



2018

社会责任报告

阳光使命
sunshine mission

关于本报告

报告简介

本报告是苏宁易购集团股份有限公司发布的第十一份企业社会责任报告。

编制依据

本报告编制遵循全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（GRI Standards），并参考深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》、中国社科院《中国企业社会责任报告编写指南（CASS-CSR 3.0）》《社会责任国际标准ISO 26000:2010》及国家标准《社会责任报告编写指南》（GB/T 36001-2015）。

时间范围

报告的时间跨度是2018年1月1日至2018年12月31日，部分信息超出以上时间范围。

发布周期

本报告为年度报告，每年与苏宁易购集团股份有限公司年报同时发布。

报告范围

报告涵盖苏宁易购集团股份有限公司及其子公司，主要子公司详见公司《2018年年度报告》附注六(1)(a)。

数据来源

报告中的经济数据源于经过审计的苏宁易购集团股份有限公司年报，其他数据来源于公司内部文件和信息统计系统且通过相关部门审核。除特别标注，数据均为苏宁易购集团股份有限公司数据。

报告审验

本报告经DNV·GL独立第三方审验。

指代说明

为便于表述，在报告中“苏宁易购集团股份有限公司”也以“苏宁易购”或“苏宁”“公司”“我们”表示。

目录

关于本报告

报告开篇

- 02 董事长致辞
- 03 关于我们
- 07 社会责任管理
- 11 专题：改革开放40年，苏宁与时代共成长

报告主体

- 13 智零售，慧增长
- 20 智开放，慧伙伴
- 29 智服务，慧生活
- 36 智青春，慧成长
- 43 智绿色，慧生态
- 49 智家园，慧社会

报告结尾

- 55 展望
- 56 附录
- 64 审验保证声明
- 67 报告反馈



张近东

苏宁易购集团股份有限公司董事长
第十三届全国人大代表

同舟共济扬帆起，乘风破浪万里航。改革开放40年来，苏宁见证并且参与了中国零售业的转型变革。不断地顺势而为，让苏宁成为零售行业历次转型的领头羊和标杆。而今，苏宁首创的智慧零售已经成为引领行业发展的风向标。

这基于苏宁对行业发展趋势和零售本质的深刻认知和把握。零售企业不仅是商品的提供商，更是服务的提供商，而人工智能、大数据、物联网等新的技术，可以帮助我们更加了解消费者的需求，从而提供更加精细化和定制化的服务。而要实现既能“腾云驾雾”，也能“钻进”用户心里，我们必须一如既往坚守提升用户体验，创造用户价值的内核。

2018年，苏宁开启智慧赋能新时代。线上线下全面深耕，智慧零售核心能力日臻完善、全面输出：苏宁与创业者合作，通过零售云与他们共享供应链、销售、物流、金融等智慧零售全价值链的资源；与行业巨头跨界合作，形成智慧零售的大生态；深入推进政企合作，向社会输出企业发展成果，助力智慧城市建设并推动地方高质量发展。

科技发展日新月异，苏宁依托科技加持推动零售变革。苏宁智慧零售以“场景互联网+智能供应链”为核心，通过对传统零售的重塑变革，以更高的效率、更好的体验为用户提供服务。从线下门店智能化改造，到线上APP精准挖掘用户喜好，再到各类黑科技融入“最后一公里”，我们实现了“人、场、货”全链路的升级。以人工智能、人脸识别、AR/VR等为代表的新技术应用正成为苏宁智慧零售的新标签。

因善而兴，向善而行，苏宁与社会共享企业发展成果。2018年，苏宁持续聚焦员工价值，坚持苏宁发展惠及每一位苏宁人，实现与员工共同发展、共创价值、共享回报；苏宁积极投身公益事业，结合自身资源优势与行业优势，依托线上线下融合的全渠道，广泛开展电商扶贫、捐资助学、应急救援、绿色环保、扶老救孤、恤病助残等多种形式的公益活动，致力于精准扶贫、支持教育事业发展及向全社会传递爱与希望。

守正笃实，久久为功。基于“三年造极”的发展思路，2019年，苏宁将继续发扬“执着拼搏、永不言败”的苏宁精神，为利益相关方持续创造综合价值，再创“极智”新辉煌！

关于我们

公司概况

苏宁易购集团股份有限公司（股票代码：002024）1990年创立于中国南京，是中国领先的O2O智慧零售商。2018年苏宁易购再次跻身《财富》杂志2018年全球财富500强榜单。

截至2018年底，苏宁线下连锁网络覆盖海内外，拥有苏宁易购广场、苏宁小店、苏宁零售云店、苏宁易购云店、苏宁红孩子、苏鲜生、苏宁极物、苏宁易购汽车超市等业态，自营和加盟创新互联网门店和网点超10000家，稳居国内线下连锁前列；苏宁线上通过自营、开放和跨平台运营，跻身中国B2C市场前列，且在主流电商中增速领先。

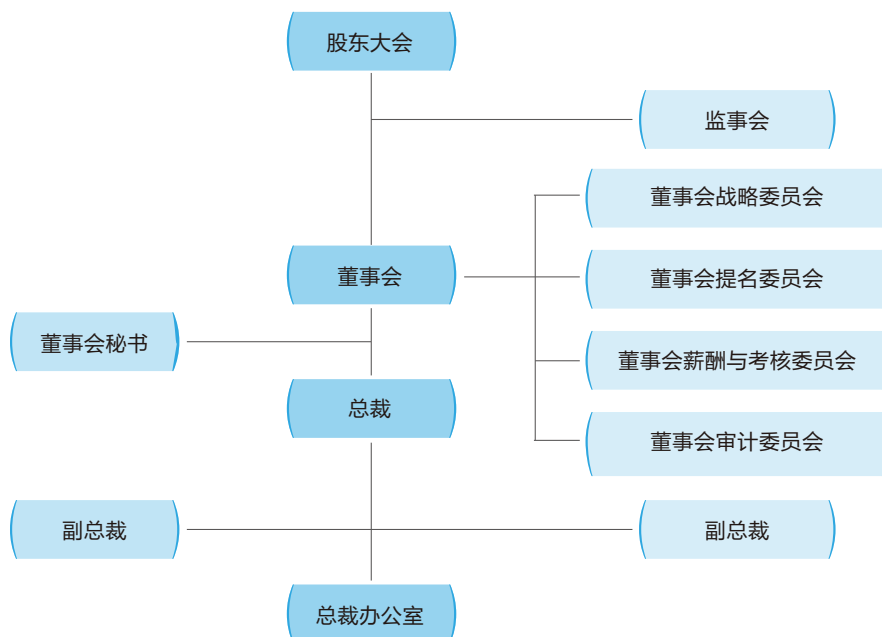
公司治理

2018年，公司治理运作规范、信息披露合规，严格按照国家法律法规和中国证监会有关规定要求，继续强化管控制度的贯彻与实施，健全公司治理结构。

公司制定了《监事会议事规则》《总裁工作细则》《董事会秘书工作细则》以及《重大投资及财务决策制度》等规范性文件和内部制度。2018年，公司治理运行机制进一步完善，公司根据相关法律法规修订了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》，进一步明确了股东大会、董事会的权责范围和工作程序；新增了《债务融资工具信息披露事务管理制度》，规范公司在银行间债券市场发行非金融企业债务融资工具的信息披露行为，保护投资者合法权益。

同时公司还依照《公司法》《上市公司治理准则》《中小企业板投资者权益保护指引》等相关规定的要求，设立董事会战略委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会、董事会审计委员会，建立健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，确保董事会对高管层的有效监督。

苏宁易购治理结构图



· 合规运营

苏宁始终严格遵守法律法规，诚实守信，要求员工遵循国际以及业务所在地的相关法律法规，确保产品与项目的合规性，保障业务稳健运营；梳理、明确监管红线，分层次开展合规培训，提升合规意识；各部门高效协作，共同合力保证企业经营管理合法合规。

针对大数据、物联网、供应链、普惠金融等创新业务，公司对所涉领域的法律法规、判例以及实践进行深入研究，引导创新业务合法合规发展；依托现代化信息技术，推进电子签章的应用，在防范法律风险的同时，改善用户体验，优化合同签订方式和运行模式。为更有效化解矛盾纠纷，公司建立多元化纠纷解决机制，避免诉累，提高效率。按上市公司信息披露等相关要求，苏宁无应披露的重大行政处罚或诉讼。

· 内控风险

公司重视风险管理与内部控制建设，2018年公司持续完善“四道防线”内控体系建设，一是完善内控自评管理规范，组织开展内控自评工作；二是优化风险管控手段，持续迭代风险监控与预警平台，拓展风险持续监控覆盖的业务面，推动风控机器人的上线，提升资金监督的自动化水平；三是持续开展高风险业务的风险评估，为业务优化和风险监控提出建议并推进落地；规划风控中台架构与实施路径；积极开展风控相关培训，提升公司人员风控管理意识与能力；四是严格按照《企业会计准则》制定公司财务会计管理制度及流程，提高企业会计信息化水平。

另外，公司内部审计部门2018年完善审计管理规范，加强审计项目管理，提高审计在重要组织、重点业务领域的覆盖面，加强问题整改力度，在增加价值、促进组织改善运营方面发挥着越来越大的作用。

风险管理三道防线的持续建设合理保证了公司经营管理合法合规、资产安全、财务报告和相关信息真实完整，提高公司经营效益和效果以及风险管理能力，保障企业健康发展。

· 反腐倡廉

公司始终坚持“惩防并举”的方针：建立内部举报受理制度，受理包括商业贿赂在内的各类违法违纪相关线索信息，举报途径包括但不限于举报电话、邮箱、微信公众号、在线网站等，同时提供举报受理进度查询；建立举报奖励制度并加强内部宣传推广。2018年发放举报奖励24例；内部搭建监察网站对职务犯罪调查处理并对信息进行公示，2018年，针对典型商业贿赂案件，网站发布执纪信息28篇，累计访问量30万人次；公司监察部门持续开展管理干部的廉洁教育和舞弊调查，在重大风险产生体系强化推进廉洁培训活动，打造廉洁自律的良好氛围和环境。

· 坚守公平竞争

公司秉持公开、公正、公平、诚信的理念，坚决反对任何不正当的竞争，鼓励公平竞争；严格执行《反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，与所有供应商签订《阳光承诺书》，保护市场公平竞争，提高经济运行效率，促进市场经济的健康发展；同时，加强对员工诚实守信的宣传教育 and 培训，订立“阳光公约”，全面树立员工的商业道德和操守，践行并传递诚实守信、公平竞争的理念。

2018年，公司进一步强化合同模板中“阳光条款”的签订落实，大力推广招标采购过程标准化，建立黑名单制度，并落实诚信廉洁经营。

· 保护知识产权

公司高度重视知识产权保护，已形成一套完整的知识产权保护制度与流程，针对每一项技术创新、产品创新、模式创新，从专利、商标、版权、证照以及商业秘密等角度进行全方位的保护，并积极推动知识产权管理的系统化、智能化。2018年，公司新增注册商标82件，新增专利申请77件，已授权专利27件。

· 防控金融风险

苏宁严格按照金融监管机构要求，在监管许可的业务范围内开展业务，并采用银行级风控体制，全面推行风险管理“三道防线”，建立了集中、独立、专业的风险管理架构和大数据风控体系。

在信贷风险管理方面，实行授信审批和信用风险集中管理，设立授信审批中心和风险管理中心，秉持“审慎、科学、全面和独立”的原则，实现对授信业务在贷前、贷中、贷后的全流程、全覆盖的有效风险管控。

在欺诈风险管理方面，公司制定了《风控执行流程说明书》《风险定级流程说明书》《客户欺诈风险等级划分管理办法》《信用卡套现风险交易监控流程手册》《苏宁易购付宝商户准入标准》《易付宝商户支付接入及风险处理管理办法》《易付宝商户风险管理办法》《南京苏宁易购网络科技有限公司赔付制度》《易付宝风险管理制度》等较为全面的工作处理流程和管理制度，并不断改进完善以规范各项操作。

2018年，苏宁依托知识图谱、机器学习、深度学习等技术，大力布局生物特征识别、大数据风控、智能投顾、智能营销和金融云五大金融科技，加速科技驱动，组合应用多种生物特征识别等安全技术，从登录到传输全流程优化支付过程，保障交易安全，提升安全级别和用户体验，筑牢金融风险“防火墙”。

反洗钱和防范金融犯罪是促进互联网金融健康发展的重要环节。作为国内领先的金融科技平台，苏宁金融利用智能算法模型，建立了先进的反洗钱侦控系统，通过对用户洗钱风险分类评级、反洗钱异常交易监控，以及反洗钱异常数据预警，有效控制平台洗钱风险。

投资者关系管理

· 规范透明的信息披露

公司严格按照深交所规定及公司《信息披露管理制度》履行信息披露义务，通过《证券时报》《中国证券报》《上海证券报》《证券日报》和深交所指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）披露公司信息，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，不存在选择性信息披露的情形。根据深交所对上市公司信息披露考核，公司自2004年上市以来每年均被评为“优秀”/“A”，对市场起到了良好的示范带头作用。

公司股东大会、董事会、监事会规范运作，2018年共召开8次股东大会、25次董事会会议，12次监事会会议，并依法披露。2018年，公司发布公告的编号数达到162号，为上市以来最多的一年。

· 投资者关系管理

公司向股东开放了多种沟通渠道，如投资者热线（025-84418888-888480/888122）、董秘信箱（stock@cnsuning.com）、“深交所互动易”平台（<http://irm.cninfo.com.cn/ssessgs/S002024/index.html>）、股东大会、管理层交流、终端参观等，为所有投资者，尤其是中小股东提供了畅通的交流渠道。

苏宁注重了解投资者需求，不断对公司信息披露的内容予以丰富和细化，日常工作中，公司管理层也积极参加投资者交流会，与投资者深度交流公司发展现状与规划，解答投资者提问，沟通数据背后的业务理念和公司的经营想法，使投资人进一步理解、认同公司的战略和业务发展情况。

公司主营业务为零售，投资者同时是公司的用户。公司鼓励股东体验公司的产品和服务，建立了股东会员认证系统（<http://mrs.suning.com/mrs-web/stockholder/check.htm>），引导股东注册为股东会员，开展股东专属活动，主动收集股东的建议及意见并反馈给相关部门予以处理，众多建设性意见已被公司采纳。

中小股东权益保护

公司在《公司章程》《股东大会议事规则》等制度层面已对中小股东的权利行使有着明确的规定，充分保障了中小投资者权利的行使。

2018年公司历次股东大会的召集和召开程序均符合法律法规和《上市公司股东大会规则》及公司《章程》的规定；出席会议人员的资格、召集人资格合法有效；会议的表决程序、表决结果合法有效；股东大会形成的决议合法、有效；均开放网络投票方式，为股东参加股东大会提供便利；所有议案均对中小投资者单独计票，单独披露中小投资者的计票结果。

根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关规定的要求，为明确公司对新老股东合理投资回报，增加利润分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和利润分配进行监督，公司制订了《苏宁易购集团股份有限公司未来三年（2018-2020年）股东回报规划》。公司在实施利润分配事项时，严格按照规划开展，并为投资者，尤其是中小股东提供沟通渠道，便于其充分表达意见和诉求。

中小投资者是现阶段我国资本市场的主要参与群体，公司在发展过程中将严格做好公司治理，规范开展各项工作，持续提高盈利能力，充分保障中小投资者的知情权、收益权和决策权，以切实行动维护中小投资者合法权益。

社会责任管理

苏宁坚持社会化企业的理念，将社会责任理念融入公司日常运营与管理，致力让消费者放心、投资者满意、员工幸福、利益相关方共赢、社会赞誉、人类生活更美好。苏宁不仅要做强零售业的标杆企业，更要做对行业和社会可持续发展最具价值的企业。

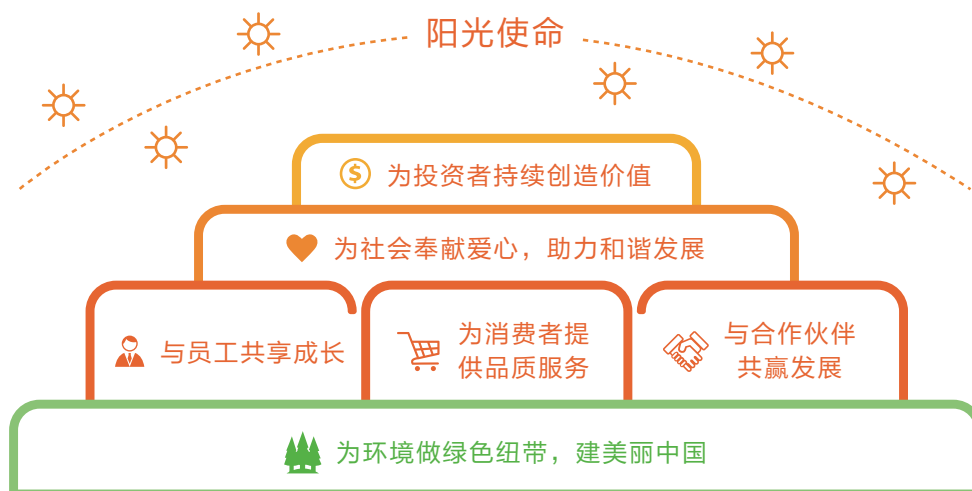
可持续发展背景与挑战

巴黎气候协定、联合国2030可持续发展议程等全球性共同目标的通过与推进，以及中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段，对企业发展提出了更高的要求。当前是我国打好污染防治攻坚战的关键时期，生态文明建设已被上升至国家战略高度，对绿色发展的要求也日益提高，促进经济、环境和社会协调发展，成为企业的必然选择和竞争要素。作为零售行业的领军企业，苏宁不断加速线上线下融合并提升零售核心能力，在消费升级、技术创新的全力推动下，新经济环境和新产业生态已经形成，苏宁不仅要识别与可持续发展相关的风险与机遇，将自身的业务发展和社会整体的可持续发展有机结合，通过管理创新、技术创新等手段不断增强自身可持续发展能力，还应当充分发挥利益相关方参与的作用，积极推动共建可持续的企业、行业及社会生态。

