA) 的工作，這是訓練農民轉向有機耕作的非政府組織 (NGO)。

**世界野生動物基金會 (World Wildlife Fund® (WWF))：**2021 年，Banana Republic 選擇 WWF 作為 Gap 集團的 **Do Good** 忠誠度獎勵會員功能的指定慈善合作夥伴，協助為人類和地球打造一個更美好的世界。

**thredUP®：**Banana Republic 與宛如全新的服裝和配飾獨立經銷商合作。顧客可以將不需要的物品帶來店面在 thredUP® 上的平台轉售，透過延長自己愛衣的使用壽命，提供一種簡單的方法來減少對環境的影響。

**Paravel：**Banana Republic 首次與行李必需品品牌合作推出限量版商品，該產品採用更永續的做法和材料製成。

Banana Republic 正在建立其升級再造的傳統，並持續透過永續的合作關係、倡議與做法。

瞭解詳情

[> Banana Republic](#)





作為一間獲得認證的 B 型企業，Athleta 致力於運用企業作為實現其使命的善的力量：激發所有女性和女孩的無限潛力。Athleta 奉行包容和支持女性的核心價值觀，尋求改善女性福利和增強環境影響。

## 110萬

自 2020 年合作關係展開以來透過 thredUP® 收集的服裝



## 100%

的可再生電力在 2021 年為 Athleta 的北美零售店提供電力



## 30,000

名婦女和女孩自 2020 年以來已經透過女性力量基金所提供的 79 筆補助金獲得影響



### 賦權女性

#### 女性力量基金 (Power of She Fund)

透過女性力量基金 (Power of She Fund)，我們與女子體育基金會 (Women's Sports Foundation) 合作，在 2021 年額外提供 66 筆補助金，影響範圍達到 43 個組織和 25,000 多名婦女和女孩。自該基金於 2020 年成立以來，我們已提供 79 筆補助金，影響了超過 56 個組織和 30,000 多名婦女和女孩，這些領域包括促進多世代運動和聯繫、推動獲得福祉資源以及支持運動員兒童照顧費用。

#### Gap 集團 P.A.C.E. 計畫

2021 年，Athleta 承諾在 2025 年時將 PACE 和 Empower@Work 整合到其 100% 的工廠中 (更多資訊請參閱第 18 頁)。

### 創造機會

#### 公平貿易認證™

Athleta 宣佈在越南增加兩間新的公平貿易工廠，使總數達到四個 (另外兩間在斯里蘭卡)。自 2016 年以來，該品牌已為社區發展貢獻了 130 萬美元 (2021 年為 371,000 美元)，影響了 6,200 名女性。

#### Amplify Artist 系列

Athleta 開發出一系列產品合作，進一步致力於增強和擴大黑人、土著和有色人種 (BIPOC) 婦女和女孩的聲音。2021 年，Athleta 與四名黑人女性藝術家合作創作限量版產品，並捐贈給藝術家選擇的非營利組織。

### 回饋社區

#### 再生能源

截至 2021 年，Athleta 在北美的公司直營店有 100% 是使用北卡羅來納州 7.5 兆瓦非現場太陽能專案 Fern Solar 提供的可再生電力。

#### 再生聚酯纖維

Athleta 簽署了 Textile Exchange 的再生聚酯纖維挑戰，到 2025 年時使用 45% 的再生聚酯纖維，到 2030 年使用的比例達到 90%。

#### thredUP®

該品牌慶祝其參與的第二個年頭，在 2021 年啟用了 57,000 個清潔工具包和 897,000 件服裝 (自 2020 年推出以來總計 110 萬件)。這種合作夥伴關係透過循環商業模式延長了我們服裝的使用壽命。

瞭解詳情

> Athleta



# 目標與進展

## 賦權女性

● 確立基線 ● 正常 ● 需要注意 ● 新目標 ◆ 實現

目標	目標年度	狀態	進展
透過 P.A.C.E. 使得 100 萬名婦女和女孩受惠	2022 年	◆	截至 2021 年會計年度結束，P.A.C.E. 已惠及超過 100 萬婦女和女孩
我們策略工廠所雇用的員工如果有任何意見，可以透過性別平等工作場所委員會這樣的代表來傳達	2025 年	●	我們制定了以下關鍵績效指標 (KPI)： 策略工廠中的工作場所委員會具有性別平等代表權的百分比 工作場所委員會至少符合 70% 的相關 Better Work Academy 社會對話指標 (SDI) 並符合最低要求指標 (SDI 9、SDI 17 和 SDI 18) 的策略工廠百分比
我們 100% 的策略工廠 <sup>3</sup> 都透過參與 Empower@Work 投資賦與婦女權利。	2025 年	●	至少 50% 的工廠女性勞工已參加 P.A.C.E./Empower@Work 課程的策略工廠百分比 將 Empower@Work 制度化作為其人力資源管理系統一部分的策略工廠的百分比
100% 的策略工廠將在主管級職務實現性別均等	2025 年	●	% 的策略工廠將在主管級職務實現性別均等 % 的主管在全球供應商策略工廠中是由女性擔任
100% 的工廠將針對性別暴力提供預防和因應管理系統以及相關訓練	2025 年	●	100% 的工廠都有針對性別暴力提供預防和因應管理系統，同時 70% 的工廠設有內部培訓員 % 的採購工廠擁有有效申訴機制以鼓勵員工申訴和提出建議，包括報告基於性別的暴力、騷擾和虐待事件 % 的採購工廠當中 100% 的員工在每個會計年度都接受過性別暴力預防和應對訓練
80% 的 Gap 集團採購將分配給綠色環保評級的供應商	2025 年	●	68% 的業務支出分配給綠色評級的供應商
到 2023 年，我們 100% 的一級工廠將參與全行業的共同努力，包括 SLCP 和/或 ILO-IFC Better Work，到 2025 年，100% 的二級策略工廠將參與。	2023/2025	●	75% 的一級工廠參與 40% 的二級策略工廠參與
100% 的供應商 (佔 Gap 集團業務支出的 90%*) 受邀參與 Better Buying，各品牌之間的分數相互獨立，致力於年度公開報告採購實踐的改進。	2025 年	●	* 我們之前的目標適用於 100% 的 Gap 集團供應商。在 2021 年，我們決定修改目標，讓佔有我們業務支出前 90% 的供應商都能適用，以便專注於我們具有最大影響力的供應商。

4. 「策略工廠」是佔有我們總業務支出 80% 的工廠 (定義為：採購訂單第一成本)。



## 創造機會

● 確立基線 ● 正常 ● 需要注意 ● 新目標 ◆ 實現

目標	目標年度	狀態	進展
每年透過 This Way ONward 招聘 5% 的 Old Navy 店鋪入門級員工	2025 年	●	在 2021 年，有 3% 的 Old Navy 入門級店鋪員工是透過 This Way ONward 所聘用
有 20,000 名青年透過 This Way ONward 受惠	2025 年	●	自 2007 年啟動該計劃以來，已有 10,600 多名青年參與其中，2021 年僱用了 1,170 名青年

## 回饋社區

<b>水資源</b> 2050 年之前缺水地區的淨正向水資源影響	支援具有水資源恢復的供應鏈	2030 年	●	確立基線和背景相關目標
	為 2 百萬人帶來力量 - 包括 1 百萬名婦女 - 可取得改善的飲用水與衛生條件	2023 年	●	截至 2021 年會計年度結束，我們已為 150 萬人帶來力量
	努力實現供應鏈中有害化學品零排放：從我們的供應鏈中淘汰含 PFC 加工處理的布料	2023 年	●	38% 的防水或防污飾面產品是使用非基於 PFC 加工製成的。Gap 集團成功地轉換或結束使用 92% 的含 PFC 加工處理布料，並且可望在 2023 年達到 100%
<b>氣候</b> 在 2050 年時，我們的價值鏈達到碳中和目標	從 2017 年基線起，將採購商品和服務中範疇三溫室氣體 (GHG) 排放量減少 30%	2030 年	●	2020 年範疇三資料將可於 2022 年取得
	從 2017 年基線起，將範疇一和範疇二的 GHG 排放量減少 90%	2030 年	●	我們在 2020 年範疇 1 和 2 的排放量與 2017 年的基線相比減少了 39%。2021 年範疇 1 和 2 資料將於今年稍晚的時候在我們的網站上公佈
	從 2017 年基線起，為我們公司在全球營運的設施採購 100% 可再生能源	2030 年	●	2020 年，我們 17% 的能源來自可再生來源。2021 年資料將於今年稍晚的時候在我們的網站上公佈
<b>產品</b>	100% 的棉花來源來自更具永續性的來源 <sup>4</sup>	2025 年	●	79% 的棉花採購自更具永續發展性的來源
	至少 45% 的聚酯纖維來自回收來源 (rPET)。(有些品牌有更高的目標)	2025 年	●	10% 的聚酯纖維來自回收來源
<b>廢棄物和循環</b>	消除不必要和有問題的塑膠	2030 年	●	追蹤進行中

4. 定義為：良好棉花（前身為 BCI）、經驗證的美國種植棉花 (USCTP)、有機、轉化（為經驗證的有機）、回收和再生。



# 賦權女性與人權

十多年來，我們領導推出多項舉措，為婦女和女孩開創新的可能性，並且為我們供應鏈中的勞工給予支持。



我們的合作方式促成了與供應商、業界同行、政府組織、教育機構和非政府組織的先行計劃和創新合作關係。



這些計劃共同保護人權、消除障礙並增強婦女的賦權和機會。他們透過加強工廠中的勞資關係並為婦女勞工提供機會，獲得在工作中取得進展以及過著更好的生活所需的技能、動力和信心，進而解決性別不平等和性別暴力問題。這些是互補的介入措施，可以單獨實施，也可以根據給定工廠的勞動力的需求聯合實施。

這些計畫在結合之下，可為工廠提供全面和整體的參與模式，提高勞工標準、為婦女勞工創造福利、並支持業務連續性和我們供應鏈的彈性。

「P.A.C.E. 的使命是激勵由積極、健康、自信的女性和女孩組成的社區，她們彼此相互給予權力，以發揮無限的潛力。P.A.C.E. 讓女性能夠表達自己心聲，並且提供積極改變生活的機會，包括她們的家庭生活、社區生活和她們自己的生活。」

Mary Beth Laughton, Athleta 總裁兼執行長



#### 我們如何賦權女性並支持人權

> Gap 集團 P.A.C.E.	16
Empower@Work	18
> 人權與社會對話	19
評估和補救措施	20
能力建構	21
勞動力參與計畫	21
監督技能培訓	22
基於性別的暴力預防和應對	23
數位薪資支付	23
> 在 COVID-19 期間幫助維持我們的供應鏈安全	24

## 計畫聚焦



# GAP 集團 P.A.C.E.

我們的 Gap 集團個人提升與職業發展 (P.A.C.E.) 計畫與供應商設施合作，為女性提供基本生活技能、技術培訓和支援，以支持她們在工作和生活中的進步。

## 目標已達成

透過 P.A.C.E. 使得在 2022 年時有 **100 萬名** 婦女和女孩受惠。

在 2021 年，我們有 14 年歷史的 P.A.C.E. 計畫達成重要里程碑，全球接受基礎生活技能和技術培訓的直接計畫參與者達到 100 萬人，比預計達成時間提前一年。P.A.C.E. 幫助改變了她們的生活和工作過程。我們現在將該計畫的版本帶至美國，同時我們繼續制定新的目標，以與世界各地的社區和工作場所互動，並賦予下一代婦女和女孩權力。

我們在全球的多個行業和環境推行 P.A.C.E. 工作場所與社區計畫，並且與當地的非政府組織 (NGO)、政府、品牌和學校合作。在 2021 年，一年一度的 P.A.C.E. 大獎進入第二個年頭，我們見證了全球 10 位模範合作夥伴和個人的成就。

我們透過將 P.A.C.E. 整合到我們更大的供應商永續性計劃中，擴大了 **P.A.C.E. 工作場所** 計畫的規模。該計畫將 P.A.C.E. 的參與和績效納入 Gap 集團供應商計分卡，供應商透過我們發出的訊息可瞭解該計畫既是策略優先事項，也是我們與他們建立商業夥伴關係時抱持的期望。

我們透過與政府、教育以及其他機構建立策略合作關係，**持續在社區發展 P.A.C.E.**。透過這些合作，我們的計劃範圍現在也觸及男性和男孩，透過提供有關金融等主題的現有課程，以及幫助他們更好地瞭解婦女和女孩經歷的新課程，培養一種性別平等的文化。

如需瞭解更多有關 P.A.C.E. 的資訊，請造訪我們的 **網站**。

## P.A.C.E. (個人提升與職業發展) 行動技巧

2019 年，P.A.C.E. 培訓人員 Seeta Patel 拜訪了印度中央邦偏遠地區的村莊 Karamthalai。在她拜訪期間，通往該地區的唯一一座橋樑在暴風雨中被沖走，她因此被困住，每年雨季都會發生這種情況。

參加 P.A.C.E. 培訓的婦女詢問 Seeta 是否可以幫忙她們向政府請願，要求建造一座新橋。她鼓勵女性利用從 P.A.C.E. 學到的技能，並幫助她們就這座危險的橋樑寫信給政府。

由於婦女的集體行動，政府於 2021 年 4 月完成了一座新橋，改善了進出村莊的通道，並確保整個社區全年都能獲得拯救生命的醫療保健和教育機會。





## 計畫聚焦

# 2021 P.A.C.E. 進展

2021 年，我們繼續與印度農村發展部建立為期三年的合作夥伴關係，我們計劃在 2022 年將其擴展到印度所有州。我們透過使用線上課程訓練 84 名培訓人員以因應 COVID-19，其中包括 46 名將提供州級培訓的高級培訓人員。

最終，印度旗艦級 DDU-GKY (Deen Dayal Upadhyaya Grameen Kaushalya Yojana) 計劃下的所有職業訓練都將能夠提供 P.A.C.E. 生活技能課程，支援工人的就業能力和工作保留。透過這種夥伴關係，我們獲得了關於將 P.A.C.E. 翻譯成不同語言的重要見解（單單在印度就有 24 種語言）以及加強政府技術系統以提供課程。

同樣在印度，我們的合作夥伴自僱婦女協會 (SEWA) 實現了在古吉拉特邦、比哈爾邦和拉賈斯坦邦訓練超過 271,000 名婦女的目標。SEWA 現在將在八個新國家/地區提供 P.A.C.E.：衣索比亞、迦納、海地、肯亞、尼泊爾、奈及利亞、斯里蘭卡和坦尚尼亞。

在柬埔寨，我們繼續實施柬埔寨促進教育行動計劃。柬埔寨教育部通過了一項官方命令，在未來兩年內將 P.A.C.E. 女子課程納入所有中小學，最終惠及 150 所學校和近 15,000 名女孩。

在印尼，Gap 集團和 New Balance 正在資助一個由 **CARE International** 帶領的計畫，將 P.A.C.E. 納入初中輔導課程，使得巴東縣的 50 所學校受惠。我們希望未來能夠擴展到其他地區。

在孟加拉國，CARE International 領導了一項 P.A.C.E. 社區計劃，自 2014 年以來已惠及加濟布爾的 37,198 名婦女。對該計劃的評估顯示，48% 的 P.A.C.E. 參與者表示擁有銀行帳戶（非參與者：26%）。此外，88% 的 P.A.C.E. 計劃參與者在接受培訓後能夠對於他們在工作場所的需要暢所欲言（非參與者：18%）。

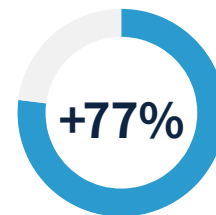
2021 年，我們建立了一套學習管理系統，並且打算在 2022 年推出，透過實體、線上和混合訓練課程繼續進行計劃的數位化。2022 年，我們還打算利用 P.A.C.E. 計劃的要素來滿足美國女性的需求

## 自 2007 年以來的進展

# 100 萬以上

婦女和女孩參與

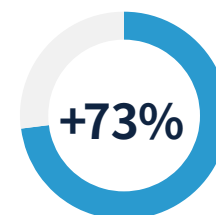
## 2021 影響



溝通知識



執行力<sup>5</sup> 知識



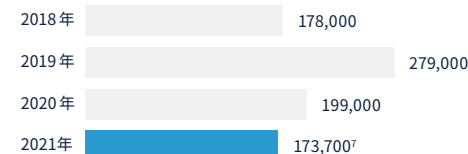
金融知識

# 4.6%

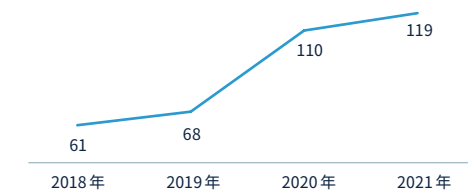
為接受 P.A.C.E. 培訓女性的流動率<sup>6</sup>。相比之下其同事流動率則為 11.3%

## 每年成長

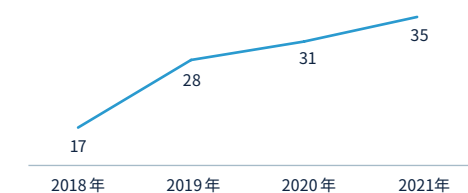
### 婦女和女孩參與



### 供應商



### 社區夥伴



# 4,451

認證的 P.A.C.E. 培訓人員

5. 執行技能知識被定義為如何將 P.A.C.E. 學習單元中新學到的技能應用到實際環境中，尤其是在工作場所。百分比表示參加 P.A.C.E. 計劃後熟練程度的提高。

6. 根據 40 個設施的範例。

7. P.A.C.E. 的計劃安排和參與在 2020 年和 2021 年因為 COVID-19 而受到限制，在我們許多實施地點的面對面聚會都有限制規定。

## 計畫聚焦

# EMPOWER @WORK COLLABORATIVE

Gap 集團與 BSR (社會責任企業)、HERproject、CARE International 和 ILO-IFC Better Work 於 2019 年共同成立了 Empower@Work。藉由我們的 P.A.C.E. 計劃，Empower@Work 利用集體行動的力量，部署永續、系統性以及可擴充的計畫，透過使整個服裝行業的婦女權能培訓和技能建立工作一致，使女工能夠增強業務實踐中的性別平等，並促進政策和系統變革。

自成立以來，Empower@Work 已經發布了一個開放設計來源的工人培訓工具包，該工具包被公認為服裝供應鏈中女性賦權培訓的最佳實踐課程。2021 年，Empower@Work 專注於建立一個強大的實施和影響模式，旨在推動市場變化並影響更廣泛的生態系統，從而為女工帶來持久、積極的變化。

2022 年，我們打算制定策略將我們在 Workplace 計畫中的 P.A.C.E. 轉換為 Empower@Work。

## 到 2025 年的目標

### 100%

的策略工廠<sup>8</sup>將會透過參與 Empower@Work 投資賦與婦女權利<sup>9</sup>

● 確立基線

### 100%

的 Athleta 和 Gap 品牌工廠將參與 Empower@Work

● 確立基線



## P.A.C.E. (個人提升和職涯發展計劃) 社區促進者涉足地方政治

透過 P.A.C.E. 獲得的關鍵技能使 Florah Magwa 有信心競選一個特殊職位，在坦尚尼亞當地政府委員會中代表女性。起初，Florah 不認為她有能力或有信心站在人們面前要求他們投票。但在 P.A.C.E. 之後，她決定與其他 25 名女性競選，並且成為獲選為 Musoma 區女性代表的 7 人之一。「如果沒有這些介入措施，我可能不會成為今天的我，也不會成為我未來渴望成為的人，」Florah 說道。

印度的婦女也利用她們的 P.A.C.E. 培訓來競選。2021 年 1 月，計畫的 167 名參與者被選入馬哈拉施特拉邦的 panchayat (地區議會)，其中 14 人當選為 sarpanch (決策者)，她們是政府官員與村莊社區聯繫的焦點。

8. 佔有我們總業務支出 80% 的工廠 (定義為：採購訂單第一成本)。

9. 我們將計算女工至少占到 50% 的工廠的比例，來評估 Empower@Work 目標的完成情況。我們將進一步評估工廠依據制度將 Empower@Work 作為 HR 管理流程一部分的程度，包括它們如何向員工介紹，並且透過高層管理展示對計畫的承諾。



# 人權與社會對話

我們致力於維護和促進人權和建立社會對話，以期建立一個尊重勞工的彈性供應鏈。我們的目標是設計、合作進行並且實施領先業界的計畫，為整個產業的勞工和企業帶來改變。



## 我們的關鍵人權問題

- > 童工和年輕勞工
- > 歧視與騷擾
- > 薪資和福利
- > 火災、建築和電氣安全
- > 申訴機制
- > 短期合約
- > 人口販賣和強迫勞動
- > 工時
- > 人道待遇
- > 結社自由
- > 外國合約工和招聘
- > 未經授權外包

我們的整體方法是從我們的人權政策和供應商行為準則 (COVC) 開始。以上兩者均根據國際公認的勞工標準和指導原則所建立，包括世界人權宣言 (UDHR)、聯合國工商企業與人權指導原則、UNGC、跨國企業經濟合作暨發展組織 (OECD) 指導方針以及國際勞工組織 (ILO) 的核心公約。我們的政策還考慮了我們開展業務的每個國家/地區的當地勞工法。

