

ESG在国际层面发展为主流投资策略，以及“双碳”、共同富裕等战略目标的提出，显著带动了ESG投资在中国市场的发展。

直观来看，ESG投资主力之一，国内ESG公募基金的数量和规模均迅速增长，其中2021年新发ESG产品62只，接近此前五年总和；基金规模合计为354.95亿元，2018年这一数字仅12.06亿元。业绩表现上，据Wind统计，2021年ESG公募基金年收益率均值为19.2%，远远跑赢相关主流指数。

即中国投资者的资产配置结构也明显向ESG偏移，以及ESG投资策略的韧性和超额收益得到验证。

同样的，ESG表现优异的企业更有望实现价值兑现，ESG将成为补充和改善传统基本面分析，衡量投资标的可持续发展能力及长期价值的重要维度。

着眼于当下，刚刚披露2021年ESG报告的特步国际(1368.HK)引起笔者的高度关注。

一是服饰领域估值吸引力逐步增大，而运动服饰是服饰领域中最强细分赛道，特步“五五规划”高分开局，ESG表现与财务表现统一；二是特步在2016年即披露首份ESG报告，发展步伐与成效清晰，其ESG探索贯穿自身与全链路，各方面都有突出表现；三是全球知名指数公司MSCI5月13日公布半年度审核变更结果，特步本次获纳入MSCI中国指数，为投资决策提供重要参考价值，投资者结构或将随之优化。

也正如上文提到，ESG表现与长期价值关系紧密，不妨就几个方面具体分析一下特步的ESG表现。

横纵联动，将ESG贯穿日常经营与全产业链

2021年1月1日，特步正式在董事会层面成立可持续发展委员会，将环境、社会和管治嵌入特步的组织管理顶层，进一步深化ESG管治能力，将ESG成体系地融入到企业的各个层面，贯穿日常经营。

机构设置上，可持续发展委员会与审核委员会、薪酬委员会、提名委员成为平行机构，直接向董事会汇报ESG相关工作进展。

2021年初，可持续发展委员会制订了特步“10年可持续发展计划”，自2021年起至2030年生效。这份计划专注于三个关键议题，即供应链管理、环境保护及社会责任，当中共有12个主题，包括供应商评估、可持续产品创新、水管理、废物管理、推广运动、社会投资等。

同时，特步基于深化的ESG管治能力，主动链接零售的两端（供应链、消费者），致力全产业链的可持续发展。

供应链端，2021年，特步在潜在和现有供应商的评估过程中提升了ESG表现的标准，提高供应链准入门槛的同时，推动供应商识别和改善相关表现。其中，环境和安全管理更是重点，特步供应商管理中心已重新审视新供应商的实地检测及持续供应商评估，并将现有环境及安全管理因素升级为一套新的企业社会责任指标作为评估标准之一。

特步还将企业社会责任标准的权重即占供应商整体评价比例，由去年的10%调整为20%。企业社会责任标准部分包括68条问题，涉及7个方面，以此深入了解，确定供应商是否遵循与特步一致的环境及社会标准。

消费者端，Z世代生活方式的调查研究中发现，环保的生活方式正在成为更多年轻人的选择，特步则通过零售终端、环保活动等展现环保态度，向年轻人展示的同时成为这部分群体的相关选择。

进一步来看，特步深化ESG管治能力的意义还在于：

其一，根据CFA协会和PRI（联合国责任投资原则组织）的过往联合调查，已形成相对成熟ESG投资体系的市场而言，机构更加看重管治因素的影响，可见顶层能力对整体ESG表现乃至未来发展的重要性，实则对应着稀缺性、高壁垒。

其二，纺织服装业总碳排放量占据全球碳排放量的10%，是仅次于石油的第二大污染行业，并且中国是纺织服装大国，势必需要改变服装纺织业以往高耗能、高排放的产业特征，向可持续方向发展，这也是整个纺织服装行业的重大课题。特步则已将ESG贯穿日常经营与全产业链，不仅引领行业可持续发展，也抢占了市场先机，可能在消费者生活方式迭代中分享新的成长红利。

产品“净零”，形成经营与价值的正向循环

具体到日常经营，特步选择了从源头上逐步“净零”，在产品上发力而切实履行环境责任，形成经营和市场价值的正向循环。

去年6月，世界环境日当天，特步推出了全球首款聚乳酸风衣，成为业内率先攻克聚乳酸上色难题，实现聚乳酸产品服用量产的企业。

聚乳酸是一种生物可降解材料，从玉米、稻草和其他含淀粉的作物中发酵和提取，其所制成的服装在特定的环境中被埋于土壤中则能够在一年内自然降解，并且在生产过程中体现出节能降耗的特性，与涤纶梭织面料相比，聚乳酸每缸布染色所使用的蒸汽约减少100千克。