社会责任模型

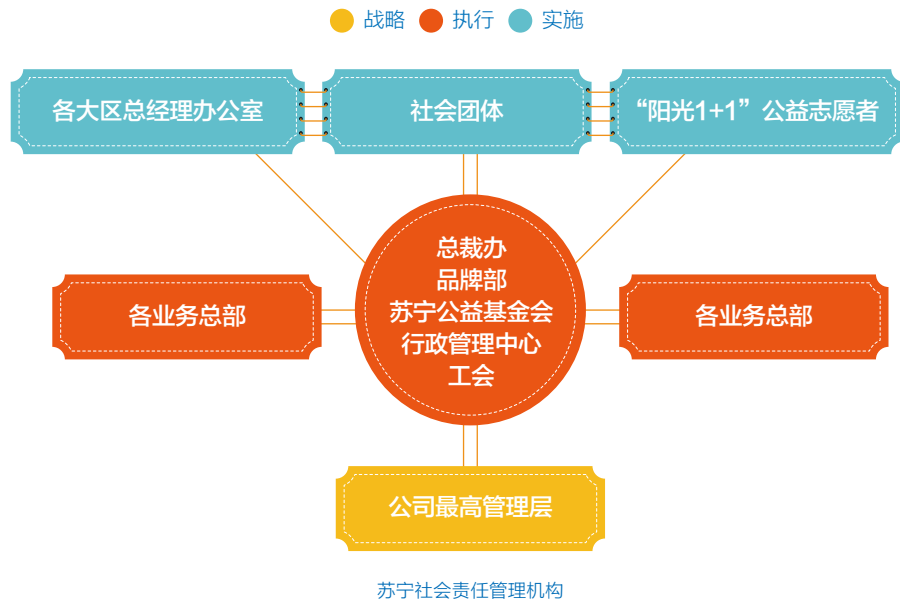
根据企业的发展战略、品牌声誉、行业影响、人才建设以及各利益相关方的期望，苏宁以“阳光使命”为核心，推行责任理念，落实责任实践。坚持“服务是苏宁的唯一产品”，苏宁持续增强经营能力，与员工、合作伙伴共赢发展，在为社会奉献价值的同时实现环境友好。

价值使命	持续增强盈利能力，对股东和投资者负责
共赢使命	积极带动产业发展，对合作伙伴发展负责
服务使命	不断提升服务能力，对客户权益负责
员工使命	提供才华施展平台，对全体员工发展负责
环境使命	携手供应链上下游，对生态环境建设负责
和谐使命	竭尽全力奉献爱心，对和谐社会建设负责



社会责任管理流程

苏宁不断完善社会责任管理体系，健全社会责任管理机构，推动社会责任融入企业日常管理和运营。公司管理层定期讨论并部署集团社会责任战略及规划，并对社会责任项目实施统一预算管理；“总裁办-行政管理中心-品牌部-工会-苏宁公益基金会”组成的社会责任执行机构负责推进战略及规划落实，制定年度社会责任工作计划，发布社会责任工作指导书；各大区总经理办公室协调相关部门，推动社会责任工作计划实施。



利益相关方沟通

苏宁始终以利益相关方的期望和要求为重中之重，充分考虑自身运营对各方的影响，从零售业连接消费者和生产者的行业特性出发，识别出与公司决策和运营活动相互影响的主体。通过开展利益相关方调研、线上线下员工沟通，召开股东大会、供应商大会等方式，了解利益相关方的诉求，积极回应相关方关切热点。

利益相关方	关注与期望	苏宁视点	沟通方式与回应
政府	<ul style="list-style-type: none"> · 守法合规 · 促进社会就业 · 促进创业创新 · 推动零售业发展 · 促进生产要素的有效供给 · 应对气候变化 · 节能减排 	苏宁的成长离不开政策的支持和公平竞争的市场环境；苏宁致力于以自身的不断发展推动中国现代零售业的价值提升；为创业创新提供平台，促进社会就业。	<ul style="list-style-type: none"> · 遵守国家法律法规制度 · 积极响应政府各项政策 · 共享资源、搭建平台，支持创业 · 与政府部门开展战略合作 · 引领零售行业转型升级 · 绿色运营
投资者	<ul style="list-style-type: none"> · 可持续的价值增长 · 加强风险管理 · 信息披露透明 · 保护投资者利益 	苏宁的发展离不开投资者的支持，也将与投资者一起分享转型成果。	<ul style="list-style-type: none"> · 严格遵循上市公司信息披露相关规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平 · 丰富信息披露渠道和形式，与投资者保持密切交流 · 鼓励股东用户参与购物并分享体验，搜集建议意见，促进公司发展

利益相关方	关注与期望	苏宁视点	沟通方式与回应
客户	<ul style="list-style-type: none"> · 突破时空及不同情景，随时随地有品质地消费 · 自由顺畅的消费流程 · 提供安全、环保、优质产品 · 贴心、安心、舒心的服务体验 · 互联网交易安全 	<p>客户需求是推动苏宁发展最根本的动力；苏宁不断创新的服务将提升用户的生活品质，释放消费的价值。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 加速智慧零售建设 · 创新服务方式 · 提升专业服务能力和水平 · 严格管理用户信息和交易流程
员工	<ul style="list-style-type: none"> · 员工权益保障 · 员工职业发展 · 良好的沟通渠道 · 员工健康和安 · 丰富员工生活 	<p>员工才智的充分发挥是苏宁发展的内生力量；苏宁的持续发展助力员工实现更大的自我价值。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 遵守相关法律法规制度 · 提供合理薪酬福利 · 开展多种形式培训 · 完善内部沟通机制 · 关爱员工生活 · 成立各级工会组织 · 提供健康安全的工作环境
供应商	<ul style="list-style-type: none"> · 共同遵守商业道德和国家法律法规 · 供应链信息共享 · 推动行业发展 · 实现互利共赢 	<p>苏宁视供应商为超越单纯经济关系的合作伙伴，共享平台价值，实现互利共赢。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 高层定期沟通 · 定期召开供应商大会 · 合作举办行业发展论坛 · 输出“智慧零售CPU”，依托“智慧零售大脑”，分享技术、管理等后台资源 · 创新合作模式
社区	<ul style="list-style-type: none"> · 促进社区繁荣发展 · 社区扶贫救灾 · 改善社区环境 · 支持、带动创建和谐社会 · 推广环境保护意识 	<p>社区是苏宁发展不可缺少的一部分，为社区做贡献能有效传递苏宁的阳光价值。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 创新公益模式 · 开展志愿者活动 · 支持教育、体育、文化事业发展 · 开展扶贫活动 · 搭建创业平台 · 重大灾害援助行动 · 参与社区基础设施建设 · 传递绿色理念
外部监督方 (媒体/社会团体/公众等)	<ul style="list-style-type: none"> · 监督企业运营 · 帮助公众更全面、客观地了解企业 · 企业发展不以牺牲环境为代价 	<p>苏宁与外部监督方的良性互动有助于促进苏宁的持续发展，提升苏宁的影响力。</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 完善自律机制，自觉接受媒体与社会公众监督 · 举行新闻发布会，开展品牌建设 · 积极运用新媒体，发布社会责任报告 · 绿色运营 · 践行环保公益

社会责任实质性议题分析

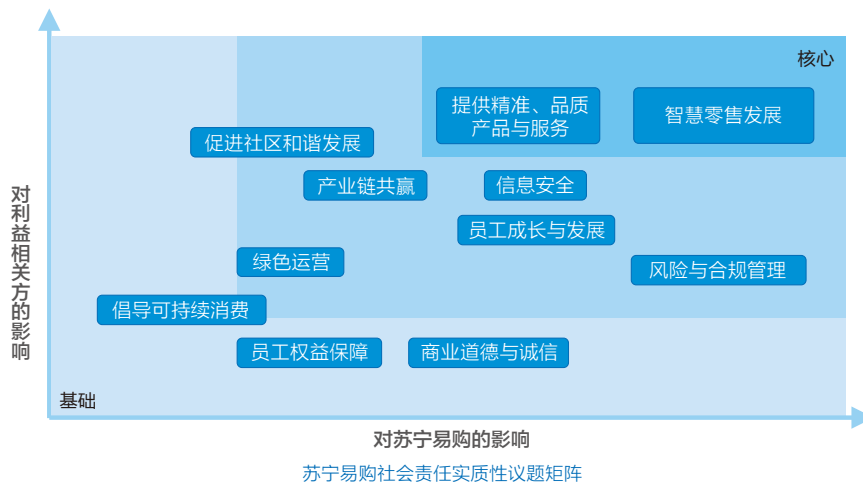
2018年，苏宁遵循全球报告倡议组织（GRI）《可持续发展报告标准》（GRI Standards）核心方案，通过内部评估、外部组织评价、利益相关方调研相结合的方式，对社会责任议题进行了实质性分析，并着眼于苏宁面临的机遇和挑战，确定优先级实质性议题。

从苏宁的企业定位和中长期发展战略出发，“智慧零售”成为判断议题优先程度的首要原则。苏宁认为，智慧零售的本质是运用互联网、物联网技术，充分感知消费习惯，预测消费趋势，引导生产制造，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。报告披露的重点应该覆盖那些影响苏宁智慧零售或帮助利益相关方感知、理解、共享苏宁智慧零售价值的议题。



关键实质性议题	GRI Standards核心方案对应指标和方面	边界
智慧零售核心能力建设	经济绩效；间接经济影响	内部
提供精准、品质产品和服务	客户健康与安全；产品及服务标识；合规	内部
商业道德和诚信	公司治理；反腐败；反不当竞争行为	内部
线上线下融合	经济绩效；间接经济影响	内部
守法规	公司治理；合规	内部
供应链能力建设与支持	当地社区；间接经济影响	内部+外部利益相关方
信息安全	客户隐私	内部
员工基本权益保护	雇佣；劳资关系；多元化与机会平等；男女同酬；非歧视；培训与教育；市场表现	内部
绿色物流	物料；能源；废气排放；交通运输；污水和废弃物；合规；产品和服务	内部+外部利益相关方
互联网+精准扶贫	当地社区；间接经济影响	内部+外部利益相关方

最后，从对苏宁和利益相关方影响的重要程度，确定2018年苏宁企业社会责任实质性议题矩阵，更清晰地展现苏宁回应利益相关方期望的重点。



专题：改革开放40年，苏宁与时代共成长

作为国内乃至世界零售业领军者，苏宁不断顺应时代变化，推进模式创新，从专业零售到连锁零售，继而走向互联网零售，开创智慧零售，深刻影响中国零售业的发展，成为民营企业推动、引领改革开放发展的代表力量。

2 从单一渠道到场景互联， 苏宁引领场景变革

随着国民购买力不断提升，消费升级成为推动国家经济和社会发展的新力量，在大数据分析、人工智能引导等技术的基础上带来国民消费习惯变化以及日常消费场景变革。

苏宁不断拓展零售渠道，加强渠道之间的融合，将“场景互联”应用于智慧零售，依据“需求即场景、产品即场景、内容即场景、服务即场景”四个维度，打通线上线下场景；同时，苏宁致力于打造智慧物流，持续加大物流体系建设力度，从城市到县镇市场、从线上到线下形成物流服务的全面覆盖，实现“货到场的精准，货到人的准时，场到人的多样”，最大限度地满足用户对空间多样性和时间即时性的需求。

1 从实体连锁到智慧零售， 苏宁引领消费变革

改革开放四十年，从实体连锁到电子商务，再到智慧零售，我国零售业的创新突破深刻改变着人们的消费模式。

作为智慧零售引领者，苏宁自2012年开始线上线下产品融合、服务融合和价格融合的全面变革，形成苏宁智慧零售雏形。2018年，苏宁*推进智慧零售大开发战略加速落地，推出“两大、两小、多专”的智慧零售业态族群，以全品类、全渠道、全场景服务消费者衣食住行、吃喝玩乐等生活的方方面面，建立起一个全方位的零售生态，引领消费升级，服务消费者美好生活。

3 从渠道商到零售基础设施服务商， 苏宁引领产业链赋能

从传统零售到智慧零售，改变的不仅仅是商业模式，更重要的是经营理念的升级。苏宁所倡导的“输出能力，链接资源，构筑平台，合作共赢”的开放共享理念不仅是一种态度，更是一种能力的体现。

苏宁积极携手合作伙伴，创新共享、协同发展，通过“三云”（物流云、金融云、数据云）平台共享资源，将苏宁零售CPU向全行业输出，包括商品供应链的专业化经营能力，广覆盖、快捷便利的物流能力，以及满足用户需求的极致服务的能力，更广泛地为合作伙伴赋能。

*此处“苏宁”指苏宁易购及相关关联方。“两大、两小、多专”分别指“两大（苏宁广场、苏宁易购广场）、两小（苏宁小店、苏宁零售云店）、多专（苏宁易购云店、苏宁红孩子、苏鲜生、苏宁体育、苏宁极物、苏宁易购汽车超市等）”。

一次创业

起步南京 专业零售 (1990年-1999年)

- **1990年**
12月26日，中国南京宁海路，苏宁开设了第一家空调专营店
- **1993年**
空调大战中，苏宁脱颖而出
- **1996年**
苏宁走出南京，第一家外埠店扬州开业，揭开连锁发展序幕
- **1997年**
自建南京江东门第一代物流配送中心

三次创业

智慧零售 多元协同 能力开放
(2009年至今)

- **2009年**
苏宁易购试运行
- **2010年**
苏宁易购正式上线运营
- **2011年**
苏宁启动第三个十年发展战略，全面转型科技智慧苏宁
- **2013年**
明确一体两翼互联网零售路线图
- **2014年**
全品类经营、全渠道拓展、全方位服务，苏宁持续推动互联网零售战略的创新执行和全面落地
- **2015年**
苏宁O2O成效凸显，互联网转型落地，CPU核心能力对外开放
- **2018年**
“同心多圆”智慧零售生态圈正式形成并加速发展，努力为消费者提供个性化、多元化、品质化的产品与服务。

二次创业

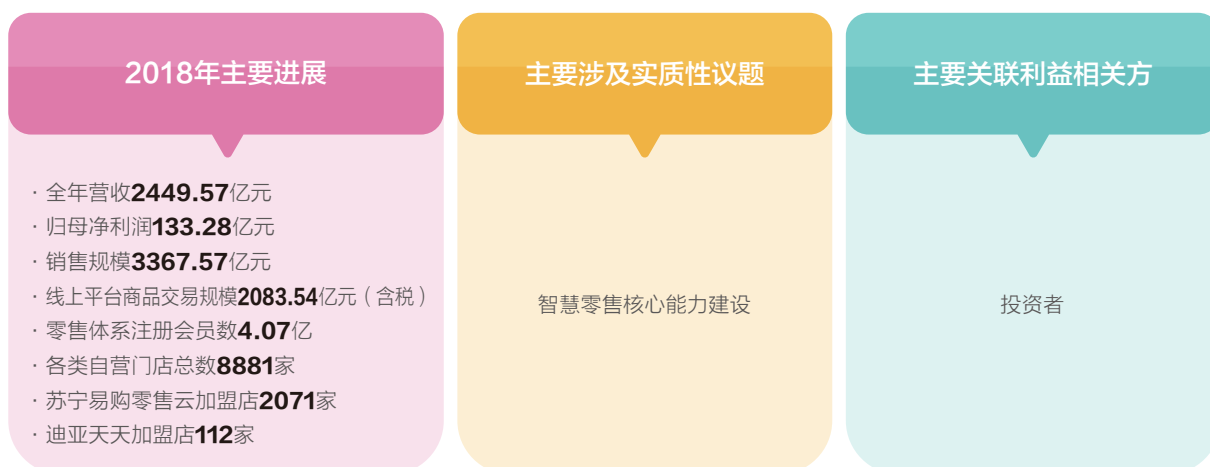
综合电器全国连锁 进军海外
(1999年-2009年)

- **1999年**
苏宁确立综合电器全国连锁的二次创业总方针
中华第一店——苏宁新街口店开业
- **2000年**
实施二次创业，开启综合电器全国连锁
- **2004年**
7月21日，苏宁在深交所上市，成为IPO家电连锁第一股
- **2005年**
苏宁完成一线市场布局收官之战
- **2006年**
苏宁SAP/ERP系统上线，成就世界零售业灯塔工程
- **2009年**
先后入主日本LAOX、香港镭射，开启国际化发展

智零售 慧增长

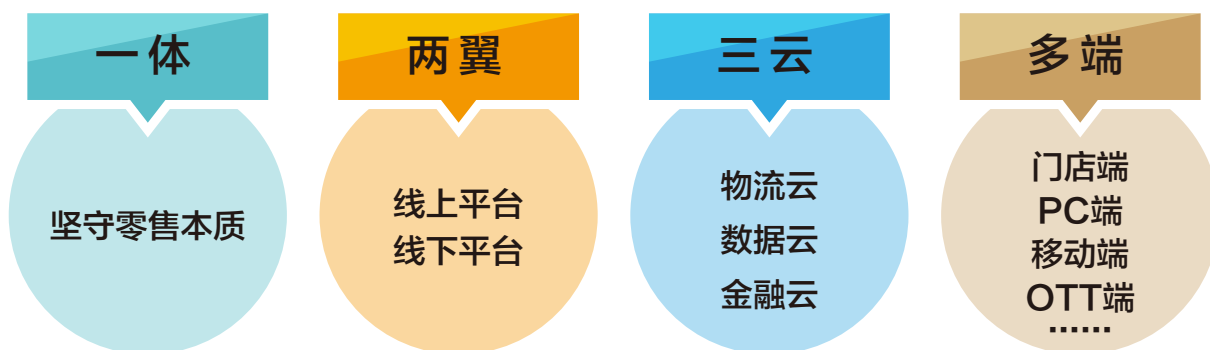
基于技术创新和消费升级的发展浪潮，苏宁持续推动智慧零售模式的领先发展，聚焦商品和服务，围绕体验和效率，持续渠道创新，成为智慧零售新格局中的领跑者。