為了堅持這些政策並改善供應鏈的工作條件，我們將重點放在以下兩個領域：

### 評估和矯正

透過我們供應鏈的透明度和夥伴關係，我們能夠改善勞工的福利、保護人權、減少環境影響並且提升企業績效。

### 能力培養

在與 ILO-IFC Better Work、供應商、非政府組織 (NGO) 以及其他合作夥伴合作之後，我們制定了改善員工代表和領導階層參與的計畫。這些問題涵蓋了職場合作、管理能力和賦權女性等問題。我們還透過環境能力建設計畫支持我們的工廠，這些計畫的資訊可在資源效率和製造一節 (第 37 頁) 中找到。

關於我們的人權政策、管理方法以及針對我們的關鍵人權問題解決措施的詳細資訊，請造訪我們的[網站](#)。

## 評估和矯正

我們使用我們的評估和矯正計畫來評估我們的供應商，並透過將更多業務給予績效最高的工廠來激勵改進。

我們的方法從 Gap 集團 (佔評估的 32%)、ILO-IFC Better Work (26%) 和 SLCP (43%) 進行的評估開始。

透過些評估，我們使用顏色編碼系統針對每個工廠給予評價：

- > 綠色表示高績效工廠，出現違規的情況很少，而且沒有任何重大違規。
- > 黃色代表一般表現者。
- > 紅色表示工廠需要解決一個或多個嚴重問題。

在我們的評估過程中報告或發現問題時，我們的全球現場團隊會考慮當地環境因素制定量身定製的矯正流程，例如工人的教育水準、文化規範和交流方式。例如，我們可以在工人社區進行訪談以更好地瞭解他們的需求，讓我們能夠更有效地解決我們全球供應鏈中的違規行為。

與「不合規」違規相比，嚴重違規對工廠評級會產生更大的負面影響。我們嚴格的審核流程不鼓勵紅色評級，我們會提供糾正行動計劃和實際時間範圍以解決任何問題。如果工廠或供應商未能解決持續不合規的問題，我們會採取負責任的退場計畫並繼續監控工廠，以便在停止期間與之後解決未能解決的問題。

## 2021 年進展

從 2016 年到 2020 年，我們努力達成透過黃色或綠色工廠採購的目標；時至今日，我們合作的設施中只有 1% 被評為紅色，而 2016 年這一比例為 16%。2021 年，我們設定了到 2025 年至少 80% 的業務支出來自綠色評級工廠的目標，進而提高推動績效改進的企圖；我們根據既定目標，到 2021 年底將達到 68%。

到 2021 年底，84% 的 COV 問題已獲得解決。我們透過將這項工作與我們的採購決策整合來解決這些違規行為，進而提高供應商在迅速解決問題方面的所有權。我們專門的供應商永續發展團隊針對全球採購員工的培訓項目包括：人權政策和流程、建立對於 COVC 要求的意識，以及管理供應商績效的方式。我們還會培訓和教育主要供應商有關如何實施防止出現 COVC 問題的措施。

## 社會勞動整合計畫 (SLCP)

作為 SLCP 的簽署方，我們透過鼓勵更廣泛地採用 SLCP 工具來支持改善全球供應鏈工作條件的方法，該工具有助於評估製造工廠的社會和勞動績效，同時減少行業中的重複工作。

2021 年，我們在印尼、孟加拉和越南的 Better Work 評估中使用了 SLCP 工具。我們的目標是在所有 Better Work 國家/地區增加使用 SLCP 工具，以支持我們的目標，也就是在 2023 年初讓我們所有的一級工廠和二級策略工廠參與全行業的努力。

### 2023/2025 年目標

# 100%

到 2023 年，我們 100% 的一級工廠將參與全行業的共同努力，包括 SLCP 和/或 ILO-IFC Better Work，到 2025 年，100% 的二級策略工廠將參與。

● 需要注意

### 2025 年目標

# 80%

的 Gap 集團採購將分配給綠色評級的供應商

● 正常

### 2021 年的進展

# 75%

的一級工廠參與

# 40%

的二級策略工廠參與

# 68%

的業務支出分配給綠色評級的供應商





## 能力培養

為了在我們的供應鏈中提供安全、公平和健康的工作條件，我們透過各種針對特定國家的能力培養計畫，與我們的品牌服裝供應商和主要利益相關者合作。這些方法促進了工人申訴機制、領導階層方面的性別平等、安全和福祉的改善。

在 2021 年，我們宣布了 2025 年關於我們的能力培養計畫的若干女性賦權目標。儘管 COVID-19 對我們的供應鏈合作夥伴的持續影響減緩了這項工作的開展，但我們現在已經為每個目標制定了策略和關鍵績效指標（第 12 頁）並且正在收集基線資料（從 2021 年最後一季開始）。

我們尋求透過向同業學習並與其共享資源，藉此瞭解和解決供應鏈中工人的需求，以提高行業知識和實踐。例如，自 2019 年以來，我們使用 Nike 的敬業度和幸福感調查來衡量員工的敬業度。2021 年，有 32 家工廠收集了回覆。

## ILO-IFC Better Work 學院

Gap 集團是 ILO-IFC Better Work 計畫的創始成員，該計畫是我們關鍵採購市場重要的合作夥伴。我們同時還協助成立 Better Work 學院，該學院負責訓練全球服裝品牌的員工，幫助其瞭解與社會熱點相關的關鍵問題。這使得參與計畫的公司能夠向 Better Work 範圍之外的工廠提供訓練和諮詢。學院使得工廠能夠根據參與學員的反饋意見做出改進，而品牌可作為顧問和合作夥伴。

該學院已在 18 個國家/地區擁有 441 間工廠，目前有 11 家公司（包括 Gap 集團）參與其中。我們透過分享看法並提供訓練教材（品牌可針對各自計畫設計教材）積極支援學院的擴展。

在與 Better Work 共同攜手合作之下，我們制定了促進工人和管理層之間對話的工作場所合作計畫，以及提高主管和中層管理人員技能，和促進主管職位性別平等的監督技能訓練 (SST) 計畫。為了支持我們所有的能力培養計畫，我們使用我們的勞動力參與計畫行動工具（請見側邊欄）。



# 54

個工廠使用勞動力參與計畫 (WEP)

## 勞動力參與計畫 (WEP): 能力培養的數位工具

WEP 以兩種方式支援我們的能力培養計畫：(1) 行動技術使我們的供應商能夠提供重要的資訊和訓練，以及(2) 它為勞工提供了一個與工廠分享反饋的平台。

到 2021 年底，WEP 已在 54 個工廠中運作。我們與越南、中國、印尼和瓜地馬拉供應商分享最佳實踐。2022 年，我們打算在孟加拉、中國和印尼的試點計畫中使用 WEP，以測試不同的模式來履行我們的能力培養計畫，包括實體、全數位和混合模式。我們還參與了 SLCP 試點，藉此使用類似技術整合勞工的聲音。



### 職場合作計畫 (WCP)

透過選出的委員會，WCP 促進勞工與管理階層之間進行對話，就加班與福利、洗手間衛生和員工餐廳伙食等一系列問題進行討論。該計畫教育參與者溝通和談判技巧，以幫助他們倘若在遭遇不平的事情時，能夠更自在地向高級管理層表達不滿。

在 2020 年縮減 WCP 的規模之後，我們在 2021 年再次加強了該計畫，並在適當時機使用了線上訓練。自 2016 年以來，WCP 已在 12 個國家/地區的 241 間工廠實施，其中包括我們 65% 的策略工廠。我們現在打算將該計畫擴展到我們的策略供應商所擁有和授權的分包工廠。



#### 2025 年目標

## 100%

策略工廠所雇用的員工可以透過性別平等工作場所委員會代表來傳達任何意見

● 確立基線



自 2017 年以來，

## 3,361

筆申訴提出以及

## 97%

的案例 (3,261 個問題) 在同一季內獲得解決



## 63

間新工廠 (共有 228 間工廠) 實施 SST (目標: 220 間)

累積性影響:

## 7,100

位主管接受訓練

2021 年有效參與者:

## 182

個工廠 (在 9 個國家當中)

### 管理技能訓練 (SST)

SST 是 Better Work 於 2018 年推出為期三天的訓練計畫，協助主管和中階管理層改善溝通方式、建立良好關係並且有效管理勞工。在完成培訓人員的訓練後，提供相同訓練的工廠擴大了該計畫所施行的範圍。一些供應商也有自己的等效程序，我們對其進行審查以確保它們達到或超過 Gap 集團的 SST 要求。因此，該計畫涵蓋了另外 25 間工廠。

我們使用生產效率資料以及主管和勞工調查來衡量計畫的影響。這些方法相結合，可以揭示參與者對培訓效果的看法，並幫助我們瞭解培訓是否可以帶來任何行為改變或促進生產改進。

在我們的策略工廠中，儘管我們整個供應鏈勞動力的絕大多數都是女性，但是擔任主管職位的女性只佔少數。我們相信，我們可以透過 SST 訓練支援未來的女性領導者。

在 2021 年，我們制定了在我們的策略工廠中培養女性賦權的目標，並優先考慮為女性提供訓練機會。我們將透過評估在主管職級中實現性別平等的工廠的佔比，以及反映工廠勞動力總人數的性別比，以衡量此目標。

#### 2025 年目標

## 100%

的策略工廠將在主管級職務實現性別均等

● 確立基線



## 性別暴力 (GBV) 預防和因應

多年來，我們的定期設施評估揭示了與基於性別的歧視和騷擾有關的違規行為。我們認識到僅僅依靠審計來發現和解決這些問題是不夠的，這就是為什麼我們制定了通過 Better Work 制定的 GBV 預防和應對計劃，以幫助執行我們對身體、心理和性騷擾的零容忍政策。

我們的 GBV 預防和應對計劃側重於培訓經理和勞工，這是我們戰略的關鍵部分。2021 年，我們設定了一個目標，即確保到 2025 年，我們所有的工廠都具備 GBV 培訓、預防和應對系統。到 2023 年，我們的目標是確保生產我們服裝的工廠的所有勞工每年都接受 GBV 預防和應對訓練。

展望未來，我們將進一步評估工廠功能性申訴機制的實施程度，讓勞工透過該機制報告 GBV、騷擾和虐待事件。為了在我們合作的工廠以外產生影響，我們同時也探索與專家組織和其他大型服裝品牌建立合作關係，以進一步加速整個行業在這項工作的進行。

### 2025 年目標

# 100%

的工廠將針對性別暴力提供預防和因應管理系統以及相關訓練

● 確立基線

### 2021 年的進展

# 44%

的工廠已經開始進行 GBV 預防和應對訓練，受訓勞工人數超過 231,500 名 (占我們供應鏈的 26%)

# 90%

的工廠已經完成了對中高階管理階層的性別意識培訓



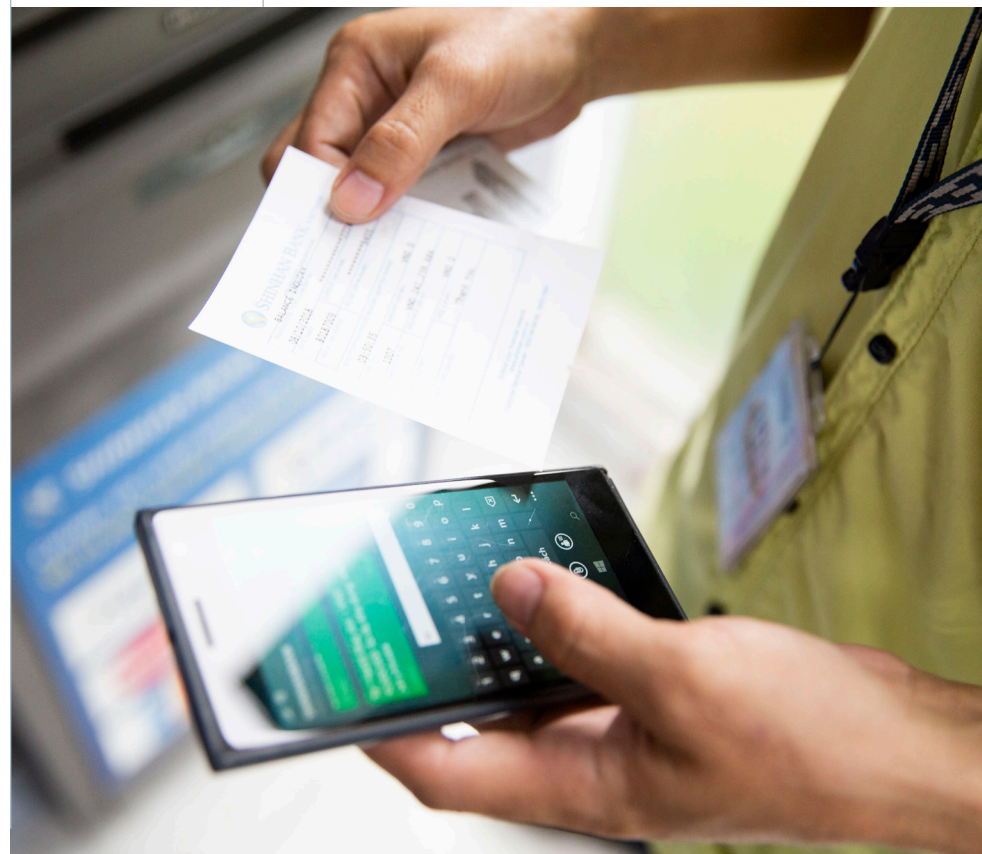
# 96%

符合資格的一級供應商 (提供資料) 提供數位薪資支付

## 數位薪資支付

我們與夥伴密切合作，並參與聯合國的「優於現金」(Better Than Cash) 聯盟，以解決對數位薪資支付的持續監管和基礎設施限制。我們繼續優先考慮新的一級供應商的數位薪資支付，並透過在我們的 P.A.C.E. 課程中提供數位金融知識課程，更廣泛地支援普惠金融 (Financial inclusion)。

自從 2017 年啟動我們的數位薪資計畫以來，我們已將提供數位薪資支付系統 (包括電子錢包、銀行帳戶、簽帳卡和其他數位存取方法) 的合格一級供應商的比例從 68% 提高到 96%。



# 在 COVID-19 期間幫助保 持我們的供應鏈安全

自從 2020 年疫情爆發以來，我們已採取多項措施給予我們的供應鏈合作夥伴充分支持，並優先考慮在我們供應鏈中工作的人員的健康和安全。

我們持續向我們的供應商和工廠發送 COVID-19 指南，並在需要時調整我們的社會和勞工計畫，提供確保持續運作並且保證每個人安全的虛擬選項。

我們也持續實施重要的 COV 標準，包括提供病假和其他相關福利、功能性申訴機制、與非歧視性就業作法相關的要求，以及與病毒相關解雇和強制休假的道德規範實踐。

作為美國商業圓桌會議 (Business Roundtable) COVID-19 工作小組的一部分，我們支援主要採購市場的疫苗分發和使用工作。該團體已動員私營部門敦促政府投資疫苗資金，並將更多疫苗投入資源不足的市場。此外，我們已經將疫苗教育與 P.A.C.E. 平台整合。



## \$250,000

投入 COVID-19 女性復原基金中

### COVID-19 女性復原基金

在 2021 年，Gap 基金會繼續支持 COVID-19 全球價值鏈中的女性復原基金，共同努力協助疫情復原並推進長期的系統性變革，為女孩、婦女和社區培養復原能力。

我們於 2020 年成為該基金的創始合夥人，該基金為來自多個來源的投資池提供捐款，以支持當地由女性主導的組織。在 2021 年，我們進行了第二次投資，這次的金額為 250,000 美元，而我們第一輪的資助已經投入印度和孟加拉的支援專案。







# 創造機會

我們相信，創造機會意味著確保員工擁有與我們共同建立真正充實職業所需具備的技能。「平等包容，用心打造」的宗旨推動我們開展各項工作，確保我們的人才儲備以多元化為主要特徵。



## Gap 集團優先考慮培養平等和歸屬感的文化並且發展永續經濟。



我們利用我們企業的資產和規模為我們所服務的人和社區提供機會。我們的計畫與夥伴關係為不同性別、種族、年齡等弱勢人才敞開大門。

除了發展技能外，我們還為員工創造歸屬感，讓他們成為支援團隊的一員，發揮他們的潛力。透

過培養符合員工專業和個人需求的工作場所文化，我們能夠做到這點。我們還倡導鼓勵志願服務的措施和想法，確保我們回饋我們所工作以及我們員工生活的社區和地方。

「當您在門市購物時，您希望看到門市團隊能夠體現社區氛圍而 This Way ONward 有助於創造一個讓顧客感到舒適的空間。社區居民覺得自己被人看見，他們的需求得到了滿足，這間店是他們社區的人所開的。他們了解社區居民在尋找什麼產品，而這種情況會轉化為銷售，因為我們有與社區建立聯繫的員工。」

Chantal Horton, 資深招募專員, This Way ONward



### 我們如何創造機會

> This Way ONward	27
> 人才發展	29
> 機會招募	30
> 平等與歸屬	31
> 員工和社區影響	32



## 計畫聚焦

# THIS WAY ONWARD

Old Navy 認為機會應該屬於所有人，而不僅僅是少數人。透過 This Way ONward，Old Navy 繼續展開其成為世界上最具包容性品牌的旅程。

Old Navy 自 2007 年開始便持續擴展 This Way ONward 的規模，致力於培養下一代領導者。透過不斷增加的合作夥伴網路，包括美國男孩女孩俱樂部 (Boys & Girls Clubs of America)，專注於解決就業的系統性障礙。

This Way ONward 為 16 至 24 歲的年輕人提供結構化培訓和寶貴的第一份工作經驗。計畫同時還會培養導師的領導技能。

其效果已經獲得研究證實。畢業生留在本公司的時長是其他畢業生的兩倍。門店經理認為，This Way ONward 招募的員工是績效最好的員工。根據我們最新的評估調查<sup>10</sup>顯示，新進員工對於 Old Navy 有一種歸屬感、感覺得到主管的支持，並且對工作感到興奮。

您可以透過我們的網站瞭解更多有關 This Way ONward 的資訊。



## THIS WAY ONWARD 讓 RICHARD GREENE 學會什麼是關係的力量

在應徵工作一次又一次遭到拒絕之後，即使是自稱樂觀主義者的高中生 Richard Greene 也感到沮喪。他正在應徵工作，以便能夠存錢上大學。他參加的美國男孩女孩俱樂部的負責人鼓勵他申請 This Way ONward，並且在父母的支持之下，他成功通過申請。

當 Richard 開始在 Old Navy 工作時，他發現圍繞在自己身邊的是一個支援團隊，其中包括他的店長、工作輔助員和「一大群」同事。Richard 對於這份工作非常自在，享受與顧客互動的過程並提高他的領導技能。他對於大學以及生活的擔憂開始消失。「擁有一份自己喜歡的工作讓你可以把握當下，」他說道。「它幫助我把世界的壓力拋在腦後。This Way ONward 真的教會我不要將工作視為一份工作，而是將其視為一個機會。」

Richard 也開始看到工作的真正影響不是薪水而是在於人。他說道：「看到銀行戶頭裡面的錢持續增加，我是很高興沒錯，但是到頭來，更高興的是我與人們建立了關係。」

「看到銀行戶頭裡面的錢持續增加是很高興沒錯，但是到頭來，更高興的是我與人們建立了關係。」

## 計畫聚焦

## 到 2025 年的目標

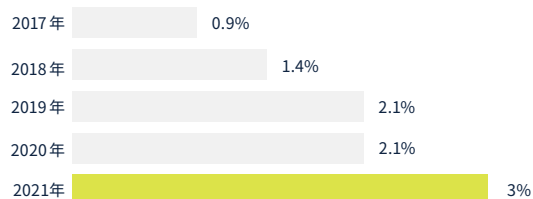
5% 的 Old Navy 店鋪入門級員工是每年透過 This Way ONward 招聘的

● 正常進行

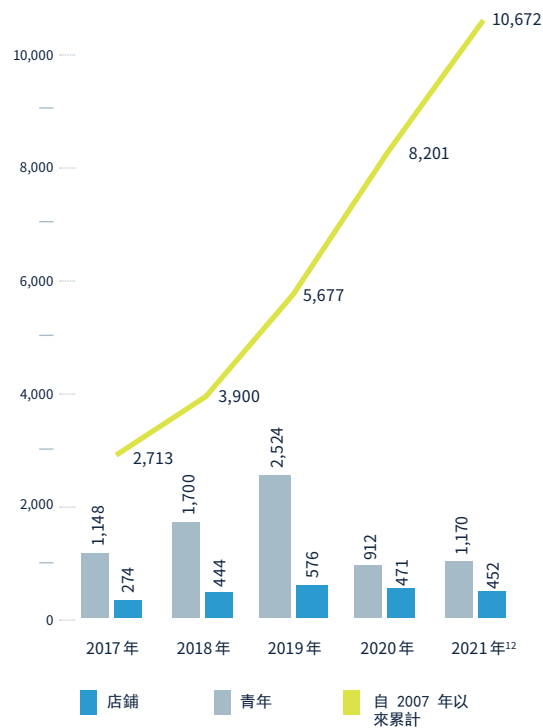
20,000 名青年透過 This Way ONward 受惠<sup>11</sup>

