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

2017
環境、社會及管治報告

關於本報告

目錄

概覽 2

市場 7

員工 16

社區 24

環境 27

數據總覽 30

ESG內容索引 33

本報告詳細描述了在2017年1月1日到2017年12月31日(「2017財政年度」)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」和「我們」。

內容的編寫參考了香港聯合交易所有限公司2015年12月頒布的《環境、社會及管治報告指引》，以及上海證券交易所於2008年5月頒布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》。

報告信息數據均來自於紅星美凱龍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。

此報告可以從紅星美凱龍網站(www.chinaredstar.com)、上海證券交易所網站(www.sse.com.cn)或香港聯合交易所有限公司網站(www.hkexnews.hk)下載。

概覽

董事長致辭

尊敬的利益相關方

對於中國家居裝飾及傢俱行業來説，近兩年是群雄逐鹿的大時代，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，紅星美凱龍不單單是普通的家居賣場，更以提升中國人的家居品味、推動中國設計原創力量為目標。紅星美凱龍在自身不斷成長的同時，還力圖成為中國家居裝飾及傢俱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，不斷彙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、强國。

紅星美凱龍在關注自身成長的同時，密切關注股東、員工、客戶、供應商等利益相關者的訴求。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；努力成為家居裝飾及傢俱行業的模範企業，對供應商高標準嚴要求，為客戶提供高品質的產品和服務。

紅星美凱龍以打造中國最領先、最專業的「家居裝飾及傢俱行業全渠道平台商」為目標，傳承並宣揚「魯班精神」，以匠心和創新為出發點，甄選全球設計尖貨，持續保持家居裝飾及傢俱行業的領先優勢。與此同時，我們通過落實線上線下齊頭並進的營銷模式，拓展互聯網相關產品和服務在家居裝飾及傢俱行業中的應用，提升客戶消費體驗。

我們始終以「提升中國人的家居品位」為己任，積極宣揚家居美學、傳播家居藝術，宣傳「家文化」來喚醒億萬中國人的愛家意識，逐步提升中國客戶對於家居品味的價值認知，培育國民對於幸福生活的追求理念，為公眾建設美好的家居生活環境。

我們時刻牢記企業應承擔的社會責任，熱心從事教育、扶貧、創業、兒童關愛等公益事業，積極回饋社會。與此同時，作為中國家居裝飾及傢俱行業中唯一被授牌「中國綠色生態家居示範商場」稱號的商場，紅星美凱龍已經將環境保護理念全面深入到企業決策、管理和運行過程中。

展望未來，紅星美凱龍將不斷為利益相關者創造價值，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，中國家居裝飾及傢俱行業的光榮與夢想！

董事長
車建興
上海，2018年3月28日

關於紅星美凱龍

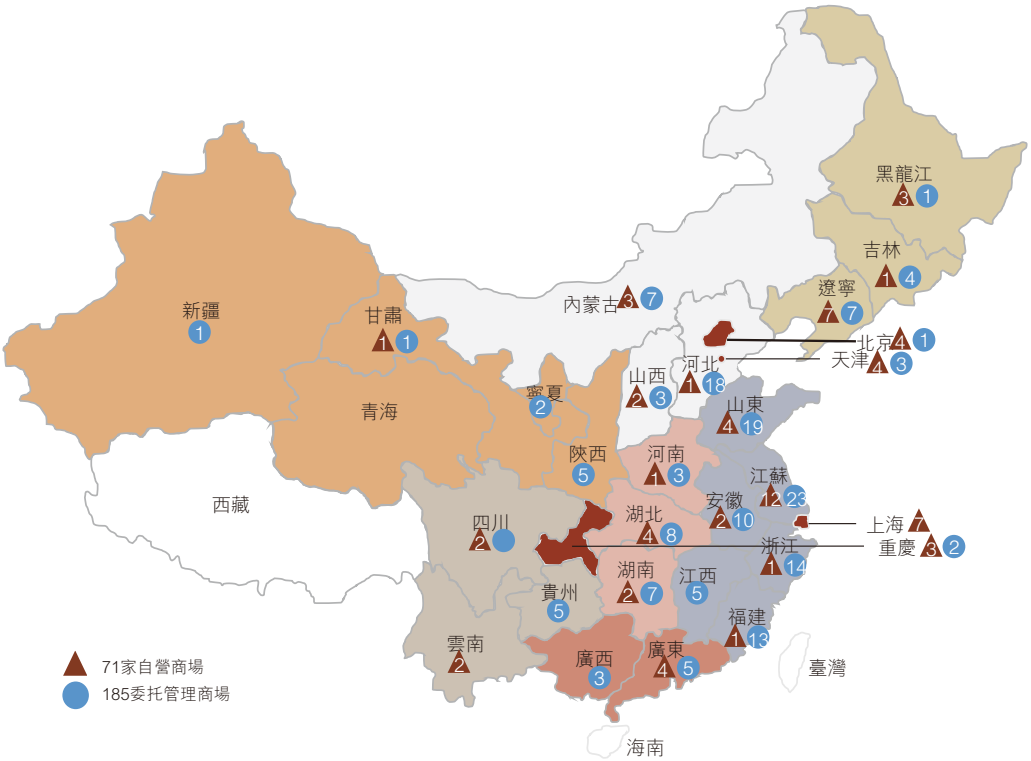
公司介紹

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)。公司的主營業務是家居裝飾及傢俱商場的經營、管理和專業諮詢服務。

紅星美凱龍主要通過經營及管理自營商場和委管商場，為商場的商戶、客戶和合作方提供全面服務。就商場商戶而言，公司提供包括設計商場內展位、營銷和推廣、日常管理和客戶服務等全方面的服務。就商場客戶而言，紅星美凱龍為客戶提供豐富的品牌和產品，提供優質的「一站式」購物體驗。紅星美凱龍提供的優質服務還包括「30天無條件退貨」、免費和信息豐富的購物指南以及家居設計諮詢服務。此外，紅星美凱龍為委管商場合作方提供從選址到商場規劃設計、招商、開業策劃等全過程諮詢服務和後續運營、管理服務。

