



紅星美凱龍家居集團股份有限公司

Red Star Macalline Group Corporation Ltd.

(一家於中華人民共和國註冊成立的中外合資股份有限公司)

H 股股份代號：01528 A 股股份代號：601828



2019

環境、社會及
管治報告

目錄

概覽	01	文化藝術育美學	35
董事長致辭	02	扶貧生計送溫暖	36
關於紅星美凱龍	03	關愛兒童伴成長	36
管理方法	07	政企合作創未來	37
市場	10	環境	38
家居新零售	11	低碳商場	39
顧客服務	15	排放物管理	41
供應商管理	17	氣候應對	44
商業道德	19	ESG數據總覽	45
員工	20	附錄I —《環境、社會及管治報告指引》內容索引	47
勞工關係	21		
員工發展	23		
員工幸福	26		
商場安全	29		
社區	32		
創業就業迎機遇	33		
助力教育促發展	34		



關於本報告

本報告詳細描述了2019年1月1日至2019年12月31日（「2019年」）紅星美凱龍家居集團股份有限公司的社會責任表現。為了方便表述和閱讀，在本報告內，「紅星美凱龍家居集團股份有限公司」簡稱「紅星美凱龍」、「公司」或「我們」。內容的編寫參考了香港聯合交易所有限公司2015年12月頒佈的《環境、社會及管治報告指引》，以及上海證券交易所於2008年5月頒佈的關於加強上市公司社會責任的《上海證券交易所上市公司環境信息披露指引》。公司已遵守《環境、社會及管治報告指引》載列的「不遵守就解釋」條文。

報告信息數據均來自於紅星美凱龍家居集團股份有限公司正式文件和統計報告，以及所屬企業的匯總和統計。目前，由於委管商場較難保證其提供的環境相關數據的準確性，因而本報告披露的所有環境範疇關鍵績效指標不包含委管商場。

此報告可以從上海證券交易所（www.sse.com.cn）、香港聯合交易所有限公司網站（www.hkexnews.hk）或紅星美凱龍家居集團股份有限公司網站（www.chinaredstar.com）下載。

董事長致辭



尊敬的權益者：

對於中國家居裝飾及家具行業來說，近兩年是群雄逐鹿、改革創新的大時代，眾多家居品牌全力爭奪國內市場份額，在這樣的競爭條件下，紅星美凱龍穩步前行，收入穩居前列。作為中國家居流通業第一品牌，紅星美凱龍以「打造中華民族的世界商業品牌」為願景，以提升中國人的居家品位為己任，力圖成為中國家居裝飾及家具行業的領導者和先行者。我們將始終秉承不斷超越的創新精神，不斷匯聚各個方面的資源和力量，開拓中國家居市場，將中國變成世界家居品牌的大國、強國。



紅星美凱龍在關注自身成長的同時，密切關注股東、員工、顧客、供應商、社區等權益者的訴求。我們希望通過每一次追求卓越的歷程，為股東帶來最佳回報；通過不斷完善員工培訓機制及晉升通道，幫助員工提升能力、獲得更好的職業發展；通過嚴格把控產品質量，優化服務模式，為顧客帶來全新消費體驗；通過升級供應商管理體系，實現與供應商利益共享；通過投身公益事業，積極參與創業、兒童、生計、文化、教育等公益活動，時刻踐行企業社會責任，積極回饋社會。

2019年，紅星美凱龍提出「高舉高打，市場倍增」的市場新戰略，借助科技、設計、綠色家居的力量，不斷適應家居新零售的轉型趨勢，通過與阿里的戰略合作，將新零售領域先進的經營理念與技術支持引入到線上線下一體化平台，進一步推動公司的泛家居消費產業鏈服務；打造高效的人才團隊，建立起符合公司業務特點的人力資源體系，成功塑造廣受行業認可的僱主形象；積極投身社會公益，將企業社會責任擴展到產業鏈社會責任；注重低碳環保，在商場建設和日常運營過程中充分考慮並緩解對環境的不利影響。

展望未來，紅星美凱龍將不斷為權益者創造價值，在成為「中華民族的世界商業品牌」的道路上堅定前行。讓我們一起見證中國家居裝飾及家具行業的光榮與夢想！

董事長

車建興

上海 2020年4月18日



關於紅星美凱龍

公司介紹

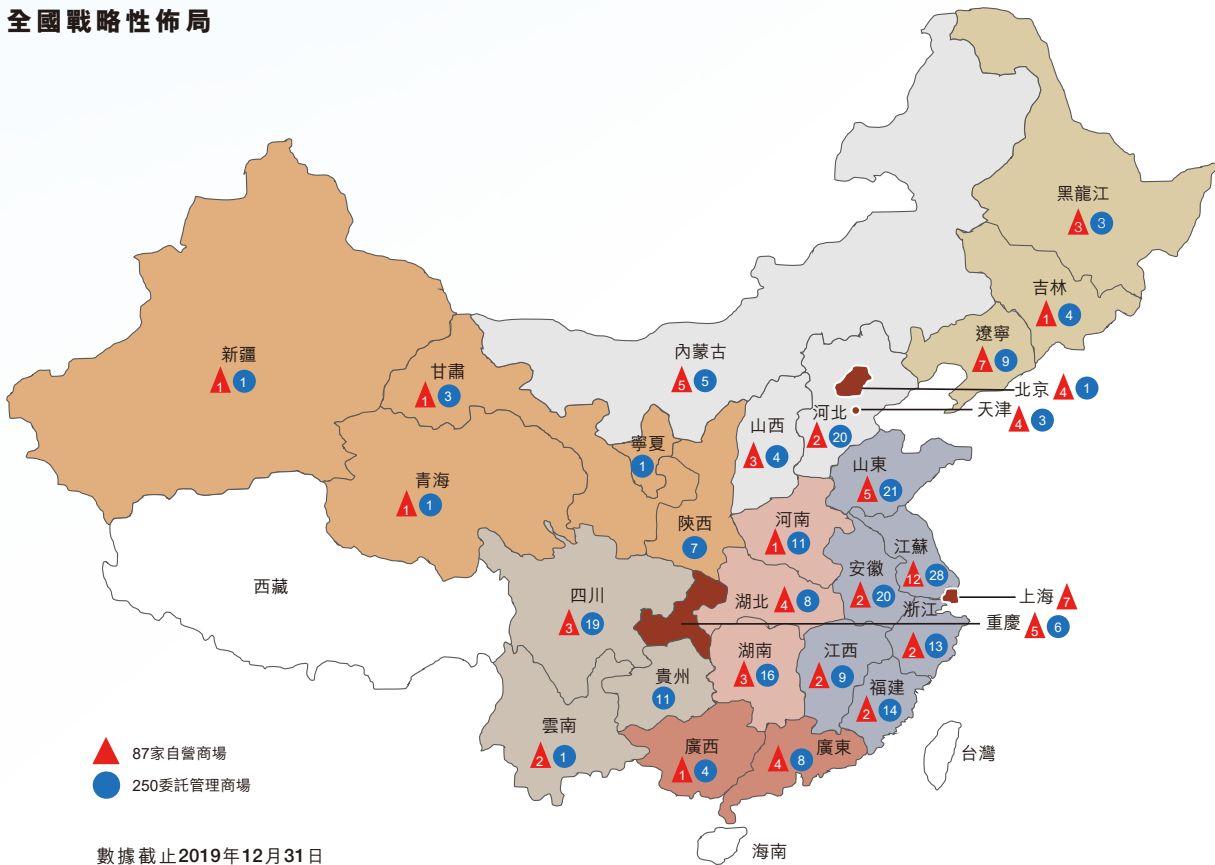
紅星美凱龍家居集團股份有限公司於2007年成立，總部位於中國上海。2015年6月26日在香港聯合交易所有限公司主板掛牌上市(股票代碼：01528.HK)，隨後於2018年1月17日在上海證券交易所主板上市(股票代碼：601828.SH)，成為中國家居裝飾及家具行業第一家同時在A股和H股上市的公司。

紅星美凱龍是中國領先的家居裝飾及家具商場運營商，主要通過經營和管理自營商場和委管商場，為紅星美凱龍家居裝飾及家具商場的商戶、消費者和合作方提供全面服務；同時，我們還提供互聯網家裝、互聯網零售等泛家居消費服務及物流配送等業務。

我們圍繞「打造中華民族的世界商業品牌」的願景，始終以「建設溫馨和諧家園、提升消費和居家生活品位」為己任，遵循「市場化經營，商場化管理」的經營管理模式，推行多品牌戰略，包括「紅星美凱龍」、高端時尚品牌「紅星·歐麗洛雅」、打造輕時尚生活館的「星藝佳」品牌、家裝品牌「家倍得」等，以滿足更多元化的消費升級需求。

據統計，截至2019年12月31日，公司經營了87家自營商場，250家委管商場，通過戰略合作經營12家家居商場，此外，公司以特許經營方式授權開業44家特許經營家居建材項目，共包括428家家居建材店／產業街。我們經營的自營商場和委管商場，覆蓋全國29個省、直轄市、自治區的212個城市，商場總經營面積20,986,950平方米。公司商場品牌庫擁有的產品品牌數量超過27,000個。

全國戰略性佈局



數據截止2019年12月31日

2019年主要經濟貢獻 (以下以人民幣列示)

<p>資產規模</p> <p>122,294</p> <p>百萬元</p>	<p>營業收入</p> <p>16,469</p> <p>百萬元</p>	<p>營業成本</p> <p>5,736</p> <p>百萬元</p>	<p>淨利潤</p> <p>4,686</p> <p>百萬元</p>
<p>支付給員工的款項</p> <p>3,735</p> <p>百萬元</p>	<p>納稅總額</p> <p>2,141</p> <p>百萬元</p>	<p>社區投資</p> <p>576</p> <p>萬元</p>	<p>每股社會貢獻值</p> <p>3.60</p> <p>元</p>

我們的發展歷程

2000年起，我們經歷了首家商場開設、經營規模擴張、公司兩地上市等重大事件

2000

上海真北商場設立，該商場為「紅星美凱龍」品牌下第一個商場

2002

於北京建立首個自營商場，北部地區業務得以擴展

2006

於重慶建立首個自營商場，西部地區業務得以擴展

2007

公司前身上海紅星美凱龍家居家飾品有限公司成立；
公司與合作夥伴訂立首份商場管理協議，開設首家委管商場

2008

於深圳建立首個自營商場，南部地區業務得以擴展

2010

作為家居流通業的唯一代表亮相上海世博會創立「愛家日」，成為家文化傳播典範

2012

建立第100個家居裝飾及家具商場，成為行業內首家運營100個家居裝飾及家具商場的公司；首次亮相米蘭國際家具展

2013

首個第九代商場上海浦東金橋商場開業，提供了現代化購物環境、高端商品且其裝飾包含更多藝術元素。開拓家居設計及預付卡等擴展性業務

2014

於中國第100個城市擴大運營，建立第150個家居裝飾及家具商場，進一步開拓消費金融及物流配送等擴展性業務

2015

公司於香港聯交所主板掛牌上市；公司啓動全國紅星美凱龍會員計劃、電子商務業務；公司成立家金所以進一步拓展互聯網金融業務

2016

第200個家居裝飾及家具商場開業

2018

在上海交易所上市，成為中國家居裝飾及家具行業第一家同時在A股和H股上市的公司

2019

阿里巴巴(中國)網絡技術有限公司(以下統稱「阿里巴巴」)認購公司控股股東發行的2019年非公開發行可交換公司債券(第一期)債券全部份額；簽署戰略合作協議，將開展包括新零售門店建設、電商平台搭建等七大領域合作



