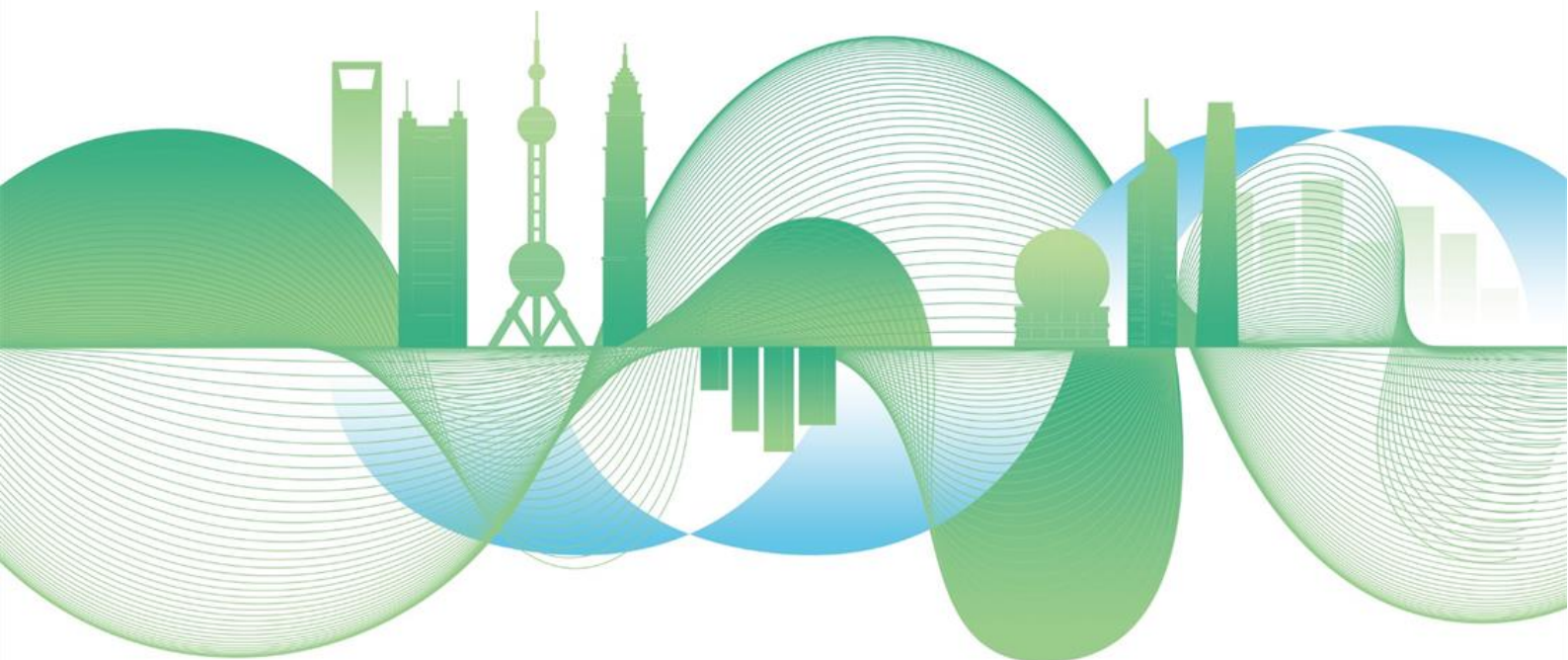


ESG 优秀实践案例

安踏

中国运动鞋服的ESG代言人





安踏：中国运动鞋服的 ESG 代言人

提到中国运动服饰领域里的 ESG 典范，你会想到谁？

安踏集团无疑是一个值得关注的佼佼者。

- ✧ 联合国全球契约组织（UNGC）成员；
- ✧ 联合国妇女署《赋权予妇女原则》（WEPs）全球签署企业成员；
- ✧ 可持续服装联盟（SAC）成员；
- ✧ 危险化学物零排放组织（ZDHC）成员；
- ✧ 承诺支持科学碳目标倡议（SBTi）；