但聚乳酸面料不耐高温，其染色温度比常规涤纶面料低0-10℃，定型温度低40-60℃，同时在纺织、染色等各个制衣阶段存在诸多难点，在服装领域的商业化应用并非易事，背后对应高额的研发和技术成本投入。

时隔短短1年，特步推出了新型环保聚乳酸T恤，将聚乳酸成分在整件面料的占比由去年的19%大幅提升至60%，以更多元、普适性的品类及聚乳酸成分占比的提升触达更多消费者，向碳中和路径迈出更扎实的一步。

同时，在这一新品发布会现场，特步时尚环保态度片首发，向大众展现“生活是我的浪漫，环保是我的习惯”的环保态度；特步还携手阿拉善see生态协会，在北京西山公园打造一个环保马拉松样板，为参赛跑者提供环保参赛服，并将比赛中消耗较大的水杯替换成聚乳酸水杯。

此外，特步还将2022年第二季度已推出的T恤的聚乳酸含量进一步增至76%，同时计划于2022年第三季度试验生产100%纯聚乳酸风衣。

这是什么样的概念？

100%纯聚乳酸即完全可自然降解，特步由此真正实现产品“净零”的可持续时尚，未来聚乳酸产品对应年销售额将达到亿乃至数十亿级别，在特步实际销售中占据不小的比例。更进一步展望，如果特步的所有面料都换成聚乳酸，一年可节省3亿立方米天然气，约等于26亿度电、62万吨煤的消耗量。

从产品源头环保的理念也不仅局限在特步主品牌，特步旗下新品牌索康尼、帕拉丁同样积极探索并已见成效。

2021年，索康尼推出了由100%天然材料制成的全新纪念鞋款Jazz Court RFG；帕拉丁推出了Pampa Earth系列、Organic系列等，使用符合全球回收标准

、全球有机纺织品标准及欧洲环保纺织标准100指引，还在同年世界环境日提出回收改造的新潮流思路，打造更具环保和可持续发展的风尚。

目前，采用环保材料制成的产品已占特步旗下全品类的30%；环保材料全面使用款式的服装下单量对应由2021年的54.2万件大幅提升至2022年（截至2022年前三季度）的309.8万件。

置于ESG框架来看，环境责任位于其顶层，“双碳目标”以国家强制力要求所有企业承担最高级的环境责任，专业人士表示承担环境责任或同步带动企业主动承担更多社会责任和公司治理责任，全面促进ESG的整体发展。并且，ESG对企业财务绩效有着正面影响，即从非财务层面向财务层面渗透，即环境责任可能带动经营与价值形成正向循环。

开篇已提到，2021年特步ESG表现与财务表现统一，均较为突出，叠加正向循环效应，或许能够预期其在这两方面的能力和表现亦有提升空间。

投身公益，平衡自身发展与社会责任感

此外，特步致力探索自身发展与社会责任的平衡，2020年以来捐赠价值超过1.56亿元的体育用品及现金。

特步长期关注下一代健康成长，持续向欠发达地区青少年捐赠物资，并投入相关研究。2021年，特步扩大了与中国下一代教育基金会的伙伴关系，并首次踏足甘肃省，向甘肃省欠发达地区学生捐赠价值400万元的运动装备，促进学生健康成长及发展；同时联合中国青少年研究中心等共同开展“青少年运动健康状况”研究。

同时，应对重大疫情、极端天气等突发事件，特步积极响应。例如，2021年，毁灭性的洪水席卷河南和山西两省，特步通过中国扶贫基金会和中国宋庆龄基金会向两省捐赠价值超过5500万元的服装和鞋履产品。

许多现实案例也在不断印证，企业对于社会的履责能力，在更长远的品牌塑造和社会、经济价值创造中，起到至关重要的作用。特别是一个大国品牌势必要兼具社会属性，通过积极投身社会公益亦有助于提升企业形象，拉近消费者与企业之间的距离。

小结

透过特步2021年ESG报告发布，能够更清晰看到其在ESG方面的致力与成效，从产品升级到产业链赋能，以及强化社会责任、对消费者的新触达，整体ESG表现较为优异。

尤其，值得引起重视的是，特步的ESG框架中存在两个“顶层”，组织管理顶层——董事会层级的可持续发展委员会及可持续发展工作组，环境责任顶层——形成以绿色产品为支撑的ESG体系。这两个“顶层”为特步后续ESG及整体发展提供坚实基础，未来可期。

本文源自格隆汇