截至2017年12月31日，紅星美凱龍在中國29個省份177個城市經營了256個商場，總經營面積約15,137,728平方米。

我們的商場分佈



人民幣9,701,462萬元
資產規模

22,621名
員工總數

人民幣2.47元
每股社會貢獻值

人民幣1,095,951萬元
營業收入

人民幣427,801萬元
淨利潤

2017財政年度數據概覽

概覽

我們的發展歷程

2016

紅星美凱龍第200個家居裝飾及傢俱商場開業。

2015

紅星美凱龍啟動中國紅星美凱龍會員計劃電子商務業務，成立家金所以進一步拓展互聯網金融業務，於香港聯交所主板掛牌上市

2014

紅星美凱龍於中國第100個城市擴大運營，建立第150個家居裝飾及傢俱商場，進一步開拓消費金融及物流配送等擴展性業務

2013

紅星美凱龍首個第九代商場上海浦東金橋商場開業，第九代商場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

2012

紅星美凱龍建立第100個家居裝飾及傢俱商場，成為行業內首家運營100個家居裝飾及傢俱商場的公司；紅星美凱龍首次亮相米蘭國際傢俱展

2010

紅星美凱龍開業委管商場數量(46家)，首次超過自營商場(33家)，輕資產模式得到市場廣泛認可

2009

紅星美凱龍建立第50個家居裝飾及傢俱商場，成為行業內首家運營50個家居裝飾及傢俱商場的公司

2008

於深圳建立首個自營商場，南部地區業務得以擴展

2007

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

2006

於重慶建立首個自營商場，西部地區業務得以擴展

2002

於北京建立首個自營商場，北部地區業務得以擴展

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

社會責任戰略推進與實施

企業社會責任戰略

站在客戶角度，為市場提供可靠的高品質的家居商品平台，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：

熱情服務客戶的企業

熱切關注客戶的體驗和需求，對客戶的反饋積極回應，根據「服務口碑」項目的5個維度不斷調整，完善服務體系，爭取做到客戶全滿意，零投訴。

促進家居裝飾及傢俱行業發展的企業

進行管理體制、消費服務的不斷創新，為家居裝飾及傢俱行業提供標桿，促進行業不斷整合優化，提升行業整體實力。

綠色環保的企業

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

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，為其提供像家一樣溫馨的工作環境；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。

概覽

權益者溝通

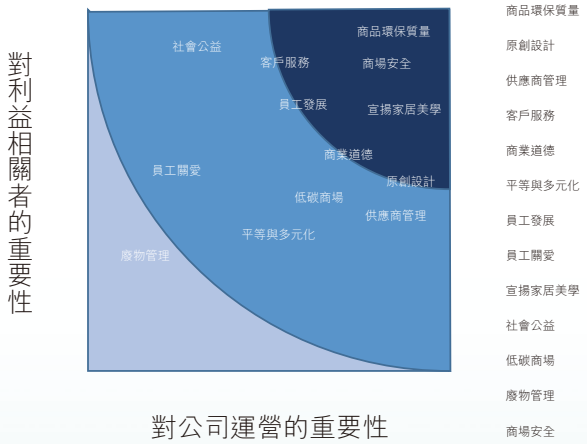
紅星美凱龍的權益者涉及層面廣泛，包括股東／投資者、政府／監管機構、員工、客戶、供應商／合作夥伴、環境、社區／公眾。我們圍繞「打造中華民族的世界商業品牌」的願景，充分考慮各利益相關方的訴求，與權益者保持正式和非正式的聯繫。

利益相關者	期望與訴求	溝通方式
股東／投資者	保障股東權利及權益；資產保值增值；公司治理；信息披露真實、準確、及時和完整	股東大會；新聞稿及公告；公司報告；在公司網站發佈消息；投資者會議
政府／監管機構	平等僱傭；健康與安全；環境保護；行業發展；回饋社會	會議；合規報告；實地檢查；參與會議／研討會；特別查詢／檢查；妥善提交文件
員工	平等僱傭；薪酬福利；員工培訓；職業發展；人文關愛；員工健康與安全管理	勞動合同；工會；業餘活動；經理郵箱；志願活動；日常交流
客戶	客戶滿意度管理；客戶投訴管理；產品責任	日常營運／互動；客戶滿意度調查；定期走訪；客戶服務中心／熱線
供應商／合作夥伴	行業發展；供應商行為準則；供應商評估；供應商合作	高層會晤；研討會；營銷峰會；供應商准入與評估；實地考察；日常交流
環境	環保政策與理念；降低能源資源消耗；減少污染排放	環境監察；環境披露報告；推行綠色經營與管理
社區／公眾	傳播家居文化；致力公益事業；熱心社區服務；注重環保活動	公益活動；社區服務；環保活動

重大議題選擇

今年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，從對紅星美凱龍運營的影響及對利益相關者的影響兩個維度出發，對紅星美凱龍的社會責任議題進行了評分與排序，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

紅星美凱龍始終堅持合作共贏的理念，與供應商和客戶建立一個共同成長、互信互惠的協同發展機制，形成行業內強有力的競爭優勢。在嚴控產品質量的前提下，我們關注產品創新，致力於提升客戶滿意度，增強客戶黏性，推動行業發展。此外，我們通過加強與供應商合作，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。

商品責任

家居產品的環保質量關係到每一位客戶的根本利益，作為家居裝飾及傢俱行業的領先者，紅星美凱龍帶頭建立行業標準，引領行業健康發展。此外，我們關注原創設計，相信創新是第一生產力，通過把原創設計做大做強，促進零售的復興。在提升服務方面，我們傾聽客戶意見，提高售後服務質量，力圖增加用戶滿意度，讓客戶感受到紅星美凱龍的貼心服務。

環保家居

我們希望通過嚴格執行產品環保標準，並積極推廣綠色環保品牌，可以提升每個家庭的環保居家水平。

制定產品環保質量標準

紅星美凱龍根據中國國家標準、國家推薦性標準、建築材料行業推薦性標準、林業行業推薦性標準，並參照中國GB18583《室內裝修材料膠黏劑中有害物質限量》、GB24410《室內裝飾裝修材料水性木器漆塗料中有限物質限量》等標準要求，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。

市場

紅星美凱龍積極引進進口品牌的認證，建立了《家居綠色環保領跑品牌項目－進口產品核查標準》，從而更為有效地管理進口家居產品。

《商品環保質量評價標準》

- 規定了13個品類的環保抽檢項目，包括重金屬含量(限色漆)、甲醛釋放量、放射性、產品異味等。

- 在上海市質量技術監督局進行的備案，成為家居流通行業第一套商品環保質量綜合評價標準。

《商品環保質量管理規定》

- 我們對商品的日常檢測工作和不合格品處理流程進行了具體規範，為商品的環保質量管理提供了操作依據。

2017財政年度，紅星美凱龍對家居商品質量標準的要求得到了中國有關部門的認可。我們被指定為中國國家質檢總局「標準領跑者」評審單位，並與中國質量認證中心深化互信合作，正式簽署第二個五年戰略合作協議。

