



苏宁易购集团股份有限公司  
2021 年社会责任报告

## 关于本报告

本报告是苏宁易购集团股份有限公司发布的第十四份社会责任报告（以下简称“本报告”），以向利益相关方等披露和展示公司在社会责任领域的绩效。本报告经公司董事会审阅，并对所载信息的真实性及有效性负责。

## 时间范围

本报告涵盖时间范围如无特殊说明，均为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。为保证报告完整性，部分信息超出该时间范围。

## 报告范围

本报告覆盖苏宁易购集团股份有限公司及子、分公司，与财务报告合并报表范围一致。

## 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 2021 年年度报告》，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。如无特殊说明，货币单位均为人民币。

## 编制依据

本报告重点参考国家标准委《社会责任报告编制指南》（GB/T 36001-2015）、深圳证券交易所《上市公司社会责任指引》、全球报告倡议组织（GRI）《可持续报告编写指引》（第四版）（以下简称“GRI G4”）和国际标准化组织 ISO 26000: 2010《社会责任指南》（以下简称“ISO 26000”）以及《第三方电子商务交易平台社会责任实施指南》（GB/T 39626-2020）等国内外通行社会责任相关框架编制，同时注重立足行业背景，突出企业特色。

## 称谓说明

本报告中，“苏宁易购”“公司”和“我们”等称谓均指代苏宁易购集团股份有限公司。

## 报告获取

本报告可在苏宁易购官方网站

（<http://www.suning.cn/cms/>）和深交所指定网站巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn/>）获取。为践行环境友好责任，我们更推荐您阅读 PDF 格式的电子版报告。

自 2008 年起，苏宁易购持续每年发布以“阳光使命”为主题的社会责任报告，披露可持续发展的理念、实践和关键绩效，您还可以通过阅读往年的社会责任报告了解苏宁易购数年来 的社会责任发展历程。

## 目录

前言	1
关于苏宁易购	2
社会责任管理体系	3
1. 开启崭新“易”年 保障企业稳健运营	10
1.1 治理责任	10
1.2 运营管理	12
1.3 投资者关系	16
2. 夯实品质安全服务 创新“购”物体验	18
2.1 零售渠道与产品质量管理	18
2.2 消费者权益保护与关系维护	25
3. “易”齐携手并进 供应链协同式管理	33
3.1 完善供应商管理体系	33
3.2 加强供应链能力建设	35
3.3 推动行业高质量健康发展	40
4. 聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园	50
4.1 保障员工基本权益	50
4.2 致力员工发展	52
4.3 筑造苏宁家园	58
5. 贡献“易”份力量 助力创建绿色生态	64
5.1 积极应对气候变化	64
5.2 构建绿色经营模式	66
5.3 传承贯彻环保精神	74
6. 整合产业生态优势 “购”建美好社会	76
6.1 聚力苏宁易购公益	76
6.2 关注社区服务	80
6.3 助力抗击疫情	83
未来展望	89
绩效展示	90
附录一：指标索引表	94
附录二：读者意见表	117



## 前言

在过去的 2021 年，不可否认，受内外部一系列因素的影响，苏宁易购遇到了前所未有的困难和挑战，但全体员工依然团结一心，迎难而上。在江苏省、南京市政府和相关产业投资人的积极支持下，在消费者的信任下，苏宁易购的经营工作有序恢复、逐步企稳。2021 年，苏宁易购再次入围《财富》世界 500 强，并在 2021 年《中国 500 最具价值品牌》排行榜中，以 3,291.56 亿元的品牌价值蝉联零售行业第一。

这一年，苏宁易购坚定执行“做好零售服务商、做强供应链、做优经营质量”三大战略，同时直面变革、拥抱变革，持续打造差异化竞争优势的新增长曲线。围绕苏宁易购核心竞争力，进一步优化场景体验、夯实供应链、拓展新渠道、提升服务质量，聚焦打造全过程供应链服务的核心能力，构建零售服务商的组织、技术和运营体系，为用户和合作伙伴提供更优质更便捷的服务。

同时，苏宁易购也不忘初心，坚持做社会企业的定位，强化企业发展的使命责任，提升消费者服务水平、提升用户价值；积极响应国家政策，服务社会需要，通过搭建的全渠道平台帮助制造业和供应商降低流通成本、提升经营效率；发挥苏宁易购渠道和供应链优势，推动特色农产品上行、品质工业品下行，助力乡村振兴和共同富裕。2021 年，苏宁易购利用自身资源，助力河南抗击洪灾，驰援云南青海震后救灾，支援广州、南京等地抗击新冠。

2021 年是“十四五”开局之年，是全面建设社会主义现代化国家新征程的开启之年。在未来，苏宁易购也将继续秉持资源互通、优势互补、发展互利的理念，加大开放共享和链接协同，携手行业伙伴共创零售美好新未来。



## 关于苏宁易购

### 公司简介

苏宁易购集团股份有限公司于 1990 年在中国南京创立，2004 年在深交所上市，股票代码 002024.SZ，是中国领先的零售企业。目前在全国经营超 1 万家门店，形成了线下实体店、线上苏宁易购 APP、苏宁易购天猫旗舰店等相结合的线上线下融合的零售渠道，通过开放供应云、用户云、物流云、营销云，实现从线上到线下，从城市到县镇，从购物中心到社区全覆盖，为消费者提供场景生活圈解决方案，满足消费者的生活所需。

旗下苏宁物流作为国内领先的供应链服务企业，拥有覆盖全国的基础设施及强大的信息技术实力，建立起涉及供应链、仓储、快递、大件、售后的综合服务网络与服务能力，以仓、运、配定制化解决方案，为合作伙伴提供高效率、高品质的全场景物流基础设施服务，共同致力于提升社会经济运营效率，降低社会物流成本。

在消费互联网与产业互联网融合的时代下，苏宁易购持续夯实供应链、场景体验和物流售后服务等零售基础能力，以更加开放的方式重新构建零售服务商的组织、技术和运营，为用户和合作伙伴提供更优质便捷的服务。

### 发展之路

跨过三个十年，苏宁易购第四个十年的发展序幕已然开启。从“专业经营时代”至“综合连锁时代”，从“零售建设新格局”至“场景零售新服务”，身处第四个十年的启程点，我们继续突破，全面升级“零售服务商”，逐渐完善场景零售服务能力，联手各大品牌推动行业可持续发展。2021 年，公司明确了战略发展三大路径——做好零售服务商、做强供应链、做优经营质量，聚焦零售主赛道，持续夯实核心竞争力，推动企业有质量地发展。作为独立主体，立足新的发展起点，苏宁易购正在迈向高质量发展新征程。



## 社会责任管理体系

苏宁易购不断完善社会责任管理体系，健全社会责任管理机制，将社会责任理念融入企业日常管理和运营，致力于打造让消费者放心、让投资者满意、让员工幸福、让社会赞誉、让人类生活更美好的可持续发展企业。

## 社会责任理念与模型

### ➤ 社会责任理念

- 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，对广大客户权益负责；
- 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，对和谐社会发展负责。

### ➤ 社会责任模型

苏宁易购根据企业发展战略、品牌声誉、行业影响、人才建设以及各利益相关方的期望，以“阳光使命”为核心，为消费者提供品质产品和服务，持续增强经营能力，为投资者创造价值，与员工共享成长，与合作伙伴共赢发展，在社会奉献价值的同时保护生态环境。



图 苏宁易购社会责任模型



## 社会责任组织架构与管理流程

苏宁易购为完善公司社会责任管理体系，促进公司高质量可持续发展，将社会责任理念融入公司战略发展、企业管理、业务运营之中，建设了符合公司发展的三级社会责任组织架构。

公司最高管理层负责定期讨论并部署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；社会责任执行机构（“总裁办-品牌中心-社会责任专项组-行政管理中心-工会”）负责推进社会责任战略规划落地；各大区总经理办公室协调相关责任部门，推动社会责任工作的具体实施，保障计划高效完成。

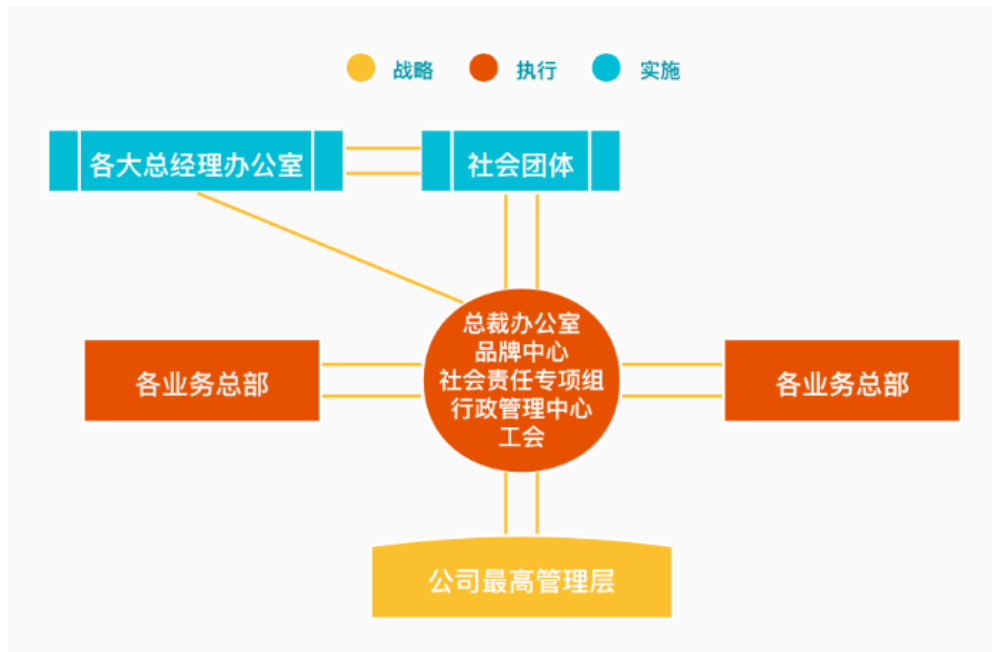


图 苏宁易购社会责任组织架构

## 利益相关方沟通

苏宁易购通过开展品牌调研、员工满意度调查、利益相关方期望问卷调查、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，满足利益相关方期待。

表 与利益相关方对话



利益相关方	关注与期待	沟通渠道与回应
政府和监管机构	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 公司合规运营及公平经营</li> <li>· 遵守环境法规</li> <li>· 促进就业</li> <li>· 促进经济可持续发展的贡献</li> <li>· 碳减排计划与成效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 制定碳减排措施并建立健全环境管理体系</li> <li>· 完善治理结构, 加强风险管理与内部控制, 实现合规运营</li> <li>· 积极制定及落实可持续发展目标与战略, 有效应对气候变化</li> </ul>
客户/消费者	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 可靠的消费者服务与售后支持</li> <li>· 保证所提供产品的质量与安全</li> <li>· 安全的互联网交易平台以及完善的消费者隐私保护机制</li> <li>· 积极有效的投诉处理机制, 用心维护消费者关系</li> <li>· 提供环境友好型产品与服务</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 提供品质服务, 保障消费者健康与安全</li> <li>· 不断创新服务方式, 提升消费者购物体验</li> <li>· 维护平台健康与安全, 严格管理用户信息和交易流程</li> <li>· 推动绿色采购, 择优选择绿色产品化供应商, 提升绿色产品占比</li> </ul>
供应商/合作伙伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 零售核心能力建设</li> <li>· 交易平台设计与创新</li> <li>· 合作共赢推动行业发展</li> <li>· 提供环境友好型产品与服务</li> <li>· 材料回收再利用/绿色包装</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 加速零售核心竞争力建设并创新合作模式</li> <li>· 召开供应商大会, 合作举办行业发展论坛</li> <li>· 打造绿色企业, 持续推动绿色采购和绿色物流</li> </ul>



利益相关方	关注与期待	沟通渠道与回应
投资者	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 可观的经营表现与收入、合理的运营成本</li> <li>· 规范的信息披露和畅通的沟通渠道</li> <li>· 投资者权益保护与利益共享</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 严格遵守上市公司信息披露相关规定与要求</li> <li>· 丰富信息披露渠道和形式，与投资者保持密切交流</li> <li>· 制定股东回报规划，开展股东专属活动与权益服务</li> </ul>
员工	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 员工基本权益保障</li> <li>· 员工培训、教育与发展</li> <li>· 职业健康与安全</li> <li>· 员工多元化与机会平等</li> <li>· 良好的沟通渠道</li> <li>· 绿色运营与绿色办公</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 提供丰富的薪酬福利，重视员工成长与发展</li> <li>· 关爱员工生活，建立畅通的沟通渠道与机制，倾听员工声音</li> <li>· 通过技术创新实现资源能源的有效利用，打造绿色低碳数据中心</li> </ul>
资本市场（金融机构、媒体等）	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 企业社会责任管理体系建立</li> <li>· 供应链管理与责任采购</li> <li>· 环保公益行动和宣传</li> <li>· 因气候变化而引起的财务风险与机遇识别、评估和应对</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 完善社会责任理念与模型，建立企业内部社会责任组织架构与规范的管理流程</li> <li>· 规范国内供应商准入、培训、评估和管理各项流程，合作打造诚信体系</li> <li>· 主动识别与评估气候转型风险与物理风险，制定中长期的应对方案</li> <li>· 通过公益平台项目落地和以旧换新活动实施，提升和带动消费者的环保意识与环保行为</li> </ul>





## 社会责任实质性议题分析

遵循实质性原则、利益相关方参与原则与可持续发展的背景原则及完整性原则，苏宁易购通过检验和分析筛选出与企业运营发展高度相关的社会责任指标列表，并形成议题实质性分析矩阵。其中，高度重要议题和中度重要议题将在本报告中重点披露。

苏宁易购2021年可持续发展议题重要性矩阵

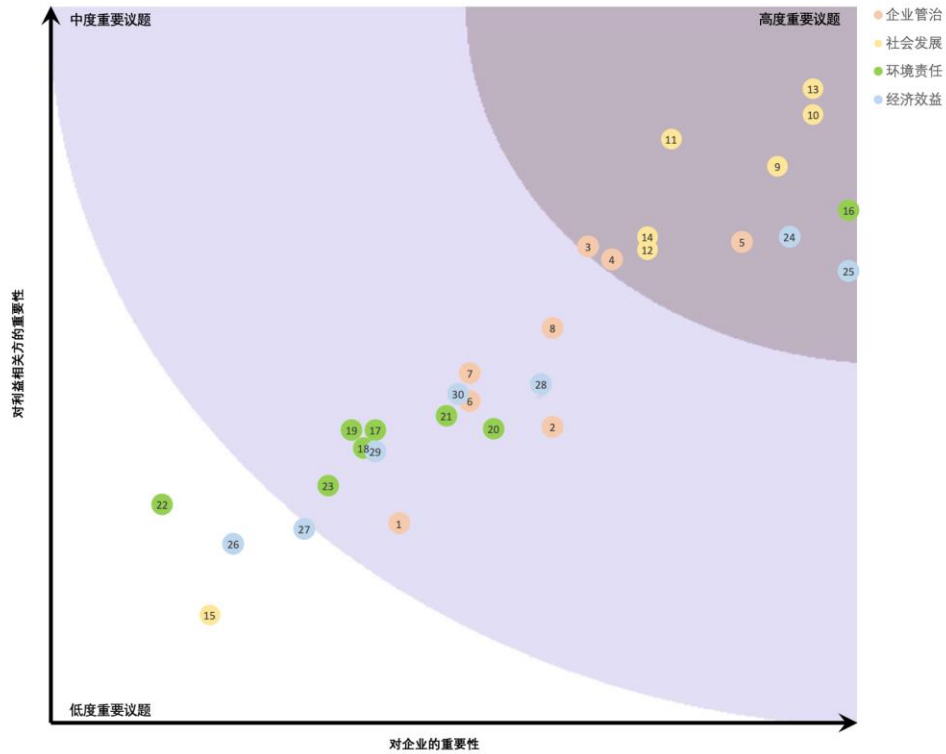


图 苏宁易购 2021 年可持续发展议题重要性矩阵

表 议题重要程度、序号及所属维度

重要性	序号	议题/选项	维度
高度重要议题	13	员工基本权益保障	社会
	10	消费者服务与售后支持	社会
	16	制定及落实可持续发展战略	环境



重要性	序号	议题/选项	维度
高度重要议题	9	平台/产品质量与安全	社会
	25	经营表现	经济
	24	零售核心能力建设	经济
	11	消费者隐私保护	社会
	5	合规运营及风险管控	管治
	14	员工培训、教育与发展	社会
	12	供应链管理/责任采购	社会
	4	知识产权保护	管治
	3	公平经营与反腐败	管治
中度重要议题	8	投资者权益保护	管治
	28	促进就业	经济
	2	治理结构及运行	管治
	7	内外沟通渠道	管治
	6	规范信息披露	管治
	20	绿色物流/绿色采购	环境
	30	促进经济可持续发展的贡献	经济
	21	提供环境友好型产品与服务	环境



重要性	序号	议题/选项	维度
中度重要议题	17	环保管理体系建设	环境
	29	基础设施投资、服务及其影响	经济
	19	绿色运营/绿色办公	环境
	18	碳减排计划与成效	环境
	1	社会责任管理体系建立	管治
	23	材料回收再利用/绿色包装	环境
低度重要议题	27	社区投资/服务当地经济	经济
	26	因气候变化而引起的财务风险与机遇	经济
	22	能源及水资源管理	环境
	15	公益慈善活动/扶贫贡献	社会



## 1. 开启崭新“易”年 保障企业稳健运营

2021年是苏宁易购再出发的一年，在新董事会的带领下，苏宁易购持续加强党建引领，优化治理，关注风控合规、廉洁从业、知识产权和投资者关系等方面的工作，践行治理责任，保障公司稳健运营。