智慧零售全面落地

2018年，是苏宁智慧零售大开发战略元年，苏宁智慧零售进入到落地实施并快速深化发展的阶段。苏宁通过零售要素的数字化、场景的多业态互联网化，深化智慧零售转型，已建立“一体两翼三云多端”的智慧零售生态系统，成为全渠道、全客群、全场景的领先O2O智慧零售商。



“一体两翼三云多端”的全场景智慧互联模式

2018年，苏宁*依托前瞻性智慧零售布局，打造覆盖各市场以及线上线下的全渠道网络，推出“两大（苏宁广场*、苏宁易购广场）、两小（苏宁小店、苏宁零售云店）、多专（苏宁易购云店、苏宁红孩子、苏鲜生、苏宁体育、苏宁极物、苏宁易购汽车超市等）”的多业态布局，销售渠道实现从一线城市到县镇市场、从核心商圈到居民社区的全覆盖。

*此处“苏宁”指苏宁易购及相关关联方。“两大、两小、多专”分别指“两大（苏宁广场、苏宁易购广场）、两小（苏宁小店、苏宁零售云店）、多专（苏宁易购云店、苏宁红孩子、苏鲜生、苏宁体育、苏宁极物、苏宁易购汽车超市等）”。

苏宁易购广场落子西安，多业态合力造极用户体验



西安苏宁易购广场

2018年7月27日，苏宁首家落子西安的苏宁易购广场盛大开业。西安苏宁易购广场面积超过50000平方米，集合苏宁自有业态中的苏宁易购云店3.0、苏宁红孩子母婴店、苏鲜生精品超市、苏宁极物、苏宁影城、苏宁体育等线下业态，致力于打造集合购物、亲子、餐饮、运动、观影“N合一”的综合性广场，为西安市民提供一份品质消费、美好生活的样本。

· 全品类飞速拓展

苏宁不断拓展全品类的产品和服务，围绕各级市场加快布局多业态产品，销售商品实现从家电、3C向母婴、快消、百货、家居、生鲜、汽车等全品类大跨越，不仅销售额屡屡突破新高，更大力引进海外优质商品，满足用户消费升级需求。

苏宁小店，力求打造中国领先的O2O本地化服务平台

作为苏宁生态圈中围绕社区市场的重要场景布局，苏宁小店在品类上以高频消费的“生鲜+日用”为主，同时辅以苏宁邮局、苏宁帮客、苏宁有房、苏宁金融等服务，利用“线下便利店+APP”的O2O模式，实现3公里内最快半小时内送达。截至2018年底，苏宁小店已经实现了社区、CBD、医院、学校、企业、交通枢纽等场景的全布局，自营门店总数达4177家（包括苏宁小店和迪亚天天自营门店），迪亚天天加盟店112家。



苏宁小店

苏宁零售云，书写县镇市场消费升级新篇章



苏宁零售云店内景

作为苏宁智慧零售能力输出战略项目，苏宁零售云平台推出全场景的数字化重构和全价值链平台赋能的智慧零售解决方案，全面共享苏宁品牌、商品、销售运营、市场宣传、物流服务、IT、金融等能力，实现传统门店低风险转型，让零售商户门店经营更简单、更有效率、更智能化，也让四六级市场消费者享受到一线城市的商品和服务。

截至2018年底，苏宁易购零售云加盟店在全国已达2071家。数据显示，相较于加盟前，零售云加盟店的各项经营指标都趋于优化，运营成本大幅下降，经营效益迅速提升。

首家苏宁极物店开业，致敬美好生活

2018年3月23日，全国首家苏宁极物店在南京新街口开业。作为继苏宁biu店、苏鲜生和苏宁小店后推出的智慧零售新物种，苏宁极物倡导“致敬美好生活”的消费理念，商品涵盖手机、数码、电脑、家电、美妆个护、家居日百、咖啡饮品等多个品类，并基于苏宁双线消费平台的消费数据，实现用户的定制化需求。截至2018年底，苏宁极物已在全国南京、西安、成都、太原、苏州、广州、上海、深圳、长沙、杭州共10个城市落地，标志着苏宁极物开始批量向全国复制。



苏宁极物南京新街口门店

坚实零售CPU内核

苏宁利用科技赋能零售，锻造集商品供应链、物流和服务于一体的商业零售核心能力，倡导“输出能力，链接资源，构筑平台，合作共赢”的经营原则，将苏宁零售CPU向全行业输出。



· 零售核心能力

苏宁深化数据云、物流云、金融云等核心能力的开放，积极携手合作伙伴，创新共享、协同发展，为数万家合作伙伴提供管理和技术应用端的数据云服务、仓储配送端的物流云服务和供应链金融服务，更广泛地为中小企业赋能。

· 科技智慧赋能

2018年，苏宁加速“科技苏宁，智慧服务”战略落地，持续推进科技创新，建立从前台产品、后台运营、内部管理一体化的信息化体系，实现商品、供应链、金融支付、物流服务、市场推广等全流程实时、在线管理，全面支撑苏宁智慧零售体系搭建。

苏宁利用人工智能、云计算、大数据等前沿技术，在O2O零售、供应链、金融支付、物流等方面，服务国内外数亿用户。苏宁研发的智能音箱、智能货柜、无人店、无人车、无人机等一系列产品已经迅速启用，持续引领行业新发展。

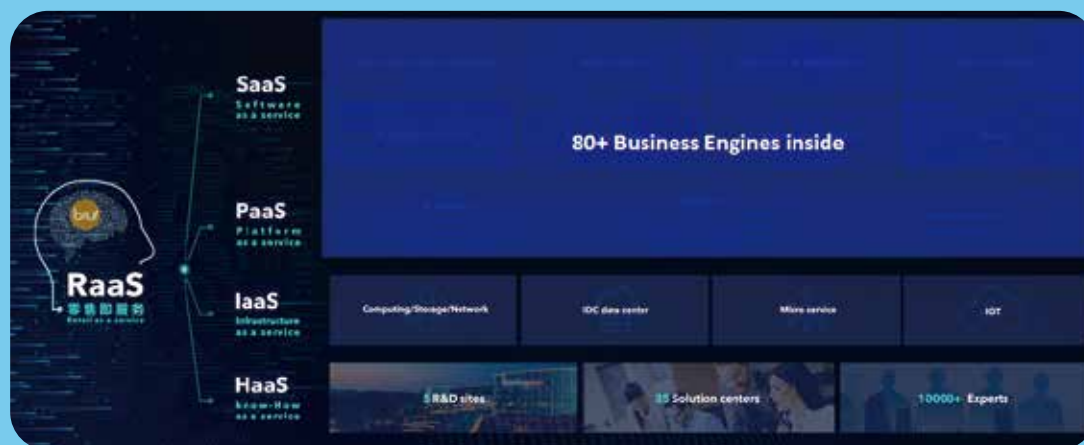
截至2018年底，苏宁已在中国北京、上海、南京、武汉及美国硅谷等地设立研发基地，拥有4000多个自主研发的系统，交易、数据以及AI三大中台。



苏宁举办智能产品2018秋季发布会，发布苏宁小Biu智能音箱极智版、智能闹钟等10款智能硬件产品

苏宁发布智慧零售大脑，未来开放BiuOS全球战略合作

在2019年国际消费类电子产品展览会（CES）期间，苏宁发布智慧零售大脑、苏宁智慧零售管理系统开源战略以及未来开放BiuOS全球战略合作，这是苏宁开放升级、赋能生态圈的全新战略。自此，苏宁形成以用户为中心的一整套智慧零售解决方案，具备了对合作伙伴开放和赋能的能力，从零售、物流、金融、服务等方面，把制造到零售的流通环节打通，全面提高效率，同时又通过大数据技术，在零售端把各种用户的需求传导到制造端，使制造更柔性、更精准、更高效。



苏宁智慧零售管理系统示意图

夜间无人店诞生 苏宁小店Biu × 24h店满载智能黑科技

2019年2月底，首家苏宁小店Biu × 24h店在南京正式对外营业，这一便利店模式产生于对苏宁小店的智能化改造，它首创“白+黑”模式：白天安排店员正常经营，夜间10点到清晨7点则改为无店员值守，化身无人小店。消费者需扫描电子会员码从电子自动门进店采购，使用自动收银机通过自助扫码结账完成消费。

经过先前在无人Biu店上的运营和探索，苏宁已经开发出一整套成熟、成体系的无人店智能运营系统，包括控制感应门、感应灯、温度调控的全感知中控系统、人机交互系统、支付系统、RFID商品识别系统、自助收银系统、快速结算槽系统、24小时客服服务系统等等的完善体系，使夜间的苏宁小店Biu × 24h成为一家真正的智能无人便利店。

链接海外优质资源

面对国内消费升级新格局，苏宁洞察未来全球零售发展趋势，持续拓展海外市场蓝图，打造具有全球格局和世界意识的智慧零售模式。2018年，苏宁继续通过国际贸易、跨境电商等方式开展海外供应链建设及品牌引入，成为智慧零售支持消费升级的先行者和引领者。

· 建设全球供应链

苏宁立足中国市场、协同世界企业，构筑基于新技术、新需求驱动下的新合作模式，打造智慧零售驱动下的新一代“全球智能供应链”。2018年，苏宁正式启动“2018-2020年海外采购计划”，未来三年将引进快消、生活家居、服饰箱包、3C数码等品类的众多海外品牌。

亮相进博会，搭建全球贸易新平台

2018年11月，首届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）在中国上海召开。作为中国领先的O2O智慧零售企业，苏宁在采购人员规模、采购方向定位、采购规模体量等方面投入充足资源，积极派出500人的采购洽谈团队在进博会中与各大品牌进行商务接洽和业务合作，推进多项与境外展商的合作签约现场落地，不断扩大和满足中国消费者多样化、国际化的消费需求。



进博会期间，苏宁与多家知名企业签署合作协议

· 发展跨境电商

2018年，苏宁加快拓展海外直采业务，覆盖日本、美国、澳大利亚、韩国等多个国家和地区，打破进口商品购物渠道单一的弊端，并与海外品牌方分享本地经验，提供全方位、定制化的智慧零售解决方案；同时，通过“直买”海外优质商品的形式，为中国消费者提供选择更丰富、品质更优异的进口商品购物体验。

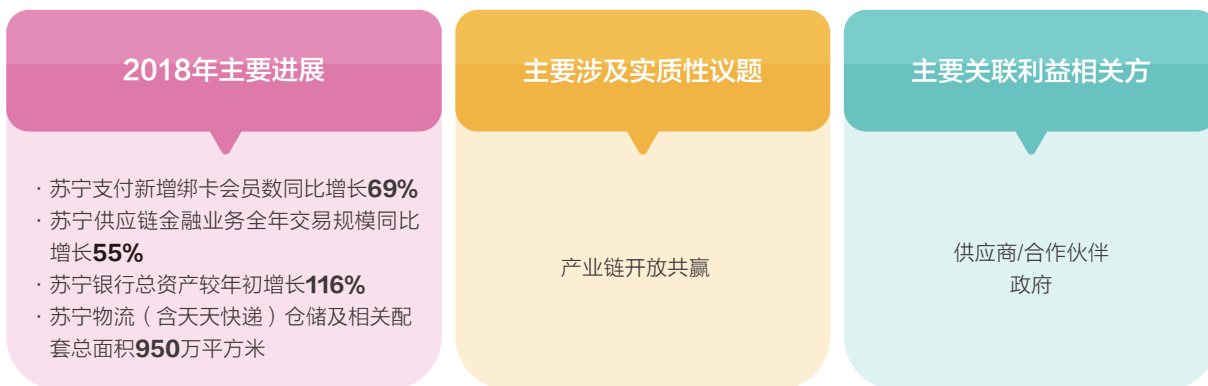
苏宁持续推动“全球买手”战略，将全球优质商品带给国内消费者，在满足用户需求的同时，切实解决“假货横行”的消费痛点。

智开放 慧伙伴

苏宁通过“输出能力”及“链接资源”，打造更多的合作入口和接口，连接和整合更多企业和用户资源，实现价值共创共享，构筑苏宁的零售价值平台与产业生态圈。

零售云县镇联盟正式启动

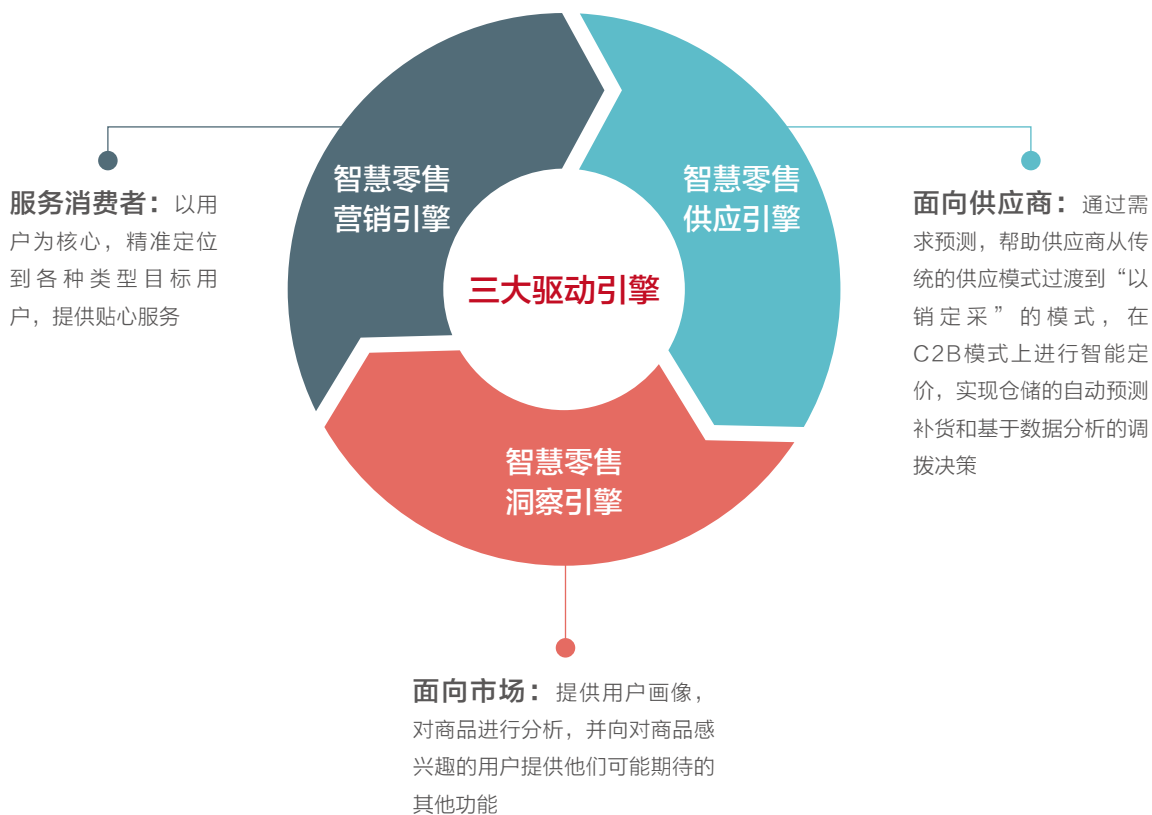




智慧供应链，驱动行业生态

苏宁重点打造基于大数据技术、围绕零售业态、连接消费者和供应商的智慧零售供应链，推动中国零售业供应链基础设施建设的快速发展，助力产业供应链成为中国新的经济增长点和地方经济发展的新动能。

2018年，苏宁智慧供应链项目正式入选财政部、商务部等8部委在全国范围内开展的供应链创新与应用城市和企业试点，增强苏宁智慧供应链的创新实力。



苏宁智慧供应链的三大驱动引擎

· 数据共享

智慧零售时代，数据是新的生产要素，建立在数据基础上的数字经济，是推动经济发展的新动能。苏宁精研大数据价值，全面开展基于物联网的智慧门店、智慧物流改造和基于人工智能、大数据的机器学习及革新搜索技术的应用研究，持续增加商品信息采集的智能化、个性化，持续挖掘面向下游用户的新型生态关系，并依托苏宁控股集团生态圈6亿会员大数据*，与供应商确立数据共享的开放机制。

“星河计划”，为商户打造一整套智慧零售解决方案

通过大数据赋能算法，驱动服务应用落地，正成为零售行业未来发展的方向。

苏宁推出“星河计划”，通过云平台和大数据等方面IT能力，及苏宁多年深耕零售线上线下数据的积累，打造完整的智慧零售解决方案，全方位赋能商户。商户能够在“星河”中部署应用从设计、采购、生产、销售、物流等全链路资源，运用“星河”数据分析平台的能力，获取丰富的数据分析池，进而挖掘潜在价值，科学指导运营，实现自身的转型升级。2018年，苏宁易购线上开放平台商品交易规模为585.62亿元（含税），同比增长100.31%，“星河计划”取得显著成效。

“拼品牌”计划，大数据指导工厂生产

2018年，苏宁推出“拼品牌”计划，孵化一系列中小品牌，运用苏宁大数据指导工厂生产，并从中选取部分明星品牌进行重点培养，扶持中小品牌崛起。此外，苏宁拼购推出赋能包，为“拼品牌”提供全方位品牌支持。合作品牌入驻苏宁拼购以来，销量增长显著，例如经营农产品的“久结包”，入驻苏宁拼购以来，共计销售5500万斤大米、单日最高销售大米30万包；经营零食的“筒花集”，入驻苏宁拼购以来，月均订单60万份。

打造区块链黑名单共享平台，助力信用数据共享

2018年2月28日，苏宁推出并上线区块链黑名单共享平台系统，该系统基于超级账本Fabric架构，将金融机构黑名单数据加密存储在区块链上实现共享，包含添加、查询、删除黑名单及投诉四大功能，可使黑名单的有效辨识度增加近20%，有效降低风控成本。