嚴格執行環保質量標準

我們獨創了售前、售中、售後的全方位商品環保質量管理體系，嚴格執行環保質量標準。

- *售前*
  針對入場品牌，只有企業提供的環保質量檢測報告合格後方可入場經營。

- *售中*
  日常商品環保質量管理工作中，我們委託經認定的檢測機構定期對商場產品進行抽檢。保證售出的每一件產品符合質量環保標準。針對入場品牌，紅星美凱龍設立專項經費用於環保質量檢測管理，每家賣場的入場品牌抽檢率不低於賣場總數的36%，在全國範圍內執行計劃管理，所有入場品牌抽檢率達到100%，保證任一入場品牌每年至少被抽檢一次。

- *售後*
  我們依託正品查詢平台和信用分類體系，將商品環保質量管控從下游客戶追溯到流通環節的最上游，從工廠源頭探索產品品質，對所有產品的質量安全及環保性能進行嚴格的檢測、控制與篩選。

GREEN LEADER 绿领项目
源头检测 全程追溯

「中國家居正品查詢平台」的建立

響應中共中央宣傳部、發展和改革委員「誠信興商」號召，在中國商務部、國家質量監督檢驗檢疫總局的支持下，2015年紅星美凱龍聯合中國質量認證中心和各個家居代表品牌，正式推出「中國家居正品查詢平台」，顧客可以在這個平台上查詢自己購買的商品是否為正品，實現「綠色家居•正品追溯」。

在2017財政年度，紅星美凱龍已經複購防僞標簽品牌100個，有1,000餘個品牌已經全系列全面使用正品防僞標簽。

市場

推廣綠色環保品牌

為規範整個家居裝飾及傢俱行業的質量環保標準、推廣綠色環保品牌，紅星美凱龍與中國質量認證中心持續合作開展「綠色領跑品牌」的評選活動。這項活動通過建立基於工廠質量保證能力檢查、工廠源頭產品質量檢驗、商場抽樣檢測、客戶投訴數據統計四個維度的等級評價體系，對各參與品牌的家居產品及其生產企業進行系統的分析，評選出當年優秀的綠色環保品牌。目前「綠色領跑」已成為客戶和全行業高度認可的質量獎項。

2017財政年度是我們「綠色領跑品牌」項目的第五年，取得了突破性進展：申報品牌突破1600個系列；申報品類更加完善，達到31個。在中國質量認證中心的鼎力支持下，我們沿襲一貫全面嚴謹的評審程序，對各參與品牌進行全面、綜合的評價，共選出了87個綠色環保領跑品牌，471個綠色環保推薦品牌以及13個綠色環保進口品牌。此外，我們舉行了綠色健康跑等相關系列活動，立體化傳播綠色領跑項目的影響力，以期望激勵業內其他品牌對綠色家居理念的重視，帶動整個家居裝飾及傢俱行業的共同進步發展。

2017年3月，在上海浦東滬南商場舉行的紅星美凱龍綠色環保正品「品牌增長計劃」發佈會，再次表明了我們將持續致力於綠色環保正品推廣的決心。

「綠色領跑品牌」項目之綠色健康跑

綠色環保正品「品牌增長計劃」發佈會

原創精神

我們推出業內首個家居設計的甄選標準––「魯班指數」，旨在評判家居產品的匠心與創新，帶領行業一起關注原創設計。同時，我們通過扶持青年設計師、參加米蘭國際設計周、舉辦潮流TALK論壇等，推動中國原創設計的發展。

推出「魯班指數」

我們秉承「魯班」精神，推出了設計尖貨的評選標準––魯班指數，從「美顏、良材、精工、妙用、格調」5個維度，圍繞用戶選購家居時最為關注的外觀、材質、工藝、功能、內涵這5個方向，評判家居產品的匠心與創新。以匠心和創新為出發點，甄選全球設計尖貨，為客戶帶來更好的商品。

原創設計成為大促王牌

2017財政年度，我們「五一」大促的主題不再是「低價」、「折扣」這樣的字眼，而是「設計尖貨」以及「五一大賞」。眾多設計師的設計產品是這次大促的先鋒部隊，設計師是大促的王牌。本次大促，全國總計整合設計師2,356名、家裝設計公司506家，聯合商戶品牌4,266個，開展158場設計盛宴。

DESIGN DREAM SHOW展覽

助力中國原創設計

我們通過引入設計資源和跨界創新資源，包括國際知名設計師以及國內一線設計師，參與家居新品研發；同時對其在原創設計領域進行扶持和補貼，助力中國原創設計的發展。

作為米蘭國際設計周的常客，我們致力於將中國原創設計品牌及原創設計師推向全球舞台，激發中國原創力量，讓業內各方「看過來」，並借助這個國際高級別的時尚與設計盛會，提高人們對設計師群體的關注，積極推動中國原創設計在全球市場的話語權。

我們成立了紅星國際平台，旨在加強海內外設計、品牌和市場的溝通，擴大中國的原創設計的影響力，推動中國家居裝飾及傢俱行業完成從「中國製造」到「中國創造」的飛躍。

2017財政年度，第二十三屆中國國際傢俱展覽會設計展會上，我們搭建創新設計交流平台，創辦DESIGN DREAM SHOW展覽，參展面積達2,000平方米，4天6場活動，現場引流4萬觀眾，線上互動1,000萬觀眾。通過舉辦潮流TALK論壇，邀請國內頂級設計大咖梁景華、丘德光進行現場講座，探討當下潮流趨勢，促進青年設計師成長。該展覽獲「傢俱展2017年摩登態度公益獎」。

市場

服務至上

我們始終相信客戶是企業之本，我們希望通過為客戶提供高效優質的服務，滿足客戶的一切需求，認真對待並且及時解決客戶的投訴建議，從而獲取客戶的滿意度和忠誠度。在客戶私隱方面，我們根據銷售人員的職責對客戶文檔訪問權限進行設置，最大限度地保障我們客戶的隱私。

提升客戶消費體驗

「服務口碑」項目

我們全面推廣「服務口碑」項目，將常態化標準覆蓋全國口碑商場。我們在價格、服務、運營、人員、環境五個方面提出了具體要求，並自2017財年開始著力從信息化、環境美、服務好三方面探索口碑新模式，並已在7家口碑領跑商場試點實施。