### 1.1 治理责任

苏宁易购严格贯彻《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司治理准则》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规的要求，规范公司运作，强化公司治理，实现高质量发展。

#### ➤ 完善治理结构

苏宁易购建立了以股东大会、董事会、监事会及高级管理层为主体的公司治理结构，制定《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总裁工作细则》《董事会秘书工作细则》《重大投资及财务决策制度》等制度，明确了各级组织的权责范围，设置了清晰的工作程序。董事会下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和董事会审计委员会，各专门委员会分工明确，尽职尽责。此外，苏宁易购持续健全公司董事及高级管理人员的考核和薪酬管理制度，确保监督规范有效。

报告期内，苏宁易购共召开6次股东大会、15次董事会会议、2次董事会提名委员会、1次董事会薪酬与考核委员会、6次董事会审计委员会、8次监事会会议，董事、监事、高级管理人员均按规定出席相关会议。



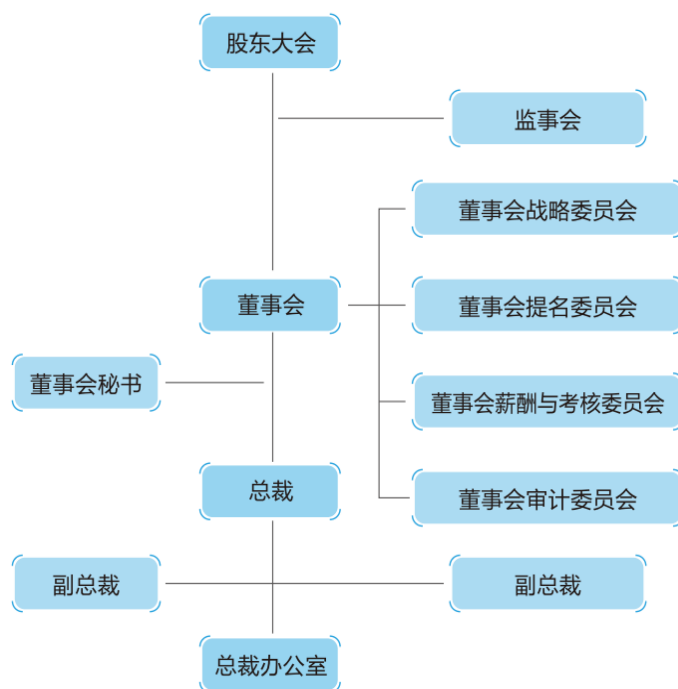


图 苏宁易购治理结构

### ➤ 丰富管治视角

苏宁易购根据《公司章程》的规定，遵循公开、公平、公正、独立的原则选举董事，并在董事选举中充分反映中小股东的意见。截至报告期末，苏宁易购董事会共有9名董事，其中独立董事占比1/3，女性董事占比2/9；监事会共有3名监事，女性监事占比2/3；高管共有7名，女性高管占比1/7。全体董事、监事、高级管理人员履职尽责，保障了董事会规范运作和科学决策水平。

### ➤ 引入战略投资

报告期内，苏宁易购引入国有战略投资，在江苏省、南京市党政和相关产业投资人的支持下完成了战略股东江苏新新零售创新基金（有限合伙）、江苏新新零售创新基金二期（有限合伙）引进，优化股东结构，稳定融资环境，更好地促进企业稳定经营和可持续发展。

本次引进国资战略股东推动了苏宁易购进一步聚焦零售服务，契合国家供给侧改革和服务实体经济的方针政策，在完成业务优势互补的同时，进一步恢复市场信心，提高企业运营效率和盈利能力。



## 1.2 运营管理

苏宁易购坚持合法合规经营，遵循《公司法》《证券法》等法律法规和监管要求，不断提升经营效率，优化经营方式，促进公司健康有序发展。

### ➤ 党建引领

苏宁易购深入贯彻落实新时代党的建设总要求，高度重视党员和员工的思想政治教育，结合企业“阳光服务”的基因，打造了“苏宁易购向阳花”新时代非公党建品牌，以“向阳而行 执著坚定，凝心聚力 拼搏奋进”为精神内涵，在企业凝聚一心向党的思想共识。

公司在基层一线设立了党员示范岗，发挥党员先锋模范作用，带领全体员工共同推动企业发展。报告期内，公司聚焦建党一百周年，将党建学习与企业发展历程充分结合，组织开展了党建工作总结表彰大会、“七一”系列主题活动、党建专题学习会和党史学习教育等一系列党建主题培训与活动，不断提高员工思想政治素养，推动党的建设与公司治理有机融合。

### ➤ 风控合规

苏宁易购明确底线要求，严格按照监管部要求和公司制度开展各项业务，全面加强风险管理、内部控制与合规管理建设，提升公司风控合规能力，有效保障公司的稳健发展。

### 风险管理 with 内部控制

苏宁易购高度重视风险管理与内部控制建设，在总裁办下设立风控中心和审计部，直接面向总裁汇报风险管理与内部控制相关事宜，并根据《企业内部控制基本规范》建立起风险管控三道防线，同时通过完善风险管理与内部控制流程，组织开展内控自评工作，积极进行风险与内控培训，提升公司员工风险管理意识和能力。

表 苏宁易购风险管控三道防线

苏宁易购风险管控三道防线	
第一道防线	各业务管理层



### 苏宁易购风险管控三道防线

第二道防线	体系稽核、财务、人事
第三道防线	监察、审计

苏宁易购不断优化风险管控手段,积极探索大数据和 AI 技术在风险管理和内部控制中的应用,构建风险监控模型,建立风险管理平台,实现了集识别、预测、评估、监控、报告、检查和整改问责于一体的全流程风险管理。此外,苏宁易购聚焦公司核心业务领域,定期开展内部审计工作,切实发挥审计工作的监督和保障作用。

### 合规运营

苏宁易购持续健全合规管理机制,通过明确监管红线、建立多元化纠纷解决机制、研究业务领域法律法规、应用现代化信息技术电子签章、优化合同签订方式和运行模式及开展合规培训等方式,多措并举,合力保证公司经营管理合法合规。报告期内,苏宁易购未发生重大违规事件,无应披露的重大行政处罚或诉讼。

### ➤ 廉洁从业

苏宁易购始终坚持“惩防并举”的方针,制定了《合作单位关联关系报备制度》《对外数据合作管理规范》《黑名单企业管理办法》《举报管理制度》《采销岗位管理红线》等制度,对公司全员在反腐败和反舞弊等方面的行为进行了规范,以保障公司发展廉洁有序。

### 体系建设

苏宁易购设立监察中心和法务中心,负责职务犯罪及法律法规相关事宜,并搭建内部监察网站进行职务犯罪预警、调查处理、信息公示,打造制度公开、程序公开、过程公开、结果公开的透明化的管理体系。同时,苏宁易购和员工签订廉洁从业《阳光承诺书》,有效促进员工廉洁自律。

### 举报程序

苏宁易购根据《举报管理制度》,疏通了监察网站、举报电话、举报邮箱、微信公众号、豆芽公众号(公司内部通讯工具)、信件来访、合同



廉洁条款（附有监察举报电话）等举报途径，并将所有举报统一至监察中心进行处理。公司对举报人个人信息严格保密，并建立举报奖励制度，依法保护举报人的合法权益，提供举报受理进度查询服务，强化廉政体系建设。报告期内，苏宁易购接到举报线索 309 条，办结率 100%。

## 培训教育

苏宁易购将线上课程学习与考试和线下廉洁教育培训活动并行，提升员工廉洁意识，并针对典型商业贿赂案件召开案件通报会，制作关键岗位红线禁忌片，打造廉洁自律的良好氛围。报告期内，公司开展反腐倡廉培训 7 次，覆盖范围超过 50,000 人次。



图 线上课程学习及考试



图 线下廉洁培训





---

## ➤ 坚持公平竞争

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国反垄断法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等法律法规，坚持“公开、公正、公平、诚信”的理念，与所有供应商签订《阳光承诺书》，并与行业审计单位合作共享黑名单，公示不诚信供应商，竭力创造公平透明的良好市场环境。此外，苏宁易购持续加强对员工的宣传教育和培训，订立“阳光公约”，传递并践行公平竞争的理念，全面树立员工的商业道德操守。

---

## ➤ 保护知识产权

苏宁易购高度重视知识产权保护，更新修订了《专利管理办法》《专利奖酬办法》《商标管理制度》《商标侵权案件上报通知》等制度，规范公司知识产权保护和商标使用管理流程，对专利、商标、版权及证照进行全方位的保护。

---

## 数字化管理

苏宁易购紧跟数字化智能化发展趋势，上线专利管理平台、商标管理平台、域名管理平台、软件与非软件著作权管理平台、知识产权投诉平台等知识产权管理平台，实现了知识产权申请、审批、建设商标库、商标数据分析、知识产权投诉等流程的线上管理，提高了知识产权保护管理效率。

---

## 交流合作

苏宁易购广泛开展交流合作，积极配合江苏省知识产权局进行了长三角电子商务平台知识产权保护管理国家标准调研项目，协办了第 25 期南京知识产权品牌沙龙“宁品汇”活动，并作为北京知识产权保护协会理事单位积极参与北京反侵权假冒联盟（CAASA）并分享自身经验。作为南京理工大学、南京师范大学的合作单位多次举办校园演讲，宣扬知识产权法治精神。此外，公司积极进行海外知识产权战略布局，与海外公司进行了包括专利许可在内的境外知识产权运营合作。

---

## 所获成效

苏宁易购知识产权权利培育覆盖面持续扩大，维权能力水平不断提高。报告期内，苏宁易购新增提交注册商标 33 件，新增核准注册商标 102 件（含 2020 年前提交申请），新增授权专利 30 件，著作权登记 35 件（含软件著



作权和作品著作权)。同时,苏宁易购成功挂牌“南京市知识产权保护实践基地”(江苏苏宁易购电子商务有限公司)和“广州市电商领域知识产权保护平台”(广东苏宁易购销售有限公司),成功申报南京市高价值专利培育项目、南京市知识产权维权援助项目和佛山市知识产权战略项目等项目。同时,公司获得了“南京市知识产权示范企业”称号和“南京市优秀专利奖”荣誉。

此外,南京苏宁云财信息技术有限公司申请了 20 余项软著及专利,2020 年该公司通过国家级高新技术企业认定。



图 苏宁易购获得高新技术企业证书

### 1.3 投资者关系

苏宁易购高度重视并不断强化投资者关系管理,通过信息披露、沟通交流及维护股东权益等方式完善与投资者的双向交互机制,致力于为投资者创造长期稳定回报。

#### ➤ 规范信息披露

苏宁易购根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《股票上市规则》等法律法规及公司《章程》的有关规定,制定了《信息披露管理制度》,规范公司信息披露事务管理。公司通过《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/>)进行公司信息披露。



---

## ➤ 畅通沟通渠道

苏宁易购积极拓宽与投资者的沟通渠道，开放了投资者热线、董秘信箱、“深交所互动易”、股东大会、管理层交流会、在线及电话客服、“意见反馈”在线收集平台等沟通方式，为投资者，尤其是中小股东提供了便捷的交流机制。公司在微博、雪球等论坛安排专人主动搜集投资人建议意见，及时将建议意见反馈给内部相关部门研讨。截至报告期末，公司在深交所互动易平台回答在线提问超 12,000 个。

---

## ➤ 维护股东权益

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，公司制定了《苏宁易购集团股份有限公司未来三年（2021-2023 年）股东回报规划》，与投资者共享公司发展的成果。自上市以来，苏宁易购累计开展利润分配 17 次，并开展了 3 次股票回购。

此外，苏宁易购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，引导股东注册为股东会员，不定期开展股东专属活动，并推出股东常态化专属权益，为股东会员提供专属服务。报告期内，苏宁易购根据股东会员的购物活跃度将其分级为金牌股东、银牌股东，持续更新股东会员福利，以更好地维护股东权益，回馈股东支持。



## 2. 夯实品质安全服务 创新“购”物体验

苏宁易购秉承“服务是苏宁唯一产品”的理念，紧跟数字化转型浪潮，聚焦零售发展，夯实零售渠道建设和产品质量优选，充分发挥产品和资源整合优势，为消费者提供场景化、品质化、一体化的消费体验，打造高品质、高质量、高发展的产业模式。

### 2.1 零售渠道与产品质量管理

苏宁易购致力于探索业态新模式，线上线下协同发展，并保障各销售渠道健康安全运行，做好发展维稳两手抓。同时，公司积极联动供应商承担产品维系责任，持续优化产品质量，形成产业核心竞争力，打造令消费者放心的零售渠道。

#### ➤ 强化全场景零售建设

苏宁易购坚持发展双向赋能，积极开拓线下新模式，开辟线上新布局，以应对零售建设新趋势，形成更高质量、更健康、更安全的产品销售渠道，满足更大市场需求。结合数字化转型经验，公司以“自营+开放”模式，构建“线上+门店”的全场景零售赋能业态，强化技术支撑下零售服务商的发展战略，提升整体零售能力。报告期内，苏宁易购获得了“零售数字化转型及技术应用最佳实践案例”奖项，成为业内认可的零售选址类赋能平台之一。



图 苏宁易购“零售数字化转型及技术应用最佳实践案例”证书



## 探索线下多渠道

苏宁易购持续深化全场景布局，将“面向未来的新型店面模型”作为核心零售产品，从消费体验与需求出发对线下门店进行升级，实现家装、家电、家居、服务“四位一体”。公司加强苏宁易购线下零售改革，推出家乐福“零售云”加盟门店，零售云深耕家电主赛道的同时，横向拓展新赛道，加速复制零售云家居融合店、快修店，试点落地社区销售服务店，提供更丰富的体验场景，实现更加便捷、高效与舒适的零售服务体验。

报告期内，苏宁易购零售云第 10,000 店正式落地广州佛山，标志着零售云正式迈入“万店”时代。零售云综合苏宁易购自身品牌、供应链、技术、物流、金融、运营等资源与服务能力，形成系统性零售解决方案向外赋能，有效帮助下沉市场零售业态的数字化转型升级，提升零售终端运营效率和整体经济效益。



图 苏宁易购零售云第 10,000 店开业典礼

### 案例：首家“四位一体”店落地，苏宁易购实现线下业态升级加速

2022 年 1 月，苏宁易购首个家装、家电、家居、服务“四位一体”店在南京孝陵卫商圈正式落地，以社区消费者为核心服务群体，实现场景服务体验升级。

“四位一体”店采用“1+X+N”模式，将服务网点引进门店，由家电向家装、家居品类拓展，与品牌商深度合作，搭建“N 大品牌园场景”，为消费者提供全屋智能、品质套系家电、全屋家装定制、家电家政服务等一系列一站式解决方案，顺应家电家居消费场景体验化、品质化、方案化趋势，进一步提升公司服务能力和经营效率。







图 全国首家家装家电家具服务“四位一体”店在南京孝陵卫落地

### 案例：零售云进入家居新赛道，打开发展新空间

2021年8月，苏宁易购零售云宣布深化家电、家居一体式发展，加速拓展家居赛道，与成熟的家电品类深度融合，打开零售云发展新空间。基于苏宁易购服务网络优势，零售云在家电 3C 等优势品类上叠加家居、卫浴及海量线上产品，推出更适配县镇市场的门店 3.0 模型，在提升消费者一站式购物体验的同时，构造门店差异化竞争优势。

此外，针对不同的区域和门店类型，零售云家居赛道提供多品牌的“灵活选择”，携手芝华仕、箭牌等家居、卫浴品牌商推出定制化产品，实现对消费者偏好的“智能适配”，进一步推进“以家为场景”的完整覆盖，深化以消费者价值为中心的零售模式。



图 苏宁易购零售云联合家居头部品牌拓展下沉市场





图 消费者在零售云门店体验家居产品

### 案例：打造零售云快修店，开辟零售服务新模块

2021年8月，苏宁易购零售云快修店正式推出，标志着苏宁易购零售云服务板块向着服务标准化、用户可信任、O2O一体化的品牌3C服务专业店的延伸。零售云快修店重点聚焦一二线城市核心商圈，从用户自助评估、AI验机、智能回收、到竞拍转售，IT系统方案全面接入门店。



图 苏宁易购零售云快修店五大核心能力



### 案例：家乐福中国首家会员店正式开业，打造消费者身边的精致城市生活

2021年10月，家乐福中国首家会员店在沪开业，正式进军会员制赛道。家乐福会员店拥有全球系统性供应链，致力于为消费者提供便捷、高性价比的产品和服务，产品定位包括生鲜、网红产品、家电等多品类的商品，涵盖会员日常所需，提供充分便利的服务，打造消费者身边的精致城市生活。



图 首家家乐福会员店在沪开业

### 开辟线上新布局

随着数字化转型浪潮的推进，苏宁易购持续开拓线上新布局，推进“O2O+社群电商”的发展模式，优化小程序服务，开发全新服务APP，满足消费者“随时买、及时送、买得到、买得好”的消费需求，使消费者足不出户就能享受高品质服务。

此外，天猫苏宁易购旗舰店不断拓展细分赛道创新品牌供应链，为新引进品牌商提供资源渠道、营销推广、运营团队等多方面支持，助力传统品牌切换赛道，联动小程序、APP、直播等线上互联网工具，为新品类、新品牌提供全新的增长机遇的同时也为消费者提供了更多选择。

### 案例：“618大促”线上销量爆发，营销工具全面升级

2021年“618大促”期间，苏宁易购百货全面上线苏宁易购推客功能，全国37店通过细致选品上线推客，激活一线团队及社群的销售潜能，促进线上销售的全面爆发。同时，通过店总直播，全国店总主推国货好物与超值新品，为消费者带来优惠。通过直播、短视频、微信群、小程序的四端协同，公司结合推客上线的全新利益共享经营模式，促使双线融合，为苏宁易购百货带来更强的营销势能。