· 物流开放

“共享”是物流实现从高速度向高质量、高效率转型的重要途径。苏宁将所积累的物流基础设施、经验和价值向全社会开放，服务对象已经涵盖传统家电3C、商超、家居、运动健康、快消、服装、母婴等多个领域，包含美的、夏普、松下、菜鸟、金螳螂、宜家、尚品宅配、掌上明珠、星饰居国际、西门子、华润、顾家等在内的综合性客户。“开放共享”的发展理念为苏宁赢得了业内的良好口碑。

*苏宁控股集团生态圈共约有6亿会员，苏宁零售体系拥有会员4.07亿（截至2018年12月底）。

物流地产基金成功备案，拓展物流仓储布局

2018年，苏宁物流与深创投不动产联合发起设立物流地产基金，首期基金募资规模50亿元，已完成备案手续，并取得《私募投资基金备案证明》。首期基金用于收购苏宁建成的成熟仓储设施、市场化收购及投资开发符合条件的高标准仓储物流设施，有助于帮助苏宁建立中国零售行业领先的物流基础设施网和服务网，不断深化物流能力对外开放进程。

切入家居物流市场，打造家居供应链服务链条

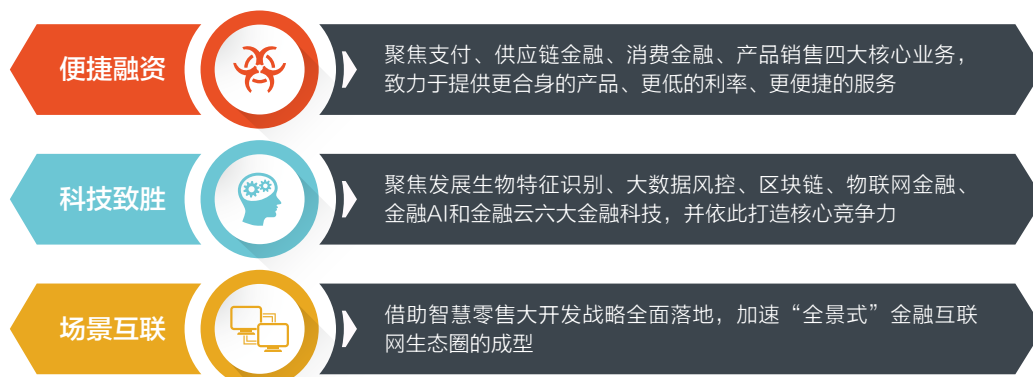
在中国，家居市场拥有超过4万亿美元的总体市场规模，家居产品“大货、贵重”的特点要求物流服务的每一个环节必须精细化、专业化。

苏宁在家居物流上不断进行纵深化布局，2018年7月推出“美家计划”和“苏宁家居解决方案”，联合行业知名品牌，共同打造家居物流供应链服务标杆；提供“家居物流12道金牌服务”，重塑家居物流服务标准，彻底解决家居物流痛点，实现降本增效。

依托在大件物流网络上的优势，苏宁与宜家、尚品宅配、星饰居国际等企业开展家居物流合作，将苏宁大件物流网络覆盖、自主研发的信息系统、产地仓区域仓协同优势、高品质仓配一体服务、专业送装一体产品等全面对外输出，推进家居供应链的建设和家居产业的全场景布局。

· 普惠金融

作为助力智慧零售的“大马车”，金融服务始终是苏宁打造智慧供应链的重点。2018年，苏宁聚焦供应链金融、微商金融、消费金融等核心业务，提供全场景、更普惠的融资贷款服务，打造线上线下融合的综合金融服务平台，致力于为广大消费者和企业客户提供更优质、更便捷、更安全、更多元的普惠金融服务。目前，苏宁已推出苏宁支付、链速融、乐业贷、任性付、任性贷、零钱宝、苏宁智投、苏宁延保、苏宁卡等一系列极致化金融产品。



苏宁推进普惠金融的三大重点

开创“区块链+物联网动产质押”解决方案

仓储监管企业

促进数据、服务的公开透明，提高对动产的管理水平，依托融资平台对企业提供增值服务

金融机构

促进授信与风控数据化、客观化，降低重复质押风险，动产管理成本由多方共担，迎来更多合作机会

融资企业

融资准入门槛降低，融资周期缩短，获得更多融资选择

作为供应链金融的重要组成部分，动产质押业务有效解决了中小企业融资难的问题，但在应用中还面临信息不对称、信息失真、权属不清三大痛点问题。为推动金融科技解决动产质押业务痛点，苏宁创新运用区块链、物联网等新技术，实现动产质押业务的信息流、资金流和实体流的三流合一，有效降低风险，拓展供应链金融服务的边界，开创业内物联网+区块链为动产质押提供解决方案的先河。2018年9月，苏宁银行基于区块链-物联网动产质押融资平台，成功对太和港务的煤炭进行了质押授信。

区块链+物联网动产质押解决方案让多方受益

综合金融服务零售云加盟商

苏宁以综合金融服务支撑零售云加盟店极速扩张。针对零售云加盟商融资难等痛点，苏宁量身定制乐业贷等产品，为加盟商提供样机采购等资金支持；在支付方面，苏宁为零售云商户提供快速收款、提现、采购支付等服务；在一站式金融服务方面，苏宁为零售云加盟商和顾客提供家电延保、支付结算、意外保险、财富管理等服务，全方位支持零售云加盟商。

深度融合，共筑零售生态圈

为进一步拓展智慧零售生态圈，苏宁持续扩大对外交流合作，优先选择公司战略合作伙伴，强化企业、产业间的业务协同，提升公司核心竞争力的同时赋能更多合作伙伴。

· 搭建平台，锻造品质联盟

以苏宁生态体系内的合作伙伴为立足点，苏宁全面开放零售生态圈，在物流、金融、数据等方面与供应商建立“生态圈合作伙伴关系”，在资源共享中共同打造开放、融合、生态化的超级平台，连接更多用户、场景、产品和服务，担负起提升全社会生活水平的“品质生活联盟”。

成立智能Biu+生态联盟，与合作伙伴互联互动



品牌各自为战、产品无法互联互通，已成为困扰智能家居企业的一大问题。苏宁秉持平等、开放、协作、共赢理念，与行业合作伙伴成立苏宁智能Biu+生态联盟，通过平台优势，一方面整合优势技术、产品、内容、供应链、运营资源，打造更智能的硬件产品及智能生活解决方案，一方面打破行业封闭现状，实现不同品牌之间的互联互动，通过BiuOS及苏宁零售平台，将技术、内容、渠道、平台、服务优势与合作伙伴共享，为合作伙伴共同发展带来全新动力。

苏宁成立智能Biu+生态联盟

智能冰箱生态系统Su-life，打通全产业链资源

2018年4月9日，苏宁推出全新智能冰箱生态系统Su-life，打通PP视频、PP体育、苏宁金融、苏宁生鲜、苏宁超市等全产业链资源，将苏宁易购线上线下的消费行为数据与合作伙伴共享，帮助甄别消费者对智能冰箱的需求偏好，以及未来智能冰箱的市场需求，改变行业 and 消费格局。



智能冰箱生态系统Su-life

· 跨界合作，打造创新共同体

苏宁与合作伙伴不断扩大合作领域，提升合作层次，深化合作格局，强强联手，跨界合作，为实现高质量发展、满足人民群众日益增长的对美好生活的需求而不断努力。2018年，苏宁与SAP、恒大地产等开展合作，推进智慧零售进一步升级。

携手SAP，共建智慧零售、物流平台

2018年7月9日在中国国务院总理李克强与德国总理默克尔的共同见证下，苏宁*与德国领先的企业应用软件解决方案供应商SAP签署战略合作协议。

苏宁与SAP将联合开展技术创新和行业实践，在人工智能、机器学习、区块链、物联网等领域开展课题研究，共同促进数字经济发展；双方将共建零售生态服务平台，共建智慧零售科技创新中心，为中国中小零售企业提供门店管理、产品供应、物流配送、支付结算等供应链服务能力；同时，双方将联合打造物流生态服务平台，以数据驱动，构建可精准监控信息对接的无车承运人平台和可动态资源匹配的物流设施共享平台，并以技术驱动，共同打造智能仓和智能配送，提升运营效率并降低行业成本。

此次苏宁与SAP的合作，是在共建、共享、合作共赢的基础上，加深双方在数字化和创新领域的深度合作，是中德友谊的见证，更是对“一带一路”倡议的深化落实。

联手恒大地产，加速落地苏宁易购广场

2018年6月，苏宁与恒大地产共同投资200亿设立恒宁商业，进一步强化战略合作伙伴关系，充分发挥各自优势，一方面能够低成本加快苏宁易购广场的建设，另一方面高质量地保障苏宁易购广场的运营和回报。未来，随着苏宁易购广场运营成熟，恒宁商业可通过推进优质物业的资产证券化业务盘活资产资金，最终实现商业运营的轻资产化。

· 多方协作，搭建金融生态圈

随着普惠金融进入快速发展期，只有金融机构共同合作才能建立真正包容的普惠金融体系。苏宁以O2O融合发展为特色，在迎来更多合作伙伴、协同发展的同时，加速对外开放自身金融科技能力和金融服务能力，以数据、技术以及场景为支撑，让普惠金融业务便捷扩展，组建全新、和谐、多元、开放的金融生态圈。

对内

充分挖掘苏宁生态圈资源，不断提高渗透率，实现协同发展

为苏宁生态圈消费者和企业客户提供一站式金融解决方案

搭建
金融生态圈

与银联、交行、浦发、中信、民生等银行机构合作

与浪潮集团、南京地铁、我的南京APP、华为PAY、Samsung PAY、碧有信、驴妈妈等企业平台联姻

对外

*此处“苏宁”指苏宁易购及相关关联方。

与“我的南京”APP共建普惠金融生态圈

为将苏宁资源和技术优势与公共服务平台相结合，打造出一个更加多元、便捷、安全、高效的城市普惠金融生态圈，苏宁与南京市信息中心在“智慧南京”建设及“我的南京”APP项目方面开展深度合作，发挥金融科技开发和丰富场景应用优势，积极参与共建南京市公共服务平台，并推动苏宁支付、贷款产品、苏宁分等金融产品和服务接入“我的南京”APP，助推普惠金融步入“快车道”。

链接价值，贡献高质量发展

苏宁围绕零售价值，开展资源链接与合作，与社会各界共创价值共享未来；广泛开展政企合作，共享新时代发展机遇；以开放的心态参与行业交流合作，推动行业发展进步。

· 推动政企合作

苏宁积极响应政府号召，深入推进政企合作，与各级政府部门搭建共赢发展平台，助力国家和地方产业升级和经济社会可持续发展。截至2018年底，苏宁与10个国家部委及国家级行业协会达成协议，与22个省、直辖市、自治区完成战略合作签约*。

与江苏省政府战略合作，助力江苏高质量发展



作为江苏民营企业领军者，苏宁始终致力于更好服务江苏建设。2018年11月16日，苏宁与江苏省政府签署战略合作框架协议，双方将在智慧零售、智慧物流、普惠金融、智慧江苏、健康江苏、企业上云、文体发展、产业投资、农业农村现代化建设等领域展开深度合作；未来苏宁将助力完善江苏消费体制机制的深化改革，推动江苏智慧城市建设，助力江苏高质量发展。

苏宁与江苏省政府签署战略合作框架协议

*签约主体为苏宁控股集团，苏宁易购是战略合作重要的实施执行方

*此处“苏宁”指苏宁易购及相关关联方。

· 助力行业进步

作为国内领先的智慧零售企业，苏宁乐于与社会各界分享自身实践经验，推动构建公平诚信的行业环境，为行业的规范发展和未来发展贡献力量。

签署《电子商务诚信公约》，强化行业网络诚信建设

2018年10月10日，在中国网络社会组织联合会、中国互联网发展基金会的联合组织下，苏宁与阿里等行业内共10家企业共同签署《电子商务诚信公约》，在“货真价实、童叟无欺、客观公正、保护数据、奖惩有效、开放共享、守信履约”7个方面做出承诺，推动全行业为消费者构建公平诚信的网购环境。

加入DevOps标准工作组，促进国家标准体系建设完善



科技是未来企业最核心的竞争力之一，也是企业实现弯道超车的契机。

2018年11月，在由中国信息通信研究院旗下云计算开源产业联盟、DevOps时代社区与高效运维社区联合主办的DevOps国际峰会上，苏宁受邀成为“DevOps标准工作组”成员单位。未来，苏宁将结合自身在DevOps产品研发和实践中积累的创新经验优势，与DevOps成员共同促进DevOps标准体系建设和完善，为相关企业落地DevOps提供行业指南和标准，促进行业科技水平提升。

苏宁成为DevOps标准工作组成员单位

发布区块链白皮书，引领行业共同前瞻



区块链技术正引发新一轮的技术发展浪潮，是线下业态突破发展的新机遇。2018年7月20日，苏宁技术研究院、苏宁金融研究院联合苏宁云发布《苏宁区块链白皮书》，详细解读区块链在零售、物流、科技、金融等苏宁的优势产业和公共服务等领域的应用场景，为未来区块链技术可以服务的众多产业指明发展路线。

《苏宁区块链白皮书》

智服务 慧生活

“服务是苏宁唯一的产品，用户体验是检验服务的唯一标准”这一理念已被根植到苏宁服务的方方面面，苏宁一直专注于服务及用户体验的打造，以智慧零售为用户提供安心的消费体验、高效的物流配送服务以及贴心的身边服务，树立行业标杆，打造业界良心。





消费体验，更安心

苏宁正逐渐朝着“品质商品+极致服务”的消费方向发展，为消费者营造一个开放且有保障的购物环境，带给消费者更好的品质消费和生活体验，塑造平台形象，提升消费者的信赖度，实现行业的整体革新。

· 品质保障，更放心

坚持自营为主。苏宁秉承正品行货理念，开放平台同步发展的B2C模式，通过商品溯源系统，原产地直采模式从源头把控产品安全、品质。

严格把关产品质量。苏宁严把索证索票审核关，精选优选商户、商品，大数据分析精准定位风险商品，并借助国际、国内权威检测机构力量，实现匿名买样抽检，为质量保驾护航。

权威强强合作。苏宁联合国家质量监督检验检疫总局开展“12365引导优品消费行动”，同时在苏宁易购APP和PC端上线专区，从产品品质、服务及体验等全维度保护消费者权益。

建立网络交易数据共享机制。在与江苏省市场监督管理局进行数据系统对接，调取相关企业主体资质数据，动态监控商家的同时，苏宁将消费品抽样检查结果等信息及时通报市场监管局，实现双方数据共享，协力合作，不断提升网络交易商品的质量水平。



“12365优品计划”苏宁易购APP专场页面

苏宁拼购，低价不低质

社交电商的普遍问题在于品控和服务，正是因为意识到这个问题，苏宁拼购主打“便宜有好货”这一品牌价值核心。通过苏宁的强品牌背书，挽回用户在拼团领域因低质而失去的信心。从商品品质、售后、物流等方面给用户社交电商行业领先的体验，苏宁的质量控制管理体系和供应链溯源制度，能够有效保障苏宁拼购商品的品质。

· 交易与信息更安全

为保障消费者交易安全和信息安全，苏宁在认真贯彻落实《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》的基础之上，建立专门的个人金融信息保护内控制度以及个人金融信息数据库分级授权管理机制（包括个人客户信息安全保护制度和数据库安全管理规范），并通过规范金融消费者权益保护工作流程，建立务实高效的金融消费者投诉处理和管理机制。

为更高效保障消费者金融账户和资金的安全，苏宁通过技术的提升进一步加强支付领域网络与信息安全管理。2018年，苏宁上线“达尔文”区块链金融黑名单共享平台，该应用可使黑名单的有效辨识度增加近20%；推出国内首款智能延保服务、企业知识图谱、“幻识”反欺诈情报图谱、金掌柜智能营销系统、风控安全大脑CSI，使单笔交易风控和决策响应时间小于100ms，可实现100秒开户，支付引擎达到了99.9%的高可用性；创新使用“极目”账户异常预警系统、“两仪”风控算法模型、3000余条风控规则、5000多个专家模型。

2018年，苏宁未发生重大客户隐私泄密事件，消费者信息安全得到良好保障。

科技创新打造一键付极致支付体验

一键付是苏宁打造的为商家和用户的安全便捷的一键即完成扣款的解决方案，无收银台、无支付密码、无短信验证码，无任何中间步骤，只需一键开通，付款快至1步、1秒，极大提升了用户支付体验。

一键付由于省去了中间密码、短信等验证环节，安全保障就显得尤为重要。苏宁的智能风控大脑，利用大数据和云计算，通过账户、设备、环境、行为等多个维度立体化全方位地进行风险识别检测，时刻保障着用户的账户安全。通过用户操作行为、交易记录、外部运营商等数据信息，苏宁完善风控模型，建立风险特征库、智能算法组件、处罚中心来实时准确全流程侦测交易情况，达到准确拦截、低误杀、无支付密码、无短信验证码的快捷又安全的支付效果。



苏宁一键付荣获“品牌体验年度案例奖”



苏宁一键付荣获“2018年度互联网最具价值产品奖”

苏宁还十分重视消费者隐私保护，充分尊重消费者自我选择权，根据法律要求对消费者允许采纳或者授权的信息进行安全保护，消费者如申请删除信息并注销时，及时确认内容并提供满意服务。

· 极致服务，更安心

极致服务，将成为苏宁最有力的品牌竞争点。苏宁做出自营大件家装产品配件全含、0安装费等7项承诺；上线信用以旧换新服务，根据其自有信用体系，打造一站式以旧换新服务；正式上线O2O服务系统，打造线上购买与线下服务相结合的新汽车服务体验，全面提升客户消费体验；通过全产业协同，全方位为用户提供优质产品与服务。

“30365”服务打造行业新标杆

2018年3月初，苏宁推出46项服务，为消费者提供一站式的服务体验，其中“30365”计划刷新了行业服务标准。所谓30365，即30天包退、365天包换，商品范围包含大家电及生活电器等，这在家电领域堪称首创，目的在于给消费者一个安心的售后承诺，把服务最大化，承诺最大化，将风险留给企业，保证消费者的权益，让消费者享受到真正的品牌级售后服务。