管理方法

社會責任觀

紅星美凱龍站在顧客角度，為市場提供可靠的高品質的家居商品流通平台，為行業樹立榜樣，實現收益與環境及社會同步發展，積極履行企業的社會責任，努力成為：

- 熱情服務顧客的企業。紅星美凱龍熱切關注顧客的體驗和需求，對顧客的反饋積極回應，根據「服務口碑」項目的5個維度不斷調整，完善服務體系。
- 促進家居裝飾及家具行業發展的企業。進行管理體制、消費服務的不斷創新，為家居裝飾及家具行業樹立標桿，促進上下游不斷整合優化，提升行業整體實力。
- 綠色環保的企業。紅星美凱龍積極履行應盡的環保責任，加大企業節能減排力度，為生態環境做出積極貢獻，同時督促供應商履行其環境及社會責任。
- 可持續發展的企業。紅星美凱龍提升企業價值創造力，為股東提供持續穩定的回報；關注員工利益，響應員工需求，關心員工健康，為其提供家一般溫馨的工作環境；關注社會需求，積極參與扶貧、助學等慈善事業，為推動社會的和諧發展做出貢獻。

社會責任管治

公司董事會負責我們的社會責任報告，包括評估及確定社會責任相關風險，並確保已設有適當及有效的社會責任風險管理及內部監控系統。我們已委任我們的業務職能部門通過檢討公司的營運以及舉行內部討論，以識別相關社會責任事宜及評估有關事宜對我們的業務及利益相關方的重要性。管理層已對社會責任風險管理及內部監控系統的有效性向董事會做出確認。根據《環境、社會及管治報告指引》的一般披露規定，有關已識別的重大環境、社會及管治事宜已載入本報告，旨在以平衡的原則披露紅星美凱龍營運中的社會責任的表現。

權益者溝通

紅星美凱龍的權益者涉及層面廣泛，包括投資者、政府／監管機構、員工、顧客、供應商、非政府組織、社區。我們充分考慮各利益相關方的訴求，與權益者保持正式和非正式的聯繫。

利益相關方	關注領域	溝通方式
投資者	保障股東權利及權益；資產保值增值；完善公司治理；信息披露真實、準確、及時和完整；守法合規經營	股東大會；新聞稿及公告；對外報告；在公司網站發佈消息；投資者說明會
政府／監管機構	合法合規；平等僱傭；健康與安全；環境保護；行業發展；回饋社會	合規報告；實地檢查；參與會議／研討會；特別查詢／檢查；許可文件申請
員工	平等僱傭；薪酬福利；培訓和職業發展；人文關愛；員工健康與安全管理	勞動合同；工會／職工代表大會；業餘活動；志願活動；企業員工溝通渠道；集體談判協議；安全與合規會議
顧客	顧客滿意度管理；顧客投訴管理；產品責任；顧客服務；質量保障	日常營運／互動；重點顧客座談會；顧客滿意度調查；定期走訪；顧客服務中心／熱線
供應商	行業發展；供應商准入管理；供應商評估；供應商權益保障；供應商合作	高層會晤；招標、研討會；營銷峰會；供應商准入與評估；實地考察；日常交流
非政府組織	當地發展投資；參與當地社區項目；承擔環境責任；公平地分享利益	年度企業環境及社會責任報告；直接溝通；公司參觀
社區	傳播家居文化；致力公益事業；熱心社區服務；承擔環境責任；推動就業	公益活動；社區服務；環保活動；招聘啓事

管理方法

我們重視對各利益相關方的保護，公平對待所有利益相關方，主動聽取各利益相關方的意見和建議，實現雙向溝通，形成良性互動。公司採取的溝通方式主要包括定期公告和臨時報告、股東大會、公司網站、電話諮詢、新聞發佈會等，並適時舉辦了分析師說明會、業績說明會及路演活動，接受分析師、投資者和媒體的諮詢等，增進與投資者和其他利益相關方的交流。

2019年，我們策劃和實施了「股東來了」和「投資者走進美凱龍」兩個股東活動，邀請機構投資人參觀了代表性的商場並與高管進行交流，使投資人對紅星美凱龍的數字化升級、智慧零售體系、社會責任有了更深的認識。

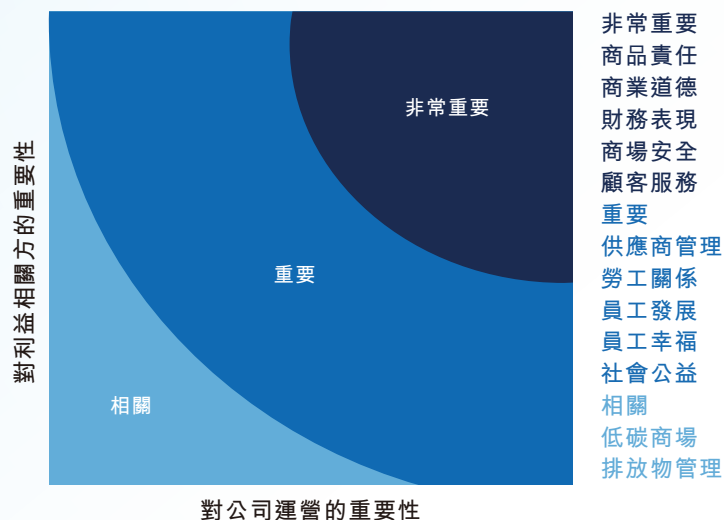


▲ 在上海真北商場，投資者們參觀了國際家居館、公元2050體驗館等場所，對紅星美凱龍的業務發展規劃進行了解。

重大議題選擇

我們對公司內部和外部的利益者進行了溝通與調查，收到多項建議，從對公司運營的影響及對利益相關者的影響兩個維度出發，選擇出關鍵議題，高級管理層對關鍵議題進行評分與排序以反映我們對環境、社會的重大影響，並更好地回應權益者的期望與訴求。我們的重大議題如下：

重要性評估矩陣



市場



紅星美凱龍始終關注家居裝飾及家具行業的創新與發展，圍繞「智慧零售、設計美學、綠色環保」三大主題優化家居新零售體系。我們堅持「服務至上」的經營理念，致力於提升顧客滿意度，增強顧客黏性。我們加強與供應商的合作，完善供應商管理，監督供應商履行社會責任，打造一條安全可靠的供應鏈，建立一個共同成長、互信互惠的協同發展機制，形成行業內強有力的競爭優勢。



市場

在運營過程中，我們還嚴格遵循《中華人民共和國商標法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國廣告法》，恰當使用各項註冊商標，並做到公平競爭，客觀陳述產品服務質量，維護社會市場秩序。

我們始終堅持創新與匠心精神，並嚴格遵守《中華人民共和國企業知識產權管理規範》，通過與員工簽訂保密協議、開展相關培訓等方式保護自身的知識產權不受侵犯。2019年，紅星美凱龍還受邀出席由CCTV-1與中國廣告協會共同主辦的「新中國成立7周年品牌峰會」，並榮獲「新中國成立70周年70品牌」榮譽稱號。

家居新零售

為了更好地適應家居新零售產業的發展，我們在智慧零售、設計美學、綠色家居方面開展了一系列項目，借助科技的力量、設計美學的體驗與綠色環保的理念，不斷提高用戶體驗和運營效率。

智慧零售

我們將互聯網、大數據、人工智能等技術應用於家居零售的發展，並通過與阿里巴巴戰略合作，為家居行業帶來了線上引流+線下體驗、成交的智慧零售新模式，借助設計雲軟件推動家居新零售「數智化」升級。



▲ 紅星美凱龍對部分商戶就系統及釘釘工作台的操作使用進行培訓。

2019年，我們與阿里巴巴在家具建材及家居商場、購物中心及其他業務領域開展深度戰略合作，實現紅星與阿里巴巴的數字化同頻，順利完成業務釘釘、會員、商品、訂單與支付等模塊切換，完成11,300家店鋪、7,600家經銷商、3,786個品牌、241萬餘件商品的系統對接及海量數據同步準備，完成6城24商場賣場數字化順利切換。

此外，2019年在新零售門店建設方面，我們上線了天貓「家裝同城站」，即利用新零售同城運營理念，將公司線下門店的商品與其天貓店鋪共享，消費者可以線上直接下單，也可以引流到線下體驗後再決策。借助阿里巴巴的海量數據資源，我們在雙11大促期間，「家裝同城站」實現銷售額總計25.37億元，目標達成率126.8%，同比去年銷售增加37%，期間天貓同城站獨立訪客達81.3萬人。



▲ 紅星美凱龍和阿里巴巴「2019天貓雙11」啟動暨「家裝同城站」上線發佈。

除了與阿里巴巴的戰略合作，我們還自主研發線上設計軟件，幫助家居設計概念落地線下展示。2019年，我們升級了自主研發的紅星美凱龍設計雲軟件，全年共發佈了47次版本更新，優化了各個模塊2,017次，完善了5項定制功能，目前已覆蓋全國近80%的小區戶型。借助該軟件，家居設計師可以輕鬆把握顧客喜愛的設計風格，將設計方案生動展示在顧客面前。

設計美學

顧客對於家居生活的要求已不再是簡單的一張床、一扇門，而更多的是對於美學品質的追求，我們通過舉辦M+設計系列活動、助力家居改造項目及參與承辦各類設計展覽等方式，向顧客宣傳家居美學理念，提升中國人家居生活品質。

2019年，我們繼續舉辦被譽為「設計界奧斯卡」的M+中國高端室內設計大賽，延續「為中國生活設計」的主題，以發掘培育新生設計力量。本次比賽共有來自28省193個城市的12,587位設計師積極參與。我們同時在全國十幾個省市啟動了M+Talk高端對話活動，通過分享與對話的形式，幫助中國設計新生代成長。

市場

除了將目光聚焦國內設計師與社會公眾，我們還放眼國際設計舞臺。2019年，紅星美凱龍作為紐約時裝周中國日的獨家冠名品牌，攜手高定設計師推出跨界聯名單品，以家居時尚的審美視角解讀國際時尚潮流，向國際市場傳遞「為中國生活設計」的品牌理念。