图 “618 大促” 苏宁易购百货线上直播宣传

## ➤ 维护数据信息健康与安全

为更好地保障消费者权益，苏宁易购积极维护信息安全，在对供应商和商家进行严格管控的基础上，通过建立标示体系、运用区块链技术、推进 IPv6 规模部署等方式，实现网络技术创新，确保数据信息及产品的健康与安全。

### 加强信息安全合规管理

苏宁易购响应国家号召，依法履行个人信息保护和数据安全义务，持续开展合规化运营，完善并制定《APP 安全管理规范》《苏宁数据安全规范》《苏宁个人信息安全管理规范》等规章制度，从 APP 健康运营、数据安全管理和个人信息保护工作出发，切实保障用户信息安全。

苏宁易购成立由高层负责管理，技术、数据、法务、项目管理等部门协同支撑的信息安全专项工作小组，并于报告期内新增移动应用个人信息保护督查组和数据安全组，进一步加强移动应用合规管理及数据安全。截至报告期末，苏宁易购已完成内部移动应用全量督查和抽查工作。

#### 案例：开展信息通信服务感知提升行动，完善信息能力建设

近年来，工信部连续开展 APP 侵害用户权益专项整治行动，大力推进互联网领域 APP 个人信息保护治理工作。2021 年，苏宁易购 APP 完成了工信部关于开展信息通信服务感知提升行动的相关要求，认真落实了简版隐私政策、权限调用和开屏弹窗优化展示、信息收集与输出“双清单”等措施，是国内首批完成上述能力建设的 APP 之一。



## 实现产品信息实时溯源

苏宁易购建立健全苏宁标识体系二级节点标准，完善互联网平台基础设施建设，并做到严格监管，实现所有数据可追溯、可确认、可追责。公司通过区块链技术打造信用环境，实现商户、物流、平台、消费者之间的信息互通以及商品信息的实时溯源和不可篡改，并执行智能合约，降低多方合作成本，提升操作效率。

## 持续推进 IPV6 规模部署

为响应网络强国的战略部署，公司持续推进对苏宁易购网站和移动应用进行 IPv6（互联网协议第 6 版）规模部署和升级改造，促进互联网演进升级和健康创新发展。苏宁易购加大完善在 IPv6 环境下的安全防护机制建设，特别是有效防御针对 IPv6 的新型攻击方式等，加大互联网升级、网络技术创新方面的投入重心，守护网络安全。报告期内，“苏宁易购 IPv6 全场景改造”案例荣获了 IPv6 规模部署和应用优秀案例。



图 “苏宁易购 IPv6 全场景改造” 优秀案例奖项证书



## ➤ 保障产品质量

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国产品质量法》，落实各项产品质量标准，从产品源头确保产品资质合规，把控产品质量。公司严格按照国家标准要求所有上架商品拥有完整的授权链路、授权商标和3C认证证书，保障消费者到手商品均符合国家三包法。此外，公司建立产品内外检查机制，提供商品正品保障，制定自有标准体系，提供更加安全、健康、高品质的产品及服务质量。

### 落实产品服务质量认证

公司制定并严格落实服务质量目标和方针，细化服务流程，规范服务作业，系统化地实现了全过程质量及服务管理，有效运营质量管理体系，为广大用户提供更优质、更高效的产品服务。报告期内，苏宁帮客获得了中国质量认证中心颁发的 ISO 9001 质量管理体系认证证书及五星级商品售后服务认证证书，认证覆盖范围包括：家居类、燃气类电器、中央空调、暖通设备、通风设备的安装维修及服务；家政服务（家庭保洁）、室内环境治理服务；家电、中央空调、商用厨房及管道清洗服务；旧家电回收；新能源汽车充电桩安装服务；商品延长保修服务开发与销售。



图 苏宁帮客 ISO 9001、售后服务五星级认证证书

## 2.2 消费者权益保护与关系维护

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规及标准要求，专注提升消费者体验，有效应对投诉处理，加强消费者数据信息安全保护，完善消费售后机制，保障特殊群体消费者权益，为消费者提供更加放心、安心、舒心的服务。



## ➤ 提升消费者体验

苏宁易购高度重视消费者体验，旨在为消费者创造卓越的消费环境，为消费者提供品质商品服务，保障消费者健康，全面提升消费体验，打造令消费者满意的购物平台。

### 提供品质服务

苏宁易购制定并完善了自主产品的服务政策，对苏宁易购自营产品、签约各品牌系列的智能门锁、液晶电视、空调、冰箱、洗衣机等产品提供超出整修保修年份的核心零部件保修服务。同时，公司设置在线客服及电话客服，持续为消费者咨询体验保驾护航，推行价格保护服务、如约送货服务、家电闪装服务、多收倍赔服务等四大服务承诺，并提供价格补偿服务，保障消费者全流程品质体验。报告期内，公司配送履约迎来新突破，自营配送服务履约率同比增长 2.47%，商户 48 小时发货率同比增长 3.77%。

#### 案例：苏宁易购物流“安心装”6大服务，一步到位，获得央视点赞

2021 年 6 月，苏宁易购物流正式推出了家电家装“安心装”服务，服务包括工程师上门一次，同时提供送货、安装、免费拆旧、取旧、旧家居回收等 6 大服务，最快 24 小时内完成送装。公司将自营家电服务标准复制到家居行业，推行送装一体服务，并成功应用于家居上门服务环节。2021 年 7 月，苏宁易购物流“安心装”服务荣登央视“品牌强国工程”栏目，将家居家装末端送装服务拉升至新高度。截至报告期末，“安心装”服务范围已突破 331 城。



图 苏宁易购物流获得央视“品牌强国工程”点赞





### 案例：苏宁易购帮客发布“十道防护”服务标准，提升作业规范和安全保障

2021年1月，苏宁易购帮客发布“十道防护”服务标准，全面覆盖家电、家居、家政、家装等类别的安装、维修、清洗、保洁服务，在保障全国用户新春服务需求的同时，严格遵守当地政府的防控要求，提升作业规范和安全保障。苏宁易购帮客“十道防护”标准涉及服务前、中、后期的所有细节，包括工程师体温检测，工具消毒，佩戴防护工具，向用户展示自测体温，请用户配合监督，与用户保持安全距离，采用一次性定制耗品，服务后进行机器清洁，保持用户家庭现场卫生，远程指导简单故障等，力保用户服务安全，保障服务品质。

### 案例：苏宁易购帮客推出818系列服务产品，将高效服务送往千家万户

2021年“818活动”期间，苏宁易购帮客推出家电清洗等系列服务产品，受到了广大消费者的热捧。苏宁易购帮客以高品质服务为标准，从准时上门、透明收费、专业技能、正品材配，到工程师上门服务流程等方面细节都做了严格要求。

“818活动”当天，家电清洗服务订单量同比增长142%，家电维修服务同比增长172%。苏宁易购帮客全国数千家城市网点和县镇服务中心、数万名服务工程师全力迎战，基于“全国一盘棋”的联动安装模式，确保各地家电服务效率。针对空调使用高峰，公司承诺货到24小时上墙，同时在北京、上海、杭州、苏州、西安等36个城市市区实现空调“半日装”，领先行业速度，实现家电安装维修服务准时率达98%，服务满意率达99.6%。



图 苏宁易购帮客服务工程师增援“大忙”地区

## 加强消费者信息保护



客户信息安全保护是苏宁易购重要的责任和义务，也是苏宁易购对客户承诺。公司持续对 APP、小程序、SDK、权限使用、信息收集与第三方数据共享进行专项自查、整改与监督工作。同时，易购 APP 上建立了“已收集个人信息清单”“第三方共享个人信息清单”及权限弹窗、简版隐私政策等机制，使消费者充分感知苏宁易购对用户个人信息保护的高标准与严要求。报告期内，苏宁易购 APP 持续进行安全认证审查工作，为用户提供放心消费环境。此外，在公司实行以旧换新工作时，对旧机隐私现场进行粉碎处理，充分保护客户原有隐私内容。

## 保障消费者健康

作为行业内领先的零售服务商，苏宁易购不断致力于提升消费者购物体验，为消费者传递营养健康理念，加大健康产品的引进，率先开展营养健康消费教育活动，引领健康消费行为。

### 案例：加大健康产品引进，为消费者保驾护航

2021 年，天猫苏宁易购旗舰店医药健康品类新引进 300 余个品牌，其中医疗器械等健康类产品新上架 3,000 个，如口罩、耳温枪、酒精等，并实行优惠价格，方便消费者线上购买，为市民抗疫贡献力量。同时，天猫苏宁易购旗舰店食品品类本着健康的主旨，2021 年度引进 20 家低脂、无蔗糖等食品品牌，为消费者的健康饮食保驾护航。

### 案例：开展“健康指导货架”活动，保障消费者食品安全健康

2021 年，家乐福设立“健康指导货架”，积极向消费者传递“科学性消费、树立健康生活方式”的理念，成为行业内率先开展营养健康消费者教育的先行者。“健康指导货架”被中国消费者协会树立为“温暖消费”的典范，并连续两年被消费品论坛和中国连锁经营协会评选为“健康消费”的最佳案例，引领行业健康消费，加强消费者购物体验。





图 家乐福“健康指导货架”

### 关注特殊群体消费者需求

苏宁易购发挥自身能量，为特殊群体消费者提供多种增值服务，保障老年人等特殊人群的消费权益，消除信息不对称，为消费者带去更多便利。

#### 案例：联合创立“社区博览会”传递更多信息，并为特殊群体提供免费体验

在 2021 年“全国消费促进月暨上海五五购物节”时期，为了将消费信息整合触达给更多的中老年用户，苏宁易购聚焦社区经济，联合东方网成立“社区博览会”，利用东方网建立的社区信息院，在全市 300 多个社区布点，将“惠民”和“便民”信息带给了更多的老年消费者，确保老年消费者能够享受到应有的权益。同时，苏宁帮客还为特殊群体（退残军人和孤寡老人）提供 5,000 台空调免费体检服务，免费检查空调运行电流、电压、系统压力、内机进出口温差等。

### ➤ 应对处理投诉和问题

苏宁易购积极应对消费者各项反馈，制定《苏宁易购服务管理体系》，建立健全一站式客服解决方案，通过热线、在线、智能工作台，围绕客户问题提供售前、售中、售后全流程解决方案，树立苏宁易购品牌责任，传递苏宁易购品牌价值。报告期内，公司采用 5 分制客户满意度评分标准，评分结果达 DSR 4.55，人工接通率达 95.52%，客户投诉办结率达 99.96%。



表 苏宁易购应对投诉和问题处理情况

指标	指标定义	单位	2021 年数值	2020 年数值
问题产生率	各渠道用户来访问题 总和/正向销售订单	%	5.92	6.41
人工接通率	各渠道用户来访诉求 接通量/总诉求量	%	95.52	91.04
自助分流率	页面自助、智能 IVR 自 助服务量/总诉求量	%	95.80	95.69
客户满意度	客户评价得分总和/评 价次数	分值	DSR 4.55	DSR 4.47

### 建设客服管理体系

苏宁易购建立了完备的客户服务体系,为用户提供 7×24 小时的全天候服务支持,除了在线客服、电话客服,公司在全国各大区配备大区客服,覆盖全国的终端售后服务保障网络,为客户提供更加便捷的高质量服务。

公司搭建苏宁易购客服课堂智慧学习平台,提升客服服务水平,并构建多渠道、智慧型客服体系,不断完善运营渠道,实现互动、智能、开放的交互服务。为提升创新体验,公司推出 AI 智能机器人聊天、秒级响应等,承接运营超过 20 项独立业务委托,涵盖多种业务类型,始终坚持以解决客户需求为导向,持续优化处理标准,有效利用服务资源缩短服务时效,提升整体服务水平。

### 打造一站式客服解决方案

苏宁易购依托自身资源整合优势,利用智能技术全面建立智能化客户平台,同时基于大数据、移动互联网和人工智能技术,提升客服的效率及效能,为客户创造最佳服务体验。





### 案例：深入贯彻客户服务宗旨，荣获“优秀服务品牌”奖项

2021年，苏宁易购荣获“2021年中国客户服务节优秀服务品牌”奖项。公司客服团队围绕“专注好服务”的服务定位，贯穿线上线下服务渠道，以用户需求为核心内容，搭建“人工+智能”的客服结构，通过人与人沟通的情感，拉近与客户的距离，践行服务理念。



图 苏宁易购参加 2021（第五届）中国客户服务节颁奖典礼



图 “优秀服务品牌”证书

### ➤ 完善售后机制

苏宁易购始终将“为消费者提供卓越的服务体验”作为发展第一要素，让消费者买得放心，用得安心。公司建立并不断完善商品售后机制，打造“品质装”“省心购”“轻松退”的服务体系，实现售后无忧、履约补差、轻松退换。



表 苏宁易购售后服务机制

服务体系	具体内容
“品质装” 售后保障	“品质装” 在商品安装、质量保障等方面针对商品品质进行售后服务，实现无忧售后保障。
“省心购” 保价补差	实行“贵就赔”政策，针对在苏宁易购线上服务平台购买的带有“N 天价保”或“贵就赔”服务标签的产品，如消费者在保价时效内发现同城且同一销售渠道商品具有更低价格，可提交“贵就赔”申请，对差价进行补贴返还。
“轻松退” 退换便捷	针对平台销售商品提供便捷的退换服务，包含且不限于代客检、“坏果包退”、急速退、同种商品“随心换”、纸尿裤无忧退货。



### 3. “易”齐携手并进 供应链协同式管理

苏宁易购持续打造领先的供应链基础设施建设，不断完善供应商管理措施，强化供应链布局，从源头赋能，推动供应商产品转型，推进供应链建设。公司致力于与供应商协同发展，提供更全品类的产品，保障更高品质的服务。

#### 3.1 完善供应商管理体系

苏宁易购搭建并不断完善全流程供应商管理体系，严格要求供应商准入、评估及分类管理。同时，公司加强商品质量监测，对供应链产品实行严格质量控制手段，提升供应链管理效率的同时保障商品质量，进一步维护消费者的合法权益。

##### ➤ 规范供应商准入、评估和管理流程

公司积极开展供应商分类分级工作，旨在通过建立完善的全链路供应商管理制度，实现从供应商引入到供应商评估的全流程覆盖，指导各经营事业部门对供应商进行精细化管理，提升供应商的整体管理效率。报告期内，供应商《阳光承诺书》签订率为 100%。

表 供应商准入、评估及分类管理

环节	管理方法
供应商准入	从供应商洽谈、评估、资料提交、合同签订、建立档案及入驻完成等方面进行规划，制定对应的规则机制，完善供应商准入流程，全面提升管理效率
供应商评估	对已入驻供应商进行评估完成分级工作，为后期供应商分级管理提供数据支撑
供应商分类管理	根据供应商评估的数据对供应商进行分类管理，并针对不同级别供应商实施不同的运营管理机制，尤其是聚焦关键客户管理，有效提升管理效率



➤ 保障供应链质量安全

公司通过建立规则收严、专项治理、匿名抽检、定向抽查等严格的监管制度，优化品控中心，增强与国内外第三方检测机构合作力度，完善品牌鉴定渠道，进行现场品控检查，建立全流程质量安全管控，保障商品质量，进一步保障供应链质量安全。

表 供应链质量管理措施

质控措施	具体内容
优化品控中心	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 从消费投诉、消费评价、退换货数据等多方面鉴别高风险商户与商品</li> <li>· 对商家、商品的质量进行动态分析、监控</li> <li>· 通过商品品质打分机制，不断推优去劣，净化各渠道经营环境</li> </ul>
增强国内外权威第三方检测机构合作力度	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 对高投诉产品、季节性产品、政府监管重点产品、舆情产品采取神秘买样委托检测措施</li> <li>· 发挥品控中心的数据分析优势，提升不合格产品发现的准确率，按照质量条款进行追责，并推进整改</li> </ul>
完善品牌鉴定渠道	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 建立电器、通讯、数码、运动户外、名酒、化妆品、轻奢、钟表、珠宝等 500 余高风险品牌假货鉴定渠道，采取月度匿名买样鉴定措施，进行高频巡查</li> <li>· 对疑似假冒商品进行定向委托鉴定，一旦涉及假冒，立即清退店铺，并列入失信黑名单</li> <li>· 联合市场监管局、公安局等部门，对相关线索进行调查，进行线下严打</li> </ul>



质控措施	具体内容
深入工厂、基地进行现场品控	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 针对自营产品，坚持厂家直供为主的渠道引进机制，通过供应商认证、实地验厂、商品资质审核等措施筛选，实现从源头保障产品质量</li> <li>· 针对自有品牌，建立专业团队，联合国内外权威第三方检测合作，从供应商选择、供应商审核、产品型式试验、产品过程质量控制、仓储物流以及售后服务等方面，进行全流程质量管理，严把质量关</li> <li>· 针对第三方平台，采用风险监管模式，对商户进行精选优选，严把索证索票关，确保商品经营主体一致，渠道授权真实</li> <li>· 开展无货源店铺专项清理措施，对美妆、酒类商品资质进行专项复核，清理资质不齐全和链路较长店铺</li> </ul>

### 3.2 加强供应链能力建设

苏宁易购始终坚信供应链发展是零售企业生存发展的核心，打造更加强大、智能的供应链体系是公司不断的追求。公司持续加强供应链能力建设——推进供应链数字化管理，推动供应链智能化建设；从源头赋能供应链，实现品类扩充；建设智慧仓库，提升供应链效率；打造全生命周期供应链体系，升级消费服务保障。