“急速退”再升级苏宁服务体验

“网购”虽然便捷，但申请退货退款时繁琐的流程却令不少消费者头疼不已。“双十一”前夕，苏宁推出“急速退”服务，优质用户可享受“先退款再退货”的急速退款服务，在退货申请通过审核后，做到实时退款到账。

此外，苏宁在全国部分城市提供特约服务时间或2小时内上门揽件服务，只需要在APP端申请，系统通知苏宁快递员，2小时内安排上门服务。

协同全产业、同心多圆打造最燃世界杯

作为球迷们四年一次的大狂欢，2018年俄罗斯世界杯期间，苏宁通过线上线下多产业融合的组合牌，打出了“苏宁式”的世界杯主题零售新玩法。苏宁易购在多个城市举办超大型球迷派对，全国线下门店及众多屏幕的数量优势，为广大球迷朋友创造了更多观赛场所和观赛机会；苏宁小店推出“深夜加油站”贴心服务，24小时不打烊，联手苏宁物流为球迷朋友提供21点前三公里，三十分钟内极速送达“爽送世界杯”服务；在全国43个城市的苏宁影城、万达影城推出“1场电影+1场世界杯”主题场，邀请球迷携同家人前往，并免费观影观赛。苏宁将足球的激情和苏宁的热情融为一体，生动演绎了苏宁全产业协同、同心多圆的发展战略。

物流配送，更高效

2018年，苏宁加速业务结构和运营模式的变革，基于苏宁易购进行业务和模式的转型，不断完善仓、运、配网络建设，布局物流基地建设；开始不断强化自身对行业发展的洞察力和开放性，发展新技术、新工具，“黑科技”产品不断落地，提升运营质量；全面发力物流末端服务场景建设，实现物流配送便捷、高效、经济。

· 物流网建设速度迅猛

苏宁已在全国完成“多极多点”的仓储网络布局。截至2018年12月末苏宁物流及天天快递拥有仓储及相关配套总面积950万平方米，拥有快递网点27,444个，物流网络覆盖全国351个地级城市、2,858个区县级城市。全面布局社区网络，打造由社区快递点、门店自提点、智能自提柜、苏宁帮客家以及联合自提点相结合的无盲点物流服务体系。

在苏宁易购818物流发布会上，苏宁推出“百川计划”，将加速骨干仓网和社区仓网的建设，通过科技、社会化协同的方式全面搭建服务于多领域合作伙伴的基础网络，建成全国性物流网络。

在骨干仓网分布方面，逐渐从一二线城市向三四线布局。在技术实现上，则实现从自动化向无人化方向扩展。

在社区仓网建设方面，苏宁铺设的前置仓、门店仓将覆盖更多城市，帮助我们更好地实现最后100米的物流配送。

“苏宁秒达”高品质即时配送服务

“苏宁秒达”旨在提供社区化的即时服务网络，实现为3公里社区1小时到达的极速配送服务，以及预约时间精准送达的定时达服务。“苏宁秒达”依托苏宁小店，快速搭建本地即时物流的网络，包括苏宁红孩子、苏鲜生、苏宁易购广场等苏宁线下门店均已接入“苏宁秒达”的即时配送系统。未来，社会上多样化的品牌门店也会接入，共享“苏宁秒达”的高品质即时配送服务。

· 科技赋能智慧物流

目前，苏宁云仓从入库、补货、拣选、分拨到出库，实现了物流仓储全流程智能化；2018年4月，苏宁物流上线的最后一公里无人配送小车“卧龙一号”，不仅可以24小时全天候工作，甚至还能上下电梯，把商品直接送到客户手上；同一时期，济南苏宁的AGV机器人仓上线，全国机器人仓储网络正在逐步成形；加上无人机配送网络，苏宁物流的“无人科技军团”正愈发壮大。

苏宁推出无人重卡“行龙一号” “仓到仓”无人解决方案惊艳亮相

2018年5月，苏宁无人重卡顺利完成盐城、上海高速场景测试。取名为“行龙一号”的无人重卡有着“碾压”老司机的驾驶技术，不仅能自动规划路线行驶，还能轻松躲避障碍物，面对道路中突然出现的行人，也能事先预警并从容停车，两次驾驶误差可控制在2cm以内，在行业内处以领先地位，这是苏宁在干线无人领域实现的一次突破。

· 物流末端服务场景建设

苏宁全面发力，在全国布局门店、智能自提柜、社区快递点，为消费者提供便捷、全免费的包裹自提服务。

苏宁物流无人快递车“卧龙一号”面世 服务社区配送“最后一公里”

“卧龙一号”是可以实现与电梯进行信息交互、送货上门的无人车，依托物联网、云计算、AI等新技术，通过“多线激光雷达+GPS+惯性导航”等多传感器实现融合定位，进而实现智能化送货：激光雷达先扫描出小区的全景三维地图，标注好每个建筑物的详细位置，连一个凉亭、一棵树都清晰可见。“卧龙一号”借助自身搭载的“大脑”——人工智能芯片，综合分析小区地图和GPS导航等相关信息，确认当前位置及目的地方位，规划好配送路线。

身边苏宁，更贴心

· 苏宁小店，身边的温暖生活

苏宁智慧零售正在通过多业态的布局，打造一个“本地互联网”。2018年苏宁共新增4266家苏宁小店（包括迪亚天天自营及加盟门店），多样的生鲜和快消品，让它成为社区“共享冰箱和厨房”；为客户提供手机以旧换新、免费代收快递、预约家电净洗和维修、运营商增值业务等众多服务，在满足社区居民生活服务需求的同时，也成为苏宁网罗社区流量、打造“本地互联网”的排头兵。

苏宁小店百万早餐计划

在生活节奏越来越快的今天，有很多人都会来不及吃早餐。针对此，2018年12月苏宁小店推出百万早餐计划，鼓励上班族都要吃早餐，其主打套餐：“包子+鸡蛋+豆浆”仅售5元，既便捷又营养，在年轻上班族中大受欢迎。

· 苏宁帮客，生活的好帮手

作为苏宁服务的重要支撑点、着力点，苏宁帮客遍布全国，从送、装、检测、维修，到延保、清洗、耗材更换、收旧服务，提供电器生命周期内一站式服务，让苏宁帮客成为消费者生活好帮手，离消费者更近、更亲。

苏宁帮客多年来一直坚持不断创新经营，不断推进服务产品化和服务平台化，开通7*24小时全天候服务预约，在苏宁易购PC端、苏宁帮客微信进行自主服务预约；推出新房甲醛检测服务，为办公、家庭等全场景提供室内健康空气系统的定制化咨询和专业化检测治理服务。

千名苏宁安装工程师818大迁徙驰援东北

2018年夏天，东北一带出现罕见的高温桑拿天。极端天气下，东北地区空调销售量激增，安装量也随之爆发式增长，本地安装人员短缺。为此，苏宁依托苏宁帮客强大的售后运营能力，火速从北京、天津、宁波、徐州、青岛等地抽调近2000名服务工程师，直接“空运”至东北三省进行支援，保证空调安装及时上墙。

从全国43个大区统一调拨空调安装工程师，再通过包机等形式进行“全国一盘棋”的千里驰援，这样的增援模式苏宁已运行多年，虽然承担了比别的平台更巨额的运营成本，但卓越的售后服务成为了苏宁的核心竞争力。



沈阳苏宁热烈欢迎苏宁帮客驰援同事

· 苏宁客服，智慧服务生活

苏宁客服立足线上线下两大平台，以客户关怀为己任，持续提升服务效率，为客户打造极致服务体验。2018年，苏宁易购客服中心在线、电话咨询服务以及投诉处理服务的整体满意度达94%。

线下苏宁客服为客户提供7*24H全天服务，电话30秒内响应。线上苏宁拥有智能客服机器人一对一服务用户，可以实现毫秒级响应。同时苏宁建立了任务单平台，可记录全渠道用户的投诉和建议，以及每个环节的处理方案和进度。



苏宁电话客服坐席

智能客服机器人，让沟通更有温度

苏宁客服机器人已全面实现智能化，不仅能分流传统人工客服的压力，同时还能提高问题解决效率和服务质量，提升用户体验。“学富五车”的导购专家售前客服“苏小语”，24小时超长待机的售后客服“sunny”便是苏宁成功推出的智能客服机器人。

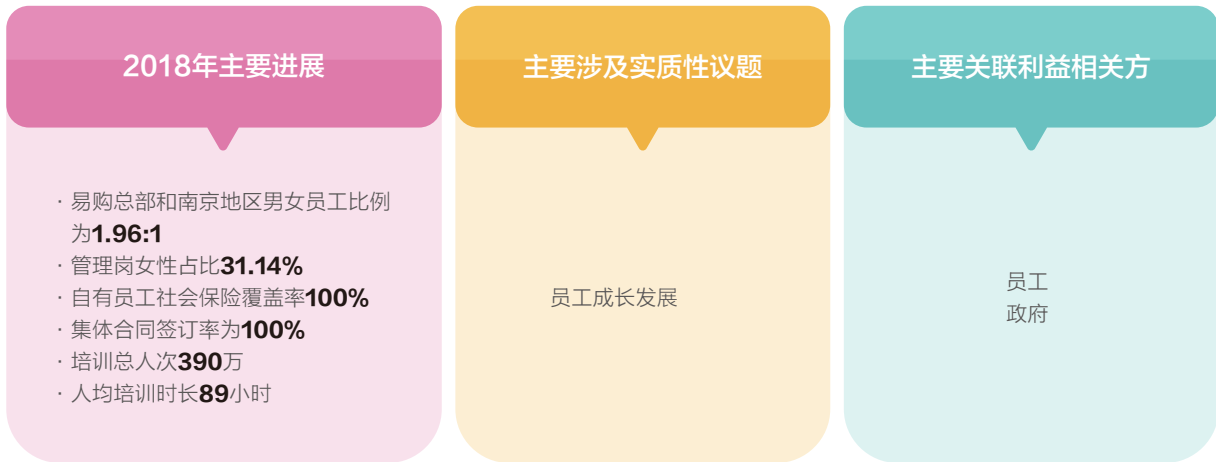
“苏小语”存储有大量的产品和优惠活动信息，同时可以基于大数据，对用户的购买历史行为进行分析，实现对客户一对一精准营销。除拥有导购功能外，“苏小语”还是很好的生活调剂品，拥有闲聊、查天气、讲笑话等一系列技能，为客户提供智能对话服务。

苏宁售后客服“sunny”是客服团队必不可少的一员。除了24小时不间断提供服务外，更结合AI技术，全面提升机器人的阅读理解、语音图像识别能力，做到想用户所想、快速解决客户问题。

智青春 慧成长

人力资本是比货币资本更重要的资本。苏宁坚持发展最终一定惠及每一位苏宁人，实现与员工共创、共当、共享。苏宁激励员工成长成功，保障员工合法权益，关爱员工幸福生活，努力营造和谐工作氛围。





年轻梦想，智能激发

在成就梦想的道路上，苏宁为年轻人提供全方位支持，让他们“轻”装上阵，为自己热爱的事业而努力去“拼”。苏宁重视员工的成长和培养，依托零售巨头企业的成长平台，全力培养苏宁事业发展接班人，为百年苏宁的发展奠定坚实的基础。

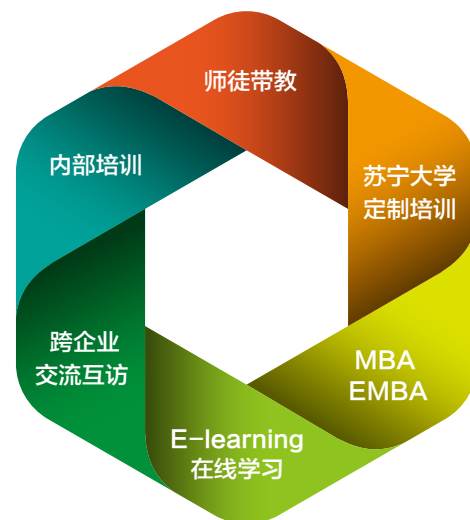
· 更系统的专业成长

2018年苏宁在坚持“自主培养、内部提拔”的原则下，围绕智慧零售发展持续优化内选梯队、社招梯队、1200梯队的人才培养体系，分层级全力培养优秀的企业接班人；立足岗位，提供各项培训，提升员工综合能力，覆盖员工发展的各个阶段。同时，公司进一步优化完善员工自助学习平台，方便员工自主安排学习。2018年，苏宁人均培训学时达89小时，培训人次达390万人。

在培训方面，2018年苏宁聚焦智慧零售发展，全力打造学习型组织，在苏宁大学下共规划4个通用学院和15个业务学院。其中，为全力支持苏宁小店的迅速落地，苏宁进一步健全其培训组织及课程体系，完成了总部及43个大区小店培训队伍和实训基地的建设，并将其成功经验进一步复制到其它业态。此外，在数字化学习方面，苏宁更加强调多场景、训练式、大中台的模式，进一步升级了苏宁大学2.0平台系统、规划了众多互联网学习产品，成功上线了应知应会宝典、百战案例等学习产品，实现了“7×24小时”自主学习。



苏宁员工自助学习平台



苏宁互联网化的混合学习模式

1200工程：培养百年苏宁事业接班人

苏宁历来重视人才培养，“1200工程”每年坚持引进国内外高校的优秀毕业生，覆盖全球顶级高校。如今，“1200”已成为苏宁人才梯队建设的明星工程。苏宁通过“高起点、高责任、高管带教”的“三高模式”，培养了一大批优秀的1200干部，其中总裁级别干部中的1200管培生占26%，总经理、总监级别则达到36%，经理级达33%。



苏宁“1200工程”校招会

· 更广阔的成长舞台

苏宁智慧零售的发展为员工创造了广阔的职业发展空间。苏宁帮助员工建立贯通产业链的思维，实现多领域、新思维上的全面成长；在管理方面，苏宁推动内部诸多小团队的协同合作，形成小团队管理体系，在创造“苏宁速度”的同时，也为更多员工能力的释放创造了舞台。

“万千百计划” 网罗全球顶尖人才

从传统零售到智慧零售，IT技术已经成为零售业转型发展的基础支撑。苏宁启动了全球搜罗人才的“万千百计划”，为智慧零售发展“扩军”。通过引进成熟人才，培养顶尖高校毕业生，并通过联合顶尖院校、投资领军企业等方式，在云计算、人工智能、大数据等领域进行提前重点储备，为智慧零售进一步深入发展提供技术人才驱动力。

目前苏宁研发团队30岁以下人员已超过90%，有力支撑苏宁的转型发展。

· 更具竞争力的薪酬福利

苏宁严格落实各项社会福利保障制度，并结合行业特色为员工提供包括工资、福利、短期激励和长期激励在内的多重保障。苏宁职工平均薪资涨幅已连续十几年保持两位数以上增长。

假期类福利	节日礼金	补贴类	驻外福利	体检	节日活动
法定节假日、婚假、产假/流产假、孕检假、哺乳假、陪产假、探亲假、年假、丧假、病假和工伤假	妇女节礼金 端午节礼金 中秋节礼金 春节礼金	餐补 通讯补贴 住房补贴 交通补贴 差旅补贴	凡驻外员工可享受驻外补贴、住房补贴、安家费、探亲假及探亲往返费报销和传统节日慰问	入职体检 涉及餐饮岗位的员工健康体检 年度体检	集团各部门体系组织员工团聚年会活动

安居保障，为员工解决住房问题

苏宁在北京、上海、广州、深圳、南京、杭州等全国41个城市共提供约9000套员工宿舍和公寓，积极为员工解决住房问题。

此外，苏宁推出“1200员工购房借款项目”，面向核心骨干员工苏宁还提供最高额度为50万元的低息购房借款，截至2018年底，已批复的累计申请金额近2亿元。



苏宁员工公寓内景

苏宁推出员工持股计划 实现利益共享、责任共当

在2018年新春团拜会讲话中，苏宁易购集团董事长张近东表示，要持续推进员工股权激励和投资创新小团队，让大家分享这种发展机遇。

5月14日，苏宁易购发布公告，公司董事会已审议通过第三期员工持股计划草案（以下简称“员工持股计划”）。该员工持股计划资金总额不超过5亿元，参加员工持股计划的员工总人数不超过1600人，苏宁的中层员工及业务骨干将是本次员工持股计划的最大受益人。这充分体现了苏宁的“求才若渴”，保障了苏宁未来发展的“中坚力量”，也让更多的员工享受公司发展的红利。

合法权益，活力保障

苏宁严格执行国家和地方相关法律法规，遵守《劳动法》《劳动合同法》，维护和保障员工的合法权益，坚持公平、公正原则，坚持男女平等雇佣，同工同酬，尊重劳工人权，确保体面劳动，努力建造和谐融洽的员工关系。

· 健康与安全

苏宁重视员工的安全和健康，通过了GB/T28001-2011职业健康安全管理体系认证，并推动职业健康安全和持续改进，为员工提供安全健康的工作环境。



中医义诊活动

苏宁制定了《工伤事故管理规定》，2018年，公司员工工伤发生率0.03%，对受伤员工均按照相关规定纳入社保进行了及时救治和处理；同时，定期进行安全检查，加强安全宣传和教育，组织售后服务人员参加安全培训，总部每年组织2次消防演习。

苏宁还通过组织义诊、关爱类讲座等活动，帮助员工缓解工作压力及亚健康问题。2018年共组织了8场义诊活动；组织包括急救知识、医疗方面的关爱类讲座9场；大促期间更为客服提供EAP心理咨询服务，帮助他们舒缓工作压力。

· 民主管理

苏宁积极推进民主管理，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。苏宁通过党建工作、工会建设，设立内部员工关系处理机构，了解员工诉求及问题解决，提高员工参与企业管理的积极性、有效性，创建和谐企业文化。苏宁1993年成立党支部，2003年成立党委。截至2018年底，苏宁党员*人数约1.4万名，设有二级党委/党总支，基层党组织数量193个，实现了全国各地、各产业、各公司全覆盖，党建规模在非企业中处于领先地位。