● 正常進行

## 2021 年的進展



## THIS WAY ONWARD 受惠與成長人數



### 在 2021 年，北美有 37% (450 多家) 的 Old Navy 門市雇用 This Way ONward 的員工。Old Navy 為該計畫募集並捐贈了總計約 380 萬美元。

為了吸引更多人加入，Old Navy 對高知名度的講故事活動給予投資，以提升指導的力量。這些故事所探討的想法是，即招募有潛力（而不是有證書）的員工對於擴大人才管道以及培養優先考慮多元性、包容性、平等和歸屬感的人才策略而言是至關重要的。

在一場全國廣告活動，籃球巨星魔術強生邀請社區「想像一個更光明的未來，每個孩子都有獲得成功的機會。」This Way ONward 影響者在社群媒體上分享了他們的故事，展現該計畫如何提高他們的信心，報導他們新技能，幫助他們看到自己的潛力，並讓他們透過指導他人將這份恩情傳承下去。

在 2021 年，我們的 This Way ONward 校友晉升試驗啟動。該計畫旨在為成員提供帶領他們從第一份工作到職業高峰所需的網路、指導和技能。美國和加拿大的傑出校友參與了該計畫，我們將在未來幾年擴大該計畫。

這種方式繼續為 Old Navy 提供多元且可靠的人才來源。2021 年，所有計畫應徵者有 39% 獲得錄用，而其他來源的應徵者則不到 10%。該計畫還支援 Gap 集團的平等與歸屬目標，以期在我們管道中實現多元化的代表。超過 1,294 名 This Way ONward 校友（自 2007 年以來佔我們總應徵者人數的 14.6%）現在已經是 Gap 集團員工，其中大多數的身分為有色人種。<sup>13</sup>

Gap 集團繼續將 This Way ONward 的見解和新資源工具與我們的人才策略整合。除了招募有潛力的人才和培養人才管道外，我們還運用經驗教訓來確保我們提供正確的雇用後支援，以幫助入門級零售店員工茁壯成長，尤其是那些來自弱勢或邊緣化群體的员工。

為應對嚴峻的疫情，This Way ONward 支持創新的招募、聘用和訓練方式。虛擬招聘會、面試、工作準備研討會以及志願者和指導機會等工具有助於讓更多人參與該計畫，包括參與者、現場領導、Old Navy 領導團隊、非營利合作夥伴以及導師和志願者。

注重潛力而非學歷的  
招聘帶來的價值

11. 所示數目為計畫啟動以來的累計數目。

12. 由於該計畫轉至 Old Navy 店鋪單獨開展，加上新冠疫情期間臨時關店，所以 2020 年和 2021 年的資料不太理想。

13. 不含未公佈種族或未提交相關資料的人。



# 人才發展

我們以人為本，專注於提高員工敬業度和創造商業價值。為此，我們努力營造良好的工作場所文化，並且提供豐富的福利，滿足員工的職業發展和個人需求，並且考慮員工家庭的需求。這包括提供財務激勵，設計工作安排，為店內員工提供更穩定、更靈活的工作時間，幫助他們平衡工作與生活。

在疫情持續不退的情況下，我們繼續透過 Pulse 調查聆聽員工的心聲，並實施「Be You, Be Well」（做自己，多保重）福利計畫。其中包括諮詢服務和「Be Well + Stay Connected」（保重身體，保持聯絡）談話系列，員工可以和思想領袖交流、參與冥想計畫和健身課程，保持身心健康。

我們正在為建立更美好的未來工作環境而努力，這將幫助 Gap 集團打造卓越的績效文化，發展以目標為導向的品牌，並支援員工實現他們的職業抱負。

瞭解更多關於我們如何支援和培養優秀人才的資訊，請造訪我們的網站。



## 2,000+

HQ 市場傾向調查參與者和 23,000 多名店鋪市場傾向調查參與者<sup>14</sup>



## 95%

的 Pulse 調查參與者表示「我很自豪能在這裡工作」，89% 的參與者表示「我打算留下，因為未來可期」



## 8,000+

已學習的課程總數

## 6,000+

領英學習人數

## 2021 年進展

我們未來的工作模式使我們更貼近顧客和彼此。這種模式支援員工選擇在辦公室或者線上環境中工作，具體取決於他們為顧客提供最佳服務的需要，這最終將有助於釋放創造力，提升協作性和敏捷性。我們正在考察員工體驗的方方面面，包括工具、政策、工作方式、技術和實體辦公空間等，以便支援績效和互聯文化，同時打造創新的工作方式、踐行我們的價值觀並吸引頂尖人才。

為了持續履行我們對平等與包容的承諾，我們將繼續營造包容性領導文化，為所有人建立歸屬感，並促進工作場所的公平性（請查閱 2022 年 6 月的平等與包容報告，瞭解更多資訊）。

我們根據員工的水準和需求量身定制培訓計畫和資源，包括開展中層領導者輔導和發展計畫，來支持首次擔任領導職位的員工開展工作。我們為所有新領導者提供七小時的入職培訓，為配送中心的新領導者提供 44 小時的指導和陪同，並且針對產品職能崗位進行一到六周的培訓。我們還為 170 多名領導者提供個人輔導。我們繼續提供領英學習計畫的免費課程，涵蓋了從技術能力到專業發展等課題。

我們將幾項關鍵培訓計畫轉到了線上平臺，其中包括我們的輪崗管理計畫（高潛力入門人才）、領導力素質計畫（首次擔任領導崗位的



員工) 和中層領導者輔導計畫。我們繼續將我們的輪值管理計畫視為新興和多元化人才的儲備渠道，參與計畫者其中 64% 為黑人、拉丁裔和亞裔，女性參與比率為 82%。我們最近將 ESG 培訓整合到了輪崗管理計畫中，以對管理者進行相關培訓，幫助他們理解這些重要課題。

我們所有的全職員工都會定期接受績效評估。為支援個人學習，我們實施了 Workday 平台，讓領導者和員工能夠存取他們需要的員工和團隊資訊。

14. 從兩組參與者取得的代表性樣本。

## 機會招聘

我們認為，不管背景或經驗如何，能為企業帶來價值才是最重要的。我們將全球人才多元化和發掘員工潛力視為 21 世紀就業發展和企業人才策略的重要組成部分。

### 獎項



> **彭博性別平等指數：**  
連續第四年入選



> **路孚特：**  
躋身全球前 100 名最具多元化和包容性的公司



> **企業平等指數：**  
連續第 16 年獲得滿分評價



> **《財富改變世界》榜單：**  
Athleta 入圍並排名第 43 位



## 難民帳篷合作組織

難民帳篷合作組織是一個擁有 170 多家成員公司的非營利組織，於 2016 年成立，旨在動員全球商業界接納難民成為他們的員工。

2021 年，Gap 集團與阿富汗難民帳篷聯盟 (Tent Coalition for Afghan Refugees) 簽約，承諾阿富汗難民在美國展開新生活時為其提供訓練並且僱用他們。在 2021 年，我們在集團的其中一間配送中心試行了一項難民聘用計畫，我們正在探索將類似這樣的計劃擴大至我們在美國的業務範圍。

我們同時也透過我們的 P.A.C.E. 計畫繼續為難民婦女提供生活技能教育和技術訓練 (請參閱第 16 頁以閱讀更多內容)。

## 第二次機會商業聯盟 (SECOND CHANCE BUSINESS COALITION)

我們相信，每位應徵者都應當獲得在本公司工作的機會。

2016 年，Gap 集團簽署了一份白宮承諾 (AP Leadership)，承諾為有犯罪記錄的個人 (包括曾被監禁的個人) 提供參與美國經濟的公平

機會。

我們的背景審查計畫與當地組織合作，協助應徵者完成個人化評估流程。這些評估能夠讓應徵者提供證據證明定罪結果與他們的工作能力無關，並讓我們確定犯罪記錄是否與應徵者應徵的職位有具體關聯。

2021 年 4 月，我們加入了第二次機會商業聯盟，該聯盟的宗旨是為有犯罪記錄的人員提供就業和職業發展機會。為此，我們還加入了 Dave's Killer Bread 的「第二次機會企業群組」(Second Chance Corporate Cohort)，借助當前領先的實踐和框架進一步改進我們在這個領域的工作，支持我們聘用最適合崗位的人，而不受犯罪記錄影響。我們還在 2021 年 12 月與美國最大的公平機會就業平臺 Honest Jobs 合作啟動了一個試點專案，目標是招聘和留用曾被監禁或受過司法審判的人員，在我們的配送中心為他們提供工作崗位。

## STAR

2021 年，Gap 基金會與其他基金贊助者一起，為「借助其他途徑獲得技能」(STAR) 的工人提供職業發展的支援。該活動將於 2022 年開始，旨在幫助雇主認識到 STAR 員工作為高潛力人才所擁有的重要技能和經驗。



# 平等與包容

在 Gap 集團，我們的目標是「平等包容，用心打造」。我們希望將包容融入組織的 DNA 中，以此架起一代人的希望之橋。今天，我們相信包容將改變世界。

自從在 2021 年發表我們首次的平等與包容報告以來，我們推出了多項舉措和計畫，支持為我們的員工、顧客和社區制定新的平等議程。

## 我們的員工

在 Gap 集團，我們致力於為進行開誠佈公的對話創造空間，讓員工感覺到重視、安全以及強烈的歸屬感。自從我們在 15 多年前成立第一個平等與歸屬小組以來，培育包容性文化，讓員工感受強烈的歸屬感和社區感一直是我們的首要目標。

2021 年，我們繼續將戰略投資重點放在消除歧視和騷擾的計畫與合作項目上，幫助我們的員工創造一個包容、公平、公正的環境。在 2022 年稍晚，我們預計將發佈關於 Gap 集團的平等和包容承諾的年度更新版本。



## 我們的顧客

確保我們在所有品牌組合中關注並重視顧客是我們的共同責任。我們致力於創造能夠真實反映顧客多元化的產品和顧客體驗。

自 2018 年成為 Open to All（一個倡導公平的非營利組織，中文意為「歡迎所有人」）的創始成員以來，我們協助開發了行業工具和資源，以確保所有顧客、員工和社區感受到包容、安全和尊重。2021 年，我們支持啟動了開創性的包容性零售計畫，該計畫具有兩個新工具：**顧客行動中心**，指導顧客如何成為盟友並在需要時採取行動，以及**包容性零售業務工具包**，它為零售員工配備了經證明可以減輕種族偏見的策略。

## 我們的社區

我們持續優化我們的平臺，以支持和發展歷史上最邊緣化的社群，並幫助終結種族不平等。我們透過多管齊下的合作夥伴策略，深刻認識到了造成權利和機會不平等的因素，藉此支持和促進社區的發展。我們與專注於提倡種族和社會平等的組織建立合作關係，致力於實現我們的遠大目標，並兌現我們對所服務社區做出的承諾。



# 15

年前，我們成立了第一個平等與包容工作組 (EBG)



# 員工和社區影響

我們發揚 Gap 集團的價值觀，成為一股向善而行的力量，而我們回饋社區的傳統則也幫助我們建立了員工敬業且具有社區影響力的文化。

我們為員工提供相互學習和交流以及參與當地社區的機會，並支持解決一系列社會和環境問題，這些問題對他們和 Gap 而言都很有意義。這包括公司和員工主導的活動、集會、提高意識和募集資金的活動、志工機會等。

我們的豁免受薪員工每月可以貢獻五個「帶薪工作」小時的志願服務，志願服務時間將換算成金錢捐款，幫助員工以最適合自己的方式支援他們關心的事業。

我們還制定了新的員工敬業度和社區影響策略，進一步整合公司價值觀與 ESG 工作，引導員工踐行「平等包容，用心打造」的承諾。

透過我們的網站瞭解更多詳情。



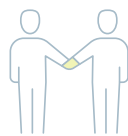
## 30,000+

員工在 2021 年擔任志工



## 266,000+

貢獻志工服務時間



## 3,000+

非政府組織獲得直接捐款支持



超過

## 130 萬美元

Gap 集團資助的捐款

## 2021 年進展

1 月，我們策劃了一場紀念馬丁·路德·金 (Martin Luther King, Jr.) 的活動，讓員工有機會更深入認識他，並且在志願活動中秉承他的遺志激勵人們採取行動。該活動還包括募款項目，Gap 基金會將匹配 10 美元及以上的捐款並做出等額捐贈（總計近 2,000 美元），並劃撥給 Enterprise for Youth，這是一項針對舊金山年輕人的就業準備訓練計畫。

在 3 月的世界水資源日，我們又舉辦了一次「為水步行」(Walk for Water) 活動，幫助提高認識並籌集資金，以應對全球婦女在取得用水方面面臨的挑戰。來自 9 個國家的 7,941 多名員工完成了 1.2 英里的步行，此一距離代表了世界各地女性每天步行取水的平均距離。對於每位參與者，Gap 基金會承諾向我們的女性 + 水資源聯盟合作夥伴 WaterAid 捐贈 12 美元，總額達到 12,000 美元。

8 月，為紀念我們的創始人 Doris Fisher 誕辰 90 周年，我們在三藩市總部舉辦了首屆「Doris 服

務日」，由員工主導發起了 11 項活動。在我們一年一度的「志願者集結會」期間，有近 14,000 名員工利用自己的才能為社區服務了超過 60,000 小時。一些人參與了美化當地公園和海灘的社區項目，而超過 450 人參加了「壁櫥清理」(closet cleanout) 活動，以突顯捐贈和重複使用衣物的機會。在中國，我們的 300 名員工貢獻了 600 小時的志願服務時間，為癌症兒童製作禮品袋，並對衣物進行分類以供回收或捐贈。

我們的品牌也領導了他們自己的活動：Athleta 舉辦了兩次特賣活動，讓員工以折扣價格購買品牌的樣品系列，為 Selvage 基金募集到 157,000 美元。<sup>15</sup>連續第六年，每間 Old Navy 店鋪都會記錄該品牌的志工服務時間，在 2021 年的服務時間超過 217,000 小時。

除了這些活動之外，我們的全球團隊還支持多種其他事業，包括為支持種族正義和平等的組織捐款，例如向 Stop AAPI Hate (中文意為「停止仇恨亞裔」) 和「全國亞太裔美國人社區發展聯盟」捐款 100,000 美元。

## 賑災

2021 年，Gap 基金會向非營利組織和非政府組織捐贈了近 200 萬美元的款項，其中包括 50 萬美元，用於加州野火、冰暴、德州大停電以及颶風艾達之後的救災。此外，該基金會還捐贈了 150,000 美元，以支援 COVID-19 疫情期間位於印度的團隊成員。2021 年 12 月，為了應對美國中西部和東南部一系列由龍捲風造成的大面積破壞和災難，Gap 基金會向美國災害慈善中心 (Center for Disaster Philanthropy) 捐款 100,000 美元。這筆捐款幫助了受這場自然災害影響的個人和家庭，使他們在身體、情感和經濟上得以恢復。

15. Selvage 基金是為了幫助 Gap 集團的員工應對不時之需而創立，Selvage 本身指為防止面料開線或磨損的密縫梭織包邊。2021 年，該基金會提供超過 300 多筆捐款，總額超過 250,000 美元，用於在 COVID-19 期間為員工提供支援。



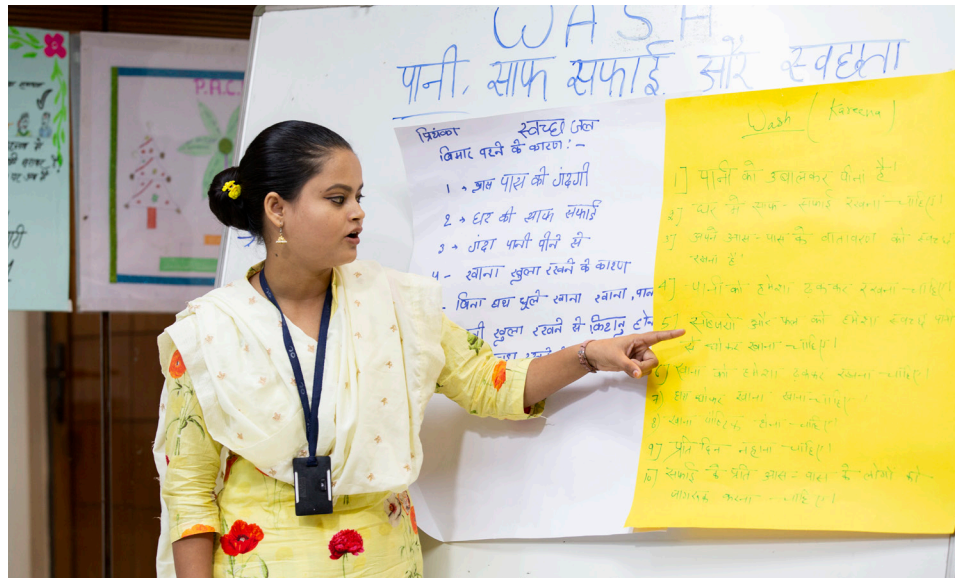


# 回饋社區

我們認為擁有一個乾淨健康的地球是一項基本人權。氣候變化和水資源匱乏是超越國界的全球性挑戰，影響著世界各地的人們。



我們的環境保護方法核心在於創造更永續的產品，解決氣候、廢棄物和用水問題。我們從這些問題中看到了巨大的潛力，我們可以借此對人們的生活創造積極影響，並且回饋世界各地的社區。

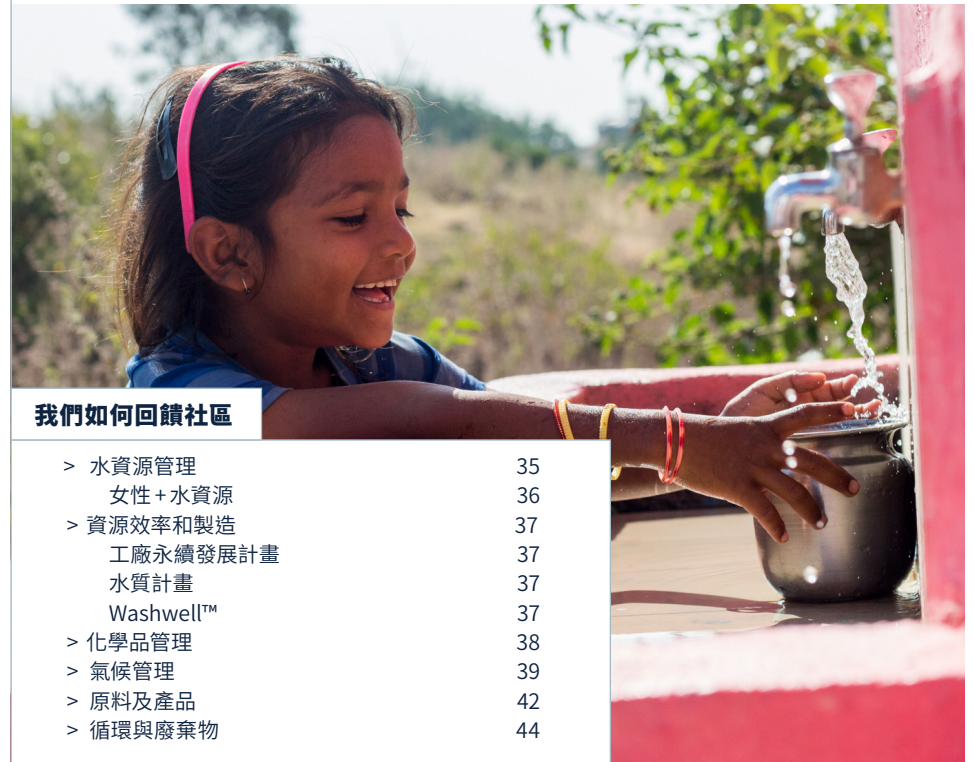


我們的許多舉措，尤其是關於水的舉措，給女性帶來了更多機會，並認可了她們在每個服裝生產環節中發揮的核心作用，從而對女性的生活產生了積極影響。保護我們的地球對我們永續發展的企業策略而言至關重要，也是公司未來的核心。

為努力達成我們遠大的目標，我們每天都有所行動，包括將更永續性做法納入產品開發，並與企業、非營利組織、政府及社區組織合作，在打造欣欣向榮的地球方面善盡自己的一份力量。

「我們認為水資源是一項人權，對於我們的業務而言也是重要自然資源。我們使用水來栽培棉花等原材料；我們製造產品的織布和洗布廠會消耗水；顧客洗滌衣物也會用水。水資源對於公司產品製造者的健康和福祉同樣至關重要，而製造者以女性佔絕大多數。這就是 Gap 採取措施減少用水量並確保我們為更永續的未來做出貢獻的原因。」

Mark Breitbard, Gap 品牌總裁兼執行長



我們如何回饋社區

> 水資源管理	35
女性+水資源	36
> 資源效率和製造	37
工廠永續發展計畫	37
水質計畫	37
Washwell™	37
> 化學品管理	38
> 氣候管理	39
> 原料及產品	42
> 循環與廢棄物	44



# 水資源管理

水資源對我們的企業而言至關重要。然而，制衣業通常從用水需求量大且用水壓力突出的地方取水。

鑒於此，我們的水資源管理工作主要側重於在水風險地區運營且用水量大的供應商，與他們合作推出創新的本地解決方案。

透過與供應商合作，我們可以幫助他們實施與水質和效率相關的行業計畫和 Gap 集團計畫（例如工廠永續發展計畫和水質計畫），使他們能夠達到節水目標的要求。作為水資源復原力聯盟創始成員，我們支持其希望在 2050 年時達成的宏大目標：