#### ➤ 采购端智能转型

公司积极打造“智能供应链”工具，改善人工采购的传统零售方式，引导供应商实现采购数字化转型，协助供应商完成采购价值化改造，实现采购信息化管理。

苏宁易采云基于苏宁易购多年积累沉淀的供应链资源、场景服务经验、



研发技术等能力，实现数字化采购服务商定位转型，为政府及企业采购提供全场景的数字化采购服务。截至报告期末，苏宁易采云承接了包括中央级政府及事业单位、大型能源央企等数千个政企采购项目。

同时，公司致力于从技术服务、场景化供应链、场景化运营服务三条主线提升苏宁易购的业内品牌价值，依靠海量商品、物流、配送、售后，以及苏宁易采云全场景采购解决方案等服务整合优势，帮助客户构建企业专属商城、礼遇商城、品加商城等，协助企业实现采购智能化转型。

## ➤ 从源头赋能供应链

苏宁易购不断促进供应链品质转型，联合零售商与合作伙伴，从采购、运营、市场等多端协同，采用原产地直销模式，向消费者精准提供各类商品和服务。截至报告期末，家乐福在宁夏、山东、新疆、四川等地建设 47 个直采基地，输送包括水果、蔬菜、水产等品类的优质商品。

### 案例：“鲜”人一步优化供应链，家乐福签约蔬菜直采基地

2021 年 5 月，家乐福与寿光农业发展集团有限公司签订战略采购协议，山东寿光具有“蔬菜硅谷”之称，双方在当地针对地标产品一件代发、蔬菜产品自主开发等模式展开深度合作。同时，蔬菜直采基地的建立进一步推进了寿光优质农产品的标准化升级，带动寿光优质蔬菜产业链集约化发展，助力当地农民增收和乡村振兴，并促使家乐福生鲜供应链新一轮变革升级，实现从源头优化供应链，降低运输过程损耗，减轻库存压力。

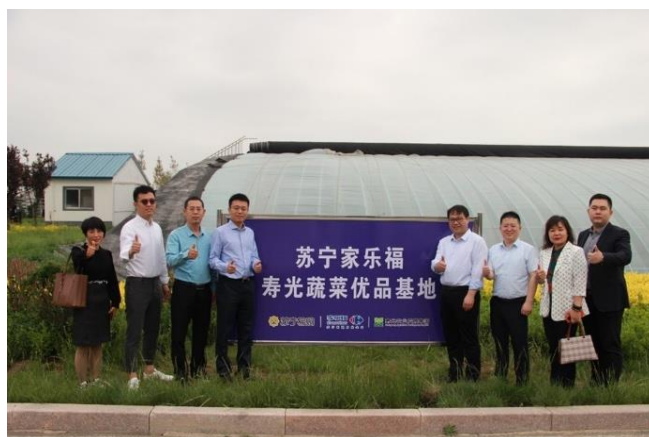


图 家乐福寿光蔬菜优品蔬菜基地







图 直采基地大棚内蔬菜种植

### ➤ 智慧仓储升级供应链服务

公司不断创新供应链服务，打造全新仓储物流服务，以数字化技术创新供应链服务模式，提供多元化服务产品并优化消费体验，保障广大商家及消费者享受到高效的物流快递服务。

#### 案例：携手打造智慧仓储解决方案，苏宁易购与松下电器达成战略合作

2021年12月，苏宁易购与松下电器机器（北京）有限公司正式达成深度合作，为松下电器打造一座智慧仓库，以标准化、数字化物流服务，实现供应全国TO B代理商以及平台入仓产品的全面管理。公司针对与松下电器合作的照明产品进行属性研究和大数据监控，分析进销频率，进一步提升供应链效率，打通入仓“绿色通道”，助力合作企业可持续发展。



图 松下电器机器（北京）有限公司入驻北京苏宁易购物流仓库



### 案例：苏宁易购小米智慧仓启用一周年，物流交出智慧服务成绩单

2021 年，位于南京的小米智慧仓配中心启用一周年，苏宁易购与小米携手共建智慧仓储样本，此期间 B2B、B2C 订单量节节攀升，全力破局物流 3C 全链路解决方案。公司物流为小米量身定制的唯一码管理让库存管理更清晰，99.9%的入库及时率保障了商品全链路时效的精准管控，对下游经销商降低库存、快速铺货，提升消费者服务体验起到关键作用。同时，小米南京智慧仓配中心进行了系统升级，仓端采用 PDA 拣选，实现全面无纸化作业，提升绿色低碳能力，拣选准确率达到 99.9%。



图 苏宁易购小米智慧仓

### 案例：为商家打造“定海神针”，北京地区物流全面升级智慧供应链服务

2021 年，北京地区物流全面升级“超级云仓”，以物流强大的自主研发信息系统全面赋能，通过特有采购入库监控策略、大数据分析等方式精准预测库存，实现货物管理智能化。以智慧仓储、仓配一体、运输、同城直配为核心服务产品，与家电、家居、快消等领域合作伙伴达成深度合作。

同时，北京物流打造成为供应链协同创新综合体，联动全国超过 10 座“超级云仓”，不断优化服务网络，拓宽供应链服务的深度和广度，赋能合作伙伴，实现全程高效协同、全链高质量发展，促进实体经济转型。







图 北京物流仓库实现智能化管理

### ➤ 建设全生命周期供应链体系

公司准确切入家电、家具全生命周期供应链体系，打通物流、售后、客服三大服务体系，实现向上游零售供应商提供全流程供应链解决方案，向下游终端消费者提供一站式家庭全场景服务解决方案，加速商品流通，实现消费服务升级。

#### 案例：夯实家具服务供应链，开启“互联网+家庭全场景”服务新时代

2021年，苏宁易购重点打造“互联网+家庭全场景服务平台”的苏宁帮客服务模式。以家电解决方案为例，在家电送装之外，苏宁帮客能够为家电客户提供新机安装、维修清洗、换新、回收的家电产品全生命周期解决方案。截至报告期末，苏宁帮客在全国拥有的自营和加盟服务网点覆盖全国超过300座城市，服务能力触达全国98%以上区域，以“四位一体”的综合服务解决方案夯实泛家居服务供应链中深度融合家电服务，提升供应链效率，加强用户体验感。

#### 案例：跑通“销服一体店”模式，升级供应链与服务的优势融合

2021年12月，苏宁易购零售云首家“社区销售服务店”落地南京，门店开业期间销售量超30万元，服务订单带来销售转化超过33%。“社区销售服务店”意味着零售云进入高级别家电市场的全新布局，门店整合了家电销售、送装维修、清洗检测、回收换新等一站式服务能力，通过“零售云+帮客”供应链与服务的优势融合升级，打通售前、售后全流程，构建到店、到家全场景的创新服务模式，并打开新的增长空间。





图 苏宁易购零售云首家“社区销售服务店”

### 3.3 推动行业高质量健康发展

苏宁易购不断整合公司资源，持续深化品牌合作关系，打通零售、物流、售后全链路服务体验以及家装家电一站购服务，促进供应链优化升级，规范行业服务建设，创新消费形式，着力实现合作共赢，促进实体经济发展，推动行业高质量发展。

#### ➤ 深化品牌合作关系

公司以扎实的供应链管理基础和双线渠道优势，在“做好零售服务商，做强供应链，做优经营质量”的战略部署下，联合海尔、海信、康佳、创维等百大品牌促进实体经济发展，加速家电家装赛道融合，提升消费场景体验，实现“1+1>2”的效果。报告期末，公司与多家核心供应商高层进行了沟通会晤，明确了2022年的战略目标。

表 2021 年年末苏宁易购与多家头部品牌制定 2022 年战略目标

合作品牌	2022 年战略目标
海尔集团	通过战略启动会及全国动员会，苏宁易购与海尔确立了 2021 年年底销售目标、2022 年的合作目标及三年战略目标。双方将在以旧换新、场景体验、全品套购等方面进一步深化合作。此外，双方预计在苏宁易购门店落地 50 家海尔三翼鸟场景体验店，将引入定制、家装、家居生态品牌进驻合作，为用户打造沉浸式购物的“家环境”，深化场景合作。



合作品牌	2022 年战略目标
海信集团	苏宁易购与海信联合召开“节前促销全国动员会”及 2022 年战略合作沟通会，围绕“圣元春”大促以及 2022 年战略目标进行了深入沟通。双方正式签署 2022 年度战略合作协议，拟定年度销售额目标，并确定未来三年的长期目标。
深圳创维- -RGB 电子有 限公司	苏宁易购与深圳创维- -RGB 电子有限公司针对年末销售及 2022 年合作目标达成共识，将重点发力高端彩电市场，围绕全品类销售提升进行合作。
美的集团	苏宁易购与美的集团共同召开全国动员会，全面部署年底收官计划，携手“大干 40 天”。同时，双方达成“始终在一起”战略决策，制定了 2022 年的战略目标以及与高端品牌 COLMO 的合作目标，进一步扩大合作范围，灵活创新合作模式。
老板电器	苏宁易购携手老板电器明确了 2022 年全品牌合作目标，并确立了核心旗舰店建设、洗嵌产品年度倍增、存量市场精耕、下沉渠道渗透、创新营销获客的五大提升策略。2022 年，双方将重点围绕“老板”“名气”两个品牌进行打造，在 2021 年的基础上更上一个台阶，以嵌入式、洗碗机等品类为重点，在苏宁易购实现全渠道销售突破。
康佳集团	在双十一全面达成合作目标的基础上，苏宁易购联合康佳集团制定了 2021 年年末的冲刺合作规划。2022 年，双方预计将围绕彩电业务进行优势整合，实现销售突破。
方太集团	苏宁易购与方太集团共同签订 2022 年战略合作目标，规划全渠道增长目标，并明确终端体验、营销玩法、主推商品、渠道策略四大提升方向。此外，双方围绕双十二、圣诞、元旦等年末销售节点，推出套购满减活动，升级以旧换新、橱柜免费改造等服务。
华帝股份有 限公司	苏宁易购与华帝进一步明确了 2022 年战略合作目标，确立了终端体验建设、主推商品年度倍增、下沉渠道持续渗透、创新营销获客四大提升策略。



合作品牌	2022 年战略目标
索尼	苏宁易购与索尼达成 2022 年战略合作协议, 双方将在高端产品主推、包销定制产品方面展开深度合作, 共同推进电视产品向智能终端方向演进。

报告期内, 苏宁易购联合老板、箭牌、格力、喜临门、四季沐歌、西门子、TOTO 等各大家装家电品牌正式成立了“苏宁家装家电一站购联盟”, 通过聚焦“家庭六件套”打造家装家电一站购服务, 推出“家装家电品牌超级 CP”活动, 为消费者提供更加便利、优惠的服务, 助力合作品牌释放更强发展潜力。



图 苏宁易购推出“家装六件套”



图 与家装家电头部品牌联合成立“苏宁家装家电一站购联盟”





### 案例：苏宁易购联合海尔强化联合经营体，提升数字化经济效益

2021年，苏宁易购携手海尔不断强化联合经营体合作模式，深化品牌战略合作，提升合作效率。4月，海尔全国首家场景品牌三翼鸟全案体验中心落地苏宁易购上海浦东第一店；家电家装节期间，双方陆续推动8家三翼鸟体验店落地；7月，第七届“苏宁易购&海尔717品牌节”全品类销售突破11亿，创造品牌节有史以来最高纪录。此外，海尔苏宁经营公司正式揭牌，海尔150人团队进驻苏宁易购总部，开展联合办公，双方将建立联合办公细则，实现信息全面互通，进一步提高经营效益。

双方围绕用户价值及需求，提升全流程业务数字化能力，开展抖音专场直播及成套家电满减赠等活动，强化用户、会员运营能力，共建健康、品质家电场景，驱动合作模式创新升级，提升消费者全流程服务体验。通过打造品质商品与优质渠道间强强联合的标杆，双方共同探索行业发展前沿趋势，并深入合作共拓家电市场新增量，创造更大价值。



图 苏宁易购与海尔打造创新合作模式



图 海尔苏宁经营公司成立



### 案例：苏宁易购与创维深化合作，打造“818 超级品牌日”

2021年8月，苏宁易购联合创维打造年中规模最大、力度最强的超级品牌日。苏宁易购为消费者提供第一时间“尝鲜”服务，多款最新上市的创维新品在苏宁易购双线渠道首发。同时，基于全场景零售的优势，苏宁易购联手创维打造4场线上专场直播带货活动，创维借助苏宁易购的线下门店优势，结合产品的云游戏、剧幕屏等功能，在门店现场为消费者提供多样化购物体验，进一步推动客厅场景的家庭娱乐生态消费升级。



图 创维在苏宁易购线下门店展示剧幕产品功能

### 案例：苏宁易购与海信成立联合项目组，持续加大合作规模

2021年，苏宁易购与海信不断加深战略合作，在零售云业务、高端结构提升、活动提效、下沉渠道方面实现突破。8月，苏宁易购携手海信打造“8·10 超级品牌日”，加大以旧换新、专属补贴力度；活动期间，海信全品类实现规模增长，电视品类占据品牌销售榜 Top1，9月，双方围绕高端产品营销打造了“9·9 嗨购盛典”，在全国门店总计落地 142 场海信激光影院和璀璨高端成套家电体验活动，实现单日销售突破 4 亿，同比增长 35%。双方将持续提升在零售云渠道的合作目标和力度，强化获客提升、渠道拓展能力，重点围绕高端、智能、品质化，在门店提效和场景体验方面不断实现突破。







图 苏宁易购携手海信打造超级品牌日

### 案例：苏宁易购携手华帝发力厨电市场，合作策略再升级

2021年“618活动”期间，苏宁易购与华帝持续深化品牌战略合作，双方联合举办“健康厨房节”，共同把握行业趋势，在主推产品增长、进店率提升、下沉市场渗透等方面进一步深化合作，合力沉淀双方供应链和用户服务能力。



图 苏宁易购与华帝升级合作战略



**案例：苏宁易购百货联动百余个国货品牌、联合多家银行补贴，打造最强年中庆**

2021年6月，苏宁易购百货联动百余个国货品牌，联合多家银行进行资源补贴，为消费者提供更多购物选择空间以及最优惠的畅快消费体验。大促期间，苏宁易购百货携手李宁、安踏、周大福、周生生、百丽、巴拉巴拉等国产品牌，洽谈当季好货全新上架，提供反季商品同城最低折扣。



图 苏宁易购百货年中庆活动现场

➤ **促进产业转型升级**

苏宁易购作为大型零售服务商，依托线上线下双线渠道优势，推动当地特色品牌打开全国市场，助力品牌拓宽销售通路，带动产业带品牌升级。

**案例：苏宁易购推出“新动江苏计划”，启动新一轮消费季**

2021年12月，苏宁易购正式推出“新动江苏计划”，携手百大核心品牌，融合线上消费渠道并联合江苏省内1,000余家门店，全面助推江苏省区域消费升级。公司面向江苏省派发补贴、首发爆款、助力焕新、加码服务，落地开展50场超级快闪店、500场超级新品发布会、3,000场体验活动，全面提升场景消费体验。公司通过寻味江苏、超级科技狮、抖快红人计划3类短视频大赛，“苏品惠中国”主题会场以及苏宁易购江苏特色馆品牌直播等短视频、直播等双线渠道活动，助推江苏品牌、江苏特产走向全国。





图 苏宁易购全面启动“新动江苏计划”助推江苏品牌发展

### 案例：苏宁易购整合顺德产业带资源，全面支持中小微企业发展

2021年9月，苏宁易购联合顺德电商协会深化战略合作，依托全新升级的“飞天计划”，开拓天猫苏宁线上旗舰店作为主要线上渠道，整合当地小家电产业带资源。公司纳入小型家电产品，缓解中小微企业资源整合盈利亟待提升、供应链整合度低的问题，打通线上销路，为消费者提供了更加多样化的选择及实惠有质保的商品。



图 苏宁易购顺德市产业带小家电工厂

### ➤ 推动行业建设标准

苏宁易购作为驱动行业发展的强劲动力，积极分享成功实践经验。报告期内，公司发布《2021 空调白皮书》《2021 苏宁易购美好生活白皮书》等报告，展现当前家电产业发展呈现置换常态化、消费高端化、场景套系化等趋势。



### 案例：苏宁易购发布《2021 空调白皮书》，推动新能效、健康未来

2021 年 3 月，苏宁易购发布《2021 空调白皮书》，报告围绕“新能效”与“健康”两大关键词，揭晓了 2021 年在空调品类的四大战略，倡导“一年给空调洗两次澡，省电更健康”，同时宣告“净肺工程 3.0”联盟正式成立。自 2021 年起，公司将“新国标、高品质、健康范”作为苏宁易购空调的主流机型和新标签，不仅与中国家电研究院、中国标准化研究院等持续开展合作，而且斥资提供健康空调专项宣传资金，对高品质健康空调机型提供苏宁易购补贴，推动全民空调使用体验的升级。



图 苏宁易购发布《2021 空调白皮书》

### 案例：苏宁易购联合奥维云网发布《2021 苏宁易购美好生活白皮书》

2021 年“双十一活动”期间，苏宁易购联合奥维云网及广大品牌方共同发布《2021 苏宁易购美好生活白皮书》。基于苏宁易购、奥维云网大数据，报告全景解读“双循环”发展格局、“十四五规划”之下的家电产业发展十大方向，以及消费者美好生活趋势，是公司继成立“美好生活俱乐部”之后的又一重要举措，加速形成公司布局美好生活、赋能美好生活的“1+8+10+N”战略矩阵。基于“美好生活俱乐部”，公司联合全国千余家家电、家居、银行等合作伙伴，形成以“家”为中心，全面链接“8 大家”（家电+家具、家居、家装、家饰、家纺、家政、家庭生活）“10 大场景”（家电+住、行、食、游、娱、银、购、健、讯）“5 大生活空间”（客厅、厨房、卧室、阳台、卫生间）的美好生活矩阵，与上游品牌商及相关产业品牌构建产销价值链体系，加速中国家庭数字化、智能化、时尚化进程，推动家电市场集成多元化、渠道融合化、家装一体化等发展趋势，为消费者的美好生活提供更多可选项。