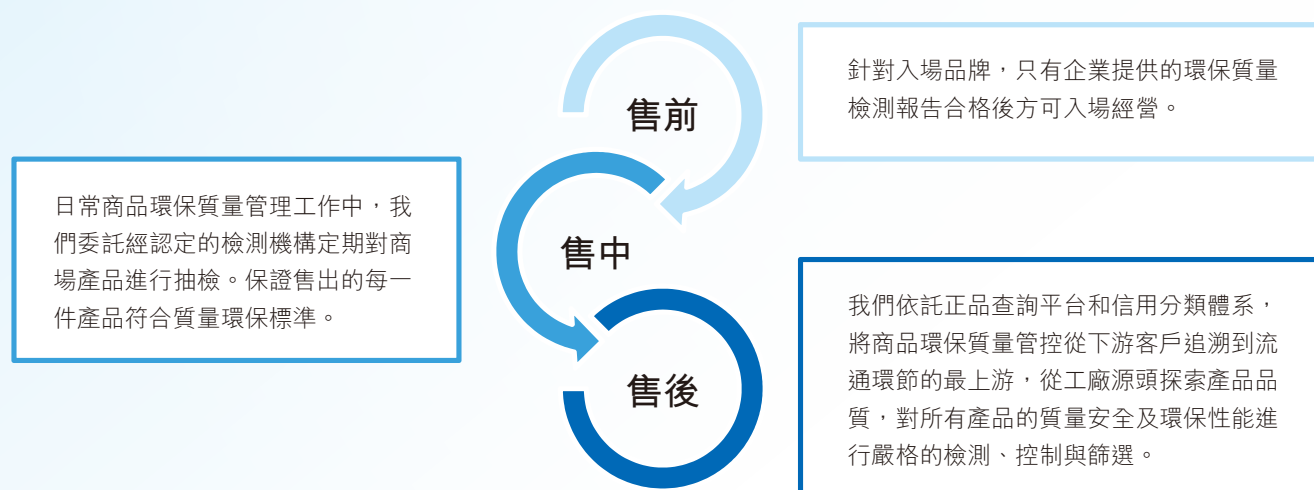
▲「紅星美凱龍中國日」驚艷亮相紐約，聯手國際知名高定設計師陳序之，推出跨界合作的紅星美凱龍×XU ZHI聯名單品。

綠色家居

我們建立全閉環家居環保管理體系，對產品環保質量嚴格把關。我們還堅持舉辦綠色環保周系列活動，通過評選「綠色領跑品牌」、舉辦「品牌環保行」、「實驗室探秘」、「家裝大課堂」、「綠色展陳」活動，推廣家居裝飾及家具行業綠色環保風潮。憑藉著在綠色家居方面的長期實踐和突出貢獻，我們榮獲人民網頒發的第十四屆人民企業社會責任獎綠色發展獎。

全閉環家居環保管理體系

為了確保產品環保質量，我們建立了售前把控品牌准入—售中進行產品抽檢—售後提供正品查詢的全閉環家居環保管理體系，並制定了《紅星美凱龍家居商品環保質量評價標準》和《商品環保質量管理規定》，明確了商場經營的環保要求和檢測流程等環保質量管理方案。



綠色環保周系列活動

紅星美凱龍與中國質量認證中心已連續7年合作開展「家居綠色環保領跑品牌」的評選活動，該項目是中國家居行業影響力最大、家具檢測標準最先進且嚴格的綠色環保認證項目。這七年來，紅星美凱龍每年投入5,000萬元環保專項檢測費用，由11個認證分中心的14個頂尖實驗室的上百名專家對產品檢測進行嚴格監督把關，每年抽檢賣場的入場品牌不低於24%，在全國賣場做到100%的品牌抽檢覆蓋。

截至2019年，綠色領跑品類從最初13個增加到如今40個，並通過層層篩選，為消費者優選出700個優秀品牌，嚴把綠色環保質量關。

除了綠色品牌評選活動，2019年，我們還針對顧客端升級「綠色環保周」線下主題活動，針對商戶端開展「綠色領跑展會」，引領家居綠色環保新時代消費。

針對顧客，我們組織全國300餘家商場開展綠色健康跑活動，深入近40家綠色領跑品牌工廠參觀，探秘全國30多家國家專業環保檢測機構，組織開展多場家裝大課堂活動，增強顧客對綠色環保家裝知識的了解。



▲ 家居綠色環保領跑品牌評審會正在對申報品牌進行嚴格的篩選評分。



▲ 紅星美凱龍全國商場針對顧客舉辦多場綠色環保家居活動，宣傳綠色環保理念。

市場

針對商戶，我們通過綠色健康跑活動拉開2019年中國建博會(上海／廣州)、中國家博會(上海／廣州)、中國建博會(深圳)的序幕，並在展會現場設置「綠色領跑」主題展臺，聯合百餘家「綠色領跑」品牌，在相關品牌展廳擺放「綠色領跑」證書，為品牌進行有力背書，為經銷商選擇綠色環保品牌提供直觀引導，促進綠色環保品牌的發展。



▲ 家居綠色環保領跑品牌評審會正在對申報品牌進行嚴格的篩選評分。



▲ 家居綠色環保領跑品牌評審會正在對申報品牌進行嚴格的篩選評分。

顧客服務

我們始終相信顧客是企業之本，除了建立嚴格的產品質量管理體系，我們還致力於通過完善售後服務體系、提升客訴管理機制、優化商戶管理機制等方式，為顧客提供高效優質的服務，積極維護他們的權益，從而不斷提升顧客滿意度。在顧客隱私方面，我們嚴格遵守《消費者權益保護法》，並在運營過程中根據銷售人員的職責對顧客文檔的訪問權限進行設置，最大程度保障顧客隱私。此外，我們還榮獲由中國商業聯合會、中國保護消費者基金會聯合頒發的「第九屆全國售後服務行業十佳單位」榮譽稱號。

售後服務體系

紅星美凱龍售後服務體系包括3項服務承諾及6項「心服務」。2019年，紅星美凱龍已在全國商場全面施行「綠色環保」、「先行賠付」、「同城比價3倍退差」等3項「星承諾」，推出「30天無理由退貨」、「商品質量負全責」、「分期付款」、「送貨安裝準時達」、「設計免費諮詢」、「家居顧問導購」等6項「心服務」。

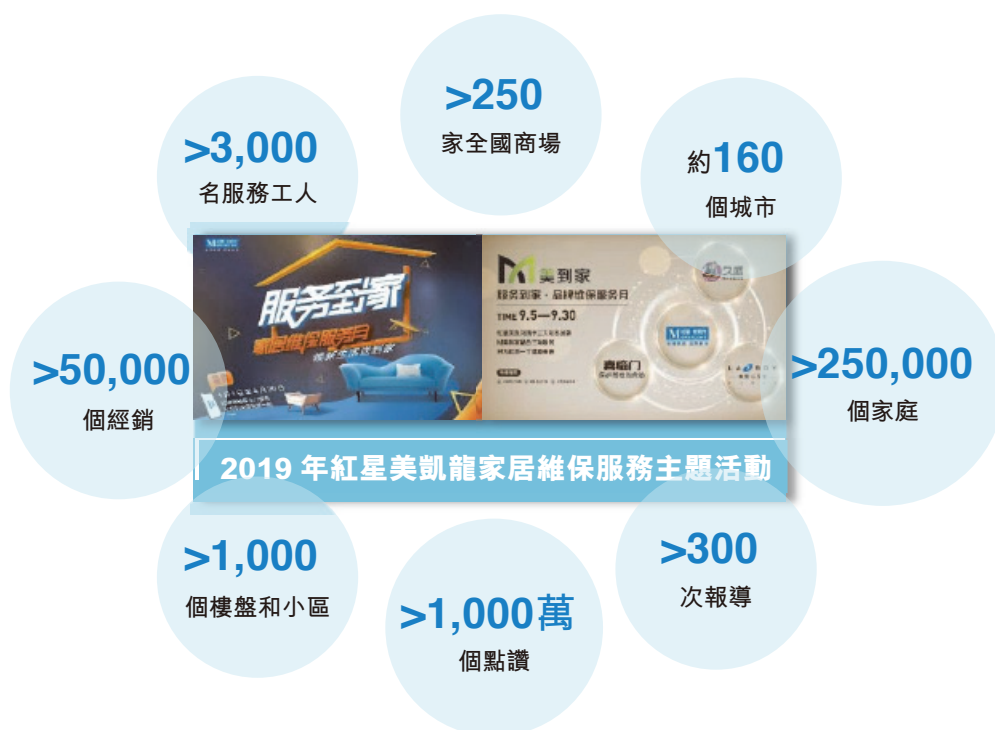


▲ 紅星美凱龍在承諾「從開工至竣工後90天全保障、商品環保不達標『退一賠三』、30天內無理由退貨、同城比價3倍退差、對商品質量負全責」



▲ 紅星美凱龍各地商場加強與社區、物業等聯合，形成了「紅星美凱龍家居維保社區服務站」，提供「空調清洗」、「甲醛檢測」、「開荒保潔」等居民喜愛的專業深度保養服務。

此外，作為售後服務體系的落地項目，我們著力打造專業化家居維保服務，以打造屬於紅星美凱龍的服務品牌——「M美到家」。2019年，我們在全國約160個城市超過250家商城中開展了「服務月、品牌月、感恩回饋季」三場大型主題活動，聯手三大品牌工廠、引領50,000餘個經銷商，進駐超過1,000個樓盤和小區，結合管理者上門回訪，由超過3,000名服務工人超過250,000個家庭提供專業家居維保服務，受到全國300多次主流媒體報導，獲得超過1,000萬個口碑點讚。



客訴管理機制

我們制訂了《顧客投訴處理管理實施細則》、《客訴處理服務規範與基本流程》等一系列顧客投訴處理規範，對投訴處理流程、處理技巧及各部門職責進行明確說明。同時，我們與政府平台深度合作，截至2019年，紅星美凱龍在全國已有224家商場與當地市場監督局建立消費維權聯絡點。

此外，我們在公司總部、區域和商場分級設立500餘名資深客訴顧問崗位，並定期培訓，確保客訴處理人員的專業性。根據顧客投訴複雜程度進行分級管理，分別要求現場解決、24小時內解決，個別極其複雜的客訴也要求在7天內結案，並將解決的及時性、滿意度等列入商場及相關崗位的績效指標。

商戶管理機制

為了讓商戶從被動的商場管理變成主動的自我約束，從而更好地為顧客提供服務，紅星美凱龍通過近10年的研究和實踐以及大量的顧客調研，圍繞顧客最關注的質量、價格、送貨、服務、履約行為、顧客喜愛度六個維度對商戶進行信用評定，將商戶從一星到五星進行分級，根據「守信得益、失信受制」的基本原則，對商戶進行信用分類管理，形成商戶管理機制，解決顧客的消費痛點。

2019年，紅星美凱龍還作為上海市商務誠信公眾服務平台市場信用子平台，以上海信用建設試點為藍本，積極參與政府主導的長三角信用一體化建設，在長三角地區家居商場全面升級推廣商戶信用管理體系。公司還應邀在上海商務委主辦2019年商務誠信推進大會上做「商戶信用建設及長三角信用一體化」的經驗分享，並應國家商務部邀請參加「全國社會信用標準技術委員會第二屆商業信用分技術委員會」，當選為委員。