- > 在缺水地區實現用水的正向影響。
- > 水資源復原力價值鏈
- > 全球領導力提升水資源復原力的遠大目標

我們採取策略性的方法，在產品流程中，特別是在原材料採購和製造中提升用水效率。我們的目標是消除化學品對水的污染，提高用水意識，尤其是女性的用水和衛生設施條件，創造和利用各種機會來建立社區的水復原力，並促進相關技術創新。

我們的計畫和合作旨在應對不同的水資源挑戰，動員更廣泛的商業行動，提高對於這些關鍵問題的意識。我們專注於三個相互關聯的領域：

1. 女性 + 水資源 (第 36 頁)
2. 資源效率與製造 (第 37 頁)
3. 原料和產品 (第 37 頁)

## 2021 年進展

2021 年，我們與 Water Foundry 諮詢公司的企業水資源管理專家攜手，開始制定水資源戰略。我們還邀請了 20 多位主要利益相關者和水資源專家，透過 Ceres 推動的圓桌討論會，針對我們在原材料、製造和顧客社區領域的初步水資源戰略收集回饋意見。

為了指導我們未來的戰略，我們與世界自然基金會 (WWF) 合作，將我們的水資源管理活動集中在價值鏈中用水緊張的地區，並制定社區水資源復原力框架。WWF 還幫助我們評估整個供應鏈宏觀層面的水風險，並設定新的基於環境的水目標，這將作為我們制定用水方面的長期科學目標 (SBT) 的基礎。



我們為管理水安全相關的風險和機遇做出了巨大努力，因此在 2021 年獲得 **CDP 水資源** 給予的 A- 評級。



未來，我們將立足於這些專業見解，以我們在 USAID 與 Gap 集團合作的「女性與用水」聯盟中開展的社區水資源復原工作為堅實基礎，推廣發揚我們在製造業中的節水實踐，繼續提升價值鏈的水資源復原力。

若要瞭解更多有關我們與供應商合作的方法、我們的行業合作關係，以及我們為加強水資源管理所使用工具的資訊，請造訪我們的網站。

## 多方聯手推動行業變革

我們在多項措施中進行合作以解決水資源短缺問題，改善取得用水以及衛生設施，並且支援製造業的省水創新，例如**水資源復原聯盟 (Water Resilience Coalition)**、**WASH4WORK 倡議**和**Ceres 聯盟的「Connect the Drop」計劃**。我們的其他活動的亮點包括：

- **世界水資源日**：2021 年 3 月，Gap 品牌總裁兼執行長 Mark Breitbard 在 UNGC 的 CEO 水資源管理倡議 (CEO Water Mandate) 活動上發言，強調水資源對企業的價值。
- **世界水資源週**：2021 年 8 月，我們參與第七屆的 SIWI 世界水資源週座談小組。涵蓋的領域包括建立社區水資源復原的商業案例、水資源策略如何推動戰略商業價值，促進服裝製造業用水創新的合作關係，以及我們如何透過更永續的棉花來源來應對水資源和氣候危機。
- **服裝產品水資源創新中心**：我們與全球的紡織品製造商 Arvind Limited 攜手合作，目前正在印度打造一個佔地 18,000 平方英尺的服裝產品水資源創新中心。該中心將於 2022 年開放，將展示水資源管理最佳實踐和回收技術。

## 計畫聚焦

# WOMEN +WATER



Gap Inc.

服飾生產從業者大部分都是女性，而在我們的主要供貨國家/地區，用水、環境衛生和個人衛生 (WASH) 服務是許多女性面臨的重大挑戰。在這些社區，女性擔負著烹飪、清潔和蓄水等主要家務職責，因此她們也承擔著缺水帶來的巨大壓力。

我們對印度予以特別關注，因為印度是棉花種植和紡織製造的重要地區。我們透過 USAID 與 Gap 集團之間的公私合作專案——「女性與用水」聯盟，與 CARE、Water.org、WaterAid 和永續社區研究所合作，在印度中央邦和馬哈拉斯特邦缺水的恒河、戈達瓦裡河和納爾馬達河流域，為女性提供更好的 WASH 服務。

在因 COVID-19 暫停工作六個月後，婦女與水資源合作夥伴同意將該計畫再延長一年，直到 2023 年 1 月。未來，我們將利用計畫帶來的見解，來構建 Gap 集團社區水復原戰略，以支持我們的 2050 年水資源目標，即在缺水地區創造積極影響並建立具備水資源復原的價值鏈。



## 2023 年的目標

幫助 **200 萬人** (包括 100 萬女性)  
改善飲用水和衛生條件

● 正常進行

## 2021 年的進展

自 **2017 年** 以來，共幫助 150 萬人改善了用水條件，其中包括 2021 年的 938,000 多人

## 亮點

2021 年，棉花種植社區有超過 **47,000 多名女性** 透過 P.A.C.E. 接受了 WASH (用水、環境衛生和個人衛生) 實踐培訓 (自 2017 年以來總計 162,000 人)

與印度國家政府和地方政府合作，針對用水問題制定了 **2,100 多份村莊行動計畫**

透過 31,700 多筆小額貸款促成了 **610 萬美元** 的 WASH 融資 (自 2017 年以來共計 66,100 筆貸款，金額達 1,270 萬美元)

在參加用水節水相關培訓後，有 **4,100 多個農戶** 採用了水資源管理的最佳實踐



**47,000**

名婦女透過 P.A.C.E. 接受有關 WASH 實踐的訓練



**4,100**

位農民採用了水資源管理實踐

「我們每天不用再走路取水，節省了不少時間，村裡的女性和我現在可以和家人呆在一起更久，而且也有了個人的時間。有了更多時間之後，我們可以在農場工作，從而增加了我們的收入。」

**Pooja Doriya**，印度中央邦 Jamgod 村的棉花種植戶



# 資源效率與製造

在製造過程中，我們的目標是以永續的方式使用所有資源，最終以更少的資源創造更多價值。

我們不斷深入規劃上游供應鏈，以便更好地瞭解我們在產品生命週期開始時的水資源影響。這使我們能夠將我們的製造足跡與種植原材料的地理區域聯繫起來。

許多用水問題都與當地環境密切相關，我們計畫透過更深入的瞭解，進一步提高透明度，設定更長遠的目標，改善整個供應鏈的用水影響。我們已按照 WWF 流域風險評估對所有優選濕加工設施（占我們一級工廠業務的 100%，二級工廠業務的約 65%）進行了摸排，以幫助確定重點領域的優先順序。

我們透過 **工廠永續發展計畫**，讓戰略工廠參與進來，使用關鍵行業工具和舉措來幫助我們實現長期承諾。所有戰略工廠都必須參與這些行動，確保我們的方法能夠與行業標準保持一致，提高透明度，推動創新。

我們還與服裝影響研究所 (Aii) 合作，開發平臺和試點專案，幫助各設施減少用水量。我們透過開展**水質計畫 (WQP)**，積極監測和改善牛仔布水洗廠的廢水水質。此計畫現已包含化學品管理，這也是水質管理的關鍵部分（詳見第 38 頁）。

## 2021 年進展

2021 年，我們開始與 WWF 和優選濕加工供應商合作，根據具體情況設定用水目標，並幫助供應商設施制定節水策略。

到 2021 年底，我們有 99% 的一級供應商和 91% 的戰略二級供應商使用永續服裝聯盟的希格指數 3.0 版設施環境模組完成了自我評估，展示了他們 2020 年以來的水和能源使用情況，以及化學品和廢棄物管理情況；64%（463 個）設施確認了回應。



## 13.8B

2014 年以來共  
節水 138 億升

2021 年的廢水品質檢測顯示，在 53 家重點牛仔洗布廠中，有 94% 所有常規參數均達到了基礎或更高水準，並且未檢測到 ZDHC MRLS（危險化學品零排放製造限制物質清單）參數。

總共有 89 間工廠參與並完成了我們的資源效率計畫。由於疫情持續影響供應鏈合作夥伴，我們提供了靈活且成本更低的方式，便於他們加入計畫並報告結果。請參閱**範疇 3 排放**一節，詳細瞭解有關我們的合作夥伴如何幫助供應商解決排放問題。

2020 年，我們超額完成了對比 2014 年基準線減少用水 100 億升的目標。

2021 年我們繼續與織布廠和濕加工合作夥伴開展合作，總節水量達到 138 億升。例如，自 2019 年以來，我們與使用印度艾亞美達巴得市再生廢

水的 Arvind Limited 的 Naroda 牛仔布料工廠合作，節省了 17 億公升用水。

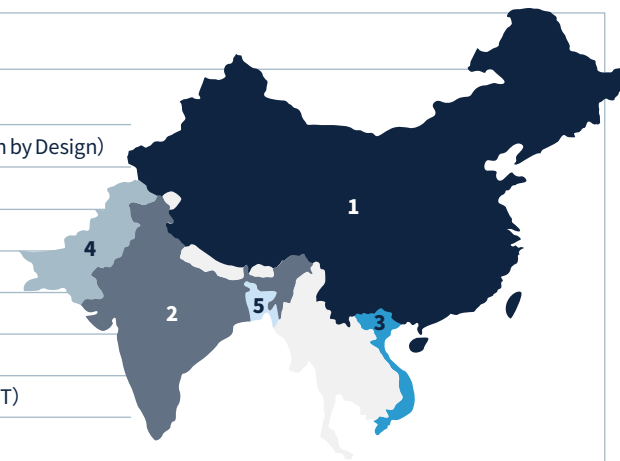
## 原料和產品

隨著我們的品牌不斷減輕各自的影響，它們也在為 Gap 集團的整體水資源戰略和長期業務目標做出貢獻。例如，各品牌擴大了一系列計畫的實施範圍，來減輕用水影響。比如採用了牛仔布的 Washwell™ 環保水洗工藝，與傳統水洗方法相比，將服裝後處理過程的用水量減少了至少 20%。Gap 品牌在 2016 年率先推出了這項技術，2021 年秋冬季系列中的所有 Gap 牛仔服飾都是透過 Washwell™ 計畫製作的。

有關我們選擇省水材料方法的更多資訊，請參閱第 42 頁。

## 主要採購國的節水計畫

國家 / 地區	計畫
1 中國	自然資源保護委員會清潔始於設計 (Clean by Design) 中國工廠效率計畫
2 印度	Arvind 水資源合作夥伴關係 印度水資源合作夥伴關係
3 越南	越南改善計畫 Race to the Top 計畫
4 巴基斯坦	IFC 提高紡織品清潔度合作夥伴關係 (PaCT)
5 孟加拉	PaCT



# 化學品管理

零售業是全球工業水污染的一大來源。為了減少對環境的影響並改善獲得清潔、安全用水的機會，我們的目標是消除供應鏈中有害化學品的排放。我們還認識到一個重要因素，那就是安全管理和處理化學品，以及識別本質安全化學品並擴大其在製造過程中的使用。

我們希望供應商遵守行業準則，包括服裝和鞋類國際 RSL 管理 (AFIRM) 工作組限用物質清單 (RSL)、ZDHC 製造限用物質清單 (MRSL) 和《ZDHC 廢水指南》。此外，我們希望重點供應商<sup>16</sup>完成希格指數 3.0 版設施環境模組，其中包括評估化學品庫存、使用資料和管理實踐，以及環境管理的其他方面。

想要瞭解更多有關我們的化學品管理方法，請造訪我們的[網站](#)。

## 2021 年進展

### 供應鏈

我們一直以來都要求牛仔洗布廠參與**水質計畫**，這已有超過 15 年歷史，所以我們能夠積極監測和改善廢水品質。

除了繼續推動 ZDHC MRSL 和《ZDHC 廢水指南》的實施外，我們還為增加供應商培訓和能力建設機會打下了基礎。

### 化學品與迴圈利用

為了支持 2020 年的迴圈工作，我們加入了 Inter IKEA 和 H&M 集團發起的一項研究，目的在於提高對再生紡織材料化學成分的瞭解。我們和其他參與品牌收集了消費後再生纖維的樣本，並在 AFIRM Group RSL 上進行了化學物質測試。研究組織者於 2021 年 10 月發表了宏觀的研究成果。要瞭解化學品在迴圈經濟中的角色，還需要更多的研究和努力，但這項研究表明，行業合作有助於我們找到合適的解決方案。

瞭解更多有關**永續發展品牌**的研究資訊。

### 消除 PFC 整理劑

我們正在逐步淘汰有問題的化學品，並且有望在 2023 年之前從供應鏈中消除所有 PFC 整理劑。我們的品牌研發、產品品質和工廠管理團隊設定了 PFC 面料轉化的基準線，這些面料需要轉化為非 PFC 面料或者停用。這些團隊透過跨職能部門合作定義最佳實踐，建立面料轉換的內部程序，並與化學品供應商聯繫以獲得技術支援。我們還保有一份可接受的非 PFC 整理劑的內部清單，並與供應商分享。

## 我們如何管理化學品

### 1 輸入管理

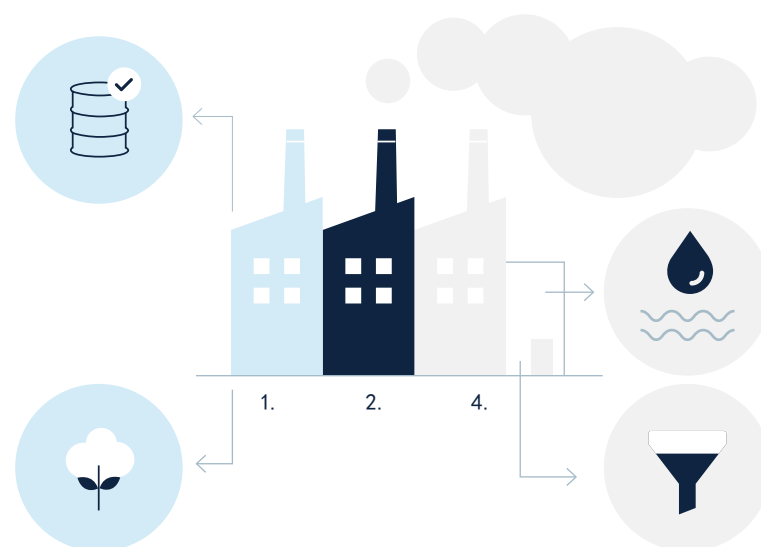
選擇更好的化學投入和起始原料是減少危險化學品的使用和排放的關鍵要素。

### 2 流程管理

在製造過程中堅持化學品管理的最佳實踐對於降低人員和環境風險至關重要。

### 3 輸出管理

服裝和製鞋業的產出包括成品以及廢水。



## 2023 年的目標

### 從供應鏈

中消除 PFC 整理劑

● 正常進行

## 截至 2021 年取得的進展

<2%

我們品牌中使用的布料可能具有含 PFC 整理劑的比例不到 2%。

38%

的防水或防汗產品使用非 PFC 整理劑製造，2020 年這個比例為 7%。

92%

的 Gap 集團 PFC 面料成功轉化或停用。

16. 「重點供應商」都是一級供應商，同時也是至少占面料產量 70% 的面料供應商。



# 氣候管理

我們有責任應對氣候變化，為此我們需要制定符合科學依據和行業實踐的目標和戰略。我們的方法以一系列目標為基礎，這些目標符合《巴黎協定》的科學共識，即努力將全球氣溫上升幅度限制在 1.5 攝氏度以下。

## 到 2030 年的目標

對比 2017 年基綫，為全球的公司直營設施採購 **100%** 可再生能源

● 正常進行

範圍 1 和 2 的 GHG 排放對比 2017 年基準線減少 **90%**

● 正常進行

所購商品和服務的範圍 3 排放量對比 2017 年基準線減少 **30%**

● 正常進行

## 2050 年的目標

實現  
全價值鏈**碳中和**

## 2021 年的進展

2020 年，我們所用的能源有 **17%** 為可再生能源。2021 年的資料將於今年下半年在我們的網站上公佈。

2020 年範圍 1 和範圍 2 的排放量對比 2017 年基準線減少了 **39%**。2021 年的範圍 1 和範圍 2 資料將於今年下半年在我們的網站上公佈。

2021 年範疇 3 數據將於今年下半年公佈。



為了認可我們在管理氣候變遷相關的風險和機會方面的努力，我們在 2021 年獲得 **CDP Climate** 給予的 A- 評級。

作為科學減碳倡議組織 (SBTi) 的成員，我們減少範圍 1 (公司設施使用天然氣、噴氣燃料等形成的直接排放)、範圍 2 (主要為購買的電力) 和範圍 3 (產品的供應鏈排放) 排放的綜合 SBT (科學目標) 在 2017 年獲得了批准。

為實現這些目標，我們制定了解決排放問題的策略，並投資於可再生能源項目，以減少範圍 1 和範圍 2 足跡。針對範圍 3 排放，我們重點關注從製造設施收集可靠的資料、分析產品影響模式和提高透明度，以瞭解並尋求減排機會。我們還與供應商密切合作，以提高能源效率以及圍繞氣候變遷制定策略和目標，並提供教育和資源來幫助他們制定自己的 SBT。

請訪問我們的[網站](#)，詳細瞭解 Gap 集團氣候和能源管理方法。



## ATHLETA: 以可再生能源為依託

截至 2021 年，Athleta 在北美的公司直營店用電量全部被 Fern Solar (北卡羅來納州 7.5 兆瓦的場外太陽能項目) 提供的可再生電力所抵消。該專案自 2018 年開始，由 Salesforce、彭博社、Workday 和 Cox Enterprises 之間簽訂協議，結合購買力並共同擔任可再生能源專案的主力租戶。這個創新項目獲得了兩個獎項：「智慧能源決策」平臺的創新獎和「資源解決方案中心」的綠色電力領導獎。

## 2021 年進展

我們正在探索氣候適應策略，希望在建立企業和社區適應力的同時，減輕氣候變化的經濟和環境影響。其中包括我們供應鏈中的可再生能源專案，以及加速轉換至碳足跡較低的原料，例如再生聚酯纖維（更多資訊請參閱第 42 頁。）。

COVID-19 的持續影響減緩了我們範疇 3 供應鏈能效計劃的進展，因為我們暫停了這些計畫以減輕供應商的成本負擔。但是，透過持續的合作，我們在亞洲的一級和二級設施推動了重要的減排舉措，並確定了未來的行動領域。

我們的 2021 年溫室氣體數據和實現 2030 年目標的進展將會在今年稍晚的時候提供，並在我們的網站上分享（ESG 資源）。



已產生超過

**80,000**

百萬瓦時的清潔能源  
(在 2020 年)。

### 解決排放問題：範疇 1 和範疇 2

Gap 集團大約 85% 的直接 GHG 排放（範圍 1 和 2）由零售店產生，零售店是我們運營能源計畫的重點。我們繼續投資於能效計畫，並對所有店鋪進行評級，以確定改造項目的優先順序，並制定新建築的方案。

我們的可再生能源項目、電力採購協議和現場安裝在 2020 年產生了超過 80,000 百萬瓦時的清潔能源。這些專案使我們成為美國零售業最大的乾淨能源採購商之一。

### 解決排放問題：範疇 3

我們絕大多數的氣候影響都存在於我們的供應鏈排放中，這些排放與我們的生產有直接關聯。我們與我們的產品開發團隊與供應商密切合作，以解決材料和工廠排放問題。除了在我們的供應商群中實施能源效率計畫外，我們還與我們的策略供應商合作，致力於排放減量策略並探索可再生能源機會。

我們的範圍 3 減排方法一個重要部分是與主要供應商市場的行業組織建立合作關係：

**服裝影響研究所 (Aii)：**我們與 Aii 及其前身——「清潔始於設計」(Clean By Design) 的合作帶來了 56,368 公噸的二氧化碳當量減排量，幫助我們支持範圍 3 的 SBT。2020 年，Gap 集團加入了 Aii 新制定的碳領導力計畫，我們的五個設施透過該計畫完成了一項試點，制定了他們的減排目標和計畫。

我們還與 Aii、IDH (永續貿易倡議) 和 CEIA (清潔能源投資加速倡議) 以及其他品牌合作，為越南的設施確定了發展屋頂太陽能項目的機會。

**cKinetics：**我們長期與 cKinetics 諮詢公司合作，以明確主要排放工廠和供應商，以及他們的減排目標和策略。我們的目標是收集更準確的設施級數據，以便制定更穩健的策略，幫助供應商設定 SBT 並支援我們自己的目標。

**施耐德電氣：**2021 年，我們與施耐德電氣合作，在主要供應鏈市場進行可再生能源機會評估，以確定與這些地區的供應商合作的策略。





# 氣候相關財務揭露 工作組 (TCFD)

TCFD 規定了公司應該如何報告氣候相關的風險及風險規避策略。

今年，我們的報告遵循 TCFD 的建議，闡述了 Gap 集團氣候相關風險的治理、風險策略、風險管理、衡量指標和目標。請參閱本報告背面的 TCFD 指數以瞭解我們的完整披露；我們還將相關資訊發佈在我們最新的 **CDP 氣候變遷披露回應** 以及本報告的 ESG 監督一節。



## 我們的外部承諾

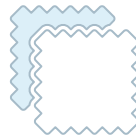
我們與行業組織合作提出倡議，鼓勵政策制定者確立更遠大的目標。我們所有的工作動力都源于遠大的目標、公共承諾、強大的夥伴關係，還有以目標為導向的品牌帶給我們的優勢。