此外，苏宁易购物流发布“219”家装物流服务质量标准并正式启动试点工作，与家装协会、头部家装品牌共同探索家装物流行业的规范化、标准化建设，进一步提升物流服务质量。

#### 案例：苏宁易购发布“219”家装物流服务质量标准，推动行业标准化建设

2021年9月，苏宁易购发布了“219”家装物流服务质量标准并启动试点。“219服务质量标准”即“2次电联1次上门9大服务”，在消费者完成下单购买产品之后，公司启动送装一体服务流程，通过货到预约和上门前两次电话联系提供一次上门服务，实现预约、上楼、检查、安装、调试、试用、拆旧、清扫、取旧九大服务一步到位，优化消费者体验。苏宁易购物流始终坚持标准化引导并取得初步成果，通过标准化试点尽快形成可推广、可复制的经验和模式，推动行业高质量发展。



图 苏宁易购物流服务启动送装一体服务流程



## 4. 聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园

苏宁易购积极推行人才工程建设，坚持以人为本的理念，保障员工各项基本权益的落实，关爱每一位员工的身体及职业安全健康，为员工提供舒适的工作环境，坚信人才的发展是公司发展的基石，完善人才培养标准，加强人才团队建设，与员工携手共进，实现与员工共创、共当、共享。

### 4.1 保障员工基本权益

苏宁易购坚持员工依法雇佣的原则，畅通员工沟通多渠道，搭建与员工沟通交流的桥梁，提升员工满意度，听取员工意见与建议，积极回应员工反馈，努力实现每一位员工的利益诉求。

#### ➤ 坚持合法雇佣

苏宁易购严格遵守《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国社会保险法》《中华人民共和国未成年人保护法》等相关法律法规、国际人权公约及劳工准则，坚持合法雇佣，避免雇佣童工及强制劳工，做到同工同酬，公平、公正对待所有员工。截至报告期末，苏宁易购员工总数 46,036 人，实现劳动合同签订率及社保覆盖率为 100%。

表 苏宁易购 2021 年员工构成

指标	单位	数值
雇员总数	人	46,036
终端作业人员占比	%	60
按性别划分		
男性员工占比	%	49
女性员工占比	%	51





指标	单位	数值
按地区划分		
总部及南京大区员工占比	%	17
其他省市员工占比	%	82.4
海外地区员工占比	%	0.6
按民族划分的雇员总数		
少数民族员工占比	%	4
非少数民族占比	%	96

#### ➤ 搭建员工沟通渠道

公司不断完善内部沟通渠道，使员工声音得到充分倾听，保障员工的知情权、参与权、表达权和监督权。公司定期召开职代会，与员工代表一起开展分享企业成长、解决企业问题、确定战略规划、审议企业制度、审评管理团队、审定集体合同、劳动合同等民主管理相关工作。同时，公司设置晨会、周例会、月度例会、季度及年度例会等定期会议，并通过党建工作、工会建设等举措，实现员工沟通例行化，提高员工参与企业管理的积极性、有效性，帮助员工解决问题，创建和谐企业文化。此外，公司还建立“高管面对面”机制，并可通过豆芽 APP、邮箱、内部系统等渠道直接向公司高层领导进行沟通反馈，实现无障碍沟通。

报告期内，公司召开职工代表大会 1 次，工会联络会 1 次，期间广泛征集员工意见，推动员工建设。此外，公司以问卷调查的形式开展了员工满意度调查，员工投诉率为 0%。



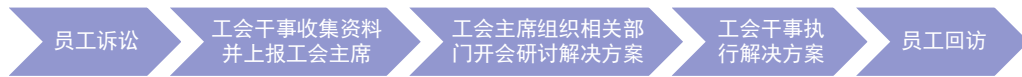


图 员工投诉应对流程

## 4.2 致力员工发展

苏宁易购高度重视人才团队建设，建立健全薪酬福利体系，发展员工职业多渠道晋升，加强员工激励制度，开展多样化员工培养模式，提升员工综合能力，为员工实现自身价值、职业目标、个人梦想疏通路径。

### ➤ 建立薪酬福利体系与激励制度

苏宁易购不断完善薪酬激励机制，秉承“激励与约束并行，激励先行”的理念，建立工资、福利、短期及长期激励“四位一体”的薪酬激励机制，坚持薪资合法、守时发放，员工对工资有异议时可通过 SOA 自助提交流程申请。同时，公司推出年度评优、年度超额奖励、旺季表彰、月度绩效考核奖励等一系列激励措施，并对绩效结果进行公示，安排负责人开展绩效沟通，保证奖励评选的公平、公正、公开，促进良性竞争的氛围。

此外，公司积极开展员工持股激励计划，建立和完善劳动者与所有者的利益共享机制。员工通过努力创造价值，促进个人财富与公司价值的共同增长，实现公司、股东和员工利益的一致性，促使各方共同关注公司的长远发展，从而持续为股东带来更加高效的回报。截至报告期末，公司存续两期员工持股计划，第二期和第三期员工持股计划覆盖人数分别为 1,224 人和 847 人。



## ➤ 健全员工职业发展体系

公司持续致力于人才培养，满足人才发展诉求，设置了“管理”与“技术”双渠道发展模式，满足员工职业规划选择。公司提供了以职级晋升和职务晋升为主的纵向晋升通道，及跨序列发展的横向序列发展通道。

为满足员工职业发展需求，公司研发体系每年按时按次开展专业技术资质认证、管理岗资质认证、职级晋升、绩效评估以及员工培养等关键活动，推动人才团队的优化以及管理干部梯队的选拔。

表 研发体系员工职业发展关键活动

职业发展活动名称	活动内容
专业技术职称资质认证	每年7月、12月共开展两次； 专业技术职称资质认证包括PDF资质认证、专家岗资质认证。
管理岗资质认证	每年年初启动管理干部及梯队选拔； 按层级对管理岗进行能力要求制定，进行管理岗及后备梯队的选拔及任用。
职位晋升	每年2月、7月启动年度职级晋升计划； 结合对应序列的能力认证和职级晋升要求进行职级调整任命。
员工培养	每年年初发布年度培养计划，并与月底发布次月计划； 聚焦“新员工”“专业人才”“管理人才”三个岗位的“核心人群”的培养，制定全方位、多层次、多样化的培养体系。

## ➤ 提升员工综合能力

公司强化人才培养建设，坚持自主培养的员工培训与未来发展规划，努力为公司规划、研究、智慧赋能、运营加强人才储备，建立人才发展中心，组织企业文化、领导力培训、业务培训等多类型培训项目，综合提升员工素质能力。报告期内，公司共开展人才发展培训类项目共35,767次，共计2,502,407人次参与，累计时长达6,153,127.5小时。



表 苏宁易购 2021 年员工培训

指标	培训类别		
	企业文化培训	领导力培训	业务培训
培训场次（单位：场）	2,860	109	32,798
培训人次（单位：人次）	102,632	5,246	2,394,529
培训时长（单位：小时）	404,912	14,536.5	5,733,679

公司内部鼓励员工参与研发创新，引进优秀的研发设备，为研发业务开展提供硬件设施基础。此外，公司建立了完备的人才团队，持续完善从产品规划到方案设计，再到投入研发的全套工作管理流程。公司子公司南京苏宁电子信息技术有限公司 2018 年-2020 年被认定为国家级高新技术企业后，报告期内复审时再次获得认可。



图 公司子公司南京苏宁电子信息技术有限公司再次被认定为高新技术企业

### 搭建员工培训体系

公司持续构建人才培养与发展体系，开发以“1200 工程”“启航苏宁类”“训战营系列”等主题的企业文化类培训，建设以“SDP”“苏大公开课”为重点项目的领导力培训，以及以“宝典项目”“苏大创效营”为重点的经营能力类培训，营造更加浓厚的公司学习氛围，持续培养精英人才，为人才长远发展提供了有力支持。



表 员工企业文化、领导力、经营能力培训内容

培训类别	培训项目	培训对象	培训内容
企业文化 培训	1200 工程	应届生	招聘选拔、轮岗实习、培训培养、考核激励、晋升提拔。
	启航苏宁类	新员工	分为 1200、基础、通用、PRO 等版本，加强对苏宁易购全面认知，建立苏宁人身份认可。
	训战营系列	各业务板块	分为高研班、中研班、青研班，实现团队融合与文化认同，绩效管理 with 领导能力提升，以及业务绩效提升。
领导力 培训	SDP	梯队干部	开展自我管理、他人管理、团队管理课程，进行线上自学和集训强化；安排中欧领导力课程。
	苏大公开课	高管人群	邀请外部大咖进行行业分享。
经营能力 培训	宝典项目	新员工	面向新员工转岗认证，在职员工转岗认证。
	苏大创效营	小团队负责人	面向公司各小团队负责人，重点加强家电及 3C、快消百货、云网万店、物流等板块赋能。

截至报告期末，公司共建设各类业务学院 33 个，其中包括 3 个公共学院、20 个业务学院、10 个生态圈学院。此外，大区层面共有 8 个重点培训基地以及 36 个综合型培训中心。公司邀请中高层管理干部、核心业务骨干担任兼职讲师，外聘国内外知名高校、重量级咨询机构、重要供应商和合作伙伴等外部讲师，丰富员工知识获取途径，促进员工知识掌握程度，助力员工成就职业价值。



### 案例：推进业务稳步落地，讲师大拿“拆解”业务培训

2021年3月，随着零售云快修正式跑通，项目团队开展了“新赛道、新征程、新突破”主题培训动员大会。快修项目负责人等管理团队对员工进行了现场讲解和义务指导，纷纷拿出自己多年累积的“干货”为现场员工授业解惑。

针对处于“一超多强”局面的电子烟市场，管理团队结合当前电子烟厂家的经营动作和方式，介绍了零售云电子烟业务模式，并就门店日常运营给出了诸多可行性建议。此外，多家品牌厂商受邀到达会议现场分享了电子烟的行业趋势以及各自的品牌发展历程、产品卖点及服务细节，帮助学员们找到可靠的“业务感觉”，为实现拓展电子烟市场蓄力。



图 零售云张辉在快修团队培训动员大会上培训讲解



图 快修团队员工开展动员&培训大会

### 加强校企合作

苏宁易购与全国各地高校积极配合，深化教育改革、提升职业教育目标、优化人才培养结构、提升人才整体就业率。苏宁易购借助自身资源和人才培养优势，形成了校园实训实践基地、校园菁英俱乐部、苏宁精英班、





校园讲坛、校园大赛、校园营销活动、企业 OpenDay、企业实习&优先录用、奖/助学金等多种合作形式，累计覆盖全国近 2,000 所学校。

报告期内，公司组织全国各区域开展线上“推客大赛”，为在校大学生提供了简单、方便的在线实习机会，实现了“以赛促教、以赛促学、以赛促创”。此外，公司积极配合南京农业大学需求，开展“企业课堂协同建设”，为学生提前了解就业信息及求职市场奠定了基础。

#### 案例：启动高校联合培养训练营，为人才培养助力

2021 年 7 月，公司在武汉大学召开了“湖北苏宁易购人才培养训练营”的开训典礼，进一步促进人才引进、师资共享、中高层培训、品牌资源共享、奖学金发放、商企协同等多方面的深度合作。此次训练营的开展旨在为企业培养人才，提升个人能力与综合发展，实现从单点单人项目运营到立体化人才培养模式转型，组建领航班、破浪班、起航班三个层级班级，精准定位、定向培养、立体覆盖。



图 湖北苏宁暨高校联合培养训练营开幕仪式

#### 案例：尽显学生风采，苏宁易购杯大学生创业实践大赛圆满举办

2021 年 6 月，苏宁易购杯大学生创业实践大赛正式举办，共吸引 1,960 所高校、36,800 名学生参赛。学生们以自愿的方式在校园内组建自己的战队，建立“作战小组”，向路人推广苏宁易购，销售额和买家数将折算成相应积分，积分最高



的前 11 名战队最终瓜分 20 万现金奖励。苏宁易购通过举办创业实践大赛并提供奖励的方式，增强了大学生的实践学习能力。



图 苏宁易购杯大学生创业实践大赛部署会

### 4.3 筑造苏宁家园

苏宁易购注重多元人才引进，关注员工工作情绪及体验感，营造和谐工作环境，为员工提供多元化文体活动，保障女性及残疾人员工基本权益，重视员工职业安全健康，共筑幸福家园。

#### ➤ 引进多元人才

苏宁易购积极建设多元人才引进制度，尊重员工多元化，为残疾人员工创造就业条件，并为来自不同地区及国家、不同宗教信仰的员工建立制度保障，营造和谐舒适的工作氛围。

报告期内，公司共雇佣残疾人员工 883 人，海外地区员工 269 人，积极承担企业责任，为所有员工创造平等的工作环境。同时，公司餐厅内为清真员工专门开设清真档口，展现对不同信仰背景的员工充分关怀。

#### ➤ 关爱每一位员工

苏宁易购用心聆听员工真实需求，积极为员工提供多重福利保障措施，加强女性员工权益保障措施，展开多样员工活动，促进员工工作与生活平衡，关注员工身心健康保障，增进员工的体验及归属感。



## 加强额外福利保障

报告期内，公司加强活动中心建设，完善员工活动中心，其中总部建成总建筑面积 3,200 平方米，室外面积 1,800 平方米，可满足 300 人同时使用的项目设施，项目设置包括健身房、舞蹈房、乒乓球馆，以及室外篮球、网球和足球等。



图 总部员工活动中心瑜伽室、健身房、乒乓球馆、室外项目

## 保障女性员工权益

公司持续为女性员工打造温馨舒适的工作环境，关注女性多样化需求，保障女性职场基本权益。针对特殊时期的女性员工，公司严格按照国家规定提供假期及各类补贴，打造并翻新母婴室，设置闸机绿色通道，为处于“三期”的女性员工提供贴心的关爱与呵护，妇女节期间开展各项活动，关爱职场女性。截至报告期末，公司女性员工占比达 51%。



### 案例：关注职场女性身心健康，展开多项妇女节福利活动

2021年3月，公司打造妇女节福利活动，关爱女性员工身心健康，倡导女性员工在工作生活中关注自我发展。活动期间，公司开展了“岗位送花，快递送工位”、餐厅优惠福利、洗牙活动线上折扣、女性专属健康义诊等主题活动，尊重女性员工在岗位贡献与付出，为女性员工打造更舒适的职场环境。



图 妇女节期间为女性员工提供义诊服务

## 开展丰富员工活动

苏宁易购积极开展各类文体活动，为员工创造多样展示自我的平台，打造更有趣味性的文化活动，倡导员工积极向上的生活方式。报告期内，苏宁易购开展了丰富的员工活动，有效保障员工的身心健康，助力员工快乐工作与生活。

### ◇ 节日福利

为提升员工幸福指数，公司为员工提供了多样化的节日福利，妇女节、端午、中秋、春节等节日期间公司为员工提供关怀和慰问。2021年过年期间，为了使无法回家过年的员工能感受到家的温暖，公司提供了温馨的年夜饭套餐及员工酒店专享优惠。

### ◇ 运动会

为激发员工热情与活力，6月公司陆续开展了迎接“618大促”的mini运动会，打造“618激情时刻”舞台，为渴望释放情绪、展示才艺的员工提供了实现自我价值的平台。

### ◇ 传承跑

为即将到来的“双十一”预热，10月公司开展“2021金秋1200传承跑”，体现苏宁易购员工无限能量及突破自我的精神。





### ◇ 感恩集市

为庆祝苏宁易购周年庆典，12月公司开展周年“生日会感恩集市”，为员工提供“好吃、好买、好看、好美、好价、好玩、好逛”的“3+X”亮点活动。



图 “618 大促开幕式” mini 运动会员工风采



图 “2021 金秋 1200 传承跑” 活动现场







图 “生日感恩市集”愿望魔方墙

## ➤ 关注员工健康与安全

苏宁易购建立健全员工职业健康与生产安全规范，加强安全生产作业监督管理，高度重视员工职业健康，强化疫情期间员工安全管理，全面保障员工在工作过程中身心安全与健康。

### 规范职业健康与安全生产管理

苏宁易购建立并不断完善安全生产作业管理规范，加强配套培训、监督体制和定期演练机制。公司实行严格的上岗“资格认证”制度，对特殊时期女性员工工作环境实行安全保障监管。同时，公司建立安全作业环境管理评估体系，对高低温作业、户外作业、高空作业实行特别监管和管理责任追究，并设立雇主责任保险，在法定基本保障之外提供额外补偿保障。

此外，公司制定了《工伤事故管理规定》，对受伤员工均按照相关规定纳入社保范围，并及时进行救治和处理。同时，公司总部每年组织消防演习，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与安全培训，并加强员工安全宣传和教育。

### 保障员工职业健康安全

苏宁易购高度关注员工职业健康安全，定期组织员工体检，在园区放置除颤仪，建立员工医务室等，全面保障员工身体健康。同时，公司积极



组织急救知识培训、义诊等活动，帮助员工提高应急防护能力和健康安全意识。

报告期内，公司邀请南京市红十字会急救培训中心的老师们开展“急救社”专场培训，持续普及急救知识，提升员工急救意识和急救能力。



图 员工参与“急救社”专场培训

### 强化员工防疫安全管理

疫情防控常态化期间，公司成立新型冠状病毒肺炎疫情防控领导小组，明确了组织分工以及防疫管控机制。同时，公司各部门分别制定并明确了疫情防控职责和任务分工，全力保障疫情期间员工安全。