價格

我們推行價簽管控、單品管控、價格合規管控以及折扣管控等措施，從源頭提升客戶的購買體驗。在價簽管控方面，所有商品必須遵從貨簽相符原則；在單品管控方面，我們正在著力於研究編碼體系，保證一類產品對應一個編碼，每個產品源頭可以追溯，讓客戶買得放心；在價格合規管控方面，我們確保商品的合理定價，嚴厲禁止亂標價的行為；在折扣管控方面，我們禁止「高標低折」的現象出現。

服務

在商場管理方面，我們建立統一的服務標準。在退換貨過程中，我們繼續推行同行業首創的「15分鐘退單」服務，即從客戶提出退單的需求起，在15分鐘內完成所有退單手續。在這項服務中起重要作用的是先行賠付服務，即當客戶與商戶發生糾紛時，在客戶滿足一定要求的前提下，我們會動用商戶的質保金對客戶進行先行賠付，讓客戶可以及時得到賠償。在物流方面，我們自建物流體系，不斷擴大物流中心數量，確保及時的物流配送。在完善配套服務過程中，我們建立家居商品保養團隊，為客戶提供專業的家居保養服務。

運營

我們將商戶信用分類管理應用到平時的運營管理之中，對商戶從質量、價格、送貨、服務和履約行為等幾個維度拆分進行星級評級，鼓勵商戶為客戶提供更加優質的服務。我們的「商戶信用分類管理」工作被中華人民共和國商務部推薦入選中國「培育和踐行社會主義核心價值觀百家經驗」案例。2017財年，該信用分類標準已入駐誠信上海APP。該信用平台是上海市商務誠信公眾服務平台的首批子平台。

星易•家居貸

為滿足客戶對消費的需求，我們的消費金融線上產品「星易•家居貸」為有家居購買需求的顧客提供無抵押、無擔保、純信用、低成本的個人家居消費信貸服務。將來我們會繼續擴大與金融機構的合作，使金融機構線下駐點滿足客戶一次性貸款需求，繼續推廣「家居貸」產品，使其成為可以為整個家居裝飾及傢俱行業服務的產品。

家倍得－用技術保證一站式家裝服務

為了整合家裝上下游產業鏈，給客戶提供集家居設計方案、材料銷售、傢俱購買、施工於一體的完整服務，我們的子公司上海家倍得裝飾工程有限公司（「家倍得」）為客戶提供高品質一站式家裝服務。家倍得已通過由上海市科學技術委員會、上海市財政局、上海市國家稅務局、上海市地方稅務局批准的《高新技術企業》認定，還是中國整裝品牌5A示範企業、五星級誠信創建企業。

家倍得所擁有的多項獨家專利，不僅可以幫助客戶家裝時省心省力，還可以滿足客戶的個性化需求，全面提升客戶服務體驗。

綠色展陳3.0

為了進一步提升客戶體驗，2017財政年度內我們實現了綠色展陳3.0，於商場內開展打造「綠色家裝課堂」。客戶可與家裝公司、設計師緊密互動，通過15步裝修流程指導，學會如何科學地、經濟地選購適合自己的綠色環保家裝。目前，綠色展陳3.0活動已在全國近30家商場落地實施。

客戶投訴管理

我們堅持首問負責和先行賠付，積極有效地處理客戶投訴，提供高質量的售後服務。通過依託「龍翼」系統打造新客服平台，為信息化全媒體客戶聯絡中心奠定基礎，諮詢投訴全程可追溯。客戶可以通過撥打400熱線、網站以及公眾號平台多渠道進行投訴，保障客戶投訴通道的多樣性和開放性。同時，我們制訂了《客戶投訴處理管理實施細則》、《客訴崗位職責要求》、《客訴處理服務規範與基本流程》、《客訴應對參考話術》等一系列客戶投訴處理規範，對投訴流程、處理技巧及各部門職責進行明確說明。根據客戶投訴問題的嚴重性，我們的處理節點分為24小時、72小時以及7天。我們還會不定期進行客戶電話回訪以及上門回訪，高度重視客戶購物和使用體驗，及時改正自身存在問題，提升客戶滿意度。

在2017財政年度，我們獲得「全國行業十佳售後服務單位」。

工商联手

编号：CCASS08124

荣誉证书

红星美凯龙家居集团股份有限公司：

按照中华人民共和国国家标准《商品售后服务评价体系》（GB/T 27922）综合评价，贵单位在“第八届全国售后服务评价活动”中荣获“全国售后服务行业十佳单位”称号。

特颁此证。

（证书有效期：2017年9月17日至2019年9月16日）

二〇一七年九月十七日，北京

市場

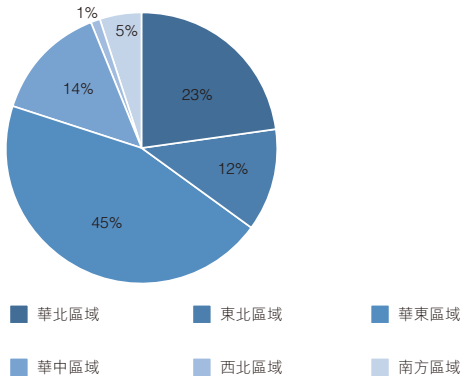
供應商管理

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。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，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。

在物資及服務採購方面，紅星美凱龍頒佈了《採購管理制度》，對物資及服務採購業務實施統一的、標準化的、集中化的管理，發揮集中整合優勢，提升採購質量和降低採購成本。我們建立了集團採購和區域自採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。2017財政年度內，我們的主要物資及服務採購供應商有682家，其中來自香港的供應商有4家。

主要物資採購供應商分佈圖

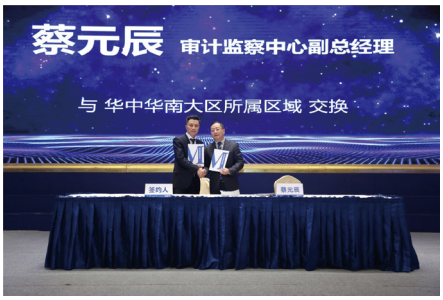


備註： 主要物資及服務採購供應商是指在2017財政年度內與紅星美凱龍合作金額從大到小依次排序。前682家供應商合計訂單金額佔今年所有供應商訂單金額的80%。

商業道德

紅星美凱龍致力於打造廉潔、公正、透明的經營環境。公司設有監察部門，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。於2017年，為適應公司風險管控需要，完善廉潔監督體制，促進公司健康快速發展，在原《督察條例》基礎上進行修訂，頒佈了《紅星美凱龍家居集團督察管理制度》，對違紀違規處理作出了詳細的規定。此外，紅星美凱龍設有舉報渠道，接受各界人士對違規違紀行為進行舉報並定期進行巡視檢查工作。