- **《北極企業航運承諾》**：2019 年，我們簽署了海洋保護協會的這項承諾，絕不故意派遣船隻穿越北極脆弱的生態系統。
- **EPA SmartWay 合作夥伴**：2011 年，我們成為 EPA 的 SmartWay 計畫的合作夥伴，該計畫透過衡量、基準評價和提高貨運效率來幫助公司推進供應鏈的永續性。
- **時尚公約聯盟**：這是由領先的服裝和紡織企業組成的聯盟，其確立的共同目標是在 2050 年實現可再生能源全覆蓋、減少 GHG 排放、增加生物多樣性和專注於彈性發展。而且，我們的首席執行官 Sonia Syngal 在 2021 年加入了該聯盟的指導委員會。
- **UNFCCC**：為履行《聯合國氣候變化框架公約》的要求，Gap 集團承諾在 2050 年前實現碳中和。
- **《聯合國時尚產業氣候行動憲章》**：憲章的願景是在 2050 年前實現時尚產業的淨零排放，我們是簽署方之一。
- **永續紡織促進會**：我們簽署了一份公開信，請求全球各國政府利用貿易政策來激勵時尚產業使用更環保的材料，包括低碳纖維。另外還有 50 家企業簽字同意透過採購更永續的材料來支援減排，我們是其中之一。
- **UNGC 的 1.5°C 溫控目標**：2021 年，我們加入了這項倡議，確保我們當前和未來的目標與 1.5°C 的設想保持一致。
- **美國國家海洋和大氣管理局 (NOAA)**：2021 年，我們參加了一場 NOAA 會議，討論了氣候對我們的業務的潛在影響，包括乾旱對棉花的影響，以及暴風雪對物流的影響。請參閱我們的公共政策一節，瞭解更多關於我們倡導工作的資訊。
- 我們還在主要採購市場就氣候政策開展宣傳合作。例如，我們與其他 20 多個品牌共同簽署文件呼籲越南政府簡化和擴大可再生能源使用。

# 原料和產品

我們承諾選擇碳足跡更低、用水更少、產生廢料更少的纖維，並支援生物多樣性保護工作。

我們關注幾乎會消耗全部纖維（約97%）的材料：天然纖維（棉、亞麻等）、合成纖維（聚酯纖維、尼龍、氨綸等）和人造纖維素（粘膠纖維、人造絲、莫代爾等）。



## 97%

的纖維消耗量來自天然纖維、合成纖維和人造纖維素，這是我們優選纖維策略的關注點

## 保護生物多樣性

我們的一些環境目標支持我們對生物多樣性的承諾。我們還與將近十幾個致力於保護自然的非政府組織合作，包括世界資源研究所、世界自然基金會和紡織交易所。我們全力為自然領域 SBT 的制定提供支持，未來我們將制定 Gap 集團的生物多樣性戰略，幫助我們實現這些目標。



## 優選纖維策略

我們首選的纖維策略旨在建立對環境影響較小並支持社會福祉的彈性供應鏈。為此，我們制定了衡量影響的措施來幫助產品開發團隊優化決策，我們還與供應鏈合作夥伴合作，並且參與行業舉措。這一策略使我們的品牌能夠決定採購更受歡迎的纖維，尤其是棉和再生聚酯纖維。

我們使用生命週期評估 (LCA) 資料來確定優選纖維，這些資料包括全球變暖潛勢、水資源利用和富營養化等方面的指標，以及對生物多樣性、迴圈潛力、化學物質、土地使用變化和生產社會條件的評估。為此，我們使用了不同的行業工具，例如永續服裝聯盟的希格材料永續發展指數 (MSI) 和永續紡織促進會的「優選纖維和材料矩陣」。

我們工作的關鍵組成之一是與我們的供應商合作開發永續的面料和製造流程。我們透過開放成衣登記系統 (Open Apparel Registry) 報告所有一級供應商設施情況，保持高透明度，而且二級供應商設施的可見性超過 65%。

此外，我們的產品開發團隊擁有可靠的資源，能夠做出明智的決策，選擇低影響的原材料。這些資源包括錄製好的培訓課程、定期更新的纖維消耗報告、內部綜合性「產品聲明工具包」和新型永續性計算器，使他們能夠評估不同纖維對產品足跡的影響。

我們的品牌有權設定自己的原料目標，並將永續解決方案整合到產品開發中，並且在其中做出超過 80% 的影響決定。因此，我們 2021 年的新產品線更具永續性，例如 Gap 青少年系列、Gap 的 Generation Good 和 Yeezy Gap 圓夾克；Athleta 以再生聚酯製作的輕型彈力面料；Old Navy 利用甘蔗提取材料製作的 EVA 泡沫人字拖；以及 Banana Republic 與 Paravel 合作推出的再生材料旅行系列。

若要瞭解更多有關我們永續材料採購方法的資訊，請造訪我們的[網站](#)。



## 2021 年進展

為了幫助簡化行業方法並擴展原材料採購方面的最佳實踐，永續紡織促進會製作了測試版的「優選纖維和材料矩陣」（基於 Gap 集團 2020 年捐贈給永續紡織促進會的「優選纖維工具包」）。

我們還試用了 SAC 的希格產品環境模組，以瞭解特定產品的影響，並尋求在可能的情況下對環境影響進行可靠的評估。除此之外，我們還為所有品牌開發了一款內部計算器，利用 MSI 資料更全面地評估原材料的氣候影響和水影響，以確定基準線和跟蹤目標。

### 天然纖維

為了實現目標，我們採用組合方法來採購材料，以擴展多種方案並提升纖維安全性。此外，我們與產業夥伴合作，提高適用於我們品牌的永續棉花的溯源性。例如，香港紡織及成衣研發中心有限公司（HKRITA）正在研究在城市環境中種植超長絨（ELS）棉花的理想水培條件，研究成功後能夠在城市環境中實現持續、穩定、透明的棉花供應，有助於支援我們的纖維安全和可追溯性目標。這個項目於 2021 年啟動，並在 2022 年日內瓦國際發明展上獲得了銀獎，該展覽由世界智慧財產權組織（WIPO）、瑞士政府和日內瓦市贊助，目的在於表彰世界各地的發明和研究。



2020 年，我們成為第一個簽署新的《美國棉花信任協議》(USCTP) 的品牌，目前正在開展部署 USCTP 平臺的試點項目，計畫透過供應鏈追溯使用美國產棉花的產品。透過與技術提供商 TextileGenesis™ 合作，我們成功追溯了超過 140,000 件服裝，並將在 2022 年擴大試點範圍。我們還與其他九個品牌一起加入了一個專門小組，致力於透過良好棉花發展協會（Better Cotton）提高可追溯性。

我們的品牌在天然纖維方面處於領先地位。Gap 確立了 2030 年的宏偉新目標，即採購 100% 可再生棉、有機棉、轉化棉或再生棉；Banana Republic 與 Arvind 有限公司合作進行了一項持續多年的投資，為印度的一個農場提供支持，助其順利過渡到有機棉種植。2021 年，Banana Republic 也加入了「優質羊絨標準」Good Cashmere Standard 和皮革工作協會，採購負責任的動物衍生材料。此外，Banana Republic 還參加了「負責任羊毛標準」，Athleta 加入了「負責任羽絨標準」。

### 到 2025 年的目標

100% 的棉花<sup>17</sup>採購自更永續的來源

● 正常

至少 45% 的聚酯纖維來自回收來源 (rPET)。

Gap 集團的一些品牌設定了更高的目標。

● 正常

### 2021 年的進展

79%

的棉花採購自更具永續發展性的來源

10%

的聚酯纖維來自回收來源

### 合成纖維

我們的所有品牌都承諾在 2025 年前將再生聚酯纖維的採購量提高到總使用量的至少 45%，其中 Old Navy 等幾個品牌設定了更高的目標。我們還積極參加永續紡織促進會 rPET 圓桌會議與生物合成工作組，幫助推動永續纖維的行業創新。我們尤其關注環境影響較低的尼龍和氨綸的開發機會，這兩種關鍵性能纖維目前幾乎沒有替代選擇。隨著服裝中超細纖維和微塑膠脫落的研發不斷推進，我們將把最新的見解融入優選纖維策略中。

### 人造纖維素

我們與纖維供應商密切合作，杜絕在生產中使用來自古老瀕危森林、高保護價值和高碳儲量森林的木材衍生纖維。我們繼續與 CanopyStyle 倡議合作，鼓勵全球供應商制定政策並完成審核，確保他們在生產中不會使用來自古老瀕臨森林的木材。我們還與 Canopy 就下一代纖維的來源開展合作，優先考慮回收紡織品和廢棄材料等替代選擇。我們的目標是鞏固我們的業務，只與獲得 Canopy「綠色襯衫」最高排名的供應商合作，這個排名意味著符合保護森林的最佳實踐標準。

我們將繼續探索不同的方式來形成定義，並運用經過驗證的方法，以採用再生農業實踐和化石燃料衍生原材料的替代品。更多資訊請參閱我們的 **2021 年 SASB 索引**。

17. 定義為：良好棉花（Better Cotton，前身為 BCI）、經驗證的美國種植棉花（USCTP）、有機棉、轉化棉（轉化為經驗證的有機棉）、回收棉和再生棉。

# 循環與廢棄物

我們認識到，我們必須解決服裝整個生命週期的問題，包括從原材料到報廢，然後循環往復。

自 2020 年制定策略以來，我們一直與合作夥伴和品牌團隊合作制定循環倡議和目標，我們所有的品牌都包括與至少一個策略支柱符合的工作。

作為我們循環工作的一部分，我們還處理不同的廢物流。我們繼續減少、淘汰和回收包裝廢棄物，並簽署了《時尚協定》關於一次性塑膠的承諾。

如需閱讀更多有關我們在循環利用和廢棄物方面的努力，請造訪我們的網站。



## 四大支柱構成 我們在循環工作的基礎：

- 1. 循環設計：**為設計團隊提供所需工具，以便做出對於產品持久性、再利用和可循環性有積極影響的選擇（請參閱第 42 頁有關採購方法的資訊）。
- 2. 材料與製造：**增加安全、可再生和回收利用材料的使用，並支持循環製造過程中的創新。
- 3. 先進資源回收：**支持時尚產業中收集、分類並且回收舊紡織品然後製成新材料的系統。
- 4. 循環商業模式：**減少使用自然資源獲得的利潤，為顧客產生新的價值要求。

### 1. 循環利用設計

我們的品牌在循環方面處於領先地位。在 2021 年，Gap 和 Banana Republic 推出了專為艾倫·麥克亞瑟基金會 (Ellen MacArthur Foundation, EMF) 牛仔服再設計 (**Jeans Redesign**) 企劃製作的牛仔布系列。牛仔布是根據 EMF 的三項循環原則所生產，其中規定牛仔服應該更多地使用、再次製造，並由安全和可回收或可再生的投入製成。我們在耐用性、可回收性和循環材料的設計經驗中獲得的見解已收錄在 EMF 於 2021 年 12 月出版的《時尚迴圈設計》(**Circular Design For Fashion**) 一書。

### 2. 材料和製造

我們正與 HKRITA 共同合作開發更具可持續性的生產流程和技術解決方案，使該行業能夠在紡織品的整個生命週期中提升循環模型。首先，HKRITA 正與我們的主要供應商之一 Artistic Milliners 合作，開發一種對環境安全的溶解方法，以去除二手衣上的彈性纖維。其次，HKRITA 正與另一家主要供應商 Arvind Limited 合作，開發一種從棉花中去除藍染料的新方法，使牛仔布廢料更容易重複使用或重新染色。

2021 年，我們簽署了微纖維路線圖，作為我們對微纖維聯盟 (TMC) 承諾的一部分。我們還為 TMC 和利茲大學 (英國) 之間的研究合作提供纖維樣品，以提高對減少服裝生產中微塑料和微纖維脫落的技術的理解。

### 4. 進階資源回收

我們是「加速循環」(Accelerating Circularity) 這個產業合作計畫的指導委員會成員。該小組使用研究、繪圖、供應鏈建模、試驗專案以及其他項目來啟動服裝的循環解決方案。2021 年，Banana Republic 和 Old Navy 開始測試將紡織廢料流中的纖維回收並加入新產品中的方法。我們還與 Accelerating Circularity 合作，累積關於紡織品到紡織品回收的知識，預期轉型至先進的化學回收技術。

我們共同發起了一項合作倡議，專注於在加州建立時尚循環經濟，並且預計於 2022 年啟動。

### 4. 循環商業模式

透過我們與 thredUP®、Give Back Box 和 How2Recycle 的合作，我們讓顧客轉售舊衣服並將衣服捐贈給有需要的人。自 2021 年 3 月以來，Gap 品牌顧客已經透過「Give Back Box」計畫捐贈了 2,616 磅。透過與讓舊衣重獲新生的 thredUP® 的合作，我們的 Gap、Athleta 和 Banana Republic 顧客傳送了 80,000 多個清潔工具包，進而促成在 2021 年有 125 萬件商品列出進行轉售。

同樣在 2021 年，Athleta 舉辦了兩次樣品銷售以減少浪費，並為 Gap 集團織邊基金會募集了超過 157,000 美元 (更多資訊請參閱第 9 頁)。Banana Republic Vintage 於 2021 年 6 月以轉售平台形式推出，過去系列的 200 多件廣受歡迎的傳統作品在此進行轉售。



## 包裝廢棄物和一次性塑膠

我們優先處理佔我們一次性塑膠 70% 的關鍵領域的塑膠廢物：衣架、塑膠袋、購物袋和電子商務郵寄袋。

我們的跨職能工作小組正在努力為這些高影響類別尋找解決方案，我們還投資於創新的包裝設計、產品標籤和回收系統。

我們繼續試驗其他解決方案，因為只有少數美國城市能夠回收軟塑膠。這些解決方案包括與店鋪員工進行更好地溝通，討論在其據點目前的資源回收機會，在設計店內行銷資料時考慮資源回收的問題，整個供應商彼此合作，減少運送至店鋪的塑膠袋尺寸。

### 到 2030 年的目標

在 2030 年時淘汰不必要和有問題的塑膠

● 需要注意

《時尚協定》承諾：

在 2025 年時淘汰提供給消費者包裝中不必要或有問題的塑膠，以及在 2030 年時淘汰提供給企業包裝中不必要或有問題的塑膠

確保至少有一半的塑膠包裝是 100% 可回收成分，針對消費者包裝和企業包裝分別在 2025 年前和 2030 年前實現此目標



在推出含有 50% 可回收成分的新塑膠郵寄袋（與 2020 年的 35% 相比）後，團隊決定委託進行生命週期評估，針對我們目前郵寄袋的三種替代品比較其影響和效能：紙質、生物基和可重複使用。如此將可確保數據支持策略往後可以繼續實施。

2021 年，我們加入了《時尚協定》的跨品牌工作小組，幫助資助他們研發塑膠袋的紙質替代品。

我們最大的塑膠減量倡議之一是由 Old Navy 帶領，它將衣架回收計畫擴大到 789 家店鋪（約佔 65% 的店鋪），使品牌能夠轉移 2019 年 6 月至 2021 年 11 月期間，垃圾填埋場所產生的 250 萬磅塑膠。Old Navy 還移除了所有服裝吊牌，節省了大約 190 噸紙張，並且通過使用再生紗線和標籤膠帶代替原生塑膠，節省了 105 噸塑膠。此外，品牌還發布了一個目標，到 2023 年時淘汰美國和加拿大店鋪的塑膠購物袋。





# 公司治理

今天我們開展可持續業務，意味著為明天創造韌性，這會讓 Gap 集團、地球環境和我們的社區受益無窮。企業如何在發展業務、跟上時代步伐並推動自身變革的同時，始終遵循最高的道德價值觀，關鍵就在於良好的治理。

透過確保我們的企業盡可能以合乎道德和透明的方式經營，我們可以回過頭來豐富社區，進一步賦與女性權利，並在我們周圍的世界創造機會。

## 本節內容

環境、社會及公司治理監督	47
負責的企業實踐	49
利益相關者參與	50
產品生命週期	51
環境、社會及公司治理附錄與前瞻性聲明	52



# 環境、社會及公司治理 監督

當我們將永續發展整合到我們的業務中時，  
我們以強大的治理結構和管理監督方法對自己負責。

## 將環境、社會及公司治理融入我們的企業策略

我們的政策和永續發展框架指導我們努力實現公司的社會和環境目標。我們採用前瞻性的治理方法，優先採取董事會監督、戰略增長辦公室 (SGO) 推動和實施的結構。我們穩健的管理流程和政策是負責任、面向未來的企業基礎。

2021 年，Gap 集團改變了組織結構，將環境、社會及公司治理團隊納入集團的 SGO，這個部門的任務是在核心業務以外滿足未來消費者和行業的需求。SGO 匯集了 Gap 集團的策略、環境、社會與管理、政府事務、企業發展和新業務職能部門，以推動符合公司使命和價值觀的可持續成長。我們已經建立了一個環境、社會及公司治理指導委員會，該委員會由來自整個組織的關鍵職能部門的領導者組成。將環境、社會及公司治理納入 SGO 的目的旨在發揮最大的跨部門

合作，這是我們環境、社會及公司治理團隊工作的關鍵部分。環境、社會及公司治理團隊與 Gap 集團的廣泛團隊合作，包括我們品牌的產品和行銷團隊以及我們的平等與歸屬、人力資源、供應鏈策略、政府事務、法律和 Gap 基金會團隊。

## 我們的監督結構

在 Gap 集團，良好的治理始於強大的董事會<sup>18</sup>，董事會已將其對我們永續發展計畫的監督委託給由獨立董事組成的管理和永續發展委員會。治理和永續發展委員會根據我們的總體策略目標，為我們的永續發展計畫提供獨立觀點，並監督我們內部環境、社會及公司治理團隊對該計畫的管理。

透過我們的網站瞭解更多詳情。



### 治理和永續發展委員會 GAP 集團董事會



董事會

監督 Gap 集團的環境、社會及公司治理計畫由董事會治理和永續發展委員會監督，該委員會定期向董事會提供有關 Gap 集團永續發展計畫的最新資訊。  
首席增長轉型官協助企業治理與永續發展委員會履行其監督職責，並向委員會報告。



### Sally Gilligan, 首席增長轉型官

會見整個公司從採購、生產、  
品牌和營運，以及環境、社會及公司治理團隊的各個領導者。

18. 截至本報告日期，Gap 集團的董事會由 12 名成員組成，其中 10 名根據紐約證券交易所規定為獨立人士。五位是女性，三位是有色人種。

## 管理方法

為了給所有利益相關者創造長期價值，使我們的企業和社會能夠長久繁榮發展，我們在所有環境和社會活動中遵循以下方法：

### 融入到業務中

為確保將永續發展作為 Gap 集團的一項重要業務，我們已將其融入到業務戰略中。我們的環境、社會及公司治理團隊在我們的品牌和營運中展開工作。

### 設定企圖宏大的目標

我們為公司制定了年度 KPI 和長期目標，推動我們的工作向前進展、衡量我們的進度並落實當責。

### 衡量承諾的完成進度

我們努力始終向前邁進，創造長期、可持續的進步，並為我們企業所依賴的人員和社區帶來真正的利益，這也有助於我們公司取得成功。我們的數據和衡量方法確保我們能夠掌握到此進度，並能夠根據例如 GRI 和 SASB 等報導架構明確地向利益相關者報告。

### 與公民社會、政府和其他部門建立合作關係以增加集體影響

透過與從本地到全球的組織合作，我們推動可持續解決方案，創造更大的平等，並在我們的企業、整個行業及其他領域擴大影響。

## 風險管理

每年，管理層和內部稽核團隊共同識別和評估可能影響公司運營或實現目標之能力的最大現有風險和新風險。

風險委員會由代表高級領導團隊的領導組成，負責監督年度企業風險評估 (ERA) 流程：

- 高級管理人員和副總裁透過線上問卷或訪談提供有關風險和緩解措施的意見。
- 風險委員會審查結果，識別任何其他關鍵風險，並根據風險暴露和緩減成熟度，在適當的位置中對其進行優先等級排序。
- 執行長、董事會和高級領導團隊使用 ERA 來監控和降低風險，以及更新政策並在需要時將其納入業務連續性計畫。

我們還考慮當地情況制定特定國家/地區策略，並且正在建立新的風險情報辦公室，專注於與供應鏈相關的風險。

透過我們的網站瞭解更多詳情。

## 企業風險管理流程

內部稽核團隊  
進行 ERA



風險委員會  
分析 ERA



執行長、董事會和高級領導團隊  
審查結果以監控和降低風險



ERA 通知年度內部稽核計畫以及持續的董事會監督





# 負責的企業實踐

在 Gap 集團，誠信已經深植於我們企業的所有方面。我們透過一套強有力的政策來堅持最高標準的道德、透明度和合規性。

## 商業行為準則 (COBC)

我們透過做正確的事藉此樹立誠信和信任的文化：負責任、合乎道德、誠實地展開業務。我們的全球 COBC 以 10 種語言發表，列出了我們希望所有 Gap 集團員工維護和遵守的政策、價值觀和原則。全球誠信團隊負責監督我們的 COBC 計畫。