表 苏宁易购各部门疫情防控组织分工

承担部门	职责分工
IT 部门	通过科技手段建立员工健康信息筛查平台——防疫战狮
人事部门	围绕员工健康信息筛查进行员工信息预警
后勤行政及物业部门	围绕交通、住宿、餐饮、办公等场景制定严密的配套管控方案



## 5. 贡献“易”份力量 助力创建绿色生态

在“3060 碳达峰碳中和”的国家战略背景下，苏宁易购积极应对气候变化，通过健全环境管理体系、构建绿色经营模式、贯彻落实环保行动，致力于保护生态环境，提高资源能源利用效率，为创建绿色生态贡献“易”份力量。

### 5.1 积极应对气候变化

苏宁易购积极应对气候变化，通过对于气候风险的识别与评估，采取行动适应、减轻与规避相关风险。

#### ➤ 主动识别与评估环境与气候风险

根据 TCFD（气候相关财务信息披露工作组）的指引及建议，公司主动识别与评估气候风险，考虑环境因素所带来的影响，逐步制定有效的气候变化战略方针。

表 转型风险识别

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
政策和法律	环境信息披露要求增强	继续逐年披露社会责任报告,持续完善环境信息披露水平。
	库存中现有非绿产品因政策标准原因提前淘汰	对于能耗高的产品进行月度循环整理,提前减少与淘汰相应产品,扩大绿色产品的引入。
技术	低碳技术研发成本增加	在新技术投入时,充分考虑新技术的合理性、可行性以及与苏宁易购业务的匹配性,以降低投资风险。



气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
市场	部分供应商由于提供的产品不符合环境管理标准而被淘汰	完善绿色供应链,鼓励供应商提供绿色产品(如能耗低的家电产品等),将环境标准纳入供应商准入与考核流程中。
	消费者偏好向绿色产品倾斜	提高绿色产品在苏宁易购平台上的流通量,建设绿色产品专区,充分宣传对于绿色产品的引入与支持行动。
声誉	消费者倾向于在更加绿色和稳定的平台上消费	充分践行绿色物流与绿色运营,并通过媒体渠道广泛传播,增强消费者信心。
	投资者决策考虑因素发生变化	增强绿色实践的宣传与推广,通过定期发布报告的方式对所做的努力与成果进行披露,增强与投资者的沟通。

表 物理风险识别

气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
急性风险	台风、强降水等极端天气对于物流运输的消极影响	提前识别极端天气带来的风险,改变物流运输的形式,在客服通知到位的前提下,暂时延缓运输时间。
	极寒极热和干旱天气导致制冷和供水量需求的增加,以及员工因极端天气问题产生的缺勤情况	提前做好预算规划,通过居家办公政策保护员工在极端天气中的安全性,提高员工的工作效率。



气候变化风险类型	气候变化风险描述	采取的行动
慢性风险	降雨量增多和海平面上升所带来的极端降水和洪涝灾害发生的可能性增大	通过使用苏宁易购智慧开发系统，在仓库、门店开发选址时充分考虑地理因素，避免灾害发生对于基础设施的重大影响。
	平均气温上升导致数据中心和员工对于制冷需求的增加	规划预算时考虑相关因素，通过自建新能源发电设备降低后期发电成本。

### ➤ 建立健全环境管理体系

苏宁易购根据自身业务模式与特点，建立健全环境管理体系，优化内部环境管理架构，明确各职能部门与子公司在环境管理工作中的负责内容、参与程度和配合机制，形成以公司管理层为主导，其他部门各司其职、层层配合的架构体系，使环境管理相关工作的执行更加高效、更具目的性。

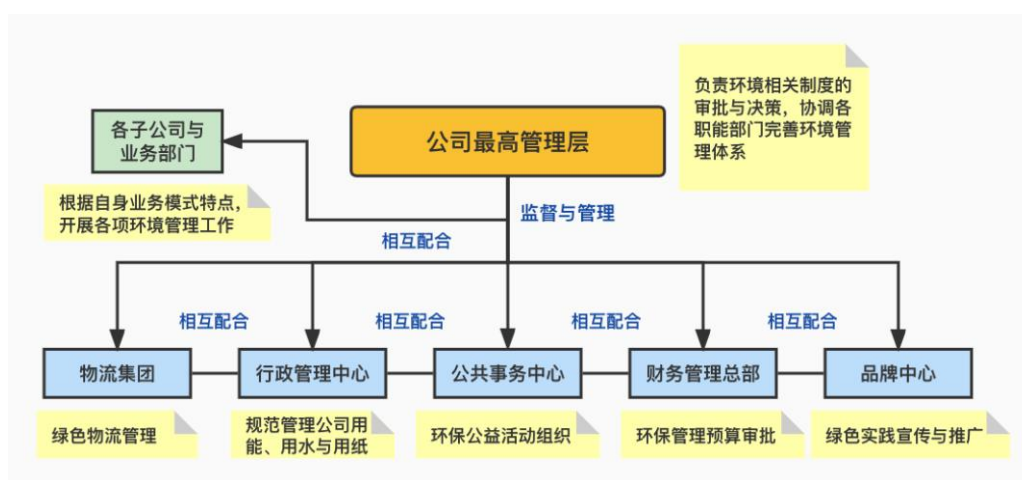


图 苏宁易购内部环境管理架构

## 5.2 构建绿色经营模式

苏宁易购始终坚持构建可持续发展的经营模式，推动绿色采购、打造绿色物流、完善绿色运营，实现从采购端到消费端的全流程减排。

### ➤ 推动绿色采购





苏宁易购积极践行并推动绿色采购的发展，择优选用绿色产品化的供应商，逐渐增加绿色产品的采购比例。公司在家电类商品引进环节强制要求供应商上传产品能效认证证明等相关信息，针对能效标准存疑的老电器及其供应商，以月度为周期进行循环整理，根据实际情况减少或取消相应产品的采购。

#### 案例：苏宁易购开展家电家装博览会，引领绿色采购

2021 年度，苏宁易购联合百大品牌，开展了年度规模最大的家电家装博览会。博览会期间，苏宁易购大幅增加绿色产品的引进。



图 苏宁易购开展家电家装博览会

### ➤ 打造绿色物流

根据《关于加强快递包装绿色标准化工作的指导意见》《综合运输服务“十四五”发展规划》中的指导与建议，苏宁易购坚持打造绿色物流“全链路”建设。2021 年度，苏宁易购进一步加大力度推进“青城计划”，在“聚焦生态文明、聚力绿色发展”的战略目标下，整合之前各类绿色物流发展举措，分别从仓储、运输、末端配送与包装的环节上全面推进绿色物流实践。

#### 绿色仓储

苏宁易购合理选址并科学规划仓库建设，积极推进多元化仓储科学布局和智慧科技应用仓库，有效提高资源能源的利用效率。报告期内，苏宁易购已在北京、上海、南京等 29 个城市建立行业标准化“绿仓”，同时全



国在建的 20 多个物流基地计划配置清洁能源设备发电，比如铺设光伏屋顶等。

苏宁易购“绿仓”兼顾经济效益和运营效率。仓内使用 LED 灯，选配并极大范围投入合适的自动化设备，推进高密度存储设备、自动化分拣设备、自动打包设备的使用，使“绿仓”更加智能化，进一步提高物流效率。此外，苏宁易购密切控制综合楼、仓库、办公区和室外用电，强制要求各地物流园区、办公场所与生活场所按需开启电力设备，通过关闭不必要的照明、电器，以及合理优化工位摆放的方式，实现全年减碳目标。



图 苏宁易购物流共享快递盒

## 绿色运输

运输环节中，苏宁易购在全国百城推广投入使用新能源汽车，逐步提高新能源汽车使用比例，在网点更换符合标准的专用电动三轮车，并同步开展充电桩建设工作，持续加大规模化投入力度。



图 苏宁易购自用新能源汽车



此外，公司持续优化智能化运输路由调度系统，借助大数据和智能路径优化算法制定相应的集装化运输规范，加快装卸搬运效率，并通过单元化运输的方式减少单个包裹的装卸搬运次数，节约运输成本，提升物流效率，有效降低碳排放。

### 绿色配送

苏宁易购物流通过建设回收体系、推行无人配送的方式来实现末端配送环节的绿色化。报告期内，苏宁易购物流持续建设末端标准化常态化的无人配送体系，开发无人车、无人机等新兴运载工具，推进配送环节的绿色发展。



图 苏宁易购 5G 无人配送车

此外，苏宁易购推出“送装一体化服务”，减少如家电安装等二次上门的成本。截至报告期末，该服务已覆盖家电所有大件类目和全国 300+城市，同时部分合作品牌已升级至“揽送装一体服务”。

### 绿色包装

苏宁易购持续为包裹“减负”，在包装方面坚持减量化、循环化、绿色化发展，持续推动直发包装、简约包装、循环包装、包装优化升级的同时，将零胶纸箱、可降解包装袋、一联单、瘦身胶带等更多减量化包装推广，进一步减少包装环节的消耗。

报告期内，苏宁易购加大多种循环快递包装产品的投入，中转环节实现了循环周转箱和循环中转袋的全覆盖。同时，公司也在持续开拓绿色包



装创新，积极引进测试新的循环包装设备，比如石塑箱等，致力实现减排最大化。



图 苏宁易购减塑纸箱

此外，苏宁易购物流在 2020 年所发起升级的“青城计划 2.0”战略目标，即在全国推广“9999”行动，截至 2021 年底已全部实现。

表 苏宁易购“青城计划 2.0”战略目标与截至 2021 年底所实现成果对比

2020 年度“青城计划 2.0”战略目标	截至 2021 年底实现的成果
42 毫米以下“瘦身胶带”封装比例 99%	45 毫米以下“瘦身胶带”封装比例 100%
电商快件不再二次包装率达到 99%	电商快件不再二次包装率达到 99%
可循环中转袋使用率 90%	循环中转袋实现全覆盖
回收体系覆盖全国超 99 个城市	所有网点全部设置标准包装废弃物回收装置





### 案例：苏宁易购向国家邮政局介绍新型可降解快递袋

2021年12月，国家邮政局一行到苏宁易购物流北京基地展开调研，苏宁易购物流副总裁现场介绍了苏宁易购在绿色物流的各项具体举措，展示了新型可降解快递袋，此款包装袋可360天内完全分解成水和二氧化碳，不产生污染。国家邮政局副局长对于苏宁易购在绿色物流、生态环保等方面做出的率先示范及深入探索给予了赞扬与肯定。



图 国家邮政局一行到苏宁易购物流北京基地调研

## ➤ 实现绿色运营

苏宁易购将低碳发展的理念融入业务运营中的每一个环节，坚持门店与广场的绿色运营、倡导员工实行绿色办公、致力打造高效且低碳的数据中心、加快低碳技术研究，为可持续发展企业的建设添砖加瓦。

### 绿色门店与绿色广场

苏宁易购的门店与广场在开发筹建、运营管理、升级改造等各个环节内均有着完善的环境管理标准。从店面标准设计流程开始，苏宁易购就充分考虑各项环保举措的可实施性，在节能、节水和可再生资源利用上重点施力。报告期内，门店单位平米每月用水量同比2020年降低；在2020年因疫情原因门店长期关闭的情况下，2021年门店年均每小时每百平米用电量与2020年基本持平。





表 苏宁易购门店用电、用水量

指标	单位	2021 年数值	2020 年数值
门店年均每小时每百平米用电量	度	2.3545	2.1831
门店单位平米每月用水量	吨	0.0160	0.0591

表 苏宁易购绿色门店措施与成效

环节	措施与成效
开发筹建	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 门店装修施工环节中使用环保型装修材料；</li> <li>· 门店与广场的自动扶梯、中央空调等系统采用变频技术，减少能耗；</li> <li>· 店面的照明灯具全部使用低瓦数高亮效的 LED 灯，同时通过智能控制系统设定开启和关闭时间，结合店内的客流情况进行智能调节；</li> <li>· 店面的装饰和展台通过标准的统一实现现场拼装，优化筹建周期；店面装修材料提前生产备货，提高生产周转率；</li> <li>· 苏宁易购广场实现模块化设计、部分装配式建筑，减少现场施工及避免扬尘污染，降低能耗。</li> </ul>
运营管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 对门店员工开展节能降耗宣传及培训，培养践行绿色门店理念；</li> <li>· 优化设备运行方式，采取分时供暖政策，通过错峰蓄冷、柔性调峰等方式提升能效；</li> <li>· 在确保店面基本温度环境的基础上，仅开启部分空调；</li> <li>· 减少电梯的不必要开启，周中仅开启上行电梯，关闭下行电梯；</li> <li>· 门店顾客减少时店员及时关闭不必要的设备与灯光；</li> <li>· 加强门店样机开启效率管理，不同时点结合人流量的变化情况进行不完全开放展示，整体样机开启数量同比下降。</li> </ul>



环节	措施与成效
升级改造	<p><b>苏宁易购广场升级为绿色商业建筑：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 广场升级使用室内中央系统集成设备，采用预热回收、变频技术，减少设备能耗；</li> <li>· 广场的屋面安装太阳能发电设施，满足商业近 50%的用电需求；</li> <li>· 广场升级使用物业 BI 智能管理系统，精准管理每一盏灯和每一台设备，使能耗管理更便捷。</li> </ul> <p><b>家乐福升级绿色门店：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 家乐福对部分门店空调冷冻水泵机组进行更换，采用更加节能变频水泵机组，节省用电；</li> <li>· 家乐福共进行 162 家门店 LED 灯节能改造，更换 LED 灯管。</li> </ul>

## 绿色办公

苏宁易购坚持绿色办公，在内部管理中倡导无纸化办公并加强电子信息化建设。报告期内，苏宁易购总部纸张打印量同比 2020 年减少 66.8 万张，共使用电子签章签约 51.38 万次。

公司通过张贴节水标识、全员节水宣传、控制饮水机开启时间和采用雨水回收设备等方式，全面开展节水工作，有效降低办公区、终端用水。此外，通过空调开启温度管控、样机开启管控、非周末期间扶梯管控、照明管控等措施，节约用水用电。报告期内，苏宁易购总部同比 2020 年实现全年节水 5,010 吨，节电 159.74 万度，相当于减少碳排放 1,265.30 吨<sup>1</sup>。

## 低碳高效数据中心

数据中心的能源消耗是公司产生碳排放的主要来源，苏宁易购积极响应国家碳达峰和碳中和的战略目标，制定了严格的节能减排管控方案和计划。建立能源管理体系，部署能源管理系统，开展多项节能措施，提升数

<sup>1</sup> 净购入电力产生的二氧化碳排放计算公式为  $E_{电}=AD_{电} \times EF_{电}$ ；其中， $E_{电}$ 为净购入电力产生的二氧化碳排放量（t）， $AD_{电}$ 为企业净购入电量（MWh）， $EF_{电}$ 为华东区域电网年平均供电排放因子（tCO<sub>2</sub>/MWh），此处取值为 0.7921



据中心的能效水平，并通过整体架构升级进行系统融合，打造低碳高效的绿色数据中心。

报告期内，数据中心利用虚拟化云计算先进技术，提高现有服务器的使用效率，优化关闭的服务器。同时，通过改造及优化现有数据中心，采用自然冷却、变频风机/水泵，改变机架的送回风技术、通道封闭等节能措施以降低空调能耗，控制数据中心 PUE 值优于国家和行业的平均水平。

### 5.3 传承贯彻环保精神

下游直面消费者，苏宁易购能够直接影响到社会公众的消费行为与生活方式。为更好地传承与贯彻环保精神，公司向消费者倡导绿色生活方式，致力于唤醒公众的环保意识。

#### ➤ 积极开展环保公益

苏宁易购将公益理念融入企业发展战略，借助苏宁百货线下实体展示的推广优势，利用苏宁公益平台作为连接苏宁易购受众和公益活动的桥梁，开展“胡杨陪你温柔生长”“守护白鱀豚庇护所”“彩色地球最爱的环保人”“水安全，孩子才安全”“全民共护野生动物”等各类环保型公益项目，保护生物多样性和水资源，发挥众人力量，守护彩色地球。

#### 案例：苏宁易购开展“胡杨陪你温柔生长”公益项目，助力碳中和

2021年8月，苏宁易购联合中国绿化基金会共同发起“胡杨陪你温柔生长”公益项目，号召广大爱心用户及网友关注支持胡杨林保护，进而在西北荒漠化地区新种植胡杨，增加植被覆盖率，并为新植树苗提供必要的抚育管护，除虫、剪枝等。爱心用户可通过苏宁易购的线下实体店现场观看胡杨林摄影展，接触到胡杨林实物标本，进一步了解胡杨对于生态环境的重大价值。截至2021年底，约5万名网友进行了爱心捐赠，助力植树约10,000棵。





图 苏宁易购胡杨林项目线下摄影展览

### ➤ 促进循环经济发展

苏宁易购通过开展以旧换新活动、发放节能补贴、上缴废料回收基金等方式持续促进循环经济发展，推动绿色消费。

苏宁易购将“以旧换新”模式深入到活动运营及渠道拓展上，通过各种形式促进消费者减少旧机浪费，提升参与以旧换新活动的人数与比例，发挥自身能量引导消费者形成可持续的消费观念和生活方式。在消费电子领域，苏宁易购通过与顺丰合作，开启线上一站式以旧换新，在全国 100 余个城市提供上门服务；线下以旧换新活动上线了新的补贴系统，用户换新后可以参加直降优惠活动购新机，同步完成数据迁移和隐私粉碎服务，大大提高了以旧换新的效率和安全性。

此外，苏宁易购在平台上设计并搭建了绿色产品消费专区，设置会员积分优惠、消费奖励等机制引导消费者购买绿色商品，并配合电商促销活动节点加大权益。



## 6. 整合产业生态优势 “购” 建美好社会

苏宁易购在不断完善环境、经济效益的同时,发挥零售资源整合优势,以生产、服务、劳动、科技等多维构成的产业生态圈引领公益项目建设,强化乡村振兴工作,不断推进社区建设、深化社区服务,并全力应对常态化疫情带来的挑战。