▲ 紅星美凱龍承辦2019上海市年度「誠信興商宣傳月」動員會暨推進長三角商戶信用管理會，並進行專題經驗分享。

供應商管理

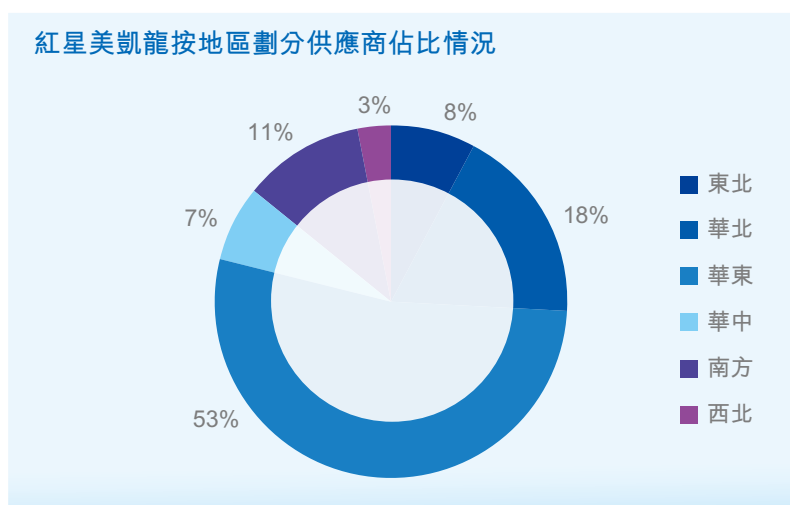
我們的供應商分為品牌合作商戶和物資及服務採購供應商。品牌合作商戶主要是負責紅星美凱龍商場內部家居產品的供應，物資及服務採購供應商主要是供應除家居產品之外的產品（例如辦公用品等）。

對於商戶，我們制訂了《商品資質管理規定》，對品牌商戶准入資質的收取標準和合規性驗證進行明確規定。我們通過實地走訪、貨源審核、服務時效及內容抽查等方式對品牌合作方進行評估，並根據年度綜合考評結果淘汰不合格的品牌合作方。我們推行《工廠質量保證能力評價標準》，對我們的品牌合作方的公司資質、質量保證資源、質量安全／環保產品的設計和開發、採購和進貨檢驗、生產過程控制和過程檢驗、出廠檢驗和確認檢驗、檢驗儀器設備、不合格品的控制、包裝搬運和儲存、產品生命周期內重要環境因素的確定等方面提出要求。

在物資及服務採購方面，紅星美凱龍頒佈並不斷細化了《採購管理制度》，就供應商准入標準、供應商核定要求、供應商KPI考核體系、供應商淘汰機制等部分進行規範，對物資及服務採購業務實施統一、標準化、集中化的管理，發揮集中整合優勢，提升採購質量，降低採購成本。我們建立了公司總部集中採購和區域自采相結合的物資採購方式，構建不同層級、類別的物資採購網絡。我們不斷加大集採範圍，整合採購資源，積極尋找優秀物資及服務採購供應商進行戰略採購，大大降低採購成本，減少運輸能源消耗以及對環境的影響。

2019年，紅星美凱龍還搭建了供應商主數據管理平台(MDM)。供應商相關的申請、審批、支持文件均通過該系統提報，以確保主數據的準確性、一致性、可追溯性。我們還增設了供應商主數據分類管理規則，根據供應商所服務區域、提供服務內容或具體物資準確定義供應商。此外，我們定期針對MDM系統中的供應商主數據進行篩查、數據分析，有效利用該系統對供應商進行管理。

截至2019年，按2019年全年採購訂單金額由大到小排序，總金額佔比80%的篩選條件，紅星美凱龍供應商主數據有效的供應商個數為387個，主要分佈情況如下：



商業道德

為營造「廉潔、公正、透明」的經營環境，公司制定了《紅星美凱龍家居集團督察管理制度》，打造了完善的廉潔監督體系，設有專職監察部門，對侵佔、挪用公司資產，收受或索取商業賄賂，利用職務之便謀取不正當利益等各種違規違紀行為進行嚴厲查處，並對公司物資採購、保管、使用等進行監管與檢查。2019年，紅星美凱龍當選為企業反舞弊聯盟的常務理事單位，並被評選為「2015-2018年度企業反舞弊先進單位」。

2019年，我們建立了多層次廉政監督網絡。目前全國351家開業商場都配有基層督察人員；各職能中心都設有督察對接人；各省級區域都設有兼職督察部長，形成了一個縱向到底橫向到邊的監督體系。同時我們繼續完善舉報信息處理機制，確保各商場、各中心信息暢通，通過標準化流程處理各類來信來訪及舉報投訴。為了確保該體系的有效落實，我們還與公司總部各中心、部門、各省級區域負責人，各商場負責人層層簽訂《廉潔自律責任狀》，各級員工均主動承諾以身作則、廉潔自律，以自己的實際行動維護公司的各項利益。

此外，監察部組成了6個巡視小組，共計37人次，對25個商場、7個項目進行了全面檢查，並對違紀違規行為進行了嚴厲查處。如對於曾因項目建設、採購違規中的嚴重違規，我們辭退了15名員工、對5名員工予以降職降薪或書面警告，並將一名員工移送司法機關，從而體現公司對於該類型行為的零容忍態度，確保廉潔監督體系的執行剛性。

在巡查過程中，我們還召開商戶代表座談會、基層員工座談會和中層以上領導幹部廉潔自律宣講教育會等，學習公司的相關制度、流程，從而提高商場各級管理人員對合規經營管理、職業道德重要性的認識，為公司健康持續發展消除隱患。

2019年，除上述違規行為以外，我們未發現有重大的腐敗現象發生及未發現有洗黑錢的行為發生，也未有因上述事項引起的訴訟案件發生。

員工



我們始終視員工為我們最寶貴的財富。在積極保障員工基本權益的情況下，我們根據相關的僱傭法律法規，提供有競爭力的薪酬並且不斷完善晉升制度。與此同時，我們營造和諧、開放的工作環境，尊重員工，並通過管理學院多維度系統化的培訓提升員工能力，實現公司與員工幸福成長、共同進步的美好願景。2019年，我們先後斬獲「中國連鎖業員工最喜愛僱主」、「亞洲最佳職場(中國大陸區)」、「中國典範僱主 — 組織創新典範」、「多元非凡僱主」、「大中華區最佳人力資源團隊」、「中國人力資源先鋒僱主」、「中國好伯樂年度價值僱主」、以及「中國好伯樂傑出人力資源管理團隊」等僱主品牌八項權威大獎。



勞工關係

我們通過積極保障員工權益、打造多元與包容的工作環境、開展民主溝通等方式，與員工形成平等和諧的勞工關係，實現公司與員工的共益發展。

勞工權益

我們嚴格遵循《中華人民共和國勞動法》及《中華人民共和國勞動合同法》，堅持平等僱傭，保證應聘者不因種族、性別等因素受到歧視，並與所有員工簽訂勞動合同。此外，我們遵守《中華人民共和國社會保險法》、《住房公積金管理條例》等規定，為員工繳納養老、醫療、生育、工傷及失業等社會保險金。

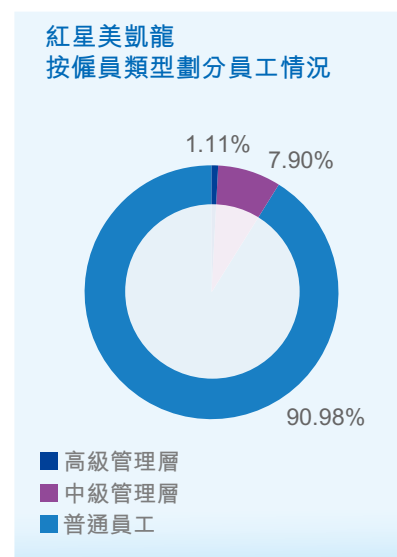
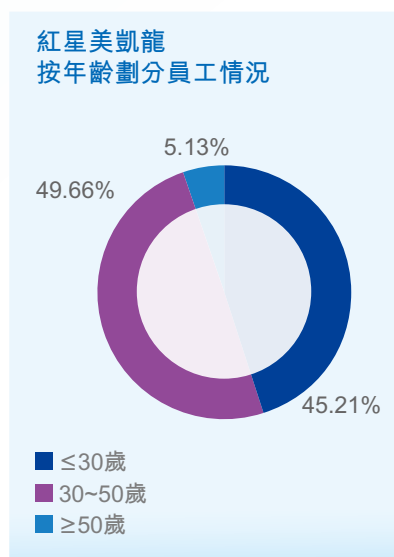
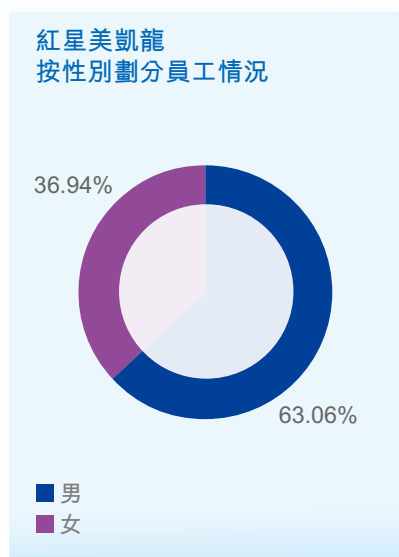
我們嚴厲禁止僱傭童工和強制勞動。紅星美凱龍《員工手冊》中「員工管理」章節規定公司嚴格執行《未成年工特殊保護規定》、《禁止使用童工規定》等法律法規，維護未成年工合法權益，嚴禁僱傭童工。我們的人力資源信息系統能自動識別未成年工與童工。我們要求員工定時關店、按時下班，加班需提前提交加班申請。2019年，為了有效保障員工加班合法權益，除了延續調休政策，我們還推出假期轉薪資機制。2019年，我們並未發現任何與僱傭兒童或強制勞工有關法律及法規的違規事宜。

我們還建立了完善的全面薪酬管理體系，將員工權益和企業績效有機聯繫起來，不僅增加了組織的競爭優勢，同時也提高了員工滿意度，有效保障員工權益。針對全體員工，我們根據經營狀況、所在地消費指數變化及市場薪酬狀況以及員工的工作表現和業績，並結合崗位的變動、工作性質的改變，決定調整薪酬的幅度。此外，針對關鍵崗位人才，我們有效使用多種激勵措施以增強其工作積極性。2019年，我們開展了兩期員工持股計劃，共有近3,000位核心骨幹員工認繳，兩期認繳率均超95%，使員工成為公司的股東，分享公司發展的成果，有效地激勵保留公司關鍵崗位人才。

多元與包容

我們非常重視員工結構的多元化，招聘更多不同背景的員工，鼓勵員工為公司帶來多元化的思想和價值觀，創造包容的企業文化，增強公司和員工的活力。

我們注重招聘更多的女性員工，尤其是增加管理層中女性員工的比重。2019年，我們女性員工佔比為36.94%。我們員工中除中國籍外，還有意大利、澳大利亞、美國等外籍員工。此外，我們的員工約4.25%為少數民族，包括滿族、回族、白族、壯族、蒙古族、布依族、侗族、苗族、土家族、彝族等。在2019年，我們有27,113名員工。