## 員工培訓

我們為所有加入集團的新進員工提供 COBC 存取權限，並要求在入職後 30 天內完成 COBC 概述線上學習單元。其他培訓會根據員工所在地、級別和職位來提供。培訓包括一些具體問題，例如性騷擾、非歧視和騷擾、薪資和工時合規、工作場所便利設施、反腐敗以及資料隱私和安全性。我們的全球誠信團隊同時會常年實施臨時與定期的培訓課程。

## 讓員工暢所欲言

我們鼓勵我們的員工透過我們的門戶開放 (Open Door) 流程舉報任何可疑的違規行為。員工可以向他們的經理、下一級經理、當地人力資源、我們的全球誠信團隊，或我們的保密 COBC 熱線提出疑慮。該熱線是一套電話和網路舉報系統，為公司員工和與 Gap 集團有業務往來或與公司業務有關的人員提供全年無休的服務。

我們設有記錄、處理和解決收到投訴的調查團隊，以及全球誠信和內部稽核小組，將在需要時進行廣泛的調查。



## 反腐敗與反賄賂

我們致力於在我們的全球業務中維持努力解決腐敗風險的合規計畫。

我們全公司的系統監控和解決反腐敗風險，並執行我們的內部反腐敗和反賄賂培訓我們為特定層級和高風險市場提供反腐敗培訓（提供所有員工參加），以幫助員工認識和避免腐敗行為。我們的法律團隊進行風險評估並且將腐敗作為關鍵部分。

造訪我們的政策[網站](#)瞭解更多詳情。

## 供應商行為準則 (COVC)

為確保我們的合作夥伴依照我們的標準行事，我們要求為 Gap 集團生產商品的所有工廠都符合我們的 COVC 要求和人權政策，當中定義了我們的方法和活動以防止人權濫用。

我們支持 UDHR、UNGC、OECD 的《跨國企業準則》以及 ILO 的核心公約中所概述的原則，並以此為基礎制定我們的政策。

COVC 還向與 Gap 集團有業務往來的所有一級廠商和供應商規定了我們對環境標準的基本期望。我們希望所有工廠都遵守相關的環境法律法規，管理其能源使用和水資源影響，並每年完成 Higg 指數工廠環境模組。

## 資料隱私

作為建立在客戶信任基礎上的全球品牌，我們尊重客戶的隱私權。我們在資料使用、新技術和服務方面遵循七項原則：同意、控制、公平、最小化、保密、存取和落實當責。

我們的《個人隱私政策》符合我們經營業務所在司法管轄區的相關法律。儘管這些權利可能各有不同，但即使某個國家或司法管轄區並未要求我們做到，我們仍然會盡合理努力來實踐要求。我們的隱私政策因其清晰和簡單而受到讚譽。

我們也知道，安全是任何良好隱私計畫的中心。我們使用廣泛接受的安全標準和實踐作為制定確保個人資訊安全決策時的指導原則。

如果要瞭解更多有關我們個人隱私政策的資訊，請造訪[網站](#)。

# 利益相關者參與

在全球和當地與利益相關者對談並與專家組織建立合作關係對於我們的環境、社會及公司治理策略而言至關重要，因為如此才能透過我們的計畫發揮最大的積極影響。

我們定期與廣泛的利益相關者合作，藉此更深入地瞭解影響他們、我們的產業格局和社會的複雜問題。這樣的對話有助於我們改善策略、設定目標、專注於行動並擴大行業解決方案。

若要瞭解我們的措施和合作夥伴組織的更多資訊，請造訪我們的網站。

為了收集反饋意見、做出相應回應，並推動整個企業的改善，我們利用了多種方法來促進利益相關者的參與，包括：

1. 召集行業和利益相關者夥伴討論需要合作的系統性問題。
2. 針對重大議題與專家組織進行正式和非正式磋商。
3. 透過政府參與，針對環境、社會及公司治理相關政策問題表達我們的意見。

請訪問我們的網站，詳細瞭解我們如何促進利益相關者參與。



## 我們供應鏈中的人權參與

我們的供應商可持續性和人權和勞工團隊負責管理和執行我們的人權和勞動利益相關者參與策略。

### 供應商關係

我們定期與供應商接觸，倡導人權並推動更好的實踐。為了清楚地瞭解我們的人權政策、做法和申訴管道，我們透過線上平台以當地語言提供所有相關資訊，並在需要時提供實體和網路支援。

### 與員工溝通

我們會透過評估（包括正式面談）以及我們的團隊與員工代表建立的非正式關係，定期與一級供應鏈的員工進行接觸。我們還鼓勵我們供應鏈中的員工分享他們的想法和經驗，我們使用數位技術盡可能簡化意見反饋過程。這些定期檢查讓我們能夠瞭解特定的人權問題或主動減輕任何風險。

此外，我們在制定和改進以員工權利和賦予婦女權力為重點的計畫時，會詢問員工的看法。

深入瞭解

> 人權

> Empower@Work

## 公共政策參與

我們認為，在影響我們業務和社區利益的問題上，參與政治和監管程序非常重要。我們透過公共政策和政府宣導，積極推動 Gap 集團的策略。

如果涉及我們的業務和我們發展業務的能力，並且符合我們的價值觀、法律義務以及我們的《商業行為準則》和《供應商行為準則》，我們也會參與政治活動並宣導立法。例如，Gap 集團執行長 Mark Breitbard 於 2021 年在白宮會見了副總統賀錦麗（Kamala Harris），針對在疫情後環境中促進“照護經濟”及其對員工影響的相關政策進行討論。

此外，過去我們一直積極參與政策討論，並就與貿易、稅收政策、港口/基礎設施和環境問題相關的問題進行遊說。Gap 集團只針對會對我們的業務產生直接影響的投票決策、倡議或提案進行表態。

擴展閱讀

- > 與 NOAA 合作展開氣候倡議工作
- > 附錄中披露的 Gap 集團政治獻金
- > 公眾參與政策



## 1 設計與開發

我們的產品開發團隊在設計和製造更具可持續性產品方面接受過相關訓練，並對於決定公司服裝的生產者有重大影響。這使得我們能夠解決我們更廣泛的環境足跡並改善工廠的工作條件。若要查看有關我們評估、水資源、化學品管理、材料以及循環利用做法的更多資訊，請參閱我們的豐富社區和賦予婦女權力與人權等節。

## 2 原料與加工 (三級供應商)

為了盡量減少我們在產品中使用的纖維的影響，我們特別關注棉花，我們還採取措施採購更可持續的合成和人造纖維素纖維。如需瞭解更多有關我們水資源和氣候實踐的資訊，請參閱我們的豐富社區一節。

## 3 紡織品製造 (二級供應商)

織布廠使用大量的能源和水，而且它們使用的化學品如果處理不當，會影響當地的水域。透過我們的工廠永續發展計畫，我們將明確的環境標準整合到我們的採購決策中。如需瞭解更多有關評估、P.A.C.E.、水資源、化學品以及氣候實踐的資訊，請參閱我們的豐富社區和賦予婦女權力與人權等節。

## 4 產品與精加工 (一級供應商)

我們改善供應鏈工作條件的綜合方法結合了工廠監控和能力培養計畫，讓我們的供應商參與衡量和解決他們的環境和社會影響。如需瞭解更多有關評估、能力培養、P.A.C.E.、水資源、化學品和氣候實踐的資訊，請參閱我們的豐富社區和賦予婦女權力與人權等節。



## 7 消費者使用和循環

我們使用產品標籤、目錄、社群媒體和部落格文章來教育我們的客戶如何穿著、保養以及丟棄他們的衣服，以減少我們產品的總環境足跡。我們還參與並且為整個行業解決方案做出貢獻以減少產品壽命結束後的影響。如需瞭解更多有關我們循環的資訊，請參閱我們的豐富社區一節。

## 6 零售店

我們正在努力減少公司直營店對於環境的影響。我們也會在 Old Navy 門市實施 This Way ONward，幫助在求職時遭遇障礙的年輕人獲得他們的第一份工作。如需瞭解更多有關平等與歸屬、This Way ONward、氣候、循環以及材料的資訊，請參閱回饋社區和創造機會部分。

## 5 物流與配送

我們使用海運、空運、卡車和火車等運輸方式的最好組合，將產品從供應商運送到我們的配送中心，然後再運送到門市和顧客。我們也正在努力節約能源和減少配送中心中產生的垃圾，配送中心是我們擁有和運作的最大設施。如需瞭解更多有關我們循環和氣候實踐的資訊，請參閱我們的豐富社區一節。

# 環境、社會及公司治理附錄和前瞻性聲明

## 實質性

當今世界的發展日新月異，我們希望專注於 Gap 集團能夠發揮最大影響力的問題。

我們優先考慮對我們的利益相關者和企業最重要的永續發展問題。這些是我們的重大議題，它們指導著我們環境、社會及公司治理團隊的策略和計畫。

2021 年，我們與第三方專家顧問進行了最新的實質性分析。

為求明確起見，對於指導我們永續發展策略和計畫的實質性問題進行確認，不應被解釋為關於此類問題或相關資訊對於 Gap 集團投資者所造成的實質性或財務影響的特徵。如需就 Gap 集團投資者而言重大的風險進行討論，請參閱我們向美國證券交易委員會提交至 2022 年 1 月 29 日為止的 10-K 表單年度報告、隨後的 10-Q 表單每季報告以及 8-K 表單的目前報告。

深入瞭解

> 2021 實質性矩陣

> SEC 檔案

## 環境、社會及公司治理架構

### 全球報告倡議 (GRI)

我們根據 GRI 標準準備了本報告。

深入瞭解

> GRI 指數

### 永續發展會計準則委員會 (SASB)

我們的 SASB 指數參考了 SASB 可持續行業分類系統定義的服裝、配飾和鞋類行業標準 — 電子商務、多商品線和專營零售商和經銷商，以及服裝、配飾和鞋類，該資訊位於 Gap 集團的環境、社會及公司治理報告以及我們的網站。

深入瞭解

> SASB 指數

### 氣候相關財務揭露工作小組 (TCFD)

TCFD 是一個建議架構，建議公司做出更有效的氣候相關揭露，進而促進更明智的投資、信貸和保險承保決策。我們今年首次向 TCFD 報告，以及詳細說明我們氣候相關風險披露的 TCFD 指數，可以在第 72 頁中找到。

深入瞭解

> TCFD 指數

## 前瞻性聲明注意事項

本報告以及管理高層的相關評論可能包括美國聯邦證券法意義範圍內的「前瞻性聲明」。前瞻性聲明是除了歷史事實聲明之外的任何聲明。前瞻性聲明代表我們目前對未來可能事件的判斷，並經常以下列字詞所識別：例如「預期」、「出現」、「大約」、「相信」、「繼續」、「可能」、「設計」、「效果」、「預估」、「評估」、「預期」、「預測」、「目標」、「倡議」、「意圖」、「可能」、「目標」、「展望」、「計畫」、「潛在」、「優先事項」、「專案」、「追求」、「尋求」、「應該」、「標的」、「何時」、「將會」、「將要」或任何上述任何言語或類似表達的否定語。

在發表這些聲明時，我們根據我們對歷史趨勢、目前狀況和預期未來發展的經驗與看法，以及我們認為在這種情況下適當的其他因素得出假設和分析。我們認為這些判斷是合理的，但這些聲明並不保證未來任何事件或財務結果，而且我們的實際結果可能因各種因素而有重大差異，其中許多內容都包括在我們最近的 10-K 表單的年度報告以及我們向美國證券交易委員會提交的其他檔案中。在此提醒讀者不要過分依賴前瞻性聲明。前瞻性聲明僅在製作完成日期時才會發表，除非法律有明確規定，否則我們沒有義務公開更新或以其他方式修訂任何前瞻性聲明，無論是由於有新資訊、未來事件或會影響這些聲明主題的其他因素。

## 深入瞭解

主題	連結
董事和股東權	> Gap 集團治理
環境、社會及公司治理公開	> 環境、社會及公司治理資源
企業風險管理和合規	> 管理風險 > SEC 檔案 > 企業合規政策 > 環境、社會及公司治理資源
隱私與資訊安全	> Gap 集團個人隱私政策



# GAP 集團 2021 GRI 指數 – 2016 年通用標準

我們力求參考全球報告倡議組織(GRI)標準準備報告。備註：環境、社會及公司治理報告係指Gap集團的2021年環境、社會及公司治理報告；永續發展網頁係指我們的全球網站，該網站託管了我們的環境、社會和管理(環境、社會及公司治理報告)中心以及平等與歸屬報告；年度報告係指Gap集團截至2022年1月29日的會計年度的10-K表格年度報告；而委託代理書係指Gap集團股東年度大會通知2021和2022年委託代理書。請在我們的網站上找到更多信息[投資者關係網頁](#)。

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
<b>一般揭露</b>				
<b>組織簡介</b>				
102-1	組織名稱	年度報告	部分 I, 項目 1。業務	1
102-2	組織活動的描述；主要品牌、產品和服務，包括在某些市場被禁止的任何產品或服務的說明	年度報告	部分 I, 項目 1。業務	1
102-3	組織總部的位址	年度報告	部分 I, 項目 2。屬性	23
102-4	營運地點：組織營運所在的國家/地區的數量，以及其展開重要業務和/或與報告中涵蓋的主題相關的國家/地區的名稱	年度報告	部分 I, 項目 2。屬性	23
102-5	所有權性質和法律形式	年度報告	部分 II, 項目 5。註冊人普通股權益市場、相關股東事項和發行人購買權益證券	24
102-6	服務的市場，包括地理細分、服務的行業，以及客戶/受益人的類型	年度報告	部分 I, 項目 1。業務，和項目 2。屬性	1, 23
102-7	報告機構規模	年度報告	部分 I, 項目 1。業務，和部分 II, 項目 7。管理階層對財務狀況和營運結果的討論和分析	1, 26
102-8	關於員工和其他工人的資訊	年度報告 永續發展網頁	部分 I, 項目 1。業務 <b>衡量我們的進步：員工 我們的組成</b>	1
102-9	描述組織的供應鏈	環境、社會及公司治理報告	公司治理：產品生命週期	51
102-10	有關組織規模、結構、所有權或其供應鏈的重大變化	環境、社會及公司治理報告	公司治理：環境、社會及公司治理監督	47

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
102-11	組織是否以及如何應用預防方法或原則	永續發展網頁	Gap 集團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。若欲瞭解更多資訊，請參閱 <b>化學品管理和負責的企業實踐</b> 。	
102-12	列出組織簽署或認可的外部制定的經濟、環境和社會章程、原則或其他倡議	永續發展網頁	<b>環境、社會及公司治理資源</b> <b>會員資格和合作夥伴組織</b> 。我們支持並且根據世界人權宣言 (UDHR)、聯合國全球契約 (UNGC)、OECD 的跨國企業準則和國際勞工組織 (ILO) 核心公約中所列舉的原則制定政策。	
102-13	行業或其他協會以及國家或國際倡導組織的成員	永續發展網頁	<b>會員資格和合作夥伴組織</b>	
<b>策略</b>				
102-14	組織最高決策者的聲明	環境、社會及公司治理報告	整體方向：我們對環境、社會及治理 (環境、社會及公司治理報告) 的承諾 整體方向：我們的方法	4 6
102-15	關鍵影響、風險和機會的描述	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：環境、社會及公司治理報告 附錄和前瞻性陳述 <b>負責的企業實踐</b> <b>實質性</b> <b>CDP 氣候揭露 2021 (C2.2a, C2.3a C2.4a)</b>	52
<b>道德與誠信</b>				
102-16	描述組織的價值觀、原則、標準和行為規範	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：負責的企業實踐 <b>負責的企業實踐</b>	49
<b>公司治理</b>				
102-18	報告組織的管理結構，包括最高管理機構的委員會和負責經濟、環境和社會影響決策的委員會	環境、社會及公司治理報告 投資者關係網頁	公司治理：環境、社會及公司治理監督 <b>公司治理情況說明書</b> <b>委員會組成</b>	47
102-21	報告利益相關者與最高治理機構就經濟、環境和社會議題進行磋商的過程	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：利益相關者參與 <b>負責的企業實踐</b>	50



GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
102-26	報告最高治理機構和行政高層人員在制定、核准和更新與經濟、環境和社會主題相關的組織宗旨、價值或使命聲明、策略、政策和目標中的角色	永續發展網頁 投資者關係網頁	<b>管理方法</b> <b>公司治理指引</b>	
102-29	報告最高治理機構在識別和管理經濟、環境和社會主題及其影響、風險和機會方面的作用，包括其在實施盡職調查過程中的作用 報告是否使用利益相關者協商來支援最高治理機構對經濟、環境和社會主題及其影響、風險和機會的識別和管理	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：風險管理 公司治理：環境、社會及公司治理監督 <b>負責的企業實踐</b> <b>管理方法</b>	48 47
102-30	報告最高治理機構在根據經濟、環境和社會主題審查組織風險管理流程有效性方面的作用	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：風險管理 <b>負責的企業實踐</b>	48
102-32	正式審查和批准企業的可持續發展報告並確保涵蓋所有重要議題的最高委員會或職位	環境、社會及公司治理報告	公司治理：環境、社會及公司治理監督	47
102-33	將關鍵問題傳達給最高管理機構的流程	環境、社會及公司治理報告	公司治理：環境、社會及公司治理監督	47
102-38	年度總薪酬比例	委託代理書	<b>2021年執行長薪酬比率</b>	75
<b>利益相關者參與</b>				
102-40	組織參與的利益相關者群體清單	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：利益相關者參與 <b>會員資格和合作夥伴組織</b>	50
102-42	識別和選擇利益相關者進行接觸的依據	環境、社會及公司治理報告	公司治理：利益相關者參與	50
102-43	利益相關者參與的方法，包括不同類型和利益相關者群體的參與頻率	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：利益相關者參與 <b>負責的企業實踐</b>	50
102-44	通過利益相關者參與提出的關鍵議題和疑慮，以及企業如何回應這些關鍵議題和疑慮，包括通過其報告進行回應	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：利益相關者參與 公司治理：環境、社會及公司治理報告 附錄和前瞻性陳述 <b>實質性</b>	50 52
102-45	列出組織合併財務報表中包含的所有實體；報告是否有任何實體未涵蓋在報告中	<b>年度報告</b>	部分I，項目1。業務 <b>展示項 21「註冊人的子公司」</b>	1
102-46	定義報告內容和主題邊界的流程；說明組織如何實施用於定義報告內容的報告原則	環境、社會及公司治理報告	整體方向：關於本報告	3

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
102-47	列出在定義報告內容的流程中確定的重要主題	環境、社會及公司治理報告 永續發展網頁	公司治理：環境、社會及公司治理報告 附錄和前瞻性陳述 <b>實質性</b>	52
102-48	重述以前報告中提供的資訊的影響，以及重述的原因	不適用	上一份報告沒有重述。	
102-49	實質性議題列表和議題界限與之前報告期的重大變化	環境、社會及公司治理報告	公司治理：環境、社會及公司治理報告 附錄和前瞻性陳述	52
102-50	提供資訊的報告期間	環境、社會及公司治理報告	整體方向：關於本報告	3
102-51	最近上一次報告的日期	環境、社會及公司治理報告	整體方向：關於本報告	3
102-52	報告週期（每年、每兩年等）	環境、社會及公司治理報告	整體方向：關於本報告	3
102-53	有關報告或報告內容的問題的聯絡點	環境、社會及公司治理報告	整體方向：關於本報告	3
102-55	GRI 內容索引	永續發展網頁	<b>GRI 內容索引</b>	
<b>經濟</b>				
<b>經濟表現</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	<b>年度報告</b>	部分 II，項目 7。管理階層對財務的討論和分析 經營狀況和結果	26
201-1	產生和分配的直接經濟價值	<b>年度報告</b>	部分 II，項目 7A。關於市場風險的定量和定性揭露 部分 II，項目 7。管理階層對財務的討論和分析 經營狀況和結果	40
201-2	氣候變遷帶來的財務影響以及其他風險和機會	永續發展網頁	<b>CDP 氣候揭露 2021 (C2.1b, C2.2, C2.2a, C2.3, C2.3a, C2.4, C2.4a, C3.1, C3.4)</b> <b>CDP 水資源安全揭露 2021 (W3.3b, W3.3c, W3.3d, W4.1, W4.1a, W4.2b, W4.2c, W4.3, W4.3a)</b>	40
方面：市場形象				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>津貼與福利</b> <b>管理方法</b>	
方面：間接經濟影響				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁 環境、社會及公司治理報告	<b>實質性</b> 賦能機會：員工和社區影響 Gap 集團每兩年對 This Way Onward 計畫進行一次評估，因此請參閱 <b>2020 年全球永續發展報告</b> 第 25 頁計畫參與者在技能/知識方面的百分比增加。	32



GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
203-2	重大間接經濟影響，包括影響程度	環境、社會及公司 治理報告	賦予女性權力：Gap 集團 P.A.C.E. 賦能機會：This Way ONward	16 27
<b>採購做法</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>實質性 採購做法</b>	
<b>反貪污</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁 環境、社會及公司 治理報告	<b>負責的企業實踐</b>  公司治理：負責的企業實踐  評估 Gap 集團反腐敗計畫的有效性，與反腐敗/反賄賂相關的問題在 Gap 集團的商業行為準則 (COBC) 評估中有所體現。COBC 評估每年進行一次，針對不同的市場/職能進行評估。COBC 評估的目標是為了瞭解 COBC 計畫的影響。	49
205-1	評估與腐敗有關的風險的業務		我們在高風險市場開展反腐敗盡職調查 (ACDD)。在這些市場當中，我們的政策要求代表 Gap 集團和/或第三方經銷商與政府官員互動的任何第三方都必須擁有 ACDD 報告。	
205-2	關於反腐敗政策與程序的交流與訓練	永續發展網頁 環境、社會及公司 治理報告	<b>負責的企業實踐</b>  公司治理：負責的企業實踐  Gap 集團有兩項內部人員適用的反腐敗政策：1) 全球政策，以及 2) 中國零售政策 (高風險市場)。Gap 集團還制定了反腐敗培訓計畫，面向全球的總監及以上人員、高風險職能部門的經理及以上人員，以及高風險市場 (中國、墨西哥和義大利) 的各級總部。中國員工有個別的課程，內容針對中國特定的風險設計。此課程在錄用或崗位晉升時提供，在高風險市場需要每年完成一次，全球範圍需要每兩年完成一次。Gap 集團也偶爾會在有機會時 (例如，在市場走訪時) 提供專門的反腐敗培訓。 Gap 集團所有員工均需接受反腐敗培訓。	49

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁																												
<b>環境</b>																																
<b>材料</b>																																
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁 環境、社會及公司治 理報告	<b>原料和產品</b> 豐富社區：可持續材料採購	42																												
301-1	按重量或體積使用的材料		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">天然纖維</td> <td>棉花百分比：更可持續的棉花*</td> <td>60</td> <td>54</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>羊毛百分比：再生羊毛</td> <td>16</td> <td>11</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">合成</td> <td>尼龍百分比：再生尼龍</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>人造纖維素</td> <td>纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>			2019年	2020年	2021年	天然纖維	棉花百分比：更可持續的棉花*	60	54	79	羊毛百分比：再生羊毛	16	11	14	合成	尼龍百分比：再生尼龍	7	10	10	聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維	1	6	10	人造纖維素	纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精	8	9	13	
		2019年	2020年	2021年																												
天然纖維	棉花百分比：更可持續的棉花*	60	54	79																												
	羊毛百分比：再生羊毛	16	11	14																												
合成	尼龍百分比：再生尼龍	7	10	10																												
	聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維	1	6	10																												
人造纖維素	纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精	8	9	13																												
301-2	已使用回收的輸入材料		<b>Gap 集團可持續纖維採購：合成材料</b>																													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>再生尼龍</td> <td>7%</td> <td>10%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>再生聚酯纖維</td> <td>1%</td> <td>6%</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>		2019年	2020年	2021年	再生尼龍	7%	10%	10%	再生聚酯纖維	1%	6%	10%																	
	2019年	2020年	2021年																													
再生尼龍	7%	10%	10%																													
再生聚酯纖維	1%	6%	10%																													
301-3	再生產品及其包裝材料	環境、社會及公司治 理報告 永續發展網頁	豐富社區：循環利用與廢棄物 <b>循環利用與廢棄物</b>	44																												
<b>能源</b>																																
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁 環境、社會及公司治 理報告	<b>氣候</b> <b>CDP 氣候揭露 2021</b> (C1.3a, C2.2, C2.2a, C2.3a, C2.4a, C3.2b, C3.3, C3.4, C4.3c) 豐富社區：氣候管理	39																												
302-1	組織內的能源消耗	永續發展網頁	<b>衡量我們的進步：環境</b>																													
302-2	組織外部的能源消耗	永續發展網頁	<b>衡量我們的進步：環境</b>																													



GRI 指標	說明	披露來源	節	頁												
302-3	能源強度	永續發展網頁	衡量我們的進步：環境													
302-4	減少能源消耗	永續發展網頁	衡量我們的進步：環境													
方面：水資源																
303-2	取用水嚴重影響水源	永續發展網頁	水資源管理													
303-5	水消耗量		<b>CDP 水資源安全揭露 2021 (W3.3b, W3.3d)</b> <b>供應鏈機構的水消耗量 (不包括公司經營的場所，如門市、辦公室或配送中心)</b>													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>WWF (整體風險) **</th> <th>差距總和 - 總水量 (FEM2020) (以立方公尺為單位)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>x&lt;2.5</td> <td>620,371 (2%)</td> </tr> <tr> <td>2.5&lt;=x&lt;3.5</td> <td>19,428,941 (75%)</td> </tr> <tr> <td>3.5&lt;=x&lt;4.5</td> <td>4,829,301 (19%)</td> </tr> <tr> <td>Higg 包含的新工廠 (尚未進行風險評估)</td> <td>1,020,027 (4%) - 大多數的新工廠 沒有數據</td> </tr> <tr> <td><b>累計</b></td> <td><b>25,898,640</b></td> </tr> </tbody> </table>	WWF (整體風險) **	差距總和 - 總水量 (FEM2020) (以立方公尺為單位)	x<2.5	620,371 (2%)	2.5<=x<3.5	19,428,941 (75%)	3.5<=x<4.5	4,829,301 (19%)	Higg 包含的新工廠 (尚未進行風險評估)	1,020,027 (4%) - 大多數的新工廠 沒有數據	<b>累計</b>	<b>25,898,640</b>	
WWF (整體風險) **	差距總和 - 總水量 (FEM2020) (以立方公尺為單位)															
x<2.5	620,371 (2%)															
2.5<=x<3.5	19,428,941 (75%)															
3.5<=x<4.5	4,829,301 (19%)															
Higg 包含的新工廠 (尚未進行風險評估)	1,020,027 (4%) - 大多數的新工廠 沒有數據															
<b>累計</b>	<b>25,898,640</b>															
			**我們認為高於 3.5 屬於高風險，其中包括採購國家：中國、埃及、印度、約旦和巴基斯坦。													
<b>排放量</b>																
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	氣候													
		環境、社會及公司治理報告	<b>CDP 氣候揭露 2021 (C1.3a, C2.2, C2.2a, C2.3a, C2.4a, C3.2b, C3.3, C3.4, C4.3c)</b> 豐富社區：氣候管理	39												
305-1	直接 (範疇 1) GHG 排放	永續發展網頁	2021 會計年度範疇 1 和範疇 2 的排放數據將於 2022 年在我們的網站上發表。我們前幾年的 GHG 資料目前可在 <b>環境、社會及公司治理資源</b> 中找到。													
305-2	能源間接 (範疇 2) 溫室氣體排放	永續發展網頁	2021 會計年度範疇 1 和範疇 2 的排放數據將於 2022 年在我們的網站上發表。我們前幾年的 GHG 資料目前可在 <b>環境、社會及公司治理資源</b> 中找到。													
305-3	其他間接 (範疇 3) 溫室氣體排放	永續發展網頁	2020 會計年度範疇 3 排放數據將於 2022 年在我們的網站上的 <b>環境、社會及公司治理資源</b> 中發表。													
305-4	GHG 排放強度	永續發展網頁	衡量我們的進步：環境													
305-5	減少 GHG 排放	永續發展網頁	CDP 氣候揭露 2021 (C2.4a, C4.1a, C4.2a, C4.3a, C4.3b)													
<b>廢棄物</b>																

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>循環利用與廢棄物</b>	
306-2	重大廢棄物相關影響的管理	環境、社會及公司治理報告	豐富社區：循環利用與廢棄物	44
306-3	產生的廢棄物	環境、社會及公司治理報告	豐富社區：循環利用與廢棄物 Gap 集團目前正在我們的廢棄物管理合作夥伴和配送中心營運團隊的幫助下，為我們的廢棄物管理制定資料收集策略，該策略將詳細說明我們廢棄物產生的資料。	44
306-4	從填埋場轉化的廢棄物	環境、社會及公司治理報告	豐富社區：循環利用與廢棄物 Gap 集團目前正在我們的廢棄物管理合作夥伴和配送中心營運團隊的幫助下，為我們的廢棄物管理制定資料收集策略，該策略將詳細說明我們自處置轉移的廢棄物資料。	44
306-5	運往填埋場的廢棄物	環境、社會及公司治理報告	Gap 集團目前正在我們的廢棄物管理合作夥伴和配送中心營運團隊的幫助下，為我們的廢棄物管理制定資料收集策略，該策略將詳細說明我們運往填埋場的廢棄物資料。	
<b>供應商環境評估</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>管理方法</b>	
308-1	使用環境標準篩選的新供應商	環境、社會及公司治理報告	<b>評估和矯正</b> 賦予婦女權力：人權與社會對話	19
308-2	供應鏈中的負面環境影響和所採取的行動	永續發展網頁	<b>SASB 參考表</b> (CG-AA-430a.2) <b>評估和矯正</b>	
		環境、社會及公司治理報告	<b>水資源管理</b> <b>化學品管理</b> 賦予婦女權力：評估和矯正	20
<b>社交</b>				



GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
<b>就業</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>人才發展</b>	
401-1	新員工雇用和員工流動率	環境、社會及公司治 理報告	賦能機會：人才發展	29
401-2	提供給全職員工但不提供給臨時或兼職員工的福利	委託代理書	<b>2022年委託代理書</b>	
401-3	育兒假	永續發展網頁	<b>人才發展</b> <b>衡量我們的進步：員工</b> <b>人才發展</b>	
<b>職業健康和安全</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>人才發展</b>	
<b>培訓和教育</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>人才發展</b> <b>This Way ONward</b>	
404-3	接受定期績效和職業發展審查的員工百分比	環境、社會及公司治 理報告	賦能機會：人才發展 賦能機會：This Way ONward	29 27
404-3	接受定期績效和職業發展審查的員工百分比	永續發展網頁	<b>人才發展</b> <b>衡量我們的進步：員工</b> 請參閱 Gap 集團的 <b>2021年平等與歸屬報告</b> ，此報告 將於 2022 年晚些時候發佈。	
405-1	管理機構和員工的多元化	2021 年平等與歸屬 報告	<b>平等與歸屬</b>	
405-1	管理機構和員工的多元化	環境、社會及公司治 理報告	請參閱 Gap 集團的 <b>2021 年平等與歸屬報告</b> ，此報告將於 2022 年晚些時 候發佈。 賦能機會：平等與歸屬	31
405-1	管理機構和員工的多元化	委託代理書 永續發展網頁	2022 年主管關鍵特質 <b>衡量我們的進步：員工</b> <b>我們的組成</b>	10
405-1	管理機構和員工的多元化	2021 年平等與歸屬 報告	請參閱 Gap 集團的 <b>2021 年平等與歸屬報告</b> ，此報告將於 2022 年晚些時 候發佈。	

GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
405-2	女性與男性的基本工資和薪酬比率	永續發展網頁	<b>性別平等與賦權</b>	
		環境、社會及公司 治理報告	賦能機會：人才發展	29
<b>不歧視</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>歧視與騷擾</b>	
406-1	歧視事件以及採取的糾正措施總數	永續發展網頁	<b>歧視與騷擾 評估和矯正 供應商能力培養計畫</b>	
		環境、社會及公司 治理報告	賦予婦女權力：人權與社會對話	19
方面：結社自由和集體談判				
407-1	營運商和供應商中員工結社自由或集體談判的權利可能遭到違反或面臨重大風險	永續發展網頁	<b>結社自由 人權政策和方法</b>	
<b>童工</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>評估和矯正 童工和年輕勞工 人權政策和方法</b>	
		環境、社會及公司 治理報告	賦予婦女權力：人權與社會對話	19
408-1	營運商和供應商因童工事件面臨重大事故風險	永續發展網頁	<b>童工和年輕勞工 評估和矯正</b>	
<b>強迫或強制勞動</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>評估和矯正 人口販賣和強迫勞動 人權政策和方法 加州供應鏈透明度法案和英國現代奴隸制法案聲明</b>	
		環境、社會及公司 治理報告	賦予婦女權力：人權與社會對話	19
409-1	被確定為具有重大強迫或強制勞動事件風險的營運商和供應商	永續發展網頁	<b>人口販賣和強迫勞動 評估和矯正 被評估工廠的 COVC 問題</b>	



GRI 指標	說明	披露來源	節	頁
<b>人權評估</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁  環境、社會及公司治 理報告	<b>評估和矯正</b> <b>人權政策和方法</b> 賦予婦女權力：人權與社會對話	19
<b>當地社區</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁  環境、社會及公司治 理報告	<b>員工和社區影響</b> <b>P.A.C.E. 和 Empower@Work</b> 賦能機會：員工和社區影響	32
413-1	實施當地社區參與、影響評估和/或發展計畫的營運百分比	永續發展網頁	<b>衡量我們的進步：社區</b>	
<b>供應商社會評估</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁  環境、社會及公司治 理報告	<b>評估和矯正</b> <b>人權政策和方法</b> 賦予婦女權力：人權與社會對話	19
414-1	使用人權標準篩選的新供應商的百分比	永續發展網頁	SASB 參考表 (CG-AA-430b.1) <b>評估和矯正</b> Gap 集團使用人權標準對所有新供應商進行篩選。如需瞭解更多有關我們 流程的資訊，請參閱上面的永續發展網頁。	
414-2	供應鏈中的負面社會影響和所採取的行動	永續發展網頁  環境、社會及公司治 理報告	<b>評估和矯正</b> <b>被評估工廠的 COVC 問題</b> 賦予婦女權力：人權與社會對話	19
<b>公共政策</b>				
103-1 103-2 103-3	管理與方法	永續發展網頁	<b>政治參與政策</b>	
415-1	政治獻金	永續發展網頁	<b>政治參與政策</b>	

# 永續發展會計準則委員會 (SASB) 指數

價值報導基金會 (Value Reporting Foundation) 是一個獨立、私營部門的標準制定組織，致力於透過促進高品質揭露符合投資者需求的實質性可持續性資訊，以提高資本市場效率。此表引用了服裝、配飾和鞋類行業的標準，並從 SASB 的可持續行業分類系統 (SICS) 定義的電子商務、多商品線和專營零售商和經銷商行業中選擇了相關揭露，在 Gap 集團的 2021 年環境、社會及公司治理報告以及我們的網站中可以找到該資訊。

主題	會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料
<b>服裝、配飾和鞋類</b>						
產品中的化學物質管理	保持遵守受限物質法規的流程說明	討論與分析	不適用	CG-AA-250a.1	<p>Gap 集團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 集團的供應商必須遵守我們的 RSL。自 2015 年以來，我們已要求所有供應商遵守危險化學品零排放 (ZDHC) MRSL，並且我們與 AFIRM Group RSL 保持一致。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>行業夥伴關係和標準：</b>我們與包括服裝和鞋類國際 RSL 管理 (AFIRM) 集團和可持續服裝聯盟 (SAC) 在內的行業團體合作，實施一套一致的工具和流程，以支援最佳實踐、監控供應商績效並鼓勵使用更安全的化學品。</li> <li><b>供應商參與：</b>我們在供應商行為準則 (COVC) 和工廠最低期望中向供應商傳達化學品安全和使用要求，我們要求供應商確認並遵守這些條件。</li> <li><b>合規與監控：</b>透過對產品、產品元件和廢水排放的第三方測試，以及使用行業資料平台，我們監控我們供應鏈的績效，並驗證是否符合全球化學品法規以及 Gap 集團的化學品限制。</li> </ol> <p>Gap 集團遵守服裝和鞋類國際 RSL 管理 (AFIRM) 工作組的 RSL。若要瞭解有關此過程的更多資訊，請參閱化學品管理頁面。</p>	環境、社會及公司治理報告：化學品管理第 38 頁 永續發展網頁： <a href="#">化學品管理</a>
	討論評估和管理與產品中的化學品相關的風險和/或危害的流程	討論與分析	不適用	CG-AA-250a.2	<p>Gap 集團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。</p> <p><b>投入管理：</b>選擇更好的化學投入和起始原料是減少危險化學品的使用和排放的關鍵要素。</p> <p><b>過程管理：</b>在製造過程中堅持化學品管理的最佳實踐對於降低人員和環境風險至關重要。</p> <p><b>產出管理：</b>服裝和製鞋業的產出包括成品以及廢水。</p>	環境、社會及公司治理報告：化學品管理第 38 頁 永續發展網頁： <a href="#">化學品管理</a>



主題	會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料											
供應鏈中的環境影響	(1) 一級供應商工廠和 (2) 一級以外的供應商工廠，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	早在 15 多年之前，我們已經要求我們的牛仔布料洗衣廠參與我們的水質計劃，這使我們能夠積極監測和改善廢水品質。 2021 年，在根據 ZDHC 廢水指南進行廢水測試的 53 家優先牛仔布洗衣廠中，100% 的所有常規參數都達到了基礎水準或更佳水準，94% 的企業達到了所有 ZDHC MRSL 參數。	環境、社會及公司治理報告：水資源管理第 35 頁 永續發展網頁： <a href="#">化學品管理水資源管理</a>											
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>參與者總數</th> <th>% 的工廠符合常規參數</th> <th>% 符合 ZDHC MRSL 參數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020 年</td> <td>54</td> <td>94</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>2021 年</td> <td>53</td> <td>100</td> <td>94</td> </tr> </tbody> </table>	年	參與者總數	% 的工廠符合常規參數	% 符合 ZDHC MRSL 參數	2020 年	54	94	89	2021 年	53	100	94
年	參與者總數	% 的工廠符合常規參數	% 符合 ZDHC MRSL 參數														
2020 年	54	94	89														
2021 年	53	100	94														
	(1) 一級供應商工廠和 (2) 一級供應商工廠中已完成可持續服裝聯盟的 Higg 指數工廠模組 (Higg FEM) 評估或同等環境數據評估的百分比	定量	百分比 (%)	CG-AA-430a.2	到 2022 年底，我們 99% 的一級供應商和 91% 的策略二級供應商完成可持續服裝聯盟的 Higg 指數 3.0 工廠環境模組 (FEM) 自我評估，傳達他們的水資源和能源使用情況，以及化學品和廢棄物管理；有 64% 驗證了他們的回覆。總共有 89% 的工廠參與了我們的資源效率計畫。	環境、社會及公司治理報告：資源效率與製造第 37 頁 永續發展網頁： <a href="#">化學品管理水資源管理</a>											
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>一級品牌供應商使用希格指數 FEM 的百分比</th> <th>二級供應商使用希格指數 FEM 的百分比</th> <th>已確認回復的數量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019 年</td> <td>97</td> <td>91</td> <td>不適用</td> </tr> <tr> <td>2020 年</td> <td>100</td> <td>70</td> <td>280</td> </tr> <tr> <td>2021 年</td> <td>99 (558)</td> <td>91 (147)</td> <td>463 (64%) (351 一級， 112 二級)</td> </tr> </tbody> </table>	年	一級品牌供應商使用希格指數 FEM 的百分比	二級供應商使用希格指數 FEM 的百分比	已確認回復的數量	2019 年	97	91	不適用	2020 年	100	70	280
年	一級品牌供應商使用希格指數 FEM 的百分比	二級供應商使用希格指數 FEM 的百分比	已確認回復的數量														
2019 年	97	91	不適用														
2020 年	100	70	280														
2021 年	99 (558)	91 (147)	463 (64%) (351 一級， 112 二級)														