### 6.1 聚力苏宁易购公益

苏宁易购持续加强公益事业项目建设,立体化推进乡村振兴相关工作,应对接连发生的自然灾害情况,公司积极整合自身资源,投身抗灾救援一线工作,贡献苏宁易购力量。

#### ➤ 完善苏宁易购公益项目建设

公司不断丰富苏宁易购公益项目,在苏宁易购 APP 内开设公益频道,协同入驻商户与消费者投身公益活动。苏宁易购公益项目积极带动消费者参与教育助学、扶贫救济、医疗救助、自然保护的公益活动。此外,公司推出“苏宁益品”,推动入驻商家与消费者共同参与公益捐赠活动。消费者每次购买“苏宁益品”时,商家将部分收益作为捐赠善款直接投入苏宁易购公益账户,助力公益活动的开展。



图 苏宁易购 APP “苏宁公益” 板块





## ➤ 推进乡村振兴和精准扶贫

苏宁易购不断整合自身资源，全面升级“零售服务商”的同时，重点向农村地区赋能，通过零售云模式促进区县经济建设，建设农村产业基地，加大扶农助农战略，带动县镇就业水平，进而全面助力乡村振兴的发展。

### 促进地区就业

公司结合自身零售服务商优势，通过共享苏宁易购品牌、技术、供应链、运营、物流等优势资源，赋能县镇乡村零售行业转型升级，提升地区就业水平。此外，公司为农牧民提供创业扶持，提升收入水平，带动区域经济发展。

#### 案例：带动就业超 5 万人，助力县镇实体零售业态升级

2021 年 10 月，零售云正式迈入“万店时代”。零售云以“供应商+门店+社交电商”的形式，在助力传统门店低成本、低风险、高回报实现数字化转型的同时，通过共享零售基础设施实现实体经济跨越式发展，提升流通业整体效率。随着门店新品类的不断开发，零售云不断提升带动就业规模，在三四级市场和乡村释放创业带动就业的倍增效应，助力县镇实体经济发展。截至 2021 年底，零售云已覆盖全国 31 个省级行政单位，带动就业规模数万人。

### 发展扶农助农

公司借助自身产业链特性和直播推广农产品的手段，助力农产品向外发展，持续加大扶农助农力度，通过“基地+合作社+线上商城+市场”模式、产地直采合作模式和零售云等，打通农产品上行渠道，促进当地农副产品生产规模化、标准化、品牌化，打造全新的供应链模式，使得所有中间利润直接惠及农民。

家乐福通过产地直采模式实现助农销售，依托苏鲜生平台，提升农产品市场竞争力，建设可持续发展链条。截至报告期末，家乐福采购助农商品约 700 吨，涉及帮扶地区超过 20 个地市县。

#### 案例：助力农产品走出去，开展江苏农产品苏宁易购全国直播大赛

2021 年 10 月，首届“欢乐庆丰收 苏货中国行”江苏农产品苏宁易购全国直播大赛在苏宁易购总部召开，大赛共吸引超过 200 名主播报名参赛推广家乡产品，销售目标达成率高达 137%。这次直播大赛全面贯彻 2021 年中国农民丰收节金秋



消费季的精神，实现推农助农，助力江苏农产品向外发展，把直播带货作为突破口，助力江苏农产品行销全国。



图 江苏农产品苏宁易购全国直播大赛颁奖盛典

#### 案例：推广扶贫农作物，打造自主品牌酥田南粳 46 大米

2021 年 11 月，苏宁易购自主品牌酥田南粳 46 大米生态种植基地正式落地。公司借助销售渠道优势，凭借南粳 46 大米优质的品种质量、强大的品牌力、广阔的渠道力以及精准的营销力，实现对产品的全面赋能。此外，公司通过产品的订单化种植生产，发展规模化农业，调动农户在农业电商浪潮中的积极性，进一步促进江苏农产品走向全国，助力乡村振兴，实现共同富裕。



图 南粳 46 大米开展规模化种植



## ➤ 奋战抗灾救援第一线

报告期内，云南、青海地震以及河南暴雨等灾害接连发生，苏宁易购第一时间调动自身资源，以积极的姿态参与抢险救灾工作，奔赴抗灾救援第一线，联合店面、物流、物资采购等业务体系，积极支援灾害重建工作。

### 案例：充分发挥资源优势，支援云南青海抗震救灾工作

2021年5月，云南省大理白族自治州漾濞县、青海果洛藏族自治州玛多县连续发生多次6级以上地震。公司第一时间启动应急救灾机制，利用物资储备、物流运输等资源优势，发动零售、物流等业务体系力量，及时面向灾区开展救援工作。秉承“抢时间就是抢生命”的原则，苏宁易购紧急调拨距离震区最近的救灾急需物资，并迅速发往地震灾区，成为第一家将爱心物资运至当地的企业，累计共捐赠3,322箱饮用水、985箱方便面、500箱面包，为抢险救援队伍及当地百姓提供了及时支援。



图 苏宁易购支援物资运抵漾濞抗震救灾指挥部



图 苏宁易购支援物资运抵玛多县抗震救灾指挥部





### 案例：支援河南当地抗洪抢险，苏宁易购在行动

2021年7月，河南郑州、新乡、鹤壁等多地普降暴雨，城市出现严重内涝、多处河段决堤。苏宁易购以河南苏宁易购为灾情救援中枢，整合物资准备、物流运输等方面资源，汇聚旗下家电、家乐福超市、物流、售后、公益项目等体系力量，积极应对灾情。公司及时开展救援工作，直接捐赠物资；承接急救物资仓储及配送，免费开放物流基地；开放当地门店，提供汛情避难场所；联系蔬菜直采基地及民生产品供应商，保障生活物资供应充分；设立专项基金，开展家电检测公益服务，助力前方抗灾，推动灾后重建。



图 郑州苏宁易购整合自身资源为河南灾区提供物资救援

## 6.2 关注社区服务

苏宁易购始终坚持“社会化企业”的定位，高度关注社区服务，加强社区关怀，传递社区爱心。公司持续加大社会群体关爱，关注教育、公益事业发展，为社会发展贡献苏宁易购的力量。

### ➤ 关爱社会群体

公司持续加强对社会群体的日常关爱以及对老龄人群的关心与帮助，保障社区的和谐运行，促进社区的可持续发展。

**案例：建立安心取水点，接力温暖接力爱**



2021年，公司在上海、郑州等地共35家门店落地冰柜项目，开展“无人冰柜接力，接力温暖接力爱”项目，向医护人员、警察同志、义工同志、环卫工人、快递小哥、外卖小哥等七类为了这个城市正常运转而奔波的人员提供免费饮品，接力传播正能量。



图 快递小哥、外卖小哥在爱心取水点获取免费饮品

公司积极缓解社区老人购买、安装智能产品时的不便，多次推出“老年人手机课堂”“线下同享百亿补贴”的活动，通过“云货架”等新技术，帮助老年消费者了解新手机、新家电的功能和性价比，跨越“数字鸿沟”。

#### 案例：苏宁易购“关怀版”全面升级，让更多老年用户乐享数字化便利

2021年，苏宁易购“关怀版”全面升级，PC端与APP端进行同步更新，为老年用户提供便捷服务。PC端“关怀版”除了放大图片文字以外，精简了老年用户不常用的功能，页面内容更加简洁。APP端“关怀版”在客服和商品评价相关功能中，在原有的键盘文字输入中增设了语音输入方式，减轻老年用户打字困扰。在售后方面，苏宁易购根据苏宁金融账户或者苏宁易购账户的实名信息进行初步判别，对60岁以上用户拨打售后电话时实现人工直达，免除按键选择的繁琐程序。





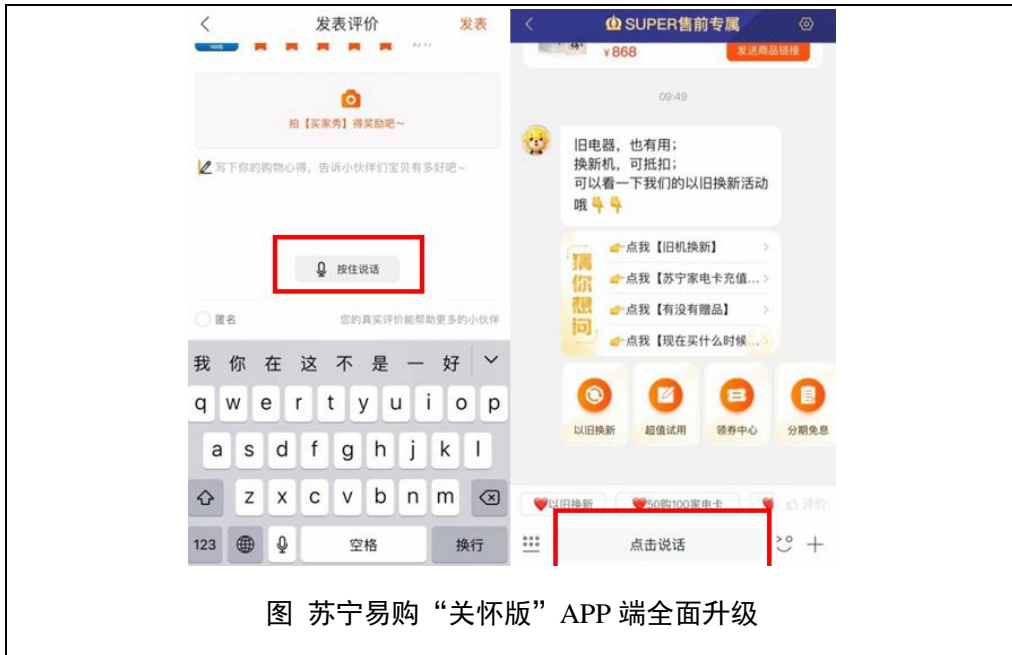


图 苏宁易购“关怀版”APP端全面升级

**案例：教授老人使用智能手机，打造苏宁易购“领孝员”**

2021年，由于疫情的持续影响，很多老人无法实现与子女团圆，苏宁易购优先提供上门服务，手把手教授老人使用智能手机，实现与子女“云过年”。同时，苏宁易购在春节期间推出“异地绿色通道服务”，上门替子女为老人尽一份孝心，快递小哥和售后人员化身“领孝员”上门提供家电免费收旧、家电维修清洗等服务，为更多家庭解决了后顾之忧，充分展现苏宁易购的企业责任感。



图 快递小哥化身“领孝员”提供上门服务



## ➤ 关注公益事业发展

苏宁易购持续打造自有品牌公益，设立“善行者”徒步筹款活动，为贫困地区援建爱心厨房、发送爱心礼包、助力贫困地区儿童全面发展，并设立“阳光 1+1”工程，鼓励员工每年至少做一天义工、捐一天工资，积极履行公民社会责任，共同助力苏宁易购公益事业发展。



图 “母亲水窖”公益活动，为贫困缺水地区群众解决饮水困难

## 6.3 助力抗击疫情

苏宁易购严格落实各项防疫工作，适应疫情常态化，支援突发重大疫情，恪守责任担当，严把内控防疫，协同外部抗疫，从容面对疫情的持续发展，打赢防疫攻坚战。

### ➤ 严把内部防疫关卡

公司将防疫措施积极融入日常工作，成立疫情防控领导小组，严控各类安全防控措施，组织员工主动接种新冠疫苗，将保障员工和消费者生命安全和身体健康放在第一位，保障市民生活物资不断档。

公司周期性进行常规消毒，充足防疫卫生物资储备方便随时调用，并开展多次卫生防范知识宣讲，全面确保防疫工作严格落实。苏宁易购物流要求一线员工，尤其是重点冷链生鲜食品中心的员工，严查相关食品安全和防疫所需的检测信息，定时监测体温，佩戴口罩，加强防护。

此外，苏宁易购对各商场、门店、办公区域等场所持续加强防疫力度，要求所有员工戴口罩上岗，对进入商场的所有人员进行体温监测、绿码进



店、酒精消毒，强化商场各处全方位无死角消毒杀菌，加强营业及非营业期的新风和排风安排，保证空气常新。



图 公司办公区域疫情复工红外测温



图 办公区域日常消杀工作



## ➤ 协同作战共度难关

公司秉承“万众一心，共克艰时”的精神，持续开展常态化疫情保障工作。针对突发疫情，公司充分发挥资源优势，全力支持各地疫情防护工作。

为保障疫情常态化期间各项活动的正常运行，苏宁百货公司实行商户租金减免政策，降低疫情对于商家经营活动的冲击和影响。此外，为保障消费者的健康安全，消除消费者对接收包裹的安全顾虑，公司加大物流员工防疫措施，加强对员工防疫科普和疫苗接种等防疫知识的教育，第一时间组织苏宁物流快递员进行疫苗接种。同时，苏宁物流严控末端进行“无接触配送”的安全防控措施，对疫情管控地区实行“绿码”上岗制进行物资配送，确保双方安全。



图 长春苏宁易购朝阳物流中心小家电仓实施消毒措施

针对各地突发疫情，公司立即启动各项支援机制，及时捐赠物资，慰问一线医护人员；组织志愿者服务团队，支持核酸检测工作；启动物流服务“绿色通道”，助力隔离点建设；启动线上销售渠道，保障封闭管控区域百姓的生活需求。





### 案例：支援核酸检测保障，员工志愿者团队积极奔赴一线

2021年7月，南京疫情形势持续加重，为确保核酸检测顺利进行，公司积极响应南京市文明办及志愿者联合会发布的《致全市广大志愿者的倡议书》，组织近70人的抗疫志愿者队伍前往核酸检测一线进行辅助工作。志愿者队伍兵分三路分别前往南京市月苑第一小学、苏宁人才发展中心、苏宁易购雨花物流基地检测点，在医护人员人手紧缺的情况下，公司党员冲锋在前，全天完成数万人的核酸检测工作。



图 核酸检测志愿者团队合影



图 苏宁易购雨花物流基地检测点







图 苏宁易购志愿者在南京月苑第一小学检测点做辅助工作

### 案例：响应西安防疫工作，全天待命保障供应

2021年12月，针对西安地区突发疫情，公司物流成立西安抗疫保供专项小组，提供线上视频导购和线上一对一讲解服务，实现西安市民“云”逛苏宁易购，并自发组织提供帐篷、取暖器、食品等物资，为医护人员后勤保障添力。此外，公司充分发挥智慧供应链服务优势，积极调配物流服务运力，全力配合政府重点做好防疫物资仓储管理、运输调拨，实现日均发货量150万件左右，日均收货12余万件，收发货及时率均达100%，实现保障民生物资所需。



图 苏宁易购陕西高新物流基地高效运转，保障西安防疫物资



### 案例：支援南京抗疫工作，重启物流绿色通道

2021年7月，在南京疫情最关键的阶段，苏宁易购物流重启“绿色通道”，承接数百台彩电送往南京某待建隔离点任务。南京苏宁易购物流成立专项小组，不到6小时实现物资的拣选、出库及运输工作，将包装完好的新电视顺利交付相关建设人员，全力保障联防联控物资的直通直达，保障南京地区配送服务。



图 南京苏宁易购物流彩电装车送往待建隔离点



## 未来展望

2021年是苏宁易购发展历程中具有挑战性的一年，也是不破不立的一年。全体苏宁易购人发扬“执著拼搏、永不言败”的企业精神，上下一心、顶住压力、多措并举，闯过了一个又一个难关，同时明确了“做好零售服务商，做强供应链，做优经营质量”的发展战略。

2022年，苏宁易购将进一步强化核心零售能力，优化场景体验，提升用户服务质量。通过物流售后的送装一体、以旧换新、保养维修等一站式服务的专业化，解决用户痛点，提升服务履约能力和用户满意度。

2022年，苏宁易购将打造更高效率、高价值的供应链合作体系，通过技术平台支撑，以供应链作为主线，整合商品、用户、履约、营销等要素，为上下游合作伙伴和加盟商提供服务，携手中小商户创新创业，促进合作双赢。

2022年，苏宁易购将继续发挥产业优势和自身资源，推动特色农产品上行、品质工业品下行，推进乡村振兴、创业就业、共同富裕；在品质化、场景化、智能化的消费升级趋势下，完善优化供应链体系，更精准高效地满足消费者需求；承担社会责任，在绿色环保、公益慈善、社区建设、关爱弱势群体等方面献出企业力量，服务经济社会大局、服务人民美好生活。

总结过去、拥抱现在、展望未来。全体苏宁易购人众志成城，在省市政府、各产业投资人的积极支持下，在消费者的信任中，苏宁易购将不断致力于提升经营和服务水平，实现稳中有进的增长。



## 绩效展示

### ➤ 经济绩效

指标	单位	2021 年数值	2020 年数值
总资产	千元	170,738,086	212,075,200
营业收入	千元	138,904,337	252,295,666
研发投入金额	千元	1,969,055	2,414,734
研发投入占营业收入比例	%	1.42	0.96
海内外各类自营门店数量	家	2,103	2,649
海内外各类加盟门店数量	家	9,178	7,137



➤ 治理绩效

指标	单位	2021 年数值
股东大会召开次数	次	6
董事会会议次数	次	15
监事会会议次数	次	8
新增授权专利	件	30
新增著作权登记（含软件著作权和产品著作权）	件	35
新增核准注册商标（含 2020 年前提交申请）	件	102
举报线索办结率	%	100
反腐倡廉培训次数	次	7
反腐倡廉培训参与人次	人次	超 50,000