民主溝通

我們致力於營造民主開放的溝通環境，加強公司與員工之間的互動與聯繫。我們擁有多樣的溝通渠道，員工可以通過職工代表大會、日常經營工作會議、工會主席意見箱、微信公眾號、龍眼APP等方式向公司反映有關個人勞動關係、工作生活、員工權益、公司經營發展等方面的問題和建議。對於員工的意見反饋，公司設有專人進行收集、調查、跟蹤、協調、處理，並及時將解決方案與結果告知員工。



▲ 2019年，公司共召開2次職工代表大會，對員工手冊、員工持股計劃等內容進行審議。

員工發展

我們關注員工的發展與成長，為不同崗位員工規劃了清晰的職業發展路徑，並有針對性地為員工制定培訓與學習計劃，幫助員工提升能力，成為紅星美凱龍乃至社會的棟樑之材。

職業發展

我們積極聽取員工的發展需求，保持與員工的溝通，根據員工的實際情況與每一崗位的特點設計合理的職業發展通道。

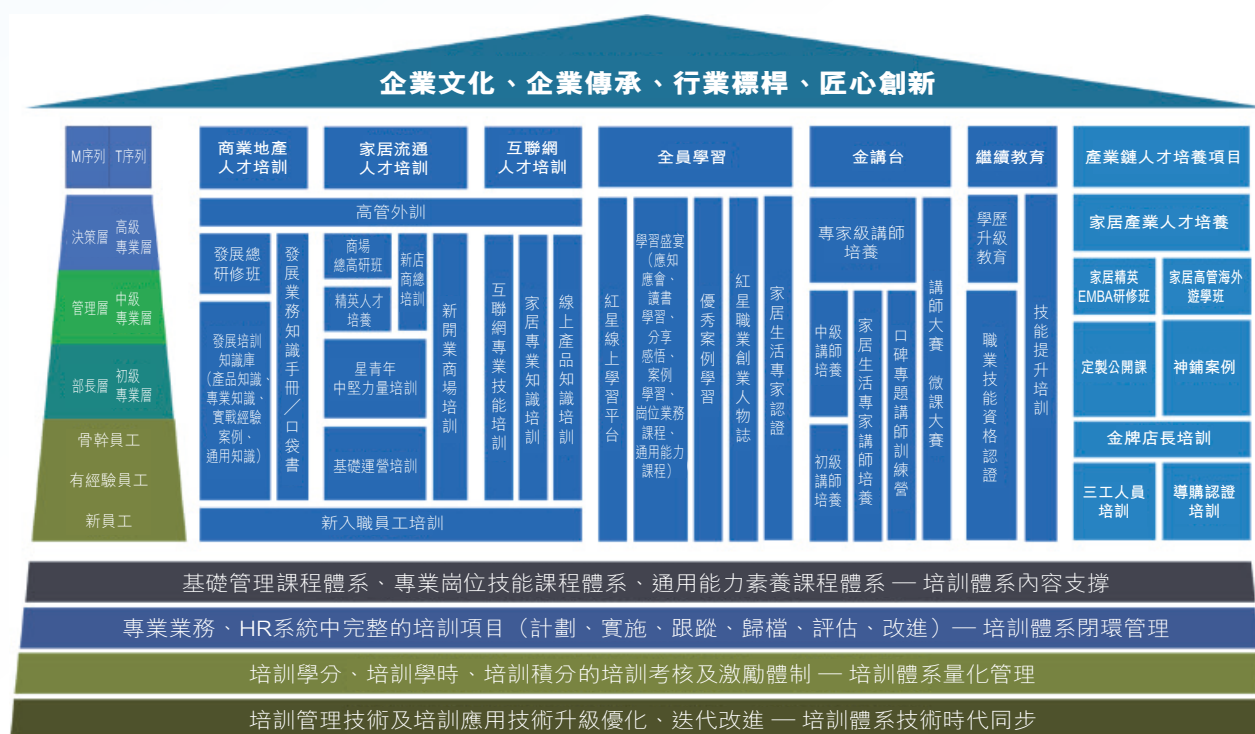
針對全體員工，我們建立了全員全面評估管理體系，通過績效評估與能力評估，以業績、態度、能力為考核維度，對員工做出全面考量，從而激發員工潛能，實現員工個人發展。員工可以通過績效評估結果了解自身業績指標完成情況，通過能力評估了解自身欠缺的能力，從而進行自主學習，實現全面發展。

除此之外，我們還針對部分關鍵崗位的人才根據公司業務與崗位特點設計相關人才發展計劃。如針對經理級至商場總經理的梯隊關鍵崗位人才，我們致力於打造敏捷人才供應鏈體系。通過人才盤點、人才評價，確定培養目標及人才的職業發展規劃，通過輪崗、項目制及導師機制等培養措施，加速推進關鍵的人才成長和發展。2019年，共完成1,194人的經理級至商場總經理的關鍵崗位人才培養發展。針對營銷類員工，我們建立了外拓營銷計件考核機制，明確了外拓人員快速晉升快速淘汰的導向，研發制訂《外拓營銷人員SOP操作流程手冊》，總結114份績效案例，幫助外拓營銷人員了解不同外拓渠道的開發、業務模式的開展。

員工培訓

我們於2008年創立紅星美凱龍管理學院，該學院承載著為紅星美凱龍培養人才的重任，並建立了完善的員工培訓體系，借助信息技術，根據不同員工的職級以及崗位特點，形成基礎管理、專業崗位技能、通用能力素養為主的培訓內容，並進行全閉環量化管理。紅星美凱龍管理學院採用項目式管理模式，並在所有培訓項目正式立項前均會開展調研，以聽取員工的培訓需求。2019年，僱員平均受訓課時數達到240小時，接受培訓僱員佔比達100%。

紅星美凱龍培訓體系屋形圖



2019年，紅星美凱龍管理學院持續深化線上線下混合式培訓，推出線上「星創學院」小程序、線下核心人才培訓項目，為員工的個人發展雙向賦能。

「星創學院」

紅星美凱龍管理學院自主研發並投入使用「星創學院」小程序，以鼓勵並方便員工利用碎片化時間進行自主學習。該小程序擁有精品知識考試系統、調研系統、學習專題、熱點資訊、行業知識、群組管理、轉發記錄跟蹤、全能型報表等多種功能，並與ELN學習平台的數據打通。2019年，該小程序線上課程章節達5,000餘門，課程總學習人次達到84,292人次。



▲ 「星創學院」小程序界面清晰簡明，員工可以輕鬆選擇適用的學習內容。

核心人才培訓項目

我們根據不同崗位的能力模型和業務需求設置符合其需求的課程。2019年，紅星美凱龍管理學院繼續針對大學應屆畢業生、商場中基層、商場總經理及公司高管分別開設核心人才培訓項目。

針對大學應屆畢業生，我們已連續12年開展「星動力項目」。2019年，共有419位星動力員工參加。通過集訓、輪崗、試崗、溝通會、專題培訓、半年度考核的培養體系和輔導員制度使其快速成長。



▲ 星動力學員對走訪上海6家商場商戶，開展實地調查，針對發現的問題，開展討論並提出相應的改進建議。



▲ 來自紅星美凱龍招商管理中心和29個省營發中心的240位招商同事參與2019年招商條線業務技能&信息化系統培訓。

針對商場中基層員工，紅星美凱龍管理學院持續推進「中堅力量項目」，從四個維度包括行業與企業系列、商場運營管理系列、商場通用管理系統以及領導力系列來提升一線商場中層綜合管理能力。2019年，我們組織培訓87場，近4,350人參與，覆蓋各省營發中心和商場中層管理人員。

針對商場總經理及公司高管，我們繼續開展「新開商場總經理研修班」、「商場總經理學習班」、「發展總經理研修班」，提升管理人員對於項目籌備、運營、拓展等領域的管理能力、專業素養和綜合能力，打造高質量、高水平的發展人才隊伍。



▲ 2019年10月，紅星美凱龍管理學院啓動商場總經理學習班項目，共有30餘位人員參與，項目為期6個月。

員工幸福

我們關心員工在工作和生活中遇到的困難，樂於傾聽員工心聲，加強員工的歸屬感和幸福感，從而讓每位員工時刻感受到公司帶來的溫暖。

改善員工生活

我們將員工視為自己的家人，關注員工的物質生活與情感生活，通過開展紅星摯愛基金一日捐活動、提供員工公租房、組織聯誼活動等，為其提供幫助和關愛。

紅星摯愛基金

為了建立健全員工幫扶體系和職工關懷幫困長效機制，我們於2015年設立紅星摯愛基金，為員工及其家人提供醫療綠色通道、重大疾病幫扶、困難員工子女助學、家庭突發重大變故幫扶及其他需要救助的事項。

為了能為基金注入更多能量，2019年，我們首次在全國商場發起公開募捐活動，共有全國5,000餘位員工積極參與捐款，活動共募集款項24萬。同時，為了確保紅星摯愛基金的每一分錢都能有效使用以及相關信息真實有效地進行披露，我們設立了獨立賬戶，每年向基金理事會及員工公佈捐贈款的收支情況。

員工

截至2019年，紅星摯愛基金規模已達到人民幣383萬元，救助患重大疾病、特殊困難員工48人，通過醫療綠色通道安排醫院床位和主任專家59人，覆蓋公司總部及21個省營發中心，支出愛心基金125.38萬。



▲ 4位公司高管代表及60多位各部門愛心傳遞使者代表出席紅星摯愛基金「一日捐」啟動儀式。



▲ 紅星摯愛基金受益員工代表進行發言，講述自己與紅星摯愛基金的故事。

改善員工住房條件

紅星美凱龍響應職工住房需求，促進上海市政府公共租賃住房惠民政策落地，已連續7年開展員工公租房項目，並獲得《勞動報》、《勞動觀察》等多家權威媒體的關注和報道。

2019年，我們根據員工在租金、生活品質、居住環境等方面的需求新拓展公租房源6個。截至2019年，我們在全國公租房約有650餘套，為約1,200餘名員工解決住房難題。此外，為了方便員工出行，我們還開設3條班車路線，連接各公租房源與公司，節約員工的出行成本。



▲ 紅星美凱龍為員工提供公租房及青年公寓，滿足不同員工的住房需求。

關心員工情感生活

當今社會，單身、婚姻已不再是個人問題，根據各類數據顯示，中國社會正面臨著結婚率低、新生人口出生率低、離婚率高等社會問題。紅星美凱龍作為員工的大家長，為了解決單身青年員工的婚戀問題，2019年，我們與政府單位聯合舉辦單身青年聯誼活動，共有來自多家大型企業的450名員工參與，活動還受到了10餘家主流媒體報道。

此外，對於已組建家庭的紅星員工，我們連續10年開展親子活動，增進親子情感溝通。2019年，共有105個家庭參與，活動內容包括製作鮮花餅、親子戶外活動等，幫助員工創造一個更富有親情和關懷的家庭環境。

關愛女性員工

我們關注女性員工的工作與生活，提高女性員工的滿意度，幫助女性員工解決無法兼顧工作與家庭的困擾，成為新時代的成功職場女性。

2019年，我們繼續推行「愛心媽咪小屋」項目，在全國範圍內，新建104個「媽咪小屋」並配備「愛心媽咪包」，為媽媽們打造暖心私密空間，方便哺乳期女性員工進行休息。此外，我們開設了紅星託管班，配有3名老師進行全天照看，為內部員工解決子女託管問題。我們還開設了成人瑜伽、散打搏擊、舞蹈形體、西餐禮儀等4門課程，幫助紅星女員工規範形體姿態，提升個人的氣質與品味。