以及

- ✧ 2024 年 2 月，在 MSCI 的 ESG 评级中获得 BBB 级，在中国体育用品公司中得分最高；
- ✧ 2023 年，在全球环境信息研究中心（CDP）的气候变化绩效评级中，获得 B 等级（管理级），在中国体育用品公司中评级最高；



- ✧ 2023 年，在标普全球 ESG 最具透明度报告中，位列中国领先的运动服饰企业，ESG 评分在约 160 家全球纺织品、服装、奢侈品品牌公司中排名超过 87%的全球同行，并荣获标普全球纺织品、服装和奢侈品行业的“行业最佳进步企业”奖项；
- ✧ 2022 年 12 月，在 Global ESG Monitor (GEM) 2022 国际评级报告中，安踏的 ESG 报告排名全球最具透明度第八位；
- ✧ 2022 年，入选亚太经合组织（APEC）与国家发展和改革委员会共同发起的“可持续中国产业发展行动”企业优秀案例，并被福布斯中国评为 2023 年度 ESG 启发案例。

安踏集团不仅在运动服饰市场中占据重要地位，还通过积极践行 ESG 理念，引领行业向可持续发展迈进。通过不断提升企业社会责任和环境管理水平，安踏集团正在为行业树立新的标杆，彰显出卓越的企业社会责任和可持续发展能力。

安踏的品牌及可持续矩阵

安踏不仅是奥运会多年的合作伙伴，而且在大众体育品牌中也享有较高声誉，拥有消费者超过 2 亿人，年销售运动服超 2 亿件，年销售运动鞋超 1 亿双。



将超越自我的体育精神融入每个人的生活

图片来源：安踏官网

安踏的发展蓝图不仅宏伟，还充满责任感。

踏的多品牌策略，让人感受到这家企业的庞大版图。

多品牌策略



图片来源：安踏官网

安踏的可持续发展框架，显示了在统一部署和规划下，安踏是如何朝着可持续发展迈进的。



图片来源：安踏官网

安踏的 ESG 战略执行体系涵盖了战略制定、目标设定、组织架构、资源配置、绩效评估和企业文化等方面，形成了一个完整的 ESG 实践管理闭环。这套体系已经初见成效并获得了业界的认可。例如，从 2015 年到 2022 年，在实现营收规模接近 400%的增长的同时，安踏的温室气体排放强度（即每百万元营收的排放量）降低了超过 40%。

安踏已经把可持续发展战略和 ESG 战略定位为未来十年的关键发展方向之一。他们制定了“1+3+5”的可持续战略目标，旨在到 2050 年实现整个集团的



碳中和。这不仅是对消费者的承诺，更是与合作伙伴和员工共同肩负起对社会和环境的责任，共同推动可持续发展的重要一步。



图片来源：安踏官网

原材料

安踏在可持续发展方面采取了全面措施，覆盖了从原料采购、生产工艺到产品设计的整个产业链。公司正逐步减少对石油基纤维的依赖，转向使用生物基材料，并设定 2030 年前的目标，将可持续产品的比例提高到 50%。此外，安踏还推出了利用回收塑料瓶和咖啡渣制成的环保系列产品，体现了其对环境保护的考虑。



安踏已经推出了多种环保面料的服装，包括 SORONA®环保纤维、无氟防水面料、有机棉、优可丝、再生锦纶、天丝莫代尔和 CELYS™面料等。此外，安踏的“唤能科技”系列利用回收的废弃塑料瓶制作衣物，减少了自然环境中的塑料污染。咖啡纱系列则通过回收使用咖啡渣，探索了废弃物回收再利用的新途径。