2017年財政年度內，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。



部分與各區域、商場、職能部門簽訂廉潔自律責任狀現場

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，尊重服務員工，通過在管理學院的學習，讓每位員工感受到集團就在身邊，從而實現企業與員工幸福成長、共同進步的美好願景。我們連續多年榮膺「CCFA中國連鎖業員工最喜愛公司」、「CSTD中國最佳企業大學」等榮譽，並在2017財政年度收穫「年度先鋒僱主」、「中國年度百強僱主」、「風尚非凡僱主」等稱號以及「人力資源管理傑出獎」。

平等與多元化

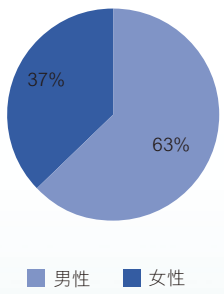
我們嚴格遵循人權、勞工國際公約及運營所在地的勞動僱傭法規及相關政策，堅持平等僱傭，反對各種形式的就業歧視，與員工簽訂勞動合同，保證員工不因種族、性別等因素受到歧視。

我們嚴禁僱傭童工及強制勞動。我們會於招聘時要求求職者出示有效身份證明文件，確保其符合法定工作年齡。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。我們於2017財政年度內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。

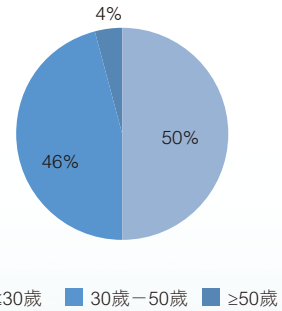
我們非常重視員工結構的多元化，招聘更多不同背景的員工，從而為公司帶來多元化的思想和價值觀，增強公司和員工的活力。我們注重招聘更多的女性員工，尤其是增加管理層中女性員工的比重。2017財政年度內，我們女性員工佔比為37%。我們員工中除中國籍外，還有法國、澳大利亞、美國等外籍員工。此外，我們的員工約3.8%為少數民族，包括滿族、回族、白族、壯族、蒙古族、布依族、侗族、苗族、土家族、彝族等。

在2017財政年度，我們有22,621名員工。

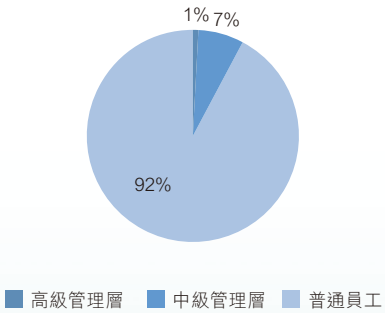
按性別劃分的僱員百分比



按年齡組別劃分的僱員百分比



按僱員類別劃分的僱員百分比



培訓與發展

我們關注員工的職業發展，倡導「快樂學習，快樂工作，快樂生活」。我們為員工制定學習與發展計劃，鼓勵和幫助員工不斷提高能力和素質，獲得更好的職業發展，成為紅星美凱龍乃至社會的棟梁之材。

人才培養

我們開設管理學院，建立健全員工培訓體系，為員工的職業發展提供培訓支持。管理學院通過開發、開設和推廣針對各個層級員工的進階式課程，有針對性的專業技能、管理知識等各項培訓，幫助每一位員工在工作中探尋職業發展之路，為建設可持續發展的人才梯隊提供理論支持。2017財政年度內，僱員平均受訓課時數達到219小時。

僱員平均受訓時數	
男	219
女	219
高級管理層	192
中級管理層	264
普通員工	216

員工

我們倡導全員學習，並將線上線下的學習模式相結合，通過課堂、分享、訪談等多種形式，開展了多項全員學習活動。同時，我們也會根據不同崗位的能力模型和業務需求設置符合其能力提升的課程。

管理學院在2017財政年度開展了「家居商場關鍵崗位人才培養」、「家居生活專家」、「服務商戶」、「應知應會全員培訓」、「知識管理及分享體系」等系列主題培訓活動，我們根據學員的不同需求，匹配相應課程，並通過學習方案與實際業績掛鈎考核的方式，提升學員的綜合管理能力和商場運營管理能力。

在2017財政年度，管理學院獲得「CCFA十佳企業大學」、「中國最佳企業大學排行榜企業大學趨勢引領獎」、「2017 CEFE優秀學習生態運營獎」、「CSTD中國最佳企業大學」等諸多獎項與榮譽稱號。

紅星美凯龍連續多年，榮膺「員工最喜愛公司」的榮譽

紅星美凯龍管理學院連續多年，榮膺「CCFA十佳企業大學」

管理學院針對應屆畢業生、商場中基層、商場總經理及公司高管，分別開設有針對性的核心人才培訓項目。

大學生項目「新青年 • 星動力計劃」

截至2017財年，「星動力」項目已成功運作十年，我們與北大、南大、上海交大、武大等高校合作，累計為公司帶來1,895名優秀應屆畢業生。2017財年內各板塊引進「星動力」315名。在項目中，應屆生通過在商場輪崗的方式，瞭解商場運作模式；通過發揮團隊和個人優勢，合作解決商場實際面臨的問題，最終將課堂上學到的理論知識轉換為實踐經驗，掌握基本工作技能。

新青年 • 中堅力量訓練營

我們開展中堅力量訓練營，覆蓋大區、物管、財務、異業互動等各個區域條線，根據不同業務部門的需求選定課程，主題涉及「公眾演講技巧、360度溝通與協作、情緒管理與職業壓力處理」等，提供了持續、標準化的人員梯隊培訓，致力於把商場中層人員從專業業務骨幹往全能型管理者培養。同時，對於新進中層管理人員，幫助他們快速融入紅星企業文化、工作流程、崗位角色。

新青年 • 新開商場總經理研修班

紅星美凱龍正處於打造行業生態鏈，實現戰略升級的進程中。不論是外部招聘還是內部晉升，都對商場總經理的綜合管理能力提出了更高的要求。2017財年有49位總經理參與培訓。該培訓聚焦新店開業核心業務技能及管理知識，採用行動學習的方式，以真實開店場景為主題任務，設定行動計劃，幫助把培訓轉化為工作中的績效。

職業發展

為幫助員工實現個人職業發展，我們制定了員工發展體系，創建了多元化的員工發展平台，為員工提供成長的多通道發展路徑。我們建立較為完備的績效考核體系，重視員工的價值貢獻，不以職位論人才。每年我們會進行人才盤點，挖掘有潛力的人才，讓最合適的人處在最正確的崗位上。