家庭氛围，幸福工作

员工是苏宁最宝贵的财富，苏宁竭尽全力为员工提供全方位的关爱。苏宁通过整合内部资源，打造员工服务平台，涵盖餐饮、休闲、娱乐、住宿、家政、出行、医疗、教育等各方面，为员工提供多渠道、多场景的一站式服务。

生活服务

苏宁为员工提供健身餐、营养餐等多种餐饮选择，大促期间，更为员工提供营养丰富、种类多样的“能量加油站”；为解决员工“出行难”问题，苏宁安排公司班车每日接送员工上下班，同时开发内部“Yocar顺风车”软件，搭建内部员工共享出行平台。

在苏宁，既有健身房、篮球场、羽毛球场、员工影城等帮助员工放松心情、锻炼身体，也有为员工专门定制的相亲会和员工旅游计划丰富员工业余生活。此外，苏宁亦积极帮助公司外来务工人员协调解决子女入学难题。

· 多彩活动

每年苏宁都会举办丰富多彩的企业文化活动，包括苏宁之夏晚会、节假日关爱活动、苏宁运动会、暑热慰问、品牌活动、休闲娱乐类活动以及快递员节等等，丰富员工日常生活。

苏宁第二届快递员节“传递快乐”

苏宁自2017年起，已连续两年开展快递员节，旨在提高快递员的职业认同感，呼吁全社会共同关注快递员群体价值，切实保障快递员的权益。

8月28日，由全公司评选出的百名“超燃快递员”们来到苏宁总部，参加快递员节颁奖仪式，每人获得5000元现金奖励，并前往苏宁雨花物流基地学习。与此同时，苏宁各大区也精心组织了参观游览、带薪休假看电影、送“惊喜快递”等一系列关爱活动，为平日奔忙的快递员送去温暖。



重庆苏宁巨型快递箱前快递员和家人团聚



百名优秀快递员在第二届快递员节宣誓

*此为苏宁控股集团党员总数，大部分为苏宁易购党员。

多彩活动



818前夕江疏影、
101女孩空降
苏宁总部 给员工送福利



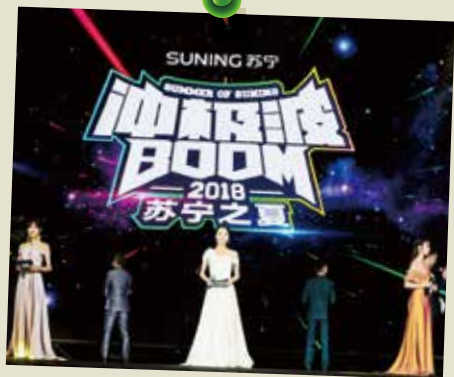
818员工狂欢大PARTY



员工畅享美食



苏宁运动会



苏宁之夏



苏宁之夏



苏宁家庭日



“宁·缘，放手去爱”交友活动



· 高效办公

2018年，苏宁将部分工作区由传统固定办公模式改造为共享办公模式，为员工营造自由温馨又不失严谨的工作环境。

苏宁为员工提供一站式智能办公服务。2018年，苏宁上线lmeeting会议管理系统，实现会议管理及服务更智能、更高效；创新使用智能印章，实现了员工自助盖章并自动统计落章次数、自动拍摄存档外带用章图片；建立苏宁词库，将苏宁专有名词转译中、英、日、韩、意共五大语言版本，供员工随时自主查询。智能办公系统的应用不仅提高管理效率、降低人力成本，更使员工各项工作流程变得井然有序，极大提高员工工作效率以及质量。

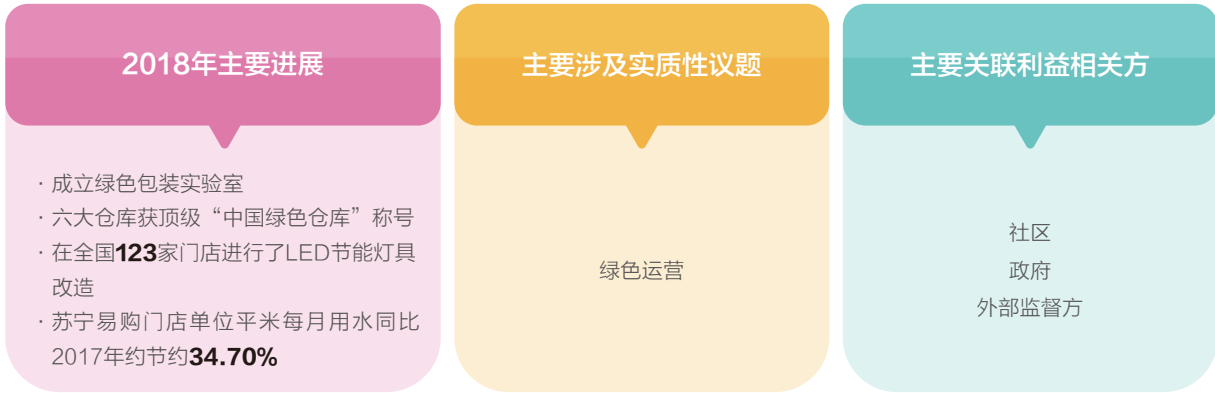


苏宁员工办公环境

智绿色 慧生态

经济与科技的迅速发展带来了资源枯竭、环境污染及气候变化等问题，苏宁坚持可持续的发展观，将绿色、环保的理念融入企业战略，积极推进绿色物流、绿色运营，并致力将绿色环保的理念向价值链传播，号召全社会共同建设生态文明。





智慧物流，“绿”意十足

作为中国绿色仓储与配送标杆企业，苏宁秉持绿色发展的理念，尽最大可能减少物流环节对环境产生的负面影响，绿色仓库、绿色运输、绿色配送、绿色末端，已经构成了苏宁物流绿色行动的着力点，持续呵护快递从生产到配送的绿色生命周期。

· 加码绿色物流

苏宁积极推动绿色物流的发展，从运输、仓储、包装等关键环节切入，围绕提高作业效率、降低碳排放两个方面，打造立体式的绿色物流体系，致力于减少能源消耗、降低对环境的污染。

· 绿色物流中心

苏宁库区建设重视环境保护，通过合理选址、科学规划、适度超前设计，有效节约资源、降低能源消耗、减少污染排放、提高物流效率。

苏宁六大仓库再获三星级“中国绿色仓库”

2017年6月，南京苏宁云仓、西安泾阳物流中心、重庆苏宁配送中心3大仓库获评全国第一批“中国绿色仓库”称号。时隔一年，在“第五届中国绿色仓储与配送大会”上，中国绿色仓库等级评定委员会授予上海苏宁奉贤物流中心、苏宁广州物流中心、苏宁成都物流中心、内江苏宁西南物流中心、苏宁长春朝阳物流中心、哈尔滨苏宁平房物流中心共6大库区为三星级“中国绿色仓库”称号（三星级为最高级别），苏宁的9大“绿仓”成为国内目前质量与数量均领先的绿色仓库群。



绿色仓库

· 绿色运输

苏宁加强对物流运输环节的管理，开发了运输网络规划系统，对空仓比例较高的线路进行优化和调整，预计可每年节省成本3000多万元；制定并严格执行物流车百公里低油耗指标，并通过定人定车、GPS监控、人员节能意识培养和技巧培训等，实现“最后一公里”的低碳运营。

同时，苏宁加大使用新能源物流车的力度，从源头上促进低碳环保、节能降耗。2018年投入使用2861辆新能源车，可减少二氧化碳排放量86万千克。

“青城计划” 升级绿色物流行动

“青城计划”是苏宁在城市维度的全新探索和行动升级，致力于打造全球领先的全链路绿色物流解决方案，结合地方特色，创新驱动、源头治理、社会协同，推进绿色产品的全场景应用，打造出新型绿色物流快递城市。

以海口为标杆，2018年双11期间，苏宁在海口推进共享快递盒、无中纸面单的规模化使用，并实现共享快递盒回收站在苏宁小店的落地，助力社区快递包装的回收和环境治理。未来“青城计划”将从绿色仓储、绿色包装、绿色运输、绿色回收等四个维度助力“绿色海口”模式的创建，后期将其成功经验推广至全国。

· 绿色包装

2018年5月1日，国家正式实行的《快递暂行条例》明确规定推动快递包装材料的减量化利用和再利用。苏宁与各地包装协会合作，通过资源共享，使快递包装得到更有效的循环利用。自2017年4月18日推出第一代共享快递盒产品——漂流箱以来，先后推出了冷链循环保温箱、无中纸面单、零胶纸箱、自动气泡包装、循环编织袋等产品，在行业内树立了绿色包装的良好典范。

缓解白色污染问题 苏宁上线“零胶纸箱”

普通的快递盒经常被各类胶带“五花大绑”，用户收到后通常需要一层层划开胶带，而且，胶带的主要材质是聚氯乙烯，需要近百年才能降解，过度的胶带使用带来了严重的白色污染问题。

苏宁在普通的纸箱基础之上进行升级，在盒子两端设置“环保封箱扣”，不需要使用胶带也能最大程度保障商品的隐私与安全。此外，零胶纸箱表面刚度高、不容易开裂，轻便易用、可循环使用5次以上，成品单次使用价格比普通纸箱低15%以上。这款快递纸箱借助了物理学原理，摒弃了各种封箱胶带，不仅避免了胶带污染和浪费，也让用户有了更愉悦的开箱体验。



苏宁“零胶纸箱”

· 开展绿色创新

苏宁长期在绿色环保的道路上进行探索，始终将保护环境的责任根植于心。2018年4月22日，苏宁在世界地球日举行了绿色包装实验室成立发布会。绿色包装实验室将重点发展绿色包装、安全包装，大力倡导适度包装，全力构建资源节约、环境友好、循环利用、持续发展的物流包装产业格局。

同时，苏宁还组织开展包装基础标准、包装专业标准以及产品包装标准的系统研究，积极参与修订和完善国家、行业、企业的多元化包装标准，形成相关性、集合性、操作性强的标准体系。通过新技术、新方案的研发，苏宁将持续推动电商物流包装方案的改进。

苏宁启动首届“绿色共享”包装设计大赛

2018年，苏宁推出首届“绿色共享”包装设计大赛，面向包装生产企业专业人士、设计机构专业人士、高校学生以及对环保有责任有担当的社会人士，征集优秀解决方案。

最终，上海大道包装隔热材料有限公司提出的共享新鲜生活——车载折叠生鲜箱及租赁服务，EPE Group带来的通用智能移动设备包装方案，永丰余集团研发的环保轻奢物流袋及环保智能轻奢物流箱获得“绿色创想家”的荣誉。



“绿色共享”包装设计大赛参赛作品

创新运营，“绿”心坚守

苏宁始终坚持绿色运营，将节约资源、保护环境的理念贯穿于经营管理的全过程和各个方面，以实现经济、社会和环境效益的有机统一，促进自身可持续发展。

· 绿色门店建设

苏宁秉持绿色环保理念对门店进行管理和升级改造，改善门店基础设施，完善能源管理，同时通过对门店员工开展节能降耗宣传及培训，切实践行绿色门店理念。

在物料方面，苏宁易购店内日常布展的80%物料均采用可循环使用或可涂改材质，出街广告尽可能使用周期性较长的物料，使换画频次缩减30%，有效减少了废弃物料对环境的影响。

2018年，苏宁继续推进门店节能灯项目，在全国123家门店进行了LED节能灯具改造，改造灯数3.97万支，每年节约用电145.96万千瓦时。

2018年，苏宁易购门店年均每小时每百平米用电2.7518度，同比2017年节约0.09%；店面用水方面，单位平米每月用水约0.1097吨，同比2017年节约34.70%*。

*为提升计算科学准确性，对2017年和2018年门店用电、用水计算公式进行了调整

· 节能高效的数据中心

传统数据中心能耗高且布局分散，造成了社会资源浪费。作为承载苏宁核心业务的IT基础设施，苏宁坚持绿色数据中心建设，利用自然资源优势和先进科技，实现节能降耗和减污增效，使企业的经济和社会效益得到显著提高。

作为首批“国家绿色数据中心”，苏宁雨花数据中心在2018年继续推进节能改造，二楼机房采用的冷冻道封闭+列间空调制冷方案在提高机房运行可靠性的同时大幅降低了PUE*（由改造前的1.8降低至1.4），预计每架机柜全年可节约电费265万元。

· 推行绿色办公

苏宁倡导绿色节能办公，将绿色工作、绿色生活、绿色发展的理念融入每一位苏宁人心中，鼓励员工节纸、节水、节电、绿色出行，以实现办公过程的资源节约与减排。

2018年苏宁将总部办公区域照明灯具改造为LED材质，并积极调整、控制照明及空调运行时间，全年办公用电平均百平米用电为2.2772度，较2017年降低了0.32%。

携手伙伴，“绿”动未来

苏宁不仅自身坚持绿色发展，还发挥零售业链接上下游的优势，推动供应商、消费者，乃至全社会共同参与绿色未来的建设，号召全社会共同守护美好家园。

· 绿色采购

作为全国节能减排标准化技术联盟的成员，苏宁主动推进联盟标准在出售产品上的应用和实施。为了更好地引导供应商绿色生产，苏宁加强对高效家电产品的采购和推荐，提升高效产品的销售比例。

携手伙伴，苏宁开展“净肺工程”

统计数据显示，中国城镇家庭平均每百户拥有空调达113台，空调污染问题将高度影响每家每户的居住空气品质，影响范围之广昭示了问题之严峻。

为改善人民生活环境，苏宁积极开展“净肺工程”：一是与专业协会合作，发布《中国室内空气健康白皮书》；二是联合知名空调和新风产品企业对购买健康空调、新风产品的用户给予让价、专项退款等多种形式的补贴；三是推出“免费空调清洗体验计划”，发放10万份免费清洗卡；四是与“广东南山医学发展基金会”合作，成立“净肺工程专项基金”，每完成一笔“旧空调换新”或“新风产品”的销售订单，即向基金会公益捐赠1元。

· 绿色消费

苏宁坚信绿色消费是零售业转型升级的必然要求。通过对绿色设计产品给予补贴与优惠、开展家电以旧换新等方式，苏宁持续推广新的消费理念，使“绿色消费”深入人心。

*Power Usage Effectiveness的简写，是数据中心消耗的所有能源与IT负载使用的能源之比

苏宁携手工信部发布2018绿色设计产品全球推广计划

为推动全球零售行业 and 品牌厂商广泛采用绿色设计产品，引领绿色消费升级，苏宁联合工业和信息化部共同召开2018绿色设计产品苏宁全球首发会。

该计划旨在联合工信部节能司建立起一套将绿色设计理念从政策、产品、渠道传送到最终用户的四方闭环系统。苏宁将充分利用其线上线下资源，一方面联合一线知名品牌厂商推出绿色设计产品的补贴优惠政策，并根据苏宁不同阶段的品牌大促做强、做热推广活动；另一方面，苏宁将通过以旧换新、月度专场推广、绿色产品下乡扶贫以及亿元绿色津贴等方式，全方位、多层次地推广获工信部支持的绿色设计产品。



2018绿色设计产品苏宁全球首发会

· 绿色倡导

苏宁不仅关注自身运营对环境产生的影响，推动供应商与消费者共同参与绿色未来的创建，更向整个社会传播绿色生活的理念，促进社会践行绿色生活方式。

苏宁绿色环保公益行 为祖国增添绿色

苏宁在2018年春节前夕发起为城市打CALL活动，精心打造了21支专属城市的视频，并承诺每集满100个赞将为该城市种下一棵树。

植树节期间，在上海顾村公园，苏宁携200余位环保志愿者，开启了“树萌方圆、花开四季”的绿色植树行动；在杭州，苏宁的绿色志愿者与留下小学的师生一起合作种植或认领了300多棵树苗，让学生在劳动中建立生态环保意识，也让校园更绿更美……最终苏宁履行承诺，在全国10余个城市累计植树3000余棵。

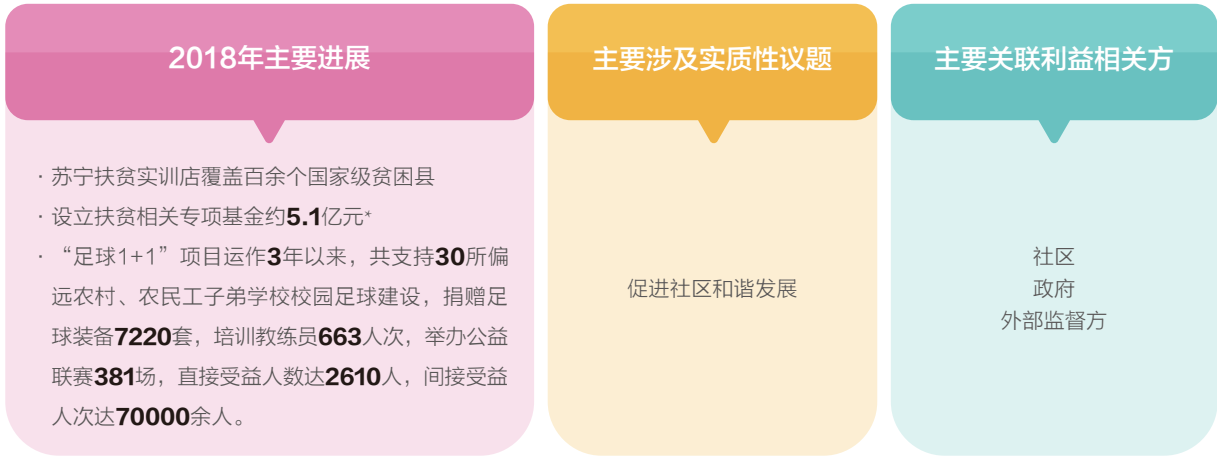


苏宁公益植树月卡片

智家园 慧社会

苏宁结合自身资源优势与行业优势，积极投身公益慈善事业，通过电商扶贫、公益捐赠、志愿服务等多种形式，广泛开展精准扶贫、关爱儿童、体育公益、灾害救助等活动，向全社会传递爱与希望。