我们来具体看看这些可再生的环保材料。

1. Sorona®纤维

安踏与全球纺织原材料巨头杜邦公司合作，开发了使用 SORONA®纤维的国家队系列冰丝短袖上衣，这个材料是以绿色植物为原料，经改造而成。相较于生产相同数量的尼龙 6，SORONA®纤维的生产过程中能耗和温室气体排放量分别可降低 30%和 63%。此外，安踏还对 SORONA®纤维进行了改造升级，通过加入玉石粉、抗菌材料和咖啡碳等物质，实现了冰感、抗菌和热感等多重功能。

2. REPREE®再生锦纶丝：

安踏国家队系列荣耀夹克采用了 REPREE®再生锦纶丝这一环保再生尼龙材料。这种材料不仅减少了对石油资源的依赖，还能节省大约 44%的能源。REPREE®再生锦纶丝是从尼龙生产过程中的废丝、废块、边角料等工业



废料经过特殊工艺处理制成的，其生产过程中排放的二氧化碳量仅为普通锦纶的 50%左右。这种材料的使用体现了安踏在可持续发展方面的努力和创新。

3. CELYS™面料

安踏® X CELYS™卫衣采用棉和 CELYS™纤维（赛丽丝®）混纺纱线，融合了天然纤维和新型聚酯纤维的性能优势，具有棉柔的手感、透气干爽和蓬松的骨感。

其中的 CELYS™纤维是聚酯纤维，这种纤维是第一个获得工业堆肥降解认证的材料，相比其他降解环境，它在工业堆肥条件下 179 天内的生物降解率达到 95.4%。这项技术是由安踏联合澳洲英特密公司的科学家团队历时 6 年研发的，改造了材料的化学分子结构。

4. TENCEL™优可丝纤维

安踏的 TENCEL™优可丝产品系列，用可再生种植林的木浆制成优可丝纤维，100%可降解和循环再生。产品系列包括各种运动服装，如运动 T 恤、运动裤和运动外套等，具有良好的透气性、吸湿性和柔软性，为消费者提供舒适的穿着体验。

5. 太空革料

安踏小千禧运动鞋的鞋面，采用了符合全球回收标准（GRS）的太空革料，这种材料是由再生 PET 塑料制成的。相较于生产相同数量的原生 PET 塑料，其生产过程中的二氧化碳排放量减少了 59%。

6. FILA ORIGINALE “世界公民” 再生环保系列

FILA ORIGINALE，作为安踏旗下的品牌，推出了“世界公民”再生环保系列。这一系列面料中的聚酯纤维部分来自生物基，全部线材由废弃塑料瓶回收再利用，或是使用再生循环的纱线。成衣具备良好的抗皱性和干燥手感。

7. KOLON SPORT 可隆再生涤纶

KOLON SPORT 可隆的 POLARTEC 服装采用了再生涤纶面料，这种面料不仅环保，而且具有速干性和高透气性的特点，适合运动和户外活动时穿着。

8. DESCENTE 迪桑特旧衣回收再利用

DESCENTE 迪桑特推出了由旧衣服制成的服装系列，包括 RE:DESCENTE BIRTH 系列、DESCENTE SEED 系列和 DESCENTE BUILD 系列。这些系



列产品体现了品牌对环保概念和循环经济的重视，通过将废旧衣物回收再利用，转化为新的时尚服装，减少了对环境的影响，同时也提升了资源的使用效率。

9. 可持续包装

在包装材料方面，安踏旗下的品牌 FILA 已经让超过一半的鞋子（包括鞋盒、标签和包装纸）使用了环保的包装材料。DESCENTE 品牌的鞋子包装纸和鞋头纸更是全部获得了森林管理委员会（FSC）和全球回收标准（GRS）的认证，这意味着它们对环境的影响更小。

在节约材料方面，安踏也做了不少努力。他们简化了鞋子外箱的结构，从 5 层减少到 3 层，每个纸箱的重量从 600 克减少到 510 克，大约减轻了 15%。同样，每个手提袋的重量也从 120 克减少到 100 克，减轻了大约 16%。这不仅减少了资源的消耗，也降低了运输过程中的碳排放。