平衡生活與工作

為了緩解員工的工作壓力，幫助員工保持良好心態，我們不定期開展閱讀、籃球、乒乓球比賽及員工旅遊等文體活動，提升員工隊伍的凝聚力與向心力。2019年，我們共計舉辦文體活動2,200餘次。

除了這些常規活動外，2019年，我們還組建「星藝」合唱團，共招募團員約70人，邀請老師提供培訓指導，並參與街道舉辦的歌詠比賽，最終從14支參賽隊伍中脫穎而出，榮獲「匠心」篇章最高獎項「天籟之聲」。



▲ 通過3個多月的訓練，紅星美凱龍「星藝」合唱團精彩地演繹了《不忘初心》，獲得贊譽。

關心身體健康

紅星美凱龍切實關愛員工身體健康。通過組織員工體檢、打造紅星醫療綠色通道、升級工會會員卡等，幫助員工做好健康管理，為公司發展提升活力和動力。2019年，我們繼續提高員工體檢標準，發揮醫療綠色通道作用，為員工辦理工會會員卡覆蓋大病醫療保險，進一步提升員工的健康保障。此外，各地商場還組織開展了一些列健康活動，如泉州華祥商場開展了為期2天的牙科CT免費檢查，共有百餘名員工享受該服務並獲得專業保健牙刷牙缸等禮品。

商場安全

商場的安全管理與員工、顧客以及周邊社區的安全息息相關，我們尤為重視。我們的安全隱患主要為商場建設過程中的施工安全，和商場日常運行過程中的火災隱患、高空墜物、不規範作業造成的人身傷害等。2019年，我們未發生因工死亡情況。

- 在商場建設過程中，我們遵循中國國務院頒發的《建設工程安全生產管理條例》、中國住房和城鄉建設部頒發的《建築施工安全檢查標準》來進行施工現場管理，建立現場安全管理體系。
- 新建商場完工後，我們嚴格遵循中國GB/T28001-2001《職業健康安全管理体系規範》，制定《新商場物業管理開業細則》、《充、換電站管理規範》、《物業裝修管理細則》等制度規範，明確新店項目安全管理要求。
- 在商場日常運行過程中，我們還制定了《物業設施設備日常管理細則》和《商場物業技術管理手冊》，提供了有關物業設施設備安全作業守則和緊急應變準備，防患未然。

我們參照《安全風險等級評定標準》進行定期的安全檢查，並建立安全風險檔案。2019年，商場共發現風險隱患問題33項，主要隱患為設備故障類及餐飲管理不合規問題。針對這些安全隱患問題，我們下發針對性指導文件11項，要求商場制定整改計劃，並逐一推進整改，完成整改率達96%。商場的主要安全隱患存在於易引發火災的電氣線路、裝修現場、餐飲區域，我們採取了一系列措施預防火災，公司商場自營運以來從未發生過火災。2019年，我們繼續推行聯動機制和組織消防演練，並升級了火災警報系統，以保障員工、顧客以及周邊社區的安全。

聯動機制

我們與毗鄰單位建立互查機制，完善了毗鄰物業安全隱患排查機制，並聯合進行消防演練，減少周邊社區安全事故的發生。

消防演練

2019年我們組織了1,280場消防演練，共有38,400人參與，主要針對全員應急疏散，初期火情處置流程、商場專職消防隊處理流程進行全面演練，提升了員工的消防安全意識和面對突發事件的應急處理能力。



▲ 我們在全國各家商場開展火災演練培訓，員工正在學習使用滅火器撲滅初期火情。

動火離人報警系統

2019年，我們在81家自營商場上線了動火離人報警系統。該系統可以及時反饋消控值班室人員、餐飲和裝修電焊動火期間的人員在崗狀態，全年消控室、餐飲和動火現場在崗率達到100%。

除了火災之外，高空墜物、不規範作業也可能會對員工和顧客造成安全威脅。為了杜絕因高空墜物造成不必要的人員和財產損失，我們定期對商場範圍內的高空吊飾、店鋪招牌等進行牢固性檢查。為了防範人身傷害，我們制定員工安全作業規範，主要針對電工作業、高空作業、動火作業、維修作業等。2019年，高空墜物事件及因不規範作業造成的員工人身傷害事故都為零。

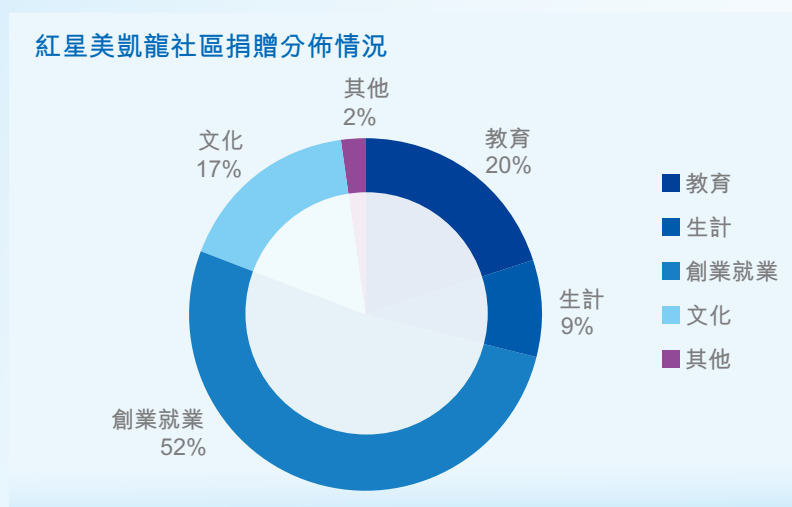
社區



我們在追求自身成長的同時，積極投身公益事業，堅持將發展成果與社會共享，並將企業社會責任作為企業可持續發展的核心戰略之一。憑藉著在社會責任方面的長期實踐和突出貢獻，紅星美凱龍榮獲人民日報社《國際金融報》授予的2019年度中國社會責任貢獻企業獎。



我們關注社會公眾的訴求，先後成立多種專項基金，扶持地方經濟，堅持可持續發展，努力在社會、經濟和環境等方面做出貢獻。2019年，我們在創業就業、教育、文化、生計等方面共投放了約人民幣576萬元。



創業就業迎機遇

為幫助當代中國有志青年進行創業就業，我們向中國青年創業就業基金會認捐人民幣2,000萬元，從2017年開始分七年進行捐贈。2019年，我們繼續捐贈了人民幣300萬元。



▲ 我們在南京大學舉辦「生涯規劃嘉年華」系列活動，提供職業生涯規劃諮詢、就業實習實習機會。

2019年，為了提高在校大學生對於職場就業的認識和理解，我們舉辦了「生涯規劃嘉年華」系列活動，舉辦了包括職業講座、實習雙選會等10多場活動，並為在校大學生提供直接就業指導，本次活動共有3,000多位學生參與。

除了針對學生開展的就業指導活動，為了提升社會公眾的職業技能，我們還推出「職工學堂」、「五一講堂」等項目，提供家居、美學、設計等專題課程與系列講座。



▲ 我們開展區塊鏈五一勞動大講堂，邀請講師教授區塊鏈專業知識。

助力教育促發展

我們關心教育行業，積極推進教育事業的發展。2019年，我們與上海交通大學、武漢大學和南京大學開展合作，捐贈約人民幣115萬元用於建立「紅星美凱龍獎學金／助學金」及「紅星美凱龍獎教金」，提供教育培訓支持。同時，公司總部和各地商場還舉辦多場助學、支教、公益捐贈等活動。



▲ OFS的同學們正在參觀公司的商場，學習3D技術、黑科技、人工智能等知識。

在公司總部，2019年，我們向四川省甘孜藏族自治州理塘縣第三完全小學提供資金支持50萬元，用於1棟約1,200平方米的教師周轉房建設項目，項目建成後將有效改善教師住房困難問題，提高學校廣大教師的工作積極性，促進教學質量的提升。此外，我們已連續5年與OFS公益組織開展教育助學活動。2019年，我們助力組織了50餘名高中生來滬進修學習，幫助同學們了解現代零售業、商業賣場、現代科技的發展，感受互聯網+時代帶給生活的變化。

在各地商場，我們舉辦多場愛心支教、公益捐贈活動。如2019年，紅星美凱龍懷化河西商場組建支教隊伍前往懷化市鶴城區石門鄉雙村小學為孩子們增設音、體、美課程，拓寬孩子的知識面，同時也為懷化學院大學生提供實踐平台。



▲ 紅星美凱龍懷化河西商場支教隊老師正在給孩子們上藝術課，教他們唱歌、畫畫。

文化藝術育美學

作為品質生活的倡導者，我們通過弘揚中國傳統藝術文化、舉辦各類藝術活動等，積極傳播美學理念，提高社會公眾的審美情趣，進而提升社會公眾生活品質。2019年，我們向上海第一財經公益基金會捐贈約人民幣98萬元，助力文化藝術的發展。

2019年，我們持續與上海第一財經公益基金會合作，開展「奇遇M+敦煌石窟之炳靈秘境新建計劃」，遴選15名優秀設計師針對世界文化遺產炳靈石窟的公共空間進行公益改造。

除了傳播與弘揚中國傳統文化，我們還關注西方美學藝術的引入與普及。2019年，我們與上海市總工會聯合舉辦室內弦樂音樂會，邀請茉莉花交響樂團為社會公眾演奏十多首中西經典知名曲目，展示了交響樂的文化藝術魅力，滿足了市民群眾的文化藝術生活需求。



▲ 設計師正在學習炳靈石窟的歷史人文背景，將藝術美感與功能實用充分結合，設計出恰當的改建空間方案。

扶貧生計送溫暖

我們關注貧困群體，為其提供資金援助，同時我們開展一系列扶持項目，幫助貧困地區的居民改善生計問題。2019年，我們向常州慈善總會、浦東新區光彩事業促進會及其他組織捐贈人民幣50.5萬，用於扶貧幫困，幫助當地基礎建設，助力社區發展。

我們各地商場分別開展了各項公益活動，以改善當地居民的生活狀況。如紅星美凱龍泉州茶博匯商場舉辦了春節扶貧助困送溫暖活動，攜手25家愛心商戶，共為97戶貧困家庭捐贈了米、油、鹽等生活物品。同時，現場還有來自社會各界愛心人士的資助，大家齊心協力助力了400戶貧困家庭，有效改善了當地群眾的生活水平。

關愛兒童伴成長

我們始終關愛與守護弱勢兒童。在公司總部和商場，我們通過改善兒童生活環境、提供健康檢查等方式，助力兒童健康快樂成長。

在公司總部，2019年，我們開展「煥新樂園」項目，給85戶低保家庭兒童粉刷臥室，更換嶄新的家居用品，家具物資價值約為144,714元，旨在幫助貧困家庭兒童創造一個乾淨整潔的生活空間。