互联网+扶贫，赋能乡村振兴

苏宁积极响应国家精准扶贫和乡村振兴战略，采取线上线下融合的扶贫方式，使贫困地区人民共享经济发展红利。苏宁发挥自身技术和市场优势，有效对接供需，破解贫困地区资源限制，开辟了“互联网+扶贫”的新道路。



苏宁精准扶贫战略构架

· 电商扶贫新道路

作为国内领先的智慧零售企业，苏宁多年来一直聚焦乡村市场，依托自身智慧零售的优势整合各方资源，迅速在县镇乡村市场扎根发力，助力乡村振兴，形成了“授人以渔”的新型扶贫机制，为解决贫困问题提供了行之有效的新思路。

苏宁智慧零售赋能县镇创业者：安徽凤阳县小岗村张长刚的百万生意

安徽省凤阳县小岗村人张长刚，2018年有了一个新身份，那就是苏宁易购零售云店加盟商。在加入苏宁零售云之前，张长刚和老婆开了家50平方米的小卖部，生意好的时候一年能赚六七万，加盟零售云之后同几个合伙人在凤阳板桥小镇开了家苏宁易购精选店，开业后的短短几个月销售额已达四百多万。尝到盈利甜头的张长刚，也渐渐消除心中对转型创业的担忧和不安。

11月30日，李克强总理莅临南京苏宁总部视察时与张长刚进行了现场连线。张长刚坦言精选店高速的销售增长离不开苏宁的品牌、供应链、技术、物流和金融支持，总理也对苏宁零售云模式赞赏有加。

*本章节涉及的捐赠及公益组织合作，实施主体为苏宁易购及关联公司

· 精准扶贫新模式

2017年苏宁创新性地推出了“扶贫实训店”模式，并逐渐面向国家级贫困县进行推广复制。苏宁易购扶贫实训店实现了产业扶贫、就业扶贫、教育扶贫、捐资扶贫“四扶一体”，致力于构建精准扶贫长效机制，做到“真扶贫、扶真贫”。

扎根黄土高坡，助推“中国大美梨”走向全国

山西隰县是全国扶贫开发工作重点县，同时也是一个果业大县，80%的农业收入来源于果树，而其中最具代表性的便是因皮薄、肉细、核小、可食率高、含糖量高而被称为“中国大美梨”的玉露香梨。

2018年，为了助力隰县精准脱贫，苏宁将全国首创的O2O造血扶贫新模式——扶贫实训店开到隰县，为当地农户提供就业实训和营销技能培养，并通过线上中华特色馆及地方扶贫馆等平台引导和拉动以玉露香梨为代表的当地农特产品的生产和销售。针对突发冻灾导致的全县玉露香梨冻伤情况，苏宁积极开展探访调研，并联合中国扶贫基金会善品公社为隰县提供了有效的帮扶方案，顺利帮助果农渡过难关，受到了当地果农及政府的好评。



玉露香梨上线苏宁易购

苏宁爱心助销云南永胜蒜

云南永胜的“宝塔蒜”是当地的特色农产品，一度远销至泰国、越南等国家。然而在2017年进一步扩大种植面积之后，市场突然发生变化，大蒜严重滞销，价格从去年每公斤5元狂跌到每公斤0.7元。

苏宁得知这一情况后在业内最先派出工作人员火速赶往永胜，在当地政府的统筹安排和全力支持下，苏宁采用政府指导价现场收购农户大蒜，避免了市场波动给农户带来的巨大损失。采购的大蒜借助苏宁线上线下双线渠道进行销售，截至5月1日18点，仅通过苏宁易购双线平台助销的大蒜就超过83吨，订单量近2万，成为助销的第一主力。



苏宁易购“拯救丽江永胜大蒜”行动

· 脱贫攻坚新动能

苏宁致力于积极参与脱贫攻坚事业。截至目前，苏宁累计共向社会捐赠资金与物资价值超12亿元；此外，设立扶贫相关专项基金约5.1亿元。

苏宁携手红豆捐资1亿助力脱贫攻坚

“江苏民营企业决胜全面小康社会精准扶贫基金”是江苏省工商联为贯彻落实党的十九大脱贫攻坚战略决策部署而设立，将用于符合国家精准扶贫战略的产业扶贫项目。作为该基金的倡议发起人，苏宁*和红豆集团共向该基金捐赠1亿元人民币，助力解决当前产业扶贫面临的资金投入不足问题，进一步提高产业扶贫效能。



苏宁红豆携手向“江苏民营企业决胜全面小康社会精准扶贫基金”捐赠1亿元

爱心+教育，助达成才之愿

国势之强由于人，人材之成出于学。苏宁始终秉承“教育是国之大计”的理念，全力支持教育事业，积极参与贫困地区基础教育设施建设，推广先进教育方式，推动教育资源平等化，让更多孩子有机会享受到优质的教育资源。

梦想大篷车：为孩子们带来多元化的学习体验

“梦想大篷车——苏宁号”是由上海真爱梦想公益基金会和苏宁共同打造的公益项目。大篷车收起时，是一辆大卡车，展开时，是一间多媒体教室。60平方米的室内，配备了VR眼镜、3D打印机、平板电脑、电子视听影像、智能订阅读系统等高科技软硬件设施，可同时承担“小型图书馆”、“移动阅览室”、“流动电影院”等多种教学功能。

2018年，梦想大篷车以“素养教育边疆行”为主题，将科技活动课程带到边疆，让当地师生充分体验“梦想的神奇、科技的力量、艺术的美好”。梦想大篷车志愿者老师给当地学生带来VR体验课以及《去远方》《理财课》《轻摄影》《3D打印科技课程》等梦想课程，不仅充分调动了学生们的参与热情，也让孩子们感受到了创新的教育模式。



梦想大篷车VR体验

苏宁不仅全力支持教育事业，还同时发挥自身行业优势和资源整合能力，凝聚更多品牌商，共同为贫困地区和人群的教育事业发展贡献一份力量。

*基金捐助主体为苏宁控股集团，苏宁易购是重要的实施执行方

苏宁联合18大净水品牌关爱孤儿大学生

2018年7月10日，苏宁易购联合爱德基金会，在启动夏季净水节的同时，正式开展“良芯好水 净献爱心”公益助学项目。7月13日至7月29日，苏宁易购全渠道指定净水器每卖出1台，将捐赠10元至爱德基金会，用于资助孤儿大学生上学。A.O.史密斯、美的等18个净水品牌参与其中，共同诠释净水产业的爱心和健康内涵。

公益+体育，传递运动之情

体育与公益相结合，不仅能够借助体育的魅力产生强大的筹款能量，还能够有效动员大众，让更多的人接触公益、了解公益、爱上公益，增进人们的相互理解，催生互爱、自尊、独立自主的精神，为公益发展注入强劲的推动力。苏宁携手各方伙伴，通过开展形式多样的体育运动让公益变得日常化、生活化。

善行者，益起走

善行者是中国扶贫基金会于2014年发起的一项徒步筹款活动。参赛者4人组成一队，不仅要完成徒步挑战，更要动员身边的亲友，以实际行动完成筹款，支持公益。自2016年起，苏宁成为“善行者”十年战略合作伙伴。在苏宁的助力下，“善行者”已成为国内标志性的公益徒步项目，2018年已在北京、南京成功举办两场“善行者”活动。自活动开始以来，已成功筹集善款超过2096万元，累计动员超过22.3万人次捐款，超过12万余人次小学生受益。

除了善行者活动外，苏宁亦持续开展了“足球1+1”公益项目，通过组织比赛、夏令营等一系列活动为怀有足球梦的乡村孩子们提供实现梦想的天地。

相聚绿茵场，成就足球梦

6月1日，在欢乐的儿童节氛围中，2018（第三届）苏宁·爱德“足球1+1”公益联赛开幕式在安徽、江苏和青海三地同步举行，共有来自25所学校的250名少年足球队员参与。

由苏宁与爱德公益基金会联合发起的“足球1+1”项目自2016年实施以来，共支持30所偏远农村、农民工子弟学校校园足球建设，捐赠足球装备7220套，培训教练员663人次，举办公益联赛381场，直接受益人数达2610人，间接受益人次达70000余人。



2018苏宁·爱德“足球1+1”公益联赛开幕式

2018年上半年，“苏宁易购”网站被民政部指定为全国20家公益慈善公开募捐信息平台之一。苏宁公益在获得该资质后积极推进该平台的日常管理与运营，并广泛对接社会慈善机构，提供公开募捐的渠道，进一步拓宽公益事业发展的路径。截至2018年8月，苏宁公益平台共引入9家具有公募资质的优秀社会组织，并发布了30个以上涵盖教育助学、扶贫济困、医疗救助、自然保护等类型的公开募捐项目，为社会筹集爱心捐款。“阳光童趣园”、“心的希望”、“我有一片胡杨林”等公益项目得到爱心网友大力支持。

此外，面对自然灾害，苏宁全力以赴，积极参与赈灾救灾等工作，支援灾区重建家园。2018年台风“温比亚”来袭，山东潍坊部分地区受灾严重，苏宁第一时间奔赴前线赈灾支援，受到灾区人民和政府的肯定。



展望



2019年，苏宁将持续坚持“服务是苏宁唯一的产品”的承诺，聚焦为用户创造价值，全面推动智慧零售进入“极智”发展新时代，以极智运营、极限速度、极致体验为要求精益求精，更好地回报社会，满足客户的期望和需求。

苏宁将围绕用户价值，全面扫除服务中的盲点和弱点，全方位提升用户体验，进一步提升多业态协同的效率，立足智慧零售布局，围绕商品、渠道、用户、技术等零售核心能力的延伸，打造服务闭环，让品质服务深入人心。

苏宁将深耕互联网场景，强化智慧零售核心能力的输出，与合作伙伴共享共生。苏宁将加快零售云门店的拓展，为更多创业者提供创业机会；加强与合作伙伴的数据共享，推进C2B反向定制模式，驱动供给侧改革；加大“智慧零售大脑”的开放力度，为更多相关企业提供零售行业智慧解决方案。

苏宁将坚持与社会共享企业发展成果，继续在全国范围内推广扶贫实训店，在更多地区建立长效的产业扶贫机制；积极拓展支持教育事业发展的公益范畴，让更多孩子享受到优质的教育资源；结合自身行业与资源优势，提升体育公益事业影响力，助力和谐美好社会的建设。

“古之立大事者，不惟有超世之才，亦必有坚忍不拔之志。”新的一年，新的征程。身处新时代，苏宁将继续坚守初心，反哺社会，承担更大的社会责任，并通过持续的创新发展，为社会创造更大的价值。

一 附录一

附录

2018年年度苏宁及关联公司CSR相关荣誉

时间	奖项名称	颁奖单位
5月23日	慈善组织互联网公开募捐信息平台	民政部
5月25日	2018年度电商扶贫典范	国务院扶贫办社会扶贫司、中国国际电子商务中心
9月5日	最具爱心慈善捐赠单位、最具影响力慈善项目	江苏省人民政府
9月13日	中华慈善奖	民政部
11月16日	2018年度电商公益先锋奖	国际金融报
11月30日	2018网络扶贫最佳创新案例	中央网信办
12月6日	金蜜蜂2018优秀企业社会责任报告·长青奖	WTO经济导刊
12月13日	杰出社会责任奖	金融界网站
12月16日	全国电商扶贫典型案例	国务院扶贫办
12月17日	人民企业社会责任年度企业奖	人民日报社、全国工商联、中国慈善联合会、中国慈善总会指导，人民网主办
12月18日	中国满意品牌	中国企业评价协会
12月18日	中国企业社会责任杰出企业奖	新华网

核心绩效

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
营业收入(单位: 亿元人民币)	1089.25	1355.48	1485.85	1879.28	2449.57
海内外各类自营门店数量	1696	2649	3491	3867	8881
供应商《阳光承诺书》签订率	100%	100%	100%	100%	100%
客户满意度	93.64%	95.57%	96.59%	94.60%	94.00%
人均培训时间(单位: 小时)	88.96	87.40	82.50	85.85	89
门店年均每小时每百平米用电量(单位: 度)	—*	—*	—*	2.7544	2.7518
门店单位平米每月用水量(单位: 吨)	—*	—*	—*	0.1680	0.1097

*为提升计算科学准确性, 对2017年和2018年门店用电、用水计算公式进行了调整。

联合国2030可持续发展目标

2015年9月，联合国正式通过了《改变我们的世界——2030年可持续发展议程》文件，《议程》中提出了17项可持续发展目标（SDG）及169项具体目标，于2016年1月1日正式生效，致力于消除一切形式的贫穷、实现平等和应对气候变化，同时确保没有一个人掉队。

中国政府高度重视落实这一议程，出台《中国落实2030年可持续发展议程国别方案》，在经济、社会、环境三大领域平衡推进落实工作。

零售行业作为连接消费者和生产者的桥梁，通过创新发展，支撑政府并联合其他产业、消费者共同服务于这些目标的达成。苏宁易购从自身实际出发，以实际行动和特色实践推动落实《国别方案》，为2030可持续发展目标的实现贡献力量。

联合国2030可持续发展目标	目标内容	苏宁易购实践
 <p>1 无贫穷</p>	在全世界消除一切形式的贫困	电商助力精准扶贫,以“电商扶贫实训店”这一模式为抓手,探索出一条“互联网+扶贫”的新道路。电商扶贫实训店覆盖百余个国家级贫困县。
 <p>2 零饥饿</p>	消除饥饿,实现粮食安全,改善营养状况和促进可持续农业	将企业资源嵌入行业、扎根农村、融入社会,为众多农民提供高效优质的服务。
 <p>3 良好健康与福祉</p>	确保健康的生活方式,促进各年龄段人群的福祉	“梦想大篷车——苏宁号”“善行者”“校园足球梦”“足球1+1”“蓝色爱星行动亲子公益跑”等活动关注儿童身心健康;为员工提供多元化的福利保障。
 <p>4 优质教育</p>	确保包容和公平的优质教育,让全民终身享有学习机会	通过支持“善行者”“梦想大篷车”等项目积极参与贫困地区教育基础设施建设,推动素质教育均等化,促进儿童全面发展;为苏宁员工提供多元化的学习和培训。
 <p>5 性别平等</p>	实现性别平等,增强所有妇女和女童的权能	奉行非歧视的用工政策,实行同工同酬;关爱女性员工,平衡家庭与工作。
 <p>6 清洁饮水和卫生设施</p>	为所有人提供水和环境卫生并对其进行可持续管理	倡导绿色节能办公,鼓励员工节水、节电、绿色出行。
 <p>7 经济适用的清洁能源</p>	确保人人获得负担得起的、可靠和可持续的现代能源	对门店进行绿色管理和升级改造,完善能源管理,改造店面3.97万支LED节能灯。
 <p>8 体面工作和经济增长</p>	促进持久、包容和可持续经济增长,促进充分的生产性就业和人人获得体面工作	保障员工基本权益,建立公平科学的薪酬制度;促进就业。
 <p>9 产业、创新和基础设施</p>	建造具备抵御灾害能力的基础设施,促进具有包容性的可持续工业化,推动创新	发布“智慧零售大脑”,分享技术、管理等后台资源;创新零售消费场景,布局县级零售网络;共建社区商圈;支持地区转型发展。
 <p>10 减少不平等</p>	减少国家内部和国家之间的不平等	公司发展带动社会共同发展,让员工和社会民众共享发展成果;拓展海外合作伙伴,链接国外优质资源,将更多的海外优质商品和前沿技术引进国内。

附录一

联合国2030 可持续发展目标	目标内容	苏宁易购实践
 <p>11 可持续 城市和社区</p>	建设包容、安全、有抵御灾害能力和可持续的城市和人类住区	支持城乡协调发展，发展社区商圈；利用电商提升农民应对灾害能力；参与抢险救灾，灾后重建。
 <p>12 负责任 消费和生产</p>	采用可持续的消费和生产模式	通过智慧供应链建设，精准匹配供需关系；绿色采购；开展主题活动，向消费者传递绿色理念。
 <p>13 气候行动</p>	采取紧急行动应对气候变化及其影响	推进物流绿色发展，竭力减少运营过程对环境造成的不良影响，减少运营损耗，做好自身节能减排。
 <p>14 水下生物</p>	保护和可持续利用海洋和海洋资源以促进可持续发展	减少塑料及制品的使用，从而减少塑料对海洋环境带来的影响。
 <p>15 陆地生物</p>	保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统，可持续管理森林，防治荒漠化，制止和扭转土地退化，遏制生物多样性的丧失	通过减少包装，回收、共享快递箱，以及在办公中减少对纸张的消耗，减少对树木森林的破坏；积极参与植树活动，增强绿色生态。
 <p>16 和平、正义与 强大机构</p>	创建和平、包容的社会以促进可持续发展，让所有人都能诉诸司法，在各级建立有效、负责和包容的机构	重视守法合规，严格完善惩治和预防腐败的长效机制，强化内部监督和整改。
 <p>17 促进目标实现的 伙伴关系</p>	加强执行手段，重振可持续发展全球伙伴关系	创新合作模式，未来开放BiuOS全球战略合作；积极参与行业协会、联盟和行动，促进行业发展。