主題	會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料																																																																																																															
供應鏈中的勞動條件	(1) 1 級供應商設施和 (2) 1 級以外的供應商設施已接受勞工行為準則審核的百分比， (3) 由第三方稽核人員進行的稽核佔總稽核的百分比	定量	百分比 (%)	CG-AA-430b.1	<p>* 全年活躍的一級品牌服裝供應商中有 83% 在本財年接受了我們的 COVC 審核。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 68% 的稽核由第三方評估機構 ILO-IFC Better Work 和 SLCP 進行。</li> <li>· 不合格率始終保持較低的設施可以每兩年評估一次；所有設施在初始生產前都必須經過審核。</li> </ul> <p>經 COVC 稽核的一級以外的供應商</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 不適用</li> </ul> <p>作為我們工廠永續發展計畫的一部分，我們向整個工廠傳達了我們對他們的社會和環境績效的期望，這是與我們從事業務往來的要求。</p>																																																																																																																
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>已完成 COVC 審核的一級品牌供應商百分比</th> <th>由協力廠商評估機構 (ILO-IFC Better Work 和 SLCP) 進行審核的百分比</th> <th>完成 COVC 審核的一級以外供應商百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019 年</td> <td>91</td> <td>34</td> <td>不適用</td> </tr> <tr> <td>2020 年</td> <td>81</td> <td>71</td> <td>不適用</td> </tr> <tr> <td>2021 年</td> <td>83</td> <td>68</td> <td>不適用</td> </tr> </tbody> </table>	年	已完成 COVC 審核的一級品牌供應商百分比	由協力廠商評估機構 (ILO-IFC Better Work 和 SLCP) 進行審核的百分比	完成 COVC 審核的一級以外供應商百分比	2019 年	91	34	不適用	2020 年	81	71	不適用	2021 年	83	68	不適用																																																																																																
年	已完成 COVC 審核的一級品牌供應商百分比	由協力廠商評估機構 (ILO-IFC Better Work 和 SLCP) 進行審核的百分比	完成 COVC 審核的一級以外供應商百分比																																																																																																																		
2019 年	91	34	不適用																																																																																																																		
2020 年	81	71	不適用																																																																																																																		
2021 年	83	68	不適用																																																																																																																		
	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	速度	CG-AA-430b.2	<p>我們使用色彩編碼系統對每個設施的績效進行評價。很少發生違規，而且沒有任何重大違規的高績效工廠會評為綠色；平均績效的工廠為黃色；需要解決一個或多個嚴重問題的工廠為紅色。截至 2021 財年，只有不到 1% 的設施在接受 COVC 評估時獲得紅色評級。</p> <p>對於截至 2021 年 2 月 1 日未解決的問題，在 2022 年 2 月 1 日前有 84% 已落實糾正措施計畫。</p>	永續發展網頁： <b>評估和矯正</b>																																																																																																															
					<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2/1/2021</th> <th>2021 年 5 月 1 日 (3 個月)</th> <th>2021 年 8 月 1 日 (6 個月)</th> <th>2022 年 2 月 1 日 (1 年)</th> <th></th> <th></th> </tr> <tr> <th>採購國家/地區</th> <th>未解決的問題數目</th> <th>未解決的問題數目</th> <th>解決率</th> <th>未解決的問題數目</th> <th>解決率</th> <th>未解決的問題數目</th> <th>解決率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>孟加拉國</td> <td>231</td> <td>200</td> <td>13</td> <td>170</td> <td>26</td> <td>45</td> <td>81</td> </tr> <tr> <td>柬埔寨</td> <td>309</td> <td>177</td> <td>43</td> <td>127</td> <td>59</td> <td>40</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>中國</td> <td>209</td> <td>103</td> <td>51</td> <td>44</td> <td>79</td> <td>13</td> <td>94</td> </tr> <tr> <td>瓜地馬拉</td> <td>52</td> <td>0</td> <td>100</td> <td>0</td> <td>100</td> <td>0</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>印度</td> <td>550</td> <td>509</td> <td>7</td> <td>383</td> <td>30</td> <td>113</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>印尼</td> <td>155</td> <td>87</td> <td>44</td> <td>72</td> <td>54</td> <td>50</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>巴基斯坦</td> <td>78</td> <td>78</td> <td>0</td> <td>62</td> <td>21</td> <td>6</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td>斯里蘭卡</td> <td>69</td> <td>68</td> <td>1</td> <td>59</td> <td>14</td> <td>10</td> <td>86</td> </tr> <tr> <td>美國</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>-</td> <td>0</td> <td>-</td> <td>0</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>越南</td> <td>694</td> <td>560</td> <td>19</td> <td>284</td> <td>59</td> <td>90</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>其他</td> <td>133</td> <td>114</td> <td>14</td> <td>110</td> <td>17</td> <td>36</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td><b>累計</b></td> <td><b>2480</b></td> <td><b>1896</b></td> <td><b>24</b></td> <td><b>1311</b></td> <td><b>47</b></td> <td><b>403</b></td> <td><b>84</b></td> </tr> </tbody> </table>		2/1/2021	2021 年 5 月 1 日 (3 個月)	2021 年 8 月 1 日 (6 個月)	2022 年 2 月 1 日 (1 年)			採購國家/地區	未解決的問題數目	未解決的問題數目	解決率	未解決的問題數目	解決率	未解決的問題數目	解決率	孟加拉國	231	200	13	170	26	45	81	柬埔寨	309	177	43	127	59	40	87	中國	209	103	51	44	79	13	94	瓜地馬拉	52	0	100	0	100	0	100	印度	550	509	7	383	30	113	79	印尼	155	87	44	72	54	50	68	巴基斯坦	78	78	0	62	21	6	92	斯里蘭卡	69	68	1	59	14	10	86	美國	0	0	-	0	-	0	-	越南	694	560	19	284	59	90	87	其他	133	114	14	110	17	36	83	<b>累計</b>	<b>2480</b>	<b>1896</b>	<b>24</b>	<b>1311</b>	<b>47</b>	<b>403</b>	<b>84</b>	
	2/1/2021	2021 年 5 月 1 日 (3 個月)	2021 年 8 月 1 日 (6 個月)	2022 年 2 月 1 日 (1 年)																																																																																																																	
採購國家/地區	未解決的問題數目	未解決的問題數目	解決率	未解決的問題數目	解決率	未解決的問題數目	解決率																																																																																																														
孟加拉國	231	200	13	170	26	45	81																																																																																																														
柬埔寨	309	177	43	127	59	40	87																																																																																																														
中國	209	103	51	44	79	13	94																																																																																																														
瓜地馬拉	52	0	100	0	100	0	100																																																																																																														
印度	550	509	7	383	30	113	79																																																																																																														
印尼	155	87	44	72	54	50	68																																																																																																														
巴基斯坦	78	78	0	62	21	6	92																																																																																																														
斯里蘭卡	69	68	1	59	14	10	86																																																																																																														
美國	0	0	-	0	-	0	-																																																																																																														
越南	694	560	19	284	59	90	87																																																																																																														
其他	133	114	14	110	17	36	83																																																																																																														
<b>累計</b>	<b>2480</b>	<b>1896</b>	<b>24</b>	<b>1311</b>	<b>47</b>	<b>403</b>	<b>84</b>																																																																																																														

主題	會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料																												
供應鏈中的勞動條件 (繼續)	討論最大 (1) 勞動和 (2) 供應鏈中的環境、健康和風險	討論與分析	不適用	CG-AA-430b.3	<p>1. 為 Gap 集團品牌製造服裝的第三方供應商的勞動實踐和工作條件會影響我們品牌和整個公司的聲譽、業務連續性和營運成本。我們的供應鏈中大多數工人是女性，所以除了勞動實踐之外，我們還非常重視賦權女性，致力於創造持久的影響。</p> <p>2. 過度加班、火災和結構安全以及基於性別的暴力是高風險的供應鏈問題，我們制定了具體的計畫來解決這些問題。這些風險對人權的影響可能很嚴重，同時這些問題也可能給我們的供應鏈帶來營運風險，為我們的品牌組合帶來聲譽風險。</p>	永續發展網頁： <b>人權政策和做法</b>																												
原料採購	討論與採購優先原料相關的環境和社會風險	討論與分析	不適用	CG-AA-440a.1	<p>Gap 集團使用 Higg 材料可持續指數 (MSI) 和紡織交易所的首選纖維矩陣等行業工具。我們的優選纖維總體策略使用生命週期評估 (LCA) 資料，包括有關全球變暖潛勢、水資源利用和富營養化等的指標，以及對生物多樣性、迴圈潛力、化學、土地使用變化和生產社會條件的評估。我們將原料策略重點放在佔有我們纖維消耗量約 97% 的頂級纖維上：棉、聚酯纖維、尼龍和人造纖維素纖維。</p> <p>紡織廠和洗衣廠使用大量的水來染色和整理面料，這可能會導致水質和水量問題；這些問題也影響到工人及其社區。我們在印度的一些優選工廠和裡面的工人面臨著極高的用水壓力。此外，我們的大部分產品都包含一些棉花，其生產對環境和人都有影響。棉花種植和加工通常需要使用大量的水和化學品，並且經常發生在面臨水和氣候風險的地區。</p> <p>供水變化和乾旱或洪水等與水有關的事件可能會影響 Gap 集團的大部分產品和其他原料中使用的棉花成本。Gap 集團的供應鏈和採購團隊使用包含棉花價格在內的多因素模型，來監控和應對關鍵原材料的風險。該團隊努力在多個國家/地區建立和維持多元化的供應商體系，從而不斷降低風險。</p> <p>有關我們如何評估主要採購國的水資源和其他環境風險的更多資訊，請參閱我們的 CDP 水資源響應 (W3.3b)。</p>	<p>永續發展網頁：<b>原料和產品</b></p> <p>環境、社會及公司治理報告：可持續材料採購第 42 頁</p> <p><b>CDP 水資源安全揭露 2021 (W3.3b)</b></p>																												
	第三方認證符合環境和/或社會可持續性標準的原料百分比，按標準	定量	重量百分比 (%)	CG-AA-440a.2	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">天然纖維</td> <td>棉花百分比：更可持續的棉花*</td> <td>60</td> <td>54</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>羊毛百分比：再生羊毛</td> <td>16</td> <td>11</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">合成</td> <td>尼龍百分比：再生尼龍</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>人造纖維素</td> <td>纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>			2019年	2020年	2021年	天然纖維	棉花百分比：更可持續的棉花*	60	54	79	羊毛百分比：再生羊毛	16	11	14	合成	尼龍百分比：再生尼龍	7	10	10	聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維	1	6	10	人造纖維素	纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精	8	9	13	環境、社會及公司治理報告：可持續材料採購第 42 頁
		2019年	2020年	2021年																														
天然纖維	棉花百分比：更可持續的棉花*	60	54	79																														
	羊毛百分比：再生羊毛	16	11	14																														
合成	尼龍百分比：再生尼龍	7	10	10																														
	聚酯纖維百分比：再生聚酯纖維	1	6	10																														
人造纖維素	纖維素百分比：更可持續的人造纖維、莫代爾、萊賽爾、天絲 (TENCEL™)、蘭精	8	9	13																														

\*定義為：良好棉花 (Better Cotton, 前身為 BCI)、經驗證的美國種植棉花 (USCTP)、有機棉、轉化棉 (轉化為經驗證的有機棉)、回收棉和再生棉。



主題	會計指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料																
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	截至2022年1月29日，我們的採購來源包括705家一級品牌服裝供應商設施，一級設施是指和我們有直接關係的剪裁設施及其相關的刺繡、洗布和絲網印刷設施。我們已經規劃了231間工廠（二級），約佔我們業務的65%。	環境、社會及公司治理報告：人權與社會對話第19頁																
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>一級品牌服裝供應商工廠的數目</th> <th>工廠數目（二級）</th> <th>來自工廠的業務百分比（二級）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019年</td> <td>737</td> <td>191</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>2020年</td> <td>659</td> <td>168</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>2021年</td> <td>705</td> <td>231</td> <td>65</td> </tr> </tbody> </table>	年	一級品牌服裝供應商工廠的數目	工廠數目（二級）	來自工廠的業務百分比（二級）	2019年	737	191	75	2020年	659	168	66	2021年	705	231	65	
年	一級品牌服裝供應商工廠的數目	工廠數目（二級）	來自工廠的業務百分比（二級）																			
2019年	737	191	75																			
2020年	659	168	66																			
2021年	705	231	65																			

主題	活動指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料
<b>電子商務</b>						
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	<p>我們盡最大努力為我們的顧客提供安全、方便的購物體驗。我們已採取各種技術和組織安全措施來幫助保護我們收集有關顧客的個人資訊。</p> <p>董事會的稽核和財務委員會負責監督資料隱私和網路安全計畫，並定期向董事會匯報重大問題。為了應付安全漏洞和網路攻擊的威脅，公司制定了一項計畫，旨在保護和維護公司擁有或照管的所有資訊的機密性、完整性和持續可用性。此計畫還包括一個網路事件因應方案，該方案提供相關控制和程序，以便及時準確地報告任何重大網路安全事件。</p> <p>如需更多資訊，請參閱Gap集團的<b>商業行為準則</b>。</p>	<p>永續發展網頁：<b>個人隱私政策</b></p> <p><b>2021年委託代理書</b></p>
員工招募、包容性和績效	員工敬業度百分比	定量	百分比 (%)	CG-EC-330a.1	<p>2,000多名總部Pulse調查參與者，23,000多名門店Pulse調查參與者；平均95%的Pulse調查參與者表示“我很自豪能在這裡工作”，89%的參與者表示“我打算在可預見的未來繼續留在這裡工作”。</p> <p>從兩組參與者取得的代表性樣本。這是Gap集團自己在內部進行的調查。</p> <p>答案通常以李克特量表計為1至5分(強烈反對-&gt;完全同意)。市場傾向調查中提出的問題範例包括：</p> <p><b>以1-5為標準，您對於以下陳述的同意程度為何：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 我為在此工作而自豪</li> <li>- 我相信這間公司以誠信經營。</li> <li>- 我的經理會詢問並尊重我的看法。</li> </ul> <p><b>以下敘述對您而言的重要程度，以及Gap集團在這方面的表現如何：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 我能夠靈活地安排我的工作時程</li> <li>- 我為一間聲譽良好、目標明確的公司工作</li> <li>- 我的公司僱用激勵人心和有效率的領導者</li> </ul>	<p>環境、社會及公司治理報告：人才發展第29頁</p>

主題	活動指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料						
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 <sub>2</sub> -e	CG-EC-410a.1	上游運輸與配送：	<b>CDP氣候揭露 2021 (C6.5)</b>						
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>527,081</td> <td>2022年稍晚的時候推出</td> <td>2023年推出</td> </tr> </tbody> </table>		2019年	2020年	2021年	527,081	2022年稍晚的時候推出	2023年推出
					2019年		2020年	2021年				
527,081	2022年稍晚的時候推出	2023年推出										
<p>排放量計算是使用 Gap 內部系統的運輸級別的主要公噸/公里資訊，乘以英國環境食品與鄉村事務部 (The U.K. Department for Environment, Food &amp; Rural Affairs) 產品運輸排放係數。這代表了從我們的供應商到我們的配送中心的排放量。</p> <p>下游運輸與配送：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>39,413</td> <td>130,604</td> <td>2022年稍晚的時候推出</td> </tr> </tbody> </table> <p>排放量計算是使用 Gap 內部系統的運輸級別的主要公噸/公里資訊，乘以英國環境食品與鄉村事務部 (The U.K. Department for Environment, Food &amp; Rural Affairs) 產品運輸排放係數。2020年，我們還開始透過 UPS 收到額外排放資訊，這些資訊代表了從配送中心到顧客的線上運輸或從門市出貨方式產生的排放。UPS 資料由 SGS 驗證。</p>	2019年	2020年	2021年	39,413	130,604	2022年稍晚的時候推出						
2019年	2020年	2021年										
39,413	130,604	2022年稍晚的時候推出										
討論減少產品交付對環境影響的策略	討論與分析	不適用	CG-EC-410a.2	<p>Gap 集團是與海洋保護協會合作建立的北極企業航運承諾的簽署方；該承諾保證絕不故意派遣船隻通過北極脆弱的生態系統。</p> <p>Gap 集團還是環境保護署 (EPA) 的 SmartWay 運輸夥伴關係的成員，該倡議使企業能夠以最清潔、最節能的方式運輸貨物，以保護公眾健康和減少排放。Gap 集團獲得 EPA 所頒發的 2020 年 SmartWay 貨運合作夥伴卓越獎。</p>	環境、社會及公司治理報告：氣候管理第 27 頁							
活動指標	使用者活動的實體定義度量	定量	數字	CG-EC-000.A	<p><b>全球線上訂單總數 (不包括連鎖店)</b></p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>2019 會計年度</td> <td>55,872,090</td> </tr> <tr> <td>2020 會計年度</td> <td>86,261,667</td> </tr> <tr> <td>2021 會計年度</td> <td>83,997,807</td> </tr> </tbody> </table> <p>此資料包括在美國專營 (網路和應用程式)、美國工廠、加拿大、日本、歐盟和英國下訂的訂單。資料不包括連鎖店、取消或退貨。</p>	2019 會計年度	55,872,090	2020 會計年度	86,261,667	2021 會計年度	83,997,807	
	2019 會計年度	55,872,090										
2020 會計年度	86,261,667											
2021 會計年度	83,997,807											
出貨數量	定量	數字	CG-EC-000.C	<p><b>總計包裹</b></p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>2019 會計年度</td> <td>77,625,502</td> </tr> <tr> <td>2020 會計年度</td> <td>145,512,653</td> </tr> <tr> <td>2021 會計年度</td> <td>124,463,015</td> </tr> </tbody> </table> <p>此資料包括在美國、加拿大、歐盟和日本運輸的包裹。</p>	2019 會計年度	77,625,502	2020 會計年度	145,512,653	2021 會計年度	124,463,015		
2019 會計年度	77,625,502											
2020 會計年度	145,512,653											
2021 會計年度	124,463,015											



主題	活動指標	分類	測量單位	代碼	資料	參考資料												
<b>多線和專業零售商及經銷商</b>																		
產品採購、包裝和行銷	討論減少包裝對環境影響的策略	討論與分析	不適用	CG-MR-410a.3	<p>2021年，Gap集團加入了由《時尚協定》發起的跨品牌工作小組，以研究和開發塑膠袋的紙質替代品。</p> <p>繼推出包含50%再生成分（2020年是35%）的新型塑膠包裝袋後，該團隊決定開展生命週期評估，以衡量Gap集團當前三種郵寄包裝替代品（紙質、生物基和可重複使用的包裝）的影響和性能。如此將可確保數據支持策略往後可以繼續實施。</p>	<p>環境、社會及公司治理報告：循環利用和廢棄物第44頁</p> <p>永續發展網頁：<a href="#">循環利用和廢棄物</a></p>												
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	資料參考年終數字	<b>2021 會計年度 10-K</b> 第30頁												
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>零售地點</th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>公司直營店</td> <td>3,345</td> <td>3,100</td> <td>2,835</td> </tr> <tr> <td>連鎖店</td> <td>574</td> <td>615</td> <td>564</td> </tr> </tbody> </table>		零售地點	2019年	2020年	2021年	公司直營店	3,345	3,100	2,835	連鎖店	574	615	564
零售地點	2019年	2020年	2021年															
公司直營店	3,345	3,100	2,835															
連鎖店	574	615	564															
	總面積： (1) 零售空間和 (2) 配送中心	定量	平方公尺 (公尺 <sup>2</sup> )	CG-MR-000.B	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2019年</th> <th>2020年</th> <th>2021年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>零售空間 (平方英尺)</td> <td>3700萬</td> <td>3460萬</td> <td>3330萬</td> </tr> <tr> <td>零售面積 (平方公尺)</td> <td>340萬</td> <td>320萬</td> <td>310萬</td> </tr> </tbody> </table>		2019年	2020年	2021年	零售空間 (平方英尺)	3700萬	3460萬	3330萬	零售面積 (平方公尺)	340萬	320萬	310萬	<p><b>2021 會計年度 10-K</b> 第30頁</p> <p><b>2020 會計年度 10-K</b> 第30頁</p>
	2019年	2020年	2021年															
零售空間 (平方英尺)	3700萬	3460萬	3330萬															
零售面積 (平方公尺)	340萬	320萬	310萬															

# 氣候相關財務揭露 (TCFD) 指數工作小組

本披露中包含的資訊不應被解釋為該資訊對 Gap 集團投資者的重要性或財務影響的表徵。有關 Gap 集團投資者面臨的重大風險的討論，請參閱我們向美國證券交易委員會 (SEC) 提交的截至 2022 年 1 月 29 日年度的 10-K 表格年報，以及隨後的 SEC 備忘。鑒於預測和建模未來狀況所固有的不確定性，在解釋下面提供的資訊時應保持謹慎態度。此外，本披露中描述的控制措施、流程、實踐和基礎設施，不構成對於能夠實現任何具體成果或結果的聲明、擔保或其他保證。

TCFD 指標	公司回應
<b>公司治理</b>	
a) 描述董事會對氣候相關風險和機會的監督。	<b>2021 CDP 氣候變遷揭露：</b> (C1.1, C1.1a, C1.1b, C1.2, C1.2a) 環境、社會及公司治理報告：管理 > 風險管理 (第 48 頁)
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。	<b>2021 CDP 氣候變遷揭露：</b> (C1.2, C1.2a, C2.2) 環境、社會及公司治理報告：管理 > 監督結構 (第 47 頁) > 管理方法
<b>策略</b>	
a) 描述組織在短期、中期和長期內發現的氣候相關風險和機會。	<b>2021 CDP 氣候變遷揭露：</b> (C2.1a, C2.1b, C2.2, C2.2a, C2.3, C2.3a, C2.4a) > 實質性 > 負責的企業實踐
b) 描述氣候相關風險和機會對組織的業務、策略和財務規劃的影響。	<b>2021 CDP 氣候變遷揭露：</b> (C2.3a, C2.4a, C3.1, C3.2, C3.2b, C3.3, C3.4)
c) 描述企業戰略的韌性，並考慮不同的氣候相關設想，包括升溫幅度控制在 2°C 或更低的設想。	<b>2021 CDP 氣候變遷揭露：</b> (C2, C3.2b, C3.3) Gap 集團打算在 2022 年進行與氣候相關的情境分析。

## TCFD 指標

## 公司回應

## 風險管理

a) 描述組織在識別與評估氣候相關風險的流程。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C2.1, C2.2, C2.2a)  
**> 負責的企業實踐**

b) 描述組織在管理氣候相關風險的流程。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C2.1, C2.2, C2.3a, C12.1a, C12.1b)  
**> 負責的企業實踐**  
**> 實質性**

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。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C1.1b, C2.2, C2.3a)  
**> 負責的企業實踐**

## 指標

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。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C1.3a, C2.3a, C2.4a, C4.1a, C4.2a, C4.3b, C5, C6, C7, C8, C11)  
**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(W8.1a, W8.1b)

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。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C4.1a, C5.1, C5.2, C6.1, C6.2, C6.3, C6.5, C.7)

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。

**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(C4.1, C4.1a, C4.2, C4.2a)  
**2021 CDP 氣候變遷揭露：**(W8.1a, W8.1b)  
環境、社會及公司治理報告：豐富社區 > 氣候管理 (第 39 頁)



2021 年 環境、社會及公司治理報告

**平等包容，**



**用心打造**

Gap Inc.