10. 可持续设备

作为中国奥委会的官方合作伙伴，安踏不仅在产品包装上做出了环保努力，而且还将绿色理念带入了国际赛场。在即将到来的 2024 年巴黎奥运会上，中国体育代表团领奖时所穿的安踏装备，将全部由回收塑料瓶制成的材料制造，也就是说，每一件领奖装备都是从废弃的塑料瓶转化而来的。



安踏的材料开发和创新研发投入密切相关，体现了中国制造业在技术创新方面的重要进步。自 2007 年上市以来，安踏不断加大研发投入，并引入国际专家团队，以推动自主创新。截至 2022 年，安踏已累计投入近 70 亿元人民币于研发，并计划到 2030 年累计投入超过 200 亿元人民币，以支持“中国创造”达到国际领先水平。

供应链

安踏不仅推动自身发展，还带动了超过 700 家供应链合作伙伴，以及超过 1000 家品牌及零售端合作伙伴的共同成长，促进了社会的共生发展。安踏的生产原料来源于全球供应链，为上下游产业链创造了超过 30 万个就业机会。安踏正通过与供应商和合作伙伴的共生共赢，推动整个行业的发展。

安踏制定了一系列管理制度和程序，不仅对所有供货商的商业环节进行全流程管理，还从劳工权益、健康与安全、环境责任以及可持续发展管理体系等多个维度进一步推进明确的管理标准，以提升供应链合作伙伴的可持续发展实践和表现。

截至 2022 年，安踏已对 4 家自有营运设施制定不同的节能减排计划，并推动自有营运设施及超过 20 家供应商使用清洁能源。此外，安踏与世界自然基金会合作展开纺织行业可持续发展及供应链转型项目，推动 15 家面料、5 家网布供应商开展节能减排工作，引入 FAIS 水效系统优化对水资



源利用的管理，减少供应链对生态环境的负面影响。目前，已有 50% 的战略供应商安装了光伏清洁能源。

针对 T2 级合作伙伴，安踏推动建立了四家材料创研中心和 1 家氮科技研究院。以创研中心为支点，安踏每年投入大量科研经费，进一步支持合作伙伴的项目创新。除了技术支持，安踏还特邀第三方专家，从环境法律法规、环境管理体系的概念和实施方式、环境风险评估的方法和步骤等多角度切入，给数百家供应商提供专业授课与咨询。

安踏的目标很明确：所有合作伙伴都要强化环保意识，推进 ESG 落地。到 2030 年，安踏希望供应商的社会责任、环境审核 100% 达到良好等级以上，安踏供应链的 ESG 管理达到国际同业领先水平，核心供应商每年要减水 2.5% 及减碳 5.5%。

社会公益

在“创造共生价值”理念指引下，安踏持续践行公益慈善事业。

例如，持续 6 年的“茁壮成长公益计划”聚焦欠发达地区青少年的体育公益，以体教融合助力乡村振兴，累计捐赠现金及装备超 7.4 亿元，捐建 166 家“安踏梦想中心”和 23 个安踏运动场，培训近 4500 名一线乡村体育教师，让国内近 12000 所学校的 500 万名学生受益。



又如，作为世界自然基金会的全球战略合作伙伴，安踏持续推动生物多样性及濒危物种东北虎及江豚的保护。参与保护的长江江豚数量在过去五年中提升了 23.42%。安踏还助力北京周边森林生态系统的保护与恢复工作，累计捐建生态林 750 亩，并通过自身影响力带动消费者、员工、合作伙伴参与自然生态保护，2022 年员工志愿服务总计超过 2.4 万小时。

结语

总的来说，安踏集团不仅在体育用品行业取得了显著的成绩，还在可持续发展方面做出了一定的贡献，展示了作为一家领先企业的责任感和远见。我们期待这家公司在国际舞台上取得更大的成功，并继续为社会带来积极的影响。



欢迎关注荣续ESG智库研究中心

为您提供最新的ESG资讯
共同探索可持续发展的未来