我們通過向全員發放《全面評估自我改善與提升冊》，讓每位員工瞭解公司戰略對人才的能力要求，並根據公司戰略明確自身發展方向。同時我們從潛力和績效兩個維度對每一名員工進行評定，實施員工分類管理。此外，我們提倡「從內部晉升人才」政策，通過執行內部招聘及內部晉升計劃，優先保證內部員工的職業發展，也為公司的人才儲備打下堅實基礎。

員工

針對發展部門，我們開展了「發展團隊名師榜」項目，使27位導師與104位高徒結隊，通過月度及年度的會議總結、日常小組微信群交流等及時溝通交流，以幫助員工成長、得到更好的職業發展。

員工關愛

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集團的溫暖。此外，我們嚴格遵守中華人民共和國《勞動法》、《職業病防治法》和地方職業病防治法規，積極為員工打造健康、安全、舒適、以家文化為核心的工作及生活環境而努力。

關心身體健康

我們十分關注員工的身心健康狀況。我們利用各大商場空閑的頂樓平台建立天台農場，進行綠色農作物種植，生產綠色無公害蔬菜供給員工內部食堂，保障員工食材安全。同時，我們在確保良好的餐飲衛生條件下，堅持食堂不外包、食堂工作人員必須持健康證上崗、堅持食堂整潔乾淨的原則。

在打造衛生整潔的工作環境方面，我們聘請專業的保潔公司定期對辦公區域進行清潔。為進一步改善員工的健康狀況，預防和減少病發率，我們對接了優秀的醫療平台，廣泛開展健康知識講座，建立員工健康綠色通道。

我們不但開放員工健身房，還不定期舉辦籃球、羽毛球比賽、趣味運動會、勞動競賽等，幫助員工增強身體體質，緩解工作壓力，積極營造快樂、開放、健康、友善、和諧的工作生活氛圍。

建立綠色天台農場

「天台農場」項目可以讓員工欣賞到花園般城市屋頂農場美景，目前已推出體驗蔬菜採摘種植、豆腐製作、陶藝製作、香露製作、DIY手工坊等體驗項目。同時設置了親子教育，科普長廊等景區。現已發展成集科普、休閑、交往、活動為一體的場地。在天台農場，前後共有80位專職或兼職大學生在此就業或學習有關農藝知識。我們將繼續肩負綠色環保的使命，不斷發展、擴大、延伸更多健康綠色新產業，覆蓋更多的紅星美凱龍商業體、引領生活新方式。

天台農場

員工健身房

名醫大講堂

員工

保障商場安全

商場的安全管理涉及到員工和客戶的安全問題，因此我們尤為重視。

在新商場投入使用之前，我們會進行5個物業關鍵節點管控，明確招商發佈會前、廠家進場裝修前、廠家上貨前、開業廣告發佈前以及開業交接後的管理要求，保證新商場可以安全地投入使用。此外，新商場開業前，我們的安全管理部、品質服務部和人資行政部，對商場人員進行專項培訓，對新商場的安全管控工作進行指導和評估，確保新店的各項指標達到安全標準。

在商場日常運行過程中，我們制定了《物業設施設備日常管理細則》和《商場物業技術管理手冊》，提供物業設施設備安全作業守則和緊急應對措施，防患于未然。在實際安全管理操作方面，我們利用專業儀器排查商場的安全隱患，在餐飲厨房增加自動滅火裝置，所有崗位全部持證上崗，對風險區域進行預防性管控，提高商場的安全系數。

2017財年，我們組織了4次「消防日安全大檢查、大練兵、大宣傳」活動，進行消防疏散演練805場和滅火演練954場。我們全面排查商場存在的風險，指明相關的管控措施，並提出19項物業應急預案。

這些活動不僅提升了全員的應急反應能力，而且使得安全隱患問題全部得到解決。2017財年，我們共計完成60家商場的219項改造項目，其中97項與商場安全相關，包括：外墻、消防、監控、電梯、電氣等。

關愛女性員工

我們開設愛心媽咪小屋，配備全天候冰箱、沙發、茶几、微波爐等物品，同時準備了「愛心媽咪包」，包括濕紙巾、香皂、洗手液等清潔用品，為媽媽們提供暖心的私密空間。2017年3月，由工會承辦的慶祝三八婦女節「創意插花花藝培訓活動」溫馨舉行，活動豐富了女性員工的文化生活。同年11月，為了呼籲女性員工增強自我保健意識，倡導輕鬆健康的生活方式，我們為女性員工舉辦了關於女性健康的「幸福2017粉紅絲帶」健康講座。

幫扶困難員工

我們於2016年設立紅星摯愛基金，面向紅星美凱龍內部員工，精准幫困，為員工提供醫保外幫扶。成立至今，通過募捐、愛心義賣、投資理財、工會三產等方式，基金規模已經從100多萬增加到2017年的250萬，並已支出90.5萬用於員工大病醫療。

員工公租房

我們積極改善職工生活居住條件，對接社會優良資源，聯合灣流國際青年小區，開展「企業員工租房福利計劃」。至今已簽約400套公租房，1,000名員工及家屬受益，解決員工租房難，租房環境差等問題。

社區

我們在追求自身成長的同時，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。
作為中國家居裝飾及傢俱行業的領導者，我們積極宣揚家居美學，傳播家居藝術。我們先後成立多種專項基金，扶持地方經濟發展。此外，我們熱心社會公益，關注教育行業，服務社區，開展多項志願者服務。我們堅持可持續發展，努力在社會、經濟和環境等方面做出貢獻。

宣揚家居美學

我們始終堅持以締造品味藝術、傳播居家藝術為目標，以提升中國人的居家品位為己任，致力於追求中國家居業的美學發展，逐步提升中國客戶對於家居品味的認知。「家居」這兩個字包含了「家」和「居」，對於家庭來說，居是景，家是情，「居」固然重要，「家」才是根本。沒有「家」，「居」再美也將失去意義。自公司成立以來，我們不僅致力於打造最美的「居」，更是致力於打造更美的「家」，在現代忙碌的社會生活中喚醒人們內心的愛家意識。

我們利用自身的專業性，本著為大眾和客戶服務的原則，創建了「寓道」微信公眾號，通過對較大空間住宅及高品質的居住美學研究，為公眾提供家居美圖和實用的居住建議。「寓道」不定期推送家居設計和美學研究的文章，向公眾傳遞家居裝飾及傢俱行業的美學價值，提高公眾的居家生活和美學欣賞品味。