GRI Standards指标索引

本报告参考GRI 可持续发展报告指南（GRI Standards）的核心方案编写。

	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明
组织概况	102-1 组织名称	披露充分	公司概况	苏宁易购集团股份有限公司
	102-2 活动、品牌、产品和服务	披露充分	公司概况；智零售，慧增长	苏宁是中国领先的 O2O 智慧零售商，经营品类涵盖家电、3C、母婴、百货、超市、服装等
	102-3 总部位置	披露充分	公司概况	江苏南京
	102-4 经营位置	披露充分	公司概况	海内外
	102-5 所有权与法律形式	披露充分	关于我们	民营企业
	102-6 服务的市场	披露充分	公司概况；智零售，慧增长	海内外
	102-7 组织规模	披露充分	公司概况	自营创新互联网门店和网点超10000家
	102-8 关于员工和其他工作者的信息	披露充分	智青春，慧成长	苏宁男女员工比例为 1.96: 1
	102-9 供应链	披露充分	公司治理；智开放，慧伙伴	苏宁打造智慧供应链，驱动行业生态
	102-10 组织及其供应链的重大变化	披露充分	关于我们	未发生重大变化
	102-11 预警原则或方针	披露充分	公司治理	苏宁持续完善“三道防线”内控体系建设，全面防控风险
	102-12 外部倡议	披露充分	链接价值，贡献高质量发展	苏宁加入《电子商务诚信公约》等外部倡议，助力行业进步
	102-13 协会的成员资格	披露充分	链接价值，贡献高质量发展	成为 DevOps 标准工作组成员，促进行业科技水平提升
战略	102-14 高级决策者的声明	披露充分	董事长致辞	——
道德和诚信	102-16 价值观、原则、标准和行为规范	披露充分	公司治理	苏宁“阳光使命”
	102-17 关于道德的建议和关切问题的机制	披露充分	公司治理	苏宁坚持“惩防并举”的方针进行反腐倡廉
管治	102-18 管治架构	披露充分	公司治理	——

一 附录 一

	指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明	
利益相关方参与	102-40 利益相关方群体列表	披露充分	社会责任管理	——	
	102-41 集体谈判协议	披露充分	智青春,慧成长	集体合同签订率为 100%	
	102-42 利益相关方的识别和遴选	披露充分	社会责任管理	——	
	102-43 利益相关方参与方针	披露充分	社会责任管理	——	
	102-44 提出的主要议题和关切问题	披露充分	社会责任管理	——	
报告实践	102-45 合并财务报表中所涵盖的实体	披露充分	关于本报告	欲了解详细信息,可参阅苏宁易购《2018年年度报告》	
	102-46 界定报告内容和议题边界	披露充分	关于本报告	报告涵盖苏宁易购集团股份有限公司及其子公司	
	102-47 实质性议题列表	披露充分	社会责任管理	——	
	102-48 信息重述	披露充分	关于我们	无重述信息	
	102-49 报告变化	披露充分	社会责任管理	无重大变化	
	102-50 报告期	披露充分	关于本报告	报告时间跨度是 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日,部分信息超出以上时间范围	
	102-51 最近报告日期	披露充分	关于本报告	上一次报告发布时间为 2018 年 3 月	
	102-52 报告周期	披露充分	关于本报告	每年发布一次	
	102-53 有关本报告问题的联系人信息	披露充分	报告反馈	brand@cnsuning.com	
	102-54 符合 GRI 标准进行报告的声明	披露充分	GRI Standards 指标索引	本报告遵循 GRI 可持续发展报告标准 (GRI Standards) 的核心方案编写	
	102-55 GRI 内容索引	披露充分	GRI Standards 指标索引	——	
GRI 201: 经济绩效	102-55 GRI 内容索引	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	社会责任管理; 智零售,慧增长	苏宁持续推动智慧零售模式
	议题专项披露	201-1 直接产生和分配的经济价值	披露充分	智零售,慧增长	归母净利润 133.28 亿元
		201-2 气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	披露充分	智绿色,慧生态	苏宁将绿色、环保的理念融入企业战略,积极推进绿色物流、绿色运营

		指标编号和描述	状态	报告章节	简要说明
GRI 203: 间接经济影响	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	链接价值, 贡献高质量发展; 智家园, 慧社会	苏宁致力于与行业、社会共享发展成果
	议题专项披露	203-1 基础设施投资和支持性服务	披露充分	链接价值, 贡献高质量发展	苏宁积极响应政府号召, 深入推进政企合作, 与各级政府部门搭建共赢发展平台
		203-2 重大间接经济影响	披露充分	智家园, 慧社会	苏宁广泛开展精准扶贫、关爱儿童、体育公益、灾害救助等活动
GRI 205: 反腐败	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	公司治理	苏宁始终坚持“惩防并举”的方针
	议题专项披露	205-2 反腐败政策和程序的传达及培训	披露充分	公司治理	苏宁推进廉洁培训活动, 打造廉洁自律的良好氛围和环境
GRI 206: 不正当竞争行为	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	公司治理	苏宁坚决反对任何不正当的竞争, 严格执行《反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规
	议题专项披露	206-1 针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	披露充分	公司治理	未发生针对不正当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼
GRI 302: 能源	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智绿色, 慧生态	苏宁积极推进绿色物流、绿色运营, 减少能源消耗
	议题专项披露	302-1 组织内部的能源消耗量	披露充分	创新运营, “绿”心坚守	苏宁全年办公用电平均百平米用电为 2.2772 度, 较 2017 年降低 0.32%
		302-4 减少能源消耗量	披露充分	智绿色, 慧生态	苏宁门店节能灯项目每年节约用电 145.96 万千瓦时
GRI 305: 排放	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智绿色, 慧生态	苏宁积极推进绿色物流、绿色运营, 减少温室气体排放
	议题专项披露	305-5 温室气体减排量	披露充分	智绿色, 慧生态	苏宁 2018 年投入使用 2861 辆新能源车, 可减少二氧化碳排放量 86 万千克
GRI 401: 雇佣	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智青春, 慧成长	苏宁严格执行国家和地方相关法律法规, 遵守《劳动法》《劳动合同法》, 维护和保障员工的合法权益
	议题专项披露	401-2 提供给全职员工 (不包括临时或兼职员工) 的福利	披露充分	智青春, 慧成长	所有苏宁员工享有相关法律法规规定的福利待遇

	指标编号和描述		状态	报告章节	简要说明
GRI 403: 职业健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁制定《工伤事故管理规定》, 通过GB/T28001-2011 职业健康安全管理体系认证
	议题专项披露	403-2 工伤类别, 工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	披露充分	合法权益, 活力保障	员工工伤发生率 0.03%
		403-4 工会正式协议中的健康与安全议题	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁将健康与安全议题纳入工会正式协议
GRI 404: 培训与教育	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	年轻梦想, 智能激发	苏宁重视员工的成长和培养, 坚持“自主培养、内部提拔”的原则
	议题专项披露	404-1 每名员工每年接受培训的平均小时数	披露充分	年轻梦想, 智能激发	苏宁人均培训学时达 89 小时
		404-2 员工技能提升方案和过渡协助方案	披露充分	年轻梦想, 智能激发	苏宁持续优化内选梯队、社招梯队、1200 梯队的人才培养体系
GRI 405: 多元化与平等机会	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁坚持公平、公正原则, 坚持男女平等雇佣, 同工同酬
	议题专项披露	405-1 管治机构与员工的多元化	披露充分	智青春, 慧成长	男女员工比例为1.96:1, 女性管理者比例为31.14%
		405-2 男女基本工资和报酬的比例	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁遵循同岗、同责、同酬的“三同”原则
GRI 406: 反歧视	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁坚持公平、公正原则, 坚持男女平等雇佣, 同工同酬
	议题专项披露	406-1 歧视事件及采取的纠正行动	披露充分	合法权益, 活力保障	报告期内未发生歧视事件
GRI 409: 强迫或强制劳动	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	合法权益, 活力保障	苏宁严格执行国家和地方相关法律法规, 遵守《劳动法》《劳动合同法》, 维护和保障员工的合法权益
	议题专项披露	409-1 具有强迫或强制劳动事件重大风险的运营点和供应商	披露充分	合法权益, 活力保障	报告期内未发生强迫或强制劳动事件
GRI 413: 当地社区	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智家园, 慧社会	苏宁结合自身资源优势与行业优势, 积极投身公益慈善事业
	议题专项披露	413-1 有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	披露充分	智家园, 慧社会	苏宁在各地的运营中, 都力求与当地利益相关方进行沟通合作, 发现社区的真实需求
		413-2 对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	披露充分	智家园, 慧社会	无实际或潜在重大负面影响的运营点

	指标编号和描述		状态	报告章节	简要说明
GRI 414: 供应商社会评估	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智开放, 慧伙伴	苏宁与所有供应商签订《阳光承诺书》, 保护市场公平竞争
	议题专项披露	414-2 供应链对社会的负面影响以及采取的行动	披露充分	智开放, 慧伙伴	供应链未发生负面影响
GRI 416: 员工健康与安全	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智服务, 慧生活	苏宁坚持“品质商品 + 极致服务”
	议题专项披露	416-2 涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	披露充分	智服务, 慧生活	未发生违规事件
GRI 417: 营销与标识	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	智服务, 慧生活	欲了解详细信息, 可参阅苏宁网站顾客服务 http://www.suning.cn/cms/service-Principle/index.htm
	议题专项披露	417-1 对产品和服务信息与标识的要求	披露充分	智服务, 慧生活	欲了解详细信息, 可参阅苏宁网站顾客服务 http://www.suning.cn/cms/service-Principle/index.htm
		417-2 涉及产品和服务信息与标识的违规事件	披露充分	智服务, 慧生活	未发生违规事件
		417-3 涉及市场营销的违规事件	披露充分	智服务, 慧生活	未发生违规事件
GRI 418: 客户隐私	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	消费体验, 更安心	苏宁通过技术的提升进一步加强支付领域网络与信息安全管理, 更高效保障消费者金融账户和资金的安全
	议题专项披露	418-1 与侵犯客户隐私和丢失客户资料有关的经证实的投诉	披露充分	消费体验, 更安心	未发生违规事件
GRI 418: 社会经济合规	GRI 103: 管理方法披露	对实质性议题及其边界的说明; 管理方法及其组成部分; 管理方法的评估	披露充分	公司治理	苏宁始终严格遵守法律法规, 诚实守信, 确保产品与项目的合规性
	议题专项披露	419-1 违反社会与经济领域的法律和法规	披露充分	公司治理	未发生违规事件

一 审验保证声明

审验保证声明

范围及方法

DNV GL – 管理服务集团 (下称DNV GL) 应苏宁易购集团股份有限公司 (下称“苏宁易购”) 的委托执行对该公司《2018年社会责任报告》(下称《报告》) 进行独立审验工作。

审验是按照《DNV GL 可持续发展报告验证规章》的要求进行策划及实施的, 该《验证规章》源于 DNVGL 专业经验, 以及包括 ISAE3000 验证服务国际标准和 GRI 可持续发展报告统一标准等国际审验最佳实践。

除了对《报告》中披露的内容进行核实以外, 我们也对苏宁易购特定社会责任绩效信息数据采集、记录及汇总过程依据可靠性原则进行了评估, 特定的社会责任信息: 《报告》中披露的2018年环境绩效。

《报告》中的绩效及数据参照GRI可持续发展报告统一标准2016 (GRI Standard: 2016) 核心方案。

《报告》中所披露的财务数据和信息源于第三方机构审计的苏宁易购2018年度财务报告, 对从年度报告中获取的财务数据的审查不在我们的工作范围内。

我们策划并实施了相关审验工作, 以获取必要的证据为保证意见提供基础。本次审验基于《验证规章》“原则遵循”要求进行, 并提供有限级别保证。更高级别的保证将需要在集团和现场层面进行额外工作, 以获得进一步的证据支持我们的保证意见。

双方责任

苏宁易购负责《报告》中数据的收集、分析、汇总及信息披露。DNV GL在执行此项工作时, 按照双方商定的条款执行全部审验工作, 本声明阐述了DNV GL对本《报告》的相关意见, 苏宁易购的各利益相关方是本声明的预期使用者。

除了本审验声明以外, DNV GL没有参与准备该报告中的任何内容及数据。本次审验过程是基于苏宁易购提供给我们的数据和信息是完整和可信的前提下进行的, DNV GL在审验过程中, 通过多种公开途径了解对苏宁易购的相关正面及负面评论信息等, 以保持审验的完全中立。DNV GL明确表示对任何个人或实体根据此报告审验声明做出任何决策不负有责任或义务。

审验活动

由多名可持续发展及审验专家组成的审验小组, 在苏宁易购总部及下属分支机构进行了现场评审, 我们的审验活动包括:

- 评审《报告》中披露的影响苏宁易购并受利益相关方关注的社会责任议题;
- 评审苏宁易购“利益相关方参与”的管理方法及活动, 如客户满意度调查及沟通;
- 评审苏宁易购根据报告原则对社会责任绩效进行管理和披露的相关信息;
- 与苏宁易购社会责任管理相关管理层及关键岗位负责人进行访谈, 并评审相关社会责任管理活动;
- 基于《报告》披露的关键责任议题, 访问苏宁易购集团股份有限公司总部、苏宁易购麒麟门天赋广场店以及苏宁小店紫金东郡店, 就其社会责任绩效信息的管理过程、系统以及社会责任管理战略在组织内部的实施情况进行评审;
- 基于苏宁易购总体的社会责任实质性议题优先顺序, 评审《报告》中披露的绩效信息和数据的支持性证据;
- 对《报告》中披露的定性及定量数据的产生、收集和管理过程进行抽样核实;
- 对《报告》遵循GRI Standard: 2016核心方案的情况进行评审。

审验意见

基于已实施的审验工作，没有什么使我们认为该《报告》没有按照报告原则进行恰当地陈述。在绩效信息或数据的可靠性方面，没有什么使我们认为这些绩效信息或数据没有被正确地由各业务层面获取，又或被故意地虚构。

在本次审验范围内，没有什么使我们认为本《报告》未遵循GRI Standard: 2016的相关要求，如：

- 通用标准披露：《报告》中所披露的“一般披露”及“管理方法”相关信息，包括未披露项的原因解释，没有未遵循 GRI Standard: 2016 核心方案披露要求；
- 议题专项披露：《报告》中所披露的“议题专项标准”相关信息，包括实质性议题相关的管理方法、绩效信息，没有未遵循 GRI Standard: 2016 核心方案披露要求。

审验发现

下列建议和改进机会摘自DNV GL向苏宁易购管理层提交的审验报告中。但是，这并不影响我们对该报告的结论，以下建议事项是与苏宁易购现有的管理目标一致的：

- 建议公司进一步围绕已确立的企业可持续发展战略及实质性议题，建立较为完整的并且相对稳定的社会责任绩效指标体系，以便在《报告》中更加透明地展示公司社会责任绩效数据的变化趋势；
- 建议公司在已建立的社会责任管理流程的基础上，进一步梳理和规范社会责任绩效数据的收集、整理和分析过程，以便在《报告》中更加准确地披露公司社会责任绩效数据；
- 建议在《报告》中更多地以量化数据的形式披露关键实质性议题相关绩效信息，以便在《报告》中更全面地回应利益相关方合理期望。

《验证规章》之报告原则：

实质性：《报告》披露了苏宁易购所建立的确定实质性议题方法和评估过程，以及如何落实这些实质性议题方面的内部管理机制及绩效标准；《报告》以透明的方式披露了苏宁易购“智慧零售”及“供应链赋能”这些关键责任议题及相关实质性议题的可持续发展绩效信息。

利益相关方包容性：《报告》披露了苏宁易购已建立的与利益相关方沟通机制，披露了苏宁易购所识别的不同利益相关方各自关心的问题及对关键问题的识别结果，《报告》在关键责任议题的选择和披露时，基本涵盖了利益相关方所关切的核心问题。

回应性：《报告》披露了苏宁易购针对利益相关方关注的核心问题和筛选确定的实质性议题所做的承诺和行动，披露了苏宁易购对标“联合国2030可持续发展目标”社会责任实践的情况，较为全面地回应了主要利益相关方关注的的关键责任议题。

完整性：在苏宁易购定义的报告范围及报告边界中，我们认为该《报告》没有遗漏足以影响利益相关方决定的信息或报告期内社会责任的主要议题，但宜更完整地披露所选定的实质性议题相关绩效信息，如信息安全等议题。

准确性：在审验期间，审验小组对《报告》中披露的特定绩效信息进行了验证，苏宁易购向审验小组论证了其社会责任绩效信息及数据的收集统计过程，审验过程中发现部分特定数据和信息的统计过程存在缺失，但没有发现系统性的错误。

中立性：我们认为，《报告》的整体基调基本保持中立和信息披露平衡。对《报告》中披露的各种不同议题的重点与其实质性基本上是成正比的。

一 审验保证声明 一

可持续发展背景：苏宁易购将行业及地区的经济、环境和社会协调发展作为整体背景来讨论其可持续发展行动和绩效，《报告》所披露的社会责任管理信息和数据与苏宁易购的战略目标和业务发展背景相关。

DNV GL – 管理服务集团



吴迪 (Wu Di)
审验组长



谢振玮 (David Hsieh)
批准
中国区可持续发展业务经理

上海, 2019年 03 月

报告反馈

反馈意见表

尊敬的读者：

您好！编制《苏宁易购集团股份有限公司2018年企业社会责任报告》的过程，是全面回顾和系统总结苏宁易购企业社会责任理念和实践的过程，也是进一步增强与利益相关方沟通的过程。我们希望您就《苏宁易购集团股份有限公司2018年企业社会责任报告》提供反馈意见，从而帮助苏宁易购不断提高履责能力和水平。我们将仔细听取您的反馈意见并致以衷心的感谢！

——苏宁易购集团股份有限公司品牌部

选择性问题的：（请在相应的位置选择打“√”）

- 1.您对本报告的总体印象： 很好 较好 一般 较差 很差
- 2.您认为本报告所披露的社会责任信息质量： 很高 较高 一般 较低 很低
- 3.您认为本报告结构安排： 很合理 较合理 一般 较差 很差
- 4.您认为本报告版式设计： 很合理 较合理 一般 较差 很差
- 5.您认为本报告可读性： 很好 较好 一般 较差 很差

开放性问题：

- 1.您对苏宁易购集团股份有限公司社会责任工作有哪些建议？
- 2.您认为本报告存在哪些不足？
- 3.您认为本报告为您提供了哪些有价值的社会责任信息？
- 4.您认为本报告还需要披露哪些社会责任信息？

请来函：中国江苏省南京市玄武区徐庄软件园苏宁大道1号 请电邮：brand@cnsuning.com



企业社会责任报告
苏宁易购集团股份有限公司

地址：中国南京市玄武区苏宁大道1号
电话：025-6699 6699
E-mail:brand@cnsuning.com
<http://www.suning.cn> <http://www.suning.com>



扫描二维码关注蓝话筒