➤ 社会绩效

指标	单位	2021 年数值
员工总数	人	46,036
男女员工比例	/	49:51
管理岗女性占比	%	43
劳动合同签订率	%	100
社保覆盖率	%	100
培训总人次	万人次	250.24
培训总次数	次	35,767
人均培训时长 (培训总小时数/员工总数)	小时	133.66
供应商《阳光承诺书》签约率	%	100
自助分流率	%	95.80
客户满意度	分值	DSR 4.55
客户投诉办结率	%	99.96



➤ 环境绩效

指标	单位	2021 年数值
门店年均每小时每百平米用电量	度	2.3545
门店单位平米每月用水量	吨	0.0160
总部水资源节约量	吨	5,010
总部电力节约量	千瓦时	1,597,400
总部电子签章使用量	万次	51.38



## 附录一：指标索引表

### 一、联合国可持续发展目标（SDGs）

可持续发展目标	描述	SDGs 响应	报告章节
	在世界各地消除一切形式的贫困。	零售云正式迈入“万店时代”；发展扶农助农，推广扶贫农产品，打通农产品上行渠道，促使所有中间利润直接惠及农民。	整合产业生态优势 “购”建美好社会 -聚力苏宁易购公益
	消除饥饿，实现粮食安全、改善营养和促进可持续农业。	为消费者传递营养健康理念，加大健康产品的引进，率先开展营养健康消费教育活动；食品源头直接赋能供应链，家乐福签约蔬菜直采基地。	夯实品质安全服务 创新“购”物体验 -消费者权益保护与关系维护； “易”齐携手并进 供应链协同式管理 -加强供应链能力建设
	确保健康的生活方式、促进各年龄段人群的福祉。	优化员工活动中心，建立公司安全生产规范，完善安全生产作业管理规范和监督机制，成立疫情防控领导小组，开展员	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -筑造苏宁家园



工应急培训工作，保障员工职业健康与生产安全，加强员工额外福利保障。



确保包容、公平的优质教育，促进全民享有终身学习机会。

促进员工全面发展，搭建员工培训培养体系；

聚焦员工成长发展  
“购”筑幸福家园

通过苏宁易购 APP “苏宁公益”板块，开展“为爱西行·助学”活动，助力藏族少年学习；

-致力员工发展；  
整合产业生态优势  
“购”建美好社会-  
聚力苏宁易购公益；

设立“善行者”徒步筹款活动，助力贫困地区儿童全面发展。

整合产业生态优势  
“购”建美好社会  
-关注社区服务



实现性别平等，为所有妇女、女童赋权。

坚持同工同酬，为女性员工打造温馨舒适的工作环境，关注女性多样化需求，保障女性职场基本权益。

聚焦员工成长发展  
“购”筑幸福家园

-筑造苏宁家园



人人享有清洁饮水及用水是我们所希望生活的世界的一个重要组成部分。

积极践行并推动节约用水各项措施。

贡献“易”份力量  
助力创建绿色生态

-构建绿色经营模式





确保人人获得可负担、可靠和可持续的现代能源。

建设绿色门店和绿色广场，实行绿色办公，降低综合能耗。

贡献“易”份力量  
助力创建绿色生态  
-构建绿色经营模式



促进持久、包容、可持续的经济增长，实现充分和生产性就业，确保人人有体面工作。

引入战略投资，助力运营效率和盈利能力提高；

坚持员工合法雇佣，雇佣残疾员工及海外员工，创造平等的工作环境；

建立员工薪酬福利体系与激励制度，为员工提供多项评选奖励，报告期末存续两期员工持股计划；

不断深化并优化零售云平台，持续促进地方就业。

开启崭新“易”年  
保障企业稳健运营  
-引入战略投资；  
聚焦员工成长发展  
“购”筑幸福家园  
-保障员工基本权益；  
聚焦员工成长发展  
“购”筑幸福家园  
-致力员工发展；  
整合产业生态优势  
“购”建美好社会  
-聚力苏宁易购公益



建设有风险抵御能力的基础设施、促进包容的可持续工业，并推动创新。

助力双线渠道优势，推动家电家装家居服务一体化建设，为消费者提供场景化、品质化、一体化的购物体验；

赋能供应链，打造“苏宁家装家电一站购联盟”；

夯实品质安全服务  
创新“购”物体验  
-零售渠道与产品质量管理；  
“易”齐携手并进  
供应链协同式管理  
-推动行业高质量





与多家核心供应商  
高层进行了沟通会  
晤，明确了 2022 年  
的战略目标，促进实  
体经济发展；

公司发布《2021 空调  
白皮书》《2021 苏宁  
易购美好生活白皮书》等行业报告，发  
布“219”家装物流  
服务标准。

健康发展



减少国家内部和国家  
之间的不平等。

与国际大牌联合推  
动行业发展，与索  
尼、博西等国际头部  
家电品牌合作，制定  
2022 年战略目标，整  
合优质供应链资源。

“易”齐携手并进  
供应链协同式管理  
-推动行业高质量  
健康发展



建设包容、安全、有风  
险抵御能力和可持续  
的城市及人类住区。

设立“销服一体店”，  
升级供应链与服务  
的优势融合；

积极推动社区服务，  
加强社区关怀，推动  
公益事业发展。

“易”齐携手并进  
供应链协同式管理的  
-加强供应链能力  
建设；  
整合产业生态优势  
“购”建美好社会  
-关注社区服务



确保可持续消费和生  
产模式。

推动绿色采购、打造  
绿色物流、完善绿色  
运营，实现从采购端  
到消费端的全流程  
减排，开展以旧换  
新、发放节能补贴等  
工作助力可持续消

贡献“易”份力量  
助力创建绿色生态  
-构建绿色经营模  
式；  
夯实品质安全服务



		费；	创新“购”物体验
		积极发展零售数字化转型，实行采购端数字化举措，打造“智能供应链”工具。	-零售渠道与产品质量管理； “易”齐携手并进供应链协同式管理  -加强供应链能力建设
	采取紧急行动应对气候变化及其影响。	主动识别与评估环境与气候风险，提前制定预案，积极应对气候变化所产生的影响。	贡献“易”份力量助力创建绿色生态  -积极应对气候变化
	保护和可持续利用海洋及海洋资源以促进可持续发展。	/	/
	保护、恢复和促进可持续利用陆地生态系统、可持续森林管理、防治荒漠化、制止和扭转土地退化现象、遏制生物多样性的丧失。	开展公益植树活动，在西北荒漠化地区种植胡杨。	贡献“易”份力量助力创建绿色生态  -积极开展环保公益
	促进有利于可持续发展的和平和包容社会、为所有人提供诉诸司法的机会，在各层级建立有效、负责和包容的机构。	完善公司管治结构，加强内部控制，提升风险管理能力，推进廉洁建设。	开启崭新“易”年保障企业稳健运营  -运营管理





加强执行手段、重振可持续发展全球伙伴关系。

加强与投资者沟通，保护股东权益，并畅通与各利益相关方的沟通渠道。

开启崭新“易”年保障企业稳健运营-投资者关系

---



➤ 二、全球可持续发展标准委员会 (GSSB) 《GRI 可持续发展报告标准》  
索引

指标编号	描述	报告章节
一般披露		
组织概况		
102-1	组织名称	关于本报告
102-2	活动、品牌、产品和服务	关于苏宁易购
102-3	总部位置	关于苏宁易购
102-4	经营位置	关于苏宁易购
102-5	所有权与法律形式	关于苏宁易购
102-6	服务的市场	关于苏宁易购
102-7	组织规模	关于苏宁易购
102-8	关于员工和其他工作者信息	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
102-9	供应链	“易”齐携手并进 供应链协同式管理 -加强供应链能力建设； “易”齐携手并进 供应链协同式管理 -推动行业高质量健



指标编号	描述	报告章节
		康发展
102-10	组织及其供应链的重大变化	/
102-11	预警原则或方针	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
102-12	外部倡议	/
102-13	协会的成员资格	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
战略		
102-14	最高组织者声明	回顾与展望
102-15	关键影响、风险和机遇	回顾与展望
道德和诚信		
102-16	价值观、原则、标准和行为规范	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
102-17	关于道德的建议和关切问题的机制	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
管治		
102-18	管治架构	开启崭新“易”年 保





指标编号	描述	报告章节
		障企业稳健运营
		-治理责任
102-19	授权	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营
		-治理责任
102-20	行政管理层对于经济、环境和社会议题的责任	社会责任管理体系 -社会责任理念与模型
102-21	就经济、环境和社会议题与利益相关方进行的磋商	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-22	最高管治机构及其委员会的组成	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营
		-治理责任
102-23	最高管治机构主席	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营
		-治理责任
102-24	最高管治机构的提名和甄选	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营
		-治理责任
102-25	利益冲突	/
102-26	最高管治机构在制定宗旨、价值观和战略方面的作用	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营



指标编号	描述	报告章节
		-治理责任
102-27	最高管治机构的集体认识	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -治理责任
102-28	最高管治机构的绩效评估	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -治理责任
102-29	经济、环境和社会影响的识别和管理	回顾与展望
102-30	风险管理流程的效果	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
102-31	经济、环境和社会议题的评审	社会责任管理体系 -社会责任组织架构与管理流程
102-32	最高管治机构在可持续发展报告方面的作用	社会责任管理体系 -社会责任组织架构与管理流程
102-33	重要关切问题的沟通	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-34	重要关切问题的性质和总数	社会责任管理体系 -社会责任实质性议题分析



指标编号	描述	报告章节
102-35	报酬政策	/
102-36	决定报酬的过程	/
102-37	利益相关方对报酬决定过程的参与	/
102-38	年度总薪酬比率	/
102-39	年度总薪酬增幅比率	/
利益相关方参与		
102-40	利益相关方群体列表	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-41	集体谈判协议	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-42	利益相关方的识别和遴选	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-43	利益相关方参与方针	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
102-44	提出的主要议题和关切问题	社会责任管理体系 -利益相关方沟通
报告实践		
102-45	合并财务报表中所涵盖的实体	关于本报告
102-46	界定报告内容和议题边界	关于本报告



指标编号	描述	报告章节
102-47	实质性议题列表	社会责任管理体系 -社会责任实质性议题分析
102-48	信息重述	关于本报告
102-49	报告变化	关于本报告
102-50	报告期	关于本报告
102-51	最近报告日期	关于本报告
102-52	报告周期	关于本报告
102-53	有关本报告问题的联系人信息	关于本报告
102-54	符合 GRI 标准进行报告的声明	关于本报告
102-55	GRI 内容索引	附录一：指标索引表
102-56	外部鉴证	关于本报告
<b>专项披露</b>		
管理方法		
103-1	对实质性议题及其边界的说明	社会责任管理体系 -社会责任实质性议题分析
103-2	管理方法及其组成部分	均有说明
103-3	管理方法的评估	均有说明



指标编号	描述	报告章节
经济绩效		
201-1	直接产生和分配的经济价值	/
201-2	气候变化带来的财务影响以及其他风险和机遇	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -积极应对气候变化
201-3	义务性固定福利计划和其他退休计划	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
201-4	政府给予的财政补贴	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -传承贯彻环保精神
市场表现		
202-1	按性别标准起薪水平工资与当地最低工资之比	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
202-2	从当地社区雇佣高管的比例	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
间接经济影响		
203-1	基础设施投资和支持性服务	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理





指标编号	描述	报告章节
203-2	重大间接经济影响	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
采购实践		
204-1	向当地供应商采购支出的比例	“易”齐携手并进 供应链协同式管理 -完善供应商管理体系
反腐败		
205-1	已进行腐败风险评估的运营点	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
205-2	反腐败政策和程序的传达及培训	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
205-3	经确认的腐败事件和采取的行动	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理
不正当行为		
206-1	针对不当竞争行为、反托拉斯和反垄断实践的法律诉讼	开启崭新“易”年 保障企业稳健运营 -运营管理



指标编号	描述	报告章节
物料		
301-1	所用物料的重量或体积	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
301-2	所使用的回收进料	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
301-3	回收产品及其包装材料	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
能源		
302-1	组织内部的能源消耗量	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
302-2	组织外部的能源消耗量	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
302-3	能源强度	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
302-4	减少能源消耗量	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态



指标编号	描述	报告章节
		-构建绿色经营模式
302-5	降低产品和服务的能源需求	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
水资源		
303-1	按源头划分的取水	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
303-2	因取水而受重大影响的水源	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
303-3	水循环与再利用	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态 -构建绿色经营模式
生物多样性		
304-1	组织所拥有、租赁、在位于或邻近于保护区和保护区外生物多样性丰富区域管理的运营点	/
304-2	活动、产品和服务对生物多样性的重大影响	/
304-3	受保护或经修复的栖息地	/
304-4	受运营影响区域的栖息地中已被列入	/



指标编号	描述	报告章节
IUCN 红色名录及国家保护名册的物种		
排放		
305-1	直接（范畴 1）温室气体排放	/
305-2	能源间接（范畴 2）温室气体排放	/
305-3	其他间接（范畴 3）温室气体排放	/
305-4	温室气体排放强度	/
305-5	温室气体减排量	/
305-6	臭氧消耗物质（ODS）的排放	/
305-7	氮氧化物（NOX）、硫氧化物（SOX）和其他重大气体排放	/
污水和废弃物		
306-1	按水质及排放目的地分类的排水总量	/
306-2	按类别及处理方法分类的废弃物总量	/
306-3	重大泄漏	/
306-4	危险废物运输	/
306-5	受排水和/或径流影响的水体	/
环境合规		
307-1	违反环境法律法规	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态



指标编号	描述	报告章节
		-积极应对气候变化
供应商环境评估		
308-1	使用环境标准筛选的新供应商	贡献“易”份力量 助力创建绿色生态  -构建绿色经营模式
308-2	供应链对环境的负面影响以及采取的行动	“易”齐携手并进 供应链协同式管理  -完善供应商管理体系
雇佣		
401-1	新进员工和员工流动率	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园  -保障员工基本权益
401-2	提供给全职员工(不包括临时或兼职员工)的福利	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园  -保障员工基本权益
401-3	育儿假	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园  -筑造苏宁家园
劳资关系		
402-1	有关运营变更的最短通知期	/
职业健康与安全		





指标编号	描述	报告章节
403-1	劳资联合健康安全委员会中的工作者代表	/
403-2	工伤类别, 工伤、职业病、损失工作日、缺勤等比率	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -筑造苏宁家园
403-3	从事职业病高发职业或高职业病风险职业的工作者	/
403-4	工会正式协议中的健康与安全议题	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -筑造苏宁家园
培训与教育		
404-1	每名员工每年接受培训的平均小时数	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -致力员工发展
404-2	员工技能提升方案和过渡协助方案	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -致力员工发展
404-3	定期接受绩效和职业发展考核的员工百分比	/
多元化与平等机会		
405-1	管治机构与员工的多元化	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益



指标编号	描述	报告章节
405-2	男女基本工资和报酬的比例	/
反歧视		
406-1	歧视事件及采取的纠正行动	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
结社自由与集体谈判		
407-1	结社自由与集体谈判权利可能面临风险的运营点和供应商	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
童工		
408-1	具有重大童工事件风险的运营点和供应商	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
强迫或强迫劳动		
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	聚焦员工成长发展 “购”筑幸福家园 -保障员工基本权益
安保实践		
410-1	接受过人权政策或程序的培训的安保人员	/
原住民权利		
411-1	涉及侵犯原住民权利的事件	/



指标编号	描述	报告章节
人权评估		
412-1	接受人权审查或影响评估的运营点	/
412-2	人权政策或程序方面的员工培训	/
412-3	包含人权条款或已进行人权审查的重要投资协议和合约	/
当地社区		
413-1	有当地社区参与、影响评估和发展计划的运营点	<p>“易”齐携手并进 供应链协同式管理</p> <p>-推动行业高质量健康发展；</p> <p>整合产业生态优势 “购”建美好社会</p> <p>-聚力苏宁易购公益</p>
413-2	对当地社区有实际或潜在重大负面影响的运营点	/
供应商社会评估		
414-1	使用社会标准筛选的新供应商	<p>“易”齐携手并进 供应链协同式管理</p> <p>-完善供应商管理体系</p>
414-2	供应链对社会的负面影响以及采取的行动	<p>“易”齐携手并进 供应链协同式管理</p> <p>-完善供应商管理体</p>



指标编号	描述	报告章节
		系
公共政策		
415-1	政治捐赠	/
客户健康与安全		
		夯实品质安全服务
		创新“购”物体验
		-零售渠道与产品质量管理；
416-1	对产品和服务类别的健康与安全影响的评估	夯实品质安全服务
		创新“购”物体验
		-消费者权益保护与关系维护
416-2	涉及产品和服务的健康与安全影响的违规事件	/
营销与标识		
417-1	对产品和服务信息与标识的要求	关于本报告
417-2	涉及产品和服务信息与标识的违规事件	/
417-3	涉及市场营销的违规事件	/
客户隐私		
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	/



指标编号	描述	报告章节
社会经济合规		
419-1	违反社会与经济领域的法律和法规	/



## 附录二：读者意见表

尊敬的读者：

感谢您阅读本报告。我们非常重视并期望聆听您对本报告的反馈意见。您的意见和建议，是我们持续提高企业 CSR 信息披露水平、推进企业 CSR 管理和实践的重要依据。我们欢迎并由衷感谢您提出宝贵意见！

1. 您对我们履行社会责任的总体评价是：

非常好       好       一般       较差       差

2. 您对本报告的总体评价是：

非常好       好       一般       较差       差

3. 您认为我们在利益相关方沟通方面做得如何？

非常好       好       一般       较差       差

4. 您认为我们在公司治理方面做得如何？

非常好       好       一般       较差       差

5. 您认为我们在环境保护方面做得如何？

非常好       好       一般       较差       差

6. 您认为我们在社会贡献方面做得如何？

非常好       好       一般       较差       差

7. 您对我们履行社会责任及本报告有何意见和建议？