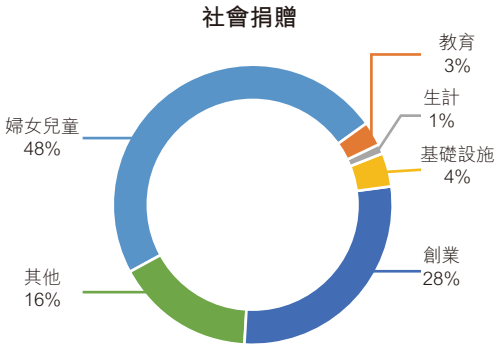
我們將每年的12月3日定為「愛家日」，發起了聲勢浩大的愛家運動。在每次愛家日活動中，我們都會推出相應的愛家日優惠活動，同時也會在商場舉辦「愛家諮詢」、「愛家互動」游戲、「愛家手勢」拍攝活動等許多別開生面的小活動來吸引客戶的積極參與，喚醒更多人的愛家意識。通過愛家日活動，我們所要傳達的，不僅僅是為用戶提供高品質的家居生活，更希望與廣大客戶一起，從關係的角度解讀家的意義，引導探索真正的家的本質，讓更多人發現、創造屬自己的幸福的家。2017年的愛家日，我們舉行了「曬出最美家庭幸福照」的活動，呼籲客戶關愛小家，打造溫暖幸福的家庭氛圍。

「寓道」公眾號二維碼

社會公益

我們一直倡導做有社會責任感的企業公民，積極投身參加社會公益事業，關注貧困、關注教育，熱心公益、愛心奉獻，積極弘揚紅星美凱龍「家文化」。我們致力於協助地區經濟發展，積極投身於城市建設。我們幫助當地品牌供應商進行整合，提升品牌競爭力，為當地居民提供就業崗位，促進當地經濟發展。

2017財政年度內，我們在婦女兒童、幫助青年創業、支持基礎設施建設等方面共投放了約人民幣10.95百萬元。



教育公益

我們關心教育行業，積極推進教育事業的發展。2017財政年度內，我們從硬件設施建設、關愛關心困境兒童、慈善捐贈、助學等多個方面著手，扎紮實實推進開展教育公益活動，資助金額共人民幣38萬餘元。

「謝謝你，讓我有書讀」
—紅星美凱龍鄭州商場星公益

2017年5月，十字嶺小學愛心圖書館捐贈儀式在紅星美凱龍鄭州商場隆重舉行。我們鼓勵商戶們積極響應，加入到本次愛心圖書館公益活動中來。我們現場進行的愛心捐贈金額高達人民幣10萬元。該款項將全部用於山區教育事業，捐建一座愛心圖書館，並將根據實際情況制定後續公益幫扶計劃。

社區

扶貧公益

我們專注於扶貧幫困，促進經濟社會發展。我們成立光彩基金，每年向上海市光彩事業促進會捐贈人民幣140萬元。

社區友好

我們積極與社區社群建立良好的關係，鼓勵員工開展志願者服務，關注關愛弱勢群體，為貧困地區、孤兒院、敬老院捐贈生活用品等。2017財政年度內，累計慈善金額達人民幣18萬元。

2017年5月，華東地區商場組織向無私奉獻的「城市美容師」致敬活動，通過慰問環衛工人傳遞公益正能量。

此外，我們關注災害情況，為災區捐助、祈福。福建中區、西北中原中區在2017年8月四川九寨溝抗震救災事件中，組織捐款人民幣2萬餘元，提供礦泉水、泡面等200餘件。

環保公益

紅星美凱龍一直關注環境可持續發展，組織開展環保公益活動，用實際行動踐行和傳播綠色環保理念。

我們組織綠色環保低碳徒步行、綠色騎行活動，旨在提高員工身體健康的同時宣傳低碳出行。

在華東大區，我們組織「助力治水，青春共建」活動，每周一至兩次進行河道衛生清理、河道衛生用水監督，不定期自發組織或參加政府部門組織的污水共治公益宣傳活動。在福建中區，我們參與了「百人淨灘」志願者活動，為環境建設貢獻一份力量。

我們鼓勵員工積極參加環保志願者活動。在《聯合國防治荒漠公約》第十三次締約方會議期間，我們員工積極參與到其中，成為交通志願者。

助力青年創業

為幫助當代中國的有志青年進行創業、樹立正確的創業觀，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。2017財政年度，我們捐贈了人民幣300萬元。

兒童關愛

2017財政年度，我們向中華少年兒童慈善救助基金會捐贈約人民幣500萬元家居商品，共同助力中國困境兒童成長。其中紅星美凱龍向太陽村，一個無償代教養服刑人員未成年子女的非政府慈善組織，捐贈了部分小件家居商品。這些小件商品由太陽村組織開展義賣，所得善款將用於太陽村的日常支持。此外，還有部分家居商品將定向捐贈給益童成長中心、江西共青城兒童村。

2017財政年度紅星美凱龍自主創業項目：器度新家生活藝術館與「北京天真者公益發展中心」合作代理《天真者》自閉症兒童藝術畫作手機殼，其收入中的1/3回饋畫作原作者及家庭，用於幫助其生活與治療，1/3用於孤獨症醫療康復基金，1/3用於「天真者的繪畫」藝術療育課程、活動基金。推廣及售賣自閉症藝術愛好者的畫作衍生品，可以更多支持自閉症兒童以自己的力量，實現自我價值體現。

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。除對不環保的家居產品和品牌「零容忍」的情況外，我們的環保政策還體現在決策過程、管理以至公司文化層面，將綠色環境始終放在首要位置並適用於業務營運的每一個環節和階段。

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，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。此外，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、辦公樓管理等中，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。

紅星美凱龍上下齊心，嚴格按照公司「綠色環保管理體系」進行管控，2017財政年度內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

我們重視節約能源，商場和辦公室消耗的主要能源為電、天然氣、建築物料等，我們制定了一系列節約能源的策略，降低溫室氣體排放量，為控制全球氣候變暖共獻一份力量。2017財政年度內，我們共消耗電258,604.77兆瓦時、天然氣213,323.94兆瓦時。

商場建設

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。2017財政年度，我們在推動商場建設項目時，商場設計均考慮了節能元素。

- 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，以提高功率因素及用電效率
- 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

辦公管理

我們運用現代節能技術，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。對於有條件的可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。