此外，在各地商場，我們舉辦多場公益捐贈活動，提升社會公眾對於貧困弱勢兒童的關注。如2019年，紅星美凱龍巴彥淖爾臨河商場為162名留守兒童提供視力檢查服務，幫助孩子們及時發現視力問題，以便早日糾正治療。



▲ 我們為低保家庭更換書櫃、床架等家具，改善居住環境。

政企合作創未來

紅星美凱龍積極響應政府的號召，緊跟國家的政策動態，在做好企業經營的同時，也為國家的進步發展和社會和諧穩定貢獻力量。

2019年，為了有效推進第二屆中國國際進口博覽會服務保障工作，我們挑選出20多名志願者代表，承包了進博會期間7號服務崗所有服務任務，總計100多個服務班次，得到了上海市政協領導及社會公眾的廣泛認可，榮獲「虹橋商務區服務保障第二屆進口博覽會現僅集體」稱號。

此外，我們響應全國青聯、香港中聯辦青年工作部、滬港青年會等政府組織響應，為香港大學生來滬交流創建平台，積極維護大陸與香港的和諧發展。作為上海地區少數企業代表之一，我們已連續4年成功推進了6批29名香港大學生在紅星美凱龍實習，幫助他們體會港滬兩地的文化和生活差異，加強對內地經濟發展的認同感。



▲ 紅星美凱龍志願者正在為進博會參展人員耐心講解，提供諮詢服務。

環境



自2016年起，紅星美凱龍將「綠色環保」上升到企業的戰略性層面。我們不僅「零容忍」不環保的家居產品和品牌，並在決策、管理、公司文化層面將綠色環境始終放在首要位置並應用於業務營運的每一個環節和階段。

環境

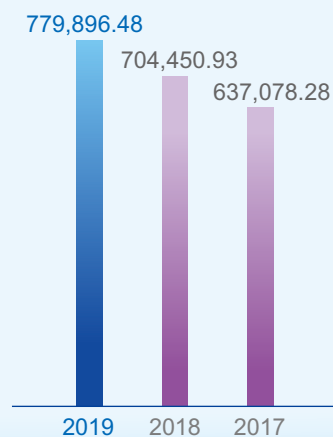
我們將環保理念融入商場建設項目規劃與設計、建築營造，以及項目竣工後的物業管理、辦公樓管理中，範圍涵蓋綠色建築認證、節約自然資源、優化能源效益及環保採購等。我們努力營造珍惜資源的公司文化，提高員工的環保意識，鼓勵員工積極參與和實踐環保承諾。此外，我們要求品牌合作方必須遵循經營所在地的法律法規和環保要求，在裝修建造過程中遵循環保理念，使用綠色環保材料，包括使用的材料應符合中國環境標誌認證，使用符合GB18580標準E1級規範的木質板材等，鼓勵其通過中國CQC環保或節水產品認證、中國十環認證以及ISO系列體系認證等認證標準。

紅星美凱龍嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》，重視環境保護工作，加大環境保護投入，並嚴格按照公司「綠色環保管理體系」進行管控，2019年未發生對環境和天然資源產生重大影響的業務活動和事件。

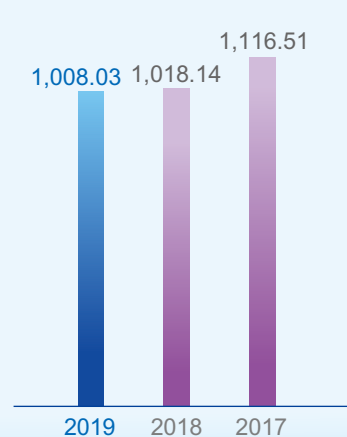
低碳商場

我們的商場和辦公室消耗的主要能源為電和天然氣，在日常運營過程中，我們嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》，並制定了一系列節約能源的策略。2019年，由於延長營業時間和夜場活動增加，以及自營商場增設1,000個電動汽車充電樁，提供充電服務，導致我們消耗的能源總量較2018年增加了約11%，達到779,896.48兆瓦時，其中約70%為電力，但能源消耗密度相對2018年略有下降達1,008.03兆瓦時／萬平方米。

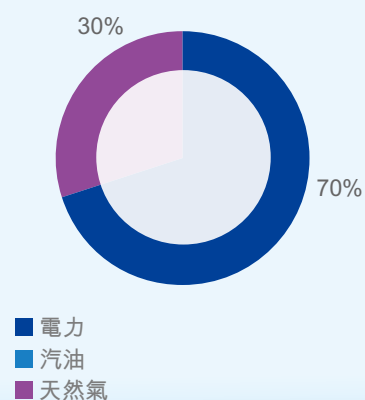
能源消耗總量
(兆瓦時)



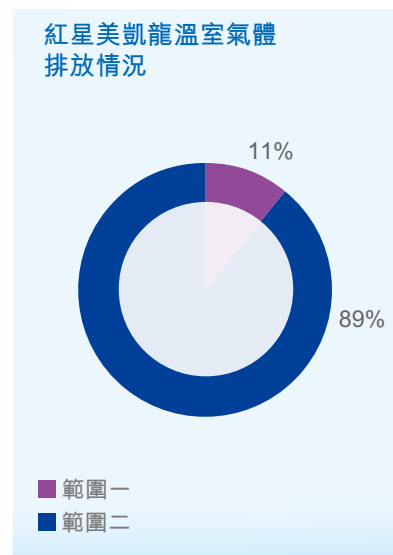
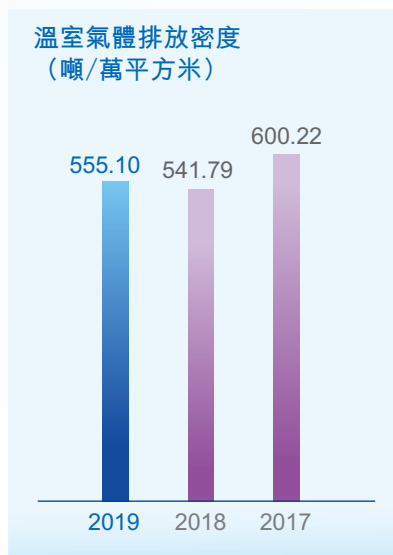
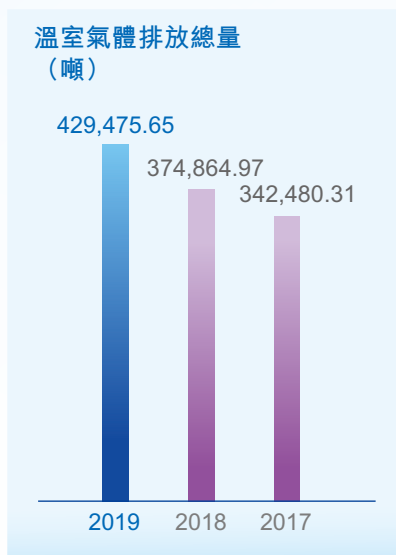
能源消耗密度
(兆瓦時／萬平方米)



紅星美凱龍按種類
劃分能源消耗情況



2019年，由於提供停車場充電服務，間接能源產生的範圍二的溫室氣體有所增加，進而導致我們的溫室氣體排放總量較2018年上升約15%達429,475.65噸，其中範圍二溫室氣體比例約為89%，排放密度也相應增加達555.10噸／萬平方米。



商場節能

為降低能源消耗，我們在項目規劃和設計階段制定提升能源效益的目標。2019年，我們在推動商場建設項目時，將節能作為重要考慮因素。

- 採用節能型變壓器、節能性控制設備和用電設備
- 採用自動調節的無功補償裝置，減少變壓器損耗
- 採用高效供水設備、衛生器具採用節水型產品
- 採用節能高效的照明光源及燈具，以提高功率及用電效率

景觀照明、車庫照明、公共通道照明等採用時間控制系統，樓梯間照明採用聲光控開關，減少浪費。此外，2019年我們繼續推行停車場充電樁項目，已建設完成1,008個充電樁。為了傳播綠色出行理念，減少汽油消耗量，從而降低汽車尾氣排放導致的環境污染，我們與蔚來汽車、特來電、普天能源等公司進行合作，大力推行充電樁建設。



▲ 新能源汽車正在上海真北商場使用充電樁進行充電。

辦公節能

我們繼續運用現代節能技術，完善辦公樓節能管理體系。我們在日常管理方面優化流程，對現有重點用能設備或系統進行節能分析，提出節能技術改造方案。有條件的辦公場所按實際情況採用相關節能技術改造項目，如LED照明、安裝變頻扶梯、空調改造、光伏電等。

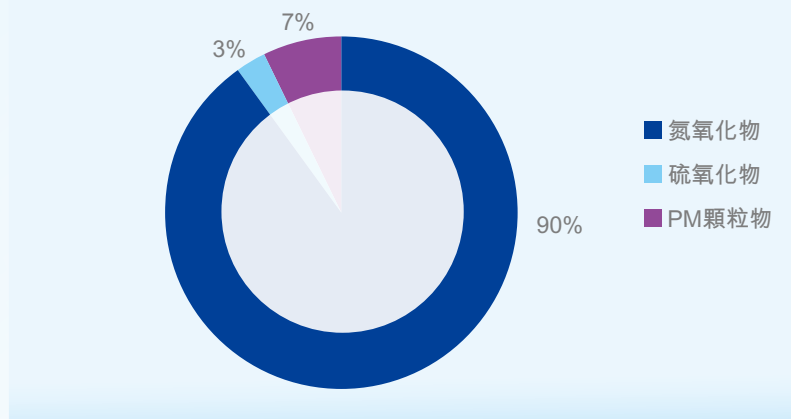
排放物管理

紅星美凱龍在倡導節能的同時，盡量減少廢物排放，降低對生態環境的破壞和影響，對廢氣、廢水、廢棄物的處理和排放進行嚴格管理，以滿足經營所在地的監管標準。

廢氣處理

紅星美凱龍嚴格遵守《中華人民共和國大氣污染防治法》，作為家居裝飾及家具商場運營商，並不涉及生產環節，因此所產生的廢氣主要為車輛尾氣排放所產生的少量氮氧化物、硫氧化物及PM顆粒物。2019年，我們共計排放廢氣89.80千克，較2018年略有上升，其中約90%為氮氧化物。

紅星美凱龍按種類劃分廢氣排放情況



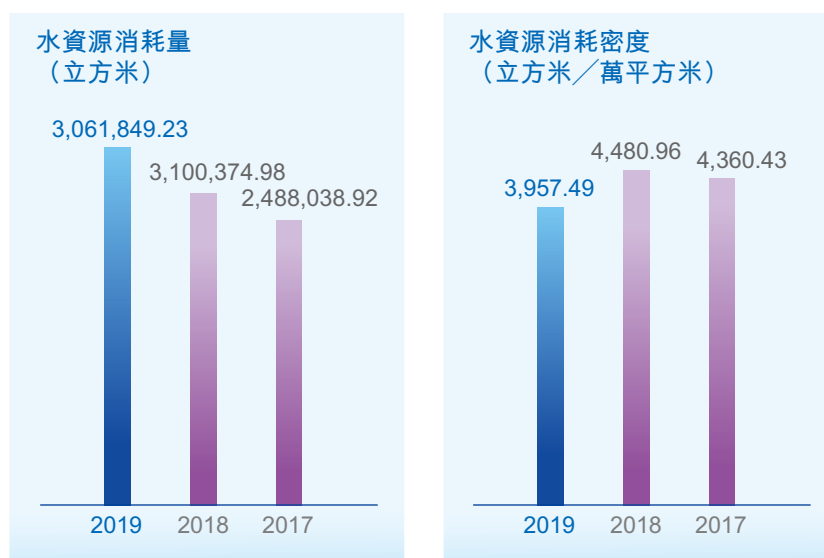
為了積極響應國家「藍天保證戰」的口號，2019年，上海真北、上海汶水、上海吳中路、上海浦東滬南、上海金山5家商場對使用天然氣的17套空調設備，進行了燃燒器的低氮改造，尾氣排放中的氮氧化物濃度大幅度降低，從150mg/m³降低至30mg/m³，其他各類指標也全部通過第三方檢測。



▲ 我們正在對上海吳中歐麗洛雅商場空調進行低氮改造，減少氮氧化物的排放。

廢水處理

2019年，我們水資源總消耗量為3,061,849.23立方米，水資源消耗密度為3,957.49立方米／萬平方米，較2018年下降約12%。



我們產生的廢水主要為生活污水。按照國家發佈的《水污染防治法》以及其配套的《污水排入城鎮下水道水質標準》GB/T 31962-2015國家標準，我們要求所有廢水必須中和且檢測合格後排放。紅星美凱龍商場設有化糞池，對生活污水進行預處理(一級處理)，沉澱雜質，使大分子有機物水解，成為酸、醇等小分子有機物，改善後續的污水處理。設有餐飲的商場設有隔油池，進行隔油處理，保證處理合格後再進行排放，減少對環境的污染。

除了對於自身產生的生活污水進行嚴格管理，我們還將相關污水處理標準納入商場空調水處理合同模板，要求供應商簽訂承諾書確保符合《污水排入城鎮下水道水質標準》。

廢棄物處理

紅星美凱龍商場發展的整個過程中，廢棄物主要為建築垃圾和生活垃圾。我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》，積極進行廢物管理，加強工地廢物管理和商場的廢棄物回收工作，以減少廢棄物的產生。由於裝飾、改造項目增加，材料用量加大，2019年我們產生的有害及無害廢棄物總量為11,020.97噸，較2018略微增加，其中超過99%的廢棄物為無害廢棄物，但是廢棄物排放密度下降約2%達14.24噸／萬平方米。

商場建設完工後，我們積極回收廢電纜、廢鋼筋等廢舊物資，進行廢舊物資重新改造利用或者進行二次銷售，極大地減少了資源的浪費。

在物業管理過程中我們積極減廢，遵循「廢物改造、舊物重生」的環保原則，對商場內生活垃圾與建築垃圾分類管理，並分別設有相應的垃圾房，做到垃圾日產日清，生活垃圾密封存放，建築垃圾袋裝化，再集中由專業的清運公司清運垃圾。同時，我們積極響應政府對生活垃圾分類的倡導，在已經具備分類清運條件的城市，推進商場內的生活垃圾分類，通過設置分類垃圾桶、宣傳垃圾分類知識、分類轉運等方法，鼓勵顧客、經營戶進行垃圾分類。

噪聲處理

紅星美凱龍主要噪聲源包括空調機組、空壓機、冷卻塔、熱處理等動力設備。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》，通過採用環保設備、在設備周圍加蓋消聲裝置等措施來控制噪聲。紅星美凱龍噪聲測量結果均可以達到經營所在地的限值要求，我們的主要降噪措施包括：

- 空調室外機及通風機等均選用高效率、低噪音產品
- 通風機及空調機均在其進出風管設消聲器，進、排風口設消聲器或消聲百葉
- 水泵、櫃式空調機進水管均設減振接頭；製冷機、風機、水泵等均設減振基礎
- 製冷機房內的水管彎頭安裝減振吊架
- 櫃式空調機吊裝時採用減振吊架或減振墊
- 櫃式空調機及所有通風機進出風管均設柔性軟接頭等。

氣候應對

隨著能源的過度使用、溫室氣體的超標排放、廢棄物的不當處理，導致了全球氣候極具變化，紅星美凱龍為了有效應對災難性天氣，進一步減少、杜絕災害性氣候給公司帶來的損失，建立了完善的應急響應機制。

首先，我們建立預防性管理制度，針對不同季節可能帶來的氣候災害，每月制定安全主題月和商場預防性管控工作計劃，從源頭杜絕災害天氣對商場帶來的影響；其次，我們針對季節性災害天氣制定了5項應急預案，建立了公司年度的安全訓練大綱，規範應急預案演練計劃及要求並開展演練；第三，提前配置防汛、防颱、防雨雪等災害天氣的應急工具和裝備，大大提升了應對災害性氣候的能力。

2019年，我們組織全國商場開展「自然災害防範」主題月，參與商場295家，組織自然災害防範類培訓844場次，共計參與人數19,791人；組織預案演練584場次，累計參與4,064人，從演練中提升了商場應對災害性氣候的處理能力，2019年災害性氣候未對商場造成嚴重影響。

ESG數據總覽

ESG數據總覽

年度ESG數據總覽

	2019年	2018年	2017年
僱員人數			
僱員總數	27,113	24,339	22,621
按性別			
女	10,016	8,956	8,425
男	17,097	15,383	14,196
按年齡組別			
30歲以下	12,259	11,343	9,815
30歲至50歲	13,463	11,801	11,830
50歲以上	1,391	1,195	976
按僱員類型			
高級管理層	302	603	504
中級管理層	2,143	4,534	4,095
普通員工	24,668	19,202	18,022
發展			
受訓僱員百分比	100%	100%	100%
按性別			
女	100%	100%	100%
男	100%	100%	100%
按僱員類型			
高級管理層	100%	100%	100%
中級管理層	100%	100%	100%
普通員工	100%	100%	100%
每名僱員完成受訓的平均時數(小時/年)	240	224	219
按性別			
女	240	226	219
男	240	224	219
按僱員類型			
高級管理層	192	192	192
中級管理層	264	264	264
普通員工	235	216	216
排放			
溫室氣體排放量(範圍1 & 範圍2)(噸)	429,475.65	374,864.98	342,480.31
直接溫室氣體排放量(範圍1)	47,854.83	48,141.03	43,648.67
間接溫室氣體排放量(範圍2)	381,620.82	326,723.95	298,831.64

	2019年	2018年	2017年
每萬平方米自營商場經營面積溫室氣體排放量(噸/萬平方米)	555.10	541.79	600.22
廢氣排放量(千克)	89.80	89.18	14.49
NO _x 排放量	81.17	80.70	13.10
SO _x 排放量	2.65	2.54	0.28
PM排放量	5.98	5.94	1.11
有害廢棄物排放量(噸)	43.00 ^[1]	7.50	1.42
油漆	17.00 ^[1]	1.80	0.89
膠合物	26.00 ^[1]	5.70	0.53
無害廢棄物排放量(噸)	10,977.97	10,035.70	257,516.77
生活垃圾	330.60 ^[2]	1,752.00	50,858.70
建築垃圾	10,056.00	7,980.00	206,046.00
廢電纜	19.37	17.30	23.71
廢鋼筋	572.00	286.40	588.36
每萬平方米自營商場經營面積無害廢棄物排放量(噸/萬平方米)	14.19	14.50	451.31
有害及無害廢棄物排放總量(噸)	11,020.97	10,043.20	257,518.19
每萬平方米自營商場經營面積有害及無害廢棄物排放量(噸/萬平方米)	14.24	14.52	451.31
水資源消耗			
總用水量(立方米)	3,061,849.23	3,100,374.98	2,488,038.92
新鮮的自來水	3,061,849.23	3,100,374.98	2,488,038.92
每萬平方米自營商場經營面積用水量(立方米/萬平方米)	3,957.49	4,480.96	4,360.43
能源消耗			
能源消耗量(兆瓦時)	779,896.48	704,450.93	637,078.28
電力	546,209.89	469,349.34	423,595.30
天然氣	232,004.67	233,487.38	213,323.94
汽油	1,681.92	1,614.21	159.04
每萬平方米自營商場經營面積能源消耗量(兆瓦時/萬平方米)	1,008.03	1,018.14	1,116.51
社會投資			
社會投資(萬元)	576	1,008	1,085

附註：

- [1] 由於2019年裝飾、改造項目數量遠超2018年，相關材料用量加大，導致有害廢棄物明顯增加。
- [2] 由於2019年土建項目較2018年明顯減少，土建項目人員減少，導致生活垃圾大幅下降。

附錄I — 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

附錄I — 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

層面	描述	位置／備註
A. 環境		
層面A1：排放物		
一般披露	有關廢氣及溫室氣體排放、向水及土地的排污、有害及無害廢棄物的產生等的： (a) 政策；及 (b) 遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	環境
A1.1	排放物種類及相關排放資料	環境
A1.2	溫室氣體總排放量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量為單位、每項設施計算)	環境
A1.3	所產生有害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量為單位、每項設施計算)	環境
A1.4	所產生無害廢棄物總量(以噸計算)及(如適用)密度(如以每產量為單位、每項設施計算)	環境
A1.5	描述減低排放量措施及所得成果	環境
A1.6	描述處理有害及無害廢棄物的方法、減低產生量的措施及所得成果	環境
層面A2：資源使用		
一般披露	有效使用資源(包括能源、水及其他原材料)的政策	環境
A2.1	按類型劃分的直接及／或間接能源(如電、氣或油)總耗量(以千個千瓦時計算)及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	環境
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	環境
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果	環境
A2.4	描述求取適用水源上可有任何問題，以及提升用水效益計劃及所得成果	環境
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位估量	不適用
層面A3：環境及天然資源		
一般披露	減低發行人對環境及天然資源造成重大影響的政策	環境
A3.1	描述業務活動對環境及天然資源的重大影響及已採取管理有關影響的行動	環境

附錄I — 《環境、社會及管治報告指引》內容索引

層面	描述	位置／備註
B. 社會		
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晉升、工作時數、假期、平等機會、多元化、反歧視以及其他待遇及福利的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	員工
層面B2：健康與安全		
一般披露	有關提供安全工作環境及保障僱員避免職業性危害的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	員工
層面B3：發展及培訓		
一般披露	有關提升僱員履行工作職責的知識及技能的政策。描述培訓活動	員工
層面B4：勞工準則		
一般披露	有關防止童工或強制勞工的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	員工
層面B5：供應鏈管理		
一般披露	管理供應鏈的環境及社會風險政策	市場
層面B6：產品責任		
一般披露	有關所提供產品和服務的健康與安全、廣告、標籤及私隱事宜以及補救方法的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	市場
層面B7：反貪污		
一般披露	有關防止賄賂、勒索、欺詐及洗黑錢的：(a)政策；及(b)遵守對發行人有重大影響的相關法律及規例的資料	市場
層面B8：社區		
一般披露	有關以社區參與來了解營運所在社區需要和確保其業務活動會考慮社區利益的政策	社區