環境

能源消耗量

	總量 (兆瓦時／年)
能源消耗	637,078.28
電力	423,595.30
天然氣	213,323.94
汽油	159.04

二氧化碳當量

	總量 (噸／年)
溫室氣體排放當量	342,480.31
範圍一溫室氣體排放當量	43,648.67
範圍二溫室氣體排放當量	298,831.64

排放物管理

紅星美凱龍在倡導節能的同時，致力於減少廢物排放，降低對生態環境的破壞和影響。公司廢物的處理和排放均符合經營所在地的監管標準。我們的廢物主要有生活垃圾、建築垃圾、廢鋼筋、污水等。

廢水處理

紅星美凱龍的主要業務活動為家居裝飾及傢俱商場運營、管理及專業諮詢服務，因此水資源的使用主要在於生活及辦公室運營方面，水資源對於我們而言亦不是一項重大議題。在日常運營中，我們提醒員工及客戶節約用水、減少水資源的使用。

2017財政年度我們消耗的水的總量是2,488,038.92立方米。我們產生的廢水主要為生活污水。我們嚴格遵循當地環保部門的監管標準，將廢水進行處理後排放。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。含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。

廢棄物處理

紅星美凱龍商場發展的整個過程中，包括由建造直至投入營運的不同階段，均會產生廢棄物。我們積極進行廢物管理，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。

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，我們倡導並按照政府要求進行指定垃圾的分類，並鼓勵變廢為寶，提高資源回收利用率。

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，對周邊社區環境的噪聲影響很小。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、櫃式空調機進出水管均設減振接頭；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

數據總覽

2017財政年度ESG數據總覽

僱傭	
僱員總數	22,621
按性別	
男	14,196
女	8,425
按年齡組別	
30歲以下	9,815
30歲至50歲	11,830
50歲以上	976
按僱員類型	
高級管理層	504
中級管理層	4,095
普通員工	18,022

安全	
因工死亡人數	0
因工死亡人數的比率	0
工傷損失工作日數	1,064

數據總覽

發展	
受訓僱員百分比	100%
按性別	
男	100%
女	100%
按僱員類型	
高級管理層	100%
中級管理層	100%
普通員工	100%
每名僱員完成受訓的平均時數(小時／年)	219
按性別	
女	219
男	219
按僱員類型	
高級管理層	192
中級管理層	264
普通員工	216

排放	
溫室氣體排放總量(範圍1及範圍2)(噸)	342,480.31
直接溫室氣體排放總量(範圍1)	43,648.67
間接溫室氣體排放總量(範圍2)	298,831.64
單位自營店經營面積溫室氣體排放總量(噸／平方米)	600.22
廢氣排放量總量(千克)	14.49
NO_x排放總量	13.10
SO_x排放總量	0.28
PM排放總量	1.11
有害廢棄物排放總量(噸)	1.42
油漆	0.89
膠合物	0.53
無害廢棄物排放總量(噸)	257,516.77

數據總覽

生活垃圾	50,858.70
建築垃圾	206,046.00
廢鋼筋	23.71
廢電纜	588.36
單位自營店經營面積無害廢棄物排放總量(噸／平方米)	451.31

水資源消耗

總用水量(立方米)	2,488,038.92
新鮮的自來水	2,488,038.92
單位自營店經營面積總用水量(立方米／平方米)	4,360.43

能源消耗

能源消耗總量(兆瓦時)	637,078.28
電力	423,595.30
天然氣	213,323.94
汽油	159.04
單位自營店經營面積能源消耗總量(兆瓦時／平方米)	1,116.51

社區投資(元)

婦女兒童	5,207,767
教育	339,440
生計	100,000
基礎設施	450,000
創業	3,000,000
其他	1,750,000

附錄 I —《環境、社會及管治報告指引》內容索引

2017財政年度ESG數據總覽

層面	描述	頁碼／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	27
A1.1	排放物種類及相關排放資料	28
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)	31
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)	31
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)	31
A1.5	描述減低排放量措施及所得成果	27
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	28
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 註：資源可能被用在生產，存儲，運輸，樓宇和電子儀器等	27
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)	32
A2.2	總耗水量及密度(如以每產量單位、每項設施計算)	32
A2.3	描述能源使用效益計劃及所得成果	27
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	28
A2.5	製成品所用包裝材料的總量(以噸計算)及(如適用)每生產單位佔量	不適用

附錄 I 一《環境、社會及管治報告指引》內容索引

層面	描述	頁碼／備註
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	27
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	27
B. 社會		
層面B1：僱傭		
一般披露	有關薪酬及解僱、招聘及晋升、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	16
B1.1	按性別、僱傭類型、年齡組別及地區劃分的僱員總數	16
B1.2	按性別、年齡組別及地區劃分的僱員流失比率	未披露
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	21
B2.1	因工作關係而死亡的人數及比率	30
B2.2	因工傷損失工作日數	30
B2.3	描述所採納的職業健康與安全措施，以及相關執行及監察方法	21

附錄Ⅰ—《環境、社會及管治報告指引》內容索引

層面	描述	頁碼／備註
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	17
B3.1	按性別及僱員類別(如高級管理層、中級管理層等)劃分的受訓僱員百分比	17
B3.2	按性別及僱員類別劃分，每名僱員完成受訓的平均時數	17
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	16
B4.1	描述檢討招聘慣例的措施以避免童工及強制勞工	16
B4.2	描述在發現違規情況時消除有關情況所採取的步驟	16
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	14
B5.1	按地區劃分的供貨商數目	14
B5.2	描述有關聘用供貨商的慣例，向其執行有關慣例的供貨商數目、以及有關慣例的執行及監察方法	14

附錄 I 一《環境、社會及管治報告指引》內容索引

層面	描述	頁碼／備註
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	7
B6.1	已售或已運送產品總數中因安全與健康理由而須回收的百分比	未披露
B6.2	接獲關於產品及服務的投訴數目以及應對方法	13
B6.3	描述與維護及保障知識產權有關的慣例	11
B6.4	描述質量檢定過程及產品回收程序	9
B6.5	描述消費者數據保障及私隱政策，以及相關執行及監察方法	12
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	15
B7.1	於匯報期內對發行人或其僱員提出並已審結的貪污訴訟案件的數目及訴訟結果	15
B7.2	描述防範措施及舉報程序，以及相關執行及監察方法	15
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	24
B8.1	專注貢獻範疇(如教育、環境事宜、勞工需求、健康、文化、體育)	25
B8.2	在專注範疇所動用資源(如金錢或時間)	25